

株式会社チヨダ  
 専務取締役 田木 敬  
 コード番号: 8185 東証一部  
 IR問合せ先 広報・IR室長 安立 邦広  
 電話番号 03-3316-6555

## 平成27年2月期 3月次売上高・客数前年比推移 - 確報

(単位%)

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	15.0			15.0					15.0	
	客数	6.3			6.3					6.3	
	客単価	8.1			8.1					8.1	
全店	売上	16.1			16.1					16.1	
	客数	7.2			7.2					7.2	
	客単価	8.2			8.2					8.2	
店舗数	新店	9			9					9	
	退店	3			3					3	
	店舗数	1,106			1,106					1,106	
		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										15.0
	客数										6.3
	客単価										8.1
全店	売上										16.1
	客数										7.2
	客単価										8.2
店舗数	新店										9
	退店										3
	店舗数										1,106

\*既存店 13ヶ月以上稼動している店舗を対象とし、その店舗の前年同月との対比。  
 \*月初に前年対比の速報値、中旬以降に確報値を掲載します。

当月の全社全店売上前年比は116.1%、既存店売上前年比は115.0%となりました。

当月は、従来から推進している全国統一施策と売場連動販促企画から、客層拡大が奏功し、各業態において実需・トレンド共に好調に推移、特に女性来店増に繋がった。  
 プライベートブランド販売状況は、新生活や式典需要として、ローファーやパンプスの販売増に加え、増税前需要としてビジネスシューズが堅調に推移。ナショナルブランドに関しても、女性を中心とした若年層の集客増があり、スニーカーが好調に推移。  
 また、「お客様の声から生まれた、ハイドロテック」を通じ、当社のプライベートブランド商品に対する安全性への取り組みを日経新聞3/7全面広告に掲載。中旬から集客増への施策として全国統一の業態別TVCM放映を実施。  
 その結果、客数107.2%客単価は108.2%と大きく前年を上回りました。

新業態として、

- ①東京都 モリタウン昭島ショッピングセンターへ、「旅・健康・美」をテーマに大人のためのライフスタイル提案型ショップ「YOU-HOLA!(ユウホラ)モリタウン昭島店」が提案型モデル店舗としてオープン。
  - ②千葉県 三井ショッピングパークへ、シュープラザの新たな取り組みとして大型商業施設において若い世代のファミリー層をターゲットとした「シュープラザ パークららぽーとTOKYO-BAY店」をオープンしました。
- 結果、当月の全社全店売上前年比は116.1%、既存店売上前年比は115.0%と昨年を上回りました。

販売点数は前年比で5.0ポイント増。販売単価は6.1ポイント増。

- 新規出店---9
- 退店---3
- 店舗数(2014年3月末)
- チヨダ(CY):131
- 東京靴流通センター+ザ・シューズ(TSRC):579
- シュープラザ(SP):364
- SPC:31
- セダークレストショップ(CC):1

----- 合計 1,106

以 上