

株式会社ワールド 国内小売事業 月次売上概況

会社名
代表者名
問合せ先
(電話番号:IR・グループコミュニケーション室 03-6887-1300)

株式会社ワールド
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)
取締役 副社長執行役員 中林 恵一

2026年2月期 (2025/3/1～2026/2/28)		上期						下期						通期		
		3月 Mar.	4月 Apr.	5月 May.	6月 Jun.	7月 Jul.	8月 Aug.	1H	9月 Sep.	10月 Oct.	11月 Nov.	12月 Dec.	1月 Jan.	2月 Feb.	2H	Full Term
売上前年比		伸び率(%)														
国内小売売上 ※1		98.7	95.0	100.0	97.8	101.2	102.0	99.0	92.8	102.2	102.2	107.0	102.8		102.1	100.5
店舗売上 ※2		98.8	95.3	100.9	97.5	101.3	101.8	99.1	93.0	103.2	104.4	108.5	109.5		104.5	101.7
既存店売上 ※3		98.1	94.0	100.1	96.5	100.5	100.2	98.2	91.4	100.5	102.1	93.0	96.3		96.8	97.6
Eコマース売上 ※4		98.7	93.5	96.5	98.8	101.0	102.6	98.4	92.2	98.6	94.1	102.0	84.0		93.9	96.2
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数 ※2		2,270	2,298	2,299	2,301	2,298	2,284	—	2,295	2,319	2,314	2,536	2,484		—	—
出店		21	31	8	3	4	4	71	18	32	5	2	0		57	128
退店		13	3	7	1	7	18	49	7	8	10	6	52		83	132
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	226	0		226	226
既存店対象店舗数 ※3		1,999	2,024	2,025	2,023	2,015	1,992	—	2,005	2,037	2,052	2,098	2,060		—	—

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。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、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 2025年12月1日付の㈱ライトオン連結子会社化に伴い、同月度より売上前年比および店舗数の集計に同社数値を含めております。なお、店舗数内訳の「M&A」は同社の新規連結によるものです。

(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102.8%となり、内訳は店舗売上が同109.5%、Eコマース売上が同84.0%となりました。既存店売上は前年同月比96.3%でした。

休日数が前年同月より一日多い影響を+1.2%程度と推計しておりますが、その一部は新年初売りの後倒しといった年始商戦の営業日影響で減殺されました。

店舗販路は、冬物の重衣料から春物の軽衣料に至るまでプロパー販売が好調だった反面、冬物仕入の抑制がセール在庫量の縮減を招いたこともあり、換金額が大きなセールの山は冬型気圧配置の好天を活かしきれませんでした。

EC販路でも冬物セール除外品の増加やセール対象品の値引き率縮小が売上鈍化を招いた側面は否めないものの、結局は(セール以外の)EC企画・特集の弱さがリアル店に比べて集客力に欠く不調を招いたもので対策を講じます。

アイテム別では、アパレルにおいて、パステルカラーのニットやブラウスなど春物軽衣料が高稼働したほか、下旬の寒波ではダウンコートなど重衣料も伸長しました。雑貨ではキャラクターグッズや調理器具が継続して好評を得ました。

ブランド別では、セールの山を取り切れなかったアパレルを中心として、全般的には目覚ましく躍進したブランドが少なかったものの、数少ない健闘したブランドとして「ストラスブルゴ」や「212キッチン」、「イツデモ」などが挙げられます。

(参考:前期実績)

2025年2月期 (2024/3/1～2025/2/28)		上期						下期						通期		
		3月 Mar.	4月 Apr.	5月 May.	6月 Jun.	7月 Jul.	8月 Aug.	1H	9月 Sep.	10月 Oct.	11月 Nov.	12月 Dec.	1月 Jan.	2月 Feb.	2H	Full Term
売上前年比		伸び率(%)														
国内小売売上		98.0	104.8	101.1	109.0	99.2	101.6	102.1	102.9	94.2	105.2	102.7	98.8	92.1	99.6	100.8
店舗売上		97.5	102.4	98.3	109.0	95.6	101.6	100.5	102.1	92.2	104.4	100.4	98.9	93.5	98.8	99.6
既存店売上		97.9	103.5	99.4	111.0	96.5	102.3	101.4	103.2	92.7	104.7	100.2	98.8	91.7	98.6	99.9
Eコマース売上		100.1	115.1	112.6	109.0	114.3	101.4	108.8	105.9	102.3	108.0	111.7	98.6	87.9	102.4	105.3
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数		2,207	2,221	2,217	2,218	2,198	2,181	—	2,200	2,220	2,228	2,279	2,255	2,262	—	—
出店		30	16	1	1	7	5	60	25	20	9	3	1	18	76	136
退店		15	2	5	0	27	22	71	6	0	1	0	25	11	43	114
M&A		8	0	0	0	0	0	8	0	0	0	48	0	0	48	56
既存店対象店舗数		2,007	2,033	2,040	2,039	2,018	1,990	—	1,993	2,001	2,007	2,011	1,989	1,986	—	—