



株式会社フジ

2026年2月期 第2四半期(中間期) 決算説明会

2025年10月10日



1 2025年度 中間期 連結決算概要

2 2025年度 成長戦略

1. マーケット対応
2. 営業力強化（既存店の活性化）
3. サプライチェーンの整備
4. 生産性の向上

3 2025年度 通期連結業績予想

※当資料内では、「2026年2月期」を「2025年度」と表記



1 2025年度 中間期 連結決算概要

2 2025年度 成長戦略

1. マーケット対応
2. 営業力強化（既存店の活性化）
3. サプライチェーンの整備
4. 生産性の向上

3 2025年度 通期連結業績予想



1. 2025年度 中間期 連結決算概要

増収・中間純利益は増益（営業収益は過去最高・5期連続増収）

中期経営計画(2024-2026年)に基づき、節約志向の高まりに対応し「価格訴求」を強化。EDLP※商品の販売拡大による売上高の底上げと、競争力向上に向けた既存店の改装や建て替えなど、店舗への積極的な投資を実施
結果、食料品を中心に売上高は堅調に推移し+1.7%の増収

※エブリデイ・ロー・プライス

【連結経営成績】

(単位：百万円、%)

	2024年度 中間期		2025年度 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	401,698	—	408,542	—	6,844	1.7
営業利益	5,168	1.3	4,501	1.1	△667	△12.9
経常利益	6,076	1.6	5,356	1.4	△720	△11.8
親会社株主に帰属する中間純利益	2,525	0.7	2,645	0.7	120	4.8

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

【中間連結損益計算書】

(単位：百万円、%)

	2024年度中間期 (2024年3月1日～ 2024年8月31日)	2025年度中間期 (2025年3月1日～ 2025年8月31日)
売上高	386,308	393,276
売上原価	278,411	283,252
売上総利益	107,896	110,024
営業収入		
不動産賃貸収入	10,102	9,960
その他営業収入	5,287	5,305
営業収入合計	15,390	15,265
営業総利益	123,286	125,289
販売費及び一般管理費	118,117	120,788
営業利益	5,168	4,501

【売上高】

前年同期比1.8%増

- ✓ 節約志向への対応として「価格訴求」を強化
EDLP商品の拡販とPBの販売を積極的に推進し売上高を底上げ

【営業利益】

前年同期比12.9%減

- ✓ 荒利益高は伸長するも販売費及び一般管理費の増加により営業利益を圧迫

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

販売費および一般管理費内訳

持続的な成長を目指し、競争力の強化と店舗業務の省力化に向けて積極的に投資

【人件費】従業員満足の向上につなげる積極的な賃上げを継続して実施

【設備費】将来に向けた投資として、既存店の改装による活性化や建て替え
また、施設保全に向けた修繕を強力に推進

【水道光熱費】LED照明や省エネ型冷蔵冷凍機器への入れ替えにより、電気使用量は削減するものの
単価の上昇による電気料金が増加

【販売費及び一般管理費内訳】

(単位：百万円、%)

	2024年度 中間期	2025年度 中間期	前年同期比
人件費	54,061	55,795	103.2
販促費	3,850	3,787	98.4
販売管理費	8,166	8,792	107.7
設備費	34,525	35,085	101.6
(うち、電気料金)	8,421	8,735	103.7
一般費	9,153	9,079	99.2
販売費及び一般管理費	109,758	112,541	102.5

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

【中間連結損益計算書】

(単位：百万円、%)

	2024年度中間期 (2024年3月1日～ 2024年8月31日)	2025年度中間期 (2025年3月1日～ 2025年8月31日)
営業外収益		
受取利息	20	30
受取配当金	224	225
持分法による投資利益	714	693
その他	296	302
営業外収益合計	1,256	1,251
営業外費用		
支払利息	213	226
その他	135	169
営業外費用合計	349	396
経常利益	6,076	5,356

【経常利益】
前年同期比11.8%減
✓ 持分法適用会社の投資利益として
693百万円計上

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

【中間連結損益計算書】

(単位：百万円、%)

	2024年度中間期 (2024年3月1日～ 2024年8月31日)	2025年度中間期 (2025年3月1日～ 2025年8月31日)
特別利益		
固定資産売却益	60	37
投資有価証券売却益	—	911
特別利益合計	60	948
特別損失		
固定資産除売却損	671	423
減損損失	519	420
店舗閉鎖損失	2	225
店舗閉鎖損失引当金繰入額	19	1,794
特別損失合計	1,213	2,864
税金等調整前中間純利益	4,922	3,440

【特別利益】

✓ 保有株式売却により
増加

【特別損失】

✓ 減損損失と店舗閉鎖
損失引当繰入額を
計上

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

【中間連結損益計算書】

(単位：百万円、%)

	2024年度中間期 (2024年3月1日～ 2024年8月31日)	2025年度中間期 (2025年3月1日～ 2025年8月31日)
法人税等	2,379	793
中間純利益	2,542	2,647
非支配株主に帰属する中間純利益	17	2
親会社株主に帰属する中間純利益	2,525	2,645

【親会社株主に帰属
する中間純利益】
前年同期比4.8%増

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

✓ 有利子負債を削減（長期借入金を削減）

【中間連結貸借対照表】

（単位：百万円、％）

		2024年度 (2025年2月28日)		2025年度 中間期 (2025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	78,744	19.1	101,194	23.2	22,450
	固定資産	333,064	80.9	334,161	76.8	1,097
総資産合計		411,808	100.0	435,356	100.0	23,548
負債・資本の部	流動負債	121,331	29.5	153,903	35.4	32,572
	固定負債	72,449	17.6	61,694	14.2	△10,754
	負債合計	193,780	47.1	215,598	49.5	21,818
	純資産合計	218,028	52.9	219,757	50.5	1,729
負債純資産合計		411,808	100.0	435,356	100.0	23,548
有利子負債		67,848	15.3	54,956	12.6	△12,892

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

- ✓ **営業CF**：営業収益の伸長により増加
- ✓ **投資CF**：計画的な店舗活性化など、設備への投資を実施
- ✓ **財務CF**：借入金減少による支出の増加

【中間連結キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)

科目	2024年度 中間期	2025年度 中間期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,560	36,952	2,392
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13,187	△8,028	5,159
財務活動によるキャッシュ・フロー	△14,960	△16,729	△1,769
現金及び現金同等物の増減額	6,412	12,194	5,782
現金及び現金同等物の期首残高	37,182	26,291	△10,891
現金及び現金同等物の中間期末残高	43,595	38,485	△5,110

1. 2025年度 中間期 連結決算概要

【主要な経営指標】

(単位：%)

	2024年度 中間期	2025年度 中間期
総資産当期純利益率(ROA)	0.58	0.62
自己資本当期純利益率(ROE)	1.17	1.21
売上高営業利益率	1.34	1.14
売上高経常利益率	1.57	1.36
1株当り純資産 (円)	2,511.13	2,533.08
自己資本比率	49.20	50.41
投下資本利益率(ROIC)	0.98	1.35

1 2025年度 中間期 連結決算概要

2 2025年度 成長戦略

1. マーケット対応
2. 営業力強化（既存店の活性化）
3. サプライチェーンの整備
4. 生産性の向上

3 2025年度 通期連結業績予想



2. 2025年度 成長戦略

■2025年度 フジを取り巻く環境

政治・経済

- インフレ圧力の高まり
- 賃金上昇圧力、人件費高騰
- 地域分散、YZ世代中心の経済へ

地域・社会

- 人口減少・高齢化
- 労働力不足、働き方の柔軟化
- 社会インフラの老朽化

お客さま

- 生活防衛意識の高まり
- 消費の二極化が鮮明に
- 簡便ニーズの高まり



競合

- DS、ドラッグストアの出店加速
- 単身世帯・共働き世帯増加
- 価格競争の激化

■2025年度 フジの戦略

- 「安さ」へのさらなる対応 (EDLP商品の拡大・トップバリュ商品の強化)
- 既存店改革の推進 (競争力が低下している店舗の活性化)
- 生産性の高い組織づくり (人員の再配置、省人化機器の効果創出)

2. 2025年度 成長戦略

■ 中間期のフジの状況

✓ 食料品を中心に売上高は堅調

EDLP商品の販売拡大などによる「価格訴求」の取り組みや、消費の二極化に対応した「価値訴求」商品の展開、地元の味や地産地消にこだわった自社オリジナル商品の提供を継続して実施し食料品を中心に売上高は堅調に推移

✓ 一品単価が上昇し客単価は上昇するも、客数・買上点数は前年を下回る

部門別売上高（全店直営） 管理会計を記載 ※その他／たばこ・ギフト・催事等 (単位：百万円、%)

	2024年度 中間期 売上高	構成比	2025年度 中間期 売上高	前年同期比	構成比
食品	341,143	89.8	348,926	102.3	90.0
衣料	11,197	2.9	10,740	95.9	2.8
住居余暇	25,898	6.8	25,358	97.9	6.5
その他※	1,814	0.5	2,822	155.5	0.7
合計	380,053	100.0	387,848	102.1	100.0

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	買上点数
99.4	103.0	104.4	98.7

2. 2025年度 成長戦略（マーケット対応）

■ 価格訴求

3つのお得 このマークが目印!

- 全力価格**
食料品から日用品まで 毎月ごとに厳選商品を「全力値下げ」でご提供します!
- 毎日が安い! お値打ち価格**
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!
- 55 プラス ポイント**
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!
- 55 円値引**
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!



＼EDLPを強化し、アイテム数を増加／

EDLP売上高

2025年上半期

871.4億円（前年比116.2%）

2025年上半期

「全力価格」

148.0億円（前年比 122.5%）

「毎日が安い! お値打ち価格」

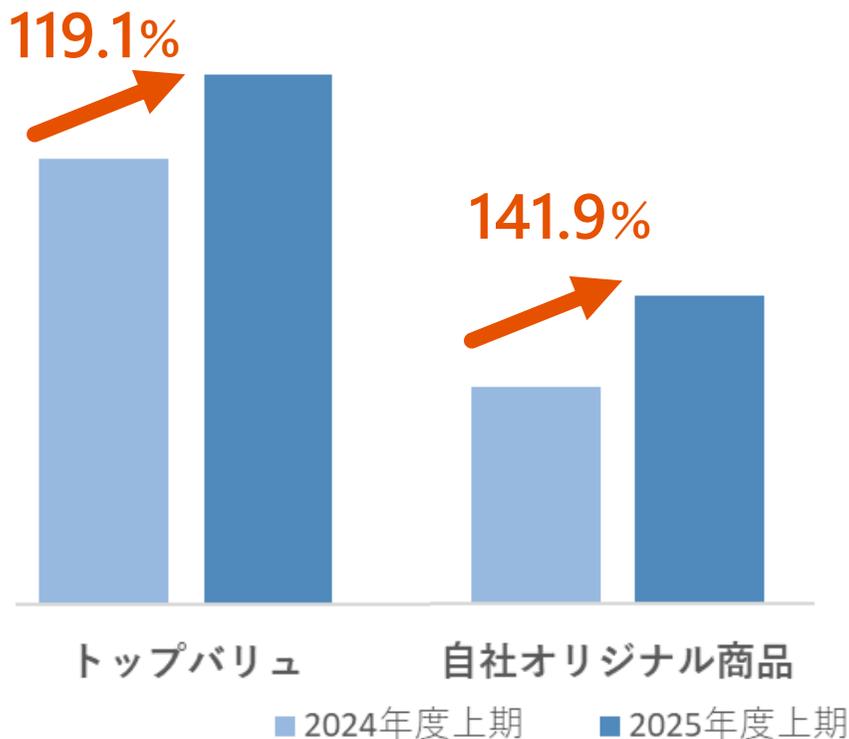
723.4億円（前年比 172.5%）

- 節約志向の高まりに対応し、EDLP商品で「毎日が安い」を実現
- アイテム数を増加させ、厳選商品の分かりやすい売場を展開
- EDLP商品売上高 前年比116.2%を達成

2. 2025年度 成長戦略（マーケット対応）

■プライベートブランドの拡充

・プライベートブランド売上



・トップバリュ商品

トップバリュ売上

2024年度上半期

259億円

2025年度上半期

277億円



- ・新規導入、SKUの拡大など売上及び構成比は拡大

- ・25年度トップバリュ売上目標 約690億円(前年比約109%、構成比7.9%)

2. 2025年度 成長戦略（マーケット対応）

■トップバリュ商品の品揃え拡大を加速

トップバリュ商品
総SKU数

8,138SKU

売上高前年比

107.0%



さあ、ワクワクするほうへ！
トップバリュ



もっと安心、もっとやさしく
トップバリュ グリーンアイ



今日も明日も、ほしいもの
トップバリュベストプライス



- 生活必需品を中心に、最安値の商品としてベストプライスの拡販や、多様なニーズに対応したするためグリーンアイ、トップバリュ商品の拡販
- トップバリュ構成比9.5% SM8.7%、DS14.8%

2. 2025年度 成長戦略（マーケット対応）

■ 自社オリジナル商品の開発を加速

自社オリジナル商品
売上高前年比

152.0%



柑橘の風味が
口いっぱい広がります

フジ・フジグラン・マックスバリュ・マルナカ
のんあるサワーゆずレモン
※フジ・フジグラン・マックスバリュ・マルナカ

グロサリー部門

2層包餡製法による
圧倒的なジューシー感!!

生鮮・日配部門

フジ・フジグラン・マックスバリュ・マルナカ
じゅわっとジューシー生ハンバーグ
※フジ・フジグラン・マックスバリュ・マルナカ

Just Cool

リバーシブル



- 地域のメーカー様とともに地元商品を開発
- 惣菜は、各地域に古くから伝わる“地元の味”に沿った商品を開発
- 2025年度売上目標 280億円(2024年度比115.7%)

2. 2025年度 成長戦略（マーケット対応）

■ 随意契約 政府備蓄米の販売

第1弾

6月8日(日)
広島県内3店舗にて
先行販売開始

計**4,000**袋



第2弾

6月12日(木)
営業エリア全10県
20店舗にて販売開始

計**11,000**袋



第3弾

6月15日(日)
広島県内全57店舗
にて販売開始

計**4,500**袋



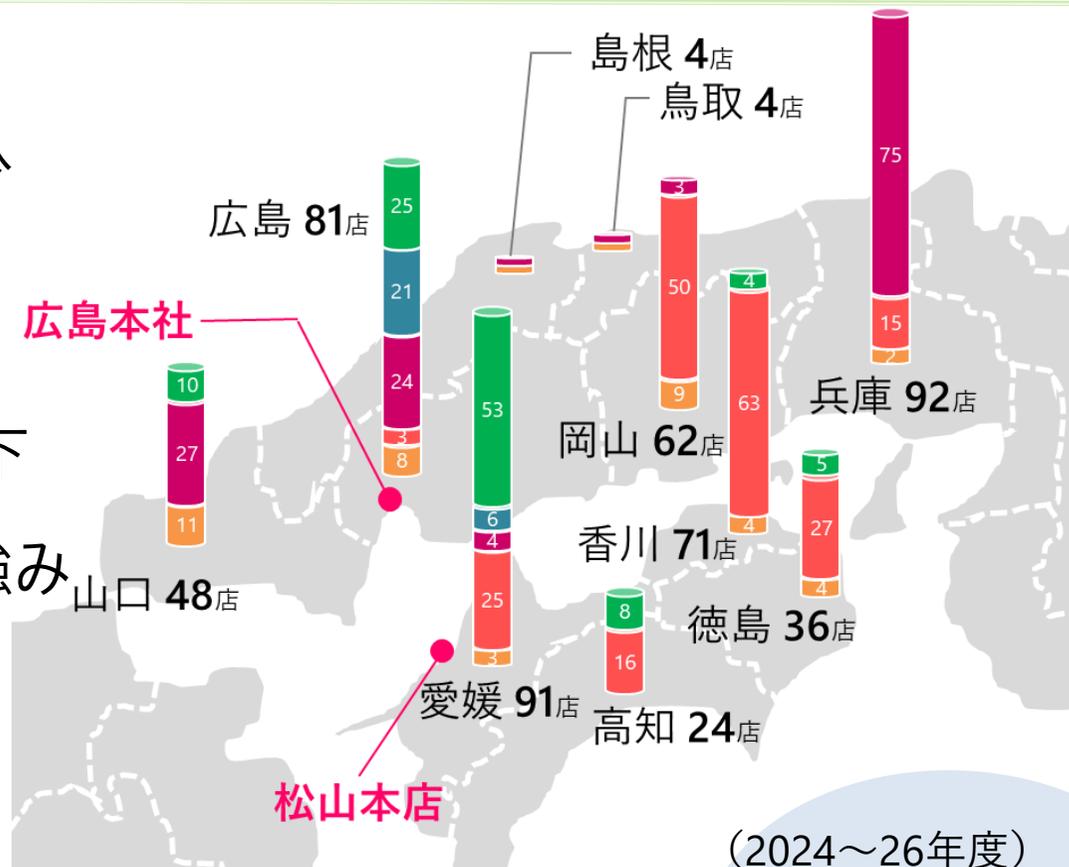
順次全店にて販売

- 各エリアのお客さまのニーズにお応えできるよう、そのときできる最善の品揃えを目指し、全社を挙げて対応

2. 2025年度 成長戦略（営業力強化）

■店舗を取り巻く環境

- 全国よりも急激な人口減少
⇒マーケットシュリンクの加速
- 店舗建築コストの拡大
- 競合進出による競争力低下
- エリアドミナント戦略による強み



■店舗の成長戦略

- 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て計画通りに実施

(2024~26年度)

活性化・S&B

目標 **150** 店舗

2. 2025年度 成長戦略（営業力強化）

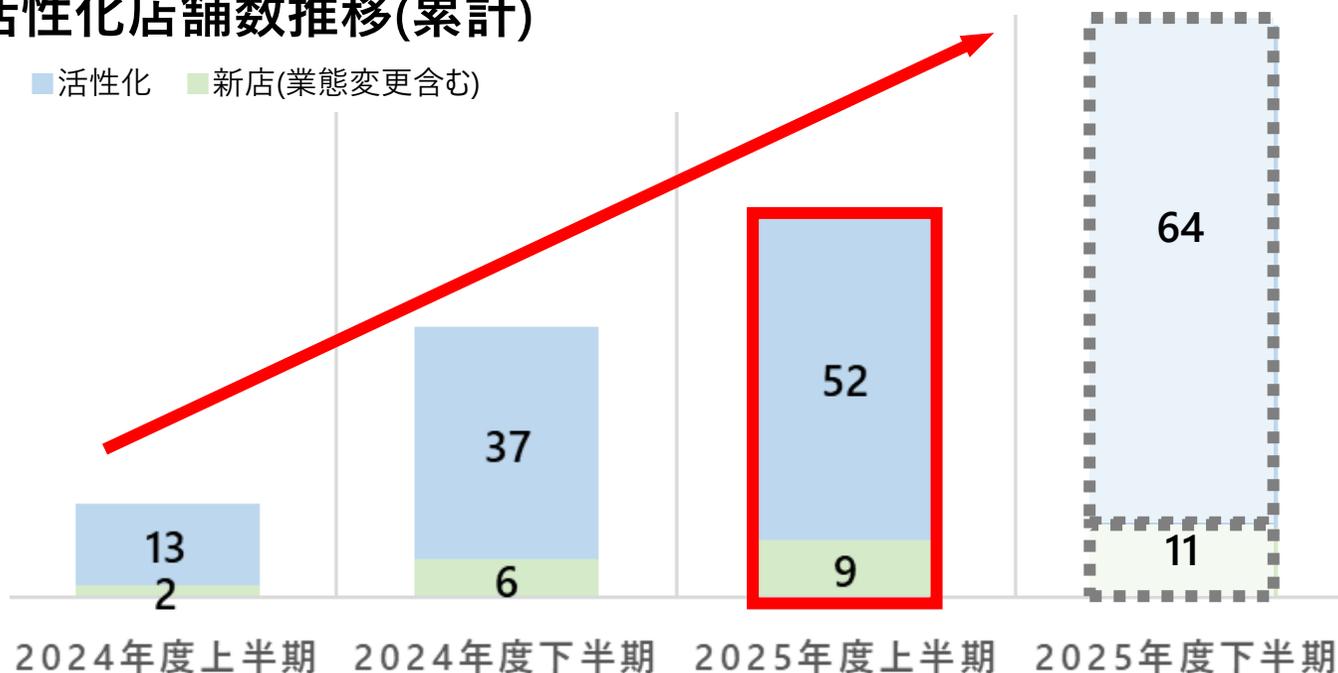
■ 営業力強化に向けての投資

・2024~2025年度投資額

約**187**億円

活性化店舗数推移(累計)

■ 活性化 ■ 新店(業態変更含む)



予定
(2024~2025年度累計)

活性化

64店舗

S&B・新店

11店舗

- ・ 中期経営計画での目標150店舗のうち 61店舗の活性化・S&Bが完了

2. 2025年度 成長戦略（営業力強化）

■ 2024年度活性化店舗状況

2024年度活性化 **37**店舗
(活性化一例)

ほうふ
ザ・ビッグ防府店（山口県防府市）

2024年3月
リニューアル



- DS専用プライベートブランド商品
を徹底的に売り込み、売上を伸長

活性化店舗売上前年比

2024年度

2025年度

106.8% ▶ **108.9%**

はくしま
マルナカ白島店（広島県広島市）

2024年5月
リニューアル



- 季節商品やPBの拡販で売上を
伸長

2. 2025年度 成長戦略（営業力強化）

■ 2025年度中間期活性化店舗

活性化店舗

3月 マックスバリュEX広島駅北口店(広島県)

3月 マルナカ宇野店(岡山県)

4月 マルナカ平福店(岡山県)

4月 マルナカ築港店(岡山県)

4月 マックスバリュ田布施店(山口県)

5月 マックスバリュ長府店(山口県)

5月 マルナカ石井店(徳島県)

6月 マックスバリュ揖保川店(兵庫県)

6月 フジグラン神辺(広島県)

7月 ザ・ビッグ平島店(岡山県)

7月 マックスバリュ宝殿店(兵庫県)

7月 マルナカ観音寺駅南店(香川県)

7月 マックスバリュ西風新都店(広島県)

8月 マルナカ小山店(岡山県)

8月 マックスバリュ恵比須店(兵庫県)

活性化

15店舗

(活性化一例)

かんおんじえきみなみ

■ マルナカ観音寺駅南店

2025年7月18日
香川県観音寺市



前年同期比

149.5%

活性化店舗売上前年比

105.7%

2. 2025年度 成長戦略（営業力強化）

ノストア事業の推進

■ 移動スーパーの拡大

売上高前年比 **107.8%**

展開店舗

車両台数

90店舗

142台

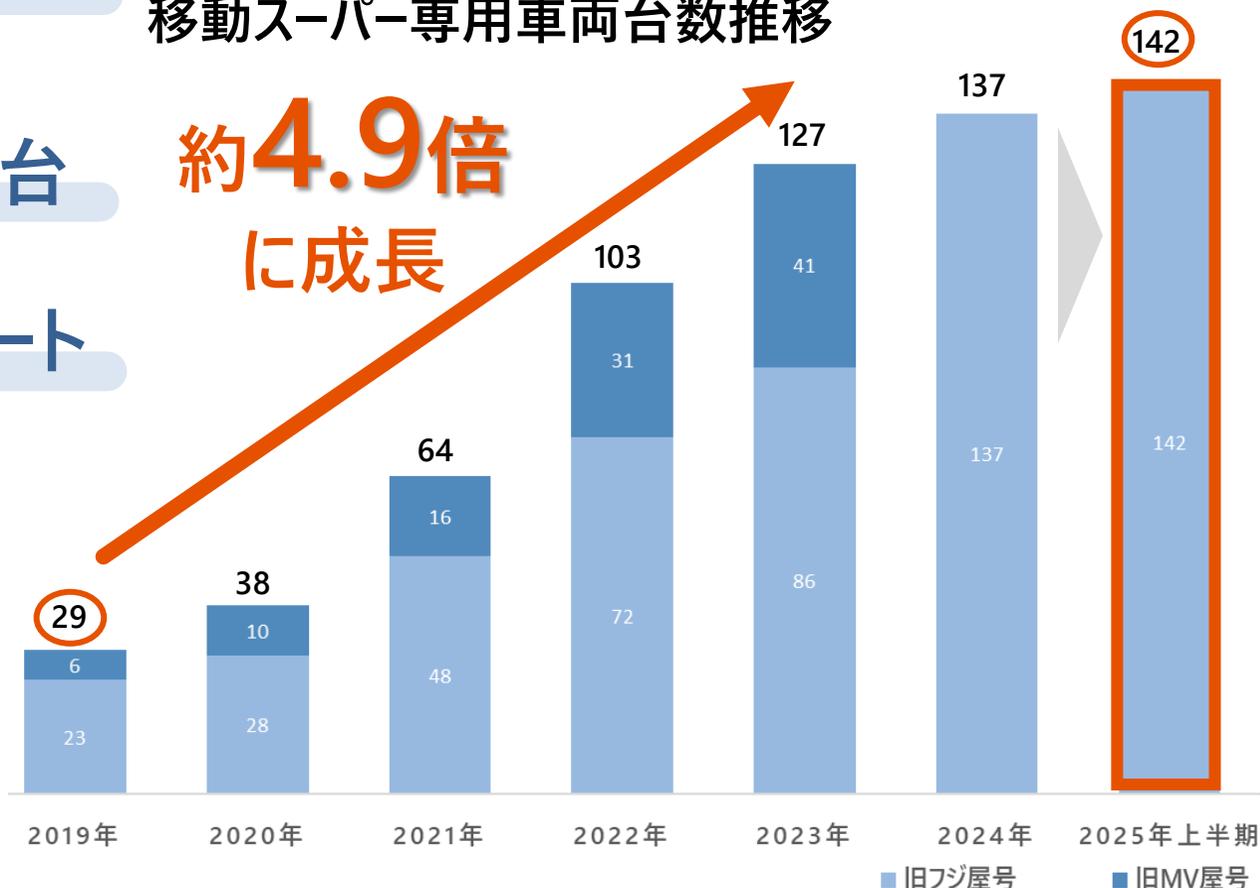
販売ルート

777ルート



移動スーパー専用車両台数推移

約**4.9倍**
に成長



2. 2025年度 成長戦略（サプライチェーンの整備）

■事業インフラの改革（物流）

2025年度 再編後の 中国地区常温センター配置図

【2025年度物流再編計画】

2025年10月 島根・鳥取県店舗

山陰物流センター(常温)移管

2025年11月 島根・鳥取県店舗

山陰物流センター(低温)移管

2025年10月

中国エリア常温センター

店舗再編



四国地区 2024年度に
常温・低温の再編完了

2. 2025年度 成長戦略（サプライチェーンの整備）

■ プロセスセンター(PC)商品相互供給を開始

松山PCから四国エリアのマックスバリュ、マルナカ屋号店舗に続き
本州エリアのマックスバリュ、マルナカ屋号店舗への商品供給を開始

< 畜産 >



< 水産・魚惣菜 >



- 下半期は、岡山PCからフジ屋号店舗への商品供給を開始予定
- 畜産では、四国エリアと同様、岡山PCで単品集中生産を実現
- 水産では、本州エリアも相互供給を実現

2. 2025年度 成長戦略（サプライチェーンの整備）

■ PC機能・店舗作業の整備

< 畜産 >

PCで下処理(一次作業)後、店舗へ納品
店舗作業の低減と、鮮度向上を実現



- PCで下処理することで店舗の値入と鮮度を確保
- PC生産効率と経費を削減

< 水産・魚惣菜 >

繁忙期の主力品をPCから供給することで
店舗作業を軽減し、生産性向上を実現



- PC供給の商品・エリアの拡大で店舗作業の選択と集中をしそれぞれの機能を明確化

2. 2025年度 成長戦略（サプライチェーンの整備）

■ フジ人気商品（全店供給商品）

自家製きんし
玉子使用



『おばあちゃんばら寿司』



『こだわりの鶏めし
玉子焼き弁当』



北海道産の芋使用
『ポテトサラダ』

- 自社ならではのオリジナル商品
- 産地・素材・製法へのこだわり

■ デリカプロセスセンター 3 か所



出荷高昨年比

2024年実績
(2023年比)

105.5%

2025年上半期
(2024年比)

109.2%

- 全店供給の構築で生産性を向上
- 安全・安心・信頼される工場運営

2. 2025年度 成長戦略（生産性の向上）

■省力化のためのDX投資

・2024~2025年度投資額

33億円

■レジ

・セルフレジ
(商品登録からお支払いまでセルフ)

利用率
48.7%



導入店舗数 **235**店舗
(上半期7店舗新規導入)

導入により
チェッカー人時

1~2名の削減効果
(月間約160時間)

・セミセルフレジ
(チェッカーが商品登録し、お支払いセルフ)

利用率
60.6%



導入店舗数 **161**店舗
(上半期4店舗新規導入)

・My-Piスキャン
(専用端末でお客さま
自身で商品登録)

利用率
29.5%



導入店舗数

61店舗

導入により
チェッカー人時

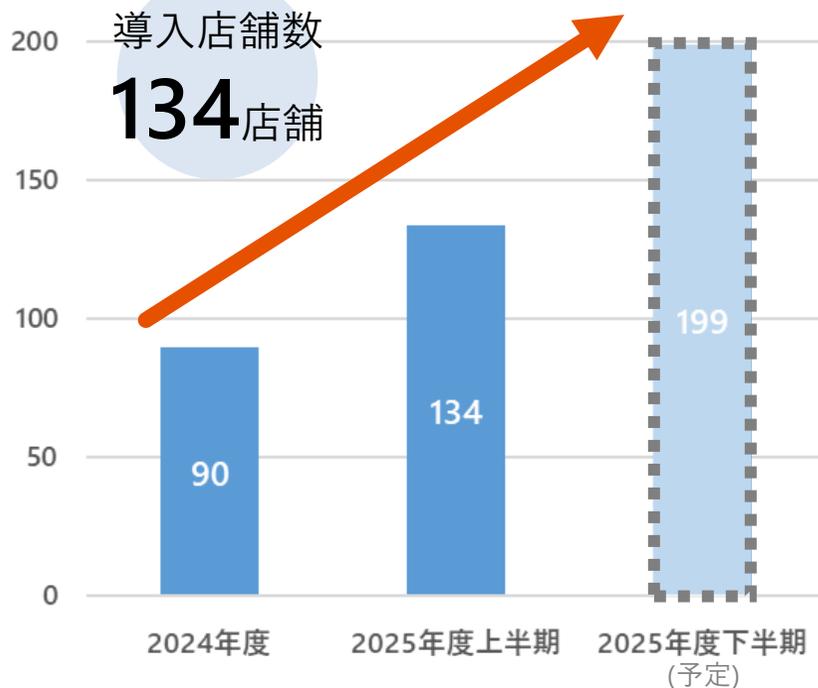
12.5%の削減効果

- ・セルフレジ・セミセルフレジの導入を必須として拡大
- ・お客さまへのレジ待ち回避と省力化を実現

2. 2025年度 成長戦略（生産性の向上）

■電子棚札の導入拡大

導入店舗数推移



月間削減人時
1店舗当たり

200時間

月間削減人時
導入全店舗で

約26,800時間

※賞味期限チェックシステムと連動するとさらに1店舗あたり50時間を削減

- 店頭とレジでの価格表示相違の改善にも効果
- 2026年度のPOS統合以降、フジ屋号店舗にも導入拡大を予定

1 2025年度 中間期 連結決算概要

2 2025年度 成長戦略

1. マーケット対応
2. 営業力強化（既存店の活性化）
3. サプライチェーンの整備
4. 生産性の向上

3 2025年度 通期連結業績予想



3. 2025年度 通期連結業績予想

(単位：百万円、%)

	2024年度 (2025年2月期) 通期連結業績	2025年度 (2026年2月期) 通期連結業績予想	前年同期比
営業収益	808,928	815,000	0.8
営業利益	12,953	15,500	19.7
経常利益	14,315	16,800	17.4
親会社株主に帰属 する当期純利益	3,818	5,500	44.0
1株当たり当期純利益	44.06円	63.48円	—
1株当たり配当	30円	30円	—

地元にも、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。