

2018年3月8日

昨年 15 万本が即完売の ^{フィールドコア} FieldCore ^{ストレッチ} 「STRETCHカーゴパンツ」を大幅増産 伸縮性 110%、軽量 230g と独自開発のサラッとした吸汗速乾生地で進化

ワーキングウエアとアウトドアウエアの小売フランチャイズチェーンを全国に 816 店舗展開する株式会社ワークマン（本社：群馬県伊勢崎市、代表取締役社長：栗山清治）は、圧倒的な軽量性（Lサイズで 230g）と履き心地（110%のストレッチ性）を追求したカーゴパンツの進化版「^{エアロ}AERO ^{ストレッチ}STRETCH」シリーズを自社アウトドアブランド「^{フィールドコア}FieldCore」を付けて、昨年よりも 260%の大幅増産で全国 816 店舗とワークマン通販サイトで 3 月より順次発売します。

「^{エアロ}AERO ^{ストレッチ}STRETCH」カーゴパンツは昨年、アウトドアやツーリング及び、作業用パンツとして 15 万点をテスト販売しましたが、口コミで人気化して約 1 ヶ月で完売しました。今年は、パンツ 4 ラインとブルゾン、シャツ、メッシュベストを追加。全国ネットTV CMで宣伝を開始して、シリーズで 50 万点を販売する予定です。

^{フィールドコア}「FieldCore」ブランドの概要

ロゴマーク	山をイメージしたデザイン
コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・「カジュアルウエアにプロ品質を」がテーマ 「プロ仕様」の耐久性、動作性が自慢 高機能だが、デザイン性にもこだわる ・アウトドアテイストのカジュアルウエアで仕事着としても使える
販売対象	<ul style="list-style-type: none"> ①アウトドア 機能性、コストパフォーマンスで選択 ②プロ顧客 耐久性、動作性、コストパフォーマンスで選択
価格帯	同じ機能でスポーツ専門店のブランド品の定価の 1/3 以下を目指す



◆^{フィールドコア}FieldCore ^{エアロ}AERO ^{ストレッチ}STRETCH カーゴパンツ」2018 年モデル（3 月より順次発売予定）

空気のような軽さ（Lサイズで 230g）を実現したカーゴパンツ。

110%以上の伸縮性のある生地と立体構造で、細身でも窮屈さを感じさせずキレイなシルエット。また、バイクなどの乗り物に乗る時でもノンストレスな履き心地を実現。両サイドのカーゴポケットは、右は物が落ちにくいフラップ付、左は見た目もスッキリ、インカーゴ仕様。

独自開発の凸凹のある裏地により、生地と肌が触れる面積を少なくすることでドライ感があり、汗による嫌なベタつきを軽減。

腰部分にシリコンテープを取付け、パンツの中にしまったシャツがまくれ上がりにくい。

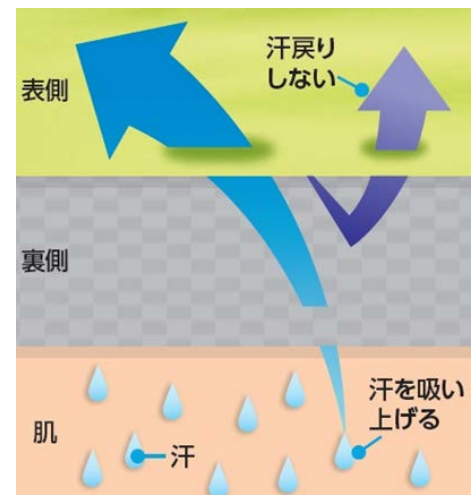
- ・価格：税込 1,900 円
- ・カラー：ライトグレー、ダークグリーン、ブラック
- ・サイズ：M～3L
- ・その他：デニム(税込 2,500 円)、冷感パンツ(税込 2,900 円)、クライミングパンツ(税込 1,900 円)
- ・シーズン販売計画 50 万点 (シリーズ合計)



◆ フィールドコア **FieldCore** 「ゼロドライ肌がさらさら **ZERO DRY Tシャツ**」 **2018 年モデル** (3 月発売予定)

汗を吸い上げ素早く蒸発。裏地のポリプロピレンが吸った汗を逆戻りさせない。汗冷え抑止。最高レベル 99.5% の紫外線カット、UPF50+ を実現。脇部分の立体構造は、腕が上げやすく裾は上がりにくい。

- ・価格：税込 980 円 (半袖、長袖 T シャツ)、税込 1,500 円 (長袖ハーフジップ)
- ・カラー：ライムイエロー、カーキ、ブラック、ネイビー、シルバー
- ・サイズ：M～3L
- ・シーズン販売計画 25 万点



◆ フィールドコア **FieldCore** 「高撥水シェルジャケット」 **2018 年モデル** (4 月発売予定)

撥水、防汚に優れたテフロン加工。
220g の軽量設計 (L サイズ)。
ファスナーポケットの内側がメッシュのため、開けることで衣服内の不快なムレを放出。
フロントファスナーは信頼の YKK 社製。

- ・価格：税込 1,900 円
- ・カラー：ライムイエロー、シルバーグレー、ターコイズブルー、レッド、ブラック
- ・サイズ：M～3L
- ・年間販売計画 30 万点

※レディースタイプもあります（チャコールブラック、ローズ、ネイビー）。



— ワークマンの製品に共通する特長 —

- ・プロ顧客用に開発された製品であるため、耐久性と動作性に優れている。
 - 屋外で毎日 8 時間使うことを前提に開発（快適性、動作性などはプロ仕様で高機能）。
- ・本来は仕事着から始まったので、「飽き」が来ないベーシックなデザインが基本。
 - 「ワークマンでもいい」から「ワークマンがいい」になることが目標。
- ・圧倒的な低価格と高機能で、チラシによる特売や値引き販売をしないで全品を売り切る。
 - 数年間売り続けるので特売ロスが発生せず、粗利率 35%での値付けが可能。

以 上

<ワークマンの概要>

社 名	株式会社 ワークマン
住 所	東京本部：東京都台東区上野 7-8-20 高崎本部：群馬県高崎市高関町 380
業 種	ワーキングウエア、ワーキング用品、アウトドア・スポーツウエアを販売する専門店フランチャイズチェーンの運営
店 舗 数	816 店舗（2018 年 2 月末現在）
グ ル ー プ	ベシシアグループ（2017 年 2 月末売上 8,533 億円）において、ベシシア、カインズと並ぶ中核メンバーの 1 社
上 場	ジャスダック（7564）

業 績	（単位：百万円）			
	チェーン全店売上	営業総収入	営業利益	当期純利益
14 年 3 月期	68,801	48,137	8,378	5,586
15 年 3 月期	69,185	48,426	8,339	5,876
16 年 3 月期	71,465	49,577	8,807	6,233
17 年 3 月期	74,291	52,077	9,553	7,142

本件に関するお問い合わせ先

営業企画部 柏田 大輔 027-330-3473（携帯電話 080-2186-8750） d_kashiwada@workman.co.jp
IR グループ 高橋 啓 03-3847-8190（携帯電話 080-2186-8850） a_takahashi@workman.co.jp