

平成24年 2月期 売上客数前年比-**確報**-

◆靴部門		3月	4月	5月	第1四半期	6月	7月	8月	第2四半期	上期	
既存店	売上	-17.3	4.1		-6.4					-6.4	
	客数	-19.6	1.5		-8.6					-8.6	
	客単価	2.8	2.5		2.4					2.4	
全店	売上	-18.5	2.1		-7.9					-7.9	
	客数	-20.8	-0.6		-10.2					-10.2	
	客単価	2.9	2.7		2.5					2.5	
		9月	10月	11月	第3四半期	12月	1月	2月	第4四半期	下期	通期
既存店	売上										-6.4
	客数										-8.6
	客単価										2.4
全店	売上										-7.9
	客数										-10.2
	客単価										2.5
■全社		3月	4月	5月	第1四半期	6月	7月	8月	第2四半期	上期	
既存店	売上	-17.3	4.1		-6.4					-6.4	
	客数	-19.6	1.5		-8.6					-8.6	
	客単価	2.8	2.5		2.4					2.4	
全店	売上	-18.6	1.8		-8.1					-8.1	
	客数	-20.9	-0.8		-10.4					-10.4	
	客単価	2.9	2.6		2.5					2.5	
		9月	10月	11月	第3四半期	12月	1月	2月	第4四半期	下期	通期
既存店	売上										-6.4
	客数										-8.6
	客単価										2.4
全店	売上										-8.1
	客数										-10.4
	客単価										2.5

2011年4月の概況

当月の全社全店売上前年比は1.8%増、全社既存店売上前年比は4.0%増だった。

靴部門の全店売上前年比は2.0%増、既存店売上前年比は4.0%増。

当月は、前年に対して土曜日が一日多かったこと、月度を通して消費者の消費意欲が強かったこと、特に東北地区の復興需要が強かったこと、各種の商品施策が成功したことが既存店売上アップに寄与した。

商品面では、トーンングシューズ「セダークレスト・デュオモーションズ」、マリ・クレールなどのNPB、「990プロジェクト」や「ブランド1990プロジェクト」の商品が好調。紳士靴部門以外はすべての部門が前年をクリアした。ブランドスニーカー部門もPB効果で増収となった。

なお販売単価は全部門で上昇した。

※既存店---13ヶ月以上稼動している店舗が対象とし、その店舗の前年同月との対比。

※月初発表の前年比数値は速報値。中旬以降、確報値を掲載いたします。

Chiyoda