

# 2015年10月度 月次業績報告

【第41期 2015年3月～2016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	3	8	1	1	1	4	1	2					21
閉店	8	2	2	0	1	2	4	9					28
総店舗数※1	520	526	525	526	526	528	525	518					518

## ■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	348	351	352	351	360	369	351	344				
	前年比	95.8%	105.6%	101.5%	100.8%	101.1%	102.7%	101.6%	101.2%				
	関東	354	359	350	360	370	365	354	334				
	中部	275	282	292	284	288	299	271	277				
	近畿	325	323	317	327	334	331	317	305				
	中国	360	363	369	363	372	390	364	361				
	九州	334	335	337	330	340	353	350	348				
	客数(人)	646	670	654	660	683	682	644	643				
	前年比	97.9%	100.0%	98.1%	98.4%	98.1%	100.0%	97.0%	98.4%				
	客単価(円)	539	523	538	531	528	542	544	535				
前年比	97.9%	105.6%	103.5%	102.4%	103.0%	102.7%	104.8%	102.9%					
全店	日商(千円)	339	341	341	342	355	359	341	339				
	前年比	99.0%	109.1%	105.3%	104.8%	104.8%	106.9%	105.9%	105.2%				
	客数(人)	649	661	657	672	683	671	652	660				
	前年比	102.6%	104.8%	102.5%	103.7%	102.8%	105.0%	102.1%	103.8%				
	客単価(円)	523	516	520	510	520	535	524	514				
前年比	96.4%	104.1%	102.7%	101.0%	101.9%	101.9%	103.7%	101.4%					
売上高前年比	78.8%	86.9%	83.3%	84.2%	83.9%	85.1%	84.1%	83.2%					

## ■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	1	1	1	1	1	1	1	1				
埼玉県	14	14	14	14	14	14	14	14				
千葉県	15	16	16	16	16	16	16	16				
東京都	80	79	79	79	78	79	79	79				
神奈川県	27	27	27	27	27	27	26	26				
富山県	19	19	19	19	19	19	19	17				
石川県	7	8	8	8	8	8	8	8				
滋賀県	1	1	1	1	1	1	0	0				
京都府	3	3	3	3	3	3	3	3				
大阪府	36	37	36	36	36	35	35	33				
兵庫県	13	13	13	13	13	14	14	13				
鳥取県	44	44	44	44	44	44	44	42				
島根県	54	55	55	55	55	55	55	55				
岡山県	24	24	23	23	23	23	23	22				
広島県	91	92	92	92	92	91	91	91				
山口県	28	28	28	28	28	28	28	28				
福岡県	47	48	48	48	49	49	49	50				
佐賀県	2	2	2	2	2	4	4	4				
長崎県	3	3	4	5	5	5	5	5				
熊本県	5	5	5	5	5	5	5	5				
大分県	6	7	7	7	7	7	6	6				
総店舗数※1	520	526	525	526	526	528	525	518	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、気温は低めだったものの、雨の日が少なかったことから、行楽需要を含め売上は好調に推移いたしました。中食においては、女性ニーズに対応した品ぞろえを強化することで、ポップ弁を中心に引き続き堅調に推移、おでんについてはヘルシー感を追求するPOP展開や販促の効果から前年比130%を達成いたしました。また、デザートについてもキーアイテム展開、トレンドキャッチ施策の効果から前年比112%となりました。