



2026年3月期
決算補足説明資料

Supplementary Materials for Financial Results

株式会社ヤギ | 東証スタンダード市場：7460

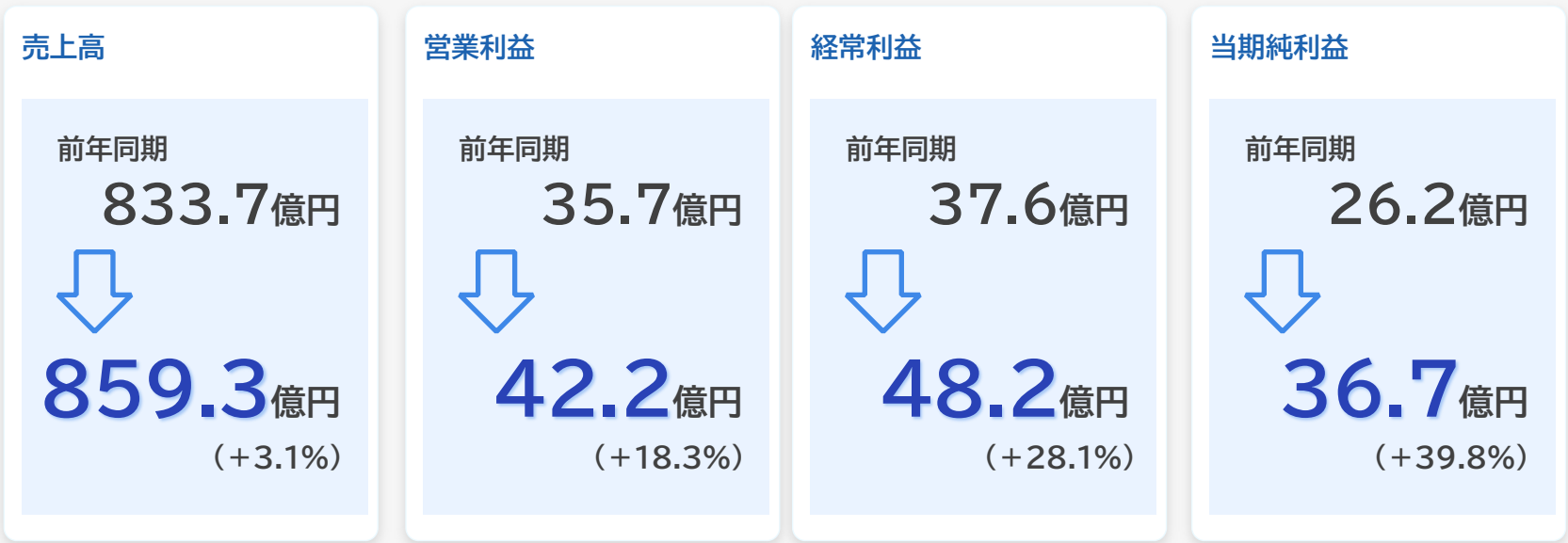
2026.05.11

つなぐのは世界、
広げるのは希望。

Since 1893、素材にこだわる繊維商社

決算業績サマリー

定量実績



ポイント

- 雇用・所得環境は改善が進んだ一方で、物価上昇に加え、世界情勢不安による資源価格変動の影響など先行き不透明な状態が継続。
- 「ブランド・リテールセグメント」(戦略的出店)及び「アパレルセグメント」(高付加価値提案)が力強く成長を牽引。
- 不透明な外部環境下、効率的な事業運営により、全段階利益で2ケタ成長を達成し、2期連続の過去最高益を更新。

目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

03 連結業績予想 P19

04 企業価値向上への取り組み P21-22

05 主なトピックス P24-29

目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

03 連結業績予想 P19

04 企業価値向上への取り組み P21-22

05 主なトピックス P24-29

決算業績

2期連続での増収に加え、
全段階利益で大幅な増益を達成。

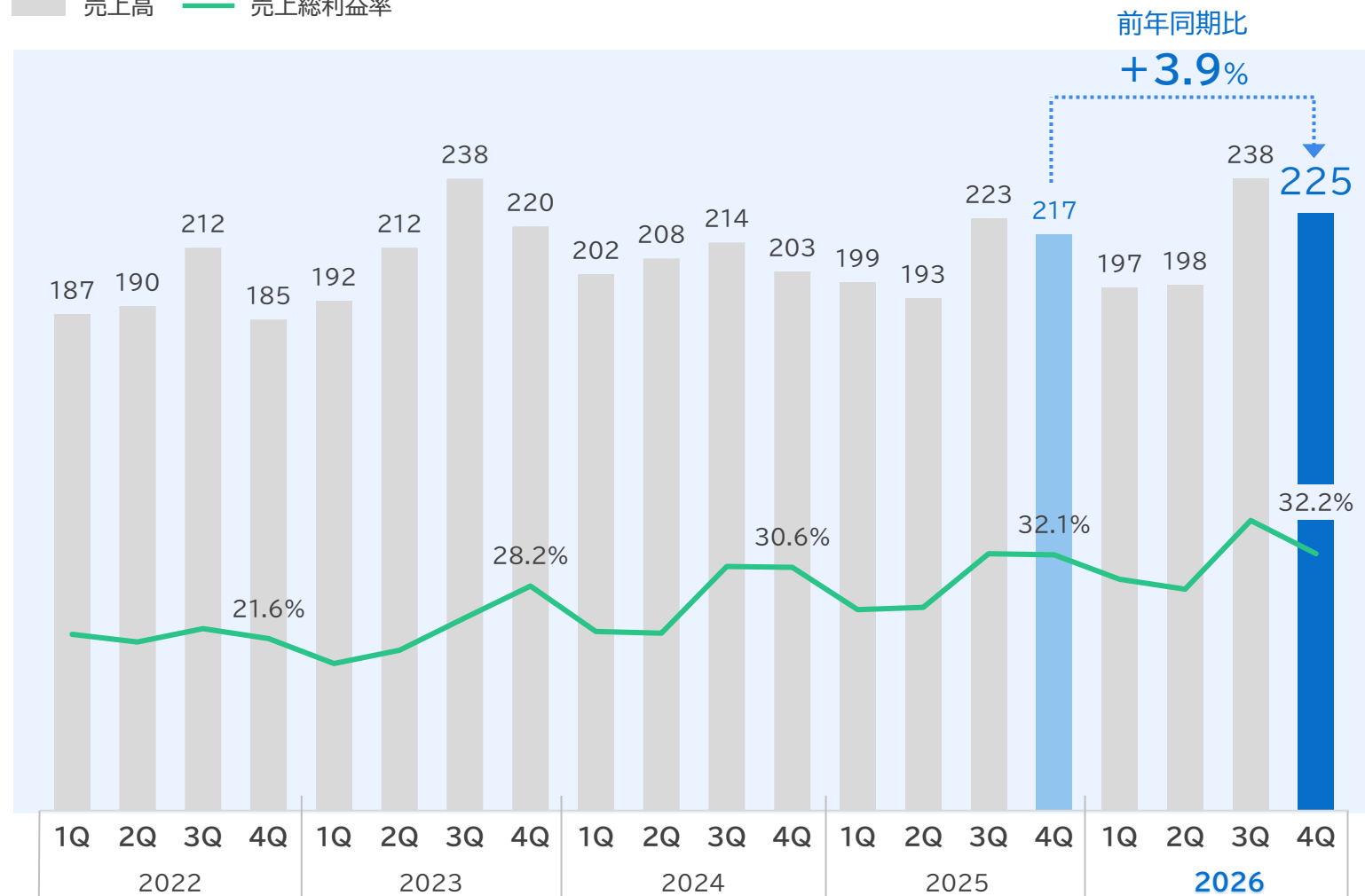
(億円)	2026/3期			2025/3期	2026/3期
	実績	前年同期比	修正計画比	実績	修正計画
		増減率	増減率		
売上高	859.3	+3.1%	+2.3%	833.7	840.0
売上総利益 (率)	271.9 (31.7%)	+12.6%	-	241.5 (29.0%)	-
営業利益 (率)	42.2 (4.9%)	+18.3%	+5.7%	35.7 (4.3%)	40.0 (4.8%)
経常利益 (率)	48.2 (5.6%)	+28.1%	+4.9%	37.6 (4.5%)	46.0 (5.5%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益 (率)	36.7 (4.3%)	+39.8%	+4.9%	26.2 (3.2%)	35.0 (4.9%)
1株当たり 当期純利益 (円)	443.76	+41.4%	+5.5%	313.85	420.81

売上高の推移

4Qの売上高は225億円。
過去5年間で最高の売上高を達成。

売上高 (億円)

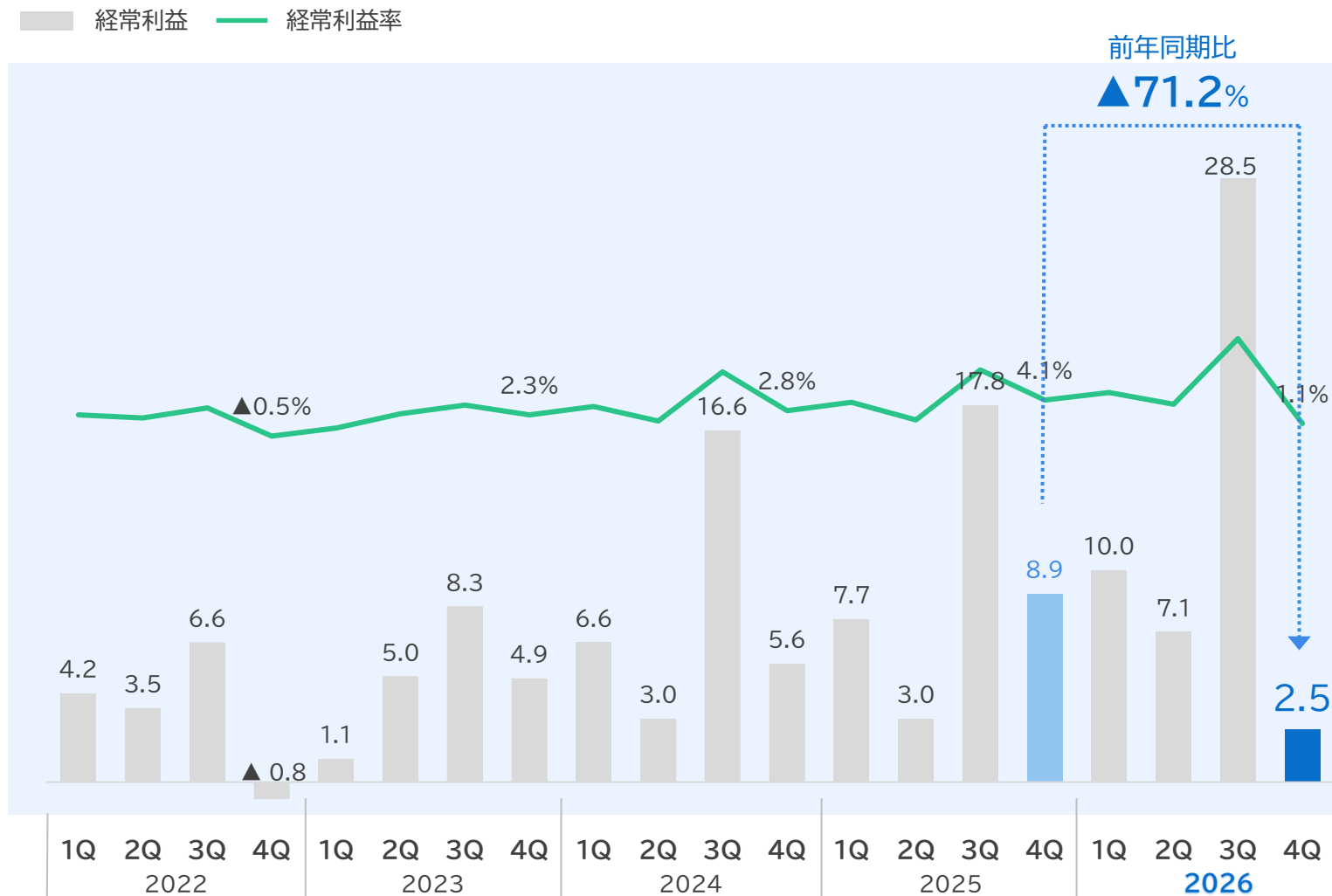
■ 売上高 — 売上総利益率



経常利益の推移

4Qの経常利益は2.5億円。
翌期以降の成長に向けて戦略的に
費用を集中投下。

経常利益（億円）

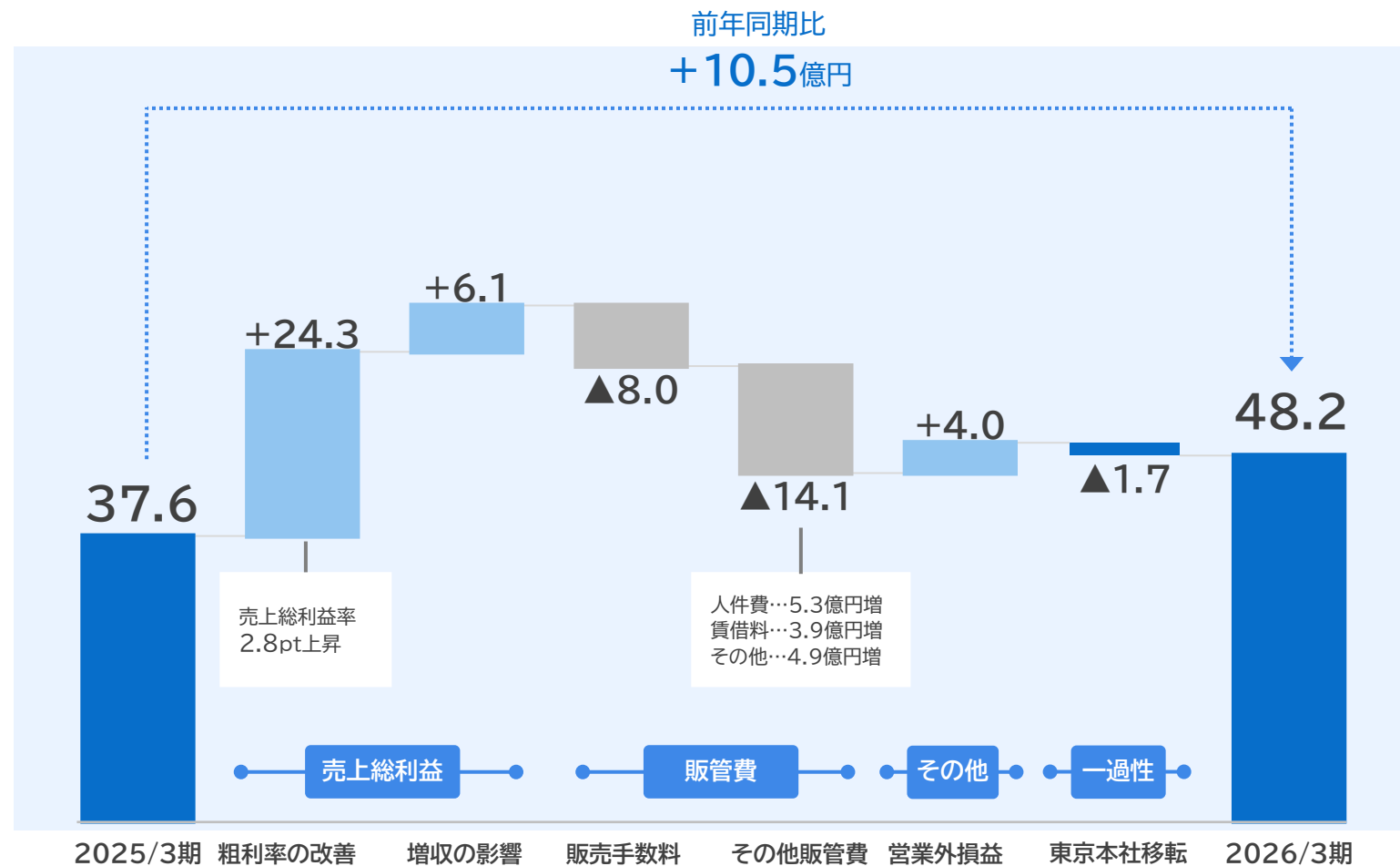


経常利益の増減要因

粗利率が大幅に改善し、
経常利益は、48.2億円。

コスト増を吸収し、「稼ぐ力」が強まる。

経常利益（億円）

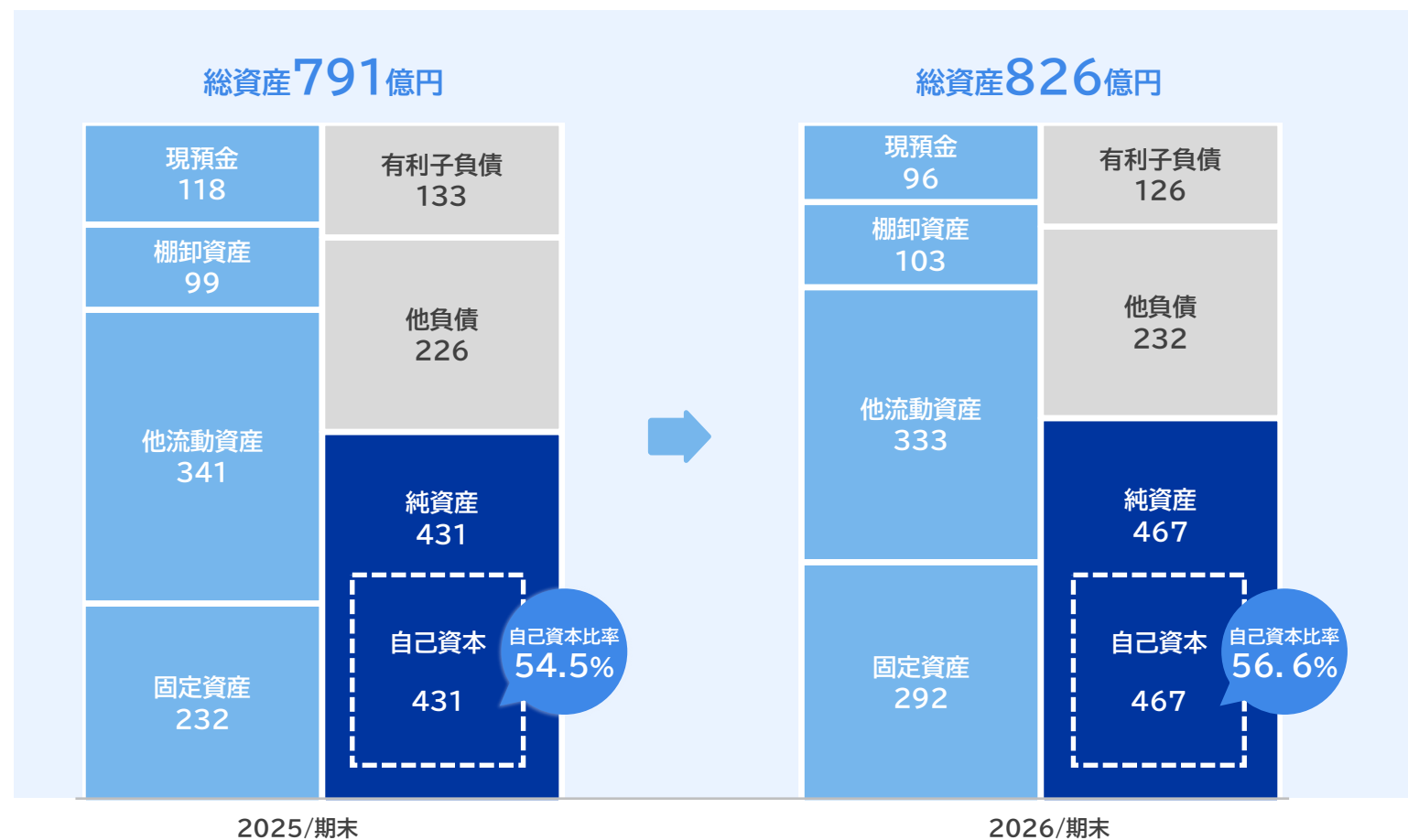


B/Sの増減

棚卸資産、固定資産などの増加に伴い、総資産は826億円へ拡大。

自己資本比率は高い水準を維持し、強固な財務基盤を継続。

バランスシート (億円)



C/F

本業でのキャッシュ創出力が向上。
成長投資と財務体質の強化を両立。

C/F (億円)

	2026/3期		2025/3期
	実績	前年同期比	実績
		増減額	
営業活動によるC/F	+49.5	+3.9	+45.6
投資活動によるC/F	▲41.7	▲7.9	▲33.7
フリーC/F	+7.8	▲4.0	+11.9
財務活動によるC/F	▲30.3	▲34.6	+4.3
換算差額・連結範囲の変更に伴う増減額	+0.1	▲1.0	+1.2
現金及び現金同等物	95.6	▲22.2	117.8

目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

03 連結業績予想 P19

04 企業価値向上への取り組み P21-22

05 主なトピックス P24-29

セグメント別サマリー

※セグメント利益は、各セグメントに直接関連する収益及び費用を計上しており、全社共通費（本社費用など）やセグメント間取引の消去などの調整額は、セグメント利益には含まれておりません。

※組織変更に伴い、第1四半期連結会計期間より「ライフスタイル事業」に含めていた一部の事業組織を「マテリアル事業」に、「マテリアル事業」に含めていた一部の事業組織を「アパレル事業」にそれぞれ変更しております。加えて、第3四半期連結累計期間より「アパレル事業」に含めていた一部の事業組織を「マテリアル事業」に変更しております。このため、前連結会計年度との比較については、変更後の区分方法に組み替えて比較を行っております。詳細は、本日公表の「2026年3月期 決算短信〔日本基準〕(連結)」をご覧ください。

マテリアル

売上高	247.2億円	(▲8.6億円)
-----	---------	----------

利益	5.8億円	(▲1.5億円)
----	-------	----------

減収減益

- ✓ 主要取引先の生産・在庫調整などにより売上が減少
- ✓ サステナブル原料が引き続き好調で、海外向けも堅調に推移

ライフスタイル

売上高	49.1億円	(+1.6億円)
-----	--------	----------

利益	4.4億円	(+0.2億円)
----	-------	----------

増収増益

- ✓ 化粧雑貨は、国内市場が堅調に推移したものの主要取引先の在庫調整などにより売上が減少
- ✓ タオル事業は販路拡大及び高付加価値商品の販売強化により売上が増加

アパレル

売上高	443.4億円	(+7.7億円)
-----	---------	----------

利益	35.0億円	(+5.5億円)
----	--------	----------

増収増益

- ✓ 高機能・高付加価値商材を軸とした製品提案が奏功
- ✓ 展示会出展など営業活動を強化したことで新規顧客基盤が拡大

ブランドリテール

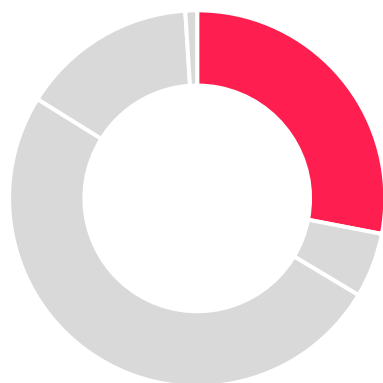
売上高	133.4億円	(+26.9億円)
-----	---------	-----------

利益	20.0億円	(+9.6億円)
----	--------	----------

増収増益

- ✓ 前年度に開店した銀座旗艦店などの通期稼働に加え、戦略的な新規出店が売上に貢献
- ✓ KOL(インフルエンサー)と連動したプロモーション施策などが奏功し、買い上げ客数・単価が共に増加

マテリアル



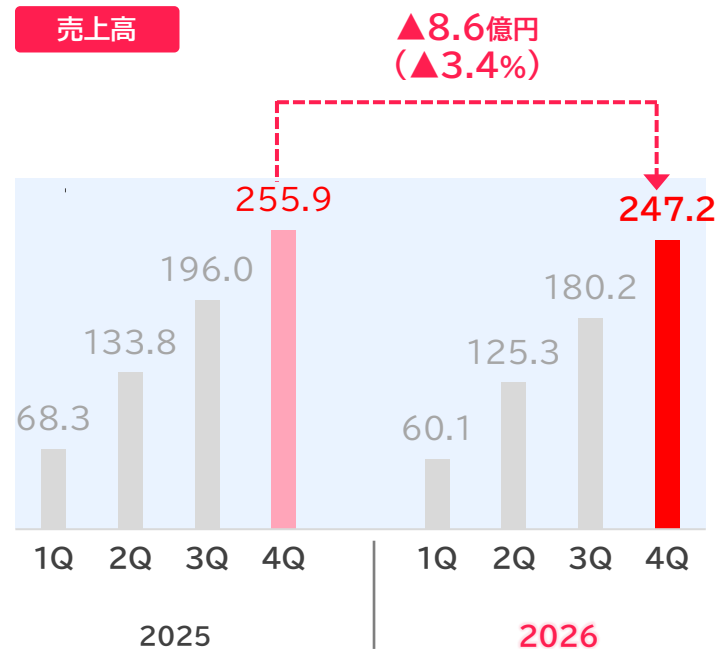
売上高構成比
28.0%

方針

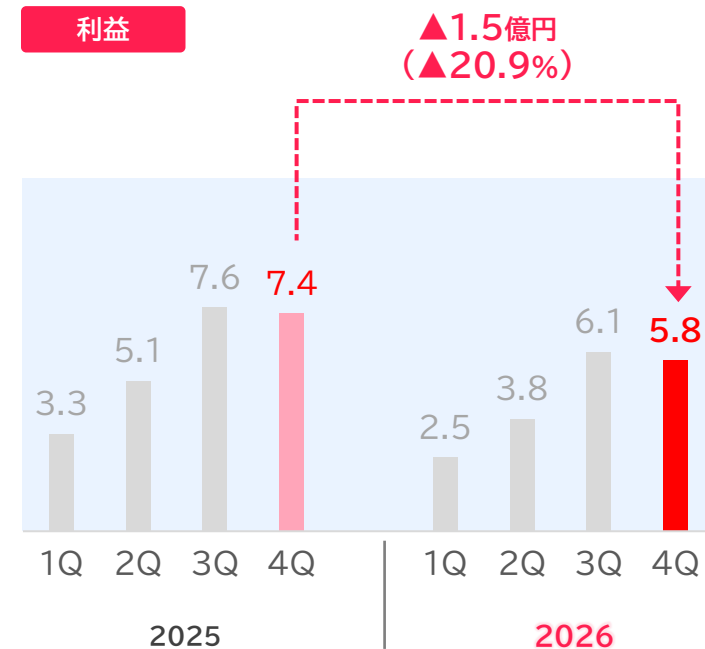
エンドユーザーを意識した原料・生地の開発と販売をグローバルに展開する

- 「UNITO project」の推進による原料を軸としたテキスタイルの開発と販売
- 差別化原料を武器とした新規商品開発と拡販
- 産地との共生によるビジネスの進化
- 海外市場の開拓と拡大

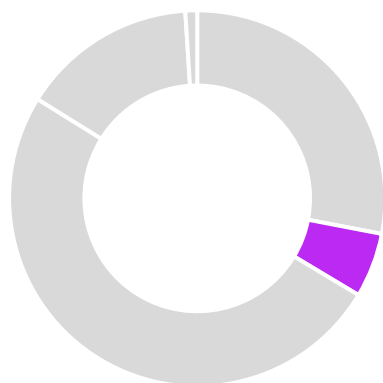
売上高



利益



ライフスタイル



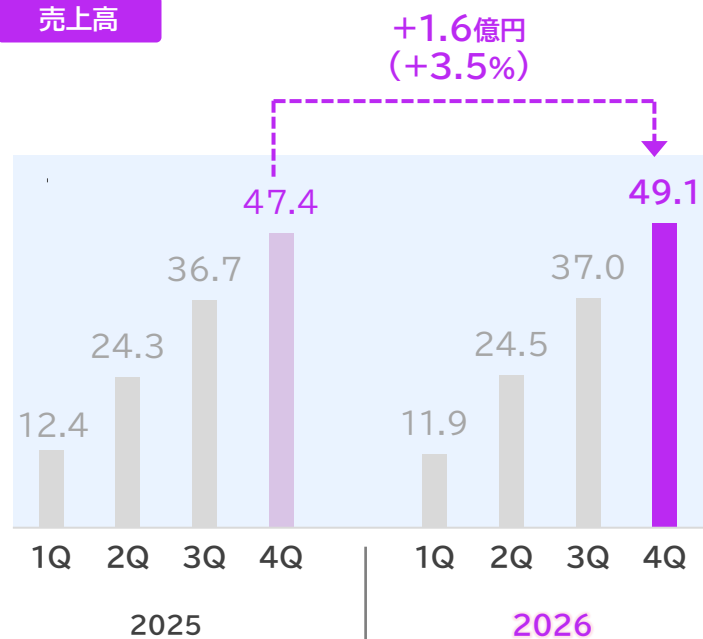
売上高構成比
5.6%

方針

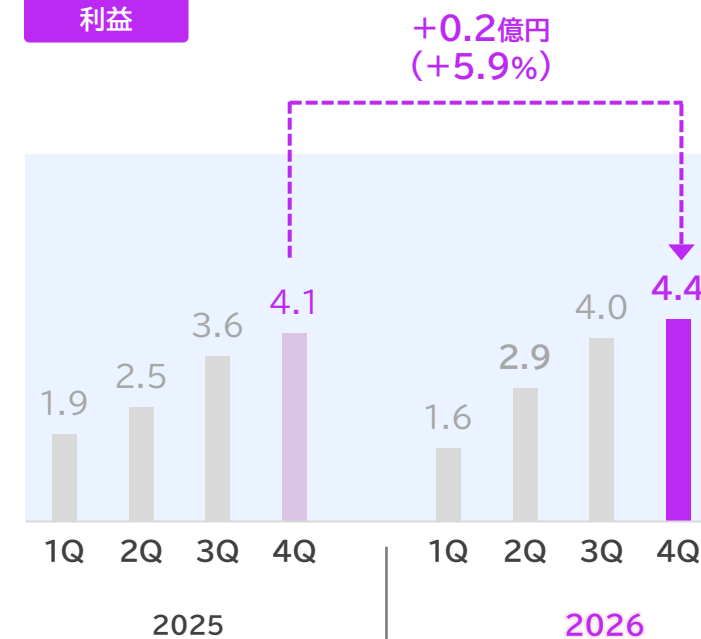
生産基盤の拡充と事業領域の拡大

- 国内外の生産基盤の拡充と生産効率の向上によるコスト削減
- 事業領域拡大のための企画力強化
- 高付加価値商品の販売強化

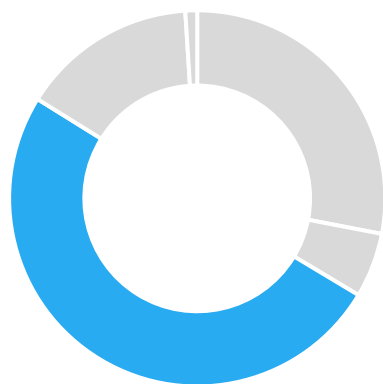
売上高



利益



アパレル



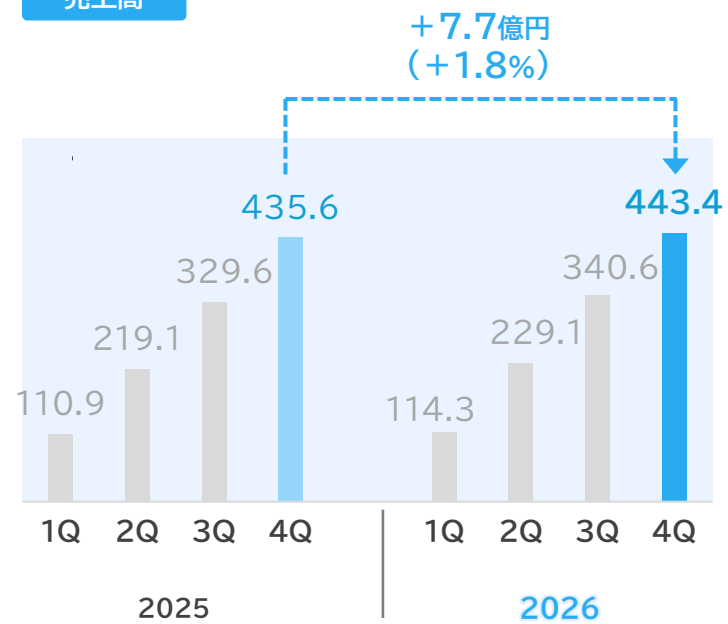
売上高構成比
50.3%

方針

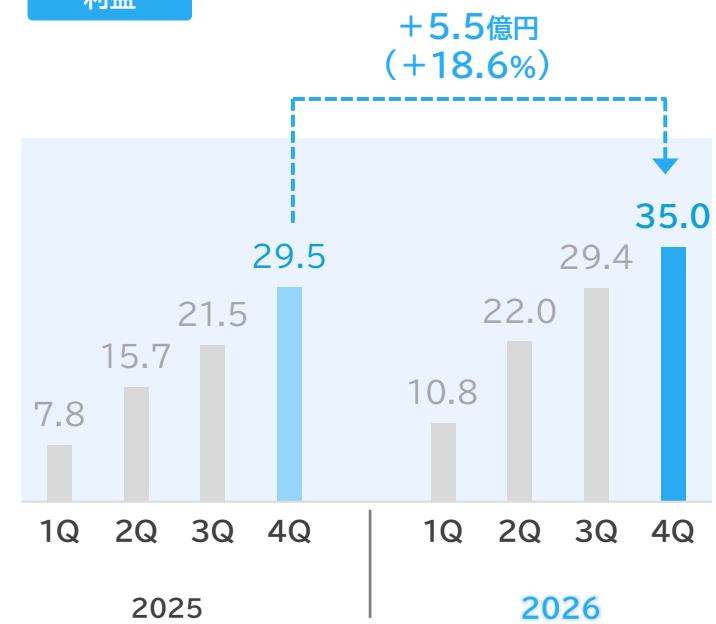
攻めの事業戦略で売上を拡大

- 販売チャネル別の成長施策による売上拡大
- 新規領域への挑戦と体制強化による中長期的成長の実現
- 重点領域への選択と集中及び販売体制の強化
- 海外販売の拡大とパートナーシップ強化

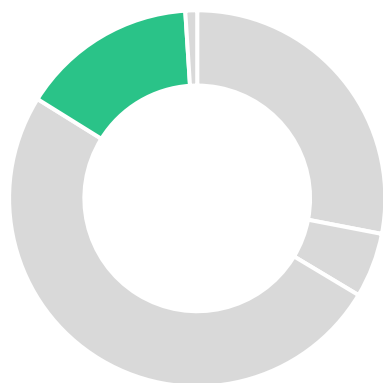
売上高



利益



ブランド・リテール



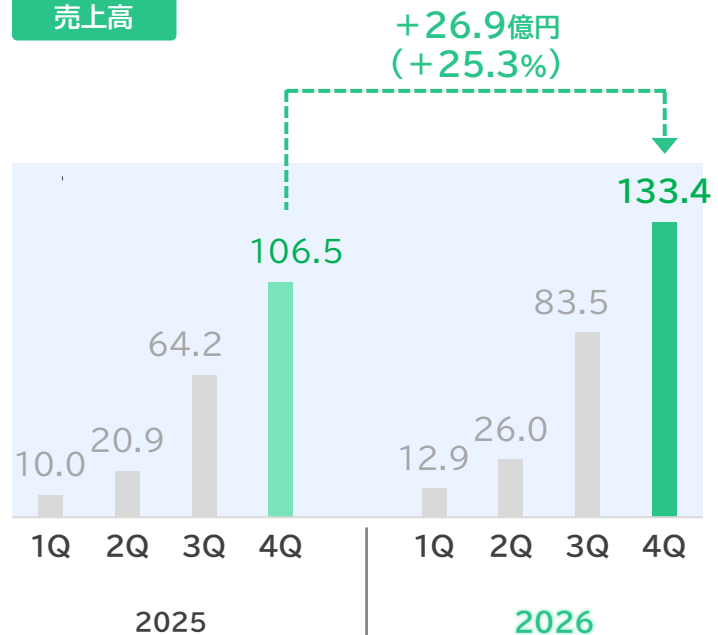
売上高構成比
15.1%

方針

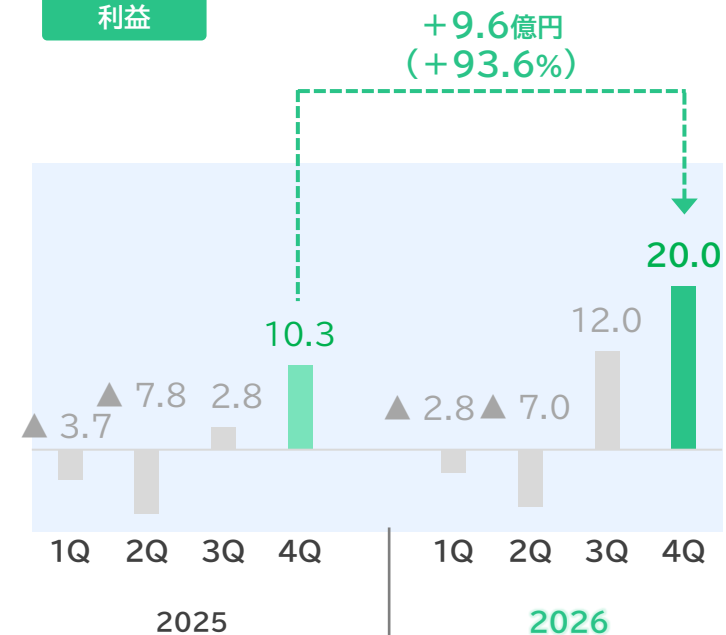
ヤギグループの次代を担う中核事業へ

- グローバル展開とブランド拡大の推進
- 国内店舗戦略の強化と効率化
- 組織体制と運営基盤の強化

売上高

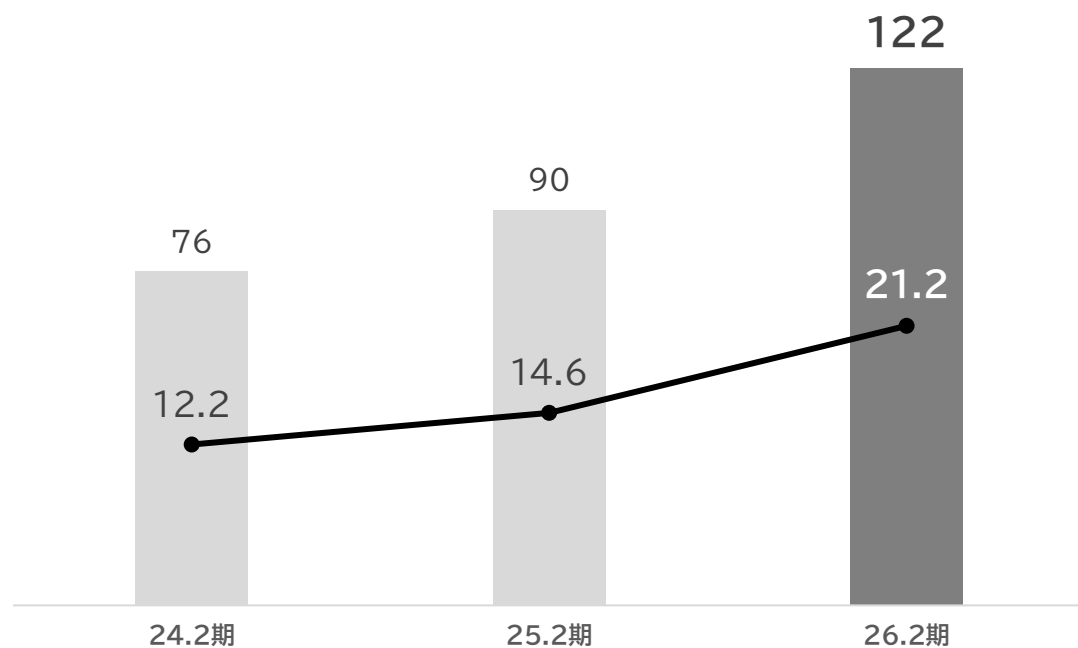


利益



【WEAVA単体】売上高・経常利益は過去最高を更新。

■ 売上高
● 経常利益

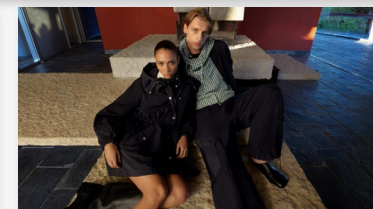


【国内】店舗戦略の強化

当期は、横浜・京都・銀座・渋谷の通期稼働に加え、福岡・広島・仙台へエリアを拡大。

銀座でのイベントや、OOH・KOL施策によりブランド認知が拡大。

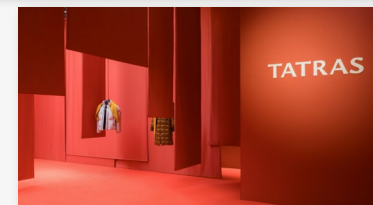
店舗数は22店舗から30店舗へと大幅増。



【海外】TATRASパリプレゼンテーション

海外での認知度向上に向けた取り組みとして、パリプレゼンテーション(26年1月)を実施。

ブランド世界観の深化と国際的な認知拡大を推進すると共に、来場者のSNS波及を通じてグローバル市場におけるプレゼンスを強化。



目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

03 連結業績予想 P19

04 企業価値向上への取り組み P21-22

05 主なトピックス P24-29

27年3月期 連結業績予想

積極的に投資を行いながら、売上・利益ともに前期を上回る増収増益を見込み、着実な成長を継続。

(億円)	2027/3期	2026/3期	
	予想	実績	増減率
売上高	880.0	859.3	2.4%
営業利益	44.0	42.2	4.1%
経常利益	50.0	48.2	3.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	37.0	36.7	0.8%
ROE	8.1%	8.2%	▲0.1pt

目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

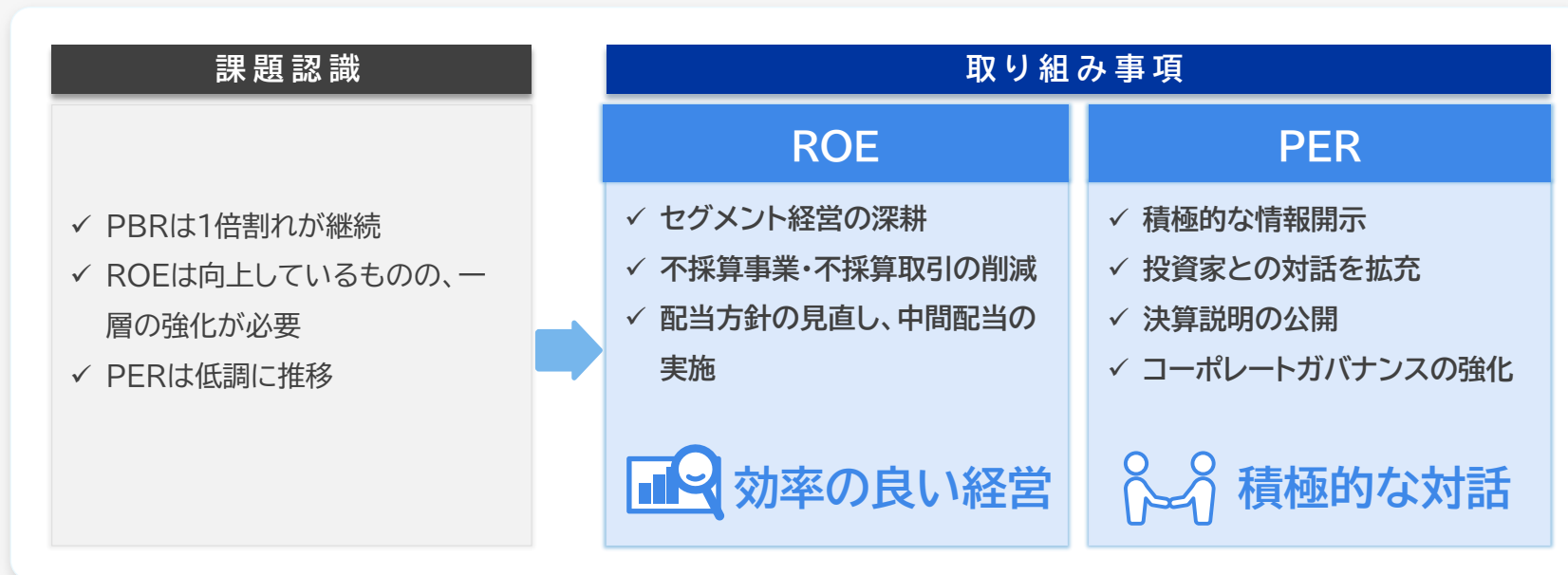
03 連結業績予想 P19

04 企業価値向上の取り組み P21-22

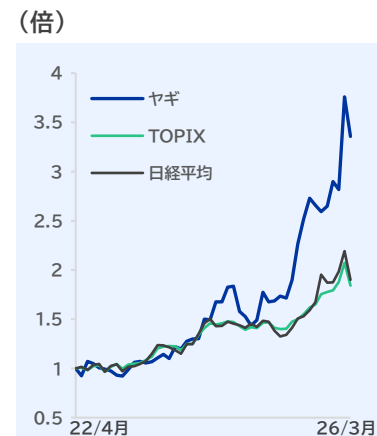
05 主なトピックス P24-29

課題認識及び取り組み事項

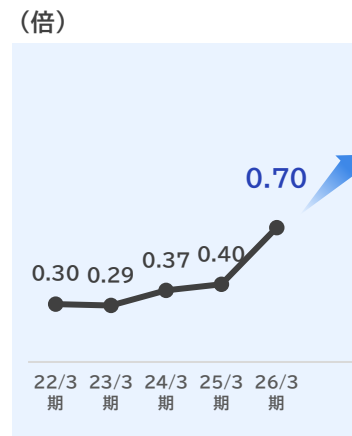
ROEの改善とIR活動の強化により、資本効率の向上とPBRの改善を目指す。



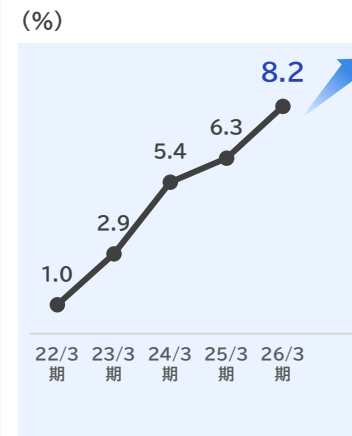
相対株価推移



PBR



ROE



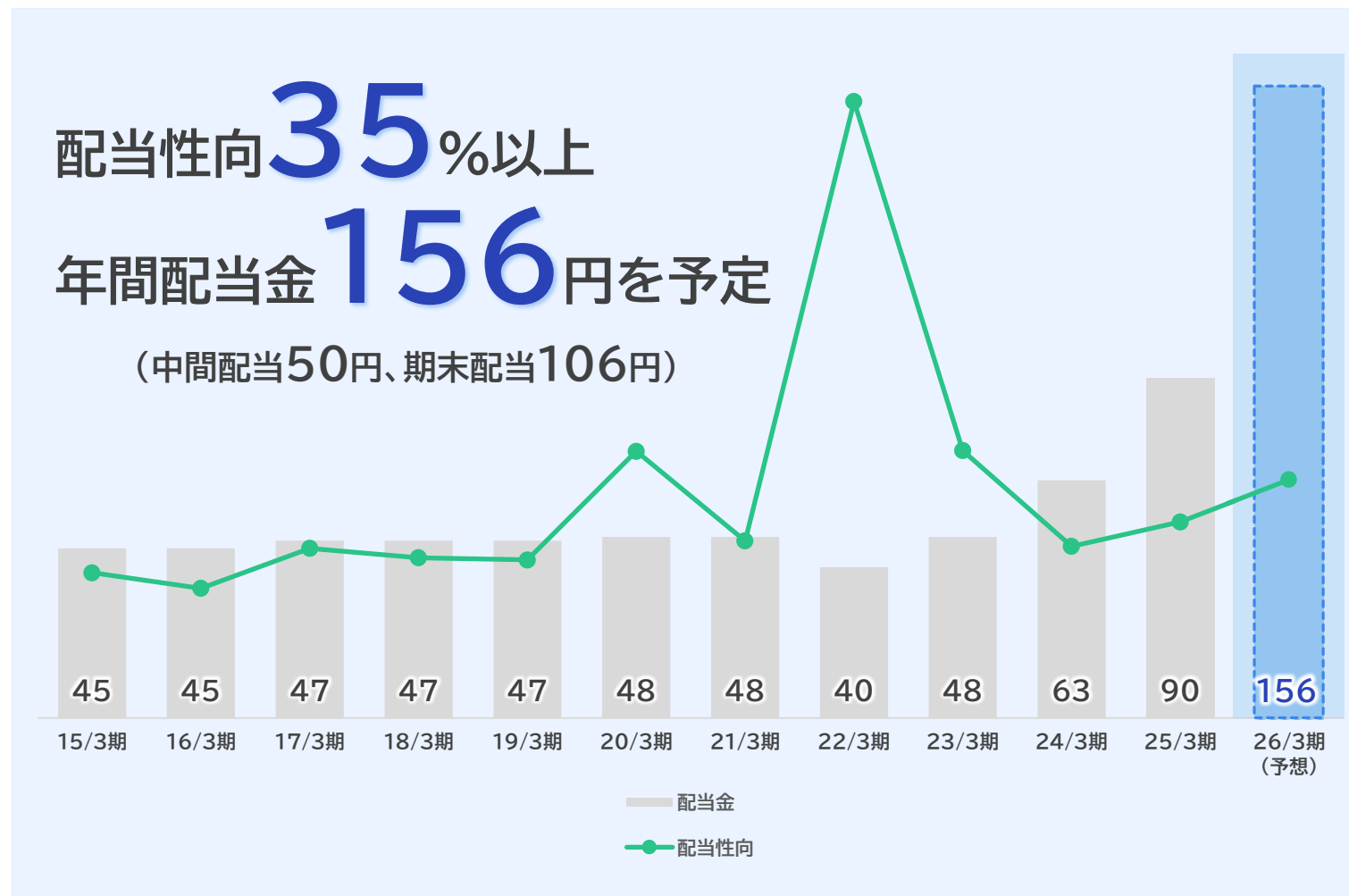
PER



株主還元

配当性向35%以上の配当を基本方針とし、4期連続となる増配を実施。

1株当たり配当金



目次

01 連結業績 P5-10

02 セグメント別業績 P12-17

03 連結業績予想 P17-19

04 企業価値向上への取り組み P21-22

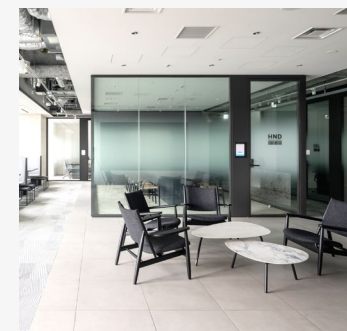
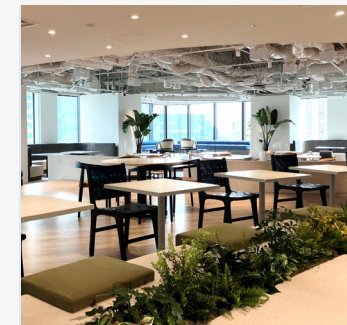
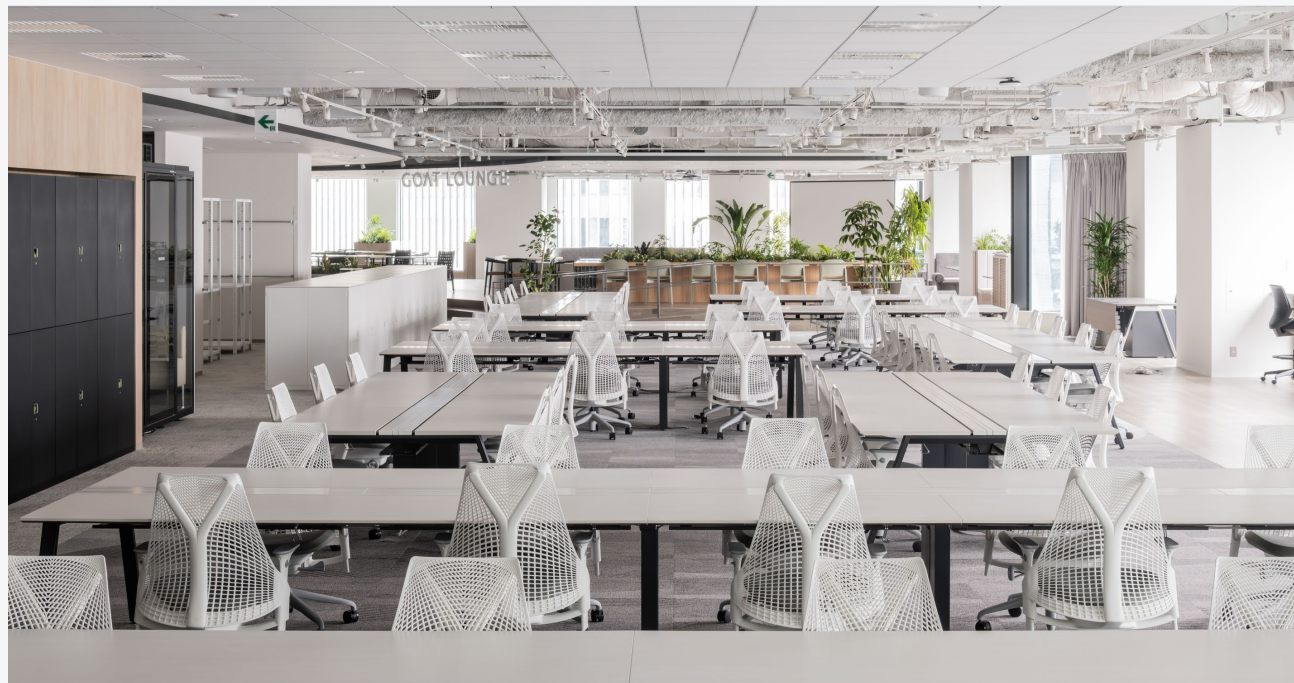
05 主なトピックス P24-29



トピックス | 01

事業戦略

グループ経営戦略



東京本社移転

当社は、3月30日に東京本社を東京都港区の東京ワールドゲート赤坂(赤坂トラストタワー)に移転しました。新社は、東京メトロの駅に直結し、雨に濡れない快適なアクセスと、社員一人ひとりの働き方を尊重する多様な環境を提供しています。23階の執務フロアには当社と、当社のグループ会社WEAVAの両社がワンフロアに集結し、開放的なラウンジスペースや多様な会議室を共有し、新たなシナジーを創出します。また、22階には充実した機能を持つ両社のショールームを完備しました。ビル内には、赤坂の絶景を見下ろし、自然との繋がりを感じられるデザインのスカイラウンジなど充実した施設が備わっており、多様で新しい働き方を実現する最先端のワークプレイスとなっています。

YAGI
CREATIVE
HUB

「つなぐ」「ひろげる」
YAGIの「イマ」がわかる

詳細はこちら



YAGI
Business to Believe

トピックス | 02

ブランド

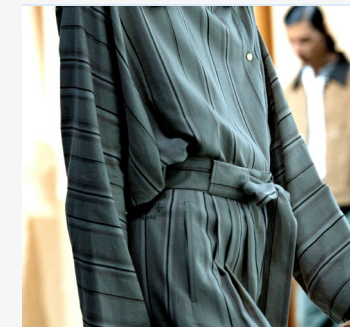
YAGI
CREATIVE
HUB

「つなぐ」「ひろげる」
YAGIの「イマ」がわかる

詳細はこちら



WEAVA



TATRAS 大丸神戸店オープン

当社のグループ会社である株式会社 WEAVA は、上質な素材と美しいシルエットを持ち、都会的で洗練されたウエアで知られる「TATRAS」の神戸エリア初の直営店、TATRAS 大丸神戸店を3月1日にオープンしました。全国に店舗を構える「TATRAS」は昨年、福岡・広島・仙台エリアに3店舗の直営店を新規オープンし、本年は新たに神戸エリアへ出店しました。2026年春夏コレクションは「アーバンサファリ」をテーマに、真夏の太陽の下で発揮される機能性と美しさを追求し、TATRASが創業以来大切にしてきた「伝統と革新の融合」を新たに捉え直したシーズンとなりました。都市と自然のどちらにも馴染む洗練されたシルエットと、実用性を重視したディテールの調和によって生まれる“ミリタリーエレガンス”の世界観は、TATRASの原点として受け継がれています。新店舗ではTATRASの最新コレクションから 人気アイテムまで、豊富なコレクションを展開しております。

YAGI
Business to Belief

トピックス | 03

マテリアル

グローバル戦略



intertextile
SHANGHAI apparel fabrics



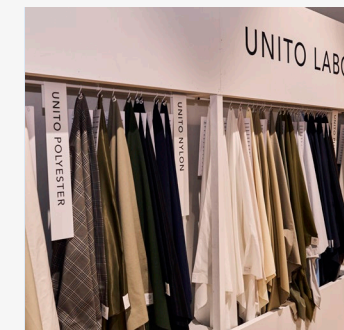
プロGRESS上海 インテキ上海 出展

本年3月11日から13日にかけて、中国・上海で開かれた世界最大規模のテキスタイルと服飾資材の国際見本市「インターテキスタイル上海 アパレルファブリックス」(Intertextile Shanghai Apparel Fabrics)に、当社の中国現地法人である「プロGRESS上海」と当社テキスタイル部門が合同で出展をしました。インターテキスタイル上海は、世界最大規模のアパレルファブリックスと服飾資材の国際専門見本市です。

今回は、中国で本格展開する高品質素材ラインと、日本製では日本の技術を結集したハイエンドラインを新たに展示しました。また、現地法人と当社のマテリアル部門が連動して開発したオーガニックコットン素材、環境配慮型素材を中心に、中国及びグローバルブランドに向けた高品質なテキスタイルを提案しました。

マテリアル

ESG戦略



UNITO展 Vol.2開催

これまでに当社が展開してきた環境配慮型素材ブランドをリブランディングした「ユナ・イト(UNITO)」プロジェクトを2024年からスタートしていますが、本年2月、2度目となるユナ・イト プロジェクトを幅広く紹介する展示会を開催しました。

今回の展示会では、UNITOの様々な素材をライフスタイルに合わせて提案したほか、畑まで遊ることが出来るオーガニックコットンのトレーサビリティシステム、COTTON iD やPBP財団との取り組みなど、これまで当社がオーガニックコットンを取り扱う中で続けてきた活動を新たな仕組みで再提案しました。更に、新規開発の原料や当社グループ会社(イチメン、山弥織物、ツバメタオル、ヴィオレッタ)とUNITOのコラボレーション素材、海外現地法人が開発した生地も展示をしました。



トピックス | 05

アパレル

ESG戦略

YAGI
CREATIVE
HUB

「つなぐ」「ひろげる」
YAGIの「イマ」がわかる

詳細はこちら



アパレル第一本部展 開催

3月3日・4日の2日間、東京・With原宿にて当社のアパレル第一本部主催による初めての展示商談会「KION展」を開催しました。「気候変動×アパレル」をテーマに、猛暑・ゲリラ豪雨・紫外線増大など、データで可視化された現代の「暮らしの困りごと」に対し、衣服を通じた具体的な解決策(ソリューション)を提案しました。複合機能型ブランドを起点に、5つの気候リスクに対応したサブブランドを展開し、専門的な根拠と使用者視点の実用性を融合させ、生活者の健康と暮らしを守る次世代のアパレル製品を展示しました。



【免責事項】

本資料には、当社グループに関連する見通し、計画、目標等の将来に関する記述が含まれています。これらの記述は、本資料作成時点において当社が入手している情報に基づき、一定の前提(仮定)と予想を基礎としています。また、本資料の作成に際して依拠した統計等第三者情報の正確性や完全性について、当社は何ら表明および保証するものではありません。

そのため、これらの記述または前提(仮定)は客観的に不正確であったり、将来実現しない可能性があり、将来の見通しと実際の結果は、経済状況の変化、お客様のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、さまざまな要因により大きく異なる可能性があります。当社は、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。

したがって、本資料のみに準拠して投資判断されることはお控えくださいますようお願いいたします。本資料の利用によって生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

お問い合わせ先

株式会社ヤギ 経営企画部 経営管理/IRG

E-mail : [IR\(投資家情報\)に関するお問い合わせ](#)



当社IRに関する、各種開示情報の掲載や事業内容などの最新情報を公式ホームページでも公開しています。ぜひご覧ください。

<https://www.yaginet.co.jp/ja/ir/index.html>

