

■営業実績 (国内;単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	104.4
	客数	100.8
	客単価	103.6
全店	売上高	102.2

※ 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。

■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	14	67			
閉店	8	103			
純増減	6	△ 36			
月末店舗数		15,570	16,499	7,905	24,404

■AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
332	391	206	929

当月の総括

・既存店日商104.4%、客数100.8%、客単価103.6%と主要3指標すべてで前年を上回り、既存店日商は22か月連続、客数は16か月連続で前年を上回った。
 ・「生コッペパン」シリーズやPB衣料「コンビニエンスウェア」などが引き続き好調であったことに加え、気温上昇にともない、冷し麺や飲料、アイスなどの商材が全体を押し上げた。テレビCMを放映した「1個買うと、1個もらえる」キャンペーンの効果で、菓子や飲料など対象カテゴリーの販売が大きく伸長した。
 ・増量企画が好調だった弁当など、中食は引き続き前年超えの好調さを維持している。
 ・当社の独自性のあるSDGsの取り組みである「ファミマフードドライブ」は、47都道府県全ての地域に展開が拡大した。小売業で全国での協力体制が整ったのは当社が初となる。全国の小学生を対象とした「ありがとの手紙コンテスト」を今年も開催。未来を担うこども達の支援を今後も継続していく。

【カウンターFF】

新商品の「ファミチキ 旨塩だれ」や、炭火焼きとりシリーズ2本で50円引きセールが好調に推移したことに加え、フラッペのコラボ商品やカウンターコーヒーの10周年企画も奏功し、前年を上回る実績となった。

【調理麺】

調理麺各種50円引きセールの実施や、有名店監修の話題性のある商品が売上をけん引し前年を上回る実績となった。

【パン】

累計販売数4,000万食を突破した「生コッペパン」シリーズの新商品や、SNSで話題になっている「生ドーナツ」を商品化した新商品が好調に推移し、カテゴリー全体で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[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	105.3	106.2	104.4								
	客数	104.4	102.5	102.0	100.8								
	客単価	101.2	102.8	104.1	103.6								

※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(%)		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	105.1	104.8	102.2								

■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	22	18	14									67
閉店	28	14	53	8									103
純増減	△ 15	8	△ 35	6									△ 36
月末店舗数	15,591	15,599	15,564	15,570									15,570

	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	15,599	15,564	15,570								
国内AFC	926	927	927	929								
国内計	16,517	16,526	16,491	16,499								
海外AFC	8,006	7,995	8,005	7,905								
国内外計	24,523	24,521	24,496	24,404								

・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	331	331	332								
南九州	389	390	390	391								
JR九州リテール	207	206	206	206								
国内AFC計	926	927	927	929								

株式会社ファミリーマート