

## 次の10年を決める勝負の年

連結

単位: 億円、%

	2012年度 第2Q累計実績	2013年度 第2Q累計実績	前年同期比
営業総収入	1,720	1,750	101.8%
営業利益	259	254	98.3%
経常利益	266	275	103.1%
四半期純利益	127	140	110.6%

単体

単位: 億円、%

	2012年度 第2Q累計実績	2013年度 第2Q累計実績	前年同期比
チェーン全店売上高	8,037	8,601	107.0%
営業総収入	1,387	1,454	104.8%
販売費及び一般管理費	900	975	108.3%
営業利益	237	229	96.7%
経常利益	252	252	100.1%
四半期純利益	124	137	110.4%

**連結・単体共に第2四半期累計の経常利益・純利益で、過去最高益を更新**

営業数値概況

※店舗数は、TOMONYを含む。

	2012年度 第2Q累計実績	2013年度 第2Q累計実績	前年同期差
全店平均日商(千円)	536	530	△ 6
既存店日商伸び率(%)	99.4	99.5	
全店客数(人)	976	956	△ 20
全店客単価(円)	549	555	6
差益率(%)	27.95	27.73	△ 0.22
新設店日商(千円)	475	477	2
純増数(店)	230	438	208
出店数(店)	346	542	196
閉鎖数(店)	116	104	△ 12

店舗数

※TOMONYを含む。

(株)ファミリーマート	2012年度 第2Q累計実績		2013年度 第2Q累計実績		前年同期差		
	8,394		9,210		816		
【国内】	プロパー		沖縄		国内計	前年 同期差	
	9,210		223				
	南九州	北海道	JR九州リテール		9,948	871	
	320	63	132				
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海	中国・広州	海外計	前年 同期差
	2,876	7,879	909	749	141		
	中国・蘇州	中国・杭州	中国・成都	中国・深圳		12,708	563
	76	26	19	1			
	アメリカ	ベトナム	インドネシア	フィリピン			
9	4	9	10				

[TOMONY店舗数: 2013年度第2Q計58店(期中出店1店)]

国内外 合計	前年 同期差
22,656	1,434

# 上期レビュー

## 店舗開発

- 出店数 : 542店 (純増数 : 438店)
- 新設店日商 : 477千円
  - ・三大都市圏・地方中心都市等への出店強化
  - ドミナント化を進め、物流効率も改善
  - ・日商向上が見込めるB&Sを推進
- 鉄道事業者との取組み
  - ・「近畿日本鉄道株式会社」との取組み開始
  - 沿線の駅売店・CVS、20店舗を転換
  - ・鉄道事業者との店舗数 : 339店
- ドラッグストア一体型店舗の取組み
  - ・ドラッグストア・調剤薬局計9社と提携



〈大賀薬局店屋町店(福岡県)〉

## 営業・商品

- 既存店日商伸び率 : 99.5%
- 既存店客数 : 970人 (前年同期差 : ▲11人)
  - ・たばこ購買客数の減少等による客数減
- 既存店日商・客数改善策
  - ・「機能数マネジメント」による機能数の拡充
  - 600機能保有店舗は日商既存比約2%上昇
  - ・補充推奨発注システムの導入
  - 売場全体のクオリティー向上
- 差益率 : 27.73% (前年同期差 : ▲0.22%)
  - ・天候不順による中食等の伸び悩み
- 差益率改善策
  - ・カウンター商材
  - 「ファミマプレミアムチキン」等の拡販
  - 「カウンターコーヒー」導入店舗拡大
  - ・「FamilyMart collection」
  - 400アイテム超過



## 海外展開

- 事業利益は、計画を上回って推移
  - ・中国 : 不採算店閉鎖、直営店のFC化等による損益改善
  - ・タイ : 現地パートナーのネットワークを最大限に活用
    - 優良物件の確保と差益率改善
  - ・インドネシア・フィリピン : 好調に推移



〈フィリピン1号店 FamilyMart Glorietta3店〉



〈インドネシア 店内の様子〉

# 下期計画

## 店舗開発

### ■国内1万店達成(10月)

・8月末国内店舗数 : 9,948店

### ■スーパー 一体型店舗の出店

- ・「イズミヤ株式会社」とFC契約締結
- ・CVSの利便性、スーパーの品揃えを一体化

〈10/29開店 ファミリーマート×イズミヤ 寺田町東店〉



※イメージ

〔通期計画〕

プロパー出店数 : 1,500店

新設店日商 : 450千円

## 営業・商品

### ■「クオリティーNo. 1」を目指す

- ・「S&QC」の徹底
- ・CVSの強みである対面接客の向上

### ■女性層、シニア層の取込み強化

- ・「FamilyMart collection」の訴求
  - ・おかず惣菜の品揃え強化
  - ・食事代替スイーツの展開
  - ・「機能数マネジメント」の推進
- ⇒600機能以上保有店舗の拡大  
・約3,700アイテムに品揃えを拡充



〈チキン南蛮〉



〈スフレ仕立ての窯焼きパンケーキ〉  
※食事代替スイーツ

### ■中食・カウンター商材

- ・「プレミアムシリーズ」の展開  
⇒「見て、触って、食べて」、明らかに違う、  
美味しい商品
- －「ファミマ プレミアムサンド」を全国展開
- －「弁当」、「 Pasta」にも投入
- －「ファミマプレミアム肉まん」を発売
- ・カウンターコーヒーのリニューアル

10/8発売



〈ファミマ プレミアムビーフカレー〉

10/8発売



〈ファミマ プレミアム肉まん〉

### ■差益率改善

- ・基本条件の見直しによる値入改善
- ・物流拠点の整備によるコスト削減
- ・原材料の集約、調達構造の見直し

〔通期計画〕 既存店日商伸び率 : 100.3% / 差益率 : 27.90%

# 下期計画 / 経営数値計画

## 海外展開

### ■アジア中心に積極出店

#### ■台湾

- ・B&Sの推進、イートインコーナー設置店舗増加

#### ■中国

- ・成功事例の水平展開

#### ■タイ

- ・1,000店体制に向けた基盤づくり

#### ■ベトナム

- ・新スキームでの店舗展開

店舗数	2012年度末実績		
	2012年度末実績	2013年度末見込み	前期末差
日本国内	9,481	10,707	1,226
台湾	2,851	2,900	49
韓国	8,001	8,607	606
タイ	806	977	171
中国・上海	741	750	9
中国・広州	146	138	△ 8
中国・蘇州	70	75	5
中国・杭州	17	26	9
中国・成都	15	32	17
中国・深圳	-	10	10
アメリカ	9	10	1
ベトナム	39	30	△ 9
インドネシア	5	37	32
フィリピン	-	30	30
海外計	12,700	13,622	922
合計	22,181	24,329	2,148

◆営業利益・経常利益で過去最高益を計画

◆配当：年間配当金1株あたり102円(+2円)を予定

⇒9期連続の増配予定

## 2014年2月期 経営数値計画

連結

単位：億円、%

	2012年度実績	2013年度計画	前期比
営業総収入	3,340	3,517	105.3%
営業利益	431	451	104.6%
経常利益	454	478	105.3%
当期純利益	250	225	89.9%

単体

単位：億円、%

	2012年度実績	2013年度計画	前期比
チェーン全店売上高	15,845	17,191	108.5%
営業総収入	2,709	2,883	106.4%
営業利益	389	402	103.2%
経常利益	414	421	101.5%
当期純利益	241	206	85.2%

営業数値計画

※店舗数は、TOMONYを含む。

	2012年度実績	2013年度計画	前期差
全店平均日商(千円)	523	523	-
既存店日商伸び率(%)	98.4	100.3	
差益率(%)	27.89	27.90	0.01
新設店日商(千円)	429	450	21
純増数(店)	608	1,150	542
出店数(店)	900	1,500	600
閉鎖数(店)	292	350	58