株式会社ワークマン
証券コード：7564

WORKMAN

会社説明資料

2026年11月9日

目次

Contents

01.　会社概要　2

02.　事業内容　6

03.　成長戦略　12

04.　業績ハイライト　22

05.　株主還元　26

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

01. 会社概要

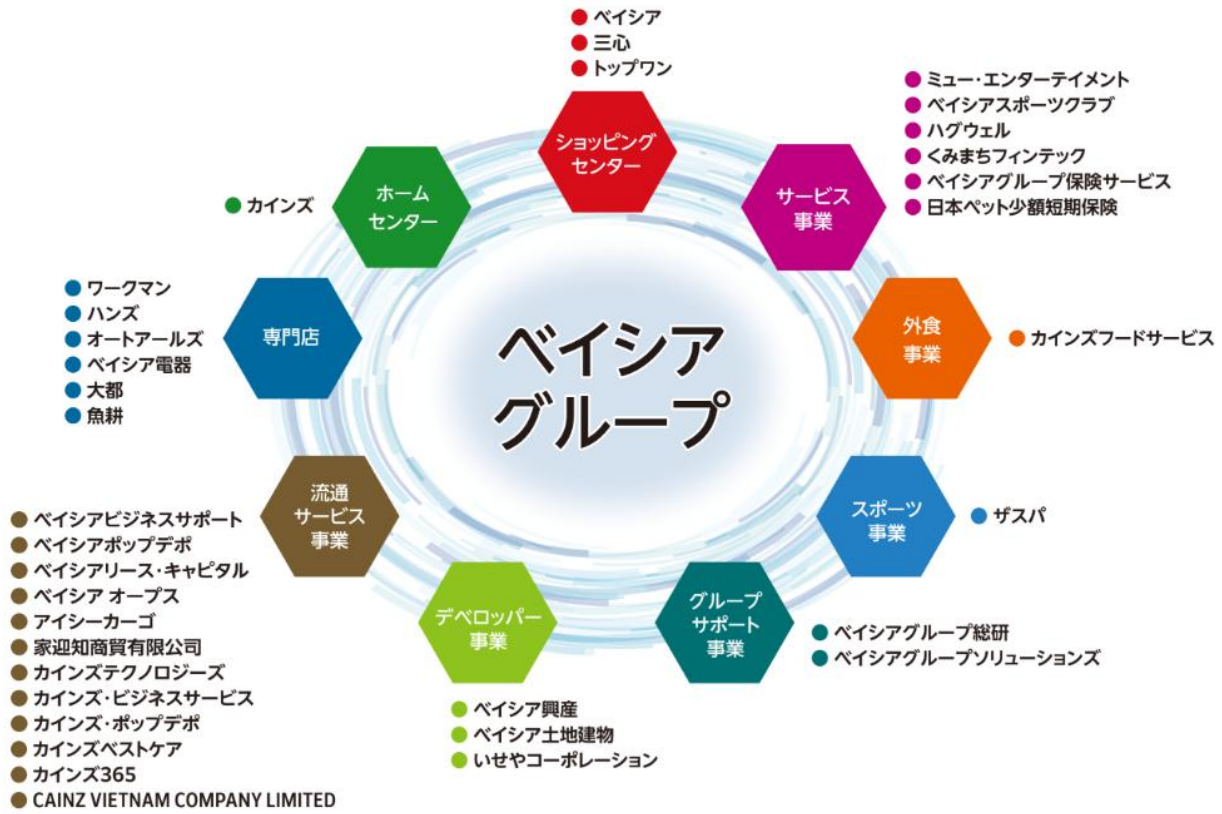
- ベイシアグループ
- 会社概要
- 経営理念

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

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（2026年2月末現在）

企業数	35社	物販・サービス　17社 流通サービス　17社 スポーツ事業　1社
店舗数	1,930店舗	
出店地域	47都道府県	
売上高	1兆2,137億円	2026年2月期 ※当社のみ2026年3月期



©2026　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	2,092億34百万円（チェーン全店売上高）
経常利益	305億67百万円
純利益	206億18百万円
従業員数	440名（2026年3月末時点）



代表取締役社長

大内（おおうち）　康二（こうじ）

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

経営理念・事業内容

■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
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

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

02. 事業内容

- フランチャイズ・システム
- 店舗展開
- 商品開発
- マーケット

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

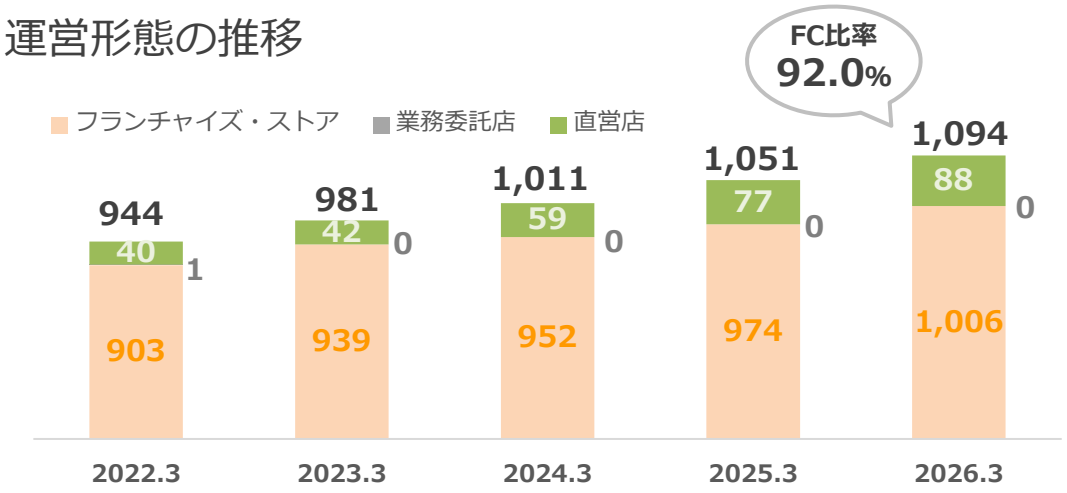
立地や業態に応じて「個人・法人」の2つのフランチャイズモデルを採用

●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
個人	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



●フランチャイズシステムの収益構造

売上原価	荒利益額	
STEP.1 ・店舗荒利益率 仕入価格の変動は本部負担 約37%を維持		
STEP.2 ・荒利益を分配 加盟店 40%・本部 60%	加盟店の収入	ロイヤリティ
STEP.3 ・主な経費は本部負担 地代家賃、設備投資（建物什器等）、 配送、プロモーションなど		本部経費 / 本部利益

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

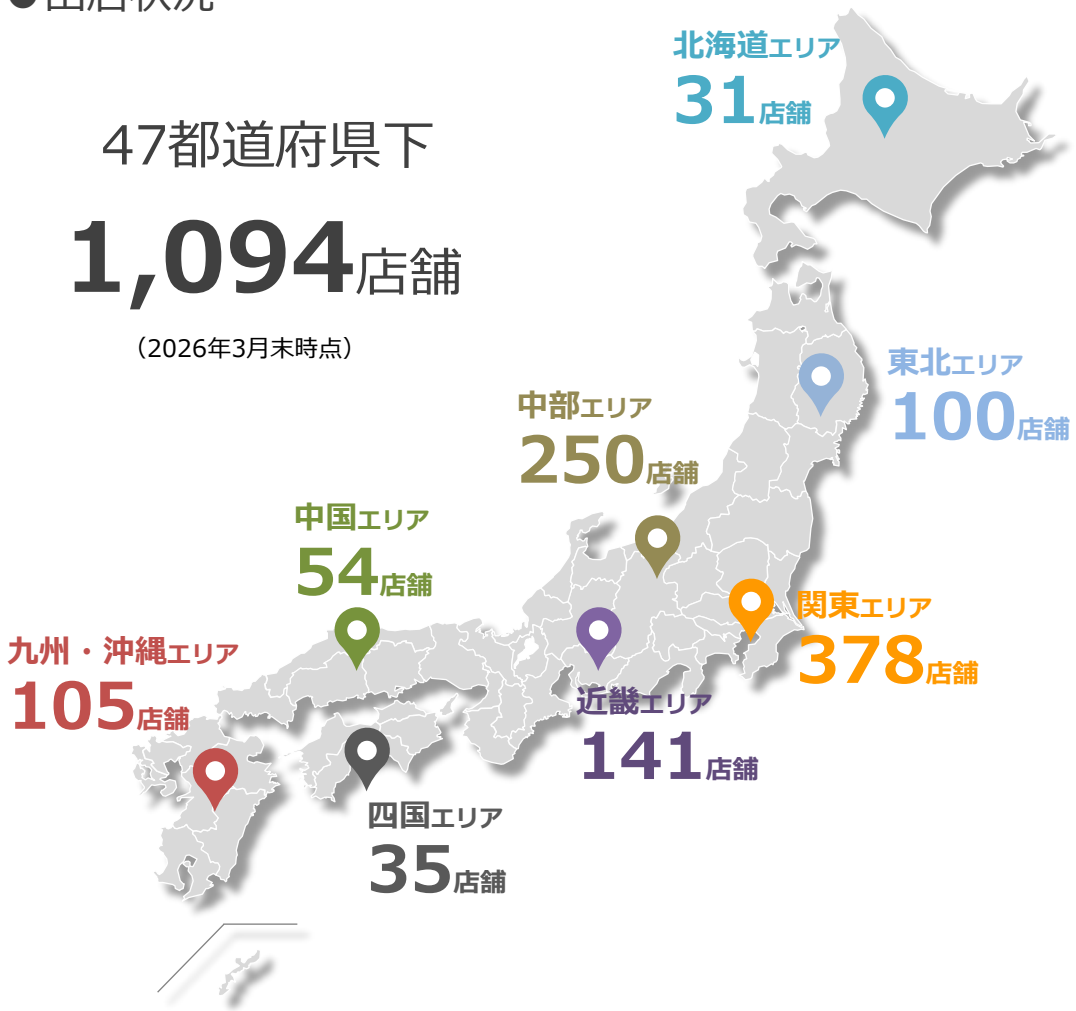
ドミナント化を推進しエリア内トップシェアをめざす

●出店状況

47都道府県下

1,094店舗

（2026年3月末時点）



●店舗概要

業態	顧客	立地	店舗
WORKMAN 255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
WORKMAN Pro 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
WORKMAN Plus 712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 117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

（＃ワークマン女子 31店舗含む）

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

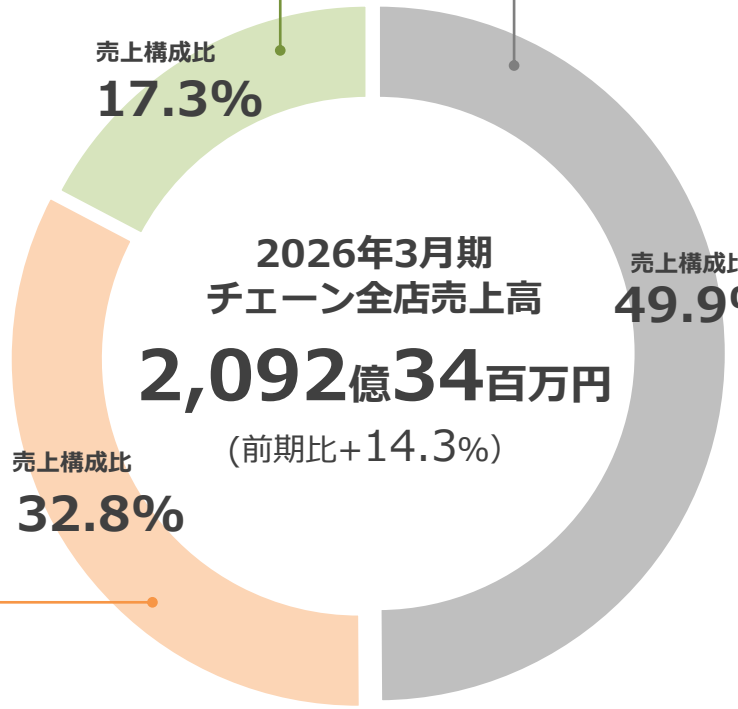
商材別売上高

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エアや日常生活でも使えるグッズを展開







ワーク（作業関連）

ワーキングウエアや手袋・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





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エアを展開
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







©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

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「いつでも、どこでも」安く買える環境がお客様の信頼に繋がる

Point 02

「ローコスト経営（値引セール無し）」

・定価販売比率 約98%
・フランチャイズモデルで本部機能をスリム化

Point 03

「圧倒的な低価格」

・実需を捉えた商品が多く生産計画が立てやすい
・多店舗展開によるスケールメリットで低価格を実現

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 **1,501**億 **30**百万円（前期比19.9%増）
PB販売比率 **71.9**%（チェーン全店売上比）

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

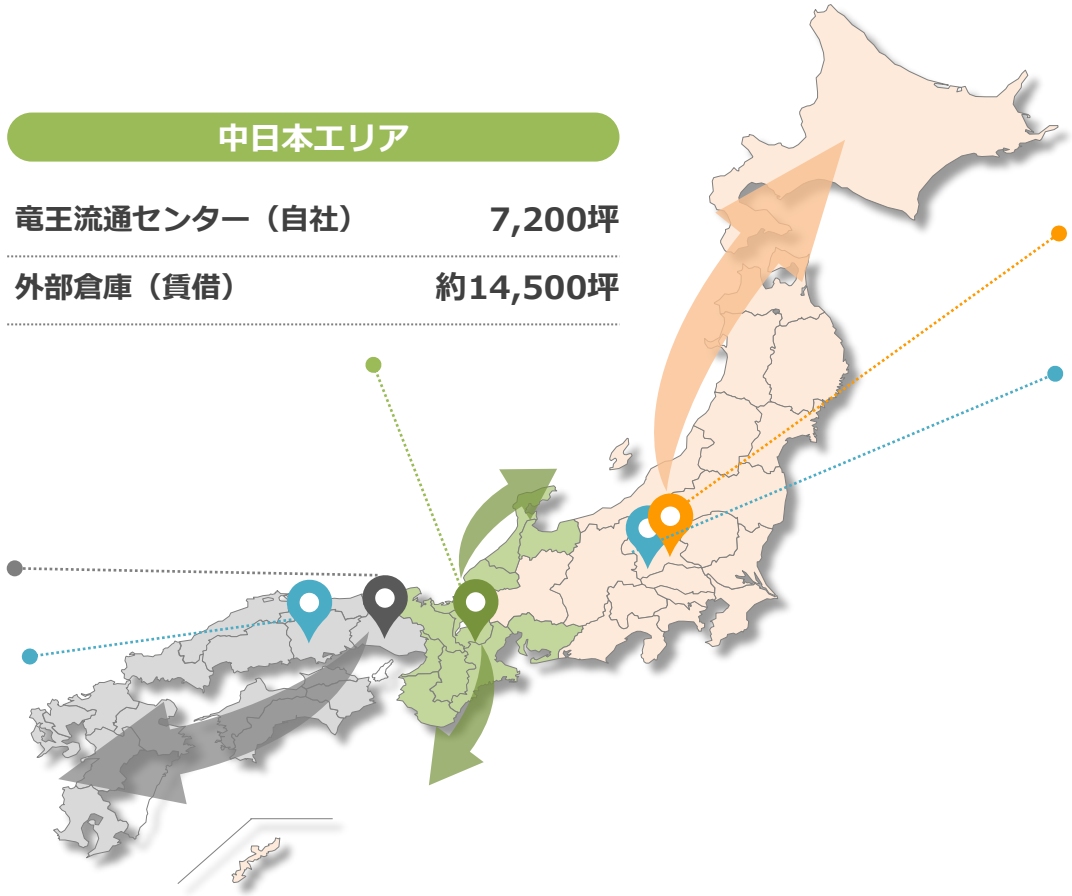
©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

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、2030年までに自社所有の流通センターを**2棟増築予定**



画像：竜王流通センター



中日本エリア

竜王流通センター（自社）	7,200坪
外部倉庫（賃借）	約14,500坪

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
伊勢崎第2流通センター（自社） ※2030年竣工予定	約25,000坪
外部倉庫・ハブセンター（賃借）	約28,500坪

西日本エリア

神戸流通センター（賃借）	13,500坪
岡山流通センター（自社） ※2029年竣工予定	約22,000坪
外部倉庫・ハブセンター（賃借）	約6,500坪



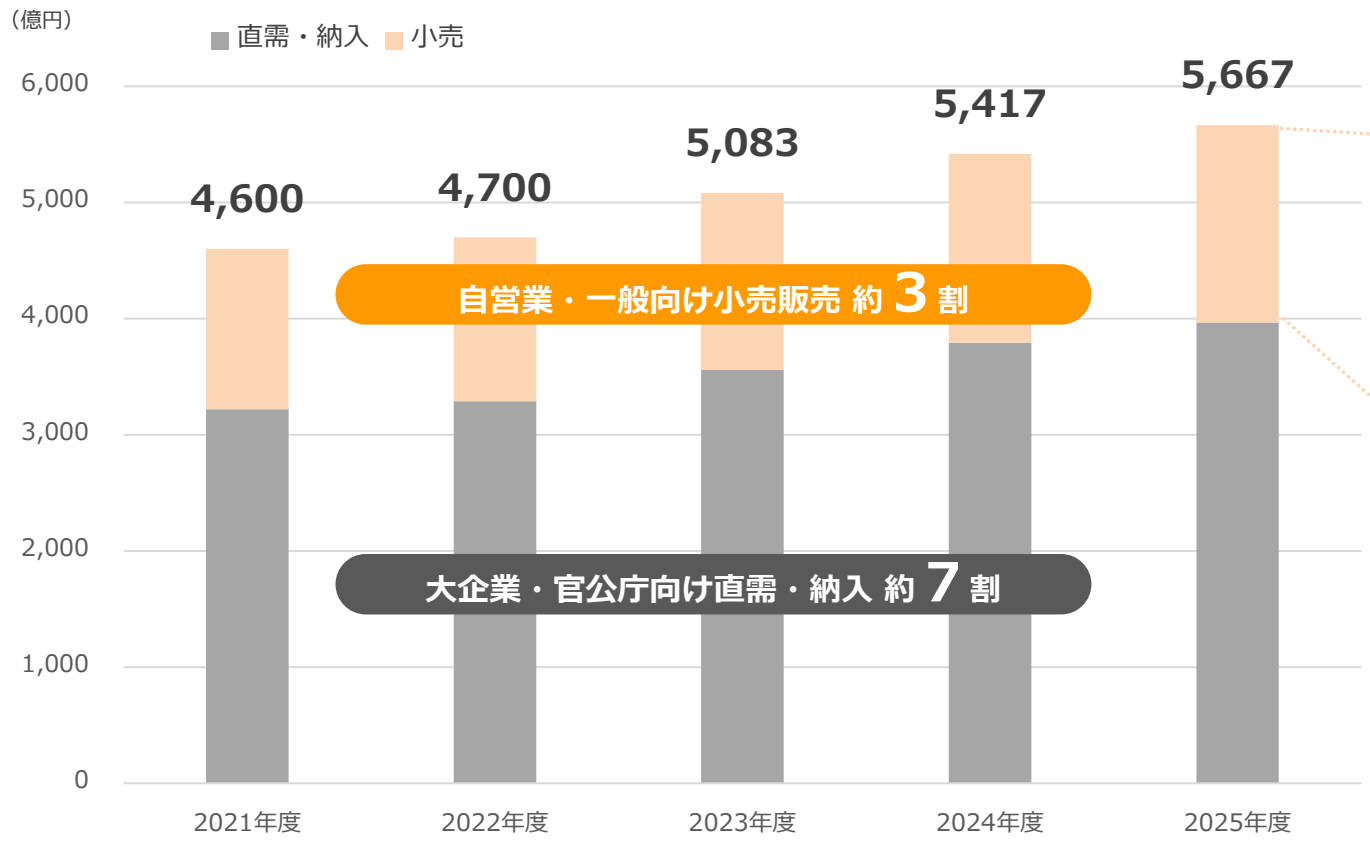
画像：伊勢崎流通センター

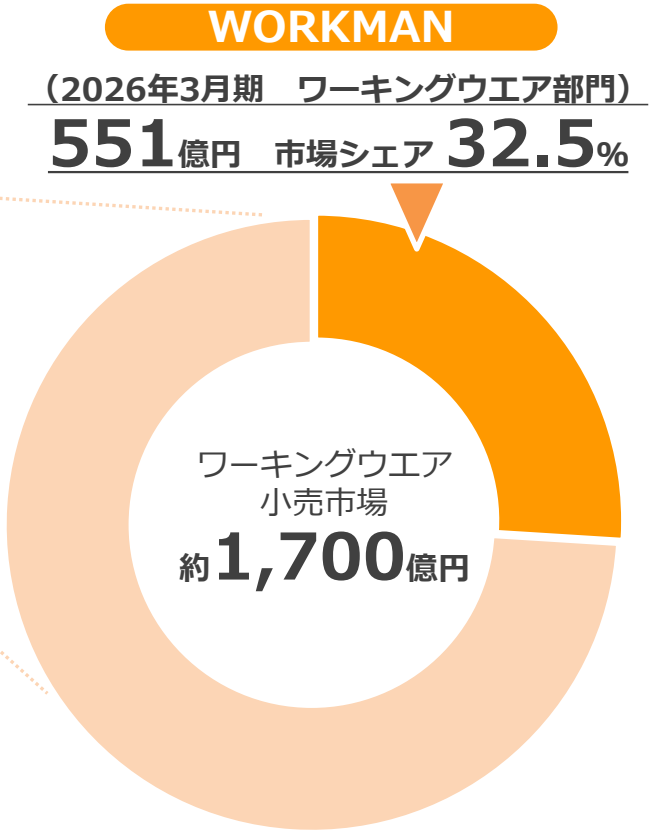
©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

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

●ワークキングウエア市場の推移





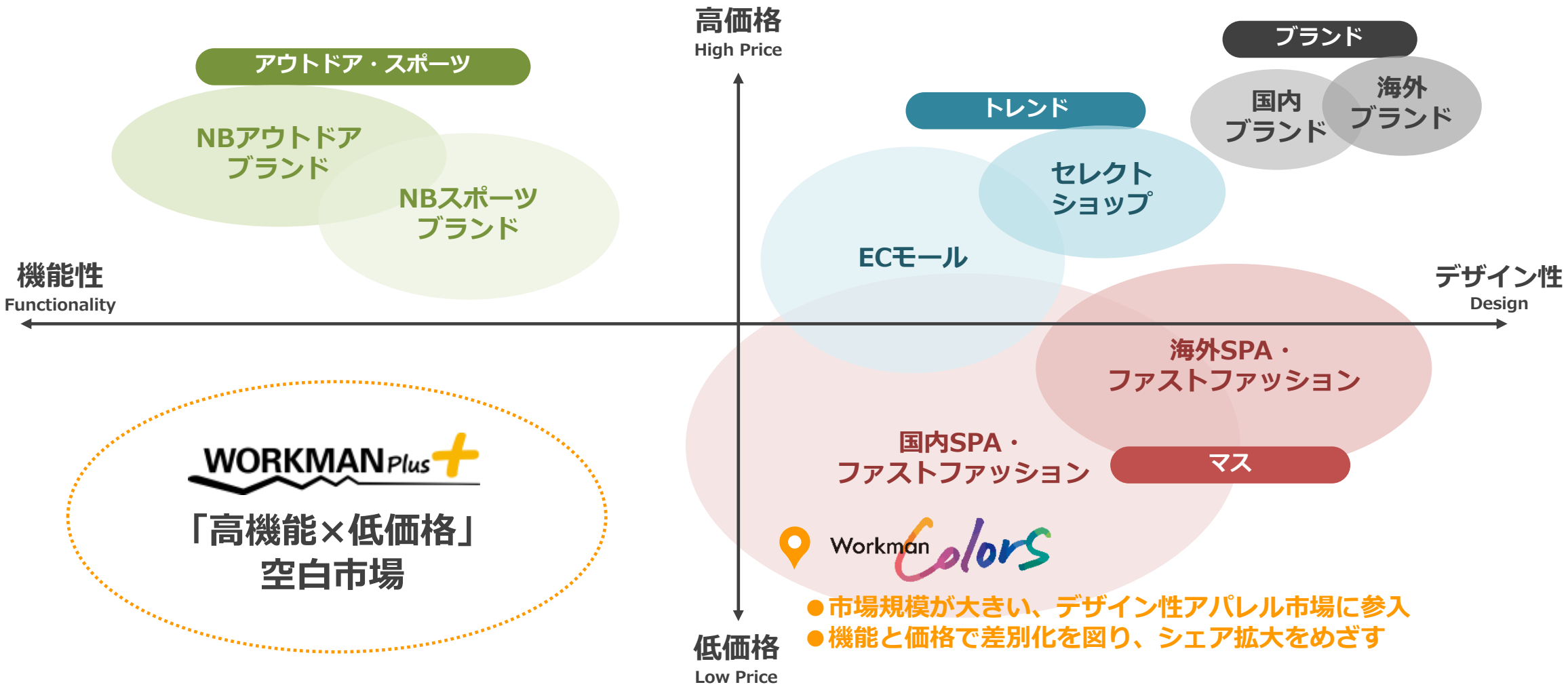
小売金額ベース
出所： 矢野経済研究所「2026ユニフォーム市場年鑑」をもとに自社にて算出

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

アパレル市場マップ

国内アパレル市場 約8.5兆円、独自ポジションで持続的成長

※市場規模：2025年度矢野経済研究所調べより



- 市場規模が大きい、デザイン性アパレル市場に参入
- 機能と価格で差別化を図り、シェア拡大をめざす

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

03. 成長戦略

- 成長戦略の概要
- 出店
- 商品
- 販売
- サステナビリティ

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

成長戦略

「すべての人に機能性ウエアを」

- Functional wear for All -

WORK
作業関連

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

Vision

快適・安全な作業環境の実現
安定した収益基盤

×

ACTIVE
機能性カジュアル

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
- 仕事と一般の兼用品を開発

Vision

海外展開の主力カテゴリー
唯一無二の価値

×

CASUAL
快適普段着（ベーシック衣料）

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

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

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

ロードマップ

国内で経営基盤を固め、グローバル展開に備える

FY 3/2026 — FY 3/2027 — FY 3/2028 — FY 3/2029 — FY 3/2030

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
- 機能性ウエアのマス化
- 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

- 2026年9月 100%出資 台湾子会社設立
- 直営店で運営し、ブランド認知向上を図る

海外本格化

- 海外ネットワーク拡大に向け、市場調査を開始

海外進出を見据え独自の「品質基準」を制定

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

マス化製品政策

マス化製品：独自の価値をより多くのお客様へ提供し、新市場を創出する

●マス化製品ラインナップ

① MEDIHEAL



低価格化でマス化推進

リカバリーウエアを普及価格で提供したことで、新たな市場を創出

② XShelter



新素材・新機能開発

猛暑や寒暖差など外部環境を遮断し、衣服内を快適に保つ、次世代暑熱・断熱ウエア

③ファンウエア・ペルチェ



一般向け販路に強み

プロ需要から一般向けのアウトドアや日常生活における熱中症対策として拡大

④UVカットウエア



猛暑対策の新定番

猛暑が厳しさを増す中、日焼け対策は「塗る」時代から「着る」時代へシフト

⑤機能性インナー



圧倒的なコスパ

毎日着るインナーだからこそ本物の機能を提供

●販売戦略

・リスクヘッジ型生産体制	国内外の保管機能強化で販売機会損失を低減
・マーケティング強化	展示会を起点にSNS販促を展開するとともに、TVCM・チラシ等マスプロモーション集中投下
・全国統一の売場	全国どこでもマス化製品が手に入る環境を整備（顧客体験向上）
・商品構成の最適化	不採算アイテムを削減し、マス化製品の売場拡大 アイテム集約に伴い物流・店舗での作業効率改善

●目標

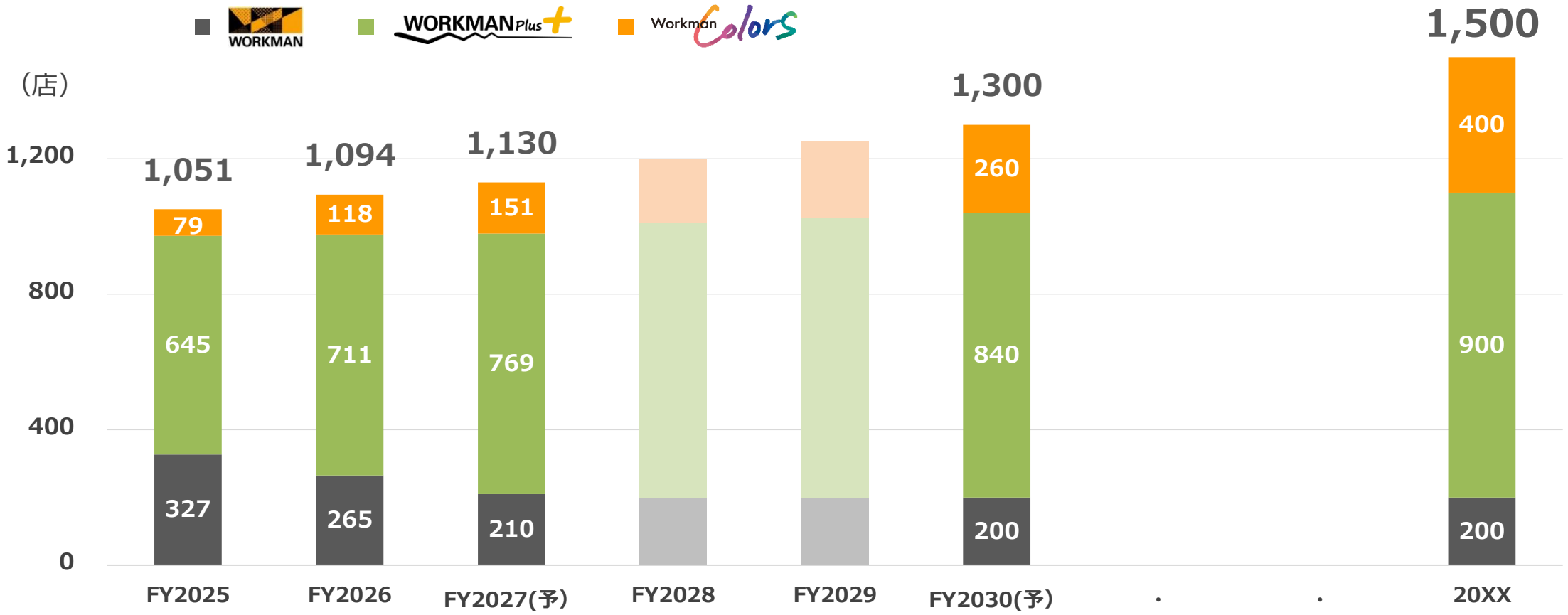
各マス化製品の売上構成10%を目指す

- ✓ アイテム集約による**収益性改善**
- ✓ 高機能×低価格の**ブランド認知拡大**
- ✓ **出店可能性の拡大**（小坪・都心・海外への布石）

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

出店計画

国内1,500店舗体制へ　Colorsの展開加速とPlusのドミナント化
法人フランチャイズによりショッピングセンターへの出店を拡大



※WORKMANには「Pro」、Plusには「PlusⅡ」、Colorsには「＃ワークマン女子」を含めております。

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

世の中にない新素材・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



ワーク兼用の高機能ウエアを開発

- グローバル展開に必要な製品群
- 機能性が最も求められる分野であり、当社の新素材開発を先導

再飛躍・価値創造

- EDLP製品の進化（コスパ追求）
- 労働寿命の延長を目的とした快適ワーク製品開発
- 猛暑や暖冬等、気候変動に対応

一般向けマス製品開発

- カジュアルはファッショントレンドより、大衆に支持される製品開発を優先
- 着心地・イージーケア等、ワーク、アウトドアとは機能の尺度を変える

新たなベーシックを提案

- メンズ・レディースともに機能性を軸としたベーシックアパレルを展開
- ファッションアイテムはトレンドを意識して短納期で生産、売場鮮度の向上とリピーターの獲得をめざす

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

販売戦略

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
ワーク強靭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」

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

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
1. **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。	●サステナブル商品 222アイテム 販売金額115億円 ●商品廃棄率 1.29%（前期比 0.28%改善）
2. **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。	●TCFD提言に基づく開示 ⇒シナリオ分析及びScope3算定結果を開示 ●環境配慮型店舗の多店舗化に向けた実証実験を複数地域で開始
3. **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。	●加盟店再契約率 96.2%で高水準を維持 ●離職率 1.7%⇒3.1%　1人当たり月間残業 +1時間 ●女性チーフ、マネジャー比率 10.7⇒ 9.5% ●男性育休取得率が向上 57.1%⇒73.3%
4. **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。	●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
5. **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。	●経営トップ人事 中期成長ビジョンの推進体制を強化

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

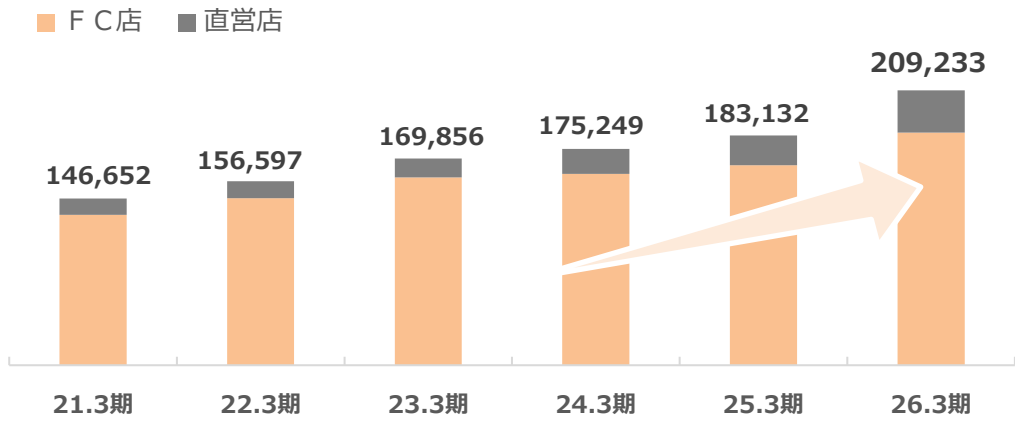
04. 業績ハイライト

- 業績推移
- バリュエーション
- 業績予想

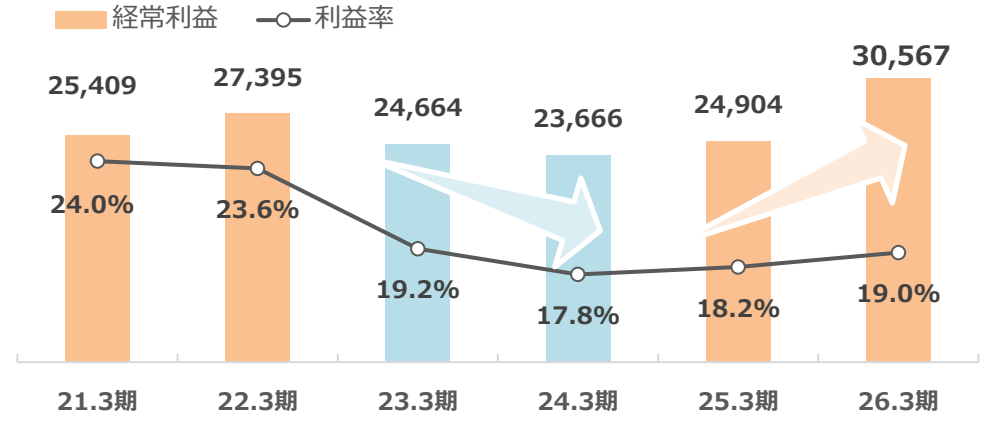
©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

マス化製品の展開や価格政策の見直しで収益性改善、成長軌道へ転換

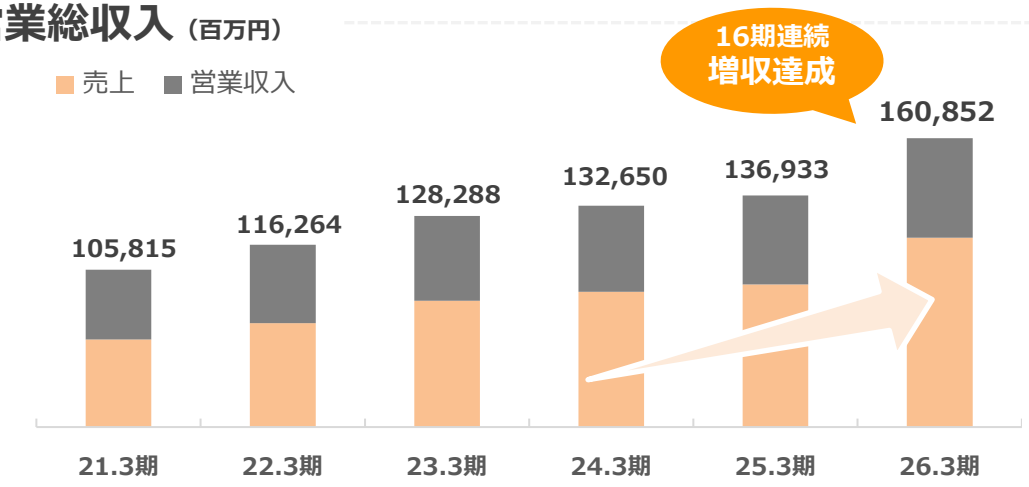
●チェーン全店売上高（百万円）



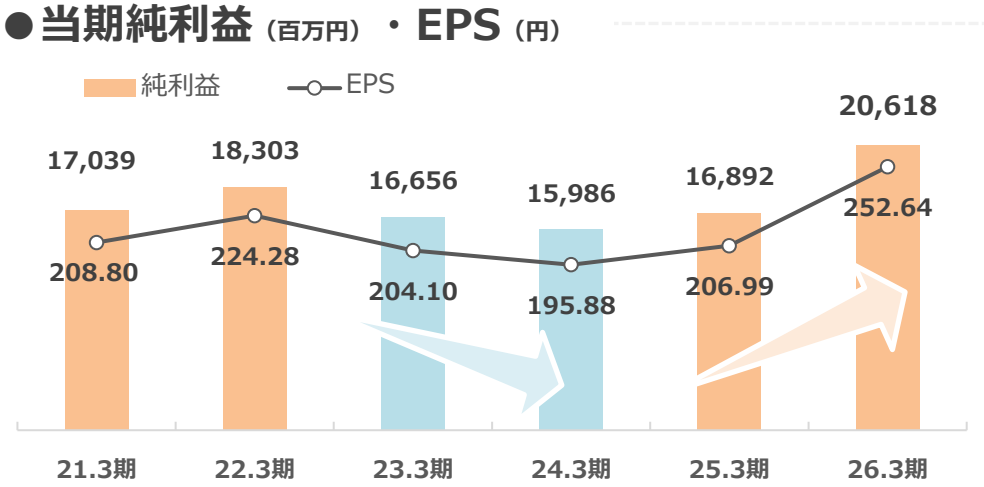
●経常利益（百万円）・経常利益率（%）



●営業総収入（百万円）



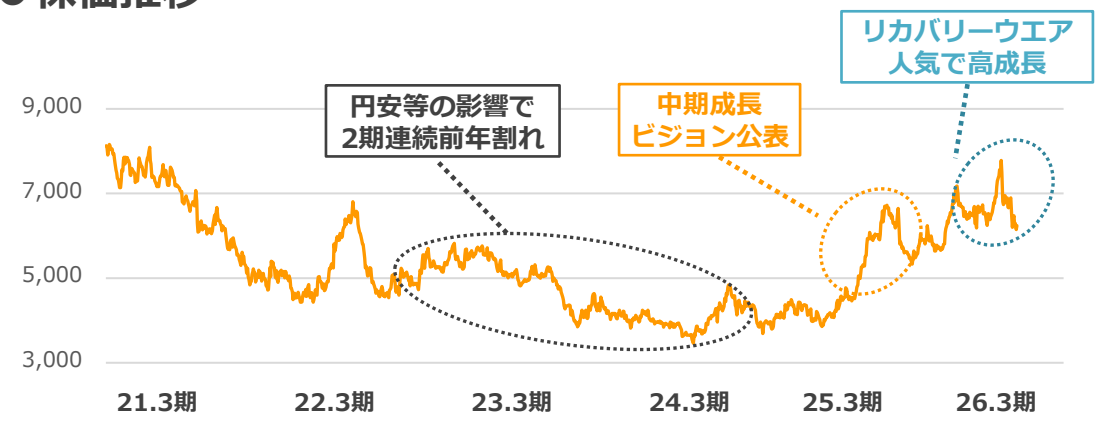
●当期純利益（百万円）・EPS（円）



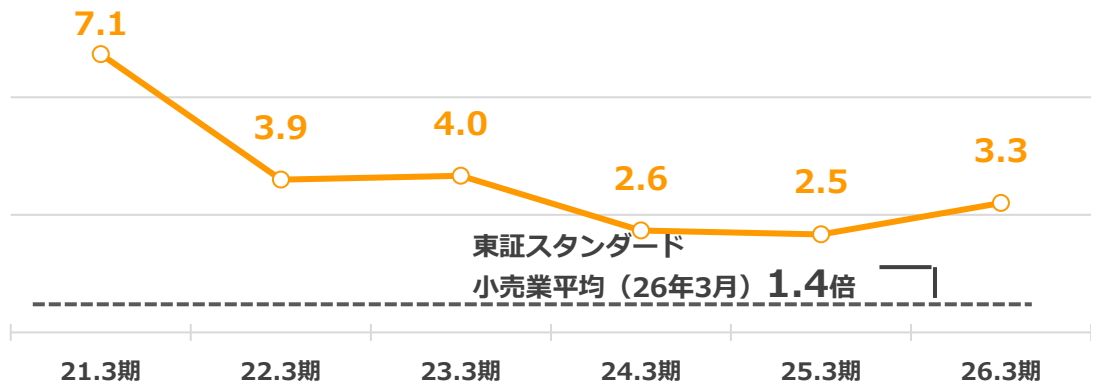
©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

再成長へ転換、資本効率の改善と市場評価を維持

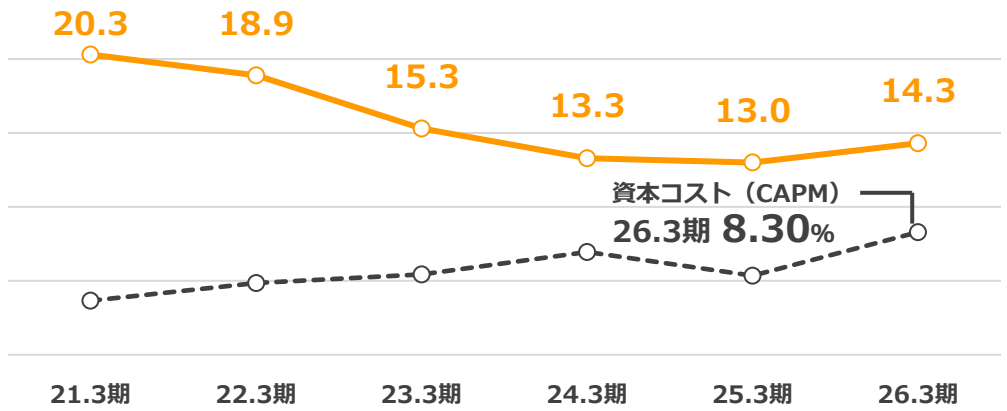
●株価推移



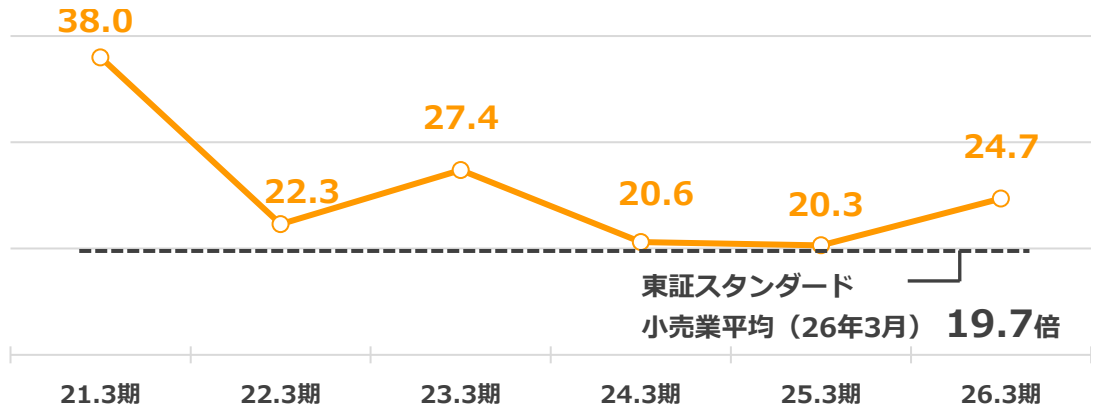
●PBR（倍）



●ROE



●PER（倍）



©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

2027年３月期 業績予想

マス化製品政策とカラーズの展開拡大で増収増益を見込む

（単位：百万円）	2026年3月期		2027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	209,234	+14.3	**237,970**	**+28,735**	**+13.7**
営業総収入	160,852	+17.5	**183,376**	**+22,523**	**+14.0**
営業利益	29,676	+21.7	**32,112**	**+2,435**	**+8.2**
経常利益	30,567	+22.7	**33,418**	**+2,850**	**+9.3**
当期純利益	20,618	+22.1	**22,329**	**+1,710**	**+8.3**
１株当たり当期純利益	252円64銭		**273円 60銭**		
１株当たり配当金	89円		**89円**		

©2026　WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

05. 株主還元・参考資料

- 株主還元
- 沿革

©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

株主還元

●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

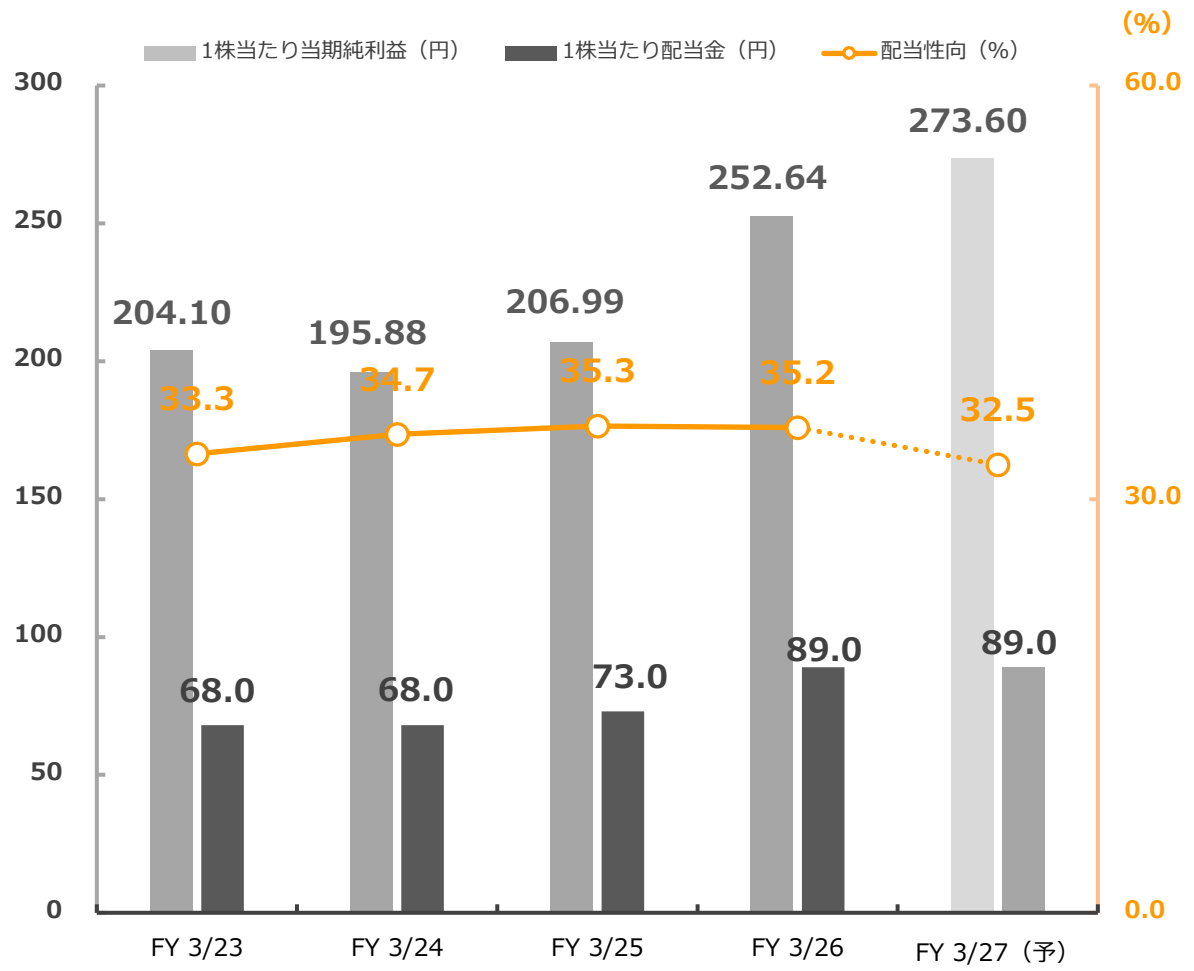
● １株当たり配当金

・2026年３月期
16円増配の**89**円

・2027年３月期
前期と同額の**89**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



©2026 WORKMAN CO., LTD. All Rights Reserved

沿革

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）

1982
㈱いせやの衣料事業部から独立し「㈱ワークマン」を設立

1988
国内100店舗達成



～1990年

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）



～2013年
売場面積100坪（標準）

2014
中期業態変革ビジョン



2014年～
外観を刷新

2018
WORKMAN Plus 開店
アウトドア・スポーツ市場に参入



2020
＃ワークマン女子 開店



2020年～2024年
※Workman Colorsに統合

2023
Workman Colors 開店
カジュアル市場に参入



国内1,000店舗達成

WORK
OUTDOOR・SPORTS
CASUAL

©2026 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/