

第38期 報告書

2018年3月1日 ▶ 2019年2月28日





株主の皆様、こんにちは。

日頃より当社をご支援賜りまして、誠にありがとうございます。

ここに、当社第38期報告書（2018年3月1日から2019年2月28日まで）をお届けするにあたりごあいさつ申し上げます。

2019年5月

代表取締役社長 澤田 貴司

小売業界は、業態を超えた競争環境の激化や消費者の低価格志向の継続、店舗や物流における人手不足等の影響もあり、厳しい経営環境が続いております。このような状況下、当社は小売事業モデルの改革に努める一方、「社会・生活インフラ」として消費者の生活に欠かすことのできない存在となることを目指しております。

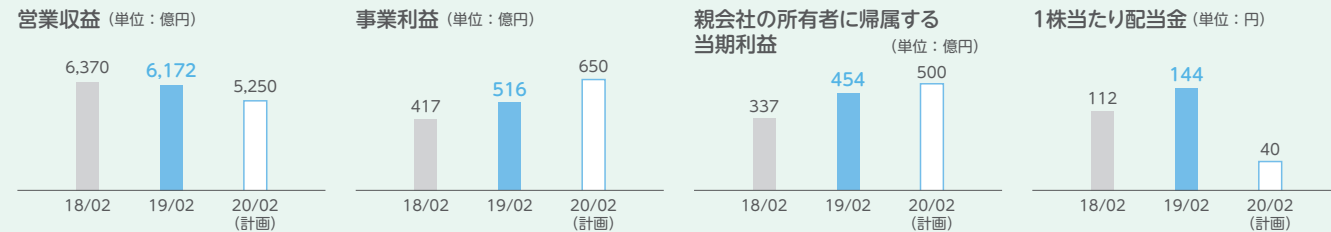
コンビニエンスストア事業においては、『ブランド統合』を最優先事項としながら、既存店の「質」の向上を目的とした『商品力の強化』『店舗運営の効率化』『店舗基盤の強化』を推進してまいりました。

『ブランド統合』では、2018年11月までに国内全てのサークルK及びサンクスの営業が終了し、ファミリーマートへのブランド転換が完了いたしました。2016年9月より全社一丸となり進めてきたブランド転換は累計5,003店となり、転換店の日商・客数は、前年を上回り推移しております。

また、2019年1月4日付にて当社が保有するユニー株式会社の株式の全てを株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスに譲渡いたしました。これにより、ユニー株式会社及び同社の子会社の事業を非継続事業に分類しております。

業績ハイライト(連結)

(注1) 2019年2月期第3四半期よりユニー株式会社及び同社の子会社の事業を非継続事業に分類しております。これにより、営業収益、事業利益は非継続事業を除いた継続事業の金額を表示しております。



(注2) 2019年3月1日付で普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っており、2020年2月期(計画)の1株当たり配当金につきましては、当該株式分割後の影響を考慮して記載しております。

これらの結果、2018年度の連結業績につきましては、営業収益6,172億円、事業利益516億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は454億円となりました。

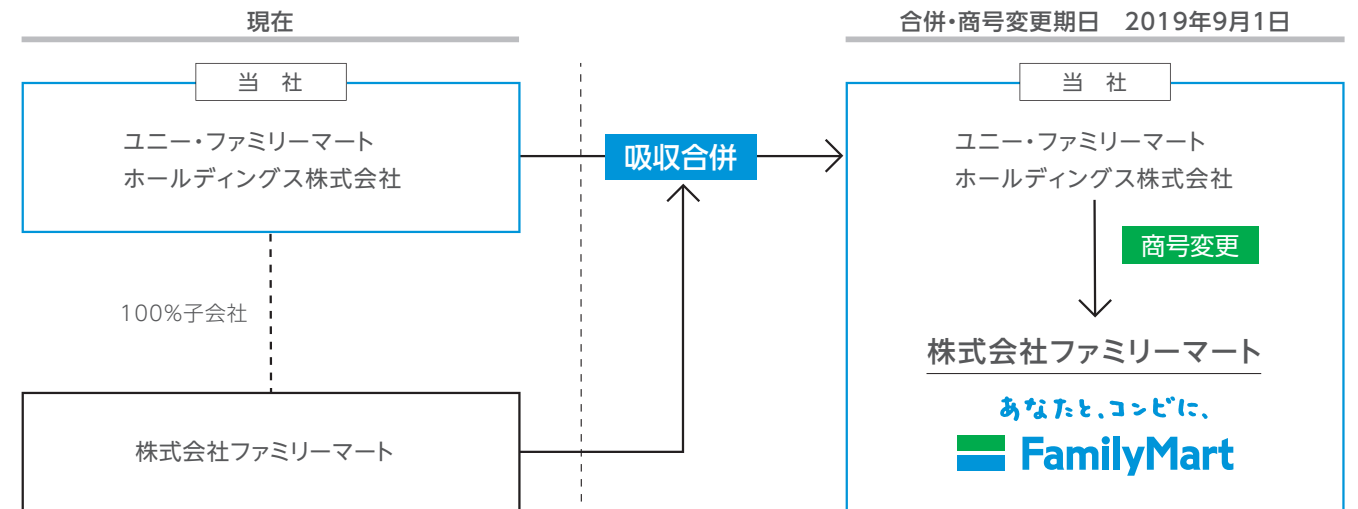
2019年度も厳しい競争環境を勝ち抜くため、グループの経営資源を結集し、独自の価値を提供することで確固たる成長基盤を構築していきます。株式会社ファミリーマートの『4つの挑戦』として、『加盟店支援の強化』『デジタル推進』『株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスとの協業推進』の各取り組みについて、スピード感を持って実行してまいります。

2019年度の連結業績につきましては営業収益5,250億円、事業利益650億円、親会社の所有者に帰属する当期利益は500億円を計画しております。

剰余金の配当につきましては、安定的かつ継続的に連結業績の成長に見合った成果の配分を行っていくことを基本方針とし、連結配当性向40%を目処に取り組んでまいります。この基本方針に基づき、2018年度通期の1株当たり配当金は32円増配の144円、2019年度につきましては、株式分割後(1株につき4株の割合)の株式数を基準として、通期で1株当たり40円(従来ベースでは160円)とさせていただきます。

なお、当社は2019年9月に当社の100%子会社である株式会社ファミリーマートを吸収合併し、合併後の商号を株式会社ファミリーマートに変更させていただく予定です。

株主・投資家の皆様におかれましては、今後ともよろしくご支援賜りますようお願い申し上げます。



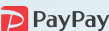
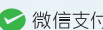
2019年度 4つの挑戦

1 加盟店支援の強化

- ① 人手不足・コスト増への対応、店舗運営の効率化、② 時間営業実験、③ 廃棄ロス削減
④ 加盟店向け制度改善・コミュニケーション強化を中心に加盟店への支援を一段と加速してまいります。

新規什器への設備投資を拡大して店舗作業時間の削減を進めるとともに、協力派遣会社からの店舗スタッフ派遣により慢性的な人手不足に対応します。また、安定的な店舗運営の適切なバランスを探るため、「時間限定営業」をはじめとする各種実験や廃棄ロスの削減支援、店長ヘルプ制度の充実などを通じて、店舗運営の一層の再構築を図ります。

● 新規什器設備投資の推進

新型発注端末	キャッシュレス	セルフレジ導入拡大	新型引出棚導入拡大	システム改善
	      			

店舗作業時間 **5** 時間削減

単位：億円

	投資額
総投資額	1,400
加盟店支援・店舗収益力の強化	1,330
85%が 既存店向け投資 前年比倍増 (1店当たり7百万円) 既存店 1,130 新店 200	
デジタル推進	70

2 店舗収益力の強化

- ① 商品力の強化、② 店舗基盤の強化、③ 地域密着の推進、④ 本部コストの削減を主軸に店舗収益力の強化を図ってまいります。
商品力の強化として、冷凍食品売場の拡大や新コーヒーマシンを導入するとともに、戦略的なB&S(ビルドアンドスクラップ)と三大都市圏への出店拡大を通じて店舗基盤の強化に注力していきます。また東北、九州における「リージョン制」の導入などにより地域密着経営をさらに推し進めるとともに、本部業務の抜本的な見直しにより運営コストのさらなる低減を実現します。

冷凍食品売場拡大	新コーヒーマシン	新商品開発	中食構造改革
			中食工場への積極的な設備投資
			価格帯の拡大 ・消費増税対応 ・日用品品揃え拡充(家庭紙等)

3 デジタル推進

- ① 顧客基盤の確立 ③ 新サービス機能の拡充～データを活用した新ビジネス

- ・自社バーコード決済サービス開始

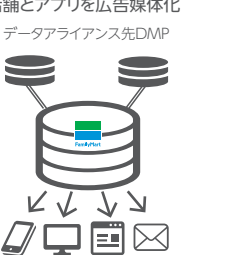
FamiPay

- ・自社スマホアプリ刷新

ダウンロード数 (2020年度)	1,000万
キャッシュレス比率 (2022年度)	50%

- ② ポイント・決済のオープン化

- ・ポイントオープン戦略の推進
・バーコード決済の推進

金融事業	広告・マーケティング事業
小口ファイナンス FamiPay活用ビジネス展開 	購買データ提供 メーカー等へID付き購買データを提供 
	広告DMP 収集したデータを活用し店舗とアプリを広告媒体化 データアライアンス先DMP 

4 株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングスとの協業推進

ドン・キホーテの売場づくりや運営手法を取り入れた「ファミドンキ実験店舗」は、日商で前年比130%、客数で前年比110%と好調に推移しています。今後は、① 商品・サービスの共同開発、② 金融サービス分野での協業、③ 海外事業の共同展開など、多彩な領域でWin-Winの関係構築を進め、協業体制の一層の深化を図っていきます。

昨今、長期的な企業価値をESG(環境・社会・ガバナンス)の観点で評価する動きが広がっています。ファミリーマートは、この「ESGの重要度」と「当社における重要度」を評価し、優先的に取り組むべき重要課題を特定しています。全国47都道府県に店舗網をもつ強みを活かし、地域やお客様のニーズにお応えしていくことこそファミリーマートの持続可能な社会づくりへの貢献であると考え、事業活動を推進しています。

ユニー・ファミリーマートグループの重要課題

重要課題 (SDGsの目標)		重要課題への取り組み
1	環境への配慮 	循環型社会の構築 低炭素社会への貢献 自然共生社会の実現に向けて ESD(持続可能な開発のための教育)の推進
2	社会・生活インフラとして、活力ある地域社会の発展への貢献 	地域社会の発展・活性化 災害対策・被災地支援 次世代の健全な育成 NGO/NPOとの協働と地域社会との共生
3	安全・安心な商品をお届けするサプライチェーンマネジメントの強化 	安全・安心な商品／サービスの提供 エシカル消費の普及・啓発 公正・透明な事業活動の推進
4	高度化・多様化する消費者ニーズへの対応 	高付加価値商品の提供 健康や福祉を向上させる商品／サービスの開発
5	ダイバーシティの推進 	多様な人財の受容と活躍の推進 ワーク・ライフ・バランスの充実と働きがいのある職場づくり

環境に配慮した商品の拡大

ガス置換包装で鮮度を保つオリジナル惣菜「お母さん食堂」

ファミリーマートのオリジナル惣菜「お母さん食堂」の包装容器には、鮮度が維持できる「ガス置換包装」を採用しています。ガス置換包装とは、容器内に二酸化炭素と窒素を注入して、食品腐敗の主原因である酸素の配合を減らし、食品の酸化を抑制する画期的な手法です。これにより食品添加物を増やすことなく、かつ美味しさを損なうことなく、**従来は2日間であった惣菜の消費期限を5日間まで延長**することに成功すると同時に、食品ロス率を大幅に低下させることができました。



サラダの容器包装に環境に配慮したバイオマスプラスチックを採用

バイオマスプラスチックとは、トウモロコシ、サトウキビ、ビート、サツマイモなどの植物を原料とする環境に配慮したプラスチックです。ファミリーマートは容器包装リサイクル法に基づいてプラスチックの再生利用に努めるとともに、CO₂の排出削減に寄与するバイオマスプラスチックの利用促進に取り組んでいます。2019年2月末現在、サラダの定番商品などの容器に使用しており、2018年は石油由来のプラスチックと比較して年間約1,600トンのCO₂削減を達成しています。



同業他社に先駆けて導入したサイドシュリンク包装

サイドシュリンク包装は、容器全体をラップする従来のフルシュリンク包装と異なり、フタと容器の結合部分にのみフィルムを装着する新しい包装方法です。ファミリーマートは2014年より、同業他社に先駆けて弁当にサイドシュリンク包装を導入しています。当初、弁当から始まったサイドシュリンク包装は、現在ではパスタやうどん等の調理麺にも使用し、環境負荷の低減に貢献しています。



株主メモ

事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日まで
定時株主総会	毎年5月
剰余金の配当の基準日	毎年2月末日および8月31日
公告方法	当社のホームページに掲載いたします。 http://www.fu-hd.com/
上場取引所	東京証券取引所（市場第一部）・ 名古屋証券取引所（市場第一部）
単元株式数	100株
株主名簿管理人および 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人 事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先	☎ 0120-782-031(フリーダイヤル)
(インターネットホームページURL)	https://www.smtb.jp/personal/agency/index.html

株式に関する住所変更等のお届出
およびご照会について

証券会社の口座をご利用の場合は、三井住友信託銀行株式会社ではお手続きができませんので、取引証券会社へご照会ください。
証券会社の口座のご利用がない株主さまは、左記電話照会先までご連絡ください。
【特別口座について】
株券電子化前に「ほふり」(株式会社証券保管振替機構)を利用されていなかった株主さまには、株主名簿管理人である左記の三井住友信託銀行株式会社に口座(特別口座といいます。)を開設しております。特別口座についてのご照会および住所変更等のお届出は、左記の電話照会先をお願いいたします。

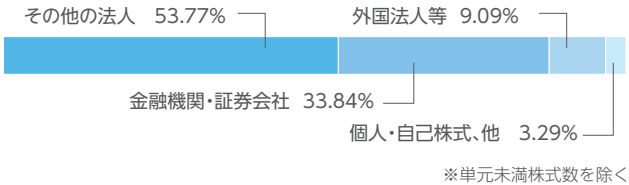
株式の状況 (2019年2月28日現在)

発行可能株式総数…………… 250,000,000株
発行済株式の総数…………… 126,712,313株
株主数…………… 22,483名

※単元未満含む

(注) 2019年3月1日付で普通株式1株につき4株の割合で株式分割を行っております。

● 株式分布状況(株式数比率)



● 大株主の状況

氏名または名称	持株数	持株比率
伊藤忠商事株式会社	52,507千株	41.49%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	18,675千株	14.75%
伊藤忠リテールインベストメント合同会社	10,880千株	8.59%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	7,086千株	5.60%
資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	3,073千株	2.42%
株式会社NTTドコモ	1,812千株	1.43%
日本生命保険相互会社	1,553千株	1.22%
BNPパリバ証券株式会社	1,432千株	1.13%
ゴールドマン・サックス証券株式会社 BNYM	1,325千株	1.04%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	1,242千株	0.98%

(注) 所有株式数割合は、発行済株式(自己株式183,999株除く)の総数に対する割合です。
伊藤忠リテールインベストメント合同会社は、伊藤忠商事株式会社の完全子会社です。

