

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 井上 裕一郎
 電話番号 03-3316-6555

平成27年2月期 月次売上高・客数・客単価 前年比推移 - 10月度確報

(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	-8.3	-3.3	1.1	-9.1	-4.2	1.3	-4.6	-1.6	
	客数	6.3	-10.6	-7.8	-4.3	-11.8	-8.7	-3.5	-8.3	-6.3	
	客単価	8.1	2.6	4.8	5.5	3.0	4.8	4.9	4.0	4.9	
全店	売上	16.1	-8.0	-3.0	1.7	-9.5	-5.0	0.8	-5.0	-1.5	
	客数	7.2	-10.5	-7.7	-3.9	-12.4	-9.6	-4.1	-8.9	-6.4	
	客単価	8.2	2.8	5.0	5.7	3.2	5.0	5.1	4.2	5.1	
店舗数	新店	9	5	1	15	3	0	0	3	18	
	退店	3	3	6	12	4	1	8	13	25	
	店舗数	1,106	1,108	1,103	1,103	1,102	1,101	1,093	1,093	1,093	
		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	-6.3	-8.9		-7.7					-7.7	-3.1
	客数	-11.3	-12.8		-12.1					-12.1	-7.7
	客単価	5.6	4.4		4.9					4.9	4.9
全店	売上	-7.2	-9.7		-8.5					-8.5	-3.2
	客数	-12.3	-13.7		-13.0					-13.0	-7.9
	客単価	5.7	4.6		5.1					5.1	5.1
店舗数	新店	2	5		7					7	25
	退店	7	3		10					10	35
	店舗数	1,088	1,090		1,090					1,090	1,090

*既存店 13ヶ月以上稼働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。

当月の全店売上前年比は90.3%、既存店売上前年比は91.1%となりました。

業態ごとに取り組んでいる商品構成の見直しにより、客単価は前年比104.6%と大きく上昇しましたが、2週連続で週末に大型の台風が直撃した影響などから客数は伸び悩み、その落ち込みをカバーしきれませんでした。

商品面については、社内の女性チームから生まれた、立ち仕事用や外反母趾にやさしいパンプスを揃えた「バイオフィッター・キレイウォーク」、防水タイプのメンズスニーカー「バイオフィッター・スポーツ」など、履き心地や機能性を向上させながら価格も手頃な商品は、好調に推移しましたが、ブーツなど秋冬物商品は低調なスタートとなりました。

プロモーションでは、「シュープラザ」と「東京靴流通センター」それぞれのTVCMを実施し、業態ごとのブランディング確立を推進するとともに、10/22日経新聞一面(15段)で「靴に、愛を。」という企業広告も実施しました。

店舗施策については、女性目線による売場改装を進め、プライベートブランド強化のため、ブランド別コーナー展開を推進しました。また、9月より「チヨダ」からの業態変更で「シューズパレット」という新たな店舗の展開を開始しましたが、売上は好調に推移しています。

出退店については、5店舗を出店し、3店舗を閉店しました。内1店舗は「チヨダ」から「東京靴流通センター」への業態変更となります。

- 新規出店---5
- 退店---3
- 店舗数(2014年10月末)
- チヨダ(CY)+ユウホラ(YH)+シューズパレット(PT):118
- 東京靴流通センター+ザ・シューズ(TSRC):579
- シュープラザ(SP):366
- SPC:27
- セダークレストショップ(CC):0

----- 合計 1,090

以 上