

2012年2月期 第2四半期決算説明会

2011年10月7日
株式会社ファミリーマート



2012年2月期 第2四半期業績概要 ～営業利益・経常利益で前年同期比2桁増の過去最高益達成～

連結		単位: 百万円、%		
	2012年2月期 第2Q累計実績	2011年2月期 第2Q累計実績	前年 同期比	
営業総収入	167,570	163,206	102.7%	
営業利益	24,589	21,916	112.2%	
経常利益	25,719	22,827	112.7%	
当期純利益	7,655	11,302	67.7%	

単体		単位: 百万円、%		
	2012年2月期 第2Q累計実績	2011年2月期 第2Q累計実績	前年 同期比	
チェーン全店売上高	773,923	727,860	106.3%	
営業総収入	140,808	138,396	101.7%	
販売費及び一般管理費	87,877	87,125	100.9%	
営業利益	22,442	19,935	112.6%	
経常利益	24,055	21,343	112.7%	
当期純利益	7,825	10,935	71.6%	

営業数値概況		※TOMONY及びブランド転換前のam/pmを除く。		
	2012年2月期 第2Q累計実績	2011年2月期 第2Q累計実績	前年 同期差	
全店平均日商(千円)	537	504	33	
既存店日商伸び率(%)	104.9	97.7	—	
差益率(%)	27.61	28.45	△ 0.84	
新設店日商(千円)	567	573	△ 6	
純増数(店)	286	248	38	
出店数(店)	426	356	70	
閉鎖数(店)	140	108	32	

- **新設店日商: 567千円〔過去最高〕※am/pm転換除く562千円**
 - ・出店物件の審査体制と進捗管理の強化
 - ・「地域開発部」新設による現場支援体制の整備
- **既存店日商伸び率: 104.9%〔計画通り〕**
 - ・震災直後: 震災による休業店舗、ガソリン不足や計画停電による混乱
 - ・5月大型連休前には商品供給体制の整備が終わり、売上も回復
- **特別損失(震災処理費用): 42億円**
 - ・被災店舗の建替え、修繕等: 10億円
 - ・加盟店の再建支援費用: 24億円
 - ・その他(商品ロス、工場・センター等再建費用): 8億円

店舗数	※TOMONYを含む。			
(株)ファミリーマート	2012年2月期 第2Q累計実績	2011年2月期 第2Q累計実績	前年 同期差	
	7,916	7,410	506	
【国内】	プロパー		国内計	
	7,916		207	
	南九州	北海道	JR九州リテール	
	289	47	109	
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海
	2,744	6,215	653	522
	中国・広州	中国・蘇州	アメリカ	ベトナム
	99	40	9	8
	海外計			
	10,290			
	前年 同期差			
	1,682			
	国内外合計			
	18,858			
	前年 同期差			
	2,304			

※11年8月末におけるam/pm店舗数: 113店
(関東地方: 46店、関西地方: 67店)

2011年度下期基本方針・重点ポイント

ファミリーマート：地域の方々にとって「なくてはならない存在」

〔背景〕

- 社会構造やライフスタイルの変化
- 地域における購買行動の変化
 - ・ 地方圏：買物不便地域の増加
 - ・ 都市部：単身世帯の増加
 ⇒ 「近くにあって気軽に立寄って買える」
コンビニ利用のお客さま増加

■ 社会環境変化への対応

- ・ 客層の広がりに対応した商品開発、売場作りや接客・サービス
⇒ 『小売業の基本』の更なる徹底
- ・ 小規模商圈への対応：ASD（自動販売機）
- ・ 買物不便地域への対応：既存店舗を核とした出張販売・宅配等

営業面の強化

■ 今上期の既存店客数伸び悩み要因

- ・ 過去数年に亘る客数の高い伸び
- ・ ドミナント形成が進む首都圏での影響
 - － 外国人客の極端な減少
 - － 節電対応の影響
⇒ 夏場の一時的な夜間客数減
 - － am/pmブランド転換進捗による
近隣既存店からの顧客移動

◆ 四半期別全店日商・全店客数前年差

	第1四半期	第2四半期	上期
全店日商〔千円〕	+20	+46	+33
全店客数〔人〕	+10	+21	+16

- ・ 全店日商、客数は大きく伸長

■ 下期重点取組み項目

- ・ 30周年記念施策の継続実施
- ・ 「おとな世代」をはじめとしたターゲット戦略の継続

おとな
コンビニ
研究所
<http://www.famima-conveni.jp>

- ・ 「彩り famima DELI」



- － 第5の重点商品カテゴリー（惣菜・サラダ）
- － なでしこJAPANの強カアシスト
- ・ 既存重点商品カテゴリー（※）と併せ、健康志向や内食需要の取込みと買上点数の引上げ ⇒ 客単価の向上
（※）「できたてファミマキッチン」「Sweets+」「ミツ星パスタ」「あじわい famima Café」

〔通期計画〕 既存店日商伸び率 :104.3% / 差益率 :27.81%

2011年度下期重点ポイント

グローバル展開 ～今後の拡大戦略～

■国内

〔am/pmとのブランド統合〕

- ・今上期転換店舗数：213店（首都圏・関西・九州計）
－転換店日商は転換前比約3割の伸長
- ・下期もブランド統合継続
－首都圏、関西、九州計約720店が2年間で完了

am/pm転換店舗数	2010年度		2011年度		2年間計
	通期実績	上期実績	下期計画	通期計画	
首都圏	329	153	37	190	519
関西	—	45	55	100	100
九州(※)	87	15	—	15	102
計	416	213	92	305	721

※JR九州リテールの転換店舗数〔新規出店は含まず〕

〔ニューマーケット出店強化〕

- ・鉄道系店舗（駅構内・駅周辺）は9社計200店超規模に
－名古屋鉄道(株)との新たな取組み開始

〔通期計画〕

- ・出店数：790店
- ・新設店日商：529千円
- ・プロパー出店数：500店
- ・単体期末店舗数：8,119店

■海外

- ・タイ…既存店強化と出店継続により前年を上回る収益確保
- ・中国…上海、蘇州、広州で2012年2月末850店超を計画
日系コンビニエンスNo.1として内陸部への展開計画
⇒2015年度末4,500店体制に向け出店加速
- ・ベトナム…合併会社ライセンスの取得と運営事業会社設立
- ・新地域…インドネシアへの進出を計画

店舗数	2012年 2月末 見込	2011年 2月末	前期差
日本国内 ※	8,763	8,248	515
台湾	2,856	2,637	219
韓国	6,329	5,511	818
タイ	672	622	50
中国・上海	642	442	200
中国・広州	148	88	60
中国・蘇州	65	36	29
アメリカ	9	10	△1
ベトナム	16	4	12
海外計	10,737	9,350	1,387
合計	19,500	17,598	1,902



＜＜ベトナムFM店内風景＞＞

※2012年2月末見込には 1) 12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。

**【2012年2月末見込み】国内外店舗数：
19,500店（前期差+1,902店）**

2012年2月期 経営数値計画

2012年2月期 経営数値計画

連結		単位:百万円、%		
	2012年2月期 計画	2011年2月期 実績	前期比	
営業総収入	325,000	319,889	101.6%	
営業利益	42,100	38,223	110.1%	
経常利益	44,200	39,907	110.8%	
当期純利益	15,000	18,023	83.2%	

◆営業利益・経常利益で前期比2桁増の過去最高益を計画
◆配当:年間配当金80円を予定(第2四半期末・期末各40円)
⇒7期連続の増配を予定

単体		単位:百万円、%		
	2012年2月期 計画	2011年2月期 実績	前期比	
チェーン全店売上高	1,537,000	1,440,457	106.7%	
営業総収入	269,600	270,817	99.6%	
営業利益	37,700	33,741	111.7%	
経常利益	39,900	35,887	111.2%	
当期純利益	13,600	16,678	81.5%	

MEMO

営業数値計画 ※ TOMONY 及びブランド転換前のam/pmを除く。

	2012年2月期 計画	2011年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	533	505	28
既存店日商伸び率(%)	104.3	99.8	—
差益率(%)	27.81	28.31	△ 0.50
新設店日商(千円)	529	564	△ 35
純増数(店)	490	466	24
出店数(店)	790	736	54
閉鎖数(店)	300	270	30

※2012年2月期計画:

- ◆出店数は、am/pmからの転換290店(うちam/pm関西からの転換100店)
+FamilyMartの新規出店500店の合計となります。