

**JASDAQ** 証券コード 7564

# 個人投資家向け 会社説明会

～日本全国の働く人たちを応援～



## 株式会社ワークマン

2009年5月30日

# 目次

---

- **会社概要** .....P3~P16
- **市場環境と今期の見通し**.....P17~P25
- **参考資料** .....P26~P29

---

# 会社概要

- 設 立 1982年8月19日
- 上 場 市 場 ジャスダック証券取引所 コード:7564  
(1997年9月店頭登録、2004年12月ジャスダック証券取引所に株式を上場)
- 資 本 金 16億22百万円(2009年3月末現在)
- 事 業 内 容 フランチャイズシステムによる**作業服及び作業関連用品の大型専門店チェーン**
- 売 上 高 **494億69百万円**(2009年3月期)  
(チェーン全店売上)
- 経 常 利 益 **48億円26百万円**(2009年3月期)
- 従 業 員 数 186名(2009年3月末現在)
- 店 舗 数 1都2府32県 **628店舗**(2009年3月末現在)  
(FC店 501店舗、直営店 127店舗)



株式会社ワークマン本社  
(群馬県伊勢崎市)

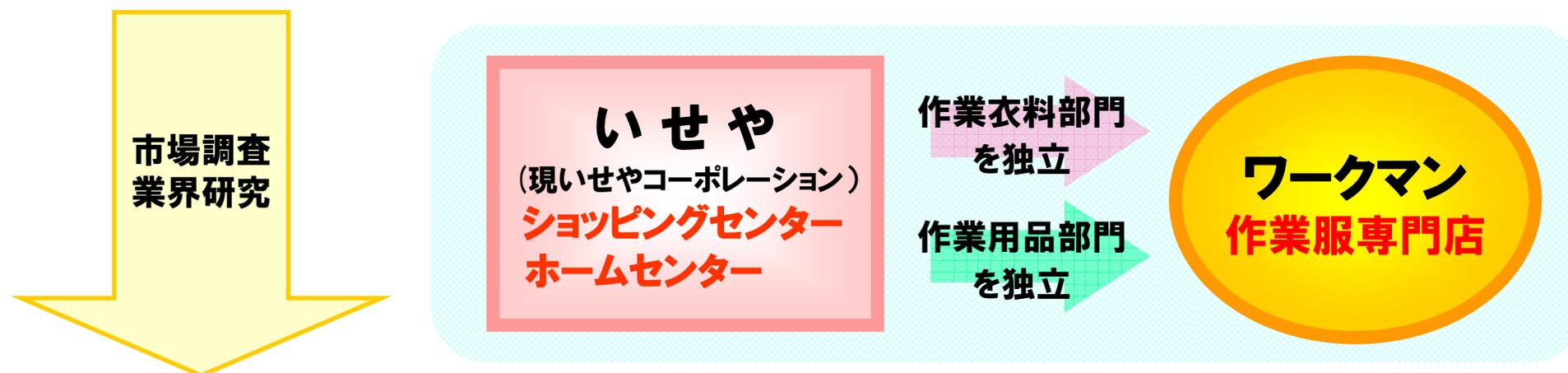
## ■ 「ベイシアグループ」の中核企業

ベイシアグループは、ショッピングセンターの(株)ベイシア、ホームセンターの(株)カインズ、コンビニエンス・ストアの(株)セーブオン、カー用品店の(株)オートアールズなど小売事業を主力に、グループ全体で約1,700店舗を展開しており、その年間売上規模は約8,000億円となっております。

# 創業の契機

## ■ 創業の契機

1980年頃、兵庫県姫路市で10坪程度の作業服屋を数店展開し、そのお店はのれん分けで従業員を独立させ、業績に応じて自分の取り分が決まるシステムで運営して繁盛している企業が有るという情報を入手。



- 専門店としてワーキングウエアを中心に、豊富な品揃えを実現
- 働く人の安全で快適な作業環境の創造
- すべての働く人たちの為に日本全国へチェーン展開を目指す

## ■ 沿革

- 1980年 「職人の店ワークマン」1号店オープン
- 1982年 **株式会社ワークマン**設立
- 1986年 本部棟を新設、群馬県伊勢崎市柴町に本部を移転
- 1988年 **100店舗**達成
- 1989年 POSシステム導入
- 1991年 東京本部ビル完成
- 1997年 日本証券業協会に株式を**店頭登録**
- 2002年 **500店舗**達成
- 2004年 **JASDAQ**証券取引所に**上場**、**新POS**システム導入
- 2007年 伊勢崎流通センター、小牧流通センター増床
- 2008年 **600店舗**達成



ワークマン1号店



旧店舗(～1990年)



現店舗(1991年～)

# 取り扱い商品

作業服、作業関連用品を中心に、頭のてっぺんからつま先まで、働く人が身につける物を品揃え。作業服のコンビニエンスストア。

**ワーキングウェア**  
作業ジャンパー・ズボン、  
つなぎ服、鳶衣料など



## 履物

安全靴、地下足袋、長靴、  
布靴、安全スニーカーなど



**カジュアルウェア**  
ポロシャツ、Tシャツ、  
ハイネックシャツ、  
ブルゾンなど



## 作業用品

軍手、革手袋、  
加工手袋、合羽、  
ヘルメットなど



**ファミリー衣料**  
肌着、靴下、軍足、帽子、  
タオル、エプロンなど



## その他

食品用・医療用白衣、  
オフィスユニフォーム、  
介護衣料など



# 本社・流通センター



株式会社ワークマン本社  
(群馬県伊勢崎市)

本社に隣接した伊勢崎流通センター



# 店舗・売場



店舗外観



作業服の売場



作業靴の売場



手袋の売場



# 店舗概要

営業時間	7:00~20:00
立地	標準店舗はロードサイド単独店、駐車スペース15台
標準面積	敷地300坪で建物は100坪
1日平均来店客数(既存店)	97人
1人平均買上金額(既存店)	2,428円
1店舗平均年商(既存店)	8,231万円
広告宣伝	吉幾三氏出演によるテレビ・ラジオCMを放送中
スーパーバイザー (SV 店舗指導員)	スーパーバイザーによるコンサルティングで、店舗運営を強かにバックアップ
情報・物流システム	自社流通センターと夜間配送により、タイムリーな商品納品を実現

※客数、買上金額、年商の平均値は2009年3月期実績です。

## ① 業界唯一のフランチャイズシステム

■ 資産を持たない出店で**ローコスト経営**が可能

- ・ 土地・建物の出店物件はオーナー(地主・大家)所有
- ・ 店舗は加盟店長が運営(労働力・人件費)

■ 加盟店への研修と、継続的なバックアップで、小売未経験者でも**参加しやすい**フランチャイズパッケージ

## ② 商品開発力

■ SV(店舗指導員)の巡回、600店舗以上から集まる販売データを通じて、**需要の変化に素速く対応**

■ 素材メーカー・縫製メーカー・当社の3者で**オリジナル商品を共同開発**

## ③ コスト競争力

■ **スケールメリット**を活かした商品買付けと、**現金による完全買い取り**

■ 自社で物流システムを構築

# ビジネスモデル

## 徹底したローコスト経営による増収増益のビジネスモデル

### 出 店

- リース方式で**低い投資コスト**
- ドミナント化・開発精度向上
- 質を重視した出店

### 商 品

- 業界最大手のスケールメリット**
- エブリデー・ロー・プライス  
(低価格政策)商品で差別化の促進

### フランチャイズ システム

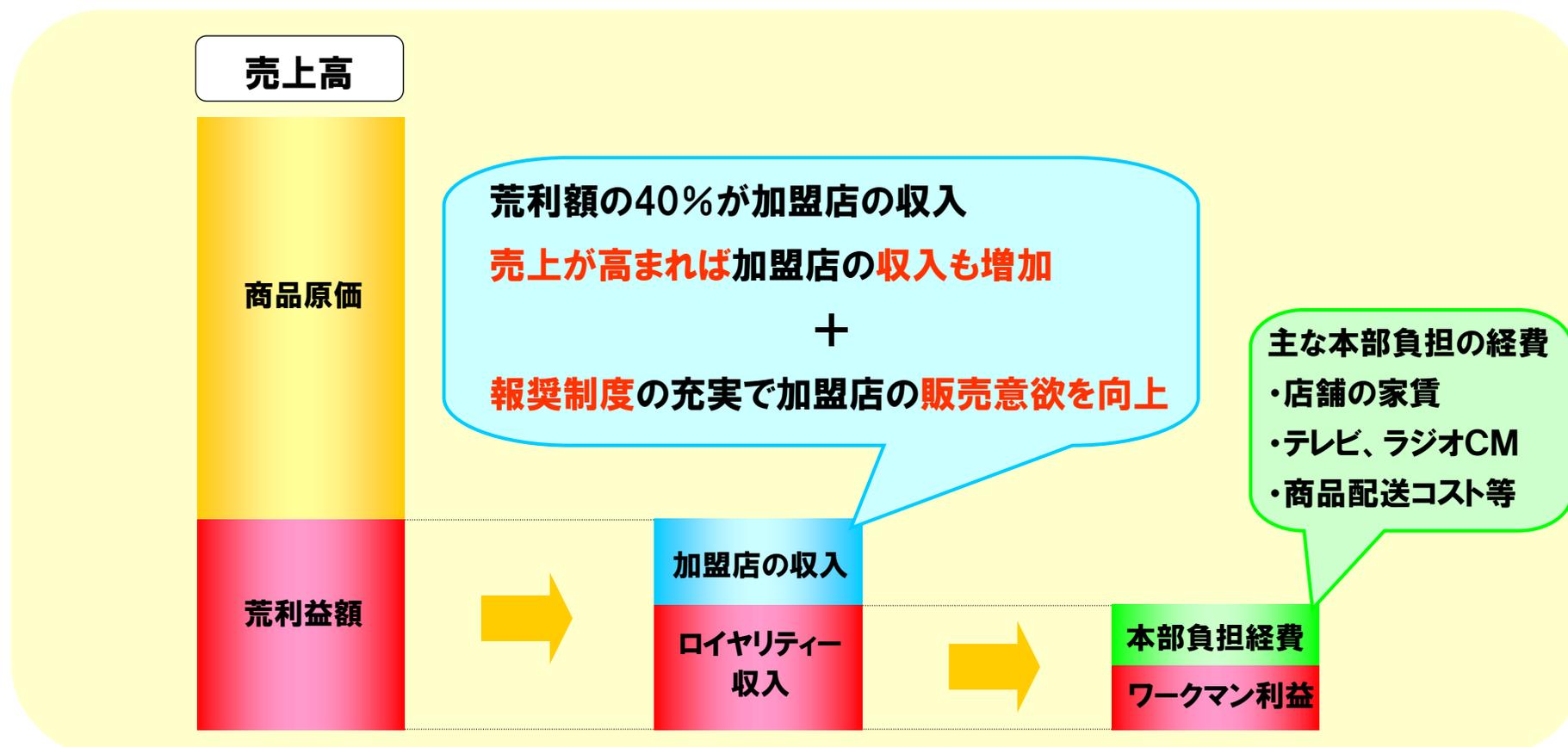
- 誰でも**参加しやすい**仕組み
- 加盟店の**成長・発展**

改善・改革  
善の循環

加盟店の成長を支えるサポート体制強化  
(スーパーバイザー・物流・広告宣伝・情報システムなど)

# フランチャイズシステムによる収益構造

- 報奨制度の充実で加盟店の販売意欲を向上
- 加盟店の収入増加と共にワークマンの利益も増加

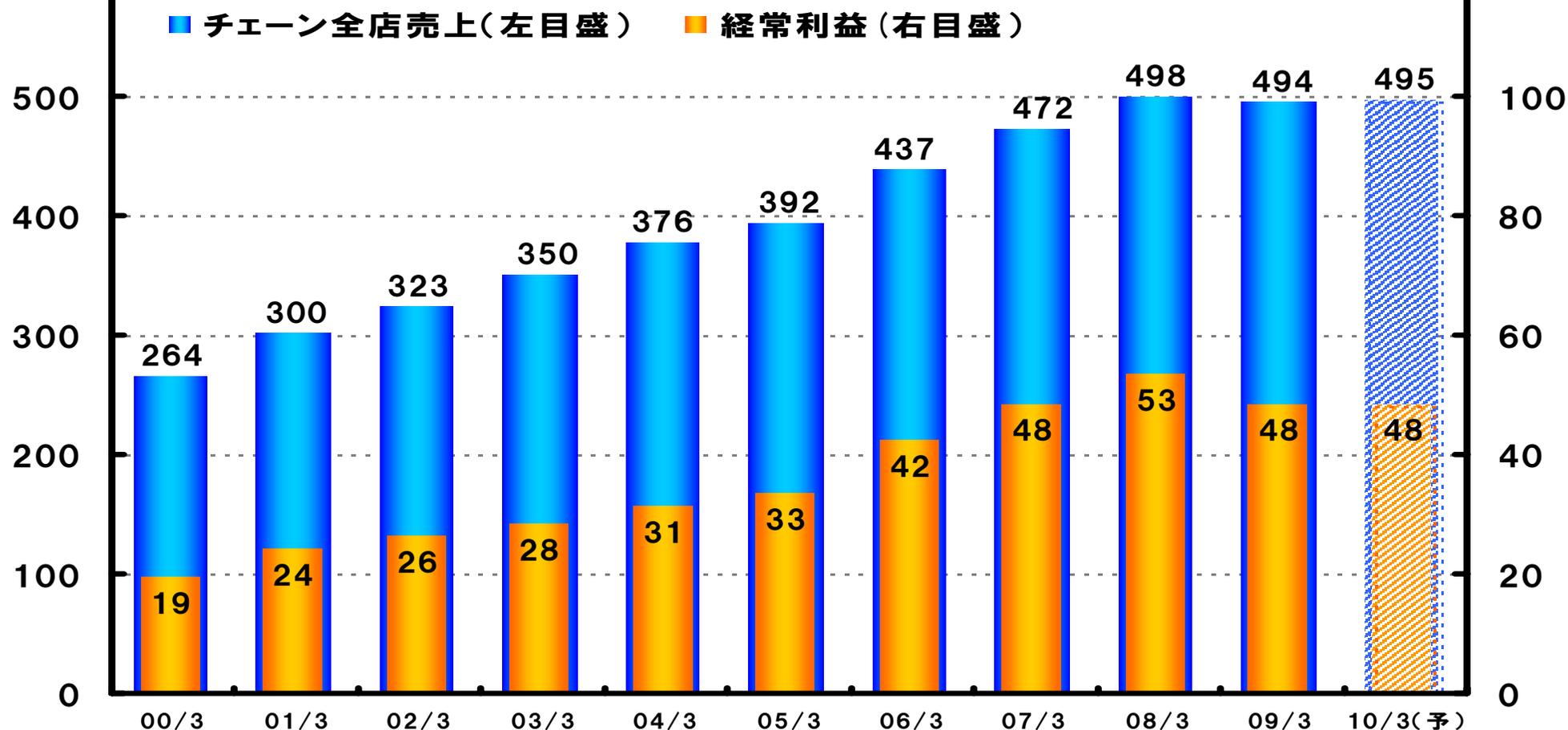


※ワークマンの加盟店A契約(タイプ1加盟店契約)は荒利益額を、本部60%、加盟店40%で分け合っております。

# チェーン全店売上と経常利益の推移

チェーン全店  
売上<億円>  
600

経常利益  
<億円>  
120

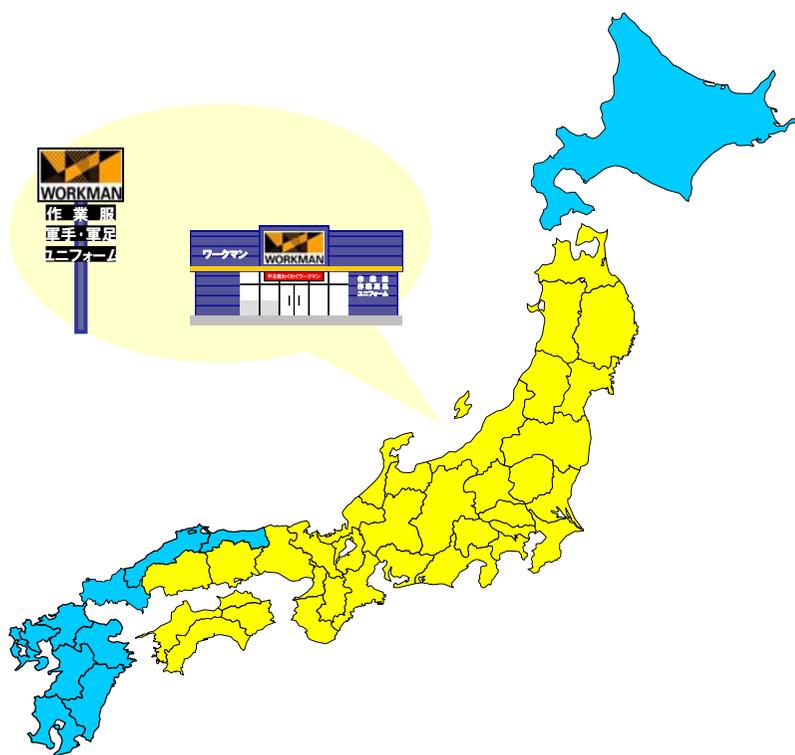


※表示単位未満は切り捨てて表示しております。

# 出店状況 日本全国1,300店舗展開へ

1都2府32県下に628店舗を展開中

■ 展開地域    ■ 未開発地域  
 (2009年 3月末現在)



<展開地域出店数>

地域名	出店数	地域名	出店数	地域名	出店数
青森県	13	神奈川県	32	奈良県	10
岩手県	11	新潟県	15	京都府	6
秋田県	10	長野県	28	和歌山県	10
宮城県	16	山梨県	12	大阪府	19
山形県	11	富山県	1	兵庫県	19
福島県	21	石川県	2	岡山県	7
茨城県	34	福井県	7	広島県	6
栃木県	25	静岡県	30	香川県	3
群馬県	26	愛知県	59	徳島県	3
埼玉県	66	岐阜県	19	愛媛県	3
千葉県	47	三重県	12	高知県	1
東京都	35	滋賀県	9	全国合計	628

<出店計画残数>

地域名	出店計画残数	地域名	出店計画残数
北海道・東北	71	中国	59
関東	145	四国	28
中部	47	九州・沖縄	137
近畿	185	全国合計	672

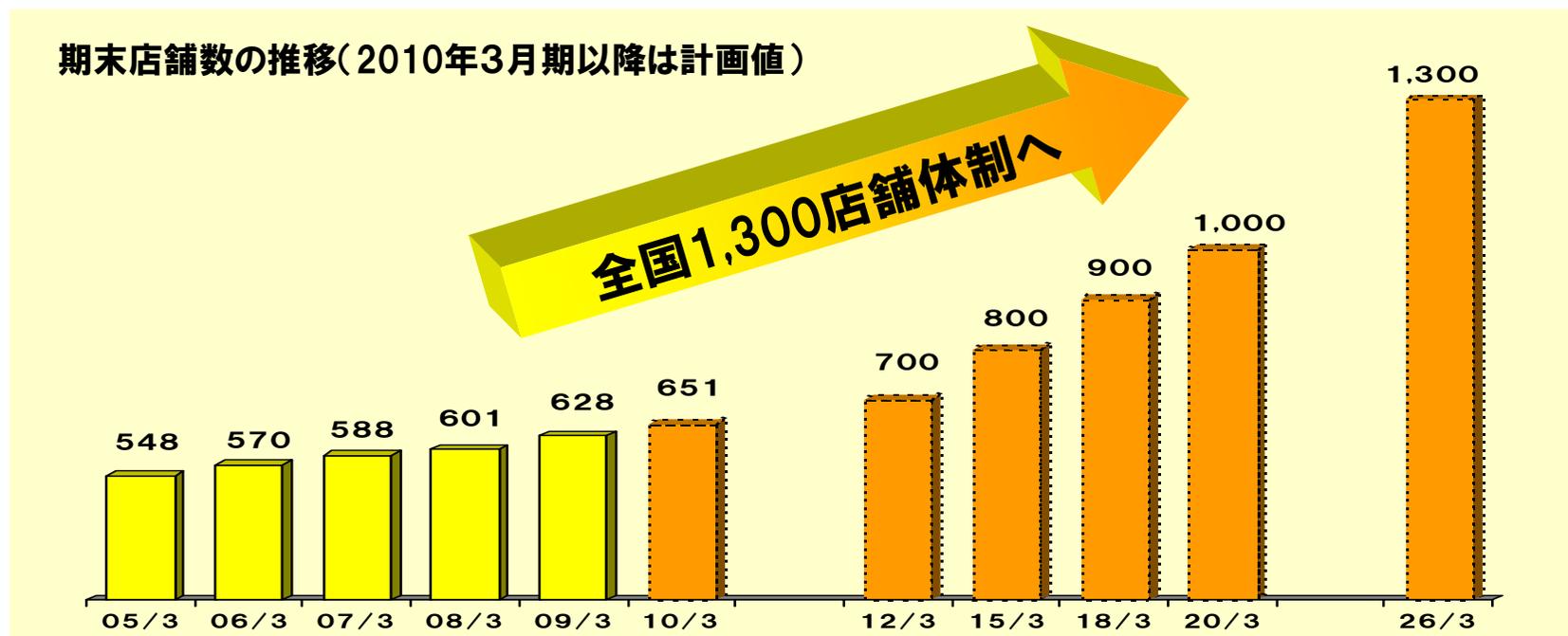
# ワークマンの展望

■ 早期に**1,000店舗**、チェーン全店売上高**1,000億円**を達成する

■ **日本全国**へ出店 **1,300店舗**展開を目指す

働く人の安全で快適な作業環境の創造

「エブリデー・ロー・プライス(低価格政策)商品」の積極展開で、働く人々を応援  
日本全国どこでも購入できる店舗展開を実現する



---

# 市場環境と今期の見通し

# 市場環境1 (ワーキングウェア市場)

**ワーキングウェア市場規模 約4,380億円(小売換算※)**

**小売り(店頭販売)ルート  
(主に自営業、一般向け)**

**約35% 約1,533億円**

**メーカー直需・納入業者・代理店  
(主に大企業、官公庁向け)**

**約65% 約2,847億円**

ワーキングウェア市場規模の推移



※参考資料:(株)矢野経済研究所「ユニフォーム市場白書2008-2009年版」をもとに自社にて作成。

※ワークマン全取り扱い商品の市場規模は、約1兆2,000億円(当社推計)。

## 市場環境2 (ワーキングウエア小売市場)

ワーキングウエア 小売ルート市場規模 約1,533億円

シェアを拡大

その他小売店 約90%

ワークマン 約10%

(ワーキングウエア 2009年3月期  
年間販売額148億円)

- 新規出店を行い店舗網を拡大
- 600店舗以上の販売力
- スケールメリットで顧客のニーズに合った商品を展開  
(メーカーとの共同開発)

- 単独店舗または展開店舗数10店舗未満の企業が多い
- 出店により店舗数を伸ばしているのは一部の企業のみで、後継者不足の個人商店が多い
- メーカー主導の品揃え

※参考資料:(株)矢野経済研究所「ユニフォーム市場白書2008-2009年版」をもとに自社にて作成。

# 競合状況1 (当社と他の作業服店比較)

	ワークマン	他の作業服店
店舗展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・1都2府32県に628店舗をチェーン展開(2009年3月末現在)</li> <li>・毎年30店舗前後の<b>新規出店</b></li> <li>・面積<b>100坪</b> 標準化されたレイアウト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チェーン展開している企業が少なく、単独または10店舗未満の企業が多い</li> <li>・面積60坪以下が多い</li> </ul>
品揃え	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>統一された品揃えと価格</b>で、全国どこへ行っても安心して買える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・品揃え、価格が店舗毎に違う</li> </ul>
仕入れ発注方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>商品買い取り制</b>により低価格で仕入れ</li> <li>・メーカーと協力しオリジナル商品を開発</li> <li>・毎日発注システムと自社流通センターで、<b>いつでも商品が有る</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・作業服や季節商品は<b>委託品</b>が多く、安く販売出来ない</li> <li>・欠品が多く<b>チャンスロス</b>が多い</li> </ul>
販売状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>地域に密着</b>した中小の企業や個人に店頭で1点1点販売する為、安定している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・店頭販売より、大口顧客を対象とした納入に頼っている店が多く、売上に波が有る</li> </ul>
将来展望	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新規出店を行い日本全国へ拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>後継者不足</b></li> <li>・競争により淘汰される</li> </ul>

## 競合状況2 (当社とホームセンター比較)

	ワークマン	ホームセンター
顧客層	プロの職人	日曜大工・家庭菜園・園芸向き
営業時間	7:00 ~ 20:00	10:00 ~ 20:00
商品	高品質・高機能・低価格	低価格
品揃え	特化した商品群を幅広く	1品大量陳列
店舗規模等	<ul style="list-style-type: none"> <li>標準100坪で駐車スペースを15台確保→必要なものを短時間に購入できる適度な大きさ</li> <li>必要な物だけを集約した売場作り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スーパーストア化で、駐車場から売場が遠い</li> <li>家庭用品が主力の品揃え</li> </ul>

ホームセンターのそばのワークマンは、売上好調！  
 (品質+低価格でプロも満足)

# EDLP政策

エブリデー・ロー・プライス「**Everyday Low Price**」を省略したのもので、**毎日がこの価格で商品を販売する**という商品政策。

## ■ 特売やセール(従来型)

- ・セール商品だけ目当てのお客様が增加 → 損失を被るデメリット
- ・一定期間だけ低価格販売すること自体は難しいことでは無い

## ■ 毎日がこの価格(EDLP)

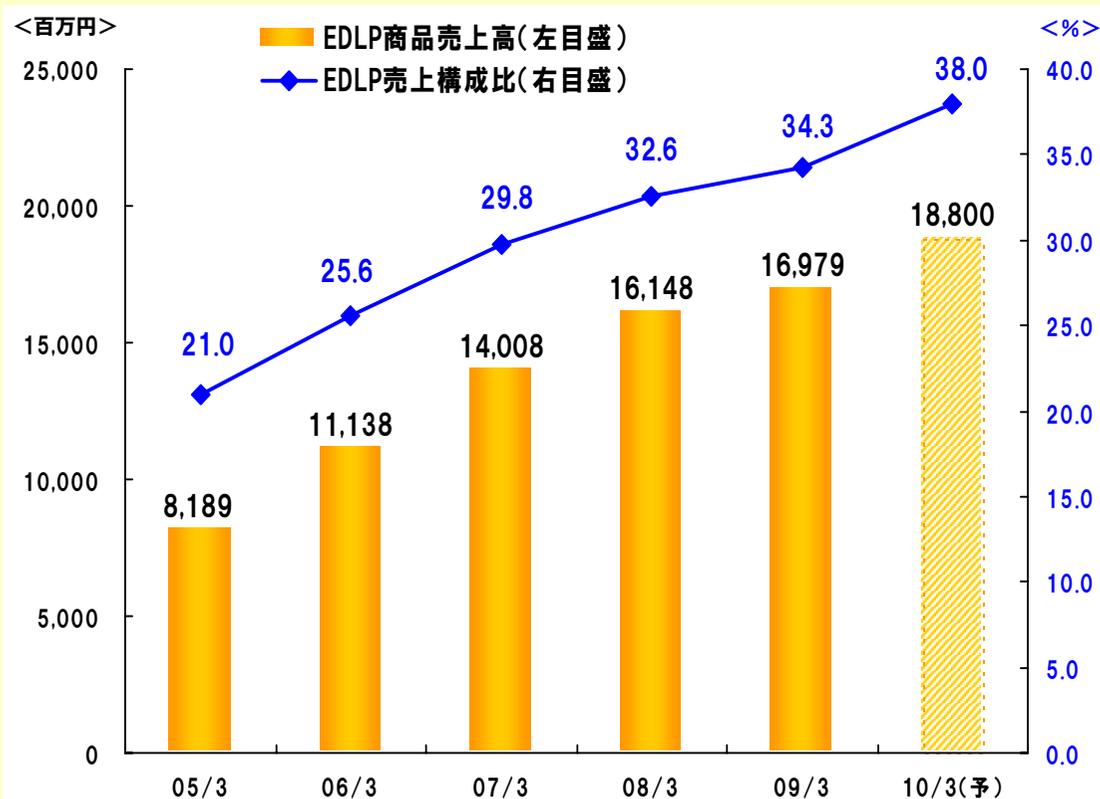
- ・いつお店に行っても常に低価格のものを買う事が出来る → 他店との差別化
- ・EDLP商品のお客様への浸透 → チラシが不要になり販促コストの低下
- ・常に低価格で販売し続けることは極めて困難 → 綿密な商品計画が重要

ワークマンはEDLPを更に追求し、「**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。

# EDLP商品の推移

- 消費低迷期にあった低価格政策の推進
- EDLP商品の売上増により、全商品売上に占める構成比が向上

EDLP商品売上と売上構成比の推移



EDLP商品例	価格(税込み)
メッシュキャップ	199円
麦わら帽子	199円
綿混リブ靴下4足組	399円
綿5本指靴下5足組	399円
作業ズボン	980円
ニッカズボン	980円
吸汗速乾半袖Tシャツ	500円
長袖鹿の子ポロシャツ	499円
長袖白衣	980円
エプロン	499円
炊事手袋	73円
軍手1ダース	157円
ゴム引き手袋12双組	698円
合羽	580円
作業靴	399円

# 2010年3月期決算見通し



<百万円、%>

	2009年3月期		2010年3月期計画	
	金額	前期比	金額	前期比
チェーン全店売上高	49,469	△0.8	49,500	+0.1
(既存店売上高)	—	△3.2	—	△3.0
営業総収入	34,811	+1.5	35,751	+2.7
営業利益	3,896	△11.5	3,967	+1.8
経常利益	4,826	△8.9	4,850	+0.5
当期純利益	2,710	△8.5	2,729	+0.7
1株当たり当期純利益	132円58銭		133円77銭	
期末店舗数	628店舗		651店舗	

# 配当金について

## ■ 基本方針

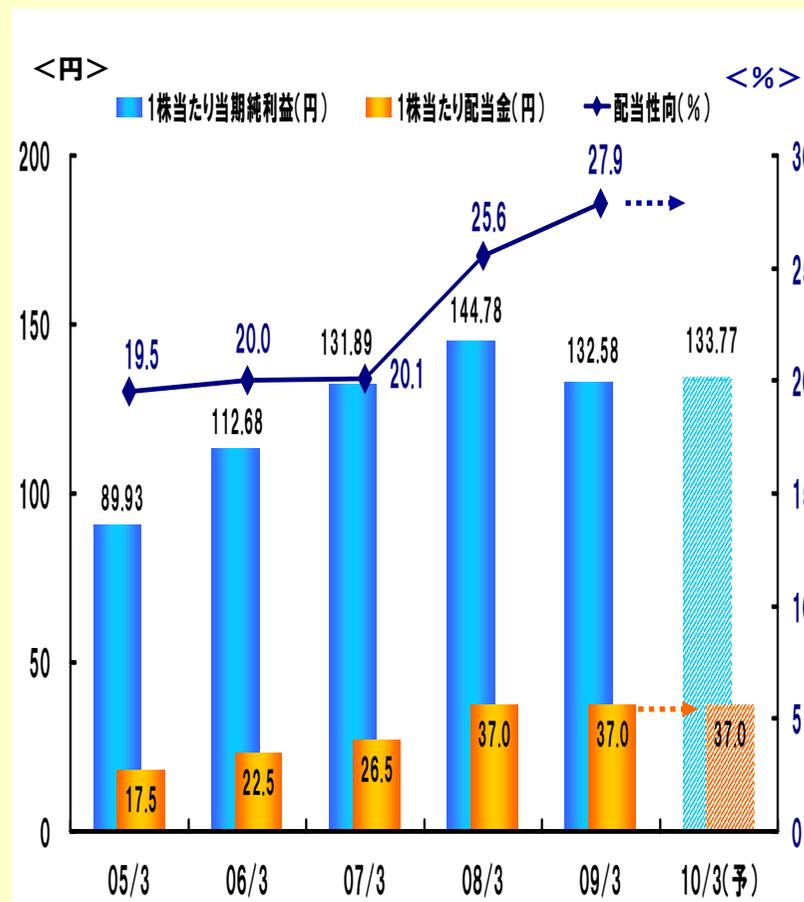
当社は、株主の皆様に対して、適正な利益配分の継続を経営の重要課題と位置づけ、今後の成長に必要な内部留保の充実と業績に基づいた利益配分に努めております。

## ■ 2010年3月期の配当金の目安

前期同様1株当たり37円を公表しております。

※ 2010年3月期の予想1株当たり当期純利益は133円77銭。

### 1株当たり当期純利益と配当金の推移

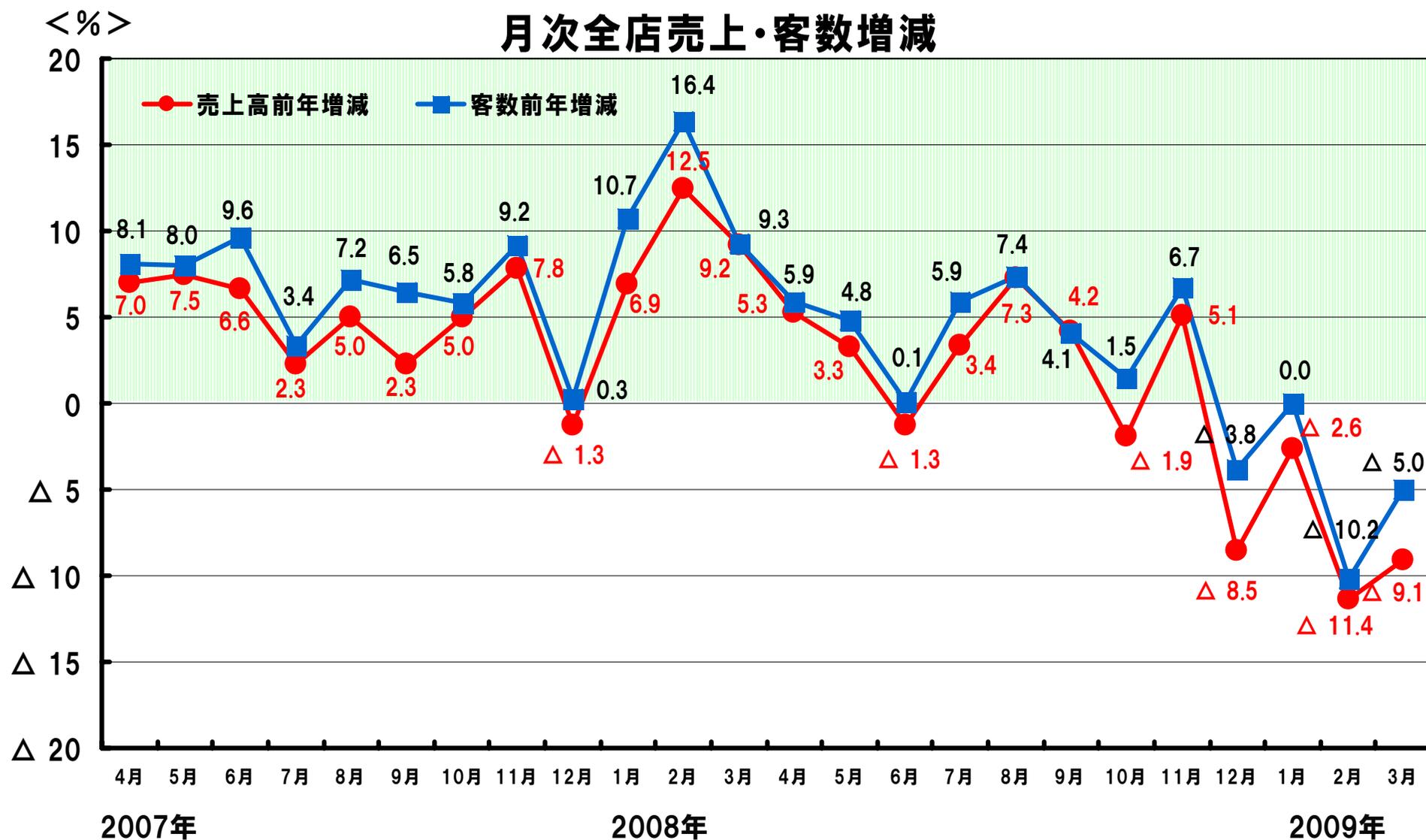


※2007年12月1日付1:2の株式分割により、2007年3月期以前は修正値で記載しております。

---

# 参 考 资 料

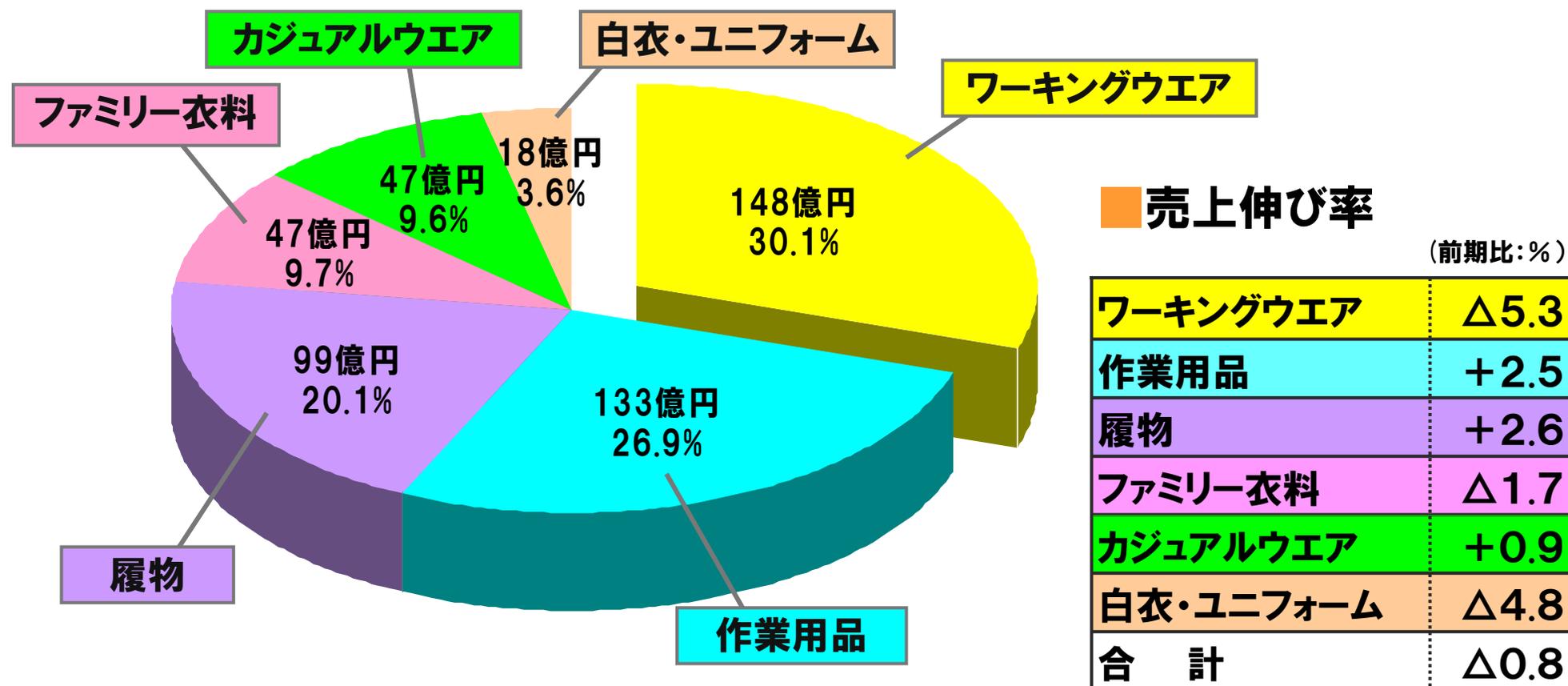
# チェーン全店の月次前年同月比の推移



# 商品別売上構成

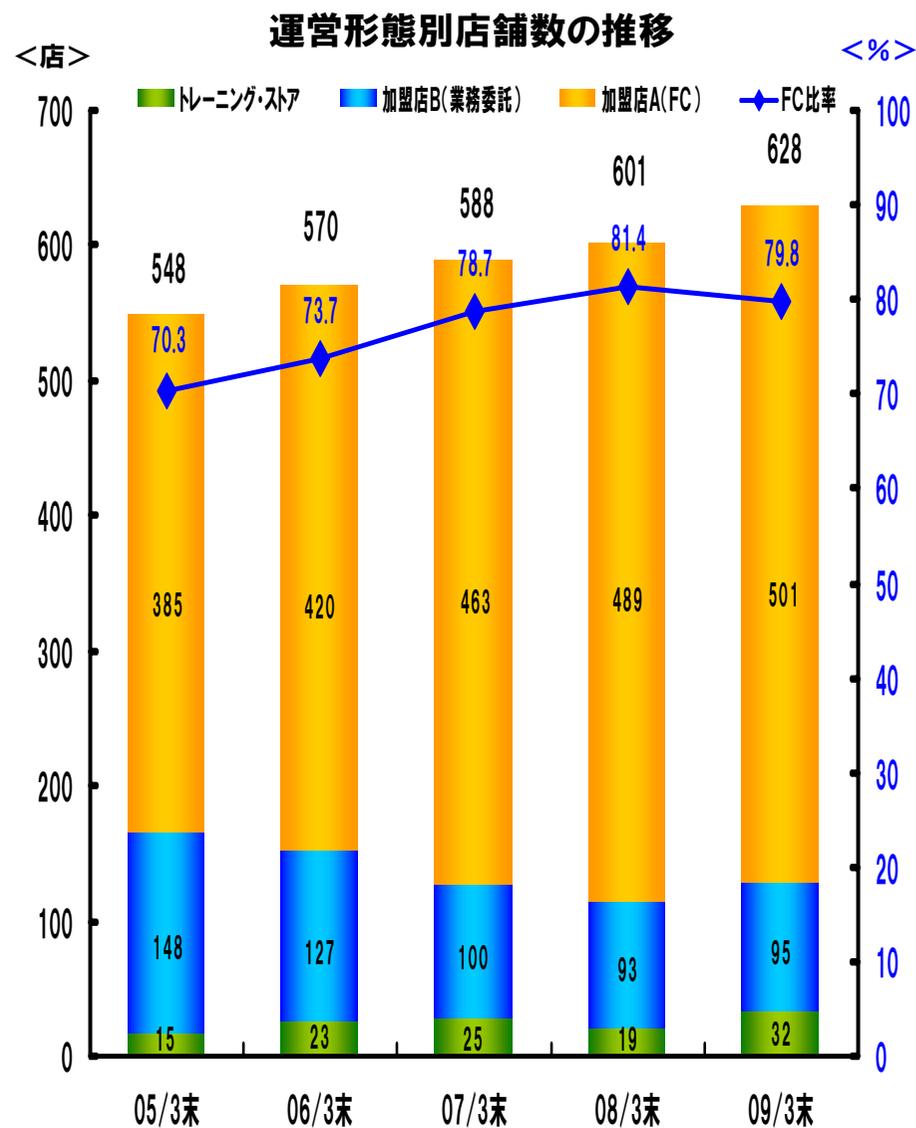
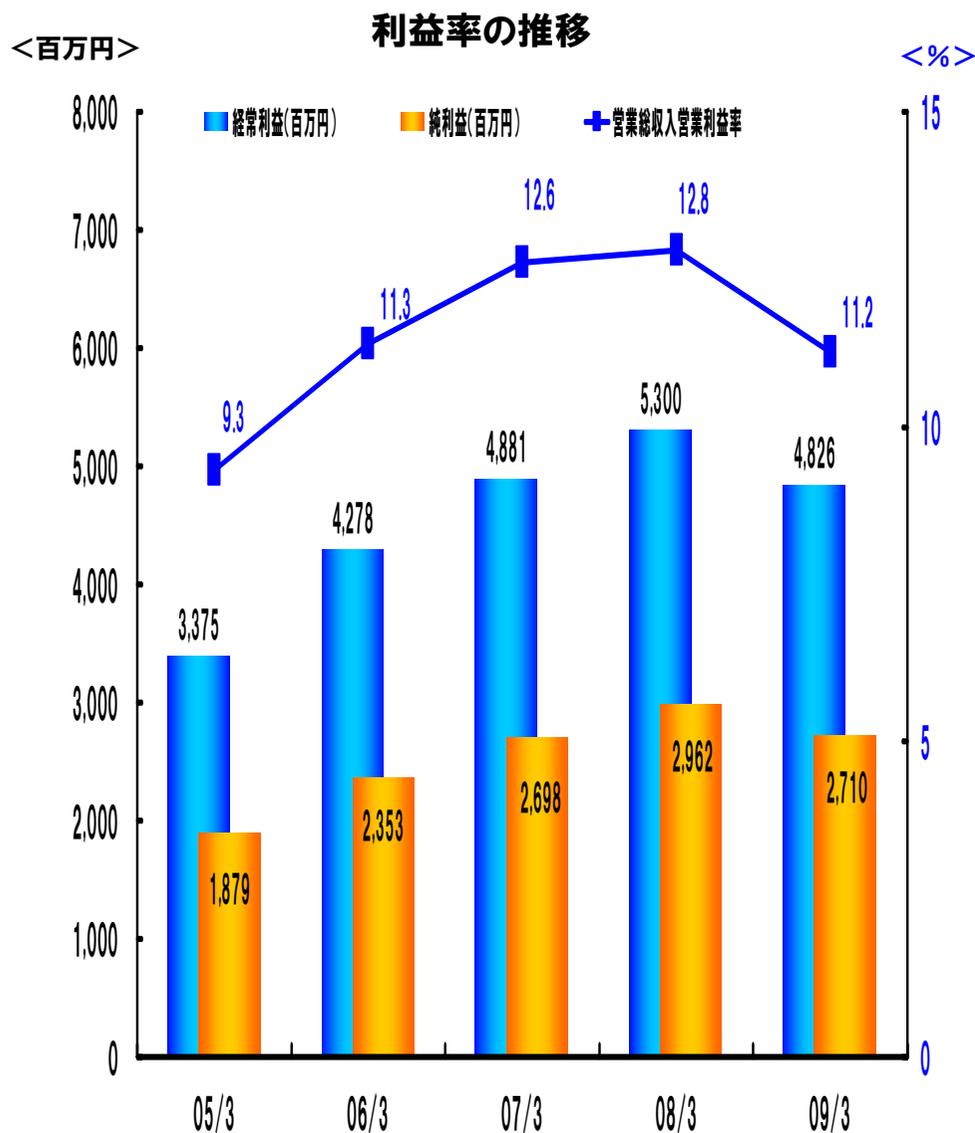
## ■チェーン全店売上高494億円

2009年3月期(2008年4月1日～2009年3月31日)



※金額は表示単位未満を切り捨てております。

# 利益率の推移・運営形態別店舗数の推移



# 説明会にご出席いただきありがとうございました。

- 本資料は当社をご理解いただくために作成したもので、当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、当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**

証券コード: 7564 (JASDAQ)  
<http://www.workman.co.jp/>

お問い合わせ先: 経営企画部IR室

TEL: 03-3847-8190

E-mail: [wm\\_seibi@workman.co.jp](mailto:wm_seibi@workman.co.jp)