

FamilyMart

アニュアルレポート 2007

Wholehearted **Hospitality**





ファミリーマートは、昨今の小売業並びにコンビニエンスストア業界を取り巻く環境の変化と、これからのファミリーマートが目指すべき姿を考え、2006年9月の会社創立25周年を機に15年ぶりに企業理念を見直し、新たに「ファミリーマート基本理念」を制定しました。あわせて、社員・加盟店が共通の価値観をもって行動するための指針「ファミマシップ」を制定しました。この新たな基本理念の実現を目指すとともに、企業価値のさらなる向上に努めてまいります。

02 FamilyMart at a Glance ーファミリーマートとはー

04 財務ハイライト(連結)

06 株主・投資家の皆様へ

確固たる増収増益体制を目指して



社長インタビュー

Q1	ファミリーマートの基本戦略について	07
Q2	2006年度の成果と課題について	08
Q3	2007年度の戦略と見通しについて	10
Q4	ファミリーマートの将来ビジョンについて	12
Q5	企業価値向上に向けた取り組みについて	14

16 CSR (企業の社会的責任)	環境保全	16
	社会貢献	17
	コーポレート・ガバナンス および内部統制	18

21 役員紹介

22 組織図

23 財務セクション

39 企業情報



補足データ集	40
店舗運営	46
商品・サービス	48
店舗展開	52
パン・パシフィック構想	54
関係会社の状況	56
沿革	57
会社概要・株式情報	58
ネットワーク	59

見通しに関する注意事項

当アニュアルレポートの記述には、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、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ください。

ファミリーマート基本理念

ファミリーマートのスローガン

あなたと、コンビニに、ファミリーマート

～お客さまの気持ちに一番近い、なくてはならない「コンビニ」になることを宣言します～

ファミリーマートの目指すもの

私たちファミリーマートは、ホスピタリティあふれる行動を通じて、お客さまに「気軽にこころの豊かさ」を提案し、快適で楽しさあふれる生活に貢献します。

ファミリーマートの基本姿勢

私たちは、常に新しい価値の創造を目指し、お客さまのこころに響く、クオリティの高い商品・サービスを提供しつづけます。

私たちは、加盟店・取引先・社員とともに成長・発展する「共同成長の精神 (CO-GROWING)」に立脚した事業活動を通じて企業価値を高め、すべてのステークホルダーに対する責任を果たします。

私たちは、国内外を問わず倫理・法令を遵守し、オープンでフェアな企業活動によって、社会から信頼される企業を目指します。

私たちは、常に地球環境への配慮を怠らず、安心・安全な生活と夢のある社会の実現に向けて、地域・社会に貢献していきます。

私たちは、社員一人ひとりの豊かな創造性とチャレンジ精神を何よりも大切にし、自らが「感じ」「気づき」「行動する」闊達な企業風土を育みます。

ファミリーマートの行動指針

お店の中で、働く職場で、そして地域社会とのふれ合いの中で
わたしたちが「気軽にこころの豊かさ」を提供していくために欠かせないものが「ファミマシップ」。

「あなたと、コンビニに、ファミリーマート」

わたしたちはこの言葉をいつもこころに焼きつけ、
一人ひとりが「ファミリーマートの代表者」であることを自覚し、感じ、気づき、行動していきます。

ファミマシップ

感じる、気づく、動く
～こころにホスピタリティを～

わたしたちは判断に迷ったり、状況に流されそうになったときはまず「家族」の顔を思い浮かべます。地域社会で、ビジネスで接する人たちの顔も浮かべ、さらには地球環境にまで思いをはせ、人として正直に歩む大切さをかみしめ行動していきます。

世の中に
向かって
正直でいよう

お客さまの
期待を超えよう

わたしたちは自分の立場なら何をするかがお客さまの喜びにつながるかを常に考え、お客さまとふれ合う仕事でも、直接ふれ合うことのない仕事でもお客さまからの要望への対応を超えて「予想もしていなかったこと」までも届けることを常にこころがけます。

わたしたちはこれまでのやり方にとらわれず「変わることを恐れません。『変えること』に楽しさを感じ、どんなハードルにも挑戦します。『できない理由』を考える前に、『実現するにはどうすればよいか』を常に全力で考えます。

挑戦を楽しもう

仲間を信じ、
ともに
成長しよう

わたしたちは働く仲間として、互いを理解し、信じ合う関係を築き、ホスピタリティをはぐくみます。仲間のことばにじっくりと耳を傾け、認め合い頑張っている人のことを素直に誉め、自分の成長の糧としていきます。

豊かな感性を
磨こう

わたしたちは笑顔あふれる「こころの豊かさ」を養うために生活者としての感性を磨くことを常にこころがけます。いつも様々な事柄にアンテナを上げ、好奇心を刺激し続け、お客さまに驚きを感じていただける新しい価値を創造することに、こころを傾けます。



FamilyMart at a Glance

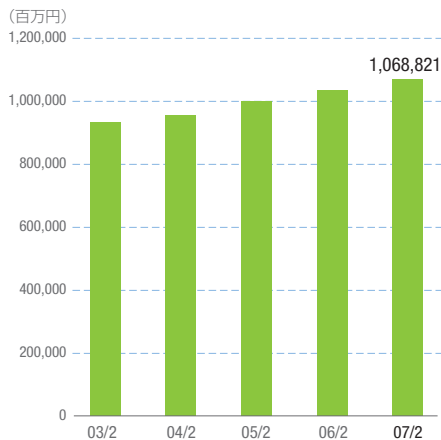
— ファミリーマートとは —

ファミリーマートグループは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を主軸に、EC関連事業およびその他関連事業を展開しています。

(詳しい企業情報はP39以降をご覧ください。)

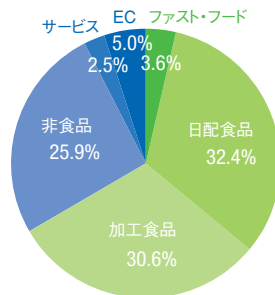


チェーン全店売上高(単体)



チェーン全店売上高は2005年度に1兆円を突破しました。

商品分類別売上高構成比(単体)



売上高の約7割を食品が占めています。

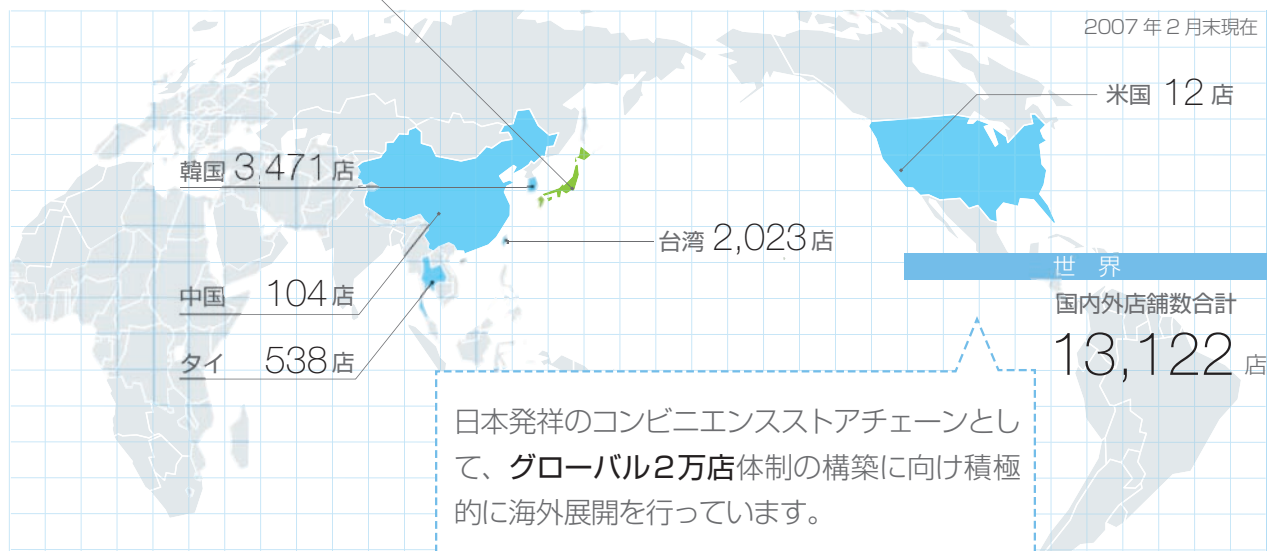
(分類の内容はP48をご参照ください。)

2007年2月期

日本

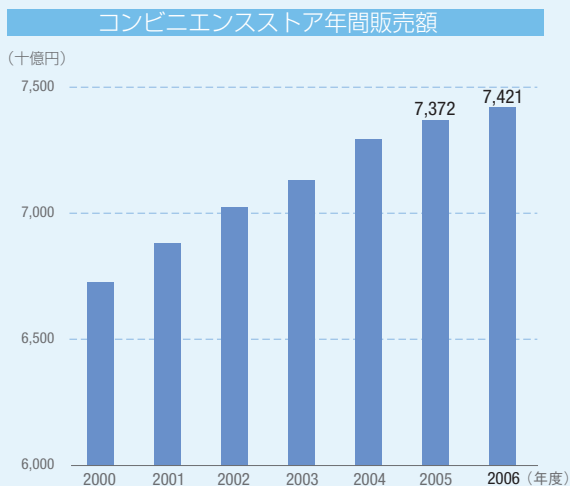
国内店舗数合計 **6,974** 店

2006年7月の北海道への出店により、日本全国47都道府県への出店を果たし、真のナショナルチェーンとなりました。

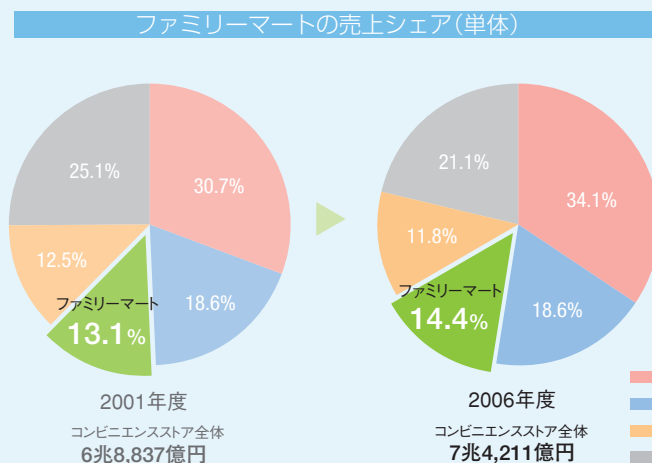


日本発祥のコンビニエンスストアチェーンとして、グローバル2万店体制の構築に向け積極的に海外展開を行っています。

日本のコンビニエンスストア市場とファミリーマートのポジション



日本の小売市場は約130兆円。長年の景気低迷の影響から脱しきれず停滞していますが、コンビニエンスストア業界全体の販売額は年々拡大しており、2002年度には7兆円を突破しました。

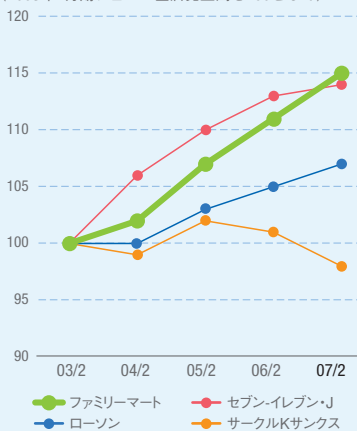


コンビニエンスストア市場におけるファミリーマートのシェアは、5年前と比較して1.3ポイント上昇し、2006年度現在14.4%を占めています。

チェーン全店売上高の伸び率も大手コンビニエンスストアチェーンの中で高水準にあります。

チェーン全店売上高伸び率(単体)

(2003年2月期チェーン全店売上高を100として)



出典:コンビニエンスストア業界全体「経済産業省経済産業政策局調査統計部編 商業販売(動態)統計」(各年4月から翌3月までの1年間)
各社各社公表資料(各年3月~翌2月までの1年間)

(注)サークルKサンクスに関しては、2004年2月期以前は合併前のためサークルKとサンクスの合算値です。

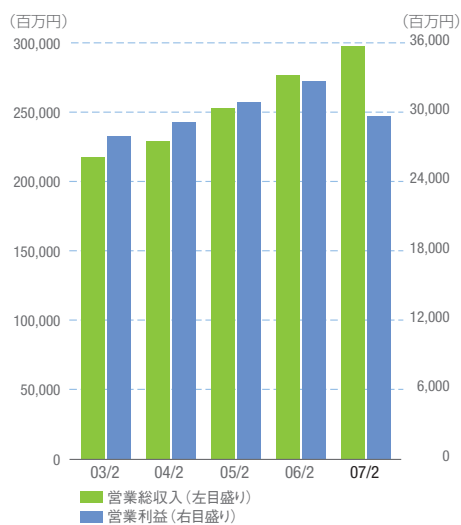
財務ハイライト (連結)

単位:百万円
(1株当たりデータを除く)

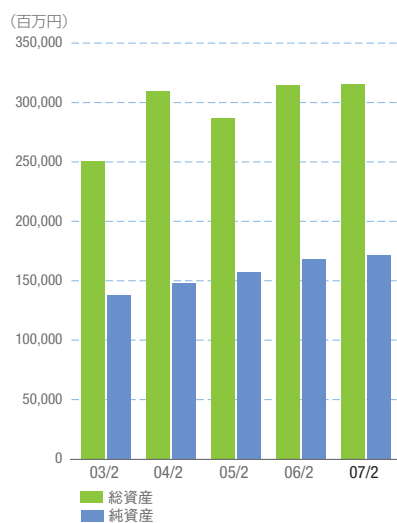
	2005年2月期	2006年2月期	2007年2月期
損益計算書データ			
営業総収入	252,900	276,442	297,849
営業利益	30,868	32,661	29,608
経常利益	31,736	34,048	32,175
当期純利益	12,623	14,195	14,968
貸借対照表データ			
総資産	286,770	314,120	315,255
純資産 ^(注)	156,931	168,232	171,154
キャッシュ・フローデータ			
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,428	42,777	35,092
投資活動によるキャッシュ・フロー	△23,182	△32,249	△32,938
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,922	△4,237	△19,154
現金及び現金同等物の期末残高	79,533	86,189	69,550
1株当たりデータ			
1株当たり当期純利益(円)	129.45	145.65	158.83
1株当たり配当金(単体)(円)	38.00	43.00	46.00
1株当たり純資産(円) ^(注)	1,619.49	1,736.24	1,771.34

(注) 2007年2月期より少数株主持分が純資産の部に含まれております。

営業総収入及び営業利益

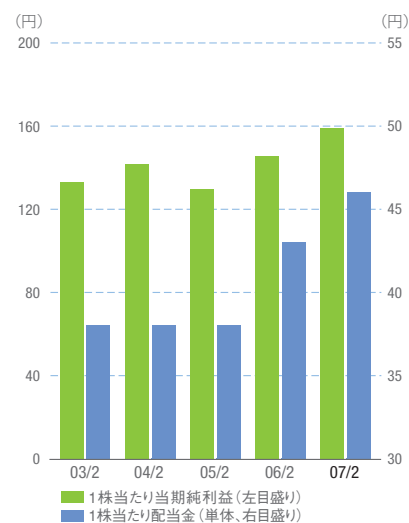


総資産及び純資産



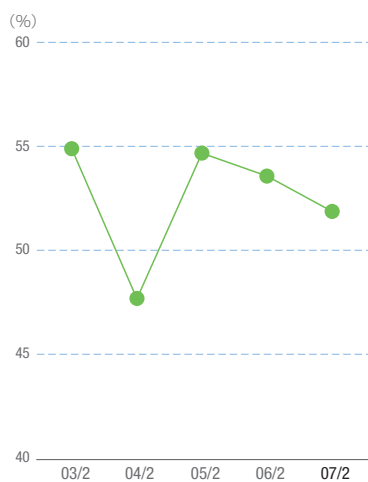
(注) 2004年2月末日は金融機関休業日のため、2004年2月期総資産には、支払手形および買掛金の期末未決済額(37,883百万円)と未払金の期末未決済額(3,286百万円)が含まれております。

1株当たり当期純利益及び配当金

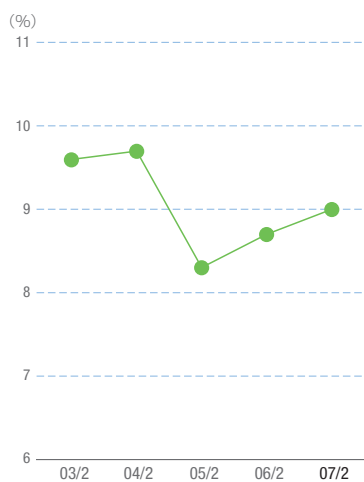


	2005年2月期	2006年2月期	2007年2月期
レシオデータ			
自己資本比率(%)	54.7	53.6	51.9
自己資本利益率(ROE)(%)	8.3	8.7	9.0
総資本利益率(ROA)(%)	4.2	4.7	4.8
株価収益率(PER)(倍)	24.0	25.1	20.5
配当性向(単体)(%)	28.5	40.4	31.4
その他データ			
加盟店及び直営店舗数(単体)	5,994	6,284	6,501
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	5,507	6,168	6,621
ファミリーマートチェーン総店舗数	11,501	12,452	13,122
従業員数(臨時雇用者数を除く、人)	5,458	6,048	6,735
株主数(人)	18,644	17,444	17,880
発行済株式総数(単体)(千株)	97,683	97,683	97,683

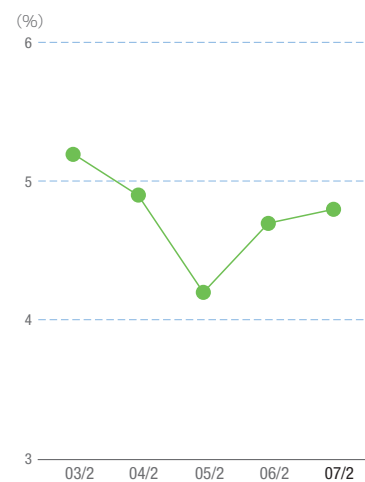
自己資本比率



自己資本利益率(ROE)



総資本利益率(ROA)



株主・投資家の皆様へ



確固たる増収増益体制を目指して

2006年度はファミリーマートにとって会社創立25周年という大きな節目の年でした。2006年度における当社の連結業績は、営業総収入2,978億4千9百万円(前年度比107.7%)、営業利益296億8百万円(同90.7%)、経常利益321億7千5百万円(同94.5%)、当期純利益149億6千8百万円(同105.4%)となり、営業総収入・当期純利益段階では増収増益の一方、営業利益・経常利益段階では減益となりました。2006年度下期より既存店日商は回復基調にございますが、次の25年に向けた初年度である2007年度は、いま一度確固たる増収増益体制の構築に向けた基盤強化を行ってまいります。なお、2006年度の配当金は1株当たり3円増配の46円とさせていただきます。

代表取締役社長

上田 淳二

Q1

ファミリーマートの基本戦略 についてお聞かせください。

私が社長に就任した時にまず申し上げたのが、「クオリティにおける業界のリーディングカンパニー」を目指そうということでした。

クオリティというのは、定性的には、加盟店、社員等、ファミリーマートチェーン内部に関係する一人ひとりが、店舗オペレーション、商品開発、店舗開発等あらゆる面で、業界で1番クオリティが高い、それを目指していこうということです。

そのためにまず重要なことは、「小売業の基本」を徹底し、お客様のニーズの変化に即応するということです。具体的には、①発注精度を向上し、お客様が欲しい商品をお客様が欲しいときに豊富に店頭で並んでいるようにすること、②お客様が安心かつ快適に店舗をご利用いただけるよう「S&QC（サービス、クオリティ、クレンネス）」を徹底すること、③ファミリーマートらしい魅力的な商品開発・品揃えをすること、この3点を重点課題として継続的に取り組むことです。こうした基本的なことを加盟店、社員一人ひとりが「ホスピタリティ（おもてなしの気持ち）」の精神を

もって実践していくことによって、お客様に「こころの豊かさ」や「感動」をご提供し、一人でも多くのファミリーマートファンを増やしていきたいと考えております。小売業界にとって厳しい環境が続いているからこそ、1店舗1店舗が基本の徹底を前提に、お客様にどうすれば喜んでいただけるかを自ら考え行動することが、競合店とは違う個店らしさへとつながっていきます。この積み重ねが結果としてチェーンとしてのクオリティを高め、将来に亘って成長し続けるために最も重要なことと考えております。

また、店舗展開の面では、国内で競争力の高い店舗を積極的に出店していくと同時に、海外においても大手の中では唯一の日本発祥のコンビニエンスストアチェーンとして、環太平洋地域に積極的に展開し、2009年初頭に国内・海外合計で2万店の達成を目標としております。これにより、コンビニエンスストアのグローバルスタンダードを、ファミリーマートが世界へ向けて発信していきます。そして、規模においても業界のリーディングカンパニーを目指してまいります。

基本戦略

クオリティにおける業界のリーディングカンパニーを目指す

「気軽にこころの豊かさを感じていただけるような、
「ホスピタリティ」あふれるコンビニエンスストアの実現

個店競争力の強化

小売業の基本を徹底し、お客様にとって魅力的な店づくりを進めています。

S&QCの徹底

発注精度の向上

商品力の強化

ファミリーマートらしい商品・サービスによって他社との差別化を図っています。

3つのマーケティング戦略

品揃えの改善

パン・パシフィック構想の実現

高質店の出店

ドミナント強化と全国出店の推進の両面から質の高い店舗を出店しています。

ドミナント戦略

全国出店の推進

海外展開

日本発祥のコンビニエンスストアとして、積極的に海外展開を行っています。

台湾 韓国 タイ

中国 米国

詳細については、企業情報P46～55をご覧ください。

2006年度の成果と課題 についてお聞かせください。



2006年度のレビューをお願いします。

2006年度は、国内の企業収益の緩やかな回復にもかかわらず、消費環境に劇的な改善は見られませんでした。社会環境の変化といった外部要因に加え、小売業界においては同業・異業種入り乱れてのサバイバル合戦が激化した1年でした。また、コンビニエンスストア業界においてはチェーン間の優劣がより鮮明になってきたと感じております。マラソンでたとえたら、ちょうど35キロ地点ではないでしょうか。曲がり角を過ぎて脱落するものは脱落し、トップ集団の後ろ姿さえ見えません。トップ集団も安泰かといえ、その中でもギリギリ残っているのか、それともゴール目指して余力を残しているのか、といった状況です。そして、この余力というのは、ゴールに行き着くまでの基盤ができているかということなのです。

したがって、このような厳しい環境の中、ファミリーマートはコンビニエンスストアとしてのコア・軸をぶらさずに、将来の成長に向けて経営基盤を固める時期との認識のもと、加盟店支援への投資を強化し、チェーンインフラの内部改革を行ってまいりました。

2006年度の業績は、連結・単体ともに営業総収入・当期純利益段階では増収増益の一方、営業利益・経常利益段階では減益となりました。この結果をどのように評価されていますか？また来期への課題についてお聞かせください。

業績の数字は決して満足のいくものではありませんでした。しかしながら私は、個店個店がどうあるべきかということに、経営資源、エネルギーを集中してきたことは間違いではなかったと確信しております。そうした取り組みにより、大手チェーンが軒並み既存店日商の前年割れを続ける中で、ファミリーマートの落ち幅は最小にとどまりました。また、既存店客数の前年比は業界内で高い水準にあり、特に2006年12月以降、他チェーンと比較して唯一前年を上回る基調で推移しております。ですから、この難局から一歩先へ抜け出すことができる潜在力を持っているのはファミリーマートをおいてほかはありません。

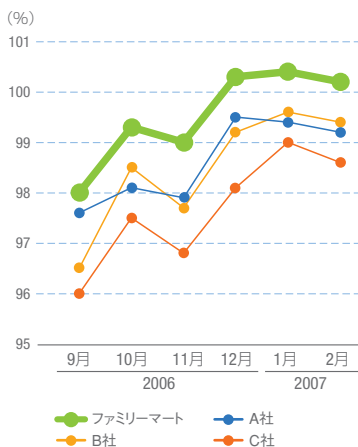
今回、課題として浮上したのは、店舗開発と海外事業の底上げでした。2006年度は全国47都道府県への出店を達成する一方で、東京・大阪・名古屋の三大都市圏への出店が計画通りにいきませんでした。この点は特に反省しております。また、地方への出店に

加盟店支援経費増加の内訳(単体)

2006年度 33億円(実績)

- 基盤確立 14億円
(新店舗システムの導入、新しい契約タイプ「2FC-N」の導入、他)
- キャンペーン・販促費 15億円
(25周年キャンペーン、サッカーワールドカップ、他)
- 什器・施設改善 4億円
(無印良品専用什器、「ファミマフレッシュ」、他)

既存店客数前年比推移(単体)



第2次構造改革(2006年度～)

「既存店のチェーンインフラの内部改革」

売場・商品改革

- 「ファミマワンダー」
- 「ファミマフレッシュ」
- 無印良品売場の刷新

収益構造改革

- 差益率の向上
- 「新店舗システム」による運営効率化

コスト構造改革

- コスト構造改革委員会
- 内部統制推進プロジェクト室

意識改革

- ファミリーブランド確立推進活動



2006年度より刷新した無印良品売場

差益率の推移(単体)



※1 中食：ファスト・フード、おむすび、寿司、弁当、調理麺、惣菜、サラダ、調理パン、菓子パン、デザートなどの食品。

※2 BPR：Business Process Reengineeringの略。企業活動に関して売上高・収益率などの目標を設定し、それらを達成するために業務内容や業務の流れ、組織構造を分析、最適化すること。

において、1年目の日商が低い傾向がある郊外型の店舗が多くなったことや、既存店のマーケット防衛のため、あえて自店競争を辞さず、近隣の有望立地へ出店を行ったことも、新店日商を低下させる要因となりました。2007年度は新店日商の改善が大きな課題となります。

海外事業では、タイの業績回復が予定よりも遅れたほか、台湾の業績も計画を下回りました。タイの再建自体は順調に進んでおり、2008年度の単年度黒字化には確信を持っております。また、台湾も、2007年度からは成長軌道に戻ると考えております。

2006年度より第2次構造改革を断行するとのことでしたが、進捗状況はいかがでしょう。

2006年度からスタートした「第2次構造改革」は、「売場・商品改革」「収益構造改革」「コスト構造改革」「意識改革」の4つを柱にしています。

なかでも売上に直結する既存店の売場活性化は最優先事項であると捉え、「売場・商品改革」を積極的に進めました。そのためにまず取り組んできたのは、“驚き”“感動”“癒し”をキーワードに Gondola 2台分のスペースで個店独自の品揃えを展開する「ファミマワンダー」です。導入当初は、どうすればよいか商品本部、スーパーバイザー、加盟店に戸惑いもありました。しかし今ではストアスタッフを含め、自分たちで自由にいろんな意見を出し合いながら、時にはお客様にも意見を伺うなかで、どこのチェーンへ行ってもマンネリ化した Gondola 売場を変えていこうという気持ちが生まれ、さらにモチベーションが上がっております。さらに、「しっかりとした食事を手軽にとりたい」というニーズに対応し、生鮮品やキット食材等を扱う「ファミマフレッシュ」を首都圏の500店舗へ導入いたしました(2007年2月末現在)。また、無印良品は専用什器の導入により、販売実績が前年比20%増という大きな成果を上げました。商品に関しましては、ジェネレーション、プライス、リージョナルの3つの視点から進めてきたマーケティングが、幅広い層のお客様から認められております。特に、中食※1における「三ツ星パスタ」・「できたてファミマキッチン」・「Sweets+ (スイーツプラス)」のブランドは、これまでのコンビニエンスストアの常識を超えたトップクラスのカテゴリーと自負しております。

収益・コスト面については、取引先とともに取り組んでいる DCM (デマンド・チェーン・マネジメント) (P50 参照) を引き続き推進した結果、差益率は2005年度から0.18ポイント改善し28.95%になりました。一方、ここ数年の積極的な出店に伴う人件費の増加については、それに見合った売上・利益効果を実現すべく、社長直轄の「内部統制推進プロジェクト室」において、BPR※2を推進するとともに、全社の業務改革に取り組んでおります。社員一人ひとりの業務内容・職務方法の見直しを進め、業務効率を上げることを目指しております。

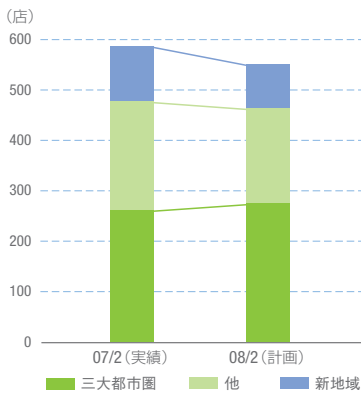
2007年度の戦略と見通し についてお聞かせください。



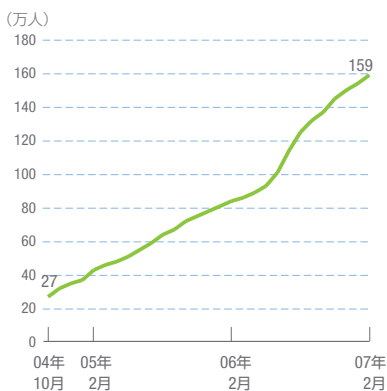
小売業界のサバイバル合戦も山場を迎えております。2007年度も厳しい状況が続くでしょう。大手コンビニエンスストアチェーンの中には、新業態を打ち出しているところもありますが、私たちファミリーマートはそのような構想はまったく持っておりません。このような時だからこそ、目先の事象に捉われず、コンビニエンスストア業界の勝ち組として、既存店の活性化に取り組み、それにより将来を見据えた「足場固め」を確実に実行すべきだと考えております。

したがって、2007年度も引き続き加盟店支援に注力してまいります。ここ数年来、ファミリーマートは時代の変化に対応し、「新店舗システム」の導入、新しい契約タイプ「2FC-N」、「複数店奨励金制度」といったさまざまな加盟店支援を行ってまいりました。2007年度は今までまいてきたこれらの種を根付かせて花を咲かせる年にしたいと考えております。それにより、2008年度以降の確固たる増収増益体制の再構築を進めてまいります。

出店数の内訳(単体)



ファミマカード会員数の推移



出店につきましては、2007年度は都道府県ごとに出店ポイントを明確にし、マーケットの状況に応じた効率的なドミナント形成を遂行してまいります。具体的には、東京・大阪・名古屋の三大都市圏への出店に比重を置くことになります。そのため、配置転換により、開発要員の3分の2を三大都市圏に集中させ、出店計画の550店舗のうち、半分の275店舗を出店いたします。地方に関しては県庁所在地などの中心部に出店いたします。さらに、審査分析機能強化を目的に出店審査部を設置いたしました。専門的でスピーディーな判断機能を備え、総合的に現場を支援していきます。これらの取り組みによって、競争力の高い店舗を出店し、課題となっている新店日商を高めてまいります。

商品につきましても、引き続きジェネレーション、プライス、リージョナルの3つの視点のマーケティングについてさらなる深耕を進めてまいります。特に、付加価値の高い商品を継続的に投入することで、コンビニエンスストアの中食の概念を一新してまいります。また、各国のファミリーマートと日本のファミリーマートが商品開発や仕入れの面で協力することにより、クオリティが高くコストダウンのできる商品を導入していきたいと考えております。いわゆるワンランク上の商品と値ごろ感のある商品を、売場での価格バランスを考慮しながら積極的に開発してまいります。

当社では早くから、少額決済の流れに対応した電子マネーと、顧客固定化戦略としてCRMを目的としたファミマカード、この2つに注目し、他チェーンよりも先んじて取り組んでまいりました。電子マネーについては、夏ごろをめどに、「Suica」の取り扱い店舗を首都圏全域と仙台地区の約2,600店舗に拡大するほか、「Edy」「iD」については、全国

約7,000店舗で利用可能にいたします。ファミマカードについては、積極的な会員獲得活動により、累計発行枚数159万枚(2007年2月末現在)となりました。2007年度からは、いよいよ会員の購買情報を分析することにより、One to Oneマーケティングへの活用につなげていくとともに、大手企業と提携しポイントの相互乗り入れを図ること、お客様の囲い込みをさらに強化してまいります。

2007年度の戦略と見通し

2007年度基本戦略

勝ち組としての将来を見据えた「足場固め」の年

「新店舗システム」の導入

新しい契約タイプ「2FC-N」

複数店奨励金制度

これまで行ってきたさまざまな加盟店支援を継続し、その成果を具現化する

2008年度以降の確固たる増収増益体制へ

第2次構造改革の継続

■ 売場・商品改革 ■ 収益構造改革 ■ コスト構造改革 ■ 意識改革

個店競争力の強化

- 「ファミリーマートブランド(らしさ)確立推進運動」を加盟店全店に浸透

商品力の強化

- 3つのマーケティングの深耕
- 商品の価格バランスの調和
- 個店品揃えの推進

高質店の出店

- 三大都市圏、地方中心部への積極出店
- 出店審査部の設置

海外展開

- バン・パシフィック構想の推進
- タイの経営改善を加速
- アメリカでのFC展開に向けた準備

2007年度主要施策

電子マネー

- 「Edy」「iD」の利用可能店舗を全国に拡大
- 「Suica」の利用可能店舗を首都圏および仙台地区の約2,600店に拡大

ファミマカード

- One to One マーケティングへの活用
- 大手企業との提携、ポイントの相互乗り入れ

新店舗システム

- 発注精度の向上を目指した店舗システムユーザー委員会の設置
- ブロードバンド網の最大活用

業績計画(連結)

(百万円)

	2007年2月期 (実績)	2008年2月期 (計画)	前期比
営業総収入	297,849	305,200	102.5%
営業利益	29,608	30,300	102.3%
経常利益	32,175	33,000	102.6%
当期純利益	14,968	15,200	101.5%

営業数値計画(単体)

	2007年2月期 (実績)	2008年2月期 (計画)	前期差
全店日商(千円)	464	471	7
既存店日商伸び率(%)	98.6	100.2	1.6
差益率(%)	28.95	29.40	0.45
新店日商(千円)	406	430	24
出店数(店)	586	550	△36
閉店数(店)	369	350	△19

ファミリーマートの将来ビジョン についてお聞かせください。



2006年度、全国47都道府県への出店を果たしましたが、出店に対する考えをお聞かせください。

ファミリーマートは2006年度全国出店を果たしましたが、それは規模の拡大のためではありません。

コンビニエンスストア業界において、5年後、10年後に通常の物販以外にどのようなビジネスが伸びていくかといえば、サービスビジネスが急速に増えていくでしょう。エンターテインメントチケットの販売、国や地方の行政の窓口業務、金融業務、保険の取り次ぎ、さらには介護・ホームヘルパーの仲介まで広がっていきます。これらすべてが、コンビニエンスストアのデリバリー機能、アクセス機能、決済機能などで全部つながっていきます。競争の中心も、これまでの中食から、サービス、Eリテールへと移行していくでしょう。

このように考えますと、北海道から沖縄までネットワークがあることは、どこに行っても、ファミリーマートが提供するサービスを、同じように受けることができることを意味します。ユニバーサルサービスの提供をコンビニエンスストアの将来像として考えた時に、サービスネットワーク完成のために、47都道府県に出店したということです。これは「新店舗システム」への310億円の投資の背景でもあります。

業界の再編についてはどのようにみられていますか？

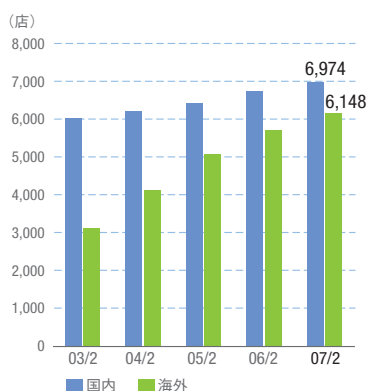
電子マネーやサービスビジネスへの対応などで、当社の「新店舗システム」のように、大規模なIT投資が必要となっており、それに耐え得るのは大手チェーンほどに絞られてきております。IT投資のできない中小チェーンは、電子マネーが使えないなど、お客様のコンビニエンスストアに対する期待を満たせないことになり、生き残りは厳しくなっていくでしょう。

しかし、中小チェーンを大手チェーンが救済的に吸収するのはリスクが大きく、大手チェーン同士の統合も店舗システムの重複投資などが問題になり、現実的ではないと見ております。その意味で、今後は再編の時代というより、淘汰の時代になると考えております。または、各フランチャイジーが、より経営効率のよいフランチャイザーを新たに選択して移籍する動きがどんどん出てくる可能性もあります。

こうした動きが進行する中で、大手チェーンといえども、生き残るためにはし烈な競争

を勝ち抜く必要があります。有望な商圈の店舗網など、業界の勢力図はこの1、2年では固まると考えております。ファミリーマートはこの競争を制し、大手チェーンの勝ち組となることを目指してまいります。

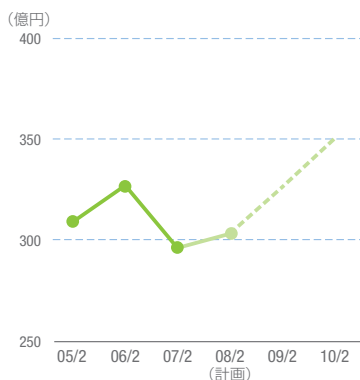
店舗数の推移



グローバル2万店体制の構築に向けたパン・パシフィック構想を掲げていらっしゃいますが、海外展開の狙いと今後についてお聞かせください。

国内市場が成熟しつつある中で、海外展開により大きな投資リターンを確保し、国内外の既存加盟店へも販促支援などの形で再投資してまいります。現在進出している台湾、韓国、タイ、中国、アメリカ以外の国に関しては現在出店の予定はなく、収益性をよく検討した上で、慎重に店舗網を広げてまいります。まだ日本のようにきめ細かいサービスを提供できるコンビニエンスストアが普及していない国が多だけに、成長余力は大きく、近い将来国内と海外の店舗数が逆転する見通しです。2万店を達成する2009年ごろには、国内のコンビニエンスストアの勢力図はほぼ固まり、その後はますます海外事業の割合が大きくなっていくと見込んでおります。

連結営業利益のイメージ



2008年度以降の展望についてお聞かせください。

当社は、従来より対外的な公表を目的とした中期経営計画を作成しておりません。1年先の予測もつかない、激動する業界環境の中で、中期経営計画にしばられることは、企業運営における、機動性、柔軟性を阻害する要因になると考えているからです。しかしながら、ゴーイングコンサーンを前提とする企業経営において、中期ビジョンは持つ必要があります。

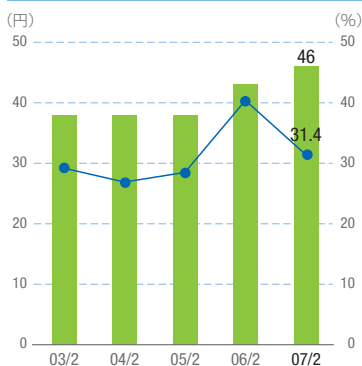
単体においては、将来に向けた加盟店支援が2007年度で一段落し、新たな成長ステージを迎えます。また、連結においては、タイが単年度黒字化し利益貢献を始めるとともに、アメリカがフランチャイズ展開を開始することにより、2007年度を底として厳しい環境から抜け出してまいります。

その結果、2008年度の営業利益の伸びを単体は5%以上、連結は1桁後半と考えており、その達成は十分可能とみております。

Q5

企業価値向上に向けた取り組み についてお聞かせください。

配当金と配当性向の推移(単体)



株主還元策・資本政策に対する考え方をお聞かせください。

当社は、株主に対する利益還元を経営の最重要政策として位置づけており、業績に見合った配当を安定的かつ継続的に行うことを基本方針としております。

これまで、当社は単体ベースの配当性向を指標としておりましたが、海外子会社をはじめとする連結子会社等の利益貢献度が高まり、将来は連単比率が拡大することが想定されます。そこで、2007年度は連結ベースの配当性向に指標を変更し、目標数字をこれまでの30%から、35%に引き上げてまいります。それに伴い、2007年度の配当は56円と、10円増配する予定です。厳しい事業環境が続いておりますが、ファミリーマートは財務バランスが健全であり、将来に向けての成長性には自信を持っております。35%というのは最終目標ではありません。当面の目標であり、業績を見ながら配当性向を上げていくことが、株主の皆様に対する責務と考えております。

今後の配当政策については、投資や内部留保を考慮しながら、より業績との連動性を強めてまいりたいと考えております。機動的な資本政策遂行のための自社株買いについても、必要に応じて実施してまいります。

近い将来、コンビニエンスストアは、そのインフラ機能を活用して、さまざまなサービネットワークを広げていくと考えております。しかし、自社で開発できる分野は限られており、異業種との提携が必然となります。これからは、異業種の勝ち組企業と提携することにより、さらに成長してまいりたいと考えております。したがって、業務提携に伴う株式の持ち合いも検討しております。

「ファミリーマートブランド 確立推進活動」の概略

2005年度

- 活動スタート=「あなたと、コンビニ、ファミリーマート」コピー7年ぶり復活
- 全社横断プロジェクトの立ち上げ

2006年度

- 15年ぶりの企業理念改訂
→社員自らによる「基本理念」の策定
- 行動指針「ファミマシップ」の策定

2007年度(計画)

- ナレッジマネジメントの推進
- 加盟店への浸透継続

現在、全社をあげて推進している、「ファミリーマートブランド」を向上させるための取り組みについて教えてください。

現在、日本ではコンビニエンスストアは私たちの日常に溶け込んだものとなっております。特に都市部では、道を挟んだ向かいや、わずか数十メートルの距離で、コンビニエンスストア同士が激しい競争を展開している光景も珍しくありません。こうした状況において、お客様の選択にとってチェーンのイメージが重要な要素となります。

私たちファミリーマートは、これからもお客様に選ばれ続ける存在であるために、2005年度から「ファミリーマートブランド確立推進活動」をスタートいたしました。こ



ファミリーマートのブランドブック
「ファミリーマートのこころ」

れは、若手中堅社員を中心とした全社横断的な取り組みで、ホスピタリティあふれる行動を通じ、お客様に「気軽にこころの豊かさ」を提案することを目指しております。

2006年度は会社創立25周年を期に、15年ぶりに「基本理念」を改訂すると同時に、新たに行動指針「ファミマシップ」を制定いたしました。そして2007年度、これらの取り組みも3年目を迎えるにあたり、「ファミリーマートブランド(らしさ)」として目指す方向性を記載したブランドブックを発刊いたしました。これにより、自社のブランドに対する認識を改めて全社員で共有化するとともに、2007年度はより一層店舗において具現化し、お客様に「ファミリーマートらしさ」を感じていただきたいと思います。

おかげさまで、お客様から、ストアスタッフの行動などについて、多くのお褒めの言葉を頂戴するようになりました。ある企業イメージ調査におきましては、一般個人の企業認知度で小売・コンビニエンスストア業界におけるトップとなり、また「好感度」「親しみやすさ」でも大きくランクを上げることができました。

しかし、「ファミリーマートらしさ」が加盟店の隅々まで行き渡ったかといえ、2006年度においては、まだオン・ザ・ウェイ、つまり道半ばでした。お客様からの高い評価を励みに、2007年度はさらに隅々まで完全に「ファミリーマートらしさ活動」を浸透させることを本部・加盟店の共通認識として進めてまいります。小さなことを1つずつ着実に積み重ねながら、同業、異業態と差別化を図っていく。これが結果として厳しい環境から抜け出し、加盟店の収益向上へとつながっていくものと考えております。

最後に、株主・投資家へメッセージをお願いします。

私の経営者としてのビジョンは、ファミリーマートの加盟店と本部で働く一人ひとりの人間が、元気に満ちあふれ、何事にも勇気を持って臨んで、それが一人ひとりの夢や目標につながるチェーンでありたいということです。一人ひとりの「元気」「勇気」「夢」がひいては、お客様からの信頼や支持につながっていくものと考えております。2007年度も、ファミリーマートはより一層加盟店と本部が一体になり、「フォア・ザ・チーム」の精神で「ファミリーマートらしさ」を実現してまいります。株主・投資家の皆様におかれましては、今後ともよろしくご支援賜りますよう、お願い申し上げます。



CSR（企業の社会的責任）

ファミリーマートは、「ファミリーマート基本理念」のもと、環境への配慮、地域社会への貢献、透明度の高い経営システムの構築といったさまざまなCSRへの取り組みを推進しています。これにより、企業価値のさらなる向上に努めるとともに、すべてのステークホルダーに対する責任を果たしていきます。

■ 環境保全

環境マネジメントシステム

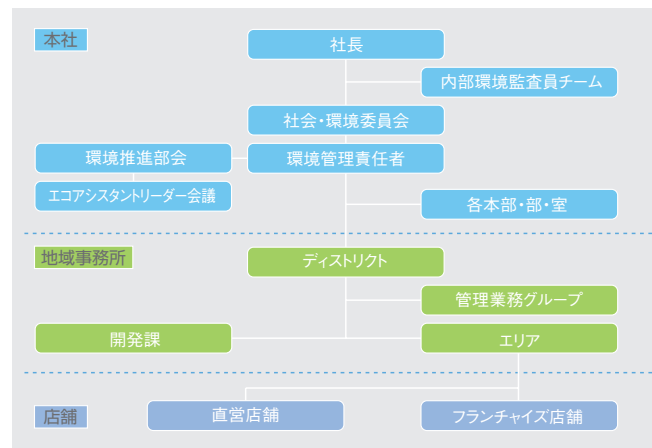
1999年3月、環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001」の認証を取得。以来、社長をトップとする推進体制で、本社・地域事務所・店舗が一体となってPDCA（Plan、Do、Check、Action）サイクルによる環境マネジメントシステムを推進し、環境保全活動のレベル向上を目指しています。

事業活動を通じた環境配慮

自然環境の保全は、地球に暮らすすべての人々にとっての課題です。ファミリーマートも、その重要性をチェーン全体の共通認識とし、環境保全活動を社会的使命と捉えています。

ISO14001 マネジメントシステムのもと、事業を構成する「商品・サービス」「商品配送」「店舗施設」「店舗運営」「事務所・社有車」のそれぞれについて、毎年目標を立て、取り組みを進め、継続的な改善を図っています。

環境マネジメントシステムの推進体制



環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品



白色LEDファサード看板の内部（左側）

分野	主な取り組み
商品サービス	<ul style="list-style-type: none"> 環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品の改善・リニューアル。 オリジナル商品の環境配慮仕様への素材改良、軽量化。 廃棄物リサイクルの推進。
商品配送	<ul style="list-style-type: none"> 低公害配送車両の導入拡大。 配送センターの全車両を対象にエコドライブ徹底による燃費向上。
店舗施設	<ul style="list-style-type: none"> 店舗施設の省エネルギー対策として、店舗の空調・冷蔵・冷凍の3つのシステムを一体化した「総合熱利用システム」や、「店内調光設備」の導入を推進。 店舗のファサード看板に白色LED（発光ダイオード）を使用した新たな照明システム等の実験。
店舗運営	<ul style="list-style-type: none"> 「廃食用油回収リサイクルシステム」や「生ゴミ回収リサイクルシステム」、「個店設置型生ゴミ処理機」の活用により、店舗で発生する廃棄物の削減・リサイクルを推進。 レジ袋削減の取り組み。
事務所社有車	<ul style="list-style-type: none"> 電気使用量・コピー用紙使用量の削減。 紙類リサイクルボックスの徹底。 社有車の低公害車導入。エコドライブ徹底。

社会貢献

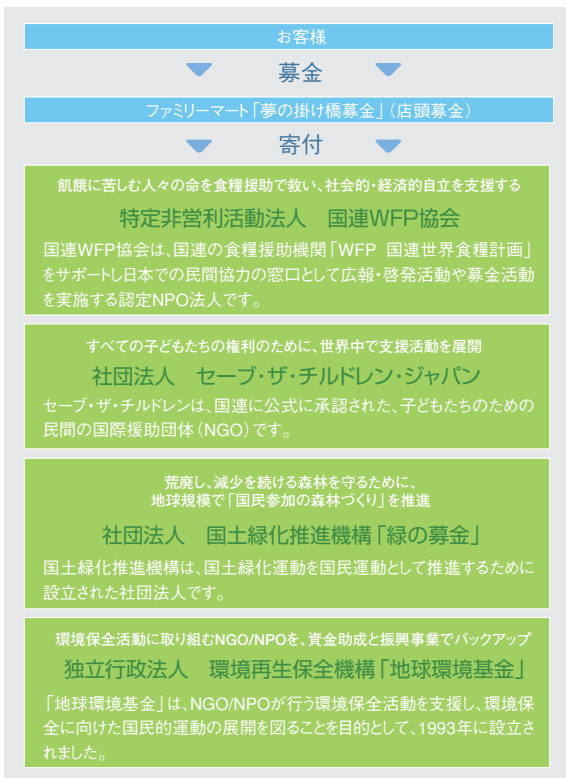
店頭募金

2006年4月、ファミリーマートの創立25周年を記念して「ファミリーマート夢の掛け橋募金」をスタートしました。この募金は、募金をしていただいた皆様と世界の子どもたちと地球の未来のために国内外で活動する民間団体(NPO・NGO)との掛け橋としての役割を担います。ご協力いただいた募金は4つの団体に均等に寄付していきます。2006年度は168,965,936円の寄付を行いました。

また、大規模な災害が発生した場合、本部からのメール発信で、すぐに全店舗が義援金の店頭募金を開始できる体制を整えています。2006年度は緊急義援金の募金活動を2回実施し、お客様の温かいご支援により、たくさんの義援金を被災地にお届けすることができました。



「ファミリーマート夢の掛け橋募金」全体図



災害時のライフラインとして

地域の要所に店舗を構え、原則として24時間365日開店しているファミリーマートは、地震等の災害が発生した場合、生活必需品の供給を維持する重要なライフラインとなるほか、帰宅困難者の支援拠点、連絡拠点としての役割を担います。2007年2月末現在、物資供給に関する協定を7県、帰宅困難者支援に関する協定を8つの県および首都圏・関西圏の2地域とそれぞれ締結しています。

全国各地で清掃活動

ファミリーマートでは毎年2回、「全国環境美化活動」を開催し、加盟店・本部社員・取引先等が集まって、全国の各地域で清掃活動を実施しています。今後も、地域の社会貢献に積極的に取り組む企業として、地域清掃活動を継続的に実施し、地域社会とのコミュニケーションを深めていきます。

時期	参加人数
2006年5月下旬～6月上旬	5,151名
2006年10月下旬～11月上旬	8,021名



FTSE4Good Global Indexに継続組み入れ

当社は、社会的責任投資の代表的な指標である「FTSE4Good Global Index」に2003年9月から継続採用されています。「FTSE4Good Global Index」はFTSE社が、CSR(企業の社会的責任)や持続可能性に関心を持つ投資家を対象に、グローバルに受け入れられる企業責任基準を満足する企業を識別し、設定した代表的な株価指標です。



❖ コーポレート・ガバナンスおよび内部統制

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、コーポレート・ガバナンスの充実が企業価値の向上につながるとの考えに基づき、透明度の高い経営システムの構築を図ることが重要と考えています。そのためには、法令等遵守（コンプライアンス）体制並びに業務の適正を確保するための体制を構築し、その上で情報開示（ディスクロージャー）を行い、説明責任（アカウンタビリティ）を果たしていくことが、コーポレート・ガバナンスを確保することになると考えています。

コーポレート・ガバナンス体制

当社は監査役制度を採用しています。

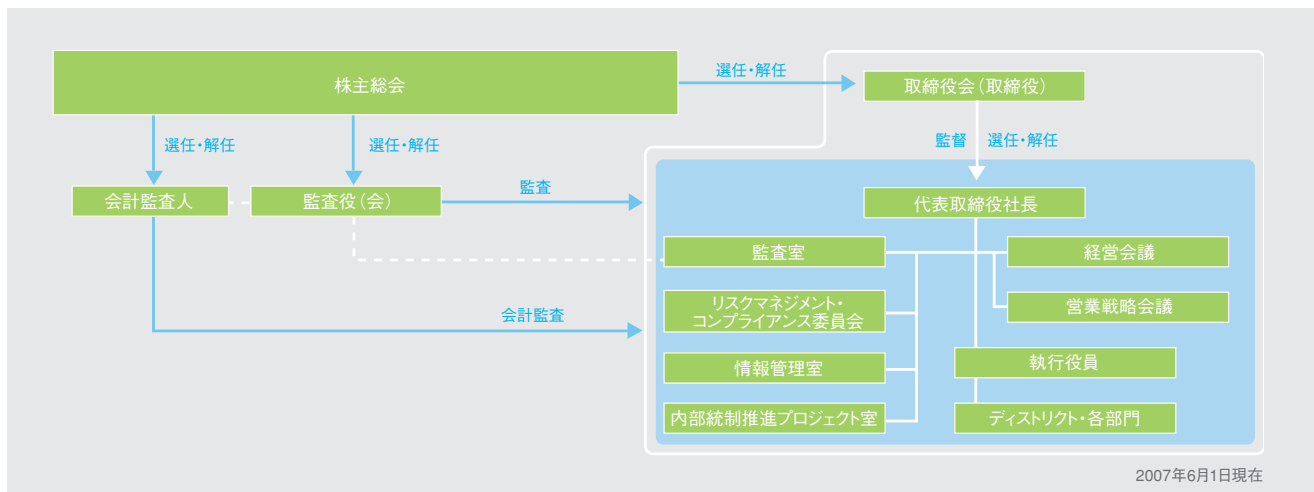
2007年6月1日現在、取締役会は11名の取締役で構成し、定例取締役会を月1回、また必要に応じて臨時取締役会を随時開催し、会社の重要な業務執行の決定と職務の監督を行っています。また、執行役員制を採用、業務執行権限を執行役員に大幅に委譲し、業務の決定と執行の迅速化を進めています。

内部監査部門としては社長直轄の監査室があり、全社経営課題について「職務執行の効率性」「リスク管理」「法令等遵守」等の観点から内部監査を実施しています。また、監査指摘事項・提言等の改善履行状況についてもチェックを徹底しているほか、グループ会社の内部監査部門等とも連携し、情報・意見交換等を行っています。

監査役は4名（うち2名は社外監査役）で、取締役会その他重要な会議への出席、重要な決裁書類等の閲覧等によって、業務および財産の状況を調査し、取締役の職務の執行を監査しています。また、内部監査部門等とは緊密な連携を図り情報の収集等を実施するとともに、定期的にグループ会社の監査役との連絡会を開催し、グループ全体としてのガバナンスの確保にも努めています。

会計監査につきましては、監査法人トーマツと監査契約を締結し、会社法監査および証券取引法監査を受けています。会計監査人は、独立の第三者の立場から財務諸表等の監査を実施し、当社は監査結果の報告を受け、意見の交換をしています。

コーポレート・ガバナンス体制図



内部統制システムおよびリスクマネジメント

当社は、基本姿勢に掲げる「共同成長の精神（CO-GROWING）」に基づき、お客様、加盟店、取引先、株主、従業員および地域社会等、すべてのステークホルダーが心を通わせることのできるコンビニエンスストア事業を目指しています。そのためには、当社の事業活動が社会のルールに則っていることはもちろん、倫理的にも高いレベルが求められます。内部統制システムは、当社の事業活動がこうした条件を満たすためのものです。

2006年3月に社長直轄の「内部統制推進プロジェクト室」を設置し、内部統制システムの充実と全社の業務プロセスの改革を推進しています。また、2006年5月には会社法の施行により、会社の内部統制の一層の整備が求められたのに対応し、「内部統制システム構築の基本方針」を制定しました。今後は、当社をとりまく経営環境の変化等に応じ、この基本方針の有効性を継続的に監視および評価することにより見直しを加えて、内部統制システムの充実に努めていきます。

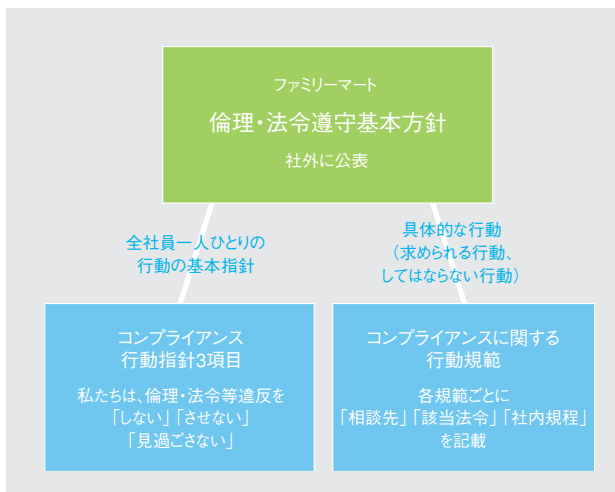
当社は、2003年9月に社長直轄の「コンプライアンス委員会」を設置して以来、倫理・法令遵守に関するさまざま

な取り組みを推進してきました。2004年には「ファミリーマート倫理・法令遵守基本方針」をはじめ「ファミリーマートコンプライアンス行動指針3項目」・「コンプライアンスに関する行動規範」を制定し、具体的な方針を定めるとともに、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、倫理・法令遵守体制を強化しました。また、2005年3月に「情報管理室」を設置し、個人情報を含む機密情報管理体制を強化しました。

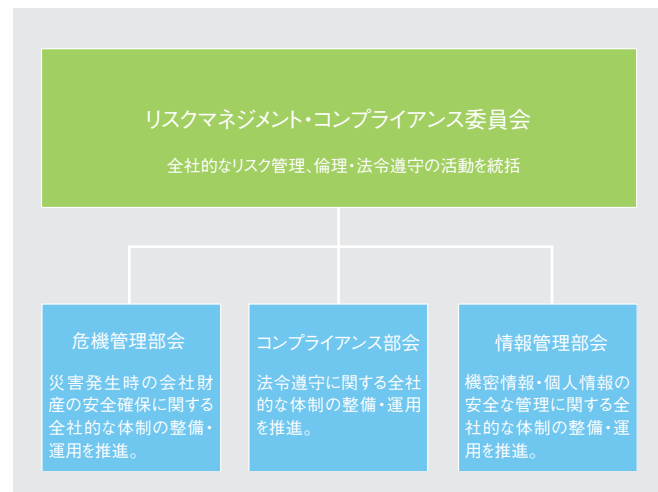
当社は、以前から、災害や情報漏えいなど、さまざまなリスクに対応できる体制を築いてきましたが、2006年7月には、前記の「コンプライアンス委員会」にリスクの管理を統括する機能を追加し、「リスクマネジメント・コンプライアンス委員会」として改組しました。2007年3月からは、同委員会内に「危機管理」「コンプライアンス」「情報管理」に関する専門部会を設置し、各分野の法令遵守を含むリスクマネジメントの推進にあたっています。

こうしたことにより、内部統制システムおよびリスク管理体制をさらに有効に機能させ、コーポレート・ガバナンスに関わる環境整備を継続的に進めています。

倫理・法令遵守基本方針等



リスクマネジメント・コンプライアンス委員会と専門部会



役員報酬および監査報酬

役員報酬の内容

当社の取締役および監査役に対する報酬の内容は次のとおりです。

取締役に対する報酬	230百万円
監査役に対する報酬	55百万円

- (注) 1. 上記金額には、役員費と支給予定額48百万円を含んでいます。
 2. 上記金額のほか、役員退職慰労引当金の当期増加額81百万円があります。
 3. 上記金額には、使用人兼務取締役の使用人給与相当額(賞与を含む)は含まれていません。

監査報酬の内容

当社の会計監査人である監査法人トーマツに対する報酬は次のとおりです。

公認会計士法第2条第1項に規定する業務 (監査証明業務)に基づく報酬	38百万円
上記以外の報酬	3百万円

大規模買付行為への対応方針（買収防衛策）

当社は、2006年4月に、「大規模買付行為への対応方針（買収防衛策）」（以下「旧対応方針」）の導入、さらに、2006年6月には継続・一部変更をそれぞれ取締役会で決議しました。その後も旧対応方針の在り方につき検討を重ねた結果、2007年4月の取締役会において、旧対応方針にかわる新たな「大規模買付行為への対応方針（買収防衛策）」（以下、「本対応方針」）の導入を決議しました。なお、本対応方針は、2007年5月開催の定時株主総会において株主の皆様の承認をいただいています。

「プライバシーマーク」を取得

当社は、2003年11月に「個人情報保護方針」を制定し、お客様をはじめとするステークホルダーの個人情報を適切かつ安全に取り扱うことを宣言しました。加盟店に対する教育指導も含め、個人情報保護法等の法令を遵守することはもちろん、より高い水準の個人情報保護体制を全社一丸となって構築しています。

こうした取り組みが認められ、2006年11月には、財団法人日本情報処理開発協会（JIPDEC）から、日本工業規格「JIS Q 15001」に基づく適切な個人情報の保護措置を講じている事業者として、「プライバシーマーク」の使

ディスクロージャー

当社のIR活動は、正確性・迅速性・公平性を旨としています。2006年度は、国内外の投資家の個別取材対応、半期ごとの決算説明会の開催とともに、情報提供の公平性を期すため、決算資料や月次営業実績のホームページへの迅速な掲載に努めました。また、アニュアルレポート、社会・環境報告書等各種ツールの発行を通じて、すべてのステークホルダーに幅広く情報を提供しました。これらの取り組みが評価され、2006年11月には、日本インベスター・リレーションズ協議会より、大型小売店としては9年ぶりとなる第11回IR優良企業賞を受賞しました。2007年3月には、社長直轄の「広報部」を「広報・IR部」に名称変更するとともに、「広報・IR部」の中に「IR室」を新設し、IR活動の一層の強化を図っています。



用を許諾され、コンビニエンスストアチェーン本部としては初の「プライバシーマーク」取得企業となりました。また、2007年2月には、EC関連子会社である株式会社ファミマ・ドット・コムも「プライバシーマーク」を取得しました。今後も、ファミリーマートが社会から信頼されるブランドとなることを目指し、より一層の個人情報保護および情報セキュリティの強化等に努めていきます。



役員紹介

取締役会長

田邊 充夫

代表取締役社長

上田 準二 CEO (兼) COO

専務取締役 専務執行役員

植田 四三郎 開発本部長

播磨 眞一郎 総合企画本部長
(兼)リスクマネジメント・コンプライアンス委員長

常務取締役 常務執行役員

井上 史郎 FAMIMA CORPORATION President & CEO

浦元 康彦 AFC事業本部長
株式会社ファミリーマート・チャイナ・
ホールディング 代表取締役社長

横田 孝行 商品本部長

取締役 常務執行役員

関 正綱 物流品質管理本部長

小部 泰博 システム本部長

宮本 芳樹 管理本部長(兼)内部統制推進プロジェクト室長
(兼)社会・環境推進部管掌(兼)情報管理室管掌

加藤 利夫 オペレーション本部長
(兼)お客様相談室管掌(兼)加盟店相談室管掌

常務執行役員

小坂 雅章

和田 昭則

高杉 豪

潘 進丁

高田 基生

商品本部長補佐(兼)商品企画・業務部長

総合企画本部マーケティング部長

Siam FamilyMart Co., Ltd. CEO

中国事業担当

総合企画本部経営企画部長
(兼)商品本部ライフ・コンテンツ統括
株式会社ファミマ・ドット・コム代表取締役社長

執行役員

上野 和成

岩切 公愛

鈴木 久

藤森 正美

木村 知行

伊藤 勝夫

植杉 正孝

平田 満次

小澤 秀光

木暮 剛彦

杉浦 正憲

東京第1ディストリクト部長

九州第1ディストリクト部長

神奈川ディストリクト部長

東海第2ディストリクト部長

監査室長

東京第2ディストリクト部長

千葉ディストリクト部長

関西第2ディストリクト部長

湘南・静岡ディストリクト部長

広報・IR部長

管理本部総務人事部長

常勤監査役

西岡 登

浅野 正裕

高橋 商太

監査役

遠藤 隆

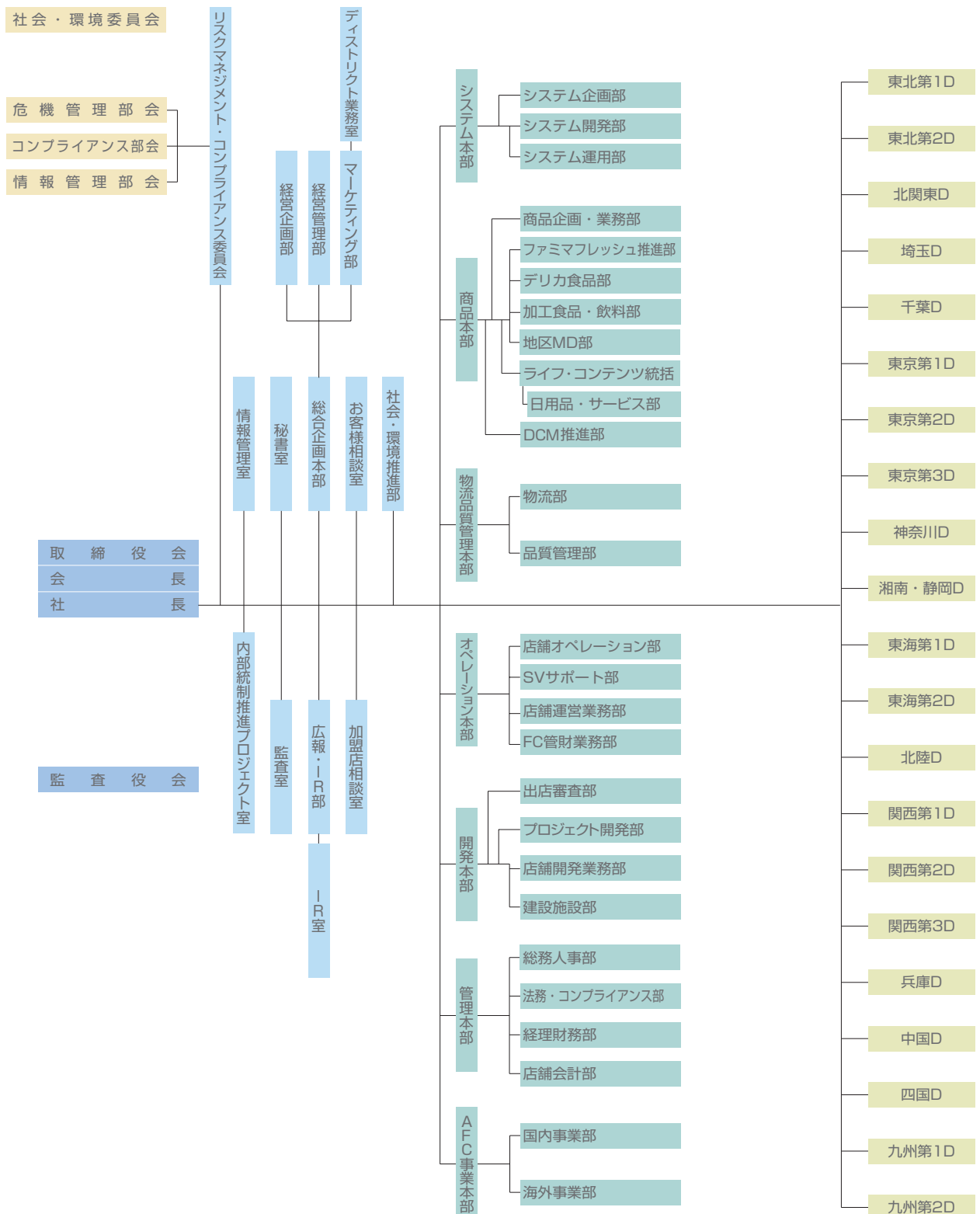


取締役会長
田邊 充夫

代表取締役社長
上田 準二

2007年6月1日現在

組織図



*D=ディストリクト
2007年6月1日現在

6年間要約財務データ(連結)

(単位:百万円)

	2002年2月期	2003年2月期	2004年2月期	2005年2月期	2006年2月期	2007年2月期
会計年度						
営業総収入	195,605	217,467	228,977	252,900	276,442	297,849
加盟店からの収入	116,477	122,738	127,164	132,863	138,635	142,293
売上高	67,821	80,951	87,083	103,599	118,551	134,506
営業利益	23,756	27,920	29,092	30,868	32,661	29,608
経常利益	25,003	28,859	30,164	31,736	34,048	32,175
当期純利益	8,548	12,879	13,787	12,623	14,195	14,968
設備投資						
設備投資	32,291	24,187	23,303	26,623	29,490	33,010
減価償却費	14,385	13,710	11,692	11,960	11,311	11,564
営業活動によるキャッシュ・フロー						
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,219	32,693	73,593	1,428	42,777	35,092
投資活動によるキャッシュ・フロー	△28,812	△29,326	△10,719	△23,182	△32,249	△32,938
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,338	△3,625	△3,891	△3,922	△4,237	△19,154
会計年度末						
総資産	242,517	250,608	309,314	286,770	314,120	315,255
純資産(注3)	130,510	137,635	147,524	156,931	168,232	171,154
1株当たりデータ						
純資産(円)(注3)	1,347.24	1,420.99	1,522.33	1,619.49	1,736.24	1,771.34
当期純利益(円)	88.25	132.96	141.53	129.45	145.65	158.83
配当金(円)	38.00	38.00	38.00	38.00	43.00	46.00
レシオデータ						
自己資本比率(%)	53.8	54.9	47.7	54.7	53.6	51.9
自己資本利益率(ROE)(%)	6.7	9.6	9.7	8.3	8.7	9.0
総資本利益率(ROA)(%)	3.7	5.2	4.9	4.2	4.7	4.8
その他データ						
加盟店及び直営店舗数(単体)	5,287	5,593	5,770	5,994	6,284	6,501
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	2,897	3,530	4,556	5,507	6,168	6,621
ファミリーマートチェーン総店舗数	8,184	9,123	10,326	11,501	12,452	13,122
従業員数(臨時雇用者数を除く、人)	4,205	4,466	4,675	5,458	6,048	6,735
株主数(人)	28,088	24,263	21,173	18,644	17,444	17,880

(注)1. 2004年2月末日は金融機関休業日のため、2004年2月期総資産には、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。
 2. 2004年2月期から「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)を適用しております。
 3. 2007年2月期より少数株主持分が純資産の部に含まれております。

経営者による経営成績及び財政状態の分析

当社グループは、当社、子会社11社(うち連結子会社7社、持分法適用非連結子会社3社)及び関連会社12社(うち持分法適用関連会社12社)の計24社により構成されており、コンビニエンスストア事業を主な事業内容とし、EC関連事業及び関連するその他のサービス事業等の事業活動を展開しております。

(1)当連結会計年度の経営成績の分析

①営業総収入

コンビニエンスストア事業は、加盟店からの収入が増加したことに加え、直営店売上高が増加し、営業総収入は前連結会計年度比106.7%の2,413億2千5百万円となりました。

また、びあチケット及びFamiポート関連売上高の伸長により、EC関連事業の営業総収入が前連結会計年度比111.7%の557億1千4百万円となった結果、当連結会計年度の連結営業総収入は、前連結会計年度比107.7%の2,978億4千9百万円となり、増収を達成いたしました。

②営業利益

コンビニエンスストア事業の営業利益は、前連結会計年度比93.1%の336億9千9百万円となりました。これは店舗数増加に伴う賃借料等店舗コストに加え、当社の新店舗システム関連経費などの販管費が増加したことによるものであります。

また、EC関連事業は、新Famiポートへの入替等に伴う広告収入の減少等により、営業利益が前連結会計年度比63.0%の4億8千2百万円となった結果、当連結会計年度の営業利益は、前連結会計年度比90.7%の296億8百万円となりました。

③経常利益

営業外収益は、受取利息や為替差益の増加等により、前連結会計年度に比べ11億8千1百万円増加の27億1千9百万円となりました。

また、営業外費用は、前連結会計年度に比べ1百万円増加の1億5千2百万円となりました。

この結果、当連結会計年度の経常利益は、前連結会計年度比94.5%の321億7千5百万円となりました。

④特別利益及び特別損失

特別利益は、固定資産売却益、貸倒引当金戻入益の計上等により、当連結会計年度は2億5千1百万円となりました。

一方、特別損失につきましては、固定資産除却損、店舗賃借解約損等の店舗閉鎖損失に加え減損損失等を計上したため、当連結会計年度は56億7千6百万円の計上となりました。

⑤当期純利益

税金及び少数株主利益を控除した当連結会計年度の当期純利益は、前連結会計年度比105.4%の149億6千8百万円となり、1株当たり当期純利益は158円83銭となりました。

(2)当連結会計年度の財政状態の分析

①流動資産

流動資産は前連結会計年度末より166億4千9百万円減少いたしました。これは主に自己株式を取得したことに伴う現金及び預金の減少等によるものであります。

②固定資産

固定資産は、投資有価証券、店舗賃借関連の敷金保証金、長期貸付金が増加したこと等により、前連結会計年度末より177億8千4百万円増加いたしました。

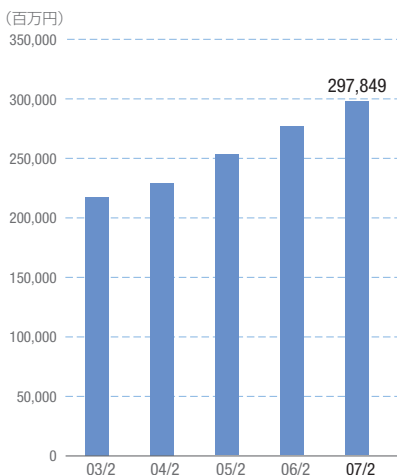
③流動負債

流動負債は前連結会計年度末より48億5百万円増加いたしました。これは主に未払法人税等が減少したものの、当社及び海外連結子会社において公共料金の預り金が増加したこと等によるものであります。

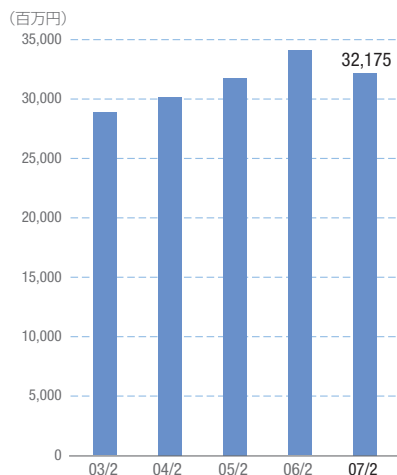
④固定負債

固定負債は、従業員の増加に伴う退職給付引当金の増加、加盟店の増加による預り保証金の増加等により、前連結会計年度末より9億3千2百万円増加いたしました。

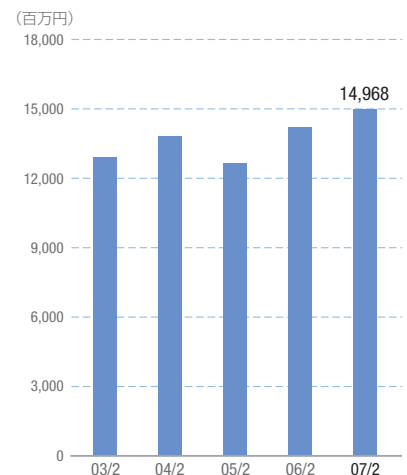
営業総収入



経常利益



当期純利益



⑤純資産の部

当連結会計年度末の純資産は、1,711億5千4百万円となりました。純資産より少数株主持分を除いた自己資本は1,637億2百万円となり、前連結会計年度末の資本の部合計1,682億3千2百万円と比較し、45億3千万円減少しました。これは利益剰余金が増加したものの、自己株式を取得したことによるものであります。この結果、自己資本比率は51.9%となりました。また、1株当たり純資産額は1,771円34銭となりました。

(3)キャッシュ・フローの分析

当連結会計年度のキャッシュ・フローの概況は次のとおりであります。

①営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動の結果得られた現金及び現金同等物(以下「資金」という)は、350億9千2百万円となり、前連結会計年度に比べ76億8千5百万円減少いたしました。これは主にたな卸資産の増加額が14億9千8百万円増加したこと、支払手形及び買掛金の増加額が27億7千8百万円減少したこと、預り金の増加額が24億6千1百万円減少したこと等によるものであります。

②投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動の結果使用した資金は329億3千8百万円となり、前連結会計年度に比べ6億8千9百万円増加いたしました。これは主に有価証券等の取得による支出が193億1千5百万円及び売却による収入が208億6千2百万円それぞれ増加したこと等によるものであります。

③財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果使用した資金は191億5千4百万円となり、前連結会計年度に比べ149億1千7百万円増加いたしました。これは主に自己株式の取得による支出が164億4千1百万円、自己株式の処分による収入が19億9千1百万円、それぞれ増加したこと等によるものであります。

以上の結果、当連結会計年度末の資金は166億3千8百万円減少し、695億5千万円となりました。

(4)配当政策

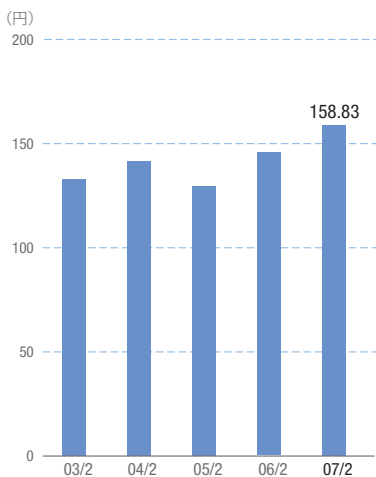
当社は、株主に対する利益還元を経営の重要政策として位置付けており、配当に関しましては、安定的かつ継続的に業績の成長に見合った成果の配分を行っていくことを基本方針としております。なお、当社は会社法第459条1項の規定に基づき、取締役会の決議によって2月末日及び8月31日を基準日として剰余金の配当を行うことができる旨定款に定めております。

この基本方針に基づき、当連結会計年度の配当金につきましては、中間配当金を含め前期より1株当たり3円増配の46円とさせていただきます。この結果、当期の配当性向は31.4%、純資産配当率は2.6%となりました。

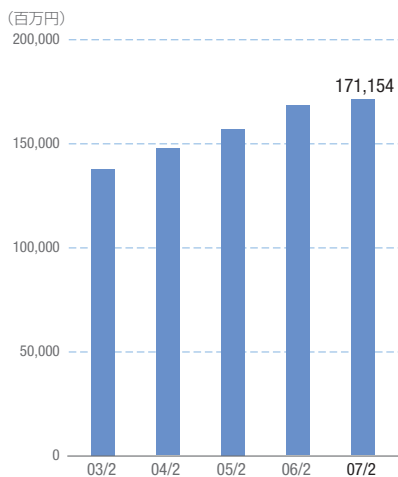
また、今後もこの基本方針を維持しながら、連結業績も考慮して配当を決定することとし、配当性向を連結ベースに改め、当面35%を目標として取り組んでまいります。来期の配当につきましては、通期で1株当たり56円へ増配させていただく予定です。なお、自己株式取得は、機動的な資本政策遂行のため、必要に応じて適宜実施する予定です。

内部留保資金につきましては、財務体質の強化と、新規出店、既存店舗のリニューアルや新規分野への戦略投資に充当し、経営の強化を図り、業績の一層の向上に努めてまいります。

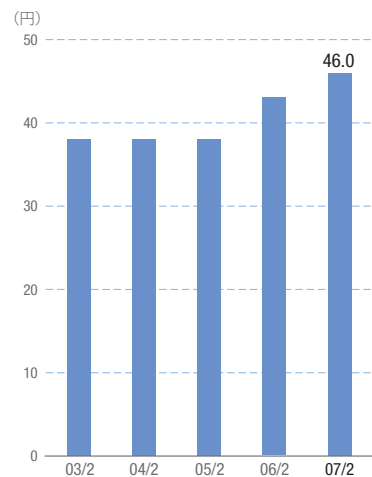
1株当たり当期純利益



純資産



1株当たり配当金



事業等のリスク

当社グループの事業等において、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性のある事項には、主として以下のようなものがあります。

なお、本項においては、将来に関する事項が含まれておりますが、当該事項は当連結会計年度末現在において判断したものであります。

(1) 法規制等の影響

当社グループは、事業展開している国内・海外各国において、食品の安全性、公正な取引、環境保護等に関する法規制の適用、及び行政による許認可を受けて、事業を行っております。

当社グループは、これらの法規制等の遵守に努めておりますが、将来において、予期せぬ法規制の変更、または当局との見解の相違などにより、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。また、これらの法規制等を遵守するために、新たな費用が発生することにより、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。

特に、海外において、予期せぬ法規制等の変更や、政治・経済情勢の要因等により、事業計画の前提等に大きな相違が生じた場合には、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。

(2) 需要動向等

当社グループは、主としてコンビニエンスストア事業を展開しており、その需要は、事業展開している国内・海外各国における気候状況や景気動向・消費動向等の経済情勢等に大きな影響を受けます。

また、事業展開している国内・海外各国で予期せぬ火災、地震、テロ、戦争、疫病等の人災、天災が発生した場合、店舗への商品供給の遅延や停止、あるいは店舗の損壊等によりその営業継続に影響をきたす可能性があります。

これらの要因により、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。

(3) 食品の安全性

当社グループは、コンビニエンスストア事業において、消費者向けに食品の販売を行っております。しかしながら万一、食中毒の要因となる等の瑕疵ある商品を販売した場合、消費者からの信用失墜による売上高の減少や損害賠償責任等による費用が発生することにより、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループといたしましては、厳格な品質基準を設定し、取引先とともに製造から販売まで一貫した管理体制を構築することにより、衛生管理の徹底を図っております。

(4) 個人情報の取扱い

当社グループは、事業の過程で、お客様等の個人情報を収集、保有しております。しかしながら万一、個人情報の漏えい等が発生した場合、社会的信用を失うとともに、企業イメージを損ない、売上高の減少や損害賠償責任等による費用が発生することにより、当社グループの事業の遂行や業績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。

当社グループといたしましては、個人情報への不正なアクセス、並びに個人情報の漏えい等を防止するため、一般に信頼性が高いと認められている組織的、人的、物理的、技術的安全管理措置を講じ、個人情報を取扱う従業員に対し、必要かつ適切な監督を行っております。平成18年11月には、コンビニエンスストアチェーン本部としては初めて「プライバシーマーク」の認定を受けました。

連結貸借対照表

	(単位:百万円)			(単位:百万円)	
	前連結会計年度 2006年2月期	当連結会計年度 2007年2月期		前連結会計年度 2006年2月期	当連結会計年度 2007年2月期
(資産の部)					
流動資産					
現金及び預金.....	86,194	69,555	支払手形及び買掛金.....	60,366	61,347
加盟店貸金.....	8,359	8,948	加盟店預り金.....	2,834	2,839
有価証券.....	9,853	5,980	短期借入金.....	518	617
たな卸資産.....	6,905	8,446	未払金.....	15,408	15,446
前払費用.....	5,175	5,675	未払費用.....	3,595	3,342
繰延税金資産.....	3,547	2,341	未払法人税等.....	5,869	4,627
未収入金.....	16,433	16,889	預り金.....	31,260	35,601
その他.....	12,202	14,365	リース資産減損勘定.....	156	187
貸倒引当金.....	△1,094	△1,274	その他.....	1,545	2,353
流動資産合計.....	147,578	130,928	流動負債合計.....	121,557	126,362
固定資産					
有形固定資産					
建物及び構築物.....	26,270	27,759	退職給付引当金.....	4,846	5,117
機械装置及び運搬具.....	1,736	1,667	役員退職慰労引当金.....	523	494
器具及び備品.....	12,918	12,160	預り敷金保証金.....	10,448	10,554
土地.....	13,003	12,586	長期リース資産減損勘定.....	658	746
建設仮勘定.....	181	1,084	その他.....	329	824
有形固定資産合計.....	54,110	55,258	固定負債合計.....	16,806	17,738
無形固定資産					
ソフトウェア.....	5,587	4,673	負債合計.....	138,363	144,101
連結調整勘定.....	166	109	(少数株主持分)		
その他.....	1,138	938	少数株主持分.....	7,525	—
無形固定資産合計.....	6,892	5,720	(資本の部)		
投資その他の資産					
投資有価証券.....	11,627	16,886	資本金.....	16,658	—
長期貸付金.....	6,505	10,339	資本剰余金.....	17,057	—
繰延税金資産.....	2,749	3,292	利益剰余金.....	135,575	—
敷金保証金.....	80,644	86,148	その他有価証券評価差額金.....	878	—
その他.....	4,674	7,324	為替換算調整勘定.....	△168	—
貸倒引当金.....	△663	△643	自己株式.....	△1,769	—
投資その他の資産合計.....	105,538	123,347	資本合計.....	168,232	—
固定資産合計.....	166,542	184,326	負債・少数株主持分及び資本合計.....		
資産合計.....					
資産合計.....	314,120	315,255	314,120	—	—
(負債の部)					
流動負債					
固定負債					
負債合計.....					
(純資産の部)					
株主資本					
株主資本合計.....					
評価・換算差額等					
少数株主持分.....					
純資産合計.....					
負債・純資産合計.....					

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2006年2月期	当連結会計年度 2007年2月期
営業総収入	276,442	297,849
加盟店からの収入	138,635	142,293
その他の営業収入	19,255	21,049
売上高	118,551	134,506
売上原価	96,633	108,839
売上総利益	(21,917)	(25,667)
営業総利益	179,809	189,010
販売費及び一般管理費	147,147	159,401
営業利益	32,661	29,608
営業外収益	1,538	2,719
受取利息	808	1,187
受取配当金	26	51
有価証券売却益	164	140
為替差益	—	682
持分法による投資利益	29	204
その他	509	453
営業外費用	151	152
支払利息	41	71
レジ現金過不足	20	26
解決金	41	16
その他	48	38
経常利益	34,048	32,175
特別利益	110	251
貸倒引当金戻入益	62	41
固定資産売却益	47	136
投資有価証券売却益	—	40
持分変動利益	0	—
その他	—	33
特別損失	9,787	5,676
固定資産売却損	478	205
固定資産除却損	1,492	2,372
減損損失	1,413	1,436
投資有価証券評価損	95	0
関係会社株式売却損	71	—
リース解約金	274	255
店舗賃借解約損	529	771
システム入替損失	5,126	—
その他	305	634
税金等調整前当期純利益	24,370	26,750
法人税、住民税及び事業税	11,023	9,843
法人税等調整額	△ 1,876	1,164
少数株主利益	1,028	774
当期純利益	14,195	14,968

連結剰余金計算書

(単位:百万円)

前連結会計年度
2006年2月期

(資本剰余金の部)	
資本剰余金期首残高	17,056
資本剰余金増加高	0
自己株式処分差益	0
資本剰余金期末残高	17,057
(利益剰余金の部)	
利益剰余金期首残高	125,366
利益剰余金増加高	14,195
当期純利益	14,195
利益剰余金減少高	3,985
配当金	3,922
役員賞与	63
(うち監査役賞与)	(11)
利益剰余金期末残高	135,575

連結株主資本等変動計算書

(単位:百万円)

当連結会計年度(2007年2月期)	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
2006年2月28日残高	16,658	17,057	135,575	△ 1,769	167,522
連結会計年度中の変動額					
剰余金の配当			△ 4,207		△ 4,207
利益処分による役員賞与金			△ 63		△ 63
当期純利益			14,968		14,968
自己株式の取得				△ 16,449	△ 16,449
自己株式の処分		811		1,180	1,992
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)					
連結会計年度中の変動額合計	—	811	10,697	△ 15,268	△ 3,759
2007年2月28日残高	16,658	17,869	146,272	△ 17,037	163,763

(単位:百万円)

当連結会計年度(2007年2月期)	評価・換算差額等			少数株主持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
2006年2月28日残高	878	△ 168	709	7,525	175,757
連結会計年度中の変動額					
剰余金の配当					△ 4,207
利益処分による役員賞与金					△ 63
当期純利益					14,968
自己株式の取得					△ 16,449
自己株式の処分					1,992
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)					
連結会計年度中の変動額合計	△ 738	△ 31	△ 770	△ 72	△ 843
2007年2月28日残高	139	△ 200	△ 60	7,452	171,154

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 2006年2月期	当連結会計年度 2007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	24,370	26,750
減価償却費	11,311	11,564
連結調整勘定償却額	57	56
貸倒引当金の増加額(減少額△)	△253	158
退職給付引当金の増加額	338	278
役員退職慰労引当金の増加額(減少額△)	125	△28
受取利息及び受取配当金	△835	△1,238
支払利息	41	71
持分法による投資利益	△29	△204
有価証券関連損益	2	△200
固定資産除売却損益	1,922	2,441
減損損失	1,413	1,436
システム入替損失	5,126	—
店舗賃借解約損	529	771
役員賞与支払額	△63	△63
加盟店貸金・加盟店預り金の純増減額	563	△581
たな卸資産の減少額(増加額△)	223	△1,275
支払手形及び買掛金の増加額	3,225	447
預り金の増加額	6,730	4,269
その他	△593	251
小計	54,208	44,906
利息及び配当金の受取額	837	1,341
利息の支払額	△47	△70
法人税等の支払額	△12,221	△11,084
営業活動によるキャッシュ・フロー	42,777	35,092
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	△7	△1,076
定期預金の払戻しによる収入	15	—
有価証券等の取得による支出	△121,271	△140,586
有価証券等の売却による収入	116,619	137,482
有価証券等の償還による収入	—	1,000
有形無形固定資産の取得による支出	△14,295	△17,804
有形無形固定資産の売却による収入	1,996	4,653
短期貸付金の純増減額	△3,929	143
長期貸付けによる支出	△66	△3,984
長期貸付金の回収による収入	16	2
敷金保証金の差入れによる支出	△14,507	△15,723
敷金保証金の回収による収入	2,992	3,032
預り敷金保証金の受入れによる収入	790	1,427
預り敷金保証金の返還による支出	△625	△1,204
営業譲受けによる支出	△64	△299
その他	87	△0
投資活動によるキャッシュ・フロー	△32,249	△32,938
財務活動によるキャッシュ・フロー		
少数株主の払込による収入	544	98
自己株式の取得による支出	△21	△16,462
自己株式の処分による収入	0	1,992
配当金の支払額	△3,925	△4,208
少数株主への配当金の支払額	△812	△957
その他	△24	383
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,237	△19,154
現金及び現金同等物に係る換算差額	364	361
現金及び現金同等物の増減額	6,655	△16,638
現金及び現金同等物の期首残高	79,533	86,189
現金及び現金同等物の期末残高	86,189	69,550

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 7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)ファミリーマート・チャイナ・ホールディング、FAMIMA CORPORATION、(株)ファミマ・ドット・コム、(株)江洋商事

(2) 主要な非連結子会社の名称等

FamilyMart HongKong Limited.、FamilyMart Convenience Store(BVI) Co., Ltd.、全網行銷股份有限公司、日翊文化行銷股份有限公司

(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) 持分法適用の非連結子会社の数 3社

持分法適用の非連結子会社名

FamilyMart Convenience Store(BVI) Co., Ltd.、全網行銷股份有限公司、日翊文化行銷股份有限公司

(2) 持分法適用の関連会社の数 12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.、China CVS(Cayman Islands) Holding Corp.、上海福満家便利有限公司、(株)北海道ファミリーマート、広州市福満家便利店有限公司、便利達康股份有限公司、(株)ファミリーシェフ、ファミマクレジット(株)、屏榮食品股份有限公司、SIAM DCM CO., LTD.

当連結会計年度において新設した広州市福満家便利店有限公司を持分法適用の関連会社としております。

(3) 持分法を適用していない非連結子会社(FamilyMart HongKong Limited.)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。

(4) 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.、SFM Holding Co., Ltd.、(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディング及びFAMIMA CORPORATION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(評価差額は全部純資産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、時価で評価し、評価差額は損益として処理しております。

時価のないもの

…主として移動平均法による原価法

○デリバティブ

…時価法

○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、平成10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(15年)による定額法により按分した額をそれぞれ発生翌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未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、換算差額は純資産の部における為替換算調整勘定及び少数株主持分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。

なお、在外連結子会社については、所在地国の会計基準にしたがい、通常の売買取引に係る方法に準じた会計処理を採用しております。

(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、税抜方式によっております。

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. 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。

(貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準)

当連結会計年度より、「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準」(企業会計基準第5号 平成17年12月9日)及び「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準等の適用指針」(企業会計基準適用指針第8号 平成17年12月9日)を適用しております。

従来の資本の部の合計に相当する金額は163,702百万円であります。

なお、連結財務諸表規則の改正により、当連結会計年度における連結貸借対照表の純資産の部については、改正後の連結財務諸表規則により作成しております。

注記事項

(連結貸借対照表関係)

1. 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)	
	2006年2月期	2007年2月期
投資有価証券(株式)	4,893	6,177

2. 偶発債務

下期関係会社の金融機関からの借入に対して保証を行っております。

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
(株)北海道ファミリーマート	-	88
ファミマクレジット(株)	3,795	4,474
SIAM DCM CO.,LTD.	61	107
計	3,856	4,670

なお、再保証のある債務保証については、当社の負担額を記載しております。

3. 当社の発行済株式総数は次のとおりであります。

	(単位:株)	
	2006年2月期	2007年2月期
普通株式	97,683,133	97,683,133

4. 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:株)	
	2006年2月期	2007年2月期
普通株式	840,136	5,284,600

(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)	
	2006年2月期	2007年2月期
建物及び構築物	36	91
器具及び備品	10	16
土地	-	24
その他	0	3
計	47	136

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)			
	2006年2月期		2007年2月期	
	売却損	除却損	売却損	除却損
建物及び構築物	167	1,014	121	1,445
器具及び備品	308	294	80	480
ソフトウェア	-	23	-	25
その他	2	159	3	421
計	478	1,492	205	2,372

(連結株主資本等変動計算書関係)

1. 発行済株式の種類及び総数並びに自己株式の種類及び株式数に関する事項

	(単位:千株)			
	前連結会計年度末株式数	当連結会計年度増加株式数	当連結会計年度減少株式数	当連結会計年度末株式数
発行済株式				
普通株式	97,683	-	-	97,683
合計	97,683	-	-	97,683
自己株式				
普通株式(注)1,2	840	5,004	560	5,284
合計	840	5,004	560	5,284

(注)1. 普通株式の自己株式の株式数の増加5,004千株は、市場買付による増加5,000千株及び単元未満株式の買取りによる増加4千株であります。

2. 普通株式の自己株式の株式数の減少560千株は、主に(株)良品計画への譲渡による減少であります。

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。

4. 減損損失

(2006年2月期)

当社グループは、キャッシュ・フローを生み出す最小単位として、店舗を基本単位として資産のグルーピングを行っております。また、遊休資産及びその他については、当該資産単独で資産のグルーピングをしております。

主に収益性が著しく低下した店舗について、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失(土地269百万円、建物529百万円、リース資産412百万円、その他202百万円)として特別損失に計上いたしました。

(単位:百万円)			
用途	場所	種類	減損損失
店舗	福島県郡山市他	土地、建物、リース資産等	1,413

なお、回収可能価額は、主として使用価値により測定しており、将来キャッシュ・フローを8.34%で割り引いて算定しております。

このほか、持分法適用関連会社でも同様の方法により減損損失を計上しており、当社持分相当額を持分法による投資損益として取り込んでおります(140百万円)。

(2007年2月期)

当社グループは、キャッシュ・フローを生み出す最小単位として、店舗を基本単位として資産のグルーピングを行っております。また、遊休資産及びその他については、当該資産単独で資産のグルーピングをしております。

主に収益性が著しく低下した店舗について、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失(土地406百万円、建物479百万円、リース資産378百万円、その他172百万円)として特別損失に計上いたしました。

(単位:百万円)			
用途	場所	種類	減損損失
店舗	東京都北区	土地、建物、リース資産等	1,436

回収可能価額は、売却予定資産については正味売却価額により測定し、それ以外の資産については使用価値により測定しております。なお、使用価値については、将来キャッシュ・フローを9.71%で割り引いて算定し、正味売却価額については、路線価による相続税評価額に基づき算定しております。

このほか、持分法適用関連会社でも同様の方法により減損損失を計上しており、当社持分相当額を持分法による投資損益として取り込んでおります(206百万円)。

5. システム入替損失は、当社の第3世代店舗システム(POSレジ、マルチメディア端末他)導入に伴う旧POSシステム入替によるものであり、内訳は次のとおりであります。

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
固定資産処分損	3,312	-
器具及び備品	2,585	-
ソフトウェア	414	-
その他	31	-
リース解約金	1,813	-
計	5,126	-

2. 配当に関する事項

(1) 配当金支払額

決議	株式の種類	配当金の総額(百万円)	1株当たり配当額(円)	基準日	効力発生日
平成18年5月25日定時株主総会	普通株式	2,082	21.50	平成18年2月28日	平成18年5月25日
平成18年10月11日取締役会	普通株式	2,125	23.00	平成18年8月31日	平成18年11月10日

(2) 基準日が当連結会計年度に属する配当のうち、配当の効力発生日が翌連結会計年度となるもの

次のとおり、決議を予定しております。

決議	株式の種類	配当金の総額(百万円)	配当の原資	1株当たり配当額(円)	基準日	効力発生日
平成19年4月19日取締役会	普通株式	2,125	利益剰余金	23.00	平成19年2月28日	平成19年5月9日

(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)	
	2006年2月期	2007年2月期
現金及び預金勘定	86,194	69,555
預入期間が3ヶ月を超える定期預金	△5	△5
現金及び現金同等物	86,189	69,550

(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

(借主側)

(1) リース物件の取得価額相当額、減価償却累計額相当額、減損損失累計額相当額及び期末残高相当額

	(単位:百万円)			
	2006年2月期			
	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	減損損失累計額相当額	期末残高相当額
器具及び備品	64,989	36,548	940	27,501
ソフトウェア	806	608	-	198
合計	65,796	37,156	940	27,699

(単位:百万円)

	2007年2月期			
	取得価額相当額	減価償却累計額相当額	減損損失累計額相当額	期末残高相当額
器具及び備品	70,616	25,304	1,222	44,089
ソフトウェア	3,314	180	-	3,133
合計	73,930	25,484	1,222	47,223

(2) 未経過リース料期末残高相当額等

未経過リース料期末残高相当額

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
1年以内	7,875	9,993
1年超	23,727	41,365
計	31,602	51,359

リース資産減損勘定の残高

	815	934
--	-----	-----

(3) 支払リース料、リース資産減損勘定の取崩額、減価償却費相当額、支払利息相当額及び減損損失

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
支払リース料	10,823	9,757
リース資産減損勘定の取崩額	199	258
減価償却費相当額	9,903	8,899
支払利息相当額	799	908
減損損失	412	378

(4) 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。

(貸主側)

未経過リース料期末残高相当額

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
1年以内	241	238
1年超	2,228	1,963
計	2,469	2,201

(注)上記はすべて転貸リース取引に係るものであります。

2. オペレーティング・リース取引

未経過リース料

(借主側)

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
1年以内	458	1,035
1年超	3,061	5,619
計	3,519	6,654

(貸主側)

	(単位:百万円)	
	2006年2月期	2007年2月期
1年以内	307	303
1年超	2,794	2,456
計	3,101	2,759

(注)上記はすべて転貸リース取引に係るものであります。

(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)			
2006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	3,000	2,968	△31
(2)社債	2,000	1,903	△96
(3)その他	—	—	—
小計	5,000	4,871	△128
合計	5,000	4,871	△128

(単位:百万円)			
2007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	991	1,000	9
(2)社債	—	—	—
(3)その他	—	—	—
小計	991	1,000	9
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	3,000	2,977	△22
(2)社債	1,000	986	△13
(3)その他	—	—	—
小計	4,000	3,963	△36
合計	4,991	4,964	△27

2. その他有価証券で時価のあるもの

(単位:百万円)			
2006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	698	2,142	1,443
(2)債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3)その他	—	—	—
小計	698	2,142	1,443
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	80	54	△25
(2)債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3)その他	8,853	8,853	—
小計	8,934	8,908	△25
合計	9,633	11,050	1,417

(注)持分法適用関連会社の所有有価証券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(37百万円)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)

2007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	664	1,664	1,000
(2)債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3)その他	4,959	4,980	20
小計	5,624	6,644	1,020
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	5,414	4,604	△809
(2)債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3)その他	—	—	—
小計	5,414	4,604	△809
合計	11,038	11,249	210

(注)持分法適用関連会社の所有有価証券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(13百万円)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

(2006年2月期及び2007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)		
	2006年2月期	2007年2月期
その他有価証券		
非上場株式	537	448

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)				
2006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	—	3,000	—	—
② 社債	1,000	1,000	—	—
③ その他	—	—	—	—
(2)その他	—	—	—	—
合計	1,000	4,000	—	—

(単位:百万円)				
2007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	—	3,991	—	—
② 社債	1,000	—	—	—
③ その他	—	—	—	—
(2)その他	—	—	—	—
合計	1,000	3,991	—	—

(デリバティブ取引関係)

(2006年2月期及び2007年2月期)

1. 取引の状況に関する事項

(1) 取引の内容及び利用目的

当社は、外貨建取引について、為替変動リスクを軽減する目的から、為替予約取引を行っております。

(2) 取引に対する取組方針

為替予約取引は、外貨建取引金額の範囲以内で行うこととし、投機目的のためのデリバティブ取引は行わない方針であります。

(3) 取引に係るリスクの内容

為替予約取引は、為替相場の変動による市場リスクを有しておりますが、契約不履行による信用リスクについては、契約先がいずれも信用度の高い金融機関であるため、ほとんどないと認識しております。

(4) 取引に係るリスク管理体制

為替予約取引は、社内規程に基づき経理財務部が実行、管理しております。

2. 取引の時価等に関する事項

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、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、一部の在外連結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)	
	2006年2月期	2007年2月期
(1)退職給付債務	△13,977	△14,871
(2)年金資産	6,894	7,842
(3)未積立退職給付債務(1)+(2)	△7,083	△7,028
(4)会計基準変更時差異の未処理額	22	10
(5)未認識数理計算上の差異	2,214	1,900
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5)	△4,846	△5,117

(注)1. 一部の連結子会社は、退職給付債務の算定に当たり、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、在外連結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)	
	2006年2月期	2007年2月期
退職給付費用		
(1)勤務費用 ^{(注)1,2}	996	1,087
(2)利息費用	264	244
(3)期待運用収益	△5	△36
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	3	3
(5)数理計算上の差異の費用処理額	254	188
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,513	1,488

(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

(2006年2月期)

(1)割引率	主として1.7%
(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15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。

(2007年2月期)

(1)割引率	主として1.7%
(2)期待運用収益率	主として0.9%
(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15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。

5. ストック・オプション等

(2007年2月期)

該当事項はありません。

(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)	
	2006年2月期	2007年2月期
繰延税金資産(流動)		
貸倒引当金繰入限度超過額	239	412
賞与引当金否認	427	440
一括償却資産損金算入限度超過額	40	46
店舗閉鎖損失計上否認	271	432
未払事業税	447	361
減損損失否認	166	268
システム入替損失否認	1,826	463
その他	193	237
繰延税金資産小計	3,613	2,661
評価性引当額	△35	△290
繰延税金資産合計	3,577	2,371
繰延税金負債(流動)		
特別償却準備金	30	29
繰延税金負債合計	30	29
繰延税金資産(流動)の純額	3,547	2,341
繰延税金資産(固定)		
貸倒引当金繰入限度超過額	79	54
退職給付引当金繰入限度超過額	1,946	2,056
役員退職慰労引当金否認	212	201
一括償却資産損金算入限度超過額	22	24
投資有価証券評価損否認	77	73
ゴルフ会員権評価損否認	33	33
繰越欠損金	1,749	2,055
減損損失否認	1,422	1,404
その他	38	86
繰延税金資産小計	5,582	5,990
評価性引当額	△1,764	△2,060
繰延税金資産合計	3,817	3,929
繰延税金負債(固定)		
特別償却準備金	31	1
在外連結子会社留保利益	464	563
その他有価証券評価差額金	572	72
繰延税金負債合計	1,067	637
繰延税金資産(固定)の純額	2,749	3,292

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

(2006年2月期)

	(単位:%)
法定実効税率	40.69
(調整)	
住民税均等割	0.80
税額控除	△2.76
繰越欠損金	0.62
税率差異	△1.50
その他	△0.32
税効果会計適用後の法人税等の負担率	37.53

(2007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。

(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)						
2006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	226,089	49,884	469	276,442	—	276,442
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高	70	5,364	1,860	7,295	(7,295)	—
計	226,159	55,249	2,329	283,738	(7,295)	276,442
営業費用	189,972	54,482	2,133	246,588	(2,807)	243,781
営業利益	36,187	766	196	37,149	(4,488)	32,661
II 資産、減価償却費、減損損失及び資本的支出						
資産	220,207	4,754	7,191	232,153	81,967	314,120
減価償却費	11,214	2	94	11,311	—	11,311
減損損失	1,413	—	—	1,413	—	1,413
資本的支出	29,453	1	35	29,490	—	29,490

(単位:百万円)						
2007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	241,325	55,714	809	297,849	—	297,849
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高	178	7,061	1,138	8,378	(8,378)	—
計	241,503	62,776	1,947	306,227	(8,378)	297,849
営業費用	207,804	62,294	1,816	271,914	(3,674)	268,240
営業損益	33,699	482	131	34,312	(4,703)	29,608
II 資産、減価償却費、減損損失及び資本的支出						
資産	230,580	6,506	11,214	248,300	66,955	315,255
減価償却費	11,485	7	71	11,564	—	11,564
減損損失	1,433	—	2	1,463	—	1,436
資本的支出	32,933	25	51	33,010	—	33,010

(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 ... (2006年2月期)リース・レンタル及び不動産事業、ビジネスサービス小売業、クレジットカード事業、食品製造事業等
 (2007年2月期)会計事務請負等店舗関連サービス事業、クレジットカード事業、食品製造事業等

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

(単位:百万円)			
	2006年2月期	2007年2月期	主な内容
消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額	4,489	4,703	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

(単位:百万円)			
	2006年2月期	2007年2月期	主な内容
消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額	85,861	71,786	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

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)

2006年2月期	日本	アジア	その他の地域	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.....	233,826	42,555	61	276,442	-	276,442
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高.....	530	22	-	552	(552)	-
計.....	234,356	42,577	61	276,995	(552)	276,442
営業費用.....	199,158	40,317	362	239,838	3,942	243,781
営業損益.....	35,197	2,259	△300	37,156	(4,495)	32,661
II 資産.....	185,694	41,806	1,414	228,915	85,205	314,120

(単位:百万円)

2007年2月期	日本	アジア	その他の地域	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.....	249,957	47,232	658	297,849	-	297,849
(2)セグメント間の内部営業総収入又は振替高.....	540	47	-	587	(587)	-
計.....	250,498	47,280	658	298,436	(587)	297,849
営業費用.....	217,631	45,148	1,344	264,124	4,116	268,240
営業損益.....	32,866	2,131	△686	34,312	(4,703)	29,608
II 資産.....	198,592	43,259	2,088	243,941	71,314	315,255

- (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
 その他の地域.....アメリカ合衆国

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

(単位:百万円)

	2006年2月期	2007年2月期	主な内容
消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額.....	4,489	4,703	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

(単位:百万円)

	2006年2月期	2007年2月期	主な内容
消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額.....	85,861	71,786	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)

	2006年2月期			2007年2月期		
	アジア	その他の地域	計	アジア	その他の地域	計
I 海外営業総収入.....	42,882	61	42,944	47,745	658	48,404
II 連結営業総収入.....	-	-	276,442	-	-	297,849
III 連結営業総収入に占める海外営業総収入の割合.....	15.5%	0.0%	15.5%	16.1%	0.2%	16.3%

- (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、中華人民共和国
 その他の地域.....アメリカ合衆国

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)

(2006年2月期)

(自己株式の処分)

当社は、平成18年3月23日開催の取締役会決議に基づき、(株)良品計画との関係強化を目的として、当社自己株式を同社に譲渡いたしました。

1. 処分株式数 普通株式 560,000株
2. 処分価額 1株当たり3,556円
3. 処分価額の総額 1,991百万円
4. 払込期日 平成18年4月10日
5. 資金の用途 (株)良品計画株式の取得資金に充当たります。

(自己株式の取得)

当社は、平成18年5月19日開催の取締役会において、会社法第165条第3項の規定により読み替えて適用される同法第156条の規定に基づき、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の遂行を可能とするため、自己株式を取得することを決議いたしました。

1. 取得する株式の種類 当社普通株式
2. 取得する株式の総数 5,000,000株(上限)
3. 取得価額の総額 20,000百万円(上限)
4. 取得の期間 平成18年5月22日から平成18年11月30日まで
5. 取得の方法 市場からの取得

(2007年2月期)

(自己株式の処分)

当社は、平成19年5月28日開催の取締役会において、(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモとの業務・資本提携合意に伴い、当社自己株式を同社に譲渡することを決議いたしました。

1. 処分株式数 普通株式 2,930,500株
2. 処分価額 1株当たり3,060円
3. 処分価額の総額 8,967百万円
4. 払込期日 平成19年6月13日
5. 資金の用途 (株)エヌ・ティ・ティ・ドコモとの協業体制強化に向けた店舗の設備投資等に充当たります。



Corporate Data

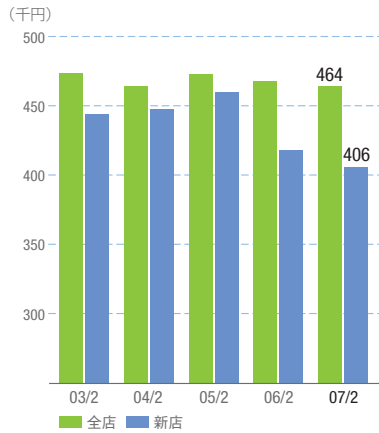
企業情報



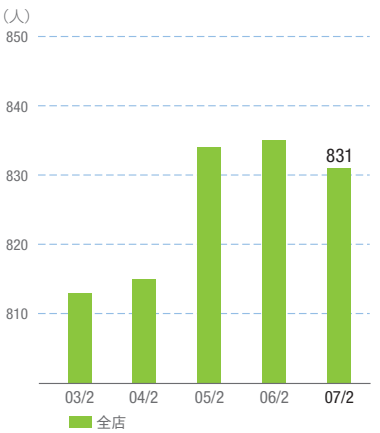
補足データ集	40
店舗運営	46
商品・サービス	48
店舗展開	52
パン・パシフィック構想	54
関係会社の状況	56
沿革	57
会社概要・株式情報	58
ネットワーク	59

売上関連データ (単体)

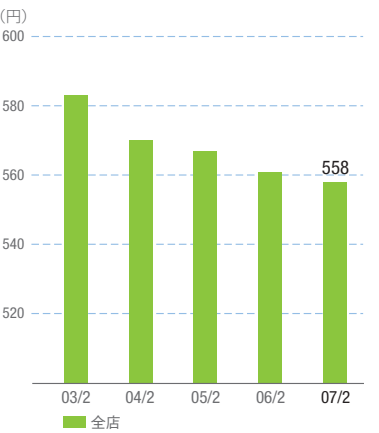
平均日商



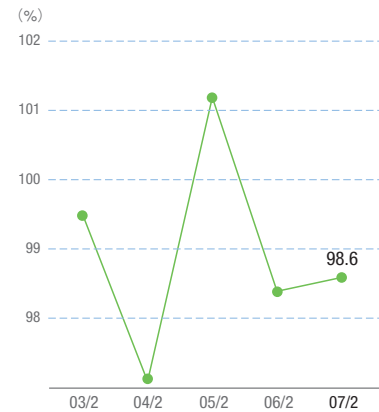
平均客数



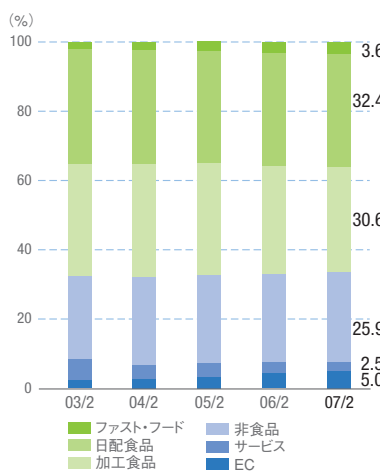
平均客単価



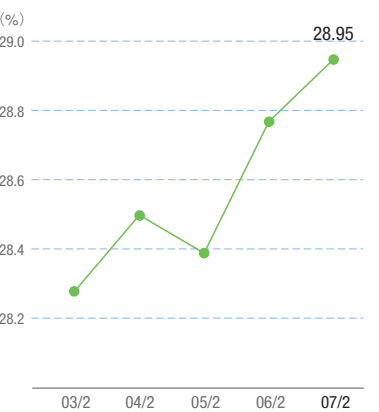
既存店日商伸び率



商品分類別売上高構成比



差益率



営業実績の推移

		05年2月期		06年2月期		07年2月期		08年2月期(計画)	
		前期差		前期差		前期差		前期差	
日商(千円)	全店	473	9	468	△5	464	△4	471	7
	既存店	474	9	471	△3	466	△5	473	7
	新店	460	12	418	△42	406	△12	430	24
客数(人)	全店	834	19	835	1	831	△4	844	13
	既存店	834	19	838	4	834	△4	846	12
客単価(円)	全店	567	△3	561	△6	558	△3	558	—
	既存店	568	△2	562	△6	559	△3	559	—
既存店日商伸び率(%)		101.2	4.1	98.4	△2.8	98.6	0.2	100.2	1.6
平均在高(千円)		5,323	△354	5,374	51	5,460	86	5,450	△10
商品回転率(回)		31.3	3.0	30.5	△0.8	30.3	△0.2	30.9	0.6

商品分類別売上高の推移

(単位：百万円)

	05年2月期			06年2月期			07年2月期		
	前期比(%)	構成比(%)		前期比(%)	構成比(%)		前期比(%)	構成比(%)	
ファスト・フード	26,353	118.5	2.6	34,281	130.1	3.3	38,501	112.3	3.6
日配食品	325,484	103.0	32.6	336,902	103.5	32.7	346,724	102.9	32.4
加工食品	320,079	103.4	32.1	321,273	100.4	31.1	327,043	101.8	30.6
酒(免許品)	60,735	106.2	6.1	61,027	100.5	5.9	60,841	99.7	5.7
食品小計	671,917	103.7	67.3	692,457	103.1	67.1	712,270	102.9	66.6
非食品	254,845	104.8	25.6	261,914	102.8	25.4	276,656	105.6	25.9
煙草(免許品)	140,063	111.0	14.0	149,865	107.0	14.5	166,315	111.0	15.6
サービス	39,322	101.9	3.9	34,139	86.8	3.3	26,934	78.9	2.5
EC	32,405	131.6	3.2	43,225	133.4	4.2	52,961	122.5	5.0
合計	998,491	104.6	100.0	1,031,736	103.3	100.0	1,068,821	103.6	100.0

(注)商品分類の主な内訳は下記のとおりです。

ファスト・フード：店頭で調理・販売するフライドチキン、中華まん、おでん、フライドポテト、コロケ等

日配食品：米飯、調理麺、調理パン、惣菜、乳製品、デザート等

加工食品：飲料、酒、カップ麺、菓子、調味料等

非食品：雑誌、CD、ゲーム、雑貨、煙草等

サービス：ハイウェイカード(2005年9月終売)、コピー、宅急便等

E C：Famiポートおよびインターネットショッピングによる売上

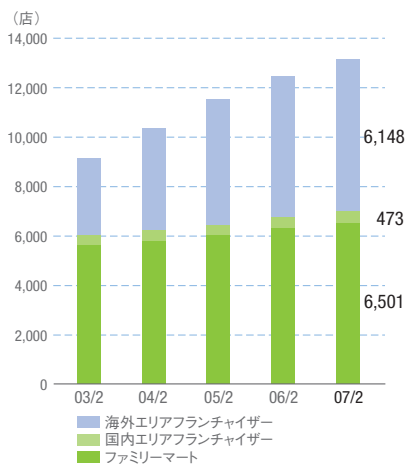
差益率の推移

(単位：%)

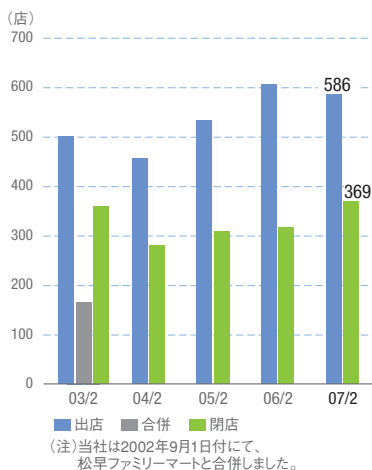
	05年2月期		06年2月期		07年2月期		08年2月期(計画)	
		前期差		前期差		前期差		前期差
ファスト・フード	48.84	5.26	49.75	0.91	50.52	0.77		
日配食品	33.65	0.01	34.08	0.43	34.65	0.57		
加工食品	33.03	0.44	33.74	0.71	34.17	0.43		
酒(免許品)	21.91	1.29	22.78	0.87	22.98	0.20		
食品小計	33.95	0.47	34.70	0.75	35.29	0.59		
非食品	19.72	△0.82	19.53	△0.19	19.05	△0.48		
煙草(免許品)	10.46	△0.08	10.48	0.02	10.56	0.08		
サービス	9.93	△1.00	11.23	1.30	13.59	2.36		
EC	3.81	0.18	3.66	△0.15	3.26	△0.40		
合計	28.39	△0.11	28.77	0.38	28.95	0.18	29.40	0.45

店舗関連データ

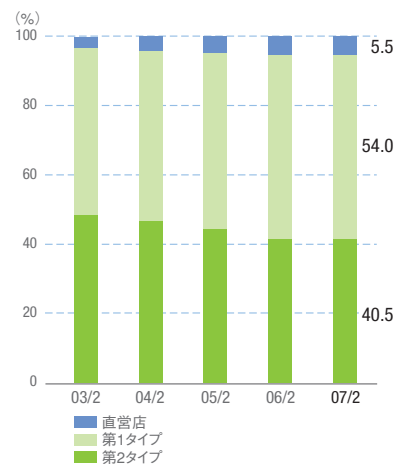
期末店舗数



出店・閉店数(単体)



契約タイプ別内訳(単体)



店舗数の推移

	05年2月末		06年2月末		07年2月末		08年2月末(計画)	
	店舗数	前期差	店舗数	前期差	店舗数	前期差	店舗数	前期差
直営店	286	44	342	56	358	16	350	△8
第1タイプ	3,061	223	3,343	282	3,509	166	/	/
第2タイプ	2,647	△43	2,599	△48	2,634	35	/	/
加盟店	5,708	180	5,942	234	6,143	201	6,351	208
ファミリーマート計	5,994	224	6,284	290	6,501	217	6,701	200
(株)沖縄ファミリーマート	162	1	181	19	194	13	/	/
(株)南九州ファミリーマート	268	—	269	1	266	△3	/	/
(株)北海道ファミリーマート	/	/	/	/	13	13	/	/
国内エリアフランチャイザー計	430	1	450	20	473	23	509	36
国内計	6,424	225	6,734	310	6,974	240	7,210	236
全家便利商店股份有限公司(台湾)	1,701	162	1,869	168	2,023	154	2,102	79
BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(韓国)	2,817	566	3,209	392	3,471	262	3,871	400
Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)	509	172	536	27	538	2	458	△80
上海福満家便利有限公司(中国)	50	50	101	51	102	1	116	14
FAMIMA CORPORATION(米国)	/	/	3	3	12	9	19	7
広州市福満家便利店有限公司(中国)	/	/	/	/	2	2	17	15
海外エリアフランチャイザー計	5,077	950	5,718	641	6,148	430	6,583	435
国内・海外エリアフランチャイザー計	5,507	951	6,168	661	6,621	453	7,092	471
ファミリーマートチェーン計	11,501	1,175	12,452	951	13,122	670	13,793	671

出店・閉店数の推移(単体)

05年2月期			06年2月期			07年2月期			08年2月期(計画)		
出店	閉店	純増	出店	閉店	純増	出店	閉店	純増	出店	閉店	純増
532	308	224	606	316	290	586	369	217	550	350	200

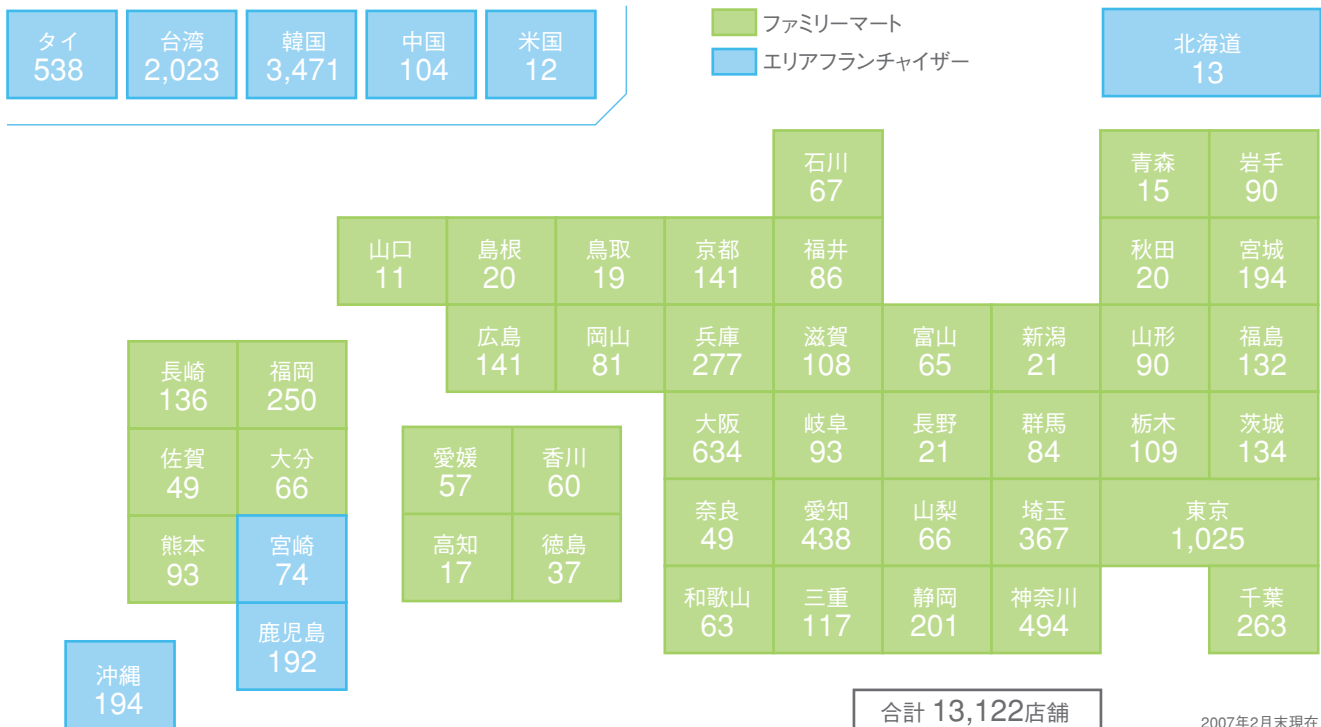
契約タイプの概要

契約タイプ	1FC-A	1FC-B	1FC-C	2FC-N	
契約期間	開店から10年間				
必要資金	307.5万円（うち消費税等7.5万円） 内訳 加盟金 52.5万円（うち消費税等2.5万円） 開店準備手数料 105万円（うち消費税等5万円） 元入金 150万円（両替現金、商品代金の一部となります。）				
	土地・建物	○	○	不要	不要
	内装設備工事	○	○（一部本部負担）	○	不要
	販売用什器 情報機器等	○（一部を除き本部負担）			不要
スタッフ募集 許認可申請	50万円程度 （2FC-Nタイプは、2～3ヶ月の生活費も必要になります。）				
本部フィー	営業総利益の35%	営業総利益の38%	営業総利益の48%	営業総利益の48～65%	
総収入最低保証（24時間営業の場合）	年間2,000万円				
24時間営業奨励金	年間120万円				
店舗賃料	注1		不要	不要	
水道光熱費	○	○	○	○注2	

※1. エリアフランチャイズ各社では契約内容が異なります。
 ※2. ○は加盟者負担です。

(注) 1. 店舗を賃借して用意する場合は、店舗賃料・敷金・保証金等は加盟者の負担です。
 2. 2FC-Nの場合、加盟者の水道光熱費の負担は上限360万円となります。

地域別店舗数



2007年2月末現在

連結対象会社

主な連結子会社の状況

(単位：百万円)

	06年2月期			07年2月期		
	営業総収入	営業利益	当期純利益	営業総収入	営業利益	当期純利益
全家便利商店股份有限公司(台湾)	26,334	3,211	2,355	28,565	2,900	2,252
Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)	16,243	△895	△1,090	18,715	△703	△1,909
FAMIMA CORPORATION(米国)	61	△290	△296	658	△687	△712
(株)ファミマ・ドット・コム	55,249	766	744	62,776	482	451

主な持分法適用関連会社の状況

(単位：百万円)

	06年2月期	07年2月期
	当期純利益	当期純利益
(株)沖縄ファミリーマート	191	240
(株)南九州ファミリーマート	40	241
(株)北海道ファミリーマート	/	△127
BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(韓国)	3,041	3,554
ファミマクレジット(株)	△900	△661

設備投資

設備投資の状況(単体)

(単位：百万円)

	05年2月期		06年2月期		07年2月期		08年2月期(計画)	
		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
敷金	12,001	117.5	14,464	120.5	15,179	104.9	13,250	87.3
新設店投資	3,585	120.5	4,054	113.1	5,252	129.6	5,102	97.1
既存店投資	1,737	100.1	1,310	75.4	1,580	120.6	2,278	144.1
店舗投資計	5,323	113.0	5,364	100.8	6,833	127.4	7,380	108.0
内装設備・器具備品等	176	105.9	33	18.8	67	203.5	—	—
システム投資(注)	3,463	114.8	6,137	177.2	5,285	86.1	—	—
本部投資計	3,639	114.3	6,170	169.5	5,352	86.7	—	—
単体設備投資額 合計	20,964	115.7	25,999	124.0	27,365	105.3	20,630	75.4
単体減価償却費	9,336	98.0	8,190	87.7	8,043	98.2	7,280	90.5
リース	/	/	/	/	20,291	/	12,261	60.4

(注)07年2月期の新店舗システム導入以降の投資についてはすべてリース取引にて計画しています。

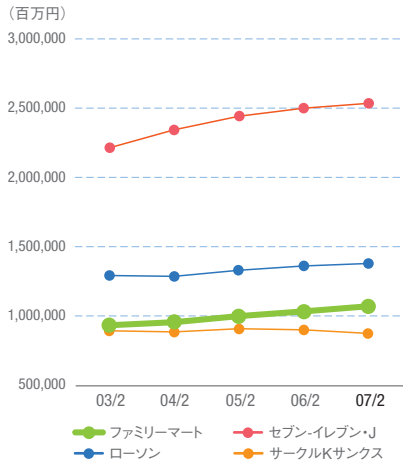
設備投資の状況(連結)

(単位：百万円)

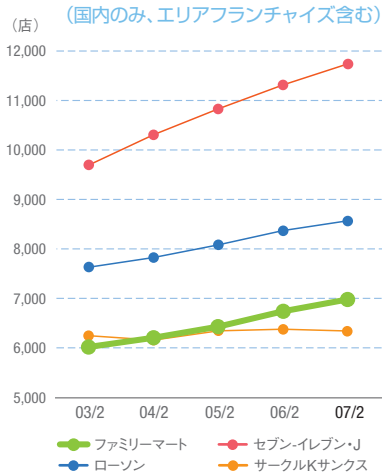
	05年2月期		06年2月期		07年2月期		08年2月期(計画)	
		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
連結設備投資額 合計	26,623	114.2	29,490	110.8	33,010	111.9	26,302	79.7
連結減価償却費	11,960	102.3	11,311	94.6	11,564	102.2	11,276	97.5

コンビニエンスストア業界関連データ

チェーン全店売上高 (単体)



期末店舗数



既存店日商伸び率 (単体)



コンビニエンスストア全体

	2003年3月期	2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期
販売額 (十億円)	7,027	7,133	7,297	7,372	7,421
期末店舗数 (店)	37,324	37,923	38,854	39,820	40,342

チェーン全店売上高 (単体)

	03年2月期	04年2月期	05年2月期	06年2月期	07年2月期
ファミリーマート	931,808	954,445	998,491	1,031,736	1,068,821
セブン-イレブン・J	2,213,298	2,343,177	2,440,853	2,498,754	2,533,534
ローソン	1,291,030	1,285,018	1,329,077	1,360,495	1,377,842
サークルKサンクス	891,889	883,894	907,407	898,741	872,844

期末店舗数 (国内のみ、エリアフランチャイズ含む)

	03年2月期	04年2月期	05年2月期	06年2月期	07年2月期
ファミリーマート	6,013	6,199	6,424	6,734	6,974
セブン-イレブン・J	9,690	10,303	10,826	11,310	11,735
ローソン	7,625	7,821	8,077	8,366	8,564
サークルKサンクス	6,241	6,152	6,339	6,372	6,336

既存店日商伸び率 (単体)

	03年2月期	04年2月期	05年2月期	06年2月期	07年2月期
ファミリーマート	99.5	97.1	101.2	98.4	98.6
セブン-イレブン・J	99.8	99.4	99.3	98.4	98.1
ローソン	98.1	97.5	99.7	97.5	98.2
サークルKサンクス	98.0	95.5	99.1	96.7	96.7

出典：「経済産業省経済産業政策局調査統計部編 商業販売(動態)統計」および各社公表資料

(注) サークルKサンクスに関しては、2004年2月期以前は合併前のためサークルKとサンクスの合算値です。

店舗運営

お客様に「気軽にこころの豊かさ」を感じていただけるような、「ホスピタリティ」あふれるお店を実現するために、ファミリーマートでは、「S&QCの徹底」や「発注精度の向上」に全力で取り組んでいます。こうした取り組みの原動力となるのが、独自のストアスタッフ育成システム「SST（ストアスタッフトータルシステム）」や新店舗システムです。



ファミリーマートの店舗運営の基本

S&QCの徹底

S&QC（サービス、クオリティ、クリンネス）はお客様に支持されるお店づくりの基本条件です。ファミリーマートでは加盟店、ストアスタッフ、社員が一丸となってS&QCを徹底し、ホスピタリティあふれるお店づくりを目指しています。

サービス

明るくスピーディーで
心のこもった接客

クオリティ

魅力ある売場づくりと
品質管理

クリンネス

すみずみまで
行き届いた清掃

S&QC基本 13項目

S	1.	お客様入退店時のあいさつ
	2.	レジ接客時あいさつ ☆ポイントカードはお持ちですか
	3.	スピード接客
	4.	釣り銭・レシート手渡し
	5.	前出し
Q	6.	顔出し（商品の正面を見せる）
	7.	雑誌整理・ Gondola陳列
	8.	販売期限管理
C	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

発注精度の向上

お客様が買いたい商品、売れ筋商品がいつ行っても確実に品揃えされていることは、コンビニエンスストア運営で最も大切な要素です。単品管理を徹底し、発注を分担して行うことにより欠品・チャンスロスゼロを目指しています。

単品管理

商品カテゴリごとではなく、
商品1点1点の仕入れ、販売
状況を把握・管理する手法

発注分担化

店長、マネジャーだけでなく
ストアスタッフも発注を分担
して行う取り組み



ストアスタッフの戦力化を推進する独自の育成システム

ホスピタリティあふれるコンビニエンスストアの実現のためにはストアスタッフの力が不可欠です。ファミリーマートでは、ストアスタッフの生産性向上（戦力化）を図るため、独自の育成システムの活用を推進しています。

SST（ストアスタッフータルシステム）

SSTは「集めて・育み・報いて・楽しませる」の4原則に基づいて構成されており、SSTの活用により、S&QCレベルの向上、発注の分担化、ストアスタッフのモチベーションアップ等が期待できます。

ストアスタッフ資格制度

2003年度から初級・中級・上級の3段階の資格から成る「ストアスタッフ資格制度」を本格導入しました。初級は基本的な接客業務、中級は発注業務を担当でき、初級者の教育も行えます。さらに、上級になると店長と同等のスキルをもち、独立開業時には優遇制度を使用することができます。現在、全国のファミリーマートで働く約15万人のうち、約4万人*が初級を取得しています。

*2007年2月末現在

SSTによる発注分担化

※SAT：商品の発注を行う店内携帯端末

SST	資格	オペレーション マネージメント	発注分担化
募集・面接・採用 トレーニング	初級	発生頻度が高く、 容易な作業ができる (身だしなみは最も重要)	SATの 機器操作ができる
ストアスタッフ資格制度 評価 昇給・昇格	中級	発生頻度が低く、 難易度の高い作業ができる	SATで 補充発注ができる
モチベーション向上	スタッフ トレーナー	他のスタッフを トレーニングできる	SATで 仮説発注ができる
情報共有化 (コミュニケーション)	上級	店長代行として 緊急時対応ができる	SATで 米飯仮説発注ができる

移動研修車「SQC号」

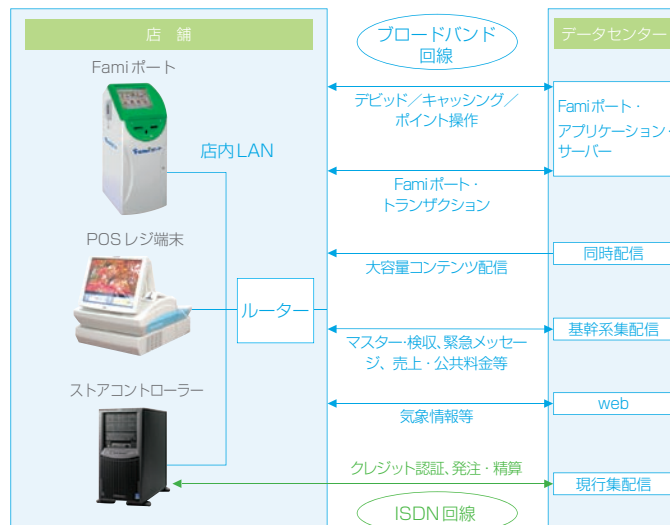
遠隔地等の加盟店には移動研修車「SQC号」を用意しています。一度に8人が研修できるバスで、年間約500店舗を回っています。



店舗運営の効率化を支える新店舗システム

2006年度からの3ヶ年計画で、総額310億円を投じて、「新店舗システム」を完成させます。初年度である2006年度は、光ファイバーによる高速・大容量のブロードバンド・ネットワークをベースとして、POSレジ、ストアコントローラー、MAT（検品端末）、マルチメディア端末「Famiポート」を刷新しました。これにより店舗業務の効率化と発注精度向上の基盤が整い、コスト削減に役立つとともに、新しいサービスの可能性も広がりました。

最大の特長はブロードバンド化したことです。例えば、店舗のオペレーションマニュアルを本部サーバー上に登録することにより、ペーパーレス化が実現、いつでも最新のマニュアルが参照できるようになりました。電子マネー等各種の決済方法にも対応し、「使いやすさ」と「スピード」で、新人ストアスタッフの即戦力化にも貢献します。



商品・サービス

魅力的な商品・サービスはファミリーマートの顔です。「ファミリーマートにしかない商品」「ファミリーマートにしかできないサービス」でお客様の期待にこたえていくことは、競争に勝つための最も効果的な戦略とも言えます。お客様に「気軽にこころの豊かさ」を感じていただけるようなファミリーマートらしい商品・サービスにより、他社との差別化を進めていきます。

商品分類別売上高構成比 (%)

分類	内容
ファスト・フード	店頭で調理・販売するフライドチキン、中華まん、おでん、フライドポテト、コロッケ等
日配食品	米飯、調理麺、調理パン、惣菜、乳製品、デザート等
加工食品	飲料、酒、カップ麺、菓子、調味料等
非食品	雑誌、CD、ゲーム、雑貨、煙草等
サービス	コピー、宅配便等
EC	Fami ポートおよびインターネットショッピングによる売上

※写真はファミリーマートオリジナル商品



商品政策の基本

3つのマーケティング戦略

ファミリーマートでは商品政策の基本として、「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」の3つの視点からのマーケティングを、バランスよくコーディネートし商品開発を行っています。2007年度は、それぞれが重なり合う部分にも注目して取り組みます。

ジェネレーションマーケティング

来店されるすべてのお客様を、客層（性別・年齢）ごとに区分し、それぞれのニーズに対応した商品を開発。働く女性や今後人口のボリュームゾーンとなる団塊の世代に対しても多様な戦略を進めています。

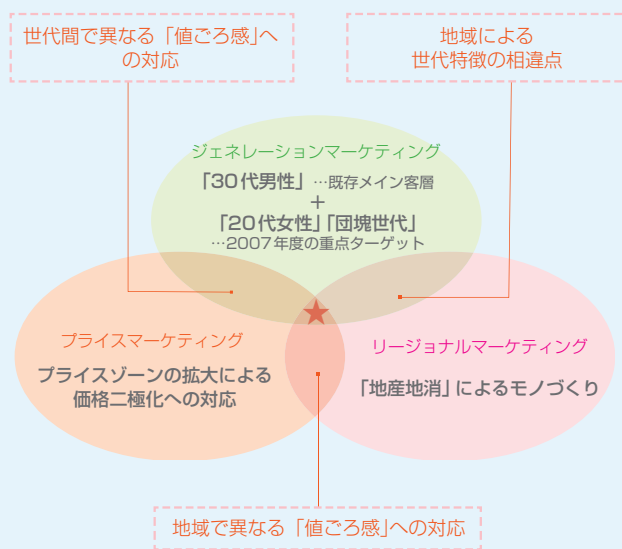
プライスマーケティング

値ごろ感のある価格訴求型商品から高付加価値商品まで、価格以上の価値を追求した商品を開発。商品カテゴリーごとに競合チェーンとの比較や、定期的に販売力・収益力があるかを検証し、競争力を発揮できる商品開発を行っています。

リージョナルマーケティング

地域の特性に合わせ、ニーズに応じた商品展開を行っています。全国を7つの地区に分け、それぞれの地区で好まれる味覚に合わせた地域限定商品を開発。2006年度、中食重点領域（おむすび、寿司、弁当、惣菜、調理麺）における地区商品の売上構成比は40%を超えています。

★ 全国どこでも、誰にでも好まれ、誰もが値ごろ感を感じる「ファミリーマートの顔」となる商品の開発
例) フライドチキン



重点カテゴリー戦略

「売上貢献」と「競合との差別性」の両面から選んだ5つのカテゴリーを「ファミリーマートの代表的なカテゴリー」として、商品開発のみでなく、販売促進策・広告展開・発注・売場づくり等も含めて、総合的に育成・アピールしていく戦略です。

5つの重点カテゴリー



三つ星パスタ

パスタ



できたてファミマキッチン

ファスト・フード



Sweets+

デザート



こだわりパン工房

パン



包み仕立て弁当

米飯

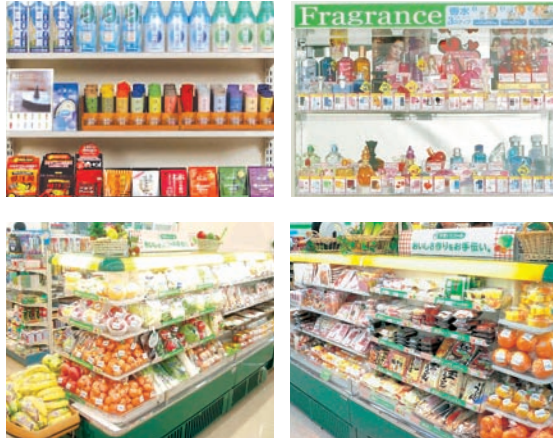
競合と差別化を図る「ファミリーマートの顔」

売上貢献度高い

個店品揃えの推進

お客様の価値観の多様化や食品スーパー等他業種との競争の激化で、コンビニエンスストアの品揃えも店舗ごとの個性が求められています。こうした中、他チェーンでは生鮮コンビニ等の新業態開発が活発ですが、ファミリーマートはそれに追随することなく、新たな発想の Gondola を既存の店舗へ導入することで、既存店の売場活性化を図っています。

売場の一例



ファミマワンダー

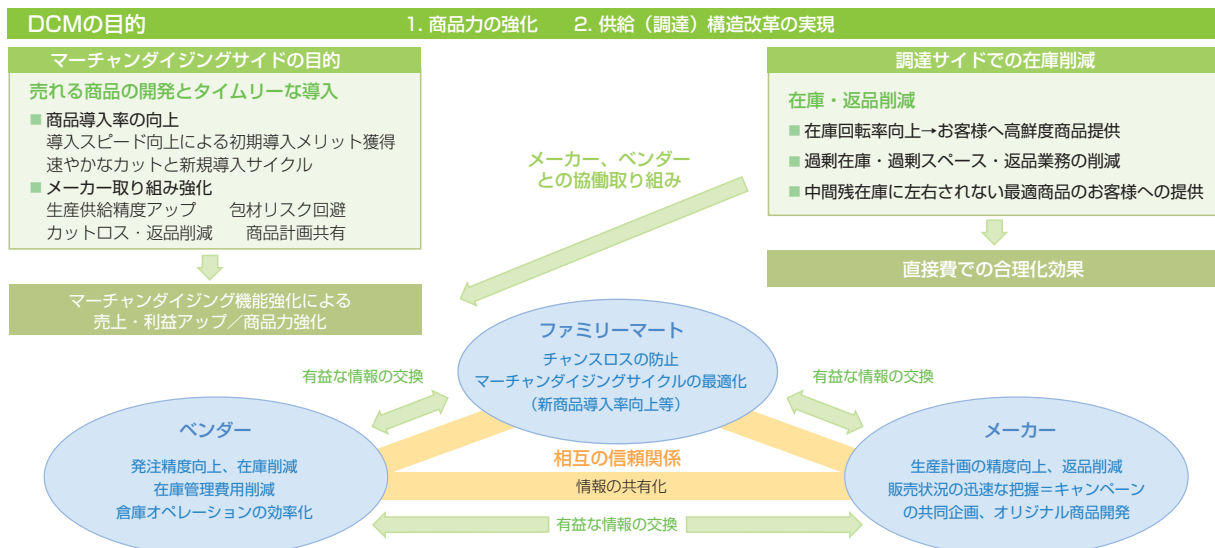
主に日用品売場で全国一律の品揃えを見直し、地域特性への対応や創意工夫により、既存 Gondola 2 台分のスペースを個店独自の品揃えにするプロジェクトです。加盟店、スーパーバイザーがアイデアを出し合い、「驚き」「感動」「癒し」のある売場を展開しています。

ファミマフレッシュ

野菜や果物、精肉、魚等の生鮮品を「ファミマフレッシュ」コーナーとして展開。近所のコンビニエンスストアで生鮮品が買える利便性を提供しています。単に素材で提供するだけでなく、一手間かけておかずをつくるためのキット食材等も販売しています。2007年2月末現在、首都圏の500店舗へ導入が完了、2008年2月末までに、売上アップが期待できる大都市圏の1,000店舗に拡大する計画です。

DCM (デマンド・チェーン・マネジメント)

DCMとは、SCM(サプライ・チェーン・マネジメント)が供給側からのモノの動きで組み立てられているのに対し、メーカーからベンダー(卸)、店舗にいたるまでの商品の流れを顧客側から捉えることで、顧客ニーズを把握し、原材料調達から製造・流通・販売にいたる流れの全体最適化を図ろうというものです。具体的には、インターネットを通じたメーカーやベンダーとの情報共有を核に、商品の流れの合理化・効率化を図るとともに、売れる商品づくりによるお客様への付加価値の最大化を目指しています。



サービス

商品を売る拠点から生活全般のサービスを提供する拠点へ。それは、コンビニエンスストアの将来像を見据えた、ファミリーマートの戦略です。全国47都道府県への出店と、新店舗システムの導入で、地元密着型の多彩なサービスを展開する準備が整いました。

クレジット機能付きポイントカード

ファミマカード

ファミマカードは、ポイントサービスや火曜日・土曜日の会員限定割引、また特定商品の特別価格等、お得がいっぱい。入会金・年会費は無料です。2006年度は新たに約75万人が加入し、2007年2月末現在、累計約159万人のお客様にご入会いただいています（クレジット機能なし会員含む）。2007年4月には、カルチュア・コンビニエンス・クラブ（株）グループと包括提携契約を結び、11月を目途に同グループのT-ポイントとの提携を予定しています。



ATMサービス

E-net

店内設置のATM端末で、都市銀行、地方銀行、信託銀行、信用金庫等、ほとんどすべての金融機関のキャッシュカードで現金のお引き出しができるほか、ファミマカードやクレジットカードによるキャッシングも可能です。土・日・祝日はもちろん、金融機関によっては24時間いつでもご利用いただけます。また、一部銀行口座への入金・カード振り込みも可能です。



インターネットショッピング/モバイルショッピング

ファミマ・ドット・コム

携帯電話またはパソコンで、自宅にいながら気軽にお買い物を楽しめる、ファミリーマートの「インターネット店舗」です。キャラクターグッズ、CD、DVD、ゲームのほか、店頭では売っていない限定品や話題の商品等、約48万点のアイテムを購入できます。また、「Famima.com MAGAZINE」掲載商品の注文やチケット予約も簡単にできます。注文した商品は、ファミリーマート店頭でいつでも受け取り、お支払いが可能です。その場合、送料は無料、ファミマカードのポイントもつきます。



電子マネー決済

iD

Edy

Suica

現在一部店舗のみとなっている「iD」「Edy」が、まもなく全店舗でご利用いただけるようになります。「iD」はNTTドコモのおサイフケータイ®がクレジットカード代わりに使えるサービスです。また、「Edy」はビットワレットが運営するプリペイド型電子マネーです。また、JR東日本の「Suica」が使える店舗を他社に先駆けて本格展開しています。2007年7月中には、首都圏および仙台地区の約2,600店舗へ導入を拡大する予定です。



※「おサイフケータイ」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

マルチメディア端末

Famiポート

各種チケット発券、エンタメグッズの取り寄せ、携帯電話・電子マネー等のプリペイドサービス、航空券のお支払い等、簡単な操作でさまざまなサービスを提供するマルチメディア端末です。新店舗システムの導入に対応した新「Famiポート」への切り替えにより、操作スピードが大幅にアップ、省電力化も実現しました。Famiポートは、商品の販売だけでなく、地域の皆様のお役に立つサービスを提供する拠点としてのファミリーマートの戦略の中心となっています。



カタログショッピング

Famima.com MAGAZINE

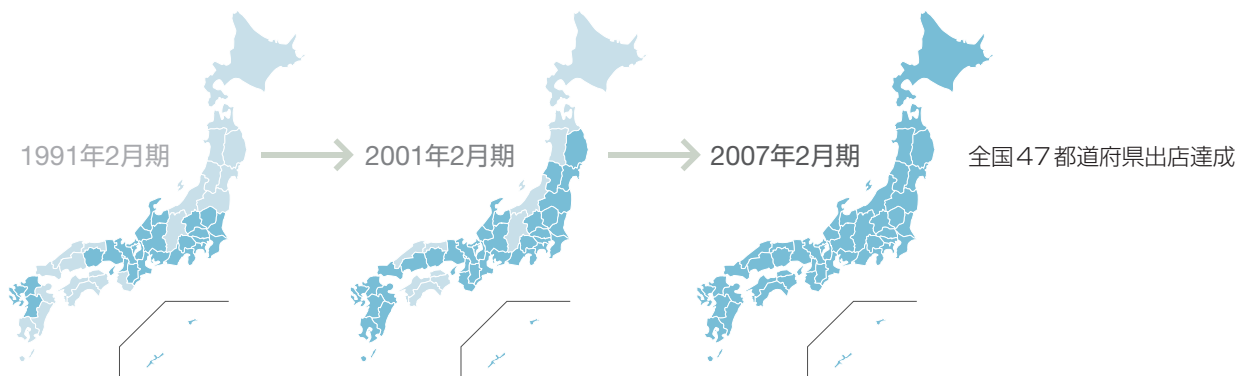
毎月、ファミリーマート店頭で無料配布しているフリーペーパーです。話題の人気商品やキャラクターグッズ、スポーツ、エンターテインメントの関連グッズ等を紹介・販売するほか、映画や音楽等の情報も満載です。掲載商品は、Famiポート、携帯電話、パソコン、電話で購入することができます。



店舗展開

2006年7月、(株)丸三西尾との合併会社(株)北海道ファミリーマートによる北海道への出店により、全国47都道府県の店舗網が完成しました。ナショナルチェーンとしての優位性を発揮し、ニューマーケットへの出店や、法人との取り組み等の新たな挑戦を積極的に進めています。

また、コンビニエンスストア業界において、商品以外のサービスの比重が大きくなっていく中で、全国的な店舗網構築は大きな強みとなります。今後も、三大都市圏を中心とした全国47都道府県におけるドミナントの維持・拡大を積極的に行っていきます。



開発体制

当社では、各地域のマーケットに応じた効率的なドミナントを形成するために、店舗展開を経営トップが直轄する地域別組織であるディストリクトが管理しており、開発本部と各ディストリクトが一体となって、店舗数の拡大と既存加盟店支援の強化を図っています。

2007年度は三大都市圏に開発担当の3分の2、なかでも首都圏には50%を配置し、ドミナントの強化を図ります。また、審査・分析機能の強化を目的に、開発本部に出店審査部を新設し、それにより専門的でスピーディーな判断機能を備えました。この出店審査部には運営・開発の現場を長年経験してきたベテランを配置し、単なる立地判断にとどまらず競争力の高い店舗をつくるべく、総合的に現場を支援する体制を整えています。



加盟システム

当社では、新たにフランチャイズに加盟する場合、4タイプの契約を用意し、さまざまなケースに対応できるようにしています。また、さまざまな支援制度を導入しています。

契約のタイプ

→詳細はP.43

コンビニエンスストアの土地・建物を本部と加盟者のどちらが提供するか、また内装工事費用をどちらが負担するか等により、4タイプの契約を用意しています。2FC-Nタイプの場合、夫婦で400万円程度の手元資金で開店できます。さらに開店日から6年目以降、本部フィーが減額される制度*も用意しています。

*制度の利用には、本部の審査基準を満たす必要があります。

複数店奨励金制度

優秀な経営者に複数の店舗を経営していただくことは、経営者にとって夢の実現であるばかりでなく、本部にとっても利益の拡大につながります。複数店経営を奨励するため、1FC契約の店舗を複数店経営する際に、2号店以降の店舗に対し、年間の営業総利益額基準値に応じた奨励金を支給する制度を適用しています。

ニューマーケットへの出店

大学



ファミリーマート 山形大学工学部店

病院



ファミリーマート 九州医療センター店

高速PA,SA



ファミリーマート ReSPOT 佐波川I15A上り店

市場



ファミリーマート 大阪府中央卸売市場店

ファミリーマートは、お客様の利便性を追求するため、従来コンビニエンスストアが未開拓だったニューマーケットへの出店を進めています。これまで、ホテル、オフィスビル、病院、大学の構内、空港・駅・高速道路のサービスエリア等の交通機関、卸売市場、工場等に出店を行い、立地に合わせた店舗デザインや品揃えで多くのお客様にご利用いただいています。

ニューマーケット進出の一環として、大型のオフィスビルや商業ビルには新概念ショップ「ファミマ!!」を展開しています。建物にマッチする落ち着いた店舗デザイン、取り扱い商品も輸入文具等これまでのコンビニエンスストアでは考えられなかったような品揃えで差別化を図っています。現在11店舗（2007年5月末現在）ですが、「ファミマ!!」の展開で、大型オフィスビルへの出店機会が広がっています。

空港



ファミリーマート 神戸空港店

駅



ファミリーマート メトロ博多筑紫口店

ファミマ!!



ファミマ!! サンシャイン店 外観



ファミマ!! サンシャイン店 店内

法人との取り組み

JAいずも



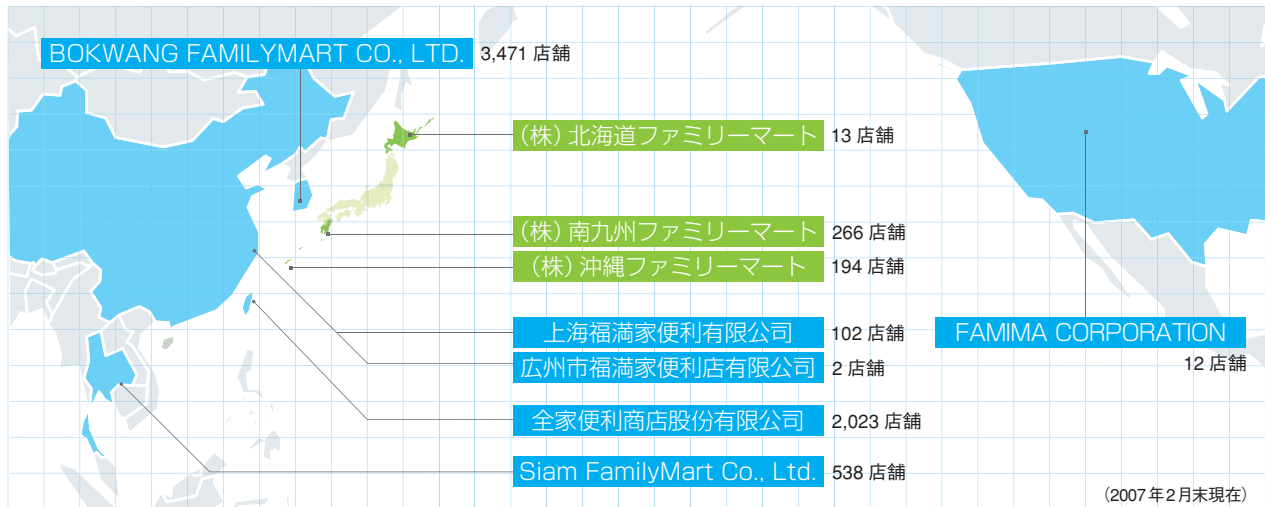
法人加盟は、早期にドミナント化するための頼もしいパートナーとなります。法人加盟には「1FC-S-5」「1FC-S-10」という契約形態を設けています。一定期間内に、S-5は5店舗、S-10は10店舗という出店計画で契約し、1店舗目から複数店の奨励金を支給します。2007年2月末現在で、「1FC-S」契約を締結している法人は10社になりました。

2007年度は、さらに法人との取り組みを強化し、マーケットのあるところどこでも出店できるFCパッケージを開発していきます。

パン・パシフィック構想

ファミリーマートグループのチェーン総店舗数は、国内・海外（台湾、韓国、タイ、中国、アメリカ）の合計で、13,122店舗（2007年2月末現在）に達しました。グローバル2万店を旗印に、2007年度も積極的に店舗網を拡大していきます。

国内・海外のエリアフランチャイザーは、各地域の店舗網を共に構築する力強いパートナー。今後も手を携えて発展していきます。



国内エリアフランチャイザー

	<p>沖縄県 (株) 沖縄ファミリーマート 1987年設立</p> <p>沖縄で百貨店を経営するリウボウとの合併の県内最大のチェーンです。2007年度に20周年を迎えます。沖縄の伝統である、人と人が手をつなぎ和ができる“結い活動”に個店ごとに取り組み、地域と密着した運営により、高い日商を保っています。地域独自の食材を活かした商品づくりにも力を入れ、さらなる売上増を目指しています。</p> <p>沖繩ファミリーマート 限定泡盛「酒人」</p>
	<p>鹿児島県・宮崎県 (株) 南九州ファミリーマート 1993年設立</p> <p>鹿児島市の酒類卸である(株)本坊商店との合併で、南九州地区（鹿児島県・宮崎県）で店舗数ナンバーワンのチェーンです。早くから地元の食材を使用した商品開発や立地特性に合わせた店舗展開を行い、店内焼きたてパンを提供する「ベーカリーファミマ」をはじめとするさまざまな試みを行っています。</p> <p>奄美鶏飯</p>
	<p>北海道 (株) 北海道ファミリーマート 2006年設立</p> <p>北海道最大の食品卸である(株)丸ヨ西尾との合併で、2006年7月に1号店を出店、2007年2月末現在、13店舗となっています。札幌市を中心に良質な店舗開発を行い、3年間で道内50店舗の出店を目標としています。今後は、北海道発のオリジナル商品開発にも積極的に取り組んでいきます。</p> <p>ザンギ弁当</p>

海外エリアフランチャイザー



台湾

全家便利商店股份有限公司 1988年設立



和風胡麻涼麺

1988年に出店を開始し、2006年12月には2,000店舗達成記念式典を開催、台湾第2位のチェーンとなっています。競争が厳しい市場環境の中で、日本の中食技術を積極的に取り入れ、現地の消費者が好む和風胡麻涼麺、手づくりデザート等の商品を展開して、競合他チェーンとの差別化を図っています。



韓国

BOKWANG FAMILYMART CO., LTD. 1990年設立



人気のラーメン屋と提携したオリジナル商品「オダリ」

1990年に出店を開始し、2007年2月末現在、韓国国内コンビニエンスストア店舗数の約40%を占めるトップチェーンとなっています。今後も積極的に店舗網を拡大していく計画です。また、自然の恵みをテーマにした有機商品の開発や、米・海苔にこだわったおむすびの品質向上に取り組むなど、オリジナル商品の開発を積極的に進めています。



タイ

Siam FamilyMart Co., Ltd. 1992年設立



日本発の「おでん」

1993年に出店を開始し、現在、バンコク、パタヤ、プーケットを中心に展開を行っています。S&QCレベルの向上やファスト・フードの拡販を積極的に進めており、従来のグリルソーセージやハンバーガー、中華まんに加えて、「おでん」など、日本発の商品の展開にも取り組んでいます。



中国

上海福満家便利有限公司 2004年設立 / 広州市福満家便利店有限公司 2006年設立



上海、広州のオリジナル商品

2004年に上海へ出店を開始。2007年1月には、日本発のコンビニエンスストアとして初めて広東省へ出店し、経済発展著しい華南地域に、その基盤を築きつつあります。日本の商品をもとにした大口おむすびが上海で大ヒット商品となったほか、串おでん、お弁当等のオリジナル商品の売上も着実に伸長しています。



米国

FAMIMA CORPORATION 2004年設立



米国でも人気の寿司

2005年、コンビニエンスストア発祥の地アメリカに、アッパーミドル層をターゲットとし、日本で培った商品・サービス・ホスピタリティ溢れる、クオリティの高い日本型店舗を出店しました。店内でグリルするパニーニやファスト・フード、寿司、弁当、調理パン、デザート等が好評で、主力商品となっています。

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 または被所有割合	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	40.73% 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	90.13% (48.50%) 注2	タイ王国におけるエリアフランチャイザー。 資金援助・債務保証あり。
SFM Holding Co., Ltd.	コンビニエンスストア事業	90.71%	Siam FamilyMart Co., Ltd. の持株会社。
(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディング	コンビニエンスストア事業	75.00% (37.00%) 注2	中国におけるファミリーマート事業展開のライセンスを保有。 役員の兼任あり。
FAMIMA CORPORATION	コンビニエンスストア事業	59.50%	アメリカ合衆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。
(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等。 役員の兼任・資金援助あり。
(株)江洋商事 注5	その他事業	100.00%	店舗に関わる会計事務の請負、棚卸業務等を行っている。 役員の兼任・資金援助あり。
(持分法適用非連結子会社)			
3社			
(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。
(株)北海道ファミリーマート	コンビニエンスストア事業	49.00%	北海道におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任・債務保証あり。
BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.	コンビニエンスストア事業	21.45%	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。
上海福満家便利有限公司	コンビニエンスストア事業	注3	中国・上海市におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
広州市福満家便利店有限公司	コンビニエンスストア事業	注4	中国・広州市におけるエリアフランチャイザー。 役員の兼任あり。
(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。
ファミマクレジット(株)	その他事業	35.39%	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・債務保証あり。
その他 4社			
(その他の関係会社の親会社)			
伊藤忠商事(株)	総合商社	32.55% (32.55%) 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・サポート等の協力を得ている。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	32.46%	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: 議決権の所有割合または被所有割合の()内は、間接所有割合または被間接所有割合で内数となっております。

注3: 持分法適用関連会社のChina CVS (Cayman Islands) Holding Corp. が100%の議決権を所有しております。

なお、連結子会社の(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディングは、China CVS (Cayman Islands) Holding Corp.の49.50%の議決権を所有しております。

注4: 連結子会社の(株)ファミリーマート・チャイナ・ホールディングが、49.50%の議決権を所有しております。

注5: (株)江洋商事は、2007年3月1日付で「(株)ファミマ・リテール・サービス」に社名変更しております。

2007年2月末現在

沿革

1972	9月	■(株)西友ストア企画室に小型店担当を設置。
1973	9月	■実験第1号店を埼玉県狭山市に開店。
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。
	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(入管店)。
	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)。
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)。
	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。
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、同社がエリアフランチャイザーとして愛知県、岐阜県、三重県におけるファミリーマートの展開を開始。
1987	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。
	11月	■(株)沖縄ファミリーマートがエリアフランチャイザーとして沖縄県におけるファミリーマートの展開を開始。
	12月	■東京証券取引所の市場第二部に株式上場。
1988	8月	■台湾台北市の國產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(台湾)を設立。
	12月	■全家便利商店股份有限公司(台湾)がエリアフランチャイザーとして台湾におけるファミリーマートの展開を開始。
1989	3月	■長崎県長崎市の松早コンビニエンス・ストア(株)と合弁会社(株)松早ファミリーマートを設立、同社がエリアフランチャイザーとして長崎県および佐賀県の一部におけるファミリーマートの展開を開始。
	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、同社がエリアフランチャイザーとして福岡県、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の展開を開始。
	8月	■東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定。
	1990	3月
1992	9月	■大韓民国ソウル特別市のBOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(大韓民国)がエリアフランチャイザーとして大韓民国におけるファミリーマートの展開を開始。
	9月	■タイ・バンコク市の(株)ロビンソン百貨店、サハ・パタナビブル(株)および伊藤忠タイ国会社と合弁会社Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)を設立。
1993	10月	■Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)がエリアフランチャイザーとしてタイにおけるファミリーマートの展開を開始。
	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、同社がエリアフランチャイザーとして鹿児島県、宮崎県におけるファミリーマートの展開を開始。
1995	9月	■中部ファミリーマート(株)と合併。
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。
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。
	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。
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。
	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。
2001	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。
	10月	■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)。
2002	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。
	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。
2003	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。
	5月	■ICカード(ユピカード)サービス開始。
	9月	■(株)松早ファミリーマートと合併。
2004	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。
	5月	■伊藤忠商事(株)、全家便利商店股份有限公司(台湾)、頂新(開曼島)控股有限公司および中信信託投資有限責任会社と合弁会社上海福満家便利有限公司(中国)を中国上海市に設立。
2005	7月	■上海福満家便利有限公司(中国)がエリアフランチャイザーとして上海におけるファミリーマートの展開を開始。
	10月	■「ファミマカード」のサービス開始。
	10月	■伊藤忠商事(株)およびITOCHU International Inc.(米国)と米国に現地法人FAMIMA CORPORATIONを設立。
2006	7月	■FAMIMA CORPORATION(米国)がエリアフランチャイザーとして米国における「Famima!」の展開を開始。
	9月	■Suica利用可能店舗を首都圏・仙台エリアで順次拡大。
2007	2月	■北海道札幌市の(株)丸ヨ西尾と合弁会社(株)北海道ファミリーマートを設立、同社がエリアフランチャイザーとして北海道におけるファミリーマートの展開を開始。
	7月	■(株)北海道ファミリーマートによる北海道への出店により、全国47都道府県の店舗網が完成。
	9月	■創立25周年を期に、「ファミリーマート基本理念」を新たに制定。
2008	9月	■頂全(開曼島)控股有限公司、全家便利商店股份有限公司(台湾)および伊藤忠商事(株)と合弁会社広州市福満家便利有限公司(中国)を中国広州市に設立、同社がエリアフランチャイザーとして広州におけるファミリーマートの展開を開始。

会社概要・株式情報

会社概要 (単体)

2007年2月末現在

商号	株式会社ファミリーマート
英文社名	FamilyMart Co., Ltd.
本社	東京都豊島区東池袋四丁目26番10号 〒170-8404 Tel. (03) 3989-6600 (代表)
設立年月日	1981年9月1日
資本金	166億58百万円
事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日まで
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	1兆688億21百万円 (2007年2月期)
店舗数	13,122店舗 (国内外エリアフランチャイズ含む)
従業員数	2,717名
発行可能株式総数	250,000,000株
発行済株式総数	97,683,133株 (うち自己株式の数5,284,600株)
株主数	17,880名
上場証券取引所	東京証券取引所市場第一部
証券コード	8028
単元株式数	100株
株主名簿管理人	住友信託銀行株式会社 大阪府大阪市中央区北浜四丁目5番33号
定時株主総会	毎年5月

大株主の状況

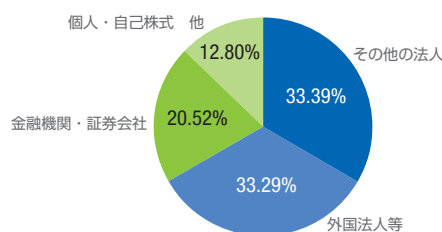
2007年2月末現在

株主名	所有株式数 (千株)	所有株式数 割合(%)
ファミリーコーポレーション 株式会社	29,941.2	30.65
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社 (信託口)	3,158.1	3.23
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社 (信託口)	2,400.3	2.46
ビーエヌピーパブリックセキュリティーズ サービス ルクセンブルグ ジャステック セキュリティーズ	2,299.8	2.35
株式会社 みずほ銀行	2,085.1	2.13
野村證券 株式会社	2,061.1	2.11
日本生命保険相互会社	1,831.0	1.87
ドレスナー・クライアント証券会社 東京支店	1,741.9	1.78
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社 (信託口4)	1,688.3	1.73
バンク オブ ニューヨーク ジーシーエム クライアント アカウンツ イー アイエスジー	1,615.7	1.65
計	48,822.6	49.98

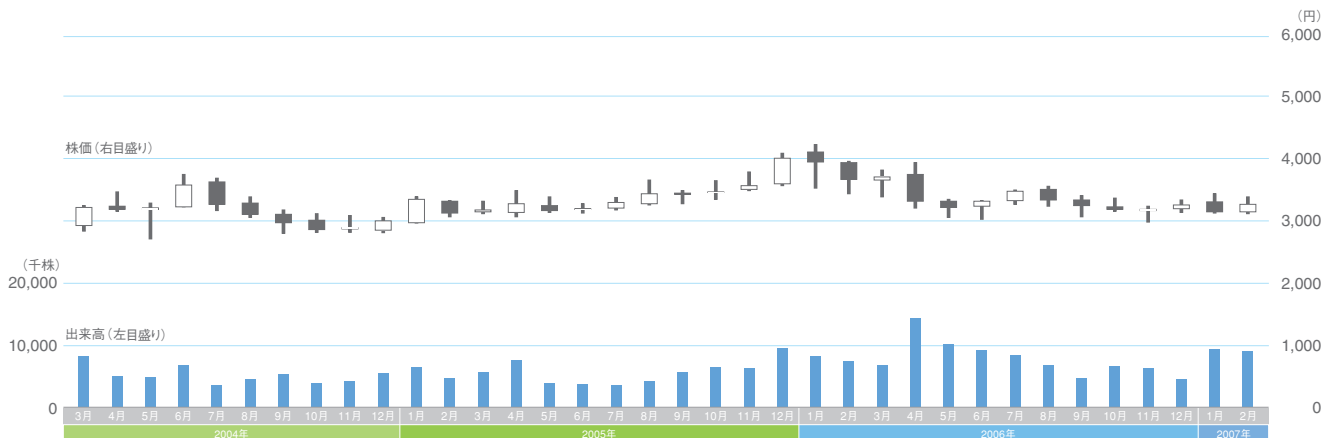
※ 上記のほか、自己株式が5,284千株あります。
(注) 所有株式数の割合は発行済株式総数に対するものです。

所有者別状況

2007年2月末現在



株価・出来高の推移



ネットワーク

本社

- 東京都豊島区東池袋4-26-10
Tel. (03) 3989-6600(代)
- 東北第1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
- 東北第2ディストリクト
福島県郡山市緑町1-1 2F
Tel. (024) 925-2369
- 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
愛知県知立市桜木町桜木7-1 マスダビル3F
Tel. (0566) 85-5060
- 東海第2ディストリクト
愛知県名古屋市中区栄4-7-15 KYビル3F
Tel. (052) 259-0620
- 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) 582-8443
- 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
- 四国ディストリクト
香川県高松市今里町2-29-21 丸協ビル1F
Tel. (087) 863-7658
- 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ザー

- 株式会社沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市港町3-4-18
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
- 株式会社北海道ファミリーマート
北海道札幌市白石区流通センター7-1-45
Tel. (011) 801-6077

海外エリアフランチャイザー

- 全家便利商店股份有限公司
104 中華民国台湾省台北市
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) 528-7087
- Siam FamilyMart Co., Ltd.
Vanit Building II, 11th Fl., 1126/2
New Petchburi Road, Makkasan,
Rajchatew, Bangkok 10400, THAILAND
Tel. 66 (2) 255-8759
- 上海福滿家便利有限公司
200041 中華人民共和国上海市南京西路
993号 錦江向陽大樓9樓
Tel. 86 (21) 6272-3187
- FAMIMA CORPORATION
20000 Mariner Avenue, Suite 100,
Torrance, CA 90503, U.S.A.
Tel. 1 (310) 214-1001
- 広州市福滿家便利有限公司
510080 中華人民共和国広東省広州市
越秀区中山二路一街35号之一
冶金建築設計研究院三樓
Tel. 86 (20) 2883-8588

ホームページのご紹介

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

当社では、株主や投資家の皆様に最新情報をタイムリーに提供することを目的として、ホームページを活用したIR活動にも注力しております。決算発表資料や月次営業実績をはじめとする投資家情報を迅速に掲載しているほか、ニュースリリース資料、商品情報、社会・環境活動等当社に関する各種情報を公開しております。ぜひご活用ください。



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
2007.06