

2026年 8月期

決算説明資料

2026.10.9

YAMATO INTERNATIONAL INC.

＜東証スタンダード市場 8127＞

2026年8月期

決算概要

中期ビジョン

「Yamato 2026」
スタート

2023年

コロナウィルス感染症5類に移行

経済活動が活性化

政治・経済

株価：7万円
為替：163円/\$



生活

生活必需品：
食料品やガソリン
などの価格高騰



生活防衛意識の高まり

必需品とは言えない 衣料品全般に対する
購買動機とその機会が大きく様変わり

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」

中期ビジョン

「Yamato 2026 ～シン・ブランド創り～」

既顧客の活性化を大前提としながらも
10年後を視野に 次の世代の潜在顧客獲得に より比重を置いた経営方針

3つの主要分野

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)



ブランド価値向上・収益力の強化を目指す

2026年8月期 決算概要



- ▶ 売上高 198億 82百万円
- ▶ 営業損失 ▲2億 89百万円
- ▶ 経常損失 ▲1億円
- ▶ 当期純利益 2億 3百万円

(連結)	2025年8月期	2026年8月期		
	実績	10/2 修正公表	実績	前年比 (増減率)
売上高	19,444	19,880	19,882	2.2%
営業利益	▲201	▲290	▲289	—
<売上比>	—	—	—	—
経常利益	▲62	▲100	▲100	—
<売上比>	—	—	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	143	200	203	42.1%
<売上比>	0.7%	1.0%	1.0%	0.3pt

※2026年10月2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 決算概要【店頭売上】

全社
+2%

既存店
+4%

- ▶ 全社売上高+2%の増収
クロコダイルグループ+2%の増収
- ▶ 既存店売上高+4%の増収

売上	合計	GMS					直営店
		メンズ計	レディース計			小計	
				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		
全社 (前年比)	+2%	▲2%	+7%	+7%	+5%	+2%	+7%
既存店 (前年比)	+4%	±0%	+7%	+7%	+2%	+3%	+9%

- ▶ メンズは主要取引先の構造改革に伴う閉館の影響を受け、店舗数が大幅に減少し売上▲2%減
- ▶ 全てのレディスラインが健闘し+7%増と伸長。26年8月期においてレディス構成比が51%となり通期で初めてメンズを上回る
- ▶ 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+9%増
次期 中期ビジョンにおいては新規出店も視野に、店舗あたりの収益力の拡大に努める

2026年8月期 決算概要【EC】



- ▶ EC専用商材を拡充し、売上の拡大と利益重視の運営を進める
- ▶ 昨年10月に「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
- ▶ 会員獲得と店頭・EC間の相互送客に取組みお客様一人ひとりに合ったサービスの提供を図る

クロコダイル総会員数

141万人 

※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

75%



アプリからの購入率

38%



2026年8月期 決算概要【粗利・在庫】

粗利率
▲1.7pt

在庫
1.3億円

【粗利率】

- ▶ 粗利・粗利率が高いプロパー販売月の苦戦と計画乖離により、プロパー価格で販売しきれなかった在庫が滞留し、過剰在庫の消化を優先させたことで粗利率が低下

前年実績	当年実績	前年比（増減率）
56.4%	54.7%	▲1.7pt

【在庫】

- ▶ レディス：在庫が前年より減少し売上同様に正常化が進む
- ▶ メンズ：春夏のプロパー販売月の苦戦により過剰となった在庫の消化を進めるも十分とは言えず、改めて在庫の適正運営に努める

前年実績（単体）	当年実績（単体）	前年比（増減額）
2,372	2,510	+137

<単位 百万円>

2026年8月期 決算概要【販管費】

販管費
▲6百万円

- ▶ 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		2026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	11,162	57.4%	11,156	56.1%	▲6
人件費	4,305	22.1%	4,235	21.3%	▲70
支払手数料	201	1.0%	243	1.2%	42
賃借料	223	1.2%	222	1.1%	▲1
減価償却費	139	0.7%	106	0.5%	▲32
その他経費	6,292	32.4%	6,348	31.9%	55

<単位 百万円>

業務の効率化と無駄の削減を徹底しながら中長期的なブランド価値拡大を目指す

2026年8月期 決算概要【出退店状況】

出退店実績

820店舗

<直営16店舗 コーナー804店舗>

純増数
(前年期末比)

+1店舗

<直営▲1店舗 コーナー+2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、**7年ぶりの純増**

2026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 < 2026年 8月末 >

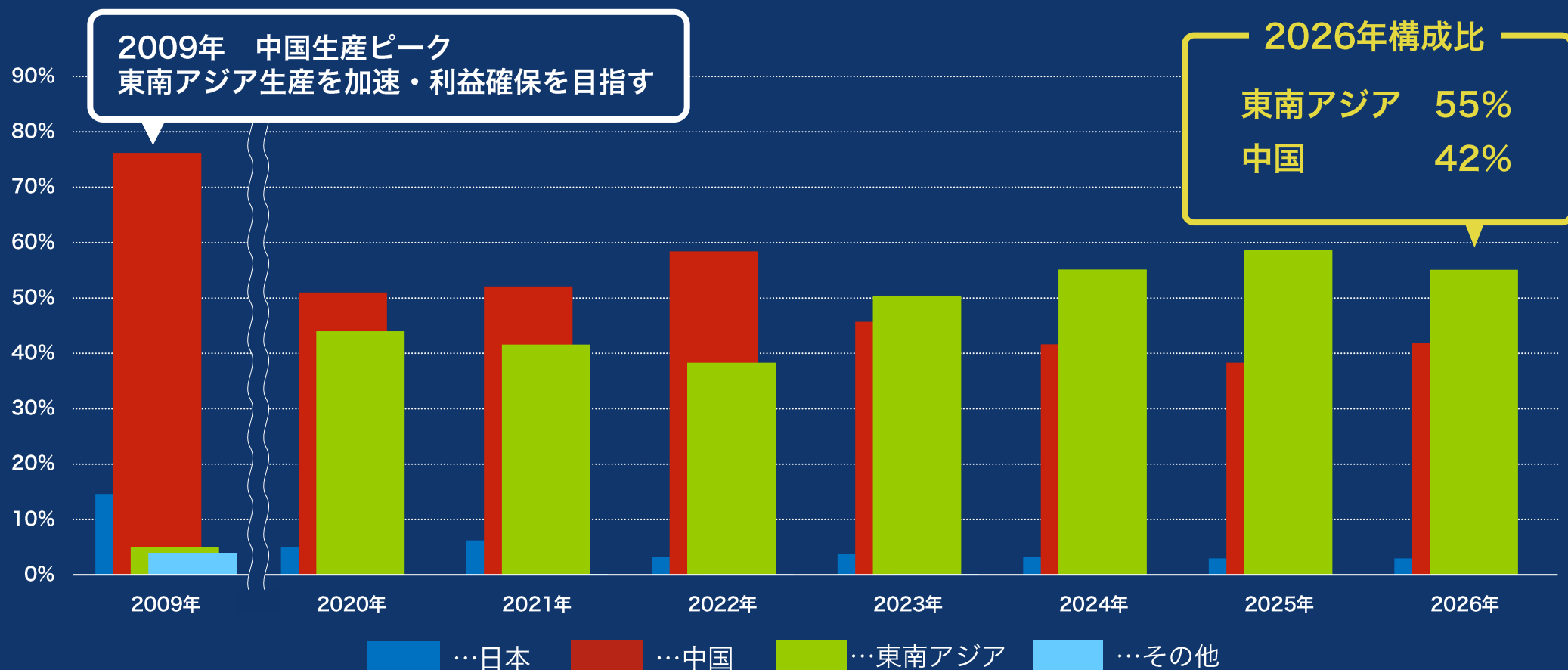
※グレー色表記は既存メインラインのコーナーに併設する小型バージョン

	前年実績 (2025年8月期末)	直営 プロパー	直営 アウトレット	コーナー	当年実績	前年期末比
クロコダイルメンズ	398	-	-	395	395	▲3
リラックス	252	-	-	254	254	+2
スイッチモーション クロコダイルメンズ	130	-	-	137	137	+7
クロコダイルレディス	355	-	-	361	361	+6
リラックス	155	-	-	151	151	▲4
スイッチモーション クロコダイルレディス	41	-	-	54	54	+13
クロコダイル コード	131	-	-	137	137	+6
スイッチモーション クロコダイルレディス	49	-	-	48	48	▲1
クロコダイル直営店	17	6	10	-	16	▲1
計	819	6	10	804	820	+1

既存メインラインのコーナーに併設される形で **ストラテジックライン**による
小型バージョンの導入による売場面積の拡張が順調に進んでおり、**+26コーナー純増**

2026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）



- ▶ 上期に猛暑・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増加。 通期においても 前年より一時的に中国生産が増える
- ▶ 改めて東南アジア生産の拡充に努める

2026年8月期 決算概要【貸借対照表】

- ▶ 純資産が前年期末の173億14百万円から173億18百万円とほぼ変動なし
- ▶ 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	期末	構成比	前年期末比増減 増減率（%）
流動資産		10,308	9,600	42.2%	▲707 ▲6.9%
	現金及び預金	4,880	3,668	16.1%	▲1,211 ▲24.8%
	有価証券	1,499	1,800	7.9%	300 20.0%
	売掛金等	1,187	1,156	5.1%	▲31 ▲2.6%
	たな卸資産	2,470	2,587	11.4%	117 4.7%
	その他	271	388	1.7%	117 43.2%
固定資産		12,992	13,147	57.8%	155 1.2%
	有形固定資産	6,699	6,639	29.2%	▲59 ▲0.9%
	無形固定資産	4	5	0.0%	0 12.5%
	投資その他の資産	6,288	6,502	28.6%	214 3.4%
資産合計		23,301	22,748	100.0%	▲552 ▲2.4%
流動負債		4,563	4,042	17.8%	▲520 ▲11.4%
固定負債		1,423	1,386	6.1%	▲37 ▲2.6%
負債合計		5,986	5,429	23.9%	▲557 ▲9.3%
純資産合計		17,314	17,318	76.1%	4 0.0%
負債・純資産合計		23,301	22,748	100.0%	▲552 ▲2.4%

<単位 百万円>

中期ビジョン
「Yamato 2029
～パッション&クリエイション～」

27年8月期計画

「Yamato 2029 ～パッション&クリエイション～」



—2027年6月—
会社設立80周年

27年8月期：新・中期ビジョン

「Yamato 2029 ～パッション&クリエイション～」

「シン・ブランド創り」で積み上げてきたものを引き継ぎながら
環境の変化に対応すべきところは見直し

新しい成長基盤をつくる3年間

新・中期ビジョン取組み

「Yamato 2029 ～パッション&クリエイション～」

1 ストラテジックラインと レディスの成長

CROCODILE CODE
SWITCH
MOTION
CROCODILE



2 「クロコダイル」 メンズの リブランディング



3 新規事業の創出



4 M&A



ストラテジックライン

①クロコダイル コード

デザイン性・
トレンド性を重視



②スイッチモーション クロコダイル

もの創りを
最も重視



次の世代の潜在顧客獲得を目指す2つのラインが順調に成長
グループの成長エンジンとして更なる売上規模の拡大を目指す

- ・お客様が期待する商品の開発
- ・スタイリング提案
- ・伸ばしていくべきアイテム構成の構築

基盤を整える

- ・メインライン併設小型バージョンの出店継続
- ・その売場面積の拡張 → 独立店舗への昇格

ブランドの成長を加速

「クロコダイル」レディースを筆頭に
更なるレディースブランドの成長に努める

「Yamato 2029」取組み ①ストラテジックラインとレディスの成長

ストラテジックラインの売上規模・生産ロットを拡大

原価率・粗利率を改善

直買

中国



ベトナム



シャツ



パンツ
アウター



CROCODILE CODE
SWITCH
MOTION
CROCODILE

2029年度

直買比率を約2倍に高める

直流

ベトナム

▶ 優良工場との協業



▶ 新たな
検品・検針拠点



グループ全体でバリューチェーンを見直し
コストを低減 → 粗利率の底上げ

「Yamato 2029」 取組み ② 「クロコダイル」 メンズのリブランディング

【1】 出遅れたリブランディングの巻き返し

21年秋冬～リブランディング



“大人のTPO”を
スマートに演出



メンズ既顧客は過度な変化が苦手
▶ 変化に乏しく無難な企画

欲しいと思われる提案ができていなかった

26年秋冬シーズン～ 新たなチャレンジ

- ・新しい商品の開発
- ・スタイル/コーディネート
の見直し



- ・コラボ企画の提案

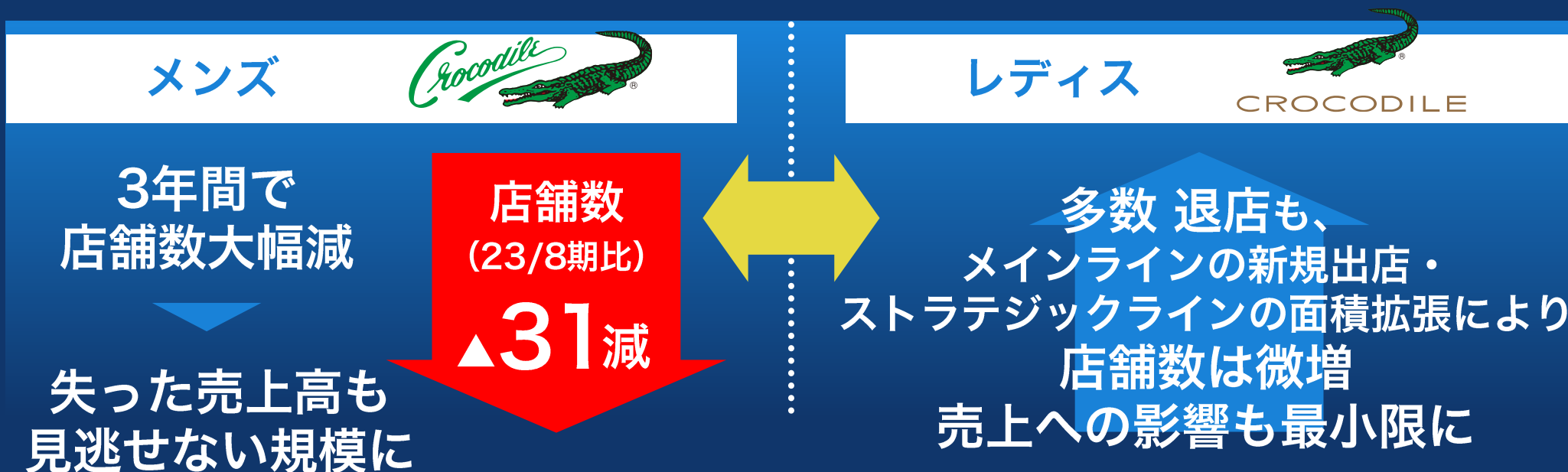


“守るべきもの”と“進化すべきこと”の見極め

プロパー販売 ▶ 売上最大化 ▶ 適正在庫 ▶ 値引き抑制 ▶ 粗利率改善

「Yamato 2029」取組み ② 「クロコダイル」メンズのリブランディング

【2】出店戦略によるトップラインの引き上げ



中期ビジョン 「Yamato 2029」



▶ 出店攻勢に転じトップラインを引き上げる

SWITCH
MOTION
CROCODILE



Relax

▶ 面積の拡張

テイストや価格帯スタイル／コーディネート
求められる提供価値を確立

「Yamato 2029」 取組み ③新規事業の創出

25年秋冬よりスタート ブラックライン

お客様



コスパ重視で手軽に
ファッションを楽しみたい

商品



一貫性を重視しながらも
クロコダイルとは差別化

販路



GMS以外の
成長著しい販路



ブランドロゴもすみ分け
黒いシルエットのワニのマークで展開

レディス
市場



ライセンス事業の成長余地が大きい

新規アイテム・ライセンシー開拓を強化
メンズに匹敵する事業規模を目指す

会社全体の利益成長に貢献する取組み



資金を
有効活用

収益・成長に
つながる
会社や事業に投資

利益を生み
資本効率を改善

中長期的な企業価値の向上を目指す

投資の スコープ

- ① **親和性** 顧客層・ビジネスモデルが既存事業と類似
- ② **補完性** (若年層・GMS以外・海外・インバウンド 他) **機能強化** (人財・EC・物流・バックオフィス他)
既存事業で網羅できていない顧客層・チャネルを補う
- ③ **新規事業領域**

成長につながる分野への投資の可能性を検討し
速やかに着手

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

「Yamato 2029」の4つの施策

- ・ ストラテジックラインとレディスの成長
- ・ 「クロコダイル」メンズのリブランディング
- ・ 新規事業の創出
- ・ M&A

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：5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

2027年8月期 計画

(連結)	2027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	20,300	2.1%	10,500	0.2%	9,800	4.2%
営業利益	150	—	35	—	115	—
<売上比>	0.7%	2.2pt	0.3%	0.8pt	1.2%	3.7pt
経常利益	250	—	80	143.0%	170	—
<売上比>	1.2%	1.7pt	0.8%	0.4pt	1.7%	3.2pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	200	▲1.7%	60	▲23.0%	140	11.6%
<売上比>	1.0%	0.1pt	0.6%	▲0.2pt	1.4%	0.1pt

<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

出退店計画

833店舗
＜直営 16店舗 コーナー 817店舗＞

純増数
(前年期末比)
+13店舗
＜直営±0店舗 コーナー+13店舗＞

2026年8月期配当予定

14円/年
(中間6円＋期末8円)

2027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年度のコピー用紙使用枚数79%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

▶ 独立性とダイバーシティを備えた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
執行役員 5 名（内女性1 名）
女性の経営参画を推進し、多様な視点を活かした事業運営を目指す

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

安定的にウガンダオーガニック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で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。