

おとな  
コンビニ  
研究所



# 2011年2月期 第2四半期 決算説明会

2010年10月8日  
株式会社ファミリーマート

# 2010年度上期 レビュー

## 2010年度上期 業績概要

### 連結

単位：百万円、%

	2011年2月期 第2Q累計実績	2010年2月期 第2Q累計実績	前年 同期比
営業総収入	163,206	143,381	113.8%
営業利益	21,916	19,631	111.6%
経常利益	22,827	20,949	109.0%
当期純利益	11,302	9,863	114.6%

### 営業数値概況

※TOMONYを除く。

	2011年2月期 第2Q累計実績	2010年2月期 第2Q累計実績	前年 同期差
全店平均日商(千円)	504	510	△ 6
既存店日商伸び率(%)	97.7	99.4	△ 1.7
差益率(%)	28.45	28.10	0.35
新設店日商(千円)	573	450	123
純増数(店)	248	187	61
出店数(店)	356	306	50
閉鎖数(店)	108	119	△ 11

※2011年2月期第2Q累計実績には、FamilyMartへ転換したam/pmを含めております。

(転換前のam/pmは除外)

### 単体

単位：百万円、%

	2011年2月期 第2Q累計実績	2010年2月期 第2Q累計実績	前年 同期比
チェーン全店売上高	727,860	651,278	111.8%
営業総収入	138,396	121,177	114.2%
販売費及び一般管理費	87,125	76,835	113.4%
営業利益	19,935	18,283	109.0%
経常利益	21,343	19,853	107.5%
当期純利益	10,935	6,036	181.2%

### 店舗数

※TOMONYを含む。

(株)ファミリーマート	2011年2月期 第2Q累計実績		2010年2月期 第2Q累計実績		前年 同期差	
	7,410		7,085			
【国内】	プロパー		沖縄		国内計	前年 同期差
	7,410		203			
	南九州	北海道	JR九州リテール		7,946	342
	282	43	8			
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海	海外計	前年 同期差
	2,518	5,050	591	353		
	中国・広州	中国・蘇州	アメリカ	ベトナム	8,608	972
	57	27	9	3		
国内外合計					16,554	1,314

※10年8月末におけるam/pm店舗数：  
am/pm614店、AFC221店、計835店

連結営業利益が過去最高益、連結・単体とも期初計画を上回る増収増益を達成

## 2010年度上期 レビュー

## 既存店の活性化

[与件] …厳しい消費環境が続く

## ■第1四半期

- ・全国的な天候不順 + タスポ効果の反動

## ■第2四半期

- ・記録的猛暑を背景に夏型商材・併買商品を徹底して拡販
  - －冷し麺、フライヤー商品
  - －新商品の拡販 …「具入りラー油おむすび」等
- ・加盟店支援・指導の体制強化



<左:冷し大盛つけめん>



<右:冷し担担麺>



<具入りラー油おむすび>

既存店日商伸び率 :97.7% / 客数 :960人(前年同期差+14人)  
 差益率 :28.45%(前年同期差 :+0.35%)

## am/pmとのブランド統合／高質店舗網の構築

## ■am/pmとのブランド統合

転換店舗数 :153店

日商伸び率 :約30%増(直近6ヶ月比較)

- ・最重点課題として全社体制で推進
- ・事業インフラ統合に着手、投資コストの削減
- ・加盟店のモチベーション向上

## ■駅ナカマーケットの拡充

- ・東武・京成・相鉄、J R九州リテールとの契約締結
  - －高日商店の取込みとブランド認知度の向上

## ■23区中心部での強固なドミナント構築

## ■物件判断の厳格化

新設店日商 :573千円(前年同期差+123千円) / 出店数 :356店  
 [am/pm転換店除く] 新設店日商 :505千円(過去最高)

## 2010年度上期 レビュー

## 海外戦略

## ■海外各国の概況

〈中国〉 3地域で400店を達成

－日系コンビニエンスNo.1店舗数

－上海：ファストフードの強化、S&QCの徹底

〈タイ〉 日本流を取入れ運営力・商品力を強化

〈韓国〉 トップチェーンとして5,000店を達成

〈台湾〉 安定的な成長の持続



〈中国：上海万博への出店〉



〈中国：上海地下鉄構内店舗〉



〈タイ：フライドチキン販売光景〉



〈韓国：高速道路内店舗〉

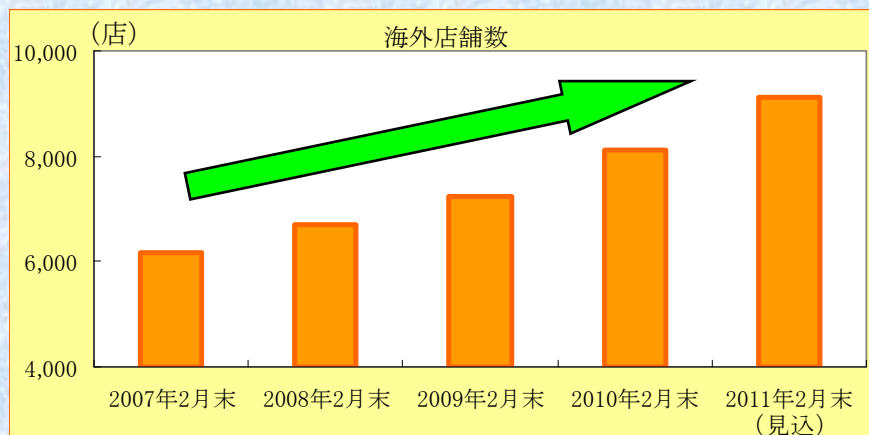
## 店舗数

	2010年2月末	2010年8月末	2011年2月末 見込	前期差
日本国内※	7,688	7,946	8,258	570
台湾	2,424	2,518	2,583	159
韓国	4,743	5,050	5,263	520
タイ	565	591	623	58
中国・上海	287	353	484	197
中国・広州	46	57	108	62
中国・蘇州	26	27	51	25
アメリカ	9	9	13	4
ベトナム	1	3	5	4
海外計	8,101	8,608	9,130	1,029
合計	15,789	16,554	17,388	1,599

※2011年2月末見込には、

1) 11年2月期に出店予定の「TOMONY」及び「JR九州リテール」の数値を含んでおりません。

2) FamilyMartへ転換予定のam/pmを含めております。(転換前のam/pmは除外)



海外店舗数[8月末] : 8,608店 (前期末差 +507店)

# 2010年度下期 基本戦略

厳しい消費環境

売場改革の継続

「選ばれる存在」へ

## 売場改革の推進、煙草増税・客単価への対応

### ■フォーカスターゲット戦略

- …50～65歳の「おとな世代」へのアプローチを本格化
- ・「おとなコンビニ研究所」の発足
- 商品開発、居心地の良い店舗空間・サービス等で「おとな視点」の提言



<左:パンチェッタと5種のきのこのクリームソース>  
<右:あじわい Famima Café ブルーマウンテンブレンドコーヒー>

### ■商品登録、発注指導への取組み

- ・コンビニエンスの本来あるべき姿の徹底
- ・高単価高付加価値オリジナル商品の展開強化
- 「金芽米おむすび」「あじわい Famima Café」
- ・高価格商品の構成比の向上



<左:あじわい Famima Café売場>  
<右:金芽米おむすび>

### ■発注精度の向上・個店品揃えの強化

- ・「新型発注端末」の活用
- 欠品、欠落の防止
- ・「クラスタリング店舗分析」の導入
- 立地特性による売れ方・使われ方に応じて8パターンに分類
- ⇒買上点数、単価の向上



<左:サンドップチゲ>  
<右:1日の野菜1/3が摂れるミネストローネ>

### ■am/pmでの強みのある商品の導入

- ・惣菜・サラダ・日配の強化
- ・冷凍弁当の本格展開に向けた商品開発

既存店日商伸び率[通期計画] :99.6% / 差益率[通期計画] :28.28%

# 2011年2月期 経営数値計画

## 店舗展開

### ■ am/pmとのブランド統合

転換店舗数[下期計画] : 約 200 店

・首都圏を中心に都市部でのシェアを拡大

### ■ 海外展開

・各国で店舗数拡大を加速

⇒ 2015年度末 25,000 店へ

単体 純増数[通期計画] : 550店 / 新設店日商[通期計画] : 550千円  
海外店舗数[2011年2月末計画] : 9,130店 (前期末差 +1,029店)

## 2011年2月期 経営数値計画

### 連結

単位: 百万円、%

	2011年2月期 計画	2010年2月期 実績	前期比
営業総収入	314,800	278,175	113.2%
営業利益	36,600	33,530	109.2%
経常利益	38,700	35,760	108.2%
当期純利益	17,300	15,102	114.5%

### 単体

単位: 百万円、%

	2011年2月期 計画	2010年2月期 実績	前期比
チェーン全店売上高	1,436,000	1,273,752	112.7%
営業総収入	266,400	233,024	114.3%
営業利益	32,200	30,246	106.5%
経常利益	34,400	32,682	105.3%
当期純利益	15,900	10,305	154.3%

### 営業数値計画

※ TOMONY を除く。

	2011年2月期 計画	2010年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	503	498	5
既存店日商伸び率(%)	99.6	97.6	2.0
差益率(%)	28.28	27.96	0.32
新設店日商(千円)	550	439	111
純増数(店)	550	256	294
出店数(店)	800	534	266
閉鎖数(店)	250	278	△ 28

※2011年2月期計画:

- 1) FamilyMartへ転換予定のam/pmを含めております。(転換前のam/pmは除外)
- 2) 出店数は、am/pmからの転換350店+FamilyMartの新規出店450店の合計となります。

### 店舗数

(株)ファミリーマート	2011年2月期 計画	2010年2月期 実績	前期差
店舗数			
期末店舗数(店)	7,708	7,158	550

※2011年2月期計画:

- 1) 11年2月期に出店予定の「TOMONY」の数値を含んでおりません。
- 2) FamilyMartへ転換予定のam/pmを含めております。(転換前のam/pmは除外)