



(株)ローソン2002年2月期中間決算説明会

平成13年10月16日 (火)

13 :00 ~ 14 :30

ローソン代表取締役社長

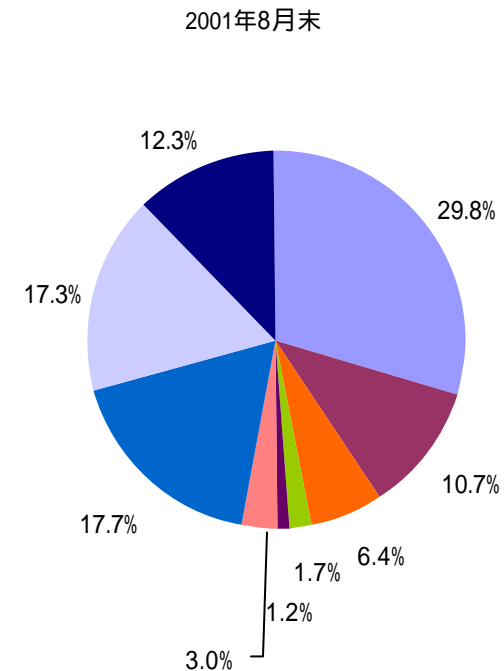
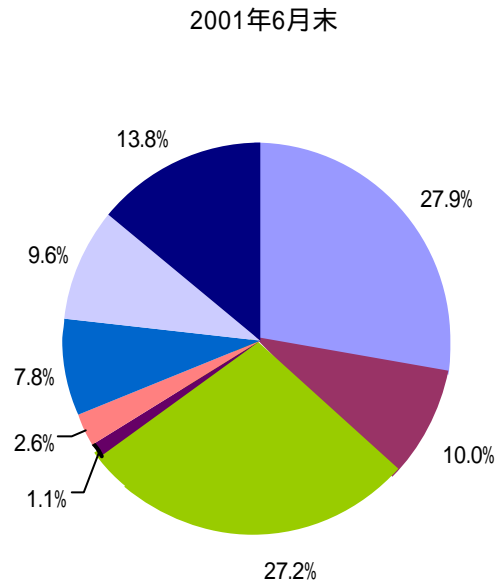
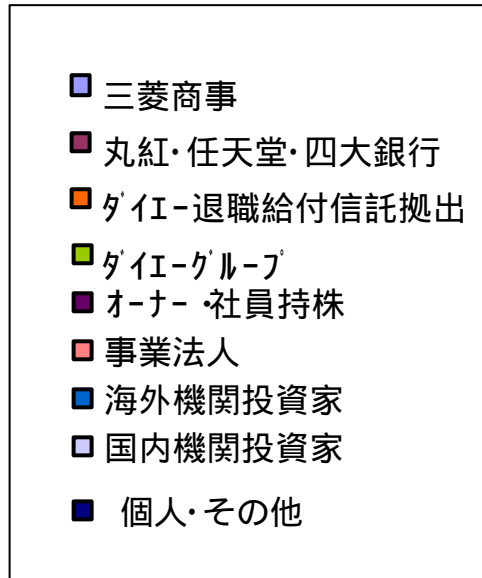
藤原 謙次

(於ロイヤルパークホテル 春海の間)



- 1 .株主構成の変化
- 2 .業績報告・下期目標
- 3 .業務状況報告
 - 店舗開発
 - 既存店前年比 (商品・エンタメ戦略)
 - Eビジネス (ロッピーとローソンチケット)
- 4 .新価値創造
 - ATM推進
 - 三菱商事との取組状況
- 5 .まとめ

売出し後のローソン株主構成



自社株消却と売り出しにより、浮動株主比率が50%超へ、
更なる株主価値の向上を意識した経営を行っていく

業績報告・下期目標 - その1 (前提値)



	上期目標	上期実績	予実差	昨年対比	下期目標	通期目標
開店数	300	237	-63	-89	413	650
閉店数	350	349	-1	228	101	450
既存店前年比	100.0%	99.3%	-0.7%	0.0%	99.0%	99.1%
新店日販(千円)	460	476	16	26	--	460
荒利率	30.4%	30.3%	-0.1%	-0.1%	30.3%	30.3%
FC比率	92.6%	92.7%	0.1%	3.8%	--	93.8%
総店舗数(国内)	7,633	7,571	-62	-12	--	7,883

上期は出店を除き、前提値をほぼ達成、
下期も目標達成を目指す...

業績報告・下期目標 - その2 (実績・予想)



(単体ベース)						(億円)
	上期目標	上期実績	差	昨年対比	下期目標	通期目標
チーン売上高	6,700	6,630	-70	128	6,410	13,040
チーン取扱高	6,890	6,855	-35	174	6,595	13,450
営業利益	236	233	-3	2	200	433
経常利益	228	226	-2	10	197	423
当期利益	108	115	7	30	82	197
(連結ベース)						(億円)
営業利益	233	232	-1	0	192	425
経常利益	224	225	1	7	191	416
当期利益	105	115	10	28	77	192

上期は厳しい状況ながら、ほぼ目標を達成、
下期、通期の目標達成を目指す...

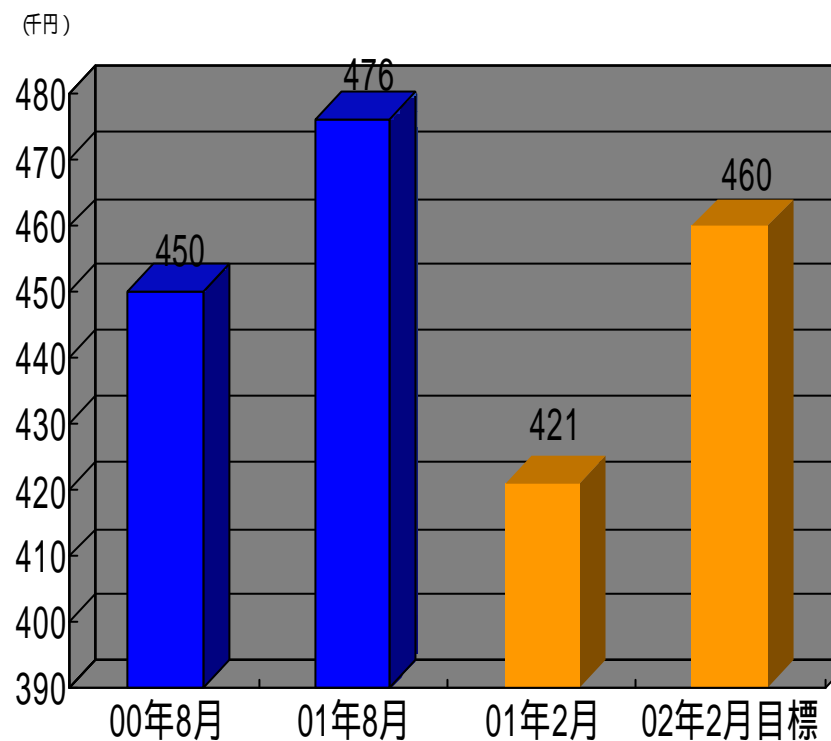


出店・閉店・新店日販

	3-8月累計	年間目標
出店	237	650
閉店 (FC)	188	200
閉店 (RC)	161	250
閉鎖計	349	450
内置換	91	-
増減	-112	200

	01/2月末	上期末
契約残	258	324
店舗数 (FC)	6,972	7,022
店舗数 (RC)	711	549
FC比率 (%)	91	93

新店日販昨年対比

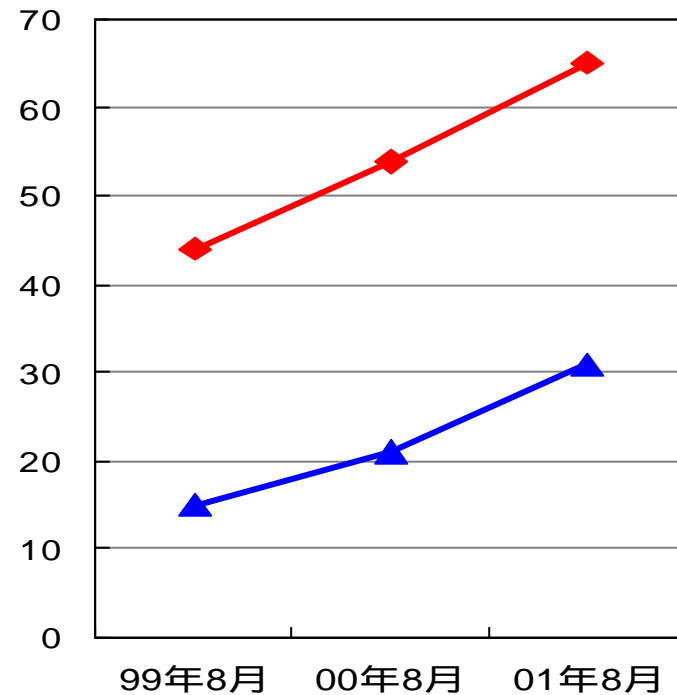


量から質への転換を達成、今後も
確実に維持していく

首都圏・東京の出店状況・新店日販

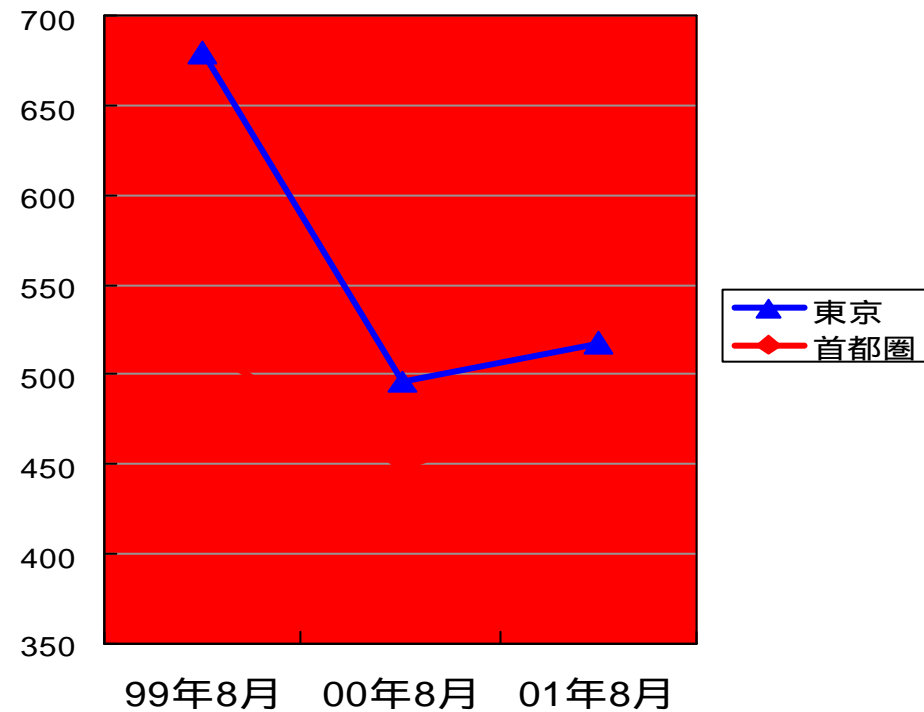


(店) **首都圏・東京の出店数**



首都圏・東京の新店日販

(千円)



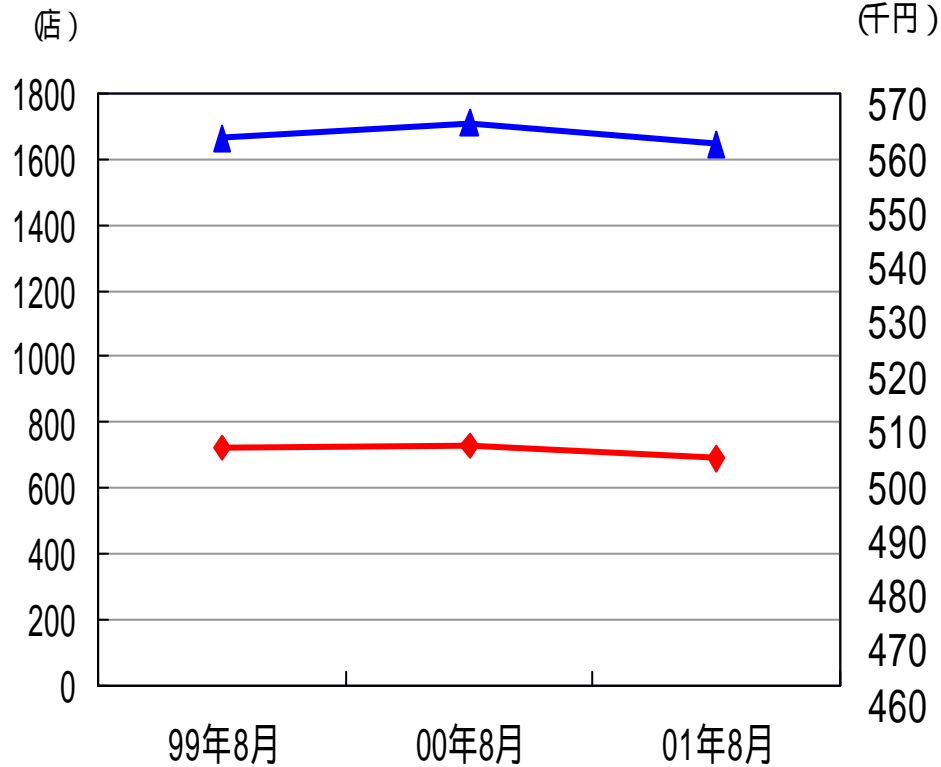
首都圏 ;東京、神奈川、千葉、埼玉

人的資源投下の集中・強化により
首都圏・東京での質の高い出店が拡大基調へ

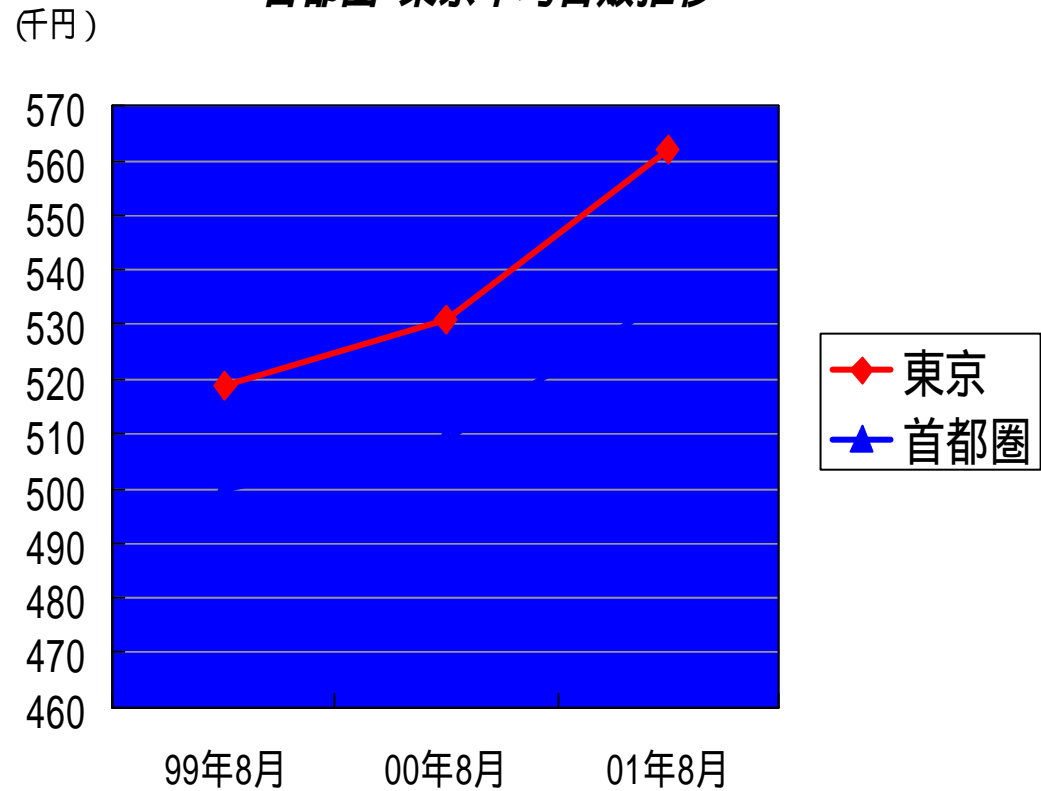
首都圏・東京における総店舗数・平均日販推移



首都圏・東京総店舗数推移



首都圏・東京平均日販推移



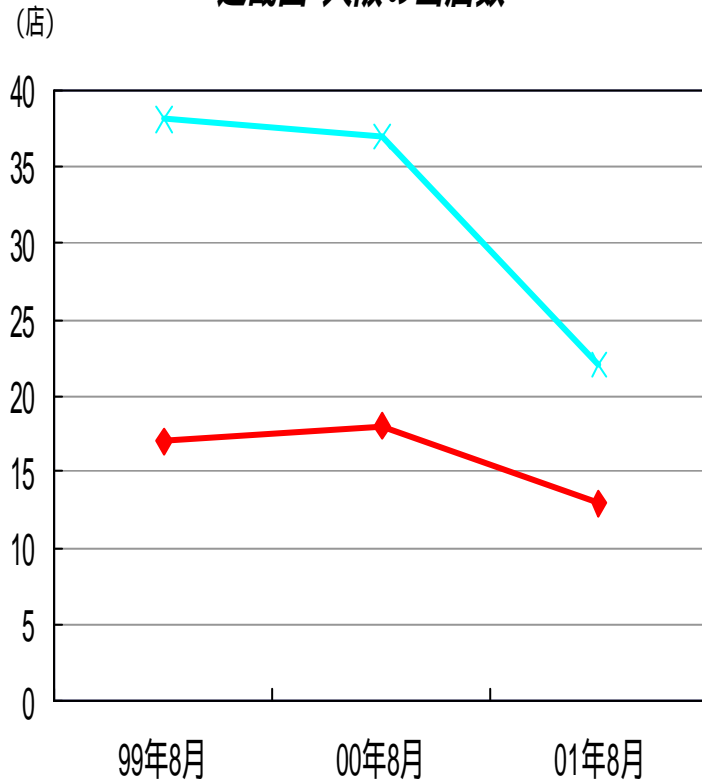
首都圏 ;東京、神奈川、千葉、埼玉

戦略的置換・閉鎖による
首都圏・東京におけるチェーンの質向上

近畿圏・大阪の出店状況 新店日販

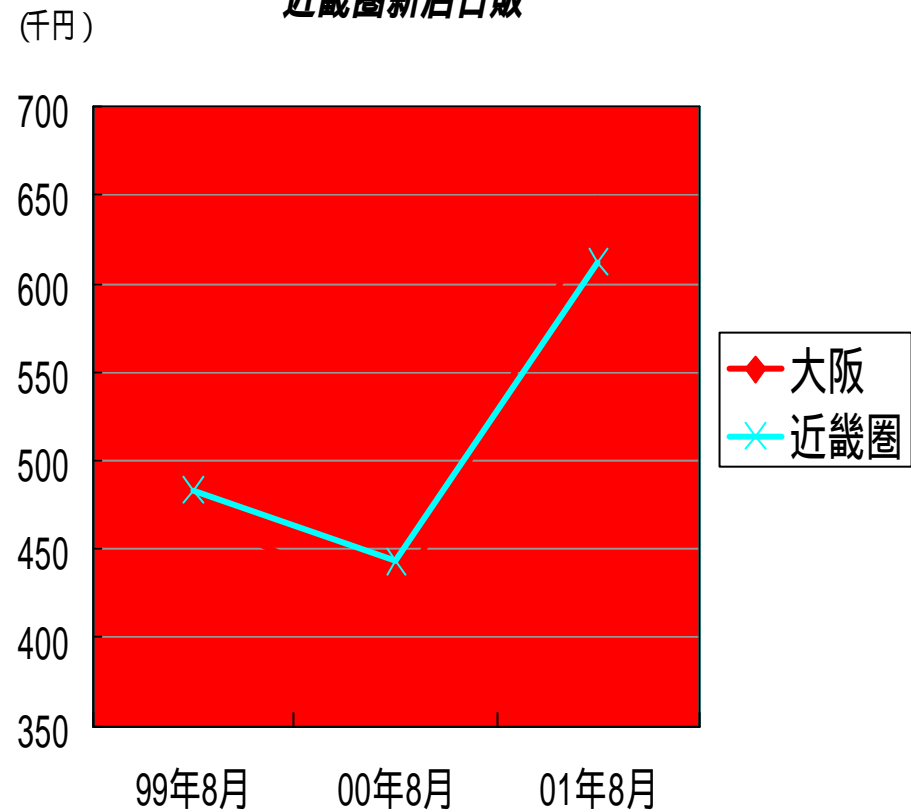


近畿圏・大阪の出店数



近畿圏 ;大阪、京都、兵庫

近畿圏新店日販

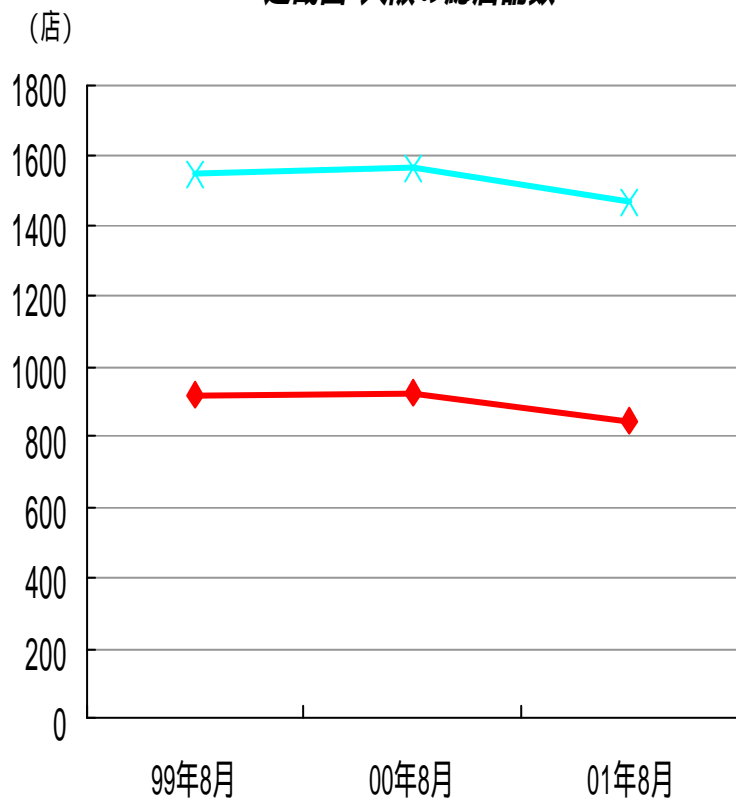


質の強化は達成済 今後更なる人的資源の投下により 近畿圏・大阪での出店が拡大基調へ



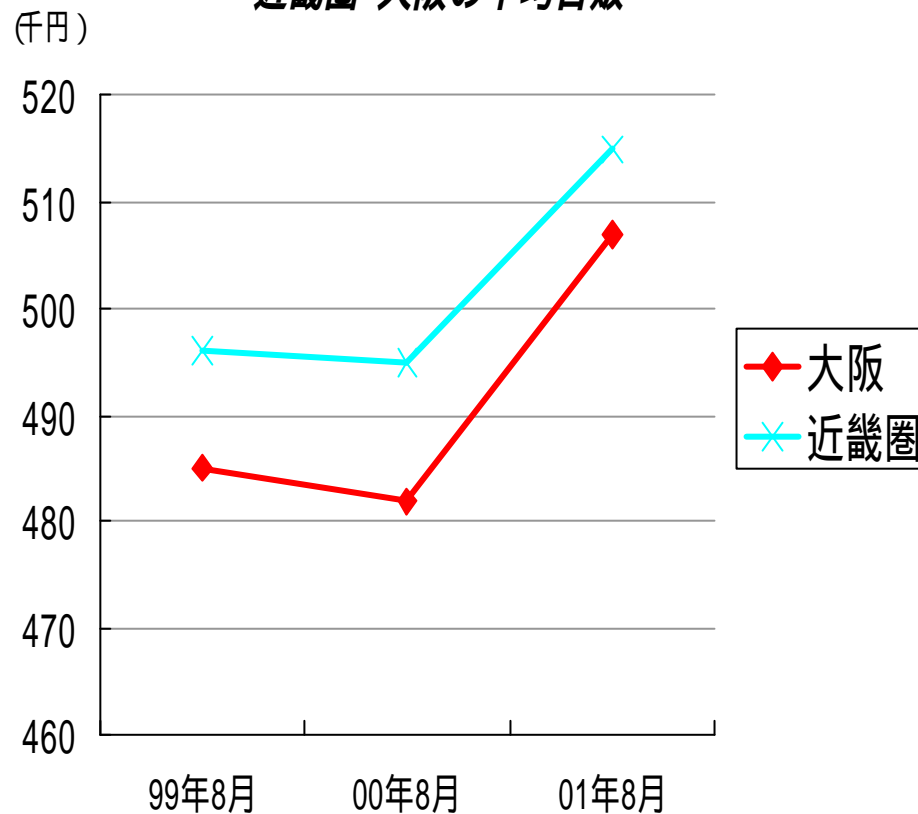
近畿圏・大阪における総店舗数・平均日販推移

近畿圏・大阪の総店舗数



近畿圏 ;大阪、京都、兵庫

近畿圏・大阪の平均日販

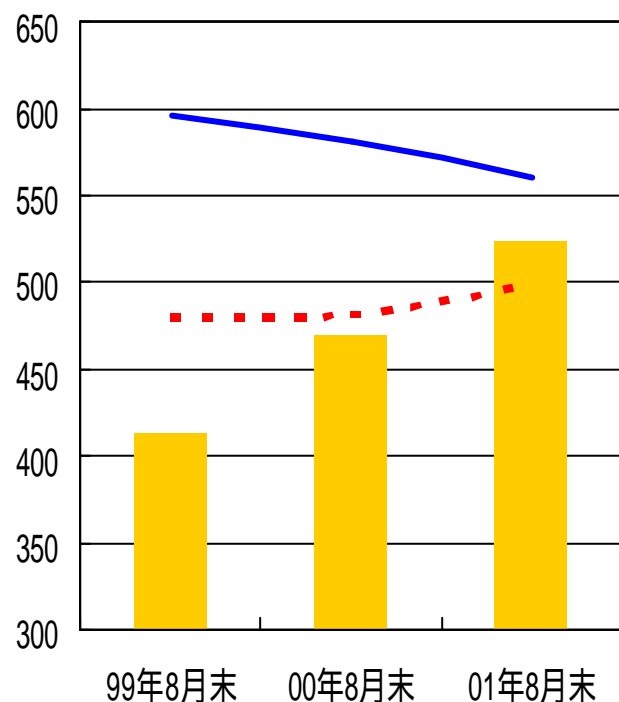


戦略的置換・閉鎖による
近畿圏・大阪におけるチェーンの質向上

我社先行者優位性の強化

我社先行地域における店舗数および
新店・平均日販推移

(店/千円)



■ 店舗数 ■ 全店日販 ■ 新店日販

先行者優位性維持 強化の為に

- ・グリッドポイントへの執着
- ・ローカルチェーンとのパートナーシップによる店舗開発と物流の生産性向上
- ・三菱商事のネットワーク有効利用
- ・ATM取組先地方銀行との協業

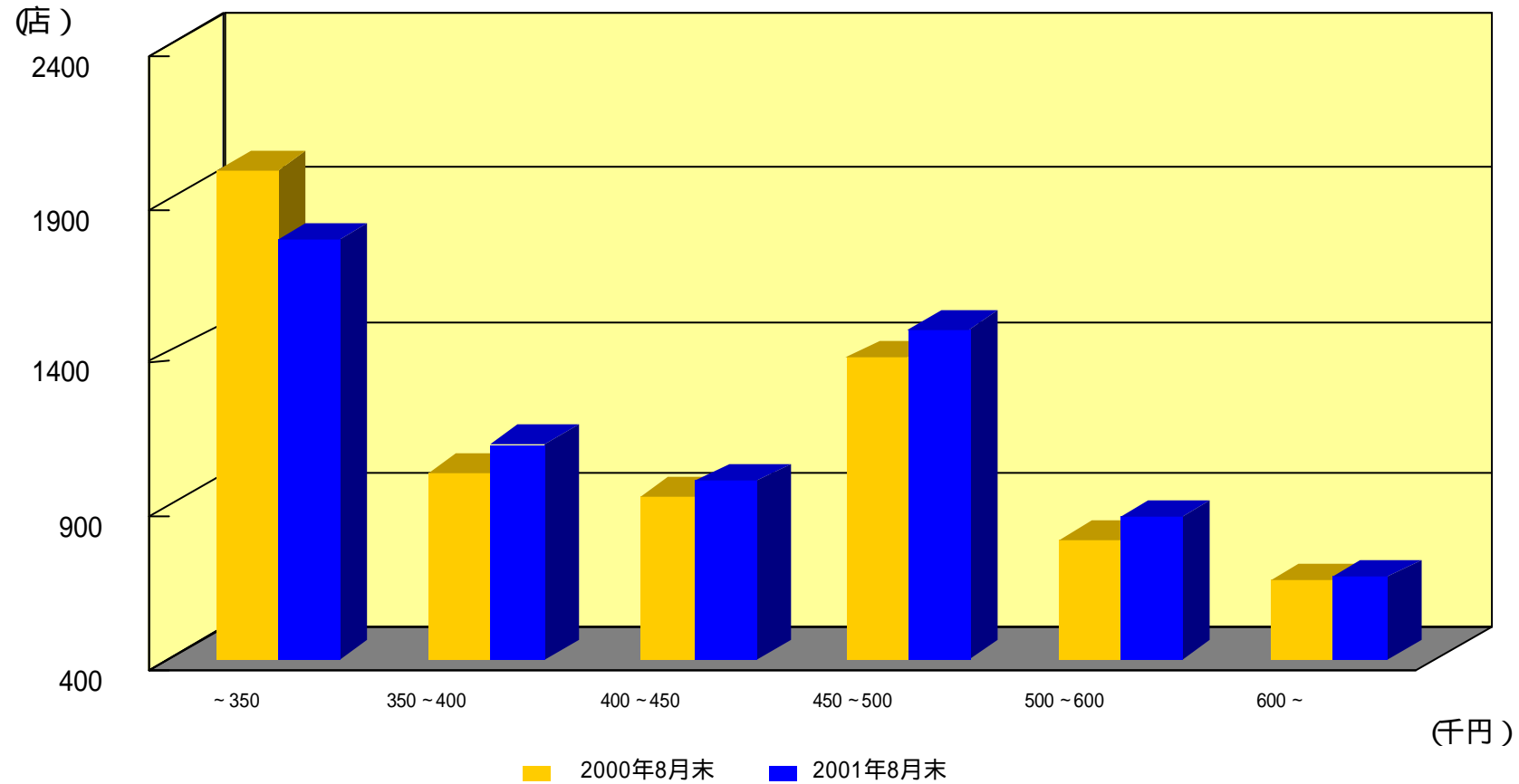
再定義したグリッドポイントに集中出店を継続し、効率的に好立地を確保。我が社特有“資源”の最大限有効利用 先行者優位性の維持・強化

我社先行地域 :青森、秋田、香川、徳島、愛媛、高知

全国店舗網 (チェーン) の質向上 (1)



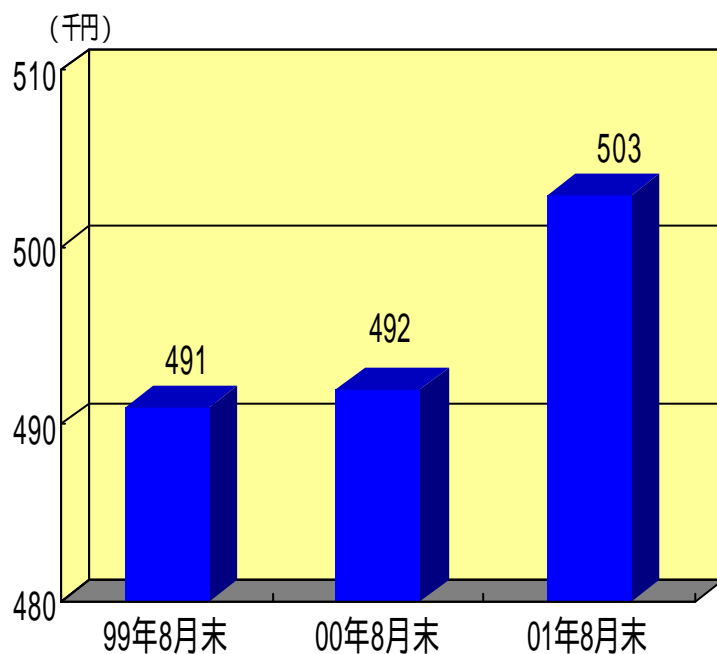
日販別店舗数推移



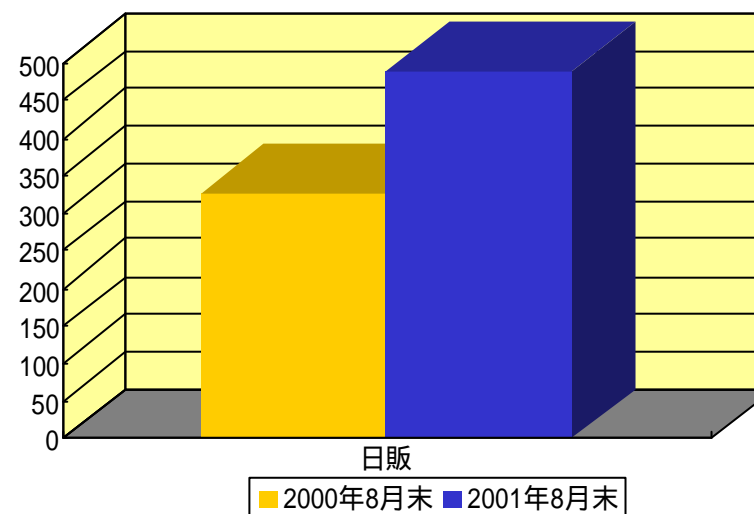
積極的な置換・閉鎖と新店日販の向上により、チェーンの質が改善、置換・複数店経営により、FCオーナーの利益も向上

全国店舗網 (チェーン) の質向上 (2)

全店平均日販



置換による日販の改善

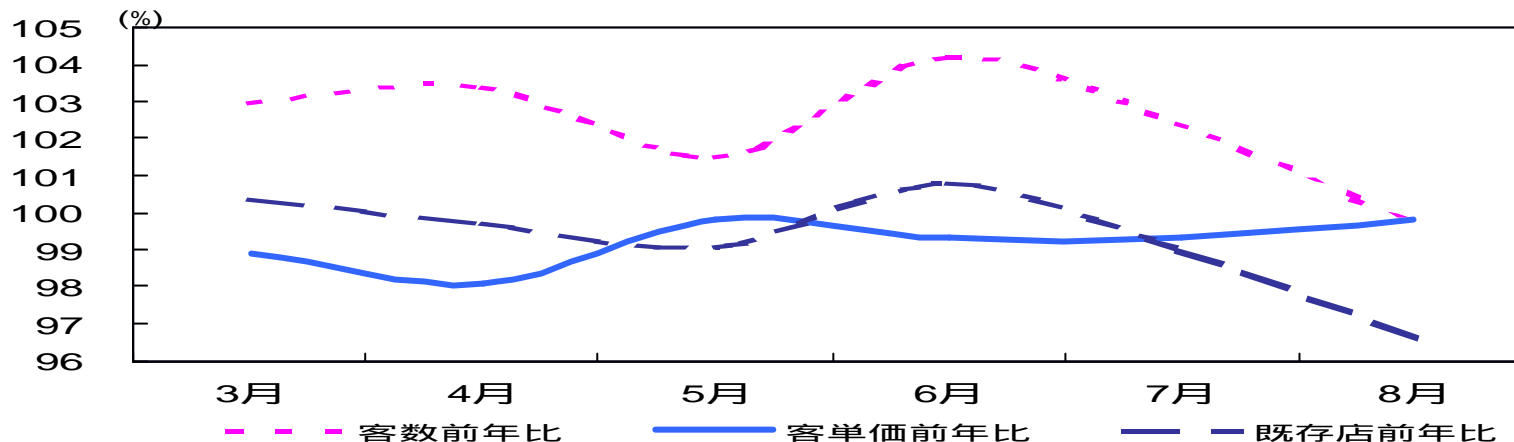


積極的な置換・閉鎖と新店日販の向上により、チェーンの質が改善、
置換・複数店経営により、FCオーナーの利益も向上

商品施策とエンタメ施策 - 既存店日販向上へ



客数・客単価・既存店の推移



商品施策

(上期)
 ・ありがとうセールを3月～8月で月単位で導入
 ・限られた商品群を値頃感ある価格にて提供

(下期)
 ・セール対象商品の販売比率縮小
 (FFSによる魅力的な商品の継続的導入)
 計画的原料調達による荒利率改善のFFS関連商品への
 全体的展開

エンタメ施策

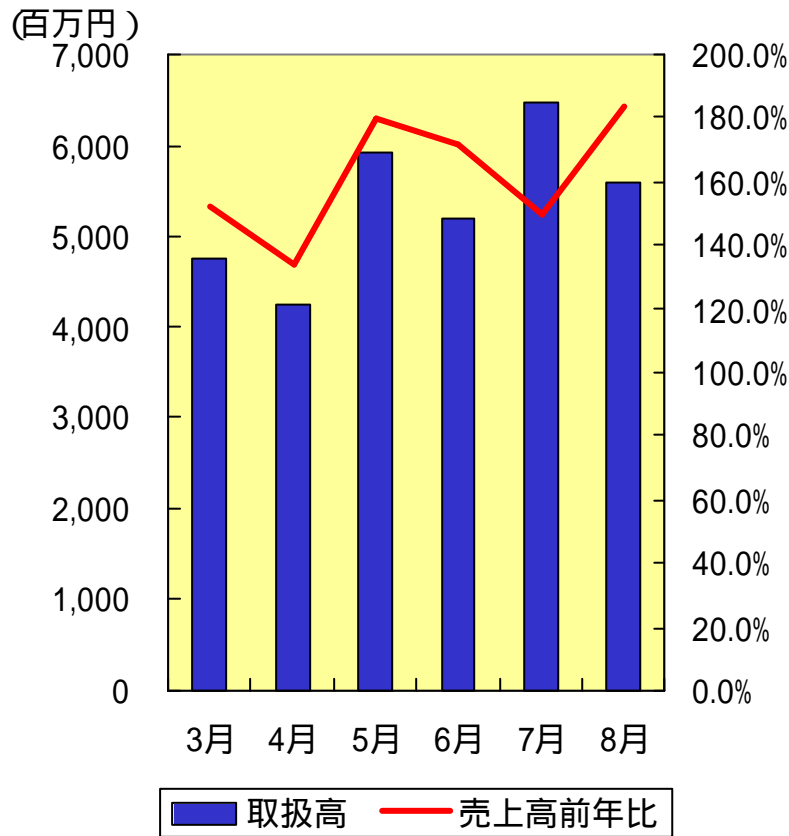
(上期)
 ・映画『千と千尋の神隠し』(32万枚)
 ・コンサート『GLAY EXPO』(30万枚)
 ・ユニバーサル・スタジオ・ジャパン独占チケット販売 (38万枚)

(下期)
 ・ジブリの森美術館チケット独占販売
 ・矢井田瞳』独占先行販売
 ・『Misia』独占先行販売
 ・『GLAY ドームコンサート』独占販売

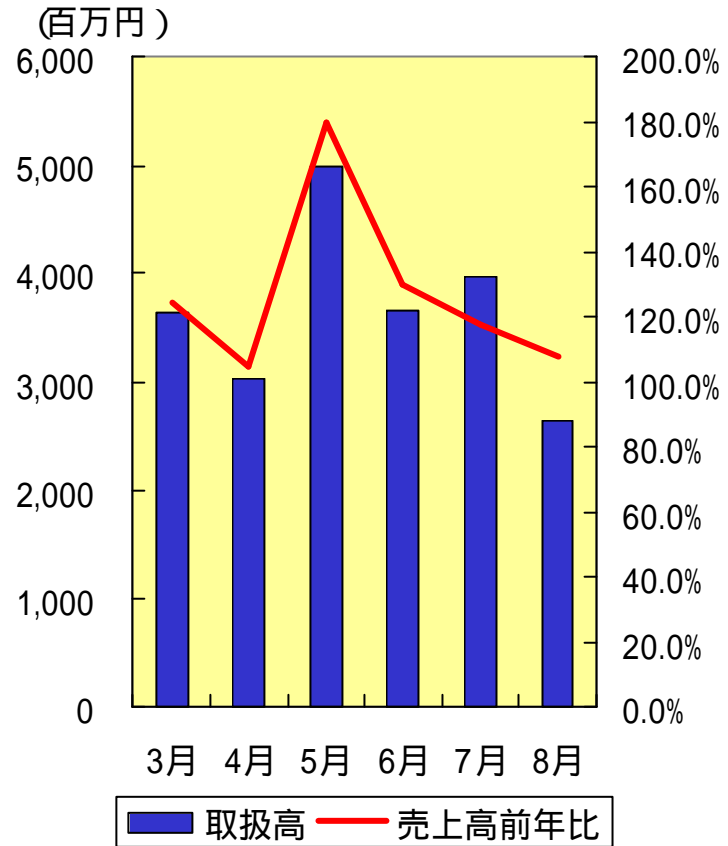
e ビジネス事業 - ロッピーとローソンチケット



ロッピー取扱高推移



ローソンチケット取扱状況



CVS業界で圧倒的な強さを持つ本フィールドにおいて、急速な成長を維持、他社との差別化強化

トータルキャッシュサービスの提供

ATM



現金払戻
現金預入
口座振込
残高照会
キャッシング

設置計画

	2001/ 10月下旬	2001/ 12月末	2002/ 2月末	2003/ 2月末日処
ATM設置台数	約400台	約1,500台	約2,300台	約3,000台

日販への貢献額試算

ローソンATM利用者
1日 / 台 / 日 60件と想定

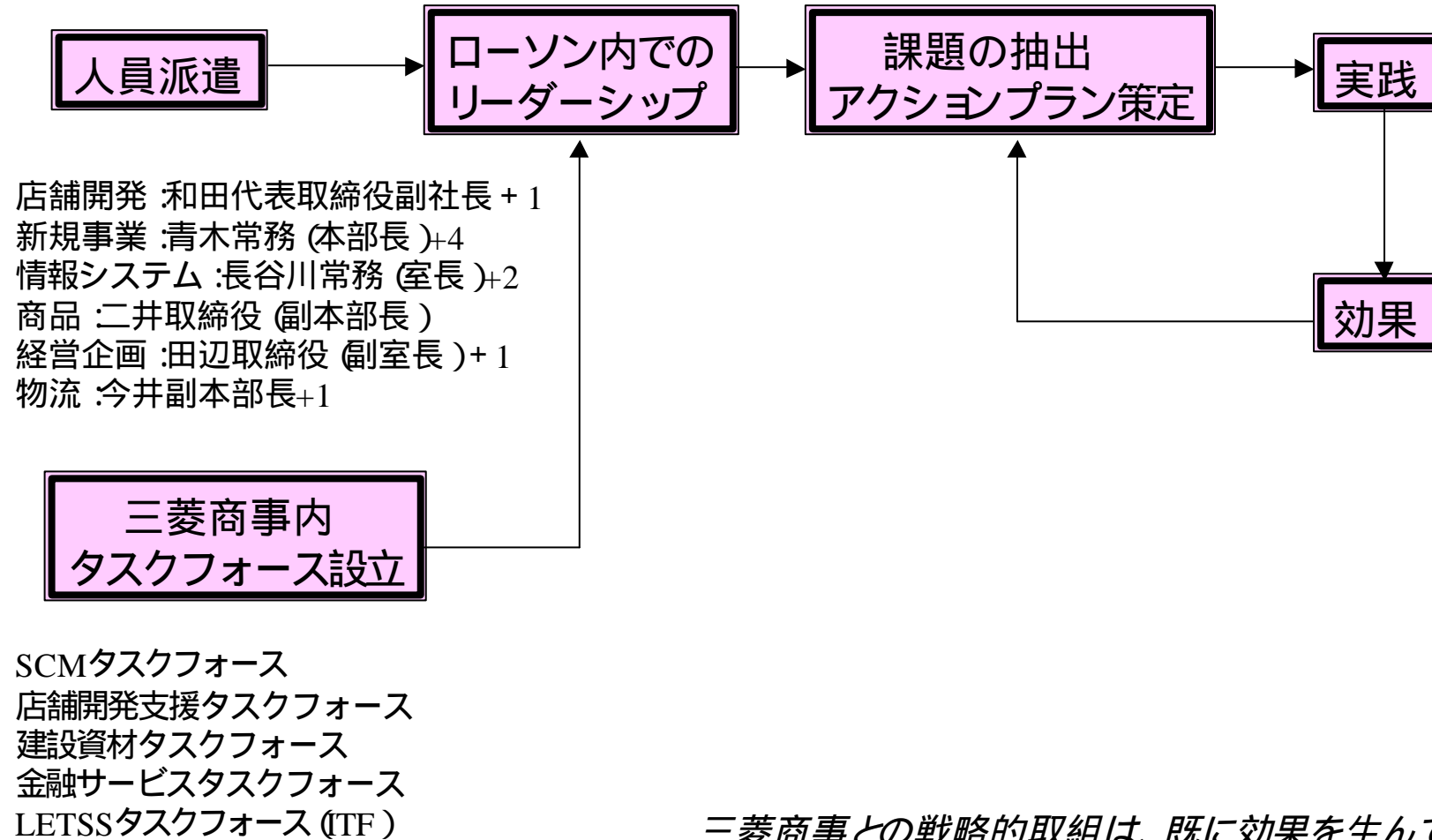
ついで買い経済効果
(ATM利用者の1/3@500円)

平均60件 × 33% × 500円

約10,000円の日販引上げ効果
(約2%アップ)

酒・煙草のライセンス率アップと同様に、顧客増を生み、日販向上に役立つ強力なビジネスモデル

三菱商事との戦略的取組 - 業務フロー



三菱商事との戦略的取組は、既に効果を生んでいる分野も出ている・これからの潜在性は大きいとの認識

三菱商事との戦略的取組 - 具体的内容



来店誘導コンテンツ共同構築

(新規事業本部)

- ・ATM運営会社
- ・EC関連会社
- ・ロッピーコンテンツ支援
(千と千尋)
- ・金融サービスの可能性

高日販立地紹介チャンネル

(店舗開発本部)

- ・紹介件数 250以上
- ・オープン済16店舗 (平均日販50万超)
- ・契約済11件・交渉案件50~60件
- ・三菱トップのコミットメント - 取引先を巻き込んだ形での立地紹介

広範囲に渡る戦略的展開

(経営企画室)

- ・自社株消却・海外売出し
- ・他社提携・三菱シナジー

効果的な情報システム構築支援

(新規事業本部)

- ・LETSSの生産性向上
- ・ハート購入金額削減
- ・各ユーザーのコミットメント強化

サプライチェーンマネジメント

(商品 物流本部)

- ・全温度帯対象にした物流改革
 - DDC、FDCの統廃合
 - CDC生産性向上と横展開
- ・SCMによる無理・むら・無駄排除
- ・原材料調達コストの削減

- 営業状況 8,9月と厳しい状況が続いたが、改善傾向。目標達成を目指しあらゆる対応策を取っていく
- 新しい価値創造 成果が着実に始まり、成長余力は高い
- 株主価値に重きを置いた経営
- 中期目標
 - 経常利益成長率 :5/10/10%
 - ROA ,ROEともに12%以上 (2003年度末)