

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	2.4	-3.6	1.9			1.9	-2.2	
	客数	-19.6	1.5	0.9	-5.5	0.6			0.6	-4.0	
	客単価	2.8	2.5	1.5	2.0	1.2			1.2	1.8	
全店	売上	-18.5	2.1	1.2	-5.0	0.5			0.5	-3.7	
	客数	-20.8	-0.6	-0.5	-7.1	-0.8			-0.8	-5.5	
	客単価	2.9	2.7	1.6	2.2	1.3			1.3	1.9	
		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										-2.2
	客数										-4.0
	客単価										1.8
全店	売上										-3.7
	客数										-5.5
	客単価										1.9
■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	2.4	-3.6	1.9			1.9	-2.2	
	客数	-19.6	1.5	0.9	-5.5	0.6			0.6	-4.0	
	客単価	2.8	2.5	1.5	2.0	1.2			1.2	1.8	
全店	売上	-18.6	1.8	0.9	-5.2	0.3			0.3	-3.9	
	客数	-20.9	-0.8	-0.7	-7.3	-1.0			-1.0	-5.7	
	客単価	2.9	2.6	1.6	2.1	1.2			1.2	1.9	
		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										-2.2
	客数										-4.0
	客単価										1.8
全店	売上										-3.9
	客数										-5.7
	客単価										1.9

2011年6月度売上客数前年比確報

当月の全社全店売上前年比は0.3%増、全社既存店売上前年比は1.8%増だった。
靴部門の全店売上前年比は0.5%増、既存店売上前年比は1.8%増。
当月は、雨の日が多くレインブーツや防水シューズなど雨関連商品が好調だったこと、「ハイドロテック父の日キャンペーン」や「990プロジェクト」による需要喚起策が奏功したこと、被災地を中心とした東北地区の売上が全体を底上げしたこと等により、既存店売上が前年を上回った。

確認できる記録によれば、靴部門の3カ月連続の既存店売上プラスは、過去14年3カ月で初めて。
部門別には、紳士靴部門、婦人靴部門、スニーカー部門、ハッピー・サンダル部門が前年に対してプラス。
紳士靴部門は「ハイドロテック」および「バイオフィッター」両ブランドが活躍。婦人靴部門では、「エルプラネット」や「MCマリ・クレール」のパンプスおよびレインブーツが好調。スニーカー部門ではトニングシューズ「セダー・クレスト・デュオモーションズ」が活況を呈した。またグローバルブランド・スニーカーも低価格ランニング、低価格コート系シューズを中心に好調だった。販売点数、販売単価ともに上昇した。

引き続き好調。またセダー・クレストのキャンバススニーカーやNPB「オーシャンパシフィック」も売上を伸ばした。
雨が多かったこともプラス材料となり、レディースのレインブーツ、実需系の雨靴が二桁の売上増となった。
販売点数は前年並み。販売単価は2%程度上昇した。

※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。



