

## 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.	1H	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	136.1	127.5									127.5
店舗売上	※2・5	124.1	156.2	108.3	111.9	128.0	133.7	125.1									125.1
既存店売上	※3	119.5	150.7	109.3	109.4	※6 120.0	118.0	119.8									119.8
Eコマース売上	※4・5	144.7	127.7	130.1	140.1	※6 138.7	145.5	137.4									137.4
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	—									—
出店		14	1	0	2	3	10	30									30
退店		11	7	5	14	28	13	78									78
M&A		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	—									—

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か月間は含みません。

※6 2022年8月の既存店売上前年比が120.1%から120.0%へ、Eコマース売上前年比が138.6%から138.7%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136.1%となり、内訳は店舗売上が同133.7%、Eコマース売上が同145.5%となりました。既存店売上は前年同月比118.0%でした。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2019年9月比70.3%でしたが、その2019年9月は月末にかけて消費税増税前の駆け込み需要が盛り上がりました。なお、ナルミヤ連結影響は、国内小売売上で25.2%ポイントの押し上げ効果でした。  
 ・当月は、店舗販路において、前半の気温の高さと中旬の台風の影響で売上が低調気味な推移でしたが、下旬は気温の低下を背景に秋物商品の売上が一気に向上しました。  
 なお、大型台風の上陸に伴う臨時休業店が西日本地方で100店舗以上に達しましたが、同じく述べ200店舗程度の営業時短店と併せて、全てを既存店売上の算出対象としております。  
 ・EC販路の売上は前年同月比145.5%と引き続き好調でした。ナルミヤ連結効果(+28.7pp)と終息ブランド影響(-2.1pp)の特殊要因を除くと、EC売上は前年同月比19%増と前月より成長率が加速しました。  
 ・アイテム別では、アパレルにおいて、トップスとボトムで綺麗な商材が高稼働でした。綺麗なブラウスやテーパードパンツ、プリーツスカートが牽引したほか、ボウタイや立ち襟のクラシカルなデザインの商品群も活発でした。

お知らせ: 2023年3月期第2四半期決算発表(Tdnet及びホームページでの開示)は、11月7日(月)の予定です。

## (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.	1H	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	—	—