

2012年2月期 決算説明会

2012年4月13日
株式会社ファミリーマート



2012年2月期 業績概要

～連結・単体共に営業利益・経常利益で前期比2ケタ増の過去最高益を達成

連結			
	単位: 百万円、%		
	2012年2月期 実績	2011年2月期 実績	前期比
営業総収入	329,218	319,889	102.9%
営業利益	42,586	38,223	111.4%
経常利益	44,810	39,907	112.3%
当期純利益	16,584	18,023	92.0%

単体			
	単位: 百万円、%		
	2012年2月期 実績	2011年2月期 実績	前期比
チェーン全店売上高	1,534,652	1,440,457	106.5%
営業総収入	274,449	270,817	101.3%
販売費及び一般管理費	179,033	176,265	101.6%
営業利益	38,281	33,741	113.5%
経常利益	40,650	35,887	113.3%
当期純利益	14,321	16,678	85.9%

営業数値概況 ※TOMONYを除く。			
	2012年2月期 実績	2011年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	531	505	26
既存店日商伸び率(%)	104.4	99.8	-
全店客数(人)	961	944	17
全店客単価(円)	552	534	18
差益率(%)	27.59	28.31	△ 0.72
新設店日商(千円)	521	564	△ 43
純増数(店)	528	466	62
出店数(店)	844	736	108
閉鎖数(店)	316	270	46

■ am/pmとのブランド統合完了

・2年間で計733店を転換、転換後日商は25%の伸長を維持
(JR九州リテール含む)

・旧am/pm事業の営業利益は計画を上回る約20億円

■ 出店数 : 844店、新設店日商 : 521千円

・プロパーは出店数 : 542店、新設店日商 : 504千円〔過去最高〕

■ 既存店日商伸び率 : 104.4%、煙草を除く“真水”も前年超え

・客数既存比 : 100.4%、全店客数 : 961人〔前期差+17人、過去最高〕

・既存店客単価 : 556円〔約20円の上昇〕

・「金芽米おむすび」「彩り famima DELI」等の好調

■ 差益率 : 27.59%

・煙草を除く差益率 : 33.74%〔前期差+0.20%〕⇒継続したプラス基調

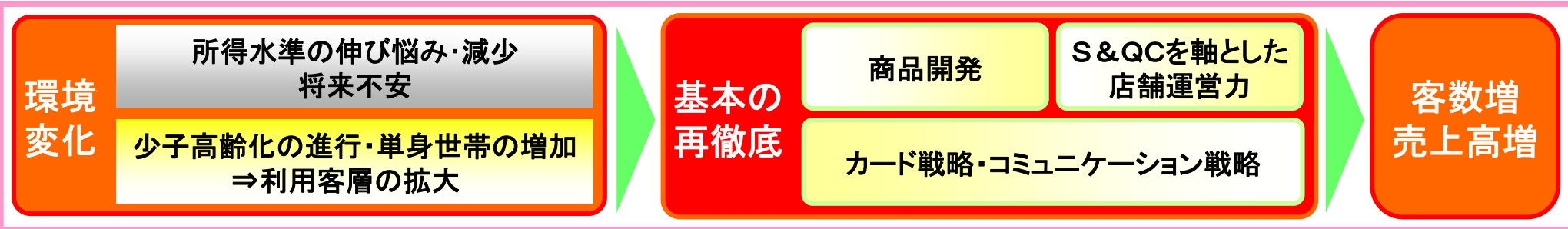
■ 海外店舗数10,000店・グローバル20,000店の達成

店舗数 ※TOMONYを含む。〔TOMONY:2012年2月期計45店(期中出店7店)〕											
店舗数	2012年2月期 実績			2011年2月期 実績			前期差		国内外合計	前期差	
	(株)ファミリーマート										
	8,164			7,629			535				
【国内】	プロパー			沖縄			国内計	前期差			
	8,164			212							
	南九州	北海道		JR九州リテール		8,834	586				
291	52		115								
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海	中国・広州	海外計	前期差	国内外合計	前期差		
	2,809	6,910	687	639	121						
	中国・蘇州	中国・杭州	アメリカ	ベトナム		11,245	1,895			20,079	2,481
	48	5	8	18							

2012年度 基本方針

あなたと、コンビニに、

FamilyMart



商品開発

■3つのマーケティングの更なる深耕

- ・ジェネレーション : 「おとな世代」も意識
- ・プライス : 値頃感ある商品から
高付加価値商品までの品揃え強化
- ・リージョナル : 地域のこだわり



《豆ひじきごはん弁当》
(おとなコンビニ研究所)

■重点商品カテゴリーの再強化と新カテゴリー開発

- ・冷凍中食 : 米飯・麺類・軽食・おかずへの対象拡大
- ・チルド米飯・惣菜 : 新調理法による品質向上とLL化実現
- ・高品質の「ジェラート」の発売
- ・各温度帯の特長を生かした品揃えにより広がる客層に対応



《ハヤシオムライス》(冷凍)



《中華丼》(チルド)



《Sweets+ GELATO》(アイス)

店舗運営

※SST : ストアスタッフータルシステム
ファミリーマート独自のストアスタッフ教育システム

■「S&QCの徹底」をベースに、 特に「発注精度の向上」を最優先に取り組み

- ・「SST(※)」によるストアスタッフの発注分担化推進
—発注の資格者を現状16,000人から40,000人規模へ
- ・「商圈分析シート」の活用
—お客さまにとって最適な個店品揃えの確立

カード・コミュニケーション戦略

■「ファミマTカード」の活用強化

- ・アライアンス企業・有効会員数の多さ、機能面で他を圧倒
- ・売上増効果の高い会員数500人/店に向けた獲得支援策

■販売促進

- ・「サッカー日本代表」、「吉本興業」などのコンテンツの活用

既存店日商伸び率 : 101.0%

差益率 : 28.71% (前期差+1.12%)

店舗開発

※ASD : オートマチック・スーパー・デリス

■首都圏・関西圏を重点に各地域でドミナントを強化

- ・商環境・住環境の変化、買物不便地域の増加に対応
- ・出店拡大に向けた体制整備
 - －店舗開発人員の強化
 - －出店判断のスピードアップ

■ニューマーケットへの積極出店による店舗網拡大

- ・業界トップシェアの鉄道事業者との取組み
- ・高速道路SA/PA、病院内等への出店

■社会・生活インフラとしての店舗展開

- ・「仮設タイプ店舗」・「移動販売車」・「ASD(※)」等、買物不便地域への展開

■国内9,000店体制へ

(プロパー+AFC4社の合計)



《ASD》

海外展開

■アジア各地域への積極出店を継続

- ・中国
 - －5割増の期末1,200店体制へ
 - －成都への進出
- ・インドネシア・フィリピンでの出店を開始予定
- ・グローバルネットワークの全店を通じたワールドワイドなキャンペーンの実施

店舗数	2013年 2月末 見込	2012年 2月末	前期差
日本国内※	9,388	8,834	554
台湾	2,861	2,809	52
韓国	8,310	6,910	1,400
タイ	769	687	82
中国・上海	919	639	280
中国・広州	191	121	70
中国・蘇州	92	48	44
中国・杭州	25	5	20
アメリカ	9	8	1
ベトナム	45	18	27
海外計	13,221	11,245	1,976
合計	22,609	20,079	2,530

※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。



《杭州(中国)進出セレモニー》



《台湾ファミリーマート》

出店数 : 800店、純増数 : 500店

プロパー期末店舗数 : 8,664店

新設店日商 : 515千円

2013年2月末店舗数

海外 : 13,221店(2012年2月末差+1,976店)

国内外合計 : 22,609店(同+2,530店)

2013年2月期 経営数値計画

その他事業

■周辺分野の事業の積極展開

- ・(株)シニアライフクリエイトの子会社化
- 高齢者向け宅配事業



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	353,700	329,218	107.4%
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	21,400	16,584	129.0%

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	1,630,000	1,534,652	106.2%
営業総収入	278,300	274,449	101.4%
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	19,600	14,321	136.9%

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)	539	531	8
既存店日商伸び率(%)	101.0	104.4	-
差益率(%)	28.71	27.59	1.12
新設店日商(千円)	515	521	△ 6
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
期末店舗数	8,664	8,164	500
【国内総店舗数】	9,388	8,834	554

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

◆各利益段階で過去最高益を計画

◆配当：年間配当金92円(+10円) ⇒8期連続の増配を予定