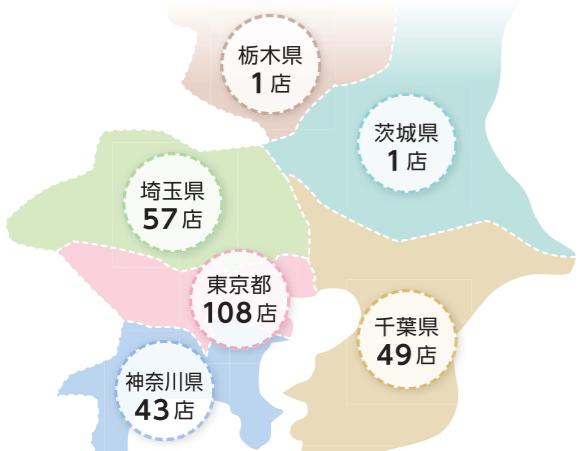




● マルエツ地域出店数



● 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 37,549,514,941円
営業収益 [連結] 325,008百万円
[単体] 324,926百万円
(2011年2月末日現在)

● お問い合わせ先

顧客サービス環境推進部
TEL.03-3590-1210
ホームページアドレス
<http://www.maruetsu.co.jp/>



環境負荷のより少な
い植物由来のベジ
タブルインクを使用
しております。



生物多様性保全のため里地・里
山整備に活動されている団体に
寄付されているCRMペーパー「里山物語」を使用しています。



ユニバーサルデザイン(UD)の
考え方に基づき、より多くの人に
見やすく読みまちがえにくいデ
ザインの文字を採用しています。

2011 マルエツ 社会・環境報告書

MARUETSU SUSTAINABILITY REPORT



発行年月:2011年8月

地球環境保全のためにマルエツにできること

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、汚染の予防と環境マネジメントシステムの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、1店舗あたり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件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。

● 「低炭素社会の構築」に向けた環境経営を推進しています

現在、世界規模で解決すべきテーマのひとつは「低炭素社会の構築」であり、環境問題への対応は経営の緊急課題となっております。当社では、2012年度に1店舗あたりのCO₂排出量を2007年度比15%削減(594t-CO₂)する

ことを目標として掲げ、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、2010年度までに14%削減することができました。2011年度はさらなるCO₂削減を図ります。

CO₂削減へ向けた具体的な施策

■ 電気使用量の削減活動で節電を推進しました

全店において、無駄な電気の使用を削減する活動を実施し、2010年度は既存店において3,679t-CO₂を削減することができました。



オーバーキャノピー照明器具の一例。

■ デマンドコントローラーの採用で電気使用量を削減しています

デマンド監視による警報と負荷制御により、ピーク電力を抑制するデマンドコントローラーを導入、電気使用量を削減しました。



配送中のバイオディーゼル車。

■ バイオディーゼル車による配送を継続中です

使用済み食用油を燃料として使用する、環境にやさしいバイオディーゼル車を配送車に導入しています。現在5台の配送車が走行中です。2010年度には約147t-CO₂を削減することができました。

夏期電力需要対策 (政府の15%節電要請)

2011年7月～9月の電力ピーク期間・時間帯(平日9時～20時)における使用最大電力の15%抑制を目標とした節電

全259店舗及び本社において照度基準を設け、基本照明の2/3を消灯したほか、ネオンサイン類の全消灯、空調の実温管理等の対策を講じ、昨年度比15%以上の電力削減に努めています。

● ISO14001認証の全社取得を完了しました

環境経営を推進すべく、2006年9月に本社及び5店舗において環境マネジメントシステムの国際規格である「ISO14001」の認証を取得しました。さらに各地域での環境保全活動をすすめ、2009年9月にはマルエツ全店と本社を含む247事業所の認証を取得しました。



お客様に愛され必要とされる
“ライフライン企業”として今後も積極的に
環境保全活動に取り組んでまいります。

このたびは、東日本大震災により、被災されました皆さんに、心よりお見舞い申し上げますとともに一日も早い復興をお祈り申し上げます。

当社では、2006年に新「経営理念」を策定し、「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する」「常に革新と挑戦を続け、公正で誠実な企業であり続ける」「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推進する」ことを明確にしています。

今回の未曾有の事態に際しまして、首都圏でも多大な被害が発生いたしましたが、この「経営理念」に基づき、お客様から“マルエツがあってよかった”と思っていただける店づくりを目指してまいりました。スーパー・マーケットの使命は「お客様のライフラインを守ること」であると再認識し、今後も地域のお客さまのお役に立てるよう邁進してまいります。

当社は、昨年創業65周年を迎えた。本業での責任を全うすることと、企業市民としての役割を果たすために環境活動に積極的に取り組むことは、企業としての社会的責任を果たす同等の取り組みである、とさらに強く考えております。

その中でも、地球温暖化防止のためのCO₂の削減活動は、当社の環境活動の根幹をなすものです。2012年度の排出量を2007年度比1店舗あたり15%削減するという目標に向かい、全店で電気使用量の削減をはじめ、レジ袋の削減、廃棄物の削減などに取り組んでおります。

お客様の健康で豊かな食生活に貢献する「お客様代行業」としての役割をさらにすすめるために、昨年度は、「常温物流センター」の開設、鮮魚と精肉の加工と低温商品の物流機能を併せもった「川崎複合センター」を稼働しました。お客様により安全・安心な商品をお届けしております。

また、昨年度より埼玉県の「武蔵野の森再生事業」に参画いたしました。30～35年後には、広葉樹の森が再生され、地域の皆さまが緑豊かな憩いの公園で楽しんでいただけますよう、従業員参加による植樹を実施いたしました。秋には下草刈りも行い、地球規模での環境保全を身をもって体験することにより、意識も深まったと考えています。

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

報告書作成にあたって

本報告書は、当社が皆さんから信頼され親しまれる企業であるために、企業姿勢や活動内容をありのままお伝えすることを目的に、できるだけ「見やすく」「わかりやすい」報告書づくりを心がけました。また、環境分野だけでなく、今回は東日本大震災の発生を踏まえ、震災への対応もお伝えすることで、当社の経営理念等をより理解していただける誌面づくりに努めました。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。

報告対象期間：2010年3月1日～2011年2月28日
(2011年3月以降の活動も一部掲載しております)

目次

■ 地球環境保全のためにマルエツにできること	1
■ トップメッセージ	2
■ 東日本大震災後の対応	3
■ 環境活動とりサイクル	5
■ 社会貢献活動・募金活動	7
■ 安全・安心な商品の提供	9
■ お客様とのコミュニケーション	11
■ 環境パフォーマンス	13

現場力・調整力・即応力を結集し “お客さまのライフライン”として機能を発揮

3月11日に発生した東日本大震災は甚大な被害をもたらしました。マルエツでは店舗、物流、本部の三者が、綿密な連携をとることで、震災直後からお客さまのご要望に臨機応変に対応することができました。



現場の素早い判断で営業体制を確保

地震発生直後の各店舗では、お客さまと従業員の安全確保に努めました。安全確認後には、本部との通信が途絶する中、現場の素早い判断により営業続行を決定し、帰宅困難の方への水や惣菜の販売を実施しました。また、被災店舗においては、従業員が臨時宿泊体制を取ることで、震災翌日から営業を再開し、地域の皆さまの生活を支えました。

■3月11日影響店舗 51店舗

- 営業中止 28店舗
- 部分営業 1店舗
- 一時営業中止 11店舗
- 閉店時間繰上げ 11店舗

三郷中央店 琴宮 康太郎
琴宮店長以下スタッフの皆さんに感謝
震災当日、三郷中央店琴宮店長以下、スタッフの皆様の対応に感謝いたします。お礼が大変遅くなってしまい申し訳ありませんでした。あの日から4ヶ月が過ぎたの同時に、当時8ヶ月だった息子が、無事1歳の誕生日を迎えたことで改めて感謝申し上げます。

震災当日、私たち家族3人はつばさエクスプレスにて都内より帰宅途中でした。地震により列車は三郷中央駅付近で停車、その日は運行再開後も我が家に留まり、駅構内から早々に逃げ出されてしまい、親族に連絡がつきました。駅構内から早く出たので、そのまま駅前で営業を続けていた御社の店舗に寄り、飲み物や食料を購入しました。幸いにも親族に連絡がつき、迎えに来てくれるようになりました。その後、道路の混雑により、いつもよりも時間がかかるようでした。その間、店頭のスペース借りて待合を待っていたのですが、私たち家族が小さな子供と一緒にいることに気づき、サービスカウンターの椅子を貸していただき、ミルク用のお湯の心配をしてくださいなど、スタッフの方々がどんなに心強かったのか。私たち以外にも、同様に迎えを待つ方々がたくさんいましたが、店頭に椅子を並べて待合スペースを提供するなどの対応をされていました。さらに、従業員の休息スペースも提供していただけた点など、本当に感謝です。本当にありがとうございました。

お客さまの安全が最初に求められた課題でした

震災直後は、通信が途絶し、私たち現場の判断で行動せざるを得ず、重圧と緊張を余儀なくされました。まず、お客さまと従業員の安全を確認。次に施設の安全を確認したうえで、営業を再開しました。公共交通機関が停止し、多くの帰宅困難の方がいらっしゃいましたので、可能な限り店内スペースをご提供し、水などの必需品販売を続行しました。震災時の対応に関して、お客さまから感謝の言葉をいただけたことがなにより誇りです。常に「地域になくてはならない店づくり」「お客さまとの絆づくり」を全ての判断の基準として行動することの大切さを感じました。



三郷中央店 店長
琴宮 貴治

お客さまからお褒めの言葉をいただきました。

マルエツの災害支援活動

義援金寄託

被災者の方々の救援や被災地の一日も早い復興に役立てていただくため、日本赤十字社を通じて3月29日に義援金を寄託いたしました。

● 義援金 1,000万円



国土緑化推進機構へ寄付

被災地の緑化復興に役立てるための寄付金を拠出。さらに水自動販売機の売上金の一部と環境間のキャッシュバック金額相当額を寄付しました。

● 寄付金 1,371万円



maruetsu365の売上金1%を寄託

当社プライベートブランド商品“maruetsu365”的売上金(2011年4月16日~2012年2月29日)の1%相当額を日本赤十字社を通じて寄託する予定です。

● 義援金 1,000万円 (7月末現在)



あしなが基金へ寄付金を拠出

震災で親御さんを亡くされた子どもたちを「奨学金」や「心のケア活動」などで助ける東日本大地震・津波遭難支援の「あしなが募金」へ拠出しました。

● 寄付金 500万円



支援物資提供(食品)

カップ麺『おいしいヌードルしょうゆ味』やレトルトカレーなど、緊急支援物資を日本赤十字社を通じて被災地へお届けいたしました。

● カップ麺 約3万食 ● レトルトカレー 約5千食



支援物資提供(日用品)

避難所での日々の生活を少しでも快適に過ごせるように、生活用品を一時避難所の「さいたまスーパーアリーナ」へお届けいたしました。

● 歯ブラシ 500本 ● ハミガキ 300本 ● 生理用品 2,500枚



店頭募金活動を全店舗で実施

被災された方々への義援金募金活動を、全店259店舗と本社で実施し、義援金を日本赤十字社に寄託いたしました。

● 義援金募金活動 25,468,465円



被災者向け就労支援活動

被災者就労支援として、グループ会社も含めて採用、来年度新卒者も積極的に採用する予定です。

● 採用人員 60名 (予定)



機転を利かせた知恵と工夫で物流を維持

震災では八潮常温物流センターの損壊が大きく、商品やソーター機器の破損に加え、その後の計画停電の影響もあり完全な再稼働には時間を要しましたが、他センターと協力し供給ルートを確保、発注システムの混乱も現場の知恵を活かした工夫で乗り切り、生活必需品の“物流”を維持することができました。



被災直後の八潮常温物流センターの様子。

現場の声
物流から

マルエツの“動脈”を一刻も早く復旧させるために

震災では、自動で商品を出し入れする「システム倉庫」、仕分けする「ソーター」が破損し、供給網も寸断されるなど大きな被害を受けました。この状況の中、一刻も早い復旧には臨機応变な対策が必要とされました。機器の破損に対しては、近隣のセンターに作業を分散したほか、屋外仕分けで対応。また、配送車両の燃料不足に対しては、配送取引先間で融通していただくことで乗り切り、横浜センターを皮切りに、最終八潮センターの正常稼働にこぎ着けることができました。



商品供給部長
黒田 完治

現場の声
本部から

即応体制と的確な情報発信で現場をけん引

地震発生直後には災害対策本部を設置し、被害の状況をはじめ震災情報の把握に努めました。翌12日には支援物資の提供、復旧に向けた対策の決定、緊急時の店舗運営や人事対応策などの体制をととのえ、正常化へ向けた対応を取ることができました。

過酷な状況だからこそ発揮された“個店力”

当社では、定期的に防災訓練を実施し、マニュアルも整備して災害に備えてきましたが、震災直後に各店舗との情報通信が途絶したことは想定外でした。しかし、その過酷な状況下だからこそ個店力が発揮され、柔軟な対応が可能になった一面もあります。

現状のマニュアルでは対応しきれない場面もあり、より状況に即したマニュアルづくりが必要だと痛感しました。



コンプライアンス
総務部長
田中 和彦

た点など、今後に課題を残しております。

また、現在も進行している食材への放射能汚染対応、直下型地震に対するマニュアル作成など、課題解決に向けた素早い取り組みが必要だと感じております。

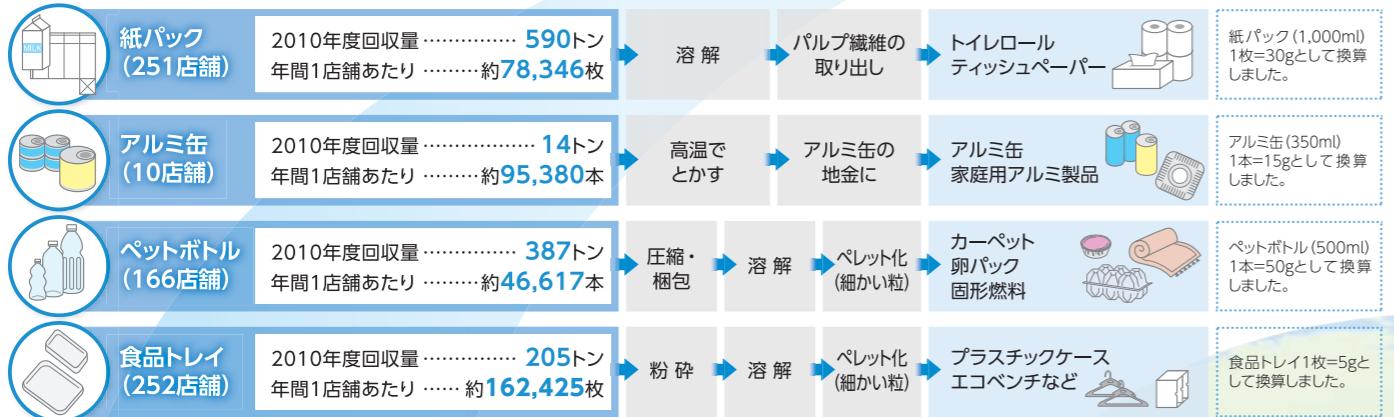
マルエツの環境保全活動

マルエツでは自らが排出する食品容器、生ごみや野菜くずなどの食品廃棄物のリサイクルを実施し、CO₂を削減する努力をしたうえで、さまざまな環境保全活動をすすめております。

店頭で回収した資源のリサイクル

貴重な資源の再利用は、資源やエネルギーの節約、CO₂排出削減など地球温暖化防止につながっていきます。

マルエツでは、店頭に紙パック、食品トレイの回収ボックスを設置し、リサイクル活動を応援しております。



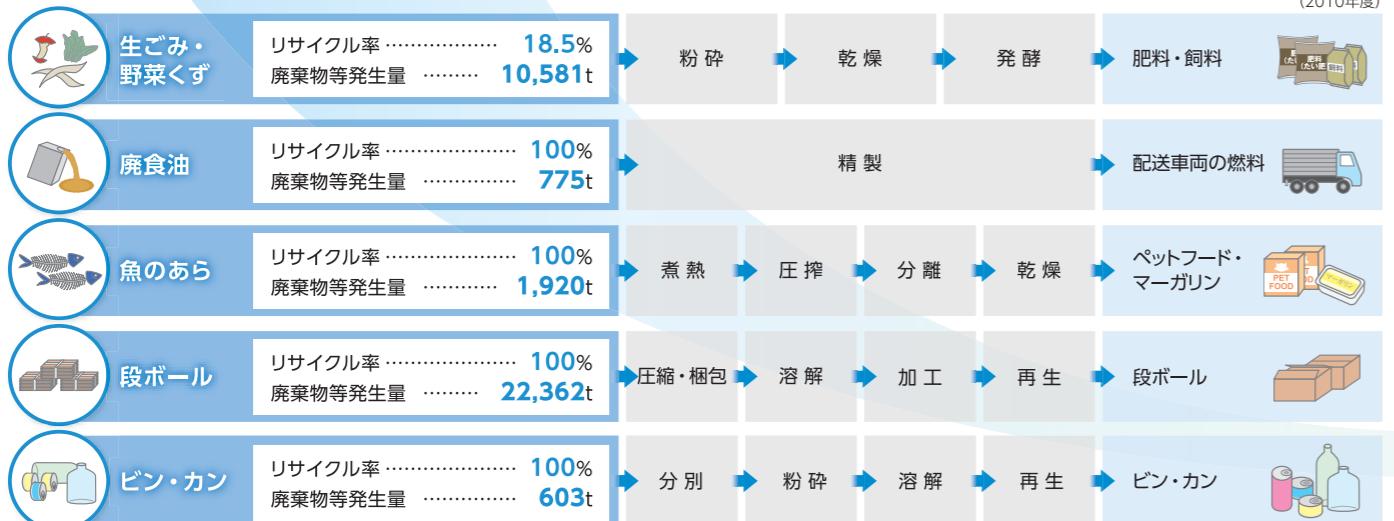
リサイクル

お客様とのコラボ
より深く環境活動に
レーションで
取り組んでいます。

環境

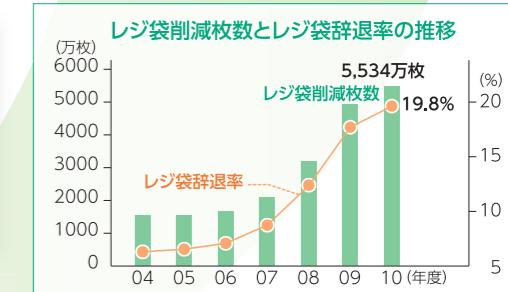
お店からの廃棄物をリサイクル

店舗から発生する食品廃棄物の抑制と減量化を一層強化し、循環型社会の実現に貢献するため、廃棄物のリサイクル化もすすめています。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。



マイバッグ持参運動

CO₂削減に向けてお客様のご協力を得て、レジ袋の削減に取り組んでいます。マイバッグの持参をおすすめするとともに、1,050円以上お買上げでレジ袋をご辞退されたお客様に、2円のキャッシュバックを実施しています。各自治体のレジ袋削減活動にも参加し、資源の削減に努めています。



現場の声

お客様とのコミュニケーションで レジ袋削減活動に努めています

店内では、ポスターやPOPによる告知のほか、「レジ袋辞退カード」をレジ横に設置しています。一人ひとりのお客さまにレジ袋の要否を確認していますが、お客様が不快に感じることがないよう、お声かけのタイミングには気をつけています。



最近は自発的に不要な旨を伝えてくださるお客様も増えてきて、活動が浸透してきていることを実感しています。



出来野店
グリーティング主任
正井 裕子

森林保全活動への参加(武藏野の森再生事業)

2010年より、森林保全活動を温室効果ガス削減の施策の一つとして捉え、「武藏野の森再生事業」に参加しました。これは、埼玉県が森林・保全事業として新設した事業で、病害虫や花粉症対策のため、平地や丘陵地のスギ林等を広葉樹に再生する取り組みです。場所は埼玉県日高市横手の林地で、ここを「マルエツの森」と名づけ、2010年春の植樹、秋の下草刈りには従業員延べ157名によるボランティア活動を実施しました。

秋の下草刈りには、初めて取り組む従業員も多く、慣れない長い鎌に最初は戸惑いもありましたが、作業がすすむにつれて、チームワークも高まり無事終了しました。

参加した従業員一人ひとりが自然環境の循環を意識しながら、この活動に取り組み続けることで、地域社会に貢献し、ひいては地球温暖化の防止にも役立つものと期待します。



従業員一丸となって森林保全活動に参加。



下草刈りは大汗をかく重労働でした。



写真提供：日本盲導犬協会

地域に根ざした企業活動を通じて、社会貢献活動を積極的に展開しています

募金活動、寄付活動など様々なチャリティー活動に積極的に参加し、これからも企業の社会的責任を果たしてまいります。

募金活動と研修で盲導犬の育成と理解促進に役立てています

当社では1993年から店頭にて「盲導犬育成募金活動」を実施しており、これまでお預かりした募金は、公益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てられています。2010年度の募金額は、1,272万円で累計1億8800万円となりました。さらに、視覚障がい者の方々に対する理解促進を図るため、日本盲導



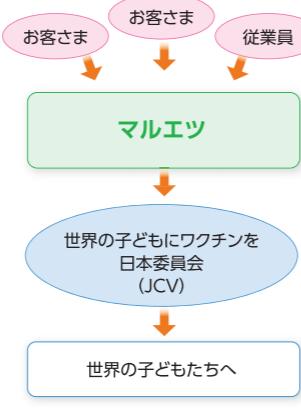
店長会議において盲導犬を理解するための研修を実施しました。

犬協会の協力を得て、店長会議において研修を実施いたしました。また、お客さまに向かって、訓練士によるレクチャーや盲導犬利用者の方とのコミュニケーションを通じ、盲導犬への理解を深める「盲導犬ふれあいキャンペーン」を開催しています。

ペットボトルキャップを回収して世界の子どもたちにワクチンを

2009年3月よりお客さまのご協力を得て、全店でキャップの回収を行っております。本年度よりお客さまから回収したキャップの売却益は認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを 日本委員会(JCV)」を通じて、世界の国々へポリオワクチンをはじめ各種ワクチンとなり贈られています。

寄付実施年度	2010年度
キャップの量	76t
ワクチンの数量	37,948本 (ポリオワクチンの場合)



©JCV 禁無断記載



ミネラル水自動販売機による寄付活動で森づくり・人づくりに貢献しています

お客様のご要望によりミネラル水の自動販売機の導入を拡大しています。このミネラル水は、保健所の許可を取得した「安全・安心」なミネラル水です。

この売上金に応じた金額を半年ごとに拠出し、公益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、地球温暖化防止に向けて森づくりや、緑のボランティア育成など、国内外の「森づくり・人づくり」活動に役立てられています。

寄付拠出年度	募資金額
2007年	510千円
2008年	510千円
2009年	500千円
2010年	510千円
累計	2,030千円

FROM OUTSIDE 公益社団法人 国土緑化推進機構
人々に身近なマルエツさんの取り組みはとても重要です。

スーパー・マーケット業界は、人々に身近な存在であり、多くの人々の善意に支えられている「緑の募金」にとってその協力はかけがえのないものとなっています。

特にマルエツさんにおかれましては、積極的な募金活動で緑化推進・人材育成に貢献されるのみでなく、「マルエツの森」に代表される自発的な森林整備活動も展開されています。

今後も是非この活動を継続していただくとともに、スーパー・マーケットの特性を生かした普及啓蒙活動にもご助力いただけたらと思います。

募金企画部長
秋元 則行さん

「飲料自動販売機」売上の一部を被災地へ寄託いたしました

当社では、各店舗に設置されている飲料自動販売機の売上金1%相当額を、各地域の介護・養護施設に寄付させていただいておりました。しかし、2010~2011年分は東日本大震災の被害の甚大さに鑑み、日本赤十字社を通じて被災地への義援金として寄託させていただきます。

24時間テレビチャリティー「愛は地球を救う」に参加

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年より参加しております。2010年度は、店頭での募金260万円、チャリティーTシャツの販売2,250枚、売上金の一部74万円を「24時間テレビチャリティー委員会」へ寄付いたしました。

(2011年は6月30日~8月28日実施)



24時間テレビ「愛は地球を救う」のチャリTシャツ。(2011年)

「ニュージーランド地震」被災者救援募金活動を実施しました

ニュージーランドで発生した大地震で被災された方々への救援募金活動を、全店舗ならびに本社で実施いたしました。募金額は1,001,189円となり、被災者救援募金として日本赤十字社に寄託いたしました。

●マルエツの主な救援募金活動実績

時 期	案 件	募 金 額
2004年 1月	イラン南東部地震	1,649,701円
2004年 7月	新潟・福井豪雨	3,579,850円
2004年11月	新潟中越地震	6,516,775円
2004年12月	スマトラ島沖地震	5,966,647円
2005年 3月	福岡県西方沖地震	1,450,873円
2005年 9月	台風14号(豪雨災害)	1,455,556円
2005年10月	パキスタン北部地震	3,356,471円
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
2007年 3月	能登半島地震	1,690,000円
2007年 7月	新潟中越沖地震	2,300,000円
2008年 5月	中国四川省地震	2,948,062円
2010年 1月	ハイチ大地震	1,500,946円
2011年 2月	ニュージーランド地震	1,001,189円
2011年 3月	東日本大震災	25,468,465円

これまでも上記のとおり災害募金活動を実施してまいりました。今後も支援活動を実施してまいります。

安全で新鮮な商品供給に加えて エコにも貢献する川崎複合センター

川崎複合センターの稼働で、低温物流のオペレーションが強化され、より安全でおいしい商品を、それぞれのお店に合った必要数量と時間帯で配送することができるようになりました。

低温物流の一括管理でさらに新鮮な商品を提供できるようになりました

当社は、物流品質の向上を重要な経営課題のひとつであると考え、2010年9月8日に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」を開設いたしました。

当施設は、東京、神奈川、千葉の一部の95店舗へ、精肉、鮮魚をはじめとした低温加工商品を24時間体制で供給しています。低温物流の自社による一括管理により、お客さまにより新鮮な商品を安全に供給できる体制が整いました。

2012年の春に稼働予定の三郷複合センターも加え、今後もさらに安全・安心な商品をご提供していく予定です。

 maruetsu 川崎複合センター(神奈川県川崎市)



包装時にもチェックの目が光っています。



精肉・鮮魚とも新鮮なまま、センターに納入後、最新機械を活用した集中作業で加工されます。

当施設での主要な業務は精肉と鮮魚の加工です。精肉加工では最新機器をフル活用した集中作業によって、店舗での作業に比べて5倍以上の生産性となり、鮮魚加工においては、コールドチェーンの利点を活かし、高い鮮度を保ったまま短時間で高効率な作業が行われています。高い生産効率のもとで一つ一つの商品が均質化され、お客さまへより高品質な商品提供に寄与しています。

徹底した温度管理で食品の“安全・安心”を確保しています

徹底した品質管理を目指した当施設の特長は、温度管理の徹底にあります。センター内は通常の低温物流施設よりも約2~3℃低く設定されています。これにより、万一商品が外気温にさらされた場合でも、温度上昇のリスクを回避し、商品の鮮度を維持することができます。低温

を維持して加工された商品は室温0~8℃に保たれたライン上を流れ、包装・出荷されていきます。

●異物混入防止策

ライン上には金属探知機とX線異物検査機が設置され、万一の異物混入も防止するシステムが導入され、監視を続けています。



金属探知機とX線異物検査機。

●病原菌の侵入防止策

温度管理の徹底は商品に限ったことではありません。サーモグラフィにより、体温が38度以上の従業員には出勤を控えさせ、センターへの病原菌の侵入を防いでいます。



従業員出入口に設置されたサーモグラフィ装置。

このようにマルエツの商品・設備にはお客さまの安全・安心のために二重三重の安全策が講じられています。

クロスドックシステムが品揃えの充実とエコへの貢献を両立させました

当施設では、店着時間に合わせて入庫した原料を温度別・カテゴリー別に素早く仕分けして入出荷するクロスドックシステムを導入しています。これにより、小規模店舗も含め多品種・少ロットの配送が可能になり、各店舗の品揃えの充実に貢献しています。必要なものを混載して配送することで輸送効率が高まり、トラック輸送で排出されるCO₂の削減も期待されています。



納入口にピタリと横付けされ、外気に触れることなく荷下ろしや積荷がされています。

特例子会社(株)マーノセンターサポート

働くことに誇りを感じられる職場です

当社は、障がい者の雇用創出と川崎複合センターのサポートを目的に設立されました。現在、27名の知的障がいの方に働いていただいている。業務は主にクレート(輸送用のプラスチックケース)の洗浄、制服等の洗濯作業です。



川崎事業部長
平野 真也

業務上一番注意しているのは従業員の健康管理です。たとえば、高温作業中の熱中症にしても、障がいの方にはコミュニケーションが不足する時もあり、体調の悪さを伝えることができない場合があります。私どもの方から、ケアしていかなくてはいけませんし、気をつかうところです。しかし彼らは非常に真面目で“働く”ことに誇りを持っています。これからも、働く誇りを感じられる職場づくりを目指したいですね。

(株)食品品質管理センター

「食の専門店」にふさわしい安全・安心な商品を提供するために設立されました

食品安全・安心に対する関心が高まるなか、当社では、「食の専門店」にふさわしい食品検査体制を構築すべく、

川崎複合センター内に(株)食品品質管理センター川崎検査室を立ち上げました。

法定検査のほか、精肉・鮮魚を中心に加工や包装プロセスな

ど、川崎複合センター内の様々な工程を流れる商品から検体を抽出し、1日約30~50アイテムに対して、重要な3項目(①一般生菌数 ②大腸菌群 ③黄色ブドウ球菌)を中心とし、食中毒菌も含めて7項目の検査を毎日行っています。さらに、設備や手指等のふきとり検査も実施して衛生的な環境実現にも貢献しています。



商品の各種検査を実施し、常時品質の安全確認を行っています。



環境に優しく安全な野菜づくりに向けた仕組み 環境循環型野菜「エコベジくん」を68店舗で販売

(2011年2月末現在)

「エコベジくん」とは46店舗から出た野菜・果実の端材を契約工場でリサイクル(堆肥化)し、その堆肥を使ってつくられた野菜です。生産者は環境循環野菜生産者として登録された、顔の見える安全・安心な契約農家です(埼玉地区:7名、茨城地区:41名)。従来廃棄されていた生ごみを原料とした堆肥で育てられていますので、化学肥料の使用量も削減でき、農地の保全にもつながっています。



今あるものにプラスワンの価値をえたmaruetsu365

2010年から販売しているmaruetsu365は、お客さまの笑顔あふれる毎日を応援するために、「今ある商品をより安く、今ある商品に比べて1つ価値のある」商品をお届けする新プライベートブランドです。





お客さまとの“絆”を深め より身近で信頼されるマルエツへ

ご高齢の方、妊娠されている方、体が不自由な方、すべての方が気持ちよくマルエツを利用できるよう、さまざまな取り組みを進めています。



やさしいお店づくり活動

誰もが安心して利用できるお店づくり

**資格取得を奨励しサービス介助士
有資格者を全店に配置しました**

ご高齢の方や障がいをお持ちの方に対する心のこもった対応は大切な取り組み課題のひとつです。とはいっても専門知識を欠いていてはお客さまに充分ご満足をいただけないことも少なくはありません。マルエツでは人材育成の一環として「サービス介助士2級」の資格取得を目指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取り組みました。介助に関する基本的な知識、技術を身につけた資格取得者は553名(社員413名、パートナー他140名)を店舗に配属。その中には店長225名、レジ業務を行うグリーティング主任147名も含まれています。(2011年8月現在)



全店で介助士有資格者がお買い物のお手伝いをしています。

**全ての方に安心してお買い物いただくために
施設のユニバーサル化を推進しています**

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・見やすいものへの変更、高齢者優先の駐車場の設置など、誰もが安心してご利用いただけるやさしいお店づくりのために、施設のユニバーサル化に取り組んでいます。

補助犬(盲導犬、介助犬、聴導犬)の受入れを実施して、お申し出をいただければ買い物のお手伝いもしくしています。



3方向から見ることができる案内表示。



高齢者優先駐車場の設置をすすめています。軽量で扱いやすいアルミカートを採用。



お店づくりに活かされるお客さまとのコミュニケーション

**お客さまの声に直接ふれて
お店づくりに活かしています**

2010年度は28店舗において「お客さまモニター懇談会」を開催しました。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お客さまから直接伺っています。参加していただいたお客さまからの多岐に渡るご意見をいただくことで、商品開発や新店・改装店の参考にさせていただいている。



お客さまの生の声を直接お聞きできる貴重な機会です。

**店長へのダイレクトな発信が改善に
活かされる“店長への直行便”**

お客さまとお店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、店長自らが解決策を出して回答しています。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活かされています。さらに全てのご意見・ご要望は集約されマルエツの施策づくりに役立てられています。



店長への直行便ボックス。

たのしいふれあい活動

食を通じたお客さまとのふれあい

**お客さまの健康で豊かな暮らしを
食と文化を通じて提案しています**

「料理とカルチャー教室 いーとぴあ」は、お子さまから年配の方まで、男女を問わず毎年多くのお客さまにご利用いただいております。「健康」をテーマに、料理教室はもちろん、手芸教室やダンス、ヨガ教室まで多彩なプログラムが組まれています。男性の参加者も増えています。



**献立に悩むお客さまに情報を発信する
“キッチンいーとぴあ”コーナー**

マルエツの店舗内で展開している「キッチンいーとぴあ」。旬の食材を活用し、おいしくて手軽にできる料理の実演と試食提供をしてあります。またお客さまからの調理法のご相談も承っています。キッチンいーとぴあ設置店舗(26店舗／2011年2月末現在)店内で販売している食材を中心して、献立に役立つ情報を提供しています。



**健康づくりの基礎となる
食育を推進しています**

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活動をしています。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。今後も未来を担う子どもたちが、「いーとぴあ」の講座を通じて料理の作り方だけではなく、栄養知識や食事マナーなどの食に関わる様々な体験ができるように食育を推進してまいります。



**子どもたちが社会にふれあう機会に
協力する職場体験を実施**

今年で25回目を迎える「ちびっ子健康マラソン大会」は、参加人数約3,000名と小学生を対象とした長距離走大会としては全国最大規模のイベントです。昨年は11月20日に江東区「夢の島競技場」にて行われました。



明日をないうちどもたちが激走。

子どもたちの食育活動を支援。とができるなどご感想を頂いています。今後も未来を担う子どもたちが、「いーとぴあ」の講座を通じて料理の作り方だけではなく、栄養知識や食事マナーなどの食に関わる様々な体験ができるように食育を推進してまいります。

子どもたちの食育活動を支援。



実社会を体验できる貴重な機会です。

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環境パフォーマンスの把握に努めています。

2010年度 環境目標結果

〈環境活動をすることで、直接環境に影響をあたえることができる環境目標〉

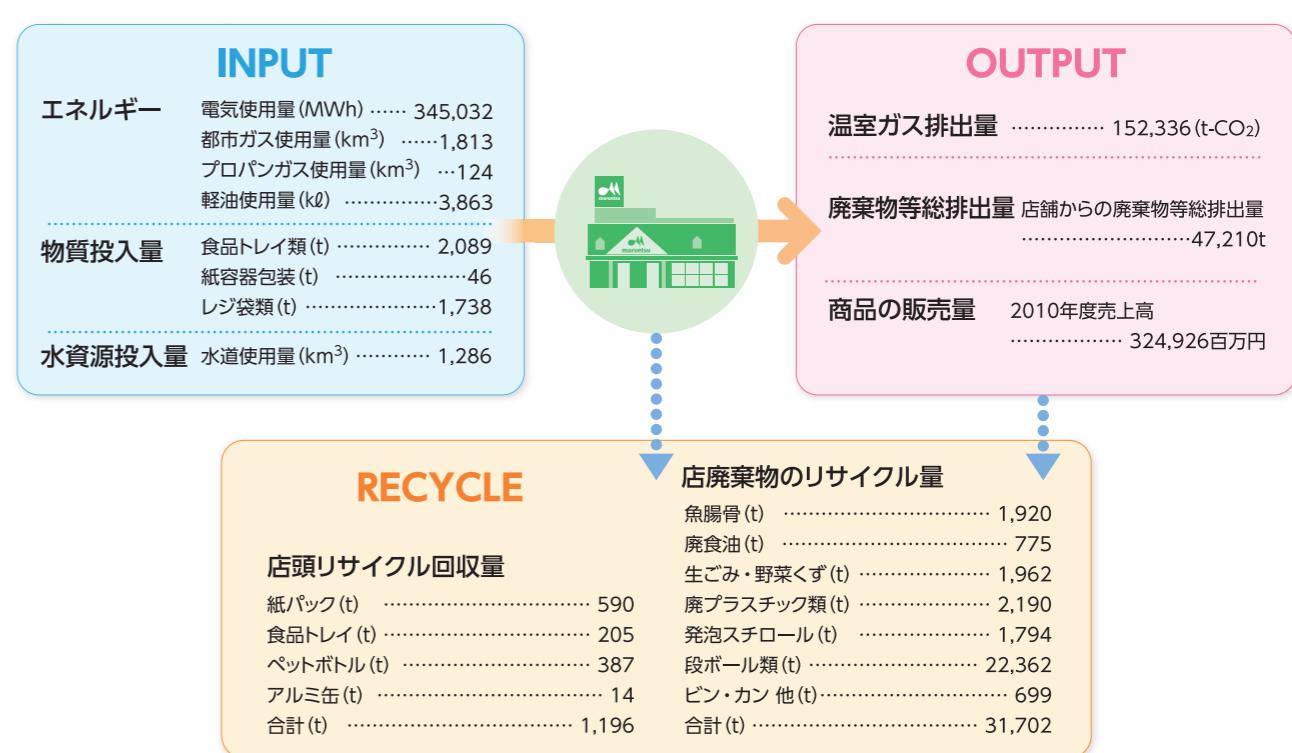
活動単位	環境目標	2010年の目標	結果
店舗共通	電気使用量の削減	09年度比1%削減	○
	レジ袋使用重量の削減	09年度比5%削減	×
	在庫の削減(在庫高)	予算内運用	×
	食品廃棄の削減(廃棄高)	09年度比10%削減	×
本社共通	本社電気使用量の削減	09年度比1%削減	○

〈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	2010年度環境活動	2010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	スケジュール管理	○
財務経理本部	仕入、返品、振替伝票の電子化による伝票(紙)の削減	09年度比30%削減	○
ヒューマンパフォーマンス改革本部	階層別教育の中に環境教育を取り入れる	新入・一年次・新店社員教育	○
総務本部	レジ袋使用重量の削減	09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1,511t	○
	1店舗あたりのCO ₂ 排出量の進捗管理	09年度比1%削減	○
	電気使用量の削減	09年度比1%削減	○
開発本部	水道使用量の削減	09年度比1%削減	×
	コピー用紙の使用量の削減	06年度比7.2%削減	○
	グリーン購入の品目増加(文房具)	21SKU	○
営業統括(マーケティング担当)	販促物に使用するSOYインク使用率の向上	35%以上	○
営業統括(店舗運営担当)	在庫の削減(在庫高)	予算内運用	×
営業統括(商品計画担当)	食品廃棄の削減(廃棄高)	09年度比10%削減	×
	配達車両のCO ₂ 排出量削減	原単位で08年度比1%削減	×
	詰替商品の取扱い拡大	610SKU	○
	食品トレイの使用量削減	2,200t	○
	オリジナルマイバッグの拡販	38,000枚	×

2010年度 環境会計

環境保全の種類	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	電気量削減活動	0	10,218,235 kw	98,095
		照明器具省エネタイプへの変更(18店舗)	50,269	1,050,000 kw	14,228
		冷ケース、オーバーキャノピー照明の導入(124店舗)	133,880	2,557,018 kw	35,844
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率19.8%、レジ袋使用量の削減	44,019	547,866 kg
		ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化	177,084	2,397トン	0
		魚腸骨の100%資源化	0	1,920トン	0
	一般廃棄物の適正処理	廃食油の100%資源化	0	775トン	0
		野菜くずの資源化店舗拡大(91店)	4,954	1,962トン	0
		一般廃棄物の適正処理	613,475	0	0
		牛乳パックの回収	0	590トン	700
上・下流コスト	店頭リサイクル	食品トレイの回収	0	205トン	0
		ペットボトルの回収	0	387トン	0
		アルミ缶の回収	0	14トン	199
		2010年度容器包装リサイクル委託	143,067	0	0
環境管理コスト	店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入	2,052	0	0
	エコロジーバッグの販売	エコロジーバッグの販売	—	47,794枚	—
	環境報告書作成	環境報告書作成、ホームページ掲載	2,153	0	0
社会活動コスト	ISO認証取得準備	環境マネジメントシステムISO取得	2,326	0	0
	美化・緑化運動の推進	武蔵野の森再生事業	571	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	4,570	19,154千円	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」	629	629 千円	0
合計			1,179,049	—	248,678



全店総CO₂排出量 (2010年3月~2011年2月)

環境保全の種類	使用量 排出量実績	原単位	CO ₂ 排出量 係数	CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂)	1店舗当り (kg-CO ₂)	売上高(百万円)	構成比 (%)
冷凍設備や空調等に使用する電気使用量(kWh)	345,032,452	0.102832746	0.36	124,211,683	477,737	382	81.5
販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量(m ³)	1,813,004	0.000540344	2.10	3,807,308	22,265	12	2.5
販売にともなうプロパンガス使用量(m ³)	123,638	0.000036849	6.225	769,647	8,102	2	0.5
販売にともなう水道使用量(m ³)	1,285,742	0.000383200	0.58	745,730	2,890	2	0.5
販売にともなう軽油使用量(l)	3,863,000	0.001151320	2.60	10,043,800	38,630	31	6.6
店舗からの可燃ゴミ排出量(kg)	13,275,883	0.003956716	0.84	11,151,742	42,891	34	7.3
レジ袋類(kg)	1,738,017	0.000517995	0.28967	503,451	1,936	2	0.3
食品トレイ類(kg)	2,089,145	0.000622644	0.528	1,103,069	4,243	3	0.7
合計	—	—	—	152,336,430	598,694	469	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令、条例による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月改定版)しています。

2010年度のマルエツ環境負荷指数(消費エネルギー原単位)

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	前年比 (%)
全店CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	152,466	154,027	152,035	152,336	100.2
店舗延べ床面積×営業時間(m ² ・h)	3,234,847,553	3,292,493,950	3,304,729,967	3,355,278,025	101.5
マルエツ環境負荷目標(g-CO ₂ /m ² ・h) ^{※2}	47.1	46.8	46.0	45.4	98.7

※2 マルエツ環境負荷指標は全店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時間あたりのCO₂(g)排出量を指します。

2010年度 店舗における廃棄物等排出量とりサイクルの内訳 (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	生ごみ・野菜くず	10,581	1,962	18.5%
	廃食油	775	775	100.0%
	魚腸骨(魚のあら)	1,920	1,920	100.0%
	小計	13,276	4,657	35.1%
生ごみを除く可燃物	6,827	0	0.0%	0.0%
廃プラスチック類	2,210	2,190	99.1%	6.9%
発泡スチロール	1,794	1,794	100.0%	5.7%
段ボール・古紙類	22,362	22,362	100.0%	70.5%
ビン・カン	603	603	100.0%	1.9%
その他	138	96	69.6%	0.3%
合計	47,210	31,702	67.2%	100.0%

食品リサイクルの内訳

廃食油5.8%
