

2022年2月期 第2四半期決算 概要

単位：億円	2021年2月期 2Q累計 実績	2022年2月期2Q累計	
		実績	前年同期差
営業収益	2,357	2,412	+55
事業利益	322	485	+163
持分法投資損益	8	10	+1
その他の損益	▲407	881	+1,288
金融損益	▲49	▲20	+29
税引前当期利益	▲125	1,356	+1,481
法人所得税費用	60	▲422	△481
非支配持分損益	▲41	▲40	+1
親会社所有者帰属利益	▲107	894	+1,001

単位：億円	2021年2月期 実績	2022年2月期2Q	
		実績	前年度末差
流動資産	5,840	3,522	△2,318
非流動資産	13,122	13,183	+61
使用権資産	5,812	5,476	△336
有形固定資産	1,419	1,298	△121
その他の金融資産	2,053	1,758	△295
その他	3,839	4,651	+812
負債	12,799	10,021	△2,778
有利子負債	1,148	994	△154
その他	11,651	9,027	△2,624
資本	6,164	6,684	+520

今期決算 トピックス

- 「お値段そのまま40%増量作戦」等の創立40周年の販促企画、1Qに引き続き好調なコンビニエンスストアやバター・ビスケット等々の新たな看板商品のSNS・メディア等での話題化が奏功した他、ブランドとコラボしたフラッグやSPAMむすび等のヒット商品が販売好調、既存店日商は前年同期比104.1%と前年を上回った。
- ファミリーの「お試しクーポン」や「1個買うと、1個もらえる」等、再来店施策が寄与し客数前年同期比は102.2%。
- 日商増加に加え、近年の構造改革により事業利益・親会社所有者帰属利益は前年同期より大幅改善。基礎収益ベースでの年間計画進捗率は74.5%となった。
- 台湾ファミリーマート株式の一部譲渡は2021年6月に完了、第2四半期に再評価益等663億円（税後）を計上。

主要な前期差 増減

- 親会社所有者帰属利益 前年同期差 +1,001億円（▲107億円→894億円）
- 日商回復および販売管理費の改善 等 +163億円
 - 前期追加減損の反動 +244億円
 - 前期事業関連損益、今期台湾FM株式一部売却 等 +594億円

2022年2月期 第2四半期決算 概要

	2021年2月期	2022年2月期	
	上期/1H <20/3-8>	上期/1H <21/3-8>	前年同期差
全店平均日商 (千円)	488	507	+19
既存店日商伸び率	91.1%	104.1%	
客数伸び率	85.4%	102.2%	
客単価伸び率	106.7%	101.9%	
新店日商 (千円)	476	480	+4

※既存店日商伸び率は、サービス商材（カード・チケット）を除いた数値



←サイネージの設置イメージ

営業概況 トピックス

- 既存店日商は、3月以降順調に推移し、上期は前年同期比104.1%と伸長。
- 質を重視した厳選出店により、新店日商は前年越え。

下期の 取り組み

- **新プライベートブランド「ファミマル」の展開**
大切な家族に安心して薦められるレベルの安全と品質（＝ファミリークオリティ）を実現した、ファミリーマートの新PB「ファミマル」を展開。「おいしい◎うれしい◎あんしん◎」をキーワードに、毎日食べても飽きない美味しさと、日常に寄り添う価格、家族にオススメできるくらい安心して買える商品を提供。
- **デジタルサイネージ本格展開**
店頭に設置するデジタルサイネージを活用したメディア事業を上期より継続して展開。サイネージを通じたメディア・コンテンツ事業の展開により、新たな収益基盤を構築。
- **ファミペイの金融サービス拡大**
9月より「ファミペイ 翌月払い」サービスを開始。今後は「ファミペイローン」のサービスを展開予定。