

2016年2月期 第2四半期決算説明会

2015年10月8日 あなたと、コンビニに。
株式会社ファミリーマート **FamilyMart**

連結			
単位：億円			
	2014年度 第2Q累計実績	2015年度 第2Q累計実績	前年同期比
営業総収入	1,843	2,095	113.7%
営業利益	214	283	132.3%
経常利益	222	290	130.3%
四半期純利益	204	130	64.0%

単体			
単位：億円			
	2014年度 第2Q累計実績	2015年度 第2Q累計実績	前年同期比
チェーン全店売上高	9,353	10,067	107.6%
営業総収入	1,526	1,647	107.9%
販売費及び一般管理費	1,098	1,134	103.3%
営業利益	187	253	134.8%
経常利益	213	283	132.6%
四半期純利益	248	137	55.5%

**連結・単体共に、営業総収入・営業利益・
経常利益は過去最高。
四半期純利益を含め、全ての段階利益で
公表数値を達成。**

営業数値概況			
※店舗数は、国内AFC・TOMONYを含む			
	2014年度 第2Q累計実績	2015年度 第2Q累計実績	前年同期差
全店平均日商（千円）	517	521	4
既存店日商伸び率（%）	98.5	100.9	-
全店客数（人）	935	933	△2
全店客単価（円）	552	558	6
差益率（%）	27.80	27.89	0.09
新設店日商（千円）	460	492	32
国内純増数（店）	460	122	△338
出店数（店）	597	364	△233
閉鎖数（店）	137	242	105

店舗数 ※TOMONYを含む。

(株)ファミリーマート	2014年度 第2Q累計実績	2015年度 第2Q累計実績	前年同期差
	10,216	10,655	

【国内】	プロパー		沖縄	国内計	前年 同期差
	10,655		257		
	南九州	北海道	JR九州リテール		
	337	46	155		

【海外】	台湾	タイ	中国・上海	中国・広州	中国・蘇州	海外計	前年 同期差		
	2,969	1,170	921	173	110			5,756	379
	中国・杭州	中国・成都	中国・深圳	中国・無錫	中国・北京				
	66	43	28	35	14				
	中国・東莞	アメリカ	ベトナム	インドネシア	フィリピン	8	8	73	24

※参考 中国店舗数計：1,398店舗

国内外 合計	前年 同期差
17,206	822

上期レビュー

店舗開発

- 1万店を超えるチェーンとして健全に成長していくための出店
- 三大都市圏や地方中心都市の重点地域に出店
 - ・特に関東圏出店が好調
- 戦略的なビルド&スクラップ店舗の強化
 - ・実施前と比較して、約130%伸長
- ニューマーケットへの出店強化
 - ・鉄道事業者「仙台市営地下鉄」
 - ・自衛隊関連施設内への積極的出店
- 一体型店舗「+ファミリーマート」
 - ・JA全農との提携（「+Aコープこうぶ店」）
 - JAならではの生鮮食品、イートイン・健康カラオケ・宅配
- 包括提携協定による地域活性化、山形県舟形町出店
- 出店数：364店（純増数：122店）
- 新設店日商：492千円



〈ファミリーマート+Aコープこうぶ店〉

商品・営業

- 中食構造改革委員会を中心とした商品の刷新
 - ・素材、製法、見た目に徹底的に拘り、リニューアル継続
 - ・3月弁当 ・5月冷しそば ・6月サンドイッチ
 - ・7月おむすび・パスタ ・8月野菜サラダ・中華まん・おでん
- FFカウンターコーヒー「FAMIMA CAFÉ」
 - ・3月豆リニューアル、5月「抹茶フラッペ」
 - 「マンゴー&オレンジフラッペ」発売
 - ・8月の平均日販は13,000円に到達



〈抹茶フラッペ〉



〈マンゴー&オレンジフラッペ〉

- 大型キャンペーンの展開
 - ・6月「がんばれ！サッカー日本代表応援キャンペーン」
 - ・ファミリーマート初の「ファミマフェスタ」を春・夏の2回実施
- 既存店投資、平型アイスケースによる効果最大化
- 既存店日商伸び率：100.9%
 - ・煙草影響を除く伸び率は101%強
- 差益率：27.89%（前年同期差+0.09%）

海外CVS事業・新規事業

海外CVS事業

- ・台湾：中食強化型店舗の拡大を推進し、利益が好調に推移
- ・中国：中食好調、FC化推進により収益向上に寄与
- ・タイ：執行体制刷新、トップラインの改善や本部経費の削減
- ・ベトナム・インドネシア・フィリピン：店舗数増による売上伸長

新規事業

- ・株式会社エイチ・アイ・エスとの業務提携検討に向けた基本合意
- ・株式会社Tポイント・ジャパンへの資本参加
- ・タイムズ24株式会社との業務提携
- ・JNB「Visaデビットカード」の申込受付を開始



下期計画

■2つの「イニシアティブ」によるトータルオペレーションの改革

- ①商品力の向上 中食商品の良品づくり、物流体制の再構築
- ②店舗効率の向上 売れ筋商品に傾斜した発注、情報システムの再構築

店舗開発

■店舗の収益性・成長性を確保した出店の推進

■ニューマーケットへの出店強化 ・鉄道事業者との取り組み強化

■「+ファミリーマート」の取組み

- ・ドラッグストア、調剤薬局、スーパーマーケット等との出店加速、その他業態との連携検討

〔通期計画〕

国内出店数：1,000店

(うち国内AFC70店)

新設店日商：480千円

営業・商品

■中食商品のリニューアルを継続

- ・レンジラーメンや鍋メニューの全面刷新
- ・パスタなどの定番商品をリニューアル
- ・“働く女性”支援
- ースタンドパック惣菜等の高品質な商品開発

〈ファミマのラーメン(醤油・味噌)〉
※10月6日発売



■健康に配慮した中食開発

- ・「神戸市立医療センター中央市民病院」「淑徳大学」提携

〈野菜の豚ロース肉巻き弁当
(もち玄米入り白飯)〉
※9月8日発売(関東限定)



■カウンター商材「FAMIMA CAFÉ」

- ・新商品「紅茶」「ココア」「抹茶ラテ」を発売

■SQCの徹底

- ・上期に引き続き、対面接客に磨きをかける
- ・発注強化、中食物量改善による売場づくり
- ・お客様に気持ち良くお買い物頂ける「品質」向上

■ファミマTカード会員の拡大

- ・「Tマネー」、JNB「Visaデビットカード」の利便性向上による来店頻度の向上

■インバウンドに対する取組み

- ・免税店の拡大、海外発行クレジットカード全店導入

〔通期計画〕

既存店日商伸び率：100.9%(下期計画：101.1%)

差益率：27.89%(下期計画：27.88%)

下期計画 / 経営数値計画

海外CVS事業

■アジアを軸に展開スピードを加速

- ・中国: 新たな地域への出店攻勢
安定的な収益基盤の確立を目指す
- ・台湾: FF商品の強化や中食強化型のイートイン店舗拡大で増益を計画
- ・タイ: 新体制のもと、改善計画に基づくアクションプランをスピーディに実行し、早期に経営改善を図る
- ・ベトナム・インドネシア・フィリピン: 出店加速、FC化の推進

新規事業

■新規事業

- ・「金融」「ネットビジネス」「宅配」分野の事業基盤の構築に向けた取り組みを開始
- ・「ネットビジネス」
ネットとリアルをつなぐ共通プラットフォームの構築
- ・「宅配」
店舗を基点とした小商圈配送の実験を予定

◆配当 : 年間配当金1株あたり110円(+4円)を予定
⇒11期連続の増配予定

2016年2月期 経営数値計画

営業数値計画 ※店舗数は、国内AFC・TOMONYを含む

	2014年度 実績	2015年度 計画	前期差
全店平均日商(千円)	508	※ 514	6
既存店日商伸び率(%)	97.8	※ 100.9	—
差益率(%)	27.80	※ 27.89	0.09
新設店日商(千円)	424	480	56
国内純増数(店)	781	602	△ 179
出店数(店)	1,120	1,000	△ 120
閉鎖数(店)	339	398	59

連結

単位: 億円

	2014年度 実績	2015年度 計画	前期比
営業総収入	3,744	4,118	110.0%
営業利益	404	469	116.0%
経常利益	425	487	114.5%
当期純利益	256	210	81.8%

単体

単位: 億円

	2014年度 実績	2015年度 計画	前期比
チェーン全店売上高	18,601	※ 20,005	107.5%
営業総収入	3,019	3,173	105.1%
営業利益	340	393	115.6%
経常利益	371	420	113.0%
当期純利益	286	181	63.1%

※2015年度計画を変更