

ファミリーマートの新デジタルコマース事業「ファミマオンライン」を 富士通のヘッドレスコマースが実現 開始3か月で受注金額は約1.5倍、サイトアクセス数は約18倍

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介、以下「ファミリーマート」）は、富士通株式会社（本店：神奈川県川崎市、代表取締役社長：時田隆仁、以下「富士通」）が提供するヘッドレスコマース構造（注1）を採用したデジタルコマース基盤「Unified Commerce」（ユニファイド・コマース）を導入し、デジタルコマース事業の新たなサービスとして、ECサイト「ファミマオンライン」を2025年3月6日（木）に開始しました。開始以降、2025年3月から5月の受注金額は昨年同月比約1.5倍、サイトアクセス数も前年同月比約18倍（注2）となっています。



【背景】

ファミリーマートは、店舗内に設置したデジタルサイネージ「FamilyMartVision」や会員数2,500万ダウンロード（注3）を突破したファミマのアプリ「ファミペイ」を基盤とした「カスタマーリンクプラットフォーム」を2023年に構築し、新たな顧客体験価値を提供しています。

一方で、店舗、EC、ファミペイアプリなどお客さまとの接点が多様化すると同時に、既存のバックエンドシステムの連携と最適化が課題となっており、デジタルコマース基盤の刷新が急務でした。そこで、「ファミマオンライン」において、フロントエンド（お客さま接点）とバックエンド（業務システム）を分離し、API（注4）連携可能な「Unified Commerce」を導入しました。

【取り組み】

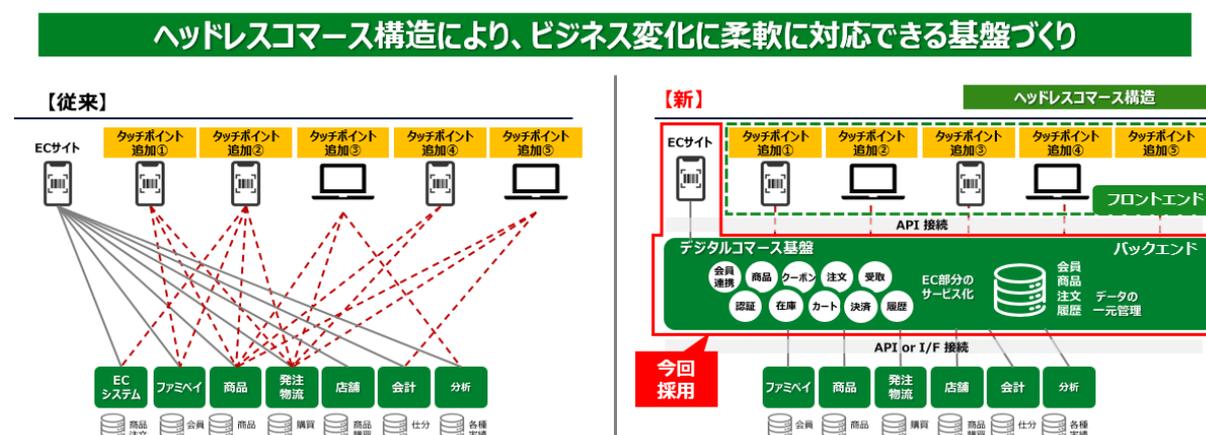
「ファミマオンライン」は、従来のオンラインサービスを統合し刷新したECサイトで、限定グッズやご当地グルメのほか、「コンビニエンスウェア」（注5）では、これまで店頭にはなかった衣料品のサイズを取り扱うなど、豊富な品揃えと、ファミリーマートならではの魅力的な購買体験を提供します。

本システム構築において、富士通のデジタルコマース基盤「Unified Commerce」を導入することで、既存システムを大きく変更することなく短納期でECサイトを刷新し、お客さまのニーズに合わせた機能追加や、新しいタッチポイントへ迅速かつ柔軟に対応できるようになりました。

本プロジェクトは、リテールを中心に長年デジタルコマース構築経験を持つ富士通のソリューションエンジニアチームと、ファミリーマートの業務やシステムに精通したアカウントチームが協働し、ビジネスの成長に合わせたシステム拡張やコスト最適化が可能なプラットフォーム構築を実現しました。

「Unified Commerce」の特長は以下です。

フロントエンドとバックエンドを分離し、それぞれが独立したヘッドレスコマース構造を採用することで、新たなタッチポイントへ対応する場合も、基幹となる業務ロジックへの影響を最小限に抑えることを可能にしました。



富士通のデジタルコマース基盤「Unified Commerce」による EC サイト構築のイメージ図

【今後について】

「ファミマオンライン」は、様々なタッチポイントを連携するとともにそれらを統合することで、ファミペイアプリ上からオンラインサイトへ遷移しやすくし、利便性を高めています。また、うなぎやクリスマスケーキなどの季節商品をオンライン予約販売するなど、予約を推奨することで食品ロス削減へ貢献をしていくほか、約 16,300 店舗の店舗網を活用し、ファミリーマートならではのユニークな商品をはじめ、人気キャラクターとのコラボレーション商品などを積極的に展開することで、お客さまの買い物体験の価値向上につなげていきます。

富士通は、ファミリーマートのビジネスを加速させ、共にサステナビリティ・トランスフォーメーションの実現に取り組んでいきます。また、社会課題を起点とした事業モデル「Fujitsu Uvance」（フジツウ・ユーバンス）のもと、生活者一人ひとりのニーズに応えながらパーソナライズされた顧客体験を実現し、サステナブルな消費活動を前進させます。

【商標について】

記載されている製品名などの固有名称は、各社の商標または登録商標です。

注 1 ヘッドレスコマース構造：フロントエンド（お客さま接点）とバックエンドシステム（業務システム）を分離させたシステム構成

注 2 これまで展開していた、ファミペイ WEB 予約やギフトサービスの 2024 年度同月受注額の合計および、合計サイトアクセス数との比較

注 3 2025 年 5 月時点のファミマのアプリ「ファミペイ」のダウンロード数

注 4 API：Application Programming Interface

注 5 コンビニエンスウェア：2021 年 3 月に展開開始した、ファミリーマートのオリジナルアパレルブランド

【関連リンク】

「Unified Commerce」 (<https://global.fujitsu/ja-jp/offering/omni-channel-services>)

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上