

■ 営業実績 (国内:単体ベース)

		前年比(%)
既存店	日商	100.6
	客数	98.2
	客単価	102.5
全店	売上高	100.4

※ 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。
 (参考)カード・チケットの影響を除いた既存店日商前年比101.7%

■ 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	16	16	/	/	/
閉店	18	18			
純増減	△ 2	△ 2			
月末店舗数		15,480	16,412	8,900	25,312

■ AFC別月末店舗数

沖縄	南九州	JR九州R	国内AFC計
335	389	208	932

【当月の総括】

- 既存店日商55ヶ月連続の前年越え
 - ・ 有名野球選手を起用したキャンペーン (おむすび)
 - ・ ファミチキセット割や、「1個買うと、1個もらえる」のおトクなキャンペーン (飲料)
 - ・ 人気ゲームとのコラボしたIP施策 (菓子)
- 45周年記念施策が売上を後押し
 - ・ 45%増量企画 (フライヤー、中華まん)
 - ・ 45周年記念ラインソックスとハンカチ
- 人気情報番組での紹介
 - ・ 来店動機の創出となり、定番商品を中心に月後半の売上を増幅
- 独自性のあるSDGsの継続取り組み
 - ・ 「親子おむすび教室」を全国5か所で開始
 初回福島県の店舗では、お客さまがプロの技を学びながらオリジナルおむすび作りを体験

【おむすび】

有名野球選手とのキャンペーンが好調に推移し、大きなおむすびシリーズや定番商品の具材増量商品が好評を博した。
 また「2個買うごとに45円引き」やSNSでのクーポン配布も売上に貢献した。

【カウンターFF】

CM放映した「45%増量大作戦」キャンペーンが奏功し、「増量スパイシーチキン」や「増量ピザまん」の販売が好調に推移し前年を大きく上回った。
 また「ファミチキ2種×おむすびセットで100円引き」も好調に推移した。

株式会社ファミリーマート 月次営業実績の推移[2026年度]

■営業実績(国内:単体)

前年比(%)		26/3	26/4	26/5	26/6	26/7	26/8	26/9	26/10	26/11	26/12	27/1	27/2
既存店	日商	100.6											
	客数	98.2											
	客単価	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。

前年比(%)		26/3	26/4	26/5	26/6	26/7	26/8	26/9	26/10	26/11	26/12	27/1	27/2
チェーン全店売上高		100.4											

■店舗数

	26/3	26/4	26/5	26/6	26/7	26/8	26/9	26/10	26/11	26/12	27/1	27/2	合計
出店	16												16
閉店	18												18
純増減	△ 2												△ 2
月末店舗数	15,480												15,480

	26/3	26/4	26/5	26/6	26/7	26/8	26/9	26/10	26/11	26/12	27/1	27/2
ファミリーマート (プロパー)	15,480											
国内AFC	932											
国内計	16,412											
海外AFC	8,900											
国内外計	25,312											

・国内AFC内訳

	26/3	26/4	26/5	26/6	26/7	26/8	26/9	26/10	26/11	26/12	27/1	27/2
沖縄	335											
南九州	389											
JR九州リテール	208											
国内AFC計	932											

株式会社ファミリーマート