

■ 営業実績 (国内:単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	105.2
	客数	100.6
	客単価	104.6
全店	売上高	102.5

※ 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104.3%

■ 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	19	19	/	/	/
閉店	22	22			
純増減	△ 3	△ 3			
月末店舗数		15,315	16,247	8,410	24,657

■ AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
336	391	205	932

当月の総括

・既存店日商は104.3%と前年を上回り、43カ月連続で前年超えを達成した。日商、客数、客単価と主要3指標ともに前年超えとなり好調を維持している。

・中食では、有名野球選手におむすびアンバサダーに就任いただき展開した「おむすび二刀流、解禁。」キャンペーンやおにぎり専門店監修商品が好調に推移、メディアやSNS等でも大きな話題となった結果、おむすびが前年を大きく上回った。また、「定番チキン2個購入で50円引き」キャンペーンや、新商品の「ながでかスイーツ」等、話題性のある企画や商品が売上の押上げに貢献した。

・中食以外では、人気キャラクターや有名菓子とのコラボ企画、「1個買うと、1個もらえる」などの施策が奏功し、菓子やドライ飲料、アイスの売上伸長に大きく貢献した。また、PB衣料「コンビニエンスウェア」が継続好調であることに加え、「靴下どれでも3足で1,000円(税込)セール」も奏功し、日用品が前年を大きく上回る実績となった。また、新たなサービスとして「ファミマオンライン」「ファミマふるさと納税」等の取り扱いを開始した。

・独自性のあるSDGsの取り組みの一環として、消費期限の迫ったおむすびや弁当に使用する値下げシールを、消費者の感情に訴えかける「涙目シール」に変更を開始し、お客様と共に食品ロス削減に努めていく。

【おむすび】

定番商品の販売好調に加え、テレビCM効果もあり「ぼんご監修手巻肉そぼろ(卵黄ソース)」「ぼんご監修手巻高菜明太マヨネーズ」「大きなおむすび昆布とツナマヨネーズ」の発売から1週間の累計販売数が3品で300万个に達する等、好調に推移した。

【カウンターFF】

「定番チキン2個購入で50円引き」施策が好調に推移したことに加え、「山賊焼」や「クリスピーチキン梅しそ味」等の新商品販売が好調であった結果、フライヤーは前年を大きく上回る実績となった。また、カウンターコーヒーでは、人気アニメ映画とのコラボフラップ展開やクーポン施策が功を奏し、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[2025年度]

■営業実績(国内:単体)

前年比(%)		25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	25/10	25/11	25/12	26/1	26/2
既存店	日商	105.2											
	客数	100.6											
	客単価	104.6											

※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(%)	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	25/10	25/11	25/12	26/1	26/2
チェーン全店売上高	102.5											

■店舗数

	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	25/10	25/11	25/12	26/1	26/2	合計
出店	19												19
閉店	22												22
純増減	△ 3												△ 3
月末店舗数	15,315												15,315

	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	25/10	25/11	25/12	26/1	26/2
ファミリーマート (プロパー)	15,315											
国内AFC	932											
国内計	16,247											
海外AFC	8,410											
国内外計	24,657											

・国内AFC内訳

	25/3	25/4	25/5	25/6	25/7	25/8	25/9	25/10	25/11	25/12	26/1	26/2
沖縄	336											
南九州	391											
JR九州リテール	205											
国内AFC計	932											