

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	127.3					127.3								127.3
店舗売上		※2・5	123.8					123.8								123.8
既存店売上		※3	119.3					119.3								119.3
Eコマース売上		※4・5	143.9					143.9								143.9
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数		※2・5	2,365					—							—	—
出店			13					13							0	13
退店			9					9							0	9
M&A			0					0							0	0
既存店対象店舗数		※3	1,569					—							—	—

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、当期の期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關ナルミヤ・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か月間は含みません。※3の定義を参照ください。

※6 2022年3月の店舗売上前年比が107.0%から106.9%へ、既存店売上前年比が102.0%から101.8%へ、Eコマース売上前年比が123.3%から124.1%へ、既存店対象店舗数が1,533から1,527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 前年同月

当月は、国内小売売上が前年同月比127.3%となり、内訳は店舗売上が同123.8%、Eコマース売上が同143.9%でした。既存店売上は前年同月比119.3%であり、休日数が前年同月比1日増で3.3%程度のプラス影響と推計しております。
 また、コロナ禍前の2019年4月比較で82.2%と昨年12月以来4ヵ月振りに80%台を回復しました。ナルミヤ連結影響は、国内小売売上で約24%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)。
 なお、5/9の決算発表で業績予想の前提となる既存店売上伸び率なども開示しており、4月の既存店売上伸び率は前年比118.0%、コロナ禍前(2019/4)比79.2%の計画です。今期は計画に対して順調な滑り出しとなりました。
 当月は、気温の上昇と並行して初夏物シフトが一気に進み、店舗販路とEコマース販路が共に前月より一段と売上回復ピッチを加速しました。とりわけ月末にかけては、前年の臨時休業の反動も加わり、店頭売上が大きく伸張しました。
 アイテム別では、アパレルにおいて羽織使いもできる前開きシャツから一枚着の五分袖・半袖ブラウスなどへ好調が波及したほか、雑貨では日傘の活発さやランチBOX・保冷BAG等の屋外で楽しめるアイテムの動向が目立ちました。
 EC売上は前年同月比143.9%と大きく伸びました。ナルミヤ連結効果が+36%ポイントであるのに対し、終息ブランド影響は-4%ポイントであり、これらの特殊要因をネットして約32%ポイントの押し上げ効果と推計しています。

(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	※6 106.9	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	※6 101.8	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	※6 124.1	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	※6 1,527	—	—