証券コード 7564

株式会社ワークマン

WORKMAN CO., LTD.

個人投資家説明会資料

目次

01. 会社概要 3

02. 国内シェア 16

03. 成長戦略 19

04. 業績・株主還元 29

05. 参考資料 33

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

01. 会社概要

- ベイシアグループ
- 会社概要
- 経営理念・事業内容
- フランチャイズ・システム
- 店舗概要
- 商品開発
- EC
- 物流

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

ベイシアグループ

■　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（2022年2月末現在）

企業数	29社 物販・サービス　12社 流通サービス　17社
店舗数	1,946店舗
出店地域	47都道府県
売上高	1兆320億円



©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

経営理念・事業内容

■経営理念

For the Customers
声のする方に、進化する。



お客様の声を経営に活かします。



「機能と価格に新基準」
生活者の可処分所得を増やし、日常の暮らしをステキに変えていきます。



しない経営・データ経営・標準化
100年間の競争優位を創出し、
ステークホルダーとの長期関係を築きます。

■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

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

会社概要

株式会社ワークマン
WORKMAN CO., LTD.

設立	1982年8月
上場市場	東京証券取引所スタンダード市場　7564
資本金	16億22百万円
売上高	1,565億97百万円（チェーン全店売上高）
経常利益	273億95百万円
純利益	183億3百万円
従業員数	349名

（2022年3月末時点）



代表取締役社長

小濱（こはま）　英之（ひでゆき）

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

フランチャイズ契約

■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

A
タイプ

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	必要資金
3年 3年経過後、本部との合意で再契約可	**223.75万円** **(税込)** 内100万円は契約満了時返金

B
タイプ

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	必要資金
1 年 1年経過後、本部との合意で再契約可	**155万円(税込)** 内100万円は契約満了時返金

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

フランチャイズ・システム

■フランチャイズ・ストア荒利分配

・出店候補地の選定、店舗の建築は本部が実施
・初期投資が少なく、加盟しやすいFCモデル



■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

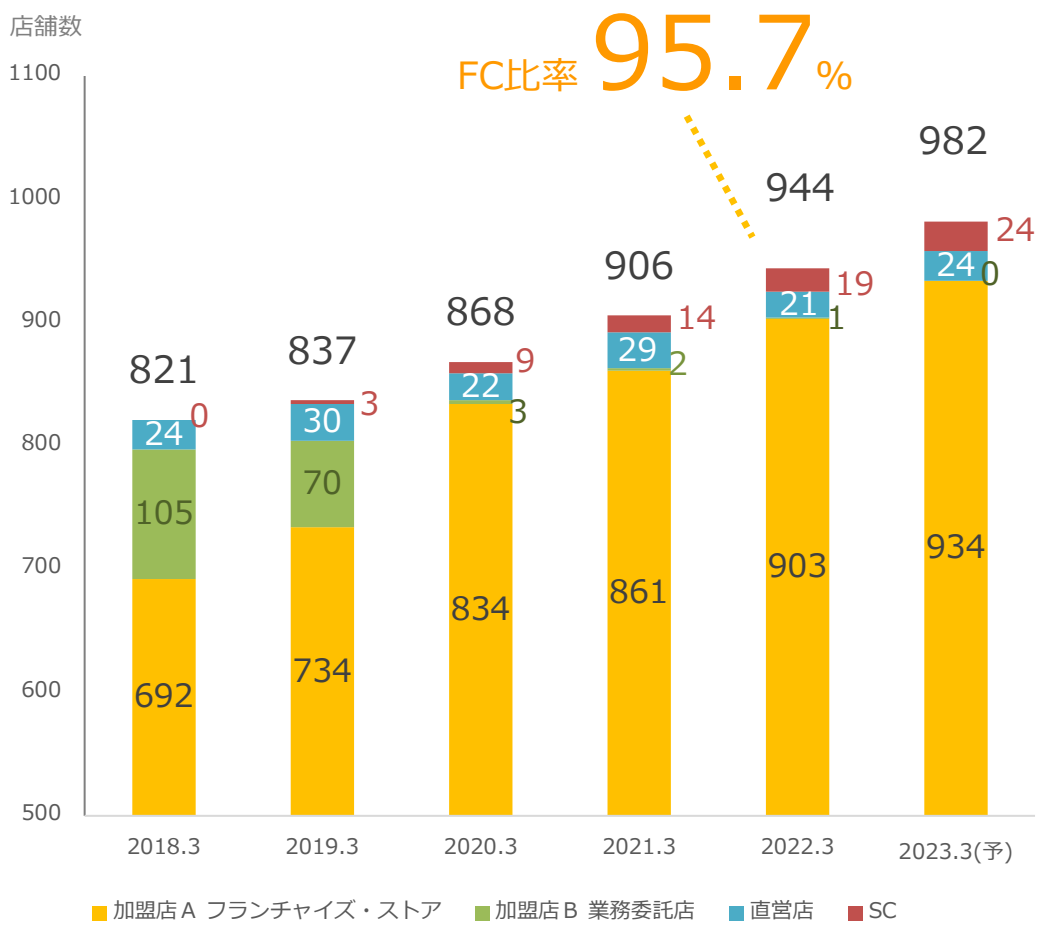
06. ゆとり経営
営業ノルマなし・休日 22日／年

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

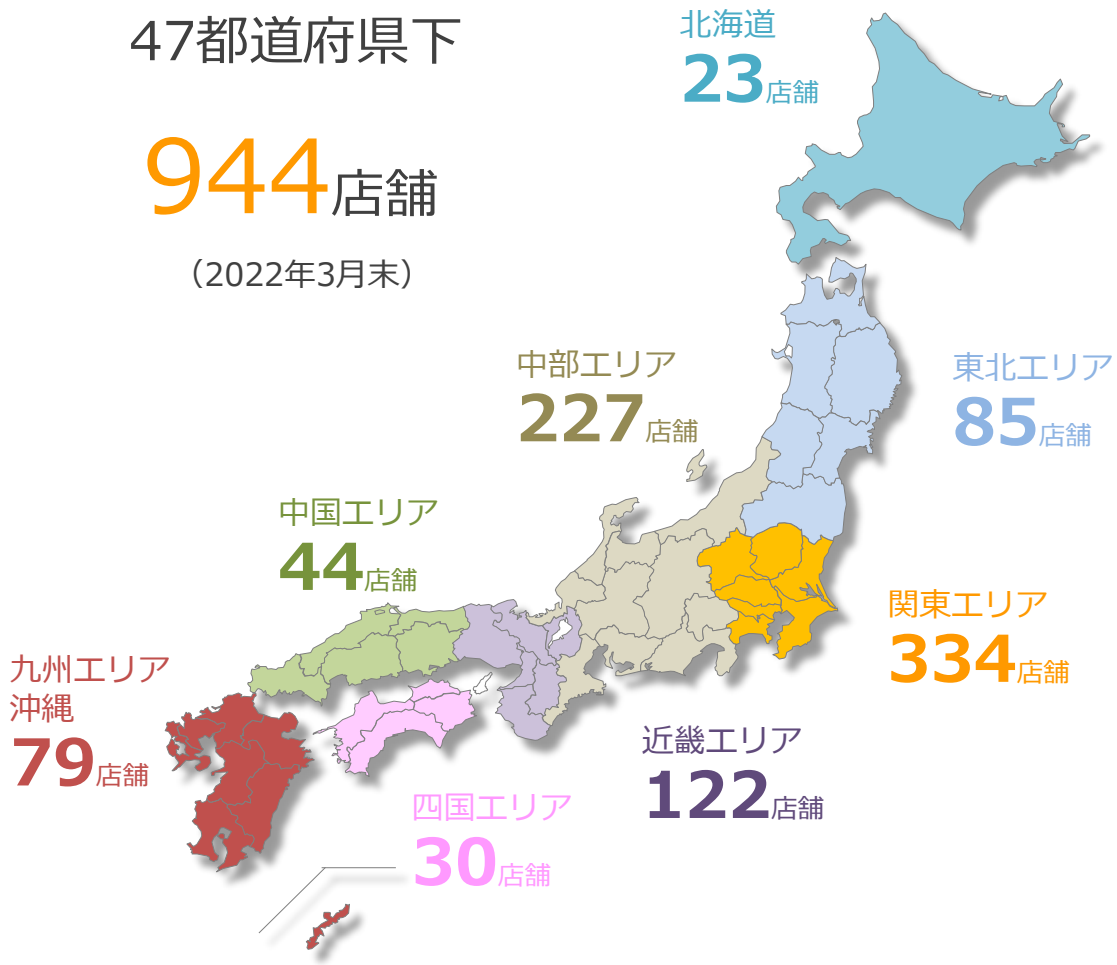
店舗概要（運営形態・出店状況）

■運営形態

・高いフランチャイズ比率で理想的な経営環境を維持



■出店状況



©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

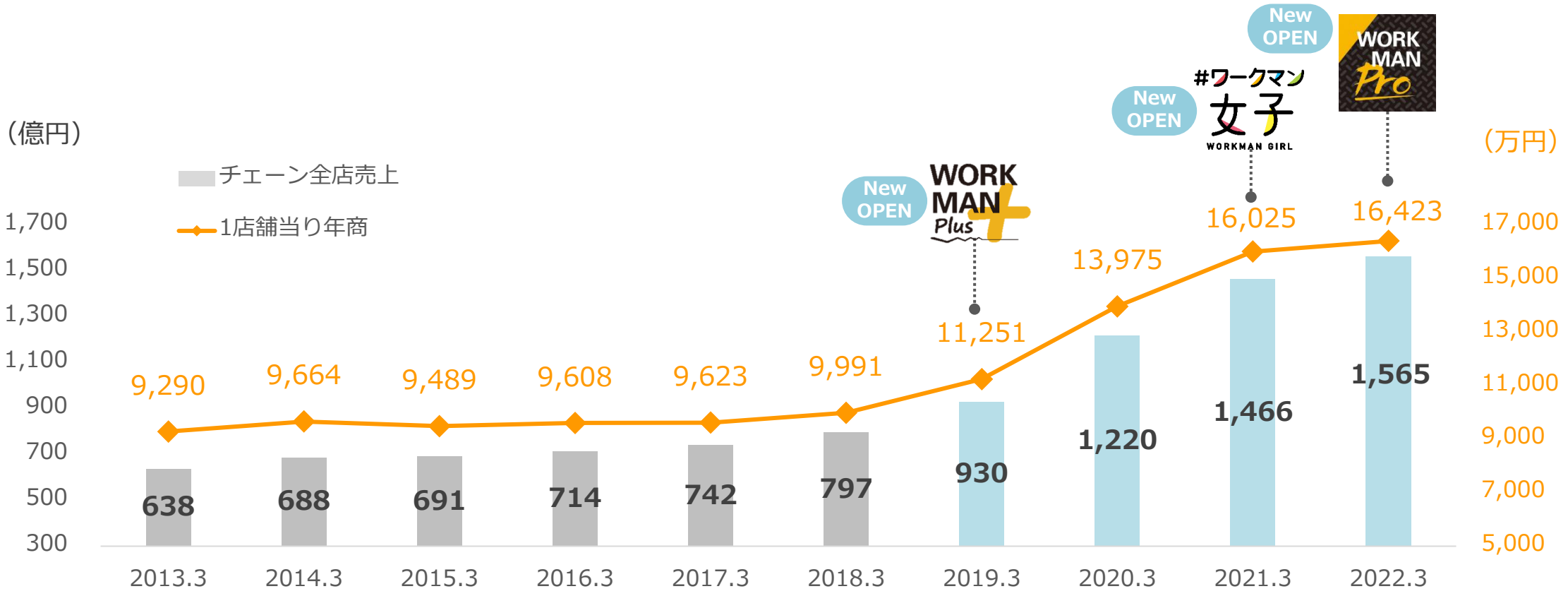
店舗概要（新業態開発）

■経営課題やニーズに沿って、新業態開発を行いサステナブルな成長へ

経営課題

- ・職人の減少
- ・新業態開発で客層拡大が必要

- ・一般消費者の増加で店舗と需要がアンマッチ
- ・お客様ニーズに合った店舗展開



©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

店舗概要（業態）

■ターゲットを明確にした4つの業態で客層拡大を図る

・すべての業態で取扱商品は同じであり「見せ方」を変えて様々な顧客にアピール

1 WORKMAN

559店舗

顧客	プロ80%・一般20%
立地	ロードサイド
標準店舗	売場100坪 駐車台数10-15台

2 WORKMAN Plus

372店舗

顧客	プロ60%・一般40%
立地	ロードサイド ショッピングセンター
標準店舗	売場130坪 駐車台数20-30台

3 #ワークマン女子 WORKMAN GIRL

New Format

12店舗

顧客	一般100%
立地	ロードサイド ショッピングセンター
標準店舗	売場150坪 駐車台数20-30台

4 WORKMAN Pro

New Format

1店舗

顧客	プロ100%
立地	ロードサイド
標準店舗	売場130坪 駐車台数20-30台

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

商品開発（EDLP商品）

「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。

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

商品開発（ＰＢ商品）

■PB商品の開発目的 **「客層の拡大・競合他社と差別化」**

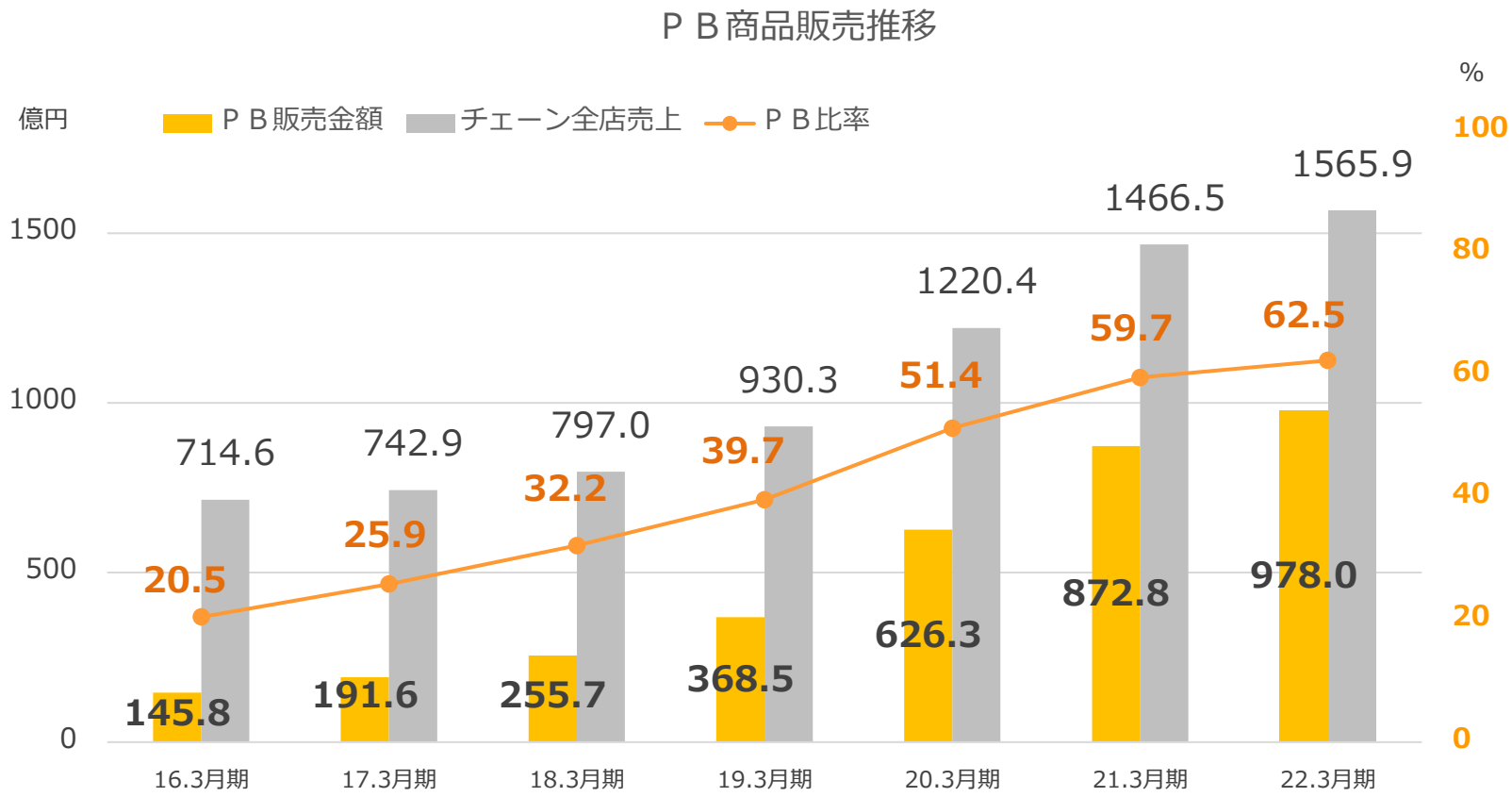
2022年３月期　PB商品売上高**977**億**97**百万円（前期比12.0%増）

■PB商品の競合優位性

Point
高機能×低価格
粗利率 約36%でも高収益
値引き販売は行わない

Point
継続性
マイナーチェンジを行いながら
複数年度で継続販売

Point
共通商品
プロ(仕事)と一般(日常)
2つの顧客層で売り切る



©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

EC（ネット通販）

■店舗受取り通販サイトを自社で運営し、**加盟店への送客を強化**を図る

BOPIS(ボピス)…Buy Online Pick-up In Store





加盟店メリット

i. 売上高は**加盟店に還元**
ii. 店舗運営の効率化
iii. 来店いただいたお客様の固定客化
iv. 在庫リスクの低減

お客様メリット

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

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

物流体制

■自社所有物流センター２拠点体制

・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、自社所有の物流拠点増加を計画

東日本エリア	
伊勢崎流通センター (自社)	16,670坪
伊勢崎倉庫 (自社)	6,480坪
外部保管倉庫（賃借）	11,180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（賃借）	6,220坪
岡山流通センター新築（自社）（2027年竣工予定）	15,000坪
外部保管倉庫（賃借）	9,820坪



©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

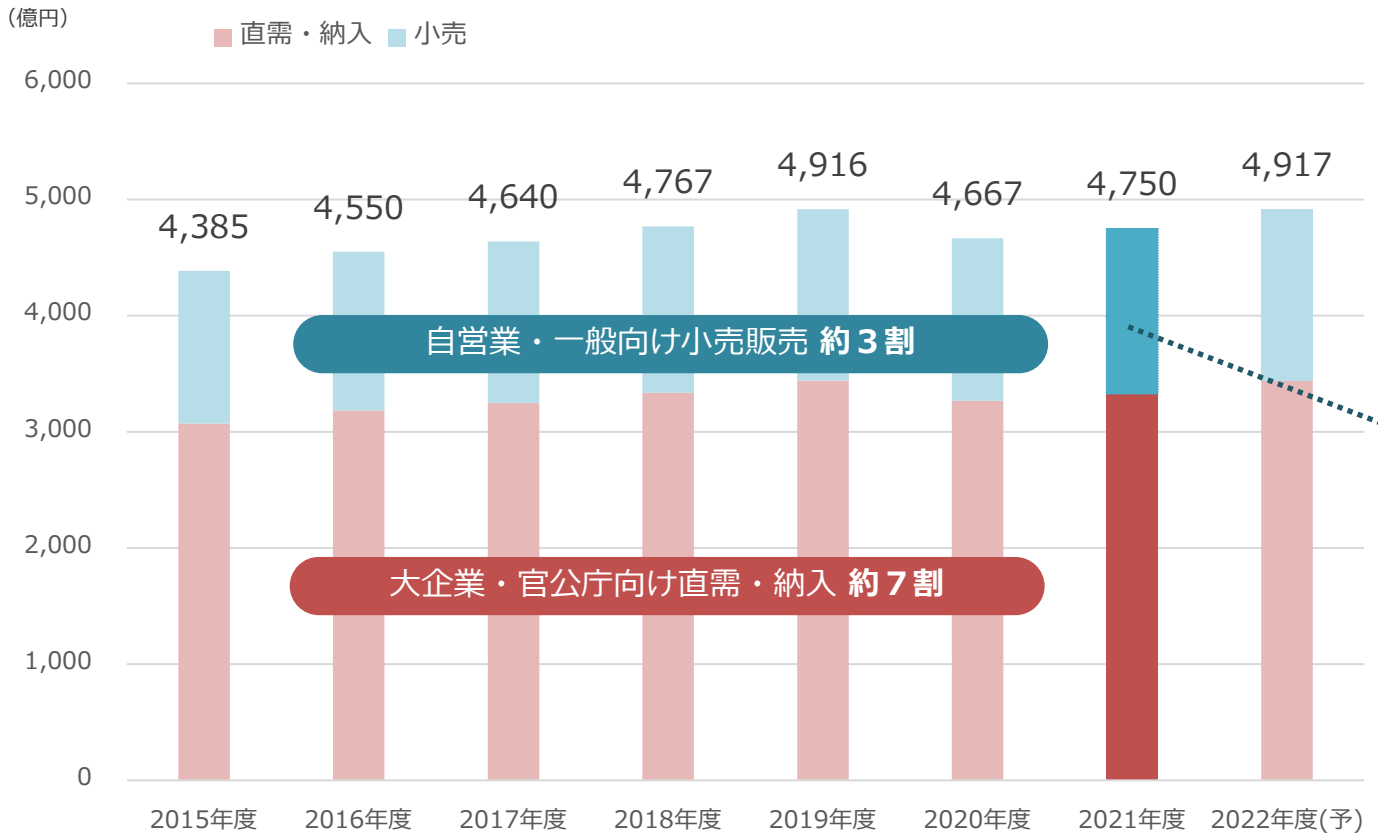
2．　国内シェア

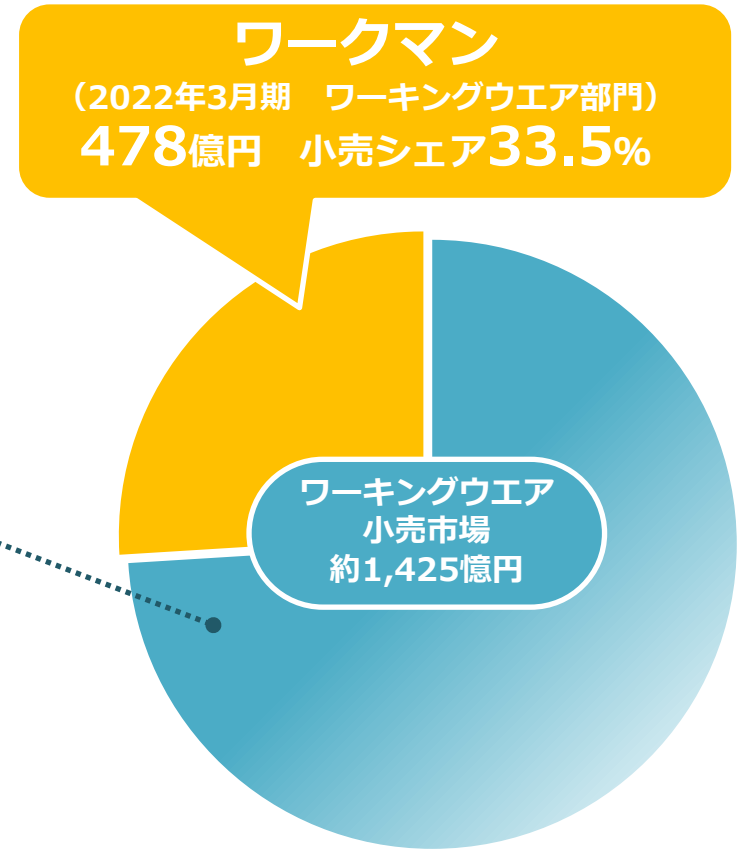
- ワーキング市場規模
- アスレジャー市場規模

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

ワーキングウエア市場規模

■ワーキングウエア小売市場　シェア・店舗数 NO.1





小売金額ベース
出所：㈱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。

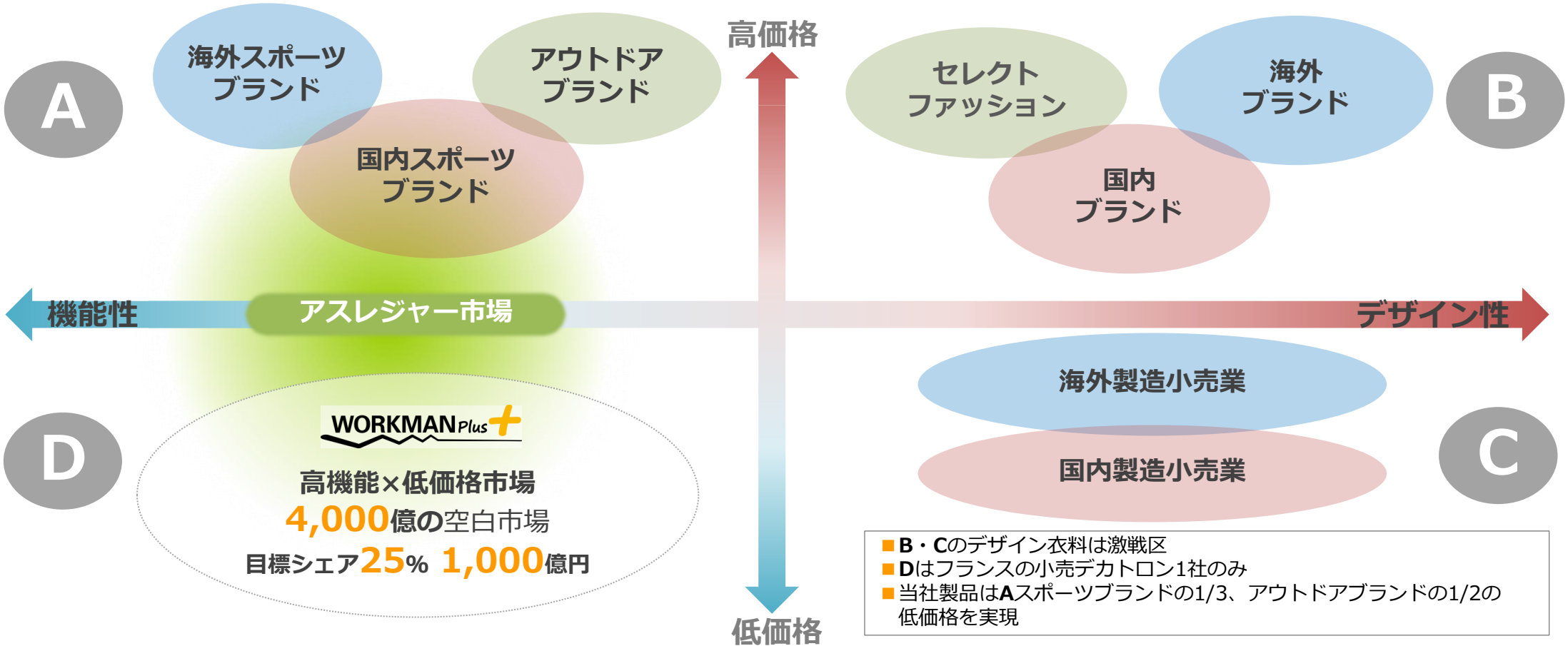
©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

アスレジャー市場規模

■ 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

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



- **B・C**のデザイン衣料は激戦区
- **D**はフランスの小売デカトロン1社のみ
- 当社製品は**A**スポーツブランドの1/3、アウトドアブランドの1/2の低価格を実現

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

3．　成長戦略

- 出店
- 商品
- 販売
- サステナビリティ

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

成長戦略

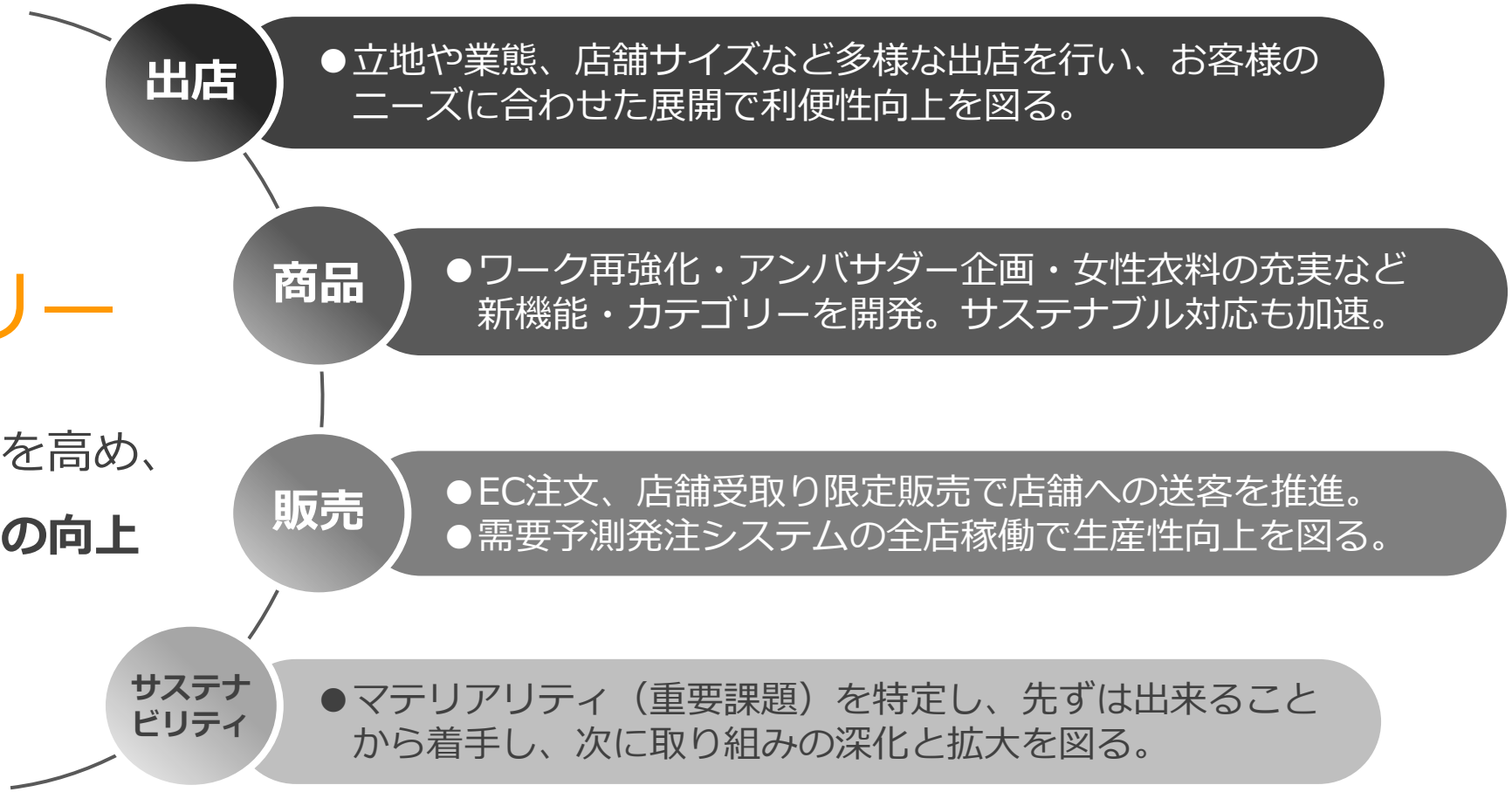
■経営方針

持続可能な成長ストーリー

の創出で、ブランド力を高め、

客層拡大と**顧客満足度の向上**

を図る。



©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

出店戦略

■お客様ニーズに合わせた店舗展開

#ワークマン女子 WORKMAN GIRL

Target:
出店立地やエリアを拡大し一般客の獲得を目指す

●都市部テナント出店
2023年3月期 計画 5店舗
銀座や池袋など好立地への出店で客層拡大を図る

●オープンモール出店
2023年3月期 計画 11店舗
グループモールを中心に集客力の高いモール展開を加速。

客層拡大
利便性向上

WORKMAN Shoes

Target:
＃ワークマン女子の併設で出店し買い回り促進



2023年3月期 計画
8店舗

WORKMAN Plus

Target:
改装・S&Bで既存店の活性化・
出店密度の低いエリアや都市圏のドミナント化

2023年3月期 計画
出店 24店舗・改装 64店舗・S&B 11店舗

WORKMAN Pro

Target:
顧客の棲み分けを図り、
プロ職人の満足度向上を目指す

●改装転換
2023年3月期 計画 2店舗
モデル店舗の販売状況を検証し、今後の計画を策定

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

出店計画

■国内1,500店舗体制を目指す

（単位：店数）	前期末店舗数	23.3月期 出店予定			S&B※3	23.3期 改装予定※2			閉店	23.3末店舗数	中長期目標
			ロードサイド	SC※3			全面改装	部分改装			
WORKMAN	559	–	–	–	(△11)	(△67)	(△3)	(△64)	△2	479	200
WORKMAN Plus	372	24	24	–	11	65 (–)	3 (–)	62 (–)	–	472	900
#ワークマン女子 WORKMAN GIRL	12	15	11	4	–	–	–	–	–	27	400
WORKMAN Pro	1	–	–	–	–	2	–	2	–	3	未定
合計※1	944	39	35	4	11	67	3	64	△2	981	1,500

現時点での計画となり変更になることがございます。
※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

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

商品戦略（ＰＢ商品）

■機能性を主軸とした商品開発

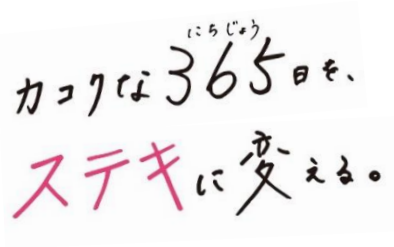
2023年3月期 PB商品販売目標　1,128億円（前期比 +15.3%）

●スタイリッシュワークウエア**「PRO CORE」**
ブランドの強化でワーキングウエア市場を深耕



●仕事や普段着として、様々な着用シーンの
提案を行う







●キャンプギア…**「お客様の声」**を取り入れた商品開発
・既存商品のリニューアルで付加価値向上
・新たなご要望を具現化



●「高機能×低価格×**サステナブル**」
商品の開発を促進

WORKMAN eco

FY 3/2023目標開発 115アイテム

生産計画 約170億円

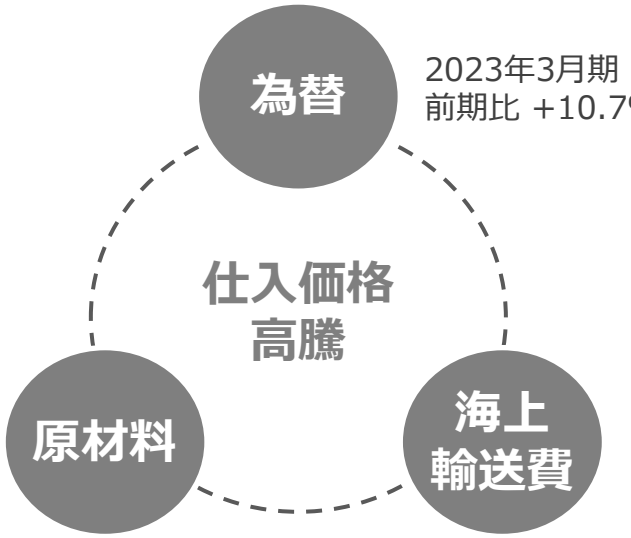
©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

仕入価格高騰の対応方針

■秋冬まではPB商品の「価格据え置き」を継続

消費動向や事業環境を勘案し「値上げ」を行うことはリスクと判断

●商品調達における課題

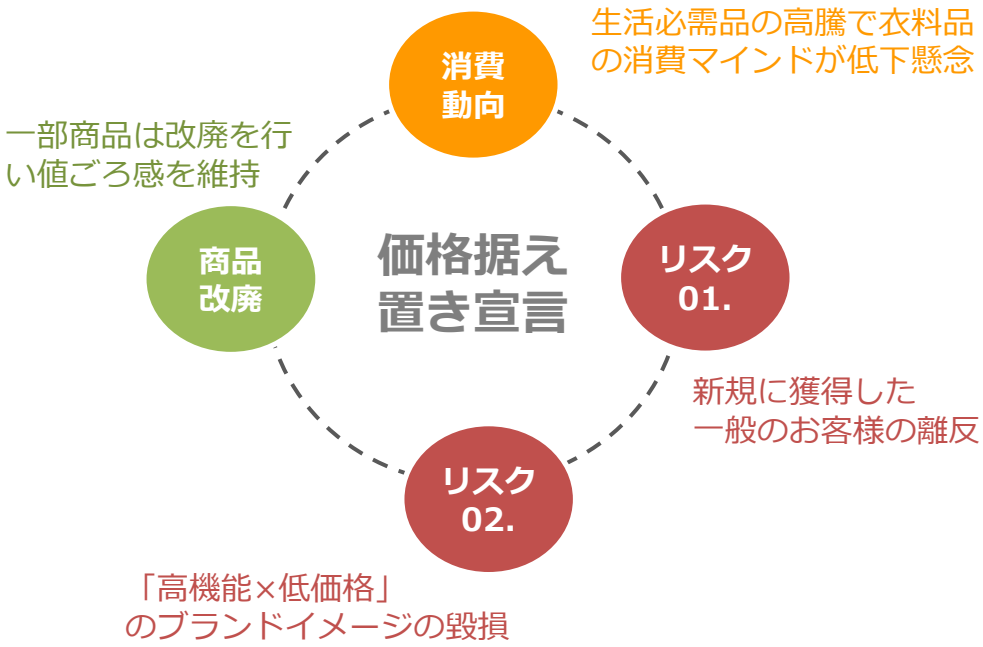


2023年3月期　想定レート 121円
前期比 +10.7%（+11.73円）

スケールメリットを活かした仕入で原材料価格の高騰を抑える

コンテナ費用や燃料費が高止まっており微増で推移

●価格据え置きの背景



※極端な仕入価格の高騰で値上げに踏み切らざるを得ないことも想定され、収益面を考慮し流動的に対応していく方針です。

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

販売戦略

■店舗への送客を推進し、加盟店の売上に貢献

●EC注文・店舗受取り販売
BOPIS ボピス（**B**uy **O**nline **P**ick-up **I**n **S**tore）



・店舗取り置きサービスの場合
最短3時間で受取可能
・送料無料
・欲しい商品が容易に手に入る
・EC限定商品

店舗への送客を推進し、
加盟店の売上向上をサポート

●需要予測発注システム

・過去の販売データに基づいて需要を予測し、在庫の最適化を図る
・発注がワンタッチで可能となり、店舗業務の効率化

2022.3 稼働

540店舗

2023.3 目標

全店稼働

導入効果（22.3期 未導入店舗との比較）

・売上高 約 +3%・ 在庫金額 約 △5%・ 回転日数 1日短縮

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

マーケティング

■アンバサダーマーケティング

・製品開発やSNSでの情報発信など、様々な分野を深堀することでファンの輪を広げる

WORKMAN

・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
・趣味分野の啓蒙活動

「ファン」をアンバサダーへ



etc…

趣味や仕事など様々なジャンル

製品共同開発



使用者目線のモノづくり

アンバサダー向け新製品発表会



アンバサダーに話題提供

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

サステナビリティ

■サステナビリティ方針

Sustainability Policy

- すべてのお客様のために持続可能な社会の実現を目指します。
- お客様の生活文化の向上に役立つとともに、「共存共栄」の精神でステークホルダーや地域社会、地球環境に貢献します。
- SDGsの実現に向けて、先ずは出来るところから着手し、次に深化と拡大を図ります。

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

サステナビリティ

■重要課題（マテリアリティ）

01.サステナブルな商品開発

労働環境・基本的人権を尊重し、安心安全な商品提供をおこないます。



02.地球環境へ貢献

当事者意識を高め、サプライチェーン全体で環境負荷を軽減させ、持続可能な事業モデルの実現に努めます。



03.加盟店・従業員の満足

加盟店、従業員のエンゲージメントを高め、自らが意欲的に力が発揮できる環境を整備し、自然体で成果を生む行動が取れる組織を構築します。



04.社会貢献

社会の一員として、災害支援や環境保全、教育文化活動などの社会貢献にも積極的に取組みます。



05.ガバナンス

顧客、加盟店、取引先、従業員、株主はもとより地域社会など様々なステークホルダーから信頼される誠実な企業を目指します。



5つの重要課題
（マテリアリティ）

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

４．　業績・株主還元

●業績データ
●株主還元

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

業績データ（損益計算書）

■PB商品の価格据え置きと仕入価格高騰の影響で、増収減益を予想

（単位：百万円）	2022年３月期		2023年3月期 通期予想	
	金額	前期比	金額	前期比
チェーン全店売上高	156,597	+6.8	168,634	+7.7
（既存店売上高）	–	+1.5	–	+2.2
営業総収入	116,264	+9.9	125,213	+7.7
販売費及び一般管理費	19,254	+8.1	20,813	+8.1
営業利益	26,802	+11.9	21,774	△18.8
経常利益	27,395	+7.8	22,355	△18.4
当期(四半期)純利益	18,303	+7.4	14,897	△18.6
１株当たり当期純利益	224円28銭		182円55銭	
１株当たり配当金	68円		68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おります。

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

業績データ（貸借対照表）

（単位：百万円）	2021/3 期末	2022/3 期末	増減
流動資産	85,696	**94,266**	**+8,569**
現金及び預金	57,813	**64,283**	**+6,469**
加盟店貸勘定	11,884	**11,944**	**+60**
商品	14,077	**15,257**	**+1,179**
その他	1,921	**2,781**	**+860**
固定資産	27,179	**30,878**	**+3,699**
有形固定資産	20,101	**23,949**	**+3,847**
無形固定資産	769	**818**	**+48**
その他投資	6,307	**6,110**	**△197**
資産合計	112,876	**125,145**	**+12,269**
流動負債	19,090	**17,897**	**△1,192**
固定負債	3,191	**3,687**	**+495**
負債合計	22,282	**21,585**	**△696**
純資産合計	90,593	**103,559**	**+12,965**
負債純資産合計	112,876	**125,145**	**+12,269**

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

株主還元

■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

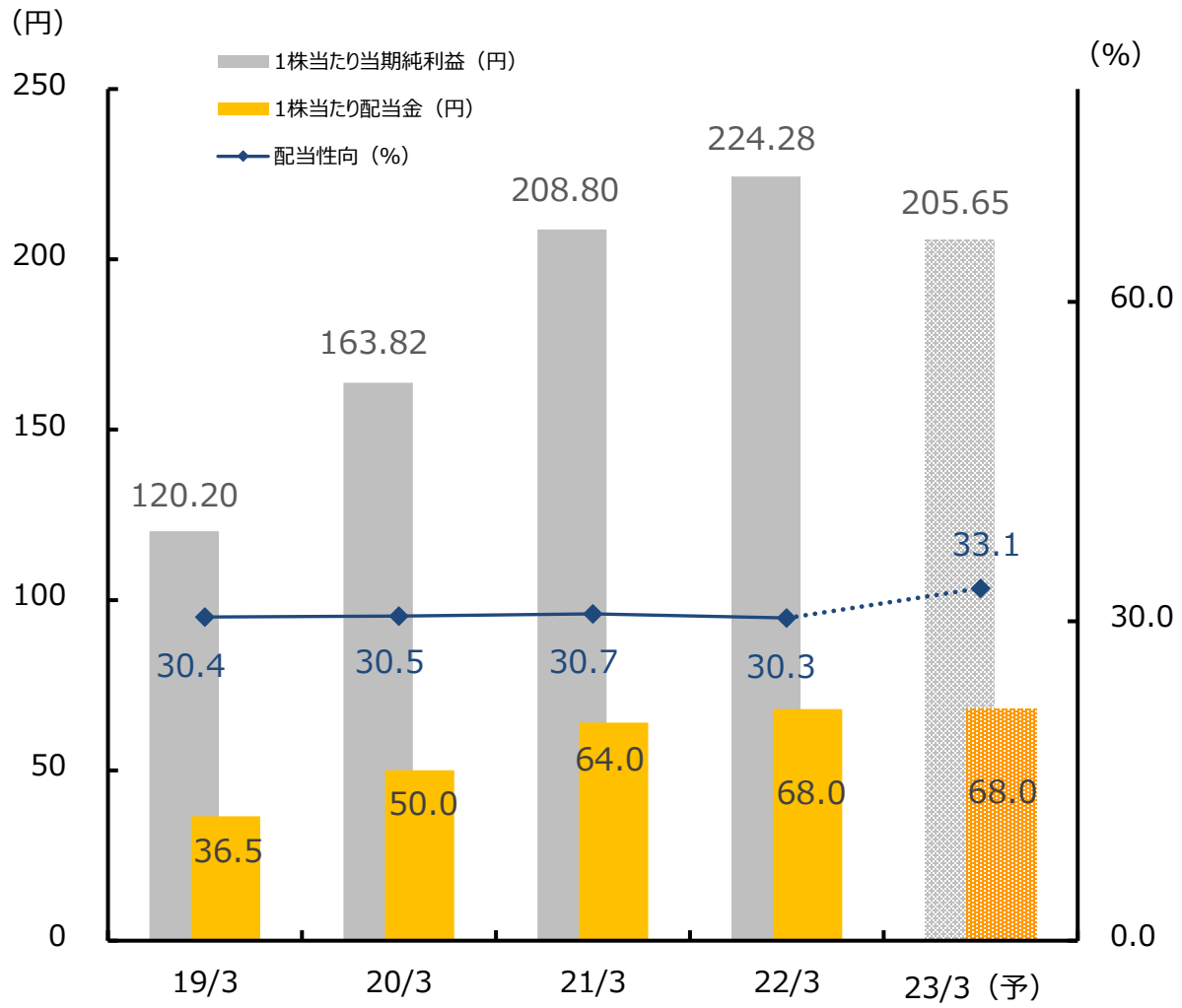
・2022年３月期

4円増配**68**円(12期連続増配)

・2023年３月期

前期と同額の**68円**を予定

1株当たり当期純利益と配当金の推移



©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

5．　参考資料

- 沿革
- 商品別売上構成
- 利益率・１株当たり純資産

©2022　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

沿革

WORKMAN HISTORY

1980	職人の店ワークマンを開店
1982	㈱いせやの衣料事業部から独立し「㈱ワークマン」を設立
1988	100店舗達成
1997	日本証券業協会に株式を店頭登録
2010	海外直接取引・プライベートブランド商品開発を開始
2013	東証JASDAQスタンダード市場に上場（現在は東証スタンダード市場）
2014	中期業態変革ビジョン
2018	WORKMAN Plusを開店
2020	＃ワークマン女子を開店



ワークマン1号店
（群馬県伊勢崎市）

～2013年
売場面積100坪（標準）





2014年～
外観を刷新

2018年～
ワークマンプラス





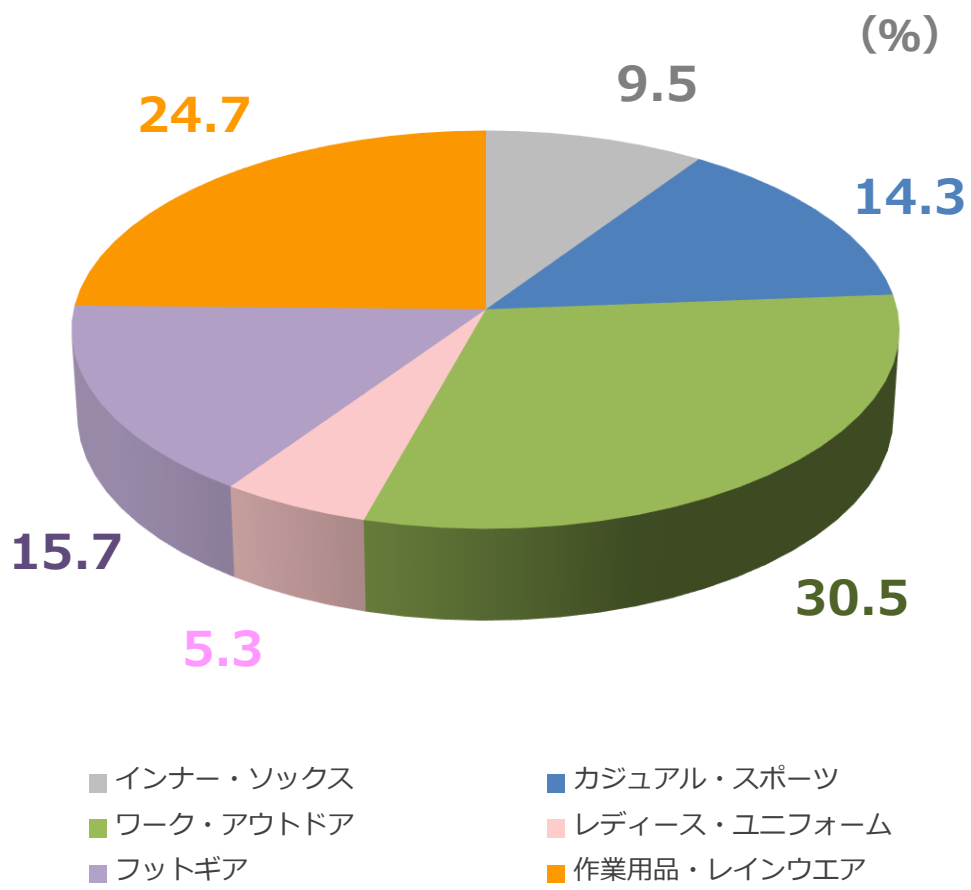
2020年～
＃ワークマン女子

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

業績データ（商品別売上構成）

■チェーン全店売上高 1,565億 97百万円（2022年3月期）

販売構成比



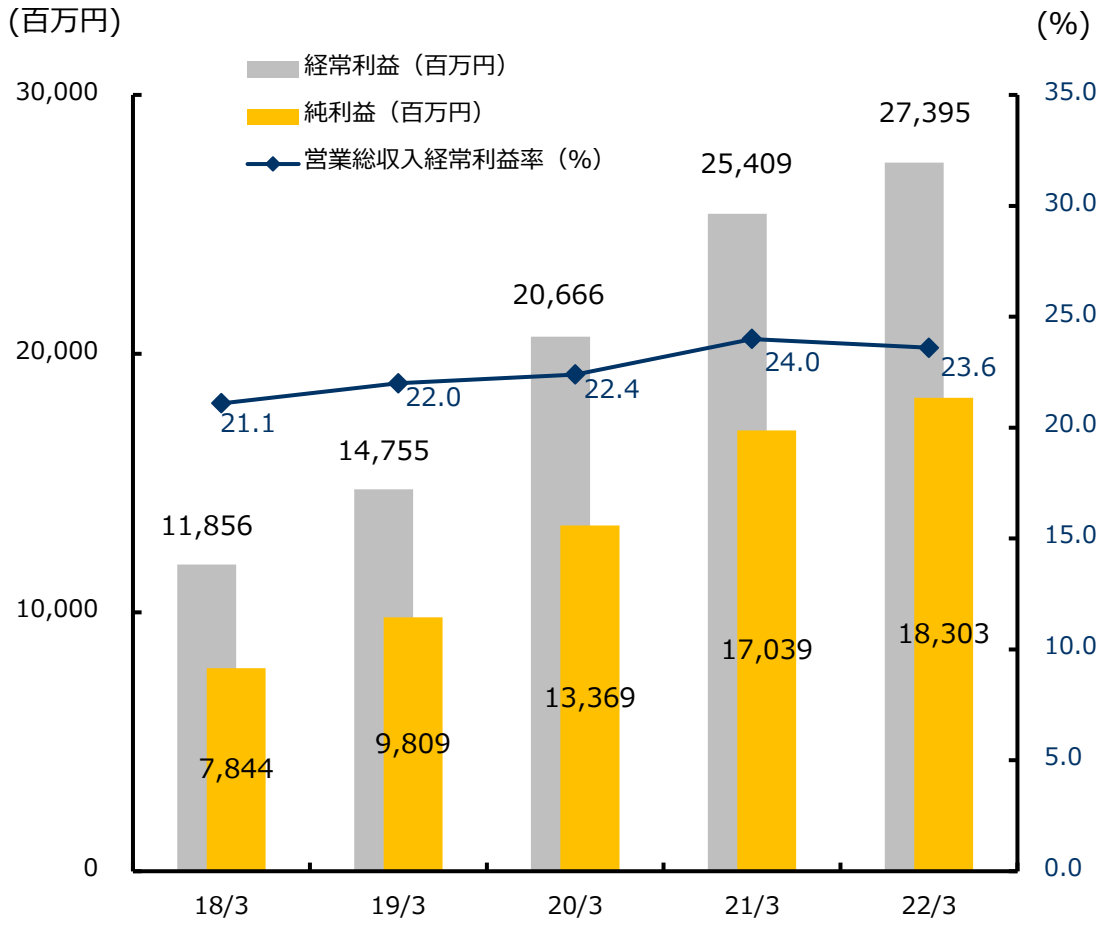
（単位：百万円）

商品	販売金額	前年比	主なアイテム
インナー・ソックス	14,865	112.8%	肌着・靴下・帽子・タオル
カジュアル・スポーツウエア	22,364	109.7%	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	47,799	104.3%	ワーキングウエア・つなぎ・鳶衣料・アウトドアウエア
レディース・ユニフォーム	8,285	128.1%	女性衣料・白衣・オフィス・不織布作業服
フットギア	24,557	107.3%	安全靴・足袋・長靴・厨房靴
作業用品・レインウエア	38,632	103.0%	軍手・工具・保護具・レインウエア
その他	92	23.8%	直販

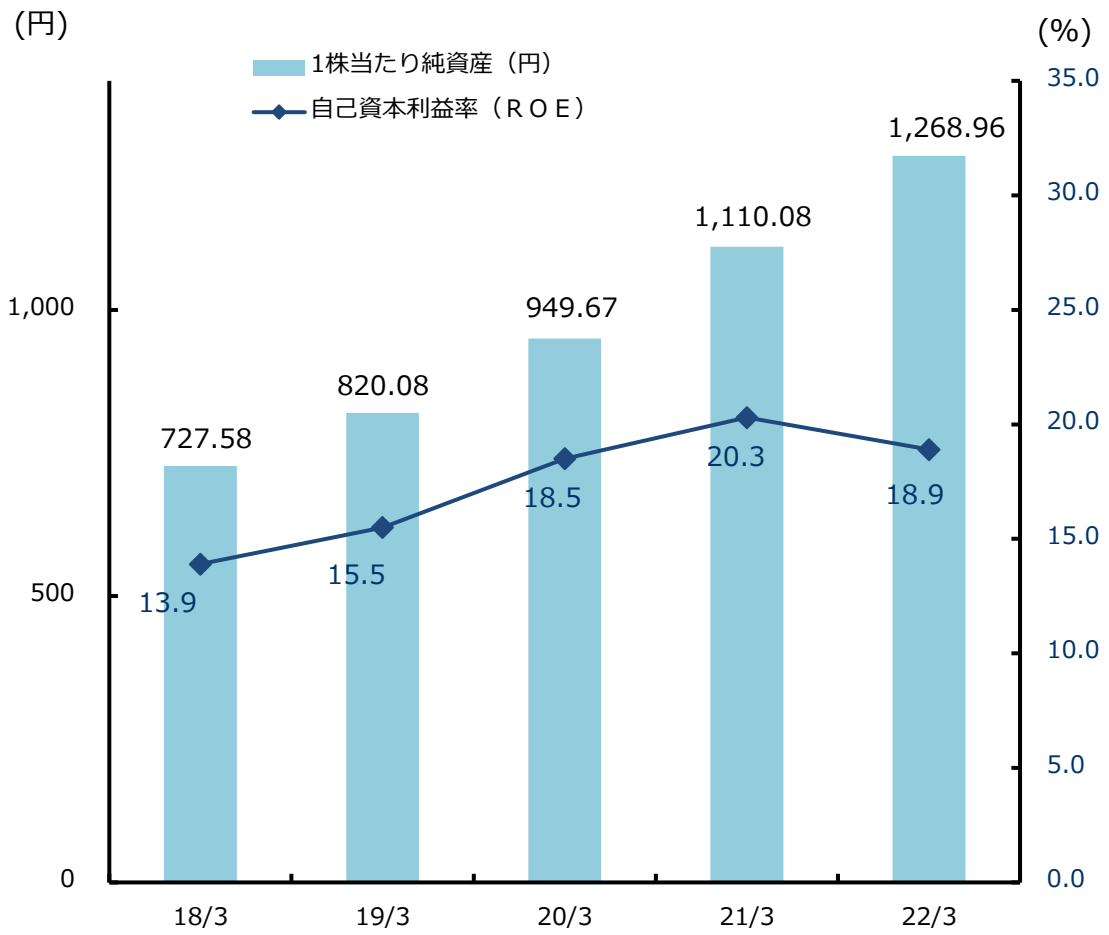
©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

利益率・１株当たり純資産

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。

©2022 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

■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（東証スタンダード）
お問い合わせ先：財務部ＩＲグループ
TEL：03-3847-8190
E-mail：wm_seibi@workman.co.jp
https：//www.workman.co.jp/