

2022年度（2023年2月期）第1四半期決算概要

単位：億円	2021年度 1Q実績	2022年度1Q	
		実績	前年同期差
営業収益 (実質増減)	1,267	1,109	△158 (※+32)
事業利益 (実質増減)	280	162	△118 (※△23)
持分法投資損益	▲4	▲2	+2
その他損益	▲15	▲31	△16
金融損益	▲18	▲12	+6
税引前当期利益	244	118	△127
法人所得税費用	▲70	▲36	+34
非支配持分損益	▲39	3	+43
親会社所有者帰属利益	135	85	△50
(特殊要因除く)	119		△34

単位：億円	2021年度末 実績	2022年5月末	
		実績	前年度末差
流動資産	3,797	4,404	+607
非流動資産	12,265	12,384	+120
使用権資産	5,441	5,459	+18
有形固定資産	1,239	1,229	△11
その他金融資産	922	955	+32
その他	4,662	4,742	+80
負債	9,368	10,374	+1,006
有利子負債	575	568	△8
その他	8,793	9,807	+1,014
資本	6,694	6,414	△280

(※)台湾ファミリーマートの関連会社化影響を除く実質増減

今期 ピックアップ

- ▶「ファミマ・ザ・クリームパン」や「具だくさん！おむすび」等の新商品のヒットや、「フラッペ」「コンビニエンスウェア」等の定番商品の伸長に加え、5月のGW以降の人流の戻りに対する売場での備えが奏功し、既存店日商は1Qを通じて毎月前年を上回り103.6%となった。5月単月ではほぼ2019年度並みまで回復。客数も、カテゴリー横断の商品フェアやファミペイ企画等の各種キャンペーンにより102.3%と順調に推移。
- ▶事業利益は、トップラインの好調、水道光熱費の高騰に伴う支援金の増加、販促費の前倒しなどの要因により、台湾ファミリーマートの関連会社化の影響を除くと前年同期差△23億円であるものの想定通りの進捗。
- ▶「ファミペイ」は各種公共料金の支払いキャンペーンの実施や店頭での入会促進などもあり、5月末には1,257万ダウンロードを達成。
- ▶SDGsでは、ファミマフードドライブの拡大やフォークの配布取りやめ方針決定、LGBTQの理解促進を目的とした「ラインソックス レインボー」の販売等、独自性のある取組みを推進。

主要な 前期差 増減

親会社所有者帰属利益 前年同期差 △34億円 (※台湾ファミリーマートの関連会社化影響を除く実質増減)

- ▶収益力向上（商品力・販促強化による日商向上 等） **+ 21億円**
 - ▶外部環境変化等によるコスト増加、事業の基盤強化に向けた取組みの加速 等 **△ 33億円**
 - ▶海外事業関連、減損損失 等 **△ 23億円**
- ※親会社所有者帰属利益の年間計画進捗率25.8%。