



株式会社ワークマン
証券コード：7564

WORKMAN

会社説明資料

2025年11月10日

Contents

01. 会社概要	3
02. 事業内容	7
03. 成長戦略	13
04. 業績ハイライト	22
05. 株主還元	26

01. 会社概要

- ベイシアグループ
- 会社概要
- 経営理念

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 (2025年2月末現在)

企業数

31社

物販・サービス 10社
流通サービス 20社
スポーツ事業 1社

店舗数

2,118店舗

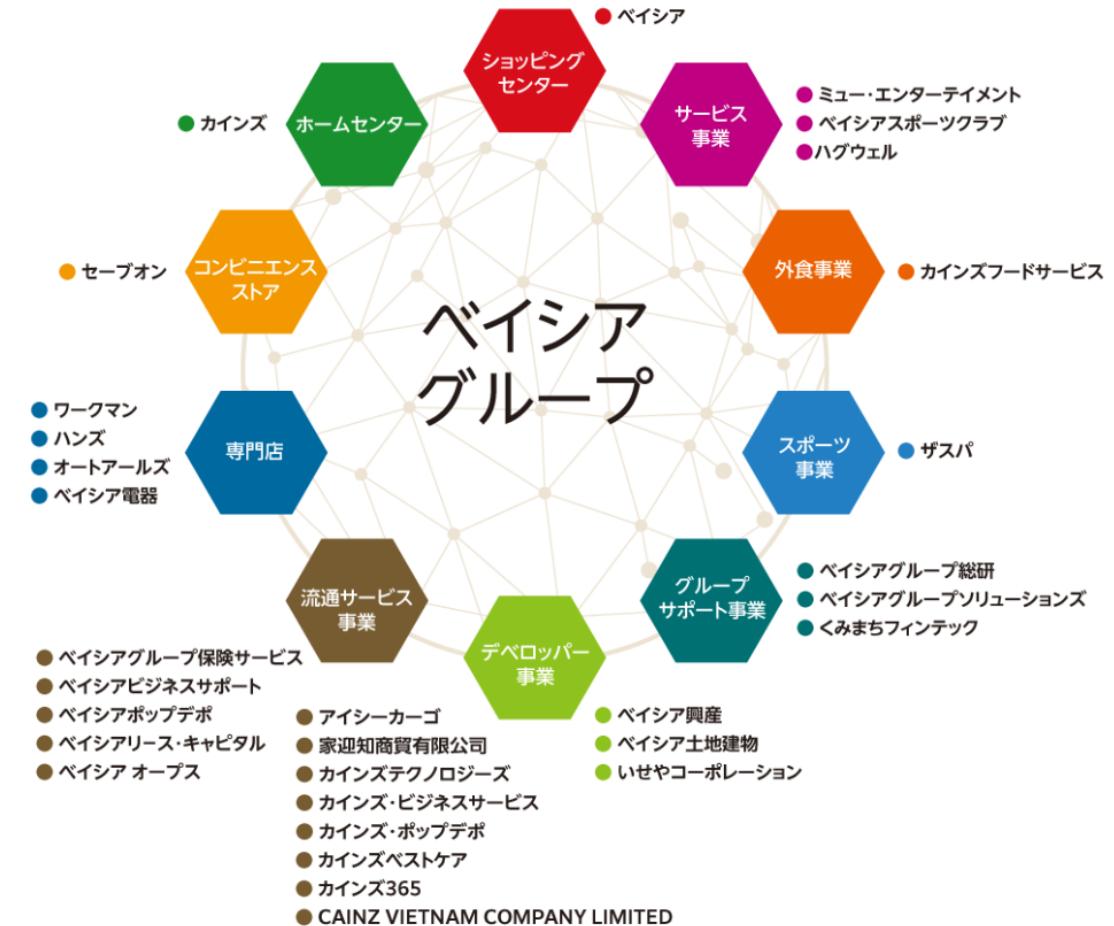
出店地域

47都道府県

売上高

1兆1,864億円

2025年2月期
※当社のみ2025年3月期



※ 株式会社等は省略し、商号のみ表記



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

1,831億32百万円 (チェーン全店売上高)

経常利益

249億4百万円

純利益

168億92百万円

従業員数

417名 (2025年3月末時点)



代表取締役社長

こ はま ひで ゆき
小濱 英之

■ 経営理念 Philosophy

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 Business

フランチャイズ・システムでワーキングウエア、作業関連商品、
アウトドア・スポーツ、カジュアルウエアを販売する専門店チェーン

02. 事業内容

- フランチャイズ・システム
- 店舗展開
- 商品開発

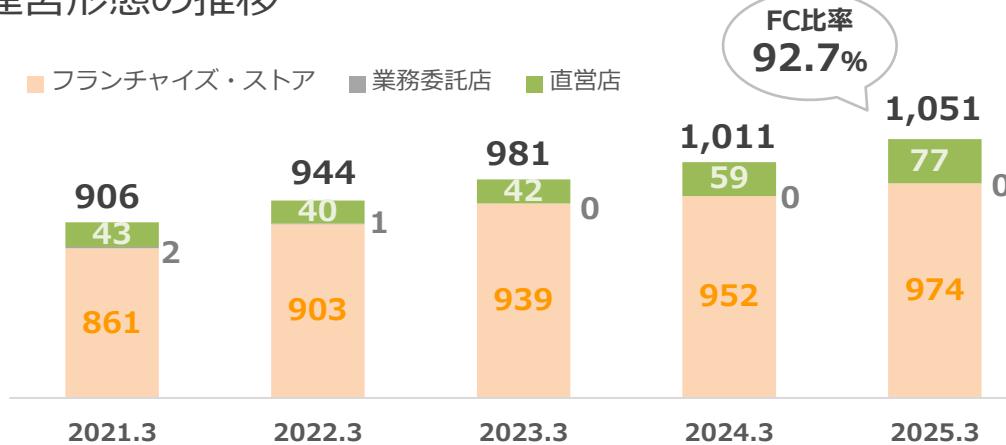
立地や業態に応じて「個人・法人」の2つのフランチャイズモデルを採用

● フランチャイズモデル

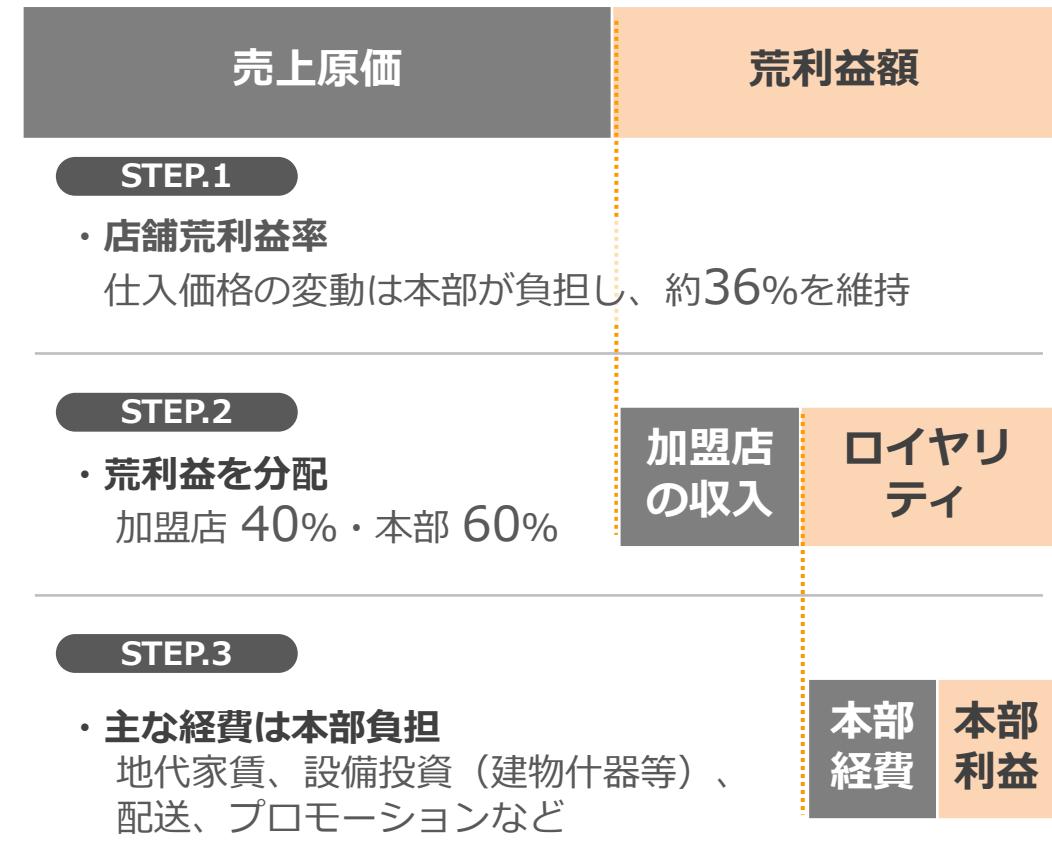
	タイプ	契約期間	資金(税込)
個人	フランチャイズ契約	3年	※182.5万円
	業務委託契約	1年	※155万円
法人	企業フランチャイズ契約 Workman Colors限定	6年 賃貸借契約に基づく	※182.5万円

※必要資金のうち100万円は保証金

● 運営形態の推移



● フランチャイズ・ストア荒利益分配

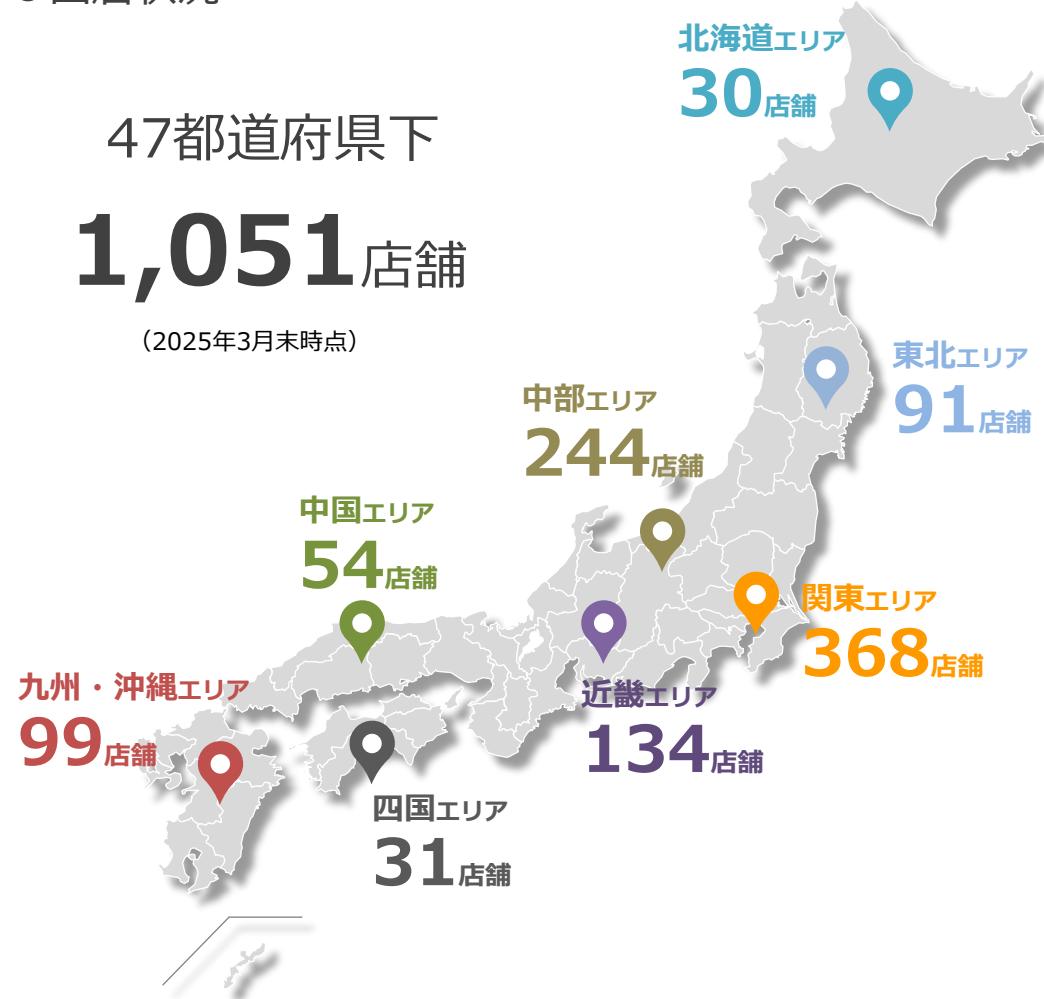


ドミナント化を推進しエリア内トップシェアをめざす

●出店状況

47都道府県下
1,051店舗

(2025年3月末時点)



●店舗概要

業態	顧客	立地	店舗
 317店舗	プロ 80% 一般 20%	ロードサイド	売場 100坪 駐車台数 10-15台
 10店舗	プロ 80% 一般 20%	ロードサイド	売場 130坪 駐車台数 20-30台
 645店舗	プロ 60% 一般 40%	ロードサイド	売場 130坪 駐車台数 20-30台
 Workman Colors 79店舗	一般 100%	・ロードサイド ・ショッピングセンター	売場 150坪 駐車台数 20-30台

アウトドア・スポーツ

「高機能×低価格」をコンセプトに、ワーキングで培った機能性を応用したウェアや日常生活でも使えるグッズを展開



カジュアル（一般）

一般消費者の増加に伴い、機能的でベーシックなカジュアルウェアを展開
メンズ・レディース・キッズなど、お客様の「声」に合わせて取扱商品を拡大



ワーク（作業関連）

ワーキングウェアや手袋・安全靴など作業関連商品を展開。建設業や製造業、サービス業など、幅広いお客様の安心・安全な作業環境をサポート



強みの源泉は、EDLP政策の推進とPB（プライベート・ブランド）の開発

● Every Day Low Price 毎日が低価格

Point
01

「お客様の安心感」

全国の店舗網を活かし、「いつでも、どこでも」安く買える環境が信頼に繋がる

Point
02

「値引セール無し」

- ・定価販売比率 約98%
- ・広告等オペレーションコストの抑制

Point
03

「圧倒的な低価格」

生産計画が立てやすく、スケールメリットを活かした仕入により低価格を実現

● PB商品開発の推進

「高機能×低価格」で他社との差別化

Point
01

「新素材・新機能の推進」

独自の機能は様々な商品へ共有され、スケールメリットを享受

Point
02

「閑散期生産でコスト抑制」

機能性ウエアは複数年で安定した需要が見込める

販売
実績

売上高 **1,252億61** 百万円（前期比5.6%増）
PB販売比率 **68.5%**（チェーン全店売上比）

Target
目標

- ・「よい品をより安く」提供することで、固定客化を図る
- ・当社ならではの商品開発で「差別化」を図り「客層拡大」を推進

流通センター3拠点で安定供給体制を構築

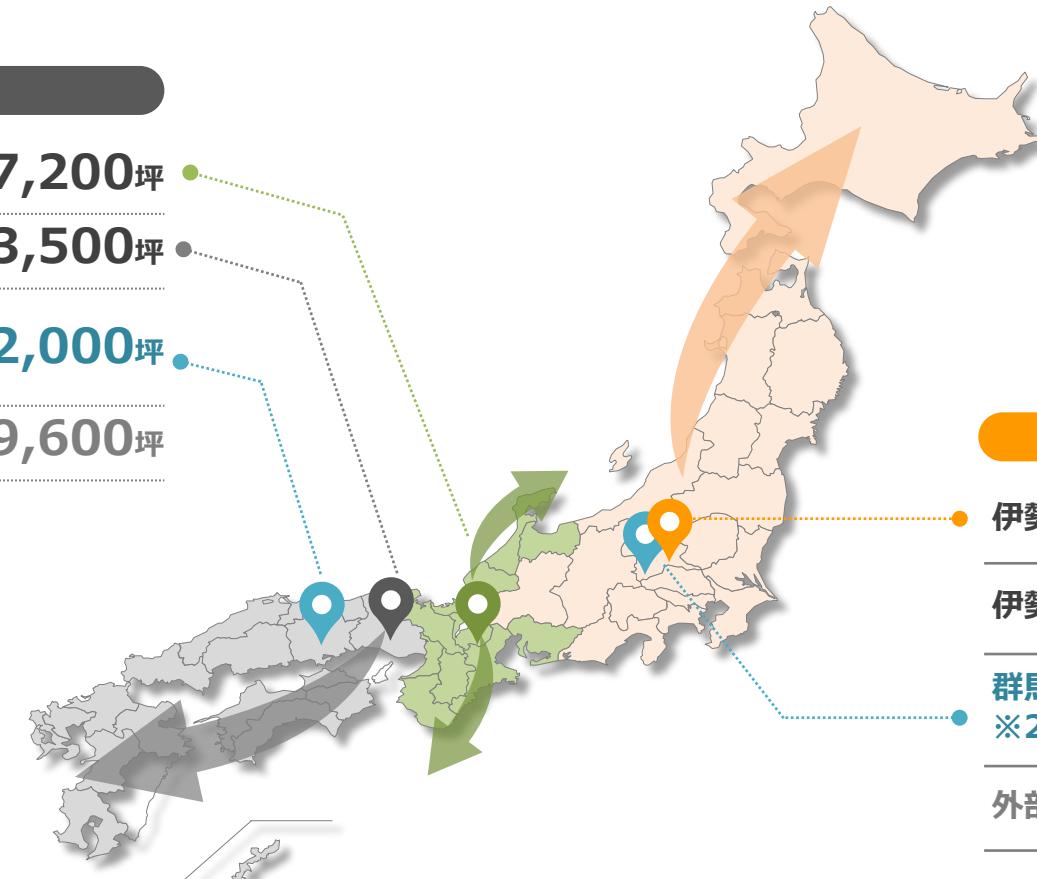
- 店舗からの注文は、**2日後**の営業時間前に商品が届く体制
- 売上高の増加に伴い、2028年までに自社所有の流通センターを**2棟増築予定**

西日本エリア

竜王流通センター（自社）	7,200坪
神戸流通センター（賃借）	13,500坪
岡山流通センター新築（自社） ※2027年竣工予定	約22,000坪
外部保管倉庫（賃借）	約9,600坪



画像：竜王流通センター



画像：伊勢崎流通センター

東日本エリア

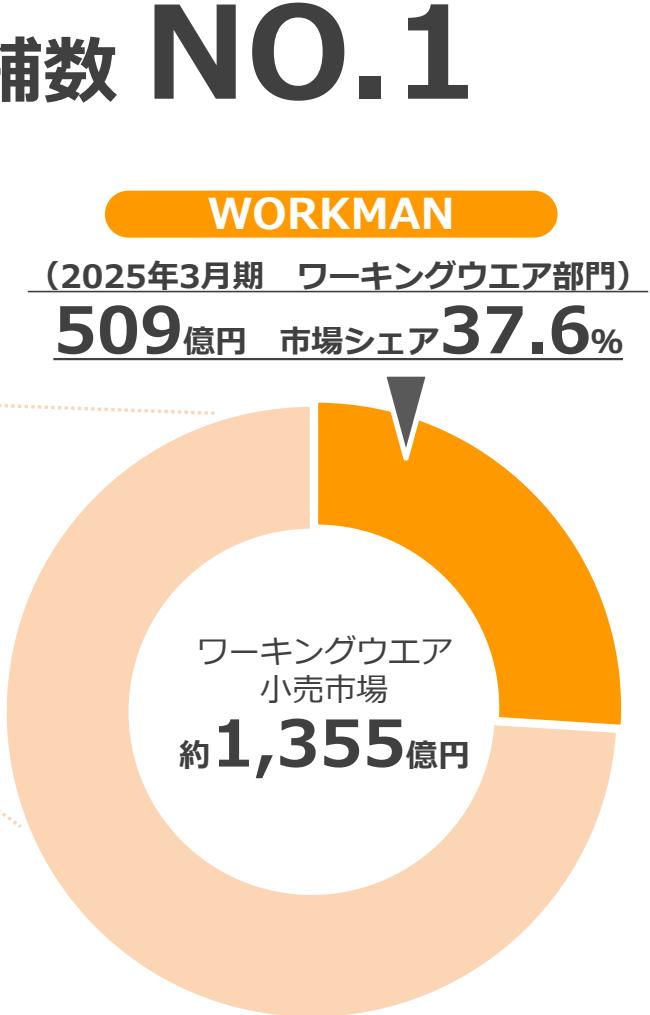
伊勢崎流通センター（自社）	16,670坪
伊勢崎倉庫（自社）	6,480坪
群馬流通センター新築（自社） ※2028年竣工予定	約25,000坪
外部保管倉庫（賃借）	約11,000坪

03. 成長戦略

- マーケット
- 成長戦略の概要
- 出店
- 商品
- 販売
- サステナビリティ

ワーキングウェア小売市場 シェア・店舗数 NO.1

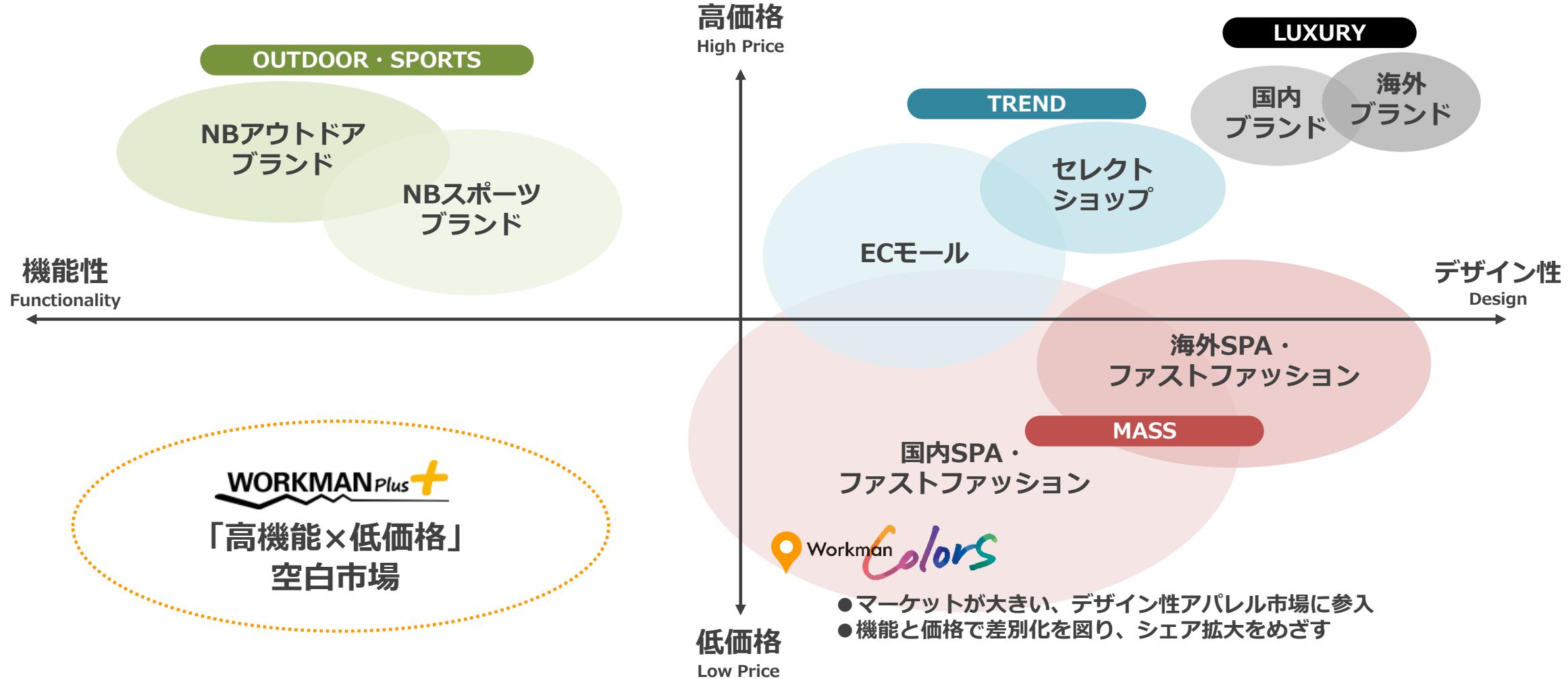
●ワーキングウェア市場の推移



小売金額ベース
出所：日本ユニフォーム協議会「ユニフォーム年鑑2025」をもとに自社にて算出

国内アパレル市場 約8.3兆円、独自ポジションで持続的成長

※市場規模：2024年度矢野経済研究所調べより



「すべての人に機能性ウエアを」

- Functional wear for All -



WORK

作業関連



ACTIVE

機能性カジュアル



CASUAL

快適普段着 (ベーシック衣料)

当社の『強みの源泉』

- ・機能開発 (快適ワーク、気候変動対応)
- ・EDLP製品 (最高のコスパを追求)
- ・品質のさらなる向上



当社ならではの『価値創造』

- ・独自素材(機能)開発
- ・ハイスペックモデルへ本格参入
- ・仕事と一般の兼用品を開発



事業基盤の『第2の柱』

- ・リブランディング⇒業容の拡大
- ・新カテゴリー開発
- ・機能性ベーシックカジュアル

Vision

快適・安全な作業環境の実現
安定した収益基盤

Vision

海外展開の主力カテゴリー
唯一無二の価値

Vision

客層拡大(成長ドライバー)
大量出店で収益力強化

新たな価値提供に取り組み、グローバルチェーンを目指す

国内で経営基盤を固め、グローバル展開に備える

FY2026 FY2027 FY2028 FY2029 FY2030 →

WORK ACTIVE



「国内シェア拡大」と「新たな付加価値創造」

- ・ワーク強靭化で原点回帰
- ・気候変動に対応し、労働環境をサポート
- ・ハイスペックモデル開発
⇒海外でも通用する機能・素材開発

CASUAL



出店攻勢とマス商品開発で「客層拡大」

- ・カラーズの店舗網拡大で業態を確立
- ・機能性ウエアの大衆化
- ・専売商品開発で業態の差別化、トレンド品や服飾小物を拡充
- ・海外展開を見据えたブランド力の向上や利益率の改善

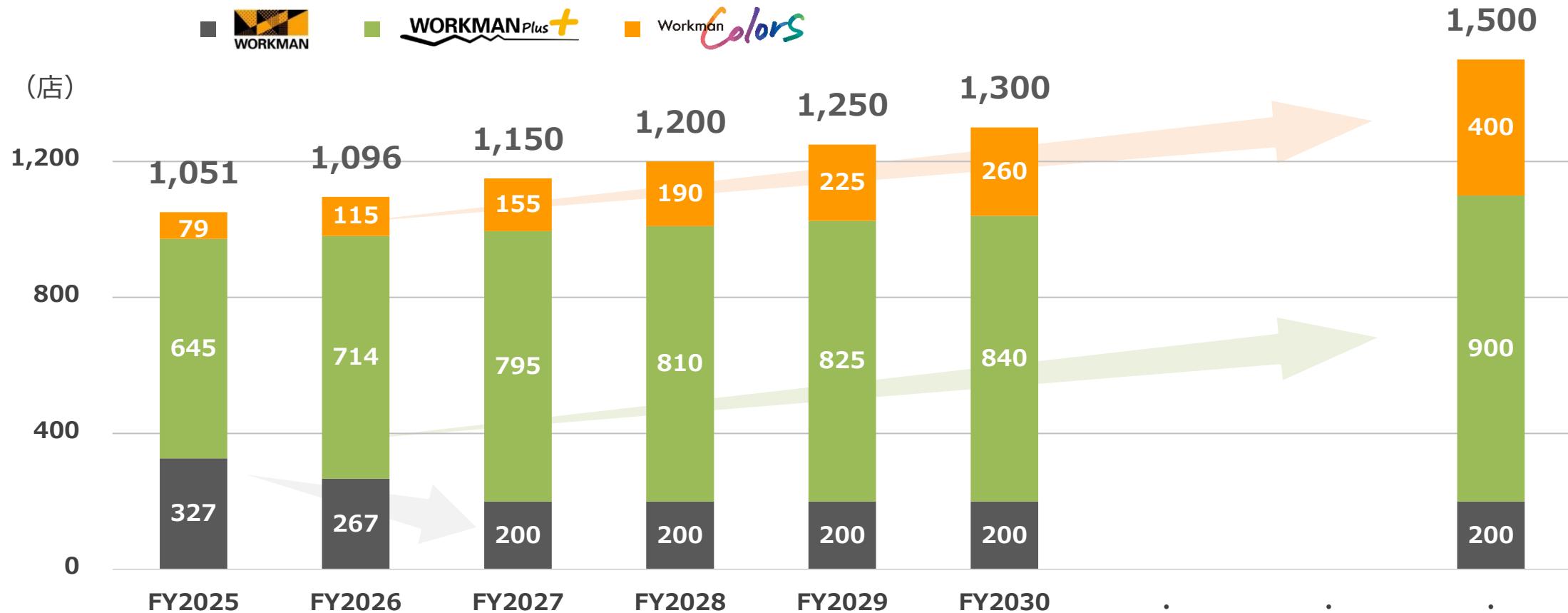
海外トライアル

- ・初出店は台湾を想定

海外本格化

海外進出のための「新品質基準」

Colorsの展開を加速とPlusのドミナント化で、国内1,500店舗体制をめざす
法人フランチャイズでショッピングセンターへの展開を拡大



※WORKMANにはPro店、PlusにはPlus II店、Colorsには#女子店を含む

世の中にはない新素材・新機能開発を推進し、差別化を図る グローバル展開を見据えた、独自の品質基準を制定



仕事や日常、趣味など人々の生活に密着したチェーンを目指す

WORK

ワーク強化と法人需要の
囲い込みで原点回帰

Action①：気候変動対応

- ・残暑、暖冬対策で展開時期と売場の見直し

Action②：需要予測発注システムの進化

- ・仕事に不可欠なプロ商材の欠品撲滅

Action③：法人需要の取り込み

- ・店舗網を活かした法人営業、EC活用
- ・展示会等での販売促進

CX

売場の鮮度維持と
顧客体験の向上

Action①：店舗改装

- ・年／200店を対象に新店同等の売場へ改装

Action②：在庫適正化

- ・各業態で展開品目を集約し買い物環境を改善

Action③：運営の高度化(人材育成)

- ・加盟後のフォローアップで良質加盟店の育成
- ・社内オペレーションマイスター制度
- ・販売促進(話題性)とEC・売場の連動

DX

顧客開拓と囲い込み
サービスレベルの向上

Action①：スマホアプリ開発

- ・新製品、キャンペーン限定情報、EC連動など
- ・FY2030目標 アプリ会員500万人

Action②：エリア別販促

- ・都市部はWebチラシ、地方TV CM再開

Action③：店舗補完ECの強化

- ・スマホアプリ連動
- ・利便性の向上⇒話題製品の先行予約・
アウトレット・ワーク法人向け受注サービス等

Mission : オペレーション変革

Mission : チャネル・マーケティング変革

Target : 「客層拡大」・「顧客満足度の向上でロイヤルカスタマー化」

サステナビリティ経営の推進（各重要課題への対応が進行）

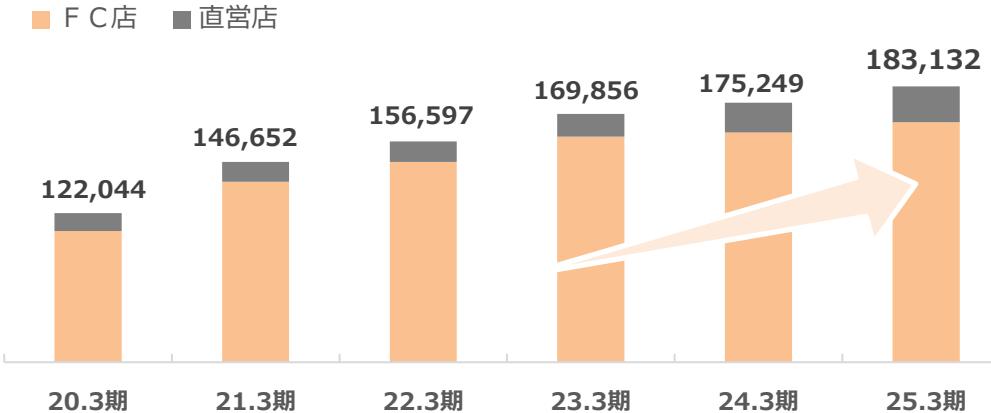
重要課題	方針	取り組み実績
01. サステナブルな商品開発 	労働環境・基本的人権を尊重し、安心安全な商品供給を行います。	<ul style="list-style-type: none"> ● サステナブル商品 220アイテム 販売金額145億37百万円 ● 商品廃棄率 1.57% (0.98% 悪化)
02. 地球環境へ貢献 	サプライチェーン全体で環境負荷を軽減させ、持続可能な事業モデルの実現に努めます。	<ul style="list-style-type: none"> ● TCFD提言に基づく開示 ⇒シナリオ分析・Scope3の公表 ● 環境配慮型店舗の実験スタート（皆野店 2024.9オープン）
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、成果を生む行動が取れる組織を構築します。	<ul style="list-style-type: none"> ● 加盟店再契約率 96.0%で高水準を維持 ● 女性チーフ、マネジャー比率 10.2⇒10.7% ● 従業員エンゲージメント指標の離職率と残業時間が改善 ● 男性育休取得率が向上 25.0%⇒57.1%
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り組みます。	<ul style="list-style-type: none"> ● 公益財団法人ベイシア21世紀財団を通じて、学校のクラブ活動等への助成金を交付
05. ガバナンス 	ステークホルダーや地域社会から信頼される誠実な企業であることを目指します。	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業価値向上を図るインセンティブを実施 譲渡制限付株式報酬制度の導入

04. 業績ハイライト

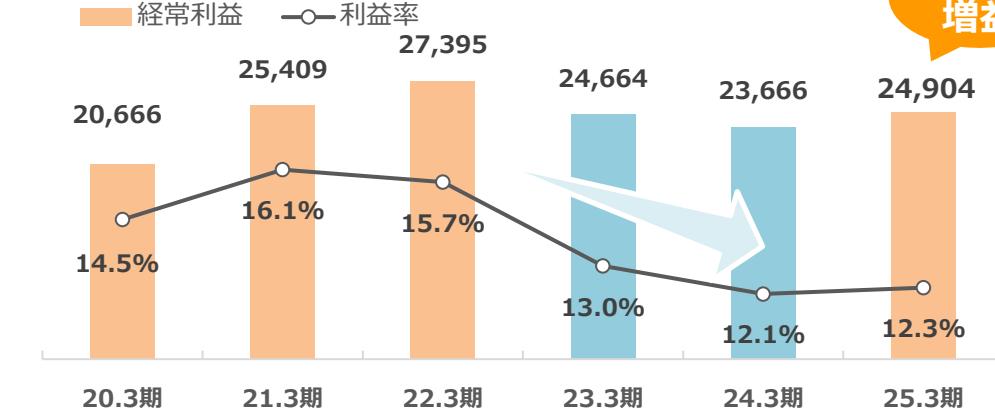
- 業績推移
- バリュエーション
- 当期業績予想

価格政策の見直しで収益性改善、成長軌道へ転換

● チェーン全店売上高 (百万円)

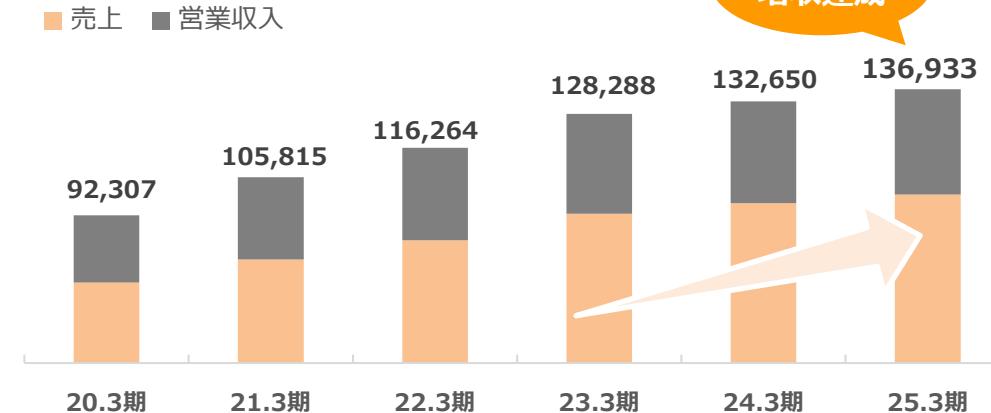


● 経常利益 (百万円)・経常利益率 (%)



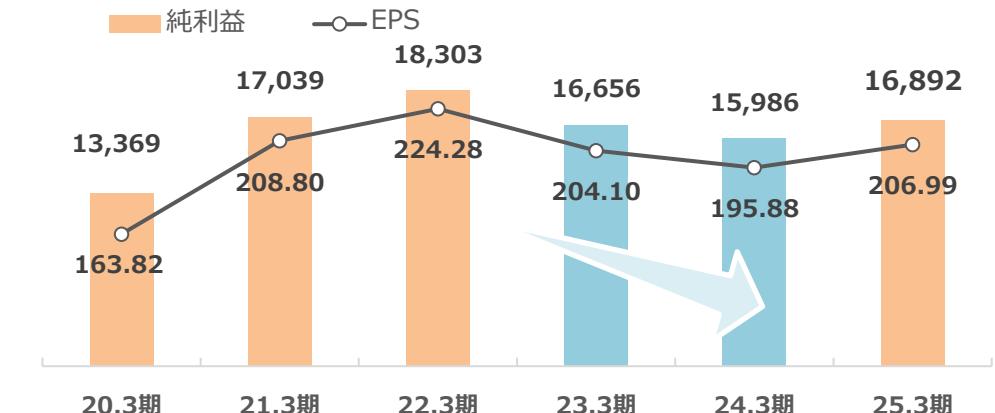
3期ぶり
増益

● 営業総収入 (百万円)



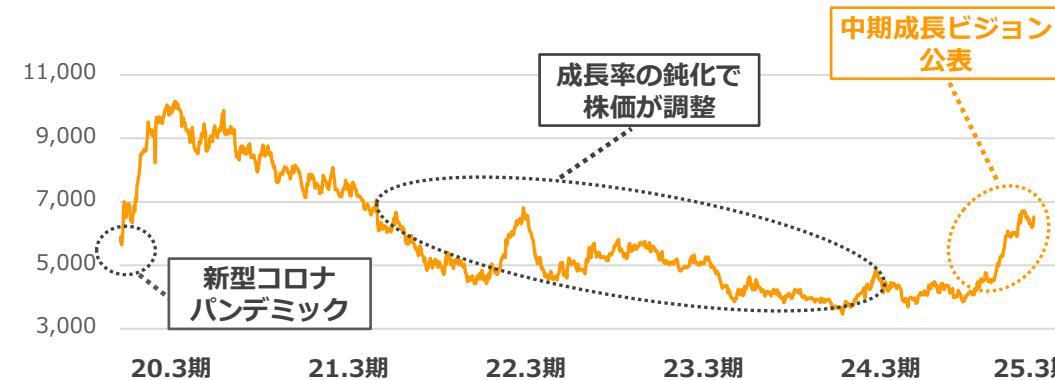
15期連続
増収達成

● 当期純利益 (百万円)・EPS (円)

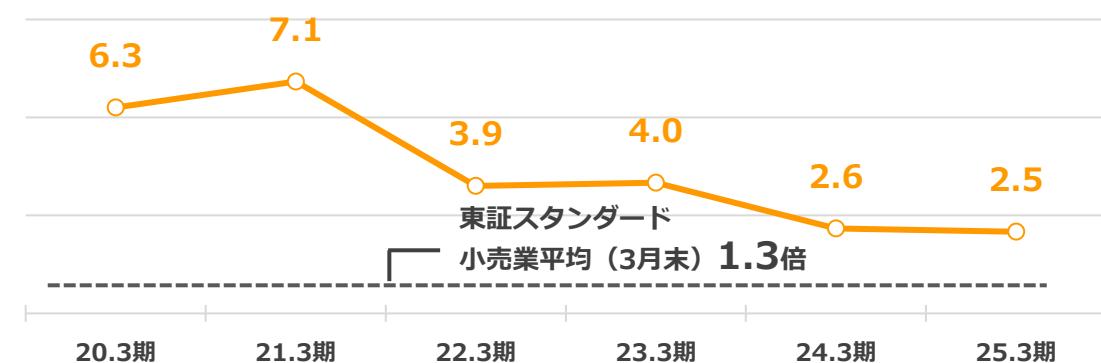


ROEは株主資本コストを上回る水準を維持

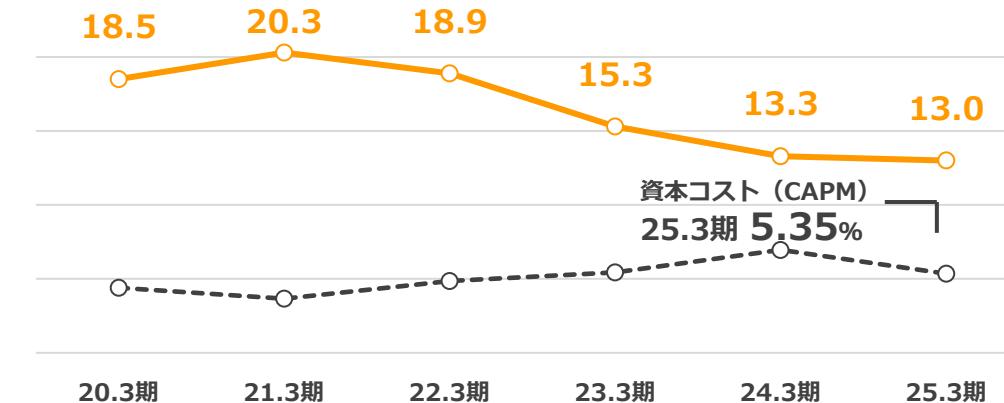
● 株価推移



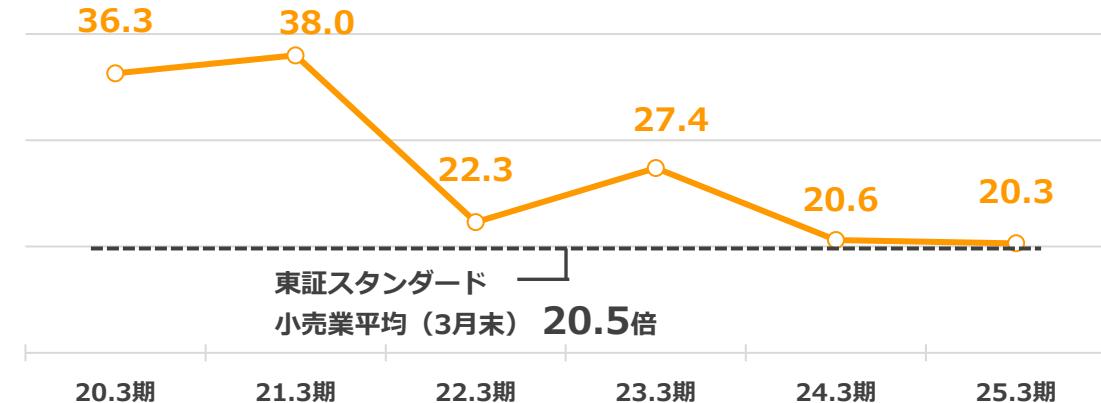
● PBR (倍)



● ROE



● PER (倍)



出店加速と価格政策の見直しによる利益率の改善で增收増益を見込む

(単位: 百万円)	2025年3月期		2026年3月期 業績予想		
	金額	前期比(%)	金額	増減	前期比(%)
チェーン全店売上高	183,132	+4.5	201,800	+18,667	+10.2
営業総収入	136,933	+3.2	155,000	+18,066	+13.2
営業利益	24,394	+5.4	28,200	+3,805	+15.6
経常利益	24,904	+5.2	29,000	+4,095	+16.4
当期純利益	16,892	+5.7	19,700	+2,807	+16.6
1株当たり当期純利益	206円99銭		241円 39銭		
1株当たり配当金	73円		73円		

05. 株主還元・参考資料

- 株主還元方針
- 沿革

● 基本方針

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な課題と位置づけ、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。

(配当性向)

35%を目途に還元

● 1株当たり配当金

・ 2025年3月期

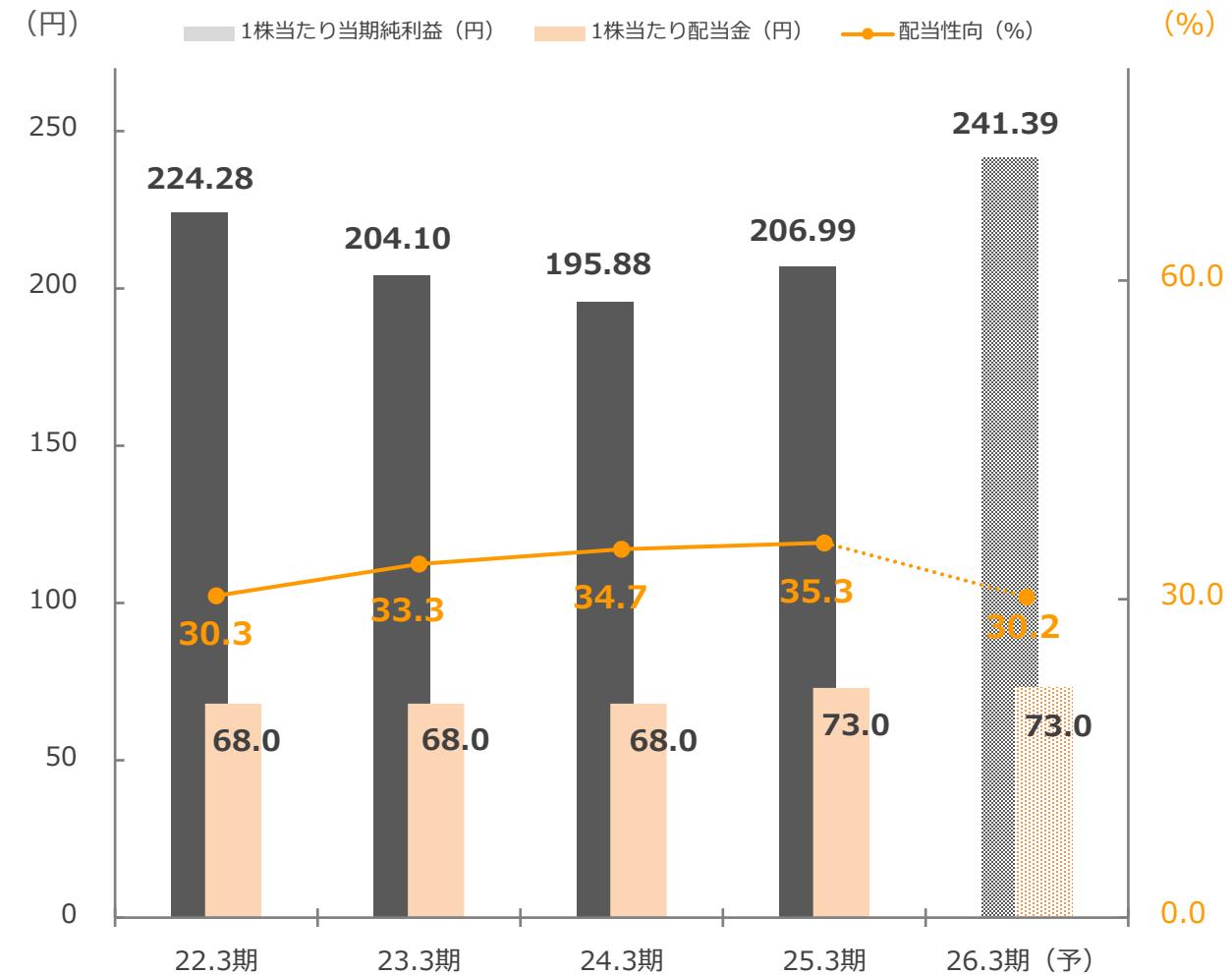
5円増配の**73**円

・ 2026年3月期

前期と同額の**73**円を予想

※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



1980

職人の店ワークマンを開店



ワークマン1号店
(群馬県伊勢崎市)

1988

国内100店舗達成



~1990年

2010

海外直接取引・プライベートブランド商品開発を開始



2014

中期業態変革ビジョン



2014年～
外観を刷新

2020

#ワークマン女子 開店



2020年～2024年
※Workman Colorsに統合

WORK

1982

(株)いせやの衣料事業部
から独立し「(株)ワーク
マン」を設立

1997

日本証券業協会に
株式を店頭登録

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)



~2013年
売場面積100坪 (標準)

OUTDOOR・SPORTS

2018

WORKMAN Plus 開店
アウトドア・スポーツ
市場に参入



CASUAL

2023

Workman Colors 開店
カジュアル市場に参入



国内1,000店舗達成



■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 I R グループ

TEL：03-3847-8190

E-mail：wm_seibi@workman.co.jp

<https://www.workman.co.jp/>