

NIPPAN GROUP

ESG

Report

2023

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 4
- ESG方針 5
- グループのESG経営を推進する体制 7



Society (社会)

- マテリアリティ 20
- エグゼクティブサマリー 21
- 2022年度実績 22
- グループ人材戦略の推進 23
- 働き方改革 25
- 事業を通じた社会課題解決 29
- 社内教育・啓蒙 37



Environment (環境)

- マテリアリティ 9
- エグゼクティブサマリー 10
- 2022年度実績 11
- 脱炭素化の推進 13
- 循環型社会の実現 16
- 自然との共生 18



Governance (ガバナンス)

- エグゼクティブサマリー 39
- コーポレートガバナンス 40
- リスクマネジメント 42
- コンプライアンス 43
- (参考) データ集 44



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 2022年度（2022年4月1日～2023年3月31日）
一部、2023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 2023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 吉川 英作

日販グループは、サステナブルな社会・業界の実現のため、ESGを重視した経営を推進しています。ESGは、社会と共に企業が発展していく上で重要な3つの観点ですが、“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”を経営理念として標榜する日販グループにとって、最も注力しなければいけない概念であり、ESGを意識した事業活動が結果としてSDGsの達成に貢献していくと考えます。

グループの祖業である取次事業は「公の器」として社会に貢献してきた矜持があり、私たちの経営理念やこの矜持はESGに直結するものです。取次事業の中核事業会社である日販が進める出版流通改革は、現在、業界内の様々なプレイヤーが様々な場面で、その論理を発信しています。業界の発展のため、それはとても素晴らしいことで、本家本元を自負する日販も、粛々と懸命に進めています。

しかしながら、それらの改革は、業界内でのプロフィットシェアの配分を変えることや読者のみなさまへ早く安定して本を届けるための流通を構築することなど、それぞれがそれぞれの目的達成のため、個別に進めている状態になっているのかもしれませんが。本来であれば、業界共通の大いなる1つの目的のもと、改革が推進されるべきなのだと思います。

業界一丸となって取り組むべき最大の課題は、返品問題ではないでしょうか。送品を100としたときに、その内40近くが返品されるというのは明らかなムダであり、そのムダをなくすことは、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、どちらにも資するものです。これはきっと、業界共通のパーパスになると思います。

p.3につづく

トップメッセージ

日販グループのESGレポート作成初年度である2021年に、2020年度の実績数値を基にした返品減少による環境視点での効果を試算（業量の減少にCO₂排出量の減少が追いつくことを前提とする）してみたところ、日販ルートの返品における（返品される商品の仕分けや輸送によって排出される）CO₂排出量は年間約52,600t-CO₂（自家用乗用車が年間に出すCO₂の約37,500台分）でした。ここから取次ルート全体を類推すると、年間で約123,700t-CO₂（自家用乗用車約88,200台分）となります。

ここでもし、雑誌の返品だけでもゼロになると仮定した場合、雑誌の返品センターは不要となり、返品にかかる仕分け作業や輸送量が減少します。これにより、取次ルート全体では年間で約50,300t-CO₂（自家用乗用車約35,900台分）のCO₂排出が削減されることとなります。

あくまで試算ではありますが、輸配送の効率化や倉庫内作業の見直しも含めて目標値と戦術を練っていくことが、出版流通改革そのものだと思います。改革のスコープは当然、サプライチェーン全体に及びますが、まずは出版流通改革により実現する2030年度目標を<出版流通に係るCO₂排出量 -26%（-21,000t-CO₂）/返品冊数 -68%（-2.5億冊）>と設定しました。この目標を達成するための返品率は15%以下（-21pt）です。サプライチェーンのCO₂排出を含め、日販グループのCO₂総排出量の64%を占めるのが出版流通に係る部分であるため、まずはこの目標の達成が、結果として業界全体に貢献できるものとして改革を推し進めていきます。

そして当然ながら、日販だけでなくグループを挙げてESGへの取り組みに挑戦していきます。

2023年2月には「“共創と共生”一人ひとりが輝けるオフィス、環境と人に配慮したやさしい物流センターへ」をテーマに、日販グループホールディングス御茶ノ水本社、日本出版販売王子流通センターをリニューアルいたしました。ともに、従業員の新しい働き方にミートし、グループ内のみならず社外のパートナーの皆様と自由にコミュニケーションできる場所となることを願っています。

引き続きグループ共通で、働き方改革やDXの推進によるペーパーレス化、トランザクションの削減、各種業務効率化などを進めてまいります。

各事業においても、それぞれの特色を活かしたESGへの取り組みを積極果敢に行っており、すでに、返品から発生する古紙を使ったサステナブルなプロダクトの製作をスタートしています。2023年6月には、グループ書店では石灰石と植物由来樹脂を使用した環境配慮型の袋「バイオライメックスバッグ」をお買い物袋として全店で導入、運営しているECサイト「Honya Club.com」では梱包資材を完全脱プラ化いたしました。加えて、企業のオフィスや様々な商業施設へのグリーンの導入をサポートする事業も拡大しており、これはまさしく地球環境への貢献そのものとして、グループのサステナビリティの象徴ともいえる存在です。その他、海外・雑貨・コンテンツ・エンタメの各事業も含め、グループ全社でESGへの取り組みに挑戦していきます。

サステナブルな社会・業界の実現のため、ESGに本気で取り組む文化を醸成することこそが、日販グループの未来をつくと確信しています。

日販グループホールディングス株式会社
代表取締役社長 吉川 英作

（参考）2023/4/25付の文化通信に掲載された
吉川社長のトップインタビューはp.45-46に全文掲載

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 7,598人（非正規雇用を含む）

連結会社数 35社

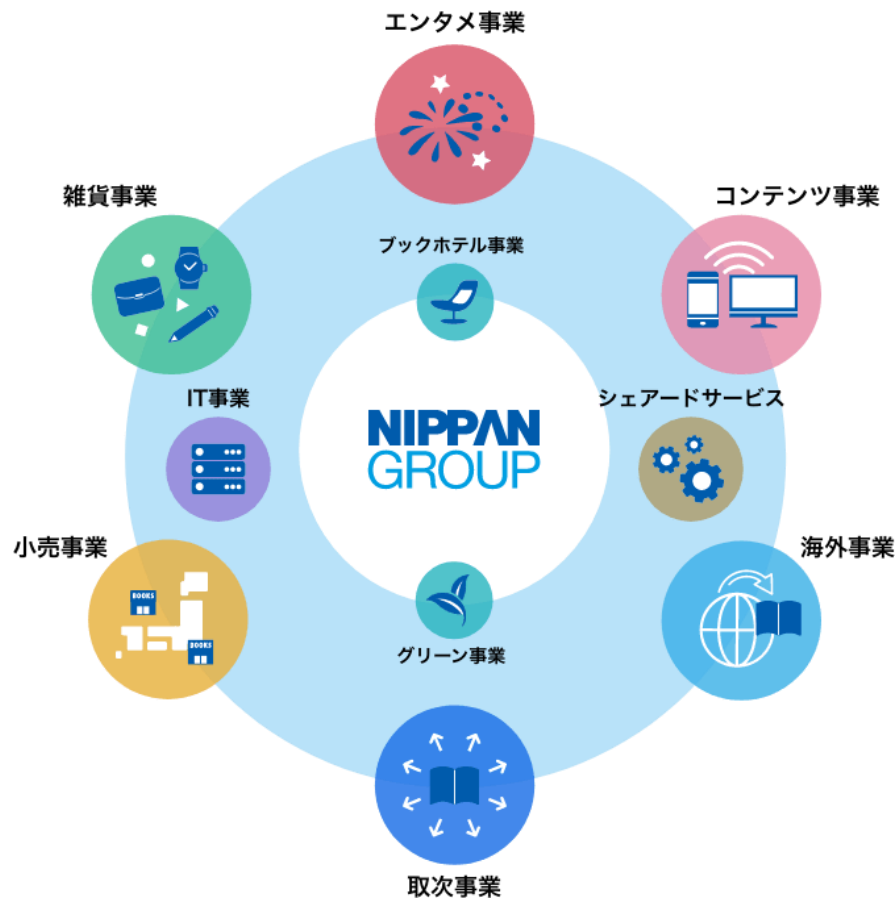
連結経営成績
(2023年3月期) 売上高 4,440億円

※連結従業員数・連結会社数は2023年3月31日時点

日販グループ
ホームページ



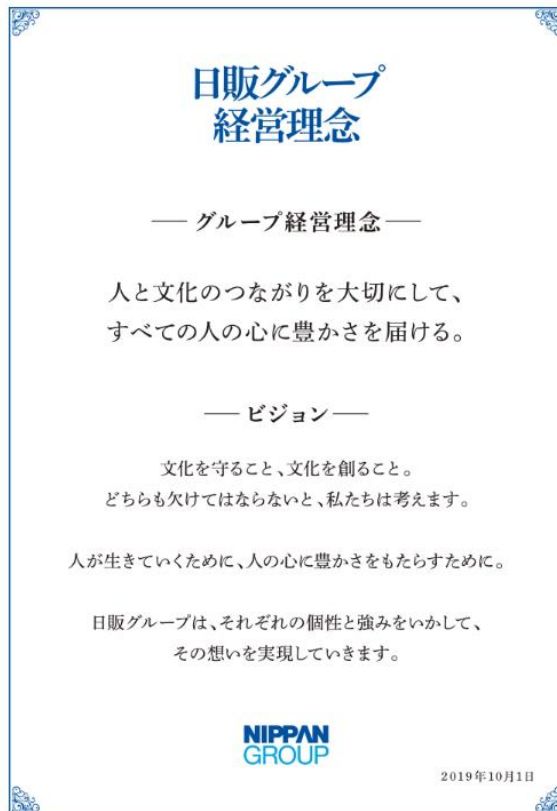
日販グループの事業領域



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

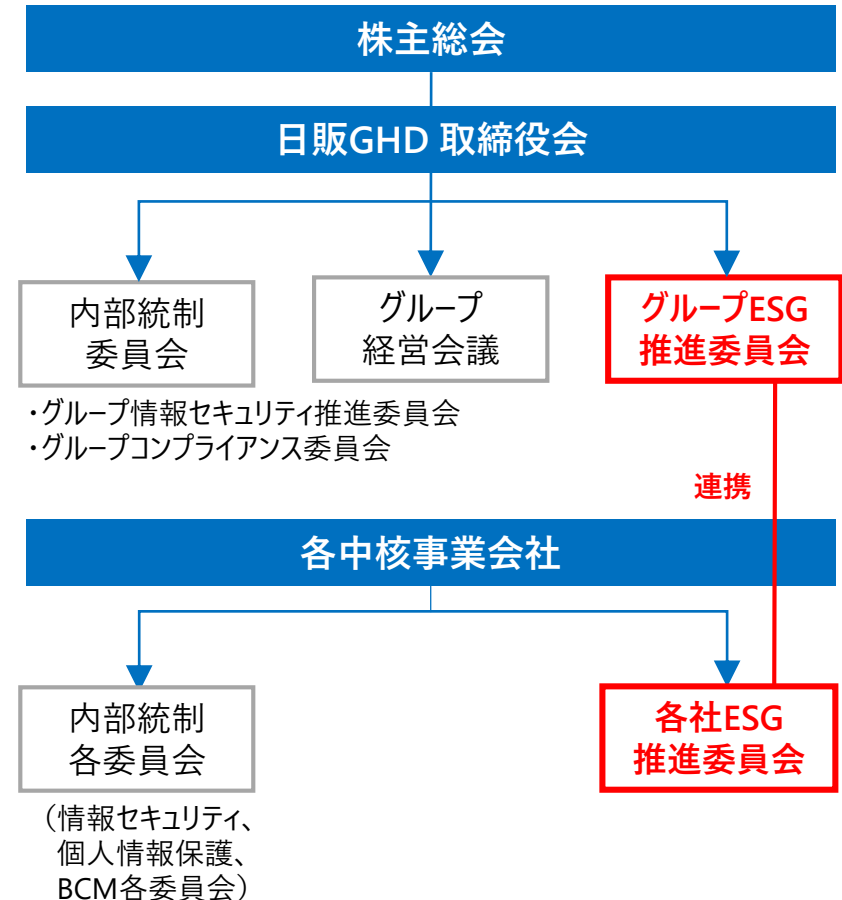
1. グループのESG経営に係わる活動の方針・計画の策定
2. グループと持続可能な社会の実現に関する課題、リスクと機会の適時把握及び方針・計画への反映
3. グループ中核事業会社のESG方針・計画の承認、実行状況のモニタリング、グループ内の統一性保持
4. グループ及び各社のESGの重要事項の審議・決定

・構成：グループの経営メンバー＋外部アドバイザー

委員長：日販GHD代表取締役

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、外部アドバイザー

※2022年度の主な活動はp.39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](#)



[2022年度実績](#)



[脱炭素化の推進](#)



[循環型社会の実現](#)



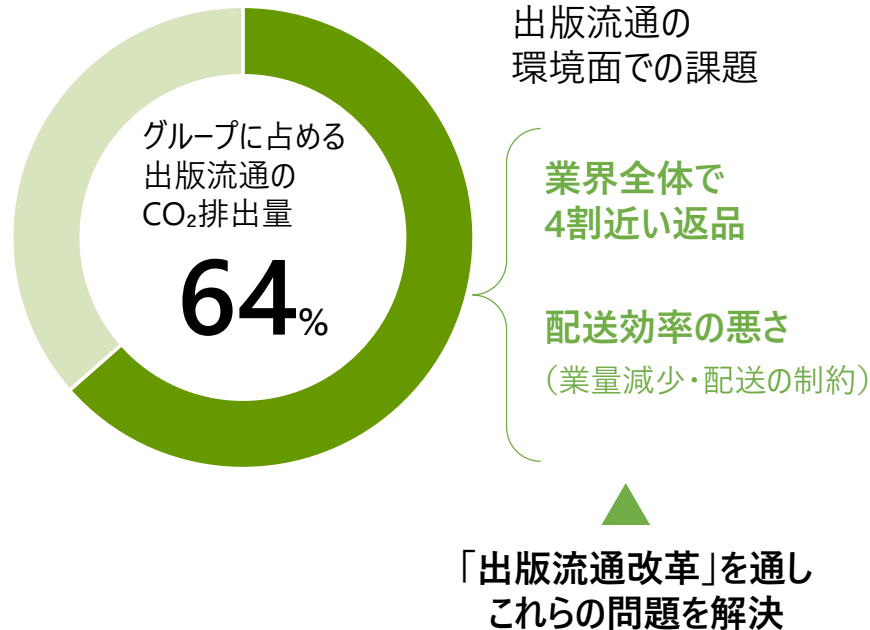
[自然との共生](#)



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

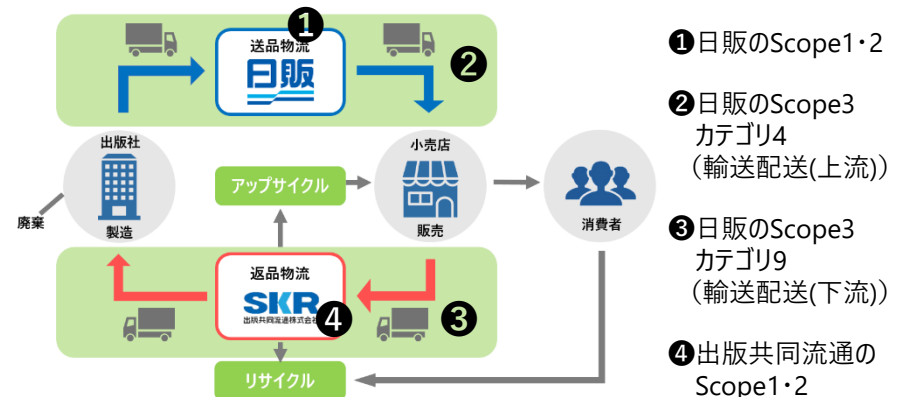
出版流通改革の実現により、2030年度までに、下記の出版流通に係る環境目標の達成を目指します。

2030年度目標（2020年度比較）

出版流通に係るCO ₂ 排出量	▲26%（▲21,000t-CO ₂ ）
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）：2022-2023 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。2022年度は2020年度に対し▲15%、▲11,820t-CO₂の削減となりました。
- ✓ また、グループのScope1・2のCO₂排出量についても、2030年度までに実質ゼロとすることも目標に追加しました。2022年度の実績は▲14%、▲3,769t-CO₂の削減となりました。
- ✓ 脱炭素（CO₂削減）の他、脱プラスチック（以降「脱プラ」）を新たにグループとして取り組むべきテーマに設定、2030年度までに脱プラを実現することを目標に定めました。2023年6月には日販グループの全ての書店において、石油由来のレジ袋を廃止し、環境配慮素材のBio LIMEX Bag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.9 ①～④)
CO₂排出量

▲15% ▲11,820 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

▲14% ▲3,769 t-CO₂

2022-2023 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▲1,427t-CO₂削減
- ② 2023年3月 ねりま流通センターへの太陽光発電導入により、2023年度以降、▲70t-CO₂の削減見込
- ③ 2023年6月 書店グループとして初めて、買い物袋にBio LIMEX Bag導入
- ④ 2023年6月 自社運営オンライン通販サイトの梱包資材をサステナブルな紙素材に変更

Environment（環境）：2022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、▲15% ▲11,820t-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、▲13% ▲1,071t-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	1,077	▲43%	▲803
Scope2	日販 出版共同流通	7,372	▲13%	▲1,071
Scope3	輸送 (カテゴリ4・9)	59,146	▲14%	▲9,946
対象 範囲計		67,595	▲15%	▲11,820

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▲1,427t-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稼働し、2023年度のCO₂削減効果が期待されます。
- ・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▲420t-CO₂の効果が出ています。

		年間の 削減効果 (t-CO ₂)
トーハンの雑誌返品協業 ※	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-	▲52
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-	▲799
自家配送コース再編 首都圏エリア	2022/ 4-	▲420

※2021年度に算出した削減効果数値を継続して使用 計 ▲1,427

Environment（環境）：2022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が、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.53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、▲14%、▲3,827t-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	2,277	▲30%	▲993
Scope2	21,731	▲12%	▲2,834
Scope1-2計	24,008	▲14%	▲3,827

（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▲10%、▲9,726t-CO₂と大幅に減少しました。カテゴリ2の資本財の減少と、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	6,446	7%	▲7%	▲489
3 Scope1-2に含まれないエネルギー活動	3,995	5%	▲10%	▲465
4 輸送、配送（上流）	42,053	49%	▲8%	▲3,680
5 事業から出る廃棄物	406	0%	+23%	+75
7 雇用者の通勤	1,042	1%	▲11%	▲134
9 輸送、配送（下流）	29,573	34%	▲14%	▲4,973
13 リース資産（下流）	2,316	3%	▲6%	▲160
その他	787	1%	+15%	+101
Scope3計	86,619	100%	▲10%	▲9,726

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 配送の効率化

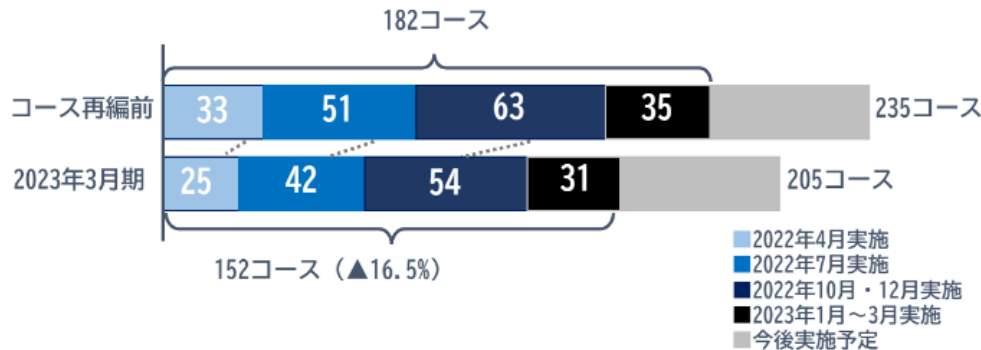
日販グループは、循環型社会の実現に向けて、「脱プラ」と「循環型の商品研究・開発」の取り組みを開始しました。特に、生産・廃棄に天然資源が消費されるプラスチックについては、「2030年度に脱プラを実現する」というグループ共通目標を掲げ、「店頭資材」「物流」「自社製品」のカテゴリに分けて計画を策定し、取り組みを進めています。

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。

首都圏自家配送の約8割のコース再編を実施

2022年度は、首都圏全域の自家配送235コースの再編を目標に取り組み、2023年3月までに、約8割の182コースの再編を完了。結果、30コース削減（▲16.5%）。CO₂排出量の年間削減効果は、▲420t-CO₂となりました。

■ 首都圏コース再編進捗



首都圏自家配送コース 182コースを再編した成果

✓ 配送コース数

▲30コース
(▲16.5%)

✓ 走行距離 (km/日)

▲1,196km/日
(▲9.8%)

✓ 積載率

+31%→39%
(125%UP)

✓ CO₂排出量/年

▲420t-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）

日販は、取り扱い商品・業量の減少にあわせ、適宜、物流拠点の効率を高める拠点の統廃合・再配置を行っています。主な拠点の統廃合・再配置の実績は以下の通りです。

- 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

中期物流拠点の再編計画に着手 持続可能な出版流通の構築とともに、実質的なCO₂排出量ゼロ化へ

日販グループでは、現在13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。

■ 物流協業（複数の取次会社の業務）

物流業務の効率化のために、複数の取次会社の業務を共同で行う協業を推進しています。返品協業を行う出版共同流通は、2020年11月から、トーハンの返品協業を開始、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%)**



トーハンの雑誌返品協業を行う出版共同流通蓮田センター

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 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。

ねりま流通センターに太陽光発電導入

実質CO₂ゼロの物流センターとして稼働する日販 王子流通センター3号館に続き、2023年3月より、ねりま流通センターでも太陽光発電を開始しました。これにより、ねりま流通センターの使用電力の約5%を賄う事ができるようになり、年間で約▲70t-CO₂の削減を見込んでいます。



ねりま流通センターの太陽光発電パネル

■ その他の取り組み

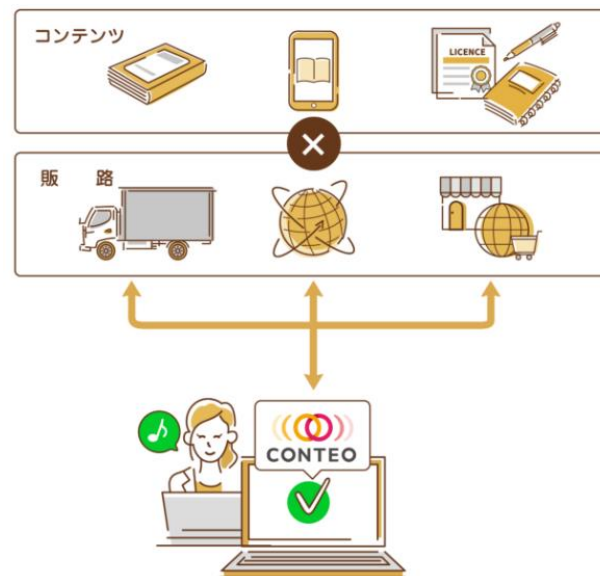
システムをクラウド化することで、エネルギー効率UP等により電力消費量が削減され、CO₂排出量も削減されることから、日販グループは保有するシステムのクラウド化を進めています。

また、省エネ、ペーパーレス等もグループ共通で推進しています。

出版社向けコンテンツ管理クラウドシステム「CONTEO」を販売開始

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」を新開発、提供を開始しました。

クラウドサービス



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。

書店グループとして初のBio LIMEX Bag導入

日販グループ書店（全199店舗）のお買い物袋に、石灰石と植物由来樹脂を使用した環境配慮型の袋「Bio LIMEX Bag」を、2023年6月より導入しました。書店グループとしては、初の導入事例となります。石油由来プラスチックの使用量を年間約20t、温室効果ガス排出量を約72t削減できる効果が見込まれます。



書店グループで初の導入となったBio LIMEX Bag

店舗で使用する資材も脱プラ化に着手

「SHARE LOUNGE」で使用するドリンクのカップや蓋、スプーンといった資材を、紙素材をはじめとしたプラスチックに変わる素材へ切替を進めています。

店頭におけるコミック等のシュリンク袋も50%削減を目標に、具体的な検討を開始しました。



TSUTAYA BOOKSTORE 下北沢のSHARE LOUNGEで使用中的リターナブルカップ

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

自社が運営するECの梱包資材を2023年6月より完全脱プラ化

オンライン通販サイト「Honya Club.com」の梱包資材を、2023年6月より、プラ素材を使用しない梱包（紙資材の梱包）に変更しました。プラスチックの使用量を年間約10t削減できる見込です。

梱包に使用する帯、封筒はすべて紙素材を使用。
2023年8月末以降は、下図の梱包デザインへ変更予定。



その他では、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ものを使用する等、資源の循環活用とCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

■梱包資材や古紙を再生利用したサステナブルな商品開発

日販グループは、物流センターの梱包資材（プラスチック）や出版物から生まれた古紙を素材として活用する研究・開発に取り組んでいます。

事業から生まれる循環素材を使用し、ノベルティを製作

日販グループのESG活動を身近に感じてもらいたいという思いから、取次事業により生まれた循環素材を活用したゴルフティーをはじめとしたゴルフ関連ノベルティを製作、取引先へ提供しています。



ゴルフティーは日販の物流現場で使用している梱包資材を再生利用し、封筒とメッセージカードには返品された出版物の古紙を40%以上含む再生和紙を使用しています。

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（日販 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](#)



[2022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](#)



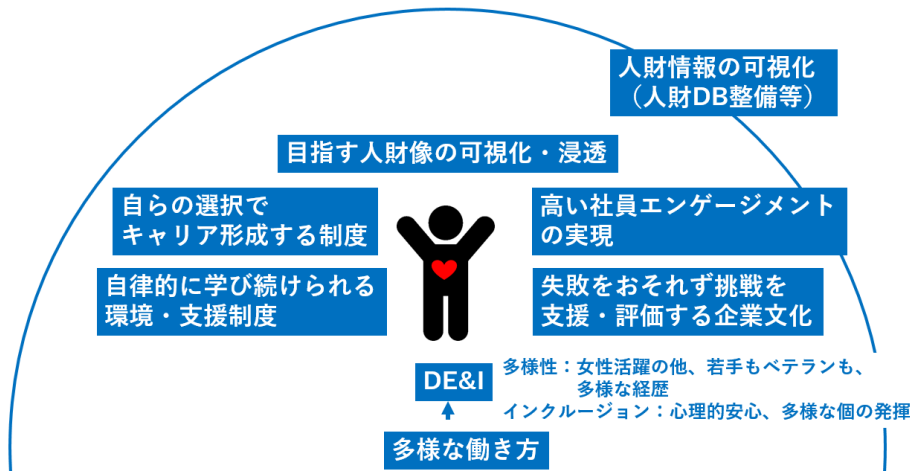
Society（社会）：マテリアリティ

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（現状15%）とすることを取り組んでいます。



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として設定し、取り組んでおります。

- 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）：2022-2023 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。2023年4月の女性管理職比率は15%、2022年度の育児休暇の取得率は男性52%、女性100%となりました。
- ✓ グループでのESGを推進する中、グループのITを担う日販テクシードは、多様な働き方の実現に向けた取組みが評価され、「東京ライフ・ワーク・バランス認定企業」大賞を受賞しました。（p.25参照）

グループ女性管理職比率

2023年4月
グループ全体
女性管理職比率

15% (+0.8%)

※2023年4月の昇格者に占める女性管理職比率は26%

グループ全体の育児休暇取得率

男性
52%
(+16%)

女性
100%
(±0%)

2022-2023 トピックス

- ① 2023年2月 日販テクシードが令和4年度「東京ライフ・ワーク・バランス認定企業」大賞受賞
- ② 本社と日販 王子流通センターを、全ての従業員がより快適に働ける“人にも環境にもやさしい”オフィスへリニューアル
- ③ 日販が2023年3月「健康経営優良法人2023」に認定され、日販テクシードが2022年12月「えるぼし（最高位）」取得
- ④ 出版社20社、書店52法人が参加するエコバッグ「本袋」が、累計販売枚数14万枚を突破

Society（社会）：2022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、課長級以上で1%上昇、**グループ全体では15%となりました。**
- ・2023年4月の**管理職昇格者の内26%が女性**（前年と比べて1%上昇）、**係長級の昇格者は29%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。**

	2023年4月 (人数)		2023年4月		2022年4月
	男性	女性	男性 比率	女性 比率	女性 比率
管理職	796	146	85%	15%	15%
役員/部課長	353	39	90%	10%	9%
係長	443	107	81%	19%	19%
社員	1,571	793	66%	34%	33%

(参考) 2023年4月 グループ管理職昇格者の女性比率

	2023年4月 (人数)		2023年4月	
	男性	女性	男性 比率	女性 比率
管理職	64	23	74%	26%
役員/部課長	23	6	79%	21%
係長	41	17	71%	29%

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、昨年度の**36%から52%へ16%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14%、女性85%）に比べ、**日販グループは男女とも高い取得率です。**

	2022年度 (人数)		2021年度	
	男性	女性	男性	女性
対象者	33	40	33	48
取得者	17	40	12	48
取得率	52%	100%	36%	100%
平均（※）	14%	85%	14%	85%

※厚生労働省「令和3年度雇用均等基本調査」より

グループの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**68%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	68%
正規雇用労働者	72%
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と決めました。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。

2023年4月 管理職昇格者の26%が女性

日販グループの2023年4月の管理職昇格者87名の内、26%（23名）が女性、係長級の昇格者では58名の内、29%（17名）が女性、となり女性のキャリアアップが進んでいます。



2023年4月
女性の管理職昇格者
(全体)

26%

2023年4月
女性の管理職昇格者
(係長級)

29%

(参考) グループの社員の女性比率は34%

日販テクシードが「えるぼし」取得

ファンギルド、日販が取得した、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」について、2022年12月に日販テクシードも、5つの基準を全て満たす3段階目（最高位）を取得しました。今後もグループ各社での取得を推進してまいります。



(2021年取得)



(2022年取得)



(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、あらゆる人材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&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. 多様な人材の採用、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&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ました。



■ グループを横断した人材活躍機会の提供

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、グループ横断した適材適所の配置を行っています。またジョブチャレンジ制度も活用しています。

・所属会社以外のグループの企業で活躍



・ジョブチャレンジ制度（2017年度から開始）



本人が希望する事業・職種を選んで異動・出向

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。

全ての従業員がより快適に働ける“人にも環境にもやさしい”オフィスとして、本社と日販 王子流通センターをリニューアル

日販グループで働く従業員一人ひとりが、より輝き、より高いパフォーマンスを発揮できるようになることを目的として、日販グループのヘッドクォーターである御茶ノ水本社をグループ内ならびに社外パートナーとの共創が生まれる場「オチャノバ」に、また日本の出版流通を支える王子流通センターを環境や人に配慮したやさしい物流センターに、それぞれリニューアルしました。



御茶ノ水本社7F「オチャノバ」
撮影 鈴木文人



なお、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等にリラックスする場として活用されている他、近隣にお住まいの方からも「家からセンターの屋上の緑が見えるのが毎日楽しみ」とのお声をいただく等、社内外を問わずに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。（写真は、センターで働く方の家族を招いた読み聞かせイベント）

Society（社会）：働き方改革

■ 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。

日販が「健康経営優良法人2023」に認定

日販の「働き方改革」や、「就業と治療の両立支援」などの取り組みが評価され、「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」の認定を受けました。2022年に健康優良企業の認定である「銀の認定」を取得した日販アイ・ピー・エスも、認定を目指して取り組みを進めています。



※「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。

■ 女性のヘルスケアサポート

グループの社員の1/3を占める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（株ファミワン）

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14万枚を突破

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、2023年4月末時点で、累計販売枚数14万枚を越えました。環境保全団体OWS*への寄付は、同じく4月末時点で、累計金額279,544円となっております。2023年9月から仕様と価格を変更し、新たな「本袋」を発売。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ていきます。



二子玉川 蔦屋家電

*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 20社（75のコンテンツをご提供）

岩崎書店／偕成社／KADOKAWA／コアミックス／講談社
 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 52法人（2023年5月時点で350店舗で販売）

旭川富貴堂／今井書店／いまじん白揚／ヴィアン／うさぎや／
 エッカ石油／エヌ・ビー・シー／ENN／オー・エンターテイメント／
 大阪水嶋書房／オカモト／金澤文苑堂／
 カルチュア・コンビニエンス・クラブ／キタムラ／紀伊國屋書店／
 啓文社／COCOアドバンス／ザ・本屋さん／三省堂書店／
 シナノ・グループ／昭和自動車／真光書店／積文館書店／タカダ／
 ティー・エス・ケー／T-TOWN／ときわ書房／トップカルチャー／
 中田図書販売／波之上産業／成田本店／西沢書店／
 ニュ・コ・ワン／明屋書店／B・Story／ビッグワン／
 フェイスコーポレーション／ふたば書房／フタバ図書／プラス／
 文教堂／文真堂書店／丸善ジュンク堂書店／Misumi／
 MIDORI／未来屋書店／ヤスサキ／山十／有隣堂／
 リブプラス／レオクラブインターナショナル／Y・space

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.29の続き）

「地球にやさしい 本好きのためのブックカバー」販売開始

「本袋」に続くプロダクト第2弾として「地球にやさしい 本好きのためのブックカバー」を、2023年3月より、全国の賛同書店154店舗にて販売開始しました。衣料廃棄物を新たに生まれ変わらせた素材「グリーンアップサイクル®シート」から作られています。商品パッケージには本製品ができるまでの製造過程をデザインし、手に取った生活者がアップサイクルの仕組みを理解できるようにしました。



有料のリサイクル素材のブックカバーを通して、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、全国の対象書店において、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種を販売開始しました。ブックカバーを通してエコの知識を啓蒙すると同時に、無料配布から有料化する事で、包装資材の削減にも取り組みます。

本のある
未来のために。

当店では、地球環境へ配慮した包装資材削減及び
原材料費高騰への対応のため、
紙ブックカバーを**有料化**させていただきます。

2023.3.1(水)～

当店オリジナル 紙ブックカバー **¥11F**

ONE ECO PROJECT 紙ブックカバー **¥50F**

ONE ECO PROJECT 紙ブックカバー **¥50F**

PETER RABBIT

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.29-30の続き）

・書店でフードロス削減「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。2023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書店8店舗で開催しました。



文教堂 溝ノ口本店

・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ている大会に継続して参加しています。（2023年7月までに7回開催）また、生活者が楽しみながら参画できるエコ活動として、ONE ECO PROJECTも、書店での告知等含め、活動を応援しております。



2022年12月に行われた関東大会

※「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

■ 書店のない街をなくす取り組み

書店が年々減少、市区町村の1/4が書店のない街となっています。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は、社会になくてはならない価値と考え、書店の持続と、書店のない街へも出店できる店舗モデルの開発に取り組んでいます。

「LAWSON マチの本屋さん」書店が少ない地域への出店を拡大、本との出会いの機会を提供

2021年よりローソンと連携し展開する「LAWSON マチの本屋さん」は2023年7月の「越前芝原店」で、累計9店舗となりました。同店は書店跡地への出店であり、本との出会いが復活しました。今後も、LAWSON マチの本屋さん」の出店により本との出会いの機会を提供します。



2023年7月オープンの日販越前芝原店は、店舗の3分の1が書店売場

■ 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、地域社会との共生や地域活性化への貢献を目指し取り組んでいます。

「文具女子博」産学連携プロジェクトが始動

日本最大級の文具の祭典「文具女子博」が、初の産学連携として、2023年8月に東北工業大学で開催されます。在学生のアイデアを広くアピールする企画として、文具のアイデアコンペティションも予定しています。



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

・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、子ども達に
 図書の魅力伝える移動図書館“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。



・「本と遊ぶ子どもワールド」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等を行い、地域の
 子どもたちに本の楽しさを伝えています。

・子ども達の職業体験

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

リブロー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 美術部とのコラボを実現しています。
 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月よりスタートしました。（2023年3月時点で約15,000冊を寄付）



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こどもの読書をサポートする「いくつのえほん」

日販は、絵本・児童書の情報サイト「絵本ナビ」と連携し、会員の86万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「いくつのえほん」を毎年発行するとともに、そのコーナーを全国約1,200の書店で展開することで、読み聞かせや、こ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月児童養護施設や母子家庭支援施設等の子どもがいる施設に対し、児童書の寄贈を行っています。

・ブックサンタへの特別協賛

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、経済的に厳しい環境におかれている子どもたちに、クリスマスイブに絵本を届けるプロジェクトで、グループ書店も参加しています。

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

日販アイ・ピー・エスが運営する物資送付サービス「CLUB JAPAN」は、良質な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。

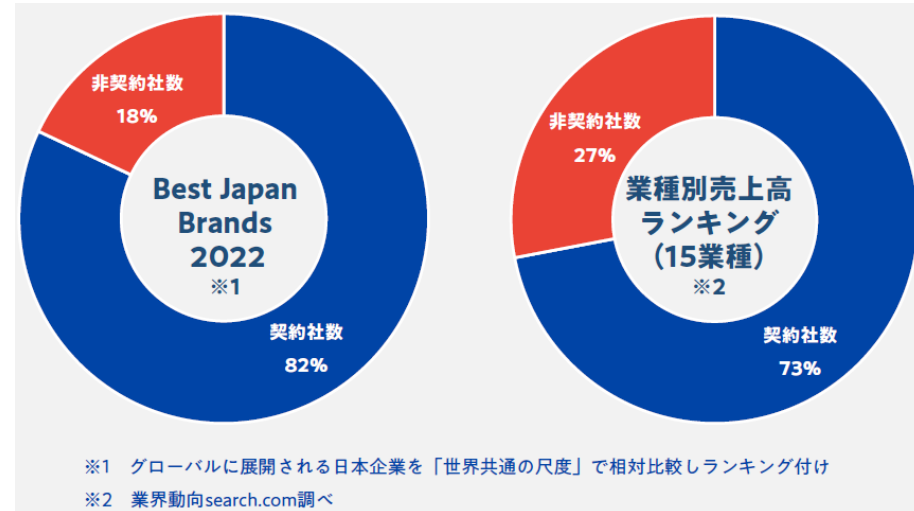
・交流を深め、絆を強める

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」上位50社の80%以上の企業、「業界別（15業種）売上高ランキング」各上位5社の70%以上の企業から選ばれています。



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、**斡旋サービス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)

使い慣れた、食べ慣れた日本商品を手にするだけで**安心感**は全く違う。

(インド 自動車メーカー)

ロンドン以外では日本食レストラン、日本食材とも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おります。**

(イギリス 化粧品)

本社側の取り組みとしては珍しく**駐在員から好評**でした。新型コロナによる往来規制や、今後の情勢変化時にも即対応できるよう、来年度以降も引き続き使わせていただくことになりそうです。

(精密機器 人事ご担当者様)

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。グループ内のESGの取り組みを共有する他、「わたしのESG宣言」など社員参加型企画を設け、社員のESGの理解を深めるとともに、行動の発揮を促しています。



グループのWeb社内報のESGコーナーに掲載されている記事

■ グループの全社員会・セミナー開催による理解促進

2023年2月にオンラインで開催されたグループ全社員会において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みました。また、女性のヘルスケア、キャリアアップ、仕事と育児・介護の両立に関するセミナーを開催し、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。



2023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）：2022-2023 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の**専門チーム「日販グループCSIRT」が発足**しました。
- ✓ 日販テクシードが、**情報セキュリティマネジメントに関する国際規格を取得**しました。
- ✓ グループESG推進委員会を**11回開催**。グループ人財戦略や、2023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

11回

主な検討テーマ

- ・脱プラに関する取り組み
- ・非財務情報開示方針
- ・グループ人財戦略
- ・職場環境改善の取り組み
- ・2023年度グループESG方針 他

2022-2023 NEWトピックス

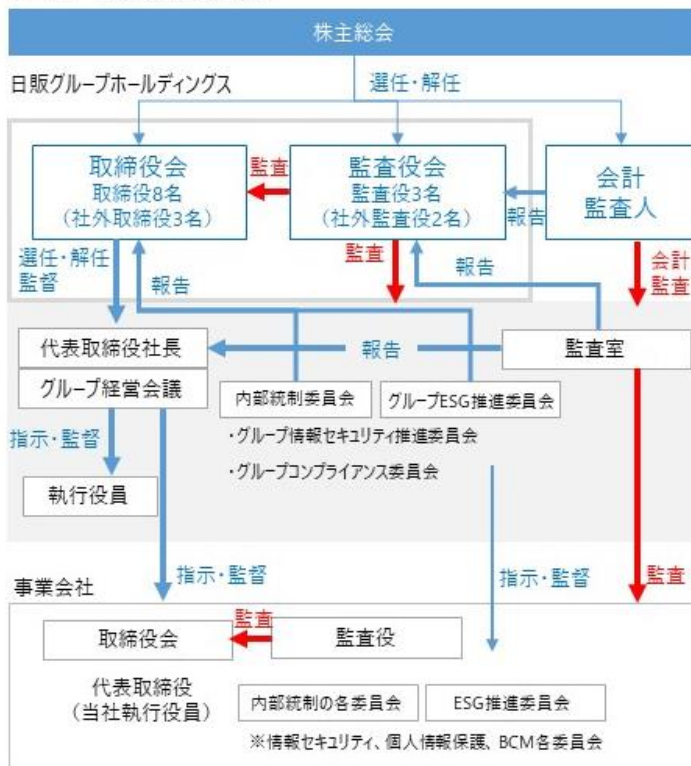
- ① 2023年4月 グループにおけるコンピュータセキュリティに関わるインシデントを迅速・適切に解決に導くための**専門チーム「日販グループCSIRT」が発足**
- ② 2022年12月 日販テクシードが、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）に関する**国際規格「ISMS ISO/IEC 27001」を取得**

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。委員会には日販GHDの代表が委員長を務める他、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.7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名の内、**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。**（新任の女性社外取締役は、**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名の監査役の内、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

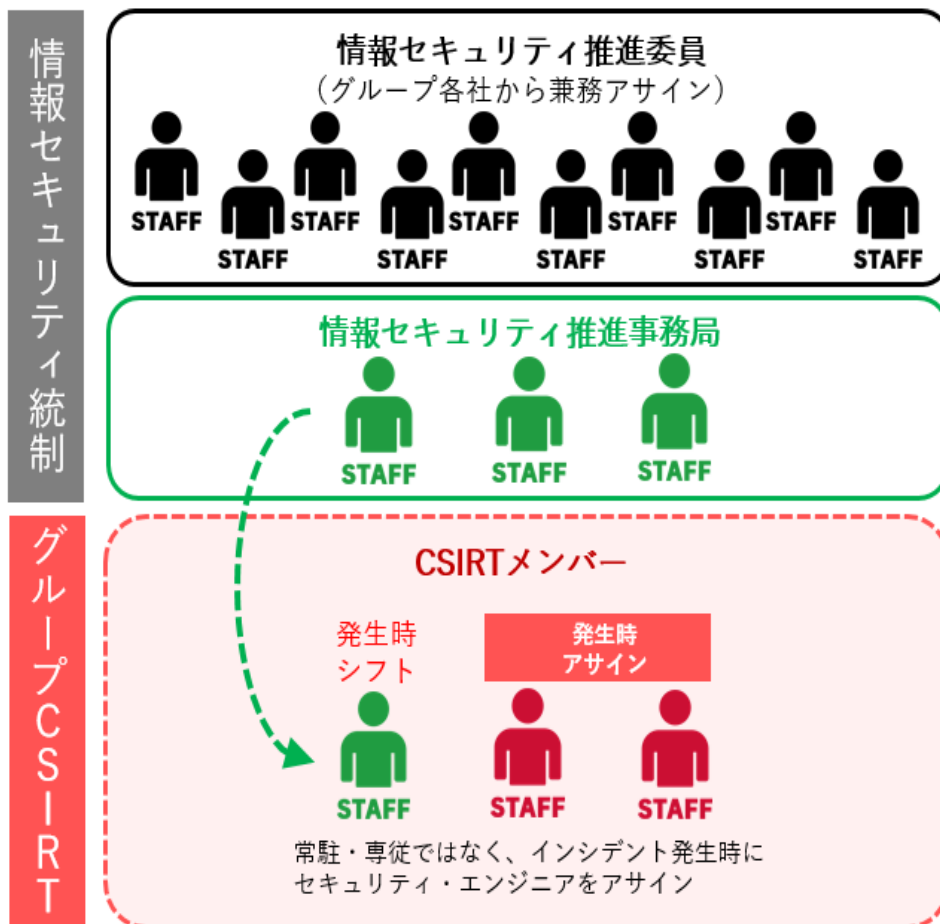
・情報セキュリティ

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」が発足

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」を2023年4月に立ち上げました。

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.42の続き）

国際規格「ISMS ISO/IEC 27001」を取得

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

MPD、日販物流サービス、日販アイ・ピー・エス、日販セグモ、日販テクシード

・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、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、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、グループ全社で内部通報窓口を設置しています。2022年10月には全社で外部通報窓口も設置する予定です。通報窓口は各社で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致します。

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

2023/4/25 文化通信

目販グループホールディングス 代表取締役社長 吉川英作氏に聞く



本社ビル7階に開設した「オチャノハ」で

吉川英作（きっかわ・えいさく）氏 1959年7月16日広島県生まれ。82年成蹊大学法学部卒、日本出版販売入社、2006年取締役MPD代表取締役社長、09年常務取締役MPD専業担当、MPD代表取締役社長、11年専務取締役営業推進室、経営相談室、MPD専業担当、16年取締役副社長営業全般総括、商品開発部担当、17年代表取締役副社長営業部門総括、商品開発部担当、営業推進室長、19年目販グループホールディングス代表取締役副社長、21年より現職



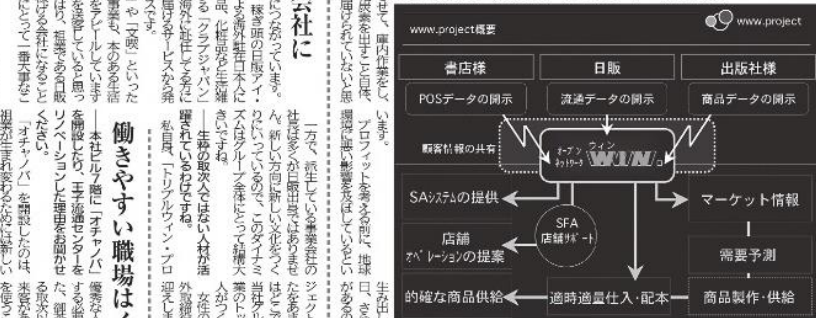
本社ビル7階に開設した「オチャノハ」の様子

目販グループホールディングス代表取締役社長 吉川英作氏に聞く。本日はお話しを伺っています。まず、目販グループホールディングスの経営理念について伺います。

新しい方向に新しい文化をつくる

書店は地域に根ざした店舗づくりが重要

出版流通改革とESGは表裏一体の関係。目販グループホールディングスは、出版流通改革とESGを両立させることで、持続可能な成長を実現しようとしている。



祖業「目販」を稼げる会社に

出版流通改革の推進は、目販グループホールディングスの経営戦略の中心である。祖業「目販」を稼げる会社に、新しい文化をつくる。

働きやすい職場はイロハのイ

目販グループホールディングスは、働きやすい職場づくりを推進している。イロハのイ、働きやすい職場づくりが重要。

書店はロコモニティー化を

書店はロコモニティー化を推進している。地域に根ざした店舗づくりが重要。

メディアに掲載された記事

2023/3/21 文化通信

日販テクシード代表取締役社長 藤澤徹氏に聞く



1996年に書店が安価に使えるインターネットが企業に普及していません。当時、日販グループの外で通用していません。また、日販グループの外で通用していません。また、日販グループの外で通用していません。

グループ外の仕事増やす

「NCT」に入ることのようになり、グループ外の仕事が増え、社長の就任は強要から、グループ外のお客と積極的な仕事をするようになった。そのため社内での仕事を減らしたり、研修なども実施しました。

当初、外の仕事の割合は全体の10%程度しかなく利益も出ていない状況でした。その後、日販のシステム部統合したので、日販の市場の成長度合いや投資対効果などを考えたら、出版業界以外のプラットフォームを一つづつ増やしていき、それがいまの状況です。

売上げや利益は出版社以外のほうが大きいですが、当社の原点は出版だと考えています。単純に市場の成長度合いや投資対効果などを考えたら、出版業界以外のプラットフォームを一つづつ増やしていき、それがいまの状況です。

(左) (右) (裏)

出版社向け完全クラウドシステムをリリース

ワークライフバランスで都の認定企業大賞受賞

日販グループでITを担当する日販テクシードは、2023年12月、完全クラウド対応の出版社システム「CONNECT」をリリース。また、このほどオフィスと在宅のハイブリッドな勤務体制や手厚い子育て支援などが評価され東京都の東京ライフ・ワーク・バランス認定企業の大賞に輝いた。IT業界から転じて同社を率いる藤澤徹氏は、今後のシステムのあり方や、同社のワークスタイルなどについて話を聞いた。【星野渉】

藤澤社長は日販での出身ではないです。

そして、長野オリンピックが開

もともと日本IBMに新卒で入社した98年にウェブサービスに移行しました。オリンピックで実証されたインターネット技術の企業は放送が多かったですが、出版や利用が一気に進むとみえていたから印刷もありました。入社6年目です。

日販グループに移った経緯を

外に赴任する機会があり、グローバルのソリューションや経営を学び、自分も経営してみたいと考えるようになった。そんな時に日販の経緯からNCTの経営をやらないかとオフィスをもったのです。

ある大手取引先が新たに手掛けたい教育事業のプラットフォームと一緒に作らせていただいたのが一つの軸になりました。あとはイベントソリューション領域や医療分野です。

日販コンビュータテクノロジイ(NCT)の副社長になったのが2013年10月、半年間は社長を務め、14年4月に社長になりました。外の仕事はどのよう分野ですか。

割くりに増えています。しかも日販コンビュータテクノロジイ(NCT)の副社長になったのが5年で売り上げ、利益ともに倍増しました。

医療は病院システムのプラットフォームの設計、構築、導入、あ

システムなどで培ってきた顧客に対して強い、大容量で大規模なシステム構築をしてきた信頼性を評価したいと思っています。

いま、外の仕事のうち医療機関と大企業顧客の領域が三分の二くらい。あとは出版社向けシステムです。

いいのかもしれない。CONNECTも、われわれにしか作れる得意先が多いという気概を持っています。

メディアに掲載された記事

2023/3/21 文化通信

出版

クラウド化は利便性とESGの視点で重要



日販テクシード代表取締役社長 藤澤徹氏に聞く

1964年日本IBMに入社。2009年米国IBMに入社。2011年同社通信・メディア・公益システム開発事業責任者として入社。2013年同社コンピュータテクノロジー株式会社(現日販テクシード)に入社。取締役副社長、14年代表取締役社長(現任)、23年6月日販グループホールディングス株式会社取締役就任予定

システムに合わせた業務の標準化を「COPE」は重要な課題として捉えています。COPEは業務標準化を推進し、利便性を向上させることで、業務効率を高め、コスト削減を実現しています。

クラウド化は利便性とESGの視点で重要。クラウド化により、業務の標準化が実現され、業務効率の向上が期待されています。また、クラウド化によるコスト削減は、ESGの観点からも重要な課題です。



会議スペースなどもオープンなオフィス

いち早くオープンなオフィスに

先日の「オープンなオフィス」に関する記事が、多くの方から反響をいただきました。当社は、業務効率の向上とESGの観点から、いち早くオープンなオフィスを実現しました。

が、固定費はあっても、プロシエンス単位で

オープンなオフィスを実現し、業務効率の向上を図っています。また、コスト削減によるESGの向上も目指しています。具体的には、会議スペースの共有や、デスクの共有などを実施しています。

メディアに掲載された記事

2023/3/9 新文化

日販GHD 本社7階をリニューアル

カフェ、ライブラリー、イベントスペースなど
社内外と共創の機会創出へ

日販グループホールディングスは、従業員向けのライブラリー・カフェ・会議室・イベントスペースなどを、兼ねた場、OCHANO（写）

した。グループを挙げてESGの取組みを進めるなかで、従業員の働きやすさの向上と職場環境改善、社内外との共創機会の創出を目的に、新たな働き方に適した場に改装した。

ライブラリーの選書はひらがらが担当し、約2000冊を用意。「整える」「仕事マニュアル」などのテーマ別に配架された書籍を、自由に手に取って読むことができる。

社員が選んだ本をコメント付きで並べる「1000人の本棚」や、社員が気になることをカードに書いて発信する「ヒューマンライブラリー」などの企画も実施し、知見の共有やコミュニケーションに活用していく。

会議室は、用途別に大きさやテーブルの形状を選べる全10室。マイクスピーカーやプロジェクターを備えてリモート会議に対応しているほか、社外の人向けのWiFiもある。

家具や什器は、本社ビルが接続する商業施設「お茶の水サンクレー

ョンの活性化を図る。無人販売のカフェスペースではスターバックスのコーヒーを割引価格で提供し、社員の列が絶えない。

植物工場パッケージ「City Farming」で栽培したいものを1日あたり10個程度、先着順で無料提供し、こちらも人気だ。フルーツや総菜を冷蔵庫で販売している。

カフェやラウンジの席は予約不要のフリーアドレスで、WiFiを完備。ノートパソコンを持ち込んで仕事に集中したり、食事や簡単なミーティングに利用できる。ランチタイムから午後4時頃までがピークという。

完全防音の撮影スタジオも設け、ラウンジと合わせて社内外向けのイベント「内の落ち葉や古紙を活用した、サステナブルな製品を使用。各所に、グループ企業である日本緑化企画が提供する植物や、DULTON製の家具・雑貨も置いた。

王子流通センター（東京・北区）でも、緑地帯を設けるなどのリニューアルを進めており、今春完成予定という。

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21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、株式会社MPD、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
小売事業	NICリテールズ株式会社、株式会社リプロプラス、プラス株式会社、株式会社いまじん白揚、株式会社積文館書店、株式会社Y・space
海外事業	日販アイ・ピー・エス株式会社
雑貨事業	株式会社ダルトン
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、株式会社ひらく
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	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	916	1,035	▲56	▲5%	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	▲747	▲95%	〃	〃
	Scope1計	1,879	966	1,077	▲803	▲43%		
Scope2	日販	5,814	5,367	4,280	▲1,535	▲26%	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 4,026	3,092	464	18%	〃	〃
	Scope2計	8,443	9,393	7,372	▲1,071	▲13%		
Scope3	4 輸送、配送（上流）	34,546	31,961	29,573	▲4,973	▲14%	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	▲4,973	▲14%	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	59,164	▲9,946	▲14%		
合計		79,415	734,281	67,595	▲11,820	▲15%		

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 8,664 t-CO₂の削減を実現しました。
- Scope1は、新型コロナウイルス感染症の収束と共に営業活動が活性化し社用車のガソリン使用量が増加しましたが、全体では微減となりました。
- 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、▲8,653t-CO₂の減少となっています。

（単位：t-CO₂）

	2020年度	2021年度	2022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	2,313	2,277	▲993	▲30%	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	25,464	21,731	▲2,834	▲12%	電気の使用量	電気事業者別 排出係数 *1	
Scope1・2計		27,835	27,777	24,008	▲3,827	▲14%		
Scope3	1 購入した製品・サービス	283	279	261	▲23	▲8%	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	12,947	6,446	▲489	▲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	4,368	3,995	▲465	▲10%	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	▲3,680	▲8%	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	384	406	75	23%	産業廃棄物の種類別排出量	環境省DB *2
	6 出張	403	341	526	123	31%	移動手段別の出張旅費	環境省DB *2
	7 雇用者の通勤*4	1,177	1,020	1,042	▲134	▲11%	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	▲4,973	▲14%	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	2,468	2,316	▲160	▲6%	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	98,329	86,619	▲9,726	▲10%	

*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) - R3年度実績 - (環境省・経済産業省公表、R5.6.20)...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）

*4 Scope3カテゴリ7「雇用者の通勤」の排出係数を修正したため過去2年に遡り修正した

データ集 Environment (環境)

日販グループ 各事業別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)

	2021年度	2022年度	構成比	増減率
取次事業	91,592	80,065	72%	▲12%
小売事業	17,772	14,325	13%	▲19%
海外事業	8,865	8,911	8%	1%
雑貨事業	1,418	728	1%	▲48%
コンテンツ事業	91	332	0%	265%
エンタメ事業	102	42	0%	▲59%
シェアードサービス	87	127	0%	47%
IT事業	851	197	0%	▲77%
その他事業	5,327	5,900	5%	11%
合計	126,106	110,627	100%	▲12%

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のCO₂排出量の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、事務所で使用される電気・燃料使用量

	2021年度	2022年度	増減率
電気	57,352 千kwh	52,480 千kwh	▲8%
都市ガス	364 千m ³	436 千m ³	20%
LPG	31 t	28 t	▲10%
A重油	94 kℓ	92 kℓ	▲2%
使用料合計 (※)	15,323 kℓ	14,135 kℓ	▲8%

②運搬、営業等の社用車で使用される燃料使用量

	2021年度	2022年度	増減率
ガソリン	153 kℓ	178 kℓ	18%
軽油	300 kℓ	213 kℓ	▲29%
使用料合計 (※)	428 kℓ	366 kℓ	▲14%

(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)

	2021年度	2022年度	増減率
発電量	112 千kwh	114 千kwh	4%
CO ₂ 換算	50 t-CO ₂	52 t-CO ₂	4%

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、プラスの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

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	5年平均
日販	エネルギー消費原単位前年比(%)	103.1	99.6	104.0	105.6	109.1	104.1
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	81,52	7,304	6,987	6,214	6,012	—
出版共同 流通	エネルギー消費原単位前年比(%)	95.6	94.7	100.5	117.7	89.6	100.1
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	4,054	3,843	3,736	4,180	3,684	—
プラス	エネルギー消費原単位前年比(%)	—	112.8	81.2	89.0	87.9	92.0
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	—	4,824	4,563	4,303	3,687	—

②特定荷主

		2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	5年平均
日販	エネルギー消費原単位前年比(%)	98.1	94.3	100.3	107.6	108.7	102.7
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	42,330	36,034	34,546	31,961	29,573	34,889

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
日販 本社ビル	目標排出量※1	4,729	4,729	4,729
	排出量実績	4,516	4,504	4,569
	目標差 (実績-目標)	▲213	▲225	▲160
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
	排出量実績	4,087	4,019	3,892
	目標差 (実績-目標)	+ 50	▲18	▲145
基準排出量： 5,530				

※：日販本社ビルは2004～2006年度、日販王子流通はセンター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
出版共同流通	基準排出量	3,843	3,843	4,180
	目標排出量	3,651	3,651	3,971
	排出量実績	3,736	4,180	3,740
	目標差 (実績-目標)	+ 85	+ 529	▲231

※：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社合計では削減できた

※：埼玉県と協議の上、2022年からは基準排出量を3,971t-CO₂とすることに決まった

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 ※1		
			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)	7.7	—	72.0	72.0	—
日本出版販売(株) ※3	8.4	47.1	67.6	67.9	110.1
(株)MPD ※3	11.8	100.0	63.9	72.3	80.3
(株)リプロプラス ※3	35.4	0.0	85.8	85.5	97.3
プラス(株) ※3	9.9	50.0	87.4	81.9	99.5
(株)いまじん白揚 ※3	13.3	100.0	77.5	81.1	94.8
(株)積文館書店 ※3	24.6	—	75.0	75.7	97.3
(株)Y・space ※3	41.2	—	81.0	75.4	95.8
日販アイ・ピー・エス(株)	11.5	50.0	67.0	67.0	—
(株)ダルトン	32.1	33.0	71.4	72.2	105.7
(株)ファンギルド	50.0	100.0	86.1	79.1	97.9
日販セグモ(株)	60.0	—	106.5	106.9	—
日販ビジネスパートナーズ(株)	17.2	—	104.3	79.9	102.2
日販テクシード(株)	22.1	100.0	78.4	77.9	114.4
合計	15.4	51.5	67.9	71.6	96.2

※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しております。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 2023」

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