

**■ 営業実績 (国内; 単体ベース)**

		前年比(%)
既存店	日商	102.9
	客数	101.2
	客単価	101.6
全店	売上高	103.3

※ 既存店前年比は、カード・チケットの影響を除いた数値です。

**■ 店舗数**

	当月	年度累計	国内計 (AFC含)	海外AFC計	国内外合計
出店	15	27	/	/	/
閉店	23	35			
純増減	△ 8	△ 8			
<b>月末店舗数</b>		<b>15,638</b>	<b>16,563</b>	<b>8,108</b>	<b>24,671</b>

**■ AFC別月末店舗数**

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
328	391	206	<b>925</b>

**当月の総括**

・ 当月も中食を中心に前月の好調ぶりが続いており、既存店日商はほぼ103%の102.9%、客数101.2%、客単価101.6%と2か月連続で主要3指標全てで前年を上回る実績となった。

・ おむすび、パン、スイーツなど新定番商品の定着・強化が進む中食は、積極的な販促強化の効果もあり、13か月連続で前年を上回る実績となった。好調な売上・客数を支える主要な要因となっている。

・ カテゴリー横断施策である「ファミマの宇治抹茶まみれ」や「極うま中華が今だけお得!」といった話題性の高いフェアが好評を得たほか、継続して売上が伸びているコンビニエンスウェアも高い支持を得ており、売上・客数の増加に大きく貢献した。

**【デザート】** デザートの新定番トロペジェンヌの販売が好調なことに加え「ファミマの宇治抹茶まみれ」フェアで発売した抹茶フレーバーの新商品が好調に推移した結果、売上で前年を大きく上回る実績となった。

**【カウンターコーヒー】** 「ブラックサンダー」とコラボしたフラッペの新商品が、TVCM放映も寄与し好調な売上となり、カウンターコーヒー全体で前年を大きく上回る実績となった。

**【日用品】** 「シャツやソックスの春の新色が登場した「コンビニエンスウェア」が、各種メディアでも大きな話題となり売上がけん引し、日用品全体で売上が前年を大きく上回る実績となった。

株式会社ファミリーマート 月次営業実績の推移[2022年度]

■営業実績(国内;単体)

前年比(%)		22/3	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2
既存店	日商	103.6	102.9										
	客数	100.6	101.2										
	客単価	103.0	101.6										

※既存店前年比は、カード・チケットの影響を除いた数値です。

前年比(%)		22/3	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2
チェーン全店売上高		101.1	103.3										

■店舗数

	22/3	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2	合計
出店	12	15											27
閉店	12	23											35
純増減	0	△ 8											△ 8
月末店舗数	15,646	15,638											15,638

国内AFC	925	925											
国内計	16,571	16,563											
海外AFC	8,200	8,108											
国内外計	24,771	24,671											

・国内AFC内訳

	22/3	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2
沖縄	328	328										
南九州	390	391										
JR九州リテール	207	206										
国内AFC計	925	925										