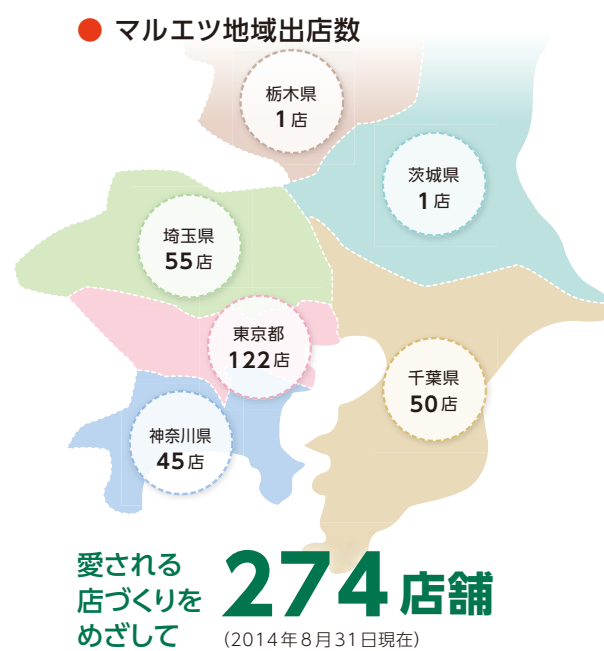


マルエツ 社会貢献・環境活動報告書

2014

MARUETSU
SUSTAINABILITY
REPORT



● 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]326,020百万円 [単体]325,836百万円
 (2014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:2014年8月



「しあわせいかつ。」の実現を通じて、地域社会に貢献します。

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」という思いを込めた、マルエツのブランドメッセージ「しあわせいかつ。」——。

この「しあわせいかつ。」は、店舗での日々のお買いものでお客さまに感じていただくことはもちろん、私たちの環境負荷低減活動や、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ています。

その活動の一つである、CO₂排出量削減については、2015年度のCO₂排出量を2007年度比1店舗当たり

25%削減という目標を掲げ、全店で電気使用量の削減をはじめ、レジ袋辞退率の向上、廃棄物の削減などに取り組んできました。その結果、2011年度以降目標を達成したため、2020年度に2007年度比30%削減という目標を、新たに設定いたしました。今秋には、「カーボンオフセット」に取り組み、新たなCO₂削減施策として実施する予定です。

また、2013年12月、当社の生鮮加工を担う三郷複合センターにて、食品安全マネジメントシステムの国際規格である「ISO22000」の認証を、川崎複合センターに続いて取得しました。第三者機関からの認証により、今後も、自信を持ってお客さまに安全・安心で新鮮な商品をご提供してまいります。

さらに、飲料自販機や当社PB「maruetsu365」ペットフードの売上金1%相当額の寄付などの従来の社会貢献活動の他、新たに絶滅が危惧されるウナギ資源保護のための寄付活動も行っています。

本業での責任を全うし、さらに、社会貢献・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

上田 真

目次

- 2 ■ 巻頭特集 マルエツの歩み
- 5 ■ 環境負荷低減活動
- 9 ■ お客さまへの対応

- 11 ■ 地域社会との関わり
- 15 ■ 人にやさしい職場づくり
- 17 ■ 環境パフォーマンス



これからも、「地域一番店」を目指します。

2015年に創業70周年を迎えるマルエツ。創業以来、マルエツは、お客さまのニーズにお応えするべく、よりよい商品とサービスのご提供、そして食の安全・安心への取り組みに、力を注いでまいりました。

現在は「マルエツ」「マルエツ プチ」「リンコス」「魚悦」の4つの屋号で店舗を展開し、地域のお客さまに愛される店づくりを推進しています。

今後とも、お客さまに健康で豊かな食生活をご提供し、地域社会へ貢献することで「地域一番店」を目指し、さらには首都圏No.1のスーパーマーケットとなることを目標に前進してまいります。



安全・安心の証 ISO22000



ISO22000とは、「食品安全マネジメントシステム—フードチェーンのあらゆる組織に対する要求事項」の国際標準規格です。もともと多くの国では、米国の「HACCP〈ハセップ〉（Hazard Analysis and Critical Control Point）」を法規制として採用していました。しかし、よりグローバル化に向けて、HACCPに不足している「行動」「確認」「見直し」「是正」といった仕組みをプラス。それらを取り入れつつ、ISO9001をベースに、継続的改善を図るマネジメントシステムの形にしたものがISO22000なのです。農場から食卓までのフードチェーン全体での取り組みや、食品衛生、人の疾病に関する情報等を加盟国間で共有することの重要性が謳われている点が大きなポイントです。

ISO22000を取得することによるメリットは、法規制を遵守しながら、安全で高品質な食品供給を実践している証明であり、ブランド力の強化や市場参入の機会の拡大などがあげられます。

川崎複合センター(株)マルエツフレッシュフーズ 川崎事業所(2013年2月認証取得)
三郷複合センター(株)マルエツフレッシュフーズ 三郷事業所(2013年12月認証取得)



すべての人の“しあわせいかつ。”を 実現するために

1945年、埼玉県浦和市（現さいたま市）に鮮魚店『魚悦商店』としてスタートしたマルエツは、2015年に創業70周年を迎えます。おかげさまで首都圏を中心に274店舗（2014年8月末現在）を展開する食品スーパーマーケットに成長しました。

毎日約60万人の方にご利用いただく中で、私たちが届けたいのは、ブランドメッセージとして掲げる「しあわせいかつ。」です。それは、「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、マルエツの「思い」と言えます。

今後も、ご満足いただける商品を提供し続け、地域になくてはならないお店であり続けること。より多くの「しあわせいかつ。」の実現。それが、私たちの目指すところです。



1990年

- 1989 ●消費税3%導入
- 1989 ●昭和天皇崩御、元号が平成に
- 1989 ●本社は東京都豊島区東池袋に移転
- 1986 ●男女雇用機会均等法施行
- 1984 ●東京・大阪両証券取引所市場第一部へ指定替え
- 1981 ●サンデー・マート株式会社の株式取得
●株式会社サンコーと合併し、首都圏最大のリージョナルチェーンとなる
- 1985 ●埼玉県大宮市（現さいたま市）に精肉専用の浦和加工センターを開設
- 1986 ●埼玉県白岡町に鮮魚専用の白岡生鮮加工センターを開設
●POSシステム導入開始
- 1990 ●日配品のOT-DTシステム稼働
- 1992 ●マルエツのころころ制定
●POS全店導入
- 1992 ●障がいを持つ仲間が活躍できる特例子会社を目指し株式会社マノを設立
- 1995 ●マルエツ創業50周年
- 1995 ●阪神淡路大震災
- 1997 ●消費税5%スタート
- 1999 ●平成11年度「消費者志向優良企業通商産業大臣表彰」受賞
- 1998 ●マルエツホームページ開設
- 2000 ●マルエツグループ行動憲章制定
●国産牛肉トレーサビリティを先行開始
- 2001 ●株式会社すえひろと業務・資本提携
- 2002 ●株式会社バロロッカ株式取得
●マルエツ200店舗達成
- 2004 ●新POS導入
- 2006 ●新経営理念制定
●ISO14001認証取得（本社および5店舗）
- 2007 ●新シンボルマーク、ブランド理念を制定
- 2009 ●ISO14001認証取得（全社及び全店）
- 2010 ●常温物流センター開設（横浜・八潮）
●川崎複合センター開設
- 2012 ●三郷複合センター開設
- 2013 ●ISO22000認証取得（川崎複合センター、三郷複合センター）
- 2014 ●「首都圏におけるスーパーマーケット連合」の創設に向けた協議開始
- 2015 ●消費税8%スタート
- 2015 ●東日本大震災

1980年

- 1978 ●新東京国際空港（成田空港）開港
- 1973 ●第1次オイルショック
- 1977 ●食品スーパーマーケットで初めて東京証券取引所市場第二部に上場
- 1974 ●株式会社マルエツに商号変更
- 1970 ●株式会社丸悦ストアに組織変更
- 1965 ●セルフサービスの1号店（大宮店）開店
- 1959 ●有限会社丸悦ストアに商号変更
- 1952 ●有限会社魚悦商店設立
- 1945 ●魚悦商店を埼玉県浦和市（現さいたま市）にて創業
- 1979 ●消費者モニター制度導入
- 1975 ●埼玉県大宮市（現さいたま市）に、大宮物流センターを開設
- 1971 ●完全週休2日制を実施
- 1978 ●首都圏で100店舗を越える
- 1987 ●マルエツ商品券取り扱い開始
●第1回 びっ子健康マラソン開催
- 1984 ●「くらし方録」創刊
- 1988 ●長期ビジョン「お客様の健康と食文化を創造する“快適生活創造企業”を目指します」を策定
- 1991 ●料理&カルチャー教室「いーとびあ」開設
- 1994 ●盲導犬育成募金全店で開始
●阪神・淡路大震災店頭募金
- 1996 ●お客さまの声を反映する「店長への直行便」導入
- 1999 ●盲導犬全店受入
●ネット通販「マルエツふれあいショッピング」開設
- 2000 ●平成12年度 障害者雇用優良事業所及び優秀勤労者表彰式において「労働大臣表彰」受賞
- 2005 ●第4回「東京都グリーンコンシューマー奨励賞」受賞
- 2008 ●飲料自動販売機による寄付活動開始
- 2009 ●ペットボトルキャップ回収を全店拡大
●厚生労働省「障害者雇用優良企業」認証取得
- 2010 ●武蔵野の森再生事業に参加
- 2012 ●マルエツ中山店が環境省「省エネ・照明デザインアワード2012優秀事例」を受賞
- 2013 ●廃棄物計量管理システム導入
- 2014 ●「首都圏におけるスーパーマーケット連合」の創設に向けた協議開始
- 2015 ●消費税8%スタート
- 2015 ●東日本大震災



1945年

沿革

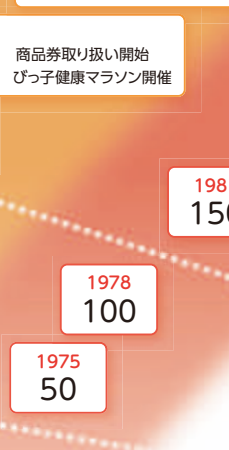
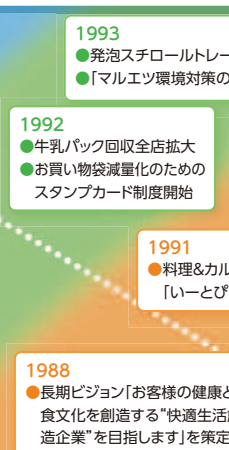
システム・設備

環境・社会貢献

お客さまのために

店舗数

2000年



お客さまへの満足の提供と共に、誠実な事業活動の実践、環境保全活動そしてこれまでの経験や強みを活かした“マルエツらしい”社会的責任のある企業活動の推進。さらには、従業員一人ひとりにも「マルエツで働いて良かった」と、感じられる職場であり続けるための社内環境作りにもより積極的に取り組みます。それが、すべての人に“しあわせいかつ。”をお届けする、これからもずっと変わらないマルエツの使命です。





豊かな未来へ、 お客さまと 地球環境の 保護に取り組む



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めます。
- 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めます。

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。

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2014年度の更新審査において認証事業所は、270事業所に拡大いたしました。



2020年度 CO₂削減目標30%の実現に向けて

2020年度に1店舗あたりのCO₂排出量を2007年度比30%削減(489t-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います。2013年度は1店舗あたりのCO₂排出量は516t-CO₂となりました。

2014年度以降の目標

(単位:t-CO₂)

	2015年度	2018年度	2020年度
1店舗あたりのCO ₂ 排出量	503	493	489
削減率	28.3%	29.4%	30.0%

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、電力消費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。「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、「エコポイント」として2ポイントを進呈しています。



レジ袋辞退率

(単位:千枚)

	2011年度	2012年度	2013年度
辞退率	18.7%	18.7%	25.7%
削減枚数	52,103	52,214	73,090

レジ袋ご不要のお客さまは、精算時にお申しつけください。
**1回のお買上げで
Tポイント 2ポイント
進呈させていただきます。**



分別ゴミの見える化を実施

ゴミ排出量の削減は、どんなゴミが、どのくらい捨てられているかを把握することが大切です。自分が計量し、排出量が数値化されることで、従業員一人ひとりに努力しようという意欲が高まります。マルエツでは廃棄物計量管理システムの導入を順次進めており、ゴミ排出量の見える化を促進し、廃棄物の削減に努めています。

店舗で計量されたデータはオンラインで本部が管理しています。現在10店舗にて実施





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、病害虫の被害が発生した平地や丘陵地のスギ林を対象として、スギを伐採し、地域やボランティアの方々と協働で落葉広葉樹を植栽することにより、武蔵野の雑木林を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」の愛称で呼び、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。その後も保全活動として、毎年従業員ボランティアが下草刈を実施しており、これは新入社員も参加する教育の場にもなっています。

今後もこの活動を通じて地球の恵みを守り育てることの大切さを学ぶとともに、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。



再生可能エネルギー活用への取り組みを開始

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重要となっています。

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、1年間の発電量は219,206kWhとなりました。



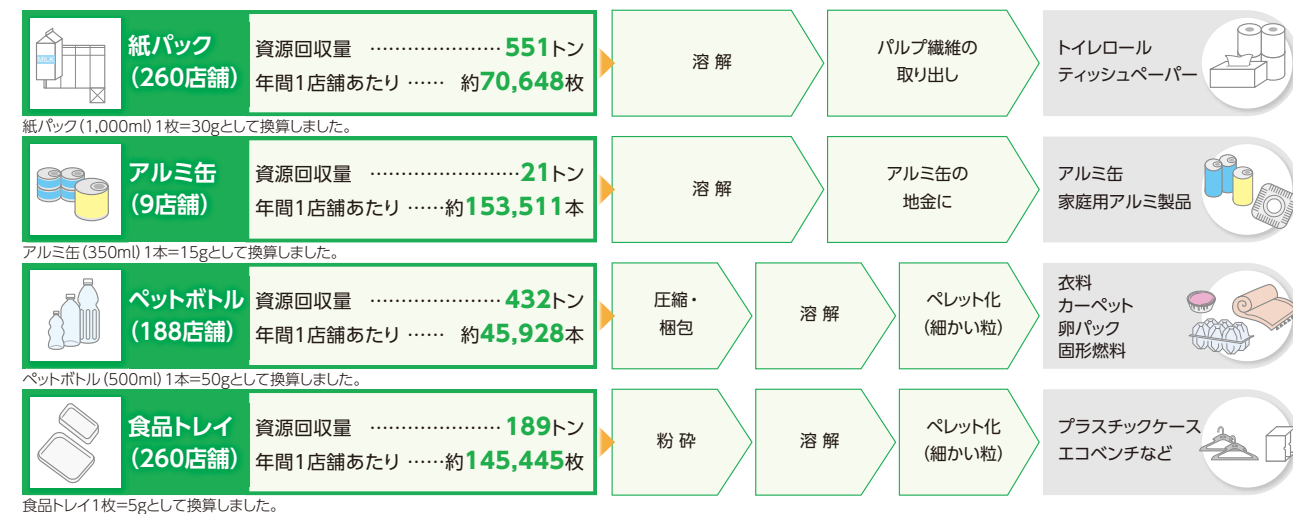
屋上に敷き詰められた800枚のソーラーパネル

地域社会と協力してリサイクルを推進。



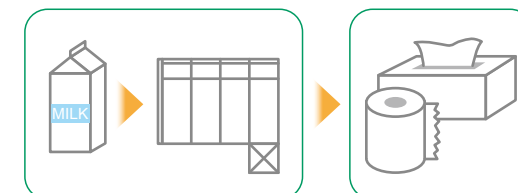
店頭で回収した資源のリサイクル

貴重な資源の再利用は、資源やエネルギーの節約、CO₂排出量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。（2013年度）



紙パックリサイクルの流れ

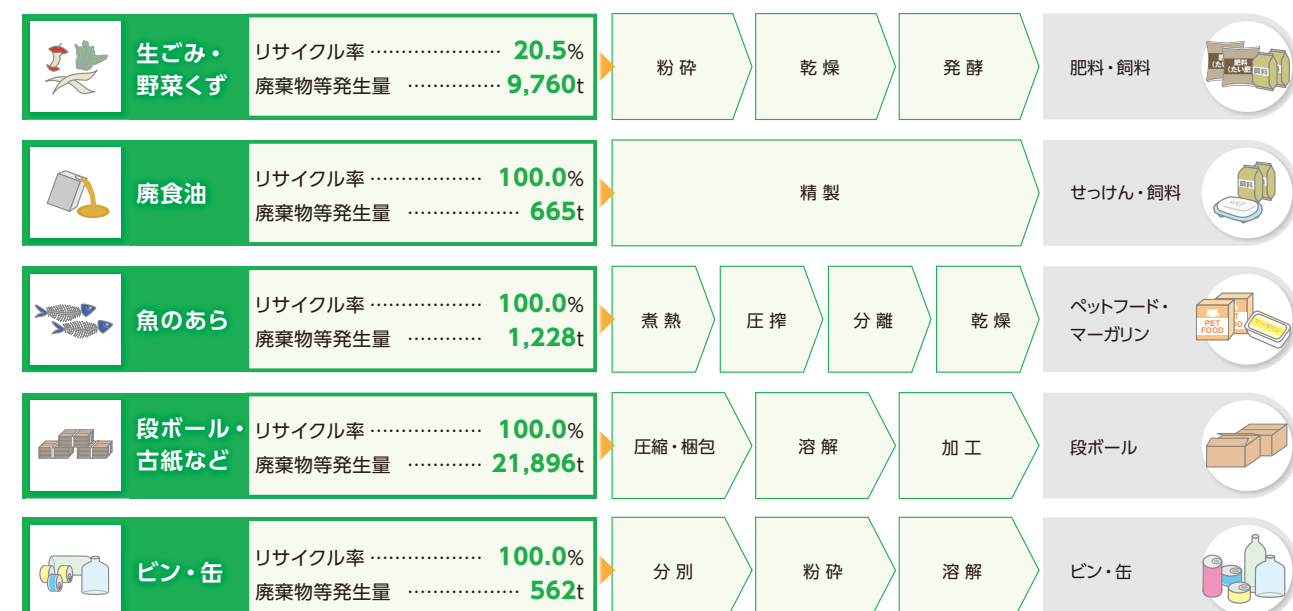
紙パックは衛生上の問題から、良質な新しいパルプを使い製造されています。そのため、回収した紙パックからは良質な再生紙ができます。回収された紙パックは→どろどろに溶かす→コーティングされていたポリエチレンを取り除く→洗浄・殺菌→再び新しい紙へとリサイクルされます。



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。

(2013年度)





お客さまにも 環境にもやさしい お店づくり

店舗は、マルエツとお客さまの
貴重な接点の場であり、
当社の姿勢を具体化する場です。
私たちは、すべてのお客さまに
気持ちよく過ごしていただくために、
環境にも配慮したやさしいお店づくりにも
積極的に取り組んでまいります。



より快適にお買い物をしていただくために

- **拡大鏡を商品棚やアルミカートに設置しています**
ご高齢のお客さまや体が不自由な方にも快適にお買
い物を楽しんでいただくために、軽量アルミカートの導入
を進めています。



アルミカートに
備え付けられたルーペ

軽量アルミカート

また、商品パッケージに記載された細かな文字(生産地、
原材料、添加物など)が読みづらいというご高齢のお客さ
まの声にお応えし、拡大鏡付きアルミカートを導入し、商
品棚にも拡大鏡を設置し、商品を見やすく探しやすい環
境づくりを進めています。



商品棚に設置された拡大鏡

オストメイト対応トイレの設置

お客さまにやさしいお店づくりの一環として、車いすご
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28店舗にオストメイト対応トイレを設置(2014年8月末)

車いすの方及び高齢者専用駐車場を設置

バリアフリーとは、高齢者や障がいをもつ人が社会生
活を営む上で障壁(バリア)となるものを排除(フリー)し
ようという試みです。

マルエツでは、施設のバリアフリー化の一環として、車
いすや杖を使用している方などが自動車のドアを大きく
開けてスムーズに乗り降りできるように、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。

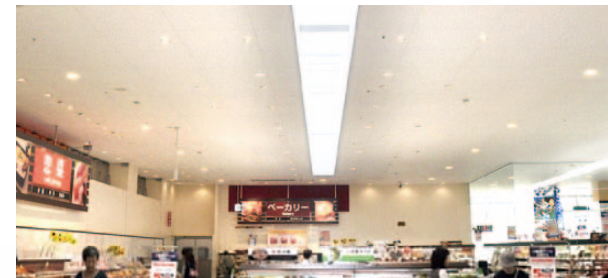


駐車しやすい広めのスペース

省エネルギーへの取り組み

- **LED照明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への導入の他、冷
凍・冷蔵ケース照明にも使用することで、冷凍機の稼動
負荷を抑制しています。今後も省エネに繋がるLED照明
の導入を進めてまいります。



LED照明の他、自然光を採り入れた天窗も一部店舗で採用

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
ルエツでは、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
お客さまのご意見やご
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。



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。ボックスは紙パック、食品トレ
イ、ペットボトルで3種類に分けられて回収しています。紙
パックについては、アルミ蒸着加工の紙パック製品も回収
対象としているのが特徴です。



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パルプのケナフを使用するなど、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、
非木材パルプのケナフを使用したコーヒーフィルター





身近で信頼される 企業を目指し 地域との“絆”を 深めていきます

様々な形でお客さまや社会との「絆」を深めることで、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。



従業員より鮮度の見分け方を教えてもらう

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ます。マルエツの取り組みを知ること、商品の流通など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。

地域のためのやさしいお店づくり

●サービス介助士を配置

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、マルエツでは「おもてなしの心」を大切にしています。

そこで、拡大するシニアマーケットへの対応と介護やサポートを必要とするお客さまにもやさしい店づくりを目指し、サービス介助士(公益財団法人日本ケアフィット共育機構)の資格取得研修制度をいち早く導入。取得者は、851名(累計)を数えほぼ全店にサービス介助士が配置されています(2014年2月末現在)。それが評価され、2013年に日本ケアフィット共育機構より、「ケアフィット大賞」を授与されました。



車いすの扱い方などを学びます



人に、地域に「あって良かった」と喜ばれるお店を目指して。

生産者の顔の見えるご近所野菜で「安心」をお届けしています

マルエツでは安全・安心で美味しい食材をお客さまにご提供したいとの思いから、地域の生産者と契約し、生産者の顔の見えるご近所野菜を提供しています。鮮度と品質の良さから評判は高く、地域活性化にもひと役。今後も、土地柄やニーズに合わせてお届けしてまいります。



生産者の顔の見える地場野菜で安全・安心をお届けしています

30周年を迎えたお客さまとのコミュニケーションツール「くらし方録」

お客さまとのコミュニケーションツールを目指して創刊された「くらし方録」が30周年を迎えました。

旬の食材を使った料理提案や健康情報を、お客さまの目線でご紹介・ご提供することで、身近な歳時記として親しまれ32万部の発行部数を誇っています。



1984年に発行された創刊号

最新号の2014年8月号

健康づくりの基礎となる食育を推進

マルエツでは「お客さまの笑顔のある食卓」を応援するため、「食」と「暮らし」を豊かにする情報発信と実践の場として、料理&カルチャー教室「いーとぴあ」を運営しています。



楽しみながら食育を学ぶ子どもたち

ここでは、身近な食材で、いつもの食卓をチョット

豪華にするお料理を学べるだけでなく、お料理入門、薬膳と中華などバラエティ豊かな講座が多数用意され、地域の皆さまのご支持をいただいております。



また、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講座を開催しています。料理の作り方だけで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。

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、お買物できる店づくりの一環として、店管理職全員が、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。2014年2月には「救命技能認定者」は458名となりました。



AEDの使用方法も受講します



普通救命講習受講の様子



地域に根ざした社会貢献活動を積極的に展開

マルエツは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、地域社会に貢献し、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



盲導犬育成事業を支援

現在、日本には約3,000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。2013年度の募金額は13,808,085円(累計約2億2,800万円)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しています。

本年度はマルエツのお客さまを対象として37名(うちお子さま17名)を招待し3月26日に見学会を実施。アイマスクをつけて盲導犬と歩く体験歩行やクイズを実施し、目のご不自由な方が日常生活で困っていることを実体験していただきました。

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。



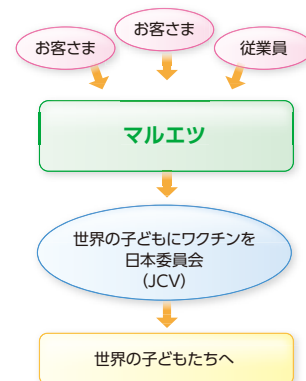
店舗での「盲導犬ふれあいキャンペーン」

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おります。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。



©JCV 禁無断記載



寄付実施年度	2013年度
キャップの量	100t
ワクチンの数量	50,130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います。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、お取引先様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る、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、仕入れ担当のマーチャнда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。

「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・養護施設へ寄付しております。2013年度は390万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。



寄付目録の贈呈式



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「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。2013年度は、店頭での募金192万円、チャリティシャツの販売8,417枚、売上金の一部277万円を「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。(2014年は6月20日～9月7日実施)





みずみずしく 生き生きと働ける 職場づくりを 目指しています

“マルエツで働けて良かった”と
すべての従業員が思えるような
会社でありたいとの思いから、
従業員のスキルアップを叶えることで
向上心を育てる仕組みづくりや、
そのスキルを活かすシステム
づくりに努めています。



グリーターのスキル向上を図る〈五ツ星〉認定制度

グリーターコンクールの他、グリーターのスキル向上を図る「グリーター〈五ツ星〉認定制度」を設けています。その〈五ツ星〉グリーターに認定され主任として活躍する高山弘美さん。後輩の指導にも積極的で、蓮田椿山店在職中に、〈五ツ星〉認定者5名とコンクールの「グランプリ」1名を育てました。「グリーター全員が〈五ツ星〉レベル以上の接客を実践できるよう、コミュニケーションを重視しながら、性格やプライベート情報を把握し教育・指導に活かしています。これからお客さまに対してはもちろん、スタッフに対しても目配り・気配りを心掛け、接客レベルの向上を図ってまいります」。



接客のエキスパートを目指す
岩槻駅前店 主任 高山弘美さん

グリーターコンクールの実施

マルエツでは、主にレジを担当する部門を「グリーティング部門」（挨拶・歓迎の意味）と呼んでいます。このネーミングには、お客さまと最も多く接する部署として、ご来店いただくすべてのお客さまに「おもてなしの心」で接客するという意味が込められています。

グリーター（レジ担当者）は、いわばマルエツの顔。自信と誇りをもって仕事に臨めるよう、常に接客技術の向上を目指して努力が必要です。そこで、人材育成の一環として、年に1回グリーティング部門の接客優秀者を集めて「ベストグリーターコンクール」を行っています。店内選抜とエリア大会を勝ち抜きコンクールに参加することは、自身のスキルアップになるだけでなく、ベストグリーターに選ばれた従業員は、新入社員や若手社員の憧れの存在に。職場全体のモチベーションアップにもつながっています。

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、ベストグリーターコンクール、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 ● 1・2年次実務研修
- 階層別教育
 - 新任店長代行研修 ● MD研修 ● トレーナー研修
 - 主任育成研修 ● 主任候補者研修 ● 新任主任研修
 - 新人レジ研修 ● パートナー研修
- 管理職教育、次世代育成教育
 - 上級管理職研修 ● 変革リーダー養成塾
- 視察研修、産地研修
 - 国内流通業界店舗視察研修 ● 青果産地研修

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て設立された特例子会社(株)マーノでは、現在マーノで81名、グループ全体で193名の障がいを持つ仲間が、約30店舗で活躍しています。さらに2010年にはマルエツの2つ目の特例子会社(株)マーノセンターサポートを設立。44名の障がいを持つ仲間が働いています。

2014年6月現在、雇用率は法定を上回る2.49%となりました。今後もこれまでのノウハウを活かし、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ていきます。

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



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。

ワーク・ライフ・バランス

「仕事と生活の調和」を図るために、働き方の改革を実践する企業が増えており、マルエツでも就業時間の徹底を図っています。まずシフトを検討して、効率のよい作業環境をつくることで時間を有効に活用。余暇時間が増えることで心身ともにリフレッシュでき、仕事に意欲的に取り組める相乗効果が生まれると考えるからです。

また、女性従業員が多い当社では、仕事や育児・介護を両立しやすく、安心して働ける環境づくりにも取り組んでいます。従業員が社会や家庭を通して多くの経験をし成長することは、企業の発展にも必要不可欠。個人の生活と仕事のバランスの取れた環境づくりをこれからも目指します。

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
介護休暇	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

専属産業医による健康管理

マルエツでは、従業員が健康で快適な作業環境のもとで仕事が行えるよう産業医を選任し、専門的立場から産業医による指導・助言を行っています。

本社及び各店舗を定期的に巡回して、労働安全衛生委員会への参加、従業員面接（メンタル・過重労働・復職等）を実施し、従業員の健康管理に取り組んでいます。

人事部 産業医 吉江真澄さん





2013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	2013年度環境活動	2013年度環境目標	評価
全社	店舗の電気使用量の削減	12年度 下期比1.6%削減	○
	レジ袋使用重量の削減	12年度 下期比9.6%削減	×
	食品廃棄の削減(廃棄高)	12年度比 2%削減	○
	レジ袋辞退率の向上	2014年2月 辞退率28.0%	×

〈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〉

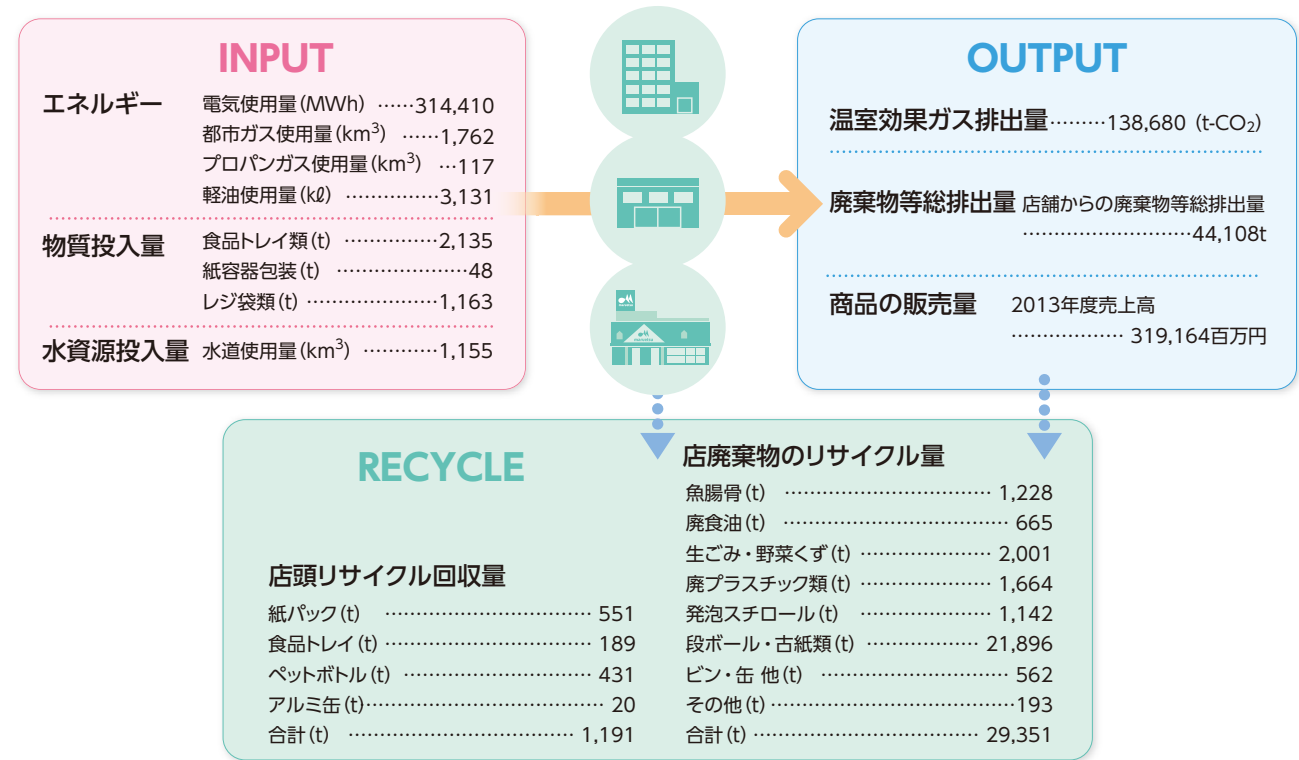
活動単位	2013年度環境活動	2013年度環境目標	評価
経営企画本部	マニュアルの精査	紙マニュアル(約240件)の精査による廃止とイントラ内の整備	×
財務経理本部	仕入伝票・返品伝票の電子化による伝票(紙)の削減	12年度比10%削減	×
教育人事本部	環境教育を推進する	新入・一年次・新店社員教育商品知識検定(共通Ⅲ)有段者30名育成	○
総務本部	野菜くずリサイクル量のアップ	12年度比1.9%増	○
	1店舗あたりのCO ₂ 排出量の進捗管理	排出量の進捗状況を記録	○
開発本部	水道使用量の削減	12年度比 1%削減	○
	コピー用紙の使用量の削減	12年度比 5%削減	○
営業企画本部	POP用紙 斤量の見直し	POP消耗品費予算内運用	○
商品本部	食品トレイの使用量削減	1店舗あたり12年度比1%削減	○
	LED電球の拡販	12年度比 103.5% 年間13,455個販売	○
	配送車両のCO ₂ 排出量削減	12年度比 1%削減	○
本社の電気使用量の削減		12年度下期比 1%削減	×

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2013年度組織です。

2013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	30,488,990 kW	567,810
			照明器具 LED導入 (19店舗)	91,600	1,963,803 kW	25,403
			ガス空調への切り替え (4店舗)	126,222	624,129 kW	8,246
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	お買物袋持参率25.7%、レジ袋使用量の削減	107,397	723,581 kg	131,560
		廃棄物の資源化	ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化	208,062	1,515トン	0
			魚腸骨の100%資源化	0	1,228トン	1,984
			廃食油の100%資源化	0	665トン	1,251
		野菜くずの資源化(93店舗)	53,884	2,001トン	0	
		一般廃棄物の適正処理	一般廃棄物の適正処理	448,998	0	0
		店頭リサイクル	紙パックの回収		551トン	559
			食品トレイの回収		189トン	0
			ペットボトルの回収		432トン	264
			アルミ缶の回収		21トン	138
上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2013年度容器包装リサイクル委託	103,920	0	0	
	店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入	5,800	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	12,221 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	1,450	0		
	ISO認証取得	環境マネジメントシステムISO取得	2,530	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	645			
	店頭募金・寄付活動	店頭での盲導犬募金、ペットボトルキャップ	1,121	16,418 千円		
	環境保護・社会福祉団体支援	飲料自販機1%寄付	3,914	3,914 千円		
合 計				1,155,543	—	737,215



全店総CO₂排出量 (2013年3月～2014年2月)

環境保全の分類	使用量 排出量実績	原単位※1	CO ₂ 排出量 係数※2	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)	314,409,746	0.089737672	0.36	113,187,509	408,619	355	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)	1,762,422	0.000503024	2.10	3,701,086	21,644	12	2.7
販売にともなうプロパンガス使用量(m ³)	116,888	0.000033362	6.225	727,625	12,765	2	0.5
販売にともなう水道使用量(m ³)	1,154,855	0.000329614	0.58	669,816	2,418	2	0.5
販売にともなう軽油使用量(ℓ)	3,131,000	0.000893638	2.6	8,140,600	29,388	26	5.9
店舗からの可燃ゴミ排出量(kg)	11,645,460	0.003323804	0.84	9,782,186	35,315	31	7.1
レジ袋類(kg)	1,162,978	0.000331933	— ※3	1,344,000	4,852	4	1.0
食品トレイ類(kg)	2,135,420	0.000609484	0.528	1,127,502	4,070	4	0.8
合 計				138,680,324	519,072	435	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 原単位は、使用量排出量実績÷(店舗延床面積×営業時間)で算出しています。

※2 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月改訂)しています。

※3 カーボンオフセット対応にてCO₂排出量を算出したため、係数は(ー)となっています。

2013年度のマルエツ環境負荷指数(消費エネルギー原単位)

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	前年比 (%)
全店CO ₂ 排出量(t-CO ₂)	152,035	152,336	131,096	138,138	138,680	100.4
店舗延床面積×営業時間(m ² ・h)	3,304,729,967	3,355,278,025	3,399,439,114	3,472,969,680	3,503,653,900	100.9
マルエツ環境負荷指数(g-CO ₂ /m ² ・h)※2	46.0	45.4	38.6	39.8	39.6	99.5

※2 マルエツ環境負荷指数は全店CO₂排出量を全店舗延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。

2013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	9,760	2,001	20.5 %	6.8 %
	廃食油	665	665	100.0 %	2.3 %
	魚腸骨(魚のあら)	1,228	1,228	100.0 %	4.2 %
	小 計	11,653	3,894	33.4 %	13.3 %
生ごみを除く可燃物		6,140	0	0.0 %	0.0 %
廃プラスチック類		2,439	1,664	68.2 %	5.7 %
発泡スチロール		1,142	1,142	100.0 %	3.9 %
段ボール・古紙類		21,896	21,896	100.0 %	74.6 %
ビン・カン		562	562	100.0 %	1.9 %
その他		276	193	69.9 %	0.7 %
合 計		44,108	29,351	66.5 %	100.0 %

報告書作成にあたって

「見やすく」「わかりやすい」報告書づくりを心掛け、タイトルも「社会貢献・環境活動報告書」とわかりやすく変更いたしました。マルエツの環境や社会貢献についての取り組み内容のご報告はもちろん、今年度は「笑顔」があふれる報告書にしたいと、接客向上施策についての記事なども掲載しております。

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：2013年3月1日～2014年2月28日
(2014年3月以降の活動も一部掲載しております)