

FamilyMart

アニュアルレポート 2004



プロフィール Profile

ファミリーマートグループは、株式会社ファミリーマート、子会社8社、関連会社7社の計16社により構成されています。国内とアジア諸国に1万326店舗を展開するコンビニエンスストア事業を核とし、EC関連事業および関連するその他のサービス等の事業活動を展開しています。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共に成長し発展する「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、お客様が相互に心をかよわせることができるコンビニエンスストア事業をめざすとともに、常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。さらに、ご加盟店と当社との継続的な収益向上をめざして、日商および差益率を重要な経営指標とするとともに、投資効率も重視し、株主資本利益率の向上に努めております。

2004年2月末現在

目次 Contents

財務ハイライト	1
株主・投資家の皆様へ	2
社長メッセージ	4
For the Customers	11
個店競争力の強化	14
商品力の強化	18
店舗展開	22
Eリテールサービス	28
環境・社会貢献活動	30
役員紹介	32
組織図	33
関係会社の状況	34
財務セクション	35
会社の沿革	44
会社概要	45

見通しに関する注意事項

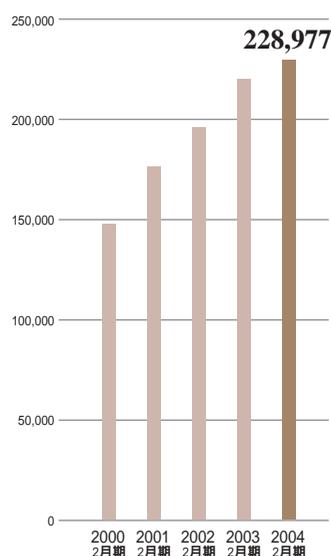
Forward-Looking Statements

この年次報告書の記述には、ファミリーマートの将来の業績等に関する見通しが含まれていますが、これらは現在入手可能な情報から得られた当社経営陣の判断に基づいています。実際の業績等は、日本経済の動向、当社を取り巻く事業環境などのさまざまな要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おきください。

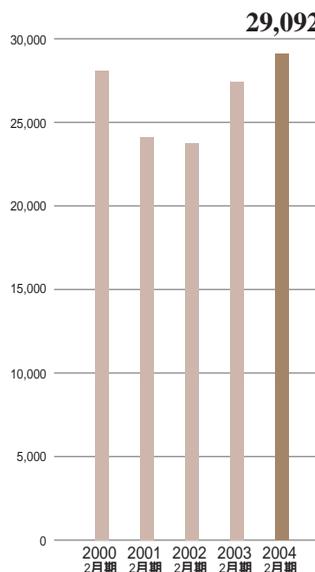
財務ハイライト(連結) Consolidated Financial Highlights

	(単位: 百万円)	
	2003年2月期	2004年2月期
損益計算書データ		
営業総収入	217,467	228,977
営業利益	27,920	29,092
経常利益	28,859	30,164
当期純利益	12,879	13,787
1株当たり当期純利益(円)	132.96	141.53
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	137,635	147,524
資産合計	250,608	309,314
1株当たり株主資本(円)	1,420.99	1,522.33
その他データ		
加盟店および直営店舗数(単体)	5,593	5,770
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	3,530	4,556
ファミリーマートチェーン総店舗数	9,123	10,326
株主数(人)	24,263	21,173
従業員数(人)	4,466	4,675

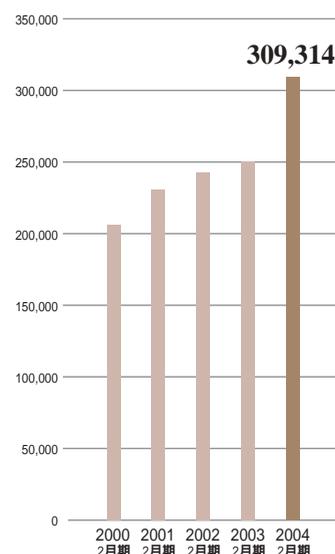
営業総収入 (百万円)



営業利益 (百万円)



総資産 (百万円)



2004年2月末日は金融機関休業日のため、2004年2月期末総資産額には、支払手形及び買掛金の期末未決済額(37,883百万円)と未払金の期末未決済額(3,286百万円)が含まれております。

「企業体質の構造改革」を加速し、競争力を高めています

Highlights of the Year

- ☞ 連結・単体とも2期連続で増収増益を達成
- ☞ 連結営業利益は過去最高の290億円
- ☞ 新設店日商は3年連続で上昇
- ☞ 商品の差益率28.25%から28.50%へ
- ☞ 9リージョン制から16ディストリクト制へ大幅な組織改編
- ☞ 日本発祥のコンビニエンスストアとして初の「アジア1万店」を達成



ごあいさつ

株主・投資家の皆様におかれましては、平素よりファミリーマートグループへ格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、この1年の小売業界は、長雨・冷夏の影響や長引くデフレ傾向の中で個人消費の低迷状態が続き、依然として厳しい経営環境となりました。このような状況の中で、当社グループの2004年2月期の連結業績は、営業総収入2,289億77百万円（前期比5.3%増）、経常利益301億64百万円（前期比4.5%増）、当期純利益137億87百万円（前期比7.1%増）と、2期連続で増収増益となりました。

政策面では、引き続き「企業体質の構造改革」を強力に推進するとともに、お客様の視点に立った店づくりに注力いたしました。そして、2003年12月18日、日本発祥のCVSチェーンとして、初めて記念すべき「アジア1万店」を達成することができました。

2004年度もご加盟店と一体となり、「楽しさ」「賑わい」にあふれた、お客様に支持されるファミリーマートをめざし、さらなる業績の向上に全力を注いでまいります。

日 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



上田 準二

代表取締役社長兼COO

企業価値の最大化をめざし 力強く改革を推し進めています

私はファミリーマートグループがクオリティーにおいて業界No.1となることをめざし、企業体質の構造改革を断行しております。このビジョンを目標や理念のままに終わらせず、実践へとつなげる改革を通して「戦う集団」を形成し、ご加盟店とともに成長力、収益力の一層の向上を実現してまいります。

2年間の取り組みと成果

■ 構造改革を徹底し、ご加盟店支援体制を強化

2002年3月に私が社長に就任してから、2年が経過しました。この間、確実に変わってきたと感じるのは、改革への強い意志、変化を求める動きが社内に顕在化してきたことです。

私はまず制度改革を実施し、実力のある社員が存分に能力を発揮できる社内風土づくりを行いました。たとえば、新任の執行役員や部長には当社を変革し得る30代、40代前半の若手を抜擢しました。また、これまで能力をもちながら評価されなかったベテラン社員に対しても機会を提供し、力を発揮した人が報われる人事制度としました。

同時に、私が直接現場へ出向き最前線のスーパーバイザー(SV)や開発課員達と意見交換する社長塾をはじめ、研修や会議などを通して、今

こそ大競争の時代を勝ち抜く集団に生まれ変わるチャンスであることを強く訴え、意識改革を促しました。さらに、ディストリクト制の導入、本部によるご加盟店支援体制の強化など、一連の改革を通して業務執行体制や社員の意識が変革され、個店競争力の強化に向けて活発な取り組みがなされるようになってきました。

私は小売業に奇手奇策はなく、お客様に本当に満足していただける売場ができているか、基本を徹底し、あきらめずに繰り返し実行していくチェーンのみが勝ち残っていくと確信しています。これをご加盟店と本部の共通認識とし、クオリティーNo.1チェーンをめざし、今後も全力で戦っていく決意でございます。

2003年度の営業概況と今後の施策

■ 19ディストリクト制の新執行体制が始動

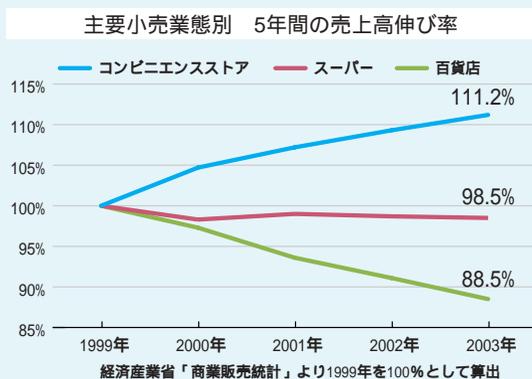
2003年度は消費マインドの冷え込みが続く中で、それぞれの個店における競合店との戦い、あるいはスーパーマーケットの深夜営業に代表される異業種との競争など、「大競争時代」を実感した1年でした。

こうした中、当社は2003年度から経営トップが直轄する16ディストリクト制による執行体制のもとで、フランチャイザー機能の一層の充実を図ると同時に、「個店競争力の強化」「商品力の強化」「高質店の出店」の3つを柱とする重点施策に取り組んでまいりました。その結果、連結営業利益は前期の27,920百万円から29,092百万円と2年連続で増加し、過去最高益となりました。2004年度からは、新組織体制を施行し、従来の16ディストリクト制を発展させ、

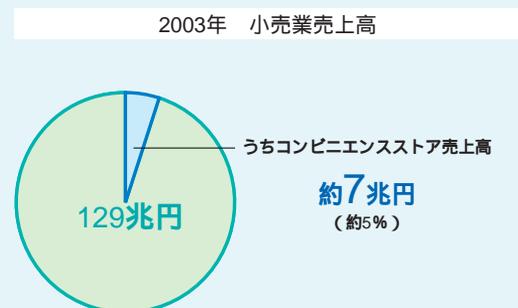
19ディストリクト制による執行体制に再編いたしました。これにより、大都市圏を中心とする地域のドミナント強化に向けた出店攻勢と既存ご加盟店への支援に、より一層注力してまいります。また、各ディストリクト責任者に店舗開発の経験が豊富なエキスパートを投入し、店舗開発力をさらに強化いたします。

2004年度はこうした新体制のもとで、小売業の基本である「S&QC」をこれまで以上に徹底し、個店競争力の強化を図っていきます。これらの取り組みにより、すべてのご加盟店の成長力、収益力を向上させるとともに、確固たる増収増益体制を構築してまいります。

小売業におけるコンビニエンスストアの優位性



この5年間に於いて、コンビニエンスストアの売上高は継続して伸張しています。コンビニエンスストアの小売業全体における売上シェアはまだ約5%であり、今後もさらなる成長が見込まれます。



3つの重点施策の概要と成果

個店競争力の強化

“お客様の満足”にお応えする「S&QC(サービス、クオリティー、クリンネス)の徹底」、欠品のない売場を実現する「発注精度の向上」を重点課題としています。「S&QCの徹底」では、ご加盟店と本部のSVが一体となって個店の課題を抽出し、その改善に取り組みました。2003年に発足したSVサポートグループによる支援と相俟って顕著な効果が現れています。また、全国で「スタッフトレーナー養成講習会」を

開催し、2004年1月からは研修施設から遠隔地にある店舗を対象に移動研修車「SQC号」を導入するなど、店舗スタッフの戦力化、S&QCレベルの一層の向上に努めております。一方、「発注精度の向上」では大規模な「中食活性化策」を実施し、1店1店の発注プロセスを強化いたしました。さらに、2003年10月から各店舗に新商品やオリジナル商品の売場展開事例を画像として配信し、発注精度の向上と魅力ある売場づくりを推進しております。

商品力の強化

主力の中食を中心に、積極的な商品開発に取り組みました。マーケティング戦略として、幅広い年齢層のお客様を意識した「ジェネレーションマーケティング」、価格訴求商品から高付加価値商品まで幅広いニーズに対応した「プライスマーケティング」、

全国各地の地域ニーズに対応した「リージョナルマーケティング」という3つの切り口で、“価格・味覚・視覚”を追求した商品開発に取り組んでおります。具体的には、本格高級弁当「彩り膳」や、毎週違った味覚が楽しめる「週替わり弁当」シリーズ、素材と製法にこだわった「おとなの逸品」シリーズ等を発売し、好評を得ております。

高質店の出店

引き続き、東京・大阪・名古屋の三大都市圏を重点地域とし、既存出店地域の高質店開発を進めるとともに、2003年12月からは新地域として愛媛県にも出店を開始しました。また、他社に先がけ、イベント会場での期間限定出店や、商業ビル、高速道路のサービスエリア等へ出店するなど、新しいマーケットの

創造にも積極的に取り組みました。その一環として、施設の環境に調和したデザインの店舗も出店しております。2004年2月末における国内の店舗数はエリアフランチャイザー2社を含め6,199店舗に、台湾、韓国、タイの海外エリアフランチャイザー3社の店舗数は4,127店舗となり、当社グループのチェーン全店舗数は合計10,326店舗となりました。

アジア1万店達成と海外戦略

■ パン・パシフィック構想がスタート

2003年12月、ファミリーマートは大手チェーンの中で唯一日本生まれのCVSチェーンとしてアジア1万店を達成しました。すでに株式公開している台湾ファミリーマートは順調に事業を拡大し、韓国では普光ファミリーマートがNo.1企業となりました。サイアムファミリーマート(タイ)は現地の優秀な人材を経営トップに据え、高質店開発のスピードをあげています。

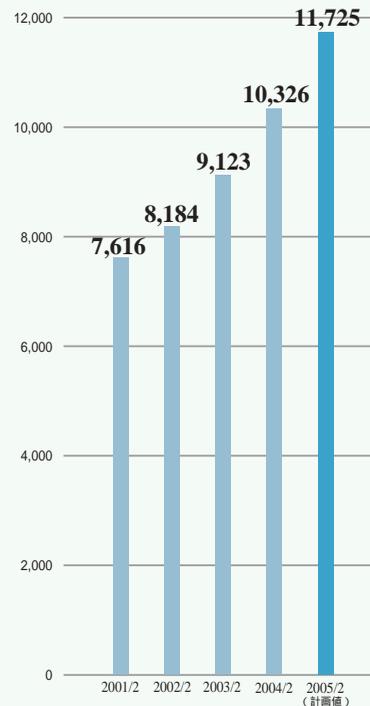
申し上げるまでもなく、アジア1万店は1つの通過点であり、私は次のステップとして2008年度までに2万店の達成を目標に掲げています。そのため、海外ネットワークを拡大し、日本国内では未進出地域に出店するという2つの展開を加速してまいります。

2004年、当社はパン・パシフィック構想のもと中国・上海へ出店し、米国・西海岸への進出も視野に入れています。中国政府は2004年末に流通市場を開放することを表明しており、すでに実績をあげている台湾でのノウハウや成功事例を活かし、店舗網の拡大を推進します。

私は、日本発祥のCVSチェーンとして、中国、米国でも「S&QCの徹底」や「鮮度の高い品揃え」を実践していく考えです。国内で売上を拡大している「Famiポート」によるチケット販売や代行業務も今後の海外展開での大きな武器となります。将来的には、日本で予約した海外イベントのチケットを現地

で受け取り、決済することも可能になるでしょう。こうした店舗を核としたサービス機能の拡充等により、ファミリーマートがCVSチェーンのグローバルスタンダードとなるという夢の実現に向け、全力を挙げて取り組んでまいります。

店舗数推移
(国内外合計)



コーポレートガバナンスと コンプライアンスの強化

■ 業務執行への監視、監査機能を強化

当社は、2000年5月に取締役会を適正規模とするため、取締役数の削減を実施すると同時に執行役員制度を導入いたしました。これにより、取締役会を会社の意思決定と業務執行の監督機関と位置付け、業務執行機能からの分離を図り、経営体質の強化、意思決定と業務執行の迅速化を進めてまいりました。

監査役会は4名で、内1名は社外監査役とし、取締役・執行役員の業務執行を厳正に監視しております。特に、内部監査部門および会計監査人とは緊密な連携に留意し、より一層監視機能を強化しております。また、常に経営陣の企業統治に関する意識高揚を図り、より透明で信頼性の高い経営に努めています。

■ 企業の社会的責任を重視

コンプライアンス(倫理法令遵守)の充実を目的として2003年9月に「コンプライアンス委員会」を社長直轄の組織とし、コンプライアンス強化への経営トップの姿勢を内外に明確にいたしました。

さらに、2004年3月には、総務人事本部内に専任機関の「法務・コンプライアンス部」を設置。5月には

「ファミリーマート 倫理・法令遵守基本方針」を制定し、内外に公表いたしております。合わせて「ファミリーマートコンプライアンス行動指針3項目」を制定するとともに、倫理・法令違反に関する情報提供ルートとして「内部情報提供制度」を導入し、コーポレートガバナンスがより有効に機能する環境整備を積極的に進めております。

IR活動をさらに強化

当社では、経営トップ自らがIRの中心であるべきだという認識のもと、社長直轄の広報部内にIR専門チームを設置し、透明かつタイムリーな経営情報の開示を目的としてIR活動の強化、拡充を推進しております。当社ホームページ上での情報公開をはじめ、アナリストや機関投資家の皆様を対象とした決算説

明会や面談などを積極的に行っております。2003年は、海外でも米国、イギリス、イタリア、ドイツの4カ国7都市の機関投資家35社を個別訪問し、私が直接お会いして当社への理解を深めていただきました。今後も、株式市場で評価されるIR活動の強化に積極的に取り組んでまいります。



社長メッセージ

株主価値の 向上をめざして

アジア1万店の達成、そして中国、米国市場への進出という新たな成長戦略が始動し、社内はもとより、ご加盟店の志気と意欲が一段と高まってきたことを実感しております。

2004年度の連結業績見通しとしましては、営業総収入2,440億円（前期比6.6%増）、経常利益318億円（前期比5.4%増）、当期純利益146億円（前期比5.9%増）を見込んでおります。

ファミリーマートは「夢」の実現に向かって、ご加盟店と一体となり、業績の向上と株主価値の最大化を追求してまいります。

株主・投資家の皆様におかれましては、より一層のご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。

For the





Customers

ファミリーマートは、ご加盟店と一体となり、店舗運営はもちろん、商品、サービスなどにおいて最高のクオリティーを追求しています。心から満足し、ファミリーマートファンになっていただけるような「S&QCの徹底」、いつ行っても欲しい商品が揃っている「発注精度の向上」、幅広いニーズに応える「商品力の強化」をテーマに、常に“お客様の視点”に立ち、個店競争力を強化するファミリーマートグループの事業活動をご紹介します。



小売業の基本を徹底し、クオリティーにおいて 業界のリーディングカンパニーをめざします

Service Quality Cleanliness

同業、異業種が入り乱れる大競争の時代の中で、ファミリーマートは「個店競争力の強化」を最重要課題とし、小売業の基本である「S&QCの徹底」「発注精度の向上」「商品力の強化」への取り組みをさらに徹底し、より一層のご加盟店支援を行っています。店舗展開では、既存出店地域の高質店開発に加え、商業ビルや高速道路のサービスエリアなど、お客様の利便性を追求し、潜在的なニーズにもお応えできるニューマーケットの開拓にも注力しています。また、インターネットショッピングやマルチメディア端末「Famiポート」などによる独自のEリテールサービスを充実させ、リアル店舗の高付加価値化を実現しております。さらに、企業の社会的責務として、環境保全活動や社会貢献活動にも積極的に取り組んでおります。ファミリーマートは、これらの取り組みをさらに強化し、クオリティーにおいてNo.1と評価されるチェーンを構築してまいります。

クオリティーにおける業界のリーディングカンパニー

P.14 - 17

個店競争力の強化

「S&QCの徹底」と「発注精度の向上」で顧客満足の向上とチャンスロスのない売場を実現します



P.18 - 21

商品力の強化

多様化し、変化するニーズに対応し、3つのマーケティングで顧客層の拡大と日商の向上に注力しています



P.22 - 27

店舗展開

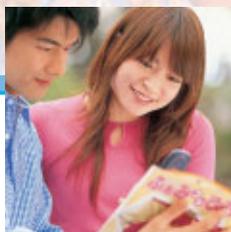
成長力、収益力のあるチェーン網をグローバルに展開し、ニューマーケットへの取り組みも積極化します



P.28 - 29

Eリテールサービス

お客様の利便性を高める独自のEリテールサービスでリアル店舗の高付加価値化を実現します



P.30 - 31

環境・社会貢献活動

環境活動と社会貢献へのさらなる取り組みを通じて企業の社会的責務を果たしていきます



個店競争力の強化

最高の「顧客満足」を実現し、
お客様から最も信頼されるチェーンをめざします



S&QCの徹底

すべてはお客様のために

ファミリーマートは、「S&QC（サービス、クオリティ、クリンネス）の徹底」を最重要課題とし、そのレベルアップに全力で取り組むことにより、個店競争力の強化を図っています。

2003年度からは、お客様の入退店時の挨拶、スピード接客をはじめ、最も重要な「S&QC基本13項目」を定め、本部とご加盟店が一体となって、その実践に取り組んでいます。全店がこれら小売の“基本”を高いレベルで実現し、お客様から「ファミリーマートに毎日行きたい」と言ってもらえることを目標としています。

今後も、常にお客様の視点に立ち、心から満足していただける店舗オペレーションと、個店のマーケット特性に即したきめ細かな営業支援体制をさらに強化していきます。

ファミリーマートのS&QC基本13項目

1. お客様入退店時のあいさつ
2. レジ接客時あいさつ
3. スピード接客
4. 釣り銭・レシート手渡し
5. 前出し
(お客様が商品を取りやすいように棚の最前列に陳列すること)
6. 顔出し
(お客様に見やすいように商品名を正面に向けること)
7. 雑誌整理・ Gondola陳列
8. 販売期限管理
9. 店頭の清掃・ゴミ処理状況
10. ゴミ箱清掃・ゴミ処理
11. 床清掃
12. Gondola棚板・商品清掃
13. カウンター周辺整理・清掃



S&QCの点検・評価によるオペレーションレベルの向上

全国のディストリクトとともに店舗運営のレベルアップを強力にサポートしているのが、オペレーション本部のSV（スーパーバイザー）サポートグループです。SVサポートグループは直接店舗に出向き、ご加盟店とともに個店ごとの課題解決に取り組んでいます。2004年3月にはSVサポートグループをSVサポート部に格上げし、東日本グループ、西日本グループを新設して、よりきめ細かな店舗支援体制を整備しました。

当社は、お客様の立場から店舗運営を客観的に判断するために、外部の専門企業に委託し、各店舗のS&QCレベルの点検・評価を行っています。さらに、当社の社員が店舗のS&QCの実施状況をチェックする「社員モニター制度」も設けています。これらの点検・評価によって抽出された個店ごとの課題は、ご加盟店にフィードバックされ、ディストリクトやSVが全面的に協力して改善に取り組むことで、来店客数の増加に結びつけています。



発注精度の向上

的確な品揃えで チャンスロス・ゼロへ

個店競争力の強化のもう1つの柱は、「発注精度の向上」です。店頭にお客様が買いたい商品、売れ筋商品が確実に品揃えされているよう、チャンスロスの撲滅を重点課題としています。そのため、どの時間帯でも売れ筋商品が品薄状態にならないよう商品の「単品管理」を徹底しています。また、店長やマネージャーだけでなくストアスタッフによる「発注の分担化」も推進しており、売場の活性化につなげています。

2003年からはご加盟店への情報提供を本格的に電子化し、店内携帯端末SAT (Store Activation Terminal) に、商品情報や売場の展開事例などの電子配信を開始しました。これにより、商品発注や売場づくりに必要な情報がSAT画面上で常時把握できるようになり、より一層オペレーションの向上に寄与しています。

ストアスタッフの教育を強化

S&QCの徹底には、お客様と接するストアスタッフの育成が最も重要です。そのため、2003年4月から全国で「スタッフトレーナー養成講習会」を継続的に開催し、専門の店舗指導員が接客対応の技術向上、トレーナーとしてのノウハウを指導しています。

ストアスタッフの研修はこれまでエリア事務所や直営店で行ってききましたが、2004年1月からは遠隔地の店舗や新規出店地域の店舗を中心に移動研修車「SQC号」による研修もスタートしました。

さらに、2003年度からストアスタッフのスキルアップおよびモチベーションの向上を図る「ストアスタッフ資格制度」も本格導入しました。初級・中級・上級の3段階の資格があり、テスト・面接などにより当社が認定するものです。

当社は、人材育成の4原則“集め”“育み”“報いて”“楽しませる”に基づいた研修や資格制度などによるストアスタッフの戦力化を推進し、他店を圧倒するお客様の支持を獲得していきます。



SST (ストアスタッフータルシステム) によるスキルアップ



トータルな店舗支援体制を強化

短期間ではなく、10年経った契約満了時に、「ファミリーマートのFCに加盟して良かった」と言ってもらえるよう、継続的な店舗支援体制の強化に力を注いでいます。SVサポート部による店舗運営支援はもちろん、昨年実施した社員による店舗モニター制度では、本部が回収した「S&QC確認はがき」は約5,300通に達しました。また、業界初の移動研修車「SQC号」も全国各地で好評を博しております。人材教育では、全国約1,900店舗でストアスタッフのリーダー養成を行いました。資格制度も本格導入し、「上級」取得者には独立開業の際に特典を設けるなどモチベーションを高めています。

今後も、ご加盟店を“ファミリー”として、より積極的な支援を行っていきます。



SQC号でのトレーニング



植田 四三郎
専務取締役
オペレーション本部長

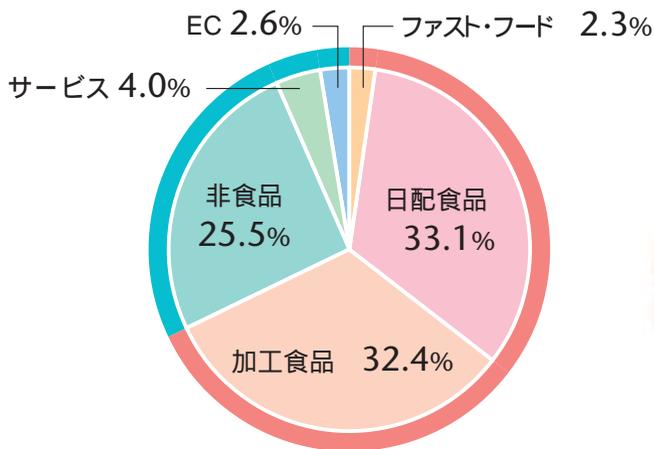
お客様から喜ばれるオリジナル商品を次々に開発していきます

差別化した商品を拡充

変化するお客様のニーズにスピーディに対応し、食品から日用品まで、競争力のある新商品を続々と投入する開発体制を強化しています。なかでも、主力商品であるおむすび、弁当などの中食を中心に、美味しさにこだわったオリジナル商品が人気です。2003年12月からは、アジア1万店達成を記念した一大キャンペーン「A-sian!ファミマ」の一環として、韓国・台湾・上海・タイをテーマにした“ファミリーマートにしかない商品”を展開し、好評を博しました。

このほか、Eリテール分野でも、「ファミマ・ドットコム」を中心に競合店と差別化した新しい商品、サービスを展開してまいります。

売上構成比



常に鮮度の高い売場を実現

商品開発

ファミリーマートの店舗には平均約2,600アイテムの商品があり、常に新鮮で新しい発見があるように毎週約100アイテムの新商品を投入し、年間では約70%が新商品に入れ替わっています。当社は、あらゆるお客様のニーズにきめ細かく対応した商品力を強化するとともに、規制緩和などに対応したオリジナル商品の開発にも積極的に取り組んでいます。



3つのマーケティングを強化し、 幅広い顧客層から支持される店舗へ

あらゆる世代から支持されるCVSを めざして

ジェネレーションマーケティング

ファミリーマートを訪れる幅広い年齢層のお客様それぞれのニーズにマッチした品揃えの拡大を図っています。今後のボリュームゾーンとなる40代や団塊の世代をはじめ、働く主婦層、現在のメイン客層である20代・30代など、幅広い世代のニーズに応える商品開発を推進し、集客力をさらに高めていきます。



価格ニーズの多様化に対応

プライスマーケティング

デフレ経済下で価格指向が進む一方、デパート地下食品売り場の活況など、値段が高くても、価値に見合う物は受け入れる“消費の多様化”が進んでいます。こうした動きに対応し、値頃感のある商品から、旬の素材や産地にこだわった高付加価値商品まで、いずれも「価格以上の価値」という視点でお客様のニーズに合わせ、バランス良い品揃えをしています。

地域に密着した商品開発を強化

リージョナルマーケティング

地域ごとのニーズに合った商品展開をめざし、一律の商品展開ではなく、その地域ならではの味覚や嗜好にマッチした商品開発を強化しています。地域の食材を使用した弁当やおむすびをはじめ、おでん、そばつゆなど地域の味覚・嗜好に合った味付け、また地方テレビ局や地場の名店とのコラボレーション商品などを通じて、全国各地で地域密着型のマーケティングを展開しています。



ファミリーマートのDCM戦略

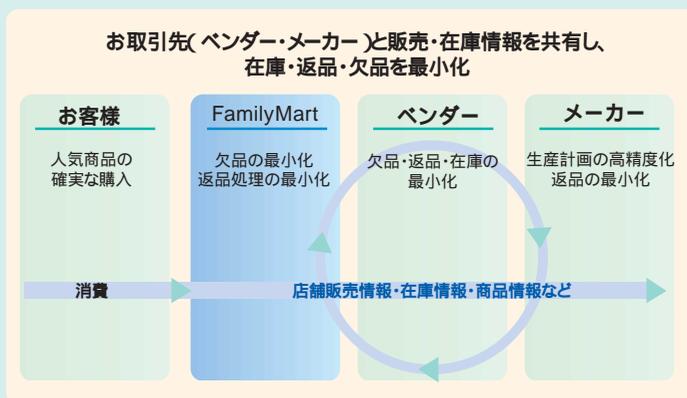
お客様のニーズを起点とする情報を共有し、
生産・物流・販売の全体最適化を実現します

ファミリーマートは、2003年4月から店舗での販売情報などに基づき、お客様のニーズに合った商品開発や生産・物流・販売の最適化を図るDCM（デマンド・チェーン・マネジメント Demand Chain Management）を本格稼働させました。

具体的には、当社から主要お取引先（メーカー、ベンダー）に対し、インターネット経由で需要情報や在庫情報の提供を開始しました。これにより、お取引先との協働体制の強化が図られ、お客様のニーズに合わせた素早い商品の品揃えを実現しています。

また、2003年11月には関西地区の物流拠点整備として既存の5カ所のセンターを一体化した「京都八幡総合センター」を稼働させ、一層の安定供給とコスト削減に取り組んでいます。

DCM(デマンド・チェーン・マネジメント)システム



あらゆるお客様から 支持される店であるために

少子高齢化、働く女性の増加、健康意識の高まりなどを背景に、生活者のニーズが大きく変化する一方、酒・タバコなどの免許品や一般用医薬品販売の規制緩和など新たなビジネスチャンスも生まれています。当社は、売上拡大につながる差別化の推進と差益率の向上を狙いとして、地域メニュー等オリジナル商品開発をさらに進めるとともに、Eリテールや、サービスと物販を融合した販売戦略を推進しています。マーケティングでは、ジェネレーション、プライス、リージョナルという3つの切り口をそれぞれ独立したものでなく、3つの重なりとしてとらえ、さまざまな観点からお客様のニーズを満たす商品開発を強化していきます。特に、主力の中食商品については、市場トレンドへの対応、顧客ターゲットに合わせた商品戦略などを強化し、さらなる活性化に注力してまいります。



横田 孝行
常務取締役 商品本部長

店舗展開

地域戦略に基づいた高質店展開により
最強のドミナントを構築します

FamilyMart

FamilyMart



なんばパークス店

収益力のあるチェーン網を構築

ファミリーマートは、東京・大阪・名古屋の三大都市圏を店舗展開の重点地域と定め、既存出店地域の「高質店」開発に注力しています。2004年度からは、大都市圏を中心とした地域ドミナント強化と機動性の向上をねらいとして、開発課を27課体制から34課体制とするとともに、開発人員の増強を図り、よりきめ細かく、地域に密着した店舗開発を推進しています。

2003年度は、新規高質店456店舗を出店し、279店舗を閉鎖した結果、2004年2月末現在の店舗数は5,770店舗となりました。国内エリアフランチャイザー2社を含めた国内ファミリーマートの全店舗数は6,199店舗です。

また、新設店日商は3年連続で上昇し、448千円となりました。2004年度は出店判定精度をさらに高め、高質店出店を加速すると同時に新店支援体制を強化していきます。

ニューマーケットの開発を強化

他社に先駆けて推進してきたニューマーケットの開発も着実に成果をあげています。2003年度も商業ビル、病院、大学構内、高速道路のサービスエリア等への出店や、イベント会場での期間限定出店を行いました。また、業界で初めて自動車工場内の売店のコンビニエンスストア化にも取り組みました。

2003年10月には、旧大阪球場跡地を再開発した大阪みなみの新ランドマーク「なんばパークス」に新概念ショップをオープン。「なんばパークス」のコンセプトに合わせ、既存の店舗とは異なるオリジナルロゴ、外観、店舗デザインを採用したほか、ストアスタッフのユニフォームも一新し、話題を集めました。今後も既成概念にとらわれず、より多くの来店客が見込めるニューマーケットの開発を進めてまいります。

出店エリアの拡大

当社は全国の有望な新地域への本格展開にも注力し、2003年度は四国の愛媛県に新規出店しました。2004年2月末現在、当社が出店しているのは38都府県（エリアフランチャイザーを含む）で、さらに3月には、これに加え徳島県へも出店しました。今後は残る未進出地域への出店を強化してまいります。

地域戦略に基づいた“高質店の出店”を基本方針に、各ディストリクトの開発力と管理体制を強化するとともに、各地での出店戦略に合わせて製造・物流拠点の整備を推進し、地域における競争力を高めていきます。



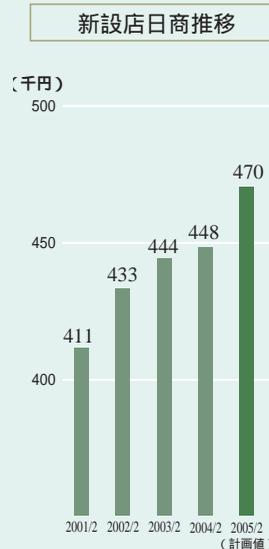
 **国内合計 6,199店舗**
（2004年2月29日現在）
 徳島県については2004年3月出店

地域別店舗数 （2004年2月29日現在）

東北		関西	
岩手県	29	滋賀県	93
宮城県	182	京都府	141
山形県	89	大阪府	601
福島県	133	兵庫県	256
		奈良県	47
関東		和歌山県	54
茨城県	111	中国・四国	
栃木県	107	岡山県	82
群馬県	83	広島県	93
埼玉県	338	山口県	9
千葉県	229	香川県	30
東京都	957	愛媛県	7
神奈川県	497		
山梨県	59	九州	
東海		福岡県	217
静岡県	197	佐賀県	42
愛知県	404	長崎県	144
岐阜県	80	熊本県	84
三重県	112	大分県	63
北陸		(株)南九州ファミリーマート	
富山県	51	宮崎県	73
石川県	57	鹿児島県	195
福井県	92	(株)沖縄ファミリーマート	
		沖縄県	161

地域戦略に基づく出店を進めていきます

当社は次の3つの視点から高質店の開発を強化してまいります。第一に、真のナショナルチェーンをめざし、全国の未進出地域への出店を積極的に進めます。第二に、三大都市圏を中心に既存出店地域でのドミナントを一層強化していきます。第三に、ニューマーケットの開発を引き続き強化し、“便利さ”という視点で従来にはない新しいマーケットの開発に取り組んでいく方針です。2004年度は全国レベルでの開発体制を強化するため、各ディストリクトの責任者に意欲ある若手を登用するとともに、全国19ディストリクトに加盟者募集の専任担当を配置し、過去最高の600店出店へ向けて、地域に密着した高質店開発に全力をあげてまいります。



高橋 商太
 取締役 開発本部長



[アジア10,000店を達成]

2003年12月18日、ファミリーマートは記念すべきアジア1万店を達成いたしました。2004年2月末現在では、国内6,199店舗、海外は台湾1,539店舗、韓国2,251店舗、タイ337店舗で合計4,127店舗となり、いずれも順調に店舗数を拡大しています。

2004年度は、上記の海外3カ国のほか、経済成長を遂げる中国（上海）への出店が決定しました。今後、パン・パシフィック構想のもとで中国を重点地域とし、米国市場への進出も実現していきます。



台湾 1,539店舗



韓国 2,251店舗



タイ 337店舗

(2004年2月29日現在)



台湾

全家便利商店股份有限公司

2002年に台湾株式市場で店頭公開し、現在、業界第2位となっています。2003年12月には1,500店舗に到達。すでにおむすびやパンに代表される中食の工場が整備され、特にパンは3年間で売上高が3倍に伸張しました。2004年度はさらにデザート工場を新設し、オリジナル商品の強化と東海岸部への進出等、店舗網の拡大を図っていきます。



韓国

BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.

2002年度から一気に攻めの事業展開を行い、2003年10月には2,000店舗を突破して韓国国内トップチェーンの地位を確かなものとしています。2003年度は店舗純増数が723店舗と大きく躍進いたしました。今後は5,000店舗体制に向けてさらに高質店を拡大していきます。



タイ Siam FamilyMart Co., Ltd.

アジアでは台湾、韓国に次ぐ出店エリアであり、今後、現在の300店舗体制から、2006年度1,000店舗のチェーン展開をめざします。2004年度には中食の生産・配送拠点整備を予定しており、商品力の強化によって差別化を図り、競争に打ち勝ってまいります。



アジア1万店から次のステージへ

当社のAFC(エリアフランチャイズ)は、国内は株式会社沖縄ファミリーマートと株式会社南九州ファミリーマートの2社、海外は台湾、韓国、タイの3カ国の5社で構成され、アジア1万店達成の原動力となっています。昨年9月、鹿児島でAFC各社のトップが集まり、初の「AFCサミット」を開催しました。“アジアは一つ”という認識のもと、年1回のサミット開催、共同企画、共同取り組み、情報交換を積極的に推進するという共同宣言を発表しました。2003年度の海外店舗数は4,127店舗ですが、5,000店舗達成は目前です。2004年度は、初の中国(上海)



第1回AFCサミット

進出、米国での実験店舗開設などが決定し、パン・パシフィック構想を強力に推進していきます。これまでの各国での経験とノウハウを活かし、グループ全体でグローバルチェーンとしてのさらなる飛躍をめざします。



南本 権治郎
常務取締役 AFC事業本部長

リアル店舗と連動した 独自のEリテールサービスで 集客力と収益力をともに強化します



リアル店舗の枠を超える新たな高付加価値を提供

ファミリーマートのEリテール事業は、リアル店舗を核にネットショッピングの「ファミマ・ドット・コム」、公共料金の収納代行やATMサービスなど、さまざまなライフシーンでお客様の利便性を高める多彩なサービスを提供しています。

ファミマ・ドット・コムは、各店舗がインターネット上にバーチャル店舗をもつ、当社独自の“ECフランチャイズシステム”を構築しており、会員組織「ファミマ・クラブ」の登録者数は、2004年2月末現在、約148万人に達しています。現在、パソコン、モバイルによるインターネットショッピング、チケットや旅行商品、プリペイドサービスなどのデジタルコンテンツを販売するマルチメディア端末「Famiポート」、エンターテインメント中心の通販カタログ

「ふぁみコレぴあ」、中高年層向けの「Livin' Mart」等、これら3つの販売チャネルを運営し、店頭のみならず自宅や外出先からでもお客様とファミリーマートをつなぐ、有力な販売チャネルになっています。

なかでも「Famiポート」は、従来のチケット販売やコンテンツのダウンロード中心のサービスから、これまで店舗スタッフが行っていたDPEの受付、貸付金の収納、カタログ取次ぎ業務など機能を大幅に拡張し、店舗運営の省力化も実現しています。

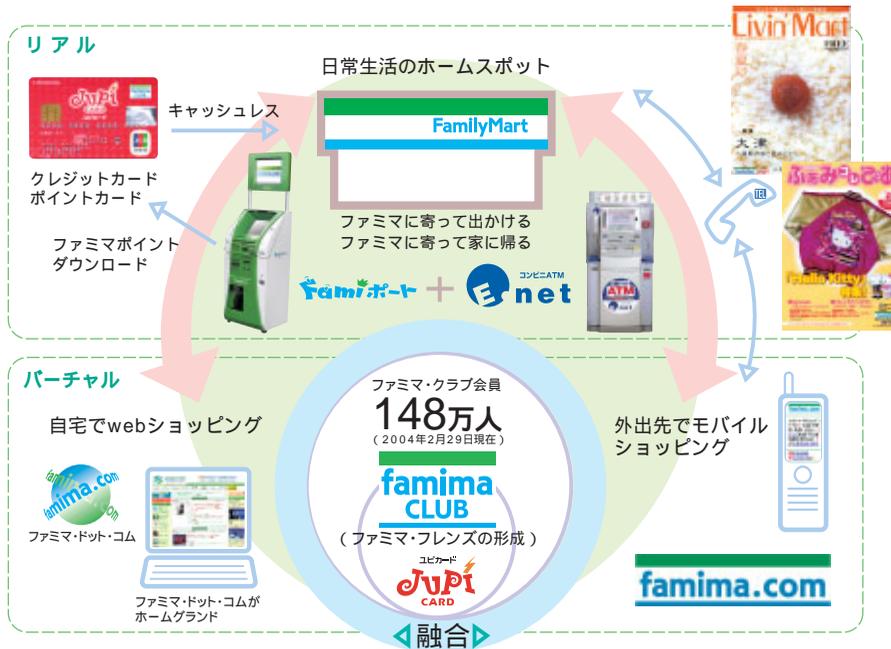
これらに加え、他社のウェブサイトで購入した商品の決済・引渡し代行や、クリーニングサービスなどお客様にさらなる利便性を提供するサービスも拡大し、来店客数の向上に大きく寄与しています。

固定客化に寄与する「ユピカード」

ファミリーマートは2002年5月から、お客様が店頭でキャッシュレス、サインレスで快適・便利にショッピングできるクレジットカード「ユピカード」を導入しています。お買物ごとに貯まるポイントはファミリーマート店頭でのショッピングに使用でき、またファミマ・クラブ会員としてネットショッピングやチケッ

トの優先予約サービスを受けることができます。2004年2月末現在のカード会員数は、約20万人となりました。

当社は、これらのEリテールサービスをさらに拡充し、リアル店舗の高付加価値化を実現することにより、店舗収益力のさらなる向上を図ってまいります。



Famiポートでのデジタルプリント

ワンストップ・ソリューションを提供

多くの企業がEビジネスに力を入れています、ファミリーマートはあくまで店舗を基盤としてネットやカタログといった複数のチャネルと上手く組み合わせることで、競合店にはない多様な商品・サービスを提供できることを強みとしています。すでに先行投資の時期を終え、充実したリアル・バーチャルのインフラを武器としてさらに便利な“ワンストップ・サービス”を提供し、集客力の強化、利益重視型のビジネス育成に注力しています。2004年は新サービスとして、パソコンなどで作成したデータを店頭で出力・コピーできるプリンティングサービスを開始します。さらに、ユピカードでの決済を含む公共料金の収納業務の拡充、デジカメプリントやブリペイドサービス、チケット販売などをさらに強化していきます。



井上 史郎

常務取締役
E-Retailビジネス部 E-Retail企画・金融部管掌
(株)ファミマ・ドット・コム社長

環境保全と社会貢献を社会的責務とし、積極的な役割を果たしています



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地球環境保全を経営使命の1つとして、環境保全型コンビニエンスストアをめざす事業活動を推進しています。2003年度の主な取り組みとしては、店舗施設の省エネ対策として、空調・冷蔵・冷凍の3つのシステムを一体化することで電気使用量を削減する「総合熱利用システム」を全国530店舗に導入しました。また、直営店に個店設置型生ゴミ処理機の導入を進めるとともに、業者による生ゴミや廃食用油の回収・リサイクル実施店舗も大幅に拡大しました。このほか、環境配慮型商品の開発、環境にやさしいICNG(圧縮天然ガス)配送車の積極導入、事務所での電気使用量やコピー用紙使用量の削減等も推進し、着実に成果をあげています。

環境関連のWebサイトが相次ぎ受賞

当社の環境活動を広くご紹介するため、毎年『環境報告書』を発行するとともに、インターネット上でも情報を公開しています。2003年12月、“環境goo大賞2003”で当社の環境Webサイトと子ども向け環境教育サイトFamilyMartエコキッズが、ともに「審査員特別賞」を受賞しました。また、2004年3月には“第4回みんなで選ぶエコWEB大賞”で、コンビニエンスストアとして今回初めて上位10社に選定され、環境Webサイトが「特別奨励賞」に、FamilyMartエコキッズが「KIDS賞」にそれぞれ選定されました。

<http://www.family.co.jp/eco>

<http://www.family.co.jp/eco/ecokids>

大気汚染・騒音の防止に ハイブリッドトラックを導入

2004年2月から、ファミリーマート店舗への配送車に小型トラックとしては世界初のハイブリッドトラックを導入しました。CO₂削減効果はもちろん、2室式冷蔵仕様の温度管理機能や早朝・深夜配送時の防音対策を施した特別仕様車です。今後、検証により有効性を確認したうえで、2004年には100台、2005年以降は年間250～300台のハイブリッド車を新規に導入する計画です。



「セーブ・ザ・チルドレン」の 募金活動に協力

1993年から全国のファミリーマート店頭で、国連から公式承認された国際民間援助団体「セーブ・ザ・チルドレン」の日本組織の活動を支援する募金活動を行っています。2003年は人気タレントhiro、今井絵理子、上原多香子、HITOEをメッセンジャーとして店頭キャンペーンや4人によるチャリティライブなどを開催し、寄付や収益の一部を世界の子どもたちへの支援活動に役立てました。



全店に募金箱を設置

「ISO14001」の外部審査で 「向上」との評価

ファミリーマート全店舗および本部の全事業所は、1999年3月に環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001」の認証を取得しています。以来、毎年1回、審査機関による外部審査を実施していますが、2004年1月に行われた審査では4段階(向上・維持・低下・受認不可)の総合評価の中で「向上」として評価されました。



環境報告書

ご加盟店との協働による環境経営を推進

商品、店舗施設、本部・事務所、物流など、あらゆる面で環境に配慮した業務を行うよう強く呼びかけています。2003年からは社員の環境意識を高めるため、イントラネットを活用し、e-ラーニングによる環境教育システムを導入しました。5月には全国39カ所で「ファミリーマートごみゼロデー」と銘打ち、店舗や事務所周辺の清掃活動を行い、11月にも継続して実施しました。

こうした地道な取り組みが評価され、日本経済新聞が主催する2003年の「環境経営度ランキング」において非製造業で11位、小売業界では3位、コンビニエンス

ストア業界では1位にランクされました。今後もISO14001の継続的な改善を図りながら、廃食用油の回収から再利用への実現など環境活動を強化していきます。



社員による環境美化活動



岡田 輝雄
取締役 環境推進部管掌

役員紹介



代表取締役会長
田邊 充夫



代表取締役社長
上田 準二



代表取締役副社長
矢田 廣吉

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

代表取締役副社長
副社長執行役員

矢田 廣吉

専務取締役
専務執行役員

植田 四三郎

播磨 眞一郎

常務取締役
常務執行役員

池田 正洋

井上 史郎

浦元 康彦

南本 権治郎

横田 孝行

取締役
執行役員

岡田 輝雄

関 正綱

高橋 商太

執行役員

金澤 昇

穴澤 俊雄

石黒 正治

小澤 秀光

八田 健一

出井 國夫

上野 和成

加藤 利夫

小坂 雅章

和田 昭則

岩切 公愛

小部 泰博

鈴木 久

高田 基生

藤森 正美

高杉 豪

常勤監査役

前田 征信

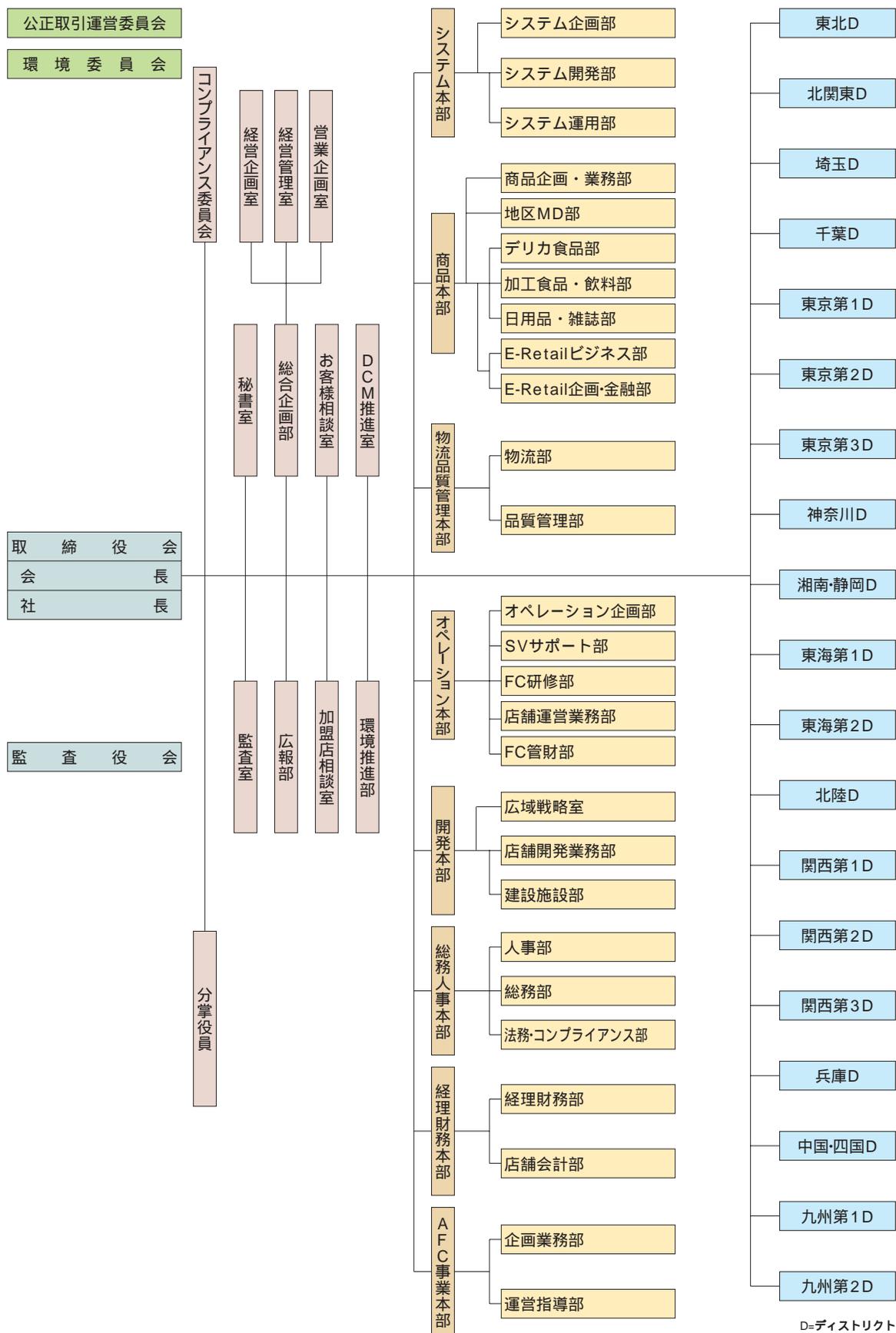
石津 直治

西岡 登

監査役

遠藤 隆

組織図



関係会社の状況

名称	主要な事業の内容	議決権の所有割合 又は被所有割合	関係内容
(連結子会社)			
全家便利商店股份有限公司	コンビニエンスストア事業	41.36% 注1	台湾におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
Siam FamilyMart Co.,Ltd.	コンビニエンスストア事業	74.00% (31.00%) 注2	タイ王国におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任・資金援助あり。
SFM Holding Co.,Ltd.	コンビニエンスストア事業	87.10%	Siam FamilyMart Co.,Ltd. の持株会社。
(株)ファミマ・ドット・コム	EC関連事業	50.50%	EC事業の運営機能の支援など。 役員の兼任・資金援助あり。
(株)江洋商事	その他事業	100.00%	店舗へのPOSレジ等機器のリース・レンタルを行っている。 役員の兼任・資金援助あり。
(株)MBEジャパン	その他事業	82.76%	役員の兼任・資金援助あり。
(持分法適用関連会社)			
(株)沖縄ファミリーマート	コンビニエンスストア事業	48.98%	沖縄県におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
(株)南九州ファミリーマート	コンビニエンスストア事業	49.00%	鹿児島県および宮崎県におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
BOKWANG FAMILYMART CO.,LTD.	コンビニエンスストア事業	20.79%	大韓民国におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
(株)イープラット	EC関連事業	36.36%	EC事業の運営機能の支援。
(株)ファミリーシェフ	その他事業	30.00%	惣菜等の供給を受けている。役員の兼任あり。
ファミマクレジット(株)	その他事業	33.34%	顧客に対するクレジット決済機能およびポイントサービス機能の 提供。役員の兼任・資金援助あり。
(その他の関係会社の親会社)			
伊藤忠商事(株)	総合商社	31.04%(31.04%) 注2	コンビニエンスストア事業の商品供給体制に対するアドバイス・ サポートなどの協力を得ている。資金の預け入れあり。
(その他の関係会社)			
ファミリーコーポレーション(株)	卸売事業	30.97%	物流業務を委託している。

注1：議決権の所有割合は100分の50以下ですが、実質的に支配しているため子会社としております。

注2：()内は間接所有割合で内数です。

決算の概要

連結貸借対照表

資産の部	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2003年2月期	当連結会計年度 2004年2月期
流動資産		
現金及び預金	46,508	105,212
加盟店貸金	8,535	16,552
有価証券	13,783	8,129
たな卸資産	5,721	6,092
前払費用	4,599	4,453
繰延税金資産	1,797	2,006
未収入金	11,484	11,649
その他	11,805	8,137
貸倒引当金	1,222	1,253
流動資産合計	103,013	160,980
固定資産		
・有形固定資産		
建物及び構築物	26,757	25,864
機械装置及び運搬具	1,982	1,923
器具及び備品	16,413	12,549
土地	14,907	14,260
建設仮勘定	29	741
有形固定資産合計	60,089	55,338
・無形固定資産		
ソフトウェア	8,489	7,828
連結調整勘定	184	283
その他	1,776	2,074
無形固定資産合計	10,450	10,186
・投資その他の資産		
投資有価証券	5,926	4,609
長期貸付金	526	4,065
繰延税金資産	2,349	1,755
敷金保証金	65,603	69,935
その他	3,466	3,292
貸倒引当金	817	850
投資その他の資産合計	77,054	82,809
固定資産合計	147,595	148,334
資産合計	250,608	309,314

負債の部	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2003年2月期	当連結会計年度 2004年2月期
流動負債		
支払手形及び買掛金	50,983	92,611
加盟店預り金	2,267	526
短期借入金	440	487
未払金	10,749	15,258
未払費用	2,566	2,890
未払法人税等	5,589	5,569
預り金	18,677	22,582
その他	2,179	2,389
流動負債合計	93,453	142,315
固定負債		
退職給付引当金	4,101	4,245
役員退職慰労引当金	258	305
預り敷金保証金	10,564	10,142
その他	78	51
固定負債合計	15,002	14,745
負債合計	108,456	157,061
少数株主持分		
少数株主持分	4,516	4,728
資本の部		
資本金	16,658	16,658
資本剰余金	17,056	17,056
利益剰余金	106,454	116,503
その他有価証券評価差額金	211	102
為替換算調整勘定	601	1,067
自己株式	1,720	1,729
資本合計	137,635	147,524
負債、少数株主持分及び資本合計	250,608	309,314

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 2003年2月期	当連結会計年度 2004年2月期
営業総収入	217,467	228,977
加盟店からの収入.....	122,738	127,164
その他の営業収入.....	13,778	14,729
売上高.....	80,951	87,083
売上原価.....	64,522	69,809
売上総利益.....	16,429	17,273
営業総利益	152,945	159,167
販売費及び一般管理費.....	125,024	130,075
営業利益	27,920	29,092
営業外収益	1,237	1,193
受取利息.....	509	617
受取配当金.....	50	24
有価証券売却益.....	118	149
持分法による投資利益.....	138	61
その他.....	420	340
営業外費用	298	121
支払利息.....	48	47
為替差損.....	153	11
その他.....	96	62
経常利益	28,859	30,164
特別利益	1,163	280
固定資産売却益.....	26	86
投資有価証券売却益.....	11	192
持分変動利益.....	2	0
厚生年金基金代行部分返上益.....	1,087	-
その他.....	35	-
特別損失	6,003	5,518
固定資産売却損.....	1,198	966
固定資産除却損.....	2,085	2,465
投資有価証券売却損.....	-	67
投資有価証券評価損.....	219	3
貸倒引当金繰入額.....	-	48
リ - ス解約金.....	662	429
店舗賃借解約損.....	920	571
たな卸資産処分損.....	351	303
その他.....	564	662
税金等調整前当期純利益	24,020	24,926
法人税、住民税及び事業税.....	9,801	9,965
法人税等調整額.....	551	153
少数株主利益.....	788	1,019
当期純利益	12,879	13,787

連結剰余金計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 2003年2月期	当連結会計年度 2004年2月期
(資本剰余金の部)		
資本剰余金期首残高.....	17,056	17,056
資本剰余金増加高.....	-	0
自己株式処分差益.....	-	0
資本剰余金減少高.....	-	-
資本剰余金期末残高.....	17,056	17,056
(利益剰余金の部)		
利益剰余金期首残高.....	98,978	106,454
利益剰余金増加高.....	12,879	13,787
当期純利益.....	12,879	13,787
利益剰余金減少高.....	5,403	3,738
配当金.....	3,681	3,680
役員賞与.....	55	57
(うち監査役賞与).....	(12)	(11)
合併による利益剰余金減少高.....	1,667	-
利益剰余金期末残高.....	106,454	116,503

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 2003年2月期	当連結会計年度 2004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.....	24,020	24,926
減価償却費.....	13,710	11,692
連結調整勘定償却額.....	184	188
貸倒引当金の増加額(減少額).....	227	70
退職給付引当金の増加額.....	113	143
役員退職慰労引当金の増加額.....	92	46
受取利息及び受取配当金.....	559	642
支払利息.....	48	47
持分法による投資利益.....	138	61
有価証券関連損益.....	88	268
固定資産除売却損益.....	3,258	3,344
厚生年金基金代行部分返上益.....	1,087	-
店舗賃借解約損.....	920	571
役員賞与支払額.....	55	57
加盟店貸金・加盟店預り金の純増減額.....	745	9,758
たな卸資産の減少額(増加額).....	1,471	631
支払手形及び買掛金の増加額(減少額).....	22	42,405
預り金の増加額.....	971	3,906
その他.....	843	7,000
小計	41,199	82,921
利息及び配当金の受取額.....	679	679
利息の支払額.....	50	41
法人税等の支払額.....	9,134	9,966
営業活動によるキャッシュ・フロー	32,693	73,593
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入れによる支出.....	216	3
定期預金の払戻しによる収入.....	12	205
有価証券等の取得による支出.....	101,640	128,334
有価証券等の売却による収入.....	95,964	127,987
有価証券等の償還による収入.....	-	7,000
有形無形固定資産の取得による支出.....	13,315	12,793
有形無形固定資産の売却による収入.....	1,339	5,173
短期貸付金の純増加額.....	2,712	315
長期貸付けによる支出.....	280	229
長期貸付金の回収による収入.....	325	28
敷金保証金の差入れによる支出.....	10,894	10,611
敷金保証金の回収による収入.....	2,988	1,801
預り敷金保証金の受入れによる収入.....	1,273	672
預り敷金保証金の返還による支出.....	1,135	689
営業譲受による支出.....	-	620
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出.....	1,050	-
その他.....	15	11
投資活動によるキャッシュ・フロー	29,326	10,719
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増加額.....	150	58
自己株式の取得による支出.....	32	9
自己株式の売却による収入.....	-	0
配当金の支払額.....	3,678	3,682
少数株主への配当金の支払額.....	65	258
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,625	3,891
現金及び現金同等物に係る換算差額.....	94	77
現金及び現金同等物の増減額	353	58,905
現金及び現金同等物の期首残高	46,650	46,297
現金及び現金同等物の期末残高	46,297	105,202

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)ファミマ・ドット・コム、(株)江洋商事、(株)MBE ジャパン
- (2) 主要な非連結子会社の名称等
FamilyMart HongKong Limited.、
(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディング
(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)及び利益剰余金(持分に見合う額)等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の数 6社
(持分法適用の関連会社名)
(株)沖縄ファミリーマート、(株)南九州ファミリーマート、BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.、(株)イーブラット、(株)ファミリーシェフ、ファミマクレジット(株)
- (2) 持分法を適用していない非連結子会社(FamilyMart HongKong Limited.、(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディング)及び関連会社(China CVS (Cayman Islands) Holding Corp.)は、当期純損益(持分に見合う額)及び利益剰余金(持分に見合う額)等からみて、持分法の対象から除いても連結財務諸表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、持分法の適用範囲から除外しました。
- (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、全家便利商店股份有限公司、Siam FamilyMart Co., Ltd.及びSFM Holding Co., Ltd.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、売却原価は移動平均法により算定)
ただし、在外連結子会社は、所在地国の会計基準にしたがい、低価法によっております。

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っております。
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。

数理計算上の差異は、各連結会計年度の発生時における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按分した額をそれぞれ発生の日から連結会計年度から損益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、内規に基づく連結会計年度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、連結決算日の直物為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、決算日の直物為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お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っております。

- (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、税抜方式によっております。
1株当たり情報

「1株当たり当期純利益に関する会計基準」(企業会計基準第2号)及び「1株当たり当期純利益に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第4号)が平成14年4月1日以後開始する連結会計年度に係る連結財務諸表から適用されることになったことに伴い、当連結会計年度から同会計基準及び適用指針によっております。
なお、これによる影響額は軽微であります。

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。

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)	
2003年2月期	2004年2月期
50,563	47,497

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)	
2003年2月期	2004年2月期
投資有価証券(株式).....	2,041 2,786

3. 当連結会計年度末日は金融機関休日のため、次の連結会計年度末日決算額が連結会計年度末残高に含まれております。

(単位：百万円)	
2004年2月期	
支払手形及び買掛金.....	37,883
未払金.....	3,286

4. 偶発債務

偶発債務は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2003年2月期	2004年2月期
MBE店舗を運営する加盟者のキャプラン(株)に対する販促活動業務委託に係る(株)MBEジャパンの支払保証.....	2 4
関係会社ファミマクレジット(株)の金融機関からの借入に対する債務保証.....	- 147

5. 当社の発行済株式総数は次のとおりであります。

(単位：株)	
2003年2月期	2004年2月期
普通株式.....	97,683,133 97,683,133

6. 当社が保有する自己株式の数は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2003年2月期	2004年2月期
普通株式.....	824,436 828,369

(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)	
2003年2月期	2004年2月期
建物及び構築物.....	- 12
器具及び備品.....	20 33
土地.....	- 40
その他.....	5 -
計.....	26 86

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)				
	2003年2月期		2004年2月期	
	売却損	除却損	売却損	除却損
建物及び構築物.....	16	1,382	136	960
器具及び備品.....	759	437	783	417
土地.....	377	-	35	-
ソフトウェア.....	-	68	-	99
その他.....	44	197	10	987
計.....	1,198	2,085	966	2,465

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)		
	2003年2月期	2004年2月期
現金及び預金勘定.....	46,508	105,212
預入期間が3ヶ月を超える定期預金.....	211	10
現金及び現金同等物.....	46,297	105,202

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)	
2004年2月期	
無形固定資産.....	981
敷金保証金.....	23
資産計.....	1,004
前期の支払額.....	384
差引：営業譲受による支出.....	620

(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

	2003年2月期			2004年2月期		
	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	期末残高相当額	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	期末残高相当額
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						
器具及び備品.....	56,160	24,217	31,943	62,003	29,603	32,399
ソフトウェア.....	1,464	466	998	1,544	842	701
計.....	57,625	24,683	32,942	63,547	30,446	33,101

未経過リース料期末残高相当額

(単位：百万円)		
	2003年2月期	2004年2月期
1年以内.....	8,756	10,094
1年超.....	25,558	24,613
計.....	34,314	34,707

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)		
	2003年2月期	2004年2月期
支払リース料.....	9,417	11,007
減価償却費相当額.....	8,431	10,031
支払利息相当額.....	1,141	1,162

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)	
	2003年2月期	2004年2月期
1年以内.....	3	27
1年超.....	2	144
計.....	5	172

(有価証券関係)

1. 満期保有目的の債券で時価のあるもの

	(単位：百万円)		
	2003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.....	5,990	6,002	11
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	5,990	6,002	11
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.....	2,000	1,998	1
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	2,000	1,998	1
合計.....	7,990	8,001	10

	(単位：百万円)		
	2004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.....	998	999	1
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	998	999	1
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.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	-	-	-
合計.....	998	999	1

2. その他有価証券で時価のあるもの

	(単位：百万円)		
	2003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.....	212	279	66
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	212	279	66
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.....	2,732	2,313	419
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	6,783	6,783	-
小計.....	9,515	9,096	419
合計.....	9,728	9,375	352

(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216百万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(7百万円)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。

	(単位：百万円)		
	2004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.....	283	591	307
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	283	591	307
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.....	956	846	109
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	7,131	7,131	-
小計.....	8,087	7,977	109
合計.....	8,371	8,569	197

(注) 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(14百万円)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

(2003年2月期)

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。

(2004年2月期)

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)	
2003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).....	301
(単位：百万円)	
2004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).....	385

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の債券の今後の償還予定額

	(単位：百万円)			
	2004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.....	998	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-	-
2. その他.....	-	-	-	-
計.....	998	-	-	-

(デリバティブ取引関係)

(2003年2月期)

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、当該事項はありません。

(2004年2月期)

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、当該事項はありません。

(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、企業年金基金制度(パレット企業年金基金(旧セゾングループ厚生年金基金))、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)	
2003年2月期	
(1)退職給付債務.....	10,651
(2)年金資産.....	4,677
(3)未積立退職給付債務(1)+(2).....	5,974
(4)会計基準変更時差異の未処理額.....	32
(5)未認識数理計算上の差異.....	1,841
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5).....	4,101

(注) 1. 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。

2. 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. 厚生年金基金の代行部分返上に関し、「退職給付会計に関する実務指針(中間報告)」(日本公認会計士協会会計制度委員会報告第13号)第47-2項に定める経過措置を適用し、厚生労働大臣から将来支給義務停止の認可を受けた日において代行部分にかかる退職給付債務と返還相当額の年金資産を消滅したものとみなして会計処理しております。

なお、2003年2月28日現在において測定された年金資産の返還相当額は、3,329百万円であります。

(単位：百万円)	
2004年2月期	
(1)退職給付債務.....	11,762
(2)年金資産.....	5,194
(3)未積立退職給付債務(1)+(2).....	6,568
(4)会計基準変更時差異の未処理額.....	25
(5)未認識数理計算上の差異.....	2,297
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5).....	4,245

(注) 1. 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。

2. 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. 当社は、厚生年金基金の代行部分に関し、2003年10月1日に厚生労働大臣から過去分返上の認可を受け、2004年3月19日に最低責任準備金を返還しております。なお、この返還による損益に与える影響はありません。

3. 退職給付費用の内訳

(単位:百万円)	
2003年2月期	
退職給付費用	
(1)勤務費用(注)1.2	892
(2)利息費用	297
(3)期待運用収益	100
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	3
(5)数理計算上の差異の費用処理額	115
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,209
(7)厚生年金基金の代行部分返上に伴う利益(特別利益)	1,087
計	122

- (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。

(単位:百万円)	
2004年2月期	
退職給付費用	
(1)勤務費用(注)1.2	869
(2)利息費用	290
(3)期待運用収益	3
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	3
(5)数理計算上の差異の費用処理額	101
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,261

- (注)1. 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

	2003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2.15%
(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	在外連結子会社は15年であります。

	2004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0%
(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	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の主な原因別の内訳

(単位:百万円)		
	2003年2月期	2004年2月期
繰延税金資産(流動)		
貸倒引当金繰入限度超過額	295	219
賞与引当金繰入限度超過額	287	354
一括償却資産損金算入限度超過額	188	124
店舗閉鎖損失計上否認	267	112
未払事業税	468	525
固定資産処分損否認	226	196
その他	219	533
繰延税金資産小計	1,953	2,067
評価性引当額	116	28
繰延税金資産合計	1,836	2,038
繰延税金負債(流動)		
特別償却準備金	31	31
その他	7	0
繰延税金負債合計	39	31
繰延税金資産(流動)の純額	1,797	2,006

繰延税金資産(固定)		
貸倒引当金繰入限度超過額	144	149
退職給付引当金繰入限度超過額	1,682	1,694
役員退職慰労引当金否認	107	126
一括償却資産損金算入限度超過額	102	20
投資有価証券評価損否認	314	14
ゴルフ会員権評価損否認	34	33
繰越欠損金	2,267	2,236
その他	224	76
繰延税金資産小計	4,877	4,352
評価性引当額	2,272	2,240
繰延税金資産合計	2,605	2,111
繰延税金負債(固定)		
特別償却準備金	125	92
在外連結子会社留保利益	129	190
その他	0	73
繰延税金負債合計	256	356
繰延税金資産(固定)の純額	2,349	1,755

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:%)	
	2003年2月期
法定実効税率	42.05
(調整)	
交際費等永久に損金に算入されない項目	0.18
受取配当金等永久に益金に算入されない項目	0.09
住民税均等割等	0.72
在外子会社投資税額控除	1.00
繰越欠損金	2.16
税率差異	0.92
持分法による投資利益	0.24
その他	0.24
税効果会計適用後の法人税等の負担率	43.10

2004年2月期：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の差異が法定実効税率の100分の5以下であるため、記載を省略しております。

3. 法人税等の税率の変更による繰延税金資産及び繰延税金負債の修正額

「地方税法等の一部を改正する法律(2003年法律第9号)」が2003年3月31日に公布されたことに伴い、2005年3月1日以降開始事業年度において解消が見込まれる一時差異に係る繰延税金資産及び繰延税金負債については、その計算にあたって使用する法定実効税率を、42.05%から40.69%に変更いたしました。この税率変更による繰延税金資産及び繰延税金負債の再計算差額は軽微であります。

(セグメント情報)

1. 事業の種類別セグメント情報

(単位:百万円)

(2003年2月期)	コンビニエンスストア事業	EC関連事業	その他事業	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.....	188,392	28,677	397	217,467	-	217,467
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高.....	478	3,924	2,474	6,878	6,878	-
計.....	188,871	32,602	2,871	224,345	6,878	217,467
営業費用.....	156,560	33,160	2,747	192,468	2,921	189,546
営業損益.....	32,311	557	124	31,877	3,956	27,920
II 資産、減価償却費及び資本的支出						
資産.....	198,498	2,494	5,521	206,514	44,093	250,608
減価償却費.....	13,360	4	345	13,710	-	13,710
資本的支出.....	24,025	16	145	24,187	-	24,187

(単位:百万円)

(2004年2月期)	コンビニエンスストア事業	EC関連事業	その他事業	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.....	194,652	33,892	432	228,977	-	228,977
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高.....	29	4,483	2,736	7,249	7,249	-
計.....	194,681	38,375	3,169	236,226	7,249	228,977
営業費用.....	161,692	38,286	3,085	203,064	3,179	199,884
営業利益.....	32,989	89	83	33,162	4,070	29,092
II 資産、減価償却費及び資本的支出.....						
資産.....	198,478	5,611	5,696	209,786	99,528	309,314
減価償却費.....	11,498	6	187	11,692	-	11,692
資本的支出.....	23,387	1	96	23,486	-	23,486

(注) 1. 事業区分の方法

事業区分の方法は、グループ各社の事業内容を基準として区分しております。

2. 各事業区分の主な内容

コンビニエンスストア事業... フランチャイズ方式によるコンビニエンスストア「ファミリーマート」のチェーン展開及びエリアフランチャイズ方式によるチェーン展開

EC関連事業... Webサイト等による通信販売、マルチメディア端末「Famiポート」を通じたサービスの提供及び商品開発等

その他事業... リース・レンタル及び不動産業、ビジネスサービス小売業、クレジットカード事業等

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

	2003年2月期	2004年2月期	主な内容	(単位:百万円)
消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額.....	3,990	4,070	当社の管理部門等に係る費用	

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

	2003年2月期	2004年2月期	主な内容	(単位:百万円)
消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額.....	46,348	102,841	当社での余資運用資金(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	

5. 資本的支出には、有形固定資産及び無形固定資産に加え、敷金保証金に対する支出を含めております。

2. 所在地別セグメント情報

(単位:百万円)

	2003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	184,468	32,999	217,467	-	217,467
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	427	39	466	466	-
計	184,895	33,038	217,934	466	217,467
営業費用	154,302	31,726	186,029	3,517	189,546
営業利益	30,593	1,312	31,905	3,984	27,920
II 資産	180,010	24,367	204,377	46,230	250,608

(単位:百万円)

	2004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	196,385	32,591	228,977	-	228,977
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	416	25	442	442	-
計	196,802	32,617	229,419	442	228,977
営業費用	165,291	30,950	196,242	3,641	199,884
営業利益	31,510	1,666	33,176	4,084	29,092
II 資産	178,895	27,748	206,644	102,670	309,314

- (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国又は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

	2003年2月期	2004年2月期	主な内容	(単位:百万円)
消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額	3,990	4,070	当社の管理部門等に係る費用	

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

	2003年2月期	2004年2月期	主な内容	(単位:百万円)
消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額	46,348	102,841	当社での余資運用資金(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	

3. 海外営業総収入

(単位:百万円)

	2003年2月期		2004年2月期	
	アジア	アジア	アジア	アジア
I 海外営業総収入	33,199	32,820		
II 連結営業総収入	217,467	228,977		
III 連結営業総収入に占める 海外営業総収入の割合	15.3%	14.3%		

- (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. 区分に属する国又は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、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。

会社の沿革

1972	9月	(株)西友ストア企画室に小型店担当を設置。	1992	10月	Siam FamilyMart Co., Ltd(タイ)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。
1973	9月	実験第1号店を埼玉県狭山市に開店。	1993	4月	鹿児島県鹿児島市の(株)本坊商店と合併会社(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。
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。	1995	9月	中部ファミリーマート(株)と合併。
	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(入曽店)	1997	8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)。
	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)。	1998	2月	筆頭株主が(株)西友より伊藤忠商事グループとなる。
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店舗、加盟店87店舗)。	1998	8月	100%出資による子会社(株)MBEジャパンを設立。
	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。	1999	3月	全事業所・全店舗で環境マネジメントの規格「ISO14001」認証取得。
1985	4月	愛知県名古屋市の(株)総合酒販センターと合併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。	1999	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。
1987	10月	沖縄県那覇市の(株)リウボウと合併会社(株)沖縄ファミリーマート設立。	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。
	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。	1999	9月	(株)アイ・ファミリーマート、(株)北陸ファミリーマートと合併。
	12月	東京証券取引所の市場第二部に株式上場。	2000	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「Famiポート」を実験導入(2001年2月より本格導入)。
1988	8月	台湾台北市の國産汽車股份有限公司他と合併会社全家便利商店股份有限公司(台湾)を設立。	2000	12月	全家便利商店股份有限公司(台湾)が1,000店舗を達成。
	12月	全家便利商店股份有限公司(台湾)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。	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	3月	長崎県長崎市の松早コンビニエンス・ストア(株)と合併会社(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。	2001	4月	サッカー日本代表チームサポーターズカンパニー契約を締結。
	4月	福岡県福岡市の(株)岩田屋と合併会社(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	5月	東近畿地域スパー本部(株)より営業財産の一部を譲り受ける。
	8月	東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定。	2001	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)(現ファミマクレジット(株))設立。
1990	3月	福井県福井市の(株)ユースと合併会社(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(台湾)が台湾店頭市場において店頭公開。
	7月	大韓民国ソウル特別市のBOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(大韓民国)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。	2002	4月	BOKWANG FAMILYMART CO., LTD(大韓民国)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。	2002	5月	ICカード(コピカード)サービス開始。
1992	3月	新ビジュアルアイデンティティを導入。	2002	9月	(株)松早ファミリーマートと合併。
	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併会社Siam FamilyMart Co., Ltd(タイ)を設立。	2003	1月	(株)京滋セイコーマートより営業財産の一部を譲り受ける。
			2003	10月	BOKWANG FAMILYMART CO., LTD(大韓民国)が2,000店舗を達成。
			2003	12月	日本発祥のCVSチェーンとして初めてアジア1万店を達成。
			2004	5月	兵庫セイコーマート(株)より営業財産の一部を譲り受ける。

会社概要（単体ベース）

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

(2004年2月期)

9,544億45百万円

店舗数

(2004年2月29日現在)

(国内外エリアフランチャイズ含む)
10,326店舗

従業員数

(2004年2月29日現在)

2,245名

本社

東京都豊島区東池袋4 26 10
Tel.(03)3989 6600(代)

東北ディストリクト
宮城県仙台市青葉区宮町4 6 21 2F
Tel.(022)268 7131

北関東ディストリクト
埼玉県さいたま市浦和区常盤4 1 1 浦和システムビルディング2F
Tel.(048)822 1326

埼玉ディストリクト
埼玉県さいたま市浦和区常盤4 1 1 浦和システムビルディング3F
Tel.(048)822 1209

千葉ディストリクト
千葉県千葉市花見川区幕張本郷2 5 1 タカソープラザ101
Tel.(043)275 7101

東京第1ディストリクト
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル3F
Tel.(03)3989 7707

東京第2ディストリクト
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル3F
Tel.(03)3989 7215

東京第3ディストリクト
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル2F
Tel.(03)3989 7627

神奈川ディストリクト
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 1792

湘南・静岡ディストリクト
神奈川県横浜市港北区新横浜1 4 7 新横浜高橋ビル4F
Tel.(045)476 1781

東海第1ディストリクト
愛知県名古屋市中区正木4 9 1 笹とみビル3F
Tel.(052)683 6101

東海第2ディストリクト
愛知県名古屋市中区正木4 9 1 笹とみビル3F
Tel.(052)683 6105

北陸ディストリクト
石川県金沢市北安江2 25 14 2F
Tel.(076)233 3800

関西第1ディストリクト
京都府京都市山科区東野北井ノ上町5 4 1 2F
Tel.(075)682 8443

関西第2ディストリクト
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 5411

関西第3ディストリクト
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 2847

兵庫ディストリクト
兵庫県明石市小久保2 6 8
Tel.(078)924 4611

中国・四国ディストリクト
広島県広島市東区曙4 1 32 丸重ビル3F
Tel.(082)568 6186

九州第1ディストリクト
福岡県福岡市中央区天神4 1 29 第5明星ビル3F
Tel.(092)712 1113

九州第2ディストリクト
長崎県諫早市永昌東町1 7 北浦ビル2F
Tel.(0957)35 4481

国内エリアフランチャイズ

株式会社沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市松尾1 9 49
Tel.(098)867 2420

株式会社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
104 中華民国台北市中山北路二段61號7樓
Tel. 886(2)2523 9588

BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.
135-090 大韓民国SEOUL特別市江南区三成洞141 32
Tel. 82(2)528 7050

Siam FamilyMart Co., Ltd.
Vanit Building II, 11th Fl., 1126/2 New Petchburi Road,
Makkasan, Rajchatewi, Bangkok 10400, THAILAND
Tel. 66(2)254 1632

FamilyMart

〒170 8404
東京都豊島区東池袋4 26 10
Tel.(03)3989 6600(代表)
<http://www.family.co.jp>



Printed in Japan
2004.06