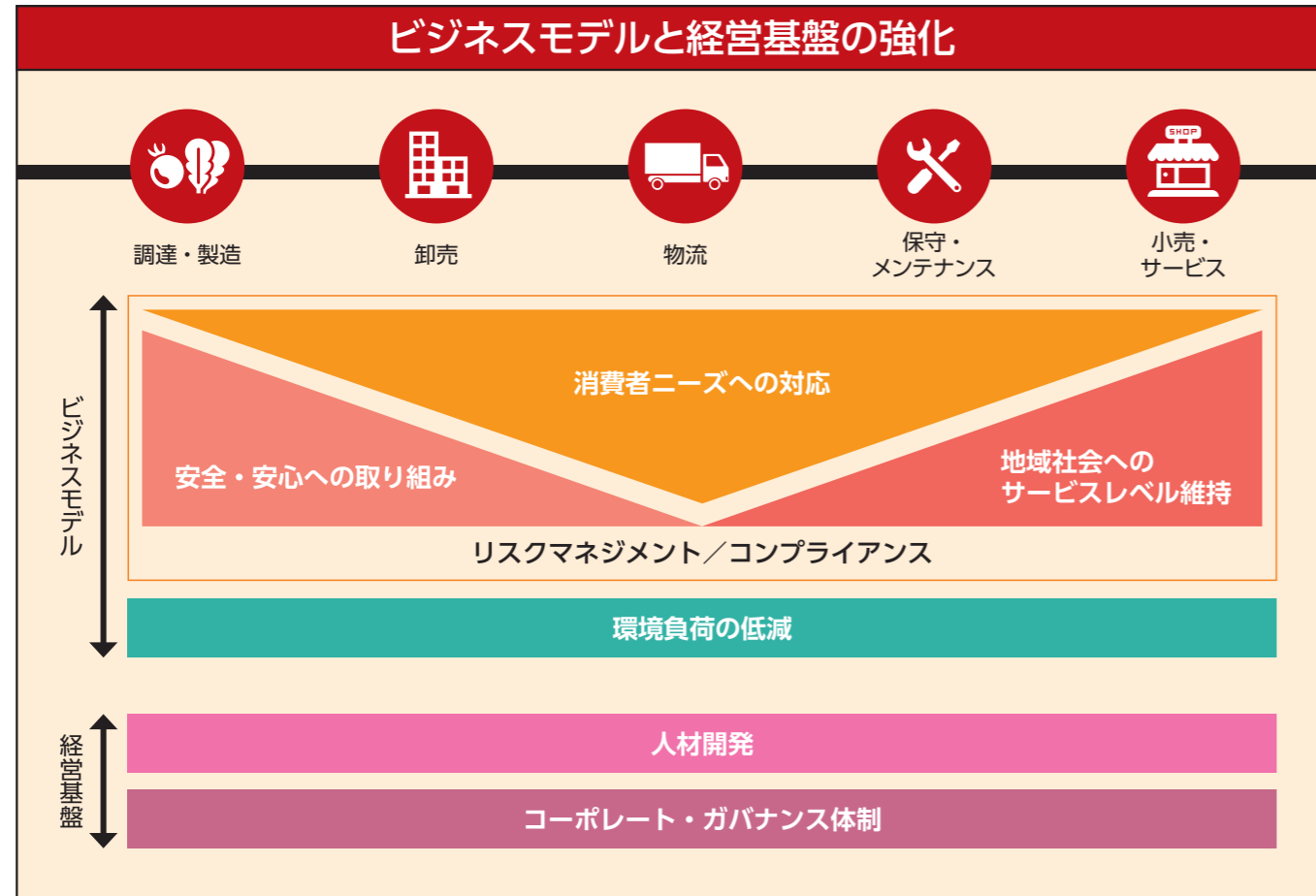


# バローグループのサステナビリティ・マネジメント

バローグループでは、中長期的な企業価値の向上を実現するために、事業活動の持続性をいかに担保するか、また事業活動が社会・環境に及ぼす影響を適切にマネジメントしながら、持続可能な社会をどう実現するかという2つの観点からサステナビリティ・マネジメントに取り組んでおります。



## コーポレート・ガバナンス体制 ▶P19-21

### 意思決定の迅速化と監督機能の強化

当社は、2015年10月の持株会社体制への移行を機に、経営の意思決定・監督体制と業務執行体制を分離し、業務執行に係る意思決定の迅速化と監督機能の強化を図っております。業務執行に係る意思決定の迅速化に向けては、当社の業務執行取締役及び常勤監査等委員、中核事業会社の代表者から構成される「グループ経営執行会議」を設置し、事業会社の投資案件等の決裁を行うとともに、各事業会社の経営課題等を共有しております。なお、グループ経営執行会議における決議事項等につきましては、全て取締役会に報告しております。

また、当社は、2016年6月30日に開催された第59期定時株主総会において、定款の一部変更が承認され、監査等委員会設置会社へ移行いたしました。社外取締役を過半数とする監査等委員会の設置により、取締役会の監督機能を高め、コーポレート・ガバナンスの一層の強化を図っております。

## 人材開発 ▶P23-25

### 多様な人材の活躍支援

当社は、企業理念「創造・先取り・挑戦」に基づき、成長志向かつ挑戦し続ける人材を求め、その開発に注力しています。人材開発プログラムの拡充を通じて、スーパーマーケット・ドラッグストア・ホームセンター等の業容拡大に備えるほか、製造小売業としてのビジネスモデル構築に向けて、食品製造・加工業や物流業等に係る専門知識・技術を有する人材の確保に努めています。また、女性の活躍支援、障がい者採用、定年再雇用制度及び社員登用制度の運用など、意欲が高く、多様な経験・背景を持つ人材の活躍を支援しており、経営資源としての「人材」の強化を図っております。

## 消費者ニーズへの対応

### プライベート・ブランド(PB)商品の開発

バローグループでは良質かつ価値感のあるPB商品の開発を進めています。従来からの「Vセレクト」「Vクオリティ」に、2014年6月より製法・素材を厳選した「Vプレミアム」が加わり、品質により重点を置いた商品開発に取り組んでおります。PB商品は、株式会社Vソリューションを通じてグループ内外の企業へ供給され、販売数量の拡大に伴い、原価低減や質的向上を図っています。

#### Vセレクト

毎日の暮らしに欠かすことのできない品々を、「良品廉価」でお届けする、バローおすすめの基本アイテムです。



#### Vクオリティ

美味しさ、製法、素材にこだわった品々を、お求めやすい価格でお届けします。あなたの暮らしを豊かにサポートする、バローおすすめのこだわりアイテムです。



#### Vプレミアム

「この味に出会えてよかった」と思っていただけ、製法・素材を厳選したバローこだわりの逸品です。あなたの食卓に贅沢を届ける、バローおすすめのプレミアムアイテムです。



## 消費者ニーズへの対応

### お客様の声の収集と反映

当社では、「お客様相談室」を設置し、フリーダイヤル及びホームページ上のお問い合わせフォームを通じて寄せられたお客様のご意見等を関係部署と共有し、商品開発等へ反映しております。2018年度にお客様相談室に寄せられたご意見等10,739件のうち、商品に関するご意見等は2,783件、そのうちPB商品に関するご意見等は1,429件ありました。ミネラルウォーター「飛騨のいのち 飛騨の天然水」のパッケージについて、お客様よりラベルが剥がしにくく、分別に不便とのご意見をいただいたことから、ラベルを改良いたしました。

## 安全・安心への取り組み

### PB商品の開発・表示に対する取り組み

PB商品の開発にあたっては、原材料の選定や製造工程等に関する仕様について、製造委託先企業と契約を締結するとともに、製造委託先工場の衛生管理や製造工程管理等について監査を行っております。PB商品の情報につきましては、商品パッケージに栄養成分を表示するとともに、商品に含まれるアレルゲン物質について、表示が義務付けられている特定原材料7品目に加え、特定原材料に準ずる20品目をアイコンで分かりやすく表示しております。また、新商品の導入や既存商品のリニューアル販売を行う際には、株式会社バローのホームページ (<https://valor.jp/pb>) でも商品情報を開示しております。2018年度は、経過措置期間が2020年3月までである食品表示法に準拠した商品パッケージへの変更を全体の63%に相当する389アイテムについて完了いたしました。また、2017年9月より適用された新たな加工食品の原料原産地表示制度への対応も併せて進めております。

## 地域社会へのサービスレベル維持

### 移動販売車による食品販売

少子高齢化の進展や世帯人員の減少、運転免許証を自主返納する高齢者の増加等の社会環境の変化を受け、地域では買い物に出掛けることに物理的制約があると感じる消費者への対応が課題となっています。そこで、当社は2018年4月より、岐阜県内3拠点で移動販売車による食品販売を行っております。ドラッグストアやホームセンターで取り扱う商品についても販売を開始するなど、グループの経営資源を活用した事業展開となっています。



## 環境負荷の低減 ▶P26-27

### 食品廃棄物ゼロへの取り組み

2018年度は前年度比15%削減\*

国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」で食品廃棄物の削減目標が掲げられるなど、世界的に食品ロスが大きな問題となっており、当社でもスーパーマーケット事業を中心に、食品廃棄物ゼロを目指す取り組みを開始しました。2017年度に加工食品、2018年度にパン類を対象に自動発注を拡大するなど、販売計画の精度を高める後方支援を行うとともに、店舗では「売り切り」へ改善活動を続けています。



\*例)バロー売上高百万円あたりの食品廃棄物発生量

環境方針

当社は事業活動による環境負荷の低減を重要な課題であると認識し、その達成のために取り組み課題を掲げ、地域社会と共に挑戦します。

取り組み課題

1. 温室効果ガスの排出抑制
2. 再生可能エネルギーの創出
3. 食品廃棄物の削減・循環
4. 廃棄物の削減・リサイクルの推進

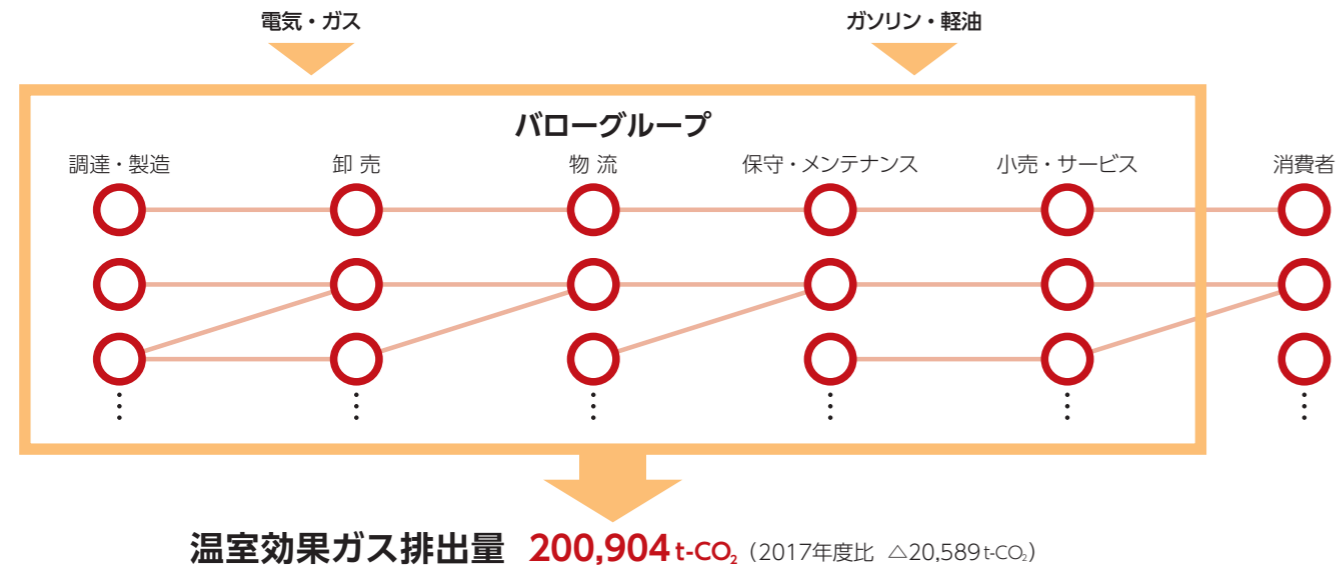
サプライチェーンにおける課題認識

当社グループは、主として食品流通業界に属しており、食品廃棄物の削減を特に重要な課題と捉えております。食品流通に携わる事業会社では、計画に基づいて製造・生産・販売を行うなど、食品廃棄物の削減に努めております (P7参照)。

また、温室効果ガスの排出抑制も重要な課題であると位置づけ、その抑制に努めております。当社グループには、製造・加工拠点、物流センター、スーパーマーケット・ドラッグストア・ホームセンター等の店舗があり、各拠点を配送トラックで繋いでいます。配送に伴う温室効果ガスの排出を抑制するため、異業態間での混載や他社との共同配送を進めるとともに、配送ルート及び回数の見直しを図っています。なお、少ロット配送にはコンテナ箱を使用し、ダンボール使用量を削減するとともに、積載効率の向上にも努めています。

プライベート・ブランド (PB) 商品は、商品を統括する株式会社Vソリューションを通じて、国内外へ販売されております。PB商品を東北地方や九州地方などへ配送する場合、トラックではなく、貨物を利用した輸送に努めています。今後もモデルシフトを念頭に、温室効果ガスの排出がより少ない配送を検討してまいります。

サプライチェーンにおける温室効果ガス排出



注：(株)パローホールディングス、(株)パロー、(株)ホームセンターパローを対象に算出。  
配送車両燃料については、中部興産(株)の保有車両並びに備車による配送車両全台を対象に算出。ガソリン使用量についてはグループ各社の社有車も対象に含む。

再生可能エネルギーの創出



1997年に京都議定書が採択され、2015年の気候変動枠組条約締結国際会議 (COP21) にてパリ協定が合意されるなど、地球温暖化が国際的な問題となっています。当社グループにおいても事業活動による環境負担を軽減させるべく、再生可能エネルギーの創出に取り組んでおります。株式会社パローのほか、2018年度は中部薬品株式会社でも取り組みを開始しました。温室効果ガスの排出抑制とともに、創エネルギー活動を進めてまいります。

2018年度実績：太陽光パネルの設置 75拠点\*、発電量計 4,515kW\*  
2020年度目標：再生可能エネルギーによる発電量計 15,000kW\*

注：(株)パローホールディングス、(株)パロー、(株)ホームセンターパロー、中部薬品(株)を対象に算出  
\*2017年度からの累計値

活動ハイライト

本年度の主な管理項目の実績値を、来年度以降のパフォーマンス指標の基準値とします。今後も更なる取り組みを推進し、環境に、社会に、そしてお客様の生活により貢献ができるよう努めていきます。

環境パフォーマンス

管理項目	具体的な取り組み	2017年度実績	2018年度目標	2018年度実績	評価	結果	2019年度目標	
温室効果ガスの排出抑制	電力消費量の削減	● デマンド管理 ● 空調温度の管理 ● 無駄な照明カット ● 高効率設備・機器の導入	495.0 [kWh/m <sup>2</sup> ]	494.0 [kWh/m <sup>2</sup> ]	468.6 [kWh/m <sup>2</sup> ]*	○	エネルギーマネジメントシステムを導入。店舗責任者によるエネルギー管理を推進します。	465.0 [kWh/m <sup>2</sup> ]
	省エネルギー配送	店舗配送 ● アイドリングストップの励行 ● 省エネ運転の指導・教育	前年度比 ● 走行距離…119% ● 燃料使用量…124% ● 燃費…100%	燃費確保 前年度比100%	前年度比 ● 走行距離…105% ● 燃料使用量…101% ● 燃費…104%	○	出店に伴い、走行距離・燃料使用量共に増えましたが、燃費を上げることができました。引き続き、配送効率向上を目指します。	燃費確保 前年度比100%
	特定フロン排出抑制	● 冷凍機、空調機の入替 ● 設備定期点検の実施	実施店舗…2店舗	実施店舗…60店舗	実施店舗…14店舗 (全台入替実績店舗)	×	引き続き入替、定期点検を実施します。	実施店舗…10店舗
再生可能エネルギーの創出	エネルギーの創出 ● 太陽光パネルの設置	発電量計 950kW 実施拠点…5店舗	実施拠点…15拠点	発電量計 3,352kW 実施店舗…19拠点	○	太陽光パネル耐久も加味し、設置可能な店舗には順次設置の予定。	実施店舗(拠点) ……………15箇所	
食品廃棄物の削減循環	食品廃棄物の発生抑制	● 計画発注・生産の実施 ● 売場管理 ● 夕方以降の品揃え見直しと量目調整	59.0 [kg/百万円]	58.0 [kg/百万円] (前年度比99%)	50.1 [kg/百万円]** (前年度比85%)	○	計画生産、売場計画・管理により、昨年より大幅に削減しました。引き続き、廃棄ゼロを目指します。	49.0 [kg/百万円] (前年度比98%)
	食品残渣リサイクル化の推進	● 廃棄商品の削減 ● リサイクル実施拠点の拡大 ● リサイクル対象商品の拡大	● リサイクル率 53.5% ● 実施店舗…242店	● リサイクル率 53.8% ● 実施店舗…247店	● リサイクル率 50.9% ● 実施店舗…240店	×	リサイクルの内容は増やしたものの、閉店等によりリサイクル量および拠点は減少しました。リサイクル率の向上に努めます。	● リサイクル率 53.0% ● 実施店舗…242店
廃棄物の削減	廃プラスチックの削減 ● レジ袋の有料化	レジ袋辞退率 85.3% (株)パロー全店	レジ袋辞退率 86% (株)パロー全店	レジ袋辞退率 85.1% (株)パロー全店	×	各店、引き続きマイバッグを推進します。	● プラスチック製品の削減 ● 代替品の検討	
リサイクルの推進	古紙リサイクル化の推進	● 分別して指定の場所に保管 ● リサイクル店舗の拡大	● 古紙リサイクル店舗…121店 ● リサイクル量 364,620kg (前年度比371%)	● 古紙リサイクル店舗…127店 ● リサイクル量 380,000kg (前年度比104%)	● 古紙リサイクル店舗…150店 ● リサイクル量 711,461kg (前年度比195%)	○	実施店舗を拡大しました。今後も分別の徹底を行うとともに、実施店舗を増やしてまいります。	● リサイクルの推進 ● 分別強化
	容器・包装リサイクル等の推進	● リサイクルボックスの増設 ● リサイクル可能な対象品の拡大	リサイクルボックス設置店 ● 牛乳…243店 ● アルミ缶、スチール缶…255店 ● トレイ…238店 ● ペットボトル…222店	リサイクルボックス設置店の拡大	リサイクルボックス設置店 ● 牛乳…240店 ● アルミ缶、スチール缶…250店 ● トレイ…240店 ● ペットボトル…225店	○	実施拠点の拡大と分別に努めました。実施拠点を増やしてまいります。	● リサイクルの推進

注：(株)パローおよび(株)ホームセンターパローを対象に算出 \*店舗売場面積における電力使用量の割合 (原単位) \*\* (株)パロー売上高における食品廃棄物発生量の割合 (原単位)

