



# 株式会社ファミリーマート

## 2025年度決算・2026年度計画

2026年 4月 8日 公開

— 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きください。

## 2025年度 通期決算 概要

### 【全店平均日商】

過去最高、既存店日商は54ヵ月連続前年超え

### 【平均加盟店利益】

5年連続増益、3年連続最高益更新

### 【連結事業利益】

1,002億円（前期差+152億円）と過去最高益

### 【親会社所有者帰属利益】

特殊要因を除く、親会社所有者帰属利益は  
649億円（前期差+125億円）と過去最高益

## 2026年度 通期計画 概要

### 【連結事業利益】

計画1,030億円（前期差+28億円）

日商向上、店舗数純増、広告・メディア事業の拡大等で収益増  
を目指す一方、コスト改善により一層の低重心化を図る

### 【平均加盟店利益】

継続して過去最高を目指す

### 【主な取り組み】

創立45周年・メディアコマース本格展開

# 2025年度（2026年2月期）通期決算概要

## トピックス

**【話題】** 大谷選手を起用したおむすびの販売が全体売上を牽引し、既存店日商は54ヵ月連続前年超え

**【商品】** ふわうま製法採用おむすび、白生パン、チョコスイーツ、新定番ファミチキレッド、濃厚チーズinファミチキなど年間通して話題となる商品を展開

**【チャレンジ】** 「ポケモン」「カービィ」「鬼滅の刃」など人気IPとのコラボ企画やファミフェスによる話題化を実施

**【たのしいオトク】** 40%増量、1個もらえる企画、ファミマのお得りレーなどお得施策を多数実施

単位：億円	2024年度実績	2025年度	
		実績	前期差
営業総利益	4,323	4,469	+146
事業利益	850	1,002	+152
親会社所有者 帰属利益	850	644	△206
特殊要因 除く	525	649	+125
総資産	18,220	20,059	+1,839

## 主要な 前期差 増減

**親会社所有者帰属利益 前年同期差 +125億円** ※特殊要因除く  
+90億円：収益力向上（大谷選手キャンペーン効果、生活応援割引等）  
+14億円：広告・メディア事業等、事業会社関連等  
+ 0億円：外部環境変化によるコスト増加等  
+20億円：事業基盤（店舗網の再構成等）の強化等

# 2025年度（2026年2月期）通期決算連結業績

単位：億円	2024年度 実績	2025年度		単位：億円	2024年度 実績	2025年度	
		実績	前期差			実績	前期末差
営業総利益	4,323	4,469	+146	資産合計	18,220	20,059	+1,839
事業利益	850	1,002	+152	流動資産	4,336	5,586	+1,249
持分法投資損益	480	40	△440	非流動資産	13,884	14,474	+590
その他損益	▲92	▲87	+5	負債合計	10,088	11,325	+1,236
金融損益	▲60	▲55	+5	有利子負債	38	20	△18
税引前当期利益	1,179	900	△278	その他	10,050	11,304	+1,254
法人所得税費用	▲226	▲255	△29	資本	8,132	8,735	+603
非支配持分損益	▲103	▲1	+102	負債及び資本合計	18,220	20,059	+1,839
親会社所有者帰属利益	850	644	△206				
特殊要因除く	525	649	+125				

## 既存店日商は54ヵ月連続で前年超えと好調を維持

おむすびアンバサダー大谷選手を起用したおむすびは絶好調



ファミチキレッドを定番化  
人気フレーバーの発売



あそべるコンビニ”ファミフェス2025”  
の開催/定期的に人気IPコラボ実施



ファミリーマート発の「たのしいおトク」な各種キャンペーンを25年度も継続実施



# 2026年度（2027年2月期）通期計画概要

## トピックス

**【顧客接点】** 創立45周年を記念し、ファミマ史上「いちばんチャレンジ」する1年がスタート。お客さま、加盟店、お取引先さまへの還元を目的とした各種施策を実施する

**【チャレンジ】** 全国約16,400店の”店舗”を起点に、5,500万の”購買ID”と、ファミペイ、FamilyMartVision、売場といった当社独自の”メディア”と、”商品・販促施策”を徹底連動させた「メディアコマース」を本格展開する

	2025年度実績	2026年度	
		計画	前期差
単位：億円			
営業総利益	4,469	4,580	+111
事業利益	1,002	1,030	+28
総資産	20,059	20,310	+251

※26年度親会社所有者帰属利益の計画は630億円

## 主要な 前期差 増減

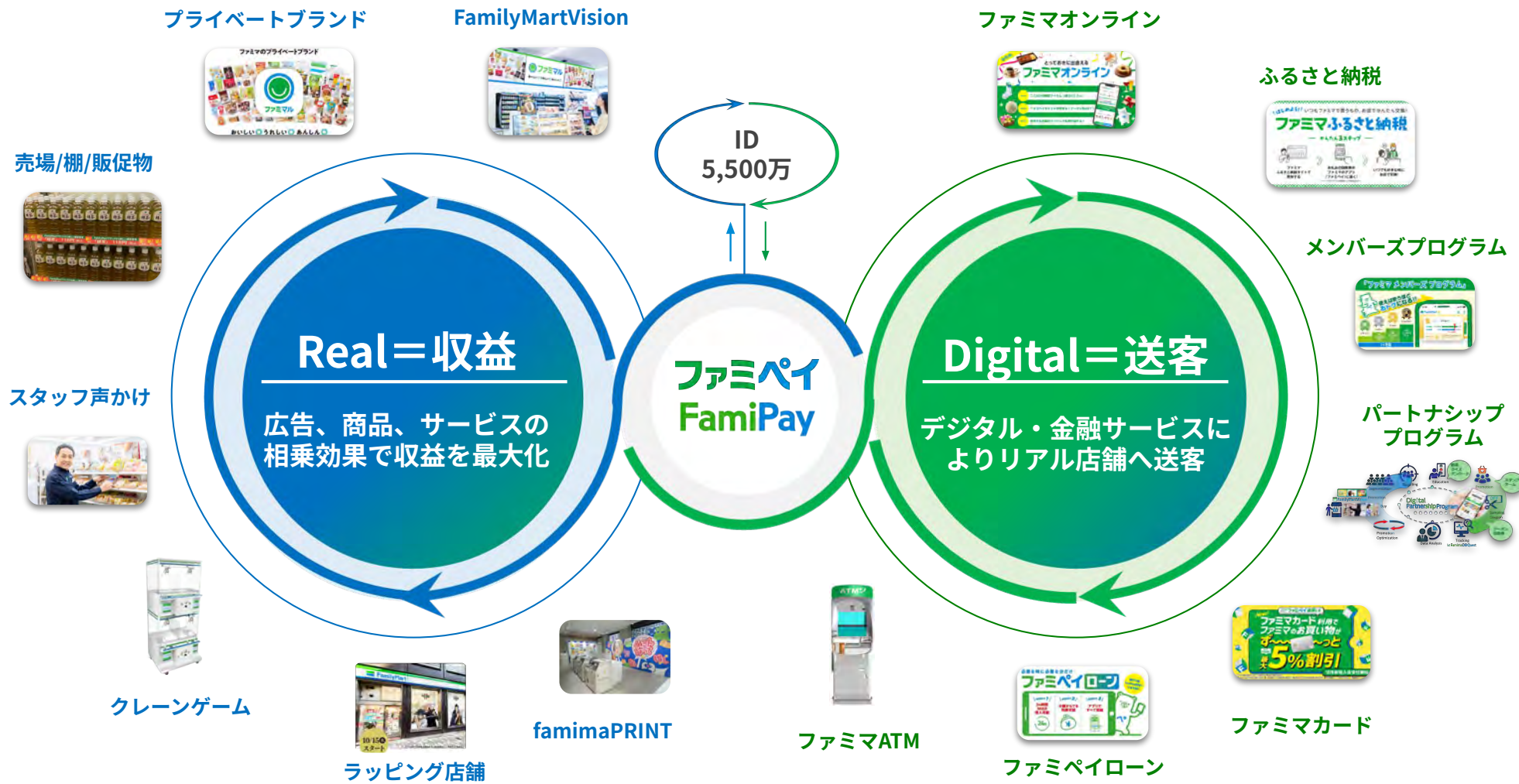
### 事業利益 前年同期差 +28億円

- +70億円：収益力向上（45周年プロモーション強化、生活応援割引等）
- +20億円：広告・メディア事業等、事業会社関連等
- △40億円：外部環境変化によるコスト増加等
- △22億円：事業基盤（店舗網の再構成等）の強化等

今年で創立45周年！スローガンは「いちばんチャレンジ」！



## メディアコマース 本格展開！リアルとデジタルの徹底的な連動



## ファミペイ・FamilyMartVision・売場を完全に連動させることで販売効果を最大化

デジタルとリアルの完全連動



### アプリ

- 店舗送客に繋げる様々な仕掛け
- ・キャンペーン告知/ブランドページ
- ・クーポン/メンバーズプログラム

来店誘引

- SNS・メディア等による送客後押し
- ・キャンペーン告知/商品紹介/TVCM等
- ・ファミマオンラインの活用



### サインージ

- 売場へ誘導する興味を引く動画
- ・商品紹介動画
- ・キャンペーン動画

購買喚起



### 売場

- 手に取りたくなる売場展開
- ・多フェイス展開
- ・目を惹く販促物の展開

購買促進

販売効果の最大化



## 事例 | サントリー社 新商品 NOPE

ファミペイ

FamilyMartVision

売場

来店誘引

購買喚起

購買促進



PRバナー等で告知

発売から2週間放映

集合・大量陳列