

全社

働きがい大変革 働きがい改革プロジェクト

2021年度の概況

働きがい改革プロジェクトの目的は、グループの多様な人財がともに働く人との信頼や連帯感をもつ中で、自発的なチャレンジを通じて成長や達成感を実感することによりグループが成長していくことです。なお、このプロジェクトは全国の社員から自主的に参加するメンバーを募り、各々がコミュニケーションの活性化や業務の効率化などの具体的な案を策定しながら進めています。

2021年度は自律的な改善やチャレンジを促す仕組みづくりのために個人業績評価制度を一部変更したほか、新たなチャレンジに対して1億円の予算枠を設けてアイデアを募集する社内公募制度である「1億円チャレンジ(億チャレ)」で選定された案件を実現するなど、働きがいの向上に資する施策を展開しました。また、部署や役職、年齢を超えて疑問や意見を交換するオンラインサロンである「Lawson Lively Salon(部署横断交流会)」を開催し、ダイバーシティ・共生の意識を養う機会の創出も行いました。

Challenge 2025における戦略

2022年度も引き続き「ローソンWAYの実現・実感」を通じて社員の働きがいを醸成・向上し、ローソングループを成長・拡大することを目指し、働きがいの土台となる働きやすく多様性のある労務環境整備を進めます。社員自身の成長と成果を繋げて働きがいをより実感できるようにすることを目指してさまざまな施策を展開し、「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実現に向けて進んでいきます。

働きがい大変革 グループブランディングプロジェクト

2021年度の概況

グループブランディングプロジェクトでは、2025年の「すべてのお客さまからの Recommend No.1」という目標に向けてブランドで貢献することを目指しています。最初の取り組みとして、他社との差別化に向けた強いブランドを構築するために、ローソングループの強みを定義することに着手し、消費者調査や社員のワークショップなどを実施し、ローソングループの存在価値が「みんなの役に立ちたいチャレンジャー」であると定義しました。これは日常でも、有事の際にも「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実現に向けて行動するローソングループ社員の想いに通じています。2021年度はこの「みんなの役に立ちたいチャレンジャー」の認識共有とロイヤリティ向上を目的に、グループ間の情報共有サイトの開設、動画の配信、研修、交流会などを実施しました。



グループ社員の共通意識を高めるためのブランドブックとネックストラップ

Challenge 2025における戦略

2022年度は引き続きグループとしての一体感の醸成や社員のモチベーションと共通意識を高めるための取り組みを展開し、グループ理念実現を目指していきます。さらに、マーケティングプロモーションとも連動し、社会やマチのためにチャレンジを続けるローソングループの姿をお客さまに伝えていくことで、ブランドの構築を目指します。



全社

ダイバーシティと人財育成

ダイバーシティ推進とワークライフバランス実現

多様な価値観をもった社員が集い、全社員が最大限の力を発揮してさらに強いチェーンをつくっていくことを目指してダイバーシティ&インクルージョンを推進しています。社長をトップとしたダイバーシティ推進体制を整え、障がい者雇用を促進する特例子会社の設置、事業所内保育施設の設置、社員の業務効率や就労環境の改善に関する労使協議の場の設置などに取り組んでいます。

採用にあたっては、性別・国籍・年齢・学歴・出身などを問わず、一人ひとりの適正と意欲・能力を重視しています。定期採用では、2005年より男女比率50%を目標にしており、2008年より外国籍社員の積極採用に継続して取り組んでいます。

また、女性が活躍し続けられる会社を目指し、若手社員向けキャリア開発研修、育児休職社員研修、選抜型のリーダーシップ研修など、キャリア・ライフ

プランをともに考え、活躍を後押しする取り組みを実施しています。2030年度に女性管理職を30%にすることを目標とし、部長職を対象とした経営層による次世代リーダー育成を目指す「次世代育成委員会」においては、女性幹部候補についても育成に取り組んでいます。

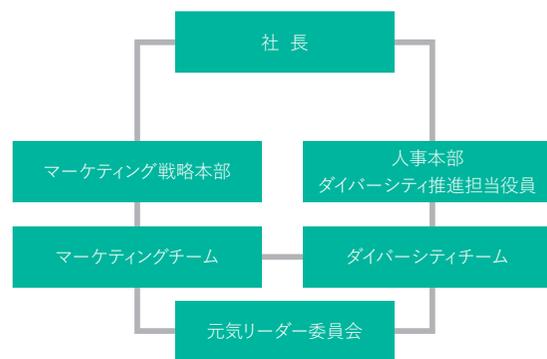
さらに、男性が積極的に育児・家事に参加することにより、男女問わず効率的かつ生産性の高い働き方につながることを期待し、2014年度より「短期間育児休職制度」を導入しています。

多様な人財の活躍を推進すべく、「リモートワーク制度」の制定や定年年齢を65歳へ引き上げアクティブシニア正社員制度を導入するなど、働きがいをもって働き続けられる会社を目指し取り組んでいます。

人財育成

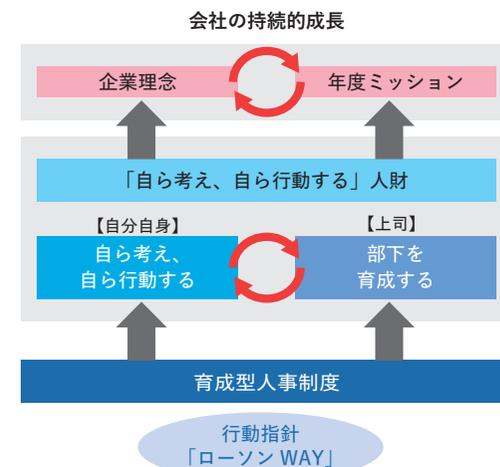
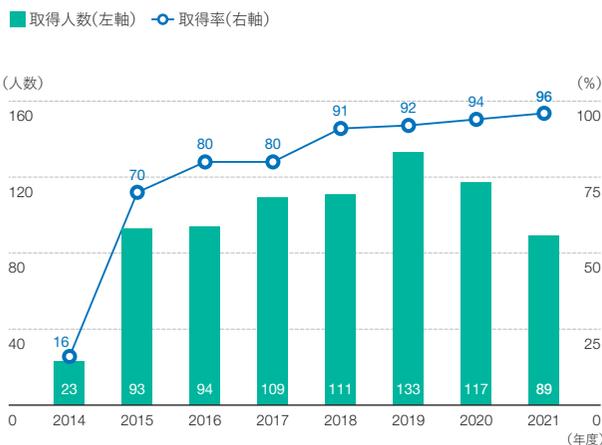
グループ理念実現に向け、社員一人ひとりが「自ら考え、自ら行動する」ことができるよう、成果に結びつく行動(プロセス)を評価する「行動・スキル評価」と行動の結果である「業績評価」の2つの評価を取り入れた「育成型人事制度」を運用し、人財の育成を行っています。

ダイバーシティ推進体制



社長をトップに、人事本部では制度設計・運用・登用を行い、マーケティング戦略本部では女性のアイデアから新たな価値創造に取り組んでいます。

男性社員の育児休職取得割合



全社

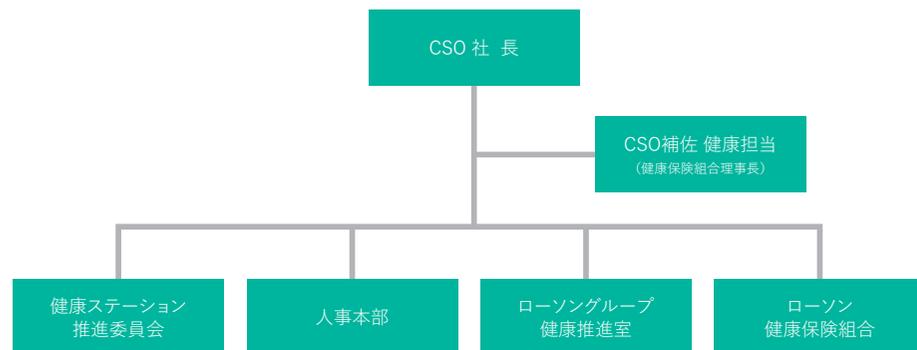
労働環境整備と健康経営

労働環境整備

社員の業務効率や就労環境の改善について、徹底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おり、組織風土改革や制度活用などの環境整備を社員参加で行っています。各エリアにおいては、労使双方が労務環境のセルフチェックを行った上で話し合い、早い段階での問題発見、迅速な解決を行っています。

店舗では5S(整理、整頓、清掃、清潔、しつけ)を徹底し、かつマニュアルによってオペレーションの作業手順を明示しています。会社の業務で車を運転するスーパーバイザーなどには安全管理ミーティングを実施し、安全運転に対する意識向上を図っています。労働災害が起こった場合は、原因を確認、分析し、社内に共有した上で再発防止に努めています。また、職場環境整備として、部署別にストレスチェック結果とともに改善ポイントを提示するなど、ラインケアにも注力しています。

健康経営推進体制



健康経営

お客さまの健康生活全般をサポートする企業として、まず従業員が健康であり、そして加盟店のオーナー、クルーが健康であることが大切であると考え、2013年に健康宣言を実施しました。社長がCSO(チーフ・サステナビリティ・オフィサー)かつ健康ステーション推進委員会委員長を務めるなど、健康経営推進体制を整え、社内及びお客さまに向けた健康の取り組みや、健康経営を強化・牽引しています。

2018年9月からは社長直轄組織であるローソングループ健康推進室と、人事部、労働組合、健康保険組合との協働によるさまざまな健康推進施策を強化しています。また、FC加盟店オーナーの健康増進も重要なテーマと捉え、「ローソンオーナー福祉会」(P41参照)を通じて、健康診断の受診補助制度や健康サポートデスクの設置等の健康メニューを用意しています。なお、地域の健康課題に即した取り組みなどをもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する「健康経営優良法人2022(大規模法人部門)」に6年連続で認定されました。



産業医・保健師面談を実施し、社員の健康を支援



2022
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

全社

社会への取り組み

お客さまとともに、募金活動30周年



ローソンは、コンビニエンスストアで店頭にて初めて募金箱を設置し、2022年9月で30周年を迎えます。

皆さまからのあたたかいご支援・ご協力により、店頭募金箱や店頭マルチメディア端末による「Loppi」募金、Pontaポイント・dポイントによる募金などを通じて、1992年9月から累計で約108億円(2022年2月末時点)を受け付けました。



店舗レジ横の募金箱

ローソングループでは「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を行い、「ローソングループ“マチの幸せ”募金」では、現在3つの団体への寄付と活動の支援をしています。また、新型コロナウイルス感染症対策などの活動支援、地震や豪雨災害への支援など、緊急を要する募金受付も随時行っています。

「ローソングループ“マチの幸せ”募金」の寄付先

- ・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)
- ・「夢の教室」募金
(寄付先：公益財団法人 日本サッカー協会)

詳細は以下をご覧ください。
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/bokin/>



「ローソン緑の募金」を活用した
環境教育プログラム「活樹祭～親子森林教室」

子どもたちが「働くこと」についてイメージし、考える機会の創出

自治体などと連携しながら、地元食材を活用した商品を高校生たちと共同で開発する取り組みを継続して実施しています。特に東北地方における取り組み^{※1}が評価され、2022年1月に、文部科学省が実施する令和3年度「青少年の体験活動推進企業表彰」において、ローソンは「審査委員会奨励賞」を受賞しました。また、子どもたちが健やかに育つ環境をつくるお手伝いの一つとして、仙台市の「スチューデントシティ^{※2}」にローソンの体験店舗を設置し、小学生が社会と自分との関わり、経済の仕組み、お金とは何か、仕事とは何かなどを学び、体験を通じて社会的自立力を育む教育プログラムを提供しています。さらに、2017年度からは中学生と高校生が授業を通じて企業のインターンとして課題解決に取り組む「企業インターンワーク^{※3}」に協力しており、2021年度は27校の中高校生約1,100人の学びを支援しました。

※1 令和2年度に、東北地方で生徒さんと商品の共同開発を6回実施

※2 公益社団法人ジュニア・アチーブメント日本(世界最大の経済教育団体であるジュニア・アチーブメントの日本本部)の登録商標

※3 株式会社トゥワイズ・リサーチ・インスティテュートが運営



秋田県立金足農業高等学校の生徒さんと共同開発した商品



「審査委員会奨励賞」の賞状



スチューデントシティ

「子どもたちを笑顔に」をテーマに動画を制作

コロナ禍で課外活動や職場体験の機会が減っている中、子どもたちの笑顔を増やしたいという想いで3本の動画を制作しました。主力商品であるおにぎり、からあげクン、MACHI caféを例にSDGsについて学ぶなど、学校やご自宅から「身近なコンビニ」で発見を楽しんでもらえるよう工夫しました。

詳細は以下をご覧ください。
https://www.lawson.co.jp/company/activity/topics/detail_jin/1449212_9112.html



全社

健康への取り組み

健康関連食品に対する取り組み

ローソングループでは、お客さまの健康意識の高まりに応える取り組みを重ねています。2001年から展開を開始したナチュラルローソンを、ラボの役割を担う場として健康に配慮した商品開発を行い、全国のローソンに拡大してきました。

こうした健康関連商品の販売は2015年度には食品全体の約2割でしたが、2019年度は食品全体の約3割と大きく伸長するなどご好評をいただいております。2021年度は米飯・麺類等の主食系における糖質配慮商品の発売など、より一層の拡充に取り組んできました。ローソンの健康関連商品は主食系、看板商品のからあげクン*や菓子、ドリンクまで幅広いカテゴリーの約3,000種類(ナショナルブランド商品含む)を品揃えしています。健康関連商品の

強化する3テーマ

好きなものを食べながら、健康でいよう

食物繊維を摂りたい 気になる食物繊維量がひと目でわかる商品 	糖質コントロール ブラン(穀物の外皮)を使用した糖質をコントロール 	たんぱく質を摂りたい 手軽においしくたんぱく質が摂れる商品 
--	--	--

売上は2025年で5,000億円、全体SKUの約3割を目標としています。

※「からあげクン レギュラー」(5個入りのたんぱく質量は約14gです。)

健康関連商品 売上推移



おいしさと健康を両立する商品開発

商品開発においては自社基準で健康10のテーマを設定し、野菜・たんぱく質など必要なものは摂取し、糖質や塩分などはコントロールできるような商品づくりを行っています。新型コロナウイルス感染症の拡大以降、お客さまの健康や食に対する意識が変化し、ダイエットのためにカロリーや糖質などをオフするだけではなく、健康維持を目的に積極的にたんぱく質や食物繊維などを摂取したいというニーズが高まっています。

健康関連食品への取り組みのあゆみ

2012年～		2015年～	2018年～	2020年～	2021年～		2022年～
糖質配慮 ブランパン	食物繊維 もち麦おにぎり	野菜 スムージーシリーズ※1	野菜 「もっと!野菜」シリーズ	塩分配慮 食材のうまみを生かしたカレー	糖質配慮 主食系へ拡大	オイル MCT(中鎖脂肪酸)オイル※2使用商品	たんぱく質&食物繊維 複数のニーズにも対応
							

※1 パッケージを2022年度に変更しました。

※2 中鎖脂肪酸はココナッツなどのヤシ科植物に含まれています。一般的な植物油に比べ、脂肪酸の長さが約半分で消化吸収が良く、食べた後、エネルギーになりやすいのが特長です。

2022年度からは特にニーズの高い3つのテーマ(「食物繊維を摂りたい」・「糖質コントロール」・「たんぱく質を摂りたい」)を強化し、「好きなものを食べながら健康でいよう」をテーマに「より美味しいもの」を目指しています。また、カテゴリーごとに異なっていた健康関連商品のパッケージを2022年4月から順次刷新し、たんぱく質量、食物繊維量、糖質量などをパッケージの表面に記載し、デザインも統一して分かりやすくしました。

ローソンファーム

国産の農産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17ヵ所で展開しています(2022年5月時点)。ローソンファームでは、作付け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、美味しく健康的な野菜や果物を生産しています。



詳細は以下をご覧ください。
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/community/collaboration/#farm>

国内コンビニエンスストア事業

健康への取り組み

ナチュラルローソン



「美しく健康で快適な」ライフスタイルを身近でサポートするお店として全国134店舗(2022年5月末時点)を展開するナチュラルローソンは、「美と健康をサポートするもの」「旬のもの」「安全・安心なもの」にこだわり、食品は美味しくてカラダに優しい素材を使用し、洗剤や化粧品などの日用品は環境に配慮した品を厳選するなど、ナチュラルローソンにしかないこだわりと価値のある商品を取り揃えています。また、プラスチック使用量削減の取り組みとして、洗剤・ハンドソープ・シャンプーなどの量り売り、「ドライフルーツ」と「ナッツ」の量り売りを一部の店舗で実施しています。



鶏の味噌焼丼当



MCTオイル入り
ドレッシングの
ポウルサラダ

注)掲載商品は一例です。販売を終了している場合があります。



量り売り什器

介護拠点併設型店舗「ケアローソン」

超高齢化社会のニーズに対応すべく、ケアマネジャーなどの相談員が対応する介護相談窓口を常設するとともに、シニアとご家族をサポートする商品を揃えているのが「ケアローソン」です。地域の拠点となり多世代が交流できるコミュニティサロンでは、健康増進や介護予防などのテーマで自治体や民間企業と連携したイベントを開催し、地域にお住まいの皆さまに、気軽に立ち寄れる健康的な通いの場としてご利用いただいています。



介護相談窓口

ヘルスケア強化型店舗・一般用医薬品取扱店舗

調剤薬局、ドラッグストアチェーンとの提携、登録販売者の育成を行うことで、一般用医薬品や処方箋医薬品を取り扱う店舗を拡大するとともに、通常のローソンよりも化粧品、日用品などの品揃えを増やしたヘルスケア強化型店舗を継続して展開しています。一部の調剤薬局併設型店舗では、オンラインでの服薬指導や、処方箋の受け取りの実験なども行っています。また、2021年2月から一般用医薬品を取り扱う一部の店舗で国内のUber Eatsで初めて医薬品のデリバリーを開始しました。取扱商品は、風邪薬や目薬、胃腸薬など第2類医薬品・第3類医薬品の計57種類[※]です。外出せずに薬を購入したいというお客さまのニーズにもお応えしています。

※2022年5月末時点



Uber Eatsにおける一般用医薬品の取り扱い

病院内コンビニエンスストア「ホスピタルローソン」

病院におけるコンビニエンスストアのニーズにお応えするため、「ホスピタルローソン」の出店を進めており、病院内出店数No.1の実績があります。通常の商品やサービスに加え、病院指定の商品を揃え、院内でワゴンによる移動販売を行うなど、個々の病院と提携したオーダーメイドの店舗を展開しています。病院をひとつのマチと捉え、院内で生活される皆さまの日々の幸せを願い、きめ細やかな配慮を心がけています。

コンビニチェーンに占める病院内出店比率[※]



※ 当社調べ(2022年4月末時点)



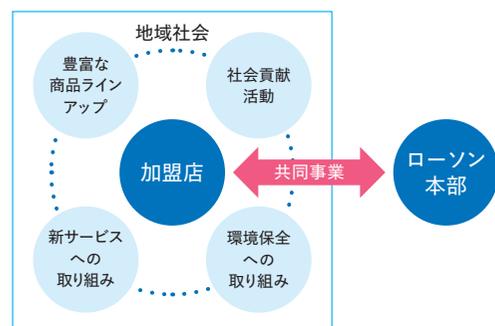
国内コンビニエンスストア事業

加盟店への支援

加盟店経営の支援と信頼関係の強化

加盟店オーナーや店舗クルーは、全国さまざまなマチの最前線でお客さまをおもてなしする、ローソンにとって最も大切なパートナーです。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。」を実現するためには、加盟店とローソンの信頼関係をより強固にし、店舗がお客さまと地域に欠かせない「マチのほっとステーション」であることを目指すことが重要です。ローソンでは、デジタル技術を活用した店舗オペレーションの省人化・省力化や、加盟店の人財募集の支援や福利厚生の充実に加え、風通しの良いコミュニケーションを図るなど、加盟店の健全な経営を下支えするべく、さまざまな取り組みや制度を強化しています。

また、加盟店の利益の向上にローソンがこだわり、今まで以上に責任をもって取り組んでいくために、2020年度から全社の経営目標を売上から「加盟店利益」とし、全社員の賞与KPIを「加盟店利益」としています。新型コロナウイルス感染症拡大の状況下において、加盟店利益を向上させる取り組みとして、売上向上するために品揃え支援などでサポートしています。

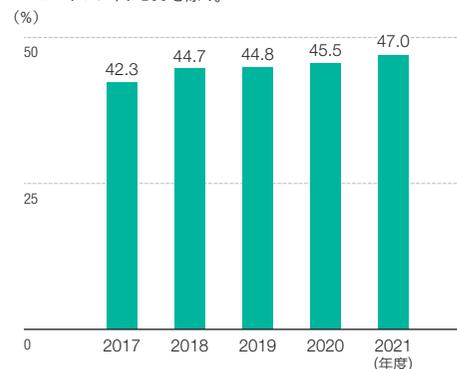


複数店経営の推奨とサポート

ローソンは、加盟店オーナーに対して複数店経営を推奨しています。複数店を経営することで競合店の出店などで生じるリスクを分散し、1店舗のみの経営と比較して安定した経営状況を維持しながら、事業を拡大することが可能となります。複数店経営においては、加盟店オーナーに代わって安心して店舗運営を任せることのできる店長の育成が重要となります。2020年度からローソンのトレーナーが個店に出向きFC店舗における店長のトレーニングスキルのOJT(現場で業務を通して行う教育訓練)を実施する「店長育成サポート」を開始しました。2022年2月末時点における複数店舗比率は77.6%、複数店経営をしているオーナーの比率は47.0%となっています。

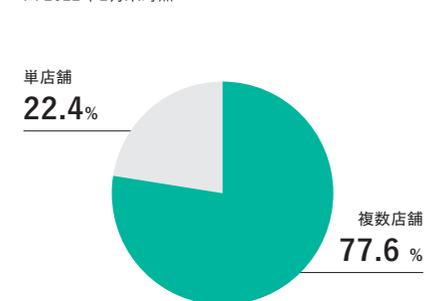
複数店経営をしているオーナーの比率

※ 2022年2月末時点
ローソンストア100を除く。



複数店舗比率

※ 2022年2月末時点



マネジメントオーナー(MO)制度

ローソンのより強いパートナーシップのもと、さらに多店舗展開を支援する仕組みがマネジメントオーナー(MO)制度です。MOは模範となる店舗・売場づくりを通じてローソンチェーン全体のブランドイメージを高めるとともに、エリアの加盟店代表として本部経営陣との意見交換や改善提案など、ローソンチェーン全体の躍進に大きく貢献しています。2022年2月末時点、約200名のMOが全国各地で活躍しています。

3つの約束を通じた幸せ創造戦略

人への優しさ

おしえて! ローソン

トップメッセージ

マチの幸せを
創造するためのストーリー

マチの幸せを
創造するための戦略

マチの幸せを
創造するための経営基盤

財務・会社情報

複数店経営とマネジメントオーナー(MO)制度



フランチャイズ(FC)契約の締結における配慮

FC契約のマッチングについては、新規の加盟希望者には原則として売上収益の状況が現時点で見えている既存物件をご紹介することで、安心してFC契約を締結し店舗運営に携わっていただけるよう配慮しています。一方、既存加盟店には経営意思を確認した上で、新規物件の契約及び出店を進めています。また、既存の10年間のFC契約に不安を感じる方に向けて、2020年度から5年間の契約パッケージを新設し、選んでいただけるようにしました。



FC加盟店と強力なパートナーシップのための対話

ローソンでは、加盟店とのパートナーシップをより強化するため、社長を含めたローソン役員が直接対話する機会を数多く設けています。お客さまとの接点である加盟店からの声を何よりも大切に、密なコミュニケーションを通じた共存共栄を目指します。



ローソンセミナー

ローソンセミナー(年2回/全加盟店対象)

ローソンの方針や方向性を共有するため、社長以下、本部経営陣が今後の経営戦略をきめ細かく説明し、方針に即した商品展開計画などを加盟店オーナーと共有しています。

エリア会(毎月/全国各地の支店で実施)

同じエリアの加盟店を対象とし、翌月の営業取り組み内容や各店舗の成功事例を共有し、意見交換することで、各店舗の運営力アップへと役立てています。

オーナー福祉理事会(年2回)

各エリアの加盟店オーナーから選出された理事と本部とで理事会を開催しています。本部主催の意見交換会も同日開催しており、社長、本部経営陣も出席し、さまざまな課題をともに考える場となっています。

MO総会(年1回)・MO幹事会(年2回)

MOと本部経営陣とが意見交換を行い、エリアの加盟店代表としてローソンへの経営参画を実践しています。

ローソンオーナーほっとライン(随時/全加盟店対象)

2019年7月からローソン社内及び社外(法律事務所内)に加盟店オーナー専用の電話相談窓口を設置し、加盟店オーナーとのコミュニケーションの一層の充実を図っています。

以上のコミュニケーションの場は、2020年度以降は新型コロナウイルス感染症予防の観点からオンライン方式に変更するなどの対策を行っています。

その他、社長直行便(随時受付)、加盟店向けのアンケート(年1回)などを実施しています。

働き手不足をデジタルイノベーションでサポート

ローソンでは、昨今の人手不足問題に対応するために、店舗オペレーションを効率化する各種システムを導入しています。店舗の負担を軽減し、一層の効率化を支援しています。

自動釣銭機付POSレジ

2018年度に全店導入。外国人やシニアの方も簡単に操作でき、受け取ったお金や釣銭確認の手間が省けるため、レジ業務の負担が軽減されます。現金の出し入れができないため、強盗被害の減少にもつながっています。



精算・レジ点検にかかる時間 **1.5時間/人削減!**

セミオート発注・計画発注

個店別のデータをもとに、自店に最適な品揃えと商品別の発注数をAIが自動算出する「セミオート発注」と、商品在庫が一定数を下回ると自動的に補充発注される「計画発注」。毎日の発注業務を、短時間・的確に行えると同時に、廃棄ロスや販売機会ロスも削減しています。

発注にかかる時間 **2.0時間/人削減!**

タブレット

2017年に全店導入。接客や商品陳列、清掃など「いつ、誰が、何を、どのように」すれば良いのか見える化したワークスケジュールを共有でき、経験の浅い店舗クルーでもスムーズに作業ができます。カウンターフードの品揃えや作成個数なども店舗データに基づいて推奨が表示されます。



働き方改革の支援

オーナーサポート制度

2020年9月から全国8拠点に約60名を配置し、加盟店オーナーの休暇取得をローソン社員がサポートしています。

単発人財採用サービス「matchbox(マッチボックス)」

2021年4月に導入した、全国のローソン店舗を対象に関連会社のローソンスタッフ株式会社が提供するサービスです。店舗がオンライン上で空きシフトの求人をを行い、登録している求職者が自身の条件に合った店舗に応募し、店舗が人財を選択することができます。人員が不足している時間帯のシフトや急な欠勤への対応として加盟店オーナーが有効利用されています。



店舗クルー初心者用の教材の活用を促進



新人クルー(パート・アルバイト)が最初に覚えるべき業務をまとめた「初めてのローソンのお仕事」という教材を作成し、店舗の基本的なルールやレジの接客などの業務をスムーズに教育できるようにしています。加盟店オーナーや店長、リーダークルーなどの教育する側に対しては「人財育成講座」も実施。またビジュアルで分かりやすい教育動画や、外国人クルー向けに日本の文化に関する説明を加えた教育ツールも提供するなど、店舗クルーが同じ店舗で長い間、安心して楽しく働けるように配慮しています。

ローソンオーナー福祉会

「健康・安心・ゆとり」の3つのキーワードを柱に、加盟店向けの福利厚生メニューを、店舗あたり月1,000円の会費で提供している組織です。会員である加盟店オーナーとご家族、そして店舗で働くクルー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。

人権尊重の取り組み

ローソングループ人権方針／推進体制

2021年6月、SDGsやESG基軸経営を推進すべく、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。この方針を推進するため、CROの監督のもと、各部門がそれぞれの活動において人権尊重の取り組みを進めています。各部門における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・リスク管理委員会で定期的に確認しています。

 ローソングループ人権方針の全文
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/respect/>

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。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。

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ています。

人権問題に関する相談窓口

ローソン従業員向けに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。

ステークホルダーとの連携

お取引先さまとの取り組み

お取引先さまにローソングループの各種方針へご賛同をいただくため、方針を周知する案内文書を送付しています。また、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アンケート調査にご協力をいただいています。

グループ方針案内・アンケート調査依頼件数

	商品部門	建設部門	管理部門ほか
グループ方針案内文書送付	662社	228社	232社
アンケート調査依頼	466社	253社	140社

ステークホルダーごとの相談窓口

お取引先さまが利用できる「取引先ほっとライン」や店舗クルーが利用できる「クルーほっとライン」、加盟店オーナーが利用できる「オーナーほっとライン」など、各種窓口を整備・運用しており、幅広く人権問題に関する相談・通報を受け付け、対処しています。

ステークホルダー・エンゲージメント

2022年5月より、経済人コー円卓会議日本委員会主催のステークホルダー・エンゲージメントプログラムに参加しています。NPO/NGO、有識者・学識経験者などからの問題提起や意見を踏まえ、人権尊重の取り組みに活かしてまいります。

また、主要な取引先との間で人権に関する対話の機会を設け、ローソングループ人権方針のご理解・ご賛同を呼びかけるほか、人権尊重の取り組み状況の共有などを行っています。

全社

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

「適切な環境でつくられた高品質な商品・サービスを」というお客さまのご要望にお応えするため、ローソングループ取引方針・調達方針に則り、お取引先さまをはじめとするステークホルダーと協業して、原材料の生産・加工に携わる方々の生活向上とともに、自然資源や地球環境に配慮した、持続可能なサプライチェーンの実現を目指しています。

レインフォレスト・アライアンス認証農園産 コーヒー豆使用による人権と自然環境への配慮

店内の淹れたてコーヒーサービス「MACHI café」では、生産者がより持続可能な農法に従い、環境、社会、経済の厳しい基準を満たした農園に与えられ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のみ^{*}を使用しています。

コーヒー豆を調達するブラジルのイパネマ農園では、農園労働者の労働環境を整え子供たちの教育を支援するとともに、緑豊かな自然を守るため農園内に自然保護地区をつくっています。例えば、200箱のミツバチの巣を設置し、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。

また、コーヒーを提供するカップに、障がいのあるアーティストの皆さん



詳しくは ra.org/ja

労働者が働きやすいよう環境を整備しています

障がいのあるアーティストが描いたデザインカップ

が描いたデザインを期間限定で採用しました。この取り組みは、ローソンの社内公募企画から選ばれたアイデアを実現したものです。

※ シングルオリジンシリーズ、カフェインレスシリーズは対象外

森を大切に する森林認証商品の取り扱い

FSC®認証やPEFC認証は、森林破壊や違法伐採などの森林の抱える問題を解決しながら森林を利用するための仕組みを行っています。

ローソンはこれらの森林認証に賛同し、認証材を使った紙製品や紙製容器包装の開発、販売を進めています。

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。

今後も社会・環境に配慮した持続可能な商品の取り扱い、原材料の調達に取り組んでいきます。

森林認証を受けた主な商品



環境にやさしい
ペーパーカップ



WE SUPPORT



ローソンは、国連グローバル・コンパクトに署名し、「人権」「環境」「労働」「腐敗防止」からなる4分野10原則を支持・実践することで、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。

グループ理念のもと、お客さま、マチ、地球のために何ができるのかを真剣に考え、環境や社会における中長期課題の解決に積極的にチャレンジしてまいります。