

2022年 8月 月次売上高(速報版)

1. 月次動向(直営店)

当月は新型コロナ第7波による厳しい環境下であったものの、3年ぶりとなる行動制限のないお盆休みとなって人出が増加したことで、店内飲食が前年同月比140.6%と大きく伸長し、テイクアウト&デリバリーも引き続き好調に推移いたしました。

その結果、直営全店売上高は70億22百万円(前年同月比111.9%)、既存店売上高は66億87百万円(前年同月比109.8%)と大幅な増収を達成し、同月過去最高売上を記録したコロナ前の2019年8月とほぼ同水準(2019年比99.7%)の売上となりました。

また、本年5月14日の価格改定以降も客数・客単価は継続して前年を上回っております。

これは、コロナ禍においても継続的に取り組んできたQSCレベルの向上、特に各店舗が実践的なオンライン調理研修の受講等によって料理のクオリティ向上に最優先で取り組んできた成果であり、これに加えて、「ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」の賞品である割引券のご利用数の拡大や各種キャンペーンの実施など、販促施策のタイムリーな実施がこうした好成績に結びついたと考えております。

当月において実施した主な施策と成果は、以下の通りです。

① 「おいしい力で未来を変える」ための調理技術の向上

調理技術の更なる向上のため、コロナ感染状況を踏まえてオンライン形式による調理研修を実施しており、8月度で1,050名のスタッフが受講しました。また、各店舗では継続して主要メニューを中心とした調理講習を実施し、お客様のご期待に応える料理提供に注力いたしました。

② 2023年版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーンを実施中

お客様からの新しい賞品への期待にお応えし、ワイヤレスイヤホンやクッションブランケットなどのオリジナル限定グッズを用意して、6月24日～12月11日の期間でスタンプ押印を実施しております。

③ 生餃子スタンプキャンペーンの開始

お客様にご家庭で焼く熱々の餃子の美味しさを知っていただき、餃子の王将ファンを拡大させることを目的に、生餃子の購入数に応じて、店舗で使用しているものと同じ小皿・餃子皿をプレゼントするキャンペーンを実施しております(スタンプ押印期間8月1日～11月30日)。

④ 月替りフェアの実施

当月は、月替わり全店フェアとして「温玉 中華カレーラーメン」を販売し、各店舗にておすそめを積極的に行ったこともあり、約21万食と好評いただきました。新たな取り組みとして、ポスターのQRコードや店舗に設置しているデジタルサイネージなどから閲覧できる「美味しいこだわり」が伝わる動画を公開いたしました。

⑤ 生ビール残暑お見舞いキャンペーン実施

餃子をはじめとする当社の料理と相性抜群の新スーパードライの飲みごたえをお客様に広く実感していただくことを目的に、8月18日～9月30日の期間、生ビール(中)を通常価格より50円(税込)引きするキャンペーンを実施いたしました。実施期間中の販売数は約23万5千杯の実績となりました。

⑥ 高まる健康志向に応え「辣菜麺」をランドメニュー化

高まる健康志向に応え「カラダにウマイ」をコンセプトにした、当社独自の薬膳ラーメン「辣菜麺(ラーサイメン)」を当月からランドメニューとして販売し、お客様から好評をいただいております。

2. 直営店 対前年同月比推移(売上高・客数・客単価)

(単位：売上/百万円、客数/千人、客単価/円、伸び率/%)

	直営全店実績						直営既存店実績					
	売上高		客数		客単価		売上高		客数		客単価	
	金額	伸び率	人数	伸び率	金額	伸び率	金額	伸び率	人数	伸び率	金額	伸び率
2022年4月	6,649	107.7	6,207	107.9	1,071	99.9	6,415	106.0	5,971	105.9	1,074	100.1
5月	7,384	120.3	6,759	118.3	1,092	101.7	7,053	117.5	6,444	115.4	1,095	101.8
6月	6,609	109.0	6,129	105.6	1,078	103.2	6,246	107.1	5,788	103.7	1,079	103.2
第1四半期 計	20,644	112.3	19,096	110.6	1,081	101.6	19,715	110.2	18,205	108.3	1,083	101.7
7月	7,004	108.6	6,394	105.9	1,096	102.6	6,669	106.7	6,084	104.0	1,096	102.6
8月	7,022	111.9	6,377	110.9	1,101	100.9	6,687	109.8	6,067	108.8	1,102	100.9

注1. 上記売上、客数データは、前年同月実績との対比によるものであります。

注2. 既存店とは、新規開店後15ヶ月以内の店舗及び前年・本年同月の改装店舗を除いた店舗を対象としております。

3. 当月の出退店

	区分	店舗名	開店日	住 所	営業面積	客席数	駐車場
開店	直営	—	—	—	—	—	—
	FC	—	—	—	—	—	—

	区分	店舗名	退店日	住 所
閉店	直営	—	—	—
	FC	堺筋でんでんタウン店	8月31日	大阪府大阪市浪速区日本橋4-9-15

4. 当期の店舗数推移

	直営店			FC店			全店		
	開店	閉店	月末店数	開店	閉店	月末店数	開店	閉店	月末店数
前期末店舗数			534			198			732
2022年4月	1	0	535	0	1	197	1	1	732
5月	1	0	536	1	1	197	2	1	733
6月	1	0	537	0	1	196	1	1	733
7月	0	0	537	0	1	195	0	1	732
8月	0	0	537	0	1	194	0	1	731
累計	3	0	537	1	5	194	4	5	731

5. キャンペーン・お得情報

ご家庭応援メニュー
お持ち帰り専用お子様弁当
【2021年9月1日～期間限定】



お子様がいらっしゃるご家庭への応援メニューとして、お持ち帰り専用「お子様弁当」を販売。おかずとご飯を一度に電子レンジで温めることができ、お子様でも気軽に召し上がれます。

「2023年版ぎょうざ倶楽部
お客様感謝キャンペーン」
【2022年6月24日～2022年12月11日】



6月24日から12月11日まで「2023年版ぎょうざ倶楽部お客様感謝キャンペーン」を実施。集まったスタンプの数に応じて、各種割引券やお会計が毎回5%割引になる「ぎょうざ倶楽部会員カード」、ワイヤレスイヤホンやクッションブランケットなどのオリジナル限定グッズと交換できます。

「ビアリーキャンペーン」
【2022年8月1日～2022年8月31日】



8月1日～8月31日まで、アサヒビアリーを通常税込価格より50円引きで販売する、「ビアリーキャンペーン」を開催。「アサヒビアリー」は、度数の低いアルコールを求める声に応えた商品です。ビール本来のうまみとコクを実現しており、餃子との相性もピッタリです。

5. キャンペーン・お得情報

「生ビール 残暑お見舞いキャンペーン」
【2022年8月18日～2022年9月30日】



8月18日～9月30日まで、生ビール(中) [新スーパードライ]を通常税込価格より50円引きで販売する「生ビール 残暑お見舞いキャンペーン」を開催。より飲みごたえがアップした新スーパードライは、餃子をはじめとする餃子の王将の料理とも相性抜群。この機会に是非お楽しみください。

生餃子スタンプキャンペーン
【2022年8月1日～2022年11月30日】



お持ち帰り生餃子を1人前ご購入につきスタンプを1個押印。集まったスタンプの数に応じて、おうちで「餃子の王将気分」が味わえる、お店と同じ「オリジナル小皿」または「オリジナル餃子皿」をプレゼントいたします。

6. 新商品情報

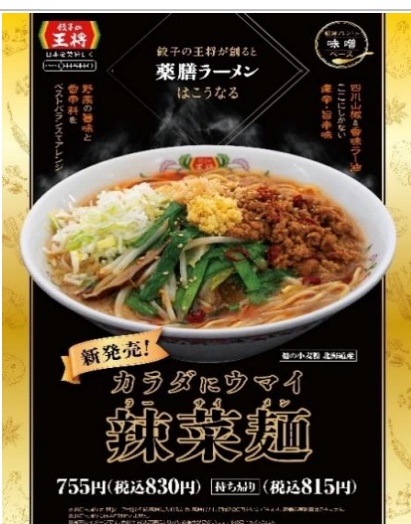
冷し中華2種
【2022年4月13日～期間限定】



夏季限定 冷し中華2種を販売。
○ほどよい甘さにレモンの酸味を加えた、あと味すっきり清涼感のある「餃子の王将 冷し中華」お持ち帰り「冷し中華」パックも販売。
○一味粉、激辛ラー油、花椒油が麺によく絡む、「辛い! 冷し中華」

6. 新商品情報

辣菜麺
【2022年7月1日～】



高まる健康需要に応じて開発した「カラダにウマイ」薬膳ラーメンです。この度レシピを改良し、さらに美味しくなりました。四川山椒の爽やかな痺れ、香味ラー油の刺激的な辛さ、五香粉(ウーシャンフェン)などのスパイスの香りがセになる一品です。

7. 月替り全店フェア等

温玉 中華カレーラーメン
【2022年8月1日～8月31日】



海鮮出汁の効いたスープと、店舗ごとに手仕込みする特製カレー醬(ジャン)のスパイシーな香りに箸が進む一品です。辣油と四川山椒がピリッとほどよい辛さで、ご飯にもよく合います。カレー醬とは、香味野菜と豆板醬、カレースパイスをじっくり炒めて作った調味料です。

茄子の炸醬麵 (ジャージャンメン)
【2022年9月1日～9月30日】



肉の旨味が効いたコク旨炸醬タレが、たっぷりの瑞々しい茄子ともちもちの太麺によく絡みます。風味豊かな香味辣油と四川山椒がピリッと効いて、ほどよいアクセントになっています。電子レンジ対応容器でお持ち帰りできるので、お店の味を熱々でお楽しみいただけます。