

#### ● 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]347,396百万円 [単体]346,199百万円  
 (2015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:2015年8月

# マルエツ 社会貢献 環境活動報告書 2015

MARUETSU SUSTAINABILITY REPORT





# 新たなステージへの挑戦！ マルエツらしさを強化し、 地域に根ざした企業であり続けます。

おかげさまでマルエツは、2015年に創業70周年を迎えます。お客さまに一番近い、地域に根ざした企業であり続けるためには、店舗でのお買い物を通じてマルエツのブランドメッセージ「しあわせいかつ。」を感じていただくことはもちろん、社会貢献・環境活動にも積極的に取り組むことが重要だと考えています。

その活動の一つ、CO<sub>2</sub>排出量削減については、2020年度のCO<sub>2</sub>排出量を2007年度比1店舗当たり30%削減という目標を掲げています。環境活動は、通常の事業活動とかけ離れたものではないとの認識のもと、ISO14001の取り組みを通じて、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、全店で取り組んでおり、今後も継続してまいります。

また、昨年度は、「広げよう!CO<sub>2</sub>削減の環〜レジ袋のCO<sub>2</sub>をオフセットします〜」として「カーボン・オフセット」による新たなCO<sub>2</sub>削減施策を実施いたしました。お客さまにお持ちいただいた紙パックなどのリサイクル資源の売却益を活用して、東北地方のCO<sub>2</sub>吸収事業に資金を拠出し、お客さまと一緒に、被災地支援と環境保全を進めていくという内容で、環境省の認証取得事業にも採択されました。

2015年3月、株式会社マルエツ、株式会社カスミ、マックスバリュ関東株式会社の3社を事業会社とする

株式会社 マルエツ  
代表取締役社長

上田 真

共同持株会社「ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社(U.S.M.H)」が誕生し、マルエツは新たなステージに立つことになりました。

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。



目次	2 ■ 巻頭特集 U.S.M.H 次なるステージへ 地球環境への取り組み	13 ■ 地域社会との関わり
5 ■ 環境負荷低減活動		15 ■ 人にやさしい職場づくり
11 ■ お客さまへの対応		17 ■ 環境パフォーマンス

## 新たな価値を持つ スーパーマーケットを目指して ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス

# U.S.M.H誕生!



### 基本理念

私たちは

お客さまの豊かで健康的な食生活に貢献します

地域の発展と繁栄を願い、地域に深く根ざした企業となります  
常に革新と挑戦を続け、時代に適応する企業であり続けます

#### 〈社名の由来〉

United Super Markets Holdings Inc.  
「統合=結びつき」を意味する「United」を冠し、スーパーマーケットの連合(企業集団)であることを表現。お客さまとの結びつきと地域の発展、繁栄を願い、地域に深く根ざした企業でありたいという願いが込められています。

2015年3月2日、首都圏を基盤に展開する(株)マルエツ、(株)カスミ、マックスバリュ関東(株)の3社を事業会社とする共同持株会社として「ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社(U.S.M.H)」が設立され、東京証券取引所市場第一部に新規上場いたしました。

マルエツは2つの事業会社とともに力を合わせ、それぞれの経営資源、ブランド力を活かしながら、さらによりスーパーマーケットを目指していくために新たなスタートを切りました。今回の経営統合によって3社合計の営業収益がおよそ6,400億円を誇る首都圏最大規模の食品スーパーマーケット企業となります。このスケールを最大限に

活かし、インフラの相互活用、商品の共同調達などによって経営効率を追求していくことで、質の向上、新たな事業領域の創造など、多くのメリットが期待できます。

今後は3社が自主自律経営を維持し、事業会社の枠を超えて新たな価値を創造していくことが最大のミッションです。マルエツはこれまで通りマルエツらしさを大切にしながら、地域一番店を目指してまいります。

#### 3社合計の地域別店舗数状況

(2015年7月23日 現在)

地域	東京都	神奈川県	埼玉県	千葉県	茨城県	栃木県	群馬県	合計
店舗数	149	48	88	93	92	9	6	485





# お客さま、従業員とともに取り組む 地球環境保護



## お客さまのご協力によって環境活動を推進

マルエツは全店舗でお客さまとともにレジ袋削減と食品トレイ、紙パックなどのリサイクルに取り組んでいます。

その他、2014年度に初めて「カーボン・オフセット」の取り組みを実施しました。カーボン・オフセットとは、

事業活動で排出されるCO<sub>2</sub>等の温室効果ガスの削減努力を行った上で、削減が難しい排出量については森林保全等によってCO<sub>2</sub>を吸収する事業からクレジット(排出権)を購入し、オフセット(埋め合わせ)する考え方です。

マルエツでは3R推進月間である2014年10月から12月までの3カ月間、レジ袋製造の際に排出されるCO<sub>2</sub>をオフセットするという取り組みを行いました。

被災地域である岩手県、福島県(喜多方市)が実施する森林保全活動によって吸収されるCO<sub>2</sub>のクレジットを購入し、オフセットすることで、地球温暖化防止につなが

る環境活動を推進するとともに、被災地域の環境保全活動や地域活性化も支援するしくみとなっています。

また、クレジット購入費用として、お客さまのご協力によって店頭回収された紙パックやペットボトル等の容器包装をリサイクル資源として売却した利益を活用させていただいています。

この取り組みを環境省が推進するカーボン・オフセット認証取得事業に応募し、2014年8月に採択されました。

日頃から容器包装の回収、リサイクルや買い物袋持参でレジ袋削減にご協力いただいているお客さまとともに、地球温暖化防止対策を推進してまいります。



国の温室効果ガス排出権取引制度「オフセット・クレジット(J-VER)制度」に登録している喜多方市との契約締結式。売却益は市の森林整備に利用されます。

オフセット・クレジット購入先とオフセットするCO<sub>2</sub>の量

福島県喜多方市	岩手県	合 計
330t-CO <sub>2</sub>	20t-CO <sub>2</sub>	350t-CO <sub>2</sub>



2014年12月にペルーの首都リマで開催された気候変動枠組条約第20回締約国会議(COP20)で、日本のカーボン・オフセットの好事例としてマルエツの取り組みが紹介されました。



## ゴミの「見える化」で従業員の削減意識を向上

マルエツでは従業員一人ひとりが地球環境保全への高い意識を持つと同時に、その意識向上のための様々な取り組みを行っています。

事業で排出される廃棄物についても分別を行うことはもちろん、排出量の削減意識を高める取り組みが進

められています。廃棄物排出量削減のための第一歩は、どんなゴミを、どれだけ排出しているかを把握することです。そこで、マルエツでは廃棄物計量管理システムを導入し、廃棄物排出量の「見える化」促進に取り組んでいます。

自分が計量し、排出量が数値化されることで、従業員一人ひとりの「削減しよう」という意欲を高め、廃棄物の削減に努めています。

現在、マルエツ屋号店舗を中心に200店舗以上に導入しています。



店舗で計量されたデータはオンラインで管理しています。



# 環境保全と商品、サービスの安全・安心を目指して



## 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」3回目の更新

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」(あいえすおーいちまんよんせんいち)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進め、2009年9月にはマルエツ全店と本社を含む247事業所で認証を取得。3回目となる2015年度の更新審査において、認証事業所は275事業所に拡大いたしました。

マルエツでは業務において特に環境負荷が高い電気

### 2015年度環境目標

電気使用量の削減	2014年度比1.6%削減
食品廃棄(廃棄高)の削減	2014年度比5.0%削減
レジ袋辞退率の向上	2016年2月辞退率31.0%
可燃ごみ排出量の削減	2014年度比1店舗あたり20.0%削減

使用量の削減、食品廃棄の削減、レジ袋辞退率の向上を全店舗共通の環境目標として設定しています。日々の節電、廃棄削減などの活動は、CO<sub>2</sub>排出量削減だけでなく、経費削減にもつながります。環境活動といっても、私達の通常の事業活動からかけ離れたものではありません。

2015年度は新たな環境目標として可燃ごみ排出量の削減を加え、ISO14001認証事業所にふさわしい取り組みを推進してまいります。



## 安全・安心の証「ISO22000」

「ISO22000」(あいえすおーにまんにせん)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、さらなる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」といったしくみをプラス。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」取得のメリットとして、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となること、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。



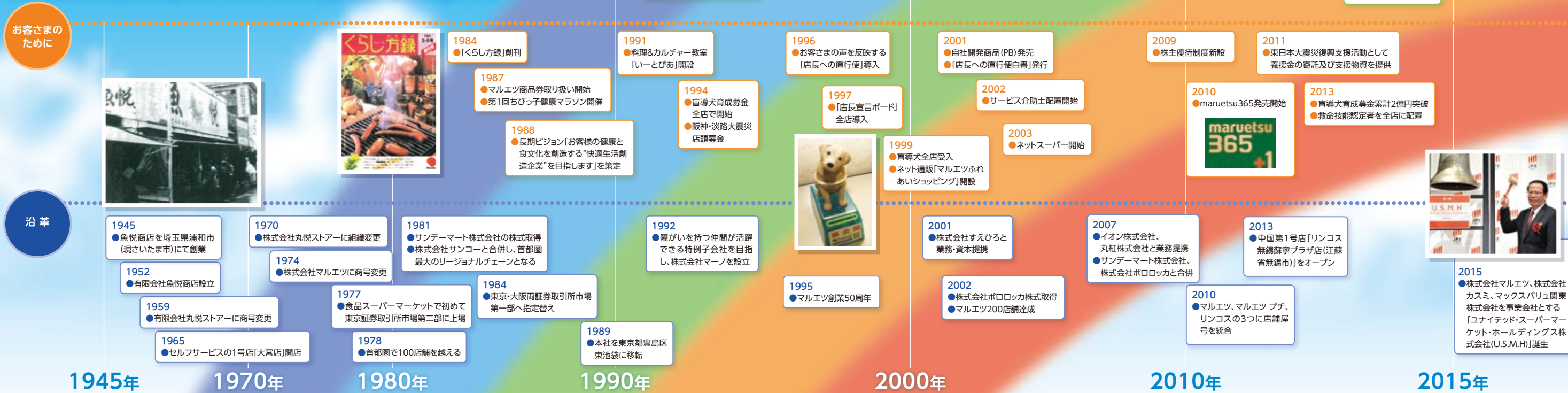
川崎複合センター(株)マルエツフレッシュフーズ 川崎事業所(2013年2月認証取得)  
三郷複合センター(株)マルエツフレッシュフーズ 三郷事業所(2013年12月認証取得)



## マルエツの環境・社会貢献活動の歩み

2015年、マルエツは創業70周年を迎えます。1945年に埼玉県浦和市（現さいたま市）に鮮魚店「魚悦商店」としてスタートし、この70年間で首都圏を中心に282店舗（2015年7月末現在）を展開する食品スーパーマーケットへと成長。2015年には「ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社（U.S.M.H）」が誕生し、新しいスタートを切りました。

より多くの「しあわせいかつ。」の実現に向けて、ご満足いただける商品をご提供し、地域になくてはならないお店であり続けたい。それがこれからも変わらない私たちの願いです。

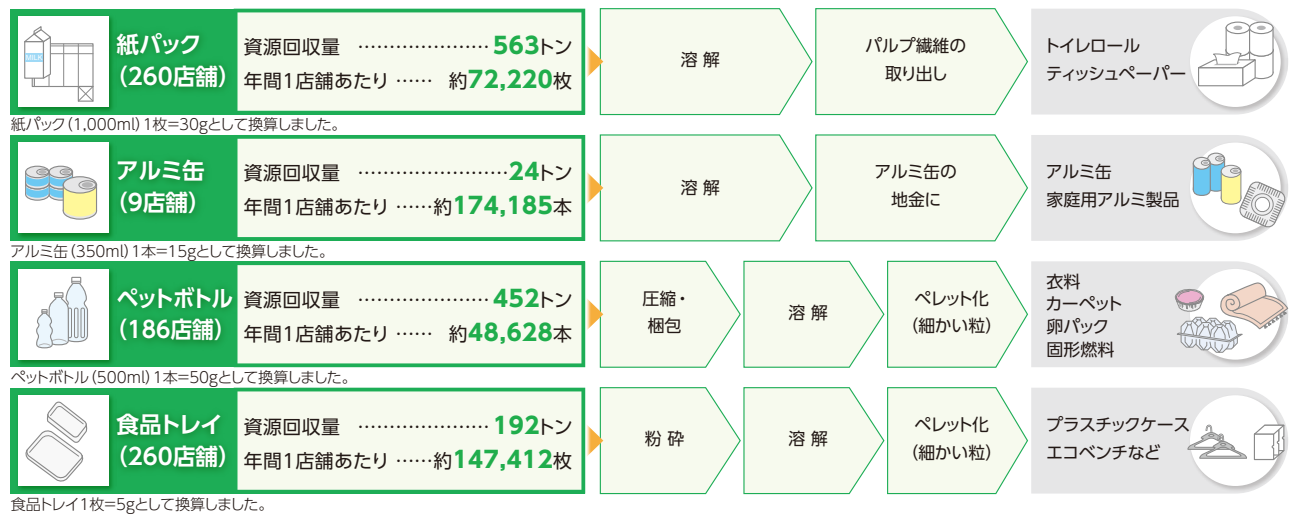


## 地域社会と協力してリサイクルを推進



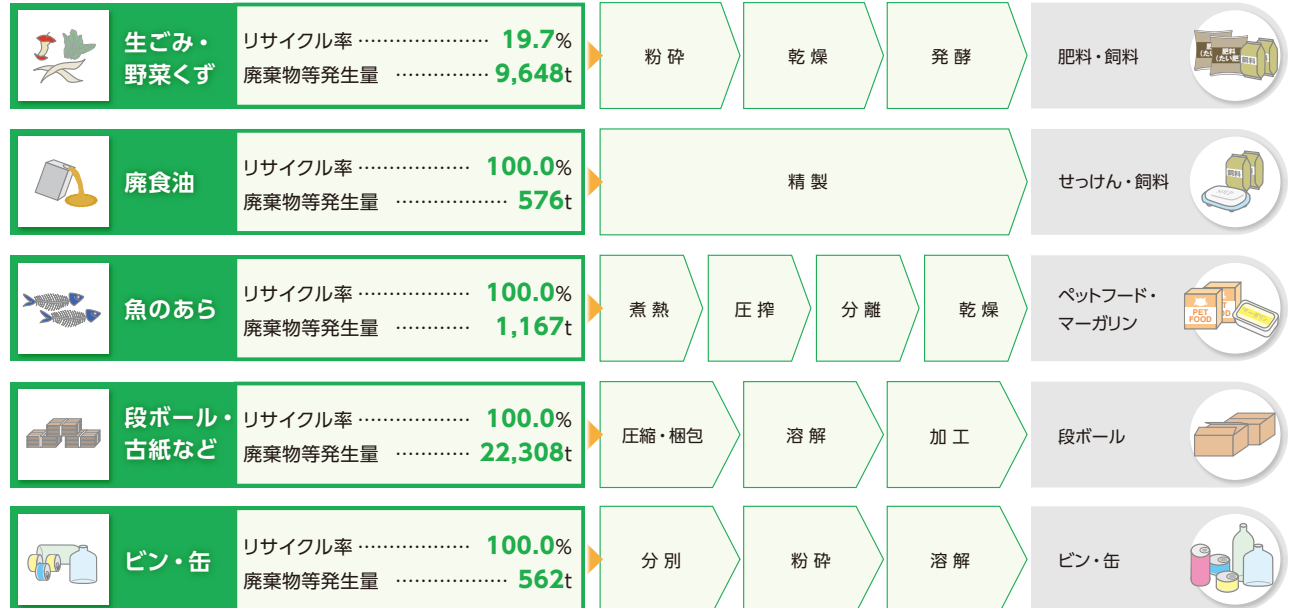
### 店頭で回収した資源のリサイクル

貴重な資源の再利用は、資源やエネルギーの節約、CO<sub>2</sub>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。（2014年度）



### 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。（2014年度）





# 持続可能な社会の実現に向けて 広がる地球環境保全活動の輪

## 2020年度 CO<sub>2</sub>削減目標30%の実現に向けて

2020年度に1店舗あたりのCO<sub>2</sub>排出量を2007年度比30%削減(489t-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に取り組んでいます。2014年度の1店舗あたりのCO<sub>2</sub>排出量は513t-CO<sub>2</sub>となりました。

2014年度以降の目標			
	2015年度	2018年度	2020年度
1店舗あたりのCO <sub>2</sub> 排出量	503	493	489
削減率	28.3%	29.4%	30.0%

(単位:t-CO<sub>2</sub>)

### 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CO<sub>2</sub>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、消費電力を抑えることができます。この他にも、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

### 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、冷凍機の稼働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



2015年5月に行われた活動には、新入社員を含む従業員ボランティアが参加

### 「マルエツの森」森林保全ボランティア活動

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、病虫害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りを実施しており、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。



植樹した木々がすくすく成長できるよう、下草刈りを行います

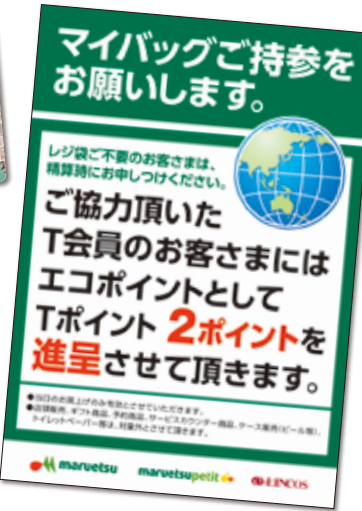
## お客さまのご協力のもと環境負荷低減に取り組んでいます

マルエツではマイバッグ持参へのご協力を呼びかけると同時に、お会計時に提示していただく「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。マイバッグ持参を推進しています。

レジ袋辞退率			
	2012年度	2013年度	2014年度
辞退率	18.7%	25.7%	28.8%
削減枚数	52,214	73,090	83,862

(単位:千枚)





# すべてのお客さまと環境に 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、  
当社の姿勢を表現する大切な場です。  
私たちは、すべてのお客さまに気持ちよく  
お過ごしいただけるお店づくりに努めると同時に、  
環境にもやさしいお店づくりに  
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  
備え付けられた拡大鏡

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。



現在31店舗にオストメイト対応トイレを設置（2015年7月末）

\*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  
人工ぼうこうを  
付けられた方々  
のことです。

## 商品の安全・安心を知る「食体験ツアー」開催

商品の製造工程  
等の見学を通じて、  
商品の安全・安心を  
ご理解いただく「食  
体験ツアー」を、お取  
引先様のご協力のも  
と開催しています。

2014年度に開催  
したツアーは8コース。親子を対象とした「オハヨー乳業  
関東工場（茨城県）見学とバター作り体験」では、製造  
ライン見学と牧場でのバター作り体験を楽しんでいただ  
きました。他にも大人を対象に「サントリー ウイスキー  
白州蒸留所（山梨県）見学とテイasting」を開催。モル  
トウイスキーづくりを



オハヨー乳業関東工場の製造ラインを見学



工場見学後は成田ゆめ牧場へ

見学し、その奥深さ  
を体感していただき  
ました。



牧場でのバター作り体験

## 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びコミュニケー  
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  
た店づくりを進めています。  
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、ペットボトルの3種類に分けて回収しています。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、プラスワンの価値がある」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紙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。

紙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





# 地域に根ざした企業として 社会貢献活動を幅広く展開

マルエツで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するなど、社会貢献活動を幅広く展開してきました。

地域に根ざした企業として  
社会的責任を重視し、よき企業市民  
なることを目指しています。



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。

2014年度の募金額は13,445,068円(累計約2億4,000万円)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。



## 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。

2015年度はマルエツご利用のお客さま31名(うちお子さま18名)を招待し3月25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。



神奈川訓練センターでの体験歩行

## 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」を使い、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をリサイクル資源として売却し、その売却益を認定NPO法人「世界の子どもにワクチンを 日本委員会」(JCV)へ直接寄付しています。お客さまにご協力いただいたキャップは、JCVを通じてポリオワクチンをはじめ各種ワクチンとなり、世界の国々へ贈られています。



©JCV 禁無断記載



寄付実施年度	2015年度
キャップの量	97t
ワクチンの数量	22,525本 (ポリオワクチンの場合)

## ウナギ資源保護活動を支援しています

2014年6月にニホンウナギが国際自然保護連合(IUCN)レッドリストの絶滅危惧種1B類に指定されました。マルエツではウナギ資源保護活動支援のため、昨年に引き続き、2015年7月20日～24日に販売したウナギ製品の売上金から1点につき10円相当額を拠出し、合計2,049,970円を「鹿児島県ウナギ資源増殖対策協議会」に寄付しました。

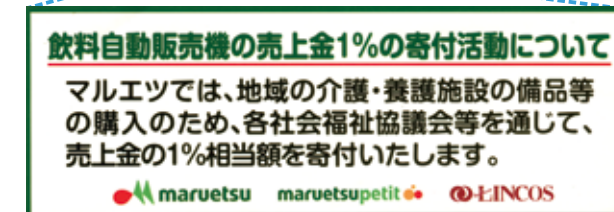


## 「飲料自販機」売上の一部を 介護・養護施設へ寄付

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。2015年度は360万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。2014年度は、店頭での募金162万円、チャリティシャツの販売2,932枚、売上金の一部99万円を「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。(2015年は6月10日～8月30日実施)





# 従業員がいきいきと働ける 人にやさしい職場づくり

すべての従業員が“マルエツで働けて良かった”と思えるような会社でありたい。  
そんな思いから従業員のスキルアップを推進するとともに、  
向上心を育てるしく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。



## お手伝いのスペシャリスト 「サービス介助士」が活躍

ご高齢の方や障がいのある方を手伝うときの「おもてなしの心」と「介助技術」を学び、相手に安心していただきながらお手伝いができる「サービス介助士」。この資格を取得したお手伝いのスペシャリストが交通機関やデパートなどをはじめ、様々な分野で活躍しています。

マルエツでも「サービス介助士」が誕生した当初から従業員の資格取得に取り組み、接客サービスの向上、おもてなしの意識向上に努めてきました。現在、892名（2015年2月現在）の資格取得者が活躍し、やさしいお店づくりを目指しています。

## マルエツの取り組みが紹介されました

サービス介助士の資格を認定している公益財団法人日本ケアフィット共育機構が発行するフリーペーパー「Kizzna（きずな）」で、従業員の資格取得の取り組みを行っている企業としてマルエツが紹介され、店舗で活躍するサービス介助士の声が掲載されました。



## 「救命技能認定者」を店舗に配置しています

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しています。2015年2月には「救命技能認定者」は447名となりました。



普通救命講習受講の様子

## 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、219名の障がいを持つ仲間が活躍しています。

「ノーマライゼーション」とは、「障がい者や高齢者を特別な人と見るのではなく、普通の生活や活動ができるようにする社会こそが、本来のノーマルな姿である」とする考え方です。

2015年6月現在、雇用率は法定を上回る2.54%となりました。身体障がいだけでなく、知的障がい、精神障がいのある従業員が、店舗や事務所、複合センターなどで業務を行っており、活躍の場が広がっています。

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。



店舗で陳列などの業務を行います



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

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



## 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、仕事と育児・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
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	育児しながら仕事をするため、小6まで勤務時間を短縮
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
再雇用制度	結婚・介護等の理由での退職者を再雇用（一定条件あり）

## 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。





# 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。



## 2014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	2014年度環境活動	2014年度環境目標	評価
全社	電気使用量の削減	13年度比2.8%削減	×
	食品廃棄の削減(廃棄高)	13年度比20%削減	×
	レジ袋辞退率の向上	2015年2月度辞退率のプラス3%向上(30.8%)	×

〈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〉

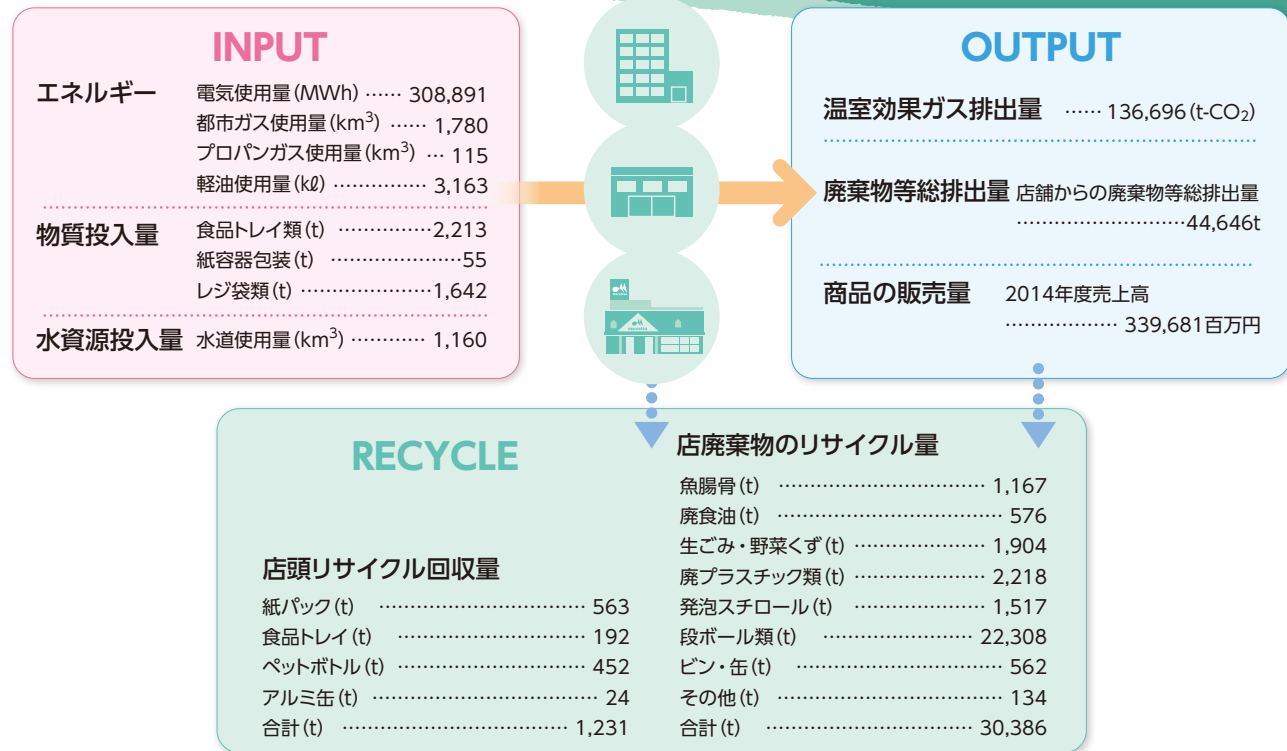
活動単位	2014年度環境活動	2014年度環境目標	評価
経営企画本部	セキュリティ管理	重要文書管理の徹底	○
	重要分類のリストアップと見える化 文書の整理		
財務経理本部	仕入伝票、返品伝票の電子化による伝票(紙)の削減	13年度比10%削減	○
教育人事本部	環境教育の推進	2014年度入社者と新店に対して環境教育	○
		商品知識検定(共通Ⅲ)有段者30名育成	×
総務本部	野菜くずリサイクル量のアップ	13年度比5%アップ	×
商品本部	販促資材の適正運用	生活歳時企画の集約と制作物量13年度比5%削減	○
	LED照明(電球)の拡販	13年度比16.5%アップ	○
本社の電気使用量の削減		13年度比16.5%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2014年度組織です。

## 2014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	電気量削減施策等	0	4,700,087 kWh	94,801
			照明器具 LED導入（76店舗）	495,033	3,193,894 kWh	64,421
			ガス空調への切り替え(1店舗)	32,980	26,300 kWh	530
	資源循環コスト	レジ袋使用量の削減	レジ袋辞退率28.8%・レジ袋使用量の削減	119,974	830,234 kg	150,952
		廃棄物の資源化	ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化	175,999	1,888トン	0
			魚腸骨の100%資源化	0	1,167トン	1,867
			廃食油の100%資源化	0	576トン	2,580
		野菜くずの資源化（93店舗）	71,356	1,904トン	0	
		一般廃棄物の適正処理	一般廃棄物の適正処理	445,905	0	0
		店頭リサイクル	紙パックの回収	—	563トン	611
			食品トレイの回収	—	192トン	0
			ペットボトルの回収	—	452トン	293
			アルミ缶の回収	—	24トン	128
上・下流コスト	容器包装リサイクル法対応	2014年度容器包装リサイクル委託	103,084	0	0	
	店頭リサイクルの推進	店頭リサイクルBOX購入	2,167	0		
	エコロジーバッグの販売	エコロジーバッグの販売	0	11,756 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	1,400	0	—	
	ISO認証取得	環境マネジメントシステムISO取得	2,089	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	220	—	—	
	店頭募金・寄付活動	店頭での盲導犬募金、PBペットフード1%寄付、ペットボトルキャップ	1,165	15,759 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」、飲料自販機1%相当額	3,902	3,902 千円	—	
合 計				1,455,274	—	316,183



## 全店総CO<sub>2</sub>排出量 (2014年3月～2015年2月)

環境保全の分類	使用量 排出量実績	原単位※1	CO <sub>2</sub> 排出量 係数※2	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)	308,890,966	0.087732354	0.36	111,200,748	401,447	327	81.3
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> )	1,780,444	0.000505688	2.1	3,738,932	21,865	11	2.7
販売にともなうプロパンガス使用量(m <sup>3</sup> )	115,198	0.000032719	6.225	717,108	13,530	2	0.5
販売にともなう水道使用量(m <sup>3</sup> )	1,159,757	0.000329398	0.58	672,659	2,428	2	0.5
販売にともなう軽油使用量(ℓ)	3,163,000	0.000898367	2.6	8,223,800	29,689	24	6.0
店舗からの可燃ゴミ排出量(kg)	11,390,749	0.003235243	0.84	9,568,229	34,542	28	7.0
レジ袋類(kg)	1,641,898	0.000466338	— ※3	1,405,900	5,075	4	1.0
食品トレイ類(kg)	2,212,641	0.000628442	0.528	1,168,274	4,218	3	0.9
合 計				136,695,650	512,795	402	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CO<sub>2</sub>排出量を算出したため、係数は(—)となっています。

## 2014年度のマルエツ環境負荷指数 (消費エネルギー原単位)

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	前年比 (%)
全店CO <sub>2</sub> 排出量(t-CO <sub>2</sub> )	152,336	131,096	138,138	138,680	136,696	98.6
店舗延床面積×営業時間(m <sup>2</sup> ・h)	3,355,278,025	3,399,439,114	3,472,969,680	3,503,653,900	3,520,833,000	100.5
マルエツ環境負荷指数(g-CO <sub>2</sub> /m <sup>2</sup> ・h)※4	45.4	38.6	39.8	39.6	38.8	98.1

※4 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時間あたりのCO<sub>2</sub>(g)排出量を指します。

## 2014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 排出量	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	9,648	1,904	19.7 %	6.3 %
	廃食油	576	576	100.0 %	1.9 %
	魚腸骨(魚のあら)	1,167	1,167	100.0 %	3.8 %
	小 計	11,391	3,647	32.0 %	12.0 %
生ごみを除く可燃物		6,134	0	0.0 %	0.0 %
廃プラスチック類		2,543	2,218	87.2 %	7.3 %
発泡スチロール		1,517	1,517	100.0 %	5.0 %
段ボール・古紙類		22,308	22,308	100.0 %	73.4 %
ビン・缶		562	562	100.0 %	1.8 %
その他		191	134	70.2 %	0.4 %
合 計		44,646	30,386	68.1 %	100.0 %

### 報告書作成にあたって

2014年度は、従来の社会貢献、環境活動に加えて、CO<sub>2</sub>削減施策として「カーボン・オフセット」に取り組みました。

当社の実施内容は、お客様参画型で、しかも被災地支援にも繋がる取り組みです。この当社の新しい施策も、わかりやすくご説明、ご報告したいとの思いで、本報告書を作成いたしました。

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：2014年3月1日～2015年2月28日  
(2015年3月以降の活動も一部掲載しております)