

株式会社ファミリーマート

2024年度決算・2025年度計画

2025年 4月 9日

—注意事項—

本資料の記述には、当社の将来の業績等に関する見通しが含まれていますが、これらは現在入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づいています。実際の業績等は、経済の動向、当社を取り巻く事業環境等の様々な要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となりえることをご承知おください。

- 中期経営計画の最終年として**CVS事業基盤強化**と**新規ビジネス拡大**を推進
- 日商と加盟者利益は過去最高を記録
- サイネージやファミペイなど、**カスタマーリンクプラットフォーム**を構築

新しい成長の好循環



単位：千円	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績
全店平均日商	542	569	573
既存店日商伸び率	103.5%	108.5%	102.9%
客数伸び率	102.7%	103.2%	100.4%
客単価伸び率	100.8%	105.1%	102.5%

※チェーン全店平均日商は、国内エリアフランチャイズ（沖縄ファミリーマート、南九州ファミリーマート、JR九州リテール）を加えた数値
 ※既存店日商伸び率は、煙草、サービス商材（カード・チケット）を除いた数値

24年度 営業概況

- 既存店日商は42カ月連続での前年超えと好調ぶりを維持
 おむすびや揚げ物、パンが堅調。「白生パン」や「ソースインファミチキ」等の新商品や「たぶん40%増量作戦」等の独自性のあるキャンペーンも奏功。「ファミマル」は、「ビャンビャン麺」等がSNSで話題となった。「コンビニエンスウェア」はインバウンド需要等で好調。
- デジタルの活用による生産性向上に向けた取り組み
 「ファミペイ」は2,400万ダウンロードを突破。来店数と購入額に応じたランクで特典進呈される「ファミマメンバーズプログラム」も好調。
- 独自性のあるSDGsの取り組み
 「ファミマフードドライブ」は国内最大規模4,400店、「ファミマこども食堂」は大手メーカーとの共同開催も実施、合計185回開催。

2024年度（2025年2月期）通期決算概要

単位：億円	2023年度 累計実績	2024年度累計	
		実績	前年同期差
営業収益	5,078	5,037	△41
事業利益	838	850	+13
持分法投資損益	36	480	+445
その他損益	▲115	▲92	+24
金融損益	▲53	▲60	△7
税引前当期利益	705	1,179	+474
法人所得税費用	▲190	▲226	△36
非支配持分損益	4	▲103	△107
親会社所有者帰属利益	519	850	+331
特殊要因除く	494	525	+31

単位：億円	2023年度末 実績	2024年度末	
		実績	前年度末差
流動資産	4,076	4,351	+275
非流動資産	13,439	13,869	+431
使用権資産	6,071	6,285	+214
有形固定資産	1,367	1,392	+25
その他金融資産	1,438	1,703	+264
その他	4,563	4,490	△73
負債	10,051	10,088	+37
有利子負債	256	38	△218
その他	9,795	10,050	+256
資本	7,463	8,132	+668

業績概況

- 事業利益は、過去最高益の850億円を記録
- 親会社所有者帰属利益は850億円と前年より大幅増

主要な 前期差増減

親会社所有者帰属利益 前期差 +331億円

- 商品力・販促強化による日商向上 等 +91億円
- 広告・メディア事業等、事業会社関連 等 +15億円
- 事業の基盤強化に向けた取組みの加速 等 △22億円
- 外部環境変化によるコスト増加 等 △52億円
- 特殊要因（中国事業再編の影響 等） +300億円

2025年度（2026年2月期）通期計画概要

- ▶ 大谷選手やNIGO®氏との協業等によるブランド価値向上を推進
- ▶ 看板商品育成と「スイーツ」「おむすび」等のカテゴリー強化
- ▶ 売場面積の拡大（アポロ計画）
- ▶ 「ファミマオンライン」等による顧客接点の拡大

単位：億円	2024年度 実績	2025年度	
		計画	前期差
営業収益	5,037	5,060	+23
事業利益	850	900	+50
総資産	18,220	18,580	+360

※25年度親会社所有者帰属利益の計画は530億円

事業利益 前期差 +50億円

主要な 前期差増減

- ▶ 商品力・販促強化による日商向上 等
- ▶ 広告・メディア事業、事業会社関連 等
- ▶ 外部環境変化によるコスト増加 等
- ▶ 事業の基盤強化に向けたデジタルの取組み加速 等

+110億円
+15億円
△45億円
△30億円

大谷翔平選手とのアンバサダー契約を締結

おむすび二刀流解禁。



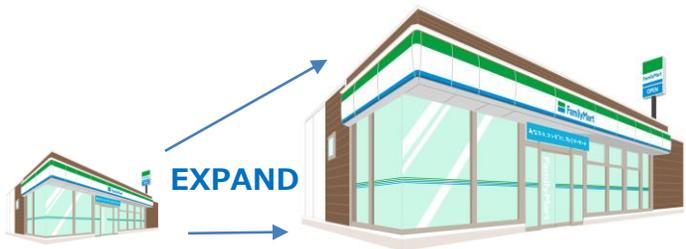
「ファミリーマートおむすびアンバサダー」に就任

「クリエイティブディレクター」に、世界的クリエイター NIGO®氏が就任



次世代店舗および戦略商品カテゴリーのクリエイティブディレクター、マーケティングキャンペーンの監修、
店舗のデジタルサインージ“FamilyMartVision”による次世代マーケティングの開発など、
多岐にわたる分野で協業予定

カスタマーリンクプラットフォームによる顧客接点拡大



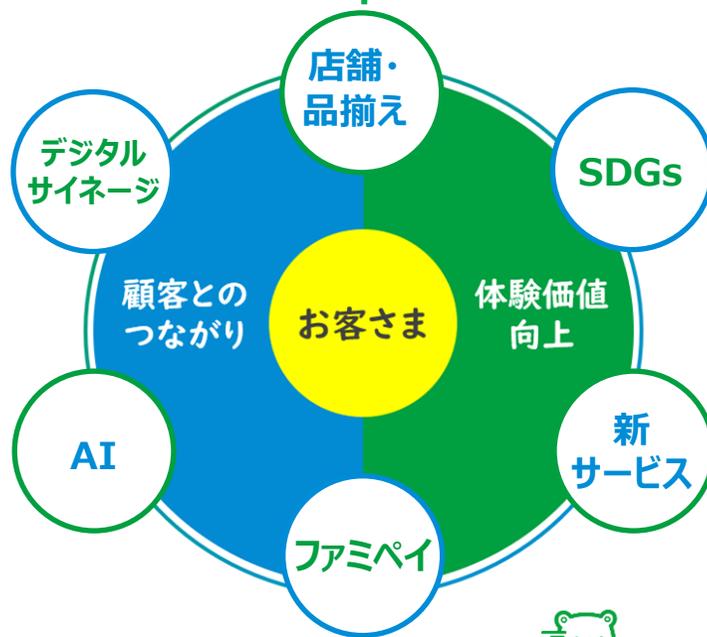
➤ 売場面積の拡大（アポロ計画）



➤ 継続した看板商品育成と「スイーツ」「おむすび」等のカテゴリ強化



➤ 設置拡大11,000店舗



➤ ファミマフードドライブ拡大と涙目シール全国展開



➤ AI・デジタル活用による効率化・省人化



➤ 会員基盤の拡大とロイヤル会員の育成

ファミマオンライン ファミマふるさと納税

➤ デジタルサービスの拡大