

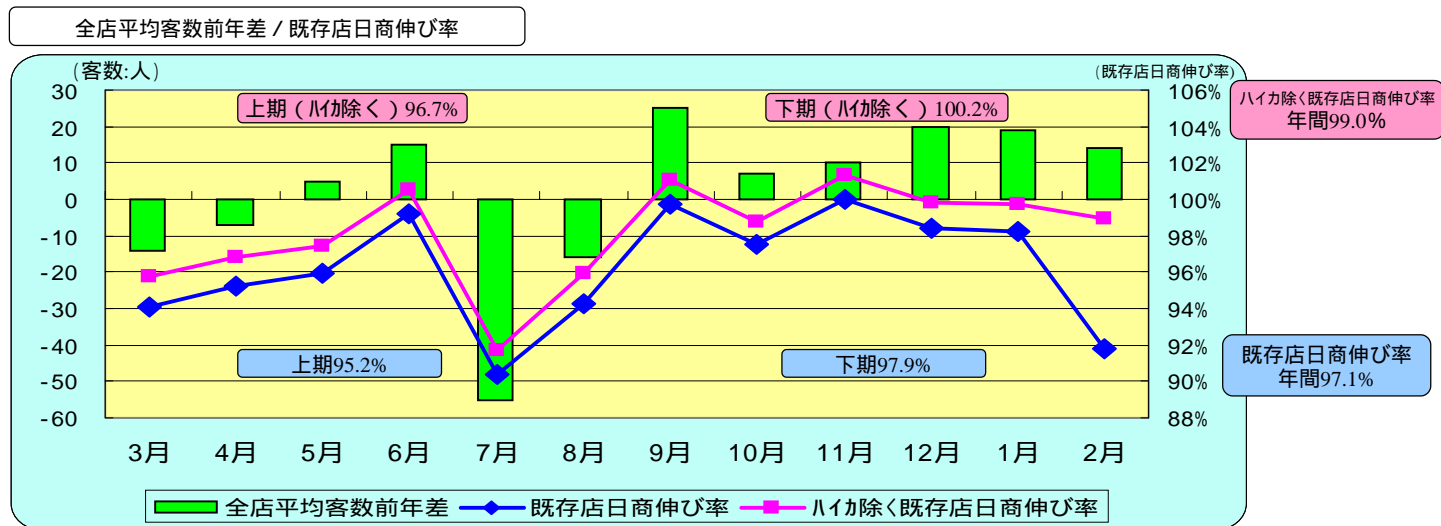
株式会社ファミリーマート

2004年2月期 決算説明会

2004年4月14日
株式会社ファミリーマート

2003年度 経営レビュー

- ・ 組織改編(9リージョン制から16ディストリクト制に改編) ~フラットな組織~
 - スピーディな施策実現と各地域での店舗網拡充
- ・ 人材登用 ~若手の抜擢~
 - 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(Plan-Do-Check-Action)の推進



2003年度 経営実績



連結

単位：百万円、%

| | 2004年2月期 実績 | 2003年2月期 実績 | 前期比 |
|-------|----------------|----------------|-------|
| 営業総収入 | 228,977 | 217,467 | 105.3 |
| 営業利益 | 29,092 | 27,920 | 104.2 |
| 経常利益 | 30,164 | 28,859 | 104.5 |
| 当期純利益 | 13,787 | 12,879 | 107.1 |

単体

単位：百万円、%

| | 2004年2月期 実績 | 2003年2月期 実績 | 前期比 |
|-----------|----------------|----------------|-------|
| チェーン全店売上高 | 954,445 | 931,808 | 102.4 |
| 営業総収入 | 162,506 | 156,299 | 104.0 |
| 営業利益 | 27,266 | 27,034 | 100.9 |
| 経常利益 | 28,247 | 27,730 | 101.9 |
| 当期純利益 | 13,709 | 12,621 | 108.6 |

| | 2004年2月期 実績 | 2003年2月期 実績 | 前期差 |
|-------------|----------------|----------------|------|
| 全店平均日商(千円) | 464 | 474 | 10 |
| 既存店日商伸び率(%) | 97.1 | 99.5 | 2.4 |
| 差益率(%) | 28.50 | 28.25 | 0.25 |
| 新設店日商(千円) | 448 | 444 | 4 |
| 出店数(店) | 456 | 501 | 45 |
| 閉鎖数(店) | 279 | 359 | 80 |

店舗数

| (株)ファミリーマート 店舗数 | 2004年2月期 | 2003年2月期 | 前期差 |
|--------------------|----------|----------|-----|
| 期末店舗数 | 5,770 | 5,593 | 177 |

| 国内店舗数 | プロパー | 南九州 | 沖縄 | 国内計 | 前期差 |
|-------|-------|-----|-----|-------|-----|
| 期末店舗数 | 5,770 | 268 | 161 | 6,199 | 186 |

| 海外店舗数 | 韓国 | 台湾 | タイ | 海外計 | 前期差 |
|-------|-------|-------|-----|-------|-------|
| 期末店舗数 | 2,251 | 1,539 | 337 | 4,127 | 1,017 |

| 国内外合計 | 前期差 |
|--------|-------|
| 10,326 | 1,203 |

個店競争力の強化



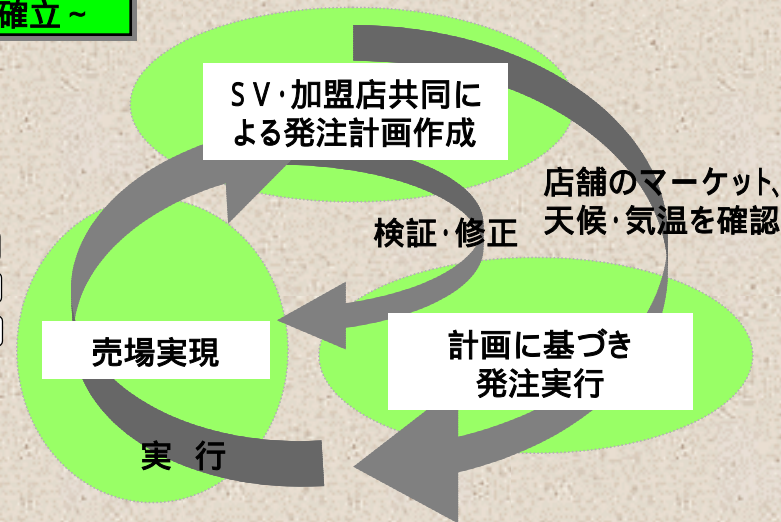
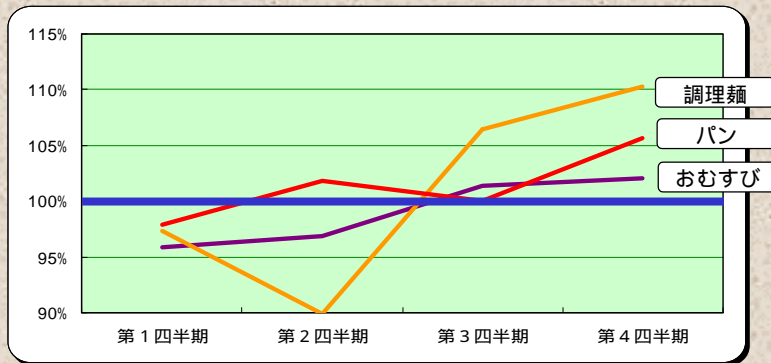
S & QCの徹底 ~加盟店への直接支援~

- ・ SVサポートグループの新設
 - 店長の経営意識が大幅に向上
 - サービス・クィンネス面での効果が現れ客数が増加
- ・ S & QC課題への取組み
 - 加盟店とSVが課題を共有の上、工程表を作成し、改善実行

発注精度の向上 ~発注・販売のサイクルの確立~

- ・ 中食売場活性化策(2003年6月)

おむすび、パン、調理麺の四半期別既存比



商品力の強化

3つのマーケティングの推進 ~ジェネレーション、リージョナル、プライス~

- ・ 中食商品の積極的な商品開発
 - 価格・味覚・視覚を追求
 - 素材と製法にこだわった商品開発

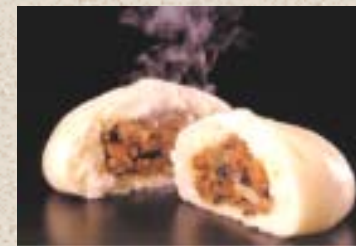


おとなの逸品シリーズ



パリデリサンド

- ・ ファスト・フードの積極的な商品投入
 - 様々な具材を使用、新商品の継続的投入
 - 通の極上豚まん
本場の味にこだわった商品開発



通の極上豚まん

高質店の出店

ニッポン発 アジア1万店!
A-sian! ファミマ

出店を厳選

- ・ 三大都市圏を重点とした高質店出店
- ・ 新地域への出店
 - 四国プロジェクト開始 新たに愛媛県へ進出(2003年12月)
- ・ ニューマーケットへの出店
 - パーキングエリア・オフィスビル内・病院等への出店



愛媛県1号店開店(松山三番町四丁目店)



蓮田SA店



伊藤忠ビル店



大阪赤十字病院店

上記以外にも外務省本庁舎、国立四国がんセンター、日野自動車本社工場、
なんばパークス、東北自動車道吾妻PAなどに出店

出店数: 456店 / 新設店日商: 448千円

2004年度 主要施策

日本経済は回復基調にあるが、本格的な個人消費回復までには至らず



個店競争力の強化

S & QCの徹底

- ・ ストアスタッフの育成・戦力化
 - CVS業界初、移動研修車SQC号を稼動
- ・ SVサポート部による支援強化
 - 改装店舗や競合発生店舗への支援を拡大
- ・ 加盟店向け各種研修、勉強会の充実
 - 売場展開の成功事例やS & QC改善のためのノウハウを共有



移動研修車SQC号



移動研修車SQC号での研修風景

発注精度の向上

- ・ 毎週、全社の目標を掲げ、ディストリクト、エリア、個店毎に目標管理
- ・ 新店舗システム(SAT)のフル活用

商品力の強化



- ・引き続き3つのマーケティングの推進
- ・新たな商品開発の取組み
 - 枠組みにとらわれない斬新な発想を取り入れた商品開発
 - 組織横断的な商品開発プロジェクトの立ち上げ
- ・おむすび新ブランド「愛情むすび」発売(2004年3月)
 - 「つつみ仕上げ」製法を採用した「ふっくら振り塩仕立て」のこだわりのおむすび



ガーリックチキンのペペロンチーノ、十穀パン・黒小麦パンのサンド



サーモンほたてちらし



春の彩り御膳



鯛めしと筍煮の幕の内

- ・地域に対応した商品開発をサポート
 - 食材の調達から製造・供給までの管理を強化
(食材管理グループ、製造管理グループの新設)



地域商品の品揃え
～田舎そば(東北地区限定発売)～

既存店日商伸び率: 101.8% / 差益率: 28.90%

高質店の出店



- ・ 三大都市圏を重点開発、都府県単位での地域戦略
- ・ 四国全県本格出店、全都道府県へ出店を本格化
- ・ ニューマーケットへの積極的出店 新しいマーケットの創造への取組み
- ・ 開発力の強化、出店精度の向上
 - 機動力向上のため開発課の増設、人員、人材の増強
 - 開発機能の強化、現場への権限委譲
 - 開発担当の高質店出店に対する報酬制度の改定

出店数：600店 / 新設店日商：470千円

- ・ 海外戦略
 - 韓国 韓国ナンバー1、一層の出店加速
 - 台湾 台湾全土でドミナント強化
 - タイ 500店舗体制へ
 - 中国 上海出店開始
 - 米国 実験店出店

| 店舗数の状況 | | | |
|---------------|----------------|----------------|-------|
| | 2004年2月期 実績 | 2005年2月期 計画 | 前期差 |
| プロバー | 5,770 | 6,070 | 300 |
| 国内AFC | 429 | 459 | 30 |
| 国内ファミリーマート計 | 6,199 | 6,529 | 330 |
| 海 | | | |
| 韓国ファミリーマート | 2,251 | 2,921 | 670 |
| 台湾ファミリーマート | 1,539 | 1,734 | 195 |
| タイファミリーマート | 337 | 541 | 204 |
| 外 | | | |
| 上海ファミリーマート | - | - | - |
| 海外AFC計 | 4,127 | 5,196 | 1,069 |
| ファミリーマートチェーン計 | 10,326 | 11,725 | 1,399 |

パン・パシフィック構想元年

2004年度 経営数値計画



連結

単位：百万円、%

| | 2005年2月期 計画 | 2004年2月期 実績 | 前期比 |
|-------|----------------|----------------|-------|
| 営業総収入 | 244,000 | 228,977 | 106.6 |
| 営業利益 | 30,800 | 29,092 | 105.9 |
| 経常利益 | 31,800 | 30,164 | 105.4 |
| 当期純利益 | 14,600 | 13,787 | 105.9 |

単体

単位：百万円、%

| | 2005年2月期 計画 | 2004年2月期 実績 | 前期比 |
|-----------|----------------|----------------|-------|
| チェーン全店売上高 | 1,011,700 | 954,445 | 106.0 |
| 営業総収入 | 173,000 | 162,506 | 106.5 |
| 営業利益 | 28,300 | 27,266 | 103.8 |
| 経常利益 | 29,200 | 28,247 | 103.4 |
| 当期純利益 | 14,200 | 13,709 | 103.6 |

| | 2005年2月期 計画 | 2004年2月期 実績 | 前期差 |
|-------------|----------------|----------------|------|
| 全店平均日商（千円） | 478 | 464 | 14 |
| 既存店日商伸び率（%） | 101.8 | 97.1 | 4.7 |
| 差益率（%） | 28.90 | 28.50 | 0.40 |
| 新設店日商（千円） | 470 | 448 | 22 |
| 出店数（店） | 600 | 456 | 144 |
| 閉鎖数（店） | 300 | 279 | 21 |

| ㈱ファミリーマート | 2005年2月期 計画 | 2004年2月期 実績 | 前期差 |
|-----------|----------------|----------------|-----|
| 当期末店舗数（店） | 6,070 | 5,770 | 300 |