

2025年 8月期 第2四半期

決算説明資料

2025.4.11

YAMATO INTERNATIONAL INC.

＜東証スタンダード市場 8127＞

2025年8月期 第2四半期

決算概要



世の中の環境は大きく変化し 時代の転換期



中期ビジョン「Yamato 2026」を推進
「シン・ブランド創り」を目指し活動

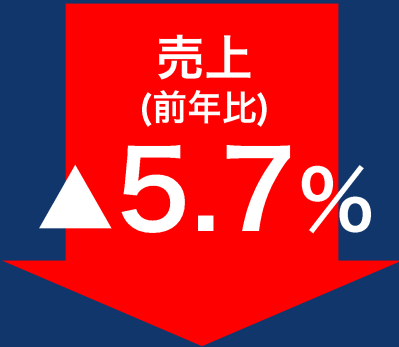
中期ビジョン「Yamato 2026」 2年目：25年8月期

【 主要分野 】

- ①収益率を高める分野（GMS）
- ②売上を伸長させる分野（EC/CITERA）
- ③将来の成長基盤を確立する分野（直営）

各分野における課題に取り組み
達成を目指し注力

2025年8月期 第2四半期 決算概要



- ▶ 売上高 105億 39百万円
- ▶ 営業利益 38百万円
- ▶ 経常利益 1億 3百万円
- ▶ 中間純利益 75百万円

9月の記録的な猛暑に続き、10月の残暑など気候変動にも翻弄され、苦戦を強いられた第一四半期のマイナスを挽回できず減収減益

(連結)	2024年8月期	2025年8月期		
	2Q累計実績	3/14修正公表	2Q累計実績	前年比 (増減率)
売上高	11,175	10,500	10,539	▲5.7%
営業利益	193	35	38	▲79.9%
<売上比>	1.7%	0.3%	0.4%	▲1.4pt
経常利益	246	100	103	▲58.1%
<売上比>	2.2%	1.0%	1.0%	▲1.2pt
親会社株主に帰属する 中間純利益	189	70	75	▲60.3%
<売上比>	1.7%	0.7%	0.7%	▲1.0pt

※2025年3月14日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表

<単位 百万円>

2025年8月期 第2四半期 決算概要【売上・既存店】

売上
▲5.7%

既存店
▲5%

- ▶ 売上高▲5.7%の減収
- ▶ クロコダイルグループ▲6%の減収
- ▶ 既存店全社ベース▲5%の減収

	全社	GMS				直営店
		クロコダイル メンズ	クロコダイル レディス	スイッチモーション クロコダイルレディス	小計	
売上 (前年比)	▲5.7%	▲8%	▲7%	▲8%	▲7%	+9%
既存店 (前年比)	▲5%	▲5%	▲7%	▲5%	▲6%	+4%

2025年8月期 第2四半期 決算概要【既存店 売上・客数・客単価】

店頭

- ▶ 10月は秋物需要が低迷し、客数が大幅に減少し売上を大きく落とす
- ▶ 客単価は上代設定の見直しを進めたことに加え、セール期に戦略的に値引きを抑えプロパー販売に注力したことにより**上期トータルで+6%増**

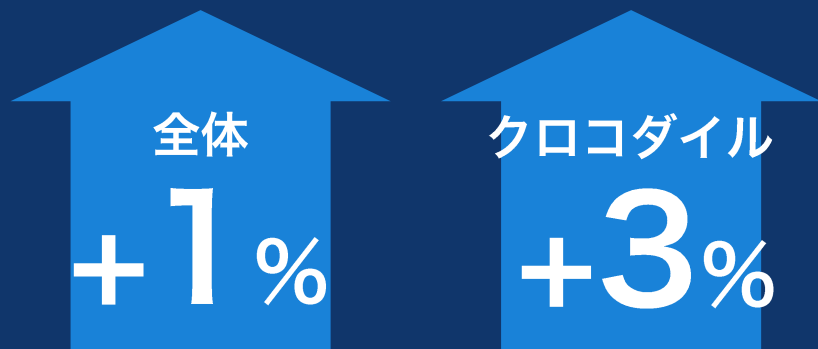
		9月	10月	11月	12月	1月	2月	上期累計
売上	前年比	102%	80%	101%	101%	94%	93%	95%
客数	前年比	102%	79%	95%	97%	87%	88%	90%
客単価	前年比	102%	102%	108%	105%	110%	108%	106%

猛暑・残暑により
秋物需要が低迷

値引き抑制・プロパー販売に注力

※客数・客単価：主要コーナー及び直営店の既存店前年比を記載

2025年8月期 第2四半期 決算概要【EC】

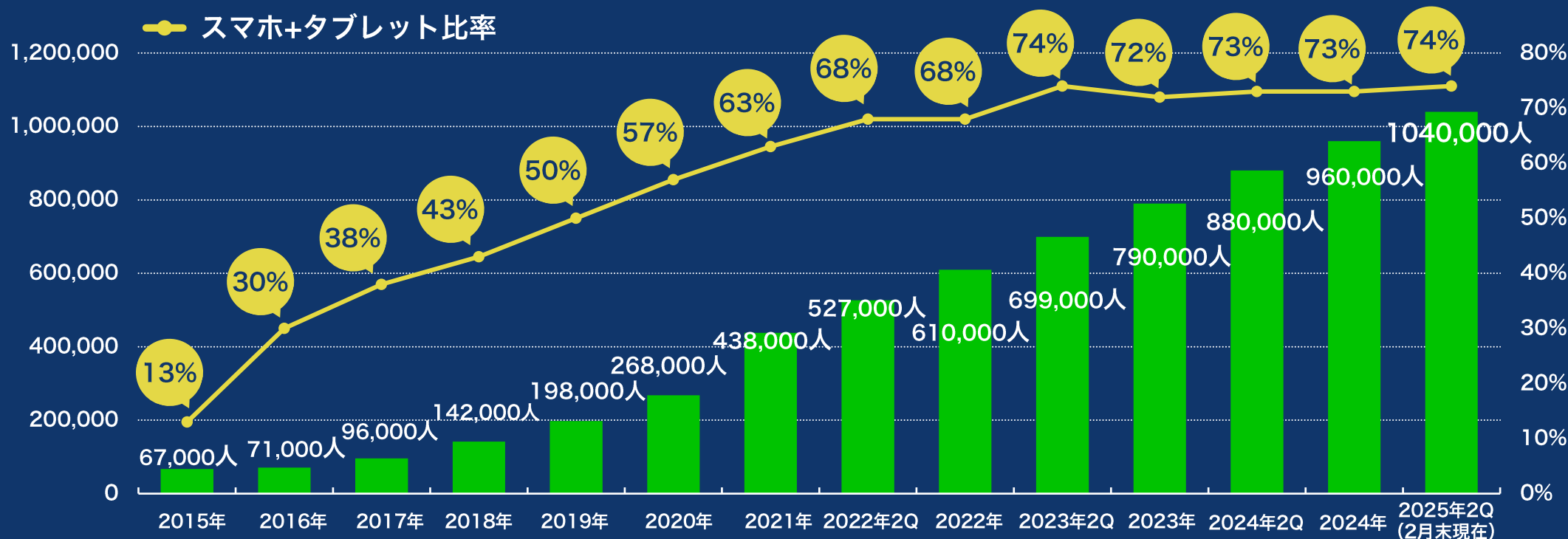


- ▶ 売上は前年比+1%と伸長するも
店頭と同様に10月の残暑の中 秋物低迷により苦戦
- ▶ クロコダイルアプリの総会員数はついに大台の
100万人に到達
- ▶ 今後も会員拡大に注力するとともに更なる売上の伸長と
利益重視の運営を行う

LINE+メルマガ+アプリ 会員数推移

前年 2Q比較	会員数	EC売上	スマホ+タブレット構成比
	+19%	+1%	73%⇒74%

■ LINE + ☒ + (APP) 会員数
—●— スマホ+タブレット比率



2025年8月期 第2四半期 決算概要【粗利・在庫】

粗利率
▲0.3pt

【粗利率】

- ▶ 9月・10月に秋物プロパー販売が伸長せず、シーズンのバランスを崩したことが主要因
- ▶ 適正な価格転嫁と上代設定の見直しを実現し、原価率は改善

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
55.9%	55.6%	▲0.3pt

在庫
2.9億円

【在庫】

- ▶ 前年より2.9億円増加 対処すべき課題で説明

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
2,280	2,572	+291

<単位 百万円>

2025年8月期 第2四半期 決算概要【販管費】

販管費
▲2.3億円

- ▶ 東京本社ビルの資産価値向上を目的とした補修工事や、「シン・ブランド創り」を実践するべく、積極的な投資を行うも前年・計画内ともに収まる

(連結)	2024年8月期2Q累計		2025年8月期2Q累計		前年比（増減額）
	実績	売上比	実績	売上比	
販売管理費	6,056	54.2%	5,823	55.3%	▲ 233
人件費	2,247	20.1%	2,185	20.7%	▲62
支払手数料	97	0.9%	104	1.0%	6
賃借料	102	0.9%	112	1.1%	9
減価償却費	66	0.6%	68	0.7%	2
その他経費	3,542	31.7%	3,352	31.8%	▲189

<単位 百万円>

EC事業やDX推進のための将来に向けた投資を推し進め
業務の効率化と無駄の削減を徹底しながらブランド価値拡大を目指す

2025年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

829店舗

<直営17店舗 コーナー812店舗>

純減数
(前年同期比)

▲28店舗

<直営+1店舗 コーナー▲29店舗>

2025年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】ブランド別

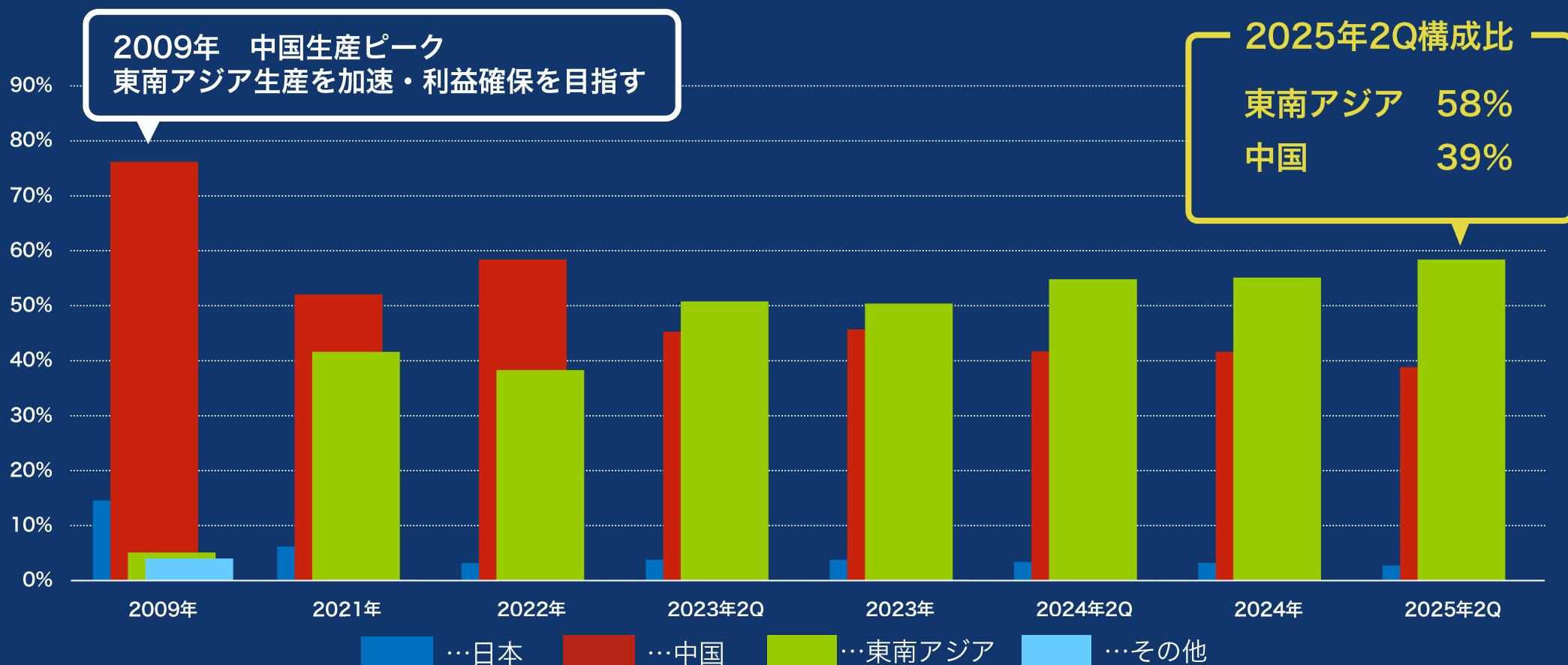
ブランド別 店舗数 < 2025年 2月末 >

※グレー色表記ブランドは品揃えの一部として店舗内に展開

	前年実績 (2024年8月期末)	直営 プロパー	直営 アウトレット	コーナー	当年 (2Q) 実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	415	-	-	400	400	▲15
リラックス	256	-	-	250	250	▲6
スイッチモーション クロコダイルメンズ	129	-	-	124	124	▲5
クロコダイルレディス	360	-	-	351	351	▲9
リラックス	163	-	-	154	154	▲9
スイッチモーション クロコダイルレディス	20	-	-	29	29	+9
クロコダイル コード	121	-	-	117	117	▲4
スイッチモーション クロコダイルレディス	56	-	-	51	51	▲5
クロコダイル コード	10	-	-	10	10	±0
クロコダイル直営店	16	7	10	-	17	+1
計	857	7	10	812	829	▲ 28

2025年8月期 第2四半期 決算概要【生産地】

生産拠点 国別構成比（金額ベース）



- ▶ 東南アジア諸国の生産拠点開拓が一段と進み、**東南アジアの構成比58%**
- ▶ 気候変動に対応するべく、シーズン中におけるクイックな生産体制も重視し中国生産の見直しを図る

2025年8月期 第2四半期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ 純資産が前年期末の173億48百万円から172億29百万円と減少
- ▶ 安定した経営と成長投資の実行に資する財務健全性を確保

		2024年8月期	2025年8月期			
		期末	2Q末	構成比	前年期末比増減	前年期末比増減率（%）
流動資産		10,981	11,264	46.4%	282	2.6%
	現金及び預金	5,155	5,353	22.0%	198	3.8%
	有価証券	2,300	1,899	7.8%	▲400	▲17.4%
	売掛金等	1,244	1,229	5.1%	▲14	▲1.2%
	たな卸資産	2,156	2,718	11.2%	562	26.1%
	その他	125	62	0.3%	▲62	▲49.8%
固定資産		13,025	13,025	53.6%	0	0.0%
	有形固定資産	6,763	6,851	28.2%	88	1.3%
	無形固定資産	10	7	0.0%	▲3	▲31.8%
	投資その他の資産	6,251	6,166	25.4%	▲85	▲1.4%
資産合計		24,007	24,289	100.0%	282	1.2%
流動負債		5,368	5,730	23.6%	361	6.7%
固定負債		1,290	1,329	5.5%	39	3.1%
負債合計		6,658	7,060	29.1%	401	6.0%
純資産合計		17,348	17,229	70.9%	▲118	▲0.7%
負債・純資産合計		24,007	24,289	100.0%	282	1.2%

2025年8月期

下期・通期計画

約3年に及ぶコロナ禍



人々の価値観やライフスタイルは大きく変化

事業環境にも地殻変動



円安・物価高騰など
インフレ社会

- ▶ 生活防衛意識の高まり
- ▶ 衣料品購買行動の変化



夏の長期化などの
気候変動

- ▶ 極端な高温
- ▶ 冬の短期化、暖冬化

しかし このような外的要因以外にも・・・

個別の課題

MD設計



在庫・粗利率



など

これまでの慣習や常識にとらわれず
迅速に課題に取り組み 改善を図る

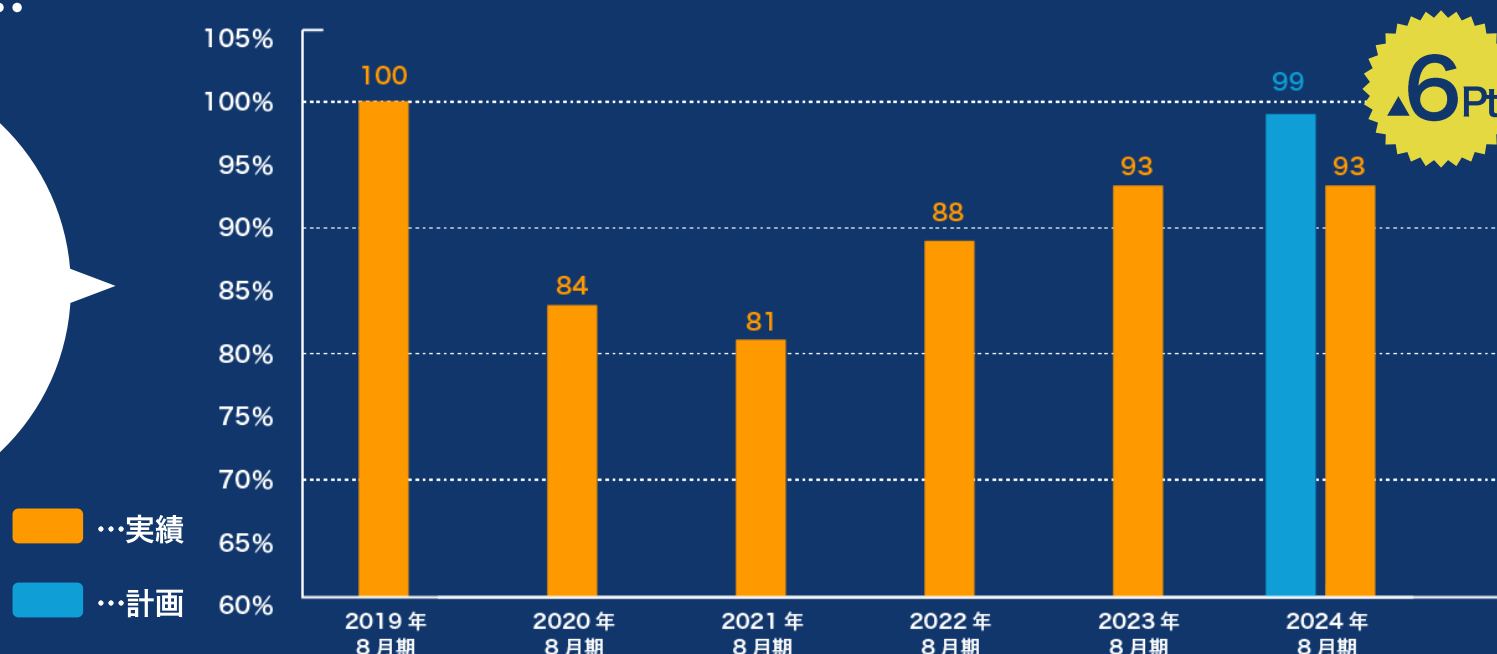
対処すべき課題

- ① 売上計画
- ② 粗利率
- ③ 主要取引先の構造改革
- ④ EC事業

コロナ禍では…

売上が
コロナ前の
9割でも
利益が出る
構造に

「クロコダイル」コーナーにおける既存店売上の推移



5類移行後、コロナ前の実績を取り戻すことに注力

24年8月期

売上増・仕入増・在庫増も
計画から▲6pt乖離

25年8月期 上期

同様に計画し運営も
コロナ前の水準には達せず

計画と売上の差異

余剰在庫に▶

値引きの増大

粗利率の悪化

対処すべき課題 【②粗利率】

	上期		通期	
	旧基準	新基準	旧基準	新基準
19年8月期	45.3%		45.4%	概算値 60%
22年8月期 (新会計基準導入)	44.0%	57.7%	45.0%	58.4%
24年8月期		55.9%		56.7%

約▲3Pt
低下

上期の状況は…



対処すべき課題 【①売上計画 ②粗利率】

現状の趨勢を直視、需要を正しく見極め

精度の高い
売上計画の策定や
MD設計



端境期に対応した
品揃え



現状の気候に応じた
販売期や
販促の見直し



戦略的に **粗利額と率** を引き上げ
再成長へつなげる

年明けから取り組んだ結果…

1月・2月の値引きを抑制し
プロパー販売に注力



「粗利額と率」
の改善へ

一方で

在庫は前年より
+2.9億円増加



主にアウトレットチャネルを活用し

計画的な消化

適正な在庫運営

を目指す

主要取引先の構造改革による閉館

- ▶ 「クロコダイル」で展開するコーナー数も準じて6 掛に
- ▶ 26年2月期に完了予定が1年 前倒しに ➡ 通期の見通しに反映



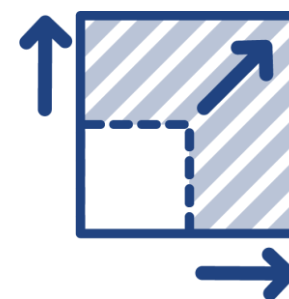
既存店の
効率化



閉館地域の
代替店舗への
出店



既存店舗の
面積拡張



売上の拡大に引き続き取り組む

対処すべき課題 【④EC事業】

クロコダイル総会員数
100万人突破

比例して

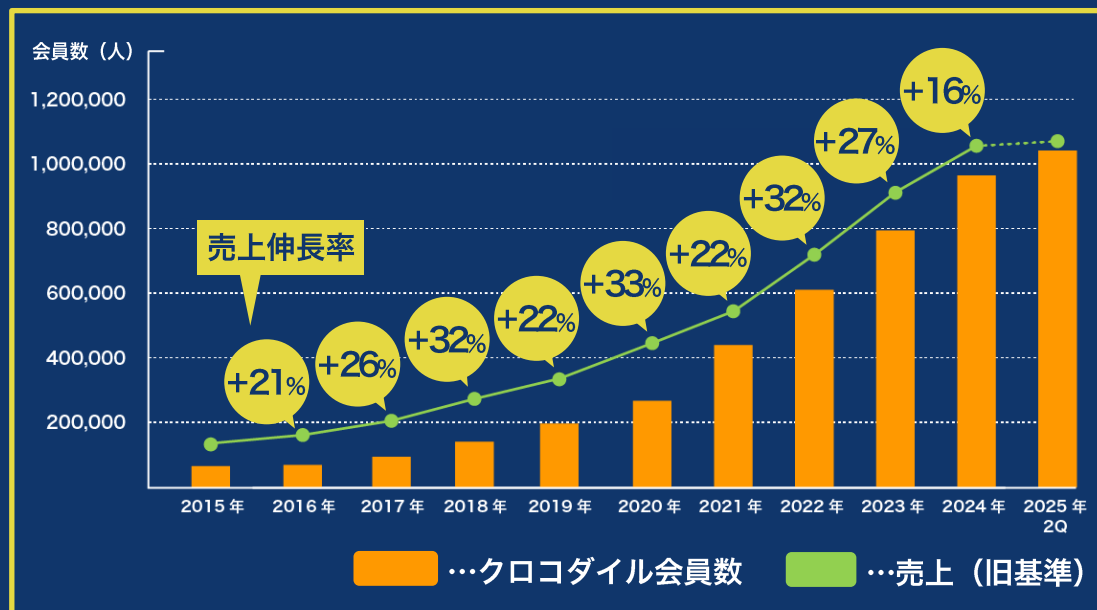
全社売上に占める
EC構成比拡大

16年
8月期より **毎年2ケタ増の伸長**

▶ **成長の原動力に** 

先行するトップ企業では ECがもはや最大の販路
まだまだ伸長の余地あり

売上倍増を目指す



引き続き会員獲得に注力しながら…

カートシステムの刷新

顧客データの一元化

オムニチャネル/OMO の推進

店舗も
ECも

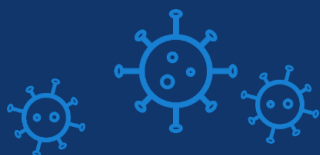
シームレスに買い物を楽しめるサービスの構築を目指す

中期ビジョン 「Yamato 2026 ～シン・ブランド創り～」

 **yamato** 不変のミッション
INTERNATIONAL

「ものを創り 人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」

いつの時代でも どのような環境下でも、
お客様の不満や問題を解決し 求められるものを提供し
最初に想起される真のブランド



「シン・ブランド創り」を目指す

中期ビジョン「Yamato 2026 ～シン・ブランド創り～」

【10年後のあるべき姿】



お客様も社員も誇れる真のブランドになっている姿を目指す

企業価値

ブランド価値

提供価値

中長期的な「価値拡大」を目指す

2025年8月期 下期・通期計画

▶ 2025年3月14日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表

(連結)	2024年8月期	2025年8月期	
	通期実績	通期計画	前年比 (増減率)
売上高	21,139	20,300	▲4.0%
営業利益	262	150	▲42.9%
<売上比>	1.2%	0.7%	▲0.5pt
経常利益	385	250	▲35.2%
<売上比>	1.8%	1.2%	▲0.6pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	352	200	▲43.3%
<売上比>	1.7%	1.0%	▲0.7pt

<単位 百万円>

2025年8月期 下期・通期計画【出退店】

出退店計画

826店舗
＜直営 17店舗 コーナー 809店舗＞

純減数
(2月末比)
▲3店舗
＜直営±0店舗 コーナー▲3店舗＞

2025年8月期配当
16円/年
(中間6円・期末10円)を予定

ESGに関する取り組み

ESG活動を関連部署と協働し推進する 「Yamato 未来創造プロジェクト」



未来創造
PROJECT
YAMATO INTERNATIONAL

E

Environment

環境保護と 経費削減への 取り組み

▶ ペーパーレス化の推進

- ・2025年度上期のコピー用紙使用枚数82%削減（オフィス改装前比）
- ・約830 コーナーへのタブレット配備・オフィス改装

▶ 商品・副資材における環境に配慮したグリーン調達への取り組み

- ・ウガンダオーガニックコットンをはじめとする環境配慮型素材を使用した商品の企画
- ・襟キーパー・クリップなど包装資材を簡素化、および店頭におけるフェイスカバーなどを環境配慮型素材へ変更



S

Social

社会分野と 生産性向上への 取り組み

▶ 人権問題への取り組み

- ・ヤマト インターナショナル グループ 人権方針の制定（2021年8月6日）
- ・サプライヤーへのCSR調達・人権方針アンケートを年次毎に実施し、サプライチェーンの管理を徹底

▶ ワークライフバランスへの取り組み

- ・育児休業・育児短時間勤務制度の充実（2007年以降 正社員の復職率100%）
- ・リモートワーク、出勤時間選択、短時間勤務、時間有給などが既に定着



G

Governance

コーポレート ガバナンス

▶ 独立性の高いスリムな役員構成による迅速果断な経営判断

取締役 5名中 2名が社外取締役（内女性1 名）、監査役4名中2名が社外監査役（内女性1 名）
全役員 9名中 4名が 社外役員
いずれも東京証券取引所に届出をする独立役員

ESGに関する取り組み

① 環境や社会貢献に配慮した「もの創り」

リサイクルされた素材や副資材の使用・商品の製造過程における環境への配慮

目標 2030年時点で環境配慮型素材を使用した商品の割合を50%にする

② ウガンダオーガニックコットン 商品開発・販売

安定的にウガンダコットンを使用・拡大することで
ウガンダの産業支援や雇用創出に寄与



③ Project sustainability

不要になった服を回収し縫製工場で発生する端材を加え
新たな製品を創ることを目指すアップサイクルの取り組み継続



**社員・お客様それぞれが社会の一員として責任を果たし
共に未来を創造していくために
当社だからこそやれること・やる意義があることに取り組む**

ミッション

「ものを創り 人を創り
お客様と共に心豊かな毎日を創る」

本資料には将来の業績に関する予測が含まれておりますが、経済状況や経営環境の変化等に応じて実際の成果や業績と異なる可能性があります。

こうした記述は将来の業績を保証するものではなく、不確実性を内包するものがありますことにご留意下さい。