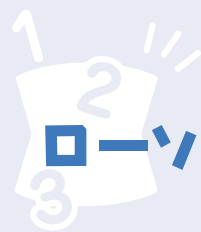


マチを元気に

特集3

マチを元気にする ローソンの 取り組み

ローソンは全国に広がる店舗とマチの特性を生かしながら、マチのお客さまに合った商品や店舗づくりを進めています。今後もマチを元気にするさまざまな取り組みを通じて、みなさまに“元気”をお届けしていきます。



ローソンの気になる数字

■ 2008年度に発売した地産地消商品数

約**430**品

マチを元気にする商品づくり

●「地産地消」「地産外消」の商品開発

全国47都道府県で店舗を展開するローソンは、それぞれのマチを元気にするさまざまな取り組みを行っています。その一つが、「地産地消」という地域で生産されたものをその地域で消費する取り組みです。地域のニーズに対応し、地元の食材や地域の味覚に合った調味料を使いエリア限定のオリジナル商品の開発販売を行っています。地域で作られた食材を使用することで安全・安心な商品の提供につながり、また、地域内で生産されたものを消費することで地域経済全体の活性化に貢献しています。

さらに、「地産地消」の考えを発展させ、各地の特産品を使用した商品を地域外でも販売する「地産外消」を展開しています。2008年12月には徳島県産地鶏「阿波尾鶏（あわおどり）」を使用した弁当を全国販売しました。

「阿波尾鶏」使用の
「かやくごはん幕の内」



●さまざまなライフスタイルに対応した商品展開

お客さまのライフスタイルの多様化に対応する価値の高い商品の提供を通じ、マチに元気をお届けしています。「ローソンストア100」のプライベートブランド（PB）として始まった「バリューライン」シリーズは、一人で暮らすお客さま、子どもが独立して夫婦のみで暮らすお客さまなど「少量で充分」というお客さまのニーズに対応しています。ローソンでは、これまで冷凍食品、ソ

フトドリンク、加工食品（調味料、レトルト等）のカテゴリーで同シリーズの導入を進めてきましたが、2009年4月から店頭価格105円の「バリューライン惣菜」シリーズの販売を始め、2009年6月からサラダもシリーズに加えました。

原材料をまとめて購入し、商品の包装を簡素化することでお値うち価格を実現しながら、製造はローソンの生産工場で行うため高い品質を保っています。この取り組みにより、商品面での選択肢の幅が広がり、お客さまの利便性が向上しました。



「バリューライン」シリーズ



「バリューライン惣菜」シリーズ

マチを元気にする店舗づくり

生活環境の変化に伴い、お客さまのニーズも多様化しています。ローソンではそれぞれのマチのニーズに対応するため、既存のコンビニエンスストアのスタイルにとらわれない改革を進めています。

●働く女性や健康志向に対応する 「ナチュラルローソン」

美と健康と快適なライフスタイルをテーマにする店舗です。大都市圏の働く女性が多いオフィス街などに店出しています。ヘルシーでカロリー控えめの惣菜や弁当、素材にこだわった菓子、天然原料の洗剤や化粧品など安心できる商品を揃えています。女性だけでなく健康を気にする男性からも高い支持を得ています。



●主婦・学生・年配のお客さまにも人気 「ローソンストア100」

税込み105円というシンプルな価格で生鮮食品、加工食品、日用品を提供する店舗です。主婦や学生、年配のお客さまを中心に喜ばれています。生鮮食品は徹底した鮮度と品質にこだわっており、野菜や果物は季節に合わせた旬の商品を揃えています。



●マチのニーズに合わせた品揃え 「ローソンプラス」

地域のお客さまのニーズに合わせて、これまでのローソンに、品揃えとして生鮮食品を加えた店舗です。地方部や都市部などマチそれぞれのニーズに合わせて展開しています。



VOICE スタッフの声



株式会社九十九プラス
加工食品部 チーフバイヤー
しも どり き よし
下鳥喜良

チョコやスナック、米菓、珍味などの菓子を担当しています。

「SHOP99」「ローソンストア100」の商品は、販売価格が決まっています。その中で、お客さまに喜んでいただける価値ある商品をいかにして提供していくのがテーマです。

スーパーなど他チェーンの売場を見て、扱ってみたいと思う商品があります。「お客さまの声」として、電話などで会社に扱い商品の要望をいただくこともあります。しかし価格の制約があります。近年は原材料価格の高騰もあり、難しい局面に遭遇することも多々あります。「適量・小分け」にするなどしてカベを越えていくのですが、数量とのかね合いもあります。しかし、それらを乗り越え、自分の開発した商品が店の棚に並んだときは喜びもひとしおです。

今後は、取り扱いの商品数を増やしていくのと同時に、安全・安心をさらに高めていくことに挑戦していきます。

お客さまの笑顔を決やさないために

ローソンは、お客さまの笑顔を決やさないためにもっと便利で安心してご利用いただけるようお客さまの一つひとつの声に真摯に向き合い、商品やサービスの改善につなげています。

「お客さま満足」を実現する取り組み

ローソンは、「3つの徹底」「商品力」「便利な立地」の3要素を重視し、「お客さま満足」の向上を目指しています。この3要素を充実することで“マチのほっとステーション”づくりにつなげていきます。

3つの徹底

店舗運営の基本となる「3つの徹底」は、「マチのお客さまに喜んでいただけるお店・売場づくり」「お店とマチをキレイにする」「心のこもった接客」を表しています。

欲しいときに欲しいものがある売場づくりを目指し、個店カルテ※を活用しながら地域のお客さまに合わせた品揃えの実現を進めています。店舗ごとに立地、天候、地域の行事などマチの状況は異なります。自店の状況を分析することで地域のお客さまに喜ばれる店舗づくりが可能になります。

気持ち良くお客さまにご来店いただけるよう周辺も含めて店舗をキレイに



しています。これにより近隣の方々が気持ち良く生活していただけるよう心がけています。

また、お客さまから店舗での接客態度について多くのご意見・ご要望をいただいています。ローソンでは、ご要望に応え、さらに高い満足を提供できるように、マニュアルを活用しつつ実際の店舗での「心のこもった接客」を進めています。

この「3つの徹底」をローソン全体に浸透させるため、加盟店向けセミナーやオーナーさん、クルーさんに対する研修にも力を入れています。

2009年度は、システムも含めて品揃え・発注の方法を改革する「PRISM」(お客さま起点の品揃え)の導入を進めています。これにより発注精度が高まり、商品、接客など多方面でのサービス向上につながっていきます。

※個店カルテ：マチ(地域)に密着した店舗づくりのため、個々の店舗が自店の商圏情報を分析するためのツール

商品力

「安全・安心・健康・おいしい」商品を提供するため本部と店舗が一体となって改善に取り組んでいます。

便利な立地

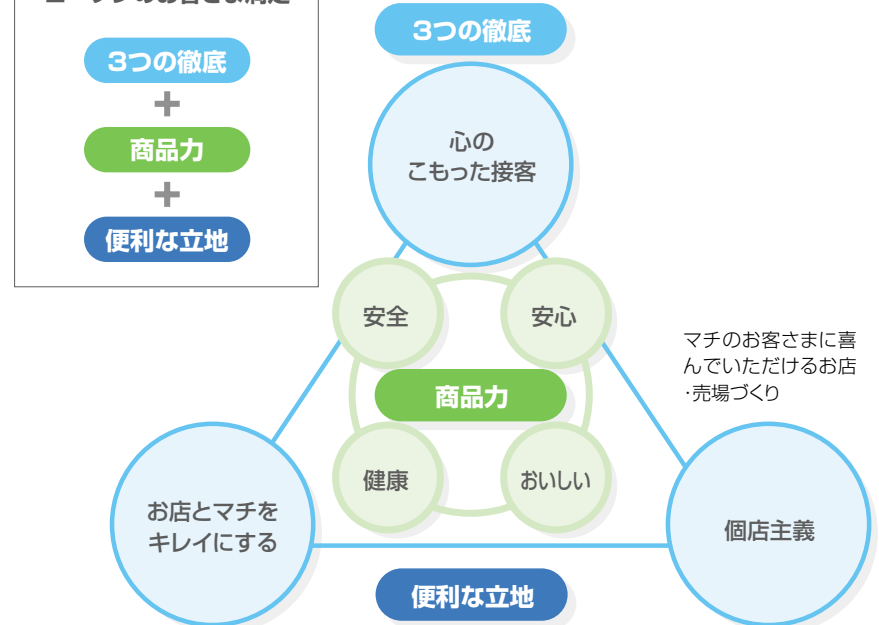
お客さまのニーズに応えるため、新しい立地への出店を積極的に展開しています。学校や病院、郵便局、地下鉄や私鉄の駅構内、空港、高速道路のパーキングエリアなどに店舗、それぞれの立地に合わせた店舗づくりを行っています。



九州自動車道基山パーキングエリア
「ローソン ハイウェイピット基山上り店」

● お客さま満足の考え方

ローソンのお客さま満足

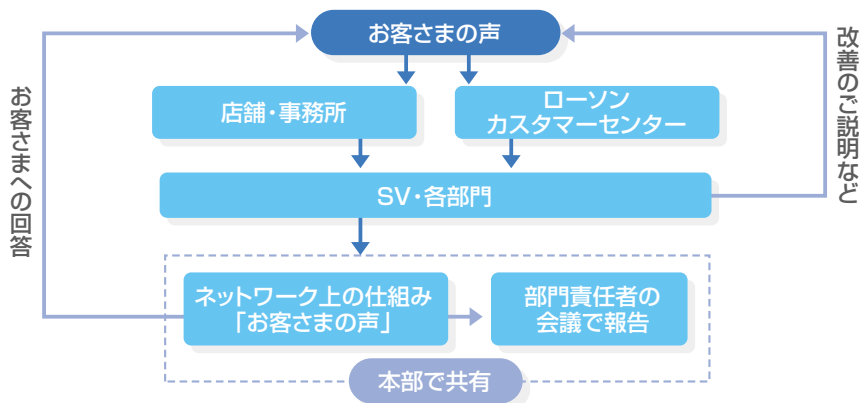




お客さまの声を聴く仕組み

お客さまからのお問合せやご意見は、専用窓口の「ローソンカスタマーセンター」がうかがっています。その後、それぞれの担当部署が対応すると同時に、社内イントラネットなどを通じて全社で問題を共有し、改善に結びつけています。ご意見は、お客さまの満足度を向上するため、店舗づくりや商品開発、新たなサービスの提供に生かしています。

● お客さまの声を聴く仕組み



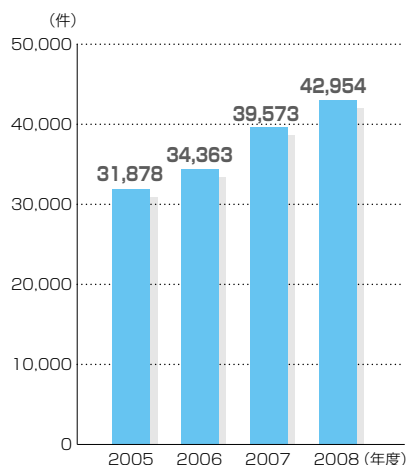
窓口寄せられたお客さまの声

カスタマーセンターに寄せられるお客さまの声は、新しいサービスの追加とともに年々増加しています。2008年度は世の中が大きく変化しつつあることを背景にして、声の内容が多様化する傾向にありました。

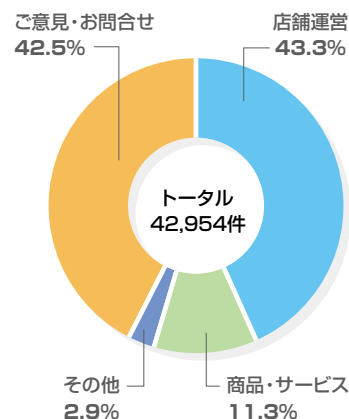
全体では、例年と同様に「店舗運営」に関する内容のお問合せが最も多く、43.3%を占めました。「商品・サービス」に関するお問合せは減り、その一方で「ご意見・お問合せ」の項目が大幅に増加して42.5%を占めました。また、環境に関連する声も多数寄せられており、店舗周辺の騒音やごみの散乱、たばこの灰皿についての改善要望が増えました。

これらお客さまの声を全社で共有し、さらなる改善につなげていきます。

● お客さまの声の件数推移



● 2008年度お客さまの声の内訳



TOPICS

お客さまの声によって実現した事例

2009年3月、ローソンファンのお客さまで構成する「謎のローソン部」が中心になって開発した「日清カレーの極み チキンカレーヌードル」の第3弾を発売しました。2007年に第1弾を発売して以来、同商品は、第1弾から第3弾まで発売後あっという間に完売してしまったヒット商品です。「謎のローソン部」は公式携帯サイトの会員で構成されるコミュニティです。部員がさまざまな意見を活発に交換しており、この商品も部員の意見をもとに、日清食品株式会社の協力を得ながら完成しました。



謎の
ローソン部

お客さまに安全・安心・健康な商品を

お客さまに安全・安心な商品をお届けし、健康に貢献することは私たちの大きな責任です。

商品の開発から製造、販売に至るまでのすべての工程で安全・安心に最重点を置き取り組んでいます。

お客さまの「安全・安心・健康」のために

近年、急速に食への不信や不安が高まっています。「安全・安心」な食品を提供すること、「健康」に対するニーズに応えることは、私たちローソンが果たさなければいけない大切な責任の一つです。「安全・安心・健康」であり、さらに

「おいしい」商品をお客さまに届けるために、本部と店舗が一体となって取り組んでいます。



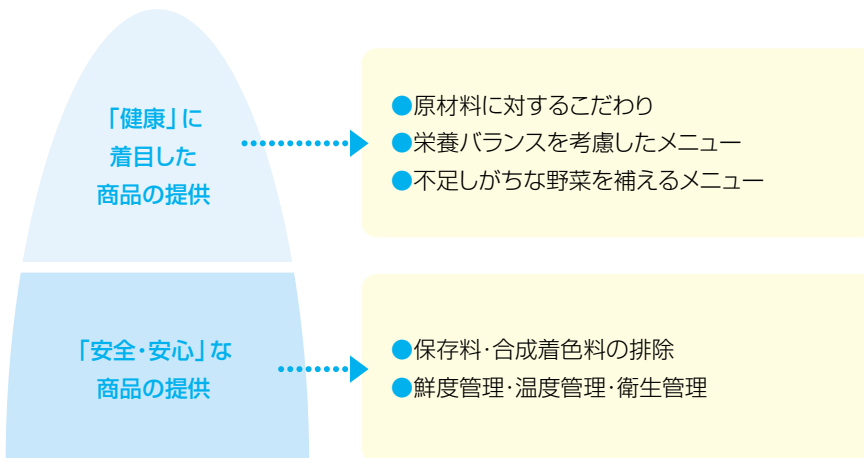
「安全・安心」への取り組み

お客さまが安心して商品を購入できるよう、商品の開発から製造工程、販売時までのすべての過程において環境や安全の法令を遵守した商品を製造し、品質管理を徹底しています。また、オリジナル商品*については、食品添加物の削減に取り組み、合成着色料と保存料は一切使用していません。

オリジナル商品に貼付しているラベルには、表示義務のある商品名、消費期限、原材料名、アレルギー物質などに加え、カロリーなどの栄養成分情報も自主的に表示しています。商品ごとに仕様書を作成し、原材料一つひとつにおいて調達先から調理方法、食品添加物の使用まで正確に記録を取った上で、原材料表示に反映しています。表示内容については品質管理部門で厳重にチェックし、さらに外部専門機関や製造段階を通じて二重三重に確認しています。

※オリジナル商品：価格表示シールにローソンマークがついている「弁当」「おにぎり」「寿司」「調理パン」「惣菜」「サラダ」「調理麺」「パスタ」のことです。店内調理品は除きます

● 「安全・安心・健康」の考え方



● 商品ラベルの主な表示項目

消費期限

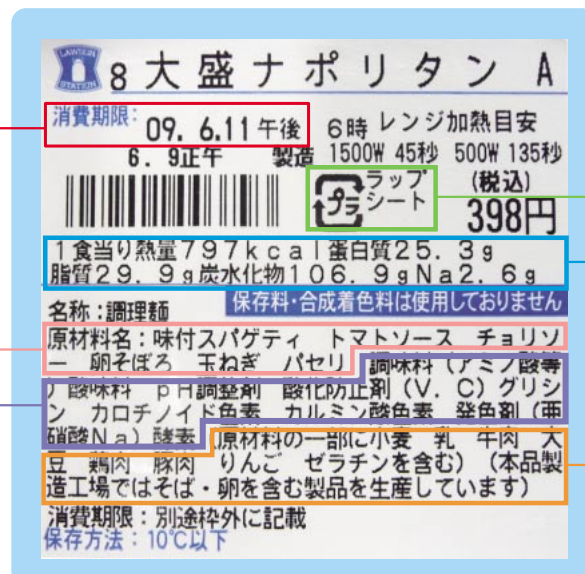
お客さまが安心して召し上がることのできる期限

原材料表示

商品中に占める重量の割合が多い順に、原材料を表示

食品添加物

食品衛生法の規定に基づいて表示



容器包装の識別表示

「プラスチック」など、容器包装の分別排出を促進するための材質識別表示

栄養成分表示

1食当たりの熱量・たんぱく質・脂質・炭水化物・ナトリウム量を表示

アレルギー表示

法令によって定められた義務表示5品目、任意表示20品目を表示



原材料から店舗までそれぞれの段階で品質チェック

弁当、おにぎり、惣菜、調理麺、パン、ファストフーズなど多くの商品をお客さまが安心して購入できるように原材料の採用から工場での製造、店舗での販売までそれぞれの段階でさまざまな安全管理、品質管理を行っています。

原材料の採用

ローソン本社の原材料仕入部が原材料をチェックしています。新規に取引を始めるときはもちろん、既存の取引先においても定期的な確認を実施しています。たとえばおにぎりのサケなら餌の内容、養殖方法、加工工場の設備、工程管理を確認しています。

商品開発

商品の仕様が決定した段階で書類審査を行います。また実際の製造ラインで商品を試作し、安全性を確認します。

製造工場

製造工程では、加熱する温度や時間などが細かく定められており、基準から外れないようコントロールしています。製造途中の具材や半製品の段階でもサンプリングチェックを行っています。工場内はつねに清潔に保たれ、従業員は決められた制服を着用し、異物を持ちこまないようにしてから工場に入ります。手は指の先まで洗浄・消毒します。金属探知機やX線検査装置などを用いての異物混入のチェック、規定どおりの盛り付けや重量のチェック、貼り付けたラベルのチェックなど何段階にもわたって検査しています。



配送

商品を店舗に届ける配送では、仕分けや積み込みなどの作業手順が決まっており、所定の温度や時間が守られるよう効率的に行っています。配送車両には温度計を設置し、商品の保存状態をつねに管理しています。

店舗

店舗では商品を並べる陳列ケースの温度チェックを1日4回実施し、SVによる定期的な衛生チェックも行っています。また、ファストフーズなどの商品は、外部機関による抜き打ち衛生調査も年1回実施し、温度管理・鮮度管理を徹底しています。



「健康」への取り組み

お客さまの「健康」に対するニーズはますます高まっています。原材料へのこだわりや栄養バランスを考慮したメニュー、不足しがちな野菜を補えるメニューなど食の機能性に注目して開発を進めています。特に、ナチュラルローソンでは、お客さまの健康志向にお応えする商品の品揃えを進めています。また、ナチュラルローソンで取り扱う商品の一部については、通常のローソンでも販売しています。

商品例 1 「飲むサラダ」

野菜をふんだんに使った冷たいスープに野菜をゴロゴロ入れた商品です。野菜の食物繊維やミネラル分を摂取できます(2008年6月)。

商品例 2 「からだにやさしい山菜ごはん幕の内」

「第51回日本糖尿病学会実行委員会」が監修しており、病気で食事に制限のある患者さんや、日ごろの食生活を見直したいと考えているお客さまにもぴったりの弁当です(2008年5月)。



商品例 3 「ファンケル監修サラダ」

サプリメントなど健康関連商品を展開する株式会社ファンケルの監修を受けたサラダを発売しました。ストレス解消、体調管理、ダイエット、美肌といったテーマに沿って商品化しており、GABA、ビタミンCなどが入ったドレッシング付きです(2008年4月)。



特定農家限定米の 新潟コシヒカリおにぎり

お客さまの安全・安心にお応える 「新潟コシヒカリおにぎり」

「新潟コシヒカリおにぎり」シリーズは2002年の販売開始以来、お客さまにご好評をいただき、現在では年間約1億5千万個を販売する人気商品です。お米は「新潟コシヒカリ」、塩は「瀬戸備前のにがり塩」、海苔(のり)は「瀬戸内産」



を使用しており、原料にこだわった商品です。

「特定農家限定米」に切り替え

生産者限定のわけ

昨今、お客さまの「食」の「安全・安心」に対する関心は高くなっています。ローソンは、お客さまの求める質の高い商品づくりを目指し、2008年10月から「新潟コシヒカリおにぎり」シリーズに使用しているお米を、すべて新潟コシヒカリ「特別栽培米」*に切り替えました。市場に流通している新潟コシヒカリの中でも2割に満たない希少価値が高いお米



です。

同シリーズで使用している「特別栽培米」は、新潟県のJAえちご上越・JA越後ながおか・JA新潟市・JAにいがた南蒲の4農協に加盟する約2,900の特定農家が栽培・育成しています。農家を限定することにより、生産履歴管理を徹底しています。田んぼには、生産者と責任者を記した看板を立て、厳密な管理を実施しています。収穫までに、現地検査を3



※「特別栽培米」は農林水産省の表示ガイドラインに基づいた名称です

生産者の声 1

消費者の方が求める信頼の米づくりを



上越市
おがわ よしじ
小川芳治さん

私たちの田んぼでは、5～6年前から毎年、4tトラック約100台分の堆肥を使っています。有機肥料を使うことにより、土地が作物を生育させることのできる地力を高めています。また、田んぼのあぜ道には一切除草剤を撒きません。春先から稲刈りまでに年に5～6回は人の手で草を刈っています。

たしかに化学肥料を使えば収量が増えますし、除草剤をまけば草刈りの回数も減らすことができます。しかし、私たちがつくっているのは、消費者の方の求める安全・安心でおいしいお米です。安全・安心な米づくりには手間がかかりますが、今後も消費者の方に選んでいただいているという誇りを持って、その信頼を一層強くできる、そんなお米の栽培を続けていきたいです。

写真：小川芳治さん(左)と飯川伸一さん

生産者の声 2

メダカがすめる田んぼづくりを目指して



上越市
ほそ や まさ お
細谷正夫さん

お米の栽培法を見直すきっかけとなったのは、子どものころに田んぼにたくさんいたタニシをほとんど見なくなったことです。昔ながらの環境を蘇らせたと思い、5年ほど前に土づくりから見直しを行い、環境にやさしい栽培方法を始めました。その取り組みが認められ新潟県からエコファーマーとして認定されました。この栽培方法は手間もかかり労力的には大変ですが、年を追うごとにタニシも増え、田んぼの環境が変わりつつあるのを実感しています。将来は、いまではほとんど目にする事のなくなったメダカがすむ田んぼにしたいと思っています。そして、みなさんにより安全で安心なお米をお届けしていきたいです。



回行い、栽培・育成管理状況を確認しています。

パッケージには、お客さまに「特別栽培米」の特徴をより分かりやすくお伝えするために、『特定農家限定米』と表示しています。

相互信頼が生み出す安全・安心

ローソンは、「たくさんの人に食べられるおにぎりこそ、生産者の顔が見えるべき」と考えています。「新潟コシヒカリおにぎり」のウェブサイトやポスターなどでは、実際の生産者が登場しています。

また、生産者にとっても、自分の栽培・育成したお米を食べるお客さまの姿が想像しやすくなることでモチベーションの向上につながっています。

このように、お客さまと生産者がお互いに信頼できる環境をつくることで、より安全・安心な商品づくりを目指しています。

こだわりの栽培法

「特別栽培米」は、農林水産省のガイドラインに沿った方法で栽培・育成されています。化学肥料の使用を抑え有機肥料を利用することで、手間をかけてつくっています*。こうした、こだわり原料を調達することにより、お客さまにおいしく安全で安心な商品をお届けしています。

※そのエリアの慣行栽培の化学肥料使用量50%以下、化学合成農薬使用回数50%以下を基準としています



自然と共生する循環型農業

おいしいお米づくりには、土づくりが欠かせません。「特別栽培米」の栽培・育成にあたっては、田んぼで作物をしっかり生育させる地力を増進するために、家畜の排出物や豆殻を中心にした有機肥料を使っています。有機肥料を用いることで、土の中の微生物が活性化し、それにより田んぼに生物の多様性が生まれます。循環型の農業を行うことにより、田んぼに生息するタニシやカエル、それを餌にサギなどが集まり、生物の輪が循環することで豊饒な田んぼに育っています。



タニシもすむ田んぼ

TOPICS 1

生産者の顔が見える商品

生産者を特定できる野菜、果物として「顔が見える青果」シリーズの販売を行っています。このシリーズは、商品をつかったヒトの顔が見えることで、より安心して購入していただけます。お客さまには、店頭に掲出するPOPや商品に添付するシールなどを利用して生産者の情報を伝えています。2008年度には約50種類の商品を販売しました。その中でも、2008年6月末から北海道と関東エリア限定で販売した佐賀県のJAからつハウスみかん部会が生産した「ハウスみかん」は好評をいただきました。



TOPICS 2

新入社員が米粉ぱん原料の田植えを行いました

2008年9月から国産米粉100%を原料としたパンを全国で販売しています。2009年5月初めに新入社員が研修の一環として、この米粉ぱん向け原料米の田植えを泉田新潟県知事と一緒にしました。これは全農新潟県本部の協力のもと、新潟県下越地区の田んぼで行ったもので、2009年秋には新入社員が田植えをしたお米を使用した米粉ぱんが店頭に並びます。



米粉ぱん商品

地域社会とともに生きるローソン

“マチのほっとステーション”として、それぞれのマチの人々が安心して快適に生活できるよう、全国の店舗がそれぞれのマチの特性を生かしながら、その責任を果たしていきます。

自治体との包括協定を通じての地域協働事業

“マチのほっとステーション”を目指し、地域に密着した店舗の運営や地域貢献活動を積極的に進めています。その一環として、より住みやすい地域をつくるとともに、地域振興を図るため、自治体と連携して協働事業を推進しています。2009年5月末日までに28の自治体と協定を締結し、県産品を積極的に使用した商品開発など多彩な取り組みを実施しています。

● 2008年度以降の自治体との包括協定等一覧(2009年5月末日現在)

締結日	締結先
2008. 3.13	香川県
2008. 5.30	山形県
2008. 6.23	岩手県
2008. 6.24	山梨県
2008. 6.30	埼玉県
2008. 7. 9	長崎県
2008. 9.22	静岡県
2008.11.27	石川県
2008.12.15	青森県
2009. 3.13	島根県
2009. 3.31	岐阜県
2009. 5.21	横浜市
2009. 5.27	兵庫県

● 北海道

「北海道環境宣言フェア」を開催

2008年11月18日～12月1日、北海道全店で「北海道環境宣言フェア」を実施しました。これは北海道の提唱する環境宣言「エコアイランド北海道」に連動した取り組みです。期間中は“地産地消”の“北海道大満彩弁当”を



お買い上げのお客さまに、北海道の環境キャラクターをあしらったオリジナルケータイバッグをプレゼントしました。

● 岩手県

盛岡市内38店舗がエコショップとして認定

2009年3月、岩手県との包括協定の一環で、盛岡市内の38店舗が「エコショップ」に認定されました。「エコショップ」とは、岩手県で営業している小売店の中でごみの削減やリサイクルに積極的に取り組んでいる店舗を、岩手県と市町村、NPO法人の三者が認定する制度です。今後は盛岡市以外の店舗も含め、最終的に県内の全店について認定を申請する予定です。



● 埼玉県

お弁当と一緒に観光情報を提供

プレミアム(景品)を同梱した埼玉県の観光情報満載の広報誌を弁当につけて販売しました。プレミアムはさいたま桜高等学園の生徒さんが手作りした県産木材の「コバトン木札」。県内325店舗で、計32,500個を配布しました。



● 石川県

レジ袋削減協定でマイバックを推進

石川県とは包括協定と同時に、「レジ袋削減協定」を締結し、マイバック持参運動を通じてレジ袋を削減する取り組みを実施しています。マイバック等持参率30%以上を目標に、石川県内の店舗において啓発ポスターの掲示や、お客さまへの声かけなどにより、レジ袋削減へ

の協力とマイバッグなどの持参を呼びかけています。

● 徳島県

東京 虎ノ門の店舗にアンテナショップオープン

2009年3月、ローソン虎ノ門巴町店の店内に、「徳島アンテナショップ」を開設しました。徳島県産品の販路拡大と情報発信を目的としており、都道府県のアンテナショップがコンビニエンスストアの店内に設置されたのは初めてです。特産品コーナーで食品類を中心に約60品目取り扱っています。



岩手県ご担当者の声

業界のリーダーシップをとってエコ推進を

岩手県環境生活部資源循環推進課 技師
はれやま くみこ
晴山久美子さん

今回、「エコショップ認定制度」へローソンが登録されたことで、住民の方に最も近いコンビニエンスストアに参加してもらうことができました。今後は業界のリーダーシップをとって食品リサイクルなどの環境に対する取り組みを進めていただきたいと思います。



特に「レジ袋の削減」については、店舗、住民双方がごみの削減の必要性について認識を高めていければと考えています。困難なこともあります。連携しながら、できることは何かを一緒に考えていきたいですね。



地域のみなさまとともに

地域美化への取り組み

地域の清掃活動に参加し、マチの美化を進めています。

福岡ラブアース・クリーンアップ

2008年6月に福岡市・大濠公園で行われた「福岡ラブアース・クリーンアップ」に参加しました。NPOクリーンふくおかの会が主催する活動で、ローソンの参加は15回目になります。当日は2,127人(うちローソンは76人)が参



加しました。

世界の京都・まちの美化市民総行動

2008年11月、京都市で行われた「世界の京都・まちの美化市民総行動」にローソンから総勢80人が参加しました。このイベントには、京都市民や企業のみなさん総勢約3,500人が参加し、繁華街や観光地を一斉に清掃しました。

また、市役所前広場にブースを出展し、ローソンの環境や社会貢献への取り



組みとして、「緑の募金」「ケータイ運動」「CO₂オフセット運動」などのパネルを展示しました。

荒川クリーンエイド

2008年11月、ローソンから102人が参加し「荒川クリーンエイド2008」を実施しました。東京都・荒川河川敷での清掃活動は1994年から実施しており、今回で14回目でした。当日は48袋分のごみと粗大ごみを回収しました。



スポーツを通じた地域との交流

みなさまのマチで愛されているさまざまなスポーツへの支援を通じ、地域との交流を図っています。

全日本バレーボール小学生大会

2007年から「全日本バレーボール小学生大会」を応援しています。この大会は、バレーボールを通じて小学生の体力増進や意欲向上を促進する目的で行っています。第28回大会は2008年8月に行われ、各都道府県代表の男女98チーム、選手とベンチスタッフを合わせた1,332人が参加し熱戦が繰り広げられ



ました。

ママさんバレー「LAWSON CUP」

ローソンは、日本発の生涯スポーツであるママさんバレーを応援しています。2009年3月26日から4日間、兵庫県のグリーンアリーナ神戸で「第4回LAWSON CUP」全国大会を開催しました。今大会には総勢3,040チーム、約5万人が参加。地方予選を勝ち抜いた都道府県代表48チームが出場し、熱気に包まれた試合が行われました。



Jリーグ アルビレックス新潟を応援！ 「ローソンサンクスデー」

2003年からオフィシャルスポンサーとして、アルビレックス新潟を応援しています。毎年「ローソンサンクスデー」の冠を掲げた試合が開催されています。2008年は11月23日がその日でした。試合前の15分間がローソンサンクスデータイムとして割り当てられ、会場全体が一つになった「魂をこめたサポート宣言」を行いました。



©ALBIREX NIIGATA

地域のみなさまの安心のために

ローソンは“マチのほっとステーション”として、みなさまが安心して暮らせるように、自治体などと協力して災害発生に備えています。全国47都道府県に約8,600店舗を展開するローソンならではの特性を生かし、災害対策を迅速かつ効果的に実行し、被災地の早期回復への貢献を目指します。

ライフラインとしての災害時協定の締結

大規模な災害が起きた場合、ローソンはライフラインの一部として、被災地にある店舗の営業継続を目指しています（災害への対応はP48参照）。大規模な災害が発生した際、可能な範囲で生活に必要な物資を被災地に供給する「災害時における物資の調達に関する協定」を、合計55の自治体・企業などと締結しています（2009年5月末日現在）。

また、大規模災害によって交通機関が途絶した場合に、徒歩で移動せざるをえなくなった方々に対し、ローソン店舗が可能な範囲でトイレの貸し出しや水道水の提供、情報提供などに協力する「帰宅困難者支援に関する協定」を、合計32の自治体と締結しています（2009年5月末日現在）。



2008年5月、鹿児島県と協定を締結

● 2008年度以降の「支援物資調達に関する協定」(2009年5月末日現在)

締結日	締結先	締結日	締結先
2008. 3.24	福井県	2008. 9. 3	茨城県
2008. 3.27	福島県	2008.11.11	宮崎県
2008. 4.23	香川県	2008.12. 1	神奈川県
2008. 5.29	鹿児島県	2009. 1.15	滋賀県
2008. 6.23	岩手県	2009. 3.26	愛知県
2008. 6.24	山梨県	2009. 5.21	横浜市

● 2008年度以降の「帰宅困難者支援に関する協定」(2009年5月末日現在)

締結日	締結先	締結日	締結先
2008. 6.24	香川県	2009. 3.23	島根県
2008. 7.24	長野県	2009. 3.30	鳥取県
2008.12.17	北海道		

みなさまの善意をお届けする災害救援募金

大規模な災害が発生した際、通常店頭で行っているローソン「緑の募金」を、期間を限定して救援募金に切り替えています。2008年には、岩手・宮城内陸地震の被災者支援に役立てていただくため、312万9,431円を日本赤十字社岩手県支部および宮城県にお届けするなど、下記の災害救援募金活動を実施。全国のみなさまからお寄せいただいた善意を、被災されたみなさまにお届けしました。ご協力をいただいたお客さまに、心よりお礼を申し上げます。

● 2008年度の災害救援募金実績

募金名	中国大地震災害募金	岩手・宮城内陸地震義援金募金
地区	全国全店舗 (8,518店舗)	東北6県および新潟県（上越地区除く860店舗）
期間	2008年5月14日～5月31日	2008年6月15日～6月30日
募金額	4,224万7,555円	312万9,431円

未成年者への酒類・たばこの販売防止

未成年者の飲酒・喫煙を防止するため、酒類・たばこの販売時には、あきらかに成人ではないお客さまに対しては必ず年齢確認を行っています。また、ポスターの掲示や店内アナウンスなどを通じて、お客さまへの注意喚起も行っています。今後もさらに未成年者への酒類・たばこの販売防止を徹底していきます。

喫煙マナー向上への取り組み

ローソンは、店頭灰皿の設置基準を定めています。路上喫煙禁止条例のある地域では原則的に灰皿を撤去し、路上喫煙禁止条例のない地域では入口より離れた場所へ移設しています。また、日本たばこ産業株式会社と協力してマナーステッカーを灰皿に貼付するなど、喫煙される方にマナーの大切さをアピールしています。

TOPICS

民間企業で初！臓器移植対策推進功労者として厚生労働大臣から感謝状

2008年10月、臓器移植対策推進功労者として、民間企業初となる感謝状を授与されました。ローソンは臓器移植普及の一助にと、1999年1月から店舗で「臓器提供意思表示カード」を設置しています。これからも全国の店舗のレジカウンターなどに臓器提供意思表示カードを設置し、臓器移植への理解を深めていきます。





地域社会の安全・安心への取り組み 「セーフティステーション」活動

防犯・防災対策、安全対策、青少年の健全育成など、近年さまざまな社会的要請がコンビニエンスストアに寄せられています。

ローソンは、社団法人日本フランチャイズチェーン協会の「セーフティステーション」活動に参加し、関係省庁や警察の後援を得て「まちの安全・安心な生活拠点づくり」と「青少年環境の健全化への取り組み」などを推進しています。

コンビニエンスストアの社会的責任を果たすため、強盗などに対する防犯体制の強化や、女性・子どもの駆け込みへの対応など、業界統一の取り組みとして実施しています。

2008年度は、こうしたローソンの店舗での活動が評価され、14都道府県46店舗で表彰を受けています。今後もローソンは、マチのお客さまに身近なコンビニエンスストアとして地域社会の安全・安心に対して積極的に取り組んでいきます。



● 2008年度セーフティステーション活動表彰一覧

都道府県	店名	表彰内容	都道府県	店名	表彰内容	
北海道	函館田家店	女性の駆け込み保護・通報	富山県	黒部生地店	地域防犯活動への協力	
	函館人見町店	小学生の保護		富山草島店	中学生社会体験の継続受入れ	
	八雲町立岩店	地域防犯活動への協力		富山下堀店	青少年非行防止活動	
青森県	むつ中央店	振り込み詐欺の未然防止	大阪府	岸部南店	近隣で発生した放火への迅速な通報	
岩手県	大船渡中井沢店	女子高生の駆け込み保護		JR堺市駅前店	地域防犯活動への協力	
	釜石高校前店	地域防犯活動への協力		吹田江の木町店	青少年非行防止活動	
	水沢佐倉河店	女子高生の駆け込み保護		関目高殿駅前店	子どもの見守り活動	
	盛岡稲荷町店	地域防犯活動への協力		鶴山台店	地域防犯活動への協力	
	盛岡駅前店	女性に対する暴力事件 犯人逮捕に繋がる通報		南霞町駅前店	強盗犯人逮捕に繋がる迅速な通報	
栃木県	宇都宮不動前店	急病のお客さまの救護・通報		兵庫県	尼崎塚口町三丁目店	負傷したお客さまの救護・通報
	宇都宮柳田町店	高齢男性の方への親身な対応	山口県		小郡インター店	子どもの見守り活動
	日光所野店	子どもの見守り活動	東京都	下松駅南店	急病のお客さまの救護・通報	
北糀谷一丁目店	振り込み詐欺の未然防止	下松望町一丁目店		青少年非行防止活動		
北新宿一丁目店	振り込み詐欺の未然防止	新南陽土井一丁目店		青少年非行防止活動		
下谷三丁目店	女性の駆け込み保護・通報	美祢大嶺店		警察から通報協力のあった老人の保護・通報		
新宿住吉町店	振り込み詐欺の未然防止	山口吉敷店		急病のお客さまの救護・通報		
世田谷二丁目店	振り込み詐欺の未然防止	長崎県		水の浦店	振り込み詐欺の未然防止	
舎人一丁目店	女性の駆け込み保護・通報			宮崎県	新富上富田店	振り込み詐欺の未然防止
八王子千人町店	中学生職場体験の継続受入れ	鹿児島県		鹿児島中央駅前店	青少年非行防止活動	
平井駅前店	振り込み詐欺の未然防止			加治木木田店	青少年非行防止活動	
二葉店	振り込み詐欺の未然防止		鹿屋礼元二丁目店	子どもの見守り活動		
岐阜県	瑞穂市役所前店	振り込み詐欺の未然防止	三重県			
桑名新西方面店	介護施設との連携による高齢者の保護					
	津片田店	小学生社会体験の継続受入れ				
	四日市羽津山店	負傷した女性の救護・通報				

一店一役運動

マチのニーズに合わせた店舗での地域貢献活動

一店一役運動は1997年に始めました。それぞれの店舗がマチのニーズに合わせた地域貢献活動を行っています。

愛知県の蒲郡駅南店では、店内入口付近にAED(自動体外式除細動器)を設置しています。近年、学校や公共施設などでの設置が広がっているのを見て、さまざまなお客さまが集まるコンビニエンスストアにも必要なのではと考えるのです。石田寛オーナーは「夜閉まる公共施設に置くより、24時間営業のコンビニに設置するほうが便利」とも。お客さまに対し商品だけでなく安心も提供したいとの思いを持っています。



蒲郡駅南店が設置したAED
(自動体外式除細動器)

和歌山県の和歌山弘西店では、近くにある特別支援学校の子どもたちの買い物支援を行っています。社会的なスキルとなる買い物の仕方を特別支援学校では教えており、実際の店舗での体験学習の場として子どもたちを受け入れています。

また、店前の駐車場で餅つきをした兵庫県の和田山桑原店、地元の高校生と一緒に付近の国道沿いに花を植えた店舗など、マチの一員としてさまざまな活動することで地域に喜ばれています。



和田山桑原店の餅つき