

■営業実績 (国内:単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	103.0
	客数	102.4
	客単価	100.6
全店	売上高	100.6

※ 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・チケットの影響を除いた既存店日商前年比102.3%

■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	32	75	/	/	/
閉店	38	80			
純増減	△ 6	△ 5			
月末店舗数		15,338	16,270	7,907	24,177

■AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
337	392	203	932

当月の総括

・既存店は、日商103.0%、客数102.4%、客単価100.6%と2カ月連続で全ての指標で前年を上回り、日商は33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102.3%と前年を上回った。

・コロナ5類移行後初めてのゴールデンウィークを迎えた5月は、人流回復が追い風となったことに加えて、人気商品のファミチキのアレンジ商品を発売したおむすびなど、中食商品の好調継続が売上を牽引した。

・爽快感たっぷりの人気フレーバー商品を集めた「チョコミントフェア」が好調に推移するなど、オリジナル商品の「ファミマル」を中心とした商品や販売促進が、客数や売上の押上げに貢献した。

・2019年7月にサービスを開始したスマホアプリ「ファミペイ」が、累計2,000万ダウンロードを突破した。

・独自性のあるSDGsの取り組みとして、廃棄物の削減や商品の持続可能な調達を目的に、水産物の代替食品を用いた海鮮巻や、これまで捨てられていたカカオ果肉を有効活用した飲料を発売した。また、店舗のイートインスペースを展示場所として利用し、障がいのある方が描いた絵画を展示するアート展「ファミマギャラリー」を開催した。

【おむすび】

定番商品が好調に推移したことに加えて、新商品の「サンドおむすびファミチキ」や「おむすび2個買うと30円引き」施策などが売上を牽引し、おむすび全体の売上が前年を上回った。

【カウンターFF】

定番商品ファミチキの好調継続に加えて、高級チョコブランドや有名菓子メーカーのロングセラー商品とコラボしたフラッペの販売が好調に推移し、前年を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[2024年度]

■営業実績(国内:単体)

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	104.1	103.0									
	客数	99.6	101.0	102.4									
	客単価	104.4	103.1	100.6									

※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	97.7	100.6									

■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	30	32										75
閉店	21	21	38										80
純増減	△ 8	9	△ 6										△ 5
月末店舗数	15,335	15,344	15,338										15,338

	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	15,344	15,338									
国内AFC	928	929	932									
国内計	16,263	16,273	16,270	0	0	0	0	0	0	0	0	0
海外AFC	7,830	7,868	7,907									
国内外計	24,093	24,141	24,177	0	0	0	0	0	0	0	0	0

・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	336	337									
南九州	390	390	392									
JR九州リテール	202	203	203									
国内AFC計	928	929	932	0	0	0	0	0	0	0	0	0