

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)

2026

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

- ISHIYA CSR MESSAGE .....03
- TOP MESSAGE .....04
- 特集:社長×社員対談 .....05
- ISHIYAの約束
- ISHIYAの約束 1 安心・安全 .....09
- ISHIYAの約束 2 コンプライアンス .....10
- ISHIYAの約束 3 環境 .....11
- ISHIYAの約束 4 スポーツ振興 .....12
- ISHIYAの約束 5 地域社会 .....13
- ISHIYAの約束 6 雇用・労働環境 .....15
- わたしのダイバーシティストーリー .....17
- ISHIYAサステナビリティ アクション .....19
- LCAの取り組み .....21
- ISHIYA HISTORY .....23
- SDGs ACTION .....25
- 数字で見るISHIYA .....27
- 会社概要 .....30

### 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2025年1月から2025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」

※2025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60%再生紙と、環境に  
 優しい植物油インキを使用しています。

# ISHIYA CSR MESSAGE

私たちが目指すもの、大切にしていること、  
そのための活動をお伝えします。

私たちは事業を通じて、北海道が直面している課題の解決に貢献することを目指しています。

ISHIYAの企業理念のもと、長期ビジョンを指針にCSRにおける「6つの約束」をかけた、各分野で取り組みを行っています。本冊子では私たちがどのように考え、行動しているのか、6つの約束に沿って主な取り組みを紹介します。

## 企業理念

### しあわせをつくるお菓子

お客様のしあわせ   働く人のしあわせ   北海道のしあわせ

## 長期ビジョン

### 100年先も、北海道に愛される会社へ

## 実行計画・あるべき姿として、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

TOP MESSAGE

「食」の王国・北海道の維持と発展に寄与する  
リーディングカンパニーを目指して

## 北海道観光を盛り上げる

### フードエンターテインメント事業

2025年は札幌市西区宮の沢に「白い恋人パーク」が誕生して30周年となる節目の年でした。「甘い体験、あまい思い出」を合言葉に、さまざまな記念プロジェクトを展開しました。また、2025年7月は北海道庁旧本庁舎赤れんが庁舎に直営店「白い恋人Akarenga sweets labo」をオープンしました。北海道のシンボルである歴史的な建物に直営店を出店できたことをうれしく思うと同時に、より多くのお客さまに北海道の魅力と価値をお伝えする使命を感じています。

これからも「食」を通じて多くの方々に楽しさをお届けし、北海道観光を盛り上げるとともに、地域の皆さまにとっても大切な思い出が生まれる場所となるように、私たち自身もワクワクする挑戦を続けたいと思います。

## 新拠点を整備し、フードインフラ事業を充実

2024年7月に設立した株式会社GOURMAND ISHIYA（グルマンイシヤ）は2026年に新工場の完成を予定し、「白い恋人」など和洋菓子の半製品、サザエ食品株式会社のおにぎりやお弁当に使う米飯などの製造を行う、グループを支えるフードインフラとしての拠点が稼働します。

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

また、本社事務所棟リニューアルも進めています。1階の中央に商品開発用のキッチンを設け、事務所内にも日常にお菓子の香りがあふれ、部署間の垣根を越えてクリエイティブな発想が生まれるオフィスに生まれ変わります。こうした拠点の整備と合わせて、宮の沢工場の大規模改修も実施しています。最新設備を導入するほか、白い恋人パークの工場見学ラインのリニューアルなども計画中です。商品の需要増加に対応し、製造能力の向上と安定供給を目指しています。

## 大きな節目を前に、ブランドを再構築

2026年は「白い恋人」発売50周年、2027年には石屋製菓の創業80周年を迎えます。この大きな節目を機に「白い恋人」とISHIYAのリブランディングに取り組んでいます。

約2年の時間をかけて社内全部署を巻き込み議論を重ねた末、コンセプトは今までと変わらず「しあわせをつくるお菓子」に決定しました。大切にしてきた「3つのしあわせ」はさらにブラッシュアップし、「お客様のしあわせ」「働くひとのしあわせ」「北海道のしあわせ」と明確化することで、その実現のために私たちがどう行動するのかを改めて考え直すきっかけとなりました。ISHIYAグループの新しいスタートを、ぜひ期待を込めて見守ってください。

# EMBRACE CHANGE

原点を大切に、変化を恐れず

新たな挑戦を求めて

常により良く変化していくこと、挑戦すること、成長すること、そして「白い恋人」への思いや50周年に向けた決意を語り合いました。

パーク事業部 案内チーム リーダー  
白い恋人パークリニューアル担当  
ちょう けつてい  
張 浩婷

商品開発部  
まつはし ひろかず  
松橋 宏和

代表取締役社長  
いしみず はじめ  
石水 創

宮の沢工場 機械エンジニアチーム  
宮の沢工場リニューアル担当/  
サスティナビリティ推進チーム  
たけがはら ことみ  
竹ヶ原 琴美

エンターテインメント事業部  
企画・開発チーム マネージャー  
いとう まさくに  
伊藤 成邦

サザエ食品 人事総務部  
「白い恋人」50周年プロジェクトチーム  
やまざき かな  
山崎 奏

## 体制や環境を見直してより良い方向へ

石水:ISHIYAではコロナ禍を経て新しいステップに踏み出すために、2025年1月に「エンターテインメント事業部」、同年5月に「商品開発部」を新設しました。エンタメ事業部は直営店でお客さまに飲食等を提供するだけでなく、お客さまに楽しんでいただき、しあわせを届けるISHIYAの理念そのものを体現するような事業部を目指しています。伊藤さんはここへ配属が決まった時、どう感じましたか?

伊藤:「ワクワクして面白そう」が第一印象でした。私は以前パーク事業部にいた時から「ISHIYAとして初めてチャレンジする事業に関わりたい」と上司に伝えていたので、まさにぴったりの巡り合わせで、会社からも求められていることをうれしく思いました。エンタメ事業部は「店舗運営チーム」と「企画開発チーム」に分かれ、私は後者で店舗設計や商品開発等を行う責任者をしています。



ISHIYAとして初めてチャレンジすることを手掛けるので、チームのビジョンは「小さくまとまるな」です。

石水:最初のミッションは2025年7月オープン「白い恋人 Akarenga sweets labo」。「赤れんがサンド」の開発をはじめ、約半年で本当に頑張ってくれました。お客さまの評判も上々です。伊藤:一から創り上げる店舗としては非常に短期間だったので驚きましたが、その分やりがいがありました。

石水:今回、人事部から商品開発部に異動した松橋さんは、第一印象いかがでしたか?

松橋:毎年社内アンケートで「商品開発に携わりたい」と希望していたので、それを踏まえて選考してくれたことが一番うれしかったです。初挑戦の分野で伊藤さんと同様、ワクワクの気持ちが強いんですね。管理職を含めて8名で、商品のマーケティングから企画や開発、パッケージのデザインなど、チーム一丸となって進めています。石水:新商品を開発する際、これまでの組織体制では属人業務が多くフットワークが重くなっていたため、業務の垣根を超えて動きやすい組織を目指しました。

また、2026年にオフィスがリニューアルしますが、1階中央にキッチンを設け、ここで新商品を試作し、活発に意見を交わしながらクリエイティブな発想で開発に集中できる「お菓子づくりが真ん中にあるオフィス」となる予定です。

お菓子づくりは机上で議論することではないと思うんですね。キッチンで社外取引先や原料メーカーなどの方々も含め、ふだん事務所にいる商品開発部のスタッフ、工場にいる試作のスタッフ同士、



お互いに心の壁がなくなり、きっと面白いものができるはずですね。  
松橋:みんな集まって話しやすい環境が整うことは僕たちもうれしいです。完成が楽しみです。

## 宮の沢工場、見学ラインも大幅パワーアップ

竹ヶ原:1992年から稼働している宮の沢工場でも大規模なリニューアルを進めています。「白い恋人」の製造ラインを最新設備に入れ替え、生産能力を増強するほか、白い恋人パークの来場者が見学できるラインを増やし、ラングドシャの仕込み工程もオープンにする計画です。メーカーにとって生地仕込みは非常に重要な部分ですから、ここまでオープンにするお菓子工場はあまりないと思います。

石水:見学には現場スタッフも積極的で、今までは作業中にお客さま

に向かって手を振ることを禁止していましたが、「手を振り返りたい」という要望が多く、業務に支障がないかぎりOKにしました。製造現場でも「お客さまを楽しませたい」という気持ちが強いんですね。竹ヶ原:今回はさらに見学ラインのスタッフ全員が、頭に「ネコ耳」をつけることになりました。白い恋人パークに住むチョコレートの妖精になりきります。

当初、自分がここまで大きなプロジェクトに入るとは思っていなかったですし、経験の少なかった設計業務にこれほど深く関わるとは驚きました。半年かけて3Dのパースを描くソフトの操作を覚え、完成した図面を経営会議に提出して、評価していただいた時は自分でも成長を実感できました。

石水:竹ヶ原さんの図面は見るだけで楽しく、期待が高まります。ずっと見ていられます。



張:工場のリニューアルに合わせて、白い恋人パークでも工場見学を盛り上げるコンテンツをいろいろ計画中です。3Dキャラクターの小人たちが飛び出すほか、お客さま自身が360度カメラを操作して工場内をのぞいて見たり、見学後に楽しいプレゼントがあったり、非日常のワクワクを体験できるISHIYAらしい「工場見学×お菓子のテーマパーク」をたっぷり楽しんでいただきたいと思っています。

石水:今回のリニューアルは張さんたちにお任せしていて、僕自身もすごく楽しみにしています。



### 「白い恋人」50周年に向けて

石水:山崎さんはサザエ食品に出向中ですが、昨年からはスタートした「白い恋人」50周年のプロジェクトチームに立候補してくれたんですね。

山崎:サザエ食品の事務所が少し離れているため、以前はいろいろなプロジェクトに参加するのを控えていましたが、今回は「新しい一歩を踏み出したい」と思って応募しました。周りの人たちがやりたいことに挑戦する姿を見て、刺激を受けたことも要因の一つです。それと、以前上司からもらった手紙に、「自分自身に成長の機会を与えてほしい」という一文があって背中を押されました。

石水:ちょうどその頃、山崎さんに食堂で会ったときに「私、社長賞を狙います!」と言ってくれましたよね。あれはうれしかったです。有言実行でいろいろ頑張っていますよね。

山崎:チームのメンバー3名と、社長室など多くの人の協力を得ながら、ISHIYAで働く人たちが50周年にどんな思いを持っているかを吸い上げ、まとめてみて、改めて「白い恋人」が特別な存在であることを実感しています。

また、「白い恋人」が誕生した頃の時代背景や、当時の関係者の思い、その後どんな道で成長してきたのかを深く知り、「白い恋人」への愛が一層深くなった気がします。

### 100年先も、愛され続けるために

伊藤:私も「白い恋人」には特別な思いがあります。私はパティシエや自衛官などいろいろな職業を経験してISHIYAに入ったのですが、ちょうど入社頃に結婚して、今は子どもが3人います。子どもの寝顔を見ながら、「このしあわせがあるのはISHIYAにいて『白い恋人』があるおかげだね」と妻とよく話しています。その土台を築いてくれた先輩方に感謝すると同時に、バトンもらった私たちが、今の「白い恋人」を大切に守り、次世代へつなげたいと強く思います。

竹ヶ原:私は昔の話になりますが、小学生の頃に宮の沢工場を見学し、夏休みの自由研究として発表した思い出があります。今、自分がその工場に勤務し、改修の図面を描いたり提案したりしているのが信じられないですし、誇らしいというか、本当にうれしい気持ちです。

張:私の「白い恋人」への思いも「誇り」です。築き上げてきた人気を守っていくために、今後も常にブラッシュアップして、ただ「おいしいから」だけでなく、「白い恋人」の世界全体を楽しんでもらえるコンテンツを磨き、世界中から来るお客さまと、地元のお客さまに愛され続けるようにしたいです。

松橋:私は改めて50年前のISHIYAの「先を読む力」に圧倒されて驚きました。それから、成田空港国際線の免税店エリアでご当地土産菓子として初めて「白い恋人」を販売した決断力、それを実現した行動力など、シンプルに感心することばかりでした。私たちも時代の先を読み、外部環境に適応し、100年先まで愛されるために何をすべきかを考えたいと思います。

山崎:皆さんの50周年に対する思いがたくさんあって、今後それらをどう形にしていくか、今後どう進んでいきたいかを検討していきます。



石水:ありがとうございます。今進めているリブランディングでも、「白い恋人」を“超える”ではなく、「白い恋人」の力を存分に生かし、堂々とその誇りを胸に、新しい一歩を踏み出したいと思っています。



# 1 Promise.

## ISHIYAの約束1 安心・安全

商品製造すべての  
工程で安心・安全を  
推進することを約束



法律や倫理を遵守する  
コンプライアンス体制の  
確立を約束

# 2 Promise.

## ISHIYAの約束2 コンプライアンス

### 取り組み.1

#### 改善提案で 現場の知恵を形に

各部署から「業務をより良くする」ための改善提案を募集しています。提出された案は改善提案報告会にて、社長や取締役からフィードバックを受けています。特に優れた事例は、食堂前の廊下に掲示しています。さらに、年1回の社員総会では、数ある提案の中から特に効果の大きかった案を発表し、全従業員の前でその功績を讃え、表彰を行っています。一人ひとりの「気づき」が、会社の未来を創る大きな力になっています。



### 取り組み.2

#### 食の安全を守る「回収演習」。 迅速な対応と確かな連携を目指して

万が一の事態に備えた「回収演習」を定期的実施しています。これは自社製品への異物混入や食中毒といった健康危害、あるいは期限表示の誤りやアレルギー表示漏れなどの法令違反が発生した際、被害を最小限に抑えるための取り組みです。本演習の大きなメリットは、製品の移動ルートを通る「トレーサビリティ」の精度向上です。事前に訓練を重ねることで、問題のある製品の範囲をスピーディかつ正確に特定する力が養われます。あわせて「発生・判断・特定・回収」という各セクション間の連携と責務が正しく機能するかを確認し、抽出された課題を改善することで、より安全で信頼性の高い回収システムの構築に繋がっています。



### 取り組み.1

#### 「ISHIYA」の価値を未来へ。 直近の判例から学ぶ商標の基本と「識別力」

専門家をお招きし商標についてのセミナーを開催しました。商標に関わりのある社員20名ほどが参加し、商標という難しいテーマにも関わらず楽しく基本的な考え方を学ぶことができました。今回は、商標においてもっとも大切な「識別力」について、一般名詞と間違われにくいユニークなものであることが大切なことや、他の商標とどのぐらい類似していると争議の対象となるかなどを直近の判例をもとに解説していただきました。その後、ディスカッションも行われ、実際にISHIYAの商標を例にした場合の注意点などもお教えいただき、実り多いセミナーとなりました。



### 取り組み.2

#### 「しあわせをつくる」仲間を守るために。 カスハラ対応とポケットブックの導入

従業員が安心して笑顔で働けるよう「カスタマー・ハラスメントに対する基本方針」を定めました。お客さまはもちろん、働く仲間の人権も等しく守るべきだと考えています。接客担当者にはこの方針をまとめた「ポケットブック」を配布し、困った場面に遭遇しても迷わず動けるよう、言動別対応をフローチャートで整理しました。もし常識の範囲を超えた無理な要求などがあった場合には、会社として組織的に対応し、従業員の心と体の安全を最優先に守ります。「誰もが安心して働ける職場づくり」を目指し、これからも従業員がのびのびと活躍できる環境を整えていきます。



# 3 Promise.

ISHIYAの約束3

## 環境

環境負荷を軽減する  
取り組みで持続可能な  
製品づくりを約束



### 取り組み.1

お菓子づくりを、もっとクリーンに。

#### 北広島工場で実現するエネルギー効率の向上

北広島工場にて「カーボン・オフセットLNG」を導入しました。これにより「白い恋人」と「美冬」の製造時、オープンで発生するCO<sub>2</sub>相当量をオフセットし、製造時のCO<sub>2</sub>排出量は実質ゼロを達成しています。当社では「100年先も、北海道に愛される会社へ」というビジョンを掲げています。今後は、さらなる効率的なエネルギー使用を全社一丸で取り組み、北海道の環境に配慮した事業活動を進めていきます。



### 取り組み.2

#### 三浦工業様との協業による

#### 省エネ・環境改善の実践

北広島工場の蒸気ボイラーにおいて、三浦工業様と共同で省エネ改善を実施しました。従来、ボイラー内部の配管は保温材が未実装で放熱ロスが発生していましたが、新たに「カバーラップ」を装着することで無駄な放熱を防止しました。これにより、年間約50万円のガスコスト削減とともに、CO<sub>2</sub>排出量を12.6トン削減する見込みです。今後も環境負荷低減に向けた取り組みを継続していきます。



シルバーの保温材で配管を覆っている様子



スポーツを通じて  
子どもたちに夢や希望を  
与えることを約束

# 4 Promise.

ISHIYAの約束4

## スポーツ振興

### 取り組み.1

100年先へ、夢と情熱をつなぐ。

#### ISHIYAが取り組む北海道コンサドーレ札幌との パートナーシップ

##### サンクスマッチ

オフィシャルトップパートナーとして、北海道コンサドーレ札幌を応援しています。応援の熱をより高めるため、今シーズンより社内のサポーターから募った「サポーターならではの視点」を、SNSでの発信やサンクスマッチの入場者プレゼントなどの企画に反映させる体制を構築しました。社員一人ひとりの想いを形にし、クラブやサポーターの皆さまとともに、応援の輪を広げています。スポーツを通じて、人と地域をつなぐ取り組みを続けていきます。

##### サステナサッカー教室

ISHIYAと北海道コンサドーレ札幌は、スポーツを通じて持続可能な社会への関心を高める「サステナサッカー教室」を開催しました。OB選手との交流を楽しみながら、サッカーに触れ合うだけでなく、環境や社会を大切にする心を育み、地域の子どもたちが夢を追いかけながら、自分たちの未来についても主体的に考えるきっかけを作ることができるよう、これからも様々な取り組みをしていきます。



Route148での  
サポーターの熱い応援



サステナサッカー教室北広島教室開催時の様子 ©CONSA DOLE 2025

北海道・地域社会に  
様々な形で貢献  
することを約束



### 取り組み.2

みふゆ  
「美冬」も二十歳になりました。  
北広島市・札幌市西区の新成人に  
20周年の感謝を込めて贈呈



2005年に発売したヒット商品「美冬(みふゆ)」が20周年を迎えました。美冬が二十歳になった喜びを地域の皆さまと分かち合うために、製造工場のある北広島市と本社所在地の札幌市西区の成人式にて、美冬3個入をプレゼントしました。西区の成人式(二十歳のつどい)は、2025年1月12日札幌市教育文化会館大ホールに1,000人以上の若者たちが集まりました。北広島市での成人式(はたちのつどい)は、西区と同日に開催され、500人ほどの若者たちがエスコンフィールドHOKKAIDOに集い、人生の節目を祝いました。

### 取り組み.3

北海道の農業と未来を繋ぐ、  
アグリーツ  
新ブランド「AGREETS」誕生

2025年10月、ISHIYAの新ブランド「AGREETS(アグリーツ)」が誕生しました。その名には3つの強い想いが込められています。まず「AGRI(農業)+SWEETS(菓子)」として、北海道が誇る豊かな農産物をお菓子という形で全国へ発信します。次に「AGRI+MEETS(出合い)」として、お菓子を手に取る人が北海道の農業や生産者の想いに出会う架け橋となります。そして「AGRI+AGREE(同意・共感)」として、道産農作物の消費を拡大し、持続可能な農業への共感の輪を広げます。ISHIYAはこのブランドを通じて、北海道農業の振興に貢献し、100年先も豊かな大地が続く未来を共に創り上げていきます。



### 取り組み.1

夢のお菓子が本物に!  
パティシエと子どもたちが  
つくりだす「一日工場長」イベント

2023年、16年の時を経て「一日工場長」が復活しました。子どもたちが真っ白な紙に描いた「夢のお菓子」を、ISHIYAのパティシエが魔法のように本物のスイーツにしています。想像した夢のお菓子が形になる喜びを通じて、子どもたちの無限の可能性を引き出すイベントになっています。30周年を歩んできた白い恋人パークはこれからも地域の未来を担う子どもたちの夢に寄り添い、共に歩み続けていきます。



### 取り組み.4

世界中の皆さまと共に歩んで30年。  
白い恋人パーク、新たな未来へ

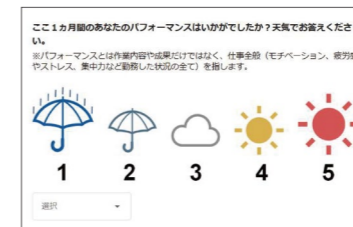
2025年、白い恋人パークは開園30周年を迎えました。1995年の開園以来、地元の皆さまに支えられながら、現在では国内はもとより世界各国から多くのお客さまをお迎えする観光スポットへと成長しました。白い恋人パークは、思い出づくりに最適な「お菓子作り体験」や、北海道コンサドーレ札幌の選手を間近に応援できる「宮の沢白い恋人サッカー場」を備え、観光客と地域住民が交わる場所として歩んできました。これからも、世界中に「しあわせをつくるお菓子」の魅力を発信し、100年先も北海道に甘い幸せと活気を届けられるよう、新たな歴史を刻んでいきます。

誰もが安心して  
働ける職場に  
することを約束



社員が一堂に会し、想いと目標を共有するISHIYA総会。未来に向けた意思を確かめ合う場となりました。

笑顔が続く職場であるために、  
変化に気づくことから。



コンディション・サーベイ(アンケート調査)

### 取り組み.1 心と体のサインを いち早く察知

「誰もが安心して働ける職場づくり」を目指し、従業員の心身の健康を守る取り組みに注力しています。その一環として、全従業員を対象に月1回の「コンディション・サーベイ(アンケート調査)」を実施しています。この調査は、従業員が自分自身の状態を客観的に振り返る機会になるとともに、管理部門が各部署のコンディションの傾向をリアルタイムで把握できる仕組みです。職場や個人の抱える課題を早期に察知し、迅速なフォローアップや改善対応を行うことで、メンタルヘルス不調等による長期休業者の発生率を低減させる成果につながっています。

### 取り組み.2 役職を越えた絆を育む ISHIYAの社内イベント

社員の企画で決まった  
社員旅行のコース



従業員自らがアイデアを出し合い、組織を活性化させる風土を大切にしています。部署の垣根を越えて結成されるプロジェクトチーム(PT)が企画・運営の主体となり、様々な社内イベントを実現しています。例えば今年の社員旅行では、従業員の多様なニーズを反映した計6つのコースが誕生しました。また、全社最大のイベント「ISHIYA総会」もPTがプロデュースしています。2025年は「わたしのシンカ」をテーマに、入場時に配布したうちわへ各自が漢字で「目標とするシンカ」を記し、1年の決意を新たにす機会となりました。さらにBBQイベントでは、社長をふくめた管理職が料理を振る舞うなど、役職を越えた温かい交流が生まれています。こうした主体的な活動を通じて、一人ひとりが輝ける職場づくりを推進しています。



# DIVERSITY STORY

わたしのダイバーシティストーリー



パーク事業部  
案内チーム  
チケットセンター  
佐藤 敏寛

2019年中途入社。北広島工場で「白い恋人」の仕込みなどを担当後、2022年8月にパーク事業部に異動、ショップ・ピカデリーで接客業務を経験し、2025年2月から白い恋人パークのチケットセンターで案内業務を担当する。

## 異動の苦労や 変化を乗り越えて

— 現在の部署にきた経緯を教えてください。

佐藤:私は以前、和菓子職人で、35歳の時に「洋菓子もやってみたい」と転職し、最初は北広島工場で「白い恋人」の製造にたずさわりました。3年後にパーク事業部へ異動となり、初めて接客を経験し、その後チケットセンターへ異動を希望し、白い恋人パークの案内、チケット販売、館内の演出を担当しています。

豊島:私は行きたい部署の希望が特になく、基本的に「どこでも行きます」というスタンスでやってきました。入社以来、道内外で営業業務を担当し、2024年に東京から札幌営業部に戻り、2025年5月に製造部へ異動し、北広島工場でマネージャーになりました。

— 異動後に苦労したことや、変わったことは?

佐藤:最初の異動では、店頭で手が震えるほど緊張して慣れるまでたいへんでした。でも「まずは3カ月頑張らダメなら工場に戻してもらおう」と必死に取り組むうちに、自分の意識が変わったと思います。接客は製造業務と比べ、やったことの成果が瞬時にでることが特徴です。そこで自分なりに方法を考えて実践し、成功体験を積み重ねて「お客さまにもっと良いサービスを提供して喜んでいただきたい」という思いが強くなりました。

豊島:以前は取引先さま・お客さまと接する機会がほとんどでしたが、工場では一緒に働く人たちと接するので、視線がほぼ逆になりました。常に内部に目を向け、問題があれば素早くケアし、より良い環境を目指します。その中で、営業の現場を知る自分だからこそ、工場の人々に「ここでつくったお菓子がどんな場面で、どんな風に喜ばれているか」を伝えたいと思うようになりました。

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。



白い恋人パークの  
ロンドンバスにて取材。

ISHIYAでは様々な個性をもつ人材が

お互いを尊重し、チャレンジと成長ができる組織づくり、  
環境づくりを進めています。

今回は、社内で大きな部署異動を経験してきた二人に、  
どんな思いで業務に向き合っているかお話を聞きました。



北広島工場  
マネージャー  
豊島 大輝

2011年入社。約半年の新人研修を経て営業部に配属となり、2025年5月に初めて製造部に異動、北広島工場で「白い恋人」チームのマネージャーとして人材・品質の両面を管理する。

## 異なる部署を経験して 見えてくること

— 異動を経験して良かったと思うことは?

豊島:私はずっと営業部にいて、製造部をよく知らなかったこともあり、突然「製造数を増やしてほしい」などと無茶なお願いをしたことがありました。それを達成してくれるありがたさ、たいへんさが今は身に染みてわかります。逆もしかりで、営業部が必死に売上予算の達成を目指す苦労もわかる。そういった両方の思いを伝える「架け橋」のような役割を自分が担えるのではないかと思います。

佐藤:製造部は「ミッションをクリアする」という気持ち強くなりがちですが、豊島さんのような人がいると、最終ゴールの「お客さまに喜んでいただくこと」を忘れずにいられますよね。

私は部署異動のたびに自分の成長を実感してきました。異動しても今までの経験がゼロになるわけではなく、積み重ねた経験は全部次に生かすことができるとわかり、自信がついたと思います。

— 今後の目標や、やってみたいことを教えてください。

豊島:これはまだ私の中だけで考えている計画ですが、部署異動までいかずとも、お試し部署体験のような試みができればと思っています。たとえば製造部の人が少しの間、白い恋人パークに出張してお客さまに直接接したり、営業部の人が工場のお手伝いをしたり、いろいろな部署を体験し、その気持ちを自分の部署に持って帰ることで、新たな気づき生まれるのではないかと思います。

佐藤:私は今「白い恋人50周年プロジェクト」のメンバーで、せっかく参加できたこの大事な機会に、製造・接客・案内とそれぞれの部署で得た経験を生かし、「白い恋人」の魅力をあらためて多くのお客さまに伝え、たくさんの笑顔につなげたいと思います。

# ISHIYA SUSTAINABILITY ACTION

## イシヤ サステナビリティ アクション

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。



様々な取り組みを通して、  
共通する価値が見えてきました。

社長室  
広報CSR推進チーム&  
サステナビリティ推進チーム  
やぶ さや  
八木 沙耶

社長室  
広報CSR推進チーム&  
サステナビリティ推進チーム  
よしだ あゆみ  
吉田 歩



お客さま向けの  
職業体験



一人ひとりの挑戦が、  
会社の接客品質を  
高めていく。



本気の挑戦。感動しました。

最高の接客を、  
個人の技から、  
組織のカへ。

## 白い恋人パークが「体験の場」に。 カルチャーナイトで 地域の皆さまと交流

市民と企業と行政がみんなで創るまちの文化祭イベント  
「カルチャーナイト」の趣旨に賛同し、白い恋人パークでは  
子ども向けの職業体験を実施しました。憧れの眼差しで仕  
事に挑戦する子どもたちの姿に、私たちが改めて地域との  
つながりの大切さを実感しました。今後も「お菓子」の枠を  
超えた活動を通じ、地元の皆さまに笑顔を届ける  
活動を続けていきます。



こころ、多いよね。

子どもたちに教わる

いるかもですね！

未来の同僚、

## 磨き抜かれた接客の技。 12名の精鋭が競い合う 「ISHIYA CS AWARD2025」

「お客さまのしあわせサポート日本一」を目指し、接客コンテ  
スト「ISHIYA CS AWARD」を開催しています。競技は物  
販や飲食など現場を再現した5分間のロールプレイング形  
式で、コミュニケーション力やサービスマインドを競います。上  
位入賞者には「エキスパートバッジ」と金一封を授与し、副賞  
としてサービスの本質を学ぶ研修旅行を贈呈。社外審査員  
の視点も交え、全社で最高の接客を追求しています。



働く場所を、  
暮らす街として  
大切に。

## 美しい街を、自分たちの手で。 北広島工場「I-Clean活動」で 届ける感謝

北広島工場では、地域社会への貢献と環境保全を目的と  
した清掃活動「I-Clean活動」を継続的に実施しています。  
この活動では、工場の周辺道路や近隣エリアを対象に、従  
業員が積極的にゴミ拾いを行っています。自分たちの手で  
地域を美しく保つことで、地元住民の皆さまへの感謝を形  
にするとともに、従業員の環境意識を高める貴重な機会と  
なっています。今後もお菓子づくりだけでなく、清掃活動  
を通じて健やかで美しい街づくりに貢献していきます。



一瞬の体験を、  
大事にしているのが伝わる。



笑顔と体験が、  
組織の風通しを  
つくる。

## 部門を越えて、笑顔が広がる。 毎月恒例の「誕生日会」で築く 新しい絆

従業員の福利厚生の一環として、毎月 Route148 を会場  
に誕生日会を開催しています。普段は接点の少ない他部門  
のメンバーが集い、交流を深めています。ポッチャやモルック  
などのユニバーサルスポーツを通じて、役職や部門を越えた  
活発なコミュニケーションが生まれ、会場は笑いと歓声に包  
まれました。共通の体験を通じた交流は、組織の風通しを良  
くするきっかけとなっています。



この場所だからこそ、  
生まれる会話がある。

## 音楽がつなぐ、人と北海道。 北海道の夏とともに、 甘い記憶を届ける

今年も道内最大級の野外音楽イベント「ライジングサンロッ  
クフェスティバル」に出店しました。スイーツを通じて、北海道  
内外から訪れる多くの来場者と直接触れ合い、「北海道の  
味」や「ものづくりの姿勢」を体験として届ける機会となりまし  
た。音楽・自然・人が集うこのイベントに参加することで、北  
海道のカルチャーを次の世代へつないでいきます。

# Life cycle assessment LCA

## ライフサイクル アセスメントの 取り組み

2025年1~12月



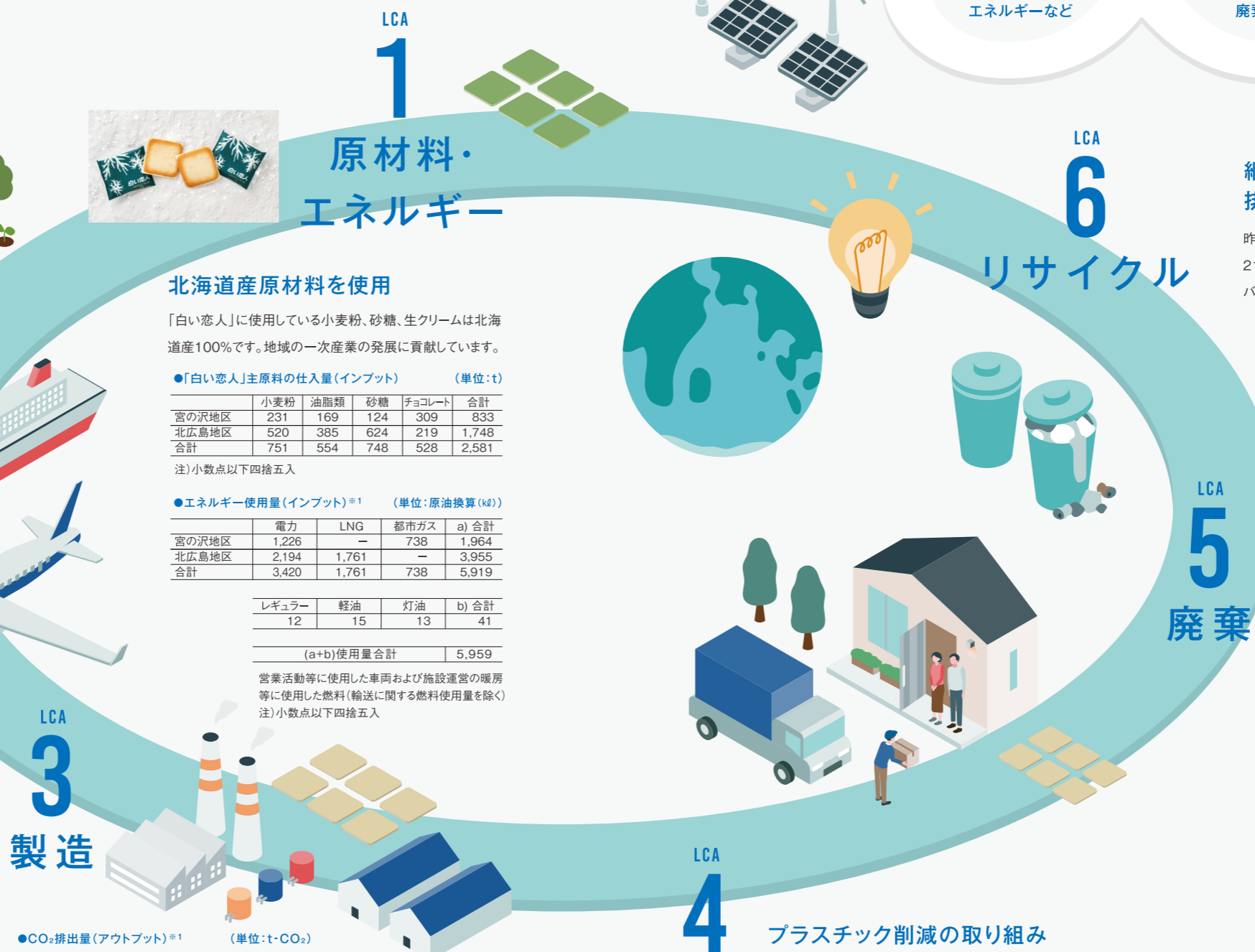
### 物流システムの改善で CO<sub>2</sub>の削減

チャーター便の活用や物流拠点の見直しを継続して進めています。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。

### 電力使用によるCO<sub>2</sub>排出実質 ゼロの継続と北広島工場での カーボンオフセットLNGの導入

2023年12月から使用する電力の実質再生可能エネルギーを採用し、弊社敷地内の全施設でCO<sub>2</sub>排出実質ゼロを継続しています。また、2025年より北広島工場でのカーボンオフセットLNGの導入により「白い恋人」と「美冬」の製造時、オープンで発生するCO<sub>2</sub>相当量をオフセットし、CO<sub>2</sub>排出量の実質ゼロを達成しています。

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。



### 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	231	169	124	309	833
北広島地区	520	385	624	219	1,748
合計	751	554	748	528	2,581

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(kJ))

	電力	LNG	都市ガス	a) 合計
宮の沢地区	1,226	-	738	1,964
北広島地区	2,194	1,761	-	3,955
合計	3,420	1,761	738	5,919

	レギュラー	軽油	灯油	b) 合計
	12	15	13	41

(a+b)使用量合計 5,959

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

#### ●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	16	-	1,389	1,405
北広島地区	-	1,776	-	1,776
合計	16	1,776	1,389	3,181

	レギュラー	軽油	灯油	b) 合計
	32	40	35	107

(a+b)排出量合計 3,289

営業活動等に使用した車両および施設運営の暖房等で排出された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



宮の沢工場



[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

### 継続した取り組みによる 排水汚泥の回収量削減

昨年度に引き続き、排水汚泥の回収頻度を見直し、汚泥の回収量が約21t削減しました。また、北広島工場から排出される食品汚泥について、バイオマスガス発電用としてリサイクル処理を開始しています。

#### ●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	499m <sup>3</sup>	42t	290m <sup>3</sup>	139t	113t
北広島地区	147m <sup>3</sup>	58t	425m <sup>3</sup>	199t	239t
合計	646m <sup>3</sup>	100t	715m <sup>3</sup>	338t	352t

注)小数点以下四捨五入

### 分別の徹底と リサイクル方法の拡大

2022年よりプラスチック廃棄物の削減に取り組み、全社で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。白い恋人パーク「アミューズメントアーケード・ノッティングヒル」で排出されるカプセルトイの空きカプセルをサーマルリサイクルとして回収はじめました。



ビニールエポロン

### LCA 4 消費

#### プラスチック削減の取り組み

「白い恋人ホワイトチョコレートプリン」に付属されているスプーンは2024年10月よりバイオプラスチックに変更しています。白い恋人パーク内ではプラスチック削減の取り組みを継続して行っています。「スイーツワークショップ・ドリームキッチン」でお客さま向けに使用しているエポロンについて2024年10月よりプラスチック製から紙製に変更しました。また、「バイクショップ・チェルシー」ではお客さまにお渡しするデザートスプーンをプラスチック製から木製に変更しました。



白い恋人ホワイトチョコレートプリン

※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、Route148除く)、北広島地区:北広島工場

# ISHIYA HISTORY

1947年創業から現在までの歩みをご紹介します。

## イシャヒストリー

**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「たんざりあめ」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 10月 昭和34** 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 12月 昭和46** 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 12月 昭和51** 「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

**1977 10月 昭和52** 「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 4月 昭和54** ◎売上高10億円突破



シェルター



白い恋人



1979年に新築した本社工場

## 1981~

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

**1986 9月 昭和61** 「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



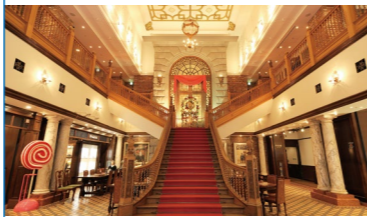
スイス・モンドセレクションゴールドメダル

**1988 11月 昭和63** 「愛すBoy雪だるまくん」発売



愛すBoy雪だるまくん

**2003 9月 平成15** チュダーハウスオープン  
◎「石屋商事株式会社」設立  
◎イシャ・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

**2005 2月 平成17** 「美冬(みふゆ)」発売



美冬

**2007 8月 平成19** 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

## 2001~

## 1991~

**1992 6月 平成4** 札幌市西区宮の沢に新社屋・工場完成

**1995 6月 平成7** イシャ・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 11月 平成9** 「白い恋人チョコレートドリンク」発売

**2000 8月 平成12** 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



白い恋人チョコレートドリンク



からくり時計塔とサッカー場

**2008 1月 平成20** 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 1月 平成21** 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)

**3月** 白い恋人、美冬(みふゆ)、クッキー・クーベルチュールチョコレートの3施設で札幌市食品衛生管理認定制度取得

**8月** 「白い恋人」にバイオマス素材のトレーを採用

**12月** 「白いバウムTsumugi(つむぎ)」発売  
新たなヒット商品となる

**2010 3月 平成22** 新本社事務所棟完成



白いバウムTsumugi

## 2012~

**2012 1月 平成24** 「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 2月 平成25** 「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 イシャショップ、イシャカフェ、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 10月 平成26** 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 3月 平成27** サザエ食品株式会社との道内事業を承継

**2016 6月 平成28** 「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室完成

**2020 1月 令和2** 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 1月 平成29** 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 イシャ銀座オープン

**7月** 北広島工場完成

**10月** 石屋製菓(株)創業70周年



北広島工場

**2018 1月 平成30** 「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 4月 平成31・令和元** イシャ新宿オープン  
**7月** SDGs推進チーム結成

**7月** 「イシャバンクーエストロベリー」発売

**9月** 関西初の直営店 イシャ心齋橋オープン

**9月** 道外初のカフェ イシャ日本橋オープン

**2021 4月 令和3** 道内7店舗目になる直営物販店 イシャショップアリオ札幌オープン

**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** 北海道初のイシャの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 6月 令和4** 「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

## 2023~

**2023 3月 令和5** 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

**8月** 「白い恋人」化粧箱の留めシールを紙製に変更

**2024 2月 令和6** 令和5年度「札幌商工会議所SDGs経営表彰」総合賞受賞

**3月** 健康経営優良法人(中小規模法人部門)に認定。上位法人プライト500にも選出

**4月** 直営店の制服をリニューアル

**5月** 西の町いこいの駅 Route148(ルートイシャ) オープン

**12月** 美冬 20周年記念特設サイトオープン

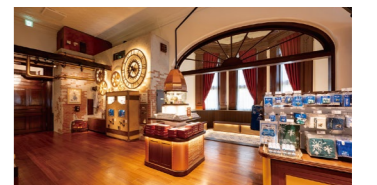
**12月** 酪農学園大学と包括連携協定を締結

**2025 5月 令和7** 「美冬こがれ雪」発売

**6月** 白い恋人パーク 30周年

**7月** 赤れんがスイーツラボ オープン

**10月** 新ブランド AGREETS 立ち上げ「おさつまロ」発売



赤れんがスイーツラボ

# SDGs ACTION

石屋製菓株式会社・石屋商事株式会社 SDGs取り組み表

2030年のあるべき姿、ゴールに向けて  
ISHIYA 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。

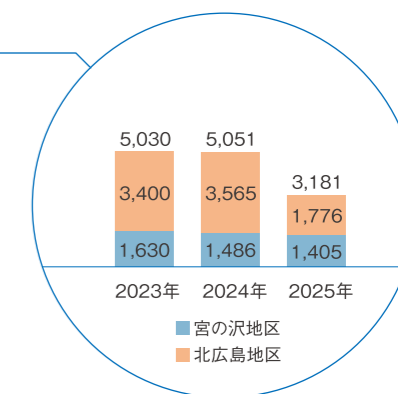


2025

ISHIYA  
SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

ISHIYA 6つの約束		2030年のあるべき姿	2025年度の取り組み内容	SDGsへの貢献
約束 1 Promise	安心・安全 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の継続	8,9,12
			●「FSSC 22000」認証取得の継続	12
			●「美冬」の製造時のチョコレート廃棄の削減で食品ロスに貢献	9,12
			●「回収演習」の実施	4,12(P9)
約束 2 Promise	コンプライアンス 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の実施	4,8,16
			●商標セミナーの開催	4,8,12(P10)
			●産後パパ育休の推進	3,8
			●SS(サービススタッフ)マニュアルの発行、ポケットブックの配布	8,10,16(P10)
約束 3 Promise	環境 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	●全施設で実質再生エネルギー由来電力採用により電力でのCO <sub>2</sub> 実質ゼロを継続	7,13
			●工場廃棄物のリサイクル推進	12,14
			●機械の運転時間などの見直しによるエネルギー抑制	7,13(P11)
			●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」販売継続	2,12
約束 4 Promise	スポーツ振興 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」サンクスマッチ2025開催	11,17(P12)
			●「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	11,16,17
			●「北海道コンサドーレ札幌カーリングチーム」のオフィシャルトップパートナーを継続	11,16,17
			●「北海道コンサドーレ札幌バドミントンチーム」のオフィシャルトップパートナーを継続	11,16,17
			●「北海道コンサドーレ札幌」とサステナサッカー教室の開催	4,17(P12)
			●YOSAKOIソーラン祭り札幌宮の沢会場をオール西区で開催継続	11,17
約束 5 Promise	地域社会 北海道・地域社会に 様々な形で貢献する		●北広島工場でのゴミ拾い活動の継続	11(P20)
			●コンサふれあいフェスタの会場運営に協力継続	11,17
			●「Route148」での子育てサロンの実施	11,17
			●6つのコースを設定した社員旅行の実施	8(P16)
約束 6 Promise	雇用・労働環境 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	●「Route148」での従業員の誕生日イベントの開催	8(P20)
			●コンディション・サーベイの導入	3,8(P16)
			●社員の表彰や経営幹部による事業展望を発表する「ISHIYA総会」の実施	8(P15)

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、Route148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4月より全施設での電力使用を実質再生可能エネルギーに転換しています。2024年度に比べ、製造数は増加していますがCO<sub>2</sub>排出量が37%減少しています。大きな要因は、北広島工場のLNGもカーボンクレジットでオフセットしたことが大きく貢献しています。また継続した全社での省エネ改善の効果もエネルギー使用量の減少につながりました。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いきます。

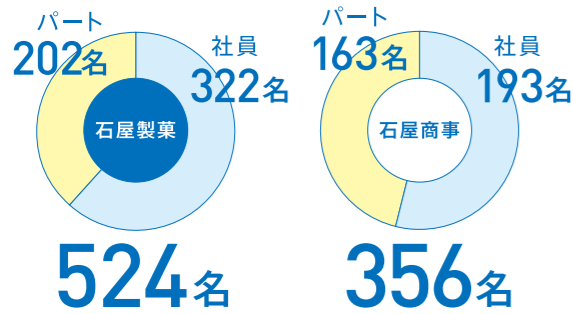
# ISHIYA with 数字で見るイシヤ NUMBERS

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。

2025年1~12月

## 従業員数

880名



## 社員の勤続年数

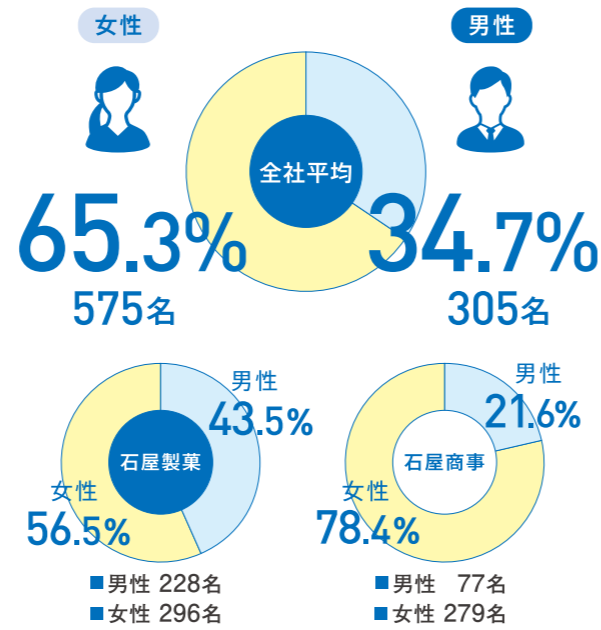


## 外国人の従業員数

22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

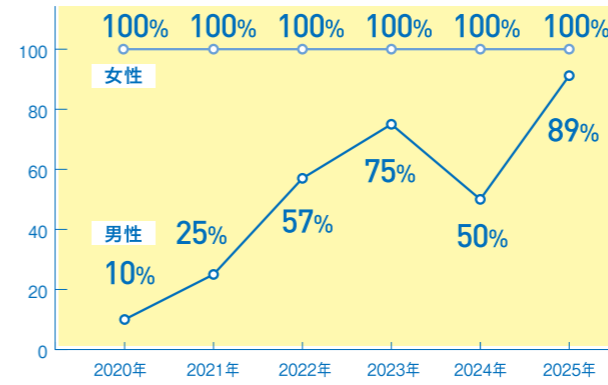
【全社平均】  
38.3歳

石屋製菓 39.3歳  
石屋商事 36.7歳



年齢や肩書きに縛られず、フラットに動ける環境もISHIYAの特徴です。  
若手・中堅・ベテランが立場を越えて関わり合い、それぞれの強みを活かして活躍しています。

## 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定着し、男性の取得も増えています。

## 役職者に占める女性役職者の割合

13.5%  
7名



管理職・エキスパート職以外の役職を廃止し組織をフラット化することで、情報の伝達を向上させるとともに、従業員がより自律的に男女の区別なく活動できる組織としました。

## 資本金



石屋製菓 3,000万円  
石屋商事 3,000万円

## 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 2店舗  
■北広島市役所  
■白い恋人 Akarenga sweets labo



その他 3店舗  
■22%MARKET 3店舗

## 道外直営店

SHOP 3店舗  
■東京2店舗 ■大阪1店舗

CAFÉ 1店舗  
■イシヤ日本橋



## 有給休暇取得率



石屋製菓 94.0%  
石屋商事 89.0%

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っています。

## 全国免税店

道内 4店舗  
道外 約70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。

## 安心・安全の取り組み認証数

全2工場  
FSSC 22000  
認証取得

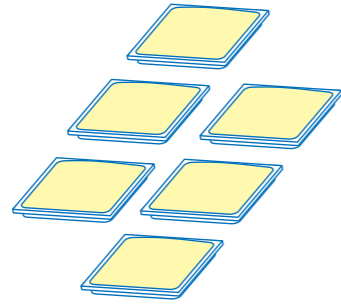


グローバルな品質管理を行い、世界標準であるFSSC 22000を取得。安心して安全な製品をお届けしています。



2 「白い恋人」  
年間製造枚数  
2億枚以上

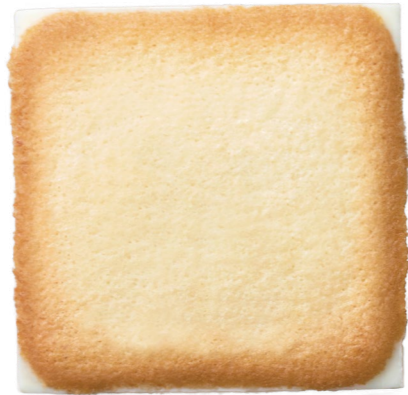
宮の沢工場と北広島工場で年間2億枚以上の白い恋人を製造しています。このうち、北広島工場では1日平均約55万枚製造しています。



小麦粉、砂糖、生クリームは  
北海道産(使用率)

100%

地元・北海道の豊かな大地で育まれた素材を選ぶことで、品質の追求だけでなく、生産者との継続的な関係づくりや、地域に根ざしたお菓子づくりを大切にしています。



チョコレートの厚さは

約2mm



一辺の長さ 一枚の重さ

約5cm 約10g

ラングドシャの軽やかな食感と、なめらかなチョコレートの口どけが最も引き立つよう、試行錯誤から導き出された、「白い恋人」ならではのバランスです。

細やかな工程が  
おいしさをつくる

ラングドシャクッキーは

4段階の温度で約7分間焼き上げます。

その後ホワイトチョコレートをサンドし  
約6度で約10分間冷やします。

焼きの温度、冷やしの加減、そのすべてに理由があります。細部まで妥協しない工程の積み重ねが、変わらないおいしさを支えています。

再生樹脂採用で

約46トンの  
CO<sub>2</sub>排出量を削減

個包装を再生樹脂パッケージに切り替え、年間約46トンのCO<sub>2</sub>排出量を削減しています。

願いは、無限大

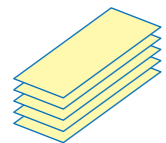


の  
しあわせを世界に。



みふゆ  
美冬の  
パイ生地は1個

144層



こだわりの144層は空気と一緒に香りをお口の中に広げる工夫。サクッとした食感も、この製法のパイだからこそ。



サク  
Saqu  
いままで出した  
フレーバーは

11種類

「白い恋人」から生まれた彩りラングドシャ「サク」。軽くて口どけがよいサクサク食感のラングドシャはISHIYAが長年磨き上げてきた技術の賜物。基本の6種のほか期間限定もあわせると11種類のフレーバーが誕生しています。

# COMPANY PROFILE

石屋製菓株式会社  
会社概要

社名	石屋製菓株式会社 (ISHIYA CO.,LTD.)
代表者	代表取締役社長 石水 創
所在地	〒063-0052 北海道札幌市西区宮の沢2条2丁目11番36号
創業	1947(昭和22)年
会社設立	1959(昭和34)年
資本金	3,000万円
事業内容	菓子製造業
拠点	宮の沢工場 〒063-0052 北海道札幌市西区宮の沢2条2丁目11番36号 北広島工場 〒061-1121 北海道北広島市中央6丁目14番1号 東京営業所 〒104-0061 東京都中央区銀座7丁目4番14号 HBC GINZAビル11階
関連会社	石屋商事株式会社 (ISHIYA商品の卸小売、白い恋人パークの運営・管理) 株式会社ISHIYAホールディングス(イーワンスタジアムの運営・管理) サザエ食品株式会社 十勝製餡株式会社 株式会社北海道150年ファーム 株式会社150Fプランニング 株式会社エール 株式会社コンサドール 株式会社GOURMAND ISHIYA

Website

