

2024年度（2025年2月期）第3四半期決算概要

単位：億円	2023年度 3Q累計実績	2024年度3Q累計	
		実績	前年同期差
営業収益	3,873	3,822	△50
事業利益	728	734	+6
持分法投資損益	33	474	+441
その他損益	▲42	▲39	+3
金融損益	▲38	▲43	△6
税引前当期利益	681	1,125	+444
法人所得税費用	▲191	▲221	△31
非支配持分損益	2	▲104	△106
親会社所有者帰属利益	493	801	+307
特殊要因除く	458	484	+26

単位：億円	2023年度末 実績	2024年度3Q末	
		実績	前年度末差
流動資産	4,076	5,048	+972
非流動資産	13,439	13,703	+264
使用権資産	6,071	6,186	+115
有形固定資産	1,367	1,355	△12
その他金融資産	1,438	1,660	+221
その他	4,563	4,503	△60
負債	10,051	10,683	+632
有利子負債	256	46	△210
その他	9,795	10,637	+842
資本	7,463	8,067	+604

今期決算
トピックス

➤ **既存店日商は39ヵ月連続での前年超えと好調ぶりを維持**
継続して好調なおむすびやフライヤー、惣菜に加え、パティシエ監修「感動!スイーツパン誕生」、「ファミマがチョコだらけ!」、「ネオ和菓子」等、季節感のある新商品が牽引。また、「ファミマのブラックフライデー」や新たな取組みとなる「背徳のコンビニ飯」等のオリジナルキャンペーンが奏功。発売3周年のプライベートブランド「ファミマル」は、「ファミマルPREMIUM」の品揃えを拡大し、25のこだわりを持つ7種の新商品を発売。オリジナルブランド「コンビニエンスウェア」は台湾への海外展開も果たした。39ヵ月連続の既存店前年超え、10・11月は日商・客数・客単価の主要3指標全てが前年超えを記録。

➤ **デジタルの活用による取組み**
「ファミペイ」は2,300万ダウンロードを突破。「ファミマメンバーズプログラム」は来店回数・購入金額で決まるランクの最上位「アンバサダー会員」が増加中。

➤ **独自性のあるSDGsの取組み**
「FAMIMA CAFÉ モカブレンド」の販売によりエチオピアに寄付を行う取組みは、現地の学校にトイレや教科書、ノートなどの寄付を実施。「ファミマフードドライブ」は国内最大規模の4,200店に達した。また、今春から中食商品値下シールを「涙目シール」に変更し、年間約3,000トンの食品ロス削減を見込む。大阪・関西万博内に、大型デジタルサイネージや再生素材を利用した内装や備品等を使用するメディアとSDGsの融合店舗を開店予定。

主要な
前期差増減

親会社所有者帰属利益 前年同期差 +26億円 ※特殊要因除く

➤収益力向上（商品力・販促強化による日商向上 等）

➤広告・メディア等、事業会社関連

➤事業の基盤強化に向けた取組みの加速 等

➤外部環境変化によるコスト増加 等

+62億円

+6億円

△17億円

△25億円