

SDGsの取り組み

ISHIYAの約束

ダイバーシティ

LCAの取り組み

ISHIYA

CSR

COMMUNICATION

BOOK

\*

ISHIYA

〈発行〉

石屋製菓株式会社

社長室

広報CSR推進チーム

〒063-0052

札幌市西区宮の沢2条2丁目

11番36号

TEL.0120-375-562

(お客様サービス室)

2024

CSRコミュニケーションブック

石屋製菓株式会社 石屋商事株式会社



おかしな仕事をしよう。

## CONTENTS

企業理念	03
TOP MESSAGE	04
社長と社員の巻頭対談	05
ISHIYAの約束	
ISHIYAの約束 1 安心・安全	07
ISHIYAの約束 2 コンプライアンス	09
ISHIYAの約束 3 環境	11
ISHIYAの約束 4 スポーツ振興	13
ISHIYAの約束 5 地域社会	15
ISHIYAの約束 6 雇用・労働環境	17
ダイバーシティ	19
サステナビリティ推進チームの社内探訪	21
LCAの取り組み	23
ISHIYAストーリー	25
数字で見るISHIYA	27
SDGs取組表	29

## 編集方針

「ISHIYA CSRコミュニケーションブック」は、  
企業理念「しあわせをつくるお菓子」のもと「100年先も、北海道に愛される会社へ」を目指して、  
持続可能な社会を形成するためにすべてのステークホルダーの皆さまへ  
ISHIYAの取り組みを理解していただくことを目指しています。

- 報告対象期間／原則2023年1月から2023年12月とし、一部対象期間外の活動も含みます。
- 報告対象組織／石屋製菓株式会社・石屋商事株式会社
- 参考資料／社会的責任に関する手引「ISO26000」  
環境省発行「持続可能な開発目標 (SDGs) 活用ガイド」

※2023年12月31日現在の部署・役職名で記載しています。



このレポートは、表紙を除く全てのページに、  
古紙パルプ配合率80%再生紙と、環境に  
優しい植物油インキを使用しています。

PHOTO:2023年度新入社員(撮影場所:サッポロさとらんど)



企業理念

## しあわせをつくるお菓子

お客さまの  
しあわせ

地域の  
しあわせ

社員の  
しあわせ

長期ビジョン

## 100年先も、北海道に愛される会社へ



ビジョンを実現するため、私たちは6つの約束を果たします。

### 6つの約束

1

安心・安全

2

コンプライアンス

3

環境

4

スポーツ振興

5

地域社会

6

雇用・労働環境

これらのアクションが、

SDGs(持続可能な開発目標)の達成につながっています。



# TOP MESSAGE

いつも北海道のそばに。

Stand By Hokkaido

2023年、アフターコロナへの転換にともなってお土産菓子市場が少しずつ回復し、私たちは新たな出発のような気持ちで日々の業務に向き合ってきました。各地の特約店や直営店、白い恋人パークにお客さまの姿が戻り、3年ぶりに開催できるイベントがあり、工場では多くの製品をつくり続けられる。そうした喜びとともに、コロナ以前よりも強く、たくましくなったISHIYAグループを実感しています。

2023年から4か年で計画した中期経営計画のスローガン「Stand By Hokkaido」を実現するために2023年も様々な取り組みを行ってきました。5月にオープンした札幌近郊以外で初の道内直営店、「ISHIYAイオンモール旭川駅前」もその一つです。北海道の皆さんとの接点を増やしたい、お菓子一つからでも気軽に手にとっていただきたい、という願いを実現しました。以前だと「旭川に出店しても地元の方に喜ばれないのでは」と尻込みしていましたが、準備に準備を重ねて挑戦した結果、大勢の方から支持をいただくことができました。北海道のほかの地域でもお客さまとの接点を広げる準備を進めています。

2023年の大きな出来事として、鳥インフルエンザの影響による卵不足がありました。「白い恋人」の生産量は大きく落ち込み、コロナ禍後、再び大打撃を受けました。しかし私たちはこれを一つの契機ととらえ、「北海道に誇れるISHIYAブランド」に立ち返り、販売拠点や方法の見直しを続けてきました。これからも北海道を原点としたブランドの確立を目指します。

また、北海道の一次産業が抱える課題について、農畜産物を原材料とする私たちはもっと理解を深め、積極的に関わってい

かなければ、という思いを新たにしました。今までも株式会社北海道150年ファームなどで農業への貢献を目指してきましたが、さらに取り組みを進めたいと思います。

社内では組織体制の変革を実施しました。コロナ禍を乗り越え、従業員の意識が「自ら考えて実行する」という方向へ変わった今こそがチャンスと考えたからです。2023年5月に各部の係長・主任といった役職を廃止し、従来のピラミッド型からサークル型の組織に変更しました。業務ごとにリーダーを配置していますが、リーダーは立候補制で、チームのメンバーにより選出されます。これは私が社長に就任して以来やりたかった変革で、誰でも言いたいことを言えるフラットな組織をつくるのが目的です。いよいよその一歩を踏み出し、少しずつ効果が現れていると思います。詳しくは本冊子をご覧くださいませと幸いです。

2024年も引き続き、特に力を入れたいことは、グループ企業であるサザエ食品株式会社、十勝製餡株式会社とのさらなる連携。お土産・ギフト・洋菓子といったISHIYAの強みと、毎日食べたいおにぎりやお弁当・和菓子といったサザエ食品の強みを掛け合わせ、相乗効果を発揮できる取り組みを行っていく予定です。

Stand By Hokkaido

ISHIYAグループはこれからも地域社会の一員として、北海道の発展に貢献してまいります。

石屋製菓株式会社・石屋商事株式会社

代表取締役社長 石水 創



社長と社員の巻頭対談

# Stand By Hokkaidoって どういうこと?

サザエ食品株式会社  
経営管理部 マネージャー  
さとう ゆうた  
佐藤 裕太

パーク事業部  
体験チーム ガリバータウン  
いずみ えり  
泉 絵里

北広島工場  
白い恋人製造チーム 仕込み室  
ふくしま こうた  
福島 宏太

代表取締役社長  
いしみず はじめ  
石水 創

営業部  
特約店チーム  
しまだ まこと  
島田 実

石水:ISHIYAの中期経営計画のスローガン「Stand By Hokkaido」を支える経営方針は5つ、「北海道広域にタッチポイントを増やす」「北海道に誇れるISHIYAブランドをつくる」「地域とともにオンリーワンの白い恋人パークになる」「改善ラッシュで効率アップ」「日本一失敗できる会社にする」です。各職場でどのように意識しているか、いろいろな角度から話し合ってみたいと思います。

島田:営業部に一番関係が深いのは「北海道に誇れるISHIYAブランド」だと思います。売上を目標に置くと、取引先である特約店様までしか見えない状況になりがちですが、その先にいるお客さまの目線を意識して、売り場のデザインや商品ラインナップなどをこの1年で一から考え直しました。

石水:最近の営業部を見て印象的だったが、新商品の企画を立て続けに提案してくれることです。卵不足の2023年4月、「白い恋人」のチョコレートだけをアレンジした「チョコレートタブレット」を発売した企画もそうですね。

島田:「日本一失敗できる会社」という言葉が後押ししてくれたので、今まで商品企画をしたことがなかった営業部も気兼ねなく意見が言えたと思います。



泉:私たちパーク事業部は「地域とともにオンリーワンの白い恋人パークになる」が重要です。「地域のお客さまが何を求めて来てくださるのか」を考え、施設全体で「白い恋人パークらしさ」を演出できるように取り組んでいます。年に

5つのテーマを設けて様々なイベントを開催しているのもその一環です。

石水:複数のコンテンツの上に筋の通ったテーマがあるのでブレがないですね。

泉:以前は企画チームが「〇月はこのテーマ」と決めていましたが、2023年から誰でも思いついた人が提案し、みんなで選ぶスタイルに変えました。「そんなダメ」と否定されることもなく、チャレンジする雰囲気が広がりました。

佐藤:2022年春からサザエ食品に出向していますが、出向当初と現在では意識が少し変わったと思います。当初はできるだけ社内の意見が出やすいように促し、その後どんどん意見が出るようになったので、現在はそれらを

尊重しながらまとめ、チームワークを意識しています。

福島:仕込み室は「白い恋人」の最上流にあたる仕事をしているので、この看板を崩してはいけない、という思いが強

あります。卵不足の影響で、一部レシピを変更せざるを得ない状況もありましたが、味や食感をできるだけ崩さないよう改善をくり返し、工場全体でロス率の削減などにも取り組んでいます。

石水:仕込み室ですごく印象的なのは、個人だけでなくチームでの改善提案が多いこと。何か理由があるのですか?

福島:各自の業務がラインではなく、全員が一つの空間にいてコミュニケーションが取りやすいからでしょうか。



島田:営業部は同じ空間にいても各自別の業務をしているせいか、密なコミュニケーションは少ないですね。仕込み室を見習いたいです。

福島:ここで身につけたことを他の部でも広めていけたらと思います。入社1年目は複数の部を短期間で周りましたが、今後もいろいろな場所で経験を重ねたいと思います。

石水:ISHIYAはわりと異動が多いかもしれません。皆さんは異動をどう感じますか?

泉:例えば製造にいた人がショップに異動してくると、工場の商品をどうやって作っていたのか直接聞けるので、販売がしやすくなります。大変な作業も想像できて「私たちが頑張ってる売らなきゃ」という気になり、良い刺激です。

島田:同じ会社でも未知の分野は多いですね。

佐藤:グループ企業間の異動も面白いですよ。今はISHIYAからグループ会社への出向が中心ですが、逆もあると思いますし、もっと活発になれば同じように良い刺激や効果が出てくるはずです。

石水:そうですね。効果的な異動や交流は計画的に進めたいと思います。話は少し変わりますが、2023年に社長としてうれしかった



のが「2024年卒版就職企業人気ランキング 地域別ランキング(北海道)」で過去最高の10位になったこと。最終目標は1位ですが、順位上昇の理由は何だと思いますか?

福島:就職活動の時にいくつかの企業の人事担当者から話を聞いたなかで、ISHIYAが一番アットホームな印象を受けました。その印象は入社後も変わらず、という思った以上にさらにアットホームでした。佐藤:企業の理念やビジョンを明確化していることも大事ですよ

ね。そのなかで、自分たちが自信を持って成長できるといい。サザエ食品でもそれを実感しています。

泉:組織がピラミッド型からサークル型になったことで、お互いに意見を言いやすい環境になったと思います。私は「働きたいプロジェ

クトチーム」という取り組みを担当していますが、そこでも「1回やってみよう」と試行錯誤しながら挑戦しているところです。そういう雰囲気が伝わっているのかもしれない。

石水:ありがとうございます。Stand By Hokkaidoのスローガンがそれぞれの場所で具体的な指針となっていることがわかりました。さらなる前進を目指して、これからもよろしくお願ひします。



当日はやわらかな空気感で  
終始笑顔の絶えない  
座談会となりました。







工場から始まった  
「改善提案」を全社で展開  
より良い未来を一人ひとりが考える



人事総務部  
総務チーム施設担当  
せきや りょう  
関谷 涼

2018年中途入社。総務部門に所属し、全社の施設管理業務全般を担当。前職である電気工事の現場代理人の知識も生かしながら、より安全で効率的な職場を追求。



北広島工場  
機械ENGチーム  
おだま ひさし  
小田島 久志

1990年入社。札幌市東区北9条にあった本社工場に始まり、手稲、宮の沢、北広島と歴代の工場勤務。2007年から工場の生産機器管理を担当。現場の困りごとを耳を傾け、知恵と工夫で解決を目指す。

### 自分の業務を見直すきっかけに

小田島:業務で気づいた改善点を提案し、良いものは現場の裁量で実行していく「改善提案」は2022年度から宮の沢、北広島で始まった取り組みです。提案は1枚のシートにまとめ共有スペースに貼り出します。私は生産機器管理を担当しているので、これまでも小さな道具の改良・製作からラインの見直しまでいろいろな改善を実施してきました。以前は自分たちしか知らなかった改善が、この取り組みで他にも広まるようになったのはうれしいことです。最近評価が高かったのはチョコレートの箱詰め

ラインの改善で、箱が自動回転するガイドを製作し、品質管理向上と作業の効率化を実現しました。  
関谷:2023年度から全社で改善提案に取り組むことになり、自分の業務にも該当することがたくさんあると気づきました。中でも評価が高かったのは社内で使用している機器類の電子マニュアル化です。何かあった時にも現場で素早く対応でき、膨大な紙マニュアルの削減にもつながりました。

### 改善提案の先に見えてくるもの

関谷:私が改善提案の際に大切にしているのは「なるべく作業が楽になること」

です。楽になって余裕ができると、また別のアイデアが生まれたりすると思います。小田島:機械ENGチームに新人が来ると「現場での会話を大切に」と伝えていきます。例えば「部品が壊れた」と言われて「そうですか」と部品を交換するだけでなく、「何か普段と違うことをしましたか?」と聞くと、「前日に掃除をして接触したかもしれない」と原因が明らかになる場合があります。その時は同様の部品にカバーを設置するなどの対処をすると、今後のトラブルを回避できます。起きたことに対処するだけでなく、次に起きないようにすることが重要です。

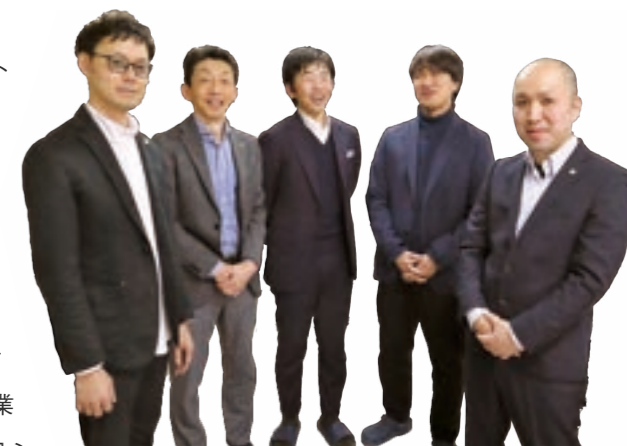
### TOPICS 実効性のあるHACCPの再構築を現場主導で推進

サザエ食品や十勝製館では2023年5月よりHACCP(危害要因を分析して行う衛生管理手法)の再構築を進めています。2020年のHACCP義務化に伴いシステムは構築されていますが「衛生管理は従業員に定着させてこそ、より実効性のあるものになる」という考えから、現場の状況にあった仕組みにするため石屋製菓品質管理部の社員と共に検討を重ねています。文書類やチェック項目については“本当に大切な部分に力を注ぐ”ことを第一に考え、現場の方々が“やらされ感”を感じ

たり事務局との温度差が生じないようにシンプルかつ機能的な仕組みを目指しています。徐々にHACCPのメリットが浸透してきたため、今では、現場の方々から品質管理部に直接質問や確認をしてくれる人が増えてきました。定着させることが目的なので、時間をかけて事業形態にあったサザエ食品らしい最適なシステムに再構

### サザエ食品(株) 十勝製館(株)

築して、さらなる衛生管理の向上に努めています。



写真左から、江本周平(サザエ食品)、沼田司(石屋製菓)、高橋龍行(サザエ食品)、阿部健司(サザエ食品)、松田顕(石屋製菓)



# 2 Promise.

## ISHIYAの約束2 コンプライアンス



### コンプライアンス委員会が CSR委員会に進化して再スタート



取締役  
やなぎさわ かずひろ  
柳澤 和宏

1996年入社。宮の沢工場で「白い恋人」の製造を担当、「美冬」や洋生菓子などの課長職、生産管理部門の立ち上げなどを経て、2018年から経営管理部に所属。2022年5月より現職。



経営管理部  
ゼネラルマネージャー  
にしだ あみ  
近藤 亜実

2016年中途入社。人事部に配属後、主に採用業務に従事。2018年に経営管理部に異動し、機関運営、法務等経営管理全般を担当。2022年5月より現職。

### コンプライアンス体制確立からさらなる進化のために

近藤:2007年8月に発覚した「白い恋人」の賞味期限改ざんの不祥事後、当社はコンプライアンス体制確立に向けて全力で取り組んできました。2007年12月から「コンプライアンス委員会」を開催し、当初は製品の安心・安全、従業員教育の実施などの議題をメインに検証、その後は雇用・労働環境の改善に向けた議題も多くなってきました。

柳澤:コンプライアンス委員会の役割が少しずつ広がってきたと思います。さらに大きなターニングポイントとして2022年7月に当社初の社外取締役となる大見英明氏(生活協同組合コープさっぽろ理事長)を迎え、翌月開催したコンプライアンス委員

会で、大見氏より「本委員会で取り扱う分野が狭いのでは」と意見をいただきました。

近藤:この意見を受けて私たちはコンプライアンス委員会のあり方を見直しました。ISHIYAはCSRの活動方針として6つの約束(安心・安全、コンプライアンス、環境、スポーツ振興、地域社会、雇用・労働環境)を掲げていますが、従来の委員会では網羅できていない分野がありました。そこで、すべての分野を検証する目的を加え、2022年11月から名称を変更し「CSR委員会」として新たなスタートを切りました。

### 「6つの約束」の 実現を目指して

柳澤:6つの約束に基づいて検証するよ

うに形を変えてから、ISHIYAのCSRの方向性がより明確になったと感じます。取り組みが遅れている分野が浮き彫りとなり、力を注ぐべき課題も明確になりました。もちろんすべてに力を入れなければいけません。

近藤:CSR委員会ではどうしてもネガティブな報告が多くなりがちですが、今後はポジティブな報告が増えることが理想です。そのためには「しあわせをつくるお菓子」という企業理念がもっと浸透するように、様々な場面で発信を続けたいと思います。

#### CSR委員会の目的

ISHIYAの6つの約束の実現
不祥事の再発防止
コンプライアンス体制確立に向けての審議・提言
中立的な第三者の立場での問題改善確認

### TOPICS 夢を売るISHIYAの社会的貢献に期待

ISHIYAは北海道を代表する銘菓製造販売企業にとどまらず、白い恋人パークに代表される札幌観光の資源としての北海道への貢献、さらには北海道のプロスポーツ界では野球の北海道日本ハムファイターズと並ぶサッカーの北海道コンサドーレ札幌のオフィシャルトップパートナーとして惜しみない支援をしているかけがえのない存在として広く認知されています。まさに北海道を元気にする原動力としての役割を果たしています。コンプライアンスは、法令遵守が前提となります。確かに過去の不祥事からの教訓に学び、再発防止対策も

愚直なまでに進化させています。今後は、その枠を超えて、そして北海道で模範となる事業としての今後の成長が期待される場所です。また世界的なパンデミックの影響と観光需要の危機的状況をも乗り越えて、現在のISHIYAがあります。ISHIYAが、この北海道とともに持続可能な経済・社会づくりに貢献する代表的な企業としての存在価値がさらに発揮されることが期待されています。この石水社長を先頭にCSR委員会がその中心となり、チーム一丸となって、機能させていくことを大いに願っています。



社外取締役 大見 英明





「白い恋人」の包装資材  
すべてにおいて  
サステナブルパッケージを目指す



再生樹脂を使用したフィルム。表面の右下「CHOCOLAT BLANC ET LANGUE DE CHAT」の金文字は植物由来原材料を使用したインクを採用。裏面にPlastics Smartロゴマークとバイオスマークが追加されています。

ロジスティクス部  
購買チーム  
あらい けんたろう  
新井 健太郎  
2019年中途入社。商品部 購買課に配属、組織変更により現在の部署に。当初は発注書や請求書等の処理業務に携わり、2021年からアソート商品等を担当、資材の仕入れ業務を担う。

バイオマストレー採用から  
一歩ずつ進んできた歩み

新井:主力商品の「白い恋人」の包装資材を中心に、環境に配慮したパッケージへ切り替えを行ってきました。2009年のバイオマストレー採用に始まり、その後「ホワイトチョコレートプリン」、「美冬(みふゆ)」へと拡大。特殊な資材は確保が難しくなりがちですが、「白い恋人」で大量に確保するため、他の商品にも転用が可能となりました。2020年からは化粧箱を適切に管理された森林、およびその他の管理された供給源から原材料を用いて製造された森林認証紙に切り替え、現在は定番商品、スポット商品を問わずスタンダードになっています。

2023年8月からは化粧箱の留めシールをプラスチックから紙製に変更し、年間約1.5トン(2019年度仕入れベース)のプラスチック素材削減が見込まれています。

環境配慮素材100%採用  
まであと一歩

新井:さらに2024年初めから、切り替えが難しかった「白い恋人」の個包装でも高いバリア性を保ちながら、リサイクルPETやインクの一部に植物由来の原材料を使用した新フィルムを採用。これにより年間のCO<sub>2</sub>排出量約46トンの削減(※)が見込まれています。  
こうした切り替えは資材メーカーの協力とともに、製造・販売など現場スタッフの協

力が欠かせません。テストで問題がなくても採用後に課題が見つかる場合もあり、安定するまで繰り返し改善することが不可欠です。また、どうしてもコストアップの問題がつきまといますが、常にQCD(品質・コスト・納期)とのバランスを考えて取り組んでいます。  
現在「白い恋人」の包装資材で唯一切り替えを実現していないのが包装紙です。今後もトライを続け、まずは「白い恋人」の資材すべてで環境に配慮したパッケージを達成し、他の主力商品にも広げたいと考えています。

※TOPPANにて算定。従来の仕様との比較。2019年度仕入れ数量をもとに算出。CO<sub>2</sub>排出量の算定範囲はパッケージに関わる①原料の調達・製造、②製造、③輸送、④リサイクル・廃棄。CO<sub>2</sub>排出量の算定結果については、第三者によるレビューを受けています。

TOPICS サステナブルアートの取り組み

佐座マナさんが代表を務める若者によるサステナブルな社会の構築のためのプラットフォーム一般社団法人SWITCH(スイッチ)の皆さんと「環境広場ほっかいどう2023」の会場に廃棄物を使ったサステナブルアートを展示しました。SWITCHの皆さんは、「若者との共創プロジェクト」として2023年の春から「札幌共創モデル」をスタートさせ、若者・大学・企業・自治体の4者がサステナブルな未来について考え、実際にアクションを起こし、全国・世界に発信しています。

そこでアーティストとして活動する佐座レミ(LEMIE.)さんが北広島・宮の沢両工場から排出されたビニールエプロンを使用した作品「Sauce Of Happiness しあわせの泉(みなもと)」を制作しました。

作品に込められたメッセージ

心を軽やかにし、シアワセな気分してくれる、おやつの時間。シアワセはあふれ、周りの人に広がり、みんながシアワセになります。人から人へとつながっていく、シアワセ。持続可能な社会は、シアワセを共有することで叶うはず。

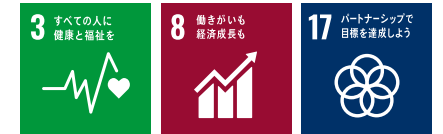


ISHIYAの新入社員と会場に設置したLEMIE.さん(左)



「Sauce Of Happiness しあわせの泉(みなもと)」





「しあわせをつくるお菓子」は  
従業員の仕事と健康があってこそ



人事総務部  
総務チーム  
須田 はるな

2004年入社。パーク事業部に勤務後、広告宣伝を経て人事総務部へ。従業員の福利厚生業務を担当するなかで、特に健康増進やメンタルヘルス対策について積極的な取り組みを展開。



パーク事業部  
植栽チーム  
北 凌太

2018年入社。「ショップ・ピカデリー」、「キャンディラボ」、パーク事業部イベント企画チームなどをを経て2023年から植栽チームへ。幼少期からサッカーに打ち込み、現在も社内のサッカーチーム「イシヤアンビジャス」で活躍。



人事総務部  
総務チーム施設担当  
菊池 健一

2008年の入社以来1年間の植栽業務を除き、ずっと全社の施設管理業務全般を担当し建物の維持管理を行う。フルマラソン、トレイルランニング、ロードレースなどの大会に出場するスポーツマン。

ウォーキングイベントで  
社内のスポーツ熱が上昇

須田:ISHIYAは従業員の平均年齢が比較的若いにもかかわらず、健康診断で「所見あり」の人が多く、何かできることがないか調べていたときに「健康経営優良法人」(※)の制度を知りました。提案書を作成して上司に相談すると全社を挙げて取り組むことに。

社内のスポーツイベント開催や社員食堂の健康的なメニュー提供などを行い、特に反響が大きかったのがウォーキングイベントです。健康増進だけでなく、社内のコミュニケーションもすごく活発になりました。菊池:イベント期間中は平日朝晩10km走り、週末は会社から歩いて帰宅していた

らいつの間にか個人1位になりました。須田さんや周りの人が応援してくれたことも大きかったです。北:以前所属していたチームの先輩から「ウォーキングしてないの? すぐやって!」と言われ、あわてて始めました。最終日は一気に15km走り、部署対抗で2位に浮上し、同期とも競争して楽しく盛り上がりました。

互いの健康を  
気遣い合える環境に

菊池:健康経営の取り組みが始まって、自分でも血中脂質や体脂肪の数値を記録するようになりました。北:植栽チームは朝の仕事が勝負で、

出勤は毎朝6時、そのため毎晩9時半に寝ています。今後も早寝早起きと規則正しい食事、筋トレを欠かさず、サッカーとフットサルを続けたいです。須田:北さんのような健康診断オールAは貴重な存在です(笑)。従業員の健康診断の数値向上を目指し、医療機関とも連携して運動と食事の両面からアプローチを続けています。会社だけの取り組みでは限界があると思いますが、健康への意識が高まり、「あの元気がないな」と周りの人を気遣い合える環境ができればと思います。

※健康経営優良法人制度:経済産業省が特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度。ISHIYAは2023年3月、健康経営優良法人2023(中小規模法人部門)に認定。

TOPICS 現役プロ選手の指導によるスポーツ体験会の実施

従業員への運動機会提供の場として、北海道コンサドーレ札幌のバドミントンチームやカーリングチームのプロ選手の皆さんが講師になっていただきスポーツ体験会を実施しています。社員やその子どもなど毎回20名以上が参加しています。カーリング体験会では「氷の上を移動するのがあんなに難しかったとは」という非日常的な体験を通じて、改めて競技の奥深さを知りました。また、バドミントン体験会では基本動作や普段から実践できるトレーニングを教えていただき「プロじゃなくても

毎日できそう」と、両競技を通じて日常的な運動習慣の大切さを学びました。最後は現役のプロ選手との対戦などで交流を深めながら、圧倒的な技術の高さや競技に真摯に向き合う姿勢などを間近に感じることができました。参加した社員からも「プロ選手と競技ができたのはとても貴重な体験でした。また参加したい」という声も多く、来年度以降も継続して実施していく予定です。



カーリング体験会



バドミントン体験会



日常で実践できるトレーニングも教えていただきました





地域のお客さまに喜んでいただける  
商品、サービス、空間を目指して



販売部  
物販チーム  
あずま ゆうな  
東 祐奈

2007年入社。「ショップ・ピカデリー」、三越店、東急店にて接客業務を担当。2013年オープンした札幌大通西4ビル(現札幌大通本店)店長に。その後大丸店、2022年にリニューアルした札幌大通本店店長を務め、2023年から販売部にてサービス支援業務を行う。



販売部  
ゼネラルマネージャー  
たかほし ようすけ  
高橋 洋介

2016年中途入社。特約店営業業務を担当後、2020年から直営店管理も担当し、特約店・直営店の両課長業務の時期もあり。2022年から現職。2022年から2年続けて念願だったRISING SUN ROCK FESTIVAL出店を実現。



販売部  
広告販促チーム  
とみざわ ゆりか  
富澤 友里香

2017年パート入社から社員へ。業務内容は入社当初から一貫して全社のデザイン業務を担当し、オリジナルグッズも多数制作。現在は主に新規直営店の店舗設計、コンセプトワーク、ディスプレイなどを行う。

旭川に誕生した  
ISHIYAの新拠点

富澤:札幌近郊以外で北海道初の直営店となる「イオンモール旭川駅前」の出店が決まり、店舗設計をする前に、まずは旭川がどんなまちで、どんな人たちが住んでいて、ここにどんな空間をつくったら喜んでいただけるだろうとじっくり考えました。旭川の自然と抜けるような空や雪の色、大地に芽吹く花のように並ぶ色とりどりのお菓子たち……そういったイメージを形にするため、店の壁紙や什器、ディスプレイなどを一つずつ検討して全体を作り上げました。

高橋:2023年5月10日のオープンには予想を超える500名以上の方にお越し

いただきました。ショッピングモール内の直営店は2年前に「アリオ札幌」で経験していたので、その蓄積を発揮できたと思います。

東:「以前は旭川空港まで行っていたけど近くで買えるようになって良かった」といった感想を数多くいただき、うれしさを実感しました。

お客さまから  
「求められる存在」に

東:私たちは店頭でつい「売りたいもの」を推してしまいがちですが、お客さまが何を求めていらっしゃるのか、寄り添う気持ちを大切にしています。買い物だけでなく会話を楽しみたい方もいらっ

しゃいますから、その時はできるだけお話しする時間を取るように。「またあのの人に会いたいな」と思ってもらえるサービスを、私自身も勉強を続けながら他のスタッフにも伝えていきたいですね。

富澤:私もお客さまに寄り添いながら「また行きたい」と思ってもらえる素敵な空間づくりを続けたいです。

高橋:新規出店をはじめ何か新しいことをスタートする時は、われわれが目指す「100年先も、北海道に愛される会社へ」になれるかを常に考えるようにしています。これからは「ISHIYAがあって良かった」「ずっと近くにあって欲しい」と言っていただけるように力を尽くします。

TOPICS 地域や企業との連携で農業フェスを開催

2023年9月2日に札幌市農業体験交流施設サッポロさとらんどにて「さとらんどアグリフェスティバル ALL HOKKAIDO 食の学校祭」を開催しました。

ISHIYAグループの北海道150年ファームは「NEXT150～地域や道内の高校と共に創る、北海道の未来へつなぐプロジェクト～」を掲げています。農業や第一次産業の未来を担う方々と連携し、農業理解者の育成、農業高校の活動の周知等、北海道農業の未来につながる活動を行っています。

そのプロジェクトの一環として、同フェス

ティバルを開催しました。当日は農業高校の生徒から研究成果のプレゼン、木の持つ温かみや環境面への配慮を学んでもらうための木育体験ブース、道内企業・団体による農業について学ぶ体験ブースを用意しました。

来場者からは「子どもたちが楽しく参加できた。また参加したい」などのうれしいお声をいただきました。このイベントを実践の場として生徒たちの取り組みを一般の皆さまへ伝えて欲しい、地域や企業との連携、商品開発等を実施できるようになって欲しいと考えています。



さとらんど交流館



木育体験ブース



木育体験ブース





言いたいことが言える  
やりたいことができる  
フラットな組織を目指して



ピラミッド型からサークル型へ

近藤:2023年5月から組織の階層を減らし、一人ひとりが自律的に判断して迅速に動くことができるように従来のピラミッド型からサークル型に変更しました。意思決定のスピードを上げることが大きな目的です。具体的には主任・主査・係長の役職を廃止し、チームをまとめる「リーダー」を設けました。リーダーは立候補制でメンバーの投票によって選ばれます。

伊吹:サークル型になることで複数の上司に許可を得る工程が減り、自分たちがやりたいと思ったことを素早く実行できる点がメリットだと思います。当時自分は主

任でしたが、迷わずリーダーに立候補して無事当選しました。

吉本:私は急にやり方が変わるので最初は不安でした。私も当時は主任で、確認したい案件は何でもすぐ上の主査に相談していたので、その仕組みがなくなると戸惑う場面も多いと思ったからです。

新しいステージへの転換期

吉本:半年以上たった今は良い面もいろいろと実感しています。例えば、以前は「自分が主任だからやっていた業務」を「その業務が得意な人」に分担しやすくなりました。効率が良く成果も上がり、そ

の人の力をさらに伸ばすことにもつながります。意見が言いやすいのでチーム内でフォローし合う機会も増えました。

伊吹:仕事を分担する際にメンバーの適性や業務の進捗を見極めるのが難しい場合もありますね。

近藤:もちろんリーダー任せにするのではなく、部門を統括するマネージャー等の支援体制を万全に整えることが大前提。組織の大きな変更ですから、今も現場の声を聞きながら改善点を探っています。フラットな組織のなかで、誰もが挑戦したり成長したり、ときには失敗して安心して立ち直れる環境をつくりたいと思っています。

TOPICS 「異業種への挑戦で視野を広げることができました」

2023年5月よりISHIYAから株式会社JALスカイ札幌へ出向しています。新しい職場で異業種に挑戦することは若いうちにしかできない経験。就職のときにグランドスタッフに憧れていたこともあり立候補しました。空港ではお客さまの命をお預かりする仕事であることから、保安面・安全面のほかにも勉強することが多く、試験を合格してから現場に出られるというシステムです。新しいことを教育する際も試験があり、合格してから次のステップに進めるようになっています。業務内容としては、空港のカウンター付近の列整備、お客さま対応や空港カウ

ンターでのチェックイン業務、搭乗口でのハンドリング業務と多岐に渡ります。それぞれのポジションが飛行機の一便一便につながっており、みんなで協力して1つの飛行機を飛ばすという一体感が生まれます。常に時間との戦いで、1分1秒を争う中、判断を的確にする必要もあり、自分自身の成長にもつながっています。搭乗口付近の業務ではまだ補助の仕事ですが、どうしたらお客さまが安全に搭乗できて、また仲間も仕事をしやすい環境になるかということを意識して、常に「何かできることはないか」と俯瞰して物事を見る力も鍛えられました。



株式会社JALスカイ札幌  
勝部 悠理さん

北広島工場  
白い恋人包装チーム  
伊吹 直人

2017年入社。宮の沢工場に勤務後、北広島工場完成と同時に異動し、白い恋人包装チームに所属。2020年から主任を務め、2023年の組織変更でリーダーに立候補し就任。



人事総務部  
マネージャー  
近藤 洋史

2003年入社。長年製造部門に所属し、宮の沢工場に勤務後、2017年の北広島工場設立では設備設計から関わり、FSSC 22000認証取得の中心メンバーとして活動。北広島工場の白い恋人課、チョコレート課を経て2022年から現職。



宮の沢工場  
焼き菓子チーム  
吉本 育子

2014年パート入社、2017年から社員に。宮の沢工場で新商品製造を担当後、焼き菓子チームに所属。2020年から主任を務め、2023年の組織変更でリーダーに立候補し就任。



# DIVERSITY

わたしの  
ストーリー

ダイバーシティって、  
なんですか？

みんながいるから  
強くなるってこと。



ISHIYAでは様々な個性をもつ人材がお互いを尊重し、それぞれの能力を生かして活躍できる組織づくり、環境づくりを進めています。

従業員がどんな働き方をしているか、どんな気持ちを大切に、どんな目標に向かっていているか。同期入社の人に聞きました。

## わたしのダイバーシティストーリー 01

経営管理部  
経営企画チーム  
よしだ ひかり  
吉田 光里

学生だった2017年8月からISHIYAでアルバイトを始め、2018年4月に入社。白い恋人パークや大丸百貨店で販売・接客業務を担当後、イシヤ日本橋の開店準備から携わり、東京営業所事務課を経て2022年11月からサザエ食品に出向。2023年11月より石屋製菓に戻り経営管理部に所属。

## わたしのダイバーシティストーリー 02

経営管理部  
経営企画チーム  
よこやま たかし  
横山 貴史

2018年入社。白い恋人パークや大丸百貨店で販売業務を担当後、マーケティング部を経て2022年から経営管理部に所属。主に管理会計業務を行う。趣味は学生時代から続けているマンドリン。

忙しいほうが好き。  
立ち止まらずに進み続けたい。

—アルバイトで働いてから社員になったのですか？

就職活動でISHIYAの面接を受け、すごく楽しくて温かい雰囲気だったので第一志望の金融業界ではなく「ここで働きたい!」と思いました。内定後に「短期でアルバイトしませんか?」と声がかかり、大学4年生の夏から結局卒業まで白い恋人パークで働くことに。おかげで同期の誰より早く仕事を覚えられました。

—札幌と東京を行き来しながら、いくつもの部を異動していますね。

自分から希望したわけではありませんが、上司や人事部から「やってみない?」と聞かれ、「やってみたい」と思う仕事ばかりだったので。初めての業務でも実際に経験すると「自分に向いているかも」という発見がたくさんありました。もともと私は忙しいほうが好きなタイプで、特にイシヤ日本橋の開店前後はやることが山積みでしたが、自分なりに解決策を考えて乗り越え、充実した時間だったと感じています。



新しいことを始める時は、  
本を読んで、話を聞いて。

—ISHIYAに入社したきっかけを教えてください。

生まれも育ちも札幌で、札幌で就職したいと思っていました。大学は農学部でキノコの研究をしてお菓子とは関わりがありませんが、新しい分野にチャレンジしたいと思いISHIYAを選びました。

—販売や経営管理など違う分野の業務を経験する中で、  
大切にしていることは?

初めての仕事を始める時は、勉強から始まります。販売では中国人のお客さまが多かったので中国語を覚えました。簡単な会話でも喜んでくださる方が多く、自分も楽しんで接客ができました。経営管理は全く知識がなかったので、専門書を読み込んで基礎を理解し、それから実際のデータに向き合い、経験を重ねている途中です。本の知識だけでは上手くいかないので、先輩たちや各現場の皆さんから話を聞き、「社内で勉強する」という気持ちも大事にしています。



—サザエ食品ではどのような業務を担当されていましたか?

社内インフラを改善するため、これまで紙で行っていた勤怠管理や経費精算、人事評価の電子化を担当していました。皆さんにスムーズに使ってもらえるように、使う側になって「自分だったらどう思うか」を考え、説明も工夫しました。少しずつ浸透してきていると思います。

—これからの目標を教えてください。

マネジメントする立場になってチームを率いてみたい。やってみないとわかりませんが、もし自分に向いていたらゆくゆくは女性管理職を目指そうかな。忙しいのが好きなので、今は立ち止まらずに何でも経験したいです。



—現在の業務内容は?

ひと言でいうと「会社の理想と現実のギャップを埋める仕事」です。会社の業績や資産など様々な数字を集めて現状を分析し、「100年先も、北海道に愛される会社へ」になるための経営計画を数年ごとに作成し、社内に発信して実現させることがミッションだと思っています。

—これからの目標を教えてください。

全従業員が誰でも必要な経営情報にアクセスできる仕組みを作りたい。理想と現実のギャップを正しく把握しないと、何かにチャレンジするのも難しいですよ。どんな仕組みが伝わりやすく、「頑張ろう!」と思えるか、まだ形は見えてませんが試行錯誤しながら見つけたいと思います。



# 社内探訪

サステナビリティ推進チームの



ISHIYAのサステナビリティ推進チームが  
社内外の様々な場面でどのようにSDGsへの貢献が  
行われているかを探ってきました。  
新しくチャレンジした活動も多く、  
今後さらなる発展を目指しています。

パーク事業部  
ショップ・ピカデリー  
みやぎ みのり  
宮城 実野里  
白い恋人パーク内の  
サステナビリティ  
プロジェクトの  
リーダーを務め、環  
境にも優しいテー  
マパークを目指す。

社長室  
広報CSR推進チーム  
エキスパート&  
サステナビリティ推進チーム  
リーダー  
かめむら たけみ  
亀村 建臣

北広島工場  
事務チームエキスパート  
SDGs担当  
いとう たかひろ  
伊藤 隆弘  
工場内で若手社員  
を牽引し、廃棄物の  
削減やリサイクルを  
推進する。

楽しそう！  
職場以外で気づく仲間の  
良さもありますよね。



BBQ北広島工場



宮の沢白い恋人サッカー場

## 1 ISHIYA LEGWORK

### 社内の接客コンテストを毎年実施

「ありがとうと言ってもらえる接客で、お客さまのしあわせサポート日本一」をテーマに社内の接客コンテスト「ISHIYA CS Award」を毎年実施しています。司会やお客さま役のスタッフも全て社員が企画・運営し、販売スタッフの接客品質向上や社員の働き甲斐、モチベーションアップにもつながっています。

## 2 ISHIYA LEGWORK

### バーベキューで社員間の交流

宮の沢、北広島、東京の3拠点で社員間交流のバーベキューを開催しています。宮の沢では本社・白い恋人パーク・札幌市内の店舗の社員とその家族など300名以上が参加しました。マネージャーなど管理職が企画から準備、後片付けまでを率先してやり、よりフラットで風通しの良い環境を作っています。

## 3 ISHIYA LEGWORK

### コラボ商品による共創

ポッカサッポロフード&ビバレッジ(株)さまが2022年12月に開催した「北海道三笠高校レモンレシピコンテスト製菓部」での受賞作品が、2023年6月にISHIYAで商品化されました。また、11月には(株)ロッテさまの人気商品「雪見だいふく」が「白い恋人」とコラボ。「ISHIYA監修 雪見だいふく×白い恋人」として全国で発売されました。

競争ではなく、共創の  
世の中になってきているね。



左 石屋商事(株) 藤本 俊明  
中央 アイス研究家 シズリーナ 荒井さま  
右 (株)ロッテ 中田 朱穂さま

スポーツならではの感動と  
人を繋げる力がいてですね。



## 5 ISHIYA LEGWORK

### スポーツを通じたお取引さまとの交流

日頃からISHIYAの事業活動を支援いただいているお取引さまとの交流イベントとして「第19回石屋会杯フットサル大会」をサッポロ・イワン・スタジアム(札幌市白石区)で開催しました。コロナ禍を経て4年ぶりとなる大会には多くのお取引さまにもご参加いただき、スポーツを通じて企業間交流を深めました。



新しいチャレンジが  
次々と生まれています。  
チームで共有しながら  
どんどん推進していきたいですね。

## 4 ISHIYA LEGWORK

### 営業担当者は道産木材を使用したネームプレートを着用

営業担当者を中心に道産木材を使用したネームプレートを着用しています。社会福祉法人草の実会草の実工房もくの利用者さまたちが一つひとつ手作業で木材を加工、紐は手編みしたフェアトレードのリサイクルサリを使用しています。ISHIYAのロゴ入りの特別な仕様なので訪問先のお取引さまからもご好評いただいています。



部署のみんなも一丸となって  
応援しているのが素敵です。





# LCA *life cycle assessment*

## ライフサイクルアセスメントの取り組み

2023年1~12月



### 物流システムの改善でCO<sub>2</sub>の削減

チャーター便の活用や物流拠点の見直しを進めるなど、拠点間配送を削減し効率的な物流システムを構築することで、コストおよびCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいます。また北海道産の原材料を使用することで、海外から輸入する場合と比べ輸送時のCO<sub>2</sub>排出削減にもつながっています。

### 全施設の電力使用におけるCO<sub>2</sub>排出実質ゼロを達成

2022年から自社工場で製造時に使用する電力は実質再生可能エネルギーを採用しCO<sub>2</sub>排出が実質ゼロを達成しています。2023年4月からは白い恋人パークの一部を皮切りに、7月には宮の沢地区および北広島工場において北海道企業局の水力発電所(非FIT※3)由来の非化石証書を適用した電気に切り替え、年間769トン排出していたCO<sub>2</sub>もゼロになりました。2023年12月現在、弊社敷地内の全電力使用によるCO<sub>2</sub>排出量実質ゼロを達成しています。

※3) 非FIT: 国民(需要家)の皆さんの電気料金に含まれる「再生可能エネルギー発電促進賦課金」に頼らない運営をする発電所

※1) 算出範囲 宮の沢地区: 白い恋人パーク、宮の沢工場、本社事務所棟(宮の沢白い恋人サッカー場除く)、北広島地区: 北広島工場

製品には、資源調達から輸送、製造、消費、廃棄やリサイクルまでといった一生があります。その一生において、環境への影響を定量的に評価する方法がライフサイクルアセスメント(LCA)です。ISHIYAは、それぞれの段階でどのような改善ができるかを考えながら、ライフサイクル全体での環境負荷の低減とともにサステイナブルな取り組みを続けます。

[SDGsへの貢献]



製品の一生を通じた環境への影響を評価します。

インプット  
天然資源・エネルギーなど

アウトプット  
CO<sub>2</sub>・廃棄物など

## LCA 1 原材料・エネルギー

### 北海道産原材料を使用

「白い恋人」に使用している小麦粉、砂糖、生クリームは北海道産100%です。地域の一次産業の発展に貢献しています。

●「白い恋人」主原料の仕入量(インプット) (単位:t)

	小麦粉	油脂類	砂糖	チョコレート	合計
宮の沢地区	188	139	100	214	642
北広島地区	381	276	416	189	1,263
合計	570	415	516	404	1,904

注) 小数点以下四捨五入

●エネルギー使用量(インプット)※1 (単位: 原油換算(kcal))

	電力	LNG	都市ガス	a) 合計
宮の沢地区	1,209	-	660	1,869
北広島地区	2,043	1,774	-	3,816
合計	3,252	1,774	660	5,685

	レギュラー	軽油	灯油	b) 合計
	10	12	13	35

(a+b)使用量合計 5,720

営業活動等に使用した車両および施設運営の暖房等に使用した燃料(輸送に関する燃料使用量を除く)  
注) 小数点以下四捨五入

## LCA 3 製造

●CO<sub>2</sub>排出量(アウトプット)※1 (単位:t-CO<sub>2</sub>)

	電力	LNG	都市ガス	a) 合計
宮の沢地区	284	-	1,346	1,630
北広島地区	-	3,400	-	3,400
合計	284	3,400	1,346	5,030

	レギュラー	軽油	灯油	b) 合計
	26	32	33	91

(a+b)排出量合計 5,120

営業活動等に使用した車両および施設運営の暖房等に排出されたCO<sub>2</sub>(輸送に関する燃料使用量を除く)  
注) 小数点以下四捨五入

## LCA 6 リサイクル

### 家畜の飼料にリサイクル

製造時に割れてしまうなど商品にできないものは、食品残渣として家畜の飼料にリサイクルされています。

●廃棄物・リサイクル量(アウトプット)※1

	廃棄物		リサイクル		
	プラスチック	汚泥	軟質ビニール	雑紙	食品残渣
宮の沢地区	432m <sup>3</sup>	78t	184m <sup>3</sup>	103t	67t
北広島地区	202m <sup>3</sup>	102t	391m <sup>3</sup>	134t	127t
合計	634m <sup>3</sup>	180t	575m <sup>3</sup>	237t	194t

注) 小数点以下四捨五入

### 分別の徹底と資材の見直しを検討

2022年よりプラスチック廃棄物の削減に取り組み、分別の徹底や原材料納入時の梱包資材をリサイクル可能なものにするための検討を重ねています。



ビニールエプロン

## LCA 4 消費

### プラスチック削減の取り組み

「白い恋人」の化粧箱に使用する留めシールをプラスチック(PP)製から紙製に変更することで年間約1.5トン(2019年仕入れベース)のプラスチック素材の使用を削減することができました。シール上部のつまみを下部に変更することで、留めシールと化粧箱の開封方向を揃え、よりスムーズに「白い恋人」を取り出せるような改良もしています。また、個包装についても2024年2月より再生樹脂使用のフィルムに順次切り替え、パーズンプラスチック使用量※2を削減することが可能となりました。



紙製の留めシール

※2) 再生素材を一切使わず、新しい原材料のみを使用して製造されたプラスチック。



# ISHIYA HISTORY

[ISHIYA ヒストリー]

1947年創業から現在まで、北海道とともに歩んできた歴史をご紹介します。

**1947** 昭和22  
◎石水幸安が札幌市(現北区茨戸)にて政府委託のてん粉加工業を創業



創業当時の従業員

**1948** 昭和23  
◎ドロップス製造開始  
お菓子はまだ貴重品で、「きなこねじり」や「たんきりあめ」などが飛ぶように売れる

**1957** 昭和32  
◎生菓子製造開始  
高度経済成長期に入り、世間はおいしいものを求めるように

**1959** 昭和34  
10月 札幌市東区北9条東8丁目にて「石屋製菓株式会社」設立。代表取締役社長石水幸安  
この頃から洋菓子への転換を図る



1959年東区の本社工場

## 1947~

## 1971~

**1971** 昭和46  
12月 札幌地下鉄開通を記念してラング・ド・シャ「シェルター」発売  
◎テレビCM第1作「地下鉄開通シェルター」放送開始

**1976** 昭和51  
12月 「白い恋人」発売  
札幌でホワイトチョコレートがブームとなり、手を汚さず食べられるチョコレート菓子として考案



白い恋人

**1977** 昭和52  
10月 「白い恋人」が機内食に採用  
◎「白い恋人」テレビCM第1作「雪の中からあの人がかかる」放送開始  
機内食採用をきっかけに爆発的ヒット商品に。全国から引き合いがあるが、北海道限定販売を守り続けISHIYAの原点となる

**1979** 昭和54  
4月 本社工場を東区に新築移転  
◎売上高10億円突破



1979年に新築した本社工場

## 1981~

**1982** 昭和57  
5月 札幌市西区宮の沢に第2工場(手稲工場)を増設

**1986** 昭和61  
9月 「白い恋人」スイス・モンドセレクションゴールドメダル受賞



スイス・モンドセレクションゴールドメダル

**1988** 昭和63  
11月 「愛すBoy雪だるまくん」発売



愛すBoy雪だるまくん

## 1991~

**1992** 平成4  
6月 札幌市西区宮の沢に新社屋・工場完成

**1995** 平成7  
6月 イシヤ・チョコレートファクトリー(現 白い恋人パーク) グランドオープン

**1996** 平成8  
◎コンサドーレ札幌(現北海道コンサドーレ札幌)とスポンサー契約締結

**1997** 平成9  
11月 「白い恋人チョコレートドリンク」発売

**2000** 平成12  
8月 札幌からくり時計塔グランマイスター(現からくり時計塔)完成  
10月 宮の沢白い恋人サッカー場完成



からくり時計塔とサッカー場

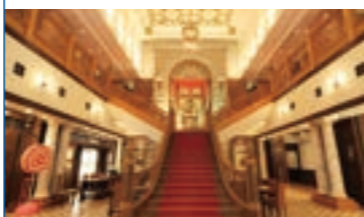
## 2001~

**2005** 平成17  
2月 「美冬(みふゆ)」発売



**2007** 平成19  
8月 衛生・品質管理の問題により製造・販売を自粛  
11月 コンプライアンス体制の改善を経て製造・販売を再開

**2003** 平成15  
9月 チュダーハウスオープン  
◎「石屋商事株式会社」設立  
◎イシヤ・チョコレートファクトリーの総称を「白い恋人パーク」とする  
◎「白いロールケーキ」発売



チュダーハウス

**2008** 平成20  
1月 白い恋人パーク営業再開  
8月 新ロゴマーク制定  
12月 猫のキャラクターの名前を「ブルミとラムル」に決定

**2009** 平成21  
1月 白い恋人パーク有料入館者300万人達成



300万人目の入場者と島田社長(当時)

**2010** 平成22  
3月 新本社事務所棟完成



白いバウムTsumugi

## 2012~

**2012** 平成24  
1月 「白い恋人」原料小麦を100%北海道産に変更  
4月 白い恋人パークキャンディ・ラボオープン

**2013** 平成25  
2月 「雪だるまくんチョコレート」発売  
6月 札幌大通西4ビルに直営3店舗 イシヤショップ、イシヤカフェ、キャンディ・ラボオープン  
7月 石水創代表取締役社長就任

**2014** 平成26  
10月 フィンランド・ロヴァニエミ市と「石屋商事(株)・ロヴァニエミ地域開発(株)業務協力に関する覚書」調印



石屋商事(株)・ロヴァニエミ地域開発(株)業務協力に関する覚書調印式

**2015** 平成27  
3月 サザエ食品株式会社の道内事業を承継

**2016** 平成28  
6月 「プレミアムアイスクリーム」発売  
9月 「北海道クリームシチューあられ」発売

10月 白い恋人パークに礼拝堂完成  
12月 白い恋人パークキッズタウン開園

**2020** 令和2  
1月 北広島工場(チョコレート菓子及びチョコレートの製造)が食品安全マネジメントシステムFSSC 22000取得

4月 道内新入生に「白い恋人」を寄贈



新入生に「白い恋人」を寄贈。鈴木知事へ目録を渡す石水社長

5月 「白い恋人で北海道にエール! BOX」販売  
売上の一部を「エールを北の医療へ!」に寄付

6月 「白い恋人しあわせBOX」販売  
食品ロス削減のため

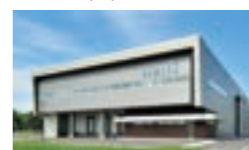
8月 「白い恋人」化粧箱を森林認証紙に変更

森林認証紙に変更した「白い恋人」



## 2020~

**2017** 平成29  
1月 本社管理部門及び宮の沢工場(チョコレート菓子及び洋菓子製造)が食品安全マネジメントシステムFSSC 22000取得  
4月 道外初の直営店 イシヤ銀座オープン  
7月 北広島工場完成  
10月 「北海道パニラの試験栽培に着手」◎石屋製菓(株)創業70周年



北広島工場

**2018** 平成30  
1月 「恋するチョコレート」発売  
9月 北海道胆振東部地震発生、白い恋人パーク全営業休止

**2019** 平成31・令和元  
4月 イシヤ 新宿オープン  
7月 SDG s 推進チーム結成  
7月 「イシヤパンケーキストロベリー」発売

9月 関西初の直営店 イシヤ心齋橋オープン

9月 道外初のカフェ イシヤ日本橋オープン

**2021** 令和3  
4月 道内7店舗目になる直営物販店 イシヤショップアリオ札幌オープン  
5月 「ニッポンのおみやげんきプロジェクト」開始

7月 コミュニティFM三角山放送局(株式会社らむれす)との業務提携を開始

9月 石水勲名誉会長 永逝



10月 サザエ食品株式会社 代表取締役社長に石水創が就任

10月 北海道初のイシヤの3ブランドが揃う旗艦店舗ISHIYA札幌大通本店リニューアルオープン

## 2022~

**2022** 令和4  
6月 札幌大通西4ビルに「22%MARKET」オープン

6月 「白い恋人」発売46周年キャンペーン開始

6月 アラブ首長国連邦(UAE)ドバイ首長国に「ドバイ・モール」店舗をオープン

7月 北広島工場で電力使用によるCO2排出実質ゼロを達成

9月 宮の沢工場で電力使用によるCO2排出実質ゼロを達成

11月 イオン札幌桑園店 IFフードパーク内に「いしや茶寮」オープン

**2023** 令和5  
3月 健康経営優良法人(中小規模法人部門)に認定

4月 ISHIYA 全施設の電力使用におけるCO2排出実質ゼロを達成

5月 「ISHIYA イオンモール旭川駅前」オープン

6月 「ブルミとラムルのおすそわけ 白い恋人」発売

8月 「白い恋人」化粧箱の留めシールを紙製に変更

9月 「ブルミとラムルのおすそわけ 美冬のパイ」発売

※ISHIYA 札幌大通本店限定商品



ブルミとラムルのおすそわけ 白い恋人



紙製の留めシール

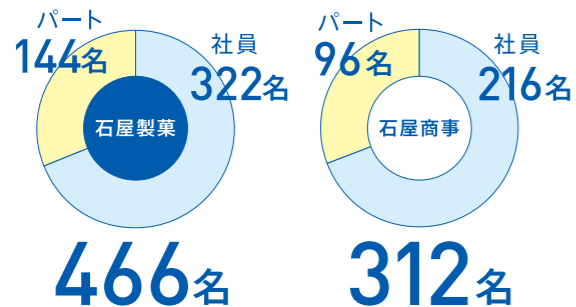


数字を見る  
ISHIYA  
イシヤ

石屋製菓と石屋商事の現在を、  
様々な数字から読み解いてみました。  
どんな姿が見えてくるでしょう。

従業員数

778名



社員の勤続年数

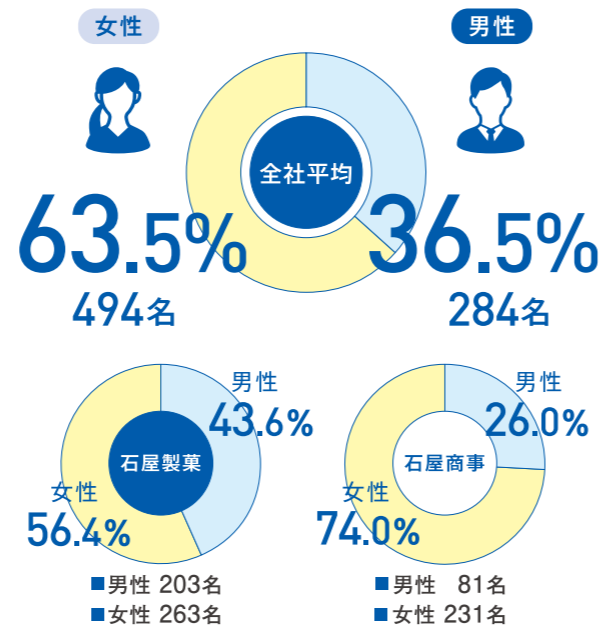


外国人の従業員数

11名

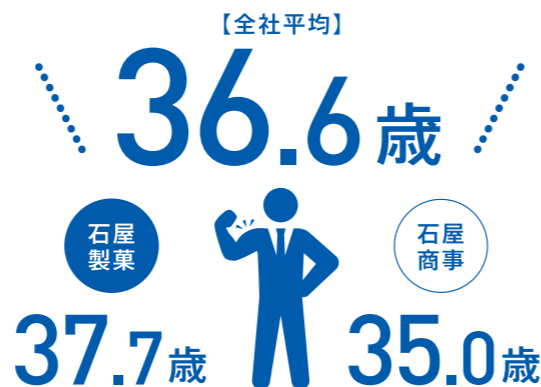
国籍に関係なく様々な人が活躍しています。多様性を大切にすることが企業の成長にもつながっています。

従業員の男女比



女性従業員が多いことがISHIYAの特徴の一つ。  
男性・女性の区別なく能力を発揮しています。

社員の平均年齢

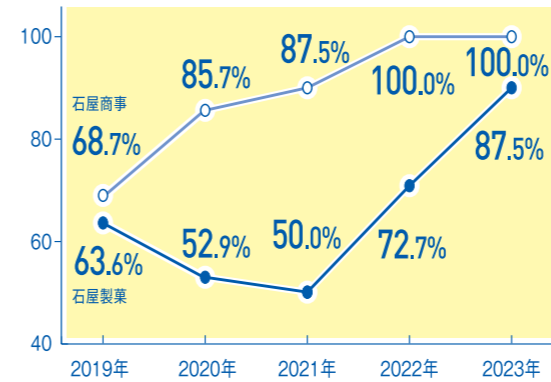


平均年齢が30代半ばと若いこともISHIYAの特徴です。若手・中堅・ベテランがそれぞれの立場で活躍しています。

資本金



育児休業取得率



年によって差がありますが、女性の育児休業の取得は社内で定着し、男性の取得も増えています。

道内直営店

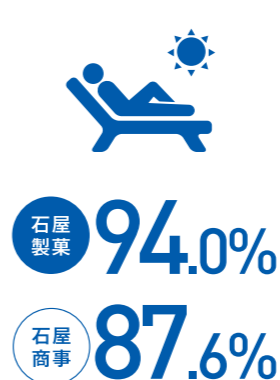
SHOP 7店舗  
■百貨店3店舗 ■白い恋人パーク  
■札幌大通西4ビル ■アリオ札幌  
■イオンモール旭川駅前

CAFÉ 1店舗  
■北広島市役所

その他 4店舗  
■22%MARKET 3店舗  
■いしや茶寮



有給休暇取得率



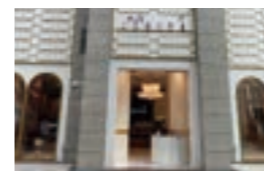
有給休暇取得率は年々増加し8~9割に達していますが、10割を目指して取り組みを行なっています。

全国免税店

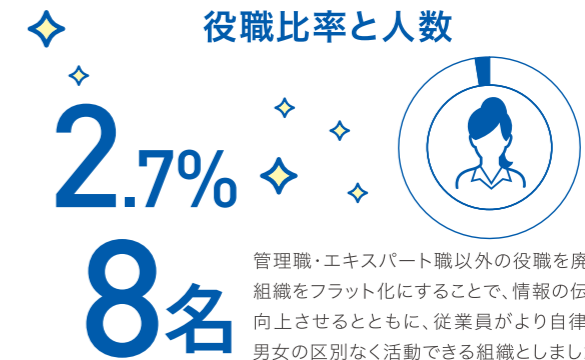
道内 3店舗  
道外 約60店舗

道内特約店

約400店舗  
ISHIYAの商品を販売して下さっている土産品店、小売店の数です。全道にネットワークが広がっています。



女性社員の  
役職比率と人数



安心・安全の  
取り組み認証数



「白い恋人」の小麦粉、砂糖、  
生クリームは北海道産(使用率)



関係会社

株式会社ISHIYAホールディングス  
サザエ食品株式会社  
十勝製館株式会社  
株式会社北海道150年ファーム等





石屋製菓株式会社・石屋商事株式会社

# SDGs取組表

2030年のあるべき姿、ゴールに向けて  
6つの約束それぞれに具体的な目標を定め  
着実な取り組みを積み重ねています。



2024

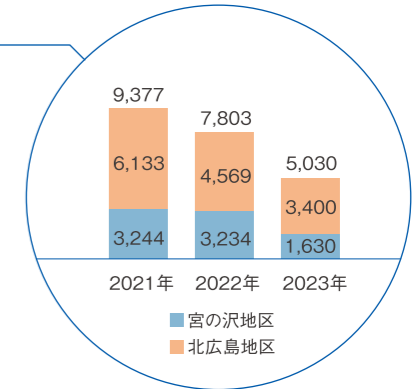
ISHIYA

SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT

GOALS

6つの約束		2030年のあるべき姿	2023年度の取り組み内容	SDGsへの貢献
約束 1 Promise	<b>安心・安全</b> 商品製造すべての工程で 安心・安全を推進する	すべてにおいてグローバル スタンダードのスキームに 基づく菓子づくりをする	●全社で改善提案報告会がスタート(P.07-08)	8,9,12
			●自動検査機導入による効率化および検査精度アップ(北広島工場)	9,12
			●「FSSC 22000」認証取得の継続	12
			●サザエ食品(株)HACCPの再構築を開始(P.08)	12,17
約束 2 Promise	<b>コンプライアンス</b> 法律や倫理を遵守する コンプライアンス体制を確立	バリューチェーン全般において コンプライアンスを遵守した 事業活動が実行されている	●コンプライアンス研修2回実施(受講率98%以上)	4,8,16
			●産後パパ育児の推進	3,8
			●コンプライアンス委員会をCSR委員会に拡充(P.09-10)	5,8,10
約束 3 Promise	<b>環境</b> 環境負荷を軽減する取り組みで 持続可能な製品づくり	CO <sub>2</sub> の排出抑制と廃棄物のリサイクルが 徹底され、すべての事業活動が 環境に配慮されている	●ISHIYA全施設で実質再生可能エネルギーを導入しCO <sub>2</sub> 排出量を削減	7,13
			●工場廃棄物のリサイクル推進	12,14
			●機器の運転時間の見直しによるエネルギー抑制	7,13
			●汚泥の総量を減らす工夫により廃棄物の削減	12,15
			●規格外商品「ブルミとラムルのおすそわけ」発売	2,12
約束 4 Promise	<b>スポーツ振興</b> スポーツを通じて子どもたちに 夢や希望を与える	すべての取り組みが北海道を軸とした グローバルかつ持続可能な 経済活動が実現できている	●北海道コンサドーレ札幌「THE LAST MATCH presented by ISHIYA」開催	11,17
			●「北海道コンサドーレ札幌」のオフィシャルトップパートナーを継続	10,11,16,17
			●「北海道コンサドーレ札幌カーリングチーム」の支援を継続	10,11,16,17
			●「北海道コンサドーレ札幌バドミントンチーム」の支援を継続	10,11,16,17
			●第19回石屋会杯フットサル大会を4年ぶりに開催	3,17
			●臓器移植医療への理解が広がることを願いグリーンライトアップを実施	3,11,16,17
約束 5 Promise	<b>地域社会</b> 北海道・地域社会に 様々な形で貢献する	すべての取り組みが北海道を軸とした グローバルかつ持続可能な 経済活動が実現できている	●企業間コラボによる商品の開発・販売(P.22)	8,17
			●旭川エリアへの新規出店(ISHIYA イオンモール旭川駅前)	8,11,17
			●北広島工場でのごみ拾い活動の継続	11
			●白い恋人パークでのSDGsコース継続	4,16,17
			●北海道三笠高校レモンレシピコンテスト製菓部を共催(P.22)	4,11,17
約束 6 Promise	<b>雇用・労働環境</b> 誰もが安心して 働ける職場にする	すべての業務において、精神的・ 物理的な安全が保障されている	●健康経営優良法人2023(中小規模法人部門)に認定	3,8
			●社内ウォーキングイベントの開催	3
			●北海道コンサドーレ札幌カーリングチームによる体験会を開催	3,16
			●北海道コンサドーレ札幌バドミントンチームによる体験会を開催	3,16
			●人事制度を改定し係長以下の役職を廃止しリーダー制を導入	8

CO<sub>2</sub>排出量の推移 (単位:t-CO<sub>2</sub>)



<算出範囲>

宮の沢地区:白い恋人パーク、宮の沢工場、本社事務所棟(宮の沢白い恋人サッカー場を除く) 北広島地区:北広島工場  
※車両燃料によるCO<sub>2</sub>排出量除く

2023年5月より新型コロナウイルス感染症の5類感染症移行に伴い、観光需要が回復し生産量は増加しましたが、2023年4月より全施設で実質再生可能エネルギーに転換したためCO<sub>2</sub>排出量は減少しています。今後もCO<sub>2</sub>排出量を抑えながら生産量も拡大し、北海道経済に貢献しながら環境負荷低減に努めてまいります。