

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：企業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

2027年2月期 (2026/3/1～2027/2/28)		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		108.0	110.4	114.9	99.1	105.9	※4 109.0	107.8	112.8						112.8	108.4
店舗売上 ※1		109.8	112.8	120.6	100.3	109.2	※4 112.0	110.7	116.4						116.4	111.4
既存店売上 ※2		96.1	98.2	104.8	87.5	95.6	※4 96.4	96.5	105.2						105.2	97.6
Eコマース売上 ※1		※4 100.3	101.2	※4 93.1	※4 94.5	※4 94.7	※4 97.4	96.8	99.5						99.5	97.1
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数 ※1		2,493	2,491	2,487	2,483	2,471	2,456	—	2,446						—	—
出店		41	6	2	0	2	3	54	5						5	59
退店		17	8	6	4	14	18	67	15						15	82
M&A		30	0	0	0	0	0	30	0						0	30
既存店対象店舗数 ※1		1,938	1,955	1,986	1,993	1,982	1,967	—	1,957						—	—

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。

通期の列においては、当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上に限定されており、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。また、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。

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。

※2 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、且つ前年同月と売場が同区画（同面積）で変動がない店舗としており、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。

※3 2026年3月1日付の㈱ワールドスタイルレーベルズ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んでおります。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。

※4 ㈱ファッション・コ・ラボのWOSモール売上の収益認識基準を「流通売上」から「純売上」に変更いたしました。この基準変更を受けて過去の遡及修正をした影響により、当上期（3～8月）の月次EO売上前年比が表記の数値に訂正されました。

8月の国内小売売上前年比が108.9から109.0、店舗売上前年比が111.9から112.0、既存店売上前年比が96.3から96.4、Eコマース売上前年比が97.8から97.4へ修正されました。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	+1
---------	----------	----	----	------	----

・当月は、国内小売売上が前年同月比112.8%となり、内訳は店舗売上が同116.4%、Eコマース売上が同99.5%となりました。既存店売上は前年同月比105.2%でした。

・休日数が前年同月より1日増であり、その影響を約2.4%のプラス影響と推計しております。

・当月は気温低下を背景とした秋物商材の実需が高まりました。店舗販路では、秋物新作の入荷に伴って主力ブランドでMD改革効果が再現したうえ、フェア等の販売促進策が奏功する形でシルバーウィークの客数も伸ばすことができました。

・EC販路では、下旬の企画「ワールドウィーク」が秋物入荷と連動する格好で予約受注を伸ばし、結果としてプロパー売上が前年超過に導いた反面、セール販売は引き続き晩夏商材の値引き抑制や在庫量の少なさも影響して伸び悩みました。

・アイテム別では、ニット素材のブルオーバーやカーディガンを中心に、定番のジャケットやパンツ、新作のブルゾンなどの秋物全般が高稼働しました。服飾雑貨はシューズが好調を維持しており、生活雑貨ではキッチンアイテムが健闘しています。

・ブランド別では、ナルミヤの主力ブランド「プティマイン」を筆頭に「シュラルー」「ストラスブルゴ」「タケオキクチ」などのアパレルブランドが大きく伸長して全体売上に牽引しました。「RAGTAG」「212キッチン」「エスペランサ」も引き続き好調でした。

(参考:前期実績)

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		98.7	95.0	100.0	97.8	101.2	102.0	99.0	92.8	102.2	102.2	107.0	102.8	110.9	103.1	101.1
店舗売上		98.8	95.3	100.9	97.5	101.3	101.8	99.1	93.0	103.2	104.4	108.5	109.5	111.7	105.3	102.3
既存店売上		98.1	94.0	100.1	96.5	100.5	100.2	98.2	91.4	100.5	102.1	93.0	96.3	100.7	97.2	97.8
Eコマース売上		98.7	93.5	96.5	98.8	101.0	102.6	98.4	92.2	98.6	94.1	102.0	84.1	108.5	95.9	97.0
店舗数		店														
月末(期末)小売店舗数		2,270	2,298	2,299	2,301	2,298	2,284	—	2,295	2,319	2,314	2,536	2,483	2,439	—	—
出店		21	31	8	3	4	4	71	18	32	5	2	0	14	71	142
退店		13	3	7	1	7	18	49	7	8	10	6	53	58	142	191
M&A		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	226	0	0	226	226
既存店対象店舗数		1,999	2,024	2,025	2,023	2,015	1,992	—	2,005	2,037	2,052	2,098	2,059	2,004	—	—