

株式会社ワールド 国内小売事業 月次売上概況

会社名 株式会社ワールド
 代表者名 代表取締役 社長執行役員 鈴木 信輝
 (コード番号: 3612 東証プライム市場)
 問合せ先 副社長執行役員 中林 恵一
 (電話番号: IR・グループコミュニケーション室 03-6887-1300)

2023年3月期 (2022/4/1~2023/3/31)		上期							下期			通期			
		4月 Apr.	5月 May	6月 Jun.	7月 Jul.	8月 Aug.	9月 Sep.	10月 Oct.	11月 Nov.	12月 Dec.	1月 Jan.	2月 Feb.	3月 Mar.	2H	Full Term
売上前年比	伸び率 (%)														
国内小売売上	※1・5	127.7	149.8	112.2	116.9	130.2	136.0	127.5	131.8	117.6	128.7	141.8		129.7	128.5
店舗売上	※2・5	124.1	156.2	108.3	111.9	128.0	133.6	125.1	126.8	112.5	124.3	134.5		124.2	124.7
既存店売上	※3	119.5	150.7	109.3	109.4	120.0	118.0	119.8	111.9	100.8	107.7	120.5		109.8	114.8
Eコマース売上	※4・5	144.7	127.7	130.1	140.1	138.8	145.3	137.4	158.0	141.2	※6149.5	168.7		154.5	145.0
店舗数	店														
月末(期末)小売店舗数	※2・5	2,364	2,358	2,353	2,341	2,316	2,313	—	2,301	2,304	2,304	2,248		—	—
出店		14	1	0	2	3	10	30	4	5	1	0		10	40
退店		11	7	5	14	28	13	78	16	2	1	56		75	153
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
既存店対象店舗数	※3	1,569	1,577	1,577	1,568	1,539	1,533	—	1,541	1,550	1,553	1,497		—	—

(注) 当資料は、原則として、翌月の第3営業日を目処に開示しており、速報値を含んでおります。このため、確定値が速報値と異なる場合、翌月の速報発表時に修正してお知らせいたします。また、通期の列においては、当月初から当月までの累計値を記載しております。

※1 売上数値は国内小売売上のみに限定されており、国内の卸売上や催事売上、海外売上などを含んでおりません。

※2 店舗売上及び店舗数には、直営店とVSPA(パーチャールSPA)を含んでおり、FC(フランチャイズ)や海外店を含んでおりません。

※3 既存店の定義は新規出店もしくは新規連結(グループ加入)から丸12ヶ月以上経過した店舗であり、前年同月と売場が同区画(同面積)で変動がないものとしており、対象店舗数も毎月変動いたします。

このため、改装等に伴って移設される場合や1日以上休業する場合、既存店から除外しております(ただし、緊急事態宣言に伴う臨時休業店や営業時短店は既存店の対象としております)。なお、既存店にはEコマースの売上を含んでおりません。

※4 Eコマースの売上には、当社グループのブランド各社が自社サイト及び他社サイトで計上した売上を集計しております。

※5 2022年3月より連結子会社となった㈱ナルミヤ・インターナショナル(以下「ナルミヤ」と言います)の単体売上(店舗やEコマースの小売売上)や店舗数(680店舗(2022年3月時点))を含んでおりますが、当社の既存店売上には2023年2月迄の12ヵ月間は含みません。

※6 2022年12月のEコマース売上前年比が149.4%から149.5%に修正されました。下線部をご確認ください。

(当月の概況)

休日数(前年差)

当月

±0

前年同月

△1

・当月は、国内小売売上が前年同月比141.8%となり、内訳は店舗売上が同134.5%、Eコマース売上が同168.7%となりました。既存店売上は前年同月比120.5%であり、休日数の前年差はございません。
 ・また、既存店売上はコロナ禍前の2020年1月比較で82.7%でした。なお、ナルミヤ連結影響は、国内小売売上で27.9%ポイントの押し上げ効果でした(既存店売上にはナルミヤ連結影響を含んでおりません)。
 ・店頭販路においては、3年振りの行動制限がない年始を迎えたことから、初売りからセールが好調な滑り出しとなり、冬らしい気候も冬アパレルの追い風となって、売上が1ヶ月間を通して前年から大きく伸張しました。
 加えて、EC販路の売上もセールが本格化するなかで好調さを維持しました。事実、ナルミヤ連結効果(+47.4pp)を除いても前年同月比21%増であり、前月に続いて2割強の増勢トレンドを辿っています。
 ・アイテム別では、ニットやコートが前月からの売れ筋を中心として幅広く高稼働しました。また、これからのセレモニーに備えた需要が盛り上がりつつあり、ツイードノーカラージャケットやワンピース、ブラウスなどが総じて活発でした。
 ・ブランド別では、アパレルブランドがチャネルを問わずに総じて堅調な推移でしたが、セール時も含め顧客のニーズを捉え商品を十分に整えた「シューラルー」、インバウンドも後押しした「ラグタグ」などの好調さが目を引きました。

(参考: 前期実績)

2022年3月期 (2021/4/1~2022/3/31)		上期							下期			通期				
		4月 Apr.	5月 May	6月 Jun.	7月 Jul.	8月 Aug.	9月 Sep.	10月 Oct.	11月 Nov.	12月 Dec.	1月 Jan.	2月 Feb.	3月 Mar.	2H	Full Term	
売上前年比	伸び率 (%)															
国内小売売上		261.8	143.9	77.6	87.8	72.4	76.5	98.1	85.0	94.1	92.8	95.0	75.3	109.8	92.9	95.2
店舗売上		399.1	169.8	75.9	88.8	70.7	72.7	100.5	84.3	91.7	92.3	93.8	73.8	106.9	91.5	95.3
既存店売上		433.7	182.9	80.0	94.4	76.2	84.1	107.5	99.0	107.3	110.2	111.7	84.9	101.8	103.3	105.2
Eコマース売上		99.4	94.6	86.1	83.7	79.8	96.1	89.5	89.2	106.6	94.8	99.6	80.3	124.1	99.4	94.6
店舗数	店															
月末(期末)小売店舗数		2,169	2,160	2,146	2,067	1,831	1,820	—	1,819	1,810	1,809	1,749	1,716	2,361	—	—
出店		19	2	2	1	4	9	37	8	1	0	1	1	9	20	57
退店		5	11	16	80	240	20	372	9	10	1	61	34	44	159	531
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	680	680	680
既存店対象店舗数		1,930	1,930	1,925	1,852	1,610	1,592	—	1,606	1,602	1,615	1,555	1,521	1,527	—	—