

2003年10月16日

ファミリーマート 2004年2月期 中間決算説明会



【なんばパークス店】

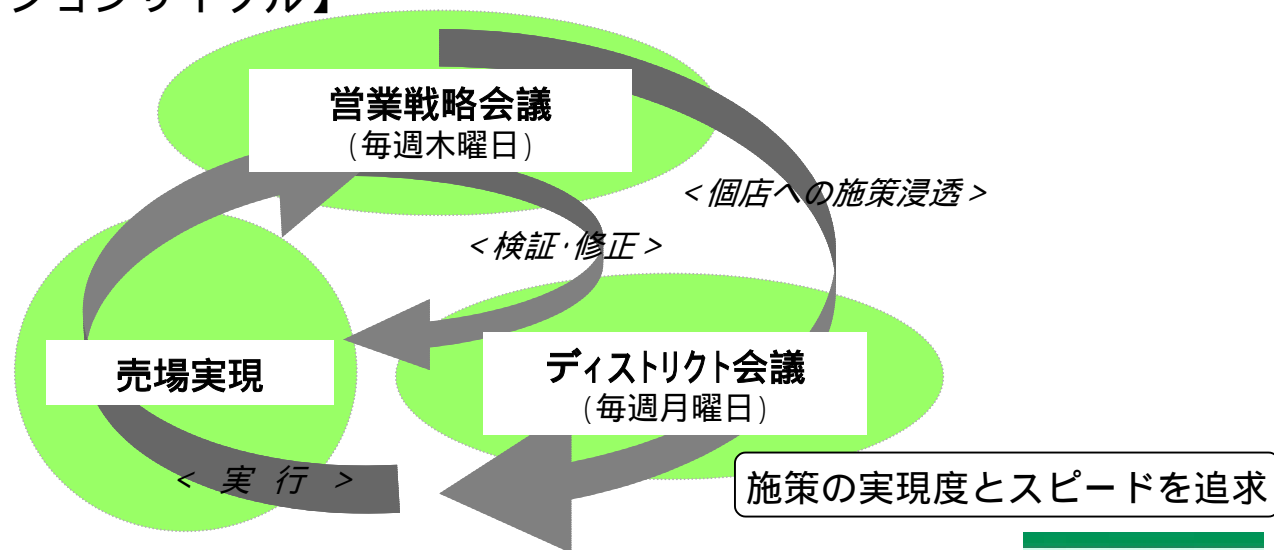
FamilyMart

2004年2月期

上期の経営レビュー

- 組織改編・人材登用
コミュニケーションの一層の強化
- 「週間アクションサイクル」の推進
- コスト構造改革の進展
加盟店を支援する「店舗販促費」を個店毎の特性にあわせ、積極的に投入

【週間アクションサイクル】



2004年2月期 上期の経営レビュー

中間決算の実績

連結

単位：百万円、%

	2003年8月中間期 実績	2002年8月中間期 実績	前年同期比
営業総収入	114,458	111,897	102.3
営業利益	15,752	15,572	101.2
経常利益	16,352	16,056	101.8
中間純利益	7,925	7,867	100.7

単体

単位：百万円、%

	2003年8月中間期 実績	2002年8月中間期 実績	前年同期比
チェーン全店売上高	482,611	472,131	102.2
営業総収入	81,951	80,450	101.9
営業利益	15,274	15,556	98.2
経常利益	15,874	15,858	100.1
中間純利益	7,807	7,330	106.5

	2003年8月中間期 実績	2002年8月中間期 実績	前年同期差
全店平均日商(千円)	471	488	17
既存店日商伸び率(%)	95.2	98.9	3.7
差益率(%)	28.53	28.49	0.04
新設店日商(千円)	462	461	1
出店数(店)	257	275	18
閉鎖数(店)	183	211	28

店舗数

(株)ファミリーマート 店舗数	2003年8月中間期	2002年8月中間期	前年同期差
中間期末店舗数	5,667	5,351	316

国内店舗数	プロパー	南九州	沖縄	国内計	前年同期差
中間期末店舗数	5,667	267	159	6,093	162

海外店舗数	韓国	台湾	タイ
中間期末店舗数	1,897	1,425	264

海外計	前年同期差
3,586	947

国内外合計
9,679
(前年同期差) 1,109

個店競争力の強化

既存店日商伸び率 95.2% / 差益率 28.53%

- 積極的な商品開発



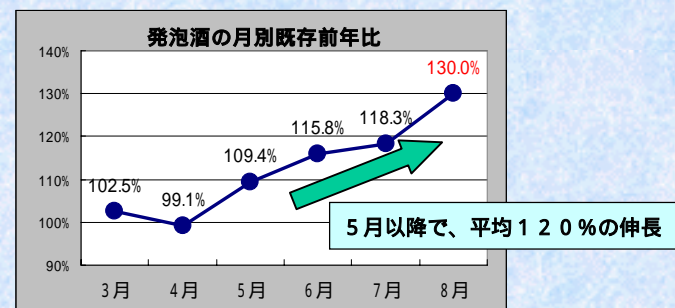
「魚沼産コシヒカリおむすび」



「振り塩のりおむすび」

弁当 - 本格高級弁当の発売。地域独自の弁当の充実。

おにぎり - 新しい切り口のメニューを継続的に投入、変化のある売場展開を行った結果、上期後半から月を追う毎に売上は上昇。



- 発泡酒推奨売価据置

- CVSで唯一実施 夏場にかけて月毎に伸長

- 中食売場活性化策 (6月)

- 個店別・商品群別・便別に発注精度が向上

- 一部のディストリクトでは既存店日商伸び率100%を維持

- DCMの推進

主力取引先との需要情報・在庫情報の共有化に着手

商品力の強化、調達構造の改善、物流在庫の削減等の効果

2004年2月期 上期の経営レビュー

高質店の出店

新設店日商 462千円 / 出店数 257店

- 出店の厳選
- 「ニューマーケット」への出店
 - － パーキングエリア、工場内、大学、病院、行政機関ビル内、地下鉄構内、地下街、オフィスビル内、銀行との併設、海水浴場における期間限定店舗等



【 京都産業大学店（京都市北区）】



【 社PA店（兵庫県社町）】



2004年2月期

経営環境の認識

- CVSを取り巻く環境の厳しさは変わらず

構造改革の推進

チェーン全体の運営レベルの更なる向上

個店競争力の強化

- ・ S & Q C の徹底
- ・ 発注精度の向上

商品力の強化

高質店の出店

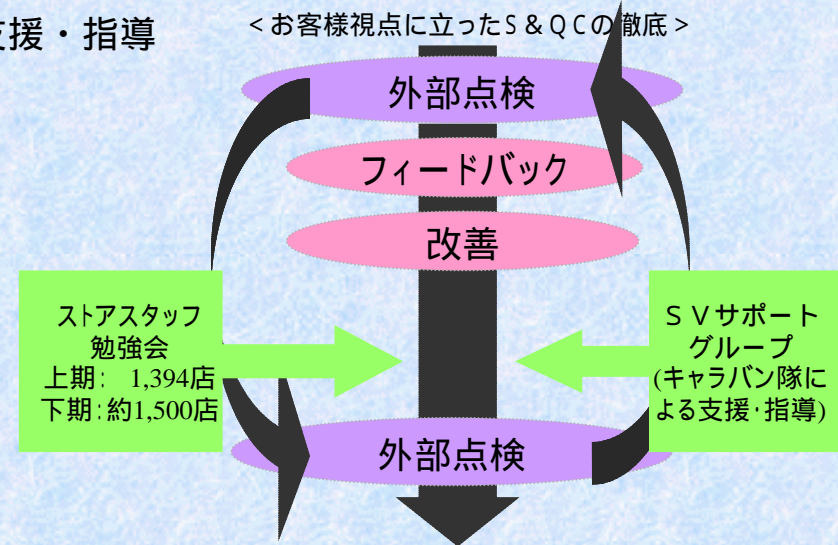
個店競争力の強化

- S & Q C の徹底

- 「S Vサポートグループ」による支援・指導
 - ・加盟店への直接の支援・指導
 - ・経営意欲の大幅改善 客数の増加
- 移動研修バスの導入
 - ・加盟店に出向きストアスタッフ研修



<お客様視点に立ったS & Q Cの徹底>



- 発注精度の向上

- 環境の変化に対応した素早い売場づくり
- S A Tの習熟度向上

商品力の強化

既存店日商伸び率〔下期〕99.6% / 差益率〔下期〕28.57%

- 3つのマーケティング ~客層の広がりや幅広いニーズにさらに対応~

「ジェネレーション」

- ・ボリュームバランス、健康、見た目、本格的な食材に配慮
- ・大人を意識した品揃え

「プライス」

- ・高付加価値商品の開発
- ・値頃感のある商品をバランスよく品揃え

「リージョナル」

- ・「地区MD部」を新設
- ・地域の食材を取り入れ、味覚にあった商品の開発を推進



「逸品大人のいなり」



「秋の彩り幕の内」



「ファミ丸くん」



「ファミコロくん」

- FF ~ファミリーマートの「顔」として強化~
 - 新規カテゴリー「オーダーホットフーズ」をはじめとする新商品の投入
 - 「新おでん」
 - ・「つゆ」：ダシの旨みをいかし、上質な味わいを実現
 - ・「具材」：ヘルシー志向に応えた素材を毎月投入



「新おでん」

2004年2月期 下期主要施策

高質店の出店 / 海外戦略

- 高質店の出店

出店数〔通期〕550店 / 新設店日商〔通期〕457千円

三大都市圏重点開発

「ニューマーケット」積極展開

・ノウハウの集積、新たなマーケットの創造

- 海外戦略

韓国 - 韓国ナンバーワン

台湾・タイ

中国 - 上海出店開始

(現在実験店9店展開、今期末迄にファミリーマート店として25店予定)

海外出店各国の店舗数

(単位：店)

	2003年8月中間期	2004年2月期(計画)	前年期末増減
韓国ファミリーマート	1,897	2,233	705
台湾ファミリーマート	1,425	1,498	166
タイファミリーマート	264	337	87
海外AFC合計	3,586	4,068	958



【韓国】



【台湾】



【タイ】

アジア地域 1万店到達へ

2004年2月期 経営数値計画

連結

単位：百万円、%

	2004年2月期 計画	2003年2月期 実績	前期比
営業総収入	228,500	217,467	105.1
営業利益	29,000	27,920	103.9
経常利益	29,800	28,859	103.3
当期純利益	13,700	12,879	106.4

単体

単位：百万円、%

	2004年2月期 計画	2003年2月期 実績	前期比
チェーン全店売上高	966,600	931,808	103.7
営業総収入	162,000	156,299	103.6
営業利益	27,100	27,034	100.2
経常利益	28,000	27,730	101.0
当期純利益	13,500	12,621	107.0

	2004年2月期 計画	2003年2月期 実績	前期差
全店平均日商(千円)	466	474	8
既存店日商伸び率(%)	97.8	99.5	1.7
差益率(%)	28.55	28.25	0.30
新設店日商(千円)	457	444	13
出店数(店)	550	501	49
閉鎖数(店)	250	359	109

(株)ファミリーマート 店舗数	2004年2月期 計画	2003年2月期 実績	前期差
当期末店舗数	5,893	5,593	300