

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	※6 116.9	130.2	126.0									126.0
店舗売上	※2・5	124.1	156.2	108.3	※6 111.9	128.0	123.7									123.7
既存店売上	※3	119.5	150.7	109.3	109.4	120.1	120.4									120.4
Eコマース売上	※4・5	144.7	127.7	130.1	※6 140.1	138.6	136.0									136.0
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数	※2・5	2,364	2,358	2,353	※6 2,341	2,316	—									—
出店		14	1	0	※6 2	3	20									20
退店		11	7	5	14	28	65									65
M&A		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	—									—

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(バーチャル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7月の国内小売売上前年比が117.0%から116.9%へ、店舗売上前年比が112.0%から111.9%へ、Eコマース売上前年比が140.2%から140.1%へ、月末小売店舗数が2,340から2,341へ、出店が1から2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 △1 前年同月 △1

当月は、国内小売売上が前年同月比130.2%となり、内訳は店舗売上が同128.0%、Eコマース売上が同138.6%となりました。既存店売上は前年同月比120.1%でした。休日数が前年同月より1日減って約1.3%のマイナス影響と推計しております。

また、既存店売上はコロナ禍前の2019年8月比較で69.7%でした。なお、ナルミヤ連結影響は、国内小売売上で23.8%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)。

当月は、店舗販路において、前月中旬以降の新型コロナウイルス感染者増加に伴う客足の鈍さを引き継いで低調に滑り出しましたが、中旬以降は3年振りに行動制限のなかったお盆を境に秋物商品がしっかりと立ち上がってきたことで盛り返しました。

EC販路の売上は前年同月比138.6%と先月の好調さを継続しました。ナルミヤ連結効果(+27.2pp)と終息ブランド影響(-4.1pp)という特殊要因を除くと、EC売上は前年同月比16%増と前月に続いて2桁成長を維持しました。

アイテム別では、アパレルにおいては、今すぐ着られる秋カラーのカットソーで袖丈が半袖から7分袖と幅広く動きました。また、ブラウスやパンツでは、秋らしいチェック柄やジオメトリック柄の秋を感じる柄物の動向が活発で目を引きました。

雑貨では、MASCODEを筆頭にマスクといった衛生用品が引き続き底堅く推移したほか、通勤・通学用のお弁当当需要の保冷バックや蓋付保温マグなどが好調でした。

(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	—	—