



# 2025年度 経営方針

ミニストップ株式会社

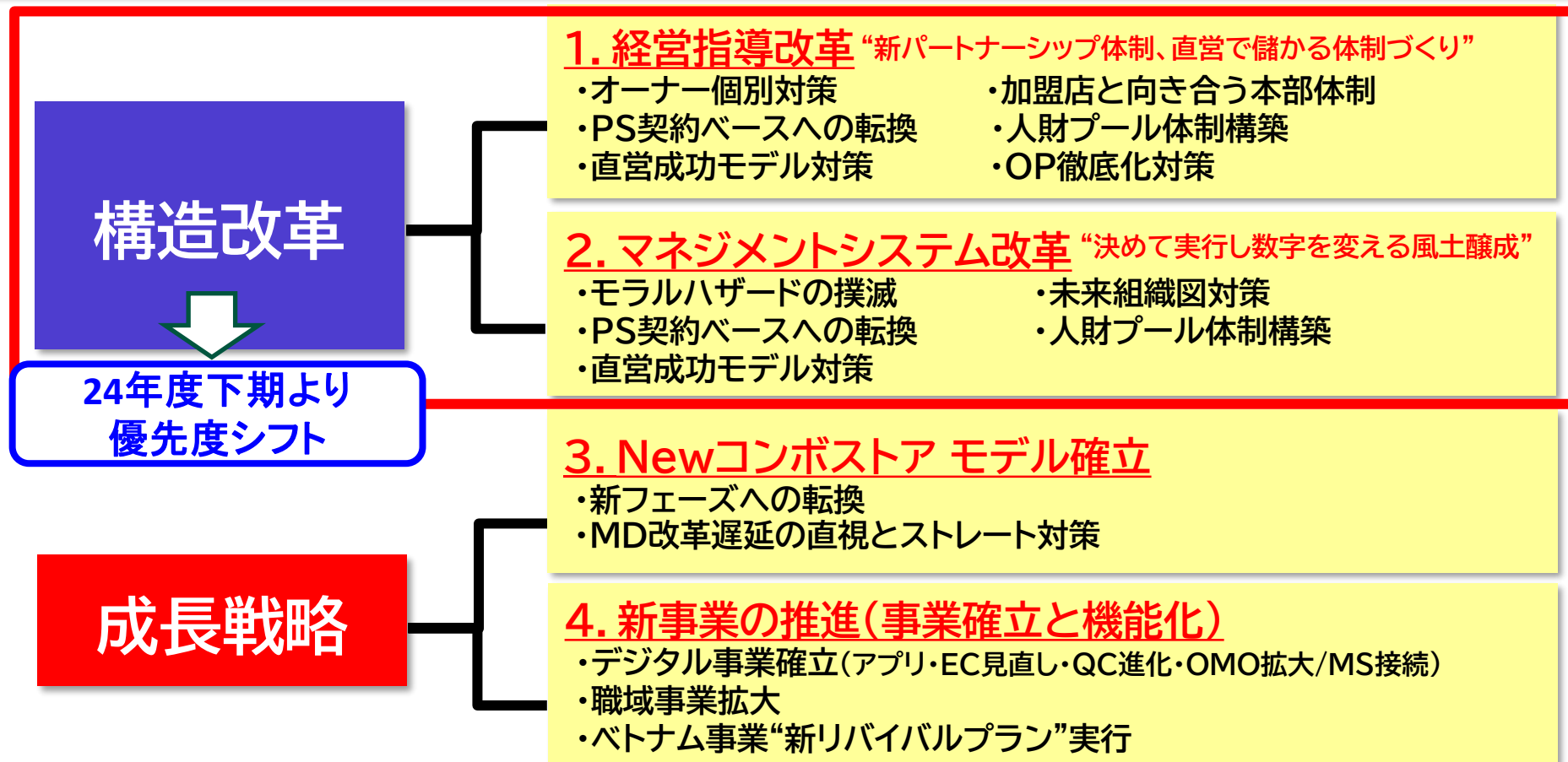
代表取締役社長 藤本 明裕

i. 2025年度 経営方針

ii. 業績見通し



## 「構造改革の断行と戦略的成長の推進」





# 2024年度 業績課題



直営稼働と人財・人件費・“手残り”課題に対して構造改革を加速

	課題		対策
単体	直営稼働と人財	➡	マネジメントシステム改革 (人財プール、教育支援)
	人件費	➡	経営指導改革 (店舗カルテ・5ツール)
	手残り	➡	MD改革、経営指導改革 (新発注方式)
ベトナム	MD・個店モデル	➡	組織刷新・MD政策推進 親会社の関与強化



# 2025年度 マネジメントシステム改革



構造改革	1. 経営指導改革
	2. マネジメントシステム改革
成長戦略	3. Newコンボストア モデル確立
	4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

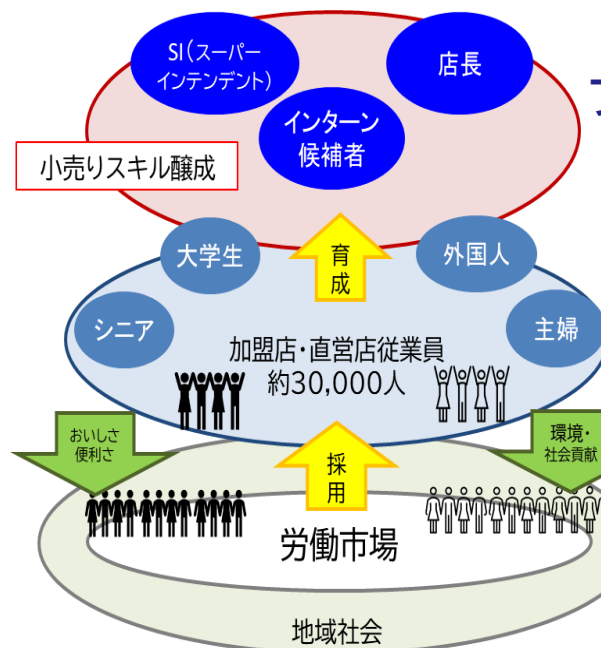
## 加盟店・本部共通の人財プール構築、加盟店教育支援が進行

### 人財プール構築

加盟店:店舗運営・管理者・経営者人財  
本部 :+キャリア人財

### 共通課題

本部として人財を  
プール・育成、加盟店支援へ  
累計計画比



新規店長資格者 125%

SI資格者 103%

キャリア教育完了者 180%

ストアリーダー登用 333%

PA充足率 101%

### 未着手領域の加盟店支援

### 支援制度設計

営業MGR/SA  
(加盟店教育・学習支援)

直営転換支援

製造トレーナー派遣  
(製造・衛生指導)



直近派遣店舗での実績  
販売金額+6千円/店日



# 2025年度 経営指導改革



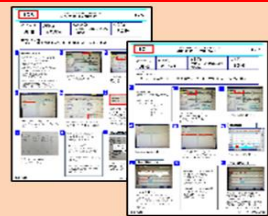
構造改革  
成長戦略

1. 経営指導改革
2. マネジメントシステム改革
3. Newコンボストア モデル確立
4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## 新発注方式をはじめ5ツールを軸に利益改善

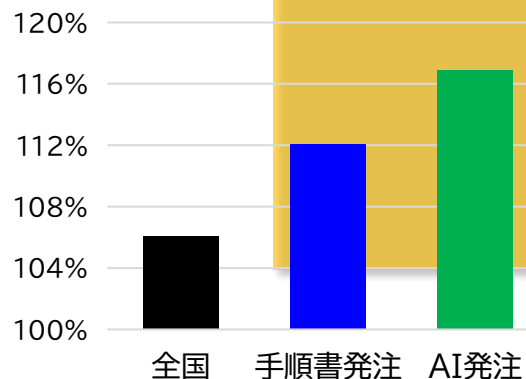
### 新発注方式拡大

#### 発注手順・AI



発注・値下げ手順  
AI活用 拡大

#### 直営店 日配品荒利昨対



営業

完全作業風土への  
取り組み

商品

“手残り”設計への  
転換

人事

職務要件再設計  
・教育推進

日配品荒利改善額  
34千円/店月

### 5ツール活用

25年10月導入済

【店舗W/S】  
人時適正化  
・店頭実現

【作業手順書】  
完全作業

【販売計画書】  
店頭実現

25年10月導入推進

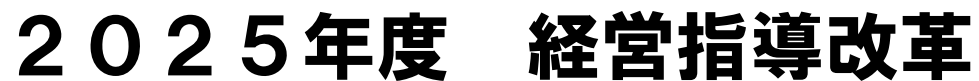
【新発注方式】  
発注仕組化  
粗利改善

【店長W/S】  
生産性向上

“利益改善”経費適正  
直営/PS/FC  
同時進行

事業利益改善額  
70千円/店月





## 1. 經營指導改革

## 2. マネジメントシステム改革

## 成長戦略

### 3. Newコンボストア モデル確立

#### 4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## 店舗カルテ活用、数値改善事例の広がり

## 店舗カルテ活用 事例

店舗カルテ  
“レントゲン”+“処方箋”

## 経営指導方針

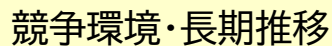
## 店舖課題抽出

## 加盟店と合意

## 改善活動

## 水平展開

成果  
拡大



売上

## 買上点数

荒利

## 作業割当

## 經費

## 専従者教育

# レントゲン



## 最終利益と処方箋の合意

## ①“強み”カテゴリ育成

## ②“人に作業が付く“状態を 手順書教育で改善

### ③計画的な育成

# 処方箋

## ①発注と展開の合致



販売計画・陳列指図書

### ③経営数値教育



經營管理表

## ②製造・清掃教育と作業割当の組み換え



作業手順書、W/S

## 仕組みの活用



事例共有・  
ノウハウ蓄積

事例店舗  
荒利改善  
175千円/店月



# 2025年度 MD改革



構造改革  
成長戦略

1. 経営指導改革
2. マネジメントシステム改革
3. Newコンボストア モデル確立
4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## “手残り”設計を実現する価値ある商品開発と売場づくり

商品人財の充実とMD設計の実現

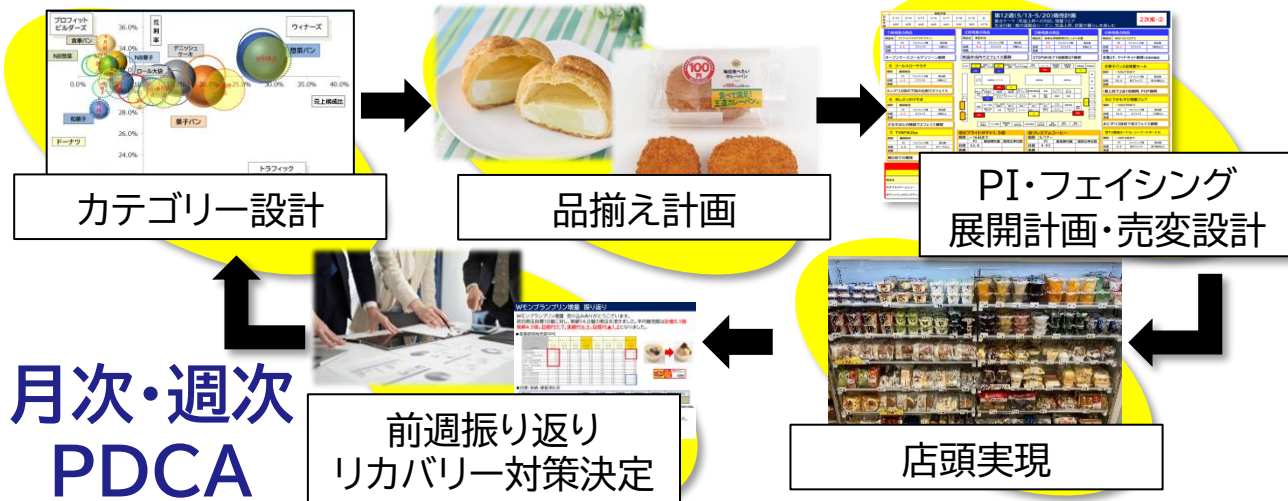
AEON グループ人財 3月 28名着任

手残り設計

売荒率 = 値入率 - (値下率 + 廃棄率) - ロス

成功力セット

ラボ店舗での創出・水平展開の加速



### ■全社荒利昨対 推移



全社荒利前年差  
+8千円/店日





# 2025年度 ベトナムリバイバル



構造改革

1. 経営指導改革

2. マネジメントシステム改革

成長戦略

3. Newコンボストア モデル確立

4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## 新体制下、MD政策確立とお客さま信頼回復に取り組み

### カテゴリーマネジメント推進

#### ディスティネーション

好調FFドリンク



ドリンク利益163%

#### ルーティン

日常使い 乳製品



乳製品利益183%

#### プリファード

イオングループ売れ筋デリカ



串もの利益156%

#### コンビニエンス

売れ筋厳選 デイリー



デイリー利益126%

### 組織刷新

CEO 浜口 陽介

MSV

MS



管理

営業

開発

- ①CEO変更
- ②親会社の関与強化
- ③階層の簡素化

新体制下でトップライン達成、  
個店モデル確立を推進



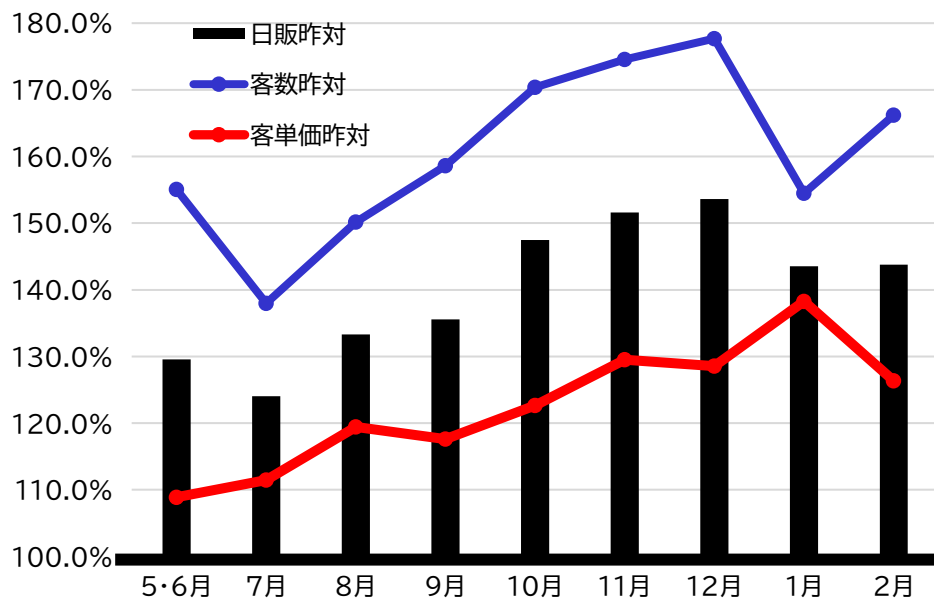
# 2025年度 Newコンボストアモデル確立



構造改革	1. 経営指導改革
	2. マネジメントシステム改革
成長戦略	3. Newコンボストア モデル確立
	4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## Newコンボストアモデル第2フェーズは多くの成果を創出

フラッグシップ店舗 改装開店後実績



### 80の成功カセット

※改装開店後～25年2月末まで昨対実績

#### 専門店品質のファストフード



#### イオングループ売筋商品



#### 普段使いの品揃えの拡充



### 24年度 年間累計実績

客数130% 客単価111% 日販140%  
平日日販136% 休日日販178%



# 2025年度 Newコンボストアモデル確立



構造改革	1. 経営指導改革
	2. マネジメントシステム改革
成長戦略	3. Newコンボストア モデル確立
	4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## Newコンボストアモデル・フォーマットの新店・活性化

収益性を実証・  
拡大へ

第2フェーズ  
プロト

直営新店

第2フェーズプロト1号店  
5月末予定

第2フェーズの成功カセットを立地ごとに全面展開  
直営新店で開店

第2フェーズ  
フラッグシップ



第3フェーズ  
(既存店活性化)

既存店へ移植

第3フェーズ1号店  
6月予定

既存店の約6割を占める坪面積の店舗に対し、  
第2フェーズの核となる世界観を移植





# 2025年度 新事業の推進①



構造改革  
成長戦略

1. 経営指導改革
2. マネジメントシステム改革
3. Newコンボストア モデル確立
4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## 事業利益の改善とリアル店舗と融合する機能の進化

EC

アプリ

QC

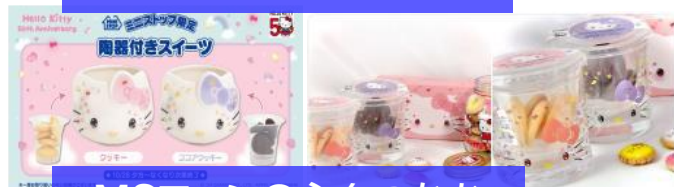
事業

マインドシェアの拡大  
修正計画の完遂/黒字化

機能

リアル店舗・グループとの連動

EC・店頭相互送客



MSファンの心をつかむ  
商品開発



売上高昨対580%超  
累計計画売上達成

事業

会員基盤の拡大

機能

インターフェースの進化

機能進化・連動



毎日使いたくなるような  
アプリCP/施策の実施



275万ダウンロード  
会員売上高 昨対120%超

店頭・アプリ・EC  
グループ決済連動  
ポイント活用

事業

拠点収益力の向上

機能

利便性の進化

デリバリー限定商品投入  
52週MD設計と実行



利便性向上



在庫連動・品揃え拡充

受注体制改善

専用商品毎月2桁投入  
品揃え+900SKU計画



# 2025年度 新事業の推進②



構造改革  
成長戦略

1. 経営指導改革
2. マネジメントシステム改革
3. Newコンボストア モデル確立
4. 新事業の推進(事業確立と機能化)

## 拠点拡大とミニストップ既存店とのシナジー創出

### 職域マーケットシェアの拡大

単位:拠点

目標  
前年比1.5倍

三大都市圏進出・先行拡大

- ・近畿拡大
- ・半職域展開
- ・1,760拠点

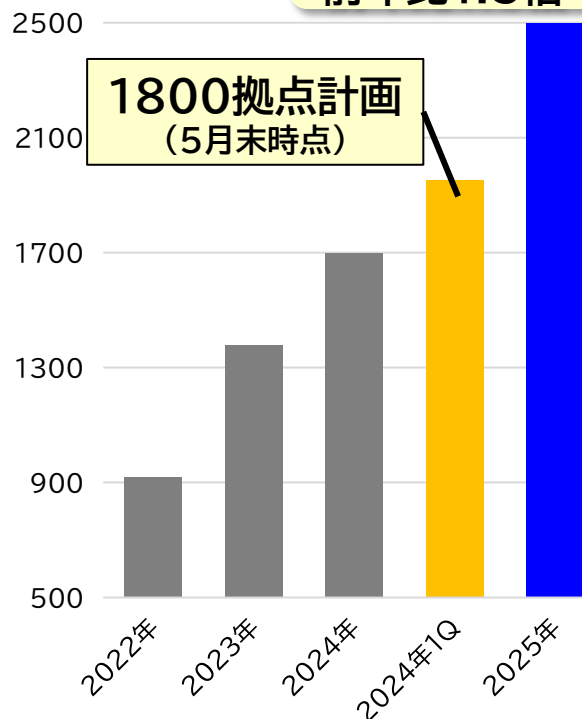


多様な品揃え・サービス

- ・CVSベースの品揃え (PB/TPVL)
- ・小規模・食事対応



職域事業利益  
昨対220%超



### FF専門店事業

出店再拡大



小型ユニット展開/グループ内出店

“MINI SOF Drinks”既存店拡大



価値の進化/補完  
健康訴求・専門店品質

FF専門店事業利益  
+1百万円





# 2030年に目指す姿



価値あるオリジナル商品を販路に応じて供給する“商品開発力”  
唯一のパートナーシップ契約で利益を上げる“経営指導力”

## 商品開発・各販路への供給機能拡充



グループ内・外でEC/外販含め、  
販路拡大可能とする  
“商品開発力”

## PS契約で加盟店と共に“稼ぐ”経営指導

共に繁栄する  
真のパートナーシップ

“お客さま満足”  
“事業利益の創造”

ミニストップ(株)

- ・商品力
- ・経営指導力

加盟店

- ・収入アップ
- ・安定した生活

パートナーシップ契約で  
本部・加盟店共に稼ぐことが可能な  
“経営指導力(現場力)”

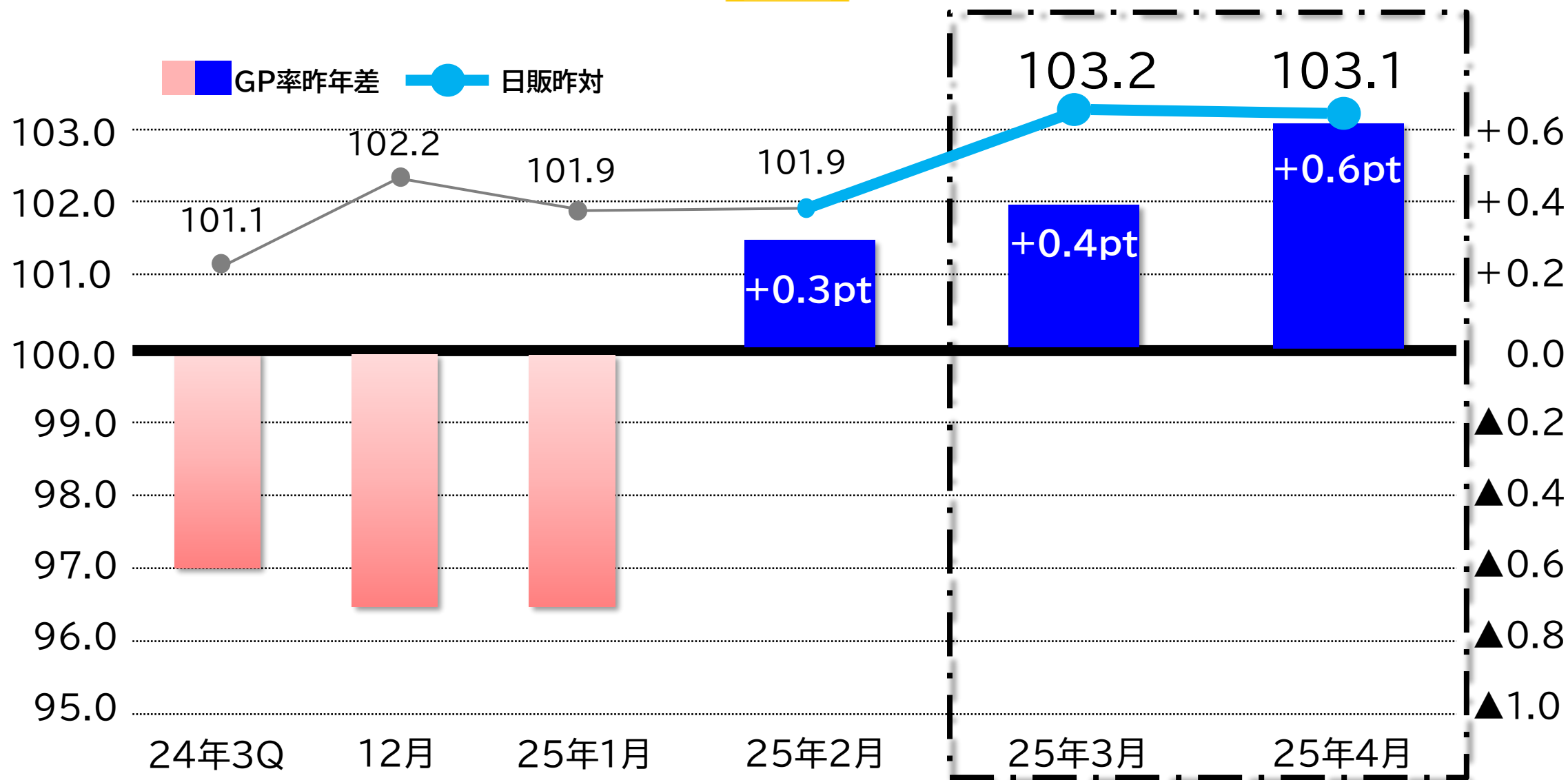
i. 2025年度 経営方針

ii. 業績見通し





# 2025年 足元実績





# 2025年度 単体計画



## 売上・売上総利益率の状況 (単体)

売上・売上総利益率	2024年度 通期	2025年度 通期	前年比 (%)
チェーン全店売上高 (百万円)	284,972	300,000	105.3
既存店日販 (千円)	425	445	104.5
全店平均日販 (千円)	425	445	104.5
売上総利益率 (%)	30.2	30.7	+0.4pt
店日売上総利益高 (千円)	128	136	+8千円

出店 閉店	2024年度 通期	2025年度 通期
出店	10	28
閉店	18	56

事業経費率 (%)	19.0	17.9	△1.1
-----------	------	------	------

## 販管費の状況 (単体)

販管費	2024年度 通期	2025年度 通期	前年比 (%)
販管費及び一般管理費 (百万円)	41,387	42,750	103.3
人件費	10,342	11,380	110.0



# 2025年度 連結計画



単位:百万円

	2024年度 通期	2025年度 通期	前年比 (百万円 %)
営業総収入	87,475	97,000	110.9
営業利益	△3,486	1,200	+ 4,686
経常利益	△2,868	1,600	+ 4,468
当期純利益	△6,774	70	+ 6,844

※海外は為替影響を含む



