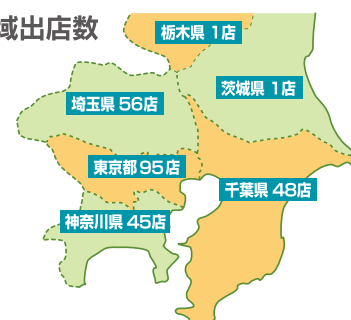


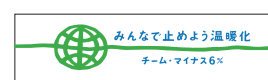


会社概要	会社名	株式会社マルエツ
	本社所在地	〒170-8401 東京都豊島区東池袋5-51-12
	設立	1952年(昭和27年)6月16日
	資本金	375億49百万円
	営業収益	(連結)335,916百万円 (単体)334,495百万円 (2009年2月末)

マルエツグループ地域出店数



愛される店づくりをめざして **246店舗**
2009年8月末日現在



京都議定書の目標である「温室効果ガス6%削減」のためには国内森林で「3.9%吸収」の実現が必要です。国産材を積極的に使うことはCO₂を吸収する森の育成に貢献できます。
この冊子の制作により国産材が製紙原料として活用されています。また、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。

発行：2009年9月



地域のために、地球環境のために。

2009

マルエツ社会・環境報告書

Maruetsu Sustainability Report



お客さまへの約束

「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。

お客さまに「また来るね!」といわれると嬉しいですね。清潔でお買い物しやすい売り場になるよう、いつも店内をくまなくチェックしています。また、自分の意見に耳を傾けてくれる店長や会社の姿勢には、やる気を感じます!



ナリア武蔵浦和店 グリーティング部門主任 熊倉さん

地域のお客さまあつてのお店ですので、ご来店いただき気持ち良くお買い物をしていただけるよう、「元気な声でご挨拶」「相手を思った行動」を従業員、パートナーへ徹底するようにしています。また、お客さまやパートナーからの声を商品やお店づくりに生かし、より充実した『地縁ストアマルエツ』になるよう心がけています。



ナリア武蔵浦和店 店長 松下さん

「笑顔で明るくあいさつをする」、「困っているお客さまがいいたら声をかける」など、お客さまが心地よく、安心してお買い物ができるように気を配っています。店内では、自分の意見を発する場もあり、とても働きやすく、仕事に対する責任感も生まれました。



ナリア武蔵浦和店 雑貨部門 伊藤さん



顧客サービス環境推進部 漆原さん

マルエツでは、お客さまモニターを各店舗で公募し、商品、接客、サービス等への様々なご意見・ご要望をいただき、売場づくりや商品開発の参考にさせていただいています。また、各店長にとって地域のお客さまとのコミュニケーションの良い機会にもなっています。

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10冊目となりました。「2009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。

本報告書では、お客さまや環境に関しての内容をはじめ、地域社会とマルエツとの関わりについても記載してまいります。地域社会を含めた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、今後も努めてまいります。

□報告書対象期間

2008年3月1日～2009年2月末日（なお、2009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。

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。

売場では常に笑顔でご挨拶!そして会話の中から、お客さまのご要望やご意見をいただき、「お客さまのために」を考えたお店づくりに取り組んでいます。また、従業員一同、やる気と笑顔を絶やさず、活気のある店づくりに努めています。



保谷住吉店 店長 石井さん



保谷住吉店 グリーティング部門 大野さん

マルエツは研修制度がしっかりしていて、接客にも自信を持って取り組むことができます。お年寄りの方、体の不自由な方、急がれている方など、お客さまに合わせた接客を心がけています。また、リサイクルやレジ袋削減への取り組みも、私たち従業員が率先して取り組むようにしています。

「思いやりの心」と「笑顔」を大切にしています。相手の気持ちに耳を傾けて、何を望んでいるのかを良く理解した上で行動し、親しみをもてるような笑顔で接することを心がけています。



いーとびあ 管理栄養士 小林さん

マルエツは、お客さまと直接ふれあう売場が第一主義!店長は売場の担当の判断に任せてくれるので、やりがいがあります。その反面、自分自身の勉強が欠かせません。お客さまの「なぜ?」「どうやって?」などのご質問に的確に答えられるよう、常に仕事に取り組んでいます。



保谷住吉店 青果部門主任 瀧口さん

コンテンツ

お客さまへの約束..... 2・3
トップメッセージ マルエツの環境への取り組み..... 4・5
お客さまと環境にやさしい店づくり..... 6・7

●社会とともに

お客さまとのコミュニケーション

やさしいお店づくり..... 8・9
お客さまの声をいかした店づくり..... 10・11
お客さまとのふれあい活動..... 12・13

安全・安心の取り組み

品質管理 14
商品開発 15

社会貢献

マルエツが社会のためにできること..... 16・17

●環境とともに

リサイクルとエコ..... 18～21
環境目標結果 環境会計..... 22
環境パフォーマンス..... 23

マルエツの環境への取り組み

「マルエツのある街に住みたい」と思っただけの店づくりを目指してまいります。

未来を見据えた快適な環境づくりは、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。

マルエツはお客さまの健康で豊かな食生活を支える「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るものと認識しております。

食生活はもちろん、地域社会にも貢献を続けるマルエツがあって良かった、マルエツのある街に住みたいと思っただけの企業を目指してまいります。

マルエツでは、2012年に1店舗当りで排出するCO₂を2007年度比10%削減するという目標を掲げ、さまざまな取り組みをしております。これは、地域のお客さまと最も近い立場にある小売業の特性をいかし、お客さまのご協力を得ながら、一緒になって進める環境保全活動だからこそ意義のあるものと認識しております。

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」を常に考え、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の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

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電気使用量削減等の省エネルギー・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、一店舗当たりの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。

ISO14001 認証全社取得

ISO14001 認証を全社にて取得

環境経営を推進すべく、2006年9月に本社及び5店舗(新津店・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。

さらに各地域での環境保全活動を進め、認証取得店舗の拡大を目指し、2008年9月にはマルエツ・フーデックス・リンコス全店(190店舗)と本社を含む191事業所の認証を取得しました。2009年度にはサンデーマート・ポロロッカを含む全社で認証を取得しました。



CO₂排出量の削減目標

2012年の京都議定書の第一約束期間の終了を間近に控え、環境問題への対応は経営の緊急課題となっております。

マルエツでは2012年に1店舗当りのCO₂排出量を2007年度比10%削減を目標として掲げ、環境に配慮し

た商品づくりやお客さま及び従業員参加の環境保全活動等に取り組んでおります。2007年度の1店舗当りのCO₂の排出量は年間698t-CO₂で、2012年には10%削減の629t-CO₂を目指します。

CO₂削減への具体的な取り組みとして

●「見える化」による削減活動

電気の「見える化」により、各店舗で電気の使用量を把握・管理することができるようになりました。店舗の電気量削減の様々な活動により、2008年度の使用量が2007年度比で5.3%削減されました。



●オーバーキャノピー照明の実験導入

冷蔵ケースの照明を消し、「オーバーキャノピー照明」を実験導入中。今後は他店舗での展開も計画しており、導入前との比較で冷蔵ケース照明負荷40%の削減を見込んでいます。



●Hf照明器具の導入

店舗の基本照明を省電力タイプへと順次交換しています。(2009年7月現在145店舗に導入)店舗あたり照明負荷で電気量が約20%削減されました。

●ライトダウンキャンペーンへの参加

マルエツでは、環境省の地域温暖化防止運動の一環である「CO₂削減ライトダウンキャンペーン」に68店舗86施設で参加しました。2009年6月21日(日)と7月7日(火)の両日20~22時の2時間、店頭の看板照明等を落とし725kWh消費電力が削減でき、CO₂は261kgを削減することができました。

●環境にやさしい燃料での配達

2008年10月より、使用済の食用油を、各店舗への配達車両の燃料として使用する取り組みを実施しております。昨年10月には1台、現在は2台の車が環境にやさしい燃料(バイオディーゼル燃料)にて走行中。半年で約22tのCO₂を削減することができました。今後さらに拡大する予定です。

マルエツオレンジコート店での実施例



お客さまと環境にやさしい 店づくり

マルエツが行っている、環境への取り組みや、お客さまへの「やさしいお店づくり」の様々な試みをご紹介します。



お客さまとのコミュニケーション

やさしいお店づくり

マルエツでは、従業員全員が、ご高齢の方、妊娠されている方、体の不自由な方の気持ちになって接客できるよう、様々な取り組みをはじめています。



「やさしいお店づくり」DVDでの学習

「やさしいお店づくり」の実現に向けて、一人一人が最初の一步を踏み出しています。

マルエツで働く全ての従業員が、ご高齢の方や体の不自由な方の気持ちを理解するためにこのDVDは制作されました。DVDの中ではご高齢の方や車イスをご利用のお客さま、目や耳が不自由な方、妊娠されている方が、お買い物時に

不自由に感じていることが疑似体験でき、その際の介助ポイントやコミュニケーションのとり方などが具体的に紹介されています。



人事部 水野さん「DVD制作秘話」

今回DVDの制作にあたり、よりご高齢の方や体の不自由な方の気持ちにそったものにするため、全制作スタッフに疑似体験をしてもらいました。出演者は障がい者雇用の促進を図るため1992年に設立された特例子会社の株式会社マールエツの障がいをお持ちの方達です。全従業員がこのDVDを活用し、やさしいお店作りを目指していただけるよう期待しています。

やさしいお店づくりDVD・接客ポイント例

- 例1** ご高齢のお客さまがエスカレーターを使う際、足元が見えにくく乗るタイミングがつかめません。お客さまの横について乗り降りのタイミングをお声かけします。
- 例2** 車イスのお客さまと接客する際は、上から見下ろして話すのではなく、しゃがんでお客さまと同じ目線になって話を聞くことで、お客さまの緊張がやわらぎ、話しやすくなります。
- 例3** 目の不自由なお客さまのお手伝いを申し出るときは、後ろからお声掛けをすると驚かれる場合もあるので、まずは正面から名前、所属部署を伝えて安心していただき、お話を聞くようにしましょう。

東門前店のお店づくり

マルエツ東門前店では、2008年5月30日の改装オープンを期にお客さまとの「絆」づくりの一環として、売場の表示を大きく、見やすしたり、階段の手すりの設置等、改善いたしております。今後も順次、お客さまとの「絆」づくりの一環として実施してまいります。



案内表示が、どれも見やすく、わかりやすくなっています。



三角柱の形をした中分類板。大きな文字で様々な角度から見えるので、お客さまへの売場のご案内もスムーズです。



身障者用の駐車場は通常の1.5倍以上のスペースを確保。



段差を色分けし、点字表示がついた二段手すりを設置。



体の不自由な方の疑似体験学習

マルエツでは店長を対象に、人材育成の一環として、「サービス介助士2級検定」(NPO法人日本ケアフィットサービス協会認定の通信教育、実務研修、検定試験)を実施しています。

2日間の講習では、腕や脚に重りをつけ、手袋やゴーグルを着用してお買い物をしていただくインスタントシニア体験や、実際に車イスに乗るなど、多くの体験を取り入れた内容になっています。そして、講習後には試験を受け、合格者には「サービス介助士2級」の資格が与えられます。さらに半日、妊婦疑似体験や店舗での介助のロールプレイング・ディスカッションも実施しています。

梅屋敷店 谷藤店長の体験談

ご高齢のお客さまへの接客は丁寧に行ってきたつもりでしたが、今回の講習では改めて多くの事を学び、改善点を発見しました。例えば、「資材やPOPを見やすい位置につける」「少しでも広い通路を確保する」「レジの精算時に杖置き場を作る」など。今回学んだことを生かし、さらにお客さまに喜んでいただけるお店づくりをしていきたいと思います。



高齢者疑似体験中！



実際に車椅子を押して介助練習。段差のあるところはコツがいります

足元が見えなくて・・・怖い！



指先が上手につかえなくて、バックや袋を開けたりするのも一苦労



視界も狭いし、杖を使わないと歩くのが大変！



POPの位置が下にあると見にくいし、特に赤い文字は見えないなあ・・・



サービス介助士

マルエツでは、「サービス介助士2級」の資格取得を積極的にすすめ、人材の育成をはかっています。お客さまへのサービスと信頼の向上に努めるため、介助に関する基本的な知識、技能を身に付けた資格取得者を、2008年度末には240名(社員109名・パートナー131名)、161店舗に配属し、2009年度には、店長全員の資格取得を目指しています。



補助犬の受け入れ

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、障がいをお持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。



お客さまとのコミュニケーション

お客さまの声をいかした店づくり

様々な形でお客さまからご意見、ご要望をいただき、より良い売場づくりやサービスのご提供に努めています。また、商品や調理に於ける情報提供ができるよう、従業員教育にも力を入れております。

店長への直行便

お店とお客さまとを結ぶコミュニケーションツールである「店長への直行便」。お客さまからのご意見・ご要望を店長が受け取り、店長または、本社・担当者にて検証、解決策を出してお返事をしています。

地域のお客さまの声を直接知ることができ、そのご意見は売場の改善や従業員教育に生かしています。さらに、集約されたご意見・ご要望をマルエツの施策づくりにも役立てています。



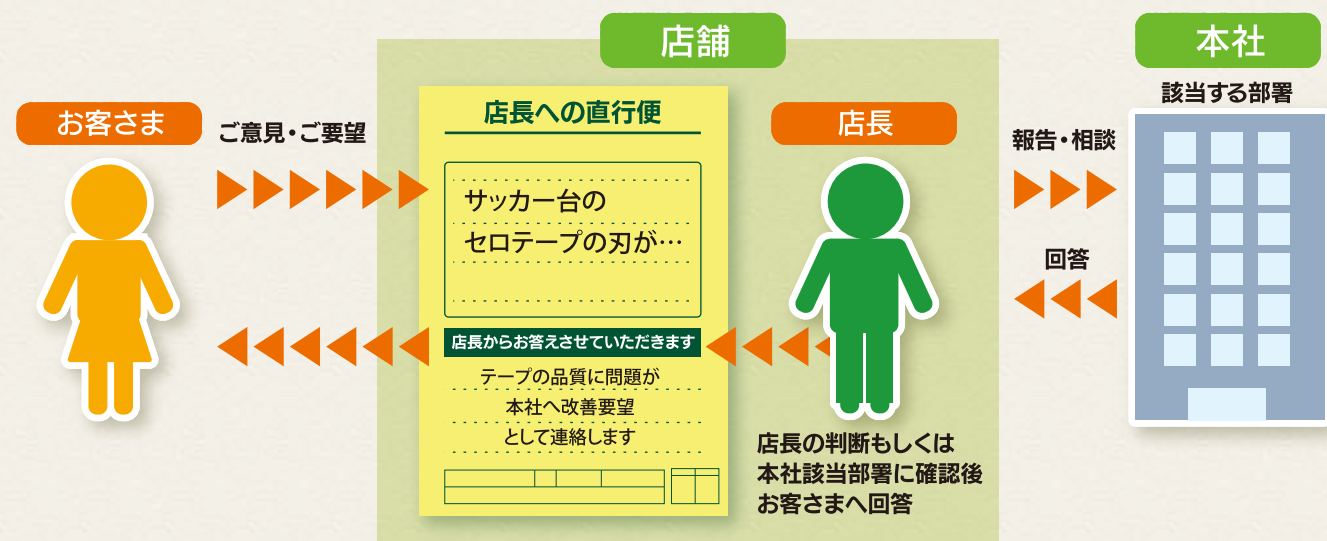
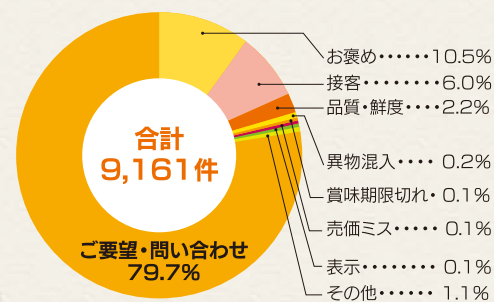
顧客サービス環境推進部 漆原さん

お客さまから、サッカー台にあるセロテープのカッターが、切りにくいとのご指摘をいただきました。これは、セロテープの材質を変更した為、従来のカッターとは合わなかったことが原因で、改善させていただきました。今後も、お気づきの点、ご要望をお聞かせください。



カッターの刃を鋭くして、セロハンテープを切りやすくしました。

「店長への直行便」の内訳(2008年度)



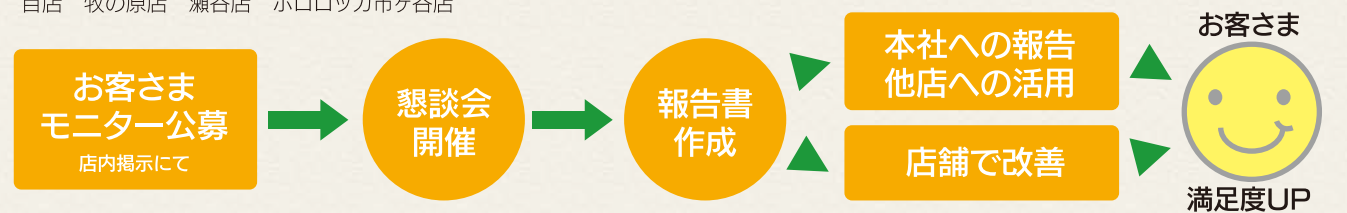
お客様モニター懇談会

2001年から2008年度末までの間に、84店舗で「お客様モニター懇談会」を開催しました。

この懇談会では、店長が直接開発商品についてのご意見や店に対するご要望をお客さまに伺っています。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にもなっています。

2008年度 お客様モニター懇談会実施店(13店舗)
葛西クリーンタウン店 東久留米店 蓮田橋山店 新志津店 八潮店
リンコスベイタウン店 浮間舟渡店 大倉山店 井土ヶ谷店 勝どき6丁目店 牧の原店 瀬谷店 ポロロッカ市ヶ谷店



いーとぴあ ～健康と食文化実践室～

1991年4月に南浦和でオープンして以来、毎年多くのお客さまにご利用いただいた「料理とカルチャー教室 いーとぴあ」は2008年10月に蔵に移転し、装いも新たにオープンしました。調理室は開放感にあふれ、ボタンひとつで高さ調節のできる調理台もあり、お子さまや年配のお客さまにも安心してご利用いただけます。



キッチンいーとぴあ

マルエツの20店舗で展開している「キッチンいーとぴあ」。毎日、おいしくてバランスの良い献立の実演やレシピのご提供をしています。また、お客さまからの調理法のご相談なども承っています。



キッチンいーとぴあ設置店舗
(20店舗/2009年2月末現在)
埼玉県:東門前店 蔵北町店 春日部緑町店 佐知川店 久喜店 草加八幡店 幸手上高野店 川口キュボラ店 越谷レイクタウン店
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 調布店 新堀谷店
神奈川県:四季の森フォレスト店 さがみ野店 井土ヶ谷店

食への知識を深めています 商品知識検定

マルエツでは、従業員がお客さまに対して、「健康で豊かな食生活のアドバイザー・食文化の伝道師」としての役割を担うため、社員ならびにパートナーへの商品知識検定を行っています。2つの共通編と8つの専門編の区分で検定を行い、50問中45問以上正解した者を有段者と認定しています。現在458名が段位を取得しています。



お客さまとのコミュニケーション

お客さまとのふれあい活動

未来を担う子ども達が、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体験ツアーを中心に、食育を推進してまいります。

農林水産省補助事業 足立区親子キッチン工場見学



今まで何気なく使っていた「しょうゆ」ができるまで、こんなにも手間と時間がかかるなんて驚きました！

2月



食育講座

マルエツと食品メーカー共同企画の食育講座。毎回100名ほどのお客さまをご招待し、料理研究家など講師による講座と料理実演、試食会を行っています。

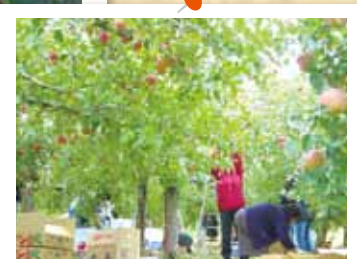
柑橘の樹



柑橘、りんごそれぞれの樹のオーナーになっていただき、収穫をお楽しみいただく企画です。普段できない体験に、お客さまからは大好評いただいています。

3月 11月

りんごの樹



食について普段疑問に思っていることを、専門の先生や食品メーカーの方から直接聞くことができました。今日の講座の内容を实践したいと思います！

食育まつり

6月



食事バランスガイドのキャラクター「ぱくぱく戦隊食レンジャー」主役イエロー登場！

5月 6月

母の日・父の日似顔絵展



母の日・父の日に向けて、小学生以下のお子さまからお父さんお母さんの似顔絵を募集し、店内に掲示させていただいています。



暮らし方録で告知してます！

お客さまの様々なふれあい活動に関しては、店頭でお配りしている「暮らし方録」や店頭資料にて募集や結果報告をしています。



暮らし方録は毎月マルエツグループ全店で、約32万部発行されている生活情報誌。食や健康の情報、マルエツおすすめの食材や商品など、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。

食体験ツアー

7月



納豆って大豆からできているんだね！

ミツカンコース

未来を担う子ども達が様々な体験を通じて、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体験ツアーを実施しています。納豆をつくったり、乳搾りをしたり・・・普段できない体験をして、子ども達は大喜びです！

明治乳業コース



なかなか上手に搾れないよ～！

カレーのひみつ体験キャンプ

7月



外でつくったご飯はおいしかった！

今年で31回目を迎える、マルエツ・ハウス食品共同企画。1泊2日で収穫体験やカレーづくり、キャンプファイヤーなど自然にふれて学ぶプログラムです。

ちびっ子健康マラソン大会

11月



完走できてうれしい！来年もがんばるぞ。

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、今年で23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。

随時

社会科見学受け入れ

マルエツの店舗では、小学生の社会科見学の受け入れを行っています。お店の中やバックヤードを見学したり、仕事についての説明を受けたりします。そして、子供たちからは「店長さん、このお店の一番の自慢はなんですか？」など大人顔負けの鋭い質問も！

「連雀町店にて実施 川越市立中央小学校のお友達」



お礼の作文

安全・安心の取り組み

品質管理

マルエツでは、お客さまに安心してお買い物をしていただくために、商品の開発から販売まで徹底した品質管理を行い、売場では衛生・鮮度へのチェックを繰り返し行っています。

合格

品質基準と検査改善

マルエツの品質管理センターでは、お客さまに安心してお買い物をしていただくために、商品開発、生産、仕入れ、さらに店舗での加工調理、そして販売時に至るまで、様々な商品に対し品質の確認と商品への説明責任が果たせる基準づくり、検査・調査等を行っています。その際に基本となる考え方は、下記の通りです。

品質管理センター 大上さん

品質管理センターでは、安全・安心な商品を提供できるよう、全店で「衛生検査」を実施しています。衛生検査は厳しい社内基準で判定されており、店長からは「合格する事がお客さまに対する一番のサービス」との声をいただいています。また、手洗講習会・クリンリネス講習会を行い、従業員全員の衛生管理・品質管理のレベルアップを図っています。

あるべき品質管理

不良品をつくらない、売らない。改善改良の推進。

- | | | | |
|--------------|-------------------|----------|-------------|
| ① 商品設計時のミス防止 | : あるべき品質水準の設定 | ▶▶▶▶▶▶▶▶ | 品質保証体制 |
| ② 製造ミスの防止 | : 優れた食品製造工場との取り組み | ▶▶▶▶ | 工場・店舗調査体制 |
| ③ 不良品の販売防止 | : あるべき品質水準の維持管理 | ▶▶▶▶▶▶▶▶ | 品質監視体制と指導教育 |

社員への教育

店舗での適正で分かりやすい表示をするため、階層別の講習会を実施しています。また、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きました。最近では表示についての専門的な教育も実施しています。



農林水産省による、鮮魚の原料原産地表示方法についての講習会

鮮度管理ハンドブックの発行

マルエツでは、期限管理を徹底させるため、また、売場の担当者全員が日付管理できるように「鮮度管理ハンドブック」を発行しています。



衛生検査員が冷蔵庫の原材料をチェックしています

店舗内の衛生検査

衛生検査は、①ビジュアル検査 ②拭取り検査 ③商品収去検査 ④期限表示の確認、の4項目です。検査で不可の場合は、店長が責任をもって改善し、1週間以内に改善報告を行います。さらに、総合判定が「不合格」の部門には再検査、フォロー教育を行い、ビジュアル検査や拭取り検査が不合格の場合にも、フォロー教育を実施します。

安全・安心の取り組み

商品開発

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

おいしさのブランド



快適さのブランド



クローバ商事 鈴木さん

もっとこんな商品があれば・・・というお客さまのニーズに応えるために生まれたマルエツオリジナルブランド「FOODeX」「HOMEeX」。マルエツのMDと品質管理センター、製造メーカーが何度も試作や調査・検査などを繰り返し、安全安心はもちろん、おいしさや使い心地にまでこだわった納得できる商品です。ぜひ一度お試しください、ファンになっていただけたらと思います。

オリジナル商品の開発から販売までの流れ



【商品審査事項】

- ・原材料の品質の安全性
 - ・商品の製造工程
 - ・表示の適合性等32項目の検査と審査
- 2008年度は1355件の審査をいたしました

商品例



FOODeX・HOMEeX商品 2008年度販売実績

		品目数	販売数 (単位:千個)	販売金額 (単位:百万円)
FOODeX	精肉	8	1,392	163
	日配	67	23,858	3,297
	加食	162	4,577	2,921
	小計	237	29,827	6,381
HOMEeX	生活用品	89	1,494	290
	合計	326	31,321	6,671

社会貢献

マルエツが社会のためにできること

マルエツは、地域社会の一員として、様々な募金、寄付活動に参加し、企業の社会的責任を果たしてまいります。



「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金1%相当額を、各都県の社会福祉協議会等を通じて、各地域の介護・養護施設に寄付させていただいています。(2008年度寄付総額5,437千円)



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

詳細は当社ホームページのニュースリリースをご覧ください。

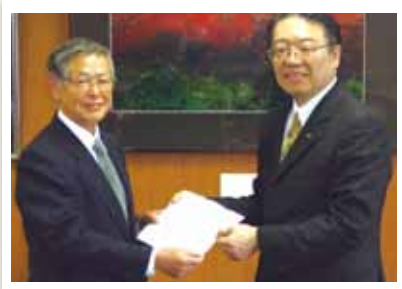
maruetsu Foodexpress INCOS サンデーマート POROROCA

地域	寄付先	寄付金額
東京都	東京都社会福祉協議会	1,500,000円
神奈川県	神奈川県社会福祉協議会	1,250,000円
埼玉県	埼玉県社会福祉協議会	1,250,000円
千葉県	千葉県高齢者福祉施設協会	1,250,000円
茨城県 坂東市※	坂東市社会福祉協議会	93,240円
栃木県 小山市※	小山市社会福祉協議会	93,240円
(合計)		5,436,480円

※坂東市と小山市への寄付は、それぞれ車椅子4台分を寄付いたしました。



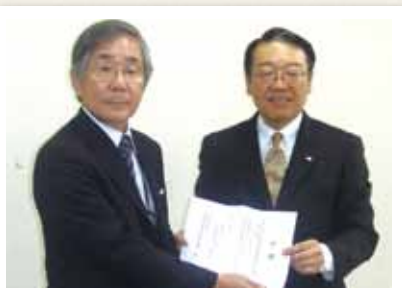
東京都社会福祉協議会 授与式



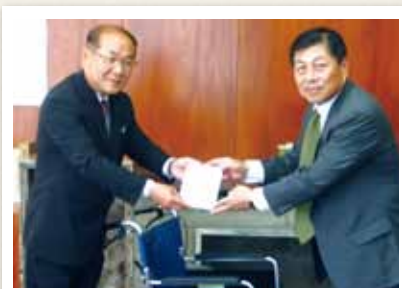
神奈川県社会福祉協議会 授与式



埼玉県社会福祉協議会 授与式



千葉県高齢者福祉施設協会 授与式



茨城県坂東市社会福祉協議会 授与式



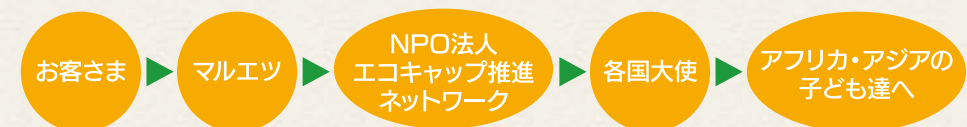
栃木県小山市社会福祉協議会 授与式



ペットボトルキャップでワクチンを！

2008年10月の3R月間で、NPO法人「エコキャップ推進ネットワーク」の協力によりキャップ回収を行ったところ、お客さまからの再開のご要望が多く寄せられ、2009年3月より全店での実施となりました。

お客さまからお預かりしたキャップは「エコキャップ推進ネットワーク」を通じて、アフリカやアジアの国々へワクチンとして寄付されます。



寄付実施月	キャップの量	ワクチンの数量
2008年10月	3,346,1kg	1,673本
2009年3月	1,646,4kg	823本
2009年4月	3,267,4kg	1,633本
2009年5月	3,714,0kg	1,857本

顧客サービス環境推進部 小島さん

多くのお客さまのご協力により、毎月の回収量も増し、1個のキャップが世界の子ども達に役立つことに共感していただけていると感じています。お客さまから「お買い物はもちろん、ボランティア活動にも積極的なマルエツの大ファンです!」と声をかけられたことは忘れられません。



24時間テレビ

毎年、日本テレビ系列31社で主催されている24時間テレビ『愛は地球を救う』に、2008年よりマルエツも参加しております。2008年は、店頭での募金2,596千円、チャリティーTシャツの販売3,772枚、6,035千円の売上となり、チャリティー委員会へ寄付いたしました。(2009年は7月3日～9月6日実施)



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きます。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。2008年度の募金総額は1,496万円でした。



「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。半年ごとに売上金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。

募金実施年度	募金金額
2006年	510千円
2007年	510千円
2008年	510千円
累計	1,934千円



中国四川大地震への募金

2008年の募金活動として、6月に2,948千円を、中国四川大地震で被災された方々へ寄付いたしました。

リサイクルとエコ

店舗での生ゴミや野菜くず、お客さまから回収したペットボトルや牛乳パックなどをリサイクルし、資源として活用する“身近なエコロジー運動”を実施しています。



お店からの廃棄物をリサイクル

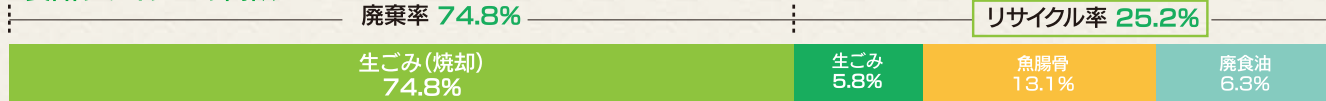
循環型社会を実現するため、マルエツでは廃棄物の削減、リサイクルの推進、再資源化に取り組んでいます。

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、お取引先様と協力して、排出量の把握と再資源化に積極的に取り組んでいます。

2008年度 店舗における廃棄物等排出量とリサイクルの内訳

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(魚のあら)	2,043	2,043	100%	7.0%
廃食油	988	988	100%	3.4%
生ごみ(食品残渣)	12,591	905	7.2%	3.1%
小計	15,622	3,936	25.2%	13.5%
生ごみを除く可燃物	5,008	0%	0%	0%
廃プラスチック類	1,853	1,048	56.6%	3.6%
発泡スチロール	1,096	1,096	100%	3.8%
段ボール	22,168	22,168	100%	76.4%
ビン・缶	649	649	100%	2.2%
その他ごみ	192	135	70.0%	0.5%
合計	46,588	29,032	62.3%	100%

・食品リサイクルの内訳



・廃プラスチック類の内訳



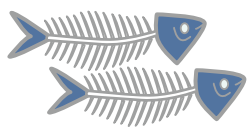
果実・野菜くず



粉碎
↓
乾燥
↓
発酵



魚のあら



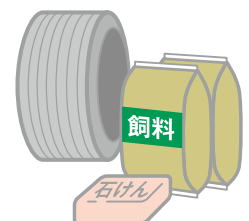
煮熱
↓
圧搾
↓
分離
↓
乾燥



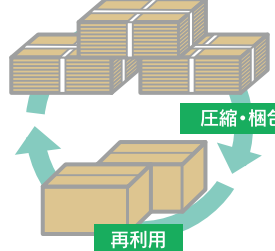
廃食油



爽雑物除去
↓
精製



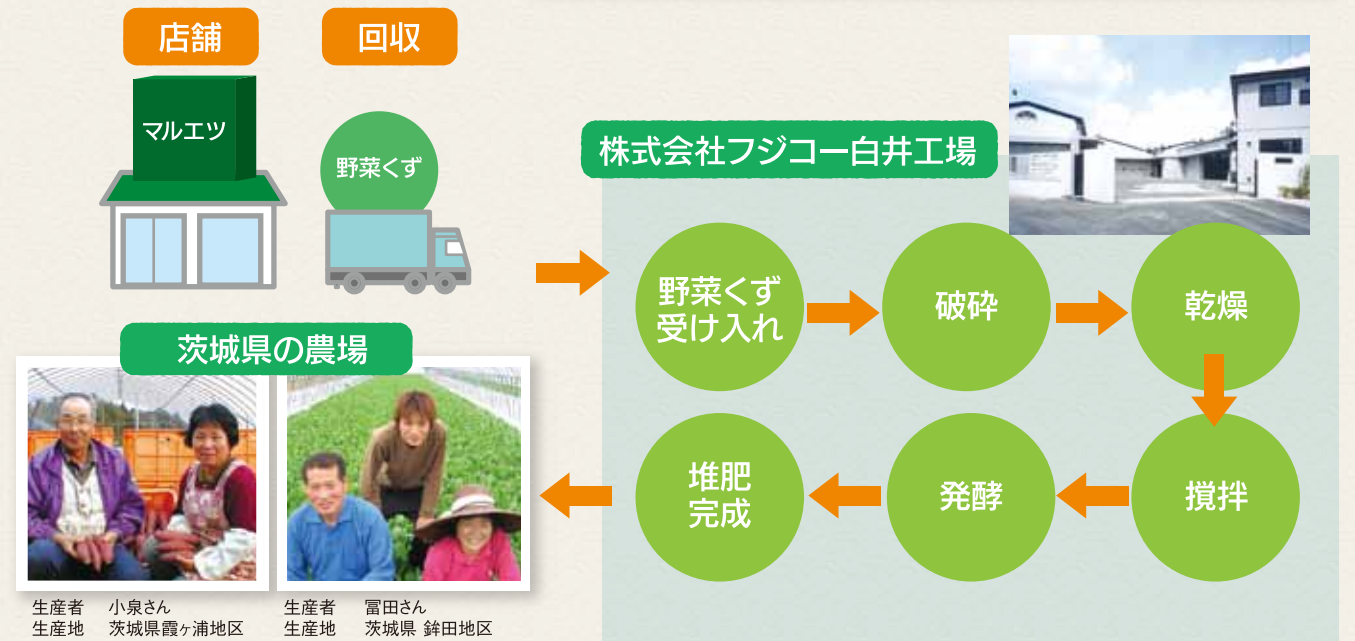
段ボール



ビン・カン



例えば野菜くずはこうなります！



環境循環型堆肥を使っの野菜づくり

マルエツで販売



環境循環型農産物の実績

(2008年9月～2009年7月末)

実施店舗数: 23店舗
販売品目数: 33品目 (期間によって異なります)
売上高: 79百万円

食品循環資源の再生利用事業計画の認定

マルエツは2009年7月15日、農林水産省、経済産業省、環境省より食品循環資源の再生利用事業計画の食品関連事業者として認定されました。これは、マルエツで発生する食物残渣(野菜くずや果実くず等)を肥料化(堆肥化)し、それらを使用して栽培した農作物を、マルエツの店舗で販売する(食品のリサイクルループ)ことです。今後とも、地球環境に配慮した取り組みを実施してまいります。



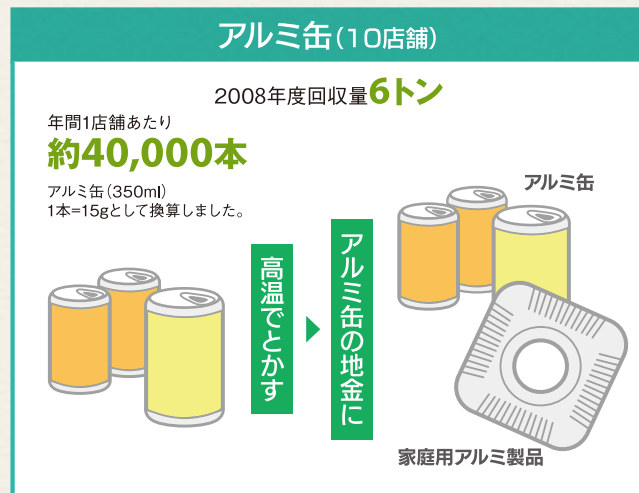
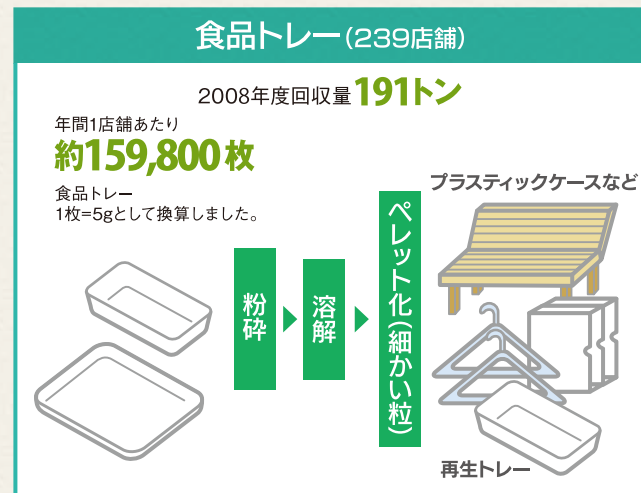
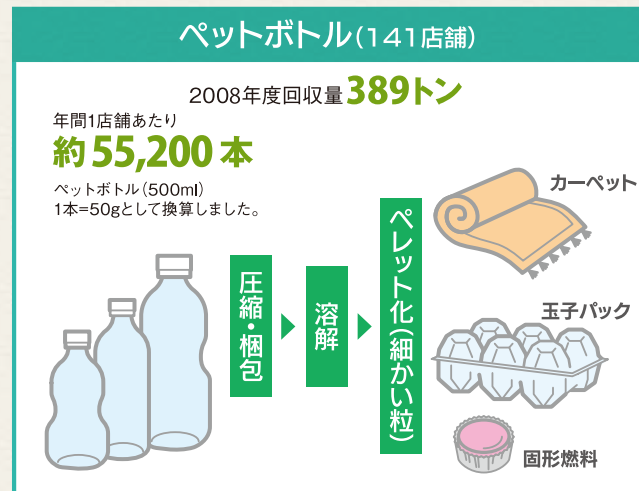
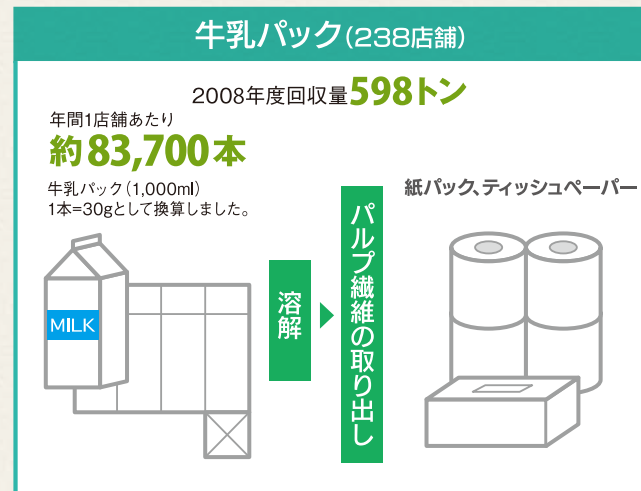
わんぱく野菜

マルエツでは契約産地に対して、畑でできた野菜をすべて買い付ける一括仕入れ方式をとっています。その中で、形が悪かったり、不揃いだったりする規格外商品を「マルエツ わんぱく野菜」として、お買い得価格で販売しております。もちろん味や鮮度は変わらず、自信を持っておすすめできる商品です。契約農家の負の解消、ムダなコストの削減を行い、日本農業の安定性も視野に入れた取り組みをすすめております。





店頭で回収した資源のリサイクル



お買物袋持参運動(レジ袋削減への取り組み)

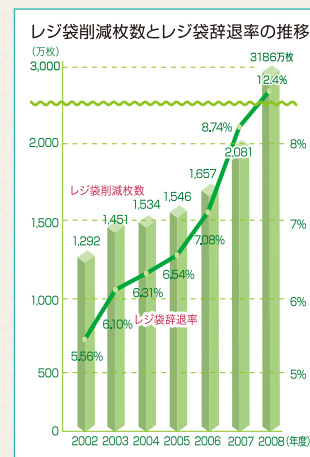
マルエツでは、お客さまのご協力のもと、レジ袋の削減に取り組んでおります。お買物時のマイバッグ等のご持参についてのお声かけや、鎌ヶ谷市や佐倉市のエコシール事業への参加、オリジナルバッグの販売等の活動を通じて、石油資源の削減につとめております。

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**2,915本分**の節約になりました。

- 2008年度のレジ袋削減枚数
スタンプカード2451万人×1.3枚(平均利用枚数)=3186万枚
- 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13.8g/枚(出所:日本ポリオレフィンフィルム工業組合)



オリジナルエコロジーバッグ販売

環境に配慮してPETボトル再生原料60%使用の素材を使った、HOMEeXショッピングバッグ。容量は15.6ℓの使いやすい大きさにしています。



・オリジナルエコロジーバッグの販売実績

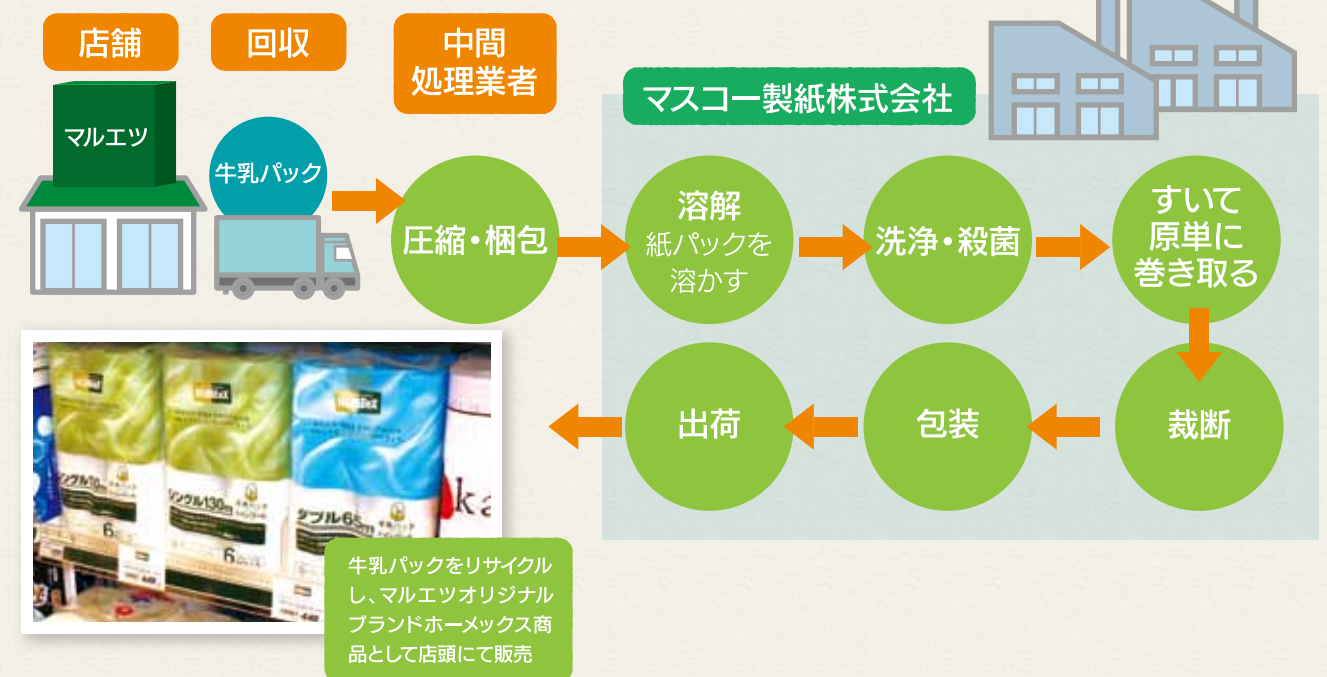
	2006年度	2007年度	2008年度
販売実績	10,226枚	9,209枚	15,189枚

例えば牛乳パックはこうなります！

藤沢マーチャンダイザー

マルエツでは、お客さまから回収した牛乳パックをリサイクルしてトイレトペーパーをつくっています。牛乳パックリサイクルトイレロールは、通常のリサイクルパルプに加え、古紙の中では最高の品質をもつ牛乳パックの再生紙を30%使用した、やわらかなトイレトロールです。

牛乳パックリサイクル商品生産工程図



商品例

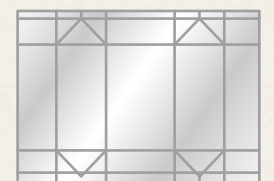


2008年度 売り上げ実績

商品名	売数	売上高(千円)
リサイクルティッシュ5P柄	63,064	22,644
トイレロール6R 130MS	39,051	16,610
キッチン無漂白4R	55,804	10,185
その他	189,819	35,812
合計	347,738	85,251

アルミ付き紙容器の回収をスタート！

紙パックにアルミを裏づけした、アルミ付き紙容器の回収を2009年4月より65店舗でスタートしました。今後、回収店舗の拡大を計画してまいります。



開くと中が銀色のアルミ付き紙パック

2008年度 環境目標結果

<ISO取得対象事業所として取り組んだ環境目標>

活動単位	環境目標	2008年の目標	結果
店舗共通	電気使用量の削減	2007年度比1％削減	○
	レジ袋使用重量の削減	2008年度第2Q実績比5％削減	×
	在庫の削減(在庫高)	予算内運用	×
	食品廃棄の削減(廃棄高)	2007年度比20％削減	×
本社共通	本社電気使用量の削減	2007年度比1％削減	○

<本社各部署が取り組んだ環境目標>

活動単位	環境目標	2008年の目標	結果
システム物流本部	配送車両のCO ₂ 排出量削減	2006年度比原単位で5%削減	○
	振替伝票の電子化による伝票(紙)の削減	手書き振替伝票の使用を2007年度比30%削減	×
財務経理本部	振替伝票の電子化による伝票(紙)の削減	手書き振替伝票の使用を2007年度比30%削減	×
教育人事本部	階層別教育の中に環境教育を取り入れる	対象者への教育実施(新入社員、新店教育)	○
総務本部	レジ袋使用重量の削減	2000年度比5%削減	×
	食品リサイクル率の向上	リサイクル用野菜くずの排出量845t	○
	環境法規制等の順守	法順守(電子マニフェストの定着)	○
開発本部	水道使用量の削減	2006年度比1.5%削減	×
	コピー用紙の使用量の削減	2006年度比6%削減	×
	グリーン購入の品目増加(文房具)	2006年度比7%アップ(06年度文具で19SKU)	○
営業企画本部	販促物のSOYインク使用率の向上	SOYインク使用率20%以上	○
商品統括	「地元商品」(野菜・果物)の取扱い拡大	158店舗(06年度は148店舗)	○
	詰替商品の取扱い拡大	490SKU(07年度は480SKU)	○
	食品トレイの使用量削減	2007年度比5%削減(07年度2,432t)	○
	マイバッグの拡販	2007年度販売個数比10%アップ	○
経営企画本部	コスト削減委員会の運営	スケジュール管理	○

注) 振替伝票の電子化による伝票(紙)の削減の取り組みはシステム物流本部、財務経理本部の共同取り組みです。

2008年度 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)	経済効果 (単位:千円)
事業エリア内コスト	資源循環 コスト	電気量の削減	コスト削減活動(電気の見える化)	49,500	16,737,149kW	160,677
			照明器具の省エネタイプへの変更(145店舗)	200,000	2,494,844kW	23,951
			その他省エネ施策	0	6,449,540kW	61,915
		レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率12.37%、レジ袋使用量の削減	156	315,500kg	57,366
		廃棄物の資源化	ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化	191,358	1,126,175kg	0
			魚腸骨の100%資源化	0	2,043,000kg	0
			廃食油の100%資源化	120	988,000kg	0
			野菜くずの資源化店舗拡大(53店舗)	—	905,167kg	0
		一般廃棄物の適正処理	一般廃棄物の適正処理	553,511	0	0
		店頭リサイクル	牛乳パックの回収	0	598トン	552
			食品トレイの回収	0	191トン	0
			ペットボトルの回収	0	389トン	0
			アルミ缶の回収	0	6トン	217
		上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2008年度容器包装リサイクル委託	136,441	0
環境配慮型商品の販売	HOMEeX商品の拡販キャンペーン、売上高		—	—	—	
店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入		1,383	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		141,139	—	—	
エコロジーバッグの販売	エコロジーバッグの販売		—	15,189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	1,846	0	0	
	ISO認証取得準備	環境マネジメントシステムISO取得	5,345	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、飲料自動販売機寄付	5,436	25,779	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	510	0	
総合計				1,286,770	—	304,678

環境パフォーマンス

環境への取り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)	350,545
都市ガス使用量 (km ³)	1,923
プロパンガス使用量 (km ³)	135
軽油使用量 (kℓ)	2,813
重油使用量 (kℓ)	0

物質投入量

食品トレイ類 (t)	2,239
紙容器包装 (t)	9
レジ袋類 (t)	1,933

水資源投入量

水道使用量 (m ³)	1,339
-------------------------	-------

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 (kg-CO ₂)	売上高(億円) 当たり (kg-CO ₂)	構成比 %
冷凍設備や空調等に使用する電気使用量 (kWh)	350,544,635	0.108365117	0.36	126,196,069	521,471	377	81.9
販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量 (m ³)	1,922,771	0.000594393	2.1	4,037,819	23,340	12	2.6
販売にともなうプロパンガス使用量 (m ³)	134,614	0.000041614	6.2	837,972	15,811	3	0.5
販売にともなう水道使用量 (m ³)	1,338,739	0.000413849	0.58	776,469	3,209	2	0.5
販売にともなう重油使用量 (ℓ)	0	0	2.77	0	0	0	0.0
販売にともなう軽油使用量 (ℓ)	2,813,000	0.000869593	2.6	7,313,800	30,222	22	4.7
店舗からの可燃ごみ排出量 (kg)	15,621,893	0.004829252	0.84	13,122,390	54,225	39	8.5
レジ袋類 (kg)	1,933,285	0.000597643	0.28967	560,015	2,314	2	0.4
食品トレイ類 (kg)	2,239,230	0.000692221	0.528	1,182,313	4,886	4	0.8
合 計				154,026,847	655,478	460	100.0

2008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	2008年度	前年比%
全店総CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	148,765	152,466	154,027	101.0
店舗延べ床面積×営業時間 (m ² ・h)	3,117,341,591	3,234,847,553	3,292,493,950	101.8
マルエツ環境負荷指標 (g-CO ₂ /m ² ・h)	47.7	47.1	46.8	99.3

※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。

	延べ車両台数(台)	燃料使用量(軽油)(ℓ)	NOx排気量(kg)	CO ₂ 排気量(kg)	総走行距離(km)
2006年度	239,409	3,319	60,295	8,763	13,467,500
2007年度	263,762	3,514	64,325	9,188	15,362,500
2008年度	224,053	2,813	52,597	7,426	12,540,000

※2007年度実績には12月～2月のボロロッカ実績含む