

## 株式会社ワークマン 2024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. 商品評価損とマークダウンの考え方

2025年3月期からは#ワークマン女子の出店加速に合わせアイテム数の増加を見込んでいることや、在庫過多の状況を鑑み、次年度以降に継続しない商品につき、2024年3月期末において例年以上に評価損を計上しました。マークダウンにつきましては、ライフサイクルが短い一般向け商材の増加や暖冬の影響により、前年と比べマークダウン比率（チェーン全店売上高比 1.83% YoY+0.36pt）が上昇しました。今後につきましては、導入時期やカラー・サイズ構成の見直しを行い、お客様が欲しい時に、欲しい商品が店頭に並ぶ状況を演出し、プロパー販売を維持していく方針であります。

### Q. 2025年3月期の加盟店商品供給売上高の推移

例年8・9月に実施している秋冬商品の導入を後ろ倒しする予定であり、上期は前期比97%で推移する計画となります。一方、下期は第3四半期会計期間の売上伸長と2・3月の春夏商品の供給増加を見込んでおり、前期比105.7%を想定しております。

### Q. #ワークマン女子の既存店見通し

開店特需の影響が大きく、2年目以降は売上が伸び悩む店舗がございます。しかしながら、平均年商は高く推移しており、不採算の店舗はございません。今後はリピーター化が課題であり、購入頻度が高いインナーウェアや売場に変化を与えるQR製品など専売商品の拡充で既存店の活性化を図ってまいります。

### Q. ワークマンプラス改装の効果

改装は売上の改善余地がある店舗を優先的に実施した関係上、年々効果が薄れてきている状況であります。しかしながら、店舗レイアウトを変更することで、プロと一般双方のお客様がお買い物しやすい環境が整備され、客層拡大による売上向上に繋がっていることから、今後も継続的に改装は進めていきます。

### Q. #ワークマン女子の出店加速について

2025年3月期からは、オープンモールを中心とするロードサイド出店を加速します。現状、ホームセンターやスーパーとの相乗効果が得られており、多くの出店要請をいただいている状況であります。集客力の高いオープンモールへ展開を拡大することで認知度向上を図り、単独路面店の出店に繋げていきます。

### Q. 2025年3月期の既存店客数の見通し

一部商品の値上げに伴い、既存店の客数は減少を見込んでおります。しかしながら、商品価値を伝える売場展開やマス化商品の拡充でリピーター化を進め、客数が増加出来るよう努めてまいります。

### Q. 2025年3月期以降の価格政策

これまで定番商品の価格据置を実施していましたが、円安の進行に伴い一部商品の値上げを決定しました。市場調査を行った上で業界最安値は維持しながら、適正な利益が得られる柔軟な価格政策へと変更致します。今後円安が進行した場合でも、商品改廃や価格設定の見直しで現状の利益率が維持できるよう努めてまいります。

## 株式会社ワークマン 2024年3月期 決算説明会 質疑応答集

### Q. 加盟店在庫の値上げに伴う利益計上について

既に加盟店に供給している在庫の値上げにつきましては、売価のみが上昇するため店舗荒利益率が上昇します。加盟店と本部は荒利益率の分け合いで精算を行っているため、双方が利益を享受致します。

### Q. 為替予約の状況

決算説明会資料のP22.P25で開示している内容から変更になっております。通期仕入計画の約90%を143円80銭で為替予約、残りはスポットレート160円で想定し、通期では145円50銭程度になる見込みであります。なお、この変更は業績予想には組み込まれておりません。

### Q. 為替感応度について

年間のドル決済高は約4億ドル（前期4.3億ドル）を想定しており、1円の変動で営業利益が約4億円増減します。しかしながら、2025年3月期は概ね為替予約を行っているため、為替感応度は僅少となります。また、売上は5%の成長を見込んでおりますが、仕入につきましては、在庫を勘案し前年を下回る計画であることも為替感応度を抑える要因となります。

### Q. 今後の商品開発について

#### ① マス化商品開発

購買頻度が高いインナーウエアを繊維メーカーとコラボし、機能的で価値ある商品をお手頃な価格で展開しており、販売も好調に推移しております。このようなベーシックアイテムで幅広い顧客に支持される開発を推進し、リピーターの獲得を目指します。

#### ② #ワークマン女子専売商品開発

#ワークマン女子の出店加速に伴い、QR製品など売場に変化を与えるアイテム数を徐々に増やし、各業態の差別化を図ります。QR製品の販売状況は消化率も高く順調に推移しており、2026年3月期には専売商品比率を50%まで高める計画となります。

#### ③ プロ商材の強化

価格にこだわった「やる値シリーズ」や快適ワーク製品などの商品開発に合わせ、売場の見直しも進め、プロ顧客の満足度向上を図ってまいります。

商品開発に関しては、上記3点を重点的に取り組みます。