

株式会社ファミリーマート

2022年度決算・2023年度計画

2023年 4月 12日

—注意事項—

本資料の記述には、当社の将来の業績等に関する見通しが含まれていますが、これらは現在入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づいています。実際の業績等は、経済の動向、当社を取り巻く事業環境等の様々な要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となりえることをご承知おきください。

- 3年間の中期経営計画の初年度として、再成長の実現に向け始動。
- 電気料金・原料費高騰等の厳しい経営環境に対し、営業・商品・マーケティング・サービスが緊密に連携して変化対応すると共に、業務の効率化も進め利益計画を達成。客数・客単価も前期を超過。
- デジタルサイネージによる店舗メディア化を推進。デジタルの顧客接点・ファミペイも1,500万DL達成。

【中期経営計画において定めた目指す姿】

新しい成長の好循環



	2021年度 実績	2022年度	
		実績	前期差
全店平均日商（千円）	511	534	+23
既存店日商伸び率	103.3%	104.3%	/
客数伸び率	101.1%	102.7%	
客単価伸び率	102.2%	101.5%	

（※）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

営業概況

- 「ファミマ・ザ・クリームパン」「ファミチキ×プリングルズ」等、話題となる新商品を多数開発。「ファミマル1周年」等の各種キャンペーンも奏功し、客数は前期比102.7%と伸長。価格を上回る商品価値の実現に努め、「ごちむすび」「期間限定フラッペ」等の高単価商品も好調に推移した結果、客単価も前期比101.5%と順調に推移。
- デジタルサイネージは3,000店舗に設置完了。ファミペイは3周年キャンペーンを通年展開し、アプリの利用を促進。
- 店舗の運営力向上と省力化に向け、店長業務をサポートする「人型AIアシスタント」を5,000店舗に導入決定。飲料補充AIロボット導入や、AIによる発注推奨システムの開発等も推進。
- 独自性のあるSDGs施策を推進。「ファミマフードドライブ」の実施店舗が2,000店舗を突破。

2022年度（2023年2月期）通期決算概要

単位：億円	2021年度 実績	2022年度	
		実績	前期差
営業収益 (実質増減)	4,515	4,615	+100 (※+290)
事業利益 (実質増減)	653	640	△13 (※+82)
持分法投資損益	19	15	△4
その他損益	739	▲118	△857
金融損益	▲35	▲45	△10
税引前当期利益	1,375	492	△884
法人所得税費用	▲439	▲156	+283
非支配持分損益	▲34	8	+42
親会社所有者帰属利益	903	344	△559
特殊要因除く	280		+64

単位：億円	2021年度末 実績	2022年度末	
		実績	前期末差
流動資産	3,797	3,785	△12
非流動資産	12,265	12,726	+461
使用権資産	5,441	5,734	+293
有形固定資産	1,239	1,233	△6
その他金融資産	922	1,070	+148
その他	4,662	4,689	+27
負債	9,368	9,711	+343
有利子負債	575	554	△21
その他	8,793	9,157	+364
資本	6,694	6,800	+106

(※) 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

業績概況

- 電気代の高騰により加盟店への助成金が増加したが、各種施策による堅調な日商の推移により営業収益は前期差+290億円を確保（台湾ファミリーマート関連会社化の影響を除く）。
- 親会社所有者帰属利益は344億円と期初計画を超過達成（計画差+14億円）。

主要な前期差増減

親会社所有者帰属利益 前期差 +64億円（280億円→344億円）

- 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

+134億円
△85億円
+15億円

2023年度（2024年2月期）通期計画概要

- 中期経営計画を継続推進。「CVS事業の基盤強化」と「新規ビジネスの拡大」に注力。
- 不確実な経営環境への柔軟な対応と、ポストコロナの人流回復に対する取組みにより、増収増益を目指す。

単位：億円	2022年度 実績	2023年度	
		計画	前期差
営業収益	4,615	4,950	+335
事業利益	640	650	+10
親会社所有者帰属利益	344	360	+16
既存店日商伸び率	104.3%	103.1%	
設備投資額	523	830	

単位：億円	2022年度末 実績	2023年度末	
		計画	前期末差
流動資産	3,785	3,630	△155
非流動資産	12,726	13,120	+394
負債	9,711	9,770	+59
資本	6,800	6,980	+180

主要な 前期差増減

親会社所有者帰属利益 前期差+16億円（344億円→360億円）

- 収益力向上（商品力・販促強化による日商向上 等） +110億円
- 外部環境変化によるコスト増加 等 △40億円
- 事業の基盤強化に向けた取組みの加速 等 △60億円
- 新規事業の推進、関係会社の業績改善 等 +6億円

人流回復に対する取組み

- コロナ5類移行・インバウンド需要への対応
- 品揃え強化による魅力的な売場の構築
- ファミペイを通じた顧客獲得策の拡充

変化対応・低重心経営

- 省人化も含めた店舗運営の効率化
- 更なる節電への取組みの推進
- 物流2024年問題への対応

チェーンの収益力向上

- ファミリーマートブランドのイメージ向上
- ファミマルの育成・適切な価格設計の実現
- 広告・メディア等、新規ビジネスの収益化

独自性のあるSDGs

- ファミマecoビジョン2050の継続推進
- ファミマフードドライブ3,000店舗へ拡大
- ファミマこども食堂の再開を目指す