

## 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.	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	149.9					137.8									137.8
店舗売上	※2・5	※6 124.1	156.4					138.3									138.3
既存店売上	※3	※6 119.5	151.1					133.6									133.6
Eコマース売上	※4・5	※6 144.7	127.8					135.8									135.8
店舗数		店															
月末(期末)小売店舗数	※2・5	※6 2,364	2,358					—									—
出店		14	1					15									15
退店		11	7					18									18
M&A		0	0					0									0
既存店対象店舗数	※3	1,569	1,577					—									—

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4月の店舗売上前年比が123.8%から124.1%へ、既存店売上前年比が119.3%から119.5%へ、Eコマース売上前年比が143.9%から144.7%へ、月末(期末)小売店舗数が2,365から2,364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 ±0

・当月は、国内小売売上が前年同月比149.9%となり、内訳は店舗売上が同156.4%、Eコマース売上が同127.8%でした。既存店売上は前年同月比151.1%となり、休日数が前年同月に比べて1日減で3.1%程度のマイナス影響と推計しております。

また、コロナ禍前の2019年5月比較では78.1%でした。なお、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)。

・当月は、中国・上海ロックダウンで一部商品の納期遅れによる機会ロスが生じたものの、3年振りに行動制限や館休業がなくなった影響の方が大きく、月初の大型連休を筆頭に全国的な人出の増加が売上伸張へ追い風となりました。

下旬には真夏日になった地域も出てきたことから、夏物需要がアパレルと雑貨を問わずに旺盛となり、全てのブランドが前年に対して大きく売上を伸ばしました。

アイテム別では、アパレルはデザイントップスやワンピースといったお出掛けニーズにも対応できる商品の売れ行きがよく、雑貨ではマグカップやランチBOXといった屋外アイテムが好調に推移しました。

・EC売上は前年同月比127.8%と堅調でした。ナルミヤ連結効果が+25%ポイントであるのに対し、終息ブランド影響は-4%ポイントまで小さくなり、これらの特殊要因をネットして約21%ポイントの押し上げ効果と推計しております。

## (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.	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	—	—