

■ 営業実績 (国内:単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	104.1
	客数	99.6
	客単価	104.4
全店	売上高	99.3

※ 既存店前年比は、たばこ・カード・チケットの影響を除いた数値です  
(参考)カード・チケットを除く既存店日商前年比102.0%

■ 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	21	21			
純増減	△ 8	△ 8			
月末店舗数		15,335	16,263	7,830	24,093

■ AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
336	390	202	928

当月の総括

・ 既存店は、平年より低い気温が続く中でも日商104.1%、客単価104.4%と前年を上回り、日商は31カ月連続で前年超えを達成した。カード・チケットの影響を除いた既存店日商は102.0%と前年を上回った。

・ 人気アニメ映画とのタイアップ商品が好評であったのに加え、生しっとりパンやファミチキ新シリーズの販売開始、リニューアルしたスフレ・プリンのTVCM効果などが売上を牽引した。

・ 全国47都道府県の店舗内へのデジタルサイネージ設置が10,000店を達成した。今後は、売場連動企画や地域および立地特性毎に配信プランを構築し、更なる来店増に繋がる施策を打ち出していく。

・ 独自性のあるSDGsの取り組みとして、PB飲料6品の容器を100%リサイクルペットボトルに切り替えた。また、店舗で使用されたプラスチック容器の回収・再製品化に向けた実証実験を、花王と共同で開始した。

【パン】 累計1億2千万食を突破した「生コッペパン」シリーズの新商品として発売した、驚く食感の「生しっとりパン」3種の販売が好調であったことに加えて、クーポン施策も奏功し前年を上回る実績となった。

【デザート】 プリンの進化系スイーツとして発売した「最高！プリンスイーツ」商品は、テレビCM効果もあり販売が伸長し前年の実績を上回った。

【カウンターFF】 新商品「ファミチキトリプルペッパー」や「対象のチキン購入で割引券がもらえる企画」「やきとり2本買うと50円引き」などの施策が牽引し、販売は好調に推移した。また、カウンターコーヒーでは、春限定の「新摘みブレンド」や、人気アニメ映画コラボフラッペの展開など、話題性のある企画が牽引し、大きく前年を上回った。

株式会社ファミリーマート 月次営業実績の推移[2024年度]

前年比(%)		24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2
既存店	日商	104.1											
	客数	99.6											
	客単価	104.4											

※既存店前年比は、たばこ・カード・チケットの影響を除いた数値です

前年比(%)		24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2
チェーン全店売上高		99.3											

■店舗数

	24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2	合計
出店	13												13
閉店	21												21
純増減	△ 8												△ 8
月末店舗数	15,335												15,335

	24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2
ファミリーマート (プロパー)	15,335											
国内AFC	928											
国内計	16,263											
海外AFC	7,830											
国内外計	24,093											

・国内AFC内訳

	24/3	24/4	24/5	24/6	24/7	24/8	24/9	24/10	24/11	24/12	25/1	25/2
沖縄	336											
南九州	390											
JR九州リテール	202											
国内AFC計	928											