



証券コード：7564

株式会社ワークマン

2024年3月期 決算説明会資料

2024年5月7日

- 2024年3月期 決算の業績 3
- 2024年3月期 決算の概要 8
- 2025年3月期 計画 18

- 2024年3月期 決算の業績

損益計算書（累計期間）



(単位：百万円)	FY 3/2023	FY 3/2024	YoY (%)	FY 3/2024 計画	計画比 (%)
チェーン全店売上高	169,856	175,250	+3.2	175,888	△0.4
直営店売上高	10,965	14,323	+30.6	14,505	△1.3
加盟店売上高	158,891	160,926	+1.3	161,382	△0.3
(既存店売上高)	—	—	△1.4	△1.1	△0.3
営業総収入	128,289	132,651	+3.4	134,993	△1.7
売上原価	83,529	85,420	+2.3	87,088	△1.9
営業総利益	44,759	47,230	+5.5	47,905	△1.4
販管費	20,652	24,087	+16.6	24,464	△1.5
営業利益	24,106	23,142	△4.0	23,440	△1.3
経常利益	24,664	23,666	△4.0	23,955	△1.2
当期純利益	16,656	15,986	△4.0	16,030	△0.3
EPS	204円10銭	195円88銭		196円42銭	

▶ 業績ハイライト

● チェーン全店売上高

- ・計画未達の要因（計画比 △0.4pt）
 - ①暖冬による冬物商戦の低迷
 - ②物価上昇による生活防衛意識の高まり
 - ③アフターコロナによる消費行動の変化
- ・既存店は前期に開店や改装を実施した店舗が伸び悩む

● 営業総収入

- ・直営店売上高 143億23百万円（YoY +30.6%）
期中平均店舗数 +15店舗、中でも売上が高いSC店が+10店舗で成長を牽引
- ・加盟店商品供給売上高 823億24百万円（YoY +0.5%）
4Q会計期間は在庫調整により減少（QoQ △9.6%）

● 売上原価

- ・海外仕入に係る利益は、取引高の増加や利益率の改善等で増加
なお、円安が進行した4Q会計期間は前年割れ
 - ① 海外直接仕入高 +22.8%（純仕入比率60.9% YoY +10.3pt）
 - ② 平均決済レート 136.28円（前期 128.05円 +8.23円）
 - ③ 海外仕入に係る利益 58億60百万円（YoY +33.7%）
- ・冬物商品のマークダウンによる荒利益低下 計画比 △3億円
- ・期末商品評価替え +2.6億円

● 営業総利益（主な増加要因）

- ・加盟店からの収入 + 5億61百万円
- ・自営店荒利益 +10億 8百万円
- ・海外仕入に係る利益 +14億77百万円
- ・原価低減、仕入割戻し等 △ 5億87百万円

販売費及び一般管理費（累計期間）



(単位：百万円)	FY 3/2023	売上比 (%)	FY 3/2024	売上比 (%)	増減	YoY (%)
チェーン全店売上高	169,856	—	175,250	—	—	+3.2
人件費	3,700	2.2	4,008	2.3	+307	+8.3
販売費	1,084	0.6	1,405	0.8	+321	+29.6
旅費交通費	322	0.2	429	0.2	+107	+33.4
運賃	1,422	0.8	1,935	1.1	+512	+36.0
地代家賃	6,000	3.5	6,636	3.8	+635	+10.6
消耗品費	741	0.4	800	0.5	+59	+8.0
業務委託料	2,865	1.7	3,719	2.1	+853	+29.8
減価償却費	2,305	1.4	2,732	1.6	+426	+18.5
その他	2,210	1.3	2,420	1.4	+210	+9.5
合計	20,652	12.2	24,087	13.7	+3,434	+16.6

※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 ※物流に関するリベートは販管費の減額で計上しています。

- **人件費**
 - ・ 定期昇給率+5.1%・期中平均従業員数+13名
- **販売費**
 - ・ 商品展示会費用 +78百万円
 - ・ 販促チラシ +1億21百万円
- **旅費交通費**
 - ・ 行動制限の緩和で出張やリアル営業会議を再開
- **運賃**
 - ・ 国内仕入の減少に伴うリベートの減額 +4億67百万円
- **地代家賃**
 - ・ 期中平均店舗数 35店舗増加 +2億56百万円
 - ・ 神戸流通センター拡張 +3億36百万円
- **業務委託料**
 - ・ SC期中平均店舗数の増加による運営費 +1億95百万円
 - ・ 流通センター運営費 +83百万円
 - ・ 国内仕入の減少に伴うリベートの減額 +3億53百万円
- **減価償却費**
 - ・ 自社物件及び店舗面積拡張に伴う取得価額の増加
- **その他**
 - ・ インボイス制度対応 +83百万円

貸借対照表



(単位：百万円)	FY 3/2023 期末	FY 3/2024 期末	増減
流動資産	101,390	112,648	+11,257
現金及び預金	62,640	68,187	+5,547
加盟店貸勘定	13,459	14,407	+948
商品	21,911	25,270	+3,359
その他	3,379	4,782	+1,402
固定資産	34,355	35,714	+1,358
有形固定資産	27,149	28,755	+1,606
無形固定資産	884	760	△123
投資その他の資産	6,322	6,197	△124
資産合計	135,746	148,362	+12,616
流動負債	17,172	18,334	+1,161
固定負債	4,337	4,599	+262
負債合計	21,510	22,934	+1,423
純資産合計	114,236	125,428	+11,192
負債純資産合計	135,746	148,362	+12,616

➤ 増減要因

● 現金及び預金

- ・フリーキャッシュフロー +62億28百万円
- ・配当金の支払額 △55億48百万円
- ・満期日が3ヶ月を超える定期預金 +50億円

● 加盟店貸勘定

- ・対象店舗数が増加（前期末比 +12店舗）
- ・冬物キャリアが増加する一方で、春夏商品在庫は減少

● 商品（増減要因）

- ・暖冬の影響で店舗、DCともに冬物在庫が増加
- ・神戸流通センターの拡張 +14億77百万円
- ・春夏物の入荷時期を後ろ倒したことで未着品が増加
 - ・直営、SC店 +4億28百万円
 - ・流通センター +14億93百万円
 - ・未着品 +14億24百万円

● 有形固定資産

- ・新規出店33店舗、S&B 16店舗、合計49店舗を開店（うち自社物件 33店舗）
- ・Plus改装 58店舗・Pro改装 7店舗・Colors改装 1店舗

キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)	FY 3/2023	FY 3/2024	増減
営業活動による キャッシュ・フロー	8,813	15,228	+6,414
投資活動による キャッシュ・フロー	230	△ 8,999	△9,229
財務活動による キャッシュ・フロー	△5,685	△ 5,681	+4
現金及び現金同等物の 増加額	3,357	547	△2,810
現金及び現金同等物の 期首残高	44,283	47,640	+3,357
現金及び現金同等物の 期末残高	47,640	48,187	+547

➤ 主な増減要因（前期増減）

● 営業C/F

- ・ 棚卸資産の増加額 33億11百万円**増加**
- ・ 法人税等の支払額 15億58百万円**増加**
- ・ 未払消費税等の増加額 13億61百万円**増加**
- ・ 未収消費税等の減少額 6億45百万円**増加**
- ・ 加盟店貸勘定の増加額 5億66百万円**増加**
- ・ 税引前当期純利益 10億18百万円**減少**
- ・ 未払金の増加額 4億49百万円**減少**
- ・ 仕入債務の減少額 2億90百万円**減少**





● 投資C/F

- ・ 預入期間3ヶ月超の定期預金の預入による支出 100億円**減少**
- ・ 有形固定資産の取得による支出 6億8百万円**増加**

- 2024年3月期 決算の概要

- 一般需要が見込まれる都市型SCやオープンモールへの出店を加速

2024年3月末 **1,011**店舗 (前期末比+30店舗)

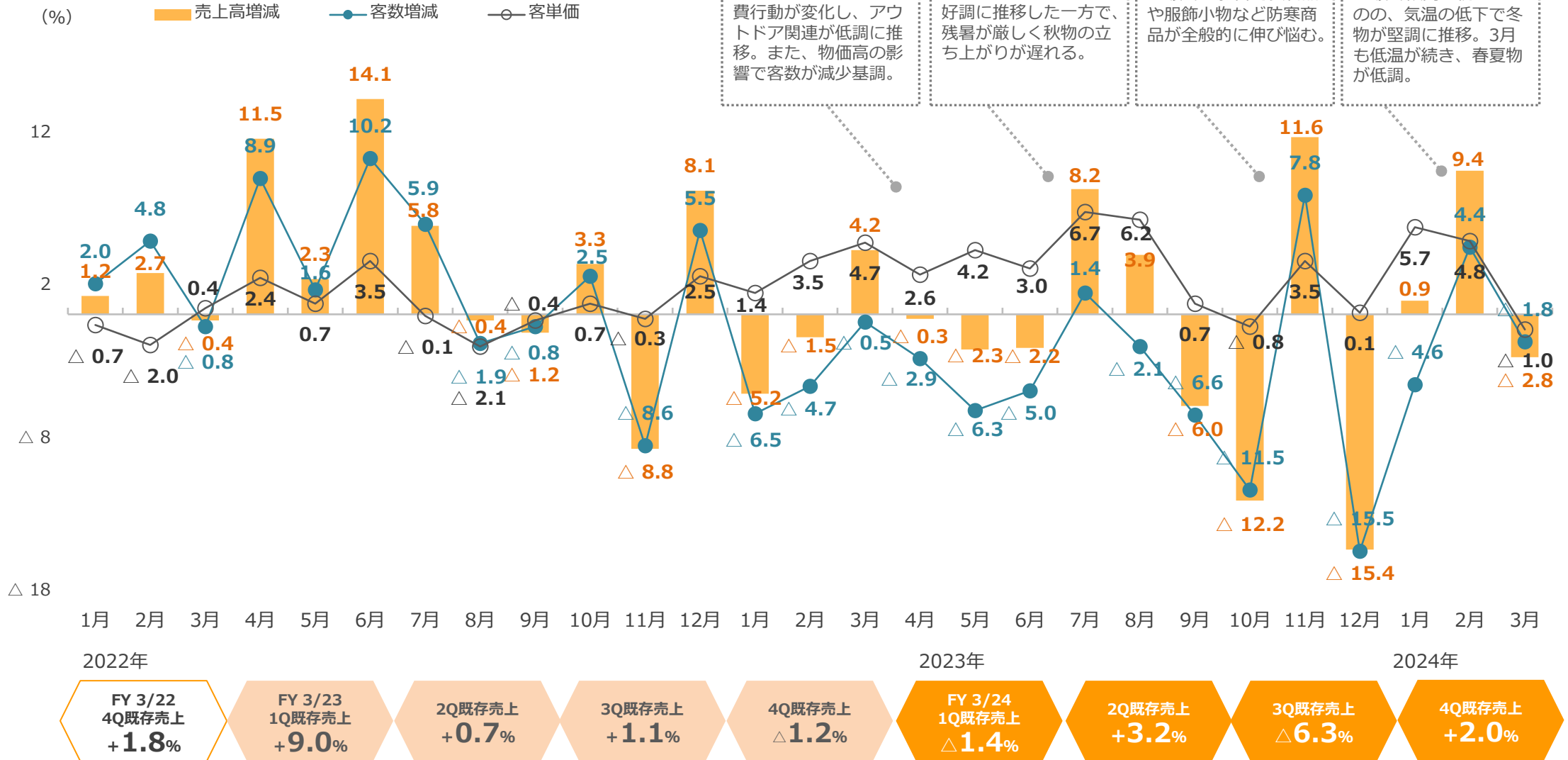
(単位：店数)	前期末 店舗数	新規出店			S&B※2	改装転換※2			増減除外 ※3	閉店	24.3末 店舗数
		ロード サイド	SC※2			全面 改装	部分 改装				
	479	-	-	-	(△16)	(△65)	-	(△65)	(+6)	△3	401
	473	11	11	-	16	58	-	58	△6	-	552
	26	22	9	13	-	1 (△1)	1	-	-	-	48
	3	-	-	-	-	7	-	7	-	-	10
合計※1	981	33	20	13	16	66	1	65	-	△3	1,011

※1.合計欄は実施店数を記載しており()表示は合計算出から除外しております。

※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。

● 既存店売上・客数・客単価増減



1Q概況
 アフターコロナで消費行動が変化し、アウトドア関連が低調に推移。また、物価高の影響で客数が減少基調。

2Q概況
 猛暑の影響で夏物が好調に推移した一方で、残暑が厳しく秋物の立ち上がりが遅れる。

3Q概況
 暖冬の影響で衣料品や服飾小物など防寒商品が一般的に伸び悩む。

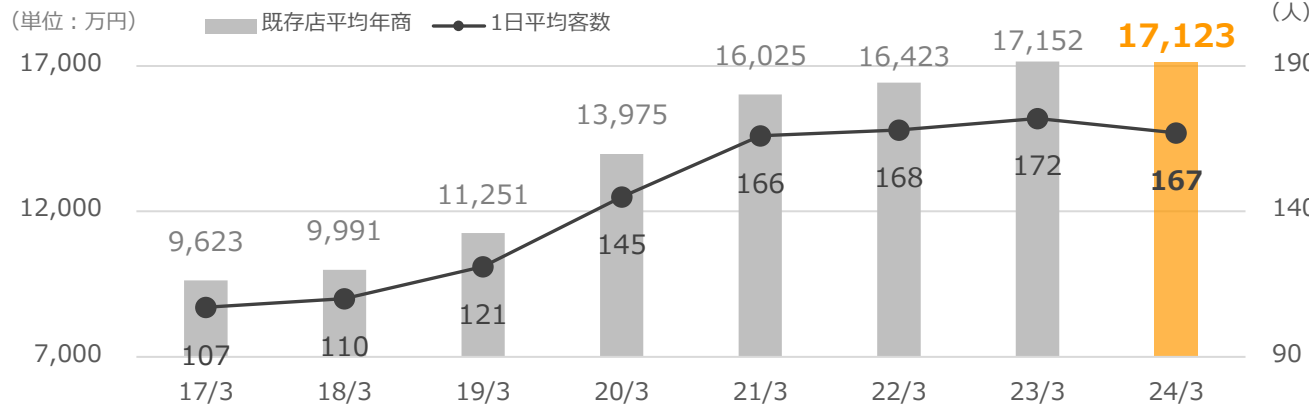
4Q概況
 暖冬傾向が続いたものの、気温の低下で冬物が堅調に推移。3月も低温が続き、春夏物が低調。

●チェーン全店売上高 1,752億 50百万円

	チェーン全店	既存店
売上高	+3.2%	△1.4%
客数	+0.3%	△4.0%
1日平均客数	-	※167人 (△5人)
客単価	2,985円 (+2.8%)	2,977円 (+2.8%)
点単価	1,201円 (+48円)	1,189円 (+48円)
買上点数	2.5点 (±0.0点)	2.5点 (±0.0点)

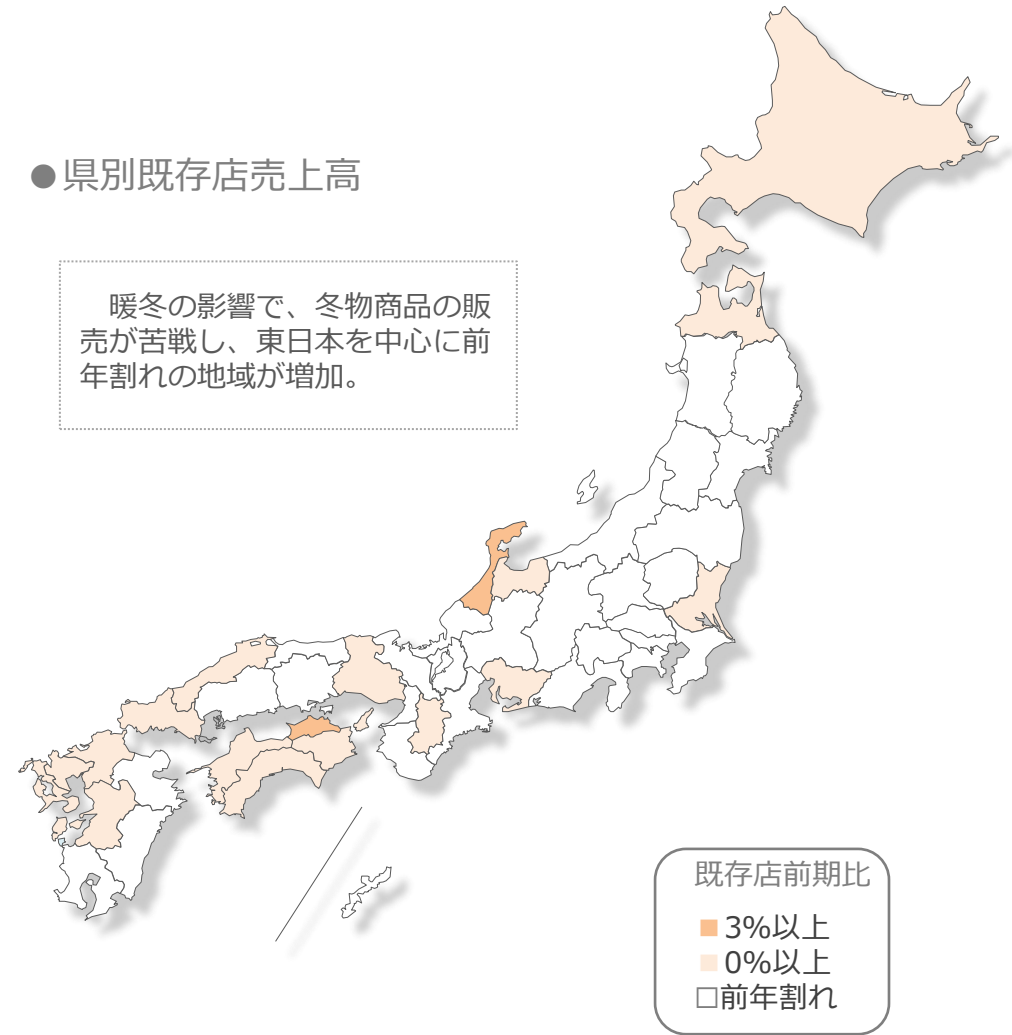
※1日平均客数は、運営形態により営業日数が異なる為、概数を記載しております。
 ※（ ）は前年比較になります。

●既存店平均年商・1日平均客数の推移



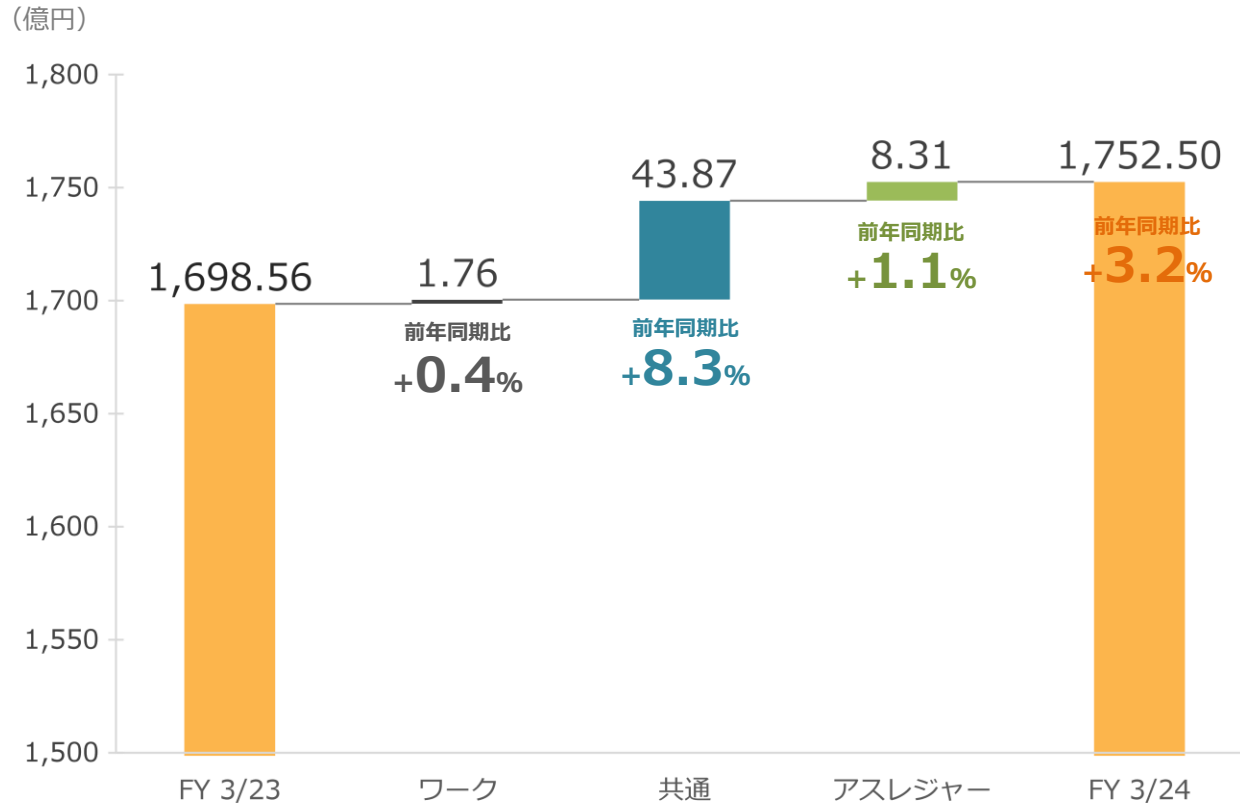
●県別既存店売上高

暖冬の影響で、冬物商品の販売が苦戦し、東日本を中心に前年割れの地域が増加。



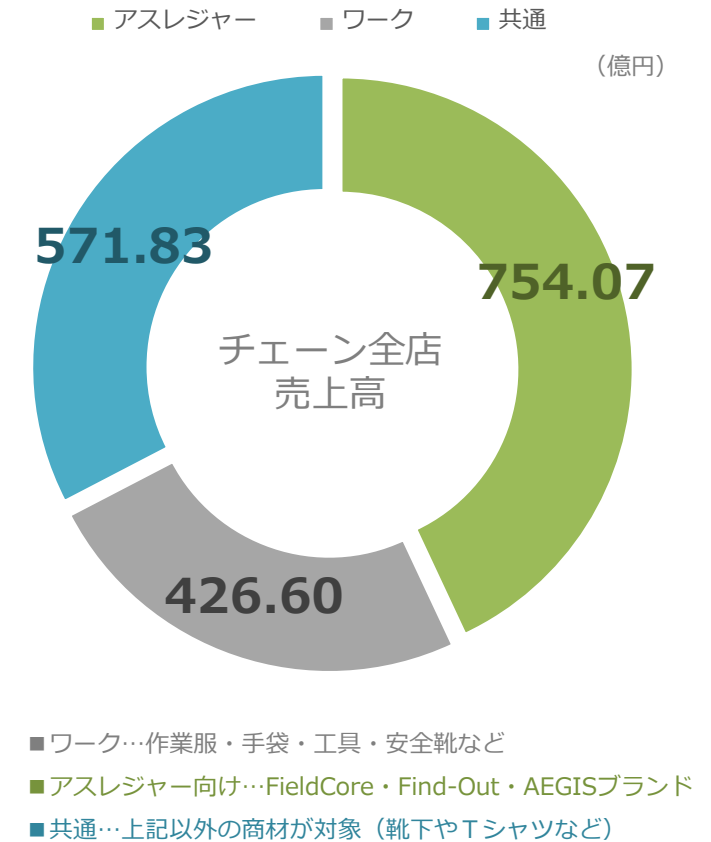
●靴下やインナーウェアなどの共通商材が堅調に推移

●FY 3/2024 チェーン全店売上増減要因



※商材別の売上高で算出しており、顧客単位の売上高ではございません。

●FY 3/2024 商材別売上高

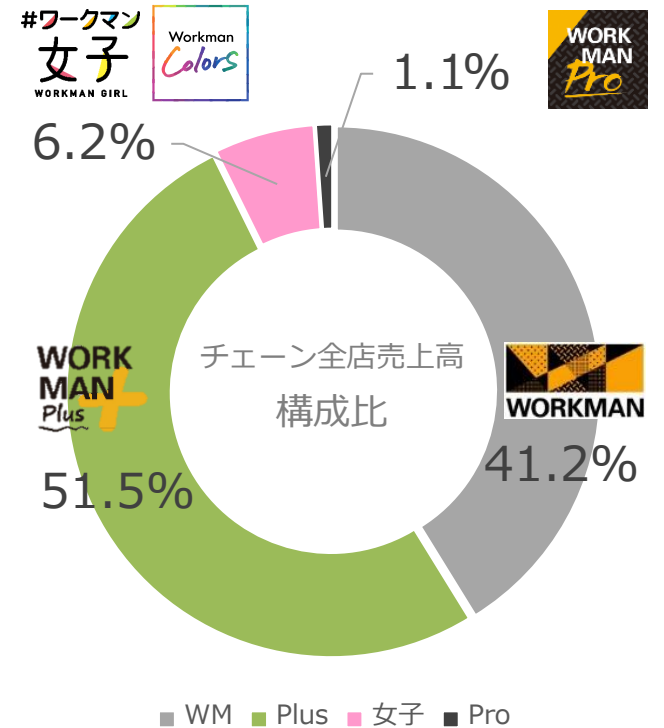
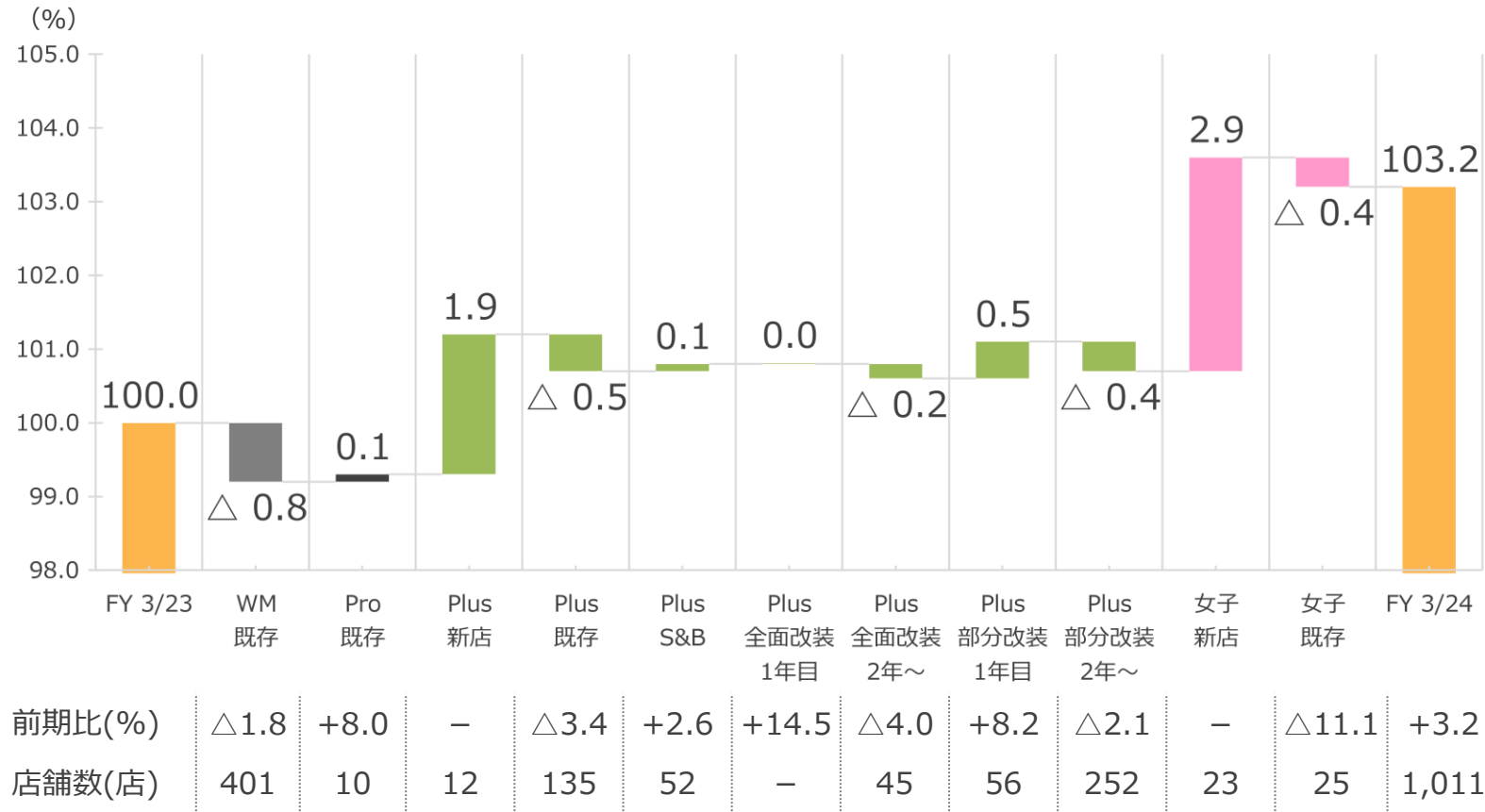


業態別売上の状況



● チェーン全店売上高寄与度（月次ベース累計期間）

新店が売上を牽引する一方で、前年に開店および改装特需があった既存店は伸び悩む



※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。
 ※WORKMAN Colors 1店舗はワークマン女子既存に含めております。




● レディースが好調に推移、防寒アウターなど冬物が全般的に苦戦

(単位：百万円)

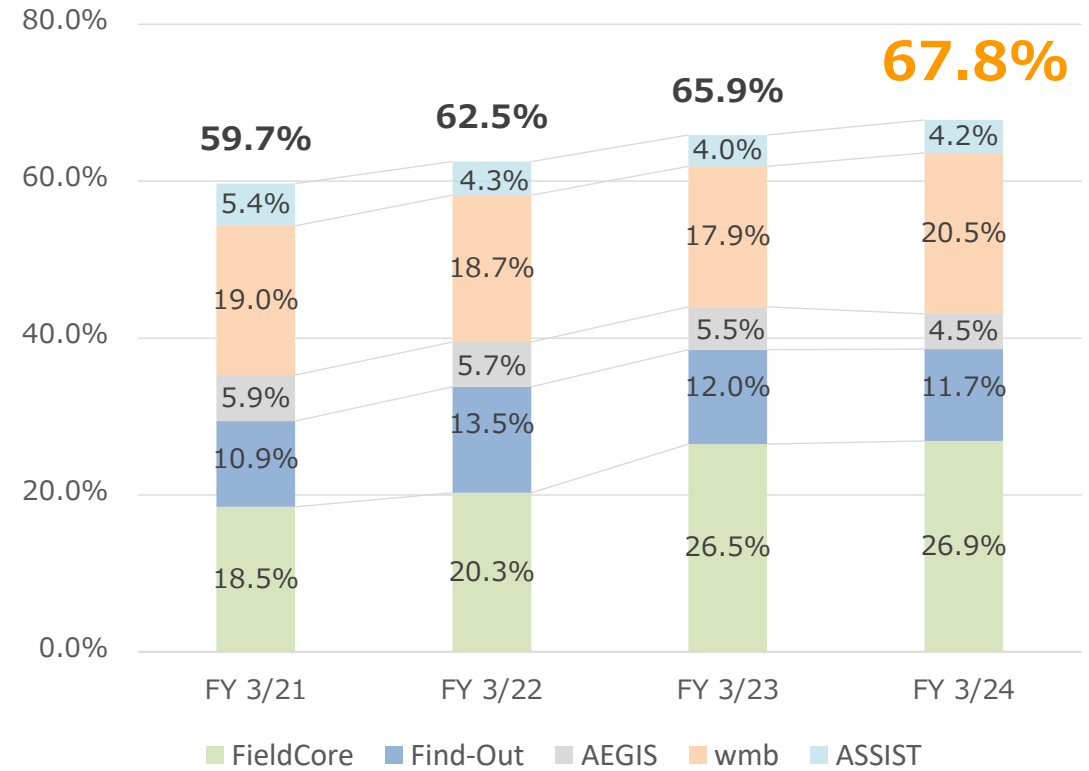
カテゴリー	FY 3/2023		FY 3/2024		要 因 YoY(%)
	売上高	YoY(%)	売上高	YoY(%)	
インナー・ソックス 肌着・靴下・帽子・タオル等	16,861	+13.4	18,200	+7.9	<ul style="list-style-type: none"> ・サポーター (+38.2%) ・サマー女性服飾小物 (+394.8%) ・防寒女性インナー (+69.6%)
カジュアル・スポーツウエア スポーツウエア・ポロシャツ等	24,661	+10.3	25,801	+4.6	<ul style="list-style-type: none"> ・カジュアルトップス (+26.9%) ・ゴルフウエア (+255.6%) ・コンプレッションウエア (△11.1%)
ワーク・アウトドアウエア 作業服・アウトドアウエア等	50,386	+5.4	49,704	△ 1.4	<ul style="list-style-type: none"> ・ファン付きウエア (+24.3%) ・防寒アウター (△13.8%) ・ウォームパンツ (△12.2%)
レディース・ユニフォーム 女性衣料・白衣・オフィス等	10,723	+29.4	12,335	+15.0	<ul style="list-style-type: none"> ・女性レインウエア (△7.3%) ・サマー女性衣料 (+23.9%) ・防寒女性衣料 (+21.7%)
フットギア 安全靴・足袋・長靴・厨房靴等	27,072	+10.2	28,684	+6.0	<ul style="list-style-type: none"> ・アスレシューズ (+18.0%) ・アウトドアシューズ (+22.3%) ・防寒シューズ・長靴 (△8.9%)
作業用品・レインウエア 軍手・保護具・レインスーツ等	39,982	+3.5	40,171	+0.5	<ul style="list-style-type: none"> ・ウィンドブレーカー (△9.0%) ・アウトドアグッズ等 (△20.2%) ・防水防寒衣料 (+14.4%)
そ の 他	167	+80.5	352	+110.7	-
合 計	169,856	+8.5	175,250	+3.2	

● P B 商品売上高 1,185億77百万円 (YoY +6.1%)

●ブランド別販売実績

	(単位：百万円)	アイテム数 (YoY)	販売金額 (YoY %)
 ワーク&アウトドア		1,021 (+127)	47,083 (+5.0)
 ワーク&スポーツ		437 (+49)	20,395 (+0.2)
 高機能レインウェア		87 (△30)	7,928 (△15.5)
 ワーク&カジュアル		798 (+217)	35,907 (+17.9)
 ワーク		152 (+11)	7,262 (+7.5)
PB合計		2,495 (+374)	118,577 (+6.1)

●PB比率の推移 (チェーン全店売上比)

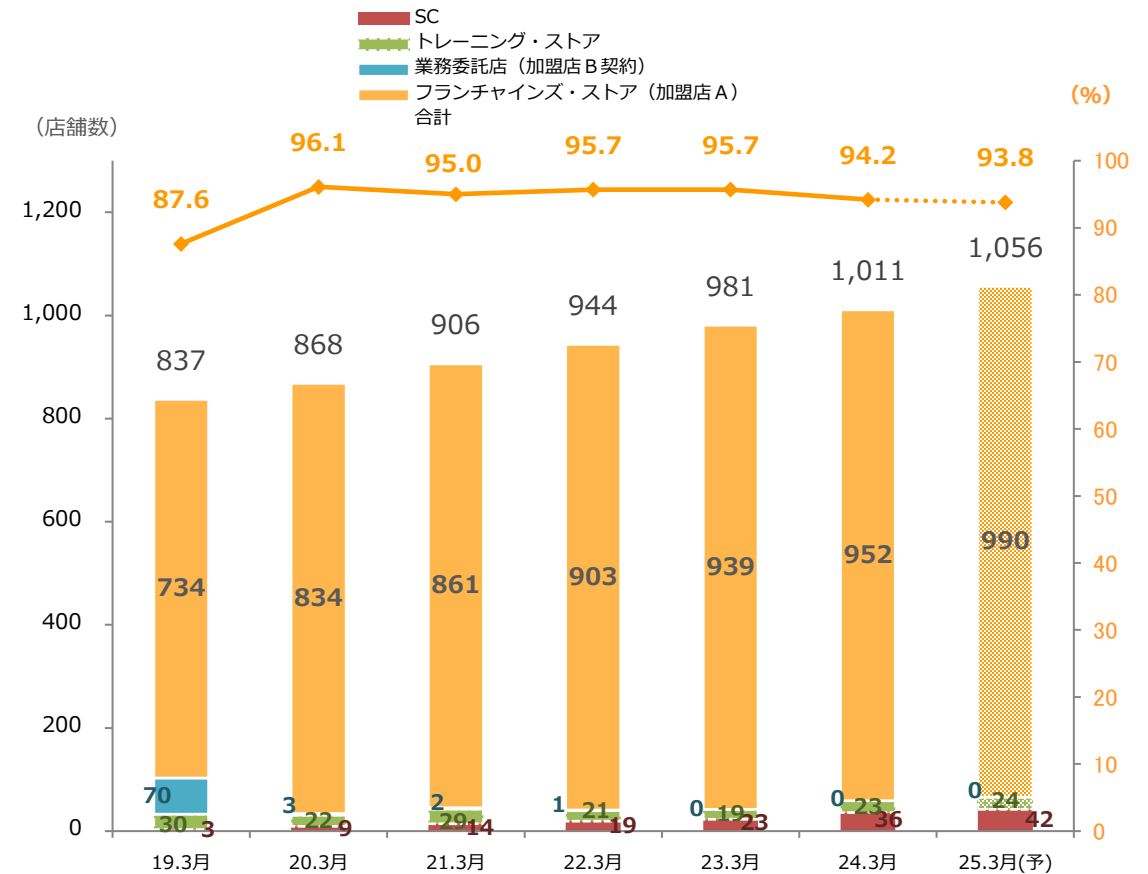


● フランチャイズ比率 94.2% (前期末比 △1.5ポイント)

● FY 3/2024 運営形態の推移

形態	前期末	増加	減少	2024年 3月末
フランチャイズ ・ストア	939	49	36	952
業務委託店	—	—	—	—
トレーニング ・ストア	19	36	32	23
SC店舗	23	13	—	36
合計	981	98	68	1,011

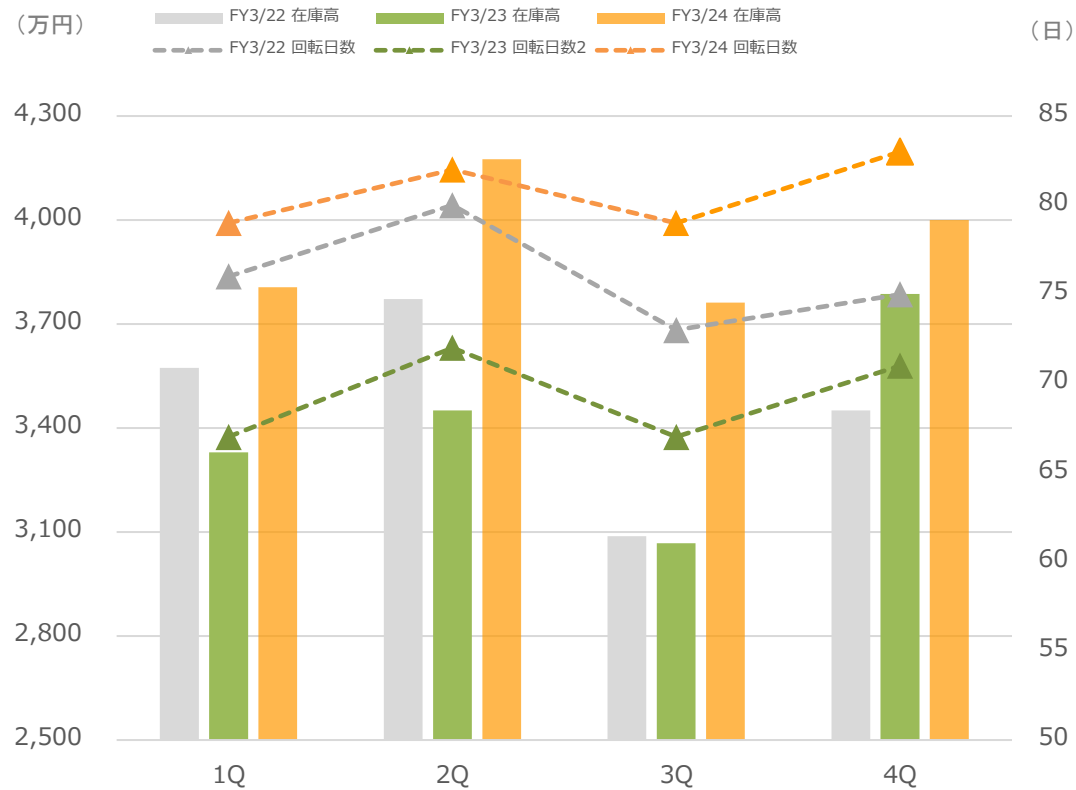
● 運営形態別店舗数の推移



● 暖冬の影響で冬物キャリア在庫が大幅に増加

● 1店舗当り売価在庫

- ・冬物商品は、年明けの気温低下や値下げによって消化が進んだものの、キャリア在庫は前年と比べ大幅に増加



● DC在庫・配送コスト率

- ・冬物商品が大幅に増加、翌期にかけて生産調整を行い適正化を図る
- ・神戸流通センターの拡張や在庫増加に伴い、配送コスト率が上昇



- 2025年3月期計画

● 経営方針

1. 出店攻勢とオペレーション改善による既存店の活性化で売上成長を維持

2. 付加価値を高めた商品開発と柔軟な価格政策で収益性の向上

出店

Store opening

- ロードサイドとオープンモールを中心に#ワークマン女子の出店加速
- 小商圈を対象にWORKMAN Plus IIの出店拡大
- 積極的なS&Bと改装転換

商品

Products

- マス化商品の拡大
- 各業態の強みを際立たせる専売商品の開発
- 採算に合わせ価格政策を見直し
- SKU数の削減と納期管理の徹底で在庫削減

販売

Sales





- 商品価値を伝えるVMD
- 各業態の特性を活かした店舗運営で売上の底上げ
- 新製品発表会など情報発信力の強化で実売力を高める

サステナビリティ

Sustainability

- TCFD提言に基づく開示
- GHG排出量の削減に向けた取り組みの推進

● #ワークマン女子の出店加速と地域ニーズに合った業態への転換を推進

(単位：店数)	前期末 店舗数	25.3月期 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						
	401	-	-	-	(△12)	(△75)	(+3)	△2	315	200
	552	14	14	-	12	75	△3	-	650	900
	48	33	27	6	-	-	-	-	81	400
	10	-	-	-	-	-	-	-	10	未定
合計※1	1,011	47	41	6	12	75	-	△2	1,056	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.合計欄は実施店数を記載しており（ ）表示は合計算出から除外しております。

※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。

● 価格と機能で選ばれる P B 商品開発

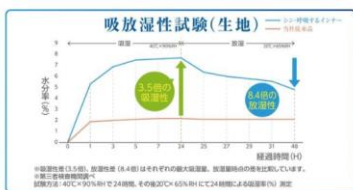
● マス化商品開発

- ・ 機能と価格にフォーカスした、ベーシックアイテムで幅広い顧客層に支持され続ける商品を開発



シン・呼吸するインナー

旭化成アドバンス株式会社との
共同開発商品



- UVカット
- 吸放湿性
- 抗菌防臭
- 吸汗速乾
- ストレッチ

● #ワークマン女子専売商品開発

- ・ QR製品など一般消費者をターゲットとした商品開発で、売場に変化を与え、お客様を飽きさせない



● プロ商材の強化

● 快適ワーク製品

- ・ 主要顧客であるプロ顧客に対して、付加価値を提供し快適な作業環境をサポート



● やる値!

- ・ 業界最安値を追求するプロ向け低価格シリーズ



BounceTECH

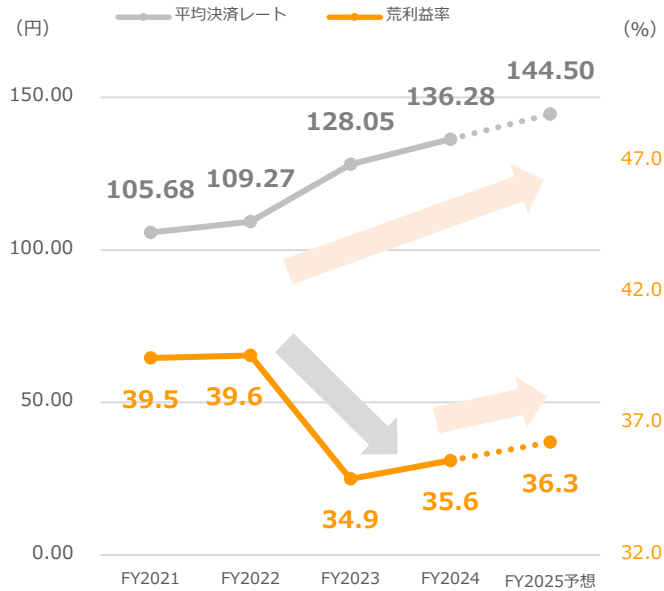
- ・ ワークマンオリジナルの高反発ソールが、様々なシーンで高いパフォーマンスを発揮



¥1,900

●円安の長期化に伴い、一部商品の単価見直しで収益性を確保

●為替レートと荒利益率の推移



※荒利益率 = 営業総利益 / 営業総収入

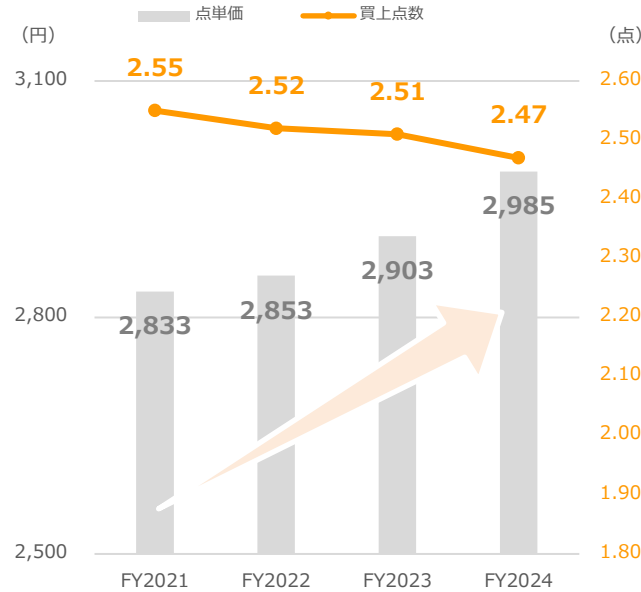
円安による仕入価格の高騰

- 平均決済レートは上昇基調、商品改廃や価格の見直しで利益率の改善を見込む

期間	予約割合	平均レート
1Q~3Q	約 80%	約142円
4Q	計画 80%	計画 150円
通期スポット	-	160円

▶ 通期想定レート
146.5円

●客単価の推移



円安影響で点単価は上昇基調

- 仕入価格の高騰に伴い、商品改廃による単価の見直しが進む一方で、買上点数は低下基調。

●FY 3/2025の価格政策

Step1

- ・ 上期年間定番 27アイテム up

Step2

- ・ 2024AW 14アイテム up予定
※円安が進行した場合はさらに値上げを検討

Step3

- ・ 下期年間定番と2025年SSの一部商品で値上げを検討中

目標

商品改廃も含め、約**3%**程度の客単価上昇を見込む

円安影響を柔軟な価格政策でカバー

- ・ 実質所得が伸び悩む中、足元のコスト上昇を補う程度の値上げ幅に留める方針
- ・ 主力 P B 商品は「**業界最安値**」を維持

● 業態ごとの強みを明確にし、各業態が共存共栄できる体制構築

Point 持続的成長のキーポイントは「差別化」と「プロの強化」

■ 客層拡大と一般顧客のリピーター化

#ワークマン
女子
WORKMAN GIRL

課題

● リピーターの獲得

- ・ 季節性やトレンドの影響を受けやすい
- ・ 買い替え頻度の低い商材が多い
- ・ 鮮度の高い売場と情報発信

取り組み

● 新業態の確立・既存店売上の向上

- ・ 出店加速に合わせ、巡回オペレーションの確立
- ・ QR製品など専売比率を高め、他業態とのカニバリ解消とお客様を飽きさせない売場提案
- ・ 商品、販促、販売が一体となって一般向けマス化商品の育成（肌着・ソックス・シーズン小物等）

目標

客層拡大による
持続的な成長

■ プロの強化と商品価値の訴求

WORKMAN WORKMAN Plus WORKMAN Pro

課題

● 顧客満足度の低下






- ・ 一般フォーカスが進みプロ需要が伸び悩む
- ・ SKUの増加で売場の乱れが深刻化
- ・ 商品の価値を伝える売場演出

取り組み

● 生産性の向上で売場や接客を強化し、既存店を底上げ

- ・ レイバースケジュールの導入で店舗の生産性向上
⇒ 外商などプロ向けビジネスの強化
⇒ 見やすく買いやすい売場づくり

●業績にも影響を与える「気候変動」への対応を推進

重要課題	方針	取り組み実績
<p>01. 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 185アイテム 販売金額173億12百万円 ●商品廃棄率 0.59% (0.11% 悪化)
<p>02. 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 ●Scope1.2 GHG排出量 14,933t-CO₂ ●1店舗あたりのGHG排出量 2013年度比 △29%削減
<p>03. 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 98.3%で高水準を維持 ●従業員エンゲージメント指標の有給取得と残業時間が改善 ●女性チーフ、マネジャー比率 6.2%⇒9.5%へ上昇
<p>04. 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"> ●能登半島地震 石川県七尾市へ支援物資を提供
<p>05. 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"> ●サステナビリティ委員会を発足し推進体制の強化 ●女性社外取締役を選任

● 出店攻勢と価格政策の見直しで増収増益を予想

(単位：百万円)	FY 3/2024 実績	YoY (%)	FY 3/2025 Q2計画	QoQ (%)	FY 3/2025 通期計画	YoY (%)
チェーン全店売上高	175,250	+3.2	90,240	+4.3	183,980	+5.0
直営店売上高	14,323	+30.6	8,139	+25.8	17,753	+23.9
加盟店売上高	160,926	+1.3	82,100	+2.6	166,227	+3.3
(既存店売上高)	—	△1.4	—	+0.4	—	+0.6
営業総収入	132,651	+3.4	66,455	+1.3	138,564	+4.5
売上原価	85,420	+2.3	42,261	+1.2	88,304	+3.4
営業総利益	47,230	+5.5	24,194	+1.6	50,259	+6.4
販管費	24,087	+16.6	13,081	+10.7	26,627	+10.5
営業利益	23,142	△4.0	11,113	△7.3	23,632	+2.1
経常利益	23,666	△4.0	11,388	△7.1	24,167	+2.1
当期純利益	15,986	△4.0	7,064	△7.1	16,325	+2.1
EPS	195円88銭		86円57銭		200円04銭	

▶ トピックス

● チェーン全店売上高

- ・既存店は改装やS&B効果で+0.6%（上期+0.4%・下期+0.7%）
- ・#ワークマン女子の出店攻勢によりチェーン全店ベースでは+5.0%

● 営業総収入

- ・加盟店売上高 YoY+3.3% 店舗荒利益率36.2%（YoY +0.2pt）
- ・自営店売上高はSC店の増加で YoY+23.9%
- ・在庫調整に伴い、加盟店供給売上高は YoY+1.4%に留まる

● 売上原価

- ・想定レート146.5円（前期136.28円）

(前提条件)	期間	予約割合	平均レート
	1Q~3Q	約 80%	約142円
	4Q	計画 80%	計画 150円
	通期スポット	—	160円

● 販管費

- ・定期採用と定期昇給(+5.1%)で人件費が増加（約+3億5百万円）
- ・物流2024年問題は、業務効率の改善によりコストの上昇は限定的
- ・SC店運営費や値上げに伴う値札張替など業務委託料が増加（約+8億4百万円）
- ・出店加速と積極的なS&Bで減価償却費が増加（約+2億30百万円）

● 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、永続的な成長を実現するために必要な内部留保の充実を図りながら、業績に基づいた利益の配分を行っております。

● 1株当たり配当金

- ・ 2024年3月期

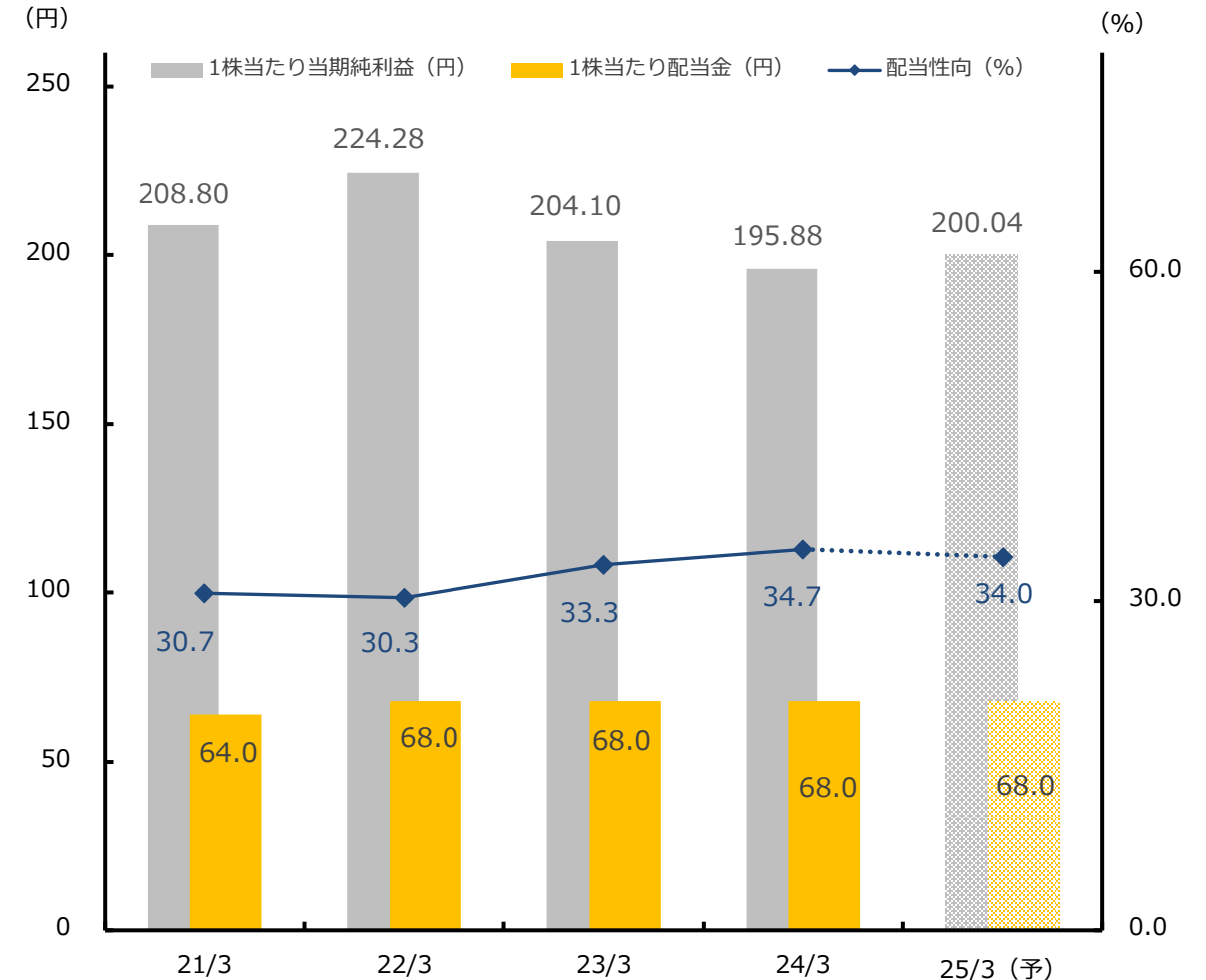
前期同額の**68円**を予定

- ・ 2025年3月期

前期と同額の**68円**を予想

基本方針に従い、増配が出来るよう努めてまいります。

● 1株当たり当期純利益と配当金の推移





■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/