

2018年9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						32
閉店	11	5	2	0	2	2	0						22
総店舗数※1	451	455	455	461	464	463	471						471

■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					
	前年比	98.2%	98.0%	96.4%	96.8%	98.4%	98.5%	99.3%					
	関東	317	338	317	323	338	331	317					
	中部	247	262	257	270	273	284	281					
	近畿	382	367	375	391	396	396	368					
	中国	335	332	324	325	349	361	339					
	九州	334	315	309	315	327	331	305					
	客数(人)	576	620	580	600	611	607	545					
	前年比	96.7%	97.2%	95.8%	96.2%	97.3%	98.2%	94.8%					
	客単価(円)	571	533	551	541	559	570	596					
前年比	101.6%	100.8%	100.6%	100.6%	101.1%	100.3%	104.8%						
全店	日商(千円)	310	312	302	307	322	322	306					
	前年比	98.1%	96.3%	94.4%	94.5%	95.9%	95.6%	96.7%					
	客数(人)	576	598	588	601	617	599	559					
	前年比	96.2%	95.7%	94.5%	93.9%	95.8%	96.0%	92.3%					
	客単価(円)	538	521	513	511	522	538	548					
前年比	102.0%	100.5%	99.8%	100.7%	100.2%	99.6%	104.7%						
売上高前年比	94.7%	91.9%	91.4%	92.2%	94.5%	94.3%	94.7%						

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

【9月度コメント】

9月は相次ぐ台風により交通の乱れや荒天日が多かったことから集客の減少を招き、10月からのたばこ値上げの駆け込み特需はあったものの、全体に伸び悩みました。
 商品別では、ポップ弁については、あげたての唐揚げと温かいご飯を詰める「できたてポップ弁」が引き続き全体を引上げ既存店売上前年比は105%と好調を維持しました。
 また、後半の気温低下により、おでん、中華まん、フライドチキン等のカウンターFFについても前年を上回りました。
 一方、乳飲料、ガム、チョコレートについては引き続き低調に推移、酒類についてもビール、日本酒はダウントレンドが継続しており好調なRTDでもカバーしきれず前年を割り込みました。
 たばこは、駆け込み特需により全体を2.3%押し上げ効果となりました。