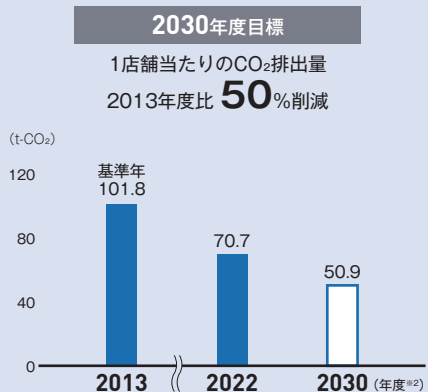
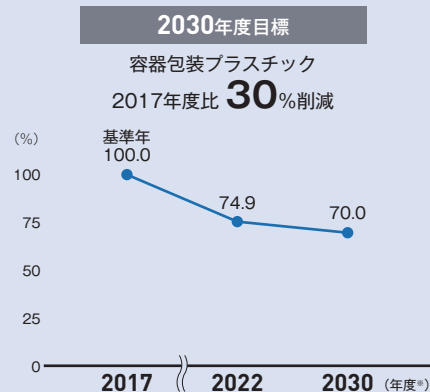


## 1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量<sup>※1</sup>



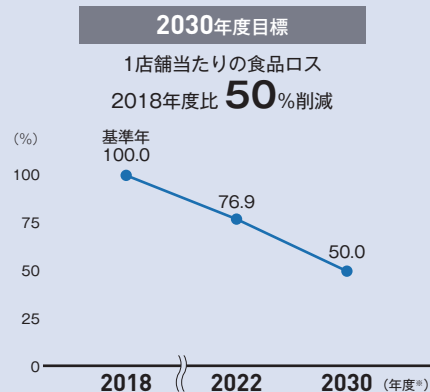
※1 CO<sub>2</sub>排出量は「電気事業者別排出係数一覧(代替値)」で試算  
 ※2 行政年度に合わせて4月1日から翌年3月31日で算定  
 2013年度比では2022年度は30.6%削減となります  
 (係数の変更により、数値は変更となります)

## プラスチック製容器包装重量の指数



※ 当社事業年度(3月から翌年2月)で算定

## 1店舗当たりの食品ロス削減状況



※ 当社事業年度(3月から翌年2月)で算定

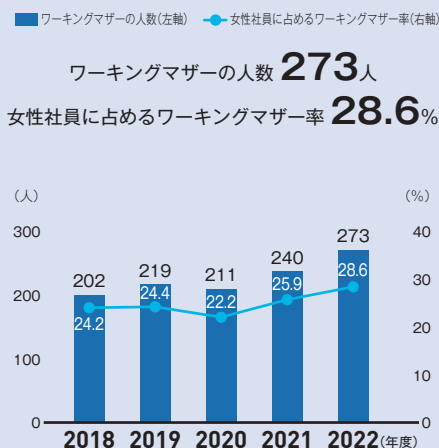
## 男性育休取得者数/男性育休取得率



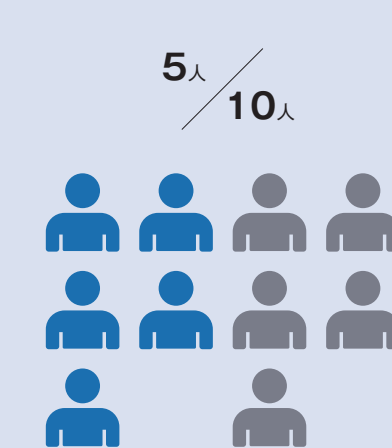
## 女性管理職人数/女性管理職比率



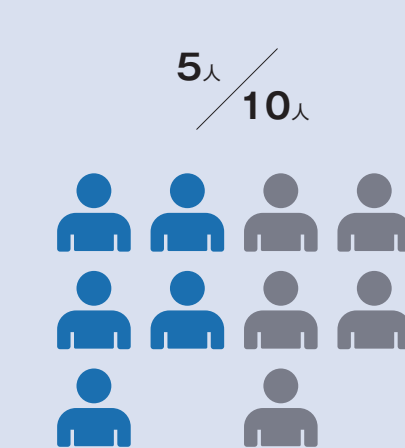
## ワーキングマザーの人数/女性社員に占める割合



## 社外(独立)役員



## 女性役員






## Lawson Blue Challenge 2050 ! 達成に向けて

ローソングループは、当社の創業50周年に当たる2025年及び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<sub>2</sub>排出量の削減、食品ロスの削減、容器包装のプラスチックやレジ袋削減などの環境課題に対応した取り組みを進め、2025年及び、2030年、2050年の目標 (KPI) の達成に向けてチャレンジしていきます。

脱炭素社会を2050年に実現するため、環境ビジョンを策定し  
長期目標を掲げ、目標達成に向けチャレンジ

	2025年 創業50周年	2030年 SDGs目標	2050年 Lawson Blue Challenge 2050 ! ~ “青い地球” を維持するために ! ~
 CO <sub>2</sub> 排出量の削減	1店舗当たり 2013年対比 <b>15%削減</b>	<b>50%削減</b>	<b>100%削減</b>
 食品ロス削減	1店舗当たり 2018年対比 <b>25%削減</b>	<b>50%削減</b>	<b>100%削減</b>
 プラスチック 使用量削減	容器包装プラスチック 2017年対比 <b>15%削減</b>	容器包装 プラスチック <b>30%削減</b>	オリジナル商品の容器包装 環境配慮型素材 <b>100%使用</b>
		オリジナル商品の容器包装 環境配慮型素材 <b>50%使用</b>	
		プラスチック製 レジ袋 <b>100%削減</b>	

## 持続可能な発展に向け、気候変動などの課題に対応

### 環境方針

ローソングループは、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「環境方針」の基本理念として掲げています。



ローソングループ 環境方針

<https://www.lawson.co.jp/company/activity/environment/ems/>

### TCFD提言への取り組み

気候変動は重大な環境課題であり、ローソングループの事業継続に影響を及ぼす重要な課題の一つです。ローソングループの中核会社であるローソンは、2020年4月に「TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）」に賛同し、TCFDが推奨するフレームワークに基づき、気候変動が当社グループの事業に与える財務影響の分析を進めています。



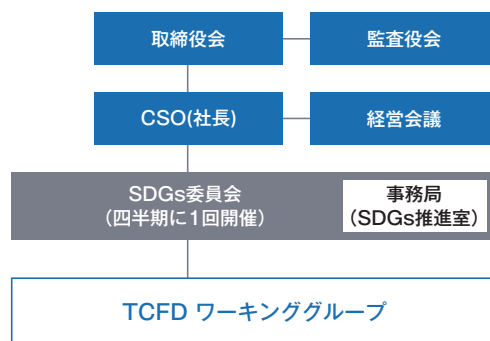
TCFD提言への取り組み

<https://www.lawson.co.jp/company/activity/environment/tcfd/>

### ガバナンス

ローソングループは気候変動などの激化する環境問題に対応すべく、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くとともに、サステナビリティに関連する部署の長が委員として出席する「SDGs委員会」（年4回開催）を設け、「脱炭素社会への持続可能な環境保全活動」に取り組んでいます。そして、CO<sub>2</sub>排出量の削減、食品ロス削減、プラスチック使用量削減において高い目標を掲げてチャレンジし、定期的に取締役会に取り組み状況を確認しています。

SDGs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のフレームワークに基づいた情報の開示を進めています。



### 戦略

ローソンでは、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・リスク管理委員会を設置し、毎年リスクを洗い出してリスクシナリオを作成しています。それぞれのリスクシナリオは「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て特定しています。

気候変動については、GHG（温室効果ガス）排出に関する規制などの脱炭素経済への「移行」に関するリスク・機会と、気象災害の激甚化などの「物理的」変化への「適応」に関するリスク・機会による影響の発現時期並びに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。

### シナリオ分析概要

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）
対象範囲	自社及びフランチャイズ店舗
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

### リスク管理

ローソンではグループにおけるリスクを管理するために統括する部署を設置して、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、損害規模などの影響度、及び発生頻度をもとに、全社リスクマップとして可視化を行っています。

気候関連リスクも非常に重要なリスクの一つとして、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、低減や保険付保による移転などの対応方法を策定しています。

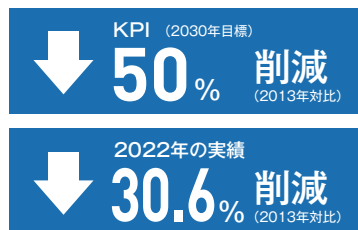
### 指標と目標

ローソンは、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！～」として高い目標（CO<sub>2</sub>排出量の削減、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。

環境ビジョンについて詳しくはP.35をご参照ください。

## CO<sub>2</sub>排出量の削減

ローソンは2030年のCO<sub>2</sub>排出量の削減目標を「1店舗当たりのCO<sub>2</sub>排出量2013年対比50%削減」として取り組んでいます。目標を達成するため、店舗設備において省エネタイプの要冷機器や太陽光発電設備の導入、店舗における省エネ10か条の推進など、店舗の電気使用量の削減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. 商品搬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頓
5. 夏場に凍らせて販売する商品など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. オープンケースのエアーカーテンを守った商品陳列
10. 業務用冷蔵冷凍庫の扉開閉回数の抑制

## 2022年サプライチェーンのCO<sub>2</sub>の排出量

合計CO<sub>2</sub>排出量 **約5,567.1千トン**

※ サプライチェーンを通じた、GHG排出量算定に関する基本ガイドラインVer.2.5  
サプライチェーンを通じた組織のGHG排出などの算定のための排出原単位データベースVer.3.3から算定

スコープ・カテゴリ	内容	排出量 (千t-CO <sub>2</sub> )	
Scope1 (直接排出)	社用車のガソリン	4.3	
Scope2 (間接排出)	本社・エリア・支店・店舗の電力	896.8	
Scope3 (その他の間接排出)	カテゴリ1	仕入れた原材料 (PB・NB製品、レジ袋など)	4,193.6
	カテゴリ2	建物、器具備品など、情報システムハードウェア	70.3
	カテゴリ3	電力の調達に伴うエネルギー関連	145.0
	カテゴリ4	配送センターのエネルギー消費	136.0
	カテゴリ5	店内廃棄物、閉店・改装時の産業廃棄物	21.9
	カテゴリ6	ローソン本部社員の出張	0.8
	カテゴリ7	ローソン本部社員の通勤	1.4
	カテゴリ11	販売した製品の使用	56.5
	カテゴリ12	容器・割り箸・レジ袋などの廃棄	40.6
	上記合計		<b>5,567.1</b>

※ 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いません。なお、Scope2はScope3のカテゴリ14に属する加盟店の電力を合算しています。2022年実績は、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(第三者検証については、Scope2のローソンストア100の店舗電力を除く)。

## 目標

### SBT認定

ローソンは、気候変動対策への取り組みを加速させるため、ローソングループのGHG排出量削減目標がパリ協定に整合しているとの認定を受ける「SBT認定」\*1の取得を目指し、2022年6月に認定機関の「SBTイニシアチブ」\*2へコミットメントレターを提出しました。

ローソンはパリ協定の「1.5℃目標」達成に向けて2年以内の認定を目指し、グループ会社も含め、事業活動に伴うGHG排出対象の特定とデータの収集、削減活動の推進、削減目標の設定を進めています。

\*1 SBT: Science Based Targets (サイエンス・ベースド・ターゲット、以下SBT)。パリ協定が求める水準と整合した、企業が設定するGHG排出量削減目標のこと。年に4.2%以上の削減を目安として、5年~10年先の目標設定が求められる。

\*2 WWF (世界自然保護基金) や環境課題に取り組む国際的NGOであるCDP、WRI (世界資源研究所)、UNGC (国連グローバル・コンパクト) によって共同設立した国際的イニシアチブ。気候変動による世界の平均気温の上昇を、産業革命前と比べ2℃を十分に下回る水準に抑え、また1.5℃に抑えるという目標に向け、科学的知見と整合した削減目標を設定することを推進している。

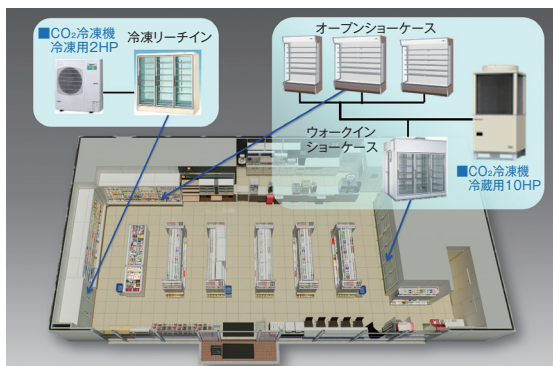
### 電気使用量を削減するため、店舗で実証実験

2022年11月、神奈川県川崎市に、店内の約8割の冷蔵・冷凍ショーケースへのガラス及びアクリル扉の設置や太陽光発電設備を設置した店舗をオープンし、実証実験を行っています。この店舗では2013年度対比で電気使用量40%、CO<sub>2</sub>排出量55%の削減を目指しています。今後は2024年2月まで検証を行ったうえで、2024年3月以降の新店標準化を目指します。また、既存店についても、同じく2024年度以降の改装時に店内設備の導入を目指していきます。



### CO<sub>2</sub>冷媒要冷機器の導入

ローソンは2010年度から、フロン類を使用せずに省エネルギー効果が高い「ノンフロン（CO<sub>2</sub>冷媒）冷凍・冷蔵システム」の導入をスタートし、約5,300店舗（2023年2月末時点）に導入しました。



このシステムは、フロン類と比較して地球温暖化への影響が小さいCO<sub>2</sub>を冷媒に利用しているため、GHG排出量を大幅に減少させることができます。また、省エネルギー性能に優れています。

### 燃料電池小型トラックの導入

地球温暖化の抑制やエネルギー多様化などに対応した持続可能な社会の実現に向け、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



の導入を開始しました。2023年5月から福島県本宮市、東京都大田区の配送センターに一台ずつ導入しています。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<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいきます。

### 本社オフィスでの使用電力をグリーン電力に切り替え

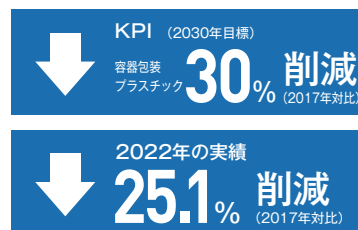
2023年4月から、本社オフィスで使用する電力をグリーン電力（卒FIT太陽光発電などの環境価値の付いた実質再生可能エネルギー）に切り替えました。これにより、年間で約280トンのCO<sub>2</sub>排出量の削減効果が見込まれます。

また、7、8月の夏季期間は本社オフィスで節電の取り組みを行っています。使用していないエリアのこまめな消灯のほか、空調の適切な使用やビジネスカジュアルの促進など、環境・健康両面に配慮した取り組みを進めています。



## プラスチック使用量削減

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。



### 「MACHI café」コーヒーの上蓋を紙製に変更する実証実験を開始

2023年6月から、淹れたてコーヒー「MACHI café (マチカフェ)」のホットコーヒー(S)で使用しているプラスチック製の上蓋を紙製に変更する実証実験を一部店舗で開始しました。この変更により、1杯当たりのプラスチック使用量が従来の2.1gから0.3gとなります。実証実験を経て、全国の「MACHI café」導入店舗(2023年7月末時点で約13,700店舗)での採用を目指しています。

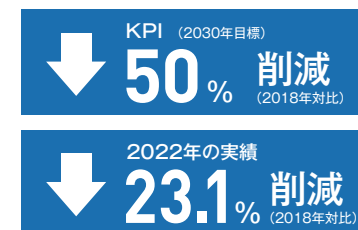
### サラダ容器の上蓋をシールタイプに変更

2023年5月から全国のローソン店舗(沖縄県を除く)で、一部サラダの容器の上蓋をシールタイプに変更しました。これにより年間約100トンのプラスチック使用量の削減、約160トンのCO<sub>2</sub>排出量の削減が見込めます。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を削減することができ、CO<sub>2</sub>排出量の削減にもつながります。また、これまで紙製の商品ラベル・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。



## 食品ロス削減

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及び食品廃棄を出さないように努めています。



### 「てまえどり」の実施

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、「てまえどり」を実施しています。「てまえどり」とは、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ことで、食品ロスの削減を目指す取り組みです。

### 販売許容時間\*の過ぎたからあげクンを急速冷凍し寄贈

店舗での食品ロスの削減と食品の有効活用を目的に、販売許容時間がすぎたからあげクンなどのフライドフーズを急速冷凍し、支援を必要とする子ども食堂などへ寄贈する実証実験を東京都内の一部店舗で実施しています。

この実証実験では、店舗で販売許容時間が過ぎたフライドフーズを、鮮度を保ったまま保存が可能な液体急速冷凍機で凍結し、品川区及び社会福祉法人品川区社会福祉協議会と連携した子どもの食を支援する取り組みの一環として、しながわ子ども食堂ネットワーク事務局を通じて、品川区内の子ども食堂などに寄贈しています。寄贈した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。この実証実験を通じて地域のニーズやオペレーション面を検証し、他店舗への展開やアイテム拡大を検討しています。



\* ローソンが独自に定めている、お客さまに販売可能な時間のこと。消費期限はすぎないため、店頭から撤去しているが喫食できる商品。

## 人財戦略の基本方針

ローソンでは、グループ理念及びそのための行動指針「ローソンWAY」が明確に体系化されており、その実現を担っていくコアな人財の育成に力を入れています。

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・出身などを問わず、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。

ローソンが求める人財像は、協業してチームワークとして価値を発現していける人、常に価値を生み出すために変革していける人、そして目標達成に向けてやり抜く人であり、行動様式として重要なのが「自ら考え、自ら行動する」です。

グループ理念の実現に向け、社員としてどのように行動すべきか、年度ミッション達成に向けてどのように職務を全うするかを社員一人ひとりが「自ら考え、自ら行動する」ことができるよう、それを支える「育成型人事制度」を運用しています。自ら行動する風土づくりのため、人事制度ではそれぞれの職務に応じて責任範囲と果たすべき役割を明確にするとともに、個々の社員の行動評価を実施する制度を導入しています。成果に結びつく行動（プロセス）を評価し、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して人財の育成につなげます。

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を支援します。

### 【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。

## 人事本部長メッセージ

### 「育成型人事制度」で新たな人財づくり



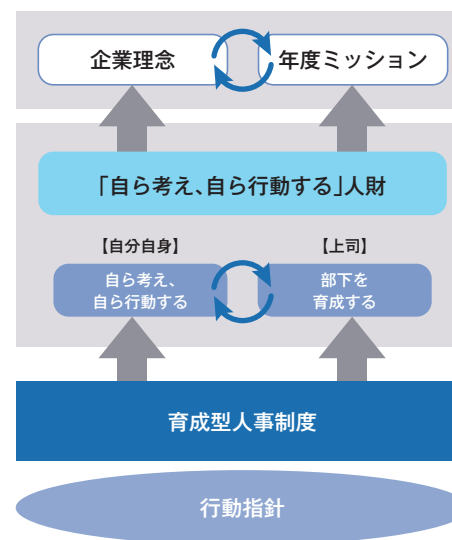
人事本部長 日野 武二

ローソンでは、一人ひとりの属性や価値観に関わらず、個人の實力に基づいて、責任範囲と果たすべき役割に応じて役割グレード・給与を定める人事制度を運用しています。そして、個人が希望するキャリアの実現をサポートするため、定期研修以外も職種別研修、階層別研修、選抜型研修などを組み合わせて行っています。さらに、2023年1月から全国153名の支店長と営業部マネジャーを対象に、社長が講師となり研修(L経営塾)を実施しました。経営者とは、稼ぐ力、組織力、理想追求の大切さなど、各人の経営者としての自覚とリーダーシップの発揮を促進し、ローソングループのさらなる成長につなげるのが狙いです。今後は、商品、マーケティング、開発のマネジャー職へも対象を拡大していく予定です。部長

職を対象とした経営層による次世代リーダーの個別育成計画の作成、面談などを通じた育成、そして進捗確認を行う委員会を2016年度から開催しています。育成候補者3名のうち必ず女性を1名指定すると決め、女性リーダーの育成にもつなげています。

そして、社員エンゲージメント向上のために、年1回社員意識調査を実施し、その結果を経営層から全社員に共有しています。また、経営戦略の一つとして、ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン(DEI)も促進しています。その中でも女性活躍推進は最も力を入れています。さらに、社員の健康の維持向上のために、労働環境の整備や健康生活のサポートも努めています。

### 会社の持続的成長

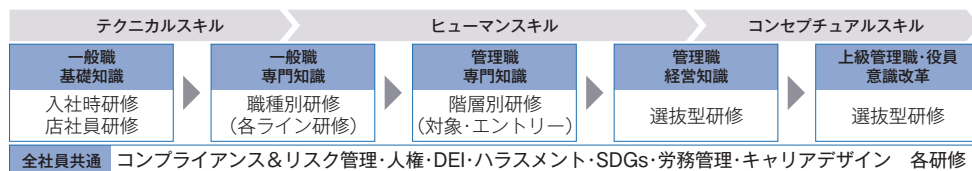


## キャリア開発を支援する教育制度

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・スキルを身に付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なく、従業員個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、リスキングの観点も踏まえ、「学びたい時にいつでも学べる」継続的かつ体系的なサポートを、すべての人材に対して提供しています。

### ■教育研修体系のねらい

入社後より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、全社員に共通するコンプライアンスや人権、DEI、労務管理などの社員意識醸成教育など、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、受講者にとって最適な手段で提供しています。



### ■学びの場(研修開催数)の増強

先般の社会環境の変化(感染症対策など)の影響もあり、「対面型研修」のみならず、あらゆる手段を用いて「学びの場」を提供しています。特に、「オンライン型研修」への早期転換と積極導入の効果は非常に大きく、従業員のニーズに応じて研修の種類や開催数を増加することができました。

項目	2020年度	2022年度	伸長率
研修開催数*	60開催	119開催	198.3%
研修参加数*	1,887名	3,082名	163.3%
eラーニング講座数*	44講座	160講座	363.6%

\* 株式会社ローソンにおける人事部主催の研修体系

### ■主な研修内容一覧

研修名	対象者	開催頻度	参加者数
<b>入社時研修</b>			
定期社員入社時研修	定期入社者	年1回	89名
通年社員入社時研修	通年入社者	年10回	64名
<b>店社員研修</b>			
定期社員研修(大卒)	定期入社者(大卒)	年4回	85名
定期社員研修(高卒)	定期入社者(高卒)	年4回	10名
通年社員研修	通年入社者	年2回	5名
<b>職種別研修</b>			
店長研修	店長	年4回	178名
店長フォローアップ研修	店長	年2回	24名
ASV登用時研修	アシスタントスーパーバイザー	年2回	145名
SV登用前研修	アシスタントスーパーバイザー	年6回	156名
SV研修	スーパーバイザー	年8回	279名
MC登用時研修	マネジメントコンサルタント	年2回	16名
AMD研修	アシスタントマーチャンダイザー	年2回	51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4回	18名
<b>階層別研修</b>			
新任初級管理職研修	アシスタントマネジャー職	年2回	84名
新任管理職研修	マネジャー職	年2回	39名
新任上級管理職研修	部長職	年2回	13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	172名
M2スキルアップ研修	マネジャー職	年2回	162名
<b>選抜型研修</b>			
L経営塾	支店長、営業部マネジャー	年1回	153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	18名
エグゼクティブマネジメントコース	部長職	年1回	11名
変革型リーダー養成プログラム	部長職	年1回	1名
<b>全社員共通</b>			
人権・ダイバーシティ研修	全社員	年1回	全社員
SDGs研修	全社員	年1回	全社員
コンプライアンス&リスク管理研修	全社員	年1回	全社員
労務管理研修	全社員	年1回	全社員
管理職向け労務管理研修	管理職	年1回	全管理職
リモートワーク研修	リモートワーク申請者必須	年1回	全対象者
キャリアデザイン研修	53歳に達する社員	年6回	131名

\* 株式会社ローソンの2022年度実績



## エンゲージメントスコアの把握

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、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。2022年度の社員意識調査の満足度は、ほぼすべてのカテゴリにおいて前回は上回りました。

設問項目:私は、この会社で働くことに満足している。

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
ポジティブ回答比率	70.4%	70.8%	74.7%	74.0%	74.5%

※ 社員意識調査結果(株式会社ローソンの実績)

## エンゲージメント向上への取り組み

### 社員意識調査の改善活動

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、全員で職場環境改善に取り組んでいます。

2022年度には一部エリアにて、年1回の社員意識調査に加え、簡易型のパルスサーベイを実験導入しました。2ヶ月に1回実施し、リアルタイムで結果を確認できるため、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います。2023年度から全国すべての支店に簡易型のパルスサーベイを導入し、現場の従業員のエンゲージメントを早期に把握して改善施策を進めていくことを目指しています。

### 働きがい改革プロジェクト

グループの多様な人材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自身やチームの成長や達成感を実感することが、社員の働きがいやエンゲージメント向上につながるため、大変革実行委員会のもとに「働きがい改革プロジェクト」を立ち上げ活動しています。

このプロジェクトで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議論しながら進めています。2022年度は「業務改善」「人とのつながり」「フィードバック」をテーマに、30名のメンバーが3チームに分かれて検討し、働きがい向上につながる施策を社長をはじめ役員に提案しました。

### チャレンジしやすい環境づくり:億チャレ・L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)」は、働きがい改革プロジェクトの一環として2021年度から実施しています。初年度は170件のエントリーがあり、2022年度は200件応募がありました。社長・役員にプレゼンテーションを行い、最終的にコーヒーのサブスクリプションサービス企画が選ばれ、愛知県で実験を始めました。

仕事の創意工夫や業務改善・新たなアイデアを実行した1年間の取り組みを集めて表彰する「ローソン・チャレンジ大賞(Lチャレ)」は、2018年度から実施しています。2022年度は149件の応募があり、その中の上位10組が社長・役員にプレゼンテーションを行い、中部商品部が開発したご当地四日市とんてき丼(販売終了)が大賞に選ばれました。

このような施策を通じて、自発的なチャレンジを促進しています。



2022年度Lチャレにて大賞に選ばれた中部商品部のご当地商品

2022年度億チャレにて選定されたコーヒーのサブスクリプションサービス

## ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DEI) 推進

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DEI) を経営戦略の一つに位置付けています。

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。

### 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)

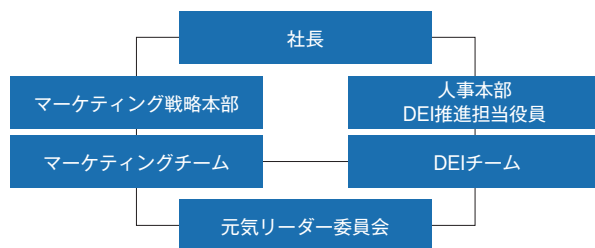
一人ひとりが仲間として、お互いをリスペクトし、各々の価値観を認め合い、ひとつになる環境を構築します。

## ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DEI) 推進体制

社長をトップに人事本部と連動してDEI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、全国各エリアごとにリーダーを選出し、DEI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。

### DEI推進体制



### 月間平均残業時間/年次有給休暇取得率\*

項目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
月間平均残業時間	11.2	10.7	9.4	10.5	10.9
年次有給休暇取得率	40.9%	53.4%	54.2%	57.2%	60.4%

### 外国籍社員の在籍状況 (2022年度末時点)\*

出身国・地域	男性	女性	合計
中国	47	54	101
韓国	13	21	34
ベトナム	1	2	3
ネパール	2	—	2
モンゴル	2	—	2
インドネシア	1	—	1
タイ	—	1	1
バングラデシュ	1	—	1
総計	67	78	145

\* 株式会社ローソンの実績

## ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン (DEI) 推進の取り組み

DEIを推進するため、定期採用では2005年から男女比率50%を目標とした採用活動を行っています。2008年から新卒採用で外国籍社員を積極的に採用し、毎年採用人数全体の10%~15%ほどを外国籍社員が占めています。入社後はフォローアップ研修を開催し、配属においては、海外に限定せずさまざまな部署に配属しています。現在では、多くの方が管理職として活躍しています。

障がい者雇用を促進するため、2013年に特例子会社ローソンウィルを設立し、グループ企業の業務の一部を受託しています。さらに働く日数や時間を選択して勤務することができる制度の適用範囲を障がい者に拡大し、正社員としての雇用も促進しています。接客が苦手な障がい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ピブスを着用する実験を行ったり、希望者向けの車いすバスケットイベントなどの参加により、障がい者への理解を深められる環境づくりに努めています。

2021年度から、定年を65歳に引き上げ、60歳以降を対象に「アクティブシニア正社員制度」を導入しました。定年延長に伴い、満53歳の全社員を対象にキャリアデザイン研修を実施し、今後のキャリア形成を考える場を提供しています。また、60歳以降は複数の職務コース、勤務形態から選択でき、働き続けられる環境を整えています。

2023年度からLGBTQについて社員一人ひとりの理解を促進するため、①セミナー・eラーニングの実施、②相談窓口の設置、③社宅制度の変更(同性パートナーの入居可)、④社内通称の変更(性自認に合わせて変更可)を実施しています。

また、店舗で活躍している外国人アルバイトがより早くオペレーションを習得できるよう、一部マニュアルの多言語化や、「ローソン語彙集」を多言語に翻訳した「Lawsonary (ローソナリー)」(9ヶ国語)を導入し、分かりやすい日本語などの工夫をしています。

ローソンでは、性別・性自認または表現・性的指向・国籍・年齢・学歴・出身などを問わず、一人ひとりの適性と意欲・能力を重視しています。

宣言します!

ローソンは、DEI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

女性に関するデータ\*

男女賃金差	2022年度
全労働者	62.5%
うち正規雇用労働者	80.8%
うち非正規雇用労働者	88.1%

※データ算出に関する説明  
 ・対象期間:2022年度(2022年3月1日~2023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基に平均年間賃金を算出。

※差異に関する補足説明  
 ・正規雇用労働者に関して、女性の勤続年数が短く(男女差6.9年)、女性管理職の割合(13%)が低いいため、賃金の差異への影響が大きい。そのため、当社では女性活躍推進を重要な経営課題として位置付け、2030年までに女性社員率・管理職率ともに30%以上を目指すことを目指し、各種社員向けキャリア研修などを実施、人財育成に取り組んでいる。  
 ・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、男女の賃金格差が生じている。  
 ・全労働者における男女の賃金の差異は、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高く(80%)、賃金の低い非正規雇用労働者において女性割合が高い(62%)ため、男女の賃金格差が生じている。

男性育休取得率\*

	2014年度	2015年度	2020年度	2021年度	2022年度
男性育休取得者数	23	93	117	89	104
男性育休取得率	16.1%	70.4%	93.6%	95.7%	92.0%

女性社員に占めるワーキングマザー率\*

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
ワーキングマザーの人数	202	219	211	240	273
女性社員に占めるワーキングマザー率	24.2%	24.4%	22.2%	25.9%	28.6%

※ 株式会社ローソンの実績

女性活躍推進に向けた目標と取り組み

「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年より「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。また、20代後半~30代前半の女性社員に向けて、ライフイベントと仕事の両立に関する不安を解消し働き続ける後押しのため、先輩社員の経験を聞き、自身のキャリアを自ら描くことができるよう「キャリア開発研修」を実施しています。さらに、営業ラインの管理職候補養成研修として、「選抜型リーダーシップ研修」を開催し、女性役員や社長と直接会話する機会を設け、リーダーシップ意識を醸成することを目指しています。また、育児休職中の社員向けに会社の情報提供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「育児休職社員研修」を実施し、復職後の不安を払拭し、活躍を推進しています。

女性活躍を実現するためには、男性の育児参画が重要であることから、2014年より自社独自の「短期間育児休職制度」を導入しました。2018年度以降90%以上の取得率を継続しています。また、「出生時育児休業(産後パパ育休)」の導入にあたっては、全社員がeラーニングを受講し取得を促進しました。結果、2022年度の長期・短期合わせた男性の育休取得率は92%、平均取得日数は22.3日となりました。

そして、経営トップから社員へDEI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する「ローソンワークスタイルハンドブック」を作成し、全社員に共有しています。

当社では、ニーズに応じて利用できる時短勤務制度・勤務日数減少制度・祝日休日制度・帯同転勤など、育児と仕事の両立支援制度を整備しています。

女性管理職比率\*

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
女性管理職人数	120	127	131	148	165
女性管理職比率	9.5%	10.1%	10.7%	11.7%	13.0%

新卒採用女性比率\*

	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
新卒採用女性者数	78	100	99	58	46
新卒採用女性比率	41.7%	44.4%	44.8%	49.2%	51.7%

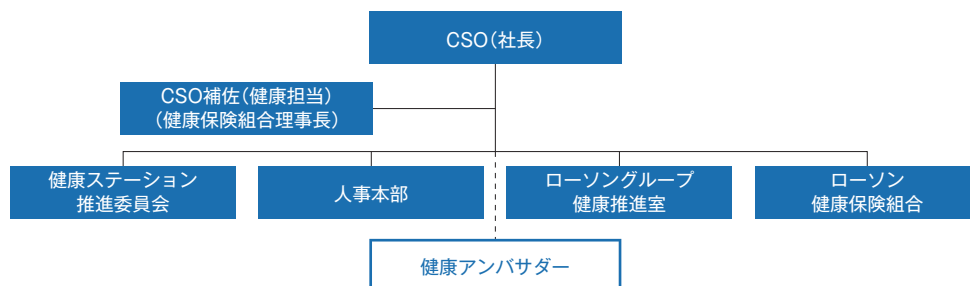


## 労働環境整備

従業員にとって、安全で働きやすく働きがいのある職場環境を目指し、話し合いを重視した労使協議の場を設け、職場環境の整備や、業務効率、組織風土改善などのさまざまなテーマについて社員参加で議論しています。特に、勤務時間や休暇取得状況などは、毎月、労使双方でセルフチェックを行ったうえで話し合い、早い段階で問題を発見、対策を講じることで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)の徹底、及びマニュアルにて安全な作業手順を明示することで事故防止を徹底しています。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、ストレスチェック結果を基に、各部署の課題抽出・改善アクションのサポート、産業医による研修の実施など、ラインケアにも注力しています。

### 健康経営推進体制



ローソングループ健康推進室メンバー



ローソンの従業員向け健康取り組みに関する詳細は  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/employee/health/>

## 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、健康経営を強力に進めています。

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、人事本部、労働組合、健康保険組合や各部署に設置した健康アンバサダーと協働し、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」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など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、2022年までに、特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する「健康経営銘柄」(過去4度選定)や「健康経営優良法人(大規模法人部門)」(7年連続認定)において評価を受けています。

### 目標値の設定

2022年度からの3ヶ年のKPIとして、5項目の検査数値適正範囲者と非喫煙者の割合をコロナ禍以前の水準に設定しました。従業員一人ひとりが健康の保持増進を「自分事」と認識して生活習慣の見直しに取り組んでいけるよう、フォローしています。

		2021年度 実績	2022年度 実績	対前年度増減	2025年度 目標
肥満	男性	46.8%	47.0%	+0.2%	52.0%
	女性	75.4%	75.9%	+0.5%	79.0%
血圧		72.9%	73.1%	+0.2%	76.0%
肝機能		65.8%	67.7%	+1.9%	72.0%
脂質		79.5%	80.4%	+0.9%	82.0%
血糖		62.2%	60.8%	-1.4%	66.0%
禁煙		70.9%	71.8%	+0.9%	75.0%

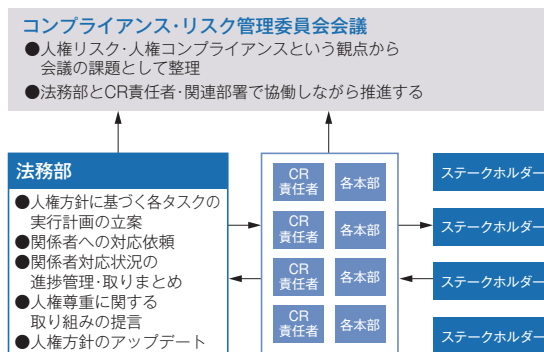
●適正範囲者の比率 ローソン健康保険組合に加入している全年齢・本人を対象に集計

■肥満: BMI25未満、かつ腹囲85cm(男性)・90cm(女性)未満 ■脂質: 中性脂肪150mg/dl未満、かつHDLコレステロール40mg/dl以上  
 ■血圧: 収縮期130mmHg未満、かつ拡張期85mmHg未満 ■血糖: 空腹時血糖値100mg/dl未満、かつHbA1c 5.6%未満  
 ■肝機能: AST31未満、かつALT31未満、かつγ-GT51未満

### 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。

「ローソングループ人権方針」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**  
<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ています。例えば、ローソン店舗で扱うPB商品の製造・物流過程においては、外国人技能実習生を含む外国人労働者が働いていることを確認しており、その人権状況については、SAQの展開や人権監査、個別的な対話など、ローソンとして十分に関心をもって、取り組みを進めています。

ローソンは、店舗で多様な商品・サービスを提供しており、関連するステークホルダーもさまざまです。そのため、人権リスクの特定は広範かつ複雑なものとなりますので、今後も継続的にその対応を進めていきます。

また、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。さらに、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、全従業員が必須で受講するeラーニングにおいて人権を取り上げるほか、各種研修の実施など、教育及び周知を推進しています。

**人権研修実施状況**  
[https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/human\\_rights/](https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/human_rights/)

### 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。

**相談・通報窓口**  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/governance/compliance/#cp01>

### ステークホルダーごとの相談窓口

取引先が利用できる「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月から継続して、経済人コー円卓会議日本委員会が主催するステークホルダー・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いきます。

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への理解・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。

#### ■聴覚障がいのある方が買い物しやすいよう

##### 「指差しシート」を全国の店舗のレジカウンターに貼付

2022年8月から全国のローソン店舗で、レジ袋やカトラー、電子レンジでの温めの有無を指差しで確認できるシートをレジカウンターに貼付しています。これは聴覚に障がいのある従業員の声から実現したもので、買い物時の不便を解消するために開始しました。

この取り組みが多くのお客さまから「安心して買い物ができる」などの反響をいただいたため、項目を充実させた「コミュニケーションボード」を作成し、2023年3月1日から当社公式ウェブサイト及び公式アプリ内で公開しました。今後も買い物時のコミュニケーションのサポートを通じ、どなたでも安心して生活できる社会の実現を目指していきます。



**その他の社会への取り組み**  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/social/>

### 公正な取引の推進

ローソンでは、取引先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事のないよう取引担当者の教育に力を入れており、全従業員向けのe-ラーニングでも取り上げているほか、各種研修を実施しています。また、ローソンは2021年に「パートナーシップ構築宣言」として、サプライチェーンの取引先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ています。サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列を越えた新たな連携と親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行の遵守を進めていきます。

 **ローソングループ企業行動憲章**  
[https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/action\\_guideline/](https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/action_guideline/)

 **ローソン倫理綱領**  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/ethics/>

### 取引方針及び調達方針の改訂と周知の実施

原材料調達先がグローバルに広がるなか、「適切な環境で作られた商品・サービスを」というお客さまの要請に応えるためには、サプライチェーン全体で取り組んでいく必要があります。取引先においても、お客さまの安全・安心はもとより、法令遵守や公正・健全な事業活動(反社会的勢力との断絶や腐敗防止など)、人権の尊重(差別や人権侵害への加担の防止など)、労働環境の整備(児童労働・強制労働の禁止や過剰労働時間の削減、適正な賃金の支払いなど)をはじめとする「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取引先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」を制定し、持続可能な調達に尽力しています。

 **ローソングループ取引方針**  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/transaction/>

 **ローソングループ調達方針**  
<https://www.lawson.co.jp/company/activity/sustainability/policy/procurement/>

### グループ方針案内件数

	(年度)	
グループ会社	2021 案内件数	2022 案内件数
ローソンエンタテインメント	98	98
ローソンストア100	176	175
SCI	263	187
ローソン	718	764
合計	1,255	1,224

### 取引先との取り組み

#### ■「お取引先さまアンケート」

自らの取引態様を振り返るため、毎年取引先に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、ローソングループの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取引先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。

取引先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、取引先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\*・回答者数

	2020年度	2021年度	2022年度
対象者数	1,259	1,265	1,228
回答者数	972	955	922
回答率	77.2%	75.5%	75.1%

\* 取引先企業1社の中で複数の取引を行っている場合は、その担当者ごとに回答を依頼

#### ■「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」

2022年度から取引先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」を開始しました。取引先約900社に対して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取引先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。

また、取引先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おり、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、取引先の取り組み状況の把握に努め、取り組みを進めていきます。

#### 「サプライヤー・サステナビリティ・アンケート」2022年度結果

対象社数	回答社数	回答率
857	500	58.3%