

株式会社ファミリーマート

2020年2月期 第2四半期 決算説明会資料

2019年10月9日

—注意事項—

本資料の記述には、当社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様々な要因により、これらの見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。

2020年2月期 上期決算概要（P/L）

事業利益・親会社所有者帰属利益ともに大幅増益

単位：億円	2019年2月期 上期	2020年2月期 上期		主な増減要因
	実績	実績	前年同期差	
営業収益	3,212	2,654	▲558	・ カネ美食品の連結除外 ・ FM直営店減少による売上高減少
事業利益	352	463	+111	・ FM既存店日商が好調 ・ 本部コスト削減
親会社所有者帰属利益 ※1	200	382	+182	・ FM単体利益の増加 ・ 持分法投資利益の増加 ・ 税効果メリットの計上 ※2

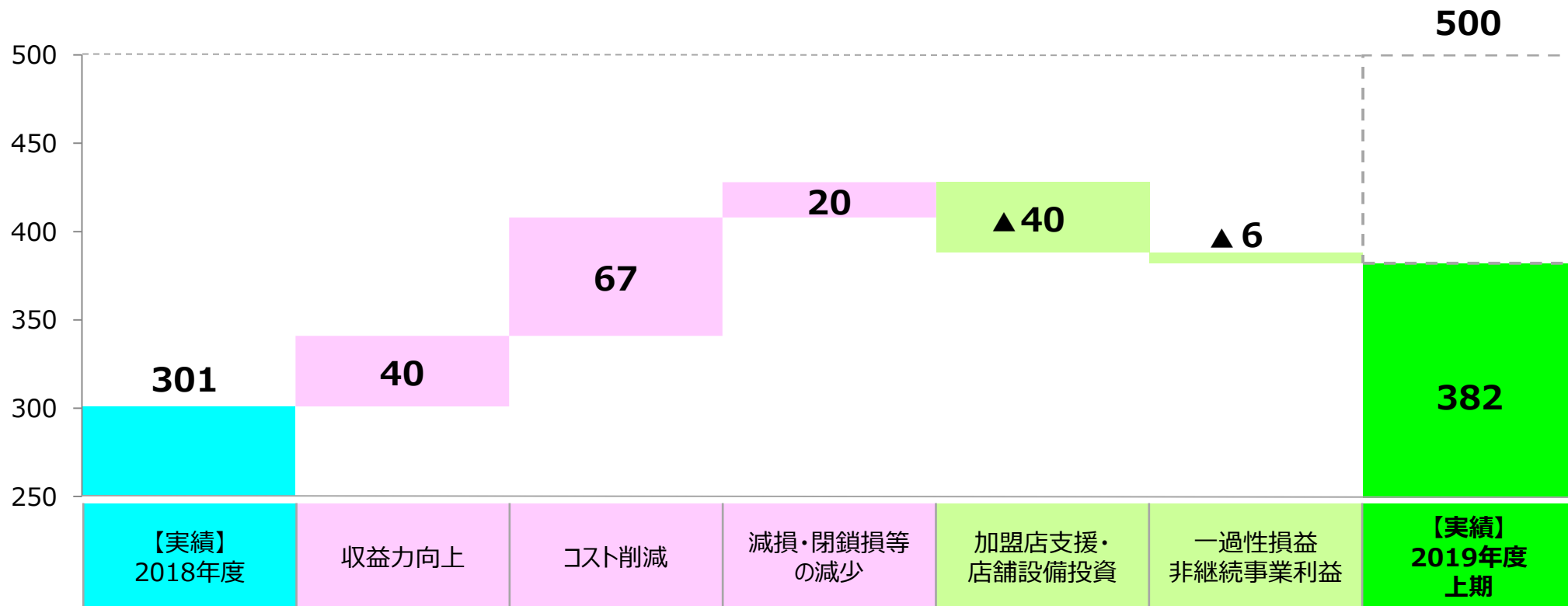
※1 2019年2月期上期実績ではユニー関連の譲渡影響を除いた数値を記載しております。

※2 2019年9月1日の合併税メリット（+98億円）

2020年2月期 上期決算概要（P/L）

<親会社所有者帰属利益 上期増減要因>

単位：億円



	【実績】 2018年度	収益力向上	コスト削減	減損・閉鎖損等 の減少	加盟店支援・ 店舗設備投資	一過性損益 非継続事業利益	【実績】 2019年度 上期
通期計画	-	80	100	115	▲90	▲6	500
上期進捗	-	50.0%	67.0%	17.4%	44.4%	100.0%	76.4%
主な内容	-	・日商向上	・システム経費減 ・人件費減	・閉鎖減 ・減損損失減	・24時間奨励金等 ・既存店設備投資 新コーヒーマシン 冷凍売場拡大 等	・合併税効果 ・ユニー関連	-

① 商品力の強化

新コーヒーマシン



◆ 上期好調商品
「アイス抹茶ラテ」等新機軸商品

◆ 戦略商品
「カフェラテ」



導入済台数

25,000台

導入による売上伸長

約1割アップ°

冷凍売場拡大



拡大店舗数

◆ 上期好調商品
「もちっと食感の汁なし担々麺」

◆ 戦略商品
店舗でレンジ加熱するワンプレート型商品拡充
「花椒香る四川風麻婆豆腐丼」等



拡大による売上伸長

3,500店 ⇒ 約4,000店まで拡大

約4割アップ°

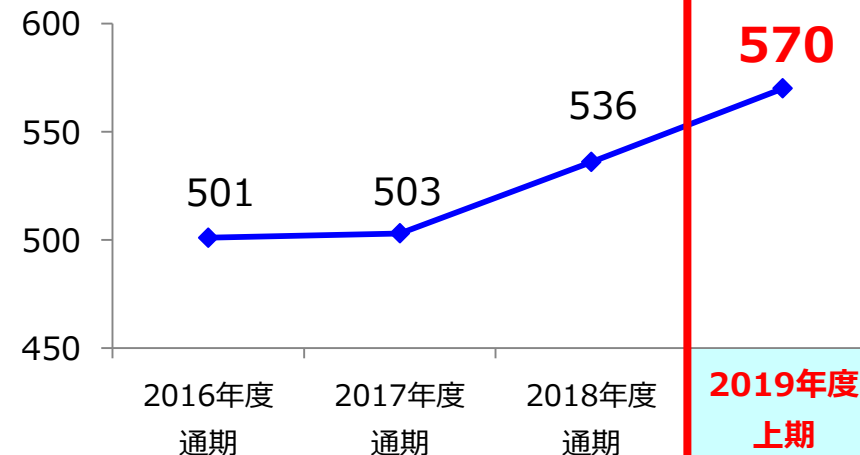
② 店舗基盤の強化

- ◆ 閉店：不採算店舗の減少による閉店減
- ◆ ビルド&スクラップ（B&S）：収益力強化は計画通りの進捗
- ◆ 出店：厳選出店の推進

＜上期閉店・B&S・出店概況＞ 単位：店

	閉店	B&S	出店
上期実績	35	110	99
前年同期差	▲530	▲66	+44
【参考】通期計画	185	215	285

＜新店日商推移＞ 単位：千円



<フードロス削減>

季節商品

完全予約制『フードロスゼロ』

「土用の丑」 (前年比較)	予約件数	2倍
	廃棄金額	8割減
	加盟店利益	7割増
	本部利益	前年並み

承り商材の予約強化

- 1. 予約期間の延長
- 2. 早期予約割引の設定
- 3. 予約受付サイトの開設

ファミペイWEB予約 10月開始

クリスマスケーキ
恵方巻
予約件数目標

前年比 2 倍

中食ロングライフ化

1) 消費期限延長 5月～

調理、原材料、包装等を変更

上期	パン・デザート等 20品 を延長
下期	おでん・惣菜等 約 50品 を追加

対象商品
廃棄金額
3割減

2) 販売期限見直し 9月～

温度帯別専用工場化等に伴い、衛生レベルを向上

対象商品・内容	約 260品 ：販売時間 +2時間
販売期限チェック	1日6回 → 4回 ※作業負荷軽減

対象商品
廃棄金額
1割減

7月～ デジタル戦略本格稼働

自社スマホ決済サービス開始

ダウンロード数	約370万
キャッシュレス比率	20%
前年比	3割増

FamiPay



＜FM店頭スマホ決済Best3＞

		構成比
1位	FamiPay	33%
2位	PayPay	30%
3位	d払い	14%

11月～ マルチポイント開始

拡大するターゲットに向けて積極的に販促展開

マルチポイント化によりアプローチ可能な会員が大幅に拡大



【参考】 2020年2月期 通期計画（P/L）

➤ 4月10日公表据え置き

	2020年2月期 通期	
	計画	前期差
単位：億円		
営業収益	5,250	▲922
事業利益	650	+134
親会社所有者帰属利益	500	+46