

2026年 8月期 第2四半期

# 決算説明資料

2026.4.10

YAMATO INTERNATIONAL INC.

<東証スタンダード市場 8127>

2026年8月期 第2四半期

# 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は大きく変化



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」最終年度：26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）
- 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

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要

売上前年比  
▲0.6%

- ▶ 売上高 104億 81百万円
- ▶ 営業損失 ▲48百万円
- ▶ 経常利益 32百万円
- ▶ 中間純利益 77百万円

主要取引先の構造改革の影響により店舗数が多数減少したことで売上苦戦  
大幅な仕入調整、過度な夏対応により秋物プロパー販売にまで影響が及び  
微減収・減益

( 連結 )	2025年8月期	2026年8月期		
	2Q累計実績	3/27修正公表	2Q累計実績	前年比 (増減率)
売上高	10,539	10,400	10,481	▲0.6%
営業利益	38	▲50	▲48	—
<売上比>	0.4%	—	—	—
経常利益	103	30	32	▲68.1%
<売上比>	1.0%	0.3%	0.3%	▲0.7pt
親会社株主に帰属する 中間純利益	75	75	77	3.8%
<売上比>	0.7%	0.7%	0.7%	±0pt

※2026年3月27日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表

<単位 百万円>

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【売上・既存店】

売上  
▲0.6%

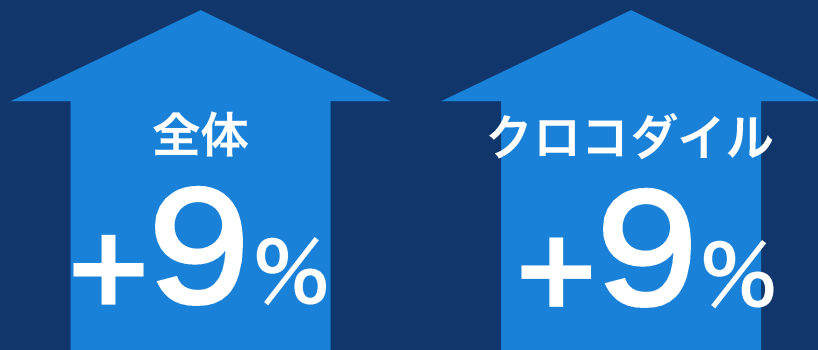
既存店  
+1%

- ▶ 売上高▲0.6%の減収
- ▶ クロコダイルグループ±0%
- ▶ 既存店全社ベース+1%の増収

	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)	▲0.6%	▲6%	+4%	+3%	▲1%	+8%
既存店 (前年比)	+1%	▲3%	+5%	±0%	+1%	+8%

- ▶ 各レディスラインが健闘し伸長
- ▶ 苦戦したメンズは課題も浮き彫りとなっており、下期に最優先課題として取り組む
- ▶ 直営店はプロパー・アウトレット店ともに既存店が着実に実績を積み上げ+8%増

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【EC】



- ▶ 昨年10月には「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
- ▶ 会員獲得に注力すると共に相互に送客を図り顧客体験のさらなる向上を目指し売上の伸長と利益重視の運営を行う

## クロコダイル総会員数

131万人 

※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% 

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【在庫・粗利】

在庫  
2.1 億円

## 【在庫】

- ▶ 25年秋冬：計画には届かなかったものの前年より大幅に改善
- ▶ 26年春：前年度不足していた春物在庫は、仕入が正常化され在庫金額が増加
- ▶ 25年夏：下期にて消化換金を図り、適正な在庫運営を目指す

前年実績(単体)	当年実績(単体)	前年比(増減額)
2,572	2,778	+206

<単位 百万円>

粗利率  
▲1.6pt

## 【粗利率】

- ▶ 旧品の再販、バランスを崩した25年秋冬物を優先的に消化したことが主要因

前年実績	当年実績	前年比(増減率)
55.6%	54.0%	▲1.6pt

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【販管費】



- ▶ EC事業の拡大やDX推進に向けて積極的な投資を行うも前年および計画内に収まる

(連結)	2025年8月期2Q累計		2026年8月期2Q累計		
	実績	売上比	実績	売上比	前年比 (増減額)
販売管理費	5,823	55.3%	5,712	54.5%	▲110
人件費	2,185	20.7%	2,114	20.2%	▲70
支払手数料	104	1.0%	111	1.1%	7
賃借料	112	1.1%	116	1.1%	3
減価償却費	68	0.7%	53	0.5%	▲15
その他経費	3,352	31.8%	3,316	31.6%	▲36

<単位 百万円>

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

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】

## 出退店実績

819店舗

<直営16店舗 コーナー803店舗>

総店舗数  
(前年期末比)

±0店舗

<直営▲1店舗 コーナー+1店舗>

主要取引先の構造改革に伴う閉館の影響も落ち着き、上期は総店舗数に変動なし

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【出退店状況】ブランド別

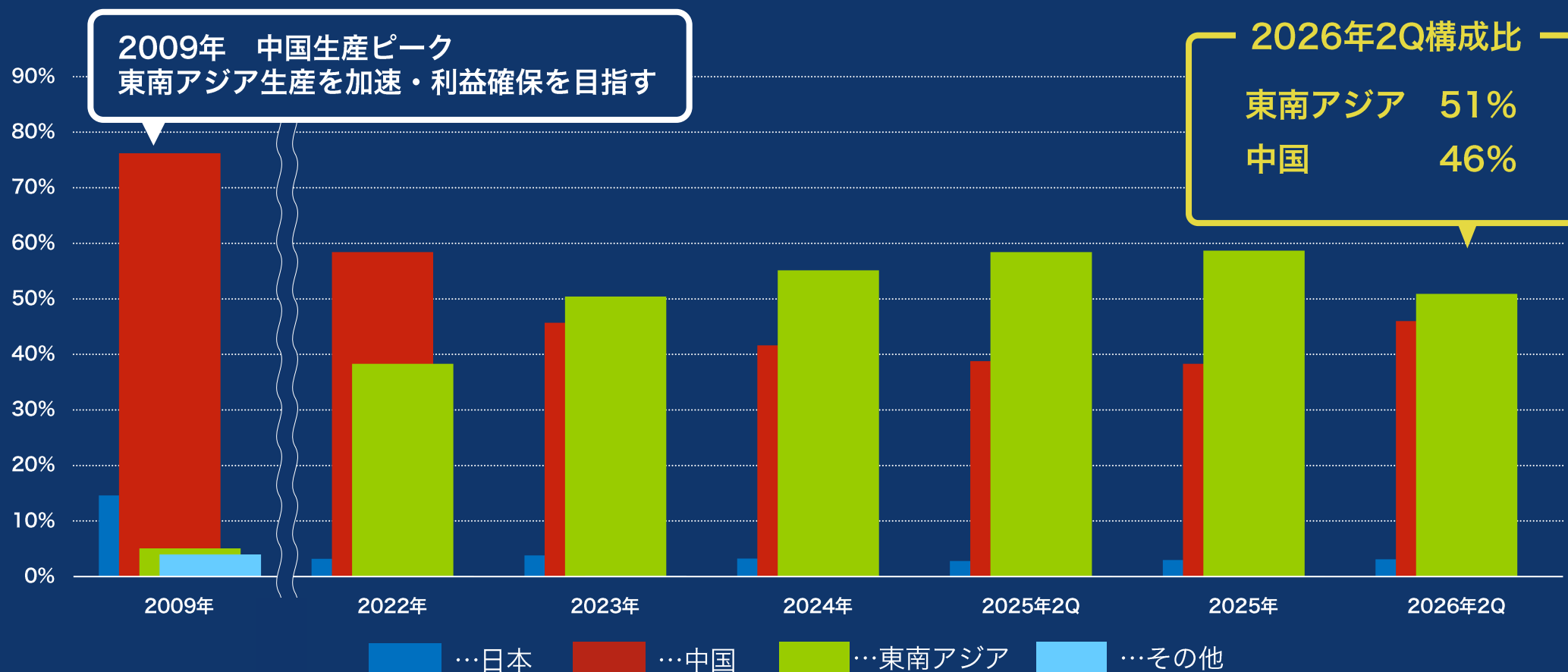
## ブランド別 店舗数 < 2026年 2月末 >

※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 (2025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	398	-	-	397	397	▲1
リラックス	252	-	-	253	253	+1
スイッチモーション クロコダイルメンズ	130	-	-	130	130	±0
クロコダイルレディス	355	-	-	359	359	+4
リラックス	155	-	-	152	152	▲3
スイッチモーション クロコダイルレディス	41	-	-	46	46	+5
クロコダイル コード	131	-	-	133	133	+2
スイッチモーション クロコダイルレディス	49	-	-	47	47	▲2
クロコダイル直営店	17	6	10	-	16	▲1
計	819	6	10	803	819	±0

# 2026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）



- ▶ 猛暑・残暑に対応するべくシーズン中にクイックな生産体制を拡充したことで中国生産の構成比が一旦増加
- ▶ 引き続き戦略的に東南アジアの生産拠点の開拓を推し進める

# 2026年8月期 第2四半期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ バランスシートに特筆すべき大きな変動なし
- ▶ 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

	2025年8月期	2026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	10,308	11,457	44.7%	1,149	11.1%
現金及び預金	4,880	5,145	20.1%	265	5.4%
有価証券	1,499	1,800	7.0%	300	20.0%
売掛金等	1,187	1,373	5.4%	185	15.7%
たな卸資産	2,470	2,914	11.4%	444	18.0%
その他	271	224	0.9%	▲46	▲17.3%
固定資産	12,992	14,149	55.3%	1,156	8.9%
有形固定資産	6,699	6,726	26.3%	27	0.4%
無形固定資産	4	4	0.0%	0	▲12.2%
投資その他の資産	6,288	7,418	29.0%	1,129	18.0%
資産合計	23,301	25,606	100.0%	2,305	9.9%
流動負債	4,563	5,897	23.0%	1,334	29.3%
固定負債	1,423	1,785	7.0%	362	25.4%
負債合計	5,986	7,683	30.0%	1,697	28.3%
純資産合計	17,314	17,923	70.0%	608	3.5%
負債・純資産合計	23,301	25,606	100.0%	2,305	9.9%

<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

## 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  
2026年2月20日  
「自己株式の取得及び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)
- 2026年度2Q末現在：3銘柄 縮減

成長投資や株主還元などをバランス良く実行することで  
資産効率を向上させ、ROE ひいてはPBRの向上を目指す

中期ビジョン  
「Yamato 2026  
～シン・ブランド創り～」

下期・通期計画

——「シン・ブランド創り」を目指しスタート——

## 中期ビジョン「Yamato 2026」

### 4つの施策

戦略的な価格



実現するための  
供給体制の構築



ストラテジックライン



EC事業への投資拡大



## 事業統括本部

MC部

EC部

ライセンス課

### クロコダイル メンズ部

企画課

販売課

営業推進課

### クロコダイル レディース部

企画課

販売課

営業推進課

直営部



## ブランドを軸とした組織の再編

従来の機能軸による効率優先型から、役割と責任を明確にし成果につなげる

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

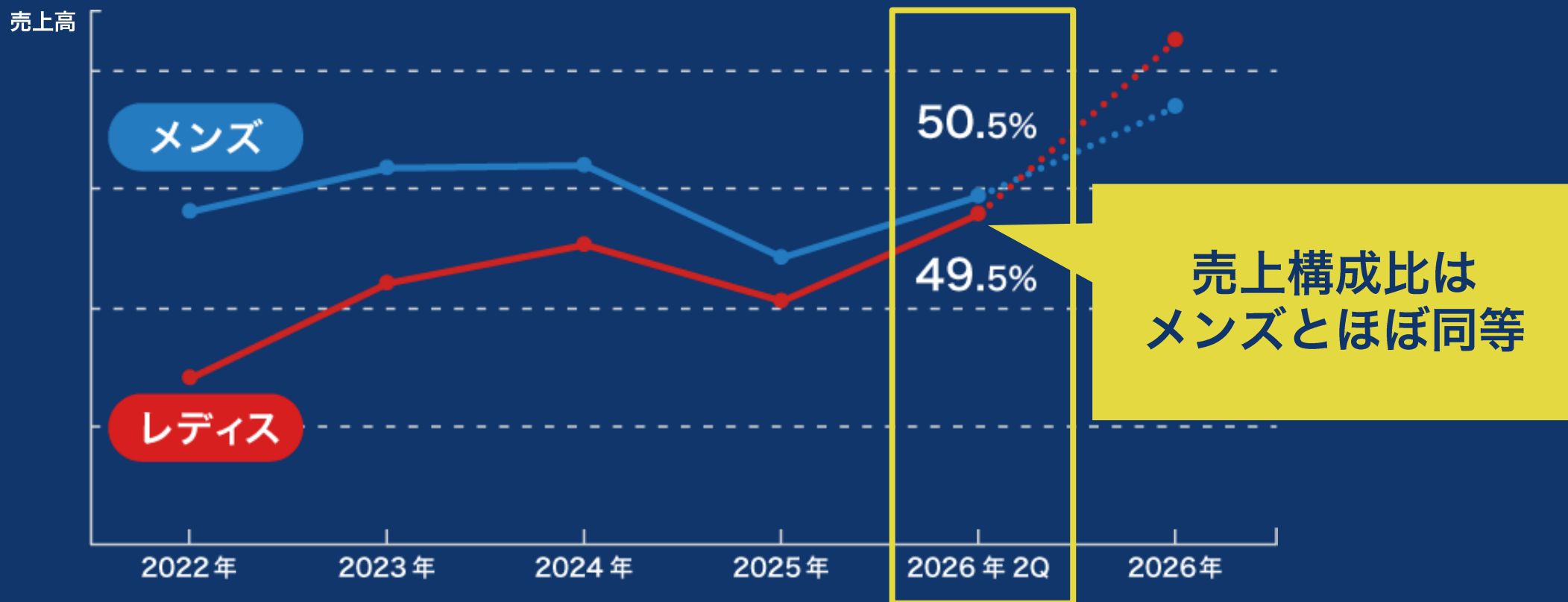


ターゲットとする顧客層に対して  
提供すべき商品のテイストやその価格帯が定まりつつある

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

## レディス比率とメンズ比率

レディスの各ラインが着実に前年実績を上回る



「クロコダイル」 メンズの立て直しが急務

売上減少分を既存店で補填しきれなかったことが苦戦の要因

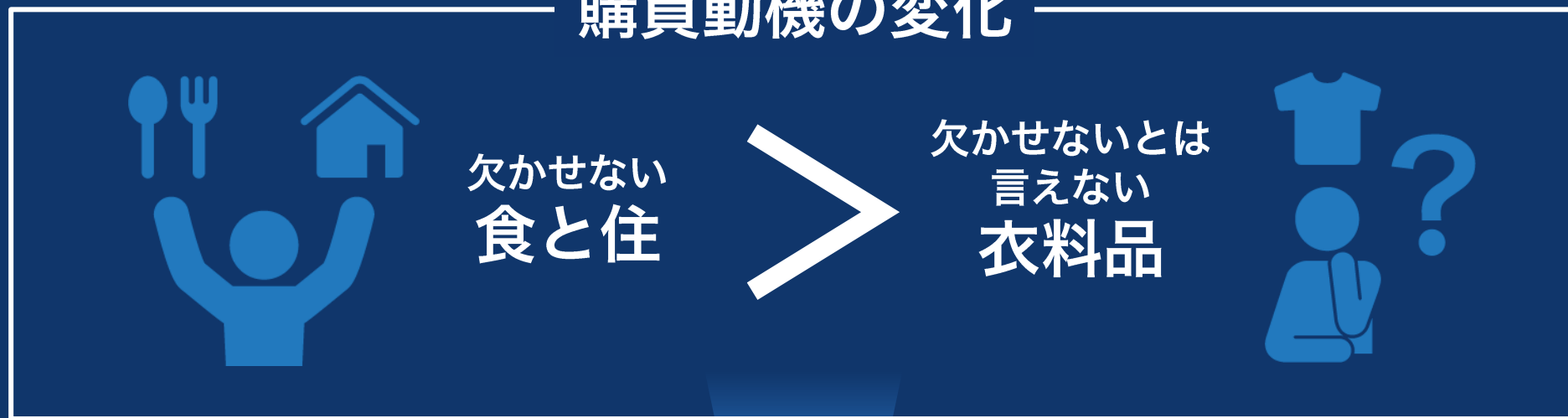


求められる需要に対し新しい価値となるスタイリングや商品の開発が必須



新しい価値となるスタイリングや商品の開発を進める

## 購買動機の変化



戦略的な価格

実現するための  
供給体制の構築

「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

## 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

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**

## 実現するための供給体制の構築



仕入先との  
取組み



検品業務  
フローの見直し



直貿・直流と  
東南アジア生産の拡大



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
- ▶ 直貿についても新規取組み先の開拓を進める

# 中期ビジョン「Yamato 2026 ～シン・ブランド創り～」

## 中期ビジョン「Yamato 2026」で掲げる「シン・ブランド創り」

既顧客の活性化



次世代の潜在顧客

### 【10年後のあるべき姿】

特徴を他者へ  
共有・共鳴



認知・認識

意図を理解

次世代の潜在顧客

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し

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 下期・通期計画

- ▶ 2026年3月27日「業績予想の修正に関するお知らせ」を公表  
当初公表の数値を据え置いた計画

( 連結 )	2025年8月期	2026年8月期	
	通期実績	通期計画	前年比 (増減率)
売上高	19,444	20,500	5.4%
営業利益	▲ 201	180	—
<売上比>	—	0.9%	—
経常利益	▲ 62	270	—
<売上比>	—	1.3%	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	143	200	39.7%
<売上比>	0.7%	1.0%	0.2pt

<単位 百万円>

# 2026年8月期 下期・通期計画【出退店】

## 出退店計画

**826**店舗  
＜直営 16店舗 コーナー 810店舗＞



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

- ・2026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 6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10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。