

## 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 東証第一部)  
 問合せ先 副社長執行役員 中林 恵一  
 (電話番号:IR室 03-6887-1300)

2021年3月期 (2020/4/1~2021/3/31)	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	25.4	38.5	91.7	79.6	80.7	74.0	64.4	89.6	76.0	79.1	66.8	84.9	113.0	82.9	73.7
店舗売上	※2	15.2	27.9	84.9	72.9	72.6	68.8	56.3	85.2	71.6	73.5	60.6	78.6	112.3	77.9	67.0
既存店売上	※3	15.5	28.2	85.9	73.9	73.1	69.1	56.8	85.6	72.2	73.8	60.2	※5 81.8	119.1	79.1	68.1
Eコマース売上	※4	122.6	139.2	155.9	136.9	154.8	121.4	139.3	126.2	113.0	124.6	111.5	※5 117.0	116.1	117.8	127.2
店舗数	店															
月末(期末)小売店舗数	※2	2,473	2,470	2,466	2,460	2,429	2,428	—	2,436	2,443	2,444	2,210	※5 2,147	2,155	—	—
出店		19	3	2	3	2	16	45	12	12	3	3	※5 33	44	107	152
退店		8	6	6	9	33	17	79	4	5	2	237	※5 96	36	380	459
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
既存店対象店舗数	※3	2,169	2,227	2,257	2,246	2,212	2,196	—	2,234	2,259	2,236	2,041	※5 1,923	1,936	—	—

注) 当資料は、原則として、翌月の第3営業日を月処に開示しており、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、当期の期初から当期末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。なお、今期よりヒロコ社の既存店も既存店売上に含まれます。また、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、(株)Fashionwalker(2020年7月20日付で譲渡済み)運営の「ファッションウオーカー」等で扱う他社ブランドの商品売上を含んでおりません。

※5 2021年2月の既存店売上前年比が81.7%から81.8%へ、Eコマース売上前年比が117.1%から117.0%へ、出店数が94から93へ、退店数が95から96へ、月末小売店舗数が2,149から2,147へ、既存店対象店舗数が1,924から1,923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

△2

前年同月

△1

当月は、国内小売売上が前年同月比113.0%となり、内訳は店舗売上が同112.3%、Eコマース売上が同116.1%でした。既存店売上は前年同月比119.1%となり、当期累計(4月~3月)で前期比68.1%となりました。

また、当月は休日数が前年同月より2日減であり、既存店売上ベースで△6.0ポイントのマイナス影響があったものと推計しております。

3月はもとも前年のコロナ感染拡大のリバウンドが見込まれていたところ、月末にかけての気温上昇も追い風にして、春物軽衣料の活発な動きが牽引する形で、既存店売上が2月最終週の前年超過の趨勢を維持・拡大しました。

加えて、EC販路でも春物商材をプロパー中心で販売を伸ばしており、3月より売上以上に粗利が伸張するトレンドに転換しました。

ブランド別では、これまでの生活雑貨ブランド「ワンズテラス」「212キッチン」の好調継続に加えて、多くのアパレルブランドも前年のコロナ感染拡大の反動で好転しました。

アパレルのアイテムでは、レディースのブルオーバー中心にボトムとのセットが好調だったほか、3月半ば以降は気温の上昇でシャツやブラウス、Tシャツが活発で春物への切り替えが進みました。

なお、8月公表の構造改革の一環であるブランド終息に係る減収影響が拡大しました。3月のEC売上伸張率を例にとると、ブランド終息影響を除いた既存ベースでは前年より128.4%伸びており、約12%ポイントのマイナス影響と試算されます。

一方、昨年3月よりコロナ感染拡大の館営業や客足への影響が本格化しました。こうしたイレギュラーな影響を除外するため、一昨年と比較すると、既存店売上伸び率は前々年比71.6%(休日数は一昨年より3日減)でした。

お知らせ: 2021年3月期決算開示は5月6日(木)、決算説明会は5月7日(金)に予定しております。

## (参考: 前期実績)

2020年3月期 (2019/4/1~2020/3/31)	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	97.9	101.1	98.6	96.4	106.2	105.6	100.6	90.0	98.5	94.3	97.6	96.0	64.8	89.8	94.9
店舗売上	97.3	100.8	98.4	95.6	105.5	104.5	100.0	88.5	97.4	92.4	96.3	92.7	59.8	87.5	93.4
既存店売上	98.1	101.5	96.9	93.7	102.9	101.3	98.8	87.3	94.7	90.0	93.7	89.4	58.1	85.2	91.6
Eコマース売上	103.8	104.2	100.6	103.2	113.8	116.8	106.4	104.3	109.2	112.7	108.7	117.5	112.9	110.9	108.9
店舗数	店														
月末(期末)小売店舗数	2,455	2,452	2,515	2,505	2,488	2,486	—	2,491	2,493	2,494	2,475	2,460	2,462	—	—
出店	16	2	6	4	2	17	47	9	8	2	0	5	23	47	94
退店	2	5	1	14	19	19	60	4	6	1	19	20	21	71	131
M&A	46	0	58	0	0	0	104	0	0	0	0	0	0	0	104
既存店対象店舗数	2,191	2,203	2,189	2,192	2,162	2,173	—	2,169	2,171	2,185	2,169	2,144	2,124	—	—