

■営業実績 (国内;単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	105.6
	客数	104.4
	客単価	101.2
全店	売上高	106.0

※ 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	13	13			
閉店	28	28			
純増減	△ 15	△ 15			
月末店舗数		15,591	16,517	8,006	24,523

■AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
330	389	207	926

当月の総括

・既存店日商105.6%、客数104.4%、客単価101.2%と主要3指標すべてで前年を上回る実績となり、既存店日商は19カ月連続で前年を超え、2023年度の初月となる当月も好調なスタートとなった。

・当月も新発売の生コッペパンや日清食品とコラボ商品を展開したおむすびが好調に推移し、中食全体でも前年を大きく上回り、売上・客数の伸びを牽引した。加えてPB「ファミマル」が好調な菓子や加工食品、ドライ飲料などのカテゴリーも大きく伸長した。コンビニエンスウェアで初となる地域の取り組みとして、広島東洋カープとコラボした商品を中国地方限定で販売し好評をいただいている。

・独自性のあるSDGsの取り組みとして、国際女性デーにあわせて生理用品のファミペイボーナス還元キャンペーンなど各種取り組みを実施したほか、カトラリー類におけるプラスチック使用量削減や環境に配慮した容器の導入などに伴う、サプライチェーン全体での積極的な温室効果ガス削減の取り組みで、国際的な環境非営利団体から高い評価をいただいた。

・高騰する電気代に対し引き続き節電対策に取り組むとともに、加盟店の努力と取り組みに報いることを目的とした特別助成金の支給を新たに決定した。

【おむすび】

有名企業の人気商品とコラボしたおむすびを発売した「春のおむすび祭り」キャンペーンが好調に推移し、おむすび全体の売上が前年を上回った。定番商品の「ごちむすび」や「SPAM®むすび」の新商品も発売され、売り上げの底上げに貢献した。

【パン】

発売3日間でシリーズ合計110万食を販売した「生コッペパン」が、テレビCMやレシートクーポン企画などの効果もあり、引き続き売上を大きくけん引し、カテゴリー全体で前年を大きく上回る実績となった。

【カウンターFF】

注目映画とタイアップした「ファミマカフェ」のオリジナルデザインカップ企画が話題を集めたことに加え、チキンと焼きとりのセール企画が奏功し、カウンターFFカテゴリー全体で売上が前年を大きく上回った。

株式会社ファミリーマート 月次営業実績の推移[2023年度]

■営業実績(国内;単体)

前年比(%)		23/3	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2
既存店	日商	105.6											
	客数	104.4											
	客単価	101.2											

※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(%)		23/3	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2
チェーン全店売上高		106.0											

■店舗数

	23/3	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2	合計
出店	13												13
閉店	28												28
純増減	△ 15												△ 15
月末店舗数	15,591												15,591

	23/3	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2
ファミリーマート (プロパー)	15,591											
国内AFC	926											
国内計	16,517											
海外AFC	8,006											
国内外計	24,523											

・国内AFC内訳

	23/3	23/4	23/5	23/6	23/7	23/8	23/9	23/10	23/11	23/12	24/1	24/2
沖縄	330											
南九州	389											
JR九州リテール	207											
国内AFC計	926											

株式会社ファミリーマート