

発行日 令和 4 年 4 月 1 日

株式会社 筑後屋  
代表取締役 福岡 一郎 殿

## 福岡県経営強化改善提案書

申請企業	株式会社 筑後屋
発行番号	04-00〇-01

発行機関

公益財団法人 福岡県中小企業振興センター

- 改善提案書の内容を踏まえた融資の判断は、融資を審査する金融機関の判断に委ねられるため、必ずしも融資の実行をお約束するものではありません。
- 本提案書によって発生したトラブル等については、当センターは一切責任を負いません。

コア評価		管理体制		マーケティング体制		市場商圏	
コア部分	小郡本店は、地域に根差した店づくりで幅広い支持を得て順調に推移していたが、久留米店に出店したことにより体制が乱れ業況が悪化している。コロナ禍により更に売り上げを落とし経営危機に直面している。	管理体制	久留米店の出店により厨房のオペレーションが乱れ小郡本店にも影響が出て調理のレベルが下がっている。収益管理、衛生管理も不十分である。	マーケティング体制	鴨食材のメニュー開発や催事企画、小郡本店の店づくりで成果を出している。筑後地区への多店舗展開を今後の戦略としているが久留米店出店の成果が低い思い通りに進んでいない。	市場商圏	コロナ禍の影響から脱却しつつあるが、長期間の自粛で来店が遠のいている固定客を呼び戻せるかが問題である。小郡本店は良好な商圏を有しているが、久留米店は競合が厳しい。
①ビジネスモデル		①店舗運営管理		①営業体制と営業活動		①市場商圏	
沿革	古民家風の店舗と上質な和食メニューが人気で業況は順調であったが、3年前に出店した久留米店の売上が伸びず、コロナ禍が加わり大幅な赤字を計上している。	生産計画	うどん・そばの手打麺など見込み生産の部分はあるが、経験的にその日の出数を予測して対応できている。	営業体制	メニュー開発は社長、催事企画は専務がしているが、久留米店開店以後は手が回らずに十分な対応ができていない。	業界	飲食業界はコロナ禍の影響を大きく受けている。2021年で前年比減少が止まり改善の徴候がみられる。
事業構造	うどんそば中心の和食店。小郡本店50席、久留米店45席の2店舗体制。多店舗展開しているが、人材、管理体制が追い付いておらず店舗運営の立て直しが必要。	シフト管理	正社員や常勤パートをベースにシフト対応できているが、久留米店開店から厨房を管轄する人材が不足し社長が2店舗分をみている。	既存顧客管理	来店客の8割は固定客。そのうち100名ぐらいが上得意先で顔と料理の好みなど把握しているが、顧客リストは作成していない。	商圏(小郡本店)	車で20分の商圏で筑紫野市、久留米市まで含み人口が多く、40歳代を中心にしたファミリー層が多く良好な商圏である。
顧客価値	地元食材を使用した上品な味の料理を落ち着いた店舗で提供し、筑後の豊かさを感じる時間を提供している。久留米店の店づくりは不十分で顧客価値を実現できていない。	売上管理	当日売上現金は翌日に銀行口座へ入金している。レジ情報と口座情報をスマホやPCで確認して突合させており問題ない。	メニュー開発・催事企画	鴨を食材に使用する料理を開発して看板メニューとし、毎年シーズンにフェアを企画し好評を得ている。	商圏(久留米店)	車で20分の距離で久留米市全体と筑後市、小郡市まで含みエリア内人口は50万人を越す大きな商圏である。
収益構造	看板メニューを開発し、単価はやや高いが幅広い顧客に支持を得て収益性を確保していたが、久留米店出店で管理体制が乱れ、顧客の支持も低下し収益性は悪化している。	仕入・在庫管理	日常的に使用する食材については、業者が定期的に来店し在庫を確認しながら補充しており問題ない。	営業管理と実績	営業計画は策定しておらず、売上目標も前年比10%増で考えている程度。久留米店の事業計画は策定しているが大きく未達している。	②競合	
事業への想い	筑後の地域に根差した店づくりを明確にして支持を得ていたが、多店舗展開で体制が乱れており小郡本店も含めてコンセプトが曖昧になっている。	設備管理	老朽化している厨房設備もあるが現状で問題ない。開店前にチェックし問題があれば業者対応依頼し処理できている。	②営業戦略		競合(小郡本店)	市内に飲食店は200軒程度で少ない。近隣に有名ラーメン店、大手FC店が営業しているが相乗効果で集客にはプラスに働いている。
②提供するサービス		②その他の管理		これまでの営業戦略	小郡本店を開店し軌道に乗るまでは、コンセプトを徐々に確率して店づくりを明確にしてきた。店舗、メニュー、調理、接客の改善が進み業容も拡大した。	競合(久留米店)	市内に飲食店は1800軒以上あり多い。西鉄久留米駅前の繁華街の中に立地し様々な飲食店が近隣で営業し競合は激しい。
メニュー	うどん・そばをベースにしたセットメニューが中心。地元食材の鴨を使用した料理を開発し看板メニューとなっている。小郡本店、久留米店とも同一のメニューを提供。	収益管理	レシピを作成し原材料比率35%を目途に設定しているが、実績は把握していない。厨房のオペレーションが乱れロスが発生している。	これからの営業戦略	多店舗展開で事業拡大する方針で、久留米店を開店させている。筑後地区を中心に商圏を広げていく戦略であるが店舗運営が上手く行っておらず見直しが必要。	脅威	コロナ禍で外出自粛が長期間続き固定客も来店が遠のいている。当店に対する支持が薄れて固定客の脱落が発生している懸念がある。
サービス内容	地元の食材に拘り、うどん、そばも手打で化学調味料などは使用しない体に優しい料理を提供。上品な出汁とリーズナブルな鴨料理に特徴がある。	衛生管理	HACCPに準じる対応をしており、チェックリストを制定しているが、運用は不十分。店舗のクリンリネスは概ね問題ないレベルである。				
人材・技術	関西関東の有名店で修業した社長による上品な調理が支持を得ている。ベテランの副店長がいるが出汁をはじめ調理技術の伝授が遅れている。						
設備	小郡本店、久留米店とも厨房は広く、作業効率も良好。小郡本店の設備は更新時期が来ているが現状で問題ない。						
顧客の評価	上品な味と体に優しいメニューが幅広い支持を受け固定客が多い。小郡本店の味が変わったと常連客から指摘され客数も落ちている。						
③サービスの提供体制		③ベース評価		組織体制		経営者	
接遇(小郡本店)	入店、退店時の挨拶、オーダー時、配膳時の接遇のレベルは高い。14時ごろの繁忙時間を過ぎたところでオーダーから配膳まで15分を要しており時間がかかっている。	事業計画	事業計画を作成しておらず成り行きの経営がなされており、久留米店の出店計画も曖昧で実効性は低い。経営ビジョンは具体的でなく社内でも共有されていない。	組織体制	久留米店出店で人材が不足し組織が上手く機能しなくなっている。コミュニケーションも不足し残業が多く休暇が少なくなっており、モチベーションの低下などが懸念される。	経営者	単独店の経営には成功しているが、多店舗展開するにあたり経営管理の不備がネックになっている。人材育成も思うように進んでいない。
接遇(久留米店)	入店の挨拶はあったがお見送りは出来ていない。接遇も事務的でおもてなしのレベルでない。配膳も時間がかかっている。	①事業計画		①組織体制		①経営者	
店舗(小郡本店)	実家を改装した古民家風の店舗で趣がある。天井が高く開放的で広く家族連れでもゆっくりできる。中心地から離れているが幹線道路沿いでアクセスに問題ない。	事業計画	事業計画は策定しておらず、簡単な売り上げ目標があるだけ。日々の業務に追われて長期的計画的な経営ができていない。	組織体制	厨房を社長、ホールを専務で役割分担し統括できていたが、久留米店を担う人材が不足して組織全体のパフォーマンスが落ちている。	経営者としての覚悟	店舗を持つことを目標に18歳から10年以上有名店で学んでいる。店主としての意識は高いが経営者としての覚悟は不十分。
店舗(久留米店)	久留米市の繁華街に立地し、内装は一般飲食店の造りで特徴はない。コンセプトとの差異があり、小郡本店のようなゆっくりできる店舗ではない。	問題解決	現状を分析して問題を把握することができておらず、業務改善や経営課題解決への取組も不十分である。	意思疎通	小郡店は意思疎通が十分できているが、久留米店はコミュニケーションが取れていない。連絡が不十分でミスが多発している。	経営者としての手腕	開業当初は低迷していたが、地元食材を使ったメニューを開発し経営を軌道に乗せている。経営難を乗り越える手腕を有している。
クリンリネス	小郡本店は掃除が行き届いて清潔感のある店舗である。久留米店は内装は新しいが入店してのビルの外観が古く印象はよくない。	新規出店計画	久留米店出店計画は策定しているが、精度が低く売上高の計画値に対して実績は大幅未達である。PDCAの取組もできていない。	②人事管理・労務管理		経営者としての資質	事業計画が未作成であり久留米店出店で経営危機を招いている。経営管理の取組が不足している。
顧客の評価	小郡本店の接客に対するクレームは発生していない。久留米店は配膳や挨拶にクレームがあり、店舗間で顧客の評価の差が大きい。	②経営ビジョン		人事管理	人事評価システムはなく、給与は社長の考えで決めている。	②経営ビジョン	
		経営ビジョン	筑後地区に多店舗展開する将来ビジョンを持っているが、具体的ではなく社内でも共有されていない。	労務管理	就業規則は策定している。正社員の休暇が取りにくい状態にある。	事業承継	経営者は40歳代で事業承継は未着手。多店舗展開するため人材育成の必要性は認識しているが実行できていない。

改善提案シート

財務内容と資金調達力	久留米店は売上不足で出店当初から赤字。社長が久留米店の応援に入っていたため、小郡本店もオペレーションが乱れて業況が悪化し、コロナ禍も加わり全体として大きな赤字を計上している。
業況と収益性	
業況	久留米店出店するも初年度より赤字計上し小郡本店も業況悪化している。コロナ禍により更に売上減少している。
収益性	久留米店の売上不足とコスト管理不備が赤字の要因で、対応のため人員シフトしたため小郡本店も運営が乱れて影響を受けている。
CF	コロナ感染防止協力金受取や資金調達で、大幅売上減少に対応しており、手元資金は潤沢である。
債務内容と資金調達力	
資金調達	久留米店出店費用とコロナ対策資金を借入しており、資金調達の余力は少ない。

店舗別収益状況の推移 (金額 千円)

	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
売上高				
小郡店	64,525	106,508	71,066	80,374
久留米店	64,525	59,523	41,974	50,369
久留米店	0	46,985	29,092	30,005
売上高総利益	41,941	66,161	44,481	49,533
小郡店	41,941	37,500	26,444	31,229
久留米店	0	28,661	18,037	18,304
売上高総利益率	65.0%	62.1%	62.6%	61.6%
小郡店	65.0%	63.0%	63.0%	62.0%
久留米店	0.0%	61.0%	62.0%	61.0%
営業利益	3,061	-7,344	-10,761	-15,538
小郡店	3,061	926	-817	-3,019
久留米店	0	-8,270	-9,944	-12,519

店舗別費用構造の推移 (金額 千円)

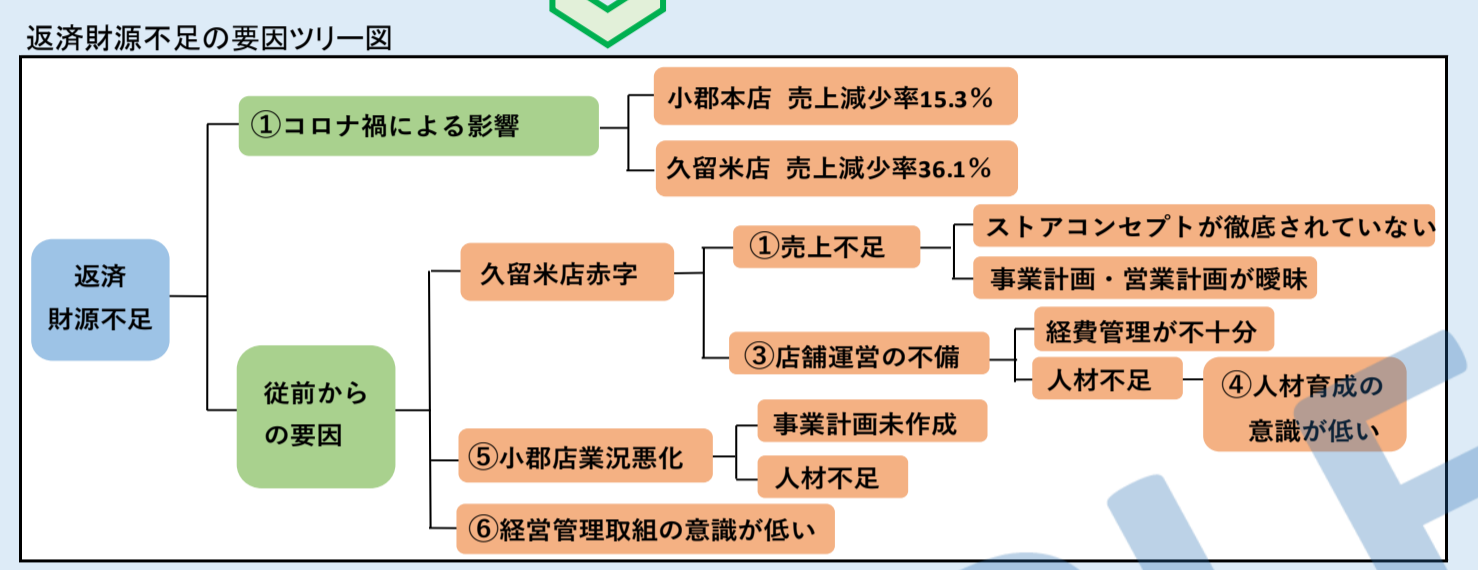
	2019年3月			2020年3月			2020年3月			2020年3月		
	小郡店	小郡店	久留米店	合計	小郡店	久留米店	合計	小郡店	久留米店	合計		
売上高	64,525	59,523	46,985	106,508	41,974	29,092	71,066	50,369	30,005	80,374		
限界利益率	60.0%	57.9%	61.0%	59.3%	57.9%	56.7%	57.4%	56.8%	55.8%	56.5%		
固定費率	55.3%	56.3%	73.3%	63.8%	66.0%	97.3%	78.8%	62.8%	97.6%	75.8%		
損益分岐売上高	59,423	57,924	56,485	114,723	47,842	49,952	97,584	55,681	52,423	107,891		
安全余裕率	7.9%	2.7%	-20.2%	-7.7%	-14.0%	-41.8%	-37.3%	-10.5%	-74.7%	-34.2%		

キャッシュフローの状況 (金額 千円)

	2019年3月	2020年3月	2021年3月
営業活動によるCF	-6,170	-6,288	-844
投資活動によるCF	-24,857	-5	0
フリーCF	-31,027	-6,293	-844
財務活動CF	29,000	24,496	-5,504
現金・預金の増減額	-2,027	18,203	-6,348
現金・預金の期末額残高	3,511	21,714	15,366

借入金年間返済額と不足額

金融機関	借入日	資金使途	据え置き期間	返済期日	2022年3月	年間返済額		
					借入残高	2023年3月	2024年3月	2026年3月
金融機関1	2017年3月	借換・運転資金	0	2026年3月	6,000	2,000	2,000	2,000
金融機関2	2020年3月	久留米店出店	1年	2027年3月	13,992	3,504	3,504	3,504
金融機関1	2022年9月	コロナ対策	2年	2029年9月	30,000	0	2,500	5,000
合計					49,992	5,504	8,004	10,504
返済財源 (R4年3月期)							-1,374	
不足額						-6,968	-9,463	-11,968



返済財源の不足要因

① コロナ禍による影響	・ 小郡本店は2022年3月期に立直しを図り前年比売上高増加している。 ・ 久留米店は、開店当初から売上不足の赤字であった。コロナ禍で影響を受けて赤字幅が更に大きくなっており、売上回復の兆しも見えない。
② 久留米店の売上不足	・ 開店時より売上が不足している。小郡本店のような明確な店づくりがなされておらず、客層が不一致で、客単価、客数が不十分である。 ・ 事業計画が曖昧でPDCAの取組もなく、改善取組がなされていない。
③ 久留米店の店舗運営不備	・ 売上が不足しているのに経費の見直しなどの対応がなされていない。 ・ 当初、小郡本店副店長を店長としたが、厨房及びホール業務が滞っていた。社長と店長を交代し体制の見直しを図っている。
④ 人材育成の意識が低い	・ 小郡本店副店長の人材育成ができていなかった。出汁や細かな味付けなどについて教えておらず、店長としての能力が不足している。 ・ 専務がホールを統括しているが、代わりの人材を育成できていない。
⑤ 小郡本店業況悪化	・ 社長が久留米店の補助に回り小郡本店が手薄になり売上が落ちた。 ・ 副店長を戻し体制を立て直して改善の途中にあるが料理の味が不安定で、店舗全体の運営も上手くいっていない。
⑥ 経営管理取組の意識が低い	・ 経営者は料理人としての能力は高いが、それを社員に教えて人材を育成する意識が低い。調理技術は自ら学ぶべきと考えており人を育てていない。 ・ 事業計画や営業計画を作成しておらず計画的な経営ができていない。

事業性における強み

① ストアコンセプトが明確	・ 筑後地域に根差した店づくりを目指し、古民家風の店舗や素朴で安心な料理など、コンセプトが明確で差別性のある店舗である。 ・ 地元食材の鴨料理をリーズナブルに提供し顧客から支持を得ている。
② 人材が揃っている	・ 社長は、関西と関東の有名店で修業し調理技術等、調理人としての高い能力を有している。専務はホールと店舗全体を上手く統括している。 ・ ベテランのパート社員が複数おり、接遇のレベルが高い。
③ 商圏、立地条件が良好	・ 小郡本店は有名ラーメン店が店周りにあり相乗効果で集客できている。 ・ 久留米店は、繁華街の中心にあり立地条件が良好で、久留米市及び周辺の商圏人口は50万人を超えている。

改善提案

- 久留米店の撤退**
- 当社は、コロナ禍の影響を受けて売上が減少し大幅な赤字を計上している。金融機関からの借入を受けるなどして手許現預金は潤沢で当面の資金繰りの心配はないが、今後、コロナ禍が収束していけば、感染防止協力金も終了する中で売上高と収益を早急に回復させる必要がある。
  - 当社は、コロナ禍前の2019年に久留米店を開店し多店舗展開しているが、久留米店の売上が不足し当初より大きな赤字を計上している。それをカバーするために社長が支援に入ることによって小郡本店の店舗運営にまで影響し、会社全体で業績を落としている。
  - 久留米店の現状の損益分岐売上高は約52百万円であり、1.6倍売上高を伸ばす必要がある。久留米店は良好な商圏を確保しており、コロナ禍明けの需要回復を考えれば、久留米店を立て直せるかもしれないが、問題は開店当初より大きな赤字を出しているところにある。
  - その要因は、売上不足にあるが、小郡本店のような明確で特徴ある店づくりができていなかったことと、副店長を配置したが上手くいかずに料理の味や品質、提供時間などで満足いく水準に達していなかったことが考えられる。
  - これらの問題を解決するには、社長と同レベルの人材を配置し、営業強化のための施策を実施する必要がありハードルは高い。コロナ後の需要回復も不透明なところがあり、久留米店を存続させることはリスクが大きく撤退して小郡本店の売り上げ強化に専念することを提案する。
- 営業強化への取組**
- 小郡本店は、明確なコンセプトに基づく店づくりとベテラン社員による丁寧なおもてなしの接遇、洗練された味と安心な料理の提供により固定客が多く売上を伸ばしてきた。
  - ただし、久留米店出店不調の影響を受けてオペレーションが乱れ、更にコロナ禍が加わり売上が落ち込んだ。2022年3月期は若干持ち直し、2023年4月期も以前の売上高に近づきつつあり、今後は更にコロナ明けの需要回復の反動を最大限に取り込まなければならない。
  - 小郡本店は、店づくりなどは問題なく支持を得ているが、固定客などへ積極的に働きかけて来店を促したり、来店した顧客に働きかけて客単価を引き上げようとする活動はなされていない。今後は、営業施策を企画して計画的に取り組むことでコロナ前の売上水準の確保と更なる業容拡大に取り組むべきである。
  - 看板となっている鴨料理の新たなメニューの開発、または、新しい食材による新メニューの追加などで、顧客へ来店を促し、合わせてイベントや催事を企画開催して遠のいている固定客の来店を呼び戻す。
  - 更に、固定客のリスト化に取り組んで、催事案内など定期的に連絡を取って繋がりを強め、顧客管理を徹底することで、リピートを促す。
- 経営管理への取組**
- 社長は、料理人としては評価されるが、経営者としては改善すべきところが多くあり、それが久留米店出店が上手くいかなかった原因である。  
小郡本店の店づくりや調理技術、看板メニューのレベルは高く、久留米店での成功も十分可能であったと思われるが、人材の育成や計画的な準備や対応ができておらず大幅な赤字を計上してしまった。小郡本店の完成度からして、多店舗展開するという戦略は当然であるし、いづれ再チャレンジして筑後地域内に複数の店舗を出店すべきだと考える。
  - そのためには、優れた料理人であると同時に、経営者としても確固たるものを目指さなければならない。当社が目指すべき将来像を具体的に示したうえで中長期の経営計画を立てるとともに単年度の事業計画を毎年作成し、それを社内で共有しPDCAを回しながら計画的な経営を実践する。人材育成についても、社長の料理技術や仕入れのノウハウを社員へ伝える人材教育を計画的に実行していく必要がある。社員と個人面談し将来の目標を話し合い、店長として独立できるような人材に育てていく。
  - このような経営管理への取り組みを強化して経営体制を整備できれば多店舗展開への再チャレンジも成功につながると思われる。

返済シミュレーション

(金額 千円)

	2019年3月				2020年3月				2021年3月				2022年3月				改善案実施後 小郡本店
	小郡本店	小郡本店	久留米店	合計	小郡本店	久留米店	合計	小郡本店	久留米店	合計	小郡本店	久留米店	合計	小郡本店	久留米店	合計	
売上高	64,525	59,523	46,985	106,508	41,974	29,092	71,066	50,369	30,005	80,374	60,000						
原価(材料費)	22,584	22,023	18,324	40,347	15,530	11,055	26,585	19,140	11,701	30,841	21,000						
売上高総利益	41,941	37,500	28,661	66,161	26,444	18,037	44,481	31,229	18,304	49,533	39,000						
売上高総利益率	65.0%	63.0%	61.0%	62.1%	63.0%	62.0%	62.6%	62.0%	61.0%	61.6%	65.0%						
販管費	38,880	36,574	36,931	73,505	29,841	29,860	59,701	34,248	30,823	65,071	34,294						
人件費	22,774	20,408	16,151	36,559	16,326	12,920	29,246	20,478	12,920	33,398	20,774						
減価償却費	1,460	1,710	2,340	4,050	1,710	3,507	5,217	1,350	3,507	4,857	1,350						
その他経費	14,646	14,456	18,440	32,896	11,805	13,433	25,238	12,420	14,396	26,816	12,170						
営業利益	3,061	926	-8,270	-7,344	-3,397	-11,823	-15,220	-3,019	-12,519	-15,538	4,706						
営業外収益	130	120	0	120	130	2,680	2,810	5,155	5,025	10,180	130						
補助金等	0	0	0	0	2,680	2,680	5,360	5,025	5,025	10,050	0						
その他	0	0	0	0	0	0	0	130	0	130	130						
営業外費用	376	316	756	1,072	230	801	1,031	201	692	893	893						
支払利息	376	316	756	1,072	230	801	1,031	201	692	893	893						
経常利益	2,815	730	-9,026	-8,296	-817	-9,944	-10,761	1,935	-8,186	-6,251	3,943						
税引き前当期利益	2,815	730	-9,026	-8,296	-817	-9,944	-10,761	1,935	-8,186	-6,251	3,943						
当期利益	1,954			-8,366			-10,831			-6,231	3,873						
返済原資	3,414			-4,316			-5,614			-1,374	5,223						

返済シミュレーションは、改善提案を実施した場合の目安とすべき数値を示したものです。

返済シミュレーションの根拠

久留米店の撤退	損益分岐点売上高の確保が困難な状況にある久留米店を撤退する。初期投資の借入金約14百万円が残ることになるが、営業赤字がコロナ禍前で約8百万円あり、需要回復の見通しがないまま店舗を維持するリスクが大きいと考え撤退することとした。
売上高の回復	売上高を60百万円まで回復するとして、小郡本店は、2021年3月期に41.9百万円まで売上減少したが、コロナ禍が続いていた2022年3月期に既に50.3百万円まで回復している。小郡本店の店舗の完成度は高く固定客の支持が強いことが早期の回復につながっており、今後は小郡本店での営業に集中できるため2020年3月期の水準まで売上高を戻せるとした。
粗利益率の改善	食材などの原価率を前年実績の38%から35%まで改善するとして、小郡本店の原価率は2019年3月実績で35%であったものが、2020年3月に37%となり2022年3月には38%まで悪化していた。これは社長が久留米店の応援に入り小郡本店の管理ができていなかったことによる。今後は、小郡本店のオペレーションに集中できるため従前の原価率実績まで改善するとして。
販管費の見直し	人件費については、社長が久留米店から小郡本店に戻るため増加要因となるが、社長と専務の給与を削減するなどして増加を極力抑制した。そのほか雑費など削減できるところを積み上げているが、一方で水道光熱費など増加する経費もあり全体としては前期とほぼ同額となっている。
その他	補助金等による営業外収入は、コロナ禍の収束が進むと予想し計上していない。法人税等充当金については、前年までの累積赤字が20百万円程度あり相殺できるため住民税程度の負担とした。

返済シミュレーション コメント

- 久留米店の撤退は大きな損失を伴うものであるが、赤字店舗閉鎖で収益面ではプラスに働くため、小郡本店の運営に集中することで崩れていた収支バランスを回復することができると考える。
- 小郡本店における営業強化の取組について、今回のシミュレーションにはその効果を考慮に入れていない。まずは、久留米店の撤退と小郡本店の正常な店舗運営に集中し、営業努力にも取組ながら成果は次年度以降に期待することとする。
- 経営管理強化の取組も同時並行で進めて、中長期の経営計画と単年度計画の策定、及び計画的な人材育成の実行、等に着手して3年から5年以内の多店舗展開への再チャレンジを目指す。

企業概要・資料

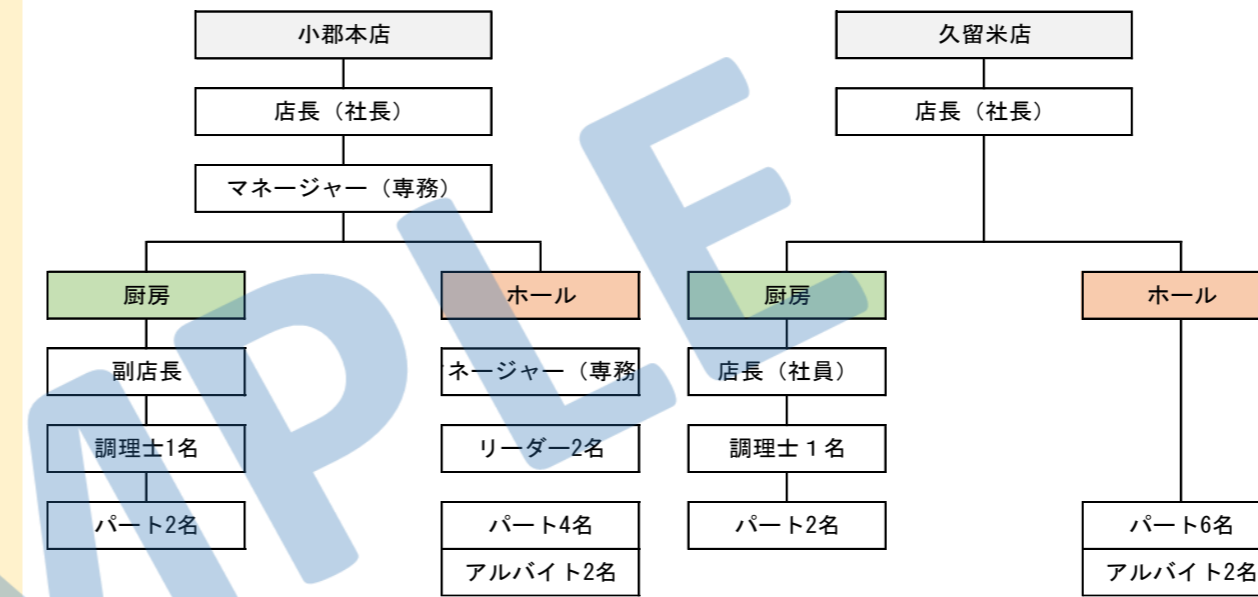
企業概要

企業名	株式会社 筑後屋		
代表者	代表取締役 福岡 一郎		
所在地	福岡県小郡市大板井〇〇〇		
業種	飲食業(和食うどんそば)		
従業員	役員 2 人	正社員 3 人	その他 19 人

沿革

1998年 4月	高校卒業後大阪と東京の料亭で修業
2008年 4月	福岡の和食有名店の店長を任せられる
2012年 4月	小郡市の実家を改装し小郡本店を開店 開業から3年間は売上が低迷し赤字が続く
2015年 12月	地元食材の鴨を使用した料理を開発しフェアを開催。美味しい鴨料理をリーズナブルに楽しめることから評判となりメディアでも取り上げられる。これを契機に売上が大きく伸びる
2016年 4月	法人設立 業容拡大が続く
2019年 4月	久留米市の中心部に久留米店を出店

組織図



市場・商圏分析資料

2人以上世帯の外出に対する支出

	(金額 円)												年間平均
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
2019年	14,757	12,475	15,490	14,562	15,937	13,814	14,300	17,309	14,252	13,010	14,673	14,673	176,917
2020年	15,458	12,902	10,744	5,127	6,547	9,189	10,496	11,594	11,190	12,413	12,669	11,396	129,726
2021年	8,829	8,851	11,146	9,552	9,612	9,094	10,964	10,084	8,987	11,990	12,401	13,913	125,423
2019-2020年 増減率	4.8%	3.4%	-30.6%	-64.8%	-58.9%	-33.5%	-26.6%	-33.0%	-21.5%	-4.6%	-13.7%	-22.3%	-26.7%
2020-2021年 増減率	-42.9%	-31.4%	3.7%	86.3%	46.8%	-1.0%	4.5%	-13.0%	-19.7%	-3.4%	-2.1%	22.1%	-3.3%

総務省 家計調査

商圏人口構成 小郡本店

	人口		
	1次エリア	2次エリア	3次エリア
人口総数	30,826	132,240	468,788
男人口	14,563	62,612	222,192
女人口	16,263	69,628	246,596
年少人口(0歳~14歳)	4,060	19,999	66,929
生産年齢人口(15歳~64歳)	18,216	79,926	280,959
老年人口(65歳以上)	8,384	31,252	113,674
15歳以上就業者数	13,934	61,451	217,736
後期高齢者数(75歳以上)	4,087	14,939	54,206

商圏地図 小郡本店



商圏人口構成 久留米店

	人口		
	1次エリア	2次エリア	3次エリア
人口総数	119,871	229,356	524,079
男人口	56,423	109,237	249,635
女人口	63,448	120,120	274,444
年少人口(0歳~14歳)	16,277	31,414	74,341
生産年齢人口(15歳~64歳)	72,114	136,955	309,966
老年人口(65歳以上)	26,970	53,643	130,397
15歳以上就業者数	53,843	104,379	243,958
後期高齢者数(75歳以上)	12,640	25,450	63,256

商圏地図 久留米店



\* 1次商圏 車で5分の到達距離 2次商圏 車で10分の距離 3次商圏 車で20分の距離 JSTATより作成