

2022年2月期 第3四半期決算概要

単位：億円	2021年2月期 3Q累計 実績	2022年2月期3Q累計		単位：億円	2021年2月期 実績	2022年2月期3Q	
	実績	実績	前年同期差		実績	実績	前年度末差
営業収益	3,566	3,485	(※1) △80	流動資産	5,840	4,278	△1,562
事業利益	545	620	+75	非流動資産	13,122	12,189	△933
持分法投資損益	14	15	+1	使用権資産	5,812	5,277	△535
その他の損益	▲699	827	+1,525	有形固定資産	1,419	1,259	△160
金融損益	▲46	▲22	+23	その他の金融資産	2,053	940	△1,113
税引前当期利益	▲185	1,439	+1,624	その他	3,839	4,714	+875
法人所得税費用	64	▲448	△511	負債	12,799	9,716	△3,083
非支配持分損益	▲78	▲40	+39	有利子負債	1,148	995	△153
親会社所有者帰属利益	▲199	952	+1,152	その他	11,651	8,720	△2,930
				資本	6,164	6,752	+588

(※1) 台湾ファミリーマートの関連会社化影響を除くと前年同期差 +273億円

今期 トピックス

- 緊急事態宣言の解除後、人流が期待ほど回復しない中でも、新プライベートブランド「ファミル」の展開、おむすび等の定番商品の強化、好調に推移する40周年記念企画の効果もあり、既存店日商は前年同期比103.3%と前年を上回った。月次の既存店日商は、大雨の影響を受けた8月を除くと3月以降継続して前年を上回っている。客単価も「ライソックス」が好調なコンビニンスウェア等の日用品や冷凍食品、スイーツ等、消費者ニーズに対応した商品強化により、102.2%と前年を超える実績となった。ファミリーマート単体事業利益は521億円(前年同期差+164億円)となり、親会社所有者帰属利益は基礎収益ベースで年間計画進捗率93.2%。
- 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。
- 無人決済店舗やデジタルサイン等のデジタル化戦略も加速。継続して金融事業、広告メディア事業を強化している。
- 店舗値下げやファミマートドライブ、プラ対策等、SDGs関連の取組を推進。企業の社会的責任を果たしていく。

主要な 前期差 増減

- 親会社所有者帰属利益 前年同期差 +1,152億円 (▲199億円→952億円)
- 日商回復および販売管理費の改善 等 +162億円
- 前期追加減損の反動 +420億円
- 前期事業関連損益、今期台湾FM株式一部売却 等 +570億円