(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）

KEY CONTENTS

1. 株主構成の変化

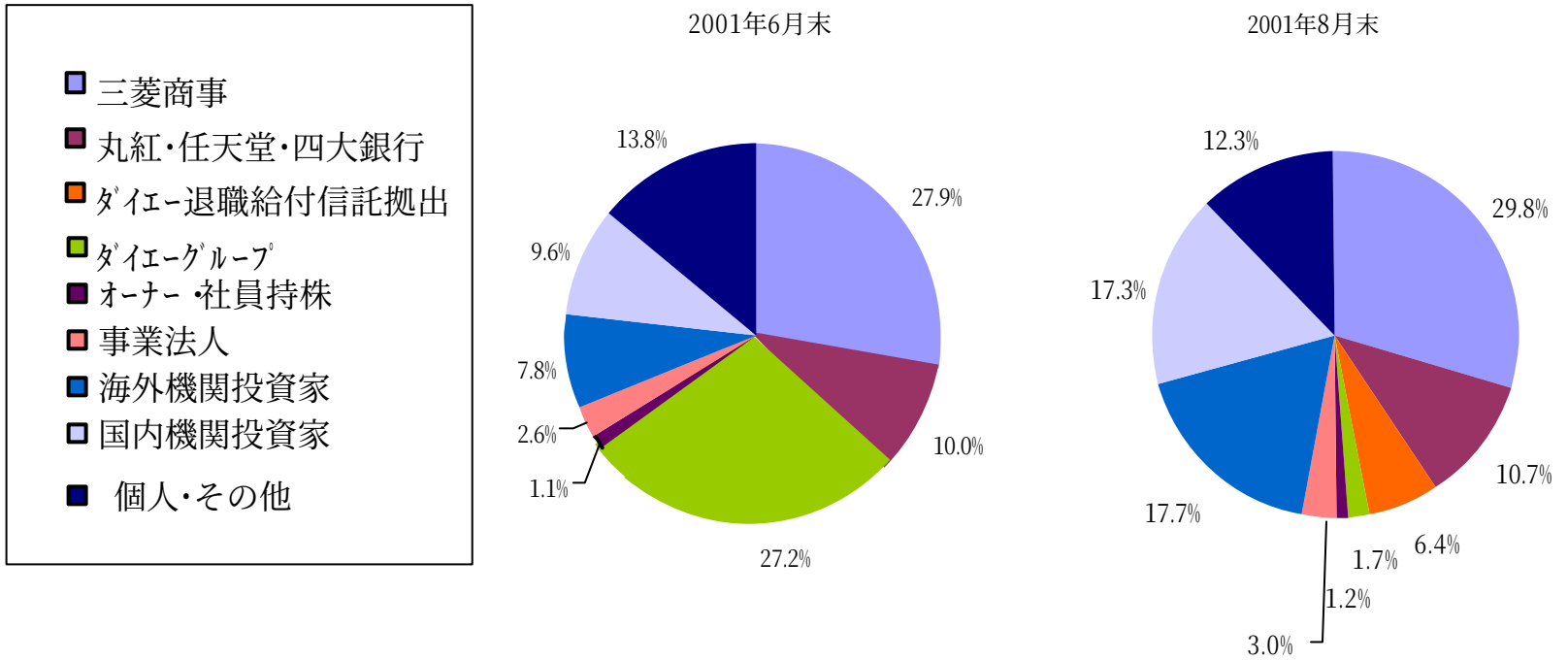
2. 業績報告・下期目標

3. 業務状況報告
   ー店舗開発
   ー既存店前年比（商品・エンタメ戦略）
   ーEビジネス（ロッピーとローソンチケット）

4. 新価値創造
   ーATM推進
   ー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）

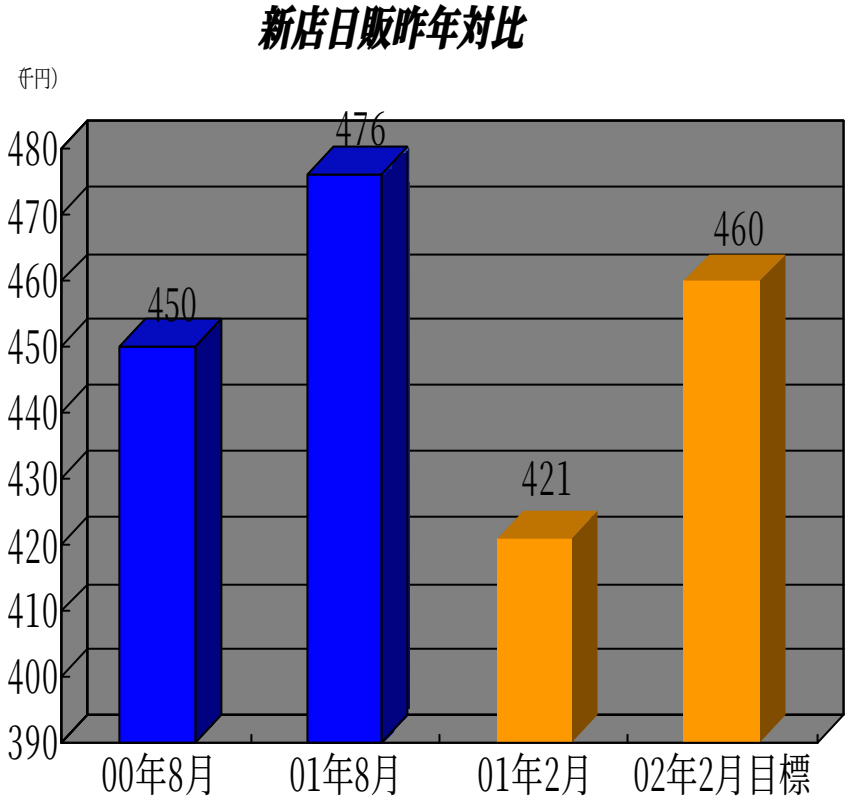
（単体ベース）						（億円）
	上期目標	上期実績	差	昨年対比	下期目標	通期目標
ﾁｪｰﾝ売上高	6,700	6,630	-70	128	6,410	13,040
ﾁｪｰﾝ取扱高	6,890	6,855	-35	174	6,595	13,450
営業利益	236	233	-3	2	200	433
経常利益	228	226	-2	10	197	423
当期利益	108	115	7	30	82	197
（連結ベース）						（億円）
営業利益	233	232	-1	0	192	425
経常利益	224	225	1	7	191	416
当期利益	105	115	10	28	77	192

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

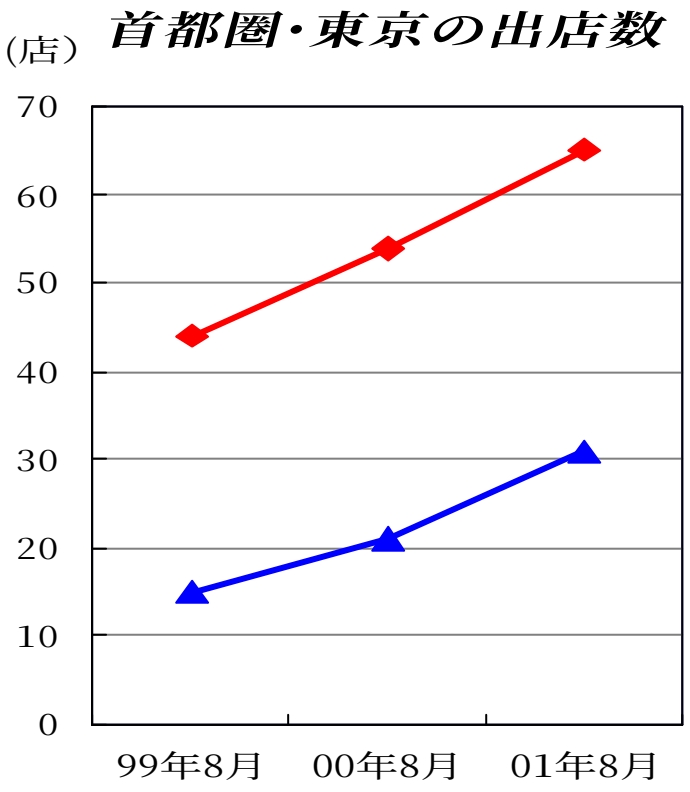
	3-8月累計	年間目標
出店	237	650
閉店（FC）	188	200
閉店（RC）	161	250
閉鎖計	349	450
内置換	91	—
増減	-112	200

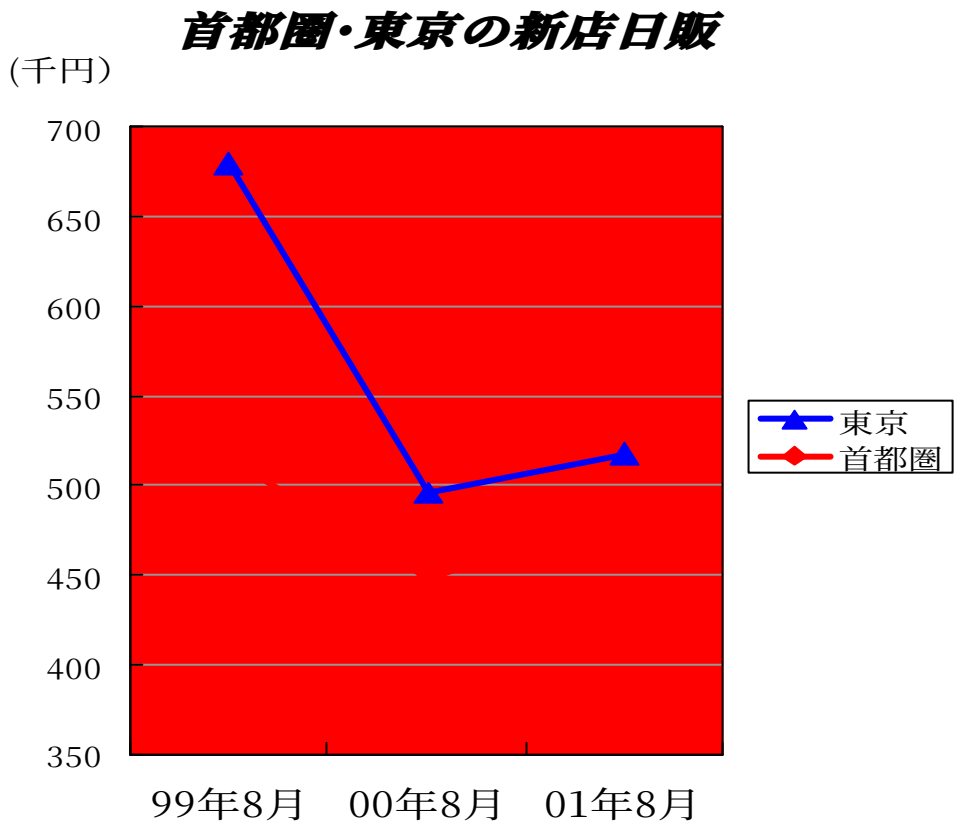
	01/2月末	上期末
契約残	258	324
店舗数（FC）	6,972	7,022
店舗数（RC）	711	549
FC比率（%）	91	93



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

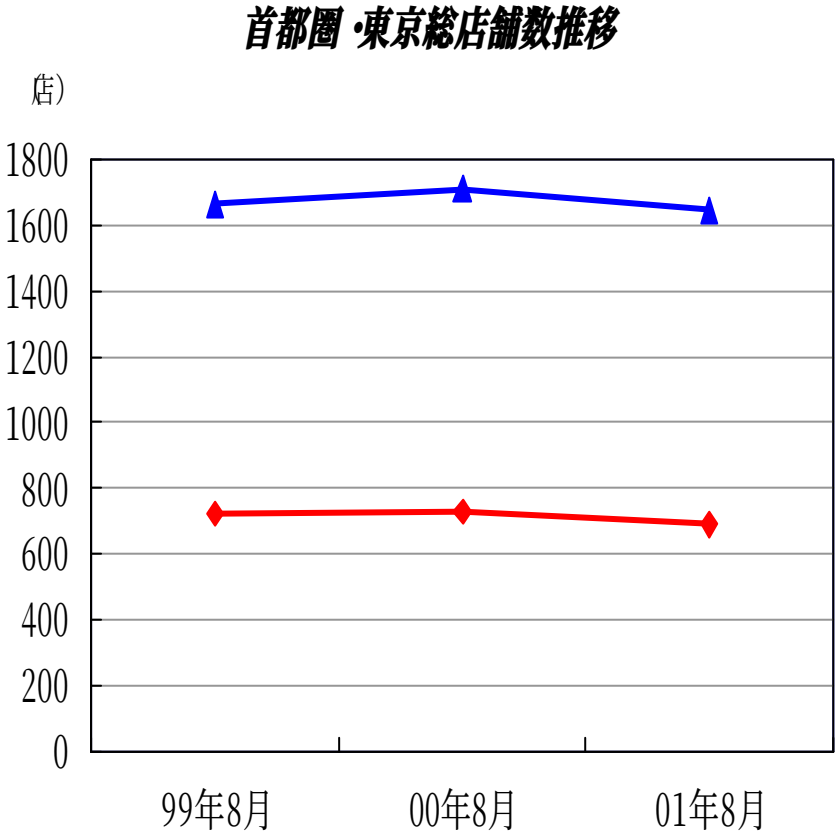


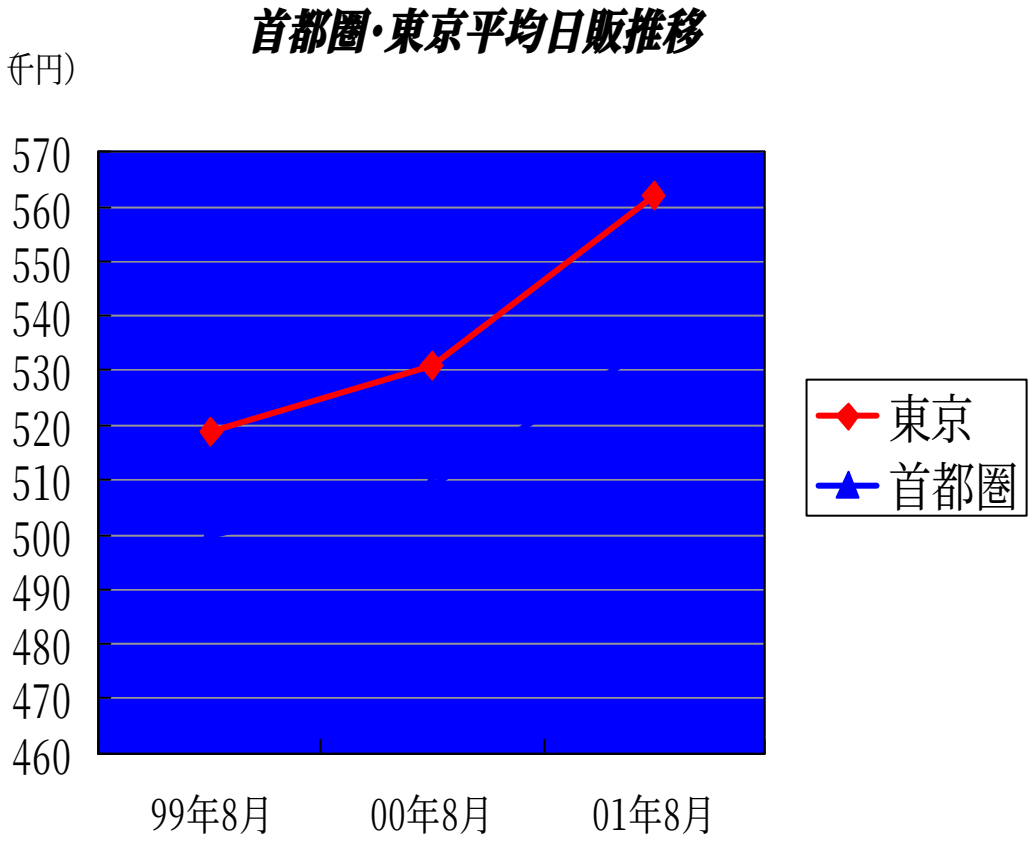


首都圏 ;東京、神奈川、千葉、埼玉

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

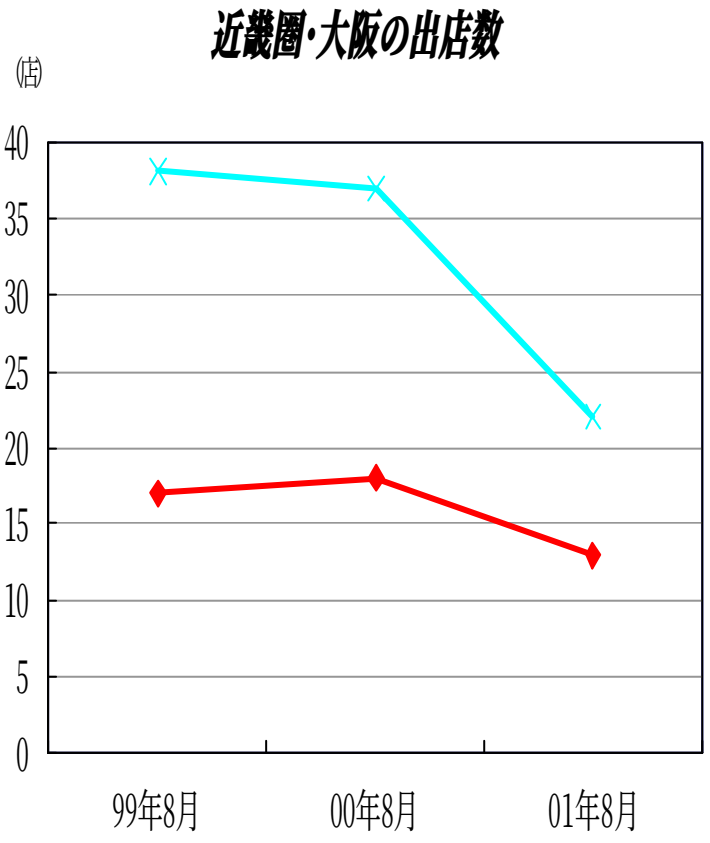


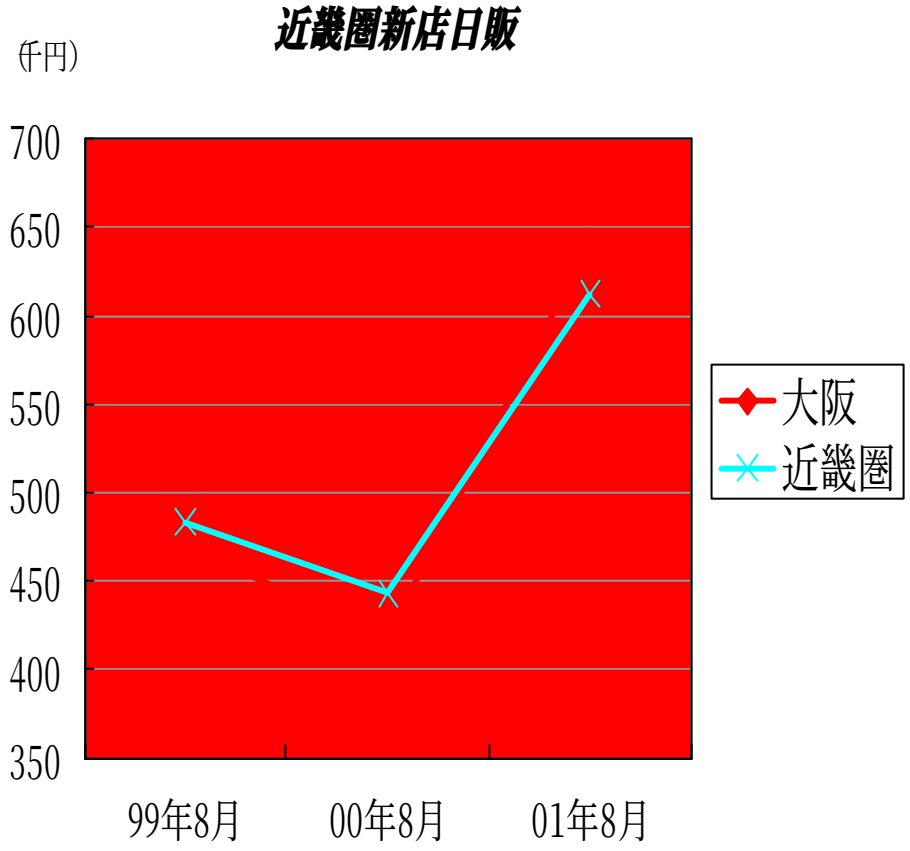


戦略的置換 ･閉鎖による
首都圏 ･東京におけるチェーンの質向上

首都圏 ;東京、神奈川、千葉、埼玉

近畿圏 ･大阪の出店状況 ･新店日販

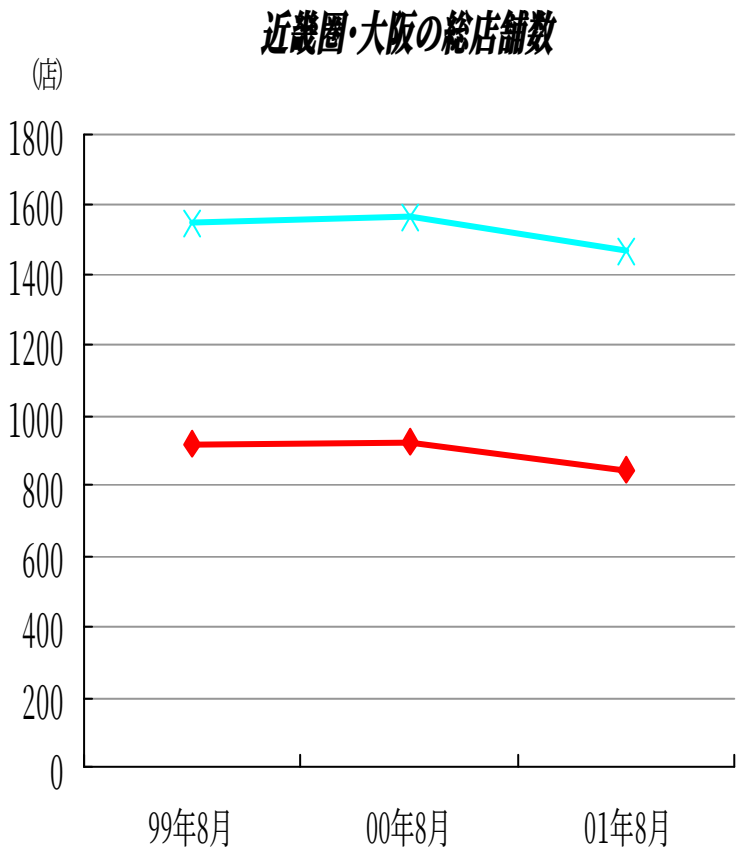


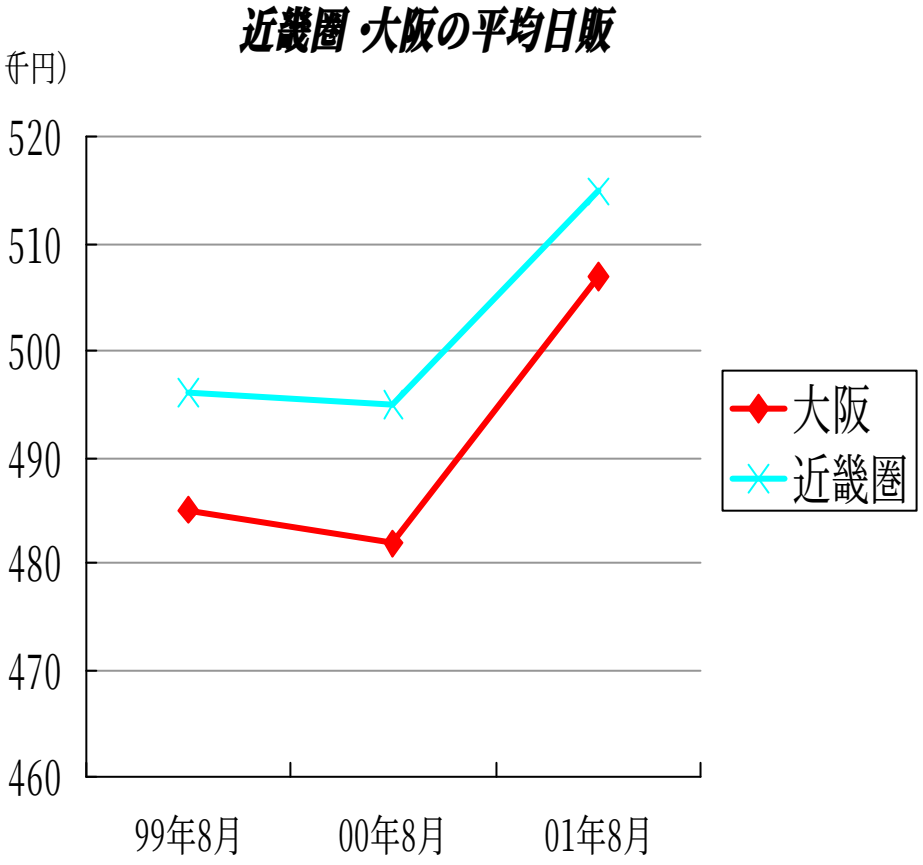


近畿圏 ;大阪、京都、兵庫

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



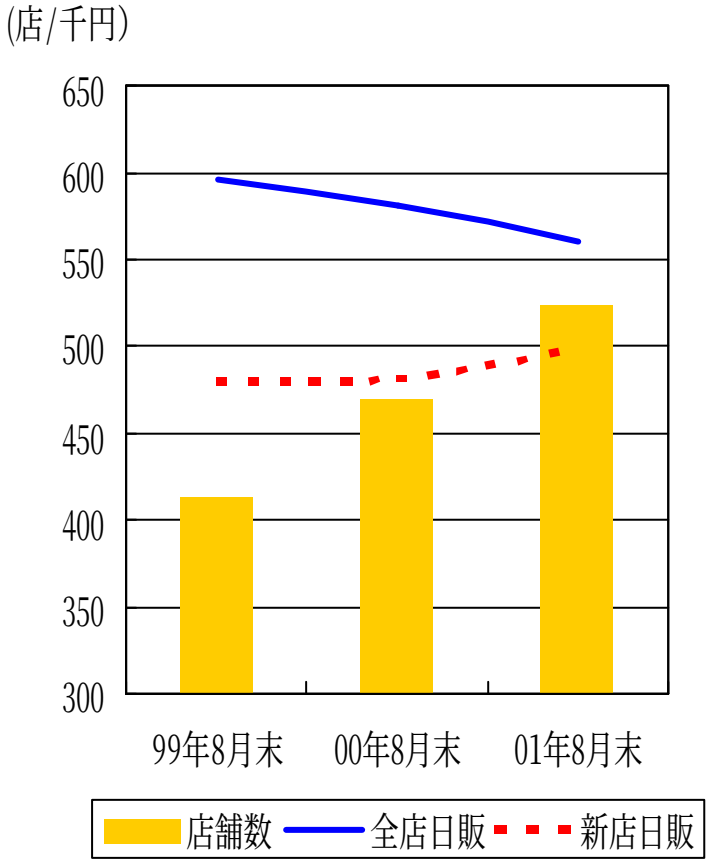


近畿圏 ;大阪、京都、兵庫

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



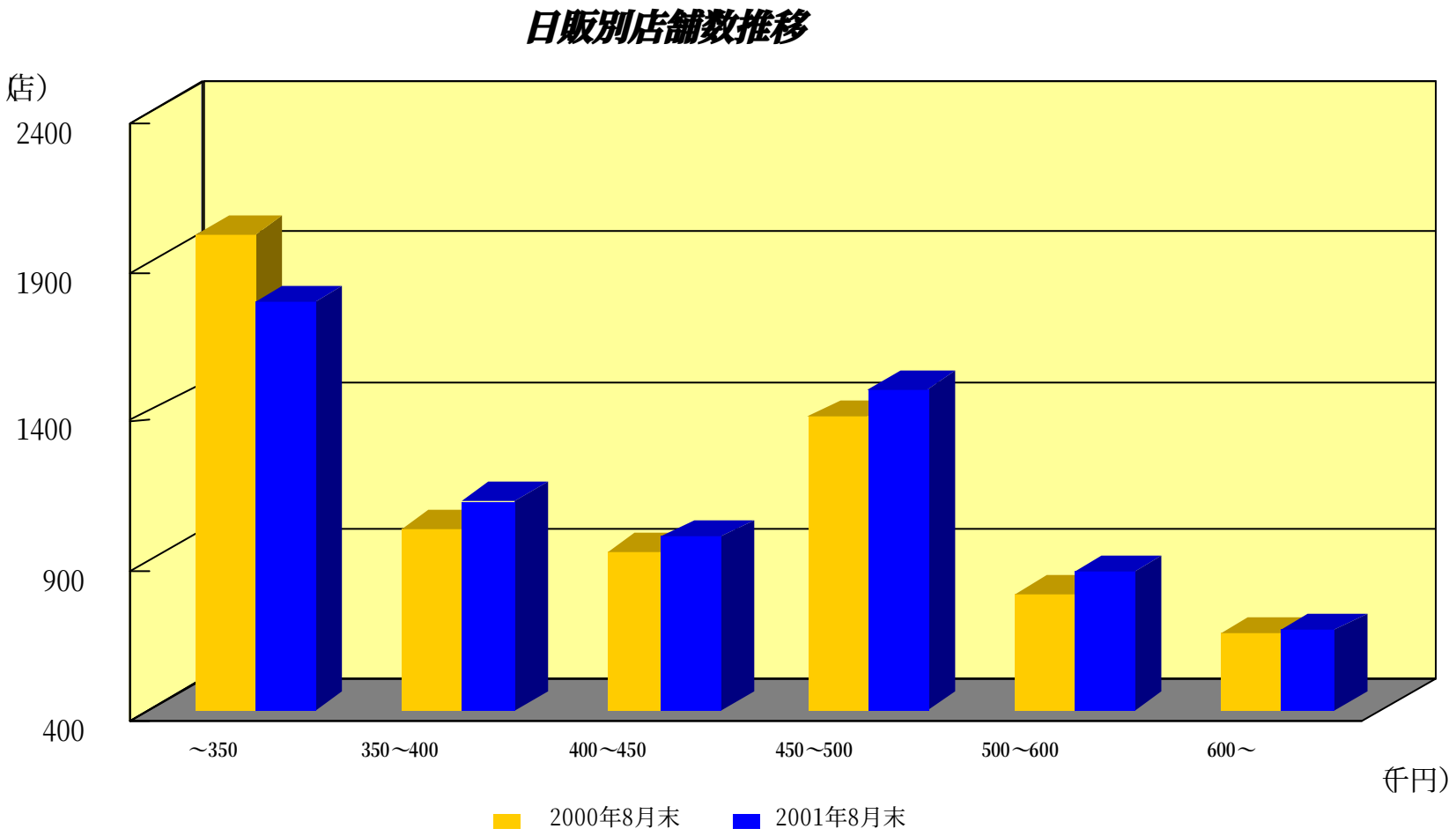
我社先行地域 :青森、秋田、香川、徳島、愛媛、高知

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

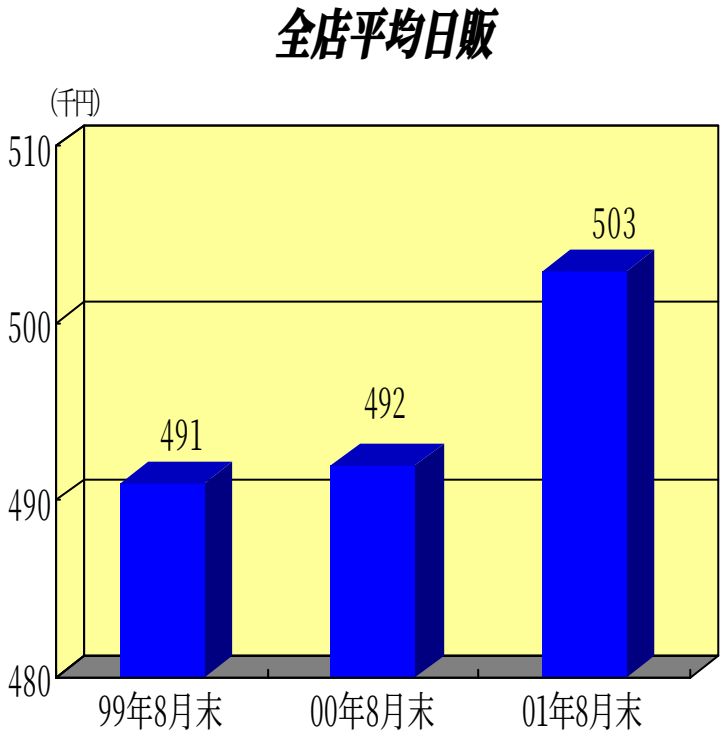
再定義したグリッドポイントに集中出店を継続し、効率的に好立地を確保・我が社特有"資源"の最大限有効利用→先行者優位性の維持・強化

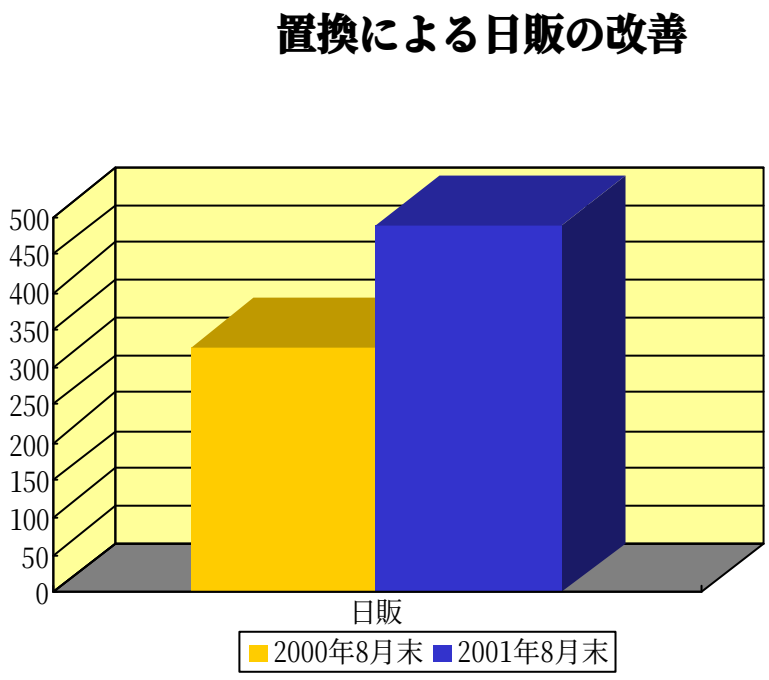
全国店舗網（チェーン）の質向上 (1)



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

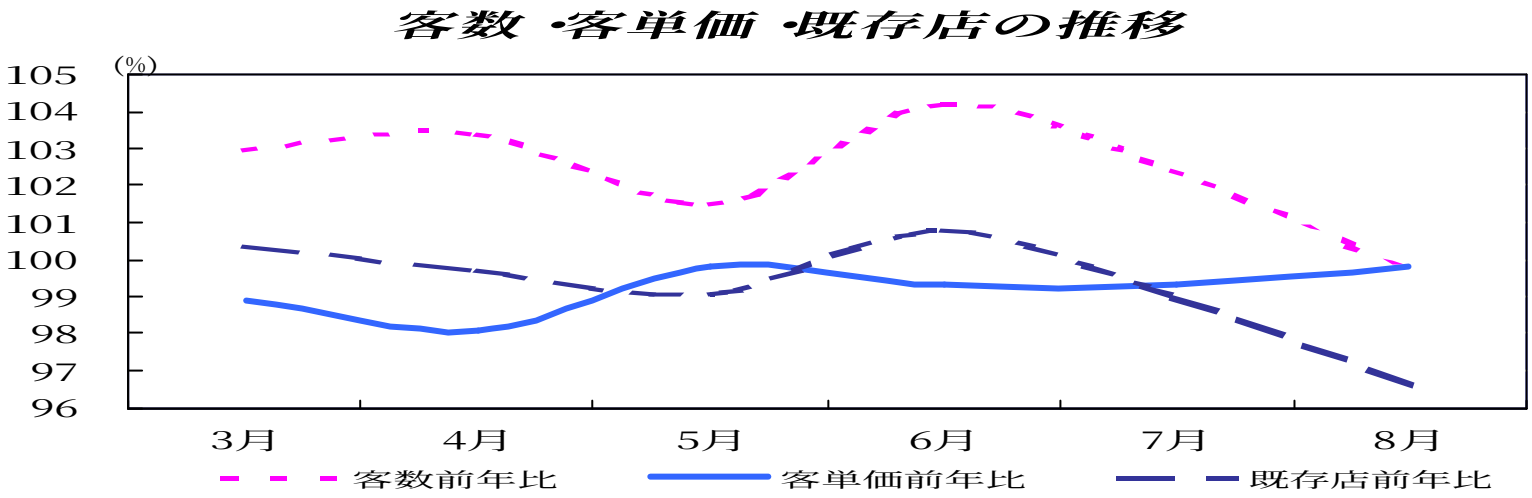
全国店舗網（チェーン）の質向上 (2)





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



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

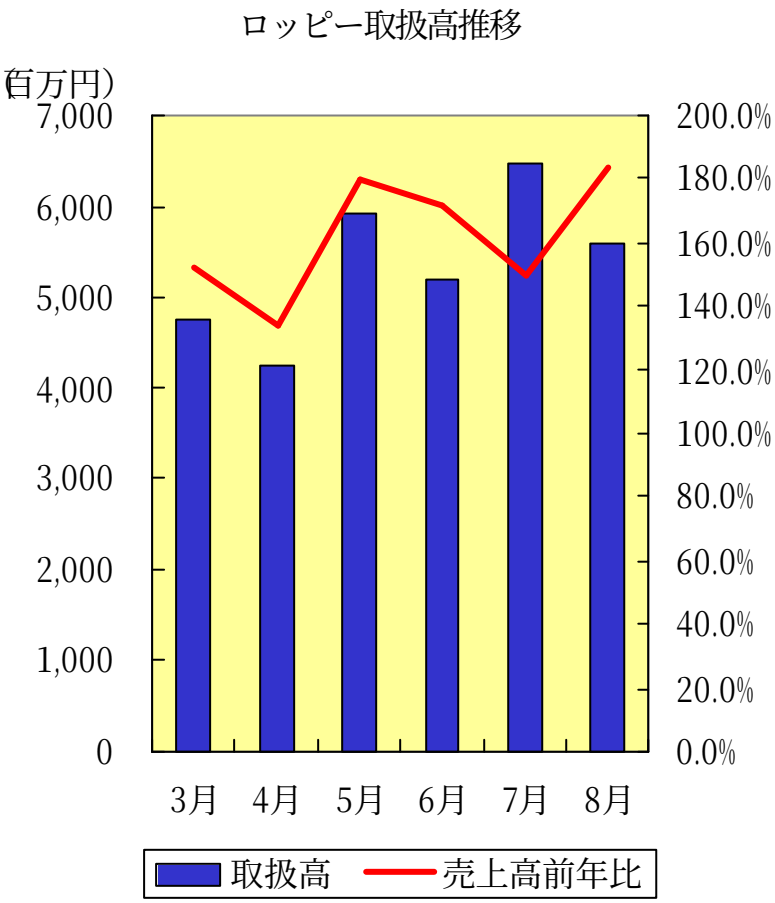
(下期)
- セール対象商品の販売比率縮小
  (FFSによる魅力的な商品の継続的導入)
- 計画的原料調達による荒利率改善のFFS関連商品への全体的展開

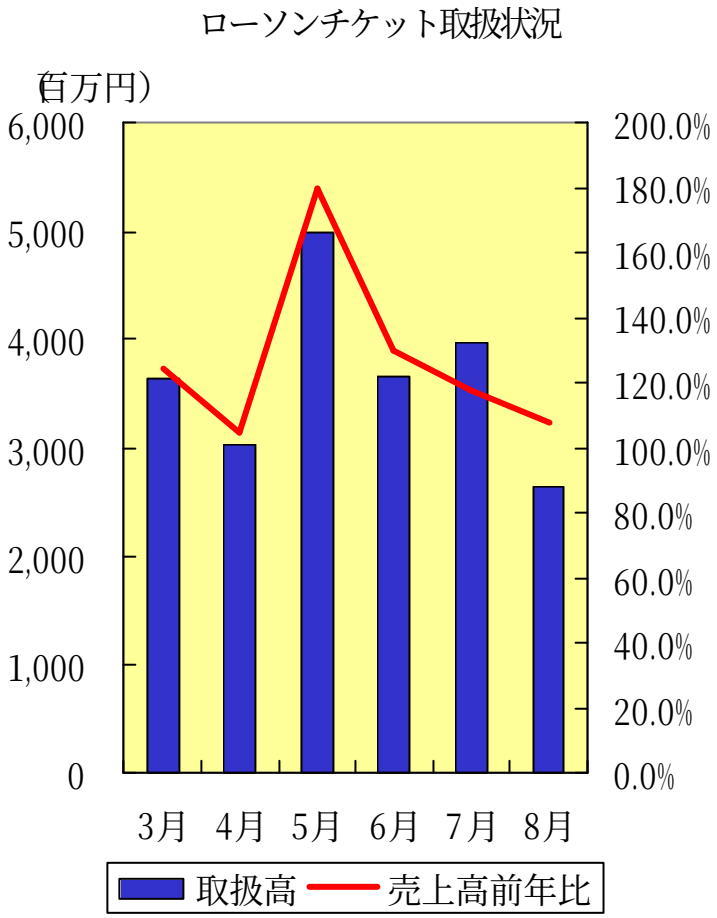
エンタメ施策

(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 ビジネス事業ーロッピーとローソンチケット





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

ATM展開

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月末目処
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

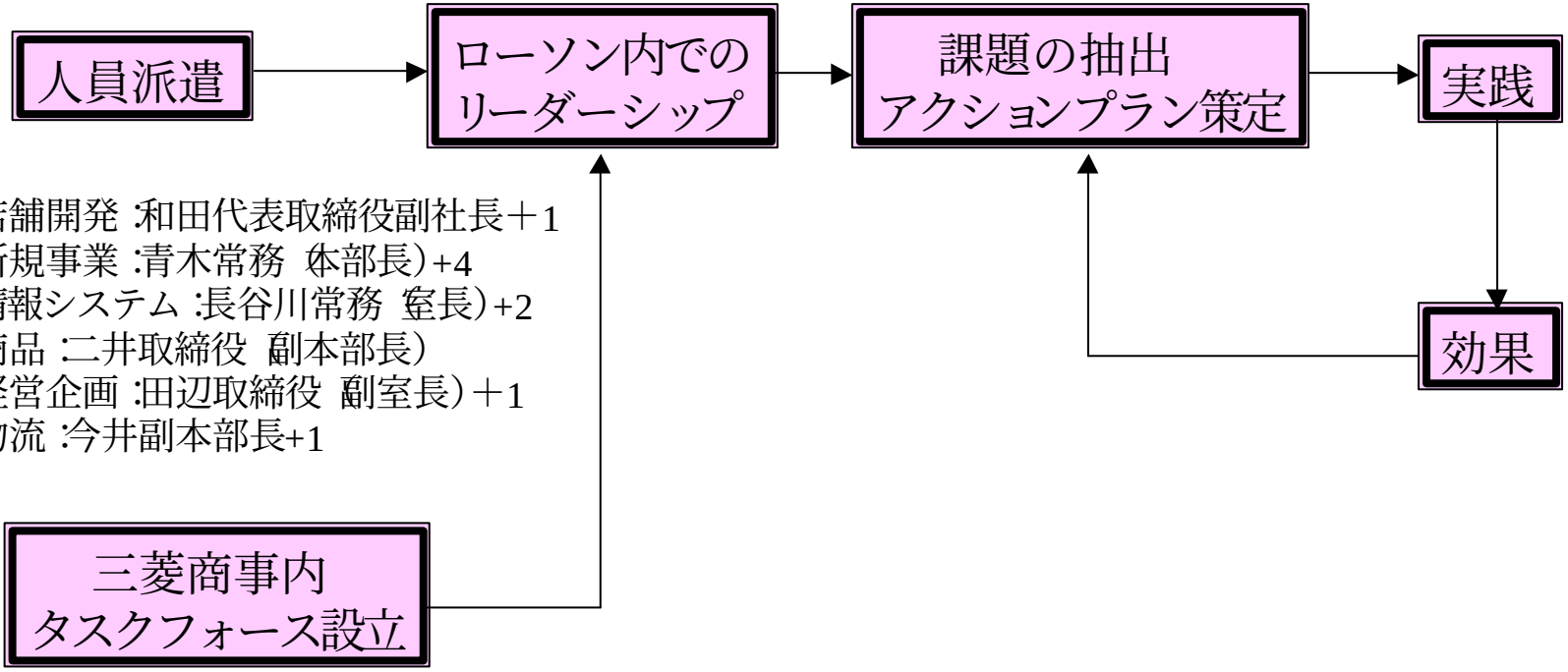
ついで買い経済効果
（ATM利用者の1/3@500円）

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



店舗開発 :和田代表取締役副社長＋1
新規事業 :青木常務（本部長）+4
情報システム :長谷川常務（室長）+2
商品 :二井取締役（副本部長）
経営企画 :田辺取締役（副室長）＋1
物流 :今井副本部長+1

SCMタスクフォース
店舗開発支援タスクフォース
建設資材タスクフォース
金融サービスタスクフォース
LETSSタスクフォース（TF）

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
・ハード購入金額削減
・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ージメント
（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

まとめ

- 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→成果が着実に出始め、成長余力は高い
- 株主価値に重きを置いた経営
- 中期目標
  ー経常利益成長率 :5/10/10％
  ーROA, ROEともに12％以上 (2003年度末)