

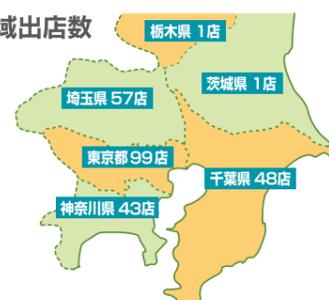
# 2010 マルエツ社会・環境報告書

## Maruetsu Sustainability Report

地域のために、地球環境のために。



### 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 **249店舗**  
2010年8月末日現在

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) 330,717百万円 (単体) 329,292百万円 (2010年2月末)	



この製品は、古紙パルプ配合率70%の再生紙を使用しています。このマークは、3R活動推進フォーラムが定めた表示方法に則って自主的に表示しています。  
この印刷物は地球に環境にやさしい植物性大豆インクを使用しています。  
発行：2010年9月





## 「マルエツのある街に住みたい」 とっていただける店づくりを目指してまいります。

「2010 マルエツ社会・環境報告書」を発行させていただくにあたり、ご挨拶申し上げます。

2008年発生の世界同時不況の影響による消費の低迷は今もなお続き、お客さまの生活防衛意識が一層高まる中、価格競争は一段と強まり、厳しい経営環境となっております。このような状況の中、本年度創業65周年を迎え、「キャロフィビジョン2015」をスタートさせ、当社の目指すべき姿を、「食の専門店」と明確化し、各施策を推進することと致しました。

本業で成果を上げることと、排出するCO<sub>2</sub>を削減することは、企業の社会的責任を果たす同等の取り組みであるとの認識の下、積極的に環境活動等への取り組みを行っております。2012年度に1店舗当り排出するCO<sub>2</sub>を2007年度比10%削減する目標(698t-CO<sub>2</sub>→629t-CO<sub>2</sub>)を掲げ取り組んでまいりましたが、省エネ機器の導入等により電気使用量の大幅な削減が奏功し、2009年度でその目標を達成することができました(2009年度実績622t-CO<sub>2</sub>)。今後は、更なる電気使用量の削減やレジ袋の使用量削減等の取り組みを強化し、1店舗当り排出するCO<sub>2</sub>を2007年度比15%削減を2012年度目標(594t-CO<sub>2</sub>)に上方修正し、お客様のご協力を得ながら進めていきたいと考えております。

また、創業65周年事業の一環として、埼玉県「武蔵野の森再生事業」に参加し、当社従業員約100名が広葉樹等の植樹活動を行いました。植樹した木々が成木となるのは当社が創業100周年を迎える頃であり、当社の発展と併せて大きく成長するよう願っております。

本報告書を通じて、当社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頂き、ご意見を賜ることができれば幸いです。

株式会社 マルエツ  
代表取締役社長

高橋 恵三

## マルエツ 環境への取り組み

### 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CO<sub>2</sub>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。

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、2009年9月にはマルエツ全店(244店舗)と本社を含む245事業所の認証を取得しました。



### CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量を2007年度比10%削減を目標として掲げ、電気使用量の削減活動やお客さま及び従業員参加の環境保全活動等に

取り組んでまいりました。その結果、2009年度にはその目標を達成することができました。さらなるCO<sub>2</sub>の削減を図るため、新たな目標をかかげ2012年に1店舗当りCO<sub>2</sub>排出量を2007年度比15%削減、1店舗当り594t-CO<sub>2</sub>を目指します。

### CO<sub>2</sub>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

電気使用量の「見える化」を237店舗で導入した削減活動を通して、2009年度の使用量は2008年度比4.2%削減されました。

#### ●オーバークャーピー照明の実験導入

2009年上期の実験結果を踏まえ、現在導入を拡大しており(2010年7月現在137店舗)店舗あたり冷ケース照明負荷約40%削減されました。



#### ●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。(2010年7月現在207店舗に導入)店舗あたり照明負荷で電気使用量が約20%削減されました。

#### ●環境にやさしい燃料での配達

2008年10月より、使用済みの食用油を、各店舗への配送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。現在は5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。2009年度で約59tのCO<sub>2</sub>を削減することができました。



### 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11冊目となりました。「2010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、お客さま情報や環境に関する内容ははじめ、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。

### コンテンツ CONTENTS

トップメッセージ	2	お客さまとのふれあい活動	8・9
マルエツ環境への取り組み	2・3	社会貢献活動	10・11
報告書作成にあたって	3	環境活動とリサイクル	12・13
安全・安心への取り組み	4・5	環境パフォーマンス	14・15
お客さまにやさしいお店づくり	6・7		



# 安全・安心への取り組み

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できるよう、日々努力してまいります。

## マルエツの物流が変わります！

2010年6月、「横浜常温物流センター（横浜市鶴見区）」が、8月には「八潮常温物流センター（埼玉県八潮市）」が新たに稼働しました。そして、9月からは生鮮食品の加工と低温物流機能を持つ「川崎複合センター」が稼働します。

川崎複合センターでは、センター内に(株)食品品質管理センターを設立しました。(株)食品品質管理センターによる第三者的な立場からの品質管理及び検査体制の充実により、安全・安心な商品の加工・供給をはかります。加えて、商品に合わせた温度管理による配送の実現により、お客さまへ高鮮度な商品を供給いたします。

また、このセンターでは、マルエツの店舗へ供給する様々な商品を同じ車で店舗へ供給することにより配送効率を高め、CO<sub>2</sub>の削減にも取り組みます。

新センターの稼働に伴い、マルエツでは新たに障がい者の雇用の創出と新センターのサポートを目的に、「(株)マーノセンターサポート」を設立し、センター内の事務処理やセンターで使用するケースや機械のクリーニング業務を担当します。

さらにマルエツでは、2011年度をめどに埼玉・千葉の店舗へも同様の商品供給を実現すべく、新たなセンターの設立を計画しております。



八潮常温物流センター



横浜常温物流センター



川崎複合センター

## 合格 品質基準と検査改善

(株)食品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、安全な商品を提供することを使命としております。商品開発、生産、仕入れ、さらに店舗での加工調理、販売に至るまで、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、様々な検査・審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。

### 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**

## 店内の衛生管理

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、「合格」になるまで、検査をくり返します。



衛生検査員が冷蔵庫の原材料をチェックしています

## 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います。最近が表示についての専門的な教育も実施しています。

## 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918名が段位を取得しています。



## 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。

## maruetsu 365

### +1のある「しあわせいかつ。」

ひとつ上のライフスタイルをお届けする、新時代のプライベートブランド誕生！

maruetsu365は、お客さまの笑顔あふれる毎日を応援するために、「今ある商品より安く、今ある商品に比べて1つ価値のある」商品を幅広くお届けする新プライベートブランドです。

すべての商品に「今ある商品より1つ良い」点をプラスし、突出した価値(アウトスタンディングバリュー)のある商品ラインナップを目指しています。「お手頃なのに、プラスワンの価値がある」「この商品があるからマルエツに行こう」そうお客さまに思ってもらえる身近なブランドへ、じっくり育てていきます。

	2010年3月~7月
商品品目数	26品目
売上高	284百万円



# お客さまに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。



## 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、2009年度末には417名(社員286名、パートナー131名)を237店舗に配属し、2009年度には、店長全員の資格取得、また、2010年度から2年かけて、グリーティング主任全員の資格取得を目指しています。



### 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買い物をする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、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。



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あります

### 「やさしいお店づくり」DVDでの学習

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。

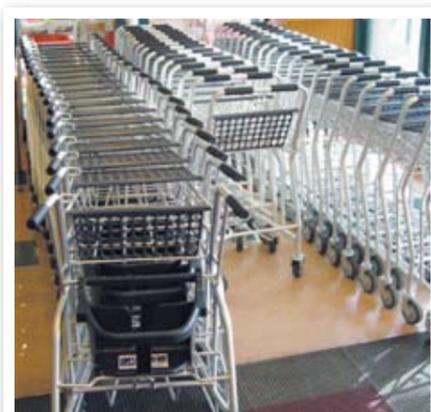


## やさしいお店づくり

2008年5月改装オープンした「東門前店」以降、お客さまとの「絆」づくりの一環として、売場案内表示を大きく・見やすいものに、また高齢者優先の駐車場などのやさしいお店づくりに取り組んでいます。



「やさしいお店づくり」の取り組み内容をパネルに掲示



軽量アルミカートの導入



高齢者優先駐車場の設置



「オストメイト(人口肛門、膀胱保所有者)」対応トイレの導入

## 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。



## 店長への直行使

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「店長への直行使」。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されています。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。



## お客様モニター懇談会

2001年から2009年度末までの間に、97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上げる一助にもなっています。



# お客さまとのふれあい活動

未来を担う子どもたちが、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、食育を推進しております。その他、『柑橘の樹・りんごの樹オーナー』の収穫体験や、『母の日・父の日の似顔絵展』等、お客さま参加の企画を行っております。

## 『暮らし方録』でご案内しています！

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30万部発行している生活情報誌。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。毎回約100名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。

### 第19回 浜内 千波先生 2010年2月12日



料理研究家の先生の話を聞くことができ勉強になりました。

テーマ:賢い組み合わせが作る幸せな食生活

### 第20回 赤堀 博美先生 2010年7月23日



包丁の使い方には気をつけて

テーマ:美味しく、楽しく、賢く食べて元気になる!

## 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、子どもたちからは「店長さん、この店の一番の自慢は何ですか?」など大人顔負けの鋭い質問も!



お礼の作文

## 11月 ちびっ子健康マラソン大会

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どもたちを育成することを目的とし、今年で24回目を迎えます。昨年は11月14日に江東区「夢の島競技場」にて行われました。



負けないで、頑張るぞ〜!

## 食体験ツアー

マルエツでは、未来を担う子どもたちが食に関する体験を通じて、健康や食べ物への関心を深めていただけるようなツアーを実施しています。

### ミツカンコース 工場見学と手作り納豆教室 2009年7月29日



納豆は大豆からできているんだね

### 鈴廣かまぼこコース 工場見学とかまぼこ手作り体験 2010年4月2日



焼きたてのちくわは本当においしかった!

### ライオンコース 工場見学と地曳網体験 2009年8月5日



地曳網は力があるので大変だ〜!

## キッチンいーとぴあ ~健康と食文化実践室~

「料理とカルチャー教室いーとぴあ」は、毎年多くのお客さまにご利用いただいております。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。



今日の夕食に出してみよう。

## キッチンいーとぴあ

マルエツの24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(24店舗/2010年8月末現在)



# 社会貢献活動

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



マルエツでは飲料自動販売機の売上金1%相当額を社会福祉協議会等を通じ地域の介護・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。

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おります。(2009年度寄付総額4,893千円)

地域	寄付先	寄付金額
東京都	東京都社会福祉協議会	1,350,000円
神奈川県	神奈川県社会福祉協議会	1,150,000円
埼玉県	埼玉県社会福祉協議会	1,150,000円
千葉県	千葉県高齢者福祉施設協会	1,150,000円
茨城県 坂東市※	坂東市社会福祉協議会	46,620円
栃木県 小山市※	小山市社会福祉協議会	46,620円
(合計)		4,893,240円

※坂東市と小山市への寄付は、それぞれ車椅子2台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



## ペットボトルキャップでワクチンを!

2008年10月の3R推進月間で、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ポリオワクチンとして寄付されます。

寄付実施度	キャップの量	ワクチンの数量
2009年度	42.5 t	21,257本



お客さま

マルエツ

NPO法人  
エコキャップ推進  
ネットワーク

各国大使

アフリカ・アジアの  
子どもたちへ



## 24時間テレビ

日本テレビ系列31社で開催されている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。2009年は、店頭での募金2,404千円、チャリティーTシャツの販売2,993枚、4,490千円の売上となり、チャリティー委員会へ寄付いたしました。(2010年は7月2日～9月5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いております。2009年度の募金額は、1,433万円で、総額は1億7千万円を突破しました。



## 「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おります。

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
2009年	500千円
累計	2,434千円



## 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
2010年1月	ハイチ大地震	1,500,946円
2010年3月	チリ大地震	848,619円
2010年4月	中国青海省地震	442,725円



日本赤十字社へ寄付の様子

社会貢献活動

# 環境活動とリサイクル

マルエツでは、森林保全のために植樹活動を始めました。また、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紙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。

## 植樹活動(「武蔵野の森再生事業」への参加)

創業65周年記念事業として、マルエツは埼玉県が主催する「武蔵野の森再生事業」に賛同し、2010年4月17日(土)にマルエツからは高橋社長以下102名のボランティアが参加し、埼玉県武蔵横手の林地において、約500本の植林を実施しました。



「武蔵野の森再生事業」とは埼玉県内の荒廃した杉林を企業と県、所有者が協同し広葉樹林に再生する事業です。

当日は従業員の他、ご家族18名、お子さま13名が参加しました

## 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2009年には16回目となりました。マルエツからは27名が参加し、清掃活動を実施しました。

※写真は2009年11月7日の荒川クリーンエイドです。

## 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。1,050円以上のお買い上げ金額でマイバッグご持参のお客さまに2円のキャッシュバックを実施しております。また、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、石油資源の削減に努めております。

### 省資源効果



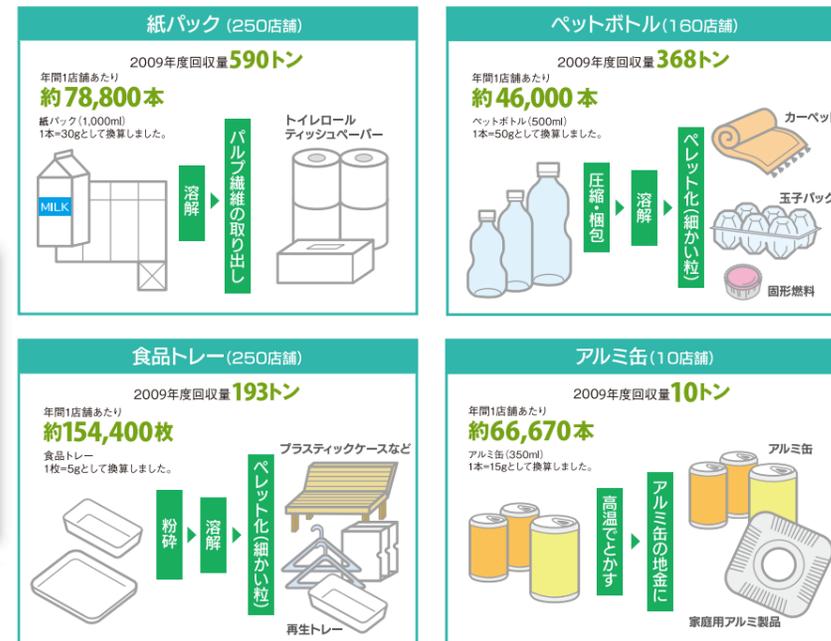
レジ袋削減による省資源効果は、石油ドラム缶(200ℓ)約4,516本分の節約になりました。



●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18.3cc/枚(出所:日本ポリオレフィンフィルム工業組合)

## 店頭で回収した資源のリサイクル

マルエツでは、資源の有効利用を行ない、環境保全を推進しています。マルエツ全店にて、紙パックや食品トレイ等の店頭回収を実施し、お客さまのご協力をお願いしています。

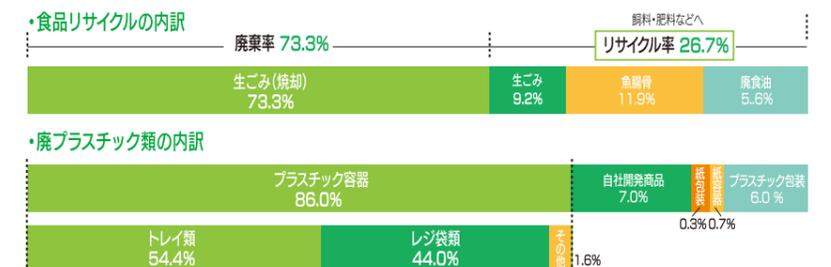


## お店からの廃棄物をリサイクル

循環型社会を実現するため、マルエツでは廃棄物の削減、リサイクルの推進に取り組んでおります。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、排出量の把握とリサイクルに積極的に取り組んでいます。

### 2009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(魚のあら)	1,939	1,939	100.0%	6.3%
廃食用油	907	907	100.0%	3.0%
生ごみ(食品残渣)	13,429	1,494	11.1%	4.9%
小計	16,275	4,340	26.7%	14.2%
生ごみを除く可燃物	5,115	0%	0%	0%
廃プラスチック類	1,808	1,168	64.6%	3.8%
発泡スチロール	1,116	1,116	100.0%	3.6%
段ボール	23,356	23,356	100.0%	76.1%
ビン・缶	626	626	100.0%	2.0%
その他ごみ	99	69	70.0%	0.2%
合計	48,395	30,675	63.4%	100.0%



# 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。

## 2009年度 環境目標結果

<環境活動をすることで、直接環境に影響を与えることができる環境目標>

活動単位	環境目標	2009年の目標	結果
店舗共通	電気使用量の削減	2008年度比1%削減	○
	レジ袋使用量の削減	2008年度比5%削減	×
	在庫の削減(在庫高)	2008年度比3%削減	○
	食品廃棄の削減(廃棄高)	2008年度比20%削減	×
本社共通	本社電気使用量の削減	2008年度比1%削減	○

<環境に有益な環境活動をするために本社各部署が取り組む環境目標>

活動単位	2009年度環境活動	目標の基準	2009年度環境目標	結果
経営企画本部	コスト削減委員会の運営	スケジュールの管理	スケジュール管理	○
システム物流本部	配送車両のCO <sub>2</sub> 排出量削減	2007年度は1車両当たり0.0348kg-CO <sub>2</sub> の排出	原単位で2007年度比5%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2007年度246千枚使用	2007年度比50%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	新入社員と新店社員に環境教育の実施	新入・一年次・新店社員教育	○
総務本部	レジ袋使用量の削減	2007年度は1,823t	2008年度比5%削減	×
	食品リサイクル率の向上	食品リサイクル量(2007年度実績509t)	食品リサイクル量1,178t	○
	1店舗あたりのCO <sub>2</sub> 排出量の進捗管理	CO <sub>2</sub> 排出量(電気、車両、レジ袋)	2007年度比6%削減	○
	電気使用量の削減	2007年度は339,685Mwh	2008年度比1%削減	○
開発本部	水道使用量の削減	2006年度は1,203,482m <sup>3</sup>	2006年度比1.7%削減	○
	コピー用紙の使用量の削減	2006年度は6,880,000枚	2006年度比7%削減	○
	グリーン購入の品目増加(文房具)	2006年度は文房具19SKU	2006年度比10%アップ	○
営業企画本部	販促物に使用するSOYインク使用率の向上	使用率	30%以上	○
販売統括	在庫の削減(在庫高)	在庫高	2008年度比3%削減	○
	食品廃棄の削減(廃棄高)	廃棄高	2008年度比20%削減	×
商品統括	詰替商品の取扱い拡大	2007年は480SKU取扱い	500SKU	○
	食品トレイの使用量削減	2007年は2,432t使用	2007年度比6%削減	○
	マイバッグの拡販	2007年は15,189個販売	2007年度比12%アップ	○

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。

## 2009年度 環境会計

環境保全の分類	項目	取り組み内容・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	公害防止・法規制コスト	電気使用量削減活動	0	14,358,808kW	137,845	
		電気使用量の削減	照明器具省エネタイプへの変更(66店舗)	338,160	2,482,463kW	35,523
		冷ケース、オーバークャンピアー照明の導入(51店舗)	61,630	1,056,725kW	15,172	
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率17.7%、レジ袋使用量の削減	40,656	488,664kg	88,848
		廃棄物の資源化	ピン・缶・発泡スチロールの100%資源化	191,330	1,116t	0
			魚腸骨の100%資源化	0	1,939t	0
			廃食油の100%資源化	60	907t	0
		一般廃棄物の適正処理	野菜くずの資源化店舗拡大(69店)	1,996	1,494t	0
			一般廃棄物の適正処理	619,935	0	0
			紙パックの回収	0	590t	614
店頭リサイクル	食品トレイの回収		0	194t	0	
上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2009年度容器包装リサイクル委託	137,210	0	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	0	0	0	
	エコロジーバッグの販売	エコロジーバッグの販売	—	41,831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	4,241	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、飲料自販機寄付	4,893	21,623	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」、社会福祉協会への寄付	500	500	0	
総合計			1,402,482	—	278,197	

### INPUT

エネルギー	
電気使用量(kWh)	341,355
都市ガス使用量(km <sup>3</sup> )	1,816
プロパンガス使用量(km <sup>3</sup> )	125
軽油使用量(kℓ)	3,225

### 物質投入量

食品トレー類(t)	2,228
紙容器包装(t)	57
レジ袋類(t)	1,827

### 水資源投入量

水道使用量(Km <sup>3</sup> )	1,355
-------------------------	-------



### OUTPUT

- 温室効果ガス排出量 152,032(t-CO<sub>2</sub>)
- 廃棄物等総排出量 48,394t
- 商品の販売量 2009年度売上高 329,292百万円

### RECYCLE

店頭リサイクル回収量	
紙パック(t)	590
食品トレー(t)	193
ペットボトル(t)	368
アルミ缶(t)	10
合計(t)	1,161

### 店廃棄物のリサイクル量

魚腸骨(t)	1,939
廃食油(t)	907
食品廃棄物(t)	1,494
廃プラスチック類(t)	1,168
発泡スチロール(t)	1,116
段ボール類(t)	23,356
ピン・缶 他(t)	695
合計(t)	30,675

## 全店総CO<sub>2</sub>排出量(2009年3月~2010年2月)

環境保全の分類	使用量 排出実績	原単位	CO <sub>2</sub> 排出 係数 <sup>#1</sup>	CO <sub>2</sub> 排出量 (kg-CO <sub>2</sub> )	1店舗当り (kg-CO <sub>2</sub> )	売上高(百万円) 当り(kg-CO <sub>2</sub> )	構成比 %
冷凍設備や空調等に使用する電気使用量(kWh)	341,355,004	0.103676729	0.36	122,887,801	491,551	373	80.8
販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量(m <sup>3</sup> )	1,816,031	0.000551567	2.1	3,813,665	23,113	12	2.5
販売にともなうプロパンガス使用量(m <sup>3</sup> )	124,778	0.000037898	6.2	776,743	8,727	2	0.5
販売にともなう水道使用量(m <sup>3</sup> )	1,354,682	0.000411446	0.58	785,716	3,181	2	0.5
販売にともなう軽油使用量(ℓ)	3,225,000	0.000979501	2.6	8,385,000	33,540	25	5.5
店舗からの可燃ごみ排出量(kg)	16,286,709	0.004946618	0.84	13,680,836	54,710	42	9.0
レジ袋類(kg)	1,827,358	0.000555007	0.28967	529,331	2,117	2	0.3
食品トレー類(kg)	2,227,560	0.000676557	0.528	1,176,152	4,705	4	0.8
合計				152,031,884	621,645	462	100.0

\*数値は当社の社内の管理数値であり、地球温暖化対策に関する法例、条例による提出数値とは異なります。  
\*1 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。

## 2009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	2009年度	前年比%
全店総CO <sub>2</sub> 排出量(t-CO <sub>2</sub> )	148,765	152,466	154,027	152,032	98.7
店舗延べ床面積×営業時間(m <sup>2</sup> ・h)	3,117,341,591	3,234,847,553	3,292,493,950	3,304,729,967	100.4
マルエツ環境負荷指標(g-CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> ・h) <sup>**2</sup>	47.7	47.1	46.8	46.0	98.3

\*\*2 マルエツ環境負荷指標は全店総CO<sub>2</sub>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、1m<sup>2</sup>・1時間当たりのCO<sub>2</sub>(g)排出量を指します。

## 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、CO<sub>2</sub>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 <sub>2</sub> 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	245,699	3,207	58,982	8,465	14,120,000
2009年度	245,977	3,225	59,343	8,511	14,182,000

\*\*2007年度実績には12月~2月のポロロッカ実績含む