

2023年度（2024年2月期）第1四半期決算概要

単位：億円	2022年度 1Q実績	2023年度1Q	
		実績	前年同期差
営業収益	1,109	1,249	+139
事業利益	162	225	+63
持分法投資損益	▲2	3	+5
その他損益	▲31	▲9	+22
金融損益	▲12	▲13	△1
税引前当期利益	118	207	+89
法人所得税費用	▲36	▲63	△27
非支配持分損益	3	3	△0
親会社所有者帰属利益	85	147	+62

単位：億円	2022年度末 実績	2023年度1Q末	
		実績	前年度末差
流動資産	3,785	4,744	+958
非流動資産	12,726	12,658	△68
使用権資産	5,734	5,692	△42
有形固定資産	1,233	1,239	+6
その他金融資産	1,070	1,036	△34
その他	4,689	4,691	+2
負債	9,711	10,629	+918
有利子負債	554	553	△2
その他	9,157	10,076	+919
資本	6,800	6,773	△27

今期決算 トピックス

- ▶ トップラインの力強い伸長を受け、単体事業利益は4割増の222億円と過去最高益を更新。
親会社所有者帰属利益は前年同期比73%の大幅増益。
- ▶ 既存店日商は5月で21ヵ月連続前年超え、客数は15ヵ月連続での前年超えと好調。
ポストコロナを見越した取組みをチェーン一丸で実施。2月末発売の「生コッパパン」が6月時点での累計で4,000万食を突破するヒット商品となり、「1個買うと、1個もらえる」等のキャンペーンや「フワッパ」の各種新フレーバーの発売も奏功。5類移行の人流増を着実に取り込んだ。
- ▶ リテールメディアのリーディングカンパニーとしてデジタルサイネージ「FamilyMartVision」の設置店舗数を5月末時点で3,700店まで拡大。
2023年中の10,000店設置に向け順次拡大中。
デジタルサイネージと売場を連動した企画では対象商品購買件数が企画実施前と比較して約3倍の伸長を達成。
- ▶ SDGsの取組みとして障がいのある方をサポートするコミュニケーションの支援パートナーをCVSとしては初となる全店への設置。
「ファミマこども食堂」を再開。

主要な 前期差増減

親会社所有者帰属利益 前年同期差 +62億円

- ▶ 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

+65億円
△10億円
△10億円
+18億円