

株式会社ファミリーマート

2023年度決算・2024年度計画

2024年 4月 10日

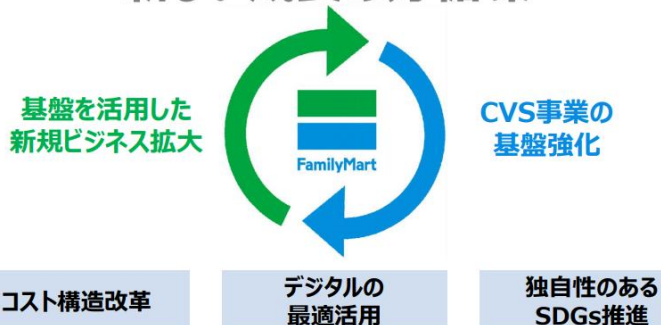
—注意事項—

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。

2023年度（2024年2月期）通期営業概要

- 「再成長を実現する3年間」と位置づけた中期経営計画の2年目
- コロナ5類移行後のインバウンドも含めた消費の著しい回復や、夏場の猛暑の後押しに加えて各種キャンペーンが奏功。客数・客単価が継続して前期を上回り、利益計画を達成。
- デジタルサイネージの設置等、店舗のメディア化が進展。顧客とのデジタルの接点となるアプリ/ファミペイはダウンロード数が順調に増加。

新しい成長の好循環



	2022年度 実績	2023年度	
		実績	前期末差
全店平均日商	534	561	+27
既存店日商伸び率	104.3%	105.3%	+1.0%
客数伸び率	102.7%	103.3%	+0.6%
客単価伸び率	101.5%	102.0%	+0.5%

(※) 既存店日商伸び率：サービス商材（カード・チケット）を除いた数値

営業 概況

- 既存店客数は2月末で24カ月連続で前年超えを達成。既存店日商も2月末で30カ月連続での前年超えを達成
年間を通じポストコロナやインバウンド需要の拡大、天候にも恵まれ人流が増加。累計販売数1億2千万食を突破した「生コッパン」シリーズ等話題となる新商品を多数発売。また、昨年から継続して実施している「1個買うと、1個もらえる」等のキャンペーンや、人気のゲーム・アニメ・映画等とのコラボ商品等も寄与し、客数は前期比103.3%、客単価は前期比102.0%と伸長。
- 店舗のメディア化の加速に加えて、コンビニエンスストアとして新たな挑戦も実施
デジタルサイネージ「FamilyMartVision」の設置は10,000店規模に拡大。自社アプリ・ファミペイのDL数も約2,000万に伸長。業界初のファッションショー「Fami-FEST（ファミフェス）」を開催するなど、顧客インサイトに訴えるブランディングを実施。
- SDGsの取り組み
「ファミマフードドライブ」を47都道府県、3,000店超で展開。プラスチック製カトラリー有料化を直営100店で先行実施。

2023年度（2024年2月期）通期決算概要

単位：億円	2022年度 累計実績	2023年度累計	
		実績	前年同期差
営業収益	4,615	5,078	+463
事業利益	640	838	+197
持分法投資損益	15	36	+21
その他損益	▲118	▲115	+3
金融損益	▲45	▲53	△8
税引前当期利益	492	705	+214
法人所得税費用	▲156	▲190	△35
非支配持分損益	8	4	△4
親会社所有者帰属利益	344	519	+175

単位：億円	2022年度末 実績	2023年度末	
		実績	前年度末差
流動資産	3,785	4,076	+291
非流動資産	12,726	13,439	+713
使用権資産	5,734	6,071	+337
有形固定資産	1,233	1,367	+133
その他金融資産	1,070	1,438	+368
その他	4,689	4,563	△126
負債	9,711	10,051	+340
有利子負債	554	256	△298
その他	9,157	9,795	+638
資本	6,800	7,463	+663

業績概況

- 電気代や人件費などのコスト上昇が続いているものの、コロナ5類移行後の人流回復に伴った需要を捉え、営業収益が前期差+463億円、事業利益は838億円と過去最高益となった。
- 事業会社も堅調な業績となり、親会社所有者帰属利益は519億円と期初計画を超過達成。

主要な前期差増減

親会社所有者帰属利益 前期差 +175億円（344億円→519億円）

- 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等
- 事業の基盤強化に向けた取組み（デジタル施策等）の加速等
- 新規事業の推進、関係会社の業績改善、減損損失等

+214億円
△10億円
△43億円
+14億円

2024年度（2025年2月期）通期計画概要

- 中期経営計画の最終年度として「CVS事業の基盤強化」の総仕上げ、広告・メディア事業及び金融事業等「新規ビジネス拡大」に注力。
- 原材料やエネルギーコストの高止まりに加え、金利上昇等に伴う景気への影響が懸念されるなか、環境変化への柔軟な対応及びデジタルの活用等による生産性向上等の取り組みにより利益の拡大を目指す。

単位：億円	2023年度 実績	2024年度	
		計画	前期差
営業収益	5,078	5,010	△68
事業利益	838	850	+12
親会社所有者 帰属利益	519	500	△19
特殊要因(*) を除く	494		+6

単位：億円	2023年度末 実績	2024年度末	
		計画	前期末差
流動資産	4,076	3,850	△226
非流動資産	13,439	13,390	△49
負債	10,051	9,540	△511
資本	7,463	7,700	+237

※特殊要因：子会社の譲渡益等を含む一過性損益25億円

主要な 前期差増減

親会社所有者帰属利益 前期差 △19億円（519億円→500億円）

- 収益力向上（商品力・販促強化による日商向上 等） **+85億円**
- 広告・メディア事業、事業会社関連 等 **+20億円**
- 事業の基盤強化に向けたデジタルの取組み加速 等 **△40億円**
- 外部環境変化等によるコスト増加および昨期一過性損益の反動 **△84億円**

カスタマーリンクプラットフォーム

