



株式会社ワークマン
証券コード：7564

WORKMAN

2026年3月期 決算説明会資料

2026年5月11日

- 2026年3月期 決算業績 3
- 2026年3月期 決算概要 8
- 2027年3月期 計画 17

- 2026年3月期 決算業績

損益計算書（累計期間）



(単位：百万円)	FY 3/2025	FY 3/2026	YoY (%)	FY 3/2026 計画	計画比 (%)
チェーン全店売上高	183,132	209,234	+14.3	201,800	+3.7
直営店売上高	17,215	24,396	+41.7	22,300	+9.4
加盟店売上高	165,917	184,837	+11.4	179,500	+3.0
(既存店売上高 %)	—		+9.0	+5.4	+3.6
営業総収入	136,933	160,852	+17.5	155,000	+3.8
売上原価	85,771	99,866	+16.4	95,410	+4.7
営業総利益	51,162	60,986	+19.2	59,590	+2.3
販管費	26,768	31,309	+17.0	31,390	△0.3
営業利益	24,394	29,676	+21.7	28,200	+5.2
経常利益	24,904	30,567	+22.7	29,000	+5.4
当期純利益	16,892	20,618	+22.1	19,700	+4.7
EPS	206円99銭	252円64銭		241円39銭	

業績ハイライト

●チェーン全店売上高

- ・気候変動対応の推進により、季節商品および端境期の売上が好調に推移
- ・リカバリーウエアが一般層に浸透し、想定を大幅に上回る販売推移で売上を牽引（通期計画比+3.6pt）

●営業総収入

- ・直営店売上高 YoY+41.7%（期中平均店舗数 24店舗増加）
- ・加盟店荒利益率 36.9%（+0.7pt）
⇒店舗荒利益率の改善でロイヤリティ収入が増加
- ・加盟店商品供給売上高 948億49百万円（YoY +15.0%）

●売上原価

- ・海外仕入利益 108億76百万円（YoY +41.7%）
 - ①平均決済レート 148.06円（前期 144.94円）
 - ②海外直接仕入高 +25.7%（純仕入に占める比率 64.4%）

●営業総利益（主な増加要因）

- ・加盟店からの収入 + 43億80百万円
- ・自営店荒利益 + 26億27百万円
- ・海外仕入利益 + 32億1百万円

●総括

- ・2期連続の増収増益、過去最高益を達成

販売費及び一般管理費（累計期間）



(単位：百万円)	FY 3/2025	売上比 (%)	FY 3/2026	売上比 (%)	増減	YoY (%)
チェーン全店売上高	183,132	-	209,234	-	-	+14.3
人件費	4,404	2.4	5,192	2.5	+788	+17.9
販売費	1,544	0.8	2,719	1.3	+1,175	+76.1
旅費交通費	451	0.2	488	0.2	+36	+8.1
運賃	2,113	1.2	2,285	1.1	+171	+8.1
地代家賃	7,008	3.8	7,220	3.5	+211	+3.0
消耗品費	1,022	0.6	1,377	0.7	+354	+34.7
業務委託料	4,398	2.4	5,169	2.5	+771	+17.5
減価償却費	3,008	1.6	3,575	1.7	+566	+18.8
その他	2,815	1.5	3,280	1.6	+464	+16.5
合計	26,768	14.6	31,309	15.0	+4,541	+17.0

※売上比はチェーン全店売上高に対する比率となります。

増減要因

● 人件費

- ・ 定期昇給率+3.6%、期中平均従業員数+21名
- ・ TS期中平均店舗数+21店舗 パート採用増加

● 販売費

- ・ 販促チラシ 実施数および店舗数増加 +360百万円
- ・ 販促媒体 +306百万円（ラッピングストア・パネル等）
- ・ TVCM +408百万円
- ・ 製品発表会 +140百万円

● 物流費

- ・ 国内仕入増加に伴うリベートの増加 △972百万円
- ※ 運賃 △333百万円・地代家賃 △194百万円・業務委託料 △299百万円

● 地代家賃

- ・ 期中平均店舗数 46店舗増加 +202百万円

● 消耗品費

- ・ 店舗什器（改装等） +214百万円
- ・ 物流デポ設置（北海道・九州）備品購入 +180百万円

● 業務委託料

- ・ SC店運営費 +287百万円
- ・ 新店、改装業務委託 +283百万円
- ・ 流通センター管理委託 +433百万円

● 減価償却費

- ・ 店舗建築費の高騰、資産除去債務再見積 +108百万円

貸借対照表



(単位：百万円)	FY 3/2025 期末	FY 3/2026 期末	増減
流動資産	121,066	138,440	+17,374
現金及び預金	80,381	83,743	+3,362
加盟店貸勘定	12,594	14,470	+1,875
商品	24,084	29,770	+5,685
その他	4,005	10,456	+6,450
固定資産	41,164	46,816	+5,651
有形固定資産	32,814	38,531	+5,716
無形固定資産	1,090	1,437	+347
投資その他の資産	7,259	6,847	△412
資産合計	162,231	185,257	+23,026
流動負債	22,145	26,454	+4,309
固定負債	4,783	5,345	+562
負債合計	26,928	31,800	+4,871
純資産合計	135,302	153,456	+18,154
負債純資産合計	162,231	185,257	+23,026

増減要因

●現金及び預金

- ・営業C/F 188億38百万円
 - ・投資C/F △134億 4百万円
 - ・財務C/F △ 60億71百万円
- 成長投資を支える盤石な財務基盤

●加盟店貸勘定

- ・好調な販売を背景に通年および春夏商品の在庫を拡充
(1店舗当たり売価在庫 +350万円)

●商品

- ・将来の売上成長に向けて、重点商品を中心に流通センター在庫を積み増した影響により前期比で大幅に増加

内容	前期末増減
・直営店 SC店	+96百万円
・流通センター	+58億43百万円
・未着品	△2億57百万円

●有形固定資産

- ・新規出店 48店舗、S&B 7店舗、合計 55店舗を開店
(うち自社物件 45店舗 YoY△7店舗)
店舗大型化の推進と建築資材、人件費の高騰により、平均建築費用が増加

キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

FY 3/2025

FY 3/2026

増減

増減要因（前期増減）

	FY 3/2025	FY 3/2026	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	24,793	18,838	△5,955
投資活動による キャッシュ・フロー	△29,929	△ 13,404	+16,525
財務活動による キャッシュ・フロー	△5,669	△ 6,071	△402
現金及び現金同等物の増 加額	△10,806	△ 637	+10,168
現金及び現金同等物の期 首残高	48,187	37,381	△10,806
現金及び現金同等物の期 末残高	37,381	36,743	△637

● 営業キャッシュ・フロー

増加要因

- ・ 税引前当期純利益 304億36百万円
- ・ 減価償却費 32億25百万円
- ・ 未払金の増加額 16億86百万円
- ・ 利息及び配当金の受取額 6億43百万円
- ・ 仕入債務の増加額 6億13百万円

減少要因

- ・ 法人税等の支払額 85億92百万円
- ・ 棚卸資産の増加額 58億円
- ・ 加盟店貸勘定の増加額 18億75百万円

● 投資キャッシュ・フロー

増加要因

- ・ 預入期間3ヶ月超の定期預金の払戻 430億円
- ・ 有価証券の売却による収入 72億94百万円

減少要因

- ・ 預入期間3ヶ月超の定期預金の支出 470億円
- ・ 有形固定資産の取得による支出 78億67百万円
- ・ 有価証券の取得による支出 72億94百万円

- 2026年3月期 決算概要

ワークマンカラースは新規出店・改装転換で展開を加速 法人FCでショッピングセンターへの出店強化

(単位：店数)	前期末 店舗数	新規出店			S&B※2	改装	増減除外 ※3	閉店	26.3末 店舗数
		ロード サイド	SC※2						
	317	—	—	—	△7	△55	2	△2	255
	645	10	10	—	7	55 △1	△2	△3	711
	62	—	—	—	—	△31	—	—	31
	17	38	28	10	—	31 1	—	—	87
	10	—	—	—	—	—	—	—	10
合計※1	1,051	48	38	10	(7)	(87)	—	△5	1,094

※1.合計欄の（ ）は実施件数を記載しており、店舗数の増減には含まれません。

※2.SC：ショッピングセンター S&B：スクラップ&ビルド

※3.ワークマンプラスで営業していた店舗が、S&Bおよび改装転換を行った件数を表示しております。

※4.改装下段は、ワークマンプラスからワークマンカラースへの転換による増減を表しております。

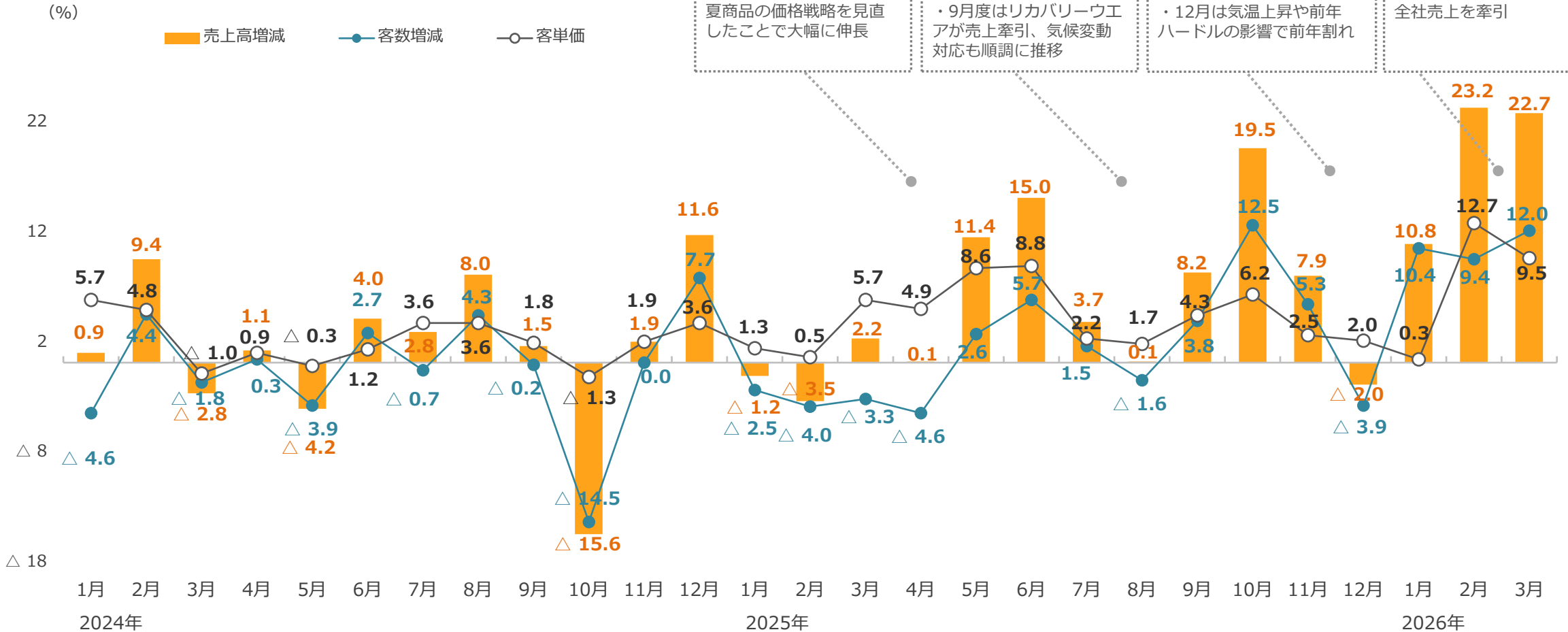
既存店売上・客数・客単価増減

1Q概況
熱中症対策の法的義務化や気温の上昇に加え、春夏商品の価格戦略を見直したことで大幅に伸長

2Q概況
・記録的な猛暑で夏物が好調に推移
・9月度はリカバリーウェアが売上牽引、気候変動対応も順調に推移

3Q概況
・リカバリーウェアや冬物衣料が好調に推移
・12月は気温上昇や前年ハードルの影響で前年割れ

4Q概況
・チラシやCM放映の効果もあり、リカバリーウェアが全社売上を牽引



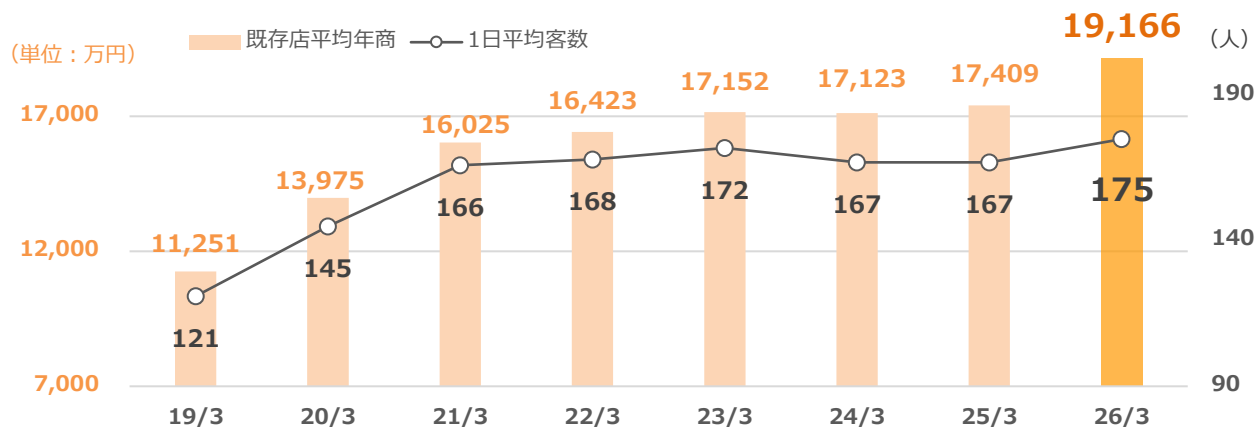
FY3/24 4Q既存売上 +2.0%	FY3/25 1Q既存売上 +0.6%	2Q既存売上 +4.1%	3Q既存売上 +0.4%	4Q既存売上 △0.4%	FY3/26 1Q既存売上 +9.3%	2Q既存売上 +3.8%	3Q既存売上 +7.2%	4Q既存売上 +17.7%
---------------------------	---------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------------------	-----------------	-----------------	------------------

チェーン全店売上高 2,092億 34百万円

	チェーン全店	既存店
売上高	+14.3%	+9.0%
客数	+8.7%	+3.9%
1日平均客数	-	※175人 (+8人)
客単価	3,197円 (+5.1%)	3,190円 (+4.9%)
点単価	1,291円 (+4.3%)	1,282円 (+3.9%)
買上点数	2.46点 (+0.7%)	2.47点 (+0.9%)

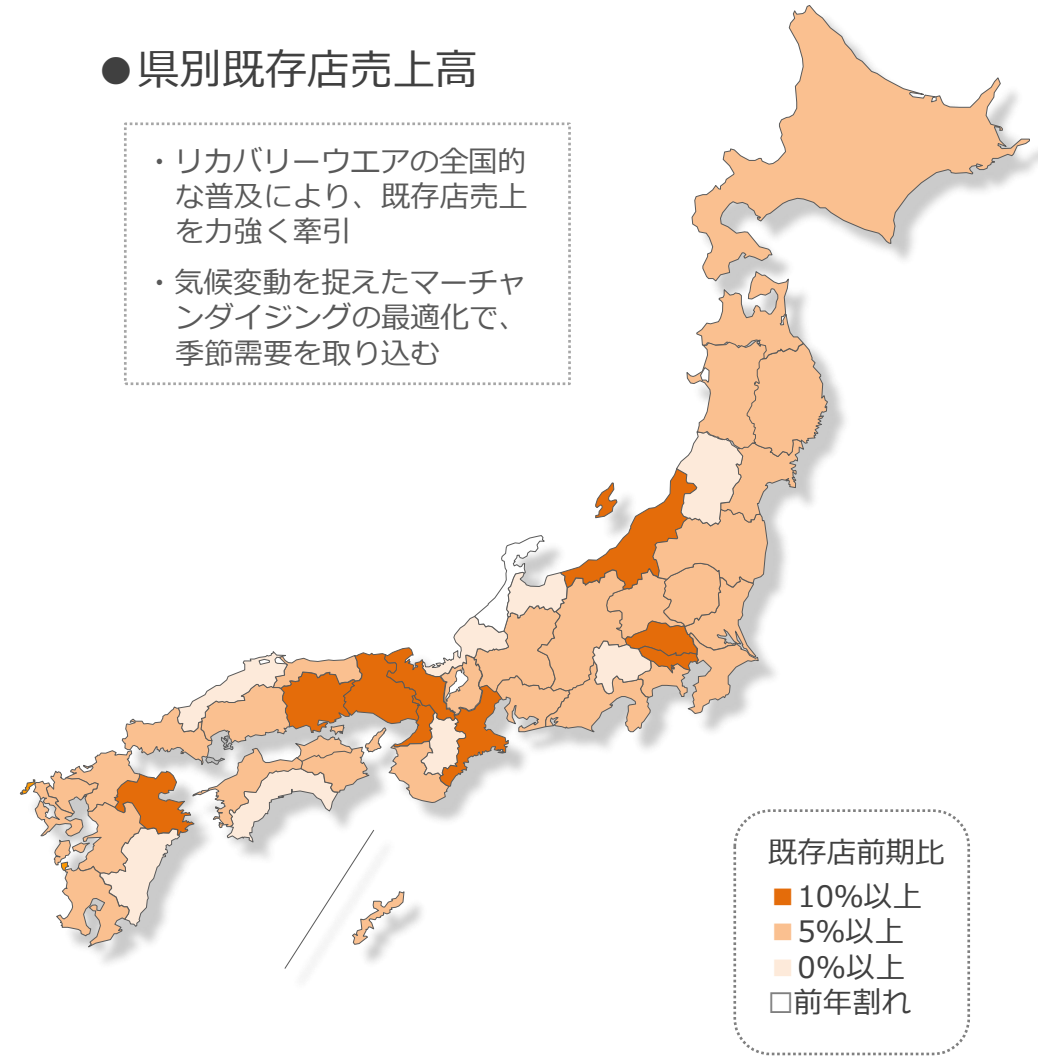
※ 1日平均客数は、運営形態により営業日数が異なる為、概数を記載しております。
 ※ () は前年比較になります。

● 既存店平均年商・1日平均客数の推移



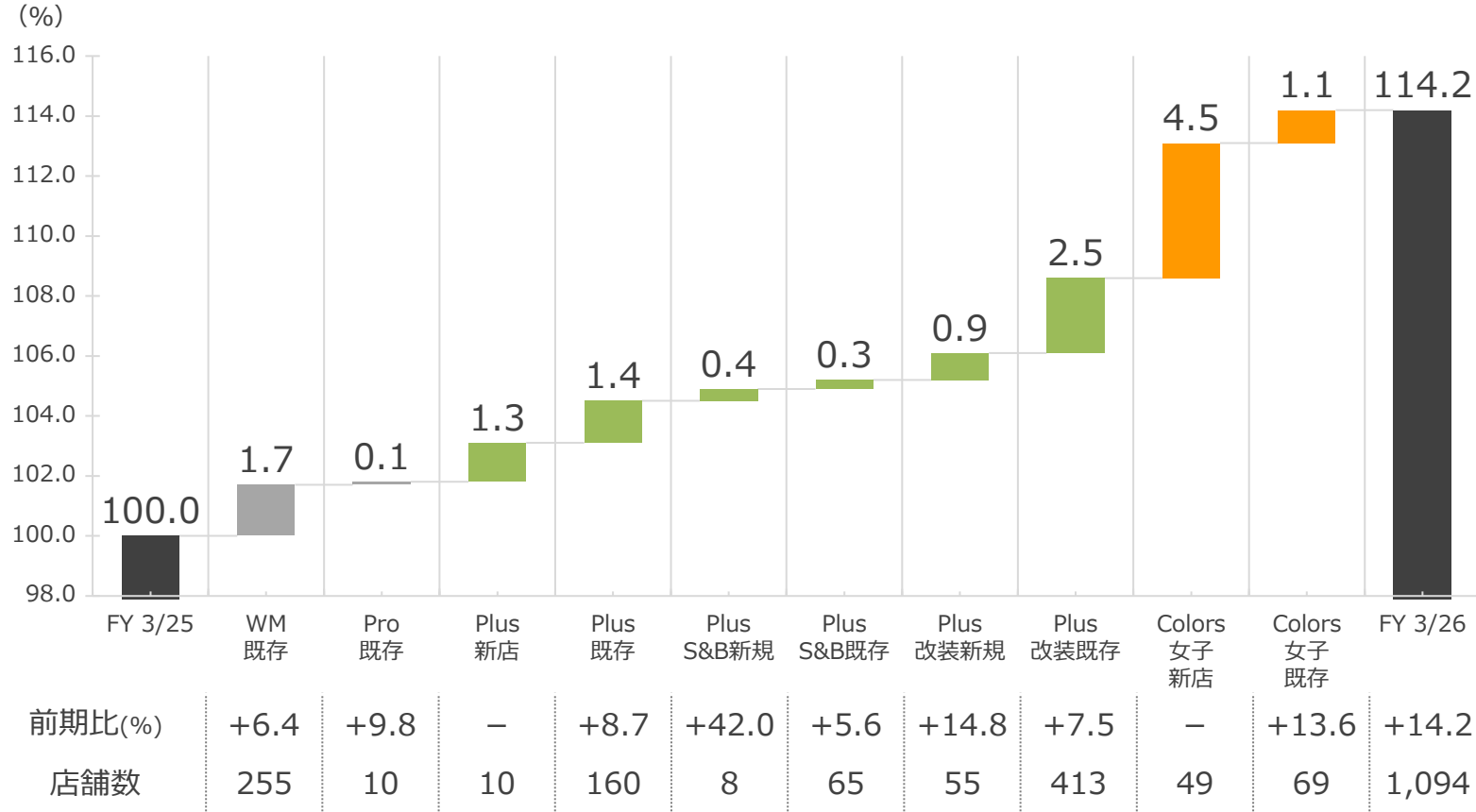
● 県別既存店売上高

- ・リカバリーウェアの全国的な普及により、既存店売上を力強く牽引
- ・気候変動を捉えたマーチャンダイジングの最適化で、季節需要を取り込む



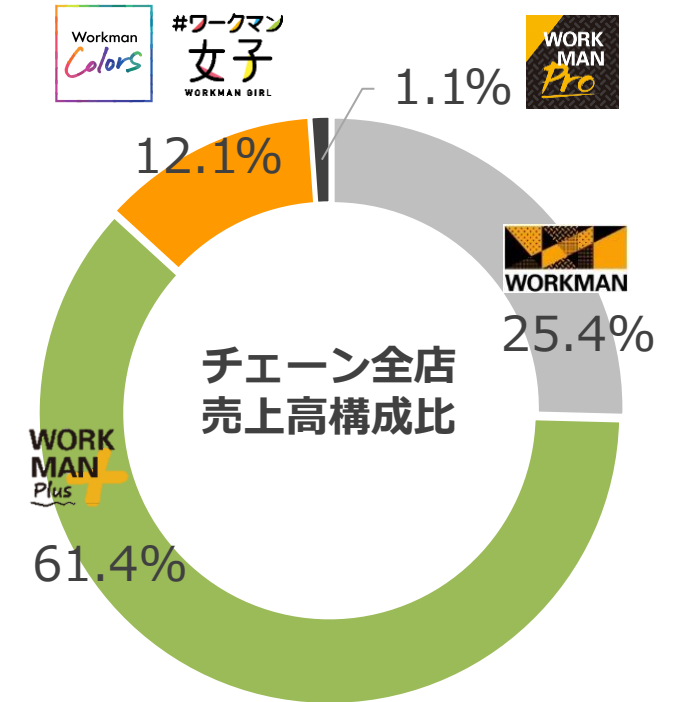
全業態でプラスを維持、ワークマンカラーズ既存店が売上を牽引

●チェーン全店売上高寄与度（月次ベース累計期間）



※既存店は新規開店及び改装リニューアルオープン月を除いて算出しております。
 ※「Plus既存」はワークマンプラス業態で開店した店舗が対象となります。

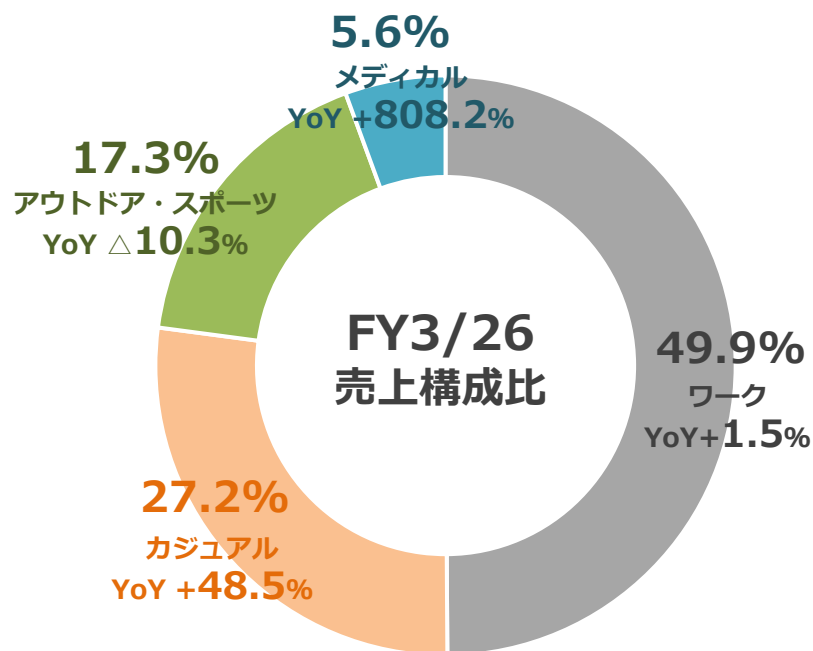
●業態別売上高構成比



カジュアルやメディカル（リカバリーウェア）が伸長、収益基盤が多角化

●商材別売上高構成比

※商材別の売上構成であり顧客構成ではございません。
※メーカーカタログ商品等は集計から除外しております。



(分類説明)





- ワーク…作業服・作業用品
- カジュアル…カジュアルウェア・ヘルスケア・ホームファニチャー
- アウトドア・スポーツ…アウトドア、スポーツ、バイク等
- メディカル…リカバリーウェア

●カテゴリー別売上高（チェーン全店売上高）

カテゴリー (単位：百万円)	FY 3/2025		FY 3/2026	
	売上高	YoY(%)	売上高	YoY(%)
インナー・ソックス 肌着・靴下・帽子・タオル等	19,844	+9.0	28,005	+41.1
カジュアル・スポーツウェア スポーツウェア・ポロシャツ等	27,319	+5.9	37,107	+35.8
ワーク・アウトドアウェア 作業服・アウトドアウェア等	50,982	+2.6	55,195	+8.3
レディース・ユニフォーム 女性衣料・白衣・オフィス等	14,631	+18.6	17,315	+18.3
フットギア 安全靴・足袋・長靴・厨房靴等	29,652	+3.4	30,375	+2.4
作業用品・レインウェア 軍手・保護具・レインスーツ等	40,326	+0.4	40,849	+1.3
そ の 他	376	+6.6	384	+2.3
合 計	183,132	+4.5	209,234	+14.3

P B商品売上高 1,501億 30百万円 ・ P B比率 71.9% (YoY +3.4pt)

●ブランド別販売実績

ブランド	アイテム数 (YoY)	販売金額(百万円) (YoY)	構成比 (%)
 Workman WORK	660 (△17.7%)	61,273 (+2.5%)	40.8
 Workman SPORTS	230 (△29.7%)	12,946 (+3.4%)	8.6
 Workman OUTDOOR	455 (△26.0%)	26,877 (+4.9%)	17.9
 Workman DAYS	1,558 (+42.7%)	49,033 (+79.4%)	32.7
PB合計	2,903 (+2.4%)	150,130 (+19.9%)	100.0

※2026年3月期よりPBブランド区分を変更しております。

●新ブランド区分

男女兼用 unisex
















men's

Ladies





CASUAL



SELECT



CLEAN



CASUAL



OFFICE



RELAX

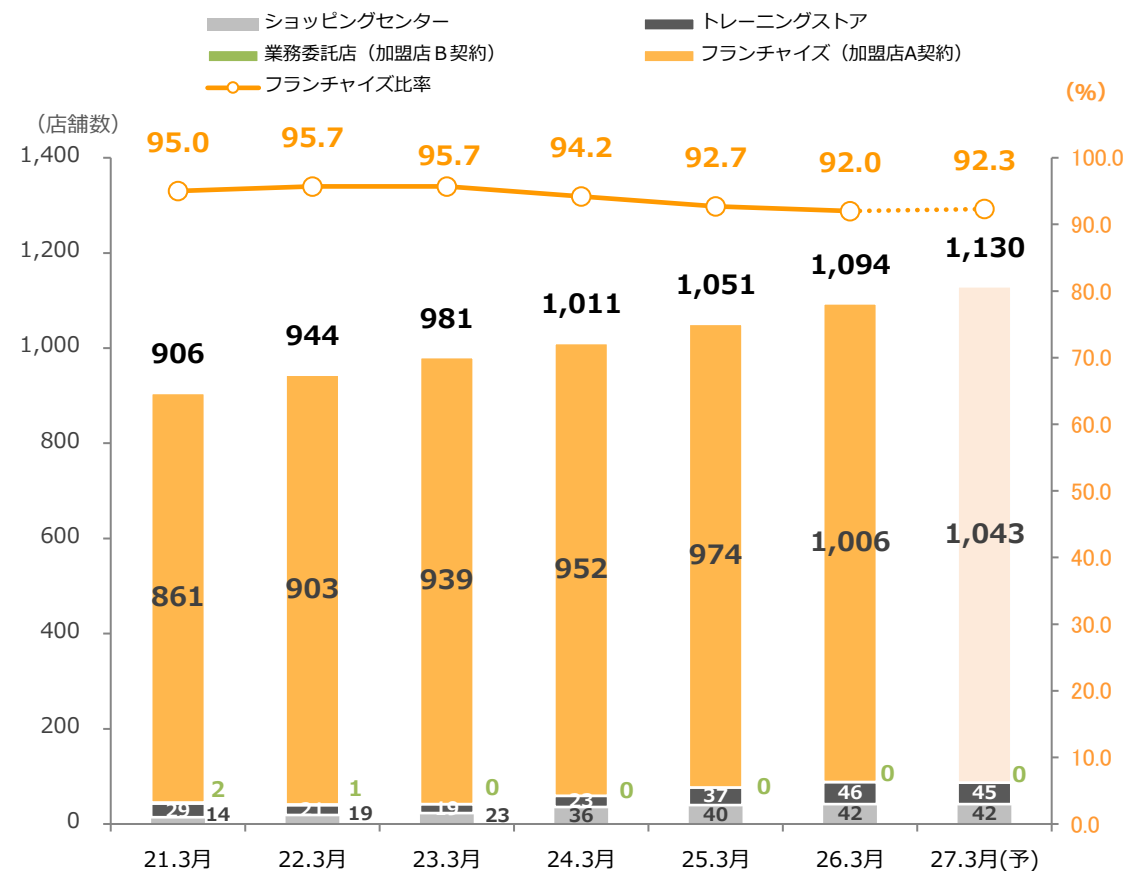
※お客様が用途に応じてお買い求めやすいよう、商品やタグにブランドロゴを記載しております。

FC比率 92.0% (前期末比 $\Delta 0.7$ pt) 法人FCが順調に推移、FC比率の向上を図る

●FY 3/2026 運営形態の推移

運営形態		前期末	増加	減少	2026年 3月末
FC フランチャイズ・ストア	個人 フランチャイズ・ストア	974	87	61	1,000
	法人 フランチャイズ・ストア	—	6	—	6
直営店	業務委託店	—	—	—	—
	トレーニング・ ストア	37	59	50	46
	ショッピングセンター 運営委託店	40	3	1	42
合計		1,051	155	112	1,094

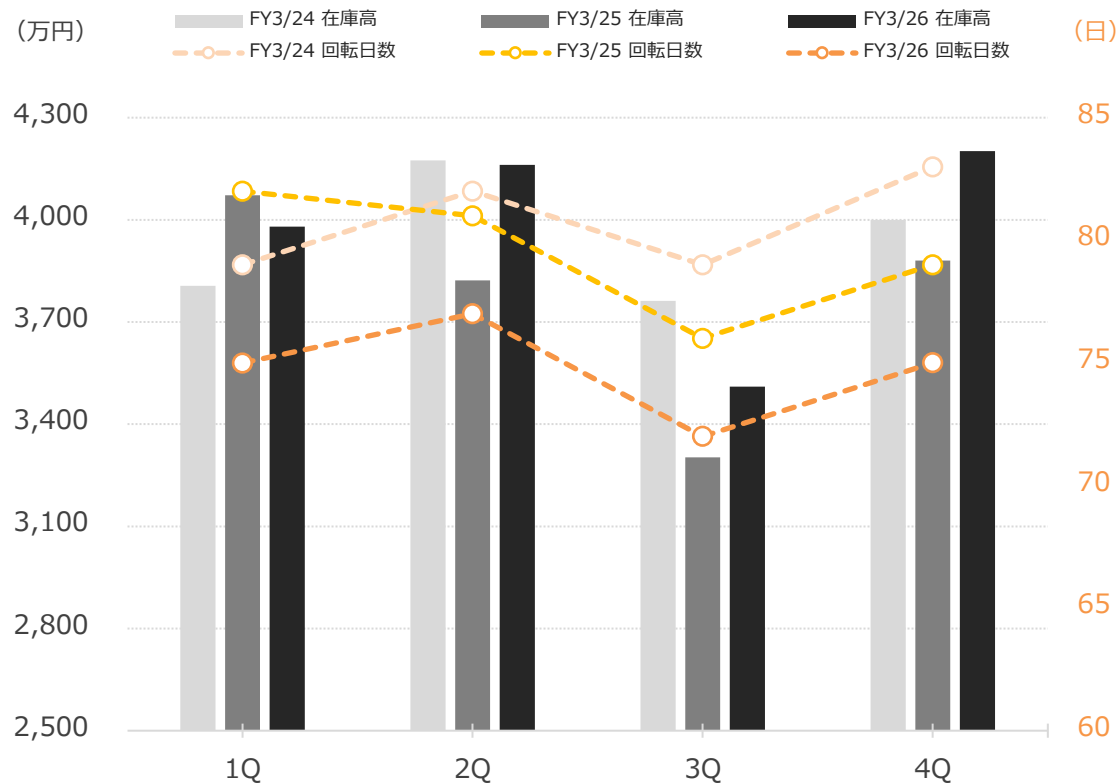
●運営形態別店舗数の推移



在庫適正化が進展、次シーズンに向けた戦略的な在庫拡充

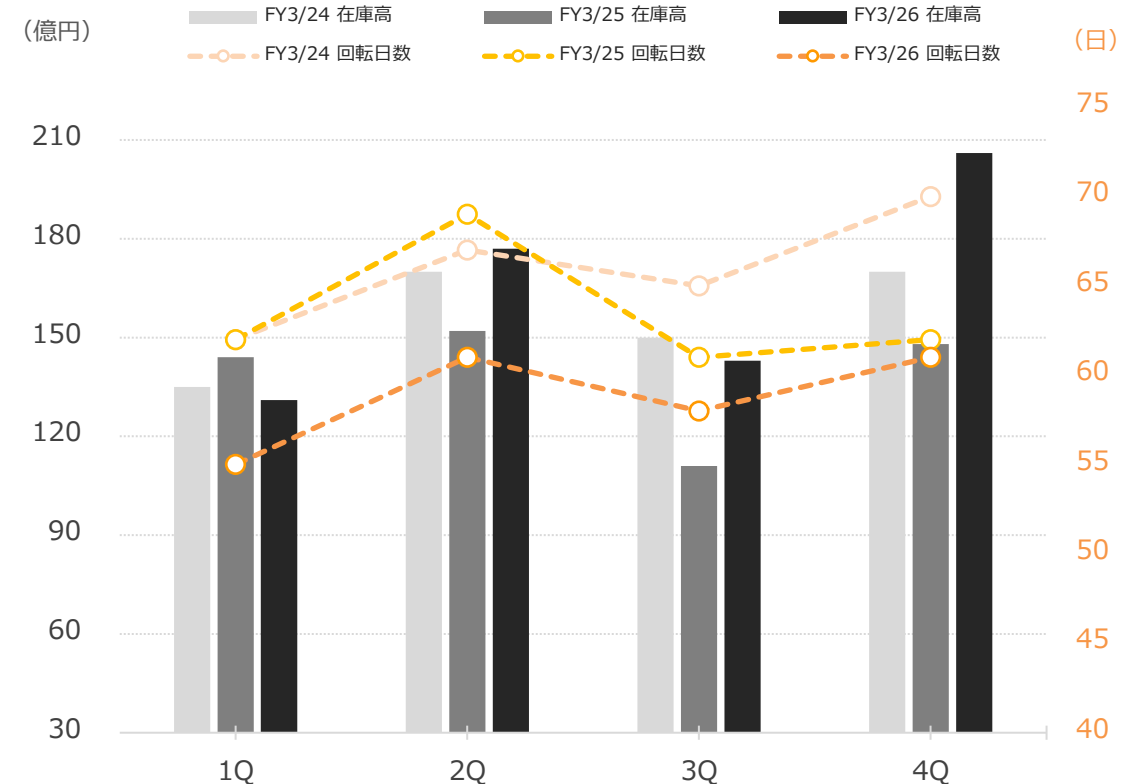
● 1店舗当り売価在庫

- ・冬物が順調に消化する一方で、春夏や通年商品は主力商品の在庫積み増しで増加、在庫回転は適正水準を維持



● DC在庫・配送コスト率

- ・季節商品の調整が進む一方、重点商品などの通年物が大幅増
- ・配送コスト率 7.8%（前年同期比 +0.1pt）



- 2027年3月期 計画

- 2027年3月期の経営方針

「マス化製品政策の推進で高成長を実現」

出店

Store opening

マス化を加速させる店舗網の構築 法人FCによるSC出店強化

- Colors新規出店 34店舗
(RS：16店舗・SC：18店舗)
法人FCを推進、市場開拓を目的に多様な出店を検討
- 各業態の強みを活かせる地域や集客力の高い立地へ新規出店
- 既存店活性化に向けたS&Bの推進

商品

Products

マス化製品で市場創造、 管理体制を強化し収益性改善

- 5つの商品群でマス化を推進し、新たな価値の提供により、市場を創造する
- マス化製品政策に伴う管理体制の強化
(アイテム数削減、生産・品質管理)
- 気候変動や健康志向など環境変化を捉えた新機能・新素材開発の推進
⇒次のマス化製品を創出

販売

Sales

販促と売場の連動を強化し、 マス化製品政策の実効力を最大化

- 新製品発表会を起点に、CMやチラシなど、マスマーケティングを強化。さらなる客層拡大を図る
- 店舗オペレーションの改善で、1店舗平均年商2億円を達成
 - ・販促連動でマス化製品の拡販
 - ・在庫適正化で販売効率の改善
(新需要予測発注システム稼働)
- 既存店改装で売場提案力の向上
年間200店舗以上の実施を見込む

独自価値（機能・価格）で市場を創造し、マス化を推進

現状の課題と戦略転換

課題

- ・ 売れ筋商品の欠品
(顧客満足度の低下)
- ・ アイテム過多による管理コスト増加及び店舗運営の複雑化
(加盟店エンゲージメント低下)

転換

- ・ 機能と価格に確かな手応え
(唯一無二の価値創出)
- ・ 重点商品に在庫、販促、売場などリソースを集中投下
(圧倒的な看板商品の育成)

マス化製品政策

26SS重点商品

- | | |
|---------------------|---------------------------------|
| ① MEDiHEAL | 低価格リカバリーウエア |
| ② Xshelter | 断熱や暑熱など、外部環境の影響を大幅に低減する独自の高性能素材 |
| ③ UVカット | 気候変動に伴う需要の変化へ対応 |
| ④ ファンウエア
ペルチェベスト | プロ需要を中心に一般向けにも販路拡大 |
| ⑤ 機能性インナー | コストパフォーマンスを追求、高頻度な来店動機を創出 |

投下資本

- | | |
|-------------|-------------|
| ・ サプライチェーン | 生産拠点・外部倉庫拡張 |
| ・ マスマーケティング | TVCM・チラシ等 |
| ・ 全国統一の売場 | 新顕彰制度導入 |
| ・ 商品構成最適化 | アイテム数削減 |

目標

KPI

各重点商品は、
チェーン全店売上の
10%を目指す

- ・ 高性能×低価格のブランド確立
- ・ 一品大量生産で利益率改善
- ・ 出店可能性の拡大
(小型店舗での採算改善)
- ・ 海外展開への布石

Value

価値ある製品を創り出し、より多くのお客様へ提供することで、国内市場の深耕と経営効率を改善し、海外展開へつなげる

カラースは法人FCによるSC出店を強化、潜在顧客の開拓を図る ワークマンは目標店舗数に達したが、今後もプラスへの転換を進める

(単位：店数)	前期末 店舗数	2027年3月期 新規出店			S&B※2	改装	増減除外 ※3	閉店	期末 店舗数	中長期 目標
			ロード サイド	SC※2						
	255	—	—	—	△10	△50	5	—	200	1,100
	711	6	6	—	10	51	△5	△4	769	
	31	—	—	—	—	△5	—	—	26	400
	87	34	11	23	—	4	—	—	125	
	10	—	—	—	—	—	—	—	10	—
合計※1	1,094	40	17	23	(10)	(55)	—	△4	1,130	1,500

現時点での計画であり、変更になる場合がございます。

※1.合計欄の()は実施件数を記載しており、店舗数の増減には含まれません。

※2.SC：ショッピングセンター S&B：スクラップ&ビルド

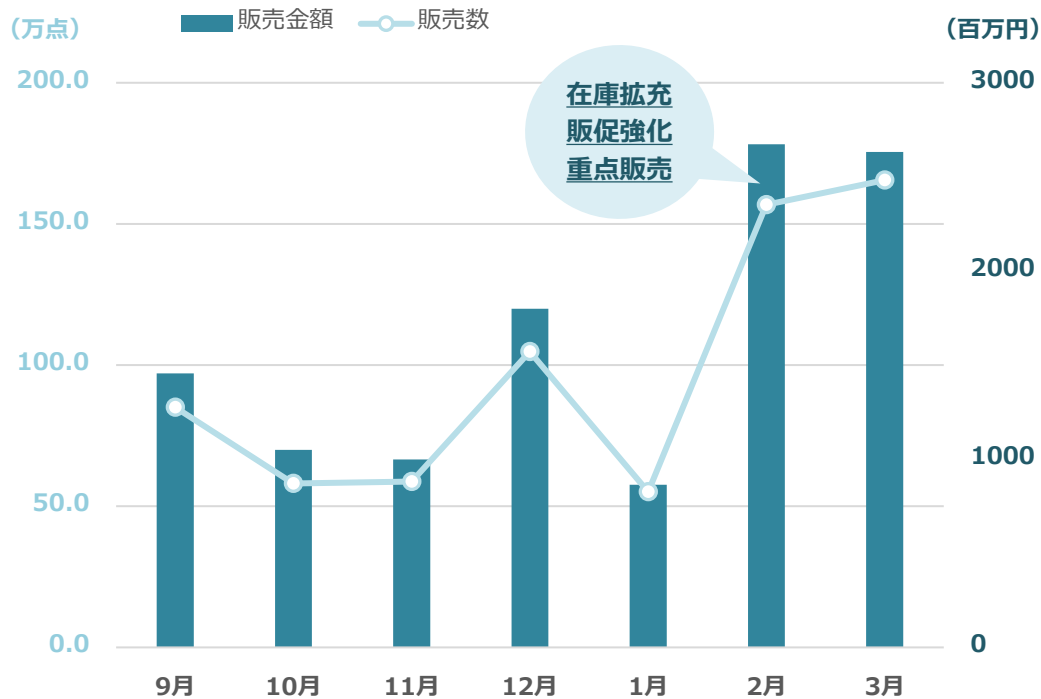
※3.ワークマンプラスで営業していた店舗が、S&Bおよび改装転換を行った件数を表示しております。

増産を行うも、想定を上回る需要により一部商品の欠品が継続

● シリーズ販売実績 (2025年9月~2026年3月)

ワークマンの疲労回復ウェア [メディヒール] 約 **684**万着 約 **115**億円

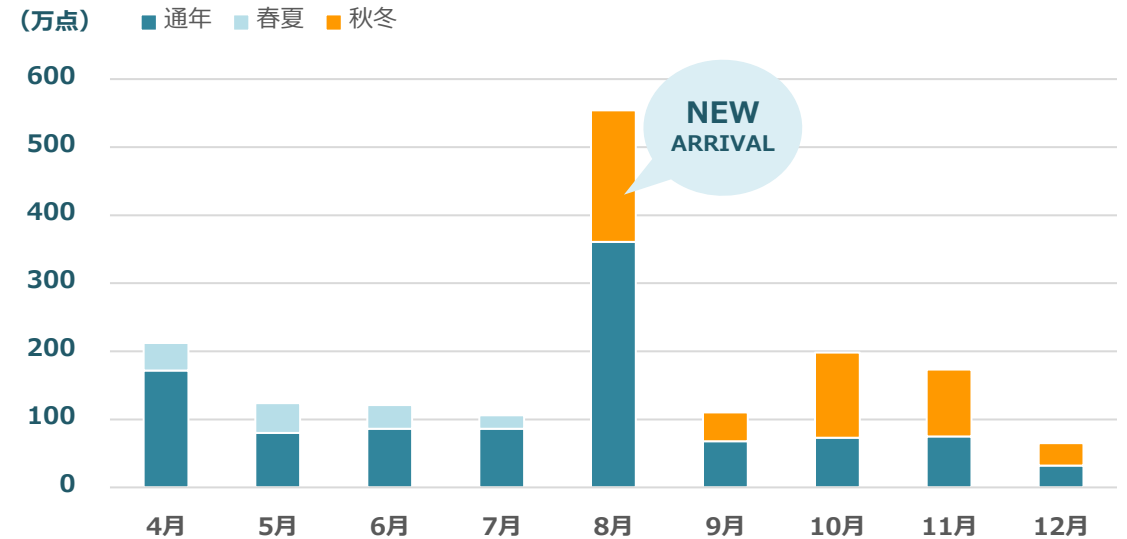
(販売推移)



● 今後の見通し

- ・ 販売状況に応じて生産調整、在庫安定化を目指す
- ・ 4月発売「メディヒールインナー」が好調 (増産決定)
⇒ 日中のリカバリーケアとしてビジネスパーソン等からも高い支持
- ・ ルームウェアの枠組みを越え、日常のあらゆるシーンをカバーする商品展開を模索

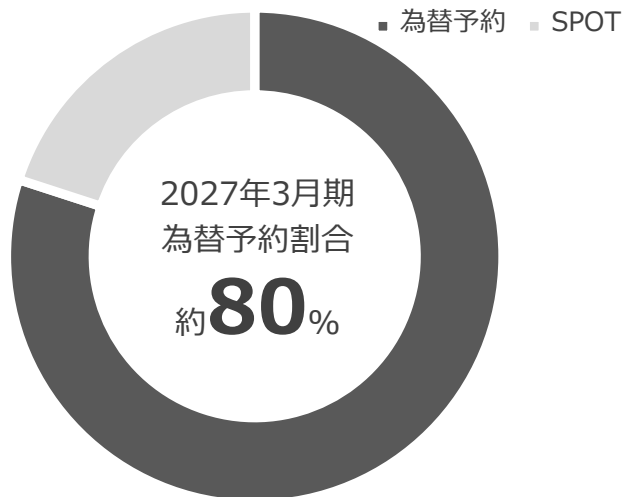
(入荷予定)



※本計画は今後変更となる場合がございます。

通期想定レートは前年並みを維持、次期を見据えた商品政策を推進

●仕入価格の状況



(2027期3月期 為替予約の状況)

期間	予約割合・レート	想定レート(前期)
上期	約80% 143円	147円 (147.17円)
下期	約80% 151円	153円 (148.94円)
通期	約80% 147円	150円 (148.06円)

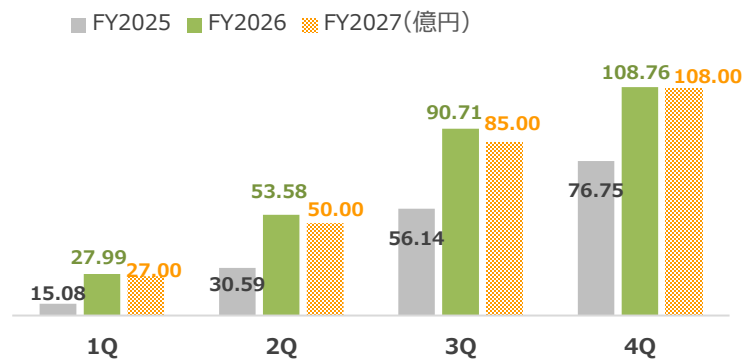
※中東情勢の緊迫化で原材料価格や物流網への影響を精査
2026年秋冬・安定供給が維持できる見込み

2027年春夏・コスト増など懸念が高まる
今後の動向を注視しながら対策を講じる

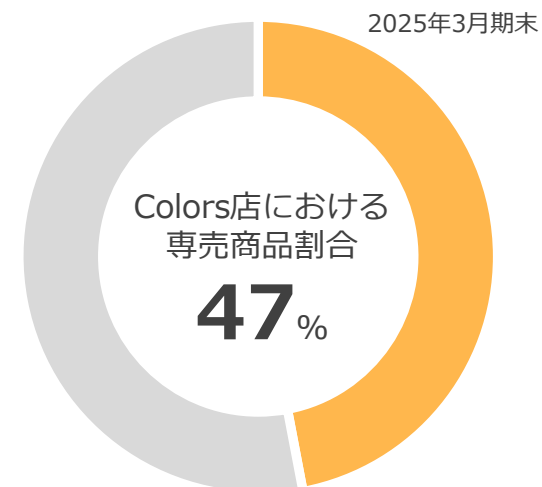
●海外仕入利益の進捗



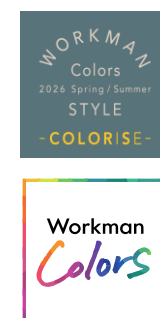
(海外仕入利益の推移 累計期間)



●Colors専売商品比率



- ・新規出店やメンズ強化で専売化が進捗
- ・2027年3月期 専売比率75%目指す



販促・売場の連動強化で「マス化製品政策」を推進

● 製販一体の販売戦略

新製品発表会を起点としたマーケティング強化

商品

- ✓ 販促計画に合わせ、十分な在庫を確保
重点商品は在庫積み増し（物流費増加）

販売促進

- ✓ トップライン成長を牽引するマーケティング投資
TVCMやチラシ、アプリ、SNS、ラッピングストアなど、
多角的な展開で顧客接点の最大化（販売費増加）

売場

- ✓ 商品価値を伝える重点売場を展開
改装実施に対する顕彰制度を新設し販売力向上

- ・ 認知度向上による「客層拡大」と「売上最大化」
- ・ 将来の収益基盤拡大に向けた戦略的な先行投資

● 店舗収益性の向上

目標

1店舗当たり年商 **2億円** の達成

施策

- ✓ 販促連動の徹底
マス化製品の管理体制を強化し、販売機会ロスを防止
- ✓ 販売効率の改善
新需要予測発注システム稼働で在庫適正化
- ✓ 既存店改装による売場提案力の向上
 - ・ 業態転換改装 55店舗、リニューアル改装 165店舗を計画
 - ・ 顧客体験の向上でリピーター化を推進

補足

- ✓ 売上拡大を支える「人員体制の整備」をサポート
荒利益率の上昇による加盟店収益の改善を図る

マス化製品政策による大幅な売上成長で、3期連続の増収増益をめざす

(単位：百万円)	FY 3/2026 実績	YoY (%)	FY 3/2027 Q2計画	QoQ (%)	FY 3/2027 通期計画	YoY (%)
チェーン全店売上高	209,234	+14.3	123,785	+21.9	237,970	+13.7
直営店売上高	24,396	+41.7	11,554	+3.3	22,712	△6.9
加盟店売上高	184,837	+11.4	112,231	+24.2	215,258	+16.5
(既存店売上高)	—	+9.0	—	+18.3	—	+10.6
営業総収入	160,852	+17.5	94,203	+23.7	183,376	+14.0
売上原価	99,866	+16.4	58,610	+25.5	114,703	+14.9
営業総利益	60,986	+19.2	35,593	+21.0	68,673	+12.6
販管費	31,309	+17.0	17,927	+19.7	36,561	+16.8
営業利益	29,676	+21.7	17,666	+22.3	32,112	+8.2
経常利益	30,567	+22.7	18,341	+23.3	33,418	+9.3
当期純利益	20,618	+22.1	11,310	+22.6	22,329	+8.3
EPS	252円64銭		138円58銭		273円60銭	

TOPICS

●チェーン全店売上高

- ・リカバリーウエア等、マス化製品による既存店伸長が、全社売上を牽引（既存店売上高：上期+18.3%・下期+3.2%）
- ・チェーン全店売上高は、店舗網の拡大で新店効果が逡減

●営業総収入

- ・店舗荒利益率37.6%（YoY +1.0pt）
⇒利益率改善により加盟店からの収入が牽引（YoY +18.8%）
- ・加盟店供給売上高 YoY+17.4% マス化製品の在庫強化

●売上原価

- ・海外仕入利益は、円安など条件悪化を取引量でカバーし前年維持
- ・マス化製品政策の推進に伴い、アイテム削減および評価損を計上

●販管費

- ・販管費比率 15.4%（YoY+0.4pt）
マス化製品政策に伴い、販売費および物流費が増加
- ・人件費 +10.1% 定期昇給 +5.3%※物価高への対応
- ・販売費 +54.6% TVCM、製品発表会、チラシ
- ・物流費 +15.8% 在庫拡充に伴う、外部倉庫地代・管理費
- ・減価償却費 +18.5% 店舗建築費高騰・新POS入替

●総括

- ・通期：大幅増収も戦略的投資により利益成長は緩やか
- ・下期：積極投資と前年実績を鑑み、減益見通し

● 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ております。持続的な成長に向けた内部留保を確保しつつ、配当性向35%を目途に、業績に基づいた利益の配分を行ってまいります。

● 1株当たり配当金

- ・ 2026年3月期

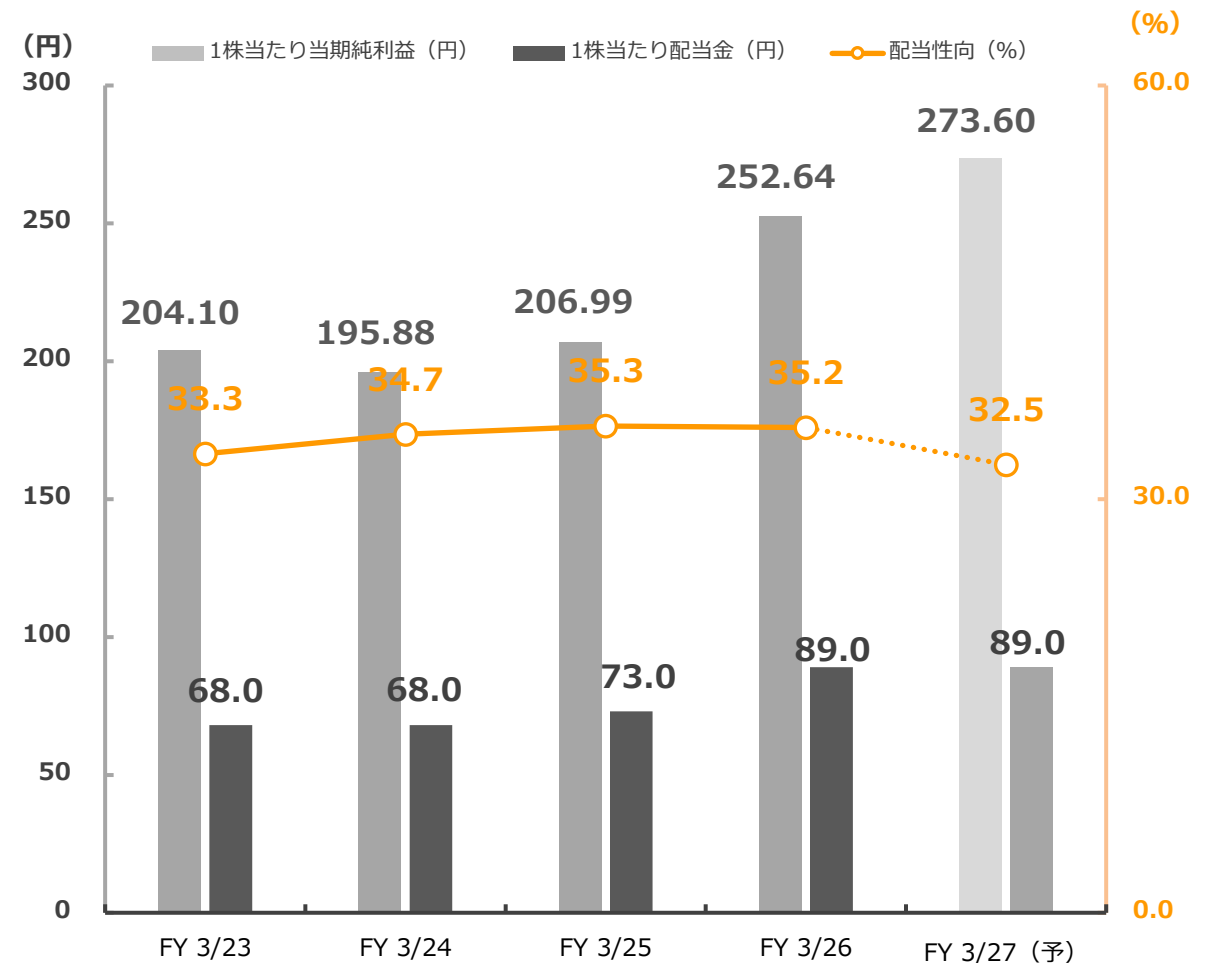
前期より**16円**増配の**89円**を予定

- ・ 2027年3月期

前期同額の**89円**を予想

基本方針である配当性向35%に基づき、利益成長に伴う増配を目指してまいります。

● 1株当たり当期純利益と配当金の推移








ビジョン公表により社内意識が改革され、戦略の遂行力が高まる

実施項目	成果	課題
1. ワーク強靱化 ハイスペックモデル・EDLP進化（加工貿易）	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値戦略が奏功 プロニーズに応える高機能モデルや高機能×低価格の新商品が好調 	<ul style="list-style-type: none"> 手袋、工具、シューズ等の買回り品カテゴリーにおける新商品開発の遅れ
2. 気候変動対応 猛暑・暖冬対策、通年商品強化	<ul style="list-style-type: none"> 熱中症対策需要を取り込み売上増加に寄与 冬物導入期の最適化で売上拡大と在庫効率向上 Xshelter等、高機能素材の開発が進捗 	<ul style="list-style-type: none"> ペルチエベストや暑熱Xshelterなど、早期欠品による機会損失
3. Workman Colors出店加速 運営形態の多様化	<ul style="list-style-type: none"> 法人FCの進展で出店エリア拡大 年間出店計画を達成 	<ul style="list-style-type: none"> 個人加盟店募集の鈍化に伴い、ロードサイド出店が難航 既存店とのカニバリ解消（専売化推進）
4. Workman Colors専売商品開発 快適普段着・QR生産	<ul style="list-style-type: none"> カジュアルの強化で一般層の支持拡大 既存店売上高の前期比がプラスへ転じる 	<ul style="list-style-type: none"> 各業態の差別化には至らず、引き続き商品開発を積極的に進める 処分在庫が増加、販売方法の見直し検討
5. デイリーアイテム拡充 ワーク機能を転用した室内衣料・用品	<ul style="list-style-type: none"> 「MEDIHEAL」で低価格リカバリーウェアの新市場を創出、客層拡大を推進 マーケティングの多角化が売上を牽引 	<ul style="list-style-type: none"> 慢性的な欠品、供給体制の強化に着手

初年度は計画を大幅に上回る進捗、
当期中に成長ビジョンのアップデートを予定

Scope3を可視化、脱炭素経営の推進を検討

重要課題	方針	取り組み実績
<p>1. サステナブルな商品開発</p> 	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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)
<p>2. 地球環境へ貢献</p> 	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<p>3. 加盟店・従業員の満足</p> 	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 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%
<p>4. 社会貢献</p> 	<p>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。</p>	<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
<p>5. ガバナンス</p> 	<p>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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営トップ人事 中期成長ビジョンの推進体制を強化



■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（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/