

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)

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	※1	261.8	143.9	77.6	87.8	72.4	76.5	98.1	85.0	94.1	92.8	95.0	75.3		89.2	93.5
店舗売上	※2	399.1	169.8	75.9	88.8	70.7	72.7	100.5	84.3	91.7	92.3	93.8	73.9		88.1	94.0
既存店売上	※3	433.7	182.9	80.0	94.4	76.2	84.1	107.5	99.0	107.3	110.2	111.7	84.9		103.7	105.6
Eコマース売上	※4	99.4	94.6	86.1	83.7	79.8	96.1	89.5	89.2	106.6	94.8	※5 99.6	80.4		94.3	91.8
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数	※2	2,169	2,160	2,146	2,067	1,831	1,820	—	1,819	1,810	1,809	※5 1,749	1,716		—	—
出店		19	2	2	1	4	9	37	8	1	0	1	1		11	48
退店		5	11	16	80	240	20	372	9	10	1	※5 61	34		115	487
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
既存店対象店舗数	※3	1,930	1,930	1,925	1,852	1,610	1,592	—	1,606	1,602	1,615	※5 1,555	1,522		—	—

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1月のEコマース売上前年比が99.7%から99.6%へ、退店数が60から61へ、月末小売店舗数が1,750から1,749へ、既存店対象店舗数が1,556から1,555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75.3%となり、内訳は店舗売上が同73.9%、Eコマース売上が同80.4%でした。既存店売上は前年同月比84.9%となりました。休日数の前年差はございません。
 また、コロナ禍前の前々年比較では、既存店売上が69.8%(休日数は1日減)でした。
 ・当月は、月初より1月後半の全国的なコロナ感染の急拡大に伴う客数減少が継続したうえ、中旬まで低気温を背景に春物が立ち上がりながら苦戦しましたが、月末に向けては気温上昇に伴って春物需要の動きが出てきて回復基調となりました。
 ブランド別では、ジュエリー「コジュニク」やインディメイド「リサマリ」の好調さが際立ちました。アパレルのアイテム別では、百貨店ブランドのセレモニー商材に加えて、SC系「シューラルー」のすぐに着られるブルオーバーなどで動きがみられました。
 ・EC販路においては、EC倉庫の棚卸実施の月ズレ影響もあり、売上が前年比80.4%と伸び悩みました。構造改革に伴う終息ブランドの影響(約5%ポイント)を除くと、EC売上は前年比で85.3%となり、前々年に対しては107.9%となりました。
 ただ、このEC販路においても、店舗販路と同じく、販売施策は春物プロパーへのシフトを主体に組み立てており、セール品のオフ率も適切にコントロールしているため、採算面では1月に続いて対前年と対前々年で共に改善傾向を持続しました。

(参考: 前期実績)

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		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		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		15.5	28.2	85.9	73.9	73.1	69.1	56.8	85.6	72.2	73.8	60.2	81.8	119.1	79.1	68.1
Eコマース売上		122.6	139.2	155.9	136.9	154.8	121.4	139.3	126.2	113.0	124.6	111.5	117.0	116.3	117.8	127.2
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数		2,473	2,470	2,466	2,460	2,429	2,428	—	2,436	2,443	2,444	2,210	2,147	2,155	—	—
出店		19	3	2	3	2	16	45	12	12	3	3	33	44	107	152
退店		8	6	6	9	33	17	79	4	5	2	237	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		2,169	2,227	2,257	2,246	2,212	2,196	—	2,234	2,259	2,236	2,041	1,923	1,936	—	—