

2007 マルエツ社会・環境報告書

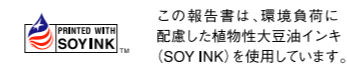
Maruetsu Sustainability Report

■地域コミュニティから地球環境へ、思いをつなぐ。■



株式会社 **マルエツ**
東京都豊島区東池袋5-51-12 〒170-8401
TEL.03(3590)1110(代)
<http://www.maruetsu.co.jp/>

表紙 2007年8月28日(火)実施 「食育」親子農業収穫体験
(埼玉県さいたま市ファームインさぎ山にて)



この報告書は、環境負荷に
配慮した植物性大豆油インキ
(SOY INK)を使用しています。

発行：2008年1月

コンテンツ

| | | | |
|---------------------|----|--------------|----|
| あいさつ | 3 | 環境への取り組み | 14 |
| 経営理念とコーポレートアイデンティティ | 4 | ISO14001認証取得 | 16 |
| コンプライアンス経営の推進 | 5 | 環境負荷低減への取り組み | 18 |
| お客さまとのコミュニケーション | 6 | レジ袋削減の取り組み | 20 |
| 健康づくりの基礎となる食育の推進 | 8 | 環境会計 | 21 |
| 安心・安全への取り組み強化 | 10 | 環境パフォーマンス | 22 |
| 地域社会とのコミュニケーション | 12 | 活動の歩み | 23 |

2006年度本社及び5店舗で取得した 環境マネジメントシステム ISO14001を全店認証取得へと拡大致します



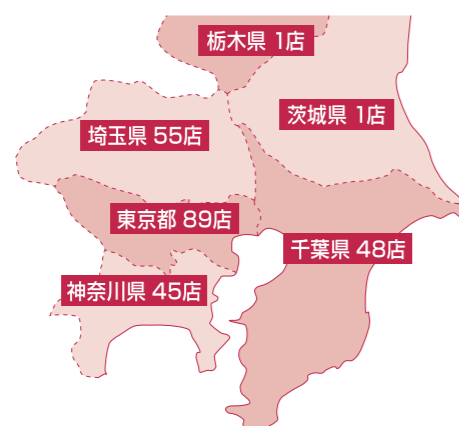
株式会社マルエツ
代表取締役社長

高橋 恵三

●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
創業 1945年(昭和20年)10月
資本金 37,550百万円
営業収益 (連結)327,001百万円(2007年2月期)
(単体)307,668百万円(2007年2月期)
店舗数 239店舗(2007年12月1日現在)

●地域別出店数(2007年12月1日現在)



愛される店づくりをめざして
239店舗

2007年12月1日付けで、株式会社マルエツとサンデー・マート株式会社の小売事業および株式会社ポロロッカを合併いたしました。

報告書作成あたって

マルエツでは、2000年に「環境報告書」を発行し、今回で8冊目となりました。「2007社会・環境報告書」は「サステナビリティ報告書」として環境分野だけでなく、社会的側面についても報告対象に加え、当社の経営理念等をより理解していただける紙面づくりに努めました。

2006年9月に本社及び5店舗におきまして、環境マネジメントシステムの国際規格である「ISO14001」の認証を取得し、今回はISO関係の内容がより充実いたしました。

今後も、お客さまや地域社会をはじめとするステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションが図れるよう努めてまいります。

□報告書対象期間

2006年3月1日～2007年2月28日
(なお、2007年3月以降の活動も一部掲載しました。)

□報告書対象範囲

本報告書は、マルエツ単体の活動を中心に記載していますが、一部グループ各社の情報についても記述しています。

環境問題に対し、本業を通じて取り組みます。

未来を見据えた快適な環境づくりへの貢献は、お客さまの毎日と密接につながるスーパーマーケットにとって重要な使命と考えています。私たちに恵みを与えてくれる大自然と共存していくことは、子供たちの未来を守ることにもつながっているからです。

当社は地域の食生活を支える「ライフライン」として、環境問題や地域社会への貢献活動にも積極的に取り組む役割を担っています。そしてこれは、地域の皆さまに最も近い立場にある私ども小売業が、その特性を生かし、お客さまのご協力を得ながらお客さまと共に進めていく活動であると考えます。

マルエツは地球温暖化防止という環境問題に対し、環境に優しい商品の開発や店舗から発生するさまざまな廃棄物の削減等、本業を通じて取り組んでまいります。

「ISO14001」の全店認証取得*を目指します。

環境経営を推進すべく、2006年9月に本社と5店舗(新志津店・佐知川店・行徳駅前店・かまた店・四季の森フォレオ店)におきまして、環境マネジメントシステムの国際規格である「ISO14001」の認証を取得することができました。

2008年は更に地域の環境保全活動を進め、認証取得店舗の拡大(193店舗)を目指し積極的に取り組んでまいります。

*マルエツ・フードックスプレス・リンコス全店(193店舗)の認証取得を2008年度とし、サンデー・マート・ポロロッカ店舗は2009年度の認証取得を予定しています。

「社会からの期待」を常に考え続けます。

これからも私たちは「スーパーマーケットという本業を通じてどのように社会に貢献することができるか」「どうしたら社会からの期待に応えることができるか」を真剣に考え、良き企業市民としての「企業の社会的責任」を果たしてまいります。

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。

マルエツがあって よかった マルエツがある街に 住みたい



蘇我南町店外観

マルエツは、首都圏最大のスーパーマーケットチェーンとして、地域のお客さまから愛され、育てられて創業60余年を迎えることが出来ました。

当社は、2007年度は「安定的・継続的に利益を出す経営体質の確立」の年とし、営業力の強化を図るとともに、新経営理念のもと、全従業員とともに新しいマルエツに生まれ変わるべく、CIの刷新に取り組んでまいりました。その活動の集大成として、「シンボルマーク」、ブランド理念「お客さまへの約束」並びに「ブランドメッセージ」(しあわせいかつ。)を制定いたしました。

スーパーマーケットは、お客さまの毎日の生活に欠かせない存在であるとともに、お客さまにご満足いただける売場づくりや商品開発を具現化し、安心・安全な商品を提供することで、お客さまの健康で豊かな食生活に貢献する顧客代行業であると考えております。

そして、お客さまとの絆を大切に、お買物の楽しさやフレンドリーな接客を通して、地域社会から愛され、お客さまから“マルエツがあってよかった”“マルエツのある街に住みたい”と喜んでいただける店づくりを目指してまいります。

●マルエツ「経営理念」

マルエツは2006年3月に、新「経営理念」を策定いたしました。

- 【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、地域のお客さまに愛される、笑顔と活気あふれる店づくりを推進します。

●CI(コーポレートアイデンティティ)について

シンボルマーク



新しいシンボルマークには、私たちがお客さまにお届けする、新鮮でいどり豊かな「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。

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。

「お客さまへの約束」は、マルエツの新しい姿をお客さまに宣言し、約束するものです。マルエツだからこそ実現できるもの、マルエツならではの価値、わたしたちが最も大切にしている気持ちを表しています。

ブランドメッセージ

しあわせいかつ。

「しあわせいかつ。」は言葉のとおり、「しあわせ」と「せいいかつ」を掛け合わせた造語です。お客さまにお届けしたい“ふだんの暮らし”の中で感じる“ちょっぴり幸せな気持ち”を表しています。

コンプライアンス経営の推進

●コンプライアンスにかかわる施策の推進

当社は、経営の透明性の向上と法令遵守を徹底するため、コーポレートガバナンス(企業統治)の充実を経営上の重要課題と位置づけています。

その一環として、コンプライアンス・企業倫理の社内徹底を図るために、2003年2月「マルエツグループ行動憲章」を制定いたしました。また、コンプライアンス(法令遵守)にかかわる施策の審議・決定を行うために社長を議長とする「企業倫理会議」を発足させ、その後2006年3月に「企業倫理会議」を発展的に解消し、「内部統制推進会議」を新たに発足させました。

また、コンプライアンスにかかわる社内の重要情報を、現場から電話・メールなどによって直接経営に伝えられる内部通報制度として「マルエツホットライン」を設け、それらの内容を調査・検討し、社内風土の改善に努めています。

2005年4月全面施行の「個人情報の保護に関する法律」への対応については、全社的な安全管理体制を確立するため、「個人情報保護に関する規定」及びプライバシーポリシーの制定をはじめとする施策を徹底し、情報漏洩の防止に万全を期しています。

※2006年度のホットライン相談件数:138件
開設以降の累計相談件数:424件

<マルエツグループ行動憲章>(2003年2月制定)

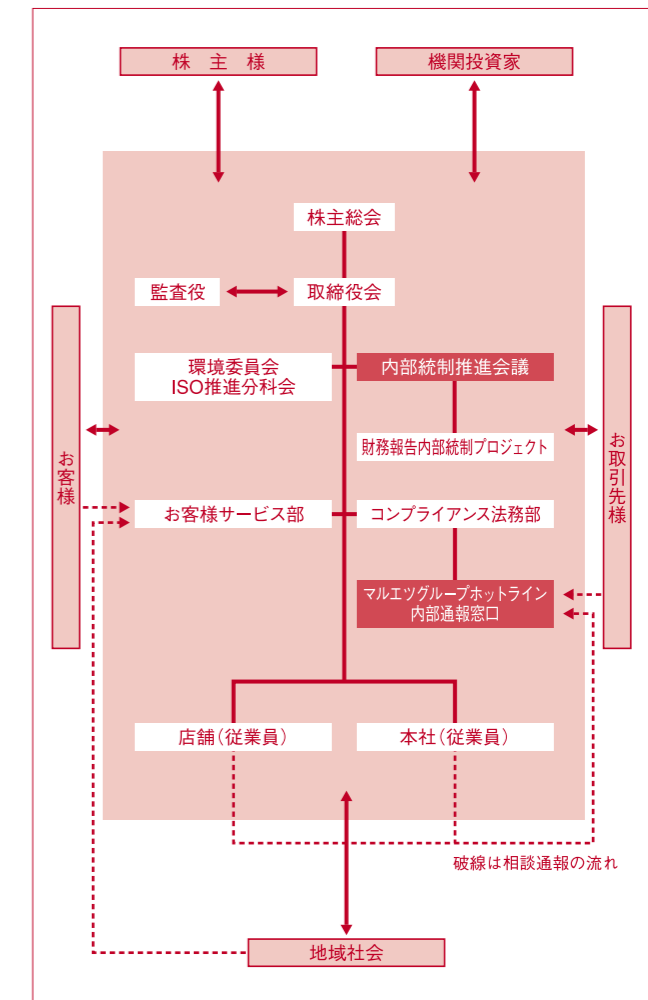
1. 私たちは、お客様それぞれの健康で豊かな食生活の実現に貢献することを最大の喜びとし、安全・安心な鮮度の高い商品を提供いたします。
2. 私たちは、環境問題に積極的に取り組むとともに、地域になくならない「地縁ストア」として地域社会に貢献いたします。
3. 私たちは、公正な取引を通じ、お取引先様のよきパートナーとして共存・共栄をはかります。
4. 私たちは、従業員の安全で働きやすい環境を確保するとともに、従業員の声を反映できる組織風土をつくります。
5. 私たちは、企業情報を積極的に開示し、公正で自由な競争を通じて企業の繁栄をめざします。
6. 経営者は、率先垂範して本憲章の実現につとめ、企業倫理の徹底を通じて企業価値の創造をはかります。

●内部統制システムの整備

2006年11月から進めている当社の内部統制構築計画における第一フェーズが、2007年6月に終了しました。ここでは、内部統制システムの構築に関する基本計画書並びに実施計画書を作成し、当社の担当監査人と定期的に進捗ミーティングを重ねたうえで、内部統制システムの構築範囲や構築方法の手順についてまとめました。また、これらは四半期ごとに開催される内部統制推進会議において報告され、経営陣はその進捗状況について確認をしております。

2007年7月以降の第二フェーズでは、財務報告内部統制プロジェクトチームが中心になり業務プロセス等の文書化に着手しています。また並行して社内規定の改廃や新設を行い社内体制の整備を図っています。これらの構築作業は、2008年の前半をめぐりに完了する予定です。さらに全社的に内部統制の理解と実践を深めるため、当社顧問弁護士を招いて幹部教育を実施しました。これは、社内における内部統制システムの構築を支援するものであり、今後も継続的に実施していく予定です。

・当社のコンプライアンス体制(2007年12月現在)





お客さまとの コミュニケーション

川口キューボラ店鮮魚売場

●笑顔大作戦

経営理念である「地域のお客様に愛される、笑顔と活気あふれる店づくり」を実現するため、2007年4月より全店で「対応トレーニング」を実施しています。私たちの仕事で最も大切なことは、「お客さまによる喜んでいただくこと」です。笑顔でお客さまをお迎えできるよう「笑顔大作戦」を展開しています。



笑顔のトレーニング中

●お客さまからのお褒めをいただきました。

小糸 明花さん 栄町店 業務部門主任



＜お客さまから＞

レジの小糸さんの接客は素晴らしいです。見ている気持ちいので、いつでもならんでまいります。

＜小糸さん談＞

大変忙しいお店ですが、従業員・お客さまもほのぼのとしていて、お話好きなお客さまが多く、レジを打っていても楽しい店です。ご年配のお客さまが多いので、できる限りお話しを聞く事、いつも笑顔でいること、お客さまに笑顔でお帰り頂く事を心がけています。



＜野島副店長談＞

小糸主任は常に笑顔でお客さまをお迎えしています。自然な笑顔で接客できることがお客さまからの安心・信頼につながり、マルエツファンを増やす要因となっています。

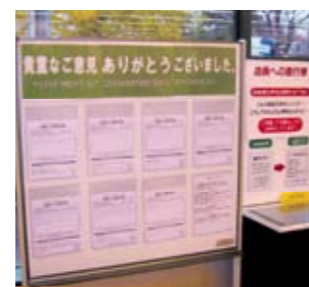
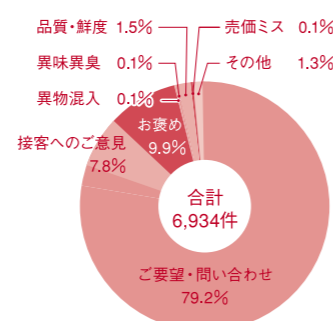
●店長への直行便

お客さまからお寄せ頂いたご意見やご要望を、店長が受け取り、その対応について自らが3日以内にお返事する。これが、「地縁ストア」づくりをすすめているマルエツのお客さまとの最も大切なコミュニケーションツール「店長への直行便」です。

1996年のスタート以来、全ての店舗に設置された「店長への直行便」を通じて、累計9万件を超えるお客さまからの貴重な声が寄せられています。

また2004年より「店長への直行便」回答ボードの設置を開始し、現在90店舗に設置しています。お客さまからのご意見、ご要望に対する回答は、この回答ボードに掲示しています。

・「店長への直行便」の内訳(2006年度)



店長への直行便ボックスと回答ボード

●お客さまモニター懇談会

2001年度より、これまで約62店舗で店長が自らお客さまの声を承るために「お客さまモニター懇談会」を開催してきました。

この懇談会では開発商品についてのご意見や店に対するご要望を直接伺っています。参加していただいたお客さまには多様なご意見をいただき、商品開発や新店・改装店の参考にさせていただいています。

この活動は現在も継続して行っており、お客さまとのコミュニケーションを広げる一助となっております。



2006年度
お客さまモニター懇談会実施店舗(6店舗)
川口キューボラ店、高輪店、立川若葉町店、練馬高松店、清澄白河店、第三京浜川崎インター坂戸店

●接客のプロ「コンシェルジュ」の育成

スーパーマーケット＝ノーマーケティングの時代は過去のもの。当社では、多様化・細分化する食文化に対して、お客さまにより良いものをより良い形で提供できるように、接客のプロフェッショナルともいべきコンシェルジュを育成し、店舗に配置しています。

ワインや焼酎、日本酒、ブランデーといった酒類の歴史や銘柄についての知識を持ち、お客さまの求めているものを提供する「酒コンシェルジュ」、チーズの特徴やそのチーズを用いたレシピを紹介しつつ、チーズそのものの楽しみ方を伝えていく「チーズコンシェルジュ」が活躍しています。



チーズコンシェルジュ
現在58名が活躍しています。



酒コンシェルジュ
現在138名が活躍しています。

●TBSラジオ大沢悠里のゆうゆうワイド 毒蝮三太夫のミュージックプレゼント

平日の午前10時30分からのこの番組は、2007年春より毎週火曜日に当社提供として放送されており、歯に衣着せぬ「毒舌」ぶりで周りの人を大きな笑いの渦に巻き込んでしまう毒蝮さんの司会は幅広い年齢層に人気があります。

毎週火曜日に中継を行っている当社の店舗では地域のお客さまとのコミュニケーションが大きく広がっています。



毒蝮三太夫さんが来店

●くらし方録とおすすめメニュー

「くらし方録」は、毎月マルエツ全店で約30万部発行している、食を中心とした生活情報誌です。

1984年に創刊し、お客さまの温かい声に支えられ2007年8月号で300号を迎えることができました。10月には服部幸應先生を講師に招き「くらし方録300号記念食育講座」を開催し、140名の読者の皆さまをご招待いたしました。

「くらし方録」では、メニューの提案、季節に合った健康の情報、食育の推進・提案などを中心に構成し、お客さまの生活に密着した生活情報誌として、マルエツとお客さまをつなぐ役割を担っています。

食の提案では、その月に合った食材の調理に関する基本、応用、アレンジなど、読者がすぐ実践できる内容をご提案しています。さらに、Dr.元気のおすすめメニューでは、旬の食材を使った毎日の献立に役立つメニューをご紹介します。また、季節ごとに気になる体の健康法や、話題になっている食や健康情報など、読者の「今これが知りたい!」という気持ちを、Dr.元気のキャラクターを切り口に提案しています。最近注目され、その重要性が高まっている「食育」をテーマにしたページでは、「ご家庭で気軽にできる食育を基本として、「個食・孤食について」「食事のマナー」「朝食の重要性」などを、季節や行祭事に合わせて進めています。

また、食品メーカーさまのご協力をえて、紙面で紹介した商品やメニューを売場と連動させる取組みも行っています。

お便りコーナーや読者プレゼントページなど、読者参加型の企画にも力を注ぎ、お客さまから寄せられた、ご意見やご感想、アンケートなどの読者の声を生かし、紙面に反映させることで、マルエツとお客さまをつなぐコミュニケーションツールとなっています。



創刊号



100号



200号



300号

健康づくりの基礎となる 食育の推進

●「食育」について

食育は、生きるうえでの基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものです。様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることを目的としています。食をめぐる現状には次のような問題点があります。

1. 肥満や生活習慣病の増加
2. 栄養バランスの偏った食事や不規則な食生活の増加
3. 「食」の安全上の問題の発生
4. 過度の痩身志向
5. 「食」を大切にすることの欠如
6. 「食」の海外への依存
7. 伝統ある食文化の喪失

このため、自らが「食」について考え、判断する力をつけるための「食育」が必要となっています。子供達にとっては生涯にわたる健康づくりの基礎となるので、特に重要です。

マルエツでは、食に関するイベント等を企画、実施し、「食」に対する興味や関心を深めるお手伝いに取組んでいます。

●「いーとびあ」

「いーとびあ」は料理とカルチャーの教室を開催するマルエツの「健康と食文化実践室」で、1991年4月に埼玉県南浦和にオープンしました。託児室を備え、幼児を抱えるお母さまへの対応や、小学生対象のクッキングコースの開催など、地域のお客さまのご要望にお応えし続けています。



●「いーとびあ」キッズクッキングコース

「いーとびあ」の人気講座、キッズクッキングコースでは、包丁などの調理器具の正しい使い方や料理方法だけでなく、栄養知識や食卓マナーも含めた実習体験を通して、子供達の成長のお手伝いを心掛けております。



●「いーとびあ」の管理栄養士 小林裕子さん



小林さんはパートタイマーとしてマルエツに入社し、2003年9月より正社員として活躍しています。また、酒、チーズのコンシェルジュでもあり、幅広い知識と経験を活かしています。

「いーとびあ」の料理講座では、講師である料理研究家の先生のアシスタントをしています。最近の人気コースは「おもてなし料理」の講座です。また、「いーとびあ」で大人気の小学生対象「キッズクッキングコース」では、私たちが直接子供達に料理を教えています。「キッチンいーとびあ」では、担当者の教育を実施し、また、毎月の料理メニューを作成しています。「くらし方録」のレシピ作りでは、旬の食材を簡単においしく召し上がっていただける、ワンランクアップしたお料理を提案しています。

●「キッチンいーとびあ」コーナーでの料理提案

マルエツの売場に設置された「キッチンいーとびあ」コーナーでは、日々の献立やお料理のお悩み解決に役立てるように、毎日お客さまにメニューを提案し、ご試食とレシピをご提供させていただいております。

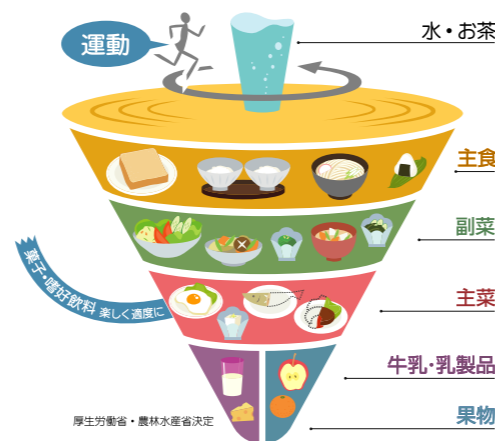
キッチンいーとびあ設置店舗(17店舗) (2007年12月現在)

- 埼玉県 : 東門前店、蕨北町店、春日部緑町店、佐知川店、久喜店、草加八幡店、幸手上高野店、川口キュボラ店
- 千葉県 : 東習志野店、北柏店、宮野木店、市川菅野店、
- 東京都 : 国領店、リンコス立川若葉町店
- 神奈川県 : 四季の森フォレオ店、さがみ野店、井土ヶ谷店

●食事バランスガイドの普及活動

食事バランスガイドは2005年に施行された「食育基本法」に基づき、広く食育を推進する為に作られた、1日に「何を」「どれだけ」食べたらよいかをコマのイラストで示したものです。コマはバランスが悪いと倒れてしまうことから、食事と運動の重要性をあらわしています。

マルエツでは、お客さまにバランスのよい食生活を送っていただくよう、「食事バランスガイド」の普及活動に取り組んでいます。



●親子での食育体験イベント

自分達が食べているものは何からできているの?どうやって作るの?未来を担う子供達が、「食」への関心や自分の手で成し遂げる達成感、自信を深められるように、親子でご参加いただける食育体験ツアーを開催しております。

収穫や搾乳をするだけでなく、収穫物を使っての料理やバター作りなどをあわせて体験することで、自然の恵みや命のつながりを感じ取っていただけることを願っております。また、保護者の方と一緒に体験していただくことで、ご家族のコミュニケーションのお役に立つことを目指しています。

・「食育」親子農業収穫体験

2007年8月28日(火)に「食育」親子農業収穫体験を実施し、17組のご家族さまを埼玉県さいたま市ファームインさぎ山にご招待いたしました。当日は夏野菜の収穫体験と収穫野菜で作ったカレーの食事、ハウス食品株式会社さまによる「カレーの知識」の講座と食育普及推進協会による「正しい食事の取り方」についてのレクチャーを行いました。ご参加の皆さまから、かまどで炊いたご飯や採れたての野菜の美味しさを感じることができたと、喜びの声を頂きました。



・「食育」親子酪農体験

2007年8月21日(火)に雪印乳業株式会社さまのご協力のもと、「親子酪農体験」を実施し、13組のご家族さまを神奈川県横浜市株式会社雪印こどもの国牧場へご招待いたしました。当日は乳牛の搾乳や給餌、牛乳からのバター・チーズ作りを行いました。初めて乳牛に触れるご参加者が多かったのか、牛の体温を感じながらの乳しぼりは興味深かったようです。また、バターやチーズも牛乳からできていることが理解でき、体験と勉強の有意義な1日を過ごすことができたとの感想を多くの方から頂きました。



●平成19年度「外食、小売業等における普及・啓発事業」への取組み 「食育まつり」開催

平成19年度農林水産省補助事業「食事バランスガイド」の普及・啓発への取組みとして、お客さま参加型のイベント等、体験型企画に重点を置いた取組みを実施しました。この「食育まつり」は、管理栄養士による食生活相談、食品メーカー各社の食育活動、主管元の財団法人食品産業センターの食生活パソコン診断、当社のキッチンいーとびあ活動等を集合させた「おまつり」と呼べる規模のイベントで、四季の森フォレオ店(神奈川県)で2007年10月20日(土)に実施しました。



お子様たちに大人気の「食レンジャー」



ベテラン管理栄養士による相談コーナーは1日中大にぎわい



野菜重量当てクイズ
1日の摂取目標は350gです



お豆つまみゲーム
正しいお箸の使い方が学べます

・参加企業・団体と実施内容(敬称略)

1. 神奈川県栄養士会管理栄養士による「食生活・栄養相談」
2. 財団法人食品産業センター(事業主管元)による食生活パソコン診断・資料配布
3. フジッコ株式会社「お豆つまみゲーム」と試食提供
4. 雪印乳業株式会社「ミルクの木クイズ」とゴーダチーズ試食提供
5. キリンビバレッジ株式会社「野菜ソムリエによる野菜重量当てクイズ」と試飲提供
6. キッチンいーとびあとミツハシ・丸紅ライス株式会社による「ご飯の食べ比べ」(白米・発芽玄米・十六穀米)体験と雑穀に関する資料提供
7. 株式会社ティーピー・カンパニー(イベント企画会社)による着ぐるみ「食レンジャー」(主菜レッド)実演・食事バランスガイド立体こま工作・食事バランスガイドグループ当てゲーム

地域社会との コミュニケーション

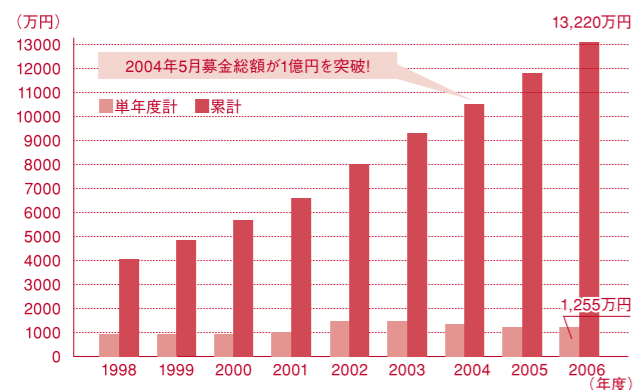
地域社会の一員として障がい者の雇用や福祉などの分野で地域の皆さまとのコミュニケーションを図り、交流を深めています。

●盲導犬育成募金

当社では、1993年から「盲導犬育成募金活動」を実施しています。お客さまの関心も高く、当社にてお預かりした寄託金は、財団法人日本盲導犬協会を通じて、盲導犬育成のために役立させていただいております。募金活動スタートから11年目を迎えた2004年5月には、募金総額がグループで1億円を突破しました。

2005年2月にはお客さまからの募金1億円突破を記念して、お客さまをご招待して日本盲導犬協会「神奈川訓練センター」の見学会等を実施しました。

2006年度の募金総額は1,255万円でした。現在、約7,800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。

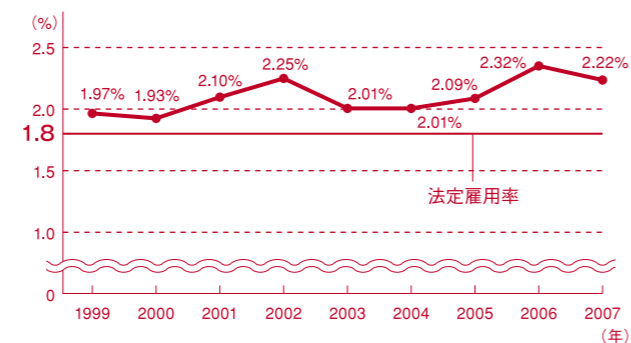


事は楽しい。でも季節の野菜の名前を覚えるのは大変」とのこと。現在、マルエツと(株)マーン(マルエツの特例子会社)では46人の障がいを持った人が働いています。Wさんのように店舗の青果部門で加工したり、ベーカリー部門でパンの製造をしています。また、(株)マーンの事務所ではマルエツグループの印刷やメール、データの入力等、人事や総務の業務を通じてマルエツを支えています。

さまざまなハンディを抱えていますが、仲間同士協力し合って今後も新しい職域にチャレンジしていきます。皆さまの町のマルエツでもマーンの仲間が「いらっやませ」と笑顔で挨拶できるよう応援をよろしくお願いします。



●障がい者雇用率の推移 (毎年6月1日現在)



●高齢者雇用の促進

(株)マーンではマルエツ再雇用制度の一環として、定年退職者の再雇用の一部を担っています。

具体的には定年退職した社員で、生活と仕事の時間配分を考慮パート派遣勤務を希望される人、雇用制限年齢に達したパートナーで継続してパート派遣勤務を希望される人を対象に受け入れを行い、店舗や事務所で勤務をしています。

※2007年9月10日現在、正社員46人、パートナー 77人が再雇用されています。

●「マルエツ緑化資金」による寄付活動

店頭にて回収した牛乳パックやアルミ缶の売却益を「マルエツ緑化資金」として貯え、国内外で発生した災害に対する救援募金や、地域の緑化事業等に役立てています。

●2006・2007荒川クリーンエイド

2006年11月18日(土)埼玉県さいたま市の荒川沿いにある秋ヶ瀬公園で、昨年に引き続き第13回目となる「2006荒川クリーンエイド」を実施しました。

クリーンエイドの後は美味しい豚汁が参加者全員に配られ、秋の紅葉を見ながら各自で持参したマイ箸、マイお碗で、秋の味覚も堪能しました。(2007年度は台風20号の影響で中止)



●「水自動販売機」による寄付活動

お客さまのご要望にお応えし、保健所の許可を取得した「安全・安心」なミネラル水の自動販売機の導入を拡大しています。半年ごとに売上金に応じた金額をマルエツより拠出し、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、大切な水資源の確保に役立てていただいています。

・水自動販売機の売上金1%相当額の寄付

| 寄付実施日 | 寄付金額 |
|----------|------------|
| 2005年3月 | 163,642円 |
| 2005年10月 | 240,772円 |
| 2006年4月 | 250,000円 |
| 2006年10月 | 260,000円 |
| 2007年4月 | 240,000円 |
| 2007年10月 | 270,000円 |
| 累計 | 1,424,414円 |

●自然災害に対する救援募金活動

大地震や大雨などの自然災害等で被災された世界の人々のために、当社では店頭募金を実施しています。お客さまのご理解・ご支援によって、多くの成果を上げることができました。

お預かりした義援金については、日本赤十字社を通じて、それぞれの被災地の復興支援に役立てていただきました。

・自然災害に対する救援募金活動

| 救援募金内容 | 募金総額 | |
|---------|----------------|------------|
| 2006年2月 | フィリピン(レイテ島)地滑り | 1,108,449円 |
| 2006年5月 | ジャワ島中部地震 | 1,769,306円 |
| 2006年7月 | 梅雨前線による大雨被災者救済 | 877,009円 |
| 2007年3月 | 能登半島地震 | 1,683,870円 |
| 2007年7月 | 新潟県中越沖地震 | 2,291,079円 |

※サンデー・マーケット、ポロッカ分を含む

●店舗のバリアフリー化

高齢者や障がいのある方はもちろんのこと、妊娠中の方にとっても、お買物のしやすい店。それがマルエツの目指す「人にやさしい店」です。

介添えを必要とされるお客さまが従業員を呼ぶことのできるインターホンをはじめ、障がい者の方専用の駐車場やトイレなどを設置しています。また店内のお買物で疲れた高齢者や妊娠中の方々のために、椅子も設置しています。

高齢者や障がいのある方が安心し、気持ちよく利用できる「ハートビル法」認定店舗は2007年8月末現在21店舗あります。

「ハートビル法」認定21店舗
 (埼玉) 蓮田椿山店/安行慈林店/大宮砂町店/上尾平塚店/蕨北町店/春日部緑町店/桶川店
 (千葉) 牧の原店/東菅野店/蘇我南町店/新都賀店/八千代中央駅前店/矢切駅前店/津田沼南店/馬込沢店
 (東京) 戸倉店/新松谷店
 (神奈川) 大和中央店/第三京浜川崎インター坂戸店/朝日町店/瀬谷店



従業員を呼び出せるインターホン

障がい者用トイレ

●サービス介助士の設置

ご高齢の方や障がいのある方に対する心のこもった対応は、当社にとって大切な取り組み課題の一つです。とはいえ、専門知識を欠いては満足いく対応が行えず、お客さまに充分ご満足いただけないことも少なくありません。

そこで人材育成の一環として「サービス介助士2級」の資格取得を目標とした研修制度の導入に、スーパーマーケット業界としてはいち早く踏み切りました。

2007年2月末現在では、合計178人(店舗155名、本社23名)のサービス介助士を配置しています。介助を必要とするお客さまのお買物を手助けしたり、手話などによるコミュニケーションを図るなど、「人にやさしいマルエツ」の実現のために、日夜努力しています。

・サービス介助士とは?

ご高齢の方やハンディキャップを抱えている方々の日常生活を「介助」するのに必要な専門知識と技術を有するスペシャリストです。民間非営利組織法人(NPO)によって民間資格化されています。





環境への取り組み

ISO14001外部審査風景

●マルエツ環境方針

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、持続可能な循環型社会実現のために、環境保全活動を積極的に推進し、汚染の予防と継続的改善に努めます。

- 環境マネジメントシステムにより、あらゆる事業活動における環境負荷を最小限にするための仕組みを構築し、下記の通り重点的に取り組みます。
 - 環境に配慮した商品の開発と普及に取組みます。
 - 省エネルギー・省資源を推進します。
 - 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(再利用)・リサイクル(再生利用)]を推進します。
 - 地域社会の環境保全活動を支援します。
 - 地球温暖化防止のため、上記施策を推進し、CO₂換算による売場面積、営業時間あたりのCO₂排出量を削減します。
- 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。
- 具体的な環境負荷低減の目的と目標を設定し、定期的に見直します。
- 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。
- この方針は社内外に公表し、積極的な情報提供につとめます。

2006年8月29日
株式会社マルエツ 代表取締役社長 高橋 恵三

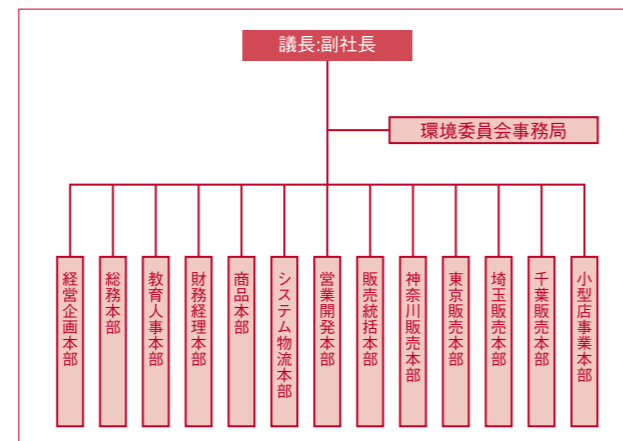
●環境マネジメントシステムの構築

マルエツでは、環境保全活動を経営戦略の最重要課題の一つとして捉え、2004年度より全社的な組織として「環境委員会」をスタートさせました。

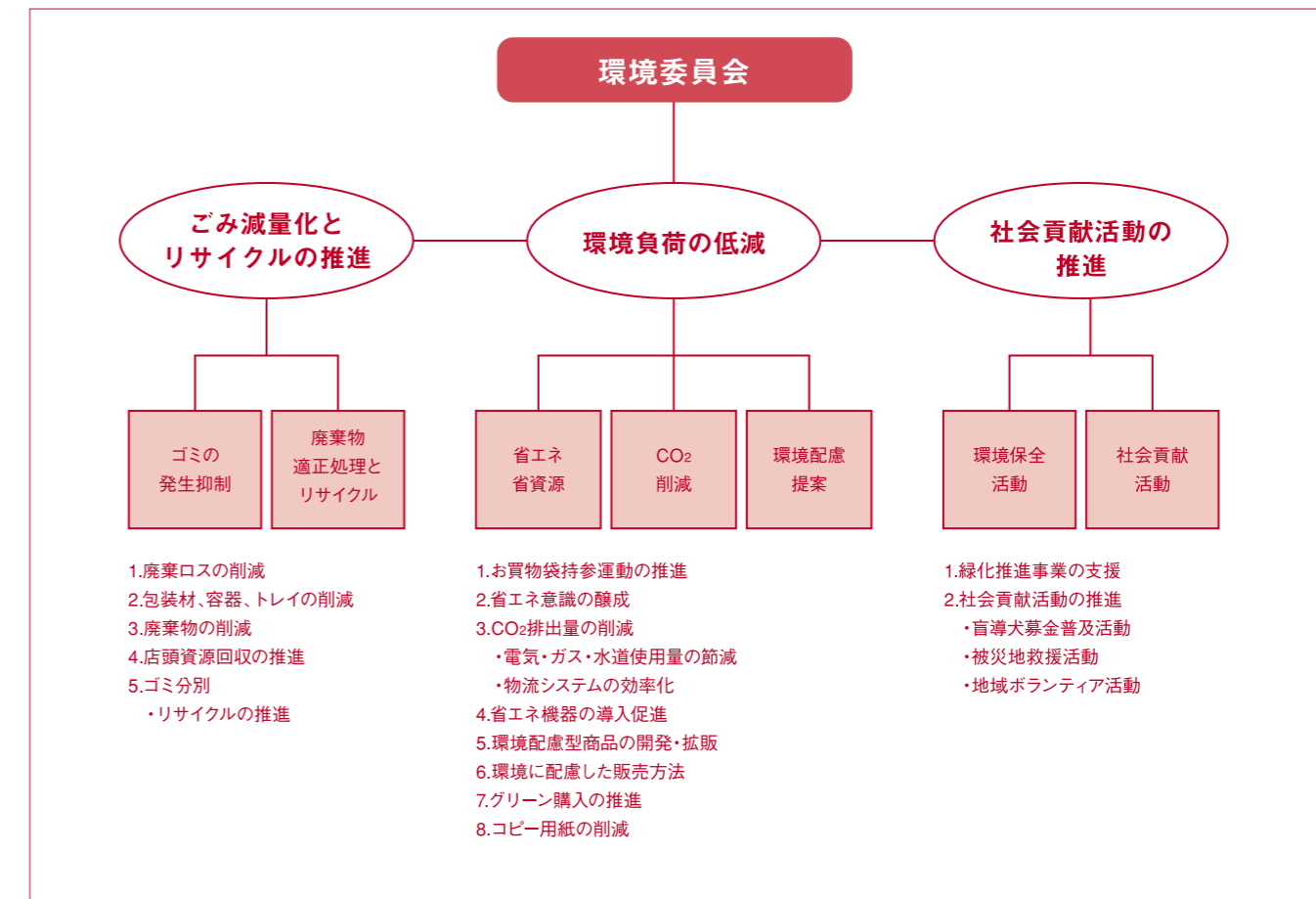
毎年本社の全部署において、「環境目標・実行計画」を作成し、環境側面の洗い出しを行い具体的な行動に繋がっています。また、2005年9月の環境委員会において「ISO14001認証取得」の方向性を決め、「ISO推進委員会」を立ち上げました。そして、マルエツ環境方針に基づき、環境影響評価を実施し、著しい環境側面を特定し、環境負荷を軽減する活動や環境保全に有益な活動に取り組めました。2006年9月には本社及び5店舗において、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を取得しました。

これからも、PDCAサイクルを効果的に機能させることで、全社で最終的な廃棄物を削減するための3R<リデュース(発生抑制)、リユース(再利用)、リサイクル(再生利用)>を積極的に推進していきます。

●環境委員会 組織図



●具体的取り組み項目



●環境委員会の主な議題(2005年3月以降)

| | |
|-------------------------|-------------------------------|
| 2005年度 | 2004年度の総括と2005年度目標数値・実行計画について |
| | 6月度「環境月間」の取組みについて |
| | マルエツの「緑化資金」について |
| | 容器包装リサイクル法改正とレジ袋有料化について |
| | 食品リサイクル法対応について |
| 2006年度 | 「チームマイナス6%」への参加について |
| | 日本環境協会とのタイアップ企画の実施について |
| | 「愛・地球博」での「EXPOエコマネー事業」協力の報告 |
| | 乾電池のリサイクルについて |
| | エコロジーバスケットの導入について |
| | ISO14001認証取得の方向性について |
| | 2006年度の取組み事項について |
| | 容器包装リサイクル法改正とレジ袋削減について |
| | ISO14001認証取得の報告について |
| | 「足立区エコネット事業」への協力について |
| 2007年度 | ペットボトル自動回収機の導入について |
| | 容器包装リサイクル法改正にもなう対応について |
| | 全従業員へのマイバッグ配布について |
| | レジ袋有料化の方向性について |
| | ISO14001全店認証取得の方向性について |
| | 2007年度の環境目標について |
| | 2006年度の店舗における廃棄物排出量とリサイクル量 |
| 6月「環境月間」レジ袋削減キャンペーンについて | |
| 清瀬中里店での「レジ袋有料化実験」について | |
| 食品リサイクル法改正(案)と当社の対応方針 | |
| 改正省エネ法と荷主対応について | |

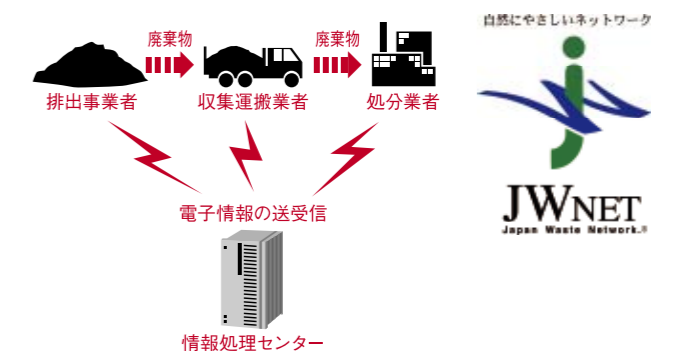
●電子Manifestoの導入

当社では、2007年7月から一部店舗において電子Manifestoを導入しました。

電子Manifestoとは、産業廃棄物排出者である当社が産業廃棄物処理の各工程毎にインターネットを利用し、終了報告を受けることで適正な処理をしたことが確認・証明できる仕組みです。この電子Manifestoは、環境省が産業廃棄物の不法投棄を未然に防止する切り札として普及に努めているものです。

これまでの紙による産業廃棄物管理票(Manifesto)に比べ店舗での保管・管理作業の軽減やより徹底した法令順守を図ることができます。

今後、当社が排出するすべての産業廃棄物の処理について電子Manifestoを導入する予定です。



ISO14001認証取得

●ISO14001認証取得店舗(5店舗)及び本社の「1年次サーベイランス」(定期審査)

2006年9月に認証を取得した環境マネジメントシステム「ISO14001」の1年次サーベイランス(定期審査)が、2007年9月に本社及び5店舗(新志津店、佐知川店、行徳駅前店、かまた店、四季の森フォレオ店)で実施されました。

今回の審査では、2006年度ISO活動についての実施結果と、現在の取組み内容の進捗について審査を受け、地道な活動と改善

効果が認められ4段階評価(向上・維持・低下・不可)のうち最も良い「向上」を頂きました。特に、全従業員にマイバッグを配布したことにより、レジ袋辞退率が飛躍的に向上した点やコンプライアンスの遵守について審査員から高い評価を頂きました。

今後、マルエツは全店舗を対象にISO14001の認証取得店舗の拡大を目指していきます。

・2006年度 環境目標結果

<ISO取得対象事業所として取組んだ環境目標>

○=達成店舗数、×=未達成店舗数

| 活動単位 | 環境目標 | 2006年目標 | 結果 |
|------|----------------|-----------------|-----------|
| 各店舗 | ①食品の廃棄を削減 | 現状把握 | ○=5 / ×=0 |
| | ②店舗電気使用量を削減 | 2005年度比0.5%削減 | ○=4 / ×=1 |
| | ③お買物袋持参率を向上 | 持参率8%(新志津店は16%) | ○=1 / ×=4 |
| | ④贈答品の簡易包装比率を向上 | 簡易包装比率89% | ○=4 / ×=1 |
| | ⑤店舗水道使用量を削減 | 2005年度比0.7%削減 | ○=4 / ×=1 |
| | ⑥生ごみ(一般廃棄物)削減 | 2005年度比3%削減 | ○=3 / ×=2 |
| | ⑦牛乳パック回収を増加 | 2005年度比3%増加 | ○=1 / ×=4 |
| | ⑧食品トレイ回収を増加 | 2005年度比3%増加 | ○=0 / ×=5 |
| 本社共通 | ①本社電気の使用量を削減 | 2005年度比0.5%削減 | × |
| | ②コピー用紙の使用量を削減 | 2005年度比3%削減 | × |
| | ③古紙のリサイクル量を増加 | 2005年度比5%増加 | ○ |

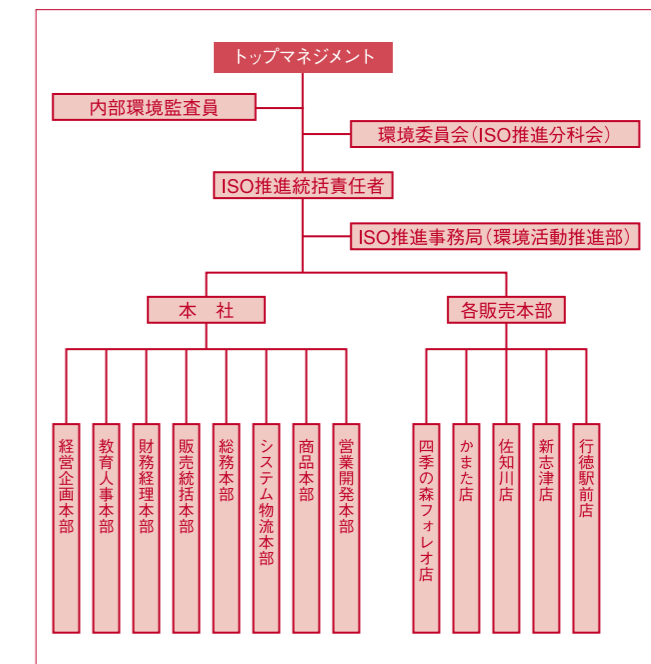
<本社各部署が取組んだ環境目標>

| 活動単位 | 環境目標 | 2006年目標 | 結果 |
|----------|--------------------------|---------------|----|
| 物流システム本部 | ①CO ₂ の排出量を削減 | 2005年度比3%削減 | × |
| 物流システム本部 | ②レジのジャーナル紙を削減 | 2005年度比5%削減 | ○ |
| 財務経理本部 | ③会計伝票を削減 | 計画立案 | ○ |
| 総務本部 | ④お買物袋持参率を向上 | 持参率8% | × |
| 総務本部 | ⑤生ごみ(一般廃棄物)削減 | 2005年度比3%削減 | ○ |
| 総務本部 | ⑥食品リサイクル率を向上 | リサイクル率30% | ○ |
| 総務本部 | ⑦廃食油・魚腸骨100%リサイクル | リサイクル率100% | ○ |
| 総務本部 | ⑧牛乳パック回収を増加 | 2005年度比3%増加 | ○ |
| 総務本部 | ⑨食品トレイ回収を増加 | 2005年度比3%増加 | × |
| 営業開発本部 | ⑩リサイクルトナーの使用率向上 | 使用率24% | ○ |
| 営業開発本部 | ⑪簡易包装比率を向上 | 簡易包装比率89% | ○ |
| 営業開発本部 | ⑫チラシのSOYインク使用維持 | 使用率100% | ○ |
| 営業開発本部 | ⑬店舗電気使用量を削減 | 2005年度比0.5%削減 | ○ |
| 営業開発本部 | ⑭店舗水道使用量を削減 | 2005年度比0.7%削減 | ○ |
| 営業開発本部 | ⑮グリーン購入の品目増加 | 2005年度比5%増加 | ○ |
| 商品本部 | ⑯地元商品の増加 | 148店舗 | ○ |
| 商品本部 | ⑰代替商品の品揃え増加 | 213SKU | ○ |
| 商品本部 | ⑱トレイの軽量化、PSP化 | 2005年度比3%削減 | ○ |
| 商品本部 | ⑲バラ売り・計り売りの拡大 | 2005年度比5%増加 | ○ |
| 商品本部 | ⑳食品の廃棄を削減 | 現状把握 | ○ |
| 商品本部 | ㉑プラ紙容器の使用量を削減 | 2005年度比3%削減 | × |
| 商品本部 | ㉒通い箱納品を増加 | 2005年度比5%増加 | ○ |
| 商品本部 | ㉓リサイクルハンガーの使用率向上 | 2005年度比1%増加 | ○ |

・ISO14001認証取得拡大スケジュール

| 2007年 | | 2008年 | | | | |
|--|---------------------------------------|--|------------|--------------------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| 10月19日 | 11月 | 2月 | 3月 | 6月 | 7月 | 9月下旬 |
| マルエツ・フーデックス・プレス・リンコス全店のISO14001の認証取得拡大のキックオフ | 環境ビデオによる「自覚教育月間」※すべての従業員が視聴した記録を確実に保存 | 「運用準備強化月間」3月からの運用に備え目標をクリアにするための実施計画の策定や手順書教育の実施 | 拡大店舗運用スタート | 研修を受けて「内部環境監査」の資格を取得した管理職による「内部環境監査」 | 日本環境認証機構(JACO)による「本審査」 | マルエツ・フーデックス・プレス・リンコス全店のISO14001認証取得 |

・環境委員会(ISO推進分科会)組織図



・2007年度 環境目標一覧表

<ISO取得対象事業所として取組んでいる環境目標>

| 活動単位 | No. | 環境目標 | 目標の基準 | 目標の基準の実績 | 2007年目標 |
|------|-----|---------------|---------|--------------|---------|
| 各店舗 | 1 | ・電気使用量の削減 | 2006年度比 | 各店舗の実績 | 1%削減 |
| | 2 | ・水道使用量の削減 | 2006年度比 | 各店舗の実績 | 0.8%削減 |
| | 3 | ・お買物袋持参率の向上 | 持参率 | 2006年度は7.08% | 10% |
| | 4 | ・食品廃棄の削減(廃棄高) | 2006年度比 | 各店舗の実績 | 10%削減 |
| 本社共通 | 5 | ・本社電気使用量の削減 | 2006年度比 | 448,362kwh | 1%削減 |

No.3の実績は、5店舗の平均数値

<本社各部署が取組んでいる環境目標>

| 活動単位 | No. | 環境目標 | 目標の基準 | 目標の基準の実績 | 2007年目標 |
|----------|-----|-----------------------------|---------|-------------------------|---------------|
| 経営企画本部 | 6 | ・紙(社内報)の使用量の削減 | 2006年度比 | 3,196kg | 15%削減 |
| システム物流本部 | 7 | ・配送車両のCO ₂ 排出量削減 | 2005年度比 | 8,346kg | 3%削減 |
| | 8 | ・レジの電子化によるジャーナル紙削減 | 2005年度比 | 10,704ケース | 10%削減 |
| 財務経理本部 | 9 | ・会計伝票の電子化による伝票(紙)の削減 | 2005年度比 | 65,700枚 | 30%削減 |
| 教育人事本部 | 10 | ・階層別教育の中に環境教育を取り入れる | — | 実績なし | 2006年度新入社員に教育 |
| 総務本部 | 11 | ・レジ袋使用量の削減 | 2000年度比 | 1,671,357kg | 5%削減 |
| | 12 | ・食品リサイクル率の向上 | リサイクル率 | 2006年度は20.7% | 22% |
| | 13 | ・環境法規制等の順守 | 法順守 | 法順守 | マニフェストの定着 |
| 営業開発本部 | 14 | ・電気使用量の削減 | 2006年度比 | 342,953,415kwh | 2.4%削減 |
| | 15 | ・水道使用量の削減 | 2006年度比 | 1,203,482m ³ | 1.3%削減 |
| | 16 | ・コピー用紙の使用量の削減 | 2006年度比 | 6,880,000枚 | 10%削減 |
| | 17 | ・グリーン購入の品目増加(文房具) | 2006年度比 | 文房具19SKU | 5%アップ |
| | 18 | ・POP用リサイクルトナーの使用率向上推進 | 使用率 | 2005年度は0% | 使用率40% |
| 商品本部 | 19 | ・販替計画書の紙の使用量削減 | 2006年度比 | 4,128,000枚 | 5%削減 |
| | 20 | ・「地元商品」(野菜・果物)の取扱い拡大 | 店舗数 | 2006年度は148店舗 | 153店舗 |
| | 21 | ・代替商品の取扱い拡大 | SKU数 | 2006年度は268SKU | 273SKU |
| | 22 | ・食品トレイの使用量削減 | 2006年度比 | 1,280t | 5%削減 |
| | 23 | ・通い箱納品の拡大 | 2006年度比 | 12,049ケース | 5%増加 |

環境負荷低減への取組み

ペットボトルや牛乳パック、食品トレイなど特定のゴミは、リサイクルすることによって資源へと生まれ変わります。当社では、全店にリサイクルボックスを設置し、地域のお客さまやお取引先さまそして行政と連携していくことで、資源ゴミのリサイクルに努めています。また、マルエツでは廃棄されるペットボトルの再資源化を推進するため、行政と協力し、ペットボトルの自動回収機を導入しています。捨ててしまえば廃棄物になる食品トレイや牛乳パックなどを再び資源として活用するため「身近なエコロジー運動」を実施しています。

●リサイクル資源の店頭回収

お客さまが利用しやすいよう、店舗入口付近に牛乳パック、食品トレイ、ペットボトル(一部地域)、アルミ缶(一部地域)の店頭リサイクルボックスを設置しています。回収できるトレイと回収できないトレイを見分け易くするためリサイクルボックスの「ふた」に写真付きの表示をしました。

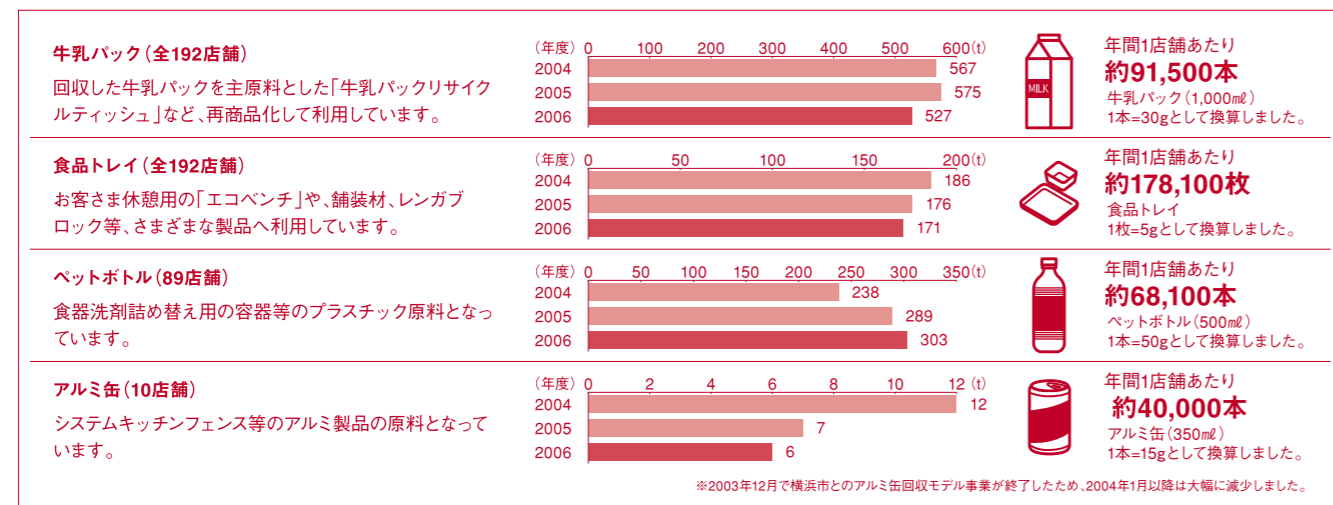


●牛乳パックリサイクル

店頭で回収された牛乳パックを中心に、再生資源を有効活用したマルエツオリジナルブランドの「HOMEeX」商品です。



●店頭での資源回収実績



●廃棄物の削減・資源化

循環型社会を実現するため、当社では廃棄物の削減、リサイクルの推進、再資源化に取り組んでいます。排出される多くのゴミのうち、魚腸骨は魚粉(フィッシュミール)と魚油となり、畜産飼料、養魚飼料、ペットフード、マーガリン原料、石鹼等の幅広い分野で活用されています。廃食油なども、石鹼の原料やゴム・タイヤの可塑促進剤等としてリサイクルされています。

食品廃棄物以外のリサイクルについては、段ボールは段ボールへ、新聞・雑誌・再生可能な紙類については再生紙として、発泡ス

チロールは生活雑貨として、ビンや缶はそれぞれの原料として活用されています。

店舗から排出される廃棄物は、廃棄物処理法に基づき、適正に処理しています。また、お取引先さまと協力して、排出量の把握と再資源化に積極的に取り組んでいます。2006年度の店舗における廃棄物全体のリサイクル率は61.4%(前年61.5%)でした。また、廃棄物等の総排出量は42,479トン(前年43,310トン)で、前年より831トン排出を抑制できました。

●2006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(トン)

| 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 |
|-----------|---------|--------|--------|-------------|
| 魚腸骨(魚あら) | 1,546 | 1,546 | 100% | 5.9% |
| 廃食油 | 1,013 | 1,013 | 100% | 3.9% |
| 生ごみ(食品残さ) | 11,357 | 376 | 3.3% | 1.4% |
| 小計 | 13,916 | 2,935 | 21.1% | 11.3% |
| 生ごみを除く可燃物 | 4,706 | 0 | 0% | 0% |
| 廃プラスチック類 | 1,535 | 859 | 56.0% | 3.3% |
| 発泡スチロール | 958 | 958 | 100% | 3.7% |
| 段ボール | 20,564 | 20,564 | 100% | 78.9% |
| ビン・缶 | 631 | 631 | 100% | 2.4% |
| その他ゴミ | 171 | 119 | 70.0% | 0.5% |
| 合計 | 42,479 | 26,066 | 61.4% | 100% |

●食品リサイクルの推進

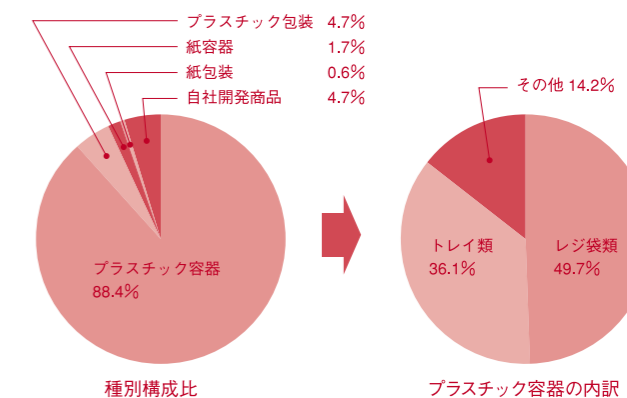
当社では2000年3月より、お取引先さまの協力を得ることで、野菜くずなどの食品廃棄物を回収し食品循環資源としてたい肥化する方法で食品リサイクルを推進しています。2006年度は新たに9店舗の野菜くずのたい肥化を進めました。2007年2月末時点で合計30店舗においてたい肥化を実施しています。

2006年度の食品リサイクル率は21.1%で食品リサイクル率20%達成はクリアしましたが、今後も食品リサイクル率向上のため実施店舗の拡大や、飼料化の取組み等を計画しています。

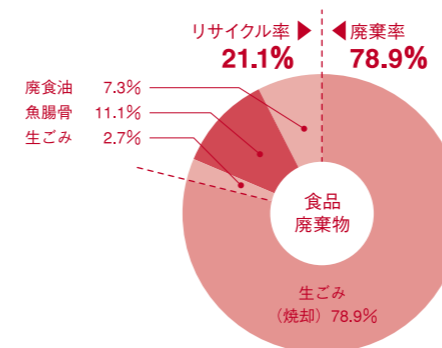
●容器包装リサイクル法への対応

容器包装リサイクル法に基づき、財団法人容器包装リサイクル協会への再商品化委託手数料を下記の通り支払いました。また、日常業務の様々な取組みを通してレジ袋や食品トレイなどの容器、包装資材の削減に努めています。2007年度の委託料金は、使用重量ベースでは前年比100.6%でしたが、係数が上昇したため、委託料金が109.7%上昇しました。

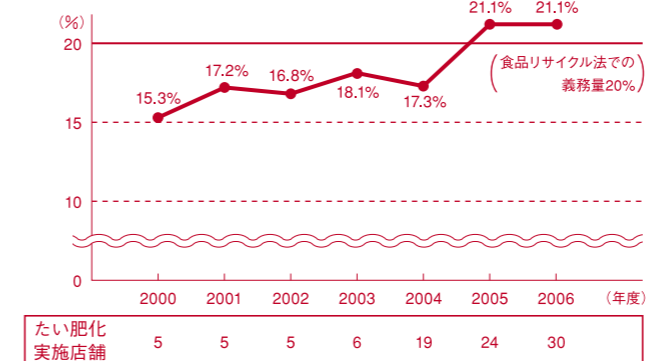
●委託料金の使用種別構成比とプラスチック容器の内訳



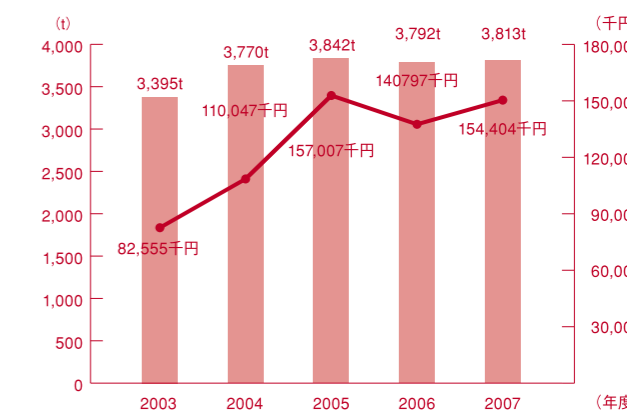
●食品リサイクルの内訳



●食品リサイクル率の推移



●再商品化委託の重量と委託料の推移(精算後の税込み金額)



レジ袋削減の取組み

たとえ小さなことであっても、積み重ねていくことで省資源につながっていきます。お買物袋持参運動も、その一つ。無駄なゴミを減らす役割を果たすだけでなく、レジ袋を減らすことで石油資源の節約にもつながっています。

●お買物袋持参運動（レジ袋削減の取組み）

石油資源の節約のため、当社ではレジ袋の削減を目指して全店舗にてお客さまへお買物袋の持参を推奨しています。

・お買物袋スタンプカード配布

お買物袋をご持参のお客さまに対して、お買物1回につきスタンプを1個押印し、スタンプが20個貯まったお客さまは100円の値引券として利用いただけます。



・エコシール事業に参加

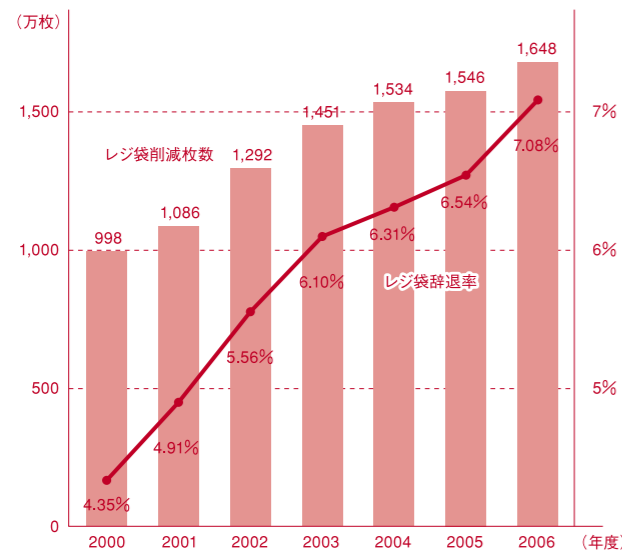
2000年より、鎌ヶ谷市（鎌ヶ谷大仏店・馬込沢店）、佐倉市（新志津店）にて、エコシール事業に参加しています。シールを一定枚数貯めることで、市指定のゴミ袋等と交換でき、レジ袋削減の大きな力となっています。

・オリジナルエコロジーバッグ販売

2005年4月より、お客さまが繰り返しご使用いただけるマルエツオリジナルのエコロジーバッグをリニューアル。原料としてペットボトルからの再生ポリエステルを60%使用した環境に配慮した素材を使用しています。



・レジ袋削減枚数とレジ袋辞退率の推移



・オリジナルエコロジーバッグの販売実績

| | 2004年度実績 | 2005年度実績 | 2006年度実績 |
|------|----------|----------|----------|
| 販売実績 | 6,893枚 | 12,382枚 | 10,226枚 |

・省資源効果



レジ袋削減による省資源効果は、石油ドラム缶(200ℓ)約886本分の節約になりました。

- 2006年度のレジ袋削減枚数
スタンプカード1,268万人×1.3枚(平均利用枚数)
=1,648万枚
- レジ袋1枚(平均5.8g)あたりの製造エネルギーは、
原油換算で10.7ml/枚で1ℓあたり約93枚

[出所:日本ポリオレフィンフィルム工業組合]

●「清瀬中里店」でレジ袋有料化の実験

清瀬市が毎年10月に実施している「ノーレジ袋・マイバッグ推進運動」に協賛し、清瀬中里店においてレジ袋の有料化の実験を行いました。

実施期間(2007年10月1日~10月31日)のマイバッグ持参率は76.7%に達し、レジ袋を大幅に削減することができました。



清瀬中里店でお客さまにマイバッグを配布される福永清瀬副市長



清瀬市「ノーレジ袋・マイバッグ推進運動」告知ポスター

10月の1ヶ月間で約46,000枚のレジ袋(原油換算で約841リットル)を節約することができました。

また、レジ袋の収益金(43,000円)を清瀬市緑地保全基金に寄付いたしました。

環境会計

環境保全活動のコストと効果を把握し、環境負荷低減の取組みに関する客観的な検証を進めています。

| 環境保全の分類 | 項目 | 取組み内容・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 | 水質汚濁の防止 | 排水処理設備改修費用 | 5,800 | 0 | 0 | |
| | | 騒音対策 | 搬入出入口路面騒音対策工事費用 | 1,490 | 0 | 0 | |
| | | 法規制の遵守 | 貯水槽の清掃費用(112施設) | 3,360 | 0 | 0 | |
| | 地球環境保全コスト | 電気使用量の削減 | 電子安定器(省エネ型)の導入 | 8,150 | 0 | 0 | |
| | | ガス使用量の削減 | 節電キャンペーン実施 | 0 | 0 | 0 | |
| | | 水道使用量の削減 | 店舗のトイレにセンサー式節水装置を導入※1 | 22,284 | 0 | 17,731 | |
| | 資源循環コスト | レジ袋使用量の削減 | お買物袋持参率7.08%、レジ袋使用量の削減※2 | 1,255 | 95,607kg | 29,664 | |
| | | 廃棄物の資源化 | ビン・缶・発泡スチロールの100%資源化 | | 156,363 | 1,589,208kg | 0 |
| | | | 魚腸骨の100%資源化 | | 7,916 | 1,546,166kg | 0 |
| | | | 廃食油の100%資源化 | | 2,504 | 1,012,571kg | 0 |
| 野菜くずの資源化(店舗拡大(24店⇒30店)) | | | | 11,288 | 376,253kg | 0 | |
| 一般廃棄物の適正処理 | | 一般廃棄物の適正処理費用 | 531,585 | 15,686,282kg | 0 | | |
| 店頭リサイクル | | 牛乳パックの回収※3 | | 0 | 527t | 234 | |
| | 食品トレイの回収 | | 0 | 171t | 0 | | |
| | ペットボトルの回収 | | 0 | 303t | 0 | | |
| 上・下流コスト | 容器包装リサイクル法対応 | 2006年度容器包装リサイクル委託費用 | 140,797 | 0 | 0 | | |
| | 環境配慮型商品の販売 | HOMEeX商品の拡販キャンペーン | 16,000 | 0 | 0 | | |
| | 店頭リサイクルの推進 | 店頭リサイクルBOX購入費、運搬費 | 376 | 0 | 0 | | |
| | エコロジーバッグの販売※5 | | 0 | 10,226枚 | 4,872 | | |
| | 従業員へのマイバッグ配布 | 全従業員にオリジナルマイバッグを配布 | 4,577 | 25,000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 | 1,989 | 0 | 0 | | |
| | ISO認証取得費用 | 環境マネジメントシステムISO14001認証取得費用 | 6,889 | 0 | 0 | | |
| | 環境担当部署の人的費 | 総務部環境活動推進担当の人的費 | 16,000 | 0 | 0 | | |
| 社会活動コスト | 美化・緑化運動の推進 | 荒川クリーンエイドの実施、店周辺の緑化 | 25 | 0 | 0 | | |
| | 店頭募金・寄付活動 | 店頭での盲導犬募金、災害救援募金※6 | 0 | 0 | 15,195 | | |
| | 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」への寄付※7 | 510 | 0 | 0 | | |
| | 合計 | | | 941,735 | — | 68,686 | |

・環境会計情報の算出方法

①対象期間:2006年3月~2007年2月の1年間

②集計の範囲:マルエツ単体の事業活動範囲

| ※1 | 水道使用量の削減 | 129店舗にセンサー式節水装置を導入、水道料削減推定17,731千円 |
|----|--------------|---|
| ※2 | レジ袋使用量の削減 | スタンプカード台紙作成費(983千円)及びスタンプ印代(272千円)を環境保全コストに、レジ袋の削減重量のスタンプ押印回数(1,268万人)×レジ袋平均配布枚数(1.3枚)×レジ袋平均重量(5.8g)=95,607kgを環境保全効果に、レジ袋削減による原材料費のコスト削減効果にあたるレジ袋削減枚数1,648万枚×レジ袋単価(1.8円)=29,664千円を経済効果に計上 |
| ※3 | 牛乳パックの回収 | 牛乳パックの売却益(234千円)を経済効果に計上 |
| ※4 | アルミ缶の回収 | アルミ缶の売却益(990千円)を経済効果に計上 |
| ※5 | エコロジーバッグの販売 | エコロジーバッグの販売金額(4,872千円)を経済効果に計上 |
| ※6 | 盲導犬募金、災害救援募金 | 盲導犬育成募金(12,549千円)、ジャワ島中部地震(1,769千円)、大雨被害被災者救援(877千円)合計15,195千円を経済効果に計上 |
| ※7 | 「緑の募金」への寄付 | 水の自動販売機売上金額の1%相当額の寄付として国土緑化推進機構の「緑の募金」へ寄付した金額(510千円)を環境保全コストとして計上 |

●物流体制の見直し

物流ネットワークの整備を進めていくことで、移動距離の短縮や効率化、運搬車台数の削減等につながります。また、各店舗へのパンの配送を一元化することで、CO₂排出量の削減はもとより、エンジン音や荷台扉の開閉音、走行音など騒音の減少にも効果を上げています。

・配送システムの改善

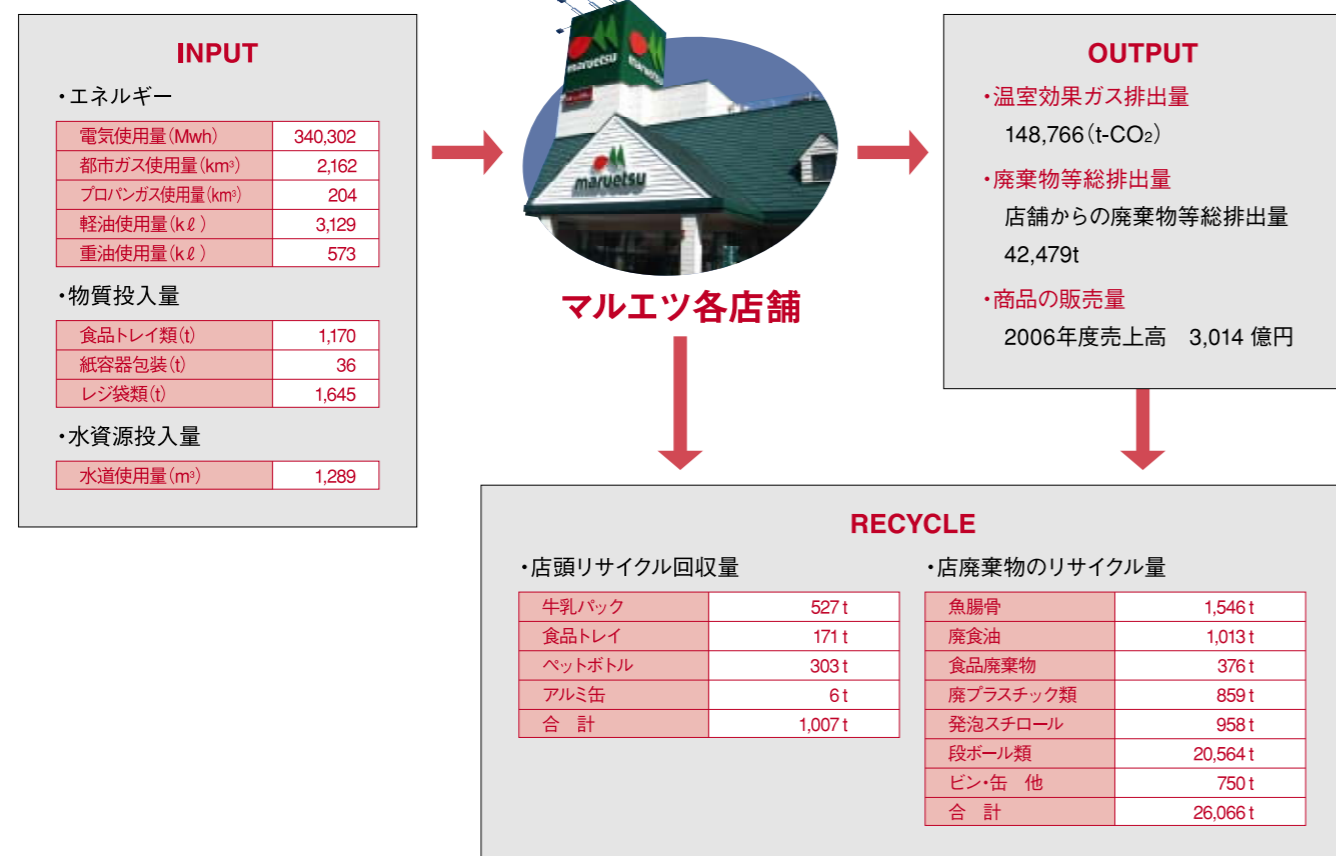
| | のべ車両台数(台) | 燃料使用量(軽油ℓ) | NOx排出量(kg) | CO ₂ 排出量(t-CO ₂) | 総走行距離(km) |
|--------|-----------|------------|------------|---|-----------|
| 2001年度 | 156,000 | 3,600 | 66,000 | 9,504 | 1,450,000 |
| 2002年度 | 133,000 | 3,100 | 56,000 | 8,184 | 1,225,000 |
| 2003年度 | 129,000 | 3,000 | 54,500 | 7,920 | 1,188,000 |
| 2004年度 | 122,500 | 2,900 | 51,800 | 7,500 | 1,129,000 |
| 2005年度 | 130,804 | 3,291 | 58,228 | 8,346 | 1,262,900 |
| 2006年度 | 140,990 | 3,129 | 56,843 | 8,261 | 1,246,200 |

※2004年度までは、ダイエーグループの集計からマルエツ分を推計しました。2005年度以降は、独自に推計しています。

環境パフォーマンス

環境への取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の環境パフォーマンスの把握に努めています。

●事業活動における環境影響



●マルエツの環境負荷状況

・全店総CO₂排出量

| 環境保全の分類 | 使用量(2006年度) 排出量実績 | 原単位※1 | CO ₂ 排出 係数※2 | CO ₂ 排出量 (kg-CO ₂) | 1店舗当たり (kg-CO ₂) | 売上高(億円)当たり (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) | 340,301,943kwh | 0.109164kwh/m ² ・h | 0.36kg/kwh | 122,508,699 | 641,407 | 40,647 | 82.4 |
| 販売に関する設備等に使用する都市ガス使用量(m³) | 2,162,216m³ | 0.000694m³/m²・h | 2.1kg/1m³ | 4,540,654 | 23,773 | 1,507 | 3.1 |
| 販売にともなうプロパンガス使用量(m³) | 204,021m³ | 0.00065m³/m²・h | 3.0kg/1m³ | 612,063 | 3,205 | 203 | 0.4 |
| 販売にともなう水道使用量(m³) | 1,288,768m³ | 0.000413m³/m²・h | 0.58kg/1m³ | 747,485 | 3,914 | 248 | 0.5 |
| 販売にともなう重油使用量(ℓ) | 573,000ℓ | 0.000184ℓ/m²・h | 2.77kg/ℓ | 1,587,210 | 8,310 | 527 | 1.1 |
| 販売にともなう軽油使用量(ℓ) | 3,129,000ℓ | 0.001004ℓ/m²・h | 2.6kg/ℓ | 8,135,400 | 42,594 | 2,699 | 5.5 |
| 店舗からの可燃ごみ排出量(kg)生ごみ・野菜くずリサイクル | 11,357,000kg | 0.003643kg/m²・h | 0.84kg | 9,539,880 | 49,947 | 3,165 | 6.4 |
| レジ袋類(kg) | 1,645,000kg | 0.000528kg/m²・h | 0.28967kg | 476,392 | 2,494 | 158 | 0.3 |
| 食品トレイ類(kg) | 1,170,000kg | 0.000375kg/m²・h | 0.528kg | 617,760 | 3,234 | 205 | 0.4 |
| 合計 | | | | 148,765,544 | 778,877 | 49,358 | 100.0 |

※1 原単位は店舗の延べ床面積・営業時間(m²・h)当たりの使用量・排出量です。
 ※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月改定値)しています。

・2006年度のマルエツ環境負荷指標(消費エネルギー原単位)

| | 2005年度 | 2006年度 | 前年比 |
|--|---------------|---------------|-------|
| 全店総CO ₂ 排出量(kg-CO ₂) | 151,581,346 | 148,765,544 | 98.1% |
| 店舗延べ床面積×営業時間(m ² ・h) | 3,166,952,090 | 3,117,341,591 | 98.4% |
| マルエツ環境負荷指標(g-CO ₂ /m ² ・h) | 47.9 | 47.7 | 99.6% |

※マルエツ環境負荷指標は全店総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時間当たりのCO₂(g)排出量を指します。

活動の歩み

| 年 度 | 事業活動 | 地域との共生 | 環境活動 |
|------|--|--|--|
| 1945 | 魚悦商店を浦和市(現さいたま市)で創業 | | |
| 1952 | 有限会社魚悦商店設立 | | |
| 1974 | 株式会社マルエツに商号変更 | | |
| 1977 | 食品スーパーマーケットで初の東証2部上場 | | |
| 1978 | 首都圏で100店舗を超えるSMチェーンに | 第1回夏休み親子ふれあいの旅開催 | |
| 1981 | 株式会社サンコーと合併 | | |
| 1984 | 東証・大証第1部へ指定替え | くらし方録発行 | |
| 1987 | マルエツ商品券取扱い開始 | 第1回ちびっ子健康マラソン大会開催 | |
| 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 | 京葉地区50店舗で牛乳パック回収 |
| 1992 | 「マルエツのこころ」を制定 変形労働時間制を全社導入 | | スタンプカード制度を全店で実施 エコロジーバッグの販売 牛乳パック、アルミ缶店頭回収開始 |
| 1993 | POSシステムの全社導入完了 | | 食品トレイを全店で回収 |
| 1994 | マルエツキャラクター「Dr.元氣」誕生 | 盲導犬育成募金全店で開始 第1回荒川クリーンエイド実施 | 「マルエツ環境対策の手引き」制定 |
| 1995 | 50周年創業祭 | 阪神大震災にともなう店頭募金 | マルエツ緑化資金設立(緑化事業支援) |
| 1996 | | 「店長への直行便」全店導入 | ペットボトル回収を43店舗で実施 |
| 1997 | 平成9年度 「障害者優良事業所賞 東京都知事表彰」受賞 | 「店長宣言ボード」全店導入 | 出店地域へ樹木ラベル等寄贈 |
| 1998 | マルエツホームページ開設 | 第1回地曳綱大会 | 食品ラップにポリオレフィンフィルムを導入 |
| 1999 | 平成11年度 「消費者志向優良企業通商産業大臣賞」受賞 | 盲導犬を全店で受入れ (全店にステッカー貼付) | 出店地域へエコベンチ等寄贈 |
| 2000 | 平成12年度 「障がい者雇用優良事業所賞 労働大臣表彰」受賞 | 盲導犬普及キャンペーン 伊豆諸島地震災害の店頭募金 鳥取県西部地震災害の店頭募金 | 「環境報告書2000」発行 「エコプロダクツ2000」に出展 野菜ゴミの堆肥化実験を7店舗で実施 |
| 2001 | フーデックスプレス1号店開店 「FOODeX」「HOMEeX」新発売 株式会社ポロロッカ株式取得 | 荒川区福祉協議会への寄付 「新モニター制度」スタート 米国テロ被害者救済の募金 | 環境活動推進室設置 「レジ袋不要カード」全店設置 東京都アイドリッグストップ条例対応 |
| 2002 | 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 | 「店長への直行便白書」発行 「サービス助士」23名配置 社内相談窓口「ホットライン」開設 | 「リサイクル回収報告」毎月実施 |
| 2003 | 株式会社東武ストアと資本・業務提携 「マルエツグループ行動憲章」制定 | アルジェリア北部地震 宮城県北部地震 イラン南東部地震救援募金 | 識別表示「紙・プラ」マークの表示義務化 千葉市・浦安市の粗大ゴミ処理券取扱い開始 |
| 2004 | 消費税総額表示対応 「FOODeX」「HOMEeX」拡販キャンペーン展開 | 盲導犬育成募金1億円突破 新潟県中越地震救援募金 スマトラ島沖地震救援募金 | 環境委員会の設立、開催 環境月間でキャンペーン展開 「2004社会・環境報告書」発行 |
| 2005 | 創業60周年「創業祭」実施 新POS導入スタート | 盲導犬訓練センター見学会 福岡県西方沖地震救援募金 米国ハリケーン・台風14号救援募金 レイテ島地滑り救援募金 | 「東京都グリーンコンシューマー奨励賞」受賞 水自販機による「緑の募金」への寄付活動スタート (財)日本環境協会との共同キャンペーン実施 |
| 2006 | 新経営理念の制定 ISO14001認証取得(本社及び5店舗) | ジャワ島中部地震救援募金 梅雨前線による大雨災害救援募金 | ペットボトル自動回収機の導入 (足立区・中野区) 第13回荒川クリーンエイド開催 |
| 2007 | 「ブランド理念」を制定し、「新生マルエツ」が誕生 イオン株、丸紅株と業務提携契約を締結 「中期経営計画」(キャロフィプラン)の策定 マルエツ、サンデー・マート、ポロロッカの3社が合併 首都圏239店舗 | 「食育まつり」の開催 能登半島地震救援募金 新潟県中越沖地震救援募金 | 社団法人国土緑化推進機構より感謝状 ISO14001の1年次サーベイランス受審(「向上」の評価) ISO14001の認証店舗拡大に向けてのキックオフ 満洲中里店においてレジ袋有料化を実験 |