

# 2018年10月度 月次業績報告

【第44期 2018年3月～2019年2月】

株式会社ポプラ

## ■出店関連

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	累計
出店	1	9	2	6	5	1	8	8					40
閉店	11	5	2	0	2	2	0	4					26
総店舗数※1	451	455	455	461	464	463	471	475					475

## ■売上関連

		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
既存店※2	全体	329	330	320	325	342	346	325	318				
	前年比	98.2%	98.0%	96.4%	96.8%	98.4%	98.5%	99.3%	94.7%				
	関東	317	338	317	323	338	331	317	320				
	中部	247	262	257	270	273	284	281	249				
	近畿	382	367	375	391	396	396	368	357				
	中国	335	332	324	325	349	361	339	322				
	九州	334	315	309	315	327	331	305	309				
	客数(人)	576	620	580	600	611	607	545	580				
	前年比	96.7%	97.2%	95.8%	96.2%	97.3%	98.2%	94.8%	96.9%				
	客単価(円)	571	533	551	541	559	570	596	547				
前年比	101.6%	100.8%	100.6%	100.6%	101.1%	100.3%	104.8%	97.7%					
全店	日商(千円)	310	312	302	307	322	322	306	290				
	前年比	98.1%	96.3%	94.4%	94.5%	95.9%	95.6%	96.7%	90.9%				
	客数(人)	576	598	588	601	617	599	559	574				
	前年比	96.2%	95.7%	94.5%	93.9%	95.8%	96.0%	92.3%	94.0%				
	客単価(円)	538	521	513	511	522	538	548	505				
前年比	102.0%	100.5%	99.8%	100.7%	100.2%	99.6%	104.7%	96.6%					
売上高前年比	94.7%	91.9%	91.4%	92.2%	94.5%	94.3%	94.7%	92.3%					

## ■都道府県別店舗数

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
茨城県	10	10	10	10	10	10	10	8				
栃木県	1	1	1	1	1	1	1	1				
埼玉県	20	20	20	20	20	18	18	18				
千葉県	26	27	27	27	28	28	28	29				
東京都	75	76	76	77	78	78	78	78				
神奈川県	22	21	20	20	19	19	19	19				
富山県	12	12	12	12	12	12	12	12				
石川県	10	10	10	10	10	10	10	10				
愛知県	0	0	0	1	1	1	1	1				
滋賀県	1	1	1	1	1	1	1	1				
京都府	5	5	4	5	5	5	5	5				
大阪府	23	23	23	23	23	23	27	31				
兵庫県	9	8	8	8	9	9	11	11				
鳥取県	9	9	9	9	9	9	9	9				
島根県	13	13	13	14	14	14	14	14				
岡山県	23	24	24	25	26	26	26	26				
広島県	87	87	88	88	88	88	89	89				
山口県	23	23	24	24	25	25	25	25				
福岡県	42	44	44	44	43	43	44	45				
佐賀県	6	6	6	6	6	6	6	6				
長崎県	16	17	17	17	17	17	17	17				
熊本県	9	9	9	10	10	11	11	11				
大分県	9	9	9	9	9	9	9	9				
総店舗数※1	451	455	455	461	464	463	471	475	0	0	0	0

※1 「総店舗数」月末の店舗数

※2 「既存店」オープン日翌月から起算し、13ヶ月目以降の店舗

【10月度コメント】 10月は個店の販売率管理の徹底実施および販促の効果により、おにぎりの既存店ベースの売上前年比は104.4%、主力のポップ弁についても104.0%と伸長いたしました。しかしながら、たばこ値上げに伴う9月特需の反動で客数が減少、昨年好調だった電子タバコが一巡したこと、少雨に伴う雨具の低迷などから全体に厳しい状況となりました。尚、たばこの反動減は全体数値に対し2.2%の下振れ要因となりました。