

LAWSON

VALUE BOOK  
第34期 中間報告書

2008年3月1日～2008年8月31日



# ローソンは、お客さま一人ひとりにとっての マチのほっとステーションを 目指します。



代表取締役社長  
新 浪 剛



元気になろーソコ!



当中間期の連結業績について  
教えてください。



営業総収入は前年同期比5.8%増、  
中間純利益は前年同期比25.9%増  
と増収増益となりました。

当中間期から、taspo（成人識別ICカード）が日本全国で順次導入され、taspoがないと自動販売機でたばこが買えなくなりました。これにより、従来自動販売機でたばこを買われていた方が、ローソン店舗において、たばこのみならず飲料、弁当なども買われるようになりました。このtaspo効果が想定以上に大きかったこともあり、加盟店の

ロイヤリティ収入が増加し、ローソングループの営業総収入は前年同期比5.8%増の1,623億3千万円となりました。

また、システム関連費用の見直しにより販売費及び一般管理費を削減したことなどもあり、営業利益は前年同期比14.0%増の291億円、経常利益は同じく13.2%増の288億9千万円となりました。

これらの結果、中間純利益は前年同期比25.9%増の155億8百万円、1株当たり中間純利益は156円42銭となりました。

なお、下期につきましても引き続きtaspo効果による業績の向上が見込まれることから、10月3日付で通期の業績予想を上方修正しています。

**Q2** 現在のコンビニを取り巻く環境について教えてください。

**A2** **taspo効果は一過性のもので、引き続き厳しい環境にあると考えています。**

CVS(コンビニエンスストア)業界の外部環境は、taspoの導入開始に伴う来店客数の増加により改善していますが、この動きはあくまでも一過性のもので認識しています。サブプライム・ローンに端を発した金融不安の到来、原油・原材料価格の高騰による物価上昇、年金問題などによる将来への不安、これらの複合要因による消費マインドの冷え込みが、CVS業界のみならず国内小売業全体の成長にマイナスの影響を与えています。

このような状況下で、お客さまの行動パターンは生活防衛型へ大きく変化しています。そのため、PB商品(自主企画商品)はかつてなかったほどの売上を記録しています。また、ガソリン価格や一般食品価格の値上げにより、遠方のショッピングモールから近くの店舗へ、ファミリーレストランなどでの外食から近くのCVSでの中食へと、お客さまの行動パターンに変化が起きています。

当社は、お客さまの購買行動の変化を受け、「マチ(地域)のお客さまに合った品揃え」を実現し、マチとお店を元気にするための取組みを実施しています。

**Q3** そのような環境の中で、ローソンはどのような施策を考えていますか？

**A3** **ローソンパス、マイローソンポイントの購買情報などをもとに、「マチのお客さまに合った品揃え」に注力します。**

当社は、お客さまの購買行動の変化を受け、「マチのお客さまに合った品揃え」を実現するために個店主義に基づく指導を継続してきました。具体的には、販売機会ロス(お客さまが必要としている商品が売場で品切れしていること)と商品廃棄ロス(商品がお客さまにお買い上げいただけず余ってしまうこと)の2つのロスを低減させるため、経営判断資料である個店カルテのさらなる進化と活用促進を図りました。

また、原材料価格が高騰する中で、加盟店の利益を維持するためにオリジナル商品の価格と品質の維持に努めました。

さらに、従来から発行してきたクレジット機能付きカードの「ローソンパス」に加えて、「マイローソンポイント」というクレジット機能のないポイントカードの展開を強化し、両カードの会員数は720万人を超えました。これらのポイントカードの購買情報をもとに、お客さまが求める商品を品揃えすることができるようになりました。今後は、個店カルテとポイントカード情報を融合した顧客情報管理を

強化することにより、マチのお客さまに合わせた最適な品揃えの実現に注力していきます。

また、販売促進活動につきましても、ポイントカードをお持ちのお客さまにより一層満足していただけるものにシフトしていきます。

### Q4 (株)九九プラスとの関係について教えてください。

## A4 「SHOP99」で培われた生鮮コンビニなどのノウハウや強みを活用し、客層拡大を進めていきます。

従来のCVSでは充分に取り込めていなかった主婦層や中高年層にもご来店いただくことが、少子高齢化のもとでの企業成長のための最重要課題と認識しています。そのために、当社は、連結子会社の(株)バリューローソンを通じて、生鮮食品や日配品の取扱いを強化し、シングルプライスで商品を提供する「ローソンストア100」の展開を行っています。さらに、「ローソンストア100」で得られたノウ



ハウ及びローソングループ統一のPB商品である「バリューライン」シリーズをローソン店舗に活用する

ことで、主婦層や中高年層を中心とした客層拡大を進めています。

また、(株)九九プラスとは本年2月以降、「SHOP99」の「ローソンストア100」への転換の実験展開、「SHOP99」へのATM（現金自動預払機）の試験導入、新物流センターによる物流の合理化並びに「バリューライン」シリーズの販売と中食強化などを実施してきました。

今回の(株)九九プラスの株式公開買付け実施による子会社化を通じて、生鮮コンビニなどで培った互いのノウハウや強みを活用し、物流の効率化や商品の共同開発などにより、売上及び収益のさらなる拡大に取り組みます。



### Q5 株主への還元策について教えてください。

## A5 5期連続増配の1株につき160円の年間配当を予定しており、引き続き積極的な株主還元に努めます。

株主の皆さまへの利益還元策につきましては、EPS（1株当たり純利益）成長を前提に、今後の成長

に必要な内部留保を確保した上で、配当金をもって実施することを基本方針としています。

配当金につきましては、2005年2月期から4期連続増配し、さらに当期の年間配当金は1株当たり160円(前期比50円増、2005年2月期比90円増)を予定しています。引き続き積極的に株主の皆さまへの利益還元を努めていきます。

**Q6** 最後に株主の皆さまにメッセージをお願いします。

**A6** みんなと暮らすマチを幸せにするために「3つの徹底」を継続し、オンリー・ワン企業になることを目指します。

少子高齢化の進展、地域間格差の拡大、原油・原材料価格の高騰、世界的な金融不安の進行など、当社を取り巻く環境は厳しいものがあります。このような環境下で当社は、一人ひとりのお客さまにとっての「マチのほっとステーション」となることを実現し、経営理念である「みんなと暮らすマチを幸せにする」ことを目指していきます。

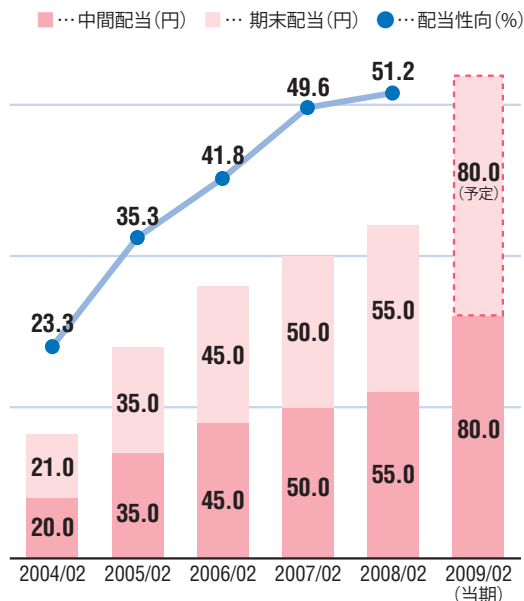
そのためには、「マチのお客さまに喜んでいただける品揃え」「お店とマチをきれいにする」「心のこもった接客」という「3つの徹底」が重要であり、中でもお客さまの購買行動の変化に合わせた「マチのお客さまに合った品揃え」を実現することが

「マチのほっとステーション」への近道であると考えています。「マチのお客さまに合った品揃え」を実現することで、お客さまの圧倒的な支持を集め、それらの積み重ねがローソンを、同業他社をしのごんりー・ワン企業へと押し上げていくものと確信しています。

そして株主の皆さまからの「ローソンは他社とは違う」「ローソンなら何かやってくれる」という期待にお応えできるよう企業活動を続けていきます。

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、宜しくお願い申し上げます。

◆ 配当金と連結配当性向の推移



# さまざまなタイプのローソンをご紹介します

そのマチ、その地域のニーズに合わせた形の店舗を展開することで、あらゆるお客さまにとっての「マチのほっとステーション」を目指しています。

## LAWSON PLUS ローソンプラス

地域のニーズに合わせた商品・サービスをプラスした店舗。今後は中・高齢者の女性のニーズに添えていくために、生鮮・日配食品など「ローソンストア100」フォーマットより導入していきます。



改装  
フォーマット

生鮮食品の  
ノウハウ

バリュー  
ライン

## LAWSON ローソン

20～30代男性が主力のターゲットであるローソンは、今後、女性をターゲットとするナチュラルローソンや「ローソンストア100」のノウハウを活かして、ブランド力を強化していきます。



健康志向  
オリジナル商品

## ローソンストア100



105円(税込み)という価格帯を中心とした店舗。今後、主婦層や中高年層を対象に生鮮・日配食品に加え、小分け販売、プライベートブランド「バリューライン」シリーズの商品の開発を強化していきます。



## ナチュラルローソン



美しく健康で、快適なライフスタイルをサポートする店舗。ヘルシー志向の女性を対象にオフィス街や住宅街に出店。カロリー控えめな惣菜やお弁当、オーガニック食材や天然原料の洗剤・化粧品などを取り揃えています。



## SHOP 99



生鮮コンビニのパイオニアである(株)九九プラスと「ローソンストア100」との連携により、それぞれのノウハウを活かした店舗展開・業務フローを展開しています。





# こんなところにもローソンがあります

地域の企業や団体・自治体などとの連携によって、さまざまな立地への出店も強化。それぞれの立地に応じた柔軟な店舗運営で、お客さまのご要望にお応えしています。

## ii ホスピタルローソン 阪大病院店

病院内にあるローソン。通路幅も広く患者さんにもやさしい設計で、介護用品や日用品を充実させています。また、お見舞いに来た方や病院に勤める皆さまにもご利用いただいております。その名のとおり、ホスピタリティをもって快適な院内生活をサポートしています。



## ii 大学内ローソン 東京大学安田講堂店

大学のキャンパス内にあるローソン。東京大学安田講堂店は、伝統と歴史を感じさせる本郷キャンパスの景観に合わせたデザインを採用しています。福利厚生充実という大学側の要望に応え、学生や教職員の利便性の向上を図るため、食品、日用品、文具、雑誌などの品揃えを充実させています。また、東京大学が定める「環境安全指針」に則り、本郷キャンパスにおける「分別・回収・リサイクルシステム」に沿った店舗運営を行い環境にも配慮しています。東京大学のほかにも、京都大学、九州大学、慶應義塾大学などの構内にも展開しています。



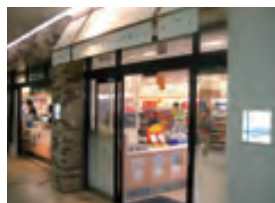
## ii 地下鉄ローソン 溜池山王メトロピア店

東京メトロと提携した地下鉄駅構内にあるローソン。売場面積が限られているため、生活雑貨類は減らしているものの、オフィス街で働く人のライフスタイルに合わせて、健康志向の商品などを各種取り揃えています。



## ii LAWSON + toks 長津田店

東急電鉄の駅売店「toks（トークス）」と融合したローソン。駅売店特有のスピーディーな接客でコンビニエンスストアのサービスや多種多様な商品・サービスを東急線ご利用のお客さまや周辺にお住まい、お勤めの方に提供しています。また、大岡山駅、中央林間駅にも出店しています。



## ii Airローソン 羽田空港第一ターミナルサウス店

空港内にあるローソン。東京の空の玄関口である羽田空港には2店舗を出店しています。1日の旅客数が約18万人のハブ空港で、搭乗前のお客さまはもちろん、送迎に来られた方や空港で働く皆さまにもご利用いただいています。



# 「安全・安心・健康」でおいしいローソンのオリジナル商品

安全な商品をご提供するため、オリジナル商品については食品添加物の削減に取り組み、合成着色料・保存料は使用していません。

「健康」に着目した商品の提供

- 原材料に対するこだわり
- 栄養バランスを考慮したメニューづくり
- 不足しがちな野菜を補えるメニューづくり

「安全・安心」な商品の提供

- 合成着色料・保存料の排除
- 鮮度管理・温度管理・衛生管理
- 原材料の生産履歴管理

## 彩り豊かに一つひとつのおかずこだわった「焼鮭和風幕の内」

お客さまアンケートの結果を参考にそれぞれのおかずを見直し、さらなるおいしさを追求した商品です。味がよく染みた「ひねりこんにゃく」の入った煮物、脂がのった「銀鮭」、おかずとして人気のある「唐揚」を入れました。ダシをきかせ甘さを抑えた「手焼き風玉子焼き」は丁寧に焼き上げ、やわらかく仕上げました。また、梅干は薄皮で果肉のやわらかい紀州産です。



●商品仕様は一部変更になります。

## おにぎりの“基本”を大切に好評「新潟コシヒカリおにぎり」シリーズ

新潟コシヒカリ、瀬戸内産の海苔、厳選された魚介類などの具と、おにぎりの3大要素である米、海苔、具のすべてにこだわっています。さらに、今年の新米切替時より、「特定農家限定米」を使用します。ローソンの「特定農家限定米」は、農林水産省のガイドラインに沿った「特別栽培米<sup>\*</sup>」です。



「新潟コシヒカリおにぎり」  
大きな焼さけハラミ

<sup>\*</sup>化学肥料などの使用を控え、生産履歴管理が徹底されたお米です。

## TOPICS トピックス

### 国産米100%の“米粉ぱん”が全国に登場

米粉を使用した「あんぱん」「蒸しパン」は、小麦パンとは違う“もちもち”とした食感を楽しめることに加え、国産米粉への安心感や小麦パンとの価格差の減少により、お客さまにご好評いただいています。今回、全国で販売する商品には、惣菜(カレー)を入れた平焼きパンと、朝食に適したミニブレッドを新たに

用意しました。100%国産の米粉を主原料としたパンを全国で販売するのはローソンが初めてとなります。



●製造上、原料の一部に小麦粉又は小麦由来の原料を使用しています。





## ローソンのPB商品「バリューライン」シリーズ

「ローソンストア100」を中心に展開している全品100円(税込み105円)のPB(自主企画)商品です。約340種類の商品の中でも、特にご好評をいただいている売れ筋TOP5を紹介します。

売れ筋



### バリューライン モーニングハーモニー各種

8枚スライス／6枚スライス／山型6枚スライス

しっとりした食感で、小麦本来の風味と香りが楽しめます。



売れ筋

No.2

### バリューライン 富士山系のおいしい水

2ℓ

やわらかな口当たりが特徴の富士山系のおいしい水です。



売れ筋

No.3

### バリューライン 大盛ごはん

250g

国産米を100%使用した、ふっくら炊きたて感のあるごはんです。



売れ筋

No.4

### バリューライン 小粒納豆

45g×4パック

歯ごたえのあるおいしい納豆で、遺伝子組み換え大豆は一切使用していません。



売れ筋

No.5

### バリューライン 3食焼きそば

135g×3食

ほぐれやすくてこしのある麺です。特製ソースもついてお得な3食入りです。



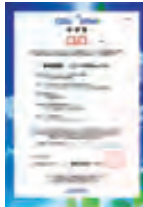
# ローソンのエコ活動

身近な存在であるコンビニエンスストアとして、「みんなと暮らすマチ」を幸せにする」ためにお客さまと一緒に取り組む環境活動を提案していくことが私たちの役割と考えています。

## お客さまとの取り組み ① お買い物で地球温暖化防止「CO<sub>2</sub>オフセット運動」

ローソンは、お買い物ポイントや現金でお客さまご自身のCO<sub>2</sub>を削減する「CO<sub>2</sub>オフセット運動」を展開しています。

アルゼンチンの風力発電事業で実現したCO<sub>2</sub>排出の削減量をローソンが購入し、お客さまに代わって日本政府の償却口座に移転することで、京都議定書で定められた温室効果ガス排出削減目標である「マイナス6%」に貢献しています。



排出権固有の識別番号を記載した証明書



アルゼンチンの風力発電事業。2008年8月までに748トンのCO<sub>2</sub>をオフセット

## お客さまとの取り組み ② レジ袋と割り箸の削減で省資源「バッグ&お箸「ケータイ運動」

レジ袋や割り箸の使用量を削減するため、ケータイバッグ「コンビニecoバッグ」、ケータイお箸「みどりのかけ箸」の普及に努めています。



2008年8月までに約145万枚を普及



2008年8月までに約2万膳を普及

## 地域との取り組み お客さまに支えられた森づくりローソンの森林整備活動



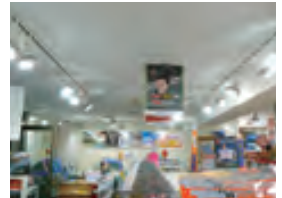
植樹活動(当中間期実績 63ヵ所)

店頭でのローソン「緑の募金」を通じて、地域の皆さまとともに、ローソン関係者も参加して、植樹や間伐などの森林整備活動を実施しています。

## 店舗での取り組み CO<sub>2</sub>排出削減に効果ありLED照明導入36店舗に拡大

LED(発光ダイオード)を採用した実験では、照明器具の電力消費量が約50%、店舗全体の電力消費量は約7%の削減となりました。さらに熱を発しないため室内の温

度上昇を防ぎ、温度調整にかかわる電力の消費量も削減。実験店舗の検証ではCO<sub>2</sub>排出量の削減は年間で約5トンとなります。



ここでご紹介する以外にも、本部(環境配慮社有車の使用、国産間伐材積極利用など)・物流(共同配送の取り組み、環境対策車導入など)・店舗(廃棄物の削減、省資源)での取り組み、そしてお客さまと一体になって、これからもさまざまな取り組みを行ってまいります。

## ローソン限定! 映画「崖の上のポニョ」オリジナル前売券を発売



©2008 二馬カ・GNDHDT

宮崎駿監督が7年ぶりに原作、脚本、監督のすべてを担当したスタジオジブリの映画「崖の上のポニョ」が大ヒットしました。ローソンでは7月の全国ロードショーに先立ち、ローソン限定グッズ付きのオリジナル前売券を販売するとともに、東京都三鷹市の「ローソン三鷹の森店」の店頭をポニョのキャラクターで装飾するなど、スタジオジブリと関係の深い

ローソンならではの取り組みを実現し、ご好評をいただきました。

前売券に付けた  
ローソン限定グッズ

## 洞爺湖サミットのお弁当

ローソンは、2008年1月に北海道が募集した「北海道洞爺湖サミット弁当供給業務」のパートナーに選ばれました。4月7日からサミット終了まで、全国各地から集まったサミット関係者向けに北海道の味覚を詰め込んだお弁当、パン、飲料を毎日お届けしました。



さらに、そのお弁当と同様のもの(一部仕様変更)をお客さま向けにも6月24日から7月9日まで販売。販売地域には国内旅行先として北海道の人気の高いことから、東京23区を選びました。

(上)北海道満彩弁当  
(下)道産鶏と二色ご飯の幕の内

## 店内に郵便局が開局

2008年9月12日、「ローソン<sup>さかきむらかみ</sup>坂城村<sup>かみさみょう</sup>上店(長野県埴科郡坂城町)」の店内に、上田郵便局<sup>かみさみょう</sup>五明分室を開局、郵便局業務を開始しました。ローソン店舗内での郵便局開局は全国初の取り組みで、簡易郵便局業務の委託が実現すると、ローソンでは初めて簡易郵便局長を兼務した経営者が誕生します。



今後ここでの経験を活かし、他店舗への簡易郵便局業務の委託拡大を目指し、この取り組みにより地域社会へ貢献しながら発展する新しいビジネスモデルの構築を目指します。全国ネットワークをもつローソンと日本郵政グループは、今後も相互協力し、両社のインフラを最大限に活用することで、地域に密着したサービスの提供、日常生活の利便性向上に寄与していきます。



店舗イメージ

## 2009年2月期 中間業績ハイライト (連結)

### 中間連結損益計算書のポイント (単位:百万円)

	当中間期 (2008年3月1日～2008年8月31日)	前中間期 (2007年3月1日～2007年8月31日)	増加率
(チェーン全店売上高)	(770,392)	(721,953)	(6.7%)
営業総収入	162,330	153,392	5.8%
売上原価	32,379	31,393	3.1%
営業総利益	129,950	121,999	6.5%
販売費及び一般管理費	100,850	96,477	4.5%
営業利益	29,100	25,521	14.0%
経常利益	28,890	25,514	13.2%
中間純利益	15,508	12,316	25.9%

### ポイント1 taspo効果により、営業総収入は前年同期比5.8%の増収

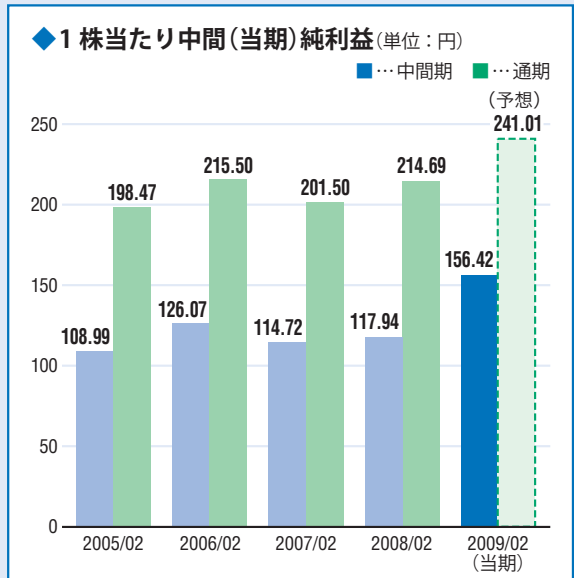
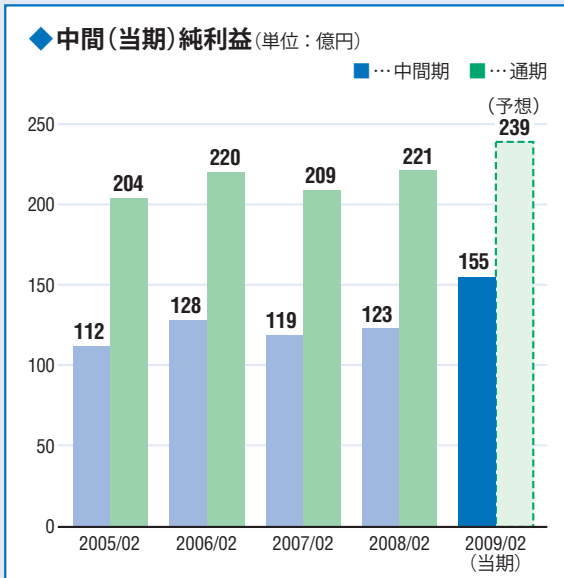
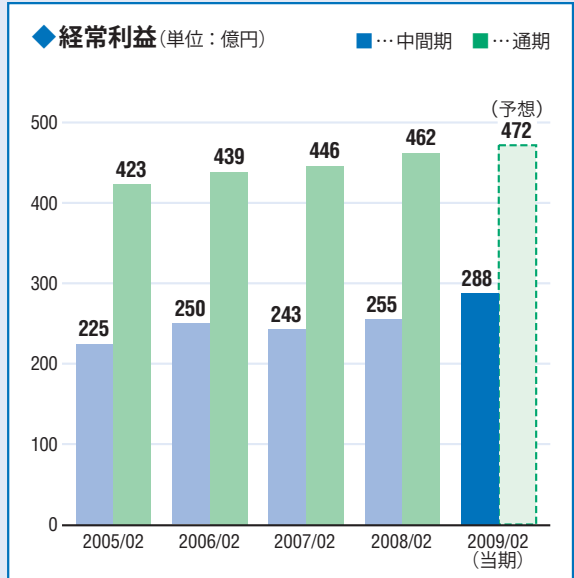
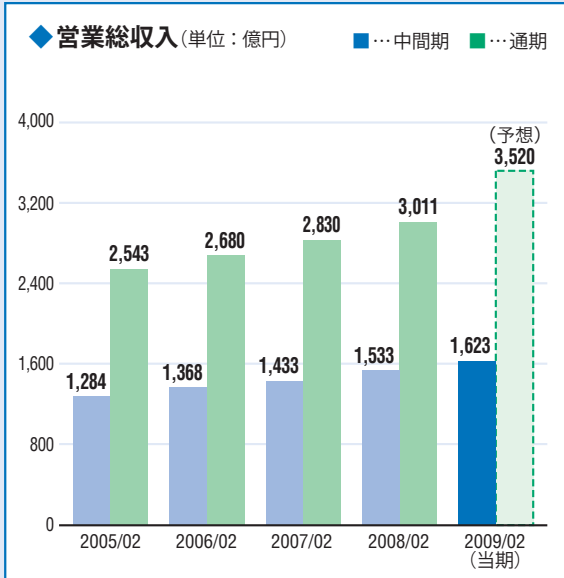
taspo (成人識別ICカード) が日本全国で導入され taspoを持たない方が来店するようになり、たばこのみならず飲料なども買われるようになりました。また、お客さまのニーズに合った商品開発の強化を行った

ことで、おにぎりをはじめとした中食の売上が回復基調となりました。これらの結果、加盟店のロイヤリティ収入が増加し、営業総収入は前年同期比5.8%増の1,623億3千万円となりました。

### ポイント2 加盟店支援費用を積極投入しつつも、営業利益は前年同期比14.0%の大幅増益

原材料価格が高騰する中、加盟店の利益を維持するための販売促進費などの支援費用を積極的に投入

しつつも、営業総収入が増加したことなどにより、営業利益は前年同期比14.0%増の291億円となりました。





### 中間連結貸借対照表のポイント (単位:百万円)

	当中間期 (2008年8月31日現在)	前 期 (2008年2月29日現在)	増減額
流 動 資 産	179,003	138,250	40,753
固 定 資 産	259,324	258,856	467
有 形 固 定 資 産	103,676	106,431	△ 2,755
無 形 固 定 資 産	21,812	18,287	3,524
投資その他の資産	133,836	134,137	△ 301
流 動 負 債	187,728	155,979	31,749
固 定 負 債	51,526	52,554	△ 1,028
純 資 産	199,074	188,573	10,500
総 資 産	438,328	397,107	41,220

#### ポイント1 チェーン全店売上高の増加に伴い、流動資産が増加

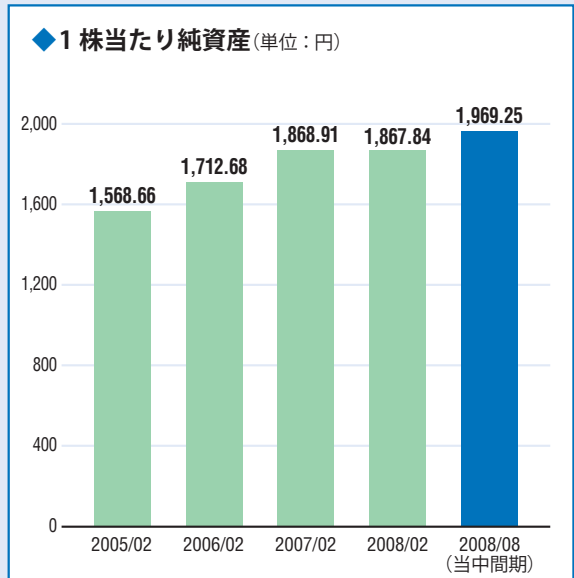
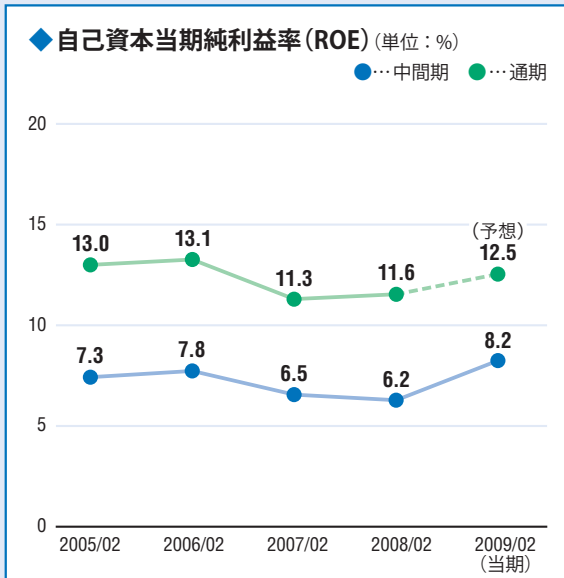
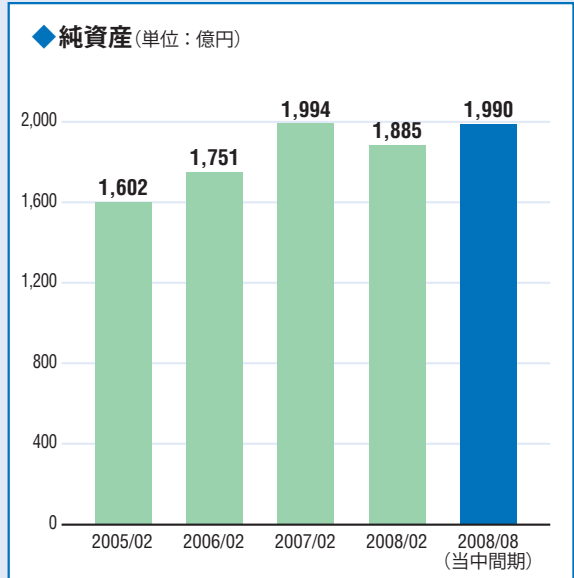
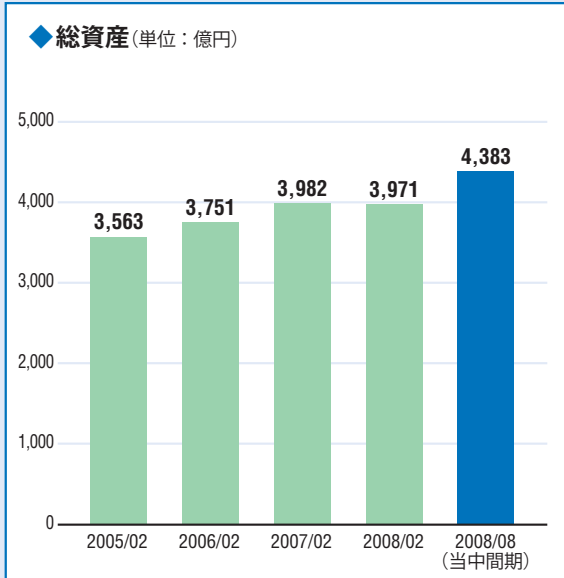
taspo効果によりチェーン全店売上高が484億3千8百万円増加したことに伴い、現金及び預金などが増加し、流動資産は前期末に比べ407億5千3百万円増の1,790億3百万円となりました。

#### ポイント2 収納代行の取扱いの増加により、流動負債が増加

公共料金等の収納代行の取扱金額の増加により預り金が増加したことや、当中間期末日が日曜日であったため一時的に未払金が増加したことなどにより、流動負債は前期末に比べ317億4千9百万円増の1,877億2千8百万円となりました。

より詳細な財務情報をご希望の方は、ローソンホームページ「IR情報」をご覧ください。



## ローソングループ企業

### 連結子会社

#### (株) ローソンチケット



ジャスダック証券取引所に株式を上場しており、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います。

#### (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います。

#### (株) アイ・コンビニエンス



物販・サービス・情報の提供などを行っています。

#### (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係る助言及び提案を行っています。

#### (株) バリューローソン



主婦や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」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います。

#### (株) 九九プラス



ジャスダック証券取引所に株式を上場しており、シングルプライスストア「SHOP99」などの直営及びフランチャイズチェーン展開を行っています。

※2008年9月、当社連結子会社化

### 持分法適用関連会社

#### 上海華聯羅森有限公司

当社と百聯集团有限公司との合併事業として、中華人民共和国上海市でローソン店舗のチェーン展開を行っています。

#### (株) ナチュラルビート

添加物を極力使用せず、自然のおいしさを大切にされた素材から手づくりしたサンドイッチやデリ及びスイーツや飲料などを開発し、ナチュラルビート店舗で販売しています。

# COLUMN ローソンの秘密 ..... コラム

ローソンでは、お客さまのニーズに応えるためにいろいろな工夫をしています。普段なにげなく買っている商品に隠された秘密を、少しだけお教えします。

## 地域ごとに異なるおでんのつゆ ~同じローソンでも関東と関西では味が違う~

お客さまのニーズを考える視点は、大きく分けて3つあります。1つ目は日本全国から見た「地域別特性(エリア)」、2つ目は店舗の周辺にどんなお客さまが多くいるかをとらえた「商圈」、3つ目はさらに細かく、その店舗がどんな場所に立っているかで分析する「立地」です。

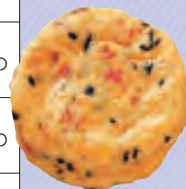


1つ目の地域別特性(エリア)で大きな違いがある代表的なものとして「味の好み」が挙げられます。

例えばおでんでは、焼津鯉節、日高産昆布、あごだしを共通のベースとしながら、日本を8つのエリアに分け、それぞれの地域に合わせた8種類の



おでんつゆを用意して味の違いを出しています。さらに具材も各地域の特徴に合わせて異なっているのです。



### ◆全国8エリア別つゆのこだわり

エリア	こだわりポイント
北海道の味	〈日高産根昆布 & 鮭節〉 うまみが強くまるやかでやさしい味わいの根昆布と、「うまみ成分」イノシン酸を多く含む鮭節で深みのある味に仕上げました。 ■特徴的な具材/白こんにゃく
東北の味	〈いわしの焼干し & 秋刀魚節〉 仙台のおでん有名店を参考に、煮干しではなくいわしの焼干しを使用。三陸海岸特産の秋刀魚節で複雑な味わいをプラスしました。 ■特徴的な具材/玉こんにゃく
関東の味	〈炙りかつおだし & 一番だし〉 焼津鯉節に「炙り」の工程を加え、香ばしさをプラス。さらに独自にブレンドした鯉節の一番だしで香り高く仕上げました。 ■特徴的な具材/つみれ、ちくわぶ
中部の味	〈むろ節、手羽だし & 三河本みりん〉 きしめんにも使われるむろ節でやわらかくまるやかに。さらに手羽先の上品な味わいとみりんのマイルドな甘味を効かせました。
近畿の味	〈日高産根昆布 & 牛すじだし + 淡路島産藻塩〉 根昆布だしの上質なうまみに、近畿の家庭のおでんに欠かせない牛すじのだしをプラス。上質な淡路島産の藻塩から作った藻塩で上品な塩味に仕上げました。
中四国の味	〈瀬戸内伊吹島産いりこ「銀つき」 & 阿波尾鶏だし〉 まるやかで生臭さのない上質ないりこだしと、徳島産の高級地鶏「阿波尾鶏」を使用。うまみが強く甘みとコクが特徴のだしに仕上がっています。
九州の味	〈長崎産いりこ & 九州産鶏がらだし + 三温糖〉 長崎産いりこに、脂肪分の少ない鶏がらだしと甘みとコクが特徴の三温糖を加えた、甘くて濃厚な味です。 ■特徴的な具材/豚なんこつ
沖縄の味	〈沖縄海水塩 & テビチ、鯉節だし〉 豚のコクの効いたテビチだしに鯉節だしをプラス、ほのかな苦みと甘みのある沖縄産の天然塩で味を調えました。 ■特徴的な具材/テビチ、沖縄厚揚げ



## 店舗情報 (2008年8月31日現在)

### 店舗数

国内合計 **8,614**店舗

#### 九州地方 1,000店舗

福岡	325
佐賀	62
長崎	83
熊本	89
大分	120
宮崎	83
鹿児島	105
沖縄	133

#### 中国地方 527店舗

鳥取	86
島根	79
岡山	122
広島	130
山口	110

#### 四国地方 424店舗

徳島	109
香川	99
愛媛	154
高知	62

#### 中部地方 1,240店舗

新潟	102	長野	136
山梨	106	岐阜	101
石川	75	静岡	149
福井	89	愛知	331
山梨	67	三重	84

#### 近畿地方 1,832店舗

滋賀	125
京都	195
大阪	808
兵庫	488
奈良	104
和歌山	112

#### 北海道地方 495店舗

#### 東北地方 772店舗

青森	159
岩手	163
宮城	157
秋田	143
山形	56
福島	94

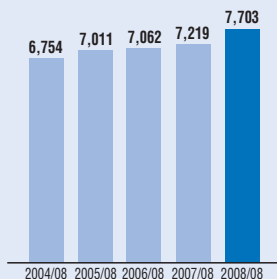
#### 関東地方 2,324店舗

茨城	100
栃木	105
群馬	69
埼玉	336
千葉	286
東京	932
神奈川	496

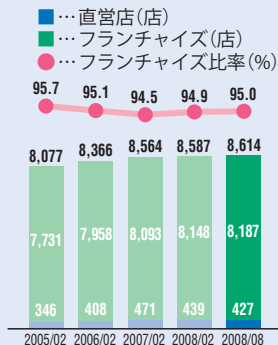
#### 主な関連会社の出店状況 (2008年6月30日現在)

上海華聯羅森有限公司	285店舗
(株)九九プラス	847店舗

#### ◆ 連結チェーン全店売上高 (億円)



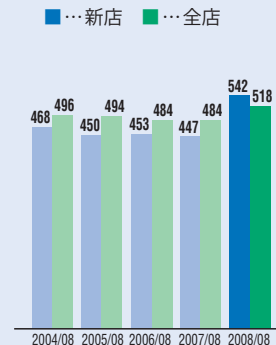
#### ◆ 店舗数



#### ◆ 平均客数・客単価



#### ◆ 平均日販 (千円)



〈注〉店舗数は、ローソンのほか、ナチュラルローソン及び(株)パリエローソンが運営するローソンスタ100を含めて表示しています。



# 会社概況／株式情報 (2008年8月31日現在)

## 会社概要

**社名** 株式会社ローソン  
**所在地** 〒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  
**設立** 1975年4月15日  
**資本金** 585億664万4千円  
**社員数** 3,448人(単体)  
**事業内容** コンビニエンスストア「ローソン」及び「ナチュラルローソン」のフランチャイズチェーン展開

## 役員 (2008年9月1日現在)

代表取締役社長	新浪 剛	執行役員	篠崎 良夫
取締役専務執行役員	森山 透	執行役員	宮崎 純
取締役常務執行役員	矢作 祥之	執行役員	野林 徳行
取締役常務執行役員	浅野 学	執行役員	中井 一
取締役(社外)	田坂 広志	執行役員	前田 淳
取締役(社外)	米澤 禮子	理事執行役員	安平 尚史
取締役(社外)	垣内 威彦	理事執行役員	郷内 正勝
常勤監査役(社外)	中野 宗彦	理事執行役員	今川 秀一
常勤監査役	山川 健次	理事執行役員	関 淳彦
監査役(社外)	小澤 徹夫	理事執行役員	木島 一郎
監査役(社外)	桑田 博	理事執行役員	後藤 憲治
筆頭専務執行役員	川村 隆利	理事執行役員	村山 啓
常務執行役員	横溝 陽一	理事執行役員	太田 悟
上級執行役員	新倉 茂	理事執行役員	山田 忠良
上級執行役員	西口 則一	理事執行役員	田中 信欣
上級執行役員	河原 成昭	理事執行役員	佐藤 達
上級執行役員	水野 隆喜		

## 株式の状況

発行可能株式総数 409,300千株  
 発行済株式の総数 99,600千株  
 単元株式数 100株  
 株主数 32,228名

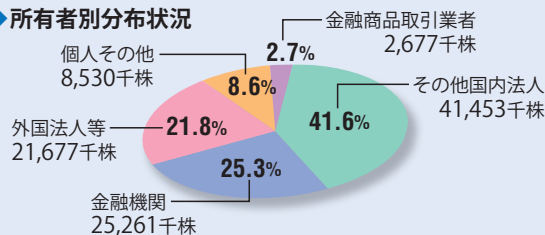
## 大株主 (上位10名)

株主名	所有株数(千株)	出資比率(%)
1.三菱商事株式会社	32,089	32.4
2.日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	6,825	6.9
3.日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,486	6.5
4.丸紅フーズインベストメント株式会社	5,939	6.0
5.株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ	2,092	2.1
6.野村証券株式会社	2,007	2.0
7.日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口4G)	1,709	1.7
8.資産管理サービス信託銀行株式会社(信託V口)	1,422	1.4
9.資産管理サービス信託銀行株式会社(証券投資信託口)	1,159	1.2
10.ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー-505225	1,039	1.0

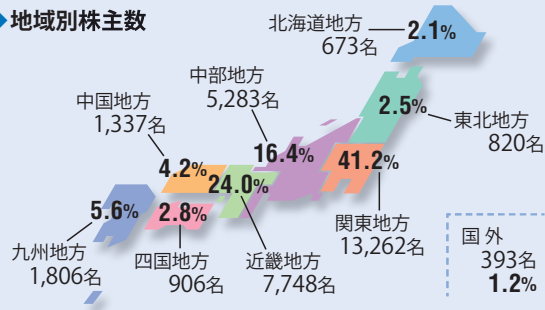
※上記の出資比率は、自己株式434,634株を控除して算出しております。

## 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)	〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-232-711 (通話料無料) 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 <a href="http://www.lawson.co.jp/koukoku/index.html">http://www.lawson.co.jp/koukoku/index.html</a>

### 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、株主名簿管理人の自動音声応答ダイヤル及びホームページで24時間受付しております。

- 自動音声応答ダイヤル 0120-244-479 (通話料無料)

なお、株券電子化後は、お取引のある証券会社にご確認ください。

- 当社のホームページからもさまざま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)  
〒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/>



B-(2)-060001



- この報告書は、間伐紙を使用しています。
- 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。

2008年11月発行

© 2008 LAWSON, INC. All rights Reserved.

本報告書に記載されている当社グループの現在の計画、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の実績などに関する見通しであり、リスクや不確定な要因を含んでおります。そのため、実際の業績などは、さまざまな要因の影響を受け、これら見通しと大きく異なる可能性があります。