

NIPPAN GROUP
ESG
Report
2026

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



Environment（環境）

マテリアリティ

9

エグゼクティブサマリー

11

2025年度実績

12

脱炭素化の推進

15

循環型社会の実現

17

自然との共生

22



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 2025年度（2025年4月1日～2026年3月31日）
一部、2026年度の実績・活動内容も記載しています。

Society（社会）

マテリアリティ

24

エグゼクティブサマリー

26

2025年度実績

27

グループ人材戦略の推進

28

働き方改革

29

事業を通じた社会課題解決

38



Governance（ガバナンス）

基本的な考え方

53

エグゼクティブサマリー

54

コーポレート・ガバナンス

55

リスクマネジメント

58

コンプライアンス

59

（参考）データ集

61



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

「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、書店数の減少に加え、物流の2024年問題を契機とする輸送力不足、そして2028年までに施行が予定される通称「トラック新法」では、運賃の下限となる「適正原価」の法定化などが見込まれ、流通コスト全体が上昇する大きな環境変化に直面しています。何も手を打たなければ、全国に本を届け続けることは、今後ますます難しくなります。私たちは、出版流通を持続させるというミッションのもと、持続可能な流通網の構築に向けて取り組みを進めてまいります。

環境面では、日販グループのCO₂総排出量の64%を占める出版流通を重点課題と捉え、2030年度までに< CO₂排出量 ▲26%/返品冊数 ▲68% > をマテリアリティとしていましたが、2024年度末に早期達成したため、2020年度比▲56% (▲44,258t-CO₂) 削減へと目標を引き上げました。

返品問題については、これまで同様に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、株式会社トーハンの協業も進め、返品拠点の統廃合による庫内作業コストや固定費の削減、出版社様・運送会社様の負荷軽減に加え、CO₂排出量の削減を実現しています。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化とCO₂削減に貢献してまいります。

輸配送では、CO₂排出量やエネルギー消費量の削減、ドライバーの労働環境改善に取り組むとともに、グループの物流拠点や機能の整理・統合による物流再編プログラムを推進しています。さらに他業種の荷主企業との共同配送の検証にも参画し、業界の垣根を越えた効率的で持続可能な流通の構築を目指します。



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

< 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。2025年には、東京都板橋区で開催された「絵本のまちひろば2025」や佐賀県の読書推進プロジェクト「SAGA本恋プロジェクト」への参画のほか、2026年2月に夏目漱石ゆかりの地である熊本県熊本市に開業した新感覚の文学ミュージアム「夏目パージアム」を全面プロデュースしました。本や文化を起点に地域の新たな価値創造や交流の活性化に取り組んでいます。

日販グループの書店27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、2025年の寄付冊数は 約23,091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。2025年度は日販テクニードが東京都「事業所防災リーダー優良企業」に、日販・日販アイ・ピー・エスが「健康経営優良法人2026」に認定されました。

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 6,927人（非正規雇用を含む）

連結会社数 33社

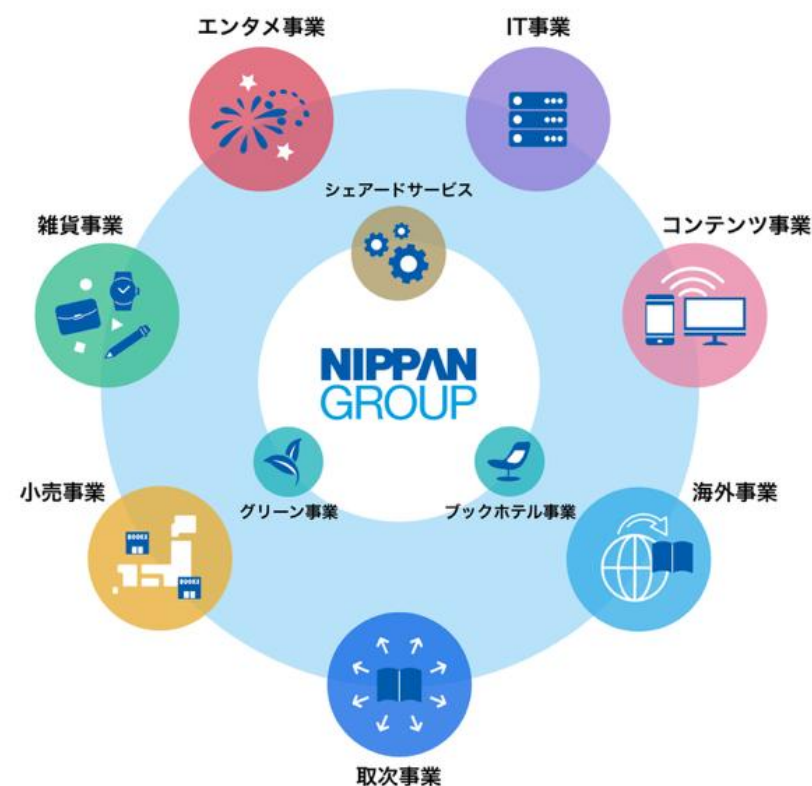
連結経営成績
(2026年3月期) 売上高 3,427億円

※連結従業員数・連結会社数は2026年3月31日時点

日販グループ
ホームページ



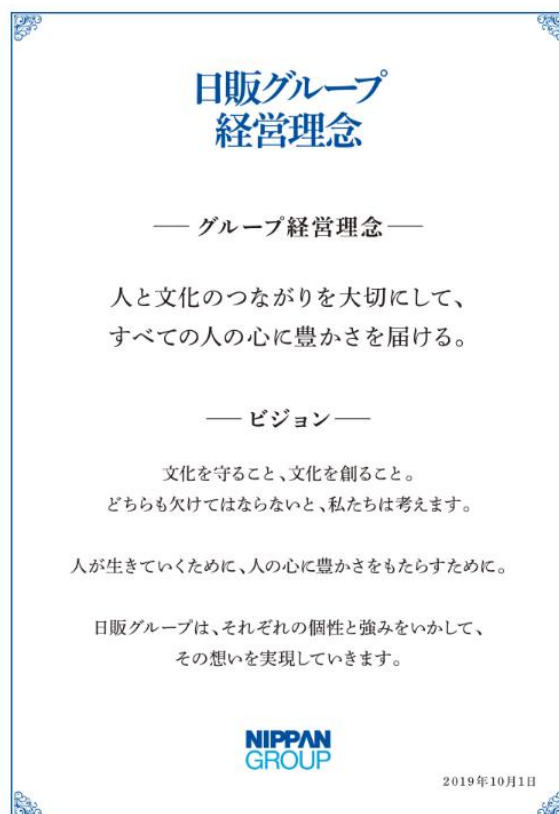
日販グループの事業領域



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。

・目的：ESGの方針、重要事項の決定及びモニタリング

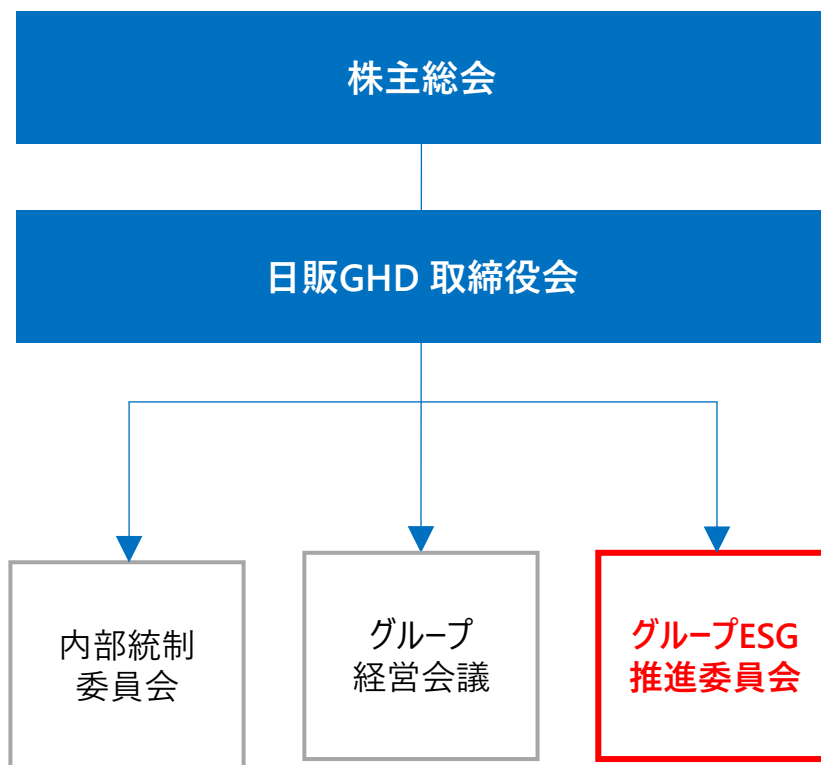
1. グループのESG経営に係わる活動の方針・計画の策定
2. グループと持続可能な社会の実現に関する課題、リスクと機会の適時把握及び方針・計画への反映
3. グループ中核事業会社のESG方針・計画の承認、実行状況のモニタリング、グループ内の統一性保持
4. グループ及び各社のESGの重要事項の審議・決定

・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

※2025年度の主な活動はp.57に掲載



- ・グループ情報セキュリティ推進委員会
- ・グループコンプライアンス委員会

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

>

2025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

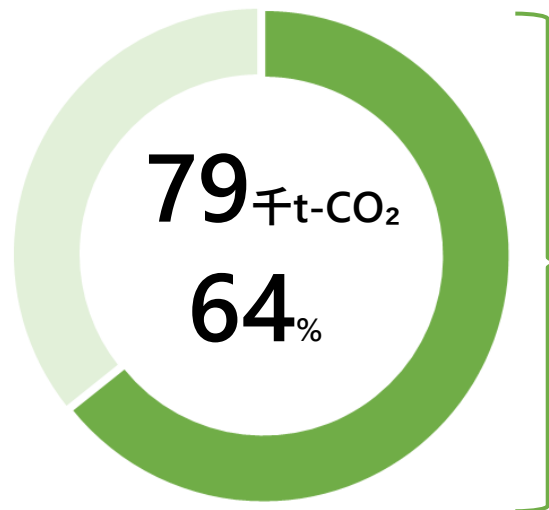
>

Environment（環境）：マテリアリティ

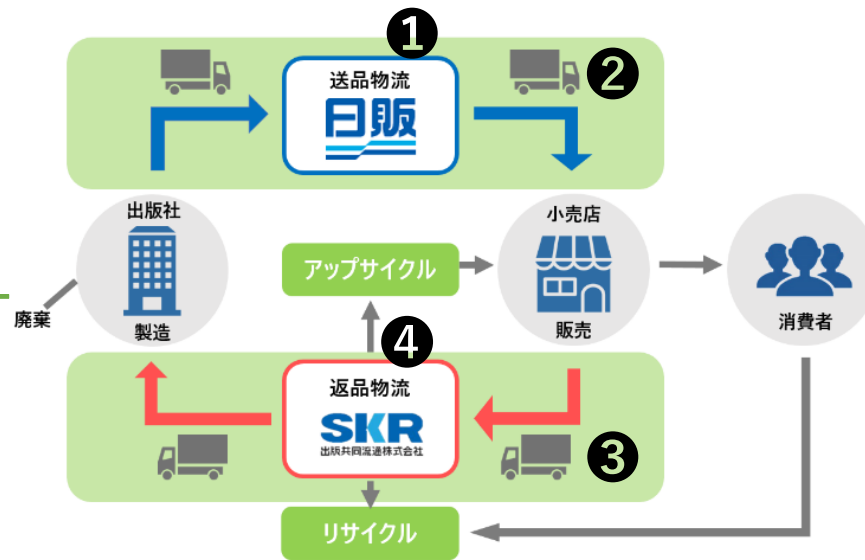
日販グループのマテリアリティ（環境）

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

※出版共同流通は2026年3月31日付で日販に吸収合併

Environment（環境）：マテリアリティ

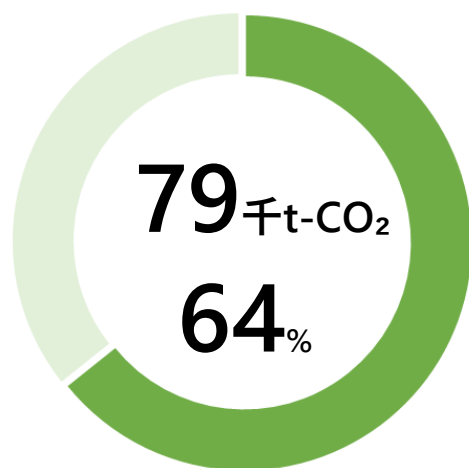
日販グループのマテリアリティ（環境）

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 >

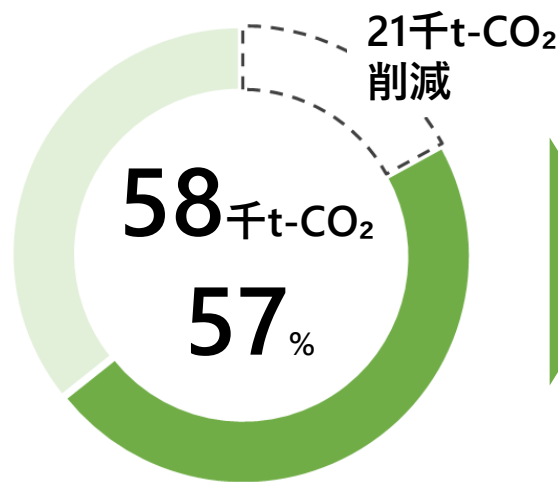
2020年度

2020年度時点の実績

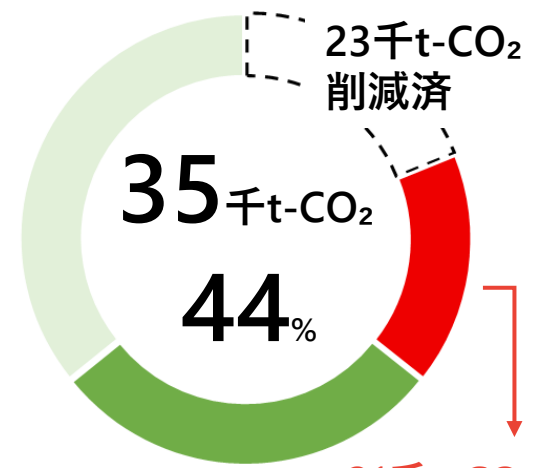


2021年度

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）：2025-2026 エグゼクティブサマリー

CO₂排出量の削減状況

出版流通に係るCO₂排出量

▲44%

対象範囲計
(p.9 ①～④)
CO₂排出量

▲35,373 t-CO₂

※2020年度比較

グループのCO₂排出量

▲26%

日販グループ
Scope1・2の
CO₂排出量

▲7,221 t-CO₂

※2020年度比較

2025-2026 トピックス

■ CO₂排出量の削減

配送コース・車両サイズの変更、拠点再編、カーボンオフセット都市ガス導入などにより、2025年度の出版流通に係るCO₂を前年度より累計▲12,092t-CO₂削減。
(p.13)

■ 気候変動への対応

省エネ法（特定事業者）において、日販・NICリテールズがSクラス評価を取得。(p.16)

■ 資源循環・リユースの推進

レンタル商材の資材再利用を拡大。(p.19)
2026年1月、NICリテールズで宅配買取サービス「本屋でフクウロ」を開始。(p.17)

Environment（環境）：2025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年度比▲56%（▲44,238t-CO₂）の削減を目標に掲げ、その実現に取り組んでいます。

2025年度までの実績

- ・書店への配送コース再編、車両サイズの適正化
- ・拠点再編
- ・再生可能エネルギー、カーボンオフセット都市ガスの導入

（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		44,041	▲44%	▲35,373	
Scope1	日販 出版共同流通	336	▲82%	▲1,543	雑誌送品拠点再編、王子流通センターのカーボンオフセット都市ガス導入
Scope2	日販 出版共同流通	5,279	▲37%	▲3,164	各社の省エネの取り組み、拠点再編、書籍返品協業
Scope3	輸送配送 (カテゴリ4・9)	38,426	▲44%	▲30,666	送品業量の減少、荷量に応じた配送効率化
2030年度削減目標		35,176	▲56%	▲44,238	

（単位：t-CO₂）

Environment（環境）：2025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

2025年度の出版流通に係るCO₂は前年度より累計 **▲12,092t-CO₂を削減**しました。

- ・雑誌発送拠点进行り流通センターから浮間流通センターへ移転、四国サテライトの閉鎖等拠点再編により **▲948t-CO₂の削減効果**。
- ・株式会社トーハン(以下「トーハン」)との書籍返品協業により **▲279t-CO₂の削減効果**。
- ・王子流通センターで使用するすべての都市ガスをカーボンオフセット都市ガスに変更したことにより **▲278t-CO₂の削減効果**。
- ・配送コース、車両のサイズ変更により **▲3,420t-CO₂の削減効果**。

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		▲1,2092
拠点再編（雑誌発送拠点、支店）	2025/4-	▲948
トーハンとの書籍返品協業	2025/8-	▲279
王子流通センターへのカーボンオフセット 都市ガス導入	2025/ 9-	▲278
配送コース再編・車両サイズ変更	2022/ 4-	▲3,420
その他（通常の省エネ活動、業量減少等）	—	▲7,167

Environment（環境）：2025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.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量は、2020年度と比べて**▲26%（▲7,221t-CO₂）**減少しました。
- 前年の2024年度と比べても**▲9%（▲1,939t-CO₂）**と減っています。

	CO ₂ 排出量	2020年度比較	
Scope1・2 計	19,999	▲26%	▲7,221
Scope1	1,250	▲58%	▲1,761
Scope2	18,749	▲23%	▲5,460

（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については、2020年度より**▲23%、▲21,698t-CO₂**と大幅に減少しています。前年の2024年度と比較しても**▲13%、▲10,994t-CO₂**と減っています。

Scope/カテゴリ	CO ₂ 排出量	シェア	2020年度比較	
Scope3 計	74,647	100%	▲23%	▲21,698
2 資本財	15,489	21%	123%	8,553
3 Scope1-2以外のエネルギー活動	3,397	5%	▲24%	▲1,063
4 輸送、配送（上流）	32,189	43%	▲30%	▲13,544
5 事業から出る廃棄物	195	0%	▲41%	▲136
7 雇用者の通勤	972	1%	▲17%	▲205
9 輸送、配送（下流）	19,213	26%	▲44%	▲15,333
13 リース資産（下流）	2,400	3%	▲3%	▲76
その他カテゴリの合計	792	1%	16%	106

（単位：t-CO₂）

Environment（環境）：脱炭素化の推進

■ 物流拠点の効率化、再生可能エネルギー活用

環境配慮型物流拠点「N-PORT新座」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



N-PORT新座（埼玉県新座市）

返品協業の拡大

2020年11月から返品業務においてトーハンと協業を開始しております。雑誌の返品に加え、2025年7月から書籍の返品も協業を開始しました。

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。

返品協業による
CO₂削減効果 **▲279**t-CO₂/年

物流センターにおける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。

一部物流センターでは、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、2025年度は年間で**▲75** t-CO₂ を削減しました。

太陽光発電による
CO₂削減効果 **▲75**t-CO₂/年

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2社がSクラス

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、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クラスとして評価された。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。尚、2024年度にSクラス評価をうけた出版共同流通は、2025年度のエネルギー使用量が1,500kl未満になったため省エネ法対象外。

※「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）事業者は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134万枚/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134万枚/年の用紙を削減しました。

また、出版社様のご協力のもと納品書のEDI化を進めており、約21万枚/年の用紙削減を達成しています。

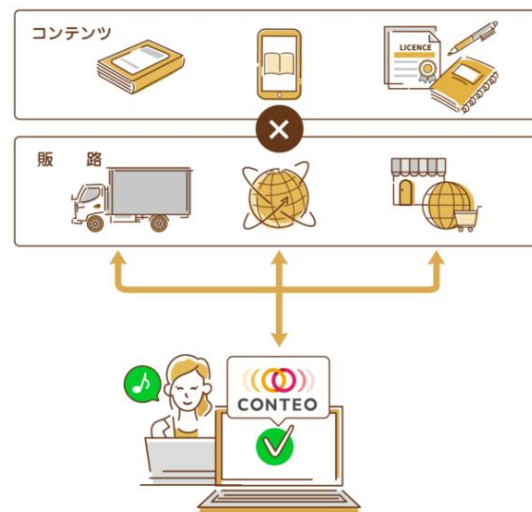
■ クラウド化の取り組み

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）に取り組んでおり、2022年12月から出版社向けクラウド型販売管理システム「CONTEO」を提供しています。

クラウドサービス



Environment（環境）：循環型社会の実現

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」に継続して取り組んでいます。

加えて2025年度からは「リユースの推進」を開始し、資源循環に向けた取り組みをさらに広げています。

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。

■ リユースの推進

衣料品の宅配買取「本屋でフクウロ」の取り組み開始

NICリテールズでは、2026年1月より店舗で衣料品の宅配買取サービス「本屋でフクウロ」を案内しています。着なくなった衣類を宅配で送るだけで買取・再流通される仕組みを通じて、衣料品廃棄の削減とお客様の環境意識の向上を図っています。

取り組みの内容

- ・店舗での「本屋でフクウロ」ポスター掲示による周知
- ・宅配買取を通じた衣料品のリユース促進
- ・衣料品廃棄の削減による循環型社会への貢献

期待される効果

- ・不要になった衣料品を捨てずに、次のユーザーへ繋ぐリユース促進
- ・お客様のサステナブルな行動を後押し
- ・モノ・環境・家計のいずれにも配慮した循環型消費への貢献



店頭で掲載しているポスター

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

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。



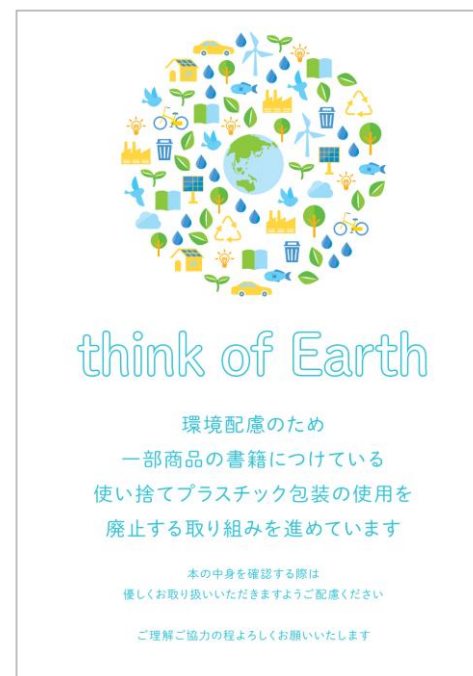
デザイン・質感・機能性は従来品と同等

年間レジ袋580万枚
(出荷ベース)
CO₂排出量換算

▲174t-CO₂

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。



店頭告知用ポスター

2023年度下半期と
2024年度下半期の比較
CO₂排出量換算

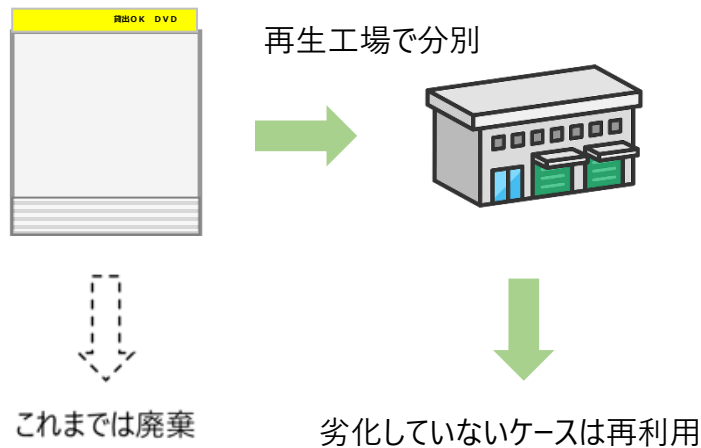
▲5t-CO₂

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

返品されたレンタルDVDケースを店舗で再利用

レンタル複合店舗から返品されたレンタルDVDに使用されているケースのうち、使用可能なケースを回収・クリーニングし、別のレンタル商材のケースとして再利用する取り組みを開始しました。店舗運営の中で資源を循環させ、廃棄物の削減につなげていきます。



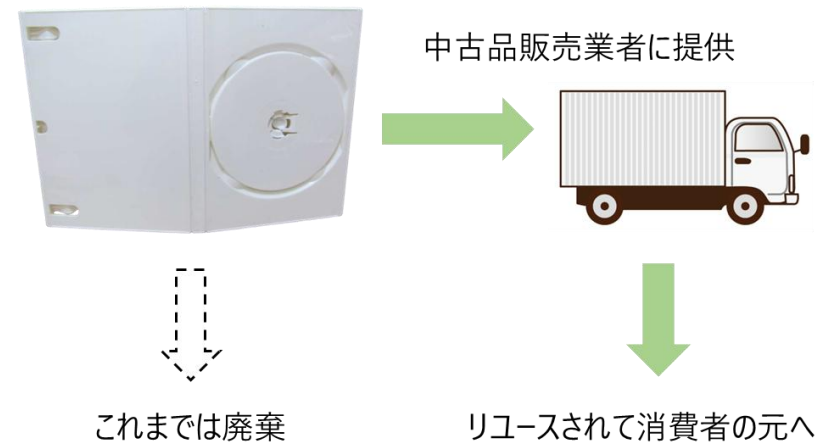
ケースの再活用により年間500万枚の廃棄減
CO₂排出量換算

▲416t-CO₂見込

レンタル商材の納入時ケースを社外リユース

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



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/長寿命化の推進

「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 新商品で紙箱のPPコート削減
- ・2023年 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
- ・2025年 プラBOXのフタ部分に再生材を活用



紙箱のパッケージを使用した商品



プラスチック製BOXは再生材活用

耐久性の高い素材で商品づくり

ダルトンでは、世代を超えて愛用いただけるものづくりを大切にしています。金属素材を代表とした耐久性の高い素材を使い、時を経ても飽きのこないデザインにもこだわりを持っています。

長く使い続けられる商品を提供することには、お客様自らが経年変化やお手入れを愉しんでほしいという想いが込められています。買い替えや使い捨てを前提とせず、永く愛用いただくことで、物を愉しむ豊かさのある暮らしを実現したいと考えています。



ダルトンの商品（一部）

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

>

2025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

>

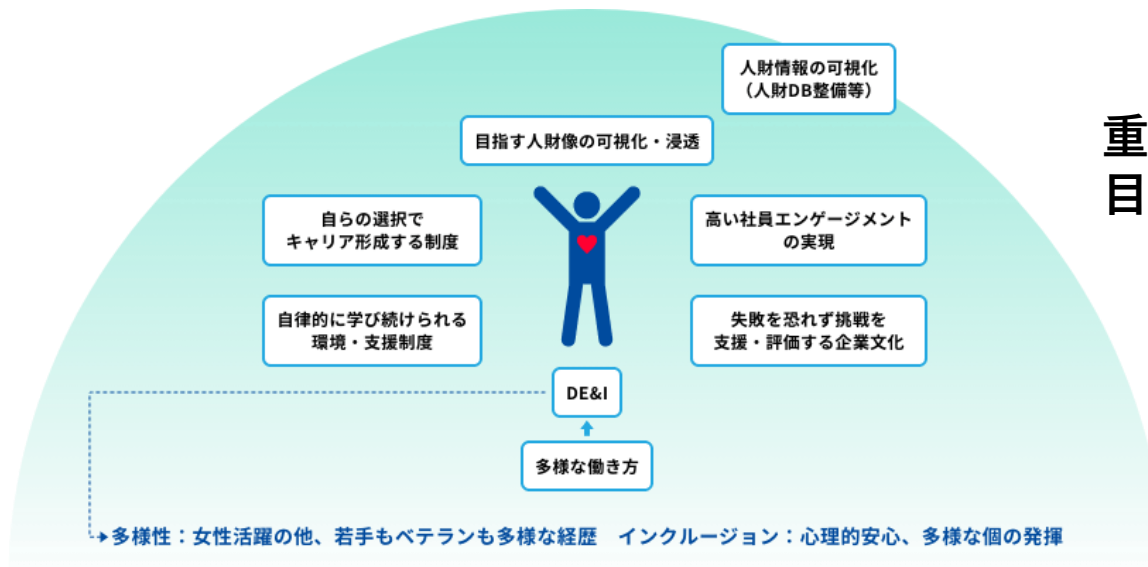
Society（社会）：マテリアリティ

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。

- 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）：2025-2026 エグゼクティブサマリー

多様性・働きやすさの状況

グループ女性管理職比率

18%

2026年4月時点（前年比 ±0%）

※2026年4月の昇格者に占める女性管理職比率は22.6%、
そのうち、係長級昇格者の38%が女性

育児休暇取得率

男性



73%

（前年比 +2%）

女性



100%

（前年比 ±0%）

2025-2026 トピックス

■ 防災体制の強化

日販テクシードが東京都「事業所防災リーダー優良企業」に認定。（[p.31](#)）

■ 健康経営・多様な働き方の推進

グループ社内報にて「豊かさ」に焦点をあてた連載企画をスタート。社員向けの健康イベントも開催。（[p.30](#)）

■ 持続可能な書店経営の推進

"無書店エリア"だった新神戸駅構内に完全無人書店「ほんたす しんこうべ」を開業。「ほんたす」ソリューションを他書店へ広く提供。（[p.39](#)）

Society（社会）：2025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。

- ・2026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。
- ・2026年4月の**管理職昇格者のうち23%が女性、係長級の昇格者は38%が女性**でした。

	2026年4月 (人数)		2025年4月 女性 比率	
	男性	女性	男性 比率	女性 比率
管理職	812	175	82%	18%
役員/部課長	406	49	89%	11%
係長	406	126	76%	24%
社員	1,361	868	61%	39%

（参考）2026年4月 グループ管理職昇格者の女性比率

	2026年4月 (人数)		2025年4月 女性 比率	
	男性	女性	男性 比率	女性 比率
管理職	65	19	77%	23%
役員/部課長	42	5	89%	11%
係長	23	14	62%	38%

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、2025年度は73%と2024年度から2%上昇しました。
- ・厚生労働省調査平均の育休取得率の平均（男性40%、女性86%）に比べ、**日販グループは男女とも高い取得率です。**

(人数)	2025年度		2024年度	
	男性	女性	男性	女性
対象者	15	30	21	30
取得者	11	30	15	30
取得率	73%	100%	71%	100%
平均（※）	40%	86%	30%	84%

※厚生労働省「令和6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と変わらず、69%となりました。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	79%
パート・有期労働者	92%

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。

2026年4月 管理職昇格者の23%が女性

日販グループの2026年4月の管理職昇格者84名のうち、19名（23%）が女性、係長級の昇格者では37名のうち、14名（38%）が女性となり、女性のキャリアアップが進んでいます。



2026年4月
女性の管理職昇格者
(全体)

23%

2026年4月
女性の管理職昇格者
(係長級)

38%

(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）：働き方改革

■ 介護制度の充実

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よう、2022年4月から介護休業の年間取得可能日数を、以前の93日から365日へ大幅に拡充しました。グループ各社でも、介護事由で取得できる復活年休やフルリモートワークの選択を可能にするなど、仕事と介護を両立できる制度の充実を進めています。

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）」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）

■ グループ従業員へのヘルスケアサポート

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.36）に、ヘルスケアや介護に関する情報提供の場として「Lifeノバ」を設置しています。

セルフケアや健康診断、育児・介護・がんなど病気と仕事の両立、ダイバーシティ、プレコンセプションケアなどをテーマに、役立つ情報を随時配信しています。

従業員一人ひとりが心身の健康と仕事を無理なく両立できるよう、ライフステージや悩みに応じた情報を届け、セルフケアの実践を後押ししています。



マナビバで閲覧可能なコンテンツ一例

Society（社会）：働き方改革

■グループ従業員へのヘルスケアサポートの提供拡充

日販グループでは2024年から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.36](#)）にて、ヘルスケアや介護などの情報を提供しています。

2025年度は、育児・介護・ヘルスケアなど共通の悩みを持つ社員が垣根を超えてつながるコミュニティづくりを目的に、グループ社内報で「豊かさ」に焦点をあてた連載企画「Lifeノバ」をスタートしました。あわせて、リアルの場での健康イベントも開催しています。

【社内報の連載企画テーマ（一部）】

- ・ 男性育休取得者インタビュー
- ・ 睡眠について
- ・ 生活習慣病予防について
- ・ 花粉症について
- ・ 飲酒について

【開催した健康イベント】

- ・ ココロとカラダを整える健康イベント
カルチュア・エクスペリエンスが運営する TSUTAYA Conditioning（ココロとカラダを整えるジム）のプロのヨガインストラクターによるヨガ実践。
- ・ お昼ご飯DE健康チェックDAY
パフォーマンスが上がる昼食のとり方を保健師が説明。



健康イベントの様子

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・施策の導入や多様な人財が安心して働ける環境づくりを進めています。その結果として、行政からの評価・認定を受けています。2025年度は、日販テクシードにおける防災対策の取り組みが評価され、新たな認定を取得しました。

日販テクシードが東京都「事業所防災リーダー優良企業」に認定

社内の防災対策において優れた取り組みを行う企業として、**日販テクシードが、2026年2月に東京都「事業所防災リーダー優良企業」に認定されました。**ハイブリッド勤務・フリーアドレス環境でも災害時の所在把握を迅速化する独自システムや、避難ガイド動画の全社展開などの取り組みが評価されました。今後もグループ全体で防災の取り組みを広げ、社員の安全と事業継続を守る体制づくりを進めてまいります。



災害時の所在把握を迅速化する独自システム

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。



※「えるぼし認定」とは

女性活躍推進法に基づき、女性の活躍推進に関する取り組みが優良な企業を厚生労働大臣が認定する制度です。「採用」「継続就業」「働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」の5つの項目に基づき、達成した項目数に応じて1～3段階のレベル（星の数）で評価されます。

Society（社会）：働き方改革

■ 日販グループの認定

日販、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、日販アイ・ピー・エスが「健康経営優良法人2026」の認定を受けました。日販アイ・ピー・エスは2024年に続き3年連続、日販は2023年から続いて4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、日販テクシードがくるみんマークを取得

日販と日販テクシードは、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、日販テクシードは2025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、「くるみんマーク」を取得しました。



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)



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。

日販グループホールディングス株主総会の実施

2025年6月に開催された日販グループホールディングスの定時株主総会では、その会場としてオチャノバが活用されました。多目的に利用できるスペースを自社施設内に備えることで、株主総会をはじめとする各種行事を柔軟に運営できる体制を整えています。



定時株主総会の様子

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。

グループ全社員会「ニッパンオンラインミーティング」を開催

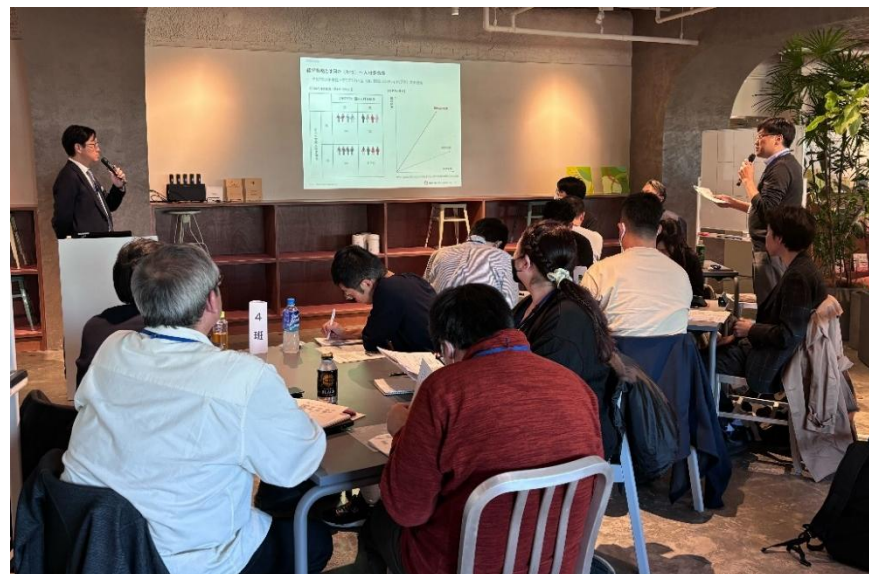
毎年2月にグループ全社員会である「ニッパンオンラインミーティング」を開催しています。2025年度は「挑戦する人」をテーマに、各社で新たな価値創造に挑む社員の姿を発信し、挑戦を後押しする企業風土の定着を図りました。



ニッパンオンラインミーティングの様子

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月より、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ています。2025年度は、半年間の研修に加え、受講者の経営知識の習得状況を把握することを目的として、新たにアセスメントテストを導入しました。



オチャノバアカデミーの様子

Society（社会）：働き方改革

■ 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年から学びの総合サイト「マナビバ」の運営を開始し、IT学習や資格取得支援、ヘルスケアなどのコンテンツを提供しています。2025年にはグローバル分野のコンテンツも追加し、幅広い分社で社員が自律的に学び続けられる環境を整えています。

グループ全体を対象とした学びの総合サイト「マナビバ」

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2024年に開設。



マナビバ ポータルサイト

約80のITノウハウを提供

マナビバでは、グループ内のITリテラシーを高めるためのセミナー動画を中心に、グループ内でのIT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

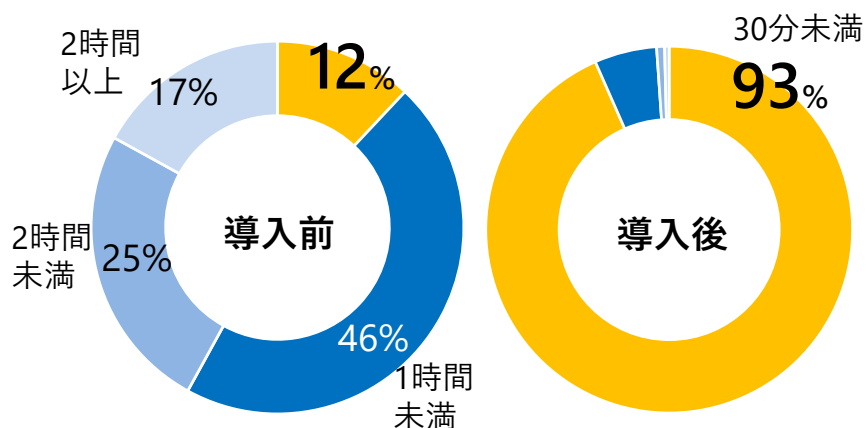
■ サプライチェーンを支える人々の労働環境改善

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29.3%に上っています（2026年3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ています。



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月に完全無人書店1号店「ほんたす ためいけ 溜池山王メトロピア店」を、2024年9月には既存書店を有人・無人のハイブリッド型営業へと転換した「あゆみBOOKS杉並店 supported by ほんたす」をオープンし、書店スタッフの負担軽減と営業時間の延長を実現してきました。

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2号店「ほんたす しんこうべ」をオープン。書店の省力化ソリューションが、無書店地域における新たな出店の実現にも貢献しています。

さらに、「入店管理システム」「無人接客ツール」「遠隔接客サービス」「警備・設備制御」などのサービスをメニュー化し、店舗ごとのニーズにあわせてカスタマイズして導入できるかたちに刷新。導入ハードルを大きく下げ、書店以外の他業種小売店への展開も可能となりました。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。



ほんたす しんこうべ



店舗運営省力化ソリューション「ほんたす」のスキーム図

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 marche×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ペース「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

中高生が本に親しむ機会を創出する「SAGA本恋プロジェクト」を始動

日販は、佐賀県が県内の中高生を対象に展開している読書推進プロジェクト「SAGA本恋プロジェクト」に参画し、2025年度の本プロジェクトの運営を行いました。おすすめの本を紹介し合う書評ゲーム「ビブリオバトル」を軸に、講習会や地区予選会を重ね、2025年11月にメインイベント「SAGA本恋フェスーキミと本が恋に落ちる日ー」を開催。今後も、地域に根ざした「人」と「本」のタッチポイント作りを行い、本を起点にしたコミュニティ創造を積極的に展開します。

「SAGA本恋プロジェクト」概要

佐賀県では、子どもの発達段階（乳幼児期、小学生期、中学生期、高校生期）に応じ、地域・家庭・学校と連携し読書への関心を高め、読書習慣の形成を図っています。ビブリオバトルを中心とした読書に関連するイベントの開催により、県内の中高生に読書の楽しさを体感してもらうなど、誰もが本に親しむ機会を創出し、県内の読書推進の機運醸成を図ることを目的としています。

①ビブリオバトル

おすすめの本を紹介し合い、投票で「一番読みたくなった本」を決める書評ゲーム。地区予選会を経て、11月9日に中学生・高校生の部の準決勝・決勝を実施し、各部優勝者に全国大会への出場権を付与。

②SAGA本恋フェス

「ーキミと本が恋に落ちる日ー」（2025年11月9日開催）。ビブリオバトルの準決勝・決勝に加え、作家のトークライブやブックマルシェなどを通じ、本の魅力を再発見できる1日限りのフェス。



SAGA本恋プロジェクト

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

“人柄が入口になる夏目漱石の文学ミュージアム”「夏目パージアム」を全面プロデュース

ひらくは、2026年2月11日、漱石ゆかりの地である熊本県熊本市中央区下通のHOTEL TAU, KUMAMOTO内に開業した、文豪・夏目漱石の人物像や人柄にフォーカスした新感覚の文学ミュージアム「夏目パージアム」を全面プロデュースしました。漱石来熊130周年を機に、地域の記憶と誇りを未来へつなぐ文化拠点として、熊本の街とともに歩みます。「パージアム（Perseum）」は、Personality（人柄）とMuseum（博物館）を掛け合わせた造語です。

漱石のチャーミングな人柄を入口に、より気軽に、そして深く文学や文化に親しめる体験を提案するとともに、地元の学生やクリエイターと連携した参加型プログラムを通じて、次世代へ文学の魅力を手渡していきます。施設のエントランスには観光案内所を併設しており、中心市街地の賑わい創出と地域経済の活性化に貢献するとともに、熊本市の新たな観光拠点として、地域と共に文化の灯を育みます。



夏目パージアム

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

「絵本のまちひろば2025」を運営

「絵本のまちひろば」は、板橋第一中学校体育館と校舎の一部を会場として、絵本や絵本関連グッズの販売、ワークショップ、ステージプログラムなどが実施される、板橋区最大の絵本イベントです。板橋区は「絵本のまち板橋」を掲げ、絵本を文化・産業・観光・教育などさまざまな分野の振興に活かす取り組みを推進しています。

日販、日販セグモでは2024年より本イベントの運営・企画に参画し、絵本を通じた地域交流と文化振興に貢献しています。



「絵本のまちひろば2025」ポスター



イベント会場の様子

2025年は日販、日販セグモに加え、日販テクシード、日販アイ・ピー・エス、学研ステイフルが参画し、国際交流等の要素を加えることで取り組みを拡充しました。

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、ポグ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2026」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、学生が制作した漫画に現役編集者がフィードバックを行うなど、クリエイティブ人財の育成をより重視した内容にアップデートし開催しました。また、漫画・イラスト系専門学校との連携強化も進めています。



2025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・地域活性化

2025年11月に南町田グランベリーパークで開催された「GREEN Good MARKET 2025」の関連イベントとして、リブ南町田店でエコ活動のワークショップを実施しました。3日間開催し、合計48名のかたにご参加いただきました。

生涯学習

公共図書館の運営受託をしているすばるでは、地域の子どもから大人までが本と出会い、学び続けられる「生涯学習の場」づくりに取り組んでいます。2024年度にはすばるが千葉県の「ちばSDGsパートナー」に登録され、環境・社会・経済の3側面での具体的な貢献目標を掲げて活動を進めています。

すばるが業務を受託している5つの図書館では、環境問題セミナーや体験型ワークショップを積極的に開催しています。2025年度は「SDGsの絵本を楽しもう」「手話つきお話会」「わんわん読書会」など、5館合計で52回開催し、地域の学びと交流の場として親しまれています。



流山市森の図書館での手話つきお話会の様子

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。（2025年寄付冊数 約23,091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

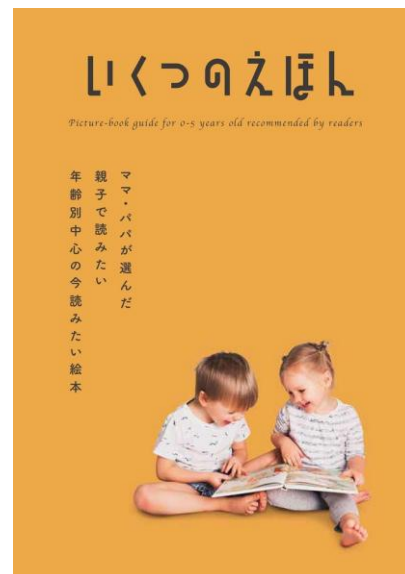
親子の読み聞かせや子どもの読書をサポートする 「いくつかのえほん」

「いくつかのえほん」は、絵本・児童書の情報サイト「絵本ナビ」の会員約100万人が選んだ「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12年目を迎えます。

「絵本は種類がありすぎて、どれを選べばよいのかわからない」「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。

2026年版は、年齢別のほか、次にブレイクが期待できる新刊絵本を集めた「NEXTプラチナブック」というテーマを新設し、計135作品の絵本を紹介しています。「いくつかのえほん」企画実施書店では、店頭でも子どもの年齢にあわせたおすすめ絵本を選んでいただけるよう、パネルやPOPを使った「いくつかのえほん」コーナーを設置しています。

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でも活用いただいています。



「いくつかのえほん」の冊子

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

1,800店以上が参加する「ブックサンタ」で約12万冊を寄付

日販は、認定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たちに、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。2025年は、1,851もの書店が参加し、約12万冊の本が寄付されました。



ブックサンタ2025拡材

2025年実績

参加店舗数：1,851店舗

寄付冊数：122,018冊（前年比102%）

本と遊ぶこともワールド

日販は、「本と遊ぶこともワールド2025 第44回優良児童図書展示会」を、2025年12月6日に東京で開催しました。

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、2023年から続き2025年も実施することができました。



展示会の告知ポスター

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

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

「本袋」をはじめとしたオリジナルプロダクトは、
累計販売個数40万個を突破



プロダクト第1弾のBOOK用エコバッグ「本袋」は、2022年4月に発売されて以降、これまでに118銘柄が発売され、2026年6月時点で、累計販売枚数31万枚を越えました。

それ以外にも、「地球にやさしい 本好きのためのブックカバー」、「リサイクルタオルハンカチ」、「ウォッシュアブルペーパーブックカバー」と継続してオリジナルプロダクトの開発・販売をしており、すべてのオリジナルプロダクトは売上の一部を、環境保全団体OWS*へ寄付し続けています。2026年6月時点で、累計寄付金額は972,842円となっています。

*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（2026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／オサダ文昭堂／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／さんぽうどー／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

■ 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・エスが運営する海外勤務者および帯同家族の生活支援eコマース事業「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、180か国、900社、約4万人の海外駐在員とその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。



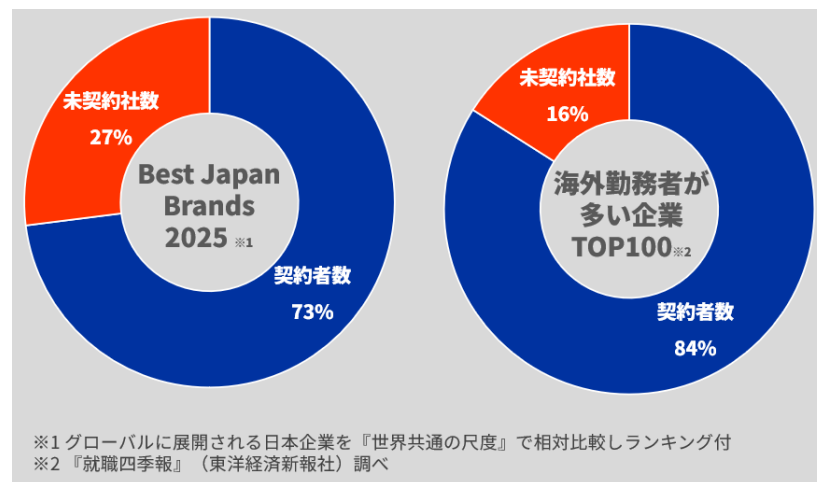
駐在員の生活必需品

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の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 2025」ならびに「海外勤務者が多い企業TOP100」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。

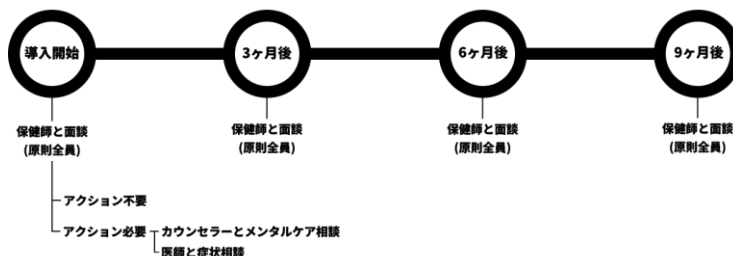
SaveExpatsとの連携による新サービス提供で、健康経営のグローバル展開へ寄与

「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」を支援

海外駐在員とそのご家族の生活を総合的に支援することを目的に、一般社団法人駐在ファミリーサポート協会の活動を創設当初から継続的に支援しています。
協会の活動内容：駐在家族が抱える不安や課題に対し、駐在経験者ネットワークおよび専門家の知見を活かした情報発信やセミナー、交流会、相談窓口などを実施しています。



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）：2025-2026 エグゼクティブサマリー

コーポレート・ガバナンスの推進

取締役会の開催回数

12回

2025年度実績

主要委員会の開催回数

内部統制委員会

3回

グループESG
推進委員会

10回

2025-2026 トピックス

■ AI利用ルールの整備

2025年11月に「**AI利用ガイド**」を改訂し、AIを安心・安全に業務へ活かせる環境整備を推進。（[p.60](#)）

■ ウェブアクセシビリティの向上

2024年度に定めた日販グループのウェブアクセシビリティ基準に各サイトが準拠できているか、定期的にモニタリングを実施している。（[p.59](#)）

■ セキュリティ対策の強化

日販グループ全体で情報セキュリティ対策を強化。メールの転送禁止設定の活用や、全従業員を対象とした**セキュリティ研修**の定期実施などにより、情報漏えいリスクの低減を図っている。

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

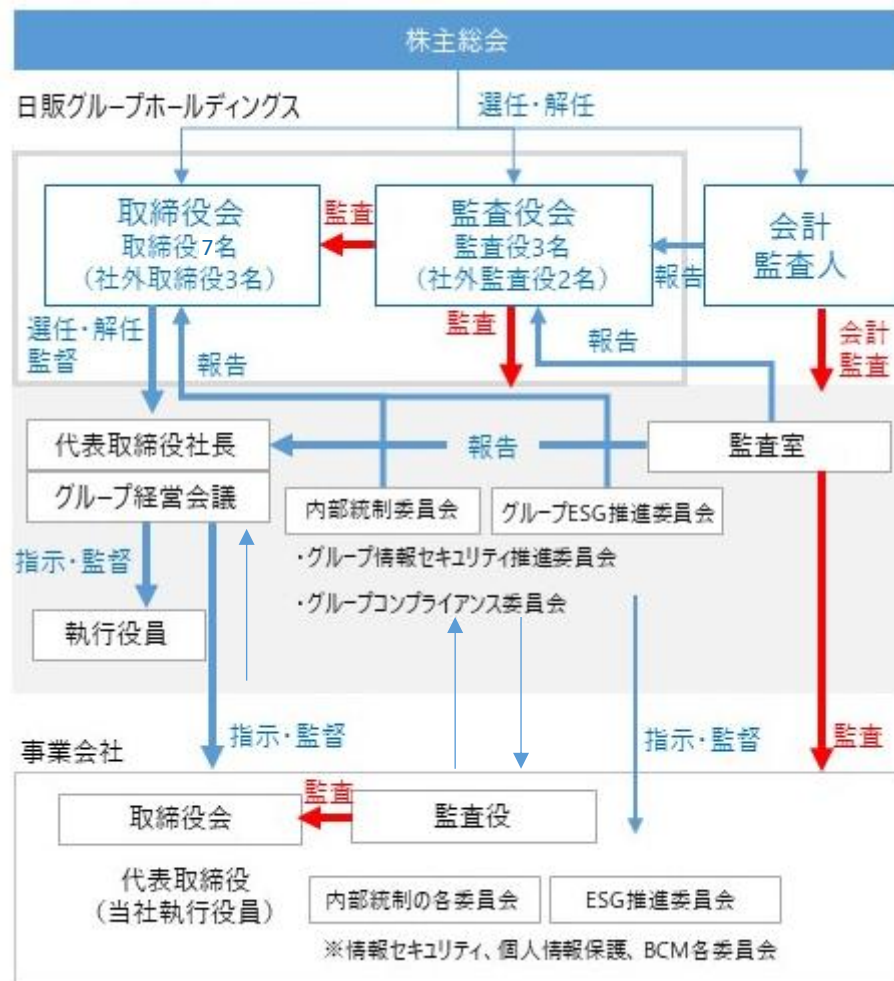
各事業において迅速かつ機動的な意思決定ができるよう、中核子会社の多くの権限を移譲しています。一方で、以下のような形でグループ全体の管理・統制を行っています。

- ・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

2025年度の実行役員は取締役7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。2025年度は取締役7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

2025年度は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。

2025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	25年 4月	女性経営幹部創出の推進について
2	5月	人的資本情報の開示内容 日販グループの産業廃棄物について グループ情報セキュリティ推進委員会活動報告 (CSIRT FY24総括・FY25計画／ランサムウェア対策)
3	6月	ガバナンスに関する報告 環境報告（FY24実績）、CO2排出量目標設定 物流再編とESGロードマップの進捗報告
4	7月	ESGレポート2025
5	9月	事業会社による活動報告（DE&I、女性活躍）
6	10月	AI憲章について E（環境）テーマの今後の取り組み
7	11月	事業会社による活動報告 障がい者雇用の状況報告
8	12月	環境数値報告 アクセシビリティ方針・AI従業員教育
9	26年 2月	日販グループESG方針
10	3月	日販グループESG方針の策定プロセス

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

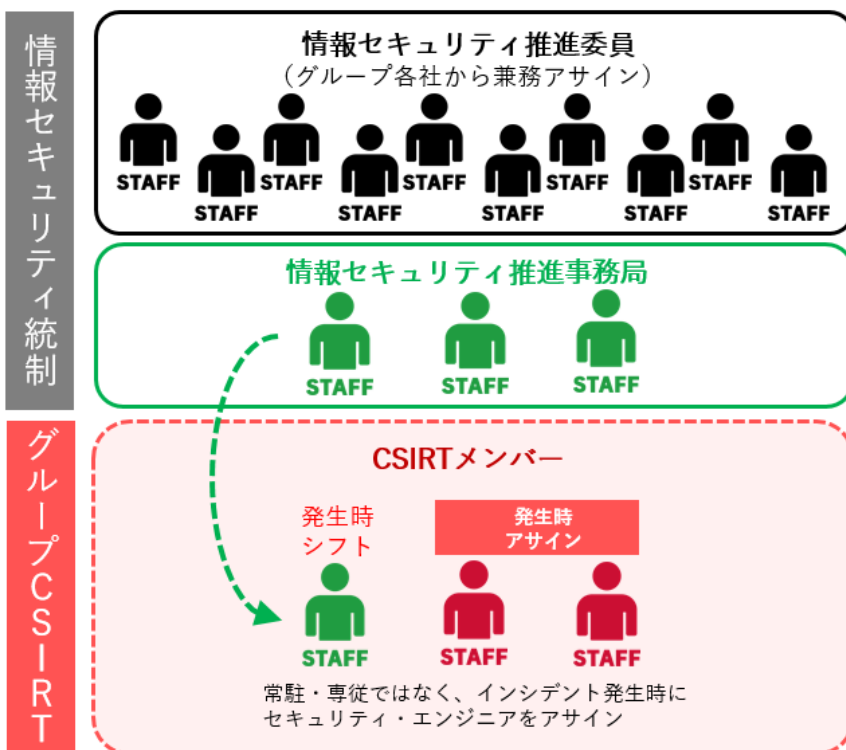
日販グループは、自然災害や感染症まん延等による事業継続リスクに対応するため、すべての事業会社で事業継続計画（BCP）を定めています。各社の事業継続マネジメント委員会にて、BCPのアップデートや訓練などを行い、実効性を高めています。

■ 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

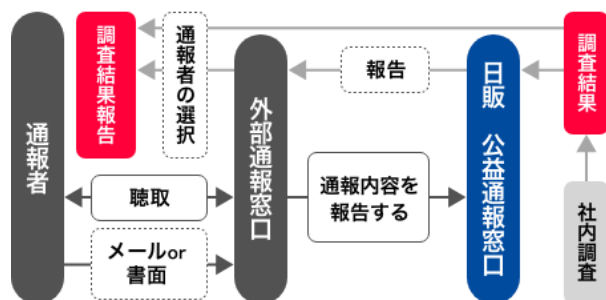
コンプライアンス推進体制

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

ウェブアクセシビリティの確保・向上

2024年1月、改正障害者差別解消法の施行（2024年4月）に伴い、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。引き続き十分な対応ができているか継続的に確認しております。



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）

Governance（ガバナンス）：コンプライアンス

■コンプライアンス遵守の取り組み

AIの適正利用に向けたグループ共通ルールの整備

AIは、業務の質と効率を飛躍的に高める先進テクノロジーとして急速に社会実装が進んでいる一方、機密情報の漏えい、著作権侵害、誤情報（ハルシネーション）の生成などのリスクも内在しています。

日販グループは、出版流通を支える社会インフラを担う立場として、こうしたリスクを正面から見据えつつ、社員が安心・安全に生成AIを業務活用できる環境を整えるため、「AI利用ガイド」を作成しています。2025年11月に、グループ全社の共通ルールとして全社員へ周知し、グループ横断でのガバナンス強化とAI活用の標準化を同時に進めています。

さらに2026年5月には、グループ全社員を対象とした「AIリテラシー研修」を新たに展開しました。研修後には理解度テストも実施し、学びの定着を図っています。

今後もAIを取り巻く社会情勢や技術動向を注視しながら、ガイドの継続的な改訂と研修プログラムのアップデートを通じて、社員一人ひとりがAIを適正かつ効果的に業務へ活かせる環境整備を進めていきます。



AI利用ガイド第5版



AIリテラシー研修

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

出典元：文化通信 2025年7月1日付

「SAGA 本恋プロジェクト」始動

日販×佐賀県

日本出版販売（日販）は、携し読書への関心を高め、読書習慣の形成を図っている。佐賀県内の中高生に向けて本に親しみ読書の楽しさを広げる取り組み「令和7年度SAGA本恋プロジェクト事業」を同県から受託し、運営をスタートさせた。

本プロジェクトは今年11月9日に開催する「SAGA本恋フェス〜キミと本が恋に落ちる日〜」をメインイベントとし、同イベントで実施するビプリオバトルの大会に向けて8〜10月に、県内の中高生を対象としたビプリオバトルの講習会と地区予選会を実施する。6月20日には特設サイトや公式SNSを開設した。

佐賀県では、子どもの発達段階（乳幼児期、小学生期、中学生期、高校生期）に応じて、地域や家庭、学校と連携し読書への関心を高め、読書習慣の形成を図っている。書習慣の形成を図っている。学ビプリオバトル」 「全国高イベントを通して読書推進の校ビプリオバトル」(活字文化推進会議主催)の出場権が本プロジェクトの展開を決め与えられる。

このほか、作家やクリエイターによるトークライブ、地域の書店が集うブックマルシェなどのフェスティバル。飲食や体験型コンテンツの提供も予定しているという。

日販は「佐賀県の関係機関と連携して読書推進に取り組み、地域全体で本に親しむ文化の醸成を図っていく。今後も、地域に根ざした『人と本』のタッチポイントをつくり、本を起点にしたコミュニティ創造を積極的に展開していく」とコメントしている。スケジュールやイベント会場などの詳細は特設サイトや公式SNSで。

けんこ氏登場予定

ビプリオバトルは小説紹介クリエイター・けんこ氏と、ビプリオバトル普及委員会理事・佐藤慧氏が講師として現地やオンラインにて登壇を予定している。

決勝大会の各部優勝者は、



メディアに掲載された記事

出典元：新文化 2025年8月7日付

日販GHD
「ESG Report 25」
CO₂排出量
29%減
目標早期達成

日販グループホールディングスは7月31日、ホームページで「NIPPAN GROUP ESG Report 2025」を発表。日販グループの「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した。

「環境」においては、30年までに出版流通に係るCO₂排出量を20年度比で26%（2万1000ト）削減する目標を設定していたが、24年度までに29%削減して目標を早期達成したこと、新たに目標を20年度比56%減と再設定した。

また、30年までに脱プラスチックを実現する目標を掲げ、「店頭資材」「物流」「自社製品」の3領域で取組みを進める。プラスチック製物流資材

の50%を環境配慮型資材に変更し、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した。

「社会」においては「女性活躍推進」に重点を置き、30年までに女性管理職比率を30%以上とする目標を設定した。

25年4月の女性管理職比率は18%、24年度の育児休暇の取得率は男性71%、女性100%。

「ガバナンス」においては昨年4月、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」が日本シーサート協議会に正式加盟した。

メディアに掲載された記事

出典元：新文化 2026年2月19日付

日販 出版共同流通を吸収

物流機能再編・効率化で

日本出版販売は3月31日を効力発生日として、子会社の出版共同流通を吸収合併する。存続会社は日販。

出版共同流通は2002年、出版社2社と取次会社5社が出資して設立され、取次各社の返品物流事業を担ってきた。20年にはトーハンと雑誌返品業務で協業し、出版共同流通の蓮田センターでその業務を行っていた。

その後、書籍返品でも協業して所沢センターで手がけていたが、25年12月、トーハンに移管している。

日販は今回の吸収合併について、「グループ全体の物流機能再編による効率向上の一環。持続可能な出版流通網の実現のため、経営資源を集約することが最適という判断のもと決定した」としている。

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.2.8)」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（2025年4月1日～2026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
IT事業	日販テクシード株式会社
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
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

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）

（単位：t-CO₂）

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025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	312	▲778	▲71%	石油製品、都市ガスの使用量	環境省DB
	出版共同流通	789	51	42	37	30	24	▲765	▲97%	LPGの使用量	〃
	Scope1計	1,879	968	1,076	1,025	1,014	336	▲1,543	▲82%		
Scope2	日販	5,814	5,367	4,281	3,491	3,741	2,997	▲2,817	▲48%	電気の使用量	電気事業者別 排出係数
	出版共同流通	2,629	4,025	3,594	2,864	2,649	2,282	▲347	▲13%	〃	〃
	Scope2計	8,443	9,392	7,875	6,354	6,390	5,279	▲3,164	▲37%		
Scope3	4 輸送配送 （上流）	34,546	31,961	29,573	26,646	24,365	19,213	▲15,333	▲44%	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	19,213	▲15,333	▲44%	取引先からの返品輸送 （上記4の輸送（上流）にかかる排出 量と同等とするシナリオ）	省エネ法特定荷主
	Scope3計	69,092	63,922	59,146	53,292	48,730	38,426	▲30,666	▲44%		
合計		79,414	74,282	68,097	60,672	56,133	44,041	▲35,373	▲44%		

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▲36,098 t-CO₂の削減を実現しました。
- Scope1は、物流拠点再編、日販王子流通センターのカーボンオフセット都市ガス購入により、大幅に削減しました。
- 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69%を占める輸送配送（カテゴリ4、カテゴリ9）は、▲28,877t-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	2025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	1,250	▲1,761	▲58%	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	18,749	▲5,460	▲23%	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	19,999	▲7,221	▲27%		
Scope3										
1 購入した製品・サービス	283	288	261	227	211	78	▲205	▲72%	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	15,489	8,553	123%	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	3,397	▲1,063	▲24%	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	32,189	▲13,544	▲30%	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	195	▲136	▲41%	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	715	312	77%	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	972	▲205	▲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	19,213	▲15,333	▲44%	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	2,400	▲76	▲3%	所有ビル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	74,647	▲21,698	▲23%		
合計	123,565	125,939	111,173	101,279	107,579	94,646	▲28,919	▲23%		

※1 ガス事業者別排出係数(特定排出者の温室効果ガス排出量算定用)－R7年度供給実績－（環境省・経済産業省公表、R8.6.30）...残差を使用

※2 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)－R7年度実績－（環境省・経済産業省公表、R8.6.4）...調整後排出係数を使用

※3 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）

※4 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）

	2024年度	2025年度	構成比	増減率
取次事業	72,589	63,053	67%	▲13%
小売事業	13,450	11,004	13%	▲18%
海外事業	10,677	10,532	10%	▲1%
雑貨事業	2,742	753	3%	▲73%
コンテンツ事業	169	93	0%	▲45%
エンタメ事業	136	78	0%	▲43%
IT事業	502	268	0%	▲47%
シェアードサービス	97	89	0%	▲8%
その他事業	7,217	8,776	7%	22%
合計	107,579	94,646	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

	2024年度	2025年度	増減率
電気	48,460千kWh	45,062千kWh	▲7%
都市ガス	458千m ³	256千m ³	▲44%
LPG	28t	25t	▲12%
A重油	27t	23t	▲15%
使用料合計（※1）	11,400kℓ	10,400kℓ	▲9%

②運搬、営業等の社用車の燃料使用量

	2024年度	2025年度	増減率
ガソリン	173kℓ	144kℓ	▲16%
軽油	203kℓ	203kℓ	0%
使用料合計（※2）	348kℓ	323kℓ	▲7%

※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）

	2024年度	2025年度	増減率
発電量	258	166	▲36%
CO ₂ 換算※3	111	75	▲33%

※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・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 目標 5年平均のエネルギー消費原単位を1%以上低減

①特定事業者

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、NICリテールズの2社です。

昨年度対象であった出版共同流通は年間エネルギー使用量1500ℓ未満のため対象外となりました。

(エネルギー消費原単位前年比)

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	5年平均
日販	—	94.7%	98.4%	89.9%	100.0%	95.7%
NICリテールズ	—	87.9%	70.6%	99.2%	100.6%	88.6%

②特定荷主

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。

(エネルギー消費原単位前年比)

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	5年平均
日販	—	94.2%	89.8%	91.4%	78.9%	88.6%

（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。2025年度から2029年度の5年間の第四期目標期間となります。

		2025年度	第四期累計
日販本社ビル (排出目標3,239t-CO ₂ /年)※	排出量実績	4,639	4,639
	目標差	1,400	1,400
日販王子流通センター (排出目標2,765t-CO ₂ /年)※	排出量実績	2,427	2,427
	目標差	▲338	▲338

※条例により、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四期削減期間は基準量▲50%以上のCO₂削減を目標とする。

データ集 Society（社会）

従業員の状況

（単位：％）

社名	管理的地位にある 労働者に占める女性 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)	10.0	—	75.2	75.2	—
日本出版販売(株) ※3	4.1	100.0	75.5	77.9	106.3
カルチュア・エクスペリエンス(株) ※3	11.3	—	76.9	87.2	80.4
NICパートナーズ(株) ※3	17.6	100.0	78.7	81.1	99.1
日販アイ・ピー・エス(株) ※4	24.2	—	70.7	70.7	—
(株)ダルトン ※4	28.6	33.3	74.9	75.6	83.3
(株)ファンギルド	50.0	—	99.3	102.5	—
日販セグモ(株)	66.7	—	92.2	94.1	—
日販ビジネスパートナーズ(株) ※4	30.8	—	97.4	79.4	104.7
日販テクシード(株) ※4	10.3	—	77.4	76.0	76.0
合計	11.4	73.3	68.9	78.8	92.2

※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6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 2026」

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