

「Challenge 2025」へ邁進 SDGs 推進部で環境も推進



▲ローソンの竹増貞信社長

ローソンでは、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。」を具現化すべく、店舗、オフィスなどでの新型コロナウイルス感染対策とともにニューノーマルにおける需要への対応をグループ一丸となって推進している。

具体的には、同社設立 50 周年を迎える 2025 年に向けて策定した「Challenge 2025」の実現に向けて、2020 年 10 月に立ち上げた「ローソングループ大変革実行委員会」のもと事業環境の変化に対応した店舗改装や商品刷新を行うとともに持続的な成長に向けた中長期課題の解決、新たな収益機会の獲得、および働きがいの醸成などに取り組んでいる。

国内コンビニ事業では、より生活者の需要に対応すべく生鮮、冷凍食品、日配食品などの品揃え拡充と充実した売場作りに取り組んでいる。

さらに、米飯、調理麺、カウンターファストフードなどは、外食とのコラボなどローソン独自の商品開発を進めるとともに、引き続き需要の高い「まちかど厨房」（店内調理サービス）の導入店舗の拡大を進めている。

環境課題の解決を目指す取り組みでは「ほっとやさしい プロジェクト」を通じてレジ袋や容器包装のプラスチック削減、食品ロスの削減、CO2 排出量の削減などに取り組んでいる。

ローソンでは、事業活動を通じて持続可能な社会の実現を目指すべく 19 年 3 月に「SDGs 委員会」を立ち上げ、事業活動において社会課題の解決につながる取り組みを進めている。

20 年 4 月に賛同した「TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）」では、気候に関連するリスクと機会を分析し、事業戦略への影響と対

策を検討するとともに積極的な情報開示を心がけている。

脱炭素社会実現に向けては、青く豊かな地球環境を未来につなげることを目的に「Lawson Blue Challenge 2050 !」を策定。CO2 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、30 年及び 50 年の目標（KPI）の達成に向けてチャレンジしている。

各 KPI は以下の通り。

——1 店舗当たりの CO2 排出量は 13 年対比で 30 年に 50%削減、50 年に 100%削減。

——食品ロス削減は 18 年対比で 30 年に 50%削減、50 年に 100%削減。

——プラスチック削減は 17 年対比で 30 年に 30%削減し、オリジナル商品において、環境配慮型の素材を使った容器・包装を 50%使用し、50 年にはオリジナル商品の環境配慮型の素材を使った容器・包装を 100%使用とする。

——プラスチック製レジ袋は、30 年に 100%削減

21 年 3 月 1 日には 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、竹増貞信社長が CSO に就任。加えて、同日から専任部署として SDGs 推進部も設置し新たな体制で取り組みをいっそう強化している。

取り組みの推進に当たっては、各部門がそれぞれの事業活動において自主的に顧客に向けた「圧倒的な美味しさ」「人への優しさ」「地球（マチ）への優しさ」の 3 つの約束を実現する中で、SDGs に連動した取り組みを推進するとともに SDGs 委員会で定期的に課題の解決と進捗の共有を図っている。