

しあわせいかつ。



2017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。

2017年6月発行



皆さまの“しあわせいかつ。”のために

ご挨拶

—全員参加による「考動」と「実践」で成長を続けてまいります—

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、地域に根ざした商売を徹底し、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、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。

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、生鮮・デリカの強化をはじめ、安全・安心な商品の開発など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、多様な人財の活用と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ることで、地域のお客さまに愛され、笑顔と活気あふれる店づくりを推進しています。

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、お互いの個性を活かしながらシナジー創出に取り組んでまいりました。今後は、さらにグループとして新しいスーパー・マーケットモデルの確立に挑戦していくとともに、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、日々生まれるお客さまのニーズに対し、従業員一人ひとりが主体的に考え実践していくことで、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。

2017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。

店舗

地域のニーズに合わせた
店舗形態で出店

P6

物流

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

P8

商品

「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

P9

人財

常にお客さまの視点で
考えることのできる人財育成

P10

社会貢献 環境活動

社会貢献や環境保護活動を
積極的に推進

P13

沿革 会社概要

この街を愛し、「お客さまとの絆」を
大切にします。

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。



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

次の10年の成長に向け新たなステージへ

当社と株式会社カスミ、マックスバリュ関東株式会社が経営統合して誕生した、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)」は、2017年3月2日に設立2周年を迎えました。

2017年度を初年度とする新たな中期経営計画を策定し、改革スピードを加速させ、次の10年の成長に向け着実に推進してまいります。

中期経営計画概要

基本方針

- (1) 事業のインフラ共通化によるシナジーの最大化
- (2) 消費者変化に対応した新しいスーパー・マーケットモデル確立への挑戦

■ 数値目標

【第1次中期経営計画:目標】
シナジー具現化による
国内NO.1スーパー・マーケット確立
<2019年度>
営業収益 : 7,800億円~8,000億円
営業利益 : 200億円
営業利益率 : 2.5%
ROE : 6%
(株主資本利益率)

【長期目標】
消費者変化に対応した
ありたい姿の実現
営業収益:1兆円



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 上田 真
代表取締役社長 藤田 元宏
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

グループ合計
507店舗



グループ営業収益

	店舗数	営業収益
株式会社マルエツ	292店舗	3,747億円
株式会社カスミ	181店舗	2,645億円
マックスバリュ関東株式会社	34店舗	456億円
累計	507店舗	6,848億円

* 店舗数は2017年5月末日現在 * 営業収益は2017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。

▶ スーパーマーケットを極める、「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
マルエツ

毎日楽しく便利にお買い物をしていただける、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
マルエツ プチ

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

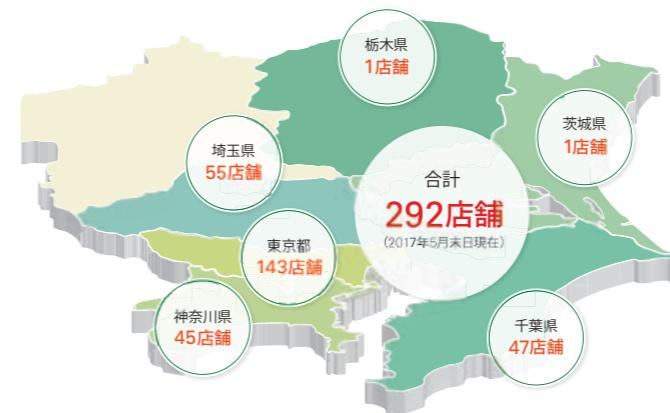
ハイクオリティな品揃えとサービス機能を取り揃えて、お客さまのより高いニーズにお応えする高品質スーパーマーケット。



LINCOS
礼 閣 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	73	66	4	-	143
埼玉県	53	-	-	2	55
千葉県	45	1	1	-	47
神奈川県	43	2	-	-	45
茨城県	1	-	-	-	1
栃木県	1	-	-	-	1
合計	216	69	5	2	292

※ 2017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。



いーとびあ

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・安心な商品を効率的に お届けしています

► 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)、「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



を拡大するなど、センターを活用することで、高品質な生鮮食品を豊富な品揃えでご提供しています。さらに、都心店を中心に複数店舗に供給するベーカリー・デリカ商品を製造する「東和ベーカリー・デリカセンター」が2016年11月より稼動を開始しました。焼きたてパンやできたてのお弁当の品揃えがなかった店舗へ供給することで差別化を図っています。



► 「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460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、マーチャンダイサー(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

「maruetsu365」のティッシュ等の紙類には紙パッケージ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。



紙パックのリサイクルで作られた商品

► 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。



優夢牛(ゆうゆめぎゅう)

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、インストラクターによる教育体制

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」、「インストラクター」を合わせて約180名配置しています。「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、該当部門で、商品知識や鮮度管理、加工・製造・陳列・販売技術・接客などを店舗で指導・教育しています。「インストラクター」は、(株)日本流通未来教育センターにて、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」、



▶ サービス介助士の育成

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」の資格取得を積極的に取り組んでいます。現在では約1,000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、半期に1回レジ担当者(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。



▶ 産地研修の実施

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

▶ 生き生きと働ける職場環境

シニアになっても引き続き、今までの経験が活かせる雇用制度を活用し、たくさんの方が生き生きと活躍し、それが技術の伝承や若手社員の育成にもつながっています。2017年3月に設立した子会社「(株)アスピズサポート」ではシニア世代を含め、戦力となる人材の派遣を積極的に行ってています。



▶ 商品知識向上への取り組み

所属部門に関わらず、店舗で扱う商品の様々な知識を習得し、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。



▶ 障がい者雇用の促進

マルエツでは特例子会社「(株)マーノ」を通じ、障がい者の雇用を積極的に推進しており、2017年2月末日時点での障がい者雇用率は2.6%となっています。さらに、ジョブコーチを配置し、障がい者が円滑に業務を行えるよう、支援しています。主に事務代行業やメールの配達業務、複合センター内の業務の他、店舗での商品陳列など様々な場面で活躍の場を広げています。





▶ 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・マーチャンダイサー・フィールドマン・トレーナー・インストラクター・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。

年齢	店長代行		店長		部長
	マーチャンダイザー	フィールドマン・トレーナー・インストラクター	コントローラー	課長	
【販売】 主任代行	22	23~	27~	29~	31~
【販売】 売場担当者	J	L	S1	S2	M

▶ 教育体系

入社後の新入社員研修は、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。



社会貢献や環境保護活動を積極的に推進しています



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[リユース(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件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」の取り組みを推進

マルエツでは、環境マネジメントシステム(EMS)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、2006年9月に本社及び5店舗において取得し、現在の認証事業所数は、281事業所(本社含む)となっています。この「ISO14001」のEMSに則り、マルエツの業務において特に環境負荷が高い、電気使用量の削減、可燃ごみ排出量の削減、そしてレジ袋辞退者数のアップを2017年度の環境目標として

■ 「ISO14001」で実施している、環境及び事業活動に有益な環境目標

2016年度環境目標	目標値	結果	
電気使用量の削減	15年度比 1.3%削減	2.8%削減	○
レジ袋辞退者数の拡大	15年度差 300万人アップ	506万人アップ	○
食品廃棄高の削減	15年度比 3%削減	0.6%増加	×
可燃ごみ排出量の削減	15年度比 1%削減	3.7%削減	○

取り組んでいます。また、2020年までにCO₂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。日々の節電、廃棄物削減などの活動は、CO₂排出量削減だけでなく、経費削減にもつながります。環境活動と言っても私たちの通常の事業活動とかけ離れたものではないとの思いで、今後も取り組んでまいります。



▶「カーボン・オフセット」の取り組み

「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、2014年より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(16年度は240t-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。

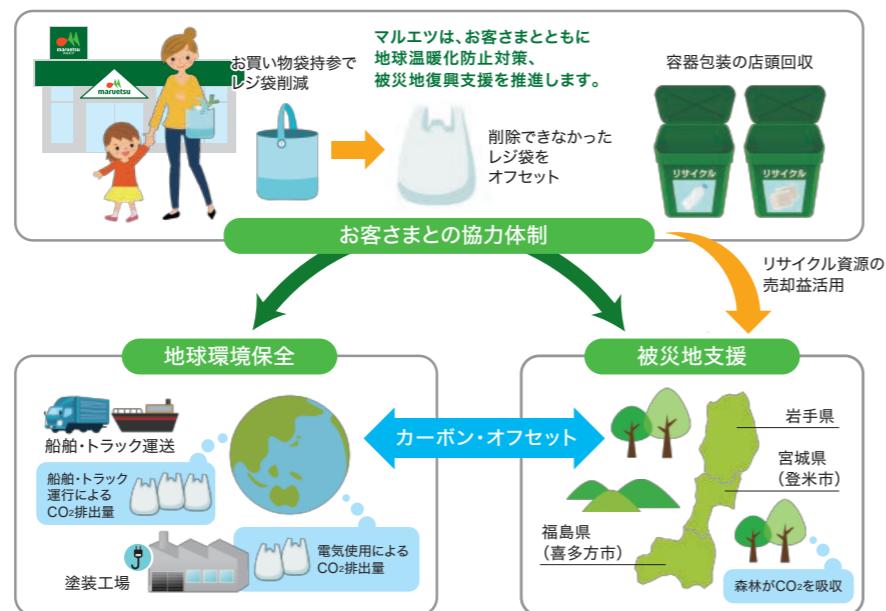
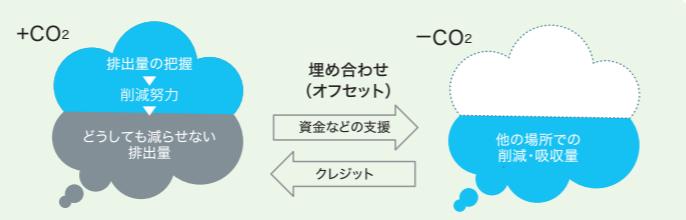
これらの取り組みが評価され、2015年には、「第5回カーボン・オフセット大賞『奨励賞』」を、さらに「東北地域カーボン・オフセットグランプリ『支援賞』」を受賞しました。



2016年10月 宮城県登米市でのオフセット・クレジット購入記念証贈呈式

「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

	2014年度	2015年度	2016年度
辞退率	28.8%	29.9%	30.8%
削減枚数	83,862千枚	90,944千枚	96,090千枚



▶「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。



▶被災地支援の一助に ~震災の教訓を学ぶ~

2016年11月24日、全店長と部長以上の管理職が集まる「店長ミーティング」にて、「東日本大震災～あの日の判断・行動を振り返って、今伝えたいこと～」と題して、震災当時、イオン気仙沼店の副店長をされていた斎藤光代様にご講演いただきました。

実際に震災を体験された方からのお話は臨場感にあふれ、大変勉強になりました。

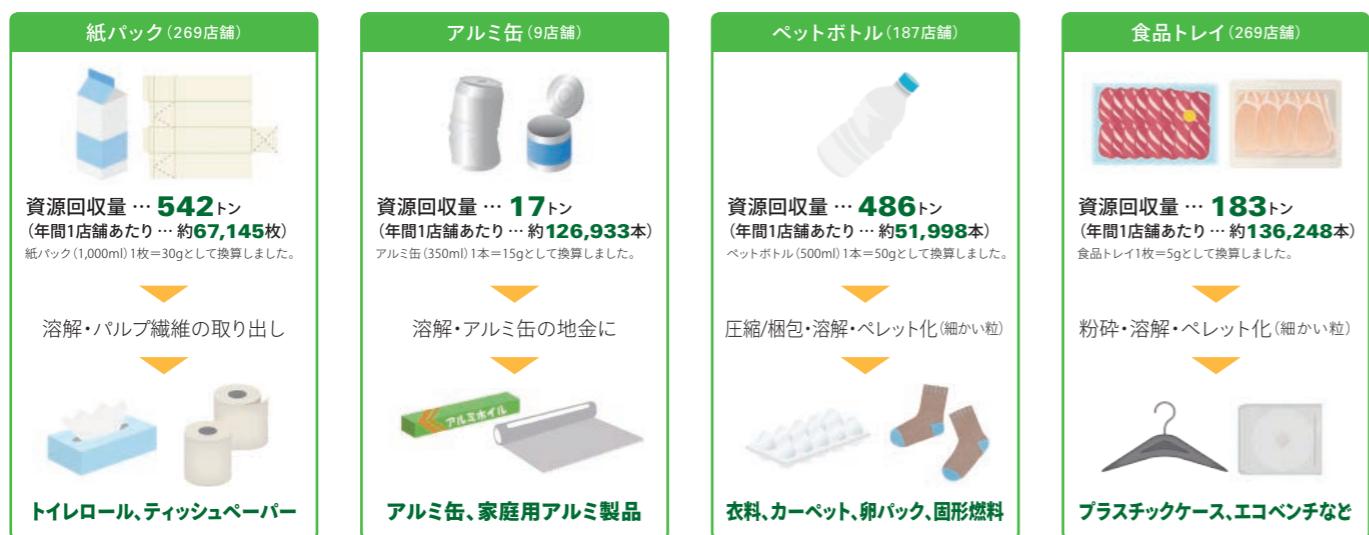


▶ 地域社会と協力してリサイクルを推進



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。



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。2016年度の募金額は12,817,700円(累計約2億6,000万円)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



▶ 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。2017年度はマルエツご利用のお客さま48名(うちお子さま23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点字作成を体験するなど、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。



神奈川訓練センターでの体験歩行

▶ 「DBJ環境格付融資」(ランクC)取得



当社は、2017年3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十分」と評価されました。



飲料自販機売上1%寄付の目録贈呈式

▶ 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。

■ 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	2016年3月～2017年2月の店頭募金額	12,817,700円	公益財団法人日本盲導犬協会
飲料自動販売機売上1%寄付	2016年3月～2017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	2015年3月～2016年2月回収分の売却益	435,093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	2016年7月26日～30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	1,885,450円	鹿児島県ウナギ資源増殖対策協議会
「平成28年熊本地震」義援金募金	2016年4月19日～30日の店頭募金活動及び当社からの拠出金	5,000,000円	熊本県

※ 従来の「社会貢献・環境活動報告書」に記載の環境会計等は、2017年8月末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

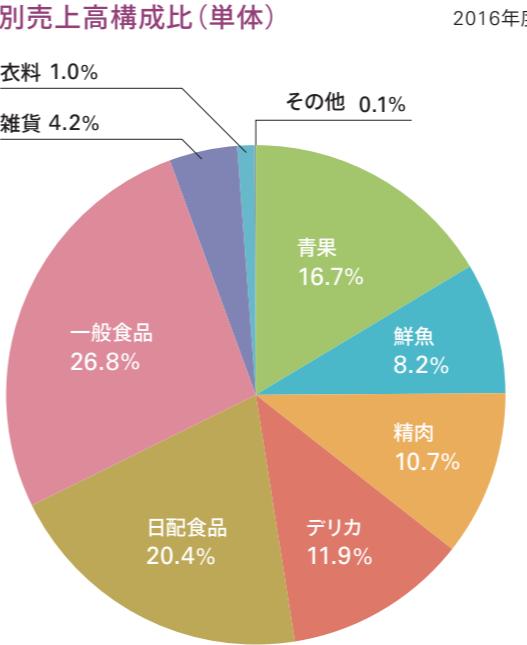
- | | |
|------|--|
| 1945 | 魚悦商店を埼玉県浦和市(現・さいたま市)にて創業 |
| 1952 | 有限会社魚悦商店設立 |
| 1959 | 有限会社丸悦ストアーに商号変更 |
| 1965 | セルフサービスの食品スーパーマーケット1号店「大宮店」開店 |
| 1970 | 東京都に進出／株式会社丸悦ストアーに組織変更 |
| 1974 | 株式会社マルエツに商号変更 |
| 1975 | 埼玉県大宮市(現・さいたま市)に、大宮物流センターを開設 |
| 1976 | 千葉県に進出 |
| 1977 | 食品スーパーマーケットで初めて東京証券取引所市場第二部に上場 |
| 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「いーとぴあ」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・リンクスの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「魚の国のしあわせ大賞」実証事業部門
最優秀賞受賞
中国1号店となる「リンク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「リンクス無錫海岸城店」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
「第5回カーボン・オフセット大賞」奨励賞受賞 |
| 2016 | 東和ベーカリー・テリカセンター開設 |

► 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)	374,732百万円
店舗数	292店舗(2017年5月末日現在)
従業員数(連結)	16,347名 パートタイマー12,266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2017年2月末日現在のデータです。

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製造、加工業務

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 西野 紳哉
事業内容	業務受託事業、事務サービスの代行を行う特例子会社

株式会社アスピズサポート

所在地	東京都豊島区東池袋5-51-12
設立年月	2017年3月
代表者	代表取締役社長 坂本 雅視
事業内容	労働者派遣事業、業務受託事業

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

