

役員メッセージ



新型コロナウイルス感染症の影響で、コンビニエンスストアは私たちの生活動線と一層近くなり、社会インフラとしての重要性が増しました。さらなる高齢化社会の進展を踏まえれば、こうした役割は不可逆で、かつさらに加速することが見込まれます。今後は店舗の「数」ではなく、「質」が問われることになり、お店は最大限デジタル化するとともに、品揃えやサービスレベルを向上し、一つひとつのお店が地域の生活者ニーズを反映した個性を発揮する存在であってほしいと考えます。

三菱商事は、ローソンという存在が社会にとってどのような意義を持ち続けるのかを、さまざまな観点から問いつつ、ローソンの変化対応及び価値向上に資する機能提供をしていきます。三菱商事とNTTの合併会社であるインダストリー・ワンでは、三菱商事の知見とNTTのデジタル技術をもってローソンのサプライチェーンの最適化に力を発揮すると考えています。また、ローソンの購買データとKDDIの位置情報を活用したデータマーケティングは、機会ロスだけでなく廃棄ロスに貢献できる取り組みです。さらに、SMARI(スマリ)というサービスでは、店舗へ納品にきた三菱食品のトラックの戻り便に、返却・返品するレンタル商品・EC商品を積むことで、生活者の利便性と配送の効率化を実現しています。

私自身は取締役として、ローソンの自律的な成長を、三菱商事のリソースを最大限に活用して支援するとともに、食品産業の現場や経営に長く携わってきた知見を生かし、マクロ的な視点と生活者としての視点で分析し意見することで、ローソンの中長期的かつ持続的な成長を後押しする役割を果たしていきます。



ローソンの取締役会は女性比率が高く、かつ幅広い分野の専門性をもった方々が揃っていることが特徴で、その多様性からくるユニークかつオープンな雰囲気の中で活発な議論が展開されています。社外取締役に就任して5年になりますが、竹増社長の誠実な人柄とリーダーシップのもと、着実に取締役会の実効性も高まっています。今回策定されたChallenge 2025では、ニューノーマルな時代をチャンスと捉え、新しい価値を創造するローソンへと変革していこう、という気概を感じます。UberEats導入をはじめとした食品や医薬品のデリバリー、まちかど厨房、調剤薬局の併設といった付加価値型のサービス提供は、これから「新しい便利」を目指す上でローソンならではの大きな強みです。SDGsへの取り組みについては、環境ビジョンLawson Blue Challenge 2050!に基づいたローソングループの取り組みとともに、加盟店の方々とも協力しつつ、国内1万4,000店舗、海外4,000店舗の消費者接点を生かし、“お客さまとともにSDGsを達成する”ということ意識すると、また違った形のアプローチができるかもしれません。社外取締役は、常に個人株主をはじめとしたステークホルダーの視点を忘れないことが重要です。そのため、取締役会では忌憚のない意見も伝えています。ローソンの素晴らしさは、もっと良いやり方があると気づいたら真摯に反省して、すぐに変えていこうとする姿勢です。トライ&エラーの精神で挑戦し続けるローソンに、大いに期待しています。