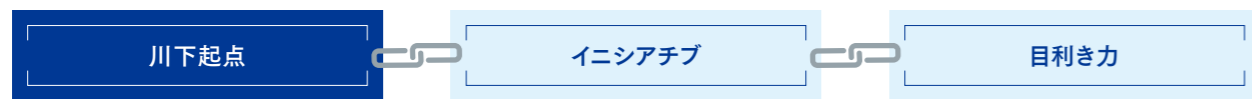
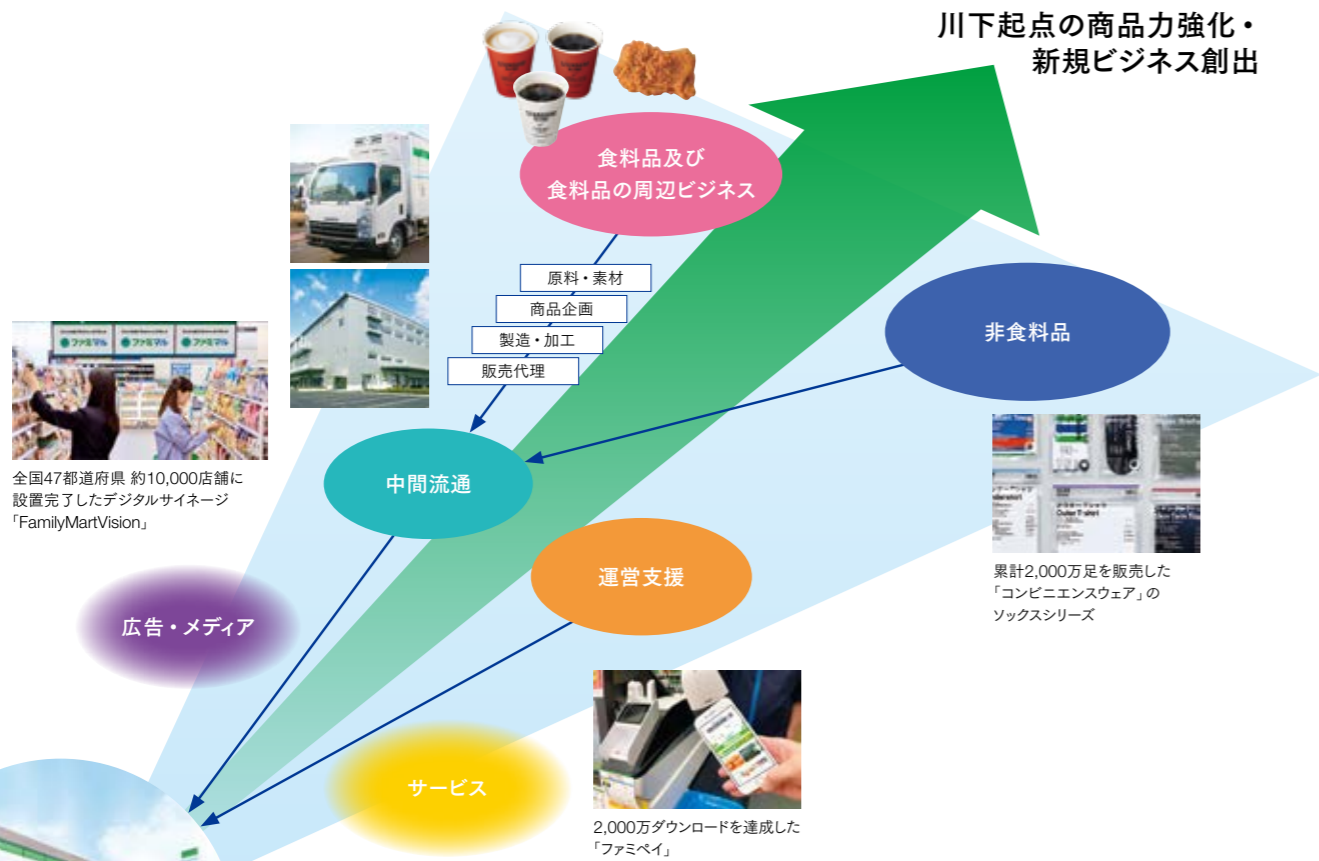


「マーケットイン」の発想



ファミリーマートを起点とし、強みを結集したグループ収益基盤の拡大

生活消費分野に強みを持つ当社は、当社グループ各社との連携強化を図りながら、コンビニエンスストア事業に取り組むファミリーマートを起点として、川下から川上に至る強固なバリューチェーンを構築しています。ファミリーマートの持つ、1日当たり1,500万人もの消費者接点を活かし、商品の調達や販売だけでなくバリューチェーン全体を通じて幅広く商品力を強化し、更にはデジタルサイネージ等を用いた広告・メディア事業や「ファミベイ」等の金融事業といった新たなビジネスも創出することで、当社グループ全体の収益基盤を拡大させていきます。



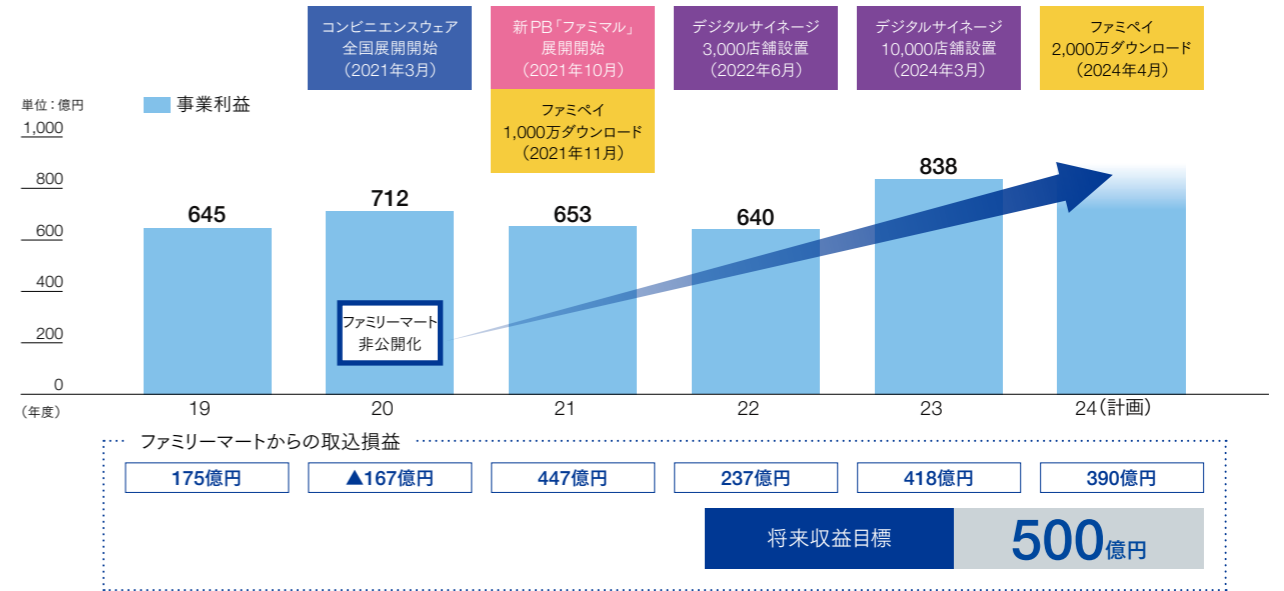
当社グループ(当社、子会社、関連会社)及び当社の事業パートナーが提供している商品やサービスの例

ターゲティング広告 デジタルサイネージ ■ データ・ワン ■ ゲート・ワン	卸売・物流 ■ 日本アクセス ■ 伊藤忠ロジスティクス	配送車 燃料(リニューアブルディーゼル) ■ 伊藤忠エネクス ▲ 日本カーソリューションズ	中食(おむすび、弁当)、ファミチキ コーヒー、バナナ、卵、大豆ミート・菓子原料全般等 ■ ジャパンフードサプライ ■ 伊藤忠食糧 ■ 伊藤忠飼料 ■ UNEX (GUATEMALA) 社 ■ Dole ▲ 不二製油 ◆ CPグループ ● 伊藤忠商事 等
ファミベイ(決済、翌月払い、ローン) ファミマTカード ■ ファミマデジタルワン ■ ポケットカード	システム関連、コンタクトセンター 電力関連 ■ CTC ▲ ベルシステム24 ■ 伊藤忠プランテック	コンビニエンスウェア ● 伊藤忠商事 用度品、日用品 ■ 伊藤忠リテールリンク ■ 日本サニパック	包装フィルム、弁当容器 ■ 伊藤忠プラスチック

■ 子会社 ▲ 関連会社 ◆ 事業パートナー ● 伊藤忠商事

ファミリーマートの事業利益推移

2020年度の非公開化以降ハンズオン経営を強化しており、川下起点の「マーケットイン」の発想で、顧客ニーズを捉えた商品戦略と販促施策を徹底したことにより、日商は35ヶ月連続(2024年7月末時点)で前年同月を上回って推移しました。また、事業利益*についても、日商の増加に加え、プライベートブランド(PB)商品比率の向上、デジタルを活用した店舗オペレーションの効率化、他社に先駆けた広告・メディア事業の展開もあり、2023年度に過去最高益を達成しました。



*「収益」から「売上原価」及び「販売費及び一般管理費」を控除した利益指標であり、日本会計基準における営業利益に相当

コンビニエンスストアの常識を打ち破る新たなチャレンジ ～コンビニエンスウェア～

2021年3月より、「いい素材、いい技術、いいデザイン。」をコンセプトに、衣料品や雑貨を中心としたPB商品の全国展開を開始しました。世界的なファッションデザイナーである落合宏理氏監修の下、高いデザイン性を実現しながら、再生ポリエステル等のサステナブルな素材を使用することにより「着心地と環境への配慮」を両立させた商品を展開しています。看板商品である「ラインソックス」はSNSでも話題を集め、2021年3月の発売開始以来、ソックスシリーズの累計販売足数は2,000万足を突破しました。2023年11月には業界初のファッションショー「ファミフェス」を開催、更には商品ラインアップを拡大し、コクヨ(株)と共同開発した文具を販売する等、幅広く商品力を強化させています。

衣料品の展開に際しては、繊維分野に強みを持つ当社のビジネス基盤を活用し、原料調達や生産体制構築等をサポートしています。今後も、第8カンパニーを中心として、従来のコンビニエンスストアの常識にとらわれないファミリーマートの様々なチャレンジを後押しし、更なる成長を目指していきます。



ファミリーマートの更なる飛躍に向けた海外展開

ファミリーマートは、アジア6ヵ国・地域(台湾、中国、マレーシア、インドネシア、ベトナム、フィリピン)に進出しており、海外では約8,000店舗を展開しています。2024年3月には、中国での事業パートナーである頂新グループと中国でのファミリーマート事業の拡大に向けた事業再編について基本合意し、関連手続き完了後は、頂新グループと当社の間でエリア毎に事業主体者を分けることとなります。経営責任を明確化し意思決定のスピードを上げ、当社グループの長年に亘る中国ビジネスの知見やネットワークをフル活用し、世界最大の消費市場である中国での事業展開を加速させていきます。