

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	136.0	127.5	※6 131.8	117.7					124.4	126.6
店舗売上	※2・5	124.1	156.2	108.3	111.9	128.0	133.6	125.1	※6 126.8	112.5					119.5	123.4
既存店売上	※3	119.5	150.7	109.3	109.4	120.0	118.0	119.8	111.9	100.8					106.2	115.3
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	141.3					148.8	140.4
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	—	2,301	2,304					—	—
出店		14	1	0	2	3	10	30	4	5					9	39
退店		11	7	5	14	28	13	78	16	2					18	96
M&A		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					—	—

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、当季初日から当季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10月の国内小売売上前年比が131.9%から131.8%へ、店舗売上前年比が126.9%から126.8%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117.7%となり、内訳は店舗売上が同112.5%、Eコマース売上が同141.3%となりました。既存店売上は前年同月比100.8%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11月比較で80.8%と80%台をキープしました。なお、ナルミヤ連結影響は、国内小売売上で20.1%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)。
 ・店頭販路の売上については、上旬は集客力に勝る百貨店等で回復がみられた前月の傾向を引き継いで好調な滑り出しとなりましたが、中旬以降は日中を中心に気温が高く推移した影響を受けて冬物商材の売れ行きが伸び悩みました。
 ・一方、EC販路においては、ブラックフライデーに代表されるプロモーションが好評だったことなどから、EC売上がナルミヤ連結効果(+25.4pp)を除いても前年同月比16%増と好調トレンドを持続しております。
 ・ブランド別では、人流の多い百貨店や駅ビルの前月から継続する回復傾向を背景として、百貨店ブランドの「タケオキクチ」や「アンタイトル」が引き続き伸張したほか、セレクトショップの「ドレステリア」やユーズド「ラグタグ」の好調さが目立ちました。
 ・アイテム別では、通勤時やセレモニーで着用可能な定番のウールコートに加えて、カジュアルなキルティングコートの売れ行きが好調だったほか、ハイネックニットに代表される冬物アイテム、裏起毛や蓄熱素材の保温機能パンツなどが高稼働しました。

(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.	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	—	—