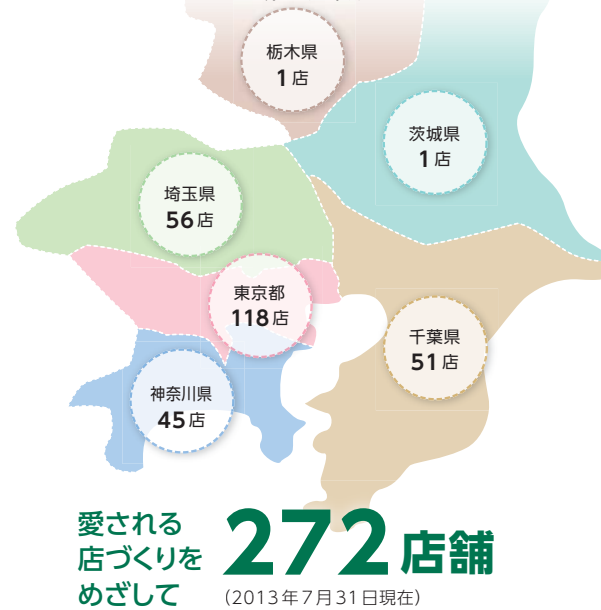


マルエツ 社会・環境報告書

MARUETSU SUSTAINABILITY REPORT

2013

● 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] 315,689百万円 [単体] 315,432百万円
 (2013年2月28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: 2013年8月



■ 社長メッセージ

社会的責任においても、「しあわせいかつ。」の実現をめざしています。

マルエツでは、お客さまに「ふだんの暮らしの中でちょっぴり幸せな気持ちを感じていただきたい」という思いから、ブランドメッセージ「しあわせいかつ。」をかけています。

「しあわせいかつ。」は、お客さまが店舗での日々のお買い物でも感じていただくことはもちろんですが、同じように、私たちの環境負荷低減活動や地域・お客さまと絆を深めていくなどの社会的責任を果たす活動にも通じていくものであると考え、その実現をめざしています。

当社は、2015年に創業70周年を迎えます。その2015年に向かって、マルエツではCO₂の排出量を2007年度比1店舗あたり25%削減するという目標を掲げ、全店で電気使用量の削減をはじめレジ袋の削減、廃棄物の削減に取り組んでいます。

また、生鮮加工センター・物流センターの活用により、お客さまに安全・安心で新鮮な商品のご提供に取り組んでいます。さらに、高齢化社会への対応として、安心して楽しくお買いものができる、人にやさしい店舗づくりを推進しています。一方、お客さま視点で行動ができる人材の育成の一環としては「救命技能認定者」や「サービス介助士」などの資格者の養成および店舗への配置を行っています。また、昨年度は、「東日本大震災・津波遺児支援」や当社プライベートブランド「maruetsu365」ペットフードの売上1%の寄付などの社会貢献活動を行いました。

これらの活動を通じて、私たちは本業での責任を全うし、さらに環境活動に積極的に取り組むことを通して社会的責任を果たしていきたいと強く考えております。

本報告書を通じて、マルエツの環境活動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、ご意見を賜う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

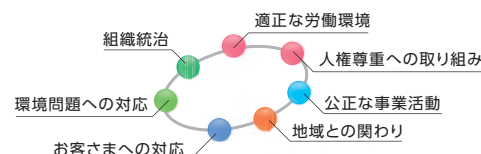
上田 真

目次

- 2 ■ 巻頭レポート マルエツの強み
- 5 ■ 環境負荷低減活動
- 9 ■ お客さまへの対応
- 11 ■ 地域との関わり
- 13 ■ 社会貢献活動
- 15 ■ 人にやさしい職場づくり
- 17 ■ 環境パフォーマンス

報告書作成にあたって

ISO 26000における7つの中核主題



本報告書は、マルエツが皆さま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。社会的責任に関する国際規格ISO 26000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。

巻頭レポート

マルエツの強み!

首都圏最大のスーパーマーケットとしての経験と実績で展開する「地域に合わせた店舗業態」、価値と品質を高い次元で両立させた「マルエツならではの商品」、全工程一貫管理の「安全・新鮮をお届けする自社センター」、それらを支える「おもてなしの心と専門的知識を持った人材」という4つの強みを活かし、さらに「お客さまの声に応えるサービス」で地域に役立つオンリーワンの企業をめざします。

地域に合わせた店舗業態

首都圏最大の食品スーパーマーケットチェーンとして、それぞれの地域に最も適した商品やサービスをご提供するため、「マルエツ」「マルエツ プチ」「リンコス」「魚悦」の4つの屋号で地域性に応じた多様な店舗を展開しています。



マルエツならではの商品

お客さまの“笑顔のある食卓”を応援する企業であるために、お客さまの声に耳を傾け、安全で新鮮な生鮮食品の提供、プライベートブランド「maruetsu365」の展開などマルエツならではの商品をお届けしています。



おもてなしの心と専門的知識を持った人材

ご高齢のお客さまや障がいをお持ちの方が安心してお買い物をしていただくためのサービス介助士の配置、お客さまに健康で豊かな食生活をご提案する食の専門アドバイザーなど、専門的な知識を持った人材の育成に努めています。



安全・新鮮をお届けする自社センター

商品の入庫から生鮮加工、出荷に至る全工程を管理する4つのセンターにより物流体制を確立。「高鮮度で安全な商品の提供」「輸送の効率化による環境負荷の低減」「物流の効率化によるコストダウン」を実現しています。



お客さまの声に応えるサービス

インターネットで簡単にお買い物をしていただける「ネットスーパー」やお買い物当日にご自宅に商品をお届けする「らくらくクマさん宅配便」など、お客さまのニーズに応える様々なサービスを展開しています。



企業としての「強み」を最大限に活かす スーパーマーケットであり続ける こと、それが地域のお客さまに喜ばれる ための最大の使命だと考えます。

会社帰りに気軽に寄れる、インターネットで家に居ながらにして買物ができる、ご高齢
簡単な調理だけで安全で新鮮な食品が食卓に並ぶ、

お客さま一人でも安心して来店できる、買った商品がその日のうちに自宅に配達、
これらすべてはマルエツにとっての「強み」だと思っています。

サービス

ネットでかんたんお買い物! ご自宅に即日お届けいたします。



●狭域型店舗展開のマルエツだからこそネットスーパー

介護・育児世代など、お買い物に行きづらい方はもちろん、普段店舗でお買い物をされている方からも、マルエツのネットスーパーは、家に居ながらにして、通い慣れたお店から必要な物を購入できるところがご好評をいただいております。

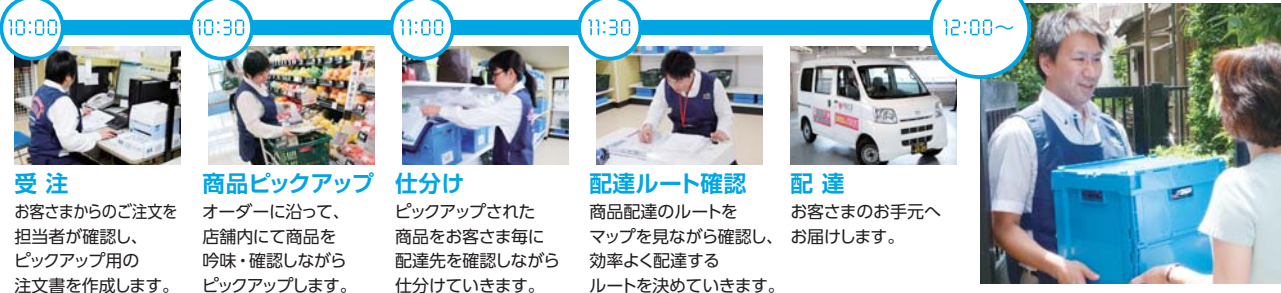
●主婦の目で選んだ商品が通い慣れた店から届く安心感

マルエツではネットスーパーを展開するにあたり、専任スタッフを組織して運営にあたっています。ご来店できないお客さまに代わって、店頭と並ぶ新鮮な商品から、専任スタッフが主婦の目で吟味した、よりよい品物をお届けする。それがマルエツのネットスーパーの特徴です。

●効率的な配送で注文から約2時間でお客さまへ

ピックアップされた商品は温度帯別に再利用可能なボックスに仕分けされ、事前に配達担当者が効率的な配達ルートを検討した上で出発。お客さまのご都合にあわせた時間帯に配達されます。ご注文から最短約2時間でお客さまのお手元に届けられます。

●ネットスーパーの流れ(例:長津田駅前店第1便)



店舗

地域により異なるお客さまのニーズを反映した店舗業態を展開。
それぞれの街で存在価値を高めています。



maruetsu
マルエツ

生鮮食品を中心に、衣料・日用雑貨まで幅広い品揃えで、お客さまが楽しく便利にお買い物ができる環境を追求した、食品スーパーマーケットです。



maruetsu petit
マルエツプチ

都市部を中心に広がる「買い物不便地域」に対応し、より暮らしやすい街にするために生まれた小規模店舗業態の都市型スーパーマーケットです。



LINCOS

ライフスタイルによって異なるお客さまのニーズに応え、より高いクオリティの商品とサービスを提供する高品質スーパーマーケットです。

店舗数は2013年7月末日現在

人材

さまざまな人材育成を通して、すべてのお客さまが
安全・安心にお買い物できる環境を整えています。



救命技能認定者

店内での万一の事態に備え、安心してお買い物ができる店舗づくりの一環として、店管理職全員が「救命技能認定証」を取得。2013年5月には全店舗に救命技能認定者が配置されています。



サービス介助士

サービス介助士は、ご高齢のお客さまや体の不自由な方に対する「おもてなしの心」と「介助技術」を身につけるための民間資格。現在、700名以上のサービス介助士資格取得者が働いています。



食の専門アドバイザー

地域で信頼される「食の専門店」をめざし、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」としての役割を担えるよう、人材の育成を図っています。

物流

地域特性を踏まえた店舗展開で、首都圏を網羅するマルエツ。
自社管理の物流センターが、マルエツの店舗ネットワークを最大限に活かします。

埼玉県内2か所、神奈川県内2か所の
4つのセンターで、首都圏の全店舗をカバー!



商品の入庫から出荷に至る全工程を一貫したコールドチェーンで管理する鮮魚・精肉の加工機能を持つ川崎複合センター・三郷複合センター。
加工食品の物流機能を担う横浜常温物流センター・八潮常温物流センター。
これら4つのセンターに集約された物流体制で自社一括管理することにより、「高鮮度で安全な商品の提供」「輸送の効率化による環境負荷の低減」「生産性と物流の効率化によるコストダウン」を実現し、1都5県270店舗以上をカバーする最適な物流ネットワークを構築しています。

商品

生鮮食品をはじめ、お客さまにプラスワンの価値をご提供するmaruetsu365など
マルエツならではの商品でお客さまのニーズにお応えします。



安全・安心を追求した生鮮商品

生鮮食品に求められるのは、新鮮であることはもちろん何より安全であること。食の専門店として厳選した産地から新鮮な商品をお届けするだけでなく、細菌検査や放射能検査などを通して、安全で安心な商品を提供しています。



maruetsu365

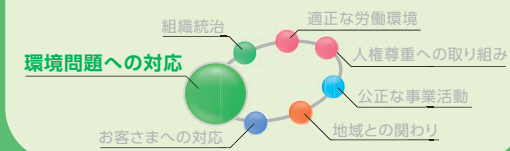
maruetsu365は「お手頃なのにプラスワンの価値のある」商品をお届けするプライベートブランドです。環境にも配慮したエコな商品もラインナップされています。
(2013年7月末日現在211点)



簡便性・即食性の高い食品

フライパンで焼くだけの「フライパンDEクッキング」、レンジで仕上げるだけの「レンジDEクッキング」など、お客さまのニーズが多い簡便性・即食性の高い食品をご提供しています。

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。

再生可能エネルギー活用への取り組みを始めました。

東日本大震災をきっかけに再生可能エネルギーによる発電に対する関心が高まりを見せています。資源の枯渇の恐れが少なく、環境への負荷が少ない太陽光やバイオマスといった再生可能エネルギーの導入を一層進めることが必要となっています。



屋上に敷き詰められた800枚のソーラーパネル

マルエツでは、CO₂削減の取り組みの一つとして、太陽光パネルを「マルエツ幸手上高野店」を含む、「エムズタウン幸手東館」の屋上に設置し、2013年7月より、太陽光発電による売電事業を開始いたしました。800枚のパネルにより、年間の発電量は165,415kWhとなります。



太陽光発電の様子を知らせる液晶モニター

CO₂削減へ向けてマルエツが進めていること。

2015年度に1店舗あたりのCO₂排出量を2007年度比25%削減(522t-CO₂)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に取り組ん

でおります。2012年度は電力抑制施策などを行い、その結果1店舗あたりのCO₂排出量は524t-CO₂となりました。

調光機能付きLED照明の導入を加速

消費電力が少なく寿命の長い調光機能付きLED照明への変更を進めています。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進めています。



蛍光灯に比べ消費電力が少ないLED

冷ケースのナイトカバーの使用を徹底

冷ケースには、閉店後に使用するナイトカバーを設置し、冷気漏れを抑制し、電力消費を抑えています。



ナイトカバーで夜間の、電力消費を抑制

空調システムにガスヒートポンプを採用

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CO₂抑制に貢献

各種節電活動の徹底

店舗の使用電力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、基本照明の部分消灯や作業スペースなどでの節電を行っています。



発熱量が少ないLEDは冷ケースでの使用が効果的

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。

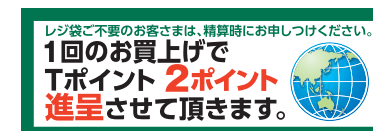
マルエツでは、「お買い物袋不要カード」を全店で導入し、お客さまとともに、積極的に「お買い物袋持参運動」を展開しています。2012年6月の環境月間、10月の3R推進月間では、レジ袋をご辞退したお客さまへのキャッシュバックと同額を、東日本大震災津波遺児支援のため「あしなが

育英会」に寄託しました。2012年11月からは「Tポイントサービス」の順次導入にともない、従来のキャッシュバック方式から「Tカード」会員のお客さまがレジ袋を辞退された場合、お買上げ金額にかかわらず、2ポイント進呈として活動を継続しています。

レジ袋辞退率

(単位：千枚)

	2010年度	2011年度	2012年度
辞退率	19.8%	18.7%	18.7%
削減枚数	55,545	52,103	52,214



ISO 14001 認証事業所の拡大

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「ISO 14001」の認証を取得しました。さらに全事業所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、さらに2012年度の更新審査において認証事業所は、262事業所に拡大いたしました。



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CO₂削減のため、様々な環境保全活動をすすめております。

武蔵野の森再生事業

2010年より、温室効果ガス削減の施策のひとつとして「武蔵野の森再生事業」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343名が参加しました。

2013年春のボランティア活動は、環境教育の一環として、2013年度全新入社員79名も参加しました。下草刈りなどをすることが森林保全にどれだけ有益であるかを体験する、研修の場となりました。

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。



環境教育の一環として全新入社員が参加し、森林保全への理解を深めました。

水自動販売機による寄付活動

マルエツ各店舗に設置している「水自動販売機」の売上金に応じた相当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た森づくりや、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。

※「水自動販売機」は2012年12月より無料でのご提供に変更になっています。

寄付拠出年度	募金金額
2008年	510千円
2009年	500千円
2010年	510千円
2011年	522千円
2012年	332千円
累計	2,374千円

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。

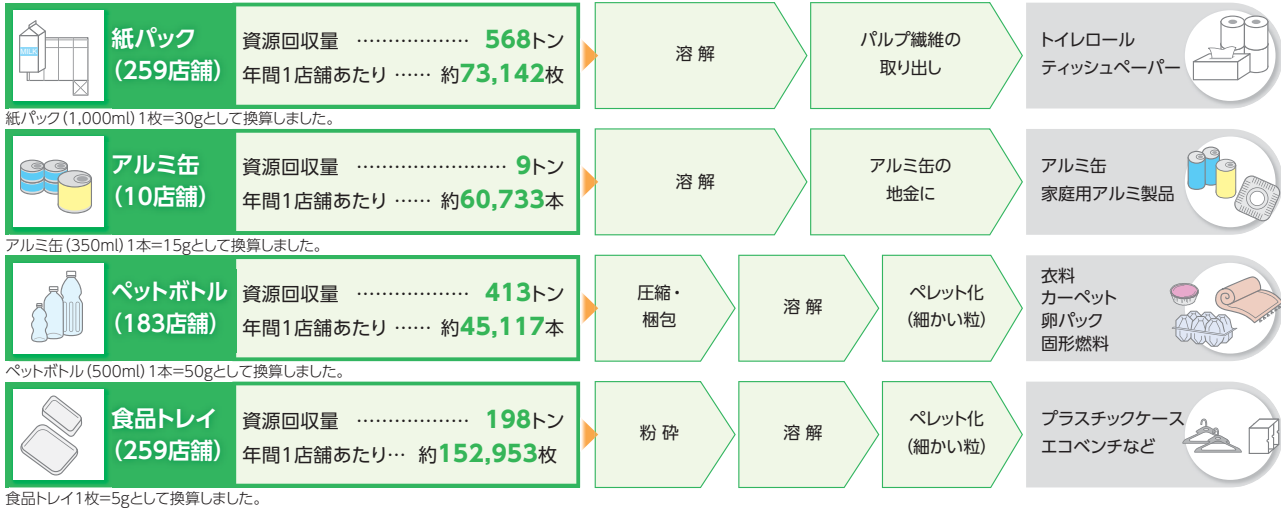


地域社会と協力してリサイクルを推進。



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、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、店頭で紙パック、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。（2012年度）



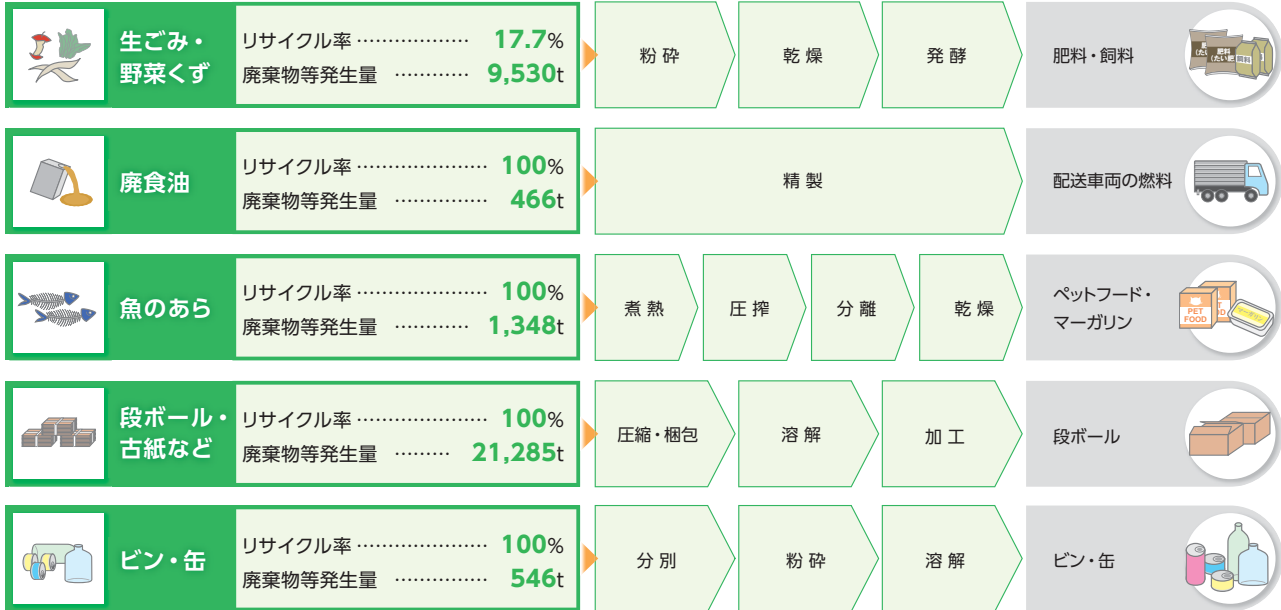
ペットボトルリサイクルの流れ

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、細かく砕かれます。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。

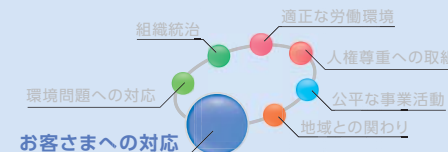


お店からの廃棄物をリサイクル

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。（2012年度）



お客さまにも環境にもやさしい お店づくりに取り組んでいます。



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。更に、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CO₂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い物を楽しんでいただくために。

楽しいお買い物をサポート

●ルーペ付き軽量アルミ製カートの導入

ご高齢のお客さまや体が不自由な方にも楽に利用できる、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

●カートをそのままセットできるサッカー台を設置

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台(作荷台)を導入しています。サッカー



品選びに便利なカゴ置き台



カートをそのままセットできるサッカー台

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。

ショーケースの近くには、カゴ置き台を設置しています。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。

多目的トイレの設置

お客さま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。



現在26店舗にオストメイト
対応トイレを設置

*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られた方々のことです。

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お客さまが、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。

駐車しやすい広めのスペース



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採り入れることで大幅な調光が可能となり電力使用量が削減されました。また採光部に断熱効果のあるパネルを貼ることで、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。



自然光を採り入れた天窓

省エネ・照明デザインアワード2012優秀事例を受賞

環境省が主催する「省エネ照明化」と「魅力的な空間づくり」の両立を促進する「省エネ・照明デザインアワード2012」においてマルエツ中山店が「トップライトからの自然光とLEDの自動調光システムにより、快適性を失わずに省エネを実現したスーパーマーケット」であるとして「商業・宿泊施設部門」の優秀事例に選ばれました。



maruetsu365にはお得でECOな商品も

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、コーヒーフィルターには非木材のパルプを使用するなど、環境にやさしい商品がラインナップされています。



牛乳パックのリサイクルで作られた
保湿ティッシュと、非木材製紙資源ケ
ナフを使用したコーヒーフィルター

環境負荷低減への取り組み

●屋上スペースや壁面の緑化の推進

屋上や壁面を緑化すると、それらが断熱材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上がり、消費電力を抑えることが可能になり、CO₂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

再生可能資源の回収を推進するため、店頭でリサイクルボックスを設置しています。ペットボトル、食品トレイ、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回収しています。



入口に設置されたリサイクルボックス

川崎複合センターが ISO 22000の認証を取得しました。

川崎複合センターでは、さらなる食の安全を追求するためにISO 22000認証を取得しました。ISO 22000の規格は、HACCPのように食品業界だけに適用される規格ではなく、食品のライフサイクル全てにおいて食の安全を守ることを目指しており、食品に関係するさまざまな業種が規格の範囲となっています。

マルエツではこのISO 22000認証のセンターから出荷される安全で安心な商品をご提供してまいります。三郷複合センターにつきましても同様に取組んでおり、本年12月の認証取得を目指しております。

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、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う



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

ご高齢のお客さまや障がいをお持ちの方をはじめ、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、マルエツの大切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。現在資格取得者は、734名(社員552名、パートナー182名)。その中には、店長234名、レジ業務を行うグリーティング主任220名が含まれています。(2013年7月31日現在)



サービス介助士資格取得者の全店配置を進めています。



救命技能認定者を全店に配置しました。

救命技能認定は消防局・消防本部が指導し認定する公的資格の一つです。マルエツでは、お客さまが安心して来店し、お買い物できる店づくりの一環として、店舗管理職全員が、心肺蘇生やけがの手当てなどの初期の応急手当が習得できる「普通救命講習」を受講し、「救命技能認定証」を取得する取り組みを進めています。

2013年5月には全店舗に1〜2名の「救命技能認定者」が配置されました。



AEDの使用方法も受講します



普通救命講習受講の様子

お客さまの声に直接触れる

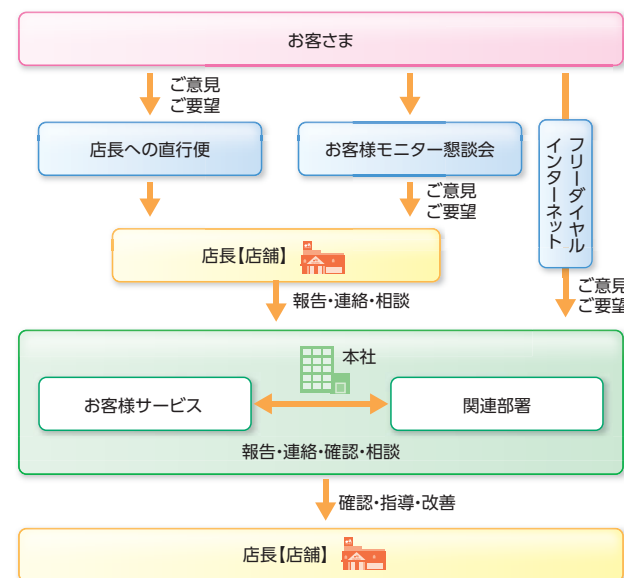
●お客さまの声が直接届く“店長への直行便”

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は全店で、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“お客様モニター懇談会”

2012年度は18店舗において「お客様モニター懇談会」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ます。



お客さまの生の声を直接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います。



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ます。



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、地域の皆さまにご好評をいただいております。



●キッチンいーとぴあ設置店舗(31店舗/2013年6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・川口キュポラ店・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・新稲谷店

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・長津田駅前店

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。

募金活動やふれあいキャンペーンを通じてお客さまとの協働による社会貢献活動を展開。

マルエツはあしなが育英会による「東日本大震災・津波遺児支援募金」や日本盲導犬協会による「盲導犬ふれあいキャンペーン」などのチャリティ活動に、お客さまとともに積極的に参加して、地域社会に対する社会的責任をはたすことによって、よき企業市民となるよう努力しています。



写真提供：日本盲導犬協会

東日本大震災支援「あしなが育英会」への寄託

2012年3月1日よりマルエツ全店で「東日本大震災・津波遺児支援募金」を実施いたしました。

当社からも募金額と同額の拠出金と、「環境月間(6月)」[3R推進月間(10月)]のレジ袋ご辞退によるお客さまへのキャッシュバック金額同額の拠出金を合わせて、民間非営利団体「あしなが育英会」に寄託いたしました。東日本大震災の津波遺児、または重度後遺障害を負った方のお子どもたちへの「奨学金」や「心のケア活動」等の支援に充てていただきました。

店頭募金期間

2012年3月1日(木)～2013年2月28日(木)

寄託金額合計 32,564,518円
(寄託金額内訳)

- 津波遺児支援店頭募金額 12,721,987円
- 当社拠出金額 12,721,987円
- 6月・10月のレジ袋辞退によるキャッシュバック相当額
当社拠出金額 7,120,544円



「あしなが育英会」より感謝状をいただきました



盲導犬育成事業を支援

現在、日本には約30,000名の目のご不自由な方々が「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。2012年度の募金額は13,812,119円となり、さらにmaruetsu365ペットフードの売り上げの1%相当額を同協会へ寄付しています。



売上金の一部を寄付していることをお知らせするポスター

盲導犬への理解を深める

募金活動以外でも、目のご不自由な方々に対する理解促進を図るため、お客さま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さま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。



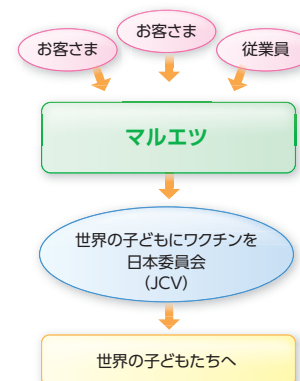
盲導犬ふれあいキャンペーン

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。マルエツは2009年3月よりお客さまのご協力を得て、店頭に設置した「ペットボトルキャップ回収ボックス」を使ってキャップの回収を行っています。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」(JC V)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。



©JC V 禁無断記載

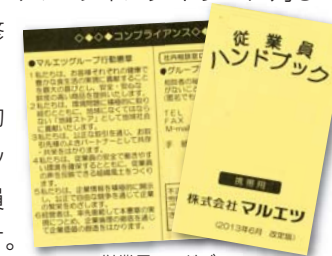


寄付実施年度	2012年度
キャップの量	100t
ワクチンの数量	49,830本 (ポリオワクチンの場合)

コンプライアンスを全社体制で推進

マルエツは2003年に「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。

「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。



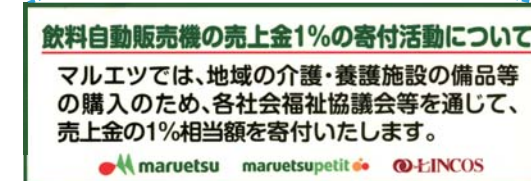
従業員ハンドブック

「飲料自販機」売上の一部を介護・養護施設へ寄付

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す。2012年度は414万円を各地域の社会福祉協議会を通じて、寄付いたしました。



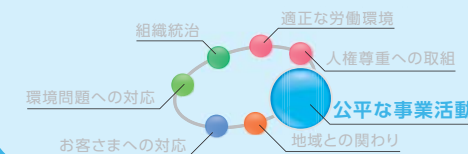
寄付金により購入された車椅子



飲料自販機にシールでお知らせしています

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。2012年度は、店頭での募金210万円、チャリティシャツの販売5,575枚、売上金の一部183万円を「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、災害援助などに活用されます。(2013年は6月15日～9月1日実施)





みずみずしく生き生きハツラツと働ける職場づくりを目指しています。

「ここで働けて良かった」と誇れる会社であるために。

「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
 - トレーナー・SV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
- 視察研修、産地研修
 - 米国流通業界店舗視察研修
 - 青果産地研修
 - 国内流通業界店舗視察研修

技能コンクールの実施

マルエツは「食の専門店」としてお客さま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、インスタベーカー部門で、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。



「食の専門アドバイザー」

「地域で信頼される食の専門店」としてお客さまの多様なニーズ・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、お客さま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、お客さまに喜んでいただくことを目指しています。

「食の専門アドバイザー」を店舗に配置し、お客さまとの会話あふれるスーパーマーケットをめざしています。



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

障がい者雇用の推進

ノーマライゼーションの実現を目指し、1992年に設立した特例子会社㈱マーノは設立20周年を迎えました。

現在、マーノで81名、マルエツグループ全体で193名の障がいを持つ仲間が、およそ30店舗で、青果や加工食品売場での陳列作業や値付け、商品の整理、清掃業務などの受託業務にあたっており、様々な場面で活躍しています。2013年6月現在、雇用率は法定を上回る2.30%となっています。20年間で培ったノウハウを活かし、障がい者の育成および業務の拡大を図り、障がいを持つ方が生き生きとやりがいをもって働き、自立していける会社を目指します。



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

専属産業医による健康管理

職場において労働者の健康管理等を効果的に行うためには、医学に関する専門的な知識が不可欠なことから、常時50人以上の労働者を使用する事業場においては、事業者は、産業医を選任し、労働者の健康管理等を行わなければならないこととなっています。

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、安心して働ける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事は、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。

また、雇用の支援としては2013年4月施行の高年齢者雇用安定法の改正に伴い、日常業務を行う上で健康上の問題がない場合、希望者全員を定年退職後の継続雇用の対象とすることとしました。

外国人従業員の採用

2013年2月末現在、731名(中国536名、フィリピン83名、韓国42名、アジア諸国64名、その他6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、その他の国の方たちには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。

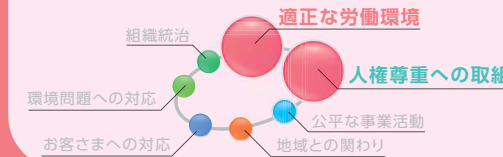
グループホットラインの設置

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。

マルエツは、「従業員の健康は、会社の健康に直結する」と考え、産業医の常駐による健康管理で社員を支援しています。

現在、本社での勤務及び各店舗を定期的に巡回し、本社勤務時には従業員面接の実施(メンタル・過重労働・復職)、店舗巡回時には店舗内巡視、労働安全衛生委員会への参加、過重労働者への面接を実施し、社員の健康管理に取り組んでいます。

妊娠時の時間短縮	妊婦の健康状態を保護するため、勤務時間を短縮
妊娠時の時差出勤	妊婦の健康状態を保護するため、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才未満のこ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をするため、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。

2012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	2012年度目標	結果
全社	・店舗の電気使用量の削減	10年度比 6.6%削減	○
	・レジ袋使用重量の削減	11年度比 1%削減	○
	・食品廃棄高の削減	11年度比 3%削減	×
	・人時効率の改善	人時効率の予算達成	×

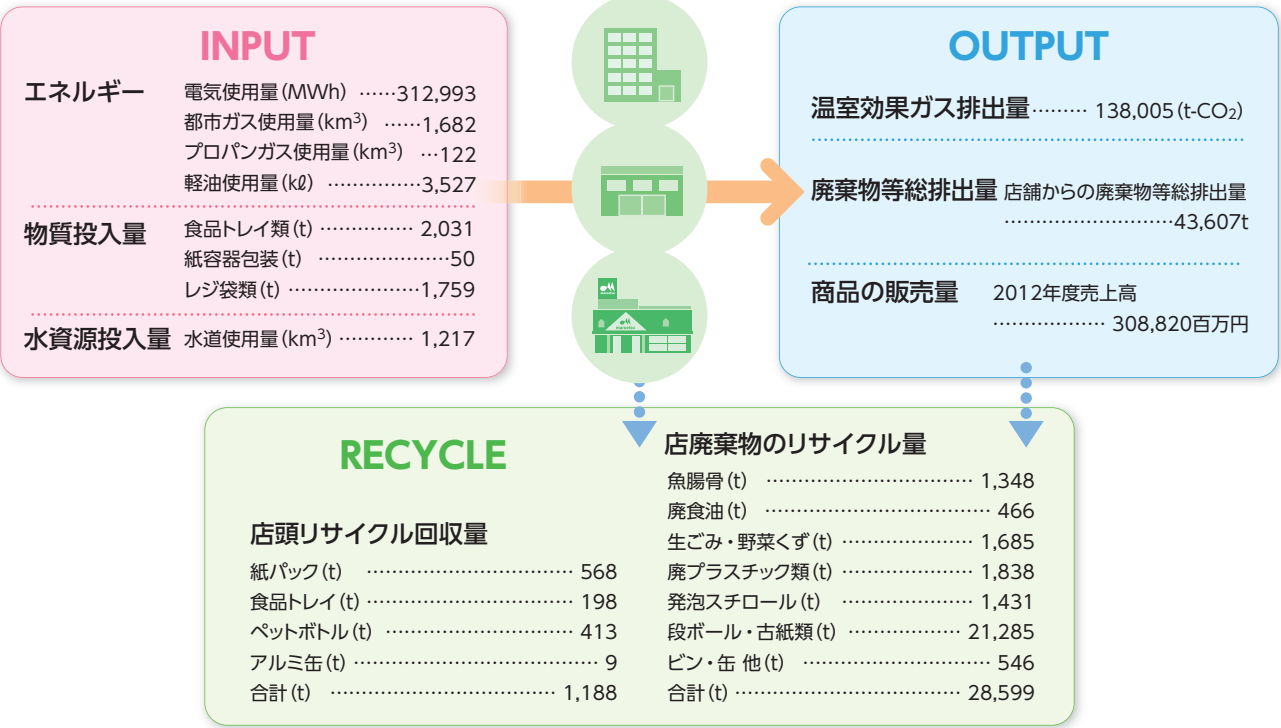
〈環境に有益な環境活動をするために本社各部署が取り組む環境目標〉

活動単位	環境活動	2012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	11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・1年次・新店社員教育	○
総務本部	レジ袋使用重量の削減	11年度比 1%削減	○
	食品リサイクル率の向上	食品リサイクル率50.9%	×
	1店舗あたりのCO ₂ 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 6.6%削減	○
	水道使用量の削減	11年度比 10%削減	○
開発本部	コピー用紙の使用量の削減	11年度比 7%削減	×
	人時効率の改善	人時効率の予算達成	×
営業統括(店舗運営担当)	食品廃棄高の削減	11年度比 3%削減	×
	食品トレイの使用量削減	1店舗あたり 7.8t削減	○
営業統括(商品計画担当)	LED電球の拡販	年間10,000個販売	○
	配送車両のCO ₂ 排出量削減	配送車両のCO ₂ 排出量管理	○
	POP用紙 斤量の見直し	POP消耗品費予算内運用	○

注)仕入・返品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2012年度組織です。

2012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	電気使用量の削減	電気量削減活動	0	31,718,636kW	304,499
			照明器具 LED導入 (79店舗)	849,933	10,482,107kW	175,106
			ガス空調への切り替え (5店舗)	250,158	1,267,371kW	14,194
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率18.7%・レジ袋使用量の削減	48,549	516,918kg	93,985
		廃棄物の資源化	ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化	181,796	1,997トン	0
			魚腸骨の100%資源化	0	1,348トン	0
			廃食油の100%資源化	0	466トン	0
			野菜くずの資源化 (100店舗)	3,491	1,685トン	0
		一般廃棄物の適正処理	一般廃棄物の適正処理	536,725	0	0
		店頭リサイクル	紙パックの回収		568トン	547
			食品トレイの回収		198トン	0
			ペットボトルの回収		413トン	263
	アルミ缶の回収			9トン	26	
上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2012年度容器包装リサイクル委託	111,591	0	0	
	店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入	2,472	0	0	
	エコロジーバッグの販売	エコロジーバッグの販売	0	4,826枚	0	
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	2,500	0		
	ISO認証取得	環境マネジメントシステムISO取得	3,470	0		
社会活動コスト	美化・緑化運動の推進	武蔵野の森再生事業	319			
	店頭募金・寄付活動	店頭での盲導犬募金、災害救援募金、復興支援	19,921	53,154千円		
	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」	332	332千円		
合 計				2,011,257	—	588,620



全店総CO₂排出量 (2012年3月～2013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※1	CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂)	1店舗当り (kg-CO ₂)	売上高(百万円) 当り(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)	312,993,192	0.092110228	0.36	112,677,549	412,738	365	81.6
販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量 (m ³)	1,682,854	0.000529156	2.10	3,533,993	20,911	11	2.6
販売にともなうプロパンガス使用量 (m ³)	122,298	0.000034366	6.225	761,305	13,595	2	0.6
販売にともなう水道使用量 (m ³)	1,217,185	0.000358055	0.58	705,967	2,577	2	0.5
販売にともなう軽油使用量 (l)	3,527,000	0.001037524	2.6	9,170,200	33,468	30	6.6
店舗からの可燃ゴミ排出量 (kg)	11,397,364	0.003352719	0.84	9,573,786	34,941	31	6.9
レジ袋類 (kg)	1,759,142	0.000517480	0.28967	509,571	1,860	2	0.4
食品トレイ類 (kg)	2,030,957	0.000597439	0.528	1,072,345	3,914	3	0.8
合計				138,004,717	524,003	446	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月改定値)しています。

2012年度のマルエツ環境負荷指数(消費エネルギー原単位)

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	前年比 (%)
全店CO ₂ 排出量 (t-CO ₂)	154,027	152,035	152,336	131,096	138,005	105.3
店舗延べ床面積×営業時間 (m ² ・h)	3,292,493,950	3,304,729,967	3,355,278,025	3,399,439,114	3,479,648,190	102.4
マルエツ環境負荷指数 (g-CO ₂ /m ² ・h) ※2	46.8	46.0	45.4	38.6	39.7	102.8

※2 マルエツ環境負荷指数は全店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。

2012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	生ごみ・野菜くず	9,530	1,685	17.7%	5.9%
	廃食油	466	466	100.0%	1.6%
	魚腸骨(魚のあら)	1,348	1,348	100.0%	4.7%
	小 計	11,344	3,499	30.8%	—
生ごみを除く可燃物		6,256	0	0.0%	0.0%
廃プラスチック類		2,522	1,838	72.9%	6.4%
発泡スチロール		1,431	1,431	100.0%	5.0%
段ボール・古紙類		21,285	21,285	100.0%	74.0%
ビン・カン		546	546	100.0%	1.9%
その他		223	156	70.0%	0.5%
合計		43,607	28,755	65.9%	100.0%

編集後記

来店してくださるお客さまをはじめ、インターネットでご利用していただいているお客さまにも、すべてのお客さまに「マルエツでよかった」と思っていたかためのキーワードが「しあわせいかつ。」です。当報告書では、このブランドメッセージに立ち返って、マルエツに関わるすべての人に「しあわせいかつ。」をお届けしたいとの思いから行ってきた事業の活動と、地域への社会貢献をご紹介します。

ぜひ、ご一読いただきますようお願いいたします。

報告対象期間：2012年3月1日～2013年2月28日
(2013年3月以降の活動も一部掲載しております)