

# FamilyMart

アニュアルレポート 2008



great Potential for Growth

## 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

### 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

## 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～

お客さまの期待を超えよう  
仲間を信じ、ともに成長しよう  
豊かな感性を磨こう  
挑戦を楽しもう  
世の中に向かって正直でいよう

# 目次

02 財務ハイライト(連結)

04 FamilyMart at a glance

06 ステークホルダーの皆様へ  
great Potential  
for Growth

17 持続的成長を目指して ファミリーマートはCSRやコーポレートガバナンスの取り組みを通じてステークホルダーに対する責任を果たしていきます

25 役員紹介

26 組織図

27 財務セクション

49 企業情報 ファミリーマートをさらに理解していただくための詳しい情報をご覧ください

50 成長を支えるさまざまな取り組み

67 沿革

60 ファクトシート

68 会社概要・株式情報

66 関係会社の状況

69 ネットワーク

## 見直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等のさまざまな要因により、これらの見直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。

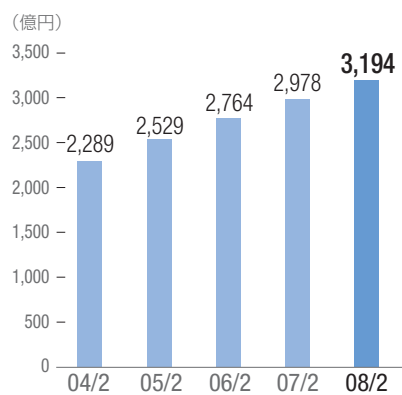
# 財務ハイライト(連結)

単位:百万円  
(1株当たりデータを除く)

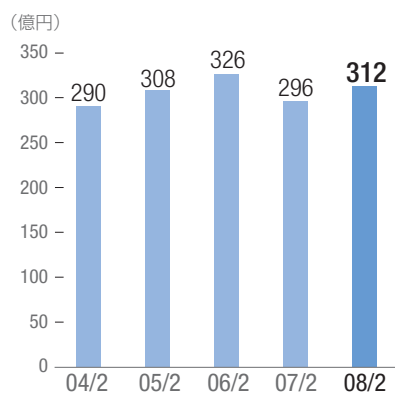
	2006年2月期	2007年2月期	2008年2月期
<b>損益計算書データ</b>			
営業総収入	276,442	297,849	319,439
営業利益	32,661	29,608	31,214
経常利益	34,048	32,175	33,877
当期純利益	14,195	14,968	16,438
<b>貸借対照表データ</b>			
総資産	314,120	315,255	351,271
純資産(注)	168,232	171,154	191,281
<b>キャッシュ・フローデータ</b>			
営業活動によるキャッシュ・フロー	42,777	35,092	49,375
投資活動によるキャッシュ・フロー	△32,249	△32,938	△24,592
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,237	△19,154	3,956
現金及び現金同等物の期末残高	86,189	69,550	98,844
<b>1株当たりデータ</b>			
1株当たり当期純利益(円)	145.65	158.83	173.47
1株当たり配当金(円)	43.00	46.00	60.00
1株当たり純資産(円)(注)	1,736.24	1,771.34	1,921.63

(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います。

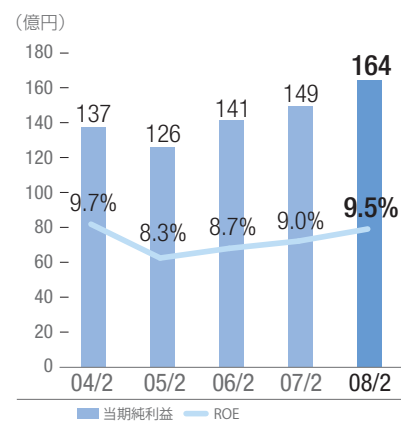
## 営業総収入



## 営業利益



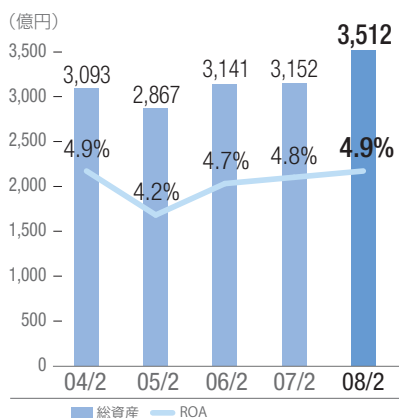
## 当期純利益及びROE



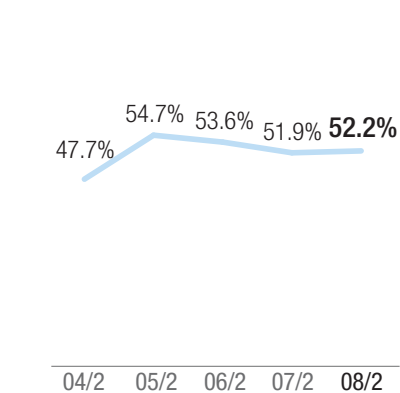
	2006年2月期	2007年2月期	2008年2月期
レシオデータ			
自己資本比率(%)	53.6	51.9	52.2
自己資本利益率(ROE)(%)	8.7	9.0	9.5
総資本利益率(ROA)(%)	4.7	4.8	4.9
株価収益率(PER)(倍)	25.1	20.5	17.8
配当性向(%)	29.5	29.0	34.6

その他データ			
加盟店及び直営店舗数(単体)	6,284	6,501	6,691
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	6,168	6,621	7,184
ファミリーマートチェーン総店舗数	12,452	13,122	13,875
従業員数(臨時雇用者数を除く、人)	6,048	6,735	6,647
株主数(人)	17,444	17,880	14,933
発行済株式総数(単体)(千株)	97,683	97,683	97,683

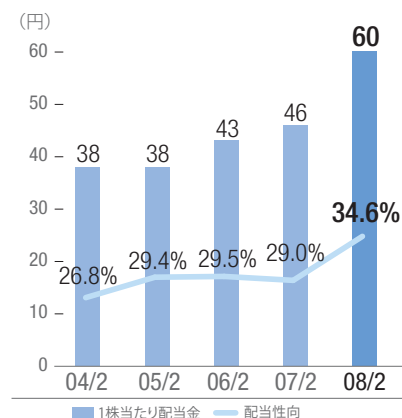
総資産及びROA



自己資本比率



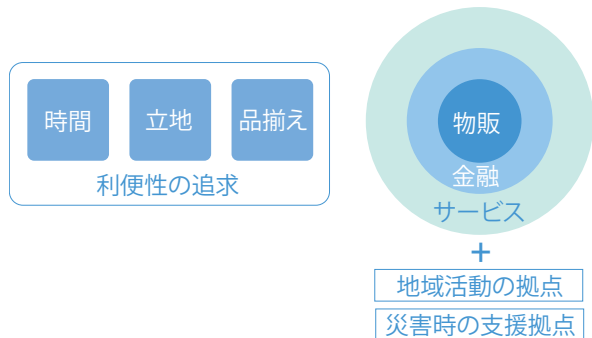
1株当たり配当金及び配当性向



# FamilyMart at a glance

## 1. コンビニエンスストア業界について

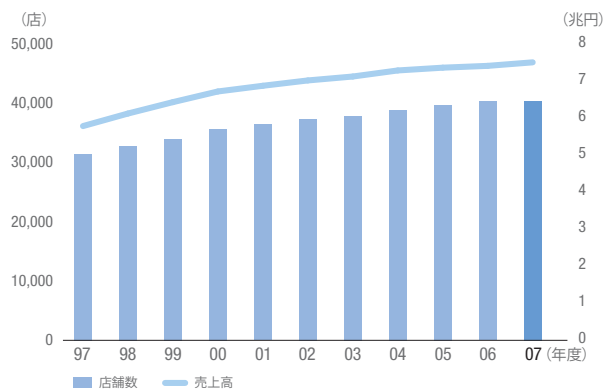
### コンビニエンスストアの機能



### 生活に欠かせないコンビニエンスストア

日本でコンビニエンスストアが生まれてから約35年。その間、私たちは消費者のニーズに応え、利便性を追求することで、その機能を進化させてきました。現在では通常の「物販機能」に、ATMや公共料金等の料金代行収納といった「金融機能」、マルチメディア端末を介したチケット発券等の「サービス機能」も加わり、人々の生活に無くてはならないインフラとなっています。

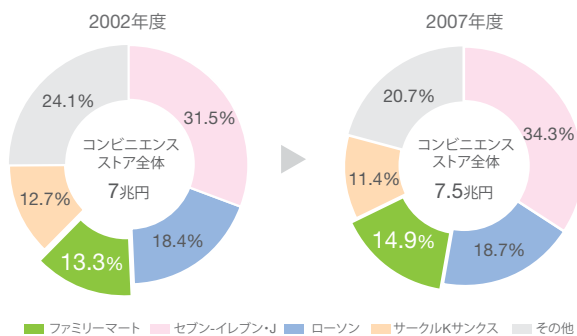
### コンビニエンスストア店舗数および売上高



### 市場の拡大と成熟

日本のコンビニエンスストア市場は1990年代までに急速に拡大し、現在、総店舗数約4万店、市場規模は約7.5兆円にまで成長しました。しかし、相次ぐ出店によるコンビニエンスストア同士の競争や、スーパーやディスカウントストアといった異業種との競争激化を背景に、近年ではその成長は緩やかになってきています。

### 各社の売上シェア（単体）

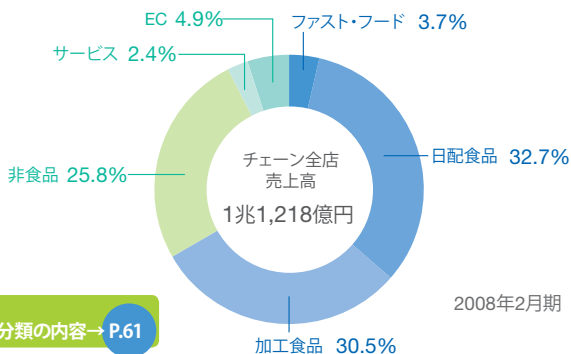


### 大手チェーンによる寡占化

昨今の厳しい競争下で、成長を続けることのできるチェーンは、基盤の確立した大手チェーンに限られてきています。2007年度の大手4社の売上シェアは、5年前と比較し3.4ポイントアップの79.3%となり、大手チェーンによる寡占化が進んでいます。ファミリーマートのシェアは、5年前から1.6ポイント上昇し、2007年度現在14.9%となっています。

## 2. ファミリーマートの概要

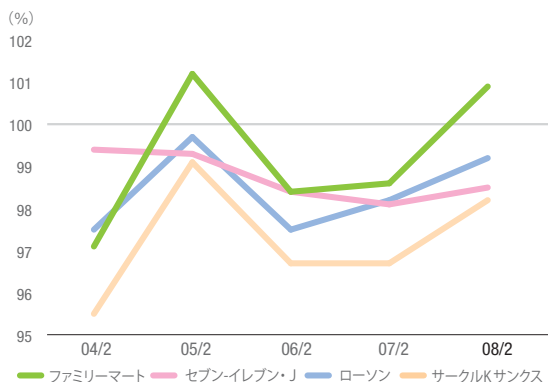
### 商品分類別売上高構成比（単体）



### 食品を中心とした品揃え

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。コンビニエンスストア事業においては、約35坪の売場に、およそ2,600アイテムが品揃えされており、弁当、飲料といった食品が売上高の約7割を占めています。

### 既存店日商伸び率（単体）

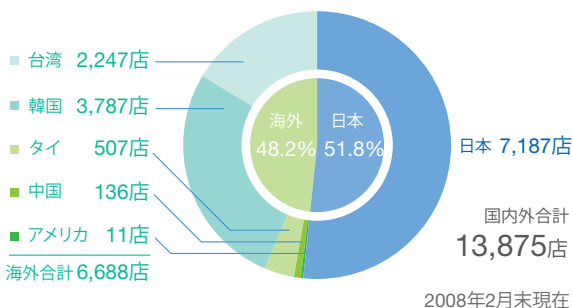


### 好調なファミリーマートの既存店

競争激化等により、業界全体では既存店日商の前年割れ傾向が続いており、各社にとって既存店の活性化が重大なテーマとなっています。その中で、ファミリーマートの既存店日商は2004年度以降、常に競合他社を上回る伸び率を維持し、2007年度は100.9%と大手4社で唯一のプラス成長となりました。

好調の背景は：  
『ステーキホルダーの皆様へ』 → P.6

### 店舗数の内訳（エリアフランチャイズ含む）



### 日本全国、世界にひろがるファミリーマート

2006年7月、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。また、日本発祥のチェーンとして、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。現在、全13,875店舗のうち、約半数を海外の店舗が占めており、今後はますます海外の比率が高まっていく見込みです。

さらに詳しく：  
『パン・パシフィック構想』 → P.57

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月から翌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。

ステークホルダーの皆様へ

great



代表取締役社長  
上田 準二



# Potential for Growth

さらなる「基本」の徹底により、勝ち組としての地位を確定させてまいります。

足腰の強さが際立ってまいりました。皆様によりご報告ができることを、まことに嬉しく思っております。

2007年度の当社の業績は、既存店の好調を背景に、連結・単体ともに増収増益を達成しました。当社は2007年度を業界の勝ち組としての将来を見据えた「足場固めの年」と位置付け、他社に先駆けたシステムインフラへの投資等の既存店支援に注力するとともに、加盟店・本部が一体となって小売業としての「基本」を徹底し、その上で「ファミリーマートらしさ」を店舗に具現化してまいりました。

今回の業績は、こうした地道な積み重ねが、確実にお客様の支持を獲得した結果です。これは一過性のものではなく本質的な変化によるものですから、まだまだ成長できると確信しております。

ここでは皆様に、これまで積み重ねてきたことを振り返りながら、業績の要因を明らかにするとともに、ファミリーマートの今後を描いてまいります。

■ 平均客数(全店)

2008年2月期

856人

2007年2月期

831人

# 私たちが地道に積み重ねてきたこと

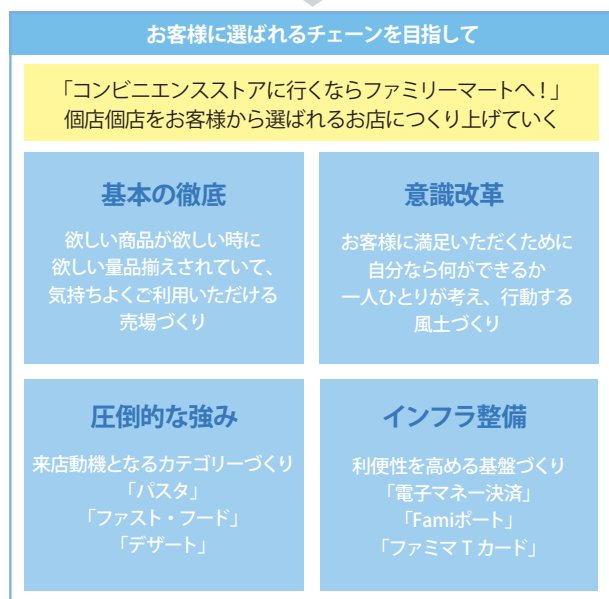
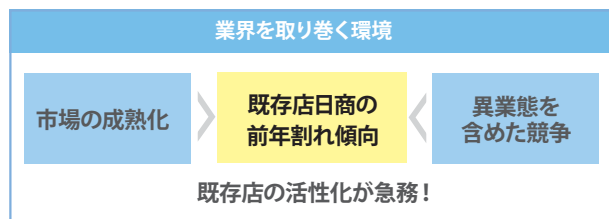
## 事業環境と基本的な考え方

### ～お客様に選ばれるチェーンを目指して～

2007年度もコンビニエンスストア業界を巡る市場環境は厳しくなる一方でした。都心部では100メートル四方に大手チェーンがひしめき、また、都心部・地方都市を問わず、スーパー、外食産業等の異業態を含めて競争はさらに激しくなっております。国内店舗数は4万店を超え、残された優良立地を巡る争いも激しさを増しています。かつては新規出店により成長を遂げてきたコンビニエンスストア業界ですが、近年ではそれぞれのお店がその地域のお客様の支持をいかに集めるかが最も重要となっております。

こうした状況下、各社各様に打開策を求めておりますが、ここで大事なことは本部の経営理念や打ち出す戦略が、加盟店にとってどれだけプラスになるかということです。私たちはフランチャイズ本部の責務として、そのような考えのもと、加盟店一店舗一店舗を「コンビニエンスストアに行くならファミリーマート」と思っただけのお店に作り上げていく、そこに経営資源とエネルギーを集中させてまいりました。

#### ■ 業界を取り巻く環境と私たちの取り組み



## 積み重ねてきたこと①

### ～小売業の基本を徹底～

ファミリーマートにとってのイノベーション。それは小売業の「基本」に立ち返ることです。コンビニエンスストアにいらっしゃるお客様は何を求めているのかといえば、やはり、距離の近さや時間的な利便性が挙げられます。しかしながら、いくら物理的な利便性を備えていても、店内が汚いとか、接客が悪い、あるいはお客様の欲しい時間帯に欲しい商品が欲しい数量品揃えされていないなど、来店されたお客様の気持ちに相反するようなことが一度でもあれば、他のチェーン、他の小売業態に足を運ばれる時代です。したがって、ファミリーマートでは、基本的で当たり前のことを100%できるお店をいかに増やしていくかに注力してまいりました。具体的には小売業の基本である「S&QC(サービス、クオリティ、クリンネス)」を徹底し、さらに「ホスピタリティ(おもてなしの気持ち)」の精神を実践することで、お客様に気持ちよくご利用いただける、すなわち、心理的に一番近い存在となることを目指しております。

## 積み重ねてきたこと②

### ～意識改革からファミリーマートらしさ推進活動へ～

私はこうした基本動作の徹底なくしては、どんなに素晴らしい理念や戦略を掲げても、その実現効果を発揮することができないと考えております。そしてこのことは、役員・社員をはじめ、ファミリーマートに関わるすべての人の意識と、お客様が一番接する店舗の売り場に実現することが最も重要です。私は、21世紀に勝ち残る企業とは、ボトムアップとトップダウンが瑞々しく流れる企業であると考えており、社長就任時から加盟店、社員とのダイレクトコミュニケーションを重要視してまいりました。何の前触れもなく、早朝、夜間を問わず直接加盟店へも訪問し、店長・マネジャーと売場で話し合います。そしてまた主に現場、すなわち最前線で働く社員たちととことん語り合う「社長塾」は、これまでに70回以上開催いたしました。ここではあらかじめ資料等は一切用意せず、議事録もとりません。社員が今抱えている問題や悩みを本音で語り合う一方で、経営のトップとして感じていること、当社の将来像などを伝えながら、改善策を社員一人ひとりが出すように促しています。

そのような中、社員から「ファミリーマートらしさとは何だろう」という声が上がってまいりました。そこから始まった取り組みが、2005年度から若手・中堅社員による部門横断的なプロジェクト

として開始された「ファミリーマートらしさ推進活動」です。ファミリーマートの個性・強みをさらに強化するために、自分なら何ができるのか一人ひとりが考え、行動する。これは、やらされ感や指示待ち、誰も見てくれない、評価されていないという閉塞感を打破し、自らやることによる充実感や達成感を高める絶好の機会です。ですから私は、「邪魔はするな、かといって傍観者にもなるな、この活動を一緒になってやっぺいこう」と、特に管理職に言明し、全面的にバックアップしてまいりました。このチェーンを挙げた取り組みは、今や社員・加盟店のみならず、取引先、さらには海を渡って台湾にまでも広がっており、ファミリーマートの原動力となっております。

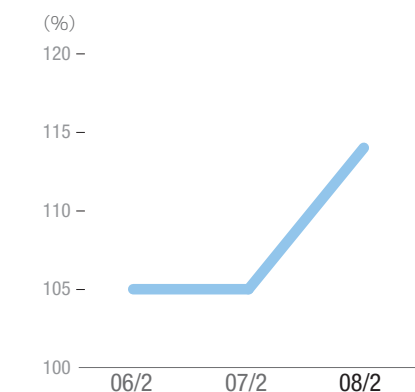
### 積み重ねてきたこと③

## ～ファミリーマートの圧倒的な強みをつくる～

商品においては、「ファミリーマートらしさ」の具現化を徹底的に追求しております。コンビニエンスストア業界は、先行チェーンの後追いで成長してきた過去がありますが、真似をしてその水準に追いついたところで、お客様の目から見ればこれまでの先入観から先行チェーンの商品の方が上に見えてしまいます。そのため、ファミリーマートでは「差別化」という月並みな言葉ではなく、「他社に対し絶対的・圧倒的なファミリーマートらしいジャンルをつくっていかう」を合言葉に、商品開発を行ってまいりました。そのような中で、他社と比較して相対的に強みであった「 Pasta」「ファスト・フード」「デザート」に焦点を当て、一層の商品力向上に取り組んでまいりました。それが、「販売促進」「発注強化」とうまくかみあったことで、今や「ファミリーマートの顔」に育ったと自負しております。これらがドライバー商品となり、客数増につながっているのは間違いございません。

例えば「三ツ星パスタ」は、これまでの調理麺の販売動向を大きく変化させました。本来、パスタは夏向きの商品ではないと言われてまいりましたが、年間を通じた定番商品として成長し、2007年度の調理麺全体の売上は前期比約115%と大きく伸ばいたしました。さらに、サラダやパン等ほかの中食との併売効果も引き出し、結果、業界全体が中食の売上に苦戦している中で、中食全体の既存店前年比も通期で101%と好調に推移いたしました。

■ 調理麺の売上高前年比（単体）



積み重ねてきたこと④

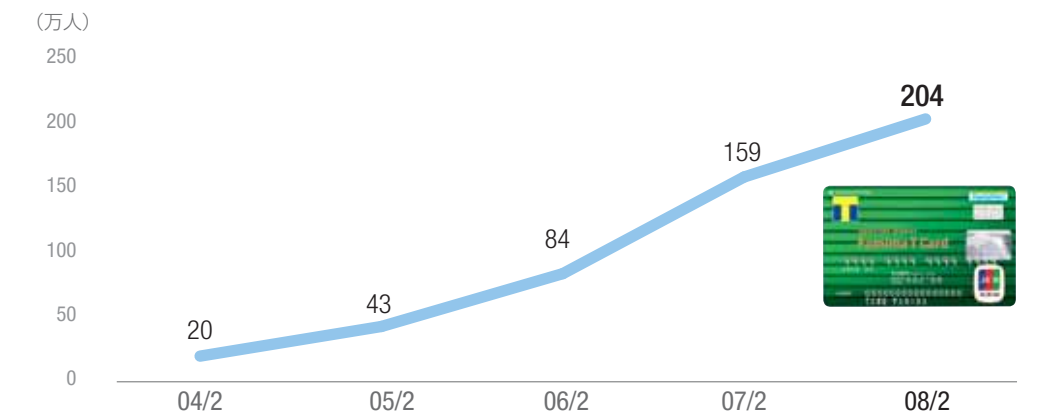
～将来を見据え、チェーンインフラを整備～

チェーンとしての足場を固めるため、インフラの整備や販促費等、加盟店支援のための経費も積極投入してまいりました。なかでもシステムインフラへは約310億円を投入し、POSレジや「Famiポート」といった機器を刷新するとともに、将来のサービスビジネスに向けた光ファイバー・ネットワークを導入しました。また、他社に先駆けて電子マネーへの対応を進め、利用可能店舗を全国に拡大させてまいりました。電子マネーの導入においては、お客様の利便性を高めるという観点から、すでに普及率の高い電子マネーとのアライアンスを重視し、「iD」「Edy」「Suica」の3つの電子マネーへの対応を進めました。いずれも月を追うごとに利用率が上がってきております。このような他社に先駆けた電子マネーへの対応がお客様の支持率向上にもつながっているものと考えております。

一方で、「ファミマカード」におきましても、より多くのお客様にご利用いただくため、2007年11月より「Tポイントプログラム\*」に参加し、「ファミマTカード」としてのサービスを開始しました。認知度の向上とともに、利用率・利用客数が増加しており、客数増に効果を発揮しております。

\*TSUTAYAを経営するカルチュア・コンビニエンス・クラブ(株)が中心となって展開しているポイントプログラム。

■ ファミマTカード会員数 (ファミマカード会員・クレジット機能なし会員含む)



# 次の成長ステージへ

## ファミリーマートの優位性

### ～今後の成長性にも自信～

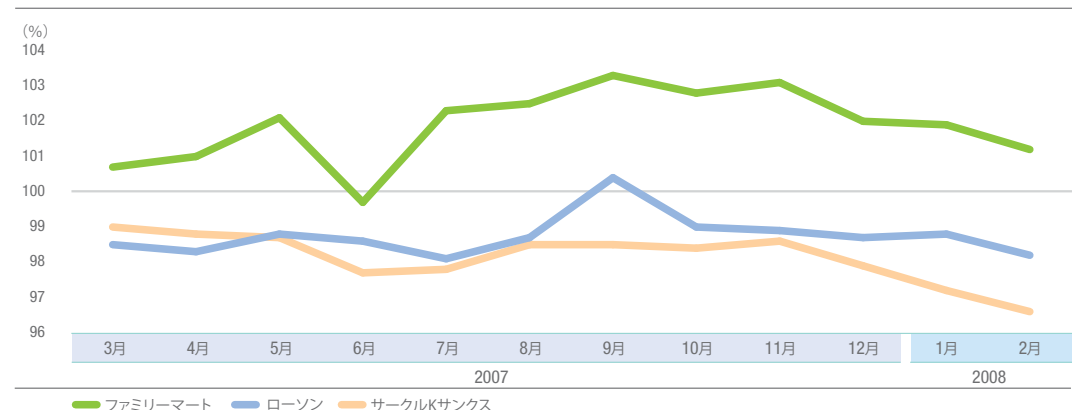
社長に就任してからの6年間で、まだまだ大なり小なり課題はあるにせよ、確実にいい風が吹いていると手ごたえを感じております。特に、2007年度は、これまで積み重ねてきたことが良いスパイラルとなり、客数の増加や既存店日商の伸長といった数字に表れてきた1年でした。当たり前のことを当たり前に地道に取り組み続けた結果、ようやく下地が固まってきたのだと自負しており、今後の成長においても自信をもっております。

今、ファミリーマートは大きく2つの優位性をもっていると考えます。

第一の優位性は、加盟店と本部の戦闘力です。さらなる今後の成長の過程において最も重要なことは、本部が戦略、政策を立てるだけではなく、その意義を加盟店がきっちり理解し、実践していくことです。ファミリーマートでは、「ファミリーマートらしさ推進活動」等を通じて、加盟店と本部の一体感が強まり、各店舗での戦闘力が高まっております。こうした関係は一朝一夕につくられるものではなく、今後の成長においてもファミリーマートの強みとなると考えます。

第二に、将来を見据えた時、「Famiポート」に代表されるサービスビジネスの拠点となるネットワークができていく点が挙げられます。将来の競争の中心がサービスビジネスに移行していくことを考え、私たちはすでに布石も終え、強力なアドバンテージを有しております。

■ 既存店客数前年比(単体)





## 今後の課題

### ～質の高いネットワークを維持するために～

その一方で、取り組むべき課題も多いと認識しております。今や出店競争の時代でもなく、業界では加盟者不足が深刻な問題になっております。私は、FCビジネスにとって、規模の縮小はブランド力やネットワークの弱体化に直結すると考えております。そこで、ファミリーマートは逆にこれをチャンスと捉え、ビルドアンドスクラップを積極的に行いながら閉鎖数を一定数上回る出店を行い、純増を確保してまいります。具体的には、複数店経営奨励制度、ステップアップ制度等、加盟店が事業拡大に夢のもてるFCパッケージを整備することにより、意欲の高い経営者の加盟を促進しております。また、法人契約にも早くから取り組んでまいりました。今後、さらに時代の変化に対応しながら、FC契約の中身をブラッシュアップすることで、加盟店収益を向上させることにより、どこよりも選ばれるチェーンを目指してまいります。

また、昨年度課題として挙げた新店日商は、前期差19千円増の425千円と順調に改善しておりますが、さらに上を目指してまいります。2008年度は開発本部に「首都圏開発推進部」を設置し、首都圏における物件の情報収集体制の強化や、大手法人加盟の促進を図ってまいります。

安易に加盟条件や出店基準を引き下げて加盟店の数を確保することは、質の低い店舗を増加させ、ひいてはチェーン全体の質の低下につながります。ファミリーマートは、店舗開発時から収益性の高い立地への出店、意欲のある経営者による運営をサポートすることにより、さらなる質の高い店舗網を構築してまいります。

## 中期ビジョンと2008年度の方針

# ～業界における地位を確たるものとし、 次のステージへ～

国内のコンビニエンスストア業界はいよいよ次のステージに突入しており、少なくともこの5年以内に競争環境は劇的に変わるとみています。これは業界内における再編というよりも、淘汰が進まざるを得ないという考えからです。その後、勝ち残った企業は成長のステージに進むでしょう。ファミリーマートはこれまでに培った優位性を背景に、数年内に日商50万円、差益率30%の実現を目指してまいります。そのために、2008年度を「業界における勝ち組としての地位を確定させる年」と位置付け、小売業の「基本」を徹底し、それをやり続ける継続力をつけることでこの厳しい競争を勝ち抜いてまいります。

### ■ 中期的な目標と2008年度基本戦略

中期的な目標
日商50万円、差益率30%の実現
2008年度基本戦略
業界における勝ち組としての地位を確定させる年
あなたの家族になりたい ～あらゆる分野で家族代替機能を強化～

さらに、近年では、人口構造の変化、社会構造の変化により従来の標準的な「家族」形態は失われつつあり、家族が果たしていた役割は、生活にもっとも身近なインフラであるコンビニエンスストアに求められています。2008年度は、働く女性、団塊世代、高齢者等あらゆる世代にとって、家族の代わりになる、家族を支援する機能を果たすコンビニエンスストアとなることを目指してまいります。これらにより、2008年度以降も増益体制を固め、持続的・安定成長を実現させてまいります。

※取り組みの詳細に関しましては  
P.50～「成長を支えるさまざまな取り組み」をご覧ください。





## 次の成長戦略

# ～グローバル2万店のネットワークを構築～

国内基盤を引き続き固めていく一方で、次の成長戦略である「パン・パシフィック構想」を進めてまいります。「パン・パシフィック構想」は国内8,000店、海外12,000店、世界合計で2万店のネットワークの確立を目指すビジョンです。

「パン・パシフィック構想」の要となる中国事業は現在、利益面では計画よりも順調にしておりますが、特にビジネスモデルの確立を慎重に進めています。いったんモデルが確立すれば、主要都市のマーケットのポテンシャルだけでも、数千店規模で展開できるとみております。新地域でフランチャイズビジネスを始めた際は、利益が開始するのは200店舗規模からと考えております。その意味で中国も、またアメリカもまだまだ先行投資段階にあります。

その段階を脱し、順調に利益貢献をしているのが台湾と韓国です。台湾の市場は成熟しつつありますが、日本と同じく「S&QC」を徹底し、台湾版「ファミリーマートらしさ推進活動」に取り組み、増益を確保しております。2007年12月にはニコマートより約160店舗の営業権譲渡を受け、今後さらにプラス効果が期待できます。また、韓国は進出した地域の中でもさらにますます伸長していくと予測しております。現時点でも韓国トップチェーンとしての地位を不動のものとしており、業績も大変好調です。

一方、タイのSiam FamilyMart Co., Ltd.の経営改善も順調に進んでおり、ほぼ計画通りの改善をみせております。

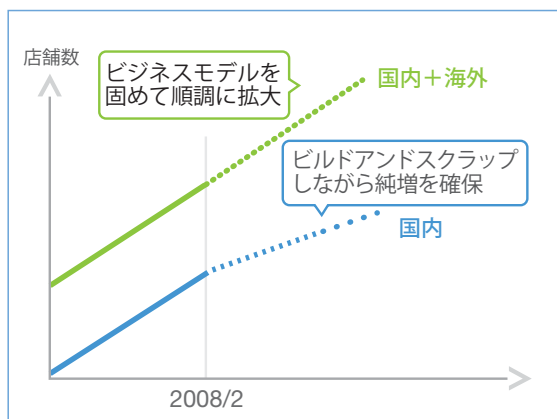
各国において課題解決の目途がついてきた2008年度は、国内の収益基盤を固めながら、いよいよグローバルネットワークの拡大に踏み出してまいります。その結果、2009年2月末の海外店舗数は前期差640店舗増の7,328店舗、国内外合わせたチェーン総店舗数は14,740店舗を計画しております。

■ 各国店舗数(エリアフランチャイズ含む)

(単位：店)

	2008年2月末 (実績)	2009年2月末 (計画)	前期差
日本	7,187	7,412	225
台湾	2,247	2,359	112
韓国	3,787	4,187	400
タイ	507	571	64
中国	136	198	62
アメリカ	11	13	2
海外計	6,688	7,328	640
合計	13,875	14,740	865

■ 2008年2月期以降の店舗数成長イメージ

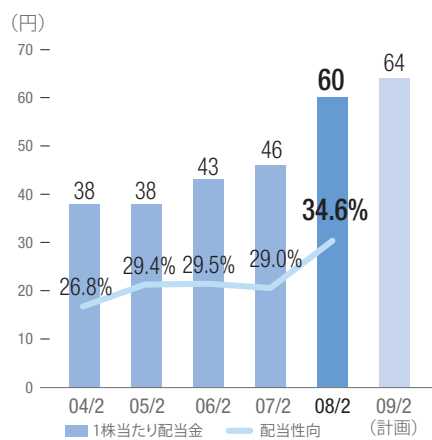


(注) 2009年2月末の計画値には、2009年2月期に西武鉄道と共同展開する「TOMONY」を含んでいません。

## 株主還元方針および資本政策

# ～株主還元への姿勢を明確にします～

### ■ 1株当たり配当金および配当性向



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付けており、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、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ることから、2007年度に連結ベースの配当性向に指標を変更し、目標数値をこれまでの30%から35%に引き上げました。これに基づき、株主還元をの一層明確にしてまいります。2007年度の配当金は、3期連続の増配となる14円増配の1株当たり60円といたします。また、2008年度の年間配当金は、4円増配の1株当たり64円を予定しております。

手元保有キャッシュに関しては、海外出店や成長に必要な分野での業務提携を含む投資と内部留保を勘案しながら、株主還元についても積極的に行ってまいります。なお自己株式取得は、機動的な資本政策遂行のため、必要に応じて実施する予定です。

## 企業価値向上のために

# ～持続的な成長を目指します～

足場をしっかりと固め、持続的な成長ができてこそ、企業価値を最大化できます。ファミリーマートは今後も当たり前のことに当たり前に取り組むという「基本」を徹底していくことにより、企業価値を向上させてまいります。

また、安全・安心な食の提供、地球温暖化をはじめとする環境問題など、今後ますますコンビニエンスストアの社会的責任が問われていくと考えております。そのため、品質管理体制や、CO<sub>2</sub>削減、食品のリサイクルなどの点で、全小売業の模範となるような企業姿勢を貫くことで、社会的責任を果たし、ステークホルダーの皆様から支持される企業を目指します。

今後ともより一層のご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

代表取締役社長

上田 準 二

# 持続的成長を目指して

- 18 環境保全活動
- 20 社会貢献活動
- 21 食の安全・安心
- 21 加盟店・社員とともに
- 22 コーポレート・ガバナンスおよび内部統制

ファミリーマートらしさを高めるための私の取り組み



「ファミマシップ」を胸に、情熱をもって企業経営に取り組んでいます。ファミリーマートで働く一人ひとりが仕事を通じて夢を実現でき、元気に満ちあふれたチェーンでありたいと考えています。

代表取締役社長



他部門の方から法律上の質問を受けることがよくあります。その際には、その先にいるお客様を見据えて、ファミリーマートとしてどうあるべきかを考え、お話しするようにしています。

法務



温度管理に気を使い、新鮮な商品をお届けすることを心がけています。常に店舗様とおお客様の立場に立って、毎日明るく元気に安全輸送と商品の保身に努めています。

商品配送



私は、常にお客様に対し、「あなたと、コンビに」というファミリーマートの心を笑顔とともに届けることに努力しています。お客様が私共に家族のような安らぎを感じていただけたら幸せです。

店舗勤務

# 環境保全活動

## ■ 環境方針

「ファミリーマート環境方針」のもと、地球環境に配慮した取り組みを継続的に行っています。

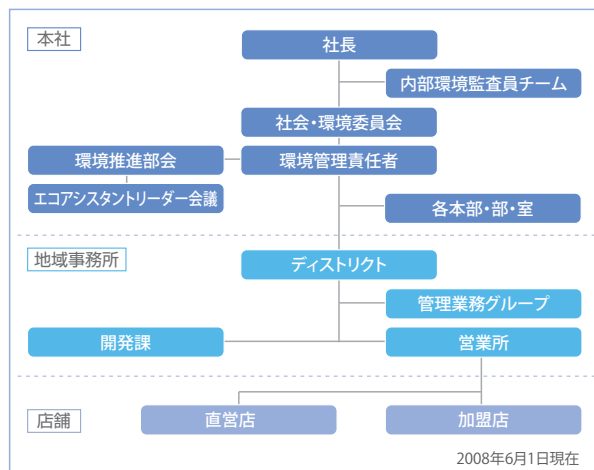
### ファミリーマート環境方針(概要)

1. 事業活動を通じた環境配慮
  - 環境と安全・安心に配慮した商品・サービスの提供
  - 環境に配慮した商品配送
  - 環境に配慮した店舗施設
  - 地域・社会に配慮した店舗運営と廃棄物適正処理
  - 事務所、社有車の環境配慮
2. 環境関連諸法規の遵守
3. 組織の整備と啓発活動
4. 環境方針の公開

## ■ 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「ISO 14001」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。

### 環境マネジメントシステムの推進体制



## ■ 事業活動を通じた環境配慮

「ISO 14001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。

分野	主な取り組み
商品サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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。</li> <li>■ 環境配慮型容器(バイオマスプラスチック)・紙容器の積極推進。</li> </ul>
商品配送	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 低公害配送車両の導入拡大。</li> <li>■ 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。</li> </ul>
店舗施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 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、省エネルギー型機器(デザートケース等)の導入。</li> <li>■ 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。</li> </ul>
店舗運営	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「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。</li> <li>■ レジ袋削減の取り組み。</li> </ul>
事務所社有車	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 電気使用量・コピー用紙使用量の削減。</li> <li>■ 紙類リサイクルボックスの徹底。</li> <li>■ 社有車の低公害車導入。エコドライブ徹底。</li> </ul>

## ☆環境への取り組み

私たちはお客様に気持ちよくご利用いただくため、便利なお店を目指しています。しかしそれは一方で、環境に影響を与えることにもなります。コンビニエンスストアとしての利便性を実現しながら環境への影響を少しずつでも減らしていくために、私たちはできることから日々改善を重ねています。その一部をご紹介します。

### <環境配慮型容器>

とうもろこしを主原料とするバイオマスプラスチックは、石油からつくられるプラスチックと比べ、CO<sub>2</sub>の排出量を抑えられると同時に、石油資源の保護にもつながります。ファミリーマートでは、2007年6月にサラダ2品の容器にバイオマスプラスチックを採用したのを皮切りに、同年11月には卵の容器にも採用を拡大しました。バイオマスプラスチックを使用することにより、お客様と一緒に、身近な商品から温暖化防止に貢献していきます。



### <廃棄物リサイクル>

食品廃棄物の有効活用を図るため、1999年より「生ゴミ回収リサイクルシステム」の導入を開始。さらに、2008年度は「液体飼料化リサイクル」への取り組みを東京都内の一部店舗へ導入していきます。

また、フライヤー調理で使用済みとなった油をリサイクルし、家畜の飼料や石鹸、洗剤等の原料として使用しています。2007年度は新たな取り組みとして、廃食用油を原材料の一部としてリサイクルして製造した薬用ハンドソープを、用度品として店舗で使用開始しました。



### <環境に配慮した商品配送>

商品を店舗に運ぶ配送車に低公害車の導入を進め、環境への負担をなるべく軽減するよう努めています。電気モーターとディーゼルエンジンを組み合わせたハイブリッド車は、2008年2月末現在218台導入しています。また、配送回数を減らすために温度帯の異なる商品の配送方法を工夫することで、配送車両は年々少なくなり、1店舗1日当たりの配送車の台数を1990年度の22台から、2007年度には8台にまで削減しました。さらに、配送時にはエコドライブを徹底し、燃費向上に努めています。



### <LED看板の実験導入>

LEDは省電力、長寿命という特性を持ち、蛍光灯に比べ、電気使用量の削減、交換回数の削減等の面から地球温暖化防止に効果的です。2004年度から実験導入したLED看板は、従来の蛍光灯の看板と比較して消費電力が約30～50%減と大幅にカットされました。引き続き実験を重ね、順次店舗へ導入していく予定です。



# 社会貢献活動

## ■ 社会貢献方針

「ファミリーマート社会貢献方針」のもと、より良い社会の実現を目指して社会貢献活動に取り組んでいます。

### ファミリーマート社会貢献方針

ファミリーマートは国際社会、地域社会との調和を図り、心豊かなより良い社会の実現をめざして社会貢献活動に取り組みます。

1. グローバルに事業を行う企業として、豊かな国際社会の実現と環境を守り育てる活動に貢献します。
2. 地域社会の要請と信頼に応え、積極的な関係の構築を心掛け、地域社会との共生を図ります。
3. 安全・安心なまちづくりの拠点としての役割を担うとともに、青少年の健全な育成を支援します。
4. 社員一人ひとりが行う社会貢献活動を支援します。

## ■ 店頭募金

店頭で募金のできる「ファミリーマート夢の掛け橋募金」を行っています。この募金は、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)と募金をしてくださった皆様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団体(特定非営利活動法人 国連WFP協会、社団法人 セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン、社団法人 国土緑化推進機構、独立行政法人 環境再生保全機構)へ均等に寄付しています。



## ■ 災害義援金募金

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。2007年度は緊急義援金の募金活動(能登半島地震・新潟県中越沖地震時)を実施し、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。

## ■ 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年度は新たに愛媛県、石川県、長崎県、秋田県、大阪府、福岡県の1府5県と協定を結びました。2008年2月末現在、物資供給に関する協定を13県、帰宅困難者支援に関する協定を9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。

### ☆ベルマーク運動に参加

ファミリーマートは財団法人ベルマーク教育助成財団が主催している「ベルマーク運動\*」に流通・小売業界として初めて参加しました。2008年4月よりおむすび全品のパッケージにベルマークをつけて販売を開始しています。お客様と、地域住民の皆様とをつなぐ橋渡し役として、より地域密着型の店舗運営を進めていきます。

\*協賛会社が商品につけているベルマークを集めたPTAは1点1円の計算で学校の備品などを購入できます。



### ☆途上国を救う「1食20円運動」を実施

TABLE FOR TWOの取り組みを、社員・加盟店向けの研修施設であるファミリーマート湘南研修センターで実施しました。TABLE FOR TWOとは、先進国の人々が健康的な食事をするときに、1食あたり20円を捻出し、開発途上国の1人に食事を送る取り組みのことです。寄付金はTABLE FOR TWO事務局を通じて途上国の学校給食に活用されました。

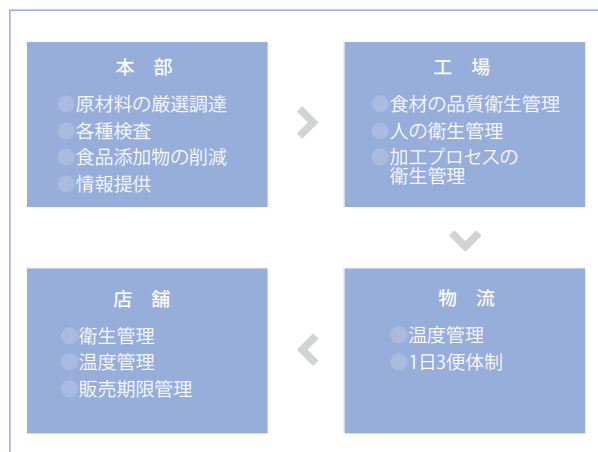
## 食の安全・安心

### ■ 一貫した品質管理システム

お客様に常に新鮮で安全・安心な商品をお届けするため、ファミリーマートの中食\*は、原材料の調達から、製造、配送、販売にいたるすべてのプロセスで厳格な品質管理基準を定め、トータルに品質管理を実施しています。各プロセスにおいては外部専門会社による微生物検査、理化学検査を行い、法基準以上に厳しい独自の品質管理基準をクリアした商品だけをお客様にお届けしています。

\*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、デザート等の食品。

#### 品質管理システム



### ■ さらなる安全・安心な商品の提供のために

ファミリーマートでは、中食の製造委託をしている全取引先の代表者（社長）と「食の安全安心会議」を実施し、日々の管理の重要性の再徹底を図っています。またファミリーマートの一貫した品質マネジメントとして中食の製造委託工場に対しISO 9001の認証取得を奨励し、その取得支援活動として本部品質管理部にISO 9001審査員資格をもった人材を在籍させ、各工場の指導にあたっています。2008年度末までには中食製造委託工場の100%取得を目標にさらなる品質管理体制の強化に取り組んでいきます。

## 加盟店・社員とともに

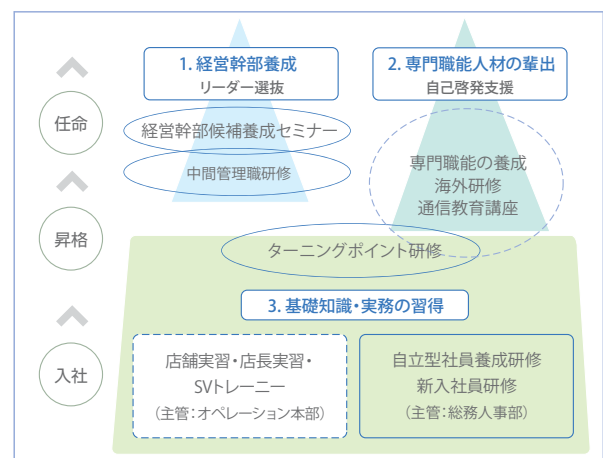
### ■ 加盟店とのかかわり

加盟店とファミリーマート本部はそれぞれ独立した事業主（パートナー）として、共同成長を目指しています。年度初頭に開催される政策発表会で今後の政策を加盟店の皆様にご理解いただくとともに、年に2回開催される「ファミマシップ・フォーラム」において、新商品の情報提供や、「ファミリーマートらしさ」を感じる売場づくりを実現するための取り組み事例の共有等を行っています。また、店舗運営の鍵を握るストアスタッフ育成のためのストアスタッフトータルシステム（P.51参照）やスーパーバイザーによるサポート体制を整え、加盟店の安定経営と売上拡大をバックアップしています。

### ■ 社員教育・研修制度

2007年度から「経営幹部養成」と「専門職能人材の輩出」の2つを目的とした社員教育・研修、「ファミマアカデミー」を開始しました。その一環である、「キャリア実現支援制度」では通信教育講座の修了者に対し、講座費用の80%が会社から補助されます。今後もセミナーや通信講座等、学ぶための機会を充実させることにより、自ら考え、自ら行動できる社員を育成していきます。

#### ファミマアカデミーの概念図



# 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

2008年6月1日現在、取締役会は11名の取締役で構成し、原則として、毎月1回取締役会を開催し、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、執行役員制を採用し、業務執行権限を執行役員に大幅に委譲することにより、業務の決定と執行の迅速化を進めています。さらに、リスク管理体制の整備と倫理・法令遵守体制の強化を目的とした「リスクマネジメント・コンプライアンス委員会」、内部統制の構築とコーポレート・ガバナンスの確保を目的とした「内部統

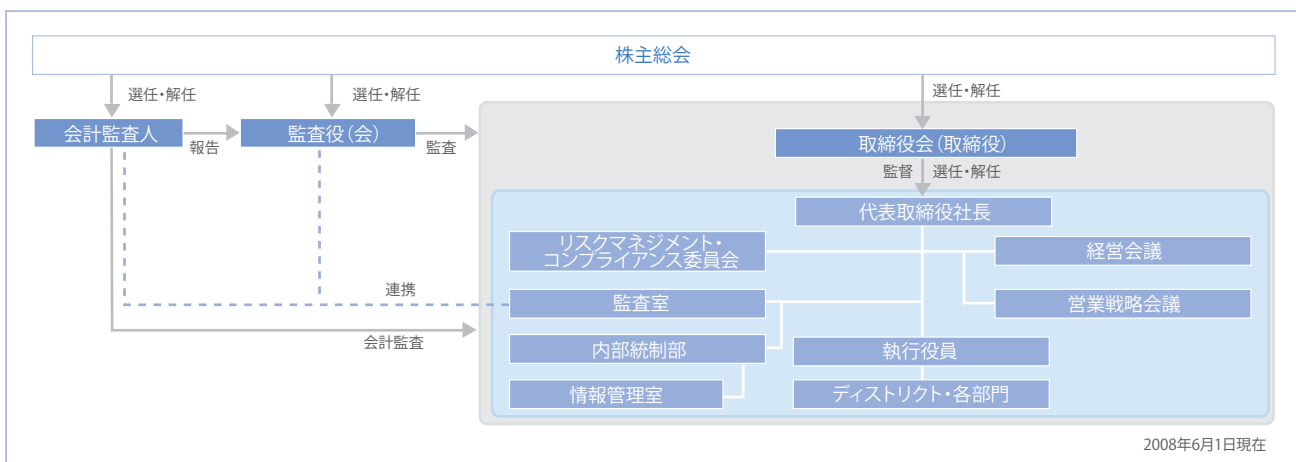
制部」を設置しています。

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ます。なお、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、グループ会社の監査役とも定期的に連絡会を開催し、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、当社は監査法人トーマツと監査契約を締結し、会社法監査および金融商品取引法監査を受けています。会計監査人は、独立した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





## 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等の内容は次のとおりです。

取締役に対する報酬等の額	245 百万円
監査役に対する報酬等の額	57 百万円 (うち社外監査役 26 百万円)

(注) 1. 上記金額には、役員退職慰労引当金の当期増加額 88 百万円(取締役分 76 百万円、監査役分 11 百万円(うち社外 5 百万円))が含まれています。  
2. 上記金額には、使用人兼務取締役の使用人分の給与および賞与は含まれていません。

### 監査報酬の内容

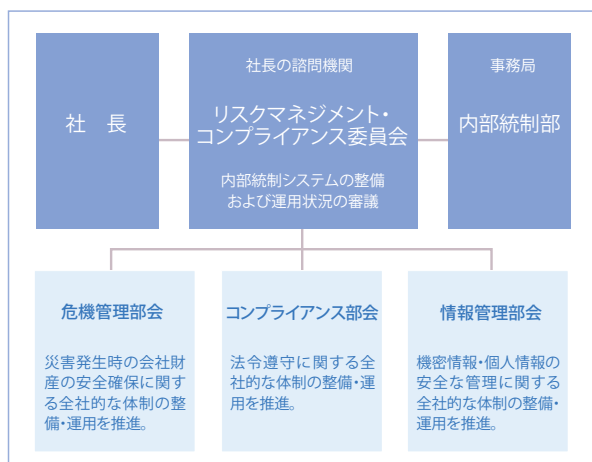
当社の会計監査人である監査法人トーマツに対する報酬は次のとおりです。

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	45 百万円
上記以外の報酬	3 百万円

## 内部統制システムの構築体制

ファミリーマートでは、取締役会で決定した「内部統制システム構築の基本方針」に基づき、内部統制システムのさらなる充実に取り組んでいます。2007年12月、新たに「内部統制部」を設置するとともに、既存の「リスクマネジメント・コンプライアンス委員会」の機能を拡充し、内部統制システムの整備および運用の状況を審議しています。また、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、各分野における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。

### 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



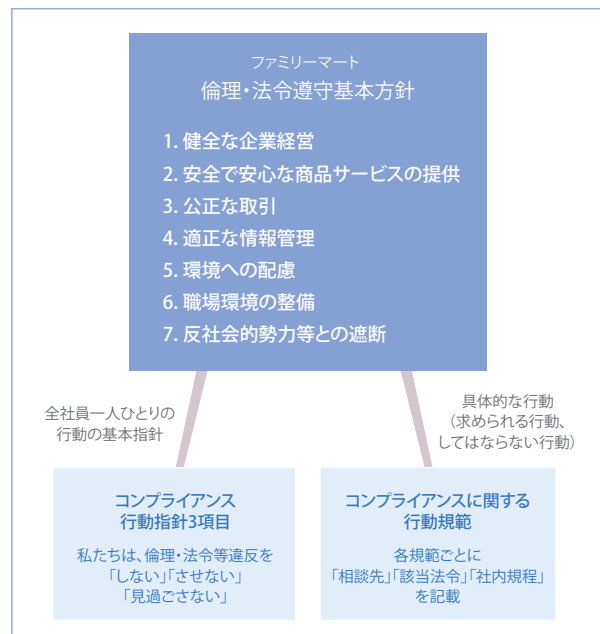
## 内部統制システムの整備状況

「内部統制部」は、コンプライアンス・財務報告に係る内部統制・リスクマネジメント・情報管理の全社統括部門として、以下の取り組みを行っています。

### ▼コンプライアンス

「ファミリーマート倫理・法令遵守基本方針」をはじめ、「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ています。また倫理・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ています。

### 倫理・法令遵守基本方針等



### ▼財務報告に係る内部統制

財務報告(有価証券報告書等)に係る内部統制の充実を図るため、社内規程を制定するとともに、当社の財務報告に係る内部統制を評価し、財務報告の重要な事項について虚偽記載等が生じないよう必要な体制を整備および運用する取り組みを行っています。

### ▼リスクマネジメント

全社的なリスクマネジメントを促進するために、ファミリーマートの各部門が直面する可能性のあるリスクを、発生頻度、影響の強弱等により要因別に評価・分類した「リスクマップ」を作成し注意喚起するとともに、「リスクマップ」に基づき、重点的に対処すべきリスクの影響等を最少化するための体制および方法等について規程・マニュアルの整備を行っています。

### ▼情報管理

全社的な情報管理体制を構築するために、「情報セキュリティ基本方針書」を制定し、機密情報・営業機密の管理を行うとともに、重要なお客様・加盟者などの個人情報について「個人情報保護方針」および社内規程類を整備し、適切な情報の管理を推進しております。

### ▼プライバシーマークの取得

2006年11月に、コンビニエンスストアチェーン本部としては初めての「プライバシーマーク\*」付与の認定を受けました。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」付与の認定を受けました。

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、より一層の情報管理強化に取り組んでいきます。

\*日本工業規格「JIS Q 15001」に適合し、適切な個人情報の取り扱いを行っている事業者を「財団法人 日本情報処理開発協会」が認定する制度。



### ■大規模買付行為への対応方針(買収防衛策)

近年、会社の現経営陣と十分な協議の過程を経ることなく、突如として大量の株式の買付を強行するといった経営支配権に影響する行為が見受けられ、当社取締役会は、このような当社の企業価値もしくは株主共同の利益を著しく毀損する大規模な買付行為を予防するとともに、大規模な買付行為が行われる場合には、株主の皆様が買付者の提案に対して適切な判断を行えるよう買付者から事前に十分な情報提供と評価期間を確保することを目的として、「大規模買付行為への対応方針(買収防衛策)」を2006年度より導入しています。なお、2008年5月開催の定時株主総会において、昨年に引き続き株主の皆様への承認をいただきました。

### ■ディスクロージャー

ファミリーマートは、「正確性・迅速性・公平性を旨とし、シンプルで誠実な情報開示を行う」ことをIR活動のポリシーとしています。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、第11回IR優良企業賞を受賞しました。社長の強いリーダーシップのもと、2007年度も、さらに半期ごとの決算説明会や、海外IR、個別取材対応、ホームページや各種刊行物の充実を積極的に行いました。これらの結果、社団法人日本証券アナリスト協会の「証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定」において、2年連続で小売業第2位(16社中)となりました。今後もIR活動の一層の強化を図っていきます。

### ☆SRI(社会的責任投資)ファンド向け指標への組み入れ

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。



# 役員紹介



取締役会長 田邊 充夫



代表取締役社長 上田 準二

取締役会長

田邊 充夫

代表取締役社長

上田 準二

専務取締役 専務執行役員

植田 四三郎 社長補佐 西日本担当  
 播磨 眞一郎 社長補佐 東日本担当  
 (兼) リスクマネジメント・コンプライアンス委員長

横田 孝行 商品本部長

常務取締役 常務執行役員

井上 史郎 AFC事業本部長  
 FAMIMA CORPORATION Chairman  
 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

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、内部統制部管掌、  
 社会・環境推進部管掌  
 加藤 利夫 オペレーション本部長、  
 お客様相談室管掌、加盟店相談室管掌  
 高田 基生 総合企画部長(兼)経営企画室長

常務執行役員

小坂 雅章

商品本部長補佐(兼)ライフ・コンテンツ統括  
 (兼)商品企画・業務部長

和田 昭則

開発本部長(兼)首都圏開発推進部長

高杉 豪

Siam FamilyMart Co., Ltd. CEO

潘 進丁

中国事業担当

上席執行役員

上野 和成

東京第1ディストリクト 統括部長

伊藤 勝夫

東京第3ディストリクト 統括部長

植杉 正孝

関西第2ディストリクト 統括部長

執行役員

岩切 公愛

九州第1ディストリクト 統括部長

鈴木 久

神奈川ディストリクト 統括部長

藤森 正美

東海第2ディストリクト 統括部長

木村 知行

監査室長

平田 満次

東京第2ディストリクト 統括部長

小澤 秀光

湘南・静岡ディストリクト 統括部長

木暮 剛彦

広報・IR部長

杉浦 正憲

管理本部総務人事部長

系数 剛一

FAMIMA CORPORATION President & CEO

市川 透

総合企画部マーケティング室長

牛丸 重幸

中国ディストリクト 統括部長

中平 義人

関西第3ディストリクト 統括部長

常勤監査役

監査役

西岡 登

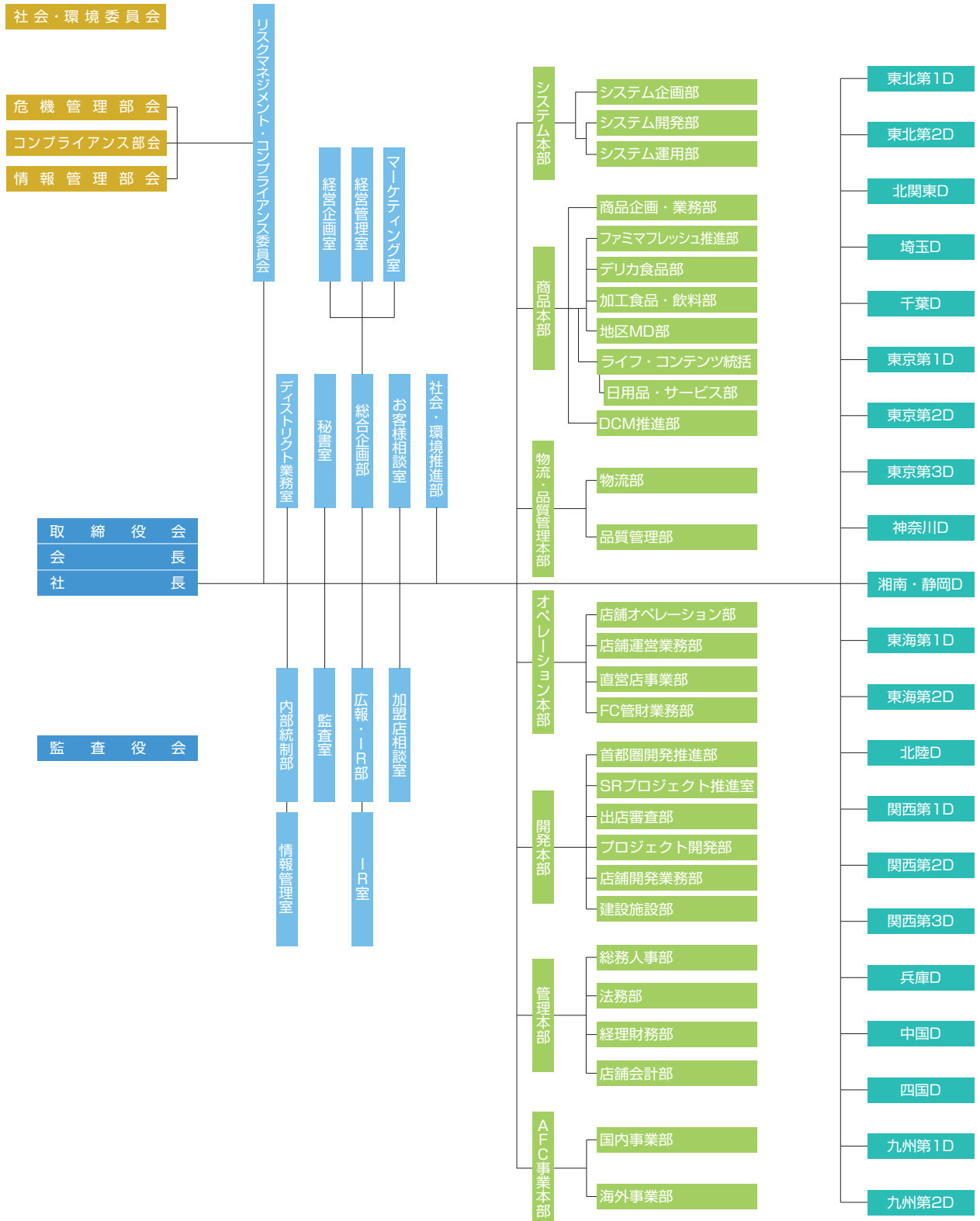
遠藤 隆

浅野 正裕

高橋 商太

2008年6月1日現在

# 組織図



2008年6月1日現在

# 財務セクション

- 28 8年間要約財務データ（連結）
- 30 経営者による経営成績及び財政状態の分析
- 35 事業等のリスク
- 36 連結財務諸表
- 40 連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項
- 41 注記事項

ファミリーマートらしさを高めるための私の取り組み



お客様が接する商品や売り場、そしてスタッフとのふれあいを、陰で支えるシステムが、より深い「癒し」「絆」を提供できると信じています。お客様と一緒に歩める「半歩だけ」先回りしたシステム開発を心がけています。

システム開発



「ファミリーマートらしさ」とはお客様をお迎えし、満足していただく、送り出すことだと考えています。お客様に対してホスピタリティあふれる接客を目指し、日々邁進しています。

店舗勤務



「ファミリーマートらしさ推進活動」は、マーケティング戦略そのものです。コミュニケーション戦略の一貫性を保ちながら、全国の事例の共有化を加速させ、この活動に対する共感・賞賛の波を大きくしていきたい。

執行役員 マーケティング室長



「挑戦を楽しもう！」のマインドでスーパーバイザー業務に取り組んでいます。加盟店のポテンシャルを最大限に引き出すために、「まだ伸ばせるはず！」という強い意志で、加盟店と向き合うように意識しています。

スーパーバイザー

## 8年間要約財務データ(連結)

	2001年2月期	2002年2月期	2003年2月期
<b>会計年度</b>			
営業総収入	176,098	195,605	217,467
加盟店からの収入	111,729	116,477	122,738
売上高	54,121	67,821	80,951
営業利益	24,122	23,756	27,920
経常利益	26,161	25,003	28,859
当期純利益	8,111	8,548	12,879
設備投資	27,562	32,291	24,187
減価償却費	11,800	14,385	13,710
営業活動によるキャッシュ・フロー	23,305	34,219	32,693
投資活動によるキャッシュ・フロー	△30,980	△28,812	△29,326
財務活動によるキャッシュ・フロー	△6,160	△4,338	△3,625
<b>会計年度末</b>			
総資産	230,882	242,517	250,608
純資産(注3)	126,189	130,510	137,635
<b>1株当たりデータ</b>			
純資産(円)(注3)	1,302.93	1,347.24	1,420.99
当期純利益(円)	83.53	88.25	132.96
配当金(円)	38.00	38.00	38.00
<b>レシオデータ</b>			
自己資本比率(%)	54.6	53.8	54.9
自己資本利益率(ROE)(%)	6.5	6.7	9.6
総資本利益率(ROA)(%)	3.7	3.7	5.2
<b>その他データ</b>			
加盟店及び直営店舗数(単体)	5,275	5,287	5,593
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	2,341	2,897	3,530
ファミリーマートチェーン総店舗数	7,616	8,184	9,123
従業員数(臨時雇用者数を除く、人)	3,917	4,205	4,466
株主数(人)	31,429	28,088	24,263

(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)が含まれています。

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)を適用しています。

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います。

(単位:百万円)

2004年2月期	2005年2月期	2006年2月期	2007年2月期	2008年2月期
228,977	252,900	276,442	297,849	<b>319,439</b>
127,164	132,863	138,635	142,293	<b>150,350</b>
87,083	103,599	118,551	134,506	<b>147,856</b>
29,092	30,868	32,661	29,608	<b>31,214</b>
30,164	31,736	34,048	32,175	<b>33,877</b>
13,787	12,623	14,195	14,968	<b>16,438</b>
23,303	26,623	29,490	33,010	<b>27,504</b>
11,692	11,960	11,311	11,564	<b>9,856</b>
73,593	1,428	42,777	35,092	<b>49,375</b>
△10,719	△23,182	△32,249	△32,938	<b>△24,592</b>
△3,891	△3,922	△4,237	△19,154	<b>3,956</b>
309,314	286,770	314,120	315,255	<b>351,271</b>
147,524	156,931	168,232	171,154	<b>191,281</b>
1,522.33	1,619.49	1,736.24	1,771.34	<b>1,921.63</b>
141.53	129.45	145.65	158.83	<b>173.47</b>
38.00	38.00	43.00	46.00	<b>60.00</b>
47.7	54.7	53.6	51.9	<b>52.2</b>
9.7	8.3	8.7	9.0	<b>9.5</b>
4.9	4.2	4.7	4.8	<b>4.9</b>
5,770	5,994	6,284	6,501	<b>6,691</b>
4,556	5,507	6,168	6,621	<b>7,184</b>
10,326	11,501	12,452	13,122	<b>13,875</b>
4,675	5,458	6,048	6,735	<b>6,647</b>
21,173	18,644	17,444	17,880	<b>14,933</b>

# 経営者による経営成績及び財政状態の分析

## 事業環境(外部環境と業界の動向)

当期(2008年2月期)における日本経済は、企業収益の改善や堅調な設備投資により回復傾向で推移したものの、原油や原材料価格の高騰等により、期末にかけて減速感がみられました。一方、個人消費は依然として本格的な回復には至らず、人口構造の変化、お客様の価値観の多様化、ITの進化等の消費環境の変化や業態を超えた競争の激化も相まって、コンビニエンスストア業界においては厳しい経営環境が続きました。

## 営業実績(単体)

既存店日商は、競合他社の多くが前年割れする中で、当社は100.9%と3年ぶりにプラスとなりました。業界全体でここ数年続いている既存店日商の前年割れ傾向に対し、当社では小売業としての基本の徹底や、「ファミリーマートらしさ推進活動」等による将来を見据えた「足場固め」を行いました。これらにより、お客様の支持を獲得し、既存店客数は前年の煙草増税前の駆け込み需要の反動のあった2007年6月を除き、2006年12月から継続的に前年を上回って推移しています。

### 営業実績(単体)

	07/2	08/2	前期差
既存店日商伸び率(%)	98.6	100.9	2.3
既存店日商(千円)	466	473	7
既存店客数(人)	834	858	24

※上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

## 商品の状況

### 商品分類別売上高(単体、チェーン全店)

カテゴリー別の売上高は、ファスト・フードや日配食品をはじめ、すべてのカテゴリーで前期を上回りました。

ファスト・フードは、重点商品カテゴリーの1つとして

強化した結果、フライドチキン、ファミチキをはじめとするフライヤー商材、おでん等が好調に推移し、結果として前期比107.2%となりました。

日配食品は、「三ツ星パスタ」をはじめとする調理麺が大きく売上を伸ばしたほか、おむすび、パン、チルド飲料、デザート等も前期を大きく上回りました。また、個店のマーケットに合わせた品揃えとして、生鮮品やキット商材等を取り揃えた「ファミマフレッシュ」を、三大都市圏を中心とした約1,000店舗に拡大した結果、青果や関連商品の売上が伸張しました。一方で、業界全体で苦戦している弁当に関しても、商品力の強化に努めた結果、回復傾向にあります。結果として、日配食品は前期比105.8%となりました。

加工食品は、飲料、酒、菓子、アイスクリーム等の販売が好調で、結果として前期比104.7%となりました。

非食品は、一部商品において、ディスカウントストア等の異業態との競争激化により苦戦している一方、煙草の売上は増加し、結果として前期比104.5%となりました。2008年7月より、全国において自動販売機での煙草購入に成人識別ICカード(taspo)が必要となることに伴い、次期においても煙草の売上増加傾向が続くものとみえています。

サービスは、切手葉書や宅急便等の取扱いが増加し、前期比101.7%となりました。

ECは、オンラインチケットの取扱い等が増加し、前期比102.8%となりました。

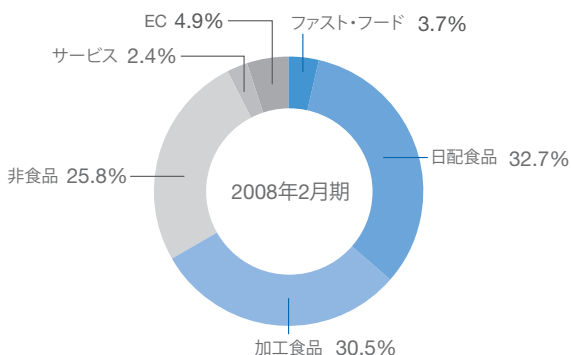
### 商品分類別売上高(単体)

(単位：百万円)

	07/2	08/2	前期比
ファスト・フード	38,501	41,285	107.2%
日配食品	346,724	366,960	105.8%
加工食品	327,043	342,502	104.7%
非食品	276,656	289,238	104.5%
サービス	26,934	27,401	101.7%
EC	52,961	54,450	102.8%
合計	1,068,821	1,121,838	105.0%



### 商品分類別売上高構成比(単体)



### 差益率(単体)

差益率においては、差益率の低い煙草の売上構成比が増加しましたが、差益率の高い中食の売上が伸長したことや、食品を中心とした個々の差益率改善が進んだことにより、前期差0.23ポイント改善の29.18%となりました。

### 差益率(単体)

	07/2	08/2	前期差
差益率(%)	28.95	29.18	0.23

※上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

## 店舗展開

当期は、さらなるお客様の利便性や、潜在的なニーズにもお応えできる新しいマーケットにも引き続き出店を進め、「高速道路のサービスエリア」や「病院」等にも積極的に出店したほか、駅構内への出店における新たな取り組みとして、2007年7月、西武鉄道株式会社と西武鉄道沿線駅構内の販売店を中心とした店舗「TOMONY」の共同展開を開始しました。これらにより、515店舗(ほか「TOMONY」を5店舗出店)を出店し、67店舗のビルドアンドスクラップ含む、330店舗を閉鎖した結果、当期末でのファミリーマートの店舗数は6,691店舗となり、前期より190店舗増加しました。なお新店日商は、出店基準の厳格化と、日商の高い三大都市圏に注力した結果425千円となり、前期に比べ19千円上昇しました。

当期末における国内エリアフランチャイザー3社を含めた国内総店舗数は、7,187店舗となりました。また、海外エリアフランチャイザーの店舗展開では、2007年9月に中国蘇州市に新たに新店を開始しました。この結果、台湾、韓国、タイ、中国及びアメリカにおける海外総店舗数は6,688店舗となり、当社グループのチェーン総店舗数は13,875店舗となりました。

### 店舗開発関連(単体)

	07/2	08/2	前期差
出店(店)	586	515	△71
閉店(店)	369	330	△39
ビルドアンドスクラップ(店)	53	67	14
新店日商(千円)	406	425	19

※上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

### 店舗数(エリアフランチャイズ含む)

(単位: 店)

	07/2	08/2	前期差
国内店舗数	6,974	7,187	213
海外店舗数	6,148	6,688	540
チェーン総店舗数	13,122	13,875	753

## 連結経営成績

当社グループは、当社、子会社12社(うち連結子会社7社、持分法適用非連結子会社4社)及び関連会社15社(うち持分法適用関連会社15社)の計28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います。

### 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、営業総収入は前期比108.0%の2,605億75百万円となりました。また、ぴあチケット及び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期比103.7%の577億70百万円となった結果、当期の連結営業総収入は、前期比107.2%の3,194億39百万円となりました。

### 営業利益

コンビニエンスストア事業の営業利益は、前期比104.0%の350億40百万円となりました。これは主に当社の増益に加えて、台湾の連結子会社の業績が好調に推移したこと等によるものです。また、EC関連事業は、新Famiポート導入に合わせて収支構造の改革に取り組み、営業利益が前期比224.1%の10億81百万円となった結果、当期の営業利益は、前期比105.4%の312億14百万円となりました。

### 経常利益

営業外収益は、受取利息や持分法投資利益の増加、為替差益の減少等により、前期に比べ3億91百万円増加の31億10百万円となりました。また、営業外費用は、前期に比べ2億94百万円増加の4億47百万円となり、この結果、当期の経常利益は、前期比105.3%の338億77百万円となりました。

### 特別利益及び特別損失

特別利益は、貸倒引当金戻入益や持分変動利益の計上等

により、当期は15億25百万円となりました。一方、特別損失は、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、当期は65億70百万円の計上となりました。

### 当期純利益

税金及び少数株主利益を控除した当期の当期純利益は、前期比109.8%の164億38百万円となり、1株当たり当期純利益は173円47銭となりました。

## 財政状態

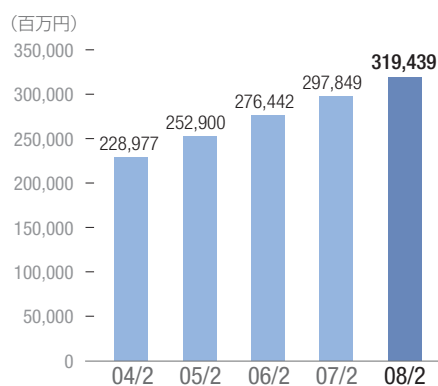
### 流動資産

流動資産は前期末より286億46百万円増加しました。これは主に利益剰余金の増加や自己株式の売却に伴い、現金及び預金、有価証券が増加したこと等によるものです。

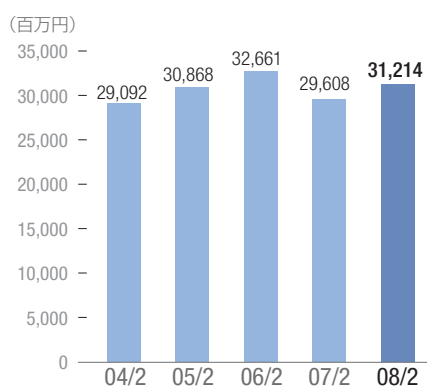
### 固定資産

固定資産は、店舗賃借関連の敷金保証金等が増加したこと等により、前期末より73億68百万円増加しました。

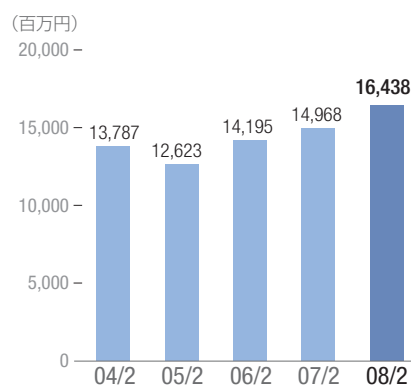
### 営業総収入



### 営業利益



### 当期純利益



### 流動負債

流動負債は前期末より155億66百万円増加しました。これは主に当社において買掛金や公共料金の預り金が増加したこと等によるものです。

### 固定負債

固定負債は、減損損失計上に伴う長期リース資産減損勘定の増加等により、前期末より3億22百万円増加しました。

### 純資産の部

当期末の純資産は、1,912億81百万円となり、前期末に比べ201億26百万円増加しました。これは利益剰余金の増加に加え、自己株式を売却したことによるものです。この結果、自己資本比率は52.2%となりました。また、1株当たり純資産額は1,921円63銭となりました。

## キャッシュ・フロー

### 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、493億75百万円となり、前期に比べ142億82百万円増加しました。これは主に税金等調整前当期純利益が20億82百万円増加したこと、支払手形及び買掛金の増加額が38億49百万円増加したこと、預り金の増加額が25億8百万円増加したこと、及び法人税等の支払額が18億73百万円減少したこと等によるものです。

### 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245億92百万円となり、前期に比べ83億45百万円減少しました。これは主に有価証券等の取得による支出が171億48百万円及び売却・償還による収入が157億24百万円それぞれ減少したこと、有形無形固定資産の取得による支出が66億45百万円減少したこと等によるものです。

### 財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動の結果得られた資金は39億56百万円となり、前期に比べ231億10百万円増加しました。これは主に自己株式の取得による支出が164億46百万円減少したこと、自己株式の処分による収入が69億75百万円増加したこと等によるものです。

以上の結果、当期末の資金は、前期末に比べ292億93百万円増加し、988億44百万円となりました。

## 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、中間配当と期末配当の年2回の配当としています。なお、これらの配当の決定機関は取締役会です。この基本方針に基づき、当期の中間配当金は前中間期より1株当たり5円増配の28円とし、期末配当金は、当初予定の前期より1株当たり5円増配の28円から、さらに4円増配の32円としました。通期では1株当たり14円増配の60円となっています。

来期の配当は、中間配当金を1株当たり32円、期末配当金を1株当たり32円とし、通期では1株当たり4円増配の64円とする予定です。また、今後とも配当性向は連結ベースで35%を目標として、取り組んでいきます。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。内部留保については、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いきます。

## 次期の見通し

次期は、米国経済の減速や原油や原材料価格の高騰等により、景気の回復は鈍化傾向になることが予想され、また、個人消費の本格的な回復も期待できず、当社を取り巻く経営環境は引き続き厳しく推移するものと思われま。このような状況の中で、当社は、すべての加盟店の成長力、収益力の向上に向けて、フランチャイザー機能をより一層充実させていきます。お客様の満足にお応えする「S&QCの徹底」、欠品のない売場を実現する「発注精度の向上」、及び「商品力の強化」等により日商の向上に取り組んでいきます。特に、「商品力の強化」では、冷凍からHOTまで5つの温度帯を活用して、新たなカテゴリーの創造や新商品の開発を進めていきます。また、ユニバーサルサービスの強化をはじめ、電子マネー決済や「Tポイントプログラム」等これまでに投資したインフラを活用したサービスを拡充する等お客様へのサービス向上を図っていきます。

一方、店舗開発では次期も引き続き積極的な出店を計画しており、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、ニューマーケットへの出店、法人開発に取り組んでいきます。

これらの結果、次期の既存店日商伸び率は102.5%（うち、taspo導入による日商押し効果1%）、差益率は前期差0.08ポイント改善の29.26%（うち、taspo導入による差益率押し効果0.19%）、出店数550店舗、閉店数350店舗、新店日商は445千円を計画しています。なお、海外の店舗展開においては、アジア・アメリカ各地域への出店を引き続き積極的に行っていきます。

EC関連事業を行っている株式会社ファミマ・ドット・コムにおいては、「Famiポート」による新しいコンテンツ展開やオリジナル商品開発を充実させていきます。また、ファミマクレジット株式会社においては、カルチュア・コンビニエンス・クラブグループとの提携により、カードポイントの共有化等をはじめとしたお客様へのサービス向上を図るとともに、収益基盤の増強に努めていきます。

次期の連結業績見通しは、営業総収入は2,829億円(当期比88.6%)、営業利益は324億円(同103.8%)、経常利益は350億円(同103.3%)、当期純利益は166億円(同101.0%)を見込んでいます。

なお、株式会社ファミマ・ドット・コムにおいて、2006年3月30日公表「ソフトウェア取引の収益の会計処理に関する実務上の取扱い」（企業会計基準委員会実務対応第17号）の趣旨に鑑み、委託販売取引に係る売上高を従来の総額表示(売上・仕入両建て計上)から純額表示(手数料収入のみ計上)へ変更します。これにより、上記の営業総収入の予想数値はこれを考慮していますが、当該変更に伴う損益への影響はありません。

### 営業数値計画(単体)

	08/2	09/2(計画)	前期差
全店日商(千円)	471	490	19
既存店日商伸び率(%)	100.9	102.5	1.6
差益率(%)	29.18	29.26	0.08
新店日商(千円)	425	445	20
出店数(店)	515	550	35
閉店数(店)	330	350	20

※上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

### 業績予想(連結)

(単位：百万円)

	08/2	09/2(計画)	前期比
営業総収入	319,439	282,900	88.6%
営業利益	31,214	32,400	103.8%
経常利益	33,877	35,000	103.3%
当期純利益	16,438	16,600	101.0%

## 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いますが、当該事項は当期末現在において判断したものです。

### (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、事業を行っています。

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います。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。

当社グループでは、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います。

### (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、保有しています。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。

当社グループでは、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います。2006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)	
	前連結会計年度 2007年2月期	当連結会計年度 2008年2月期
(資産の部)		
<b>流動資産</b>		
現金及び預金 .....	69,555	<b>84,861</b>
加盟店貸金 .....	8,948	<b>8,449</b>
有価証券 .....	5,980	<b>17,759</b>
たな卸資産 .....	8,446	<b>8,099</b>
前払費用 .....	5,675	<b>6,357</b>
繰延税金資産 .....	2,341	<b>2,550</b>
未収入金 .....	16,889	<b>16,654</b>
その他 .....	14,365	<b>15,131</b>
貸倒引当金 .....	△1,274	<b>△288</b>
流動資産合計 .....	130,928	<b>159,575</b>
<b>固定資産</b>		
有形固定資産		
建物及び構築物 .....	27,759	<b>27,797</b>
機械装置及び運搬具 .....	1,667	<b>1,623</b>
器具及び備品 .....	12,160	<b>10,484</b>
土地 .....	12,586	<b>11,850</b>
建設仮勘定 .....	1,084	<b>939</b>
有形固定資産合計 .....	55,258	<b>52,694</b>
無形固定資産		
ソフトウェア .....	4,673	<b>5,167</b>
連結調整勘定 .....	109	—
のれん .....	—	<b>2,601</b>
その他 .....	938	<b>178</b>
無形固定資産合計 .....	5,720	<b>7,947</b>
投資その他の資産		
投資有価証券 .....	16,886	<b>17,176</b>
長期貸付金 .....	10,339	<b>10,216</b>
繰延税金資産 .....	3,292	<b>3,775</b>
敷金保証金 .....	86,148	<b>91,272</b>
その他 .....	7,324	<b>10,261</b>
貸倒引当金 .....	△643	<b>△1,649</b>
投資その他の資産合計 .....	123,347	<b>131,053</b>
固定資産合計 .....	184,326	<b>191,695</b>
資産合計 .....	315,255	<b>351,271</b>

	(単位:百万円)	
	前連結会計年度 2007年2月期	当連結会計年度 2008年2月期
(負債の部)		
<b>流動負債</b>		
支払手形及び買掛金 .....	61,347	<b>65,504</b>
加盟店預り金 .....	2,839	<b>3,013</b>
短期借入金 .....	617	<b>308</b>
未払金 .....	15,446	<b>17,280</b>
未払費用 .....	3,342	<b>3,980</b>
未払法人税等 .....	4,627	<b>7,134</b>
預り金 .....	35,601	<b>42,230</b>
リース資産減損勘定 .....	187	<b>225</b>
その他 .....	2,353	<b>2,251</b>
流動負債合計 .....	126,362	<b>141,928</b>
<b>固定負債</b>		
退職給付引当金 .....	5,117	<b>5,198</b>
役員退職慰労引当金 .....	494	<b>534</b>
預り敷金保証金 .....	10,554	<b>10,419</b>
長期リース資産減損勘定 .....	746	<b>952</b>
その他 .....	824	<b>955</b>
固定負債合計 .....	17,738	<b>18,061</b>
負債合計 .....	144,101	<b>159,990</b>
(純資産の部)		
<b>株主資本</b>		
資本金 .....	16,658	<b>16,658</b>
資本剰余金 .....	17,869	<b>17,388</b>
利益剰余金 .....	146,272	<b>157,901</b>
自己株式 .....	△17,037	<b>△7,604</b>
株主資本合計 .....	163,763	<b>184,343</b>
<b>評価・換算差額等</b>		
その他有価証券評価差額金 .....	139	<b>△1,061</b>
為替換算調整勘定 .....	△200	<b>△44</b>
評価・換算差額等合計 .....	△60	<b>△1,106</b>
少数株主持分 .....	7,452	<b>8,044</b>
純資産合計 .....	171,154	<b>191,281</b>
負債・純資産合計 .....	315,255	<b>351,271</b>

# 連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2007年2月期	当連結会計年度 2008年2月期
営業総収入	297,849	319,439
加盟店からの収入	142,293	150,350
その他	21,049	21,232
売上高	134,506	147,856
売上原価	108,839	118,292
売上総利益	(25,667)	(29,564)
営業総利益	189,010	201,147
販売費及び一般管理費	159,401	169,933
営業利益	29,608	31,214
営業外収益	2,719	3,110
受取利息	1,187	1,791
受取配当金	51	78
有価証券売却益	140	111
為替差益	682	—
持分法による投資利益	204	767
その他	453	361
営業外費用	152	447
支払利息	71	242
為替差損	—	116
レジ現金過不足	26	22
解決金	16	11
その他	38	54
経常利益	32,175	33,877
特別利益	251	1,525
前期損益修正益	—	320
貸倒引当金戻入益	41	465
固定資産売却益	136	109
投資有価証券売却益	40	—
持分変動利益	—	283
受取遅延損害金	—	317
その他	33	29
特別損失	5,676	6,570
固定資産売却損	205	287
固定資産除却損	2,372	2,249
減損損失	1,436	1,966
投資有価証券評価損	0	33
リース解約損	255	441
店舗賃借解約損	771	969
その他	634	623
税金等調整前当期純利益	26,750	28,832
法人税、住民税及び事業税	9,843	11,654
法人税等調整額	1,164	112
少数株主利益	774	626
当期純利益	14,968	16,438

# 連結株主資本等変動計算書

(単位:百万円)

前連結会計年度(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)

2006年2月28日残高	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)	△738	△31	△770	△72	△843
連結会計年度中の変動額合計	△738	△31	△770	△72	△4,602
2007年2月28日残高	139	△200	△60	7,452	171,154

(単位:百万円)

当連結会計年度(2008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
2007年2月28日残高	16,658	17,869	146,272	△17,037	163,763
連結会計年度中の変動額					
剰余金の配当			△4,794		△4,794
在外連結子会社の利益処分による役員賞与金			△15		△15
当期純利益			16,438		16,438
自己株式の取得				△16	△16
自己株式の処分		△480		9,448	8,968
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	—	△480	11,628	9,432	20,580
2008年2月29日残高	16,658	17,388	157,901	△7,604	184,343

(単位:百万円)

2007年2月28日残高	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		
2007年2月28日残高	139	△200	△60	7,452	171,154
連結会計年度中の変動額					
剰余金の配当					△4,794
在外連結子会社の利益処分による役員賞与金					△15
当期純利益					16,438
自己株式の取得					△16
自己株式の処分					8,968
株主資本以外の項目の 連結会計年度中の変動額(純額)	△1,201	155	△1,045	591	△453
連結会計年度中の変動額合計	△1,201	155	△1,045	591	20,126
2008年2月29日残高	△1,061	△44	△1,106	8,044	191,281



# 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 2007年2月期	当連結会計年度 2008年2月期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	26,750	28,832
減価償却費	11,564	9,856
連結調整勘定償却額	56	—
のれん償却額	—	516
貸倒引当金の増加額	158	18
退職給付引当金の増加額	278	83
役員退職慰労引当金の増加額(減少額△)	△28	40
受取利息及び受取配当金	△1,238	△1,870
支払利息	71	242
持分法による投資利益	△204	△767
有価証券関連損益	△200	△77
固定資産除売却損益	2,441	2,427
減損損失	1,436	1,966
店舗賃借解約損	771	969
役員賞与支払額	△63	△15
加盟店貸金・加盟店預り金の純増減額	△581	677
たな卸資産の減少額(増加額△)	△1,275	323
支払手形及び買掛金の増加額	447	4,297
預り金の増加額	4,269	6,777
その他	251	2,550
小計	44,906	56,849
利息及び配当金の受取額	1,341	1,983
利息の支払額	△70	△246
法人税等の支払額	△11,084	△9,211
営業活動によるキャッシュ・フロー	35,092	49,375
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>		
定期預金の預入れによる支出	△1,076	△1,027
有価証券等の取得による支出	△140,586	△123,438
有価証券等の売却による収入	137,482	116,776
有価証券等の償還による収入	1,000	5,981
有形無形固定資産の取得による支出	△17,804	△11,158
有形無形固定資産の売却による収入	4,653	1,711
短期貸付金の純増減額	143	30
長期貸付けによる支出	△3,984	△0
長期貸付金の回収による収入	2	3
敷金保証金の差入れによる支出	△15,723	△15,222
敷金保証金の回収による収入	3,032	2,978
預り敷金保証金の受入れによる収入	1,427	1,760
預り敷金保証金の返還による支出	△1,204	△1,596
営業譲受けによる支出	△299	△1,254
その他	△0	△137
投資活動によるキャッシュ・フロー	△32,938	△24,592
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>		
短期借入金の純増減額	—	△370
少数株主の払込による収入	98	1,435
自己株式の取得による支出	△16,462	△16
自己株式の処分による収入	1,992	8,968
配当金の支払額	△4,208	△4,793
少数株主への配当金の支払額	△957	△1,059
その他	383	△208
財務活動によるキャッシュ・フロー	△19,154	3,956
現金及び現金同等物に係る換算差額	361	555
現金及び現金同等物の増減額	△16,638	29,293
現金及び現金同等物の期首残高	86,189	69,550
現金及び現金同等物の期末残高	69,550	98,844

# 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)ファミマ・リテール・サービス

なお、(株)ファミマ・リテール・サービスは、平成19年3月1日付で(株)江洋商事より商号変更しております。

(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

全台物流股份有限公司

(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 4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

全台物流股份有限公司

当連結会計年度に株式の追加取得により子会社となった全台物流股份有限公司を持分法適用の非連結子会社としております。

(2) 持分法適用の関連会社の数 15社

持分法適用の関連会社名

(株)沖繩ファミリーマート

(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

広州市福満家便利有限公司

蘇州福満家便利有限公司

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.

精藤股份有限公司

晉欣食品股份有限公司

当連結会計年度において新設した蘇州福満家便利有限公司、晉欣食品股份有限公司に加え、株式を新規取得した精藤股份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

(会計方針の変更)

当社及び国内連結子会社は、法人税法の改正に伴い、当連結会計年度より平成19年4月1日以降に取得した有形固定資産について改正後の法人税法に基づく減価償却の方法に変更しております。

なお、この変更に伴う営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益に与える影響は軽微であります。

○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

の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退職慰労金に充てるため、内規に基づく連結会計年度末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. のれん及び負ののれんの償却に関する事項

のれんの償却については、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。

## 表示方法の変更

(連結貸借対照表関係)

前連結会計年度まで「連結調整勘定」及び無形固定資産「その他」に含めて表示していた「営業権」は、当連結会計年度から「のれん」と表示しております。なお、前連結会計年度の無形固定資産「その他」に含まれている「営業権」は676百万円であります。

(連結損益計算書関係)

前連結会計年度において、「連結調整勘定償却額」及び「減価償却費」に含めて表示していた「営業権償却額」は、当連結会計年度より「のれん償却額」と表示しております。なお、前連結会計年度の「減価償却費」に含まれている「営業権償却額」は415百万円であります。

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

前連結会計年度において、「連結調整勘定償却額」及び「減価償却費」に含めて表示していた「営業権償却額」は、当連結会計年度より「のれん償却額」と表示しております。なお、前連結会計年度の「減価償却費」に含まれている「営業権償却額」は415百万円であります。

# 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)	
	2007年2月期	2008年2月期
投資有価証券(株式)	6,177	8,632

### 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)	
	2007年2月期	2008年2月期
(株)北海道ファミリーマート	88	117
ファミマクレジット(株)	4,474	3,993
SIAM DCM CO., LTD.	107	—
China CVS (Cayman Islands) Holding Corp.	—	7
計	4,670	4,118

なお、再保証のある保証については、当社の負担額を記載しております。

## 連結損益計算書関係

### 1. 前期損益修正益の内訳は次のとおりであります。

	(単位:百万円)	
	2008年2月期	
システム入替損失計上超過額	173	
店舗閉鎖に伴う損失計上超過額	144	
その他	2	
計	320	

### 2. 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)	
	2007年2月期	2008年2月期
建物及び構築物	91	83
器具及び備品	16	21
土地	24	3
その他	3	1
計	136	109

### 3. 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)			
	2007年2月期		2008年2月期	
	売却損	除却損	売却損	除却損
建物及び構築物	121	1,445	133	1,454
器具及び備品	80	480	88	367
ソフトウェア	—	25	—	67
その他	3	421	64	360
計	205	2,372	287	2,249

### 4. 固定資産売却損、固定資産除却損、リース解約損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。

### 5. 減損損失

(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	東京都北区他	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)。

### (2008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195百万円、建物962百万円、リース資産542百万円、その他265百万円)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	静岡県静岡市他	土地、建物、リース資産等	1,966

回収可能価額は、使用価値または正味売却価額により測定しております。使用価値については、将来キャッシュ・フローを7.31%で割り引いて算定し、正味売却価額については、主として路線価による相続税評価額に基づき算定しております。なお、対象資産の処分可能性を考慮し、実質的な価値がないと判断されたものについては、正味売却価額をゼロとして評価しております。

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(124百万円)。

## 連結株主資本等変動計算書関係

(2007年2月期)

### 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 <sup>(注)1,2</sup>	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。

### 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

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

(2008年2月期)

### 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 <sup>(注)1,2</sup>	5,284	5	2,930	2,358
合計	5,284	5	2,930	2,358

(注)1. 普通株式の自己株式の株式数の増加5千株は、単元未満株式の買取りによる増加であります。

2. 普通株式の自己株式の株式数の減少2,930千株は、主に(株)エヌ・ティ・ティ・ドコモへの譲渡による減少であります。

### 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19年4月19日取締役会	普通株式	2,125	23.00	平成19年2月28日	平成19年5月9日
平成19年10月10日取締役会	普通株式	2,669	28.00	平成19年8月31日	平成19年11月9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

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20年4月18日取締役会	普通株式	3,050	利益剰余金	32.00	平成20年2月29日	平成20年5月8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)	
	2007年2月期	2008年2月期
現金及び預金勘定	69,555	84,861
預入期間が3ヶ月を超える定期預金	△5	△5
容易に換金可能で価値の変動について僅少なリスクしか負わない運用期間が3ヶ月以内の有価証券	—	13,988
現金及び現金同等物	69,550	98,844

2. 営業の譲受けにより増加した資産の主な内訳は次のとおりであります。

	(単位:百万円)	
	2008年2月期	
有形固定資産	54	
無形固定資産	1,342	
投資その他の資産	148	
譲受け資産合計	1,546	
当期の未払額	291	
差引: 営業譲受けによる支出	1,254	

## 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)			
	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

	(単位:百万円)			
	2008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	76,640	29,522	1,663	45,454
ソフトウェア	4,170	846	—	3,323
合計	80,810	30,369	1,663	48,777

- (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)	
	2007年2月期	2008年2月期
1年以内	9,993	11,028
1年超	41,365	42,182
計	51,359	53,210

リース資産減損勘定の残高 934 1,177

- (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)	
	2007年2月期	2008年2月期
支払リース料	9,757	12,132
リース資産減損勘定の取崩額	258	299
減価償却費相当額	8,899	10,990
支払利息相当額	908	1,406
減損損失	378	542

- (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)	
	2007年2月期	2008年2月期
1年以内	238	202
1年超	1,963	1,520
計	2,201	1,722

(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)	
	2007年2月期	2008年2月期
1年以内	1,035	1,101
1年超	5,619	5,113
計	6,654	6,215

(貸主側)

	(単位:百万円)	
	2007年2月期	2008年2月期
1年以内	303	249
1年超	2,456	1,875
計	2,759	2,124

(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

(単位:百万円)

### 1. 満期保有目的の債券で時価のあるもの

	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

(単位:百万円)

	2008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	9,988	10,025	37
(2) 社債	—	—	—
(3) その他	—	—	—
小計	9,988	10,025	37
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	7,993	7,992	△0
(2) 社債	—	—	—
(3) その他	—	—	—
小計	7,993	7,992	△0
合計	17,982	18,018	36

### 2. その他有価証券で時価のあるもの

(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。

	2008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	614	1,033	418
(2) 債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3) その他	3,771	3,771	—
小計	4,385	4,804	418
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	5,431	3,209	△2,222
(2) 債券			
① 国債・地方債等	—	—	—
② 社債	—	—	—
③ その他	—	—	—
(3) その他	—	—	—
小計	5,431	3,209	△2,222
合計	9,817	8,013	△1,803

(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(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。

### 3. 当連結会計年度中に売却したその他有価証券

(2007年2月期及び2008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)

	2007年2月期	2008年2月期
その他有価証券		
非上場株式	448	307

### 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)

	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	—	—

	2008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	13,988	3,993	—	—
② 社債	—	—	—	—
③ その他	—	—	—	—
(2) その他	—	—	—	—
合計	13,988	3,993	—	—

## デリバティブ取引関係

(2007年2月期及び2008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)	
	2007年2月期	2008年2月期
(1)退職給付債務	△14,871	△15,492
(2)年金資産	7,842	7,572
(3)未積立退職給付債務(1)+(2)	△7,028	△7,920
(4)会計基準変更時差異の未処理額	10	14
(5)未認識数理計算上の差異	1,900	2,706
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5)	△5,117	△5,198

(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)	
	2007年2月期	2008年2月期
退職給付費用		
(1)勤務費用(注)1、2	1,087	1,144
(2)利息費用	244	261
(3)期待運用収益	△36	△293
(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	188	178
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,488	1,294

(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

	2007年2月期	2008年2月期
(1)割引率	主として 1.7%	同左
(2)期待運用収益率	主として 0.9%	主として 2.8%
(3)退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準	同左
(4)数理計算上の差異の処理年数	主として15年	同左
(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	同左

## ストック・オプション等関係

(2007年2月期及び2008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)	
	2007年2月期	2008年2月期
繰延税金資産(流動)		
貸倒引当金繰入限度超過額	412	541
賞与引当金否認	440	485
一括償却資産損金算入限度超過額	46	42
店舗閉鎖損失否認	432	432
未払事業税	361	592
減損損失否認	268	203
システム入替損失否認	463	—
その他	237	321
繰延税金資産小計	2,661	2,620
評価性引当額	△290	△68
繰延税金資産合計	2,371	2,552
繰延税金負債(流動)		
特別償却準備金	29	1
繰延税金負債合計	29	1
繰延税金資産(流動)の純額	2,341	2,550
繰延税金資産(固定)		
貸倒引当金繰入限度超過額	54	77
退職給付引当金繰入限度超過額	2,056	2,071
役員退職慰労引当金否認	201	217
一括償却資産損金算入限度超過額	24	18
投資有価証券評価損否認	73	87
ゴルフ会員権評価損否認	33	33
その他有価証券評価差額金	—	733
繰越欠損金	2,055	2,307
減損損失否認	1,404	1,207
その他	86	49
繰延税金資産小計	5,990	6,803
評価性引当額	△2,060	△2,376
繰延税金資産合計	3,929	4,426
繰延税金負債(固定)		
特別償却準備金	1	—
在外関係会社留保利益	563	651
その他有価証券評価差額金	72	—
繰延税金負債合計	637	651
繰延税金資産(固定)の純額	3,292	3,775

### 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

(2007年2月期及び2008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)

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
<b>I 営業総収入及び営業損益</b>						
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
営業利益	33,699	482	131	34,312	(4,703)	29,608
<b>II 資産、減価償却費、減損損失及び</b>						
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	1,436	—	1,436
資本的支出	32,933	25	51	33,010	—	33,010

(単位:百万円)

2008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
<b>I 営業総収入及び営業損益</b>						
営業総収入						
(1) 外部顧客に対する営業総収入	260,575	57,770	1,092	319,439	—	319,439
(2) セグメント間の						
内部営業総収入又は振替高	183	3,728	1,064	4,976	(4,976)	—
計	260,759	61,499	2,157	324,415	(4,976)	319,439
営業費用	225,719	60,418	1,992	288,129	95	288,225
営業利益	35,040	1,081	165	36,286	(5,072)	31,214
<b>II 資産、減価償却費、減損損失及び</b>						
資本的支出						
資産	239,789	6,119	11,572	257,481	93,789	351,271
減価償却費	9,795	7	53	9,856	—	9,856
減損損失	1,965	—	0	1,966	—	1,966
資本的支出	27,389	1	40	27,431	—	27,431

(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.....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)

	2007年2月期	2008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	4,703	5,072	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)

	2007年2月期	2008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	71,786	98,466	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)

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

(単位:百万円)

2008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	268,442	49,587	1,409	319,439	—	319,439
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	608	—	—	608	(608)	—
計	269,050	49,587	1,409	320,048	(608)	319,439
営業費用	234,129	47,218	2,413	283,761	4,463	288,225
営業損益	34,921	2,369	△1,004	36,286	(5,072)	31,214
II 資産	203,149	48,226	1,637	253,013	98,257	351,271

(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)

	2007年2月期	2008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	4,703	5,072	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)

	2007年2月期	2008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	71,786	98,466	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

## 3. 海外営業総収入

(単位:百万円)

	2007年2月期			2008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	47,745	658	48,404	50,018	1,409	51,428
II 連結営業総収入	—	—	297,849	—	—	319,439
III 連結営業総収入に占める 海外営業総収入の割合	16.1%	0.2%	16.3%	15.7%	0.4%	16.1%

(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。

## 1株当たり情報

(単位:円)

	2007年2月期	2008年2月期
1株当たり純資産額	1,771.34	1,921.63
1株当たり当期純利益金額	158.83	173.47

なお、潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額については、潜在株式が存在しないため記載しておりません。

(注) 1. 1株当たり当期純利益金額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

(単位:百万円)

	2007年2月期	2008年2月期
当期純利益	14,968	16,438
普通株主に帰属しない金額	33	58
(うち在外連結子会社の利益処分による 役員賞与金)	(33)	(58)
普通株式に係る当期純利益	14,935	16,379
普通株式の期中平均株式数(千株)	94,037	94,424

2. 1株当たり純資産額の算定上の基礎は、以下のとおりであります。

(単位:百万円)

	2007年2月期	2008年2月期
純資産の部の合計額	171,154	191,281
純資産の部の合計額から控除する金額	7,485	8,102
(うち在外連結子会社の利益処分による 役員賞与金)	(33)	(58)
(うち少数株主持分)	(7,452)	(8,044)
普通株式に係る期末の純資産額	163,669	183,178
期末の普通株式の数(千株)	92,398	95,324

## 重要な後発事象

(2007年2月期)

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てたいします。

(2008年2月期)

該当事項はありません。

# 企業情報

## 50 成長を支えるさまざまな取り組み

店舗運営  
商品  
店舗展開  
サービス  
パン・パシフィック構想

## 60 ファクトシート

## 66 関係会社の状況

## 67 沿革

## 68 会社概要・株式情報

## 69 ネットワーク

ファミリーマートらしさを高めるための私の取り組み



ファミリーマートらしさとは、「ちょっとした気配り」をお客様にすることだと思います。お客様目線で考え、お客様が望むことを一つひとつ積み重ねていくことを心がけています。

パスタといえばファミリーマート!と言ってもらえるように、コンビニなのにここまでやるの? というような(コンビニの常識を超えた)他社に対し圧倒的な「三ツ星パスタ」の開発を進めています。

「お客様の期待を超える」言動により、家主・各種取引先・加盟店の皆様が満足できる仕事を日々心がけています。また既成概念にとらわれることなく、挑戦を楽しむ姿勢を忘れずに、高い志を持って邁進しています。

海外にも展開しているファミリーマート。ホスピタリティあふれるおもてなしで海外のお客様を迎え入れることによって、世界に一人でも多くのファミリーマートファンが増えればいいなと思っています。

店舗勤務

商品開発

店舗開発

海外事業

# 店舗運営

ホスピタリティあふれるお店づくりを目指しています。

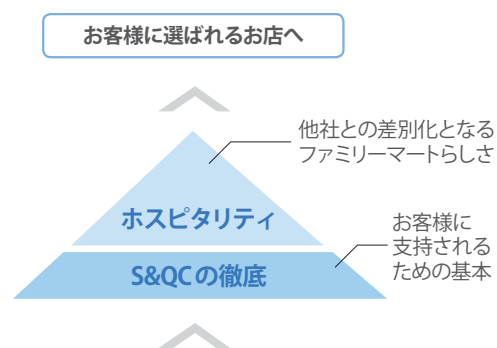


## 小売業の基本～S&QCの徹底～

お客様に気持ちよくご利用いただくため、基本の徹底を第一に取り組んでいます。

S&QC(サービス、クオリティ、クリンネス)の徹底は、お客様に支持されるお店づくりの基本です。ファミリーマートらしい、ホスピタリティあふれる店舗の実現のためにも、すべての基本となるS&QCの徹底を最重要課題とし、特に力を入れて取り組んでいます。

そのうえで、「ファミリーマートらしさ」を個店個店に具現化していくことで、「距離」を越えてお客様にご来店いただけるような、心の近さを感じていただける満足度の高いお店づくりを目指しています。



サービス	クオリティ	クリンネス
明るくスピーディーでホスピタリティあふれる温かい接客	欲しい商品が欲しい時に欲しい量品揃えされていて、安心して買い物ができる売場	すみずみまで行き届いた清掃と衛生管理
「ストアスタッフ資格制度」の初級取得奨励	店舗システムユーザー委員会による発注精度向上策の推進	4大クリンネス改善 ・店頭 ・カウンター周り ・トイレ ・床

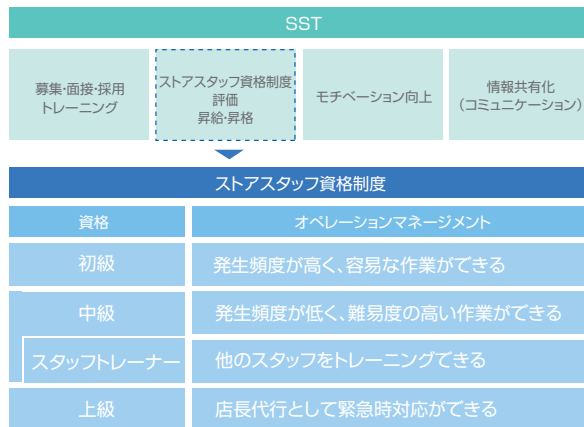
## ストアスタッフの育成

資格取得を奨励し、ストアスタッフのレベルアップを図っています。

店舗運営において重要な鍵を握るのがストアスタッフです。ファミリーマートでは、独自のストアスタッフ育成システムであるSST(ストアスタッフトータルシステム)の活用を推進しています。

2008年3月には、その中核である「ストアスタッフ資格制度」の内容を一部見直し、より実践的なものに変更しました。2008年2月末現在、全国のファミリーマートで働く約10万人のうち、約5万人が初級を取得しており、初級認定者の多い店舗ほど、サービスレベルが高く、お客様から喜ばれているというデータがあります。2008年度は店舗オペレーションの基本を確実なものとするため、ストアスタッフ全員の初級認定を目指していきます。

### SST(ストアスタッフトータルシステム)



### 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。



## 発注精度の向上

発注精度の向上に取り組み、魅力ある売場づくりを目指しています。

S&QCのうち、クオリティの向上には発注精度を上げることが不可欠です。2007年度に発足した「店舗システムユーザー委員会」は、新店舗システムの有効活用を目指して発注の諸問題に取り組んでいます。

「お客様の欲しい時に、欲しい商品が、欲しい量品揃えされた売場」を実現するため、2008年度は客数をベースにした発注量の決定方法や、すべての発注者が同じ指標で発注できるような仕組みを構築していきます。

### Pick Up: 「店舗におけるファミリーマートらしさの具現化」

「ファミリーマートらしさ推進活動」の輪は、個店個店に着実に広がっています。各店舗においてホスピタリティあふれるさまざまな取り組みが行われており、こうした事例はイントラネット等を通じ、加盟店同士で共有されています。

#### <取り組み事例>

- お年寄りや小さいお子様連れのお客様の介護をお持ちし、買物をサポート。
- お客様とのコミュニケーション、ストアスタッフのモチベーションアップ、接客の向上を狙い、お客様投票による「接客No.1コンテスト」を実施。
- 店頭の花を飾り、居心地のよさを感じていただくための工夫を実施。



# 商品

ファミリーマートならではの商品開発を行っています。



## 3つのマーケティング戦略

「more changes!」を合い言葉に  
3つのマーケティングを軸に商品開発を  
進めていきます。

### ■ ジェネレーション

従来のメイン客層である20代～30代男性のみでなく、働く女性や団塊世代といったさまざまな世代のニーズに対応した商品づくりを行っています。

### ■ プライス

多様な価値観に応えるため、良質廉価商品から高付加価値商品まで、幅広い価格帯をバランスよく品揃えしています。

### ジェネレーション

幅広い世代のニーズに対応

「20代女性」  
「団塊世代」

### プライス

幅広い価格帯を品揃え

「値ごろ感」  
「高付加価値」

### リージョナル

地域に根ざした商品開発

「地産地消」  
「地域の味覚や嗜好」

### ■ リージョナル

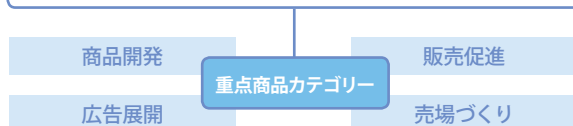
地域の特性に合わせた商品展開を行っています。2007年度の中食重点領域(おむすび、寿司、弁当、惣菜、調理麺)における地区商品の売上構成比は約47%となっています。

## 6つの戦略

2008年度は6つの骨子からなる戦略を実行していきます。

### 1. 重点商品カテゴリー戦略

ファミリーマートの強みである「パスタ」「ファスト・フード」「デザート」の業界での地位を圧倒的なものとするべく、全社一体となって取り組んでいます。



一体となって展開し、強みを強化

### 2. クロスカテゴリーブランディング戦略

「環境」「健康」といった、共通の価値軸で商品カテゴリーを越えた新しいブランドを構築していきます。

### 3. 五温度帯戦略

冷凍からHOTまで5つの温度帯を有効活用し、新しい食材の使用や新たな食べ方、食感の提案をしていきます。

### 4. 地域戦略

地産地消、地産他消をテーマに、地域に密着した商品開発や国内外の食材調達基地の見直し、グローバルネットワークを活用した商品開発、キャンペーン活動を進めます。

### 5. バーチャル戦略

売場面積に制限があるリアル店舗から、無限の可能性が広がるインターネットショッピングサイトへ誘導する新たな手法を構築していきます。

### 6. CSRマーケティング戦略

ベルマーク運動へ参画し、社会貢献を推進するとともに、新規顧客の開拓やリピート顧客の増加を図ります。

(詳細はP.20を参照)

## 個店品揃えの推進

新たな発想の Gondra を導入することで既存店の売場活性化を図っています。

### ファミマワンダー

#### Gondra 売場の改革



主に日用品売場で全国一律の品揃えを見直し、「驚き」「感動」「癒し」をキーワードに加盟店、スーパーバイザーがアイデアを出し合い、コンビニエンスストアの常識を超えた売場づくりを行う取り組みです。

### ファミマフレッシュ

#### 生鮮品+αの取扱



野菜や果物、精肉・魚等の生鮮品と、一手間かけておかずをつくるためのキット食材等を販売するコーナーです。2008年2月末現在、約1,000店舗に導入されています。

## Pick Up: 「おやじプロジェクト」

ファミリーマートでは、2003年度より社内・取引先社員で『おやじプロジェクト』を結成し、中高年向け商品開発に注力してきました。2007年度からは、開発体制を、40代～50代の「チームおやじ」と50代後半～60代前半の「チーム団塊」の2チーム制とし、それぞれの年代にあったきめ細かい商品開発を進めています。

- 「チーム団塊」開発『こだわり彩華御膳』(税込690円)



# 店舗展開

店舗網強化と新しい可能性の開拓に取り組んでいます。



## 店舗網の強化

質の高い店舗網を構築するための体制と制度を整備しています。

ファミリーマートは地域別組織であるディストリクトが店舗展開を管理しており、開発本部と各ディストリクトが一体となって、質の高い店舗網の構築に取り組んでいます。

2006年7月には、全国47都道府県の店舗網を完成させ、現在は「三大都市圏」「地方中心都市」におけるドミナントの強化を図っています。特に、2008年度は開発本部に「首都圏開発推進部」を新設し、首都圏における情報収集活動の強化や、大手法人加盟の促進、ディストリクトの支援に取り組んでいきます。

また、意欲のある経営者に加盟していただくためには、加盟システムの充実が欠かせません。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、奨励金を付与する「1FC複数店奨励金制度」\*といった各種支援制度や、法人加盟に対応した契約タイプを用意しています。

\*制度適用については本部の審査基準を満たすことが条件となります。一部の店舗では、適用にならない場合があります。

### 質の高い店舗網の構築

#### 開発体制

収益性の高い立地に  
出店するための体制整備

- ・首都圏開発推進部の設置
- ・「三大都市圏」「地方中心都市」への重点的な人員配置
- ・出店審査部による全物件審査
- ・ビルドアンドスクラップの推進

#### 加盟システム

意欲のある経営者に店舗を運営  
していただくための制度の充実

- ・さまざまな契約タイプの用意  
(詳細はP.63参照)
- ・複数店経営の奨励
- ・独立支援制度の活用
- ・法人加盟の促進





## ニューマーケットへの出店

多種多様なマーケットに出店しています。

従来コンビニエンスストアが未開拓だった立地をファミリーマートではニューマーケットと位置付け、お客様の利便性向上のため、積極的に進出してきました。これまで、高速道路のサービスエリアやホテル等に出店を行い、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。

空港	駅	高速道路
オフィスビル	商業ビル	ホテル
大学	病院	役所
市場	工場	地下街

## 異業種とのパートナーシップ

新たな可能性に挑戦していきます。

2007年7月、西武鉄道株式会社と西武鉄道沿線駅構内の駅売店を中心とした店舗「TOMONY」の共同展開を開始しました。2008年2月末現在5店舗出店しており、今後は既存駅売店を順次転換していきます。

また、集客効果を相互に高める目的で、主要客層が合致しているレンタルビデオ店TSUTAYAと複合店舗を出店しています。

このように、異業種のパートナーとの取り組みを通じて新たなビジネスチャンスを積極的に開拓していきます。



トモニー  
西所沢駅店



ファミリーマート  
枚方デパートビル店

## Pick Up : 毎日を楽しむ 「ファミマ!!」

大型オフィスビルをはじめとする特定施設内におけるコンビニエンスストアでは、繰り返し利用されるお客様が中心となるため、便利だけでなく、お買い物を通して、毎日の生活を楽しいものにする役割が求められます。

そのようなニーズに柔軟に対応するため、新コンセプトショップ「ファミマ!!」を開発、2008年2月末現在14店舗を展開しています。

「ファミマ!!」では、建物にマッチする落ち着いた店舗デザインを採用し、お客様にホッといただけるような空間を演出しています。

また、取扱商品も、輸入文具や雑貨、本格的なスープやサンドイッチ等、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。



落ち着いた店舗デザイン



コンビニエンスストアの枠を超えた品揃え



イートインコーナー

# サービス

これからのコンビニエンスストアは、物販だけでなく、さまざまなサービスによってお客様の利便性を高めながら、地域社会のインフラとしての機能を果たしていくことが求められます。ファミリーマートは他チェーンに先駆けて、新店舗システムの導入や他企業とのアライアンスを実行してきました。これらのインフラを活用し、お客様の利便性を高めるとともに、既存店の客数・売上増を図っていきます。

## ポイントアライアンス

### Tポイント

2007年11月より「Tポイントサービス」を開始。ファミリーマートの買い物時にTカードの提示でTポイントが貯まって使えます。Tポイントは異業種間で利用できる共通ポイント制度であり、日本人の約5人に1人はTカードを保有しています。この提携によりT会員の来店誘導を図ります。

(2008年2月末現在、Tポイントアライアンス参加企業：43社・62ブランド、T会員：2,651万人、日本人口：約12,776万人)



## クレジット機能付きポイントカード

### ファミマTカード

2007年11月よりファミマカード機能にTカード機能が加わった「ファミマTカード」の発行を開始いたしました。Tポイント、ファミリーマートでの会員限定割引などのサービスが受けられ、入会金・年会費は無料です。このカードにより来店頻度の向上を図ります。

(2008年2月末現在、会員数：204万人  
※ファミマカード会員・クレジット機能なし会員含む)



## 電子マネー決済

### iD

### Edy

### Suica

全店舗での「iD」「Edy」決済の他に、「Suica」も首都圏および仙台・新潟地区の約2,600店舗でご利用いただけます。

「iD」：NTTドコモの携帯電話をクレジットカード代わりに使えるサービス

「Edy」：ビットワレットが運営するプリペイド型電子マネー

「Suica」：JR東日本が運営するプリペイド型電子マネー



## マルチメディア端末

### Famiポート

Famiポートは簡単な操作で、各種チケット発券、商品の取り寄せ等、さまざまなサービスをご利用いただけるマルチメディア端末です。「家事代行サービスチケット」や「賃貸物件検索」等、ファミリーマートならではのコンテンツが注目を集めており、今後は、ユニバーサルサービスを提供する拠点としての役割がますます拡大していきます。



## ATMサービス

### E-net

店内にATM端末の設置を進めています。

(2008年2月末現在、5,500台  
※エリアフランチャイズ除く)



## インターネットショッピング

### ファミマ・ドット・コム

自宅にいながら気軽に買い物が楽しめる、「インターネット店舗」。宅配はもちろん、店頭でも受け取り・お支払いが可能です。

(店頭受取は送料無料)



## カタログショッピング

### Famima.com MAGAZINE

店頭にて無料配布中のショッピングマガジンです。

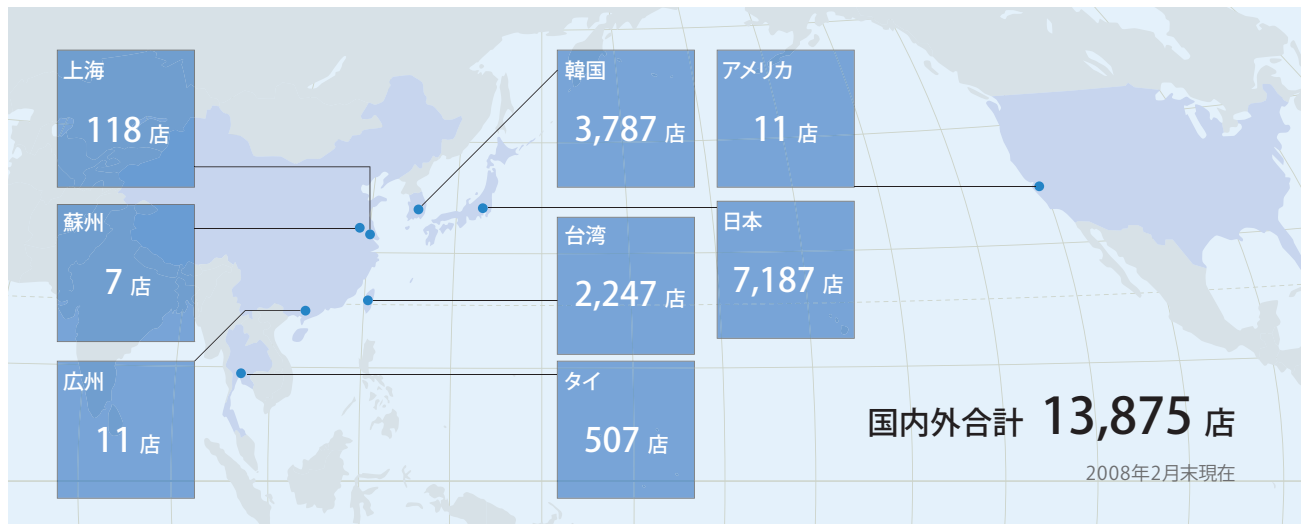


©創通・サンライズ

# 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、13,875店舗(2008年2月末現在)に達しました。グローバル2万店を旗印に、2008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。



## 日本

### (株)沖縄ファミリーマート

1987年設立

県内最大のチェーンです。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ます。



ポークと玉子を用いた沖縄独自の商品。通常のおむすびの1.5倍のボリュームがあります。

### (株)南九州ファミリーマート

1993年設立

2008年度に15周年を迎え、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。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、店内焼きたてパンの提供や地元有名ラーメン店が監修した商品の発売等様々な試みを行っています。



2007年度に発売し、大変人気商品となった地元の須木栗を使用したモンブラン。

### (株)北海道ファミリーマート

2006年設立

札幌市を中心に良質な店舗開発を行い、早期ドミナント化を目指します。競合環境が厳しい中、ファスト・フード、手づくりデザート、無印良品等、他チェーンとの差別化となる商品を積極的に展開しており、今後は、北海道発のオリジナル商品開発にも取り組んでいきます。



北海道発のオリジナル商品。「ホワイトチョコロール〜北の恵み〜」

## 台湾

全家便利商店股份有限公司

1988年設立



1988年に出店を開始し、2006年12月には2,000店舗を達成、2007年12月にはニコマートから約160店舗の営業権譲渡を受け、台湾第2位のコンビニエンスストアチェーンとなっています。競争が激しい市場環境の中で、日本のファミリーマートのノウハウを積極的に取り入れながら、中食をはじめ各商品・サービスの差別化を図っています。



涼麵名店シリーズ。歴史ある涼麵専門の名店とコンビニエンスストアの初のコラボレーション。台湾での人気商品です。



鉄道弁当シリーズ。駅の名店とタイアップして開発した商品で、現地独特の味付けをした鳥のモモ肉が特徴です。

## 韓国

BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.

1990年設立



韓国トップチェーンの地位を不動のものとしており、2008年度も400店舗の純増を計画しています。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るとともに、サービス充実の強化も行い、差別化を図っています。



韓国式海苔巻き「千両キンパ」。累計販売本数3千万本を突破したファスト・フード人気商品。



野菜とお肉、卵等の具をのせた韓国のファミリーマートならではのビビンバ。

## タイ

Siam FamilyMart Co., Ltd.

1992年設立



1993年に出店を開始し、バンコク、パタヤ、プーケットを中心に展開しています。S&QCレベルの向上やソーセージ、ハンバーガー、おでん等ファスト・フードの拡販を積極的に進め、競合他チェーンとの差別化を図っています。



日本発のおでんをオリジナルスープとトムヤムクンスープの2種類で展開し、差別化しています。



小さいサイズのデザート。屋台とは違ったチルドのおいしさを提供。

中国

上海福満家便利有限公司

2004年設立



蘇州福満家便利店有限公司

2007年設立



広州市福満家便利店有限公司

2006年設立



2004年に上海へ出店を開始し、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、また2007年9月には蘇州に出店を開始し、中国における事業拡大を進めています。おむすびやおでん、弁当、パンをはじめ、サービス面も含め差別化を図っています。



上海でも大人気の、日本からの技術支援により開発した今までの中国市場にはなかった「しっとりもちもち感」のあるパン。



玉子焼きの中に香ばしいカレーチャーハンが入ったカレーオムレツ。上海のファミリーマートの一押し商品です。



カレー味の魚団子をはじめとしたおでんを独特の保温什器で販売。地元で絶大な支持を得ています。



アメリカ

FAMIMA CORPORATION

2004年設立



2005年に「Famima!!」ブランドによる出店を開始。日本で培ったホスピタリティあふれる接客と、パニーニ、寿司、パスタ、デザート等のバラエティに富んだ質の高いオリジナル中食を提供することで、競合他チェーンとの差別化を図っています。



Famima!!の主力商品、パニーニ。店内で表面をグリルするひと手間を加えた人気商品です。

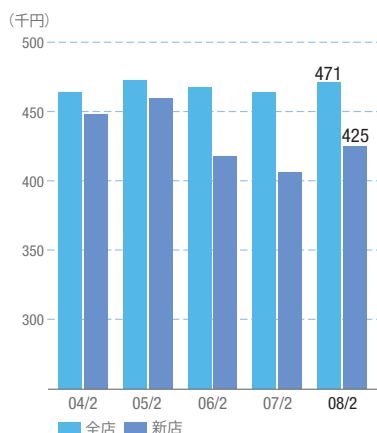


Famima!!定番商品のスパゲッティ・ボロネーゼ。1号店出店時から今も変わらぬ人気です。

# ファクトシート

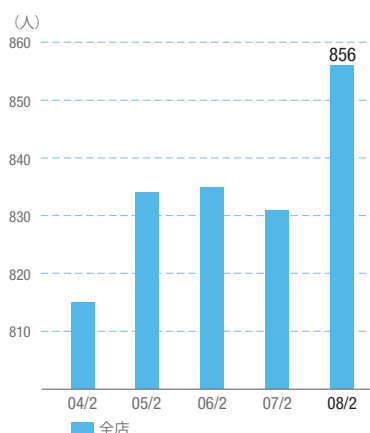
## 営業実績(単体)

平均日商



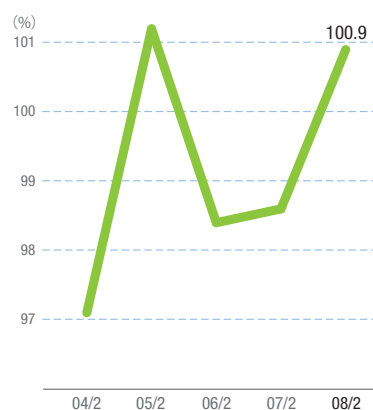
(注)上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

平均客数



(注)上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

既存店日商伸び率



(注)上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

### 営業実績の推移

		06年2月期		07年2月期		08年2月期		09年2月期(計画)	
			前期差		前期差		前期差		前期差
日商(千円)	全店	468	△5	464	△4	471	7	490	19
	既存店	471	△3	466	△5	473	7	492	19
	新店	418	△42	406	△12	425	19	445	20
客数(人)	全店	835	1	831	△4	856	25	889	33
	既存店	838	4	834	△4	858	24	893	35
客単価(円)	全店	561	△6	558	△3	551	△7	551	—
	既存店	562	△6	559	△3	551	△8	551	—
既存店日商伸び率(%)		98.4	△2.8	98.6	0.2	100.9	2.3	102.5	1.6
平均在高(千円)		5,374	51	5,460	86	5,505	45	5,500	△5
商品回転率(回)		30.5	△0.8	30.3	△0.2	30.6	0.3	30.9	0.3

(注)上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

### 料金代行収納の状況

	06年2月期		07年2月期		08年2月期	
		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
取扱金額(百万円)	906,191	115.6	1,048,380	115.7	1,198,266	114.3
取扱件数(千件)	102,314	113.5	114,641	112.0	131,060	114.3

## 商品の状況(単体)

### 商品分類別売上高の推移

(単位:百万円)

	06年2月期		07年2月期		08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	34,281	130.1	3.3	38,501	112.3	3.6	41,285	107.2	3.7
日配食品	336,902	103.5	32.7	346,724	102.9	32.4	366,960	105.8	32.7
加工食品	321,273	100.4	31.1	327,043	101.8	30.6	342,502	104.7	30.5
酒(免許品)	61,027	100.5	5.9	60,841	99.7	5.7	63,259	104.0	5.6
食品小計	692,457	103.1	67.1	712,270	102.9	66.6	750,748	105.4	66.9
非食品	261,914	102.8	25.4	276,656	105.6	25.9	289,238	104.5	25.8
煙草(免許品)	149,865	107.0	14.5	166,315	111.0	15.6	180,933	108.8	16.1
サービス	34,139	86.8	3.3	26,934	78.9	2.5	27,401	101.7	2.4
EC	43,225	133.4	4.2	52,961	122.5	5.0	54,450	102.8	4.9
合計	1,031,736	103.3	100.0	1,068,821	103.6	100.0	1,121,838	105.0	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、クロック等

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、ゲーム、雑貨、煙草等

サービス : 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

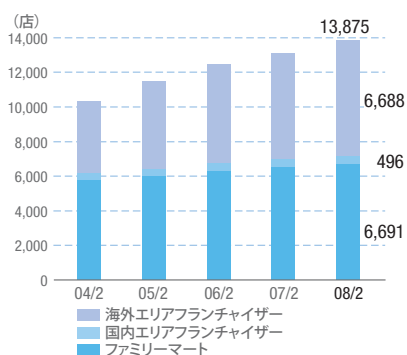
(単位:%)

	06年2月期		07年2月期		08年2月期		09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	49.75	0.91	50.52	0.77	50.52	—		
日配食品	34.08	0.43	34.65	0.57	34.93	0.28		
加工食品	33.74	0.71	34.17	0.43	34.71	0.54		
酒(免許品)	22.78	0.87	22.98	0.20	23.25	0.27		
食品小計	34.70	0.75	35.29	0.59	35.69	0.40		
非食品	19.53	△0.19	19.05	△0.48	18.63	△0.42		
煙草(免許品)	10.48	0.02	10.56	0.08	10.49	△0.07		
サービス	11.23	1.30	13.59	2.36	13.16	△0.43		
EC	3.66	△0.15	3.26	△0.40	3.42	0.16		
合計	28.77	0.38	28.95	0.18	29.18	0.23	29.26	0.08

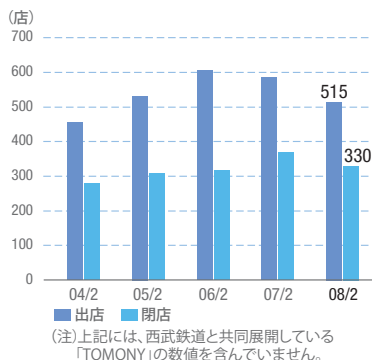
(注) 上記には、西武鉄道と共同展開している「TOMONY」の数値を含んでいません。

# 店舗の状況

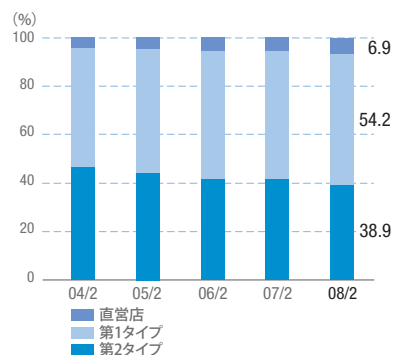
期末店舗数



出店・閉店数(単体)



契約タイプ別内訳(単体)



## 店舗数の推移

	06年2月末		07年2月末		08年2月末		09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	342	56	358	16	460	102	450	△10
第1タイプ (うちTOMONY)	3,343	282	3,509	166	3,627	118	/	/
第2タイプ	2,599	△48	2,634	35	2,604	△30	/	/
加盟店	5,942	234	6,143	201	6,231	88	6,441	210
ファミリーマート計	6,284	290	6,501	217	6,691	190	6,891	200
(株)沖縄ファミリーマート	181	19	194	13	200	6	/	/
(株)南九州ファミリーマート	269	1	266	△3	273	7	/	/
(株)北海道ファミリーマート	/	/	13	13	23	10	/	/
国内エリアフランチャイザー計	450	20	473	23	496	23	521	25
国内計	6,734	310	6,974	240	7,187	213	7,412	225
全家便利商店股份有限公司(台湾)	1,869	168	2,023	154	2,247	224	2,359	112
BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(韓国)	3,209	392	3,471	262	3,787	316	4,187	400
Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)	536	27	538	2	507	△31	571	64
上海福満家便利有限公司(中国)	101	51	102	1	118	16	151	33
FAMIMA CORPORATION(米国)	3	3	12	9	11	△1	13	2
広州市福満家便利店有限公司(中国)	/	/	2	2	11	9	29	18
蘇州福満家便利店有限公司(中国)	/	/	/	/	7	7	18	11
海外エリアフランチャイザー計	5,718	641	6,148	430	6,688	540	7,328	640
国内・海外エリアフランチャイザー計	6,168	661	6,621	453	7,184	563	7,849	665
ファミリーマートチェーン計	12,452	951	13,122	670	13,875	753	14,740	865

(注) 09年2月末の計画値には、09年2月期に西武鉄道と共同展開する「TOMONY」の数値を含んでいません。

## 出店・閉店数の推移(単体)

	06年2月末			07年2月末			08年2月末			09年2月末(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
ファミリーマート	606	316	290	586	369	217	515	330	185	550	350	200
ほかTOMONY	/	/	/	/	/	/	5	-	5	/	/	/
ファミリーマート計	606	316	290	586	369	217	520	330	190	550	350	200



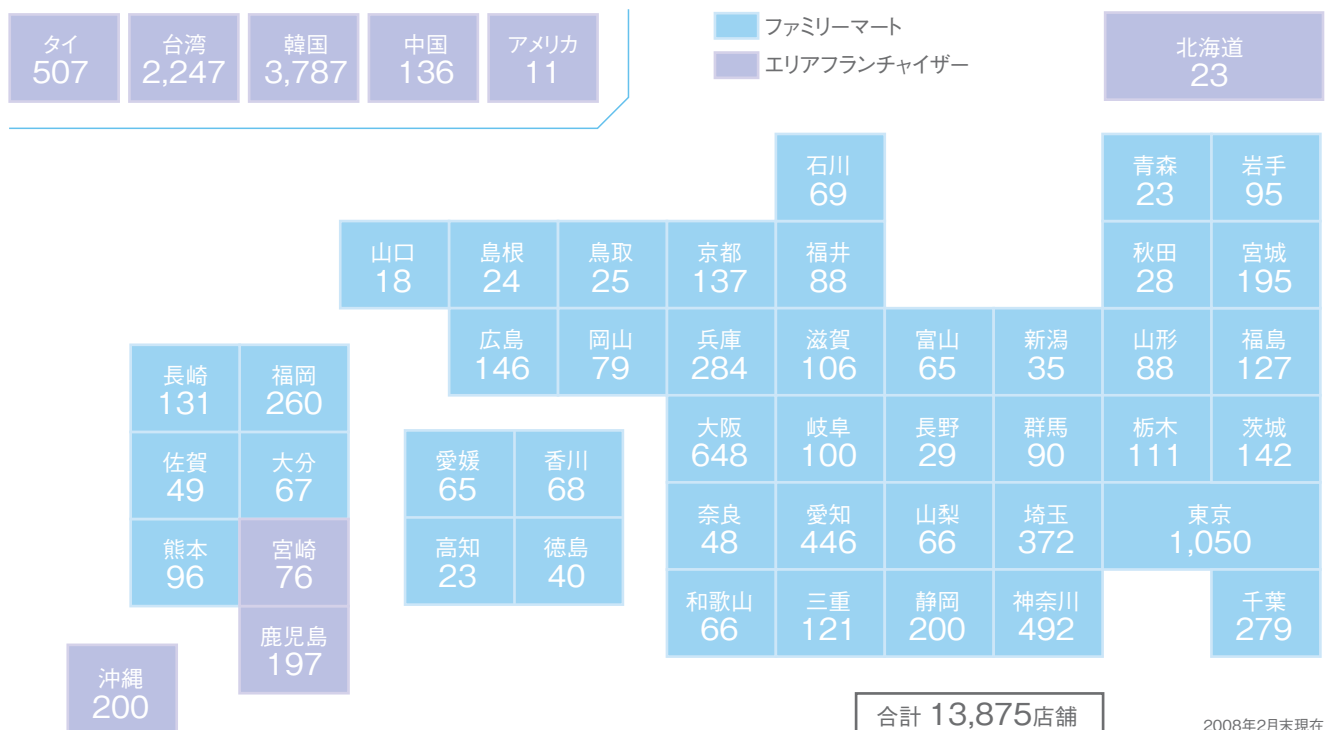
契約タイプの概要

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	契約時	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



2008年2月末現在

## 連結対象会社の状況

### 主な連結子会社

(単位:百万円)

	07年2月期			08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)	28,565	2,900	2,252	29,252	2,994	2,269
Siam FamilyMart Co., Ltd.(タイ)	18,715	△703	△1,909	20,334	△530	△739
FAMIMA CORPORATION(米国)	658	△687	△712	1,409	△939	△1,548
(株)ファミマ・ドット・コム	62,776	482	451	61,499	1,081	895

### 主な持分法適用関連会社

(単位:百万円)

	07年2月期	08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	240	348
(株)南九州ファミリーマート	241	164
(株)北海道ファミリーマート	△127	△43
BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(韓国)	3,554	4,234
ファミマクレジット(株)	△661	107

## 設備投資の状況

### 単体

(単位:百万円)

	06年2月期		07年2月期		08年2月期		09年2月期(計画)	
		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)		前期比(%)
敷金	14,464	120.5	15,179	104.9	14,958	98.5	14,073	94.1
新設店投資	4,054	113.1	5,252	129.6	3,642	69.4	3,604	99.0
既存店投資	1,310	75.4	1,580	120.6	1,750	110.7	1,889	107.9
店舗投資計	5,364	100.8	6,833	127.4	5,393	78.9	5,493	101.9
内装設備・器具備品等	33	18.8	67	203.5	174	259.2	—	—
システム投資	6,137	177.2	5,285	86.1	2,101	39.8	5,243	249.5
本部投資計	6,170	169.5	5,352	86.7	2,276	42.5	5,243	230.4
単体設備投資額 合計	25,999	124.0	27,365	105.3	22,627	82.7	24,810	109.6
単体減価償却費	8,190	87.7	8,043	98.2	6,042	75.1	6,470	107.1

### リース

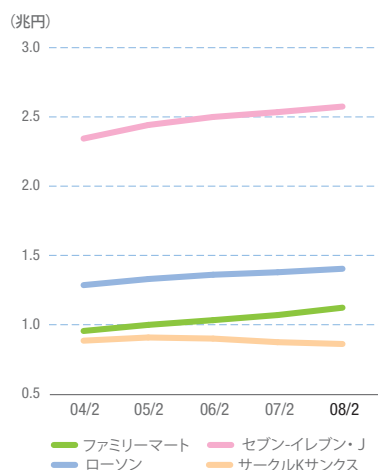
### 連結

(単位:百万円)

	06年2月期		07年2月期		08年2月期		09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	29,490	110.8	33,010	111.9	27,504	83.3	29,820	108.4
連結減価償却費	11,311	94.6	11,564	102.2	9,856	85.2	10,874	110.3

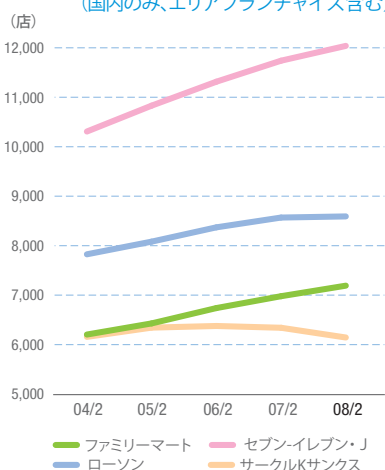
# コンビニエンスストア業界関連データ

チェーン全店売上高(単体)

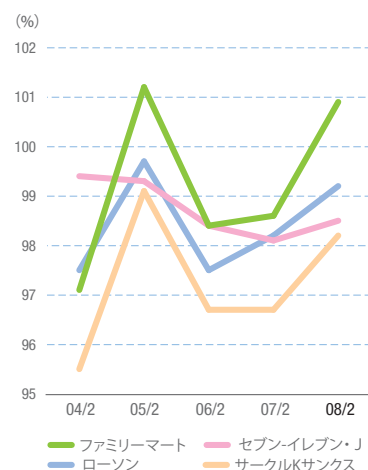


期末店舗数

(国内のみ、エリアフランチャイズ含む)



既存店日商伸び率(単体)



## コンビニエンスストア全体

	04年3月期	05年3月期	06年3月期	07年3月期	08年3月期
売上高(十億円)	7,133	7,297	7,372	7,421	7,516
期末店舗数(店)	37,923	38,854	39,820	40,342	40,433

## チェーン全店売上高(単体)

(単位:百万円)

	04年2月期	05年2月期	06年2月期	07年2月期	08年2月期
ファミリーマート	954,445	998,491	1,031,736	1,068,821	1,121,838
セブン-イレブン・J	2,343,177	2,440,853	2,498,754	2,533,534	2,574,306
ローソン	1,285,018	1,329,077	1,360,495	1,377,842	1,402,786
サークルKサンクス	883,894	907,407	898,741	872,844	860,041

## 期末店舗数(国内のみ、エリアフランチャイズ含む)

(単位:店)

	04年2月末	05年2月末	06年2月末	07年2月末	08年2月末
ファミリーマート	6,199	6,424	6,734	6,974	7,187
セブン-イレブン・J	10,303	10,826	11,310	11,735	12,034
ローソン	7,821	8,077	8,366	8,564	8,587
サークルKサンクス	6,152	6,339	6,372	6,336	6,139

## 既存店日商伸び率(単体)

(単位:%)

	04年2月期	05年2月期	06年2月期	07年2月期	08年2月期
ファミリーマート	97.1	101.2	98.4	98.6	100.9
セブン-イレブン・J	99.4	99.3	98.4	98.1	98.5
ローソン	97.5	99.7	97.5	98.2	99.2
サークルKサンクス	95.5	99.1	96.7	96.7	98.2

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。

# 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
<b>(連結子会社)</b>			
全家便利商店股份有限公司	コンビニエンスストア事業	43.37% 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	90.41% (50.29%) 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	96.17%	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	63.52%	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。 役員の兼任あり。
(株)ファミマ・リテール・サービス	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。
<b>(持分法適用非連結子会社)</b>			
4社			
<b>(持分法適用関連会社)</b>			
(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。
蘇州福満家便利店有限公司	コンビニエンスストア事業	注3	中国・蘇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	30.10%	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 6社			
<b>(その他の関係会社の親会社)</b>			
伊藤忠商事(株)	総合商社	31.54% (31.54%) 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。
<b>(その他の関係会社)</b>			
ファミリーコーポレーション(株)	卸売事業	31.46%	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います。			
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います。			
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います。 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います。			
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います。			

# 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(入曾店)。
	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(大閩三山店)。
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併会社中部ファミリーマート(株)を設立。
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を設立。
	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。
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。
	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。
	8月	■東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定。
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。
	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。
1992	9月	■タイ・バンコク市の(株)ロビンソン百貨店、サハ・パタナピプル(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。
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。
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・トヨタ自動車等、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。
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。
	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)。
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。
	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。
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。
	5月	■ICカード(ユピカード)サービス開始。
2002	9月	■(株)松早ファミリーマートと合併。
	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	■頂新(開曼島)控股有限公司、全家便利商店股份有限公司(台湾)、伊藤忠商事(株)および中信信託投資有限責任会社と合併会社上海福満家便利有限公司(中国)を中国上海市に設立。
	10月	■「ファミマカード」のサービス開始。
2004	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。
	9月	■Suica利用可能店舗を首都圏・仙台エリアで順次拡大。
2006	2月	■北海道札幌市の(株)丸ヨ西尾と合併会社(株)北海道ファミリーマートを設立。
	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。
2006	9月	■創立25周年を機に、「ファミリーマート基本理念」を新たに制定。
	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)と合併会社広州市福満家便利店有限公司(中国)を中国広州市に設立。
2007	7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)と合併会社蘇州福満家便利店有限公司(中国)を中国蘇州市に設立。
	11月	■「ファミマTカード」のサービス開始。

# 会社概要・株式情報

## 会社概要 (単体)

2008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三丁目1番1号 〒170-6017 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	1兆1,218億38百万円(2008年2月期)
店舗数	13,875店舗 (国内外エリアフランチャイズ含む)
従業員数	2,850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2,358,840株)
株主数	14,933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

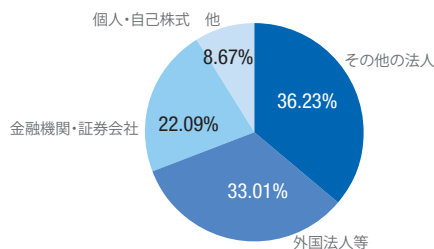
2008年2月末現在

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
メロンバンク エヌエー トリーテイー クライアント オムニバス	6,540.1	6.70
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社 (信託口)	4,113.2	4.21
株式会社 エヌ・ティ・ティ・ドコモ	2,930.5	3.00
日本トラスティ・サービス信託銀行 株式会社 (信託口)	2,835.4	2.90
野村證券 株式会社	2,199.4	2.25
株式会社 みずほ銀行	2,085.1	2.13
日本生命保険相互会社	1,964.4	2.01
メロンバンク エヌエー アズ エージェント フォー イッツ クライアント メロン オムニバス コーエス パンション	1,475.6	1.51
ドレスナー・クラインオート証券会社 東京支店	1,420.5	1.45
計	55,505.5	56.82

※上記のほか、自己株式が2,358千株あります。  
(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

2008年2月末現在



※単元未満株式数を除く。

## 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3-1-1  
サンシャイン60 17F  
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  
東京都八王子市子安町4-9-7  
森永産業ビル2F  
Tel. (042) 648-0257
- 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  
兵庫県神戸市中央区伊藤町119  
三井生命神戸三宮ビル1F  
Tel. (078) 325-2366
- 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 中華民國台湾省台北市  
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
- 上海福満家便利有限公司  
200041 中華人民共和國上海市南京西路  
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
- 広州市福満家便利店有限公司  
510080 中華人民共和國広東省広州市  
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
- 蘇州福満家便利店有限公司  
215021 中華人民共和國江蘇省  
蘇州工業園区通園路35号2階  
Tel. 86 (512) 6917-1090

## 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、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。ぜひご利用ください。



# FamilyMart

〒170-6017

東京都豊島区東池袋3-1-1

サンシャイン60 17F

Tel. (03) 3989-6600 (代表)

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



Printed in Japan  
2008.06