

株式会社ワークマン

WORKMAN CO., LTD.

個人投資家説明会資料



JASDAQ (7564)

| | | |
|-----|---------|----|
| 01. | 会社概要 | 3 |
| 02. | 国内シェア | 14 |
| 03. | 成長戦略 | 17 |
| 04. | 業績・株主還元 | 28 |
| 05. | 参考資料 | 32 |

01. 会社概要

- 経営理念
- 事業内容
- グループ会社
- 会社概要
- フランチャイズ・システム
- 店舗概要
- 物流網

■ 経営理念

For the Customers

より良いものを より安く

■ 事業内容

フランチャイズ・システムによる

ワーキングウエア、作業関連用品及び
アウトドア・スポーツウエアを販売する専門店チェーン

■ワークマンはベイシアグループの中核企業

●ベイシアグループ概要 (2021年2月末現在)

| | |
|------|----------------------------------|
| 企業数 | 28社 物販・サービス 11社 流通サービス 17社 |
| 店舗数 | 1,914店舗 |
| 出店地域 | 47都道府県 |
| 売上高 | 1兆271億円 |



| | | |
|-------|----------------------------|-------------|
| 設立 | 1982年8月 | |
| 証券コード | 東証JASDAQ : 7564 | (1997年9月上場) |
| 資本金 | 16億22百万円 | |
| 売上高 | 1,466億53百万円 (チェーン全店売上高) | (2021年3月期) |
| 経常利益 | 254億9百万円 | (2021年3月期) |
| 純利益 | 170億39百万円 | (2021年3月期) |
| 従業員数 | 332名 | (2021年3月末) |

- 売上規模に応じて2種類の契約を用意
年商6,300万円を超えた店舗はフランチャイズ契約へ変更



フランチャイズ契約

売上（荒利）増加に応じて収入が増加

契約期間

6年

6年経過後、本部との
合意で再契約可

必要資金

320万円(税込)

内100万円は契約満了時
返金



業務委託契約

一定額の収入（月額50万円+売上歩合）
を保証した定額保証

契約期間

1年

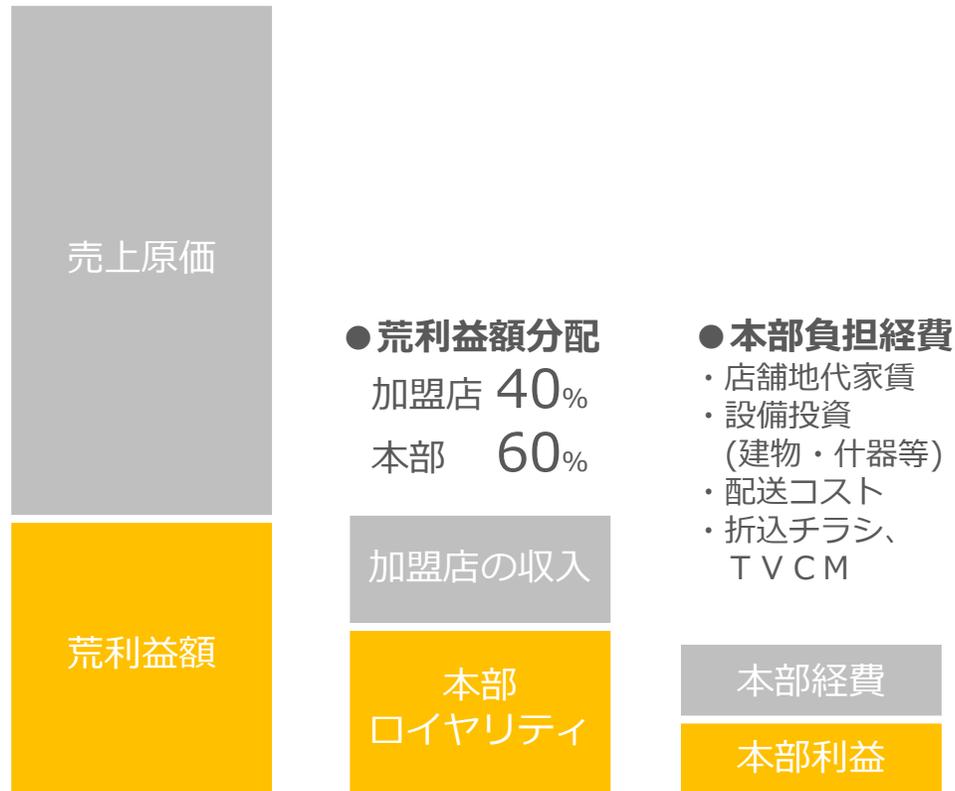
1年経過後、本部との
合意で再契約可

必要資金

155万円(税込)

内100万円は契約満了時
返金

■ フランチャイズ・ストア荒利分配 出店候補地の選定・店舗建築は本部が実施



■ ワークマンに加盟を決めるポイント

01. 地域密着

地元採用を推進しており、地域に根付いた営業を重視

02. 持続経営

プロの職人にとって必要不可欠な商品を取り扱っている
ワーキング小売市場でNo.1・競合が少ない

03. 資金負担

商品代金は本部が貸付、資金繰りが不要
地代家賃、設備投資など多額な経費は本部負担

04. オリジナル商品

競合他社と差別化した「高機能×低価格」商品

05. 充実な顕彰制度

5つの顕彰制度

06. ゆとり経営

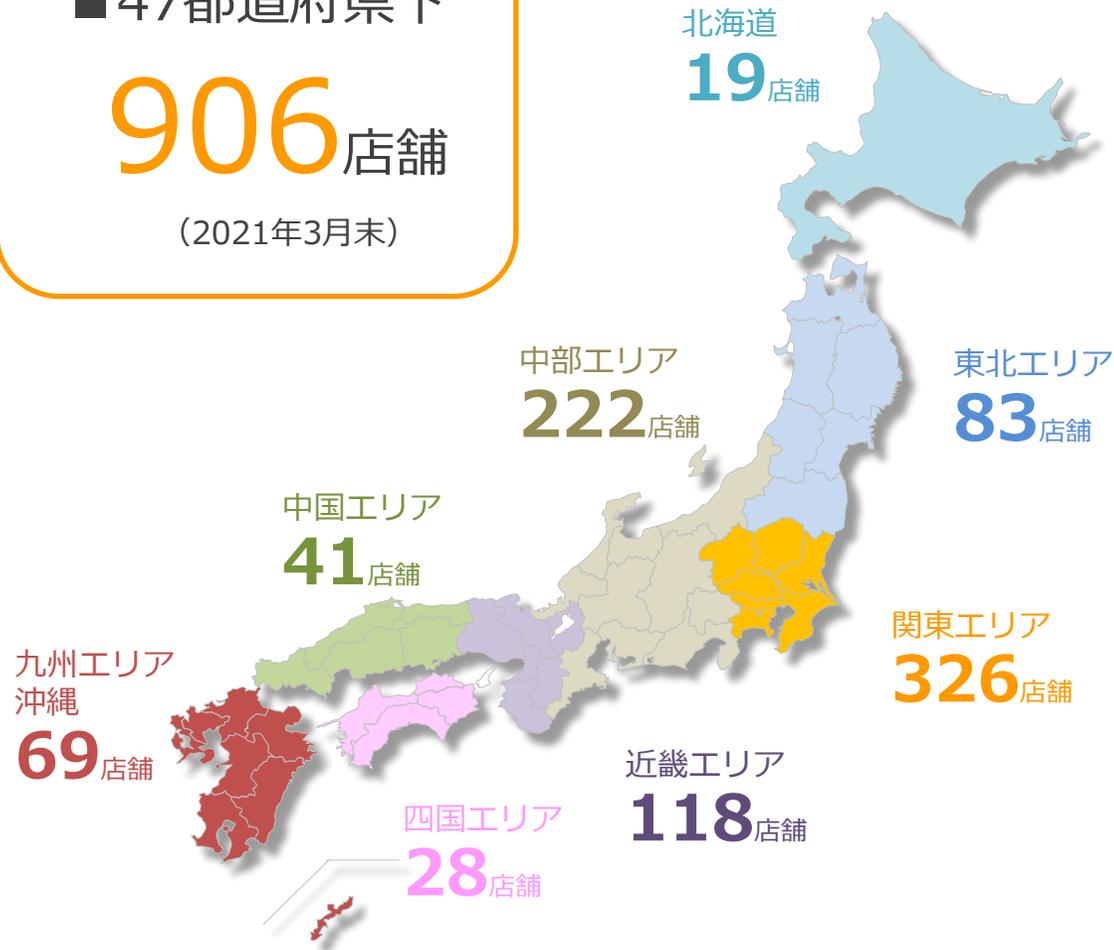
営業ノルマなし・休日 22日/年

店舗概要（出店状況・運営形態）

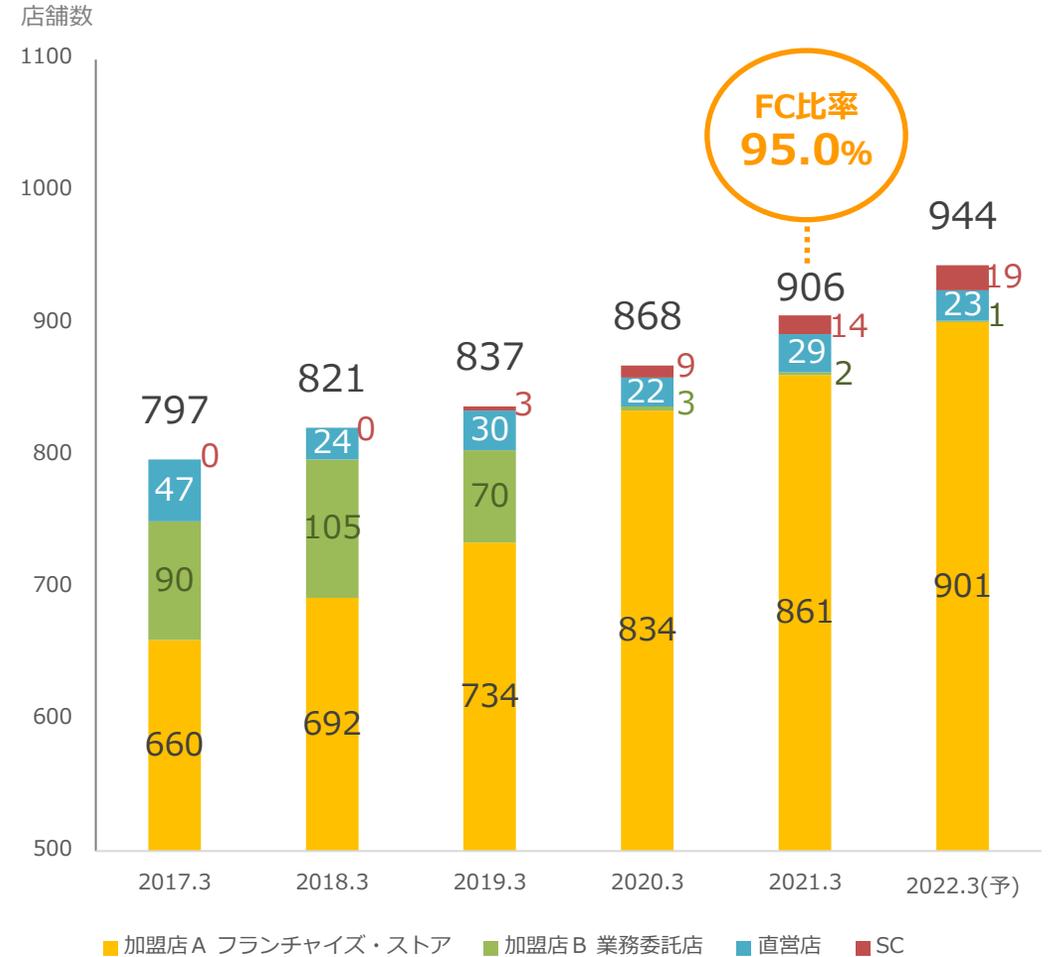
■ 47都道府県下

906店舗

(2021年3月末)



■ 高いフランチャイズ比率で理想的な経営環境を維持



■ 店舗フォーマット（2021年9月末時点）

| 業態 | 店舗数 | 立地 | 標準面積 | 顧客ターゲット |
|---|-------|----------------|------------------------|-----------------|
|  | 588店舗 | ロードサイド | 店舗 100坪 駐車台数 10-15台 | プロ80%・ 一般20% |
|  | 317店舗 | ロードサイド | 店舗 130坪 駐車台数 20-30台 | プロ60%・ 一般40% |
|  | 12店舗 | ショッピング センター | — | 一般 |
|  | 2店舗 | ロードサイド | 店舗 130坪 駐車台数 20-30台 | 一般 |
|  | 5店舗 | ショッピング センター | — | 一般 |



出店目的 Concept

高機能×低価格のサプライズをすべての人へ

「働くプロの過酷な使用環境に耐える品質と高機能をもつ製品を、安心の低価格で皆様の日々の生活の中で提案します。

持続的成長を見込む店舗展開

一般需要の高まりで既存店舗のサービスレベルが低下、一般消費者のみを対象とした店舗展開で、顧客や加盟店満足度の向上を実現し持続的な成長を目指します。

目標 Target

客層拡大

労働者人口の減少により、一般消費者への販路拡大が経営課題であり、アウトドア・スポーツの「高機能×低価格」市場においてシェア拡大を目指します。

客層拡大・チェーン全体のバランス調整

アンテナショップとしての役割を担い、ファミリー層や女性客などの獲得に取り組みます。また、顧客の棲み分けを行い、プロ・一般双方のお客様にとって買い物がしやすい環境を整備します。

戦略 Strategy

PB（プライベート・ブランド）商品

ワーキングウエアの高機能とワークマン独自の低価格にデザイン性を追加。一般・プロ双方に人気のブランドになります。



改装転換

ワークマンとワークマンプラスは100%同じ商品であり、レイアウト・内装・外観が異なるだけになります。ワークマンからワークマンプラスへの改装転換で展開を拡大します。

出店立地

空白エリアである都市部ロードサイドや商業集積地のほか、既存の繁忙エリアへの出店を行いドミナント強化を図ります。

商品・マーケティング

一般消費者に人気が高いFieldCore・Find-Out・AEGISを中心に展開するほか、ユニセックス商品や女性専用商品を拡充します。機能性にフォーカスした品揃えをファッションアパレルとの差別化を図ります。

- Click & Collect（店舗受取）通販サイト 自社サイトで運営
店舗在庫を活用したオムニチャネルを推進で**加盟店への送客を強化**



加盟店メリット

- 売上高は**加盟店に還元**
- 店舗運営の効率化
- 来店いただいたお客様の固定客化



お客様メリット

- 最短3時間で店舗受取が可能
- 店舗受取の場合は送料無料
- その場で試着・サイズ交換可能
- 法人向けネーム加工対応

■ 自社所有物流センター 2 拠点体制⇒ 3 拠点体制へ

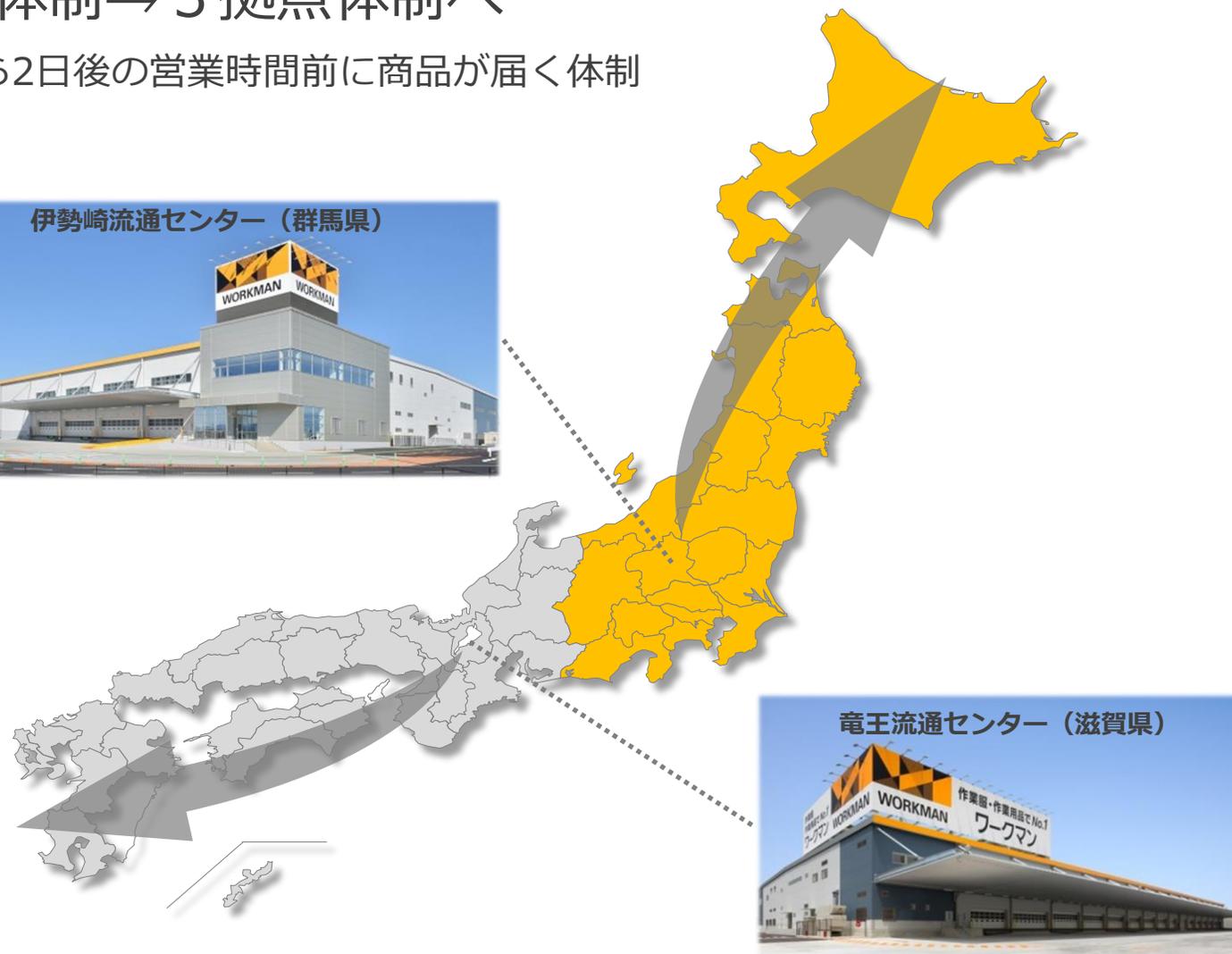
在庫備蓄型流通センターを拠点に、注文から2日後の営業時間前に商品が届く体制
売上高の増加に伴い、増築と新築を計画

東日本エリア

| | |
|------------------------------------|---------|
| 伊勢崎流通センター (自社) | 10,000坪 |
| New 伊勢崎流通センター増築 (2021年9月竣工) | 6,670坪 |
| 伊勢崎倉庫 (自社) | 6,480坪 |
| 外部保管倉庫 | 13,000坪 |

西日本エリア

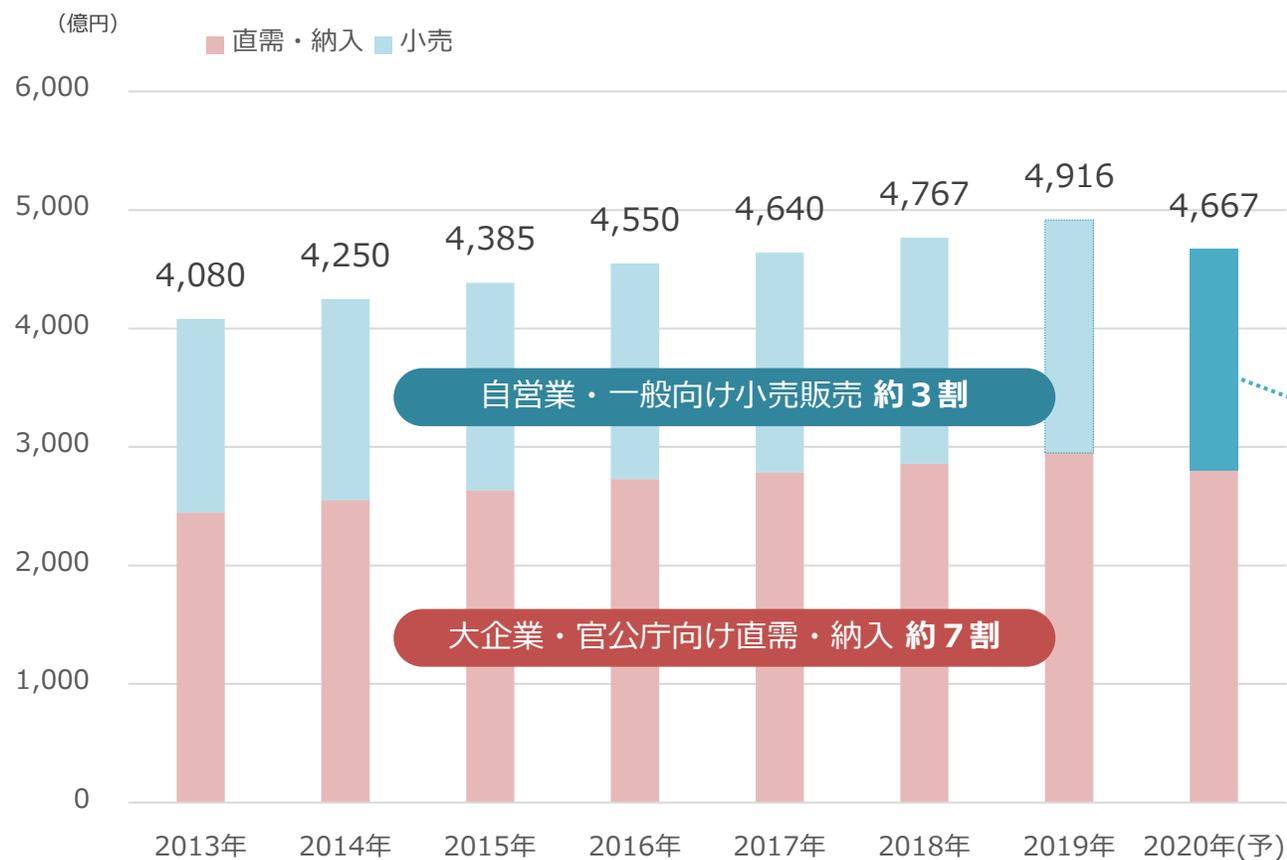
| | |
|--|---------|
| 竜王流通センター (自社) | 7,400坪 |
| 神戸流通センター (外部) | 6,220坪 |
| New 岡山流通センター新築 (自社) (2026年竣工予定) | 15,000坪 |
| 外部保管倉庫 | 9,800坪 |



2. 国内シェア

- ワーキング市場規模
- アスレジャー市場規模

■ ワーキングウエア小売市場 シェア・店舗数 **NO.1**



ワークマン
 (2021年3月期 ワーキングウエア部門)
458億円 小売シェア32.7%



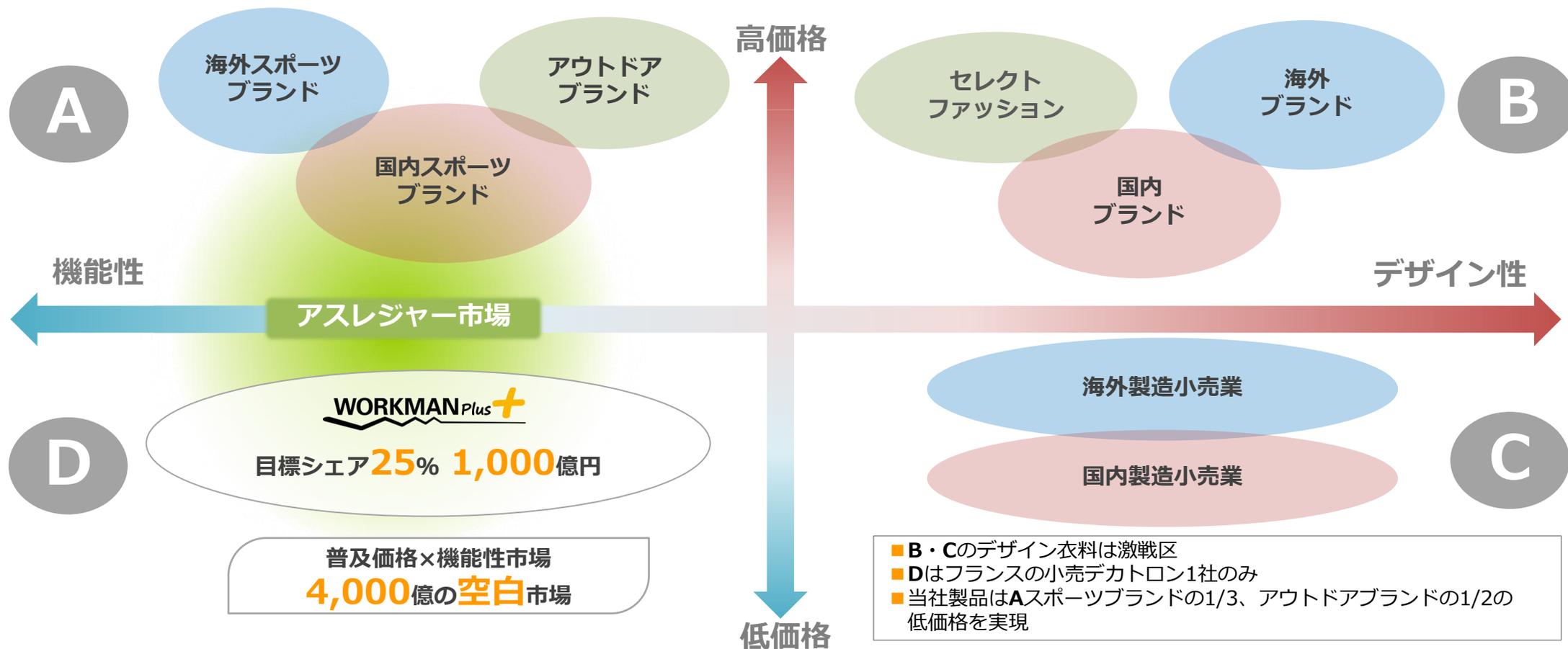
小売金額ベース
 出所：(株)矢野経済研究所「ユニフォーム市場年鑑2020」をもとに自社にて算出・作成。

【アスレジャー】

アスレチック (athletic)とレジャー(leisure)を組み合わせた造語であり、機能性ウェアを普段着に取り入れたスタイル

■ アパレル市場MAP (アスレジャー市場8,558億円)

2017年度
矢野経済研究所調べより



3. 成長戦略

- 出店
- 商品
- マーケティング
- データ経営
- 東証市場再編

新業態・新フォーマットの確立

- ・ #ワークマン女子のロードサイド出店を加速
- ・ 商業集積地、駅前立地へ出店（空白立地）
- ・ スクラップ&ビルドの推進
- ・ 130坪・150坪店舗の標準化



『驚き』のある製品開発

- ・ アンバサダーとの製品開発で新機能・新カテゴリーに挑戦
- ・ プロ向け商品の再構築、価格・機能・デザイン強化
- ・ 生産管理体制の強化・4シーズン制推進で在庫の適正化

顧客利便性向上・オペレーション改善

- ・ #ワークマン女子のF C化
- ・ P RとM Dの連動強化で売上の最大化
- ・ 新需要予測発注システムへ移行
- ・ C&C通販の推進でネットとリアル融合

■ 持続的成長を見込む店舗展開

01.

出店密度の低いエリアへ出店
(新店)



Topics

- 西日本エリアを中心にドミナントエリア化
- 売場面積130坪を標準に、150坪の大型店舗も出店
駐車場25台以上
- 都市部ピロティタイプ店舗
(1階駐車場・2階売場)

お客様ニーズとのアンマッチ（売場・駐車場）を解消すれば、ワークマンプラスは、更なる成長が可能

02.

スクラップ&ビルドの推進
(既存店)



Topics

- 販売ポテンシャルに合わせたS&Bの実施
- S&Bに合わせて店舗、駐車場の拡張
(売上の最大化)

03.

新業態で新たな客層の開拓



Topics

- 出店密度及び人口密度が高いエリアへロードサイド出店し、顧客の棲み分けを行う
- 出店オプションにオープンエア型モールを追加し、展開加速が可能
- 21.11よりフランチャイズ化

ワークマンプラスの展開では対応出来ない領域（出店高密度、都心）を新業態店舗でカバー。絶えず新たな可能性へ挑戦

+α

ex.

シューズ
レイン
プロ専門
アウトドア専門

・
・
・

持続的
成長

■ 3つの業態で国内1,500店舗体制を目指す

| (単位：店数) | 前期末 店舗数 | 22.3月期 出店予定 | | | | 22.3期 改装予定※2 | | | 閉店 | 22.3末 店舗数 | 中長期 目標 |
|---|------------|-------------|------|-------|-----------|------------------|----------|-----------|----|--------------|--------------|
| | | ロード サイド | SC※3 | S&B※3 | 全面 改装 | 部分 改装 | | | | | |
|  | 632 | (△13) | — | — | (△13) | (△59) | (△2) | (△57) | △2 | 558 | 200 |
|  | 272 | 43 | 30 | — | 13 | 59 (-) | 2 (-) | 57 (-) | — | 374 | 900 |
|  | 2 | 10 | 5 | 5 | — | — | — | — | — | 12 | 400 |
| 合計※1 | 906 | 53 | 35 | 5 | 13 | 59 | 2 | 57 | △2 | 944 | 1,500 |

現時点での計画となり変更になる場合がございます。

※1.合計欄は実施店数を記載しており()表示は合計算出から除外しております。

※2.改装はワークマンからワークマンプラスへの転換となります。

下段は過去にワークマンプラス改装を実施した店舗が、当期にS&Bを行った店舗数を表示しております。

※3.SC：ショッピングセンター S&B：スクラップ&ビルド

「Every Day Low Price」 毎日が低価格で商品を販売するという政策

01.

他社との差別化

いつでも、どこでも常に低価格
のものを買う事が出来る

02.

値引きセール不要 (コスト削減)

EDLP商品がお客様へ浸透

03.

スケールメリット
低価格の維持は規模と綿密
な商品計画が重要

WORKMAN
Goals



「よい品をより安く」 お客様に提供することで、
お客様の信頼を獲得し、**固定客の増加**を目指します。

■ PB商品の開発目的 「客層の拡大・競合他社と差別化」

2021年3月期 PB商品売上高 **872億88** 百万円 (前期比 39.4%増)

■ 当社PB商品の競合優位性

高機能×低価格

粗利率 約40%でも高収益
値引き販売は行わない

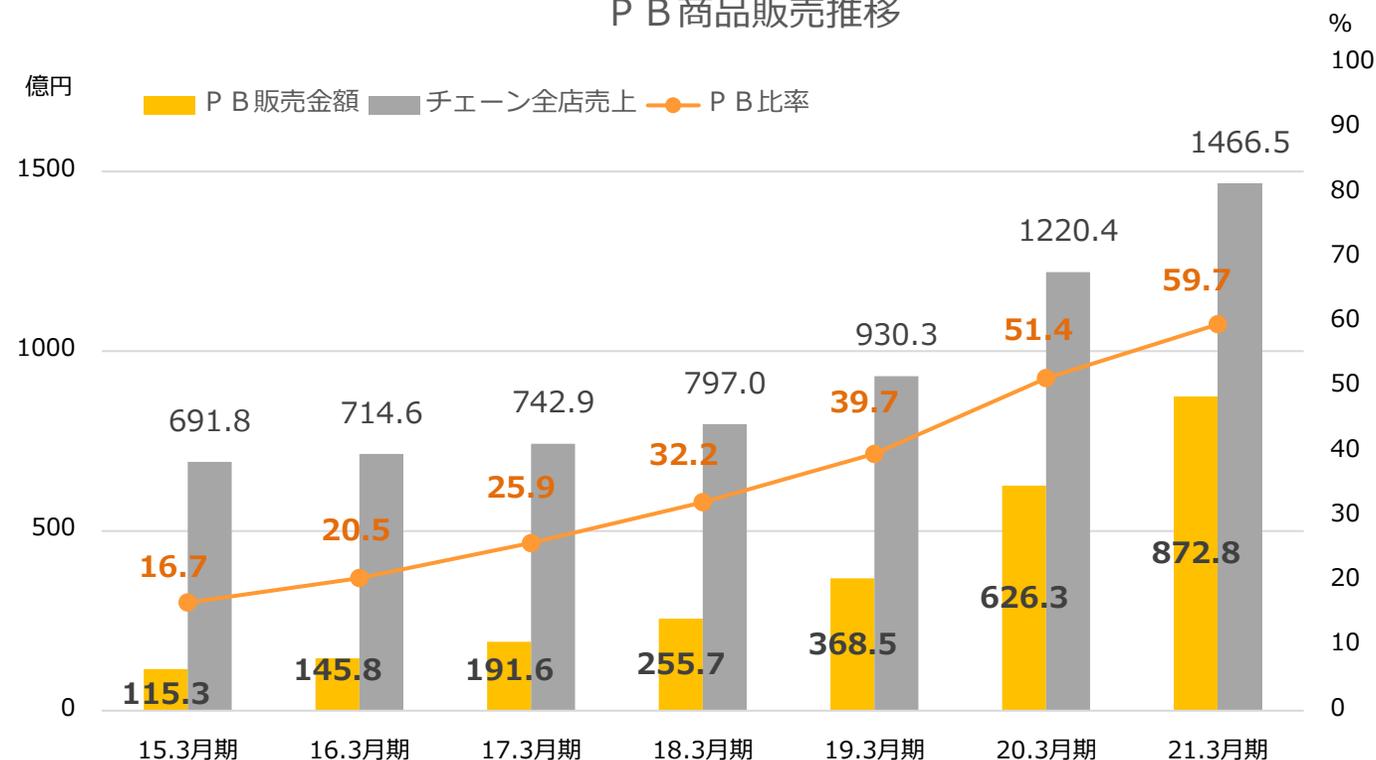
継続性

マイナーチェンジを行いながら
複数年で継続販売

共通商品

プロ・一般2つの顧客層で
売り切る

P B 商品販売推移



■ 機能と価格で「驚き」のある製品を生み続ける

お客様ニーズが多様化しており、ワークスーツやアウトドアギアなどの新カテゴリ開発を推進するとともに、プロ向け商材の再構築として、ワーキングウエアではP Bで新たなブランディングをスタート。セーフティシューズではアウトドアやスポーツで求められる機能性やデザイン性をワークに活用したリニューアルを施します。

そして、生産管理では納期の「見える化」を図り、四季を意識したMDを推進することで在庫の最適化に取り組みます。



22.3期のテーマ

01.

新機能・新カテゴリ開発

02.

プロ向け商材の再構築

03.

在庫の最適化
生産管理体制強化・4シーズン制

■ ネットの評判で売り切る体制

アンバサダーマーケティング (2022年3月末 目標50名)



- ・ SNS・口コミでの拡販
- ・ 潜在顧客の取り込みで客層拡大



Win-Win

Ambassador

アンバサダー

- ・ フォロワー増加

「ファン」をアンバサダーへ

製品共同開発

アンバサダー向け新製品発表会



ファッションブログ



山梨県の
リジャーさんに来
YouTubeキャンプ



YouTube狩猟



ワークマン
キャンフログ



YouTubeドライブ

etc...

趣味や仕事など様々なジャンル



Ambassadors' Items

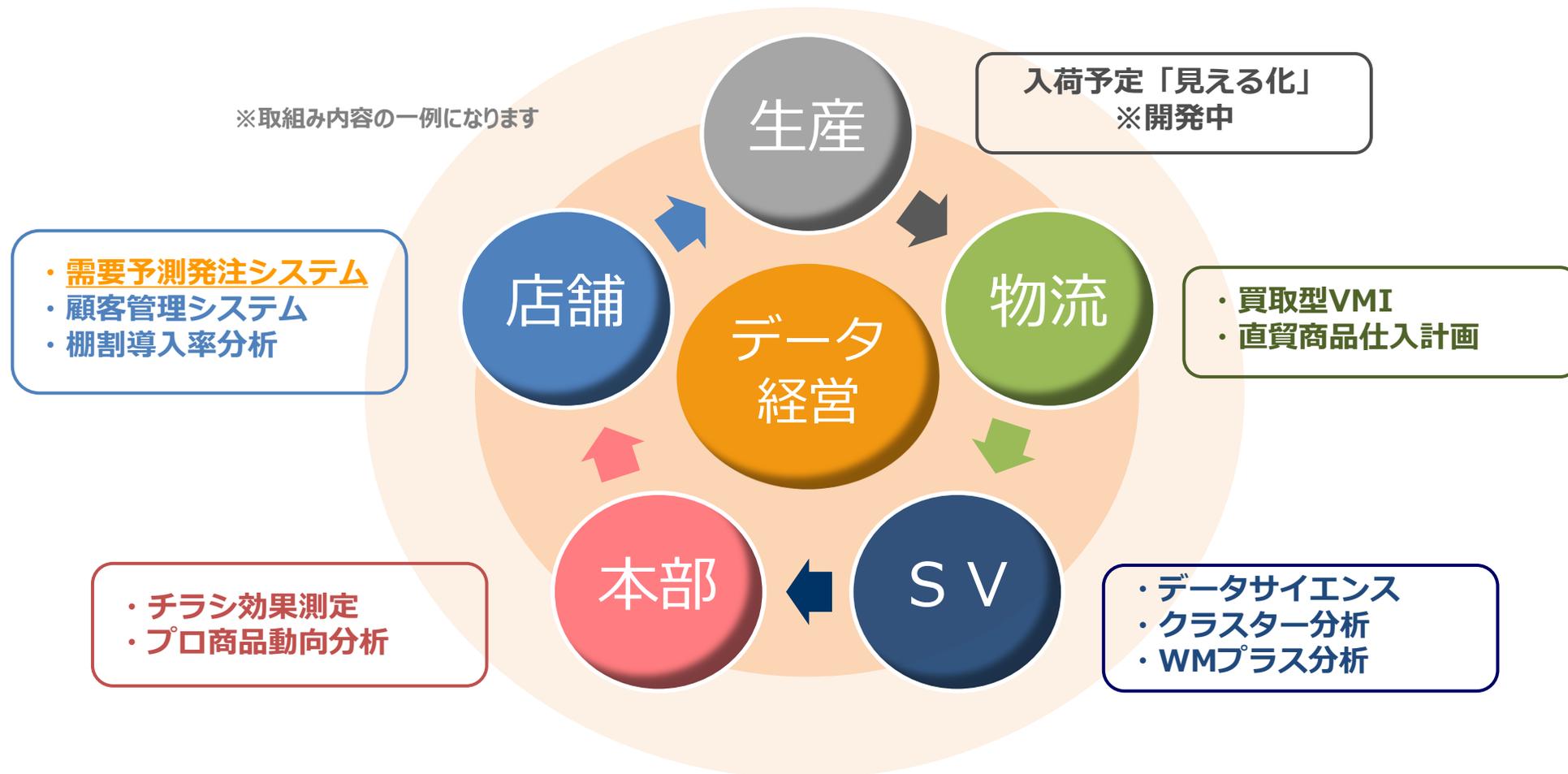
使用者目線のモノづくり



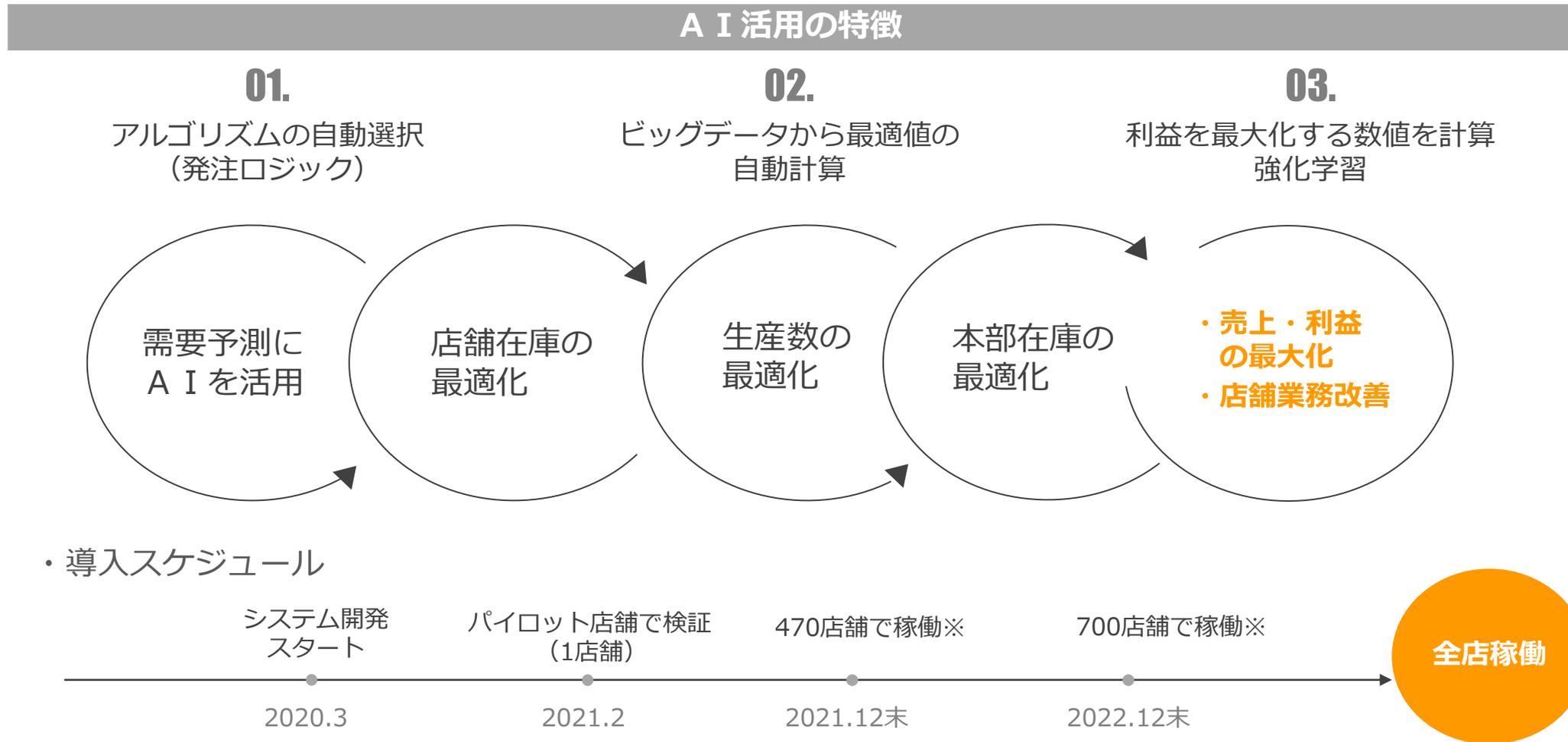
アンバサダーに話題提供

■ 生産～販売まで一貫したデータ活用

データ経営による効率経営・標準化・FCサービス平準化



■ 在庫の最適化と店舗業務の効率化



※現時点で予定となり、検証状況によっては流動的に変更いたします。



上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果を受領し、

「スタンダード市場」を選択

■スタンダード上場基準の概要

| | 株主数 | 流通株式数 | 流通株式比率 | 流通株式 時価総額 | コーポレート・ ガバナンス |
|--------|--------|-----------|--------|--------------|------------------|
| 上場維持基準 | 400人以上 | 2,000単元以上 | 25%以上 | 10億円以上 | 全原則適用 |
| 当社の状況 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

すべての上場維持基準に「適合」しており、選択申請に係る手続きを進めます。

4. 業績・株主還元

- 業績データ
- 株主還元

■ 純利益ベースで11期連続の過去最高益達成を目指す

| (単位：百万円) | 21.3期 | | 22.3期 通期予想 | |
|------------|---------|-------|------------|------|
| | 金額 | 前期比 | 金額 | 前期比 |
| チェーン全店売上高 | 146,653 | +20.2 | 156,174 | +6.5 |
| （既存店売上高） | — | +14.2 | — | +1.4 |
| 営業総収入 | 105,815 | +14.6 | 114,445 | +7.0 |
| 販売費及び一般管理費 | 17,804 | +17.0 | 20,074 | +8.0 |
| 営業利益 | 23,955 | +25.0 | 26,673 | +7.8 |
| 経常利益 | 25,409 | +22.9 | 27,200 | +7.0 |
| 当期(四半期)純利益 | 17,039 | +27.5 | 18,155 | +6.5 |
| 1株当たり当期純利益 | 208円80銭 | | 222円46銭 | |
| 1株当たり配当金 | 64円 | | 64円 | |

※2Q・通期の業績予想は収益認識に関する会計基準を適用した後の金額であり、前期比については、当該会計基準を適用したと仮定して算出してあります。

業績データ（貸借対照表）



| (単位：百万円) | 2019/3 期末 | 2020/3 期末 | 2021/3 期末 | 増減 |
|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| 流動資産 | 61,596 | 73,764 | 85,696 | +11,931 |
| 現金及び預金 | 44,220 | 45,240 | 57,813 | +12,572 |
| 加盟店貸勘定 | 8,989 | 13,674 | 11,884 | △1,790 |
| 商品 | 7,198 | 13,660 | 14,077 | +416 |
| 固定資産 | 21,586 | 23,757 | 27,179 | +3,421 |
| 有形固定資産 | 15,192 | 16,968 | 20,101 | +3,133 |
| 無形固定資産 | 266 | 455 | 769 | +313 |
| その他投資 | 6,127 | 6,333 | 6,307 | △25 |
| 資産合計 | 83,183 | 97,522 | 112,876 | +15,353 |
| 流動負債 | 13,281 | 16,905 | 19,090 | +2,184 |
| 固定負債 | 2,975 | 3,113 | 3,191 | +78 |
| 負債合計 | 16,256 | 20,019 | 22,282 | +2,262 |
| 純資産合計 | 66,926 | 77,502 | 90,593 | +13,089 |
| 負債純資産合計 | 83,183 | 97,522 | 112,876 | +15,353 |

■ 基本方針

配当性向 **30%**を目処

当社は、株主の皆様に対して、適正な利益配分を継続して実施することを経営の重要課題と位置づけ、永続的な成長を実現するために必要な内部留保の充実を図りながら、業績に基づいた利益の配分を行っております。

■ 1株当たり配当金

・ 2021年3月期

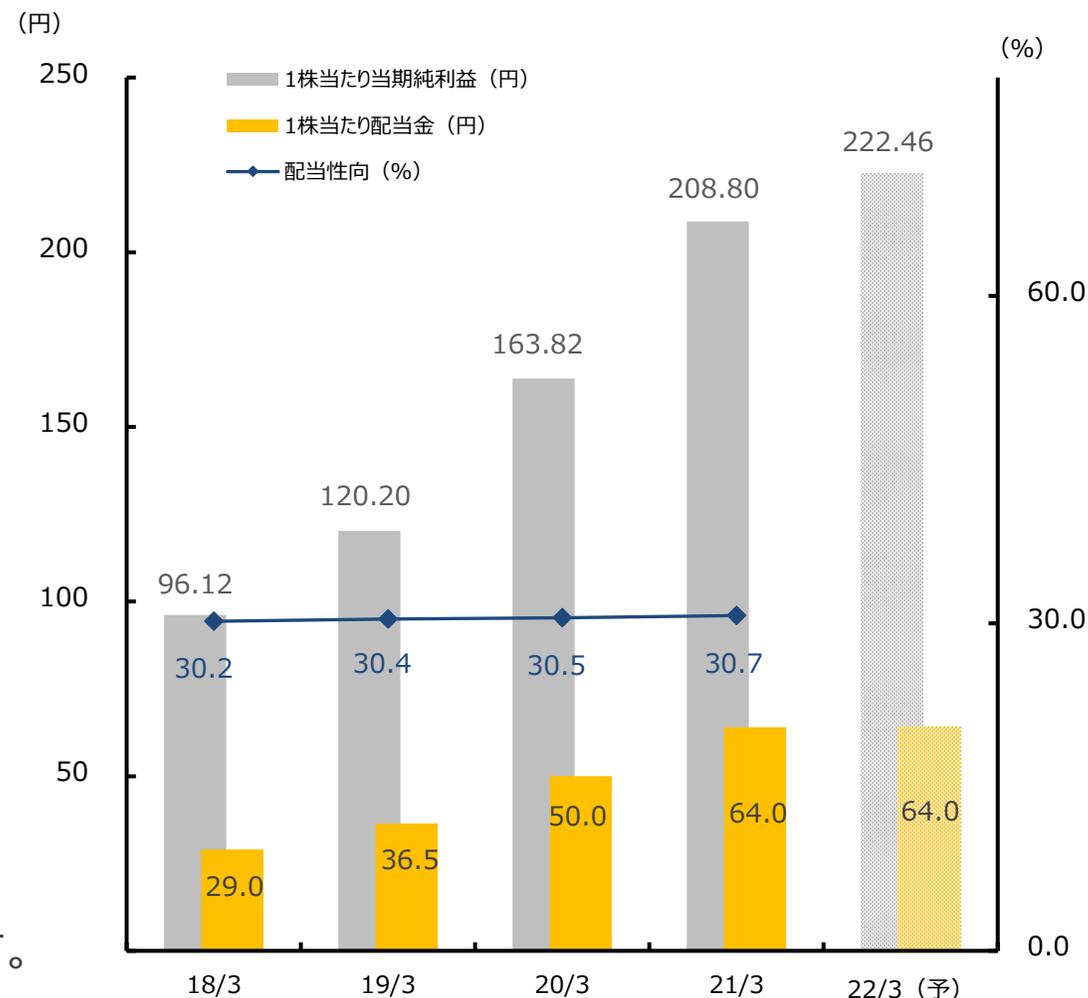
14円増配 **64円**(11期連続増配)

・ 2022年3月期

前期と同額の **64円**を予定

■ 基本方針に従い、**増配**が出来るよう努めて参ります。

1株当たり当期純利益と配当金の推移



5. 参考資料

- SDGs
- 沿革
- 商品別売上構成
- 利益率・1株当たり純資産
- 株価推移



WORKMAN's SDGs

ワークマンはSDGs（Sustainable Development Goals-持続可能な開発目標）の実現に「本業」を通じて貢献していきます。SDGsは長期目標であり、当社としては「継続性」が重要と考えます。まずは、背伸びをせずに本業で出来ることから優先的に取り組みます。次に、取り組みの深化と拡大を計ります。

環境 Environment



デニム製品のレーザー加工や原着糸使用、再生繊維使用など、環境に配慮した製品を約25アイテム開発します。また、再生可能エネルギーの活用として、流通センター屋上に太陽光発電設備を設置しております。



製品廃棄率を**1%**以下にします。

当社製品は多いものでSサイズから7Lサイズまで在庫を持ちます。廃番やモデルチェンジの際はニーズがなければ値下げしても販売出来ないため、このような場合にのみ廃棄をしています。

社会 Social



開発途上国からの輸出を大幅に増加

開発途上国の向上と長期で安定的な取引を継続して、途上国からの輸出増加に貢献します。

- 1980年 「職人の店ワークマン」 1号店オープン
- 1982年 株式会社ワークマン設立
- 1986年 本部棟を新設、群馬県伊勢崎市柴町に本部を移転
- 1988年 100店舗達成
- 1989年 P O S システム導入
- 1991年 東京本部ビル完成（現製品開発センター）
- 1997年 日本証券業協会に株式を店頭登録
- 2013年 東京証券取引所 J A S D A Q スタンダード市場に上場
竜王流通センター開設

- 2016年 FeildCore・Find-Out・AEGIS 3 ブランド戦略スタート
- 2017年 伊勢崎新流通センター開設、800店舗達成
- 2018年 東京本部移転、「ワークマンプラス」 1号店オープン
- 2019年 チェーン全店ラウンド売上1,000億円達成
- 2020年 「#ワークマン女子」 1号店オープン



ワークマン1号店



～1990年



～2013年



2014年～



ワークマンプラス SC



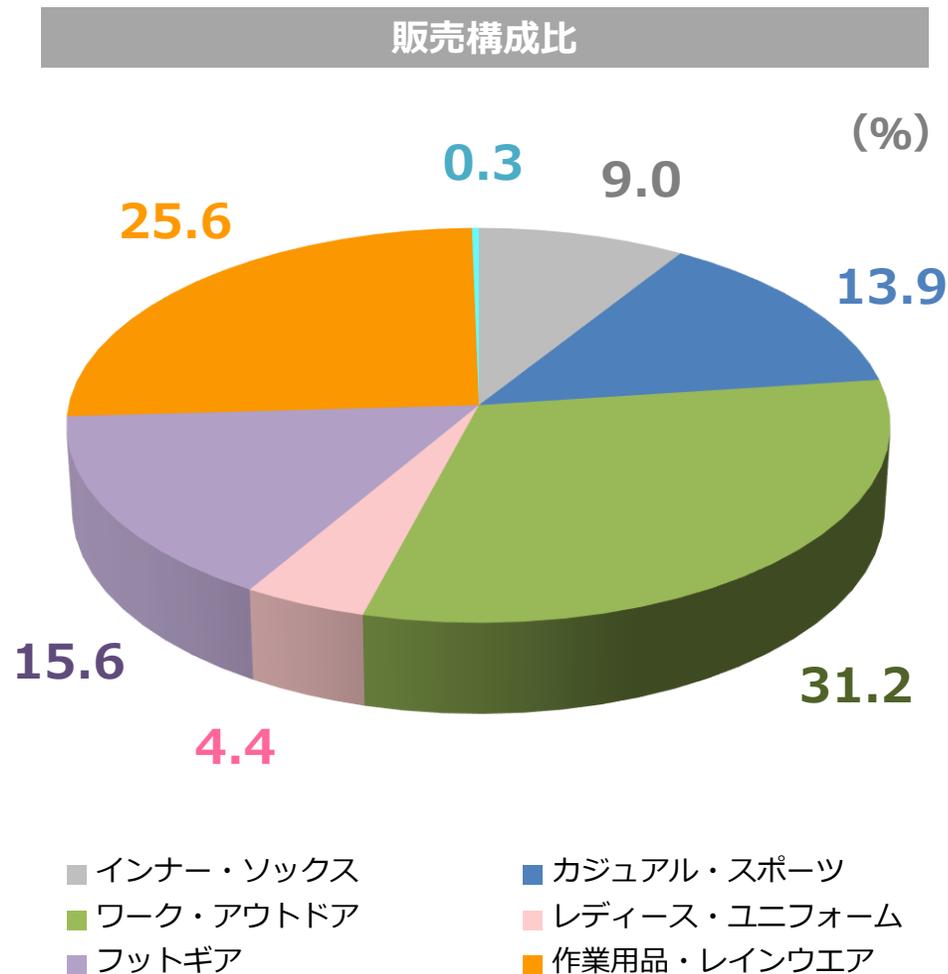
ワークマンプラス ロードサイド



#ワークマン女子

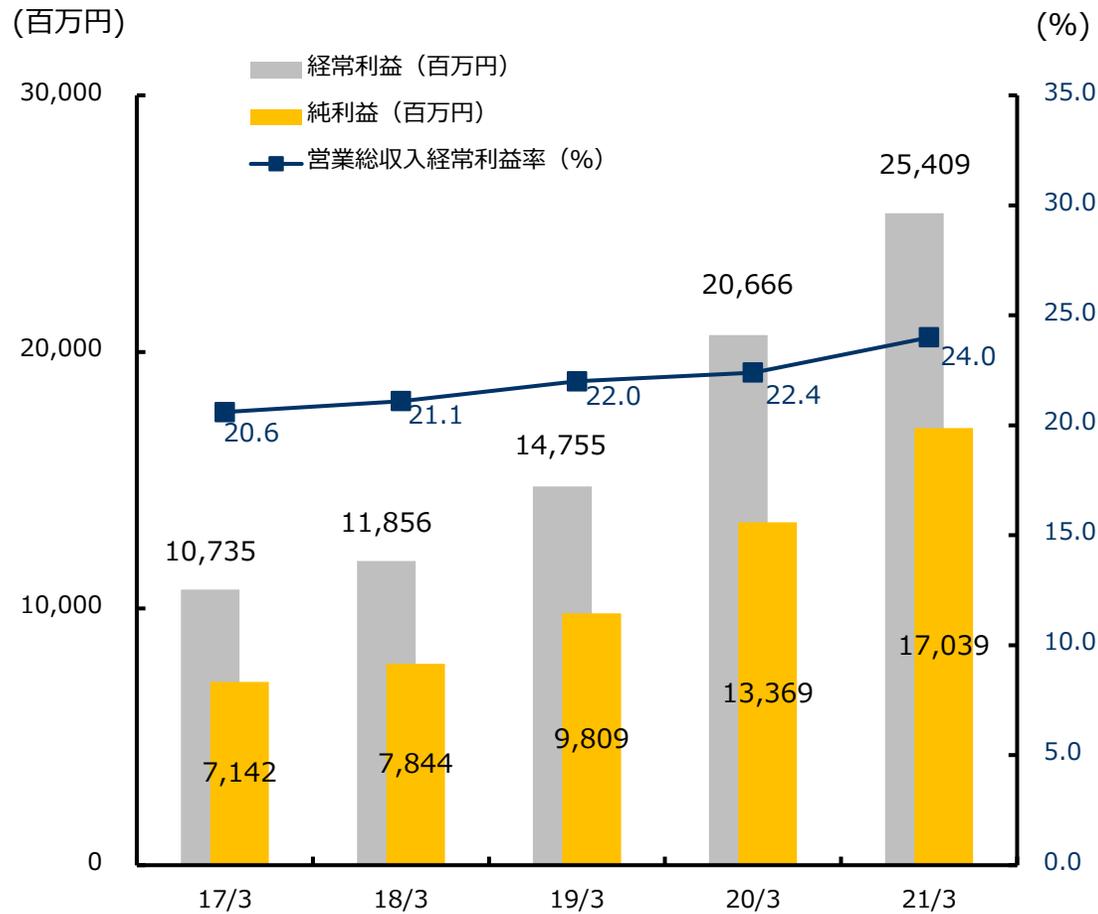
■ チェーン全店売上高 1,466億 53百万円（2021年3月期）

（単位：百万円）

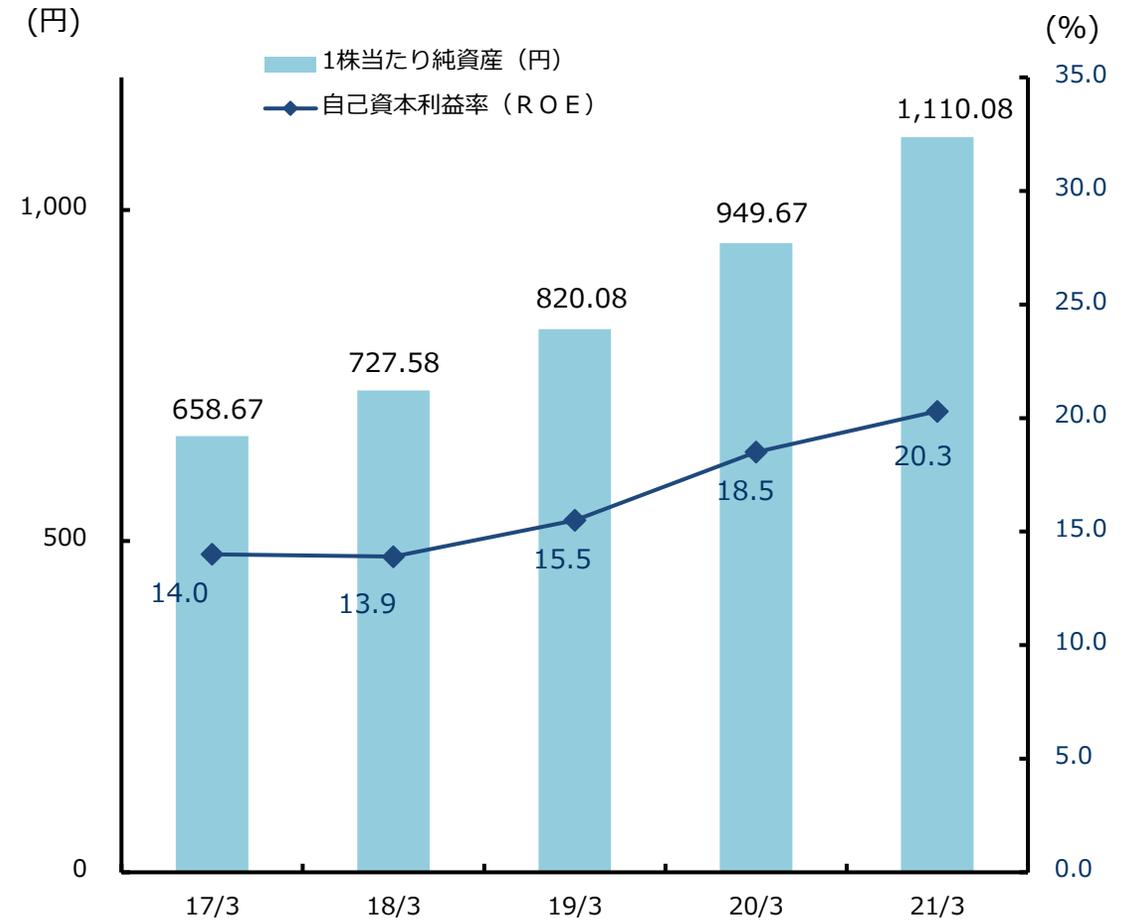


| 商品 | 販売金額 | 前年比 | 主なアイテム |
|---------------|--------|--------|---------------------------|
| インナー・ソックス | 13,179 | 125.3% | 肌着・靴下・帽子・タオル |
| カジュアル・スポーツウエア | 20,387 | 128.8% | ポロシャツ・Tシャツ・スポーツウエア |
| ワーク・アウトドアウエア | 45,809 | 119.1% | ワーキングウエア・つなぎ・鷹衣料・アウトドアウエア |
| レディース・ユニフォーム | 6,470 | 160.4% | 女性衣料・白衣・オフィス・不織布作業服 |
| フットギア | 22,895 | 115.2% | 安全靴・足袋・長靴・厨房靴 |
| 作業用品・レインウエア | 37,520 | 113.5% | 軍手・工具・保護具・レインウエア |
| その他 | 389 | 148.3% | 直販 |

利益率の推移



1株当たり純資産とROEの推移



(注) 1株当たり純資産は2019年4月1日を効力発生日とする株式分割(普通株式1株を2株に分割)を考慮して記載しております。



■本資料は弊社をご理解いただくために作成したもので、弊社への投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、投資家の皆様ご自身の判断で行われるようお願い致します。

■本資料は正確性を期すために慎重に作成しておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、弊社は一切責任を負うものではありませんのでご了承下さい。

■本資料中の業績予想及び事業計画等の将来の見通しは、作成時点で入手可能な情報から作成しておりますが、事業環境が大きく変動することも考えられることから、実際の業績が見通しと大きく異なる可能性があることをご了承下さい。

株式会社ワークマン

銘柄コード：7564（JASDAQ）

お問い合わせ先：財務部 I Rグループ

TEL：03-3847-8190

E-mail：wm_seibi@workman.co.jp

https：//www.workman.co.jp/