

マチのあらゆるニーズに多様な視点で応え、マチとともに進化し続けています

ローソンがマチに誕生してから45年。私たちはマチの幸せを第一義として常に進化を続けてきました。

お客さまを起点にした「生活全般ニーズへの対応」「高度な店舗生産性」「小商圏型製造小売業」の3つからなるローソン独自のビジネスモデルは、適切な経営戦略の実行と連動することで、多くの強みを生み出し、持続的な企業価値向上へと結びついています。

「ローソンがあっよかった」「ローソンだから買いに行きたい」そんなお客さまの声により一層お応えするため、私たちは改革の手を休めません。

社会的ニーズの変化に即応する 多様性とチャレンジ精神

マチの特性に即した多様な店舗フォーマットを展開するとともに、エンタテインメント関連事業、金融関連事業など幅広く推進。お客さまの利便性向上のため、日本のコンビニエンスストアとして初めてUber Eatsを導入し、その後積極的に拡大するなど、迅速かつ柔軟にチャレンジする姿勢を大切にしています。



マチと人を大切にする理念・文化

マチの幸せを実現する最大のパートナーであるFC加盟店とは、さまざまな対話の機会を通してグループ理念を共有し、強く連携しています。活気ある元気なお店で、マチを元気にしていきます。また、社員はマチに対して何ができるのかを自発的に考え、行動することが根付いています。それが災害時・緊急時の社会支援や、環境問題への深い意識につながっています。



ローソンATM
13,353台

まちかど厨房併設
5,861店舗

成城石井
154店舗

※直営の成城石井店舗のみを集計しています。

ローソングループ
(国内コンビニエンスストア)
14,444店舗

病院内店舗
(ホスピタルローソン)
323店舗

独創的かつおいしくて安全、健康を重視した商品・サービス

ローソンは人気のコンビニスイーツの発信源。塩分や糖質を抑え、添加物を控えたおいしくて健康に配慮した食品も、得意としています。一般医薬品の販売もいち早く開始。必要な商品・サービスを揃えた病院内店舗や介護拠点併設型店舗も展開しマチのお役にたっています。



Ponta会員基盤とデジタル技術の活用で お客さまニーズを統計的に分析

「ローソンSCM-CRMモデル」では、Ponta会員等のお客さまの購買行動を統計的に分析し、お客さまのニーズに応える商品開発や各店舗での計画発注などに生かしています。的確なニーズ把握、店舗の省力化、食品ロス削減など多くの効果を生み、利益拡大への推進力となっています。



国境を越えてマチを 幸せにします

ローソンが大切に考えるマチは国内だけにとどまりません。特に中国各地では出店地域の拡大を続けています。また、タイ、インドネシア、フィリピン、米国ハワイ州などの地域でも店舗網を拡大しています。海外の店舗数は2,918店舗となっています(2020年2月末時点)。

一般用医薬品取り扱い
222店舗

介護拠点併設型店舗
(ケアローソン)
24店舗

HMV
56店舗

ユナイテッド・シネマ
389スクリーン

ローソンが展開するサービスなどに関わる数字につきましては、2020年2月末時点の数値となっております。

