株式会社ワークマン
証券コード：7564

WORKMAN

2027年3月期 第2四半期
決算説明会

2026年11月9日

目次

- 2027年3月期 第2四半期決算 業績　2
- 2027年3月期 第2四半期決算 概要　6
- 2027年3月期 計画　15

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

ご説明内容

- 2027年3月期 第2四半期決算 業績

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

損益計算書（累計期間）

（単位：百万円）	FY 3/2026 2Q	FY 3/2027 2Q	YoY (%)	FY 3/2027 2Q計画	計画比 (%)
チェーン全店売上高	101,574	**122,145**	**+20.3**	123,785	△1.3
直営店売上高	11,184	**14,161**	**+26.6**	11,554	+22.6
加盟店売上高	90,389	**107,984**	**+19.5**	112,231	△3.8
（既存店売上高）	–	**–**	**+15.1**	+18.3	△3.2
営業総収入	76,137	**93,216**	**+22.4**	94,203	△1.0
売上原価	46,714	**56,975**	**+22.0**	58,610	△2.8
営業総利益	29,423	**36,240**	**+23.2**	35,593	+1.8
販管費	14,978	**17,255**	**+15.2**	17,927	△3.7
営業利益	14,444	**18,985**	**+31.4**	17,666	+7.5
経常利益	14,874	**19,803**	**+33.1**	18,341	+8.0
中間純利益	9,227	**12,198**	**+32.2**	11,310	+7.9
EPS	113円6銭	**149円47銭**		138円58銭	

業績ハイライト

●チェーン全店売上高

・MEDiHEALやXShelterなど「マス化製品」が成長を牽引
・6月の低温、天候不順による夏物需要の落ち込みで上期計画は未達（2Q会計期間：計画比+2.0pt）

●営業総収入

・加盟店からの収入 252億17百万円（YoY +24.3%）
⇒PB比率向上による荒利益率の改善 38.2%（+1.6pt）
FC店期中平均店舗数 +39店舗
・加盟店商品供給売上高 537億80百万円（YoY +20.6%）

●売上原価

・海外仕入利益 51億 61百万円（YoY △3.7%）
①平均決済レート 144.62円（前期 147.17円）
②海外直接仕入高 △8.1%（純仕入に占める比率 49.0%）
・国内仕入から得られるリベートの増加で原価抑制

●営業総利益（主な増加要因）

・加盟店からの収入　+ 49億26百万円
・自営店荒利益　+ 13億75百万円
・海外仕入利益　△ 1億97百万円

●総括

・第2四半期としては2期連続の増収増益、過去最高益を達成

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

販売費及び一般管理費（累計期間）

（単位：百万円）	FY 3/2026 2Q	売上比 (%)	FY 3/2027 2Q	売上比 (%)	増減	YoY (%)
チェーン全店売上高	101,574	–	**122,145**	–	–	+20.3
人件費	2,519	2.5	**2,828**	2.3	+309	+12.3
販売費	1,080	1.1	**1,960**	1.6	+880	+81.5
旅費交通費	237	0.2	**271**	0.2	+34	+14.4
運賃	1,091	1.1	**972**	0.8	△118	△10.9
地代家賃	3,558	3.5	**3,717**	3.0	+159	+4.5
消耗品費	652	0.6	**737**	0.6	+85	+13.1
業務委託料	2,463	2.4	**2,878**	2.4	+414	+16.8
減価償却費	1,717	1.7	**2,013**	1.7	+296	+17.2
その他	1,658	1.6	**1,874**	1.5	+215	+13.0
合計	14,978	14.7	**17,255**	14.1	+2,276	+15.2

※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+5.3%、期中平均従業員数+29名

●販売費
- TVCM +4億49百万円・販促チラシ +3億11百万円
- 販促媒体、ラッピングストア +1億57百万円

●物流費
- 販管費相殺の仕入リベートが増加　△16億67百万円
  （主な内訳）
  ・運賃 △5億25百万円・地代家賃 △4億30百万円・消耗品費 △97百万円・業務委託料 △5億12百万円

●地代家賃
- 外部倉庫 +4億58百万円

●消耗品費
- 流通センター備品 +56百万円
- 新店、既存店什器 +98百万円

●業務委託料
- 流通センター管理委託 +4億25百万円（総コスト）
- SC店売上増加に伴う運営費 +2億5百万円
- システム利用料等 +1億88百万円
- 新店、改装など店舗運営業務委託 +61百万円

●減価償却費
- 店舗建築費の高止まりや新POSレジ導入等

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

貸借対照表

（単位：百万円）	FY 3/2026 2Q	FY 3/2026 期末	FY 3/2027 2Q	増減
流動資産	126,517	**138,440**	**138,762**	+322
現金及び預金	77,816	**83,743**	**77,459**	△6,283
有価証券	2,999	**－**	**3,099**	+3,099
加盟店貸勘定	13,055	**14,470**	**16,170**	+1,700
商品	27,948	**29,770**	**34,692**	+4,921
その他	4,697	**10,456**	**7,340**	△3,115
固定資産	43,808	**46,816**	**51,173**	+4,356
有形固定資産	35,323	**38,531**	**40,219**	+1,687
無形固定資産	1,173	**1,437**	**1,788**	+351
投資その他の資産	7,311	**6,847**	**9,165**	+2,317
資産合計	170,326	**185,257**	**189,936**	+4,678
流動負債	25,688	**26,454**	**27,977**	+1,522
固定負債	5,166	**5,345**	**5,672**	+326
負債合計	30,855	**31,800**	**33,650**	+1,849
純資産合計	139,471	**153,456**	**156,285**	+2,828
負債純資産合計	170,326	**185,257**	**189,936**	+4,678

増減要因

●現金及び預金

・営業C/F　＋ 89億34百万円
・投資C/F　△ 79億 6百万円
・財務C/F　△ 73億11百万円
営業C/Fを創出も、短期債券や設備投資等の支出により、現預金は減少

●加盟店貸勘定

・マス化製品の在庫拡充と夏物キャリーの増加
（FC店：1店舗当たり平均売価在庫 +625万円）

●商品

・マス化製品を中心に、秋冬商戦における販売機会損失を防ぐため、流通センター在庫を積み増す

内容	前年同期比	前期末比
・直営店 SC店	+28百万円	+2億30百万円
・流通センター	+78億77百万円	+49億94百万円
・未着品	△11億42百万円	△2億72百万円

●有形固定資産

・岡山、伊勢崎第2流通センターの土地取得 +8億3百万円
・新規出店 20店舗、S＆B 4店舗、合計 24店舗を開店
(うち自社物件 12店舗 YoY△9店舗)

●投資その他の資産

・台湾子会社への出資金 10億48百万円

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

ご説明内容

- 2027年3月期 第2四半期決算 概要

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

出店状況

ワークマンカラーズは、出店および改装の本格化で店舗網を拡大

（単位：店数）	前期末店舗数	新規出店			S&B※2	改装	閉店	26.9末店舗数
			ロードサイド	SC※2				
WORKMAN	255	–	–	–	△2	△17	–	236
WORKMAN Plus	711	3	3	–	2 (4)	16 (18)	△3	729
#ワークマン女子 WORKMAN GIRL	31	–	–	–	–	△9	–	22
Workman Colors	87	17	6	11	–	10 (11)	–	114
WORKMAN Pro	10	–	–	–	–	–	–	10
合計	1,094	20	9	11	(4)	(29)	△3	1,111

※1.（ ）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

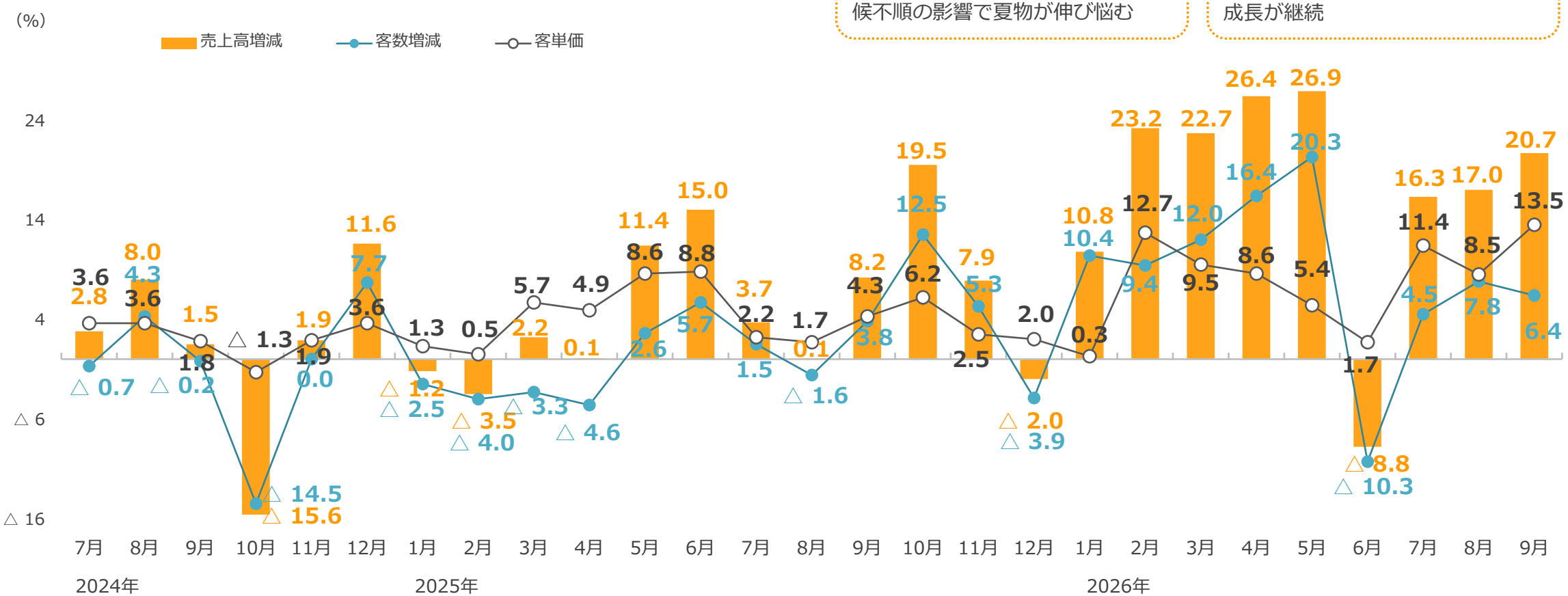
©2026 WORKMAN CO.,LTD.

月次推移

既存店売上・客数・客単価増減

1Q
MEDiHEAL等、マス化製品が好調に推移する一方で、6月は低温・天候不順の影響で夏物が伸び悩む

2Q
梅雨明け以降、夏物が伸長したほか、マス化製品を中心に高い売上成長が継続



FY3/25 2Q既存売上	3Q既存売上	4Q既存売上	FY3/26 1Q既存売上	2Q既存売上	3Q既存売上	4Q既存売上	FY3/27 1Q既存売上	2Q既存売上
+4.1%	+0.4%	△0.4%	+9.3%	+3.8%	+7.2%	+17.7%	+13.3%	+17.4%

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

販売状況

高付加価値化による単価上昇と効果的な販促が寄与し、売上成長を牽引

（月次ベース）

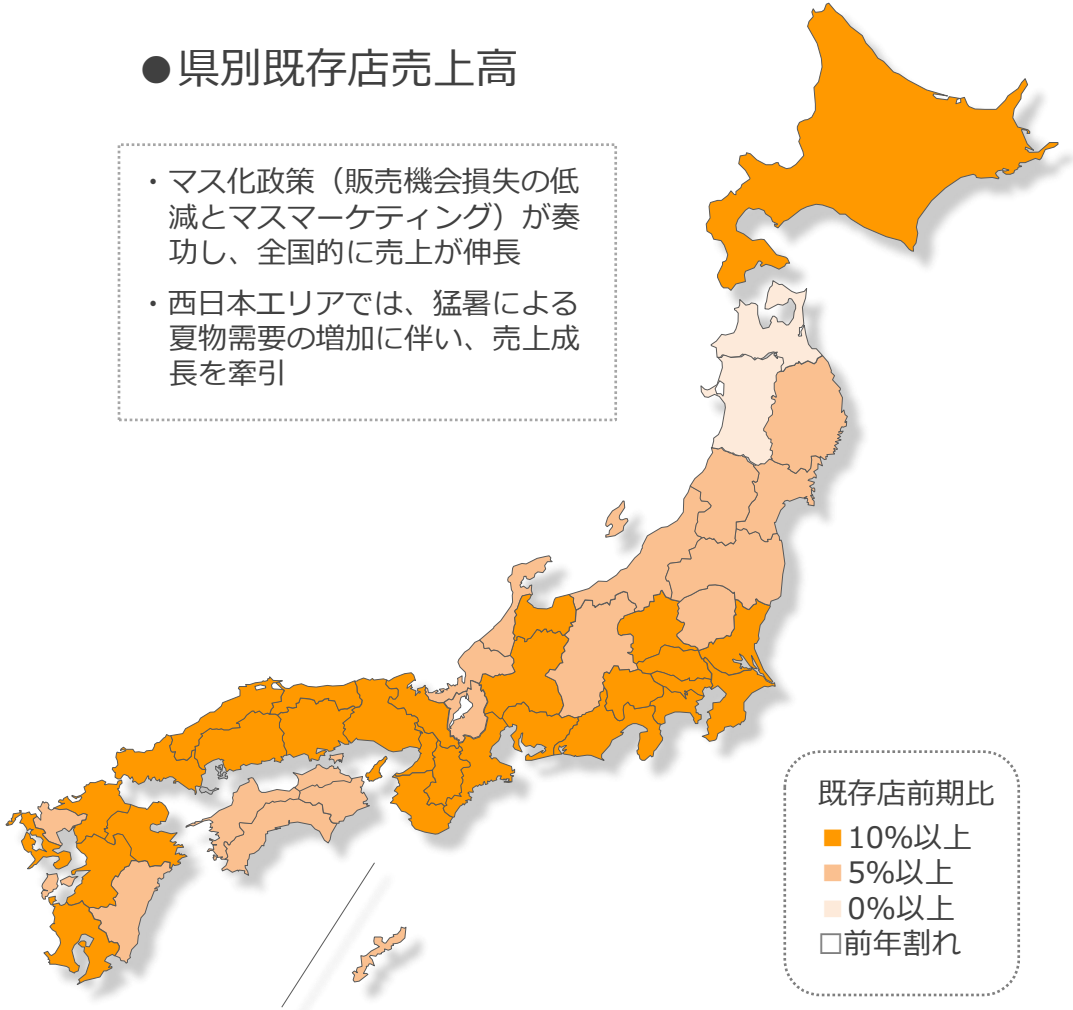
	チェーン全店	既存店
売上高	+20.2%	+15.1%
客数	+11.9%	+6.9%
1日平均客数	–	※187人 (+13人)
客単価	3,374円 (+7.5%)	3,381円 (+7.6%)
点単価	1,313円 (+5.5%)	1,311円 (+5.3%)
買上点数	2.56点 (+2.1%)	2.57点 (+2.3%)

※ 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。

●県別既存店売上高

・マス化政策（販売機会損失の低減とマスマーケティング）が奏功し、全国的に売上が伸長

・西日本エリアでは、猛暑による夏物需要の増加に伴い、売上成長を牽引

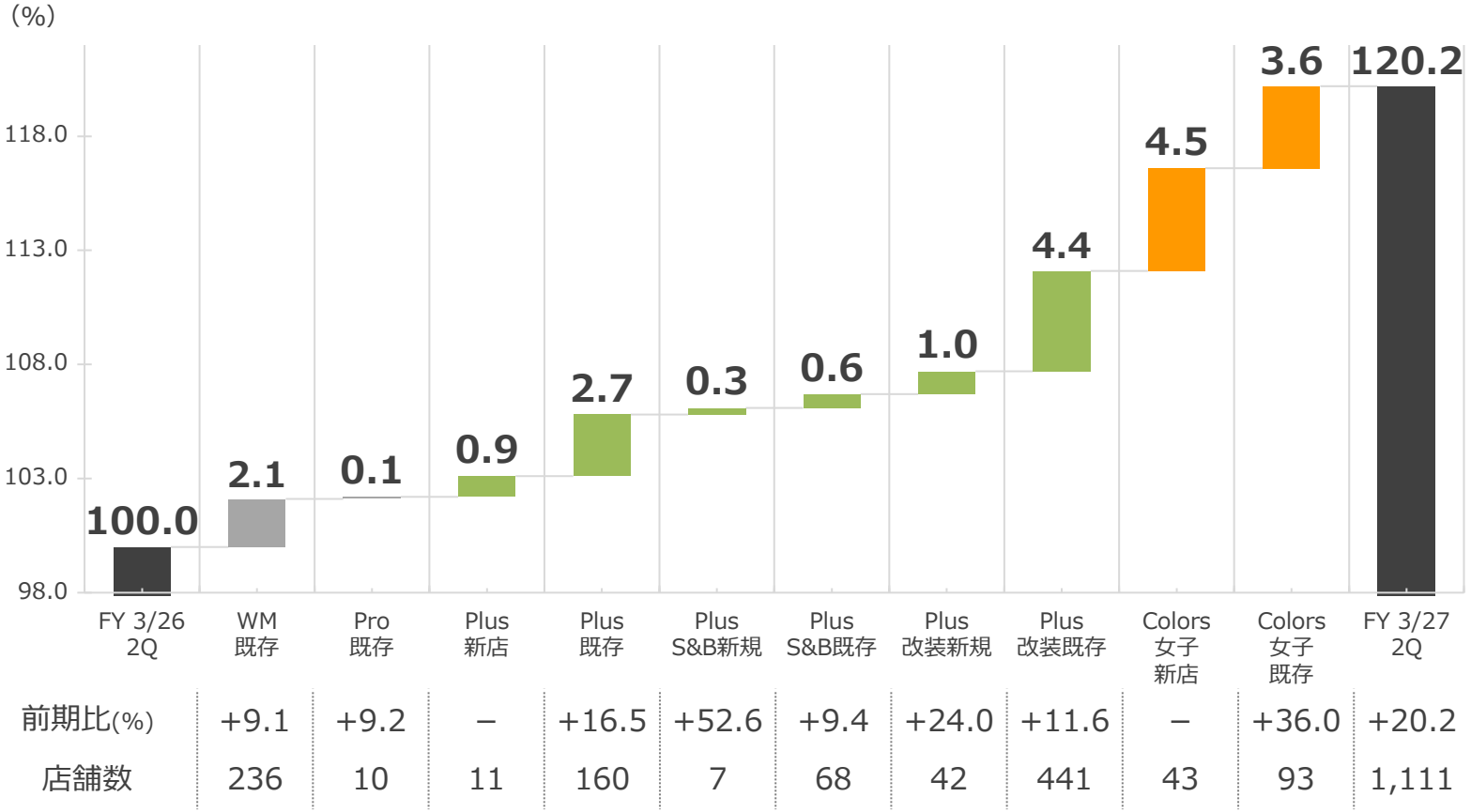


©2026 WORKMAN CO.,LTD.

業態別売上

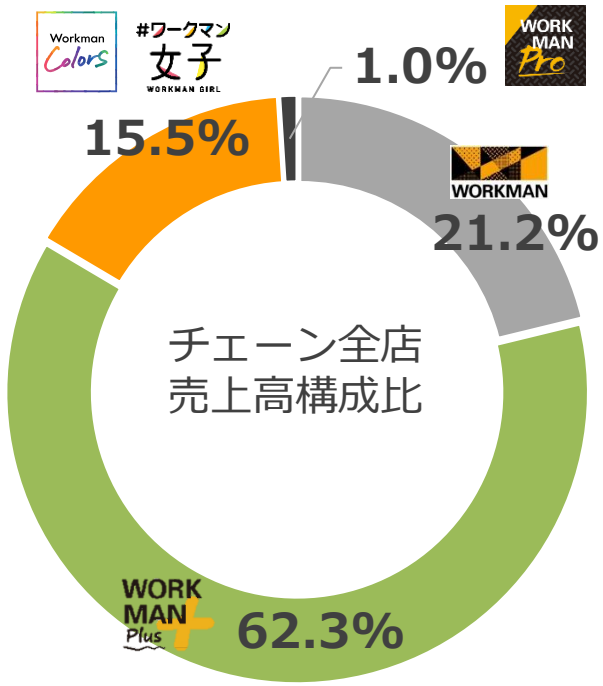
全業態で高成長を維持、中でもカラーズ既存店が成長を牽引

●チェーン全店売上高寄与度（月次ベース累計期間）



	WM 既存	Pro 既存	Plus 新店	Plus 既存	Plus S&B新規	Plus S&B既存	Plus 改装新規	Plus 改装既存	Colors 女子 新店	Colors 女子 既存	FY 3/27 2Q
前期比(%)	+9.1	+9.2	–	+16.5	+52.6	+9.4	+24.0	+11.6	–	+36.0	+20.2
店舗数	236	10	11	160	7	68	42	441	43	93	1,111

●業態別売上高構成比



※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。

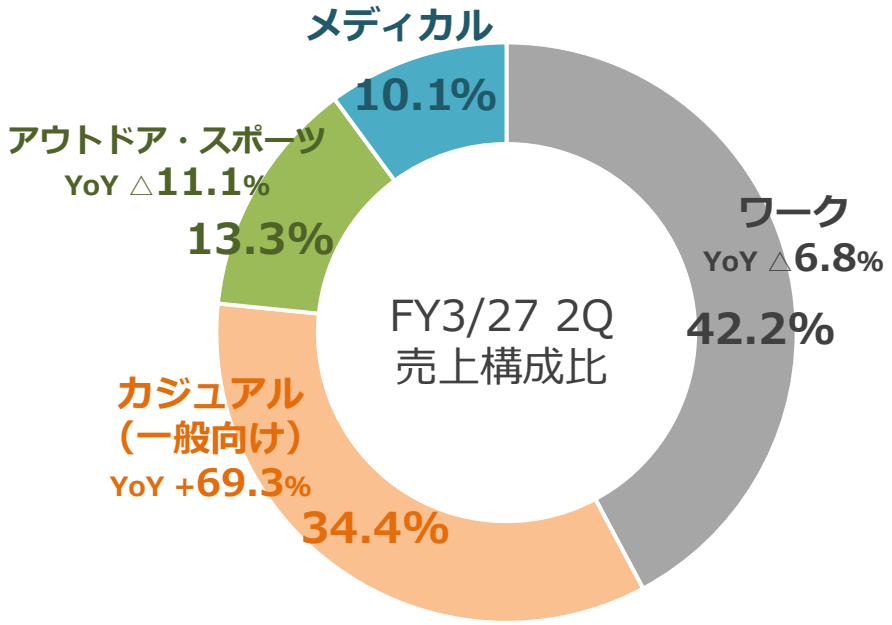
©2026 WORKMAN CO.,LTD.

商材別売上

リカバリーウエアやカジュアル（メンズ・レディース）が好調に推移

●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…カジュアルウエア・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…リカバリー関連

●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 3/2026 2Q 売上高	FY 3/2026 2Q YoY(%)	FY 3/2027 2Q 売上高	FY 3/2027 2Q YoY(%)
インナー・ソックス 肌着・靴下・リカバリーウエア・帽子・タオル等	11,219	+16.5	**19,415**	**+73.0**
カジュアル・スポーツウエア スポーツ・メンズカジュアル・リカバリーウエア等	18,575	+28.1	**22,668**	**+22.0**
ワーク・アウトドアウエア 作業服・アウトドア・ファンウエア等	30,366	+12.2	**31,206**	**+2.8**
レディース・ユニフォーム 女性カジュアル・白衣・オフィス・UVカット等	8,406	+17.0	**11,469**	**+36.4**
フットギア 安全靴・足袋・長靴・厨房靴・アスレシューズ等	14,185	△0.4	**16,548**	**+16.7**
作業用品・レインウエア 軍手・保護具・レインウエア等	18,839	+1.9	**20,798**	**+10.4**
そ の 他	△18	–	**37**	**–**
合 計	101,574	+11.4	**122,145**	**+20.3**

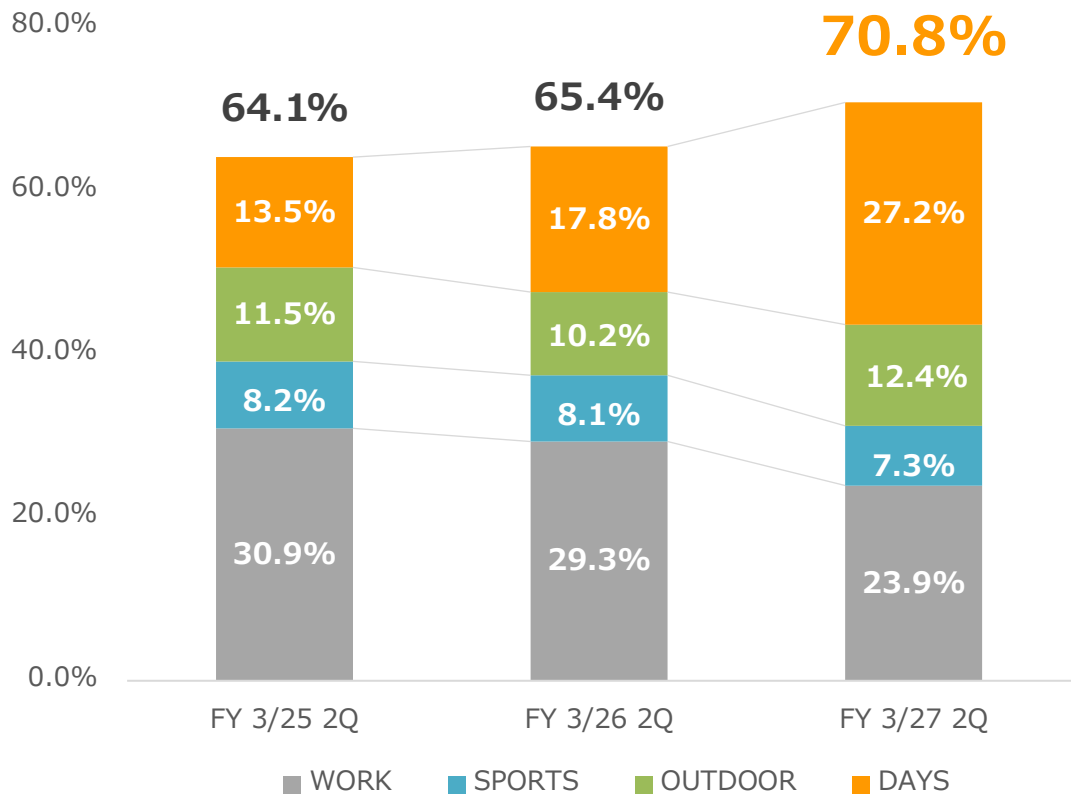
©2026 WORKMAN CO.,LTD.

PBアイテム数の増加を抑制しながら、高い売上成長を実現

●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	490 (△8.2%)	29,154 (△2.1%)	33.7
Workman SPORTS	149 (△9.1%)	8,919 (+7.9%)	10.3
Workman OUTDOOR	230 (△25.6%)	15,188 (+46.9%)	17.6
Workman DAYS	1,047 (+27.5%)	33,178 (+83.5%)	38.4
PB合計	1,916 (+4.8%)	86,440 (+30.0%)	100.0

●PB比率の推移（チェーン全店売上比）



©2026 WORKMAN CO.,LTD.

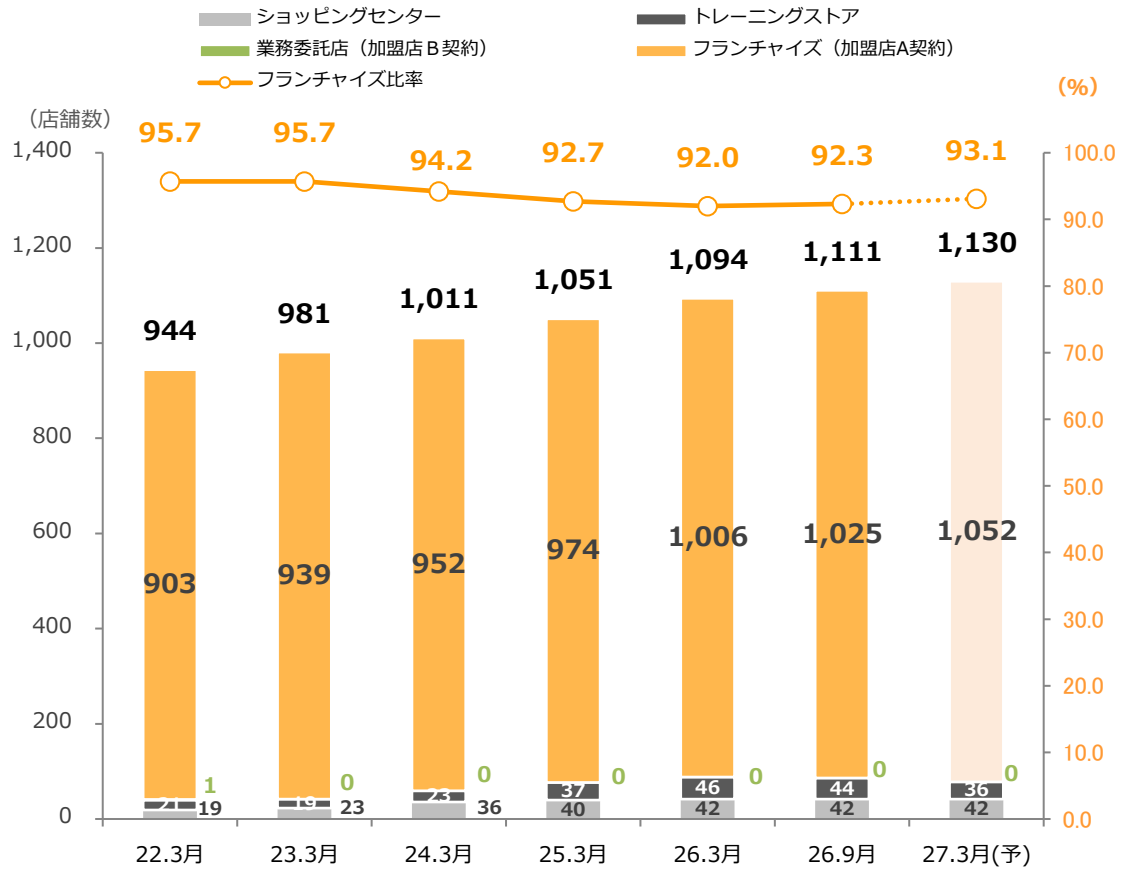
店舗運営形態

法人フランチャイズが順調に推移、FC比率は上昇基調に転じる

●運営形態の推移

	運営形態	前期末	増加	減少	2026年9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	1,000	28	21	1,007
FC（フランチャイズ・ストア）	法人フランチャイズ・ストア	6	12	–	18
直営	業務委託店	–	–	–	–
直営	トレーニング・ストア	46	22	24	44
直営	ショッピングセンター運営委託店	42	–	–	42
	合計	1,094	62	45	1,111

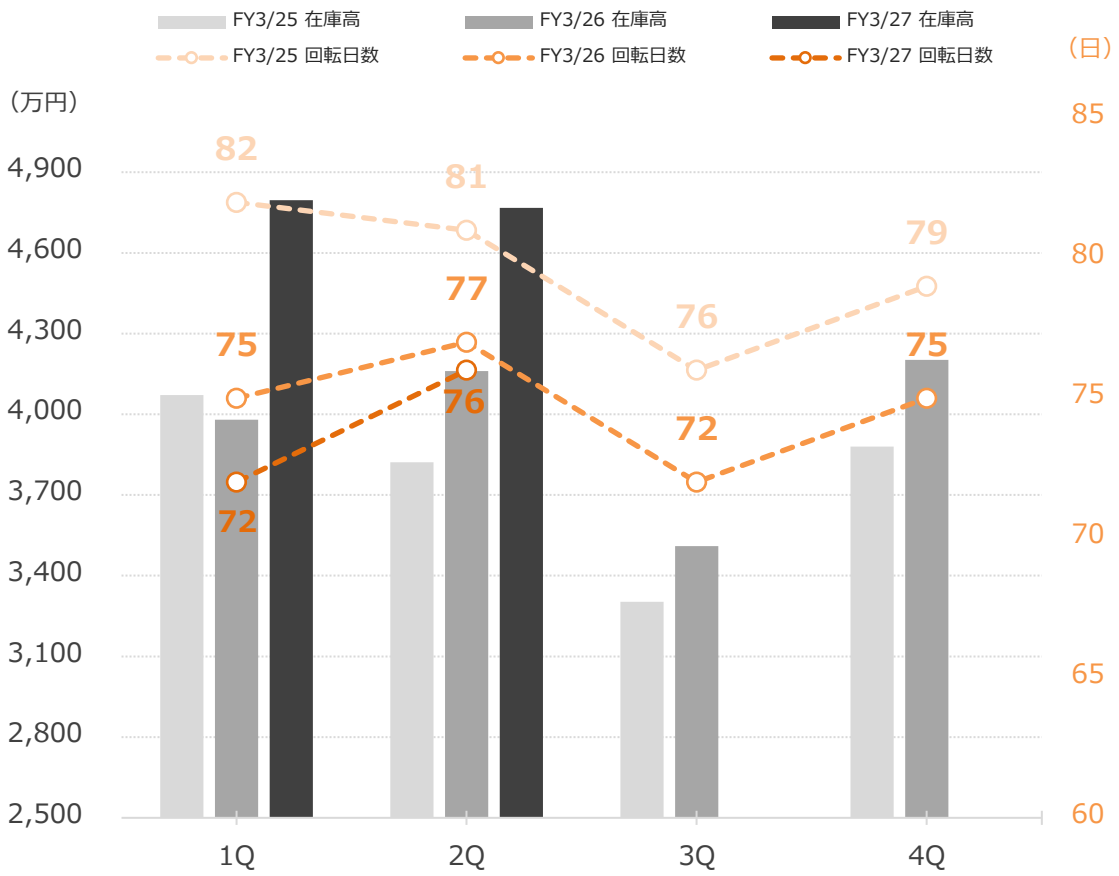
●運営形態別店舗数の推移



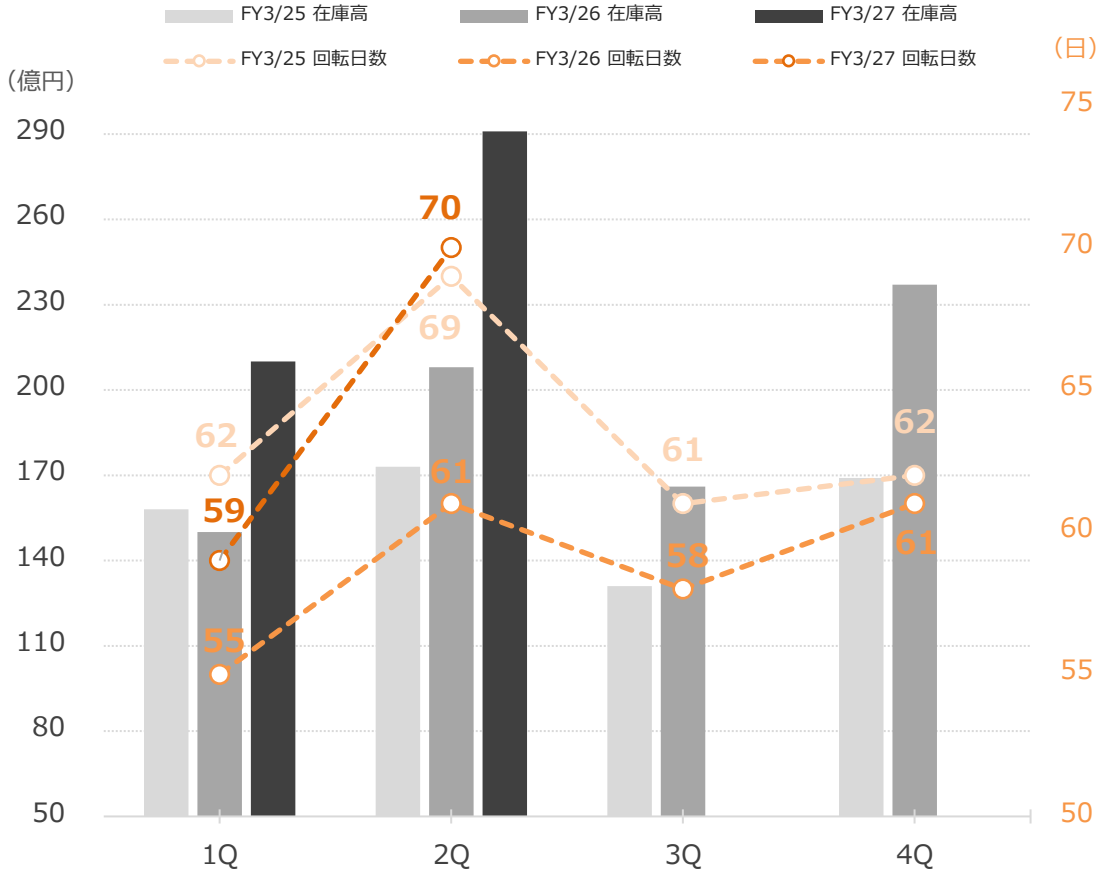
©2026 WORKMAN CO.,LTD.

マス化製品政策に伴い、戦略的に在庫水準を高める

●1店舗当り売価在庫



●流通センター在庫



©2026 WORKMAN CO.,LTD.

ご説明内容

- 2027年３月期 計画

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

●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 10店舗・SC 24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
- 海外展開に向けた100%出資子会社設立

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（リスク管理）
- 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、TVCM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売場の標準化
  ・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

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

出店計画

出店・改装計画を微修正、カラーズによるSC出店の強化で客層拡大を図る

（単位：店数）	前期末店舗数	2027年3月期 新規出店			S&B※2	改装	閉店	期末店舗数	中長期目標
			ロードサイド	SC※2					
WORKMAN	255	–	–	–	△5	△55	–	195	1,100
WORKMAN Plus	711	7	7	–	5 (10)	54 (56)	△5	772	
#ワークマン女子 WORKMAN GIRL	31	–	–	–	–	△9	–	22	400
Workman Colors	87	34	10	24	–	10 (11)	–	131	
WORKMAN Pro	10	–	–	–	–	–	–	10	–
合計	1,094	41	17	24	(10)	(67)	△5	1,130	1,500

現時点での計画であり、変更になることがございます。
※1. （ ）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

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

マス化製品

一般アパレル市場で「高機能×低価格」が再評価、秋冬商戦も積極展開を図る

●2026AWマス化製品の見通し

MEDIHEAL

2026年1月～10月販売実績
1,362万点 **215**億円

秋冬商戦は売上拡大を維持するも、計画下振れに伴う生産調整を実施

・低価格リカバリーウエアの競合環境激化
・市場規模の拡大に合わせ、シェア拡大を図る

XShelter

独自の断熱テクノロジーで
「寒暖差」を克服し、
当社を象徴する商品群に育成

2026AW生産計画：400万点／140億円

・通年商品「Σ」を開発、着用シーン拡大
・断熱性能を高めた「Ω」の開発により、暖冬・厳冬どちらにも対応

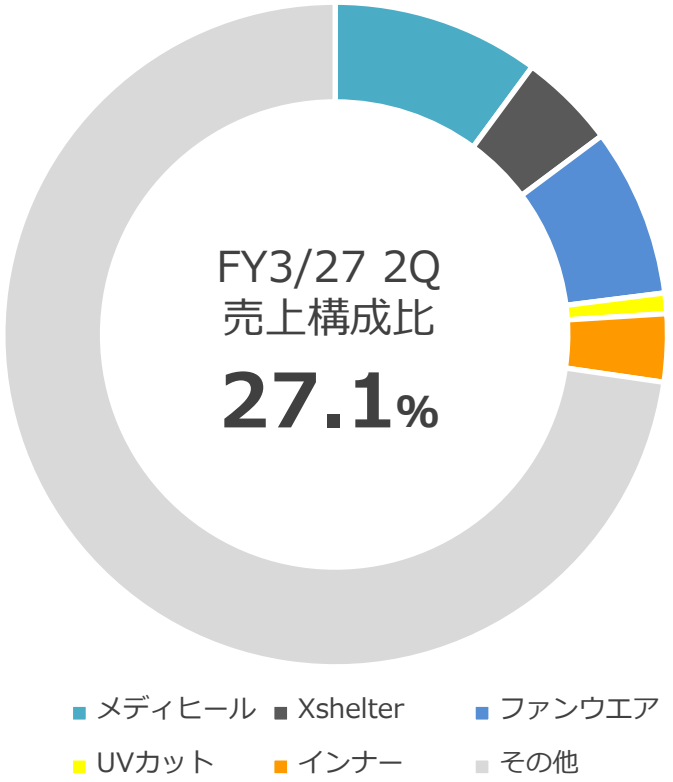
機能性インナー

素材・機能・価格で競争優位性を構築し、販促強化を通じて
「市場ポジション」確立

マス化に向け本格増産をかける初年度

・天然素材メリノウールインナーは、毎年大幅成長。日常生活への浸透を図る
・シン・ホッとするインナーでコスパ訴求

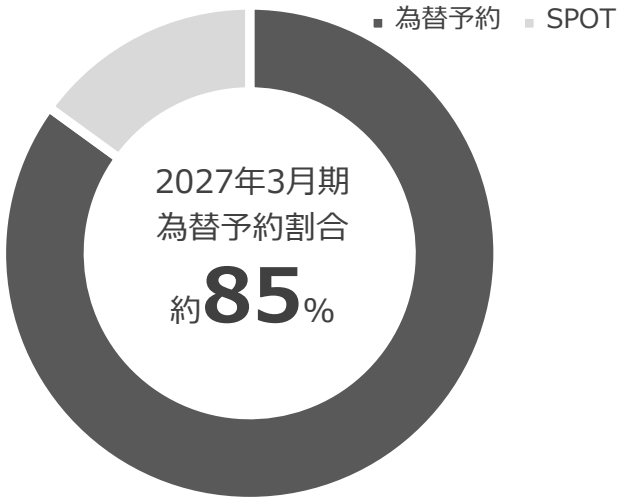
●マス化製品チェーン全店売上高構成比



©2026 WORKMAN CO.,LTD.

リスク低減および収益拡大に向けた基盤構築の推進

●為替予約状況（直接貿易）



（為替予約の状況）

FY 3/27	予約割合/レート		SPOT	想定レート(前期)
上期実績	85%	144円	160円	147円（147円）
下期想定	85%	151円	160円	153円（149円）
通期	**85%**	**148円**	**160円**	**150円（148円）**

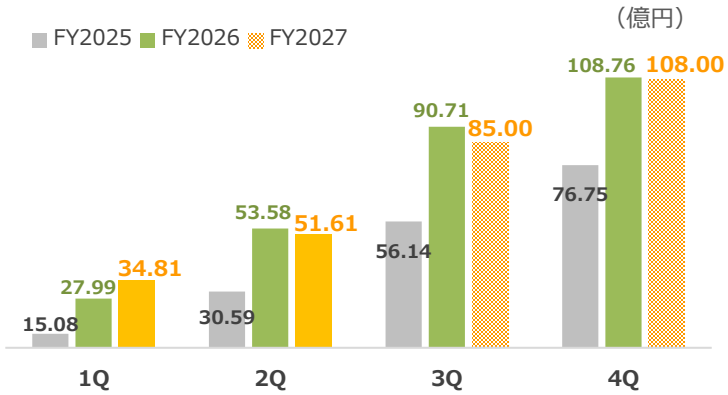
FY 3/28	予約割合/レート		SPOT	想定レート(前期)
上期	80%	152円	－	－

※FY 3/28の予約割合は暫定値で算出しております。

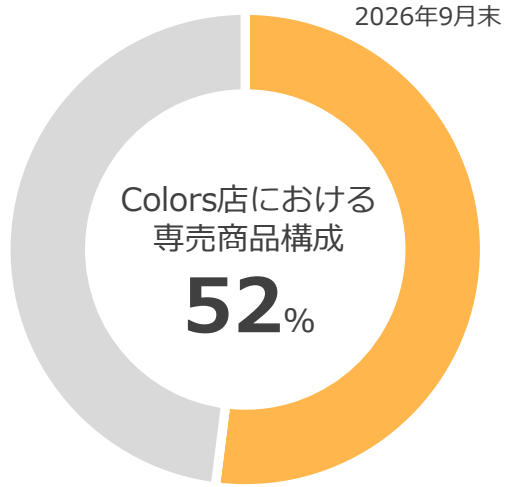
●海外仕入利益の進捗（直接貿易）



（海外仕入利益の推移 累計期間）



●Colors専売商品比率



・ワークマンカラーズの店舗網拡大に連動し、製品開発を強化



©2026 WORKMAN CO.,LTD.

新製品発表会を起点とする多角的なプロモーションで売上最大化

Trigger

新製品発表会



メディア・SNSへの集中的な情報発信で話題性を創出

①MEDiHEAL&Colors発表会
TV 17番組、紙面・Web 411媒体
②XShelter&インナー発表会
TV 10番組、紙面・Web 151媒体

波及展開

Action 01 TVCM（認知拡大）

・マス化製品を中心に、季節性やテーマを明確にし集中投下し、投資効果を高める



Action 02 販促チラシ（来店動機）

・2026年12月まで毎月投下
・紙面やWEB等の広告媒体を最適化し、アプローチ効率を高める



Action 03 SNS（情報拡散・ファン化）

・インフルエンサーおよび公式SNSでの情報発信の強化
・自社アプリなど、デジタルチャネルの拡充



Action 04 売場展開（実売力）

・VMDを再構築し売場を標準化
・ラッピングストア等の導入で集客力向上



目標

GOAL

売上最大化

全方位アプローチの効果で目標達成および業績のさらなる向上を図る

・客層拡大
・リピーター化推進
・顧客満足度の向上

©2026 WORKMAN CO.,LTD.

利益は順調に進捗、下期のコスト増加などを考慮し通期業績予想は据え置き

2027年３月期計画

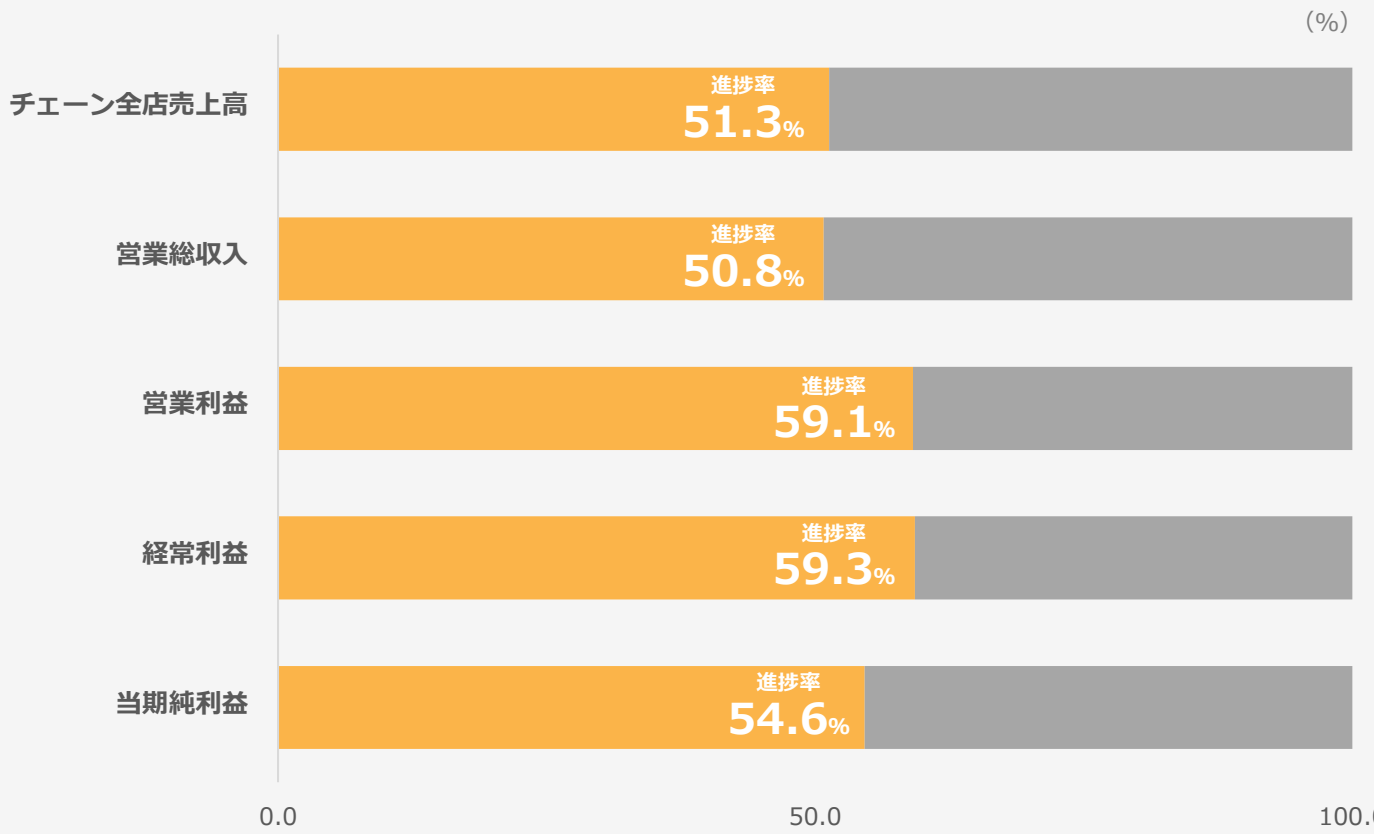
●チェーン全店売上高
237,970百万円　前期比+**13.7**%

●営業総収入
183,376百万円　前期比+**14.0**%

●営業利益
32,112百万円　前期比+**8.2**%

●経常利益
33,418百万円　前期比+**9.3**%

●当期純利益
22,329百万円　前期比+**8.3**%



©2026 WORKMAN CO.,LTD.

■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ＩＲグループ
TEL：03-3847-8190
E-mail：wm_seibi@workman.co.jp
https：//www.workman.co.jp/