

株式会社ワークマン 2022年3月期 決算説明会 質疑応答集

※決算説明会で頂戴しましたご質問をまとめたものであり、一部内容の修正・加筆を行っております。

Q. 都市部出店の目的と採算

2023年3月期はイグジットメルサ銀座店やサンシャインシティ池袋店など都市部への出店を行うことで、ブランド力の向上やEC注文の受取拠点強化に取り組みます。

採算につきましては、営業利益率は郊外ロードサイド店と比較して劣るものの、個店ごとに採算がとれるように努めてまいります。

Q. #ワークマン女子の出店加速の時期や条件

#ワークマン女子はロードサイド店を中心に店舗網を拡大していく方針となります。2022年3月期からロードサイド単独店や郊外オープンモールへ展開を広げ、販売動向を検証している段階であり、年間で安定した売上が回せるようになったタイミングで出店加速を見込んでおります。

今後の課題として、シーズン商品の販売構成が高く端境期は売上水準が落ちるため、当社独自の機能性を活かしたキャンプギアやガーデニングウエアなど季節性の影響が少ないコアアイテムの開発が重要と考えております。

Q. 国内1,500店舗体制の計画は達成可能か

当社フランチャイズモデルでは、1店舗年商が2億（現在 約1億6,400万円）を超えると加盟店の負担が増し、店舗オペレーションが困難となるため、顧客満足度の低下が懸念されております。自店競合を避けながら#ワークマン女子の店舗網を拡大することで売上分散を図り、加盟店の安定した事業運営をサポートしていきたいと考えております。そのために、国内1,500店舗体制の構築に取り組んでまいります。

Q. 中国（上海）ロックダウンによるサプライチェーンの課題

上海港から出荷が行えないため、近隣の港へ陸送し出荷している状況となります。これにより、出荷費用の増加や納期遅延が発生しておりますが、製造原価の上昇および国内販売への影響は軽微となっております。

Q. 円安の進行に伴う商品調達への影響と方針

通期仕入計画の約半分を為替予約でヘッジしており、残りを128円~129円のスポットレートでの決済を見込んで2023年3月期の想定レートを121円で公表しております。

今後の為替相場によっては店頭売価を見直す可能性がございますが、商品の改廃やアイテム集約と素材共有によるボリュームディスカウントなどを行うことで、価格の維持に努めてまいります。

Q. 中長期的に望ましい利益率やROE

当社は単一セグメントのシンプルな経営を実践しており、店舗における販売を重要視しております。2023年3月期につきましては、仕入価格の高騰と「価格据え置き宣言」に伴い、利益率は悪化する見通しですが、長期目線でトップラインの成長を維持することで、利益率の改善を図ってまいります。また、ROEにつきましては、近年の急成長に伴い高い水準となっておりますので、配当性向など資本政策の見直しを進めていく方針となっております。

株式会社ワークマン 2022年3月期 決算説明会 質疑応答集

Q. マーケティング戦略について

客層拡大を行うべく、イベントの開催などで各メディアを通じて大衆に向けたアプローチを実施しております。また、既存店の成長が緩やかになる中、今後の成長を見込む上でリピーター化が重要であると認識しており、SNSによるマーケティングや商品情報のニュースリリースを活用し、定期的な来店を促進していく方針となります。

Q. 需要予測発注システムの運用状況

システム導入の効果により、全社在庫の効率化が図れております。システムの信頼度を高めながら加盟店の理解を得て、2023年3月期末には全店稼働を見込んでおります。なお、売上伸長の効果は約3%となっておりますが、ワークマンプラス改装など、そのほかの成長戦略の効果もあり、店舗によっては異なる結果が出るケースがございます。