

# ローソンの社会・環境への取組み

2015年10月22日(木)  
株式会社ローソン  
長谷川 泉

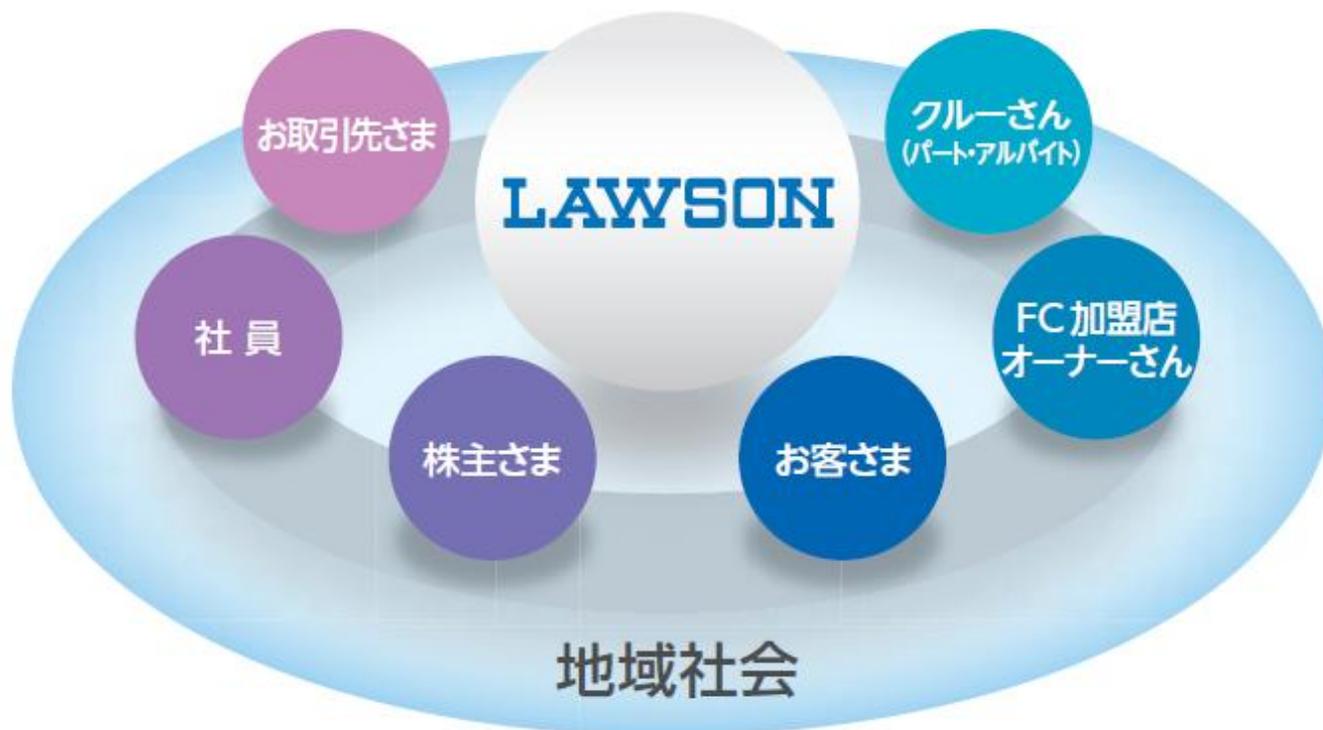
# 1. ローソングループ 「企業理念」と「環境方針」

**私たちは  
“みんなと暮らすマチ”を  
幸せにします。**

**私たちは、  
マチ（地域）の様々な問題を解決し、  
お客さまの様々なご要望にお応えして  
マチに暮らす皆さまの幸せを  
支えていきます。**

## ローソンを取り巻くマルチステークホルダー

ローソンのビジネスは、マチ（地域社会）全体を含む7つのステークホルダー（ローソンを取り巻く関係者）とともに成り立っています。お客さまの身近にあるお店として、ローソンならではの新たな価値を提供し、さまざまなマチの課題を解決していきます。



## 基本理念

私たち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、  
常に環境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、  
積極的に行動します。

## 方 針

1. 低炭素社会の構築に向けて
2. 商品・サービスなどの開発における配慮
3. 社会貢献活動への積極的な参画
4. 継続的な改善の実施
5. 法令等の遵守
6. コミュニケーションの推進

## 1. 低炭素社会の構築に向けて

地球温暖化防止に向けて、事業活動における「省エネルギー」「省資源」「廃棄物削減」に取り組みます。

## 2. 商品・サービスなどの開発における配慮

原材料の調達から販売、廃棄までの全ての段階において、自然環境や地域社会への影響を十分に配慮します。

## 2. MACHI café 社会・環境への取り組み

## MACHI café=近くのローソンが“カフェ”になる

農園指定の  
高品質な豆



対面による  
サービス  
お客さまとの絆強化



メニューの  
豊富さ

“癒し”の提供



Switch機能  
“オン・オフの切り替え”

# 2-2. 品質と社会・環境両面で取組み

LAWSON

## 品質面

### 「接客」へのこだわりから誕生

ローソンのコーヒー実販売店の中でも、コーヒーが特によく売れていたお店にMACHI caféの開発のヒントがありました。そのお店は接客が素晴らしいお客様との信頼関係ができていました。そこでセルフ式ではなく[to-order]にこだわったMACHI caféの方向性が決定。コーヒーを抽出するマシンや販売体制の検討が始まりました。



### お客様の求める味を追求

お客様に最適な味を求めてPontaカードのデータを徹底分析。ブレンドコーヒーは忙しい仕事の合間に「一息つきたい」と感じる中高年男性に、カフェラテは女性に人気がある——といったデータをもとに商品化していきました。



### 農園・生産地域を指定

ブレンドコーヒーは、一粒のコーヒー豆から出荷までしっかり管理ができる5つの国の指定した農園・生産地域の豆(アラビカ種)を使用することで、高品質で甘みを伴ったフルーティーな酸味と深いコクを実現しました。



### 焙煎・ミルクへのこだわり

それぞれの豆に最適な焙煎方法で豆の個性を引き出したあとにブレンドするアフターミックス製法を採用。カフェラテのミルクには生乳<sup>\*</sup>のみを使い、ミルク本来のコク・甘みが味わえるようにしています。

\*生乳は加熱殺菌しています。



### 本場のマシンをカスタマイズ

エスプレッソの本場イタリアの全自動マシンをMACHI café用にカスタマイズ。最大16個のメニュー設定が可能で、カフェラテや抹茶ラテなどのバラエティに富んだメニューは女性のお客様を中心に大好評をいただいています。



商品開発

原材料調達

製造

販売

## 社会・環境面

### 安全・安心、環境にも配慮

商品開発に当たっては、味わいや品質へのこだわりのみならず、社会や環境面でも配慮するように努めています。お取引先にも商品の安全・安心はもちろんのこと、人権や環境への配慮等をお願いしています。

### レインフォレスト・アライアンス認証農園産コーヒー豆のみを使用

環境・労働者に配慮したレインフォレスト・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。この認証は、環境保全や農園労働者の生活向上など厳しい基準を満たした農園に与えられます。  
\*シングルオリジンシリーズ、ドリップパックを除く。



### コーヒーかすをリサイクル

焙煎工程では豆を覆っている薄皮やコーヒーかすが廃棄物として排出されます。これらは肥料や牛の糞床にリサイクルしています。



### タンブラー持参でお得&エコ

タンブラーをお持ちになったお客様には、ドリンクメニュー(一部を除く)を10円引きでご提供。お客様ご自身のごみ(紙カップ)を減らすことにもつながります。



◎「レインフォレスト・アライアンス認証」農園産の豆を100%使用  
◎マイボトルご持参のお客様に10円引きでご提供

生物多様性

CO2削減

廃棄物削減

**カーボンオフセットへの取組みの一環として、MACHI caféのLCA全体から排出されるCO<sub>2</sub>量を算定し、お客さまへ情報を開示。**

**さらに排出量の全部をオフセットすることで、商品に付加価値を与え販売を促進。**



## MACHI caféの環境価値を向上させるため、「ホットコーヒー」と「カフェラテ」のLCA全体のCO2排出量を算定し、その全量をオフセット

- 実施期間：2014年2月11日(火)～24日(月)
- 実施店舗：全国のMACHI café導入店 約7,000店
- オフセット量：**1,463トン**



## MACHI café 合計8種類のCO<sub>2</sub>排出量を算定

対象商品	CO <sub>2</sub> 排出量(1杯あたり)
FF MACHIホットコーヒー	330g
FF MACHIホットコーヒー (L)	410g
FF MACHIホットコーヒー(タンブラー)	300g
FF MACHIホットコーヒー(L)(タンブラー)	370g
FF MACHIカフェラテ	480g
FF MACHIカフェラテ (L)	590g
FF MACHIカフェラテ(タンブラー)	450g
FF MACHIカフェラテ (L) (タンブラー)	550g

**タンブラー効果**

・Mサイズ

→ **30g CO<sub>2</sub>削減**

・Lサイズ

→ **40g CO<sub>2</sub>削減**



## カーボン・オフセットの内容を、お客さまに“わかりやすく”伝えることで、販売数も伸長



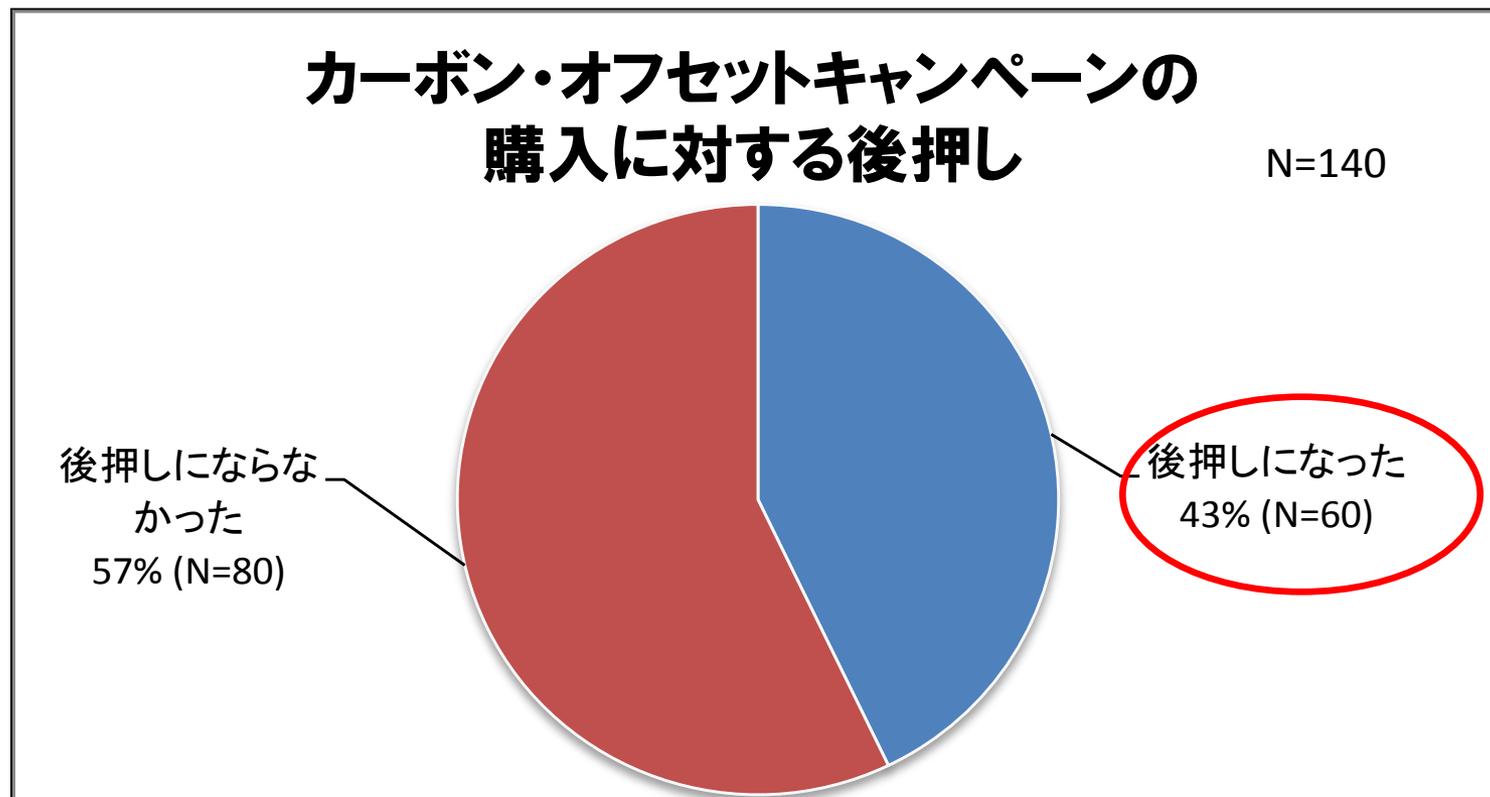
お客さまにわかりやすいよう  
図解で説明

←店舗で配布した「チラシ」

店頭設置の「ポスター」↓



Pontaリサーチパネル会員 2,000人を対象にカーボン・オフセットの取り組みについてWebアンケート実施  
※環境付加価値は、お客さまの商品購入を後押しする結果



後押しにならなかった多くの理由はカーボン・オフセットの内容がわかり難いため  
⇒ **内容を正しく伝えることで、販売数増加につなげることができる**

# 3. 社会への取り組み

## “もっと・マチを元気に”

## 全国各地の自治体と包括協定を締結。 地産地消の商品開発等を通じ、地域振興を推進



45道府県6市  
(2015年5月末  
現在)

### 安全・安心・高品質な新鮮野菜の供給を目指す「ローソンファーム」 全国に23か所展開 (2015年7月末現在)

- ・全国のファーム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す。
- ・中嶋農法の採用や、JGAPの宣言により高品質な農産物の生産と社会・環境への配慮の両立を実現。



### フード・アクション・ニッポン アワード2年連続受賞！

国産食材の消費拡大に寄与していることが認められ、同賞流通部門最優秀賞を2013、2014年度の2年連続で受賞。



## “緑”と“子供たち”を支援しています



「ローソングループ“マチの幸せ”募金」

累計総額 約75億円

(1992年9月～2015年2月末日累計)  
寄付金額には、店頭募金に加え本部寄付金やLoppi募金、Pontaポイントによる寄付金等が含まれています。

### ローソン緑の募金

「ローソン緑の募金」  
～活動実績～

募金総額	約36.6億円
活動地域	3,741箇所
緑化面積	約6,771ha
緑化本数	約1,692万本

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。  
(1992年9月～2015年2月)

全国の小学校・中学校や特別支援学校を中心とした学校環境緑化活動、ボランティア団体等が実施する国内外の森林整備や緑化事業などを支援しています。

寄付先:公益社団法人 国土緑化推進機構

#### 緑化貢献事業への参加

「ローソン緑の募金」を活かした緑化貢献事業に、FC加盟店オーナーや店長、店舗スタッフ、ローソン本部従業員なども参加。



山での活動の様子



学校での活動の様子

### 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)



奨学生の皆さんを対象に交流会を開催  
写真提供:(公社)Civic Force

「夢を応援基金」(東日本大震災奨学金制度)は、東日本大震災で被災した学生の皆さんを支援する奨学金プログラムです。1,097人の奨学生に月額3万円の奨学金の支給を行い、皆さんの夢を応援しています。



### TOMODACHI募金

(東北学生 教育・日米交流支援)

寄付先:公益財団法人米日カウンシルーザン



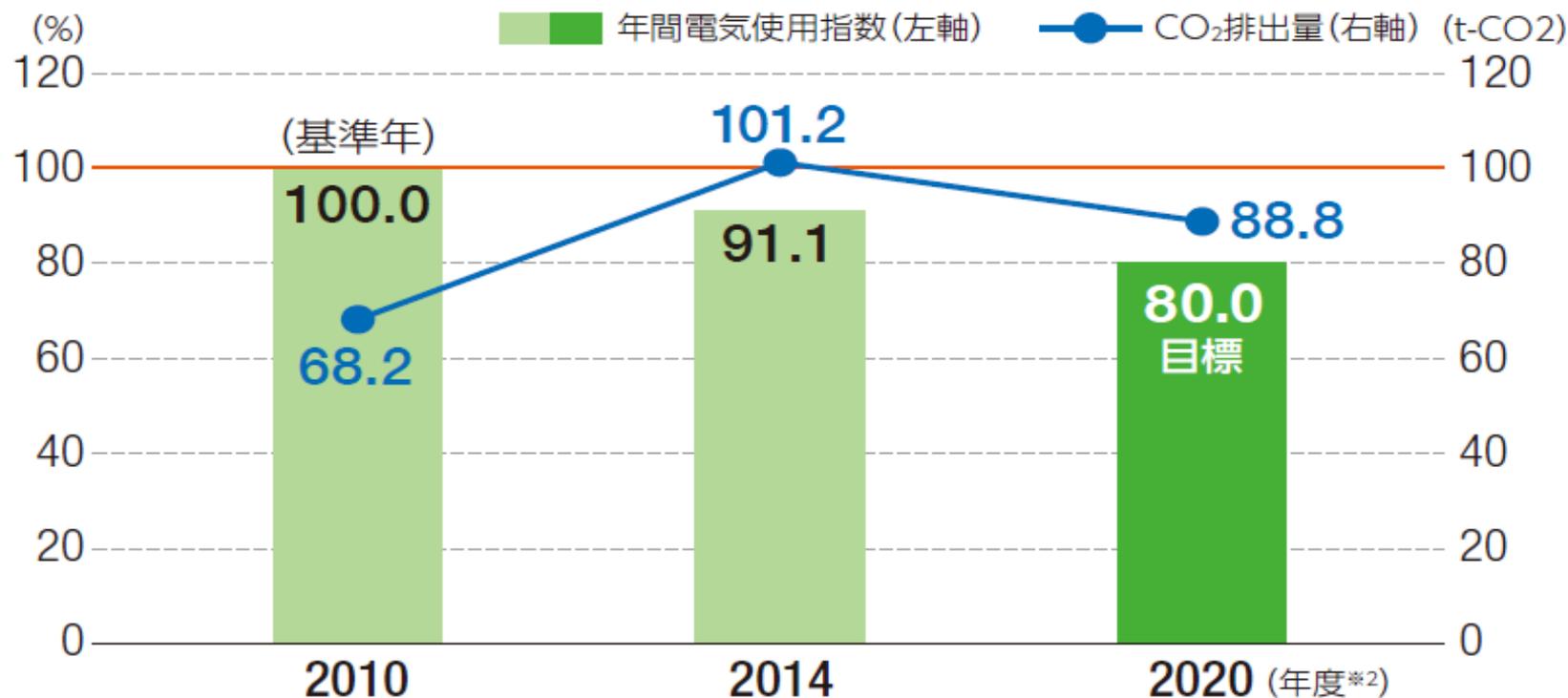
TOMODACHI女子高生キャリアメンタリングプログラム in福島

日米の教育・文化交流や、東日本大震災からの復興支援、次世代リーダー育成を進めている官民パートナーシップTOMODACHIイニシアチブ。TOMODACHI募金の収益金で、東北の学生の教育・文化交流を支援しています。



## 4. 店舗の環境への取組み ～ 設備・運営 ～

## 2020年度1店舗当たりの電気使用量を 2010年度比で20%削減を目指す

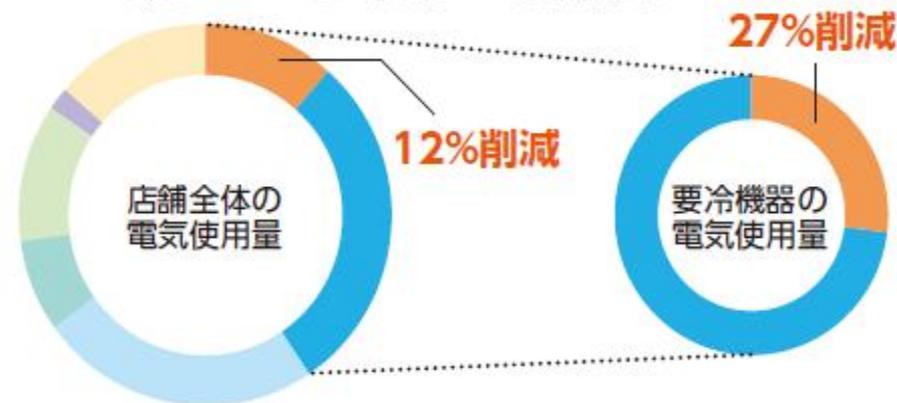


- ※1 CO<sub>2</sub>排出量は電気事業連合会が出している受電端の調整後係数を使用しています。  
2014年度、2020年度は2013年度の係数で試算しています。
- ※2 行政年度に合わせて4月1日から3月31日で算定しています。

## 環境負荷低減・省エネ性能に優れた自然冷媒の採用 CO<sub>2</sub>冷媒を使用した冷凍・冷蔵機器の導入



● CO<sub>2</sub>冷媒による電気使用量の削減効果



2010年度からCO<sub>2</sub>冷媒を使用した冷凍・冷蔵機器の導入を開始し、2014年度で累計約580店舗に導入しました。CO<sub>2</sub>冷媒は代替フロンと比較し地球温暖化への影響は約1/4000と低く、かつ高い省エネ効果も期待できます。

## 太陽光発電システムの導入 再生可能エネルギーの普及・拡大

太陽光発電システムの導入に取り組み、2014年度までに約2,000店舗に設置しました。売電用の10kW (5kW×2系統) と店舗使用の2kWの合計12kWの発電が可能です。



## CO<sub>2</sub>を冷媒に使うと何が良いの？

### フロンの全廃

フロンは紫外線から生物を守るオゾン層の破壊を進めることなどがわかったため、代替フロンへ移行。

### 代替フロンの削減

代替フロンはオゾン層を破壊しないが、温室効果はCO<sub>2</sub>の数百倍～数千倍と高いため法規制が強化され削減が義務化。

### 自然冷媒

(炭化水素・アンモニア・CO<sub>2</sub>等)

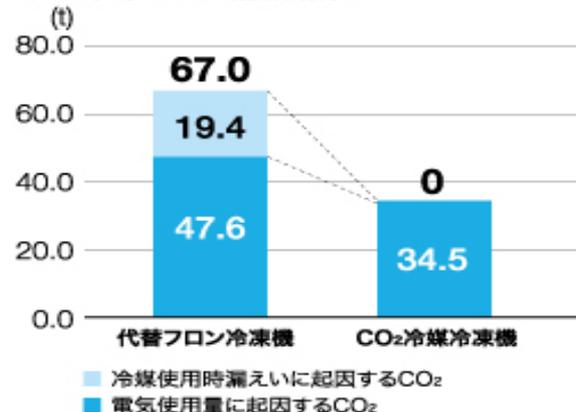
自然冷媒の中でもCO<sub>2</sub>は、  
他と比べて安全性に優れています。

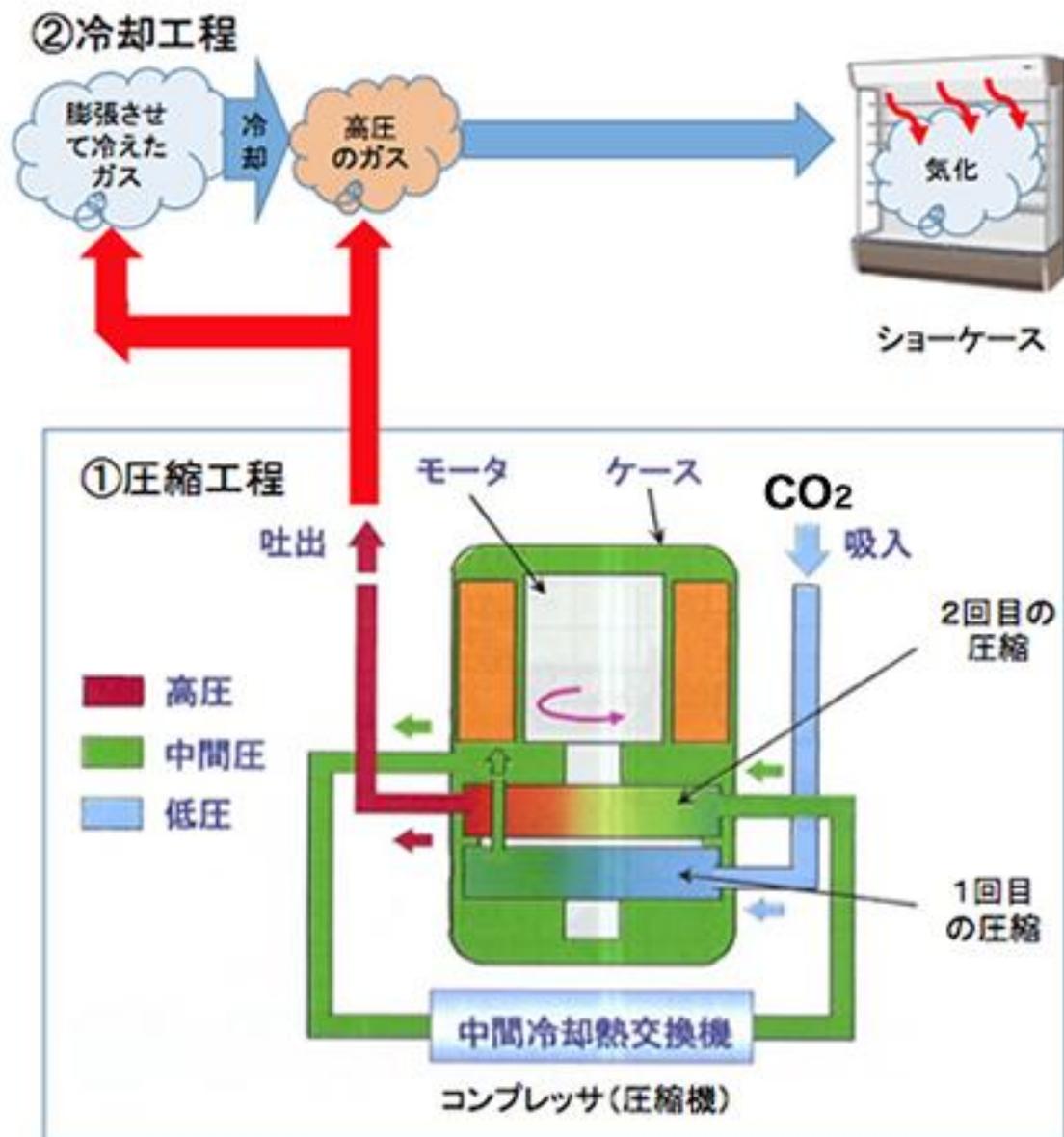
	炭素水素	アンモニア	CO <sub>2</sub>
燃焼性	大きい	大きい	なし
毒性	あり	あり	なし
安全性	×	×	○

### ローソンが選んだのは CO<sub>2</sub>冷媒です

CO<sub>2</sub>を圧縮することによりガス化した時に熱を奪う性質(気化熱)を利用することで冷媒として機能します。

CO<sub>2</sub>冷媒のCO<sub>2</sub>削減効果



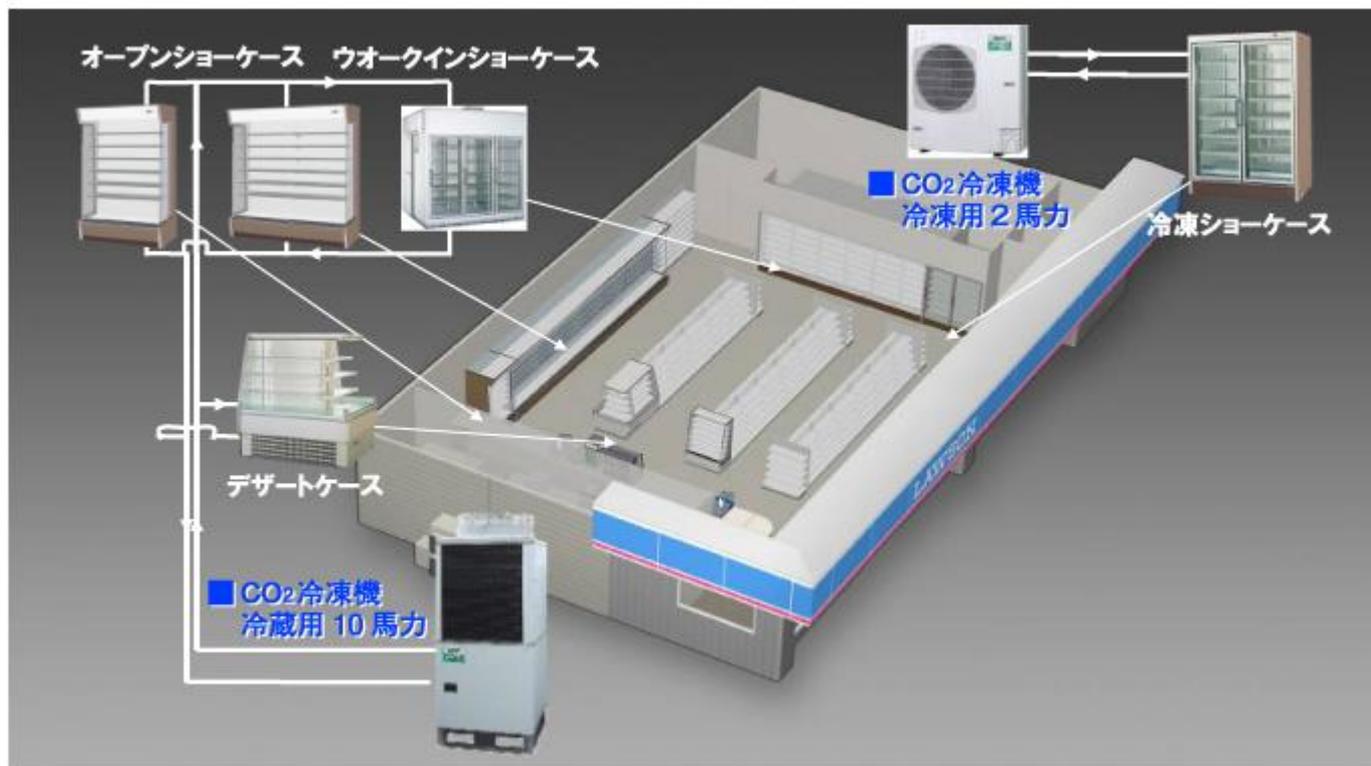


## ■ CO<sub>2</sub>冷媒の仕組み

①冷媒を2回にわけて圧縮  
いままで1回で圧縮していた冷媒を2回にわけて圧縮することにより、効率化が図られ省エネ性がアップ

②冷媒の一部を気化させて  
メイン冷媒の冷却を可能に  
冷媒の一部を膨張させることにより冷却能力をアップし、効率を向上

# 4-5. 国内におけるCO<sub>2</sub>冷媒の導入



2014年度まで累計約**580**店舗



2015年10月末迄に  
**1,000**店超導入見込

E.U.が先進国といわれており、デンマークは712店で世界トップ。(2013年Shecco資料)

⇒ **ローソンはノンフロン化で世界No.1小売企業を目指します。**

## インドネシアのパートナー企業の店舗でCO<sub>2</sub>冷媒を導入。 JCM（二国間クレジット制度）実証事業」の推進に協力



インドネシア・ジャカルタ市内の店舗にCO<sub>2</sub>冷媒要冷機器等を導入

### 二国間クレジット制度とは

日本として地球温暖化の防止に貢献するため、開発途上国に対し、技術移転や製品・サービス、インフラの普及等を進めることなどにより開発途上国の温室効果ガスの排出量の削減を支援しています。削減した分は日本の貢献分としてクレジットとして評価し、日本の削減目標の達成に活用するものです。



※MRV方法論：温室効果ガス排出量の算定・報告・検証の方法論

## 最新の省エネ技術を導入した実験店舗で 効果を検証、通常の店舗へ導入

### ■ 豊橋明海工業団地店 2014年11月オープン



### ● 主な取り組み



#### フロントサッシのダブルスキン化

二重サッシの空間に店内排気を入れ、断熱性を高めながら、店内の熱負荷を軽減。



#### 太陽光発電システム&蓄電池

太陽光発電と蓄電池の組合せにより、創エネと蓄エネを連携させエネルギーマネジメントを実施。



#### CO<sub>2</sub>冷媒冷凍・冷蔵システム

地球温暖化係数が約1/4000のCO<sub>2</sub>冷媒利用でノンフロン化。ショーケースに扉を付けて冷蔵効率を向上。

### ■ ローソンパナソニック前店 2014年2月オープン



## 「省エネ10か条」を定め、取り組んでいます！

- 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 夏場の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



## ポイントカードで貯めたポイントや店頭でのLoppiでCO<sub>2</sub>をオフセットできます！

### お客さまのCO<sub>2</sub>を削減する「CO<sub>2</sub>オフセット運動」の仕組み



## 1. ポイント交換

**Pontaポイント50ポイント(1口)で20kgをオフセット**  
累計50口=1トンでオフセット証明書とエコバッグを送付

## 2. Loppiでの申込み

**1トン=2,571円(税込)で販売**  
オフセット証明書発行、エコバッグ付



## 3. 排出権付商品の販売

**飲料・酒等の商品に排出権を付けて販売**  
オフセット費用は販売価格に含めず、ローソンとお取引先様で負担

■展開期間: 2008年3月31日～継続中

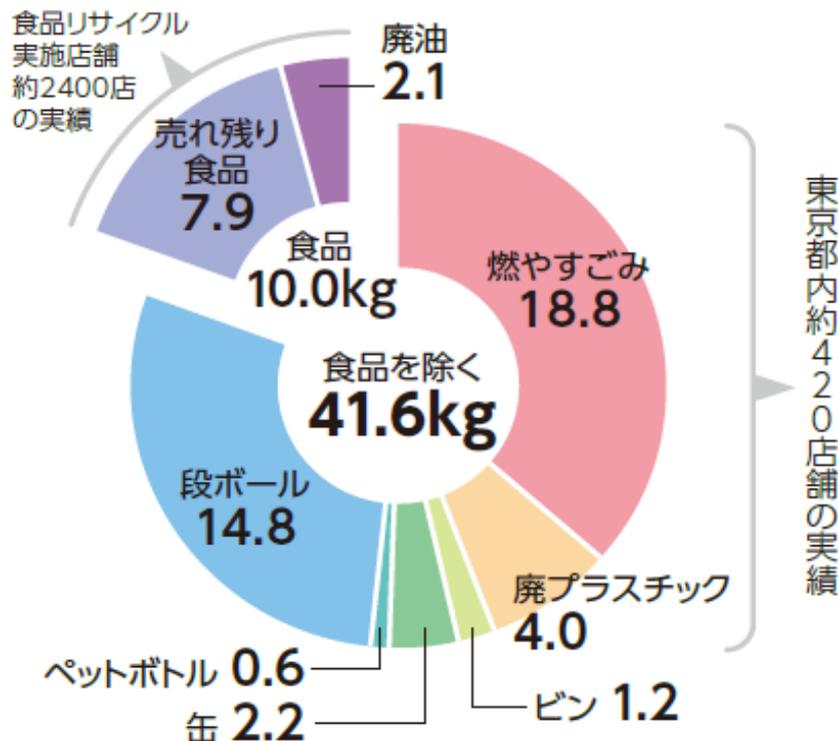
■実施店舗: 全国のローソン・ナチュラルローソン

■オフセット量: **24,822トン**

※オフセット量は2008年3月1日～2015年7月31日までの実績

## 売れ残り商品と廃油をリサイクルして 法定目標(食品リサイクル法)以上を達成

●1店舗1日当たりの廃棄物量推計



※ 食品廃棄物とそれ以外の廃棄物を合計すると51.6kgになります。  
 ※ 2014年4月1日～2015年3月31日で算定しています。

●ローソングループ食品リサイクル実施店舗数の推移



※1 食品リサイクル等実施率は (株)ローソン沖縄と(株)ローソン南九州を除いた数値です。  
 ※2 4月1日から3月31日で算定しています。

## 食品リサイクルループの構築で地産地消を推進 千葉・茨城県の約200店舗で卵を販売

◎食品リサイクルループの取り組み



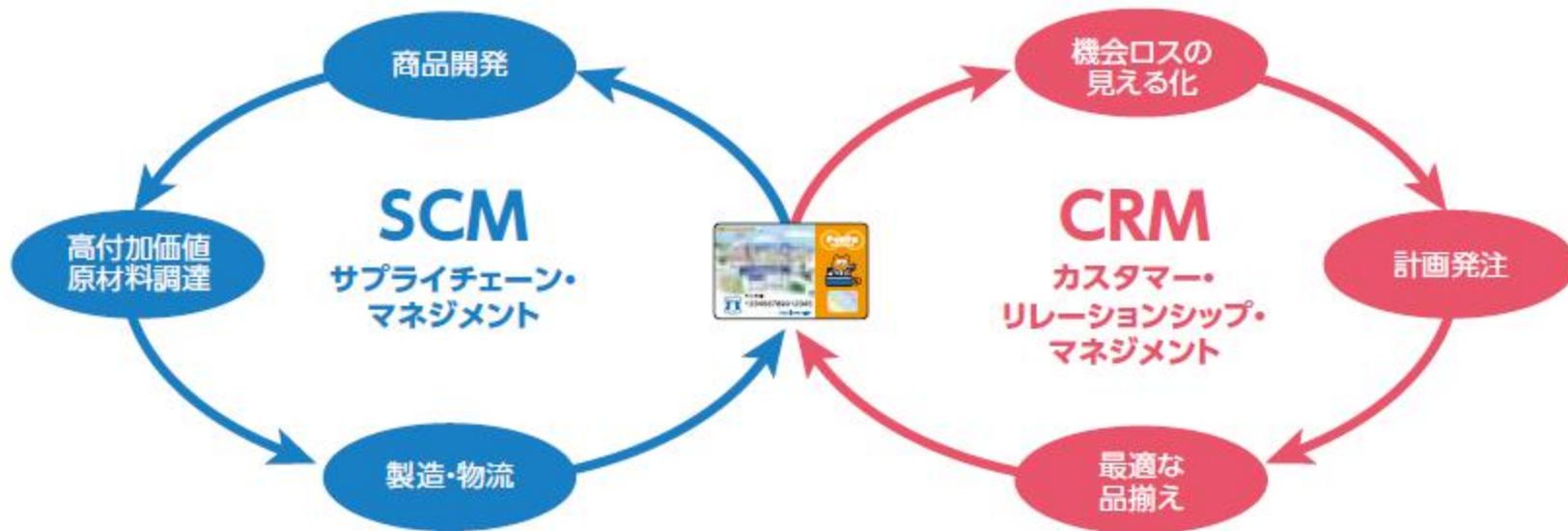
店舗の余剰食品をリサイクルした飼料（一部）で育ったニワトリのたまごを販売。関東の店舗の余剰食品を活用し、千葉県内の製造工場、養鶏家が連携

# 5. サプライチェーンに関する取組み

**企業理念の実現に向けて、  
“高付加価値”の商品を製造し、  
お客さまの身近なマチで販売する  
「小商圈型製造小売業」の確立を  
目指しています。**

## 会員データを活用し、お客さまを起点にした “高付加価値”の商品開発を推進

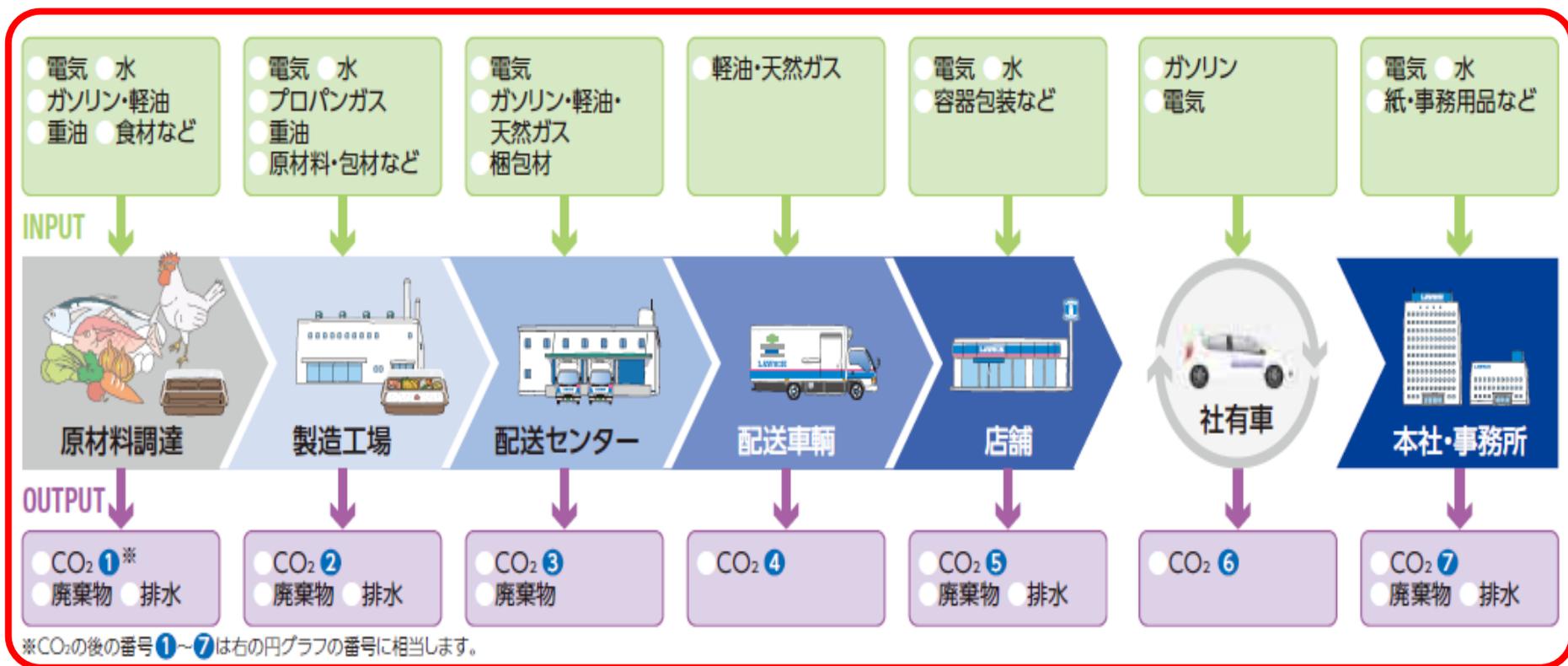
ローソンSCM-CRMモデル



調達から販売までのプロセスを総合的に管理し、全体工程の効率化と最適化を実現する経営管理手法

顧客の個別ニーズに応じて商品やサービスを提供する経営マーケティング手法

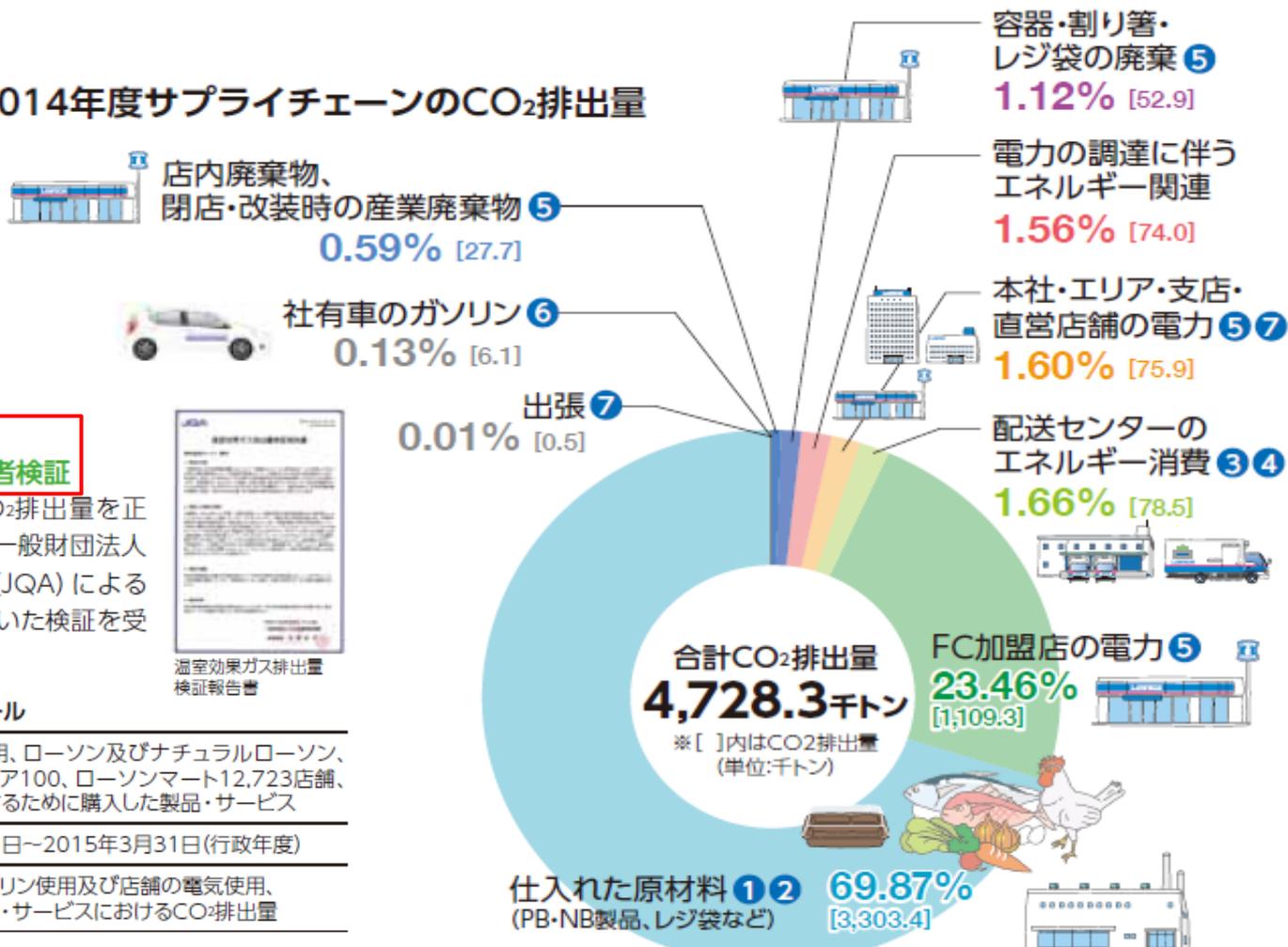
## サプライチェーン全体のCO<sub>2</sub>排出量を把握し 削減項目を設定し取り組む



2014年度の排出量合計は **4,728.3千トン** (第三者検証済)

**\* 原材料に関する部分が全体の約70%を占める。**

2014年度サプライチェーンのCO<sub>2</sub>排出量



**ローソンにおけるCO<sub>2</sub>排出量の第三者検証**

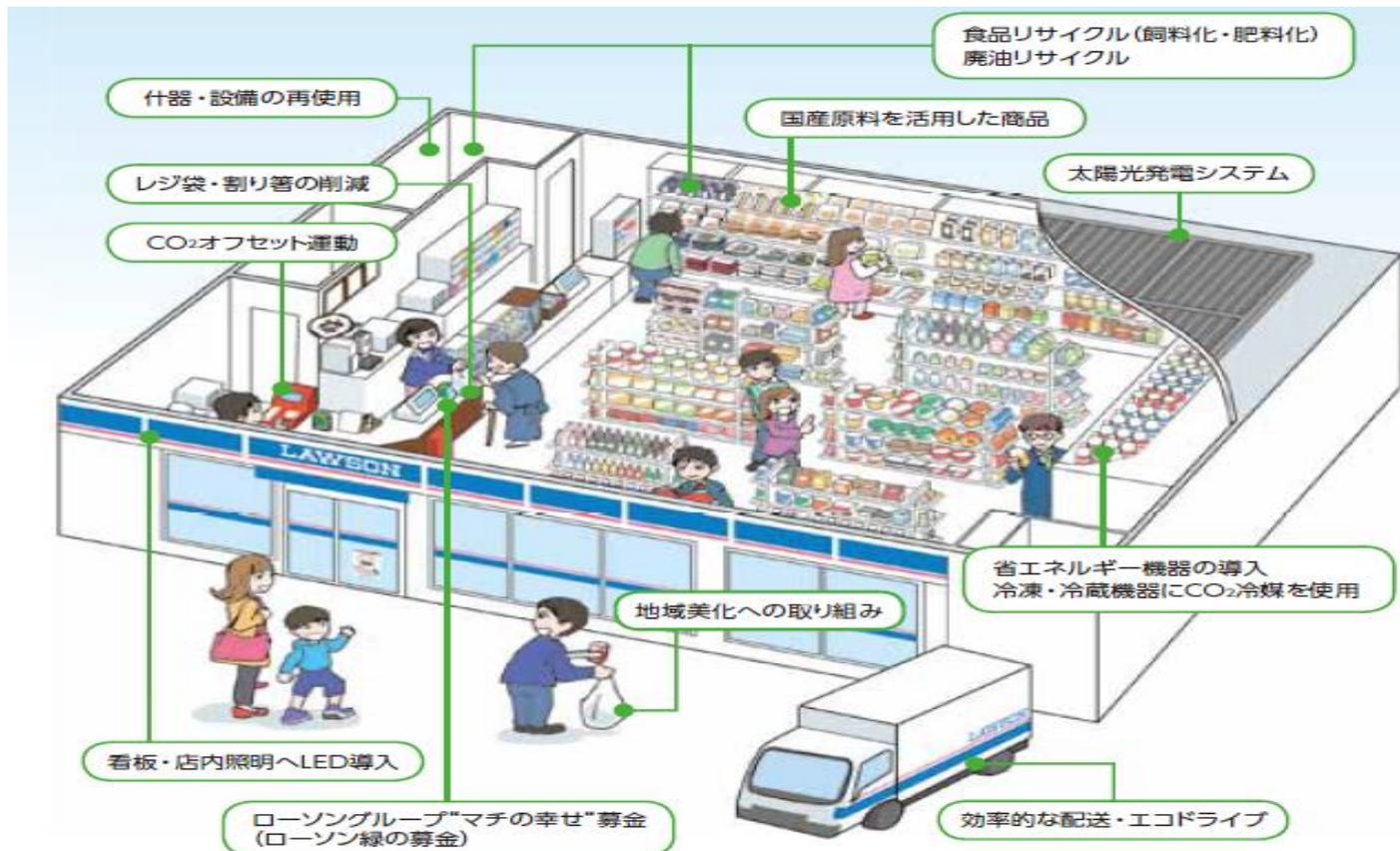
ローソンでは、CO<sub>2</sub>排出量を正確に把握するために一般財団法人日本品質保証機構 (JQA) によるISO14064-3に基づいた検証を受けています。



**CO<sub>2</sub>排出量算定ルール**

検証対象	社有車の使用、ローソン及びナチュラルローソン、ローソンストア100、ローソンマート12,723店舗、店舗で販売するために購入した製品・サービス
対象期間	2014年4月1日~2015年3月31日(行政年度)
対象項目	社有車のガソリン使用及び店舗の電気使用、購入した製品・サービスにおけるCO <sub>2</sub> 排出量

# 6. 環境にやさしいお店づくり（まとめ）



## ローソングループの目指す姿

持続可能な社会の実現

自らの  
社会・環境活動



ローソングループは企業理念、環境方針に基づき、本業を通じて社会・環境に配慮した事業活動を展開し、お客さまとともに持続可能な社会の実現を目指します。

お客さまと  
取り組む  
社会・環境活動

ローソングループは、これからも、  
「自らの社会・環境活動」と  
「お客さまと一緒に取り組む活動」を  
推進していくことで、  
“みんなと暮らすマチ”の幸せに  
貢献していきます。



私たちは“みんなと暮らすマチ”を  
幸せにします。

# 会社概要

目次

## 会社概要

2015年2月28日現在/連結

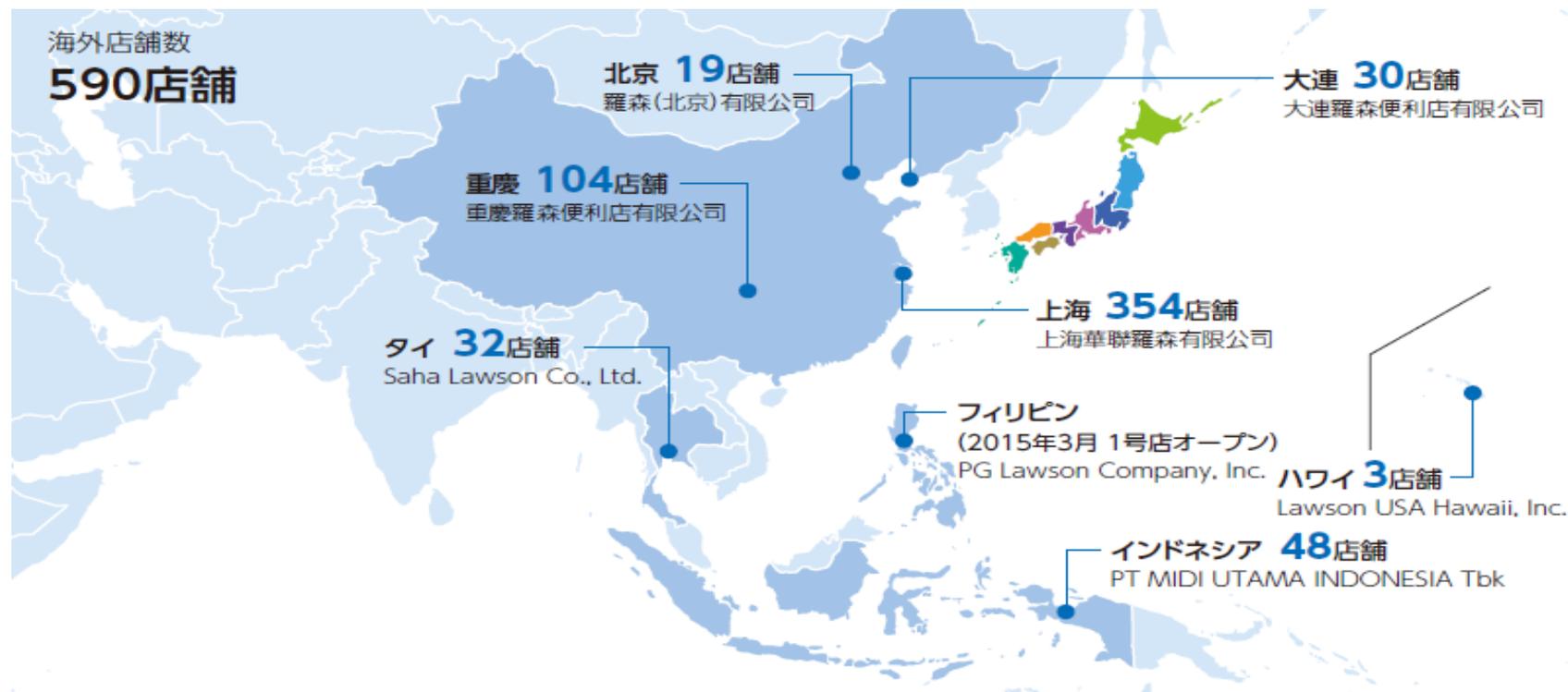
社名	株式会社ローソン	事業内容	コンビニエンスストア「ローソン」 「ナチュラルローソン」「ローソンストア 100」のフランチャイズチェーン展開
所在地	東京都品川区大崎一丁目11番2号 ゲートシティ大崎イーストタワー	全店舗売上高	1兆9,619億円
代表者	代表取締役 社長 玉塚 元一	総店舗数	12,383店(国内)
設立	1975年4月15日	出店エリア	国内47都道府県・中国(上海市・ 重慶市・大連市・北京市)・ インドネシア・ハワイ・タイ
資本金	585億664万4千円(ローソン単体)		
社員数	7,606人		

## 店舗展開エリア 総店舗数(国内外合計)※ 12,973店舗

2015年2月28日現在

### 国内店舗数※ 12,383店舗

<b>北海道地方</b> 619 店舗	<b>関東・甲信越地方</b> 4,211 店舗	<b>中部地方</b> 1,466 店舗	<b>近畿地方</b> 2,404 店舗	<b>中国地方</b> 673 店舗	<b>九州・沖縄地方</b> 1,394 店舗
<b>東北地方</b> 961 店舗	茨 城 150	富 山 188	滋 賀 155	鳥 取 111	福 岡 442
青 森 208	栃 木 141	石 川 102	京 都 324	島 根 117	佐 賀 67
岩 手 161	群 馬 93	福 井 106	大 阪 1,036	岡 山 145	長 崎 105
宮 城 227	埼 玉 514	静 岡 225	兵 庫 634	広 島 177	熊 本 135
秋 田 184	千 葉 463	愛 知 583	奈 良 131	山 口 123	大 分 166
山 形 78	東 京 1,597	岐 阜 151	和歌山 124		宮 崎 103
福 島 103	神奈川 862	三 重 111	<b>四国地方 548 店舗</b>		鹿 児 島 202
	新 潟 130		徳 島 130	愛 媛 189	沖 縄 174
	山 梨 111		香 川 122	高 知 107	
	長 野 150				



## グループ企業情報

2015年2月28日現在

分野	会社名
国内コンビニエンスストア事業	(株)ローソン
	(株)ローソンマート
	(株)SCI
	(株)ローソン沖縄
	(株)ローソン南九州
エンタテインメント・ホームコンビニエンス関連事業	(株)ローソンHMVエンタテインメント ユナイテッド・シネマ(株)
金融サービス関連事業	(株)ローソン・エイティエム・ネットワークス

分野	会社名
コンサルティング事業	(株)ベストプラクティス
海外事業	羅森(中国)投資有限公司
	上海華聯羅森有限公司
	重慶羅森便利店有限公司
	大連羅森便利店有限公司
	Lawson Asia Pacific Holdings Pte. Ltd. Saha Lawson, Co., Ltd.
成城石井事業	(株)成城石井

## 主要な事業とサービスのご紹介

2015年2月28日現在

**LAWSON**

小商圏型製造小売業で「みんなと喜らすマチ」を幸せにする、ネイパーフッドストア。

運営会社

株式会社ローソン  
株式会社ローソン沖縄  
株式会社ローソン南九州



「毎日だから大切に」をコンセプトに「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。

運営会社

株式会社ローソン

**LAWSON STORE 100**

生鮮食品、惣菜、日用品など多くの商品を100円(税込108円)で販売し、日常生活を簡単・便利に、節約支援するお店。

運営会社

株式会社ローソンマート



世界の食品を世界の街角の価格で提供する、食にこだわる人のためのライフスタイルスーパー。

運営会社

株式会社成城石井



CD・DVD等の音楽・映像作品、関連グッズ、書籍等をオンラインや全国53店※のお店で販売するサービス。

運営会社

株式会社ローソンHMVエンタテインメント



コンサート・スポーツ・演劇・映画など、あらゆるエンタテインメントのチケットを販売するサービス。

運営会社

株式会社ローソンHMVエンタテインメント



本・雑誌・コミックを販売する日本最大級のオンライン書店。

運営会社

株式会社ローソンHMVエンタテインメント



ローソン店舗に設置している銀行との共同ATMの設置、管理及び運営事業。

運営会社

株式会社ローソン・エイティエム・ネットワークス



4DX®(体験型上映システム)導入や映画以外のコンテンツの提供を通じ、映画観賞だけでなく、そこで過ごす時間も豊かにするシネマコンプレックス(複合映画館)を運営。

運営会社

ユナイテッド・シネマ株式会社



健康とおいしさをお届けするローソンの宅配サービス。ローソンフレッシュの商品以外にも、ローソングループの食品、日用品などの商品も購入できる総合宅配サイト。

運営会社

株式会社ローソン



40年前から安心安全でおいしい食材を届ける有機食材宅配のパイオニア。デリカテッセンや農園レストランなどの店舗も運営。

運営会社

株式会社大地を守る会



有機・低農薬野菜、無添加食品、環境にやさしい日用品等を扱う国内最大級の自然派商品宅配サービス。

運営会社

らでいっしょぼや株式会社



全国22か所にある、ローソングループの店舗向けに青果を生産している農場。

運営会社

各地のローソンファーム



ローソンの店舗を拠点とし、ローソングループの商品や佐川急便扱いの荷物のお届けやお買い物、住まい・暮らしをサポートするサービス\*。

運営会社

SGローソン株式会社\*

\*2015年6月会社設立、サービス開始