

2011年2月期 決算説明会

2011年4月8日
株式会社ファミリーマート



2011年2月期 業績概要

連結

単位:百万円、%

	2011年2月期 実績	2010年2月期 実績	前期比
営業総収入	319,889	278,175	115.0%
営業利益	38,223	33,530	114.0%
経常利益	39,907	35,760	111.6%
当期純利益	18,023	15,102	119.3%

単体

単位:百万円、%

	2011年2月期 実績	2010年2月期 実績	前期比
チェーン全店売上高	1,440,457	1,273,752	113.1%
営業総収入	270,817	233,024	116.2%
販売費及び一般管理費	176,265	153,366	114.9%
営業利益	33,741	30,246	111.6%
経常利益	35,887	32,682	109.8%
当期純利益	16,678	10,305	161.8%

営業数値概況

※TOMONYを除く。

	2011年2月期 実績	2010年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	505	498	7
既存店日商伸び率(%)	99.8	97.6	2.2
全店客数(人)	944	923	21
全店客単価(円)	534	540	△6
差益率(%)	28.31	27.96	0.35
新設店日商(千円)	564	439	125
純増数(店)	466	256	210
出店数(店)	736	534	202
閉鎖数(店)	270	278	△8

※2011年2月期実績には、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)

単体の経常利益を除き前期比2ケタ増の過去最高益を達成

■am/pmとのブランド統合・高質店舗網の構築

- ・am/pm329店を転換、転換後日商は約2割の伸長を維持
- ・プロパー新設店日商:494千円(過去最高)

■既存店の活性化

- ・既存店日商伸び率:99.8%、計画を上回る
- ・客単価向上への取組み…高単価商品の品揃え強化と
プライスマーケティングの浸透により大きく回復

店舗数

※TOMONYを含む。

(株)ファミリーマート	2011年2月期 実績		2010年2月期 実績		前期差	
	7,629		7,158			471
【国内】	プロパー		沖縄		国内計	前期差
	7,629		203			
	南九州	北海道	JR九州リテール		8,248	560
	284	45	87			
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海	海外計	前期差
	2,637	5,511	622	442		
	中国・広州	中国・蘇州	アメリカ	ベトナム	9,350	1,249
	88	36	10	4		
国内外合計					17,598	1,809

※11年2月末におけるam/pm店舗数:

am/pm335店、AFC134店、計469店

2011年度 基本方針

先行き不透明感

東日本大震災

「守り」と「攻め」を
徹底的に推進

震災からの早期回復

創立30周年～つながり～

ブランドイメージ・
業績向上へ

国内外の店舗展開

■ am/pmとのブランド統合の推進 …2年間で約720店を転換

- ・首都圏：残り190店の転換を予定
- ・関西：E-EM・P-EM・関西と合併(4月1日)、100店を転換予定
- ・九州：3月までに全102店の転換完了

■ プロパー …出店数：500店、新設店日商：500千円を計画

- ・物件審査・進捗管理をさらに強化、開発本部に「地域開発部」を新設

■ 海外展開 …10,000店に到達

- ・タイ：黒字基盤確立を受け出店加速
- ・中国：新地域を含めた店舗数の拡大
- ・韓国：トップチェーンとして地位固め

⇒各国で本格的な収益拡大の段階へ

【2012年2月末見込み】

国内外店舗数：19,433店
(前期差+1,835店)

店舗数	店舗数		
	2012年 2月末 見込	2011年 2月末	前期差
日本国内 ※	8,759	8,248	511
台湾	2,856	2,637	219
韓国	6,231	5,511	720
タイ	676	622	54
中国・上海	672	442	230
中国・広州	148	88	60
中国・蘇州	65	36	29
アメリカ	10	10	0
ベトナム	16	4	12
海外計	10,674	9,350	1,324
合計	19,433	17,598	1,835

営業面

■ ターゲット戦略の深耕による 新たな顧客層の取込み

- ・50～65歳までの「おとな世代」に向けた商品開発の強化
- ・「Sweets+(デザート)」:品揃えを再強化
- ・「惣菜・サラダ」:新たな重点商品カテゴリーとして内食ニーズに対応 (下期を計画)

■ 客単価の向上

- ・品揃え単価の引上げ
- ・発注精度の向上・売場実現の徹底による買上点数アップ



〈とっておきの生クリームプリン〉 〈紅鮭と鯖照り焼きの幕の内弁当〉

※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。

東日本大震災による影響

東日本大震災による影響

■被害状況

〔店舗〕

- ・岩手・宮城・福島・茨城各県の沿岸部店舗33店が
流失・建物全壊で営業再開不能、
福島県の原発隣接地域の8店が営業取り止め

⇒4月8日現在、東北地区約540店が営業再開

⇒現地社員・池袋本社からの応援部隊による復興作業
被災加盟者の生活再建への支援

〔製造・物流〕

- ・盛岡・仙台・山形・福島の中食米飯製造工場や
物流センターが被災、北陸・関東等から商品を生供給

〔首都圏への影響〕

- ・製造・物流拠点の一部に被害
- ・ガソリン不足、計画停電の影響により、変則的な発注・納品体制が継続

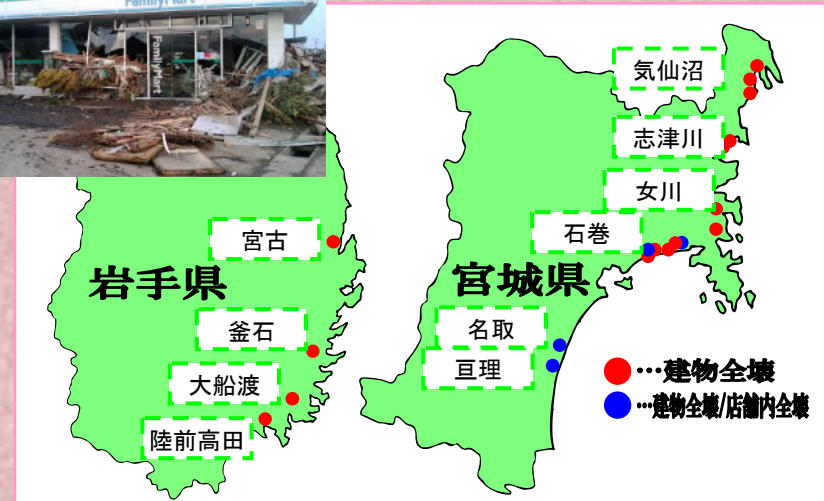
■営業数値への影響

- ・3月はチェーン全店売上高40億円強のマイナスインパクト発生
(内、東北地区30億円程度)

既存店日商伸び率:(震災前)107%程度⇒(震災後)104%程度
(東北地区を含む)、3月累計で105%強

4月もチェーン全店売上高20億円程度のマイナス影響を見込む

■東日本大震災の被災状況



■被災店舗数(店)

	店舗数(※)	閉鎖計	全・半壊	原発避難
青森	34	0	0	0
秋田	46	0	0	0
岩手	99	4	4	0
宮城	203	25	25	0
山形	87	0	0	0
福島	116	10	2	8
東北6県計	585	39	31	8

※2011年2月末現在。震災時までに宮城県で1店開店あり
(震災時点は宮城204店、東北6県計586店)

茨城	170	2	2	0
東北+茨城	755	41	33	8

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	318,900	319,889	99.7%
営業利益	38,500	38,223	100.7%
経常利益	40,500	39,907	101.5%
当期純利益	10,000 ～12,000	18,023	55.5% ～66.6%

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	1,491,000	1,440,457	103.5%
営業総収入	262,700	270,817	97.0%
営業利益	34,300	33,741	101.7%
経常利益	35,900	35,887	100.0%
当期純利益	8,000 ～10,000	16,678	48.0% ～60.0%

営業数値計画 ※ TOMONY 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)	522	505	17
既存店日商伸び率(%)	103.5	99.8	3.7
差益率(%)	28.67	28.31	0.36
新設店日商(千円)	514	564	△ 50
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:

1) FamilyMartへ転換予定のam/pmを含めております。

2) 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。

—注意事項—

■ 東日本大震災の影響

〔期初段階からの影響額〕

- ・チェーン全店売上高：△220億円
- ・営業利益：△25億円(営業強化等により前年度水準を確保)
- ・既存店日商伸び率：△1.1%(104.6%→103.5%)
- ・特別損失：△40億円～△70億円 ※現段階における見込み
- ・当期純利益への影響：△40億円～△60億円

<連結>

科目	震災影響	
	(下限)	(上限)
営業総収入	△ 36億円	
営業利益	△ 25億円	
経常利益	△ 25億円	
特別損失	△ 70億円	△ 40億円
当期純利益	△ 60億円	△ 40億円

<参考:単体>

チェーン全店売上高	△ 220億円
既存店日商伸び率	△ 1.1%

■ 資産除去債務の影響(連結)

- ・特別損失で△78億円、当期純利益段階で約△50億円の影響

■ 配当

- ・2012年2月期：1株あたり72円、前期水準を維持