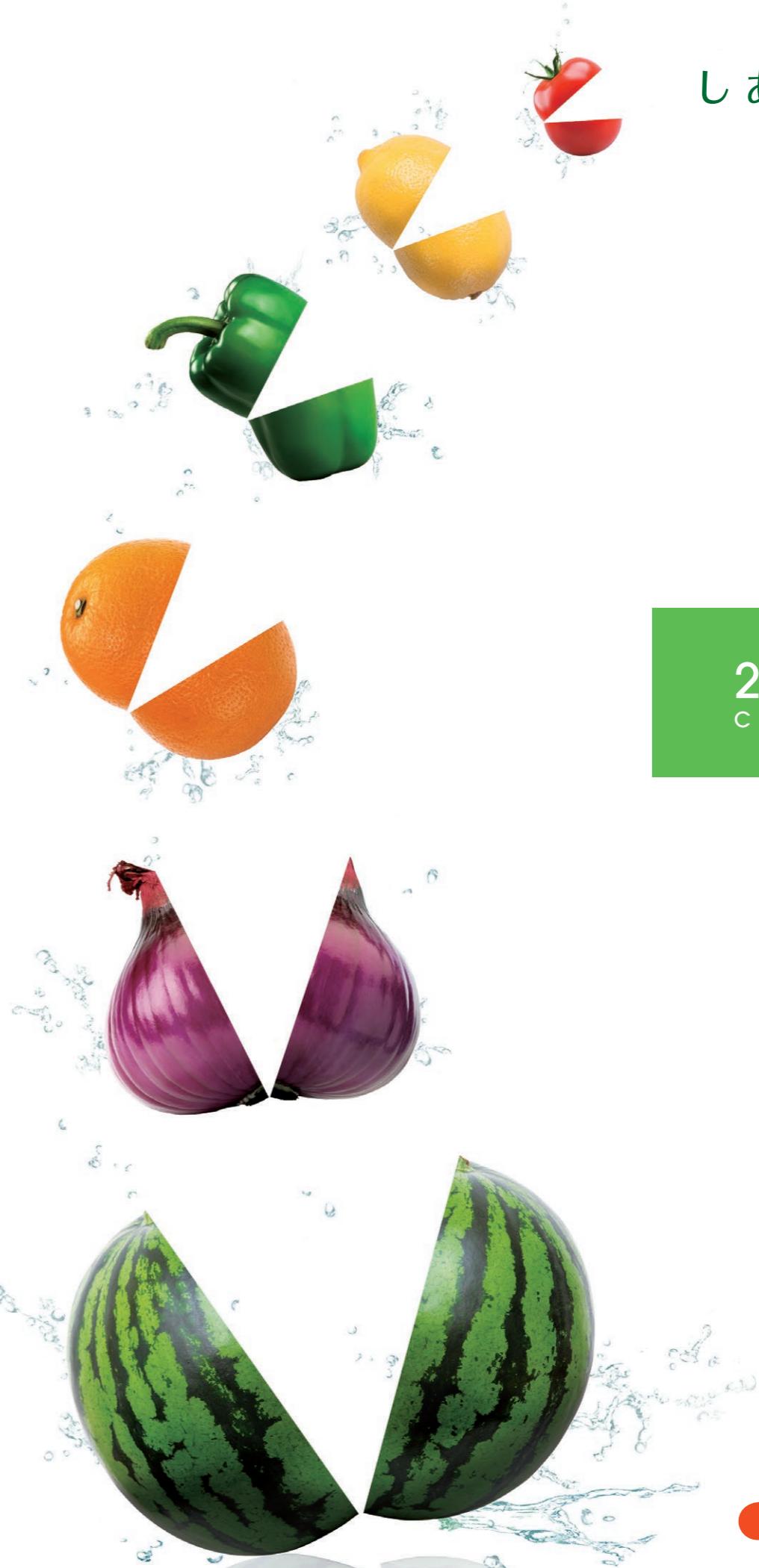


しあわせいかつ。



2016会社案内
Corporate Profile



〒170-8401
東京都豊島区東池袋5-51-12
<http://www.maruetsu.co.jp/>



この会社案内は、FSC認証紙を使用し、植物油インクで印刷しています。

2016年6月発行



皆さまの“しあわせいかつ。”のために



ご挨拶

ー将来の成長に向け、チャレンジしてまいりますー

マルエツは、1945年10月に埼玉県浦和市（現さいたま市）で魚の販売を中心とした「魚悦商店」として創業以来、地域に根ざし、お客さまにいかに喜んでいただくかという精神のもと、お客さまの様々なご要望にお応えしながら成長してまいりました。そして現在は、関東地方1都5県で約290店舗を展開する、首都圏最大の食品スーパー・マーケットチェーンとして「マルエツ」「マルエツ プチ」「リンクス」などの屋号で店舗を展開し、毎日およそ65万のお客さまにご利用いただいております。

生活環境が変化し、お客さまのニーズが多様化する中で、「私たちは、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します」という経営理念にもとづき、スーパー・マーケットとしての品揃えの充実に努め、お客さまに喜んでいただける商品・売場づくりに従業員一丸となって取り組んでまいりました。また、当社にとって最大の資産は「人財」であると考え、お客さま視点で行動できる「おもてなしの心」を持った人づくりを積極的にすすめ、いつぞ来店されても快適に安心してお買い物をしていただける店づくりに努めています。

2015年3月、当社は株式会社カスミ、マックスバリュ関東株式会社と、共同持株会社である「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.Holdings）」を設立し、統合シナジーの創出を図るための取り組みを推進してまいりました。今後もスケールメリットを活かし、1社では成しえない新たな価値を創造して企業価値の最大化を図ってまいります。

当社は、これからもスーパー・マーケットに徹しつつ、変化するお客さまのニーズにお応えするため、常にチャレンジを続けてまいります。また、お客さまに満足をお届けするという使命を忘れず、今まで以上にお客さまとの絆を深め、ステークホルダーの皆さまの“しあわせいかつ。”の実現に向けて取り組んでまいります。

2016年6月



代表取締役社長
上田 真
Makoto Ueda

ブランドメッセージ

しあわせいかつ。

「ふだんの暮らしの中で、ちょっとり幸せな気持ちを感じていただきたい」という、マルエツがお客さまに伝えたい思いが詰まった言葉です。



シンボルマークについて



「シンボルマーク」には、私たちがお客さまにお届けする、新鮮でいろいろ豊かな「食」のイメージを「魚や野菜に見える形」と「生命感あふれた色調」で表現するとともに、「マルエツ」の頭文字である「M」を表現いたしました。

経営理念

存在意義
私たちは、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します。

経営姿勢
私たちは、常に革新と挑戦を続け、公正で誠実な企業であり続けます。

行動規範
私たちは、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します。

お客さまへの約束

わたしたちが目指すもの
お客さまの「笑顔のある食卓」を応援します。

わたしたちがお届けするもの
お客さまに「新鮮な発見と感動」をお届けします。

わたしたちのこころ
この街を愛し、「お客さまとの絆」を大切にします。

INDEX

□ 店舗

P6
地域のニーズに合わせた
店舗形態で出店

□ 物流

P8
新鮮な商品を効率的に配送する、
マルエツ独自の物流システム

□ 商品

P9
「maruetsu365」をはじめ、
お客さまの豊かな食卓に
つながる商品をご提案

□ 人財

P10
常にお客さまの視点で
考えることのできる人財育成

□ 社会貢献／環境活動

P13
社会貢献や環境保護活動を
積極的に推進

□ 沿革・会社概要

P18

お客様の豊かな食生活のために

マルエツはお客様の健康で豊かな食生活に貢献し、地域社会との絆を大切にすることで「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になることを目標とし、前進してまいります。

笑顔のある食卓を応援

鮮度や品質の高さで、お客様の豊かな食卓をサポート。「安全・安心」が健康的な生活を「おいしさ」が笑顔をお届けします。

新鮮な発見と感動をお届け

“選ぶ・見つける”が楽しみになる豊富な品揃え。お客様が毎日お買い物に行きたくなる魅力ある売場を目指します。

お客様との絆を大切に

基本テーマは、人と人とのつながり。地域のお客さまへの感謝と誠意で、接客やサービスのクオリティを高めます。



さらなる企業価値の向上を目指して

2015年3月2日、当社は株式会社カスミ、マックスバリュ関東株式会社と経営統合し、共同持株会社である「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.Holdings)」を設立。3社共同の商品調達によるコスト削減や共同販促の実施、経営効率の改善などに取り組んでいます。また、3社の自主自律経営を尊重しながらスケールメリットを活かし、1社では成しえない新たな価値を創造し首都圏ナンバーワンのスーパーマーケットとして企業価値の最大化を図ってまいります。2021年2月期において、営業収益1兆円、1,000店舗体制の構築を目指し、革新と挑戦を続けてまいります。

U.S.M.Holdings

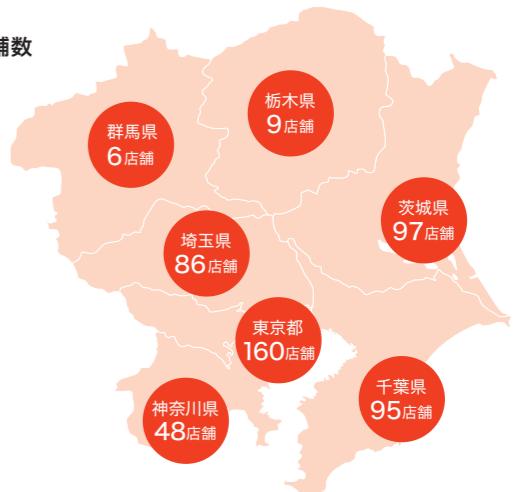
ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス 株式会社



□ 会社概要

社名 / 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
代表者 / 代表取締役会長 小濱 裕正
代表取締役社長 上田 真
本社 / 東京都千代田区神田相生町1番地
設立 / 2015年3月2日
資本金 / 100億円
事業内容 / スーパーマーケット事業の管理

□ グループ店舗数



□ グループ営業収益

	店舗数	営業収益
株式会社マルエツ	289店舗	3,647億円
株式会社カスミ	174店舗	2,513億円
マックスバリュ関東株式会社	38店舗	477億円
累計	501店舗	6,638億円

※ 店舗数は2016年5月末現在 ※ 営業収益は2016年2月期連結決算数値

地域やお客さまのニーズにお応えする店づくりを目指して



地域に根ざしたお店づくりに取り組む店長は、自店の存在意義と地域社会への貢献度、お客さまに対し、どのようなお役に立っているのかを考え、売場づくりを行っています。その店長の思いを支える店舗従業員と本社スタッフ。商品、設備、サービス、接客などを常に見直し、安心して快適で楽しいお買い物をしていただけるよう、一丸となって取り組んでいます。

「家族の健康を考えたい」「今日の料理時間を短縮したい」「週末はちょっと贅沢したい」「食べ盛りの家族を満足させたい」「少しの量でいいからおいしいものを食べたい」「何か目新しいものは?」などなど。お客さまの生活スタイルやシーンによって変化する食卓に対応することが、スーパーマーケットの使命であると考えています。

スーパーを極める、「マルエツ プチ」の強さ

マルエツの店舗は、規模に応じて大型店、標準店、都心店（マルエツ プチ）の3つに分類されています。特に小型の都心店は、生鮮加工センターを活用することで、加工場を持たない店舗でも新鮮な精肉や鮮魚の品揃えが可能となっています。さらにセンターでは、都心店用の小分けのピッキングを実施することで、店舗の作業が軽減されています。また、店舗の発注業務に自動発注システムを導入するなど、ローコスト運営を徹底するための体制を整えています。一方、できたての惣菜をご提供するために、惣菜は厨房を設け、店内加工にこだわっています。限られたスペースでも最大限の品揃えを実現する棚割の工夫で、小型の都心店でも新鮮で豊富な生鮮食品が揃い、品揃えの幅と深さで「スーパーマーケット」を極めています。



□ 店舗展開

マルエツは、それぞれの地域に最も適した商品やサービスをご提供できるよう、「マルエツ」「マルエツ プチ」「リンコス」などの屋号で店舗を展開し、お客さまのニーズにお応えしています。



maruetsu

毎日楽しく便利にお買い物をしていただけの、生鮮食品を中心としたスーパー・マーケット。食料品の他、日用雑貨など、幅広く品揃えしています。



maruetsupetit

都市部で生活するお客さまに生鮮食品をはじめ、できたての惣菜やサービスをお届けする都市型スーパー・マーケット。約40坪から150坪の売場で、普段の生活に必要な商品を取り揃えています。



LINCOS

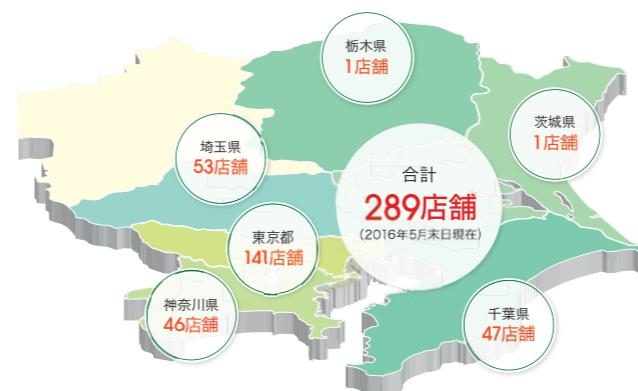
ハイクオリティな品揃えとサービス機能を取り揃えて、お客さまのより高いニーズにお応えする高品質スーパー・マーケット。



LINCOS
札幌仕

日本の「おもてなしの心」による接客で、快適で新しいライフスタイルを提供する「高品質スーパー・マーケット」として、「リンコス」を中国江蘇省無錫市に2店舗展開しています。

□ 首都圏に広がるマルエツの店舗



	マルエツ	マルエツ プチ	リンコス	魚悦	合計
東京都	71	66	4	-	141
埼玉県	51	-	-	2	53
千葉県	45	1	1	-	47
神奈川県	44	2	-	-	46
茨城県	1	-	-	-	1
栃木県	1	-	-	-	1
合計	213	69	5	2	289

※ 2016年5月末日現在

□ 地域のお客さまとの絆づくり

くらし方録（カタログ）

創刊30周年を越えますますパワーアップ!
料理提案や生活情報、マルエツのこだわり商品を毎月ご紹介しています。



店長への直行便

1996年より全店に設置して以来、お客さまからいただいた貴重なご意見、ご要望には3日以内に店長よりお返事しています。



いーとぴあ

気軽に楽しく参加できる料理＆カルチャー教室です。1991年の開設以来、たくさんのお客さまにご利用いただいている。



物流 Distribution

安全・安心な商品をお届けする4つのセンター

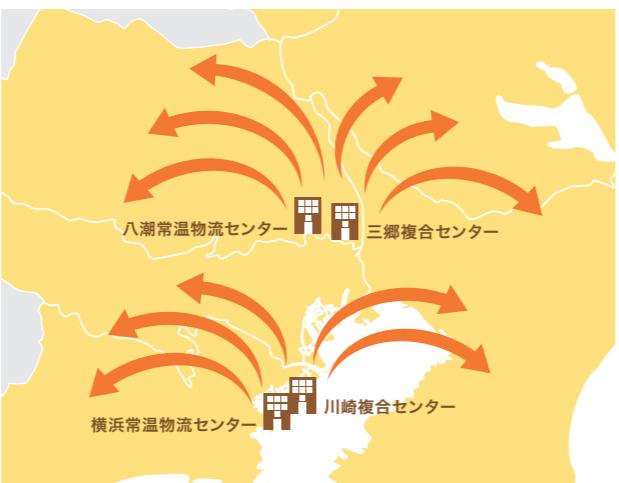
□ 店舗を支える物流システム

およそ290店におよぶ首都圏の店舗網をカバーする、マルエツの物流・生鮮加工センターは、「八潮常温物流センター」(埼玉県)と「横浜常温物流センター」(神奈川県)の2つと、鮮魚・精肉の生鮮加工と低温商品を扱う「三郷複合センター」(埼玉県)と「川崎複合センター」(神奈川県)の2つ、計4つのセンターを配置し各店舗へ効率的に配送を行っています。

鮮度を保つために、センターへの納入から、鮮魚・精肉の加工、店舗への納品まで、一貫した低温物流体制(コールドチェーン)を確立しています。また、センターでは、徹底した衛生管理のもと、加工技術のレベルアップによる品質向上を図り、生産可能パック数を



拡大しています。センターを活用し、高品質な生鮮食品を豊富な品揃えでご提供することで、差別化を図るとともに、部門を越えた商品開発にも積極的に取り組んでいます。デリカ部門の「若鶏の唐揚げ」の下味付けの他、「さばの味噌煮」「銀鮭の塩焼」やレンジアップ商品など、即食・簡便性の高い商品の開発を行っています。



□ 「ISO22000」の認証取得

川崎、三郷複合センターは、食品安全マネジメントシステムの国際規格である「ISO22000」の認証を取得しています。「ISO22000」は生産・流通・販売のすべての工程で品質管理を行うことで食の安全を守ります。



□ 放射性物質の自主検査

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2011年より、国産牛肉の全頭検査及び、生鮮食品とプライベートブランド商品のサンプリング検査を実施しています。2012年より、国が定める基準値が改定されたことを受け、当社でも自主基準値を新たに設定し、その検査結果をホームページで公表しています。



商品 Products

「maruetsu365」をはじめ、 お客様の豊かな食卓につながる商品をご提案

□ 商品開発

2010年に誕生した、当社のプライベートブランド「maruetsu365」(マルエツさんろくご)はお客さまの笑顔あふれる毎日を応援するため「今ある商品よりも1つ良い」点をプラスし「お手頃なのに、プラスワンの価値がある」商品をラインアップ。リニューアルや新商品を追加しながら、現在、約250品目をご提供しています。また、生活必需品を中心に、お買得価格でご提供する「人気のおすすめ品」も約480品目を取り揃えています。これからも魅力的な商品をお届けするために、マーチャンダイザー(MD)と商品開発を担当する部署が中心となって商品開発に取り組んでまいります。



□ 「maruetsu365」には ECOな商品も



紙パックのリサイクルで作られた商品

「maruetsu365」の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するなど、環境にやさしい商品の開発にも取り組んでいます。

□ 生鮮の強いマルエツ

食品スーパー マーケットの使命として、安全・安心はもちろん、品質や価格も含め、お客さまに魅力的と思っていただける商品づくりを推進しています。マルエツでしか買えない、自慢のオリジナル商品があります。



優良牛 (ゆうりょうぎゅう)

国産黒毛和種を父として、国産ホルスタイン種を母として生まれ、父と母の良いところを受け継ぎ、大切に育てられた優れた牛です。肉質は和牛に近く、適度に霜降り美味しい牛肉です。



人財

Human Resources

生き生きと取り組める教育体制で 「商売の楽しさ」と「おもてなしの心」を育みます



□ フィールドマン(FM)、トレーナーの活躍

マルエツでは、各店舗の部門を側面から支援する機能として、「フィールドマン(FM)」と「トレーナー」を配置しています。「フィールドマン(FM)」は、商品部と店舗の橋渡しの役目を担っています。部門の施策を具現化するために、店舗へ出向き、売場づくり等を自ら実践することで指導・教育する一方、売場における問題点や店舗の要望を各部署と調整し、解決していきます。また「トレーナー」は、該部門で、商品知識や鮮度管理、加工・製造・陳列・販売技術・接客などの指導や、新入社員、各階層別の実務教育や技能訓練を実施しています。「全ては店舗の現場力強化のために」、店舗が円滑に業務を進め、商売に専念できるよう「フィールドマン(FM)」と「トレーナー」が縁の下の力持ちとなって活躍しています。



□ サービス介助士

ご高齢の方や障がいをお持ちのお客さまをはじめ、ご来店されるすべてのお客さまに、安心してお買い物をしていただけるよう、マルエツでは「サービス介助士2級」の資格取得を積極的に取り組んでいます。現在では約900名以上が取得し、日々「おもてなしの心」でお客さまをお迎えしています。

※「サービス介助士」は、「公益財団法人 日本ケアフィット共育機構」が認定する資格です。



□ 接客向上への取り組み

接客レベル向上施策として、レジ担当者(グリーター)を対象に、厳正な筆記・実技テストを経て認定される「グリーター五つ星」という社内制度を設けています。また年1回、全グリーターの最優秀者を決定する「ベストグリーターコンクール」を実施しています。



□ 産地研修

店舗で販売している野菜が、どのような工程で大切に栽培され、収穫、出荷されているのか、実際の産地に出向き実習を行うことで、店舗での販売方法やお客様との会話に活かしています。また、生産者からお客様、お客様から生産者への橋渡しを行い、農業全体の発展にも寄与しています。青果以外の商品でも、生産工場の視察、外部セミナーへの参加等、様々な研修が行われています。



和田農園(北海道)のごぼう収穫研修



「朝採りレタス」産地研修(群馬県)



午前2時ごろから始まるレタスの収穫作業

□ 商品知識検定

所属部門に関わらず、店舗で扱う商品の様々な知識を取得し、お客様のお買い物のお手伝いができる従業員を育成するため、全従業員を対象に、定期的に商品知識検定を実施しています。より多くの商品知識を身につけ、お客様との会話の機会を増やすことで、ファンづくりにつなげています。



□ 特例子会社

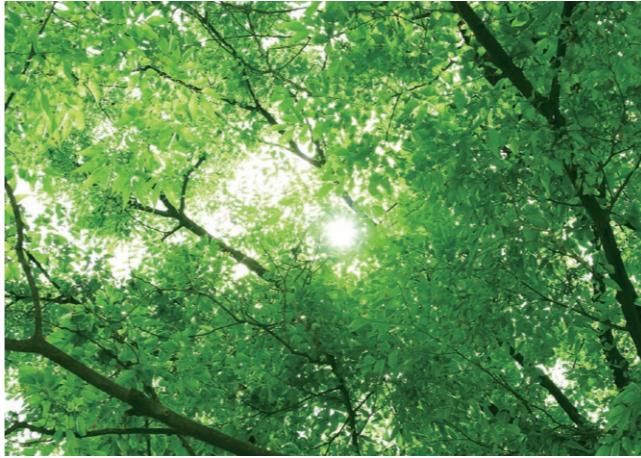
マルエツでは特例子会社((株)マーノ)を通じて、「障害者雇用促進法」にもとづいた取り組みを積極的に行ってています。事務代行業、メールの配達業務や、複合センター内の業務の他、店舗での陳列や商品の加工、調理などを行っています。





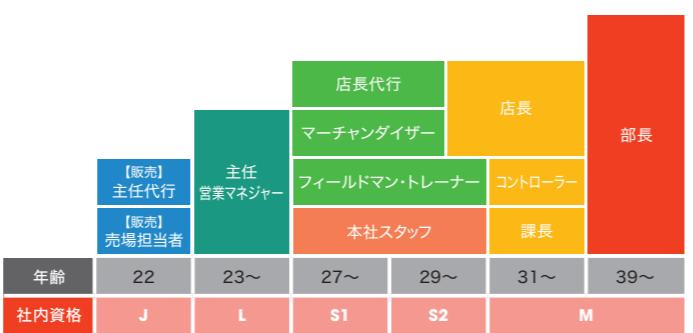
社会貢献
環境活動
Social Responsibility and Environmental

社会貢献や環境保護活動を
積極的に推進しています



□ 入社後のステップアップ

入社後は、店舗に配属。実際にお客様と接する販売現場を経験することで、基礎を学びます。その後、適性・能力・昇格試験などにより、主任・営業マネジャーから店長代行・店長・マーチャンダイザー・フィールドマン・トレーナー・本社スタッフ等へ登用されます。まずは経験を重ね、能力を磨き、日々の業務の中から適性・個性を見極め、社員一人ひとりが充実感とやりがいを持って仕事に臨めるポジションを任せています。



□ 教育体系

入社後的新入社員研修は、オリエンテーションからスタートし、部門別の導入研修後、店舗での実務研修となります。新入社員らしい素朴な疑問や、新たな視点を大切にしながら商売の基本を身につけていきます。さらに、2年次の集合研修で次のステップにすみます。



(株)日本流通未来教育センターでは、クルー(アルバイト)のレジ研修や、実際に商品を加工し、技術を取得する研修をパートナーも社員も実施しています。主任、店長代行など、ステップアップするごとに、その役職に合わせた職位別研修が実施されます。



□ 「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271事業所となっています。マルエツでは業務において特に環境負荷が高い電気使用量の削減、食品廃棄の削減、レジ袋辞退者数のアップ、可燃ゴミ排出量の削減を2016年度の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、CO₂排出量削減だけでなく、経費削減にもつながります。環境活動といつても、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。今後も、「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。



□ 「カーボン・オフセット」の取り組み



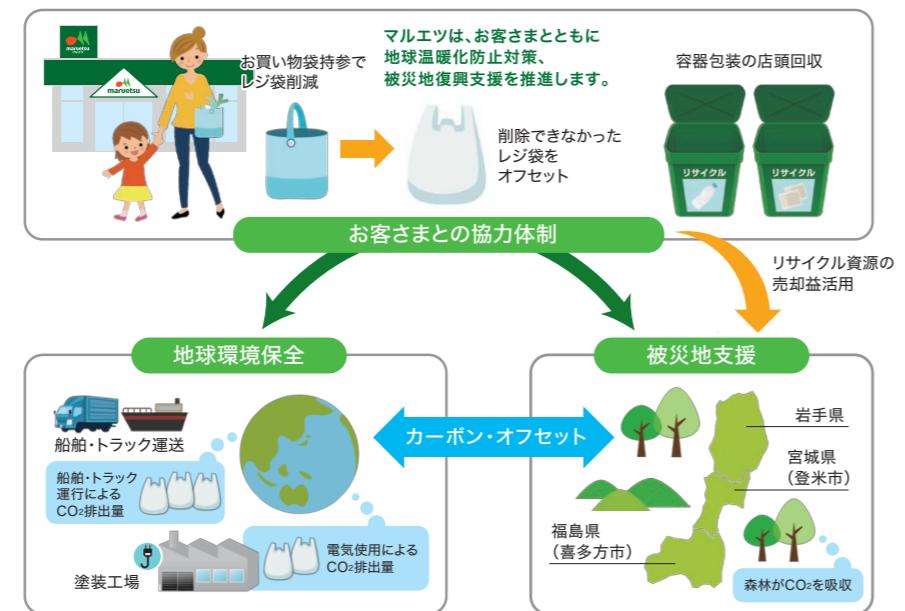
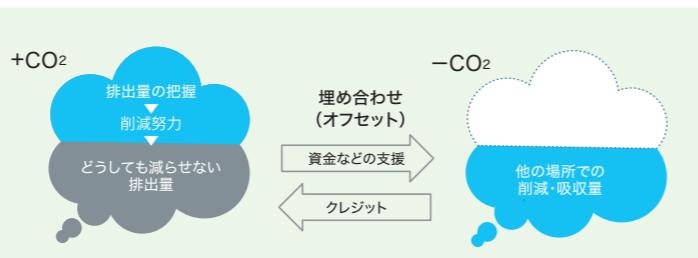
2015年12月11日エコプロダクツでの表彰式

「カーボン・オフセット」とは、事業活動で排出されるCO₂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CO₂を吸収する事業からクレジット(吸収量)を購入し、オフセット(埋め合わせ)する考え方です。

当社では、レジ袋製造の際に排出されるCO₂を、被災3県(岩手県、宮城県登米市、福島県喜多方市)の森林保全活動によって吸収されるCO₂のクレジットを購入してオフセットしています(15年度は350t-CO₂)。その購入費用は、お客様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の売却益を活用しています。お客様と共に、地球温暖化防止につながる環境活動を推進し、被災地域の環境保全活動、地域活性化を支援するしくみとなっています。これらの取り組みが評価され、「第5回カーボン・オフセット大賞『奨励賞』」を、さらに「東北地域カーボン・オフセットグランプリ『支援賞』」を受賞しました。

「カーボン・オフセット」って何?

「カーボン・オフセット」とは、自分の温室効果ガス排出量のうち、どうしても削減できない量の全部又は一部を他の場所での排出削減・吸収量でオフセット(埋め合わせ)することをいいます。



□ お買い物袋持参運動

マルエツでは、お客様のご協力のもと、レジ袋の削減に取り組んでいます。

「Tカード」会員のお客さまがレジ袋を辞退された場合、お買上げ金額に関わらず「エコポイント」としてTポイント2ポイントを進呈。マイバッグご持参へのご協力を呼びかけ、「お買い物袋持参運動」を積極的に展開しています。

レジ袋辞退率

	2013年度	2014年度	2015年度
辞退率	25.7%	28.8%	29.9%
削減枚数	73,090千枚	83,862千枚	90,944千枚

マイバッグご持参をお願いします。

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。
ご協力頂いたT会員のお客さまにはエコポイントとしてTポイント2ポイントを進呈させて頂きます。

□ 「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、武藏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。



□ リサイクルを推進

再生可能資源の回収を推進するため、店頭に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。



□ 「DBJ環境格付融資」 ランクB(特別金利I)取得



当社は、2016年1月、日本政策投資銀行(DBJ)より環境格付融資を受け、格付結果は「環境への配慮に対する取り組みが先進的」と評価されました。

□ 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、CO₂排出量削減など地球温暖化防止につながっています。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。



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。



□ 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ともに、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について把握することです。そこで、廃棄物計量管理システムをマルエツ屋号店舗を中心に導入し、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。



□ 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います。2015年度の募金額は13,067,429円(累計 約2億5,000万円)となり、さらに「maruetsu365」ペットフードの売上の1%相当額を同協会へ寄付しています。



写真提供:日本盲導犬協会



岩槻駅前店での「盲導犬ふれあいキャンペーン」

□ 盲導犬への理解を深める



神奈川訓練センターでの体験歩行

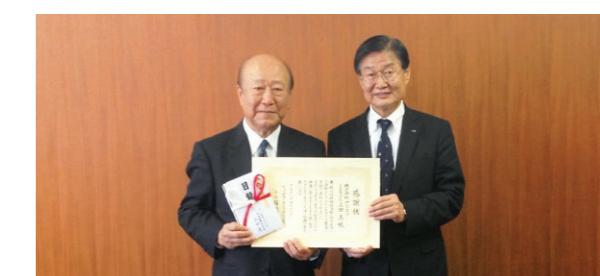
募金活動以外でも、目の不自由な方々に対する理解促進を図るため、お客さま向けに日本盲導犬協会神奈川訓練センターの施設見学会を実施しています。2016年度はマルエツご利用のお客さま40名(うちお子さま20名)を招待し3月30日に見学会を実施。



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お買い物をしていただけるよう、従業員の研修も行っています。

□ 寄付活動

マルエツでは、地域貢献、社会貢献や、将来を見据えた環境保全を推進するため、寄付活動にも積極的に取り組んでいます。2014年に「ニホンウナギ」が絶滅危惧IB類に指定されたことを受け、ウナギ資源保護活動への支援も行っています。また、「平成28年熊本地震」の支援募金活動も行いました。



飲料自販機売上金1%寄付の目録贈呈式

■ 主な寄付金額内訳

内容	期間	金額	寄託先
盲導犬育成募金寄付	2015年3月～2016年2月の店頭募金額	13,067,429円	公益財団法人日本盲導犬協会
飲料自動販売機売上金1%寄付	2015年3月～2016年2月の飲料自販機の売上金1%相当額	3,500,000円	各地域の福祉協議会
ペットボトルキャップ回収売却益寄付	2014年3月～2015年2月回収分の売却益	450,490円	認定NPO法人世界の子どもにワクチンを日本委員会(JCV)
ウナギ資源保護活動寄付	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円を拠出	2,049,970円	鹿児島県ウナギ資源増殖対策協議会
「平成27年9月関東・東北豪雨」義援金募金	2015年9月15日～30日の店頭募金活動及び当社からの拠出金	2,000,000円	茨城県、栃木県

※ 従来の「社会貢献・環境活動報告書」に記載の環境会計等は、2016年8月末日までに当社ホームページ「環境・社会貢献」に記載する予定です。

□ 沿革

1945 魚悦商店を埼玉県浦和市(現・さいたま市)にて創業
 1952 有限会社魚悦商店設立
 1959 有限会社丸悦ストアーに商号変更
 1965 セルフサービスの食品スーパー「大宮店」開店
 1970 東京都に進出／株式会社丸悦ストアーに組織変更
 1974 株式会社マルエツに商号変更
 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
 1976 千葉県に進出
 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
 1978 株式会社プリマートと合併し、首都圏で100店舗を超える
 1979 消費者モニター制度導入
 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
 1984 東京・大阪両証券取引所市場第一部へ指定替え
 1986 POSシステム導入開始
 1989 本社を東京都豊島区東池袋に移転
 1991 健康と食文化実践室「いーとびあ」開設
 1993 盲導犬育成募金開始
 1995 緑化資金導入
 1996 お客様の声を反映する「店長への直行便」導入
 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
 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
 2001 株式会社すえひろと業務・資本提携
 2002 株式会社ポロロッカ株式取得
 株式会社日本流通未来教育センター設立
 マルエツ200店舗達成
 2003 サンデーマート株式会社と株式会社すえひろが合併
 2004 盲導犬育成募金累計1億円突破
 2005 第4回「東京都グリーンコンシューマー奨励賞」受賞
 2006 新経営理念制定／ISO14001認証取得(本社および5店舗)

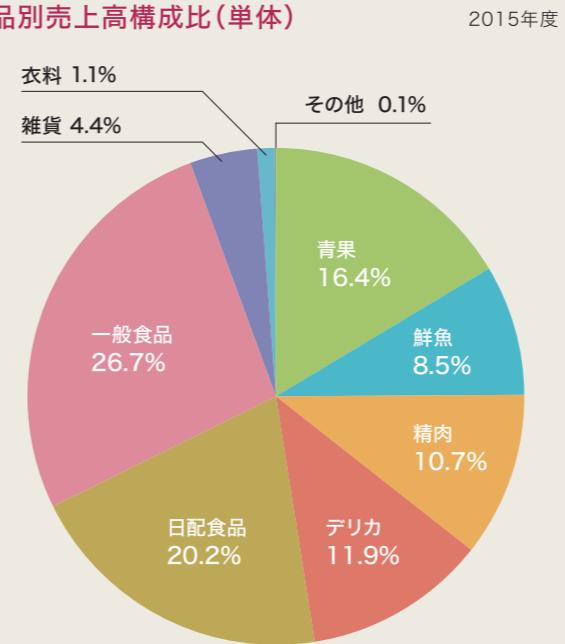
2007 新シンボルマーク、ブランド理念を制定
 イオン株式会社、丸紅株式会社と業務提携
 サンデーマート株式会社・株式会社ポロロッカと合併
 2009 株主優待制度新設／ISO14001認証取得(本社及び全店)
 厚生労働省「障害者雇用優良企業」認証取得
 2010 マルエツ・マルエツ・ブチ・リンコスの3つに店舗屋号を統合
 常温物流センター開設(横浜・八潮)
 川崎複合センター開設
 2011 マルエツ・ブチ50店舗達成
 東日本大震災被災地復興に向けた支援の取り組み
 2012 盲導犬育成募金累計2億円突破
 三郷複合センター開設
 中国出店に向けて蘇寧電器股份有限公司と
 合弁会社を設立
 2013 ISO22000認証取得(川崎・三郷複合センター)
 水産庁「魚の国しあわせ大賞」実証事業部門
 最優秀賞受賞
 中国1号店となる「リンコス無錫蘇寧プラザ店」開店
 2014 「首都圏におけるスーパー・マーケット連合」の
 創設に関する合意(基本合意書締結)
 中国2号店「リンコス無錫海岸城店」開店
 「ウナギ資源保護活動」への支援開始
 東京証券取引所市場第一部を上場廃止
 2015 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が経営統合し、
 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」を設立。
 同社は、東京証券取引所市場第一部に上場
 創業70周年
 「第5回カーボン・オフセット大賞」奨励賞受賞

□ 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
代表電話番号	03-3590-1110
代表取締役社長	上田 真
創業	1945年(昭和20年)10月
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)	364,748百万円
店舗数	289店舗(2016年5月末現在)
従業員数(連結)	15,609名 パートタイマー11,761名を含む (1日8時間換算による期中平均人員)
事業内容	食品スーパー・マーケット事業

※特記がない場合は2016年2月末現在のデータです。

商品別売上高構成比(単体)



□ グループ企業

株式会社マルエツ開発

所在地 東京都豊島区東池袋5-51-12
 設立年月 1989年4月
 代表者 代表取締役社長 原 淳
 事業内容 不動産管理、
 店舗・ショッピングセンター開発業務

株式会社マルエツフレッシュフーズ

所在地 東京都豊島区東池袋5-51-12
 設立年月 2010年4月
 代表者 代表取締役社長 池野 賢司
 事業内容 生鮮加工センターにおける
 食料品の仕入、製造、加工及び販売

株式会社マーノ

所在地 東京都豊島区東池袋5-51-12
 設立年月 1992年3月
 代表者 代表取締役社長 坂本 雅視
 事業内容 事務サービスの代行
 一般労働者の派遣事業を行う特例子会社

株式会社食品品質管理センター

所在地 東京都豊島区東池袋5-51-12
 設立年月 2010年7月
 代表者 代表取締役社長 青木 等
 事業内容 食品の品質・安全・衛生検査の受託等

株式会社日本流通未来教育センター

所在地 埼玉県蕨市中央3-22-30
 設立年月 2002年10月
 代表者 代表取締役社長 中村 孝
 事業内容 スーパーマーケットに特化した教育事業

丸悦(香港)有限公司

所在地 中国 香港
 設立年月 2012年9月
 事業内容 中国において小売業を経営する
 「丸悦(無錫)商貿有限公司」の持株会社

丸悦(無錫)商貿有限公司

所在地 中国 江蘇省無錫市
 設立年月 2013年1月
 事業内容 中国における小売業
 (スーパーマーケット)の経営

