

前年同月比（国内スシロー）

| FY2026 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 上期計 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 下期計 | 通期計 |
|---------|--------|--------|--------|--------|----|----|-----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|
| 全店売上 | 113.6% | 112.7% | 113.8% | 108.8% | | | | | | | | | | | |
| 既存店 売上 | 110.2% | 109.4% | 111.0% | 106.2% | | | | | | | | | | | |
| 既存店 客数 | 103.3% | 102.6% | 104.2% | 101.3% | | | | | | | | | | | |
| 既存店 客単価 | 106.7% | 106.7% | 106.6% | 104.8% | | | | | | | | | | | |

- 注記
1. 上表は、国内スシローブランド店舗が対象、既存店は開店後15ヶ月目以降の店舗を対象としています。
 2. 上表の2月は、2024年2月の閏年の影響を除いた数値（28日vs. 28日）を記載しています。閏年影響を除かない場合（28日vs. 29日）は、全店売上105.8%、既存店売上104.0%、既存店客数99.3%、既存店客単価104.7% となります。

店舗数（グループ総数）

| FY2026 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 国内（スシロー、杉玉、京樽、みさき） | 953 | 954 | 957 | 951 | | | | | | | | |
| 海外（スシロー、杉玉） | 239 | 246 | 255 | 264 | | | | | | | | |
| その他（トライアルブランド、他） | 13 | 13 | 13 | 12 | | | | | | | | |
| 合計 | 1,205 | 1,213 | 1,225 | 1,227 | | | | | | | | |

国内スシロー

1月は、前年同月と比較して土日祝日が1日多かったことに加え、降雨量も少なかったことから、外部環境は好条件で推移しました。キャンペーン施策におきましては、一年の始まりに「スシローですし初め！お得に腹一杯！」と銘打ち、通常税込180円～で提供している「特ネタ中とろ」や「濃厚うに包み」を税込110円～の特別価格で販売いたしました。また月の後半には、CHOCOLATE Inc.が手掛ける韓国発の人気キャラクター「チェゴシム（최고심）」とのコラボレーションを全国のスシローで展開。ポジティブなメッセージが描かれた限定ピック付きの「韓国チュモツパ風包み」をはじめとする3種のおすしや、チェゴシムの人気アイテム「お守りカード」デザインのステッカー付きスイーツ、コラボ限定グッズ付きのソフトドリンクなどを販売。本コラボのキービジュアルおよびステッカーは特別描き下ろしとなっており、あわせて実施した「限定ブランケット」が当たるSNSキャンペーンも、寒い時期にぴったりの企画として大変ご好評をいただきました。これら天候やカレンダーの好要因に加え、前月からの強いモメンタムを維持した結果、1月期の既存店前年同月比は、売上 106.2%、客数 101.3%、客単価 104.8%となりました。