

2022年度（2023年2月期）第3四半期決算概要

単位：億円	2021年度 3Q累計実績	2022年度3Q累計	
		実績	前年同期差
営業収益 (実質増減)	3,485	3,499	+13 (※+203)
事業利益 (実質増減)	620	562	△58 (※+38)
持分法投資損益	15	14	△1
その他損益	827	▲68	△894
金融損益	▲22	▲33	△11
税引前当期利益	1,439	476	△964
法人所得税費用	▲448	▲150	+298
非支配持分損益	▲40	4	+44
親会社所有者帰属利益	952	330	△622
(特殊要因除く)	289		

単位：億円	2021年度末 実績	2022年11月末	
		実績	前年度末差
流動資産	3,797	4,011	+214
非流動資産	12,265	12,591	+327
使用権資産	5,441	5,644	+203
有形固定資産	1,239	1,217	△23
その他金融資産	922	1,038	+115
その他	4,662	4,693	+32
負債	9,368	9,840	+472
有利子負債	575	566	△9
その他	8,793	9,274	+481
資本	6,694	6,762	+69

(※)主に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

- ▶ 営業収益は前年同期差+13億円の増益。「ファミマのブラックフライデー」キャンペーンやファミペイのスマホくじ祭り等各種施策に加え、価格以上の付加価値を感じられる商品づくりや売場とマーケティングの連携が奏功し、3Q累計で前年同期比客数は102.9%、客単価も101.4%と共に伸長。
- ▶ 既存店日商は3Q累計で104.3%と伸長し、2021年9月から2022年11月の15ヶ月連続で前年を上回り、3Q単独においては2019年度を上回った。
- ▶ デジタル化では、人型AIアシスタントによる店長業務サポートの導入店拡大や、無人決済システム導入店の関西初出店等、省人化・省力化及び店舗運営力向上の取組みに加え、2023年度中にデジタルサイネージの設置を10,000店へ拡大する方針を決定。
- ▶ SDGsでは、ファミマフードドライブの実施店が約2,000店まで拡大し、2022年度目標を前倒しで達成する見込み。また、CO2削減効果が見込まれるバッテリー交換式小型EVトラックの普及促進のため、コンビニエンスストアでは初となる店舗配送実証を開始する等、独自性のある取組みを実施。

主要な 前期差 増減

親会社所有者帰属利益 前年同期差 +41億円 (※台湾ファミリーマートの関連会社化影響(663億円)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)
- ▶ 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
- ▶ 海外事業関連、減損損失等

※親会社所有者帰属利益の年間進捗率 100.0%

+98億円
△71億円
+14億円