

NIPPAN GROUP
ESG
Report
2024

目次

トップメッセージ・ESG方針

- 目次・編集方針 1
- トップメッセージ 2
- グループ概要 5
- ESG方針 6
- グループのESG経営を推進する体制 8



Society (社会)

- マテリアリティ 22
- エグゼクティブサマリー 23
- 2023年度実績 24
- グループ人材戦略の推進 25
- 働き方改革 27
- 事業を通じた社会課題解決 32
- 社内教育・啓蒙 44



Environment (環境)

- マテリアリティ 10
- エグゼクティブサマリー 11
- 2023年度実績 12
- 脱炭素化の推進 14
- 循環型社会の実現 18
- 自然との共生 20



Governance (ガバナンス)

- エグゼクティブサマリー 46
- コーポレートガバナンス 47
- リスクマネジメント 49
- コンプライアンス 50
- (参考) データ集 51



編集方針

本レポートは、日販グループのESGに対する取り組みをご理解していただくことを目的として発行しています。今後、日販グループがより良い社会の実現に貢献していくために、このレポートを重要なコミュニケーションの一助としてお読み頂ければ幸いです。

・対象期間 2023年度(2023年4月1日~2024年3月31日) 一部、2024年度の実績・活動内容も記載しています。

- ・対象読者 お客様、お取引先、株主、従業員をはじめとするすべてのステークホルダーを対象としています。
- ・報告対象 基本的に、日販グループ全体を対象としています。グループの特定の会社に限定される事項は、本文中にその旨記載しています。
- ・発行年月 2024年7月
- ・ご注意事項 当レポートの文書・画像等の転載及び複製等の行為はご遠慮ください。

トップメッセージ

すべての人の心に豊かさを届ける

—“やさしいみらい”を新たな文化に—



日販グループホールディングス株式会社
代表取締役社長 富樫建

「人と文化のつながりを大切にして、すべての人の心に豊かさを届ける。」

日販グループでは、全社員が一丸となってこの経営理念のもと、事業を展開しています。これは、お客様をはじめとした全てのステークホルダーに寄り添い、事業活動を通じて社会に貢献し続けてはじめて、実現できるものです。そのため私たちは、「ESG」の概念を重視した経営を推進してまいりました。社会・環境課題への対応が企業に当たり前に求められる世の中においては、地球環境にも、社会にも、人にもやさしいことが大前提であると同時に、企業の成長のエンジンにもなっていくものと考えています。

現在の出版業界は、書店数の減少だけでなく、標準運賃の引き上げや物流の2024年問題など、様々な課題に直面しています。私たちのミッションでもある出版流通の持続を実現するために、日販グループではありとあらゆる手を打っていきます。

環境面においては、日販グループのCO₂総排出量の64%を占める出版流通に係る部分を重点的に進めてまいります。日販グループの出版流通改革により実現する2030年度目標の達成に向け、<出版流通に係るCO₂排出量 -26% (-21,000t-CO₂) /返品冊数 -68% (-2.5億冊)>をマテリアリティとしています。

返品問題については、これまで同様にアプローチしていきます。出版社様と書店様にはPPIプレミアムや雑誌買切などの施策にご参画いただくことで返品を削減し、業界全体のプロフィットを生み出すだけでなく、地球環境への配慮、労働環境改善へと三者で取り組んでいきます。

トップメッセージ

また、輸配送網の見直しによるCO₂の排出量削減、エネルギー消費量の改善、ドライバーの労働環境改善なども各種テーマを設定して取り組んでおり、分散していたグループの物流拠点や機能の整理・統合による最適化を目的に、物流再編プログラムを進めてまいります。その第一弾として、2024年10月には、新拠点である「N-PORT 新座」を埼玉県新座市に開設します。ロボティクスの活用や新しい倉庫管理システムの導入などで高度化された物流システムの実現をすることで、グループ全体の物流コスト・CO₂排出量の削減を図るとともに、オールインワン物流のより一層の価値をお取引様に提供します。さらに、太陽光発電設備の設置、消費電力の低いFA機器や大型シーリングファンの導入などにより、環境に配慮した拠点として稼働します。

社会面においては、地域社会への貢献を重要視しています。書店の減少が社会問題として捉えられているなか、2024年3月には、経済産業省によって「書店振興プロジェクトチーム」が立ち上げられ、国を挙げて地域の書店を支援する動きがスタートしました。私たちの経営理念にある「人の心に豊かさを届ける」を支えていたのは、昔も今も、これからも、地域のコミュニティセンターである書店です。街の文化インフラとして人と文化を繋げ、暮らしを豊かにする大切な場所である書店を守るために、自治体との連携も強化していきます。2024年2月には、日販は静岡県長泉町と「本を起点としたまちづくり」に関する包括連携協定を締結しました。街の遊休施設や公共資源において本を起点としたコミュニティを創造し、豊かなまちづくりを共に計画していきます。その前段として2023年9月に実施した、駅周辺のにぎわい創出を目的とする社会実験「駅前リビング」では、開催期間中に1,300人（推計）の方が来場し、町民の皆様からご好評をいただきました。

日販グループの書店28店舗では、ブックオフコーポレーションが運営する「キモチと。」及びシャンティ国際ボランティア会と連携し、お客様が読み終えた本等を店頭で

回収、その査定額を、世界の子どもたちの教育機会提供に活かすという取り組みを2022年4月からスタートしており、2023年の寄付冊数は約16,000冊にも上りました。

海外事業を展開する日販アイ・ピー・エスでは、海外駐在員向けeコマース「CLUB JAPAN」を通じて SaveExpats社と業務提携を結び、オンライン相談サービス「Save Expatsヘルスケア」を提供し、世界各地で生活する海外勤務者および帯同家族の心身の健康をケアする、健康経営サポート領域に事業を拡大しています。

また、日販グループでは、「人」を価値創造の源泉と捉え、「人」を大切にするとともに、「人」を事業の中心に置き、「人」の成長と事業の成長がリンクする人的資本経営を推進しています。そのために欠かせない要素の一つが、ダイバーシティ&インクルージョンです。各事業の多角化に合わせ、社員の多様な経験やスキルアップの機会を提供するために、所属する事業会社に限定せず、グループ横断した適材適所の配置を行っています。多様な人財の採用・育成、多様な働き方の実現とそれを支える環境整備、そして多様性を尊重しそれを享受できる組織風土の醸成、それらをグループ全社で取り組むことで、グループ各社の事業に多様な価値を生み出しています。日販、日販テクシード、ファンギルドの3社において、女性活躍促進に関する状況が優良な企業であるという認定の「えるぼし」を取得しており、日販テクシードは2023年に「TOKYOパパ育業促進企業」のブロンズ認定も取得しました。

日販グループは、時代によって移り変わるニーズに応えながら、生活者一人ひとりが心豊かな暮らしを享受できる社会への発展に寄与すべく、「やさしいみらい」を新たな文化に」をESGスローガンに、今後もより一層ESGを重視した経営を推進してまいります。

日販グループホールディングス株式会社
代表取締役社長 富樫 建

トップメッセージ

ESGを基盤に

新しい「取次」をデザインしていく



2024年4月1日より、代表取締役社長には富樫が就任し、私は代表取締役会長に就任いたしました。

私が代表取締役社長に就任した2021年から、ESGを経営の基盤に据えて、新しい取次をデザインしてきました。祖業である日販が目指している出版流通改革とESGは表裏一体の関係にあると思ったからであります。

2030年を目標とした、出版流通に係るCO₂の排出量削減や、その実現に向けた返品率など各係数のKGIを定めました。2023年度時点では各々のKPIは概ね達成しております。育児休暇や介護休暇等の制度も整い、ESGに本気で取り組む文化は醸成されつつあります。

我々が主戦場としている出版業界を取り巻く環境は一層、厳しくなっています。ESGを上位概念に据えて縦横無尽に文化と感動を「取次ぐ」会社にデザインしていきたいと思います。

ESG推進委員長にも富樫社長が就任しました。私も会長として伴走していきながら、次の世代と新しい「取次」を考えていきたいと思います。

日販グループホールディングス株式会社
代表取締役会長 吉川 英作

グループ概要

会社名 日販グループホールディングス株式会社

本社所在地 東京都千代田区神田駿河台4-3

連結従業員数 7,900人（非正規雇用を含む）

連結会社数 35社

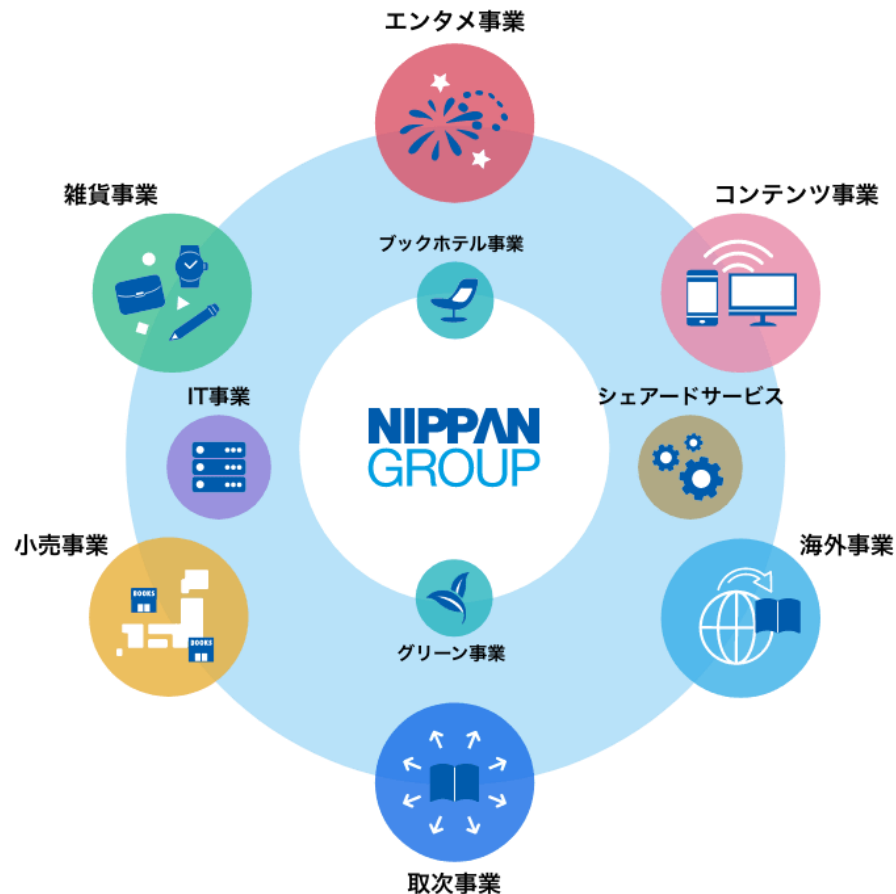
連結経営成績
(2024年3月期) 売上高 4,021億円

※連結従業員数・連結会社数は2024年3月31日時点

日販グループ
ホームページ



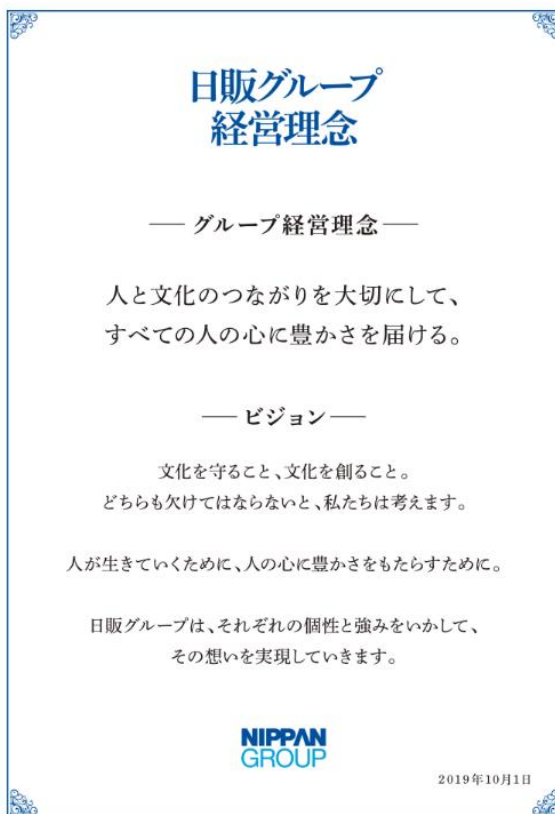
日販グループの事業領域



ESG方針

私たち日販グループは、下記を経営理念として掲げる企業として、事業活動を通じ持続可能な社会を実現することが、日販グループの持続的発展と企業価値向上につながるとの考えから、すべての事業において、ESGの取り組みを推進しています。出版業界を含めグループが関わる各業界の持続性の向上、地球環境や労働環境を含む社会環境の改善、生活者のより心豊かで持続的なくらしの実現を目指します。

日販グループ経営理念



グループESGスローガン（2022年2月決定）



ESG方針

すべての人の心が豊かである世界



すべてのステークホルダーに“やさしい未来”という新しい文化が定着



事業活動を通じたESGの推進

日販グループのESG経営における重要課題

環境に対する取り組み

脱炭素化への貢献／循環型ビジネスの推進／
自然との共生

社会課題に向けた取り組み

出版業界のエコ活動の推進／
地域社会との共生・社会貢献

グループで働く人々に対する取り組み

グループ人財戦略の推進／ダイバーシティ&
インクルージョンの推進／多様な働き方の実現

ガバナンスに対する取り組み

コーポレート・ガバナンス／リスクマネジメント／
コンプライアンスの推進

グループのESG経営を推進する体制

グループESG推進委員会

グループのESG経営を推進する体制として、2022年4月に、グループESG推進委員会を設置しています。各事業での実行性を高めるため、中核事業各社にも、ESG推進委員会を設置しています。

・目的：ESGの方針、重要事項の決定及びモニタリング

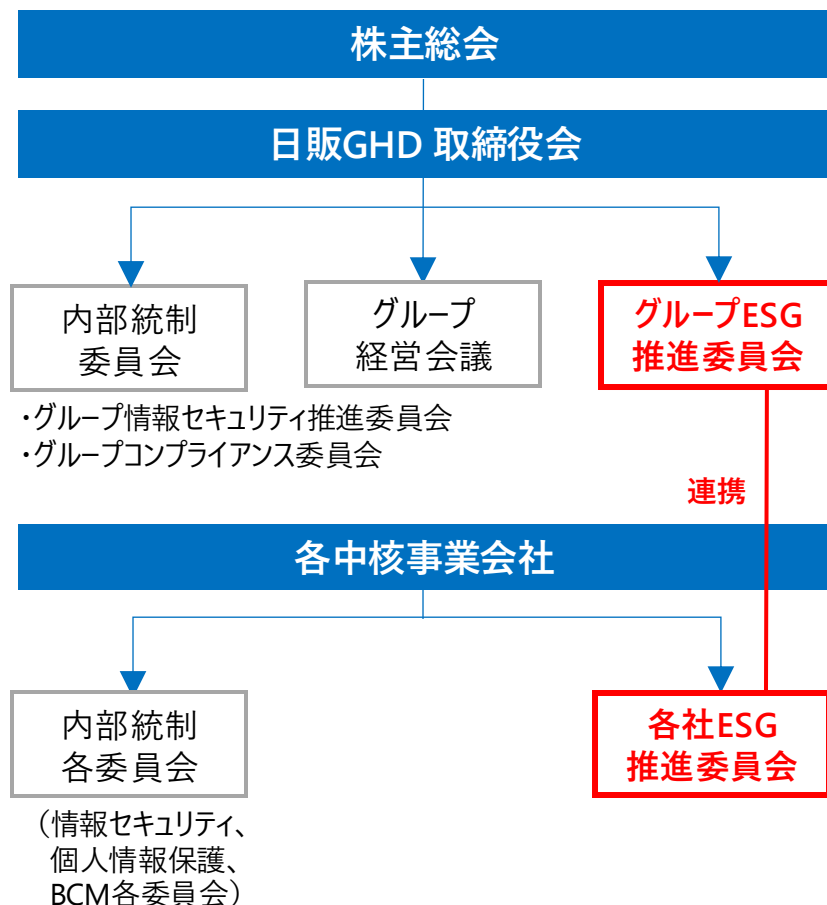
1. グループのESG経営に係わる活動の方針・計画の策定
2. グループと持続可能な社会の実現に関する課題、リスクと機会の適時把握及び方針・計画への反映
3. グループ中核事業会社のESG方針・計画の承認、実行状況のモニタリング、グループ内の統一性保持
4. グループ及び各社のESGの重要事項の審議・決定

・構成：グループの経営メンバー

委員長：日販GHD代表取締役社長

委員：日販GHD取締役、各事業の責任者、ESG推進に係る多様なメンバー

※2023年度の主な活動はp.46に掲載



活動報告

Environment



「脱炭素化の推進」「循環型社会の実現」「自然との共生」の3つの軸で取り組みを推進し、持続可能な社会の実現を目指す。

[マテリアリティ](#)



[エグゼクティブサマリー](#)



[2023年度実績](#)



[脱炭素化の推進](#)



[循環型社会の実現](#)



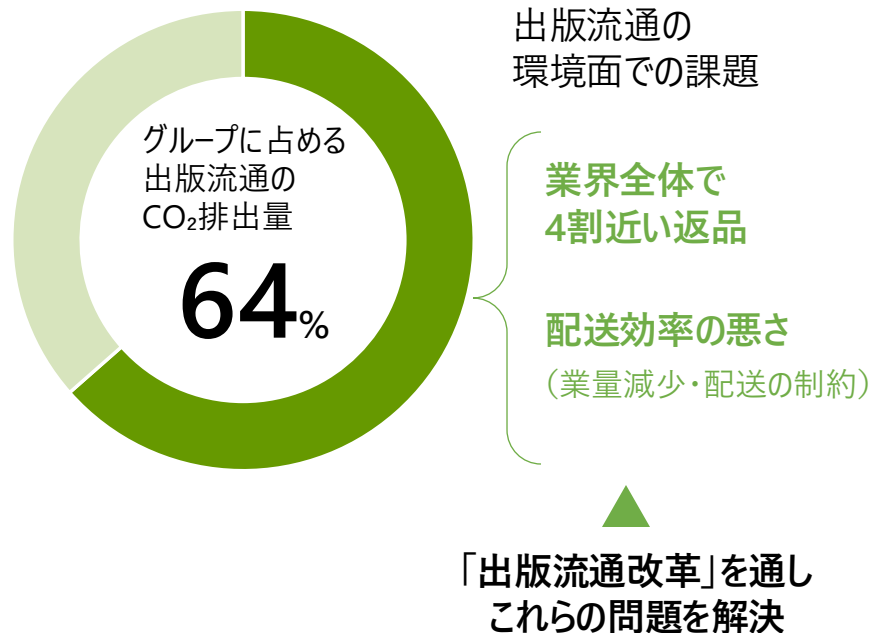
[自然との共生](#)



Environment（環境）：マテリアリティ

グループの環境課題と出版流通改革

サプライチェーンのCO₂排出（Scope3）を含め、日販グループに係るCO₂排出量の64%を占めるのが、出版流通に係る部分です。出版流通改革では、非効率な返品品の改善と、効率のよい配送への再編を通して、環境課題を解決し、持続可能な出版流通を実現します。



出版流通改革により実現する環境目標

出版流通改革の実現により、2030年度までに、下記の出版流通に係る環境目標の達成を目指します。

2030年度目標（2020年度比較）

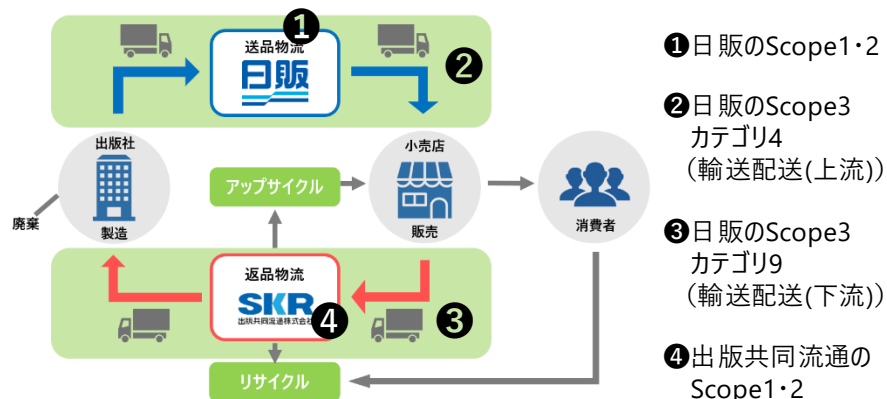
出版流通に係るCO₂排出量 ▲26%（▲21,000t-CO₂）

返品冊数 ▲68%（▲2.5億冊）

参考 上記実現のための返品率 15%以下（▲21pt）

※21,000t-CO₂ = 自家用車15,000台の年間CO₂排出量に相当

（参考）上記目標で設定した出版流通に係るCO₂の対象範囲 = ①～④



Environment（環境）：2023-2024 エグゼクティブサマリー

- ✓ 環境においては、マテリアリティとして、出版流通に係るCO₂排出量を、2030年までに▲26%、▲21,000t-CO₂の削減をすることを目標に定めています。2023年度は2020年度に対し▲24%、▲18,666t-CO₂の削減となりました。
- ✓ 物流拠点の効率化により、業務効率を改善するとともに、省エネルギーな拠点や設備の導入も進めています。2024年10月には、環境にも配慮した物流拠点「N-PORT新座」の開設を予定しています。「N-PORT新座」では、最新設備や太陽光発電の導入により、現在より1坪あたりのCO₂排出量が73%減少見込です。
- ✓ 脱炭素（CO₂削減）の他、脱プラスチック（以降「脱プラ」）をグループとして取り組むべきテーマに設定しており、2030年度までに脱プラを実現することを目標に定めています。物流資材の48%を環境配慮資材に変更するほか、ECサイトの宅配梱包資材を100%サステナブルな紙素材に変更する等、脱プラの取り組みを推進しています。

出版流通に係るCO₂排出量

※2020年度比較

対象範囲計
(p.10 ①～④)
CO₂排出量

▲24% ▲18,666 t-CO₂

グループCO₂排出量

※2020年度比較

日販グループ
Scope1・2の
CO₂排出量

▲21% ▲5,933 t-CO₂

2023-2024 トピックス

- ① 出版流通に係る5つの取り組みで、2020年度比で▲1,249t-CO₂削減（詳細p.12）
- ② 省エネ法（特定事業者）において、日販、出版共同流通、NICリテールズがSクラス評価見込（詳細p.17）
- ③ 2024年3月 ECサイトの宅配梱包資材を100%サステナブルな紙素材に変更（詳細p.19）
- ④ 2023年11月 グループ書店全店で、紙ブックカバーを有料化。グループ書店に続き、TSUTAYAも環境配慮素材100%のレジ袋導入を検討開始（詳細p.18）

Environment（環境）：2023年度実績

出版流通に係るCO₂排出量実績

2030年度までに
返品率15%以下にし
CO₂排出量を▲26%
▲21,000t-CO₂を実現

- ・私たちが目標として追いかける出版流通に係るCO₂排出量は、2020年度比で、▲24% ▲18,666t-CO₂となりました。
- ・Scope1の減少は、出版共同流通の重油をつかった自家発電を停止したことによるものです。
- ・Scope2は、送品・返品の業量減少に伴い、▲25% ▲2,089t-CO₂となりました。
- ・Scope3の減少は、日販が進めるサプライチェーン改革による、配送コース数の削減と送品業量の減少によるものです。

		CO ₂ 排出量	2020年度比較	
Scope1	日販 出版共同流通	1,103	▲41%	▲776
Scope2	日販 出版共同流通	6,354	▲25%	▲2,089
Scope3	輸送 (カテゴリ4・9)	53,392	▲23%	▲15,800
対象 範囲計		60,749	▲24%	▲18,666

出版流通に係るCO₂削減につながる取り組み成果

- ・出版流通に係るCO₂削減につながる主要な取り組みとして、下記5つの取り組みを行っています。
その取り組み成果は▲1,249t-CO₂です。
- ・取り組みの中でもっとも効果があったのが、「王子流通センターへの再生可能エネルギー由来の電力導入」です。この取り組みの結果、王子DC 3号館は、実質CO₂排出量ゼロのセンターとして稼働しています。
- ・王子流通センター3号館に加えて、ねりま流通センターにも2023年3月に太陽光パネルを設置し、2023年度に▲109t-CO₂削減しました。
- ・サプライチェーン改革として取り組んだ自家配送コース再編で▲247t-CO₂の効果が出ています。

年間の削減効果（t-CO₂）

トーハントの雑誌返品協業 ※	2020/11-	▲88
雑誌の送品拠点統合 ※	2020/11-	▲68
王子・ねりま太陽光発電の利用	2021/ 2-	▲109
王子流通センターへの再生可能エネルギー由来の電力導入	2022/ 4-	▲737
自家配送コース再編	2022/ 4-	▲247

※2021年度に算出した削減効果数値を継続して使用 計 ▲1,249

Environment（環境）：2023年度実績

グループの事業に係るCO₂排出量

日販グループは、出版流通に係るCO₂排出量の削減を目標に掲げて取り組んでいます。グループの事業全体に係るCO₂排出量についても、Scope3も含め、モニタリングしています。（Scope3の全カテゴリ詳細は、p.61に記載しています。）

グループの事業に直接係るCO₂排出量（Scope1・2）

- 日販グループが事業運営のために、直接（Scope1）及び間接（Scope2）に排出しているCO₂の量は、2020年度に比べ、▲21%、▲5,933t-CO₂と減少しました。
- Scope2は、王子流通センターの再生可能エネルギー由来の電力の導入により取次事業で大幅な削減が進んだことと、小売事業各店舗で節電を徹底したことが影響し大幅に減少しています。

	CO ₂ 排出量	2020年度比較	
Scope1	2,151	▲34%	▲1,119
Scope2	19,751	▲20%	▲4,814
Scope1-2計	21,902	▲21%	▲5,933

（参考）グループの事業活動に関連する他社のCO₂排出量（Scope3）

- Scope3は、2020年度より▲19%、▲18,687t-CO₂と大幅に減少しました。カテゴリ4および9の送品量減による輸配送（上・下流）の減少が影響しています。

	CO ₂ 排出量	構成比	2020年度比較	
2 資本財	6,419	8%	▲7%	▲517
3 Scope1-2に含まれないエネルギー活動	3,879	5%	▲13%	▲581
4 輸送、配送（上流）	36,033	46%	▲21%	▲9,700
5 事業から出る廃棄物	270	0%	▲18%	▲61
7 雇用者の通勤	1,061	1%	▲10%	▲116
9 輸送、配送（下流）	26,646	34%	▲23%	▲7,900
13 リース資産（下流）	2,350	3%	▲5%	▲126
その他	999	1%	46%	313
Scope3計	77,658	100%	▲19%	▲18,687

Environment（環境）：脱炭素化の推進

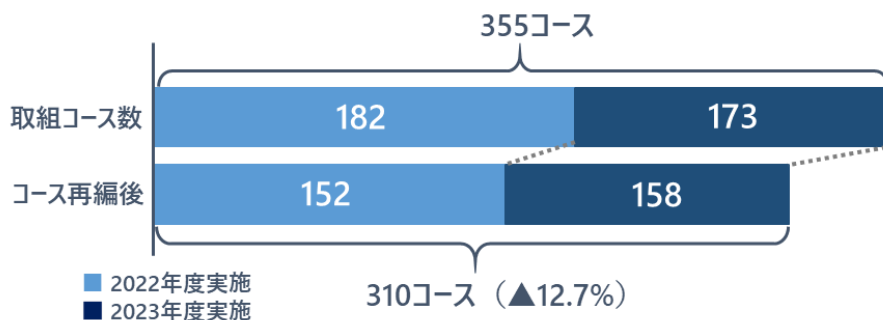
■ 配送の効率化

出版物の業量減少及び配送の制約事項により配送効率が悪化しているため、2022年から配送コースの再編に着手しています。

首都圏自家配送コースは全て再編完了

2022年度から、自家配送コースの再編に着手し、2023年度までに首都圏235コースは全て再編完了。2023年度より名古屋・関西の配送コースの再編にも着手し、2024年3月までに、日販自家配送コースのうち355コースの再編を完了。結果、45コース減少（▲12.7%）。CO₂排出量の年間削減効果は、▲667t-CO₂となりました。

■ 配送コース削減状況



日販自家配送コース 355コースを再編した成果

✓ 配送コース数 **▲45コース**
(▲12.7%)

✓ 走行距離 **▲1,680km/日**
(▲8.8%)

✓ 積載率 **30%→38%**
(127%)

✓ CO₂排出量/年 **▲667t-CO₂**

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 物流拠点の効率化（統配合・再配置）

日販グループでは、現在12拠点60,000坪超の物流センターを運営しています。今後5年間程度で、新拠点開設と合わせて拠点の整理統合を進め、業務効率を改善するとともに、省エネルギーな拠点や、設備の導入も進めます。

これらの取り組みにより、2030年度までに物流拠点から排出するCO₂を半減させ、再生可能エネルギー由来の電力導入等で、実質的なCO₂排出量ゼロ化を目指します。

※これまでの主な拠点の統廃合・再配置

- 2017年 ネット用出荷倉庫（web-Bookセンター）を王子流通センターに統合
- 2019年 王子流通センター内を再編し、文具物流倉庫を新設
- 2020年 雑誌出荷倉庫3拠点（ねりま、浮間、入谷）を2拠点（ねりま、浮間）に統合
- 2024年 出版共同流通新座センターの全ての業務を所沢センターほか日販グループ内の拠点に統合

環境にも配慮した物流拠点「N-PORT新座」2024年10月開設

日販グループの物流拠点最適化を目的に、グループ全体で取り組む「物流再編プログラム」の第一弾として、埼玉県新座市に「N-PORT新座」を2024年10月に開設します。

王子流通センターで担っていた文具雑貨商材の在庫出荷機能に加え、カルチュア・エクスペリエンスの「厚木サテライト」と「西日本センター」の出荷機能を統合。太陽光発電設備の設置、消費電力の低いFA機器や大型シーリングファンの導入などによりCO₂排出量を削減し、環境に配慮した拠点として稼働します。

現在より、
1坪あたりのCO₂排出量

73%減少見込



N-PORT新座（埼玉県新座市）

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 物流協業

トーハンとの返品協業を開始し、雑誌返品は2020年11月から日販グループの出版共同流通蓮田センターで行い、書籍返品は2025年夏頃からトーハンの桶川センターで行います。

複数の取次会社の業務を共同で行う協業を推進し、業界全体の業務効率を上げ、CO₂削減に貢献しています。

協業によるCO₂削減効果

（日販とトーハンの2社合計のCO₂排出量）

協業開始前の
2019年度比 **▲88 t-CO₂ (▲3%)**



トーハンとの雑誌返品協業を行う出版共同流通蓮田センター

■ 再生可能エネルギーの活用

日販グループは、再生可能エネルギーの活用及び再生可能エネルギー由来への電力の切替を推進しています。

2つのセンターに導入した太陽光発電により▲109t-CO₂削減

実質CO₂ゼロの物流センターとして稼働する王子流通センター3号館に加えてねりま流通センターで、自社使用を目的に太陽光発電を行っています。これにより、2023年度は年間で**▲109t-CO₂**を削減しました。



ねりま流通センターの太陽光発電パネル

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 使用エネルギー合理化の取り組み

省エネ法（特定事業者）で、グループ3社がSクラス評価見込

電気使用量の削減等の取り組みにより、省エネ法（特定事業者）の対象となる日販、出版共同流通、NICリテールズいずれも国の努力目標（5年平均のエネルギー消費原単位を1%以上低減）を達成し、SABC評価制度においてSクラスとなる見込みです。事業所の効率化や節電等の取り組みで、引き続き合理化を進めます。

※「省エネ法」とは

「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律」で一定規模以上の（原油換算で1,500kl／年以上のエネルギーを使用する）事業者にエネルギーの使用状況等について定期報告を求め、省エネや非化石転換等に関する取り組みの見直しや計画の策定等を求める。

■ ペーパーレスの取り組み

書店様向け請求書web化により約70万枚の用紙削減

日販および日販ビジネスパートナーズは、DXによる業務効率化とペーパーレス化に取り組んでいます。2023年度では書店様向け請求書のweb化により、およそ70万枚の用紙を削減しました。2024年度では出版社様からの納品伝票データ化に取り組めます。

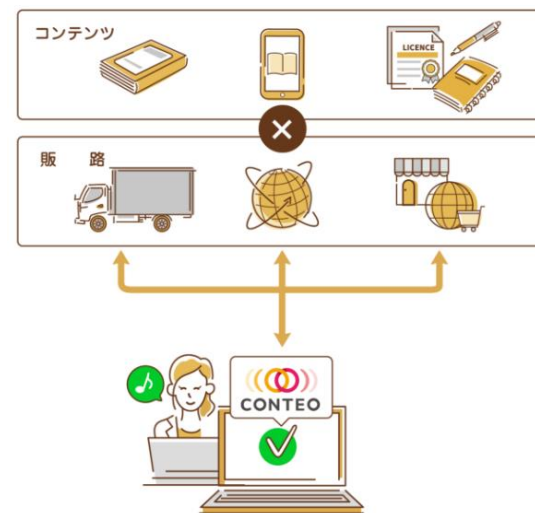
■ クラウド化の取り組み

システムをクラウド化することで、エネルギー効率UP等により電力消費量が削減され、CO₂排出量も削減されることから、日販グループは保有するシステムのクラウド化を進めています。これまでのクラウドリプレイスによる削減効果は約▲12t-CO₂*で、今後も更なる削減に向けて積極的に推進して参ります。

出版社向けコンテンツ管理クラウドシステム「CONTEO」を販売

日販テクシードは、デジタル化によるエネルギーの効率化（GREEN BY DIGITAL）に取り組んでいます。2022年12月には、出版社向けのコンテンツ管理クラウドシステム「CONTEO」の提供を開始しました。

クラウドサービス



*クラウドリプレイスによるCO₂削減効果
理論値で算出

Environment（環境）：循環型社会の実現

■ 脱プラ化の推進

日販グループは、循環型社会の実現に向けて、「脱プラ」と「循環型の商品研究・開発」の取り組みを開始しました。特に、生産・廃棄に天然資源が消費されるプラスチックについては、「2030年度に脱プラを実現する」というグループ共通目標を掲げ、「店頭資材」「物流」「自社製品」のカテゴリに分けて計画を策定し、取り組みを進めています。

グループ書店に続き、TSUTAYAも環境配慮素材100%のレジ袋導入を検討開始

2023年6月に日販グループ書店に導入した、環境配慮型の袋「Bio LIMEX Bag」について、グループ書店では、CO₂の排出量を60%削減する効果がありました。TSUTAYAでも、100%環境に配慮した素材のレジ袋導入の検討を進めて参ります。



書店グループで初の導入となったBio LIMEX Bag

グループ書店全店で紙ブックカバー有料化

日販グループ書店（全187店舗）で紙ブックカバーを2023年9月以降順次有料化し、あわせて、従来の紙に加えてエコ素材のブックカバー*の販売を開始しました。

これにより、CO₂の排出量を年間約23t削減できる効果が見込まれます。



店頭ポスター

*エコ素材ブックカバーの詳細はp.38記載

Environment（環境）：循環型社会の実現

■物流資材における脱プラ化の推進

個人向け宅配梱包資材を100%脱プラ化

日販が運営するオンライン通販サイト「Honya Club.com」をはじめ、出荷を受託している他社ECサイトも含めたすべての梱包資材を、プラスチック素材を使用しない梱包（紙資材の梱包）に変更しました。年間で約▲4t-CO₂の削減効果が見込まれます。

現在、出荷個数のうち70%まで進んでいるシュリンクレスについても引き続き切替検討を進めて参ります。



梱包に使用する帯、封筒はすべて紙素材を使用

店舗送品における梱包資材の48%を環境配慮型資材へ

日販の物流拠点で出荷に使用している梱包資材（フィルム、バンド等）において、再資源化された素材を配合した環境配慮型資材へのシフトを進めています。2022年4月時点では約19%だった使用率は、2024年3月時点で48%まで向上し、リターナブル資材資源の循環活用とCO₂排出量の削減に貢献しています。



環境配慮型資材に切り替えた梱包資材（フィルム）

Environment（環境）：自然との共生

■ オフィス・施設の緑化の推進

日本緑化企画は、オフィスや施設の緑化を通して、人と緑が共生する空間・環境作りを支援しています。また日販グループが保有する建物（日販本社、王子流通センター等）においても、屋上や周辺の緑化に取り組んでいます。



植物と共生するオフィス（王子流通センター）

■ FSC認証に基づく製函事業の運営・推進

段ボールをはじめとした梱包資材の製造・販売を行う日販物流サービス製函部は、2019年に「適切な森林管理」の国際的な認証であるFSC認証（CoC認証）を取得、森林の保全を前提とした持続可能な事業運営を行っています。



FSC認証を取得した日販物流サービス秦野工場

活動報告

Society



文化の次世代への継承、地域を超えた知識の交流を積極的に行うとともに、従業員一人ひとりが最大限のパフォーマンスを発揮できる環境を整備する。

マテリアリティ



エグゼクティブサマリー



2023年度実績



グループ人財戦略の推進



働き方改革



事業を通じた社会課題解決



社内教育・啓蒙



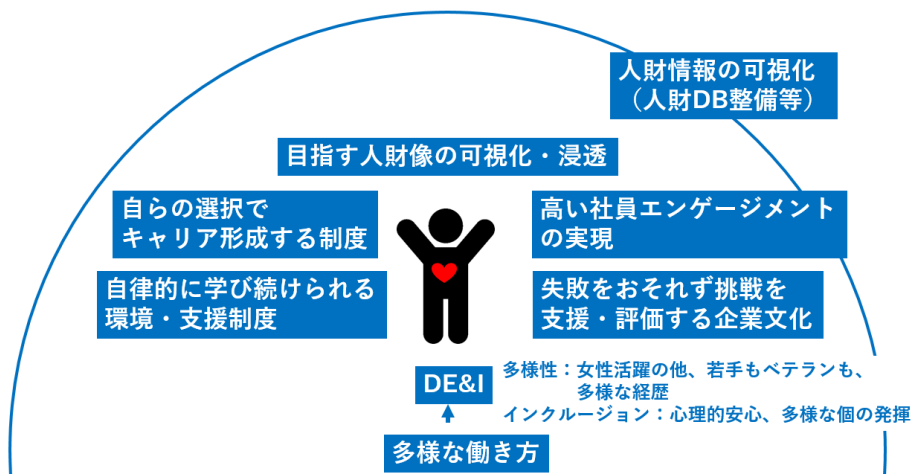
Society（社会）：マテリアリティ

グループ人財戦略

日販グループは、「人」を価値創造の源泉と捉え、「人」を大切にするとともに、「人」を事業の中心に置き、「人」の成長と事業の成長がリンクする人的資本経営を推進しています。

2023年4月に、グループが目指す人財像を、『「文化を創る」「文化を伝える」「文化を守る」という価値創造を実現するプロフェSSIONAL 集団』と決めました。この人財像の実現に向けて、人財への積極投資を行うと共に、環境・制度の充実を図ってまいります。

なかでも、女性活躍推進を重要項目とし、2030年度までに、女性管理職比率30%以上とすることに取り組んでいます。



事業を通じた社会課題解決

日販グループの事業を通じた社会課題解決として、以下の4項目をマテリアリティに設定し、取り組んでいます。

- ①書店のない街をなくす
(簡単に書店にアクセスできる環境を守る)
- ②地域創生や地域活性化に貢献する
- ③出版業界のつながりを活かし社会に良いライフスタイルを浸透させる
- ④海外で働く方とご家族の心身の健康に貢献する



Society（社会）：2023-2024 エグゼクティブサマリー

- ✓ 2023年4月に、改めてグループの求める人財像及び人財成長のための環境整備等を含むグループ人財戦略を策定しました。それに基づき、より人的資本を重視した経営に取り組んでいます。
- ✓ 日販グループは、2030年度までに女性管理職比率を30%以上にする、男女の育児休暇の取得率を100%にすることを目標と定め取り組んでいます。2024年4月の女性管理職比率は前年度の15%から18%（+2.4%）へ、2023年度の育児休暇の取得率は男性が前年度の52%から84%（+32%）、女性は引き続き100%となりました。
- ✓ 日販テクシードが、2023年6月に「TOKYOパパ育児促進企業」ブロンズに、日販と日販アイ・ピー・エスが、2024年3月に「健康経営優良法人2024」に認定されました。


グループ女性管理職比率

2024年4月
グループ全体
女性管理職比率

18% (+2.4%)

※2024年4月の昇格者に占める女性管理職比率は28%、
そのうち、係長級昇格者の44%が女性

グループ全体の育児休暇取得率

男性
 84%
(+32%)

女性
 100%
(±0%)

2023-2024 トピックス

- ① 地域社会との共生や地域活性化への貢献を目指し、静岡県駿東郡長泉町と包括連携協定を締結（詳細p.32）
- ② リニューアルしたワークプレイス「オチャノバ」が、2023年に2つの国際デザインアワード受賞（「レッドドットデザインアワード2023」「ジャーマンデザインアワード2024」）（詳細p.29）
- ③ 日販テクシードが2023年7月に「TOKYOパパ育児促進企業」ブロンズ認定を取得（詳細p.27）
- ④ 日販と日販アイ・ピー・エスが2024年3月「健康経営優良法人2024」に認定（詳細p.28）

Society（社会）：2023年度実績

グループ女性管理職比率 2030年度までに
グループ女性管理職比率30%以上

- グループの女性管理職比率は、係長級で3.7%上昇、**グループ全体では18%**となりました。
- 2024年4月の**管理職昇格者のうち28%が女性**（前年と比べて2%上昇）、**係長級の昇格者は44%が女性**と、管理職比率の目標である30%に近づいており、女性のキャリアアップが進展しています。

	2024年4月 (人数)		2023年4月	
	男性	女性	男性 比率	女性 比率
管理職	774	169	82%	18%
役員/部課長	347	40	90%	10%
係長	427	129	77%	23%
社員	1,612	933	63%	37%

(参考) **2024年4月 グループ管理職昇格者の女性比率**

	(人数)		男性 比率	女性 比率
	男性	女性		
管理職	78	30	72%	28%
役員/部課長	45	4	92%	8%
係長	33	26	56%	44%

グループの育児休暇対象者及び取得状況

- 男性の育休取得率は、前年度の52%から**84%へ32%上昇**しており、**男性の育休取得が進みました**。
- 厚生労働省調査平均の育休取得率の平均（男性17%、女性80%）に比べ、**日販グループは男女とも高い取得率です**。

	2023年度 (人数)		2022年度	
	男性	女性	男性	女性
対象者	25	24	33	40
取得者	21	24	17	40
取得率	84%	100%	52%	100%
平均（※）	17%	80%	14%	85%

※厚生労働省「令和4年度雇用均等基本調査」より

グループ労働者の男女の賃金の差異（賃金比率）

- 男性の賃金に対する女性の賃金の比率は前年度の68%から2%上昇し70%となりましたが、この差異は等級別人数構成の差によるものであり、同一労働による**男女の賃金差はありません**。

全労働者	70%
正規雇用労働者	75%
パート・有期労働者	96%

Society（社会）：グループ人財戦略の推進

■ 女性の活躍・ジェンダー平等の取り組み

2021年度に役員及び外部のアドバイザーが参画する、女性キャリア開発・活躍促進を目的としたプロジェクト「Wミーティング」を立ち上げ、2030年度までに女性管理職比率を30%以上にすることを目標に定めました。女性が長期的・継続的にキャリアアップでき、活躍し続けられる環境や制度の充実に取り組んでいます。

2024年4月 管理職昇格者の28%が女性

日販グループの2024年4月の管理職昇格者108名のうち、30名（28%）が女性、係長級の昇格者では59名のうち、26名（44%）が女性となり、女性のキャリアアップが進んでいます。



2024年4月
女性の管理職昇格者
(全体)

28%

2024年4月
女性の管理職昇格者
(係長級)

44%

(参考) グループの社員の女性比率は37%

グループ内3社で「えるぼし」取得

日販グループでは、ファンギルド、日販、日販テクシードの3社において、女性活躍促進に関する状況が優良な企業であるという認定の「えるぼし」を取得しています。

今後もグループ各社での取得を推進してまいります。



FUNGUILD

(2021年取得)



NIPPAN Techceed

(2022年取得)

NIPPAN

(2022年取得)



※「えるぼし認定」とは

女性の職業生活における活躍の推進に関する法律に基づき、一定基準を満たし、女性の活躍促進に関する状況などが優良な企業を認定する制度です。5つの基準（採用・継続就業・労働時間等の働き方・管理職比率・多様なキャリアコース）の達成項目数に応じ、3段階の認定に分かれます。

Society（社会）：グループ人財戦略の推進

■ DEIの理解促進・浸透の取り組み

日販グループは、グループの持続的な成長と企業価値向上には、多様な価値観が尊重されること、あらゆる人財がその能力を最大限発揮できることが重要と考え、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの実現にむけ、理解・浸透を図っています。

・DEIの実現に向けた取り組みの考え方

1. 多様な人財の採用、育成、活躍（配置・機会提供）
2. 多様な働き方の実現と、それを支える環境整備
3. 多様性を尊重し、享受できる組織風土の醸成

・DEIの理解促進・浸透の取り組み

ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの実現には、社員一人ひとりがその重要性を理解することが必要であると考え、日販では、管理職向けに意識調査と読書学習を実施しています。

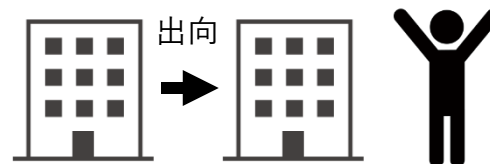


■ グループを横断した人財活躍機会の提供

グループの社員は、グループ全体の「人財」として考え、社員の多様な経験やスキルアップの機会を提供するために、所属する事業会社に限定せず、グループを横断した適材適所の配置を行っています。

・所属会社以外のグループ企業で活躍

全社員の約 **21%**



■ グループ横断のサーベイを実施

高い社員エンゲージメントの実現のために、2024年2月にグループ横断型の従業員サーベイの1回目を実施しました。今後も定期的にサーベイを実施し、エンゲージメント向上のための施策を検討していきます。

Society（社会）：働き方改革

■ワーク・ライフ・バランスの推進

日販グループは、仕事と私生活を両立できる制度の充実と、利用しやすい環境づくりに取り組んでいます。育児・介護休業から復帰後も、状況に応じた働き方ができることで、仕事との両立を支援しています。

日販テクシードが東京都の認定企業大賞受賞

ライフ・ワーク・バランスEXPO東京2023の東京ライフ・ワーク・バランス認定企業認定状授与式において、最も優れた取り組みをした企業として、日販テクシードが大賞を受賞しました。グループ内でも事例を共有することで、グループ全体の制度の充実・環境づくりに取り組んでまいります。



ライフ・ワーク・バランスEXPO東京2023で、認定企業大賞を受賞する、日販テクシード 藤澤徹社長（右）

日販テクシードが「TOKYOパパ育児促進企業」ブロンズ認定

日販テクシードが「TOKYOパパ育児促進企業」登録制度において、過去2年間の男性育児取得率が50%以上の企業としてブロンズ認定を取得しました。グループ全体で、男女共に育児休業を取得しやすい環境づくり・啓蒙活動に取り組んでまいります。



※「TOKYOパパ育児促進企業」とは

男性従業員の育児* 取得率を一定割合達成し、今後も継続して取得を促進する企業を、「TOKYOパパ育児促進企業」として登録し、取得率に応じた「TOKYOパパ育児促進企業登録マーク（全3種）」を付与する制度。

*育児＝東京都が、育休を取得しやすい社会の雰囲気づくりのため、育休の「休む」というイメージを一新する愛称を募集して決定した愛称

Society（社会）：働き方改革

■ 介護休業取得可能日数の拡充

日販は、社員が介護問題に直面しても、辞めることなく働き続けられることを目的に、2022年4月から介護休業の年間取得可能日数を、以前までの93日から365日に大幅拡充しました。グループ各社でも、同様の介護制度の充実を図ります。

介護休業制度
(日販)



93日



2022/4~

365日

■ 女性のヘルスケアサポート

女性社員の健康や生活における悩みや問題を、外部の専門家に相談できる女性のヘルスケアサービス「famione（ファミワン）」を2022年9月から導入しました。今後も、女性のワーク・ライフ・バランスを支援してまいります。



LINEを活用した女性のヘルスケアサポートサービス（㈱ファミワン）

■ 健康経営の推進

多様な働き方の前提となるのは、すべての人が心身ともに健康で働き続けられることです。健康診断の受診促進や有所見者への健康指導、労働時間のモニタリングと長時間労働者への早期改善対応、有給休暇の取得促進等、従業員の健康管理・維持に努めています。

日販と日販アイ・ピー・エスが「健康経営優良法人2024」に認定

「働き方改革」や「就業と治療の両立支援」といった、社員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する取り組みが評価され、日販と日販アイ・ピー・エスが「健康経営優良法人2024」の認定を受けました。日販は、2023年に続いて2度目の認定となります。



2024

健康経営優良法人
Health and productivity



2024

健康経営優良法人
Health and productivity

※「健康経営優良法人認定制度」とは

地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。

Society（社会）：働き方改革

■ ワークスタイル&ワークプレイス改革の推進

日販グループはIT技術やツールを積極的に活用し、場所に制約されないリモートワークを推進するとともに、業務のDX化を進め高い生産性や価値創造に集中できる働き方改革を進めています。新しい働き方にあわせ、ワークプレイス改革にも取り組んでいます。

ワークプレイス「オチャノバ」が2つの国際デザインアワード受賞

日販グループで働く従業員のエンゲージメント向上や一人ひとりの更なる成長を目指して2023年にリニューアルした「オチャノバ」が、世界三大デザイン賞のひとつとされる「レッドドットデザインアワード2023」と、ドイツのデザイン賞「ジャーマンデザインアワード2024」を受賞しました。

今後も、オチャノバを通して従業員の成長から新たなビジネスまで可能性を広げてまいります。



オチャノバでのイベントの様子



日販御茶ノ水本社7F「オチャノバ」 撮影 鈴木文人

※「レッドドットデザインアワード」とは

1955年に設立された世界最大規模のデザインコンペティションの1つ。デザインの革新性や機能性など9つの基準から審査され、約55カ国、約20,000件の応募エントリーの中から、国際的に評価の高い専門家からなる委員会によってデザインの品質の高さが認められた応募作品が毎年選ばれる。



reddot winner 2023
(2023年11月受賞)

※「ジャーマンデザインアワード」とは

1953年に設立されたドイツデザイン評議会が主催するデザイン賞。ドイツデザイン評議会がデザイン品質を認めた製品およびコミュニケーションデザインのみがノミネートされる点から、ノミネート自体が名誉とされており、「賞の中の賞」と呼ばれている。



(2023年12月受賞)

Society（社会）：働き方改革

■ ワークスタイル&ワークプレイス改革の推進

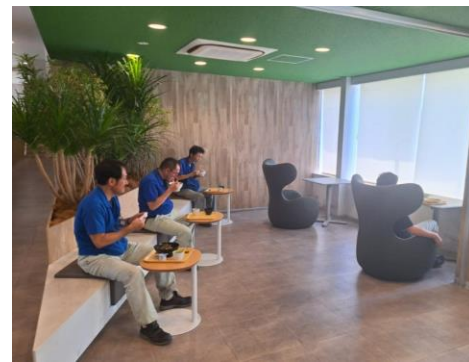
2023年のリニューアルで日販 王子流通センターの屋上に設けられた緑地帯は、センターで働く人が休憩時間にリラックスする場として活用されているほか、近隣にお住まいの方から「家から屋上の緑が見えるのが毎日楽しみ」とのお声をいただくなど、社内外を問わず日常的な癒しを提供しています。

加えて、センターで働く人や地域住民の皆様との交流の場としても活用されています。



センターで働く人の家族を招いた読み聞かせイベント

従業員サーベイで、リニューアル後「良くなった」の評価が90%以上



リニューアルした王子流通センターの食堂

2023年の王子流通センターの食堂・休憩室・屋上リニューアルについて、同センターで働く人にサーベイを行ったところ、有効回答の90%以上が「良くなった」と評価しました。今後も定期的にサーベイを実施し、より良い職場環境への改善を図っていきます。

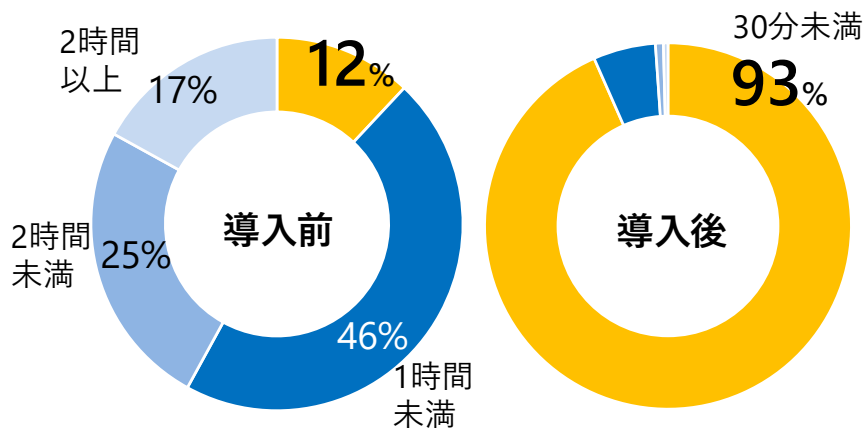
Society（社会）：働き方改革

■ サプライチェーンを支える人の労働環境改善

日販は、ドライバーの負担となる配送の制約条件の緩和や待機時間の短縮など、出版流通を支える人々の労働環境の改善に積極的に取り組んでいます。

日販王子流通センターの、注文品搬入用トラックの発着バースでは、平均1時間以上の待機時間が発生していましたが、2022年1月より、予約受付システム「MOVO Berth」を導入することで、9割以上の車両で待機時間を30分以内に短縮することができました。

<トラック待機時間>



日販DC トラック待機時間 30分以内に



注文品トラック予約システム導入

ESGの取組みで実効
CO2削減量 年間10トン

日本出版販売王子流通センター（東京都北区）の注品搬入用トラック発着バース（注文品）で、トラックの予約受付システムを導入して以降、トラックの待機時間が平均1時間削減された。9割以上のトラックの待機時間が30分以内となった。AIドッキングによる放出されるCO2の削減量は、年間10トンを見込んでいる。日販グループが推進するESG（環境・社会・ガバナンス）の取組みの一環として、環境負荷の低減とドライバーの労働環境改善の両方が実現可能だ。

環境負荷、労働環境改善へ

王子流通センターにて、年々、工務出張サービス車両の予約受付システムを導入し、トラックの待機時間が短縮された。今、より一歩進んだ

毎日300台以上のトラックが入場する王子流通センター。以前は、トラックの待機時間が平均1時間以上あったが、MOVO Berthの導入により、待機時間が平均30分以内となった。これは、ドライバーの負担軽減と、環境負荷の低減につながる。システム導入により、作業効率も向上し、コスト削減にも貢献している。

システム導入で「楽になったのは“気持ち”」
ベテランドライバーの声

「以前は、トラックの待機時間が平均1時間以上あったが、MOVO Berthの導入により、待機時間が平均30分以内となった。これは、ドライバーの負担軽減と、環境負荷の低減につながる。システム導入により、作業効率も向上し、コスト削減にも貢献している。」



右から工務グループの加藤主任と工務副社長、日販の平山課長と井嶋係長。平山課長は、「今回の取組みの一環として、ESGの取組みの一環として、環境負荷の低減とドライバーの労働環境改善の両方が実現可能だ。」とコメントしている。

2022/8/4 新文化より抜粋（記事全文はp.58に掲載）

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 書店のない街をなくす取り組み

書店が年々減少する中で、日販は、街に書店のある風景と、誰もが自由に本と触れ合える環境を守るため、書店の持続に加えて、ローソンと連携し展開する「LAWSON マチの本屋さん」や無人書店など、書店のない街へも出店できる店舗モデルづくりや拡大にも取り組んでいます。

完全無人書店「ほんたす」オープン、持続可能な書店モデルを確立

2023年9月、新しい書店モデルとして完全無人書店「ほんたす」をオープンしました。人件費を抑えた無人運営と、書店に馴染みのないユーザーにもやさしい店舗設計で、書店運営コストの負荷軽減に貢献します。将来的には、お取引先書店様にもソリューションとして提供し、書店の持続、そして街に書店のある風景の存続に寄与します。



2023年9月 東京メトロ 溜池山王駅にオープンした「ほんたす ためいけ 溜池山王メトロピア店」
(画像提供：丹青社 撮影：PIPS)

■ 地域社会との共生、地域社会への貢献

日販グループは、グループ各社の事業及びグループの書店を通じて、地域社会との共生や地域活性化への貢献に取り組んでいます。

本を起点としたまちづくりを目的に、日販として初となる自治体との包括連携協定を静岡県駿東郡長泉町と締結



今後の検討テーマ例：鮎ヶ公園内多世代交流施設

日販は、2023年9月に長泉町で行われた駅周辺のにぎわい創出を目的とする社会実験「駅前リビング」にて本を起点とした地域交流の企画・運営を担当し、町民の皆様からご好評をいただきました。

この結果を受け、日販として初となる自治体との包括連携協定を長泉町と締結しました。今後、遊休施設や公共資源において本を起点としたコミュニティを創造し、豊かなまちづくりを計画していきます。

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 地域社会との共生、地域社会への貢献

1,600店以上が参加する「ブックサンタ」で12万冊以上を寄付

日販は、NPO法人チャリティーサンタが主催するブックサンタに2017年から特別協賛しています。ブックサンタは、様々な困難により厳しい環境におかれている子ども達に、クリスマスを中心に新品の本を届けるプロジェクトで、グループ書店も参画しています。2023年は、1,683もの書店が参加し、12万冊以上の本が寄付されました。

ブックサンタ 2023

あなたが選んだ本を、
サンタクロースが
全国の子どもたちに
届けます。

※様々な事情で困難な状況にある子どもたち

お店で
選ぼう!

募集期間 9月23日(土)～12月24日(日)

ブックサンタ2023拡材

2023年実績

参加店舗数：**1,683**店舗（前年比**216%**）

寄付冊数：**128,898**冊（前年比**170%**）

ブックサンタ

過去最大1683書店で展開

日販・日販労組 社員に向けイベント

日本出版販売と同労働組合はさきごろ、東京・千代田区の本社で、困難な状況にある子どもたちに本を贈るプロジェクト「ブックサンタ」について社員向けに発信するイベントを開催した。同プロジェクトは来店

者が書店店頭で購入した本をその場で寄付できる取組みで、NPO法人チャリティーサンタが主催する。昨年は約7万6000冊の寄付が集まった。寄付本はサンタクロースに扮したボランティアや協



日販社員向けアピール

力団体によって、子どもたちへ届けられる。今年

17日
から
想
業
きた。
一
ト
タ
や

2023/11/9新文化より抜粋（記事全文はp.55に掲載）

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 地域社会との共生、地域社会への貢献

産学連携プロジェクト「文具のアイデアコンペティション」開催

日本最大級の文具の祭典「文具女子博」の産学連携プロジェクトの第2弾として、工大サミット参加大学の学生を対象に「文具のアイデアコンペティション」を開催しました。今後も、継続した開催を予定しています。



「文具のアイデアコンペティション 2023」投票会場

※「工大サミット」とは

工業立国を支える人材育成に対する工科大としての使命と、ボーダレス化の進展する世の中で、イノベーションを創出し、グローバルな環境で活躍できる人材育成を共通課題とし、各大学の人的・物的資源の情報共有と、相互の連携・協力による理工系高等教育の更なる活性化を目指して、2017年3月に設立されました。

地方人財活用を目的に、地方専門学校との連携開始



2023年10月 ファンギルド本社での会社説明

ファンギルドでは、2023年10月に、新潟県の日本アニメ・マンガ専門学校生徒達の職場訪問を受け入れました。これをきっかけに、地方学生に対して講義や制作業務のトライアルを実施し、トライアル後に採用となった場合には、在宅での制作環境を提供しています。全国の専門学校4校と接触中で、今後も拡大予定です。

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 地域社会との共生、地域社会への貢献

・ブックトラム（移動図書館）

日販グループで書店を運営する積文館書店では、子どもたちに図書の魅力を伝える移動図書館“ブックトラム”を運営しており、年間100校を巡回しています。



・「本と遊ぼうこどもワールド」優良児童図書展示会

毎年夏休み期間中に、全国2～3カ所で児童図書展示会を開催しています。読み聞かせやワークショップを行い、地域の子どもたちに本の楽しさを伝えています。

・子ども向けの職業体験

TSUTAYA QLuRi川越店では、子ども向け職業体験として、“KIDS TSUTAYA”を月1回実施しています。売場作りやレジ作業を通して、ご家族に店舗を身近に感じていただく機会としています。



・地元中学校との連携

リプロラガーデン春日部店では、数年前から年に1回、地元の春日部市立大沼中学校 美術部とのコラボ企画を実施しています。

生徒が作成したPOPのリストをもとに店舗が商品を揃え、陳列から飾りつけまで生徒に作業してもらって売場を完成させています。

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 地域社会との共生、地域社会への貢献

・世界の子どもたちの教育機会支援「キモチと。」

日販グループの書店28店舗と、ブックオフコーポレーションが運営する「キモチと。」及びシャンティ国際ボランティア会が連携し、お客様が読み終えた本などを店頭で回収、その査定額を、世界の子どもたちの教育機会提供に活かす取り組みを、2022年4月よりスタートしました。（2023年寄付冊数 約16,000冊）



グループの書店で展開している回収ボックス

・親子の読み聞かせや子どもの読書をサポートする「いくつかのえほん」

日販は、絵本・児童書の情報サイト「絵本ナビ」と連携し、絵本ナビ会員93万人がオススメする絵本を年齢別にまとめたガイドブック「いくつかのえほん」を毎年発行するとともに、全国約1,000の書店でコーナー展開することで、読み聞かせや、子どもの読書をサポートしています。



・全国の書店で読み聞かせを行う「おはなしマラソン」

1999年から継続して、出版関連団体や各地のボランティアと連携し、全国書店での絵本・児童書の読み聞かせ運動を展開しています。

・児童書を様々な施設に寄贈する「日販よい本いっぱい文庫」

1964年から継続して、毎年12月に児童養護施設や母子家庭支援施設などに対し、児童書の寄贈を行っています。

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 出版業界のつながりを活かしたライフスタイル提案

日販は、魅力ある出版コンテンツを軸に、生活者が楽しみながら参画できる、出版業界のエコ活動「ONE ECO PROJECT」を2022年4月にスタートさせました。取引の有無に関係なく、出版社、書店、取次が一体となり活動することで、より大きな社会貢献の実現を目指しています。

ONE ECO PROJECTの主な取り組み・活動

エコバッグ「本袋」累計販売枚数25万枚を突破

プロダクト第1弾のBOOK用エコバッグ「本袋」は、75コンテンツすべてが発売され、2024年6月時点で、累計販売枚数25万枚を越えました。環境保全団体OWS*への寄付は、同じく6月時点で、累計金額768,488円となっております。



有隣堂 横浜駅西口ジョイナス店

*OWS = オーダブリュエス。環境保全活動を行う特定非営利活動法人

参加出版社・書店（敬称略・五十音順）

- ・参加出版社 22社（75のコンテンツをご提供）
秋田書店／岩崎書店／偕成社／KADOKAWA／コアミックス／講談社／小峰書店／JTBパブリッシング／集英社／小学館／スクウェア・エニックス／竹書房／童心社／白泉社／双葉社／プレジデント社／ブロンズ新社／文藝春秋／ポプラ社／リイド社／理論社／ワン・パブリッシング
- ・参加書店 72法人（2024年6月時点で422店舗で販売）
旭川 富貴堂／ENN／今井書店／いまじん白揚／うさぎや／
エック石油／エディオン／NICリテールズ／エヌ・ビー・シー／
大阪 水嶋書房／オー・エンタテインメント／オカモト／
オサガ文昭堂／金澤文苑堂／カルチュア・エクスペリエンス／
キタムラ／紀伊國屋書店／クロス・ポイント／京王書籍販売／
啓文社／啓文社エンタープライズ／ザ本屋さん／三省堂書店／
さんぼうどー／ジェイアール西日本デイリーサービスネット／
ジェー・イー・ネクスト／シナノ・グループ／昭和自動車／真光書店／
スコレ／大誠堂／タカダ／田村書店／蔦屋書店／都野書店／
ティー・エス・ケー／東北進学ゼミナル／ときわ書房／
トップカルチャー／長倉書店／中田図書販売／波之上産業／
成田本店／西沢書店／ニューコ・ワン／明屋書店／B・Story／
ピコムMCI／ビッグワン／ファミリーマート／フェイス／
フジ・TSUTAYA・エンターテインメント／ふたば書房／フタバ図書／
文教堂／文真堂書店／文明堂書店／ホットマン／マルカン／
丸善ジュンク堂書店／Misumi／みちのくジャパン／
MIDORI／宮沢書店／未来屋書店／谷島屋／ヤスサキ／
山口産業／山十／有隣堂／リライアブル／レオクラブインターナショナル

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 出版業界のつながりを活かしたライフスタイル提案

ONE ECO PROJECTの主な取り組み・活動（p.37の続き）

「本袋(大)」販売開始。今後もプロダクトの製造販売継続

2023年9月より、仕様と価格を変更した「本袋(大)」を販売開始。書店で買えるエコバッグの新定番として、今後も販売を継続します。「グリーンアップサイクル®シート」から作られた「地球にやさしい本好きのためのブックカバー」に続き、2024年12月には、再生ポリエステル配合の「リサイクルタオルハンカチ」を販売開始予定です。



地球にやさしい 本好きのためのブックカバー

※「グリーンアップサイクル®シート」とは
衣料廃棄物を新たに生まれ変わらせた素材

無料配布しているブックカバー、有料化の実証実験。 リサイクル素材の和紙製ブックカバーを提案し、包装資材削減へ

中国経済産業局と共同で「本のある未来のために。」と称して、2023年3月より、西日本エリアの取引書店の一部で、無料配布していたブックカバー有料化の実証実験を実施。無料配布されていたものが有料化される事で、包装資材削減を考えるきっかけを発信しました。

それに合わせて、書籍やコミックの古紙をアップサイクルした、和紙製ブックカバー4種を販売。2023年9月からはグループ書店であるNICリテールズ全店舗（一部店舗をのぞく）で、無料配布していたブックカバーを有料化しています。



Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 出版業界のつながりを活かしたライフスタイル提案

ONE ECO PROJECTの主な取り組み・活動（p.37-38の続き）

書店店頭からフードロス削減に取り組むきっかけをつくる 「ONE ECO PROJECT×Kuradashi」

ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」とコラボし、書店店頭からフードロス削減を生活者に呼びかける取り組みを行っています。毎年2月には、バレンタインの「季節商品のロス」の削減と周知啓発を目的とした店頭フェアを全国の取組書店で開催するなど、リアル店舗だからこそ提案できることに取り組んでいます。



TSUTAYA美しが丘店

スポーツで街をきれいにする「スポGOMI」×リラックマの全国大会

日販は、国際紙パルプ商事株が主催する「リラックマ×スポGOMI～ミッションwith リラックマ～」大会の協賛企業として、全国各地で開催された大会に参加しました（2023年12月までに10都市で開催）。

また、生活者が楽しみながら参画できるエコ活動として、書店店頭でのポスター掲出、プロモーション用ブックカバー配布などで活動を応援しました。



2023年12月に行われた「リラックマ×スポGOMI in東京」

※「スポGOMI」とは

予め定められたエリア内で制限時間内に、チームでゴミを拾い、その質と量でポイントを競い合うスポーツです。

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 出版業界のつながりを活かしたライフスタイル提案

ONE ECO PROJECTの主な取り組み・活動（p.37-39の続き）

イベント・展示会への出展で、活動を啓蒙

BtoCのイベントや、BtoBの展示会にも出展し、ONE ECO PROJECTが提案する「本袋」などのプロダクトの展示・販売を行うことで、多くの生活者の皆様にエコ活動のきっかけを提供するほか、業界外の企業とのパートナーシップ構築も行っています。

※これまでの主な出展

- ・上野の森親子ブックフェスタ（2023年5月、2024年5月）
- ・板橋区民まつり「絵本のまちひろば」（2023年10月）
- ・第4回国際サステナブルグッズEXPO（2024年7月）



第4回国際サステナブルグッズEXPOの様子

端材でワクワクをカタチにする、子どもが楽しめるワークショップ開催

企業によるモノづくりの過程で出る端材や紙素材を使って図工・創作を楽しむワークショップ「チョコペタス」を書店で開催しています。

子どもたちが創造力を膨らませて、カタチにとらわれることなく、思い思いに切ったり貼ったりを楽しむ図工室ワークショップです。

書店店頭での開催に加えて、ディベロッパーとの共催も可能なので、テナントインする小売として、エコ活動に取り組んでいるアピールにも繋がります。



幕張 蔦屋書店の店内で開催の様子

※「チョコペタス」とは

「カタチにすることを指さない」図工室ワークショップです。（企画・運営：中庄(株)、アトリエヤマダ(株)）

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■ 出版業界のつながりを活かしたライフスタイル提案

ONE ECO PROJECTの主な取り組み・活動（p.37-40の続き）

サステナブル製品のPOPUPを書店店頭で開催し「SDGs」への貢献を促す

サステナブル製品を取り扱うメーカーと協働で書店店頭でPOPUPを開催しています。製品を買う、または買わずとも、その製品の背景を知ること、エコ活動やSDGs 17の目標への貢献の仕方を考えるきっかけになります。

ONE ECO PROJECTでは、各メーカーと共に、そのきっかけづくりに取り組んでいます。文化の発信地である「書店」、その「書店」からはじまるエコ活動で、少しずつ世の中に貢献していきます。



sobolon（幕張 蔦屋書店）



I was a Sari（幕張 蔦屋書店）

※主なPOP-UP SHOP

- ・「I was a Sari」（2023年11月17日～12月18日）
インドの伝統衣装「サリー」から生まれたアップサイクルブランド
- ・「sobolon」（2024年6月3日～7月21日）
L海洋プラスチックから生まれたエシカルジュエリーブランド

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■海外で働く駐在員とご家族の心身の健康への貢献

日販アイ・ピー・エスが運営するeコマース「CLUB JAPAN」は、日本の商品を世界中に届ける事で、海外で働く駐在員と、そのご家族のより豊かな人生に貢献することを目指しています。

・「生活必需品」を届ける

「日本の商品が手に入らない」、「販売されていても場所が限られていたり、非常に高額である」、「駐在先の医薬品は体に合わない」等の課題を抱える人々から、「CLUB JAPAN」は高い評価をいただいています。

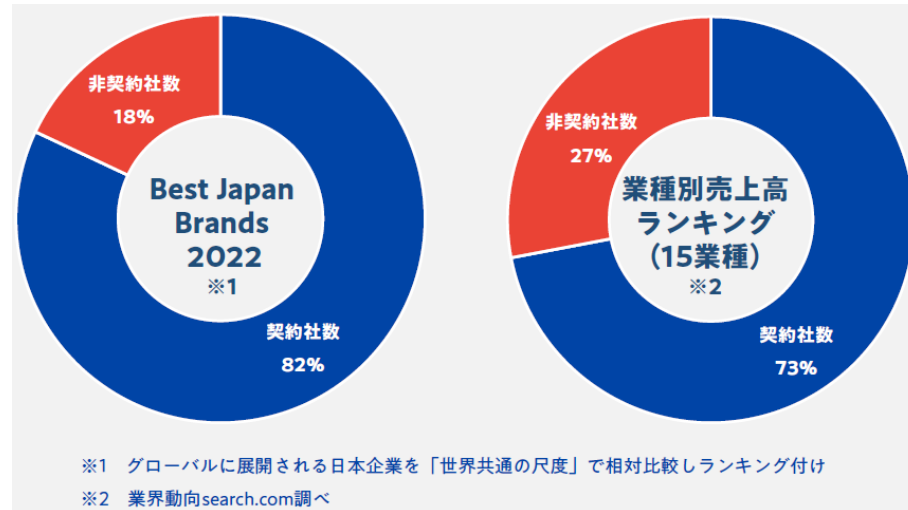


・交流を深め、絆を強める

商品選定というイベントを通して家族団らんのひとときを提供しています。また、「CLUB JAPAN」が福利厚生として導入されている事が、駐在員とその家族には、物資の価値以上の気持ちとして伝わり、会社との絆が強まったとお声をいただいています。

・世界に評価されている日本企業に選ばれる

グローバルに展開される企業のランキング「Best Japan Brands 2022」並びに「業界別（15業種）売上高ランキング」の上位にランクインする企業の70%以上に選ばれています。



Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

■海外で働く駐在員とご家族の心身の健康への貢献

実際に「CLUB JAPAN」をご利用いただいている企業、駐在員の皆様からは、以下のようなお声をいただいています。

タイは何でも揃うので、赴任するまでは、この斡旋サービスを利用するとは思っていませんでした。実際に赴任してみると、身の回りのもので入手不可能であったり、日本より大幅に高いものが多く、**CLUB JAPAN**を毎回とても楽しみにしていました。

（タイ 電気事業）

注文時にパソコン前に家族みんなで集まり、どの商品を注文するかが**家族団らんの1つ**になっている。

（ミャンマー ゴム製品）

家族も一緒に商品選定するため、**家族にも会社の従業員を大切にしている気持ち**が伝わってます。

（フィリピン 製造業）

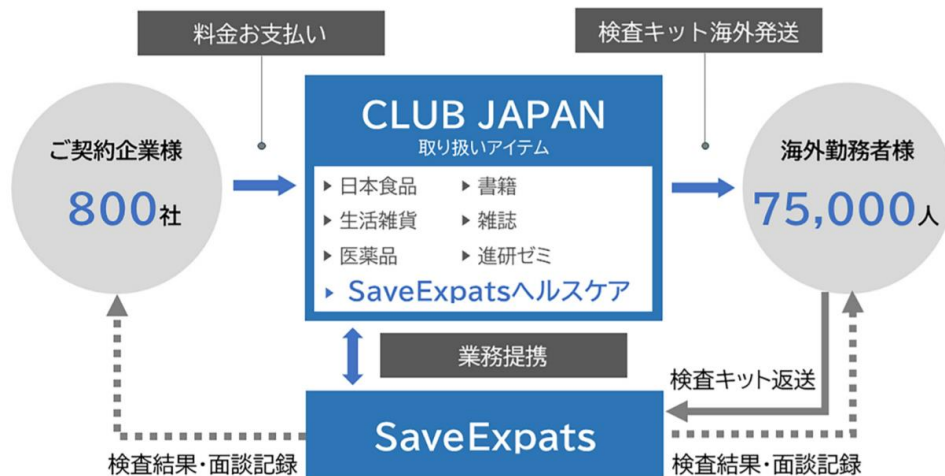
ロンドン以外では日本食レストラン、日本食材ともにあまりポピュラーではありません。アジア食材店に行けば、ある程度の食材は手に入りますが、**価格、品質、利便性など100%満足できるものではなく、御社のサービスには大変助かっています。**

（イギリス 化粧品）

SaveExpatsとの業務提携で、健康経営のグローバル展開へ寄与

2023年8月、国を跨いだリモート健診等を提供する(株)SaveExpatsと業務提携を締結したことにより「CLUB JAPAN」を通じて(株)SaveExpatsが提供する自己採血キット宅配によるリモート検査や、母国医師とのオンライン相談サービスを提供することが可能となりました。

今後も、日本企業の健康経営のグローバル展開に寄与してまいります。



Society（社会）：社内教育・啓蒙

■ グループのWeb社内報によるESGの情報発信

日販グループの従業員全員で、ESGやサステナビリティについて学ぶ場として、グループのWeb社内報「ism（イズム）」にESGの常設コーナーを設けています。取り組み共有のほか、サステナビリティ先進企業への外部取材や書店店頭でのESGの取り組み紹介企画などを通して、社員の理解を深め、行動の発揮を促しています。



ESG

【日販労組】図書寄贈 & 読み聞かせ会 実施報告 ~子どもたちに...

👍 23

2024/5/28

日本出版販売



ESG

ONE ECO PROJECTが「上野の森親子ブックフェスタ 2024」に出...

👍 13

2024/5/15

日本出版販売 学研スタイル



ESG

「こどもの読書週間」がスタートしています



ESG

【オチャノバの窓】vol.11 (2024/03)

「ism」のESG特集ページ

■ グループの全社員会・セミナー開催による理解促進

毎年2月に、グループ全社員会である「ニッポンオンラインミーティング」を開催し、ESG経営をテーマの1つに取り上げ経営方針の浸透に取り組んでいます。また、女性のヘルスケアやメンタルヘルス、LGBT理解度に関するオンライン動画セミナーなどを開催し、私たちが目指す企業風土や職場環境についての理解促進を図っています。



2024年2月に開催された日販グループオンライン全社員会

活動報告

Governance



経営の透明性と効率性を高め、企業価値向上と持続的発展を図る。

[エグゼクティブサマリー](#)



[コーポレート・ガバナンス](#)



[リスクマネジメント](#)



[コンプライアンス](#)



Governance（ガバナンス）：2023-2024 エグゼクティブサマリー

- ✓ 日販グループは、今年度も事業に精通する取締役と、多様な知見と客観的な視点を有する社外取締役が活発な議論を行い、事業成長と企業価値向上のための方針や重要事項の決定を行いました。
- ✓ コンピュータセキュリティに関わるインシデントを解決に導くために発足した専門チーム「日販グループCSIRT」の日本シーサート協議会への正式加盟が承認されました。
- ✓ グループESG推進委員会を10回開催。グループで掲げている取り組みテーマの進捗確認に加え、2024年度のグループESG方針など、グループのESGに係る経営課題について方針・計画の決定を行いました。

グループESG推進委員会

開催回数

10回

主な検討テーマ

- ・脱プラに関する取り組み
- ・非財務情報開示内容確認
- ・社会課題解決に関する取り組み
- ・グループ人財戦略の取り組み
- ・2024年度グループESG方針 他

2023-2024 トピックス

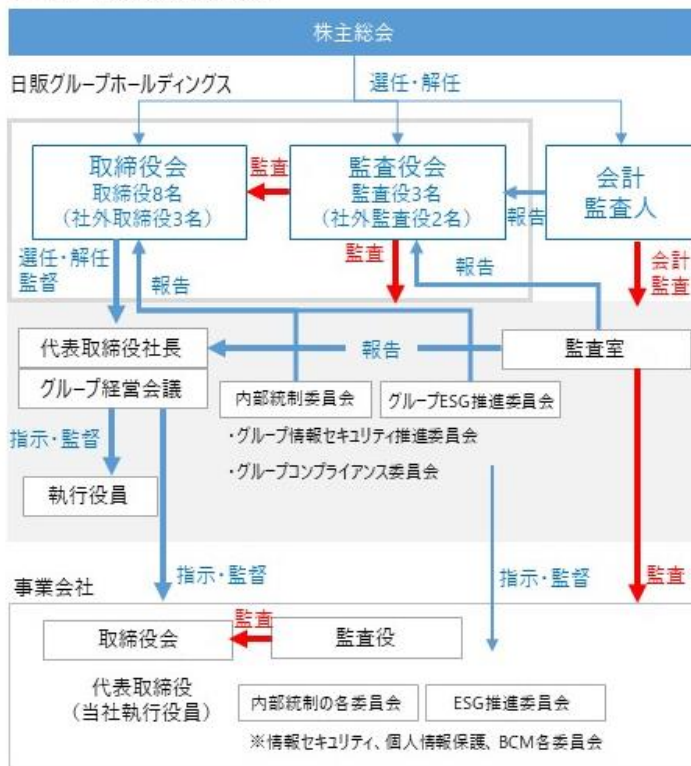
- ① 2024年4月 コンピュータセキュリティに関わるインシデントを迅速・適切に解決に導く「日販グループCSIRT」が、日本シーサート協議会へ正式加盟（詳細P.49）
- ② 障害者差別解消法改正法を受け、日販グループのBtoCのウェブサイトは「JIS X 8341-3:2016の適合レベルAAに配慮」以上とすることを決定（詳細P.50）

Governance（ガバナンス）：コーポレート・ガバナンス

■コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

日販グループは、あらゆるステークホルダーの信頼を得ながら、持続的な成長と中長期的な企業価値向上を実現するため、経営の透明性と健全性の確保、コンプライアンスの遵守が重要と考え、コーポレートガバナンスの充実に取り組んでいます。

コーポレートガバナンス体制図



■コーポレートガバナンスの体制

・グループの体制

日販グループは「グループ経営」と「各事業の業務執行」を分離したホールディングス制を採用しています。当社、日販グループホールディングスは、グループ全体の経営戦略の策定、各事業のモニタリング、グループ内連携による事業シナジー創出に取り組んでいます。

・権限移譲とグループの管理体制

各事業において迅速かつ機動的な意思決定ができるよう、中核子会社の多くの権限を移譲しています。一方で、以下のような形でグループ全体の管理・統制を行っています。

- ・中核子会社の経営体制は当社取締役会で決定
- ・当社の取締役・監査役が中核子会社の取締役・監査役を兼任
- ・中核子会社の経営計画の進捗及び重要事項の決定は当社の経営会議に報告

・グループのESGの推進体制

ESGを重視する経営方針に従い、2022年4月にグループESG推進委員会を新たに設置しています。委員会は日販GHDの代表が委員長を務めるほか、グループの取締役・事業責任者が参画することで、事業と両立したESGの推進体制を確立しています。（グループESG推進委員会の概要はp.8を参照）

Governance（ガバナンス）：コーポレート・ガバナンス

■コーポレートガバナンスの体制

・取締役会

取締役会の議論の多様性や客観性を高めることを目的に、2022年6月から、**ESGの専門的知見を有する女性の独立社外取締役が新たに就任しました**。これにより、取締役8名のうち、3名が社外取締役となりました。**社外取締役の知見を活かしESG経営の推進、企業価値向上に努めています**。（女性社外取締役は、**グループESG推進委員会にもアドバイザーとして参画**）

・監査役会

当社は監査役会設置会社ですが、より経営の透明性・客観性を保つため、3名の監査役のうち、2名が法務・財務の専門家である社外監査役により構成され、取締役の業務執行及び内部統制システムの機能・有効性を監査しています。

・執行役員制度

業務執行と監督機能をわけ、執行責任を明確にした上で各事業戦略を機動的に遂行する目的から、執行役員制度を導入しています。日販GHD執行役員が各事業の責任者を兼ねることで、各事業の独立性とグループ内の連携を両立させています。

■内部統制システム

・内部統制システムの基本方針

業務の有効性及び効率性、財務諸表の信頼性の確保、法令順守並びに資産の保全を目的として、「内部統制システムの基本方針」を定めています。この基本方針に基づき、内部統制体制の整備を行うとともに、取締役会において毎年内部統制システムの運用状況を確認し、有効性を監督しています。

・内部統制委員会

内部統制システムの基本方針に基づき、日販GHDに、内部統制委員会を設置しています。内部統制委員会のもとに、グループ情報セキュリティ推進委員会とグループコンプライアンス委員会の2つの委員会を設置しています。

内部統制委員会の目的

- ・重要リスクの評価
- ・リスク予防体制の整備
- ・情報セキュリティ、コンプライアンス等の教育研修
- ・有事のエスカレーションルール・体制の整備
- ・緊急時対応の体制の整備 等

Governance（ガバナンス）：リスクマネジメント

リスクマネジメント

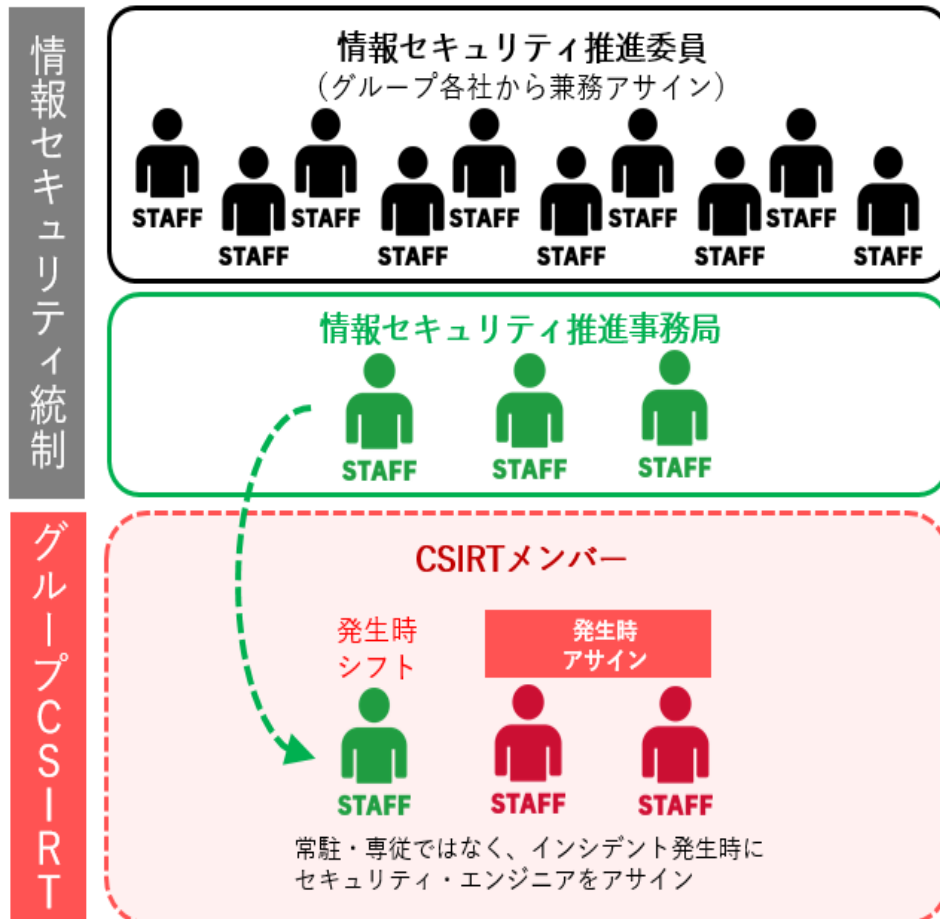
・情報セキュリティ

日販グループは、情報資産を保護するために、「情報セキュリティ管理規程」を制定、内部統制委員会のもとにグループ情報セキュリティ推進委員会を設置し、あわせて各社にも情報セキュリティ推進委員会を設置、グループの情報セキュリティマネジメントを遂行しています。

コンピュータセキュリティに関わるインシデントの専門チーム「日販グループCSIRT」が日本シーサート協議会へ正式加盟

グループにおけるコンピュータセキュリティに関わるインシデントを迅速・適切に解決に導くための専門チーム「日販グループCSIRT」が、2024年4月に日本シーサート協議会に正式加盟しました。

引き続き、初動対応から事後対応まで各社の緊急対策本部と連携し、インシデント発生時の速やかな対応に努めます。



Governance（ガバナンス）：リスクマネジメント・コンプライアンス

リスクマネジメント

・情報セキュリティ（p.49の続き）

日販テクシードは、2022年に情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）に関する国際規格「ISMS ISO/IEC 27001」を取得しました。情報の機密性・完全性・可用性をバランスよくマネジメントします。

・個人情報保護

日販グループは、個人情報保護のため、「個人情報保護方針」と「個人情報保護規程」を制定、「グループ情報セキュリティ推進委員会」のもと各社の「個人情報保護委員会」を設置し、適切に個人情報の管理を行っています。

日販グループのプライバシーマーク取得会社
日販物流サービス、日販アイ・ピー・エス、日販セグモ

※「プライバシーマーク」とは
「個人情報を適切に管理している」と評価された事業者が使用できるマーク

・事業継続計画

日販グループは、自然災害や感染症まん延等による事業継続リスクに対応するため、すべての事業会社で事業継続計画（BCP）を定めています。各社の事業継続マネジメント委員会にて、BCPのアップデートや訓練等を行い、実効性を高めています。

コンプライアンス

・コンプライアンス推進体制

日販グループは、内部統制委員会のもとにグループコンプライアンス委員会を設置し、コンプライアンス教育や啓発等の活動の推進及び通報制度の適切な運用を主導しています。各階層別にコンプライアンス研修を実施し、健全な企業風土の醸成を図っています。

・通報制度

日販グループは、「内部通報処理に関する規程」に基づき、コンプライアンス上の疑義がある行為等について、従業員が直接情報提供する手段として、2022年10月よりグループ全社で外部通報窓口を設置しており、各社で窓口の周知を図り実効性を高めています。

・反社会的勢力への対応

日販グループは、社会秩序及び健全な企業活動に脅威を与える反社会的勢力及び団体に対しては、警察等の外部専門機関と連携し、断固とした姿勢で組織的に対応します。

・法改正対応

日販グループのBtoCのウェブサイトは「JIS X 8341-3:2016の適合レベルAAに配慮」以上へ

グループ内へ各種法改正対応の周知を行っており、障害者差別解消法の改正にあたっては、BtoCウェブサイトを「JIS X 8341-3:2016の適合レベルAAに配慮」以上とする対応方針を決定しました。

データ集

Data

各種関連データをご報告いたします。

[メディアに掲載された記事](#) >

[Environment（環境）](#) >

[Society（社会）](#) >

メディアに掲載された記事

2024/5/9 新文化



「日販の強み」グループ会社に活かす

日販GHD社長・富樫建氏に聞く

「情流」「商流」取次ぐ価値

最重要課題「取次事業」イノベーション

2019年10月設立して約5年を経過する各社グループホールディングス(日販GHD)の取次社、日本出版流通株式会社(以下、日販)の社長富樫建氏は、4月1日付で発表された経営方針(以下、経営方針)の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。

「豊かさを届ける」経営理念 踏襲

「豊かさを届ける」経営理念を踏襲し、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する。富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

重要な「ネットワークの力」

出版社・書店と信頼関係で繋がる。富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

グローバル展開も視野に

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

本のある空間づくりへ

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

富樫社長は、経営方針の中で「情流」「商流」の取次事業を最重要課題として掲げ、そのイノベーションを推進することを明らかにした。また、読者の生活に寄り添う取次事業を推進する旨を述べた。

メディアに掲載された記事

2024/4/2 文化通信

書籍返品業務における

物流協業で合意

25年夏から開始へ

トーハンと日販

トーハンと日本出版販売（日販）は3月29日、2020年に開始した雑誌返品協業に続く第2弾として、書籍返品業務における物流協業について合意したことを発表した。25年夏ごろから書籍返品業務の協業を開始する。両社は18年11月7日に締結した物流協業の検討を開始する旨の基本合意書に基づき、両社間における物流協業について検討を進めてきた。

円滑な業務移管を實行するとともに、移管後の運用を簡素化することで、さらなる流通コストの削減を実現していくとしている。

なお、物流協業の実施

両社によると、業務提携後の教販を順次移管し、25年度内 検討を進めるにあたって知り得た相手方の機微情報については、独自禁止法遵守の観点から、書籍返品業務は、施設の立地や 移行を完了する。

処理能力などを比較検討した結果、今回の書籍返品協業による引き続き各社内で厳密な情報管理は、玉尾桶川市）で実施する。出版 庫内作業コストならびに固定費 理を行うことに変更はなく、必要に応じて公正取引委員会への共同流通協が所沢センターで受 の削減、返品拠点減による出版 要に託している書籍返品業務（日販・社様・運送会社様の負荷軽減を 報告・相談を行うことも同様と 楽天ブックスネットワーク・日 実現する。協業実行委員会では、している。

メディアに掲載された記事

2024/2/13 文化通信



長泉町・地田修町長（左）と日販・奥村崇二社長（日本出版販売提供）

「本を起点としたまちづくり」 包括連携協定を締結

日本出版販売（日販）で、「今後、さらなる相互連携を図り、読者施設や公共空間において本を起点としたコミュニティを創出し、豊かなまちづくりを計画していく」という。日販として初となる包括連携協定を締結している。

日販によると、長泉町は静岡県で最も人口増加率が高く、地方創生のモデルとして注目されている自治体。一方、その豊かなまちで、現在書店は軒も営業していないという。書店ゼロの自治体が増える中、日販は「地域に人と文化の交流拠点を創造する」ことを使命に、人と本との新たな出会いを生む本屋「文喫」などを、さまざまな事業を開設。このノウハウを生かして、「文喫」の出張企画「文喫ハナレ」の第一弾として、2023年9月に長泉町で行われた駅周辺の新しい創出を目的とする社会実験「駅前リビング」で、企画・運営を担当した。

「駅前リビング」では、本を柱に販売を創出することを目的に、本から出る「学び」が、さまざまな文化的アクティビティのあふれる交流拠点を設け、住民から好評だった。この結果を受け、日販として初となる自治体との包括連携協定を長泉町と締結した。

連携事項は以下の通り。
①最新のトレンドに関する地域の情報提供に関すること
②公共施設の空間整備や遊休施設の活用等に関すること
③本を活用した環境整備や運営に関すること
④本を活用した読み聞かせやイベントの実施等に関すること
⑤双方の情報発信に関すること

⑥その他必要と認められる事項
日販・奥村社長「これまで、日販は1949年の創業以来、全国の書店へ本をお届けすることで地域の文化的な生活を支えてまいりました。しかしながら、社会環境の変化、価値観の多様化といった時代の流れのなかで、書店の数は大きく減少しています。それはすなわち、日々の生活から文字・活字に直接触れる身近な機会が減り、人々の豊かな心を育む環境が失われているということです。私たちはこのような社会課題に対し、「人と文化がつながり、豊かになろう」という思いで、地域交流拠点の開発を進めています。本を起点にすることで、より豊かなまちづくりに貢献できるよう、これを最大限發揮し、課題解決を目指したまちづくりを共に進めています。今後、日本出版販売と長泉町との関係は、さらなる発展、活性化に貢献していきます。今回の包括連携協定の締結を行い、課題を乗り越え、豊かなまちづくりを共に進めていきたいと思います。」

日本出版販売（日販）で、「今後、さらなる相互連携を図り、読者施設や公共空間において本を起点としたコミュニティを創出し、豊かなまちづくりを計画していく」という。日販として初となる包括連携協定を締結している。

メディアに掲載された記事

2023/11/9 新文化

ブックサント

過去最大1683書店で展開

日販・日販労組 社員に向けイベント

日本出版販売と同労働組合はさきごろ、東京・千代田区の本社で、困難な状況にある子どもたち

に本を贈るプロジェクト「ブックサント」について社員向けに発信するイベントを開催した。

同プロジェクトは来店

トゥーヴァーアーツ、名古屋大学出版会、彩流社、ゲンロンには複数の推薦があったという。

者が書店店頭で購入した本をその場で寄付できる取組みで、NPO法人チャリティーサントが主催する。

昨年は約7万6000冊の寄付が集まった。寄付本はサントクロスに扮したボランティアや協

両賞の贈呈式は、来年1月18日午後5時半から、東京・千代田区の如水会館で行う予定。



力団体によって、子どもたちへ届けられる。今年

は過去最大の1683書店で実施中である。

同プロジェクトは2017年、リプロ(当時)からスタート。日販は構想段階から協力を続け、業界のイベントに育ててきた。今年の日販のグループ書店などでもレシートに印字してブックサントを告知。紀伊國屋書店やカルチュア・コンビニ

日販社員に向けアピール

エンスクラブなどへ参加を促している。

チャリティーサントの清輔夏輝代表理事はブックサントを通じて、「どんな環境に生まれた子どもでも、望めばクリスマスや誕生日に本が届くようにして

いきたい」と語った。今回のイベントは入社3年目の若手社員、プラットフォーム創造事業本部事業統括チームの大塚妃呂子氏が企画。入社1年目から日販内でブックサントに携わり、社員への広報活動にも力を尽くしてきた。

同氏は「日販グループは本が生活者に届くよう奮闘している」と語る。プロジェクトをサポートするなか「本は必要とされ続けている」と実感した」とし、多くの関係者に参加を呼びかけた。当日はリアルとオンラインで約50人が参加した。

メディアに掲載された記事

2023/9/21 新文化

ひらく、茨城・常総市の「まちなか再生事業」受託

日本出版販売の子会社であるひらくはこのほど、茨城・常総市が一般

社団法人地域総合整備財団（ふるさと財団）の支援を受けて行う「まちなか再生事業」を受託した。その一環として10月1日から11月26日まで、常総市の中心市街地である関東鉄道水海道駅周辺エリアの活性化を目的とした社会実験「Josso Collective」を行う。

「まちなか再生」とは、魅力や求心力の低下が課題視されるまちなか（生活に必要となる機能が相当程度集積する区域）について、外部専門家を活用して賑わいの創出など都市機能の充実を推進し、再生を図るもの。ふるさと財団では具体的・実務的ノウハウを有する専門家に業務委託等をする費用の一部を助成し、今年度は常総市を含む全国4自治体が対象となっている。

ひらくは、好奇心や学びの機会を後押しするための概念・サービス・場所を意味する「モチベーションインフラ」を実装した、図書館・公園・公民館などの公共的プレイスの開発に取り組んでいる。今回、「公共的プレイスの創造」の一環として常総市からひらくに市街地再生の打診があり、常総市がまちなか再生事業の対象自治体選ばれたことから、同業務の「まちなか再生プロデューサー」としてひらくの染谷拓郎代表が任命され、7月に常総市と契約した。

ひらくがプロデュースする常総市での取組みは、2019年に開催した公民連携のキャンペーン「森の生活」以来2回目。常総市では、今年4月に地方創生の新たな拠点として「道の駅常総」が開業している。そこから約10キロ離れた水海道駅周辺は、鬼怒川の水運を活かして発展した商人文化を象徴する歴史的建造物が残るエリアだが、現在は空き店舗が目立ち、まちなかの資源を十分に活かせていないことが課題となっている。

「Josso Collective」では、イベントやシンポジウムなどを通じ、今後のまちなかの方向性を市民と一緒に考えていく。まちなかエリアを活性化するための10のキーワードを仮説として設定し、キーワードに対応した設備や空間を設置し、市民や地元事業者の意向を把握する。実験の初日と最終日には、常総市長とゲストによる講演・トークセッションを行い、まちなかのヒントを得る予定。

日版
「本袋」販売累計17万枚超に
来年4月まで24種類発売

日本出版販売は、出版関係のコンテンツを通じてエゴ活動を企画・支援する「ONE ECO PROJECT」の一環として、9月15日からエゴバッグ「本袋（大）」を全国の賛同書店292店舗で順次販売している。

同プロジェクトでは昨年4月から、14カ月連続で「本袋」を発売。9月15日時点での累計販売枚数は17万枚を超えている。さらに、デザインとサイズを一新した「本袋（大）」全24種類を、来

メディアに掲載された記事

2023/8/24 新文化



緑化された王子DCの5階層外

ESG推進／共同会社構想／MPD事業再編 日販グループ「出版流通」再構築へ

日販GHD社長 吉川英作氏／王子流通センター所長 太田紀行氏に聞く



吉川英作社長

王子流通センターリニューアル 職場環境改善、CO2排出量削減で成果

王子流通センターは、10月10日開業される約3年間のリニューアル期間が完了した。今回は、日販グループの環境戦略を軸として、CO2排出量の削減と職場環境の改善を両立させた。出版流通分野では、日販グループが持つ「出版流通」の強みを活かして、新たな成長を遂げることを目指している。

「大量返品・返品」の時代は終わった

「大量返品・返品」の時代は終わった。我々出版界は、かつては大量の返品を受け入れてきたが、現在は返品率を抑制し、在庫を減らすことが求められている。これは、消費者の購買行動の変化や、出版業界の競争激化によるものである。出版界は、返品を減らすための対策を講じている。例えば、在庫管理の強化や、返品率の低い商品に力を入れるなどである。

次世代へ繋げられる書店 「グループ全体で守っていく」

書店は、次世代へ繋げられる重要な役割を果たしている。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。

書店主導で粗利改善 紀伊國屋書店、CCCと新会社構想

紀伊國屋書店、CCCと新会社構想。書店は、粗利改善のために、CCCと新会社構想を打ち出している。これは、書店の競争力を高め、持続可能な成長を遂げるための策である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。書店は、読者の心を育て、知識を伝える場所である。

トラック予約システム導入で 入場待ち渋滞「ほぼ解消」



太田紀行所長

トラック予約システム導入で、入場待ち渋滞「ほぼ解消」。王子流通センターでは、トラック予約システムを導入し、入場待ち渋滞をほぼ解消した。これは、物流効率を向上させ、環境負荷を軽減するための重要な取り組みである。王子流通センターは、環境戦略を軸として、CO2排出量の削減と職場環境の改善を両立させた。

王子流通センターは、10月10日開業される約3年間のリニューアル期間が完了した。今回は、日販グループの環境戦略を軸として、CO2排出量の削減と職場環境の改善を両立させた。出版流通分野では、日販グループが持つ「出版流通」の強みを活かして、新たな成長を遂げることを目指している。

メディアに掲載された記事

2022/8/4 新文化

王子通センターは、日ある1日の午前9時以降、約100台のトラックが毎日出入りする。物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室

物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室



王子通センターは、日ある1日の午前9時以降、約100台のトラックが毎日出入りする。物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室

王子通センターは、日ある1日の午前9時以降、約100台のトラックが毎日出入りする。物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室

王子通センターは、日ある1日の午前9時以降、約100台のトラックが毎日出入りする。物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室

トラック待機時間 30分以内に



王子通センターは、日ある1日の午前9時以降、約100台のトラックが毎日出入りする。物流現場の改革を総括する2氏

河村部長 運輸部 高橋室長 流通計画室

注文品トラック予約システム導入

ESGの取組みで実効 CO2削減量 年間10トン

日本出版流通大手王子通センター（東京都港区）と、注文品トラック発着バス注文窓口、トラック予約システムを導入した。トラックの待機時間が平均、時間短縮された。9割以上のトラックの待機時間が30分以内となった。ドライバーによるCO2削減量は、年間10トンに相当する。目次グループが推進するESGの取組みの一環として、本紙が取材した。

王子通センターは、年々増加する注文品トラックの待機時間を短縮し、ドライバーの労働環境改善の両方を同時に実現する。環境負荷の低減とドライバーの労働環境改善の両方を同時に実現する。環境負荷の低減とドライバーの労働環境改善の両方を同時に実現する。

システム導入で「楽になったのは“気持ち”」

ペテラドライバーの声

毎日300台以上のトラックが入場する王子通センター。以前は、トラックの待機時間が平均、1時間以上あった。システム導入後、待機時間が30分以内になった。ドライバーの気持ちも楽になった。



計画室の平山田出部長は、今回の取組みの目的は、ESGへの取組みとして社会課題を解決することにある。ドライバーの気持ちも楽になった。

待機状況 可視化し共有

業務効率化でも成果

待機状況が可視化し共有されたことで、業務効率化も成果が出ている。ドライバーの気持ちも楽になった。

データ集 Environment（環境）

サプライチェーンCO₂排出量の算定にあたって

日販グループでは、サプライチェーンのCO₂排出量を可視化し削減の優先度を判断する目的で、グループ企業19社のサプライチェーン排出量を算定しました。算定に当たっては、環境省・経済産業省「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン(ver.2.3)」を基にその他関係省庁、関連機関のガイドライン、マニュアル、データベース等を参照しました。

<算定期間> 事業年度（年度4月1日～3月31日）

<算定企業>

取次事業	日本出版販売株式会社、カルチュア・エクスペリエンス株式会社、出版共同流通株式会社、日販物流サービス株式会社、中三エス・ティ株式会社、株式会社学研ステイフル、株式会社ひらく
小売事業	NIC株式会社、NICリテールズ株式会社、株式会社いまじん白揚
海外事業	日販アイ・ピー・エス株式会社
雑貨事業	株式会社ガルトン
コンテンツ事業	株式会社ファンギルド
エンタメ事業	日販セグモ株式会社
新規・その他事業	日販グループホールディングス株式会社、株式会社ASHIKARI、日本緑化企画株式会社
シェアードサービス事業	日販ビジネスパートナーズ株式会社
IT事業	日販テクシード株式会社

データ集 Environment (環境)

出版流通に係るCO₂排出量 (2030年度目標 2020年度に対し、▲26%・▲21,000t-CO₂)

出版流通に係るCO₂排出量の管理対象範囲

= 日販、出版共同流通のScope1・Scope2 + 日販のScope3のカテゴリ4輸送（上流）及びカテゴリ9輸送（下流）

※注1 出版共同流通の2021年度のScope1のCO₂排出量減少は、重油による空調発電を止め、通常電力に切り替えた影響です

注2 出版共同流通単独での2021年度のScope2のCO₂排出量は、協業により(株)トーハン（以下、トーハン）の雑誌返品処理が始まった影響で増加していますが、日販とトーハンの2社合計のCO₂排出量は、協業開始前の2019年度の2,863 t-CO₂から、協業開始後の2021年度には2,775t-CO₂と約88 t-CO₂削減されており、業界全体のCO₂排出量の削減に寄与しています

(単位：t-CO₂)

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2020年度からの		算定の基になるエネルギー・活動	排出係数
						増減	増減率		
Scope1	日販	1,090	917	1,034	1,065	▲25	▲2%	石油製品、都市ガス、LPGの使用量	環境省DB
	出版共同流通	789	注1 51	42	38	▲751	▲95%	〃	〃
	Scope1計	1,879	969	1,076	1,103	▲776	▲41%		
Scope2	日販	5,814	5,367	4,281	3,491	▲2,323	▲40%	電気の使用量	電気事業者別 排出係数
	出版共同流通	2,629	注2 4,057	3,594	2,864	235	9%	〃	〃
	Scope2計	8,443	9,424	7,875	6,354	▲2,089	▲25%		
Scope3	4 輸送、配送 (上流)	34,546	31,961	29,573	26,646	▲7,900	▲23%	自社費用負担分の配送	省エネ法特定荷主
	9 輸送、配送 (下流)	34,546	31,961	29,573	26,646	▲7,900	▲23%	取引先からの返品輸送に関する排出量 (上記4の輸送(上流)にかかる排出量と同等とした)	省エネ法特定荷主
	Scope3計	69,092	63,922	59,146	53,292	▲15,800	▲23%		
合計		79,415	74,314	68,097	60,749	▲18,666	▲24%		

データ集 Environment (環境)

日販グループのScope・カテゴリ別CO₂排出量と算出方法

- ★印は、出版流通改革で削減目標となっている重要なScopeとカテゴリです。このScopeとカテゴリにおいては、トータルで 23,533 t-CO₂の削減を実現しました。
- Scope1は、日販の社用車の削減、全社ハイブリット車への移行等によりガソリン使用量が減少し、削減しています。
- Scope2の電気使用量は、日販の王子流通センターで再生可能エネルギー由来の電力を導入するなど、グループ全体で順調に削減が進んでいます。
- Scope3は、カテゴリ2 資本財（取得固定資産）の影響により減少しています。

日販グループが重視しているScope3の排出量の8割を占める輸送（カテゴリ4、カテゴリ9）は、▲17,600t-CO₂の減少となっています。

(単位：t-CO₂)

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2020年度比 増減	2020年度比 増減率	算定の基になるエネルギー・活動	排出係数	
Scope1★		3,270	2,060	2,276	2,151	▲1,119	▲34%	石油製品、都市ガス、LPG、ガソリンの使用量	環境省DB ※2	
Scope2★		24,565	25,460	22,275	19,751	▲4,814	▲20%	電気の使用量	電気事業者別 排出係数 ※1	
Scope1・2計		27,835	27,519	24,552	21,902	▲5,933	▲21%			
Scope3	1 購入した製品・サービス	283	288	261	227	▲56	▲20%	コピー用紙購入枚数（重量）に限定	環境省DB ※2	
	2 資本財	6,936	12,716	6,410	6,419	▲517	▲7%	該当年度に固定資産（ソフトウェア含む）に計上した金額	環境省DB ※2	
	3 スcope1,2に含まれない 燃料及びエネルギー活動	4,460	4,666	4,049	3,879	▲581	▲13%	電力の使用量 燃料の使用量	環境省DB ※2 IDEAv2 ※3	
	4 輸送、配送（上流）★	45,733	44,560	42,053	36,033	▲9,700	▲21%	自社費用負担分の配送	省エネ法特定荷主 環境省DB ※2	
	5 事業から出る廃棄物	331	331	410	270	▲61	▲18%	産業廃棄物の種類別排出量	環境省DB ※2	
	6 出張	403	352	526	772	369	92%	移動手段別の出張旅費	環境省DB ※2	
	7 雇用者の通勤	1,177	942	1,042	1,061	▲116	▲10%	移動手段別の通勤費（定期券・ガソリン代）	環境省DB ※2	
	8 リース資産（上流）	-	-	-	-	-	-	-	該当しない（Scope1,2に含めため）	-
	9 輸送、配送（下流）★	34,546	31,961	29,573	26,646	▲7,900	▲23%	取引先からの返品輸送に関する排出量 （上記4の輸送（上流）にかかる排出量と同等とした）	省エネ法特定荷主	
	11 販売した製品の使用	-	-	-	-	-	-	-	該当しない（環境省基本ガイドラインによる）	-
	12 販売した製品の廃棄	-	-	-	-	-	-	-	廃棄率、リサイクル率等が不明のため算定できず	-
	13 リース資産（下流）	2,476	2,568	2,316	2,350	▲126	▲5%	賃貸物件のテナントの電力及びガス使用量	環境省DB ※2	
	14 フランチャイズ	-	-	-	-	-	-	-	該当しない（環境省基本ガイドラインによる）	-
	15 投資	-	-	-	-	-	-	-	該当しない（環境省基本ガイドラインによる）	-
	Scope3計		96,345	98,384	86,640	77,658	▲18,687	▲19%		
		124,180	125,904	111,191	99,560	▲24,620	▲20%			

※1 電気事業者別排出係数(特定排出者の温室効果ガス排出量算定用) - R4年度実績 - (環境省・経済産業省公表、R5.12.22)...調整後排出係数を使用

※2 環境省DB：サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベース (ver3.2)

※3 IDEAv2：IDEAデータベースver2.3（一般財団法人サステナブル経営推進機構）

データ集 Environment (環境)

日販グループ 事業別CO₂排出量

(前頁の日販グループCO₂排出量の事業別内訳)

事業別CO₂排出量 (Scope1~3計)

(単位：t-CO₂)

	2022年度	2023年度	構成比	増減率
取次事業	80,666	72,813	73%	▲10%
小売事業	14,289	12,187	12%	▲15%
海外事業	8,911	7,345	7%	▲18%
雑貨事業	728	708	1%	▲3%
コンテンツ事業	332	70	0%	▲79%
エンタメ事業	42	67	0%	62%
新規・その他事業	5,900	5,984	6%	1%
シェアードサービス	127	97	0%	▲24%
IT事業	197	288	0%	46%
合計	111,191	99,560	100%	▲10%

日販グループ 電気・燃料使用量の状況

(前頁の日販グループCO₂排出量と同じ算出期間の燃料使用量)

※使用料合計は原油換算した数値

①物流センター、店舗、事務所の電気・燃料使用量

	2022年度	2023年度	増減率
電気	52,480 千kwh	49,680千kwh	▲5%
都市ガス	436 千m ³	437 千m ³	0%
LPG	28 t	28 t	0%
A重油	92 kℓ	76 kℓ	▲18%
使用料合計 (※)	12,336 kℓ	11,697 kℓ	▲5%

②運搬、営業等の社用車の燃料使用量

	2022年度	2023年度	増減率
ガソリン	178 kℓ	154 kℓ	▲13%
軽油	213 kℓ	202 kℓ	▲5%
使用料合計 (※)	362kℓ	331 kℓ	▲9%

(参考) 太陽光発電量の状況

(日販王子流通センター、日販ねりま流通センター)

	2022年度	2023年度	増減率
発電量	114 千kwh	266 千kwh	133%
CO ₂ 換算	52 t-CO ₂	109 t-CO ₂	110%

データ集 Environment (環境)

改正省エネ法・温対法・東京都環境確保条例・埼玉県地球温暖化対策計画制度

(1) 改正省エネ法・温対法 目標 5年平均のエネルギー消費原単位を1%以上低減

省エネ法の特定事業者(年間エネルギー使用量1500ℓ以上)に該当するのは、日販、出版共同流通、NICリテールズの3社。

特定荷主(輸送量合計3,000万トンキロ以上)に該当するのは、日販の1社。

①特定事業者

		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	5年平均
日販	エネルギー消費原単位前年比(%) ※1	91.4	101.3	95.6	94.7	93.3	96.2
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	7,304	6,987	6,214	6,012	5,830	—
出版共同 流通	エネルギー消費原単位前年比(%)	94.7	100.5	117.7	89.6	83.8	97.1
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	3,843	3,736	4,180	3,684	3,550	—
NICリテールズ ※2	エネルギー消費原単位前年比(%)	112.8	81.2	89.0	88.8	80.6	84.8
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	4,824	4,563	4,303	3,687	7,716	—

※1 日販は「エネルギーの使用量と密接な関係を持つ値」を事業所の面積に変更し、過去5年間に遡及して変更した。

※2 2022年度まではプラスが対象であったが、小売事業の再編により、2023年度はNICリテールズ(旧プラス、旧リプロプラス、旧積文館書店、旧Y・spaceの合計)となった。

②特定荷主

		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	5年平均
日販	エネルギー消費原単位前年比(%)	94.3	100.3	107.6	108.7	109.9	106.6
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	36,034	34,546	31,961	29,573	26,646	—

データ集 Environment（環境）

(2) 東京都環境確保条例

東京都内の建物・施設単位のエネルギー使用量（原油換算）年間で1,500kℓ以上が報告対象で、日販本社ビルと日販王子流通センターが該当する。

（単位：t-CO₂）

		第三期削減期間（2020～2024年度）			
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
日販本社ビル	目標排出量※1	4,729	4,729	4,729	4,729
	排出量実績	4,516	4,504	4,569	4,586
	目標差（実績-目標）	▲213	▲225	▲160	▲143
基準排出量：6,478					
日販王子流通センター	目標排出量※1	4,037	4,037	4,037	4,037
	排出量実績	4,087	4,019	3,892	4,054
	目標差（実績-目標）	+50	▲18	▲145	+17
基準排出量：5,530					

※日販本社ビルは2004～2006年度、日販王子流通センターは2007～2009年度の平均排出量を基準量として、第三期削減期間は基準量の▲24%以上のCO₂削減を目標と設定

(3) 埼玉県地球温暖化対策計画制度

埼玉県内の事業所単位のエネルギー使用量（原油換算）年間で1,500kℓ以上が報告対象で、出版共同流通が該当する。

（単位：t-CO₂）

		第三期削減期間（2020～2024年度）			
		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
出版共同流通	基準排出量	3,843	3,843	4,180	4,180
	目標排出量	3,651	3,651	3,971	3,971
	排出量実績	3,736	4,180	3,740	3,550
	目標差（実績-目標）	+85	+529	▲231	▲630

※前述の通り、協業影響により出版共同流通単独のCO₂排出量は増加しているが、トータルでの2社合計では削減
 ※埼玉県と協議の上、2022年からは基準排出量を3,971t-CO₂とすることを決定

データ集 Society (社会)

従業員の状況

(単位：%)

社名	管理職に占める女性 労働者の割合 ※1	男性労働者の育児 休業取得率 ※2	労働者の男女の賃金の差異 ※4		
			全労働者	うち 正規雇用労働者	うち パート・有期労働者
日販グループホールディングス(株)	9.1	—	63.7	63.7	—
日本出版販売(株) ※3	8.8	100.0	73.0	73.8	123.8
カルチュア・エクスペリエンス(株) ※3	10.1	—	70.0	83.0	82.1
NICパートナーズ(株) ※3	24.2	40.0	81.1	78.4	98.0
日販アイ・ピー・エス(株)	12.9	100.0	69.7	71.1	109.5
(株)ダルトン	47.6	50.0	73.8	75.9	82.4
(株)ファンギルド	50.0	—	99.2	100.3	91.0
日販セグモ(株)	60.0	—	97.0	97.3	—
日販ビジネスパートナーズ(株)	23.1	—	105.3	79.8	108.0
日販テクシード(株)	24.3	—	79.9	79.6	99.1
合計	15.6	84.0	70.0	74.6	96.0

※1 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)の規定に基づき算出

※2 「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定に基づき、「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律施行規則」(平成3年労働省令第25号)第71条の4第1号における育児休業等の取得割合を算出

※3 「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(平成27年法律第64号)及び「育児休業、介護休業等育児又は家族介護を行う労働者の福祉に関する法律」(平成3年法律第76号)の規定による公表義務の対象会社

※4 男女の賃金の差異については、男性の賃金に対する女性の賃金の割合を示す。なお、男女の賃金の差異は、等級別人数構成の差によるものであり、同一労働による男女の賃金の差はない



「NIPPAN GROUP ESG Report 2024」

日販グループホールディングス株式会社
東京都千代田区神田駿河台4-3
TEL: 03-3233-4838 FAX: 03-3233-4176