

News Release

ワークマンが高機能ウェア専門店「WORKMAN Plus」の2、3号店を11月に出店
2号店は路面店で川崎市多摩区中野島に、3号店はららぽーと富士見に出店

作業服・作業用品のフランチャイズ小売店を全国に827店を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11月8日（木）に川崎市多摩区の府中街道沿いに路面店として「WORKMAN Plus」の2号店の「川崎中野島店」を出店します。11月22日（木）には、3号店として「ららぽーと富士見店」を出店します。



1号店の「ららぽーと立川立飛店」は大盛況で、初日にこれまでのワークマン既存店の開店セールの上記記録（坪当たり売上）を3倍近く更新しました。初日は、レジ待ちの行列が30分以上になり、お客様に大変ご迷惑をおかけしました。開店セール終了後も、平日は50万円以上、祝祭日は100万円以上の売上があり、売上予算を250%達成しています。通常、9月は季節の端境期で、当社にとって一番売上を上げにくい時期です。

2号店の川崎中野島店は90坪の売場があるため、半分は1号店の「ららぽーと立川立飛店」と全く同じ一般客向けのアウトドアウェア中心の「WORKMAN Plus」売場で、残り半分はプロ顧客向けにスタイリッシュな作業服を売る「スタイリッシュ・ワークマン」売場です。2号店は両売場を持つ複合店になります。3号店の「ららぽーと富士見店」は50坪と狭いので、一般客向けの機能性ウェアのみを扱います。

1号店の「ららぽーと立川立飛店」にお客様が殺到してSNSで評判になったため、「WORKMAN Plus」効果が出ていて、一般客が10%以上増えた既存店も多いです。全店で売上が右肩上がりになって好調です。「WORKMAN Plus」の3ブランド製品は全て既存店でも販売しており、1号店があまりに混雑したため、同じ製品があるのなら既存店の方が買いやすいとの評判もあります。

ワークマンは2年半前から①アウトドアウェアの「FieldCore（フィールドコア）」、②スポーツウェアの「Find-Out（ファインド・アウト）」、③レインスーツの「AEGIS（エイジス）」の自社3ブランド製品を全国827の店舗で販売しています。

売上は 17/3 期の 30 億円から 18/3 期には 60 億円と倍増して、今期は 120 億円分を仕込んでいます。ブームになっているため、3 ブランドともに昨年の 2 倍生産していますが、「ららぽーと立川立飛店」での先行販売と既存店の売れ行きから見て、主力製品は 11 月下旬には品不足になりそうです。

上記 3 ブランドは作業用として開発したのですが、口コミや SNS の拡散で一般客向けにも人気化したため、用途別にブランド化したものです。レインスーツの「AEGIS (イーグリス)」は雨天の屋外作業用のプロ仕様の防水防寒ウェアでした。SNS でバイク用としての評価が高まり、現在ではライダー向けの諸機能を追加してバイクの専用ウェア(仕事用途も多い)となり、毎年新モデルを発表しています。釣りやバイク用の「イーグリスオーシャン」も好評で、去年は販売してから 1 ヶ月で完売状態になっています。

3 ブランドの製品は元々スタイリッシュな作業服として開発しましたが、アウトドア・スポーツ・バイク・釣り・雨の日の通勤用などに用途が広がっており、現在では一般客の意見を取り入れて、毎年新モデルの製品を開発しています。同じ製品を既存店で陳列すると作業服に見えて、「WORKMAN Plus」でマネキンに着せてカジュアル用什器で陳列すると「アウトドアショップ」に見えます。3 ブランド製品はプロ客と一般客向けの兼用の製品のため 10 万着単位の大量生産ができます。また、値引きをしないため、アウトドアではメーカー品の 1/2、スポーツでは 1/3 以下の価格を実現しています。

現状、高機能ウェアの市場はスポーツメーカーのブランド品がほぼ独占しています。カジュアルウェア市場では内外の製造小売業者の普及品が大きなシェアを取っていますが、高機能ウェアの低価格帯市場(4,000 億円の潜在市場)への本格参入は当社が初めてで、新業態店と全国既存店を合わせて 25%のシェア獲得をめざしています。

まずは、新しい業態を確立するため、先ず有力ショッピング・センターに「WORKMAN Plus」を 10 店舗出店します。同時にホワイトカラー人口が多い地域に路面店も出店します。当社の既存店と同レベルの採算性のメドがつき次第、ショッピング・センターの新業態店を 100 店舗程度に増やしていきます。高機能とダントツの価格競争力で商品を並べるだけで接客しなくても売れる店をめざして、店舗の運営はフランチャイズ化していく予定です。

「WORKMAN Plus」2 号店、3 号店は 9 月 29 日(土)の大手新聞の全国版に全面カラーで開店の告知広告を出します。TV CM は 10 月 18 日(木)から全国と関東地区で放映していきます。CM のメインのキャッチは「機能と価格に新基準!ワークマンのカジュアルウェア」でワークマンが変わったことをアピールします。2 号店、3 号店の開店キャンペーンの予算は 7,000 万円で、全国既存店への一般客の送客効果も期待できます。2 号店(路面の複合店としては 1 号店)の開店前日の 11 月 7 日(水)にはマスコミ向け内覧会を開催します。

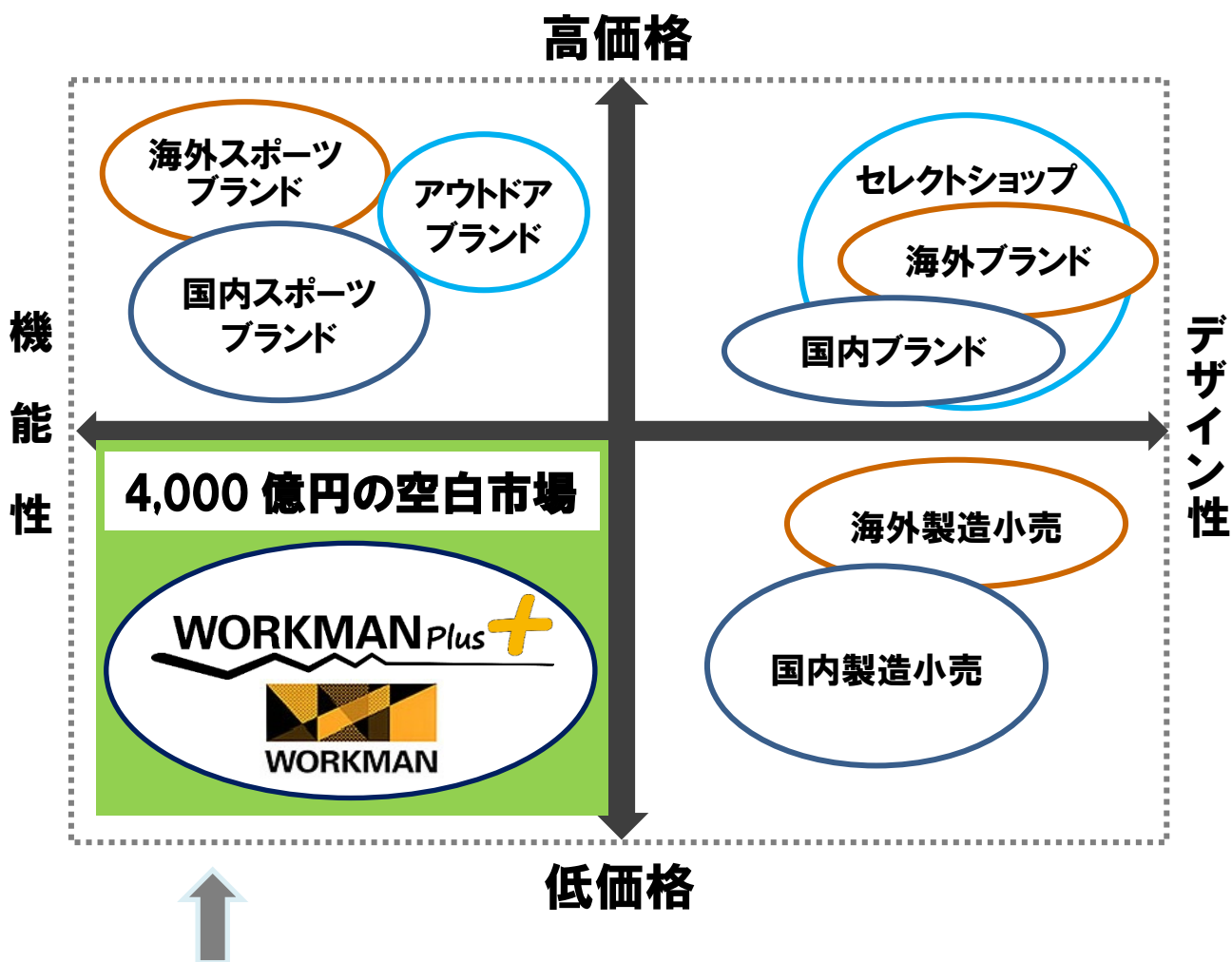
川崎中野島店の初年度の売上目標は 1.4 億円です。ららぽーと富士見店の年間売上目標は 2.5 億円です。数年で高機能ウェア専門店を 100 店出店し、200 億円の売上をめざします。

以上

参考資料)

1. アパレル業界でのポジショニング (自社調査)

当社は 10 万着単位の生産で、
同性能でスポーツブランドの 1/3、
アウトドアの 1/2 の低価格を実現!!



世界的に左下はフランスの小売デカトロン
(売上 1 兆円超)の 1 社だけです。

右側のデザイン系衣料は激戦区ですが、左下(機能性、低価格)市場は全くの空白区です。左下は日本で約 4,000 億円の潜在市場あり、当社は新業態店と既存店で 25%のシェアを取ることが目標です。



2. WORKMAN Plus で販売するの主力 3 ブランド

① アウトドアウェアの「FieldCore (フィールドコア)」



2018年モデル

エアロストレッチブルゾン
2,900 円



NEW

ディア防水防寒ジャケット
2,900 円



2018年モデル

ストレッチウオームパンツ
2,500 円



2018年モデル

アウトドアブーツ
ラークス 2,900 円



2018年モデル

アウトドアブーツ
ケベック 1,900 円

② スポーツウェアの「Find-Out (ファインド-アウト)」



2018年モデル

クロスシールドブルゾン
1,900 円



2018年モデル

耐久撥水ウオームジャケット
2,900 円



2018年モデル

ライジングトレイルタイツ
980 円



軽量アスレシューズ
980 円

③ レインスーツの「AEGIS (イージス)」



※反射時

NEW

イージス 360° リフレクトジャケット
5,800 円



2018年モデル

イージス透湿防水防寒スーツ
6,800 円



2018年モデル

イージスオーシャン防水防寒スーツ
6,800 円



3. 1号店の「ららぽーと立川立飛店」のオープン日の様子



<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：東京都台東区東上野 4-8-1 関信本部：群馬県伊勢崎市柴町 1732 |
| 業種 | 作業服、作業用品、アウトドア・スポーツ・レインウェ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 | 827 店舗（2018 年 9 月 27 日現在） |
| グループ | 年商 8,500 億円のベイシアグループのベイシア、カインズと並ぶ中核メンバーです |
| 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 | 当期純利益 |
|-----------|----------|--------|-------|
| 13 年 3 月期 | 63,858 | 45,057 | 5,044 |
| 14 年 3 月期 | 68,801 | 48,138 | 5,586 |
| 15 年 3 月期 | 69,185 | 48,426 | 5,876 |
| 16 年 3 月期 | 71,465 | 49,577 | 6,233 |
| 17 年 3 月期 | 74,291 | 52,077 | 7,142 |
| 18 年 3 月期 | 79,703 | 56,083 | 7,844 |

本件に関するお問い合わせ先

常務取締役 土屋 哲雄 03-3847-7877（携帯電話 080-2186-8957） t_tsuchiya@workman.co.jp

営業企画部 加藤 良介 03-3847-7760（携帯電話 080-2186-8764） r_kato@workman.co.jp

今後の出店の問い合わせ先

株式会社 MJY コンサルタント 大和 正洋（個店電話 03-5428-4045） m-yamato@mjy-consult.com