


LAWSON



VALUE BOOK

第39期 中間報告書

2013年3月1日～2013年8月31日



私たちは
“みんなと暮らすマチ”を
幸せにします。





企業理念

私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。

全ての企業活動を企業理念に基づくものとし、その実現に向け、
全社一丸となり邁進してまいります。

行動指針

私たちローソンは、企業理念の実現に向けて、どのような環境の変化があろうとも、共通の価値基準を持って行動してまいります。その変わらぬ価値基準を、自らの行動への問いかけという形で、行動指針として定めています。

そこに、みんなを思いやる気持ちはありますか。

そこに、今までにない発想や行動へのチャレンジはありますか。

そこに、何としても目標を達成するこだわりはありますか。

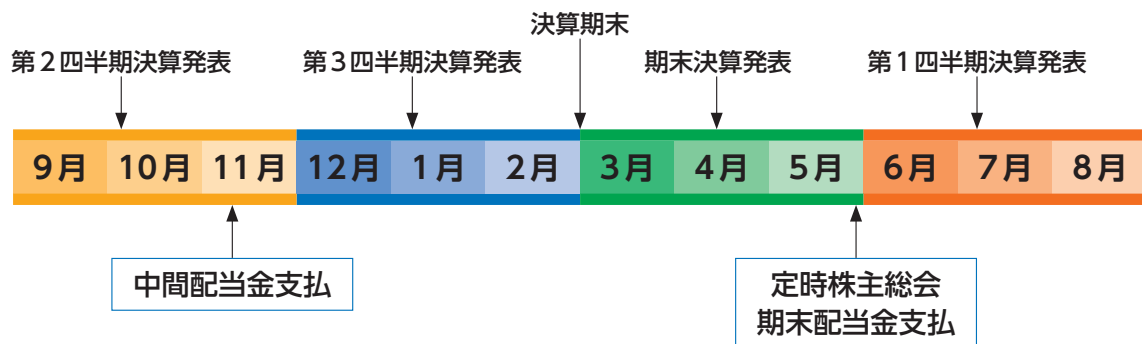
連結業績ハイライト (単位:億円)

| | チェーン全店売上高 | | 営業総収入 | | 営業利益 | |
|-------|-----------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | 第2四半期 | 通 期 | 第2四半期 | 通 期 | 第2四半期 | 通 期 |
| 前 期 | 9,709 | 19,065 | 2,489 | 4,874 | 345 | 662 |
| 当 期 | 9,927 | 19,880* | 2,481 | 5,030* | 356 | 700* |
| 前年同期比 | 2.2%増 ↗ | 4.3%増* ↗ | 0.3%減 ↘ | 3.2%増* ↗ | 3.1%増 ↗ | 5.7%増* ↗ |

| | 経常利益 | | 当期純利益 | | 1株当たり配当金(円) | |
|-------|---------|----------|---------|----------|-------------|---------|
| | 第2四半期 | 通 期 | 第2四半期 | 通 期 | 中 間 | 期 末 |
| 前 期 | 342 | 659 | 178 | 331 | 100 | 100 |
| 当 期 | 355 | 684* | 190 | 359* | 110 | 110* |
| 前年同期比 | 3.7%増 ↗ | 3.8%増* ↗ | 6.6%増 ↗ | 8.2%増* ↗ | 10円増 ↗ | 10円増* ↗ |

*の数値は予想です。

IRカレンダー





トップメッセージ

「ローソンはグローバル企業

■コンビニエンスストアの成長には、マチのニーズを満たすことによる客層拡大が必要です

日本のコンビニエンスストアは、「24時間営業している近所のお店」として「距離的」「時間的」に高い利便性を持ち、20代から30代の男性を客層の中心として発展してきましたが、その店舗数は既に5万

店を超え、従来型のコンビニエンスストアのままでは飽和に近づいています。若い男性向けの品揃えに偏っているのは、マチ（地域社会）の多様なニーズには応えられません。しかし、「女性の社会進出」「高齢化」という2つの大きな社会変化に対応し、客層拡大をしていけば、まだまだ成長することができます。客層拡大ができれば、お客さまがスーパーマーケットやドラッグストアよりもコンビニエンスストアに来ていただく頻度が増え、その結果、日本の小売・外食業の総売上高に占めるコンビニエンスストア業界のシェアを、中長期的に今の6%から10%超まで高めることができると考えています。

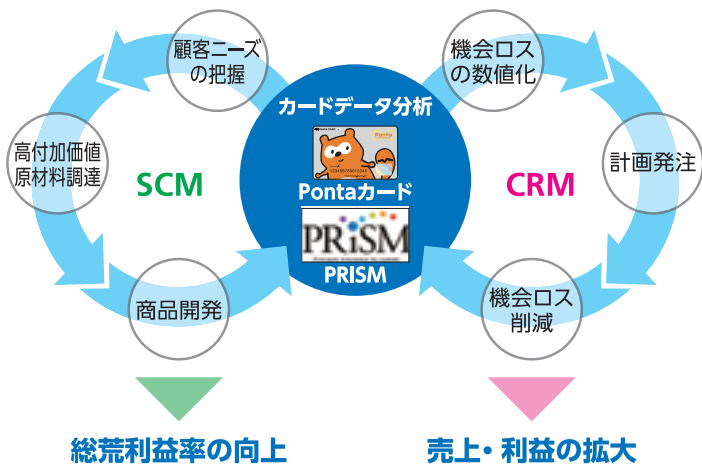
客層拡大ができれば、お客さまがスーパーマーケットやドラッグストアよりもコンビニエンスストアに来ていただく頻度が増え、その結果、日本の小売・外食業の総売上高に占めるコンビニエンスストア業界のシェアを、中長期的に今の6%から10%超まで高めることができると考えています。

SCM (サプライ・チェーン・マネジメント):

調達から販売までのプロセスを総合的に管理し、全体工程の効率化と最適化を実現する経営管理手法

CRM (カスタマー・リレーションシップ・マネジメント):

顧客の個別ニーズに応じて商品やサービスを提供する経営マーケティング手法



■客層拡大に向け、R&Dでイノベーションを続けてきた私たちが、今後の業界成長を牽引します

当社は、人口動態や社会の変化を見込んで、他社に先んじて客層拡大に向けた数々の先行投資を行ってきました。2001年には健康志向の「ナチュラルローソン」、2005年には生鮮コンビニエンスストア「ローソンストア100」など、マルチフォーマット開発に取り組んできました。また、これらのノウハウを通常の「ローソン」店舗にも生かしてい



にふさわしい企業価値を創造します。」

くことで、全社的な客層拡大を推進するR&D(研究開発)機能を果たしてきました。このように、マルチフォーマット開発は、客層拡大のノウハウを培う実験室として、競合他社にはない当社の強みとなっています。

また、今後の中期的成長のキーワードは、健康、宅配そして海外です。健康分野では、高品質な野菜の安定供給を目指し農業生産法人「ローソンファーム」を拡大しています。また、健康な食生活へのニーズを満たすため、「中嶋農法」の採用や、「大地を守る会」「らでいっしゅぼーや」との提携により付加価値の高い農産物を販売しています。さらに、2003年から、ナチュラルローソンに調剤薬局機能を併設した「調剤薬局併設型店舗」を展開しています。今後、高齢化社会の進行とともに、処方薬の受け取りと健康的な食事をワンストップで提供できるこの調剤薬局併設型店舗への期待が高まるでしょう。宅配分野では、本年から定期宅配事業「スマートキッチン」をスタートし、調理時間を短縮できる食材キットを独自に開発し、お届けしています。海外においては、日本で培ってきた効率的なサプライチェーンと、お客さま起点の店舗運営の仕組みを、経済成長著しい新興国のみならず、先進国でも推進していきます。

■**ローソンSCM-CRMモデルを軸とした「小商圈型製造小売業」の確立により、マチに合った品揃えを実現します**



代表取締役 CEO 新 浪 剛 史

お客さまに支持される品揃えと、おいしくて魅力のある商品開発の原動力になっているのが、当社独自の「ローソンSCM-CRMモデル」です。従来のコンビニエンスストアは、弁当、おにぎり、サンドイッチ等のオリジナル商品の製造工程を第三者にアウトソースすることで資本効率を高め、多店舗展開を可能にしてきました。今後は、商品開発、原材料調達、製造、物流、そして販売に至るまでのサプライチェーン



トップメッセージ

全工程への関与を高め、コスト構造を可視化することで、非効率やムダをなくしていくことが必要です。当社は、お客さま起点の品揃えを実現するための業務改革と連動し、このSCM改革をさらに進めていくことで、総荒利益率の向上を目指します。

一方、小商圏のお客さまの個々のニーズをつかむ、当社独自の仕組みが、共通ポイントプログラムPonta（ポント）のデータ分析です。5,700万人を超えるPonta会員の属性情報（性別、年齢、居住エリア等）を使って、お客さまの購買行動を統計的に分析できることは、当社のCRMの強みであり、分析対象となる情報量とその精度は他社の追随を許しません。マチを知り、店を知り、お客さまを知るというCRMの活動は、ITによって機会ロス（売り逃し）を可視化し、これを削減することで売上・利益の拡大を実現する推進力となっています。



■イノベーションの源泉は“人財”です。権限委譲とダイバーシティで、「自ら考える」人財を育成しています

小商圏型製造小売業のビジネスモデルやイノベーションを支える基盤は、何といたっても“人財”です。私は当社のトップに就任以来、人財教育に相当なコストと時間を費やすとともに、支社・支店への権限委譲（分権経営）を進めてきました。小商圏のお客さまの多様なニーズに応えるには、「個」の自由な発想を重んじた上で意思決定ができる「自ら考える」人財・組織が必要です。当社は、加盟店教育と本部社員教育を統合した「ローソン大学」という独自の教育プログラムを持っており、このプログラムを通じて、マチのより近くで自ら考えて行動できる人財がどんどん育っています。2011年3月の東日本大震災では、東北支社を中心として、FC加盟店オーナーさんや当社社員が自発的に迅速な行動をとり、被災地の復興・再生に大きく貢献しました。これは、権限委譲や教育を通じてローソンファミリー（FC加盟店オーナーさん、クルーさん、本部社員）に層の厚い人的資本が形成されてきた成果を示す一例です。

また、FC加盟店オーナーさんの起業家精神も小商圏ビジネスの成功にとって欠かせない要素です。当社では、多店舗経営を志向するオーナーさんの中で、特に人財育成に優れ、地域の環境



変化やお客さまのニーズを知り尽くしている方をマネジメントオーナー (MO) として認定し、その支援に力を入れています。このMOを中心としたFC加盟店オーナーさんへの支援を通じてエリアでの競争力向上を促進していきます。

さらに、お客さまの多様なニーズに応えるためには組織のダイバーシティも大変重要です。そのため当社では、2005年から新卒定期採用に占める女性比率を5割に、2008年から同じく外国籍社員を3割にする目標を掲げ、女性や外国人の雇用を増やしてきました。外国籍社員というだけで、海外事業に配属するのではなく、入社当初は他の新入社員と同じく店舗運営や店舗指導の経験を積み、日本型コンビニエンスストアのノウハウをしっかりと学んだ後、国内外問わずその能力を生かしていくキャリア育成システムを貫いています。このように、多様な人財が個性を十分に発揮しながら、将来にわたり革新的な事業を創造していくことこそ、当社の持続的成長の基盤なのです。

■世界の投資家に評価される、資本効率のグローバルスタンダード「ROE20%」を目指します

グローバル化を背景に、投資家の皆さまは資本コストを上回る収益率を企業に期待するようになりました。当社としても、最適な資金配分と、当社独自のビジネスモデルを通じて価値を創造し、株主のリターンを効率的に増やしていくことでその期待に応えてまいります。具体的には、現在約15%のROE

(株主資本利益率)について、中期的にグローバルスタンダードである20%を目指してまいります。

また、出店や新規事業、M&Aなどの投資については、ROI(投資収益率)という指標を重視して、意思決定しています。

さらに、ROE20%と並んで、当社が中期的な数値目標としているのが、「連結営業利益1,000億円」の達成です。そのために、荒利益率向上と既存店の増収による総荒利益高の拡大とともに、BPR (Business Process Reengineering) によるコスト削減も行っています。これらの経営努力を通じ、中期的に対チェーン全店売上高営業利益率を現状の3.5%から5%に向上させることを目指しています。

また、配当金につきましては持続的な増配を目指しており、この上期の業績を踏まえ、当期の年間配当金を期初発表した1株につき210円(前期比+10円)からさらに10円増配し、1株につき220円(前期比+20円)とすることを予定しています。

株主の皆さまにおかれましては、引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

Profile

新浪 剛史 (にいなみ たけし)

1959年生まれ。三菱商事(株)に入社。
ハーバード大学経営大学院卒業(MBA: 経営学修士号取得)。給食事業の(株)ソデックスコーポレーション(現:(株)LEOC)代表取締役役に就任。2002年、43歳で当社代表取締役役に就任、現在に至る。



ローソンの商品情報

ローソンでは、コンビニの常識を打ち破る「逸品」を、心のコもったホスピタリティーあふれる接客によって提供しています。ここではローソンが自信をもっておすすめするファストフードをご紹介します。

ヒット
商品

ゲンコツメンチ …………… 1個150円(税込)



おいしさの秘訣は今までにない肉の旨みと食感の楽しめる2層仕立ての“ブ厚いボール形状”です。牛7:豚3の黄金比率で旨みを最大限に引き出し、手間ひまかけてローストした具材の風味とホルモンの旨みを凝縮しました。

下
期
注
力
商
品

黄金チキン …………… 1本180円(税込)

12種類のスパイスとハーブを、独自の製法と秘密の黄金比率で配合。ひと口食べた瞬間に、スパイスとハーブが口の中に華やかに広がります。低温スチームオーブンで、じっくりと時間をかけて中心まで火を通し、肉の繊維を壊さずに、やわらかくジューシーに仕上げました。





HAVE A CUP OF COFFEE AT
YOUR FAVORITE PLACE.
IT'S YOUR "MACHI café".

特集

MACHI café

あなたのマチが、
どこでも、カフェになる。

ローソンの本格コーヒー「MACHI café」は、2013年8月末現在、4,294店舗で展開しており、2つの味を重視しています。1つ目は豆・焙煎にこだわったコーヒーそのものの味です。風味の優れたアラビカ種のコーヒー豆のみを使用し、豆ごとに適した焙煎方法を採用しています。また、カフェラテなどに使用する牛乳も、牛乳本来の自然な味を追求し、成分に負担の少ない加熱方法を採用しています。2つ目は、お客さまの前で、一杯一杯、丁寧に、淹れたての商品を「手渡し」で提供する心の味です。この2つの味を実現していくことで、他の専門店以上の味をリーズナブルな価格で、心を込めて提供します。



おいしさへのこだわり ～コーヒー豆～

「MACHI café」のコーヒー豆の一部は、コーヒー生産の単一農園として世界最大規模を誇るブラジルの「イパネマ農園」で収穫された豆を使用しています。また、それぞれ最適な焙煎方法で焙煎した後にブレンドする「アフターミックス製法」を採用するなど、素材だけでなく製法にもこだわっています。



ブレンドコーヒー

Mサイズ 180円(税込)

Pontaカード会員価格
150円(税込)

Lサイズ 210円(税込)

Pontaカード会員価格
180円(税込)

アイスコーヒー

Pontaカード会員価格
150円(税込) 180円(税込)



カフェラテ

Mサイズ 210円(税込)

Pontaカード会員価格
180円(税込)

Lサイズ 240円(税込)

Pontaカード会員価格
210円(税込)



アイスカフェラテ

Pontaカード会員価格
180円(税込) 210円(税込)



その他にも紅茶やココア(期間限定)
なども提供しております。



ローソンの健康宣言 「マチの健康ステーション」へ

お客さまの「健康」に対するニーズはますます高まってきています。ローソンは、「健康」をキーワードに、新たな提案をしていきます。

健康を応援するローソン オープン

健康を意識した商品や、健康をサポートするサービスを提供するフラッグシップ店舗として、「ローソン久が原一丁目店」(東京都大田区)がオープンしました。今後さまざまな取り組みを通じて、「健康」を切り口とした差別化策のヒントを模索するとともに、蓄積したノウハウやデータを全国のローソン店舗に活用し、健康志向や高齢化社会に対応した未来型コンビニエンスストアモデルを構築してまいります。



ローソン久が原一丁目店

安全・安心で高品質な野菜や果物をお届けします

ローソンは、これまででも生鮮食品の品揃えの強化やローソンファームの設立による生産体制の構築に取り組んできましたが、さらなる安全・安心で高品質な野菜や果物の生産を目的に、ミネラル農法である「中嶋農法*」の商標等を有するイーザイ生科研株式会社を子会社化しました。

今後は、「中嶋農法」の導入を全国のローソンファームを中心に進めてまいります。



*中嶋農法：独自の精緻な土壌診断に基づく健全な土づくりの技術と作物の健全な生育を維持するための生育コントロール技術により、土壌の栄養バランス(ミネラルバランス)や作物の生育状態に対して適切な栄養を供給する栽培農法

健康志向の高まりに合わせたブランパン

糖尿病や高血圧の方、生活習慣病予備軍と言われる方は国内に数千万人いると言われており、糖質やカロリーを制限又は気にされる方が大勢います。そこでローソンでは、カロリーや糖質を気にせず食べられるブランパンの製造・販売に注力しています。ブランはその独特の食感と香りから敬遠されがちでしたが、製粉・製造工程等の研究を重ね、食べやすく、おいしいブランパンの開発に成功しました。発売以来、リピーターの方も多く、たくさんのお客さまから感謝と期待の声をいただいています。



ローソンのブランパン

ブランとは小麦の外皮の部分(小麦ふすま)のことで、糖質が少なく、食物繊維や鉄分などの栄養成分を豊富に含んでいることから、今注目されています。

ローソングループ“マチの幸せ”募金がスタートしました

ローソングループは、「緑化活動」と「子どもたちへの支援」を社会貢献活動の中心として取り組み、店頭募金についても、「ローソン緑の募金」と「夢を応援基金」を地域や期間を限定するなどして実施してまいりました。

本年6月からは従来の募金に東北の学生を支援する「TOMODACHI募金」を加え、全国統一の包括的な「ローソングループ“マチの幸せ”募金」として募金活動を実施しています。

ローソングループ“マチの幸せ”募金

緑化への支援

ローソン緑の募金



緑の募金

寄付先:
公益社団法人 国土緑化推進機構

子どもたちへの支援

夢を応援基金

(東日本大震災奨学金制度)



寄付先:
公益社団法人 Civic Force

TOMODACHI募金

(東北学生 教育・日米交流支援)



寄付先:
公益財団法人 米日カウンシルージャパン



スマートキッチン人気商品 (URL: <http://www.smartkitchen.co.jp/>)

忙しいママを応援する定期宅配サービス「スマートキッチン」では、女性社員の声をもとに開発した時短商品「パクッと骨めき魚スティック」シリーズが人気です。

骨を抜きスティック状にカットしているので、お子さまにも安心して提供でき、また今まで魚を食べなかったお子さまに喜んで食べていただいたという声も届い

ています。さらに、グリルを使わずフライパンで焼くだけなので、調理も簡単です。

今後も「簡単・時短」を実現するオリジナル商品の開発を進め、忙しいママを応援していきます。



パクッと骨めき魚スティック 銀鮭
120g(約6~8本) : ¥298(税込)



パクッと骨めき魚スティック サバ
160g(約7~9本) : ¥298(税込)



パクッと骨めき魚スティック 赤魚
120g(約6~8本) : ¥298(税込)



2014年2月期 第2四半期業績ハイライト(連結)

第2四半期連結損益計算書のポイント (単位:百万円)

| | 前第2四半期連結累計期間 (2012年3月1日～2012年8月31日) | 当第2四半期連結累計期間 (2013年3月1日～2013年8月31日) | 増減率 |
|-------------|--|--|--------|
| (チェーン全店売上高) | (970,956) | (992,776) | 2.2% |
| 営業総収入 | 248,963 | 248,197 | △0.3% |
| 売上原価 | 75,580 | 66,451 | △12.1% |
| 営業総利益 | 173,382 | 181,745 | 4.8% |
| 販売費及び一般管理費 | 138,828 | 146,120 | 5.3% |
| 営業利益 | 34,554 | 35,624 | 3.1% |
| 経常利益 | 34,260 | 35,533 | 3.7% |
| 四半期純利益 | 17,861 | 19,047 | 6.6% |



ポイント1 第2四半期の営業利益が7年連続で増加

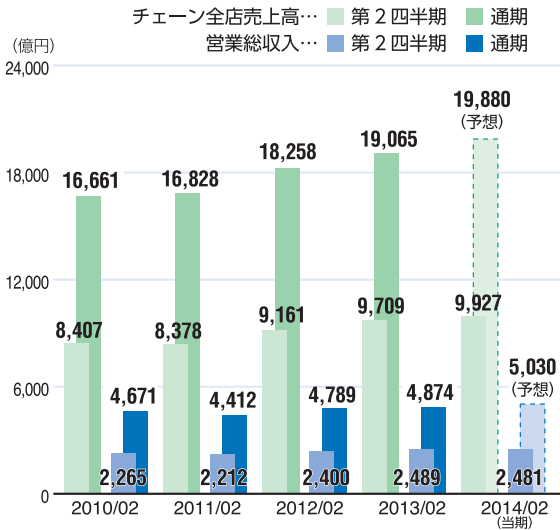
「MACHI café」(マチカフェ)などのカウンター・ファストフードや健康志向商品の品揃えを拡大した調理パンなどが好調であったことにより、営業利益が前年同期比3.1%増の356億24百万円となりました。



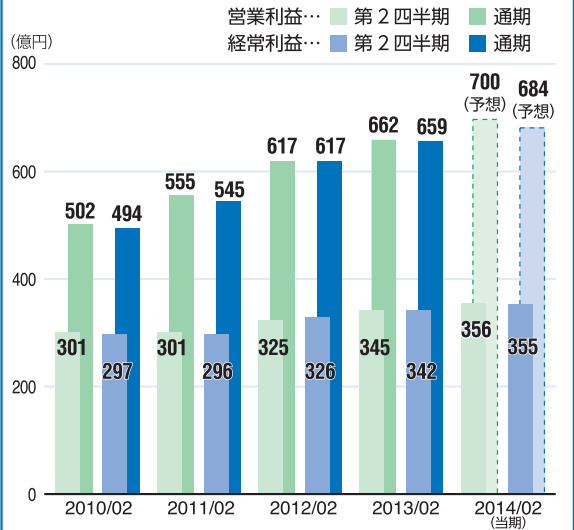
ポイント2 特別損失の減少などにより四半期純利益が増加

特別損失に計上されている減損損失の減少などにより、四半期純利益が前年同期比6.6%増の190億47百万円となりました。

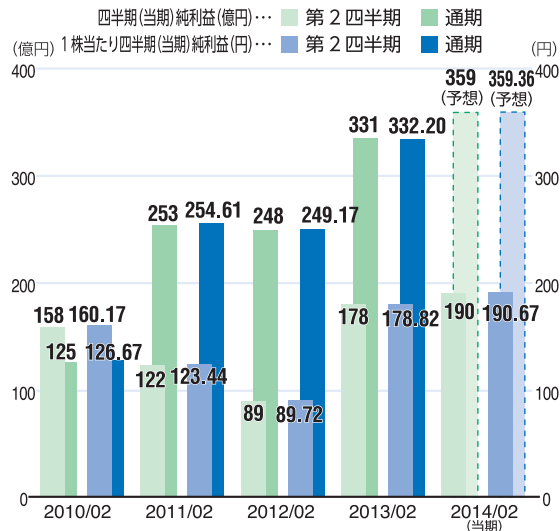
◆ チェーン全店売上高・営業総収入



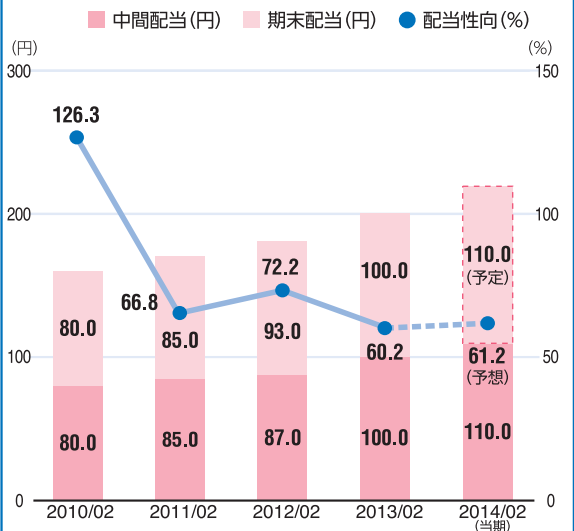
◆ 営業利益・経常利益



◆ 四半期(当期)純利益・1株当たり四半期(当期)純利益



◆ 配当金と連結配当性向の推移





第2四半期連結貸借対照表のポイント (単位:百万円)

| | 前 期 末 (2013年2月28日現在) | 当第2四半期連結会計期間末 (2013年8月31日現在) | 増減額 |
|----------|-------------------------|---------------------------------|--------|
| 流 動 資 産 | 180,296 | 216,587 | 36,290 |
| 固 定 資 産 | 399,513 | 409,608 | 10,095 |
| 有形固定資産 | 209,138 | 219,724 | 10,585 |
| 無形固定資産 | 34,089 | 32,014 | △2,074 |
| 投資その他の資産 | 156,285 | 157,869 | 1,584 |
| 流 動 負 債 | 239,794 | 270,251 | 30,457 |
| 固 定 負 債 | 109,833 | 113,965 | 4,131 |
| 純 資 産 | 230,181 | 241,978 | 11,796 |
| 総 資 産 | 579,809 | 626,195 | 46,385 |



現金及び預金の増加などにより流動資産が増加

チェーン全店売上高の増加に伴い現金及び預金が増加したことなどにより、流動資産が前期末に比べ362億90百万円増の2,165億87百万円となりました。



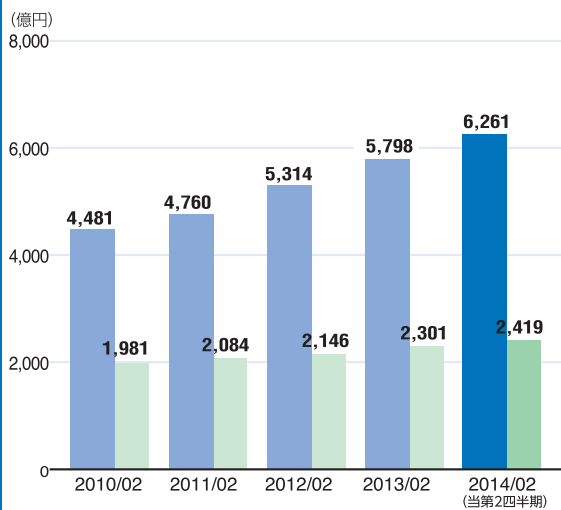
買掛金の増加などにより流動負債が増加

8月は季節的要因により売上水準が高いことから、商品仕入債務である買掛金が増加したことなどにより、流動負債が前期末に比べ304億57百万円増の2,702億51百万円となりました。

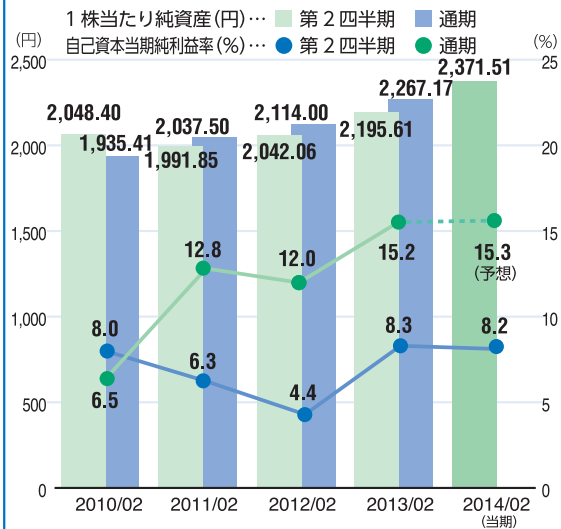
より詳細な財務情報をご希望の方は、当社ウェブサイト「IR情報」をご覧ください。



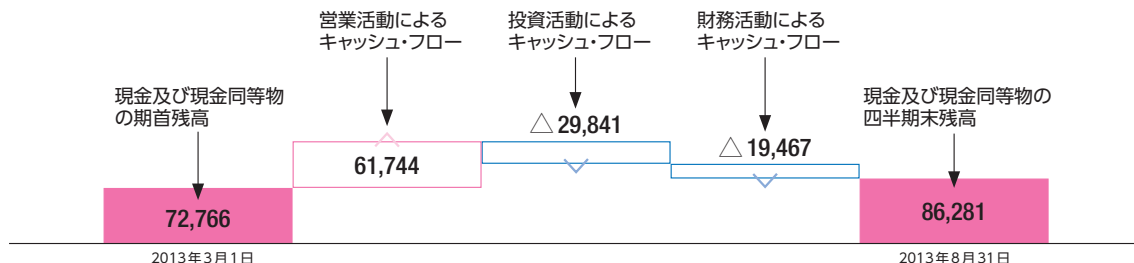
◆ 総資産・純資産



◆ 1株当たり純資産・自己資本当期純利益率(ROE)



第2四半期連結キャッシュ・フロー計算書のポイント (単位:百万円)



現金及び現金同等物に係る換算差額については記載を省略しています。それにより生じるグラフの誤差については調整しています。

ポイント

チェーン全店売上高の増加に伴う増益や未払金の増加などにより、営業活動によるキャッシュ・フローの収入が前年同期比84億23百万円増の617億44百万円の収入となりました。

また、関係会社株式の取得による支出の増加などにより、投資活動によるキャッシュ・フローの支出が前年同期比8億84百万円増の298億41百万円の支出となりました。

ローソン検定

～ダイバーシティ編～

イノベーションを生み出し続ける組織であるための多様な人財戦略

さまざまな個性や価値観を持った人財がそれぞれの力をフルに発揮しながら生き生きと働ける組織風土づくりに努めています。



Q₁

2013年春の新入社員170名のうち、外国人は何名？

- ① 5名
- ② 10名
- ③ 50名

A₁

正解は、③50名です。
外国籍社員の採用は、国内における革新的な事業や商品、サービスを創出する人財戦略の基盤となるものです。現在では、100名を超える外国籍社員がさまざまなポジションで活躍しています。

Q₂

取締役会メンバー11名のうち、女性は何名？

- ① 1名
- ② 2名
- ③ 3名

A₂

正解は、③3名です。
取締役7名中2名、監査役4名中1名の計3名が女性でかつ、独立役員です。取締役会という意思決定の場においても、ダイバーシティを推進しています。

Q₃

女性の管理職は何名？

- ① 12名
- ② 22名
- ③ 62名

A₃

正解は、③62名です。
ローソン独自の教育部門「ローソン大学」において、女性社員の活躍推進を目的とした集合研修を行い、トップマネジメントが女性社員と直接対話する機会を定期的に設けています。

Q₄

当社にある人事制度は？

- ① 育児時短制度
- ② 勤務日数短縮制度
- ③ 在宅勤務制度

A₄

正解は、①、②、③すべてです。
特に女性が安心して出産や育児に臨めるよう、子どもが小学3年生まで利用可能としており、2000年以降、育児休職者の99.1%がこれらの制度を活用し復職しています。

店舗情報 (2013年8月31日現在)

店舗数

カッコ内の数字はローソンストア100の店舗数(内数)です。

国内合計

11,384 (1,205) 店舗

北海道地方

591 店舗

中部地方 **1,730** (158) 店舗

| | | | |
|----|-----|----|-----------|
| 新潟 | 119 | 長野 | 149 |
| 富山 | 184 | 岐阜 | 135 (12) |
| 石川 | 100 | 静岡 | 207 (13) |
| 福井 | 104 | 愛知 | 525 (133) |
| 山梨 | 98 | 三重 | 109 |

中国地方

625 店舗

| | |
|----|-----|
| 鳥取 | 104 |
| 島根 | 106 |
| 岡山 | 138 |
| 広島 | 162 |
| 山口 | 115 |

東北地方

892 (28) 店舗

| | |
|----|----------|
| 青森 | 191 |
| 岩手 | 158 |
| 宮城 | 207 (28) |
| 秋田 | 176 |
| 山形 | 68 |
| 福島 | 92 |

関東地方

3,648 (741) 店舗

| | |
|-----|-------------|
| 茨城 | 130 (8) |
| 栃木 | 130 |
| 群馬 | 84 |
| 埼玉 | 473 (63) |
| 千葉 | 448 (62) |
| 東京 | 1,558 (416) |
| 神奈川 | 825 (192) |

近畿地方

2,225 (250) 店舗

| | |
|-----|-------------|
| 滋賀 | 137 (7) |
| 京都 | 268 (44) |
| 大阪 | 1,003 (152) |
| 兵庫 | 602 (43) |
| 奈良 | 101 (4) |
| 和歌山 | 114 |

四国地方

461 店舗

| | |
|----|-----|
| 徳島 | 114 |
| 香川 | 110 |
| 愛媛 | 172 |
| 高知 | 65 |

海外合計

| | |
|-----------------------------|-------|
| 上海華聯羅森有限公司 | 458店舗 |
| 重慶羅森便利店有限公司 | 297店舗 |
| 大連羅森便利店有限公司 | 65店舗 |
| 羅森(北京)有限公司 | 12店舗 |
| Saha Lawson Co., Ltd. | 2店舗 |
| PT MIDI UTAMA INDONESIA Tbk | 15店舗 |
| Lawson USA Hawaii, Inc. | 63店舗 |
| | 4店舗 |

九州地方

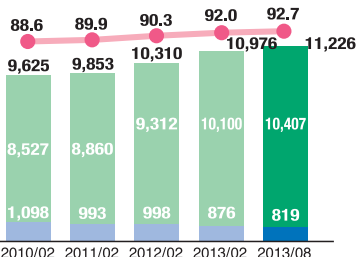
1,212 (28) 店舗

| | |
|-----|----------|
| 福岡 | 400 (28) |
| 佐賀 | 63 |
| 長崎 | 97 |
| 熊本 | 106 |
| 大分 | 151 |
| 宮崎 | 93 |
| 鹿児島 | 144 |
| 沖縄 | 158* |

※(株)ローソン沖縄が運営する店舗数です。

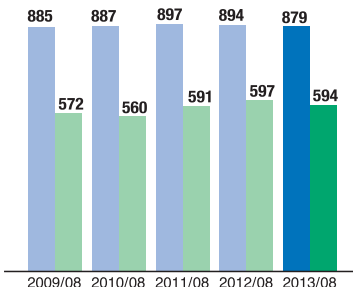
◆ 店舗数(単体及び国内子会社)

- … 直営店舗数
- … フランチャイズ店舗数
- … フランチャイズ比率(%)



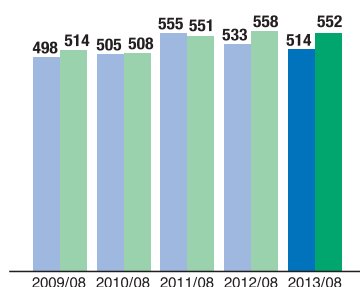
◆ 平均客数・客単価

- … 客数(人)
- … 単価(円)



◆ 平均日販(千円)

- … 新店
- … 全店



〈注〉店舗数は、ローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア100及びSHOP99の合計を記載しています。



会社概況

会社概要 (2013年8月31日現在)

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
 TEL.03-5435-2770
設立 1975年4月15日
資本金 585億664万4千円
決算期 毎年2月末日
配当基準日 毎年2月末日、8月末日
社員数 3,569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 (2013年10月1日現在)

| | | | |
|---------------|-------|--------|-------|
| 代表取締役 | 新浪 剛史 | 上級執行役員 | 宮崎 純 |
| 取締役 代表執行役員 | 玉塚 元一 | 上級執行役員 | 山本 将毅 |
| 取締役 代表執行役員 | 矢作 祥之 | 上級執行役員 | 木島 一郎 |
| 取締役 (社外) | 米澤 禮子 | 上級執行役員 | 山田 哲 |
| 取締役 (社外) | 垣内 威彦 | 上級執行役員 | 加藤 賢一 |
| 取締役 (社外) | 大園 恵美 | 上級執行役員 | 安平 尚史 |
| 取締役 (社外) | 京谷 裕 | 執行役員 | 佐藤 達 |
| 常勤監査役 | 関 淳彦 | 執行役員 | 後藤 憲治 |
| 常勤監査役 (社外) | 帆刈 信一 | 執行役員 | 中井 一 |
| 監査役 (社外) | 小澤 徹夫 | 執行役員 | 三宅 示修 |
| 監査役 (社外) | 辻山 栄子 | 執行役員 | 牛島 章 |
| 専務執行役員 | 川村 隆利 | 執行役員 | 村山 啓 |
| 常務執行役員 | 加茂 正治 | 執行役員 | 河村 肇 |
| 常務執行役員 | 大山 昌弘 | 執行役員 | 唐笠 一男 |
| 常務執行役員 | 今田 勝之 | 執行役員 | 河原 成昭 |
| 上級執行役員 | 澤田 正幸 | 執行役員 | 和田 祐一 |
| 上級執行役員 | 西口 則一 | 執行役員 | 遠藤 裕之 |
| 上級執行役員 | 今川 秀一 | 執行役員 | 前田 淳 |
| 上級執行役員 | 水野 隆喜 | | |

グループ企業 (2013年8月31日現在)

主な連結子会社

(株)九九プラス
 (株)SCI
 羅森(中国)投資有限公司
 上海華聯羅森有限公司
 重慶羅森便利店有限公司
 大連羅森便利店有限公司
 Lawson Asia Pacific Holdings Pte.Ltd.
 Saha Lawson Co., Ltd.
 (株)ローソンHMVエンタテイメント
 (株)スマートキッチン
 (株)ローソン・エイティエム・ネットワークス
 (株)ベストプラクティス

主な持分法適用関連会社

(株)ローソン沖縄
 PT MIDI UTAMA INDONESIA Tbk

- 当社ウェブサイトからもさまざまな情報をご覧いただけます。





株式情報(2013年8月31日現在)

株式の状況

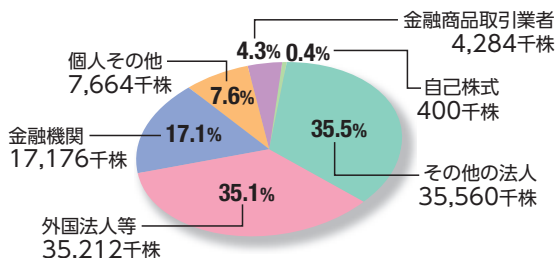
| | |
|----------|-----------|
| 発行可能株式総数 | 409,300千株 |
| 発行済株式の総数 | 100,300千株 |
| 単元株式数 | 100株 |
| 株主数 | 30,056名 |

大株主(上位10名)

| 株主名 | 所有株数(千株) | 持株比率(%) |
|------------------------------------|----------|---------|
| 1.三菱商事株式会社 | 32,089 | 32.1 |
| 2.日本スタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 3,357 | 3.4 |
| 3.ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー-505223 | 3,129 | 3.1 |
| 4.日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 3,023 | 3.0 |
| 5.株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ | 2,092 | 2.1 |
| 6.野村證券株式会社自己振替口 | 1,908 | 1.9 |
| 7.ザチースマンハッタンクワイエントニスエイルコムバスアカウト | 1,606 | 1.6 |
| 8.全国共済農業協同組合連合会 | 1,575 | 1.6 |
| 9.野村證券株式会社 | 1,550 | 1.6 |
| 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 | 1,423 | 1.4 |

※上記の持株比率は、自己株式400,708株を控除して算出しております。

所有者別分布状況



株主名簿管理人の連絡先

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号
電話 0120-232-711 (通話料無料)

株式のお手続きについてのご注意

- 株券電子化に伴い、株主さまの住所変更、買取請求、配当金振込口座の指定その他各種お手続きにつきましては、原則、口座を開設されている口座管理機関(証券会社等)で承ることとなっておりますので、ご不明な点は口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。株主名簿管理人(三菱UFJ信託銀行)ではお取り扱いできませんのでご注意ください。
- 特別口座の株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行が口座管理機関となっておりますので、上記連絡先にお問い合わせください。
- 除斥期間満了前の未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行でお支払いいたします。

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URL

<http://www.lawson.co.jp/koukoku/index.html>

株主さま向け
アンケート

株主の皆さまの声を お聞かせください

当社では、株主の皆さまの声を聞かせたいため、アンケートを実施いたします。
お手数ですが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

下記URLにアクセスいただき、アクセスコード入力後に表示されるアンケートサイトにてご回答ください。所要時間は**5分**程度です。

<http://www.e-kabunushi.com>



アクセスコード
2651

いいかぶ

検索



空メールにより
URL自動返信

kabu@wjm.jpへ空メールを送信してください。(タイトル、本文は無記入)アンケート回答用のURLが直ちに自動返信されます。

●アンケートのご回答期限:2013年12月10日まで



ご回答いただいた方の中から抽選で
薄謝(図書カード500円)を進呈させていただきます。



※本アンケートは、株式会社 a2media(エー・ツー・メディア)の提供する「e-株主リサーチ」サービスにより実施いたします。

(株式会社 a2media)についての詳細 <http://www.a2media.co.jp>

※ご回答内容は統計資料としてのみ使用させていただきます。事前の承諾なしにこれ以外の目的に使用することはありません。

●アンケートのお問い合わせ「e-株主リサーチ事務局」TEL:03-5777-3900(平日 10:00~17:30) MAIL:info@e-kabunushi.com

LAWSON

株式会社 ローソン

経営戦略ステーション
〒141-8643 東京都品川区大崎一丁目11番2号
TEL 03-5435-1850
FAX 03-5759-6909
<http://www.lawson.co.jp/>



2013年11月発行

© 2013 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。