

■営業実績 (国内;単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	104.4
	客数	105.1
	客単価	99.4
全店	売上高	103.8

※ 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	18	45			
閉店	17	52			
純増減	1	△ 7			
月末店舗数		15,639	16,564	8,026	24,590

■AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
328	391	206	925

当月の総括

・ 3月と4月に続き、5月の既存店日商と客数も、それぞれ104.4%、105.1%と前年を上回る好調な実績を達成した。既存店日商に至っては、コロナ前の2019年度並みの実績となり、回復状況がより鮮明に見られる結果となった。

・ 主要因としては、大型連休も含めた人流の回復への迅速な対応と、日々の寒暖差の大きさに対応した売場・品揃えの強化が功を奏したことが上げられる。加えて、当社として初めて実施した「ファミペイ」を提示して各種公共料金をお支払いいただくと「FamiPayボーナス」が当たる大型キャンペーンも、売上・客数の押し上げに大きく貢献した。

・ 中食も引き続き好調で、気温上昇にあわせて商品リニューアルを行った冷し麺のほか、おむすび、パン、スイーツなども引き続き好調に推移しており、中食売上は14ヶ月連続で前年を上回る実績となった。

【調理麺】

気温上昇に合わせて伸長する冷し麺のリニューアルを店頭で訴求し、また気温の変化に合わせた店頭での品揃え適正化や併買頻度の高いおむすびの同時訴求により、前年を上回る実績となった。

【おむすび】

前月末より発売した「具たくさん！おむすび」シリーズの販売が好調に推移し、行楽需要の回復や各種販促施策も奏功し、前年を大きく上回る実績となった。

【ドライ飲料】

客数の回復影響や継続して実施をしている「1個買うと、1個もらえる」キャンペーンの効果により、ドライ飲料の売上が前年に比べて大きく伸長した。

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	104.4									
	客数	100.6	101.2	105.1									
	客単価	103.0	101.6	99.4									

※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	103.8									

■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	18										45
閉店	12	23	17										52
純増減	0	△ 8	1										△ 7
月末店舗数	15,646	15,638	15,639										15,639

	22/3	22/4	22/5	22/6	22/7	22/8	22/9	22/10	22/11	22/12	23/1	23/2
ファミリーマート (プロパー)	15,646	15,638	15,639									
国内AFC	925	925	925									
国内計	16,571	16,563	16,564									
海外AFC	8,200	8,108	8,026									
国内外計	24,771	24,671	24,590									

・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	328									
南九州	390	391	391									
JR九州リテール	207	206	206									
国内AFC計	925	925	925									

株式会社ファミリーマート