

株式会社フジ
2025年2月期 第2四半期 (中間期)
決算説明会

2024年10月7日(月)
株式会社フジ

1. 2025年2月期第2四半期（中間期）決算概要
2. 中期経営計画(2024-2026) 進捗状況
3. 2025年2月期 通期連結業績予想

1. 2025年2月期第2四半期（中間期）決算概要
2. 中期経営計画(2024-2026) 進捗状況
3. 2025年2月期 通期連結業績予想

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期） 決算概要

営業収益は増収、過去最高を更新

- ✓ 食品を中心に売上高は堅調に推移し、増収
- ✓ 電気使用量削減等による水道光熱費削減や、デジタル化の推進による業務の効率化・省力化による生産性の向上に取り組む。また、従業員満足の上にも繋げるべく大幅な賃上げも継続実施
- ✓ 一方で、当初からの計画どおり既存店の活性化を実施。また、統合関連費用を計上したことにより、販売費及び一般管理費は前年同期を上回る

【連結経営成績】

（単位：百万円、％）

	2024年2月期 中間期		2025年2月期 中間期		増減	
	実績	売上高比	実績	売上高比	増減	前年同期比
営業収益	398,843	—	401,698	—	2,855	0.7
営業利益	6,053	1.6	5,168	1.3	△885	△14.6
経常利益	6,963	1.8	6,076	1.6	△887	△12.7
親会社株主に帰属する中間純利益	4,053	1.1	2,525	0.7	△1,528	△37.7

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期） 決算概要

【営業収益】 増収（過去最高）

- ✓ 既存店の活性化を強力に推進し、エリアドミナントの再構築
店舗の更なる利便性向上に向けた既存店の改装による活性化を14店舗において実施
また、新規出店および業態変更で2店舗を出店
- ✓ 生活防衛意識の高まりに対応すべく安さへの取り組みを継続しつつ、
二極化する消費動向への対応をより明確にし“価格訴求”を強化

【営業収益・営業利益】

（単位：百万円、%）

	2024年2月期 中間期	2025年2月期 中間期	前年同期比
売上高	383,636	386,308	100.7
営業収益	398,843	401,698	100.7
売上総利益	101,841	107,896	105.9
営業総利益	117,048	123,286	105.3
販売費及び一般管理費	110,995	118,117	106.5
営業利益	6,053	5,168	85.4

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期） 決算概要

販売費及び一般管理費内訳

【水道光熱費】イオングループと連携した新電力への移行により電力単価を低減

【人件費】物価高へ対応し、従業員満足の向上にも繋げるべく大幅な賃上げも継続実施

【その他】活性化の強力な推進への投資および統合にともなう戦略的な投資

【販売費及び一般管理費内訳】

（単位：百万円、%）

	2024年2月期中間期	2025年2月期中間期	前年同期比
広告宣伝費	4,555	4,996	109.7
人件費	47,066	(※1) 51,150	(※1) 108.7
借地借家料	9,954	9,693	97.4
水道光熱費	9,624	8,589	89.2
事業税等	448	958	213.8
減価償却費	7,913	7,599	96.0
その他	31,429	(※2) 35,127	(※2) 111.8
販売費及び一般管理費	110,995	(※3) 118,117	(※3) 106.4

※1 合併に伴う会計処理方法等の影響を除いた実質前年同期比は、104.1%、前年同期差（2,001百万円）になります。

※2 合併に伴う会計処理方法等の影響を除いた実質前年同期比は、101.9%、前年同期差（1,347百万円）になります。

※3 合併に伴う会計処理方法等の影響を除いた実質前年同期比は、102.3%、前年同期差（2,692百万円）になります。

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期） 決算概要 < 個別概況 >

✓ 食料品を中心に売上高は堅調

お客さまの生活防衛意識の高まりに対応した価格訴求等の取り組みの継続や、ニーズに合わせた付加価値商品を提案。また、自社オリジナル商品の開発を行うなど、食料品を中心に売上高は堅調に推移

✓ 客数・買上点数は前年割れするも一品単価は上昇し、客単価は上昇

■ 部門別売上高（全店直営） ※管理損益ベースの数値を記載

（単位：百万円、%）

	2024年2月期 中間期売上高	構成比	2025年2月期 中間期売上高	前年同期比	構成比
食品	334,139	89.4	340,013	101.8	89.8
衣料	11,849	3.2	10,928	92.2	2.9
住居余暇	25,543	6.8	25,730	100.7	6.8
その他（※）	2,218	0.6	1,807	81.5	0.5
合計	373,749	100.0	378,479	101.3	100.0

※その他／たばこ・ギフト・催事等

■ 客数・客単価・一品単価・買上点数 前年比（直営計）

（単位：%）

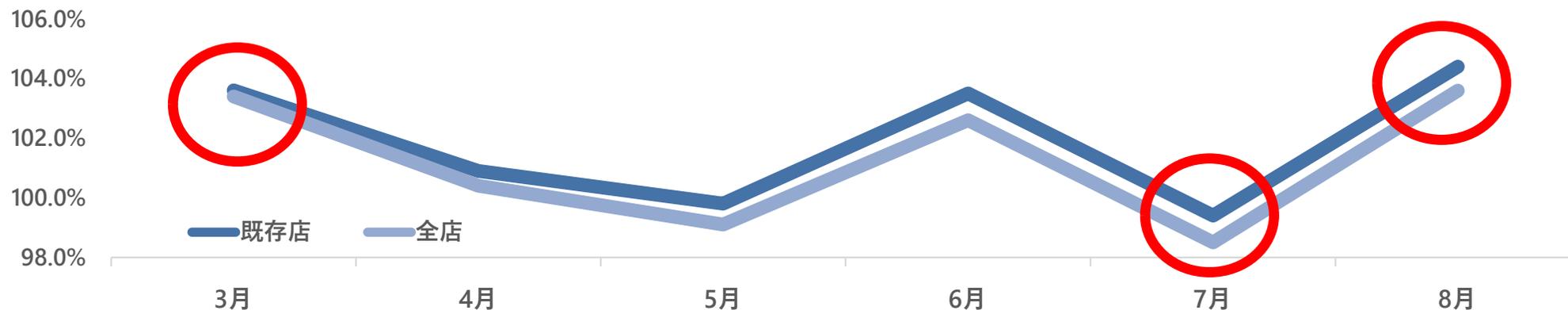
客数	客単価	一品単価	買い上げ点数
99.7	102.1	102.9	99.2

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期） 決算概要 < 個別概況 >

- ✓ 3月は統合記念セールにより好調
- ✓ 4月・5月・6月は堅調に推移
- ✓ 8月はハレの日（お盆需要）が好調に推移し、落ち込んだ7月から回復

■フジ個別の月度別売上高推移（前年比）

	3月	4月	5月	6月	7月	8月
既存店	103.6%	100.9%	99.8%	103.5%	99.4%	104.4%
全店	103.4%	100.4%	99.1%	102.6%	98.5%	103.6%



1. 2025年2月期 第2四半期（中間期）

決算概要

< 連結資産及び負債 >

有利子負債依存度が低下（借入金が減少）

（単位：百万円、％）

		2024年2月期 (2024年2月29日)		2025年2月期 中間期 (2024年8月31日)		
		連結	構成比	連結	構成比	増減
資産の部	流動資産	92,135	21.5	106,297	24.0	14,162
	固定資産	335,566	78.5	335,950	76.0	384
総資産合計		427,702	100.0	442,248	100.0	14,546
負債・資本の部	流動負債	132,084	30.9	152,016	34.4	19,932
	固定負債	79,521	18.6	72,372	16.3	△7,149
	負債合計	211,605	49.5	224,388	50.7	12,783
	純資産合計	216,097	50.5	217,860	49.3	1,763
負債純資産合計		427,702	100.0	442,248	100.0	14,546
有利子負債		81,664	19.1	67,848	15.3	△13,816

1. 2025年2月期 第2四半期（中間期）

決算概要

< 連結キャッシュフロー >

- ✓ 営業収益の伸長により営業活動によるキャッシュ・フローは増加
- ✓ 計画的な設備への投資を実施
- ✓ 借入金の返済が進み有利子負債を圧縮

営業CF	売上債権	△37億73百万円
	仕入債務	133億52百万円
投資CF	有形及び無形固定資産取得	△43億29百万円
財務CF	短期借入金の純増減	△12億50百万円
	長期借入金の増加(借入金の圧縮)	△30億円

(単位：百万円、%)

科目	2024年2月期 中間期	2025年2月期 中間期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	23,054	34,560	11,506
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,000	△13,187	△5,187
財務活動によるキャッシュ・フロー	△12,230	△14,960	△2,730
現金及び現金同等物の増減額	2,823	6,412	3,589
現金及び現金同等物の期首残高	31,800	37,182	5,382
現金及び現金同等物の期末残高	34,624	43,595	8,971

本日の内容

1. 2025年2月期第2四半期（中間期）決算概要
- 2. 中期経営計画(2024-2026) 進捗状況**
3. 2025年2月期 通期連結業績予想

2. 中期経営計画(2024-2026) 進捗状況

2024-2026 中期経営計画

■ 3つの基本戦略

1. 企業文化の確立

2. 既存事業の改革

3. 事業インフラの統合とシナジー創出

ESG経営の推進

～脱炭素社会の実現と地域社会への貢献～

■ 主要目標数値（連結）



■ 投資額（累計）

2024年～2026年投資額 **860億円**

- 店舗投資 **720億円**
(活性化、S & B、新店、修繕)
- 環境・グリーン **60億円**
(冷媒ガス交換、LED照明、空調)
- サプライチェーン・デジタル **80億円**
(P C、物流・マーケティング、業務効率化)

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

① 既存店の刷新

- ・既存店の活性化・S & Bを強力に推進
- ・エリアドミナントの再構築に向け計画通りに実施

活性化・S&B

150店舗目標

(2024～26年度)

(2024年度上半期)

活性化 **14**店舗

新店 **2**店舗
(業態変更含む)

■ 活性化

3月 フジグラン松山(愛媛県)

ザ・ビッグ防府店(山口県)

マルナカ三加茂店(徳島県)

4月 マックスバリュ三木北店(兵庫県)

マックスバリュ小郡南店(山口県)

フジグラン広島(広島県)

フジグラン丸亀(香川県)

5月 マックスバリュ平生東店(山口県)

マルナカ白島店(広島県)

6月 フジグラン宇部(山口県)

7月 フジ見奈良店(愛媛県)

マックスバリュイオンタウン姫路店(兵庫県)

ザ・ビッグ美祢店(山口県)

マックスバリュ桜が丘店(岡山県)

■ 新店(業態変更含む)

3月 マックスバリュ塩冶店(島根県)

4月 マックスバリュイオンタウン防府店(山口県)



マックスバリュ塩冶店

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

みかも

■ マルナカ三加茂店

2024年3月20日
徳島県三好郡



前年同期比

103.5%



まるがめ

■ フジグラン丸亀

2024年4月27日
香川県丸亀市



前年同期比

109.4%



- お客様のニーズに応じた品揃えを実現し、新しい発見・楽しさを提供
- お客様の生活スタイルに沿ったテナントの整備

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

おごおりみなみ

■ マックスバリュ小郡南店

2024年4月20日
山口県山口市



前年同期比

115.6%

ほうふ

■ ザ・ビッグ防府店

2024年3月23日
山口県防府市



前年同期比

133.4%

- イートインなどお客さまの憩いの場やコミュニケーションの場を整備
- 通路幅の拡大や簡潔な販促物で買い回りしやすい売場環境を整備

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

②新規出店・業態変更（進捗状況）

■ マックスバリュ^{えんや}塩冶店

2024年3月1日 島根県出雲市

新規
出店



- 地域密着型スーパーマーケット
- 地元漁港から直送の鮮魚
- 簡便・即食に特化した商品の強化

■ マックスバリュ^{ほうふ}イオンタウン防府店

2024年4月27日 山口県防府市

業態
転換



- ディスカウントからスーパーマーケットへ業態転換
- 簡便・即食商品の品揃え拡充

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

■2024年度下半期 S&Bオープン **4**店舗

オープン（予定）

11月 マルナカ志度店^{しど}（香川県さぬき市）

11月 マルナカ洲本物部店^{すもとのべ}（兵庫県洲本市）

12月 フジ新居浜店^{にいほま}（愛媛県新居浜市）

12月 マックスバリュイオンタウン^{らくらくえん}楽々園店
（広島市佐伯区）

らくらくえん
マックスバリュイオンタウン^{らくらくえん}楽々園店
＼ 旧ファミリータウン広電楽々園を大型改装！ ／



2024年冬ごろ
オープン予定



2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

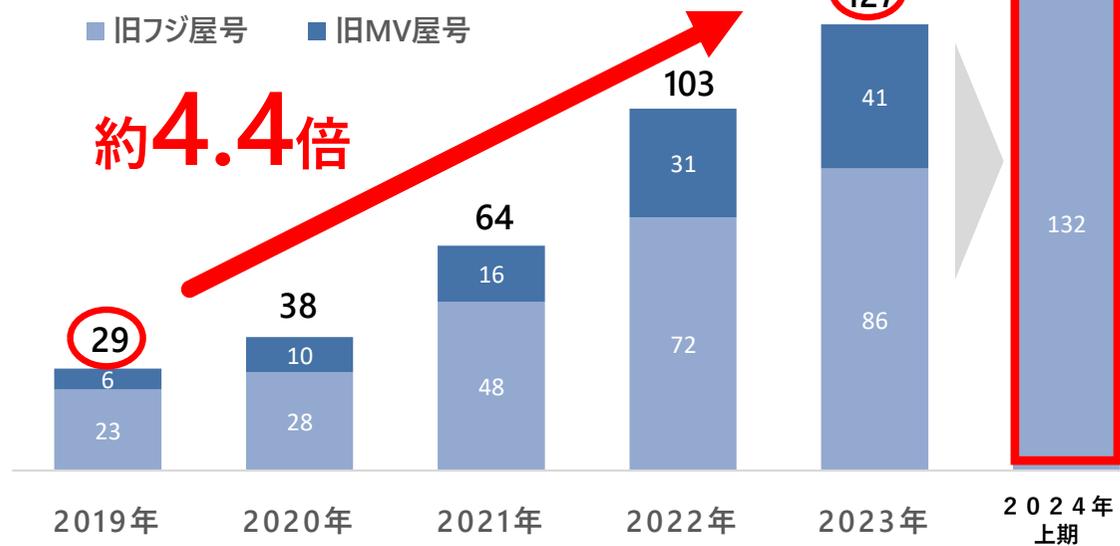
③ ノンストア事業の推進

・移動スーパーの推進

(過疎が進む地域に着実に展開 (中山間部、沿岸部、団地))



移動スーパー専用車両台数推移



年々拡大を加速

展開店舗

83店舗

車両台数

132台

立ち寄り拠点

約8,200か所



- ・お客さまのご不便を解消するとともに新たなニーズへの対応に挑戦
- ・4月、マックスバリュ備前店（岡山県）島嶼部へ向けた新たなルートを拡大
- ・6月、マルナカパワーシティ善通寺店（香川県）で新たに運行を開始

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

④ 業務DXの推進

■ セルフ・セミセルフレジ導入・効果

〔セルフレジ〕
導入店舗利用率 **46.1%**



商品登録～お支払いまで全てセルフ

〔お支払いセルフレジ〕 **63.6%**
導入店舗利用率



商品登録はレジ担当が実施し、お支払いのみセルフ

導入により、**1～2名分（月間約160H）の人員削減効果**

- 店舗ごとのお客さまの利便性向上を目指し、複数のレジを組み合わせ最適なレジ構成を実現
- 作業効率の改善による業務の「省人化」「省力化」の推進

2. 中期経営計画 _ 既存事業の改革

■ 需要予測型自発動注システム



導入店舗数
478店舗



上半期導入店舗数
(全店導入完了)

383店舗

- 在庫の適正化による品切れ防止と鮮度の向上

■ 電子棚札の導入拡大



上期導入
店舗数
17店舗



月間削減人時
(1店舗当たり)

250時間

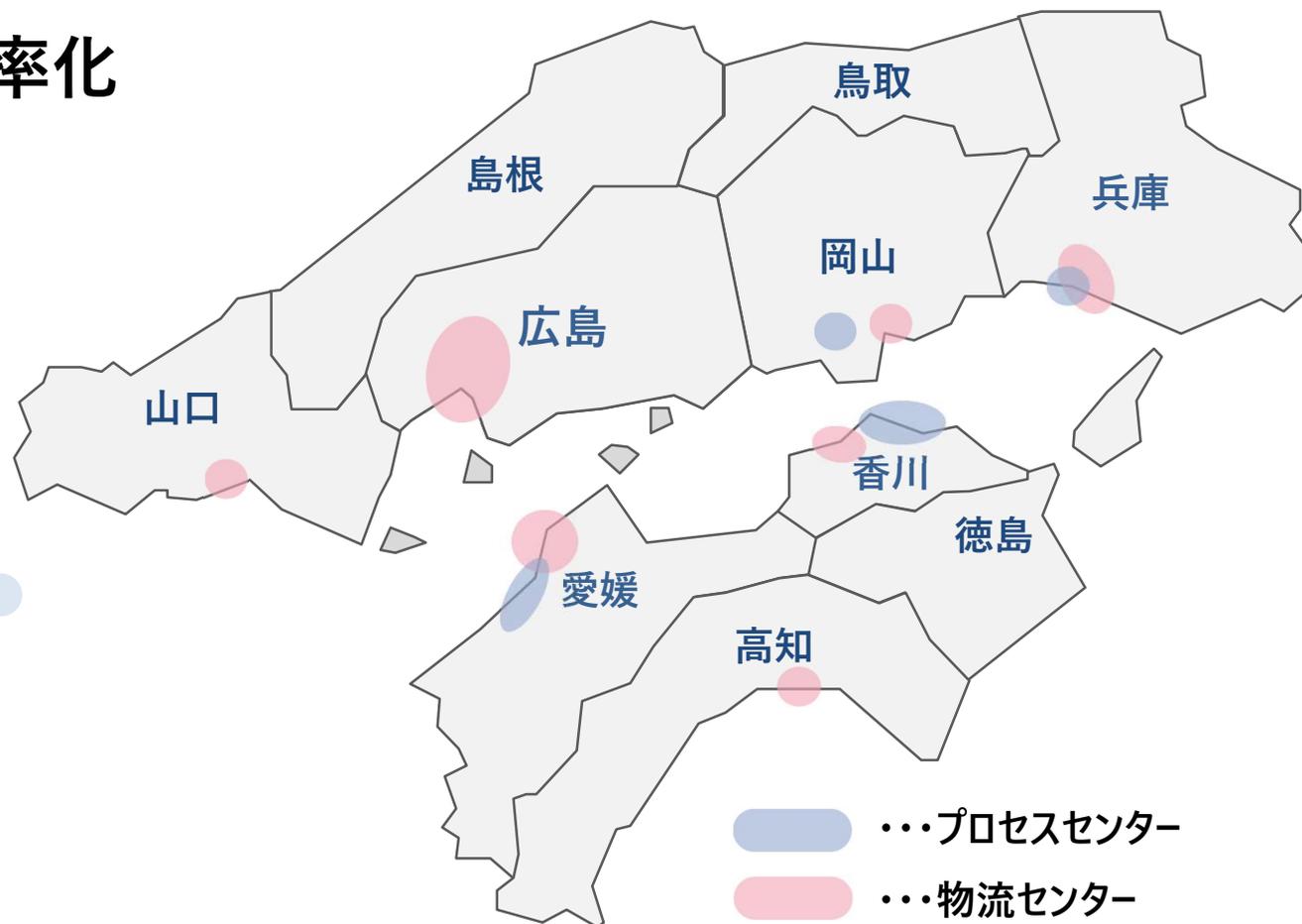
- 店頭とレジでの価格表示相違の改善にも効果

2. 中期経営計画_事業インフラの統合とシナジー創出

① サプライチェーンの統合と効率化

■ 物流センターの再編

- ・再編完了
2024年6月 東四国
- ・下半期計画
西四国（予定）



- ・ スケールメリットの創出に向けて2年かけて計画的に再編
- ・ 東四国エリアの常温・低温物流の再編が計画通りに完了
- ・ コスト削減による早期のメリットの創出

2. 中期経営計画_事業インフラの統合とシナジー創出

■ プロセスセンターの活用と再投資

自社プロセスセンター **9**か所

- ・お魚屋さんの鮮魚使用 ・季節の食材を使用したお寿司「うお鮨」
- ・「幕の内弁当」

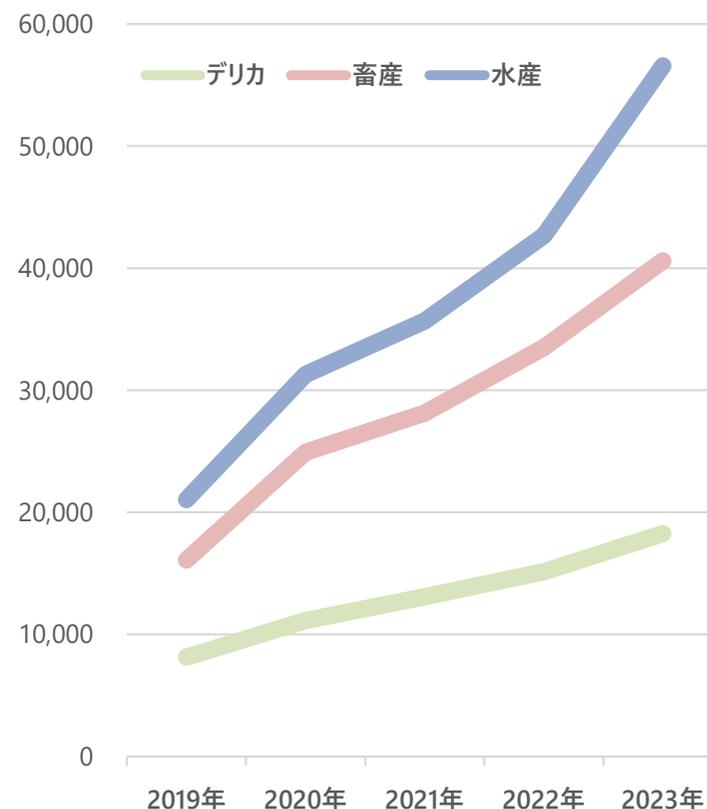


水産プロセスセンター



デリカプロセスセンター

● プロセスセンター出荷高



- ・ 自社プロセスセンターのオリジナル商品を開発
- ・ 商品政策に基づいた既存のプロセスセンターの機能強化や、屋号を超えた商品供給体制の最適化でさらなる生産性向上を目指す

2. 中期経営計画 _ 事業インフラの統合とシナジー創出

②仕入れ統合と集約

- 二極化する消費に対応し価格訴求と価値訴求

3つのお得 このマークが目印!

<p>全カ プライス</p> <p>食料品から日用品まで 毎月ごとに 厳選商品を「全カ値下げ」で ご提供します!</p>	<p>毎日が安い! お値打ち 価格</p> <p>毎日のくらしに 欠かせない食料品や 日用品をお求めやすい 価格でご提供!</p>	<p>55 プラス ポイント</p> <p>ポイントがお得に貯まる! エフカ会員さま 対象商品お買上げで 基本ポイントにプラスポイント プレゼント!</p>	<p>55 円 値引</p> <p>対象商品のご購入の際に IAEONアプリクーポン ご利用で55円値引き!</p>
---	--	---	---



Healthy

健康を考える
アナタに。



Beauty

きれいでありたい、
アナタに。



Rich

自分へのご褒美に
ちょっと贅沢を。



Happy

日々の生活を
軽やかに、楽しく。



Sustainable

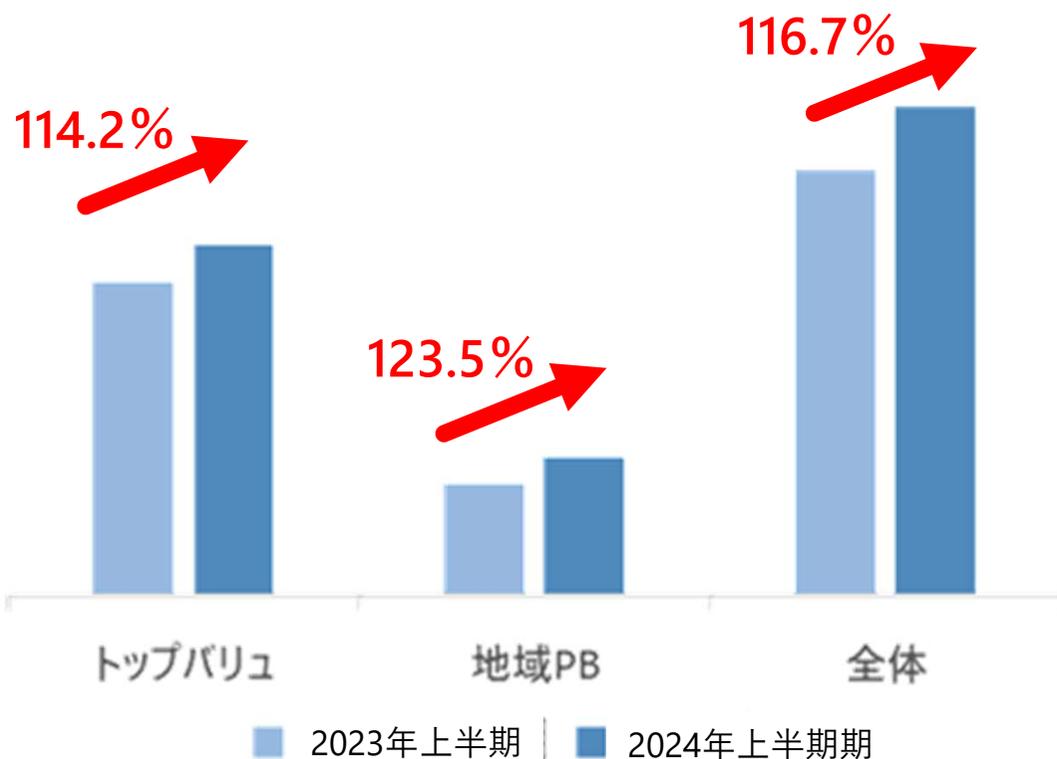
選び方で
未来が変わる。

- エブリデイ・ロー・プライスで「毎日が安い」を実現
- 厳選商品はわかりやすく価値を訴求

2. 中期経営計画 _ 事業インフラの統合とシナジー創出

③プライベートブランドの拡充

■ 中間期プライベートブランド売上



■ トップバリュ商品



- 新規導入、SKUの拡大などにより売上及び構成比は拡大

- 価格対応や、時短簡便商品他時代に沿った新たな商品を展開

2. 中期経営計画_事業インフラの統合とシナジー創出

■ 自社オリジナル商品の開発を加速



地域PB商品
昨年比

123%



- それぞれの強みやノウハウを共有・活用した自社商品を拡大
- 即食需要に応じて、お客さまのニーズに沿った自社オリジナル商品を開発
- “地元”をテーマに地元のメーカー様と連携しながら、地元商品を開発

本日の内容

1. 2025年2月期第2四半期（中間期）決算概要
2. 中期経営計画(2024-2026) 進捗状況
- 3. 2025年2月期 通期連結業績予想**

3. 2025年2月期 通期連結業績予想

通期の業績予想に変更はありません

(単位：百万円)

	2024年2月期 通期連結業績	2025年2月期 通期連結業績予想	前年比
営業収益	801,022	810,000	1.1%増
営業利益	15,110	15,500	2.6%増
経常利益	17,374	17,700	1.9%増
親会社株主に帰属 する当期純利益	7,436	8,000	7.6%増
1株当たり当期純利益	86.95円	92.32円	—
1株当たり配当	30円	30円	—

地元を、新しいつながりを。



< 予測に関する注意事項 >

- 本資料は情報の提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料（業績計画を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を負いません。
- ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願いいたします。本資料に記載されている見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断を下すことによって、生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。

※ この資料の著作権は(株)フジに帰属します。いかなる理由によっても当社に許可なく資料を複製・配布することを禁じます。

<参考> 主要な経営指標

(単位：%)

	2024年2月期 中間期	2025年2月期 中間期
売上高営業利益率	1.6	1.3
売上高経常利益率	1.8	1.6
1株当たり純資産 (円)	2,450	2,511
自己資本比率	49.5	49.2
ROIC	1.30	0.98