

NIPPAN GROUP
ESG
Report
2025

目次

トップメッセージ・ESG方針

目次・編集方針

トップメッセージ

グループ概要

ESG方針

グループのESG経営を推進する体制

1
2
4
5
7

Environment（環境）

マテリアリティ

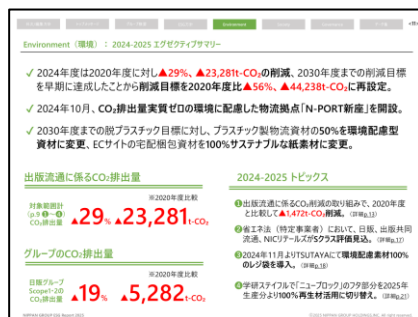
エグゼクティブサマリー

2024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

9
11
12
15
18
22

Society（社会）

マテリアリティ

エグゼクティブサマリー

2024年度実績

グループ人材戦略の推進

働き方改革

事業を通じた社会課題解決

24
26
27
28
30
37

Governance（ガバナンス）

基本的な考え方

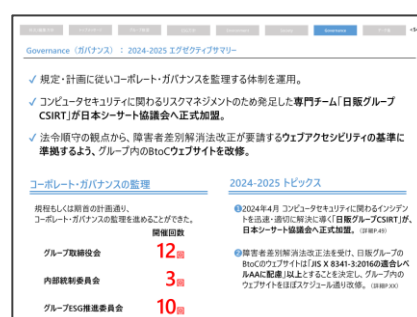
エグゼクティブサマリー

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

（参考）データ集

53
54
55
58
59
60

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 2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）
一部、2025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 2025年7月

トップメッセージ

すべての人の心に豊かさを届ける ー“やさしいみらい”を新たな文化にー



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。

< 出版流通を持続可能なものに >

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課題と捉え、2030年度までに < 出版流通に係るCO₂排出量 ▲26% (▲21,000t-CO₂) / 返品冊数 ▲68% (▲2.5億冊) > とすることをマテリアリティとしていましたが、目標を2024年度末に早期達成したことから、2025年度よりさらに高い目標への挑戦を進めます。

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。

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した。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ています。

トップメッセージ

< 地域社会への貢献 >

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。その一環として文化施設「クレマチスの丘」で2024年10月に開催したブックフェスでは長泉町内外から約2,500人が来場し、本を起点にまちが賑わう姿を実現しました。

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。」およ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などを店頭で



回収、その査定額を、世界のこ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、2024年の寄付冊数は 約26,750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と業務提携を結び、オンライン相談サービス「Expatsヘルスケア」を提供し、世界各地で生活する海外駐在員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。

< 人財育成の取り組み >

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・エクイティ&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2024年に「TOKYOパパ育業促進企業」のゴールド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

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 7,074人（非正規雇用を含む）

連結会社数 35社

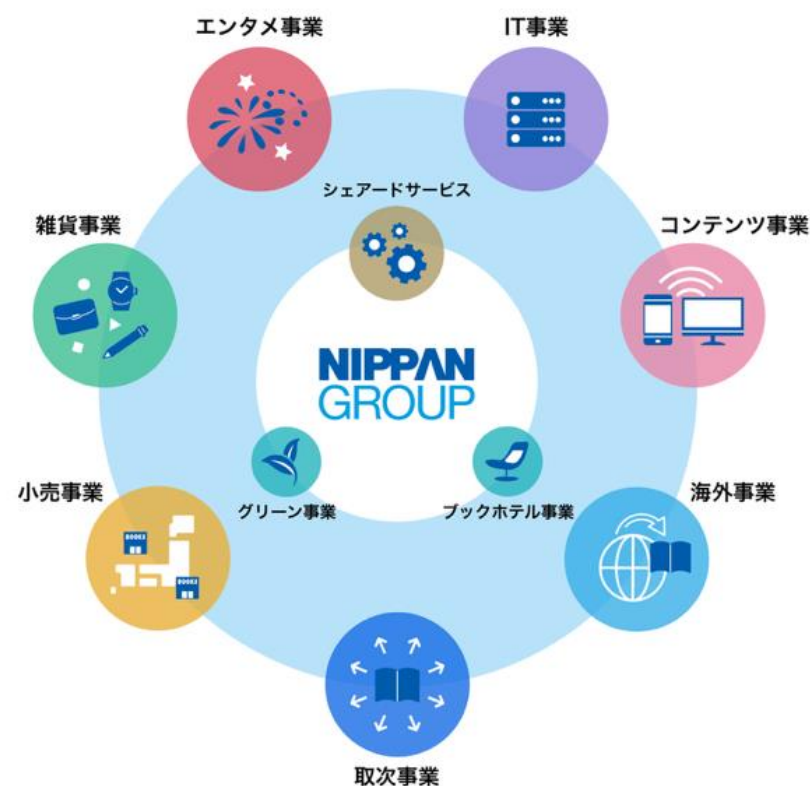
連結経営成績
(2025年3月期) 売上高 3,827億円

※連結従業員数・連結会社数は2025年3月31日時点

日販グループ
ホームページ



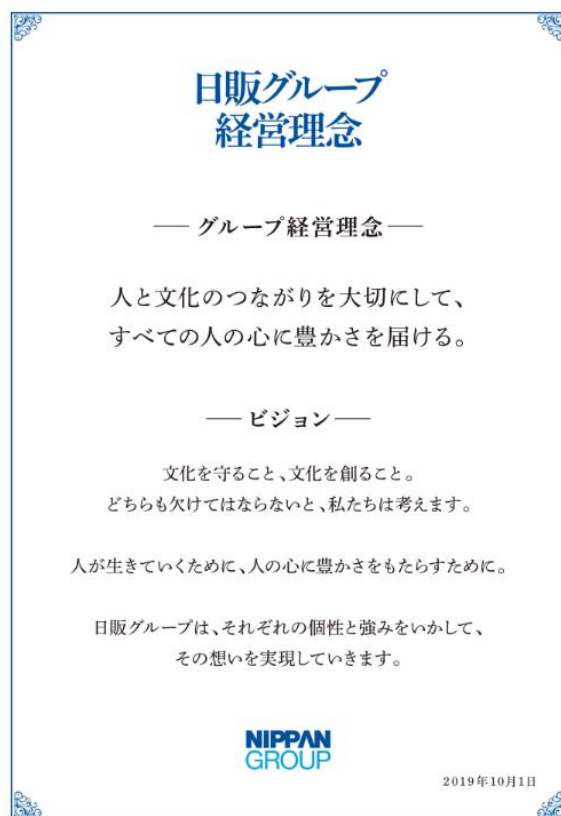
日販グループの事業領域



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



事業活動を通した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

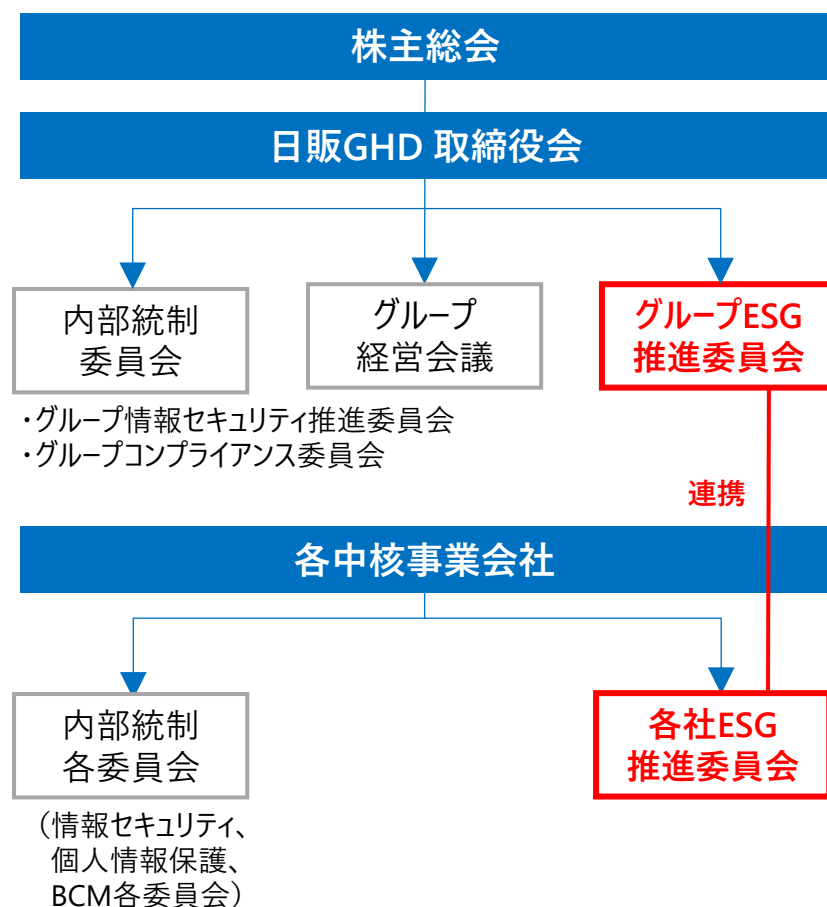
1. グループのESG経営に係わる活動の方針・計画の策定
2. グループと持続可能な社会の実現に関する課題、リスクと機会の適時把握及び方針・計画への反映
3. グループ中核事業会社のESG方針・計画の承認、実行状況のモニタリング、グループ内の統一性保持
4. グループ及び各社のESGの重要事項の審議・決定

・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

※2024年度の主な活動はp.57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

>

2024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

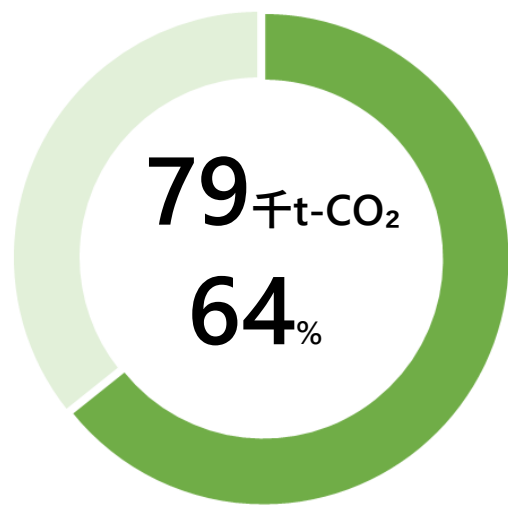
>

Environment（環境）：マテリアリティ

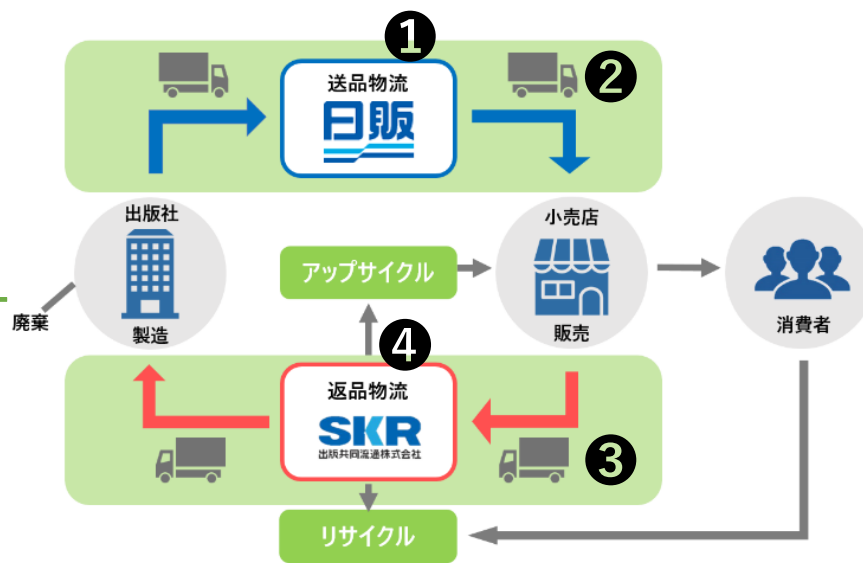
日販グループのマテリアリティ（環境）

日販グループのCO₂排出の過半は出版流通によって生じている。
サプライチェーン上の非効率を是正することで、CO₂の排出を削減する。

日販グループに占める出版
流通に係るCO₂排出量/割合



対象範囲 = ①～④



- ① 日販のScope1・2
- ② 日販のScope3
カテゴリ4
(輸送配送 上流)
- ③ 日販のScope3
カテゴリ9
(輸送配送 下流)
- ④ 出版共同流通の
Scope1・2

Environment（環境）：マテリアリティ

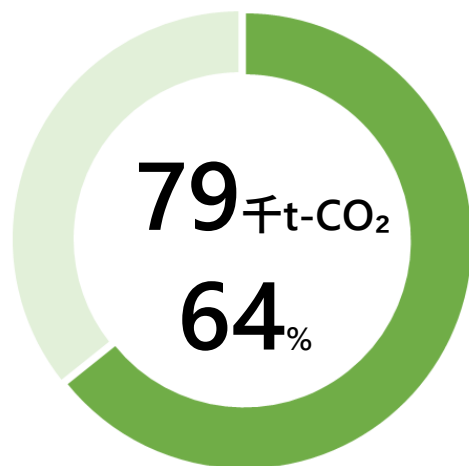
日販グループのマテリアリティ（環境）

2030年までに出版流通に係るCO₂排出量を21千t-CO₂削減する目標を設定(2021年)、2024年度までにこれを達成し、目標を44千t-CO₂削減に再設定。

< 出版流通に係るCO₂排出量/割合 >

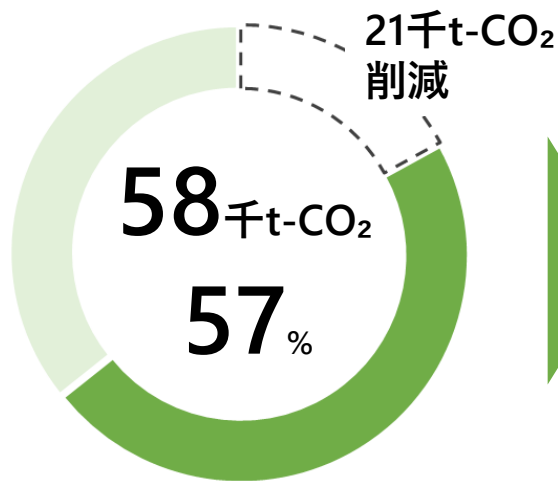
2020年度

2020年度時点の実績

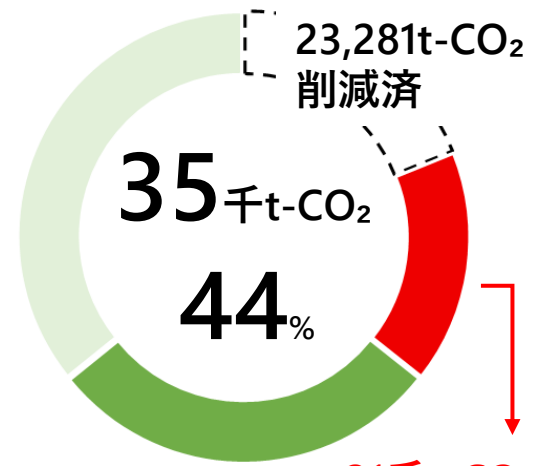


2021年度

2030年度までの目標を設定



2025年度

2030年度までの目標 再設定
(計44千t-CO₂削減)21千t-CO₂
削減を追加

※割合はグループ全体の出版流通以外のCO₂排出量が変わらないと仮定

Environment（環境）：2024-2025 エグゼクティブサマリー

- ✓ 2024年度は2020年度に対し▲29%、▲23,281t-CO₂の削減、2030年度までの削減目標を早期に達成したことから削減目標を2020年度比▲56%、▲44,238t-CO₂に再設定。
- ✓ 2024年10月、CO₂排出量実質ゼロの環境に配慮した物流拠点「N-PORT新座」を開設。
- ✓ 2030年度までの脱プラスチック目標に対し、プラスチック製物流資材の50%を環境配慮型資材に変更、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。

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 ▲29% ▲23,281 t-CO₂

グループのCO₂排出量

※2020年度比較

日販グループ
Scope1・2の
CO₂排出量 ▲19% ▲5,282 t-CO₂

2024-2025 トピックス

- ① 出版流通に係るCO₂削減の取り組みで、2020年度と比較して▲1,472t-CO₂削減。（詳細p.13）
- 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11月よりTSUTAYAにて環境配慮素材100%のレジ袋を導入。（詳細p.18）
- ④ 学研ステイフルで「ニューブロック」のフタ部分を2025年生産分より100%再生材活用に切り替え。（詳細p.21）

Environment（環境）：2024年度実績

出版流通に係るCO₂排出量実績

日販グループは、出版流通に係るScope1・2およびScope3のカテゴリ4・9に該当するCO₂排出量を2020年度との比較で▲26% ▲21,000t-CO₂ 削減する目標を掲げて取り組んでいます。

2024年度までの実績

- ・減少する荷量に応じた配送の効率化
- ・重油を使った自家発電の停止

などにより、2030年度までのCO₂排出量の削減目標を達成しました。
（本年度における排出量削減の取り組みについては次ページに内容を記載しています）

		CO ₂ 排出量	2020年度比較		概要/要因
対象範囲の合計		56,133	▲29%	▲23,281	2030年度までの当初目標を達成
Scope1	日販 出版共同流通	1,014	▲46%	▲865	出版共同流通の重油をつかった自家発電を停止
Scope2	日販 出版共同流通	6,390	▲24%	▲2,053	各社の省エネの取り組みや、送品・返品の業量減少
Scope3	輸送配送 (カテゴリ4・9)	48,730	▲29%	▲20,362	送品業量の減少 荷量に応じた配送効率化
新たな削減目標		35,176	▲56%	▲44,238	CO ₂ 排出量の削減目標を再設定

（単位：t-CO₂）

Environment（環境）：2024年度実績

出版流通に係るCO₂削減につながる取り組みの成果

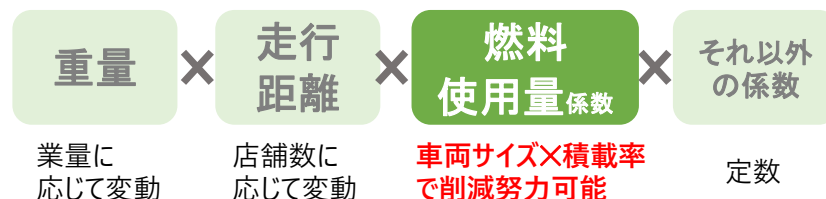
- ・出版流通に係るCO₂削減につながる主要な取り組みとして、以下を行い、2024年度は▲1,472t-CO₂を削減しました。
- ・2025年7月から株式会社トーハン（以下、トーハン）の桶川センターにて書籍の返品協業を開始。また、同月より雑誌送品拠点をねりま流通センターから浮間流通センターに移管。いずれも2025年度以降の削減幅を拡大します。
- ・「王子流通センターへの再生可能エネルギー由来の電力導入」は取り組みの中で最も効果が大きく、▲737t-CO₂の削減効果。この結果、王子流通センター3号館は、実質CO₂排出量ゼロのセンターとして稼働しています。
- ・王子流通センター3号館に加えて、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、2024年度は計▲111t-CO₂の削減効果。
- ・これまでの配送コース再編に加え、2024年度は車両を業量に見合ったサイズに変更することで▲468t-CO₂を削減しました。

CO ₂ 削減につながる主要な取り組み	開始時期	削減効果 (t-CO ₂ /年)
合計		▲1,472
トーハンとの雑誌返品協業 ※	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-	▲111
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
配送コース再編・車両サイズ変更	2022/ 4-	▲468

※2021年度に算出した削減効果数値を継続して使用

2024年度の主な取り組み：車両サイズの変更

- ・トラックによる配送に係るCO₂排出量算出の考え方。



業量に応じた適切な車両サイズを選択することで積載率を高めることで燃料の消費を抑え、CO₂排出量を削減

▲468t-CO₂

Environment（環境）：2024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.72](#)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）および間接（Scope2）に排出しているCO₂の量は、2020年度に比べ**▲19%、▲5,282t-CO₂**と減少しました。
- ・なお、Scope2は、2023年度から電気使用量を**▲4.1%**削減したものの、それをCO₂排出量に換算する係数の改定により、**CO₂排出量は1.0%の増加**となりました。

	CO ₂ 排出量	2020年度比較	
Scope1・2 計	21,938	▲19%	▲5,282
Scope1	1,994	▲34%	▲1,017
Scope2	19,944	▲18%	▲4,265

（単位：t-CO₂）

（参考）グループの事業活動に関連するCO₂排出量（Scope3）

- ・Scope3は、2020年度より**▲11%、▲10,704t-CO₂**と大幅に減少していますが、2024年度はN-PORT新座、文喫 栄、檀原書店など、事業活動に伴う大型投資が発生したため、2023年度比では+8%の増加となりました。

Scope/カテゴリ	CO ₂ 排出量	シェア	2020年度比較	
Scope3 計	85,641	100%	▲11%	▲10,704
2 資本財	14,927	17%	115%	7,991
3 Scope1-2以外のエネルギー活動	3,631	4%	▲19%	▲829
4 輸送、配送（上流）	38,326	45%	▲16%	▲7,407
5 事業から出る廃棄物	249	0%	▲25%	▲82
7 雇用者の通勤	976	1%	▲17%	▲201
9 輸送、配送（下流）	24,365	28%	▲29%	▲10,181
13 リース資産（下流）	2,211	3%	▲11%	▲265
その他カテゴリの合計	955	1%	39%	269

（単位：t-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10拠点50,000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などで、実質的なCO₂排出量ゼロ化を目指します。

環境配慮型物流拠点「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、2024年10月埼玉県新座市に「N-PORT新座」を開設しました。

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。消費電力の低いFA機器や大型シーリングファンの導入、再生エネルギーの購入などによりCO₂実質排出量はゼロ。環境に配慮した拠点として稼働しています。

N-PORT新座
CO₂実質排出量 **ゼロ** t-CO₂



環境に配慮した物流拠点 N-PORT新座（埼玉県新座市）



作業空間に快適さをもたらす大型シーリングファン

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、雑誌における返品を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、書籍の返品は2025年7月からトーハンの桶川センターで行っています。

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 **▲88t-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▲111 t-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、2024年度は年間で▲111 t-CO₂を削減しました。



王子流通センター3号館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

省エネ法評価で、グループ3社がSクラス見込み

電気使用量の削減などの取り組みにより、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などの取り組みで、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119万枚/年の用紙削減

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年度から書店様向け請求書のweb提供を開始し、約119万枚/年の用紙を削減しました。

2024年度は上記以外にも、図書カード受注のweb化に加え、出版社様と納品書EDIの取り組みを開始しました。

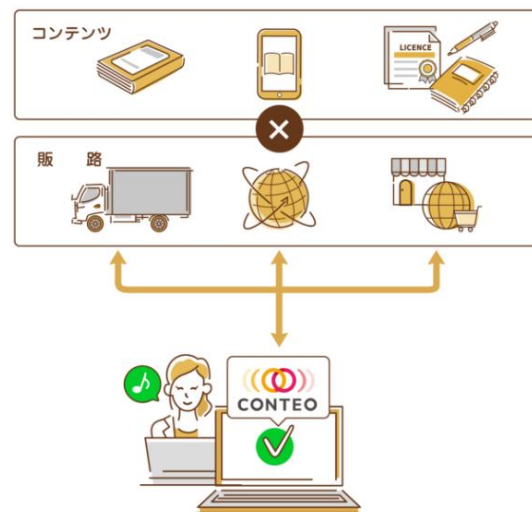
■ クラウド化の取り組み

システムをクラウド化することで、エネルギー効率UPなど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。

出版社向けクラウド型販売管理システム「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、出版社向けクラウド型販売管理システム「CONTEO」の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

■ **グループでの取り組み** 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。

■ 店頭資材における脱プラ化の推進

TSUTAYAでの環境配慮素材100%のレジ袋導入

2024年11月よりTSUTAYAのFC本部であるカルチュア・エキスペリエンスが、加盟店舗向けに環境配慮型レジ袋の提供を開始しました。順次新しい素材のレジ袋に置き換わっていきます。



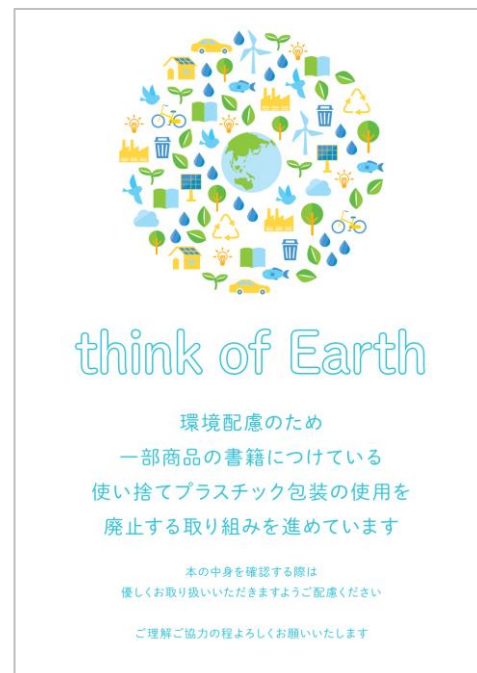
年間レジ袋580万枚
（出荷ベース）
CO₂排出量換算

▲174t-CO₂

デザイン・質感・機能性は従来品と同等

グループ書店でプラスチック製シュリンクの使用を削減

主にコミックなどの汚れや破損を防止するためのプラスチック製フィルム（シュリンク）の使用を減らす取り組みを、2024年10月より開始しました。



2023年度下半期と
2024年度下半期の比較
CO₂排出量換算

▲5t-CO₂

店頭告知用ポスター

Environment（環境）：循環型社会の実現

■ 店頭資材における脱プラ化の推進

シェアラウンジ事業での取り組み

カルチュア・エクスペリエンスでは書店業態以外での脱プラスチックにも取り組み、その取り組みを加盟店様に広げようとしています。

TSUTAYA下北沢店にてカフェラウンジのプラスチックカップをグラスに置き換えることによりプラごみを削減。今後、食洗器が設置できない店舗を除き、全店舗で置き換えを進めます。



プラスチック製容器ではなく、再利用可能な食器への置き換え

1店舗当たりプラカップ120千個/年

CO₂排出量換算 ▲1t-CO₂/店

レンタル事業での取り組み

レンタル複合店舗ではこれまで廃棄されていた、レンタル商材の納入時に使用されているケースを、中古品販売業者に提供する取り組みを、2025年2月より開始しています。

納入時のケース



中古品販売業者に提供



これまでは廃棄



リユースされて消費者の元へ

ケースの再活用により年間24万枚の廃棄減
CO₂排出量換算

▲20t-CO₂見込

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。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いきます。



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50%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、バンドなど）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、2025年3月時点で50%まで向上し、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）

CO₂排出量換算

▲4t-CO₂/年見込

Environment（環境）：循環型社会の実現

■ 自社製品における脱プラ化の推進

「ニューブロック」における脱プラ化の取り組み

学研ステイフルより発売している「ニューブロック」は、1965年に「ユニブロック」として誕生して以降、60年間で累計1億個以上を出荷しています。親子3世代のお客様にご支持いただいている「ニューブロック」において脱プラスチック化を進めています。

これまでの取り組み

- ・2022年10月～ 新商品で紙箱のPPコート削減
- ・2023年 2月～ 既存品のリニューアル時に紙箱に変更
(バラエティセットなどの大型商品のぞく)
プラBOXの取手・持手部分に再生材を活用



紙箱のパッケージを使用した商品

2024年度の取り組み

- ・プラスチックBOXの取手・持手に続き、フタ部分の100%再生材活用に向け、慎重に安全性への配慮を進めた結果、一般社団法人日本玩具協会のST認定検査※に合格しました。
- ・2025年1月生産分より順次フタ部分を再生材に切り替えております。パッケージにつきましては、強度・安全性に配慮しつつ、再生材の活用を進めてまいります。

※ST認定とは

ST基準は、玩具の安全基準で、機械的安全性、可燃安全性、化学的安全性からなっています。ST認定は、第三者検査機関によるST基準適合検査に合格したことを言います。



プラスチック製のBOXについても取手・持手を含めたフタ部分を全て再生材に変更

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、王子流通センターなど）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

>

2024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

>

Society（社会）：マテリアリティ

日販グループのマテリアリティ（社会）

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。

グループが
目指す人財像

「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ッショナル集団



重要項目：女性活躍推進
目 標：女性管理職比率

30%以上
(2030年まで)

Society（社会）：マテリアリティ

日販グループのマテリアリティ（社会）

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。

- ❶ 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）
- ❷ 地域創生や地域活性化に貢献する
- ❸ 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
- ❹ 海外で働く方とご家族の心身の健康に貢献する

Society（社会）：2024-2025 エグゼクティブサマリー

- ✓ 2025年4月の女性管理職比率は**18%**、2024年度の育児休暇の取得率は男性が**71%**、女性は**100%**。
- ✓ 各事業会社が従業員の健康や多様な働き方を推進し、新たに2つの公的認定を取得。
- ✓ 樫原書店・ほんたすの開業、静岡県駿東郡長泉町との包括連携協定など、持続可能な書店経営、地域社会との共生の取り組みを推進。

グループ女性管理職比率（前年比）

2025年4月
グループ全体
女性管理職比率

18% (±0%)

※2025年4月の昇格者に占める女性管理職比率は27%、
そのうち、係長級昇格者の41%が女性

グループ全体の育児休暇取得率（前年比）

男性



71%

(▲13%)

女性



100%

(±0%)

2024-2025 トピックス

- ① 日販テクシードが「TOKYOパパ育児促進企業」ゴールド認定、くるみんマークを新たに取得（詳細p.31）
- ② 社員が自律的に学び続けられる環境を整備し、IT学習のコンテンツや資格取得支援などを提供する学びの総合サイト「マナビバ」の運営を開始（詳細p.34）
- ③ 持続可能な書店経営のための新たなモデルとして、“書店”と“無印良品”をシームレスに繋ぐ共創型モデル店舗「樫原書店」を開業（詳細p.37）
- ④ 「CLUB JAPAN」で海外駐在員と帯同家族に向けた健康管理支援サービス「Expatsヘルスケア」の提供を開始（詳細p.50）

Society（社会）：2024年度実績

グループ女性管理職比率

日販グループでは2030年度までに係長を含むグループ女性管理職比率を30%以上とすることを目標としています。

- ・2025年4月時点のグループの女性管理職比率は、**グループ全体で18%**となりました。
- ・2025年5月の**管理職昇格者のうち27%が女性、係長級の昇格者は41%が女性**でした。

	2025年4月				2024年4月
	(人数)		男性	女性	女性
	男性	女性	比率	比率	比率
管理職	805	175	82%	18%	18%
役員/部課長	385	44	90%	10%	10%
係長	420	131	76%	24%	23%
社員	1,552	912	63%	37%	37%

（参考）2025年4月 グループ管理職昇格者の女性比率

	(人数)		男性	女性	比率	比率
	男性	女性				
管理職	74	28	73%	27%		
役員/部課長	41	5	89%	11%		
係長	33	23	59%	41%		

グループの育児休暇対象者および取得状況

- ・男性の育休取得率は、2023年度は84%と2022年度から32%上昇しましたが、**2024年度は71%という結果となりました。**
- ・厚生労働省調査平均の育休取得率の平均（男性30%、女性84%）に比べ、**日販グループは男女とも高い取得率です。**

(人数)	2024年度		2023年度	
	男性	女性	男性	女性
対象者	21	30	25	24
取得者	15	30	21	24
取得率	71%	100%	84%	100%
平均（※）	30%	84%	17%	80%

※厚生労働省「令和5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70%から1%低下し69%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	69%
正規雇用労働者	78%
パート・有期労働者	97%

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。

2025年4月 管理職昇格者の27%が女性

日販グループの2025年4月の管理職昇格者102名のうち、28名（27%）が女性、係長級の昇格者では56名のうち、23名（41%）が女性となり、女性のキャリアアップが進んでいます。



（参考）グループ社員の女性比率は37%

■ DE&I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（DE&I）の実現にむけ、理解・浸透を図っています。

・DE&I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

・DE&I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、グループ内横断での体験会などを実施しています。



Society（社会）：グループ人財戦略の推進

■ ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンの体験

日販グループとしてDE&Iの理解促進・浸透に取り組む一環として、2024年10月に全グループ従業員を対象として「オチャノバ×ダイアログ・イン・ザ・ダーク」を開催しました。日販グループ社員が働くオチャノバの一部を真っ暗にし、視覚を使わずに生活し仕事をしている視覚障がい者の方々にアattendしていただくことで、自分の中にある「必要不可欠」や「当たり前」を取り払い、目の前にいる人との対話や、自分と向き合うきっかけづくりを行いました。

ダイアログ・イン・ザ・ダークとは

純度100%の真っ暗闇の中で、見ることを以外の感覚を使い、驚きに満ちた発見をしていくソーシャル・エンターテインメント。

体験を案内するのは、普段から目を使わない視覚障がい者のアattendです。視覚以外の感覚を広げ、新しい感性を使い、チームとなった方々と様々なシーンを体験します。

1988年、ドイツの哲学博士アンドレアス・ハイネッケの発案によって生まれ、これまで世界47か国以上、900万人以上が体験、日本では1999年に初開催し、これまで30万人以上が体験しました。

※公式サイトより引用



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年4月～

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）

■ グループ従業員へのヘルスケアサポートの提供

日販グループでは全グループ従業員が閲覧できるポータルサイト（マナビバ、p.34）にて、ヘルスケアや介護などの情報も提供しています。

2025年3月にはアフターヌーンエイジ（更年期）に関する知識および対応方法に関する動画を公開、あわせて上映会を実施しました。上映会には保健師も参加し、参加者との質疑を行いました。



私たちの更年期をたのしい10年に
アフターヌーンエイジProject

Afternoon Age

アフターヌーンエイジ(更年期)
セミナー動画上映会

3.17月

16:00 - 17:00
日販本社7F オチャノバ
参加費 無料

こんな悩みありませんか？

- 自分の症状は更年期症状かも…？
- 職場でどのように声をかけたらいいのかわからない…
- 家族・パートナーへの理解を深めたい
- 病院に行った方がいいのかな？

斎藤 恵介 先生

泌尿器・生殖手術クリニックMIST
東京代官 (uaging care plus) 院長/
順天堂大学医学部附属
順天堂医院泌尿器科 准教授

石塚 文平 先生

ローズレディースクリニック院長/
聖マリアンナ医科大学 名誉教授

井一 美穂 さん

メロポーズカウンセラー
主婦の友社 オナサローネ編集長

お問い合わせ先: 人事労務課 (担当: 堀井、植松)

セミナー上映会のポスターと、マナビバで閲覧可能なそれ以外のコンテンツ

Society（社会）：働き方改革

■ 日販グループの認定

日販グループでは各事業会社が従業員の健康や多様な働き方を推進し、制度・施策の導入を進めています。その結果として、行政からの評価・認定を受けています。

日販と日販アイ・ピー・エスが「健康経営優良法人」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2025」の認定を受けました。日販アイ・ピー・エスは2024年に続き2年連続、日販は、2023年から続いて3年連続での認定となります。



※「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。

日販テクシードが「TOKYOパパ育児促進企業」ゴールド認定

過去2年間の男性育休取得率が100%である企業として、日販テクシードが「TOKYOパパ育児促進企業」ゴールド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。

(2024年10月取得)



日販、日販テクシードがくるみマークを取得

日販は、短時間勤務制度の拡充など、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けた環境の整備に取り組んでおり、日販は2015年2月に厚生労働大臣から「子育てサポート企業」として認定を受ける、「くるみマーク」を取得しました。日販テクシードも2025年2月に新たに取得しています。



グループ3社がえるぼし認定を取得

日販グループでは、女性の活躍推進に関する取り組みが優良であるとして、ファンギルドおよび日販テクシードが、えるぼしの認定段階3を、日販が認定段階2を取得しています。



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化を進めることで、生産性を高め、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。



日販御茶ノ水本社7F「オチャノバ」 撮影 鈴木文人



オチャノバでのイベントの様子

※「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

映像・音響設備が整い、用途に合わせて柔軟にレイアウトを調整できる「オチャノバ」は働く場としてだけでなく、グループ内外の「共創」を生み出す場として、多くの方にご利用いただいています。

経産省による書店活性化のための「車座ヒアリング」実施

2024年6月に経済産業省が主催した書店振興プロジェクト第二回車座ヒアリングの開催場所としてオチャノバが活用されました。当日は、経産相、外務相、文科相、作家の今村翔吾氏をはじめとした出版業界関係者、地方自治体の職員などが参加しました。このほかにもJPICが実施する「BOOK MEETS NEXT」のイベントなど、多くの方が集まる場としても活用されています。



第二回車座ヒアリングの様子

グループ内交流の場としての「オチャノバ」活用

オチャノバではグループ横断の社内セミナーや外部の方をお招きする交流イベントの会場としても活用されています。

「働く場」としてだけでなく、グループの従業員が交流し、学びを促進する場としても機能しています。



オチャノバで開催されたグループ内交流イベント

Society（社会）：働き方改革

■ 自律的に学び続けられる環境・支援制度

日販グループは事業を通じ、文化的で心豊かな時間・生活を創造するという社会的価値を、これからも持続的に、またより大きな価値として提供していくために、一人ひとりが持つ想いを大切に、自律的な成長や挑戦を支える取り組みを行っています。

2024年は社員が自律的に学び続けられる環境を整備し、IT学習コンテンツの提供や資格取得支援、ヘルスケアなど、動画視聴コンテンツも加えた学びの総合サイト「マナビバ」の運営を開始しました。

グループ全体を対象とした「マナビバ」の運営を開始

グループ社員の「成長を支える」「挑戦を支える」「個を掛け合わせる」をテーマに、総合ポータルサイトを開設。



マナビバ ポータルサイト

マナビバではグループ内のITノウハウを共有

グループ内のITリテラシーを高めるためのセミナーがアーカイブ化され、RPAやAIのグループ内での活用事例が共有されています。



グループ横断のITノウハウを共有

Society（社会）：働き方改革

■ 自律的に学び続けられる環境・支援制度

日販グループでは多様な個の掛け合わせによるシナジーが生まれるシーンを創造するため、グループ横断での交流・研修を実施しています。

コロナ禍でオンライン開催となっていた全社大会をリアル開催

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い「ニッパンオンラインミーティング！」として開催していた日販グループ全社大会を、5年ぶりにリアルメインのハイブリッド形式で開催しました。

「同じ志をもって進むこと」「各事業の強みを知り協働すること」をテーマとして、グループ各社のESGの取り組みを10テーマ紹介しました。



全社大会の様子

グループ横断の研修「オチャノバアカデミー」を開催

2024年10月に、グループ内の管理職を対象として、視座を上げ、経営人財に向けた基礎的な知識習得の機会を提供するため、グループ横断型の研修を実施しました。



オチャノバアカデミーの様子

Society（社会）：働き方改革

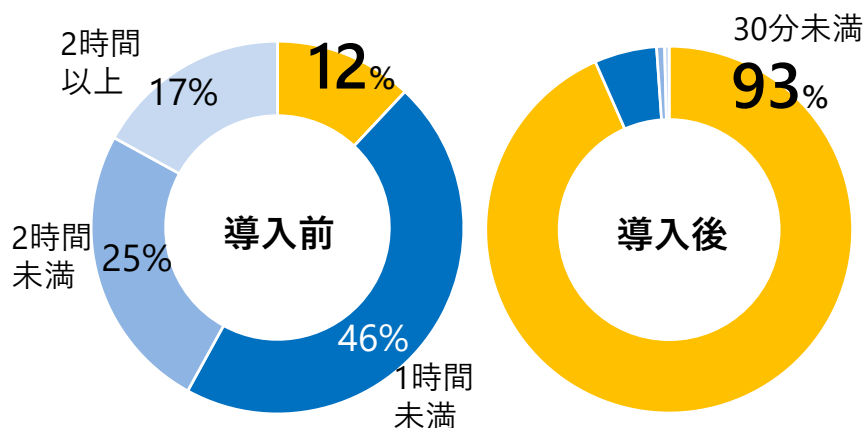
■ サプライチェーンを支える人々の労働環境改善

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。

トラック予約受付システム「MOVO Berth」を導入

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「MOVO Berth」を導入したことにより、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>



■ 新物流センターにおける労働環境への取り組み

2024年10月に開設した、N-PORT新座では、従業員の労働環境にも配慮した設計を行っています。

N-PORT新座での取り組み

①大型シーリングファンの設置

作業所内に気流を発生させることで、夏期は風によって約4度体感温度が低下、秋から春までは天井の暖かい空気を空間全体に行き渡らせることで快適な作業環境を提供します。

②食堂へのグリーンの配置

従業員が休憩する食堂にグリーンを設置することで、事業所内の環境を向上させています。



食堂の様子

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

書店を取り巻く環境は厳しく、“書店ゼロ”の自治体の数は、全国で28.2%に上っています（2024年11月、一般財団法人出版文化産業振興財団調査）。日販では、書店数の減少に歯止めがきかないこの状況を受け、入場料のある本屋「文喫」や、書店経営を圧迫する人件費や後継者不足などの課題を解決する店舗運営省力化ソリューション「ほんたす」の開発など、持続可能な書店経営のための新たなモデル開発に取り組んできました。

共創型モデル店舗「樫原書店」を2025年3月に開業

「店舗が地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域課題に対して取り組む」ことを使命に掲げる株式会社良品計画（代表取締役社長：清水 智）の店舗の在り方に共鳴し、“書店”と“無印良品”をシームレスに繋ぐ共創型モデル店舗として開業。書籍の販売はもちろん、地域の生活者の暮らしに根ざしたイベントなどを通して、人と人、人と地域が文化的に交流できる「地域のコミュニティセンター」としての価値を提供します。



本とともに地域商材を扱う樫原書店



無印良品 イオンモール樫原 外観

Society（社会）：事業を通じた社会課題解決

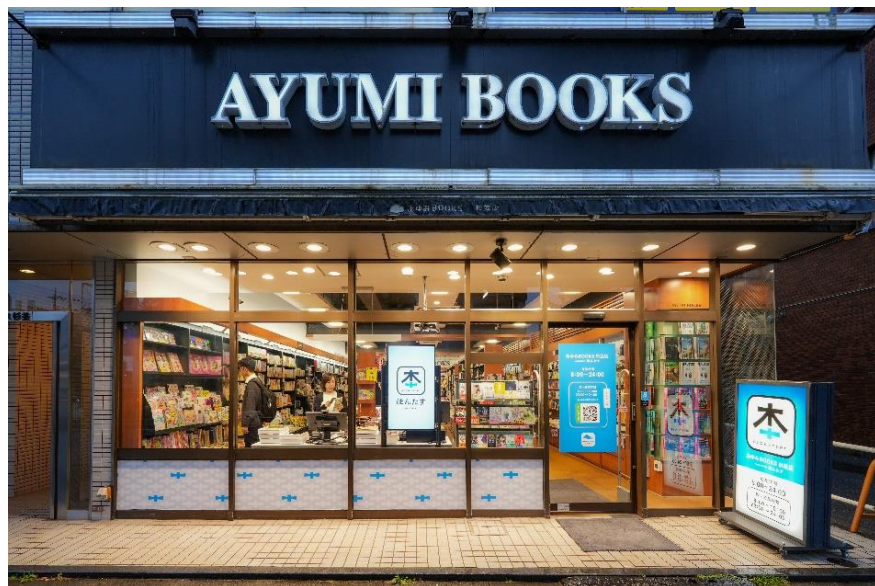
■ 書店のない街をなくす取り組み

店舗運営をDXによって省力化するソリューション「ほんたす」、持続可能な書店経営をサポート

人件費や賃料の高騰など書店経営における課題を解決するために誕生した店舗運営省力化ソリューション「ほんたす」は、2023年9月に新しい書店モデルとして完全無人書店「ほんたす ためいけ 溜池山王メトロピア店」をオープンしました。

2024年9月には、「あゆみBOOKS杉並店」をリニューアルし、「あゆみBOOKS杉並店 supported by ほんたす」をオープンしました。1号店で培った完全無人営業のノウハウを活かし、有人・無人のハイブリット型営業を叶える省力化ソリューションを既存の書店へ初めて導入し、書店スタッフの負担軽減と営業時間の延長を実現しています。

また、2025年6月には、新神戸駅周辺の再整備の一環で、長らく無書店エリアだった神戸市営地下鉄新神戸駅北改札前に完全無人書店の2号店「ほんたす しんこうべ」を、オープンしました。日販グループでは引き続き、書店経営の持続性向上に貢献していきます。



あゆみBOOKS 杉並店 supported by ほんたす



ほんたす しんこうべ

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

日販グループは、グループ各社の事業およ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。日販は、無書店自治体である静岡県駿東郡長泉町と、2024年2月「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ています。

文化施設「クレマチスの丘」でブックフェスを開催

長泉町の文化施設「クレマチスの丘」にある旧ヴァンジ彫刻庭園美術館にて、2024年10月に「BOOK PARK×mishima vegemarche×伊豆文学アートミーツフェスタ in クレマチスの丘」を静岡県と長泉町、他地域団体と共催しました。

当日は、近隣県より5書店が参加、長泉町内外から約2,500人が来場しました。地元ゆかりの方の本や雑貨の販売、絵本を翻訳して海外に届けるワークショップなど、地域に根付いた企画を実施し、閉館していた文化施設で本を起点ににぎわいを創出しました。



当日の様子

UzuUzuライブラリの企画・プロデュース

2025年3月9日に全面オープンした鮎壺公園「鮎壺テラス」内に新設されたライブラリスぺース「UzuUzuライブラリ」の企画・プロデュースおよびブックディレクションを手掛け、同日、鮎壺公園の全面開園とともにオープンしました。

「地域」「自然」「学び」「こども」の4つをキーワードに約100冊の本が蔵書され、地域の人々が憩い、豊かな時間を過ごすきっかけを提供しています。



鮎壺テラス内の様子

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として、2023年に引き続き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。

※「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系大学としての使命と、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。



「文具のアイデアコンペティション2024」投票会場

地方人財活用を目的とした、地方専門学校との連携

ファンギルドでは、2023年10月に、新潟県の日本アニメ・マンガ専門学校との交流をスタートさせました。

地方在住の学生に対して職場見学や、マンガ制作に関わる制作業務の紹介およびトライアルを実施し、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。

本年度は2024年10月に学生の訪問を受け、ファンギルドでの制作パートナーを経てマンガ家として活躍されている作家をお招きし、学生、作家、ファンギルド編集者の座談会を開催しました。



2024年10月 ファンギルド本社での会社説明

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

グループ書店での取り組み

日販グループで小売店舗を運営するNICリテールズでは、リアル店舗の価値を「存在し活動することで社会に貢献すること」と定義し、エコ活動、地域活性化の取り組み、生涯学習の取り組みを行っています。



エコ活動

「ONE ECO PROJECT」（p.46）の一環として取り組む、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や創作を楽しむワークショップ「チョキペタス」に賛同し、各店舗でのワークショップを実施。

2024年4月にはTSUTAYA BOOKSTORE印西ビッグホップが、千葉県印西市の商業施設「BIGHOPガーデンモール印西」のSDGs関連イベントとして同ワークショップを開催、120名の方にご参加いただきました。

地域活性化

2024年10月14日（鉄道の日）に際し、汐留シオサイトに店舗を構えるリプロ汐留シオサイト店が鉄道をテーマとした地域イベントに参加しました。

生涯学習

株式会社すばるでは業務を受託している5つの図書館で環境問題セミナーや体験型ワークショップを実施。千葉県の「ちばSDGsパートナー」に登録されました。



TSUTAYA BOOKSTORE 印西ビッグホップ店でのイベントの様子

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27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。」およ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。（2024年寄付冊数 約26,750冊）



グループの書店で展開している回収ボックス

全国の書店で読み聞かせを行う「おはなしマラソン」

日販では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」

日販では1964年から継続して、全国の児童養護施設、母子生活支援施設、障がい児入所施設、小児医療施設などへ児童書を寄贈しています。

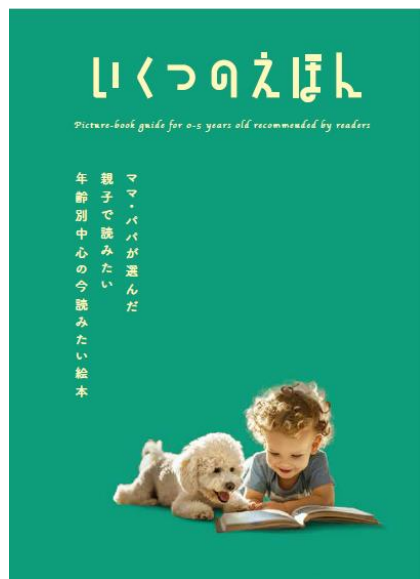
日販からの寄贈に加え、日本児童図書出版協会の協力を得て、児童書出版社からも多くの図書を寄贈していただいています。また施設への寄贈にあたっては、梱包会社に整品を、運送会社に配送を、それぞれ無償で行っていただいています。

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

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」

「いくつかのえほん」は、絵本・児童書の情報サイト「絵本ナビ」の会員が選んだ「本当に読んでほしい絵本」を、年齢別におすすめする通年企画で、今年で11年目を迎えます。「絵本は種類がありすぎて、どれを選ばよいかかわからない」「どの絵本が自分の子に向いているのだろう？」と絵本選びに悩むママ・パパのために、長く読み継がれているロングセラーや、近年刊行された話題の絵本から、0歳、1歳、2歳、3歳、4・5歳～と年齢別におすすめする絵本を紹介します。



「いくつかのえほん」の冊子



書店での展開の様子（写真協力：幕張 蔦屋書店）

2025年版は、絵本ナビの会員99万人が絵本を選び、年齢別のほか「季節の絵本」「大人の絵本」というテーマも新設し、より幅広く計143作品の絵本を紹介しています。

「いくつかのえほん」参加書店では、特設コーナーを設置し、パネルやPOPを用いて年齢別を選びやすくわかりやすい売場づくりを行い、お客様のご要望にお応えしています。また、絵本ガイド冊子は、書店だけでなく、子育てを支援する施設や全国の図書館、大学の授業でも活用いただいています。

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

本と遊ぼうこどもワールド

日販は、「本と遊ぼうこどもワールド2024 第43回優良児童図書展示会」を、2024年12月7日に東京で、2024年12月20日～22日に広島で開催しました。

同展示会は1978年11月に京都市で初めて開催し、その翌年から全国各地で毎年開催し続けています。新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020年から2022年までは実施を見合わせていましたが、昨年4年ぶりに開催し、本年度も実施することができました。



展示会の告知ポスター



広島会場の様子

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30万枚を突破

プロダクト第1弾のBOOK用エコバッグ「本袋」は、これまでに110銘柄が発売され、2025年7月時点で、累計販売枚数30万枚を越えました。環境保全団体OWS*への寄付は、同じく7月時点で、累計金額872,412円となっています。



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（110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／プロンズ新社／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／エッカ石油／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／オサダ文昭堂／金澤文苑堂／カルチュア・エキスペリエンス／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ルーサービスネット／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／東北進学ゼミナール／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.46の続き）

「リサイクルタオルハンカチ」販売開始。今後もプロダクトの製造販売継続

2024年12月から、使用済みペットボトルを粉砕・加工して作られた再生ポリエステル配合の「リサイクルタオルハンカチ」を、4カ月連続で発売。現在、24銘柄のラインアップで販売しています。



リサイクルタオルハンカチ

ウォッシュابلーパーブックカバーの発売

2023年9月からはグループ書店であるNICリテールズの店舗（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。

2025年6月からは古紙や間伐材を含んだ植物由来のセルロースを原料とし、紙でありながら水に強く、洗うことができ、繰り返し使うことができるブックカバーの販売を開始しています。



ウォッシュابلーパーブックカバー

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（p46-47の続き）

端材を使った、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「チョキペタス」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。



幕張 蔦屋書店の店内で開催した様子

※「チョキペタス」とは
「カタチにすることを目指さない」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))

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。



第4回国際サステナブルグッズEXPOの様子

※2024年度の主な出展

- ・上野の森親子ブックフェスタ2025 (2024年 5月)
- ・板橋区民まつり「絵本のまちひろば」 (2024年10月)
- ・南町田グランベリーパークGREEN Good MARKET (2024年11月)
- ・第4回国際サステナブルグッズEXPO (2024年 7月)

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.46-48の続き）

サステナブル製品のPOP-UPを書店店頭で開催

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POP-UP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）

※これまでの主なPOP-UP

- ・「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）
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、海外におけるインフレや円安による需要の高まりを背景に、海外駐在員を派遣する大手企業との新規契約数が増加し、153か国、890社、約3万人の海外駐在員とご家族にご利用いただいています。

「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」など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。

「CLUB JAPAN」では2024年12月より新たに、海外駐在員と帯同家族に向けた健康管理支援サービスを提供する、株式会社SaveExpatsの新サービス「Expatsヘルスケア」の提供を開始しました。



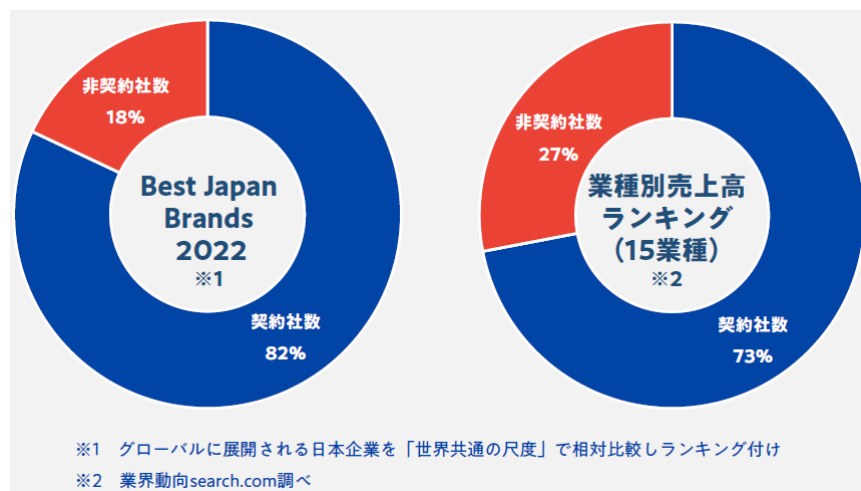
駐在員の生活必需品とExpatsヘルスケア

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ことが、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

「CLUB JAPAN」はグローバルに展開される企業のランキング「Best Japan Brands 2022」ならびに「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

「CLUB JAPAN」は生活必需品にとどまらず、海外で働く駐在員とそのご家族の心身の健康へ貢献しています。

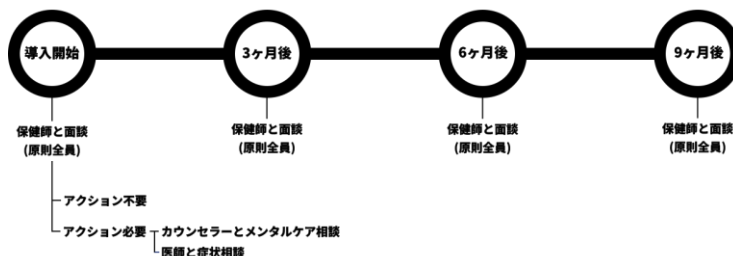
SaveExpatsとの連携による新サービス提供で、健康経営のグローバル展開へ寄与

「Expatsヘルスケア」は、海外駐在員と帯同家族の心身の健康をサポートする企業向けの定額サービスです。3カ月ごとの定期的な心身の健康フォロー面談や、専門家（日本人の医師・看護職・心理カウンセラー・薬剤師）とのオンライン・チャットにより、海外市販薬、現地診断・処方薬に関することなどを気軽に相談することができます。



3ヶ月毎の定期的なプッシュ型フォローの概要

（対象：赴任者＋帯同配偶者）



海外駐在員の家族向けコミュニティを運営する「一般社団法人 駐在ファミリーサポート協会」の設立を支援

駐在ファミリーサポート協会は、海外駐在員を抱える企業やそれに関するサービスを提供する企業・団体などの事業者と広く連携しながら「企業」「駐在員」「帯同家族」三方よしの環境を創出することを目指している団体です。

「CLUB JAPAN」のご契約企業様および駐在員とそのご家族にさらなる良質なサービスや情報をご提供することで、より豊かな人生に貢献できると考えています。



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。

[基本的な考え方](#)

>

[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）： 基本的な考え方

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

内部統制システムの基本方針に基づき、内部統制委員会を設置、活動を行う

リスクマネジメント

情報セキュリティ、個人情報保護、事業継続計画の管理

コンプライアンスの推進

グループコンプライアンス委員会の運営や内部通報制度の設置

Governance（ガバナンス）：2024-2025 エグゼクティブサマリー

- ✓ 規程・計画に従い適切にコーポレート・ガバナンスを推進。
- ✓ コンピュータセキュリティに関わるリスクマネジメントのため発足した専門チーム「日販グループCSIRT」が一般社団法人日本シーサート協議会へ正式加盟。
- ✓ 法令順守の観点から、改正障害者差別解消法が要請するウェブアクセシビリティの基準に準拠するよう、グループ内のBtoCウェブサイトを改修。

コーポレート・ガバナンスの推進

開催回数

取締役会

12回

内部統制委員会

3回

グループESG推進委員会

10回

2024-2025 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、一般社団法人日本シーサート協議会へ正式加盟。
(詳細p.58)
- ② 障害者差別解消法の改正を受け、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し、グループ内のウェブサイトを改修。(詳細p.59)

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

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

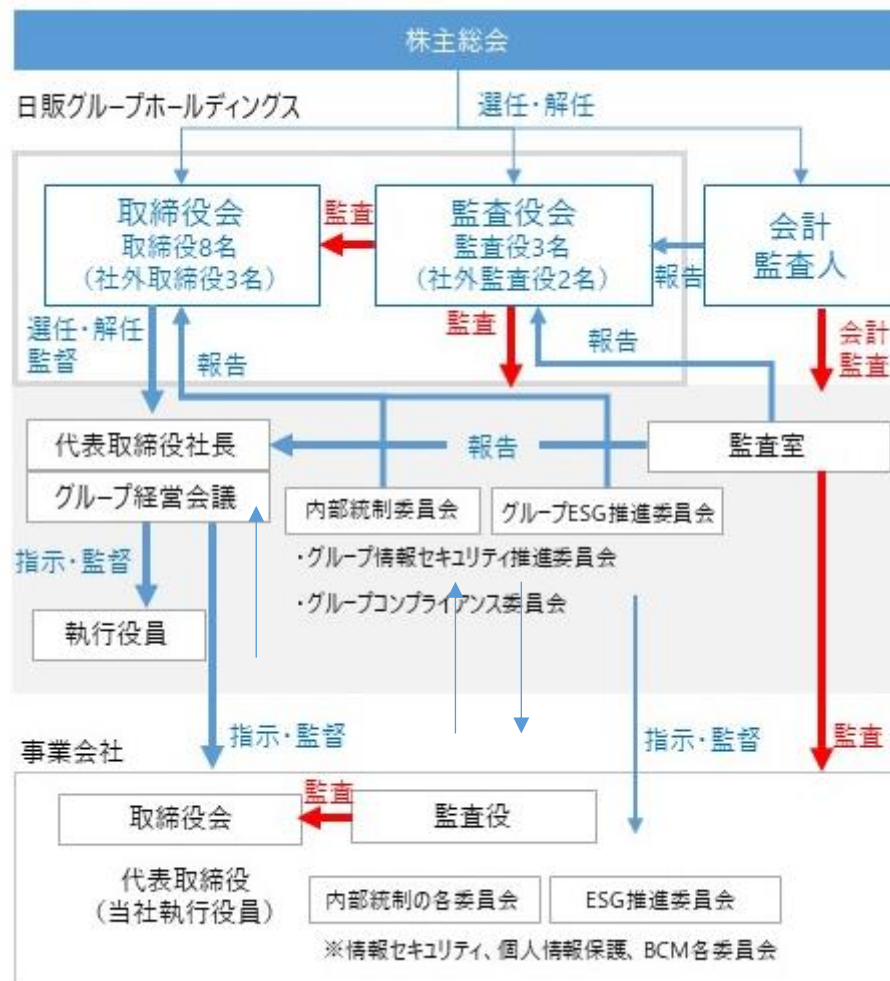
各事業において迅速かつ機動的な意思決定ができるよう、中核子会社の多くの権限を移譲しています。一方で、以下のような形でグループ全体の管理・統制を行っています。

- ・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およ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推進委員会を設置しています。委員会は日販グループホールディングス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。

■ コーポレート・ガバナンスの体制図



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

2024年度の実行役員は取締役8名（うち社外取締役3名）で構成され、法令、定款および社内規定に定める取締役会決議事項の決定および職務執行の監督などを実施しました。取締役会は原則毎月1回開催し、必要に応じて臨時招集できる体制となっております。

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、取締役の業務執行およ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うえ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。日販グループホールディングス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

業務の有効性および効率性、財務諸表の信頼性の確保、法令順守なら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、日販グループホールディングスに、内部統制委員会を設置しています。さらに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、コンプライアンスなどの教育研修
- ・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）：コーポレート・ガバナンス

■ コーポレート・ガバナンスの取り組み状況

取締役会

2022年6月よりESGの専門的知見を有する女性の独立社外取締役を選任しています。2024年度は取締役8名のうち上記女性取締役を含む3名を社外取締役として選任、議論の多様性や客観性の担保に努めています。

2024年度は規程に従い12回を開催し、グループ内の重要事項を議論、決議しました。

内部統制委員会

2024年4月付けにて当事業年度の委員会を設置しました。

取締役会の中で年間3回を開催し、法令順守、情報管理、損失の未然防止、取締役および従業員の業務適正化などの取り組みが適切に実施されているか、管理を行いました。

グループESG推進委員会

グループの各事業責任者を委員とし、代表取締役社長を委員長としました。期首に立てた計画通り年間10回開催し、脱プラスチック、グループ人財戦略の取り組みなど、合計26のテーマについて、アドバイザーとして参画する社外取締役を含め、議論しました。

2024年度 グループESG推進委員会での主要テーマ

回	開催 年月	主要テーマ（抜粋）
1	24年 4月	ウェブアクセシビリティ対応方針 事業会社による活動報告（DE&I、地域創生）
2	5月	グループ人財戦略（エデュケーション）
3	6月	2023年度環境数値報告 人的資本情報の開示内容 事業会社による活動報告（店頭資材の脱プラ）
4	7月	ESGレポート2024
5	9月	事業会社による活動報告 （DE&I、自社製品脱プラ、ONE ECO PROJECT）
6	10月	事業会社による活動報告（社会課題の取り組み） CSIRT活動報告
7	11月	ESG関連イベントの報告 障がい者雇用について
8	12月	上半期の環境数値報告 ウェブアクセシビリティ進捗報告
9	25年 2月	事業会社による活動報告（脱プラ、DE&I） 時事問題に関する議論（コンプライアンス）
10	3月	事業会社による活動報告（社会課題の取り組み） グループ人財戦略

Governance（ガバナンス）：リスクマネジメント

■ リスクマネジメントの体制

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。

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

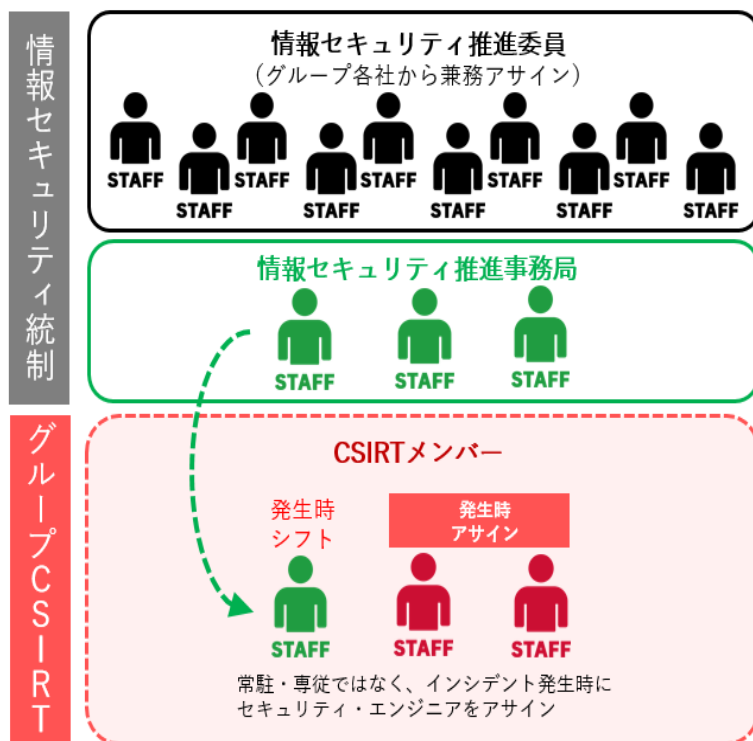
日販グループは、自然災害や感染症まん延等による事業継続リスクに対応するため、すべての事業会社で事業継続計画（BCP）を定めています。各社の事業継続マネジメント委員会にて、BCPのアップデートや訓練などを行い、実効性を高めています。

■ リスクマネジメントの取り組み

「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月に一般社団法人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）：コンプライアンス

■ コンプライアンスに関する体制・方針

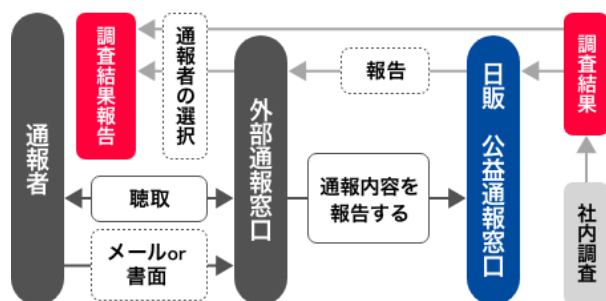
コンプライアンス推進体制

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などの活動の推進およ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。

外部通報窓口の流れ（公益通報）



反社会的勢力への対応

日販グループは、社会秩序および健全な企業活動に脅威を与える反社会的勢力および団体に対しては、警察など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。

■ コンプライアンス遵守の取り組み

法改正対応

2024年1月、改正障害者差別解消法の施行（2024年4月）を見据え、グループ内のBtoCウェブサイト「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グループESG推進委員会にて合意。2024年4月までに各社の対応計画を策定し、計画に基づく対応を行ってきました。

2024年度中に、サイト改修の与件などがあるサイトを除き、対応を完了しました。



当社ホームページに掲載している「ESGムービー」につけられたキャプション（字幕）

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」グループ会社を活かす

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

2014年10月に設立して37社の連結子会社を有する日販グループホールディングス（日販GHD）は、取次社、日本出版経団連（日経出版連）のグループ全体の事業は、4月1日付代表取締役社長に就任した富樫建氏（64）は、日販の情流、商流のネットワークが、その成立の基盤と語る。その経緯を、日販GHDの社長に聞いた。

「豊かさを届ける」経営理念 踏襲

「日販の強み」は、富樫社長が「情流」「商流」のネットワークを活かすことにある。その強みは、日販の創業理念「豊かさを届ける」に由来する。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。

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

「日販の強み」は、富樫社長が「情流」「商流」のネットワークを活かすことにある。その強みは、日販の創業理念「豊かさを届ける」に由来する。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。

富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。

「本のある空間づくり」
地域の企業・書店・自治体と連携

富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。

グローバル展開も視野に
好調な「CLUB JAPAN」営業

富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。富樫社長は、日販の創業理念を踏襲し、その強みを活かすことを目指している。

メディアに掲載された記事

2024/8/8 新文化

「環境」については23年度、20年度比較で「出版流通に係るCO₂排出量」を24%削減した（30年度目標26%削減）。物流拠点においても、省エネルギーな拠点や設備の導入を進めている。今年10月に開設予定の「N-PORT新座」（埼玉・新座市）では最新設備や太陽光発電の導入により、1坪あたりの

CO₂排出量が現在より73%減少する見込みという。グループとして取り組むべきテーマには「脱炭素」「脱プラスチック」を設定しており、30年度までに脱プラを実現することを目標に掲げる。店舗送品における梱包資材の48%を環境配慮資材に変更したほか、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など、脱プラの取り組みを推進している。「社会」については、今年4月時点で女性管理職比率を18%（前年差2・4ポイント増）に上昇させた（30年度目標30%）。23年度の育児休暇の取得率は、男性84%（前年差32ポイント増）、女性100%（前年と同率）だった。

吉川会長「中間目標は概ね達成」

日販グループホールディングスは7月29日に発行した「日販グループ ESGレポート2024」で、グループの「環境・社会・ガバナンス」に関連した取り組みとその成果を報告。出版流通に係るCO₂排出量削減やその実現に向けた各係数の進捗について、吉川英作会長は「23年度時点では各々の中間目標（KPI）は概ね達成」「育児休暇や介護休暇などの制度も整い、ESGに本気で取り組む文化は醸成されている」と評価している。

日販GHD

日販グループESGレポート

出版流通CO₂ 24%削減

進委員会を10回開催。今年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た。また、障害者差別解消法改正法を受け、日販グループの一般消費者向けのウェブサイトは「JIS X 8341-3:2016の適合レベルAAに配慮」以上とすることを決めた。

メディアに掲載された記事

2024/10/15 文化通信



新拠点の「N-PORT 新座」

販 物流再編P 第一弾 日 「N-PORT新座」開設

日本出版販売は10月7日、持続可能な出版流通の実現に向けて、日販グループ全体で取り組む「物流再編プログラム」の第一弾となる新拠点「N-PORT新座」を、埼玉県新座市に開設した。

同社は、持続可能な出版流通の実現に向けて、2023年から日販グループ全体での「物流再編プログラム」を実行している。同プログラム

では、さまざまな商材・商流に対応した機械設備や、日販グループを横断した新しい倉庫管理システムの構築、ロボティクスなど最新の技術を取り入れることで、「ハード面からもソフト面から

も『汎用性』『柔軟性』『高い生産性』をコンセプトに、取引先の売り場の変化を支える物流を実現していくとしている。

今回開設した「N-PORT新座」は、それらを体現した第一弾の拠点となる。同所では7日から王子流通センターから移管した雑誌の出荷を開始した。10月中旬には、日販グループ内のカルチュア・エクスペリエンスで扱う文具の移管・出荷を

開始。11月上旬には、王子流通センターから文具を移管し本格稼働予定だという。なお、新拠点では、文庫雑誌の出荷からはじめ、今後は出版物の取り扱いについても予定している。

開所初日となる7日、新拠点で神事を執り行った。登壇した日販の奥村景二社長は、「N-PORT新座は、日販が今まで出版流通で培ってきたノウハウをベースに新たなテクノロジーを加えた、機能的かつ汎用的なセンターだ。その機能性と汎用性を生かし、我々の相業である出版物の取り扱いはもちろんのこと、文具・雑誌を中心としたさまざまなアイテムを扱うことで業量拡大を果たし、日販グループにとっても、取引先の皆様にとっても、『持続可能な出版流通』を実現していくと語った。

メディアに掲載された記事

2024/10/31 新文化



谷島屋と長倉書店のブース

「BOOK PARK」とショップ棟エリアには、Ginger Books Cafe、TSUTAYA BOOKS STORE サントムーン柿田川店、長倉書店、マルサン書店、谷島屋書店が出演した。谷島屋書店は複数店舗から応援スタッフを招集してブース運営にあたった。ブースの内側に児童書や実用書、知育玩具を展開し、客がじっくりと商品を選べる空間をつくるなど工夫を凝らした。一人で接客にあたった長倉書店の長倉一正社長は、「日販のお膳立てのおかげで出店の陰荷が軽減された」と話した。

「伊豆文学アートミーツフェスタ」では、水鈴社の篠原一朗社長とブックジャーナリストの内田剛氏が「音楽×文学による新たな可能性」と題してトーク。書店業界の事

柄に話題が及ぶと篠原社長は、「本屋の閉店とパンドの解散ライブは似ている。解散（閉店）すると言った人が集まるが、普段から来てくれていたば……」と現状を憂えた。日販は2月、書店ゼロ自治体である長泉町と「本を起点としたまちづくりに関する包括連携協

日本出版販売は10月27日、静岡・長泉町の文化複合施設「クレマチスの丘」内の旧ヴァンジ彫刻庭園美術館で、自治体などと「BOOK PARK×mishima vegetable marche×伊豆文学アートミーツフェスタ in クレマチスの丘」を共催した。県内の5書店が出演するブックマーケット、飲食を中心としたマルシェ、文学をテーマとしたアートイベントの3要素を初めて複合させた。

日販 「ブック」「飲食」「アート」の3要素で 長泉町で複合マーケット開催

谷島屋など5書店出店 町との包括連携協定第1弾

当日は長泉町の池田修町長、日販グループホールディングスの富樫建社長、日販ブラットフォーラム創造事業本部、静岡支店のメンバーも駆けつけた。親子連れなど多くの客が、アートと緑の多い広々とした空間で買い物や食事を楽しんでいた。

メディアに掲載された記事

2025/3/18 文化通信

日販×静岡県長泉町 書店ゼロ自治体に ライブラリ新設

日本出版販売（日販）デユースは、日販と長泉町が企画・プロデュースと町が2024年2月に締結したブックディレクションを結した「本を起点としたまちづくり」のプロジェクトの一環として、長泉町に新たな文化接点を創出し、「本を起点としたまちづくり」をつくるための取り組み。

日販によると、鮎雲公園は、地域住民が豊かさを実感できるまちづくりのため、芝生広場や児童遊具、複合施設などを備えた「地域の人が集う公園」として、21年から整備事業が進められてきた。



UzuUzu ライブラリ内の様子
(写真は日販提供)

「UzuUzuライブラリ」は、鮎雲公園に新設された屋内施設「鮎雲テラス」内にある、子どもから大人まで自由に利用できるスペース。25平米ほどの空間に、好奇心を刺激する本を約100冊並べ、地域の人々が憩い、豊かな時間を過ごすきっかけを提供する。

ライブラリの蔵書は、日販のブックディレクターが、「地域」「自然」「学び」「子ども」の4つをキーワードに選書した。ライブラリの本棚は、静岡ゆかりの作家の本を集めた「地域とウズウズ」、公園の自然に親しむきっかけになるような本を揃えた「自然とウズウズ」、大人も知的好奇心をくすぐられる「学びとウズウズ」、絵本・児童書を中心に、子どもが本をめぐる楽しさ・本を読む楽しさに触れられる「わくわくウズウズ」の4つのジャンルで構成されている。

日販は、「今後も長泉町の各所で本を起点としたまちづくりを推進していく」としている。

メディアに掲載された記事

2025/3/20 新文化

日販 長泉町（静岡）と協定下の 取組第2弾 ライブ러리プロデュース

日本出版販売は3月9日に全面オープンした鮎ヶ瀬公園（静岡・長泉町）において、公園内の施設「鮎ヶ瀬テラス」でライブ러리スペース「Uzuzurayiburari」の企画・プロデュースおよび選書を手がけ、同日オープンした。

日販と長泉町が昨年2月に締結した、「本を起

点としたまちづくりに関する包括連携協定」のもとでの取組みの第2弾。

日販のブックディレクターが「地域」「自然」「学び」「こども」の4キーワードで選書し、約8坪の空間に約100冊の本を並べた。

日販と長泉町は昨年10月、協定に基づく取組みの第1弾として本とマル

シェと文学のイベント「BOOK PARK×mishimavegemarche×伊豆文学アートミーツフェスタ in クレマチスの丘」を開催。

今後は、3月22日開催の「サクラフェスタ2025 in クレマチスの丘」で本の交換会をはじめとしたプログラムの企画・協力を担うほか、長泉町民図書館での賑わいづくりに関する企画も準備しているという。

メディアに掲載された記事

2025/4/8 文化通信

販 完全無人書店「ほんたす しんこうべ」6月に開業

日本出版販売（日販）は、神戸市の外郭団体「こども未来都市機構」と共創し、神戸市による新神戸駅周辺再整備の一環として、完全無人書店「ほんたす しんこうべ」を今年6月、市営地下鉄新神戸駅の北改札前に開業すると発表した。



「ほんたす しんこうべ」は、店舗運営者化ソリューション「ほんたす」の店舗セキュリティや運営オペレーションなど独自のノウハウをフルパッケージで導入した売場面積20坪の完全無人書店。

店「ほんたす」として協力して注力している。は関西初、完全無人での営業は全国2例目となる。神戸市は新神戸駅周辺の再整備を進め、また、本の文化振興にも官民が

「ふらっと、サク」と、旬を手に。」という新しいチャレンジで

「ほんたす しんこうべ」店舗イメージ

店舗の特徴は、地域の賑わいづくりに貢献したい、日本出版販売中部・関西支社・金丸のコンセプトに加え「今気になる」を「ほんたす」パッケージが行政と組んで出店する初のケース。駅周辺再整備の基本方針の一つ「神戸市の玄関口としてふさわしい空間の創出」が実現できるよう、一丸となつてより良い空間を提供していく。また、神戸の観光資源と連携した雑貨商材や限定オリジナル雑貨の販売も予定している。

「ほんたす しんこうべ」

こども未来都市機構・山平製菓社長は、「日本出版販売とタッグを組新神戸駅構内」

オープン日＝6月下旬（予定）／所在地＝神戸市中央区加納町一丁目

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CO₂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（2024年4月1日～2025年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

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輸送配送（上流）およびカテゴリ9輸送配送（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	2024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	988	984	▲107	▲10%	石油製品、都市ガスの使用量	環境省DB
	出版共同流通	789	注1 51	42	37	30	▲759	▲96%	LPGの使用量	〃
	Scope1計	1,879	968	1,076	1,025	1,014	▲865	▲46%		
Scope2	日販	5,814	5,367	4,281	3,491	3,741	▲2,073	▲36%	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 4,025	3,594	2,864	2,649	20	1%	〃	〃
	Scope2計	8,443	9,392	7,875	6,354	6,390	▲2,053	▲24%		
Scope3	4 輸送配送（上流）	34,546	31,961	29,573	26,646	24,365	▲10,181	▲29%	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	24,365	▲10,181	▲29%	取引先からの返品輸送（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	48,730	▲20,362	▲29%		
合計		79,414	74,282	68,097	60,672	56,133	▲23,281	▲29%		

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 22,870 t-CO₂の削減を実現しました。
- Scope1は、日販の社用車の削減、全社ハイブリッド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のカテゴリ2 資本財（取得固定資産）は、複数の大型投資があったため増加しています。

日販グループが重視しているScope3の排出量の73%を占める輸送配送（カテゴリ4、カテゴリ9）は、▲17,588t-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	2024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★	3,011	2,059	2,259	2,074	1,994	▲1,017	▲34%	石油製品、都市ガス、LPGの使用量	環境省DB ※2
Scope2★	24,209	25,496	22,274	19,751	19,944	▲4,265	▲18%	電気の使用量	電気事業者別 排出係数 ※1
Scope1・2計	27,220	27,555	24,533	21,825	21,938	▲5,282	▲19%		
Scope3									
1 購入した製品・サービス	283	288	261	227	211	▲72	▲25%	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	5,165	14,927	7,991	115%	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	3,631	▲829	▲19%	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	39,220	38,326	▲7,407	▲16%	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	294	249	▲82	▲25%	産業廃棄物の種類別排出量	環境省DB ※2
6 出張	403	352	526	772	744	341	85%	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	976	▲201	▲17%	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に含めたため）	—
9 輸送配送（下流）★	34,546	31,961	29,573	26,646	24,365	▲10,181	▲29%	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	2,189	2,211	▲265	▲11%	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	79,454	85,641	▲10,704	▲11%		
合計	123,565	125,939	111,173	101,279	107,579	▲15,986	▲13%		

※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)－R5年度実績－（環境省・経済産業省公表、R7.3.17）...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（ver3.3）

※3 IDEAv2：IDEAデータベースver2.3（一般社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）

	2023年度	2024年度	構成比	増減率
取次事業	72,696	72,589	67%	0%
小売事業	12,184	13,450	13%	10%
海外事業	9,278	10,677	10%	15%
雑貨事業	776	2,742	3%	253%
コンテンツ事業	70	169	0%	143%
エンタメ事業	67	136	0%	102%
IT事業	288	502	0%	75%
シェアードサービス	97	97	0%	0%
その他事業	5,822	7,217	7%	24%
合計	101,279	107,579	100%	6%

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）

①物流センター、店舗、事務所の電気・燃料使用量

	2023年度	2024年度	増減率
電気	49,682千kWh	48,460千kWh	▲2%
都市ガス	437千m ³	458千m ³	5%
LPG	28t	28t	0%
A重油	74t	27t	▲63%
使用料合計（※1）	11,695kℓ	11,400kℓ	▲3%

※1 使用料合計は原油換算した数値

②運搬、営業等の社用車の燃料使用量

	2023年度	2024年度	増減率
ガソリン	156kℓ	173kℓ	11%
軽油	202kℓ	203kℓ	1%
使用料合計（※2）	332kℓ	348kℓ	5%

※2 使用料合計は原油換算した数値

（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）

	2023年度	2024年度	増減率
発電量	266	258	▲3%
CO ₂ 換算※3	109	111	2%

※3 東京電力エナジーパートナー株式会社の排出係数(調整後排出係数(残差))を使用

データ集 Environment（環境）

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) 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社です。

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社です。

①特定事業者

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	5年平均
日販	エネルギー消費原単位前年比(%) ※1	—	95.6	94.7	98.4	89.9	94.6
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	6,987	6,214	6,012	5,830	4,661	—
出版共同 流通	エネルギー消費原単位前年比(%)	—	117.9	89.6	84.0	95.4	95.9
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	3,736	4,180	3,684	3,550	3,162	—
NICリテールズ ※2	エネルギー消費原単位前年比(%)	—	89.0	87.9	81.5	99.6	89.3
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	4,563	4,303	3,687	7,716	7,226	—

※1 日販は2023年度に「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

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	5年平均
日販 ※3	エネルギー消費原単位前年比(%)※3	—	94.0	94.3	89.8	91.4	92.4
	CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	34,546	31,961	29,573	26,646	24,365	—

※3 2024年度に「エネルギーの使用量と密接な関係を持つ値」を商品の送品日数に変更し、過去5年間遡及して変更した。

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します。
日販本社ビル、日販王子流通センターとも第三期目標を達成しました。

（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	2024年度	第三期累計
日販 本社ビル	目標排出量※1	4,729	4,729	4,729	4,729	4,729	23,645
	排出量実績	4,516	4,514	4,569	4,586	4,631	22,816
	基準排出量：6,478	目標差（実績-目標）	▲213	▲215	▲160	▲143	▲829
日販 王子流通センター	目標排出量※1	4,037	4,037	4,037	4,037	4,037	20,185
	排出量実績	4,087	3,963	3,892	4,054	4,071	20,067
	基準排出量：5,530	目標差（実績-目標）	50	▲74	▲145	17	▲118

※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▲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します。

（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	2024年度	第三期累計
出版共同流通	目標排出量	3,651	3,651	3,971	3,971	3,971	19,215
	排出量実績	3,736	4,180	3,740	3,550	3,162	18,368
	目標差（実績-目標）	85	529	▲231	▲421	▲809	▲847

※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 ※5		
			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	—	79.8	79.8	—
日本出版販売(株) ※3	6.7	100.0	76.1	76.8	119.8
カルチュア・エクスペリエンス(株) ※3	13.7	—	74.8	79.9	76.1
NICパートナーズ(株) ※3	4.9	0.0	77.8	80.6	98.9
日販アイ・ピー・エス(株) ※4	21.1	0.0	70.9	70.9	—
(株)ダルトン ※4	37.5	50.0	75.9	76.0	90.0
(株)ファンギルド	50.0	—	106.1	108.8	—
日販セグモ(株)	100.0	—	105.3	105.3	—
日販ビジネスパートナーズ(株) ※4	18.2	100.0	111.4	79.1	105.3
日販テクシード(株) ※4	16.7	100.0	79.5	79.8	101.1
合計	11.0	71.4	68.5	78.1	96.8

※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 「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）の規定による公表義務の対象会社

※5 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 2025」

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