

2008

マルエツ社会・環境報告書 Maruetsu Sustainability Report

しあわせいかつ。

「しあわせいかつ。」は言葉のとおり、「しあわせ」と「せいかつ」を掛け合わせた造語です。マルエツがお客さまにお届けしたい“ふだんの暮らし”の中で感じる“ちょっぴり幸せな気持ち”を表しています。

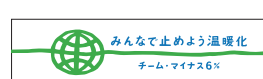


株式会社 **マルエツ**

東京都豊島区東池袋5-51-12 〒170-8401

TEL.03(3590)1110(代)

<http://www.maruetsu.co.jp/>



この印刷物は、有機溶剤等を使用しない環境にやさしい「水なし印刷」で印刷し、
留め金を使用せず環境にやさしい接着剤を使用して製本しています。

この用紙は日本製紙(株)「リサイクルマットT-6」を使用しています。

発行：2008年8月

地域のために、地球環境のために。



マルエツ 社会・環境報告書 Maruetsu Sustainability Report



CONTENTS

ごあいさつ	3
コンプライアンス経営の推進	4

マルエツが社会のためにできること

お客さまとのコミュニケーション	6
健康づくりの基礎となる食育の推進	8
安全安心の取り組み強化	10
地域社会とのコミュニケーション	13

マルエツが環境のためにできること

環境への取り組み	18
レジ袋削減への取り組み	20
ISO14001 認証取得	21
環境パフォーマンス	23

報告書作成にあたって

マルエツでは、2000年に「環境報告書」を発行し、今回で9冊目となりました。「2008 マルエツ 社会・環境報告書」は「サステナビリティ報告書」として環境分野だけでなく、社会的側面についても報告対象に加え、マルエツの経営理念等をより理解していただける紙面づくりに努めました。

2006年9月に本社及び5店舗におきまして、環境マネジメントシステムの国際規格である「ISO14001」の認証を取得し、今回はISO関係の内容がより充実いたしました。

今後も、お客さまや地域社会をはじめとするステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションが図れるよう努めてまいります。

□報告書対象期間

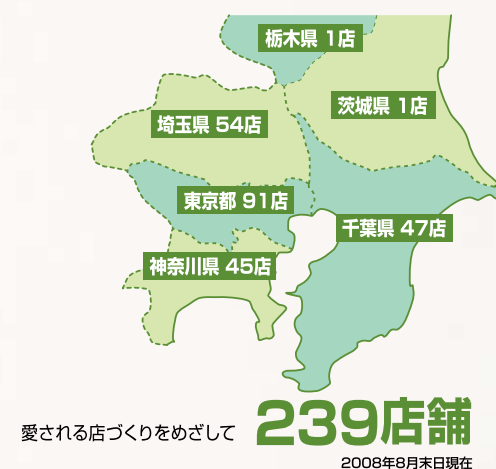
2007年3月1日～2008年2月29日
(なお、2008年3月以降の活動も一部掲載しました。)

□報告書対象範囲

本報告書は、マルエツ単体の活動を中心に記載していますが、一部グループ各社の情報についても記述しています。

会社概要

会 社 名	株式会社マルエツ
本社所在地	〒170-8401 東京都豊島区東池袋5-51-12
創 業	1945年(昭和20年)10月
資 本 金	37,550百万円
営 業 収 益	(連結) 335,543百万円(2008年2月期) (単体) 320,650百万円(2008年2月期)
店 舗 数	239店舗



2006 年度本社及び 5 店舗で取得した 環境マネジメントシステム ISO14001を 全店認証取得へと拡大致します。



環境問題に対し、 日々の販売活動を通じて取り組みます。

未来を見据えた快適な環境づくりへの貢献は、お客さまの毎日と密接につながるスーパーマーケットにとって重要な使命と考えています。私たちに恵みを与えてくれる大自然と共存していくことは、子供たちの未来を守ることにともなっているからです。

マルエツはお客さまの健康で豊かな食生活に貢献する「お客さま代行業」であると同時に、環境問題や地域社会への貢献活動にも積極的に取り組む役割を担っています。そしてこれは、地域の皆さまに最も近い立場にある私ども小売業が、その特性を生かし、お客さまのご協力をいただきながらお客さまと共に進めていく活動であると考えます。

マルエツは地球温暖化防止という環境問題に対し、環境にやさしい商品の開発や店舗から発生するさまざまな廃棄物の削減等、日々の販売活動を通じて取組んでまいります。

「ISO14001」の 全店認証取得を目指します。

環境経営を推進すべく、2006年9月に本社と5店舗(新志津店・佐知川店・行徳駅前店・かまた店・四季の森フォレオ店)におきまして、環境マネジメントシステムの国際規格である「ISO14001」の認証を取得いたしました。

2008年はさらに地域の環境保全活動を進め、認証取得店舗の拡大(190店舗)を目指し積極的に取組んでまいります。マルエツ・フーデックスプレス・リンコス全店(190店舗)は認証取得を2008年度とし、サンデーマート・ポロロッカの店舗は2009年度の認証取得を予定しています。

「社会からの期待」を常に考え続けます。

これからも私たちは「スーパーマーケットという本業を通じてどのように社会に貢献することができるか」「どうしたら社会からの期待に応えることができるか」を真剣に考え、良き企業市民としての「企業の社会的責任」を果たしてまいります。

本報告書を通じて、マルエツの環境保全をはじめとする社会的責任への取り組み姿勢の一端をご理解いただき、ご意見を賜ることができれば幸いに存じます。

株式会社マルエツ
代表取締役社長

高橋 恵三

お客さまへの約束

わたしたちが目指すもの

お客さまの「笑顔のある食卓」を応援します。

わたしたちがお届けするもの

お客さまに「新鮮な発見と感動」をお届けします。

わたしたちのこころ

この街を愛し、「お客さまとの絆」を大切にします。

「お客さまへの約束」は、マルエツの新しい姿をお客さまに宣言し、約束するものです。マルエツだからこそ実現できるもの、マルエツならではの価値、わたしたちが最も大切にする気持ちを表しています。

マルエツはコンプライアンス経営を推進しています。

マルエツ「経営理念」

【存在意義】

私たちは、安全でおいしい商品の提供を通じて、健康で豊かな食生活に貢献します。

【経営姿勢】

私たちは、常に革新と挑戦を続け、公正で誠実な企業であり続けます。

【行動規範】

私たちは、地域のお客様に愛される、笑顔と活気あふれる店づくりを推進します。

マルエツグループ行動憲章（2003年2月制定）

1. 私たちは、お客様それぞれの健康で豊かな食生活の実現に貢献することを最大の喜びとし、安全・安心な鮮度の高い商品を提供いたします。
2. 私たちは、環境問題に積極的に取り組むとともに、地域になくはない「地縁ストア」として地域社会に貢献いたします。
3. 私たちは、公正な取引を通じ、お取引先様のよきパートナーとして共存・共栄をはかります。
4. 私たちは、従業員の安全で働きやすい環境を確保するとともに、従業員の声を反映できる組織風土をつくります。
5. 私たちは、企業情報を積極的に開示し、公正で自由な競争を通じて企業の繁栄をめざします。
6. 経営者は、率先垂範して本憲章の実現につとめ、企業倫理の徹底を通じて企業価値の創造をはかります。

コンプライアンスにかかわる施策の推進

マルエツは、経営の透明性の向上と法令遵守を徹底するため、コーポレートガバナンス（企業統治）の充実を経営上の重要課題と位置づけています。

その一環として、コンプライアンス・企業倫理の社内徹底を図るために、2003年2月「マルエツグループ行動憲章」を制定いたしました。また、コンプライアンス（法令遵守）にかかわる施策の審議・決定を行うために社長を議長とする「企業倫理会議」を発足させ、その後2006年3月に「企業倫理会議」を発展的に解消し、「内部統制推進会議」を新たに発足させました。

また、コンプライアンスにかかわる社内の重要情報を、現場から電話・メールなどによって直接経営に伝えられる内部通報制度として「マルエツホットライン」を設け、それらの内容を調査・検討し、社内風土の改善に努めています。

2005年4月全面施行の「個人情報の保護に関する法律」への対応については、全社的な安全管理体制を確立するため、「個人情報保護に関する規定」及びプライバシーポリシーの制定をはじめとする施策を徹底し、情報漏洩の防止に万全を期しています。

※ 2007年度のホットライン相談件数：109件

開設以降の累計相談件数：679件

内部統制システムの構築

2006年11月から開始しましたマルエツの内部統制構築プロジェクトは、2007年6月に第一フェーズとして内部統制システム構築に関する基本計画書、実施計画書を作成し構築範囲、構築方法の手順についてまとめました。2007年7月以降の第二フェーズでは、全社統制、決算・財務報告プロセス、業務プロセス、IT内部統制に係る文書化を行いました。

2008年5月からは、有効性の評価テストを行う第三フェーズに入っています。現在、作成した文書の見直しを行うとともに、下期より実施する整備状況、運用状況のテストに備え、評価体制の構築等の検討を行っています。マルエツは、2月決算のため2008年度を評価のテスト期間として位置づけており、整備状況、運用状況のテストを通じて改善点を明らかにし、本番年度へ向けて内部統制システムの改善を進めてまいります。

内部統制構築の進行に不可欠な監査法人との協議については、各フェーズの進捗状況に応じて定期的に内部統制ミーティングを開催し、重要事項に関して協議を行いながら内部統制システムの構築を図っています。経営陣及び監査役は、四半期ごとに開催される内部統制推進会議を通じて内部統制の構築に関する進捗状況の確認、検討を行っています。

マルエツが 社会のためにできること



お客さまには笑顔でご満足していただきたい。
気持ちの良い接客や、お客さまのお役に立つ
情報やイベントなど。
色んなお客さまの「ご満足」を兼ね備えたお店に
なれるように、マルエツは日々努力し続けます。

お客さまとの コミュニケーション



お客さまに喜ばれる接客や情報提供、
またご意見を頂き、より良いコミュニケー
ションをはかることでお客さまとの絆を大
切にしていきます。

お客さまモニター懇談会

2001 年度より、これまで約 72 店舗で店長が自らお客さま
の声を承るために「お客さまモニター懇談会」を開催してき
ました。

この懇談会では開発商品についてのご意見や店に対する
ご要望を直接伺っています。参加していただいたお客さま
には多様なご意見をいただき、商品開発や新店・改造店の
参考にさせていただいています。

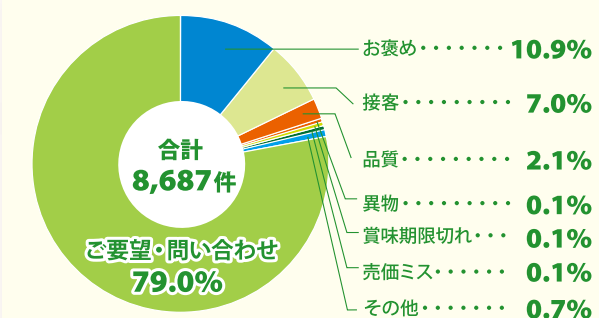
この活動は現在も継続して行っており、お客さまとのコ
ミュニケーションを広げる一助となっています。

.....
2007 年度 お客さまモニター懇談会実施店舗（12 店舗）
港南ワールドシティ店、稲毛店、川崎宮前店、松原店、南大泉店、
野々下店、行徳駅前店、岩井店、市川大野店、さがみ野店、錦糸町店、
入間川店
.....



店長への直行便

お客さまからお寄せ頂いたご意見やご要望を、店長が受
け取り、その対応について自らが 3 日以内にお返事する。
これが、「地縁ストア」づくりをすすめている「店長への直
行便」です。1996 年のスタート以来、全ての店舗に設置さ
れた「店長への直行便」を通じて、累計 10 万件を超える
お客さまからの貴重な声が寄せられています。



・「店長への直行便」の内訳（2007 年度）

笑顔大作戦

経営理念である「地域のお客様に愛される、笑顔と活気
あふれる店づくり」を実現するため、2007 年 4 月より全店
で「応対トレーニング」を実施しています。私たちの仕事
で最も大切なことは、「お客さまによるこんでいただくこ
と」です。笑顔でお客さまをお迎えできるよう「笑顔大作戦」
を展開しています。

くらし方録 カタログ 生活の中に楽しみとアイデアを。

「くらし方録」は、毎月マルエツ全店で約 30 万部発行
している生活情報誌です。

食や健康の情報、マルエツがおすすめする食材や商品な
ど、お客さまの生活に密着した内容で、マルエツとお客さ
まをつなぐ役割を担っています。

食の提案では、その月に合った食材や調理に関する基
本、応用、アレンジなど、お客さまがすぐに実践できる内
容をご提案しています。さらに、今月のおすすめメニュー
では、旬の食材を使った毎日の献立に役立つメニューを
ご紹介しています。また、季節ごとに気になる体の健康法
や、話題になっている食や健康情報など、お客さまの「今
これが知りたい!」という気持ちにお応えしています。

接客のプロ「コンシェルジュ」の育成

スーパーマーケット＝ノーサービスの時代は過去のもの。
マルエツでは、多様化・細分化する食文化に対して、お客
さまにより良いものをより良い形で提供できるように、接
客のプロフェッショナルともいべきコンシェルジュを育
成し、店舗に配置しています。コンシェルジュの人員は
2008 年 2 月現在 199 名です。



・毒蝮さんと藤北町店奥富店長

TBSラジオ
95.4 kHz

“毒舌”絶好調!
大沢悠里のゆうゆうワイド
毒蝮三太夫のミュージックプレゼント

2007 年春より毎週火曜日午前 10 時 30 分からマルエ
ツ提供で放送されています。歯に衣着せぬ“毒舌”ぶり
で周りの人を大きな笑いの渦に巻き込んでしまう毒蝮さ
んの司会は幅広い年齢層に人気があります。

毎週火曜日に中継を行っているマルエツの店舗では地域の
お客さまとのコミュニケーションが大きく広がっています。

健康づくりの基礎 となる食育の推進

未来を担う子供達が、様々な体験を通して、健康や食への関心を深めていただけるよう、親子でご参加いただける食育体験ツアーを中心に、食育を推進してまいります。

農業収穫体験

お子さま自身が実際に作物に触れる体験を通じて食への興味を持つことが重要だと考えています。



・2007年11月4日（日）神奈川県横浜市にて

船橋三番瀬 海苔養殖場見学

東京湾はこんなにきれい！船橋市在住のお客さま親子をご招待し、地域産業への理解を深めるお手伝いをいたしました。



・2007年11月24日（土）千葉県船橋市にて

酪農体験

搾乳体験だけでなく、牛乳からのバターやチーズ作りをあわせて体験することで、自然の恵みや命のつながりを感じ取っていただけることを願っています。



・2007年8月21日（火）神奈川県横浜市 雪印こどもの国牧場にて

料理教室

自分で作った料理なら、苦手な野菜も美味しく全部食べられます！
ご家族のコミュニケーションづくりとお子さまの調理技術向上のお役にたてるよう、努めてまいります。



・2007年10月27日（土）埼玉県草加市にて

「食事バランスガイド」「ベジフルセブン」 普及推進活動

お客さまの健康的な食生活のお手伝いをする為に、店内で様々な食育普及活動を実施しています。

ポスター掲示、リーフレット配布、「キッチンイーとぴあ」コーナーでのバランスの良いメニューの試食やレシピ配布、店内食育イベントを実施し、お客さまに食育に親しんでいただくよう、努めています。



・食育リーフレット



・2007年10月20日（土）四季の森フォレオ店にて

毎日、おいしくてバランスの良い献立とレシピをご提供します。また、調理方法のご相談も承っています。

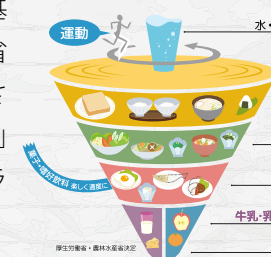
キッチンイーとぴあ設置店舗
(17店舗／2008年2月末現在)
埼玉県：東門前店、蕨北町店、久喜店、
佐知川店、春日部緑町店、
草加八幡店、幸手上高野店、
川口キュボラ店
千葉県：東習志野店、北柏店、
宮野木店、市川菅野店、
東京都：国領店、リンコス立川若葉町店
神奈川県：四季の森フォレオ店、
さがみ野店、井土ヶ谷店



・「キッチンイーとぴあ」コーナー

「食事バランスガイド」とは

「食事バランスガイド」は2005年に施行された「食育基本法」に基づき、厚生労働省と農林水産省によって決定された、1日に「何を」「どれだけ」食べたらよいかをコマのイラストで示したものです。



「ベジフルセブン」とは

「ベジフルセブン」は、NPO 青果物健康推進協会が提唱する、野菜と果物の1日の摂取量の目安です。
野菜 350g・果物 200g をスコアに置き換えて生活に取り入れやすくしました。野菜5スコア(5皿分)+果物2スコア(2皿分)=トータル7スコア(7皿分)で「ベジフルセブン」です。



「イーとぴあ」

「イーとぴあ」は料理とカルチャーの教室を開催するマルエツの「健康と食文化実践室」で、1991年4月に埼玉県にオープンしました。託児室を備え、小さいお子さまをお持ちのお母さまが気軽に参加いただけるなど、地域のお客さまのご要望にお応えし続けています。



「イーとぴあ」 キッズクッキング

「イーとぴあ」の人気講座、キッズクッキングコースでは、調理器具の正しい使い方、食卓のマナー、調理体験などを通して、お子さまの成長のお手伝いを心掛けています。



お母さんのためのおいしい元気食講座

マルエツでは、お客さまとともに「食育」について考え、ご家庭でも食を通じたコミュニケーションづくりのきっかけになることを目的とした講座を開催しています。内容は、料理研究家の先生などによる講演や料理実演、協賛メーカーさまからの商品や食育に関するお話、料理の試食など盛りだくさんで、参加されたお客さまからは有意義な時間を過ごすことができたなどのご感想を頂いています。



・2008年2月12日（火）東武ホテルバント東京にて講演試食会の様子

安全安心の取組み強化 - 品質管理センターの取組み -

マルエツでは品質不良を発生させない、品質の維持管理を推進していくために、品質管理センターを中心にPlan⇒Do⇒See⇒Check⇒Actionを繰り返し行っています。品質を維持、改善、向上するためには正しいルールが必要です。

ルールが正しく守られているかを監視し、結果を分析して、ルールが徹底して守られるようにしていかなければなりません。起こりうるあらゆる原因を想定して改善を図り、安全で安心できる商品を供給していけるよう、特に突発的なミスの発生時の対応は重要視しています。そして二度・三度と同じ誤りを繰り返さないよう原因究明を行い、改善対策を行って、ミスの再発防止を徹底しています。

1. 品質管理体制

お客さまに品質を保証するためには、品質の基準が必要です。品質を数値などに置き換えて基準を作成し、安全で安心できるお買物ができるようにします。さらに品質を維持向上させるために、一定レベルの約束事が必要です。

またお客さまの視点で、原材料の仕入れ・供給、販売などのそれぞれの工程で安全性、法適合性、品質や表示などが公正でわかりやすくなっているか、一定の品質を維持しているかなど確認しています。また生鮮、デリカなどのインスタ調理商品などは、品質を保証するために商品の審査を行い、審査に合格しなければ販売できない仕組みとなっています。

2. 仕様書の審査

商品の安全性と表示の適合性を審査しています。
2007年度は年間1,103アイテムの商品審査を行いました。原材料の品質、安全性、商品の製造工程、表示の適合性、消費期限や賞味期限などの32項目を確認し、審査に合格したものが発売されています。

3. 商品開発サポート

マルエツでは、安全でおいしい商品の提供を通じて、お客さまの健康で豊かな食生活に貢献するためマルエツオリジナルブランドの商品を開発しています。

FOODeX：おいしさのブランド、HOMEeX：快適さのブランドをコンセプトとしています。

品質管理センターはこの二つのブランドの基準を作り、監視する役割を担っています。原材料はポジティブリスト制度に適合しているか、トレースは可能か、商品パッケージや商品の広告まで含めて、公正でお客さまにわかりやすく、誤解を与えない表示になっているかの審査を行っています。

4. コンプライアンス

適正で分りやすい表示を店舗で行うために、あらゆる階層の従業員に対して表示の講習会を実施しています。新たに法規制などが改正されると農林水産省や厚生労働省から講師を招いて勉強会等も開催しています。

5. 店舗衛生検査

店舗の各作業場が、「衛生管理基準マニュアル」通りに実行されているか確認・調査の目的で年2回店舗衛生検査を行っています。ビジュアル検査（43項目）と拭き取り検査（3箇所）を実施します。実施時期は、夏は食中毒、冬はノロウイルスの発生件数が増加する前としています。また、この検査には可否の基準が設けてあり、結果により、再検査や衛生教育の受講等が義務付けられています。

6. 鮮度管理

マルエツでは期限管理を厳しくチェックするために「鮮度管理ハンドブック」を発行し、売場の担当者全員が日付管理をできるようになっています。ハンドブックの内容は入荷許容日、販売許容日、消費・賞味期限日の意味、ラベルの見方等が記載されています。

7. クリンリネス

マルエツでは、クリンリネスを徹底して行うために、洗剤の機能、特性を規定し採用しています。

使用されている洗剤は「環境」と「人」にやさしくなければならないと考えています。環境には店舗から流れる大量の排水が洗剤で汚されることのないもの、人には手荒れがなく安全であるものを使用します。また用途別に使い分ける洗剤では、廃棄する容器が大量に出るためマルチタイプの洗剤で効率よく、しかも詰め替え容器を使用し、ゴミの減少に努めています。この容器は希釈が簡単に行える目盛付きとなっており、汚れに応じて洗剤濃度を適正にしています。

手洗い講習の実施

手洗いは石けんでしっかり洗ったつもりでも意外に多くの汚れが残ってしまっています。マルエツでは従業員の手洗い講習を実施し、手洗い方法やタイミング、手指のケア等を全従業員に教育しています。





FOODeX/HOMEeX 商品



生活シーンの変化や情報社会の中で、人々の暮らしや価値観も多種多様に変化しています。

「もっと、こんな商品があれば…」とのお客さまの声から生まれた「FOODeX・HOMEeX」も 2001 年の発売以来、現在までに 341 品目となりました。「より良質のもの」「安心して食べていただけるもの」「環境に配慮したもの」といった新たなお客さまのニーズにお応えする 4 つのテーマにこだわった商品を今後も開発してまいります。

こだわり 1 産地素材

産地素材にこだわった自然に近いおいしさです。



低温殺菌牛乳
1,000ml、500ml

品質管理に優れた酪農家を厳選し、毎朝工場から直接集乳車を出して集めた生乳を 65℃ 30 分の低温殺菌しました。



有機豆腐（きぬ、もめん）
各 350g

原材料に甘みの強い有機大豆と伊豆大島産海精にがりにこだわって美味しい豆腐をつくりました。消泡剤は使用していません。

こだわり 2 製法

おいしいを一番に考え、製造方法へのこだわりを大切にしました。



地粉もみ切りうどん
300g

群馬県産の小麦と平釜炊きの塩を使用してこしのあるうどんに仕上げました。麺に「もみ」を入れることによりほぐれやすく、つゆ絡みのよい麺になりました。



五色まめろんぱん

メロンパンの生地には 5 色の豆（花豆、小豆、黒豆、白いんげん豆、うぐいす豆）を巻き込みミルク風味のビスケット生地をかぶせました。

こだわり 3 人気商品

健康・安全・安心・環境にこだわり、自然なおいしさを大切にしました。



低塩みそ 500g

国産大豆・国産米を使用して、塩分を通常の淡色辛みそより、約 20% カットしました。更に麴歩合を 100% としてマイルドな味わいに仕上げました。



カレールウ 150g

原料に国内産小麦を使い、化学調味料は一切使わず、厳選したスパイスを少量づつ直火釜でローストしました。

こだわり 4 快適仕様

環境にやさしく、使いやすさ、快適さにこだわりました。

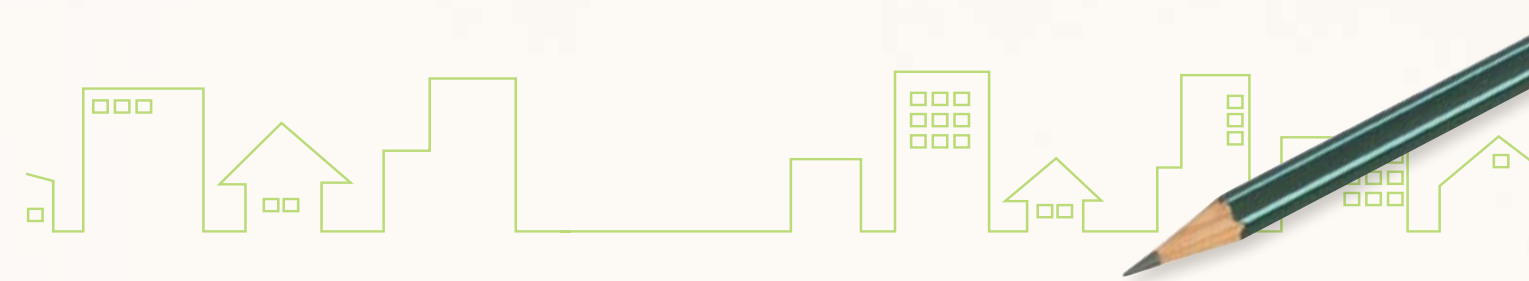


フローリングワイパー
とりかえシート 20 枚入り
ペットボトル再生原料 60% 使用しています。細かいホコリ、髪の毛やペットの毛までしっかり掴む「トリプルミクロン繊維」を採用しています。



無漂白キッチンタオル
4 ロール

無漂白/ビブ素材を使用して無駄の出ない大きさにこだわりました。漂白タイプに比べて親油性の高い成分が含まれているため、吸油性に優れています。



地域社会とのコミュニケーション

地域社会の一員として障がいをおもちの方の雇用や福祉などの分野で地域の皆さまとのコミュニケーションを図り、交流を深めています。

盲導犬育成募金

マルエツでは、1993 年から「盲導犬育成募金活動」を実施しています。お客さまの関心も高く、マルエツにてお預かりした寄託金は、財団法人日本盲導犬協会を通じて、盲導犬育成のために役立たせていただいています。募金活動スタートから 15 年目を迎えた 2007 年 7 月には、募金総額がグループで 1 億 5 千万円を突破しました。



2007 年度の募金総額は 1,508 万円でした。現在、約 7,800 名の目でご不自由な方々が「盲導犬と歩きたい」と希望されているのに対し、日本全国で活躍している盲導犬は約 1,000 頭しかいない状況です。

障がい者雇用の促進

マルエツでは、障がい者の雇用促進を図るため、1992 年に特例子会社として(株)マーノを設立しました。

現在、マルエツとマーノでは 101 人の障がいをもった方が社員やパートナーとして働いています。店舗内では青果や惣菜部門の仕事、マーノ事務所内では人事や総務部門の仕事など幅広く活躍しています。

2007 年度は障がいをもった高校生の職場実習も積極的に取り組んできました。これからも地域のみなさまとともに歩み続けるお店でありたいと願っています。



・春日部緑町店の金子さん
今年の新社員です。

補助犬の受け入れ

2003 年 10 月より、スーパーや飲食店などに補助犬の受け入れが義務化された法律「身体障がい者補助犬法」が施行されましたが、マルエツでは全店で、盲導犬、介助犬、聴導犬の受け入れを実施しています。補助犬の同伴



が必要なお客さまに対して、その受け入れの意志を示したステッカーを全店舗の入口に貼付し、障がいをおもちのお客さまにお知らせするとともに、一般のお客さまにご理解とご協力をお願いしています。

高齢者雇用の促進

(株)マーノではマルエツ再雇用制度の一環として、定年退職者の再雇用の一部を担っています。

具体的には定年退職した社員で、生活と仕事の時間配分を考えてパート派遣勤務を希望される方、雇用制限年齢に達したパートナーで継続してパート派遣勤務を希望される方を対象に受け入れを行い、店舗や事務所で勤務をします。
※ 2008 年 2 月末現在、226 人が再雇用されました。

サービス介助士の設置

高齢の方や障がいをおもちの方に対する心のこもった対応は、マルエツにとって大切な取組み課題の一つです。とはいえ、専門知識を欠いては満足いく対応が行えず、お客さまに充分ご満足いただけないことも少なくありません。

そこで人材育成の一環として「サービス介助士2級」の資格取得を目標とした研修制度の導入に、スーパーマーケット業界としてはいち早く踏み切りました。

2008年2月末現在では、合計195名（店舗175名、本社20名）のサービス介助士を配置しています。介助を必要とするお客さまのお買物を手助けしたり、手話などによるコミュニケーションを図るなど、「人にやさしいマルエツ」の実現を目指しています。



サービス介助士とは？

高齢の方やハンディキャップを抱えている方々の日常生活を“介助”するのに必要な専門知識と技術を有するスペシャリストです。民間非営利組織法人（NPO）によって民間資格化されています。

2006・2007 荒川クリーンエイド

環境保全活動の一環として毎年、さいたま市秋ヶ瀬公園で実施している「荒川クリーンエイド」も2007年には14回目となりました。当日は残念ながら、台風20号の影響により中止となりましたが、今後とも継続して実施してまいります。
※写真は2006年の荒川クリーンエイドです



第21回ちびっ子健康マラソン大会が開催されました！

スポーツを通じて「21世紀を担う人づくり」をテーマに、心身ともに健康な子供たちを育成することを目的とした「ちびっ子健康マラソン大会」は今年で22回目を迎えます。昨年は11月23日に江東区「夢の島競技場」にて行われました。

「飲料自動販売機」による社会貢献

マルエツでは、各店舗の店頭及び従業員休憩室に設置されている飲料自動販売機の売上の1%相当額を各都県の社会福祉協議会を通じて、各地域の介護・養護施設へ寄付いたします。第一回目の寄付は2009年3月を予定しています。



マルエツでは飲料自動販売機の売上の
1% 相当額を社会福祉協議会を通じて、
地域の介護・養護施設へ寄付いたします。

maruetsu Foodexpress EINCOS サンデーマート PORAROCA

「水自動販売機」による寄付活動

お客さまのご要望にお応えし、保健所の許可を取得した「安全・安心」なミネラル水の自動販売機の導入を拡大しています。半年ごとに売上に応じた金額をマルエツより拠出し、社団法人国土緑化推進機構の「緑の募金」に寄付することで、大切な水資源の確保に役立てていただいています。

寄付実施日	寄付金額
2006年4月	250,000円
2006年10月	260,000円
2007年4月	240,000円
2007年10月	270,000円
2008年4月	250,000円
累計	1,674,414円



・社団法人国土緑化推進機構への寄付の様子

自然災害に対する救援募金活動

大地震や大雨などの自然災害等で被災された世界の人々のために、マルエツでは店頭募金を実施しています。お客さまのご理解・ご支援によって、多くの成果を上げることができました。

お預かりした義援金については、日本赤十字社を通じて、それぞれの被災地の復興支援に役立てていただきました。

救援募金内容	募金総額
2006年2月 フィリピン（レイテ島）地滑り	1,108,449円
2006年5月 ジャワ島中部地震	1,769,306円
2006年7月 梅雨前線による大雨被災者救済	877,009円
2007年3月 能登半島地震	1,683,870円
2007年7月 新潟県中越沖地震	2,291,079円
2008年6月 中国大地震	2,948,062円



・日本赤十字社への寄付の様子



リンコスベイタウン店発！ 千葉市立海浜打瀬小学校より 「車イス」を寄贈していただきました！

千葉市立海浜打瀬小学校保護者の会が中心となり、缶飲料のアルミ製プルトップを集め車イスを購入するというボランティア活動が行われています。

普段から社会科見学や養護学校実習受け入れなどを行う、地域密着のスーパー、リンコスベイタウン店に是非受け取ってほしいとお話をいただき、2008年2月7日(木)、全校朝礼の場にて、マルエツから水井店長が参加して寄贈式が行われました。2008年2月21日(木)には保護者会へマルエツより感謝状を贈らせていただきました。



・お礼と感謝を込めて、感謝状をお届けしました。



・(左から) 保護者会代表の方、校長先生、
リンコスベイタウン店水井店長



・朝礼での寄贈式の様子

本当にありがとうございました！

マルエツが 環境のためにできること



環境問題はわたしたち1人1人の大切な問題。
マルエツはお客さまとともにこの問題に
ひとつずつ、前向きに取り組めます。

環境への取組み

ペットボトルや牛乳パック、食品トレイなど特定のゴミは、リサイクルすることによって資源へと生まれ変わります。マルエツでは廃棄物になるものを再び資源として活用するため“身近なエコロジー運動”を実施しています。

マルエツ環境方針

マルエツは地域に密着したフレンドリーな「地縁ストア」として、安全で安心な商品やサービスの提供とともに持続可能な循環型社会を目指し、環境保全活動や地域の環境活動への支援を推進し、汚染の予防と継続的改善に努めます。

1. 環境マネジメントシステムにより、事業活動における環境負荷を最小限にするために具体的な環境保全上の目的と目標を設定し、定期的に見直します。
①環境に配慮した商品の開発と普及に取り組みます。
②省エネルギー・省資源を推進します。
③最終的な廃棄物を削減するために3R〔リデュース（発生抑制）・リユース（再使用）・リサイクル（再生利用）〕を推進します。

④地球温暖化防止のため、上記施策を推進し、CO₂換算による売場面積・営業時間あたりのCO₂排出量を削減します。

2. 当社の環境側面に関係して適用可能な法的要求事項及び当社が同意するその他の要求事項を順守します。

3. この方針を全従業員に周知徹底し、従業員一人ひとりが主体的に環境保全活動に取り組みます。

4. この方針は社内外に公表し、積極的な情報提供に努めます。

2008年3月1日

株式会社 マルエツ 代表取締役社長

高橋恵三

リサイクル資源の店頭回収

お客さまが利用しやすいよう、店舗入口付近に牛乳パック、食品トレイ、ペットボトル（一部地域）、アルミ缶（一部地域）の店頭リサイクルボックスを設置しています。回収できるトレイと回収できないトレイを見分け易くするためリサイクルボックスの「ふた」に写真付きの表示をしました。



牛乳パック(235店舗)

2007年度回収量**526トン**

年間1店舗あたり
約74,600本
牛乳パック(1,000ml)
1本=30gとして換算しました。

食品トレイ(235店舗)

2007年度回収量**175トン**

年間1店舗あたり
約149,000枚
食品トレイ
1枚=5gとして換算しました。

ペットボトル(128店舗)

2007年度回収量**294トン**

年間1店舗あたり
約46,000本
ペットボトル(500ml)
1本=50gとして換算しました。

アルミ缶(10店舗)

2007年度回収量**6トン**

年間1店舗あたり
約40,000本
アルミ缶(350ml)
1本=15gとして換算しました。

廃棄物の削減・資源化

循環型社会を実現するため、マルエツでは廃棄物の削減、リサイクルの推進、再資源化に取り組んでいます。排出される多くのゴミのうち、魚腸骨は魚粉（フィッシュミール）と魚油となり、畜産飼料、養魚飼料、ペットフード、マーガリン原料、石鹸等の幅広い分野で活用されています。廃食油なども、石鹸の原料やゴム・タイヤの可塑促進剤等としてリサイクルされています。

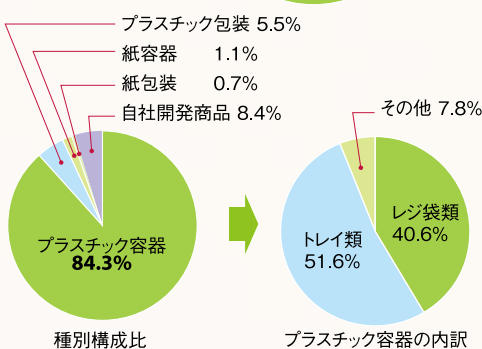
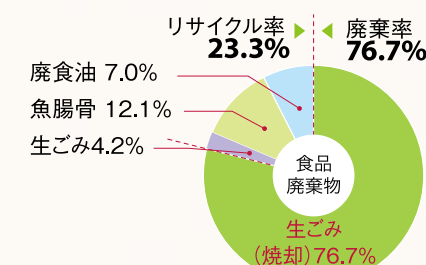
食品廃棄物以外のリサイクルについては、段ボールは段ボールへ、新聞・雑誌・再生可能な紙類については再生紙として、発泡スチロールは生活雑貨として、ビンや缶はそれぞれの原料として活用されています。

店舗から排出される廃棄物は、廃棄物処理法に基づき、適正に処理しています。また、お取引先さまと協力して、排出量の把握と再資源化に積極的に取り組んでいます。2007年度の店舗における廃棄物全体のリサイクル率は63.2%（前年61.4%）でした。また、廃棄物等の総排出量は47,532トン（前年42,479トン）です。

・2007年度 店舗における廃棄物等排出量とリサイクルの内訳（単位：t）

品目	廃棄物等発生量	リサイクル量	リサイクル率	リサイクルの重量構成比
食品廃棄物				
魚腸骨（魚あら）	1,815	1,815	100%	6.0%
廃食油	1,049	1,049	100%	3.5%
生ごみ（食品残さ）	12,088	626	5.2%	2.1%
小計	14,952	3,490	23.3%	11.6%
生ごみを除く可燃物	5,181	0%	0%	0%
廃プラスチック類	1,831	1,048	57.2%	3.5%
発泡スチロール	1,267	1,267	100%	4.2%
段ボール	23,510	23,510	100%	78.2%
ビン・缶	630	630	100%	2.1%
その他ゴミ	162	113	70.0%	0.3%
合計	47,532	30,057	63.2%	100%

・食品リサイクルの内訳



牛乳パックリサイクル商品

店頭で回収された牛乳パックを中心に、再生資源を有効活用したマルエツオリジナルブランド「HOMEeX」の商品です。



トイレロール/ダブル



ティッシュ



ポケットティッシュ



抗菌綿棒



レジ袋削減への取り組み

無駄なゴミを減らす役割を果たすだけでなく、
レジ袋を減らすことで石油資源の節約にもつながっています。

お買物袋持参運動（レジ袋削減への取り組み）



お買物袋スタンプカード配布

お買物袋をご持参のお客さまに対して、お買物1回につきスタンプを1個押印し、スタンプが20個貯まったお客さまは100円の値引券として利用いただけます。

エコシール事業に参加

2000年より、鎌ヶ谷市（鎌ヶ谷大仏店・馬込沢店）、佐倉市（新志津店）にて、エコシール事業に参加しています。シールを一定枚数貯めることで、市指定のゴミ袋等と交換でき、レジ袋削減の大きな力となっています。

オリジナルエコロジーバッグ販売

お客さまが繰り返しご使用いただけるマルエツのオリジナルエコロジーバッグを販売しています。2005年4月にさらに使いやすいものにリニューアルしました。

・オリジナルエコロジーバッグの販売実績

	2004年度 実績	2005年度 実績	2006年度 実績	2007年度 実績
販売実績	6,893 枚	12,382 枚	10,226 枚	9,209 枚



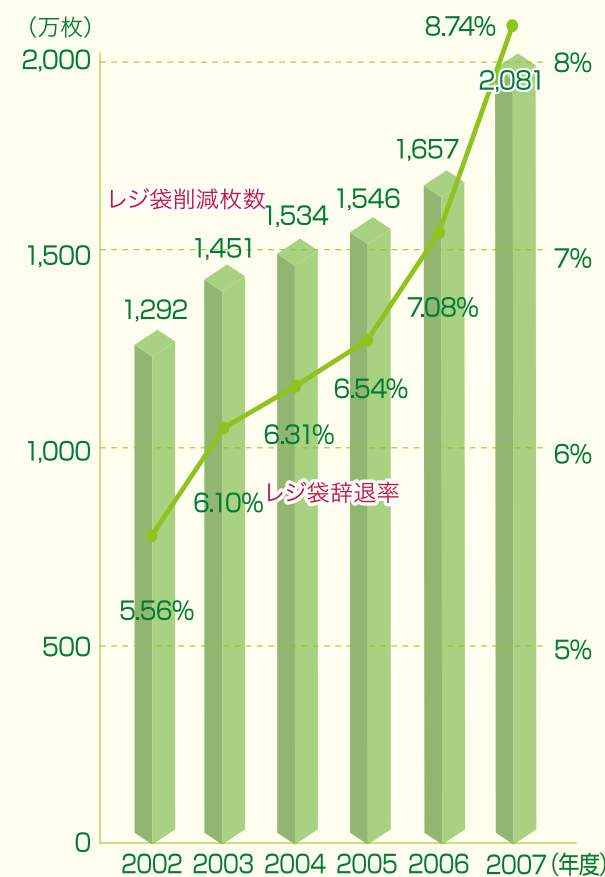
省資源効果



レジ袋削減による省資源効果は、
石油ドラム缶（200ℓ）
約1,904本分の節約になりました。

- 2007年度のレジ袋削減枚数
スタンプカード1,600万人×1.3枚
（平均利用枚数）＝2,081万枚
- レジ袋1枚（平均9.9g）あたりの製造エネルギーは、原油換算で18.3g/枚
【出所：日本ポリオレフィンフィルム工業組合】

レジ袋削減枚数とレジ袋辞退率の推移



「清瀬中里店」でレジ袋無料配布中止の実験

清瀬市が毎年10月に実施している「ノーレジ袋・マイバッグ推進運動」に協賛し、清瀬中里店においてレジ袋の無料配布中止の実験を行いました。

実施期間（2007年10月1日～10月31日）のマイバッグ持参率は76.7%に達し、レジ袋を大幅に削減することができ、10月の1ヶ月間で約46,000枚のレジ袋（原油換算で約841リットル）を節約することができました。

また、レジ袋の収益金（43,000円）を清瀬市緑地保全基金に寄付いたしました。



清瀬中里店でお客さまにマイバッグを配布される福永清瀬副市長／写真左

清瀬市「ノーレジ袋・マイバッグ推進運動」告知ポスター／写真上

ISO14001 認証取得

ISO14001認証取得店舗（5店舗）及び本社の「1年次サーベイランス」（定期審査）

2006年9月に認証を取得した環境マネジメントシステム「ISO14001」の1年次サーベイランス（定期審査）が、2007年9月に本社及び5店舗（新志津店、佐知川店、行徳駅前店、かまた店、四季の森フォレオ店）で実施されました。

今回の審査では、2006年度ISO活動についての実施結果と、現在の取り組み内容の進捗について審査を受け、地道な活動と改善効果が認められ4段階評価（向上・維持・低下・不可）のうち最も良い「向上」を頂きました。特に、全従業員にマイバッグを配布したことにより、レジ袋辞退率が飛躍的に向上した点やコンプライアンスの遵守について審査員から高い評価を頂きました。

2008年9月には本社及び190店舗、2009年以降は全店の取得を目指していきます。



ISO14001 とは？

1996年に制定された環境マネジメントシステムの国際規格です。組織が、環境保全に配慮した活動を行っていくための仕組みを作り、その仕組みを維持・改善していくために必要事項を定めています。この仕組みを運用することで環境負荷の低減を目指します。



外部審査の様子



ISO14001 取得認証ステッカー

2007 年度 環境目標結果

< ISO 取得対象事業所として取組んだ環境目標 >

活動単位	環境目標	2007 年の目標	結果
各店舗	食品の廃棄の削減 (廃棄高・5 店舗)	2006 年度比 10%削減	×
	電気使用量の削減 (5 店舗)	2006 年度比 1%削減	×
	水道使用量の削減 (5 店舗)	2006 年度比 0.8%削減	×
	お買物袋持参率の向上 (5 店舗)	各年度持参率 10%	×
本社共通	電気使用量の削減 (本社)	2006 年度比 1%削減	○
	水道使用量の削減 (全社)	2006 年度比 1.3%削減	○

< 本社各部署が取組んだ環境目標 >

物流システム本部	レジの電子ジャーナル化によるジャーナル紙の削減	2005 年度比 10%削減	○
	車両の配送効率アップと省エネ運転の推進	2006 年度比 3%削減	×
財務経理本部	電子化による会計伝票 (紙) の削減	2005 年度比 30%削減	○
	レジ袋使用重量の削減	2000 年度比 5%削減	×
総務本部	食品リサイクル率の向上 (野菜くずリサイクル推進)	野菜くず回収量 5%アップ	○
	環境法規制の順守 (電子マニフェストの導入)	法順守 電子マニフェストの導入	○
営業開発本部	電気使用量の削減 (全社)	2006 年度比 2.4%削減	×
	本社のコピー用紙の削減	2006 年度比 5%削減	○
	POP 用リサイクルトナーの使用率向上	使用率 40%	○
	グリーン購入の推進 (文房具類)	2006 年度比 5%アップ	○
	「地元商品」 (野菜・果物) の拡大	店舗数 153 店舗	○
商品本部	詰替商品の品揃えの充実	累計単品数 273 単品	○
	食品トレイの使用重量の削減	2005 年度比 5%削減	×
	販売計画書の紙の削減	本年度実績が基準 現状把握	○
	通い箱納品の推進	2006 年度比 5%アップ	○
教育人事部	階層別教育の中に環境教育を取り入れる	本年度実績が基準 新入社員に教育	○
経営企画本部	紙 (社内報) 使用重量の削減	2006 年度比 15%削減	○

環境会計

	環境保全の分類	項目	取組み内容・結果	環境保全コスト (単位：千円)	環境保全効果 (単位：物量, 千円)	経済効果 (単位：千円)
事業エリア内コスト	公害防止・法規制 コスト	騒音対策	搬入出入口路面騒音対策工事	1,800	0	0
		法規制の遵守	貯水槽の清掃 (109 施設)	3,314	0	0
			水質検査 (89 施設)	1,889	0	0
			簡易水道検査 (51 施設)	570	0	0
	資源循環 コスト	レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率 8.74%、レジ袋使用量の削減	2,268	205,920kg	37,458
		廃棄物の資源化	ビン・缶・発泡スチロールの 100%資源化	148,956	2,059,000kg	0
			魚腸骨の 100%資源化	580	1,814,767kg	0
			廃食油の 100%資源化	1,830	1,049,296kg	0
			野菜くずの資源化店舗拡大 (34 店舗)	0	629,119kg	0
		一般廃棄物の適正処理	一般廃棄物の適正処理	527,744	0	0
			牛乳パックの回収	0	526t	212
			店頭リサイクル	食品トレイの回収	0	175t
	ペットボトルの回収			0	294t	0
			アルミ缶の回収	0	6t	298
	上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2007 年度容器包装リサイクル委託	191,411	0	0
環境配慮型商品の販売		HOMEeX 商品の拡販キャンペーン	-	-	0	
店頭リサイクルの推進		店頭リサイクル BOX 購入	2,981	0	0	
エコロジースタンプの値引負担金		値引券としての負担金額	80,052	-	-	
エコロジーバッグの販売		エコロジーバッグの販売	-	9,209 枚	-	
環境管理コスト	環境報告書作成	環境報告書作成、ホームページ掲載	1,989	0	0	
	ISO 認証取得準備	環境マネジメントシステム ISO 取得	3,156	0	0	
社会活動コスト	美化・緑化運動の推進	荒川クリーンエイドの実施、店周辺の緑化	25	0	0	
	店頭募金・寄付活動	店頭での盲導犬募金、災害救援募金	0	19,075	0	
	環境保護・社会福祉団体支援	国土緑化推進機構の「緑の募金」への寄付	510	0	0	
総合計				969,075	-	37,968

環境パフォーマンス

環境への取組みを効果的に進めていくためにも、

事業活動の各段階での環境パフォーマンスの把握に努めています。

INPUT

エネルギー

電気使用量 (mwh)	339,685
都市ガス使用量 (km³)	2,114
プロパンガス使用量 (km³)	137
軽油使用量 (kl)	3,514
重油使用量 (kl)	0

物質投入量

食品トレイ類 (t)	2,414
紙容器包装 (t)	18
レジ袋類 (t)	1,901

水資源投入量

水道使用量 (m³)	1,326
------------	-------

全店総 CO₂ 排出量

環境保全の分類	使用量 排出量実績	原単位	CO ₂ 排出 係数	CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂)	1 店舗当たり 売上高(億円)当たり (kg-CO ₂)	構成比 (kg-CO ₂) %
冷凍設備や空調等に使用する電気使用量 (kwh)	339,685,497	0.104688348	0.36	122,286,779	505,317	38,920 80.5
販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量 (m³)	2,114,399	0.000651641	2.1	4,440,238	18,348	1,413 2.9
販売にともなうプロパンガス使用量 (m³)	137,157	0.000042271	3.0	411,471	1,700	131 0.3
販売にともなう水道使用量 (m³)	1,326,127	0.000408702	0.58	769,154	3,178	245 0.5
販売にともなう重油使用量 (ℓ)	0	0	2.77	0	0	0 0
販売にともなう軽油使用量 (ℓ)	3,514,000	0.001082987	2.6	9,136,400	37,754	2,908 6.0
店舗からの可燃ごみ排出量 (kg)	15,578,130	0.004801055	0.84	13,085,629	54,073	4,165 8.6
レジ袋類 (kg)	1,900,588	0.000585746	0.28967	550,543	2,275	175 0.4
食品トレイ類 (kg)	2,413,859	0.000743932	0.528	1,274,518	5,267	406 0.8
合 計				151,954,732	627,912	48,363 100.0

2007 年度のマルエツ環境負荷指標 (消費エネルギー原単位)

	2006 年度	2007 年度	前年比%
全店総 CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	148,765	151,955	102.1
店舗延べ床面積×営業時間 (m ² ・h)	3,117,341,591	3,244,730,718	104.1
マルエツ環境負荷指標 (g-CO ₂ /m ² ・h)	47.7	46.8	98.1

※マルエツ環境負荷指標は全店総 CO₂ 排出量を全店舗延べ床面積と営業時間の積で除したものです。よって、1m²・1 時間当たりの CO₂ (g) 排出量を指します。
※環境家計簿における二酸化炭素排出量の計算方法を参照 (2003 年 6 月改定値) しています。

物流体制の見直し

物流ネットワークの整備を進めていくことで、移動距離の短縮や効率化、運搬車台数の削減等につながります。また、各店舗へのパンの配送を一元化することで、CO₂ 排出量の削減はもとより、エンジン音や荷台扉の開閉音、走行音など騒音の減少にも効果を上げています。

