

2025年 8月期

決算説明資料

2025.10.10

YAMATO INTERNATIONAL INC.

<東証スタンダード市場 8127>

2025年8月期

決算概要



人々の価値観やライフスタイル、
衣料品全般に対する購買動機とその機会が大きく変化



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 決算概要

売上前年比
▲8.0%

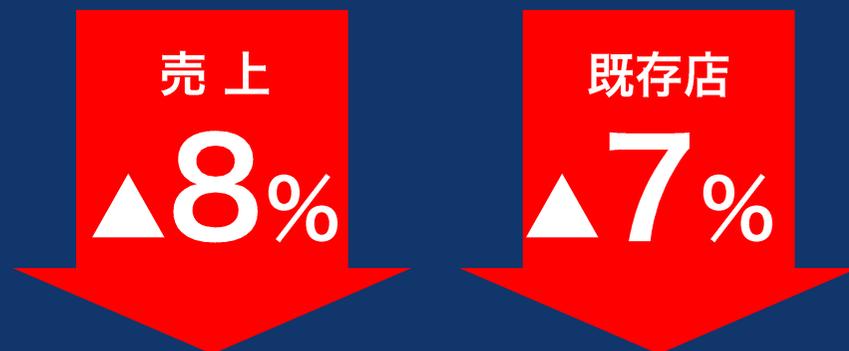
- ▶ 売上高 194億 44百万円
- ▶ 営業損失 ▲2億 1百万円
- ▶ 経常損失 ▲62百万円
- ▶ 当期純利益 1億 43百万円

(連結)	2024年8月期	2025年8月期		
	実績	10/3修正公表	実績	前年比 (増減率)
売上高	21,139	19,440	19,444	▲8.0%
営業利益	262	▲200	▲201	—
<売上比>	1.2%	—	—	—
経常利益	385	▲60	▲62	—
<売上比>	1.8%	—	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	352	140	143	▲59.4%
<売上比>	1.7%	0.7%	0.7%	▲0.9pt

※2025年10月3日「業績予想の修正及び特別損失計上に関するお知らせ」を公表

<単位 百万円>

2025年8月期 決算概要【売上・既存店】

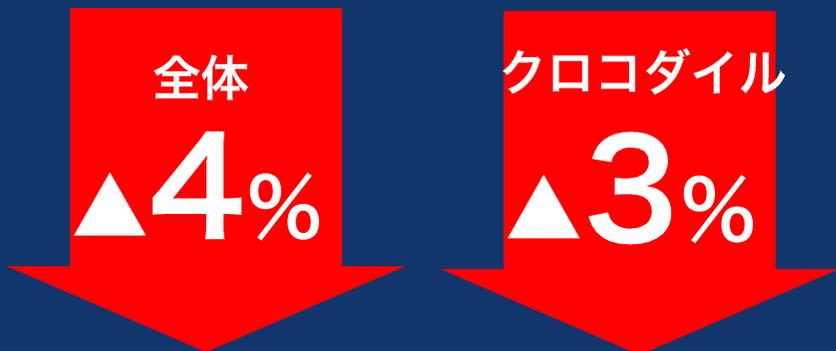


- ▶ 売上高▲8%の減収
クロコダイルグループ▲8%の減収
- ▶ 既存店全社ベース▲7%の減収

	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)	▲8%	▲11%	▲8%	▲7%	▲9%	▲1%
既存店 (前年比)	▲7%	▲8%	▲7%	▲5%	▲7%	▲2%

- ▶ 上期：9月の記録的な猛暑、予想をはるかに上回る10月の残暑などの影響も受け苦戦
- ▶ 下期：4月は春物需要が低迷
夏のプロパー最盛期である6月・セールが本格化する7月は 暑い夏に対応するべく
仕入計画を組み換え臨むも主要アイテム 主要品番の在庫が不足し販売機会ロスが生じる

2025年8月期 決算概要【EC】



- ▶ 店頭と同様に最盛期に販売機会ロスが生じ前年比▲4%減
- ▶ クロコダイル総会員数は100万人を超え**116万人と順調に拡大**

クロコダイル総会員数推移

前年
比較

会員数
+20%

EC売上
▲4%

スマホ+タブレット構成比
73%⇒74%



2025年8月期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

819店舗
＜直営**17**店舗 コーナー**802**店舗＞

純減数
(前年期末比)
▲38店舗
＜直営+1店舗 コーナー**▲39**店舗＞

予定されていなかった 主要取引先の構造改革の前倒しに伴い、閉館数が増加

2025年8月期 決算概要【出退店状況】ブランド別

ブランド別 店舗数 < 2025年 8月末 >

※グレー色表記は既存メインラインのコーナーに併設する小型バージョン

	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	当年実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	415	-	-	398	398	▲17
リラックス	256	-	-	252	252	▲4
スイッチモーション クロコダイルメンズ	129	-	-	130	130	+1
クロコダイルレディス	360	-	-	355	355	▲5
リラックス	163	-	-	155	155	▲8
スイッチモーション クロコダイルレディス	20	-	-	41	41	+21
クロコダイル コード	121	-	-	131	131	+10
スイッチモーション クロコダイルレディス	56	-	-	49	49	▲7
クロコダイル コード	10	-	-	0	0	▲10
クロコダイル直営店	16	7	10	-	17	+1
計	857	7	10	802	819	▲38

2025年8月期 決算概要【在庫・粗利】

在庫
3.0億円

【在庫】

- ▶ 秋冬物：序盤の売上苦戦により増加
- ▶ 夏物：後半の猛暑残暑に対応する販売計画を策定しており、8月末時点の在庫は前年より超過
9月・10月前半での夏物販売を強化し、適正化に努める

前年実績(単体)	当年実績(単体)	前年比(増減額)
2,070	2,372	+302

<単位 百万円>

粗利率
▲0.3pt

【粗利率】

- ▶ プロパー期における粗利率は改善
- ▶ セール期において在庫の消化を図ったことにより粗利率の低下

前年実績	当年実績	前年比(増減率)
56.7%	56.4%	▲0.3pt

2025年8月期 決算概要【販管費】

販管費
▲5.7億円

- ▶ 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および計画内に収まる

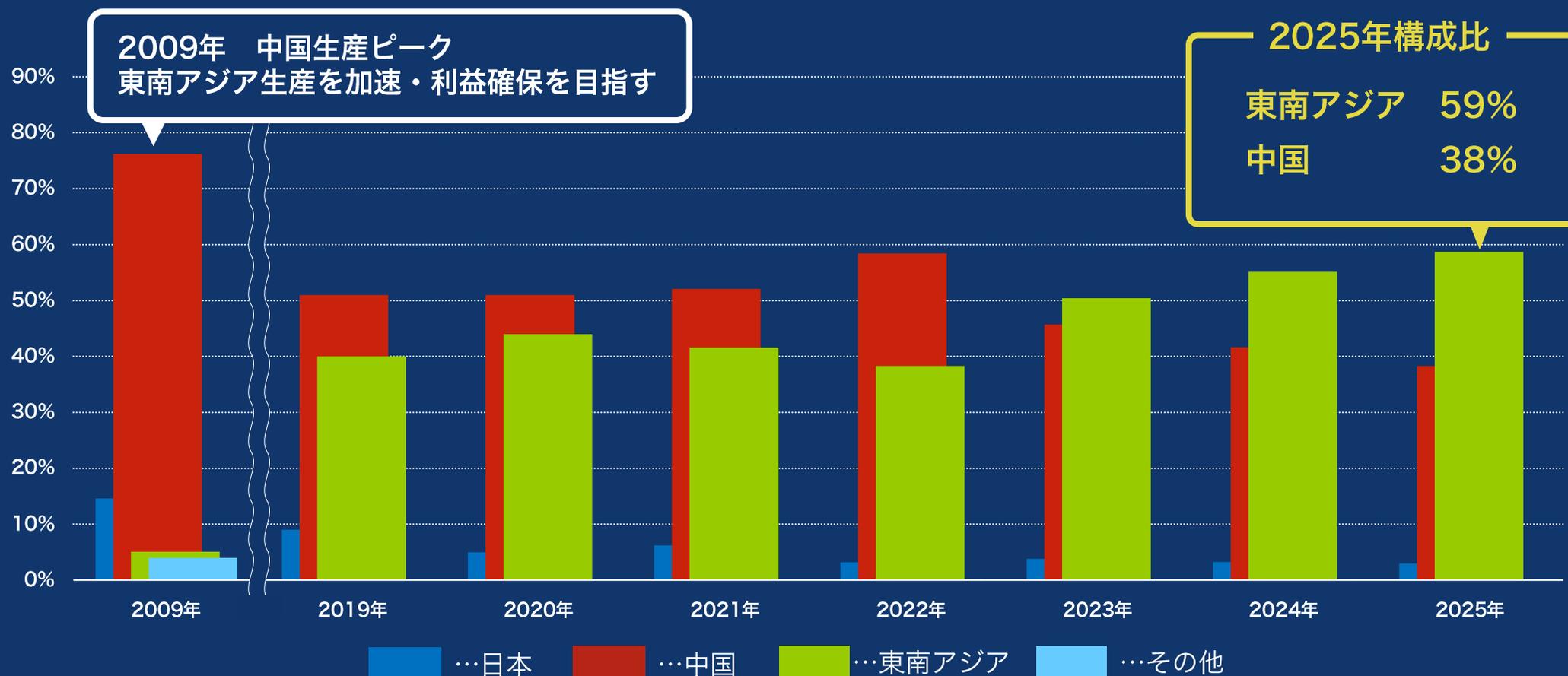
(連結)	2024年8月期		2025年8月期		前年比 (増減額)
	実績	売上比	実績	売上比	
販売管理費	11,731	55.5%	11,162	57.4%	▲ 568
人件費	4,459	21.1%	4,305	22.1%	▲154
支払手数料	197	0.9%	201	1.0%	3
賃借料	214	1.0%	223	1.2%	9
減価償却費	138	0.7%	139	0.7%	1
その他経費	6,721	31.8%	6,292	32.4%	▲429

<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 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は過去最高の59%**
- ▶ 国際情勢を考慮した生産国の選定、切れ目のない供給体制の構築を目指す

2025年8月期 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173億14百万円と微減
- ▶ 安定した経営と成長投資の実行に資する財務の健全性を確保

	2024年8月期	2025年8月期			
	期末	期末	構成比	前年期末比増減	前年期末比増減率 (%)
流動資産	10,981	10,308	44.2%	▲672	▲6.1%
現金及び預金	5,155	4,880	20.9%	▲275	▲5.3%
有価証券	2,300	1,499	6.4%	▲800	▲34.8%
売掛金等	1,244	1,187	5.1%	▲56	▲4.6%
たな卸資産	2,156	2,470	10.6%	313	14.5%
その他	125	271	1.2%	145	116.1%
固定資産	13,025	12,992	55.8%	▲33	▲0.3%
有形固定資産	6,763	6,699	28.8%	▲63	▲0.9%
無形固定資産	10	4	0.0%	▲5	▲52.7%
投資その他の資産	6,251	6,288	27.0%	36	0.6%
資産合計	24,007	23,301	100.0%	▲705	▲2.9%
流動負債	5,368	4,563	19.6%	▲805	▲15.0%
固定負債	1,290	1,423	6.1%	133	10.3%
負債合計	6,658	5,986	25.7%	▲672	▲10.1%
純資産合計	17,348	17,314	74.3%	▲33	▲0.2%
負債・純資産合計	24,007	23,301	100.0%	▲705	▲2.9%

<単位 百万円>

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状

ROE

2023年8月期	3.4%
2024年8月期	2.1%
2025年8月期	0.8%

PBR

2023年8月期	0.34倍
2024年8月期	0.40倍
2025年8月期	0.48倍

※直近のPBRは0.7倍前後で推移

課題

利益の拡大

資産効率の向上

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

施策

利益の拡大

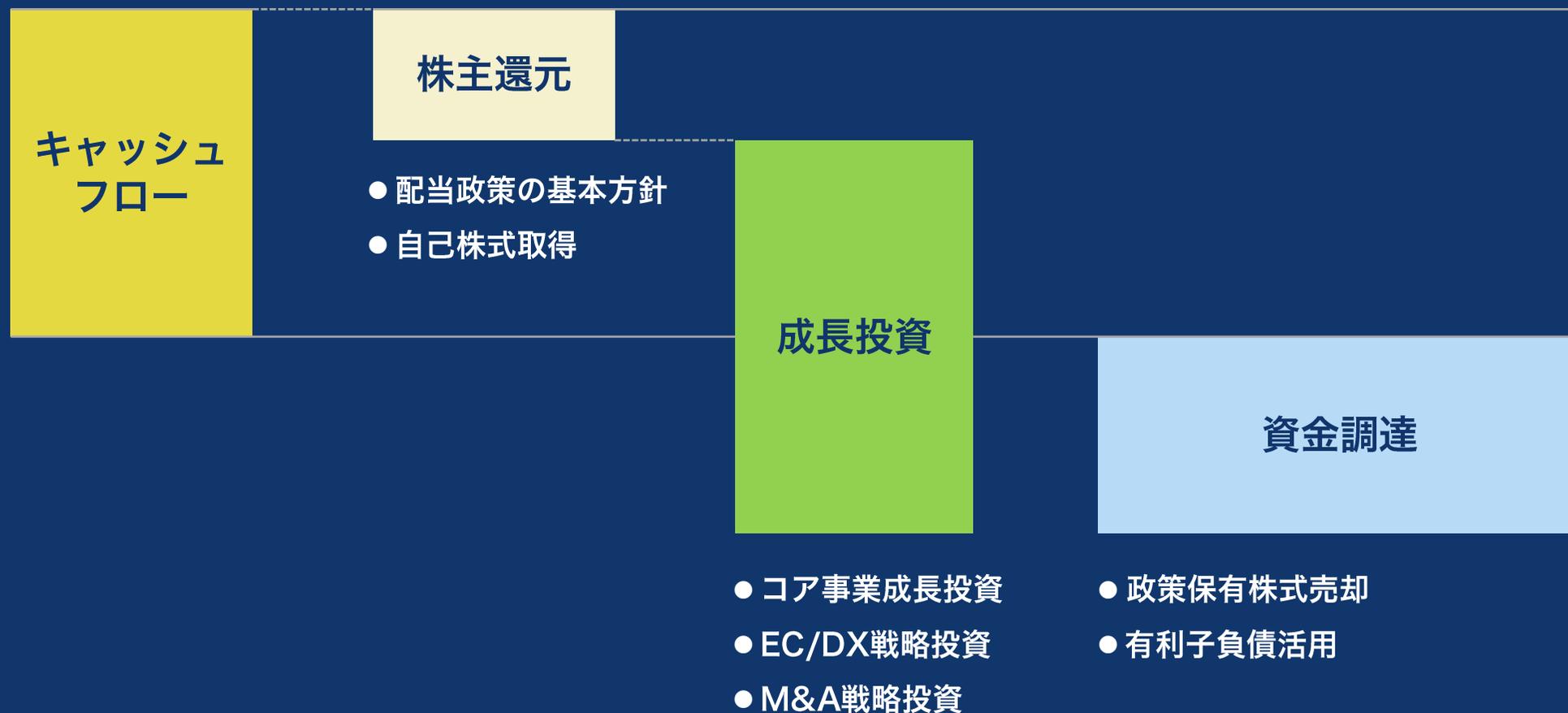
- シン・ブランド創り
- 主要分野における戦略実践
 - ・ 収益率を高める分野（GMS）
 - ・ 売上を伸長させる分野（EC）
 - ・ 将来の成長基盤を確立する分野（直営）
- 新たな成長戦略
 - ・ M&Aによる利益の拡大

資産効率の向上

- 株主還元策の強化
 - ・ 配当政策の基本方針
2025年10月3日
「配当政策の基本方針の変更に関するお知らせ」公表
 - ・ 自己株式取得の機動的な実施
2025年8月25日
「自己株式の買付けに関するお知らせ」公表
- 政策保有株式の縮減
 - ・ 2028年度末までに簿価ベースで30%の縮減を目指す
(2024年度期初比)
2024年度：4銘柄 縮減
2025年度：3銘柄 縮減（うち1銘柄は株式の一部を売却）

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

キャッシュアロケーションイメージ



中期ビジョン
「Yamato 2026
～シン・ブランド創り～」

26年8月期計画

—— 「シン・ブランド創り」を目指しスタート ——

中期ビジョン 「Yamato 2026」



気候変動



インフレ社会

単価・利益率の高い
秋冬物の販売期間短縮

生活防衛意識の高まり



欠かせない
食と住



欠かせないとは
言えない
衣料品



購買動機の変化

「顧客起点」でものを創り、時代の変化に合わせて
ブランド・商品・サービスをアップデートすることが重要

2026年8月期 取組み

① 戦略的な価格



② 実現するための供給体制の構築



③ ストラテジックライン



④ EC事業への投資拡大





独自性・差別性のある商品

価格を維持する or 値上げ



価格が上がり過ぎた商品

お求めやすい価格に

戦略的な価格設定

それぞれの商品の目的を明確にし、価格帯に幅を持たせ
そのボリュームとバランスを整えることで
お客様がお求めやすく、選びやすい商品構成を目指す

「既顧客の活性化」と「潜在顧客の獲得」



お客様がお求めやすい価格の実現

供給体制も今の時代に合わせてアップデート

商社/メーカーなど
仕入先との取組み



検品業務フロー
の見直し



直買・直流と
東南アジア生産の拡大



付属類の
現地調達

あらゆる角度から サプライチェーンの構図を見直し、合理化

供給体制の構築により 生産コストの低減を図り

戦略的な価格を実現

ストラテジックラインは順調に成長

ストラテジックライン ①

デザイン性・
トレンド性を重視

クロコダイル
コード



ストラテジックライン ②

もの創りを
最も重視

スイッチモーション
クロコダイル



ターゲットとする顧客層に対して、
提供すべき商品のテイストやその価格帯が明確になりつつある

売場面積の拡張

事業規模と生産ロットの拡大

調達コストの改善

「粗利額と率」の伸長を目指す

会員機能の連携を強化

アプリの刷新

ポイントシステムの一元化



オンライン



オフライン

両チャンネルで購買いただけるお客様の増加

EC限定商品の拡充

タイムリーな供給

EC事業拡大を目指す

 **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

【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

2026年8月期 計画

(連結)	2026年8月期					
	通期計画	前年比 (増減率)	上期計画	前年比 (増減率)	下期計画	前年比 (増減率)
売上高	20,500	5.4%	10,700	1.5%	9,800	10.0%
営業利益	180	—	85	118.6%	95	—
<売上比>	0.9%	1.9pt	0.8%	0.4pt	1.0%	3.7pt
経常利益	270	—	130	26.1%	140	—
<売上比>	1.3%	1.6pt	1.2%	0.2pt	1.4%	3.3pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	200	39.7%	90	19.9%	110	61.6%
<売上比>	1.0%	0.2pt	0.8%	0.1pt	1.1%	0.4pt

<単位 百万円>

「シン・ブランド創り」を実践するための戦略的な投資を行いながら

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

2026年8月期 計画【出退店】

出退店計画

827 店舗
＜直営 16 店舗 コーナー 811 店舗＞

純増数
(前年期末比)
+8 店舗
＜直営▲1店舗 コーナー+9店舗＞

2025年8月期配当予定

16円/年
(中間6円+期末10円)

2026年8月期配当予定

14円/年
(中間6円+期末8円)

年間配当金14円以上を前提に、配当性向80%以上の安定配当を基本方針とする

※2025年10月3日「配当政策の基本方針の変更に関するお知らせ」を公表

ESGに関する取組み

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
取組み

▶ ペーパーレス化の推進

- ・2025年度のコピー用紙使用枚数77%削減（オフィス改装前比）
- ・約800 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
取組み

▶ 人権問題への取組み

- ・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が発生する端材を加え
新たな製品を創り出す アップサイクルの取組みを継続



**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。