

# 2013年度 決算説明会

2014年4月9日  
株式会社ファミリーマート

あなたと、コンビに。  
FamilyMart

## 2013年度 業績概要：連結営業利益・経常利益で過去最高益を達成

連結			
	単位：億円、%		
	2012年度実績	2013年度実績	前期比
営業総収入	3,340	3,456	103.4%
営業利益	431	433	100.5%
経常利益	454	473	104.2%
当期純利益	250	226	90.4%

単体			
	単位：億円、%		
	2012年度実績	2013年度実績	前期比
チェーン全店売上高	15,845	17,219	108.7%
営業総収入	2,709	2,874	106.1%
販売費及び一般管理費	1,836	2,011	109.5%
営業利益	389	378	97.3%
経常利益	414	407	98.2%
当期純利益	241	214	88.5%

営業数値概況 ※店舗数は、国内AFC・TOMONYを含む。			
	2012年度実績	2013年度実績	前期差
全店平均日商(千円)	523	521	△ 2
既存店日商伸び率(%)	98.4	99.6	—
全店客数(人)	950	932	△ 18
全店客単価(円)	551	559	8
差益率(%)	27.89	27.73	△ 0.16
新設店日商(千円)	429	440	11
国内純増数(店)	647	1,066	419
出店数(店)	959	1,355	396
閉鎖数(店)	312	289	△ 23

店舗数 ※TOMONYを含む。									
(株)ファミリーマート	2012年度実績			2013年度実績			前期差		
	国内	海外	合計	国内	海外	合計			
	8,772		8,772	9,780		9,780	1,008		
【国内】	プロパー			沖縄			国内計	前期差	
	9,780			232					
	南九州		北海道	JR九州リテール			10,547	1,066	
	333		68	134					
【海外】	台湾	韓国	タイ	中国・上海	中国・広州	中国・蘇州	中国・杭州	海外計	前期差
	2,897	7,925	1,070	792	142	93	34		
	中国・成都	中国・深圳	中国・無錫	アメリカ	ベトナム	インドネシア	フィリピン	13,075	375
	26	6	2	9	28	12	39		

### ■国内出店数：1,355店、新設店日商：440千円

- ・三大都市圏や地方中心都市を重点地域とした出店
- ・鉄道事業者とのアライアンスを推進：業務提携13社、400店舗体制
- ・スーパーマーケットとの新たなビジネスモデルを構築

### ■商品開発

- ・「ファミマプレミアム」シリーズ：素材、製法、見た目を重視
- ・「FAMIMA CAFÉ」：ほぼ全店導入完了、平均日商7,000円
- ・「FamilyMart collection」：500アイテム以上に拡大

### ■既存店伸び率：99.6%、既存店客数：940人(前期差△16人)、差益率：27.73%(前期差△0.16%)

- ・機能数マネジメント：600機能まで拡大

### ■海外CVS事業：主要アジア諸国への進出

- ・中国：損益が大幅改善、深圳・無錫への出店
- ・タイ：小型スーパーマーケット74店舗を転換、1,000店舗体制へ
- ・フィリピン：現地パートナーと合弁会社設立、4月1号店開店

■年間配当金：102円(+2円)

# 2014年度 基本方針

本気で勝ちに行く挑戦者 ファミリーマート

クオリティにおける  
業界No.1

施策実現の  
キーファクター

店舗与件の優位性

優れた商品

SQC

- 収益性の高い店舗の出店、既存店への積極投資
- 中食商品の質や品揃えの向上
- SQC・営業施策実行の徹底力を強化

## 出店戦略

- 収益性を見極めたドミナント出店
- 駅ナカ店舗のさらなる拡大
  - ・駅売店・コンビニエンスストアをブランド転換  
—「横浜市営地下鉄」、「京成電鉄」
- 他業態との一体型店舗の出店加速
  - ・ドラッグストア、スーパーマーケットに続き、  
新たにカラオケボックス店との取組み開始
  - ・今後5年で3,000店規模に(ニューマーケット含む)

- 国内出店数 : 1,600店
- 新設店日商 : 450千円

## 商品力の強化

- 「ファミマプレミアム」シリーズの品揃え拡大
  - ・外食、専門店からのお客さまを新規獲得
- 働く女性への支援
  - ・健康を意識した商品や家事の負担を軽減する商品の開発
- 商品の基本価値のベースアップ
  - ・素材・製法の見直しによる品質の向上
  - ・ロングライフ化による品揃え拡大
- 「中食構造改革委員会」立ち上げ
- 「FamilyMart collection」
  - ・650アイテムに拡大



〈タンシチューソース  
ハンバーグ弁当〉  
4/8発売



〈かぼちゃのキッシュ〉  
4/15発売(※1)



(※1) 発売日は地域により異なります。

# 2014年度 基本方針

## 店舗与件の拡充

### ■機能数マネジメント

- ・600機能⇒800機能体制へ
- ・冷凍食品やアイスクリームの品揃え強化による新規需要の取込み

### ■陳列スペースの拡大

- ・島ゴンドラに棚1段分を追加
- ・平型アイスケース等の新販売用什器の導入

### ■「売場大改革」の実施

- ・過去最高となる150億円の既存店投資



〈ゴンドラの拡大〉



〈平型アイスケースの導入〉

## 営業力の強化

### ■SQCの徹底

- ・コンビニエンスストアの強みである対面接客の強化
- ・ストアスタッフの戦力化

### ■全国3ブロック体制

- ・全国を東日本、中日本、西日本の3つのブロックに分け、ブロック長(営業本部長補佐)を配置
- ・営業施策の徹底力強化、実行力のスピードアップ

### ■次期店舗システムの導入開始

- ・3年間で300億円超の投資
- ・Famiポートの刷新

### ■ファミマTカードの抜本的な制度見直し

- ・ポイント制度、入会制度等



〈新型Famiポート〉

### 〔通期計画〕

- 既存店日商伸び率 : 102.0%
- 既存店客数 : 956人 (前期差+16人)
- 差益率 : 28.08% (前期差+0.35%)

# 2014年度 基本方針

## 海外CVS事業

### ■既存地域の収益計画前倒し

- ・中国:「チーム上海」の成功事例を中国全土へ水平展開  
⇒黒字化を計画
- ・台湾:中食強化型イートインコーナーの設置  
⇒増益を計画
- ・タイ:店舗数の拡大  
中食の拡充による日商向上

### ■新地域への進出

- ・「海外事業パッケージ」を活用した円滑な運営・スピード出店

店舗数	2014年度計画		
	2013年度実績	2014年度計画	前期差
日本国内	10,547	11,761	1,214
台湾	2,897	2,947	50
韓国	7,925	-	△ 7,925
タイ	1,070	1,301	231
中国・上海	792	932	140
中国・広州	142	173	31
中国・蘇州	93	117	24
中国・杭州	34	62	28
中国・成都	26	43	17
中国・深圳	6	21	15
中国・無錫	2	10	8
アメリカ	9	11	2
ベトナム	28	73	45
インドネシア	12	34	22
フィリピン	39	113	74
海外計	13,075	5,837	△ 7,238
合計	23,622	17,598	△ 6,024

## 新規事業

### ■シニアライフクリエイト:宅配事業の拡大

■連結・単体共に営業利益、経常利益段階で最高益を計画。

■配当:年間配当金1株あたり104円(+2円)  
⇒10期連続の増配を予定

## 2014年度 経営数値計画

連結

単位:億円、%

	2013年度実績	2014年度計画	前期比
営業総収入	3,456	3,863	111.8%
営業利益	433	460	106.2%
経常利益	473	480	101.4%
当期純利益	226	200	88.5%
総資産	5,881	6,600	112.2%
純資産	2,654	2,800	105.4%

単体

単位:億円、%

	2013年度実績	2014年度計画	前期比
チェーン全店売上高	17,219	19,620	113.9%
営業総収入	2,874	3,168	110.2%
営業利益	378	396	104.5%
経常利益	407	418	102.6%
当期純利益	214	180	84.1%

営業数値計画 ※店舗数は、国内AFC・TOMONYを含む。

	2013年度実績	2014年度計画	前期差
全店平均日商(千円)	521	529	8
既存店日商伸び率(%)	99.6	102.0	-
差益率(%)	27.73	28.08	0.35
新設店日商(千円)	440	450	10
国内純増数(店)	1,066	1,214	148
出店数(店)	1,355	1,600	245
閉鎖数(店)	289	386	97