

SDGsの取り組み

ISHIYAの約束

ISHIYAヒストリー

数字で見るISHIYA

ISHIYA

ISHIYA

CSR

COMMUNICATION

BOOK

〈発行〉

石屋製菓株式会社

経営管理部 広報CSR課

〒063-0052 札幌市西区宮の沢2条2丁目11番36号

TEL.011-666-1438 FAX.011-666-5566

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

CONTENTS

|                              |    |
|------------------------------|----|
| トップメッセージ .....               | 03 |
| ISHIYA CSR OVERVIEW .....    | 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 |
| ダイバーシティ雇用トーク .....           | 19 |
| SDGs推進チームの社内探訪 .....         | 23 |
| ISHIYAヒストリー .....            | 25 |
| 数字で見るISHIYA .....            | 27 |
| もっと知ってほしい ISHIYAのCSR活動 ..... | 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2020年1月から2020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」



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。

## 危機に直面したときにこそ

### 「しあわせをつくるお菓子」の力を信じて

2020年からの新型コロナウイルス感染拡大の影響で観光客が激減し、当社の工場や施設は一時休業を余儀なくされ、売上はこれまでにない落ち込みを経験しました。しかし、このような時期だからこそ、当社はいくつか初めての試みに挑戦しました。

その一つが2020年6月からスタートした若手社員約100名の農業研修です。外国人技能実習生が来られず人材不足が深刻化していたことや、生乳廃棄の現状を知り、工場や施設の休業で業務を行えない時間を活用して社員教育を実施しました。

当社製品の中には、北海道の農畜産物を加工した原料を使用しているものもあり、一次産業の実情を知ることが社員にとって非常に重要です。また、生産者の視点を身につけ、食品ロスの削減や環境保全活動の大切さを体感することはSDGsの推進にもつながります。こうした思いに賛同してくださった農業法人の方々の協力により、有意義な研修を実現できました。

また、この研修を通して改めて生産者の皆さまが私たちに期待してくださっている思いを知りました。今後もこれまで以上に、生産者の皆さまをはじめ、北海道を愛する道内企業と一緒に具体的なアクションを起こしていきたいと考えています。

自宅待機の社員が多かった時期には「ビジネスプラン・社内ベンチャーコンテスト」を実施し、新しいビジネス案を募集したところ、あっという間に約200通の企画が集まりました。私の予想を越える数と内容で、多くの社員が会社の未来を考えてくれたことが本当

にうれしく、社員が一番の財産であると再確認しました。ここに集まった多くのアイデアを集結し、次のステージに向け新しい取り組みを形にしていく予定です。

2020年春、道内小中高校の新入生約12万人に、新たな門出のお祝いとして「白い恋人」を贈呈しました。不安を抱く子どもたちを勇気づけたい、という気持ちからのプレゼントでしたが、その後多くの方からお礼のお電話やお手紙をいただき、社員にも直接声をかけていただき、業務が滞り沈みがちな私たちに温かく勇気づけてくださいました。

当社の企業理念である「しあわせをつくるお菓子」「お客さまのしあわせ」「社員のしあわせ」、そして「地域のしあわせ」を実現するできごとだったと感じています。

危機は、会社組織を変える契機となります。

私たちは2007年の賞味期限改ざんという不祥事を契機に、安心・安全、コンプライアンスの遵守を合い言葉に一丸となって改革に取り組みました。現在の状況は全く別の背景をもっていますが、大きな危機を地域の皆さまとともに乗り越え、生き抜くことで、「100年先も、北海道に愛される会社へ」という長期ビジョンを達成できると信じ、今後もより一層北海道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

ISHIYA  
TOP  
MESSAGE

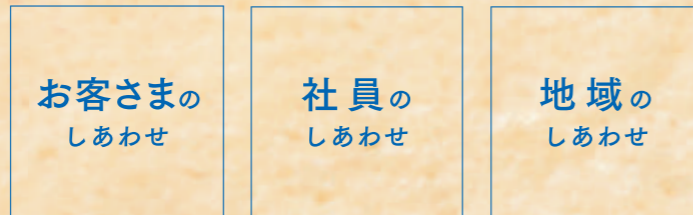
どんな時でも、仕事は楽しむもの。

次のアクションもすでに始まっていて、

今からワクワクしています。

企業理念  
Corporate Vision

## しあわせをつくるお菓子



Visionを実現するため、わたしたちは6つの約束を果たします。

### 6つの約束



# ISHIYA CSR OVERVIEW

これらのActionが、  
SDGs(持続可能な開発目標)の達成につながっています。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



# 1

## 安心・安全

[SDGsへの貢献]



## 現場の声を大切に 常により良い改善を求めて

私たちは、お客さま、パートナー企業、地域の信頼に応えるために  
常に美味しさと安心・安全を追求し続け、

宮の沢、北広島の両工場では、国際的な規格である食品安全マネジメントシステム  
FSSC 22000を取り入れ、世界標準の品質管理を行っています。

### 安心・安全のための 最新システム+見直しを

近藤／本社管理部門と宮の沢工場では  
2017年に、北広島工場では2020年に  
FSSC 22000の認証を取得し、運用してい  
ます。ただしこれは取得がスタートで、改善  
をくり返しながら継続することが重要です。

竹内／2017年に完成した北広島工場は、

設計段階からFSSCを視野に入れていた  
ので作業動線がシンプルで、原料の受入  
から製品出荷までが一直線ですよね。そ  
れから工場の各所にカメラを設置し、心  
配な要因があれば映像を確認して迅速  
に対応する体制を整えています。

近藤／ほかにも最新のセキュリティコン  
トロールや設備監視システムなどを導入  
しています。そのうえで高いレベルの品

質管理を維持するには、働いている私た  
ちが、常に業務を見直す姿勢が欠かせな  
いと思います。

### 日々の業務のなかに 改善点がある

竹内／製造部では若手社員が中心になっ  
て「HACCPチーム」を結成し、週1回、日々  
の業務で「もっといい方法はないだろう  
か」と思うことを意見交換しています。メン  
バーは毎年交替で、各課から2~3名が参  
加します。この活動でスタッフに安心・安  
全の取り組みへの理解が深まっていると  
思います。最近は新型コロナウイルスに関  
連して、工場の入室手順を改善しました。

近藤／若手の意見は課長以上のメン  
バーで構成する「食品安全チーム」で議  
題にし、工場全体に反映させるようにし  
ています。マスク着用を含めた入室手順  
は、竹内さんたちの提案をもとに新しい  
ルールができました。現場の声を見逃さ  
ず、より良い改善につなげる仕組みがで  
きていると思います。また、2つの工場が  
互いの課題を検討し合う「相互監査」の  
機会も設けています。

### すべてはただ一つの 原点のために

竹内／工場で働くスタッフは、パートや派  
遣社員も含めて最初に食品製造の専門

知識から業務の細かい工程まで、二段階  
の研修を受けます。私はこの研修で、業務  
の多さと厳しさに驚きました。それと同  
時に、ISHIYAの一員として働く責任を実  
感しました。その後は自分が理解するだ  
けでなく、ほかの人に正しく説明でき  
るかを判断するテストを受けるなど、さら  
なるステップアップが待っています。

近藤／確かにやることは多いですね。  
さらに、バージョンアップを続けるFSSC  
の基準を満たすには、ずっと勉強し続け  
なければなりません。すべてはお客さま  
に「しあわせをつくるお菓子」をお届け  
することにつながっています。その原点を  
忘れずに、当社の安心・安全への取り組  
みはこれからも進化を続けます。

### TOPICS

#### 一つずつに安心の証を 製造年月日と賞味期限

「白い恋人」と「美冬」は、箱だけではなく  
個包装の袋にも製造年月日と賞味期限を  
印字しています。たとえば、お買い上げ後  
にお土産としてお配りいただく場合、バラバラ  
になったとしても、いつ製造され、いつまで  
美味しく召し上がっていただけるかを示し  
ています。



製造部  
白い恋人課 主査  
竹内 琢也

2009年入社。2020年度  
のHACCPチームリーダー。  
安心・安全のPDCAサイク  
ルを継続させるため、今  
後も力を尽くします。

製造部  
チョコレート課 課長  
近藤 洋史

2003年入社。食品安  
全マネジメントシステ  
ムについて「社内の誰  
より詳しくなるう」と  
勉強してきました。

# 2

## コンプライアンス



### 社員一人ひとりが 企業のあり方を意識し、行動する

私たちは、2007年の不祥事を大きな教訓として  
法律と倫理を遵守するコンプライアンス体制の確立を目指し  
深い「根」を張り巡らせるように、一歩ずつ進んできました。  
「100年先も、北海道に愛される会社へ」を実現するために。

#### 信頼回復を目指して コンプライアンス体制を確立

2007年に発覚した「白い恋人」の賞味期限延長という不祥事。私たちはこの過ちを二度と繰り返してはなりません。コンプライアンス体制の確立は、企業を樹木に例えるなら、「根」を強く、深く張り巡

らせることと同義です。いくら売上が伸び、店舗が増え、ブランドの認知度が向上しても、根がぐらぐらしていたら、成長した巨木も倒れてしまうからです。

今では、私自身も含め不祥事当時の社内のことを知る従業員の方が少ないのですが、当社には「次」はないことを、常に戒めとして心に留めておく必要があります。そのことを今後も社内に、そして新しい世代に伝え続けていきます。

#### 時代の変化とともに 新たな視点も重視

不祥事直後には、「コンプライアンス確立外部委員会」の立ち上げ、「法務コンプ

ライアンス室」、「お客様サービス室」の設置、「内部通報制度」の整備がなされました。しかし、コンプライアンスの概念は日々変化し広がりを見せていますので、時代の流れに合わせ、組織と機能のあり方を見直しています。

例えば、「コンプライアンス委員会」では、従来は製品の安心・安全やそれに係る従業員教育の実施に関する議題がメインでしたが、食品安全チームを中心とする全社的な取り組みにより、国際的食品安全マネジメントシステムFSSC 22000の認証を取得するころには、取り上げる必要性が少なくなりました。

その一方で、近年はハラスメントに関する議題が重視されるようになりました。

「しあわせをつくるお菓子」の会社にハラスメントがあってはならないという想いから、当社はハラスメントを絶対に許さないという「NO!ハラスメント」宣言をするとともに、社内にポスターを掲示し啓蒙を行いました。また、従業員の階層別にさまざまな研修も実施しています。

#### できるだけ分かりやすく 具体的に伝える

とはいえ、コンプライアンスや倫理の遵守などと聞くと、堅く難しい話ととらえられがちです。できるだけ身近に感じられるように、例えば、ハラスメントの事例を研修で実演したり、社内報にコンプラ

イアンス関連のコラムを掲載したり、わかりやすく、興味を持ってもらえるように工夫をしています。従業員のだれもがコンプライアンスの意義を理解し、自分のこととして考え、行動できるようにする。そのために、タイムリーな施策を考え実行しています。

当社は「白い恋人」の大ヒットにより急速に大きくなった会社です。「白い恋人」の名前は全国や海外にも広がりましたが、社内の制度や仕組みをみるとまだ整えていかなければならない部分もあります。多くのステークホルダーの皆さまの要求に応え、名実ともに北海道に愛される会社になるために、これからも取り組みを続けます。

#### TOPICS

#### 1年で約2,000件の声が届く お客様サービス室

2007年に設置した「お客様サービス室」には、電話・eメール・お手紙で、当社へのあらゆるお問合せやご意見が寄せられます。そこには製品やサービス向上のヒントがたくさん含まれ、実際に「白い恋人」の個包装を開けやすくリニューアルしたのは、お客さまのご意見がもとになりました。

経営管理部  
お客様サービス室 課長  
橋本 隆二



経営管理部  
経営管理課 課長  
近藤 亜実  
2016年入社。人事課の採用業務などを経て、2018年からコンプライアンス、経営管理全般を担当。モットーは、だれでも相談しやすい環境をつくることを心がけています。

ISHIYAの約束

# 3

## 環境

[SDGsへの貢献]



### 「白い恋人」はバイオマストレーでCO<sub>2</sub>削減に貢献

「白い恋人」はバイオマス素材(トウモロコシ)を主原料にしたトレーを使用しています。可燃ごみとして処理ができ、食べ終わったあとも「しあわせをつくるお菓子」であるために。



#### バイオマスにいち早く着目しCO<sub>2</sub>排出量を半分以下に

「白い恋人」で初めてバイオマス素材のトレーを採用したのは2009年8月です。当時、国がCO<sub>2</sub>排出量25%削減の目標を掲げていて、バイオマス素材について情報収集を始めたのがきっかけでした。

国内の採用事例はまだ少なかったのですが、当社でプラスチック使用量が多かった「白い恋人」で導入すれば、CO<sub>2</sub>が大幅に削減できると考えました。

さまざまな情報を総合的に判断し、当初は原反(製品化する前の原材料)が中国産で、熊本県の工場で成形しているトレーを採用しました。しかし数年間は試行錯誤の連続で、成形の際に小さな穴が開いたり一部が焦げてしまったり、問題が起こるたびに改善案を探りました。また、遠方から運搬するため供給面にも不安がありました。

その後、現在採用しているトレーのメーカーがいろいろな提案をしてくださったこともあり、新しいトレーに変更し

ました。大きな理由は、原反が国内産だったこと、成形工場が北海道(小樽市)にあったことです。品質が安定したうえ輸送距離も抑えられ、万全の体制となりました。現在は、過去5年(2015~2019年)のCO<sub>2</sub>排出量が年間平均で320トン減少し、以前の半分以下にまで削減しています(対PP比、計算値)。苦労しながらたどりついた結果ですが、あきらめずに継続して本当によかったと思います。

#### パートナー企業と一緒によりよい商品を目指す

トレーは原料の6割がバイオマス素材で、トウモロコシ(デントコーン)から作ら

れています。成形の際に出るロスも粉砕し再利用しているので、余分な廃棄が出ないサイクルとなっています。

また、メーカーには常に私たちの要望を細かく伝え、一緒により良いものづくりを実現しています。例えば、トレーに微細な異物が混入しないよう、原反の段階で徹底的にチェックする設備を増設し、メーカー側の品質向上にもつながりました。現在、個包装は密閉性などの問題からバイオマス素材は使っていませんが、将来的には検討を進めたいと思います。

お菓子自体はもちろんのこと、パッケージなどすべてを含め、環境に配慮した、安心・安全な商品をお届けすることが私たちの誇りです。

#### ほかの商品や紙袋にも環境に配慮した原材料を

このトレーは「美冬」や「白い恋人ホワイトチョコレートプリン」にも採用しています。また、紙袋や化粧箱などは、適切に管理した森林資源を使ったFSC®認証紙に切り替えているところです。こうした原材料を使うとどうしてもコストが高くなりますが、それは別の部分でできるかぎり抑える工夫をしています。

これからも商品の質を下げることなく、お菓子を手にしてくださるお客さまに、「ここまで徹底しているんだ」と思っただけのよう、さらに環境に配慮した商品づくりを進めていきます。

#### TOPICS

#### 車でもCO<sub>2</sub>削減を実施電気自動車

社用車として2013年からハイブリッド車を導入していますが、2017年7月、新設した北広島工場と本社(札幌市西区)を頻繁に行き来するため、電気自動車(EV)も導入しました。本社と北広島工場の2カ所に充電スタンドを設置。札幌市内の移動にも活用し、CO<sub>2</sub>排出量の削減につなげています。



総務部総務課 主査 鈴木 康平



商品部購買課 係長 つかしま あきほ 槻間 明帆

2003年入社。当初は白い恋人パークの「ショップ・ピカデリー」などで接客を担当。商品部に移動後も、いつもお客さまの顔を思いながら仕事をしています。

# 4

## スポーツ振興

[SDGsへの貢献]



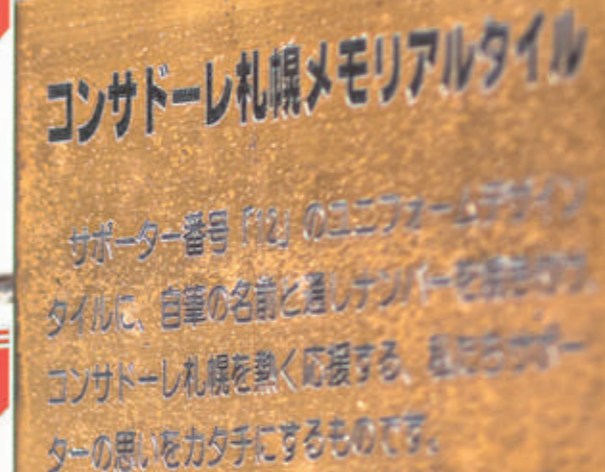
## 北海道コンサドーレ札幌とともに 地域に夢と活力を

「北海道にプロサッカーチームをつくらう」

その思いから始まった北海道コンサドーレ札幌を

多くの仲間たちと応援し続け、約四半世紀が経ちました。

私たちはこれからもスポーツを通じて熱い地域振興を続けます。



宮の沢白い恋人サッカー場の約1万枚のメモリアルタイルは、2000年の建設時に1枚3,000円で販売し、そのうち1,000円をコンサドーレ札幌への寄付とした。サポーター1人ずつの名前が刻まれている。

### 郷土への愛を表現できる プロスポーツチーム誕生

北海道に初めてプロスポーツチームができたのは1996年のことです。発足には、当社の現会長石水勲が中心メンバーの一人として動きました。地元の若手経営者らで「札幌フットボールクラブ」を立

ち上げ、市民を巻き込みながら活動を続け、東芝のサッカーチームが札幌に移転、それが「コンサドーレ札幌(現北海道コンサドーレ札幌)」となったのです。

会長はいつもコンサドーレについて語ると目にグッと力が入って熱くなりますが、郷土への愛着を表現できるツールの一つとして「北海道にプロスポーツチームをつくりたい」と願いました。そして、スポーツを通じて地域に活力が生まれ、企業の成長にもつながると信じていました。

### チームもパートナー企業も 地域から愛される存在に

当社はチーム発足時からメインスポン

サー(オフィシャルトップパートナー)となり、2000年には本社隣に「宮の沢白い恋人パークサッカー場」を建設しサポートを続けています。

以前は決まった練習場がなく、「選手たちが練習に打ち込み、強いチームになって欲しい」と考えてつくったのですが、地域の方々が気軽に応援に来てくださるようになり、地域とのつながりが深まりました。これはスポーツが持つ大きな魅力だと思います。

さらにサポーターの方々はもっと熱烈で、サッカー場建設時に寄付をくださったり、春先には練習場の除雪に協力してくださったり、本当に深く愛されていることを実感します。チームとともに当社のことも

身近に思ってください。チーム・パートナー企業・地域がこれほど一体になっているところは、ほかにはないと思います。

### スポーツを通じて 子どもたちに夢を

当社では現在女子サッカー、バドミントン、カーリングチームのサポートも行っています。また、札幌マラソンや北海道スポーツ応援ネットワークなど行政と連携した支援活動や、スキー、スケート、ボクシング……と多くのスポーツを通じた社会貢献に取り組んでおり、これからも続けていく予定です。

私自身もバドミントンチームに所属す

ると同時に、当社社員として働いています。通常は9時から14時まで集中して仕事をし、その後練習に打ち込みます。就業時間が短い分、時間を効率的に使っていかないと結果を出すかを常に考えています。これは練習も同じで、自分をマネジメントする感覚が身につけてきたと感じます。社内の雰囲気もスポーツ振興に対し積極的で恵まれた環境にあり、選手としても社員としても、もっと成長できるような力を尽くしたいです。

地域にスポーツチームがあると、子どもたちの夢がすぐく広がりますよね。その夢がきっと地域の未来を明るくすると思います。私たちはそのためのお手伝いを続けていきたいと思っています。

### TOPICS

#### 幅広いスポーツ振興に貢献 バドミントンも応援

当社は2019年11月から、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となりました。チーム練習着の胸部分とパンツの裾部分に、ISHIYAのロゴが入っています。現在所属選手は6名で、日本のトップリーグであるS/リーグ参入を目指します。



経営管理部  
広報CSR課  
大越 泉

2019年入社。北海道コンサドーレ札幌バドミントンチームに所属し、当社の現役選手・社員として、広報活動を担当しています。



ISHIYAの約束

# 5

## 地域社会

[SDGsへの貢献]



### 地域の一員として 一緒にまちを盛り上げたい

おまつりやイベント、まちづくりなど

地域の人々や事業に対するさまざまな支援活動は

「地域を大切に想う気持ち」が原動力となっています。

このまちと、ここで暮らす人たちが、しあわせでありますように。

新型コロナウイルスに対応する医療従事者などへの感謝や、偏見・差別の根絶を啓発するブルーライトアップ。札幌市からの要請で「さっぽろホワイトイルミネーション」点灯式に合わせ、白い恋人パークからくり時計塔でも実施した。

#### 地域のために 私たちができること

私たちは北海道のお土産をつくっている会社ですから、社員には「地域に対する思い」が必然的に強いと思います。地域に活気があってこそ、行き来する人たちが増え、私たちのお菓子を喜んでいただ

ける機会も増えます。しかし、もちろんビジネスに結びつけるために支援活動をしているわけではありません。「同じ地域の一員として一緒にまちを盛り上げたい」「地域のためにできることがあれば」という気持ちから、いろいろなお手伝いをしています。

例えば1992年に始まったYOSAKOIソーラン祭りは、その翌年からチームに協賛し、1998年から「白い恋人パーク」を会場として提供しています。サッカー場に特設ステージをつくり、踊り子さんに気持ちよくパフォーマンスをしていただく、私たちが誇らしく感じます。近年は「白い恋人パーク会場で踊ったことがあります」という新入社員もいるんですよ。

2020年は新型コロナウイルスの影響で中止となりましたが、参加予定だった全チームに、それぞれのチーム名入り「白い恋人オリジナル缶」を寄贈しました。練習の成果を発揮できず残念に思っている皆さんに、少しでも喜んでいただけたら幸いです。

#### 地域からの要望には 常に前向きに

本社と宮の沢工場がある札幌市西区住民の方々とは、とくに交流が深いです。2016年に始まった夏まつり「コンサタウンふれあいフェスタ」では、地元企業として協賛するだけでなく、当社もお店を出

して参加しました。私もポップコーンを作ったり、シャーベットを売ったりと忙しかったです。たくさんのお客さんが来てくださって、日頃からお世話になっている地域の方々に、感謝の気持ちを伝えられたかなと思っています。こうした協賛は当社へご依頼があってスタートする場合がありますが、その場合は常に前向きに検討し、できる限りの対応をさせていただくのが当社の基本姿勢です。

また、社員の中から「こんな活動をしたい」と声があがることもあります。2020年4月に全道の小中高校の新入生約12万人に「白い恋人」を寄贈したのも、「コロナ禍で不安を抱える子どもたちを勇気づけたい」という社員の発案が

きっかけでした。

#### うれしい感想は 社内みんなで共有

支援活動やお菓子の寄贈に対して、会社宛にお礼のメッセージをいただくことがあります。せっかくのうれしいお便りは、担当者だけが目にするのではなく、必ず社内報などに載せて全社員で共有する仕組みをつくっています。そうすることで、自分たちの活動に価値を見いだしたり、また次の発案が生まれたり、社員にとってプラスになる部分が多いと思います。地域社会への貢献は、私たちの大きな財産となっているのです。

#### TOPICS

#### 食のありがたみを実感 若手社員の農業研修

2020年6月～10月の5ヵ月間、コロナ禍で海外実習生が減り深刻な人手不足に悩む農業法人で、当社の若手社員約100名が交替で研修をしました。初めて農業を経験した社員たちは、お菓子の原材料を作る作業がどんなに大変かを実感。今後役立つ貴重な学びとなりました。



総務部総務課 係長  
尾崎 透

2007年入社。子どものころ、お土産に「白い恋人」をもらってファンになりました。そんな風に、子どもたちに楽しい思い出をつくれたらうれしいです。

# 6

## 雇用・労働環境

[SDGsへの貢献]



# だれもが働きやすく、 将来の夢を叶えられる職場に

ISHIYAの企業理念「しあわせをつくるお菓子」は  
たくさんのお客さまや、パートナー企業のしあわせとともに  
私たち自身のしあわせをつくる意味ももっています。  
安心して自分らしく働ける環境を、これからも大切に考え続けます。

### 男性の育休取得も 当たり前になるように

横川／当社は全従業員の約7割が女性ということもあり、女性や子育て世代の働き方に向けて積極的な取り組みを行ってきました。子どもが小学3年生までは時短勤務ができ、自社の保育所を本社近くに設置し、土日や祝日も利用できます。産

休・育休をはじめ年休取得率も約85%と高く、ライフワークバランスを取りやすい環境にあると思います。

伊藤／2019年度は当社で初めて男性2名が育休を取りました。1名は約4カ月の長期で、「本当に取っていいんですか」と喜んでいましたが、それが当たり前になることを目指しています。女性管理職の推進や外国人従業員の雇用、障がいのあ

る方の雇用などについても、特別ではなく当然のこととして捉え、取り組みを続けています。

### コロナ禍において 大切なことを見直すきっかけに

横川／2020年はコロナの影響で当社も大きな打撃を受けました。しかし、それがきっかけで社員の多様な働き方が進んだともいえます。必要性が高くない会議が減るなど、「本当に必要な業務は何か?」「効率的な方法は?」と一人ひとりが真剣に考えるようになったと感じます。

伊藤／現在人事部が進めているのは研修制度の見直しです。従来は外部講師へ

の依頼が多かったのですが、私も含めて従業員には何となく「やらされている感」がありました。そこで人事部が研修内容を計画し、講師も社内で選ぶ方針を変えたところ、研修で意見が活発に出るようになりました。自分の業務に結びつけて考えられるように変化したんですね。若手社員の農業研修(P.16参照)もコロナ禍でスタートしましたが、参加した社員の手応えは非常に大きく、モチベーションにもつながっています。

### 社員一人ひとりの将来像に 寄り添う人事を目指して

横川／従業員が安心して働きやすく、最

大限の能力を発揮するために新しいシステムも構築しています。人事部には従業員のいろいろな情報が集まりますが、今まではバラバラに存在し、充分活用できていませんでした。新システムでは従業員の資格や経歴、将来の希望などの情報を集積し、それを活用して人事異動を検討したり業務負担を把握したり、労働環境の整備に役立てていきます。

伊藤／一人ひとりがどんな未来像を描き、どんなステップアップをしたいのか、一緒に考えていきたいと思っています。人事部は怖いとか、固いイメージがありますが、その人らしい働き方を応援し、夢を叶えるサポートをする部署だと思ってもらえるとうれしいですね。

### TOPICS

#### 従業員の意見を届ける 「あなたの声 直行便」

従業員の意見や提案を気軽に投書できる意見箱を設置し、職場環境や企業風土の改善に努めています。投書箱は取締役の数だけ設置しており、誰に入れても構わないシステムです。どんな小さな声であっても、必ずそのまま取締役に届きます。



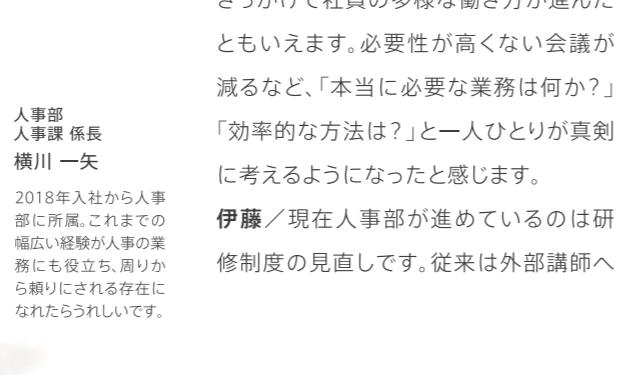
人事部  
人事課 副部長  
伊藤 隆広

2003年入社。営業、製造、購買などを経て2019年から人事部所属。その人のキャリアプランと一緒に考えられる人事部でありたいです。



人事部  
人事課 係長  
横川 一矢

2018年入社から人事部に所属。これまでの幅広い経験が人事の業務にも役立ち、周りから頼りにされる存在になれたらうれしいです。



# DIVERSITY 雇用 TALK

## ダイバーシティ雇用トーク

ISHIYAのいろいろな部門で働く人たちに、  
入社から現在まで、そして今後の働き方について、  
感じていることを聞きました。  
一人ひとりが自分の思いをカタチにできる、  
それがISHIYAの原動力です。

[SDGsへの貢献]



製造部白い恋人課 主査  
竹内 琢也

2009年入社。北広島工場で「白い恋人」のサンド係を担当。残業を減らすため、みんなで工夫を重ねて効率を追求するのが楽しいです。

北海道営業部 副部長  
池田 明

2003年入社。営業、販売、企画などを経て、現在はカフェ全般を担当。難しい仕事や注目される仕事に、特にやりがいを感じます。

製造部チョコレート課 係長  
吉田 仁美

2006年入社。製菓店勤務の経験を生かして洋生課を経て、チョコレート課へ。ISHIYAのケーキは全部おすすめですが、季節限定のロールケーキが一番好きです。

パーク事業部 主任

張 洁婷 (チョウ ケツテイ)

2016年入社。インフォメーションやチョコトピアハウスの案内を担当。ふるさと中国はもちろん、世界中で「白い恋人」を食べてもらいたいです。

### 入社のきっかけを 教えてください。

吉田／私は偶然求人募集を見つけ、あの「白い恋人」の会社に入れるなら!とすぐ応募し、当時住んでいた帯広から札幌へ引越してきました。

竹内／僕も有名な会社なので応募しました。それと、会社が家から近かったから。あまり考えていなくて恥ずかしいですね。

池田／私もそうですよ。何か製造業の会社で働きたかったことと、当時ISHIYAの採用が秋で、他の会社より遅かったので助かりました(笑)。

張／私はラング・ド・シャのお菓子が大好きで、ラング・ド・シャを作る会社をいろいろ

調べたなかで、ISHIYAが一番おいしいと思ったから。世界中に「白い恋人」を広める仕事がしたいと思いました。

### ISHIYAは どんな会社だと思いますか。

張／国籍や男女の差別がなく、能力を発揮すれば評価される会社だと思います。私は日本の大学院を卒業後に東京で就職しましたが、そこは外国人の昇進・昇格が難しく、「国籍の壁」を実感しました。結婚を機に札幌へ移住しISHIYAに入り、そういう壁が全くないことに驚きました。

吉田／ISHIYAには外国人や女性、新人などに対して、偏見や先入観を持つ人は

いないですね。逆に、優秀な若手に追い越されるプレッシャーを日々感じています。

池田／私が入社した2003年は会社の雰囲気が今とかなり違いました。当時から「白い恋人」は圧倒的なシェアでしたが、そのわりに会社は家族経営に近く組織体制が整っていませんでした。女性は結婚や出産で退職する人が多かったです。でも今は産休・育休後の職場復帰は当然ですし、2人目、3人目の出産後にベテランが戻ってくれるのは本当に助かります。

張／私は入社当時0歳と3歳の子育て中で、会社に保育施設があるのでとても助かりました。普通の保育園はやっていない休日・祝日でも、出勤シフトに合わせ

て預けられるのが何より安心です。

吉田／組織や労働環境が大きく見直され、商品の安心・安全への取り組みが徹底されたのは2007年の不祥事以降ですね。このときがターニングポイントとなり、現在に続くISHIYAの風土が培われたと思います。今は従業員教育に力を入れ、自分の意見を発言する機会がすごく多くなったと感じます。

竹内／僕は今、主査の立場ですが、課長や係長と対等に意見交換しながら工場全体の安心・安全のルールづくりをしています。これがすごく楽しいし、やりがいがあります。入社した当初は、工場と同じ作業をするのが少しキツイかなと思いましたが、今は全然違いますね。

### 自分と一緒に働く人たちが それぞれ能力を発揮するために、 何か心がけていることはありますか。

竹内／自分はコミュニケーションを取るのが得意なほうなので、なるべく多くの人とコミュニケーションを取って、いろいろな意見を吸い上げるようにしています。そうすることでみんなと一緒に工場をより良くできると思っています。

張／私は自分の意見や提案をきちんと言葉に出して、伝えるように心がけています。現場にいるのでお客さまの声を拾いやすく、課題を見つけることも多いので、それらを解消できるように考えて、上司や周囲と共有することが大事だと思います。

吉田／私は自分が役職者になって、部下に能力を発揮してもらえるよう考え方が変わりました。以前は気づいたことを100%口に出していましたが、今はその人自身が気づくまで待つ、または気づく道筋をつけるようにしています。従業員には多様なバックボーンがあり、個性があります。それらを踏まえて接するように、ちゃんとできているか自信はありませんが、そう心がけているつもりです。

池田／私がずっと心がけているのは、与えられた仕事はもちろん、それ以外の「誰もやらないけど困っている課題」を率先して引き受ける、という姿勢です。なかなか面倒ですが、続けていると自然に人脈が広がり、いろんな仕事ができるよう



みんなの良さを引き出すように「ほめること」が多くなりました。とにかくたくさんほめ続けます。とくに接客の現場では、家でどんなことがあっても、ちょっとくらい疲れていても、明るい雰囲気でもモチベーションを上げることが重要だと思います。

**休日はどのように過ごしていますか。**

竹内／体を動かすのが好きなので、バスケットボールやサッカーをしたり、冬はスノーボードに行ったりしますが、最近はコロナの影響であまり出かけていないですね。  
吉田／そうですね。最近の休日の唯一の楽しみはパークで開催しているマルシェ（白い恋人パークdeマルシェ）に行っておいしい野菜を買うことでした。ふだんは毎年ベーターベンの第九を歌

う発表会に参加しているので、休日は楽しく練習しています。

張／私は子どもたちの習い事がたくさんあるので、一緒に忙しく過ごしています。

池田／私も休日は子どもと過ごしています。今年によく郊外へ虫採りに行って、気分をリフレッシュしました。

**近年ISHIYAの働き方で、変化を感じることはありますか。**

吉田／従業員はみんな昔から、おいしくて衛生的なお菓子を作りたいと思っていただけ、それに対する知識が足りなかったと思います。それが現在は、工場設備が国際的な認証に合わせて整い、商品管理を統括する部署もでき、従業員もいろいろな研修を受けられるようになりました。そうしたなか、「しあわせをつくるお菓子」という指針のもと、各自がしっかりした意



識をもって作業にあたるようになったと思います。

竹内／これまで製造部門は力仕事が多く、男性従業員がほとんどでしたが、作業や分担によっては女性もできると意識が変わってきました。うまく人材を配置して、バランスが取れるように現在試行錯誤中です。

張／コロナによるインバウンドの落ち込みをきっかけに、白い恋人パークの従業員はみなチャレンジ意識を持つようになったと思います。お客さまを「待つ」のではなく、「来ていただく」姿勢が変わりました。また、これまで以上に地元のお客さまが来てくださって、日常的に楽しめるようにいろいろな企画を積極的に立てるようになりました。これはすごく大きな変化だと思います。

池田／コロナの影響は大きいですね。2007年の大きなターニングポイント以降、長時間残業が当たり前だった労働習慣が少しずつ変わり、さらにコロナ禍で、どんな環境でも仕事を効率的に行う気持ちが一人ずつに芽生えてきたように感じます。

**現状の課題や改善案はありますか。**

池田／今は同じ部署に長くいる社員が多いですが、もっと幅広い視点で異動があってもいいと思います。一人ずつのビジョンを長い目で見て、その人がどんな

成長をしたいのか、そのためにどの部署でスキルを身につけるべきか、会社の仕組みとして考えられるといいと思います。

また、今後はこれまでの当社のメインターゲットではなかった海外販売や国際的な通販にも力を入れる必要があります。海外業務は東京のスタッフが担当していますが、今後は張さんみたいな人材が活躍できると思います。

張／はい！私はもともと海外に「白い恋人」を営業したいと思っていましたから。

白い恋人パークとか営業部といった部門間の枠を越えて、協力して新しい分野を切り拓けたらと思います。

吉田／ISHIYAはすごく前向きな会社で、若い人材の育成に熱心で将来への期待も大きいと感じますが、その一方で、経験豊富なシニア層がもう少し活躍できる場があればと思います。私が入社したころはわりと高齢の「菓子職人」的な従業員も多く、作業の手際もすばしかったし、昔話を聞くのも楽しかった思い出があります。多様な職場であるためにも、高齢者の雇用にも力を入れ、昔ながらの知恵や経験を聞ける環境もあるといいなと思います。

**今後どんなふうに働きたいか、目標を教えてください。**

吉田／会社でSDGsの取り組みが活発になってから、私たちが作るケーキは小さいけれど、原材料やエネルギーを無駄にしないとかが、さまざまなことが全部SDGsにつながっていると考えるようになりました。これからも社会とつながるお菓子づくりをしたいです。

竹内／今は若手中心のHACCPチームのリーダーですが、さらに上部組織のリーダーを目指します！

張／ISHIYAには私を含め18名の外国

人スタッフがいますが、現在のスタッフにも、これから入社する人にも、見本となれる発言や行動ができることが目標です。

池田／「白い恋人」に匹敵する商品をつくるのは簡単ではないと思います。それでも、地元である宮の沢や西区、札幌市、北海道のお客さまとISHIYAのつながりの中から「第二の白い恋人」ができればと思いますし、自分もそれに関わりたいと思っています。



TOPICS

**自由な席で効率アップ  
フリーアドレスオフィス**

本社事務所棟では自席を決めず、従業員がその日ごとに好きな席で仕事をしています。作業に合わせて快適な場所を選ぶことで、効率向上と円滑なコミュニケーションを実現。また、この経験からテレワークの対応も柔軟にできました。



# SDGs推進チームの社内探訪

2019年に発足したSDGs推進チームのスタッフが社内各部門を訪ね、  
どんなところにSDGsの種があるか探してきました。  
まだ芽を出したばかりの小さな取り組みもありますが、  
これから大きく育てていきます。



経営管理部  
広報CSR課  
加藤 千里



北広島工場には  
7名も機械エンジニアが  
いるんですね。  
心強い〜



限定商品のコラボ企画  
を検討中、ISHIYAの新しい  
魅力を生み出して  
いく醍醐味を実感します。



## 営業部門

### パートナーシップが新しい可能性を拓く

ISHIYAの最重要部門の一つ、営業部門は石屋商事(株)が担っています。道内各地にある販売店等とパートナーシップを築き、販売網の維持拡大や新しい販売企画・開発などを行っています。



いろいろな仕事  
がSDGsに  
つながっていますね!



## 機械保全部門

### たゆまぬ保守・点検と改善により品質を向上

多種多様な機械・設備を守り、改善するのが機械エンジニア課の仕事。プロフェッショナルな知識と技で、定期的な点検や修理の対応はもちろん、作業がさらに安全で効率的になるように、継続的改善を実施しています。



「白い恋人」をつくる全ての機械の状況が集約された操作盤。どんなに小さな異常も見逃さず、適正に作動できるように確認します。

北広島工場

## 製造部門

### 道産原材料の使用で農業貢献とCO<sub>2</sub>削減

当社で製造している「白い恋人」の原材料には、乳製品をはじめ、小麦粉、砂糖など道産農産物を使用し、持続可能な北海道農業の推進に貢献しています。道外の原材料と比べて輸送距離が短く、CO<sub>2</sub>排出量の削減にもつながっています。



## 事務部門

### 社員一人ひとりが快適に働く環境を

総務、人事、財務、経営管理などさまざまな分野がある事務部門は、社員が働きやすい環境をつくるのが大きな役割の一つ。会社の持続可能な成長と、社員一人ひとりの成長を目指します。



昼食のあとは、畳敷きの休憩室でちょっと一息。気持ちをリフレッシュできます。

おつかれ様です。  
ゆっくり休んでくださいね。



## 販売接客部門

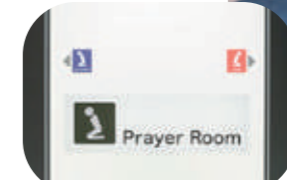
### 世界のお客さまへ心からのおもてなしを

白い恋人パークでは、世界中から来られるお客さまがゆっくり快適に楽しんでいただける環境づくりを目指しています。2016年、1日5回礼拝をされるムスリムのお客さまのために礼拝室を設けました。



接客販売は笑顔が第一。当社の商品知識を広げ、お客さまへの理解を深めるためにも大切な業務です。

白い恋人パークに、こんなお部屋があること知ってた?



礼拝室は男女を分け、礼拝前に体の一部を洗う洗面台も完備しています。



## SDGs推進チーム

### 若手社員の手も集結しSDGsをもっと推進!

各部門の若手社員からなるSDGs推進チームが毎月SDGsの新しい種まきに挑戦しています。会社をより良くするために、これからも部門を越えて力を合わせていきます。



活発な発言が飛び交うSDGs推進チームのミーティング。新しい課題を乗り越えることで、従来業務へのフィードバックもたくさんあります。



札幌大通西4ビル

# 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 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「リング・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



白い恋人

**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



1979年に新築した本社工場

## 1981~

**1982 5月 昭和57** 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

## 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** イシヤ・チョコレートファクトリー(現 白い恋人パーク)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



からくり時計塔とサッカー場

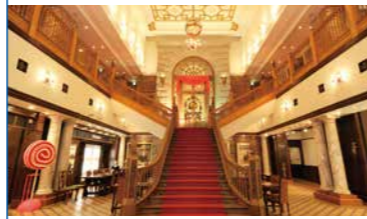
## 2001~

**2005 2月 平成17** 「美冬(みふゆ)」発売



**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

**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 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** キャラクター猫の名前を「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

## 2011~

**2011 1月 平成23** 「i・ショコラ(アイ・ショコラ)」発売

**12月** 「i・ガトー(アイ・ガトー)」発売  
◎レストラン泉菓(おうるず)オープン



レストラン泉菓(おうるず)



i・ガトー

**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** 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** 石水創代表取締役就任  
**11月** 白い恋人パーク有料入館者500万人達成

**2017 1月 平成29** 白い恋人、美冬(みふゆ)、パウムの製造ラインが国際的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

**4月** 「サクランゴ・ド・シャ」発売

**4月** 白い恋人パークにガリバータウンオープン

**5月** イシヤカフェ 北広島市役所店オープン

**7月** 北広島工場完成

**10月** 道産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 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

## 2017~

**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 2月 平成27** 「大きな雪だるまくんチョコレート」発売

**3月** サザエ食品(株)の道内事業を承継

**4月** 白い恋人キッズパーク(保育施設)開園



白い恋人キッズパーク

**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堂完成  
**12月** 白い恋人パークキッズタウン開園



FSC®ラベル

FSC®認証紙に変更した「白い恋人」

## 2020~

**2020 2~4月 令和2** 新型コロナウイルスの影響により「白い恋人」ライン停止(機械メンテナンス)、白い恋人パーク・直営店臨時休業

**4月** 道内新入生に「白い恋人」を寄贈

**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

**5月** 医療の最前線で闘う方々に感謝し、白い恋人パークからくり時計塔と北広島工場をブルーライトアップ

**6~10月** 若手社員(約100名)農業研修を開始  
**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FSC®(森林管理協議会)認証紙に変更  
2021年内に全ての化粧箱をFSC®認証紙にする予定



ブルーライトアップした北広島工場

**6~10月** 若手社員(約100名)農業研修を開始  
**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FSC®(森林管理協議会)認証紙に変更  
2021年内に全ての化粧箱をFSC®認証紙にする予定

**6~10月** 若手社員(約100名)農業研修を開始  
**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FSC®(森林管理協議会)認証紙に変更  
2021年内に全ての化粧箱をFSC®認証紙にする予定

**6~10月** 若手社員(約100名)農業研修を開始  
**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FSC®(森林管理協議会)認証紙に変更  
2021年内に全ての化粧箱をFSC®認証紙にする予定



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



イシヤ 日本橋

イシヤ 日本橋で人気のパンケーキストロベリー



**11月** イシヤ 東京ステーションオープン  
**11月** インターナショナルチョコレートアワード2019世界大会で北海道初の「金賞」受賞

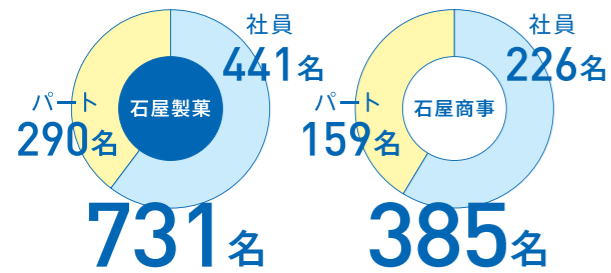
**12月** イシヤ 羽田オープン

数字を見る  
ISHIYA  
イシヤ

石屋製菓と石屋商事の現在を、  
さまざま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

1,116名



石屋製菓と石屋商事を合わせて1,000~1,200名となっています。  
約60%が社員、約40%がパートです。

社員の勤続年数

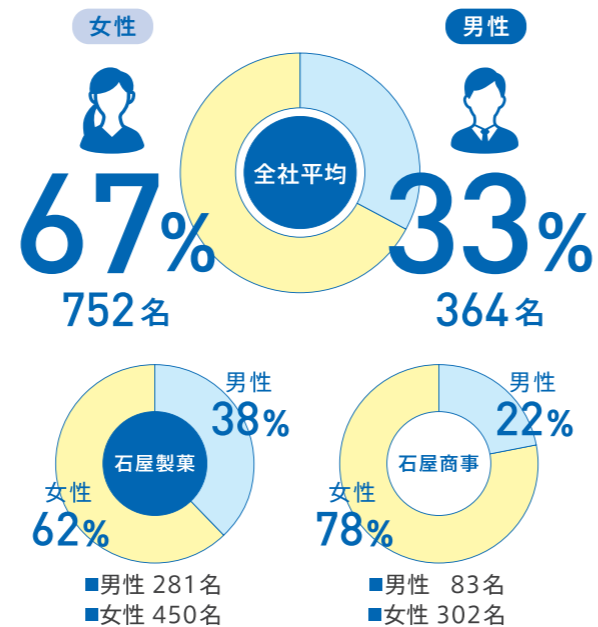


従業員  
外国人数

18名

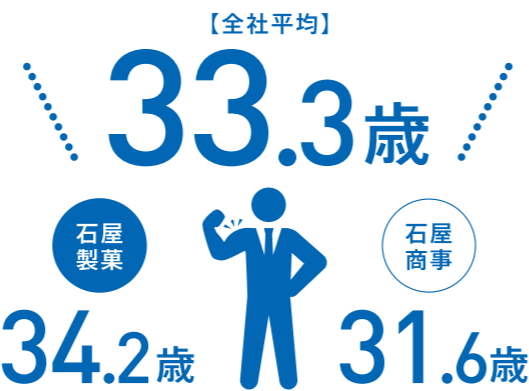
国籍に関係なくさまざまな人が活躍しています。多様性を大切にすることが企業の成長にもつながっています。

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。各部署で男性・女性の区別なく能力を発揮しています。

社員の平均年齢

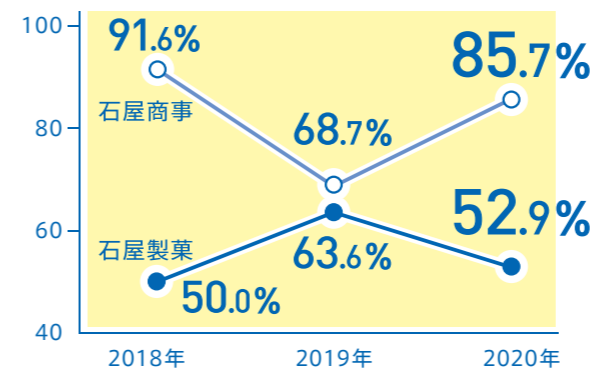


平均年齢が30代前半と若いこともISHIYAの特徴です。若々しいパワーが会社を支えています。

資本金



育児休暇取得率



年によって差がありますが、育児休暇の取得は社内で定着し、男性の取得も少しずつですが増えてつあります。

道内直営店



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っています。

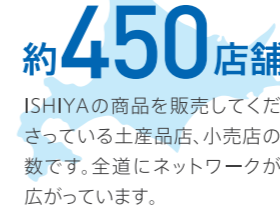
道外直営店



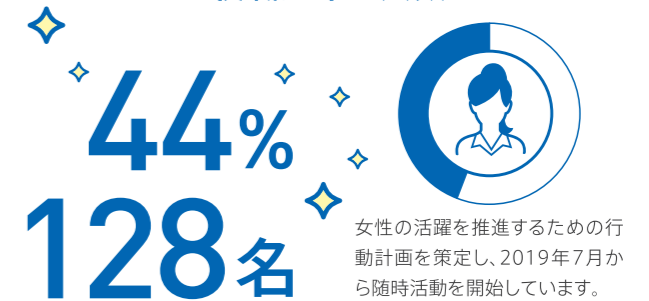
全国免税店



道内特約店



女性従業員の  
役職比率と人数



安心・安全の  
取り組み認証数



「白い恋人」の  
道産小麦粉使用率

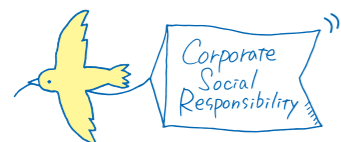


関係会社

- 株式会社ISHIYAホールディングス
- サザエ食品株式会社
- 十勝製餡株式会社
- 株式会社北海道150年ファーム
- 有限責任事業組合ISHIYAクリエイティブス 等

もっと知りたい!!

# ISHIYAの CSR活動



ここまでのページに掲載しきれなかった  
当社のCSRの取り組みを紹介します。  
また、随時増えていますので  
続きはぜひ当社ウェブサイトでご確認ください。

<http://www.ishiya.co.jp/about/csr/>



## 社内保育施設

### 「白い恋人キッズパーク」を開園



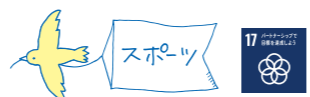
現在は約10名の子どもたちが元気に通っています。

2015年4月から「白い恋人パーク」の近くに社内保育施設をオープン。正社員だけでなく、パート、アルバイト社員も利用しています。子育て世代のスタッフが働きやすい環境を整えています。



## 全道新入生約12万人に 「白い恋人」を贈呈

2020年4月、コロナ禍で不安を抱きながら入学する子どもたちを勇気づけたいと考え、道内小中高校の新入生に「白い恋人」(18枚入1箱)を贈呈しました。ISHIYAからの門出のお祝いです。



## 「北海道コンサドーレ札幌 カーリングチーム®」を応援

サッカー、バドミントンに続き、2018年8月に発足したカーリングチームのオフィシャルトップパートナーにもなっています。冬のスポーツの応援はISHIYAの念願でもありました。



## 「白い恋人」の化粧箱に FSC® 認証紙を採用

「白い恋人」の化粧箱や紙袋は、適正に管理された森林木材で作られた紙製品を使い、贈答品にふさわしい美しさと環境に配慮した包装を両立させています。



化粧箱の裏面に、認証製品であるラベルを表示しています。



「命を支えていただきありがとうございます」とメッセージを添えてお送りしました。



## 医療従事者へ 「白い恋人」を寄贈

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、医療の最前線で活躍される方々へ感謝の意を込めて「白い恋人」を寄贈しました。これらのお菓子を少しでも安らぎの時間をお持ちいただければ幸いです。

### ステークホルダーから

#### 今後のISHIYAの SDGsに期待すること

#### 「しあわせをつくるお菓子」

ISHIYAの活動を通じて人々のしあわせを目指すこの企業理念は、SDGsにとっても大切な視点です。

気候変動による気象災害、貧困や飢餓など、地球規模での課題解決に向け、SDGsは「誰一人取り残さない(no one will be left behind)」ことを誓っています。

お菓子がお客さまの手に渡るまでには、原材料の生産から製造、輸送、広報、販売など、目に見えないところで数多くの人たちが関わっており、その商品に関わるすべての人が幸せに暮らせることこそが、SDGs達成につながります。

2020年はSDGsの目標年である2030年に向けた「行動の10年」がスタートした年でした。

今回、ISHIYA初のCSRレポートの発行ですが、行動を先に進めていくためには自らの立ち位置を知る必要があります。このレポートはそれを示す大変重要な役割を担っているものだと思います。

ここで報告されたさまざまな活動や企業理念をもとに、「誰一人取り残さない」社会の実現に向け、さらなる行動が広がっていくことを期待します。

札幌市  
環境局 環境都市推進部  
環境政策担当係長  
佐竹 輝洋氏

