

YAMATO INTERNATIONAL INC. 2Q 2026 Fact Sheet

【会社名】 ヤマト インターナショナル株式会社 【代表者】 取締役社長 盤若 智基
 【設立】 1947年6月16日 【本社所在地】
 <大阪本社>〒577-0061 大阪府東大阪市森河内西1丁目3番1号
 【資本金】 49億17百万円 <東京本社>〒143-0006 東京都大田区平和島5丁目1番1号
 【上場】 東証スタンダード 証券コード8127 【決算月】 8月

OVERVIEW

中期ビジョン「Yamato 2026」の最終年度となる26年8月期は、引き続き主要分野における課題に取り組み、その達成を目指すことに注力。レディスは堅調に推移し伸長したものの、主要取引先の構造改革の影響による店舗数減少や、猛暑・残暑対応に苦戦した「クロコダイル」メンズが課題となり、上期は微減収・減益となるも、通期計画は当初公表を据え置く。

下期は引き続き4つの施策 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④EC事業への投資拡大を推し進め、次期 中期経営計画へつなげる。

また 資本コストについては、自己株式の取得、政策保有株式の縮減も継続的に実施。引き続き、利益の拡大と資産効率の向上をバランス良く実行する。

連結 P L

	<単位 百万円>		
	2025/8 2Q	2026/8 2Q	2026/8(計画)
売上高	10,539	10,481	20,500
営業利益	38	▲48	180
<売上比>	0.4%	—	0.9%
経常利益	103	32	270
<売上比>	1.0%	0.3%	1.3%
中間/当期純利益	75	77	200
<売上比>	0.7%	0.7%	1.0%

配当金

	2025/8	2026/8 2Q(予定)	2026/8(予定)
配当	16円 中間6円/期末10円	6円	14円※ 中間6円/期末8円

※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
 年間配当金14円以上を前提に、配当性向8.0%以上の安定配当

BS

	<単位 百万円>	
	2025/8	2026/8 2Q
流動資産	10,308	11,457
固定資産	12,992	14,149
資産合計	23,301	25,606
流動負債	4,563	5,897
固定負債	1,423	1,785
負債合計	5,986	7,683
純資産合計	17,314	17,923
負債・純資産合計	23,301	25,606

Yamato 不変のミッション

「ものを創り 人を創り お客様と共に心豊かな毎日を創る」

「シン・ブランド創り」



- 「もの創り」とは…… 顧客起点で時代のライフスタイルに相応しい価値を考え、スタイル重視でものを創る／一つの商品を極める
- 「人創り(社員)」とは…… 良い服を作るために 社員という人を創る = 社員一人一人が必要な能力やスキルを習得し成長する
- 「人創り(お客様)」とは…… お客様が求める価値を知り、お客様に愛用・信頼され、お客様という人を創る

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を創る

2024~ 中期ビジョン「Yamato 2026」 10年後を視野に 次世代の潜在顧客獲得 に比重を置いた戦略を実践

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

2026年度 4つの施策

①戦略的な価格

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

お客様がお求めやすく、選びやすい商品構成を目指す

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

②実現するための供給体制の構築

商社/メーカーなど仕入先との取組み

直買・直流と東南アジア生産の拡大

検品業務フローの見直し

付属類の現地調達

業務フローの見直しと合理化

リードタイムの短縮、コストの削減を図る

第2位の生産拠点となったベトナム

- ▶ 商社/メーカーとの協業による直流体制を構築 新たにベトナムにも検品・検針拠点を設け26年春物から本格的に始動
- ▶ 直買についても新規取組み先の開拓を進める

③ストラテジックライン

ストラテジックラインが順調に成長

CROCODILE CODE

デザイン性・トレンド性を重視

クロコダイルコード

SWITCH MOTION CROCODILE

ものを創りを最も重視

スウィッチモーションクロコダイル

売上・粗利・粗利率 全てが伸長

新規売場の獲得・売場面積の拡張につなげる

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

④EC事業への投資拡大

「クロコダイル」公式アプリをリニューアルし店頭とEC会員情報・ポイントを共通化

クロコダイル総会員数

131万

※アプリ・メルマガ・LINE会員 延べ人数

自社EC比率

97%

スマホ購入率

76%

アプリからの購入率

38%

会員獲得に注力すると共に相互に送客を図り、売上の伸長と利益重視の運営を行う

企業価値・ブランド価値・提供価値の中長期的な「価値拡大」を目指す

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

