

## ～連結・単体共に各利益段階で過去最高益を更新～

### 連結

単位：百万円、%

	2013年2月期 第2Q累計実績	2012年2月期 第2Q累計実績	前年同期比
営業総収入	172,047	167,570	102.7%
営業利益	25,902	24,589	105.3%
経常利益	26,670	25,719	103.7%
当期純利益	12,713	7,655	166.1%

### 単体

単位：百万円、%

	2013年2月期 第2Q累計実績	2012年2月期 第2Q累計実績	前年同期比
チェーン全店売上高	803,716	773,923	103.8%
営業総収入	138,765	140,808	98.5%
販売費及び一般管理費	90,059	87,877	102.5%
営業利益	23,784	22,442	106.0%
経常利益	25,200	24,055	104.8%
当期純利益	12,426	7,825	158.8%

### 営業数値概況

※TOMONYを除く。

	2013年2月期 第2Q累計実績	2012年2月期 第2Q累計実績	前年同期差
全店平均日商(千円)	536	537	△1
既存店日商伸び率(%)	99.4	104.9	—
差益率(%)	27.95	27.61	0.34
新設店日商(千円)	475	567	△92
純増数(店)	ほか、 TOMONY7店を出店 223	286	△63
出店数(店)	339	426	△87
閉鎖数(店)	116	140	△24

### 店舗数

※TOMONYを含む。[TOMONY:2013年2月期第2Q計52店(前年同期差13店)]

(株)ファミリーマート	2013年2月期 第2Q累計実績		2012年2月期 第2Q累計実績		前年同期差			
		8,394		7,916		478		
【国内】	プロパー	沖縄	南九州	北海道	JR九州リテール	国内計	前年同期差	
	8,394	214	294	53	122	9,077	509	
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国	アメリカ	ベトナム	海外計	前年同期差
	2,830	7,559	746	976	10	24	12,145	1,855
						国内外合計	前年同期差	
						21,222	2,364	

## 店舗開発面

### 〔上期実績〕

- 出店数：346店(純増数：230店)
  - ・AFC含む国内店舗数は9,000店を突破
- 新設店日商：475千円
  - ・地方圏での出店が先行
  - ・B&S、駐車場等の敷地拡大の積極推進

### ■鉄道事業者との取組み拡大

- ・限定商圈に合わせた品揃えとオペレーションにより日商伸長
- ・「多摩都市モノレール」「神戸市営地下鉄」「大阪市営地下鉄」への新規出店

### ■ドラッグストアとの協業推進

- ・CVSの「利便性」「中食・サービス」とDSの「専門性」「健康・介護」を一体化

〔通期計画〕出店数：800店、新設店日商：504千円

## 2012年度上期レビュー・下期重点ポイント

## 営業面・商品面

## 〔上期実績〕

## ■既存店日商伸び率：99.4%

- ・煙草販売の減速、“真水”部分は前年同期を上回る
- ・全店客数：976人

## ■「おとな世代」・女性層の伸長

- ・惣菜・サラダ、FFのおかず惣菜等が好調に推移

## ■中食既存比は前年水準維持

- ・客単価の伸長…買上点数の増加

## 〔下期計画〕

## 差別化商品戦略の復権

## 広がる客層への対応を加速

## ■プレミアムブランド「FamilyMart collection」

- ・価値に対し値頃感ある商品～高付加価値・高単価商品まで幅広く対応
- ・加工食品、菓子、日用品、日配品、冷凍食品の各カテゴリーで500アイテムを発売

FamilyMart  
collection

## ■「ファミマ プレミアムチキン」

- ・「日本のチキンがファミマから変わる」
- ー子どもからおとな世代まで美味しく食べられる  
“究極の”フライドチキン



＜ファミマ プレミアムチキン＞ ＜カウンターコーヒー＞

## ■「あじわい Famima Café」カウンターコーヒー

- ・年度内約2,600店、2013年度全店導入を予定
- ・いつでも“挽きたて”&“淹れたて”の美味しさを提供

## 〔通期計画〕

既存店日商伸び率  
：100.0%

## 差益率の向上

## 〔上期実績〕

## ■差益率：27.95%

(前年同期差：+0.34%)

## ■収益構造改革

- ・商流の見直し、中食製造体制・物流等インフラ網の効率化

## 〔通期計画〕

差益率：28.11%

## ファミマTカード

## ■会員数：465万人(8月末)

- ・店あたり500人を突破

## ■分析システム「DB-WATCH」の活用

- ・購買動向を、効果的な販売促進策の導入や商品開発・発注精度向上に反映

## 2012年度上期レビュー・下期重点ポイント

## その他事業

## 〔上期実績〕

## ■旧ampm事業

・転換店は順調に推移

## ■シニアライフクリエイト

・高齢者向け弁当宅配事業：取扱い件数が伸長し、好調に推移  
⇒ファミリーマートチェーンのインフラを活用した高齢者向けビジネスの拡大

## 海外展開

## 〔2012年8月末〕

## ■海外店舗数：12,145店

(前期末差：+900店)

## ■台湾・タイ・韓国 一堅調に推移

<更なる成長に向け事業スキームを変更>

- ・タイ 一現地最大の小売企業「セントラルグループ」との合併  
⇒早期に1,500店体制、10年後には3,000店体制へ
- ・韓国 一「CU with FamilyMart」への店舗ブランド変更により、  
公共施設やニューマーケットへの出店を加速

## ■中国 一積極的な出店を継続

- ・6月、内陸部の成都に出店開始
- ・8月末5社合計：976店 ⇒2015年度末：4,500店舗体制へ

## ■新地域

- ・インドネシア・フィリピン：2012年度内に1号店出店を計画



<タイ：合併契約締結式>

店舗数	2013年			2012年	
	2月末 見込	2月末	前期差	8月末	前期差
日本国内 ※	9,377	8,834	543	9,077	243
台湾	2,887	2,809	78	2,830	21
韓国	8,280	6,910	1,370	7,559	649
タイ	800	687	113	746	59
中国・上海	859	639	220	746	107
中国・広州	179	121	58	146	25
中国・蘇州	75	48	27	65	17
中国・杭州	24	5	19	12	7
中国・成都	24	0	24	7	7
アメリカ	10	8	2	10	2
ベトナム	36	18	18	24	6
海外計	13,174	11,245	1,929	12,145	900
合計	22,551	20,079	2,472	21,222	1,143

※2013年2月末見込には、  
13年2月期に出店予定の「TOMONY」の数値を含んでおりません。

〔2013年2月末見込み〕海外店舗数：13,174店(2012年2月末差+1,929店)／

国内外店舗数：22,551店(同+2,472店)

# 2013年2月期 経営数値計画

## 連結

単位：百万円、%

	2013年2月期 計画	2012年2月期 実績	前期比
営業総収入	338,500	329,218	102.8%
営業利益	45,000	42,586	105.7%
経常利益	47,800	44,810	106.7%
当期純利益	25,000	16,584	150.7%

## 単体

単位：百万円、%

	2013年2月期 計画	2012年2月期 実績	前期比
チェーン全店売上高	1,612,000	1,534,652	105.0%
営業総収入	273,800	274,449	99.8%
営業利益	40,500	38,281	105.8%
経常利益	42,500	40,650	104.5%
当期純利益	23,400	14,321	163.4%

## 営業数値計画

※ TOMONY を除く。

	2013年2月期 計画	2012年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	533	531	2
既存店日商伸び率(%)	100.0	104.4	—
差益率(%)	28.11	27.59	0.52
新設店日商(千円)	504	521	△ 17
純増数(店)	500	528	△ 28
出店数(店)	800	844	△ 44
閉鎖数(店)	300	316	△ 16

## 店舗数

(株)ファミリーマート	2013年2月期 計画	2012年2月期 実績	前期差
店舗数			
期末店舗数(店)	8,664	8,164	500

※2013年2月期計画：

1) 13年2月期に出店予定の「TOMONY」の数値を含んでおりません。

◆各利益段階で過去最高益を計画

◆配当：年間配当金を期初公表から8円増額し100円を予定(第2四半期末46円・期末54円)

⇒8期連続の増配を予定