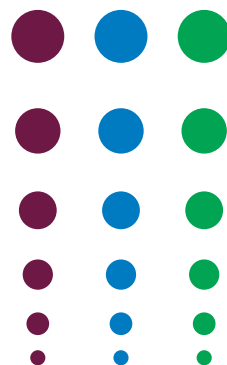


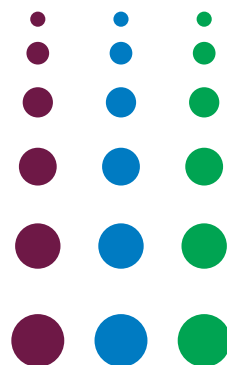
LAWSON



VALUE BOOK

第32期 中間報告書

2006年3月1日～2006年8月31日



新たなマーケット創出へのチャレンジ。 ローソンは、客層拡大に向けて着実に進ん

Q1 当中間期の業績について教えてください。

A1 当中間期は、引き続き緩やかな景気回復が見られたものの、業種業態を超えた競争がより一層厳しくなる中で、加盟店の増加によるロイヤリティ収入や、子会社の株式会社ローソン・エイティエム・ネットワークスのATM手数料収入の増加などにより、営業総収入は、前年同期比4.8%増の1,433億5千6百万円となりました。一方、営業利益は、営業総利益が増加したものの、客層拡大及び既存店活性化のための積極的な販促施策を実行したことに伴い、前年同期比4.5%減の241億9千1百万円となりました。また、経常利益は、店舗解約損が減少したものの、営業利益の減少に伴い、前年同期比2.8%減の243億4千8百万円となりました。これらの結果、中間純利益は前年同期比7.5%減の119億1千7百万円、1株当たりの中間純利益は114円72銭となりました。

このように当中間期は増収減益にはなりましたが、これは4月に公表した業績予想にも織込済みで、ほぼ予定どおりとなりました。下期は、引き続き客層の拡大に向けての施策に取り組んでいきます。

Q2 客層拡大に向けての考え、取り組みについて教えてください。

A2 コンビニエンスストア(CVS)業界は、お客さまのご支持を受け、成長してきました。しかし今、

私たちを取り巻く環境は大きく変わりつつあります。少子高齢化に伴う人口構成の変化や女性の社会進出、地域・所得格差の拡大などに伴い、従来のCVSモデルでは多様化するお客さまのニーズに対応できなくなっています。つまり、時間節約ニーズや利便性のみを追求し、コアターゲットである若年男性客向けを主体とした品揃えやサービスを行っていくことにこだわっている、同質化したCVS店舗同士による成熟した市場内での消耗戦を強いられ、生き残ることができなくなるということです。これからのCVS業界の激しい競争を勝ち抜くためには、客層拡大による新たなマーケットの創出へチャレンジしていくことが不可欠です。

そこでローソンでは、女性及びシニアのお客さまを新たな客層と位置付け、客層の拡大にあわせて既存店舗の品揃えを大きく変えることはもちろん、立地やお客さまニーズによって店舗フォーマット自体を変えていかなければならないと考えています。私たちローソンは、健康志向商品を中心に女性をターゲットとした「ナチュラルローソン」を他社に先駆けて開発したほか、小分けした生鮮食品や加工食品を中心に主婦・シニア層をターゲットとした「ローソンストア100」も立ち上げています。つまり、通常のローソンを合わせると3つの店舗フォーマットを持っていることとなります。これらの店舗フォーマットを使い分け、従来からのコアターゲットに加え、女性やシニアのお客さまなどの幅広いニーズに応えていく体制が整備されました。また、この2つのフォーマットは、通常のローソンと立地特性が異なるため、ローソン全体としての出店余地の拡大にも寄与し

でいます。

でいます。そして何より、「ナチュラルローソン」の健康志向商品や、「ローソンストア100」の生鮮食品やプライベートブランド「バリューライン」シリーズの商品開発によって得られたノウハウを既存店舗に活用し、そのマチ(お店が立地する地域)に合ったお店をつくっていきたいと考えています。

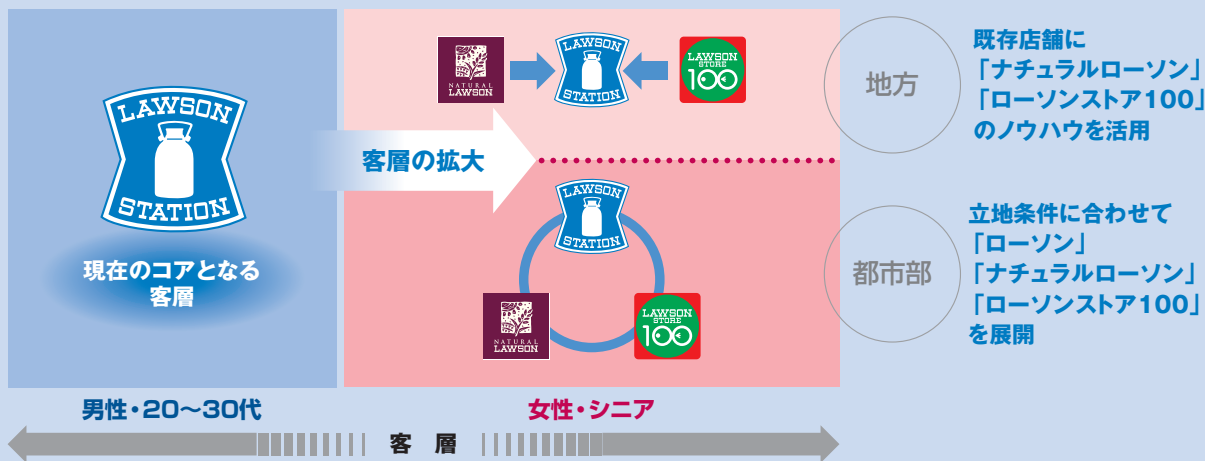
その一例が各支社で実験展開をはじめている「シニアにやさしいローソン」です。

地域によっては住民の高齢化がかなり進んでいます。しかし、従来型CVSがターゲットにしている客層は若年層が中心であり、シニアの方々が入りにくいお店になっていました。各地で比率が高まりつつあるシニア層に目を向けることは、将来のCVSを考える上で不可欠です。



代表取締役社長 新浪 剛

客層拡大への取り組み



そこで、シニアの方でも買い物しやすいように通路幅を広げ、ショッピングカートも置きました。商品棚に付けられている値札は通常のCVS店舗で使用しているものより大きな文字で書かれ、見やすくしています。品揃えについても、地元の野菜や調味料、豊富な和菓子を並べています。生花も扱っています。また、近隣の人たちが集まって井戸端会議ができる休憩スペースを備えた店舗もあります。

まだまだ試行錯誤を続けていく部分はありますが、ひとつひとつの経験を知識として積み重ね、それぞれのマチで、それぞれのマチに住むお客さまが心から求めているお店づくりをしていきます。

これまでCVSは、効率を追求してきました。どこのお店でも同じ売場、同じ商品、同じサービスを提供することがお客さまの安心感に繋がっていました。しかし、時代は変わりつつあります。ローソンは全国一律の店舗・商品・サービスである必要はないと考えています。地域に密着したお店づくりを進め、なおかつ新しい価値を提供することでお客さまのニーズに応えていきたいと思えます。

Q3 既存店の活性化策について教えてください。

A3 CVS業界では、縮小するコアターゲットを相手に出店競争を繰り広げた結果、既存店の日販・収益が伸び悩みを見せています。CVSチェーンが健全に発展していくためには、既存店一店一店の収益力を高めていくことが不可欠と考え、既存店の営業力強化に向けた取り組みを進めています。

私たちはここ数年のデフレ環境のもとで、コストカット

などの守りの施策に懸命に取り組んできました。また、店舗運営の基本であるQ(品揃え)・S(接客)・C(クリンリネス)の強化にも継続的に取り組み、お客さまに快く来店いただく態勢を整えてきました。そして、この競争激化の中にもデフレ脱却による消費マインド改善の兆しを感じ、今を潮目の変化と判断し、大規模な広告宣伝・販売促進キャンペーン、個店カルテ(個店情報分析)に基づく発注支援などの加盟店支援に昨年度以上の経費を投入しています。

大規模キャンペーンの目的は、やはり新たな客層の取り込みです。従来はCVSをあまり利用されなかったお客さまが、ローソンに行ってみよう、と思うようなキャンペーンを実施し、そこで来店されたお客さまに喜んでいただけるよう店舗の指導にも力を入れています。

従来のお客さまはもとより、この新規のお客さまにも継続してローソンをご利用いただくため、2006年度はローソンパスの会員獲得に再度注力してきました。2006年8月末で会員数250万人を突破した「ローソンパス」は、私たちローソンにとって大きな武器です。全店舗でのローソンパス会員獲得強化とあわせ、魅力的なポイントプログラムや優待・特典の提供を進めています。

また、これらの取り組みに加え、ローソンの持つ3つのフォーマットのノウハウを活用した「そのマチ(お店が立地する地域)に合ったお店づくり」への取り組みもはじめています。

マチに住むお客さまはどのような方が多いのか。それらの方々は今までのコアターゲットのお客さまなのか、それともCVSをあまり利用したことのないお客さまなのか。なぜ利用していないのか。それは欲しいものがないからなのか、それでは欲しいものは何なのか？そう

いったことを一店一店で考え、突き詰めていきます。そして、そのマチのお客さまの期待に応えるために必要なものを「ナチュラルローソン」「ローソストア100」から商品・ノウハウを水平展開していきます。

しかし、このような客層拡大に向けての取り組みには、従来から取り組んできた「3つの徹底」を継続していくことが不可欠です。なぜならば、私たちが新しくお店に来ていただきたいと思っている方々(主婦・シニア層)は、今までのコアターゲットのお客さま以上に、心のこもった接客・キレイな店舗を求められているからです。大切な基本である「3つの徹底」については、今後も継続して取り組んでいきたいと考えています。

Q4 株主還元策についてどのようにお考えですか？

A4 当社の株主還元策は、配当金をもって実施することを基本方針としています。また、資本効率を高めるため、市場動向によっては自己株式の取得、消却も視野に入れています。特に、配当金については、「貯蓄から投資へ」という流れの中で、投資信託の高配当ファンドに人気が集まり、株式投資の際に配当金額、配当性向、配当利回りを重視される方も増えています。このような状況において当社では、2004年2月期には1株につき41円であった年間配当金を、2007年2月期には3期連続の増配となる1株につき100円とする予定です。

今後も40%の配当性向を目処に、継続的な利益還元を努めてまいります。

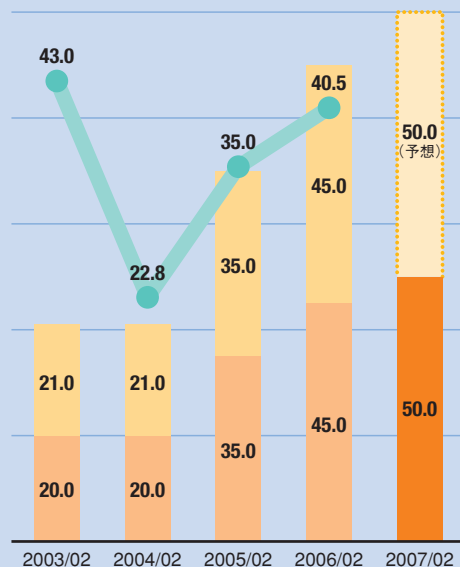
Q5 最後に株主の皆さまにメッセージをお願いします。

A5 ローソンは、多くのチャレンジに取り組んでいます。こうした取り組みのベースにあるのは「みんなと暮らすマチ」を幸せにしたい」という強い想いです。この想いを実現するために、今後も業界のイノベーションリーダーとして、常に新たなチャレンジを続けていきます。

ひとつひとつのマチで「ローソンがあって良かった」と認めていただくことが、企業価値の更なる向上につながっていくものと信じています。株主の皆さまにおかれましては、引き続きご支援ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

配当金と配当性向の推移(単体)

■ 期末配当(円) / ■ 中間配当(円) / ● 配当性向(%)



年齢層の拡大と女性の健康志向をコンセプトに、

幅広い世代に人気 ローソンのお寿司



お寿司は日本の国民的な食べ物の代表格として、幅広い層のお客さまに支持されています。ローソンは、より一層幅広い世代のお客さまに喜んでいただくため、おいしいお寿司の開発に力を注いでいます。

定番商品の「助六」や「いなり寿司」、どこでも手軽に食べられる「手巻寿司」、とってヘルシーな「サラダ巻」、ボリューム満点の「焼鯖寿司」など品揃えも豊富です。特に、中高年のお客さまには、「助六」や「いなり寿司」が大変人気です。

今後も「お寿司といえばローソン!」と言われるようなおいしいお寿司を提供していきますので、是非ご賞味ください。

中高年のお客さまに人気の「助六」がさらに魅力アップ



人気の定番商品だからこそ、原材料を吟味し、調理法にもこだわってますます魅力をアップさせました。きゅうり／玉子焼／椎茸／かんぴょう／おぼろのおいしくなった5つの具材プラス穴子で、中高年のお客さまにも納得いただける仕上がりです。

“復活”のリクエストにお応えした「花まり寿司」



お客さまから「もう一度食べたい商品」としてリクエストをいただいた「花まり寿司」。人気のネタを組み合わせた一口サイズのでまり寿司を、かわいらしい花びらに見立てた、味にも見た目にもこだわった一品です。

手巻寿司のブームもローソンから



最近店舗で多く見かけるようになった手巻寿司。ローソンでは、コンビニエンスストアで最初に手巻寿司の品揃えを拡大しました。また、具材には、醤油だしでしっかり味付けしたいくらや香り高い青じそなどを使い、高品質でバリバリの有明産海苔を巻くことで、口ごとの良さと風味を追求した本格派です。

商品ラインナップがますます充実しています。

女性に人気の 「安全・安心・健康・おいしい」 ローソンのオリジナル商品



ローソンは、働く女性や主婦のお客さまに喜んでいただける商品開発にも力を入れています。女性のお客さまは、味、食材、カロリー、量、価格、見た目のいずれにおいても敏感で、特に健康に気を使う傾向が顕著なことから、安心して食していただける商品開発に努めています。当期からは、女性に人気の「ナチュラルローソン」との共同開発商品を全国のローソンにも展開するなど、より多くの女性のニーズに答えていきます。

今後も、「安全・安心・健康・おいしい」にこだわった商品の開発に努めていきます。

味・健康、そして容器も斬新「五穀ハヤシとグリル野菜」



お弁当では初のナチュラルローソンと「ごはん亭」の共同企画商品。女性に大人気の季節野菜といも類のグリルと五穀ハヤシライスとの組み合わせは、味はもちろん、栄養バランスも抜群です。

健康食材がギッシリ「黒米入丹波黒 黒豆」



ナチュラルローソンと「おにぎり屋」の共同企画商品。黒豆ブランドの王様「丹波黒」は、後味に甘みが残るのが特徴です。黒米・玄米などの健康ごはんと体にやさしい具材を組み合わせたおにぎりです。

200kcal以下に抑えた「ライ麦パンサンド 野菜ハムタマゴ」



ナチュラルローソンとのタイアップだからこそ実現したヘルシーなサンドイッチです。野菜、ハム、タマゴの具材をそのままに、通常は約300kcalのサンドイッチを200kcal以下に抑えた女性の味方です。

ネバネバ食材の魅力満載「ネバネバ姫サラダ」



健康志向が高まる中で、特に注目の「ネバネバ」食材をモチーフに、「夏にまけないネバネバ王国」キャンペーンを展開しました。「ネバネバ姫サラダ」は、オクラ、とろろ芋、もずくなど、7種のネバネバ食材をふんだんに使用し、低カロリーで食感が人気の春雨サラダと組み合わせました。

あらゆる層のお客さまにローソンファンになって ローソンの客層を拡大する強力な2つのフォーマ



「美」と「健康」と「快適」がキーワードのナチュラルローソン

ナチュラルローソンは、女性や健康に気を使われるお客さまを中心に大好評いただいております。着実に店舗展開を拡大しています。お弁当やお惣菜では、ビタミンを豊富に含んだ玄米や黒米、ひじき、海藻類などを使用したヘルシーでカロリー控えめな商品を取り揃えています。また、体型や体質などにより3つに分類して開発した「遺伝子型ダイエット弁当」では、「無理なくおいしくダイエットしたい」という女性の想いに応え、カロリーを253kcalにまで抑えたお弁当も開発しました。さらに、毎日店内で作る「焼きたてパン」も大人気で、その場で豆を挽いて提供するオーガニックコーヒーとともに、店舗のイートインコーナーやテラスでお召し上がりいただくことも可能です。

ナチュラルローソンは、2006年8月末現在67店舗を数え、首都圏や近畿圏の働く女性が多いオフィス街や閑静な住宅地を中心に店舗を拡大しています。

●渋谷代官山店



イートインコーナーでお召し上がりいただける焼きたてパンやオーガニックコーヒー



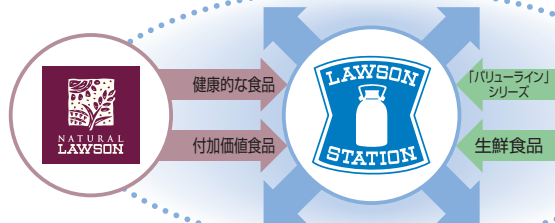
京都の老舗料亭と共同で開発した「花楽膳」



カロリーを抑えた「遺伝子型ダイエット弁当」

ローソンストア100の強みを取り入れた ローソン浦安店

ローソン浦安店では、ローソンストア100の強みを取り入れ、お客さまの来店数を増やすことに成功しました。ローソンストア100で培ったノウハウを活かし、既存店舗に生鮮野菜の小分け販売や、ローソンストア100のプライベートブランド商品「バリューライン」シリーズを加えることによって、より一層マチのお客さまのニーズに合った品揃えを実現しています。



いただくために ツト



お客さまに100%の満足を提供する ローソンストア100

ローソンストア100は、105円(税込み)の
シンプルな価格帯を中心とした新鮮な生鮮

食品や加工食品などを取り揃え、主婦や高齢のお客さまを中心
に喜ばれています。生鮮食品については、新鮮な野菜や果物を毎日市場から仕入れ*、
店頭においても各店舗の青果担当者が品質をチェックするなど、徹底して鮮度にこだ
わっています。また、小分けにして販売することにより、新鮮な食材を適量だけ欲しい
という小世帯のお客さまのご要望にもお応えしています。

プライベートブランド商品「バリューライン」シリーズについては、取扱品目数も230
を超え、価格以上に価値のある商品をさらに充実させています。

ローソンストア100は、
2006年8月末現在61
店舗を数え、都市部の
住宅地を中心に店舗を
拡大しています。

※市場休場日は除く。

●「バリューライン」シリーズ



●上北沢店



生鮮食品コーナー

●浦安店



加工食品や野菜・果物を取り揃えた
コーナー



「バリューライン」シリーズの冷凍食品
コーナー



すべての世代のお客さまにご満足いただくため 「シニアにやさしいローソン」をオープン

ローソンは、客層の拡大を図るため、健康志向のナチュラルローソン、生鮮食品に強みを持つローソンストア100に続き、「シニアにやさしいローソン」の出店を開始しました。

● 東浦町浦店



淡路島の特産品「淡路たまねぎ」



4段階の固さと豊富な品揃えのユニバーサルデザインフード



店内に設置されたコミュニケーションスペース「憩いの場」



店内に設置されたマッサージチェア

高齢のお客さまにもローソンにご来店いただき、気持ちよくご利用いただくため、2006年7月、「シニアにやさしいローソン」東浦町浦店を兵庫県淡路島にオープンしました。高齢の方にとって十分な量に小分けした生鮮野菜、固いものが食べられない方にも安心しておいしく食べていただけるユニバーサルデザインフード、そして慣れ親しんだ地元食材なども豊富に取り揃えています。日用品においては、老眼鏡や白髪染めなどを取り揃えるとともに、玩具を充実させることで、お孫さんとお買い物も楽しんでいただけます。また、値札の文字を見やすく大きい文字で表現するとともに店内の通路幅を拡大し、軽量カートを押しながらゆっくりとお買い物をすることも可能にしました。お買い物の後には、くつろぎながらご近所の方とのふれあいを楽しんでいただくために、休憩スペースやマッサージチェアも設置しています。さらに、敬老の日には、シニアの方がお孫さんと一緒に楽しめる「敬老の日」イベント・謝恩セールを開催しました。お孫さんが描いたおじいちゃん、おばあちゃんの似顔絵をお持ちいただくと、その似顔絵を店内に展示させていただくとともに、キャラクターがプリントされたトートバックやお花、似顔絵をプリントした切手などをプレゼントさせていただき、大変喜ばれました。

このようなサービスの一部を高齢者が多い立地の店舗にも展開するため、モデル店舗を全国各支社に配置し、検証を重ねることによって既存店の更なる活性化に努めていきます。

● 環境省と民間企業で初めて「環境保全に向けた取り組みに関する協定」を締結

2006年9月、ローソンは、省資源・廃棄物削減による循環型社会の構築と地球温暖化の防止に向け、民間企業で初めて、「環境保全に向けた取り組みに関する協定」を環境省と締結しました。ローソンは、これまでに取り組んできた積極的な環境保全・社会貢献活動に加え、環境省と協力してレジ袋使用量の削減やゴミの分別、食品リサイクルをはじめとするさまざまな省資源・省エネ対策を実施するとともに、ローソン「緑の募金」などを通じた緑化活動を推進して、一層の地球温暖化防止に努めます。



小池百合子環境大臣(当時)と新浪剛

● 東京急行電鉄との共同開発店舗「LAWSON+toks (ローソン プラス トークス)」誕生

2006年8月、ローソンは、東京急行電鉄株式会社との提携により、東急田園都市線「長津田駅」構内に「LAWSON+toks (ローソン プラス トークス)」1号店を出店しました。今まで出店が難しかった「駅ナカ」という好立地への出店を容易にするとともに、ローソンの持つ豊富な品揃えやサービスと、同社が展開する駅売店「toks (トークス)」のスピーディな接客ノウハウを融合させ、駅を利用される方々や地域住民の皆さまの暮らしをサポートします。今後は、1号店での検証結果を踏まえ、東急線の他の駅へも出店を拡大する予定です。



LAWSON+toks 長津田店

● NTTドコモとの資本・業務提携で始まる新しい電子決済サービス

「iD[®]」「Edy[®]」「Suica[®]」に代表される電子決済は、その手軽さから急速に浸透しています。ローソンは、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモと資本・業務提携を結び、「おサイフケータイ[®]」を使ってお買い物ができるケータイクレジット「iD[®]」による決済サービスを開始しました。また、レジでの決済時にお客さまに携帯電話を通じてお得な情報をお届けするドコモの「トルカ[®]」を使用した広告配信サービスなども展開する予定で、お客さまの豊かな生活をサポートしていきます。さらにローソンでは、お客さまに利便性を提供するため、「iD[®]」以外の電子決済サービスに対応できるように、日本で初めて一台の端末機で複数の電子決済ができる仕組みを2007年3月末までに全店に導入する予定です。

(注) 「iD」「トルカ」「おサイフケータイ」は、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモの登録商標です。
「Edy」は、ビットワレット株式会社が管理するプリペイド型電子マネーサービスのブランドです。
「Suica」は、東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。



複数の電子決済が可能なマルチ端末

中間連結貸借対照表

(単位:百万円)

流動資産

流動資産は、前期末に比べ426億3千5百万円増加(前期末比32.8%増)し、1,724億7千6百万円となりました。これは主に、加盟店貸勘定が15億4千1百万円減少したものの、チェーン全店売上高の増加により現金及び預金が284億4千1百万円、有価証券の購入により有価証券が155億3千6百万円それぞれ増加したことによるものです。

固定資産

固定資産は、前期末に比べ26億1千3百万円増加(同1.1%増)し、2,478億7千8百万円となりました。これは主に、新規出店が増加したことにより有形固定資産が29億5千3百万円増加したことによるものです。

科 目	当中間期	前中間期	前期
	(2006年8月31日現在)	(2005年8月31日現在)	(2006年2月28日現在)
●資産の部			
●流動資産	172,476	159,426	129,841
現金及び預金	89,382	106,593	60,940
加盟店貸勘定	9,221	7,777	10,762
有価証券	35,188	9,391	19,651
たな卸資産	1,685	1,442	1,573
未収入金	21,118	20,049	21,578
繰延税金資産	3,276	3,371	3,188
その他	12,682	10,878	12,227
貸倒引当金	△ 78	△ 78	△ 81
●固定資産	247,878	235,250	245,265
有形固定資産	102,225	94,925	99,271
建物及び構築物	79,610	71,511	75,763
工具器具備品	16,948	18,424	18,271
土地	5,666	4,989	5,236
無形固定資産	16,385	15,561	17,272
投資その他の資産	129,268	124,763	128,720
投資有価証券	2,544	2,690	2,538
差入保証金	88,798	89,747	89,928
繰延税金資産	10,540	8,671	11,046
再評価に係る繰延税金資産	3,330	3,747	3,330
その他	28,766	24,475	26,339
貸倒引当金	△ 4,714	△ 4,568	△ 4,462
資産合計	420,354	394,676	375,106
有形固定資産の減価償却累計額	99,199	91,104	96,483

連結子会社



(株)ローソンチケット

主にローソン店舗内のマルチメディア情報端末「Loppi」を通じてコンサート、スポーツ及び映画などのチケット販売を行っております。



(株)ローソン・エイティエム・ネットワークス

主にローソン店舗における共同ATMの設置、管理及び運用に関する業務や、入出金・振込等、共同ATM網を利用した提携金融機関の金融サービスに係る事務受託などを行っております。



(株)アイ・コンビニエンス

携帯電話の公式サイト「ローソンモバイル」を展開し、物販・サービス・情報の提供などを行っております。



(株)ベストプラクティス

コンビニエンスストアに関する実態調査を行い、ローソン店舗の改善に関わる助言及び提案を行っております。

科 目	当中間期	前中間期	前期
	(2006年8月31日現在)	(2005年8月31日現在)	(2006年2月28日現在)
●負債の部			
流動負債	169,983	165,785	141,241
買掛金	82,441	79,178	63,169
加盟店借勘定	4,186	5,066	3,416
未払金	13,180	13,543	13,415
未払法人税等	9,063	10,064	10,323
預り金	54,194	50,759	44,614
賞与引当金	2,643	2,997	2,544
その他	4,271	4,176	3,756
固定負債	54,774	54,770	54,858
退職給付引当金	3,317	2,290	2,816
役員退職慰労引当金	200	229	317
預り保証金	50,675	51,916	51,336
長期リース資産減損勘定	126	119	140
その他	454	214	247
負債合計	224,757	220,555	196,099
●純資産の部			
株主資本	195,591	174,905	179,237
資本金	58,506	58,506	58,506
資本剰余金	42,261	41,523	41,520
利益剰余金	95,671	84,450	88,355
自己株式	△ 847	△ 9,575	△ 9,144
評価・換算差額等	△ 4,167	△ 4,629	△ 4,053
その他有価証券評価差額金	581	772	695
土地再評価差額金	△ 4,854	△ 5,461	△ 4,854
為替換算調整勘定	105	59	105
少数株主持分	4,173	3,845	3,822
純資産合計	195,597	174,120	179,006
負債純資産合計	420,354	394,676	375,106

(注)当中間期より、中間連結財務諸表規則の改正により、従来の「資本の部」を「純資産の部」として表示しております。なお、前中間期・前期においても数値比較を可能にするため、「純資産の部」として表示しております。

流動負債

流動負債は、前期末に比べ287億4千2百万円増加(前期末比20.3%増)し、1,699億8千3百万円となりました。これは主に、未払法人税等が12億5千9百万円減少したものの、チェーン全店売上高の増加により買掛金が192億7千1百万円、公共料金等の収納代行件数の増加により預り金が95億8千万円それぞれ増加したことによるものです。

固定負債

固定負債は、前期末に比べ8千4百万円減少(同0.2%減)し、547億7千4百万円となりました。これは主に、退職給付引当金が5億1百万円増加したものの、保証金預託タイプの加盟店が減少したことにより預り保証金が6億6千万円減少したことによるものです。

純資産の部

純資産は、前期末に比べ165億9千万円増加(同9.3%増)し、1,955億9千7百万円となりました。これは主に、配当金を46億2百万円支払ったものの、中間純利益を119億1千7百万円計上したことや、自己株式の売却等により82億9千7百万円の収入があったことによるものです。その結果、自己資本比率は前期末に比べ1.2%低下し、45.5%となりました。

関連会社



(株)ナチュラルローソン

「美」と「健康」と「快適」をキーワードに展開している「ナチュラルローソン」店舗の事業フォーマットの確立、商品企画・開発、店舗運営指導業務を行っております。



(株)バリューローソン

主婦と中高年のお客さまを主な対象とし、価値ある商品をシンプルプライスで提供する「ローソンストア100」店舗の事業フォーマットの展開、商品企画・開発、店舗運営業務を行っております。



(株)ローソン・シーエス・カード

ローソン顧客向けクレジットカードを発行し、マルチメディア情報端末「Loppi」などの各種インフラを通じて、カードサービスを提供しております。

LAWSON 上海華聯罗森有限公司

罗 森

当社と百聯集團有限公司との合弁事業として、中華人民共和国上海市において、ローソン店舗のチェーン展開を行っております。

中間連結損益計算書

(単位:百万円)

科 目	当中間期 (2006年3月1日から 2006年8月31日まで)	前中間期 (2005年3月1日から 2005年8月31日まで)	前期 (2005年3月1日から 2006年2月28日まで)
(チェーン全店売上高)	(706,291)	(701,168)	(1,361,731)
営業総収入	143,356	136,828	268,058
営業収入	105,825	103,262	201,412
売上高	37,531	33,566	66,645
売上原価	27,250	24,247	48,296
営業総利益	116,106	112,580	219,761
販売費及び一般管理費	91,915	87,253	175,894
営業利益	24,191	25,327	43,867
営業外収益	805	653	1,626
受取利息	285	192	396
その他	520	461	1,230
営業外費用	648	942	1,553
店舗解約損	343	772	1,290
その他	304	170	263
経常利益	24,348	25,038	43,940
特別利益	295	1,039	1,308
固定資産売却益	293	23	24
有価証券売却益	—	988	988
その他	1	27	295
特別損失	3,959	3,558	6,525
固定資産除却損	2,214	1,599	3,013
固定資産売却損	65	372	409
減損損失	1,569	1,302	2,708
その他	109	284	394
税金等調整前中間(当期)純利益	20,683	22,519	38,722
法人税、住民税及び事業税	7,902	9,166	17,823
法人税等調整額	498	115	△1,606
少数株主利益	364	354	480
中間(当期)純利益	11,917	12,881	22,025

営業総収入

営業総収入は、前中間期に比べ65億2千8百万円増加(前中間期比4.8%増)し、1,433億5千6百万円となりました。
これは主に、加盟店の増加によるロイヤリティ収入や連結子会社の(株)ローソン・エイティエム・ネットワークスのATMの利用手数料が増加したことによるものです。

営業利益

営業利益は、前中間期に比べ11億3千6百万円減少(同4.5%減)し、241億9千1百万円となりました。
これは主に、営業総利益が35億2千5百万円増加したものの、積極的な販促施策などにより、販売費及び一般管理費が46億6千1百万円増加したことによるものです。

経常利益・中間純利益

経常利益は、前中間期に比べ6億9千万円減少(同2.8%減)し、243億4千8百万円となりました。
これは主に、店舗クローズに伴って発生する店舗解約損が4億2千9百万円減少したものの、営業利益が11億3千6百万円減少したことによるものです。
これらの結果、中間純利益は、前中間期に比べ9億6千4百万円減少(同7.5%減)し、119億1千7百万円となりました。

中間連結株主資本等変動計算書 (単位:百万円)

当中間期 (2006年3月1日から 2006年8月31日まで)	株主資本					評価・換算差額等				少数株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	土地再評価 差額金	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
2006年2月28日残高	58,506	41,520	88,355	△ 9,144	179,237	695	△ 4,854	105	△ 4,053	3,822	179,006
中間連結会計期間中の変動額											
剰余金の配当			△ 4,602		△ 4,602						△ 4,602
中間純利益			11,917		11,917						11,917
自己株式の取得				△ 0	△ 0						△ 0
新株予約権の行使		△ 11		29	18						18
自己株式の売却		753		8,267	9,020						9,020
株主資本以外の項目の中間連結 会計期間中の変動額(純額)						△ 113		△ 0	△ 114	350	236
中間連結会計期間中の変動額合計	—	741	7,315	8,297	16,354	△ 113	—	△ 0	△ 114	350	16,589
2006年8月31日残高	58,506	42,261	95,671	△ 847	195,591	581	△ 4,854	105	△ 4,167	4,173	195,597

(注)当中間期より、中間連結財務諸表規則の改正により、従来の「中間連結剰余金計算書」から「中間連結株主資本等変動計算書」へ変更になりました。これは、貸借対照表の「純資産の部」の中の、主として株主の皆さまに帰属する株主資本について、1会計期間における変動の事由と金額を記載するものです。

中間連結キャッシュ・フロー計算書 (単位:百万円)

科 目	当中間期 (2006年3月1日から 2006年8月31日まで)	前中間期 (2005年3月1日から 2005年8月31日まで)	前期 (2005年3月1日から 2006年2月28日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー	56,325	54,972	46,932
● 投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 17,014	△ 21,385	△ 55,282
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,422	△ 3,577	△ 7,794
現金及び現金同等物の増加額(△:減少額)	43,732	30,009	△ 16,143
現金及び現金同等物の期首残高	60,440	76,584	76,584
現金及び現金同等物の中間期末(期末)残高	104,173	106,593	60,440

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、前中間期に比べ13億5千2百万円収入が増加し、563億2千5百万円の収入となりました。

これは主に、税金等調整前中間純利益が減少したものの、加盟店の債務勘定である仕入債務が増加したことや、法人税等の支払額が減少したことによるものです。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは、前中間期に比べ43億7千1百万円支出が減少し、170億1千4百万円の支出となりました。

これは主に、有価証券の取得が増加したものの、有価証券の償還が増加したことによるものです。

その結果、営業活動によるキャッシュ・フローから投資活動によるキャッシュ・フローを差し引いたフリーキャッシュ・フローは前中間期に比べ57億2千4百万円増加し、393億1千万円になりました。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、前中間期に比べ79億9千9百万円支出が減少し、44億2千2百万円の収入となりました。

これは主に、自己株式の売却等によるものです。

これらの結果、当中間期末の現金及び現金同等物は前期末に比べ437億3千2百万円増加し、1,041億7千3百万円となりました。

中間財務諸表

(単位:百万円)

●中間貸借対照表

科 目	当中間期	前期
	(2006年8月31日現在)	(2006年2月28日現在)
●資産の部		
流動資産	158,443	117,096
固定資産	253,278	251,180
有形固定資産	101,705	99,019
無形固定資産	15,940	16,740
投資その他の資産	135,632	135,419
資産合計	411,721	368,276
●負債の部		
流動負債	161,530	134,240
固定負債	54,224	54,530
負債合計	215,755	188,770
●純資産の部		
株主資本	200,239	183,663
資本金	58,506	58,506
資本剰余金	42,261	41,520
利益剰余金	100,318	92,781
自己株式	△ 847	△ 9,144
評価・換算差額等	△ 4,273	△ 4,157
その他有価証券評価差額金	581	697
土地再評価差額金	△ 4,854	△ 4,854
純資産合計	195,966	179,505
負債純資産合計	411,721	368,276
有形固定資産の減価償却累計額	98,960	96,276

(注)当中間期より、中間財務諸表等規則の改正により、従来の「資本の部」を「純資産の部」として表示しております。なお、前期においても数値比較を可能にするため、「純資産の部」として表示しております。

●中間損益計算書

科 目	当中間期	前中間期
	(2006年3月1日から2006年8月31日まで)	(2005年3月1日から2005年8月31日まで)
(チェーン全店売上高)	(702,869)	(701,000)
営業総収入	130,372	127,429
営業収入	97,434	95,232
売上高	32,938	32,196
売上原価	23,649	23,189
営業総利益	106,723	104,240
販売費及び一般管理費	82,996	79,406
営業利益	23,726	24,833
営業外収益	807	648
営業外費用	576	917
経常利益	23,957	24,564
特別利益	293	1,039
特別損失	3,948	3,466
税引前中間純利益	20,303	22,137
法人税、住民税及び事業税	7,678	8,987
法人税等調整額	484	200
中間純利益	12,140	12,949

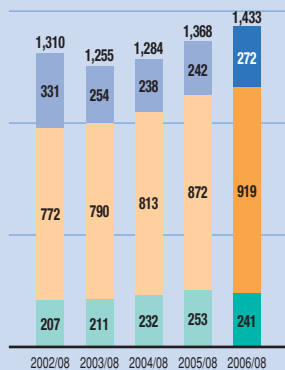
●中間株主資本等変動計算書

当中間期 (2006年3月1日から2006年8月31日まで)	株主資本					評価・換算差額等			純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券評価差額金	土地再評価差額金	評価・換算差額等合計	
2006年2月28日残高	58,506	41,520	92,781	△ 9,144	183,663	697	△ 4,854	△ 4,157	179,505
中間会計期間中の変動額									
剰余金の配当			△ 4,602		△ 4,602				△ 4,602
中間純利益			12,140		12,140				12,140
自己株式の取得				△ 0	△ 0				△ 0
新株予約権の行使		△ 11		29	18				18
自己株式の売却		753		8,267	9,020				9,020
株主資本以外の項目の中間会計期間中の変動額(純額)						△ 115		△ 115	△ 115
中間会計期間中の変動額合計	—	741	7,537	8,297	16,576	△ 115	—	△ 115	16,460
2006年8月31日残高	58,506	42,261	100,318	△ 847	200,239	581	△ 4,854	△ 4,273	195,966

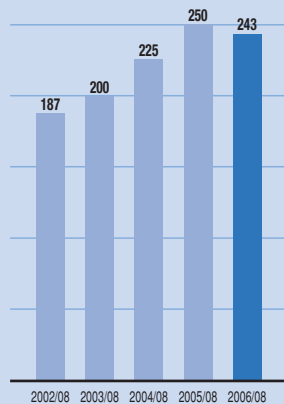
主要連結経営指標

営業総収入 (単位: 億円)

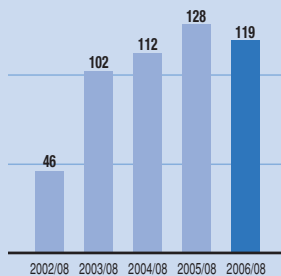
■売上原価/■販管費/■営業利益



■経常利益 (単位: 億円)



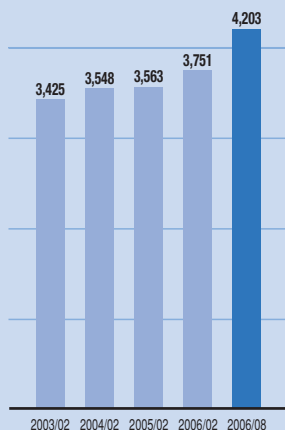
■中間純利益 (単位: 億円)



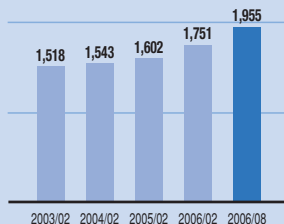
■1株当たり中間純利益 (単位: 円)



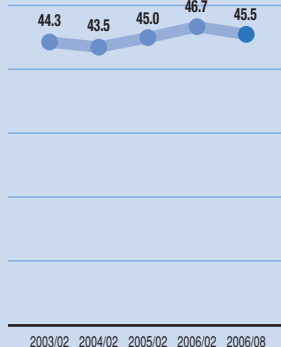
■総資産 (単位: 億円)



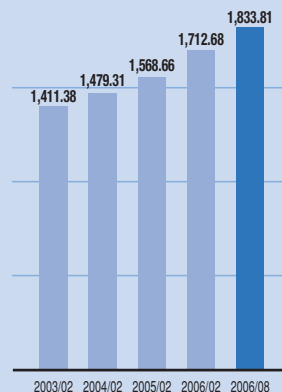
■純資産 (単位: 億円)



●自己資本比率 (単位: %)



●1株当たり純資産 (単位: 円)



(注) 2006年8月期より、純資産には少数株主持分を含めております。

店舗情報

(2006年8月31日現在)

店舗数

国内合計 **8,455** 店舗

中国地方 **493** 店舗

	店舗数
鳥取	75
島根	69
岡山	119
広島	121
山口	109
計	493

中部地方 **1,145** 店舗

	店舗数
新潟	110
富山	101
石川	72
福井	79
山梨	61
長野	139
岐阜	97
静岡	152
愛知	334
計	1,145

北海道地方 **501** 店舗

東北地方 **768** 店舗

	店舗数
青森	146
岩手	172
宮城	161
秋田	135
山形	57
福島	97
計	768

関東地方 **2,249** 店舗

	店舗数
茨城	103
栃木	105
群馬	71
埼玉	333
千葉	287
東京都	870
神奈川県	480
計	2,249

近畿地方 **1,909** 店舗

	店舗数
三重	78
滋賀	120
京都	187
大阪	835
兵庫	473
奈良	101
和歌山	115
計	1,909

四国地方 **416** 店舗

	店舗数
徳島	104
香川	96
愛媛	158
高知	58
計	416

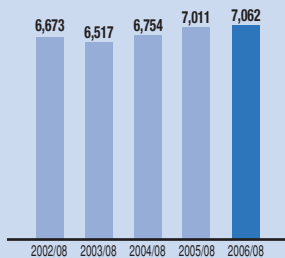
九州地方 **974** 店舗

	店舗数
福岡	312
佐賀	59
熊本	78
長崎	89
大分	117
宮崎	82
鹿児島	110
沖縄	127
計	974



(2006年6月末現在)

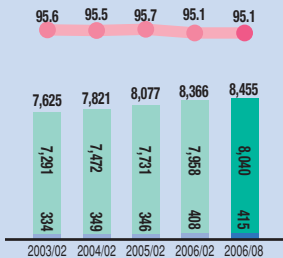
連結チェーン全店売上高 (単位: 億円)



■直営店舗数

■フランチャイズ店舗数 (単位: 店)

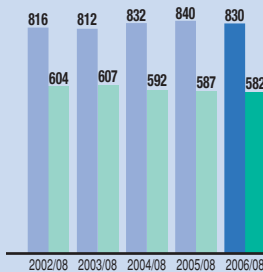
●フランチャイズ比率 (単位: %)



(注) 店舗数は、ナチュラルローソン、ローソンストア100を含めて表示しております。

■平均客数 (単位: 人)

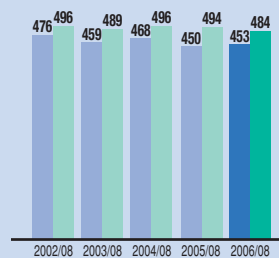
■平均客単価 (単位: 円)



(注) 平均客数は、2002年8月期を全店、2003年8月期以降を既存店ベースにて算出しております。

平均日販 (単位: 千円)

■新店平均日販 ■全店平均日販



会社概況・株式情報

(2006年8月31日現在)

会社概要

商号 株式会社ローソン
所在地 東京本社
 〒141-8643 東京都品川区大崎一丁目11番2号
 ゲートシティ大崎イーストタワー
 TEL. 03-5435-2770
 大阪本社
 〒564-0051 大阪府吹田市豊津町9番1号
 TEL. 06-6380-4491
設立 1975年4月15日
資本金 585億664万4,000円
社員数 3,117名
事業内容 コンビニエンスストア「ローソン」の
 フランチャイズチェーン展開

役員

代表取締役社長	新浪 剛	常務執行役員	長谷川 進
代表取締役副社長	田邊 栄一	上級執行役員	奥田 一郎
取締役専務執行役員	森山 透	上級執行役員	川村 隆利
取締役上級執行役員	浅野 学	上級執行役員	出口幸之進
取締役(社外)	田坂 広志	執行役員	鈴木 清晃
取締役(社外)	米澤 禮子	執行役員	篠崎 良夫
取締役(社外)	増田 宗昭	執行役員	河原 成昭
取締役(社外)	古川 洽次	執行役員	今田 勝之
取締役(社外)	垣内 威彦	執行役員	森本 憲治
常勤監査役	山川 健次	執行役員	伊賀維 津雄
常勤監査役(社外)	中野 宗彦	執行役員	水野 隆喜
監査役(社外)	小澤 徹夫	執行役員	西口 則一
監査役(社外)	桑田 博	執行役員	宮崎 純
		執行役員	岡田 正俊
		執行役員	松原 覚

株式の状況

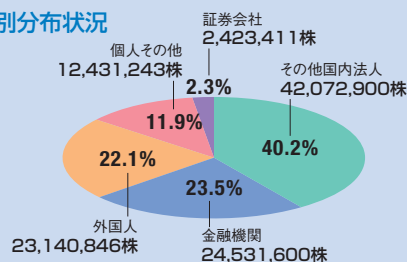
発行可能株式総数 409,300,000株
 発行済株式の総数 104,600,000株
 株主数 45,713名

大株主 (上位10名)

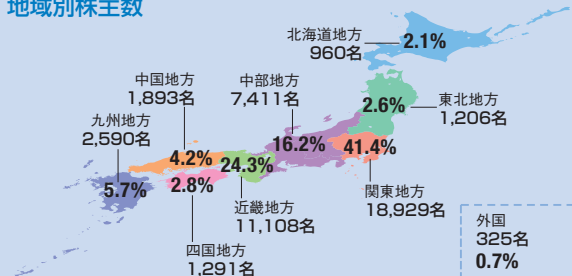
株主名	所有株数(株)	出資比率(%)
1.三菱商事株式会社	32,089,300	30.7
2.日本トラスティサービス信託銀行株式会社(信託口)	7,344,500	7.0
3.丸紅フーズインベストメント株式会社	5,939,500	5.7
4.日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5,601,900	5.4
5.株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ	2,092,000	2.0
6.野村証券株式会社	1,753,500	1.7
7.資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	1,649,900	1.6
8.ビービーエイチ/トナムインターナショナルグループファンド	1,036,600	1.0
9.ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー	893,307	0.9
10.ザチエスマンハッタンバンクエヌエイロンドン	882,203	0.8

株式分布状況

所有者別分布状況



地域別株主数



株 主 メ モ

事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日まで
定時株主総会	毎年5月開催
定時株主総会の基準日	毎年2月末日
配当基準日	毎年2月末日及び毎年8月31日
単元株式数	100株
株主名簿管理人	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番5号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
同取次所	三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
(電話お問い合わせ) 郵便物送付先	〒171-8508 東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-707-696(フリーダイヤル) 三菱UFJ信託銀行株式会社 全国各支店
公告の方法	電子公告の方法により行います。ただし、やむを得ない事由により 電子公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載します。 公告掲載の当社ホームページアドレス http://www.lawson.co.jp/koukoku/index.html

各種手続用紙のご請求について

住所変更、名義書換、単元未満株式の買取り、買増し及び配当金振込指定などに必要な各用紙のご請求は、株主名簿管理人のフリーダイヤル及びホームページで24時間受付しております。

- フリーダイヤル 0120-864-490

なお、証券保管振替機構をご利用の方は、お取引のある証券会社にお申し出ください。

- 当社のホームページからも
様々な情報をご覧いただけます。



LAWSON

株式会社ローソン

FCサポートステーション 総務（株式）
〒141-8643 東京都品川区大崎一丁目11番2号
ゲートシティ大崎 イーストタワー
TEL 03-5435-2774
FAX 03-5759-6944
<http://www.lawson.co.jp/>

発行月 2006年11月

© 2006 LAWSON, INC. All rights Reserved.



B-(2)-060001



- この報告書は、間伐紙（国産材10%+市場回収再生紙90%）を使用しています。
- アメリカ大豆協会認定の大豆油インキで印刷しています。