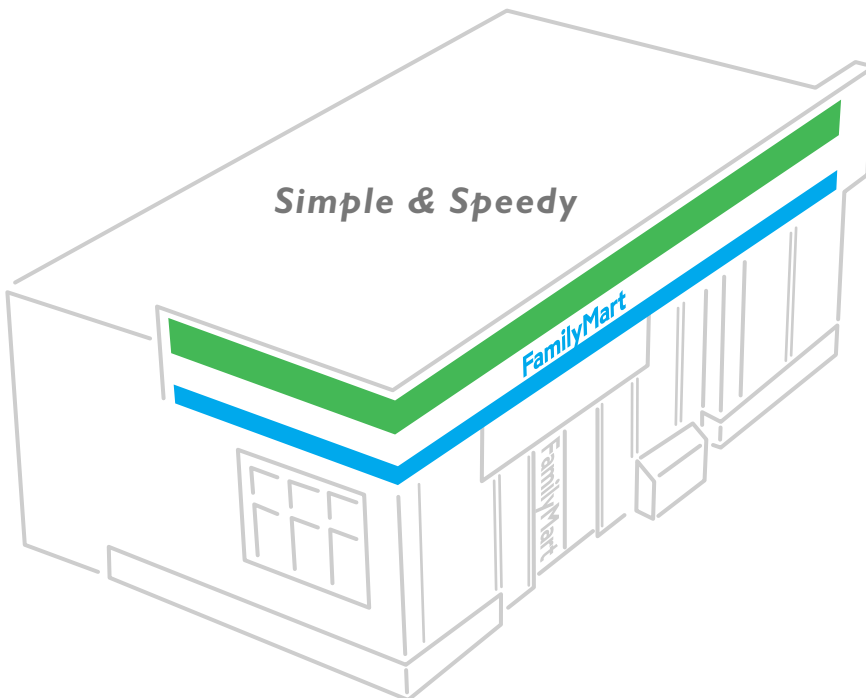


FamilyMart

アニュアルレポート 2002

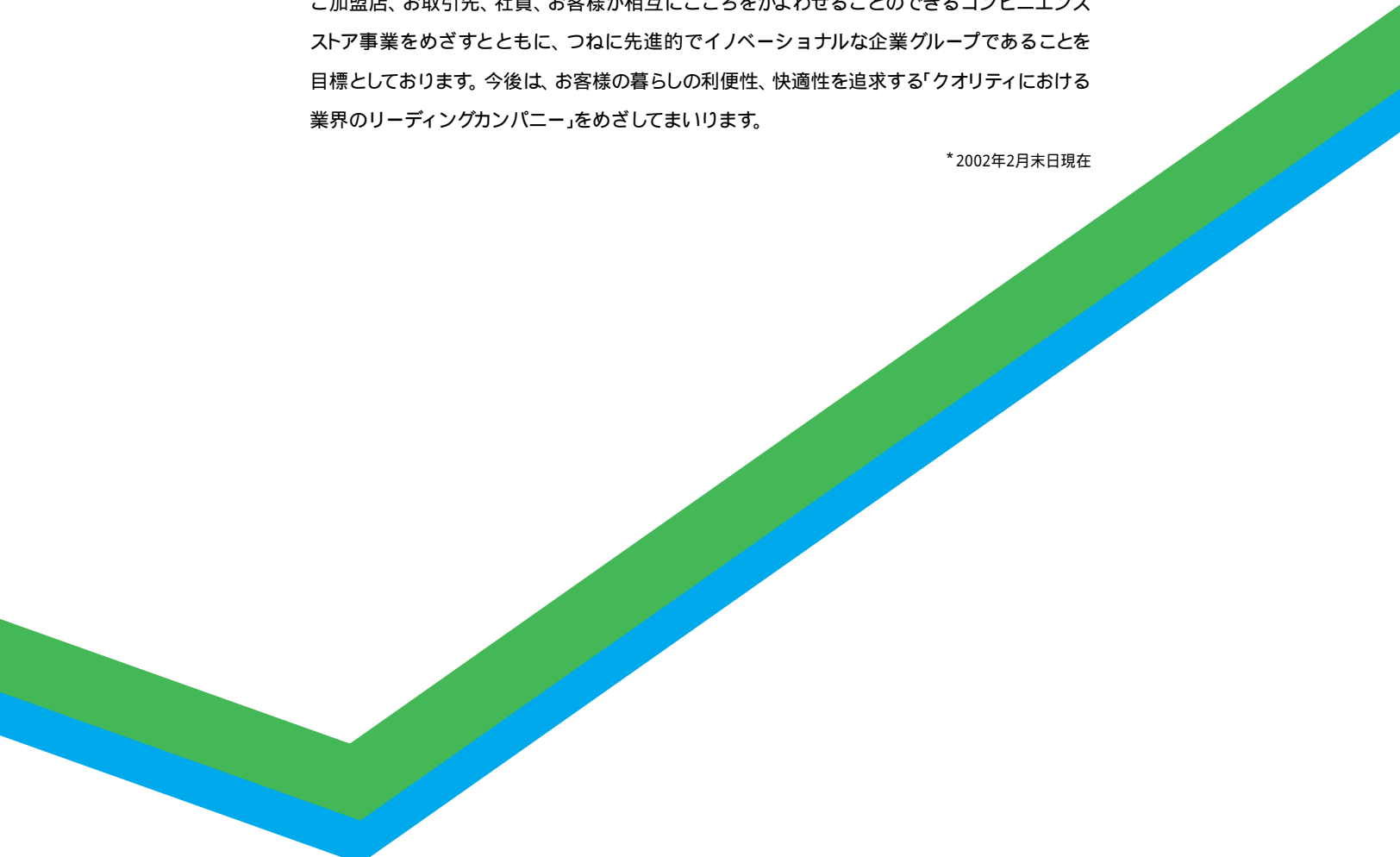


PROFILE



ファミリーマートグループは、国内とアジア諸国に8,184*の店舗を展開するコンビニエンスストア事業を核に、インターネットショッピング関連事業、クレジットカード事業などを担うグループ企業26社で構成されています。当社は、お客様、ご加盟店、お取引先、社員、それに地域社会と相互にプラスの関係を築きながらともに成長し、発展する「共同成長(CO-GROWING)」を企業理念としております。また、当社の事業理念は、企業理念の「共同成長の精神」に立脚し、ご加盟店、お取引先、社員、お客様が相互にこころをかよわせることのできるコンビニエンスストア事業をめざすとともに、つねに先進的でイノベーションな企業グループであることを目標としております。今後は、お客様の暮らしの利便性、快適性を追求する「クオリティにおける業界のリーディングカンパニー」をめざしてまいります。

*2002年2月末日現在



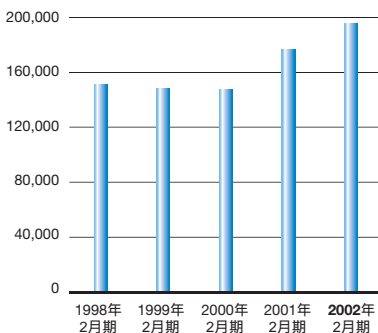
Consolidated Financial Highlights

財務ハイライト(連結)

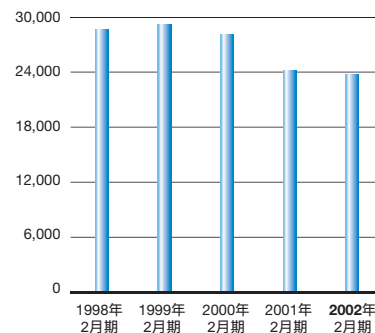
(単位:百万円)

	2001年2月期	2002年2月期
損益計算書データ		
営業総収入	176,098	195,605
営業利益	24,122	23,756
経常利益	26,161	25,003
当期純利益	8,111	8,548
1株当たり当期純利益(円)	83.53	88.25
1株当たり配当額(円)	38.0	38.0
貸借対照表データ		
資本合計	126,189	130,510
資産合計	230,882	242,517
その他データ		
加盟店および直営店舗数	5,275	5,287
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	2,341	2,897
ファミリーマートチェーン総店舗数	7,616	8,184
株主数(人)	31,429	28,088
従業員数(人)	3,917	4,205

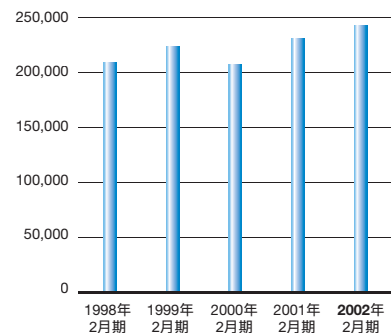
営業総収入
(単位:百万円)



営業利益
(単位:百万円)



総資産
(単位:百万円)



* 2000年2月期より事業税の表示区分が変更されたため、1998年2月期、1999年2月期の営業利益についても組み替えて表示しております。



代表取締役会長兼CEO 田邊 充夫

代表取締役社長兼COO 上田 準二

「企業体質の構造改革の年」と位置づけた2001年度は、
チェーンオペレーションの質的転換と企業体質の徹底的な改革を
推し進め、着実に成果をあげることができました。

2002年度はその成果を踏まえ、
小売業としての基礎体力をさらに強化し、
全力を挙げて収益力の向上を図ってまいります。

ここに、ファミリーマートグループの2001年度の営業概況をご報告いたします。

小売業をめぐる環境が一段と厳しさを増すなか、当社グループはチェーン体質の質的転換を図る構造改革に精力的に取り組んでまいりました。特に、お客様のニーズに的確に対応するための「発注精度の向上」や、売場を活性化する「魅力ある商品の開発」に注力する一方、収益体質を強化するため、本部・リージョンにおけるコスト意識の徹底はもちろん、ファミリーマート単体ベースで503店舗に上る不採算店の閉鎖を断行し、一方で新規高質店515店舗を出店いたしました。これらの施策により、成長に向けた基盤づくりを確実に進展させることができました。日本経済の長引く景気低迷により、消費環境は厳しい状況でありましたが、2002年2月期における連結ベースの営業総収入は前年比111.1%の195,605百万円となり、経常利益は前年比95.6%の25,003百万円、当期純利益は前年比105.4%の8,548百万円となりました。

2002年度は、構造改革の成果をバネに、数字で結果を出す年と位置づけております。そのため、事業成長の源泉であるご加盟店の経営をさらに強力にバックアップし、増収増益基調を明確にすべく、全力を注いでまいります。

田邊 充夫

代表取締役会長兼CEO

上田 準二

代表取締役社長兼COO



ご加盟店にとって、わかりやすく、理解しやすい
施策をスピーディに立案、実行し、
クオリティにおける業界のリーディングカンパニーをめざします。

3つの重点課題を確実に実践する

Q：先頃、発表された2002年度の重点課題について、その概要をご説明ください

A：最大の経営課題は、ご加盟店とともに売上・利益を拡大することにあります。言うまでもなく、小売業の基本は顧客満足の上昇に尽きます。お客様にとってつねに斬新で楽しい売場をつくり、「毎日、ファミリーマートに行きたい」と思われることが競争の優位性につながります。

そのために何が重要かといえば、お客様が便利かつ快適に利用できる「S&QC（サービス・クオリティ・クリンネス）」の徹底、お客様が必要とする商品が店頭並ぶ「発注精度の向上」、お客様に支持されるための「商品力の強化」、の3点に集約できます。極めてシンプルな原則ですが、どれ1つ欠けてもお客様の支持を得ることはできません。本年度は、この3つを「シンプル&スピーディ」というスローガンに託し、確実に実践していきます。

店舗運営の基本「S&QC」のレベル向上へ

Q：顧客満足の上昇に直結する「S&QC」について、具体的な方針をお聞かせください

A：「S&QC」は、店舗運営の基本となるものです。明るい接客、充実した売場、魅力ある品揃え、清潔な店づくりが徹底されていなければなりません。

現在、コンビニエンスストア(CVS)業界の競争は熾烈化し、百貨店やスーパーマーケットなども営業時間の延長や店舗改装、各社独自の売場づくりの推進を強化するなど、売上確保に懸命になっています。これだけ競争が激しくなると、お客様もより高いレベルの「S&QC」を求めてきます。CVSが深夜でも開店していることが「サービス」になった時代はすでに終わり、「S&QC」の基準も当然、時代の変化に合わせて変えていく必要があります。

そのため、これまで電話やインターネットなどで本部の顧客サービス室に寄せられたお客様の声やご意見を集約、分析し、新基準を作成しています。これを全店で共有し、店舗オペレーションの改善に結びつけていく考えです。



ITを活用し、
チャンスロスを撲滅する

Q：昨年度から取り組んでいる「新店舗システム」などの導入で、発注精度は向上していますか。

A：チャンスロスをゼロにする発注精度の向上は、「S&QC」の実現に不可欠のものであり、2002年度も継続して取り組んでいます。

昨年から本格導入した「新店舗システム」は、単品ごとの販売実績をリアルタイムで把握し、発注できるシステムで、お客様のニーズをより的確につかみ、買いたい商品を実際に売場に品揃えすることを可能にしています。さらに、店内携帯端末「SAT (Store Activation Terminal)」の活用や、発注業務を店長だけでなくストアスタッフも共同で担う「発注の分担化」にも注力しています。

今後も競争に勝ち残るため、ご加盟店を支援し、充実した品揃えとチャンスロスのない売場を実現する発注の改革を強力に押し進めていきます。

お客様に支持される
オリジナル商品を拡充

Q：第三の課題である商品力を強化するための具体策をお聞かせください。

A：商品面では、当社はCVSとしては唯一、サッカー日本代表のサポーターズカンパニーとして、「サッカー弁当」や「日本代表ユニフォーム」をはじめ、他チェーンにはない品揃えを展開しています。主力の中食^{なかしょく}商品では、特に弁当、おにぎりなどの米飯類に注力します。すでに、弁当の開発期間の大幅短縮に成功しており、お客様の嗜好の変化に対応したヒット商品を生み出し、売上の底上げをねらいます。

さらに、本年度はオリジナル商品を拡充し、オリジナル商品比率を取り扱い商品全体の約30%まで高めていきたいと考えています。オリジナル商品は利益率も高いことから、今後もお客様に喜ばれ、確実に利益がとれる商品を増やしていく方針です。

*中食：弁当・おにぎり・惣菜・調理麺・調理パン・デザートなどの食品

複数店経営を積極的に支援

Q：今後の店舗戦略について、どのような点に注力していく方針ですか。

A：何よりも、収益力のあるネットワークを構築することが重要だと認識しています。FCにはご加盟者が店舗を用意するタイプ(1FC)と、本部が店舗を用意するタイプ(2FC)があります。1FC加盟店には、昨年6月から複数店経営を支援する「1FC複数店奨励金制度」を導入し、すでに多くの皆様にご利用いただいています。また、従来より複数店を出店しやすい新契約「1FC-C」を、本年度に導入しました。一方、2FC加盟店に対しても、1FCにステップアップ可能な制度を設け、将来に向けた経営規模拡大の機会を提供しています。

出店も、東京・名古屋・大阪の三大都市圏に重点を置いた出店を継続します。また、ホテル、大学、オフィスビル、大規模工場、高速道路のサービスエリアなど「ニューマーケットへの出店」を積極的に拡大していきます。

ICカード方式のクレジットカードを導入

Q：Eリテール事業の、今後の方向性についてお聞かせください。

A：ADSLやインターネット対応携帯電話の普及で、EQ(電子商取引)ビジネスが右肩上がり伸びています。当社のWebショッピングサイト「ファミマ・ドット・コム」には、1日当たり約200万件のアクセスがあり、iモードやJ-スカイに対応したショッピングサイトの運用もすでにスタートしています。リアル店舗とバーチャル店舗を結びつけた、当社独自の「ECフランチャイズシステム^{*}」が、店舗力の強化に力を発揮しています。

本年5月からは、CVS業界の先陣を切って、ICカード方式のクレジットカード「ユビカード」の発行を開始し、CVSの顧客層にマッチしたポイント制などのサービスを展開しています。しかも、「サインレス」のため、売場でのスピーディな対応を可能にし、新規顧客の獲得と固定化につながるものと期待しています。2005年には会員数100万人を目標にしています。

* ECフランチャイズシステム：CVS他社のように本部がバーチャル(仮想)店舗を運営するのではなく、ご加盟店(リアル店舗)がバーチャル店舗をもつという独自のシステムです。各ご加盟店がお客様の「ファミマ・クラブ会員」登録を受け付け、会員が「ファミマ・ドット・コム」を利用した売上は登録先のご加盟店に計上されます。

クオリティNo.1企業へ

Q：最後に、社長のモットーと経営ビジョンをお聞かせください

A：私は2002年度のファミリーマートの経営目標として、クオリティにおける業界のリーディングカンパニーをめざそうと呼びかけています。

クオリティとは、どのCVSチェーンよりも「S&QC」の質が高く、お客様から支持される店となることであり、ご加盟店の収益力を高め、社員が生き生きと元気に働き、株式市場で高く評価される企業グループとなることにほかなりません。このクオリティを実現する最大のポイントは、小売業の原点にもう一度立ち返り、理屈ではなく、結果をしっかり出すことです。

私は「冬来たりなば、春遠からじ」という言葉を、自らの信条にしています。流通業界は、今まさに厳しい「冬」の時代を迎えています。来るべき春に向けて怠りなく準備を整えた企業のみが勝ち組となることができます。

そして、競争の激しい時代だからこそ、つねに「元気」と「勇気」と「夢」をもって前向きに取り組んでいきたいと思います。夢は人から与えられるものではなく、自らつくり、実現させていくものだからです。そのため、私はこれまで以上に現場とのコミュニケーションを深め、現場に密着した経営を強化していきます。

2002年度のキーワードは、先ほども申し上げた「シンプル&スピーディ」です。ご加盟店がわかりやすく、理解しやすい施策をスピーディに提供し、売上・利益を高める施策を、すべてに優先して実行します。特に、目標である2003年度の単体におけるチェーン売上高1兆円の達成に緊張感をもって取り組み、ご加盟店と株主、投資家の皆様のご期待に全力でお応えしていきます。



Customer Satisfaction

No Chance Lost

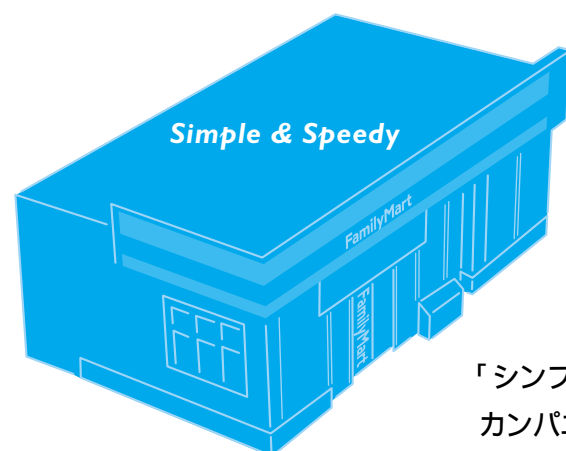
Development

Product Value

E-commerce

Logistics

Corporate Citizenship



「シンプル&スピーディ」をスローガンに、クオリティにおける業界のリーディングカンパニーかつ高収益体質のチェーン集団をめざすファミリーマート。顧客満足を最大化する「S&QC」の徹底、発注精度の向上、商品力の強化を3大テーマに、店舗の高質化、ECビジネスの拡大、ロジスティクスの効率化など、あらゆる面で競争力を強化し、環境問題にも積極的に取り組んでいます。21世紀を勝ち抜く、ファミリーマートの挑戦をご紹介します。



**Customer
Satisfaction**



“ 便利さ ”を超えた接客、商品、サービスで競合店をしのぐ顧客満足を実現します。

体系的教育プログラム 「ストアスタッフトータルシステム」

流通業の競争が業態を超えて熾烈化するなか、ファミリーマートは接客、商品、サービスなど、あらゆる面で競合店をしのぐ顧客満足を追求しています。

ファミリーマートが全店を挙げて取り組む「S&QC(サービス・クオリティ・クリンネス)」の徹底は、その実践活動にほかなりません。そのためにファミリーマートでは、「ストアスタッフトータルシステム(SST)」を2000年春から導入。これは、ストアスタッフを「集め」「育み」「やる気を伸ばし」「報いる」ことを主眼とした体系的なプログラムです。店長向けにつくられ、人材募集・評価のノウハウを網羅した「マネジメントマニュアル」、初級・中級・上級と段階づけてストアスタッフを教育する「トレーニングマニュアル」を用意し、無理なくレベルアップすることができます。また、ストアスタッフのなかからトレーナーを育成し、ほかのストアスタッフの教育を担当するため、店長の負担も軽減されるとともに、重要な戦力であるストアスタッフのやる気を引き出し、自主性を身につけさせることができます。SSTは、単なるマニュアルを超えたプログラムとなっています。

「小売業の基本」をさらに徹底

収益力強化に向けて、ファミリーマートはお客様の視点に基づいたサービスや店舗オペレーションの改善を加速していきます。

まず、「S&QC」のレベルを向上させるため、本部の「顧客サービス室」に寄せられたお客様の声をはじめ、ご加盟店の声、各リージョンからの声など、これまで蓄積した膨大な情報を、ノウハウの構築・改善につなげる仕組みづくりに取り組みます。これにより、従来は個別問題への対応にとどまっていた情報の活用幅を大きく広げ、「現場の声」と「仕組みの改善」をダイレクトに結びつけ、スピーディに問題解決を図ります。

これらの取り組みによって、「S&QC」のレベルをつねに更新し、いつでもお客様のほしい商品やサービスが揃った魅力ある店舗を構築していきます。



No Chance Lost



ニーズをつかみ、収益チャンスを逃がさない 高精度な発注体制をさらに強化します。

より精度の高い「単品管理」を実現

売上・収益の拡大につながる、精度の高い発注体制の確立に注力しています。買いたいと思った商品が、売場に品揃えされていなければ、チャンスロスが発生し、お客様の信頼も同時に失うからです。

ファミリーマートが取り組む発注精度の向上は、こうしたチャンスロスをゼロにすることを目標にしています。2001年6月には、これまでの発注体制を抜本的に見直し、刻々と変化するお客様のニーズを“単品”ごとに迅速・的確につかみ、お客様の求める商品を確実に品揃えする「新店舗システム」を全店に導入しました。これは、単品ごとの販売動向を把握して、発注数量の決定を適切に行うためのツールです。この単品管理による発注をサポートするツールとして、店内携帯端末「SAT(Store Activation Terminal)」を運用しています。SAT画面に表示される単品の商品動向と実際の売場の状況、その両面から陳列状況や在庫を確認しながら、発注を行うオペレーションを可能にしました。

これら先進のITを活用することで、“お客様のほしい商品がいつもある”という楽しい売場づくりを実現しています。

発注分担化により、店舗運営力を強化

発注精度の向上を目的とした「新店舗システム」のもう1つのねらいは、店長、マネージャーだけでなく、ストアスタッフも参加した「発注の分担化」にあります。発注分担化は、店長の業務負担を軽減するだけでなく、スタッフの責任感や意欲を引き出し、チャンスロスがなく、お客様から支持される売場づくりに効果を発揮します。

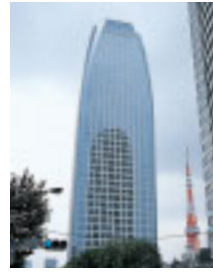
ファミリーマートは、発注の分担化の促進にも「ストアスタッフトータルシステム(SST)」を活用しています。発注の分担化は、2,800アイテムにも上る商品の情報をストアスタッフが分担することで、その動向を的確に捉え、発注精度を飛躍的に向上させることができます。同時に、ストアスタッフの売場・商品に対する意識が高まることで、S&QCレベルを向上させ、その結果、店舗運営力を大幅に強化しています。

また、本部では「発注向上委員会」を組織し、SATの活用をはじめ、スーパーバイザーのご加盟店に対する的確な発注指導方法をサポートし、チャンスロスのない売場の構築を実現しています。



Development





競争力のある、強力なチェーン網を構築、複数店経営の拡大を推進します。

強い収益体質をもったチェーン網へ

ファミリーマートは、2001年度、高質店開発に尽力し、515店を開店しました。商圈を多角的に評価するFM-GIS(FamilyMart Geographic Information System : 地理情報システム)がフル活動。2001年度の新設店日商は過去にない高水準となりました。

その一方、新たに広島市内と四国初の香川県に46店を開店。また、滋賀・福井・京都に展開する「東近畿地域スーパー本部」から営業財産の一部を譲り受け、65店舗を開店、展開地域の拡充を進めました。

また、チェーン体質強化のため、直営店を中心に503店の不採算店舗を閉鎖しましたが、うち2割強はより有望なマーケットへ移転、その後の業績を順調に伸ばしています。

以上の結果、ファミリーマートの2001年度末の店舗数は5,287店舗、国内エリアフランチャイズが569店舗、海外エリアフランチャイズが2,328店舗、総計8,184店舗となりました。

ニューマーケット出店と複数店化支援

2002年度は、500店の高質店の開店、350店の不採算店閉鎖を計画、体質強化を加速します。そのなかで、大規模なショッピングセンターや、大学構内、オフィスビル内などのニューマーケット出店を強化します。昨年度は、「愛宕グリーンヒルズ」新宿ワシントンホテル」などで注目を集めました。今年度も、大学構内初の「東北福祉大学」を皮切りに、お客様の利便性が高まる新たな取り組みを積極的に展開します。

また、昨年度は「1FC複数店奨励金制度」をスタート、ご加盟店の経営規模拡大に向けた支援体制を大幅に強化しました。そして、本年度からはさらなる企業からの独立支援、既存店の複数店化支援に向けた新たなFC契約「1FC-C」を導入、ご好評をいただいています。



成長する海外のファミリーマート

ファミリーマートは1988年の台湾進出以来、エリアフランチャイズにより、台湾・韓国・タイに2,300を超える店舗を展開、年々規模を拡大しています。本年2月には台湾現地法人「全家便利商店股份有限公司」が台湾店頭市場に上場、わが国CVS初の海外上場となりました。また、4月には台湾に続き韓国が1,000店舗を突破しています。



Product Value



中食とオリジナル商品を拡充し、収益力を強化します。

中食をさらに強化

売上の3分の1を占める弁当、パンなどの中食商品は、ファミリーマートの主力商品です。2001年度は、牛丼チェーンの値下げなど業態を超えた低価格競争が激化しましたが、当社も「88円おにぎり」や「380円弁当」によって価格訴求を行いました。他チェーンとの差別化商品として定着したハンバーガーについても品揃えを充実し、新カテゴリーとしてライスバーガーを新発売しました。

2002年度は、CVS業界で唯一のサッカー日本代表サポーターズカンパニーとして、「サポーターズ弁当」をはじめとする関連グッズの拡販に注力します。また、広島地域で限定販売している「カキフライ弁当」など、地域特性への対応を強化していきます。さらに、通期での重点戦略として、「おいしさ」と「健康・安全・新鮮」を追求し、具材調達から商品開発までの見直しを図ります。あわせて「おでん」への取り組みも強化し、商品、什器、調理、販売までを全面的に見直して、従来にも増して「おいしさ」を実現します。

ファミリーマートにしかない商品を充実

個性的な商品、メーカーとのタイアップ商品など、ファミリーマートでしか売っていない

商品がお客様に支持され、売上を伸ばしています。2001年度も、化粧品のオリジナル商品「M/F/C(エム・エフ・シー)」の導入効果で日用品の売上が拡大し、タイアップ商品では「楽しさ」「斬新さ」といった付加価値をつけた「明治ミルクチョコレートパン」がヒット商品になりました。テレビ東京系の人気深夜番組「debuya(デブヤ)」とタイアップし、「大盛り」と「おいしさ」にこだわった弁当、おにぎりも、期間限定販売ながらユニークな試みとして話題を集めました。

今春は、価格を100円に統一したオリジナル菓子「おやつ探検隊」37アイテム、江崎グリコとタイアップした「グリコパン」「ビスコパン」など5品種を新発売し、早くも人気商品になっています。2002年度は、これらのオリジナル商品の売上構成比を上げることで、売場を活性化し、集客力を高めるオリジナル性、付加価値をもった商品開発に注力し、日商の拡大を実現していきます。



E-commerce





独自のECサービスを強化、拡大し、来店頻度と単価アップを実現します。

店舗の収益を高めるEリテール事業を展開

ファミリーマートは、Eリテール事業を拡大し、外出時には店舗を、ご家庭ではインターネットをご利用いただくというように、人々の暮らしを24時間フルにサポートする「スーパー・コンビニエンスストア」をめざしていきます。今年度は、Eリテール事業の収益力強化をめざし、ゲーム、チケット、タレントグッズなどの「エンターテインメントコンテンツ」とギフト、引っ越し、金融サービスなどの「生活支援サービス」に絞り込んだ展開を強化していく方針です。

インターネットショッピングサイト「ファミマ・ドット・コム」は、売上が各店舗に計上される独自の「ECフランチャイズシステム」を基盤に、ポイントサービスなどの特典も充実させ、2002年4月末現在、登録会員数は85万人に達しました。また、携帯電話でも利用できる「ファミマ-i」(iモード対応)、「ファミマ-J」(J-スカイ対応)も実績を伸ばしています。

毎月発行している無料情報誌『ふぁみコレぴあ』は、掲載商品やチケットなどをパソコンや携帯端末、電話、FAXなどさまざまなメディアを使って注文でき、特に携帯電話による利用が増えています。

このほか、2000年秋から導入したMMK(多機能端末)「Famiポート」は、チケット

販売、音楽ダウンロードサービスなど年々サービスコンテンツを充実させており、本年秋には全店舗に導入を完了、銀行ATMの導入も2002年4月末現在、2,678店舗に拡充し、集客力の拡大に寄与しています。

業界に先がけ、ICカードサービスを開始

「ファミマ・クラブ」会員の増加を背景に、ファミリーマートは本年5月からICカード「ユピカード」の取り扱いを開始しました。「ユピカード」は、ファミリーマートが伊藤忠商事グループ、JCB、トヨタファイナンス、ぴあ、NTTデータと共同で設立したファミマクレジット(株)により発行されます。ICを活用したポイント機能とクレジットカード機能をあわせもち、ネットショッピングはもちろん、ファミリーマート店舗やJCB加盟店での買物もポイントの対象となります。

また、お客様が毎月の支払額をコントロールできるようにし、サインレス決済にするなど使いやすさをアピールし、来店頻度と単価アップに結びつけていきます。現在、85万人の会員を擁する「ファミマ・クラブ会員」を中心に募集活動を行っており、2002年度中に30万人、2004年度までに100万人の会員獲得をめざします。





Logistics



高効率で高精度なサプライチェーンへ 最強のロジスティクスを運用します。

調達構造の改善に向けたDCMを構築

DCM(Demand Chain Management)とは、顧客ニーズや消費性向など、店舗での需要(Demand)情報に対応し、「スピーディに、高精度に、ローコスト」で商品を売場に反映させることを目的にしています。そのため、原材料の調達から製造、ご加盟店からお客様への販売までの流れ(Chain)を本部・取引先を含むすべてのプロセスで共同管理(Management)しています。とりわけ物流面では、従来はセンターから店舗までの店着物流のサービスレベルの向上や効率化を中心に業務を推進してきましたが、今後は原材料の調達までさかのぼり、店舗での販売にいたるまでトータルにカバーする取り組みを強化し、よりいっそうの効率化、スピードアップと低コストな物流・調達体制を確立していきます。

本部のDCM推進室では、全温度対応の配送体制を構築し、店舗供給の最適化を追求しています。2002年秋までには、日用品の定温便共配と、また酒類についても飲料、加工食品、菓子などとの常温食品便共配を実現し、現在の1日6便体制から、4便体制に改善していきます。

ご加盟店の商品調達コストを削減

ファミリーマートは、店着サービスレベルの向上と、物流コスト削減を目的に、配送センターの再編と集約化を推進しています。2001年度は、伊藤忠グループと連動した物流拠点集約などで物流コストを大幅に改善しました。

また、配送センターを削減する一方で、弁当、調理麺、デザートなどの工場と配送センターを一体化した高効率な「総合センター」の建設を進めています。2001年10月には、山形地区の製造・配送の拠点として「ファミリーマート山形総合センター」が本格稼働しました。

同センターは、本格的な複合工場として、米飯などの中食商品を製造し、これまで宮城、福島から配送していた山形県地域のファミリーマート店舗へ、より鮮度の高い中食商品を安定供給することができるようになりました。また、チルド、加工食品、日用品など、全温度帯商品配送の拠点として物流集約を実現し、全温度帯の共同配送を実現したモデルセンターになっています。

こうした物流の効率化は、コスト削減と店舗の作業負担を軽減するだけでなく、省エネルギーや車両から排出されるCO₂削減にも寄与しています。ファミリーマートが推進する発注の高精度化と、ロジスティクスの最適化により、本年度も店舗収益力の最大化を追求していきます。



Corporate
Citizenship





環境保全と社会への貢献を使命により良き企業市民であり続けます。

環境保全型コンビニエンスストアをめざして

ファミリーマートは、1991年に環境問題担当を設置して以来、環境活動に積極的に取り組んでいます。1999年には、全店舗と本部の全事業所を対象に環境マネジメントシステムの国際規格「ISO 14001」の認証を取得し、良き企業市民として、環境に配慮した「商品」「物流」「店舗施設」「店舗運営」の実現をめざしています。

商品面では、素材から使用時、廃棄時まで、環境負荷に配慮した独自の環境基準に基づくプライベートブランド「We Love Green」商品を拡充しています。物流面では、店舗に商品を配送する際、共同配送などの効率化を図り、配送車の台数を削減してエネルギー消費量削減と温室効果ガス削減に取り組んでいます。また、窒素酸化物などの排出量が少ない天然ガス使用の配送車など、低公害車への切り換えも進めています。店舗運営は24時間営業を基本とすることから、省エネルギー、省資源、環境保全を追求した「エコショップ(10店)の実験を推進しています。昨年8月には、天然ガスを利用した小型ガスコージェネを神奈川県横浜市の「青葉すみよし台店」に導入し、電力と廃熱利用によるオンサイト発電事業を開始しました。また、いち早く生ゴミのコンポスト化・飼料化に取

り組み、産業廃棄物となるフライヤー廃食用油の回収リサイクルシステムを全出店地域で対応するなど、店舗から出るすべての廃棄物を分別リサイクルする「廃棄物トータルリサイクルシステム」に積極的に取り組んでいます。これらの環境活動の内容や「ISO 14001」に対応した環境会計は、毎年『ファミリーマート環境報告書』を発行して、公表しています。

2002年3月には「東京都生活文化局長賞」を受賞。本部だけではなく、ご加盟店も含めたグループ全体の環境に対する活動が認められました。

恵まれない子供たちのために

ファミリーマートは、1993年からご加盟店の店頭で、人種、主義、政治的信条を問わず、世界中の子供たちの生活と教育環境の向上を目的として活動する国際的なNGO組織「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」の募金活動を実施しています。2002年4月15日までの募金総額は約3億4,700万円に達し、全世界100余か国を対象としたさまざまな救済プロジェクトに活用されています。

また、臓器提供の意思のある方々のために、全店舗に「臓器提供意思表示カード(ドナーカード)」を設置しています。



We Love Green



E-commerce





独自のECサービスを強化、拡大し、来店頻度と単価アップを実現します。

店舗の収益を高めるEリテール事業を展開

ファミリーマートは、Eリテール事業を拡大し、外出時には店舗を、ご家庭ではインターネットをご利用いただくというように、人々の暮らしを24時間フルにサポートする「スーパー・コンビニエンスストア」をめざしていきます。今年度は、Eリテール事業の収益力強化をめざし、ゲーム、チケット、タレントグッズなどの「エンターテインメントコンテンツ」とギフト、引っ越し、金融サービスなどの「生活支援サービス」に絞り込んだ展開を強化していく方針です。

インターネットショッピングサイト「ファミマ・ドット・コム」は、売上が各店舗に計上される独自の「ECフランチャイズシステム」を基盤に、ポイントサービスなどの特典も充実させ、2002年4月末現在、登録会員数は85万人に達しました。また、携帯電話でも利用できる「ファミマ-i」(iモード対応)、「ファミマ-J」(J-スカイ対応)も実績を伸ばしています。

毎月発行している無料情報誌『ふぁみコレぴあ』は、掲載商品やチケットなどをパソコンや携帯端末、電話、FAXなどさまざまなメディアを使って注文でき、特に携帯電話による利用が増えています。

このほか、2000年秋から導入したMMK(多機能端末)「Famiポート」は、チケット

販売、音楽ダウンロードサービスなど年々サービスコンテンツを充実させており、本年秋には全店舗に導入を完了、銀行ATMの導入も2002年4月末現在、2,678店舗に拡充し、集客力の拡大に寄与しています。

業界に先がけ、ICカードサービスを開始

「ファミマ・クラブ」会員の増加を背景に、ファミリーマートは本年5月からICカード「ユピカード」の取り扱いを開始しました。「ユピカード」は、ファミリーマートが伊藤忠商事グループ、JCB、トヨタファイナンス、ぴあ、NTTデータと共同で設立したファミマクレジット(株)により発行されます。ICを活用したポイント機能とクレジットカード機能をあわせもち、ネットショッピングはもちろん、ファミリーマート店舗やJCB加盟店での買物もポイントの対象となります。

また、お客様が毎月の支払額をコントロールできるようにし、サインレス決済にするなど使いやすさをアピールし、来店頻度と単価アップに結びつけていきます。現在、85万人の会員を擁する「ファミマ・クラブ会員」を中心に募集活動を行っており、2002年度中に30万人、2004年度までに100万人の会員獲得をめざします。





Logistics



高効率で高精度なサプライチェーンへ 最強のロジスティクスを運用します。

調達構造の改善に向けたDCMを構築

DCM(Demand Chain Management)とは、顧客ニーズや消費性向など、店舗での需要(Demand)情報に対応し、「スピーディに、高精度に、ローコスト」で商品を売場に反映させることを目的にしています。そのため、原材料の調達から製造、ご加盟店からお客様への販売までの流れ(Chain)を本部・取引先を含むすべてのプロセスで共同管理(Management)しています。とりわけ物流面では、従来はセンターから店舗までの店着物流のサービスレベルの向上や効率化を中心に業務を推進してきましたが、今後は原材料の調達までさかのぼり、店舗での販売にいたるまでトータルにカバーする取り組みを強化し、よりいっそうの効率化、スピードアップと低コストな物流・調達体制を確立していきます。

本部のDCM推進室では、全温度対応の配送体制を構築し、店舗供給の最適化を追求しています。2002年秋までには、日用品の定温便共配と、また酒類についても飲料、加工食品、菓子などとの常温食品便共配を実現し、現在の1日6便体制から、4便体制に改善していきます。

ご加盟店の商品調達コストを削減

ファミリーマートは、店着サービスレベルの向上と、物流コスト削減を目的に、配送センターの再編と集約化を推進しています。2001年度は、伊藤忠グループと連動した物流拠点集約などで物流コストを大幅に改善しました。

また、配送センターを削減する一方で、弁当、調理麺、デザートなどの工場と配送センターを一体化した高効率な「総合センター」の建設を進めています。2001年10月には、山形地区の製造・配送の拠点として「ファミリーマート山形総合センター」が本格稼働しました。

同センターは、本格的な複合工場として、米飯などの中食商品を製造し、これまで宮城、福島から配送していた山形県地域のファミリーマート店舗へ、より鮮度の高い中食商品を安定供給することができるようになりました。また、チルド、加工食品、日用品など、全温度帯商品配送の拠点として物流集約を実現し、全温度帯の共同配送を実現したモデルセンターになっています。

こうした物流の効率化は、コスト削減と店舗の作業負担を軽減するだけでなく、省エネルギーや車両から排出されるCO₂削減にも寄与しています。ファミリーマートが推進する発注の高精度化と、ロジスティクスの最適化により、本年度も店舗収益力の最大化を追求していきます。



Corporate
Citizenship





環境保全と社会への貢献を使命により良き企業市民であり続けます。

環境保全型コンビニエンスストアをめざして

ファミリーマートは、1991年に環境問題担当を設置して以来、環境活動に積極的に取り組んでいます。1999年には、全店舗と本部の全事業所を対象に環境マネジメントシステムの国際規格「ISO 14001」の認証を取得し、良き企業市民として、環境に配慮した「商品」「物流」「店舗施設」「店舗運営」の実現をめざしています。

商品面では、素材から使用時、廃棄時まで、環境負荷に配慮した独自の環境基準に基づくプライベートブランド「We Love Green」商品を拡充しています。物流面では、店舗に商品を配送する際、共同配送などの効率化を図り、配送車の台数を削減してエネルギー消費量削減と温室効果ガス削減に取り組んでいます。また、窒素酸化物などの排出量が少ない天然ガス使用の配送車など、低公害車への切り換えも進めています。店舗運営は24時間営業を基本とすることから、省エネルギー、省資源、環境保全を追求した「エコショップ(10店)の実験を推進しています。昨年8月には、天然ガスを利用した小型ガスコージェネを神奈川県横浜市の「青葉すみよし台店」に導入し、電力と廃熱利用によるオンサイト発電事業を開始しました。また、いち早く生ゴミのコンポスト化・飼料化に取

り組み、産業廃棄物となるフライヤー廃食用油の回収リサイクルシステムを全出店地域で対応するなど、店舗から出るすべての廃棄物を分別リサイクルする「廃棄物トータルリサイクルシステム」に積極的に取り組んでいます。これらの環境活動の内容や「ISO 14001」に対応した環境会計は、毎年『ファミリーマート環境報告書』を発行して、公表しています。

2002年3月には「東京都生活文化局長賞」を受賞。本部だけではなく、ご加盟店も含めたグループ全体の環境に対する活動が認められました。

恵まれない子供たちのために

ファミリーマートは、1993年からご加盟店の店頭で、人種、主義、政治的信条を問わず、世界中の子供たちの生活と教育環境の向上を目的として活動する国際的なNGO組織「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」の募金活動を実施しています。2002年4月15日までの募金総額は約3億4,700万円に達し、全世界100余か国を対象としたさまざまな救済プロジェクトに活用されています。

また、臓器提供の意思のある方々のために、全店舗に「臓器提供意思表示カード(ドナーカード)」を設置しています。



We Love Green





(前列左より) 田邊 充夫 上田 準二 (後列左より) 植田 四三郎 石津 直治 矢田 廣吉 播磨 眞一郎

代表取締役会長 兼CEO 田邊 充夫	取締役 執行役員 池田 正洋	執行役員 岡田 輝雄	常勤監査役 三橋 直樹
代表取締役社長 兼COO 上田 準二	井上 史郎	金澤 昇	前田 征信
代表取締役専務取締役 専務執行役員 矢田 廣吉	浦元 康彦	関 正綱	藤本 邦彦
常務取締役 常務執行役員 石津 直治	松丸 正明	穴澤 俊雄	監査役 遠藤 隆
植田 四三郎	南本 権治郎	家村 定信	
播磨 眞一郎	横田 孝行	石黒 正治	
	堀内 文夫	小澤 秀光	
		高橋 商太	
		西岡 登	
		八田 健一	
		出井 國夫	

連結貸借対照表

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2001年2月期	当連結会計年度 2002年2月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	37,941	46,658
加盟店貸金	7,533	7,846
有価証券	12,713	3,164
たな卸資産	5,910	7,417
前払費用	2,841	3,757
繰延税金資産	828	1,827
未収入金	8,981	8,858
その他	4,446	6,604
貸倒引当金	679	990
流動資産合計	80,515	85,144
固定資産		
・有形固定資産		
建物及び構築物	26,301	27,478
機械装置及び運搬具	1,771	2,015
器具及び備品	19,178	21,827
土地	14,705	15,048
建設仮勘定	496	68
有形固定資産合計	62,453	66,438
・無形固定資産		
ソフトウェア	6,334	8,382
連結調整勘定	742	370
その他	1,102	2,343
無形固定資産合計	8,178	11,096
・投資その他の資産		
投資有価証券	10,836	12,054
長期貸付金	1,972	1,772
繰延税金資産	2,332	2,617
敷金保証金	62,347	61,415
その他	2,190	3,180
貸倒引当金	826	1,203
投資その他の資産合計	78,852	79,837
固定資産合計	149,484	157,373
為替換算調整勘定	882	-
資産合計	230,882	242,517

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2001年2月期	当連結会計年度 2002年2月期
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	47,630	50,272
加盟店預り金	2,485	2,341
短期借入金	1,050	319
未払金	14,127	12,546
未払費用	1,853	2,069
未払法人税等	1,907	4,936
預り金	15,535	17,173
その他	1,056	2,385
流動負債合計	85,647	92,044
固定負債		
長期借入金	206	-
退職給与引当金	4,994	-
退職給付引当金	-	5,042
役員退職慰労引当金	419	166
預り敷金保証金	10,007	10,501
その他	5	80
固定負債合計	15,632	15,791
負債合計	101,280	107,836
少数株主持分		
少数株主持分	3,412	4,171
資本の部		
資本金	16,658	16,658
資本準備金	17,056	17,056
連結剰余金	94,179	98,978
その他有価証券評価差額金	26	19
為替換算調整勘定	-	476
自己株式	1,731	1,687
資本合計	126,189	130,510
負債、少数株主持分及び資本合計	230,882	242,517

連結損益計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2001年2月期	当連結会計年度 2002年2月期
営業総収入	176,098	195,605
加盟店からの収入	111,729	116,477
その他の営業収入	10,247	11,305
売上高	54,121	67,821
売上原価	38,135	50,787
売上総利益	15,986	17,034
営業総利益	137,963	144,817
販売費及び一般管理費	113,840	121,061
営業利益	24,122	23,756
営業外収益	3,449	1,482
受取利息	456	455
受取配当金	67	49
有価証券売却益	2,065	87
持分法による投資利益	279	207
その他	579	682
営業外費用	1,409	235
支払利息	72	67
有価証券評価損	1,163	-
その他	173	168
経常利益	26,161	25,003
特別利益	501	581
固定資産売却益	-	10
投資有価証券売却益	501	100
関係会社株式売却益	-	369
持分変動利益	-	101
特別損失	12,079	9,106
固定資産売却損	361	114
固定資産除却損	1,726	4,350
貸倒引当金繰入額	282	322
退職給与引当金繰入額	4,856	-
投資有価証券評価損	184	537
自己株式評価損	1,752	-
リ・ス解約金	599	1,141
店舗賃借解約損	1,220	2,023
その他	1,097	616
税金等調整前当期純利益	14,583	16,477
法人税、住民税及び事業税	8,256	8,884
法人税等調整額	1,710	1,258
少数株主利益	-	301
少数株主損失	74	-
当期純利益	8,111	8,548

連結剰余金計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2001年2月期	当連結会計年度 2002年2月期
連結剰余金期首残高	88,854	94,179
過年度税効果調整額	1,355	-
連結剰余金減少高	4,142	3,749
配当金	3,696	3,680
役員賞与	93	68
(うち監査役賞与)	(20)	(15)
在外持分法適用会社過年度有価証券 評価差額金持分相当額	353	-
当期純利益	8,111	8,548
連結剰余金期末残高	94,179	98,978

連結キャッシュ・フロー計算書

	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2001年2月期	当連結会計年度 2002年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	14,583	16,477
減価償却費	11,800	14,385
連結調整勘定償却額	258	320
貸倒引当金の増加額	469	699
退職給与引当金(役員分含む)の増減額	4,651	5,413
退職給付引当金の増加額	-	5,042
役員退職慰労引当金の増加額	-	166
受取利息及び受取配当金	524	505
支払利息	72	67
持分法による投資利益	279	207
有価証券関連損益	544	17
固定資産除売却損益	2,087	4,454
店舗賃借解約損	1,220	2,023
役員賞与支払額	93	68
加盟店貸金・加盟店預り金の純増減額	2,014	448
たな卸資産の増加額	1,263	1,234
支払手形及び買掛金の増加額	4,432	1,933
預り金の増加額	2,407	1,589
その他	418	452
小計	37,934	39,717
利息及び配当金の受取額	485	464
利息の支払額	73	98
法人税等の支払額	15,041	5,863
営業活動によるキャッシュ・フロー	23,305	34,219
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	3,104	2,803
定期預金の払戻による収入	262	5,900
有価証券等の取得による支出	9,732	3,117
有価証券等の売却による収入	4,685	1,092
有形無形固定資産の取得による支出	17,104	23,217
有形無形固定資産の売却による収入	1,253	145
短期貸付金の純増減額	278	3
長期貸付による支出	1,000	194
長期貸付金の回収による収入	32	389
敷金保証金の差入による支出	9,105	8,631
敷金保証金の回収による収入	1,963	3,458
預り敷金保証金の受入による収入	1,268	1,916
預り敷金保証金の返還による支出	732	858
営業譲受による支出	-	2,905
その他	53	18
投資活動によるキャッシュ・フロー	30,980	28,812
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額	820	815
少数株主の払込による収入	-	100
自己株式の取得による支出	3,488	14
自己株式の売却による収入	-	66
子会社設立に伴う少数株主からの払込額	198	-
配当金の支払額	3,691	3,675
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,160	4,338
現金及び現金同等物に係る換算差額	121	216
現金及び現金同等物の増減額	13,714	1,285
現金及び現金同等物の期首残高	57,418	45,805
新規連結子会社の現金及び現金同等物の期首残高	2,101	-
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少高	-	440
現金及び現金同等物の期末残高	45,805	46,650

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項

1. 連結の範囲に関する事項

- (1) 連結子会社の数 6社
(連結子会社名)
全家便利商店股份有限公司、Siam FamilyMart Co., Ltd.、SFM Holding Co., Ltd.、(株)江洋商事、(株)エムビーイージャパン、(株)ファミマ・ドット・コム
2002年2月28日付をもって解散することを決議し、清算手続中となっている(株)江洋は、重要性が乏しくなったため連結の範囲から除外いたしました。当連結会計年度においては解散決議日までの損益計算書を連結しております。
- (2) 主要な非連結子会社の名称等
FamilyMart HongKong Limited.
(連結の範囲から除いた理由)
非連結子会社は、総資産、営業総収入、当期純損益(持分に見合う額)及び剰余金(持分に見合う額)のそれぞれの合計額がいずれも連結財務諸表に重要な影響を及ぼしていないため、連結の範囲から除外しました。

2. 持分法の適用に関する事項

- (1) 持分法適用の関連会社数 7社
(持分法適用の関連会社名)
(株)沖縄ファミリーマート、(株)松早ファミリーマート、(株)南九州ファミリーマート、BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.、(株)ファミリーシェフ、(株)イーブラット、アイエフジェイカード企画(株)アイエフジェイカード企画(株)は、2001年11月に設立されたため当連結会計年度より持分法を適用しております。
- (2) 持分法を適用しない非連結子会社は、連結純損益及び連結剰余金に及ぼす影響が軽微であり、かつ全体としても重要性がないため、持分法の適用から除外しました。
- (3) 持分法の適用会社のうち、決算日が連結決算日と異なる会社については、当該会社の事業年度に係る財務諸表を使用しております。

3. 連結子会社の事業年度等に関する事項

連結子会社のうち、Siam FamilyMart Co., Ltd.、SFM Holding Co., Ltd.及び全家便利商店股份有限公司の決算日は12月31日であります。連結財務諸表の作成にあたっては同日現在の財務諸表を使用し、連結決算日との間に生じた重要な取引については、連結上必要な調整を行っております。

4. 会計処理基準に関する事項

- (1) 重要な資産の評価基準及び評価方法
有価証券
・満期保有目的債券 償却原価法(定額法)
・その他有価証券
時価のあるもの
決算日の市場価格等に基づく時価法(評価差額は全部資本直入法により処理し、売却原価は主として移動平均法により算定)
時価のないもの
主として移動平均法による原価法
たな卸資産
・商品 主として売価還元法による原価法
・貯蔵品 最終仕入原価法による原価法

(2) 重要な減価償却資産の減価償却の方法

有形固定資産
当社及び国内連結子会社は定率法、在外連結子会社は所在地国の会計基準の規定に基づく定額法による方法としております。
ただし、当社及び国内連結子会社については、1998年4月1日以降に取得した建物(建物附属設備を除く)について定額法を採用しております。
なお、主な耐用年数は以下のとおりであります。
建物及び構築物：2年から50年
器具及び備品：2年から20年
無形固定資産
定額法
なお、当社及び国内連結子会社の自社利用ソフトウェアについては、社内における見込利用可能期間(5年)に基づいております。
長期前払費用
主に均等償却

(3) 重要な引当金の計上基準

貸倒引当金
当社及び国内連結子会社は、債権の貸倒れによる損失に備えるため、一般債権については貸倒実績率により、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討し、回収不能見込額を計上しております。在外連結子会社については、個別の債権の回収可能性を勘案した必要額を計上しております。
退職給付引当金
当社及び国内連結子会社は、従業員の退職給付に備えるため、当連結会計年度末における退職給付債務及び年金資産の見込額に基づき計上しております。

会計基準変更時差異(209百万円)については、当連結会計年度において全額費用処理しております。
数理計算上の差異については、その発生時の従業員の平均残存勤務期間以内の一定の年数(19年)による定額法により、翌期から費用処理することとしております。

在外連結子会社については、所在地国の会計基準に基づく必要額を計上しております。
役員退職慰労引当金
当社及び国内連結子会社は、役員の退職により支給する役員慰労金に充てるため、内規に基づく期末要支給額を計上しております。

(4) 重要な外貨建の資産又は負債の本邦通貨への換算の基準

外貨建金銭債権債務は、連結決算日の直物が替相場により円貨に換算し、換算差額は損益として処理しております。なお、在外子会社等の資産及び負債は、連結決算日の直物が替相場により換算し、収益及び費用は期中平均相場により円貨に換算し、換算差額は少数株主持分及び資本の部に於ける為替換算調整勘定に含めて計上しております。

(5) 重要なリース取引の処理方法

当社及び国内連結子会社は、リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引については、通常の賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理による方法としております。

(6) その他連結財務諸表作成のための重要な事項

消費税等の会計処理

消費税及び地方消費税の会計処理は、税抜方式による方法としております。

5. 連結子会社の資産及び負債の評価に関する事項

連結子会社の資産及び負債の評価については、全面時価評価法を採用しております。

6. 連結調整勘定の償却に関する事項

連結調整勘定の償却については、5年間で均等償却しております。

7. 利益処分項目等の取扱いに関する事項

連結剰余金計算書は、連結会計年度中に確定した利益処分に基づいて作成しております。

8. 連結キャッシュ・フロー計算書における資金の範囲

連結キャッシュ・フロー計算書における資金(現金及び現金同等物)は、手許現金、随時引き出し可能な預金及び容易に換金可能であり、かつ、価値の変動について僅少なりリスクしか負わない取得日から3ヶ月以内に償還期限の到来する短期投資からなっております。

追加情報

1. 退職給付会計

当連結会計年度から退職給付に係る会計基準(「退職給付に係る会計基準の設定に関する意見書(企業会計審議会1998年6月16日)」)を適用しております。この結果、従来の方法による場合と比較して、退職給付費用が209百万円増加し、税金等調整前当期純利益は同額減少しております。なお、従来の退職給付引当金は、当連結会計年度より退職給付引当金に含めて表示しております。

2. 金融商品会計

当連結会計年度から金融商品に係る会計基準(「金融商品に係る会計基準の設定に関する意見書(企業会計審議会1999年1月22日)」)を適用し、有価証券の評価基準等について変更しております。この結果、従来の方法による場合と比較して、経常利益は76百万円、税金等調整前当期純利益は79百万円、それぞれ増加しております。また、期首時点で保有する有価証券の保有目的を検討し、満期保有目的債券及びその他有価証券に含まれている債券のうち1年以内の満期の到来するものは流動資産の有価証券として、それら以外は投資有価証券として表示しております。その結果、流動資産の有価証券は1,744百万円減少し、投資有価証券は同額増加しております。

3. 外貨建取引等会計処理基準

当連結会計年度から改訂後の外貨建取引等会計処理基準(「外貨建取引等会計処理基準の改訂に関する意見書(企業会計審議会1999年10月22日)」)を適用しております。この変更による損益への影響額は軽微であります。また、前連結会計年度において「資産の部」に計上していましたが為替換算調整勘定は、連結財務諸表規則の改正により、「資本の部」並びに「少数株主持分」に含めて計上しております。

注記事項

(連結貸借対照表関係)

1. 有形固定資産の減価償却累計額は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2001年2月期	2002年2月期
43,764	49,634

2. 非連結子会社及び関連会社に係る注記

各科目に含まれている非連結子会社及び関連会社に対するものは次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2001年2月期	2002年2月期
投資有価証券(株式).....	1,976 2,036

3. 担保資産及び担保付債務

担保に供している資産は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2002年2月期	
敷金保証金.....	421
担保付債務は次のとおりであります。	
支払手形及び買掛金.....	373
未払金.....	21

(連結損益計算書関係)

1. 固定資産売却益の内訳は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2002年2月期	
建物及び構築物.....	3
器具及び備品.....	6
その他.....	0
計.....	10

2. 固定資産売却損及び固定資産除却損の内訳は次のとおりであります。

(単位：百万円)				
	2001年2月期		2002年2月期	
	売却損	除却損	売却損	除却損
建物及び構築物.....	2	1,325	38	2,715
器具及び備品.....	358	298	75	982
ソフトウェア.....	-	50	-	502
その他.....	1	52	0	150
計.....	361	1,726	114	4,350

3. 固定資産売却損、固定資産除却損、リース解約金及び店舗賃借解約損には、店舗閉鎖に係る損失が含まれております。

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

1. 現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係

(単位：百万円)	
2001年2月期	2002年2月期
現金及び預金勘定.....	37,941 46,658
預入期間が3ヶ月を超え定期預金を容易に換金可能で価値の変動について僅少なリスクしか負わない運用期間が3ヶ月以内の有価証券.....	3,104 7
現金及び現金同等物.....	10,968 -
現金及び現金同等物.....	45,805 46,650

2. 営業の譲受により増加した資産及び負債の主な内訳

営業の譲受により増加した資産及び負債の主な内訳は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2002年2月期	
有形固定資産.....	269
無形固定資産.....	2,008
敷金保証金.....	511

(リース取引関係)

1. リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引

A リース物件の取得価額相当額、減価償却累計額相当額及び期末残高相当額

	(単位：百万円)			(単位：百万円)		
	2001年2月期		期末残高相当額	2002年2月期		期末残高相当額
	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	取得価額相当額	減価償却累計額相当額
器具及び備品.....	40,699	18,517	22,181	46,296	21,345	24,951
ソフトウェア.....	597	31	565	973	214	759
計.....	41,296	18,549	22,747	47,270	21,560	25,710

B 未経過リース料期末残高相当額

(単位：百万円)		
	2001年2月期	2002年2月期
1年以内.....	5,573	6,564
1年超.....	18,059	19,966
計.....	23,633	26,531

C 支払リース料、減価償却費相当額及び支払利息相当額

(単位：百万円)		
	2001年2月期	2002年2月期
支払リース料.....	6,445	7,490
減価償却費相当額.....	5,574	6,666
支払利息相当額.....	865	844

D 減価償却費相当額及び利息相当額の算定方法

・減価償却費相当額の算定方法

リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法によっております。

・利息相当額の算定方法

リース料総額とリース物件の取得価額相当額との差額を利息相当額とし、各期への配分方法については、利息法によっております。

2. オペレーティング・リース取引

未経過リース料

(単位：百万円)		
	2001年2月期	2002年2月期
1年以内.....	7	28
1年超.....	9	14
計.....	17	43

(有価証券関係)
有価証券の時価等

(単位:百万円)

	2001年2月期		
	連結貸借対照表計上額	時価	評価損益
流動資産に属するもの			
株式.....	1,744	1,836	91
債券.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
小計.....	1,744	1,836	91
固定資産に属するもの			
株式.....	1,498	1,486	12
債券.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
小計.....	1,498	1,486	12
合計.....	3,242	3,322	79

(注) 1. 時価の算定方法

(1) 上場有価証券

主に東京証券取引所の最終価格によっております。

(2) 店頭売買有価証券

日本証券業協会が公表する売買価格等によっております。

2. 開示の対象から除いた有価証券の連結貸借対照表計上額

流動資産に属するもの

マネー・マネジメント・ファンド	3,518百万円
フリー・ファイナンシャル・ファンド	3,002百万円
コマーシャルペーパー	2,998百万円
現先	1,449百万円

固定資産に属するもの

ユーロ円債	7,000百万円
非上場株式	2,338百万円

有価証券

1. 満期保有目的債券で時価のあるもの

(単位:百万円)

	2002年2月期		
	連結貸借対照表計上額	時価	差額
時価が連結貸借対照表計上額を超えるもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	-	-	-
時価が連結貸借対照表計上額を超えないもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	7,000	6,905	94
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	7,000	6,905	94
合計.....	7,000	6,905	94

2. その他有価証券で時価のあるもの

(単位:百万円)

	2002年2月期		
	取得原価	連結貸借対照表計上額	差額
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えるもの			
(1)株式.....	728	833	104
(2)債券			
A 国債・地方債等.....	-	-	-
B 社債.....	-	-	-
C その他.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	728	833	104
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えないもの			
(1)株式.....	1,979	1,829	149
(2)債券			
A 国債・地方債等.....	-	-	-
B 社債.....	-	-	-
C その他.....	-	-	-
(3)その他.....	3,164	3,164	-
小計.....	5,144	4,994	149
合計.....	5,873	5,827	45

(注) 1. 当連結会計年度において減損処理を行い、投資有価証券評価損511百万円を計上しております。

2. 上記のほか、出資金の時価評価に係る差額金等について、税効果相当額控除後の金額(6百万円)を連結貸借対照表の「その他有価証券評価差額金」に含めて表示しております。

3. 当連結会計年度中に売却したその他有価証券

売却損益の合計額に重要性がないため、記載を省略しております。

4. 時価評価されていない主な有価証券の内容及び連結貸借対照表計上額

(単位:百万円)

	2002年2月期
連結貸借対照表計上額	
(1)その他有価証券 非上場株式(店頭売買株式を除く).....	355

5. その他有価証券のうち満期があるもの及び満期保有目的債券の今後の償還予定額

(単位:百万円)

	2002年2月期			
	1年以内	1年超5年以内	5年超10年以内	10年超
1. 債券				
(1)国債・地方債等.....	-	-	-	-
(2)社債.....	-	7,000	-	-
(3)その他.....	-	-	-	-
2. その他.....	-	-	-	-
合計.....	-	7,000	-	-

(デリバティブ取引関係)

当社グループはデリバティブ取引を全く利用していないため、該当事項はありません。

(退職給付関係)

1. 採用している退職給付制度の概要

当社及び国内連結子会社は、確定給付型の制度として、厚生年金基金制度、適格退職年金制度及び退職一時金制度を設けております。

また、一部の海外子会社でも確定給付型の制度を設けております。

2. 退職給付債務及びその内訳

	(単位:百万円)
	2002年2月期
(1)退職給付債務	16,823
(2)年金資産	8,088
(3)未積立退職給付債務(1)+(2)	8,734
(4)会計基準変更時差異の未処理額	39
(5)未認識数理計算上の差異	3,652
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5)	5,042

(注)1. 厚生年金基金の代行部分を含めて記載しております。

2. 一部の連結子会社は、退職給付債務の算定にあたり、簡便法を採用しております。

3. 会計基準変更時差異の未処理額は、在外子会社にかかわるものであります。

3. 退職給付費用の内訳

	(単位:百万円)
	2002年2月期
退職給付費用	
(1)勤務費用(注)1.2	803
(2)利息費用	454
(3)期待運用収益	266
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	213
(5)数理計算上の差異の費用処理額	1
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,207

(注)1. 厚生年金基金に対する従業員拠出額を控除しております。また、出向社員受入会社が負担した退職給付費用を控除しております。

2. 簡便法を採用している連結子会社の退職給付費用は、「(1)勤務費用」に計上しております。

4. 退職給付債務等の計算の基礎に関する事項

	2002年2月期
(1)割引率	主として2.7%
(2)期待運用収益率	主として3.5%
(3)退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準
(4)数理計算上の差異の処理年数	主として19年
(5)会計基準変更時差異の処理年数	当社及び国内連結子会社は一括処理、在外連結子会社は15年であります。

(税効果会計関係)

1. 繰延税金資産及び繰延税金負債の発生的主要原因別の内訳

	(単位:百万円)	
	2001年2月期	2002年2月期
繰延税金資産(流動)		
貸倒引当金繰入限度超過額	192	324
賞与引当金繰入限度超過額	146	254
一括償却資産損金算入限度超過額	95	142
店舗閉鎖損失計上否認	180	359
未払事業税	147	427
固定資産処分損否認	-	149
その他	100	308
繰延税金資産小計	862	1,965
評価性引当額	5	93
繰延税金資産合計	857	1,871
繰延税金負債(流動)		
特別償却準備金	29	31
その他	-	12
繰延税金負債合計	29	44
繰延税金資産(流動)の純額	828	1,827

	(単位:百万円)	
繰延税金資産(固定)		
貸倒引当金繰入限度超過額	118	286
退職給与引当金繰入限度超過額	2,046	2,022
役員退職慰労引当金否認	176	69
一括償却資産損金算入限度超過額	56	85
投資有価証券評価損否認	47	273
ゴルフ会員権評価損否認	40	42
繰越欠損金	1,323	2,114
その他	70	69
繰延税金資産小計	3,879	4,964
評価性引当額	1,323	2,118
繰延税金資産合計	2,556	2,845
繰延税金負債(固定)		
特別償却準備金	177	157
在外連結子会社留保利益	46	70
その他	-	0
繰延税金負債合計	223	227
繰延税金資産(固定)の純額	2,332	2,617

2. 法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との間に重要な差異があるときの、当該差異の原因となった主要な項目別の内訳

	(単位:%)	
	2001年2月期	2002年2月期
法定実効税率	42.05	42.05
(調整)		
交際費等永久に損金に算入されない項目	0.40	0.32
受取配当金等永久に益金に算入されない項目	0.25	0.14
住民税均等割等	1.19	1.05
在外子会社投資税額控除	-	0.72
還付法人税額	1.12	-
繰越欠損金	3.67	5.10
税率差異	0.36	0.62
持分法による投資利益	0.81	0.25
その他	0.12	0.51
税効果会計適用後の法人税等の負担率	44.89	46.28

(セグメント情報)

1. 事業の種類別セグメント情報

(2001年2月期)

全セグメントの営業総収入の合計、営業利益及び全セグメント資産の金額の合計額に占めるコンビニエンスストア事業の割合がいずれも90%を超えているため、事業の種類別セグメント情報の記載を省略しております。

(事業区分の方法の変更)

当社グループは、従来、コンビニエンスストア事業のみの単一セグメントとしておりましたが、当連結会計年度において、新規事業の開始等に伴い事業区分の方法について見直しを行った結果、コンビニエンスストア事業とその他事業に区分することといたしました。なお、前連結会計年度のセグメント情報を当連結会計年度において用いた事業区分の方法により区分した場合においても、全セグメントの営業総収入の合計、営業利益及び全セグメント資産の金額の合計額に占めるコンビニエンスストア事業の割合がいずれも90%を超えているため、事業の種類別セグメント情報の記載を省略しております。

(2002年2月期)

全セグメントの営業総収入の合計、営業利益及び全セグメント資産の金額の合計額に占めるコンビニエンスストア事業の割合がいずれも90%を超えているため、事業の種類別セグメント情報の記載を省略しております。

2. 所在地別セグメント情報

(単位: 百万円)

	2001年2月期				
	日本	アジア	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益					
営業総収入					
(1) 外部顧客に対する営業総収入	149,767	26,331	176,098	-	176,098
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	289	-	289	289	-
計	150,057	26,331	176,388	289	176,098
営業費用	119,899	26,487	146,386	5,589	151,976
営業利益	30,157	156	30,001	5,879	24,122
II 資産	179,179	17,817	196,996	33,885	230,882

(注) 1. 国又は地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 日本以外の区分に属する地域の内訳は次のとおりであります。 アジア…台湾、タイ王国

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額は5,879百万円であり、その主なものは当社の管理部門等に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は34,081百万円であり、その主なものは、当社での余資産運用資金(現金及び預金、有価証券)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

5. 当連結会計年度より、税効果会計を適用しております。

この変更に伴い、従来の税効果会計を適用しない場合と比較し、当連結会計年度の資産は、日本及び消去又は全社について、それぞれ3,018百万円及び47百万円多く計上されております。

(単位: 百万円)

	2002年2月期				
	日本	アジア	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益					
営業総収入					
(1) 外部顧客に対する営業総収入	166,794	28,810	195,605	-	195,605
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	442	84	526	526	-
計	167,236	28,894	196,131	526	195,605
営業費用	138,696	28,827	167,524	4,324	171,848
営業利益	28,539	67	28,607	4,851	23,756
II 資産	181,332	21,720	203,052	39,464	242,517

(注) 1. 国又は地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 日本以外の区分に属する地域の内訳は次のとおりであります。 アジア…台湾、タイ王国

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額は3,906百万円であり、その主なものは当社の管理部門等に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は40,353百万円であり、その主なものは、当社での余資産運用資金(現金及び預金、有価証券)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

3. 海外営業総収入

(単位: 百万円)

	2001年2月期	2002年2月期
	アジア	アジア
I 海外営業総収入	26,331	28,949
II 連結営業総収入	176,098	195,605
III 連結営業総収入に占める 海外営業総収入の割合	15.0 %	14.8 %

(注) 1. 地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 区分に属する地域の内訳は次のとおりであります。

(2001年2月期) アジア…台湾、タイ王国

(2002年2月期) アジア…台湾、タイ王国、大韓民国

3. 海外営業総収入は、当社及び連結子会社の日本以外の国又は地域における営業総収入であります。

(重要な後発事象)

2002年5月29日開催の定時株主総会において、商法第210条の規定に基づき、本総会終結の時から次期定時株主総会終結の時までに、当社普通株式3,700,000株、取得価額の総額10,000百万円を限度として取得することを決議いたしました。

1972	9月	(株)西友ストア企画室に小型店担当を設置。	1992	3月	新ビジュアルアイデンティティを導入。
1973	9月	実験第1号店を埼玉県狭山市に開店。		9月	タイ・バンコク市の(株)ロビンソン百貨店、サハ・パ タナピブル(株)および伊藤忠タイ国会社と合弁会社 「Siam FamilyMart Co., Ltd.」を設立。
1978	3月	(株)西友ストア ファミリーマート事業部発足、店 舗数4店舗。		10月	「Siam FamilyMart Co., Ltd.」と「ライセンス契約」を 締結し、タイにおけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。
	4月	実験第1号店をフランチャイズ店に変更し事業開始 (入替店)。		4月	鹿児島県鹿児島市の(株)本坊商店と合弁会社「(株) 南九州ファミリーマート」を設立。同社と「エリアフラン チャイズ契約」を締結し、鹿児島県、宮崎県における ファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。
	8月	一般募集によるフランチャイズ1号店(24時間営業) を船橋市に開店(大閘三山店)。	1993	4月	中部ファミリーマート(株)と合併。
1981	9月	(株)西友ストアから営業と資産の譲渡を受け、同時 に商号を(株)ファミリーマートに変更して事業開始、 店舗数89店舗(直営店2店、加盟店87店)。	1995	9月	コンビニエンスストアとして初めての太陽光発電シス テムによる「エコ・ショップ」開店(港南台インター店)。
	11月	(社)日本フランチャイズチェーン協会へ正会員として 入会。	1997	8月	筆頭株主が(株)西友より伊藤忠商事グループとなる。
1985	4月	愛知県名古屋市の(株)綜合酒販センターと合弁会社 「中部ファミリーマート(株)」を設立、同社と「エリアフラン チャイズ契約」を締結し、愛知県、岐阜県、三重県 におけるファミリーマート店舗のフランチャイズ展開 を開始。	1998	2月	100%出資による子会社(株)MBEジャパンを設立。
	10月	沖縄県那覇市の(株)リウボウと合弁会社「(株)沖縄 ファミリーマート」設立。	1999	3月	全事業所・全店舗で環境マネジメントの規格「ISO 14001」認証取得。
1987	11月	「(株)沖縄ファミリーマート」と「エリアフランチャ イズ契約」を締結し、沖縄県におけるファミリーマート 店舗のフランチャイズ展開を開始。		9月	共同ATM設置を行うための共同出資会社「(株)イー ネット」をCVSチェーン4社、金融機関10行など25社 と設立。
	12月	東京証券取引所の市場第二部に株式上場。	2000	5月	ECフランチャイズシステムをサポートする「(株)ファミ マ・ドット・コム」を伊藤忠商事・NTTデータ・ トヨタ自動車など各分野のトップ企業と共同で設立。
	8月	台湾台北市の國産汽車股份有限公司他と合弁会社 「全家便利商店股份有限公司」を設立。		9月	(株)アイ・ファミリーマート、(株)北陸ファミリ ーマートを合併。
1988	12月	「全家便利商店股份有限公司」と「エリアフランチャ イズ契約」を締結し、台湾におけるファミリーマート 店舗のフランチャイズ展開を開始。		10月	インターネットショッピングで世界初のECフラン チャイズシステムを全国でスタート。 マルチメディア端末MMK「Famiポート」を実験導入 (2001年2月より本格導入)。
	3月	長崎県長崎市の松早コンビニエンス・ストア(株)と 合弁会社「(株)松早ファミリーマート」を設立、同社と 「エリアフランチャイズ契約」を締結し、長崎県および 佐賀県の一部におけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。		12月	海外エリアフランチャイズ「台湾ファミリーマート」が 1,000店舗を達成。
	4月	福岡県福岡市の(株)岩田屋と合弁会社「(株)アイ・ ファミリーマート」を設立、同社と「エリアフランチャ イズ契約」を締結し、福岡県、熊本県、大分県および 佐賀県の過半におけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。	2001	3月	広島市とその近郊へ本格出店を開始。また、四国初と なる香川県へも出店開始。
1989	8月	東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定。		4月	サッカー日本代表サポーティングカンパニー契約を 締結。
	3月	福井県福井市の(株)ユースと合弁会社「(株)北陸ファミ リーマート」を設立、同社と「エリアフランチャイズ 契約」を締結し、福井県、石川県、および富山県にお けるファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。		5月	東近畿地域スパ―本部より営業財産の一部を譲り受 ける。
	7月	大韓民国ソウル特別市の(株)普光ファミリーマート との間で「技術導入並びにサービスマークライセンス 契約」を締結し、大韓民国におけるファミリーマート 店舗のフランチャイズ展開を開始。		11月	クレジットカード会社 アイエフジェイカード企画(株) 現ファミクレジット(株)設立。
1990	3月	福井県福井市の(株)ユースと合弁会社「(株)北陸ファミ リーマート」を設立、同社と「エリアフランチャイズ 契約」を締結し、福井県、石川県、および富山県にお けるファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。	2002	2月	全家便利商店股份有限公司が台湾店頭市場において 店頭公開。
	5月	日本チェーンストア協会へ正会員として入会。		4月	海外エリアフランチャイズ「普光(韓国)ファミリ ーマート」が1,000店舗を達成。
1991	9月	創立10周年に新企業理念(CO GROWING)を制定。		5月	ICカード(コピカード)サービス開始。

商号

株式会社ファミリーマート
(英文社名 FamilyMart Co., Ltd.)

本社所在地

〒170-8404 東京都豊島区東池袋四丁目26番10号

設立年月日

1981年9月1日

資本金

166億58百万円

決算期

2月末日(年1回)

事業目的

フランチャイズシステムによる
コンビニエンスストア事業

チェーン全店売上高

8,986億51百万円

店舗数

(国内外エリアフランチャイズ含む)
8,184店

従業員数

2,090名

本社

東京都豊島区東池袋4 26 10
Tel.(03)3989 6600(代)

東北リージョン
宮城県仙台市青葉区宮町4 6 21 2F
Tel.(022)268 1340

北関東リージョン
埼玉県さいたま市常盤4 1 1 浦和システムビルディング3F
Tel.(048)822 1173

東京リージョン
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル
Tel.(03)3989 7707

南関東リージョン
神奈川県横浜市港北区新横浜1 4 7 新横浜高橋ビル2F
Tel.(045)476 1383

東海中部リージョン
愛知県名古屋市中区正木4 9 1
Tel.(052)683 6120

北陸リージョン
福井県福井市開発2 222
Tel.(0776)52 5555

関西リージョン
大阪府大阪市淀川区西中島5 14 10 カトキチ新大阪ビル7F
Tel.(06)6309 6711

山陽瀬戸内リージョン
広島県広島市東区曙4 1 32
Tel.(082)668 8594

九州北リージョン
福岡県福岡市中央区天神4 1 29 第5明星ビル2,3,7F
Tel.(092)712 1112

国内エリアフランチャイズ
(株)沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市松尾1 9 49
Tel.(098)867 2028

(株)松早ファミリーマート
長崎県長崎市御船蔵町1 20
Tel.(095)828 8523

(株)南九州ファミリーマート
鹿児島県鹿児島市真砂本町3 67
Tel.(099)263 8330

海外エリアフランチャイズ
全家便利商店股份有限公司
中華民国台湾省台北市中山北路二段61號7樓
Tel. 886 2 2523 9699

(株)普光ファミリーマート
大韓民国ソウル特別市江南区三成洞141 32
Tel. 82 2 528 7050

Siam FamilyMart Co., Ltd.
Robinson Ratchadaphisek Bldg., 5th Fl.,
139 Ratchadaphisek Rd.,
Bangkok 10310, Thailand
Tel. 66 2 248 2658