LAWSON

SUSTAINABILITY REPORT

サステナビリティレポート2026



目 次

● トップメッセージ …… P2

● 特集
地域の未来を創る社会課題解決へのチャレンジ …… P4
マチの課題に合わせた店舗へのチャレンジ …… P5
災害への備えとマチの復興支援 …… P10

● ローソンにおける重点課題 …… P22

● ローソンのサステナビリティ …… P32
サステナビリティの推進体制 …… P33
環境ビジョン Lawson Blue Challenge 2050！ …… P36

● 環境への取り組み …… P38
TCFD 提言への取り組み …… P39
TNFD 提言への取り組み …… P48
省エネ・創エネを進める店舗設備の導入 …… P61
店舗運営における取り組み …… P69
効率的な物流システムの構築 …… P71
プラスチック製レジ袋の削減の取り組み …… P74
容器包装プラスチック使用量の削減 …… P76
より持続可能な社会のために
～ 認証原料を使用した商品の開発・販売 ～ …… P79
廃棄物削減 …… P92

● 社会への取り組み …… P102
人権の尊重 …… P103
お客さまとの関わり …… P110
「圧倒的な美味しさ」をお届けするために …… P111
「安全・安心」への取り組み …… P115
「健康」への取り組み …… P118
「さまざまな人が利用しやすい店舗」への取り組み …… P124
「お客さま満足」を実現する取り組み …… P128
「お客さまの声」に応える取り組み …… P130
FC 加盟店オーナーとの関わり …… P135
ローソンの FC システムの特長 …… P136
FC 加盟店サポート制度 …… P140
クルーとの関わり …… P144
お取引先さまとの関わり …… P148
お取引先さまとの持続可能な社会に向けた取り組み …… P149
従業員との関わり …… P152
ダイバーシティ、エクイティ＆
インクルージョン（DE&I）推進 …… P153
労働基準、労働環境等の整備 …… P166
健康管理 …… P168
人事制度 …… P189
教育制度 …… P194
地域社会との関わり …… P200
基本的な考え方 …… P201
マチの安全・安心の支援 …… P211
ローソングループ“マチの幸せ”募金 …… P215

● ガバナンス …… P219
コーポレート・ガバナンス …… P220
コンプライアンス …… P223
リスクマネジメント …… P231
事業継続のために …… P234

● ESG データ集 …… P236

【グループ理念】
私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。

【ビジョン】
目指すは、マチの“ほっと”ステーション。

【ローソンWAY】
1.マチ一番の笑顔あふれるお店をつくろう。
2.アイデアを声に出して、行動しよう。
3.チャレンジを、楽しもう。
4.仲間を想い、ひとつになろう。
5.誠実でいよう。

「サステナビリティレポート」について
「サステナビリティレポート」は、グループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」に基づいてマチを幸せにするために取り組んでいる活動を報告しています。
・報告対象期間：主に2025年度（2025年3月1日～2026年2月28日）を対象としていますが、それ以前・それ以後の活動についても掲載しています。
・報告対象組織：株式会社ローソン及びFC加盟店を中心に、一部関係会社並びにお取引先さまにご協力いただいている活動についても一部報告しています。
・報告年月：2026年10月
より詳しい内容についてはローソン公式ウェブサイト「サステナビリティ」ページへ
https://www.lawson.co.jp/company/activity/

トップメッセージ

トップメッセージ

お客さまとともに、マチの暮らしに寄り添い、挑戦し続けるローソンへ



ローソンは、「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」というグループ理念のもと、日々の暮らしを支える社会インフラとして、持続可能な社会の実現に取り組んでいます。社会環境が大きく変化し、お客さまの価値観や暮らしが多様化するなかで、コンビニエンスストアに求められる役割も広がっています。私たちは、地域社会への貢献や環境負荷の低減、誰もが安心して働ける環境づくりなど、さまざまな社会課題に真摯に向き合い、持続的な成長につなげてまいります。

2030 年の創業 55 周年に向けて、「ローソングループ　Challenge 2030」のもと、ビジネスを通じた社会課題の解決と圧倒的な成長の両立を目指しています。

有事の際に地域を支える支援拠点となる「災害支援ローソン」や、日常的に便利に楽しくお買い物いただける「地域共生コンビニ」など、地域社会を支える取り組みを進めています。さらに、ローソン店舗がコミュニティのハブとなり、世代を超えた人々のリアルなつながりを創出し、マチの再創生を目指す「ハッピーローソンタウン」をオープン。今後もさまざまなチャレンジを通じ、ローソンの店舗を中心に、人もマチもより輝ける場所にしていきたいと考えています。

これからもローソンは、マチに暮らす皆さまにとって、より便利で、より安心でき、より信頼される存在であり続けるとともに、事業成長と社会課題の解決の両立に取り組み、「Real × Tech Convenience」の実現に挑戦してまいります。

※CSO=チーフ・サステナビリティ・オフィサー：最高サステナビリティ責任者

特集
地域の未来を創る
社会課題解決へのチャレンジ

マチの課題に合わせた店舗へのチャレンジ

店舗を核に、地域を支える身近なインフラへ
マチの課題に合わせて店舗が進化中

近年、高齢化や人口の減少などでスーパーが撤退する地域が増え、食料品などの買い物に不便を感じられる消費者が増えています。また、今後 30 年間に南海トラフ巨大地震が発生する確率が「60%～ 90%程度以上」に上るほか、気候変動の影響による異常気象が多発するなど、日本ではさまざまな災害が起きる可能性が高くなっています。

ローソンはグループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」のもと、みんなと暮らすマチを幸せにするために事業方針「3 つの約束」として「圧倒的な美味しさ」「人への優しさ」「地球（マチ）への優しさ」を掲げて、マチの変化や、お客さまのニーズの変化に対応するとともに、社会課題の解決に取り組んでいます。

その一環で、自治体や KDDI 株式会社などの関係企業と連携し、店舗を核としてマチの課題の解決につながる、地域住民の皆さまの生活を全方位で支えるインフラになりたいと、新たな店舗づくりに取り組んでいます。その中心となるのが、マチの再創生としてお店を拠点に、世代を超えて誰もが安心して楽しく暮らせるマチづくり構想“ハッピーローソンタウン”です。“ハッピーローソンタウン”に加え、“地域共生コンビニ”や“災害支援ローソン”など、社会課題に合わせて店舗を進化させている、その取り組みの一端をご紹介します。

なお、掲載情報は 2026 年 6 月末時点の内容です。それぞれの店舗では実証実験を継続して行っているため、実際の店舗における取り組みと異なる可能性があります。

お店を拠点に、世代を超えて誰もが安心して楽しく暮らせるマチづくり構想
“ハッピーローソンタウン”

ローソンは 2025 年、創業 50 周年を迎え、今後企業として挑んでいく目標に「地域再創生」を掲げ、「ハッピーローソンタウン」※構想を発表しました。マチの再創生として、お店を拠点に、世代を超えて誰もが安心して楽しく暮らせるマチを目指します。

※「ハッピーローソンタウン」とは、ローソン店舗がコミュニティのハブとなり、世代を超えた人々のリアルなつながりを創出することでマチの再創生を目指す構想。店舗にテクノロジーやエンタテインメント要素なども取り入れ、自治体や他企業とも連携しながら、ローソンらしいマチづくりを推進していきます。

ハッピーローソンタウン池田伏尾台店における主な取り組み

＜特長的な品揃え＞

OTC 医薬品（市販薬）、野菜などの生鮮品、冷凍肉、冷凍魚、阪急デリカの工場直送のベーカリー・お惣菜、阪急ハロードッグのペットフード、ソフトクリームなど

＜特長的なサービス＞

- 小上がりのあるイートインスペース、無料で読める絵本コーナーなど、地域の皆さまのコミュニティスペースとしても活用いただける場の提供。
- 「Ponta よろず相談所」、「池田市 AI サポーター」など、リモート接客プラットフォームや AI を活用した暮らしの利便性を向上するサービスの提供。
- 平時 / 有事を問わず地域住民の皆さまの安心、安全に貢献する AI ドローンや防災サイネージの常設。
- Starlink など災害支援ローソンとしての機能の提供。



1 号店のハッピーローソンタウン池田伏尾台店（住所：大阪府池田市伏尾台 5-2-2）
2026 年 6 月 4 日オープン



株式会社阪急デリカの工場から直送したベーカリー（写真上）やお惣菜を販売。ベーカリーは人気の塩パン、メロンパンなど、お惣菜については煮物・デリサラダなどを品揃え



地域住民の皆さまの交流・ワークショップ・イベントの開催等にもご利用いただけるコミュニティスペース

さまざまな地域の社会課題解決を目指す“地域共生コンビニ”

スーパーなどが撤退して最寄りに小売店がない買い物困難地域に、ローソンは日常的に誰もが便利に楽しくお買い物を続けていける“地域共生コンビニ”の出店を自治体や地元企業、地域の皆さんと連携して進めています。商圏人数がスーパーなどに比べて少なくても成り立ち、かつ店舗の運営が少人数で行えるというコンビニエンスストアの特性を活かすとともに、生鮮品や地元産の食材・食品の品揃えの充実、イートインスペースでの地域情報の掲出など、地域と共生する店舗を目指しています。

“地域共生コンビニ”ローソン龍神村西店における主な取り組み

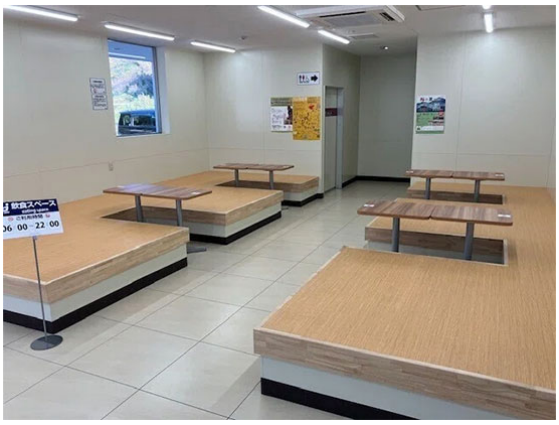
- 近隣にお住まいの方々の日常生活を支えるため、生鮮品・冷凍食品の取り扱い品目を増大。
- 地域交流スペースとして、小上がりのある広いイートインスペースを設け、地域情報なども掲出。



ローソン龍神村西店（住所：和歌山県田辺市龍神村西 337-1）
2024 年 10 月 4 日オープン



「龍神マッシュ」という肉厚な生椎茸をはじめ、地元で採れる青果や里芋焼酎のような特産品を取り扱い。そのほか、冷凍ケースを増設し、冷凍肉や冷凍魚、冷凍珍味などの冷凍食品の取り扱い品目を拡大



小上がりのある広いイートインスペースを設置し、地域の住民の皆さんが交流できる場所に

平時はお買い物拠点、災害時は地域の支援拠点に “災害支援ローソン”

ローソンは KDDI 株式会社とともに、南海トラフ巨大地震などの大規模災害に備えて、人命を第一にしながらマチのインフラとして営業を続けていくため、平時はお客さまのお買い物拠点、災害時は地域住民の皆さまへの支援の拠点となる“災害支援ローソン”を出店しています。災害発生時には被災者の方々への支援を目的に、「災害情報の受発信」、「水・食料の供給」、「通信・電力の確保」などの機能で地域の支援を行うほか、通信復旧活動の拠点としての役割も担います。

“災害支援ローソン”ローソン富津湊店における主な取り組み

- 災害情報の受発信：お客さま向けにはデジタルサイネージ、店舗従業員向けにはストアコンピュータや業務用タブレット端末を活用し、津波警報等の緊急情報を発信。
- 水・食料の供給：備蓄用倉庫に 1,500L 以上の飲料水を確保するほか、店内の厨房を活用した災害時専用メニューのおにぎり作成、敷地内の井戸から手動ポンプで水の汲み上げによる生活用水（飲用不可）の提供。
- 通信・電力の確保：衛星通信サービス「Starlink」を活用したフリー Wi-Fi をすべてのお客さまに開放。また、バッテリーチャージャーを店舗に設置し、通信端末の充電環境を提供。加えて、Starlink をバックホール回線として活用する小型の携帯電話基地局「au フェムトセル」を店舗内に設置。
- 災害時用トイレの常備：排泄物を凝固する災害時用の緊急トイレを設置。



災害支援ローソンの 1 号店ローソン富津湊店（住所：千葉県富津市湊 1238-1）
2026 年 2 月 24 日リニューアルオープン
災害支援ローソンとして店頭にプレートを掲出



有事の際にもお客さまに食品をご提供できるよう店内の厨房を活用して災害時専用メニューのおにぎりを作成。水と米があれば作成が可能



手動ポンプにより井戸から水を汲み上げ、生活用水（飲用不可）として提供



衛星通信サービス「Starlink」を活用したフリーWi-Fi を地域の住民の方に開放（KDDI 株式会社が導入）



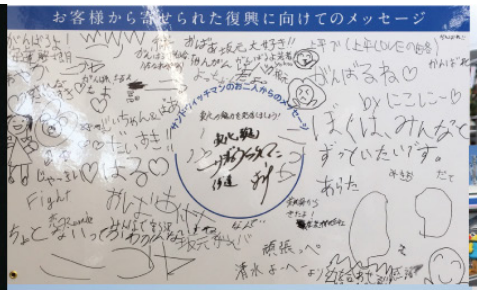
被災された住民の方々がスマートフォンなどの充電ができるバッテリーチャージャーを設置（KDDI 株式会社が導入）

災害への備えとマチの復興支援

災害に備えるとともに、災害時にはマチの復興を支援

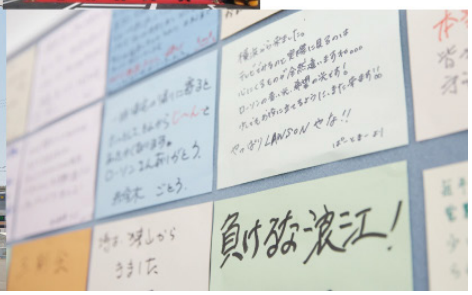
マチのライフラインとしての役割を果たす











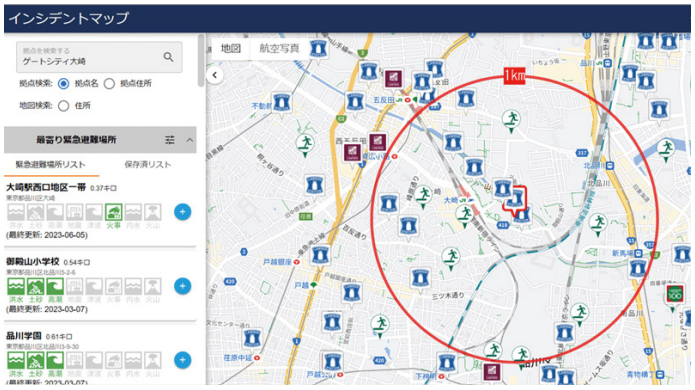
レジリエンス認証
事業継続および社会貢献
認証・登録番号 10000001

ローソングループは、災害に備えることはもちろん、災害が発生したときにはマチのライフラインとしての役割を果たすために、速やかに災害対策を講じて店舗の営業継続、早期営業再開を目指します。また、被害に遭われた方々への支援として、自治体と連携して被災地へ食料や日用品などの緊急支援物資をお届けするほか、災害支援募金なども実施しています。

大規模災害への備えと対応

災害への備え

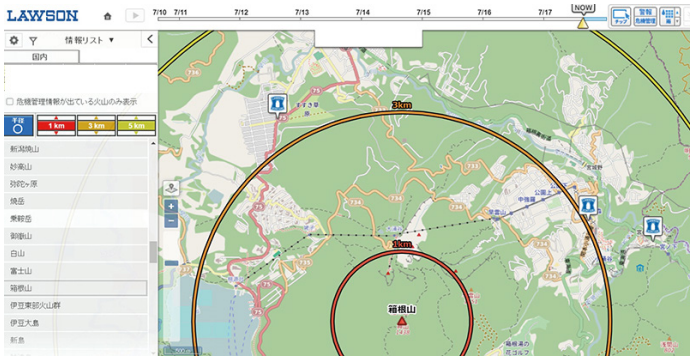
当社では、災害対策への考え方と災害時の従業員と組織の行動基準を定めた災害対策マニュアルを策定しており、同マニュアルには全従業員・全組織における災害レベルごとの人命を第一にした対策の対応ルールと手順が記載されています。
また、ローソングループでは、年 3 回防災訓練を実施し、大規模な災害に備えています。防災訓練では人命第一の観点から、特に安否確認訓練を重視しており、大地震が発生したときに備え導入している「安否確認システム」の運用確認を毎回実施することと併せ、災害用伝言ダイヤル・メール・電話等複数の手段で安否を早期に確認できるよう取り組んでいます。
さらに、安全な避難場所の確認手段として「インシデントマップ」（緊急避難場所検索ツール）を導入しています。店舗最寄りの避難場所がわかる地図を店舗に配布し、FC 加盟店オーナーや店舗クルーが災害発生時に、速やかに避難場所に避難できるようにしています。
また人命を第一に行動することについては防災訓練だけでなく、過去の震災で被災した FC 加盟店オーナーのメッセージを冊子や動画等で共有することで、全加盟店・全従業員へ啓発しています。



インシデントマップ

東日本大震災対応記録「それぞれの 3.11」PDF

災害発生時の対応



災害情報地図システム

当社では大きな災害が発生した場合、災害対策本部を速やかに立ち上げます。
災害対策本部では、安否確認を実施した上で、店舗の営業継続、早期営業再開に向けた対応をします。そのために、道路や鉄道の運行状況等がどのようになっているのかを地図上で確認できる「災害情報地図システム」、店舗の被災状況をいち早く確認できる「ステータス checker」を導入し、迅速に情報を収集できる体制にしています。また、停電時に営業を継続するために、全国の支店・エリアオフィスに小型発電機を配備したり、POS レジの代わりに商品の販売ができるポータブルオーダーターミナルを店舗に設置したり、店舗の営業が継続できる体制を構築しています。

災害発生時における自治体との連携

当社は、災害発生時に自治体への物資供給や帰宅困難者支援を行うために、自治体と協定の締結をしており、被災自治体と相互協力できる体制を構築しています。
また、当社は 2017 年 7 月 1 日付で内閣総理大臣の指定を受け、「災害対策基本法」第 2 条第 5 号に基づく指定公共機関となりました。災害発生時に中央省庁、自治体等と連携した被災地支援を実施するために、平時から防災業務計画の策定や防災訓練の実施、物資や資材の備蓄等を行い、指定公共機関としての役割を果たせるよう努めています。
なお、当社は日ごろから大規模災害などの当社の経営資源が機能不全に陥った場合や当社の従業員等が多数就業困難になった場合に備え、事業継続マネジメント（BCM）を規定し、「事業継続計画」を策定するなど、積極的な取り組みも行っており、コンビニエンスストアとして初めて「レジリエンス認証」を取得しています。



緊急救援物資輸送車両

防災業務計画 PDF

「レジリエンス認証」についてはこちらへ

災害支援ローソンのオープン

ローソンは KDDI 株式会社とともに、「災害支援ローソン」の 1 号店として 2026 年 2 月 24 日（火）、千葉県富津市に「ローソン富津湊店」をリニューアルオープンしました。「災害支援ローソン」は災害発生時に、被災者の方々への支援を目的に、電力ならびに通信・情報収集手段の確保、断水に備えた飲料水、災害時トイレなどの特別な機能を備え、地域支援の役割を担います。

「災害支援ローソン」についてはこちらへ

もしものときに、災害備蓄「ローリングストック」をしておきましょう

ローソンは「ローリングストック啓発キャンペーン」に参加しています

「ローリングストック」とは、日常食べている食品を少し多めに買い置きし、賞味期限の古いものから消費し、食べたらその分を買い足すことで、日ごろから一定量の食品を備蓄しておく方法です。

近年の日本は、地震や豪雨など大規模な自然災害に数多く見舞われています。
こうしたなか、いざというときでも日常生活に近い食生活を送ることができる備蓄方法として「ローリングストック」が注目されています。

2025 年 1 月から、ローソンは一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会（JFA）に加盟しているコンビニエンスストア各社とともに、南海トラフ地震や首都直下地震といった大規模災害に備えるため、家庭備蓄（ローリングストック）の啓発キャンペーンに参加しています。
キャンペーンでは、各社 SNS での発信や WEB サイトで「ローリングストック」について紹介します。



日常食べているものを活用し、①備える、②使う、③買い足す、を繰り返すことが大きな災害の備えになります

ローリングストックしておくとよいもの

大きな災害が発生した際は、人命救助が最優先されるため、国や自治体からの支援物資はすぐに届きません。最低 3 日、できれば 7 日分 × 人数分の食料品をローリングストックとして準備しておくのが望ましいとされています。
ローソンでは、ローリングストックに適した食品や、電気やガス、水道などのライフラインが止まった場合に活用できる日用品を販売しています。大きな災害が起こる前に日持ちする食料品などを備えておきましょう。

ローソンで購入できる備蓄食品の例※

● 大人 1 人、7 日分の最低備蓄の目安



水 2L
10 ～ 12 本



ご飯パック
10 ～ 12 個



スパゲッティ（400g）
7 袋



パスタソース
8 ～ 10 袋



缶詰各種
30 個



カップ麺各種
8 個

● こんなものもあると便利です※



ウェットティッシュ



マスク



カセットボンベ

※ご紹介している商品は一例であり、必要な量は目安です。店舗によっては取り扱いのない場合があります。

そのほかに揃えておくとよいもの

- 携帯トイレ・簡易トイレ
- 液体歯磨き
- カセットコンロ
- 給水袋・水を運ぶ道具（ポリタンク等）
- ランタン、懐中電灯
- 乾電池
- ゴム手袋・軍手
- 掃除用具
- 養生テープ
- アイマスク・耳栓

災害発生時における自治体との連携

災害発生時に自治体と相互協力し、「マチのライフライン」としての機能を果たすことができるよう、物資供給や帰宅困難者支援（店舗を「災害時帰宅支援ステーション」として登録し、大規模災害時に帰宅困難者に対して、可能な範囲で水道水、トイレ、災害にまつわる情報提供を実施）に関する協定の締結をしています。



災害時帰宅支援ステーション ステッカー

自治体との災害時協定の締結状況※（2026 年 7 月末時点）



災害時物資供給協定の締結（2026年7月末時点）

北海道・東北

締結自治体・団体	締結日
北海道	2008.02.21
青森県	2007.12.18
岩手県	2008.06.23
宮城県	2007.05.28
秋田県	2006.07.10
山形県	2006.07.24
福島県	2008.03.27
仙台市	2013.02.18
札幌市	2020.06.01

関東・甲信越

締結自治体・団体	締結日
茨城県	2008.09.03
栃木県	2008.02.18
群馬県	2010.09.10
埼玉県	2007.11.27
千葉県	2006.03.20
東京都	2020.07.01
神奈川県	2008.12.01
新潟県	2005.10.27
山梨県	2008.06.24
長野県	2003.12.25
さいたま市	2012.01.17
千葉市	2015.12.01
東京都墨田区	2002.08.27
東京都江戸川区	2003.02.12
横浜市	2009.05.21
川崎市	2011.03.29
相模原市	2016.09.01
新潟市	2022.03.01

中部・北陸

締結自治体・団体	締結日
富山県	2007.11.27
石川県	2007.07.24
福井県	2008.03.24
岐阜県	2005.10.28
静岡県	2007.12.19
愛知県	2009.03.26
三重県	2006.11.01
名古屋市	2015.01.30
静岡県伊豆長岡町〔現：伊豆の国市〕	1999.04.01
清水市〔現：静岡市〕	2002.11.29
浜松市	2020.09.01

近畿

近畿 ▲

締結自治体・団体	締結日
滋賀県	2009.01.15
京都府	2010.01.18
大阪府	2007.12.21
兵庫県	2005.11.01
奈良県	2009.06.17
和歌山県	2004.02.20
京都市	2013.09.05
大阪市	2018.02.05
神戸市	2014.03.10
姫路市	1999.06.01
奈良市	1998.03.24
堺市	2020.10.30

中四国

締結自治体・団体	締結日
鳥取県	2007.03.29
島根県	2008.02.13
岡山県	2007.01.17
広島県	2006.11.28
山口県	2007.01.18
徳島県	2004.11.09
香川県	2008.04.23
愛媛県	2005.02.14
高知県	2007.11.22
岡山市	2017.11.20
広島市	2019.03.28

九州・沖縄

締結自治体・団体	締結日
福岡県	2006.03.28
佐賀県	2005.07.13
長崎県	2007.09.21
熊本県	2007.01.10
大分県	2006.02.14
宮崎県	2008.11.11
鹿児島県	2008.05.29
沖縄県	2010.09.07
福岡市	2011.04.22
熊本市	2012.11.21

その他

締結自治体・団体	締結日
中国電力株式会社	2018.12.10
新千歳空港ターミナルビルディング株式会社 （現・北海道エアポート株式会社）	2018.03.30
九州電力株式会社	2018.06.25
陸上自衛隊補給統制本部	2014.09.29
四国電力株式会社	2014.02.07
中部電力株式会社	2013.12.05
東京国際空港ターミナル株式会社	2011.11.01
日本空港ビルデング株式会社	2011.11.01
成田国際空港株式会社	2011.01.21
横浜新都市交通株式会社〔現：株式会社横浜シーサイドライン〕	2007.07.30
全日本空輸株式会社	2007.02.21
日本赤十字社	2006.07.03
東京消防庁	2005.01.15
日本郵政公社〔現：日本郵政株式会社〕	2005.10.19
日本航空株式会社	2003.03.07

帰宅困難者支援協定の締結（2026年7月末時点）

北海道・東北

締結自治体・団体	締結日
北海道	2008.12.17
青森県	2026.01.20
岩手県	2016.08.01
宮城県	2014.08.28
秋田県	2012.01.23
福島県	2011.02.03
山形県	2024.07.11
仙台市	2014.08.28

関東・甲信越

締結自治体・団体	締結日
九都県市 （埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・さいたま市・千葉市・横浜市・川崎市・相模原市*）	2005.08.31 （*2010.07.22）
栃木県	2018.11.13
群馬県	2018.08.29
新潟県	2016.01.25
山梨県	2012.02.15
長野県	2008.07.24

中部・北陸

締結自治体・団体	締結日
富山県	2011.11.08
石川県	2010.09.02
岐阜県	2005.11.25
静岡県	2013.11.22
愛知県	2005.06.09
関西広域連合（三重県）	2011.09.22

近畿

締結自治体・団体	締結日
関西広域連携協議会[現：関西広域連合] （滋賀県*・京都府・大阪府・兵庫県*・奈良県*・和歌山県*・京都市・大阪市・堺市・神戸市*）	2005.02.17 （*2011.09.22）

中四国

締結自治体・団体	締結日
鳥取県	2009.03.30
島根県	2009.03.23
岡山県	2007.01.17
広島県	2006.11.28
山口県	2012.10.26
徳島県	2004.11.09
香川県	2008.06.24
愛媛県	2011.10.24
高知県	2010.01.28

九州・沖縄

締結自治体・団体	締結日
福岡県	2006.09.01
佐賀県	2006.11.27
長崎県	2009.11.26
熊本県	2010.01.20
大分県	2007.03.09
宮崎県	2010.05.12
鹿児島県	2010.09.01
沖縄県	2011.01.17

災害支援募金活動

ローソングループとして広く災害支援募金活動を実施

大規模な災害の発生時には全国のローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア100、HMV、ローソン・ユナイテッドシネマ、成城石井を窓口とした全国的な店頭募金による募金活動を展開します。ローソンでは店頭募金のほか、店頭マルチメディア端末「Loppi」やポイントでの募金も受け付けます（募金により実施店舗や募金の受付方法等は異なります）。
お寄せいただいた善意は、各地の災害対策本部や日本赤十字社、国連WFP協会、中央共同募金会などを通じて被災された皆さまにお届けしています。



店頭募金箱



Loppi募金受付サービス

「災害支援募金」についてはこちらへ

ローソンにおける
重点課題

ローソンにおける重点課題

事業方針の「3 つの約束」をもとに、当社のバリューチェーンにおける取り組みについて、社会課題・情勢などに鑑み、ローソンが取り組むべき重点課題（マテリアリティ）を 6 つに分類しています。小売業にとって最も重要な安全・安心、社会インフラとしての取り組みを強調し、お客さま起点で決定しました。
また、2021 年度から主要グループ企業も重点課題（マテリアリティ）を特定し、目標（KPI）を立てました。ローソングループ一丸となって社会・環境課題の解決に向けて取り組み、持続可能な社会の実現を目指していきます。

● 重点課題（マテリアリティ）の特定

「重点課題（マテリアリティ）」特定のステップ

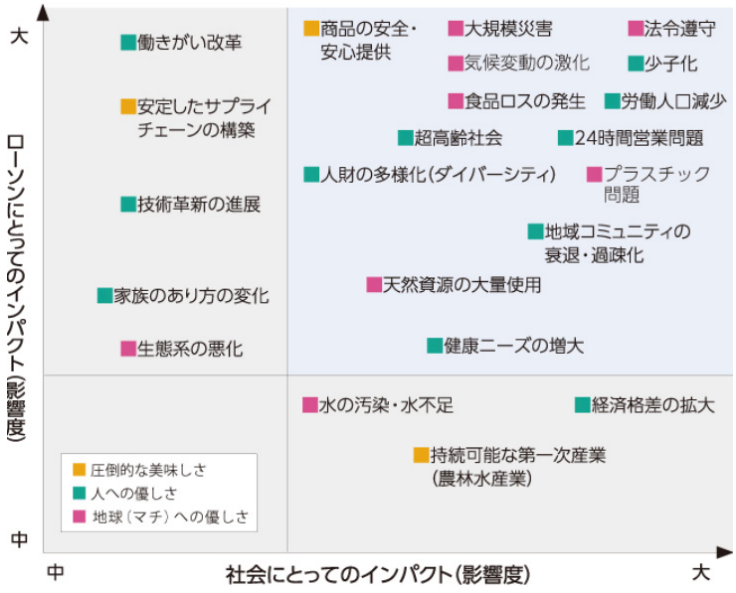
STEP1 環境・社会・経済に対する影響が大きい課題を洗い出し、ローソングループならではの「重点課題（マテリアリティ）」を決定するため、事業活動を原材料調達、製造、物流等のバリューチェーンに分解。各段階で社会課題を洗い出してどのような取り組みが SDGs のゴール（目標）・ターゲット（項目）につながるのかを確認しました。

STEP2 お客さまをはじめ、FC 加盟店、お取引先さまなどのステークホルダーからいただいたご意見やアンケート結果等から洗い出した社会課題のうち、社会にとってインパクト（影響度）の大きい課題を抽出しました。

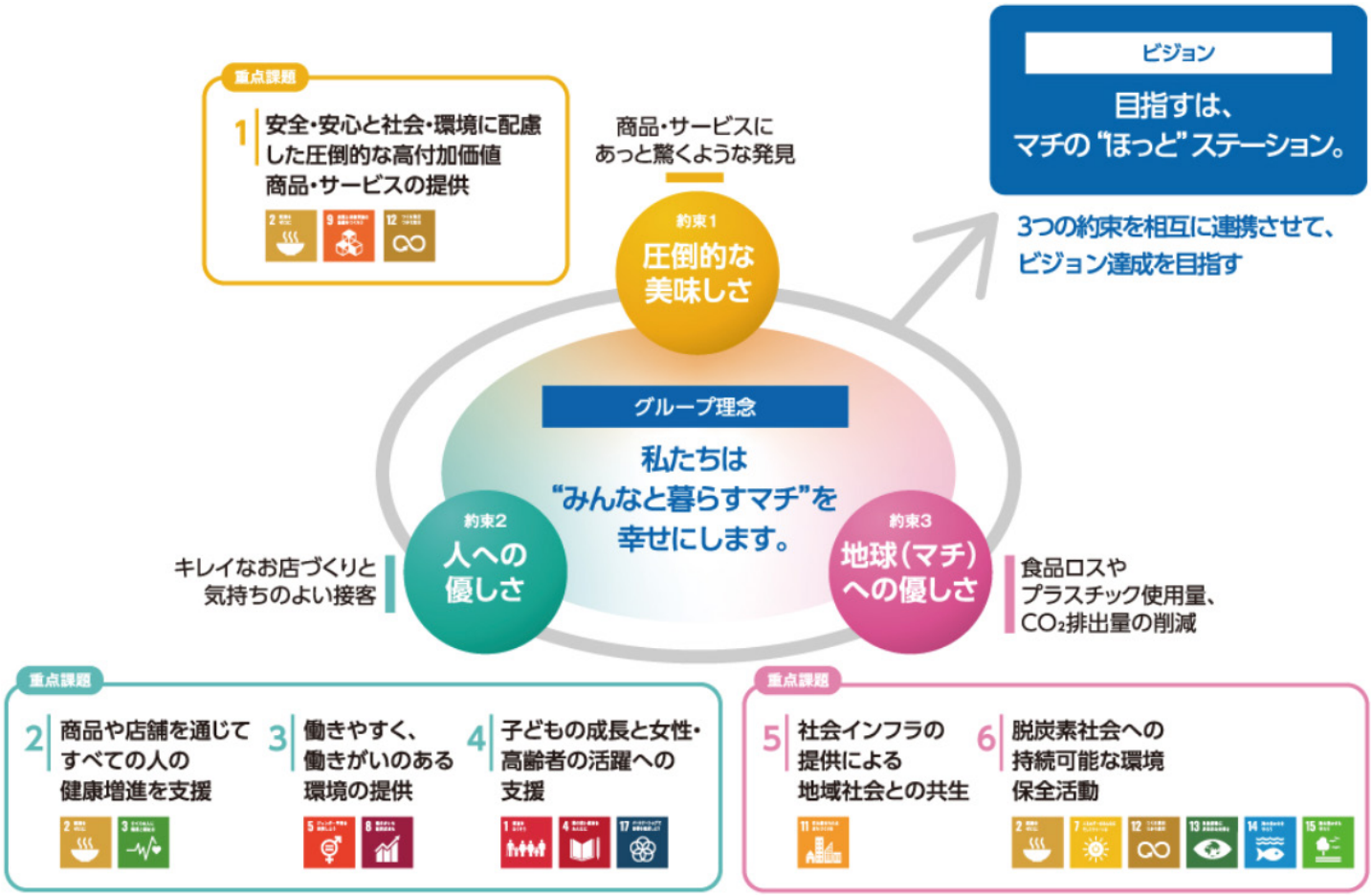
STEP3 ステークホルダーのご意見から抽出した社会課題とローソンにとってインパクト（影響度）の大きい社会課題を突き合わせ、「マチの“ほっと”ステーション」を目指すために優先すべき社会課題を特定しました。

STEP4 特定した社会課題に対応するローソンの取り組みを「3 つの約束」とひもづけ、重点課題（マテリアリティ）を決定しました。

● マトリクス ― 抽出した社会課題のインパクトの整理 ―



● 重点課題（マテリアリティ）



● 重点課題（マテリアリティ）一覧

※主な取り組み・サービスについては、すでに完了したものは外し、新たなものを追加するなど、改廃しています。

事業方針	対応するSDGs目標	重点課題（マテリアリティ）	主な取り組み・サービス※
圧倒的な美味しさ		安全・安心と社会・環境に配慮した圧倒的な高付加価値商品・サービスの提供	● 高付加価値のPB商品の提供 ● まちかど厨房の展開 ● 地産地消商品の企画・開発、国産食材の積極的な活用 ● 社会・環境に配慮した商品の開発・販売 ● ローソンファーム（農場）の展開 ● お客さまの声に応じた商品・サービスの開発 ● 社会（人権等）・環境に配慮したサプライチェーンの構築・運用 ● お取引先さまとの公平公正な取引の実施
人への優しさ		商品や店舗を通じてすべての人の健康増進を支援	● テーマに基づいた健康に配慮した商品の開発 ● お客さまに安心していただける商品の製造・販売の推進 ● さまざまなお客さまが利用しやすい店舗環境の整備 ● 医薬品を販売する体制づくり ● ナチュラルローソン、ヘルスケアローソンの展開 ● 自治体との健康づくりの連携推進 ● オーナー・クルーの健康取り組みへの支援・補助 ● 健康経営の推進（メンタルヘルスケア・運動促進施策の実施 等）
		働きやすく、働きがいのある環境の提供	● 多様な人財がいきいきと活躍できる店舗や事務所の働く環境の整備 ● 店舗クルーの育成、定着促進 ● 加盟店オーナーサポート制度の継続 ● 多店舗経営のマネジメントオーナー（MO）制度の推進 ● FC加盟店とのコミュニケーション強化 ● DX等を活用した働きがい改革の推進 ● 産休・育休・看護・介護休暇等の整備と利用拡大
		子どもの成長と女性・高齢者の活躍への支援	● 子どもたちの未来のための募金の推進（学校緑化・活樹祭、ひとり親家庭支援奨学金制度の実施と継続） ● 子どもたちのキャリア教育支援の環境づくり ● フードバンク等への商品寄贈 ● ケアローソンの展開（介護支援）、イベントでの地域活性化 ● セーフティステーション（SS）活動の推進（女性や子ども、高齢者の見守り）
地球（マチ）への優しさ		社会インフラの提供による地域社会との共生	● デリバリーサービス、移動販売の拡大 ● エリアの特性に合わせた取り組みによる地域の活性化 ● 「地域共生コンビニ」、書店併設店舗の展開 ● ローソン銀行ATMサービスの推進 ● 行政証明書の発行サービス ● 自治体との包括協定等の締結・連携の推進 ● 災害時の国・自治体と連携した被災地支援
		脱炭素社会への持続可能な環境保全活動	● CO_2削減：店舗・オフィスの省エネ化の推進 ● CO_2削減：再生可能エネルギーの活用・拡大 ● CO_2削減：物流の効率化と環境対応トラックへの切り替え ● 食品ロス削減：発注システムによる発注の適正化、値引き販売の推進 ● 食品ロス削減：食品リサイクルの推進 ● 食品ロス削減：冷凍商品の開発強化、商品の長鮮度化 ● プラ削減：容器包装及び販促資材等のプラ使用量の削減 ● コピー用紙などの天然資源使用の削減 ● 生物多様性に配慮した持続可能な資源の利用 ● 店舗周辺や公園、海岸・河川敷での清掃・美化活動

● 各重点課題（マテリアリティ）の取り組み内容

圧倒的な美味しさ

重点課題：安全・安心と社会・環境に配慮した圧倒的な高付加価値商品・サービスの提供

お客さまをはじめとしたステークホルダーの皆さまにとって最重要課題が商品･サービスの「安全･安心」であり、商品・サービスを提供するローソンにとっても「安全・安心」はいちばんに果たさなければならない大切な責任です。ローソンは「安全・安心」をお客さまにお届けするために、原材料の採用から商品の製造工程、店舗での販売時点の管理まで、本部と FC 加盟店が一体となって商品・サービスの管理に取り組んでいます。
また、社会の変化に伴い。お客さまのニーズはどんどん変化していきます。特に昨今、社会･環境に配慮した商品･サービスを求めるお客さまの声が増えていることから、日々お寄せいただいているお客さまの声やアンケート調査などからニーズを探り、新たな価値を提案する商品・サービスの開発に取り組んでいます。
一方で、商品・サービスをお客さまに安定して供給するには、安定したサプライチェーンの構築・運用が欠かせません。お取引先さまとの公平公正な取引を進め、お取引先さまのご理解・ご協力をいただきながら持続可能な安定したサプライチェーンの構築・運用を進めていきます。

● 関連する SDGs のゴール



● ローソンの取り組み

地球環境保全の取り組み

- より持続可能な社会のために～ 認証原料を使用した商品の開発・販売 ～

お客さまとの関わり

- 「圧倒的な美味しさ」をお届けするために
- 「安全・安心」への取り組み
- 「お客さま満足」を実現する取り組み
- 「お客さまの声」に応える取り組み

お取引先さまとの関わり

- お取引先さまとの持続可能な社会に向けた取り組み

地域社会との関わり

- 地元の産品の普及への取り組み

人への優しさ

重点課題：商品や店舗を通じてすべての人の健康増進を支援

お客さまにとって身近なコンビニエンスストアだからこそ、毎日召し上がる商品の提供を通じて健康で長寿な暮らしをサポートすることが重要であると考え、食の安全や健康に配慮した商品、医薬品の販売に取り組んでいます。そして、コンビニエンスストアにはお子さん、高齢の方、障害者、外国人など、多種多様な方々が毎日、来店されます。多種多様な方々が利用しやすい店舗をつくることが社会的なインフラを担うコンビニエンスストアとして不可欠です。
また、お客さまの健康的な生活全般をサポートする企業として健康増進が重要と考え、ローソン本部の従業員及びFC加盟店オーナー・クルー（パート・アルバイト）の健康管理を推進しています。

関連するSDGsのゴール



ローソンの取り組み

お客さまとの関わり

- 「健康」への取り組み
- 「さまざまな人が利用しやすい店舗」への取り組み

FC加盟店オーナーとの関わり

- FC加盟店サポート制度

従業員との関わり

- 健康管理

地域社会との関わり

- 基本的な考え方

重点課題：働きやすく、働きがいのある環境の提供

人種、宗教、雇用形態などといった背景の違いから、人々にはさまざまな考え方が生まれ、そして社会にもさまざまな考え方が存在しています。店舗を経営するFC加盟店オーナー、店舗で働くクルー（パート・アルバイト）、そして店舗を支える本部従業員もさまざまな背景の人々が働いています。多様な人々が働きやすく、働きがいのある環境をつくっていかなければ、マチを幸せにすることはできません。
さまざまな人が働きやすく、いきいきと活躍できる環境を目指して店舗環境や職場環境の整備、人財育成などに取り組んでいきます。

関連する SDGs のゴール





ローソンの取り組み

FC 加盟店オーナーとの関わり

- ローソンの FC システムの特長
- FC 加盟店サポート制度

クルーとの関わり

- クルーのサポート体制

従業員との関わり

- ダイバーシティ、エクイティ & インクルージョン（DE&I）推進
- 労働基準、労働環境等の整備
- 人事制度
- 教育制度

重点課題：子どもの成長と女性・高齢者の活躍への支援

ローソングループはマチ（地域社会）の一員として、子どもや高齢者、女性、さらに障害者などの多様な人々の権利に配慮し、活躍を支援していきます。なかでも、未来を担う子どもたちが健全に育つよう、地域社会とともに次世代の育成を積極的に支援し、「子どもたちの未来のために」というコンセプトのもと、さまざまな社会貢献活動に取り組んでいます。

関連する SDGs のゴール



ローソンの取り組み

お客さまとの関わり

- 「健康」への取り組み

地域社会との関わり

- マチの安全・安心の支援

募金

- ローソングループ“マチの幸せ”募金

特集

- 子どもたちの未来のために

地球（マチ）への優しさ

重点課題：社会インフラの提供による地域社会との共生

ローソンは創業以来、社会の変化に対応し、お客さまのニーズを見極め、新たな商品・サービスを創り出してきました。公共料金の収納代行サービスやチケットの販売、郵便ポストの設置、さらにはデリバリーサービスの導入など、街の便利屋さんからスタートしたローソンはいまや社会のインフラとなっています。
マチに暮らす人々の生活全般を支える“なくてはならない存在”であり続けるために、お客さま起点の「マチの“ほっと”ステーション」をさらに目指し、進化させていきます。

関連するSDGsのゴール



ローソンの取り組み

地域社会との関わり

- 基本的な考え方
- 地元の産品の普及への取り組み
- マチの安全・安心の支援
- デリバリーサービス・移動販売

特集

- 災害への備えとマチの復興支援

重点課題：脱炭素社会への持続可能な環境保全活動

気候変動は年々激しさを増しており、企業は気候変動の緩和と適応に真剣に取り組まなければ脱炭素社会を実現することはできません。そこで、ローソングループは、SDGs の目標年である 2030 年をターゲットに、社会・環境面に関わる目標（KPI）を策定し、達成に向けて取り組んでいます。さらに脱炭素社会を 2050 年に実現し、青く豊かな地球環境を未来につなげるために、長期目標として環境ビジョン「Lawson Blue Challenge 2050 !」を策定しました。

今後も、SDGs が目指す姿に貢献すべく、CO2 排出量削減、食品ロス削減、容器包装のプラスチックやレジ袋の使用量削減などの環境課題に対応した取り組みを進め、2030 年及び 2050 年の目標（KPI）の達成に向けてチャレンジしていきます。

関連する SDGs のゴール



ローソンの取り組み

- TCFD 提言への取り組み
- TNFD 提言への取り組み

脱炭素への取り組み

- 省エネ・創エネを進める店舗設備の導入
- 店舗運営における取り組み
- 効率的な物流システムの構築

地球環境保全の取り組み

- プラスチック製レジ袋の削減の取り組み
- 容器包装プラスチック使用量の削減
- 認証原料を使用した商品の開発・販売
- 廃棄物削減

サプライチェーンでの取り組み

- サプライチェーンにおける環境への配慮

ローソンの
サステナビリティ

サステナビリティの推進体制

重点課題を特定し、
未来のあるべき姿に向けて持続可能な取り組みを推進

ローソングループは私たちのグループ理念「私たちは“ みんなと暮らすマチ ”を幸せにします。」のもと、「マチの“ ほっと ”ステーション」を目指してお客さま起点で事業活動を推進しています。マチの幸せを実現するには、未来に向けてサステナブル（持続可能）な社会を実現し、ステークホルダー（利害関係者）と共生していくことが不可欠です。ローソングループは、子どもたちに豊かな未来を引き継ぐため、「ローソングループ企業行動憲章」に基づき「ローソングループサステナビリティ方針」を制定し、ステークホルダーとともに持続可能な事業活動を推進していきます。

「ローソングループサステナビリティ方針」についてはこちらへ

ガバナンス

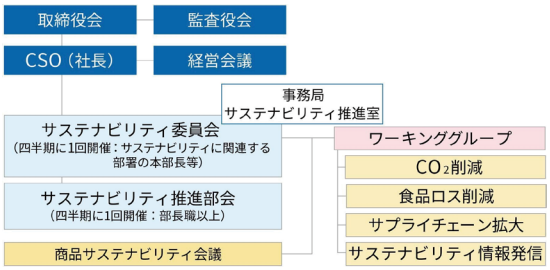
「サステナビリティ委員会」で課題の解決と進捗を共有

ローソングループは、ESG 基軸経営の実践を通じて、気候変動などの環境問題や人権などの社会課題へ対応すべく、CSO（チーフ・サステナビリティ・オフィサー：最高サステナビリティ責任者）を設置し、代表取締役社長がこの任に就いています。加えて、社長直轄のサステナビリティ推進室※を専任部署として設置し、グループ全体のサステナビリティ活動に関する責任を担っています。サステナビリティに関連する部署の組織長が委員として出席する「サステナビリティ委員会」（年 4 回開催）※では、このサステナビリティ推進室が事務局となり、ローソングループのサステナビリティに関する取り組みを推進しています。

サステナビリティ委員会の下には、ローソングループが対応すべき課題の中でも特にスピード感をもった対応が必要であると考えるテーマ（CO_2 排出量削減、食品ロス削減、プラスチック使用量削減、サプライチェーン、情報発信）についてワーキンググループなどを設置し、具体的な推進施策等の検討を行っています。そこでの検討結果をもとにサステナビリティ委員会で方向性を確認し、必要に応じて経営会議、取締役会などの会議体において決裁する体制を取っています。

取り組むべき課題については、事業方針「3 つの約束」をもとに、グループのバリューチェーンを含めた事業活動において、環境・社会・経済に対する影響が大きい課題から優先すべきサステナビリティ上の課題（マテリアリティ）を「6 つの重点課題（マテリアリティ）」として整理しています。当社の各部門、グループ各社が「3つの約束」を徹底し、相互に連携させた意欲的な取り組みを推進することで、「重点課題（マテリアリティ）」への対応を進めています。さらに、その取り組み状況をサステナビリティ委員会へ定期的に報告し、グループ全体としての進捗を図っています。

● サステナビリティ委員会の組織体制
（2026年3月1日時点）



※2025 年 3 月から名称を変更。



事業方針である「3 つの約束」は、お客さまを起点に「圧倒的な美味しさ」「人への優しさ」「地球（マチ）への優しさ」をお約束し、その実現にチャレンジすることで、マチに暮らす皆さんの笑顔が集まり、誰もが「ほっ」とできる、「マチの“ほっと”ステーション」を目指しています。

- 圧倒的な美味しさ：商品・サービスにあっと驚くような発見
- 人への優しさ：キレイなお店づくりと気持ちのよい接客
- 地球（マチ）への優しさ：CO_2排出量や食品ロス、プラスチック使用量の削減

ローソンにおける重点課題・環境ビジョン（2030 年・2050 年目標）

「ローソンにおける重点課題」についてはこちらへ

ローソンのサステナビリティ「環境ビジョン」についてはこちらへ

取り組みを進める上での考え方

ローソングループはサステナビリティへの取り組みを推進する上で、次の 2 つの視点からの取り組みを通じて、持続可能な社会の実現を目指します。

1 つ目は、自らの社会・環境に貢献する活動です。特に事業活動による CO_2 排出量の削減のため、サプライチェーンの CO_2 排出量を把握するとともに、店舗には最新の省エネルギー機器を導入するなどしています。
2 つ目は、商品やサービスの提供を通じて、お客さまの社会・環境活動への支援を積極的に進める活動です。



サステナビリティ教育の推進

ローソンでは、本部従業員及び FC 加盟店オーナー、さらに店長やクルー（パート・アルバイト）を対象としたサステナビリティに関する研修を行っています。本部従業員に向けては年 1 回、e ラーニングによる全従業員を対象とした研修を実施しています。さらに、重要課題に特化したオンライン勉強会を随時開催し、任意で参加した従業員に対してサステナビリティに関する課題の重要性や今後対応が求められることなどを説明しています。
また、FC 加盟店オーナーや店長、クルーに対しては、店舗オープン時研修のほか、社内情報誌やローソンセミナーの場などを通じて、情報共有を定期的に実施しています。
グループ会社においても、講義形式での研修や e ラーニング、自己学習など、それぞれの会社の状況に合わせてサステナビリティに関する教育を実施しています。

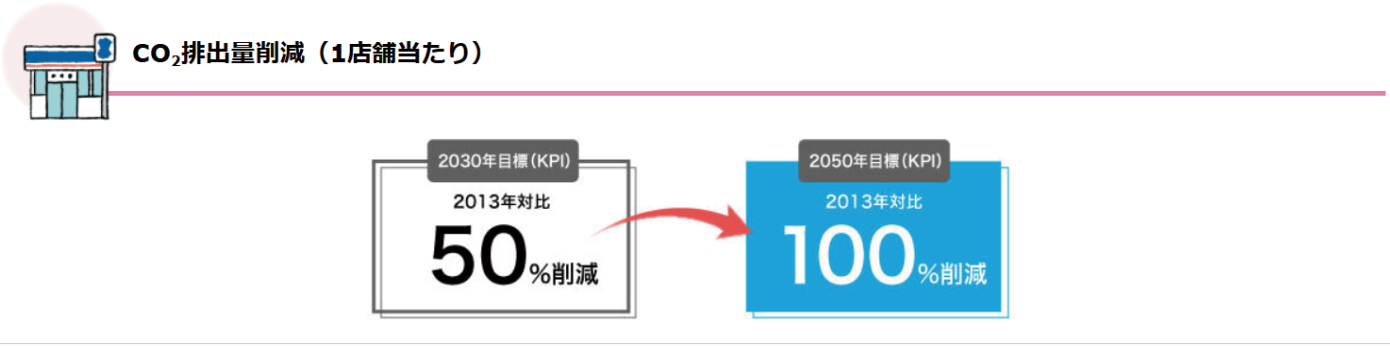
● サステナビリティ教育の内容

対象	実施方法	実施回数	内容
FC加盟店オーナー・店長・クルー	オープン時などの研修、社内情報誌やローソンセミナーでの取り組み紹介など	月1回以上	店舗にかかわるサステナビリティ活動の情報共有、社会や環境に関する法令遵守の促進
本部従業員	入社時研修、eラーニング、オンライン勉強会、社内ネットワークでの取り組み紹介など	年1回以上	ローソングループの事業活動に関わるサステナビリティ活動の情報共有、社会や環境に関する法令遵守の促進
グループ会社	講義形式での研修、eラーニング、自己学習など	年1回以上	ローソングループの事業活動に関わるサステナビリティ活動の情報共有、社会や環境に関する法令遵守の促進

環境ビジョン Lawson Blue Challenge 2050！

環境ビジョン Lawson Blue Challenge 2050！
～“青い地球”を維持するために!～

ローソングループは、SDGs の目標年である 2030 年をターゲットに、社会・環境面に関わる目標（KPI）を策定し、達成に向けて取り組んでいます。さらに脱炭素社会を 2050 年に実現し、青く豊かな地球環境を未来につなげるために、長期目標として環境ビジョン「Lawson Blue Challenge 2050！」を策定しました。
今後も、SDGs が目指す姿に貢献すべく、CO_2 排出量削減、食品ロス削減、容器包装のプラスチックやレジ袋の使用量削減などの環境課題に対応した取り組みを進め、2030 年及び 2050 年の目標（KPI）の達成に向けてチャレンジしていきます。

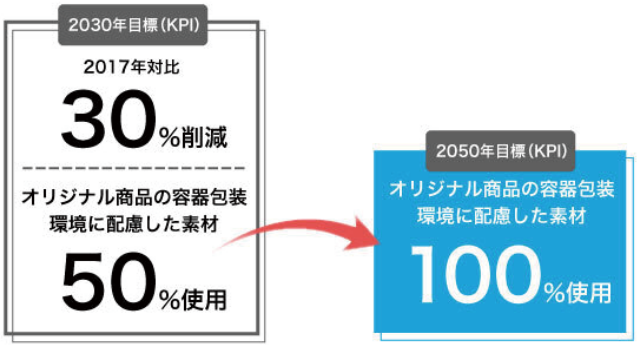




※2023年度から発生原単位（売上高百万円当たりの食品廃棄物量）での算定へ変更しています。



プラスチック使用量削減（容器包装プラスチック）





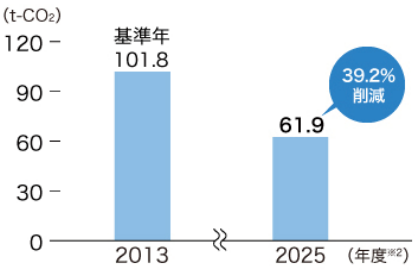
プラスチック使用量削減（レジ袋）



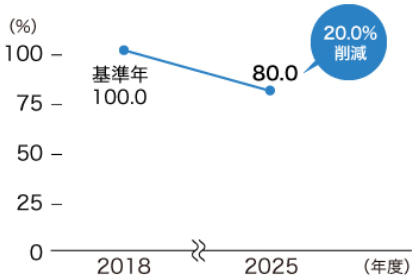
「環境ビジョン Lawson Blue Challenge 2050！」の詳細についてはこちらへ

2025 年度実績

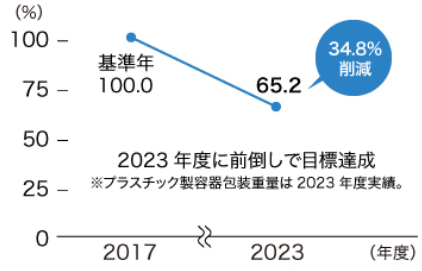
● 1 店舗当たりの CO_2 排出量※1



● 店舗の食品ロス・食品廃棄



● プラスチック製容器包装重量※



※1 CO_2 排出量は「電気事業者別排出係数一覧（代替値）」で試算。
※2 行政年度に合わせて 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日で算定。

環境への取り組み

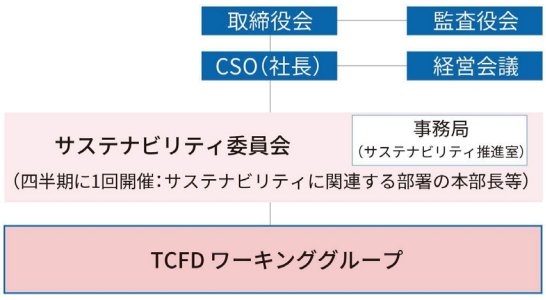
TCFD 提言への取り組み

ローソングループ（以下、グループ）は、グループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」の実現を目指し、豊かな地球の恵みを次世代へ引き継ぐため、常に自然環境及び地域社会に配慮した事業活動を行うとともに、地域社会との共生と持続可能な発展に向けて積極的に行動することを「ローソングループ環境方針」※1 の基本理念として掲げています。
また、グループの重点課題（マテリアリティ）※2 を決定する上で、年々激化する気候変動問題についても非常に重要な項目の一つとしてとらえており、グループの中核会社である株式会社ローソン（以下、当社）は 2020 年 4 月に「TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）」※3 に賛同し、TCFD が推奨する「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標及び目標」に基づき、気候変動がグループの事業に与える財務影響の分析を進めるとともに、情報の開示を進めることにいたしました。

※1「ローソングループ環境方針」についてはこちらへ
※2「ローソンにおける重点課題」についてはこちらへ
※3 TCFD とは、G20 の要請を受け、金融安定理事会（各国の金融関連省庁及び中央銀行からなる国際金融に関する監督業務を行う機関）により、気候関連の情報開示及び金融機関の対応をどのように行うかを検討するために設立された「気候関連財務情報開示タスクフォース（Task Force on Climate-related Financial Disclosures）」を指します。TCFD は 2017 年 6 月に最終報告書を公表し、企業等に対し、気候変動関連リスク、及び機会に関する情報の開示を推奨しています。

ガバナンス

当社は事業活動を通じて持続可能な社会の実現を目指し、2019 年 3 月に代表取締役社長の直轄組織として経営幹部役員及びサステナビリティに関連する部署の本部長等が出席する「サステナビリティ委員会」（年 4 回開催、2025 年 3 月から名称変更）を立ち上げました。同委員会では、“地球（マチ）への優しさ”を実現するため、「脱炭素社会への持続可能な環境保全活動」に取り組むことを宣言しています。そして、目標（KPI）の達成を目指して実施計画の策定と進捗管理を進め、定期的に取締役会に気候変動問題などの取り組み状況を報告しています。サステナビリティ委員会の配下には気候変動関連の情報開示を進めるワーキンググループを設置し、事業戦略を担う部署や経理、IR を担当する部署などのメンバーで、TCFD が推奨する「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標及び目標」に関する情報の開示を進めることにいたしました。ワーキンググループにおいては気候に関するリスクと機会を分析するとともに、事業戦略への影響を把握して事業戦略の見直しや気候変動の緩和や適応につながるさまざまな対策を検討するとともに、情報開示を推進しています。
2021 年 3 月 1 日からは、CSO（チーフ・サステナビリティ・オフィサー：最高サステナビリティ責任者）を設置し、代表取締役社長がこの任に就いており、事業活動における GHG（Greenhouse Gas：温室効果ガス）排出量削減への取り組みをはじめとした環境問題に関する取り組みをいっそう強化しています。



ワーキンググループの役割

- 気候変動に関するリスクと機会の分析
- 事業戦略への影響把握
- 気候変動の緩和や適応につながる対策の検討
- 気候変動関連の取り組みに関する情報開示

戦略

（1）リスク及び機会の特定

当社では、CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）のもと、全社横断型のコンプライアンス・リスク管理委員会会議を設置し、その委員会会議において毎年リスクを洗い出し、リスクシナリオを作成しています。また、作成されたそれぞれのリスクシナリオを「影響度」と「発生頻度」で評価し、財務状況、経営成績及びキャッシュ・フローの状況、戦略面に重大な影響を及ぼすものを重要リスクとし、気候変動に関するリスクを主要なリスクの一つとして特定しています。
気候変動リスクについては、GHG 排出に関する規制等の脱炭素経済への「移行」に関するリスクと、気象災害の激甚化等の気候変動による「物理的」変化への「適応」に関するリスクが考えられ、それらは、グループの業績及び財務状況に影響を及ぼす可能性があります。
当社では、これらのリスクや機会による影響の発現時期並びに簡易的なシナリオ分析に基づく財務への影響度を評価しています。

気候変動に関する主なリスク・機会

- 発現・実現時期
  短期：3 年未満
  中期：3 年以上 10 年未満
  長期：10 年以上
- 財務への影響度
  大：100 億円以上
  中：100 億円未満 20 億円以上
  小：20 億円未満

主なリスク・機会			発現・実現時期	財務への影響度
移行リスク	炭素価格の導入・引き上げ GHG排出規制強化	炭素価格の導入による店舗運営コストの増加	中期	大
		炭素価格の導入による原材料調達コストや製造コストの増加	中期	大
	フロン規制強化	店舗におけるノンフロン設備等への投資コストの増加	中期	中
	プラスチック規制強化	プラスチック規制に対応した代替原材料の調達コストの増加	中期	中
	電力価格の上昇	電力価格の上昇によるエネルギーコストの増加	中期	中
		電力価格の上昇による原材料調達コストや製造コストの増加	中期	中
	消費者のライフスタイル、好みの変化	環境配慮への遅れによるブランドイメージの低下	中期	中
	ガソリン車規制強化	営業用車両や配送車両のEV化	長期	小
	投資家の選好の変化	環境配慮への遅れによるレピュテーション低下から株価が低下	中期	大
物理的リスク	気象災害の激甚化	店舗の浸水等による被害、休業による売上の減少	短期	大
	平均気温上昇	店舗、配送センターなどにおける電気使用量の増加	長期	中
機会	炭素価格の導入・引き上げ	サプライヤーにおける業務プロセス・設備の効率化による原材料調達コストの減少	中期	中
		物流の効率化による輸送コストの減少	中期	中
	再生可能エネルギーの技術開発	低コスト化した太陽光発電設備の導入によるエネルギーコストの減少	長期	中
	消費者のライフスタイル、好みの変化	環境配慮型商品・サービスの開発による売上の増加	中期	中
	省エネ技術の普及	店舗の省エネルギー化によるエネルギーコストの減少	中期	大
	社会の食品ロスへの意識の高まり	食品ロス削減による原材料調達コストの減少	中期	中
		食品ロス削減による廃棄物処理コストの減少	中期	中
	プラスチック規制強化	プラスチック規制に対応したカトラリー等の配布減少	中期	小
	平均気温上昇	気温上昇による顧客の嗜好の変化に合わせた商品・サービスの開発による売上の増加	短期	小

（2）シナリオ分析

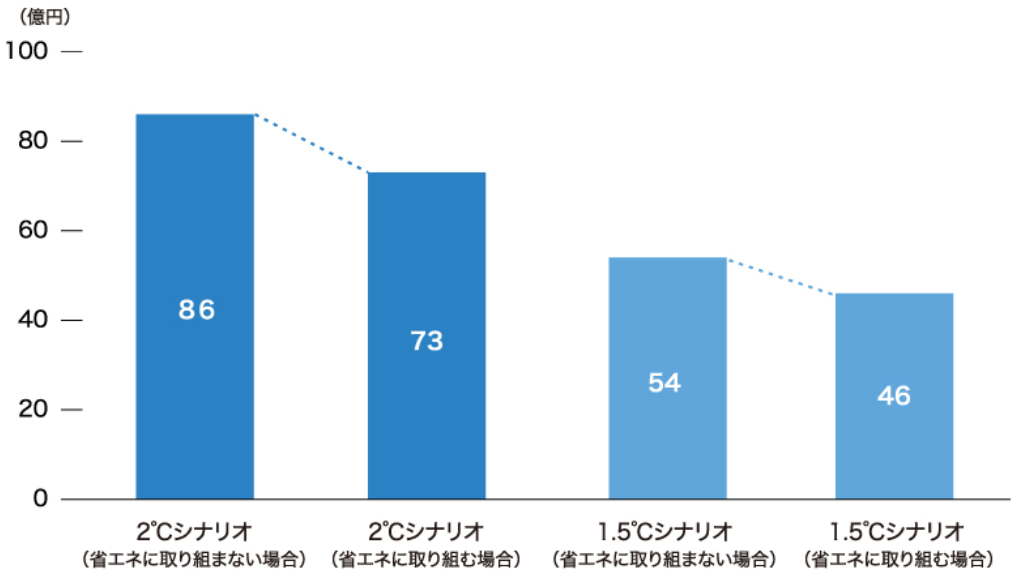
グループ全体を対象としてリスク・機会の事業への影響について、分析の対象を以下のように設定してシナリオ分析を進めています。また、事業規模が順次拡大している海外コンビニエンスストア事業等グループ会社を分析の対象に今後追加する予定です。

対象事業	国内コンビニエンスストア事業（ローソン、ナチュラルローソン店舗）
対象範囲	自社及びフランチャイズ店舗約14,000店舗
対象期間	2030年、2050年
分析テーマ	①炭素価格の導入による店舗運営コストの増加 ②気象災害の激甚化による店舗への影響 ③環境配慮型商品の売上高の増加
参照した主な外部シナリオ	・IEA WEO 2019　SDS・STEPS（2℃）、CPS（4℃） ・IEA WEO 2022　NZE（1.5℃）、APS（2℃）、STEPS（4℃） ・IPCC第5次評価報告書　RCP2.6（2℃）、RCP8.5（4℃） ・IPCC第6次評価報告書　SSP1-2.6（2℃）、SSP5-8.5（4℃）

①炭素価格の導入による店舗運営コストの増加

上記で分析対象とした自社及びフランチャイズ店舗においては、現状の当社のGHG排出量の大半は電力に由来すると認識しています。今後、気候変動の緩和に向けた規制強化が行われ、排出量に対して炭素価格が導入された場合、当社の電力調達に際しての追加のコストとなりえます。このため、当社の将来に向けた削減努力も含めた電気使用量と調達する電力の CO_2排出係数や電力価格の状況によって財務影響度は大きく左右される可能性があります。
そこで、当社が重点課題として実施している電気使用量削減の取り組みを行った場合において、将来の気温上昇シナリオ（1.5°C、2°C、4°C）に基づいた今後の炭素価格が当社の操業コストに与える影響についてのシナリオ分析を行いました。
その結果、当社が省エネに取り組んだ場合、省エネに取り組まない場合に比べて炭素価格の負担を小さくできるだけでなく、電気料金も大幅に削減することができるため、2030年の財務的影響は相当程度抑えられることが見込まれます。当社は今後も冷蔵・冷凍ショーケースへの扉の設置やノンフロン冷媒機器の導入などにより電気使用量の削減を図る店舗の拡大を目指すなど、省エネの取り組みを進めてまいります。

2030 年における炭素価格による財務影響



炭素価格は IEA WEO2022 で示されている 2030 年時点での価格を使用し 2°Cシナリオの場合は$135、1.5°Cシナリオの場合は$140 として試算

なお、今回の見直しに使用した IEA WEO 2022 のシナリオにおいては、日本における電力セクターの排出係数が 2050 年にかけて大幅に低減する見込みとなっているため、本分析においては 2050 年における炭素価格や再生可能エネルギーの調達による財務影響は限定的となる結果になりました。しかしながら、これは当社を含め世の中全体が脱炭素化に向けた取り組みを進める結果であると理解しており、当社においても太陽光発電設備の導入店舗数を増やすなど、再生可能エネルギーの導入をはじめとした脱炭素化に向けた取り組みを積極的に進めてまいります。

②気象災害の激甚化による店舗への影響

グループとして、大規模な災害に備えることはもちろん、災害が発生したときには「マチのライフライン」としての役割を果たすために、FC加盟店・本部従業員の安否や被害状況を確認し、お取引先さまの商品供給状況の把握など、迅速に各種の災害対策を講じて被害店舗の早期復旧、営業再開（継続）を目指しています。
現在は、災害発生時にも営業継続と早期復旧ができる強い店舗網を構築していくことを目標に、気象災害の激甚化による店舗への影響評価を進めており、国内店舗の浸水リスクのスクリーニングを洪水及び高潮について実施し、それぞれ A（高リスク）～ E（低リスク）の 5 段階のグレードを付与しました。なお、スクリーニングの実施においては、浸水想定区域に含まれない店舗についても地形条件等に基づく潜在的な浸水リスクを評価し、グレードを付与しました。また、気候変動による洪水浸水被害の増加に伴う財務影響額として、店舗復旧費用増加額、及び復旧期間中の売上減少額のそれぞれの期待値を 2030 年、2050 年について試算しました。
分析の結果、気象災害の激甚化により浸水リスクは増加するものの、2050 年までは、2°Cシナリオ、4°Cシナリオのいずれにおいても洪水及び高潮による浸水被害の増加による財務影響は限定的であることがわかりました。
一例として、当社の店舗が多く所在する関東地域において一級河川※4 が氾濫した場合、復旧費用及び店舗の休業による売上減少額を合わせて 2°Cシナリオでは 2030 年までの累計で約 25 億円、2050 年までの累計で約 97 億円という結果になりました。

※4 荒川、多摩川、江戸川、中川・綾瀬川、相模川、富士川、神流川、烏川、渡良瀬川、鬼怒川、那珂川、久慈川、小貝川、利根川（霞ヶ浦は除く）

● 本分析で使用した主な外部情報等

- 国土交通省「地点別浸水シミュレーション検索システム」（浸水ナビ）、「重ねるハザードマップ」
- 都道府県が公開する高潮浸水想定区域図
- WRI Aqueduct Floods Hazard Maps
- IPCC AR6 Climate Change 2021: The Physical Science Basis
- IPCC Working Group 1 Interactive Atlas
- Yukiko Hirabayashi et al. (2013). Global flood risk under climate change. Nature Climate Change, 3(9), 816-821.

【洪水発生の将来変化に伴う店舗復旧費用増加額の試算結果】
（評価対象：関東地方の一級河川の付近に所在する店舗）

（単位：億円）

店舗復旧費用増加額	2℃シナリオ（RCP2.6）		4℃シナリオ（RCP8.5）	
	2030年	2050年	2030年	2050年
単年	2.1	2.4	2.2	2.9
累計※5	15.5	60.7	15.8	67.5

※5 2023年からの累計

【洪水発生の将来変化に伴う復旧期間中の売上減少額の試算結果】
（評価対象：関東地方の一級河川の付近に所在する店舗）

（単位：億円）

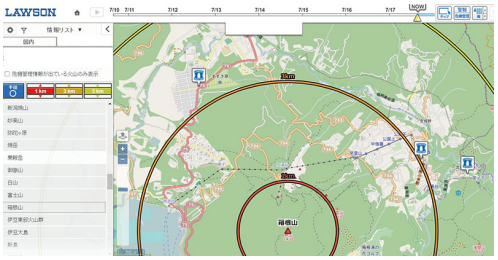
休業期間中の売上減少額	2℃シナリオ（RCP2.6）		4℃シナリオ（RCP8.5）	
	2030年	2050年	2030年	2050年
単年	1.3	1.4	1.3	1.7
累計※6	9.2	35.9	9.4	39.8

※6 2023年からの累計

これらの分析結果に基づいて、BCP（事業継続計画）の見直しや災害対策マニュアルの整備、従業員を対象に研修や訓練を実施して店舗の営業継続を図るとともに、事業戦略や財務への影響を把握し、事業戦略の見直しや気候変動への適応につながるさまざまな対策を実施しています※7。また、台風や豪雨、豪雪による災害発生が見込まれる場合には、事前に災害対策本部を立ち上げ、計画休業を取り入れるなどして、お客さまや従業員の安全確保に努めています。

店舗の営業継続のための取り組み例

- ハザードマップをもとにした避難場所の把握
- 店舗被害を迅速に連携しサポートする災害情報地図システムの導入
- 水害を受けた場合に電気系統を確保するための店舗設備に伴う工事方法の見直し



災害情報地図システム

※7「事業継続（BC）に関する取り組み」についてはこちらへ
特集「災害への備えとマチの復興支援」についてはこちらへ

③環境配慮型商品による売上高の増加

当社は、脱炭素化や食品ロス・プラスチック使用量の削減などの環境負荷を低減する取り組みを進めるなかで、マチの変化、お客さまのニーズの変化に対応するとともに、社会課題の解決に取り組んでいます。昨今のお客さまの環境志向の高まりという変化に対応し、環境に配慮した商品販売の機会を最大限に拡大すべく、今後いっそう新たな商品・サービスの開発とともに環境保全に資する施策を策定してまいりたいと考えています。
その一例として、持続可能な認証商品の開発・販売の取り組みの一環で、レインフォレスト・アライアンス認証農園産のコーヒー豆のみ※8を使用した店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI café」や、森林認証材を使用したペーパーカップや紙パックの飲料を販売しています※9。これらの環境配慮型商品が脱炭素経済への移行に際し、一定の販売拡大機会を得ることができるか、シナリオ分析を行いました。
分析に当たっては、将来のお客さまにおける環境志向の変化を捉え、当社販売商品に対する需要への影響を推計するために、「環境配慮型商品に対する年代別の購買層割合」の変化という要素をもとに、環境配慮型商品の売上高の変動を検討しました。
脱炭素化に向かう社会においては、環境配慮型商品の購買層が時間の経過とともに増加することが考えられます。
当社の展開する環境配慮型商品は、脱炭素化社会において環境志向の高いお客さまに対して一定の訴求力があり、購買層の割合が増加し、当該商品の売上増加の機会を得られるものと考えられます。

環境配慮型商品の売上高の状況

脱炭素社会	
2030年	2050年
+65億円程度	+194億円程度

本シナリオ分析の結果、脱炭素化に向かう社会の中で、当社は環境に配慮した商品の開発・提供などの取り組みを通じてサステナブルな社会に貢献しつつ、お客さまの環境志向の高まりに適切に対応していくことで、環境配慮型商品の売上を増加させていきたいと考えています。

※8 モカブレンドは対象外。
※9「持続可能な認証商品の開発・販売」についてはこちらへ

(3) 分析結果を踏まえた今後の方針・取り組み

このたび、当社では気候変動に関するリスクと機会を洗い出すとともに、2°Cシナリオ及び 4°Cシナリオを中心に、事業への影響の分析を実施いたしました。今後さらに内容の充実を進めるように努めてまいります。
また、昨今の世界における気候変動問題に対する機運の高まりを受け、気候変動に関わる政策や法規制の制定等、世界及び日本の動きも大きく、かつ素早く変化してくるものと思われます。このような状況のもと、事業戦略の見直しや気候変動の緩和及び適応に資する対策を進めていくためにも、分析の精度を上げるように努めてまいります。そして、その分析結果を開示することにより、ステークホルダーの皆さまの要請にお応えしてまいります。

リスク管理

当社では、組織目標の達成に影響する要因をリスクとして特定し、組織目標の達成を阻害するリスクが顕在化する可能性及び顕在化した場合の影響を最小化し、組織目標の達成に資するリスクによる機会の最大化を図る活動を実施しています。また、リスクの顕在化により、事業の中断、損失の発生等の緊急事態・危機になり得るまたはそれらを引き起こし得る状況が発生した際には、その影響を最小限にとどめるとともに、万一危機的状況に陥った場合においても、その状況から早急に脱し正常状態への回復を図るための活動を実施しています。当社ではリスク管理を統括する部署を設置し、リスク管理を推進しています。リスク管理を統括する部署がリスク管理に関連する規程を定めたうえ、平常時におけるグループ横断的な事前予防体制を整備しています。また、各部署において事業目的と関連した経営に重大な影響を及ぼすリスクを識別し、当該リスクが生じる可能性及びリスクがもたらす影響の大きさを分析し、重点的に対策を講じるべきリスクかどうかを評価してリスクの特性に合わせた対応を実施しています。なお、その分析・評価の結果、及び対応方法等は、経営会議等にて報告され、経営に重要な影響を及ぼす可能性があると認識している主要なリスクに関して対応を議論しています。特に重要な業務執行においては、取締役会、経営会議等での意思決定に際して、当該事案に係るリスクを洗い出し、そのリスクへの対応策を事前に確認、議論の上で決議、執行しています。
当社は、グループにおけるリスクが生じる可能性及びリスクがもたらす影響の大きさを分析・評価し、損害規模等の影響度、及び近年の動向を踏まえた発生頻度をもとに評価を行っており、全社リスクマップとして可視化を行っています。特定したリスクに対しては、発生頻度や影響度合いによる分析・評価の結果を踏まえ、重要度に応じた対応を協議し、それらリスクの回避、低減や付保による移転等の対応方法を策定しています。
気候関連リスクについては経営戦略リスクの主要なリスクの一つとしてとらえており、リスクが顕在化、または将来新たに生じる可能性、及びリスクがもたらす影響の大きさを分析・評価し、事業への影響度の評価を行っています。そして、リスクの重要度に応じた対応を協議し、リスクの回避、低減や付保による移転等の対応方法を策定しています。

指標及び目標

当社は、社会課題・情勢等に鑑み、SDGs の目標年である 2030 年をターゲットに、社会環境面に関わる目標（KPI）を設定し、達成に向けて取り組んでいます。さらに、脱炭素社会の形成及び SDGs が目指す姿に貢献すべく、環境ビジョン「Lawson Blue Challenge 2050！～“青い地球”を維持するために!～」としてより高い目標（CO_2排出量削減、食品ロス削減、プラスチック使用量削減）にチャレンジしています。

TNFD 提言への取り組み

自然資本、生物多様性に対する基本的な考え方

ローソングループ（以下、グループ）は、グループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」の実現を目指し、豊かな地球の恵みを次世代へ引き継ぐため、常に自然環境及び地域社会に配慮した事業活動を行うとともに、地域社会との共生と持続可能な発展に向けて積極的に行動することを「ローソングループ環境方針」[※1]の基本理念として掲げています。
グループの中核会社である株式会社ローソン（以下、当社）は、事業活動を進める上で重要と考える課題を、事業方針の「3 つの約束」をもとに、当社のバリューチェーンにおける取り組みについて社会課題・情勢などに鑑み、重点課題（マテリアリティ）[※2]として設定しています。重点課題は小売業にとって最も重要な安全・安心、社会インフラとしての取り組みを強調し、お客さま起点で決定しています。環境保全への取り組みは、事業方針「3 つの約束」の「地球（マチ）への優しさ」に基づき、「脱炭素社会への持続可能な環境保全活動」として社会・環境面に関わる目標（KPI）を策定し、達成に向けてチャレンジしています。
当社は、2023 年 12 月に TNFD[※3]の理念に賛同し、2024 年 1 月には TNFD の開示提言を早期採用する「TNFD Early Adopter」に登録しました。グループとして従来から継続している自然資本への取り組みを、TNFD 提言に基づき整理した上で、生物多様性に配慮した持続可能な資源の利用などの取り組み推進並びに情報開示の充実を図ってまいります。

※1「ローソングループ環境方針」についてはこちらへ
※2「ローソンにおける重点課題」についてはこちらへ
※3 TNFD
Taskforce on Nature-related Financial Disclosures（自然関連財務情報開示タスクフォース）の略称。企業・団体が自身の経済活動による自然資本や生物多様性への影響を評価し、情報開示する枠組みを構築する国際的なイニシアチブ。

TNFD 提言に基づく情報開示アプローチ

2023 年 9 月に TNFD 最終提言 v1.0 が公表されました。この提言では、ガバナンス、戦略、リスクとインパクトの管理、指標とターゲットの 4 つの柱に基づいた情報開示が求められています。当社は LEAP アプローチなどを参考に、専門家による助言に基づき、グループの事業活動について分析を行いました。LEAP アプローチとは、TNFD が自然関連課題を評価するための統合的な手法として開発されたもので、LEAP に基づく分析・評価の実施が推奨されています。

● TNFD 提言の 4 つの柱

ガバナンス	戦略	リスクとインパクトの管理	測定指標とターゲット
自然関連の依存、インパクト、リスクと機会の組織によるガバナンスを開示する。	自然関連の依存、インパクト、リスクと機会が、組織のビジネスモデル、戦略、財務計画に与えるインパクトについて、そのような情報が重要である場合は開示する。	組織が自然関連の依存、インパクト、リスクと機会を特定し、評価し、優先順位付けし、監視するために使用しているプロセスを説明する。	マテリアルな自然関連の依存、インパクト、リスクと機会を評価し、管理するために使用している測定指標とターゲットを開示する。

出所：「自然関連財務情報開示タスクフォースの提言」より

● LEAP アプローチのイメージ



Scoping(スコーピング)	評価対象範囲を選定する
Locate(発見する)	自然との接点を発見する
Evaluate(診断する)	自然に対する依存と影響を診断する
Assess(評価する)	自然関連のリスクと機会を評価する
Prepare(準備する)	自然関連のリスクと機会に対応するために準備する

4 つの柱に基づく取り組みの概要

ガバナンス

体制

当社は社会課題への対応を推進するため、CSO（最高サステナビリティ責任者）に代表取締役社長が就き、グループのサステナビリティに関する取り組みを推進しています。併せてサステナビリティに関連する部署の組織長が委員として出席する「サステナビリティ委員会」が核となり、脱炭素及び自然資本・生物多様性などのサステナビリティに関する重要課題を検討し、方向性を決めています。さらにこの委員会の配下にワーキンググループ等を設置し、特に重要な課題に対する施策等を検討し、取り組みを推進しています。

「サステナビリティ全体のガバナンス」についてはこちらへ

戦略

自然資本への依存と影響の把握

当社が事業活動を行うに当たっては、店舗の建設や運営により自然環境に影響を与えており、また商品を開発・販売する段階において木材や水、その他原材料などの天然資源を利用しています。これらの事業活動は豊かな地球の恵みに大きく依存しており、生物多様性が維持されていなければ当社の事業活動も持続可能ではなくなると考えています。
そこで、原材料の調達から商品の製造、物流、店舗の運営に至るバリューチェーン全体を通じた事業活動において、自然資本の依存と影響を把握し、その保全と再生に向けた取り組みを行っています（詳細は後述の「グループ全事業における依存と影響の分析」以降を参照）。特に、バリューチェーンの中で自然資本に依存している原材料の調達段階において、「ローソングループ調達方針」※4 を制定し、生物多様性などに配慮した認証原料を使用した商品の開発・販売、資材の利用、廃棄物の削減などを進めています。
今後も、生物多様性の保全など、生態系を回復軌道に乗せるために生物多様性の損失を止め、反転させる、ネイチャーポジティブ※5 の実現に向けた取り組みを積極的に進めてまいります。

※4「ローソングループ調達方針」についてはこちらへ
※5 ネイチャーポジティブとは、自然を回復軌道に乗せるため、生物多様性の損失を止め、反転させること。

リスク管理

管理体制

当社では、事業活動を行う上で経営に重大な影響を及ぼすリスクを識別してそのリスクがもたらす影響の大きさを分析し、リスクの特性に応じた対応を実施するため、CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）のもと、全社横断型の「コンプライアンス・リスク管理委員会会議」を設置しています。その会議において毎年事業活動に関わるリスクを洗い出し、リスクシナリオを作成しており、気候変動や生物多様性、人権等の社会課題に関連するリスクについても把握しています。また、作成されたそれぞれのリスクシナリオを「影響度」と「発生頻度」で評価して、財務状況、経営成績及びキャッシュ・フローの状況、戦略面に重大な影響を及ぼすものを重要リスクとして設定し、リスク発生の予防や起きた場合の被害の軽減等に取り組んでいます。

「全社のリスク管理体制」についてはこちらへ

指標と目標

環境ビジョンの設定

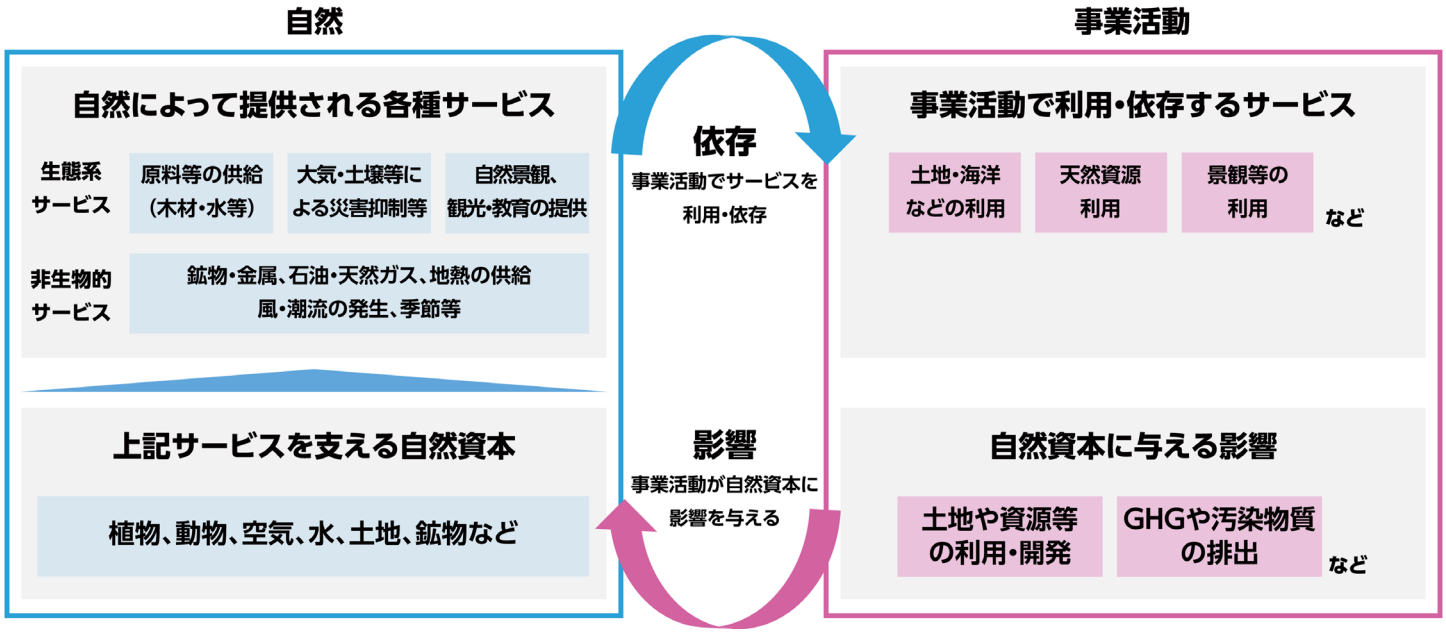
当社は SDGs の目標年である 2030 年をターゲットに、社会・環境面に関わる目標（KPI）を策定し、達成に向けて取り組んでいます。さらに脱炭素社会を 2050 年に実現し、青く豊かな地球環境を未来につなげるために、長期目標として環境ビジョン「Lawson Blue Challenge 2050 !」※6 を策定しました。「CO_2排出量削減」、「食品ロス削減」、「容器包装のプラスチックやレジ袋の使用量削減」などの環境課題に対応した取り組みを進め、2030 年及び 2050 年の目標（KPI）の達成に向けチャレンジしていきます。

※6 環境ビジョン「Lawson Blue Challenge 2050 !」についてはこちらへ

グループ全事業における依存と影響の分析

グループの事業とそのバリューチェーンにおいて、自然とどのような関係にあるかについて分析を行いました。例えば、店頭で販売しているおにぎりを製造する場合、お米や具材などの原材料ができるまでの間にさまざまな自然資本の恩恵を受けています。一方で、おにぎりを製造する過程では、エネルギーの消費や GHG（温室効果ガス）排出など、自然環境に対して事業活動が影響を与えています。

● 自然と事業活動の関係性



そこで、グループの属する事業セクターにおける自然資本への依存と影響について、ENCORE※7 を用いて分析を行いました。
グループで展開する 5 つの事業セグメント（国内コンビニエンスストア事業、スーパー事業、エンタテインメント関連事業、金融関連事業、海外事業）における直接操業とバリューチェーンの上流・下流を分析の対象としています。

※7 ENCORE とは産業分類に基づき、企業の事業活動、生産プロセスごとに、自然資本への依存度と影響度を特定するためのツール。

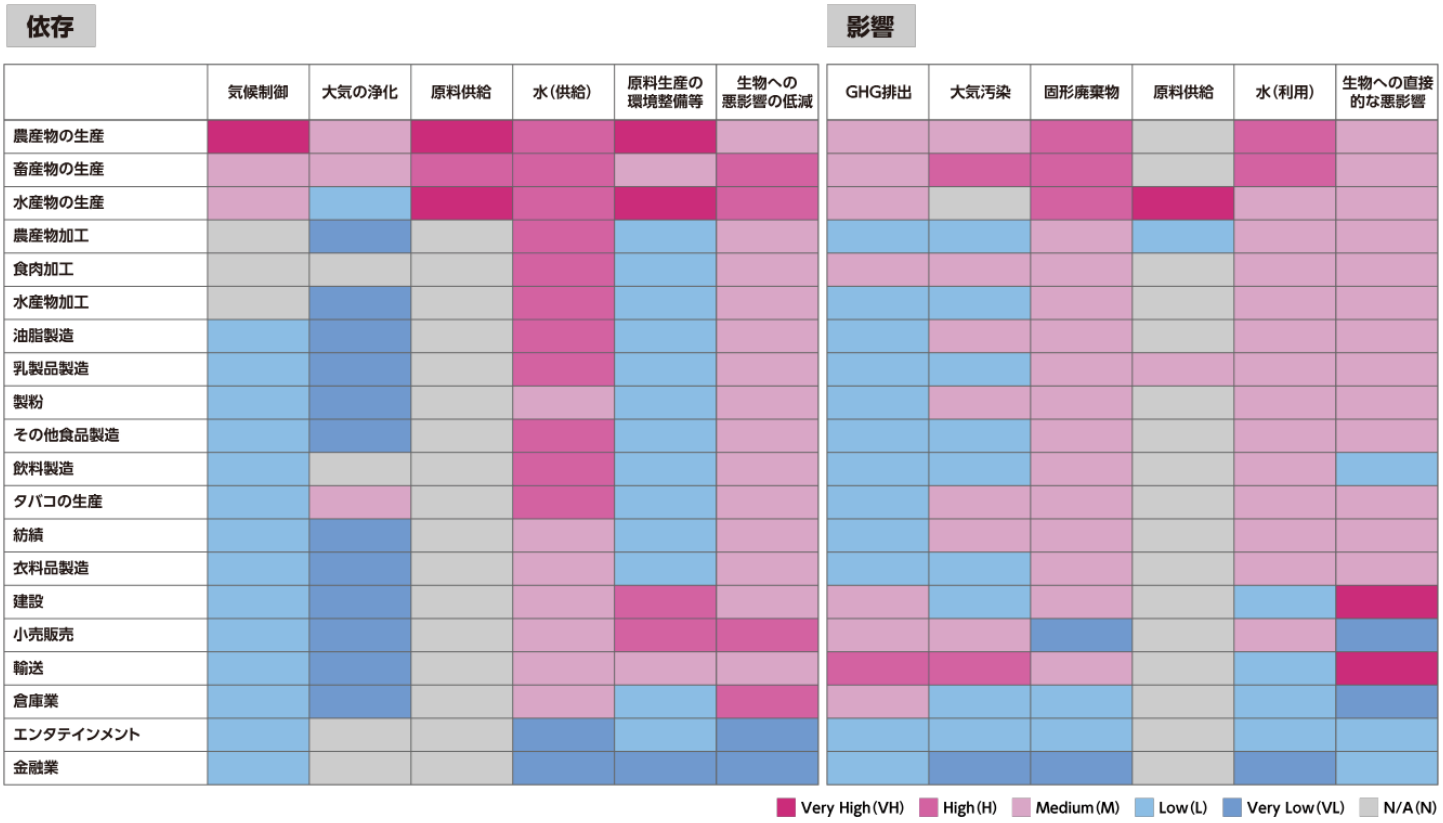
● グループの事業セグメントと産業分類の整理

■ 直接操業　□ バリューチェーン

事業セグメント	農産物の生産	畜産物の生産	水産物の生産	農産物加工	食肉加工	水産物加工	油脂製造	乳製品製造	製粉	その他食品製造	飲料製造	タバコの生産	紡績	衣料品製造	建設	小売販売	輸送	倉庫業	エンタテインメント	金融業
国内コンビニエンスストア事業（ローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア100など）	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
スーパー事業（成城石井）	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○				○	○	○			
エンタテインメント関連事業（ローソンエンタテインメント、ローソン・ユナイテッドシネマ）																			○	
金融関連事業（ローソン銀行）																				○
海外事業（中国、タイ、インドネシア、フィリピン、ハワイ）	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○			

まずは、グループの各事業セクターの直接操業とバリューチェーンに関わりある産業分類の整理を行いました。ENCORE を用いて、この産業分類における自然資本との依存と影響の度合いを「Very High（VH）=5」～「Very Low（VL）=1」の五段階でスコアをつけ、その平均スコアを算定しました。

● 産業分類別の依存と影響の評価



分析の結果、グループの事業全体において、依存度が高いのは農・畜・水産物の生産などの「原料供給」と「水（供給）」、土壌保持などの「原料生産の環境整備」であることが明らかとなりました。一方で、影響度が高いのは、農・畜・水産物の生産の過程で使用される肥料や飼料などに由来する「固形廃棄物」、「原料供給」、「水（利用）」、店舗の建設や輸送などに由来する騒音や光などの「生物への直接的な悪影響」、「GHG 排出」などであることが明らかとなりました。

● グループ事業における依存と影響の主な事例

	評価項目	グループにおける主な事例
依存	原料供給	商品（弁当、おにぎりなど）の原材料の生産
	水（供給）	原材料の生産過程や店舗での使用
	土壌保持などの原料生産環境整備	原材料の生産過程
影響	原料供給	原材料調達における資源の利用
	水（利用）	原材料や商品製造での使用、店舗での使用
	騒音や光などの生物への直接的な悪影響	土地の開発、店舗の建設
	GHG（温室効果ガス）の排出	店舗での電気使用、原材料調達、商品配送などのトラック利用
	廃棄物・汚染物質の排出	食品廃棄物、輸送における大気汚染物質

自然資本への依存と影響の大きい原材料の特定

グループ全事業において、特に自然資本への依存と影響の度合いが高いのは主力の商品・サービスに伴う「農・畜・水産物の生産」であることを特定しました。農・畜・水産物の中でも、特に自然資本への影響が大きい原材料がリスト※8としてまとめられています。この中で、コーヒー豆はグループとして取扱量が多いことから、さらに掘り下げた分析を行いました。

● 自然資本への影響が大きい原材料のリスト

牛肉	ココア	コーヒー豆	綿	乳製品	水産物
トウモロコシ	パーム油	豚肉	ジャガイモ	鶏肉	米
大豆	サトウキビ	木材	タバコ	小麦	その他

※8 自然分野における目標設定に関するフレームワークであるSBTs for Natureが公開。2024年7月現在で30種類以上が対象となっている。

コーヒーバリューチェーンにおける分析

依存と影響の評価

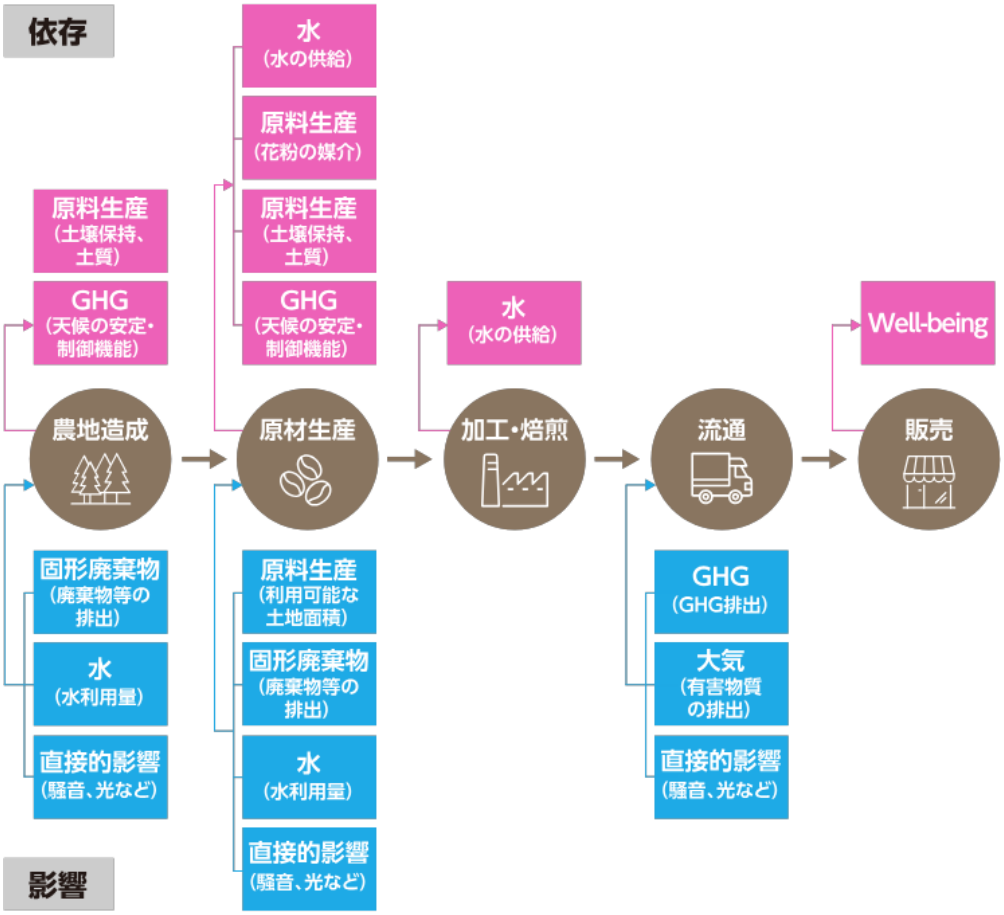
コーヒーバリューチェーンを「農地造成」、「原料生産」、「加工・焙煎」、「流通」、「販売」に分解し、依存と影響の関係を明らかにしました。コーヒーバリューチェーンの中でも上流側の「農地造成」、「原料生産」の段階において、自然との依存と影響の度合いが高いことがわかりました。依存度は天候の安定・制御機能といった「GHG」や「水の供給」が高く、一方で影響度は、廃棄物の排出などの「固形廃棄物」、騒音や光などによる「生物への直接的な悪影響」、「水の利用」が高いことがわかりました。
なお、ENCORE による評価は一般的な数値のため、グループのバリューチェーン特性を踏まえて一部定性評価を実施し、下記の表に反映しています。

● コーヒーバリューチェーンにおける自然との関係性

区分	依存・影響	農地造成	原料生産	加工・焙煎	流通	販売
GHG （排出）	影響					
（気候制御）	依存					
大気 （排出）	影響					
（浄化）	依存					
固形廃棄物	影響					
	依存					
原料供給	影響					
	依存					
水 （利用）	影響					
（供給）	依存					
原料生産の環境整備等	影響					
	依存					
生物への直接的な悪影響	影響					
	依存					
well-being	依存					

Very High（VH） High（H） Medium（M） Low（L） Very Low（VL） N/A（N）

コーヒーバリューチェーンにおける自然資本との関係性（Very High、High のみ抜粋）



リスクと機会の整理

グループの事業におけるリスクと機会は、自然との依存と影響の関係に大きく左右されます。今後実施予定のシナリオ分析に先立って、TNFD 提言に基づくセクター別のガイダンスを活用し、コーヒーバリューチェーンにおいて想定されるリスクと機会の整理を行いました。

● コーヒーバリューチェーンにおけるリスクと機会の整理

リスク／機会	分類	想定される主なリスクと機会の例
物理リスク	急性	気温の上昇などによる収穫量の減少、調達コストの増加
		渇水、干ばつなどによる収穫量の減少、調達コストの増加
		自然災害による収穫量の減少、調達コストの増加
	慢性	平均気温の上昇による栽培適地変化による調達先の変更負荷
		自然の受粉媒介者の減少による、機械・手作業による受粉のためのコストの増加
		自然災害の緩和機能（気候調整、洪水緩和、土壌保持など）の減少による災害保険費用の増加
移行リスク	政策・法律	GHG排出規制強化による対応コストの増加
		自然資本に関連する法規制強化による対応コストの増加
	技術	環境負荷の少ない農法への対応コストの増加
		食品廃棄物発生を抑制するシステムへの移行コストの増加
	市場・評判	原材料調達における環境配慮への遅れによるブランドイメージの低下
		廃棄物発生抑制の対応遅れによるブランドイメージの低下
機会	資源効率	節水や水のリサイクル技術の導入による水の使用量の削減
		物流の効率化と適正化によるエネルギー消費量の低減
	製品・サービス	消費者のライフスタイルや嗜好の変化に応じた、持続可能な認証を受けた食品及び農産物の提供増加による売上の増加
		食品ロスの再利用による収益の増加
	評判	環境配慮型商品・サービスの開発によるブランドイメージの向上

主要リスクの詳細分析

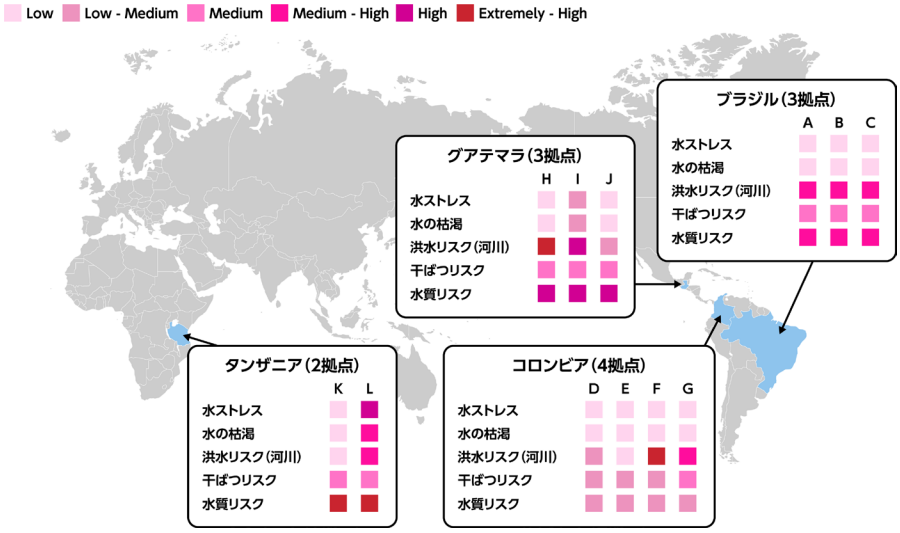
コーヒーバリューチェーンにおいては、水資源への依存と影響が大きく、さらにリスクと機会においても多大な影響があります。また、地域によって水リスクの重大性は大きく異なります。
当社では店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI cafe（マチカフェ）」を展開しており、使用するコーヒー豆の調達国・地域は、当社事業にとって重要な土地といえます。当社のコーヒー豆の主要な調達先であるブラジル、コロンビア、グアテマラ、タンザニアの農園の所在地（計12 カ所：拠点 A ～ L）において、水資源に関わるリスクについて評価ツールである「Aqueduct※9」を活用し、分析を行いました。

※9 WRI（World Resources Institute：世界資源研究所）が提供する水リスクの分析ツール。住所情報をもとに、指定したリスク種について該当地点のリスクを Low ～ Extremely-High までの 6 段階で評価。

● 分析対象とした水リスク種類

リスク種	説明
水ストレス	純粋な取水量を示す総水需要をもとに算出されるリスク
水の枯渇	供給量に対する消費量を表わす
洪水リスク	洪水の起きやすさ、想定被害人口の双方から、年平均の被害人数を算出
干ばつリスク	干ばつの起きやすさ、想定被害規模の双方から、年平均の被害規模を算出
水質リスク	2つの指標を統合的に判断 ・未処理の接続済み下水道 下水道に接続している排水のうち、一次処理がなされる水の割合 ・沿岸富栄養化ポテンシャル 沿岸における藻類の大量発生が起きる可能性を算出。窒素、リン、ケイ素が現状、河川にどれほど含有されているかを計測

● 拠点別水リスク分析



主要リスクの管理

コーヒー農園との取り組み

店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI cafe（マチカフェ）」は、2011 年のサービス展開当初から生産者・労働者の人権向上に取り組み、自然資本や生物多様性の保全を目指す農法を利用し、レインフォレスト・アライアンスの持続可能な農業基準を遵守する、レインフォレスト・アライアンス認証農園産のコーヒー豆※10 を使用しています。毎年、認証農園産の割合を増やし、2015 年にはコーヒー、カフェラテ（ホット、アイス）用のコーヒー豆において認証農園産の割合を 100%※11 とし、その使用を継続しています。
また、コーヒー農園や生産地域を指定し、中長期的な取引関係を築くことで、農園の経済面での安定を図り、人権尊重や生物多様性保全の取り組みに対して支援を進めています。

※10「ra.org/ja」についてはこちらへ（外部リンク）
当社の「レインフォレスト・アライアンス認証」に関する取り組みについてはこちらへ
※11 モカブレンドは対象外。

● レインフォレスト・アライアンス認証要件に則った主な取り組み

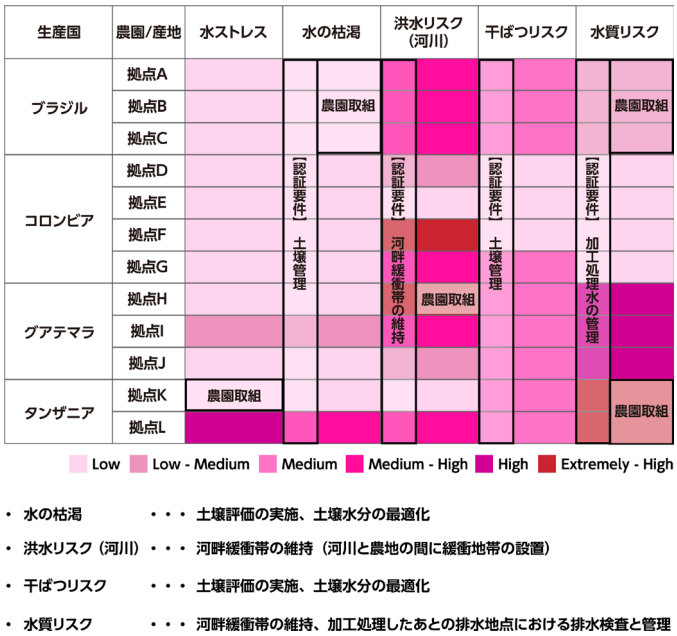
項目		内容
人権尊重		児童労働、強制労働、差別、職場内暴力とハラスメント防止体制の整備
		ジェンダー平等と女性のエンパワーメント促進体制の整備
		農園従事者の最低賃金を保証する要綱を設定
		労働者の労働環境（勤務時間、休暇や福利厚生等）に関する要綱を設定
		労働者の健康と安全（清潔なトイレ設置、安全な飲料水の確保等）を守る要綱を設定
環境保全	GHG排出	生産、加工処理に使用するエネルギーの適切な管理
	廃棄物	人や自然生態系にリスクをもたらさないための廃棄物の適切な管理
	水リスク	加工処理排水の適切な管理
		3年に1回以上の土壌評価と水分量を最適化するための土壌管理
		水生生態系に隣接する河畔緩衝帯（河川と農地の間に緩衝地帯の設置）の維持
	土地利用	自然林や自然生態系が農業生産などの土地利用に転換されないことを確認（2014年以降）

当社のコーヒーバリューチェーンは自然資本に依存しており、またコーヒー生産者をはじめとした多くの関係者によって支えられています。一方、森林破壊の 80%近くは農業活動に由来しているといわれており、コーヒー豆の調達において強制労働や児童労働、資源の過剰利用や不適切な廃棄物管理のリスクもぬぐえません。
これらの課題とリスクを回避し、人権を尊重し自然環境を保全する、即ち持続可能なコーヒー豆を調達するために、当社はレインフォレスト・アライアンス認証農園産の原料使用を推進しています。
もちろん、認証原料を使用することですべての課題やリスクが解消されるわけではないと認識しています。当社は、レインフォレスト・アライアンス認証の取り組みのみならず、さまざまな取り組みでより持続可能な社会づくりに貢献していきたいと考えております。

水リスクへの対策

Aqueduct による産地ごとの水リスク分析において、コーヒー農園は主に洪水リスク（河川）と水質リスクが高いと特定されましたが、レインフォレスト・アライアンスの認証要件や農園独自の対策により、高リスク領域をカバーする対策が講じられていることを確認しています。

● 水リスクへの対応策～レインフォレスト・アライアンス認証要件～



- 水の枯渇　・・・ 土壌評価の実施、土壌水分の最適化
- 洪水リスク（河川）・・・ 河畔緩衝帯の維持（河川と農地の間に緩衝地帯の設置）
- 干ばつリスク　・・・ 土壌評価の実施、土壌水分の最適化
- 水質リスク　・・・ 河畔緩衝帯の維持、加工処理したあとの排水地点における排水検査と管理

ブラジル Ipanema 農園での水資源の適切な使用例

● ドリップ式灌漑設備

コーヒーの木を栽培するための灌漑設備を導入し、年々その導入区画を広げています。灌漑設備を利用することでコーヒーの木の乾燥を防止し、生産効率の向上や生産量の安定化を図っています。Ipanema 農園で導入しているドリップ式の灌漑設備は直接コーヒーの木の根に水分を供給するため、ピボット式と比較すると 3 ～ 4 倍効率がよく、水資源の節約ができる方式です。

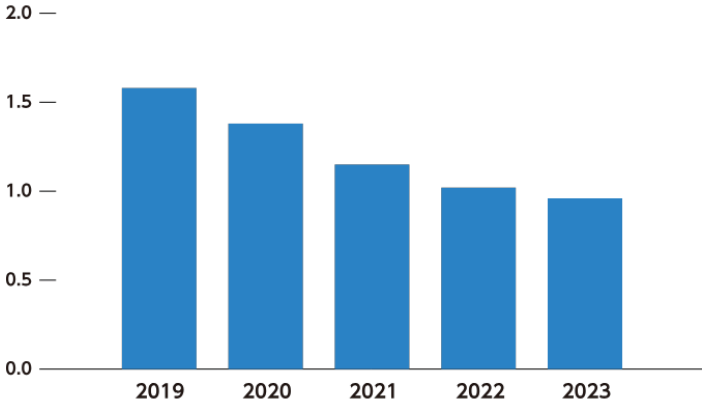
● 精選設備

コーヒーの実から果肉などを取り除きコーヒー生豆を取り出す精選工程では、収穫後の水洗いや水の浮力を利用した選別、生豆の周りにあるミューシレージ（粘液質）を除去するために水に漬けて発酵させるなど、多くの水を使用します。Ipanema 農園では各工程の水使用量を調査し、最適な使用量に調整することで、コーヒーの実を精選する際の水使用量を毎年削減しています。2023 年にはコーヒーの実 1 リットル当たりの水の使用量を 2019 年比で約 40%削減しました。

●ドリップ式灌漑設備



●精選施設における水資源使用量推移（ML/L）



水リスク以外の社会・環境対策

コーヒー農園における社会課題対応への支援

コーヒー農園で働く労働者、そして農園の近隣の地域の人々がより暮らしやすくなるように、それぞれの農園では労働者や地域の人々を支援する取り組みを実施しています。コーヒー豆を使用する当社としても、それらの農園の取り組みを一部支援することで産地や生産者の持続可能性を高めるお手伝いをしています。

2022 年には MACHI cafe の 10 周年を記念して「コーヒー生産者に『ありがとう』を伝えようプロジェクト」を展開し、お客さまからの投票で「気軽に安心して手を洗い、水を飲める未来を！」が選ばれました。タンザニア AVIV 農園にウォータータンクの設置や、給水車による農園訪問を実施し、井戸から遠い人々も含めてコーヒー生産に携わるすべての人が気軽に安全な水にアクセスできる環境を整備しました。

このほか、孤児院への本の寄贈による教育支援や、農園で働く人への寄付などの、産地や生産者の支援を行ってまいります。



AVIV 農園設置のウォータータンク



子どもたちへの支援

コーヒー農園における環境対策

ブラジル Ipanema 農園は、自然環境などに配慮した生産者に与えられる認証をいち早く取得し、資源の適切な利用など、自然や人への影響を最小限に抑えた持続可能なコーヒー栽培を行うとともに、環境保護や生物多様性の保全に積極的に取り組んでいる農園です。
2002 年から生物多様性の保全のため 455,000 本以上[※12] の植林を実施しています。原生林の苗木を育成する施設や、野生動物や生態系をモニタリングする環境モニタリングセンターを建設し、気象データ、原生林の種子、野生動物のデータを収集しています。また、270 の養蜂箱を有し、さまざまな在来植物の受粉を促して生物多様性を高める活動をしています。



原生林の苗木を育成する施設



養蜂箱

※12 2002 年から 2023 年までの累計。

コーヒーのバリューチェーンにおける環境保全活動

プラスチック削減

MACHI cafe のアイスメニューのカップを紙製に変更し、さらにストローを使用せずに飲める上蓋に変更することで、プラスチック使用量を削減しています。
また、一部店舗ではお客さまご持参のタンブラーで提供することで、資源の節約を進めています。

「容器包装プラスチック削減の取り組み」についてはこちらへ

GHG 排出量の削減

脱炭素社会の実現のため、全国に張り巡らせた物流網の効率化を図るとともに、環境対応車両などの導入により環境負荷の低減に取り組んでいます。
異なる温度帯の商品を 1 台で運搬する二室式二温度管理車両の導入や、配送回数を 1 日 3 回から 2 回に切り替えるなど、共同配送や配送頻度の適正化を進めています。
また、AI による店舗配送ダイヤグラムの最適化やエコタイヤの導入、エコドライブの推奨、水素を燃料とした燃料電池小型トラックの導入などを通じて、配送時の GHG 排出量削減に取り組んでいます。

「効率的な物流システムの構築」についてはこちらへ

その他の環境保全活動

認証原料を使用した商品の開発・販売

豊かな地球の恵みを次世代へ引き継ぐため、「ローソングループ調達方針」に基づき、生物多様性などに配慮した認証原料を使用した商品の開発・販売、資材の利用を進めています。
オリジナル品のペーパーカップや飲料用の紙パックなどに、適切に管理された森林から生産された木材や、再生資源、その他管理された供給源の原材料を使用した「FSC® 認証製品」や「PEFC 認証製品」を採用しています。
全国で展開している「農地所有適格法人ローソンファーム」では、適切な農場管理体制を構築するため、農業において、食品安全、環境保全、労働安全などの持続可能性を確保するための生産工程管理「GAP（JGAP、ASIAGAP）」認証の取得に取り組んでいます。

「認証原料を使用した商品の開発・販売」についてはこちらへ

ローソン緑の募金による緑化活動

地球に生きるすべての生き物にとってかけがえのない財産である森林を将来に残すため、1992 年から「ローソン緑の募金」活動を継続しています。
これまでに皆さまからお寄せいただいた善意とローソン本部寄付金を合わせて、公益社団法人国土緑化推進機構を通じて、小・中学校・特別支援学校などにおける緑化活動や森林整備活動に役立てられています。

「ローソン緑の募金活動」についてはこちらへ

今後の推進計画

グループの事業活動におけるバリューチェーンでは、原材料の調達段階において自然資本に大きく依存しています。そのため、商品における生物多様性への対応について、サステナビリティ委員会配下のワーキンググループ等において、方針の策定をはじめ、リスク管理などの取り組みを進めていきます。
特に原材料の調達段階においては、生物多様性などに配慮した認証原料を使用した商品の開発・販売、資材の利用を進め、認証原料の使用に関する指標及び目標の設定を検討してまいります。

脱炭素への取り組み

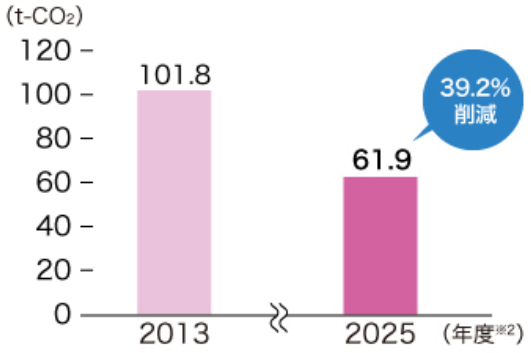
省エネ・創エネを進める店舗設備の導入

2030 年度 1 店舗当たりの CO_2 排出量 50%削減へ

ローソンは脱炭素社会の実現に資するため、店舗の電気使用量削減に取り組み、CO_2 を冷媒に使用した省エネタイプの要冷機器や太陽光発電設備の導入などを積極的に進めています。
そして、SDGs の目標年である 2030 年をターゲットに「1 店舗当たりの CO_2 排出量 2013 年対比 50%削減」を設定し、目標（KPI）の達成に向け、省エネルギーと創エネルギー施策を組み合わせてさらなる取り組みを推進していきます。



● 1 店舗当たりの CO_2 排出量※1



※1 CO_2 排出量は「電気事業者別排出係数一覧（代替値）」で試算。
※2 行政年度に合わせて 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日で算定。

未来のためにエネルギーを「つくる」「へらす」
次世代店舗構築のための実証実験を実施

ローソンは、店内で使用する冷蔵・冷凍機器にノンフロン冷媒を使用した機器や太陽光発電設備の導入など、省エネルギーや環境負荷の低減につながるさまざまな仕組みを取り入れた、次世代店舗を構築するための実証実験を全国各地で実施しています。
2026 年 9 月には、群馬県内のローソン店舗に設置した太陽光発電設備の電力を複数の店舗間で融通する実証実験を開始する予定です。また、愛知県名古屋市の店舗では、薄くて曲がるペロブスカイト太陽電池などの導入を 2026 年 2 月から開始しました。この店舗では再生可能エネルギーを最大限に活用し、店舗の CO_2 排出量の削減と電力の需給調整、災害時のレジリエンス強化の同時実現を目指す実証実験を実施しています。
これらの実証実験で得られたノウハウを既存店に水平展開することで、店舗における省エネ及び環境負荷の低減を積極的に進めてまいります。





次世代店舗における取り組み（一例）

屋根置き太陽光発電設備、ソーラーカーポート、垂直両面太陽光発電設備で得た電力を複数店舗間で融通
高崎下大類町店

店舗にソーラーカーポート・垂直両面太陽光・屋根置き太陽光の 3 種類の太陽光発電設備と蓄電池設備を設置し、店舗で使用しきれない再生可能エネルギー電力を蓄電池に充電し夕方夜間に放電。さらに太陽光発電設備の設置が困難なほかの店舗へ融通（融通の開始は 2026 年 9 月を予定）を行い、再生可能エネルギーを余すことなく活用することで、店舗の CO_2 排出量削減を目指します。
また、電力ひっ迫時は蓄電池から放電、太陽光発電の出力制御がかかる場合は充電するなど、電気の需給バランス安定化への貢献も行っていきます。





薄くて曲がるペロブスカイト太陽電池を設置
中川野田二丁目店

店舗の屋根の上や店舗前面の窓の下部に、ペロブスカイト太陽電池を設置し、ペロブスカイト太陽電池の効果を検証します。
ローソンは全国で太陽光発電設備の導入を進めていますが、立地や店舗構造の問題などによりすべての店舗に現状の太陽光発電設備を設置することが難しい状況です。そのため、店舗の屋根以外にも設置が可能なペロブスカイト太陽電池の実証を実施することにしました。



店内の約 8 割の冷蔵・冷凍ショーケースに扉を設置
川崎中島三丁目店

店内の約 8 割の冷蔵・冷凍ショーケースに扉を設置しました。通常オープンタイプの冷蔵ショーケースや冷凍平台ショーケースに扉を取り付けることで、外気の侵入・冷気もれを改善し、大幅な省エネを実現しました。なお、冷蔵・冷凍ショーケースや冷凍平台への扉の設置は、2026 年度から新店及び改装店に標準設備として導入しています。



扉付きの冷凍平台ショーケース



扉を付けた冷蔵ショーケース

すべての冷蔵庫・冷凍庫（要冷機器）のノンフロン化（CO_2・HC 冷媒使用）を実現
慶應義塾大学 SFC 店

売場の要冷ケースや商品の保管に使用する業務用冷凍冷蔵庫、製氷機など、店内のすべての要冷機器のノンフロン化（CO_2・HC 冷媒使用）を実現しました。省エネや、フロンによる地球温暖化の抑制に寄与します。



社用車を EV（電気自動車）として店舗消費電力制御に活用
慶應義塾大学 SFC 店

SV が使用する社用車を EV（電気自動車）にし、店舗に設置した EV 専用充放電器に接続することで、外部からの制御で EV から店舗へ（店舗から EV へ）電力を融通して店舗の消費電力の制御に活用します。



コンビニ初

BELS で「五つ星 +ZEB」の評価を取得
小平天神町二丁目店

2017 年 2 月にオープンした環境配慮モデル店舗「小平天神町二丁目店」は、5 段階で建築物の省エネルギー性能を表示する BELS（建築物省エネルギー性能表示制度）で最高評価の五つ星を取得しました。さらに、再生可能エネルギーの活用や高効率設備の導入などにより、一次エネルギー消費量（空調・換気・照明・給湯など）を限りなくゼロとする建築物に与えられる 3 段階評価（ZEB Ready、Nearly ZEB、ZEB）の中で、最高評価の ZEB（ネット・ゼロ・エネルギー・ビル）を獲得しました。



CLT（Cross Laminated Timber：直交集成板）で建物の断熱性能を向上
館林木戸町店

CLT は、木板を木目が直交するように複数層重ね、接着剤で張り合わせた木質建築材料で、強度が高く、断熱性に優れています。店舗の構造や内装に使用して建物の断熱性能を向上させることで、空調設備の負担を軽減します。



ウルトラ　エコ・アイス（要冷蓄熱槽）の導入
館林木戸町店

外気温の低い夜間に CO_2 冷凍機を運転させて氷をつくり、蓄熱した熱エネルギーで外気温が高い昼間に要冷ケースを冷却するウルトラ　エコ・アイスを導入し、効率的な運転で省エネを目指します。



建物リユースの取り組みが「2024 年度 NIKKEI 脱炭素アワード」大賞を受賞





閉店した店舗の躯体・外壁部分（基礎部分を除く）に使用している建材を、重量ベースで約 9 割再利用する取り組みを 2023 年から開始しました。この取り組みにより新店舗を建設する際の資材製造から建物が完成するまでの CO_2 排出量を、通常店舗と比較して約 6 割削減し、国際的な課題となっているエンボディード・カーボン※1 の削減を実現します。
この取り組みは大和リース株式会社と当社が共同で開発した「DL-e（ディーエルイー）工法」※2 で建設された店舗を対象にしており、両社連名で「2024 年度 NIKKEI 脱炭素アワード」において大賞を受賞いたしました。

※1 エンボディード・カーボン：建物の建設や修繕・解体などに伴う CO_2 排出を指します。当社は、年間で多くの店舗を開店する企業として、エンボディード・カーボンの削減はサステナブルなマチづくりのために取り組むべき重要施策と捉えています。
※2 DL-e（ディーエルイー）工法：軽量鉄骨を利用したプレハブ工法で、2013 年から標準的な店舗で採用しています。規格化された指定の建材を現地で組み立てていく工法で、組み立てや解体がしやすいのが特長です。

次世代店舗の一覧



ローソン高崎下大類町店（群馬県高崎市）

2025 年 11 月リニューアル（改装）オープン

ソーラーカーポート・垂直両面太陽光・屋根置き太陽光の 3 種類の太陽光発電設備と蓄電池設備を設置し、店舗で使い切れない再生可能エネルギーを充放電、かつ複数店舗へ融通※



ローソン中川野田二丁目店（愛知県名古屋市）

2026 年 2 月リニューアルオープン

ペロブスカイト太陽電池など再生可能エネルギーを最大限に活用し、店舗の CO_2 排出量の削減と電力の需給調整、災害時のレジリエンス強化の同時実現を目指す※



ローソン川崎中島三丁目店（神奈川県川崎市）

2022 年 11 月オープン

店内約 8 割の冷蔵・冷凍ショーケースに扉を設置※



ローソン慶應義塾大学 SFC 店（神奈川県藤沢市）

2019 年 9 月オープン

すべての要冷機器をノンフロン化※



ローソン館林木戸町店（群馬県館林市）

2018 年 1 月オープン

国産材 CLT（直交集成板）を店舗の構造や内装に使用※



ローソン小平天神町二丁目店（東京都小平市）

2017 年 2 月オープン

建築物の省エネルギー性能で最高評価（オープン当時）※



ローソン夢前スマートインター前店（兵庫県姫路市）

2016 年 2 月オープン

コンビニ初のバイオマス発電システムを導入（終了）※



ローソン豊橋明海工業団地店（愛知県豊橋市）

2014 年 11 月オープン

店舗前面ガラスの二重化（ダブルスキン）※



ローソン海老名上今泉二丁目店（神奈川県海老名市）

2012 年 12 月オープン

自然光・風・地中熱などの自然エネルギーを活用（終了）※



ローソン京田辺山手西店（京都府京田辺市）

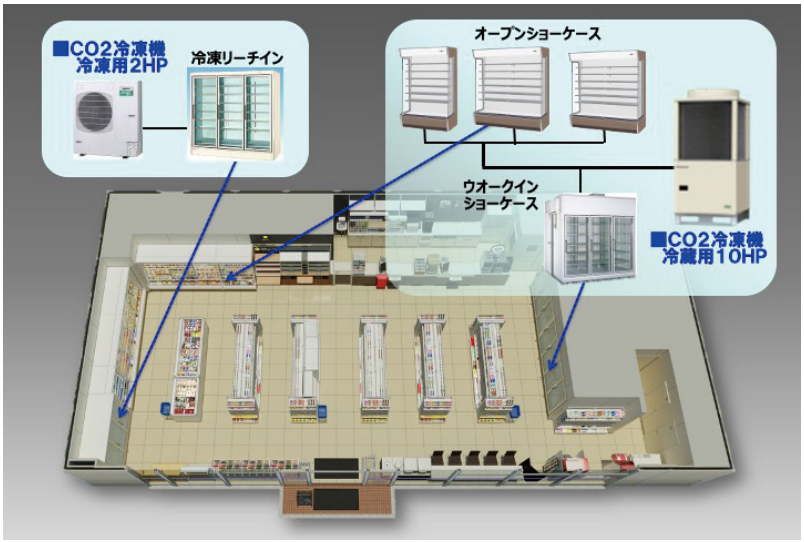
2010 年 12 月オープン

ノンフロン（CO_2 冷媒）冷凍・冷蔵システムを導入※

※各店舗の取り組みについては、ローソンカスタマーセンター（0120-07-3963）までご連絡ください。

省エネ・創エネを進める店舗設備

フロンを使わない、CO_2 冷媒の冷凍・冷蔵システムの導入



フロン類は、その使いやすさから冷媒として盛んに活用されてきましたが、オゾン層の破壊や地球温暖化への影響が明らかとなり、法律による規制が強化されています。
ローソンでは、フロンを用いず、CO_2 などの自然由来の冷媒を活用するノンフロン冷媒を使用した「ノンフロン（CO_2 冷媒）冷凍・冷蔵システム」をいち早く導入してきました。2010 年 12 月から試験的な導入を始め、効果が確認できたため 2014 年 8 月から本格的な導入を開始し、2026 年 5 月末時点で累計約 9,300 店舗に 18,600 台を導入しています。直近では、新店、及び要冷機器の入れ替えを伴う改装店舗の約 80%にノンフロン冷媒機器の導入を実施しています。2030 年度には約 10,500 店舗 21,000 台、2040 年度には約 13,000 店舗 26,000 台の導入を見込んでいます。
ノンフロン冷媒の冷凍・冷蔵機器は、フロンを冷媒とした要冷機器と比較して CO_2 排出量を半減させることができます。また、このシステムは省エネ性能に優れていることから、フロン類の排出抑制策としても省エネ施策としても非常に有効な手段といえます。ローソンからノンフロン冷媒の冷凍・冷蔵システムの採用を拡大することで、より多くの企業が採用し、地球温暖化防止の一助となることを目指しています。



CO_2 冷媒の冷凍・冷蔵システム

設備ライフサイクル改装の推進

ローソンは、お客さまに安心して気持ちよく利用していただけるお店づくりのために、「設備ライフサイクル改装」を進めています。店内設備の耐用年数に準じて、省エネ効果の高い要冷機器や空調機器への入れ替えを実施することで、設備メンテナンスを効率よく行い、機器の故障を防ぐとともに、電気使用量を抑えることができます。CO_2 排出量削減を図り、脱炭素社会実現に向けた「設備ライフサイクル改装」を積極的に推進していきます。

太陽光発電設備の導入

再生可能エネルギーの普及・拡大を目指して太陽光発電設備の導入に取り組んでいます。
2025 年度までに太陽光発電設備を全国約 4,200 店に設置しました。今後も太陽光発電設備を積極的に設置し、電気使用量削減及び CO_2 排出量削減を進めていきます。

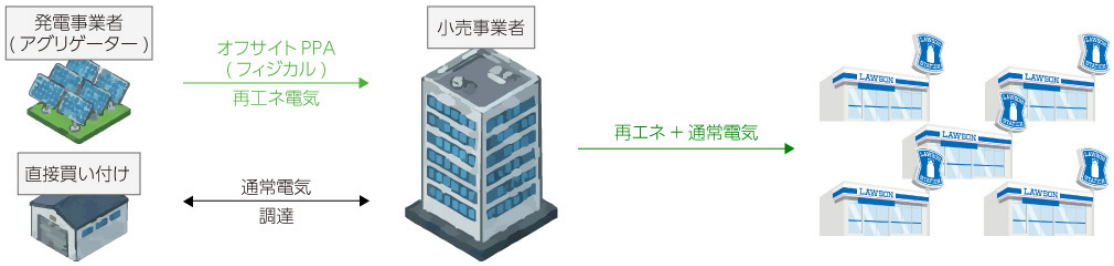


太陽光発電設備

オフサイト PPA※による再生可能エネルギーをローソン店舗へ供給

ローソンと三菱商事株式会社は、ローソン店舗への再生可能エネルギー供給に関する協業について合意し、店舗敷地外に設置された太陽光発電設備からの再生可能エネルギーを、東京電力管内及び中部電力管内の一部の店舗向けに供給しています。
ローソンは 2012 年から太陽光発電設備の設置を開始しましたが、さらなる再生可能エネルギー活用を促進するため、2023 年度以降順次、店舗の敷地外の太陽光発電所で発電した再生可能エネルギーを店舗に送る「オフサイト PPA」※を推進しています。

※遠隔地の再エネ発電所で発電された電気と環境価値を、一般の送配電網を介して長期間にわたり直接購入する契約。



市民ファンドを活用した太陽光発電事業への参画

ローソンは、市民ファンド「温暖化防止おひさまファンド」を活用した太陽光発電事業「南信州おひさま発電所・設置プロジェクト」に参画しています。長野県飯田市内にあるローソン 2 店舗の屋根に市民ファンドが環境省の助成を受けて太陽光発電設備を設置し、発電された電気を店舗が購入して店内電力として使用する仕組みです。同事業で発生した電力は「グリーンエネルギー認証センター」の認定・認証を受け、発電された電気がもつ「環境価値」は「グリーン電力証書※」として発行されています。



市民ファンドを活用した太陽光発電設備

※グリーン電力証書：太陽光や風力などの自然エネルギーからつくられた電気がもつ環境的な価値を取引可能な証書にしたもの。

店舗運営における取り組み

店舗の電気使用量及び CO_2 排出量を削減するため、最新の省エネルギー機器の導入や太陽光発電設備の設置だけでなく、店舗運営における取り組みによって節電を進めています。

「省エネ 10 か条」を定めて全店舗で節電に取り組んでいます

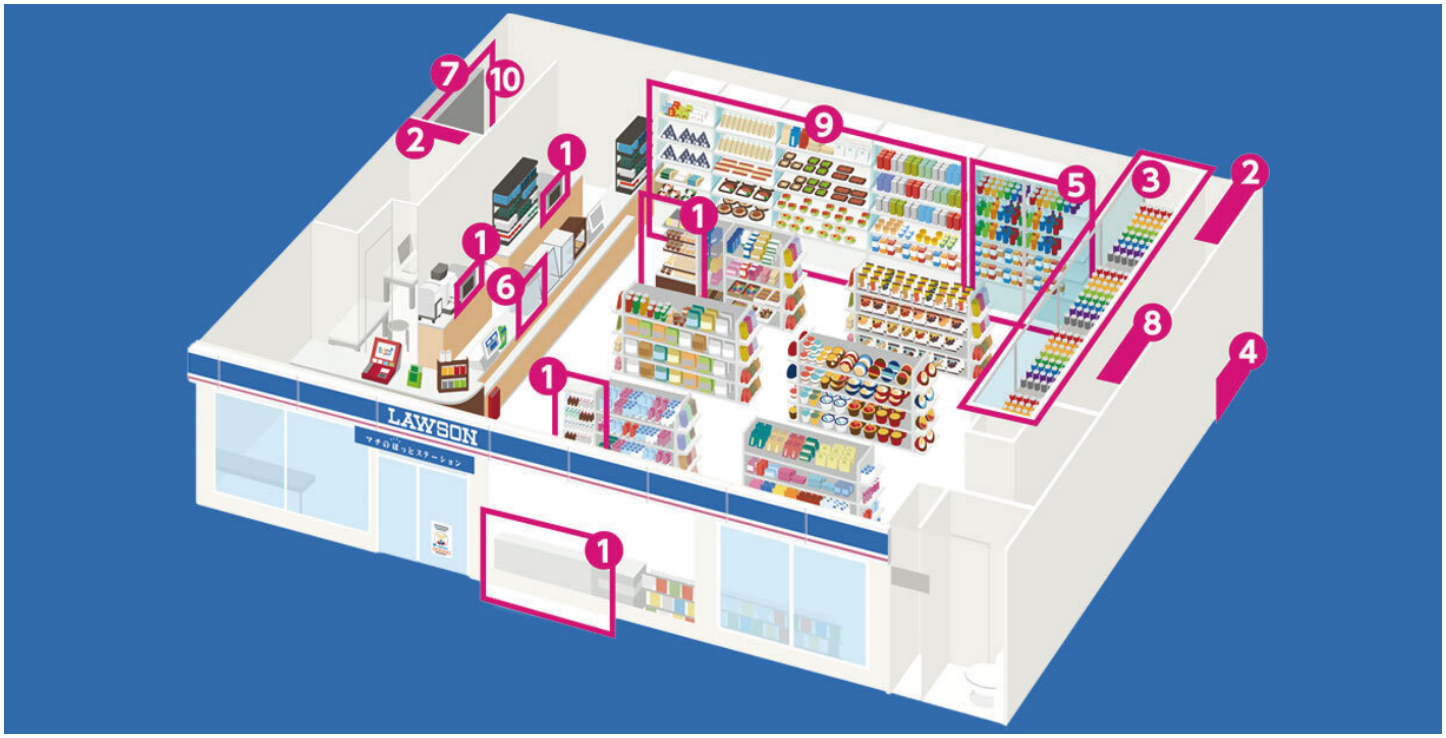
店舗に設置されている要冷機器や空調機器の運転効率を向上させ、店舗全体のムダな電気使用量を削減するため、「省エネ 10 か条」を定めています。各店舗は日々の業務の中で要冷機器・空調機器のフィルター清掃や、エアコンの設定温度の順守等に取り組んでいます。

省エネ10か条
①週1回、要冷機器や空調機器のフィルター清掃
②エアコン設定温度夏：27℃、冬：18℃、中間期：OFF
③商品入出時にウォークイン・業務用冷蔵冷凍庫の扉の開閉時間を削減
④要冷機器・空調機器の室外機周辺の整理整とん
⑤夏場の冷凍ペットボトル商品等は冷蔵保管してから補充
⑥ホット飲料は常温で保管している商品を補充
⑦業務用冷蔵冷凍庫内への商品の詰め込みすぎに注意
⑧不在時のバックルーム・倉庫の照明・エアコンOFF
⑨オープンケースの冷気をふさがない商品陳列
⑩業務用冷蔵冷凍庫の扉開閉回数の抑制



エアコンのフィルター清掃、温度調整など、全店で取り組んでいます

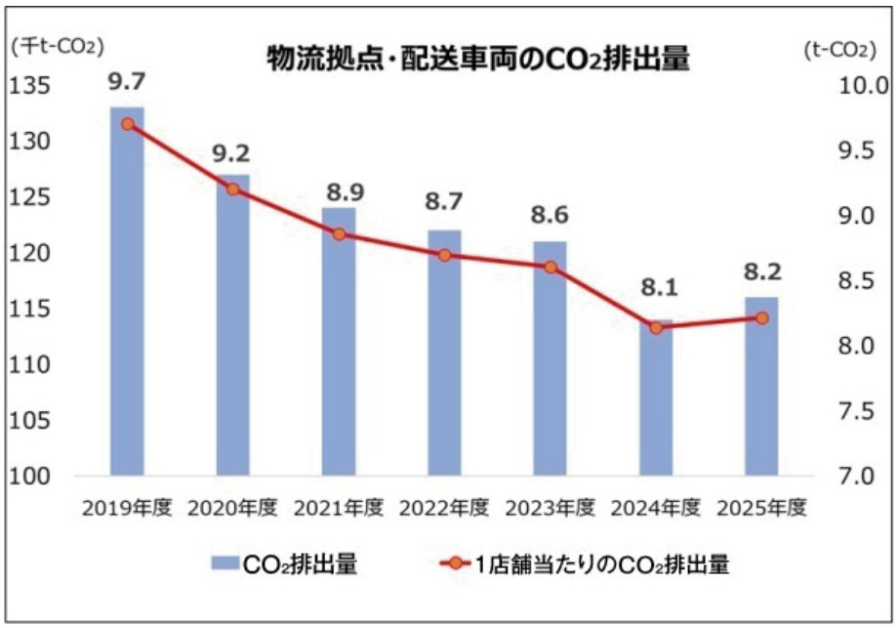
● 下記、店舗の①～⑩までの番号は上記「省エネ 10 か条」の取り組み項目を示しています。



効率的な物流システムの構築

ローソンでは脱炭素社会の実現に向けて、全国に張り巡らせた物流網の効率化を図るとともに、環境対応車や空調の AI 制御システムなどを導入し、物流に伴う CO_2 排出量の削減を目指しています。

● 物流拠点・配送車両の CO_2 排出量



共同配送や配送頻度の適正化

定温商品とチルド商品※など異なる温度帯で管理する商品を間仕切りによって 1 台の配送車で運ぶことのできる「二室式二温度管理車両」を使用し、店舗に到着する配送車両を削減しています。さらに 2023 年 12 月から順次、2024 年 4 月施行の働き方改革関連法への対応や CO_2 排出量の削減につなげるため、弁当・惣菜・デザートなどのチルド・定温商品の配送回数を 1 日 3 回から 2 回に切り替えを進めました。また、常温・冷凍商品の配送については曜日ごとに最適なダイヤを設定して配送することにより、走行距離の削減を図っております。これら取り組みにより 1 店舗 1 日当たりに到着する納品車両の平均台数を 1989 年度の 16 台から 5.0 台（新聞・本・雑誌・たばこを除く）にまで減らしています。

トラックの 1 店舗 1 日当たり平均台数

1989年度16台

2026年2月末時点
5.0台



※チルド商品：米飯や乳製品・デザートなど温度管理が必要な商品。

AI による店舗配送ダイヤグラムの最適化を推進

ローソンは、AI による店舗配送ダイヤグラム最適化による CO_2 排出量削減の取り組みを進めています。多方面の店舗の組み合わせから、CO_2 排出量と配送コストが最小となるルートを AI が解析し、そのルートに基づいて配送を行えるよう、運行管理システムとのデータ連携も含めた店舗配送の仕組みを構築中です。

エコタイヤ・運行管理システムの導入

エコタイヤ

タイヤの形状とゴムの配合を変え、タイヤが転がるときのエネルギーロス（転がり抵抗）を低減させることで燃料の消費を少なくします。エコタイヤの導入により、車両 1 台当たり約 4%の燃費改善を見込んでいます。



▲配送車　▶エコタイヤ

運行管理システム

商品の温度状況や店着・配送状況をリアルタイムで確認することができるため、より確かな品質管理を行うことができます。急な加減速、速度超過などの運行状況も把握することができ、効率的な走行の推進やアイドリングストップ※の実施に役立てています。

※アイドリングストップ：地球温暖化・大気汚染防止、燃料節約のため納品時にエンジンを停止すること。

エコドライブの推進

アイドリングストップの徹底や騒音の防止など、ドライバーに対する教育・研修を実施。エコドライブを推進されている委託先企業に対する表彰なども行い、ドライバーの意識向上を図っています。



ドライバーに対する表彰式の様子

店舗から排出された廃油で製造したバイオディーゼル燃料を配送車で活用



2023 年 11 月から、熊本県内のローソン店舗で「からあげクン」などの揚げ物の調理に使用した食用油（廃油）を回収・精製し、バイオ燃料を 5%混合したバイオディーゼル燃料を製造する実証実験を開始しました。製造されたバイオディーゼル燃料は、ローソン店舗へチルド商品を配送するトラックの燃料として活用されています。トラック 1 台での使用からスタートし、2025 年 1 月には滋賀県で 1 台導入、2026 年 5 月末時点で熊本県では 2 台となっており、バイオディーゼル燃料を使用する車両は合計 3 台となっています。また、2024 年 2 月には、バイオ燃料を 20%混合したリニューアブルディーゼルを使用する車両を愛知県で 1 台導入し、2025 年 10 月には千葉県で 1 台導入しています。これにより、リニューアブルディーゼルを使用する車両は合計 2 台となっています。

この取り組みにより配送トラック 1 台当たりの CO_2 排出量はバイオディーゼル燃料で年間約 1.15 トンの削減、リニューアブルディーゼルで年間約 3.6 トンの削減が見込めます。

水素を燃料とした燃料電池小型トラック（FC 小型トラック）の導入



2021 年 7 月に、地球温暖化の抑制やエネルギーの多様化などに対応した持続可能な社会の実現に向け、水素を燃料とした燃料電池小型トラックを東京都大田区の配送センターに導入しました。このトラックは、東京都内のローソン約 20 店舗への弁当やおにぎりの配送に使用し、走行実証実験を行いました。

さらに、トヨタ自動車株式会社といすゞ自動車株式会社が共同開発した、水素を燃料とした燃料電池小型トラックの導入を 2023 年 5 月から開始し、これまでに福島県本宮市の配送センターに 2 台、東京都大田区の配送センターに 2 台、東京都八王子市の配送センターに 2 台、福岡県福岡市の配送センターに 1 台、合計 7 台を導入しています。今後、燃料電池小型トラックによる店舗への商品配送エリアを順次拡大することで、配送時の CO_2 排出量の削減に取り組んでいきます。

チルド商品の配送車両に EV トラックを導入



2026 年 1 月、持続可能な物流体制の構築とカーボンニュートラルの実現を目指し、チルド商品の配送用車両として EV トラック 2 台を神奈川県川崎市の配送センターに導入しました。走行に必要な電力については、CO_2フリーでの電力プランを利用することにより、充電から走行までの CO_2排出量は実質ゼロとなり、配送由来の CO_2排出量を年間約 35.4t 削減できる見込みです。

プラスチック製レジ袋の削減の取り組み

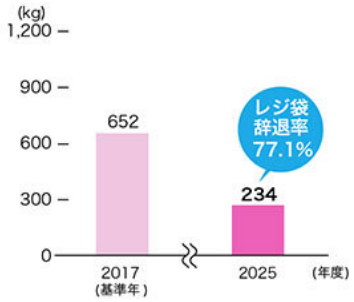
不要なレジ袋を減らす取り組み

プラスチックは私たちの生活にとって便利な素材ですが、プラスチックごみによる環境問題を引き起こします。ローソンは、その問題に対応するためにレジ袋やペットボトル、プラスチック容器などの削減に取り組んでいます。
レジ袋については、2030 年の目標である「プラスチック製レジ袋 100%削減」の達成を目指し、レジ袋の有料化やエコバッグの普及、植物由来の素材使用などのさまざまな取り組みを進めています。



2020 年 7 月 1 日から、地球環境を守る取り組みの一環でプラスチック製レジ袋の有料化が法令で義務付けられました。ローソンはこれに基づき、レジ袋を有料化するとともに、植物由来の素材を 30%配合してプラスチックの削減に努めています。また、2007 年から繰り返し使え、携帯できるバッグの普及も進めています。これらの結果、2026 年 2 月末時点のレジ袋の辞退率は 77.1%になりました。

●1 店舗当たりのレジ袋使用重量
（ローソンストア 100 の実績を除く）





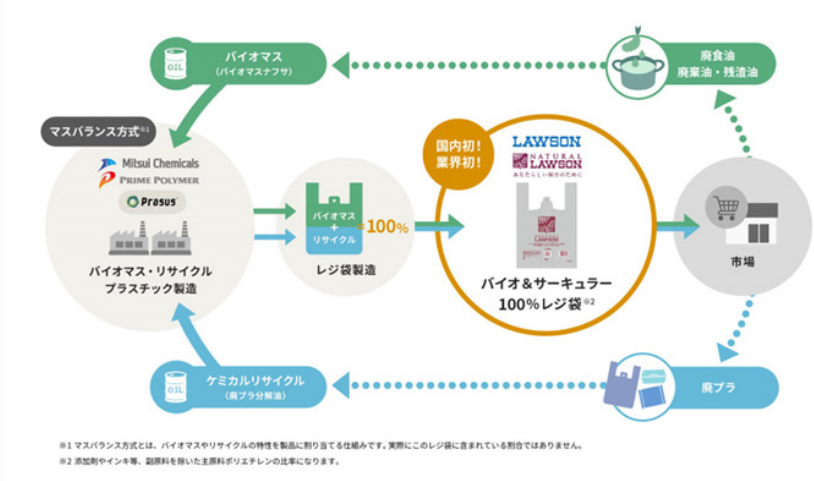
店舗に掲出している
レジ袋削減ポスター
一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会の加盟コンビニエンスストア共通のポスター

ナチュラルローソンでマスバランス方式による バイオマスとリサイクルの特性を割り当てた 環境配慮素材 100%使用のレジ袋を導入

ナチュラルローソンでは、2026 年 1 月から、マスバランス方式※1 によるバイオマスとリサイクルの特性を割り当てた環境配慮素材 100%使用のレジ袋※2 を、3 店舗に先行導入しました（2026 年 6 月末時点で全店舗に導入）。

今回導入したレジ袋は、マスバランス方式によってバイオマス由来特性（廃食油や廃棄油などを由来とするバイオマス原料を使用）を約 50%割り当てたポリエチレンと、リサイクル由来特性（ケミカルリサイクル技術を活用して廃プラスチックをリサイクルした原料を使用）を約 50%割り当てたポリエチレンを主原料として混合した※3、環境配慮素材 100%使用のレジ袋です。バイオマス由来特性は新規の化石資源使用を抑制するとともに CO_2 排出量削減に貢献し、またリサイクル由来特性は未来のリサイクル率向上に貢献するケミカルリサイクル技術を活用することで、プラスチックごみの資源化と焼却回避による CO_2 排出量削減に貢献します。※4

● スキーム概略図





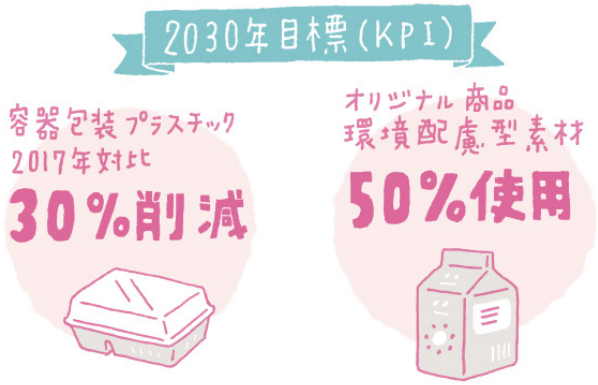
※1「マスバランス方式」とは、「原料から製品への加工・流通工程において、ある特性をもった原料（例：バイオマス由来原料）がそうでない原料（例：石油由来原料）と混合される場合、その特性をもった原料の投入量に応じて、製品の一部に対してその特性の割り当てを行う手法」（出典：「バイオプラスチック導入ロードマップ」環境省）です。今回のレジ袋には環境配慮素材が 100% 使用されているわけではありませんが、割り当てにより 100%使用と謳うことが可能です。

※2 レジ袋は 3 種類を導入。S サイズを税込 6 円、L サイズを税込 10 円、弁当用を税込 6 円で販売します。

※3 この比率は、添加物やインキ等、副原料を除いた主原料となるポリエチレンの比率です。

※4 掲載内容は、2026 年 6 月末時点の情報です。

容器包装プラスチック使用量の削減



オリジナル商品のおいしさや品質を確保しながら、プラスチックを削減するため、プラスチック製の容器包装を紙製に変更したり、薄くしたりすることに取り組んでいます。2030 年までにオリジナル商品に使用するプラスチック製容器包装の重量を 2017 年対比 30% 削減する目標は前倒しで達成しました。今後はオリジナル商品における環境配慮型素材の使用に注力してまいります。

プラスチックの削減例

MACHI café における取り組み

MACHI café のアイスメニューのカップを 2019 年から順次紙製に変更し、さらにストローを使用せずに飲める上蓋に変更することで、累計約 3,220 トンのプラスチック使用量を削減。2023 年 11 月からはアイスドリンク S サイズと M サイズのプラスチック製の上蓋を、これまでよりプラスチック使用量を約 0.4g 削減したものに変更しました。これにより年間のプラスチック使用量を約 55 トン削減しました。
また、2025 年 12 月から、アイスドリンクメガサイズも同様にプラスチック使用量を 0.6g 削減したものに変更し、年間で約 16 トンの削減を見込んでいます。



アイスドリンクの上蓋のプラスチック使用量を削減

オリジナル飲料のペットボトルを 100%リサイクル素材に

2022 年にオリジナルペットボトル飲料 6 品のラベルを、ペットボトル全体に覆うように貼付していたものからハーフラベルに変更し、年間約 100 トンのプラスチック使用量の削減を実現しました。
さらに、2023 年 11 月から順次オリジナルペットボトル飲料の計 8 品のペットボトルを 100%リサイクル素材に切り替えました。
これにより、年間で約 3,355 トンのプラスチック使用量の削減が見込めます。



左：緑茶※、右：ルイボスティー
※ 沖縄県で販売している緑茶は除く。

ナチュラルローソン「NL ナチュラルウォーター」に環境配慮型ラベルを採用

2025 年 6 月からナチュラルローソン店舗では、ペットボトルの上部を覆うように貼付していたラベルをシールタイプに変更し、小さくしました。これにより、年間約 150kg のプラスチック削減が見込めます。さらに同シールはペットボトルと同系の素材で、はがし忘れてもリサイクルプロセスを阻害しない環境配慮型設計のラベルを採用しています。



まちかど厨房の弁当容器を FSC® 認証の紙容器に

まちかど厨房では、2021 年 1 月から順次、ご飯の上におかずを盛った丼タイプの弁当の容器を紙製に変更(蓋はプラスチック製)。さらに 2023 年 11 月から持続可能な森林活用・保全に配慮し、責任ある森林管理の原則と基準に基づく「FSC® 認証」の紙製容器を採用しています。



サラダ容器の上蓋をシールタイプに

2023 年 5 月から全国のローソン店舗（沖縄県を除く）で一部サラダ容器の上蓋をシールタイプに変更しました。これにより従来よりもプラスチック使用量を年間約 100 トン削減しました。サラダの容器はこれまで、「嵌合（かんごう）蓋（容器と蓋をはめ合わせるタイプ）」を使用し、蓋の脱落を防止するために補助テープで固定していました。サラダの容器の上蓋をシールタイプに変更することで、蓋と補助テープ部分のプラスチック使用量の削減にもつながります。また、これまで紙製の商品名ラベル・原料ラベルを貼付していましたが、包装材に直接印刷する技術を導入することでラベルが不要となり、省資源につながっています。



パスタの容器を紙製に

2021 年から、順次パスタの一部商品の容器をプラスチック製から紙製への変更を行っています。容器の材質変更により、従来と比べてプラスチック使用量を年間約 130 トン削減しました。



写真はイメージです

穴あきのプラスチック製スプーン・フォークの採用

2022 年 4 月 1 日に施行された「プラスチック資源循環促進法」に伴い、持ち手部分に穴を開け、長さを短くするなど、プラスチック使用量を削減したスプーンとフォークを導入しています。
併せて、2023 年 1 月から木製スプーンも選択できるように全エリアで採用しています。



紙製箸袋の採用

2024 年 4 月から一部のエリアを皮切りに箸の袋をプラスチック製から紙製に変更し、2025 年 9 月に全国導入が完了しました。これにより、年間で約 67 トンのプラスチック使用量を削減することができました。



より持続可能な社会のために
～ 認証原料を使用した商品の開発・販売 ～

ローソングループは、豊かな自然環境からもたらされる恵みを活用して日々の事業活動を行っています。しかしながら、昨今、自然資源の枯渇、生物多様性の危機など、地球環境は大きな問題に直面しており、ローソングループの事業活動にも大きな影響を与える可能性が増大しています。
ローソングループとしても豊かな地球の恵みを次世代へ引き継ぐため、「ローソングループ調達方針」に基づき、生物多様性などに配慮した認証原料を使用した商品の開発・販売、資材の利用を進めています。

認証一覧

レインフォレスト・アライアンス認証

レインフォレスト･アライアンス認証は、生産者･労働者の人権向上、自然資源や環境に配慮した農法に取り組むことなどが含まれた、レインフォレスト・アライアンスの持続可能な農業基準を遵守する農園に与えられる認証です。店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI café（マチカフェ）」及びエクアドル産の「田辺農園バナナ」はレインフォレスト・アライアンス認証農園で作られた作物を使用しています。

レインフォレスト・アライアンスとは

自然環境を保護し、
生産者や森林地域に暮らす
人々の生活向上のために
社会と市場のもつ力を役立て、
より持続可能な世界を創っている
国際的な非営利団体です

レインフォレスト・アライアンスは 1987 年に設立された国際的な非営利団体であり、人と自然が調和の中で繁栄する世界に向けて活動しています。
レインフォレスト・アライアンス認証は生産者が動植物の生態系を保護し、生活を向上させ、農場労働者の人権向上を推進し、気候危機を緩和し適応する、より持続可能な農法に従っていることを意味しています。

レインフォレスト・アライアンス認証農園が目指す持続可能な姿（一部抜粋）

● 農業

- 気候変動への適応、その他の方策を通じた農場の回復力の向上
- 土壌、水源、その他の自然生態系の営みの維持、強化
- 農作物の生産性、投入物の使用効率、収益性の最適化
- 農薬が環境と健康に及ぼすリスクの削減

● 社会

- 児童労働、強制労働、差別、ハラスメントの評価、予防、是正
- 農業生産者、農場労働者、コミュニティのさまざまな人権の尊重
- 農場労働者とその家族の健康で安全な生活環境と労働条件
- 農業生産者、農場労働者とその家族の生活水準の向上

● 環境

- 森林やその他の自然生態系の効果的な保護、回復
- 農場の自然植生の維持、強化
- 野生生物と生物多様性の保護の強化
- 排水と廃棄物の汚染の削減
- 農場の GHG（温室効果ガス）排出量の削減

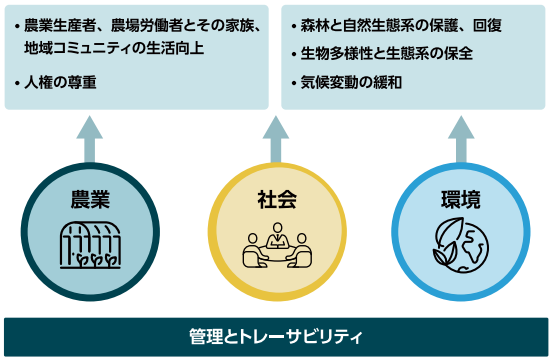
持続可能な農業基準　農場要件の概要

1.	管理
2.	トレーサビリティ
3.	収入と責任の共有
4.	農業
5.	社会
6.	環境

出所：レインフォレスト・アライアンス
持続可能な農業基準第 1.3 版：農場要件より抜粋して作成

「ra.org/ja」についてはこちらへ（外部リンク）

レインフォレスト・アライアンス認証農園が目指す持続可能な姿



MACHI café

「あなたのマチが、どこでも、カフェになる」という想いをこめてつくりあげた、店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI café」。世界の「マチ」の幸せに貢献するため、ブランドの立ち上げから 10 年以上継続してレインフォレスト・アライアンス認証農園産のコーヒー豆の採用に取り組んでいます。
「MACHI café」のコーヒー豆は、レインフォレスト・アライアンス認証農園産のみ※を使用しています。
※モカブレンドは対象外。



店内淹れたてコーヒーサービス「MACHI café」

「MACHI café の取り組み」についてはこちらへ

田辺農園バナナ

南米・エクアドルにある田辺農園で育てられているバナナを「田辺農園バナナ」として全国の店舗で販売しています。
田辺農園は、レインフォレスト・アライアンス認証を取得しており、土と水にこだわった自然循環型農法でバナナを栽培しています。
例えば、バナナは除草剤をまいて育てるのが一般的な栽培方法ですが、田辺農園では除草剤を使わずバナナの木の下に下草が生い茂る森になっています。
加えて化学肥料を使用せず、規格外になったバナナで自家製のたい肥を作り、有機質肥料として土に還元して栄養豊富な土壌にする取り組みも行っています。
さらに、バナナを支える支柱に竹を使うことで、プラスチックの使用量を削減するなど、自然環境に配慮した栽培に力を入れています。



写真は 1 本売りのものです



下草が生い茂る農園



バナナの支柱を竹製にしてプラスチックを削減

● 田辺農園の取り組み

- 化学肥料・除草剤は不使用
- 規格外のバナナを活用して自家製の有機質肥料を作り、栄養豊富な土壌に
- 支柱に竹を使用するなど、プラスチック削減に取り組む
- 井戸を掘ってきれいな水でバナナを育てる

FSC® 認証

FSC® 認証は、環境保全の点から見て適切で、社会的な利益にかない、経済的にも継続可能な森林管理を世界に広めるための仕組みです。
www.fsc.org
オリジナル品のペーパーカップやレジにおいて使用するレジロール紙などに、適切に管理された認証林から生産された木材や、リサイクル原料、その他管理された供給源の原材料を使用した「FSC® 認証製品」を採用しています。

FSC® N003658



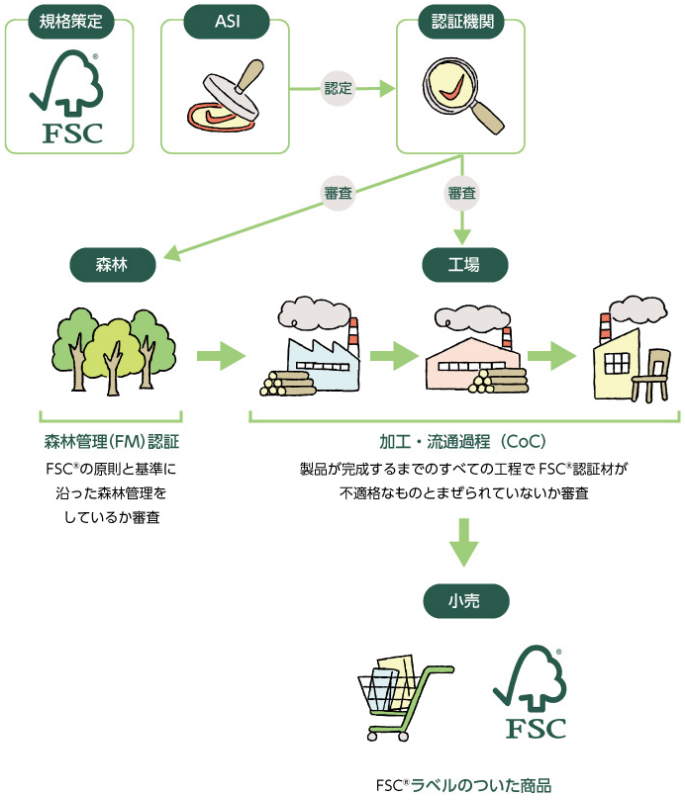
オリジナル品の
ペーパーカップ

FSC® 認証とは

FSC® は責任ある
森林管理を広めることで、
生物多様性を守り、
森林破壊や気候変動に
立ち向かうための仕組みです。

FSC（Forest Stewardship Council®、森林管理協議会）は、森林が破壊され続けることで森林に生息する野生生物や恵みを受ける地域住民などに影響を及ぼしている問題を解決するために、1994 年に設立されました。FSC® マークを目印に製品を選ぶことで、森と森とともに生きる人々を守ることにつながります。
FSC® 認証製品を消費者の手に届けるまでには、森林から最終製品になるまでの生産、加工、流通に関わるすべての組織が認証を受けなくてはなりません。また、FSC® 認証の審査・発行は、FSC® ではなく ASI という認定機関から認定を受けた独立した第三者の認証機関が行い、適切に管理された森林からの木材かどうかをチェックしています。

FSC® 森林認証の仕組み



出典：FSC® ジャパンウェブサイト

PEFC 認証

PEFC 認証は、森林が持続可能に管理されていることを検証・保証する、世界最大の森林認証システムです。飲料用の紙パックなどに、適切に管理された森林から生産された木材や、再生資源、その他管理された供給源の原材料を使用した「PEFC 認証製品」を採用しています。

PEFC
PEFC/31-44-1452
持続可能な森林管理の促進
www.sgec-pefcj.jp



アップル 100%
1000ml

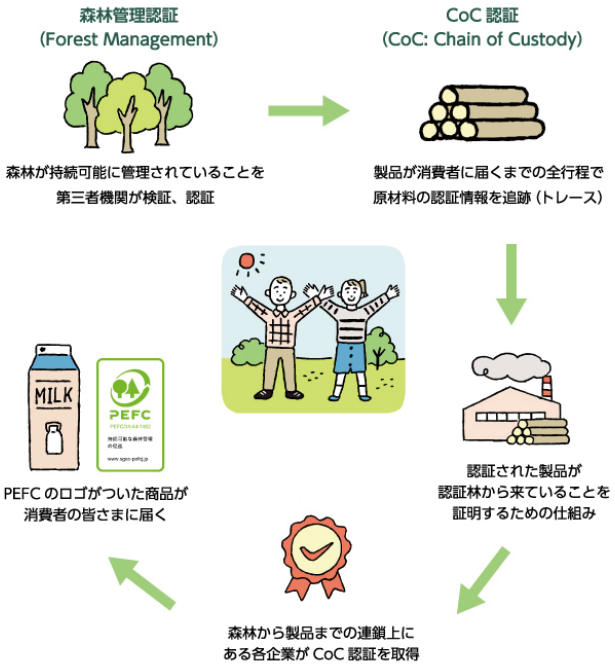
PEFC 認証とは



森林が持続可能に管理されていることを
検証・保証する認証システムです

製品が消費者に届くまで、原材料の認証情報（出処など）を追跡することにより、木材が持続可能に管理された森林から伐採されたものであることを証明するのが森林認証の仕組みです。各国で独立して設立運営される森林認証制度の連合体である「PEFC 森林認証制度相互承認プログラム（Programme for the Endorsement of Forest Certification Scheme）」が、厳格な第三者認証の実施を通じて持続可能な森林管理の促進を目指しています。PEFC に加盟する各国の森林認証制度は、PEFC が策定した持続可能性基準といえる国際認証基準（森林管理認証基準と CoC 認証基準）と適合するシステムであることが共通して求められます。
消費者も PEFC のマークが入っている商品を買うことで、「持続可能な森林の保護」、ひいては地球環境の保護に貢献することができます。

PEFC 認証の仕組み



出典：国際森林認証制度　SGEC/PEFC ジャパンサイト

GAP 認証

GAP（Good Agricultural Practice：適正農業規範 / 農業生産工程管理）とは、農業において、食品安全、環境保全、労働安全などの持続可能性を確保するための生産工程管理の取り組みです。ローソンファーム各社の適切な農場管理体制を構築するため、「GAP（JGAP、ASIAGAP）」認証の取得に取り組んでいます。



※ASIAGAP 認証農場のマークの下の登録番号は、株式会社ローソンファーム千葉の番号です。

持続可能な農法で、おいしくて健康な野菜づくり

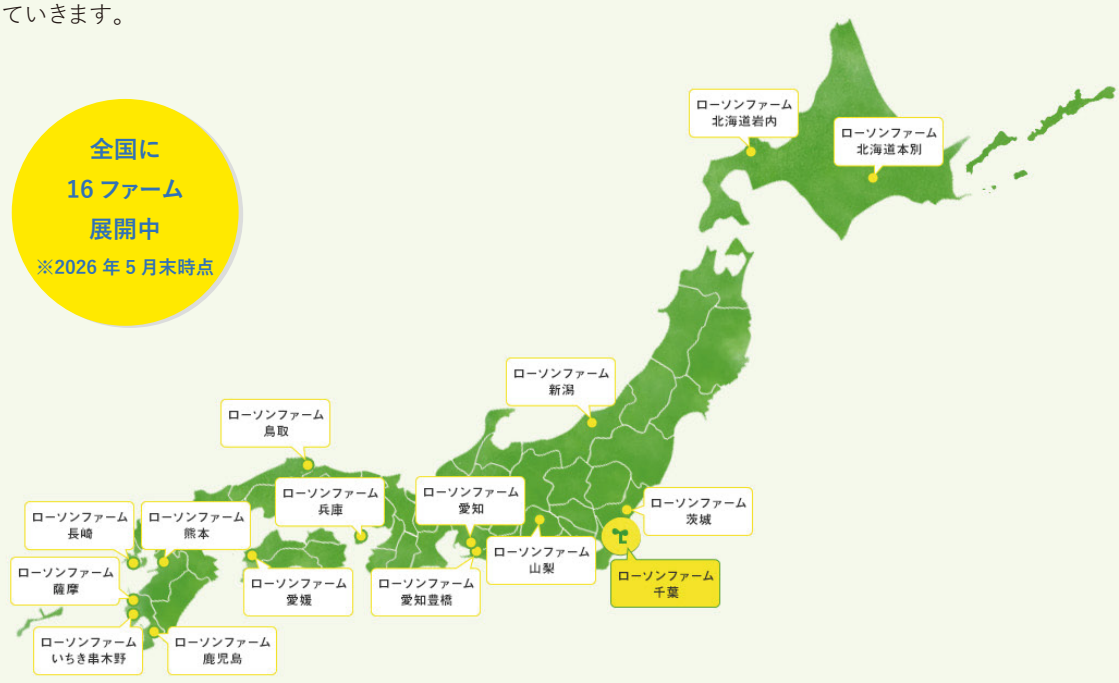
農地所有適格法人ローソンファーム



お客さまの健康な食生活を支える、野菜や果物をローソングループの店舗に安定的に供給するため、「農地所有適格法人ローソンファーム」を全国 16 ヵ所で展開しています（2026 年 5 月末時点）。おいしくて健康な野菜を生産するには、健康な土づくり、そして環境に配慮した持続可能な農法を進めることが重要です。そこでローソンファーム各社では、作付前の土壌診断を経て作物が生育する上で理想的な土づくりを行い、作物の生育状態に応じて適切な栄養を供給することを目的とした「中嶋農法」に取り組んでいます。また、持続可能な農業生産のガイドライン「GAP（JGAP、ASIAGAP）」の取得にも取り組み、品質の向上や食の安全、生物多様性をはじめとした環境保全などの持続可能性の確保に努めています。

農地所有適格法人ローソンファーム、全国に展開中です

プロの生産者とローソングループがもつ商品開発やマーケティングのノウハウを結びつけることで、「生産者の顔が見える青果」の供給を実現します。
今後も、ローソングループ店舗へ野菜や果物をお届けできるよう、志ある生産者の皆さんと一緒に、農地所有適格法人ローソンファームを展開していきます。



ローソンファーム千葉



土壌の生育の管理にこだわり、サツマイモ、大根、ニンジンの生産をしています。収穫した野菜はローソン（関東地方、東北地方）、ローソンストア 100（関東圏内）に供給されるとともに、焼き芋の原材料にも活用されています。





おいしく、健康な農産物を育て、農業の持続的な発展を目指しています

株式会社 SCI　マネジャー
原田 卓郎

長期的に国産農産物の安定調達を実現する。それが農地所有適格法人ローソンファーム設立の目的です。今では、日本全国のローソンファーム各社で生産された農産物が、ローソングループで販売するサラダ、ファストフーズなどの商品の原材料となって出荷されています。ローソンファーム各社では、作付前の土壌診断を経て作物が生育する上で理想的な土づくりを行い、作物の生育状態に応じて適切な栄養を供給することを目的とした「中嶋農法」に取り組み（下表参照）、おいしく健康的な野菜を生産しています。今後は、お客さまに対して店舗を通して安全・安心でおいしい農産物を届けるのはもちろんのこと、ローソンファーム各社が、率先して農業の産業化を通じた地域雇用の創出につなげて、日本の農業が持続的に発展する姿を示していきたいと考えています。

ローソンファーム各社の中嶋農法認証品目一覧

ファーム名	認証品目
ローソンファーム山梨	桃、ブドウ
ローソンファーム兵庫	玉ねぎ
ローソンファームいちき串木野	レタス
ローソンファーム熊本	ミカン

中嶋農法とは

● 土壌診断に基づく健全な土づくりの技術

①精密な土壌分析



まず精密な土壌分析を行い、土の健康診断を行います。

②必要な土壌養分を把握



診断結果より、作物に必要な多量要素から微量要素に至るまでの養分の過不足を把握し、バランスをとるための処方せんを作成します。

③作物に理想的な施肥



この処方せんに基づく施肥を行うことによって作物は理想的な栄養吸収を行い、健全に育ちます。

認証には、土壌分析から土壌が改善されるまで、約 3 年の期間が必要です。

● 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

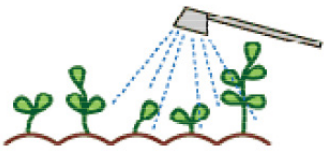
1. 植え付け後、作物は生育する環境の影響を受け続けます。正常な生育をすれば問題ありませんが、気象条件や栄養条件によって、体内の栄養バランスが崩れ、徒長や花芽分化の遅れ、品質の低下などが発生します。
2. 常に生育状況を観察し、適切な生育コントロールをすることが重要です。この場合、具体的には葉面散布剤（メリット）などを用いて、栄養バランスを調整して正常な生育状態に戻し、品質と収量の向上を図ります。

生育コントロール例

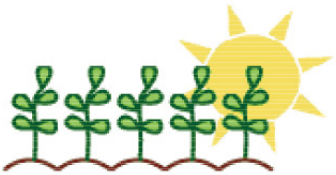
①作物の育ち方の乱れ



②葉面散布剤で生育コントロール



③健全な生育状態品質の向上



「中嶋農法」は、「有機 JAS」、「特別栽培農産物」と異なり、農林水産省が規格・認証する農産物ではなく、株式会社生科研が認証・展開している「ミネラル農法」です。

持続可能な農業生産のガイドライン「GAP（JGAP、ASIAGAP）」の取得を推進

ローソンファーム各社の適切な農場管理体制を構築するため、「GAP（JGAP、ASIAGAP）」認証の取得に取り組んでいます。
農薬や肥料の管理など、食の安全や環境保全に関係する農作業に関するチェック項目について、GAP 指導員の資格を取得したローソン本部の担当者がローソンファーム各社を訪問する際に、定期的にチェックする体制を構築しています。

※ASIAGAP 認証農場のマークの下の登録番号は、株式会社ローソンファーム千葉の番号です。

ASIAGAP※ Certified Farm
Reg.A120000072

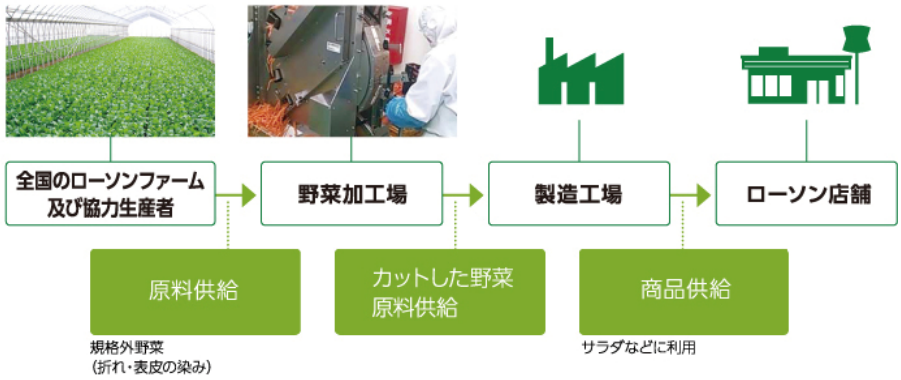
● ローソンファーム GAP 認証状況（2026 年 5 月）

ファーム名	認証GAP	認証品目
ローソンファーム山梨	JGAP青果物2022	ブドウ
ローソンファーム愛知豊橋	JGAP青果物2022	イチゴ
ローソンファーム兵庫	JGAP青果物2022	玉ねぎ
ローソンファーム鳥取	JGAP青果物2022	大根
ローソンファーム愛媛	JGAP青果物2022	ミカン
ローソンファーム薩摩	JGAP青果物2022	キャベツ
ローソンファーム鹿児島	JGAP青果物2022	大根、ニンジン、かんしょ、キャベツ
ローソンファーム茨城	JGAP青果物2022	ぶなしめじ
ローソンファーム千葉	ASIAGAP青果物Ver2.3	大根、ニンジン、かんしょ
ローソンファーム愛知	JGAP青果物2022	キャベツ、はくさい
ローソンファーム熊本	ASIAGAP青果物Ver2.3	ミカン

ローソンファーム各社で採れた規格外野菜を加工して、サラダなどの原料に活用しています

味や栄養などの品質は変わらないけれども、形や大きさなどの見た目がほかと少し異なる農産物が規格外野菜です。この規格外野菜は通常の販売には適さないために、店頭に並ぶことなく廃棄される場合があります。ローソンファーム各社では 10% から 15% の規格外野菜が産出されますが、これらを加工してサラダ・漬物※に利用することで農産物の有効活用に役立てています。

※ローソン及びローソンストア 100 で販売している一部商品に規格外野菜を使用しています。



持続可能な水産物の販売に貢献

「さかなの日」に賛同してお魚の惣菜を販売

ローソンは、水産庁が進める水産物の消費拡大に向けた官民協働の取り組み「さかなの日」に賛同し、SDGs 達成に向けた消費行動を支援しています。例えば、レンジ調理で手軽にサバ、サケ、ホッケ、シシャモなどのお魚の惣菜を楽しんでいただけるように商品をラインアップしています。ご自宅でつくるのに手間がかかる魚料理をレンジアップするだけで簡単にお召し上がりいただけるようにすることで、日本の多種多様な魚を食べる文化の伝承につなげていきたいと考えています。また、包装時に窒素ガスを充てんすることで長期間、鮮度を保てるようにして食品ロスを抑えるように努めています（一部商品除く）。
これらの商品を購入していただくことが、持続可能なおいしい食生活、ひいては SDGs の目標 14「海の豊かさを守ろう」といった世界共通の目標の達成にもつながります。

おいしい×サステナ＝いい未来
さかなの日

魚の惣菜のラインアップ※



さばの味噌煮
脂ののったさばを味噌のコクを活かしたタレで煮付けました。



さばの塩焼
脂ののったさばをじっくり焼き上げました。



銀鮭の塩焼
脂ののった銀鮭をふっくらと焼き上げました。



縞ほっけの塩焼
脂のりのよい縞ほっけを焼き上げました。



子持ちししゃも
子持ちのからふとししゃもを香ばしく焼き上げました。

※商品の写真はイメージであり、パッケージが異なる場合があります。店舗・地域により予告なく販売終了になる場合があります。

地球環境保全の取り組み

廃棄物削減

基本的な考え方

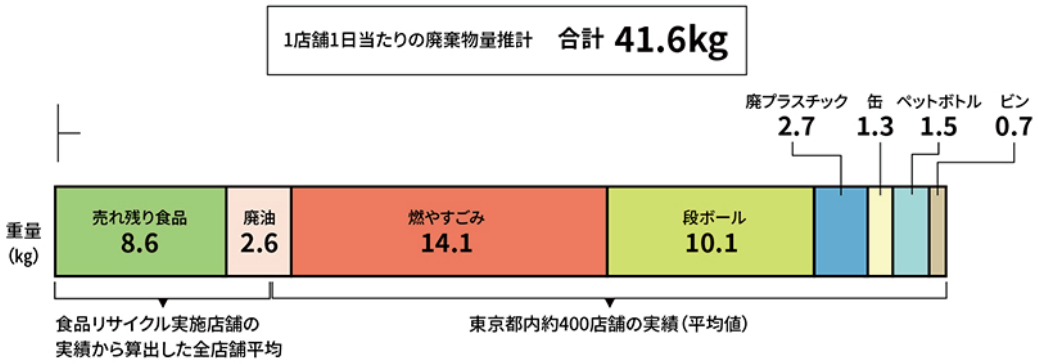
ローソングループでは、食品廃棄物をはじめ、ペットボトル、段ボールなどを廃棄物として排出しています。また、店舗の建設時や改装時には建設資材等の産業廃棄物も排出しています。環境に対する負荷や汚染を防止するため、ローソングループは「ローソングループ環境方針」に基づき、廃棄物の削減及び適正な処理に取り組んでいます。

店舗廃棄物の排出量を測定

ローソンでは、廃棄物の削減やリサイクルを促進する上での基礎データにするため、店舗の廃棄物の実態調査を継続して行っています。

2025 年度の廃棄物は 1 店舗 1 日当たり 41.6kg、うち売れ残り食品は 8.6kg となりました。

● 1 店舗 1 日当たりの廃棄物量推計



期間：2025 年 4 月 1 日～ 2026 年 3 月 31 日

食品ロス削減への取り組み

日本及び世界で、まだ食べられるのに捨てられてしまう食品（食品ロス）の多さが大きな問題となっています。環境省によると、2024年度の食品ロス発生量は約461万トン。2019年10月1日から「食品ロスの削減の推進に関する法律」（食品ロス削減推進法）が施行され、いっそうの食品ロスの削減の取り組みが進められているところです。
食品ロスの削減については、SDGs の目標 12「つくる責任　つかう責任」の中で、「2030 年までに世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させること」がターゲットとして盛り込まれています。
ローソンは、廃棄物の中でも食品ロスの削減を非常に重要な課題ととらえ、2030 年に 2018 年対比 50%削減を目指し、発注の適正化や値引き販売の推進、容器の工夫による消費期限の延長などを組み合わせて食品ロスの削減に努めています。

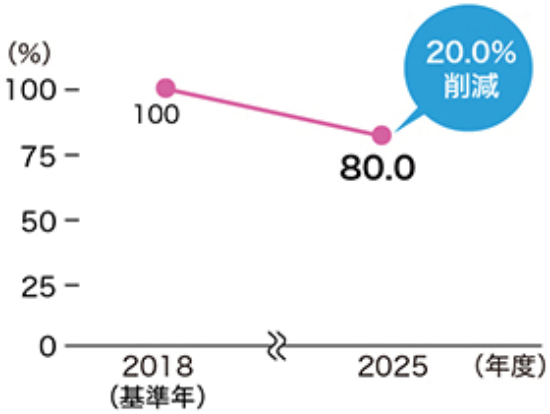
我が国の食品ロスの発生量
2024年度

461万トン
いわゆる「食品ロス」

出典：環境省公表「我が国の食品ロスの発生量の推計値（令和 6 年度）」



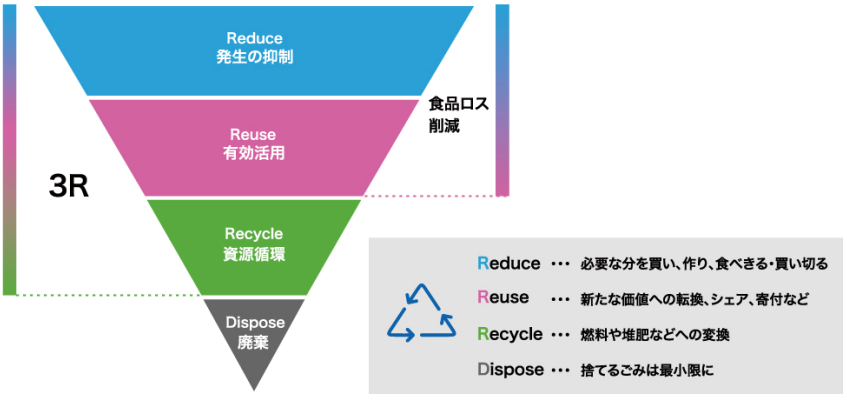
● 店舗の食品ロス・食品廃棄物削減※



※2023 年度から発生原単位（売上高百万円当たりの食品廃棄物量）での算定へ変更しています。

食品ロスの削減対策

ローソンでは、食品ロス及び食品廃棄の削減に、優先順位を決めて取り組んでいます。まず工場では必要な分だけを製造し、店舗では適切な量を仕入れ、値引きも含めた売り切りを進めています。それでも食品ロスが発生しそうな場合は、支援を必要とする方々への寄贈による「再利用（リユース）」を進めています。「発生抑制（リデュース）」と「再利用（リユース）」は、食品を食品のまま食べ切る・使い切るために非常に重要な取り組みです。この 2 つの取り組みを実践しても、どうしても食品のままの利用が難しい場合、燃料や飼料等へ加工する「再生利用（リサイクル）」を進めることで、単純に捨てられてしまう食品を減らす取り組みを進めています。



出典：消費者庁　食ロス削減ガイドブック（令和 6 年度版）P27

（1）発生抑制（リデュース）

- 製造工場：製造工程における余剰食品の発生を抑制
- 店舗：AI を活用した発注システム「AI.CO」による余剰食品の発生の抑制
- 店舗：商品の値引き販売による売り切りの推進「FOOD GOOD SMILE」
- 店舗：「てまえどり」の実践により食品ロスの削減に貢献
- 店舗：恵方巻などの催事商品の予約販売の促進
- 商品：冷凍おにぎりの販売により食品ロスの削減に貢献
- 商品：容器包装の工夫などにより消費期限を延長し、食品ロスや購買機会ロスの削減に寄与
- 商品：一部の商品の原材料への規格外野菜の活用、余剰食材の活用

（2）再利用（リユース）

- 配送センター：店舗への納品期限の過ぎた商品のフードバンク等への寄贈
- 店舗：販売許容時間（日）※の過ぎた商品の寄贈

※販売許容時間（日）：お客さまにより安全な商品を安心してお買い求めいただくために、「消費期限」の前に自主的に設定した期限です。

（3）再生利用（リサイクル）

- 店舗：ファストフードの調理に使った食用油（廃油）のリサイクル
- 店舗：売れ残り食品の飼料化・肥料化（家畜のエサや野菜などに与える肥料に加工）

余分な商品、ムダな廃棄を出さない仕組み

製造工場における取り組み

廃棄物の発生抑制に向け、製造段階では、原材料の投入量、出来高量、盛り付け量など、すべてグラム単位で計量して商品を製造する「生産加工管理システム」を導入しています。



米飯工場での原料計量によりムダを削減

店舗における取り組み：AI を活用した発注システム「AI.CO」

食品ロス削減の取り組みの一つとして 2024 年 5 月に、天候・販売実績などの店舗ごとのデータをもとにした商品別の需要予測と、それに基づいた商品発注を、AI を活用してサポートする発注システム「AI.CO※」の全国展開を開始しました。従来のセミオート発注で実現していた品揃え、日々の発注数の推奨に加え、値引きについても一貫して推奨することで、さらなる販売機会ロスと食品ロス（廃棄ロス）の削減につなげています。
また、店内で調理を行う「まちかど厨房」では、お客さまの動向に合わせて製造をコントロールしています。

※AI Customized Order：AI.CO（アイコ）

店舗における取り組み：お客さまと一緒に取り組む食品ロス削減プログラム「FOOD GOOD SMILE」

2025 年 8 月から全国のローソン店舗（約 14,000 店：「ローソンストア 100」除く）で、新たな食品ロス削減プログラム「FOOD GOOD SMILE」寄付施策を開始しました。施策期間中、値引きシールが貼付された対象商品の購入 1 個につき 1 円分を寄付として集計し、食事の支援を必要とする子どもたちへ、集計した金額分の食品を寄付しています。
第 1 弾（2025 年 8 月 5 日～ 11 月 3 日）では、福祉施設（48 法人 171 施設）へ合計 61.4 トンのお米を寄付。第 2 弾（2026 年 2 月 10 日～ 3 月 9 日）では、公立の小中学校 48 校や福祉施設 47 法人 295 施設へ 2,440 個の L チキ及び 24.4 トンのお米を寄付しました。
第 3 弾（2026 年 6 月 9 日～ 8 月 31 日）では、休み期間中の食事需要に応えるため、全国約 250 ヵ所の子どもたちを対象とした福祉施設やフードバンクなどにおにぎりを寄付しました。

おトクを選べば、
みんなが笑顔に。
FOOD
GOOD
SMILE



※掲載商品の写真はイメージであり、パッケージが異なる場合があります。

「FOOD GOOD SMILE」寄付施策についてはこちらへ

店舗における取り組み：「てまえどり」の実践

ローソンでは、消費者庁、農林水産省、環境省の 3 省庁、及び一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会と連携し、商品を購入後すぐに召し上がる予定のお客さまに、商品棚の“手前”にある商品から順番に“取り”、購入いただくことを促す「てまえどり」を実施しています。





商品における取り組み：冷凍おにぎりの販売

長期保存ができる冷凍おにぎりの販売を行っています。
2023 年に実験販売を開始し、2026 年 1 月には約 14,000 店舗に拡大しました。



※商品によってパッケージが異なる場合がございます。
店舗・地域により予告なく販売終了になる場合がございます。

商品における取り組み：容器包装の工夫

ローソンは、容器の上蓋をプラスチックからシールタイプに変更したサラダの販売を 2022 年 11 月から一部店舗で開始し、2023 年 5 月からは全国（沖縄県を除く）の店舗まで拡大しました。一部の商品は、容器内に窒素・二酸化炭素の混合ガスを充填し、シールタイプの上蓋で密閉することでパッケージ内の菌の増殖を抑え、鮮度を保ったまま従来よりも約 1 日長く販売することが可能となっています。



商品における取り組み：余剰食材、規格外品の活用

余剰食材や、形や大きさなどの見た目がほかと少し異なるために廃棄される規格外品を削減するため、これらの食材を活用した商品を販売しています。



※掲載商品の写真はイメージであり、パッケージが異なる場合があります。店舗・地域により予告なく販売終了になる場合があります。

取り組み（2）再利用（リユース）

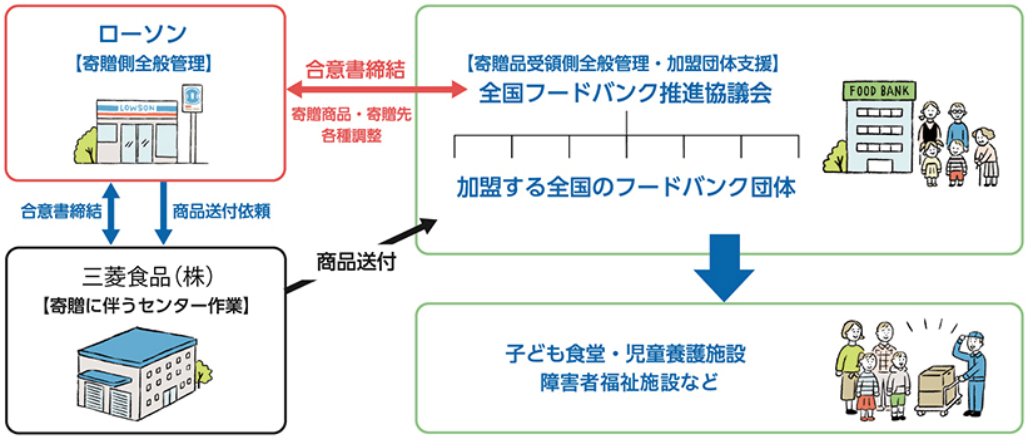
配送センターにおける取り組み

ローソンは、2019 年 8 月から一般社団法人全国フードバンク推進協議会へ、店舗への納品期限の過ぎたオリジナルのお菓子や加工食品※、日用品などを定期的に寄贈する取り組みを開始しました。これは食品ロス削減とともに、食品や日用品の支援を必要としているご家庭や施設などを支援するために実施しているものです。寄贈した商品は全国各地のフードバンク団体へ納品後、支援を必要としているご家庭やこども食堂、児童養護施設、障害者福祉施設などに提供されます。

※賞味期限については一定の猶予をもたせております。

【一般社団法人全国フードバンク推進協議会】
フードバンク活動の推進を通して食品ロスの削減を行い、子どもの貧困問題が解決される社会を目指して 2015 年に設立されました。全国各地で活動するフードバンク団体が加盟しています。

● 余剰食品寄贈の関連図



12 月のクリスマス時期にはクリスマスケーキ、年末年始にはおせちの寄贈にも取り組みを拡大しています。寄贈先の拡大も進めており、(一社) 全国フードバンク推進協議会に加盟している団体に加え、一般社団法人こども宅食応援団、東京都文京区こども宅食、東京都品川区「しあわせ食卓事業」、「京都府 (きょうとフードセンター)」、「WeSupport Family」などに定期的に食品や日用品を寄贈しています。

お届けした商品数

2025年度 約125万個



三重県松阪市の「こども宅食」商品梱包の様子

店舗における取り組み：販売許容時間の過ぎた商品の寄贈

ローソンでは、食品ロス削減のため、販売許容時間の過ぎた商品の冷凍寄贈を一部店舗で行っています。販売許容時間の過ぎた商品とは、ローソンが定めているお客さまに販売可能な期限を過ぎ、店頭撤去を行っているものの、喫食できる商品のことをいいます。これを単純に廃棄してしまうのではなく、鮮度を保ったまま保存が可能な急速冷凍機で凍結し、食の支援を必要とする方々へ寄贈する取り組みで、品川区との連携により、区内の子ども食堂への寄贈を行っています。今後も他の自治体への展開やアイテムの拡大について検討してまいります。





商品は子ども食堂で再調理され、昼食や夕食のメニューに活用されています

店舗における取り組み

● 発生抑制と再生利用の促進

店舗から排出される食品廃棄物は、販売許容時間を過ぎた弁当類（売れ残り食品）と、ファストフードの調理に使った食用油（廃油）などを合わせて、1 店舗 1 日当たり平均で約 11.2kg を排出しています。この食品廃棄物の削減のため、発生抑制と再生利用（廃油リサイクル、売れ残り食品の飼料化・肥料化）を中心に取り組んでいます。

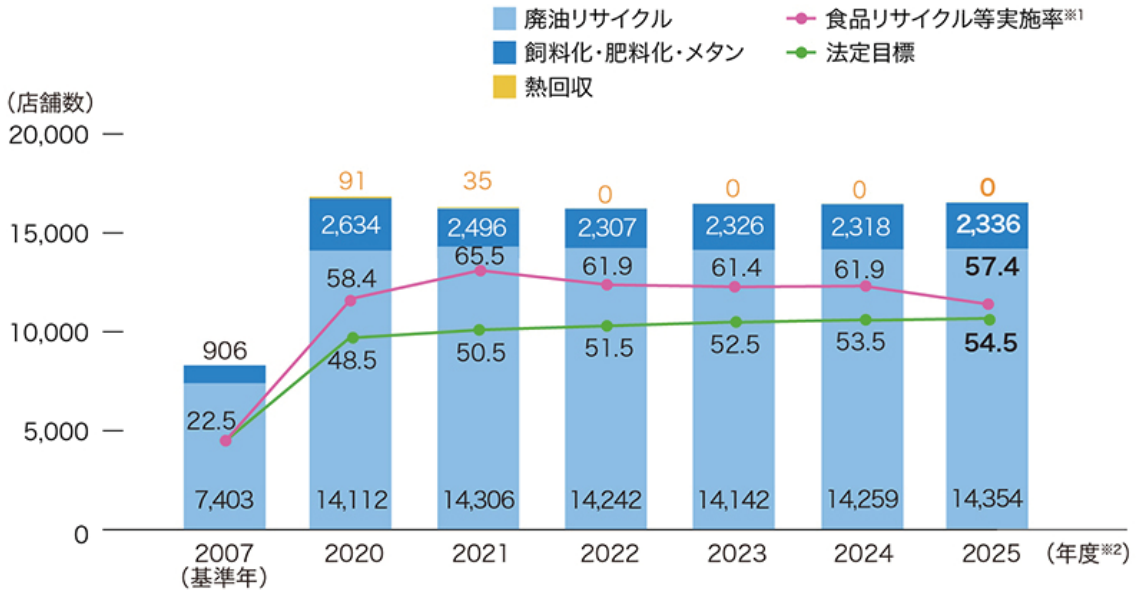
食品リサイクル等
実施率　実績

2025年度 **57.4%**

● 食品リサイクル等実施率は 57.4%

ローソングループでは、売れ残り食品の有効活用と食品リサイクル法を踏まえ、食品リサイクル等実施率の向上に努めています。2007 年度の実績（22.5%）を基準に 2008 年度から改善を目指して取り組み、2025 年度は法定目標 54.5%に対し 57.4%の結果となりました。

● ローソングループ食品リサイクル等実施率及び実施店舗数の推移



※1 食品リサイクル等実施率は、（株）ローソン沖縄、（株）ローソン高知を除いた数値です。
※2 4 月 1 日から翌年 3 月 31 日で算定しています。

取り組み（3）再生利用 - 廃油リサイクル

● 廃油のリサイクルを全国 14,354 店舗で実施中

2006 年 1 月から開始した廃油リサイクルは、2026 年 3 月末時点で、グループ計 14,354 店舗で実施しています。店舗から排出された廃油は産業廃棄物の収集運搬業者が回収し、リサイクル工場に搬入。飼料用添加剤（家畜のエサの材料）、バイオディーゼル燃料や石けんなどに再生されます。

廃油のリサイクルは、一定基準を満たしたお取引先さまを本部が店舗に推奨し、東日本・西日本・九州地区 3 社の管理会社を通して取り組みを進めています。本部・管理会社・本部推奨取引先が一体となり、法令遵守をはじめ、管理レベルや回収サービスレベルの向上を目指しています。

2023年から、熊本市の店舗から回収した廃油を精製し、バイオディーゼル燃料にリサイクルしています。その一部を混合比5%のバイオディーゼル燃料として店舗へチルド商品を配送するトラックの燃料に使用することで 2.57t/ 年の CO_2 を削減しています。



廃油プラント



廃油をリサイクルしてできた製品



バイオディーゼル燃料で商品を配送

● 家庭用食用油（廃油）の店頭回収を実施

2008 年 9 月からご家庭で使用した食用油（廃油）を店舗で回収する取り組みを実施しています。2025 年には熊本エリアの 5 店舗で実証実験を開始し、市民の皆さまから持ち込まれた廃油をバイオディーゼル燃料に精製しています。そのバイオディーゼル燃料を 5%混合した燃料を、店舗へチルド商品を配送するトラックに使用しています。





廃油回収ボックスと家庭から持ち込まれた廃油

取り組み（3）再生利用 - 食品リサイクル

● 売れ残り食品の飼料化・肥料化リサイクル

2006 年 5 月から開始した売れ残り食品のリサイクルは、2026 年 3 月末時点で、グループ計 2,336 店舗で実施しています。販売許容時間を過ぎた弁当類は、飼料（豚やニワトリのエサ）や肥料にリサイクルされています。

ローソングループでは、食品リサイクル工場や収集運搬会社の選定、処理コスト面等の課題を解決しながら、持続可能なリサイクルの実施地区拡大に取り組んでいます。
新潟県長岡市では、売れ残り食品を発酵させて発生したバイオガス※を利用して発電事業を行っています。

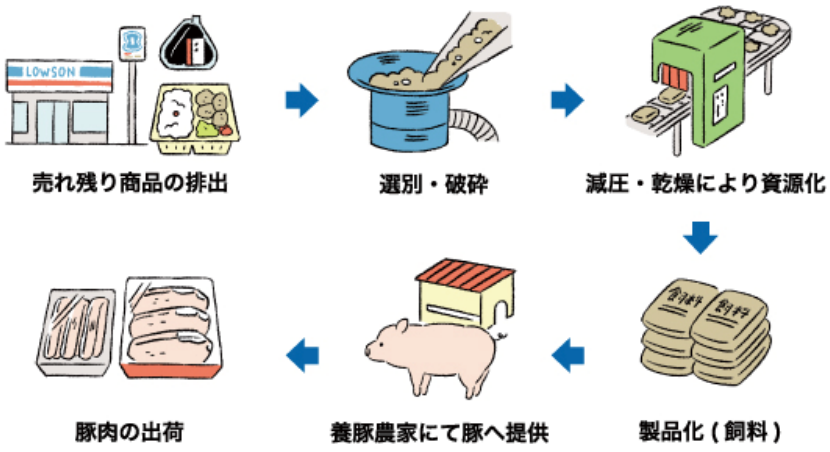
※バイオガス：生ごみや生物の排泄物、作物の発酵により発生するガスで、燃料として利用できます。

● 売れ残り食品のリサイクル実施エリア

2007年	東京都・横浜市・川崎市・青森市
2008年	名古屋市・京都市・津市・加賀市
2009年	埼玉県・神奈川県（全域）・三重県（全域）
2010年	高松市
2011年	香川県（全域）・愛知県（一部エリアを除く）・福井市
2012年	千葉県（一部エリア除く）・仙台市
2013年	長岡市・鹿児島市・熊本県（拡大）
2014年	福岡市・松山市
2015年	京都市（拡大）・滋賀県
2016年	大分市・長崎市
2025年	秋田市

● 食品リサイクルの事例

福岡市では、売れ残り食品の飼料化リサイクルを 2014 年 10 月から実施しています。店舗から排出される売れ残り食品は、株式会社環境エイジェンシーの食品リサイクル工場に運搬され、破砕後、減圧・乾燥により飼料製品に加工、養豚農家や飼料メーカーへ出荷されます。



社会への取り組み

人権の尊重

人権尊重の取り組み

人権尊重に対する考え方

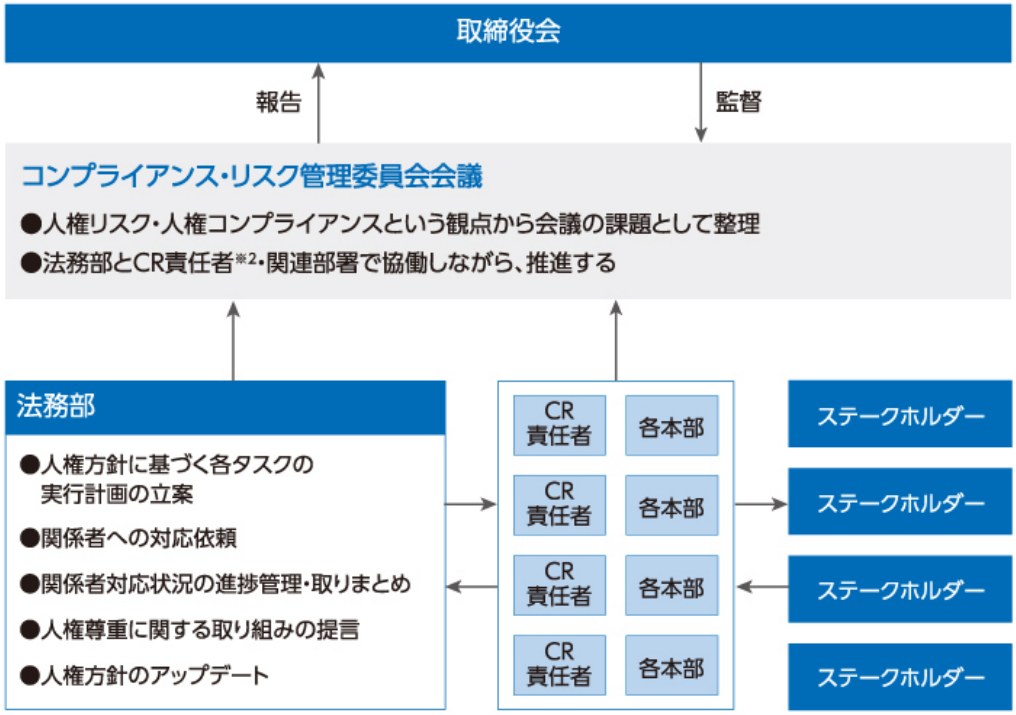
ローソンは 2021 年 6 月、人権に関する最上位の基本方針として「ローソングループ人権方針」を制定しました。
この方針を実現するため、ローソンは事業活動のあらゆる場面において人権を尊重し、事業活動に関わるすべての人々と信頼関係を築き、人権尊重の取り組みを進めます。
ローソンでは、2022 年 5 月に「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。「国連グローバル・コンパクト」は、人権・労働・環境・腐敗防止の 4 分野、10 原則を軸に、国際社会において持続的な成長を実現するための世界的な取り組みです。
今後とも、ローソンは、「国連グローバル・コンパクト」署名企業として、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」等の国際規範を支持・尊重しながら、人権を尊重した企業活動を行ってまいります。

「ローソングループ人権方針」についてはこちらへ

推進体制

ローソンでは、CRO[※1] の監督のもと、法務部にて人権方針の推進計画を立案し、その計画に基づき、各部門で活動し、人権尊重の取り組みを進めています。それぞれの取り組みの進捗状況については、CRO が委員長を務めるコンプライアンス・リスク管理委員会会議で定期的に確認するとともに、取締役会にも定期的に報告しています。
また、ローソングループコンプライアンス・リスク管理委員会会議においてもローソンの取り組み状況を共有し、ローソングループ各社での人権尊重の取り組みに活かしています。

ローソンにおける人権推進体制

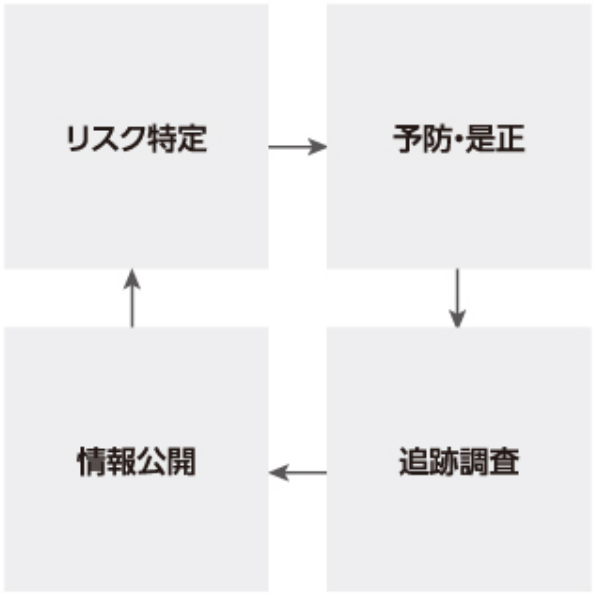


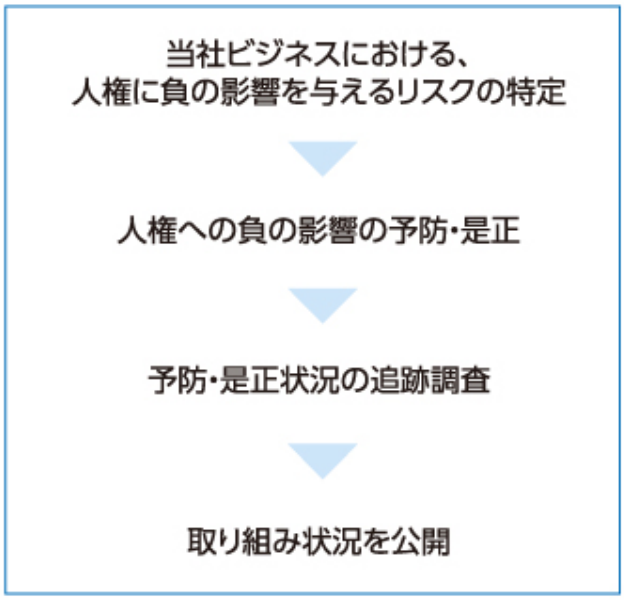
※1 CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）：ローソングループの法令等遵守及びリスク管理の制度・体制整備に関する最高責任者。

※2 CR 責任者：CRO を補佐するため、所属グループの法令等遵守に関する問題の掌握並びにリスクを未然に防止する体制の構築及び実施を図る部門の責任者。

人権デュー・ディリジェンス

ローソンは、事業活動において生じる人権への負の影響を特定し是正するため、人権デュー・ディリジェンスを実施します。人権への影響評価においては、ローソンが人権に対して負の影響を及ぼし、またはこれに関与したことが明らかになった場合、その救済に取り組みます。また、人権デュー・ディリジェンスの結果を定期的に評価し、不十分な場合には是正します。





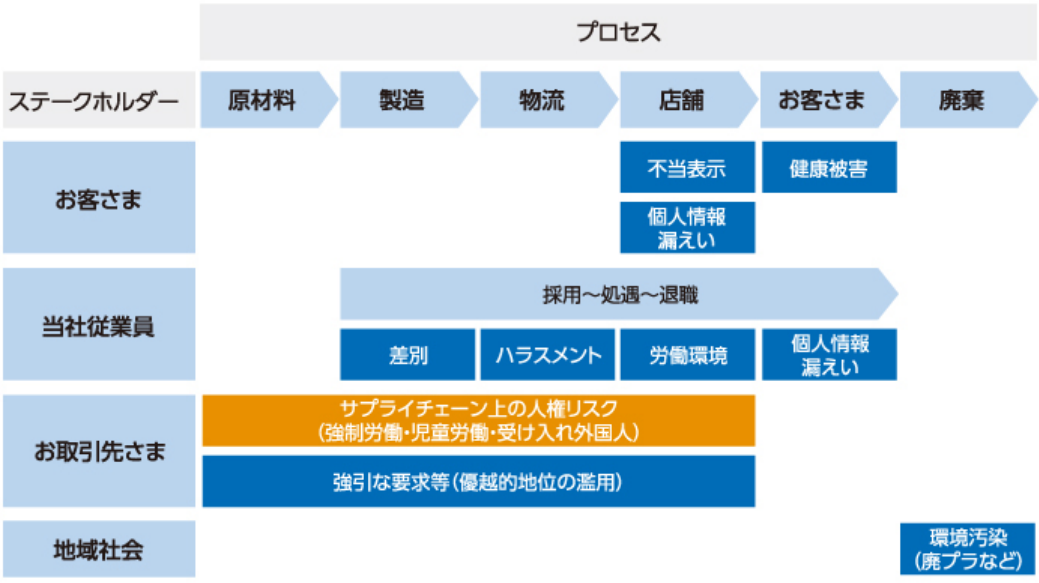
各プロセスについて、以下のとおり、取り組んでいます。

● リスク特定／対応（予防・是正）

ローソンでは、各本部及び関係会社へのヒアリングや、ビジネス上の関連性の高い主要なお取引先さまとの対話や第三者による監査等を進めており、継続的に人権リスクの把握・特定を行っています。特に注力するものとして、お取引先さまを対象としたサステナビリティ・アンケート（人権問題を含む）を毎年実施しており、サプライチェーン全体を見渡した人権リスクの把握・情報収集に努めています。

● 人権リスクの特定状況について

バリューチェーンのプロセス及びステークホルダーとの関係を踏まえながら、潜在的に重要な人権リスクについて、以下のように整理をしながら、特定を進めています。



● 具体的な人権リスクと対応状況

ローソンが認識する人権リスクは多様ですが、影響評価のもと、ライツホルダー（人権に関する権利をもつ人）にとって深刻であり、ローソンの事業活動において負の影響を軽減すべきものとして優先するリスクの内容、及び対応状況は以下のとおりです。

リスクの対象者	人権リスク	発生過程	深刻性	対応状況／展望
お客さま	健康の権利の侵害	ローソンではさまざまな食品を提供していますが、アレルゲン表示が不適切な場合、お客さまに健康被害が発生するリスクがあります。 また、店内調理商品の加熱などが不十分な場合など、調理過程が不適切なことによる健康被害の発生リスクや、アルコールに関する表示が不十分な場合、子どもが誤って摂取するリスクもあります。	誤ってアレルギー食材を口にした場合や食中毒の場合など、状況によっては生命の危険にも関わります。また、子どものアルコール摂取は、その健全な身体の発達等にも影響します。	健康被害を発生させないためのルールやオペレーションを確立し、随時リスク軽減のための見直しをしています。万が一、リスク事案が発生した場合には迅速に社内共有し、原因特定と再発予防について確認する体制を取っています。
お客さま、店舗／本部で働く労働者	多様性に対する理解の不十分	多様性に対して理解が十分でないことにより、差別的または配慮を欠く言動をしてしまうリスクがあります。	差別的な言動を受けることは耐え難い精神的苦痛を伴うものであり、深刻です。	多様性を尊重する取り組みとして、店舗での身だしなみ基準を改定し、宗教上の理由から頭髪を覆う布類の着用を認めることにしました。 また、多様性に関して、定期または不定期に研修を実施しています。特に、障害者とLGBTQについては、社内啓発等に注力しています。
サプライチェーンで働く労働者	強制労働・児童労働の発生	ローソンで取り扱う商品のサプライチェーンを遡ると、その過程上で、強制労働・児童労働が発生しているリスクがあります。	強制労働・児童労働は、その人が自分らしく人格的に生活を送ることの根本的な妨げになる問題であり、最も深刻な課題の一つとして認識しています。	主要な原材料ごとに一般的にどの国・地域に強制労働・児童労働のリスクがあるかは各種公表資料に基づき把握しています。今後に向けて、責任ある調達のあり方について、実務的な検討をしてまいります。
お客さま	プライバシーの権利（個人情報保護含む）の侵害	ローソンの事業活動ではお客さまのさまざまな情報を取り扱います。これらの情報の管理が不適切であることに起因して、プライバシーの侵害や個人情報の漏洩、または予期しない利用をしてしまうリスクがあります。	一度侵害されたり漏洩してしまうと、生活に大きな影響を与え、また、その回復は困難なことがあります。	お客さま情報の取り扱いについては統制の上、ルールの周知に努めています。

サプライチェーンで働く労働者	労働安全衛生の不十分	ローソンで取り扱う商品の製造過程等において、安全衛生トレーニングが不足していたり、必要な注意喚起がなされないことにより、労働者の身体の安全への影響リスクがあります。とりわけ、受け入れ外国人の多い環境においては、多言語化対応や必要なフォローが十分になされないことにより、リスクが高まることを認識しています。	身体の安全への影響は、場合によっては生命への危害に及ぶ可能性もあり、深刻です。	製造ベンダー（製造委託工場）・サプライヤー等に対する人権監査や対話の機会を通じて、人権リスクにつながる点の気づきを促すことや、リスク軽減のための好事例の共有を図り、ローソンのサプライチェーン全体での人権リスク対応を推進してまいります。
店舗・本部で働く労働者	ハラスメント	職場においてパワーハラスメントやセクシャルハラスメント等が発生するリスクがあります。また、店舗やコンタクトセンターにおけるカスタマーハラスメントのリスクもあります。	ハラスメントは精神的な抑圧を伴うもので極めて深刻なものです。その人の生活・人生において、家族を含めて大きな影響を与えます。	ハラスメントの防止のために、定期または不定期に研修を実施しています。また、カスタマーハラスメントについては、基本方針を策定し、取り組んでいます。
すべての人	安全でクリーン、かつ健康的で持続的な環境への権利の侵害	ローソンの事業活動自体のみならず、サプライチェーン全体において発生する温室効果ガスは、地球温暖化によりさまざまな形で人権に影響を及ぼします。例えば、酷暑による屋外労働者の健康への影響や、海水面の上昇による生活圏への影響、異常気象の頻発による生活や安全への影響等を認識しています。温室効果ガス以外にもさまざまな環境への影響要素を認識しています。	持続的でない状態になることは回復が困難であるということであり、最も深刻なリスクであると認識します。	環境の問題と人権の問題は切り離せないものであるとの認識のもと、積極的な取り組みに努めてまいります。

以上のほか、脆弱な立場に置かれやすいライツホルダーに着目する取り組みとしては、次のとおりです。

脆弱な立場に置かれやすいライツホルダー	着目する理由	取り組み
障害者	社会のインフラとして機能するコンビニエンスストアでは、障害のあるお客さまとの関係で、来店を通じた接点が現にまたは潜在的に多くあります。また、ローソングループ内でも、障害のある仲間が一緒に働いています。 この点、障害者が他の者と平等にすべての人権を享有する上で必要な取り組みとしての合理的配慮が重要であると認識していますが、その理解及び実践が不十分な場合、人権リスクにつながるおそれがあるものと考えます。	次のとおり、実際に当事者の声を聴きながら、理解を深め、実践するよう取り組んでいます。 ①社員向けに、ユニバーサルマナー検定の受講推奨施策などを実施しています。また、FC加盟店オーナーにも同検定を案内しました。 ②店舗で順次入れ替えを進めている新ATMは、ユニバーサルデザインを導入しています。製作時には、実際に障害のある当事者にテストでご利用いただき、その声を反映しています。
外国人労働者	人権デュー・ディリジェンスのもと、お弁当やおにぎりなどを製造するお取引先さまの工場において、多くの外国人労働者が働いていることを確認しています。また、店舗でも、多くの外国人留学生がクルーとして働いています。 この点、移住労働者が来日に至り就労し帰国するまでのプロセス全体で、人権リスクを潜在的に抱えるものであることについて認識しています。 これらを踏まえた必要な調査や配慮などの取り組みが不十分な場合、人権リスクにつながるおそれがあるものと考えます。	①各お取引先さまには人権方針などの内容を周知する文書を定期的に送付し、ローソングループの考え方をお伝えしています。 ②主要な製造工場において人権監査を実施し、人権リスクを具体的に確認しています。特に、安全に関わる事項について言葉の壁に起因する懸念がないか、着目しています。人権監査時には、対話による相互理解に努めるほか、クローズドな環境で外国人労働者（複数名のうち必ず女性を含む）にインタビューをしています。 ③店舗で働く外国人クルーとの関係では、多言語業務マニュアルの整備等をしています。
子ども	子どもは成人と異なる健康・安全上の留意が必要なことがあります。店舗の利用機会において、商品等に必要な表示がなされていないことなどにより、健康・安全面でのリスクがある場合があります。	①お子さんが手にとりやすいデザートや菓子商品には、アルコールが含有されている場合があり得ます。そうした場合を踏まえ、アルコール含有の旨の表示をチェックする体制を運用しています。 ②ローソングループ人権方針の改定の際に「子どもの権利とビジネス原則」を支持・尊重する国際規範として追加・明示しています。 ③全国のクルー同士で情報交換等ができるコミュニティアプリ「ろーちゃん」の利用規約では、子どもの安全基準に関するポリシーを明記しました。CSAE・CSAM※は一切許容せず、不適切な投稿がある場合は事前に差し止めることができる体制を運用しています。 ※CSAEは児童の性的虐待及び搾取を、CSAMは児童性的虐待コンテンツを意味します。

予防・是正としては、上記記載のほか、人権リスクの顕在化予防を目的として各種研修を実施するほか、お取引先さまに対する啓発活動（お取引先さまに対する人権方針の周知活動、主要なお取引先さまとの対話を通じた人権方針の共有等）も実施しています。また、契約雛型へ CSR 条項※を導入するほか、新規取引先の入札条件としてローソングループ人権方針を含む各種方針類の賛同をお願いしています。

※ CSR 条項：ローソンが用意する主な契約雛型において、ローソングループ人権方針・ローソングループ取引方針等への賛同や人権デュー・ディリジェンスへの協力を内容として含む CSR 条項を導入しています。
これにより、ローソングループ人権方針への賛同の輪を広げるほか、人権デュー・ディリジェンスの実効性を担保します。

● 追跡調査

お取引先さまアンケートや従業員に対するコンプライアンスアンケート等により取り組みの浸透度合いを確認し、改善点を継続的に抽出していきます。例えば、ローソングループ人権方針の認知度を定点観測し、理解を促進するために研修・啓発・対話を強化するなど取り組んでいます。

● 情報公開

取締役会やコンプライアンス・リスク管理委員会会議等で定期的に取り組み状況について報告し、コーポレートサイト等において取り組み状況を開示しています。

人権に関する教育・啓発

ローソンは、事業活動に関わるすべての人々が人権尊重の重要性を理解し、人権尊重の取り組みを進められるよう、教育及び周知を推進します。

● 社内：人権研修の実施

人権の意義や人権方針の内容について、事例検討も交えながら、全社各部門に向けて周知・浸透を図っています。また、人権に関する理解促進に向けて、研修やｅラーニング等の方法により、継続的な取り組みを実施しています。

● 社外：人権方針の周知

お取引先さま等のステークホルダーの皆さまに対しても、ローソングループ人権方針を共有し、理解と協力を要請しています。また、主要なお取引先さまに対しては、個別にローソングループ人権方針の内容・趣旨をご確認いただく機会を設けています。

救済（苦情処理メカニズム）

ローソンでは、人権に関する救済の実効性を確保するために、次のとおり多様なチャネルを用意して、ライツホルダーが声をあげられるように取り組んでいます。なお、各窓口の存在の周知が重要な課題であることを認識し、社内向けについてはｅラーニングなど定期的な研修の中で取り上げるほか、お取引先さま向けについても対話の機会等を通じた周知に努めています。

● ローソン本部従業員向け

人権侵害を含むコンプライアンス・リスク管理上の相談や内部通報を受け付ける相談窓口を設置・運用しています。同窓口の存在は、ｅラーニングなど定期的な研修の中でも取り上げており、周知に努めています。

● お取引先さま向け

お取引先さまが利用することができる「お取引先さまほっとライン」を開設しており、人権侵害に関する苦情も受け付けています。

● FC 加盟店オーナー向け

FC 加盟店オーナーが利用することができる「オーナーほっとライン」を開設しており、人権侵害に関する苦情も受け付けています。

● クルー向け

ローソンクルーが利用することができる「クルーほっとライン」を開設しており、人権侵害に関する苦情も受け付けています。

詳細は「コンプライアンス」内「相談・通報窓口」へ

お客さまとの関わり

お客さまとの関わり

「圧倒的な美味しさ」をお届けするために

基本的な考え方

お客さまに毎日の生活をより豊かに過ごしていただけるよう、身近なマチの店舗で、「圧倒的な美味しさ」のオリジナル商品の企画・開発を日々推進しています。お客さまのニーズがどこにあるのかを探るとともに、ニーズの変化に対応できるようにするため、ポイントカードの購買データやSNSでのお客さまの声※などを分析し、新たな価値を提案する商品の開発に取り組んでいます。
既存の商品についても、毎月、お問い合わせ窓口「ローソンカスタマーセンター」を管理する部署と商品を開発する部署のメンバーが集まり、カスタマーセンターに届いたお客さまからのご意見をもとに、商品の改善方法を検討しています。そして改善できた商品については、公式ウェブサイトにおいて「お客様の声からうまれた取り組み」として一部を紹介しています。
また、お客さまに対して適切に商品を提供できるようにするため、お子さまや高齢者、妊娠中の方などが誤ってアルコールやアレルギー物質を含む食品を購入しないよう、売場での掲出物や商品ラベル、ウェブサイト等での適切な表示に努めています。

※ポイントカードの購買データやお客さまの声は個人が特定できないようにして分析しています。

「お客様の声からうまれた取り組み」についてはこちらへ

「食の安全・安心への取り組み」についてはこちらへ

原材料の調達における取り組み

ローソングループでは、米飯類や惣菜、デザートなどにおいて多くのオリジナル食品を扱っており、お客さまに日々商品を提供するために、農産物や畜産物、水産物などの原材料を安定して調達しなければなりません。
その一環として、お客さまの健康な食生活を支える野菜や果物をグループの店舗に安定的に供給するため、「農地所有適格法人ローソンファーム」を全国で展開しています。ローソンファーム各社では、持続可能な農業生産のガイドライン「GAP（JGAP、ASIAGAP）」の取得に取り組み、品質の向上や食の安全、環境保全などの持続可能性の確保に努めています。
今後はさらに動物福祉への配慮や持続可能な原材料の調達にも取り組み、原材料の調達リスクの低減に努めてまいります。

「ローソンファーム」についてはこちらへ

お客さまへの商品の適切な提供

20 歳未満者への酒類・たばこの販売を防止

ローソングループでは、酒類・たばこを販売しており、20 歳未満者の飲酒・喫煙防止に向けて適切に対応することが企業としての社会的責任であると認識しています。併せて、20 歳未満者の飲酒・喫煙は、健康に及ぼす影響などのリスクが高いという考えに基づき、店舗を中心として 20 歳未満の方に酒類・たばこの販売を防止する体制をつくり、告知などの取り組みを行っています。お客さまの目に触れる機会の多い POS レジのお客さま用画面では、20 歳未満者への酒類・たばこ販売禁止の告知を行い、20 歳未満者と思われるお客さまには、身分証明書による年齢確認を実施しています。

店舗に掲出する販売促進用の資材についても、酒類を販売するコーナーには 20 歳以上であることを確認できない場合はお酒を販売しないことを明記しています。

さらに、店頭マルチメディア端末「Loppi」及びアプリで、Ponta ポイントまたは d ポイントと対象商品を交換できる「お試し引換券」では、20 歳未満の会員の方に対して Ponta 及び d ポイントの会員情報からお酒の商品を画面に表示しないようにしています。また、お酒のお試し引換券を発券後に「Loppi」のトップ画面に戻るように設定することで、お酒のお試し引換券の発券後に次に並んだ方が 20 歳未満だったときに、続けてお酒を発券できないようにしています。



POS レジのお客さま用画面



Loppi

従業員への教育の実施

酒類を販売する店舗においては所定の研修を修了した酒類販売管理者の設置・届出を提出しています。そして、店舗の従業員に対しては酒類の販売業務に関する法令の規定を遵守してその業務を実施するための必要な助言または教育を行い、間違いなく 20 歳以上に思われるお客さま以外は証明書等で年齢確認を実施するなどして 20 歳未満者へ酒類を販売しないように努めています。

また、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会と連携し、年 3 回、20 歳未満者の飲酒・喫煙防止に向けた取り組み強化月間を設け、お客さまへの告知、店舗従業員への教育・啓発を行っています。

ノンアルコール飲料などの販売

酒類を取り扱うローソングループの店舗では、ノンアルコール飲料の販売を実施しています。また、アルコール度数の低い商品に対するお客さまのニーズにお応えし、酒造会社と共同で従来品よりもアルコール度数の低い商品の開発も行っています。

商品における適切な表示とお客さまへの積極的な情報提供

商品の表示を事前にチェックする体制の構築

当社では不適切な表示を防止するため、CR 責任者※が表示等管理担当者となって、その部門に属する従業員を管理・監督する体制を取っています。各部門で表示等の事前審査を行うためのチェックシートや承認フローを制定しており、そのフローに則って表示の根拠となる情報の収集や確認、品質管理部門や法務部門による審査を実施し、最終的に適切であると確認されたもののみを表示するルールとしています。表示の根拠となる情報は関連部署で共有しており、商品開発から販促活動までの各段階で適切な表示であることが確認できるようにしているほか、事後的な確認もできるよう一定期間保管することとしています。
CR 責任者は自部門の業務に則した表示等審査体制の構築、効果検証、チェックフロー等の見直しを行っており、見直し結果は毎年、「知財・景品表示対策小委員会」及び「コンプライアンス・リスク管理委員会会議」へ報告し、適切な審査体制の維持に努めています。
これら表示の事前審査体制のあり方や問題事例、あるべき対応等については、「知財・景品表示対策小委員会」や「コンプライアンス・リスク管理委員会会議」、MD（マーチャンダイザー：商品開発担当者）登用時研修をはじめとする各種研修で周知・啓発しています。

※CR 責任者：CRO を補佐するため、所属グループの法令等の遵守に関する問題の掌握並びにリスクを未然に防止する体制の構築及び実施を図る部門の責任者。

お客さまへの商品情報の提供

ローソンではオリジナル商品に、商品名、消費期限、原材料名などを表示したラベルを添付し、情報を公開しています。併せて、表示義務のあるアレルゲンの特定原材料とともに、特定原材料に準ずるものも自主的に表示するなど、小さなお子さんやアレルギー症状のある方も、安心して召し上がっていただけるように配慮しています。表記内容は、品質管理部門で厳重にチェックするほか、第三者や製造段階でのチェックなど、二重三重の体制でチェックしています。

商品に貼付した商品情報のラベル



2026 年 6 月末時点

「表示に関する違反件数」についてはこちらへ

なお、公式ウェブサイトの商品紹介ページにおいても各商品のアレルギー情報、栄養成分の表示を行っています。さらに 2023 年 6 月からは、公式ウェブサイトに「食の安全・安心への取り組み」というページを設け、お客さまからよくお問い合わせをいただくご質問にお答えするようにしています。

ウェブサイトで公開している商品情報



ふわサクっ！メロンパン

ローソン標準価格　138円(税込)

外はサックリ・中はふんわりした食感に、バターの風味広がる、定番メロンパン。

規格（内容量）	1個

栄養成分【1個当たり】	
熱量	341kcal
たんぱく質	6.9g
脂質	12.0g
炭水化物	52.0g
一糖質	50.7g
一食物繊維	1.3g
食塩相当量	0.4g

※熱量表示は関東地域のものを掲載しております。
※沖縄地域のローソンではお取り扱いしておりません。
※写真はイメージです。実物とは異なる場合がございます。
※商品によってはパッケージが異なる場合がございます。
※店舗、地域によりお取り扱いのない場合がございます。
お取り扱い地域区分の詳細はこちら
※地域により予告なく販売終了になる場合がございます。
※一部の店舗により、発売日が異なる場合がございます。
※「ローソン標準価格」とは、株式会社ローソンがフランチャイズチェーン本部として各店舗に対し推奨する売価のことをいいます。

アレルギー情報

本品には特定原材料等28品目において、下表の■で塗られたアレルギー物質が含まれています。※アレルギー情報について

えび	かに	くるみ	小麦	そば	卵	乳成分
落花生	アーモンド	あわび	いか	いくら	オレンジ	カシューナッツ
キウイフルーツ	牛肉	ごま	さけ	さば	大豆	鶏肉
バナナ	豚肉	マカダミアナッツ	もも	やまいも	りんご	ゼラチン

※アレルギー情報・栄養成分表示は、取り扱い地域や仕様変更によりウェブサイトに記載されている情報と店頭の商品とで異なる場合がございます。

2026 年 6 月末時点

ウェブサイトでは、価格や栄養成分のほか、アレルギー情報をわかりやすく記載



「食の安全・安心への取り組み」についてはこちらへ

お客さまとの関わり

「安全・安心」への取り組み

「安全・安心」な食品を提供することと、そして「健康」に対するニーズに応えることは、ローソンの「3つの約束」に欠かせない課題であり、私たちが果たさなければいけない大切な責任のひとつです。「安全・安心・健康」、そして「おいしい」商品をお客さまにお届けするために、本部と店舗が一体となって取り組んでいます。

「安全・安心」の考え方

ローソンは、オリジナル商品※の開発から製造工程、販売までの過程において環境や安全の法令を遵守し、品質管理を徹底しています。

「安全・安心」への取り組み

オリジナル商品の開発から、製造、お客さまに届くまでのすべての過程における品質を保つために、品質管理と商品開発の部門、お取引先さまが連携して、仕入れ時における原材料管理から製造時における生産管理、製造委託工場への指導、店舗における衛生管理まで、厳格な品質管理を行っています。例えば、米飯類やデザートなどのオリジナル商品を製造する工場では、食中毒や異物混入等の事故を未然に防ぐため、HACCP の考え方に基づく衛生管理を実践しています。調理時間とその品温管理等、生産工程の各重点管理項目はすべて記録を残し、万が一問題が発生した場合には直ちにその原因を究明し、対応できる体制を整えています。

※オリジナル商品：ローソンオリジナル商品とは、容器・包材に「3つ星ローソン」マークが付いている委託工場が製造する「弁当」「おにぎり」「寿司」「サンドイッチ」「惣菜」「サラダ」「麺（そば・うどん・中華麺・パスタ）」「デザート」のこと。

「安全・安心」な商品を提供するために

徹底した品質管理で「安全・安心」を実現します。

● 原材料の採用

ローソンのオリジナル商品は、原材料の厳選にはじまり、お客さまのお手元にお届けするまでに、厳格な安全・安心を保証するチェック体制を取っています。
原材料の採用に当たっては、ローソンの品質管理基準に基づく厳格な審査に合格した工場から、原材料を厳選して採用するプロフェッショナルが安全・安心な原材料を採用しています。また、工場には指導や監査など工場衛生管理とアレルゲン管理体制の確認を定期的に実施しています。

● 商品設計から商品化まで

オリジナル商品は、具材、完成品について、ローソン独自の検査を実施し、安全性が確保された商品しか発売できない仕組みになっています。商品の仕様が決定した段階で、書類審査を行うとともに実際の製造ラインで商品を試作し、安全性を確認しています。

● 商品の製造工程

米飯類やデザートなどのオリジナル商品を製造する工場では、食中毒や異物混入等の事故を未然に防ぐため、HACCP の考え方に基づく衛生管理を実践しています。調理時間とその品温等、生産工程の各重点管理項目はすべての記録を残し、万が一問題が発生した場合には、直ちにその原因を究明し、対応できる体制を整えています。新しい工場の稼働時や設備を新たに導入する際は、必要に応じて品質管理部門のスタッフが立ち合い、衛生管理に問題がないかをチェックしています。
また、日々の商品製造に当たっては、工場内を常に清潔に保ち、従業員は異物を持ち込まないようエアシャワーや手指の洗浄、消毒などを実施してから工場に入るようにしています。さらに商品本体も金属探知機などで異物混入の有無のチェック、規格どおりの盛り付けがされているかなど何段階にもわたって検査しています。

「商品の製造工程に関する取り組み」についてはこちらへ

● 店舗での温度チェック

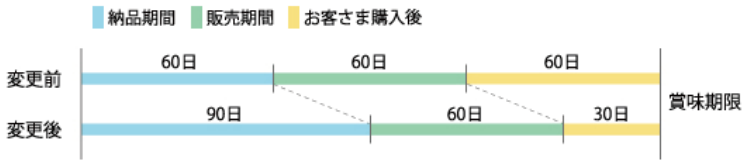
店舗においても HACCP の考え方を取り入れた衛生管理を実践しており、商品の鮮度と品質を保つため、毎日決められた回数、店舗のショーケースの温度チェックを行っています。さらに衛生管理を徹底するために、店舗の食品衛生責任者による自主点検と本部の SV（スーパーバイザー：店舗経営相談員）による衛生調査を毎月実施しています。また、外部機関による抜き打ち調査を全国の店舗で実施しています。

●「入荷許容日」及び「販売許容日」の設定

お客さまに、より安全な商品を安心してお買い求めいただくために、「入荷許容日」及び「販売許容日」を設定し、期限を過ぎて販売している商品がないかどうか、店舗でチェックしています。
一方で、社会的に課題とされている食品ロスの削減を目指した取り組みの一環として、「入荷許容日」については、一部の加工食品の賞味期限（使用期限）の 1/3 を見直して、1/2 と 2/3 に変更し、「販売許容日」については、設定日を後ろ倒しに設定し、賞味期限切れ商品の削減と廃棄削減につなげています。

変更対象商品		
入荷許容変更（加工食品のみ）	賞味期限（使用期限）の1/2に統一	①ソフトドリンク全品※　②菓子180日以上の賞味期限全品※ ③海外輸入商品　④PB-NB留め型（ローソン専用）商品 ※経済産業省と食品廃棄削減の取り組みにより対応
	賞味期限（使用期限）の2/3に統一	上記を除くすべての商品
販売許容変更例	加工食品	①ソフトドリンク ②チアパック（ハンディパック飲料） ③クッキー・ビスケット ④機能簡易食品（バランス栄養食品） ⑤ポケット菓子 ⑥スナック ⑦珍味 ⑧米菓・焼菓子 ⑨ノンアルコール ⑩日本酒・焼酎 ⑪洋酒・酎ハイ ⑫玩菓
	日配食品等	①日配食品　②冷凍食品　③常温和洋菓子　④NBデザート

【変更例（賞味期限180日の商品の場合）】



● 安全・安心を守るための研修の実施

ローソンでは商品の安全・安心を守るため、品質管理・衛生管理に関する教育を商品に関わる MD（マーチャンダイザー：商品開発担当者）や SV などの本部従業員に対して実施しています。併せて、店舗については注意喚起のポスターの配布や動画の配信を行っています。
また、米飯類やデザートなどのオリジナル商品の製造委託工場の従業員に対しても研修を行い、品質管理・衛生管理に対する意識の向上を図っています。

● 2025 年度　研修実績

	研修名称	対象者	頻度	回数／年
本部従業員	MD・AMD研修	商品部MD・AMD	2回／半期	17回
	SV・トレーナー・SC※研修	SV・トレーナー・SC	1回／年／人	2回
FC加盟店	店舗向け動画ツール配信	全加盟店	-	4本
お取引先さま	中食製造委託工場研修	76工場	10回／年 ・エリア	85回
	サプライヤー審査/監査	サプライヤー（指定原料、PB商品）	-	286件

※SC（ストアコンサルタント）：所定の研修・審査を経てローソン本部による SC 資格認定を受けた、個店巡回・運営指導を行う MO 組織内の店舗管理責任者です。

お客さまとの関わり

「健康」への取り組み

基本的な考え方

ローソンは、お客さまの身近なコンビニエンスストアだからこそできる、健康で長寿な暮らしをサポートすることにより、“近くにいつものローソンがあるから安心”と言っていただけるような存在でありたいと考えています。
そこで、毎日の食を通して健康な身体をつくる「ミールソリューション」と、万が一お客さまが健康に不安を感じられたときに相談に乗り、健康維持のお手伝いをする「セルフメディケーションサポート」の二本柱で、マチの健康で長寿な暮らしをサポートします。



ミールソリューション ― 食べて健康づくり ―

商品の開発・販売にあたり、たんぱく質や食物繊維などの栄養成分を摂取できる商品や、糖質や塩分のコントロールにつながる商品など、自社独自のテーマに基づき、お客さまの健康意識に配慮しながら、「よりおいしいもの」を目指し、商品の開発に取り組んでいます。

健康に配慮した商品の開発におけるテーマ

1. 野菜や果物を摂りたい
2. たんぱく質を摂りたい
3. 食物繊維を摂りたい
4. 保健機能食品等を摂りたい
5. 糖質コントロール
6. 塩分コントロール
7. バランスの良い食事

健康に配慮した商品の例※

糖質を抑えた「ブランパン」

「ブランパン」は「身近で購入でき、しかもおいしい、糖質を抑えた主食」という新たな価値を提供しています。穀物の外皮を使って糖質を抑えたパンを作る技術で日米欧の特許をもつ鳥越製粉株式会社と共同で開発した商品です。
よりおいしく召し上がっていただけるよう、ブランの配合や製造工程を見直して改良を重ねてきました。2016 年に乳酸菌を配合し、2018 年には、はちみつの配合を増やしてより自然で食べやすいパンに仕上げましたが、2024 年からアレルギーの観点で、はちみつを抜いて改良しています。2026 年にはさらに配合を見直し、たんぱく質が摂れる仕様にしています。



「ブラン」とは? ブランとは、小麦粉と比べて糖質が少なく食物繊維を多く含む、穀物の外皮のこと。

生鮮食品への取り組み

地域の有力農家と共同出資する「ローソンファーム（農場）」を全国に展開中。全国のローソンファーム（農場）の産地リレーで新鮮な野菜を周年調達できる体制を目指しています。



ローソンファーム千葉

土壌のミネラルバランスを整える「中嶋農法」

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を組み合わせ、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「中嶋農法」で栽培された野菜をカット野菜（関東地区分）に使用しています。

「中嶋農法」についてはこちらへ



カット野菜

“健康に配慮した商品”の開発※

毎日食べたいサラダや野菜、メーカーと共同開発した糖質をコントロールできるパン、ナチュラルローソンブランドの菓子など、独自の商品開発を進めています。

たっぷり食物繊維が摂れる 枝豆と塩昆布おにぎり（国産もち麦入り）



不足しがちな食物繊維をおいしく摂れる!枝豆の食感・昆布のうまみが楽しめます。

ブランのチーズクリーム&ダブルベリーパン　2 個入



シェアしても食べやすい!ブランのチーズクリーム&ダブルベリーパン　2 個入。

アーモンドチョコレート（イヌリン使用）40g



糖質を気にする方にもうれしい、アーモンドチョコレートです。1 袋食べても気になる糖質は 5.3g、不足しがちな食物繊維 9.5g を 1 袋で摂ることができます。

たんぱく質 30.3g　サラダチキン　プレーン



鶏肉と塩だけでシンプルに仕上げた、たんぱく質 30.3g のサラダチキンです。

2026 年 6 月末時点

※商品の写真はイメージであり、パッケージが異なる場合があります。店舗・地域により予告なく販売終了になる場合があります。

セルフメディケーションサポート
― 自分で健康管理ができる環境づくり ―

ローソンが考える「セルフメディケーションサポート（=健康管理、疾病予防・治療支援）」には、医薬品の取り扱い、自治体との連携による出前健康診断などがあります。

医薬品の取り扱い

ローソンは高齢化社会に対応するお客さまの利便性と国民医療費の抑制に貢献すべく、医薬品の販売に注力しています。保険調剤においてはかかりつけ薬局の実現を目指し、2003 年から調剤薬局併設型店舗の開発に取り組んでいます。また、セルフメディケーション推進の観点から全国各地の調剤薬局・ドラッグストアチェーンとの提携を進め、OTC 医薬品（市販薬）を取り扱っています。
また、OTC 医薬品の取り扱いを日本の「Uber Eats」で初めて開始。風邪薬や目薬、胃腸薬などの第 2 類医薬品と第 3 類医薬品を約 60 種類取り扱っています。



調剤薬局



「Uber Eats」で OTC 医薬品を取り扱い

自治体と協働した出前健診

「マチ」を起点に考える、ローソンならではの取り組みに「出前健診」や「まちかど健康相談」があります。地方自治体と協定を結び、従来は役所や公民館などで実施していた住民向けの健康診断や健康相談を、より身近なコンビニエンスストアでも受診できるようにしたものです。


兵庫県尼崎市で行われた出前健診

社員の健康への取り組み

ローソンでは、お客さまの健康的な生活を支援する企業として、まずは社内から進めていくことが重要と考え、社員の健康増進に取り組んでいます。その一環として、2012 年 10 月から社員健康推進施策を強化し、指導基準（受診勧奨領域）に該当した社員には病院での診察を徹底するよう指導しています。社員が元気に働けるように、健康に対する意識を高め、健康づくりの動機づけを進めるために、会社・労働組合・健康保険組合の 3 者が協力して展開します。

「従業員との関わり：健康管理」についてはこちらへ

さらに FC 加盟店同士の相互扶助の精神で運営されている「ローソンオーナー福祉会」を通じ、FC 加盟店オーナーを対象とした健康診断の受診補助制度や健康サポートメニューを提供しています。

「ローソンオーナー福祉会」についてはこちらへ

ローソンはみんなと暮らすマチの健康を支え続けます。

ローソンは、マチのみんなの最大の関心事である「健康」を基軸にしたイノベーションを 20 年以上にわたり続けています。

2001年7月	「ナチュラルローソン」1号店オープン
2003年12月	調剤薬局併設型店舗第1号店開店
2005年5月	「ローソンストア100」で野菜の取り扱いを開始
2010年6月	「ローソンファーム千葉」設立
2010年8月	ローソンとクオール株式会社による調剤薬局併設型店舗オープン
2012年6月	ブランを使ったパン発売
2013年3月	大地を守る会と業務提携
2013年3月	店内調理に使用しているフライオイルをヘルシーオイルに切り替え
2013年8月	エーザイ生科研株式会社の株式を取得
2013年9月	医薬品・日用品強化型CVS（ヘルスケアローソン）1号店オープン
2013年10月	「マチの健康ステーション」宣言
2013年10月	兵庫県尼崎市と「健康づくり協定」を締結、出前健診を実施
2013年11月	「ミネラル栽培友の会」認定カット野菜の販売開始
2014年3月	長野県松本市との「健康づくり協定」による"まちかど健康相談"を実施
2014年5月	従来の「ブランパン」の生地に米ブラン（米のふすま）を配合した新しい「ブランパン」を発売
2014年7月	佐賀県佐賀市と「健康づくり協定」を締結、8月に特定健診を実施
2015年3月	福岡県久留米市と「健康づくり協定」を締結。市内3店舗で特定健診の受診予約を受付
2015年4月	介護相談窓口を備えたケア拠点併設型店舗1号店開店
2016年1月	京都府、京都府市長会、京都府町村会と「健康づくり協定」を締結
2017年1月	株式会社ミズと連携し、佐賀県みやき町と「町民の健康増進に向けた連携協定」を締結
2017年7月	弘前大学が中心機関となり青森県や弘前市、民間企業が参画する弘前大学COI※に参画。減塩をテーマとした取り組みを実施
2017年11月	従来の「ブランパン」の生地にたんぱく質を配合するなど、原材料と製法を工夫し、さらにしっとり・ふんわりとした食感を実現した「ブランパン」を発売
2019年8月	北海道でまちかど健康相談を開催
2019年10月	"食物繊維"を手軽に楽しめる、糖質を抑えた"雑穀"メニューとして「大麦パンシリーズ」を発売
2021年6月	「好きなものを食べながら、健康でいよう」キャンペーン実施
2022年5月	商品開発10テーマの紹介＆「あつまれ！美味しいたんぱく質」キャンペーン実施

2022年11月	未来に向けて「グリーンローソン」都内にオープン
2023年5月	アマニ油を取り入れたサラダの展開
2024年5月	IBD患者さんのための「簡単・時短コンビニアレンジレシピ」を募集
2024年5月	栄養バランスを考慮した「振っておいしいパスタサラダ」発売
2024年9月	「健康ブログ」で健康情報を発信
2024年11月	「MCT（中鎖脂肪酸）が体脂肪を減らすサラダチキン（機能性表示食品取得）」を発売
2025年3月	「3つ星ローソン」ブランド展開により、健康は当たり前のものに
2025年6月	暑い夏を乗りきローソン！社員、店舗従業員、お客さま向けの熱中症対策を実施
2026年3月	3月8日の国際女性デーに、鉄活（テツカツ）をテーマにして、女性の健康づくりをサポートする施策を実施
2026年4月	ブランパンをリニューアル。配合を見直し、たんぱく質が摂れる仕様に変更
2026年6月	「マチのクールステーション」と題し、お客さま、店舗従業員、社員向けの熱中症対策を実施

※弘前大学 COI（Center of Innovation）：COI とは、国立研究開発法人科学技術振興機構（JST）が主管する、10 年後の目指すべき社会像を見据えたビジョン主導型のチャレンジング・ハイリスクな研究開発を支援するプログラム。弘前大学 COI は弘前大学医学部が中心機関となり、「健康寿命の延伸」をテーマに、青森県や弘前市、民間企業が参画。

マチの健康支援

万が一お客さまが健康に不安を感じられたときに相談に乗ったり、健康維持を手伝う「セルフメディケーションサポート」の一環として、地方自治体等と協力して「出前健診」や「まちかど健康相談」を実施しています。「出前健診」は、役所や公民館などで実施していた住民向けの健康診断を、より身近なコンビニエンスストアでも受診できるようにしたものです。ローソンは今後も、地方自治体等と連携しながら、各地域での健康施策を推進していきます。

実施事例（一部抜粋）



兵庫県尼崎市

2013 年 10 月 8 日に兵庫県尼崎市と「尼崎市民の健康づくりに関する協定」を締結し、尼崎市内の店舗において出前健診を行いました。尼崎市との連携はローソンが自治体と取り組んだ 1 例目でもあります。



北海道旭川市

北海道旭川市と協働し、2019 年 8 月・9 月に旭川市内のローソン 2 店舗の駐車場を活用して“まちかど健康相談”を開催しました。お客さまや近隣の住民の方々など延べ 353 人の方が参加され、保健師の皆さんへの健康相談のほか、体組成の測定や血管年齢の測定などの健康チェックが行われました。



京都府

「京都府民の健康づくりの推進に向けた連携及び協力に関する協定」に基づき、京都府と協力して継続的にコンビニ検診を実施しています。2025 年 10 月 8 日には長岡京市内にある店舗の駐車場で 40 歳以上の長岡京市民の方を対象に、肺がん・結核検診を受けていただきました。

お客さまとの関わり

「さまざまな人が利用しやすい店舗」への取り組み

ローソンは事業方針「3 つの約束」の一つである「人への優しさ」の一環として、さまざまな人が利用しやすい店舗環境の整備に取り組んでいます。事業活動のあらゆる場面において人権を尊重し、事業活動に関わるすべての方々と信頼関係を築いていきます。

基本的な考え方

ローソンはそれぞれのお客さまのニーズに合う品揃えと、新鮮な驚きのある商品・サービスの提供、そして心地よい雰囲気があり、いつでも立ち寄りたくなる、アクセスしてみたくなる場所を目指しています。障害のある方や高齢者の方、小さいお子さんなど、さまざまなお客さまや地域社会の方々に安心して店舗をご利用いただけるよう、店舗設備の安全性に配慮するとともに、思いやりをもった対応を心がけています。

聴覚に障害のある方のサポート

聴覚に障害のある方の多くは、相手の身振りや口の動きを見て会話を理解されており、2020 年からのコロナ禍においてマスク越しでの店舗スタッフとのコミュニケーションに不便を感じられていました。
ローソンは、そのような買い物時の不便を解消するため、2022 年 8 月からお客さまとのコミュニケーションツールとして「指差しシート」を全国の店舗のレジカウンターに貼付しています。
さらにホームページ及び公式アプリへの「コミュニケーションボード」の掲出や、店舗スタッフ向けに簡単な手話動画の配信などを実施してより利用しやすいお店づくりに努めています。

「耳マーク」※を表示した指差しシート

「耳マーク」とレジ袋やカトラリー、レンジでの温めの有無を指差しで確認できる「指差しシート」を全国の店舗のレジカウンターに貼付しています。全国の自治体やお客さまから、「各小売店などで活用するため、指差しシートのデータを提供してほしい」とのご要望をいただき、データを公開しています。



コミュニケーションボード

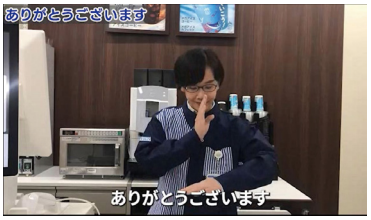
レジカウンターまわりの商品の購入やサービスの利用をよりスムーズにお伝えいただけるよう、お買い物時の「お困りごと」を中心に選定した「コミュニケーションボード」。ホームページ及び、公式アプリに掲出していますので、店舗においてスマートフォンなどでボードの該当項目を提示しご活用ください。
ローソンアプリの「トピックス」⇒「サービス」のバナーからも確認可能です。



※「耳マーク」は、一般社団法人全日本難聴者・中途失聴者団体連合会が保有するマーク。聞こえが不自由なことを表わすと同時に、聞こえない人、聞こえにくい人への配慮を表わします。なお、データ掲出にあたり、同連合会より「耳マーク」の使用許諾を得ています。

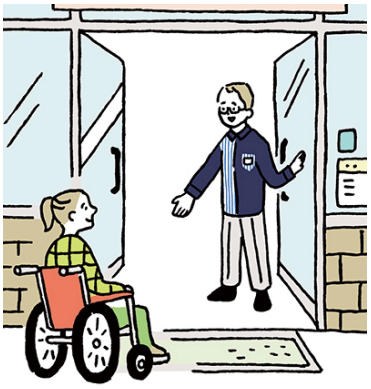
手話動画

聴覚障害の方とのコミュニケーションを取る際に使えるようにと、「おはようございます」「こんにちは」などの簡単なあいさつや、「トイレご利用ください」「からあげクンおススメです」など、ローソンオリジナルの手話などを勉強できるように、従業員向けにストアコンピュータで動画を配信しています。



松葉杖や車椅子で来店される方、視覚障害のある方のサポート

松葉杖・車椅子で来店されるお客さま、補助犬同伴、視覚障害のあるお客さまに配慮して、入口ドアの開閉、売場及び商品の案内など、必要な援助を行い、快く安全に買い物をしていただけるように努めています。



「ローソン銀行 ATM における視覚障害のあるお客さまへの配慮」についてはこちらへ

ワーキングドッグ（補助犬）の受け入れ

どなたにも安心してご利用いただけるよう、全店舗でワーキングドッグ（補助犬）である盲導犬、介助犬、聴導犬の受け入れを行っています。



店頭ガラス面でワーキング
ドッグの受け入れを告知

店舗づくりにおけるバリアフリー化

高齢の方や妊娠している方、障害のある方などにも快適で使いやすい店舗を目指し、バリアフリー化を進めています。新規オープン店舗では入り口の段差をなくすよう努めているほか、自動ドアも積極的に採用しています。
また、トイレのバリアフリー化も進めており、標準的な建物面積が確保できる店舗ではスライドドア、手すり、車椅子旋回スペースなどを備えたバリアフリートイレを計画し、新規オープン店舗だけでなく、既存店の改装でも導入を進めています。そのほか車椅子の通行を考えた通路幅の確保や、駐車場のある店舗への車椅子使用者用駐車場（1 台分）の設置も行っています。



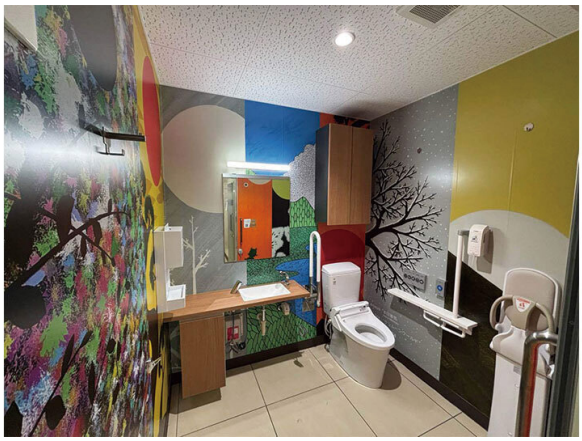
トイレに入りやすいよう、
扉の大型化などを実施

いつでも安心して利用できるトイレのサービス継続へ。アートトイレを展開

ローソンでは、いつでもトイレを利用したいというお客さまの声を受け、1997 年にコンビニエンスストアチェーンで初めてトイレを開放しました。現在は全国の店舗で 1 日に約 100 万人の方にトイレをご利用いただいています。
コンビニのトイレについてお客さまに考えていただく機会につなげたいと、11 月 10 日の「トイレの日」及び 11 月 19 日の「世界トイレデー」に合わせ、2022 年から「アートトイレ」を展開しています。アートトイレのデザインは福祉施設のアーティストによるものや一般公募でエントリーいただいた中から選ばれたもの、さらには直接トイレにデザインした「リアルアートトイレ」などがあり、2026 年 8 月末時点で国内 20 店舗でアートトイレを展開しています。
アートトイレの展開後にはお客さまのご利用マナーの向上により、店舗の清掃・メンテナンスの回数が減るなど、うれしい効果が確認できました。
ローソンは、いつでも安心して利用できるコンビニトイレのサービスを継続するため、これらの取り組みを通じてコンビニトイレについてお客さまに考えていただく機会につなげたいと考えています。



ローソン白浜町湯崎店（和歌山県西牟婁郡）



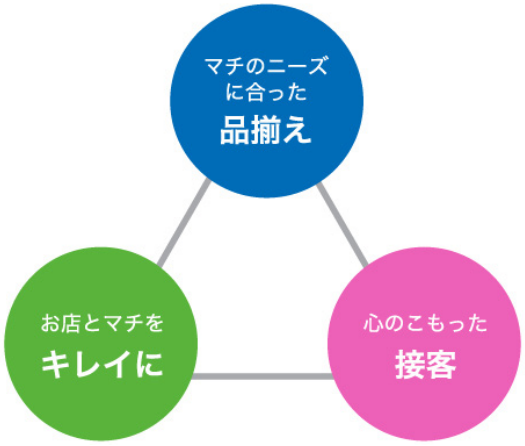
ローソン若松二島三丁目店（福岡県北九州市）

お客さまとの関わり

「お客さま満足」を実現する取り組み

基本的な考え方

ローソングループは、グループ理念である「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」の実現を目指し、マチのお客さまから支持され続けるお店をつくりたいと考えています。私たちはお客さまの店舗に対する満足度向上のため、基本原則として「3 つの徹底」を掲げ、店舗の運営を進めています。この「3 つの徹底」に加え、「商品力」「マチに合ったフォーマットでの出店」を重視し、商品開発及び店舗開発に取り組んでいます。



「3 つの徹底」- お客さま満足度の向上をもたらす -

店舗運営の基本となる「3 つの徹底」は、「マチのニーズに合った品揃え（マチのお客さまに喜んでいただけるお店づくり）」「お店とマチをキレイに」「心のこもった接客」から成り立っています。

これは、お客さまに気持ちよくご来店いただけるよう、店舗ごとに商圏のお客さまを深く理解し、お客さまに喜んでいただける品揃えを行う（マチのニーズに合った品揃え）と同時に、キレイな店舗（お店とマチをキレイに）と心のこもった接客により、お客さま満足度の向上に努めていくことを表わしています。

この 3 つの徹底を向上できるように、本部はスーパーバイザー（SV：店舗経営相談員）による経営サポートだけでなく、覆面調査員が個々の店舗をお客さまの視点から定量的に確認する店舗健康診断など、さまざまな取り組みを行っています。

1）「マチのニーズに合った品揃え」ポイントカードデータの分析と発注精度の向上で実現



小商圏を基盤として日本全国に展開する店舗は、一店一店がそれぞれ異なるマチで、多様なお客さまのニーズに向き合っています。ポイントカードデータ分析を通じてマチのお客さまが求めている商品がよりわかるようになり、商品の機会ロス（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）が減ることで、お客さまの満足度を高めていけるのです。その積み重ねが、食品ロス削減にもつながります。

2）「お店とマチをキレイに」FC 加盟店やお客さまとともに地域美化を推進



店舗の内外をキレイに清掃することで、お客さまが何度も足を運びたくなる店舗になるとともに、個々の店舗のそうした取り組みが積み重なって、社会全体の環境保全につながっていくと信じています。お客さまとともに、FC 加盟店オーナーやクルー、本部従業員が社会や環境に対して思いやりのある行動を推進できることこそが、ローソンが目指す店舗運営のあるべき姿なのです。

3）「心のこもった接客」接客でお客さまに商品の価値を伝える



心のこもった接客は、お客さまに気持ちよくお買い物していただくための基本となるだけでなく、お客さまに商品の品質の確かさをお伝えするきっかけとなります。特に、できたて惣菜や淹れたてコーヒーなどのカウンターファストフード商品については、商品の品質と最適な提供方法の知識をもった従業員を育成しています。

店舗運営のあるべき姿を追求する仕組み「店舗健康診断」

「3 つの徹底」をはじめとする店舗の運営レベルの向上を目指し、覆面調査員が、お客さまの視点で各店舗の接客、品揃え、清掃、そしてコンプライアンス項目を、近隣の店舗とも比較しながら定量的に確認します。また、「お客さまアンケート」によるお客さまの個店ごとの評価（声）を、本部 SV と FC 加盟店オーナーが一緒に確認し、3 つの徹底のさらなるレベルアップへ向け活用しています。

お客さまとの関わり

「お客さまの声」に応える取り組み

お客さま志向自主宣言

「お客さま志向自主宣言」とは、消費者庁が推進する“消費者志向経営”に賛同し、その実現に向けた企業の方針を表明するものです。
私たちの考える「お客さま志向経営」をご案内します。

● 基本方針

グループ理念

私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。

ビジョン

目指すは、マチの“ほっと”ステーション。

● 取組方針

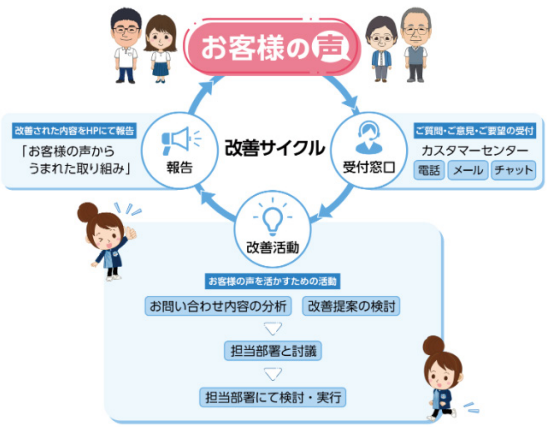
1. お客さまの声をもとに、改善活動を実施します

ローソンは、グループ理念である「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」の実現を目指し、マチのお客さまから支持され続けるお店をつくりたいと考えています。

具体的には、ローソンカスタマーセンターで受け付けた声やお客さまのニーズを理解するための各種調査データから、お客さまの声をもとにした活動を実施しています。

また、お客さまの声をもとに開発・改善した商品やサービスは、
「お客様の声からうまれた取り組み」としてホームページでお知らせしています。

これらの取り組みにより、お客さまそれぞれのニーズに合った品揃え、新鮮な驚きのある商品・サービス、そして心地よい店舗環境を提供し、いつでも立ち寄りたくなるお店を目指しています。



2.　未来のために持続的に取り組みます

- 「お客様の声からうまれた取り組み」
  お客さまの声を商品やサービスの開発・改善に反映し、新しいアイデアを追求するとともに、いただいたご意見やご提案を大切に受け止めながら、お客さまに寄り添った商品・サービスの提供に取り組みます。



- 食の安全・安心への取り組み
  ローソンでは「健康」に配慮しながら「よりおいしいもの」を目指した商品開発を行っています。
  また、「安全・安心」を第一に考え、安全に関する法令遵守・品質管理を徹底しています。



3.　公正で、透明性のある活動をします

私たちは、企業活動において「思いやり」の心をもち、すべてのステークホルダーの皆さまとの信頼関係を大切にしています。
また、経営の「透明性」を確保し、公正かつ誠実な企業運営を徹底することで、社会から信頼される企業を目指しています。

さらに、適時かつ正確な「情報開示」を推進し、企業活動に関する重要な情報を積極的に開示することで、社会との対話と説明責任を果たし、持続的な成長と社会への貢献を目指します。

＞コーポレートガバナンス

具体的な取り組み

お問い合わせ窓口「ローソンカスタマーセンター」でお客さまの声を受付

お客さまからのお問い合わせやご意見は、店舗以外では「ローソンカスタマーセンター」でお伺いしています。電話（フリーダイヤル）、メール、チャットなどで受け付けたご意見は、それぞれの担当部署が対応すると同時に、社内イントラネットなどを通じて全社で問題を共有し、お客さまの満足度向上のため、店舗づくりや商品開発、新たなサービスの提供に活かしています。

お客さまの声をもとに商品を改善
「お客様の声からうまれた取り組み」

商品については毎月、お問い合わせ窓口「ローソンカスタマーセンター」を管理する部署と商品を開発する部署のメンバーが集まり、カスタマーセンターに届いたお客さまからのご意見をもとに、商品の改善方法を検討しています。そして改善できた商品については、公式ホームページにおいて「お客様の声からうまれた取り組み」として一部を紹介しています。

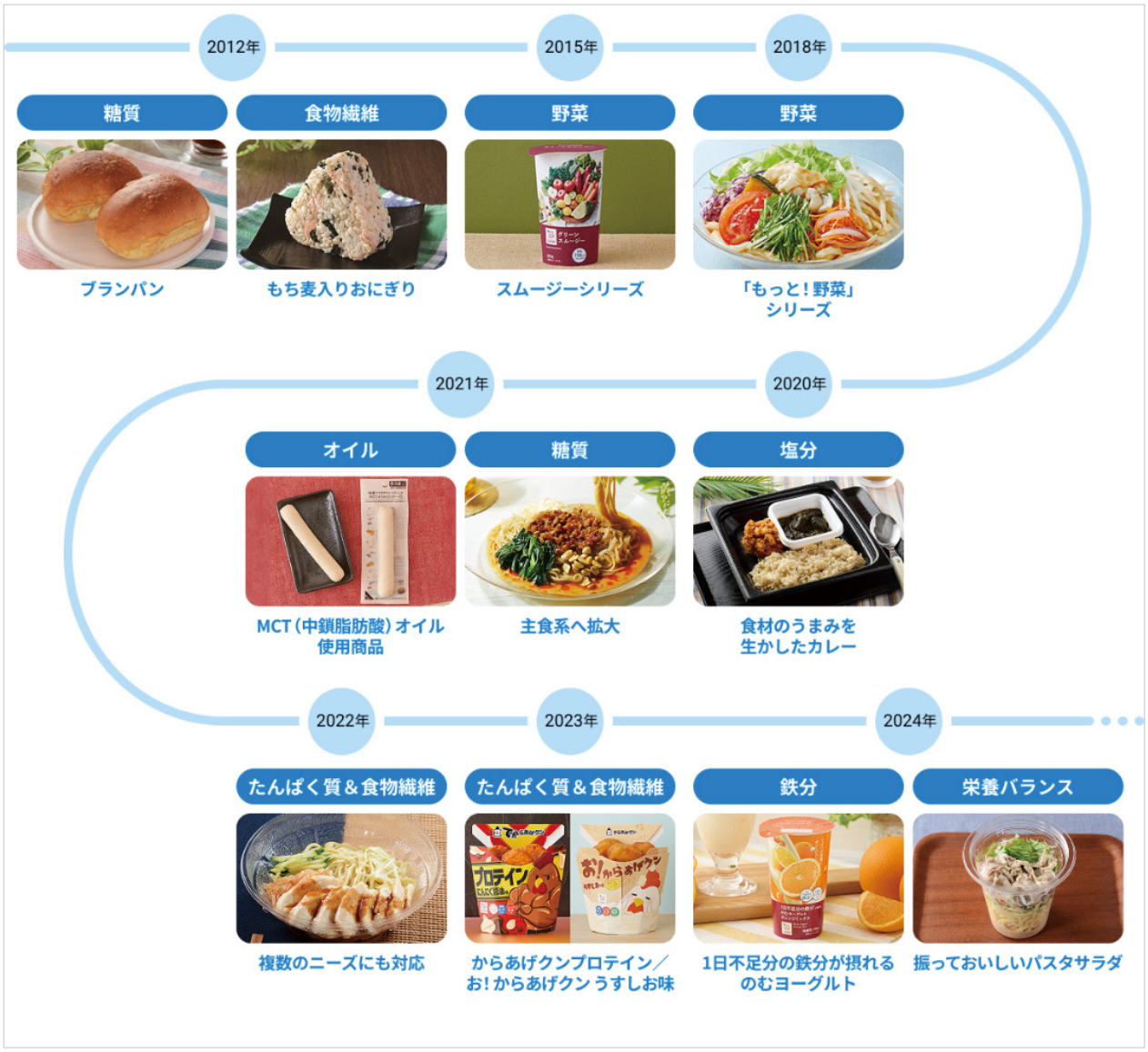


お客さまの声をもとに商品パッケージを改善した事例です。スイーツのアレルゲン情報が、商品パッケージの裏面を見ないと確認できないというお声を受け、「Uchi Café（ウチカフェ）」スイーツの商品パッケージ表面に、アレルゲン表示を記載しました

「お客様の声からうまれた取り組み」についてはこちらへ

食の安全・安心への取り組み

お客さまに安全・安心な商品・サービスをお届けするため、品質管理の徹底とわかりやすい情報提供に努めています。
具体的には、商品開発から製造・品質管理に至るまでの取り組みや、健康に関する記事、アレルギー・食品添加物に関する考え方、工場での製造工程の紹介などを公開しています。
また、お客さまから寄せられるさまざまな疑問に Q&A 形式でお答えしています。



ローソンの健康への取り組みの歴史です。2012 年のブランパンの取り組みから始まり、お客さまの声も参考にしながら健康に配慮した商品（健康商品）の展開が拡大していきました

「食の安全・安心への取り組み」についてはこちらへ

お客さまの声を聴く調査の取り組み

お客さまによりご満足いただける商品やサービス、店舗づくりを目指し、お客さまの声やご意見・ご要望はもちろん、その背景にある期待やお困りごとを理解するためのさまざまな調査を行っています。
例えば、お客さまにとってより利用しやすい店舗づくりにつなげるため、レシートに印字された二次元バーコードからご回答いただけるアンケートを継続して実施しています。お寄せいただいたご意見やご要望は、改善が必要な部署へ迅速に共有し、接客や売場づくりなどの改善に役立てています。
また、よりご満足いただける商品をお届けするため、発売後の商品のお客さま評価を確認し、改善につなげることにも取り組んでいます。
このほか、金融サービスやエンタテインメントなどのサービスについても、お客さまが感じられる不便やご期待を理解し、より便利で使いやすい形でお届けできるよう改善を進めています。

ローソンカスタマーセンターが HDI-Japan「問合せ窓口格付け」部門において、最高評価の三つ星を獲得

2022 年から 2024 年にローソンカスタマーセンターが、HDI-Japan が行うコールセンターの対応品質調査の「問合せ窓口格付け」部門において、最高評価の三つ星を 3 年連続で獲得しました。これはコンビニエンスストア業界で初めてとなります（当社調べ）。
HDI-Japan とは、サポートサービス業界の国際機関「HDI」の日本組織であり、HDI-Japan が行う「問合せ窓口格付け」は完全に顧客の視点から HDI の国際標準に基づいて設定された評価基準に沿って、三つ星から星なしの 4 段階で格付けを行います。

【HDI-Japan 社の審査員コメントと評価】

- どの担当者も丁寧な言葉遣いで、顧客を大切にしてくれていることがよく伝わってくる。
- 寄り添いを感じる相づちであったり、受け答えだったりと親近感のわく対応でこちらも自然と笑顔になれた。
- 疑問点が解消するまで、しっかりと話を聞いて細かい質問にも答えてくれるので充分解決できる。

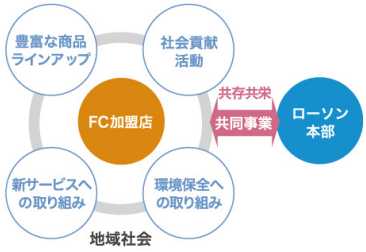
FC 加盟店オーナーとの関わり

FC 加盟店オーナーとの関わり

ローソンの FC システムの特長

グループ理念実現のため、FC 加盟店とローソン本部はパートナーとして共同事業を推進しています

ローソンのコンビニエンスストア事業は、フランチャイズ（FC）システムにより運営しています。ローソンの FC システムは、FC 加盟店オーナーと本部が対等なパートナーとしてグループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」を共有し、成長を目指す「共同事業」システムです。本部は、物流や情報などの各種サービスや商標の使用権、経営ノウハウを提供するだけでなく、継続的に FC 加盟店の経営サポートを行っています。これに対して FC 加盟店オーナーは、加盟金やロイヤリティを支払いながら、独立した事業者として顧客満足度の最大化を通じて利益を最大限に追求していきます。このように FC 加盟店オーナーと本部は、それぞれの役割に基づき、互いに連携しながら事業を行っています。



FC 加盟店オーナーとの直接対話で、強固なパートナーシップを構築

ローソンは、FC 加盟店オーナーの「起業家マインド」と「FC システム」を成長の大きな両輪と捉え、FC 加盟店との関係強化に力を注いでおり、細かく地域に対応する体制を整えて FC 加盟店の「お客さまに愛されるお店づくり」を支援しています。

また、FC 加盟店とのパートナーシップを強化するため、全社の方針や方向性を共有する「ローソンセミナー」、そして FC 加盟店オーナーが成功体験や営業計画を共有する「エリア会」を開催しています。さらに、FC 加盟店と社長を含めた本部役員との直接対話を制度として数多く設け、最も大切な現場の声を直接聴く仕組みを構築してきました。
これらの取り組みにより、FC 加盟店と本部が一丸となってマチを“幸せにする”集団となることを目指しています。

情報共有・直接対話の仕組み

［1］ローソンセミナー※

全社の方針や方向性の共有を目的に、毎年春と秋に、全国の会場で開催。社長以下、経営陣が戦略を詳しく説明。
経営方針の説明を中心に、方針に則った年度の商品施策等を FC 加盟店の皆さんと共有します。



ローソンセミナー

［2］エリア会※

北海道から沖縄まで全国の支店内、複数会場で開催。翌月の営業取り組み内容や FC 加盟店オーナーの成功事例を共有し、意見交換することで個店の運営力アップに役立てる場です。

※ローソンセミナー及びエリア会については、2020 年度以降はオンラインセミナーやリアルセミナーとのハイブリッド開催など、開催方法を変更しております。

［3］社長直行便

FC 加盟店オーナー、店長、クルーが提案や意見、お困りのことなどを社長に直接伝えることができる独自の仕組み。社長は寄せられたメッセージのすべてを確認させていただき、対応しています。

［4］ローソン FC 加盟店アドバイザリー委員会

さらなる FC 加盟店とのコミュニケーションの充実を図るため、2019 年 4 月に設置しました。FC 加盟店の立場から本部の経営・施策等に関するさまざまな意見を出していただき、両者で協力してよりよいローソンにするために改善・改革を進めていきます。

［5］社内外のお問い合わせ窓口の設置

FC 加盟店への多面的なフォローを目的として社内外に相談窓口を設けています。社内では専門スタッフが問い合わせに対応しています。また、社外においては本部へ相談しにくい事案も安心して相談できるよう、法律事務所に窓口を設置しています。FC 加盟店と本部がしっかり向き合い、ともに課題解決するための取り組みを進めています。

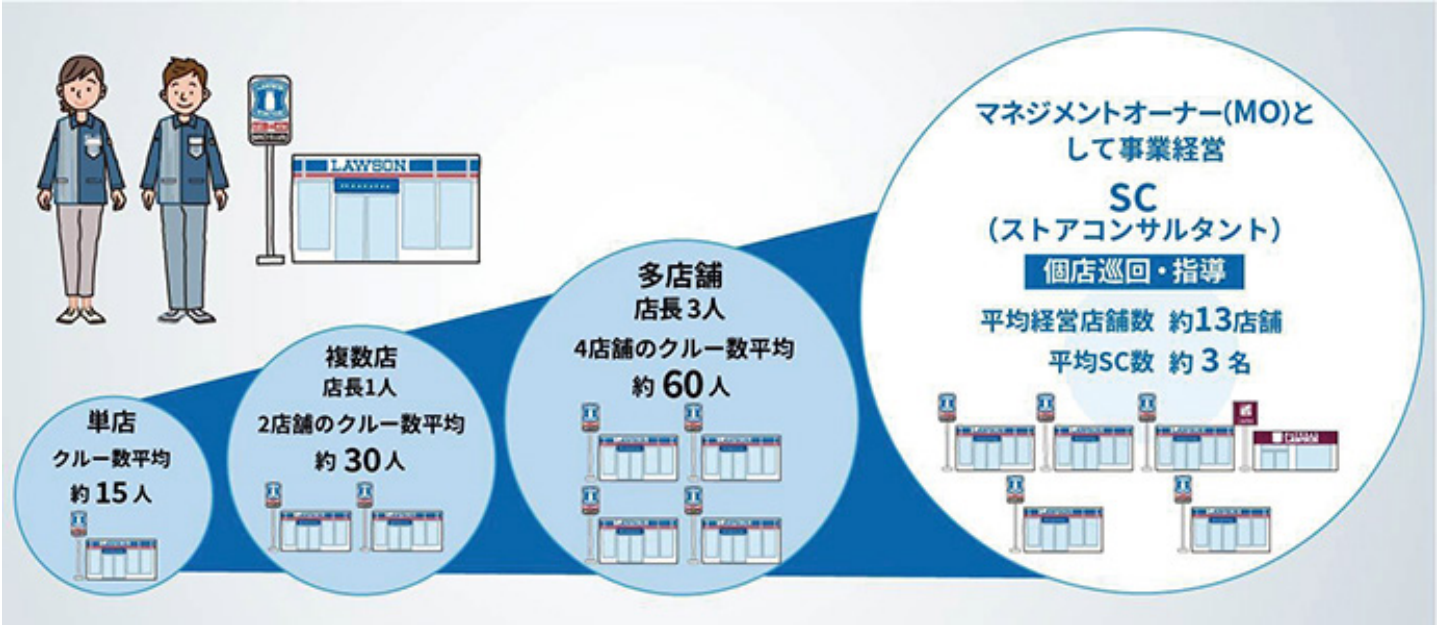
「社内外のお問い合わせ窓口」についてはこちらへ

多店舗経営から事業経営に向けた支援・パッケージとして、マネジメントオーナー（MO）制度があります

ローソン本部とのより強固なパートナーシップで、さらに多店舗展開を支援する仕組みがローソン独自の「マネジメントオーナー（MO）制度」です。MO 制度は、多店舗経営のノウハウや、多店舗経営に必要な経営知識・スキルを習得できる研修などを整備し、優秀な多店舗経営オーナーを育成する仕組みとなっています。MO は、自らの組織の管理者であるストアコンサルタント（SC）、店長やクルーを育成することで、さらなる事業拡大とお客さま満足度の高い多店舗経営を目指します。

MO は、エリアの加盟店代表として「エリア会」での取り組み発表や研修での講話など、FC 加盟店オーナーへの経営アドバイスも実施しています。

● FC 加盟店オーナーのステップアップモデル



MO（マネジメントオーナー）：地域に密着した多店舗経営を行い、ローソン本部とともに成長を目指す事業経営者として、より強いパートナーシップをもつローソン公式認定オーナーです。

SC（ストアコンサルタント）：所定の研修・審査を経てローソン本部による SC 資格認定を受けた、個店巡回・運営指導を行う MO 組織内の店舗管理責任者です。

FC 加盟店の経営を支援

ローソンは FC 加盟店とともに持続的な成長ができるよう、昨今大きな社会問題となっている人手不足やそれに伴うコスト増、さらに廃棄ロスなどに対してさまざまな対策を打つことで、FC 加盟店の経営を支援しています。
今後はさらに取り組みを強化し、FC 加盟店の収益増につなげるための対策を講じることで、FC 加盟店の経営をサポートしていきます。

FC 加盟店経営支援への取り組み

(1) デジタル技術を活用した店舗オペレーションの省人化・省力化

- AI を活用した発注システム「AI.CO」や計画発注の推進
- タブレット端末を活用したワークスケジュールの見える化やファストフード作成管理による店舗生産性の改善
- 店内できたて調理「まちかど厨房」でのオペレーション効率化や、自動食器洗い機の導入
- 自動釣銭機付 POS レジ導入によるレジ業務の負担軽減
- セルフレジ（セルフモード）活用による、非接触型接客の推進とレジ業務の軽減

(2) 廃棄ロス削減

- 店舗での値引き販売やフライドフードの売り切りの推奨
- 販売許容時間の延長による廃棄の削減（チルド弁当等）
- 値引きシール発行システムによる効率的な値引きオペレーションの実現

(3) 人財募集支援と既存クルーの定着強化

- 人材派遣会社「ローソンスタッフ」による FC 加盟店サポートの実施
- コールセンターでのアルバイト募集一括受付実施
- クルーの教育体制の整備やコミュニケーションツールの開設
- 本部社員による「オーナーサポート制度」

FC 加盟店からの問い合わせ窓口を一本化

これまで内容ごとに分かれていた FC 加盟店向けの問い合わせ窓口を一本化し、FC 加盟店が適切な窓口を探す負担や、かけ直す手間を削減する仕組みを整えました。また FC 加盟店の問い合わせ負荷を削減するために、入電の多い内容と対応をまとめた「よくあるお問い合わせ解決シート」を毎月 FC 加盟店に共有し、店舗運営の円滑化をサポートしています。
こうした窓口の応対品質（丁寧さ・正確さ・迅速さ）向上への取り組みが評価され、世界水準の評価団体『HDI-Japan』によるコールセンター調査において、4 年連続で「三つ星」を、2023 年には最高ランクの「五つ星」を獲得しました。
私たちは今後も、FC 加盟店の皆さんが安心して日々の店舗運営に専念できるよう、さらなる対応品質の向上と、迅速かつ確実なサポート体制の強化に努めてまいります。

FC 加盟店オーナーとの関わり

FC 加盟店サポート制度

FC 加盟店向けの教育制度 - 安心して経営できる環境づくりに力を入れています -

店舗経営にとって、人財育成は最重要課題の一つです。ローソンでは、FC 加盟店オーナーや専従者、クルー（パート・アルバイト）を対象にさまざまな研修を行っています。店舗オープン前に「ベーシック・マネジメント・コース（BMC）」で基礎知識を身に付けたあとも、FC 加盟店オーナーの成長に合わせた研修を行っています。



BMC（ベーシック・マネジメント・コース）
チェーン理念の共有と浸透を目的とし、店舗経営に必要な知識とノウハウを学びます

FC 加盟店の運営をサポートする制度

オーナーサポート制度

2020 年、人材派遣業の許可を取得。
FC 加盟店オーナーにゆとりある店舗運営を行っていただくために、本部社員を派遣して、休暇を取得していただけるようにする制度です。
FC 加盟店オーナーは、冠婚葬祭やリフレッシュを希望される際に申し込むことができます。全国 8 拠点より店舗のオペレーションを行える本部社員を FC 加盟店に派遣し、店舗の運営代行業務を行います。

FC 加盟店向けの福利厚生制度
- さまざまな福利厚生メニューや、サポート制度を用意 -

「ローソンオーナー福祉会」では、「健康・安心・ゆとり」の 3 つのキーワードを柱に FC 加盟店向けの福利厚生メニューを提供しています。
会員である FC 加盟店オーナーとそのご家族、そして店舗で働くクルー・スタッフが利用できるさまざまなメニュー（補助金制度、共済制度、補償制度）を用意しています。

- スポーツ施設の利用に対する補助金制度
- 人間ドックや健康診断受診に対する補助金制度
- 新型コロナワクチン接種補助金
- インフルエンザ予防接種受診補助
- クルー向け保育所・託児所利用に対するクルーさん子育て支援補助金制度
- ウォーキングやエクササイズによる健康促進セミナー・親子イベント・日帰りセミナー等の開催
- 旅行や宿泊を便利に利用できる制度
- 通信教育に対する補助金制度
- 慶弔見舞金制度（特別見舞金含む）
- FC 加盟店向け団体任意保険制度（各種）
- グルメやレジャー、エンタテインメント、育児や介護などの生活に関わる各種サービスの割引や優待が受けられる「ベネフィットステーション」の利用提供
- レンタカーの割引利用
- ローソンクルー福利厚生情報サイトの開設・提供



「ローソンオーナー福祉会」の冊子


福祉会では健康増進を支援するセミナーを開催（写真は、ウォーキング、エクササイズ）

「ローソンオーナー福祉会」についてはこちらへ

ローソンオーナー福祉会のほかにも、24 時間体制で店舗運営に関する質問を受け付ける「加盟店総合ダイヤル」を設置しています。

クルーの募集・採用、育成、定着、再雇用の推進
- 長く働き続けられるよう、クルーが成長できる、集まる環境づくりを行っています。-

ローソン本部は、FC 加盟店で働くクルーが長く働き続けられるよう、クルーが成長できる、集まる環境づくりのためにさまざまな取り組みを行い、サポートしています。



クルー募集サイト

ローソン店舗で働きたい方のための公式求人情報サイト「ローソンアルバイト・パート求人情報」サイトを設置しています。働くクルーのインタビューを掲載するなど、さらに応募しやすくするための機能を拡充しています。
ローソンで働きたい方は、地域や待遇などを入力することで最適な店舗を即時検索でき、パソコンやスマートフォンから 24 時間応募ができます。クルーを募集したい FC 加盟店は、手元で求人情報の作成や修正ができるほか、応募状況を即座に確認し、対応することができます。



人材派遣会社ローソンスタッフが就業の不安を解消しています

ローソンは、店舗における人手不足解消の一環として、株式会社 Matchbox Technologies と共同で人材派遣会社であるローソンスタッフ株式会社を運営しています。少子高齢化を背景に労働力人口が縮小しているなか、ローソンスタッフでは長期的な視野に立った人財確保の観点から、外国人留学生を積極的に受け入れています。「日本の“おもてなし”を学びたい」「母国に戻って経営者になりたい」など目的意識の高い方も多く、すでにベトナムや台湾、中国などの多くの留学生がローソンスタッフに登録されています。年齢、性別、国籍に関わらず、「働きたいけれど、少し不安がある」という方々に、ローソングループで「笑顔で、安心して、長く」働いていただけるように、ローソンスタッフは、既成概念にとらわれずチャレンジを続けていきます。



2021 年 4 月から、お仕事アプリ「matchbox」（単発人財採用サービス）を導入。
matchbox とは、店舗クルーだけでは埋まりづらい空きシフト（退職や急な欠勤等）を、元クルーや一般求職者にも広く公開し、応募者を選定・採用（マッチング）することができるアプリで、より多くの人財でシフトを埋めることが可能となります。また、採用した元クルーや一般求職者を登録できる「友だち登録」機能も搭載しており、友だち登録者を多く集めることで、より安定的なシフト運用が可能となります。

クルーのスキルアップをサポート

クルーランクアップ制度によってクルーのがんばりを評価し、「将来は、自分の店舗をもちたい」と考える優秀なクルーには独立支援制度も用意しています。

クルーのコミュニケーションを促進

クルーが長く働き続けられる環境づくりを支援するため、クルー向けコミュニケーション情報サイト「Lawson Channel（ろーちゃん）」の開設や、クルー向けの福利厚生の充実など、継続的・体系的にサポートしています。

「クルーさんとともに」についてはこちらへ

Lawson Channel

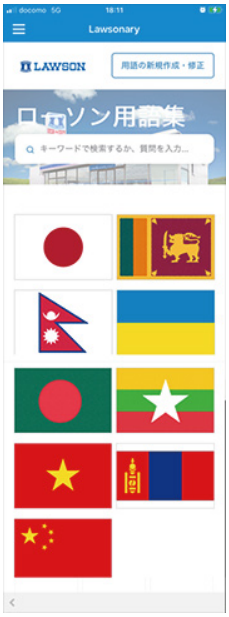
通称「ろーちゃん」の名前で親しまれているクルー向けのモバイルサイト。
ローソンからのお知らせや登録者限定のお得なキャンペーン情報を入手できたり、全国のクルーと自由におしゃべり（投稿）できたりと、ローソンで働くことがさらに楽しくなるコンテンツが盛りだくさんです。



クルー向けコミュニケーション情報サイト「Lawson Channel」

店舗でよく使う用語を 9 ヵ国語で解説する用語集をアプリに掲載

ローソン店舗で働くクルーの中には、多くの外国籍の方が在籍しています。外国籍のクルーにとっては小売業の用語や日本人にとって当たり前の言い回しがわかりづらい一方で、FC 加盟店オーナーや店長、先輩のクルーは業務を教える際に苦慮している場合が多くなっています。
そこで、ローソンクルー専用アプリ「ろーちゃん」内に、多言語（2026 年 4 月末時点 9 カ国語対応）のローソン用語集「Lawsonary（ローソナリー）」を掲載しました。店舗でよく使う用語をスマートフォンで気軽に調べることができるようにし、従業員間の円滑なコミュニケーションを促進しています。



ローソン用語集「Lawsonary」

クルーとの関わり

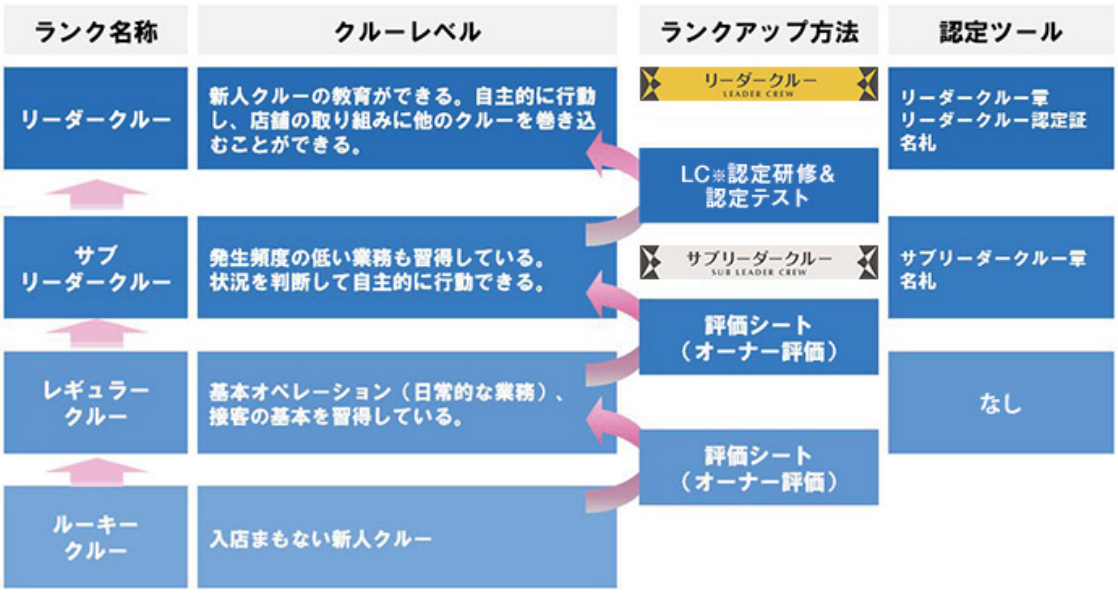
クルーのサポート体制

クルー向けの教育制度の充実
- クルーがいきいき楽しく働けるよう、積極的に育成しています -

ローソンで働くクルー向けに「クルー育成プログラム」を整備し、基本的なオペレーションを店舗で学べるようにしています。業務の習得や習熟度に応じてルーキークルーからリーダークルーにステップアップできる「クルーランクアップ制度」があり、次の目標を明確にすることで成長の意欲をサポートしています。
また、専門的スキルや知識をもったクルーを一定の基準により「ファンタジスタ」として認定し、さらなるレベルアップ、モチベーションアップを図っています。

クルーのランクアップ制度

この制度は、クルーが『やりがいをもち、より長く働き続けてもらうこと、ステップを踏んで着実に成長してもらうこと』を目的に、クルーの育成や評価の基準・目安についてのローソン本部としての基準（ガイドライン）を示したものです。店舗により独自の人事制度・評価制度が運用されている場合もあります。



※LC：リーダークルー

専門的な知識やスキルを評価する制度

「ファンタジスタ」（接客、MACHI café、FF※、まちかど厨房）

「ファンタジスタ」とは、各部門の専門的な知識・スキルを習得するための「ファンタジスタプログラム」を修了し、認定試験に合格した、その部門のスペシャリストです。接客、MACHI café、FF、まちかど厨房の4部門があり、お客さまに対して、よりよいサービスを実現しています。

※FF：ファストフーズ

認定証



部門により認定証の
ロゴは異なります。

名札ケース



エンブレム着用例

エンブレム



MACHI café
ファンタジスタエプロン



アバタースタッフによる接客で多様な働き方を応援

ローソンは、さまざまな障害や制約にとらわれることなく、誰もがいきいきと働くことができる“全員参加型社会”の実現を目指しています。その一環で一部の店舗にアバター接客サービスを導入し、2026年5月時点で約80人の方がローソン認定の「ローソンアバターオペレーター」として働いています。

このサービスは遠隔操作による接客で、「時間」や「場所」、「年齢」や「性別」、「さまざまな障害」に制約されない新たな働き方を実現しようと、AVITA（アビータ）株式会社と一緒に取り組んでいる実験です。この実験を通して誰もがいきいきと働くことができる“全員参加型社会”の実現を目指していきます。

アバターによる接客により、「セルフレジの使用方法がわからない」「クルーに聞きたいことがある」などのお客さまのお困りごとに対応しています。



遠隔操作による接客のため、インターネット環境があれば時間や場所にとらわれず柔軟に接客対応が可能です



▲「あおい」さん　▲「そらと」さん

アバターの「あおい」さんと「そらと」さんが、お客さまのお困りごとにお答えします

クルーとのコミュニケーション

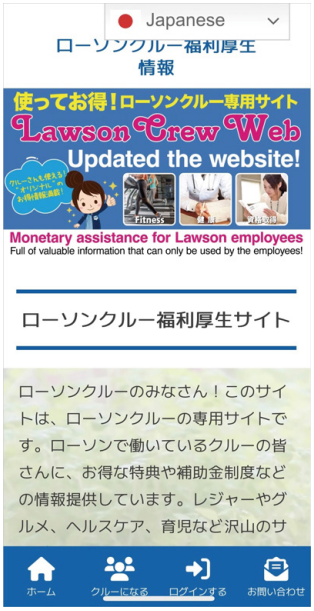
ローソンで働くクルーの皆さんに「楽しい・お得・役立つ」情報をお届けするモバイルサイトとして、2012 年 3 月にクルー向けコミュニケーション情報サイト「Lawson Channel（ろーちゃん）」を開設しました。ローソンに関する最新ニュースやプレゼント応募企画といった情報コンテンツから、全国のローソンで働くクルー同士が積極的にコミュニケーションできる投稿コンテンツまで、情報が充実しています。給与明細を、クルーのスマートフォンや携帯電話からチェックできる便利な機能も備えています。



クルーを対象とした福利厚生制度

本部からは、演劇やスポーツなどのチケットや、CD/Blu-ray/DVD/ 本の優待特典などのお得な情報を、クルー向けコミュニケーション情報サイト「Lawson Channel（ろーちゃん）」で随時案内しています。
また「ローソンオーナー福祉会」に加入している店舗では、クルーも利用できる制度※をたくさん用意しています（右記参照）。
これらの制度を含め、クルー向け情報を「ローソンクルー福利厚生情報」というサイトでいつでもどこでもスマートフォンでチェックできるように開設しました。

※利用はあくまでも「ローソンオーナー福祉会」に加入している店舗に勤務する方が対象です。申し込み及び利用時には FC 加盟店オーナーの事前承諾が必要です。なお、ベネフィットステーションのサービスについてはアカウント登録することで、自由にご利用いただけます。



ローソンオーナー福祉会の福利厚生の一例

通信教育	修了時の補助金、資格取得時のお祝い金
スポーツ	スポーツ施設利用に対する補助金制度
慶弔見舞	結婚祝いや快復祝いなどを給付

ベネフィット・ステーションメニュー

- 宿泊をお得な会員価格で利用
- グルメ・エンタテインメントなど
  割引利用ができるライフメニューが多数



クルー個人情報の共同利用について

FC 加盟店において、株式会社ローソンのデータベースにクルーの個人データを登録した場合、株式会社ローソンは、下記（3）記載の利用目的の達成のため、次の範囲内で当該個人データを各 FC 加盟店と共同利用いたします。

（1）共同して利用される個人データの項目※
クルーご本人のすべての個人データ（氏名・生年月日・勤務年月日、勤務の状況、給与等の支給の状況、その他下記（3）の利用目的の達成に必要な情報）
※外国人の場合においては、在留資格、国籍、在留期間、資格外活動許可を含む。

（2）共同して利用する者の範囲
株式会社ローソン及び各 FC 加盟店

（3）共同して利用する者の利用目的
- 法令に基づく対応（照会）のため
- フランチャイズ契約の適切な履行の確保、確認、調査等のため

（4）当該個人データの管理について責任を有する者の名称及び住所ならびに代表者の氏名
株式会社ローソン（詳細について「会社情報」をご覧ください）

お取引先さまとの関わり

お取引先さまとの関わり

お取引先さまとの持続可能な社会に向けた取り組み

基本的な考え方

ローソングループは、お取引先さまとともに持続的な成長を果たすべく、社会・環境などの中長期課題の解決に取り組み、グループ理念の実現に向けてチャレンジを続けています。
持続可能なサプライチェーンを構築するため、ローソングループ取引方針で定めているお客さまの安全・安心、法令遵守や公平公正な事業活動、人権の尊重、環境保全への配慮などの各項目について、お取引先さまにおいてもローソングループとともに取り組みを進めていただくお願いをしています。

公正な取引の推進

ローソンでは第一に、お取引先さまとの信頼関係を構築するため、「ローソングループ企業行動憲章」及び「ローソン倫理綱領」において、真摯に誠意をもって公正で透明な取引を行うことを定めています。優越的な立場を利用した強要行為などをすることのないよう取引担当者の教育に力を入れており、AMD（商品開発担当アシスタント）や ARFC（店舗開発担当アシスタント）登用時などに研修を行っているほか、全従業員向けの e ラーニングでも取り上げています。

また、自らの取引態様を振り返るため、毎年匿名でお答えいただく「お取引先さまアンケート」を実施し、取引関係の問題点や課題の把握を行っています。これらの結果は毎年経営層に報告するとともに、部門ごとの会議や研修などでフィードバックを行っています。アンケートをお送りしたお取引先さまにもフィードバックをし、ローソングループの改善策の提示を行っています。

お取引先さまからいただいたご意見は、コンプライアンス・リスク管理体制の見直しや改善につなげるとともに、課題に対しては、原因の特定や対策の策定など、お取引先さまと協力して解決にあたる体制を敷いています。

● お取引先さまアンケート対象者数※・回答数の推移

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
対象者数（人）	1,228	1,205	1,213	1,435
回答数（人）	922	905	879	1,190
回答率（%）	75.1%	75.1%	72.5%	82.9%

※お取引先企業 1 社の中で複数の取引を行っている場合は、そのご担当者ごとにご回答を依頼。



フィードバック報告書

ローソングループ取引方針等の実践に向けたお取引先さまとの取り組み

原材料調達先がグローバルに広がるなか、商品の産地や品質に対するお客さまの関心はますます高まっています。また、異常気象、自然資源の枯渇、生物多様性の危機といった地球環境は大きな問題に直面し、人権や労働問題など社会の持続的な発展を阻害するさまざまな課題も顕在化しています。このような問題・課題に対処するには、お取引先さまの協力が不可欠です。そこで、ローソングループでは「ローソングループ取引方針」を制定し、この方針に賛同いただけるお取引先さまとの取引を推進しています。併せて、地球環境と社会が持続可能なサプライチェーンの実現を目指して「ローソングループ調達方針」や「ローソングループ環境方針」等を制定し、持続可能な調達に尽力しています。

これらローソングループ各種方針の理解促進を図るため、「お取引先さまアンケート」の結果報告書をアンケート対象のお取引先さまへお送りする際に、併せてローソングループ各種方針をご案内する文書を送付したり、主要なお取引先さまとの対話の場面でご説明したりするなどしています。また、新たなお取引先さまの入札条件としてローソングループ各種方針の賛同をお願いしたり、ローソンが用意する主な契約雛型に CSR 条項を設けたりするなどし、持続可能なサプライチェーン構築のために取り組んでいます。

● グループ方針案内件数

グループ会社	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	送付数（人）	送付数（人）	送付数（人）	送付数（人）
ローソンエンタテインメント	98	106	160	264
ローソンストア100	175	171	183	198
SCI	187	182	175	175
成城石井	—	—	—	73
ローソン	764	745	695	721
合計	1,224	1,204	1,213	1,431

「ローソングループ各種方針」についてはこちらへ

「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」の実施

2022 年度からお取引先さまのサステナビリティに関する取り組み状況を確認させていただくため、「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」を実施しています。人権問題や気候変動問題などへの取り組み状況をうかがい、社会・環境課題の解決に向けたお取引先さまとの協業体制を構築していくことをねらいとしています。

サプライヤー・サステナビリティ・アンケート実施概要

・調査内容
社会、環境、ガバナンスからなる ESG に関連するガイドラインや、ローソングループ各種方針をベースとして、企業の持続可能性を高める重要な要素を設問として設定しています。

環境	環境保全活動、脱炭素への対応、廃棄物・汚染物質の管理と削減、生物多様性保全
社会	人権への対応、差別の禁止、労働安全衛生、違法労働の排除
ガバナンス	内部統制の構築、公正な企業活動、リスクマネジメント、品質・安全性

● 2025 年度実施結果

実施対象	回答社数	回答率
696社	589社	84.6%

・再確認アンケートの実施
サプライヤー・サステナビリティ・アンケートにおいて課題が見られるお取引先さまにおいては再確認アンケートを送付し、追加の回答をお願いしています。
2025 年度実施時には、団体交渉権や強制労働などの主に社会に関する法令遵守状況を再調査し、その結果として問題が見られなかったことを確認しています。

サプライヤー・サステナビリティ・アンケートのほかにも、お取引先さまにおける実際の取り組み状況を確認するため、人権に関する監査も実施しています。今後に向け、サステナビリティ・アンケートと併せて確認の対象を拡大し、お取引先さまの状況把握に努め、社会・環境課題の解決に向けた取り組みを進めていきます。

パートナーシップ構築宣言

ローソンは 2021 年 2 月 22 日、「パートナーシップ構築宣言」として、サプライチェーンのお取引先さまや価値創造を図る事業者の皆さまとの連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築することを宣言しました。
サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を越えた新たな連携と委託事業者と中小受託事業者の望ましい取引慣行の遵守を進めてまいります。



パートナーシップ構築宣言［PDF：163KB］

従業員との関わり

従業員との関わり

ダイバーシティ、エクイティ & インクルージョン（DE&I）推進

基本的な考え方

ローソンでは、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン（以下、DE&I）を経営戦略の一つに位置づけています。
ローソンは、従業員の多様性を推進し、一人ひとりを公平に扱い、違いを受け入れて、誰でも自分のアイデアを声に出し、チャレンジできる企業を目指しています。



代表取締役 社長　竹増 貞信

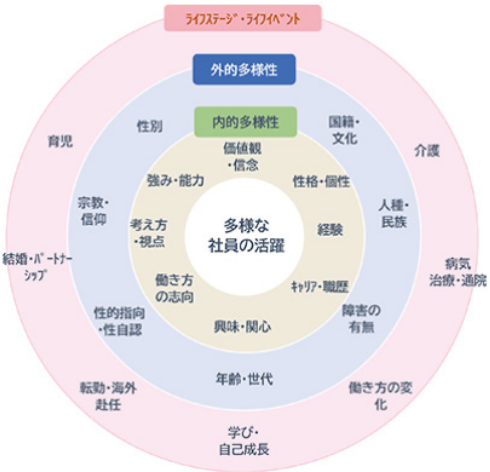
D（ダイバーシティ）
性別・人種・年齢だけではなく、個々の性格、習慣、宗教なども含め、多様性をもったメンバーを笑顔で迎えます。

E（エクイティ）
一人ひとりの背景に合わせて必要なリソースを用意し、誰でも自分のアイデアを声に出してチャレンジできるようにサポートを行います。

I（インクルージョン）
一人ひとりが仲間としてお互いをリスペクトし、各々の価値観を認め合い、ひとつになる環境を構築します。

ダイバーシティ、エクイティ & インクルージョン（DE&I）ポリシー

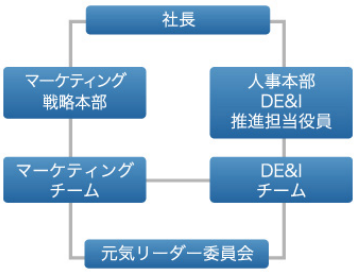
ローソンのグループ理念は、「私たちは “みんなと暮らすマチ” を幸せにします。」です。これは、社会に存在する多様性を認め合い、環境の変化に対応した新しいモノやサービスを生み出すことで、マチに貢献し、マチとともに幸せになることを意味しています。人種、宗教、雇用形態、性別・性自認または表現・性的指向、障害の有無、国籍、年齢など、一人ひとりがもつ背景や価値観はさまざまです。私たちは、その違いを尊重し、多様な従業員一人ひとりがもつ能力を最大限に発揮できる環境づくりを進めています。
また、育児・介護・病気治療などと仕事の両立を会社として支援し、ライフイベントやさまざまな事情によってキャリアを中断することなく、誰もが安心して働き続けられる職場環境の整備に取り組んでいます。
さらに、グローバルコミュニティの一員として成長し、日本のみならず世界の多様な人々とのつながりを広げることで、企業価値の向上を目指していきたいと考えています。
多様な人財が互いの強みを活かし合い、新たな商品やサービス、価値を創造することで、マチや社会の幸せに貢献していきます。
DE&I はローソンの成長に欠かせない強みであり、私たちは積極的に DE&I を推進していきます。



ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン（DE&I）推進体制

社長をトップに人事本部と連動して DE&I 推進担当役員を配置し、必要な制度設計・運用・登用などを行っています。またマーケティング戦略本部では、女性のアイデアからのマーケティングを行い、新たな事業の価値創造に取り組んでいます。

また、エリアごとにリーダーを選出し、DE&I 推進、社内コミュニケーションの活性化、従業員の健康促進を目的とした「元気リーダー委員会」を定期開催しています。



女性の活躍推進に向けた宣言

宣言します！

ローソンはダイバーシティ、エクイティ & インクルージョン（DE&I）推進の一環として、
女性活躍を推進していきます。

イノベーションに人財の多様性は不可欠です。
ローソンでは女性や外国人など多様な社員を積極的に採用し続け、
そして活躍できる環境を整え、育成することが会社の価値を高めることと考え、
女性活躍推進にこれからも積極的に取り組んでいきます。

代表取締役　社長　竹増 貞信

女性の活躍が進んでいる企業として「えるぼし（2 段階目）」を取得

「第4期 女性活躍推進法」行動計画【110KB】

女性活躍推進に向けた目標

「女性が子育てをしながら活躍し続けられる会社であること」を定性目標、「2030 年度に女性社員比率 30%」「2030 年度に女性管理職比率 30%」を定量目標としています。
2005 年から「新卒採用における女性比率を 50%にすること」を目標に、女性の積極的採用を継続しています。

● 女性に関するデータ

女性管理職比率	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
女性課長職人数 （全体に占める女性比率）	134名 12.20%	154名 13.77%	159名 14.13%	167名 14.92%	185名 15.97%
女性部長職人数 （全体に占める女性比率）	14名 8.30%	11名 7.14%	15名 9.09%	16名 9.09%	18名 10.20%
女性（理事）執行役員※人数 （全体に占める女性比率）	2名 6.00%	2名 6.06%	1名 3.33%	4名 10.53%	4名 10.80%
女性役員※人数 （全体に占める女性比率）	6名 50.00%	5名 50.00%	5名 50.00%	3名 27.30%	1名 10.00%

※ 役員は取締役・監査役を指します。また、執行役員には執行役員及び理事執行役員を含みます。

女性活躍推進に向けた取り組み

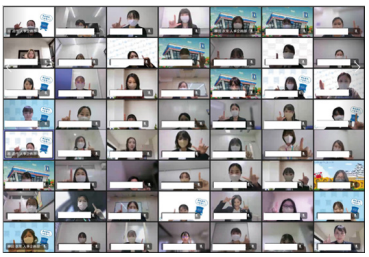
女性社員選抜型リーダーシップ研修の実施

営業ラインにおける女性幹部候補を養成するため､｢女性社員選抜型リーダーシップ研修｣を行い、女性役員及び社長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。



女性社員キャリアデザイン研修の実施

この先、ライフイベントと仕事との両立を迎える可能性の高い 20 代後半から 30 代前半の女性社員を対象に、当社の DE&I の取り組み及び女性の活躍状況を共有した上で、実際にライフイベントを迎えたあとも両立し活躍している先輩社員のパネルディスカッションの実施を通じて、自らのキャリアビジョンを描く研修を行っています。



育児休職社員研修の実施

育児休職中の社員向けに最新の会社の情報提供（新年度の事業計画や社内制度及び福利厚生など）や復職後のキャリア形成、ネットワークづくりを目的とする集合研修を実施。復職後の不安を払拭し、活躍を推進します。
ママ社員の参加が多かった本研修ですが、近年はパパ社員の参加も増えています。



育児休職復職者研修～ただいま・おかえり研修～

育児休職より復職した社員とその上司を対象に、働き方と制度について改めて学び、ケーススタディーや上司と復職者のペアセッションを通してお互いの気持ちや状況を理解する機会として、研修を実施しています。



ダイバーシティ推進冊子「ローソンワークスタイルハンドブック」の作成・配布

経営トップから社員へダイバーシティ推進に向けたメッセージを伝えるとともに、キャリアパスや両立支援制度の紹介、そしてロールモデルとなる社員の紹介などを掲載しています。社員全員に共有することにより、必要な基礎知識を知る機会を増やし、互いに尊重し合える働きやすい環境づくりを進めています。



育児と仕事の両立支援制度

育児休職制度	3歳まで育児休職を取得可能。
短期間育児休業制度	生後57日目から6ヵ月以内に上限5日まで取得が可能（特別有給休暇）。
出生時育児休業（産後パパ育休）	生後56日まで上限28日まで取得が可能。
育児時短制度	小学校3年生以下のお子さんをもつ社員が希望した場合、1日3時間までの時短勤務が可能。 ・勤務日数減少制度＆祝日休日制度との併用が可能。 ・性別・職種・役職関係なく利用可能。
勤務日数減少制度	小学校3年生以下のお子さんをもつ社員が希望した場合、週3～4日勤務が可能。 ・育児時短制度＆祝日休日制度との併用が可能。 ・性別・職種・役職関係なく利用可能。
祝日休日制度	小学校3年生以下のお子さんをもつ社員が希望した場合、祝日を休日とすることが可能。 ・育児時短制度＆勤務日数減少制度との併用が可能。 ・性別・職種・役職関係なく利用可能。
子の看護等休暇	小学3年生以下のお子さんをもつ社員が、子の看護、予防接種や健康診断時、また学級閉鎖時や卒入園（学）式等行事などへの参加のために要する時間に利用可能。 ・1年間でお子さん1人につき合計5日分まで利用可能。
時間外・深夜業・所定外労働制限	小学校就学前のお子さんをもつ社員が、時間外（1ヵ月について24時間、1年について150時間）・深夜業・所定外の勤務について、制限できる制度。
時差出勤制度	始業時刻を選択できる制度。8:00-16:45（Eシフト）、9:00-17:45（Fシフト）、10:00-18:45（Gシフト）より選択可能。
帯同転勤	配偶者が転勤により居住地変更となった場合、配偶者と同地区への異動を配慮して行う。 ・性別・職種・役職関係なく利用可能。
フレキシブル正社員制度	育児・介護・病気治療・不妊治療、副業・リカレントなどを事由に、勤務地・勤務時間を限定できる制度。
リモートワーク	リモートワークに適した業務を担当している社員を対象に、リモートワークができる制度。
各種託児・ベビーシッター・サポートサービス	ベネフィットステーションで紹介されているサービスの利用が可能。 ・ベビーシッターサービスから選んで利用すると、1時間700円（1日2時間/月30時間まで）、月最大21,000円の補助を受けることができる。 ・託児所の月極保育サービス、また病児保育サービスを利用する場合に補助金を受けることができる。 ・女性労働協会に登録済みでホームページに記載のあるファミリーサポートセンターで託児サービスを利用する場合、補助金が受けられる。



【プラチナくるみん】
優良な子育てサポート企業として特例認定マーク（プラチナくるみん）を取得



【くるみん】
仕事と家庭の両立を支援する企業として次世代認定マーク（くるみん）を取得

「ハッピーローソン保育園」の設置

2006 年度から、社員のお子さんを預かって祝日のみ集合託児を事業所内で実施してきました。「祝日は保育所や小学校が休みのため、子どもの預け先がなく出勤できない」といったワーキングマザー社員の声を受けて実現したものです。さらに 2014 年 7 月には、ローソン本社が入居するゲートシティ大崎イーストタワーの 1 階に事業所内保育施設「ハッピーローソン保育園」を開設しました。設立の目的は、育児休職を短期間の取得とし、自らのキャリア形成を考えたいという社員に対し、まだまだ都市部では解決しきれていない保育園の確保の問題を解決し、早期活躍を支援することです。ローソングループの従業員を対象に、月極めと平日・祝日スポット利用の 3 つのパターンで保育を実施しています。





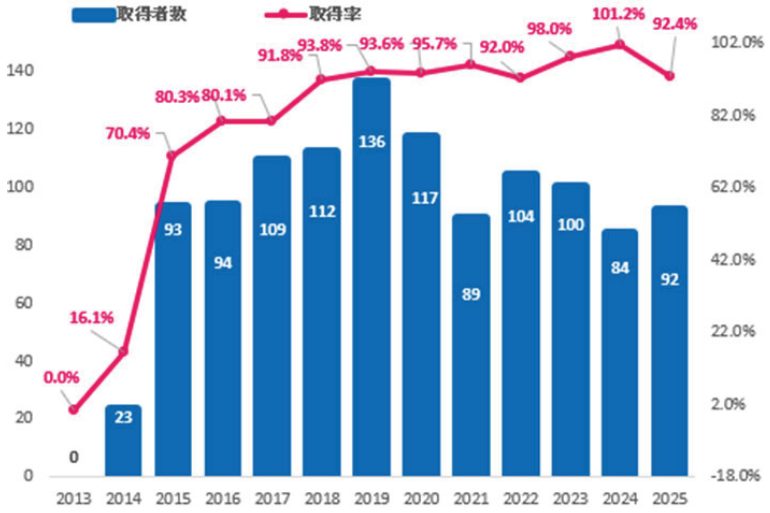
男性の育児休職の取得促進

男性の育児休職の取得を促進する目的で、2014 年度から「短期間育児休職制度」を導入しています。また、職場にポスターを掲出したり、育児休職を取得する社員が所属する部署へお子さんの名前入りのお菓子を配ったりするなど、取得しやすい職場づくりに努めています。2016 年度には男性の育児休職取得率が 80%を突破し、2018 年度以降は取得率 90%以上を継続しています。

2022 年 10 月 1 日から出生時育児休業（産後パパ育休）導入に伴い、制度の周知及び取得の促進のため、全社員向け・管理職向けにそれぞれ e ラーニングを実施しました。近年では長期の育児休職を取得する男性も増えており、取得促進だけではなく、周囲の理解浸透も必要であると考え、社内イントラネットにてお子さんの写真と一緒に育児休職の感想・周囲への感謝を紹介する企画を定期的に実施し、チーム一丸となって子育てと仕事の両立を応援できる環境を目指しています。その結果、2025 年度の長期・短期合わせた男性の育休取得率は 92.4%、平均取得日数は 36.1 日となりました。



男性育休取得促進ポスター



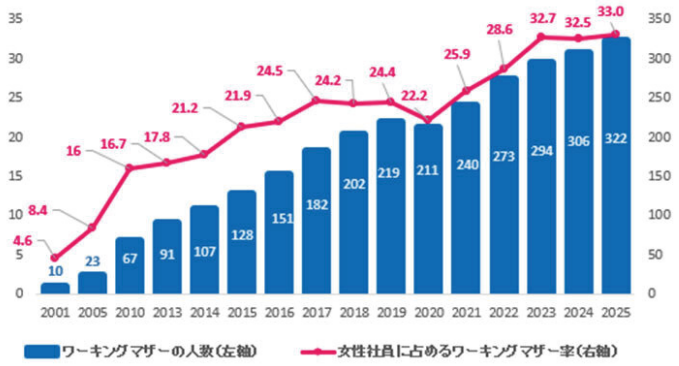
男性育児休業取得率

育児休職からの復職率

2021 年度以降の累計で、育児休職から復職した社員の比率は 97.1%です。女性社員に占めるワーキングマザー率も 2001 年度と比較して約 7 倍となっています。



2021 年度から 2025 年度までの累計



女性社員に占めるワーキングマザー率

ご家族参加型“大運動会”における託児室の実施

ローソンでは、社員同士のコミュニケーション活性化及び健康増進を目的に、毎年スポーツ大会を実施しています。2025 年度は、8 年ぶりに複数種目を実施する「運動会」を各エリア（全 9 地区）で開催しました。
今回はご家族も参加できる形式とし、玉入れなどお子さんが楽しめる種目を新たに追加しました。さらに、キッズコーナーや託児室を設置したことで、育児休職中の社員も小さなお子さんと一緒に参加できる機会となりました。
また、「子どもを預けてみる体験」の第一歩として託児室を利用する社員も見られたほか、これまで保育園のお迎えなどで途中退出せざるを得なかった社員も、お子さんとともに参加することで最後まで運動会を楽しむ姿が見られました。



運動会託児室の様子

多様な人財の採用

採用方針

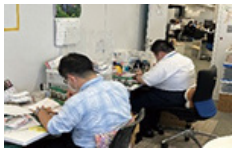
人財の採用においては、「ローソングループ人権方針」に基づき、性別・性自認または表現・性的指向・国籍・年齢・学歴・出身等を問わず、一人ひとりの適性と意欲・能力を重視して採用しています。

外国籍社員の積極採用

2008 年から外国籍社員の積極採用をスタートし、以降新卒採用において外国籍社員比率 10 ～ 20%を目標に採用を継続しています。現在は 140 名以上の中国や韓国を中心とした外国籍社員が在籍し、さまざまな部署で活躍しています。

障害者雇用の促進





障害者雇用を目的として設立した株式会社ローソンウィル（2013年1月31日に特例子会社※1として正式に認定）には、障害のある従業員44名が在籍し、グループ企業の業務の一部を受託しています。現在、オフィスでの事務、倉庫や店舗での軽作業等を受託し、業務を行っています。
また、障害者雇用率※2はグループ計2.55%（2026年2月末時点契約ベース）となっております。
ローソングループは、働く意思と能力を有する障害者に対して、生きがい、働きがいのある職業生活の場・チャンスを提供することは企業の社会的使命と考え、多様性のある組織づくりを今後も推進していきます。

※1 特例子会社：障害者の雇用に特別の配慮をし、国から認定を受けた会社のこと。特例子会社に雇用されている労働者を親会社に雇用されているものとみなして、親会社（グループ企業にも適用可能）の障害者雇用率に算入することができます。
※2 障害者雇用率はグループ計（(株)ローソン・(株)ローソンウィル・(株)ローソンエンタテインメント・(株)ローソンストア100）で算定しています。

● 株式会社ローソンウィル

資本金	1,000万円
所在地	東京都品川区大崎1-11-2
会社設立日	2012年8月1日
従業員数	45名（うち、障害者従業員44名）
事業内容	グループ企業の業務の一部を受託

障害者活躍への支援

社員必須のeラーニング研修や任意の勉強会を実施し、障害者への理解を深められる環境づくりに努めています。実際の職場においても、障害のある店舗従業員が安心して働けるように、担当業務を記載したビブスを着用する実験も行っています。
また、2022年から不定期に展開している、障害のあるアーティストが描いたデザインのMACHI café カップ、からあげクンパッケージ、ティシュボックスを期間限定で全国の店舗にて展開しています。2024年度は、広島市安佐南区の認定NPO法人「ひゅーるぽん」が運営する福祉施設「ぽんぽん」に通所するデザイナーによるティシュボックスを展開しました（現在は終了）。社内外にローソングループのSDGsへの取り組みを紹介する『SDGsハンドブック』の表紙にも2022年から2024年までアーティストのデザインを採用しました。
2022年からローソンではアートトイレを展開しています。2022年11月に東京都と神奈川県の3店舗でアートトイレを展開したほか（当時のデザインは終了）、北海道札幌市の2店舗において社会福祉法人とともに福祉会アーティストによる北海道の森と花をイメージしたデザインの「アートトイレ」を展開しています（2023年5月～展開中）。また、佐賀県の店舗では、福祉施設のアーティストがトイレ内に直接デザインする「リアルアートトイレ」を展開しています（2023年11月～展開中）。2023年からスタートしたアートトイレデザインの一般公募では、「福祉施設部門」を設けており、エントリーしやすい環境をつくっています。今後も障害者がいきいきと活躍できる環境の整備などに取り組んでまいります。

福祉施設に在籍するアーティストが描いた作品



ティシュボックス（販売終了）：福祉施設ぽんぽん（広島県）



アートトイレ：福祉施設 PICFA（ピクファ）（佐賀県基山町）

「さまざまな人が利用しやすい店舗への取り組み」についてはこちらへ

「ローソングループ人権方針」についてはこちらへ

多様な人財が働きやすい環境づくり

社員意識調査の実施と改善活動

全社員を対象に社員意識調査を年 1 回実施し、全社的な課題を見える化して組織マネジメントの改善につなげています。設問については会社・仕事・職場・上司・制度・キャリア自律のカテゴリで経年比較し、前回からの変化や要因、そして各設問の相関などを分析しています。2025 年度の調査における総合満足度は、過去 7 年間で最も高い水準となりました。

総合満足度指標結果：私は、この会社で働くことに総じて満足している

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
ポジティブ回答比率	74.0%	74.5%	75.0%	77.4%	78.0%

社員意識調査の結果について経営会議で報告し、全社的な課題解決に向けた各施策や制度の検討に活用しているほか、調査結果をもとに組織ごとのカルテを作成し、全社員に調査結果の概要と所属する組織のカルテを共有し、フィードバックを行っています。
組織単位では、組織長が自組織の課題に対する改善活動をメンバーと共有し対話を行うことで、全員で職場環境の改善に取り組んでいます。また、年 1 回の社員意識調査に加え、2023 年度から全国すべての支店に簡易型パルスサーベイを導入しました。リアルタイムで結果を確認することで、より迅速に現状把握・アクションなどの組織改善活動のサイクルを回すことができており、今後も現場の社員のエンゲージメントを早期に把握し、改善施策を進めていきます。

部署横断オンラインセミナー「Lawson Lively Link」の開催

社内コミュニケーションの活性化・社員のキャリア開発を目的に、全社員を対象とした部署横断のオンラインセミナーを 2020 年下期から「Lawson Lively Link（ローソン　ライブリー　リンク）」として月 2 回開催しています。「部署紹介」のほか、グループ間のつながりを深めるための「グループ会社紹介」、国際社員で結成されたチームなど各エリア・部門での取り組みを紹介する「身近な〇〇」、社員の挑戦やそれに至った背景などを紹介する「社長賞紹介企画」などさまざまな企画を展開し、継続して開催しています。
社員の社内理解を深め、たて・よこ・ななめのコミュニケーション促進に取り組んでいます。

チャレンジしやすい環境づくり：億チャレ

新たなチャレンジに対して 1 億円の予算枠を設けて誰でもアイデアを応募できる「1 億円チャレンジ（億チャレ）」を、2021 年度から実施しています。2025 年度は 187 件の応募があり、その中から 7 組が社長・役員にプレゼンテーションを行い、選出された企画についてコストや実現性など整理の上、実現へ向けて検討を進めております。2024 年には、2023 年度合格となった「キッズパティシエ体験」が社内企画として実現し開催されました。

このような施策を通じて、通常業務や既存の枠を超えた自発的なチャレンジを促進し、社員一人ひとりが成長を実感できるよう取り組み続けます。



キッズパティシエ体験の様子



2025 年度億チャレ最終審査会の様子

LGBTQ に関する対応

年 1 回実施している「人権･ダイバーシティ」の e ラーニングにおいて LGBTQ に関する啓発を行ってきましたが、2023 年度からは社内制度を順次適用し、各種人事制度・福利厚生の対象となる範囲を拡大しました。同性パートナーとの結婚祝金の支給や社宅制度の適用を開始しました。さらに性自認に関しては社内通称の使用ができるようにし、申請に応じて適用しています。
また、本部社員だけではなく、FC 加盟店オーナーやクルーも匿名で相談、利用できる LGBTQ 相談窓口を設置しています。
これらの取り組みが評価され、職場での LGBTQ+に関する取り組み指標である「PRIDE 指標 2025」において、3 年連続での「ゴールド」を受賞しました。
2025 年 6 月のプライド月間には、子どもたちと多様性を考える機会として、レインボーモチーフのぬりえを制作しました。

今後も、ぬりえなど親しみやすい企画も通じて、グループ理念「私たちは “みんなと暮らすマチ” を幸せにします。」のもと、継続的な DE&I の推進により、多様な人財の活躍をサポートしてまいります。




希望する人に LGBTQ を支援するシールを配布


LGBTQ からあげクン（レインボーカラー）

外部からの評価

● 3 年連続「PRIDE 指標」ゴールド受賞

職場での LGBTQ+に関する取り組み指標である「PRIDE 指標 2025」において、同性パートナー制度や LGBTQ 相談窓口の設置、理解促進のセミナー開催が評価され、3 年連続で「ゴールド」を受賞しました。

● 2025 年度「育業応援パートナー事業」協力企業に選定

東京都が推進する 2025 年度「育業応援パートナー事業」の協力企業として選定されました。

育業（いくぎょう）
みんなで育てるしごと

● 令和 4 年度 東京都「心のバリアフリー」好事例企業に選定

すべての人が平等に参加できる社会や環境について考え、必要な行動を続ける企業として、「東京都『心のバリアフリー』サポート企業」に登録しました。さらに、先進性、独自性、波及効果等の観点から特に優れた取り組みがあったと認定され、「令和 4 年度 東京都『心のバリアフリー』好事例企業」に選定されました。

東京都「心のバリアフリー」サポート企業
東京都「心のバリアフリー」好事例企業

●「なでしこ銘柄」選出

経済産業省・東京証券取引所が共同で「女性活躍推進」に優れた上場企業を選出する「なでしこ銘柄」に、2014 年・2015 年・2016 年・2017 年・2018 年の 5 年連続で選出され、2021 年には 3 年ぶり 6 回目の選出となりました。

NADESHIKO BRAND 2014
NADESHIKO BRAND 2015
NADESHIKO BRAND 2016
NADESHIKO BRAND 2017
NADESHIKO BRAND 2018
NADESHIKO BRAND 2021

●「ダイバーシティ経営企業 100 選」に選定

女性、外国人、高齢者、障害者など、多様な人材を活用してイノベーションを生み出している企業を経済産業省が表彰する「ダイバーシティ経営企業 100 選」に 2015 年に選ばれました。

DIVERSITY MANAGEMENT SELECTION 100 2015

人事データ

項目	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社員数（単体）（名）※1	4,652	4,490	4,395	4,386	4,421
（男性/女性）（名）	3,724/928	3,577/913	3,495/900	3,445/941	3,444/977
女性社員比率（%）	19.9	20.3	20.5	21.5	22.1
新卒採用数（名）	118	89	98	107	125
（男性/女性）（名）	60/58	43/46	65/33	63/44	66/59
中途採用数（名）	22	37	75	99	100
（男性/女性）（名）	14/8	20/17	48/27	63/36	60/40
女性管理職比率（%）	11.7	13.0	13.5	14.2	15.2
産休制度利用者数（名）	27	57	48	50	43
育児休職利用者数（名）	127	161	192	183	127
（男性/女性）（名）	89/38	104/57	100/92	84/99	85/42
育児時短勤務制度利用者数（名）	97	102	118	113	131
在宅勤務（リモートワーク）利用者（名）※2	3,167	3,181	2,921	3,012	2,561
介護休業制度の利用者数（名）	1	2	1	1	2
月間平均残業時間	10.48	10.90	11.28	11.20	10.95
有給休暇取得率（%）	57.2	60.42	59.13	61.86	58.89
平均年齢（歳）	40.9	41.7	42.3	43.0	42.9
（男性/女性）（歳）	-	43.4/34.9	44.0/35.8	44.7/36.3	44.8/36.3
平均勤続年数（年）	14.3	15.2	15.9	15.5	15.6
（男性/女性）（年）	15.7/8.9	16.6/9.7	17.3/10.4	17.0/9.9	17.2/10.1
離職率（%）	6.9	7.0	7.0	6.3	5.8
離職人数（名）	321	315	306	276	254
障害者雇用率（%）※3	2.29	2.29	2.23	2.39	2.55
初任給（円）※4	大学卒：211,000円（月給）大学院卒：224,620円（月給）	大学卒：211,000円（月給）大学院卒：224,620円（月給）	大学卒：217,000円（月給）大学院卒：230,620円（月給）	大学卒：233,000円（月給）大学院卒：240,600円（月給）	大学卒：245,000円（月給）大学院卒：252,820円（月給）
男女賃金差（全雇用労働者）（%）※5	-	62.5	62.4	64.1	64.2
正規雇用労働者（%）	-	80.8	81.8	83.9	85.0
非正規雇用労働者（嘱託・パートタイマー）（%）	-	88.1	91.9	92.0	93.7

※1 社員数（単体）は、総人数−関係会社出向；受入出向者が含まれています。
※2 2020 年 9 月から育児両立制度としての在宅勤務制度を全社員対象のリモートワーク制度へ刷新。人数は 25 年 9 月時点の利用申請人数。
※3 障害者雇用率はグループ計（（株）ローソン・（株）ローソンウィル・（株）ローソンエンタテインメント・（株）ローソンストア 100）、雇用契約ベース。
※4 東京 23 区在住の場合。その他、勤務地・居住地等により金額が異なります。性別関係なく同一賃金体系を適用しています。
※5 男女賃金差に関する説明。

● データ算出に関する説明

・対象期間：2025 年度（2025 年 3 月 1 日～ 2026 年 2 月 28 日）
・正規雇用労働者 : 役員を除く正社員。
・非正規雇用労働者：嘱託社員、パートタイマー
・パートタイマー労働者については、法定労働時間（8 時間 / 日）で加算した人員数をもとに平均年間賃金を算出。

● 差異に関する補足説明

・正規雇用労働者については、女性の勤続年数が男性と比較して短い（男女差 7.1 年）ことに加え、女性管理職比率（15.2%）が低いことから、賃金差異が生じています。特に管理職においては上位職に占める女性割合（女性部長比率10.2%）が低く、賃金差異への影響が大きくなっています。このため、当社では女性活躍促進を重大な経営課題として位置づけ、2030 年までに女性社員比率・管理職比率ともに目標を30%とし、各種社員向けキャリア研修など人財育成に取り組んでいます。
・非正規雇用労働者に関して、嘱託社員に賃金水準の高い定年再雇用の男性が多く、パートタイマーに女性が多いため、男女の賃金差異が生じています。
・全労働者における男女の賃金差異については、相対的に賃金の高い正規雇用労働者において男性割合が多く（79%）、賃金の低い非正規雇用労働者において女性割合が高い（66%）ため、男女の賃金格差が生じています。

従業員との関わり

労働基準、労働環境等の整備

活躍の土台となる労働環境の整備に関する基本的な考え方

ローソンでは、行動指針である「ローソン WAY」を制定し、グループ理念の実現に向け、それぞれの社員が明確な役割と強い使命感・責任感をもちながら、同じ目標に進んでいけるようにしています。基本となる 5 項目に加え、SV（スーパーバイザー：店舗経営相談員）、MD（マーチャンダイザー：商品開発担当者）、RFC（リクルートフィールドカウンセラー：店舗開発担当者）など、各役職別の WAY も設定し、それぞれの社員が主体性をもって具体的な行動を取れるようにしています。
同時に、社員が元気にイキイキと働きがいをもって働けるよう、労働環境の整備を進めています。社員が安心してすべての仲間たちと共感し、アイデアを声に出し、どんな小さなチャレンジも楽しめるようにするためには、健全な労使関係、そして安全な労働環境が不可欠です。これらを通じてグループ理念を実現し、多くのマチをより幸せにしていきたいと考えています。

労働環境整備への取り組み

健全な労使関係の構築

労働者を保護するために、自由な意思に基づく結社の自由と団体交渉権を尊重しており、「ローソングループ人権方針」に定めています。労働組合の創立当初から健全な労使関係を構築しております。2025 年度も一時解雇の事例は発生していません。

結社の自由・団体交渉権の尊重

1990 年に結成された労働組合「ローソンユニオン」では、「私たちは組合員の『生活の安心と明るい未来』を実現します。」を理念に、組合員を対象にしたさまざまな活動に取り組んでいます。労使間では、建設的な話し合いを重視した労使協議の場を設け、働きやすい職場づくりを目指した努力を続けています。職場環境の改善、組織風土改革や制度活用などの環境整備、生産性の向上について労使一体となった取り組みを行い、労働条件改善に向けた協議を行っています。組織改編や人事関連諸制度改定などの従業員の処遇に大きく影響する事項については、労働組合と事前に協議し、合意を得た上で実施しています。

労働安全衛生

労働法令を遵守の上、労務管理を行っています。具体的には、勤怠システムによる職場及び人事部門による労務管理を徹底し、残業時間や休日・休暇の取得状況などの確認を随時実施しています。その中で特に長時間勤務となりうる社員に対しては、個別の状況確認と対応を検討し、労働時間の適正化に取り組むとともに、必要に応じ産業医面談を実施しています。また、全員が休暇取得計画を期首に立て、部署内で共有しています。事前に業務配分の見直しを進め、計画どおり取得ができているか毎月の進捗確認を行い、働きやすい職場づくりをしています。
賃金に関しては、すべての従業員に対し、地域ごとの最低賃金を遵守するだけではなく、それを上回る賃金を支払うことを基本方針としています。

安全で働きやすい職場環境づくり

社員の就業環境を改善するため、衛生委員会または毎月労使協議の場を通じて就労状況の確認を含めた職場環境整備を社員参加で行っています。
また、安全で働きやすい職場づくりを推進するため「安全衛生方針」を定めています。毎月各地で開催する衛生委員会で、全国の労働災害発生状況と原因の共有、安全な職場環境をテーマとした話し合いを行い、その内容を従業員へ周知することで再発防止に努めています。

安全衛生方針 PDF

労働災害の状況と再発防止に向けた取り組み

労働災害が起こった場合には、労働災害の原因の分析を行い、労働組合とともに再発防止に向けた協議、啓発活動を実施しています。また、産業医による職場巡視など、さらなる安全対策に努めています。

● 労働災害の状況

項目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
労働災害件数 ＊通勤災害除く（件）	26	40	43	38
労働災害死亡件数（件）※1	0	0	0	0
休業災害件数（件）※2	4	9	13	16
休業災害度数率（%）※3	0.32	0.75	1.08	1.35

※1 労働災害（通勤災害は除く）のうち、死亡を伴う労働災害件数。
※2 労働災害（通勤災害は除く）のうち、負傷または疾病の療養のために出勤できなくなった労働災害件数。
※3（休業災害数+死亡災害数）／延べ総実年間労働時間 ×100 万時間

従業員との関わり

健康管理

ごあいさつ



私たちローソンは、グループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」のもと、地域社会とともに歩み、お客さまの健康生活を支える企業を目指しています。その実現のために、FC 加盟店を含めたローソングループで働く従業員が心身ともに健康な状態で、お客さまや地域の健康増進にチャレンジしていきたいと考えています。

健康ビジョンとして「明るく・楽しく・元気に働きがいのある職場の実現」を掲げ、セルフケア意識の向上や仲間同士の思いやりを育む環境づくりに力を入れています。特に、2025 年度は、管理職向けの健康講話の定例化を実現することにより、POS（Perceived Organizational Support：知覚された組織的支援）意識を高め、従業員の健康増進施策の強化が図れました。それらの取り組みを白書にまとめましたので、ぜひご参照いただけますと幸いです。

2030 年に向けた中期経営方針「ローソングループ Challenge 2030」を掲げてチャレンジしていくなか、その基本として、従業員の心身健康状態の維持・向上を重要な経営課題の 1 つとして位置づけています。個々が定義する多様な「健康」を互いに認め合い、それぞれが前向きに自分らしく生活し、やりがいをもって仕事に取り組める環境を整えることは、経営者としての使命です。

代表取締役　社長 兼 CSO※　竹増 貞信

※CSO=チーフ・サステナビリティ・オフィサー：最高サステナビリティ責任者

健康経営宣言

ローソンのグループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」に基づき、お客さまの健康生活全般をサポートする企業として、私たちの健康を推進いたします。

健康は、本人だけでなく家族を含めた望みであり、会社の発展にとっても欠かせない要素です。家庭生活が充実してこそ仕事で最高のパフォーマンスが発揮できます。

また、健康寿命延伸は、労働力の確保、医療費削減等、日本における社会の要請でもあります。
ローソンは、経営としてローソングループの健康の維持向上に努めることを宣言いたします。

代表取締役　社長 兼 CSO　竹増 貞信

■認定・表彰

健康ビジョン

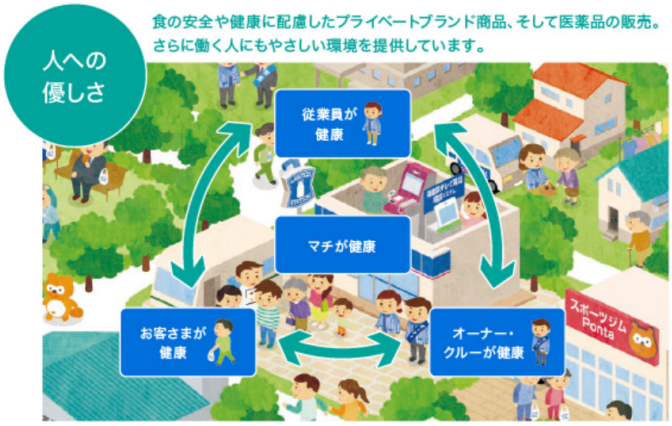
健康ビジョン

明るく・楽しく・元気に働きがいのある職場の実現

- セルフケア意識が高く心身ともに健康でパフォーマンスを最大限発揮できる状態
- 仲間の言動、状態を尊重し、思いやりをもって協力しあえる状態

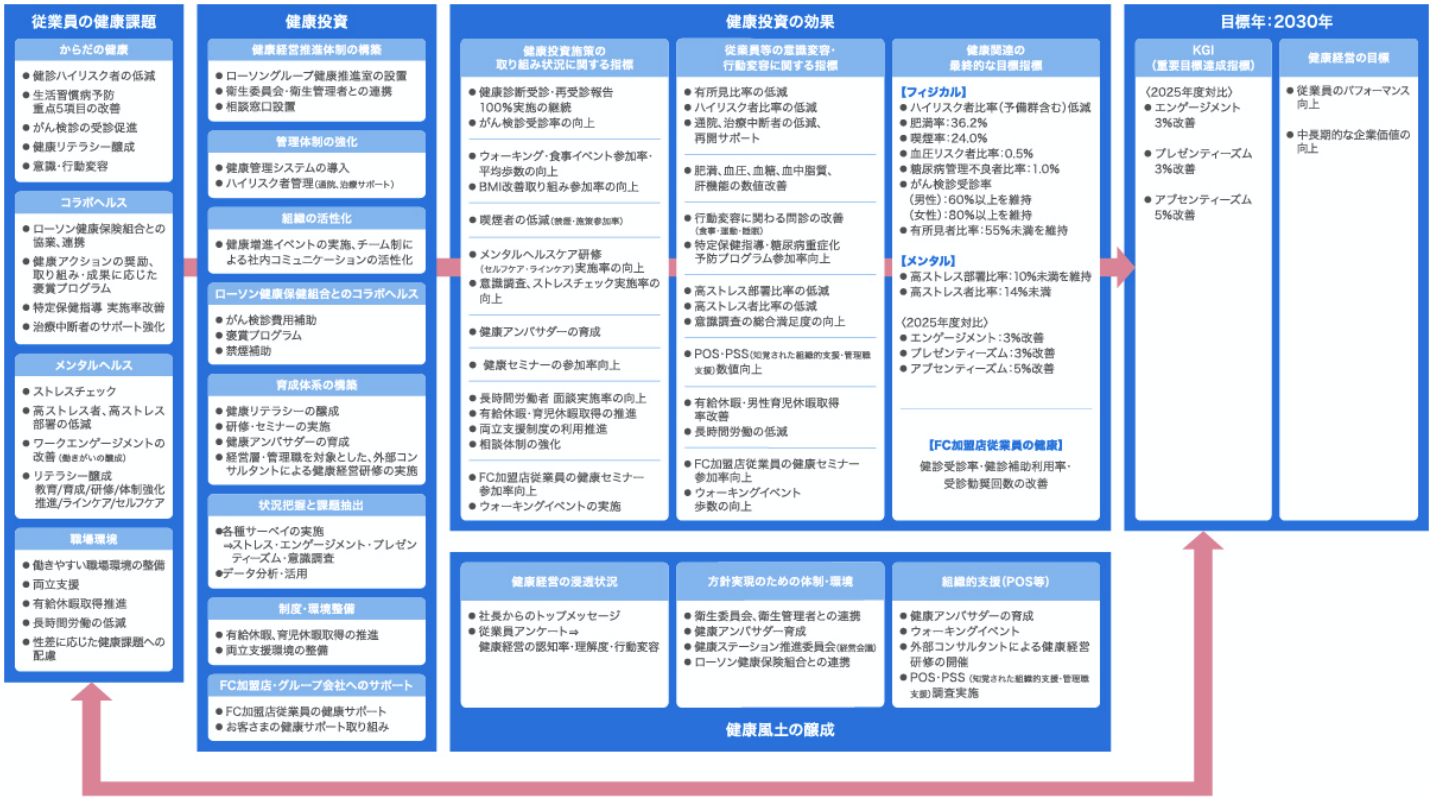
ローソンはグループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」のもと、「マチの“ほっと”ステーション」を目指し、事業方針「3 つの約束」の実現にチャレンジしています。その中の 1 つである「人への優しさ」では、食の安全や健康に配慮した商品、医薬品の販売、さらに働く人にもやさしい環境を約束しています。
FC 加盟店オーナー・クルーを含む従業員が「健康」の意味や意義について共有・共感・協同できるよう、ローソングループ健康推進室、人事本部、ローソン健康保険組合、そして個人である従業員それぞれが課題発見→取り組み→検証を行う PDCA サイクルを回せる体制を構築しています。常にこのサイクルを回し続けることで、課題を的確に把握し、社会環境の変化や従業員の価値観の変容に応じた施策を実施できるよう、今後も取り組んでまいります。





健康経営戦略マップ

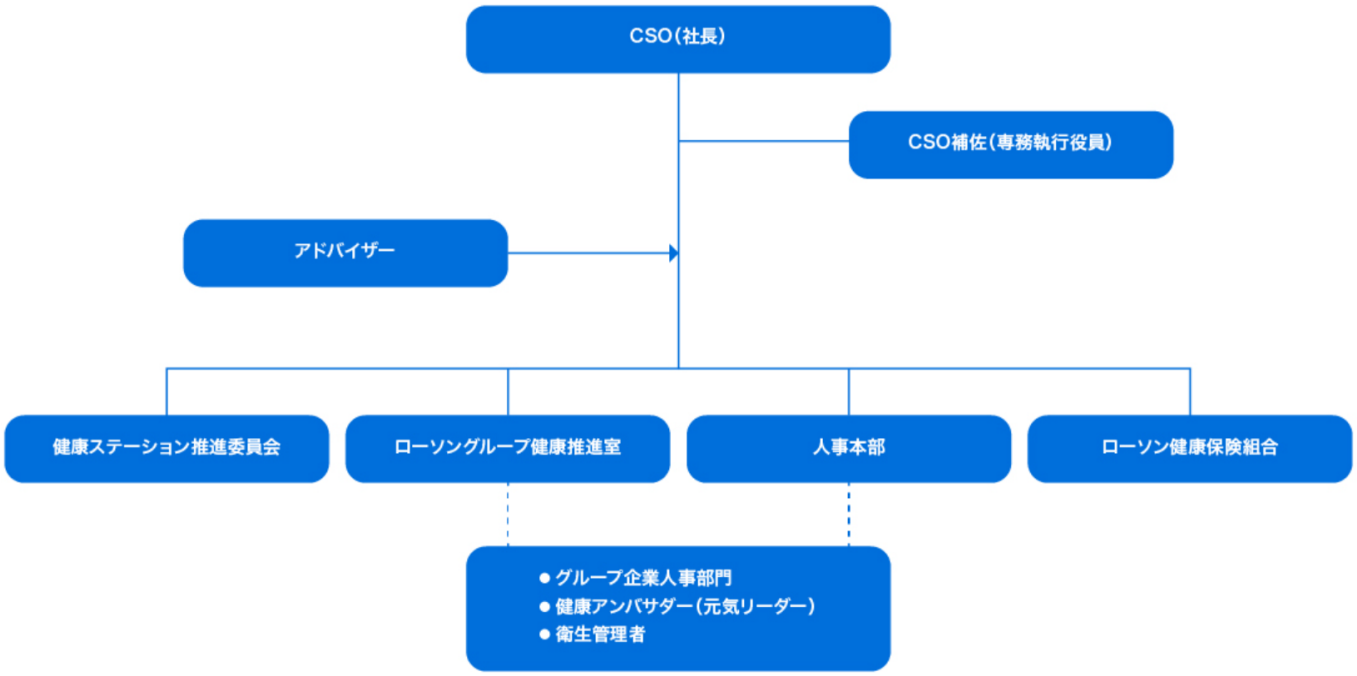
グループ理念「私たちは “みんなと暮らすマチ” を幸せにします。」、健康ビジョン「明るく・楽しく・元気に働きがいのある職場の実現」のため、2030 年度までの目標を「従業員のパフォーマンス向上」と「中長期的な企業価値の向上」とし、KGI を「エンゲージメント・プレゼンティーズム・アブセンティーズムの改善」と設定しました。
この目標を実現するため、従業員の健康課題、健康投資、投資効果、風土醸成といった枠組みを体系化し、健康経営取り組みを推進しています。



健康経営推進体制

社長が CSO として、健康ステーション推進委員会委員長となり、社内及びお客さまに向けて健康の取り組みや、健康経営を強化・牽引しています。
グループ従業員の良好な健康状態の維持･向上のため、専門スタッフの常駐する「ローソングループ健康推進室」を社長直轄として設置し、人事本部、ローソン健康保険組合、労働組合(ローソンユニオン)と連携し、さまざまな施策を展開しています。また、各エリアに配置している「元気リーダー」を中心に健康アンバサダー活動を実施しています。健康活動を広げるアンバサダーとして、各エリアの従業員が健康に関心がもてるよう情報発信等を積極的に行っています。
2024 年度からは「健康経営」取り組みのグループ各社への拡大を開始。ローソン健康保険組合とともに支援し、グループ各社も「健康経営優良法人」認定取得を目指しています。

健康経営推進体制図



2026年3月時点

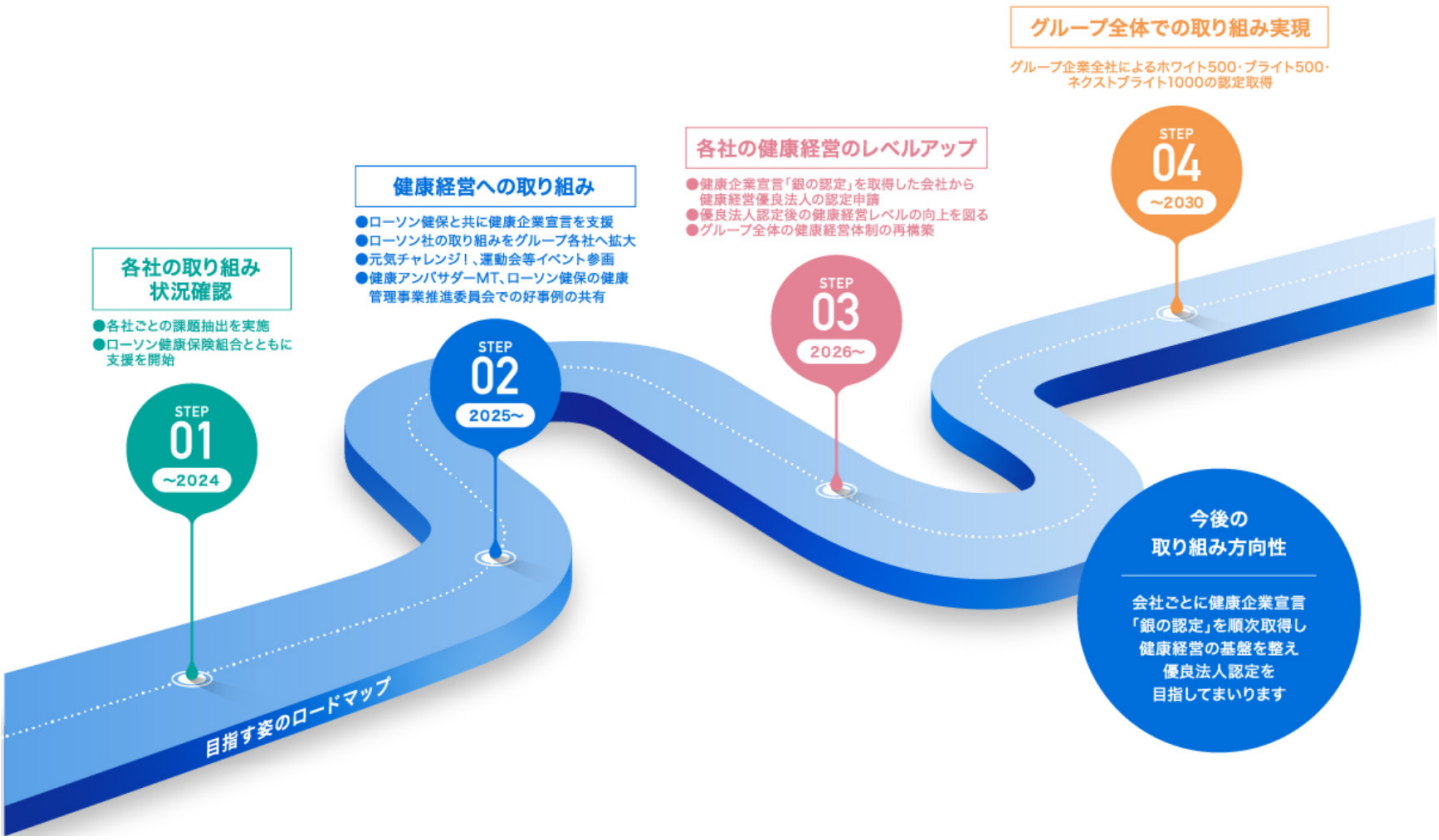
実施している主な健康会議（2025 年度）

名称	開催頻度	主な出席者	内容
健康ステーション推進委員会（経営層との協議会）	年2回	CSO、CSO補佐、全本部長、全カンパニープレジデント、ローソン健康保険組合、産業医（顧問）、アドバイザー、人事本部、保健師、ローソングループ健康推進室	会社全体の健康取り組み方針、各事業場の従業員の健康状況の確認、及び今後の健康施策等に関する協議・意見交換
アドバイザーとの対話	年11回	CSO、CSO補佐、産業医（顧問）、保健師、ローソングループ健康推進室	会社全体の健康取り組み方針に関する相談・意見交換、各事業場の従業員の健康状況の確認、及び社会情勢を踏まえた今後の取り組みに関する相談・意見交換
健康管理事業推進委員会	年2回	ローソン健康保険組合、各グループ会社人事担当者、保健師、ローソングループ健康推進室	ローソン健康保険組合の保健事業・活動に関する、年間を通じての活動評価・意見交換、各グループ会社従業員の健康状態の確認
健康アンバサダーMT	年6回	各部門の健康施策推進者、元気リーダー、各グループ会社人事担当者、ローソン健康保険組合、産業医（顧問）、保健師、ローソングループ健康推進室	会社全体及び各部門の従業員の健康状態、推進している健康施策の状況確認及び改善に向けての協議
健康経営講話	年3回	全カンパニープレジデント、全管理職	健康経営に関する情報共有、会社全体の健康取り組み方針の確認、及び今後の健康施策等に関する協議・意見交換
衛生委員会 50人以上の事業場（11ヵ所）	月1回	議長、衛生管理者、産業医、労働者代表、人事担当、保健師	会社全体及び各事業場の従業員の健康状態や労働時間、職場巡視結果、推進している健康施策状況の確認及び改善に向けての協議

グループ企業に対する取り組み

2024 年度からグループ各社の健康経営への取り組み支援を行っています。
2025 年度は、毎月の衛生委員会資料を各社人事へ共有し、ローソン社の健康経営取り組みを横展開することで健康経営浸透を図りました。また、ローソン健康保険組合に加入するグループ各社へ健康企業宣言※の実施に向けた支援を実施。3 社が宣言を行い、1 社が銀の認定を受けています。今後もグループ全体で健康経営が推進できるよう取り組んでまいります。

※健康企業宣言は、企業が従業員の健康管理を経営的視点で考え、健康づくりに積極的に取り組むことを内外に表明する制度です。加入している健康保険組合へエントリーし、健康診断受診率 100%や食生活・運動改善などの目標（Step1/Step2）を達成すると「健康優良企業」として認定されます。



2025 年度健康診断結果

定期健康診断の適性範囲者比率

2025 年度健診結果に関する KPI については、目標未達となりました。この背景には当社グループ従業員の平均年齢の上昇という構造的な要因があると分析しております。当社はこの現状を真摯に受け止め、次なるステージへの転換点と捉えています。特に課題となった BMI の改善に向けては、若年層を対象とした新たなヘルスケアプログラムを展開し、生活習慣の早期改善を促すことで、組織全体の活性化を図ります。

従業員のウェルビーイング向上は、持続的な企業価値向上の源泉です。今後もローソングループ健康推進室とローソン健康保険組合が密に連携し、実効性の高い施策を展開することで、健康経営基盤の構築に邁進してまいります。

		2020年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2025年度目標	目標との差異
肥満	男性 BMI25未満かつ腹囲85cm未満	48.0%	46.8%	47.0%	47.3%	45.0%	44.6%	52.0%	▲7.4%
	女性 BMI25未満かつ腹囲90cm未満	77.6%	75.4%	75.9%	75.1%	74.6%	74.2%	79.0%	▲4.8%
血圧	収縮期130mmHg未満かつ拡張期85mmHg未満	71.4%	72.9%	73.1%	72.3%	71.9%	71.9%	76.0%	▲4.1%
肝機能	AST31未満かつ ALT31未満かつγ-GT51未満	65.7%	65.8%	67.7%	67.9%	67.9%	68.6%	72.0%	▲3.4%
脂質	中性脂肪150mg/dl未満かつ HDL-C40mg/dl以上	78.0%	79.5%	80.4%	81.1%	81.2%	80.9%	82.0%	▲1.1%
血糖	空腹時血糖値100㎎/dl未満かつ HbA1c5.6%未満	65.2%	62.2%	60.8%	58.3%	57.4%	55.7%	66.0%	▲10.3%
喫煙	現在、たばこを習慣的に吸っていますか「いいえ」	69.2%	70.9%	71.8%	72.6%	72.5%	73.7%	75.0%	▲1.3%

ローソン健康保険組合　全年齢・本人加入者
※数値は適正範囲者の比率。

生活習慣に関する問診結果

2025 年度の問診結果に関する KPI は、達成した項目と未達の項目が混在する結果となりました。睡眠に関する項目において目標を達成し、従業員の意識変容が着実に進んでいます。また、食習慣及び運動に関する項目は目標には届かなかったものの、以前と比較して確かな改善傾向が見て取れます。多くの項目で課題が残る結果となりましたが、当社はこれを企業の持続可能な成長のための重要な伸びしろであり、次なる成長への機会と捉えております。
今後も従業員のウェルビーイングを企業価値向上の源泉とし、健康経営を強力に推進してまいります。

	2020年度 実績	2021年度 実績	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 実績	2025年度 目標	目標との 差異
1回30分以上の軽く汗をかく運動を、 週2日以上かつ1年以上実施している	21.6%	22.2%	22.3%	23.4%	24.1%	23.5%	25.0%	▲1.5%
日常生活において歩行又は同等の身体活動を 1日1時間以上実施している	47.2%	45.2%	44.7%	46.0%	46.5%	45.7%	48.0%	▲2.3%
就寝前の2時間以内に夕食を取ることが 週に2回以下である	53.9%	53.8%	55.1%	55.0%	53.8%	54.8%	60.0%	▲5.2%
朝昼夕の3食以外に、 間食や甘い飲み物を取ることは殆どない	84.2%	84.8%	84.3%	85.4%	84.1%	83.0%	86.0%	▲3.0%
朝食は毎日取っている、 もしくは朝食を抜くことは週に2回以下である	56.3%	55.2%	56.8%	56.9%	57.2%	57.9%	58.0%	▲0.1%
睡眠で、休養が十分に取れている	71.3%	65.1%	70.6%	67.5%	66.1%	68.5%	68.0%	0.5%

ローソン単体（クルー除く）

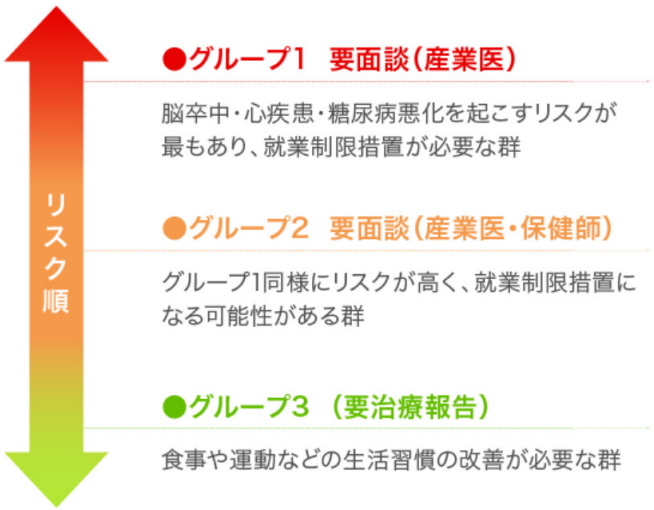
健康診断に関わる取り組み

従業員一人ひとりが、より健康で生産性が高い状態で働ける職場にするためには周囲のサポートが不可欠であると考えています。そのため「健康アンバサダー」を各エリア・部署に配置し、周囲の従業員へ健康情報や施策の周知を担ってもらい、食事や運動など生活習慣の改善や健診受診、面談などを気兼ねなく実施できる環境づくりを進めています。また各部署の責任者に週次の健診予約状況などの必要な情報を提供することで、従業員がスピーディーに対応できるようにサポートしています。こうした取り組みを継続することで、健診受診、再受診報告の完了時期も年々前倒しとなっています。

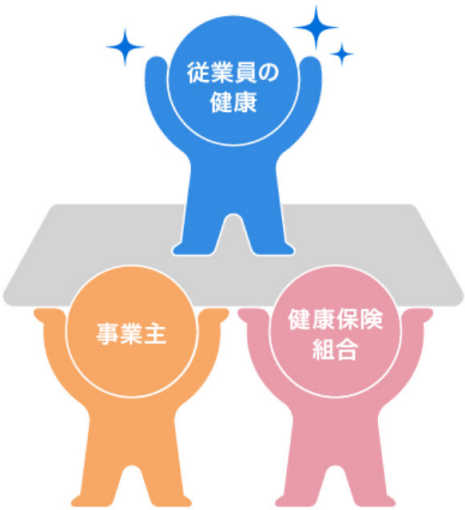
健診事後措置対応

健診事後措置では、健康診断の結果、要治療と判定された従業員を対象に、早期の医療介入及び治療開始をサポートすることを目的として取り組んでいます。取り組みを継続することにより、定期健康診断受診率及び再受診報告率は、毎年 100%を達成しています。
当社では、健康リスクの高い順に 3 段階の階層を設けています。リスクに応じて速やかに治療を開始できるよう、人事本部や各職場、ローソン健康保険組合と連携しながら、従業員の健康をサポートしています。2024 年度からは「途切れない医療体制」の構築を目指し、ローソン健康保険組合と連携する取り組みを開始しました。その結果 2025 年度では、介入頻度の高いリスク群であるグループ 1・2 の割合が減少し、通院継続によって血圧や糖尿病の検査数値の改善が着実に進んでいると考えています。
これらの取り組みにより、従業員一人ひとりが心身ともに健康で、最大限のパフォーマンスを発揮できる状態を目指し、今後もサポートを続けてまいります。

当社が設定するハイリスク者区分



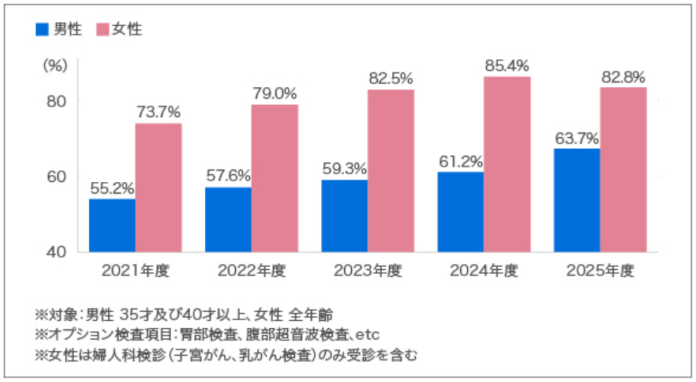
コラボヘルスによるサポート体制



オプション検査（がん検診）の受診率向上

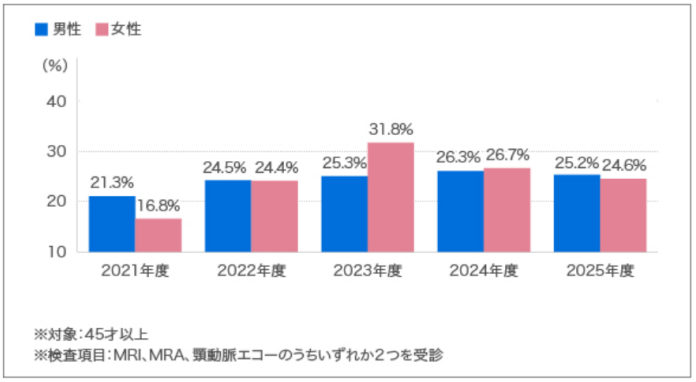
定期健診受診時にオプション検査（がん検診）を追加して受診できるようにし、受診の必要性や検査方法について詳しく周知する取り組みを継続しています。
男女ともに受診率は伸長傾向にあります。特に女性は 2020 年度から全年齢において、婦人科検診を無償化するなど取り組みを強化しており、2023 年度以降の受診率は 80%を超えています。
また、脳検査においても、定期的な受診を推奨しており、男女ともに 25%前後で推移しています。

■オプション検査（がん検診）受診率



ローソン単体（クルー除く）

■脳検査受診率

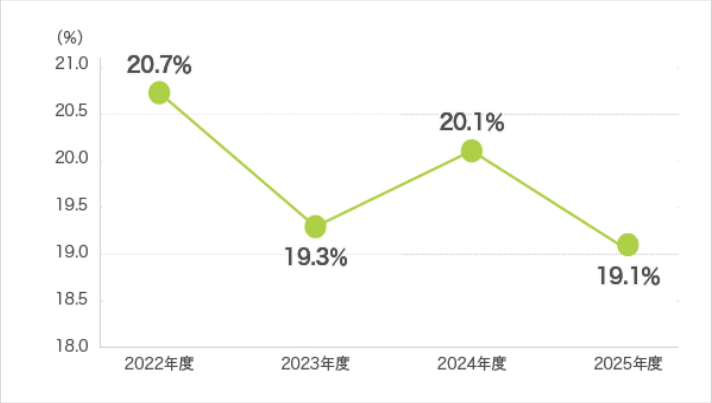


ローソン単体（クルー除く）

特定保健指導（健康サポートプログラム）

2016 年度から事業主とローソン健康保険組合のコラボヘルスとして取り組みを強化してきました。ローソングループでは、事業主から対象者に個別勧奨を徹底し、また就業時間内でのプログラム参加を許可すること等により、実施率の改善に努めています。
2025 年度の実施率はローソン健康保険組合加入の被保険者（正社員・クルー）と被扶養配偶者の合計で 40%となりました。継続的な取り組みの結果、徐々にではありますが、40 歳以上の特定保健指導対象者比率が下がってきています。
一方で、ローソングループでは 20 代後半から肥満率が高まる傾向があり、新たな特定保健指導対象者の増加の要因となっています。そのため、今後は 40 歳未満の若年層を対象とした保健指導を実施することで、新たな流入を防ぎ、特定保健指導対象者比率を下げる取り組みを行います。

■特定保健指導対象者割合

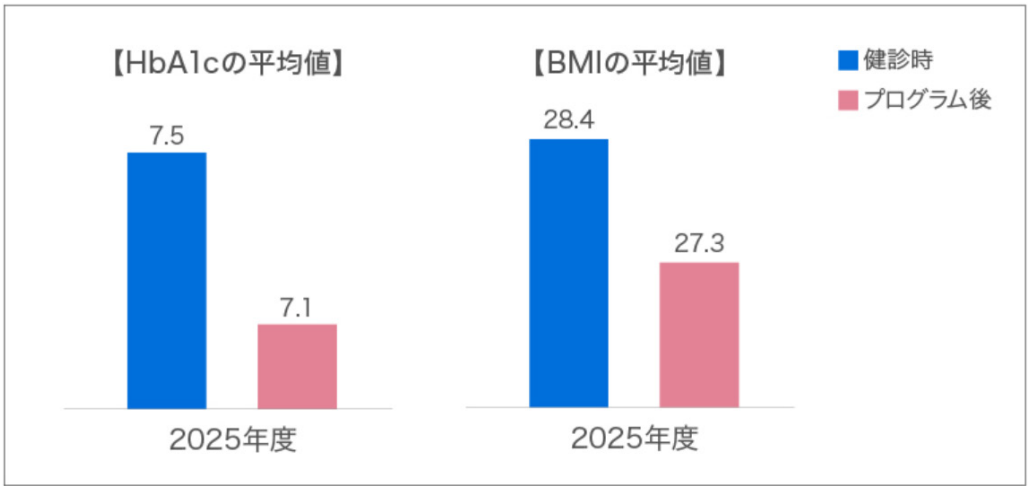


ローソン健康保険組合／40才以上：全加入者（特定保健対象者のみ）

糖尿病対策アクション（糖尿病重症化予防プログラム）

2021 年度から、糖尿病の発症・重症化リスクが高い方を対象に、グルコース値の常時測定可能なデバイス「FreeStyle リブレ」を利用し、セルフラーニングによる数値改善を目的として「血糖コントロールプログラム」を実しています。
2025 年度においては、健診時の参加者の平均 BMI は 28.4 でしたが、プログラム終了後には 27.3 となり、平均で約 4%の減少が認められました。
また、健診時の HbA1c 平均値は 7.5 であったのに対し、プログラム終了後には 7.1 まで低下し、平均で約 3%の改善が見られました。
2024 年度の BMI・HbA1c の改善状況と比較しても同等以上の改善が確認されています。なお、2025 年度健診結果において、2024 年度参加者のうち 8 割以上の人が維持改善しており、セルフラーニングの効果により、生活習慣改善につながったと評価しています。

■参加者の変化（プログラム参加者：13名）



健康は企業の持続的成長を支える最も重要な基盤の一つです。ローソングループが実施する健康経営推進のもと、ローソン健康保険組合も一体となり、従業員とそのご家族の皆さまが健康で活き活きと生活できる環境づくりを支援しています。
近年、働き方や生活環境の変化により、従業員の健康に関する課題は大きく変化しています。特に、データ分析の結果から、20 代後半以降で BMI 値が高くなる傾向が顕著に見られることが明らかとなりました。若年期における肥満は、40 歳以降の生活習慣病発症リスクを高める重要な要因であることから、これまで以上に早期からの介入が必要であると認識しています。
こうした背景を踏まえ、2026 年度においては「メタボリックドミノ」のセンターピンとなる BMI に注目し、行動変容を促す取り組みを重点的に推進してまいります。データヘルスの活用を通じて個々の健康状態に応じた支援を強化するとともに、生活習慣改善のきっかけを提供し、重症化予防へとつなげてまいります。



ローソン健康保険組合理事長　日野 武二

メンタルヘルスケアの取り組み

健康経営宣言を受け、「からだ」同様に「こころ」もよりよい（生産性が高まる）状態で働けるよう、包括的に取り組みを進めています。産業医がデータ分析、研修等の取り組みに全面的に参画し、直接従業員に専門的な知識・指導を実施できる体制を整えています。ストレスチェックや従業員意識調査等の実施により、従業員のストレス度・働きがい・満足度を分析することで、部署別・職種別の課題の抽出、職場環境改善の取り組みを推進しています。

サーベイ結果分析・実態の見える化

各調査結果の分析により、従業員のメンタルヘルスの見える化を進めています。
また、部署別の特徴や対策例のフィードバック、各種研修の実施により、各部署の責任者が自発的に結果分析・改善アクションを実施できるようにサポート体制を強化してきました。
こうした取り組みにより、2022 年度以降は各数値の改善が進んでおり、最終目標指標であるプレゼンティーズムの改善にもつながっています。

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
ストレスチェック実施率（%）	91.0%	94.1%	92.5%	95.4%	94.5%
高ストレス者比率（%）	14.1%	15.3%	15.2%	14.1%	14.1%
高ストレス産業医面談対象者比率（%）	4.3%	5.0%	4.8%	4.3%	4.4%
高ストレス部署比率（%）	15.2%	15.4%	13.1%	11.9%	9.7%
エンゲージメント※1	3.7	3.3	3.3	3.3	3.3
プレゼンティーズム※2	3.7	6.2	6.3	6.4	6.4

ローソン単体（クルー除く）

※1 2021年度まで自社基準、2022年度よりUWESにて調査実施。回答者4,172人、回答率94.5%
※2 2021年度まで自社基準、2022年度よりWHO・HPQにて調査実施。回答者4,172人、回答率94.5%

ラインケア

従業員の特徴や課題を考慮したラインケア研修を、全管理職が受講しており、受講者の 97.5%が業務において活用できると回答しています。主に心理的安全性の確保や効果的なコミュニケーション方法、体調不良時の適切な対応、産業保健スタッフとの連携タイミングなどを「メンタルヘルスケアの大原則」として重点的に学習しています。これにより、管理職が配下の従業員の健康面をしっかりとサポートできる体制を整えています。

セルフケア

全従業員がセルフケア研修を受講しており、特にストレスコーピング力の醸成について重点的に学習しています。また、入社時や管理職登用時等の階層別の研修においても、当社従業員の特徴や課題を踏まえ、フィジカルケアを含めた心身の健康管理方法について学習するなど、従業員一人ひとりが自主自律して健康管理を行える職場環境の整備を進めています。

復職支援プログラム

産業医・保健師による面談をはじめ、人事本部や職場と連携し、重症化を防止する体制を構築しています。
休職者については、再休職を防ぐことを目的に、本人・職場・人事本部・産業保健スタッフの 4 者間で情報共有を行う復職支援プログラムを 2020 年度から導入しており、休復職者のスムーズな職場復帰や職場の受け入れ体制構築の一助となっています。
取り組みの成果として、メンタル不調で休職した従業員が 5 年以内に再度休職する割合は 7.6%と非常に低く推移しています。

相談窓口

- メンタル及びフィジカル面の問題について社内・社外に相談窓口を設置し、従業員がメール・電話・対面等で気軽に専門スタッフに相談できる環境を整備しています。
- FC 加盟店を含む従業員に対し、カスタマーハラスメントやお客さま対応に関する相談窓口を設置しています。



健康リテラシー向上への取り組み

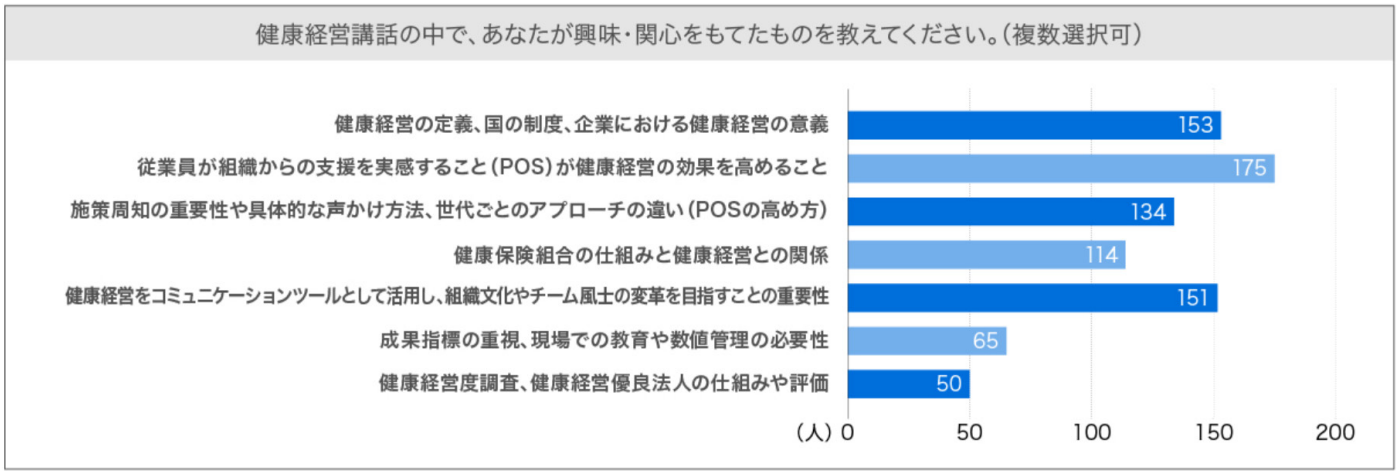
健康経営講話

昨年度に続き、健康経営の重要さを浸透させるために、各カンパニープレジデントをはじめ 300 人超の課長職以上の管理職向けに、健康経営アドバイザーによる健康経営講話を全国（オンライン）で開催しました。働き方の多様化や価値観の変化が進む中で、管理職には「業務管理」だけでなく、メンバーの心理的安全性やエンゲージメントを支える役割が求められています。管理職が健康経営について学び、配下の従業員に周知することで、積極的な職場環境改善へとつながるように働きかけてまいります。

～ POS（Perceived Organizational Support）の視点から、組織の活力を高める～

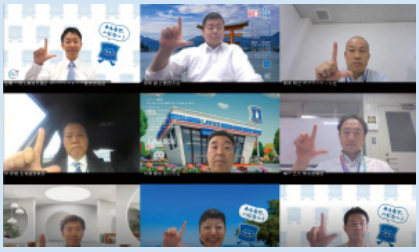
近年、企業における健康経営は「病気を防ぐ」だけでなく、従業員一人ひとりの“働きがい”や“組織の活力”を高める取り組みへと進化しています。2025 年度は、昨年の内容に加え、POS（Perceived Organizational Support：知覚された組織的支援）に基づき、「強みを活かす」「よい感情を増やす」「人とのつながりを育てる」「意味や達成感を感じる」といったプラスの要素に注目しています。

講話では、管理職自身がまず自分の状態を整えることの重要性や、チーム（部署）内で前向きなコミュニケーションを生み出すヒントについても紹介しました。



健康経営講話参加者（n=304）

参加者からは、特に以下の内容に関心が集まりました



■健康は個人任せではなく“組織文化”

社員本人の努力だけでなく、上司の声かけやチームの空気感が大きく影響すること。

■“注意”より“承認”が行動を変える

課題指摘だけではなく、小さな行動変化を認めることが継続につながること。

■管理職自身のセルフメンテナンス

管理職が疲弊すると、組織全体にも影響が広がるため、「まず自分を整える」ことの重要性。

階層別の健康支援

各階層の状況に応じて、必要な健康情報の提供を行い、従業員の健康リテラシーの向上を体系的に進めています。

対象	実施内容
新入社員	ローソンの健康取り組み全体像の提示 メンタルヘルスの基本（セルフケア）提示
店長	入社後の体重変化の提示 ストレスコーピング方法の提示
スーパーバイザー	入社後の体重変化の提示 生活習慣改善意識の醸成（肥満）
管理職	健康講話（健康経営取り組みの重要性とローソン健康保険組合の仕組みの理解） 全管理職へのメンタルヘルス（ラインケア）eラーニングの実施 体調不良者のサポート方法提示
全員	健康ポータルの活用促進 ウォーキングイベント（元気チャレンジ）の実施 健康診断前チャレンジプログラムの実施 毎月の健康情報配信（社内イントラネット、衛生表員会） 全社員へのメンタルヘルス（セルフケア）eラーニングの実施 女性の健康eラーニング・性差健康に関するアンケートの実施 相談窓口の設置・周知



～社内イントラネットの活用～

2023 年度から健康に関連する情報をまとめた「健康ポータル」を社内イントラネットへ掲載しています。従業員が、相談窓口やどういったときに相談したらよいのか等の情報を取りに行きやすくすることを目的に、相談窓口の案内や健康リテラシー向上に役立つ情報の更新などを随時実施しています。
また、健康情報については年間でテーマを決めて、毎月発信しています。（閲覧率目標 8.5%以上）2025 年度はメンタルヘルスをテーマに実施し、閲覧率は 13%でした。引き続き健康ポータルの認知を広げることで、健康リテラシー向上に取り組んでまいります。

女性の健康

当社では女性の健康に関するアンケートを通じて、日々の働きやすさの実態把握を進めています。その中で見えてきたのは、体調そのものに加えて「周囲に迷惑をかけてしまうのではないか」「相談しづらい」といった心理的な要因が日々の働きやすさに影響を及ぼしているという現状でした。
そこで、働きやすい環境づくりを重要課題とし女性の健康 e ラーニングを作成し、管理職を中心に性差の健康課題の理解促進を推進しています。e ラーニングの受講者は 1,300 名を超え、「理解が進むようにこのような取り組みをもっと実施してほしい」「家族の辛さを理解することができた」等と理解促進に寄与しています。また国際女性デーにおける取り組みでは、女性の健康とともに働きやすさについて考える WEB セミナーを実施し、健康だけではない理解促進と意識醸成を図っています。
一人ひとりが無理を抱え込むことなく、コンディションに応じて力を発揮できる環境を整えることは、生産性の向上やエンゲージメント強化につながる重要な基盤です。今後も社員の声に寄り添いながら、組織全体のパフォーマンス向上につながる環境整備を継続してまいります。

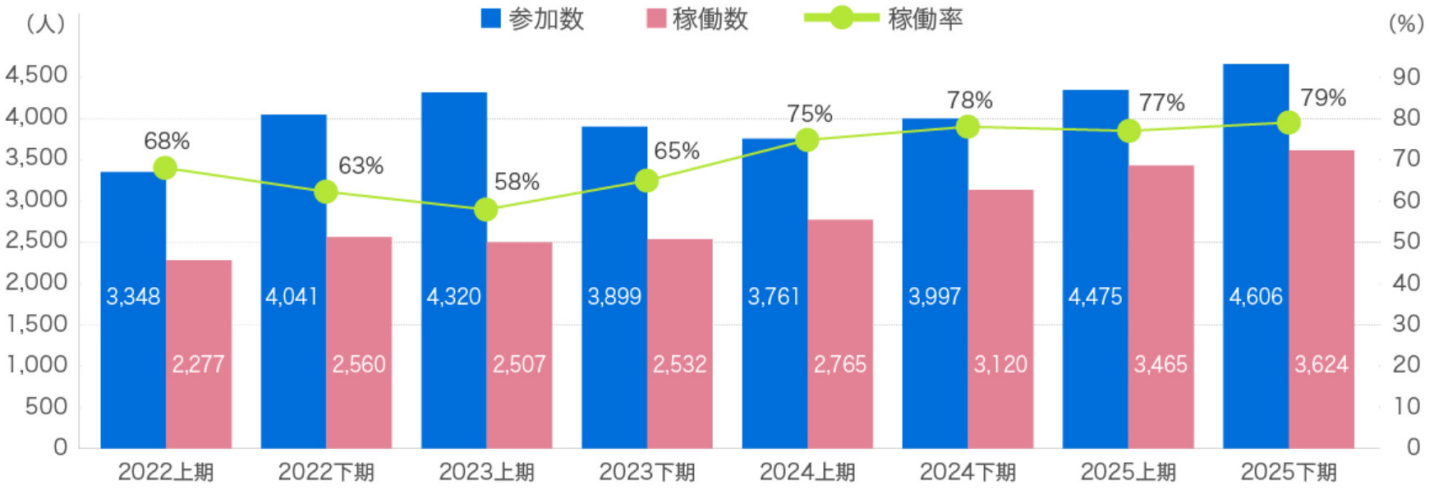
健康増進施策

従業員　健康増進施策「元気チャレンジ!」

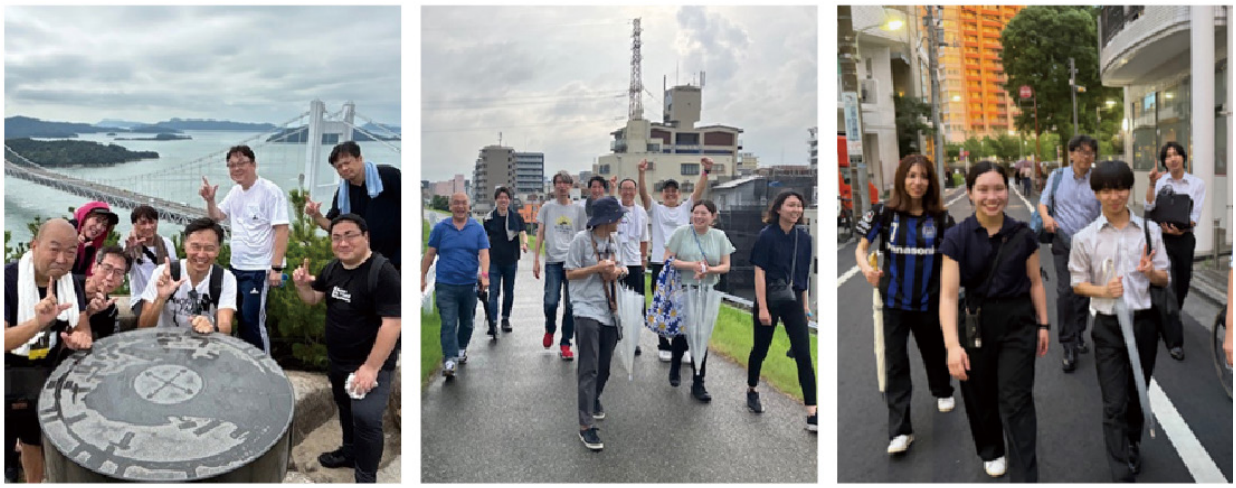
当社では、従業員の健康維持・増進と、部署を超えたコミュニケーション活性化を目的に、健康増進施策「元気チャレンジ!」を実施しています。「元気チャレンジ!」は、食事管理アプリを活用し、日々の食事・運動・生活習慣を記録することで、自身の健康状態を“見える化”し、生活リズムを整える取り組みです。さらに、チーム単位で参加することで、互いに声をかけあいながら継続できる仕組みとなっており、自然なコミュニケーション醸成にもつながっています。本施策は、ローソングループ 6 社合同で実施しており、2025 年度で 9 年目を迎えました。
2025 年度のアプリ稼働者数は 3,620 名となり、参加者数は年々拡大しています。
2025 年度は新たな取り組みとして、チームのウォーキングを社内コミュニケーションツール「Teams」へ投稿する企画を実施。延べ 230 名を超える従業員が日々の活動内容を共有し、部署や会社を超えた交流が生まれました。

参加者の約 7 割近くが高い満足度を維持し、また、2 割弱の参加者が「体重減少」や「体調改善」など、身体面での変化を実感しており、健康行動の習慣化にもつながっています。
参加者にはインセンティブとして Ponta ポイントを付与しています。加えて、2020 年度から継続している任意参加型の「ほっ♪と応援ポイント」では、獲得したポイントをフードバンクや「ローソングループ“マチの幸せ”募金」へ寄付する活動も実施しています。2025 年度までの累計寄付額は延べ約 53 万円となり、健康づくりを通じた社会貢献活動にもつながっています。
今後も、従業員一人ひとりの生活習慣改善と、職場内コミュニケーションの活性化を支援する取り組みを推進してまいります。

■従業員　健康増進施策「元気チャレンジ！」



参加企業	株式会社ローソン、株式会社ローソン銀行、株式会社ローソンアーバンワークス、株式会社ローソンデジタルイノベーション、株式会社ローソンエンタテインメント、株式会社ローソンストア100、株式会社ベストプラクティス

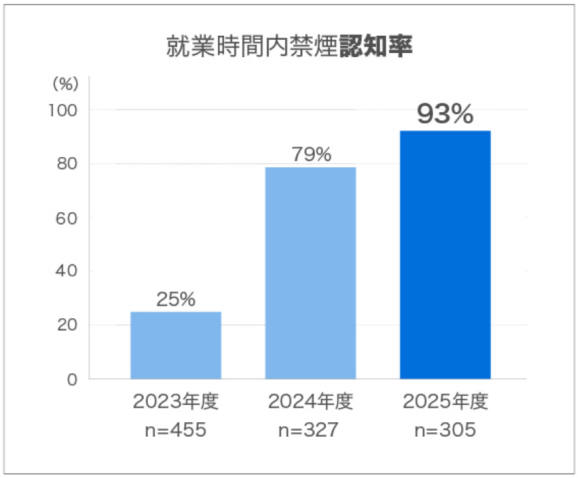


ウォーキングの様子

禁煙推進

従業員の健康推進及び受動喫煙防止を目的として経営層とともに従業員の禁煙を応援する組織風土の醸成に取り組んでいます。2025 年度は、卒煙された経営層へインタビューを行い、卒煙成功の秘訣と従業員の健康のための禁煙推進についてメッセージを発信しました。2018 年度から実施している就業時間内禁煙については、毎年ルールの再周知を行うことで認知率が年々向上しています。引き続き実効性の維持・向上を図ってまいります。

■【社内アンケート】たばこに関するアンケート調査結果（2023-2025）



ローソン単体（喫煙者）



卒煙インタビュー記事

スポーツ大会

2009 年度から「スポーツ大会」を毎年実施しています。2023 年度からは、グループ各社も参加しています。
2025 年度は全国 9 ヵ所で運動会を実施し、総勢 3,297 名が参加しました。運動会では、全社共通種目及びエリア独自種目を組み合わせながら、組織横断型のチームで熱戦を繰り広げました。
休憩時間には、血管測定やカラダチェックを実施し、多くの参加者が体験しました。運動会を通じて自身の体力の変化や健康状態を見つめ直すきっかけとなり、健康意識の向上につながったと考えます。また、部署や世代を超えた交流が促進され、コミュニケーション活性化の機会としても有効でした。



各エリアの集合写真



運動会の様子

FC 加盟店オーナー・クルーの健康増進

FC 加盟店従業員の健康改善取り組みとして、オーナー・クルーの全国セミナーでは転倒・腰痛予防、姿勢改善といったロコモ予防運動セミナーを開催しています。また、オーナーへの健康維持・増進のため、ウォーキングやエクササイズなどでカラダを動かし、心身の健康増進のきっかけづくりを目的とした健康セミナーで、効果的なストレッチや身体機能チェック方法の紹介をしています。健診受診促進及び健康リテラシー向上のため、引き続きオーナー・クルーの皆さんへの健康増進呼びかけを実施してまいります。



セミナーの様子

健康経営の主要数値

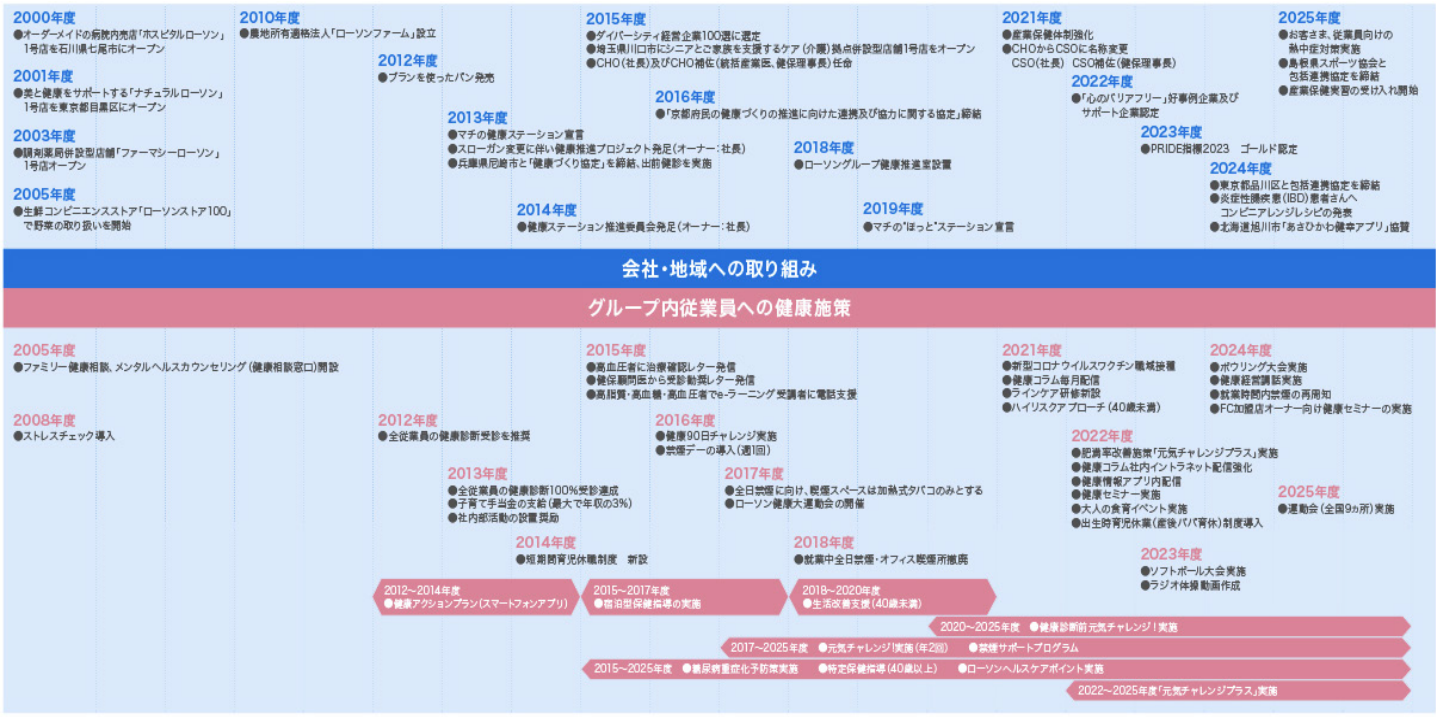
労働安全衛生法令の遵守をベースに、従業員が明るく・楽しく・元気に日々過ごすこと、自発的に健康づくりに取り組むこと、仕事と健康を両立することを柱に、活動を推進しています。
従業員の心身健康に関連する数値項目を一覧として表わし、当社の取り組み進捗として報告してまいります。

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
ストレスチェック実施率	100%	100%	100%	100%	100%
健診　有所見者比率※1	50.1%	49.2%	48.0%	55.7%	53.7%
健診　再受診・結果報告率	100%	100%	100%	100%	100%
オプション（がん検査）受診率（男性）※2	55.2%	57.6%	59.3%	61.2%	63.7%
オプション（がん検査）受診率（女性）※3	73.7%	79.0%	82.5%	85.4%	82.8%
ストレスチェック実施率	91.0%	94.1%	92.5%	95.4%	94.5%
高ストレス者比率	14.1%	15.3%	15.2%	14.1%	14.1%
高ストレス者　産業医面談対象者比率	4.3%	5.0%	4.8%	4.3%	4.4%
高ストレス部署比率	15.2%	15.4%	13.1%	11.9%	9.7%
アブセンティーズム（日）※4	2.1日	2.6日	2.3日	2.4日	3.1日
禁煙率	70.2%	71.8%	72.2%	71.9%	73.2%

ローソン単体（クルー除く）

※1 2024年度より対象項目を法定項目に変更。
※2 対象年齢：2024年度以前：35才以上、2025年度以降：35才、及び40才以上。
※3 対象：全年齢
※4 傷病による休職日数と全従業員数の比率（2025年度　全従業員数4547名）。

これまでの取り組み



くるみん	健康経営銘柄	東京都スポーツ推進企業	えるぼし	プラチナくるみん	心のバリアフリー	健康優良法人ホワイト500	スポーツエールカンパニー
2009年～2018年認定	2015年～2017年、2021年選定	2017年～2025年認定	2018年～2025年認定	2018年～2025年認定	2022年～2025年認定	2017年～2026年認定	2017年～2026年認定

健康白書の作成

全社員の健康の推移と各種取り組みの成果を数値的に分析し、目標値の進捗状況やその他データヘルス計画に基づく結果等を健康白書として作成し、毎年度公表します。

ローソングループ健康白書 2026（2025 年実績）【5.2MB】

ローソングループ健康白書 2025（2024 年実績）【5.2MB】

ローソングループ健康白書 2024（2023 年実績）【14.4MB】

ローソングループ健康白書 2023（2022 年実績）【19.6MB】

ローソングループ健康白書 2022（2021 年実績）【17.6MB】

※2022 年健康白書 P14 について、オプション（がん検査）受診率を訂正しております。

ローソングループ健康白書 2021（2020 年実績）【11.3MB】

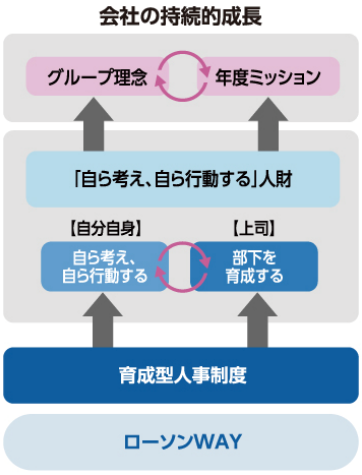
※2021 年健康白書 P4 について、2020 年肥満適正範囲者を抽出するための条件設定に部分的な誤りがあったため、一部訂正しております。

従業員との関わり

人事制度

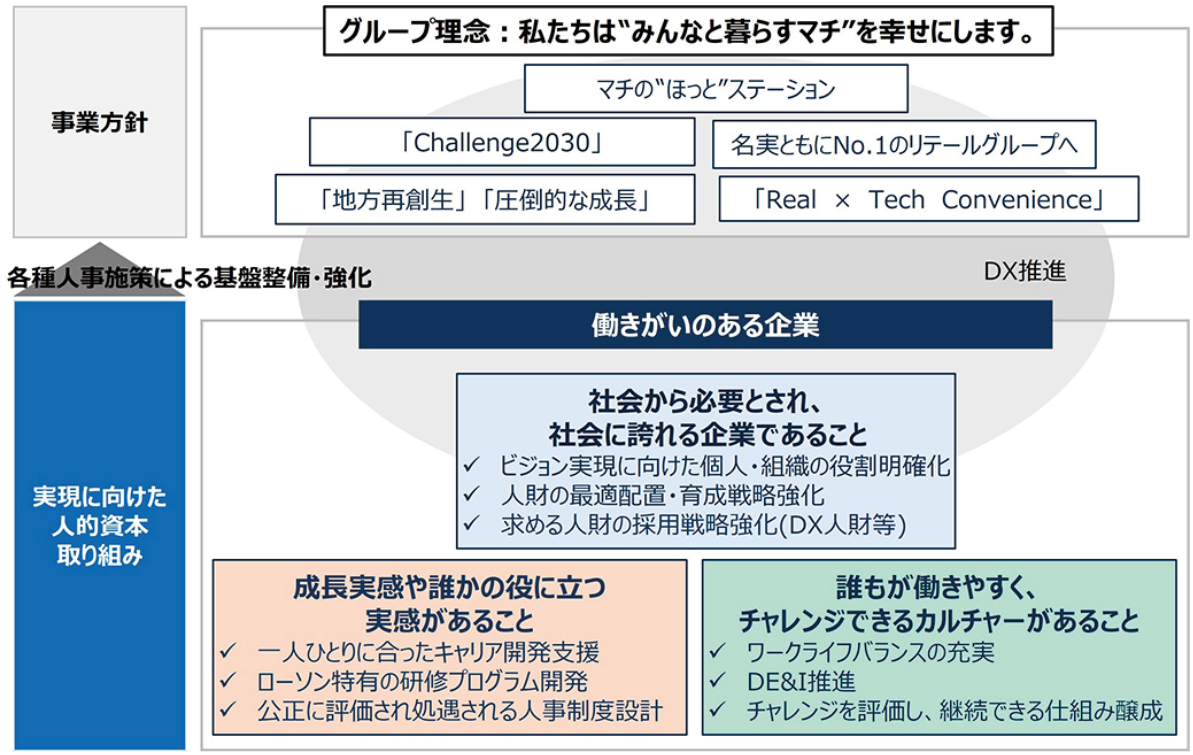
ローソンの人財に対する考え方

会社の成長を担う「自ら考え、自ら行動する」人財の育成



ローソングループでは、ESG 基軸経営の実践において、「マチの幸せと高度な店舗生産性を実現する上で最も重要な資本である社員」を人的資本として位置づけ、人的資本を高めることでグループ理念・ビジョンの実現を目指しております。人的資本の最大化のため、経営戦略の一つとして人財戦略及びダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン（DE&I）を推進しています。
ローソンでは、グループ理念の実現に向けて、社員一人ひとりが“自ら考え、自ら行動する”ことができる「自律型人財の育成」と、さらに、変革や成長をリードできる「次世代経営人財の育成」に力を入れています。
「自律型人財の育成」においては、「育成型人事制度」を運用しており、自ら行動する風土・文化づくりのため、人事制度では役割と責任範囲を明確にする「役割制度」や管理職における「ジョブ型等級制度」導入により、役割の明確化を進めるとともに、「キャリアチャレンジ制度」という新たな公募制度の導入も行っています。また、成果に結びつく行動（プロセス）を評価する「行動・スキル評価制度」を導入しており、行動の結果である業績評価と合わせて 2 つの評価で処遇を決定することで、人財の育成につなげています。
また、社員一人ひとりが自らの将来のキャリアパスを明確に描けるよう「キャリア開発シート」を活用し、個々人に過去の経歴、現在の役職などを振り返って将来のあるべき姿を明確に宣言してもらうとともに、面談を行って個人の成長やキャリア形成を支援しています。
「次世代経営人財の育成」においては、リーダーシップを発揮して変革や成長をリードできる経営人財の育成・輩出に向けて、「次世代育成委員会」にて部長職の育成計画や後任候補について協議し、経営層が育成担当となり育成に取り組んでいます。さらに、中長期経営戦略の一つである「Real × Tech Convenience」の実現に向け、Tech 人財・DX 人財の育成・採用にも取り組んでいます。
また、社員一人ひとりの能力を最大限に引き出し企業価値向上につなげるため、「働きがいのある企業」を目指し、各種人事施策立案の軸と定め、人事制度の見直しや導入に取り組んでいます。

人事戦略全体像と主な取り組み



人的資本取り組みにおける強化ポイント・取り組み・主な指標

中長期ビジョン		人的資本取り組み			
		目指す姿	強化ポイント	取り組み	主な指標
中期経営ビジョン 「ローソングループChallenge2030」の実現 グループ理念・ビジョンの実現 グループ理念 私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。 ビジョン 目指すは、マチの“ほっと”ステーション。	ー働きがいのある企業ー自ら考え、自ら行動する人財	社会から必要とされ、社会に誇れる企業であること	社のビジョンを基にした組織・個人の役割明確化	役割記述書による役割の明確化（ビジョンとの関連性の反映）	・会社ビジョンの理解度・浸透度
			企業の持続的成長に必要な人事制度、人財戦略の策定	目指す姿実現に向けた人事制度（等級・評価・報酬）の改定 採用戦略の強化、育成・配置プロセスの強化	・適切な評価・報酬・配置が実現されていると感じる社員数
		成長実感や誰かの役に立つ実感があること	一人ひとりに合ったキャリア設計と、そのキャリア実現に向けたサポートの提供	今後の業界動向や人財要件に照らしたキャリアパスモデルの検討、育成コンテンツ等のキャリア形成支援の強化	・キャリアデザイン研修受講人数 ・女性社員キャリアデザイン研修受講人数
			個人の成長の見える化	成長や成果が公正に評価・処遇される人事制度の構築	・適切な評価・報酬・配置が実現されていると感じる社員数
		誰もが働きやすく、チャレンジできるカルチャーがあること	一人ひとりに合った働き方の実現に向けた、勤務施策やDE&I施策等の実行	勤務制度、報酬制度、福利厚生制度のアップデート	・両立支援施策利用率 ・女性管理職比率 ・男女賃金格差
			挑戦を後押しする仕組み・企業文化の醸成	挑戦に報いる評価、報酬制度の構築 文化を醸成する人財の育成、その他支援施策の実施	・億チャレ応募件数

役割制度

責任範囲と果たすべき役割に応じて役割グレード・給与を定める報酬制度を運用しています。
性別・勤続年数・国籍等に関わらず、個人の実力に基づいています。

ジョブ型等級制度（管理職）

「役割記述書」にて各役職・ポジションに求められる役割・スキルを明確にした上で、全社公開しています。
本人スキルに応じた「等級」と役職難度に応じた「ジョブサイズ」のマトリクス体系となるジョブ型等級制度を導入しています。

キャリア開発面談

社員一人ひとりが自らの将来のキャリアパスを明確に描けるよう「キャリア開発シート」を活用し、個々人に過去の経歴、現在の役職などを振り返って将来のあるべき姿を明確に宣言してもらうとともに、面談を行って個人の成長を支援しています（2025 年度は 4,200 名面談を実施）。

フレキシブル正社員制度

育児・介護・がん治療などの事由がある社員で、法定や既存制度を超えて勤務制限が必要な場合、勤務地・勤務時間を限定できる「フレキシブル正社員制度」を 2018 年度から導入しています。
2024 年 9 月に制度改定を行い、対象を管理職にも拡大。適用事由を病気治療や不妊治療、リカレント・副業などに拡大し、フルタイムで勤務地限定のみの場合の給与減額を撤廃しました。

アクティブシニア正社員制度

2021 年 3 月から定年年齢を 65 歳に引き上げ、60 歳以上の社員を対象に「アクティブシニア正社員制度」を導入しました。複数の職務コースから選択できる制度となっています。また、合わせて、53 歳に達する社員を対象に「キャリアデザイン研修」を実施しています。

FA（フリーエージェント）制度

社員のチャレンジを支援する制度です。
一定の条件を満たした社員は「FA 権」を獲得し、希望する職種・勤務地に異動できます。
2024 年度から FA 権獲得要件を拡大し、新たなキャリアにチャレンジする機会を増やしています。

キャリアチャレンジ制度

キャリアの実現に向けて学び続け、チャレンジ意欲の高い社員の希望キャリアを実現し、社員の成長や働きがいにつなげることを目的に、2024 年度から、社員が自ら手上げで応募できる社内公募型の「キャリアチャレンジ制度」を導入しました。
合格者は、部門指定の「学びの期間」にてさらなる知識・スキルの向上を図り、新たな部署での業務につくことができます。

シフト制勤務

21 種類の細かなシフト制勤務体系をもち、各人が概ね 4 シフトを業務に応じて選択し、柔軟な勤務時間体制で働くことができます。

社内表彰制度

自律的・自発的なチャレンジを後押しし、高い成果や仲間を支えるよい取り組みを「褒め称える」文化を醸成

新たな顧客価値を創造するには、社員一人ひとりが自律的・自発的にチャレンジしていくことが必要です。ローソンでは、「社長賞」、「ローソン WAY 賞（各カンパニー・本部・室主管の表彰）」を中心とした表彰制度、ともに働く仲間に対して感謝を伝える、「ありがとうカード」を活用し、褒め称える文化の醸成に取り組んでいます。

社長賞

従来にない発想でのチャレンジや目覚ましい成果を、自薦・他薦でエントリーの上、部門責任者が推薦・社長が選定し、全社朝礼で表彰する制度です。
2025 年度社長賞の合計表彰件数は 28 件でした。



ローソン WAY 賞

2025 年度から各本部･カンパニー･室主管の表彰制度「ローソン WAY 賞」が新設されました。各組織が評価軸･評価期間･表彰の場を設定し、「賞与で報いることのできない GOOD チャレンジ」を褒め称える取り組みを進めています。

次世代リーダーの育成

次世代育成委員会の開催

次世代経営リーダーの育成計画、及び部長の後任候補者を協議する「次世代育成委員会」を 2016 年度から定期的に開催しています。部長を育成対象とし、経営層が育成リーダーとなり対象者の育成計画の作成、及び面談等を通じた育成を図っています。
2021 年度から、部長の後任候補者 3 名のうち必ず女性を 1 名指定するなど、女性部長職、経営リーダーを発掘する場となっています。

L 経営塾

当社グループのさらなる発展に向けて、課長職（主に全国の支店長）を対象に「経営者としての自覚の促進」と「さらなるリーダーシップの発揮」を目的に、社長自らが研修講師となる「L 経営塾」を 2023 年 1 月から開講しました。その後も「フォローアップ」を目的として適宜開催しており、新規に登用された管理職についても L 経営塾の動画視聴や教本の配布を行っており、受講者より好評を得ております。

役員報酬の基本方針

取締役制度については、持続的成長の実現に資するよう、「中長期的な高い目標の設定、蓋然性高い実行プラン策定」「計画の確実な実現」「経営・従業員一丸となってやりぬく」ことを期待役割として設計し、それぞれの取締役が行う職務の対価として充分かつ適正な水準で支給することを基本方針としています。

従業員との関わり

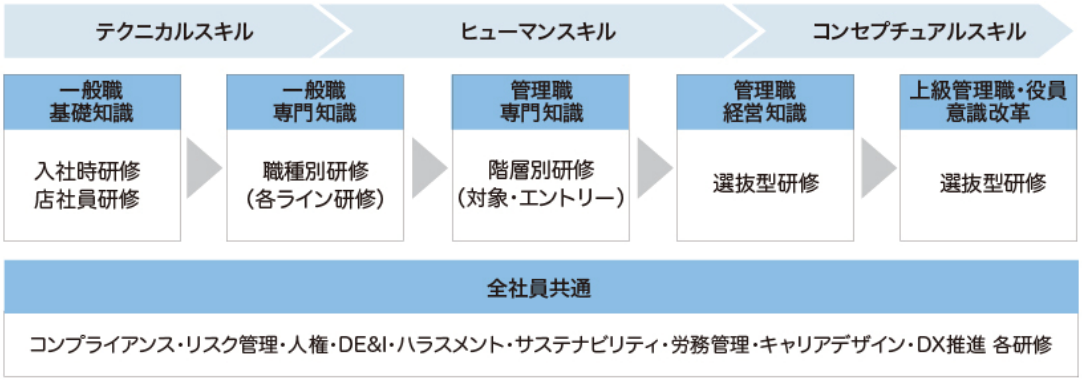
教育制度

基本的な考え方 ― 社員のキャリア開発を支援

ローソンでは、グループ理念の実現に向け、企業戦略・事業戦略に基づき、職種・職位ごとに必要とされる知識・スキルを身につけられるような教育制度を運用しています。社員が自律的な成長を遂げ、「自ら考え、自ら行動する」ことができるようにするために、会社が主体的に提供する研修体系のみではなく、従業員個々人が主体的に学べる環境も構築しており、e ラーニングシステムの増強、自己エントリー方式研修の定期的な開催、LOCP（自己啓発支援制度）の拡充など、リスキリングの観点も踏まえ、「学びたいときにいつでも学べる」継続的かつ体系的なサポートを、すべての人財に対して提供しています。

教育研修体系のねらい

入社後から管理職に至るまでの各役割に対して、必要とされる知識や職務要件を分類化して提供しています。一般職に必要な基礎知識及び職種別の専門知識、スキルなどのテクニカルスキル、管理職のマネジメントやリーダーシップの発揮に必要なヒューマンスキル、幹部候補者の経営視点を養うためのコンセプチュアルスキル、全社員に対して共通するコンプライアンスや人権、DE&I（ダイバーシティ、エクイティ & インクルージョン）、労務管理、DX 推進などの社員の意識を醸成する教育など、学習内容によって分類しています。また、研修方法も対面型研修、オンライン型研修、e ラーニングなどから、その学習内容の主旨・目的を踏まえ、受講者にとって最適な手段を用いて提供しています。



主な研修の内容

人権・DE&I 研修

差別・偏見・ハラスメントについて正しく理解するとともに、多様性を尊重し、誰もが安心して働ける職場環境をつくるための行動について学ぶことを目的に、年 1 回、全社員を対象に「人権・DE&I 研修」を実施しています。

サステナビリティ研修

ローソングループが目指すサステナビリティ経営実現に向けた取り組みを理解し、行動に結び付けることを目的に、年 1 回、全社員を対象に「サステナビリティ研修」を実施しています。

コンプライアンス・リスク管理研修

職位に応じて必要となるコンプライアンス・リスク管理に関するルールを理解し、適切に行動できるようになることを目的に、年 1 回、全社員を対象に「コンプライアンス・リスク管理研修」を実施しています。また、管理職に向けては、管理職昇格時の新任研修において、それぞれの階層に合わせた「管理する側としての研修」を実施しています。

労務管理研修

働く上で必要な法律や決まり事を確認します。併せて、自身の働き方・働きがいについて改めて考える機会とすることを目的に、年 1 回、全社員を対象に「労働管理の基礎知識」についての研修を実施しています。また、これと併せ管理職については、部下の労務管理を適切に行うことを目的に「部下の労務管理をするための心構えと基礎知識」についての研修を年 1 回実施しています。さらに、管理職昇格時の新任研修において、それぞれの階層に合わせた「管理する側としての研修」を実施しています。

メンタルヘルス

コンプライアンス・リスク管理、及び労務管理に関連づけされる教育として、メンタルヘルスに対する理解と学びについては、全従業員へのレジリエンス研修・全管理職へのラインケア研修を実施しており、新入社員研修や各階層登用時の新任研修においては、「それぞれの階層に合わせたメンタルヘルスに関わる研修」を実施しています。
また、管理職登用時の新任研修において、必須学習項目として e ラーニングによる学習を義務付けています。

e ラーニング

社員一人ひとりが主体性をもって自己啓発に取り組む風土をつくっていくために、キャリア形成のための「学び」を支援する仕組みとして「e ラーニング」を運用しています。当社独自の職種別テクニカルスキルの習得、社会人として必要な汎用のビジネススキルの習得、コンプライアンスやハラスメント、メンタルヘルス、労務管理知識の習得など、「学びたいときにいつでも学べる仕組み」を提供しています。コンテンツについては 554 講座を提供し、多様なニーズに対応しています。

LOCP（ローソンオープンチャレンジプログラム）

社員一人ひとりが、主体性をもって自ら手を挙げ、自己啓発に取り組む風土をつくっていくために、キャリア形成のための自己啓発を支援する制度を運用しています。通信講座・通学講座・外部セミナー・学習教材購入・雑誌購読など、自己学習に対する補助金制度や自己学習に役立つサービスの紹介を行っています。

● 主な研修内容一覧（2025 年度実績）

研修名	対象者	開催頻度	研修のねらい	主な学習項目	年間人数
入社時研修					
定期社員入社時研修	定期入社者	年1回	ローソンで働く上で必要な知識・スキル・マインドを習得する。	・グループ理念・ローソンWAY・ビジネスマナー・人事、労務制度・コンプライアンス&リスク管理・商売・小売業・チェーンストア、フランチャイズビジネス・3つの徹底・店舗の仕組み・チームビルディング	125名
通年社員入社時研修	通年入社者	年11回	・会社組織・制度・グループ理念を理解する。 ・ローソンのフランチャイズビジネスを理解する。 ・ローソンの店舗運営を理解する。	・グループ理念・ローソンの歴史・チェーンストア理論・ビジネスモデル・人事制度・コンプライアンス&リスク管理・3つの徹底	138名
店社員研修					
定期社員研修（大卒）	定期入社者（大卒）	年4回	・お客さまに喜んでいただけるお店づくりの基礎を習得する。 ・社会人、ローソン社員として必要な知識・スキル・マナーを習得する。	・売場づくり・予算管理・仕事の進め方・FCビジネス・FC精算書・FC契約書・チェーンストア理論・後方管理（衛生・労務・金銭）・理念（5宣言）・コミュニケーション・一般教養（税と社会保障・資産形成・DE&I）・メンタルヘルス・ブランディング・店長業務・役員講話	119名
定期社員研修（高卒）	定期入社者（高卒）	年3回	社会人・ローソン社員としての基礎を理解するとともに、店長になるために必要な基礎的な知識・スキルを習得する。	・売場づくり・チェーンストア理論・ストアコンパリゾン・予算管理・後方管理（衛生・防災・防犯）・仕事の進め方・理念（5宣言）・キャリアデザイン・店長とは	8名
店長登用前研修	店社員	年2回	直営店店長としての基礎知識（店長の役割、「5宣言」の考え方）を習得する。	・店長の役割・「5宣言」を作成する・「5宣言」を伝える・「5宣言」の実現に向けて・月次計画、行為計画・目指す店長像	90名
通年社員研修	通年入社者	年2回	ローソン社員としての基礎知識を習得する。	・3つの徹底・売場づくり・仕事の進め方・予算管理・後方管理（衛生・労務・金銭・防災・防犯）・コミュニケーション・店長業務	20名
職種別研修					
店長研修	店長	年7回	店長として必要な店舗運営の基礎知識を習得する。	・店舗業務の共有・月次計画・問題解決・マネジメント・SV登用に向けて	253名
店長フォローアップ研修	店長	年1回	お客さまに喜んでいただける店舗実現に向け、さらなるスキルアップ・知識を習得する。	・店長業務振り返り・問題解決	6名
ASV登用時研修	アシスタントスーパーバイザー	年2回	SV登用に必要な知識・スキルを理解し、FC加盟店とともにお客さまに支持されるお店づくりを実現できるようになる。	・FCビジネス・SV業務・経営支援の流れ・実践	81名
SV登用前研修	アシスタントスーパーバイザー	年7回	SVの使命を理解し、自身の姿勢・行動を考え、SVとして経営支援に必要な最低限の知識・スキルを身につける。	・SV-WAY・本部とFC加盟店の役割・経営支援の流れ・実践・課題共有	109名

SV研修	スーパーバイザー	年9回	経年別に個店分析力を養成し、対策を組立て行動につなげるスキルを身につける。	・個店の問題解決・地域に根差した経営指導・人財育成の理解	193名
MC登用時研修	マネジメントコンサルタント	年2回	マネジメントコンサルタントの役割を理解し、必要な知識・スキルを習得する。	・使命、行動指針、役割の理解・組織運営に必要な要件の課題整理、理解・財務、労務の基礎知識の習得、実践	28名
AMD研修	アシスタントマーチャンダイザー	年2回	商品部業務に関連するサプライチェーンの知識及び主要業務を把握し、AMDとして最低限の知識を習得する。	・本部の役割・取り組み事項・本部内各部の業務内容・業務に関連する法務等の関連部署専門知識・VDR、配送センターの工程確認・MD業務	45名
ARFC研修	アシスタントリクルートフィールドカウンセラー	年7回	RFCに必要な知識・スキルを習得する。	・開発業務（物件開発・FC開発）フローと業務知識・コンプライアンス・その習得状況の確認と振り返り	8名
階層別研修					
新任初級管理職研修	アシスタントマネジャー職	年2回	・初級管理職として求められるもの・心構え、労務管理や社員の健康等に必要な知識、業務に活かすポイントを理解する。 ・内部統制システムの一環としてコンプライアンス・リスク管理体制のさらなる強化を図る。 ・DXに関する基本的な知識を習得し、なぜDXが必要なのか理解する。	・初級管理職に求めるもの・管理職としての心構え・DX・コンプライアンス&リスク管理・労務管理・社員の健康・グループ理念・振り返り・フレームワーク思考・シングルタスク・戦略思考・組織マネジメント・アカウンティング	108名
新任管理職研修	マネジャー職	年2回	メンバー・部下を通じて目標を達成するために必要な「役割」「知識」「スキル」を学び、業務に活かすポイントを理解し行動変容につなげる。	・管理職に求められるもの・マネジメントとリーダーシップ・コンプライアンス&リスク管理・労務管理・社員の健康・評価制度・活気ある職場づくり①②③・コーチング	71名
新任上級管理職研修	部長職	年2回	・内部統制システムの一環としてコンプライアンス・リスク管理体制のさらなる強化を図る。 ・個人のパーパスを言語化し、組織のパーパスとの接点を見出す。さらにその接点と業務上の目標のつながりを認識し目標達成に向けた主体的な行動を促す。 ・組織全体の発展を意図し、将来に渡って改革し続ける組織をつくるために必要な「4つの姿勢」の理解を通じて、部長として自ら成すべきことを考える。	・上級管理職の心構え・コンプライアンス&リスク管理・グループ理念・マインドアップ	21名
M1スキルアップ研修	アシスタントマネジャー職	年2回	事業変革及び働きがいのある組織構築の推進役としてM1職に求められる知識とスキルのブラッシュアップ。	・フレームワーク思考・アカウンティング・戦略思考・シングルタスク・組織マネジメント	73名
M2スキルアップ研修	マネジャー職	年2回	事業変革及び働きがいのある組織構築の推進役としてM2職に求められる知識とスキルのブラッシュアップ。	・活気ある職場づくり①・活気ある職場づくり②・活気ある職場づくり③・経営戦略	30名

選抜型研修					
L経営塾	支店長、商品本部マネジャー、カンパニー商品部、マーケティング戦略本部マネジャー、開発本部マネジャー、エリアマネジャー	年2回	ローソングループがさらに成長するために、一人ひとりが経営者であることの自覚とリーダーシップの発揮を図る。	・経営者とは・儲ける力・チームをつくる力・理想を追求する力	12名
ローソンマネジメントコース	部長職、マネジャー職	年1回	・ローソンの将来を担う幹部層より、次世代の経営を担う人財を育成する。 ・経営者として必要な知識、スキル、視点（視野・視座）を学び、それらを業務で活用することで、マネジメントやリーダーシップの実践能力の向上を目指す。	・競争戦略・財務会計・企業分析・デザインシンキング・ブランディング・イノベーション・CSV経営・DX・リレーションシップマーケティング・サービスマネジメント・パーパス経営	30名
エグゼクティブマネジメントコース	部長職	年1回	・ローソンの未来を創造するエグゼクティブの育成。 ・ローソンのエグゼクティブに求められる経営視点の獲得。 ・HowからWhatへ、事業＆担当職能最適から「全体（経営最適）」への意識変革。	・イノベーション・リーダーシップ・経験の共有・経営者講話・異業種交流	11名
変革型リーダー養成プログラム	部長職	年1回	世界に誇りうる新しい日本の経営リーダーを輩出する。	・リベラルアーツ・経営・リーダーシップ・経営課題	1名
全社員共通					
人権・DE＆I研修	全社員	年1回	差別・偏見・ハラスメントについて正しく理解するとともに、多様性を尊重し、誰もが安心して働ける職場環境をつくるための行動について学ぶ。	・多様性への理解と差別を生じやすい多様性について・ハラスメント・差別やハラスメントが生じる要因・人権に関わる相談窓口	全社員
サステナビリティ研修	全社員	年1回	ローソングループが目指すサステナビリティ経営実現に向けた取り組みを理解し、行動に結び付ける。	・サステナビリティ経営、ローソングループの環境ビジョンと取り組み・ローソンの社会への取り組み・私たちにできること	全社員
コンプライアンス・リスク管理研修	全社員	年1回	コンプライアンス・リスク管理を日常業務の中で意識し、適切に行動できるようになる。	・ローソン倫理綱領・コンプライアンスに関する重点事項・リスク管理・リスクマネジメント・インシデント管理	全社員
労務管理研修	全社員	年1回	正しい働き方・労務管理に関する基礎知識を習得する。	・一日の働き方、勤務時間に関する基礎知識・勤務計画・勤務報告	全社員
管理職向け労務管理研修	管理職	年1回	部下の労務管理における心構えと基礎知識の習得、適切な労務管理を実現する。	・労務管理の基礎知識・労働時間の把握・時間外労働の考え方・勤務計画	全管理職
53歳向けキャリアデザイン研修	53歳に達する社員	年5回	今後起こり得るキャリア上の転機を見据え、仕事・健康・余暇・マネーなど、さまざまな視点で自身のキャリアを捉えなおし、今後のキャリアを自律的に考える機会とする。	・55歳以降の人事制度・ライフプラン・マネープラン・健康、余暇・キャリア自律とは・キャリアプラン	124名

30代前後向けキャリアデザイン研修	30歳前後（定期入社の場合入社4～7年目）	年5回	これまでの業務経験や実績を振り返り自身の強みやキャリアの軸を見出し、価値観を明確にする。これから5年後、10年後にどのようなキャリアを築きたいか、自身でキャリアプランを具体化し、今後の業務に活かしていく。	・これまでの業務での経験による変化などを通じて自身の源を知る。 ・自身の強みと弱みを整理し、改めて強みを獲得し、発揮できた経験との紐づけやグループワークを通じて他者からの気づきを得る。 ・将来ありたい姿を描き、それに向けた行動計画を作成。上長とのキャリア開発面談に活用していく。	87名
女性社員キャリアデザイン研修	20代後半から30代前半かつ営業系職種である女性	年1回	長期的なキャリアビジョンを描き、ライフイベントとの両立を意識した働き方を考える。	・当社のDE&I推進取り組みと女性活躍状況・両立支援制度・キャリアの考え方・先輩女性社員による講話＆座談会	33名
育児休職社員研修	育児休職者	年2回	復職にあたり会社の状況をキャッチアップし、育児と両立する上で自身に合った働き方を考え、不安・疑問点を払拭する。	・次年度事業方針・復職後の働き方について（キャリアの考え方）・人事制度＆福利厚生・育児両立社員による講話＆座談会	50名
育児休職復職者研修	・育児休職復職者 ・復職者の上司	年1回	復職後の不安をやわらげ、自分らしく働く一歩を踏み出すきっかけにする。また復職者と上司が、お互いの気持ちや状況を理解し、よりよい関係を築く。	・働き方や制度について・ケーススタディー・ベストプラクティス紹介（上司、復職者ペア登壇）・上司と復職者のペアセッション	58名
国際社員フォローアップ研修	入社2年目の国際社員	年3回	国際社員の強みを活かす視点を学び、長期的なキャリアビジョンを描く。また内定者や先輩社員との座談会を通じてタテ・ヨコのコミュニケーションを図る。	・当社のDE&I推進取り組みと国際社員の活躍状況・キャリアの考え方・内定者と座談会・先輩社員パネルディスカッション・当社の商売に関わる日本文化について・グローバル視点で商売を考えるワーク	7名

FC 加盟店向け研修（BMC 研修）

経営をスタートする FC 加盟店を対象に、スムーズな店舗経営・営業のスタートに向けた理念・考え方・オペレーションの学びを提供する BMC 研修を実施しています。年間 223 名（2025 年度）が受講しています。

地域社会との関わり

地域社会との関わり

基本的な考え方

ローソングループはグループ理念「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」に基づき、マチに存在する一店一店がマチを幸せにするための活動に取り組んでいます。それは「誰一人取り残さない」という SDGs の貢献につながります。SDGs が目指す世界の実現に向け、お客さま、マチ、地球のために何ができるかを真剣に考え、FC 加盟店の皆さん、そしてグループ一丸となって社会課題の解決にチャレンジしていきます。

自治体と連携した地域協働事業の推進 ―包括協定の締結―

ローソンは、「マチの“ほっと”ステーション」の実現を目指し、2022 年度から「地域密着 × 個客・個店主義」を戦略コンセプトに掲げ、よりお客さまに近い現場で、顧客価値の創造を徹底追求する体制を強化しました。先行エリアとして「北海道カンパニー」、「近畿カンパニー」を新設してエリアの特性を把握し、お客さま・マチの変化に素早く対応して地域密着を目指す形としました。2023 年度からはカンパニー制を全国に拡大し、「地域密着 × 個客・個店主義」をさらに推し進めています。
地域密着を進める一環で、ローソンは全国各地の自治体と「包括協定」を結び、マチの活性化及びマチの皆さまにとってより住みやすい環境をつくるための事業を、各自治体と協働して行っています。自治体との包括協定を通じて、マチに密着した店舗の運営やマチの食材を活かした商品の開発、福祉・子育て支援、観光振興、災害対策など、さまざまな地域貢献活動を積極的に進めています。また、一部の自治体と連携して、アンテナショップを展開しています。地元の食材を使用した商品の積極的な販売によってマチ（地域）の活性化に貢献するなど、日本各地に広がるローソン店舗のネットワークの力で、日本中のマチを元気にしていきます。

● 包括協定締結先（2026 年 6 月末時点）71 自治体（45 道府県、26 市区町村）

北海道 / 東北 | 関東 / 甲信越 | 中部 / 北陸 | 近畿 | 中国 / 四国 | 九州 / 沖縄

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
北海道	2008.02.21	–	•	•	•	•	•
青森県	2008.12.15	•	•	•	•	•	•
岩手県	2008.06.23	•	•	•	•	•	•
宮城県	2009.07.27	•	•	•	•	•	•
秋田県	2009.10.26	•	•	•	•	•	•
山形県	2010.11.08	•	•	•	• (2008.05.30)	•	•
福島県	2010.05.10	•	•	•	•	•	•
札幌市	2010.03.18	•	•	•	•	•	•
旭川市	2014.03.11	•	•	–	•	•	•
さっぽろ連携中枢都市圏 (札幌市含む12市町村※)	2019.07.12	•	•	•	•	•	–
函館市	2019.11.22	•	•	•	•	•	•
仙台市	2022.06.06	•	•	•	•	•	•

※参加自治体：札幌市、小樽市、岩見沢市、江別市、千歳市、恵庭市、北広島市、石狩市、当別町、新篠津村、南幌町、長沼町

北海道 / 東北 | 関東 / 甲信越 | 中部 / 北陸 | 近畿 | 中国 / 四国 | 九州 / 沖縄

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
茨城県	2013.11.08	•	•	•	•	•	•
栃木県	2011.04.26	•	•	•	•	•	•
群馬県	2012.09.13	•	•	•	•	•	•
埼玉県	2008.06.30	•	•	•	•	•	•
千葉県	2010.05.12	•	•	•	•	•	•
新潟県	2009.09.24	•	•	•	•	•	•
山梨県	2008.06.24	•	•	•	•	•	•
長野県	2007.09.19	•	•	•	•	•	•
横浜市	2009.05.21	•	•	•	•	•	•
品川区	2024.05.22	•	–	•	•	•	–
東京都日野市	2026.6.24	•	–	•	•	•	•

北海道 / 東北 | 関東 / 甲信越 | 中部 / 北陸 | 近畿 | 中国 / 四国 | 九州 / 沖縄

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
富山県	2006.08.09	•	•	•	•	•	•
石川県	2008.11.27	•	•	•	•	•	•
福井県	2007.03.07	•	•	•	•	•	•
岐阜県	2009.03.31	•	•	•	•	•	•
静岡県	2008.09.22	•	•	•	•	•	•
愛知県	2009.10.05	•	•	•	•	•	•
三重県	2006.04.24	•	•	–	–	•	•
富山県立山町	2023.03.22	•	–	•	–	•	–

北海道 / 東北 | 関東 / 甲信越 | 中部 / 北陸 | 近畿 | 中国 / 四国 | 九州 / 沖縄

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
滋賀県	2015.03.26	•	•	•	•	•	•
京都府	2014.01.23	•	•	•	•	•	•
大阪府	2009.07.07	•	•	•	•	•	•
兵庫県	2009.05.27	•	•	•	•	•	•
奈良県	2014.04.14	•	•	•	•	•	•
和歌山県	2003.08.01	•	•	–	•	•	•
神戸市	2014.03.10	•	•	•	•	•	•
京都市	2021.11.01	•	•	•	•	•	–
大阪府池田市	2025.12.05	•	–	•	•	•	•

北海道 / 東北 | 関東 / 甲信越 | 中部 / 北陸 | 近畿 | 中国 / 四国 | 九州 / 沖縄

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
鳥取県	2006.05.01	•	•	•	•	•	•
島根県	2009.03.13	•	•	•	•	•	•
岡山県	2011.02.08	•	•	•	•	•	•
広島県	2012.07.12	•	•	•	•	•	•
山口県	2011.09.26	•	•	•	•	•	•
徳島県	2006.12.04	•	•	•	•	•	•
香川県	2008.03.13	•	•	–	•	•	•
愛媛県	2012.02.21	•	•	•	•	•	•
高知県	2007.10.31	•	•	•	–	•	•
愛媛県今治市	2025.12.04	–	–	•	–	•	•

自治体名	契約締結日	観光・PR	県産品・食	福祉・子育て	環境貢献	防犯・青少年	災害
福岡県	2013.03.13	•	•	•	•	•	•
佐賀県	2006.09.30	•	•	•	•	•	•
長崎県	2008.07.09	•	•	•	•	•	•
熊本県	2007.12.17	•	•	•	•	•	•
大分県	2007.05.09	•	•	•	•	•	•
宮崎県	2007.06.04	•	•	•	•	•	•
鹿児島県	2007.09.14	•	•	•	•	•	•
沖縄県	2007.07.10	•	•	•	•	•	•
北九州市	2015.08.25	•	•	•	•	•	•
福岡市	2011.04.22	•	•	•	•	•	•
熊本市	2012.11.21	•	•	•	•	•	•

● 自治体との包括協定における主な取り組み項目

観光振興・PR



県の広報誌や観光情報を掲載したチラシの設置等

地元の産品・食材の拡販



地元の産品や食材を使用した"地産地消"の商品開発や"地産外消"の推進

福祉・子育て支援



乳児のミルク用お湯の提供、高齢者の見守り等

環境貢献



プラスチック使用量削減への取り組み、緑化や清掃活動への参加等

防犯・青少年の育成



スポーツ振興による子どもたちの健全な成長の支援

災害対策



物資の調達や帰宅困難者への支援

「自治体との災害時協定の締結状況」についてはこちらへ

自治体や関係企業と連携し、新たなサービスを導入

マチにお住まいの方にとってより住みやすい環境をつくるため、地域に密着した店舗を実現する一環で、自治体や関係する企業の皆さんと連携し、地域活性化や地域の利便性の向上につながる、新たなサービスを導入しています。

店舗に書店を併設「LAWSON マチの本屋さん」

書店併設型店舗「LAWSON マチの本屋さん」は、株式会社トーハンとローソンが連携して展開する書店併設型店舗のブランドです。通常のコンビニエンスストアの品揃えに加え、数千から八千タイトルの本・書籍を取り扱っています。
書籍のオンライン販売や電子書籍の普及が進んだことにより、書店の数は減少傾向にあり、書店が少ない、または存在しない地域が増えています。誰もが気軽に本に触れられるよう、書店併設型店舗の出店を開始し、2021 年 6 月に埼玉県に 1 号店をオープンしました。現在全国各地に計 32 店舗を展開しています（2026 年 6 月末時点）。「LAWSON マチの本屋さん」のほかに書店とのコラボレーション店舗も展開しており、今後も地域のお客さまの利便性向上に向けて書店併設型店舗の拡大を目指していきます。





オンライン相談サービス「Ponta よろず相談所」

暮らし、食事、通信、インフラ（電気・ガス）、金融サービスなどに関わるさまざまなお困りごとについて、各分野の専門スタッフに事前予約なしでご相談可能なオンライン相談サービス「Ponta よろず相談所」。これは、KDDI 株式会社とローソンが連携し導入を進めているサービスで、ローソン店舗に設置したモニターからオンラインでさまざまなご相談が可能です。例えば愛媛県今治市の一部店舗では、島しょ部などにお住まいで交通に不便を感じていらっしゃる地域住民の方も市役所などに行くことなく、ローソン店舗から日常生活に関するお悩みごとの相談ができます。



専用ブース内のモニターを通じて、AI アバターが接客対応を実施。オンラインかつ事前予約なしで、各オペレーターに相談が可能です

自治体施設へのマルチコピー機の設置

全国のローソン店舗に設置されているマルチコピー機は、マイナンバーカードによるコンビニ交付（「住民票」等、各種証明書の取得）に対応しており、店内だけでなく一部の自治体の施設にも設置しています。自治体の皆さんからは「コンビニ交付の広報活動にも役立っている」とお声をいただいています。2026 年 10 月 1 日時点で宮城県仙台市、茨城県坂東市、東京都品川区、神奈川県横浜市、愛知県東浦町、山口県下関市、福岡県（福岡市などの 6 市町村）、香川県高松市など、18 自治体（計 54 台）に設置されました。



マチの再創生として、お店を拠点に、世代を超えて誰もが安心して楽しく暮らせるマチづくり構想“ハッピーローソンタウン”を公表し、店舗をオープンするなど、社会課題に合わせて店舗を進化させています。

社会課題に合わせた店舗への取り組みについて詳しくはこちらへ

全国各地のお店で SDGs への貢献につながる「マチを幸せにする」ためのさまざまな取り組みをしています。

グループ理念・事業方針「3 つの約束」は、SDGs への貢献であるとともにマチの幸せにつながります。全国各地のお店で取り組んでいる「マチを幸せにする活動」事例をご紹介します。

「2025 年度加盟店 SDGs 表彰」受賞店舗事例

北海道
道央支店
岩見沢南町 9 条店

受賞

障害者の就労を支援



オーナー　福岡 優貴さん（左）

店長　福岡 みかさん（右）

近隣の特別支援学校に通学していた障害のある方を、厨房担当の従業員として雇用しています。初めは店長がつきっきりで業務を教え、店舗一丸でサポートしました。今では一人で弁当作成ができるまでに成長されました。

北海道
道東支店
帯広西 17 条北店

受賞

近所の方や学生クルーと一緒にごみ拾い



店長　今村 周平さん（取材当時）

近所の方や学生のクルーと一緒に、歩道や車道も含め店舗敷地外のごみ拾いを実施しています。週に 3 ～ 4 回、少しずつ範囲を拡大して清掃しています。近所の方々と親しくなり、お買い物にも来てくださることがうれしいです。



青森県
青森西支店
尾上町店

受賞

車椅子や松葉杖のお客さまのお手伝い



オーナー代行　横嶋 むえ子さん（左）

店長　工藤 千春さん（右）

車いすや松葉杖のお客さまが車で来店される際、車から降りるのが大変なため、店舗駐車場から電話で必要な商品をご連絡いただき、車の前まで商品をお持ちしています。お客さまからは感謝のお言葉をいただいています。

宮城県
宮城北支店
河南町
広渕店

受賞

障害者や子どものサポート、地域貢献活動を実施



オーナー　鈴木 光さん（左から２人目）

店長　鈴木 映美さん（左から４人目）

障害者の就労支援センターに協力し、毎年 6 月、7 月に一度、障害者のお買い物体験を受け入れています。近隣小学校のまち探検やごみ拾いの受け入れにも協力。地域貢献として盆踊り大会への出店も行っています。



富山県
富山西支店
新湊津幡江店

受賞

ムスリムの「ほっとステーション」



店長　門嶋 貴子さん

ムスリム（イスラム教信仰者）の若者たちが商品を念入りに確かめる姿を見かけ、誰にでも便利なお店でありたいと、2021 年から豚肉などを使用しない、ハラル商品の取り扱いを開始しました。現在は 100 品目を取り扱っています。

大阪府
吹田支店
瀬川店

受賞

万引き防止講習の実施



オーナー　木下 芳彦さん

家庭裁判所で「万引き被害の実情を知る」講習を毎月実施しています。万引きで摘発された少年や保護者に、再発防止と社会復帰を目的としてコンビニエンスストアの地域での役割や万引きされたときの店舗の被害や店員の気持ちなどを伝えています。



岡山県
岡山西支店
倉敷福田店

受賞

学童保育施設へからあげクン・菓子の無償配布



オーナー　豊島 力さん

コロナ禍でローソンが実施したおにぎりの無償配布を機に、学童保育施設と連携し、施設のクリスマスなどのイベントでからあげクンや菓子を無償配布しています。地域の皆さんと一緒にあり続けるローソンを目指します。



広島県
広島西支店
広島的場町店

受賞

イートインスペースでいきいき百歳体操



オーナー　長谷 直美さん

毎週木曜 14 時から 40 分程度、イートインスペースの一部のスペースを活用し、65 歳以上の方を対象に「いきいき百歳体操」を実施しています。体操後にはお茶会も開催し、地域密着型のお店として盛り上げています。



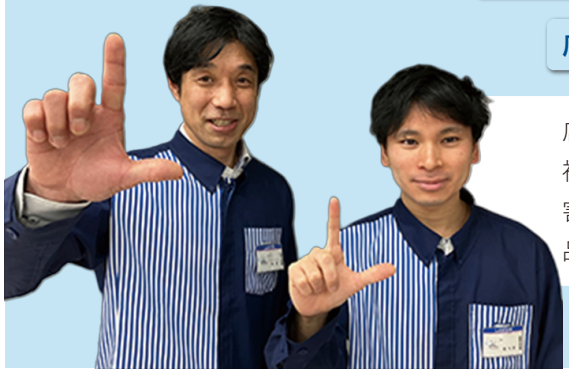
鳥取県
鳥取支店
日南生山店

受賞

障害者の就労支援とアート展示

店舗責任者　河本 博司さん（左）

店長　佐々木 裕樹さん（右）



店舗は障害のある方などが雇用契約を結んで働く福祉サービス「就労継続支援 A 型」事業所です。障害者の働く場の提供、障害者が制作したアートの作品の展示を行っています。



専用の服を着用して
清掃業務などを実施

愛媛県
愛媛東支店
今治別名店

受賞

行政や地域企業と関わり、地域イベントに参加

オーナー　檜垣 晋司さん



地元のサッカークラブと連携し、サイン会などの企画を実施するほか、地域イベントの「せとうちみなとマルシェ」などに出店。積極的に行政や地域企業と関わり、地域創生に努めています。



ローソン沖縄
沖縄北支店
名護
バイパス店

特別賞

店舗と隣接の荒れ地をマチの癒しのガーデンへ

オーナー　砂川 有紀さん（左）



店舗の隣接地は雑草が生い茂り、ハブや蜂など危険な生物が発生する荒れ地だったため、管理者の名護市へ許可を取り整備を開始しました。約 3 年で季節ごとに楽しめる手づくりの花木ガーデンに。今も景観維持に努めています。



地域社会との関わり

マチの安全・安心の支援

全国 47 都道府県に広がる店舗網を活かし、皆さまの日常生活に不可欠なサービスを提供するとともに、さまざまなお客さまに安心してご利用いただけるような店舗づくりを進めています。

セーフティステーション活動への参加

防犯・防災対策、安全対策、青少年の健全育成など、近年、コンビニエンスストアに対し、さまざまな社会的要請が寄せられています。
これらの要請に応えるため、ローソングループは一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「セーフティステーション活動（SS 活動）」に積極的に参加し、安全・安心なまちづくりへの協力や青少年環境の健全化への取り組み等を推進しています。また、強盗や特殊詐欺防止の対策や、女性・子どもの駆け込み、高齢者の保護などへの対応も行っています。



セーフティステーション
店頭ポスター

● 2025 年の対応状況※

女性の駆け込み	840店舗	1,096回以上
子どもの駆け込み	534店舗	713回以上
高齢者保護	2,260店舗	3,976回以上
特殊詐欺（振り込め詐欺等）の抑止	3,841店舗	4,897回以上
深夜時間の青少年帰宅促し	5,539店舗	-

※数値は 2025 年度 SS アンケートリポートより抜粋。

SS 活動の事例

特殊詐欺の防止

ご高齢の女性のお客さまが電話しながらATMを操作していた。不審に思った従業員がお客さまに声かけして事情を確認したところ「還付金」のような話が出ていたため、詐欺の可能性を疑い、警察へ連絡した。その結果、詐欺であることが判明し、被害を未然に防止することができた。

子どもの見守り活動

従業員が店舗の入口にて一人で泣いている女児を発見。迷子であると判断した店長が女児を保護し、警察に通報。通報してから 15 分後に警察と母親が来店され、無事引き渡すことができた。

緊急事態（急病人）に対する適切な保護・通報

50 代の男性のお客さまが突然、店内で倒れた。事態に気づいた従業員が確認するとお客さまに意識がなかったため、すぐに 119 番通報を行った。一緒に働いていた 2 人の従業員はビル内の防災センターに連絡及びお客さまにジャンパーを被せ、お客さまの体温が下がらないようにするなどの対応を行い、お客さまの意識回復と救急隊員の到着を待った。救急隊員が到着したころにはお客さまの意識も回復し、適切な救急搬送に協力することができた。

お客さまの救護活動

近隣に住んでいるご高齢のお客さまが自宅で転倒し、頭から流血するほどの大怪我をされた。お客さまの家族が不在で助けを求めて来店されたため、オーナーがすぐに救急車を呼び、お客さまは病院に運ばれ、緊急事態に対する適切な対応を行った。

店頭・店内における防犯の取り組み

店内アナウンスで青少年育成条例に基づいた深夜外出自粛のお願いや飲酒運転禁止の呼びかけなどを行っています。
また、全店に防犯カメラを設置することで犯罪発生の抑止効果を高め、万一の事件発生時には、犯人検挙などの捜査に協力しています。
店内でもカウンター付近を中心にさまざまな防犯設備を設置し、お客さまや従業員の身の安全を守る体制を整えています。

店舗の防犯対策

店舗では身の安全を最優先に行動し、明るく元気な声であいさつをするなど、防犯を常に意識して行動するように、教育を行っています。
本部として次のような対策に取り組むほか、各警察及び一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会に働きかけ、コンビニエンスストア業界全体として防犯対策に取り組んでいます。

防犯対策の取り組み事項

1. **防犯カメラの設置推進**
   全店に防犯カメラを設置することで、犯罪発生の抑止効果を高め、万一の事件発生時には、犯人検挙などの捜査に協力しています。
2. **クルー教育のための環境整備**
   POS レジやストアコンピュータに防犯に関する注意喚起を配信するほか、クルーの教育に活用できる防犯対策映像を店舗へ配信。教育ツールとして、マニュアルやガイドブックなどを整備しています。
3. **巡回時の防犯体制強化のサポート**
   通常の店舗巡回のほか、防犯巡回で防犯体制のサポートも行い、FC 加盟店の意識向上につなげています。
4. **防犯訓練の実施**
   警察署の指導のもと、強盗犯に遭遇した際の対処方法を学んだり、カラーボール投てき訓練を行ったりしています。近年は特殊詐欺防止訓練も行っています。

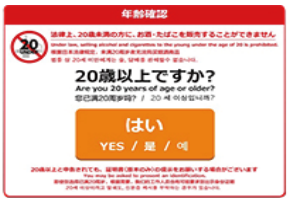




レジ画面や Loppi 画面での告知

お客さまの目に触れる機会の多い POS レジのお客さま用画面や Loppi 画面で、特殊詐欺に関する注意喚起や 20 歳未満のお客さまへの酒類・たばこ販売禁止の告知、万引き抑止の呼びかけなどを行っています。





レジ画面や Loppi 画面に表示される内容

喫煙マナー向上への取り組み

ローソンでは、店頭灰皿の設置基準を定めています。路上喫煙禁止条例で定められた地域では灰皿を撤去し、それ以外の地域では入り口より離れた場所へ設置しています。
灰皿には、日本たばこ産業株式会社と協力してマナーステッカーを貼付し、喫煙される方にマナーの大切さをアピールしています。



マナーステッカーを
貼付した灰皿

ローソングループ“マチの幸せ”募金



ローソン緑の募金

寄付先

公益社団法人
国土緑化推進機構



夢を応援基金（ひとり親家庭支援奨学金制度）

寄付先

一般財団法人
全国母子寡婦福祉団体協議会（全母子協）

【過去の寄付先】

これまでの多大なるご協力ありがとうございました。



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（シビックフォース）



TOMODACHI募金

寄付先

公益財団法人
米日カウンシルージャパン



「夢の教室」募金

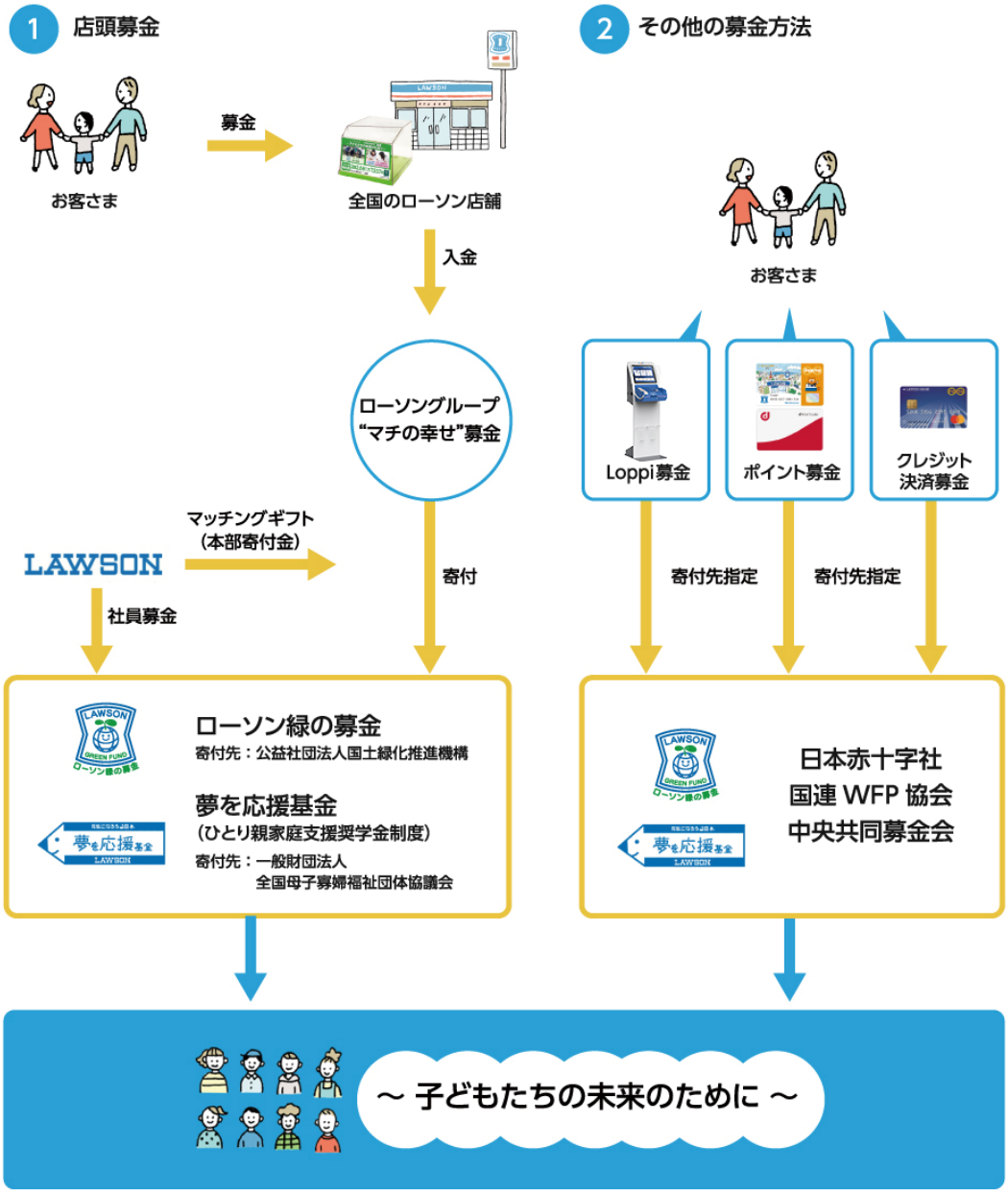
寄付先

公益財団法人
日本サッカー協会（JFA）

ローソングループは、「子どもたちの未来のために」をコンセプトに、社会貢献活動に取り組んでいます。
店頭などで「ローソングループ“マチの幸せ”募金」の受付を行い、全国各地の学校を対象とした「緑化活動」や、「ひとり親家庭支援奨学金制度」への支援などを実施しています。
ご理解、ご協力をお願いします。



募金のフロー



ローソングループ“マチの幸せ”募金　ご寄付の方法

以下の方法でご寄付を受け付けています※。ぜひご協力をお願いいたします。
※ 大規模な災害が起きた場合は、「災害支援募金」に変更することがあります。

店頭募金箱

全国のローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア 100、HMV、ローソン・ユナイテッドシネマの合計約 1 万 4,500 店舗に募金箱を設置しています。



Loppi 募金受付サービス（Loppi 募金）

ローソン、ナチュラルローソンの店頭マルチメディア端末 Loppi からお申し込みいただけます。
“マチの幸せ”募金の寄付先に日本赤十字社・中央共同募金会・国連 WFP 協会を加えた団体の中から、支援したい団体と募金を選んで寄付ができます。
専用の二次元バーコード（右記）を Loppi にかざすと申込画面に移行しますので、かんたんに寄付ができます。



Loppi募金受付サービス
専用二次元バーコード

ポイント募金

Ponta ポイント及び d ポイントで募金のお申し込みをしていただけます。ホームページ「ポイント特典申込み」、またはローソン、ナチュラルローソン店舗の Loppi からお申し込みください。



Ponta カード



d ポイントカード

クレジットカード決済の募金

お持ちのクレジットカードから、募金のお申込みをしていただけます。ローソンチケットのサービスを利用した募金の受付です。

寄付金額のご報告

寄付金額の推移

寄付金額には、店頭募金に加え本部寄付金や、Loppi 募金、ポイント募金（Ponta 及び d ポイント）、寄付つき商品による寄付などが含まれています。

（単位：百万円）

	ローソン 緑の募金	夢を応援基金（ひとり親家庭支援奨学金制度）	夢の教室募金	夢を応援基金（東日本大震災奨学金制度）	TOMODACHI 募金	災害支援募金等	合計
累計額※	**4,985**	**1,761**	**39**	**1,951**	**116**	**4,174**	**13,026**
2025年度	103	264	–	–	–	25	393
2024年度	124	294	–	–	–	74	492
2023年度	98	129	–	–	–	483	709
2022年度	105	152	13	–	–	266	536
2021年度	113	172	12	–	–	71	368
2020年度	88	215	6	–	–	140	450
2019年度	133	168	9	–	3	110	423
2018年度	150	205	–	18	9	219	602
2017年度	157	162	–	48	15	53	436
2016年度	146	–	–	134	14	367	661
2015年度	110	–	–	189	24	94	417
2014年度	97	–	–	291	31	31	449
2013年度	83	–	–	330	20	49	482
2012年度	110	–	–	388	–	4	502
2011年度	111	–	–	554	–	1,073	1,738
2010年度	245	–	–	–	–	71	316
2009年度	233	–	–	–	–	36	270
2008年度	254	–	–	–	–	45	299
2007年度	238	–	–	–	–	40	278
2006年度	247	–	–	–	–	23	270
2005年度	232	–	–	–	–	64	296
2004年度	175	–	–	–	–	275	450
2003年度	196	–	–	–	–	7	203
2002年度	177	–	–	–	–	45	221
2001年度	192	–	–	–	–	77	268
2000年度	154	–	–	–	–	93	247
1999年度	190	–	–	–	–	45	235
1998年度	166	–	–	–	–	–	166
1997年度	154	–	–	–	–	–	154
1996年度	107	–	–	–	–	–	107
1995年度	98	–	–	–	–	295	393
1994年度	79	–	–	–	–	–	79
1993年度	96	–	–	–	–	–	96
1992年度（9月～）	24	–	–	–	–	–	24

※ 1992 年 9 月からの店頭募金の累計額です。数値は四捨五入で記載している関係で各数値と合計数値は合わない場合があります。

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

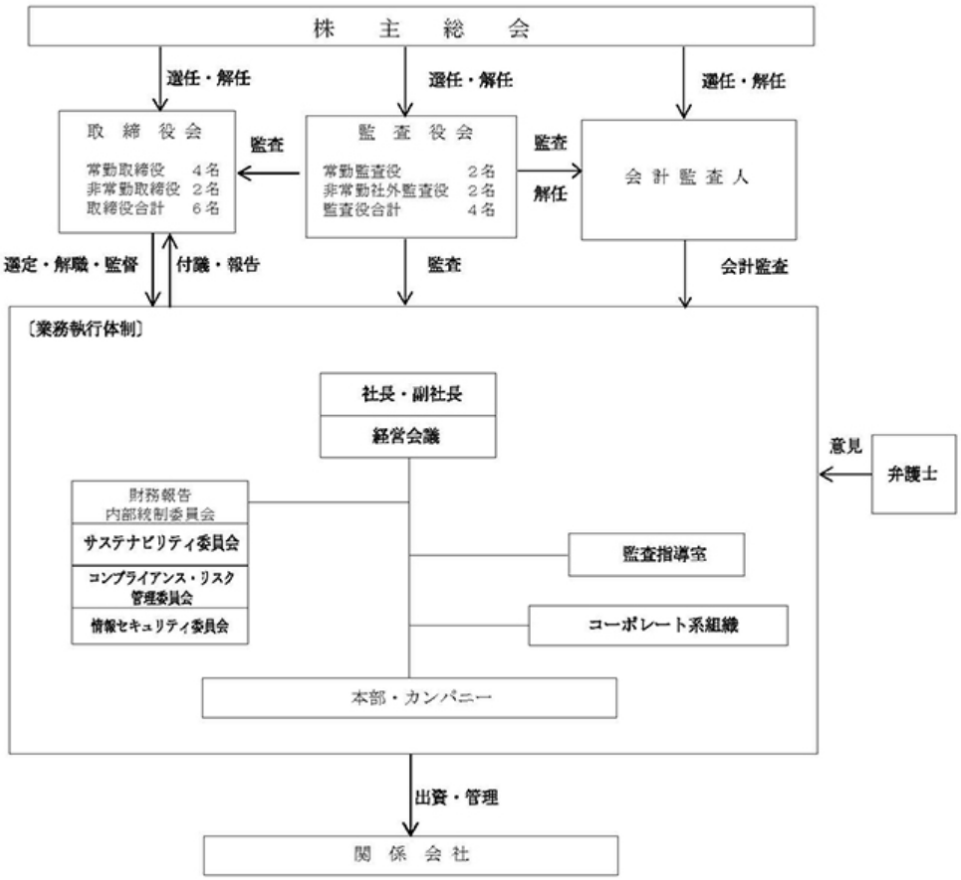
当社は、「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」というグループ理念のもと、ステークホルダーを重視し、
1. お客さまにとって「いつでも立ち寄りたくなる、アクセスしてみたくなる大好きなところ」
2. フランチャイズ加盟店オーナーにとって「自己実現し生きがいを感じるところ」
3. クルー（パート・アルバイト）にとって「自分自身が成長できるところ」
4. お取引先さまにとって「夢のある提案を一緒に形にするところ」
5. 従業員にとって「仕事への誇りと社会的意義を実感できるところ」
6. 社会にとって「すべてのマチから喜ばれる安全・安心なところ」

であることを目指し、その実現こそが企業価値の増大につながると考えています。

そのためには、法令遵守や社会規範等の遵守のみならず、グループ理念と「ローソン倫理綱領」に基づいた「思いやり」のある行動の実践及び積極的なディスクロージャーを通じて、経営の健全性を高め、コーポレート・ガバナンスの充実を図ることが重要であると考えています。

体系図

当社のコーポレート・ガバナンス体制（2026年5月27日現在）



取締役会、監査役会及び会計監査人

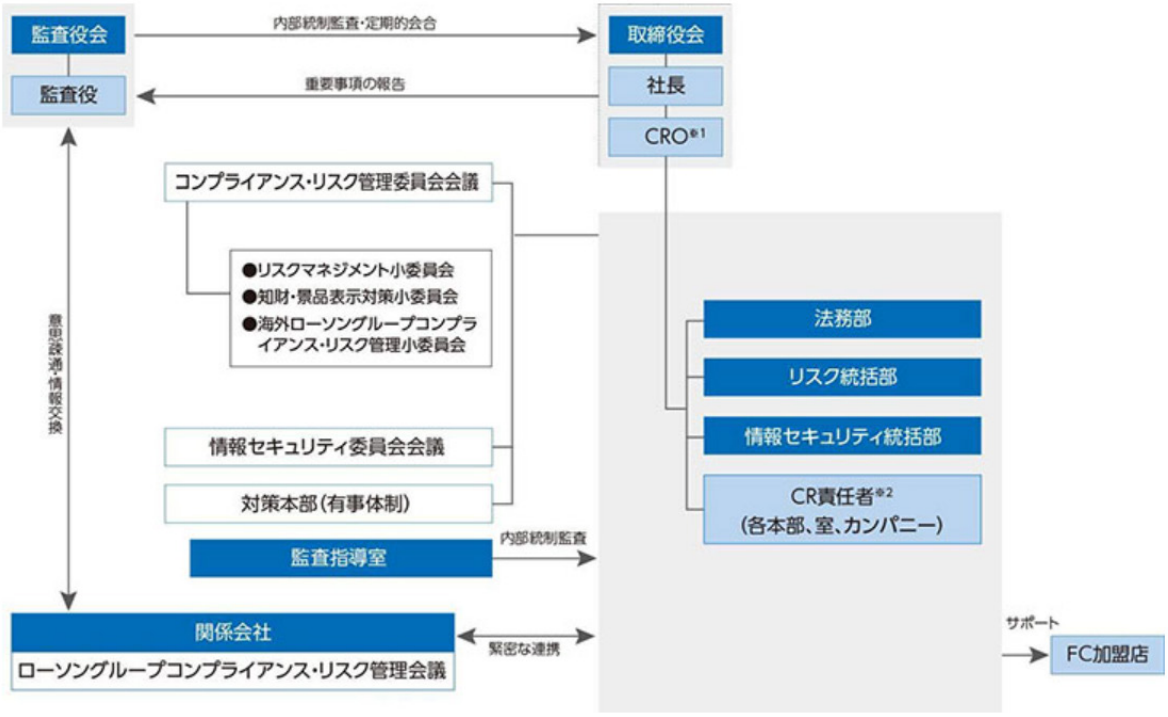
当社は、監査役制度を採用しており、社外監査役 2 名を含む 4 名の監査役が、取締役の職務執行を監査しております。
当社の取締役会は、常勤取締役 4 名、非常勤取締役 2 名の計 6 名の取締役で構成し、法令及び定款で定められた事項や経営に関する重要事項を決定するとともに、取締役の職務執行状況の監督をしております。また、執行役員制度を採用し、権限委譲により、執行の迅速化を進めております。また、原則常務以上の役付執行役員及び代表取締役社長が指名したメンバーが出席する経営会議を開催し、取締役会の意思決定の補完を行っております。
さらに、コンプライアンス・リスク管理体制の実効性確保のため「コンプライアンス・リスク管理委員会」、「財務報告内部統制委員会」を設置しております。
内部監査部門としては、社長直轄の「監査指導室」があり、関係会社を含めた業務監査を実施し問題点の把握、改善指導を行っております。
監査役は 4 名（内 2 名は社外監査役）で、取締役会及び重要な会議体への出席、意見陳述、重要な書類の閲覧等により、取締役の職務執行を監査しております。

会計監査につきましては、当社は監査契約を有限責任監査法人トーマツと締結し、監査を受けております。会計監査人と当社の間には特別の利害関係はなく、会計監査人は、監査役、取締役等と緊密な連携を保ち、監査計画及び監査結果の報告とともに期中においても必要な情報交換または意見交換を行い、効果的かつ効率的な監査を実施しております。

内部統制システムの基本的な考え方

ローソングループの事業は、コンビニエンスストア事業を中核として高品質スーパーマーケット事業、エンタテインメント関連事業、金融関連事業、電子商取引事業及びコンサルティング事業を組み合わせた幅広いものであり、またすべての都道府県、さらには海外における多数の店舗で多種多様な商品・サービスを提供しているため、遵守すべき法令等や想定・対応すべきリスクも多岐にわたるという特性をもっています。このような事業特性のもとで、健全で持続的な成長を目指すために、「内部統制システムの整備の基本方針」を定めています。本方針に基づく内部統制システムの整備を進めるとともに、経営環境の変化等に応じて、実効的かつ合理的な内部統制システムの整備に努めています。

内部統制システムの概要（2026 年 3 月 1 日時点）



※1 CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）：ローソングループの法令等遵守及びリスク管理の制度・体制整備に関する最高責任者。

※2 CR 責任者：CRO を補佐するため、所属グループの法令等遵守に関する問題の掌握並びにリスクを未然に防止する体制の構築及び実施を図る部門の責任者。

内部統制システムの整備の基本方針

内部統制システムの整備の基本方針【124KB】

［最終更新 2025 年 3 月 1 日］

コンプライアンス

基本的な考え方

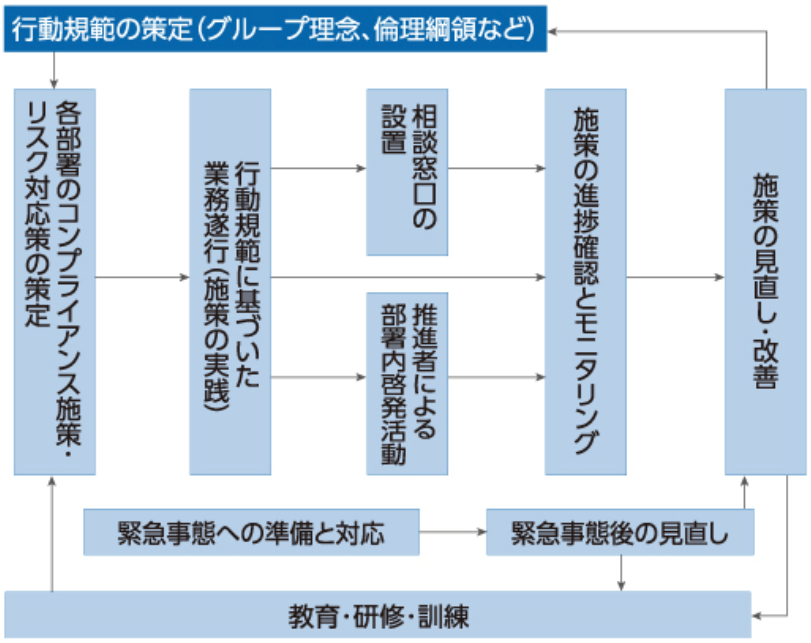
ローソンでは、「ローソングループ企業行動憲章」及び「ローソン倫理綱領」に基づいたコンプライアンス・リスク管理体制を整備しています。行動規範、教育・研修、コミュニケーション機能、モニタリング活動を有機的に関連させながら PDCA（Plan-Do-Check-Action）サイクルを回し、高い倫理観と誠実さと思いやりをもって行動するよき企業市民を目指しています。

「ローソングループ企業行動憲章」についてはこちらへ

「ローソン倫理綱領」についてはこちらへ

コンプライアンスの推進

コンプライアンス推進



推進者の設置

コンプライアンスの推進・定着及びリスク管理を推進するため、CRO※1 を任命しています。また、各本部・室・カンパニーに CR 責任者※2 を設置し、施策推進の旗振り役として、自部署のコンプライアンス施策やリスク対応策を策定・周知・実行し、社会規範の遵守を重視する風土づくりを推進しています。

※1 CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）：ローソングループの法令等遵守及びリスク管理の制度・体制整備に関する最高責任者。
※2 CR 責任者：CRO を補佐するため、所属グループの法令等遵守に関する問題の掌握並びにリスクを未然に防止する体制の構築及び実施を図る部門の責任者。

運用管理

CRO のもとにコンプライアンスを統括する部署として法務部を、リスク管理を統括する部署としてリスク統括部を設置しています。これら部署が連携して、組織横断的なコンプライアンス・リスク管理委員会会議の事務局となり、各部署にて実施している施策の進捗管理を行って、実効的なコンプライアンス・リスク管理体制の推進に取り組んでいます。なお、コンプライアンス・リスク管理委員会会議のもとに 3 つの小委員会（リスクマネジメント小委員会、知財・景品表示対策小委員会、海外ローソングループコンプライアンス・リスク管理小委員会）を別途設置して、重点施策の進捗管理を行い、リスクの予防を図っています。
また、情報セキュリティ統括部は IT 部門と連携し、情報セキュリティ委員会会議の事務局となり、情報セキュリティリスクのさらなる管理強化を進めています。
監査部門と連動し、随時コンプライアンス監査の結果報告を受けながら、施策の徹底指導や改善提案を行っています。

コンプライアンスに関する監査

モニタリング活動としては、全従業員を対象とした意識調査のほか、商品の納入や店舗建設などのお取引先さまを対象にしたアンケートを継続して実施するなど、広い視野に立ったコンプライアンス体制の見直し・改善を行っています。コンプライアンス・リスク管理に関する施策や違反事案の状況、コンプライアンス・リスク管理活動方針や重点施策などについては、定期的に取締役会へ報告しています。

「お取引先さまとの持続可能な社会に向けた取り組み」についてはこちらへ

コンプライアンスに関する教育・研修

行動規範の策定

「グループ理念」「ローソン WAY」に基づいて行動を起こす際に注意すべき点を“倫理の観点”に基づいて具体的に示すため、「ローソン倫理綱領」を制定しています。そのほか、「ローソングループ人権方針」、「ローソングループ個人情報保護方針」、「ローソングループ取引方針」などを制定し、グループ全体で適正に業務を遂行するよう取り組んでいます。また、これらをまとめた「ローソングループ C&R ハンドブック」を発行し、全従業員に配布して周知に努めています。



コンプライアンス意識を高めるための教育・研修

ローソンでは、毎年全従業員を対象とした「コンプライアンス・リスク管理研修」を実施し、倫理意識や危機対応能力のさらなる向上を目指しています。また、入社時や管理職登用時の研修、職種別の研修、経営層に対する外部講師によるコンプライアンス研修を実施することにより、体系的な学習ができる教育体制を整備しています。研修のほかにも、職種別に注意が必要な法令や関連する社内ルール等をまとめたコンプライアンスガイドブックを作成したり、社内のポータルサイトにコンプライアンスに関する記事や動画を掲載するなどして、実務に即した自主学習ができる環境を整えています。これらの教育・研修をリスク状況の変化に応じて内容を見直しながら継続して実施することにより、あらゆる職位・職種の従業員が問題点を共有化して業務改善へとつなげるよう取り組んでいます。

	研修名	対象者	開催頻度	主な学習項目	2025年度受講者数
入社時研修	定期社員入社時研修	定期入社者	年1回	会社概要や戦略、グループ理念などとともに、ローソン従業員として必要なコンプライアンス及び情報セキュリティに関する知識を学習	125名
	定期社員研修	定期入社者（1年目）	年4回	売場づくりや衛生管理、仕事の進め方などの通常業務とともに、これら業務に関するコンプライアンス及び情報セキュリティに関する知識を学習	127名
	通年入社時研修	通年入社者 ※全部署・全職位対象。	年10回	会社概要や戦略、グループ理念などとともに、ローソン従業員として必要なコンプライアンス及び情報セキュリティに関する知識を学習	138名
階層・職種別研修	新任管理職研修 ※新任初級管理職研修、新任上級管理職研修も実施。	管理職登用者	年2回	部下をもつ管理職に求められるもののほか、マネジメントに必要なコンプライアンス・リスク管理、情報セキュリティ管理に関する知識を学習	200名
	役員研修	ローソン及びグループ会社の役員	年2回	役員として必要な法令等知識、役員としての心構えを学習（外部講師による講義）	252名
	AMD研修	AMD登用者	年2回	独禁法、景表法、食品表示法、知財関連法等、マーチャンダイザーに必要な法令やリスク管理に関する教育を実施	45名
従業員教育	コンプライアンス・リスク管理研修	全従業員 ※社員、クルー、派遣社員等。	年1回	コンプライアンス・リスク管理及び情報セキュリティ管理に関する基礎知識、事例共有、業務における心構え・対応方法	全員
	標的型攻撃メール訓練	全従業員 ※社員、クルー、派遣社員等、及び当社パソコン貸与の委託先従業員を含む。	年2回	疑似的な標的型攻撃メール訓練を通じ、不審なメールを受信した場合の対処やマルウェア感染のおそれ発生時等の報告手順などについて学習	22,265名 ※25年度のグループでの対象者数。

相談・通報窓口

通報者保護を重視した相談・通報窓口の設置

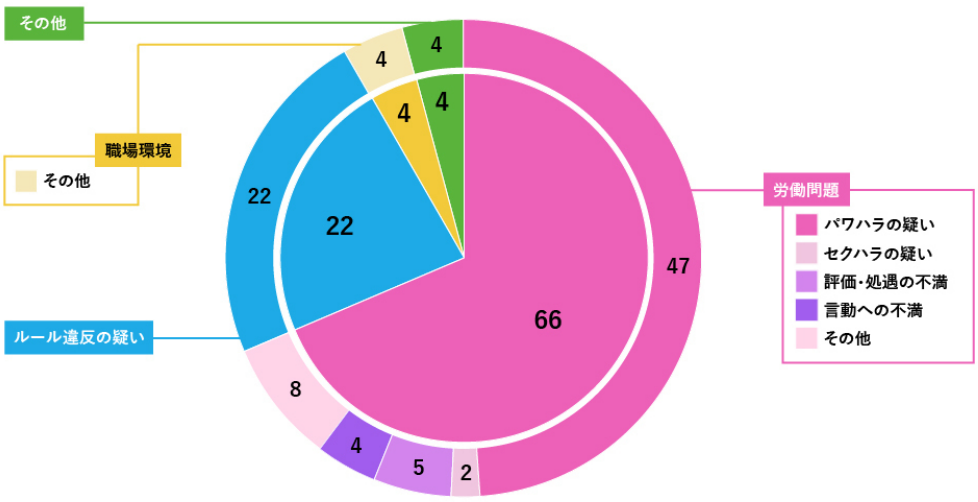
ローソンでは、問題の早期把握と是正を図り、コンプライアンス経営を推進することを目的に、内部通報体制を整備しています。
人事部門が相談を受け付けるセクハラ・パワハラ専用の窓口や、人権侵害、贈収賄、労務問題をはじめ幅広くコンプライアンス上の相談・通報を受け付ける相談・通報窓口を整備しています。従業員が自身の要望に合わせて利用しやすい窓口を選択できるよう、Web 投稿ができる社内窓口のほか、匿名で相談ができる「ローソングループ社外相談・通報窓口」を設置しています。
相談・通報者が安心して相談・通報できるよう、調査担当者や調査方法は相談・通報者の意向を汲みながら決定しています。また、相談・通報者が特定されないよう、あるいは通報が契機であることがわからないよう工夫をし、相談・通報者の保護に努めています。対応終了後においても、相談・通報者に報復行為が行われていないかを確認するため社外相談・通報窓口から確認連絡を行うほか、情報の漏洩、相談・通報者や調査協力者の探索、報復行為等の不利益を与える行為が処分の対象となることを社内規程で明記し、従業員へ周知しています。
上記の相談・通報窓口のほか、お取引先さまの従業員や店舗クルー、FC 加盟店オーナーから匿名性を保って相談できる窓口（ローソングループお取引先さま専用ほっとライン、ローソン店舗クルーほっとライン、オーナーほっとライン）も整えており、相談・通報窓口案件と同様の調査、是正等の対応を行っています。また、カスタマーセンターで受け付けた人権侵害や腐敗その他コンプライアンス違反に関するお申し出に関しては、速やかに上記相談・通報窓口事務局へ報告される体制としており、問題の早期把握と是正に取り組んでいます。
これら窓口の認知度・理解度向上のため、各種研修で相談・通報窓口の運用体制の仕組みや運用実績、相談事例を紹介するなどし、安心して利用できる窓口となるよう周知を強化しています。
相談・通報窓口の運用状況については、取締役会及び監査役会に定期的に報告を行っています。また、調査の結果、法令違反行為等が行われていることを確認した場合は、その事実及び対応策を代表取締役及び監査役へ報告することとしており、代表取締役の指示のもと改善対応に取り組む体制を整備しています。

各窓口の特徴と受付件数

窓口の種類	特徴	受付件数			
		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社内相談の窓口	Webサイトでの投稿 実名での相談 受付時間：随時 取り扱い内容：法令違反、人権侵害、贈収賄、労務問題、ハラスメント等、「ローソングループ企業行動憲章」等のローソンが定める方針類に抵触する問題行為に関する相談・通報	8件	9件	7件	8件
ローソングループ社外相談・通報窓口（弁護士事務所）	電話での受付 匿名での相談も可 受付時間：月・水・金　18時～20時 取り扱い内容：法令違反、人権侵害、贈収賄、労務問題、ハラスメント等、「ローソングループ企業行動憲章」等のローソンが定める方針類に抵触する問題行為に関する相談・通報	10件	10件	9件	7件
ローソングループ社外相談・通報窓口（民間委託先）	電話、メール、郵便等での受付 匿名での相談も可 電話の受付時間：月～金　9時～17時 取り扱い内容：法令違反、人権侵害、贈収賄、労務問題、ハラスメント等、「ローソングループ企業行動憲章」等のローソンが定める方針類に抵触する問題行為に関する相談・通報	27件	29件	58件	80件
ローソングループお取引先さま専用ほっとライン	電話、メールでの受付 匿名での相談も可 電話の受付時間：月～土　9時～18時、日　9時～13時 取り扱い内容：法令違反、「ローソングループ企業行動憲章」等のローソンが定める方針類からの逸脱、契約違反、人権侵害、腐敗行為、その他社会倫理からの逸脱等の通報	48件	57件	45件	20件
ローソン店舗クルーほっとライン	電話、メールでの受付 匿名での相談も可 電話の受付時間：月～土　9時～18時、日　9時～13時 取り扱い内容：店舗クルーからの給与支払い、退職・解雇、ハラスメント等に関する苦情や法令等に違反する行為の通報等	2,323件	3,367件	3,630件	3,860件
オーナーほっとライン	社内と弁護士事務所に窓口を設置 受付時間：月～金　9時～18時 取り扱い内容：店舗経営課題に関する相談、ローソン本部に対する苦情や本部施策に対する改善提案等	104件	64件	52件	61件

相談・通報の種類

ローソングループの従業員向け窓口において、2025 年度に受け付け対応した件数・種類は以下のとおりです（投書等、窓口以外の方法で受領したものも含みます）。なお、ハラスメントに関する申し出のほかに、人権侵害に関する苦情・通報はありませんでした。



グループ会社の連携を強化

グループ各社のコンプライアンス・リスク管理推進者が参加する会議で各社の課題を共有し、対応策のバックアップを行っています。また、各種研修のほか、従業員意識調査やお取引先さまアンケート等も合同で実施し、グループ全体のコンプライアンス・リスク管理体制の強化に取り組んでいます。このほかにも、ローソンの監査部門によるグループ会社の業務監査を通じて、ローソングループとしてコンプライアンス、リスク管理体制及び情報セキュリティ体制の改善などに向けた指導・助言なども行っています。

腐敗防止への対応

腐敗防止に関する方針と発生防止体制

ローソンは、役職員が遵守すべき行動基準を定める「ローソングループ企業行動憲章」において、贈答・接待の授受・供与を行わないほか、関係法令等で禁じられている腐敗行為（贈収賄、詐欺、横領、強要、談合、インサイダー取引、マネー・ローンダリング、職権濫用、司法妨害、ファシリテーション・ペイメントなど）を行わないことを宣言しています。
この方針をもとに、公務員等に対する贈賄の禁止や代理店を通じた汚職行為の防止等を内容とした「贈収賄防止規程」を制定するとともに、防止策となるチェック手続きを具体的に定めたガイドラインを策定しています。これら規程・ガイドラインに則り、法務部が中心となって公務員等への利益提供や代理店起用、寄付などに関する必要な事前チェックを行っています。
このような腐敗行為防止の取り組みに対しては監査部門による監査を行っているほか、内部通報・相談窓口を整備して問題行為の早期発見・是正ができる体制を整えています。
これら腐敗防止に関する活動状況は取締役会へ定期的に報告し、その監督のもと、体制の改善・見直しを行っています。
万一、当社役職員が腐敗行為に該当する行為を行った場合には、速やかに対処・是正するとともに、必要に応じて腐敗防止のための取り組みの内容を見直し、再発防止に努めます。また、違反行為が事実であると確認された場合は、社内規程に従い厳正な処分を行います。
なお、2025 年度において、腐敗防止に関連した法令違反や罰金・課徴金等はありませんでした。また、これら法令違反や法的措置、社内規程の違反等による役職員の処分・解雇等もありませんでした。

腐敗リスクの特定と対応

ローソンでは、全社リスク対応計画に基づき、毎年部署ごとにリスク項目の特定・評価を行っており、腐敗行為もチェックすべきリスク項目として設定しています。法務部が腐敗リスクの対策主管部署となり、リスクシナリオの策定や発生頻度・影響度等を評価するとともに、ローソンの事業活動において発生しうる贈収賄リスクについて各部署へのヒアリング結果に基づいて腐敗リスクが高い事業を特定し、発生防止のための事前チェック体制を整備しています。
これら法務部による全社的な腐敗リスク対応と併せて、各部署が自部署にて対処すべき腐敗リスクの特定と防止策の策定も行っており、法務部がそれら防止策の進捗状況を確認する体制を整えています。
併せて、海外事業におけるファシリテーション・ペイメントや金融事業におけるマネー・ローンダリング等も課題として認識しており、これらの発生防止に向けても取り組みを進めています。

腐敗防止に向けて教育・研修の実施

腐敗行為の防止に向けて、コンプライアンス・リスク管理委員会会議や役員向け・従業員向け各種研修の中での啓発を行うほか、従業員意識調査を通じて理解浸透の確認を定期的に行っています。併せて、「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」等を通じて、お取引先さまにおける腐敗防止の取り組み状況についても確認しており、お取引先さまとともに腐敗防止に向けた取り組みを進めています。
研修においては、職位ごとに接するおそれが高い具体的な場面を取り上げるとともに、規程・ガイドラインに定める禁止行為や事前チェック手続き等を解説し、理解促進に努めています。

贈収賄防止規程（要旨）

第 1 条（目的）

当社役職員が贈収賄防止のために遵守すべき事項を定めることを目的とすること。

第 2 条（適用範囲）

当社役職員の国内外すべての事業活動に適用されること。

第 3 条（定義）

各種用語（公務員等にはみなし公務員を含むこと等）の意義。

第 4 条（公務員等に対する贈賄の禁止）

公務員等に対する贈賄の禁止。

第 5 条（公務員等以外の者に対する利益等の提供）

公務員等以外の者に対して違法または不当な職務行為を行わせることを目的とした利益等の提供禁止。

第 6 条（代理店等の起用）

代理店等に対する支払いが、不正、違法な働きかけのために利用され、または、その疑いがある場合には、そのような支払いの禁止。

第 7 条（不正な利益提供要求への対応）

不正な利益提供要求への対応。

第 8 条（不当な利益等の享受の禁止）

当社の経営や事業判断または職務執行に不適切な影響を与えることを目的とする不当な利益等の享受の禁止。

第 9 条（記録管理の徹底）

記録管理の徹底。

第 10 条（規程違反行為への対応）

報告義務、調査・是正対応、不利益的取り扱いの禁止。

第 11 条（教育・研修）

定期的な教育・研修の実施。

第 12 条（監査）

本規程の遵守状況に関する監査。

第 13 条（懲戒処分等）

本規程違反に対する厳正な処分。

第 14 条（ガイドライン等の遵守）

本規程に関連するガイドライン等の遵守。

リスクマネジメント

リスクへの備え

ローソンでは、CRO※のもとにリスク管理を統括する部署を設置し、リスク管理に関連する規程を定めたうえ、平常時におけるグループ横断的な事前予防体制を整備しています。そして、各部署においては、事業目的と関連した経営に重大な影響を及ぼすリスクを識別し、当該リスクが生じる可能性及びリスクがもたらす影響の大きさを分析し、重点的に対策を講じるべきリスクかどうかを評価してリスクの特性に応じた対応を実施しています。
また、リスク管理の実効性を確保するために、コンプライアンス・リスク管理委員会会議及び情報セキュリティ委員会会議と 3 つの小委員会を設置し、委員会及び委員長の職務権限と責任を明確にした体制を整備するとともに、リスク管理担当者の各部署及び関係会社への配置、及びリスク管理の教育・訓練の実施により、リスク管理意識の維持・向上を図っています。

※CRO（最高コンプライアンス・リスクマネジメント責任者）：ローソングループの法令等遵守及びリスク管理の制度・体制整備に関する最高責任者。

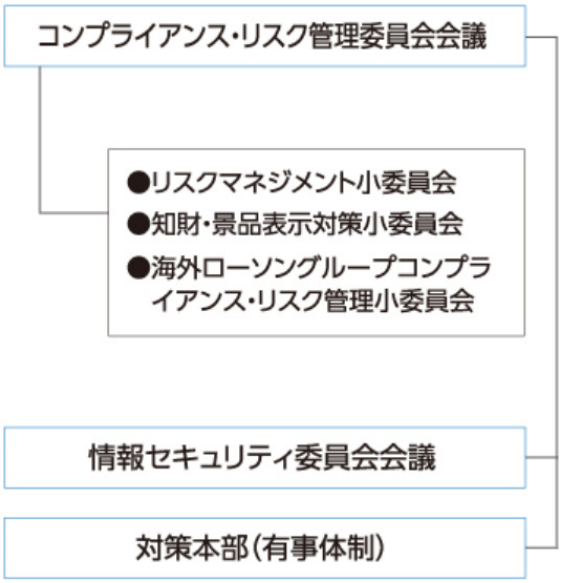
ローソンがとらえる主要なリスク

（1）フランチャイズ（FC）事業や銀行事業等の経営戦略リスク
（2）資産の棄損や資金調達等の財務リスク
（3）食品の安全性や IT システムに関するオペレーショナルリスク
（4）法規制等のコンプライアンスリスク
（5）災害等のハザードリスク

リスク発生時の対応

ローソンでは、ローソングループにおけるリスクの発生により、事業の中断、損失の発生等の緊急事態・危機になり得るまたはそれらを引き起こし得る状況の発生時には被害最小化を目的に、予め定められた報告ルート・方法に従い迅速な対応報告を行うこと、及び重大なリスク発生時の対策本部設置基準等のルールを整備しています。リスク発生時の対応終了後は、発生要因を分析し、施策の見直し・改善を行って、再発防止へとつなげています。

また、ローソンでは、ローソングループにおける重大な被害（損害）を伴う緊急事態が発生した場合においても、人命の安全確保を前提としたうえで、重要な業務を中断させず、かつ、万一、事業活動が中断したとしても、目標復旧時間までに再開させることを目的とした事業継続マネジメント（BCM）に係る体制及び規程等のルールを整備しています。



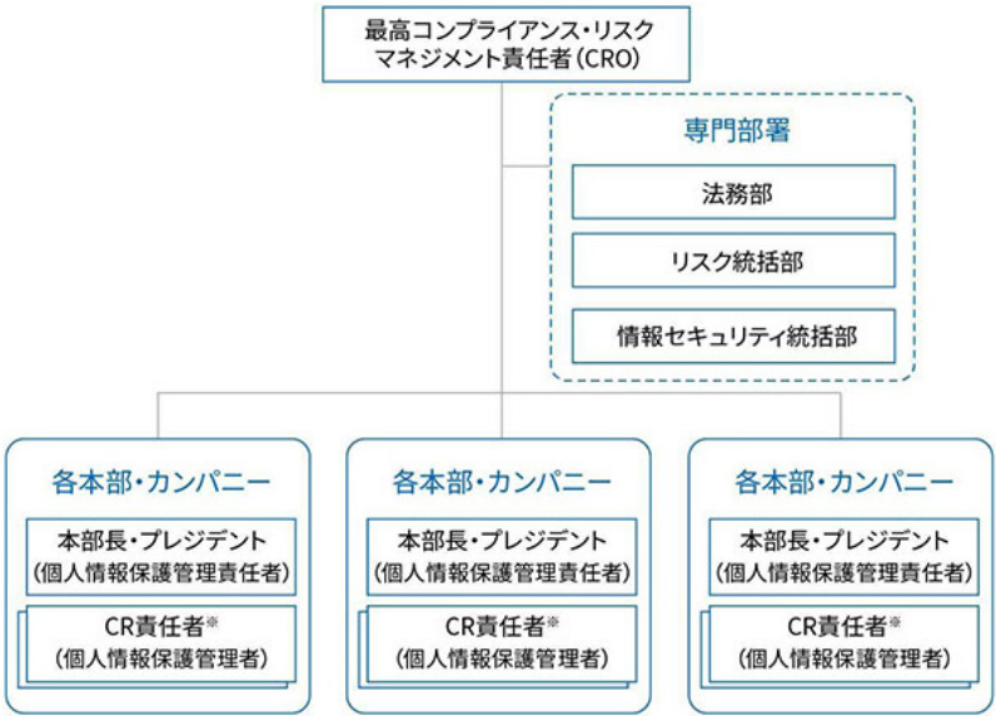
情報セキュリティ体制の向上

ローソンでは、当該情報資産を社内外の故意または偶然によるすべての脅威から適切に保護し、お客さまへのサービスと事業の運営を継続的、安定的に行うために「情報セキュリティ・ポリシー」を制定し、また、ローソングループ（ローソン及びローソンが適用対象と定める会社の集合体をいいます）が取得・利用する個人情報の保護を進めるため、「ローソングループ個人情報保護方針」を制定しています。執行役員であるCROの統括のもと、各本部・各カンパニーに情報セキュリティリスク及び個人情報保護に係る評価と対応を行う責任者を設置し、情報セキュリティリスク管理を統括する部署の支援のもと、情報セキュリティ委員会を通じた全社横断的な情報セキュリティリスク及び個人情報保護に係る統括管理の体制を整備しています。

FC加盟店に対しては情報セキュリティ・ポリシー及び個人情報保護方針の内容を具体的に理解・実行できるように、店舗で起こりうるミス・クレームとその具体的な対処法を店舗の各種マニュアルで周知し、意識の向上を図っており、本部従業員に対しては「情報セキュリティガイドブック」として遵守すべき事項をまとめるとともに、従業員一人ひとりが確実に実践できているか、定期的なチェックを行っています。

お客さまの大切な個人情報を扱う際には、案件・施策ごとに具体的な収集方法や保管方法、保有期間や管理責任者などを定め、事前に専門部署のチェックを受けた上で実行に移す手続きを整備しています。また、個人情報の取り扱いを外部へ委託する際には、事前に当該委託先のセキュリティ体制を細かくチェックし、ローソンが求める条件を満たした委託先にのみ取り扱いを委託するとともに、年に1回は、その条件が維持できているかを立ち入り、または書面で検査を行っています。

そのほか、内部監査部門による情報セキュリティ監査、外部専門企業による情報システムの脆弱性診断など、情報セキュリティ体制のほころびが生じないよう、さまざまな角度でチェックを行っています。



※CR責任者：CROを補佐するため、所属グループの法令等遵守に関する問題の掌握並びにリスクを未然に防止する体制の構築及び実施を図る部門の責任者。

「情報セキュリティ・ポリシー」についてはこちらへ

「ローソングループ個人情報保護方針」についてはこちらへ

リスクマネジメント

事業継続のために

事業継続マネジメント

ローソンでは、事業継続マネジメント（BCM）において、当社の経営資源が機能不全に陥った場合や当社の従業員等が多数就業困難になった場合、必要な対応をとるための基本的事項を定めています。

事業継続マネジメント（BCM）の基本方針

- ローソンブランドの維持
  当社は、「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」というグループ理念のもと、企業としての社会的責任を強く認識し、大規模災害等の重大なリスクの発生時においても、人命の安全確保を前提に、店舗の営業を通じて商品・サービスの提供を継続し、「マチのライフライン」としての使命を果たすことでローソンブランドを維持することを目指します。
- フランチャイズ（FC）ビジネスの継続
  当社は、フランチャイズビジネスを展開しており、重大なリスク発生時においてもフランチャイズ本部として必要な一定の業務レベルを保ち、かつ事業及び業務を復旧する期間・方法について具体化し、フランチャイズビジネスの継続を目指します。
- 適正な利益の確保
  当社は、「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」というグループ理念を全うするため、企業として存続するのに必要である適正な利益を確保（生み出）します。そのために 重大なリスク発生時の収益に与える影響や社会情勢及び法令等を考慮し、対応策を定めます。

この基本方針を実現するため、具体的な手順等を事業継続計画（BCP）としてまとめるとともに、この計画に沿った事業継続体制を構築し、維持・改善していくことを重要な経営課題として取り組んでいます。

事業継続計画

さまざまな危機に敏感に対応する組織風土を維持するためには、対応能力を向上する取り組みが必要です。ローソンでは、オフィス建物やライフラインといった「ハード」面、事業継続計画（BCP）やマニュアルといった「ソフト」面、従業員や FC 加盟店の「スキル」面、それぞれの側面を常に見直し、改善していくことにより、企業全体の危機対応能力の向上に努めています。

事業継続計画（BCP）やマニュアルといった「ソフト」面においては、本部機能に重大なリスクが発生した際に当社のフランチャイズ本部としての重要業務を継続するため、組織の行動基準を定めた BCP マニュアルを策定しています。BCP マニュアルには、首都直下地震や感染症の拡大等を想定した業務手順等が記載されています。

「レジリエンス認証」

国土強靭化に貢献する事業者として認定



政府の内閣官房国土強靭化推進室は、国土強靭化の趣旨に賛同し、日ごろから大規模自然災害等に備え事業継続に関する取り組みを積極的に行っている事業者を「国土強靭化貢献団体」として認証する「国土強靭化貢献団体認証（レジリエンス認証）」制度を創設し、2016 年 2 月「国土強靭化貢献団体の認証に関するガイドライン」を制定しました。
ローソンは、内閣官房国土強靭化推進室から上記ガイドラインに規定する「認証組織の要件」に適合する旨の確認を受け、一般社団法人レジリエンスジャパン推進協議会よりコンビニエンスストアで初めて国土強靭化に貢献する事業者として認定されています。

ESGデータ集

ESG データ集

社会・環境保全コスト

対象期間：3 月 1 日～ 2 月末日　集計範囲：ローソン本部及び加盟店※1

（単位：千円）

		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度		
分類	主な取り組みの内容	投資	経費	投資	経費	投資	経費	投資	経費	効果
（1）事業エリア内コスト										
（1）－1 公害防止コスト	新店の浄化槽維持・管理	0	249,951	0	249,647	0	250,141	0	226,007	水質汚濁防止
（1）－2 地球環境保全コスト	省エネ機器の導入、CO_2オフセット運動	5,307,016	5,345	19,304,277	41,401	18,817,209	4,626	19,529,594	8,408	CO_2削減
（1）－3 資源循環コスト	廃棄物関連費用※2	0	6,543,337	0	6,613,189	0	6,816,707	0	7,152,355	法令遵守
（2）上・下流コスト	容器包装リサイクル法関連費用	0	605,760	0	563.864	0	498,228	0	441,615	法令遵守
（3）管理活動コスト	SDGsハンドブック作成費用等	0	41,676	0	50,409	0	51,150	0	52,300	環境活動の推進、普及・啓発
（4）研究開発コスト	省エネルギー店舗研究費用	0	0	0	0	0	0	0	0	CO_2削減
（5）社会活動コスト	緑化活動、清掃活動、NPO団体への寄付	0	358,976	0	322,210	0	596,775	0	560,705	生物多様性の維持、地域美化
合計※3		5,307,016	7,805,045	19,304,277	7,840,721	18,817,209	8,217,627	19,529,594	8,441,390	

※1 国内のエリアフランチャイズ、及びローソンストア 100 の店舗を含む。

※2 店舗の廃棄物処理とリサイクルの費用は、標準的な店舗の数値をサンプルとして推定計算しています。

※3 数値については四捨五入で記載している関係で各数値と合計数値は合致しておりません。

環境データ一覧

対象期間：3 月 1 日～ 2 月末日（★印の項目の対象期間は行政年度：4 月 1 日～ 3 月末日）

気候変動関連（CO_2 削減）

● エネルギー使用量

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
★エネルギー消費量（本社・エリアカンパニー・支店・店舗の電力） 対象店舗：ローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア100の加盟店・直営店	k Wh	2,220,102,190	2,206,168,475	2,213,541,917	2,085,858,321
★エネルギー消費量のうち再生可能エネルギー使用量	k Wh	8,187,000	12,150,240	55,764,844	43,505,882

● 1 店舗当たりの CO_2 排出量

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
★1店舗当たりの電気使用によるCO2排出量※1	t-CO2	70.7	67.7	64.2	61.9

※1 CO_2 排出係数は電気事業者別排出係数一覧（代替値）を使用し算出しており、係数は毎年異なります。

● サプライチェーンから排出される CO_2 量※2

項目		単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2025年度 売上高 1億円当たり排出量
★サプライチェーンCO2排出量総量		千トン	5,567.1	5,964.1	6,100.9	6,390.0	232.3
Scope1	社用車のガソリン、要冷機器からのフロン類漏えい量	千トン	4.3	50.3	36.7	30.6	1.1
Scope2	本社・エリアカンパニー・支店・店舗の電力	千トン	896.8	988.8	980.3	947.0	34.4
Scope3　カテゴリ1	仕入れた原材料（PB・NB製品、レジ袋など）	千トン	4,193.6	4,405.8	4,594.4	4,906.8	178.4
Scope3　カテゴリ2	建物、器具備品等、情報システムハードウェア	千トン	70.3	123.4	125.7	158.5	5.8
Scope3　カテゴリ3	電力の調達に伴うエネルギー関連	千トン	145.0	150.6	150.0	140.6	5.1
Scope3　カテゴリ4	配送センターのエネルギー消費	千トン	136.0	139.7	118.7	112.8	4.1
Scope3　カテゴリ5	店内廃棄物、閉店・改装時の産業廃棄物	千トン	21.9	23.7	21.2	22.7	0.8
Scope3　カテゴリ6	ローソン本部従業員の出張	千トン	0.8	0.8	0.8	0.8	0.0
Scope3　カテゴリ7	ローソン本部従業員の通勤	千トン	1.4	2.0	2.1	2.2	0.1
Scope3　カテゴリ11	販売した製品の使用	千トン	56.5	39.6	38.6	34.0	1.2
Scope3　カテゴリ12	容器・割り箸・レジ袋などの廃棄	千トン	40.6	39.4	32.4	34.1	1.2
Scope3　カテゴリ14	FC加盟店の電力	千トン	–	–	–	–	–

※2 サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン Ver.2.8 に基づき、サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース Ver.3.6 から算定しています。ローソンのサプライチェーンすべてを網羅しているものではありません。また、数値については四捨五入で記載している関係で各数値と合計数値は合致しておりません。

・Scope1：2023 年度から店舗の要冷機器からのフロン漏えい量を追加しています。
・Scope2：対象店舗は、ローソン、ナチュラルローソン、ローソンストア 100 の加盟店・直営店、ローソン南九州の加盟店・直営店です。
・Scope3：カテゴリ 14 に属する FC 加盟店の電力を Scope2 に合算しています。
2022 年度から 2025 年度の実績は一般社団法人日本能率協会による第三者検証を受けています。
ローソンストア 100 の店舗の電力については 2023 年度から、ローソン南九州の店舗の電力については 2024 年度から、それぞれ第三者検証の対象に含んでいます。

● 配送車両

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
1店舗当たりの配送車両によるCO2排出量の削減率（2013年対比）	%	7.9	8.9	13.8	12.2
配送車両の1日１店舗当たり台数（新聞・たばこを除く）	台	7.0	5.0	5.0	5.0

● 社用車※3

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社員が使用する自動車の台数	台	2,028	2,001	1,991	1,972

※3 算定期間を行政年度（4 月～ 3 月）から事業年度（3 月～ 2 月）に変更しています。

● CO_2 オフセット運動（排出権の移転代行、排出権付き商品によりオフセットした CO_2 量）

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
オフセット量　累計実績	t	30,191	30,279	30,362	30,409

省資源（プラスチック削減）

● プラスチック製容器包装

項目	単位	2021年度	2022年度	2023年度
プラスチック製容器包装重量（指数）（2017年対比）※4	%	80.7	74.9	65.2

※4 プラスチック製容器包装重量（指数）は 2023 年度に前倒しで目標を達成しました。

● プラスチック製レジ袋

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
1店舗当たりのレジ袋使用重量	kg	299	265	237	234
レジ袋辞退率※5	%	74.4	75.9	76.5	77.1
レジ袋総使用重量	t	4,371	3,873	3,339	3,310

※5 掲載する項目をレジ袋配布率からレジ袋辞退率に変更しました。

廃棄物（食品ロス等）

● 食品リサイクル実施状況

項目		単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
★廃油リサイクル実施店	ローソングループ計※6	店	14,242	14,142	14,259	14,354
★食品リサイクル実施店 （飼料化・肥料化・メタン）	ローソングループ計※6	店	2,307	2,326	2,318	2,336
★熱回収	ローソングループ計※6	店	0	0	0	0
食品ロス削減率（2018年対比）※7	ローソン単体	%	26.8	26.2	28.2	20.0
★食品リサイクル等実施率	ローソン単体	%	61.9	61.4	61.9	57.4

※6 当社連結グループの運営するコンビニエンスストアの店舗数であり、（株）ローソン、（株）ローソン沖縄、（株）ローソン南九州、（株）ローソン高知の運営する店舗数を含みます。

※7 食品ロス削減率はローソン単体を対象としています。2023 年度から発生原単位（売上高百万円当たりの食品廃棄物量）での算定へ変更しており、過去の数値についても遡って変更しています。

● 1 店舗 1 日当たりの平均廃棄物量

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
★調査対象：東京都内の一部店舗、 （2013年度～）全国の食品リサイクル実施店舗※8	kg	41.0	42.3	42.4	41.6

※8 食品廃棄物は全国の食品リサイクル実施店の実績です。

● 廃棄物量

項目	単位	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
★廃棄物総量	t	202,706	199,863	209,931	215,189
★リサイクルされた廃棄物率	%	38.7	42.5	43.0	48.5
★廃棄物最終処分量	t	124,319	114,867	119,597	110,766
★有害廃棄物量	t	0	0	0	0

寄付金額の推移

（単位：百万円）※

	ローソン緑の募金	夢を応援基金（ひとり親家庭支援奨学金制度）	夢の教室募金	夢を応援基金（東日本大震災奨学金制度）	TOMODACHI募金	災害支援募金等	合計
累計額	**4,985**	**1,761**	**39**	**1,951**	**116**	**4,174**	**13,026**
2025年度	103	264	—	—	—	25	393
2024年度	124	294	—	—	—	74	492
2023年度	98	129	—	—	—	483	709
2022年度	105	152	13	—	—	266	536
2021年度	113	172	12	—	—	71	368
2020年度	88	215	6	—	—	140	450
2019年度	133	168	9	—	3	110	423
2018年度	150	205	—	18	9	219	602
2017年度	157	162	—	48	15	53	436
2016年度	146	—	—	134	14	367	661
2015年度	110	—	—	189	24	94	417
2014年度	97	—	—	291	31	31	449
2013年度	83	—	—	330	20	49	482
2012年度	110	—	—	388	—	4	502
2011年度	111	—	—	554	—	1,073	1,738
2010年度	245	—	—	—	—	71	316
2009年度	233	—	—	—	—	36	270
2008年度	254	—	—	—	—	45	299
2007年度	238	—	—	—	—	40	278
2006年度	247	—	—	—	—	23	270
2005年度	232	—	—	—	—	64	296
2004年度	175	—	—	—	—	275	450
2003年度	196	—	—	—	—	7	203
2002年度	177	—	—	—	—	45	221
2001年度	192	—	—	—	—	77	268
2000年度	154	—	—	—	—	93	247
1999年度	190	—	—	—	—	45	235
1998年度	166	—	—	—	—	—	166
1997年度	154	—	—	—	—	—	154
1996年度	107	—	—	—	—	—	107
1995年度	98	—	—	—	—	295	393
1994年度	79	—	—	—	—	—	79

1993年度	96	–	–	–	–	–	96
1992年度（9月～）	24	–	–	–	–	–	24

※表示単位未満を四捨五入している関係で各数値と合計数値は合致しておりません。
寄付金額には、店頭募金箱・Loppi 募金・ポイント（Ponta ポイント及び d ポイント）による寄付に加え、本部寄付金等が含まれています。

「ローソン緑の募金」活動実績

	支援した活動（カ所）	緑化面積（ha）	手入れをした森の木の本数（万本）※1	ビオトープ造成・改修（カ所）	植えた木のCO2吸収量効果（t）※2
	累計	累計	累計	累計	累計
2025年度	7,389	8,362	2,092	275	9.0
2024年度	7,084	8,264	2,067	264	7.3
2023年度	6,798	8,127	2,033	254	6.9
2022年度	6,498	7,982	1,996	243	5.4
2021年度	6,228	7,935	1,985	239	5.7
2020年度	5,744	7,762	1,941	209	—
2019年度	4,893	7,753	1,939	—	—
2018年度	4,632	7,618	1,905	—	—
2017年度	4,379	7,443	1,861	—	—
2016年度	4,148	7,104	1,776	—	—
2015年度	3,947	6,989	1,747	—	—
2014年度	3,741	6,771	1,692	—	—
2013年度	3,489	6,679	1,669	—	—
2012年度	3,214	6,554	1,637	—	—
2011年度	2,912	6,367	1,591	—	—
2010年度	2,603	6,038	1,509	—	—
2009年度	2,298	5,704	1,425	—	—
2008年度	2,017	5,329	1,332	—	—
2007年度	1,736	4,984	1,246	—	—
2006年度	1,528	4,510	1,127	—	—
2005年度	1,340	4,093	1,023	—	—

1992 年 9 月からの累計です。

※1 緑化面積・本数は、「ローソン緑の募金」総額及び「緑の募金」全体の活動実績から、一定の仮定のもとに算出したものです。

※2「ローソン緑の募金」により、学校緑化活動で植樹した木を、林野庁「36 ～ 40 年生のスギ林の CO_2 吸収・固定量」より試算しました。

人事データ

項目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
社員数（単体）（名）※1	4,490	4,395	4,386	4,421
（男性/女性）（名）	3,577/913	3,495/900	3,445/941	3,444/977
女性社員比率（%）	20.3	20.5	21.5	22.1
新卒採用数（名）	89	98	107	125
（男性/女性）（名）	43/46	65/33	63/44	66/59
中途採用数（名）	37	75	99	100
（男性/女性）（名）	20/17	48/27	63/36	60/40
女性管理職比率（%）	13.0	13.5	14.2	15.2
産休制度利用者数（名）	57	48	50	43
育児休職利用者数（名）	161	192	183	127
（男性/女性）（名）	104/57	100/92	84/99	85/42
育児時短勤務制度利用者数（名）	102	118	113	131
在宅勤務（リモートワーク）利用者（名）※2	3,181	2,921	3,012	2,561
介護休業制度の利用者数（名）	2	1	1	2
月間平均残業時間	10.90	11.28	11.20	10.95
有給休暇取得率（%）	60.42	59.13	61.86	58.89
平均年齢（歳）	41.7	42.3	43.0	42.9
（男性/女性）（歳）	43.4/34.9	44.0/35.8	44.7/36.3	44.8/36.3
平均勤続年数（年）	15.2	15.9	15.5	15.6
（男性/女性）（年）	16.6/9.7	17.3/10.4	17.0/9.9	17.2/10.1
離職率（%）	7.0	7.0	6.3	5.8
離職人数（名）	315	306	276	254
障害者雇用率（%）※3	2.29	2.23	2.39	2.55
初任給（円）※4	大学卒：211,000円（月給）大学院卒：224,620円（月給）	大学卒：217,000円（月給）大学院卒：230,620円（月給）	大学卒：233,000円（月給）大学院卒：240,600円（月給）	大学卒：245,000円（月給）大学院卒：252,820円（月給）
男女賃金差（全雇用労働者）（%）※5	62.5	62.4	64.1	64.2
正規雇用労働者（%）	80.8	81.8	83.9	85.0
非正規雇用労働者（嘱託・パートタイマー）（%）	88.1	91.9	92.0	93.7

※1 社員数（単体）は、総人数−関係会社出向；受入出向者が含まれています。
※2 2020年9月から育児両立制度としての在宅勤務制度を全社員対象のリモートワーク制度へ刷新。人数は25年9月時点の利用申請人数。
※3 障害者雇用率はグループ計（(株）ローソン・(株）ローソンウィル・(株）ローソンエンタテインメント・(株）ローソンストア100)、雇用契約ベース。
※4 東京23区在住の場合。その他、勤務地・居住地等により金額が異なります。性別関係なく同一賃金体系を適用しています。
※5 男女賃金差に関する説明。

● データ算出に関する説明

・対象期間：2025 年度（2025 年 3 月 1 日～ 2026 年 2 月 28 日）
・正規雇用労働者：役員を除く正社員
・非正規雇用労働者：嘱託社員、パートタイマー
　パートタイマー労働者については、法定労働時間（8 時間 / 日）で加算した人員数をもとに平均年間賃金を算出。

● 差異に関する補足説明

・正規雇用労働者については、女性の勤続年数が男性と比較して短い（男女差 7.1 年）ことに加え、女性管理職比率（15.2%）が低いことから、賃金差異が生じています。
　特に管理職においては上位職に占める女性割合（女性部長比率 10.2%）が低く、賃金差異への影響が大きくなっています。
　このため、当社では女性活躍促進を重大な経営課題として位置づけ、2030 年までに女性社員比率・管理職比率ともに目標を 30%とし、各種社員向けキャリア研修など人財育成に取り組んでいます。
・非正規雇用労働者に関して、嘱託社員に賃金水準の高い定年再雇用の男性が多く、パートタイマーに女性が多いため、男女の賃金差異が生じています。
・全労働者における男女の賃金差異については、相対的に賃金の高い正規雇用労働者において男性割合が多く（79%）、賃金の低い非正規雇用労働者において女性割合が高い（66%）ため、男女の賃金格差が生じています。

労働安全衛生関連データ

項目	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
労働災害件数　＊通勤災害除く（件）	26	40	43	38
労働災害死亡件数（件）※1	0	0	0	0
休業災害件数（件）※2	4	9	13	16
休業災害度数率（%）※3	0.32	0.75	1.08	1.35

※1 労働災害（通勤災害は除く）のうち、死亡を伴う労働災害件数。
※2 労働災害（通勤災害は除く）のうち、負傷または疾病の療養のために出勤できなくなった労働災害件数。
※3（休業災害数+死亡災害数）/ 延べ総実年間労働時間 ×100 万時間

女性に関するデータ

女性管理職比率	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
女性課長職人数 （全体に占める女性比率）	154名 13.77%	159名 14.13%	167名 14.92%	185名 15.97%
女性部長職人数 （全体に占める女性比率）	11名 7.14%	15名 9.09%	16名 9.09%	18名 10.20%
女性（理事）執行役員※人数 （全体に占める女性比率）	2名 6.06%	1名 3.33%	4名 10.53%	4名 10.80%
女性役員※人数 （全体に占める女性比率）	5名 50.00%	5名 50.00%	3名 27.30%	1名 10.00%

※ 役員は取締役・監査役を指します。また、執行役員には執行役員及び理事執行役員を含みます。

サステナビリティ関連研修一覧

研修名	対象者	開催頻度	研修のねらい	主な学習項目	年間人数
全社員共通					
人権・DE&I研修	全社員	年1回	差別・偏見・ハラスメントについて正しく理解するとともに、多様性を尊重し、誰もが安心して働ける職場環境をつくるための行動について学ぶ。	・多様性への理解と差別を生じやすい多様性について・ハラスメント・差別やハラスメントが生じる要因・人権に関わる相談窓口	全社員
サステナビリティ研修	全社員	年1回	ローソングループが目指すサステナビリティ経営実現に向けた取り組みを理解し、行動に結び付ける。	・サステナビリティ経営、ローソングループの環境ビジョンと取り組み・ローソンの社会への取り組み・私たちにできること	全社員
コンプライアンス・リスク管理研修	全社員	年1回	コンプライアンス・リスク管理を日常業務の中で意識し、適切に行動できるようになる。	・ローソン倫理綱領・コンプライアンスに関する重点事項・リスク管理・リスクマネジメント・インシデント管理	全社員
労務管理研修	全社員	年1回	正しい働き方・労務管理に関する基礎知識を習得する。	・一日の働き方、勤務時間に関する基礎知識・勤務計画・勤務報告	全社員
管理職向け労務管理研修	管理職	年1回	部下の労務管理における心構えと基礎知識の習得、適切な労務管理を実現する。	・労務管理の基礎知識・労働時間の把握・時間外労働の考え方・勤務計画	全管理職
53歳向けキャリアデザイン研修	53歳に達する社員	年5回	今後起こり得るキャリア上の転機を見据え、仕事・健康・余暇・マネーなど、さまざまな視点で自身のキャリアを捉えなおし、今後のキャリアを自律的に考える機会とする。	・55歳以降の人事制度・ライフプラン・マネープラン・健康、余暇・キャリア自律とは・キャリアプラン	124名
30代前後向けキャリアデザイン研修	30歳前後（定期入社の場合入社4～7年目）	年5回	これまでの業務経験や実績を振り返り自身の強みやキャリアの軸を見出し、価値観を明確にする。これから5年後、10年後にどのようなキャリアを築きたいか、自身でキャリアプランを具体化し、今後の業務に活かしていく。	・これまでの業務での経験による変化などを通じて自身の源を知る。 ・自身の強みと弱みを整理し、改めて強みを獲得し、発揮できた経験との紐づけやグループワークを通じて他者からの気づきを得る。 ・将来ありたい姿を描き、それに向けた行動計画を作成。上長とのキャリア開発面談に活用していく。	87名
女性社員キャリアデザイン研修	20代後半から30代前半かつ営業系職種である女性	年1回	長期的なキャリアビジョンを描き、ライフイベントとの両立を意識した働き方を考える。	・当社のDE&I推進取り組みと女性活躍状況・両立支援制度・キャリアの考え方・先輩女性社員による講話＆座談会	33名
育児休職社員研修	育児休職者	年1回	復職にあたり会社の状況をキャッチアップし、育児と両立する上で自身に合った働き方を考え、不安・疑問点を払拭する。	・次年度事業方針・復職後の働き方について（キャリアの考え方）・人事制度＆福利厚生・育児両立社員による講話＆座談会	50名
育児休職復職者研修	・育児休職復職者 ・復職者の上司	年1回	復職後の不安をやわらげ、自分らしく働く一歩を踏み出すきっかけにする。また復職者と上司が、お互いの気持ちや状況を理解し、よりよい関係を築く。	・働き方や制度について・ケーススタディー・ベストプラクティス紹介（上司、復職者ペア登壇）・上司と復職者のペアセッション	58名
国際社員フォローアップ研修	入社2年目の国際社員	年3回	国際社員の強みを活かす視点を学び、長期的なキャリアビジョンを描く。また内定者や先輩社員との座談会を通じてタテ・ヨコのコミュニケーションを図る。	・当社のDE&I推進取り組みと国際社員の活躍状況・キャリアの考え方・内定者と座談会・先輩社員パネルディスカッション・当社の商売に関わる日本文化について・グローバル視点で商売を考えるワーク	7名

コンプライアンスに関するデータ

腐敗防止

項目	対象	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
腐敗防止方針の違反に起因する従業員の処分及び解雇件数	全従業員	なし	なし	なし	なし

反競争的行為

項目	対象	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	国内外 全事業所	なし	なし	なし	なし

社会及び経済分野の法規制違反

項目	対象	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
製品及びサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例 （薬機法等に基づく行政処分・行政指導を受けた事例）	国内	なし	なし	なし	なし
製品及びサービスの情報とラベリングに関する違反事例 （景品表示法や食品表示法等に基づく行政指導を受けた事例）	国内	なし	なし	なし	なし
マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例 （景品表示法や食品表示法等に基づく行政指導を受けた事例）	国内	なし	なし	なし	なし

グループ方針案内及び「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」実施件数

項目	対象	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
グループ方針案内文書のお取引先さま送付人数（人）	グループ会社※	1,224	1,204	1,213	1,431
サプライヤー・サステナビリティ・アンケート回答依頼社数（社）	ローソン、SCI	857	726	663	696

※ 方針送付対象のグループ会社は、（株）ローソンエンタテインメント、（株）ローソンストア 100、（株）SCI、（株）ローソン。

顧客プライバシー

項目	対象	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
顧客プライバシーの侵害に係る不服申立件数	国内	なし	なし	なし	なし