

FamilyMart



アニュアルレポート 2003

Profile

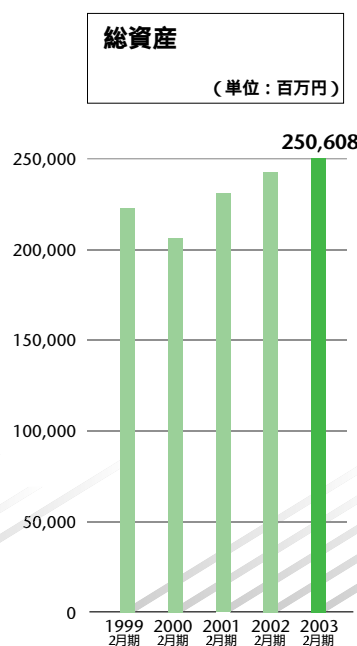
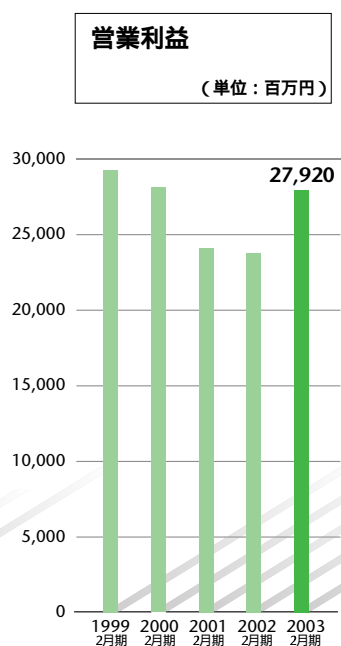
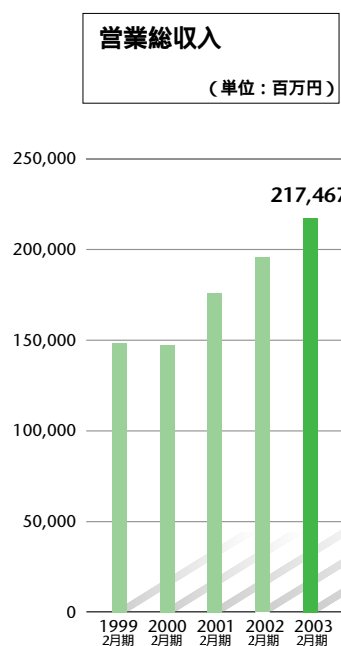
ファミリーマートは、お客様、ご加盟店、お取引先、社員、そして地域社会と相互にプラスの関係を築きながら共に成長し発展する「共同成長（CO-GROWING）」を企業理念としております。また当社の事業理念は、この「共同成長の精神」に立脚し、ご加盟店、お取引先、社員、お客様が相互に心をかよわせることができるコンビニエンスストア事業をめざすとともに、常に先進的でイノベーションな企業グループであることを目標としております。さらに、ご加盟店と当社の継続的な収益向上をめざして、日商および差益率を重要な指標とし、その改善に努力しております。

CONTENTS

財務ハイライト	1
ごあいさつ	2
Highlights of the year	3
社長インタビュー	4-8
Welcome to FamilyMart	9-11
S&QCの徹底	12-13
発注精度の向上	14-15
商品力の強化	16-19
店舗展開	20-23
Eリテールサービス	24-25
環境・社会貢献活動	26-27
役員紹介	28
決算の概要	29-37
会社の沿革	38
会社概要	39

(単位：百万円)

	2002年2月期	2003年2月期
損益計算書データ		
営業総収入	195,605	217,467
営業利益	23,756	27,920
経常利益	25,003	28,859
当期純利益	8,548	12,879
1株当たり当期純利益(円)	88.25	132.96
1株当たり配当額(円)	38.0	38.0
貸借対照表データ		
資本合計	130,510	137,635
資産合計	242,517	250,608
その他データ		
加盟店および直営店舗数(単体)	5,287	5,593
エリアフランチャイズ店舗数(国内外)	2,897	3,530
ファミリーマートチェーン総店舗数	8,184	9,123
株主数(人)	28,088	24,263
従業員数(人)	4,205	4,466



* 2000年2月期より事業税の表示区分が変更されたため、1999年2月期の営業利益についても組み替えて表示しております。



「企業体質の構造改革」を加速し、
お客様視点の徹底と
ご加盟店への支援を
いっそう強化することにより
さらなる成長を実現いたします。

株主・投資家の皆様へ、ファミリーマートグループが2003年2月期の連結決算で増収増益を達成しましたことをご報告申し上げます。連結ベースの営業総収入は217,467百万円(前期比11.2%増)、経常利益は28,859百万円(前期比15.4%増)、当期純利益は12,879百万円(前期比50.7%増)となりました。

長引くデフレ経済と消費低迷という厳しい経営環境下で、全店平均日商が上昇に転じまた新設店日商が2年連続で前年を上回りました。これらは、以前から取り組んでまいりました「企業体質の構造改革」とりわけご加盟店と社員の意識改革が着実に進んでいる成果であると考えております。グループ各社におきましても、Eリテールサービスを担うファミマ・ドット・コムが着実に業績を伸ばし、海外では台湾ファミリーマート、韓国ファミリーマートが大幅に業績を拡大いたしました。

2003年度はさらに厳しい経済環境になると予想されますが、そのような時こそ成長チャンスであると前向きにとらえ、お客様視点のお店づくりとすべてのご加盟店の成長力確保に向け、フランチャイザーとしての機能をいっそう充実させることで、業績向上に全力で挑戦してまいります。

田邊 充夫 上田 準二

代表取締役会長兼CEO

代表取締役社長兼COO

Highlights of the year

全店平均日商並びに新設店日商共に上昇

全店平均日商は前期比3,000円アップの47万4,000円となりました。また、新設店日商も昨年度に引き続き前年を大幅に上回り、前期比1万1,000円アップの44万4,000円と過去最高水準に達しました。

ニューマーケットへ積極的に出店

お客様の利便性を高めるため、既成概念にとらわれない場所への出店を進めております。2002年度は、新たに高速道路のサービスエリア、病院や大学の構内、警察本部などに出店いたしました。

501店舗の新規高質店を出店

既存出店地域である東京・大阪・名古屋の三大都市圏を重点地域とし501店舗の高質店を開発すると同時に359店舗を閉鎖いたしました。上記のニューマーケットへの出店を含め、より収益力のある店舗網を展開しています。

16のディストリクト制へ組織変更

2003年度より、従来の「9のリージョン制」を地域ごとに再編。「16のディストリクト制」による執行体制とし、各ディストリクトの執行責任者と経営トップとをダイレクトに結んだフラットな組織体制にしました。

能力ある若手を登用し人事を刷新

人事面では、取締役の任期を2年から1年に短縮いたしました。また、新任執行役員に30歳代から40歳代前半の若手を登用するなど、ディストリクトの執行責任者にも当社を変革し得る若手人材を多数抜擢しました。

中食を中心にオリジナル商品が好評

国内有名メーカーとの共同開発商品や人気テレビ番組とのタイアップ商品、有名料理家が商品開発をプロデュースした弁当、サッカー日本代表のサポーターズ弁当などを販売し、ご好評をいただきました。

サッカー日本代表サポーターズカンパニーとして関連グッズを販売

日韓共催のワールドカップで、日本代表サポーターズカンパニーとして、コンビニエンスストア業界では独占販売となる「日本サッカー協会公認グッズ」を販売し、日本代表を応援するCM、サッカーキャンペーンなども展開しました。また、スタジアム近隣に臨時店舗を出店し、記録的な売上を獲得しました。

「ユピカード」の取り扱いを2002年11月から国内全店に拡大

ファミリーマートでのキャッシュレス、サインレスのお買物や公共料金の支払いにも使えるクレジット機能と、お得なポイント機能を提供しております。また、さらなる利便性の追求として、キャッシング取り扱い金融機関の拡大にも取り組んでいます。

元気・勇気・夢



To O
Shar
Inve

お客様視点をもったチェーンに

徹底的に改革し、

継続的な成長を実現します

Q
企業体質の
構造改革が進み、
全店平均日商が上昇

2002年度の経営レビューと
業績に対する所感をお聞かせください。

A
この1年は、2001年度よりスタートした「企業体質の構造改革」への取り組みをさらに加速してまいりました。改革のためには、社員の意識改革が最も重要です。そのため、私は全国で「社長塾」を開催し、営業・開発の最前線にいる社員と直接語り合いました。また、月次の「予算実績管理」を徹底させることで、経営管理手法が向上し、利益計画の達成に対する強い執着心が生まれてきました。

一方、この2年間で862店舗に上る店舗閉鎖という大きな構造改革を実行してきたことや、ご加盟店とのコミュニケーションを強化したことによって、ご加盟店の店舗経営に対する意識も着実に変わってきております。

こうした一連の構造改革の積み重ねが、増収増益に結びついたものと考えています。

Q
フランチャイザー機能の
充実により
「個店競争力」をさらに強化

次に、2003年度の基本戦略について、
重点施策の概要をご説明ください。

A
私は社長就任以来、「小売業の基本」を徹底することの大切さ、お客様の視点がすべてであると、常に言い続けております。したがって、2003年度も引き続き「S&QC(サービス、クオリティー、クリンネス)の徹底」と「発注精度の向上」を柱に、「個店競争力の強化」を最重要課題といたします。そのため、フランチャイザー機能をさらに充実させ、立地・日商・運営状況など個店ごとの特性に応じた、きめ細かな指導体制を強化してまいります。

全社的な施策につきましては、優先順位をつけ、達成基準を明確にし、その実現度とスピードを追求します。その一環として、「週間アクションサイクル」をスタートさせました。これは、毎週開催する戦略会議でディストリクト幹部が施策を確認し合い、各ディストリクトに持ち帰ってディストリクトの全社員参加による確認会議を開き、施策の徹底を図ります。同時に前週の施策実施状況を数値をもって検証し、戦略会議にフィードバックします。この一連のサイクルを通して、すべてのご加盟店に本部施策を浸透させてまいります。

店舗運営の
改善指導を徹底し、
より高精度な発注を実現

「S&QCの徹底」と「発注精度の向上」のため、
どのような施策を実行していますか。

「S&QCの徹底」は、お客様に支持されるお店づくりの基本条件です。当社は、2003年の1、2月にかけて全店の「S&QCの実態」について外部による点検を行い、その結果を3月中にすべてのご加盟店にフィードバックしました。

スーパーバイザー(SV)に対しては、個店ごとに明らかになった課題について、ご加盟店とともにスケジュールを作成し、早期に改善するよう指示いたしました。これを徹底するため、個店ごとの改善策を月次にまで落とし込み、各ディストリクトが全面的に実行・検証を行う体制としております。今後も、こうした外部点検を定期的に行い、運営レベルを高めてまいります。万一改善が進まない場合には、2003年度より新設したオペレーション本部の担当が店舗に入り、改善されるまで妥協なく取り組んでまいります。

次に「発注精度の向上」では、2003年1月から店舗のストアコントローラーと店内携帯端末「SAT」(Store Activation Terminal)に、店舗向け情報の電子配信を開始しました。この電子配信により、不動向商品の早期把握や新商品のスムーズな導入が可能となり、チャンスロスのない、鮮度ある売場づくりに取り組んでおります。また、お客様にいつでも健康、安全、新鮮な商品をご提供するシステムとして、商品の販売期限管理を支援する「POS販売期限管理システム」の全店導入を完了いたしました。

3つの
マーケティングにより、
商品力を強化

商品力の強化策と
物流効率化についてお聞かせください。

商品面では、お客様の価格・価値観・嗜好に対するニーズの多様化に、これまで以上に幅広く対応してまいります。具体的には、幅広い年齢層のお客様を意識した「ジェネレーションマーケティング」、価格訴求商品から高付加価値商品まで幅広いニーズに対応した「プライスマーケティング」、全国各地の地域ニーズに対応した「リージョナルマーケティング」という3つの切り口で、“価格・味覚・視覚”を追求した付加価値商品の開発を強化してまいります。

また、引き続きサッカー日本代表チームのサポーターズカンパニーとして、国際試合が開催される時期を中心にオリジナルグッズ等を販売し、幅広いサッカーファン層の固定顧客化を図ってまいります。

物流面では、DCM(Demand Chain Management)を中心に物流の全体最適化とコスト削減に成果をあげております。2003年度は、主力お取引先との間で、販売情報、在庫情報を共有化して協働体制を強化し、商品開発にも有効活用してまいります。このDCMにより、さらなるコスト削減を見込んでいます。

To O
Shar
Inve

「高質店の開発」に注力し、
アジア地域1万店へ

店舗開発の方針、海外戦略やグループ会社の
状況はいかがでしょうか。

2003年度も三大都市圏を重点地域とし、高質店の開発を進めます。2003年に入り、(株)京滋セイコーマートより譲り受けた店舗が3月から順次開店しています。当社が培ってきた物件選定のノウハウを活かし、優良店舗を厳選してお引き受けした結果、各店とも平均日商50万円以上と好調な滑り出しを見せております。また、オフィスビル内や大学構内などのニューマーケットへの出店も拡大しており、引き続き積極的に進めてまいります。

これらにより、2003年度の出店数は550店舗、新設店日商47万6,000円、閉鎖店は250店舗を予定しております。

さて、海外では台湾ファミリーマート、韓国ファミリーマートの業績が順調に推移しています。連結子会社及び持分法適用関連会社である国内外のエリアフランチャイザーを含めた当社グループのチェーン全店売上高は、1兆1,504億84百万円(前期比5.8%増)

となりました。今後、さらにアジア地域への出店を加速し、経営規模拡大と収益力の向上に注力してまいります。また、新規市場への取り組みでは中国をターゲットに出店計画を推進しております。これらの施策により、2004年2月末には「アジア地域1万店」を達成する見込みです。

グループ企業につきましては、ファミマ・ドット・コムが期待通りに業績を伸ばしており、2003年度は単年度黒字に転換する見通しでございます。



現場主義、お客様
第一主義で業績を伸ばし、
株主価値の最大化を追求

2003年度の業績見通しとビジョン 株主へのメッセージをお願いします。

ご加盟店と当社が、お客様に支持され、成長を持続していくために、私は引き続き現場とのコミュニケーションを強化し、ファミリーマートをお客様視点をもったクオリティーNo.1チェーンに徹底的に改革してまいります決意でございます。

2003年度の連結業績見通しとしましては、営業総収入2,290億円(前期比5.3%増)、経常利益306億円(前期比6.0%増)、当期純利益137億円(前期比6.4%増)を見込んでおります。

また2002年10月には全社的なコンプライアンス(倫理法令遵守)体制の推進として「コンプライアンス協議会」を設置し、適法かつ適正な業務の遂行や社員教育を推進いたしております。

厳しい環境下ではありますが、今こそ「小売りはお祭りだ」との視点に立ち、私の信条であります「元気」「勇氣」「夢」をもって、ご加盟店の成長力・収益力の向上に全力を挙げてまいります所存です。そして、確固たる増収増益体制を確立し、株主価値の最大化を追求してまいります。

株主の皆様におかれましては、ファミリーマートグループに対し、よりいっそうのご理解、ご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



Welcome to FamilyMart

ファミリーマートは常にお客様の視点にたち、ご加盟店と一体となり、店舗オペレーション、商品・サービス等において最高レベルのクオリティを追求しています。ご加盟店の成長を強力にサポートする「S&QCの徹底」「発注精度の向上」「商品力の強化」をはじめ、高質店の開発、ニューマーケットへの展開やEリテールサービス、さらに地球環境保全や社会貢献活動まで、ファミリーマートグループの最新の取り組みをご紹介します。



ファミリーマートは、クオリティーにおいて 業界のリーディングカンパニーをめざします

ボーダーレスな大競争の時代の中で、ファミリーマートはお客様から最初
に選ばれる店となるため、一瞬も止まることなく、変革を推し進めています。
その基準となるのは“お客様の視点”です。すなわち、心から満足し、
ファミリーマートファンになっていただけるような「S&QCの徹底」、いつ
行っても、欲しい商品が揃っている「発注精度の向上」、幅広いニーズに応
える「商品力の強化」。私たちは、小売業の基本である、この3つのテーマを、
競合店をしのぐ最高レベルで実現することを目標としています。

店舗面では収益力のある高質店を開発し、お客様の利便性を追求するた
め、オフィスビル内や大学構内等のニューマーケットへの出店にも力を入
れています。また、リアル店舗とバーチャル店舗を結びつけた当社独自のE
リテールサービスの拡充にも注力しています。さらに、社会的責務を積極
的に果たすことで、あらゆる面でクオリティーNo.1と評価される、最強の
ファミリーマートチェーンを構築してまいります。

Service
Quality
Cleanliness

FamilyMart

OPEN



クオリティーにおける 業界のリーディングカンパニー

S&QCの徹底

P.12-13

「顧客満足」を徹底して追求し、
お客様の圧倒的な信頼と支持を獲得します



発注精度の向上

P.14-15

高精度な発注による的確な品揃えで、
チャンスロスのない売場を実現します

商品力の強化

P.16-19

多様化し、変化するニーズに即応し、
顧客層の拡大と日商の向上につなげます



店舗展開

P.20-23

成長力、収益力のあるチェーン網を構築し、
ニューマーケットへの出店にも注力します



Eリテールサービス

P.24-25

お客様の利便性を高める独自のEリテールサービスで
リアル店舗の高付加価値化
を実現します



環境・社会貢献活動

P.26-27

環境活動と社会貢献への
さらなる取り組みを通じ
て企業の社会的責務を果
たしていきます



Service Quality Cleanliness



「すべてはお客様のために」を徹底

ファミリーマートが、いま改めて全店を挙げて取り組んでいるのが「S&QC(サービス、クオリティ、クリンネス)」の徹底です。

入店時の明るい挨拶、お客様をお待たせしないスピーディーな接客、新商品や売れ筋商品がいつでも並んでいるチャンスロスのない売場づくり、清潔で快適な店舗。これら小売業の“基本”を全店に定着させ、お客様から「毎日でもファミリーマートに行きたい」と言っていただけるよう、お客様の立場にたった店舗運営力の強化に注力しています。

当社は、単にご加盟店に呼びかけるだけでなく、外部の専門企業に委託して「S&QC実行レベル」の点検・評価を行い、各店舗ごとに強みと弱点を割り出し、店舗オペレーション改善のための諸施策を実行しています。



「顧客満足」を徹底して追求し、 お客様の圧倒的な信頼と支持を獲得します

店舗スタッフの戦力を強化

S&QCの向上を中心に、ご加盟店の店舗運営を支援するフランチャイザー機能を強化するため、2003年3月の組織改正でオペレーションサポート部を新設し、本部とご加盟店のパイプ役となるスーパーバイザーの業務を支援するSVサポートグループを組織しました。15名のスペシャリストが、直接に店舗に入り、各ディストリクトで店舗運営の支援を徹底して行い、個店ごとの課題解決を強力にバックアップします。

4月からは、「スタッフトレーナー養成講習会」を開催し、本部が派遣した店舗指導員がS&QCのスキルだけでなく、お客様の立場に立った意識の面まで直接指導しています。また、遠隔地はトレーニングバスも運行します。今後もストアスタッフの資質向上と戦力強化を図ることで、サービスレベルの向上やチャンスロスのない売場づくりを実現し、競合店を大きくしのぐ顧客満足を徹底して追求していきます。



スタッフトレーナー養成講習会

Raising the Accuracy of Product Ordering

的確な「単品管理」を推進

お客様が買いたい商品、売れ筋商品がいつでも確実に品揃えされていることは、日商や収益アップの欠かせない条件となります。ファミリーマートは、その基盤となる発注精度の向上に、さまざまな観点から取り組んでいます。

商品管理では、店舗の販売ピーク時から、次便が店舗に到着するまでの間に売場が品薄状態とならないよう、特に売れ筋商品の的確な品揃えを重視しています。そのため、商品の売れ行きを「総数」ではなく、「単品」ごとに把握する「単品管理」を徹底し、チャンスロスの撲滅につなげています。

具体的には、時間帯によって変化する販売状況(販売数、残数、ロス数)を単品ごとに把握できる店舗システムにより、売れ筋商品が常に在庫される適切な商品発注をサポートしています。



SATの電子化情報を充実

店内携帯端末SAT(Store Activation Terminal)は、売場における発注体制を支援する電子ツールです。SATの画面には、单品ごとにファミリーマートの他店での売れ行きや、自店で取り扱っていない商品で他店では売上を伸ばしている商品情報などが瞬時に表示されます。ストアスタッフは、リアルタイムで商品動向を把握し、自店の売場の状況や在庫を確認しながら、より精度の高い発注を行うことができます。

2003年1月からは、SATと店舗のストアコントローラーに店舗向け情報の電子配信を開始しました。商品動向の把握はもちろん、キャンペーンやテレビコマーシャルの放映、トレンド情報など発注や売場づくりに役立つ情報を瞬時に確認できます。各店舗は、これを存分に活用することで、チャンスロスのない鮮度ある売場づくりを行ってまいります。



店内携帯端末SATの活用

高精度な発注による的確な品揃えで、チャンスロスのない売場を実現します

店舗運営力を強化する情報共有化

発注精度の向上は、情報インフラだけでは実現できません。刻々と変化する市場の動きに迅速に対応するためには、店長、マネージャーといった責任者だけでなく、ストアスタッフによる「発注の分担化」が必要なのです。

ファミリーマートは、店舗オペレーションや業務トレーニングを体系化した教育プログラムSST(Store Staff Total System)を構築しています。内容は、S&QCの徹底や発注の分担化などを推進するプログラムで構成され、ストアスタッフのスキルアップに寄与しています。これら一連の施策によって発注精度が高まり、売れ筋商品、新商品が豊富に品揃えされた、鮮度の高い売場づくりを実現しています。



SST(ストアスタッフトータルシステム)によるスキルアップ

Product Development Capability

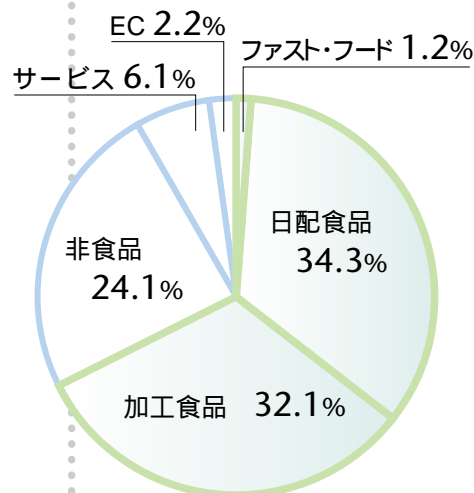


魅力ある商品をスピーディーに開発

ファミリーマートは、お客様の多様なニーズ、嗜好の変化を的確につかみ、品揃えや商品開発にスピーディーに反映させています。主力商品である弁当、おにぎり等の中食では、「おいしさ」「商品価値」「バラエティ」という、お客様の基本的ニーズを満たす商品開発を重視し、具材調達から調理方法まで、常にきめ細かく見直しています。

また、「楽しさ」と「斬新さ」をテーマとしたさまざまなオリジナル商品の開発をさらに強化してまいります。米飯類はもちろん、人気の高い手作りデザートやおでん、バラエティに富んだ「おやつ探検隊」などの食品に加え、化粧品の「MFC」をはじめとする日用品にいたるまで魅力ある商品開発により売場の強化に努めています。

売上構成比



多様化し、変化するニーズに即応し、顧客層の拡大と日商の向上につなげます

ファミリーマートにしかない商品を強化

国内有名メーカーとの共同開発商品や人気テレビ番組とのタイアップ商品も、多くのお客様に支持され、集客力を高めています。2002年はサッカー日本代表チームのサポーターングカンパニーならではの関連商品の販売が好調で、江崎グリコや不二家と共同開発した菓子パン、山形テレビや人気タレントとのコラボレーションで開発したおにぎり、デザートなども話題を集めました。

2003年度も、吉本興業との共同開発による弁当やスナック菓子などをはじめ、競合店にはないオリジナル商品をさらに拡充し、お客様に「楽しさ」「斬新さ」をアピールしてまいります。また、それとともに、Eリテールサービス商品の訴求など、ファミリーマートの強みを活かした商品を続々と投入してまいります。



3つのマーケティングを展開し、顧客層を拡大します



ジェネレーションマーケティングを強化

ファミリーマートは、新しいマーケティング戦略として、「ジェネレーション」「プライス」「リージョナル」という3つのMD（マーチャダイジング）を展開しています。ジェネレーションマーケティングとは、人口構成比が高く、今後、一大マーケット層となる団塊世代をはじめとする“中高年層”をターゲットに、ファミリーマートのファンになっていただくことを目的としています。そのため、中高年層のニーズを満たす高品質商品の開発を強化し、来店頻度を高めています。2002年9月には、中高年向けカタログ『Livin' Mart（リビンマート）』を発行し、ファミリーマート店舗にて無料配付しております。旬の食材を中心とする産地直送品をはじめ、シーズンごとの旅や宿情報など、こだわりと潤いのある暮らしを求める中高年層のコンビニユーザーに新しいライフスタイルを提案しています。



「うす味、うま口」をコンセプトとした本格派志向の弁当「彩り膳」

価格の訴求や地域のニーズにも応える

次に、プライスマーケティングは、価格ニーズの多様性に対応した商品の拡充をめざすものです。デフレ時代に即した価格訴求商品から高付加価値商品まで、幅広いニーズにお応えする品揃えをしております。

そして、全国さまざまな地域の味覚、嗜好に対応した商品開発を推進するのがリージョナルマーケティング。弁当などの中食に地場の食材を使用するほか、地元メディアとのタイアップによる商品開発など、全国各地で「地域のニーズに即した品揃え」を充実させています。

これら3つのマーケティング軸により、価格・味覚・視覚を追求した付加価値のある商品を開発し、商品力を強化しております。



地元メディアとのタイアップ商品



アディダスとの提携による商品展開

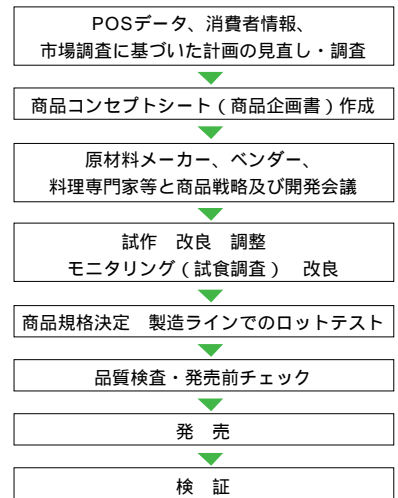


希少価値の高い魚沼産コシヒカリを使用した高級おむすび



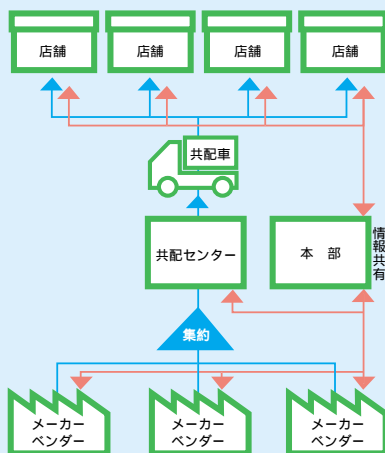
チームMD

商品開発事例



DCMの構築へ

物流システム（青線）
情報システム（赤線）



お客様のニーズに即した物流最適化に取り組んでいます

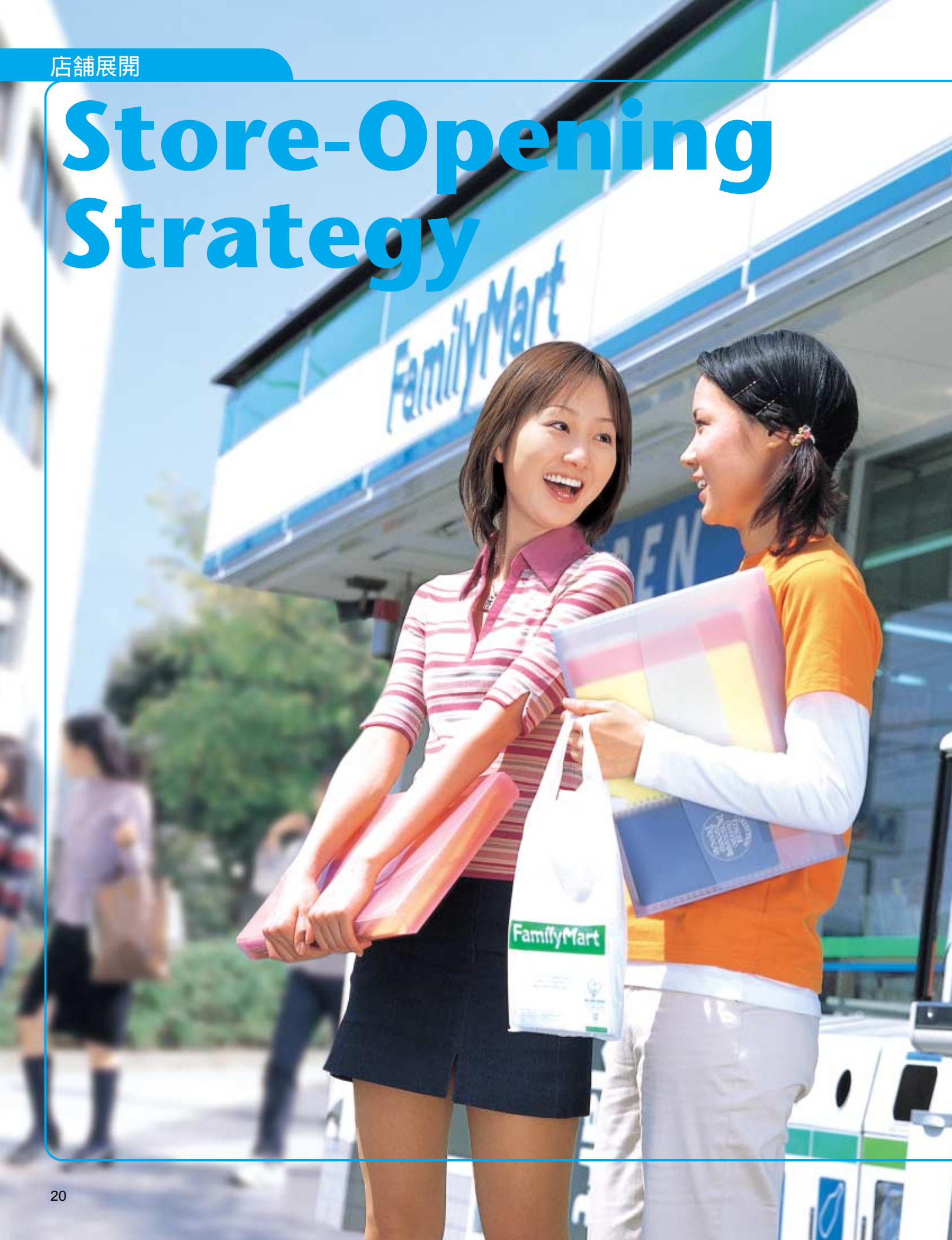
お客様の嗜好変化が激しい小売市場で、効率のかつ、常にニーズに即した商品を品揃えするため、ファミリーマートではDCM(Demand Chain Management)の構築に取り組んでいます。

DCMでは、お客様を起点とした需要情報や在庫情報に基づき、物流と在庫の全体最適化を目的とする調達構造改善を実現します。具体的には、メーカーやベンダーからの納品ルートの集約、店舗への最適配送ルートの自動割り出し、1台のトラックでの全温度帯共同配送等を行うことで、物流コストの大幅な削減を実現しています。また、メーカーやベンダーとの情報共有により常に適正在庫に保つことは、売れ筋商品のチャンスロスを防止するほか、お客様の嗜好に合わせ素早く商品を品揃えする上でも、とても重要なことです。



共配センター

Store-Opening Strategy



利益を生むバリューチェーンへ

ファミリーマートは、既存出店地域の高質店開発を進めるとともに、不採算店の閉鎖を実行し、チェーンオペレーションの質的転換を図ってまいりました。同時に、お客様の利便性を追求したニューマーケットへの出店をさらに強化しております。

店舗戦略において重視するのは「個店の質」、すなわち新設店日商の向上であり、強い収益力をもった店舗ネットワークを構築することにあります。

店舗展開では、新設店501店舗を出店し、359店舗を閉鎖したことに加え、(株)松早ファミリーマートを吸収合併し、164店舗を受け入れた結果、2003年2月末現在の店舗数は5,593店舗となりました。国内エリアフランチャイザー2社を含めた国内ファミリーマートの全店舗数は6,013店舗です。当社は、高質店を出店すると同時に過去2年間で862店舗の不採算店等を閉鎖しており、今後も東京・大阪・名古屋の3大都市圏を中心に強固なチェーン網の構築を進めてまいります。



京都産業大学店

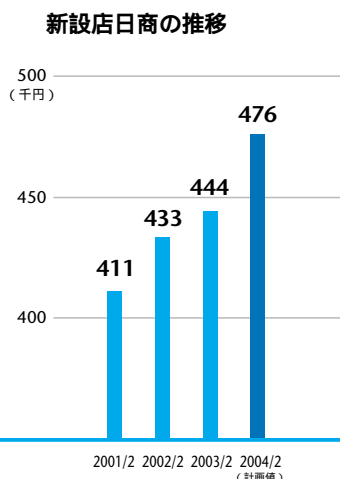


ワールドカップ開催地に期間限定で出店した浦和美園駅前店

成長力、収益力のあるチェーン網を構築し、ニューマーケットへの出店にも注力します

新設店日商の向上

ファミリーマートでは、2001年度に開発担当を150名規模に増員しました。これは開店店舗数を大幅に増やすためだけでなく、開発担当が1つの高質店の開発により集中・注力できる体制とするためです。また、それに加え店舗開発のサポートツールとして「FM-GIS(地理情報システム)」を導入し、これまで経験や知識によって判断していた部分をより効率的にシステムティックに処理することができるようになりました。これら、充実した開発体制とそれをサポートするシステム面による相乗効果により、ファミリーマートは新設店日商を確実に向上させています。



FM-GIS(地理情報システム)による立地選定



FM-GIS画面

ニューマーケットへの出店を加速

ファミリーマートは、お客様の利便性を追求し、新しいマーケット創造にも果敢にチャレンジしています。ホテル、オフィスビル内、病院や大学の構内、高速道路サービスエリアなど、これまで未開拓だったニューマーケットへの出店で実績をあげています。これらの施設は、多くのお客様が繰り返し来店し、大きな需要が期待できるマーケットです。

2002年度は東北福祉大学構内をはじめ、コンビニエンスストアとしては初めて東名高速道路サービスエリアや大阪府警察本部内に出店しました。今後もお客様のニーズに応え、既成概念にとらわれない立地への積極的な出店を行ってまいります。



地域別店舗数

東北	
岩手県	18
宮城県	184
山形県	91
福島県	133

関東	
茨城県	106
栃木県	110
群馬県	88
埼玉県	336
千葉県	218
東京都	941
神奈川県	494
山梨県	56

東海	
静岡県	188
愛知県	376
岐阜県	78
三重県	106

北陸	
富山県	50
石川県	57
福井県	92

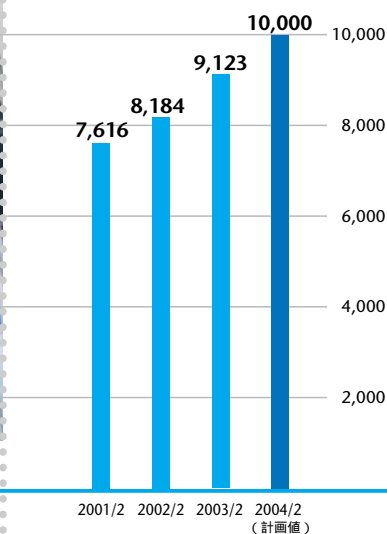
関西	
滋賀県	66
京都府	139
大阪府	593
兵庫県	253
奈良県	48
和歌山県	52

中国・四国	
岡山県	81
広島県	86
山口県	8
香川県	20

九州・沖縄	
福岡県	207
佐賀県	43
長崎県	145
熊本県	71
大分県	59
宮崎県	68
鹿児島県	191
沖縄県	161

国内合計 6,013店舗
(2003年2月28日現在)

店舗数推移 (国内外合計)



拡大する海外チェーン

2003年度末までにアジア 総店舗数1万店を達成



ファミリーマートは1988年から、経済成長を遂げるアジア諸国への出店を開始し、台湾、韓国、タイなどに3,110店舗を展開しています。

中国市場にも進出

1988年に台湾に海外1号店をオープンして以来、2003年2月末現在、台湾では1,332店舗、韓国では1,528店舗と、いずれも店舗数を順調に伸ばしています。台湾では、競争が激化する中、独自の米飯・菓子パン工場を軌道にのせて、競争力を付けることで2002年には台湾株式市場で店頭公開を実現いたしました。また、韓国は、食品専用の工場を建設するなど、商品力と顧客サービスの強化を図り、韓国国内No.1チェーンとして、めざましい成長を遂げています。さらに、タイにおいては、現地経営陣の強化を図り、これまで以上に地域に密着した店舗展開を実現し、店舗数の拡大を図ってまいります。

2003年2月末現在、当社グループのチェーン総店舗数は9,123店舗ですが、2003年度末までには、アジアにおける総店舗数1万店を達成する見通しです。

さらに、新規市場への取り組みとして、2001年にWTO(世界貿易機関)に加盟し経済成長とインフラ整備が進む中国をターゲットに、出店計画を推進していきます。

海外進出への歩み

- 1988年 台湾でのフランチャイズ展開を開始
- 1990年 大韓民国でのフランチャイズ展開を開始
- 1992年 タイでのフランチャイズ展開を開始
- 2000年 台湾ファミリーマートが1,000店舗達成
- 2002年 台湾ファミリーマートが店頭公開
普光(韓国)ファミリーマートが1,000店舗達成
- 2003年 中国にて出店開始予定



普光(韓国)ファミリーマート



台湾ファミリーマート

Fostering the Growth of E-Retail Services



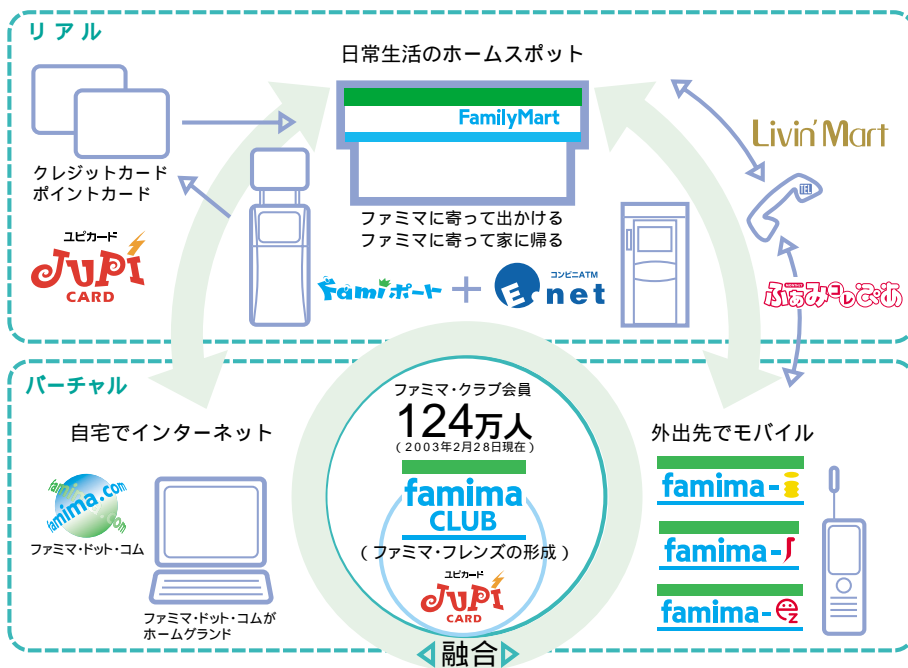
リアル店舗の収益力を高める

「スーパーC V S」をめざすファミリーマートは、店舗内での物販だけでなく、コンビニエンスストアパソコン・モバイルでのインターネットショッピング、マルチメディア端末「Famiポート」によるチケットや旅行商品・プライベートサービスの販売や、デジカメプリントなどデジタルコンテンツの販売、カタログ情報誌・販売チャネルを使った通販、全国の都銀・地銀と連携したATMサービス、他社のWebサイトで購入した商品をファミリーマートの店舗で決済・引き渡すサービスなど、多彩なサービスを通して、お客様の利便性と店舗の付加価値を高めています。なかでも、インターネットショッピングサイト「ファミマ・ドット・コム」は、各店舗がECサイトにバーチャル店舗を保有する独自の「ECフランチャイズシステム」を採用。店舗面積に左右されない商品・サービスを実現することで、日商の向上に寄与しています。登録会員数は、2001年度末の約75万人から、2002年度末は約124万人に拡大しました。



<http://www.famima.com/>





マルチメディア端末
「Famiポート」



ATM
「E-net」

お客様の利便性を高める独自のEリテール サービスでリアル店舗の高付加価値化を実現します

Eリテールサービスを拡充

全国の店頭を通じて無料配布している『ふぁみコレぴあ』に加え、2002年9月からは中高年向けカタログ『Livin' Mart』を創刊し、若者層に加え新たに中高年顧客層の開拓に取り組んでいます。

2002年5月には、ファミリーマート店頭で、キャッシュレス、サインレスでお買物できるポイント機能付のクレジットカード「ユピカード」を導入。店頭で現金でのお買物には100円で1ポイント、クレジット払いならさらにプラス1ポイントがたまります。これらのEリテールサービスではファミマ・クラブ会員を通じて、リアル店舗を融合し、競合店と差別化したone to oneマーケティングを実現してまいります。



Contributing to the Environment and the Community

FamilyMart

OPEN



21世紀にあるべき環境保全型 コンビニエンスストア CVS チェーンをめざして

1999年3月、全店舗、全事業所が環境マネジメントシステム「ISO14001」の認証を取得し、商品・物流・店舗のあらゆる面で「環境保全型コンビニエンスストア事業」を推進しています。

商品面では、「素材による環境負荷の低減」「廃棄時における環境負荷の低減」という基準のもと、日用品類を中心に環境配慮型プライベートブランド「We Love Green」商品を展開しております。

物流面では、全温度帯共同配送を推進し、店舗への配送車両台数を削減するとともに、2002年度末までに94台のCNG（圧縮天然ガス）車を導入しました。また、全国10店舗で太陽光発電施設が稼働しております。

店舗から出る廃棄物は、独自の「廃棄物トータルシステム」を運用し、適切な対応を図っています。最近では、新たに施行された食品リサイクル法に対応し、店舗内で一次加工処理できる個店設置型「電子レンジ式生ゴミ処理機」を業界で初めて全国の直営店に導入しました。

また、毎年『環境報告書』を発行し、環境活動の具体的内容や環境会計を公表しています。2002年度版の『環境報告書』が「第6回環境レポート大賞」の業種別奨励賞を受賞するなど、環境保全活動への先進的な取り組みを進めております。



電子レンジ式生ゴミ処理機



環境報告書

環境活動と社会貢献へのさらなる取り組みを通じて企業の社会的責務を果たしていきます

セーブ・ザ・チルドレンの募金活動を支援

ファミリーマートは、国連から公式承認された国際民間援助団体「セーブ・ザ・チルドレン」の国内組織「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」の活動を支援するため、1993年から全国のファミリーマート店頭で募金活動を行っています。2003年4月15日までの募金総額は約4億2,000万円に達し、アジアを中心とした世界の恵まれない子どもたちへの教育事業などに活用されています。

2003年4月8日からは、過去10年にわたる店頭募金活動に加え、人気タレントのhiro、今井絵理子、上原多香子、HITOEがメッセンジャーとして活動に参加する「Save the Children 一緒に、始めよう。」プロジェクトをスタートさせました。店頭でのキャンペーンや、4名によるチャリティ・ライブを実施し、寄付や収益の一部を世界の子どもたちへの支援活動に役立ててまいります。



「セーブ・ザ・チルドレン」募金箱



キャンペーンポスター

役員紹介



代表取締役会長
兼CEO
田邊 充夫



代表取締役社長
兼COO
上田 準二



代表取締役副社長
副社長執行役員
矢田 廣吉

代表取締役会長
兼CEO
田邊 充夫

代表取締役社長
兼COO
上田 準二

代表取締役副社長
副社長執行役員
矢田 廣吉

専務取締役
専務執行役員
植田 四三郎

播磨 眞一郎

常務取締役
常務執行役員
池田 正洋

井上 史郎

浦元 康彦

南本 権治郎

横田 孝行

堀内 文夫

取締役
執行役員
岡田 輝雄

関 正綱

高橋 商太

執行役員
金澤 昇

穴澤 俊雄

石黒 正治

小澤 秀光

西岡 登

八田 健一

出井 國夫

上野 和成

加藤 利夫

小坂 雅章

和田 昭則

常勤監査役
前田 征信

藤本 邦彦

石津 直治

監査役
遠藤 隆

決算の概要

連結貸借対照表

資産の部	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2002年2月期	当連結会計年度 2003年2月期
流動資産		
現金及び預金	46,658	46,508
加盟店貸金	7,846	8,535
有価証券	3,164	13,783
たな卸資産	7,417	5,721
前払費用	3,757	4,599
繰延税金資産	1,827	1,797
未収入金	8,858	11,484
その他	6,604	11,805
貸倒引当金	990	1,222
流動資産合計	85,144	103,013
固定資産		
・有形固定資産		
建物及び構築物	27,478	26,757
機械装置及び運搬具	2,015	1,982
器具及び備品	21,827	16,413
土地	15,048	14,907
建設仮勘定	68	29
有形固定資産合計	66,438	60,089
・無形固定資産		
ソフトウェア	8,382	8,489
連結調整勘定	370	184
その他	2,343	1,776
無形固定資産合計	11,096	10,450
・投資その他の資産		
投資有価証券	12,054	5,926
長期貸付金	1,772	526
繰延税金資産	2,617	2,349
敷金保証金	61,415	65,603
その他	3,180	3,466
貸倒引当金	1,203	817
投資その他の資産合計	79,837	77,054
固定資産合計	157,373	147,595
資産合計	242,517	250,608

負債の部	(単位：百万円)	
	前連結会計年度 2002年2月期	当連結会計年度 2003年2月期
流動負債		
支払手形及び買掛金	50,272	50,983
加盟店預り金	2,341	2,267
短期借入金	319	440
未払金	12,546	10,749
未払費用	2,069	2,566
未払法人税等	4,936	5,589
預り金	17,173	18,677
その他	2,385	2,179
流動負債合計	92,044	93,453
固定負債		
退職給付引当金	5,042	4,101
役員退職慰労引当金	166	258
預り敷金保証金	10,501	10,564
その他	80	78
固定負債合計	15,791	15,002
負債合計	107,836	108,456
少数株主持分		
少数株主持分	4,171	4,516
資本の部		
資本金	16,658	16,658
資本剰余金	17,056	17,056
利益剰余金	98,978	106,454
その他有価証券評価差額金	19	211
為替換算調整勘定	476	601
自己株式	1,687	1,720
資本合計	130,510	137,635
負債、少数株主持分及び資本合計	242,517	250,608

連結損益計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2002年2月期	当連結会計年度 2003年2月期
営業総収入	195,605	217,467
加盟店からの収入.....	116,477	122,738
その他の営業収入.....	11,305	13,778
売上高.....	67,821	80,951
売上原価.....	50,787	64,522
売上総利益.....	17,034	16,429
営業総利益.....	144,817	152,945
販売費及び一般管理費.....	121,061	125,024
営業利益	23,756	27,920
営業外収益	1,482	1,237
受取利息.....	455	509
受取配当金.....	49	50
有価証券売却益.....	87	118
持分法による投資利益.....	207	138
その他.....	682	420
営業外費用	235	298
支払利息.....	67	48
為替差損.....	-	153
その他.....	168	96
経常利益	25,003	28,859
特別利益	581	1,163
固定資産売却益.....	10	26
投資有価証券売却益.....	100	11
関係会社株式売却益.....	369	-
持分変動利益.....	101	2
厚生年金基金代行部分返上益.....	-	1,087
その他.....	-	35
特別損失	9,106	6,003
固定資産売却損.....	114	1,198
固定資産除却損.....	4,350	2,085
貸倒引当金繰入額.....	322	-
投資有価証券評価損.....	537	219
リ・ス解約金.....	1,141	662
店舗賃借解約損.....	2,023	920
たな卸資産処分損.....	-	351
その他.....	616	564
税金等調整前当期純利益	16,477	24,020
法人税、住民税及び事業税.....	8,884	9,801
法人税等調整額.....	1,258	551
少数株主利益.....	301	788
当期純利益	8,548	12,879

連結剰余金計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2002年2月期	当連結会計年度 2003年2月期
(資本剰余金の部)		
資本剰余金期首残高	17,056	17,056
資本剰余金増加高.....	-	-
資本剰余金減少高.....	-	-
資本剰余金期末残高	17,056	17,056
(利益剰余金の部)		
利益剰余金期首残高	94,179	98,978
利益剰余金増加高.....	8,548	12,879
当期純利益.....	8,548	12,879
利益剰余金減少高.....	3,749	5,403
配当金.....	3,680	3,681
役員賞与.....	68	55
(うち監査役賞与).....	(15)	(12)
合併による利益剰余金減少高.....	-	1,667
利益剰余金期末残高	98,978	106,454

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	前連結会計年度 2002年2月期	当連結会計年度 2003年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益.....	16,477	24,020
減価償却費.....	14,385	13,710
連結調整勘定償却額.....	320	184
貸倒引当金の増加額(減少額).....	699	227
退職給与引当金(役員分含む)の減少額.....	5,413	-
退職給付引当金の増加額.....	5,042	113
役員退職慰労引当金の増加額.....	166	92
受取利息及び受取配当金.....	505	559
支払利息.....	67	48
持分法による投資利益.....	207	138
有価証券関連損益.....	17	88
固定資産除売却損益.....	4,454	3,258
厚生年金基金代行部分返上益.....	-	1,087
店舗賃借解約損.....	2,023	920
役員賞与支払額.....	68	55
加盟店貸金・加盟店預り金の純増減額.....	448	745
たな卸資産の減少額(増加額).....	1,234	1,471
支払手形及び買掛金の増加額(減少額).....	1,933	22
預り金の増加額.....	1,589	971
その他.....	452	843
小計	39,717	41,199
利息及び配当金の受取額.....	464	679
利息の支払額.....	98	50
法人税等の支払額.....	5,863	9,134
営業活動によるキャッシュ・フロー	34,219	32,693
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入れによる支出.....	2,803	216
定期預金の払戻しによる収入.....	5,900	12
有価証券等の取得による支出.....	3,117	101,640
有価証券等の売却による収入.....	1,092	95,964
有形無形固定資産の取得による支出.....	23,217	13,315
有形無形固定資産の売却による収入.....	145	1,339
短期貸付金の純増減額.....	3	2,712
長期貸付けによる支出.....	194	280
長期貸付金の回収による収入.....	389	325
敷金保証金の差入れによる支出.....	8,631	10,894
敷金保証金の回収による収入.....	3,458	2,988
預り敷金保証金の受入れによる収入.....	1,916	1,273
預り敷金保証金の返還による支出.....	858	1,135
営業譲受による支出.....	2,905	-
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出.....	-	1,050
その他.....	18	15
投資活動によるキャッシュ・フロー	28,812	29,326
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額.....	815	150
少数株主の払込による収入.....	100	-
自己株式の取得による支出.....	14	32
自己株式の売却による収入.....	66	-
配当金の支払額.....	3,675	3,678
少数株主への配当金の支払額.....	-	65
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,338	3,625
現金及び現金同等物に係る換算差額.....	216	94
現金及び現金同等物の増減額	1,285	353
現金及び現金同等物の期首残高	45,805	46,650
連結除外に伴う現金及び現金同等物の減少高.....	440	-
現金及び現金同等物の期末残高	46,650	46,297

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項

1. 連結の範囲に関する事項

- (1) 連結子会社の数 6社
(連結子会社名)
全家便利商店股份有限公司、Siam FamilyMart Co., Ltd.、SFM Holding Co., Ltd.、(株)ファミマ・ドット・コム、(株)江洋商事、(株)エムピーイー・ジャパン
- (2) 主要な非連結子会社の名称等
FamilyMart HongKong Limited.、
(株)ファミリマート・チャイナ・ホールディング
2003年1月に、(株)ファミリマート・チャイナ・ホールディングを設立しております。
(連結の範囲から除いた理由)
非連結子会社は、総資産、営業総収入、当期純損益(持分に見合う額)及び利益剰余金(持分に見合う額)等のそれぞれの合計額がいずれも連結財務諸表に重要な影響を及ぼしていないため、連結の範囲から除外しました。

2. 持分法の適用に関する事項

- (1) 持分法適用の関連会社の数 6社
(持分法適用の関連会社名)
(株)沖縄ファミリマート(株)南九州ファミリマート、BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.、
(株)イーブラット(株)ファミリーシェス、ファミマクレジット(株)
前連結会計年度まで持分法適用の関連会社であった(株)松早ファミリマートにつきましては、2002年6月28日に株式の追加取得により100%子会社となった後、2002年9月1日付で当社が吸収合併いたしました。子会社化した際のみなし取得日が中間連結会計期間末であるため、上半期の損益について持分法を適用しております。
ファミマクレジット(株)は、2002年3月1日付でアイエフジェイカード企画(株)より商号変更しております。
- (2) 持分法を適用していない非連結子会社(FamilyMart HongKong Limited.、(株)ファミリマート・チャイナ・ホールディング)及び関連会社(China CVS (Cayman Islands) Holding Corp.)は、当期純損益(持分に見合う額)及び利益剰余金(持分に見合う額)等からみて、持分法の対象から除いても連結財務諸表に及ぼす影響が軽微であり、かつ、全体としても重要性がないため、持分法の適用範囲から除外しました。
- (3) 持分法の適用会社のうち、決算日が連結決算日と異なる会社については、当該会社の事業年度に係る財務諸表を使用しております。

3. 連結子会社の事業年度等に関する事項

連結子会社のうち、全家便利商店股份有限公司、Siam FamilyMart Co., Ltd.及びSFM Holding Co., Ltd.の決算日は12月31日であります。
連結財務諸表の作成にあたっては同日現在の財務諸表を使用し、連結決算日との間に生じた重要な取引については、連結上必要な調整を行っております。

4. 会計処理基準に関する事項

- (1) 重要な資産の評価基準及び評価方法
有価証券
・満期保有目的債券 償却原価法(定額法)
・その他有価証券

時価のあるもの
決算日の市場価格等に基づく時価法(評価差額は全部資本直入法により処理し、売却原価は主として移動平均法により算定)ただし、在外連結子会社は、所在地国の会計基準にしたがい、低価法によっております。

時価のないもの
主として移動平均法による原価法
たな卸資産
・商品 主として売価還元法による原価法
・貯蔵品 最終仕入原価法による原価法

- (2) 重要な減価償却資産の減価償却の方法
有形固定資産
当社及び国内連結子会社は定率法、在外連結子会社は所在地国の会計基準の規定に基づく定額法によっております。
ただし、当社及び国内連結子会社については、1998年4月1日以降に取得した建物(建物附属設備を除く)について、定額法を採用しております。
なお、主な耐用年数は以下のとおりであります。
建物及び構築物：2年から50年
器具及び備品：2年から20年
無形固定資産
定額法
なお、当社及び国内連結子会社の自社利用ソフトウェアについては、社内における見込利用可能期間(5年)に基づいております。
長期前払費用
主に均等償却

- (3) 重要な引当金の計上基準
貸倒引当金
当社及び国内連結子会社は、債権の貸倒れによる損失に備えるため、一般債権については貸倒実績率により、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討し、回収不能見込額を計上しております。在外連結子会社については、個別の債権の回収可能性を勘案した必要額を計上しております。
退職給付引当金
当社及び国内連結子会社は、従業員の退職給付に備えるため、当連結会計年度末における退職給付債務及び年金資産の見込額に基づき計上しております。
数理計算上の差異は、各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定の年数(19年)による定額法により按分した額をそれぞれ発生の日連結会計年度から損益処理することとしております。
在外連結子会社については、所在地国の会計基準に基づく必要額を計上しております。
役員退職慰労引当金
当社及び国内連結子会社は、役員の退職により支給する役員慰労金に充てるため、内規に基づく期末要支給額を計上しております。

- (4) 重要な外貨建の資産又は負債の本邦通貨への換算の基準
外貨建金銭債権債務は、連結決算日の直物が替相場により円貨に換算し、換算差額は損益として処理しております。なお、在外子会社等の資産及び負債は、連結決算日の直物が替相場により換算し、収益及び費用は期中平均相場により円貨に換算

し、換算差額は少数株主持分及び資本の部における為替換算調整勘定に含めて計上しております。

- (5) 重要なリース取引の処理方法
当社及び国内連結子会社は、リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引については、通常の賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理によっております。
- (6) その他連結財務諸表作成のための重要な事項
消費税等の会計処理
消費税及び地方消費税の会計処理は、税抜方式によっております。

5. 連結子会社の資産及び負債の評価に関する事項

連結子会社の資産及び負債の評価については、全面時価評価法を採用しております。

6. 連結調整勘定の償却に関する事項

連結調整勘定の償却については、5年間で均等償却しております。

7. 利益処分項目等の取扱いに関する事項

連結剰余金計算書は、連結会計年度中に確定した利益処分に基づいて作成しております。

8. 連結キャッシュ・フロー計算書における資金の範囲

連結キャッシュ・フロー計算書における資金(現金及び現金同等物)は、手許現金、随時引き出し可能な預金及び容易に換金可能であり、かつ、価値の変動について僅少なリスクしか負わない取得日から3ヶ月以内に償還期限の到来する短期投資からなっております。

追加情報

1. 自己株式及び法定準備金の取崩等会計

当連結会計年度から「自己株式及び法定準備金の取崩等に関する会計基準」(企業会計基準第1号)を早期適用しております。これによる当連結会計年度の損益に与える影響は軽微であります。
また、「連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則の一部を改正する内閣府令」(2002年3月26日内閣府令第11号)附則第2項ただし書きに基づき、当連結会計年度における連結貸借対照表の資本の部及び連結剰余金計算書については、改正後の連結財務諸表規則により作成しております。
なお、前連結会計年度についても同様の表示しております。

2. 厚生年金基金代行部分の返上

当社はセゾングループ厚生年金基金に加入しており、確定給付企業年金法の施行に伴い、厚生年金基金の代行部分について、2002年4月23日に厚生労働大臣から将来支給義務停止の認可を受けました。

当社は「退職給付会計に関する実務指針(中間報告)」(日本公認会計士協会会計制度委員会報告第13号)第47-2項に定める経過措置を適用し、当該認可の日において代行部分にかかる退職給付債務と返還相当額の年金資産を消滅したものとみなして処理しております。
本処理に伴う損益に与えた影響額等については、「退職給付に関する注記」に記載しております。

注記事項

(連結貸借対照表関係)

1. 有形固定資産の減価償却累計額は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
2002年2月期	2003年2月期
49,634	50,563

2. 非連結子会社及び関連会社に係る注記

各科目に含まれている非連結子会社及び関連会社に対するものは次のとおりであります。

(単位：百万円)		
	2002年2月期	2003年2月期
投資有価証券(株式).....	2,036	2,041

3. 偶発債務

偶発債務は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
	2003年2月期
MBE店舗を運営する加盟者のキャプラン(株)に対する販促活動業務委託に係る(株)エムピーイー日本の支払保証.....	2

(連結損益計算書関係)

1. 固定資産売却益の内訳は次のとおりであります。

(単位：百万円)		
	2002年2月期	2003年2月期
建物及び構築物.....	3	-
器具及び備品.....	6	20
その他.....	0	5
計.....	10	26

2. 固定資産売却損及び固定資産除却損の内訳は次のとおりであります。

(単位：百万円)				
	2002年2月期		2003年2月期	
	売却損	除却損	売却損	除却損
建物及び構築物.....	38	2,715	16	1,382
器具及び備品.....	75	982	759	437
土地.....	-	-	377	-
ソフトウェア.....	-	502	-	68
その他.....	0	150	44	197
計.....	114	4,350	1,198	2,085

3. 固定資産売却損、固定資産除却損、リース解約金及び店舗賃借解約損には、店舗閉鎖に係る損失が含まれております。

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

1. 現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係

(単位：百万円)		
	2002年2月期	2003年2月期
現金及び預金勘定.....	46,658	46,508
預入期間が3ヶ月を超える定期預金.....	7	211
現金及び現金同等物.....	46,650	46,297

2. 株式の追加取得により連結子会社となった会社の資産及び負債の主な内訳
株式の追加取得により従来持分法を適用していた(株)松早ファミリーマート(以下、「松早」という。)を新たに連結したことに伴う連結開始時の資産及び負債の内訳並びに松早株式の取得価額と松早株式追加取得のための支出(純額)との関係は次のとおりであります。

(単位：百万円)	
	2003年2月期
流動資産.....	1,971
固定資産.....	2,058
連結調整勘定.....	1,667
流動負債.....	2,517
固定負債.....	249
株式の取得価額.....	2,929
連結開始時の株式の額.....	429
当期株式取得価額.....	2,500
松早の現金及び現金同等物.....	1,449
差引：松早株式追加取得のための支出.....	1,050

(リース取引関係)

1. リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引

リース物件の取得価額相当額、減価償却累計額相当額及び期末残高相当額

	2002年2月期			2003年2月期		
	減価償却		期末残高相当額	減価償却		期末残高相当額
	取得価額相当額	累計額		取得価額相当額	累計額	
器具及び備品.....	46,296	21,345	24,951	56,160	24,217	31,943
ソフトウェア.....	973	214	759	1,464	466	998
計.....	47,270	21,560	25,710	57,625	24,683	32,942

未経過リース料期末残高相当額

	(単位：百万円)	
	2002年2月期	2003年2月期
1年以内.....	6,564	8,756
1年超.....	19,966	25,558
計.....	26,531	34,314

支払リース料、減価償却費相当額及び支払利息相当額

	(単位：百万円)	
	2002年2月期	2003年2月期
支払リース料.....	7,490	9,417
減価償却費相当額.....	6,666	8,431
支払利息相当額.....	844	1,141

減価償却費相当額及び利息相当額の算定方法

・減価償却費相当額の算定方法

リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法によっております。

・利息相当額の算定方法

リース料総額とリース物件の取得価額相当額との差額を利息相当額とし、各期への配分方法については、利息法によっております。

2. オペレーティング・リース取引
未経過リース料

	(単位：百万円)	
	2002年2月期	2003年2月期
1年以内.....	28	3
1年超.....	14	2
計.....	43	5

(有価証券関係)

1. 満期保有目的の債券で時価のあるもの

	(単位：百万円)		
	2002年2月期		
	連結貸借対照表計上額	時価	差額
時価が連結貸借対照表計上額を超えるもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	-	-	-
時価が連結貸借対照表計上額を超えないもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	7,000	6,905	94
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	7,000	6,905	94
合計.....	7,000	6,905	94

	(単位：百万円)		
	2003年2月期		
	連結貸借対照表計上額	時価	差額
時価が連結貸借対照表計上額を超えるもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	5,990	6,002	11
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	5,990	6,002	11
時価が連結貸借対照表計上額を超えないもの			
(1)国債・地方債等.....	-	-	-
(2)社債.....	2,000	1,998	1
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	2,000	1,998	1
合計.....	7,990	8,001	10

2. その他有価証券で時価のあるもの

	(単位：百万円)		
	2002年2月期		
	取得原価	連結貸借対照表計上額	差額
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えるもの			
(1)株式.....	728	833	104
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	728	833	104
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えないもの			
(1)株式.....	1,979	1,829	149
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	3,164	3,164	-
小計.....	5,144	4,994	149
合計.....	5,873	5,827	45

(注) 1. 当連結会計年度において減損処理を行い、投資有価証券評価損511百万円を計上しております。
2. 上記のほか、出資金の時価評価に係る差額金等について、税効果相当額控除後の金額(6百万円)を連結貸借対照表の「その他有価証券評価差額金」に含めて表示しております。

	(単位：百万円)		
	2003年2月期		
	取得原価	連結貸借対照表計上額	差額
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えるもの			
(1)株式.....	212	279	66
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	-	-	-
小計.....	212	279	66
連結貸借対照表計上額が取得原価を超えないもの			
(1)株式.....	2,732	2,313	419
(2)債券			
国債・地方債等.....	-	-	-
社債.....	-	-	-
その他.....	-	-	-
(3)その他.....	6,783	6,783	-
小計.....	9,515	9,096	419
合計.....	9,728	9,375	352

(注) 1. 当連結会計年度において減損処理を行い、投資有価証券評価損216百万円を計上しております。
2. 上記のほか、出資金の時価評価に係る差額金等について、税効果相当額控除後の金額(7百万円)を連結貸借対照表の「その他有価証券評価差額金」に含めて表示しております。

3. 当連結会計年度中に売却したその他有価証券

(2002年2月期)

売却損益の合計額に重要性がないため、記載を省略しております。

(2003年2月期)

売却損益の合計額に重要性がないため、記載を省略しております。

4. 時価評価されていない主な有価証券の内容及び連結貸借対照表計上額

	(単位：百万円)
	2002年2月期
	連結貸借対照表計上額
(1)その他有価証券	
非上場株式(店頭売買株式を除く).....	355
	(単位：百万円)
	2003年2月期
	連結貸借対照表計上額
(1)その他有価証券	
非上場株式(店頭売買株式を除く).....	301

5. その他有価証券のうち満期があるもの及び満期保有目的債券の今後の償還予定額

	(単位：百万円)			
	2003年2月期			
	1年以内	1年超 5年以内	5年超 10年以内	10年超
1. 債券				
(1)国債・地方債等.....	-	-	-	-
(2)社債.....	7,000	990	-	-
(3)その他.....	-	-	-	-
2. その他.....	-	-	-	-
計.....	7,000	990	-	-

(デリバティブ取引関係)

当社グループはデリバティブ取引を全く利用していないため、該当事項はありません。

(退職給付関係)

1. 採用している退職給付制度の概要

当社及び国内連結子会社は、確定給付型の制度として、厚生年金基金制度、適格退職年金制度及び退職一時金制度を設けております。

また、一部の海外子会社でも確定給付型の制度を設けております。

なお、当社はセゾングループ厚生年金基金に加入しており、厚生年金基金の代行部分について、2002年4月23日に厚生労働大臣から将来支給義務停止の認可を受けております。

2. 退職給付債務及びその内訳

	(単位：百万円)
	2002年2月期
(1)退職給付債務.....	16,823
(2)年金資産.....	8,088
(3)未積立退職給付債務(1)+(2).....	8,734
(4)会計基準変更時差異の未処理額.....	39
(5)未認識数理計算上の差異.....	3,652
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5).....	5,042

(注)1. 厚生年金基金の代行部分を含めて記載しております。

2. 一部の連結子会社は、退職給付債務の算定にあたり、簡便法を採用しております。

3. 会計基準変更時差異の未処理額は、在外子会社にかかわるものであります。

	(単位：百万円)
	2003年2月期
(1)退職給付債務.....	10,651
(2)年金資産.....	4,677
(3)未積立退職給付債務(1)+(2).....	5,974
(4)会計基準変更時差異の未処理額.....	32
(5)未認識数理計算上の差異.....	1,841
(6)退職給付引当金(3)+(4)+(5).....	4,101

(注)1. 一部の連結子会社は、退職給付債務の算定にあたり、簡便法を採用しております。

2. 会計基準変更時差異の未処理額は、在外子会社にかかわるものであります。

3. 厚生年金基金の代行部分返上に関し、「退職給付会計に関する実務指針(中間報告)」(日本公認会計士協会会計制度委員会報告第13号)第47-2項に定める経過措置を適用し、厚生労働大臣から将来支給義務停止の認可を受けた日において代行部分にかかる退職給付債務と返還相当額の年金資産を消滅したものとみなして会計処理しております。

なお、2003年2月28日現在において測定された年金資産の返還相当額は、3,329百万円であります。

3. 退職給付費用の内訳

		(単位:百万円)
		2002年2月期
退職給付費用		
(1)勤務費用(注)1.2	803	
(2)利息費用	454	
(3)期待運用収益	266	
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	213	
(5)数理計算上の差異の費用処理額	1	
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,207	
(注)1. 厚生年金基金に対する従業員拠出額を控除しております。また、出向社員受入会社が負担した退職給付費用を控除しております。		
2. 簡便法を採用している連結子会社の退職給付費用は、「(1)勤務費用」に計上しております。		

		(単位:百万円)
		2003年2月期
退職給付費用		
(1)勤務費用(注)1.2	892	
(2)利息費用	297	
(3)期待運用収益	100	
(4)会計基準変更時差異の費用処理額	3	
(5)数理計算上の差異の費用処理額	115	
(6)退職給付費用(1)+(2)+(3)+(4)+(5)	1,209	
(7)厚生年金基金の代行部分返上に伴う利益(特別利益)	1,087	
計	122	
(注)1. 厚生年金基金に対する従業員拠出額を控除しております。また、出向社員受入会社が負担した退職給付費用を控除しております。		
2. 簡便法を採用している連結子会社の退職給付費用は、「(1)勤務費用」に計上しております。		

4. 退職給付債務等の計算の基礎に関する事項

	2002年2月期
(1)割引率	主として2.7%
(2)期待運用収益率	主として3.5%
(3)退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準
(4)数理計算上の差異の処理年数	主として19年
(5)会計基準変更時差異の処理年数	当社及び国内連結子会社は一括処理、在外連結子会社は15年であります。

	2003年2月期
(1)割引率	主として2.7%
(2)期待運用収益率	主として2.15%
(3)退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準
(4)数理計算上の差異の処理年数	主として19年
(5)会計基準変更時差異の処理年数	在外連結子会社は15年であります。

(税効果会計関係)

1. 繰延税金資産及び繰延税金負債の発生の主な原因別の内訳

		(単位:百万円)	
		2002年2月期	2003年2月期
繰延税金資産(流動)			
貸倒引当金繰入限度超過額	324	295	
賞与引当金繰入限度超過額	254	287	
一括償却資産損金算入限度超過額	142	188	
店舗閉鎖損失計上否認	359	267	
未払事業税	427	468	
固定資産処分損否認	149	226	
その他	308	219	
繰延税金資産小計	1,965	1,953	
評価性引当額	93	116	
繰延税金資産合計	1,871	1,836	
繰延税金負債(流動)			
特別償却準備金	31	31	
その他	12	7	
繰延税金負債合計	44	39	
繰延税金資産(流動)の純額	1,827	1,797	
繰延税金資産(固定)			
貸倒引当金繰入限度超過額	286	144	
退職給与引当金繰入限度超過額	2,022	1,682	
役員退職慰労引当金否認	69	107	
一括償却資産損金算入限度超過額	85	102	
投資有価証券評価損否認	273	314	
ゴルフ会員権評価損否認	42	34	
繰越欠損金	2,114	2,267	
その他	69	224	
繰延税金資産小計	4,964	4,877	
評価性引当額	2,118	2,272	
繰延税金資産合計	2,845	2,605	
繰延税金負債(固定)			
特別償却準備金	157	125	
在外連結子会社留保利益	70	129	
その他	0	0	
繰延税金負債合計	227	256	
繰延税金資産(固定)の純額	2,617	2,349	

2. 法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との間に重要な差異があるときの、当該差異の原因となった主要な項目別の内訳

		(単位:%)	
		2002年2月期	2003年2月期
法定実効税率	42.05	42.05	
(調整)			
交際費等永久に損金に算入されない項目	0.32	0.18	
受取配当金等永久に益金に算入されない項目	0.14	0.09	
住民税均等割等	1.05	0.72	
在外子会社投資税額控除	0.72	1.00	
繰越欠損金	5.10	2.16	
税率差異	0.62	0.92	
持分法による投資利益	0.25	0.24	
その他	0.51	0.24	
税効果会計適用後の法人税等の負担率	46.28	43.10	

3. 決算日後の税率変更

2003年3月31日に「地方税法等の一部を改正する法律(平成15年法律第9号)」が公布されたことにより、繰延税金資産及び繰延税金負債を計算する法定実効税率は42.05%から40.49%に変更となります。この税率変更による繰延税金資産の再計算差額は軽微であり、翌連結会計年度の法人税等調整額勘定に計上されます。

(セグメント情報)

1. 事業の種類別セグメント情報

(2002年2月期)

全セグメントの営業総収入の合計、営業損益及び全セグメントの資産の金額の合計額に占めるコンビニエンスストア事業の割合がいずれも90%を超えているため、事業の種類別セグメント情報の記載を省略しております。

(単位：百万円)

(2003年2月期)	コンビニエンスストア事業	EC関連事業	その他事業	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益						
営業総収入						
(1) 外部顧客に対する営業総収入	188,392	28,677	397	217,467	-	217,467
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	478	3,924	2,474	6,878	6,878	-
計	188,871	32,602	2,871	224,345	6,878	217,467
営業費用	156,560	33,160	2,747	192,468	2,921	189,546
営業損益	32,311	557	124	31,877	3,956	27,920
II 資産、減価償却費及び資本的支出						
資産	198,498	2,494	5,521	206,514	44,093	250,608
減価償却費	13,360	4	345	13,710	-	13,710
資本的支出	24,025	16	145	24,187	-	24,187

(注) 1. 事業区分の方法

事業区分の方法は、グループ各社の事業内容を基準として区分しております。

2. 各事業区分の主な内容

コンビニエンスストア事業...フランチャイズ方式によるコンビニエンスストア「ファミリーマート」のチェーン展開及びエリアフランチャイズ方式によるチェーン展開
EC関連事業...Webサイト等による通信販売、マルチメディア端末「Famiポート」を通じたサービスの提供及び商品開発等
その他事業...リース・レンタル及び不動産業、ビジネスサービス小売業、クレジットカード事業等

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用は3,990百万円であり、その主な内容は、当社の管理部門等に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は46,348百万円であり、その主な内容は、当社での余資産運用資金(現金及び預金、有価証券)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

5. 資本的支出には、有形固定資産及び無形固定資産に加え、敷金保証金に対する支出を含めております。

6. 追加情報

従来、事業の種類別セグメント情報については、全セグメントの営業総収入、営業損益及び全セグメントの資産の金額の合計額に占めるコンビニエンスストア事業の割合がいずれも90%を超えていたため記載を省略しておりましたが、当連結会計年度よりEC関連事業の営業総収入の全セグメントの営業総収入の合計に占める割合が10%を超えたため、事業の種類別セグメント情報をコンビニエンスストア事業、EC関連事業及びその他事業に区分して記載することになりました。

なお、前連結会計年度のセグメント情報を当連結会計年度において用いた事業区分の方法により区分すると次のようになります。

(単位：百万円)

(2002年2月期)	コンビニエンスストア事業	EC関連事業	その他事業	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益						
営業総収入						
(1) 外部顧客に対する営業総収入	180,298	12,954	2,352	195,605	-	195,605
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	590	2,349	1,893	4,834	4,834	-
計	180,889	15,304	4,246	200,439	4,834	195,605
営業費用	151,939	16,610	4,261	172,811	963	171,848
営業損益	28,949	1,306	15	27,627	3,871	23,756
II 資産、減価償却費及び資本的支出						
資産	198,632	2,255	2,370	203,258	39,258	242,517
減価償却費	13,726	191	467	14,385	-	14,385
資本的支出	32,175	361	158	32,695	-	32,695

(注) 1. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用は3,906百万円であり、その主な内容は、当社の管理部門等に係る費用であります。

2. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は40,353百万円であり、その主な内容は、当社での余資産運用資金(現金及び預金)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

3. 資本的支出には、有形固定資産及び無形固定資産に加え、敷金保証金に対する支出を含めております。

2. 所在地別セグメント情報

(単位: 百万円)

	2002年2月期				
	日本	アジア	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益					
営業総収入					
(1) 外部顧客に対する営業総収入	166,794	28,810	195,605	-	195,605
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	442	84	526	526	-
計	167,236	28,894	196,131	526	195,605
営業費用	138,696	28,827	167,524	4,324	171,848
営業利益	28,539	67	28,607	4,851	23,756
II 資産	181,332	21,720	203,052	39,464	242,517

(注) 1. 国又は地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 日本以外の区分に属する国又は地域の内訳は次のとおりであります。 アジア…台湾、タイ王国

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額は3,906百万円であり、その主なものは当社の管理部門等に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は40,353百万円であり、その主なものは、当社での余資運用資金(現金及び預金、有価証券)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

(単位: 百万円)

	2003年2月期				
	日本	アジア	計	消去又は全社	連結
I 営業総収入及び営業損益					
営業総収入					
(1) 外部顧客に対する営業総収入	184,468	32,999	217,467	-	217,467
(2) セグメント間の内部営業総収入又は振替高	427	39	466	466	-
計	184,895	33,038	217,934	466	217,467
営業費用	154,302	31,726	186,029	3,517	189,546
営業利益	30,593	1,312	31,905	3,984	27,920
II 資産	180,010	24,367	204,377	46,230	250,608

(注) 1. 国又は地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 日本以外の区分に属する国又は地域の内訳は次のとおりであります。 アジア…台湾、タイ王国

3. 営業費用のうち、消去又は全社の項目に含めた配賦不能営業費用の金額は3,990百万円であり、その主なものは当社の管理部門等に係る費用であります。

4. 資産のうち、消去又は全社の項目に含めた全社資産の金額は46,348百万円であり、その主なものは、当社での余資運用資金(現金及び預金、有価証券)及び長期投資資金(投資有価証券)等であります。

3. 海外営業総収入

(単位: 百万円)

	2002年2月期	2003年2月期
	アジア	アジア
I 海外営業総収入	28,949	33,199
II 連結営業総収入	195,605	217,467
III 連結営業総収入に占める 海外営業総収入の割合	14.8%	15.3%

(注) 1. 国又は地域は、地理的近接度により区分しております。

2. 区分に属する国又は地域の内訳は次のとおりであります。

アジア…台湾、タイ王国、大韓民国

3. 海外営業総収入は、当社及び連結子会社の日本以外の国又は地域における営業総収入であります。

(重要な後発事象)

2003年5月28日開催の定時株主総会において、商法第210条の規定に基づき、本総会終結の時から次期定時株主総会終結の時までに、当社普通株式4,500,000株、取得価額の総額10,000百万円を限度として取得することを決議いたしました。

会社の沿革

1972	9月	(株)西友ストア企画室に小型店担当を設置。	1992	3月	新ビジュアルアイデンティティを導入。
1973	9月	実験第1号店を埼玉県狭山市に開店。		9月	タイ・バンコク市の(株)ロビンソン百貨店、サハ・パ タナピブル(株)および伊藤忠タイ国会社と合弁会社 Siam FamilyMart Co., Ltd(タイ)を設立。
1978	3月	(株)西友ストア ファミリーマート事業部発足、店 舗数4店舗。		10月	Siam FamilyMart Co., Ltd(タイ)と「ライセンス契約」 を締結し、タイにおけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。
	4月	実験第1号店をフランチャイズ店に変更し事業開始 (入替店)		4月	鹿児島県鹿児島市の(株)本坊商店と合弁会社(株)南 九州ファミリーマートを設立。同社と「エリアフラン チャイズ契約」を締結し、鹿児島県、宮崎県におけるファミ リーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。
	8月	一般募集によるフランチャイズ1号店(24時間営業) を船橋市に開店(大閘三山店)。	1993	9月	中部ファミリーマート(株)と合併。
1981	9月	(株)西友ストアから営業と資産の譲渡を受け、同時 に商号を「(株)ファミリーマート」に変更して事業開 始、店舗数89店舗(直営店2店舗、加盟店87店舗)。	1995	8月	コンビニエンスストアとして初めての太陽光発電シ ステムによる「エコ・ショップ」開店(港南台インター店)。
	11月	(社)日本フランチャイズチェーン協会へ正会員として 入会。	1997	2月	筆頭株主が(株)西友より伊藤忠商事グループとなる。
1985	4月	愛知県名古屋市の(株)総合酒販センターと合弁会社 中部ファミリーマート(株)を設立、同社と「エリアフラン チャイズ契約」を締結し、愛知県、岐阜県、三重県に おけるファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を 開始。	1998	8月	100%出資による子会社(株)MBEジャパンを設立。
	10月	沖縄県那覇市の(株)リウボウと合弁会社(株)沖縄 ファミリーマート設立。	1999	3月	全事業所・全店舗で環境マネジメントの規格「ISO 14001」認証取得。
1987	11月	(株)沖縄ファミリーマートと「エリアフランチャイズ 契約」を締結し、沖縄県におけるファミリーマート店 舗のフランチャイズ展開を開始。		9月	共同ATM設置を行うための共同出資会社(株)イー ネットをCVSチェーン4社、金融機関10行など25社と 設立。
	12月	東京証券取引所の市場第二部に株式上場。	2000	5月	ECフランチャイズシステムをサポートする(株)ファミ マ・ドット・コムを伊藤忠商事・NTTデータ・トヨ タ自動車など各分野のトップ企業と共同で設立。
	8月	台湾台北市の國産汽車股份有限公司他と合弁会社全 家便利商店股份有限公司(台湾)を設立。		9月	(株)アイ・ファミリーマート、(株)北陸ファミリ ーマートと合併。
1988	12月	全家便利商店股份有限公司(台湾)と「エリアフラン チャイズ契約」を締結し、台湾におけるファミリ ーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。		10月	インターネットショッピングで世界初のECフラン チャイズシステムを全国でスタート。 マルチメディア端末「Famiポート」を実験導入 (2001年2月より本格導入)。
	3月	長崎県長崎市の松早コンビニエンス・ストア(株)と 合弁会社(株)松早ファミリーマートを設立、同社と 「エリアフランチャイズ契約」を締結し、長崎県および 佐賀県の一部におけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。		12月	海外エリアフランチャイズ全家便利商店股份有限公 司(台湾)が1,000店舗を達成。
	4月	福岡県福岡市の(株)岩田屋と合弁会社(株)アイ・ ファミリーマートを設立、同社と「エリアフランチャ イズ契約」を締結し、福岡県、熊本県、大分県および佐 賀県の過半におけるファミリーマート店舗のフラン チャイズ展開を開始。	2001	3月	広島市とその近郊へ本格出店を開始。また、四国初と なる香川県へも出店開始。
1989	8月	東京証券取引所の市場第一部銘柄に指定。		4月	サッカー日本代表チームサポーターングカンパニー契 約を締結。
	3月	福井県福井市の(株)ユースと合弁会社(株)北陸ファミ リーマートを設立、同社と「エリアフランチャイズ契 約」を締結し、福井県、石川県および富山県における ファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。		5月	東近畿地域スパー本部(株)より営業財産の一部を譲 り受ける。
	7月	大韓民国ソウル特別市のBOKWANG FAMILYMART CO., LTD.(大韓民国)との間で「技術導入並びにサー ビスマークライセンズ契約」を締結し、大韓民国にお けるファミリーマート店舗のフランチャイズ展開を開始。		11月	クレジットカード会社アイエフジェイカード企画(株) (現ファミマクレジット(株))設立。
1990	5月	日本チェーンストア協会へ正会員として入会。	2002	2月	全家便利商店股份有限公司(台湾)が台湾店頭市場に おいて店頭公開。
	9月	創立10周年に新企業理念(CO GROWING)を制定。		4月	海外エリアフランチャイズBOKWANG FAMILY- MART CO., LTD(大韓民国)が1,000店舗を達成。
1991	5月	日本チェーンストア協会へ正会員として入会。		5月	ICカード(コピカード)サービス開始。
	9月	創立10周年に新企業理念(CO GROWING)を制定。	2003	9月	(株)松早ファミリーマートと合併。
				1月	(株)京滋セイコーマートより営業財産の一部を譲 り受ける。

会社概要（単体ベース）

商号

株式会社ファミリーマート
(英文社名 FamilyMart Co., Ltd.)

本社所在地

〒170-8404 東京都豊島区東池袋四丁目26番10号

設立年月日

1981年9月1日

資本金

166億58百万円

決算期

2月末日(年1回)

事業目的

フランチャイズシステムによる
コンビニエンスストア事業

チェーン全店売上高

(2003年2月期)

9,318億8百万円

店舗数

(2003年2月28日現在)

(国内外エリアフランチャイズ含む)

9,123店舗

従業員数

(2003年2月28日現在)

2,122名

本社

東京都豊島区東池袋4 26 10
Tel.(03)3989 6600(代)

東北ディストリクト
宮城県仙台市青葉区宮町4 6 21
Tel.(022)268 1340

北関東ディストリクト
埼玉県さいたま市浦和区常盤4 1 1 浦和システムビルディング2F
Tel.(048)822 1326

埼玉・千葉ディストリクト
埼玉県さいたま市浦和区常盤4 1 1 浦和システムビルディング3F
Tel.(048)822 1209

東京第1ディストリクト
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル3F
Tel.(03)3989 7707

東京第2ディストリクト
東京都豊島区東池袋4 26 1 サンソウゴ第二ビル3F
Tel.(03)3989 7627

神奈川ディストリクト
神奈川県横浜市港北区新横浜1 4 7 新横浜高橋ビル2F
Tel.(045)476 1792

湘南・静岡ディストリクト
神奈川県横浜市港北区新横浜1 4 7 新横浜高橋ビル4F
Tel.(045)476 1781

東海第1ディストリクト
愛知県名古屋市中区正木4 9 1
Tel.(052)683 6101

東海第2ディストリクト
愛知県名古屋市中区正木4 9 1
Tel.(052)683 6105

北陸ディストリクト
福井県福井市開発2 222
Tel.(0776)52 5555

関西第1ディストリクト
京都府京都市山科区東野北井ノ上町5 4 1
Tel.(075)682 8443

関西第2ディストリクト
大阪府大阪市淀川区西中島5 14 10 カトキチ新大阪ビル7F
Tel.(06)6309 5411

兵庫ディストリクト
兵庫県明石市小久保2 6 8
Tel.(078)924 4611

中国・四国ディストリクト
広島県広島市東区曙4 1 32
Tel.(082)568 6186

九州第1ディストリクト
福岡県福岡市中央区天神4 1 29 第5明星ビル3F
Tel.(092)712 1113

九州第2ディストリクト
長崎県諫早市永昌東町1 7 北浦ビル2F
Tel.(0957)35 4481

国内エリアフランチャイズ

(株)沖縄ファミリーマート
沖縄県那覇市松尾1 9 49
Tel.(098)867 2420

(株)南九州ファミリーマート
鹿児島県鹿児島市真砂本町3 67
Tel.(099)263 8330

海外エリアフランチャイズ

全家便利商店股份有限公司
104 中華民國台湾省台北市中山北路二段61號7樓
Tel. 886 2 2523 9588

Siam FamilyMart Co., Ltd.
1126/2 VANIT II BUILDING, 11th Floor New Petchburi Road,
Makkasan, Rajthevee, Bangkok 10400, THAILAND
Tel. 66 2 254 1632

BOKWANG FAMILYMART CO., LTD.
135-090 大韓民国SEOUL特別市江南区三成洞141 32
Tel. 82 2 528 7050

FamilyMart

〒170 8404
東京都豊島区東池袋4 26 10
Tel.(03)3989 6600(代表)
<http://www.family.co.jp>