

株式会社ワークマン 2023年3月期第3四半期決算説明会 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. 第3四半期会計期間の会社計画比

営業利益で10.6億円上回り、その内訳はチェーン全店売上高が約19億円上振れたことで4億円増加。為替では決済レートを138円で想定しておりましたが、133円で決済できたことにより4.2億円増加。販管費では、人件費や物流関連コストの抑制で2.4億円下回ったことが要因となります。

Q. 通期業績予測を修正しなかった理由

第2四半期決算時に業績の下方修正をしており、通期業績に対する進捗率が高くなっております。今後は期初の公表値を上回ることが想定される場合に、再度修正を行う予定となっております。

Q. 2024年3月期為替予約の状況

正確な仕入計画は策定中ではありますが、第1四半期仕入計画の70%を約129円で予約しております。第2四半期以降は現在のところ予約をしておらず、円高基調であるため慎重に進めていく方針となります。

Q. 来期賃上げの考え方・加盟店に対するインフレ対応

従業員に対しては、過去10年、毎年平均3.8%の定期昇給を続けており、今回もインフレ率を考慮した昇給を検討しております。

Q. PB商品価格据え置きの効果

PB商品価格据え置きの目的は「顧客基盤の維持」であり、客数をドライバーとした成長が続いているため、一定の効果があったと判断しております。しかしながら、衣料品を主に取り扱っている関係上、気温との相関が高く、価格政策の効果が見えにくくなっております。

Q. 今後の価格政策

2023年春夏商品は既に公表している通り、主力PB300アイテムは価格を据え置きます。秋冬商品につきましても、円高基調であるため主力商品は価格を据え置く方針で進めておりますが、具体的な数値に関しては現在も商談中であるため、この場での回答は控えさせていただきます。なお、ワーキング業界では販売価格が上昇しており、今後も価格を据え置くことでお客様に寄り添っていく方針であります。

Q. 円高基調になっているが2024年3月期は「値下げ」を行うのか

当社では、EDLP政策を進めており、PB商品につきましては、円安局面でも値上げを行わなかったため、今後も価格を据え置くことでお客様に寄り添い、価値のある価格の実現に努めて参ります。

Q. 製造原価引き下げの状況

円安の進行により、社内の「モノづくり」に対する意識に変化が起きました。部門間の連携を強め、機能性素材を共有することでコストを引き下げる仕組みが出来ております。現在のところ、この取り組みが実を結んでおりますが、これからも持続的に効果として現れるかは未定であり、生産地の状況などを勘案し優位性のある商品開発を進めて参ります。

株式会社ワークマン 2023年3月期第3四半期決算説明会 質疑応答集

Q. デザイン性重視への方針転換と戦略

#ワークマン女子の展開に伴い一般消費者への客層拡大が進んでおりますが、機能性だけの集客には限界を感じております。そこでデザイン性を重視したプロモーションを行うことで、一般消費者の来店頻度を高め、持続的成長を見込んでおります。

その戦略は、ショッピングセンターの旗艦店やSNS等でコーディネートなどファッションに関する情報発信を強化するものであり、商品企画を大きく転換するものではございません。今後は需要に応じてデザインを洗練し、ファッション分野でも認知を広めていく方針となります。

Q. ワークマン女子の運営課題と出店加速の時期

#ワークマン女子の売上高は好調に推移しておりますが、衣料品の販売構成が高く、中でもシーズン商品の構成が高いことから気候や季節性の影響を受けやすく安定性に欠けております。今後は小物やインナーウエアなど年間商品の売場構成を広げ売上の安定化を図って参ります。

出店につきましては、都市部や郊外モールなど、一般需要が高い立地の開発を進めております。出店加速の時期は設けておらず、売上安定化や在庫の問題を解消しながら、着実に店舗網を広げていきたいと考えております。

Q. ワークマンプロの進捗

今期から既存店のワークマンプロ改装に取り組んでおり、改装効果につきましては、プロ需要や年商規模が高い店舗を対象に実施していることから、売上伸長にはあまり寄与しておりません。

しかしながら、工具などプロ向け商材の販売構成が高まっており、プロ顧客にはご満足いただいていると判断しております。また、加盟店が外商を強化するなどモチベーションアップに貢献しております。

Q. ワークマンプラスⅡの出店計画

小圏でプロ・一般それぞれの需要を最大限取り込む業態であり、モデル店舗の販売動向を検証し、今後の展開を決めていきます。具体的には、圏人口が少なく複数店舗の出店が見込めないエリアでは、この業態を選択していく方針であり、現在のところ出店目標などは設定しておりません。