

#### ● 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] 323,179百万円 [単体] 322,557百万円  
 (2012年2月29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ペジタブルインキ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。

発行年月:2012年8月



# 地域社会に貢献する「お客さま代行業」として、安全・安心な商品をお届けしてまいります。

はじめに、昨年の「東日本大震災」から1年余が過ぎ、改めて被災されました皆さんに、心よりお見舞い申し上げます。当社といたしましても、プライベートブランド商品「maruetsu365」の売上金1%相当額の寄託をはじめ、様々な復興支援活動を行ってまいりました。この春には2012年度の新入社員119名のうち被災地就労支援として13名が当社に入社いたしました。今後もさらなる支援を続けてまいります。

企業市民としてのマルエツの役割は、お客さまの食卓貢献、生活貢献企業であるという本業での責任を全うすることであり、その中で環境の取り組みは欠くことができないものです。電気量の削減は、環境の取り組みというより、本業の1つとして2009年度より積極的に取り組んでおります。昨年は、東日本大震災による電気使用量等の規制もあり、2011年度は2010年度比17.3%削減を達成しました。当社では、2012年度のCO<sub>2</sub>排出量を2007年度比15%削減(1店舗あたり594t-CO<sub>2</sub>)という目標を立ててきましたが、2011年度の電気量の大幅な削減効果で目標を達成したことにより、目標を変更して2015年度に2007年度比25%削減(1店舗あたり522t-CO<sub>2</sub>)といたしました。

一方、店舗づくりとしては、品揃えはもちろんすべてのお客さまに喜んでいただける店舗を目指して、快適なお買い物のためのサービス、設備を充実するとともに、お客さまのお買い物のお手伝いをするサービス介助士の全店配置をすすめております。

本報告書を通じて、地域のお客さまはじめステークホルダーの皆さんに、マルエツの社会的責任への取り組みの姿勢をご理解いただき、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

数字でみる  
復興支援活動

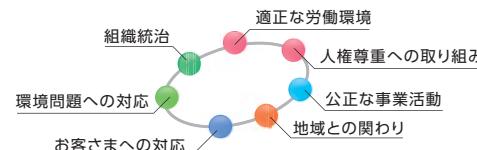
●被害者救援募金活動 (4/4, 4/25, 7/29の3回分の合計)	2,546万円	●maruetsu365の売上1%を 寄託 (9/15, 3/21の2回分の合計)	3,452万円	●被災地の子どもたちの ためのあしなが募金	500万円	●義援金拠出	1,000万円
●お客さまレジ袋辞退による キャッシュバック相当額の拠出金	371万円	●被災地緑化 復興拠出金	1,000万円	●飲料自動販売機の 売上1%を寄託	430万円	●被災地域への 支援物資の提供	カップ麺3万食他

## 目次

■[特集]お客さまとマルエツの共通価値とは…	2
■環境負荷低減活動	5
■お客さまへの対応	9
■地域との関わり	11
■公正な事業活動	13
■人にやさしい職場づくり	15
■環境パフォーマンス	17

## 報告書作成にあたって

本報告書は、マルエツが皆さんから信頼され親しまれる企業であり続けるために、企業姿勢や活動内容をお伝えすることを目的に、「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、今回は社会的責任に関する国際規格ISO26000の「7つの中核主題」をベースに誌面を構成し、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。



## 特集 お客さまとマルエツの共通価値とは

お客さまとマルエツ、地域社会、みんなが一緒に  
『しあわせいかつ。』を  
実現できる環境を目指します。

2012年  
4月稼働

### 三郷複合センター

生鮮食品の加工と低温物流機能を持ち、埼玉を中心に千葉、東京の一部114店舗と小型店の57店舗をカバー。精肉、鮮魚をはじめとした低温加工商品を365日24時間体制で供給しています。



### 川崎複合センター

2010年  
9月稼働  
鮮魚・精肉の加工と日配・惣菜などのチルド商品を含めた低温物流機能を兼ね備え、神奈川を中心に東京、千葉の一部98店舗へ商品を供給しています。



### 横浜常温物流センター

2010年  
6月稼働  
自社管理の物流センター第1号として開設され、神奈川を中心に東京、千葉の一部101店舗に常温商品を供給しています。



### 八潮常温物流センター

2010年  
8月稼働  
埼玉を中心に千葉、東京の111店舗へ、加工食品をはじめとする常温商品を供給しています。



maruetsu

maruetsupetit

LINCOS

## お客さまに安全で新鮮な商品をお届けする4つのセンターが完成しました。

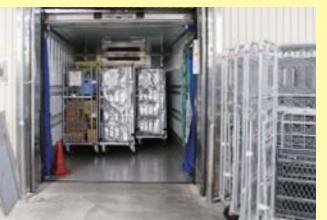
2012年4月26日「三郷複合センター」が稼働を開始し、自社一括管理による物流体制が完成しました。現在4つのセンターから1都5県269店舗へ安全で新鮮な商品が供給されています。これにより、マルエツが理想とする『高鮮度で安全な商品の提供』=お客さまの利益『輸送の効率化による環境負荷の低減』=社会への貢献『生産性と物流の効率化によるコストダウン』=企業の利益の3つの目標達成に向けた体制が整いました。

マルエツは、環境負荷の低減による社会貢献はもちろんのこと、「社会への貢献」と「お客さまの利益」を両立すると同時に企業としても利益を生み出せる構造が、CSRのあるべき姿だと考えています。

今後も、4つのセンターの能力と首都圏有数の店舗ネットワークを最大限に活かすことで、マルエツのめざすCSR(=お客さまとの共通価値の創造)を推進してまいります。

# 「食の専門店」にふさわしい 安全・安心で新鮮な おいしさをお届けするために。

## 生産者の方から



### ●入庫

トラックとドックは密着され、外気に触れることなく、商品が搬入されます。



### ●加工

一つひとつの商品が均質化され一定のクオリティが保たれます。

## 精肉加工

精肉加工は最新機械を導入しフル活用した集中作業で、大幅に生産性を向上させています。



### ●包装・値付け

加工済商品は中間庫で一旦冷やしづみが行われ、包装値付けが施される工程内で、X線による異物混入検査が実施されます。



### ●加工品仕分け

値付けを終えた商品が集まり、各店舗ごとに仕分けられます。



### ●積み込み・出荷

店到着時間に合わせ、温度別・カテゴリー別に仕分けし積み込まれます。



## お客さまのお手元へ



## 入 庫

0°C

## 加 工

8°C

## 包 装

8°C

## 値 付け

8°C

## 仕 分け

0°C

## 出 荷

5°C

## コールドチェーン

入庫から出荷まで、常に低温を維持したまま、商品がラインを流れています。

いくことで、温度上昇による、品質の劣化を排除し、より安全でおいしい商品をお届けしています。

## 複合センター機能の活用でお客さまのニーズに応えています。

これまで10数ヶ所に分散されていたセンターを4つに統合したことにより、合理的な物流体制が確立し、安全で安心な商品をご提供することができるようになりました。

「三郷複合センター」「川崎複合センター」では、コンベアやスライサーなど鮮魚・精肉の加工機能を持った最新の機械が導入され、それまで店舗で行われていた加工作業をセンターで行うことで、店舗での人的負荷を軽減、大幅な生産性の向上を果たしています。

複合センターによる効果はこれだけではありません。センターの加工機能と本社商品企画力を活用することで、生鮮部門と惣菜部門がコラボレーションし、お客さま

は金属探知機とX線異物検査機が配置され、ライン上を流れる商品を常にチェックし、お客さまに安全で鮮度の高いおいしい商品をお届けしております。

同時に統合により物流ネットワークがシンプルになりましたことで、輸送の合理化が実現し、商品を迅速正確にお届けするとともに、CO<sub>2</sub>排出の低減へと繋がると考えています。

複合センターによる効果はこれだけではありません。センターの加工機能と本社商品企画力を活用することで、生鮮部門と惣菜部門がコラボレーションし、お客さま

のさまざまなニーズに応えた新商品をご提供することも可能になりました。

その具体例が、必要な食材を組み合わせてパッケージ化し、調味料と簡単な調理だけで食卓に出せる簡便化商品です。フライパンひとつで簡単に料理ができる「フライパンDEクッキング」シリーズは現在単身世帯や高齢者世帯の増加を背景に幅広い層のお客さまからご支持をいただいている商品です。

マルエツでは「食の専門店」ならではの付加価値の高い新商品を開発・ご提供してまいります。



## 食品衛生管理体制と放射性物質への対応

### 細菌検査

7項目の細菌検査を毎日実施

### 放射能検査

放射性物質問題に対するマルエツの取り組み

マルエツではお客さまに安心して食品をお買い求めいただくため、これまで行ってまいりました商品の自主検査体制をさらに強化し、その検査結果をホームページで公開しています。

### ●放射性物質の検査方法

当社所有のシンチレーションスペクトロメーターによるスクリーニング検査を行います。2012年7月12日に検査室にゲルマニウム半導体検出器が設置され、水、牛乳等まで分析ができるようになりました。これからも、一般食品の検査数を拡大し、お客さまが安心していただけるために分析を行ってまいります。

### 基準値について

食品区分	食品衛生法規格	基準値(4月1日以降)	検出限界値
飲料水	10	2	
牛乳	50	10	
一般食品	100	測定下限値25	



# 豊かな未来のために、お客さまとともに 地球環境の保護に取り組んでいます。



## 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。

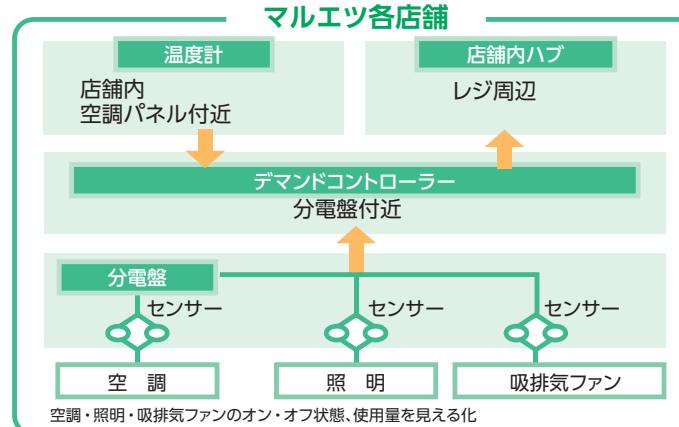
1. 環境マネジメントシステムにより、事業活動における環境負荷を最小限にするために目的と目標を設定し、定期的に見直します。

- 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件事項及び当社が同意するその他の要件事項を順守します。
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。

## 見える化で省エネルギー店舗運営を進めています。

1店舗あたりのCO<sub>2</sub>排出量の割合を見てみると、電気の使用量で約8割を占めていることから、電気使用量の削減はそのままCO<sub>2</sub>排出量の抑制へと繋がります。マルエツでは、2009年度より電気使用量削減活動を開始

しました。活動のひとつとして、デマンドコントローラー(使用電力監視装置)を176店舗に導入し、電気使用量の見える化を行ったことで各従業員の問題意識が高まり、より積極的に省エネに取り組むことができました。



### 活動による削減量

- 2009年度(2008年度比)  
約1,436万kw削減
- 2010年度(2009年度比)  
約1,022万kw削減
- 2011年度(2010年度比)  
約5,652万kw削減

## CO<sub>2</sub>削減へ向けてマルエツが進めていること。

2012年度に1店舗あたりのCO<sub>2</sub>排出量を2007年度比15%削減(594t-CO<sub>2</sub>)することを目標として掲げ、電気使用量の削減活動や環境保全活動等に取り組んでまいりました。2011年度は電力抑制施策などで2010年

度比14%の削減となりました。大幅な削減数値を達成したことにより、これまでの数値目標を見直した結果、2015年度に2007年度比25%(522t-CO<sub>2</sub>)の削減を目指す、より高いステージの目標へ変更いたしました。

### ☑ 調光機能付きLED照明の導入を加速

電気使用量を抑え、CO<sub>2</sub>排出量を減らす取り組みのひとつとして、消費電力が少なく寿命の長い調光機能付きLED照明への変更をすすめています。新店での採用をはじめ、既存店においても順次LED照明への切り替えをすすめています。蛍光灯に比べ消費電力が少ないLED



### ☑ 空調システムにガスヒートポンプを採用

「三郷複合センター」では、空調に室外機のコンプレッサーをガスエンジンで駆動し、冷暖房を行うガスヒートポンプシステムを採用。消費電力が電気のヒートポンプに比べて約1/10になりました。



低消費電力化でCO<sub>2</sub>抑制に貢献

### ☑ オーバーキャノピー照明とナイトカバーの使用を徹底

冷蔵ケースは、ケースの照明を棚板からの照明ではなく、上部から全体を照らすオーバーキャノピーに切り替えています。また、冷凍ケースや冷蔵ケースにナイトカバーを設置し、電力消費を抑えています。



### ☑ 各種節電活動の徹底

店舗の使用する電力量の多くを占めるのが冷ケースに使用される電力です。冷ケースの清掃・商品配置を徹底し、さらに照明をLEDとした冷ケースを採用することで、電力量を抑えることができます。このほかにも、広告塔、サインポール、外灯の夜間消灯や基本照明の部分消灯など、細かな節電対策で、前年比17.3%の削減を達成しました。



## お客さまのご協力のもと環境負荷低減に取り組んでいます。

マルエツでは「お買い物袋不要カード」を全店で導入し、お客さまとともに、積極的に「買い物袋持参運動」を展開しています。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さまに、2円のキャッシュバックを実施しています。

### レジ袋辞退率

	2009年度	2010年度	2011年度
辞退率	17.7%	19.8%	18.7%
削減枚数	49,358	55,545	52,103

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。2011年6月の環境月間において、キャッシュバック金額と同額を被災地の復興支援のための「緑の募金」に寄付する取り組みをし、その結果6月度は19.5%の辞退率となりました。

店内に掲示されたポスター



[環境月間] 6月1日(金)~30日(土)

maruetsu maruetsupi JACO

## ISO14001認証の全社取得を完了

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、2011年度においては257事業所の認証を取得いたしました。





## 環境負荷低減活動

地球環境保全活動の輪を広げ、持続可能な社会の実現を目指します。



### お客さまと地域社会の未来を見据えた環境保全活動を進めています。

マルエツでは、生ごみや野菜くずなどの食品廃棄物やお客さまから回収した資源のリサイクルを実施しています。さらにCO<sub>2</sub>削減のため、様々な環境保全活動をすすめています。

#### ● 武藏野の森再生事業

2010年より、温室効果ガス削減の施策のひとつとして「武藏野の森再生事業」に参加しています。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。埼玉県日高市横手にある林地を「マルエツの森」と名づけ、2010年4月に山桜、かえで、くぬぎ等を従業員の手により植樹し、その後も保全活動として、従業員ボランティアが下草刈りを実施しています。これらのボランティア活動には延べ192名が参加しました。

今後も従業員一人ひとりが環境保全を意識しながら、この活動を続けることで、地域社会に貢献してまいります。



広葉樹を植栽し「武藏野の森」を再生する事業です

#### ● 環境保全に対する理解

マルエツでは、豊富な商品知識を身につけ、売場でお客さまに適切なアドバイスができるよう、全従業員を対象に「商品知識検定」を実施しています。2011年度より、お客さまとの会話には、環境への知識が不可欠であるという考え方のもと、検定科目の中に「環境」分野を加え、地球環境全般についての理解を深めています。



商品知識だけでなく環境問題にも触れています

#### ● 水自動販売機による寄付活動

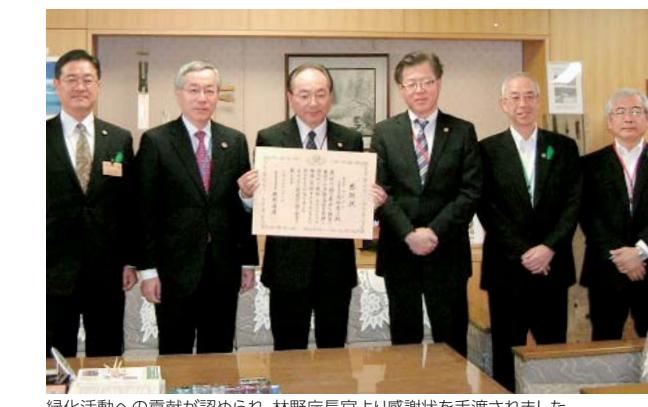
水の自動販売機を各店舗に設置しています。この水は、保健所の許可を取得した「安全・安心」な水です。

この水の自動販売機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。

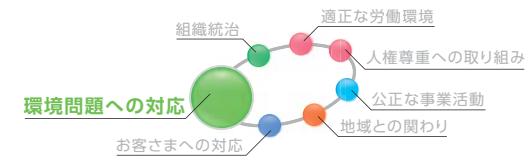
寄付拠出年度	募資金額
2008年	510千円
2009年	500千円
2010年	510千円
2011年	522千円
累計	2,042千円

#### ● 国土緑化活動への貢献で感謝状

2011年度は被災地の緑化復興のため1,370万円及び水の自動販売機の売上金の一部を「緑の募金」に寄付しました。これにより2012年6月には農林水産大臣より感謝状が授与されました。



緑化活動への貢献が認められ、林野庁長官より感謝状を手渡されました

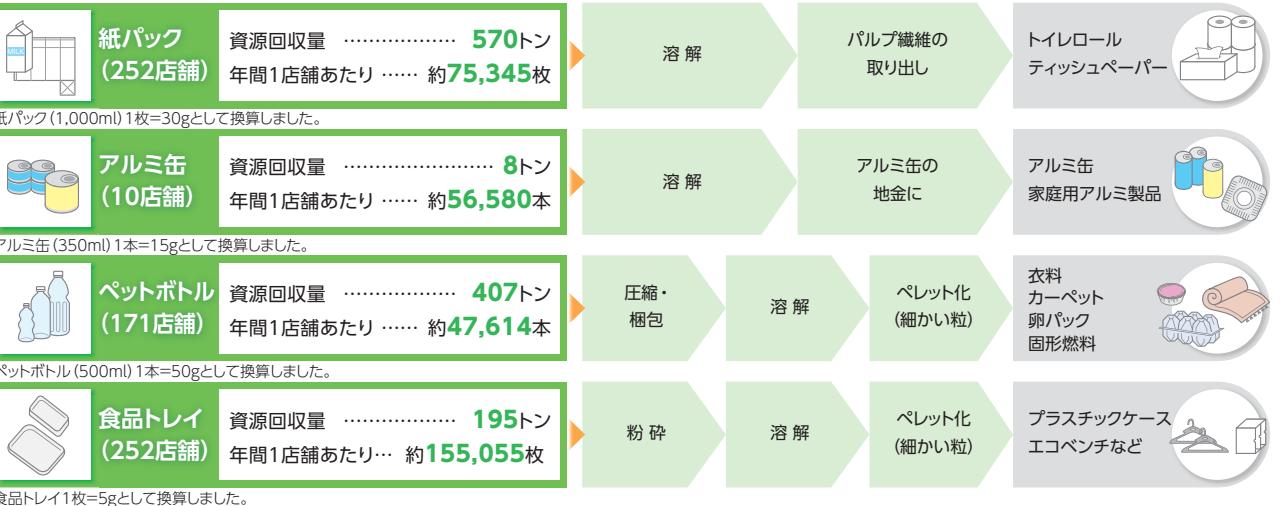


### 地域社会と協力してリサイクルを推進。

#### 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、CO<sub>2</sub>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、食品トレイなどの回収ボックスを設置し、リサイクル活動を推進しております。

(2011年度)



#### ペットボトルリサイクルの流れ

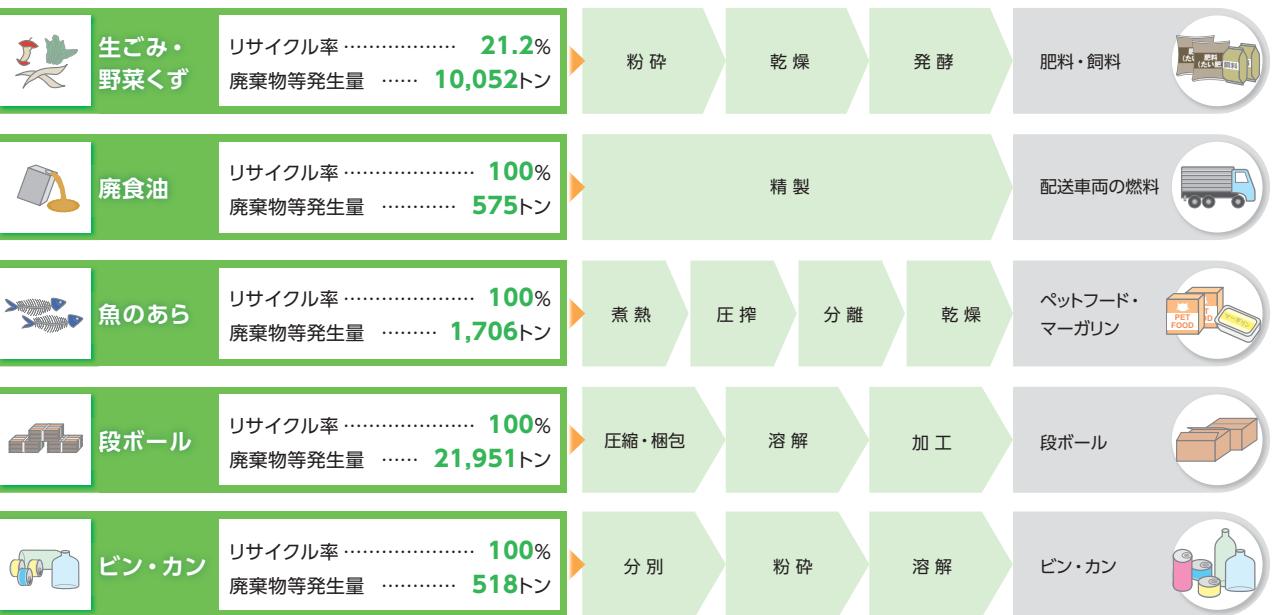
店頭の回収ボックスから集められた使用済みペットボトルは、リサイクル工場に運ばれます。選別され圧縮された後、細かく碎かれます。これをフレークと呼び、このフレークを原料として繊維となり、白衣・ユニホームなどさまざまな製品に生まれ変わります。



#### 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。

(2011年度)



環境負荷低減活動

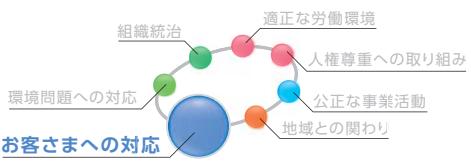
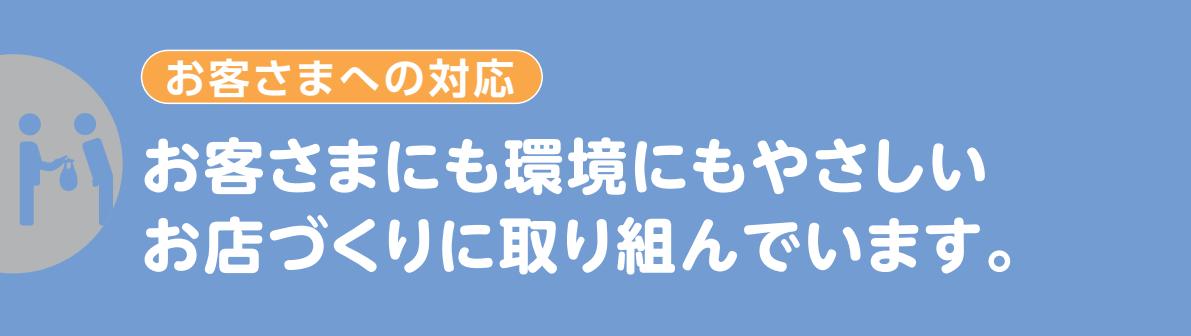
お客さまへの対応

地域との関わり

公正な事業活動

人にやさしい職場づくり

環境パフォーマンス



マルエツでは、お客さまの誰もが、  
いつでも、気軽に、安心して、楽しく買い物ができる、  
人にやさしいお店づくりを進めています。  
そして、電気使用量の削減や、自然の環境を活かして  
今までのお店よりもCO<sub>2</sub>排出量を減らすことを目指した  
環境にやさしいエコストアづくりも積極的に展開しています。

## すべてのお客さまに安心してお買物を楽しんでいただくために。

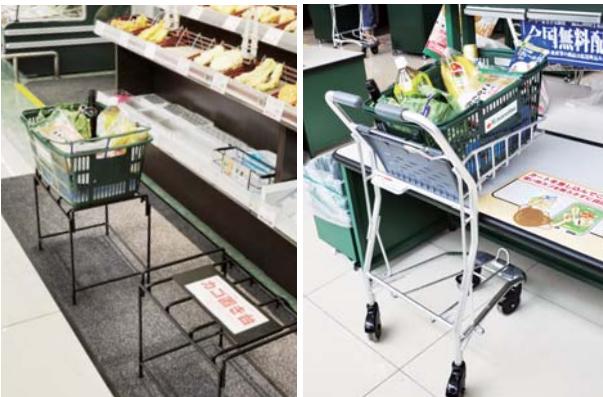
### ● 楽しいお買物をサポート

#### ルーペ付き軽量アルミ製カートの導入

ご高齢の方や体が不自由な方も楽に利用できる、軽量  
アルミカートを導入。さらに、商品に記載された細かな文  
字を読みやすくする、ルーペ付きアルミカートも備えています。



軽量アルミカート  
アルミカートに  
備え付けられたルーペ



台の上にそのままカートを滑り込ませることができるので、精算後、買い物カゴの上げ下ろしをしなくても、袋詰めができるようになりました。

また、商品ケースの近くには、カゴ置き台を設置しました。お惣菜選びなどで、両手が塞がってしまうときでも、カゴを台に置くことで楽に商品を選ぶことができるようになっています。

#### カートをそのままセットできるサッカーテーブルを設置

レジ近くには、買い物カートをそのままセットできる、天板の低いサッカーテーブル(作荷台)を導入しています。サッカーテーブル

### ● 多目的トイレの設置

お客様にやさしい店舗づくりの一環として、車椅子ご利用の方やお子さま連れの方をはじめ誰もが安心して利



用できるオストメイト対応の  
多目的トイレを設置しました。

\*オストメイトとは、病気やけがなどで、外科手術により  
人工肛門や人工ぼうこうとなられた方々のことです。

現在5店舗にオストメイト対応トイレを設置



### ● 車椅子の方及び高齢者専用駐車場を設置

施設のバリアフリー化の一環として、車椅子をご利用の方やご高齢の方が、お店を円滑に利用できるように、店舗入り口近くに、ゆったりとしたスペースを確保した専用の駐車場を設置しています。

## 環境にやさしいお店づくりを目指して。

### ● 省エネルギーへの取り組み

#### LED照明と天井の自然採光による電力使用量の削減

店内の基本照明には、調光機能付きのLED照明を採用しています。看板照明やバックルームにもLED照明を導入し、冷凍・冷蔵ケース照明にも使用することで、冷凍機の稼働負荷を抑制しています。さらに天窓より自然光を取り入れることで器具の照度を下げて電力使用量を削減し、断熱効果のあるパネルを貼り、日射による熱負荷にも配慮しています。自然採光の場合、基本照明等の電力使用量を、従来より18%削減することができました。



自然光を取り入れた天井

### ● エコベジくん

#### 環境にやさしく安全な野菜づくり

「エコベジくん」は、マルエツの店舗から出た、野菜くずをたい肥にし、それを利用して作られた野菜です。2009年に、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に認定されました。現在65店舗で販売しています。



生産者の顔が見える安全・安心な野菜

### ● 環境負荷低減への取り組み

#### 屋上スペースの緑化の推進

屋上を緑化すると、それらがカバーの役目を果たし太陽熱を遮るために建物への断熱効率があがり、消費電力を抑えることが可能になり、CO<sub>2</sub>の削減にも貢献することができます。屋上緑化は「ヒートアイランド現象」の抑制にも効果を発揮するとされており、今後も導入を拡大していく予定です。



屋上緑化で環境負荷を低減

### ● リサイクルを推進

#### リサイクルボックスの設置

再生可能資源の回収を推進するため、店頭にリサイクルボックスを設置しています。ペットボトル、商品トレイ、紙パックなどが回収対象です。紙パックについては、分離回収が困難なアルミ蒸着加工の紙パック製品も全店で回収しています。



入り口に設置されたリサイクルボックス



## お客様にプラスワンの価値を ご提供するプライベートブランド

### ● お手頃でECOな商品もmaruetsu365

maruetsu365は「お手頃なのにプラスワンの価値のある」商品をお届けするプライベートブランドです。お買い得感のある価格訴求はもちろんのこと、ティッシュ等の紙類には牛乳パックリサイクルの用紙を採用、コーヒーフィルタには非木材のパルプを使用するなど、環境にやさしい製品がラインナップされています。



## 地域との関わり

身近で信頼される企業を目指し  
地域との“絆”を深めてまいります。



### 「あって良かった」と喜ばれるマルエツであるために。

お客さまや社会との「絆」を深め、その「絆」をさらに広げることで地域の皆さまとの相互関係を深め、ともに暮らしやすい社会づくりに向け、従業員と会社が一体となって地域社会へ貢献しています。

#### ● 職場体験の実施

##### 地域の子どもたちに働くことの魅力を伝えるために

マルエツでは、地域社会に根ざしたスーパーマーケットとしての役割として、次世代を担う子どもたちを育成・支援する活動の一環で、「職場体験」を行っています。

体験学習では、お客さまへの対応、鮮度の見分け方や商品の陳列、清掃など実際に店舗での様々な作業を体験し、マルエツの取り組みを知ることはもちろん、商品の流通などを実際の作業を通して知ることで、社会への大きな視点を持ってもらうことができます。



従業員より鮮度の見分け方を教えてもらいます

#### ● 地域にやさしいお店づくり

##### サービス介助士資格取得者を配置

ご高齢の方や障がいをお持ちのお客さまをはじめ、すべてのお客さまが安心して楽しくお買い物ができるように、「おもてなしの心」で接客することは、マルエツの大重要な取り組み課題のひとつです。

マルエツは、拡大し続けるシニアマーケットへの対応強化とご高齢のお客さまにやさしい店づくりをめざし、サービス介助士(NPO日本ケアフィットサービス協会)の資格取得研修制度の導入にいち早く取り組みました。現在資格取得者652名(社員491名、パートナー161名)が配属。その中には、店長251名、レジ業務を行うグリーティング主任210名が含まれています。(2012年8月現在)



サービス介助士資格取得者の全店配置をすすめています



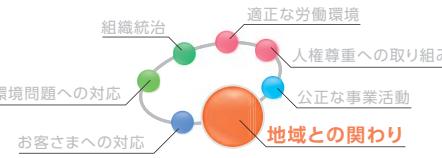
### 高齢者疑似体験について

「おもてなしの心にあふれたお店・従業員づくり」をテーマに、高齢者疑似体験をパートナー・クルーを含む1万6,000人の全従業員に対して実施しています。白内障ゴーグルや、手袋を使って視覚や触覚を制限し、ご高齢のお客さまの感覚に近い状態にすることで、ご高齢のお客さまに対する気づきを得ることを目指しています。

- **白内障ゴーグル**▶視覚低下、白内障と視野狭窄を体験
- **エンボス手袋**▶触覚低下と手先の不自由さを体験



ゴーグルと手袋を装着して、高齢者の方の視覚と触覚を体感



適正な労働環境  
組織統治  
人権尊重への取り組み  
環境問題への対応  
お客様への対応  
地域との関わり

#### ● お客さまの声に直接触れる

##### お客さまの声が直接届く“店長への直行便”

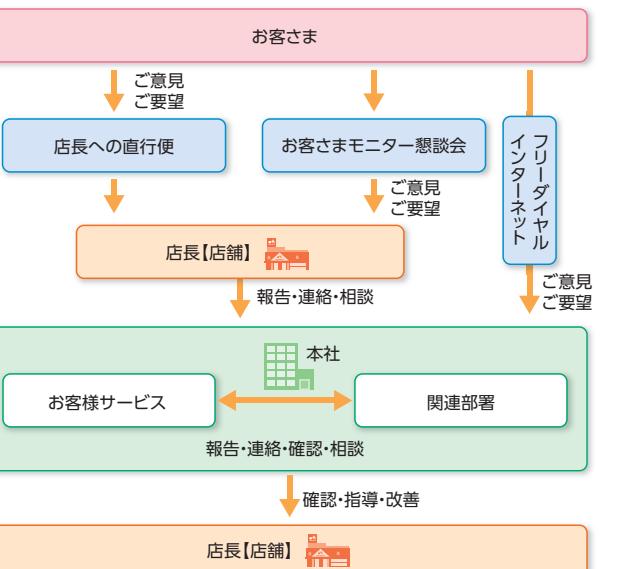
地域のお客さまに愛される店づくりを推進しているマルエツ全店では、お客さまと店を直接結ぶコミュニケーションツール「店長への直行便」を設置しています。これはお客さまがご意見やご要望を投函し、店長自らが解決策を出し回答するご意見箱です。迅速に回答、対応することで、お客さまの声を活かした店づくりをすすめています。寄せられたすべてのお客さまの声は、本社に集約され全社の施策づくりに役立てられています。



##### 地域の声が店舗運営に反映される

##### “お客さまモニター懇談会”

2011年度は18店舗において「お客さまモニター懇談会」を開催しました。この懇談会では当社開発商品についてのご意見や店に対するご要望を店長、エリアの責任者が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わたるご意見を、商品開発や新店・改装時の参考にさせていただいている。



お客さまの声を直接お聞きできる貴重な機会です。

#### ● 社会科見学の受け入れ

地域の小・中学校の社会科見学を積極的に受け入れています。社会科見学では、店長たちが先生役となって子どもたちに普段買い物をしているスーパーマーケットが、どのような工夫をしているのか、お客さまにどんな取り組みをしているのかを教えてくれます。



興味津々の子どもたち

#### ● 健康づくりの基礎となる食育を推進

「料理&カルチャー教室 いーとぴあ」は、子どもたちの健やかな成長のお手伝いのために小学生対象の「子供料理講座」を開催しています。料理の作り方だけではなく栄養知識や食事マナーも学べることを基本としたカリキュラムで、子どもたちはもちろん、保護者の方にもご好評をいただいている。



楽しみながら食育を学ぶ子どもたち

#### ● キッチンいーとぴあ

マルエツの店舗内で展開している「キッチンいーとぴあ」は「いーとぴあ」で蓄積されたメニューとノウハウ、管理栄養士の知識を活かし、毎日おいしくてバランスの良い献立の調理実演や試食による「メニュー提案」「クッキングアドバイス」をご提供し、地域の皆さまに好評をいただいている。



##### ● キッチンいーとぴあ設置店舗 (30店舗 / 2012年7月末現在)

**埼玉県:**春日部緑町店・佐知川店・草加八幡店・ナリア武蔵浦和店・久喜店・幸手上高野店・越谷レイクタウン店・西大宮駅前店・蕨北町店・大宮大和田店・川口キュボラ店・岩槻駅前店・入間川店・東門前店

**千葉県:**東習志野店・北柏店・市川菅野店・宮野木店・安食店・成田ニュータウン店

**東京都:**金町店・国領店・立川若葉町店・調布店・新糀谷店

**神奈川県:**さがみ野店・井土ヶ谷店・茅ヶ崎店・四季の森フォレオ店・中山店

# 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。



写真提供：日本盲導犬協会

## 募金活動とふれあいキャンペーンで盲導犬の育成と理解促進に役立てています。

マルエツは盲導犬育成事業支援活動を推進しています。その活動の一環として全店に募金箱を設置し、目の不自由な方及び盲導犬に対する理解促進を図るため「盲導犬ふれあいキャンペーン」を実施しています。

### ● 募金額累計が2億円を突破

現在、日本には約30,000名の目の不自由な方々が「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。

マルエツでは、この状況を少しでも改善すべく1993年から「盲導犬育成募金活動」を実施し、お預かりした募金は公益財団法人日本盲導犬協会へ寄付しております。

募金活動スタートから19年目を迎えた2011年度の募金額は、1,392万円で、2012年3月に累計200,509,844円となりました。5月には日本盲導犬協会から感謝状をいただき、さらなる活動に邁進しております。



累計2億円突破の感謝状をいただきました

### ● 盲導犬への理解を深める

募金活動以外でも、目の不自由な方々に対する理解促進を図るため、お客様向けに日本盲導犬協会神奈川訓練センターの施設見学会を実施。盲導犬との歩行体験などを行っています。

店舗では、幅広い層のお客さまに盲導犬をより身近に感じていただく「盲導犬ふれあいキャンペーン」を実施。訓練のデモンストレーションや盲導犬とのふれあいを通じて理解を深める啓蒙活動を行っています。

また、盲導犬を伴って来店されるお客様が気持ちよくお買い物をしていただけるよう、店長をはじめ従業員の研修も行っています。



盲導犬ふれあいキャンペーン



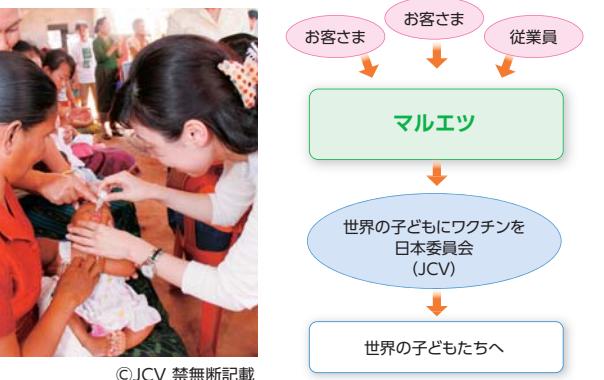
盲導犬との体験歩行で、目が不自由な人のパートナーの必要性を体感



©JCV 禁無断記載

### ● ペットボトルキャップ回収でワクチンを寄贈

世界では、ワクチンの不足が原因で毎年多くの子どもたちが命を落としています。マルエツでは2009年3月よりお客様のご協力を得て、店頭に設置した「ペットボトルキャップ回収ボックス」を使って全店でキャップの回収を行っています。お客様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。

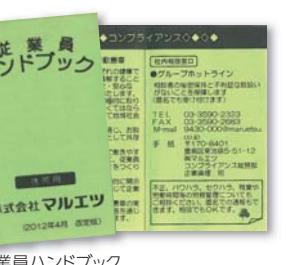


寄付実施年度	2011年度
キャップの量	107t
ワクチンの数量	53,280本 (ポリオワクチンの場合)

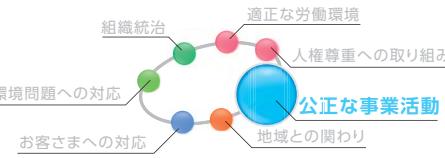
### ● コンプライアンスを全社体制で推進

2003年度に当社は「マルエツグループ行動憲章」を制定し、コンプライアンスの全社体制を推進してまいりました。グループ行動憲章には、安全・安心な商品の提供や、公正な取引を通じ、お取引先さまのよきパートナーとして共存・共栄を図ること、公正で自由な競争を通じて企業の繁栄を目指すことを明記しています。常に公正な取引をすすめ、コンプライアンス体制の構築に向けて従業員教育も実施しています。特に、マーチャンダイザーに対しては、外部講師による研修も実施しております。(2012年2月：80名参加)

「マルエツグループ行動憲章」は、従業員ハンドブックに掲載しており、従業員全員が常に携帯しています。



従業員ハンドブック



### ● 「飲料自販機」売上の一部を被災地へ寄付

マルエツでは、各店舗に設置されている飲料自動販売機の売上金の1%相当額を各地域の介護・養護施設へ寄付させていただいておりましたが、2011年度分430万円は昨年度に引き続き東日本大震災の復興支援のために、日本赤十字社を通じて被災地へ義援金として寄託させていただきました。



#### 飲料自動販売機の売上金1%の寄付活動について

「東日本大震災」の被害の甚大さに鑑み、被災者の方への支援の為、日本赤十字社を通じて寄付することにいたしました。  
(地域の介護・養護施設への寄付から変更をさせていただきます。)

皆様のご理解をお願い申し上げます。

● maruetsu maruetsupetit ● EINCO'S

### ● 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チャリティー番組、24時間テレビ「愛は地球を救う」に、2008年度より参加しております。2011年度は、店頭での募金160万円、チャリTシャツの販売1,045枚、売上金の一部34万円を「24時間テレビ」チャリティー委員会へ寄付いたしました。寄せられた募金は、「24時間テレビ」チャリティー委員会を経由して、福祉事業や環境保護、災害救援などに活用されます。(2012年は6月15日～9月2日実施)



24時間テレビ「愛は地球を救う」チャリTシャツ



## 人にやさしい職場づくり

みずみずしく生き生きハツラツと  
働く職場づくりを目指しています。



## 「ここで働けて良かった」と誇れる会社するために。

「マルエツで働けて良かった、とすべての社員が思えるような会社でありたい」との思いから、従業員のスキルを向上させる仕組みづくりや、そのスキルを活かすシステムづくりに努めています。

### ● 教育体系

新入社員研修・階層別教育・管理職教育・次世代育成教育の4つの柱と昇格試験、各種技能コンクール、各種公的資格取得、自己啓発の4つの土台で構成されています。

#### ■ 新入社員研修

- 新入社員オリエンテーション研修
- 新入社員フォロー研修
- 新人レジ研修
- パートナー加工研修
- 1年次実務研修
- 2年次・3年次実務研修

#### ■ 階層別教育

- SM店長コース
- CDP店長代行選抜研修
- MD研修
- 店長生鮮スクール
- SV・トレーナー研修
- 新任主任研修

#### ■ 次世代経営幹部教育

- 上級管理職研修
- 変革リーダー養成塾
- 次代塾

#### ■ 観察研修・産地研修

- 米国流通業界店舗観察研修
- 青果産地研修
- 国内流通業界店舗観察研修

### ● 技能コンクールの実施

マルエツには「食の専門店」としてお客様に喜んでいただけるよう、商品の加工技術の向上、伝承のために生鮮、デリカ、インストアベーカリー部門で、社員・パートナーを対象として各部門ごとに自分の腕を試せる「技能コンクール」を開催しています。コンクールは自らの技術・知識レベルを再認識する良い機会となっており、モチベーションのアップにも繋がっています。



スキルアップを図る絶好の機会となっています

### ● 「食の専門アドバイザー」

「地域で一番信頼される食の専門店」としてお客様の多様なニーズ・ウォンツに対応できる「食の専門アドバイザー」を育成しています。

「食の専門アドバイザー」は社員・パートナーで、研修・検定試験を経て認定されており、お客様の食生活での困りごとを豊富な商品知識と会話で解決してさしあげ、お客様に喜んでいただくことを目指しています。

マルエツでは、「食の専門アドバイザー」を店舗に配置し、お客様との会話を通じて、スーパーマーケットをめぐらしています。



熱心に受講する参加者たち

### ● 青果産地研修

店長、青果担当の主任を対象に、産地に行って生産者である農家の方と触れ合い、農業の現状を理解するとともに、青果物の生産、流通の今後について考察することを目的として産地研修を実施しています。

実際に収穫、選果作業を体験し、自らが販売する商品に対する知識を深めています。



現場で直接得た知識は今後の仕事に必ず役立ちます

### ● 「いいもの発見!提案制度」を開設

現場で起きてる様々な課題や問題に対し、従業員自らが取り組み改善した事、自らが気づき良いと感じた事を提案し、そのノウハウを会社のしきみや標準(基準)に取り込んで、会社全体で活かしていくシステムとして「いいもの発見!提案制度」を設けています。この提案制度には

#### ①スピーディーな標準化とノウハウの共有化

#### ②常に改善に取組む組織風土づくり

という2つの目的があります。身近で、日々おきている事に対しこんなやり方をしたら良かった、他ではこんなやり方をしているが良さそう、といった「全社で展開」でき、「標準」に結びつける事が狙いです。提案された案件に関して

### ● 障がい者雇用の推進

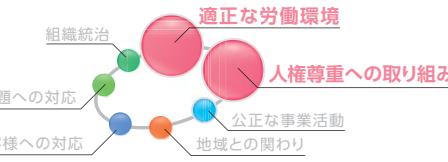
ノーマライゼーションを通じ社会に貢献し人と企業の共生を目指すことを目的として、1992年に特例子会社(株)マーノを設立しました。さらに、生鮮加工センターにおける業務委託等を行う特例子会社(株)マーノセンターサポートを2010年に設立しました。2012年6月末現在で、障がい者雇用率は2.17%(175名)となりました。今後も雇用の拡大に努めていく予定です。



共に働くことで従業員同士に細かな配慮や気づかいが生まれます

### ● ワークライフバランス

マルエツは出産・育児・介護など様々なライフイベントにおいても、一人ひとりが誇りを持って、安心して働く職場環境の整備に努めています。従業員が社会や家庭を通して数多くの経験をすることは、多様化していく組織にとっても強みです。女性社員が多数活躍している当社にとって、仕事と育児・介護を両立できる環境づくりは、成長する組織となるために必要不可欠であると考えています。



は定められた手続きに従い評価を行い、採用された提案に関しては表彰を行います。2009年12月～2012年7月末までの提案件数は、2,065件。うち表彰を受けたのは239件でした。



日常の業務に対するモチベーションアップにも役立っています

### ● 外国人従業員の採用

2012年2月末現在、705名(中国523名、フィリピン79名、韓国42名、アジア諸国48名、その他13名)の外国籍の方が働いています。最多数を占める中国の方々には中国語版教育ツールに沿って教育をし、その他の国の方にはOJT(オン・ザ・ジョブ・トレーニング)を通じて教育を実施しています。

### ● グループホットラインの設置

マルエツ及び関係会社を含むグループの法令違反行為に対する適切な通報、相談の窓口として、グループホットラインを設置しています。相談・通報内容については、公益通報者保護法及びグループホットライン規定に則り、通報者を保護し、調査結果に基づいた適切な対応を行います。

項目	内容
妊娠時の時間短縮	妊娠の健康状態保護のため勤務時間を短縮
妊娠時の時差出勤	妊娠の健康状態保護のため出勤時間を変更
産前・産後休暇	母体の正常な維持、出産後の回復のための休暇
育児休暇	生後3才未満の子どもを育児するための休暇
育児の時間短縮	子どもを育てながら仕事に早く復帰するため、勤務時間を短縮
介護休職	家族の介護のための休暇
介護勤務時間短縮	家族の介護のため、勤務時間を短縮



# 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。

## 2011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	環境活動	2011年度目標	結果
店舗共通	・店舗の電気使用量の削減	10年度比1%削減	○
	・レジ袋使用重量の削減	10年度比5%削減	○
	・食品廃棄高の削減	10年度比10%削減	×
	・人時効率の改善	人時効率の予算内運用	×
本社共通	・本社の電気使用量の削減	10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）

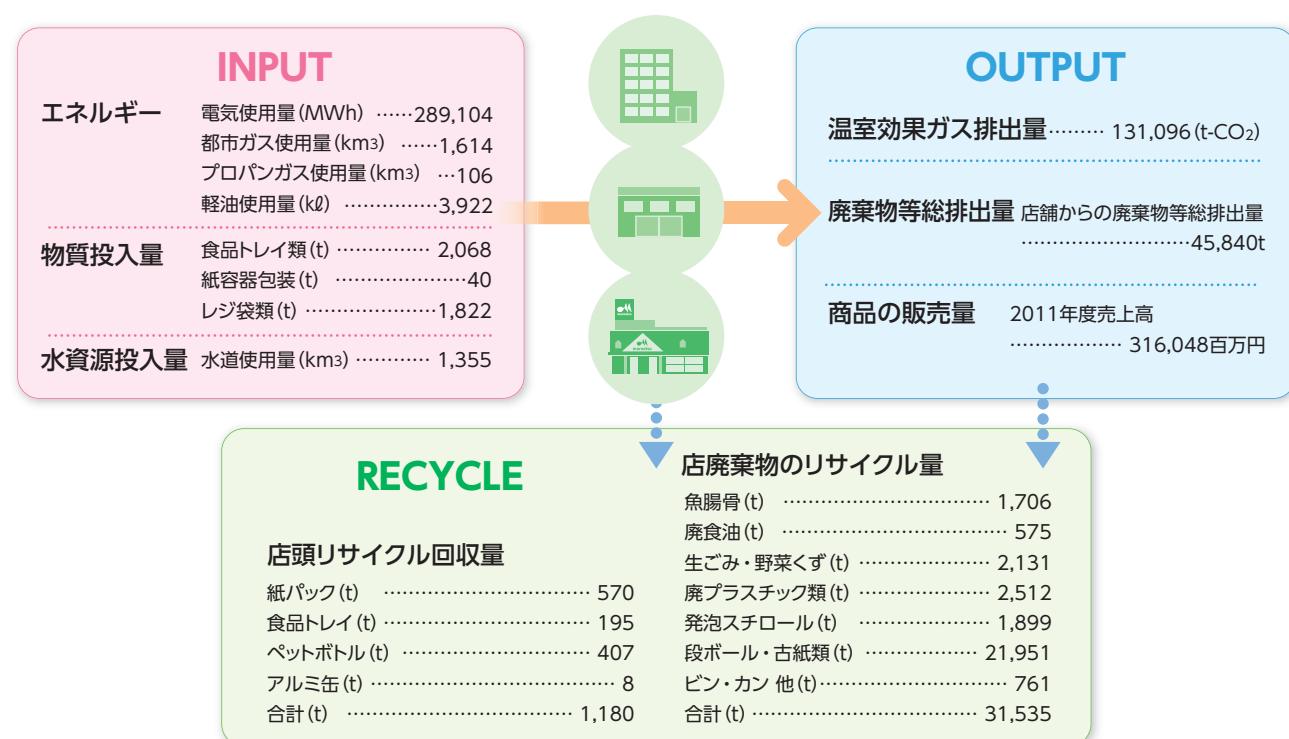
活動単位	2011年度環境活動	2011年度目標	結果
経営企画本部	構造改革ミーティングの運営	スケジュール管理	○
財務経理本部	仕入伝票、返品伝票の電子化による伝票(紙)の削減	10年度比10%削減	○
ヒューマンパフォーマンス改革本部	環境教育を推進する	新入・一年次・新店社員教育	○
総務本部	レジ袋使用重量の削減	10年度比5%削減	○
	食品リサイクル率の向上	食品リサイクル量2,000t	○
開発本部	1店舗あたりのCO <sub>2</sub> 排出量の進捗管理	排出量の進捗状況を記録	○
	電気使用量の削減	10年度比1%削減	○
	水道使用量の削減	10年度比1%削減	○
開発本部	コピー用紙の使用量の削減	10年度比2%削減	○
	POP用紙 斤量の見直し	POP消耗品費予算内運用	○
営業統括(マーケティング担当)	人時効率の改善	人時効率の予算内運用	×
営業統括(店舗運営担当)	食品廃棄高の削減	10年度比10%削減	×
営業統括(商品計画担当)	食品トレイの使用量削減	09年度比2.9%削減	○
	LED電球の拡販	4,435個	○
	配送車両のCO <sub>2</sub> 排出量削減	実績データを記録する	○

注) 振替伝票の電子化による伝票(紙)の削減の取り組みは経営企画本部、財務経理本部の共同取り組みです。

注) 活動単位は2011年度組織です。

## 2011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	電気量削減活動	0	56,521,996kw	542,611
		電気使用量の削減	114,255	1,089,263kw	16,359
		ガス空調への切り替え(5店舗)	198,248	1,413,806 kw	28,360
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	43,016	515,820kg	93,785
		お買物袋持参率18.7%、レジ袋使用量の削減	176,288	2,416トン	0
		魚腸骨の100%資源化	0	1,706トン	0
	一般廃棄物の適正処理	魚腸骨の100%資源化	0	575トン	0
		野菜くずの資源化(98店舗)	5,148	2,131トン	0
		一般廃棄物の適正処理	557,282	0	0
	店頭リサイクル	牛乳パックの回収		570トン	647
		食品トレイの回収		195トン	0
		ペットボトルの回収		407トン	339
		アルミ缶の回収		8	186
上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2011年度容器包装リサイクル委託	124,686	0	0
	店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入	1,530	0	0
	エコロジーパックの販売	エコロジーパックの販売	0	15,600枚	0
	環境管理コスト	環境報告書作成	2,392	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	2,702	0	
	美化・緑化運動の推進	武蔵野の森再生事業	347		
	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	48,823	95,825千円	
	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」	14,232	14,232千円	
合計			1,288,949	—	682,287



### 全店総CO<sub>2</sub>排出量 (2011年3月～2012年2月)

環境保全の種類	使用量 排出量実績	原単位	CO <sub>2</sub> 排出量 係数	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)	289,104,208	0.085044679	0.36	104,077,515	389,803	329	79.4	
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> )	1,612,769	0.000474422	2.10	3,386,815	20,040	11	2.6	
販売にともなうプロパンガス使用量 (m <sup>3</sup> )	107,341	0.000031576	6.225	668,198	11,932	2	0.5	
販売にともなう水道使用量 (m <sup>3</sup> )	1,355,361	0.000398701	0.58	786,110	2,966	2	0.6	
販売にともなう軽油使用量 (L)	3,922,000	0.001153720	2.6	10,197,200	38,335	32	7.8	
店舗からの可燃ゴミ排出量 (kg)	12,333,738	0.003628169	0.84	10,360,340	38,949	33	7.9	
レジ袋類 (kg)	1,822,442	0.000536101	0.28967	527,906	1,985	2	0.4	
食品トレイ類 (kg)	2,067,664	0.000608237	0.528	1,091,727	4,104	3	0.8	
合計				131,095,811	508,115	415	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。

注) 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。

### 2011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	2011年度	前年比 (%)
全店CO <sub>2</sub> 排出量 (t-CO <sub>2</sub> )	152,466	154,027	152,035	152,336	131,096	86.2
店舗延べ床面積×営業時間 (m <sup>2</sup> ・h)	3,234,847,553	3,292,493,950	3,304,729,967	3,355,278,025	3,399,439,114	102.9
マルエツ環境負荷目標 (g-CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> ・h) <sup>※2</sup>	47.1	46.8	46.0	45.4	38.6	83.8

注) マルエツ環境負荷指数は全店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。よって、1m<sup>2</sup>・1時間あたりのCO<sub>2</sub>(g)排出量を指します。

### 2011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	生ごみ・野菜くず 575 魚腸骨(魚のあら)	2,131 1,706	21.2% 100.0%	5.4% 6.8%
小計	12,333	4,412	35.8%	—
生ごみを除く可燃物				