

**JASDAQ** 銘柄コード 7564



# 株式会社ワークマン

## 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～

2012年12月開催

# 目次

---

- **会社概要** .....P3~P7
- **作業服専門店とワークマンの特徴** .....P8~P11
- **成長戦略** .....P12~P18
- **市場環境と今期の状況** .....P19~P25
- **参考資料** .....P26~P29

---

# 会社概要

# 会社概要

- 設 立 1982年 8月19日
- 上 場 市 場 大阪証券取引所 JASDAQスタンダード（銘柄コード:7564）
- 資 本 金 16億 22百万円(2012年 9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 609億 28百万円(2012年 3月期 チェーン全店売上高)
- 経 常 利 益 78億 66百万円(2012年 3月期)
- 従 業 員 数 219名(2012年 9月末現在)
- 店 舗 数 **1都2府34県701店舗**(2012年 11月末現在)



本社（群馬県伊勢崎市）

## ■ 「ベシアグループ」の中核企業

ベシアグループは、ショッピングセンターの(株)ベシア、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、カー用品専門店の(株)オートアールズ、家電製品専門店の(株)ベシア電器など、小売事業を主力に、グループ全体で約1,900店舗を展開、年間売上規模は約8,000億円。

# 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
標準タイプ	敷地300坪で建物は100坪
運営形態	フランチャイズ・ストア(加盟店A契約) 562店舗(81.9%)
	業務委託店舗(加盟店B契約) 103店舗(15.0%)
	トレーニング・ストア(本部直営社員) 21店舗(3.1%)
1日平均来店客数(既存店)	114人
1人平均買上金額(既存店)	2,301円
1店舗平均年商(既存店)	9,178万円
広告宣伝	吉幾三氏出演による全国ネットのテレビ・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、店舗運営を強力にバックアップ
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

※運営形態別店舗数は2012年3月末の実績で、( )の比率は運営形態毎の構成比です。

※1日平均来店客数、1人平均買上金額、1店舗平均年商は2012年3月期の実績です。

# 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(毎日使う必需品)を品揃え。

**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



## 作業服のコンビニエンスストア



**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



# 売場



作業ジャンパー・作業ズボン



防寒肌着・ハイネックシャツ



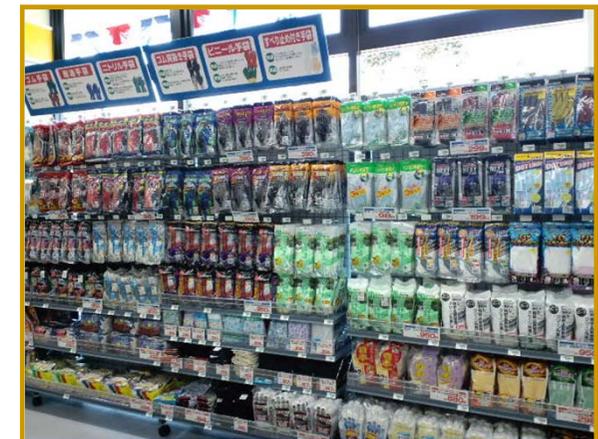
ヘルメット



防寒ワーキングウェア



安全スニーカー



作業手袋

---

# 作業服専門店とワークマンの特徴

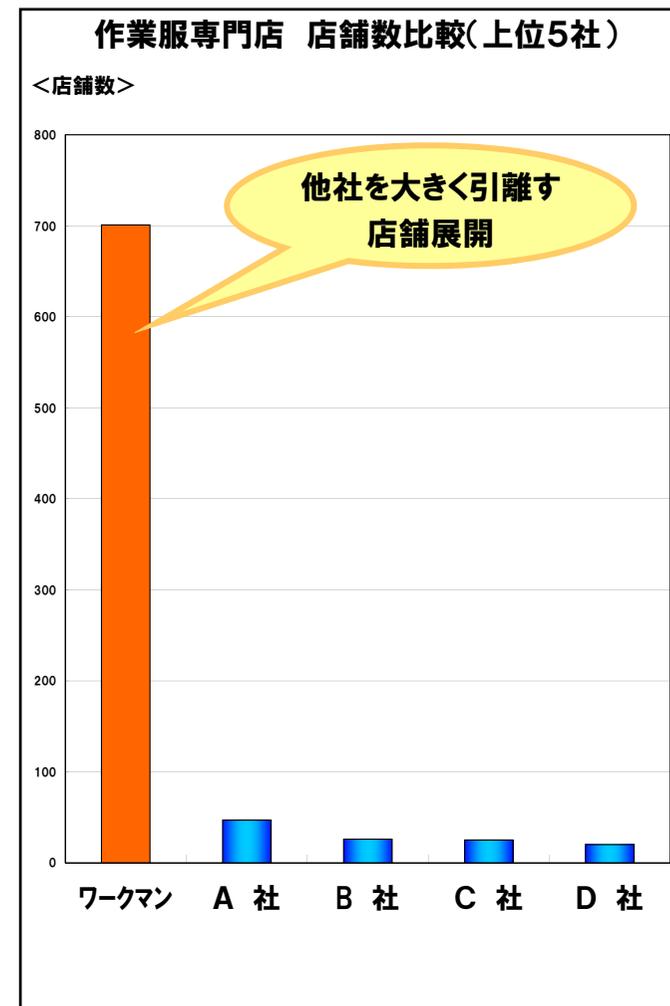
# 作業服専門店の特徴

	ワークマン(作業服専門店)	ホームセンター	カジュアル衣料専門店
顧客層	プロの職人が中心	大衆向け	大衆向け
品揃え	<ul style="list-style-type: none"> <li>働く人が仕事をする上で必要な着る物、身に付ける物中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭用品が中心</li> <li>道具、資材は専用コーナー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>普段着</li> <li>ファッション性の高い商品</li> </ul>
職人の用途	<ul style="list-style-type: none"> <li>作業服等の衣料品の購入(ユニフォームとして揃う)</li> <li>移動途中での作業用品の購入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門的な工具の購入</li> <li>資材の購入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>休日用の外出着</li> </ul>
店舗規模等	<ul style="list-style-type: none"> <li>入口そばに駐車場</li> <li>必要な物を短時間で購入出来る適度な大きさ</li> <li>必要な物だけを集約した売場づくり</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> <li>プロ向け売場は独立しており他の売場との関連性が薄い</li> <li>作業用品の売上高構成比は約2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>郊外路面店からショッピングセンターのテナント等、出店形態は様々</li> <li>同業社が多く、同質化が進んでいる</li> </ul>

■ 作業服専門店という業態がプロの職人に支持されている。

# 他の作業服専門店との比較

	ワークマン	個人経営店
店舗展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チェーンストア展開</li> <li>・標準化されたレイアウト</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・単独店舗</li> </ul>
品揃え	<ul style="list-style-type: none"> <li>・標準化された品揃えと価格</li> <li>・単品毎の販売データに基づく品揃え</li> <li>・オリジナル商品の開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカーに依存した品揃え</li> </ul>
仕入れ発注方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品買い取り制により低価格で仕入れ</li> <li>・毎日発注システムと自社流通センターで、店舗への配送時間短縮</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・作業服や季節商品は委託品も多く、安く販売出来ない</li> <li>・電話やFAXでの面倒な注文方法</li> </ul>
販売状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域に密着し、中小企業や個人に店頭で1点1点販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大口顧客を対象とした納入に頼る店舗が多い</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店舗網拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・後継者不足</li> <li>・競争により淘汰される</li> </ul>



※各社店舗数は推計値であり、2012年11月末の時点で、各社ホームページ、会社案内等をもとに自社にて作成。

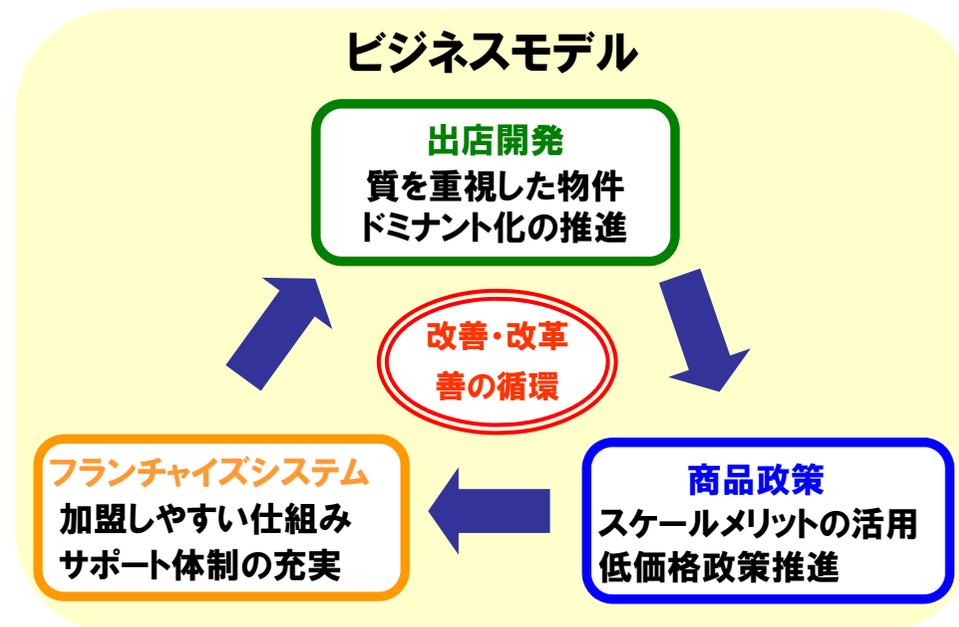
# ワークマンの特徴

## ■チェーンストア経営

- ①差別化
  - ・品揃え、サービス
- ②単純化
  - ・販売方法、作業システムの確立
- ③標準化
  - ・店舗レイアウトと運営方法、  
フランチャイズパッケージ

## ■ローコスト経営

- ①少ない資金で店舗展開
  - ・出店物件はリース方式
  - ・店内什器を海外からも調達
  - ・加盟店長が店舗運営
- ②商品供給
  - ・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取
  - ・自社で物流システムを構築

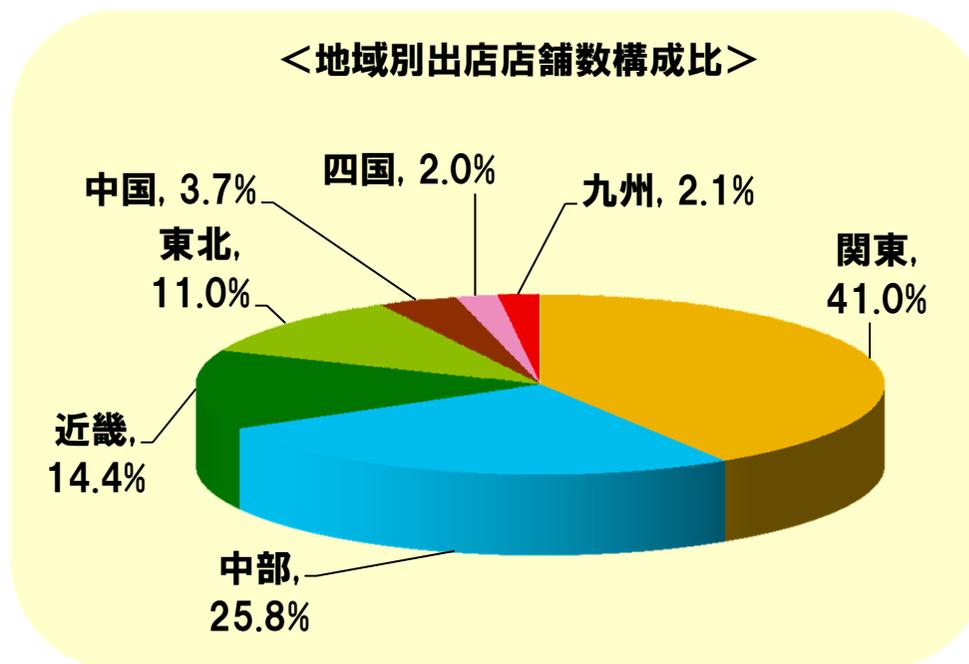
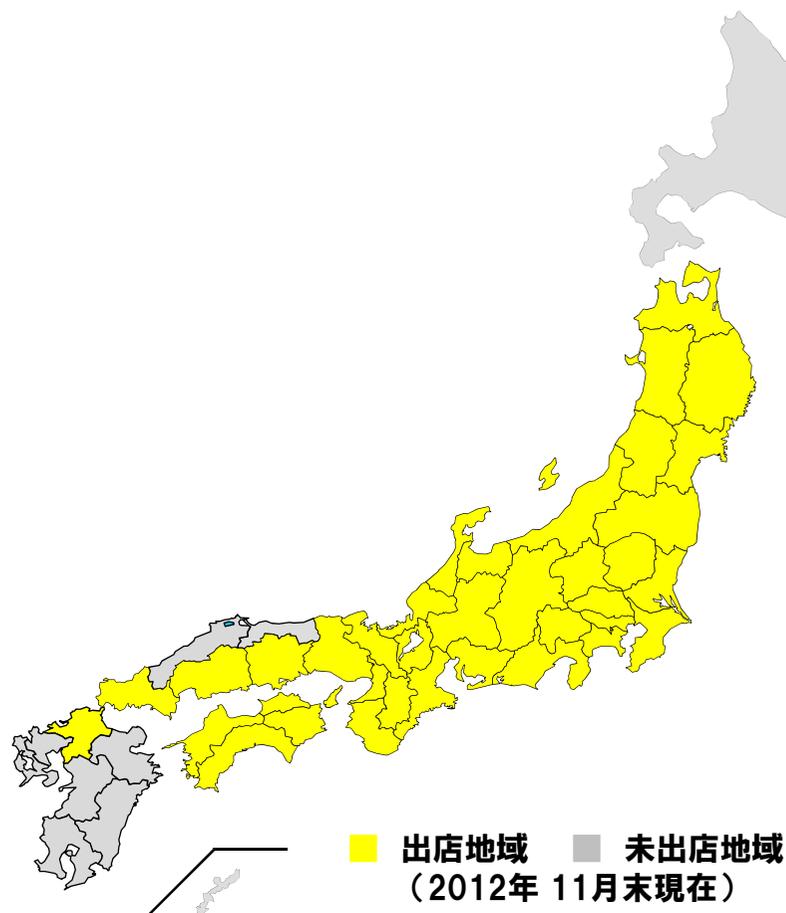


---

# 成長戦略

# 出店状況

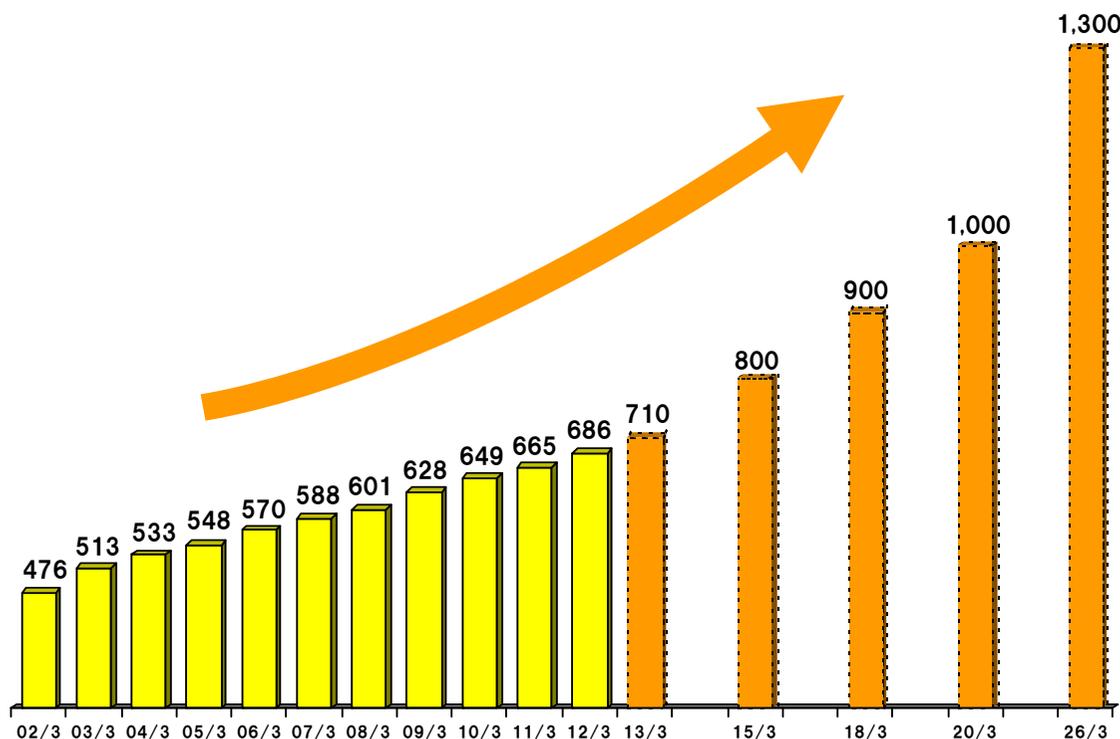
- 1都2府34県下に701店舗を展開中
- 同じ地域に**集中出店**(ドミナント・エリア化)し**競争力を強化**



# 今後の出店見通し

- 早期に **1,000店舗** を達成する
- **日本全国** へ出店 **1,300店舗** 展開を目指す

期末店舗数の推移(2013年 3月期以降は予想値)



<地域別出店計画>

地域名	出店計画数	出店済店舗数
北海道・東北	約150	77
関東	約410	287
中部	約220	181
近畿	約270	101
中国	約70	26
四国	約40	14
九州・沖縄	約140	15
全国合計	約1,300店舗	701

※出店済店舗数は2012年 11月末現在の数値です。  
 ※2012年 11月末現在北海道、沖縄県は未出店です。

# フランチャイズシステムによる店舗展開

■ 地元の方に店舗運営をお願いし、  
**地域に密着**した店舗展開を行う

■ 加盟店長のメリット

- ・少ない投資金額で経営がスタート出来る
- ・本部のバックアップで、商売未経験者でも安心して店舗運営が出来る

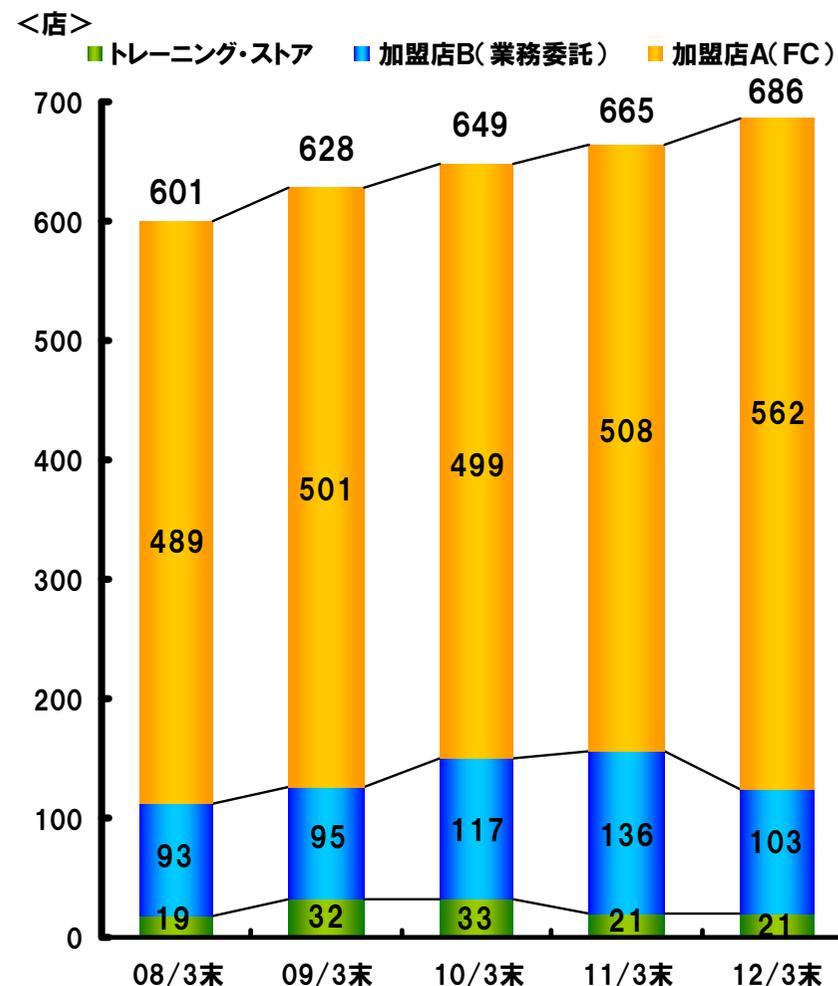
■ ワークマン本部のメリット

- ・加盟店長が店舗運営をする為、少ない本部人員で多店舗展開が可能

■ 運営形態

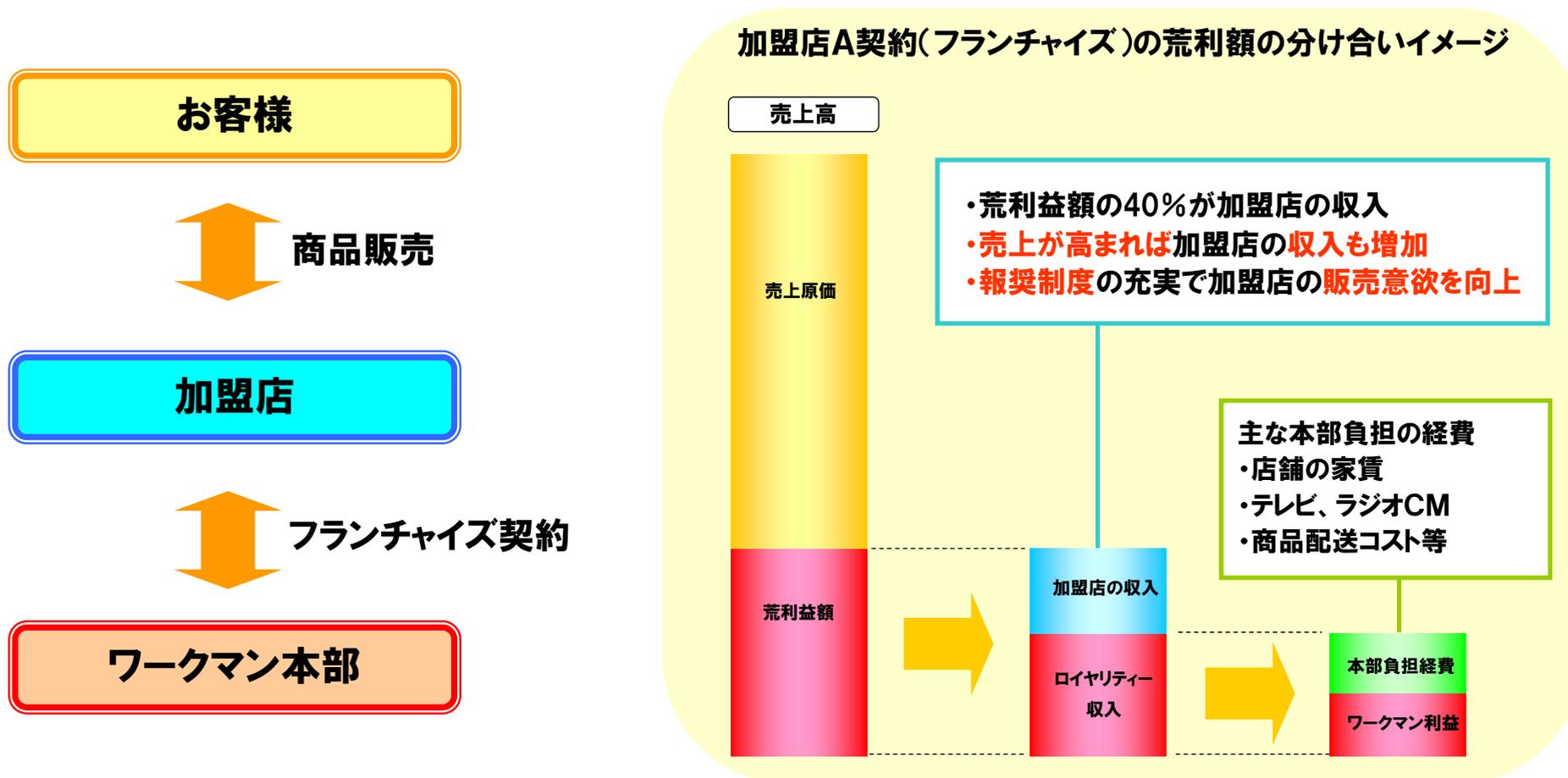
- ・加盟店A契約(フランチャイズ契約)
- ・加盟店B契約(業務委託契約)
- ・トレーニング・ストア(本部直営社員)

運営形態別店舗数の推移



# フランチャイズシステムによる収益構造

- 充実した**報奨制度**で加盟店の販売意欲向上
- 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。

# 商品政策

---

## ■ワークマンがつくる価格と価値

- ・他社が追随出来ない「エブリデー・ロー・プライス(EDLP)」政策を推進
- ・お客様が求める品質、機能、価格に応える商品展開
- ・**毎日がこの価格**

いつでもこのお店に行っても低価格商品を安心して買う事が出来る

## ■低価格の実現

- ・スケールメリットを活かした商品仕入れ
- ・海外での生産(生産コストの引き下げ)
  - 生産技術力のある国内メーカーと協力し品質を維持  
生産拠点の開拓(中国沿岸部→中国内陸部や東南アジア)
  - 今後は徐々に、弊社が海外のメーカーや工場と直接貿易取引を進め、利益率の向上や商品の安定供給、原価上昇リスクに備える

# EDLP商品とPB商品

## ■エブリデー・ロー・プライス(EDLP)

### 政策の浸透

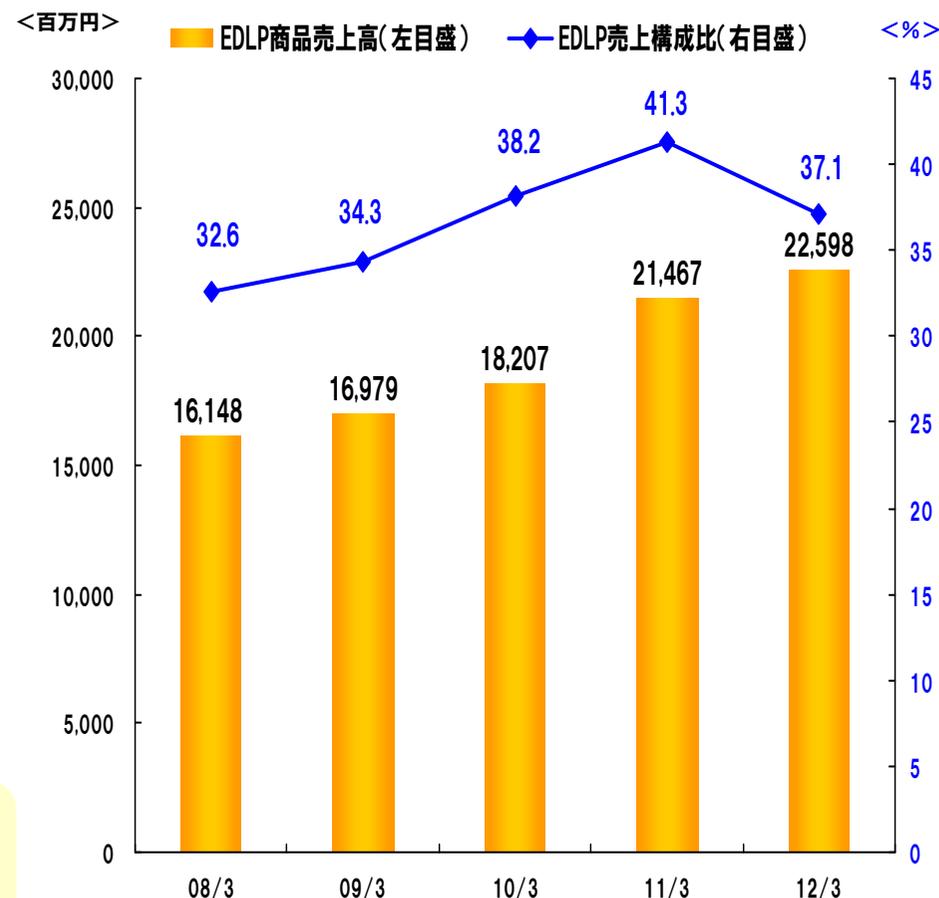
- ・認知度向上で来店客数が増加
- ・EDLP商品の売上高増加により、全商品売上高に占める構成比が向上
- ・EDLP商品 962アイテム展開

## ■プライベートブランド(PB)商品

- ・EDLP商品で「品質、機能、価格」で差別化した商品を自社で開発  
108アイテムをPB化
- ・特に戦略的商品は「WORKMAN BEST」で展開

独自商品と、低価格政策で他店との差別化  
⇒ ワークマンファンの獲得で客数を拡大

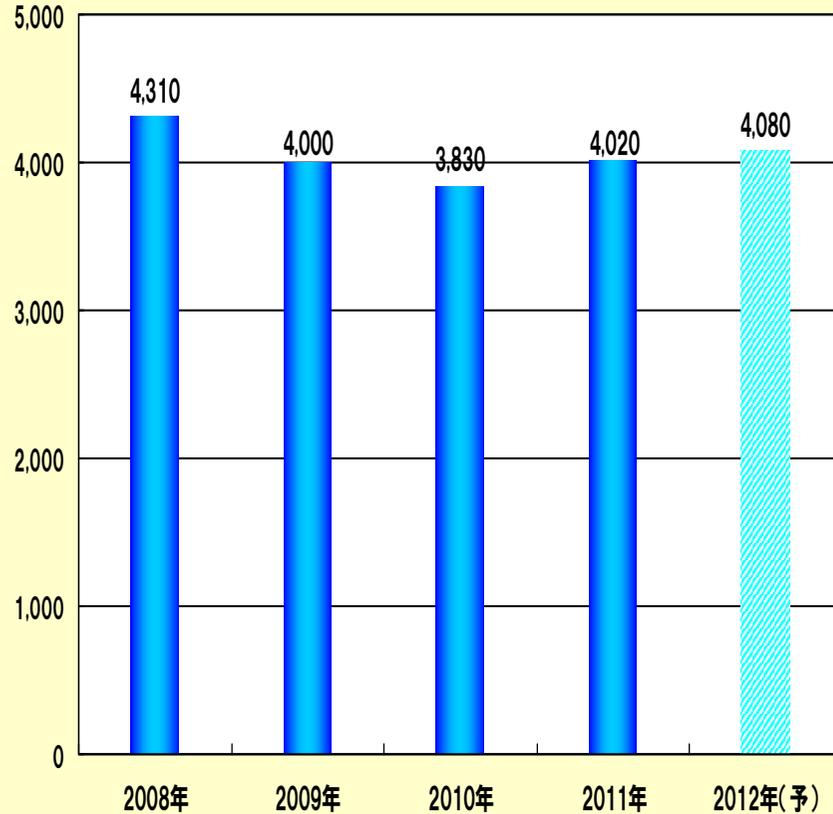
EDLP商品売上高と売上構成比の推移



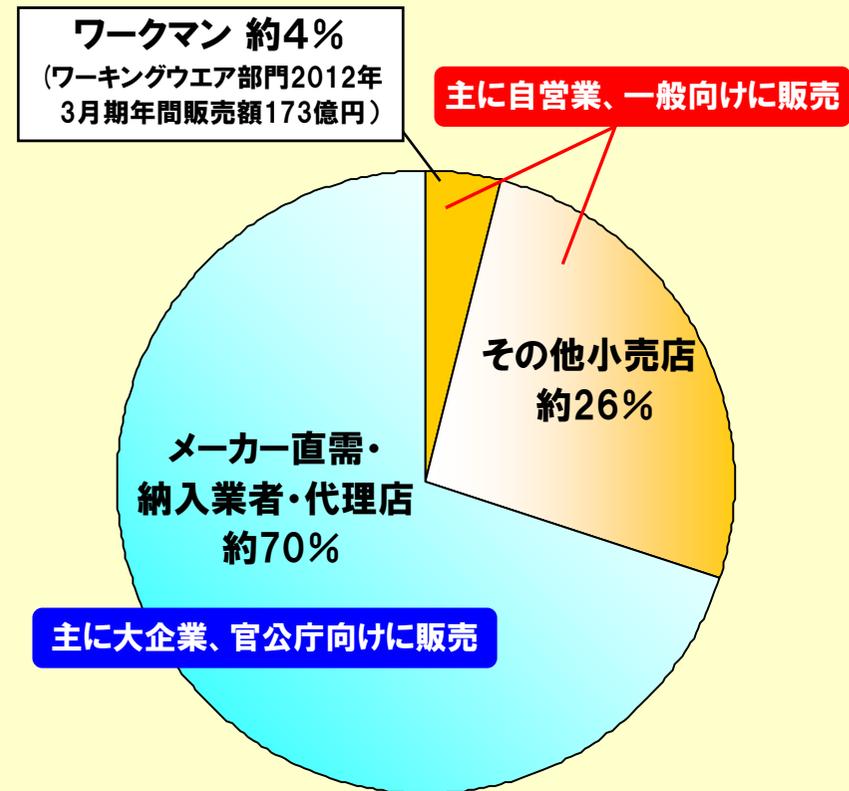
---

# 市場環境と今期の状況

<億円> ワーキングウェア市場規模の推移



ワーキングウェア販売ルート別シェア



※小売金額ベース

※出所: (株)矢野経済研究所「ユニフォーム市場年鑑2012-2013」をもとに自社にて算出・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(弊社推計)。

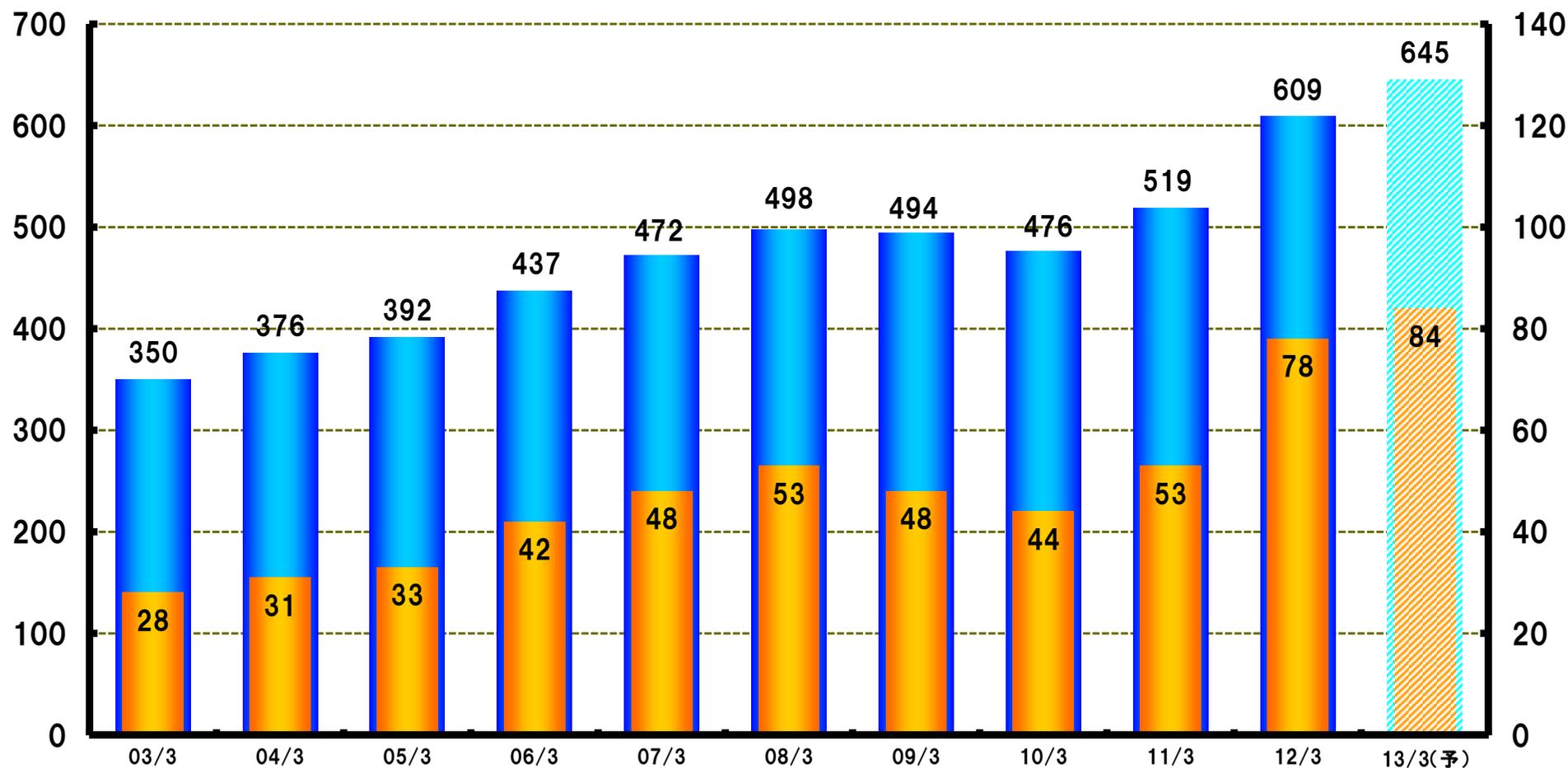
# チェーン全店売上高と経常利益の推移

チェーン全店  
売上高<億円>

経常利益  
<億円>

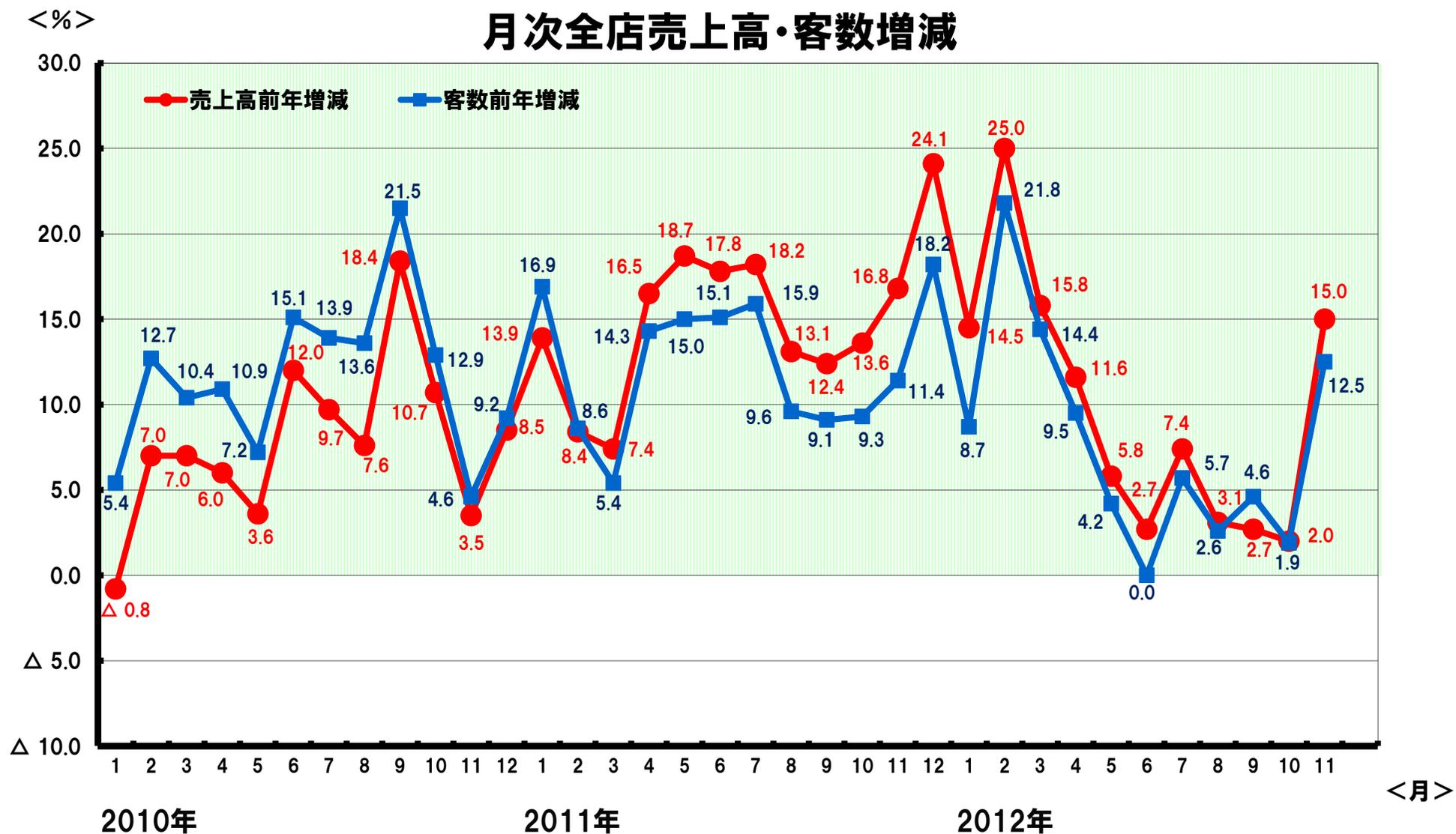
■チェーン全店売上高(左目盛)

■経常利益(右目盛)



※表示単位未満は切り捨てて表示しております。

# チェーン全店の月次前年同月比の推移



# 2013年3月期 第2四半期の状況

## 第2四半期の状況

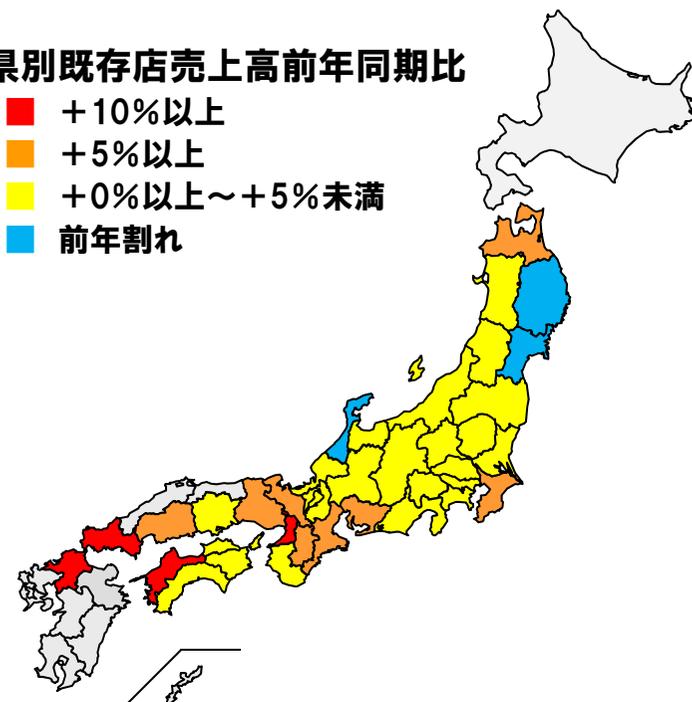
<百万円、%>

第2四半期実績	チェーン全店売上高	営業総収入	営業利益	経常利益	四半期純利益
金額	29,902	21,249	3,205	3,706	2,066
前年同期比	+5.6	+2.8	+10.6	+10.2	+14.6

- エブリデー・ロー・プライス商品の開発を行ない  
低価格政策を推進
- シーズンのコア(核)商品を明確にした売場  
づくりを展開
- 吸汗性、速乾性、接触冷感など機能性が高い  
作業服、作業ズボンの販売が好調
- 全国ネットのテレビコマーシャルを展開  
→九州・中国・四国の知名度向上で来店客数増

県別既存店売上高前年同期比

- +10%以上
- +5%以上
- +0%以上～+5%未満
- 前年割れ



# 2013年3月期の見通し

## ■ 通期の見通し

<百万円、%>

通期予想	チェーン全店売上高	営業総収入	営業利益	経常利益	当期純利益
金額	64,580	45,161	7,433	8,444	4,920
前期比	+6.0	+2.7	+8.0	+7.3	+11.7

## ■ 出店計画

開店 25店舗で 710店舗(前期末比 24店舗増)

## ■ 商品力強化

エブリデー・ロー・プライス(EDLP)政策の強化

## ■ 販売強化

コア(核)商品を明確にした売場づくりを推進  
→コーディネート提案を行い販売点数アップを図る

## ■ 3期連続の増収増益で過去最高益達成へ



鷹龍ライトジャンパー & パンツ  
上下組で2,860円

カラーコーディネート提案例  
全部揃えて9,459円

# 配当金について

## 基本方針

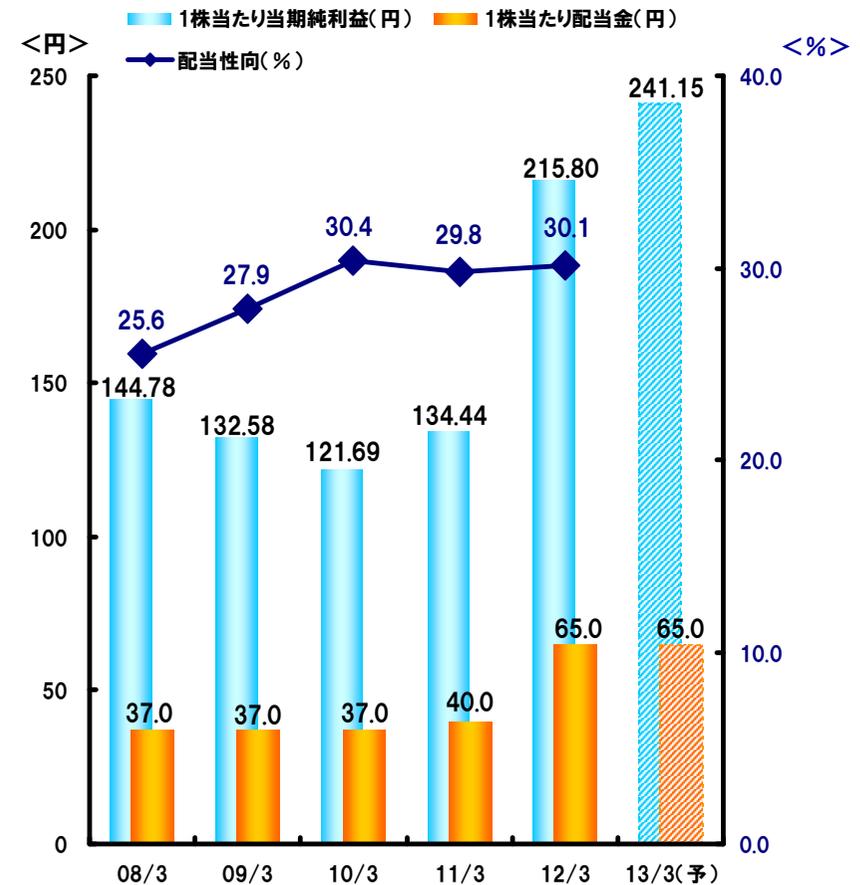
弊社は、株主の皆様に対して、適正な利益配分の継続を経営の重要課題と位置づけ、今後の成長に必要な内部留保の充実と業績に基づいた利益配分に努めております。

## 配当性向30%を目処

2013年3月期の配当金の目安  
前期同様1株当たり65円を公表しております。

※ 2013年3月期の予想1株当たり当期純利益は241円15銭。

### 1株当たり当期純利益と配当金の推移



---

# 参 考 资 料

# 沿革



## ■ 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
- 2010年 大阪証券取引所JASDAQスタンダード市場に上場
- 2012年 700店舗達成



ワークマン1号店



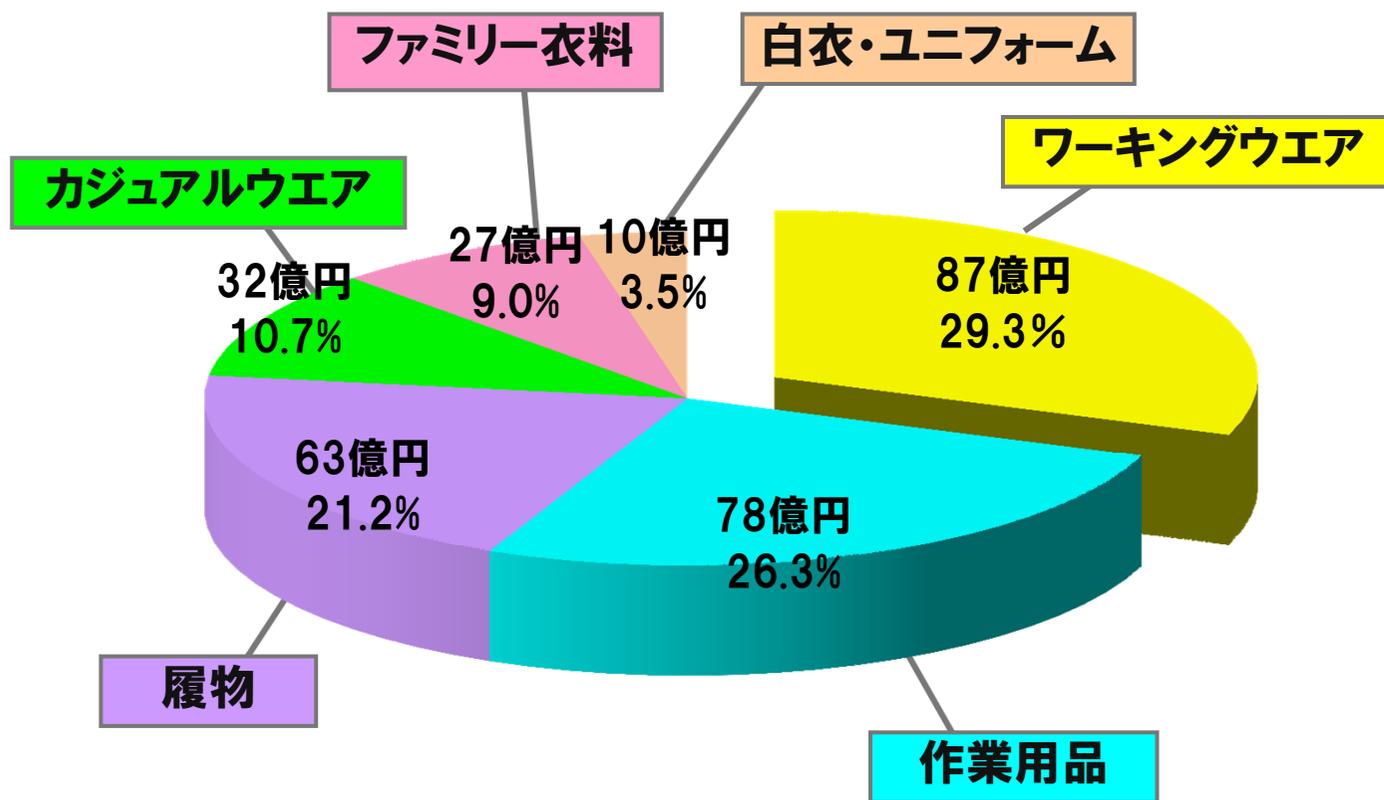
旧店舗(~1990年)



現店舗(1991年~)

# 商品別売上構成

■ チェーン全店売上高299億円  
2013年3月期第2四半期累計期間商品別売上構成



## ■ 売上伸び率

(前年同期比: %)

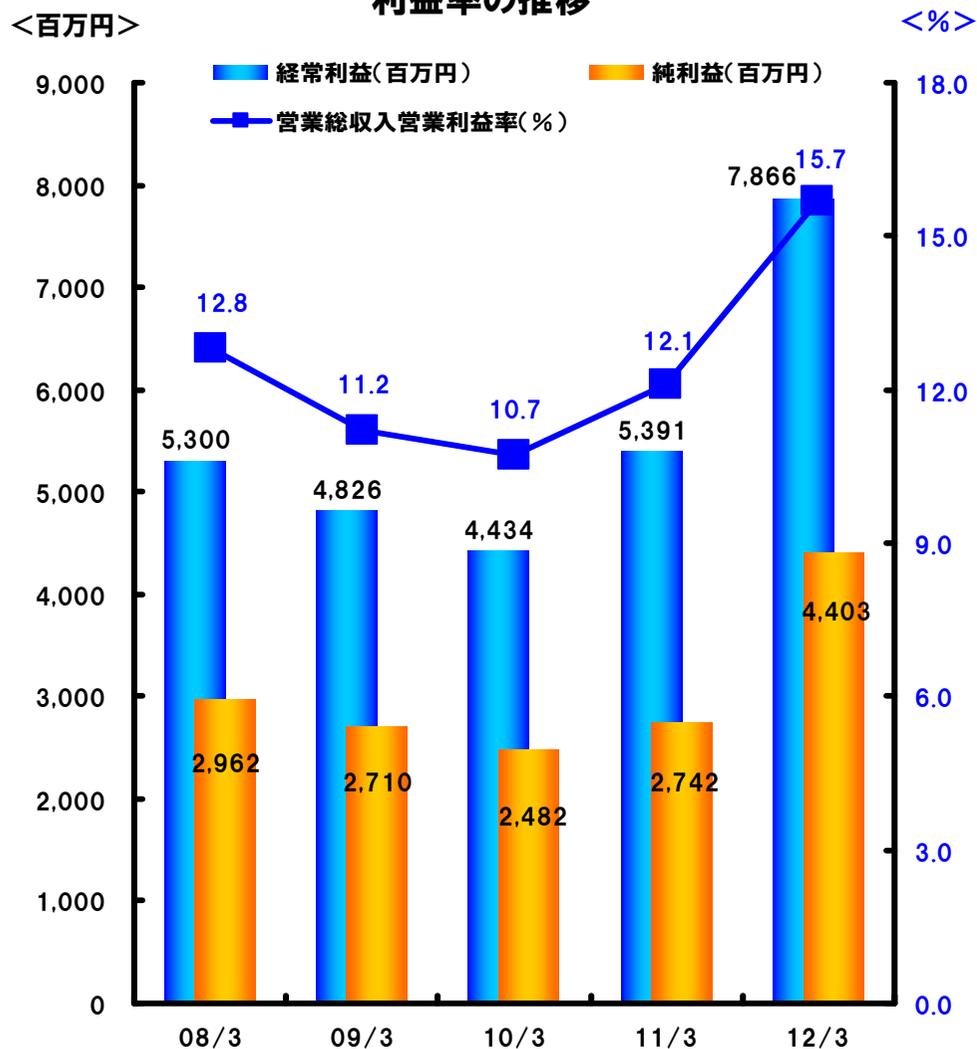
ワーキングウェア	+7.0
作業用品	+4.9
履物	+5.7
カジュアルウェア	+5.1
ファミリー衣料	+5.4
白衣・ユニフォーム	+0.9
合計	+5.6

※金額は表示単位未満を切り捨てております。

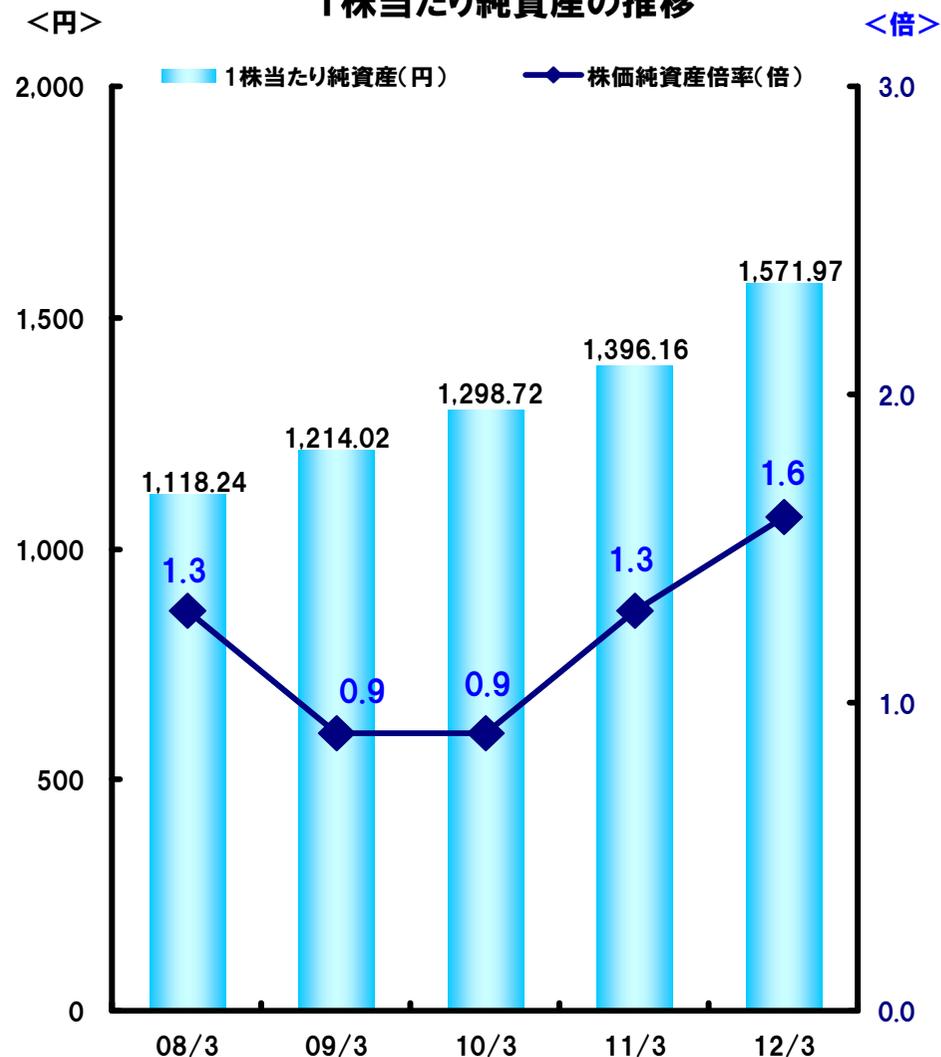
# 利益率・1株当たり純資産



## 利益率の推移



## 1株当たり純資産の推移



※株価純資産倍率は、当該期末現在の株価で算出しております。

## 説明会にご出席いただきありがとうございました。

株式会社ワークマン

銘柄コード: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

- 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。