



石光商事株式会社  
S.ISHIMITSU & CO.,LTD.



# INTEGRATED REPORT 2024

石光商事 統合報告書

- 当社グループ経営理念 -

# ともに考え、ともに働き、 ともに栄えよう

多くの方々に支えられ築かれた117年の歴史。

先人たちの熱い想いを受け継ぎながら、  
変化の激しい時代にも柔軟に対応していきます。

持続的な成長を実現するためには、  
ステークホルダーとの「**つながり**」が何よりも重要です。

私たちは川上から川下まで、商品やサービスだけでなく、

想いや目に見えない価値もつなぐことで、

世界の食の幸せに貢献します。

社会から愛され続ける200年企業を目指し、  
これからも皆さまとともに進んでまいります。



-Mission-

## 世界の食の幸せに 貢献します



# CONTENTS

## イントロダクション

- 03 …… 石光商事グループの歴史
- 04 …… 数字で見る石光商事グループ

## 価値創造ストーリー

- 05 …… 社長メッセージ
- 08 …… 価値創造プロセス
- 09 …… 経営資本
- 10 …… マテリアリティ
- 11 …… 中期経営計画「SHINE2024」
- 13 …… 副社長メッセージ（財務方針）

## ビジネスモデル

- 15 …… 2023年度の実績
- 16 …… 新事業部体制 概要・戦略
- 19 …… アライドコーヒーロースターズ
- 25 …… ユーエスフーズ
- 28 …… 石光商貿
- 30 …… THAI ISHIMITSU
- 32 …… ATIB・AIUK
- 33 …… 品質統括部
- 34 …… 技術統括部

## ツールマップ



WEBサイト  
<https://www.ishimitsu.co.jp/>



IRサイト  
 (株主・投資家向け情報)  
<https://www.ishimitsu.co.jp/ir/>



## 持続可能性を高める取り組み

### 環境・社会

- 36 …… サステナビリティ委員会 座談会
- 39 …… サステナビリティ方針
- 42 …… GHG 排出量
- 43 …… TCFD/TNFD
- 44 …… グリーン焙煎
- 45 …… 人権方針
- 46 …… CASE STUDY

### 人財

- 49 …… 人財に関する指標
- 50 …… 人事制度改革
- 51 …… 人財育成体制
- 52 …… DE&I

### ガバナンス

- 53 …… 役員紹介
- 55 …… 社外・社内取締役 座談会
- 59 …… コーポレート・ガバナンス
- 61 …… リスクマネジメント
- 62 …… 情報セキュリティ・IT 戦略

## データ

- 63 …… 10カ年の主要財務データ
- 64 …… 連結財務諸表
- 68 …… 地域別売上高・商品カテゴリ別売上高
- 69 …… 会社概要 / 株式情報
- 70 …… 編集方針

## 表紙のご説明



当社グループは、川上から川下までを「つなぐ」立場にあり、その「つながり」の先に、世界の食の幸せがあると考えます。本社拠点である神戸を中心に、食を通じて世界とつながる、サプライチェーン全体の「つながり」の大切さを改めて感じることのできるストーリーの発表を表現しています。

## 対象期間と範囲

期間：2023年4月1日～2024年3月31日 \*一部、2024年4月以降の情報も含まれます。  
 範囲：石光商事及びグループ会社

## 将来見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載されている現在の計画、予測、戦略などには、資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した将来見通しが含まれています。将来の実際の業績は、さまざまな要素により、見通しと大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。業績に影響を及ぼすリスクや不確定要素の中には、当社の事業環境を取り巻く経済情勢、市場競争、為替レート、税、またはその他の制度などが含まれます。

## ISHIMITSU HISTORY

# 1906

### 1906年 創業

創業者故石光季男が単身渡米。日系移民に日本食を届けるためにロサンゼルスにおいて創業。

### 1909年

日本商品の仕入れのため神戸市に支店を開設。

### 1922年

本店を神戸市に移転し、日本でのコーヒー商売が始まる。

### 1951年 設立

「石光季男商店」設立。戦後、貿易再開とともに設立し、輸入食料品の取り扱いを再開。

### 1953年

東京出張所を開設。

### 1900年代～

### 1963年

社名を「石光商事株式会社」と変更。

### 1964年

岡崎茂樹商店を吸収し、福岡支店を開設。

### 1968年

名古屋営業所を開設。

### 1972年

東京アライドコーヒーロースターズ(株) (現連結子会社)を設立。

### 1973年

関西アライドコーヒーロースターズ(株) (現連結子会社)を設立。

### 1960年代～

### 1976年

札幌営業所を開設。

### 1999年

ユーエスフーズ(株)(現連結子会社)を子会社化。

### 2002年

日本証券業協会に店頭登録、資本金を6億2320万円に増資。

### 2004年

(株)ジャスダック証券取引所に株式を上場。

### 2012年

中華人民共和国に石光商貿(上海)有限公司(現連結子会社)を設立。

### 1990年代～

### 2013年

タイ王国にTHAI ISHIMITSU CO.,LTD.(現連結子会社)を設立。

### 2019年

インド共和国にA.Tosh Ishimitsu Beverages India Private Limited (現連結子会社)を設立。

### 2020年代～

### 2020年

持分法適用関連会社であった東京アライドコーヒーロースターズ(株)を連結子会社化。

### 2022年

JASDAQ市場からスタンダード市場へ移行。

### 2023年

英国にAtariya-Ishimitsu UK Limited (現持分法適用関連会社)を設立。

### 2024年

企業力向上のため、東京アライドコーヒーロースターズ(株)と関西アライドコーヒーロースターズ(株)を統合(予定)。社名はアライドコーヒーロースターズ(株)。

# 2024

## 数字で見る石光商事グループ 5年間の飛躍

## 財務に関する数値

## 売上高

38,179百万円  
2019年度62,025百万円  
2023年度

## 営業利益

369百万円  
2019年度1,654百万円  
2023年度

## 時価総額

2,976百万円  
2019年度9,264百万円  
2023年度

## ROE(自己資本利益率)

1.19%  
2019年度9.48%  
2023年度

## 海外売上高比率

11.11%  
2019年度18.99%  
2023年度

## 総資産

26,235百万円  
2019年度36,682百万円  
2023年度

## 非財務に関する数値

## 従業員数

401名  
2019年度482名  
2023年度

## 女性管理職比率

13.8%<sup>※</sup>  
2019年度21.7%<sup>※</sup>  
2023年度

## 有給休暇取得率

55.3%<sup>※</sup>  
2019年度62.7%<sup>※</sup>  
2023年度

## 障がい者雇用率

1.6%<sup>※</sup>  
2019年度2.4%<sup>※</sup>  
2023年度

## 育児休業取得率

20%<sup>※</sup>  
2019年度100%<sup>※</sup>  
2023年度

※石光商事単体の数字

## 社長メッセージ



代表取締役社長  
石脇 智広

## 「つながり」という、かけがえのない財産を糧に、 新たな価値の創造を目指します。

2022年度にスタートした中期経営計画「SHINE2024」が2024年度で最終年度を迎え、次のステージ「SHINE2027」へとステップアップします。

そこで石脇智広社長に、2023年度の振り返りと2024年度の取り組み、さらに「SHINE2027」に向けた課題と展望をお話いただきました。

### シナジー効果を発揮する ビジネスのスタート地点

はじめに2023年度の振り返りをお願いします。

2023年度の最大のトピックは、長年の悲願であった連結子会社の東京アライドコーヒーロースターズ株式会社と関西アライドコーヒーロースターズ株式会社の合併に向けた取り組みです。これにより、2024年10月には「アライドコーヒーロースターズ株式会社」(以下、ACR)として新たなスタートを切ることになります。日本の東西に大型焙煎設備を保有する両社の技術力と強みが一つになることで、コーヒー・飲料事業のさらなる成長に期待が膨らむ年となりました。

海外グループ会社についてはいかがでしょうか。

2023年5月、株式会社JFLAホールディングスとの間で業務提携契約を締結し、英国に合併会社を設立しています。日本からの食品輸出と海外現地法人による販売など、海外事業分野におい



でそれぞれの特性を生かしたパートナーシップで市場を開拓していくという挑戦が始まりました。これに関連し、2023年度は海外事業各社との連携を強めるための会議を立ち上げました。互いに情報を交換しながらビジネスを展開する取り組みは意義あることです。これまでも当社は海外拠点の設置や海外企業への出資をしてきましたが、既存の関連会社との相乗効果を生み出す視点が希薄だったように思います。今後アジア圏からEU圏、アメリカとグローバル展開が続く中で、

## 社長メッセージ

シナジー効果を発揮するビジネスへのスタート地点に立った1年といえるでしょう。

国内・海外ともに注目すべきトピックのあった1年でした。ステークホルダーとのつながりについてはいかがですか。

ACRの統合についても然り、さまざまな当社の挑戦を外にどう発信するかということが一つの課題といえます。その取り組みとして初めて一般投資家向けの説明会を実施しました。皆さんに私自身の言葉で当社をプレゼンしたわけですが、久しぶりに大きな手応えを感じました。改めて株主との対話の重要性を感じる機会となり、2024年度は開催を2回予定していますが、さらに回数を増やしながらかつて継続することが今後の取り組みとなります。



### 「土台づくり」を完結し ビジネスの変革を

中期経営計画「SHINE2024」が最終年度となりますが、進捗状況と評価、次期「SHINE2027」を見据えた考えをお聞かせください。

「SHINE2024」のテーマが「土台づくり」であり、「SHINE2027」は土台を基に運用を図り、「SHINE2030」で安定軌道に乗せるというのが中期経営計画の大きなフレームとなります。8項目の重点施策についてそれぞれ進捗度を星の数で示しましたが、現時点の評価としては「GHG排出削減を踏まえた商品力強化」が厳しいものの、他はほとんど前進しているという認識です。2030年までにScope1およびScope2を実質ゼロにし、Scope3が2021年度比で30%削減、社会課題解決型商品の販売割合を40%にするという目標があるので、2024年度は遅れているものを巻き返し、「土台づくり」を完結するのが大きなテーマとなります。

ここ数年、商品別の粗利から物流コストを除いた商品ごとの営業利益が算出できるようになってきました。今後はさらにGHG対策コストや人権に関する調査コストも除き、何をもって高利益とするか明示できるようにしたいと思います。もう一つは「社内炭素税」のようなものを設定し、各事業部でGHG対策を意識したコスト試算をする、あるいはGHGの削減量に応じて翌年の経費配賦率を変えるといった取り組みも必要ではないかと思えます。その上で利益率の高い商品へのシフトを図っていく

ことで、経済合理性を追い求めながらGHGを削減し、社会に貢献できるようにしたいと思います。いかにビジネスを変革するかというのが、「SHINE2027」に向けた一番のテーマだと考えます。

続いてマテリアリティに関して、新たに検討し直した目的と今後の課題についてお聞かせください。

今回マテリアリティについては、社員の皆さんに議論してもらい作り上げたものであることに価値があると思っています。掲げたものは前回と大きく変わるものではありませんが、社員が現場を見直し、会社のあるべき姿を議論した上で出来上がったマテリアリティであることが非常に大きいと思います。

**社員が経営に参画できる機会が多いのは当社の良さであり、それが体现されたマテリアリティですね。**

今回は主に管理職が対象でしたが、今後はもっと社員に近いものにしていきたいと思います。トップダウンで示された重要課題に危機感を持ってなくても、自分たちで考えリストアップすれば、自分ごと化できるのではないのでしょうか。このプロセスは改めて評価したいですね。

**組織編成も大きく変わりました。**

ビジネスを取り巻く環境がドラスティックに変わる中、旧態依然としたビジネスの延長で今まで



ていたことに危機感を持っていました。新たな組織編成への取り組みは2022年ごろから始めたものですが、組織を変えることで仕事への取り組み方も変えていきたいという思いがあります。いわば「SHINE2027」に向けた仕込みといえます。今回の組織編成の狙いの一つは、組織をフラットにすることで意思決定を早くすることにあります。もう一つは、階層が一つ減ったことで責任と権限が大きくなったことを社員が意識し、与えられた権限の範囲内で仕事を楽しみ、自らの成長につなげてもらいたいということです。

**次いでサステナブルな経営基盤について、まず株主、投資家に向けたPBR向上への取り組みについてお聞かせください。**

東証が目安にするPBR1倍をクリアすることは当社も重視しており、先に述べたように一般投資家の皆さまへの説明会をはじめ、石光商事グループの価値を理解していただけるような情報発信

## 社長メッセージ

を積極的に推進する必要があると感じています。それに賛同してくださる株主が増えれば、自ずとPBR向上につながるのではないのでしょうか。

そのうえで石光商事グループの成長を長い目で見守り、応援してくださる株主の皆さまが一人でも増えていただければ、これほど心強いことはないと思います。

### 「働きがい」を高める新人事制度を実施

人的資本の考え方と評価、課題についてはいかがでしょうか。

中期経営計画の策定に関わるたびに当社の強みは何か考えるのですが、毎回たどり着くのは「人」だということです。社長に就任した際、働きやすさの向上を目標に、働き方の自由度を高め、ライフイベントによってキャリアを中断することなく

働き続けられる環境づくりに取り組みました。その成果は確かに得られたのですが、エンゲージメントは頭打ちになってしまい、「働きやすさ」だけでなく「働きがい」を高めることが重要だと気づきました。

そこで実施を決めたのが人事制度の変更です。これにより2025年度から、新人事制度に基づいて社員一人ひとりのキャリア形成を後押ししていく体制が整う予定です。個人の成長が会社の成長のエンジンになるように環境を整えるのも、2027年に向けた大きなテーマといえます。

### 環境・社会に向けたサステナビリティ委員会についてはいかがですか。

当初、サステナビリティ委員会はコーポレート・ガバナンスコードの改訂を受け、経営リスクを踏まえた対応をするために構成されたものですが、

現状はまだ多様な部署の代表が集まって環境対策を中心に話し合っている段階です。今後はあらゆるリスクをテーマに議論できる時間を作りたいと考えます。

### 変わり続ける当社に期待してください

最後にステークホルダーの皆さまにメッセージをお願いします。

お客様、株主の皆さま、社員、サプライヤー、あらゆるステークホルダーの皆さまとの「つながり」が石光商事グループの財産であり、そのつながりがあるからこそ100年を超える長い歴史を刻むことができました。

今当社グループは、組織体系を変え、ビジネスモデルを変え、社員の働き方、意識を変えていく、

まさにその途上にあり、変わるための挑戦を続けています。

株主の皆さまをはじめステークホルダーの皆さまには、変わり続けながら新たな価値の創造を目指す石光商事グループと、末長くお付き合いいただけることを願っています。

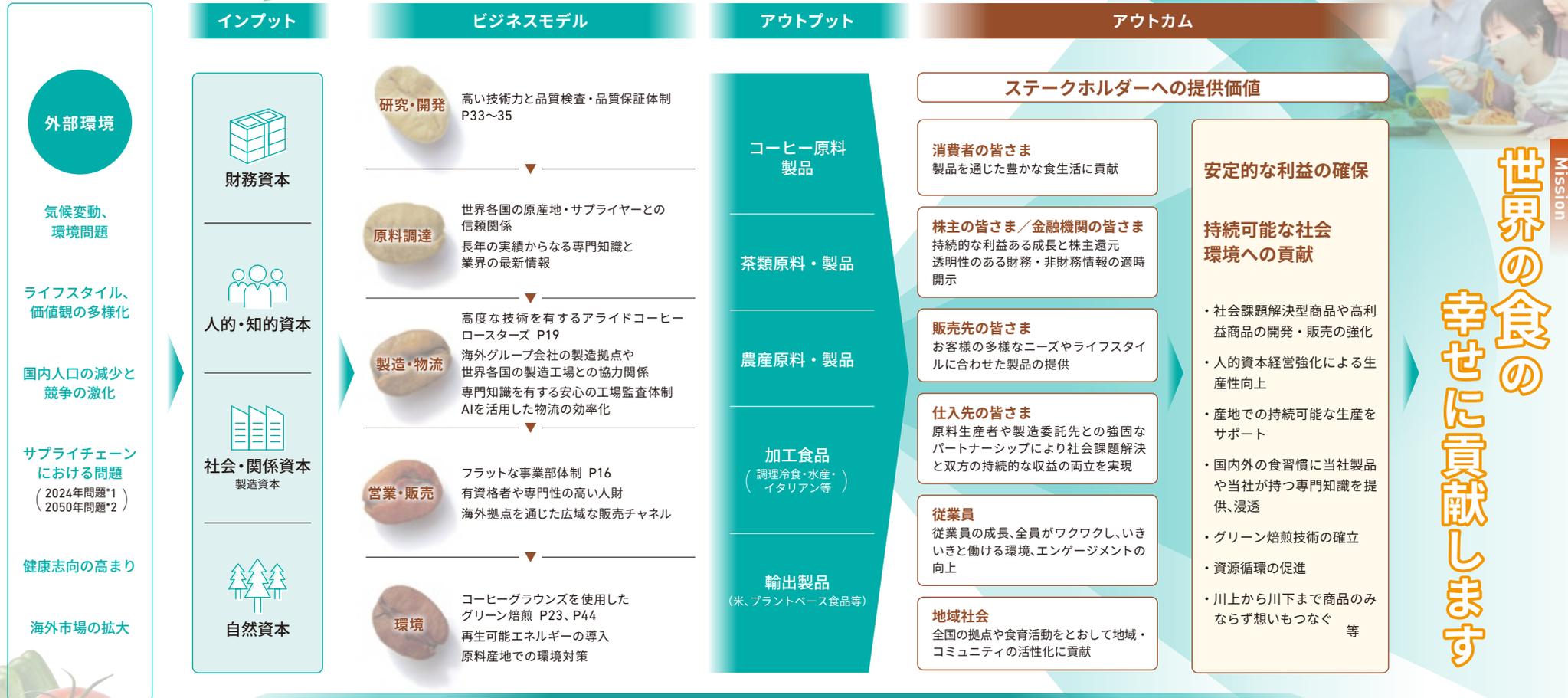


◎2024年度 組織 ※2024年4月1日現在



# 石光商事の価値創造プロセス

当社グループは、経営理念「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」のもと、「世界の食の幸せに貢献する」をミッションに掲げています。200年企業を目指し、強みを活かしながら成長を続けていきます。川上から川下まで食の幸せをつないでいくために、さまざまな社会課題を解決しながら、持続可能な経営の実現を目指します。



3つのマテリアリティ 【事業の成長】【人財の成長】【社会・環境の調和】 P10

グループ経営理念 「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」

\*1 自動車の運転業務の時間外労働について、2024年4月より、年960時間の上限規制が適用されることにより生じる問題の総称です。対策を講じなければ、2030年には34%の輸送力が不足する可能性があると考えられています。

\*2 気候変動や生産者の貧困による雑農が、コーヒー豆の生産量の減少を引き起こすとされる問題です。世界のコーヒー豆生産量の約60%を占めるアラビカ種は、地球温暖化による気候変動の影響により、2050年までに栽培に適した地域が半減するとされています。P22

## 経営資本

### 財務資本



総資産

36,682百万円

営業キャッシュ・フロー

3,811百万円

自己資本比率

31.7%

### 自然資本



- グリーン焙煎をはじめとする、高い技術力と専門性からなる新たな環境対応
- 食品やコーヒー原料産地での環境対策

GHG排出量

443,606  
(t-CO<sub>2</sub>)

電力使用量

7,147  
mwh

うち再生可能エネルギー使用量

4,492  
mwh

### 人的資本 知的資本



長年の実績からなる専門知識と

持続可能性を高めるために行動する人材

創業年

1906年

連結従業員数

482名

女性管理職比率

21.7%

食品・品質管理関連 資格保有者<sup>※1</sup>

96名

高い技術力と品質保証体制  
専門性の高い人材

J.C.Q.A.認定 コーヒー鑑定士

10名 認定者数 全55名<sup>※2</sup>の内  
10名が当社グループ社員

コーヒー関連資格保有者

300名以上

- ※1 石光商事単体
- ※2 J.C.Q.A.公式サイトより(2024年6月時点)
- ※資格保有者に関しては一部重複あり

### 社会・関係資本 製造資本

- 長年の実績を通じてできた世界中のサプライヤーとの信頼関係(パートナーシップ)や世界各国との関係
- 国内外の産地や工場との共創関係
- コーヒーオイルやYDCB<sup>※</sup>など、実績と専門性や技術力から新たなコーヒーの価値を創造する
- 工業用から家庭用まで幅広いコーヒー製品の製造が可能

取引のある国の数

40か国以上

中華人民共和国、タイ王国、インド、英国の  
海外拠点を通じた広域な販売チャネル

コーヒー焙煎量

国内 3位

アライドコーヒーロースターズ  
(2024年10月に予定されている統合による合算)

※酒類飲料統計月報2023年3月号『2022年実績』より



※コンバイン技術を活用したワンミニッツコーヒーテトラ型のディーパッグタイプでお湯を注いで1分という短時間で本格的なレギュラーコーヒーが味わえる製品

## マテリアリティ (重要課題)

当社グループは、持続可能な収益性の確保、創造を生み出す人材の育成と確保、環境保持を目指し、事業の成長と人材の成長、社会・環境の調和の3つを重要テーマとして、変革を進めています。今までよりもさらに対応力を高めるため、2023年11月には、国内外グループ会社も含め、現場の社員と経営陣とで当社グループのマテリアリティについて、改めて考えるワークショップを開催しました。さまざまな機会とリスクがあるなかで、長期ビジョンの達成(ありたい姿)に向けて、当社の中期経営計画とも連動し、グループ全体での対応を進めてまいります。

### 石光商事グループのマテリアリティ (重要課題)

#### 事業の成長とサステナビリティ

次世代を生き抜くため、ITガバナンスを実践して社会性・環境をキーワードに商品開発を行い、高い収益性維持・継続を行うことで持続可能な経営基盤構築を行う。

- 社会性、環境を主軸とした高収益の商品開発によるビジネスモデル変革
  - ・長期的視点での経営
  - ・デジタル活用による価値創造
  - ・グリーン焙煎と日本食の海外展開
- 高収益を生み出すための経営手法と資源管理体制の構築
  - ・事業の再評価とコア事業の明確化

#### 人材の成長とサステナビリティ

新たな「チャレンジ」を行うことで「事業の成長とサステナビリティ」を支える。新たな「チャレンジ」の基盤は自らの「学び」と「選択」と考え、個の成長を起点に全体での成長を目指す。この「チャレンジ」に社員の成長、エンゲージメント向上の要素が秘められており、多様性の中から「チャレンジ」の創出を図る。

- 社員のエンゲージメント向上のための人材育成体制の構築
- 選択の幅を広げることにより、多様性が生まれる。その多様性から創発された「チャレンジ」により、新たなOUT COME獲得を目指す
  - ・組織風土と組織内の多様性
- 新たなCSV構築に向けた学習効果の訴求

#### 社会・環境の調和とサステナビリティ

社会から要求される社会性・環境をCSV化することで持続可能な対策を構築し、「事業の成長とサステナビリティ」の維持強化を図る。

- 温室効果ガス排出抑制による自然資本保持体制の構築
- 社会性・環境課題に対する管理と適切な開示方法の確立
- 新たなCSV構築のためのステークホルダーとの対話効果を訴求

### 2030年KPI (中間目標)

#### 日本が認めるいい食品企業グループ

##### ビジネスモデル変革

- 社会課題解決型商品の販売割合40%(売上比率)
  - ・グリーン焙煎や燃料ペレットの輸出事業確立
- 資源減少商品の代替品開発
- コーヒーの2050年問題の解決策を獲得
- 海外市場での販売割合拡大
  - ・水産10%、茶類10%&珈琲原料10%(売上比率)
  - ・中国での認証商品(生豆)の取り扱い割合25%(輸入量比)

##### 経営手法改革

- 中期経営に基づく、営業利益、純利益、営業利益率、ROE、ROICの達成
- デジタル化により需要予測や在庫削減のシステムを確立

##### 人事制度改革

- 個人の強みを活かした人事制度転換
- タレントマネジメントシステムの確立

##### 人材育成体制

- 人材投資効率と効果検証制度の確立

##### DE&I

- 働きがい調査結果を平均値以上にする
- 女性管理職比率30%、障がい者雇用率3.0%達成
  - ・ACRでの女性社員比率40%

##### GHG削減

- 社会課題解決型商品の販売割合40%(売上比率)
- Scope1及び2のネットゼロ、Scope3 30%削減(2021年度対比)
- 物流面でのGHG排出削減率を設定
- 包装資材(製造に関わった資材数量)のKPI設定

##### 管理手法確立

- 「社会」「人権」「環境」課題を抽出しISO14001にて定量管理を確立

##### 講和と開示方法

- ステークホルダーとの対話による改善サイクルの向上方法の確立
  - ・個人株主数の増加、戦略顧客数の増加
- 情報開示による信頼度向上方法の確立

### 2050年KGI (最終ゴール)

#### 世界が認めるいい食品企業グループ

- 社会課題解決型商品の販売割合50%(売上比率)
- 持続可能なビジネスモデルを構築
- カーボンニュートラル実現
- コーヒーの2050年問題を克服
- 海外市場での販売割合50%(売上比率)
- 高度なデジタル化により競争優位性を獲得

- コア事業を起点としたグローバル人材育成
- 働きがい調査結果をTOP100社水準にする
- 男女比率均等化
- 性別、国籍による管理職比率均等化、賃金格差ゼロ

- 社会課題解決型商品の販売割合50%(売上比率)
  - ・課題を解決できるリーダー企業、先進企業として認められ、それに応じた商品ラインナップを用意できている

- カーボンニュートラル実現
  - ・熱源に化石燃料を使用しない焙煎技術を確立し、地球にやさしい食品企業となる

## 中期経営計画『SHINE 2024』

当社グループは、2050年に世界が認めるいい食品企業グループとなるために、まずは、2030年に日本が認めるいい食品企業グループを目指し、中期経営計画『SHINE2024』の達成に向けて進んでいます。私たちの存在意義である「少しでも多くの少しでも大きな食の幸せを創る」を意識して取り組んでまいります。

## ミッション『世界の食の幸せに貢献します』

2030年、さらにその先に向けて、  
3段階の中期経営計画『SHINE』に取り組みます。



	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)	親会社株主に帰属 する当期純利益 (百万円)	ROE (%)	売上高 営業利益率 (%)	PBR (倍)	ROIC (%)	営業キャッシュ・ フロー(百万円)	連結配当性向 (%)
2022年度実績	58,972	1,317	1,295	792	7.70	2.23	0.53	4.40	△1,290	23.4
2023年度実績	62,025	1,654	1,741	1,049	9.48	2.67	0.77	5.08	3,811	22.1
2024年度計画	64,081	1,404	1,396	939	—	2.19	0.7~1.0	—	—	24.7

重点施策

「SHINE」にこめた思い

石光商事の社名より「光」

今後のコーヒー、食品業界で「光り輝く」存在になる

社員一人ひとりが「輝いて」仕事を行う

Sustainable

持続可能な

Happiness

世界の食の幸に貢献します

INnovative

革新的な

Engagement

エンゲージメントの向上を

SHINE2024のテーマは土台づくり

「ビジネス・環境」「社会・人財」「ガバナンス」を柱とした8つの重点施策に取り組みます。

No.	重要項目		到達点	進捗度数 2年目(2023年度)
01	ROIC経営	ROICによる事業ポートフォリオマネジメントの導入	組織単位でROICツリー作成・分析投資及び経営資源分配の最適化	★★★★★★★★
02	GHG排出削減を踏まえた商品力強化	「GHGを排出してまで扱うべき商品か」を起点に商品を絞り込む	プロセスやストーリーを含め付加価値のある商品の推進	★★★★★★★★
03	事業拡大	新焙煎工場～地球にやさしい新技術+グループシナジー推進	M&A、新規事業立ち上げの仕組み	★★★★★★★★
04	社員の働きがい調査	エンゲージメント向上、リテンション	働きがい認定企業	★★★★★★★★
05	ITインフラ強化	管理の集約、各社の機能と統制強化	管理業務の効率向上	★★★★★★★★
06	グループ経営深堀		グループ戦略人事推進	★★★★★★★★
07	分析力の向上	問題解決、戦略立案&競争力	リカレント、社員教育の充実	★★★★★★★★
08	データリテラシーの向上	生産性向上、イノベーション推進	意思決定の精度向上、修正力の向上	★★★★★★★★

## 副社長メッセージ (財務方針)

### 株主の皆さまとの長期に安定した関係づくりを目指し、 企業価値を高めてまいります。

ROIC経営の導入や東証からの経営に対する要請など、経営を取り巻く環境は変革期を迎えています。舵取りの難しい財務戦略について、中埜晶夫副社長に2024年3月期の振り返りと今後に向けた課題、取り組みについてうかがいました。

#### 良好なキャッシュフローで バランスシートが改善

はじめに2024年3月期を振り返り、業績全体についての評価をお聞かせください。

2024年3月期については増収増益、売上高営業利益率が2%台後半、ROEも9%台、社内で想定している株主資本コストは8%ですが、それに対し9%台のROEはROEスプレッドもきちんと確保できて、当社としては良好な決算だったといえるのではないのでしょうか。

2023年3月期は原料高や円安の影響で運転資金が増加し、自己資本比率が低下しましたが、2024年3月期のバランスシートはいかがですか。

増収であったにもかかわらずおよそ8億円ほど在庫を減らすことができ、社債借入金も113億円から101億円まで減少しました。売上債権と棚卸資産を足したのから仕入債務を引いた運転資本も、146億円から133億円に減少しています。2023年3月期まで営業キャッシュフローが2期連続マイナスが続いたのですが、2024年3月期

は38億円と比較的大きなプラスになり、非常にバランスシートが良くなったと思います。

続いて中期経営計画に関してですが、「SHINE2024」の最終年度として目指すところ、重点的に取り組みたいことについてお聞かせください。

業績改善に伴い株価も上昇しPBRがかなり改善してきましたが、まだ0.7倍程度ですから、「SHINE2024」の最終年度としてはこの引き上げを経営課題として引き続き取り組む必要があります。

そのためには、変動要素が多く振れやすい市場環境にあっても着実に収益を上げるということ。そして、「アライドコーヒーローズ株式会社」(以下、ACR)の誕生による統合効果をいかに上げていくか。これを大きな財務方針に据えています。

さらに、課題として人的資本にも一層、目を向けることが肝要で、それについては、物価や金利がジワジワ上昇していく環境下、継続的に収益を上げながら待遇を良くしていく状況を作り出すことが大切だと思います。また女性の活躍も大きなテーマとして捉えています。



副社長  
中埜 晶夫

## 副社長メッセージ (財務方針)

### 浸透したROIC経営を継続し ROEのさらなる改善へ

「SHINE2024」の重点施策に「ROIC経営」を掲げていますが、現在の状況と今後の取り組みについてはいかがでしょうか。

社内の経営管理チーム(現：財務経理部)が奮闘し、組織別に算出したROICをカテゴリーマネージャー会議で月次に説明していきました。これによりROICが社内に浸透したことで、在庫の見直しと削減、運転資本の改善、そして営業キャッシュフローのプラスにつながったと思います。ACRの誕生により今後は製造業的な要素が一層強まるため、事業別にROICから使用した自己資本・他人資本の平均コストであるWACCを引いたROICスプレッドにも着目していくことが重要となります。



続いて株主還元についてですが、2023年3月期の期末配当から配当性向の目標を連結配当性向25%にするという方針の変更がありました。これも含め株主還元についての考えをお聞かせください。

2022年度までは単体の配当性向30%を設定していましたが、グループ事業の拡大を踏まえ2023年度からは実質的な収益力反映と平準化により調整したEPSに対する連結配当性向25%程度を目標としています。単体ベースから連結ベースにするということで、今後は石光商事グループ全体の力を見ていただきたいという思いです。配当性向の数字が減少したようにうつりますが、現に配当の実額自体は増えています。

株主の皆さまからは、配当性向25%は低いというご意見もあるかもしれませんが、経営の状況に応じてその都度、適切な配当を判断していきたいと考えます。もちろん株主の皆さまにとって配当は重要な投資のリターンですから、時価ベースのDOEと簿価ベースのDOEの双方について十分に目配りをし、安定配当を心がけていくつもりです。

次いで、2023年に東証からPBR1倍未満、ROE8%未達の上場企業に対する資本コストや株価を意識した経営に対する要請がありました。今後具体的にどのようなことに取り組んでいくお考えですか。

PBRがROEとPERに分解される中で、まず会社としてやるべきことはROEの維持向上です。ROEのRは利益の蓄積(Eの増加)に応じて増えていくので、それ以上にリターンが増えるように伸ばさな

いとけません。PERについては1株利益の何倍まで買われているかというものですから、基本的に市場が決めるものです。会社としてできることは、実績を示すとともに、当社グループの事業展開や成長性について得心を持っていただけるよう、良質なメッセージを投資家および潜在投資家に発信するということです。当社グループの取り組みに共感してもらえそうな人たちに、心をつつメッセージを届けていくことが必要だと思います。

### 骨太の成長プランを描き 挑戦し発信する力を!

次代を担う世代の育成、持続的な組織のためにどのようなことが必要とお考えですか。今後取り組まれることがあれば教えてください。

あと1年で「SHINE2024」が終了するので、次の「SHINE2027」をきっちり策定することが最優先となります。当社には社会、市場の動向を見据え、臨機応変に立ち回る術が身に付いていますが、「SHINE2027」では骨太の成長プランを打ち出した方がいいのではないかと思います。先に挙げた当社のPERが振るわない理由について、市場で当社の成長力の評価が低いことがあるかもしれないと観察しています。従来対応型ではなく、大きな変革に臨む意気込みを次期中期経営計画でメッセージに出せればという思いはありますね。それに伴い次代を担う人たちには、大局的に物事を考える力を養い、発信力を高め、世の中の流れの必然であるDXとも上手に並走する。そして、海外にもっと目を向け、海外の市場や人達と胸襟を開き良好なコミュニケーションを図りながら、目

的意識を持ってしたたかにも対応できる。そうした若手が育ってほしいと思います。

最後にステークホルダーの皆さまにもメッセージをお願いします。

企業として利益を追求することが重要であることは言うまでもありませんが、当社のような業態にあって、仕入先と販売先の中長期の信頼関係に裏打ちされた適正利益を常に意識する必要があります。急激な利益追求に偏することなく着実な成長を目指していくのが当社グループの信条であることを、ステークホルダーの皆さまにはご理解いただきながら安定した関係を結んでいきたいと思っています。

2024年、長期保有株主に対する優遇制度を設けたのも、互いに手を携え長期にお付き合いいただきたいという株主の皆さまへのメッセージです。そうした関係を結ぶにふさわしい企業として価値を認めていただき、さらに高めていけるよう、これからも自らを磨き続けていきたいと思っています。

#### 用語説明

- ▶ **ROE**  
自己資本利益率。株主が拠出した自己資本を用いて企業がどれだけの利益をあげたかを示す指標
- ▶ **ROIC**  
投下資本利益率。企業が調達した投下資本に対してどれだけ効率的に利益をあげたかを示す指標
- ▶ **WACC**  
株主資本コストと負債コストの加重平均
- ▶ **DOE**  
株式資本配当率。株主資本に対して企業がどのくらいの配当を行っているかを示す指標
- ▶ **EPS** 1株当たり純利益

## 2023年度の業績

売上総利益

8,182百万円

(前年比107.3%)

連結売上高

62,025百万円

(前年比105.2%)

総資産

36,682百万円



## コーヒー・飲料事業

売上高

22,890百万円

(売上構成比36.9%)

売上総利益

3,453百万円

昨年に引き続き、商品相場と為替の大きな変動に加え、国際情勢を背景とした供給不安が続く一年でしたが、販売価格への転嫁が進んだこと、付加価値のある商品の提案を優先したことで、計画値以上の実績を確保することができました。



## 海外事業

売上高

11,325百万円

(売上構成比18.3%)

売上総利益

1,162百万円

前期に比べて輸出の順調な伸び、海外子会社の事業拡大、英国の投資効果の表れなど大きく成長しました。一方、中国子会社の主力取扱品目であるコーヒー生豆の相場の影響、同国内の経済不況による消費不振により利益面では減少を余儀なくされました。



## 食品事業

売上高

27,809百万円

(売上構成比44.8%)

売上総利益

3,566百万円

コロナ禍が明けたことによる外食需要の回復、仕入れコスト高騰に伴う値上げの実施等により売上、利益とも目標達成し、更に、配送ロットの見直し、横持ち輸送の見直し等による経費の削減もあり順調な結果を残すことができました。



## 石光商事の新事業部体制

2024年4月より、当社は新たな組織編成となりました。事業部は3部から6部へ、階層は3層から2層へ変更し、組織をフラットにすることで意思決定を早くすること、責任と権限が大きくなったことを社員が意識し、与えられた権限の範囲内で仕事を楽しみ、自らの成長につなげてもらうことを目的としています。



### 全事業部 管掌

荒川 正臣  
取締役

### ステークホルダーの皆さまから必要とされる企業になるために

当社グループの強みを活かした食に関する商品やサービスを提供する事業に加えて、社会課題の解決にもつながる事業活動を当社が主体となり、生産者や仕入業者の皆さま、お客様と一緒に取り組めます。当社では各事業の専門性を高め、その事業に特化した営業戦略を進めてきましたが、新組織の体系を活かし、各事業やグループ間の横の連携を強めることで、それぞれが有する商品開発力や提案力、供給網や販路、バックオフィスのノウハウなど、様々なリソースを活用し、シナジーを高め、食のポテンシャルを追求します。「世界の食の力」で「幸せの連鎖を起こす」ことができる事業部組織を目指します。

※新たな組織編成については、P7の組織図を参照ください。



### コーヒー・茶類事業部

田原 鈴代  
部長



### 海外事業部

金光 翼  
経営役  
部長



### 農産事業部

金井 泰秀  
部長



### 食品商品部

古原 彰男  
部長



### 食品営業部

土田 芳久  
経営役  
食品事業推進担当兼部長



### 食品サポート部

安場 育子  
部長

## 新体制事業部コメント

## ☕ コーヒー・茶類事業部

### 概要

コーヒー生豆と紅茶・烏龍茶などの茶類原料を世界の生産国から買い付け、国内外に販売しています。生産国のエリアに対し、それぞれ担当を設置し、そのエリア担当がメインとなり商品開発を行ったものを中心に販促を行っています。

### 戦略

「生産者から消費者までの幸せを作り続ける事業部」として進めます。今まで各生産国のエリア担当を中心に実施してきた「風味」「品質」に価値をおいた商品開発に加えて、今後は新たな価値である「GHG削減対策」や「社会的価値」のある商品の開発、顧客への販売を強化します。GHG削減対策商品においては、エリア担当とサプライヤーとの関係性を活かし、コーヒー豆の主要生産国であるブラジルやコロンビア、紅茶の主要生産国であるインドやスリランカで緑肥などを使ったGHG削減商品開発を進め、社会的価値のある商品においてはサプライヤーと協議しながら産地に合わせた商品を開発していきます。また、お得意先様も巻き込みながらの新たな商品開発も実施していく予定です。

人材育成においては、単独プロフェッショナル体制からの脱却、後任育成を目指して進めていきます。



## 🚢 海外事業部

### 概要

石光商事は世界各国へ日本食を輸出、子会社である石光商貿(上海)・THAI ISHIMITSU(タイ)はコーヒー及び食品の販売、A.Tosh Ishimitsu Beverages India(インド)は紅茶製品の製造と世界各国への輸出をしています。新たに出資したAtariya Ishimitsu United Kingdom(英国)はサーモンやマグロなど鮮魚の加工販売、日本食の小売事業を行っています。

### 戦略

日本食のマーケットは世界規模で着実に伸びており、一過性のブームではありません。また、中国やタイではコーヒーの消費が急拡大しています。このような外部環境を大きな機会とらえ、積極的に事業拡大を目指します。特に欧州と北米は購買力が高く、中華圏に次ぐ日本食の大きなマーケットであり、2024年度の最重要ターゲットとして強化していきます。

中国やタイではコーヒーを中心にドリンク原料の取扱いを上げ、ピバレッジ業界における確固たるポジションの確立を目指します。インドでは紅茶の産地に隣接したアドバンテージを活かし、日本の技術と豊富な原料の優位性を発揮し、日本のみならず世界各国に向けて紅茶製品の販売を広げます。



## 🍎 農産事業部

### 概要

国内外で生産された農産物の仕入れから販売までを行います。各アイテムの専門性を追求する体制を整えることにより、販売アイテム毎のシェアを広げています。玉葱、蓮根、筍等の農産物は既に販売トップシェアに位置しています。取扱商品においては、全て業界NO.1を目指します。

### 戦略

パーパスを「世界中のココロとオナカを満たす」とし、食糧の安定供給と社会問題解決を両立して実施していきます。

営業戦略としては、担当者1名に対し複数アイテムの販売を極力避け、販売アイテムを絞り込むことにより専門性を追求したプロフェッショナルを育成します。ステークホルダーに選ばれる組織構築、人材育成を実施します。新規得意先開拓を最重要視し、3年間で50件の新規得意先獲得を予定しています。

社会課題解決のために、昨年までに、玉葱の契約圃場で障がい者雇用を実施、廃棄物削減のために食用箇所を拡げた商品の開発、売上の一部を子供食堂に寄付する商品の販売を実施してきましたが、2024年度はそれらに加え、廃棄物を肥料化した循環型農産物の開発も実施していく予定です。

海外の農産物は中国からの輸入が多く、地政学リスクを踏まえ、中国以外での農産物開発も加速させていきます。



## 新体制事業部コメント

## 食品商品部

概要

主な機能としては商品調達と開発で、2024年度より新設されました。海外・国内のサプライヤーから円滑に商品調達を進め、お客様に販売します。また、専門的知識を駆使し営業部と連携しながら商品と市場の開発を進めます。

戦略

新たなビジネスの提供主体としての役割を意識し、商品開発の強みを核とした提案により顧客満足度の更なる向上を目指しチャレンジしていきます。まずは社会課題解決を常に意識し、現場の声に耳を傾け、俊敏性を持って対応できる仕組みの構築が急務と考えます。

これまででは中食・外食を中心に販売を展開してきましたが、今後は高齢者施設向け商品開発を含む新たな市場開発も視野に入れ進めると共に、GHG削減をどのように達成するかを含め事業部のメンバーに対してはパーパスを明確に伝え率先して行動できる環境を整えていきます。配送効率向上に繋がるロットの取り纏め、包装資材の削減、フードロス対策、在庫削減によるROICの改善等、具体的な目標達成を含め取り組んでいきます。

## 食品営業部

概要

札幌～福岡の5拠点で全国を面でカバーした地域密着型営業でお客様のニーズに素早く対応、お客様のニーズに即した商品をタイムリーにご提案・ご提供します。

戦略

全国を面でカバーした地域密着型営業でお客様のニーズを素早く収集、商品軸で全国展開する食品商品部との情報共有を密にし、お客様のニーズに即した商品をタイムリーにご提案・ご提供します。人手不足対応商品、フードロス削減対策商品、石油由来包材削減商品、お年寄りでも美味しく食べられる商品等の社会課題解決型商品の開発～販売も積極的に推進します。また配送ロットの継続的な改善、適性拠点での在庫等により物流問題への対応とGHG削減に寄与していきます。

## 食品サポート部

戦略

営業活動のサポート機能と受発注業務の担当組織を統合したことにより、業務の一層の効率化と営業推進サポート機能の強化を図ります。

受発注業務の自動化や物流の最適化を進めることにより、事業の収益改善・GHG削減に貢献することを目標としています。営業支援を成果に繋げることで、社内エンゲージメントの向上を目指します。

## 商品紹介

### ひとくちフライドチキン ～調理加熱時間短縮～

鶏もも肉を使用した一口サイズのフライドチキンです。日本国内のマーケットでは、現在、大判の肉を使用したフライドチキンが主流で、実は一口サイズは意外と少ないのです。形状を小型にすることで衣の食感と風味は大判のフライドチキンとはひと味違い、食べ応えがあります。

お子さんからご年配の方まで幅広い年代の方に楽しんで召し上がって頂ける商品です。



## 開発の背景

お客様との商談の際に現場での様々な課題をお伺いする機会がありました。厨房での人手不足、植物油の高騰、円安によるコストUPと、お客様も厳しい状況が続いており、この課題を解決できるような商品を提案して欲しいとのご要望を頂きました。その課題を解決すべく様々な試作を実施し、漸くお客様よりご納得頂いた商品です。消費者の方にも、ご満足頂ける商品に仕上げる為には、味、食感、見た目が重要であり何回も試作を繰り返しました。

通常、1kgの冷凍唐揚げを再加熱の際に油調した場合、中心温度域までの加熱は約4分～5分の時間を要しますが、本商品を1kg再加熱する際に要する時間は約2分となります。**加熱時間の軽減は、調理に使用する油の劣化防止と作業軽減につながり、結果的に、お客様のコスト削減にも貢献することができました。**

## 開発への思い

全ての課題を解決することは難しいですが、私たちでも出来ることが必ずあるという強い信念のもと、開発に着手しました。

衣に使用する原材料の配合調整を行い加熱効率を向上、原料カットの際に余分な端材が出ないように歩留り効率を最大限に引き出す製法等、可能な限りの課題を解決すべく開発した結果、お客様にご納得頂き採用された際は、嬉しくて飛び跳ねて喜びました。今後もこのような商品を増やしていきます。

## グループ会社

## アライドコーヒーロースターズ株式会社

2024年10月1日(コーヒーの日)に新会社「アライドコーヒーロースターズ株式会社(ACR)」がスタートします

## 「改革と挑戦」



ALLIED COFFEE  
ROASTER

東京アライドコーヒーロースターズ株式会社  
(TACR)

缶飲料・エキス・香料などの  
2次加工用原料に強み

1972年9月13日設立  
消費者ニーズに応えるべく、当時最新  
の焙煎機を導入し、工業用マーケット  
中心に販売を展開

TACR

KACR

SI

ACR

アライドコーヒーロースターズ株式会社



関西アライドコーヒーロースターズ株式会社  
(KACR)

家庭用・業務用の小袋包装・  
コーヒーバッグ製品に強み

1973年11月15日設立  
業務用・家庭用マーケット中心に  
高速包装機の導入で、一杯用コーヒー  
製品を主力に販売を展開

TACRとKACRの「技術」と「顧客」、SI(石光商事)の「リソース」をACRに集約し、新工場から世界に向けてコア  
コンピタンス「環境に配慮した焙煎技術」を発信し、「2050年問題」を克服します。  
また、業界シェアを高めてドメイン(生存領域)を獲得し、従業員の「エンゲージメント向上」を図ります。

## グループ会社

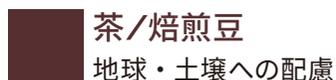
## / ログマークの刷新



## ロゴに込めた想い

事業を通じて、人、環境、社会に配慮する企業姿勢にフォーカスしました。アライドコーヒーロースターズに関わるすべての方々（お客様、パートナー、消費者、社員）とともに栄え、豊かな社会と環境に包まれていく様子をコーヒー豆を用いて表現しました。また、常により良い商品とサービスを創造し、挑戦心を忘れず提供し続けるという内に秘めた熱意と職人魂も表現しています。

## / ブランドカラー



コーヒーの実、コーヒー生豆、焙煎豆 を表現した3色のカラーに、「人」「環境」「社会」の意味を付加することで  
**人が豊かな環境・社会に包まれている様子**を表現。

## 統合におけるロゴマーク作成に込めた目的

ブランドイメージを統一

## 一貫刷新

アライドコーヒーロースターズ（以下、アライド）の  
DNAを抽出し、アライドらしさを表現  
未来のアライドを見える化

社内に浸透させて、外へ発信する

## 深化と認知

B2B2Cの真髄を深化させ  
社内のプレをなくすために明確化  
そして「アライド」認知拡張へ

長期的な顧客・関係性の構築

## ファン(アライド同盟)拡張

東西合併に伴い生産拠点増による  
生産能力・対応力の拡大によって  
より長期的かつ広範囲な  
ロイヤルティ顧客・パートナーの拡張

## グループ会社

## コーヒーが持つ様々な価値を創造し続ける企業のトップを目指します



代表取締役社長  
小野 智昭

今回の統合により、東京・関西アライドコーヒーロースターズはもちろんのこと、石光商事としても大きな変化となり、グループ会社のなかで大きな影響力を持つ存在となります。当社はコーヒーの専門企業として、常に新たな価値や可能性を追求するために研究やマーケティングに力を入れていきます。“ひとつのアライド”となることで今まで以上の力を発揮し、「コーヒーのことならまずアライドに相談しよう」と、お客様がコーヒーのことを思い浮かべる際にまずは当社へ相談していただけるような存在を目指します。ビジョンの実現はこの目標達成にとっても不可欠な条件であると考えています。

2020年、私がTACRの社長に着任した当初はまだ「親会社の社員が社長になった」という雰囲気と距離があったことを覚えています。しかし、当時から変わらずグループシナジーの重要性を伝え、コロナ禍という困難な状況下でも可能な限りコミュニケーションの場をつくる努力をしました。その結果、徐々に社員の皆が同じ方向を向いてくれるようになりました。現在、統合に向けて意欲的に協力してくれている社員たちへの感謝の気持ちを持ちつつ、代表として社員へもお返しができるよう取り組んでいく所存です。

当社はコーヒーの価値を追求するために、YDCB、コーヒーオイル、フックタイプのコーヒーなど、新たなコーヒーの形を模索したり、より成分を引き出せる方法や健康への貢献につながる研究も積み重ねています。コーヒーの形態自体を変えることは難しいですが、過去の形にとらわれず、常識を変えるような新たな価値を創造するために取り組んでいきます。コーヒーを愛する私たちだからこそできることを探索し続け、一杯のコーヒーを通じて、世界に幸せをお届けする企業になります。

## 世界に通用する「食品安全モデル工場」を拠点に、「環境配慮型シーズ」による付加価値の創造を訴求していきます

## 商品戦略

## グローバル要求事項

- 食品安全強化による品質訴求

## 新シーズによる差別化

- サークュラーエコノミー（グリーン焙煎）による環境配慮型スキームの訴求

## 価格戦略

## 生産性向上

- 規模拡大によるコストメリット訴求

## 価格優位性

- 新シーズのバイオニアとして価格の主導権を掌握

## 流通戦略

## 生産拠点の拡大

- 輸送コストと輸送GHG削減
- 物流2024年問題への対策

## 生産拠点の最適運用

- 効率的なSCM体制
- BCP対策

## 販売戦略

## 付加価値の創造

- コーヒー飲料メーカー協業（サーキュラーエコノミー）による、製造・廃棄両面のCO<sub>2</sub>削減

## 新商材の拡販

- 「燃料ペレット」ユーザーの新規開拓

## アライドコーヒーロースターズのビジョン



地域社会から必要とされる・選ばれる企業



人と自然にやさしいコーヒー業界有数の生産数を誇る企業



従業員がやりがいと誇りをもって業務に取り組める企業

## TOPICS 当社社員が数々のロースティングコンテストで受賞をしています！



東京アライドコーヒーロースターズ(株) 焙煎士 小出 秀介

- IIAC\* ICT 第12回国際カフェイスタリング競技会2020 金賞受賞
- SCAJローストマスターズ チーム チャレンジ (RMTC) 2022 優勝

\*国際カフェイスタリング協会

## グループ会社

### 外部環境とACR

世界のコーヒー消費量は、1980年の約500万トンから、2020年には約1,000万トンへと、40年間で2倍に拡大し、今日では世界で愛される飲み物となっています。日本は世界第4位のコーヒー消費大国です。コロナ禍における外出自粛の影響で、喫茶店やカフェなどの業務用の消費が減少した半面、在宅勤務が増えたことで、家庭用コーヒーの需要が拡大し、若年層からお年寄り、簡便派からこだわり派など、コーヒー文化が幅広い層に定着しつつあります。

ターゲット層に合った商品やアレンジレシピの開発が進んでいるなかで、近年では、商品選びを通じて、消費者が環境保全に寄与できるエコフレンドリー商品、持続可能な認証ブランドやラベル付きサステナブルコーヒーに関心が高まっています。

日本では、アラビカ種のレギュラーコーヒーがよく好まれ、当社が取り扱うコーヒーもそれらが多くを占めています。主要な生産国から良質なコーヒー豆を厳選し、焙煎・ブレンド・粉碎・包装を行うことで、様々な形でお客様のご要望に合わせて提供しています。また、グループとして、買付けの安定を図るため、現地へ赴き実情を見るなどして最新の情報を入手し、しっかりと市況見通しを持って調達しています。

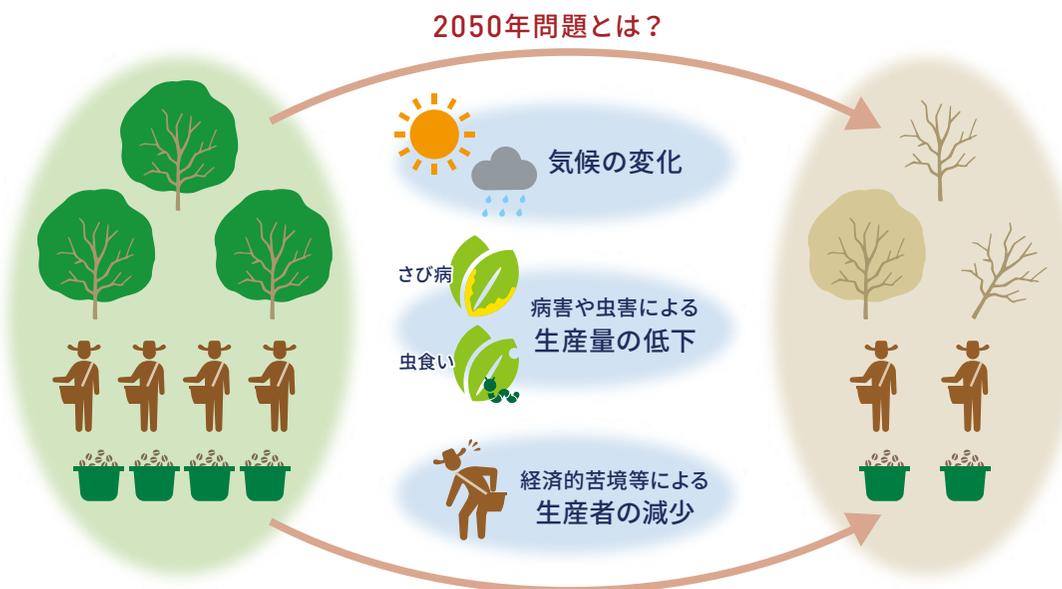
今後はやはり、2050年問題にどう対応していくかが最大の課題です。現在進めているグリーン焙煎などの環境対策はもちろんのこと、当社はコーヒーに特化した会社であり、強みである研究・分析・焙煎などの技術力の高さから、価格だけではなく新たな価値を創造していきます。

統合により東西に焙煎工場があることでBCP対策にもなりますが、それだけではなく、川上から担うことのできる当社グループとして、安定供給を第一に、産地やお客様と協力して問題解決を図ります。

### 2050年問題

コーヒー消費量は増加している一方で、気候変動や生産者の貧困による離農によって、コーヒー豆生産量は低下の一途をたどっています。世界のコーヒー豆生産量の約60%を占めるアラビカ種は、「雨季」と「乾季」がはっきりしている高地が適した栽培地とされていますが、地球温暖化が進むと、雨季と乾季の差が曖昧となり、2050年までに栽培に適した地域が半減すると言われています。

国際調査機関「ワールド・コーヒー・リサーチ」の発表によると、地球温暖化による気候変動（気温・湿度の上昇）の影響により、さび病や干ばつが頻発、これまでコーヒー豆栽培に適していた地域で、コーヒー豆が育たなくなってしまうとされています。また、アラビカ種は、手作業中心の小規模農家が多く、慢性的なコーヒー豆相場の乱高下による収益の悪化などが原因で、離農する人も増えています。



コーヒー豆の調達が困難になることで、大量焙煎型ビジネスの衰退が考えられ、価格至上主義から持続可能性へ意識の転換が急務であると考えます。

## グループ会社

### 世界初！ コーヒーグラウンズを燃料として焙煎を行う「循環型グリーン焙煎」への取り組み

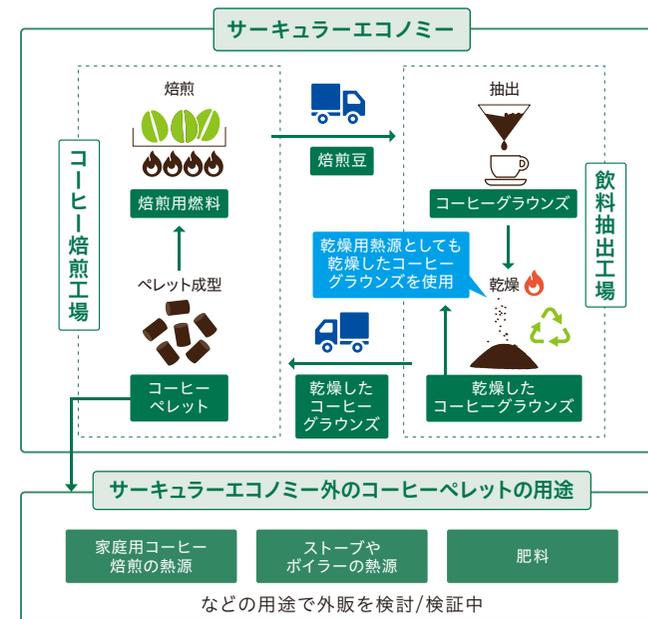
コーヒーの抽出時に出る残渣(以下、コーヒーグラウンズ)を小球状の固形燃料(以下、ペレット)に加工し、このペレットを燃料としてコーヒー焙煎をすることで都市ガスや化石燃料の代替が可能となります。また、グリーン焙煎によりコーヒーグラウンズの廃棄量を削減し、CO2排出量の削減をはかります。 ※詳細はP44をご参照ください。

#### 3つの機器を開発

- ① コーヒーグラウンズを乾燥させる乾燥機
- ② ペレットに加工するペレット成型機
- ③ ペレットを燃料としたグリーン焙煎機

#### 環境省「地域共創・セクター横断型カーボンニュートラル技術開発・実証事業」へのチャレンジ

機械メーカーなどの中小企業8社と小型機を使った実証実験



#### 背景1 (研究開発)

- 2018年、大手外食企業から「食品ロス削減が早急な課題である」と伺い、KACRがコーヒーで貢献できることを探索開始。
- 近畿大学とKACR及びSIがタイアップし、およそ1年間に亘ってコーヒーグラウンズをアップサイクルした「バイオコークス」を共同開発した。
- 既存設備による焙煎が可能であるため、イニシャルコストが掛からず短期間でリリースに至った。

#### 背景2 (リリースと課題)

- 2019年、この「バイオコークス」をエコプロ展にてお披露目し、大手飲料メーカーを中心に関心を集めることができた。
- 大手飲料メーカーでは大量のコーヒーグラウンズを産業廃棄物として処理しており、廃棄量削減やカーボンニュートラルへの関心は非常に高い。
- しかし、アップサイクルの処理能力(処理量)とコストには課題があり、スケールアップ(コマーシャルレベル化)への更なる研究開発が必要となる。

#### 背景3 (スキーム確立とテストプラント化)

- 研究開発を経て、「バイオコークス」に代わる形態として「ペレット」に至った。
- コーヒーグラウンズの乾燥はバイオマスガスを使用、「ペレット」を熱源とする熱風焙煎機を開発、これらを使用し、一連のスキームとすることで、KACRは「カーボンニュートラル焙煎」、大手飲料メーカーは「産業廃棄物の大幅削減」のサーキュラーエコノミーが実現可能となった。
- 「グリーン焙煎」スキームとして、環境省「ボトムアップ型分野別技術開発・実証枠」に採択。2023年、TACRへテストプラント「焙煎機30kg釜」を設置し、スケールアップ化への検証開始。

## ACRは環境対策に力を入れています



- ▶ 工場で使用する電気を全て再生可能エネルギーに
- ▶ 焙煎で使用する燃料はカーボンニュートラルガスを使用
- ▶ コーポレートサイトでのサステナブル・SDGsの情報発信

## グループ会社

## 株主優待品の開発【つなぐ・結ぶ】 東京アライドコーヒーロースターズ株式会社と関西アライドコーヒーロースターズ株式会社の技術を結集し、「一杯のコーヒーを通じ世界に向けて幸せをお届けする」という私たちの想いを形にしました。

### 商品説明

産地から海を越え、多くの方がボタンを繋いで食卓へ、コーヒーで結ぶ1杯の幸せを届けたいという想いを込めて作ったドリップタイプのコーヒーです。パッケージデザインには「つながり」を表現するために糸を使った刺繍加工を施しています。コーヒーは人権問題に取り組む「ダイバースコーヒー（P46）」を使用、焙煎にはGHG排出の削減を可能とするグリーン焙煎（P23、P44）を採用しています。今できる事、未来につながる取り組みを形にした商品になります。



### 開発の背景

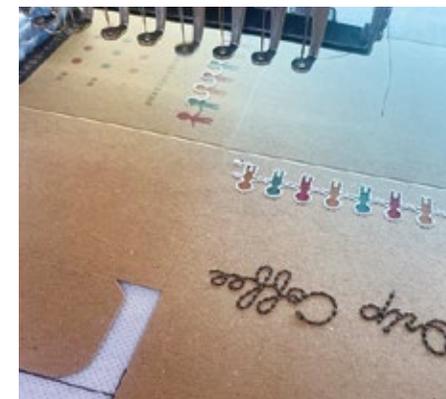
東京アライドコーヒーロースターズ株式会社と関西アライドコーヒーロースターズ株式会社の合併を見据えて、石光商事グループとして設備・技術・個性をつなげて一つの商品を作るという目的で商品開発を行いました。焙煎は東京アライドコーヒーロースターズで行い、焙煎した豆を関西アライドコーヒーロースターズに運び、粉碎と包装を行っています。味づくりは石光商事の検査開発チームと東京アライドコーヒーロースターズの開発チームで協力して作り上げました。



### 開発への思い

この商品コンセプトである「つながり」をどのように表現するかを考えて、今回はパッケージデザインに刺繍加工を施しています。刺繍の技術は帽子や服などにワッペンを縫い付けるといった形で既に日本国内で普及している技術ではありますが、今回は石光商事グループの商品で初めて紙に刺繍加工を施すという事に挑戦しています。

もちろん糸なので、たまにほつれる事もありますが、それは現代社会も同じかもしれません。それでも多様な個性を持つ私たちが手を取り合い、支え合い、繋がりを続ける事で、未来に向けて一歩ずつ進んでいくという想いをデザインに込めて作りました。糸が持つ風合いや温かさを感じながらコーヒーをおいしく楽しんで頂けると嬉しいです。



## グループ会社

## ユーエスフーズ株式会社

## 生産者から消費者までのサステナブルな笑顔を作る



## 当社の強み

自家焙煎店での勤務経験がある社員や自身でお店を経営していた社員が多く在籍しており、お店の“困った”やお客様のニーズを深く理解できることが当社の強みだと考えています。このような強みを活かし、お客様のお店のコンセプトに合わせて、ブレンド内容や焙煎度の提案をしたり、新規オープンのお店の場合は商品ラインナップと一緒に考案することもあります。

当社のWebサイトの商品ページでは、お客様が使いやすい形を第一に考えています。例えば、焙煎度別に4段階のカップコメントを掲載しており、お客様それぞれの好みイメージしやすいように工夫しています。当社にはQアラビカグレーダーが2名在籍していますが、カップコメントに関しては、専門的な言葉を避けて、最終消費者の方が理解しやすい言葉を選んでいるのも特徴の一つです。

## 事業概要

石光商事をはじめとする輸入会社からコーヒー生豆を仕入れ、自家焙煎店が使いやすい量に小分けして販売しています。また、抽出器やペーパーフィルターなどのコーヒー器具も取り扱っており、お客様が必要なものを当社だけで揃えることができます。

石光商事が販売している60kgの麻袋では、1カ国分の豆でも量が多いため使い切ることが難しいお店が多く、当社は、さまざまな国の良質なコーヒーをたくさんの方々へお届けするために存在しています。北海道から沖縄まで、4,000軒以上のコーヒーのプロフェッショナルにコーヒー生豆をお届けしています。

## 外部環境

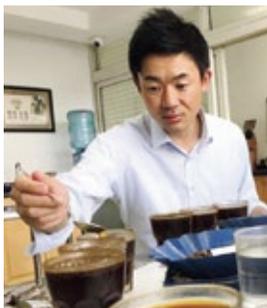
コンビニエンスストアで提供されるカウンターコーヒーがきっかけのひとつとなり、数年前からスペシャルティコーヒーの認知度が徐々に高まっています。特にコロナ禍により、自宅時間が増え、個人で高品質なコーヒーを淹れる方が増えたり、自家焙煎店を開業する方も増えました。市場において、コーヒーのスタンダードが高品質なものになってきていることを感じており、当社の売上もコロナ禍で増加しました。

しかしながら、2023年以降はコロナ関連の助成金の返済等を理由に、お店を閉じる選択をする方も増えてきました。その影響もあり、当社の業績は少し緩やかな成長となってきてはいるものの、現在も毎月約90件ほど、新規取引のお問い合わせをいただいています。既存のお客様が新たなお客様の輪をつないでくださることもあります。

昨今のコーヒー相場や為替の影響により、価格改定が必要になる可能性もありますが、お客様に安定して確実に品質の良い商品をお届けするために、産地の状況も含めてコーヒーの価値を伝え、それらをつないでいく責任が私たちにはあると考えてます。



## グループ会社



ユーエスフーズ  
代表取締役社長  
杉本 幸広

J.C.Q.A コーヒー  
インストラクター講師

## 戦略

## お客様の“困った”にいち早く気付くことのできる存在を目指す

当社は数年前から、あらゆるところでのシステム化を進めました。そのおかげで効率的になった一方で、距離を感じているお客様もいるのではないかと感じています。当社の良さは、創業より変わらず、“温度感があるところ”や“共感できるところ”であり、改めてそこに立ち返る必要があると感じています。2024年度のスローガン(合言葉)は、お客様に「やっぱりユーエスフーズから買いたい」と言っていただけるようになることです。当社グループの強みである安定した品質管理は当然のことですが、お客様の視点に立ち、“困った”を一緒に解決していき、信頼をしていただけるように日々対応していきます。

先述のとおり、実績の伸びが緩やかになってきており、今後は自分たちで能動的に結果をつくっていかないといけないと強く感じています。今までは人手不足もあり、お客様からお問い合わせいただいたことに対する動きが中心となっていました。その状態でもお客様のおかげで選んでいただいていた。今後は積極的に動くことでさらなる成長を目指します。自動充填機を導入したことにより、出荷数量が現在より倍増しても出荷対応が可能な状態になりました。

また、この先の2050年を見据えて、今できることから始めます。まずは働きやすい職場環境づくりのために事務所の内装リフォームを実施しました。当社はパートの方を含め女性社員の割合が高く、リフォームの際も女性社員の意見を取り入れました(女性トイレ内に専用ボックス設置など)。性別に関係なく、全ての社員が働きやすい職場環境づくりを実現するために取り組んでいます。そして、職場環境に加え、社員の成長も重要視しており、前向きに勉強したいという社員の想いに対しては全面的にサポートできる体制になっています。コーヒーのプロフェッショナルであるお客様へコーヒーを売る立場として、私たちがさらなるプロフェッショナルであるために、勉強会はもとより、社員が産地へ赴き、産地の実情を自身の目で見て耳で聴く機会も増やしています。

## 社員の家族とのつながり

当社は、子どもが憧れる会社や大人でありたい、という想いのもと、社員の家族とのつながりも大切にしています。忘年会などは社員のお子さんも含めて実施したり、社員のお子さんも参加できる「英語を学ぼうの会」を開いたりしています。また、コーヒーの焙煎体験や淹れ方講座も行っており、実際に体験したお子さんのなかには、それ以来コーヒーに夢中になり、毎日お母さんのためにコーヒーを淹れるようになった子もいます。

「実務においても、子どもに説明できないことはしない」という考えは、社員全員が認識していて、皆、同じ気持ちで仕事をしています。



## グループ会社

## 『えがお for ザ プラネット』 ～コーヒーがっつなく素敵な出会いを、次の世代に～

2021年より推進しているプロジェクトで、生産国の課題をビジネスをとおして解決することを目指しています。

コーヒーの仕事を通じて、いろいろな国の人々との交流や多くの素敵な出会いがありました。その経験から、コーヒーという共通言語を無くしたくない、この素敵なつながりを次の世代に残していきたい、という強い想いが生まれました。それが、『コーヒーがっつなく素敵な出会いを、次の世代に』というスローガンができたきっかけです。社内外にかかわらず、ステークホルダー全体に向けて、「次の世代に残していきたい」というメッセージを日々伝えています。

当社の事務所は東京都足立区にあります。卸売業ということで、地域の方々に当社を知ってもらえる機会はこれまであまりありませんでした。しかし、コーヒーの課題解決を目指し、まずは地場で仲間をつくるために、当社を知ってもらう機会をつくろうと動き始めました。足立区のイベントや、修学旅行生の見学受入れ、2024年度は地域の中学校の職場体験も受け入れることにしています。すでに実施したイベント『アヤセぐるぐる博』では、同区内のコーヒー関連企業と協力し、地域の方々にコーヒーそのものを知ってもらうために【COFFEE TOWN ADACHI】を企画しました。（\*足立区は2022年に内閣府より、SDGs未来都市と自治体SDGsモデル事業のダブル選定を受けています。）自治体の働きかけもあり、足立区内のつながりが広がっていることを実感しています。実際に、当社を知ってもらえたことで、地域貢献や親子の居場所作りを行う団体から、2024年8月に主催される子どもマルシェへの参加のお誘いを受けました。子どもマルシェでは、コーヒーの生豆が入っている麻袋でコースターをつくらったり、ドリップコーヒーバッグの包装デザインを子どもたちに考えてもらい、その商品を実際に販売してもらうことなどを考えています。このように、2021年より地道に続けてきたことが、少しずつ成果を上げていると感じています。



コーヒーがかかえる課題をご存じの方は多いものの、何をしたら良いのかわからない方も多い印象です。私たちの活動を見て、こういうことをしたら良いのかと気付きを与えることができたら嬉しいです。最初は私たちの活動をそのまま真似ていただき、そこで共感してもらえたら、そして、仲間が増えたらさらに嬉しいです。産地の課題解決に関しては、石光商事のエリア担当（コーヒー生豆の輸入担当）と一緒に取り組んでいます。すべての最終目標は、コーヒーで生まれるつながりを次の世代につないでいくことです。最近ではコーヒーを飲む若い人が減っているというデータもあり、未来の消費者を増やす必要性も強く感じています。そのため、特に子どもに対する活動は積極的に取り組んでいますが、産地の課題解決と一緒に進めてくれる仲間はまだまだ足りません。お客様や地域の方々をとおして、そのつながりを深くしていきたいです。



## VOICE

## 従業員インタビュー

岡崎 有里子



当社の良いところは、地域や人とのつながりを大事にしているところです。若い人でも、早いタイミングでいろいろなことにチャレンジさせてもらえるところも魅力です。目の利益だけでなく、将来のために何ができるかを皆意識しています。積極的に意見を出すことができ、トライアンドエラーで何ごとよりも良い形を全員で探求する環境のため、たくさんのチャンスももらえます。今期はタイに行かせてもらい、産地を見に行きました。実際に見聞きするとやはり理解は深くなり、今まで以上に産地のために何ができるか考えるようになりました。タイには当社グループのタイ石光もあり、滞在中はDearさん中心に、皆さんにフォローしてもらい、グループの心強さを感じました。私は『えがお担当』（ユーエスフーズのSDGs担当。子どもにもわかりやすい名前になっています。）として、国内のグループ会社で進めているサステナビリティ委員会に参加しています。同世代の社員を通して少しずつ関係性ができつつありますが、まだまだつながりを深められる余地があり、今後のグループの力の可能性も感じています。

## グループ会社

## 石光商貿(上海)有限公司

## 『品質の石光』を基本方針に、コーヒー生豆の販売を深耕する



## 中国市場(外部環境)

近年、中国国内のコーヒー産業は急速に発展しています。特に、スマートフォンのアプリを使用して注文し、配達または店舗で受け取るという新しい提供スタイルのコーヒーチェーン店の影響力は非常に強く、店舗数も急速に増加しています。ブラジル産のコーヒーは依然として人気が高いですが、最近ではエチオピアなどアフリカ原産のコーヒーの人気も高まり、コーヒー生豆の販売競争が激化しています。このような中で、当社が直面している最大の課題は、他社とどのように差別化していくかです。価格競争に巻き込まれないように、当社グループの高い品質管理レベルやコーヒーの付加価値を積極的に伝えています。

中国市場は日本とは異なり、お客様が安定しないという特徴があります。その時々が良い条件の取引先を選ぶ考えが主流です。しかしそれと同時に、新規開拓もしやすい環境があります。新たなお客様を獲得しながら、選んでくれたお客様にこの先も選び続けてもらえるように、単に商品を売るだけにならない対応が必要となります。

## 事業概要

中華人民共和国にて、コーヒー原料を中心とした、飲料及び食品の輸入販売を行っています。コーヒー生豆の販売がメイン事業であり、全体の売上の95%以上を占めています。石光商事をとおして、世界各国の生豆を輸入し、中国国内の焙煎工場や自家焙煎店に販売しています。一部、中国の雲南省でつくられているコーヒーを国内の業者から仕入れ、販売もしています。また、コーヒー器具も取り扱っており、Kalita製品の中国における代理店の立場でもあります。さらに、食品に関しては、お酒や果汁などを日本から輸入し販売している他、中国国内の工場で製造された石光商事の商品(冷凍食品など)をタイやベトナムへ輸出しています。



## 戦略

当社の売上実績は年々上昇していますが、コーヒー相場の高騰や為替の影響により、競争はますます激化しています。この競争に打ち勝つためには、当社の原点である『品質の石光』に立ち返る必要があると考えています。

まずは得意な分野を集中的に攻めていきます。現在の石光商貿として、最も注力する事業はコーヒーです。新規開拓に関しては、積極的に展示会に出展し、外部の方々も含めたカップping会の開催や、Wechatを活用した自社のPR、産地や商品の情報発信などを通じて、まずは当社を知っていただく機会を創出しています。お客様同士の結びつきも多くあり、つながりの重要性を日々感じています。

『品質の石光』については、原料の品質だけでなく、ステークホルダーも含め、倉庫や物流、アフターサービス、社員(人)など、総合的な質の高さを示していきます。特に「社員(人)」に関して、当社は教育に力を入れており、営業部門に所属している8名は全員がQアラビカグレーダーの資格を取得しています。多くの社員は入社後に会社のサポートを受けて資格を取得しています。日々の学びも重要であり、毎日カップpingを行い、コーヒーの勉強が習慣となっています。



## グループ会社



総経理  
尚 偉清

## “つながり”を活かし、グループ全体で食の幸せに貢献する

当社では、毎月さまざまなテーマで勉強会を実施しています。コーヒーや商材の勉強だけでなく、日本語や英語の勉強会なども行い、各社員が得意な分野を他のメンバーに教える形式を取っています。生徒役としても、先生役としても、全員が経験を積むことで、人への伝え方を学び、コミュニケーションの向上にも取り組んでいます。

現在、正社員は19名おり、年々その数は増えています。若い人たちも入社してくれたことで、活気ある職場になりました。グループ間のつながりとして、以前はあまり当社の社員が産地に行く機会はありませんでしたが、2024年度からは石光商事のエリア担当（コーヒー生豆の輸入担当）とともに産地へ赴き、エリア担当の経験や知識を教えてもらうことで当社社員の専門性を高め、産地の実情を体感することで、営業などに活かしてほしいと考えています。

また、『品質の石光』としてのつながりや、石光商事の農産事業部や食品事業全体とのつながり、タイ石光とのつながりなど、グループ全体の強みを活かした取り組みが増えており、グループ全体で人々の食の幸せに貢献できるように動いている実感があります。



## VOICE

## 従業員インタビュー

### 孔 珊珊（勤続8年）

会社は雰囲気良く、会社全体に強い結束力があり、困難に遭遇すると団結して対応していきます。石光商事と比べるとまだ規模は小さいですが、管理プロセスが簡潔で、スピーディに対応できる場所も強みだと感じます。

また、研修制度が素晴らしく、会社全体のフォローのもと、若い人も多くの学習機会があり、福利厚生に関しても手厚いので満足度が高いです。



### 石 東学（勤続5年）

中国では他社に類を見ない石光商事の117年の歴史と経験、そして実力に富んでいるところが当社の販売にも自信を与えてくれます。当社社員は会社が好きで人が多く、調和性が高いです。

商材の知識はもちろんのこと、私たちの将来にとって必要なスキルを学ぶ機会をもらえ、持続可能性を考えた学習環境があると感じています。私は福利厚生も大事だと感じますが、そういった面も含め、当社に来てよかったと日々感じています。



### 周 長炫（勤続1年）

まだ入社したばかりの立場から見ても、社員間の関係性がとてもよく、積極的にコミュニケーションを取ったり、協力したりと会社全体の雰囲気が私は好きです。また、コーヒー関連の資格であるQグレーダーの取得や、社内の日本語語学研修など、社員のトレーニングを最大限にサポートしてくれます。

コーヒー業界では、石光商事が100年を超える長い歴史を持ち、強力な実力を持っていることで、当社も中国国内のコーヒー業界ではしっかりとした立場を持っており、私自身も仕事をやるうえで自信がつかますし、当社グループの一員であることに誇りを感じています。



## グループ会社

## THAI ISHIMITSU CO.,LTD.

## タイを中心としたアジア諸国における、コーヒー産業及び文化の発展に貢献する



## タイ市場(外部環境)

タイで生産されるコーヒーは、主に国内消費向けに生産されており、輸出規格はありません。また、生産量は2万トンに対して消費量は8万トンとなっており、国内のコーヒーだけでは需要を賄えません。そのため、タイでは海外産のコーヒーが多く取り扱われており、そのなかでも最も多いのはベトナム産で全体の約7割を占めています。

タイのコーヒー産業はまだ歴史が浅く、従事する関係者の知識や経験も限られています。しかし、皆さん学ぶ意欲が強く、全力を注いで取り組んでいます。当社の社長である橋本は、お客様や現地のスタッフを対象にコーヒー勉強会などを主催し、タイのコーヒー産業全体の発展に貢献しています。

日々の努力が実を結び、毎年7月に開催されるタイ国内最大のコーヒーの祭典(全国のコーヒー農家が豆を持ち寄り、専門家がカップングなどで評価を行う)では、2023年に外国人で初めて、橋本が評価者に選ばれました。\*なお、2024年も選出されています。



## 事業概要

タイ王国にて、コーヒー・茶類原料を中心とした、飲料及び食品の輸入販売を行っています。

一部、タイ産のコーヒー豆を輸出しており、タイ石光 → 石光商事 → ユーエスフーズ と当社グループをつないでいます。そのなかでも、タイ現地の神聖な泉からその名がつけられた『サイアム ブルームーン』という商品は、すでに多くのファンがおり、年々その数は増えています。

## 戦略

当社は現地採用の従業員4名と社長の計5名体制です。当社グループのマテリアリティを考えると、当社はまず経営基盤(ベース)を整える段階にあります。事業の成長だけでなく、人材の成長にも重点を置いています。

社員がプロフェッショナルになれるよう、そして、楽しさと自信を持てるように努めています。まずは、各自の好きなことや得意なことにフォーカスし、情熱を込めて楽しみながら仕事に取り組める環境を整えています。そのために、一人ひとりのキャリアを本人とともに考え、その内容に合った教育や育成に力を注いでいます。2024年度には社内留学制度を活用し、1名が日本へ留学する予定です。

当社では、朝のコーヒータイムを設け、社員全員でコミュニケーションを取るようになっています。社長自ら毎朝コーヒーを淹れ、業績に関する話やその他さまざまな話題を社員と共有しています。社員に居心地の良さを感じてもらうことは非常に重要であり、互いの人間性を知り、会社全体で一体感を持つことを目指しています。国籍や性別、言語やカルチャーの違いがあるなかで、会社を好きになってもらえるような雰囲気づくりをしています。



## グループ会社



代表取締役社長

## 橋本 智紀

J.C.Q.A. コーヒー鑑定士

J.C.Q.A. コーヒー

インストラクター講師

## 共通言語の「コーヒー」とおして、タイを起点に価値をつないでいく

タイ産のコーヒーは現在、国内消費が主で輸出量はまだ限られています。また、コーヒー産業の歴史も浅いです。しかし、現地のコーヒー関係者と一緒にかッピングを行うと、年齢に関係なく、学ぶ意欲に満ちた姿勢いつも感銘を受けます。当社のメイン事業は、コーヒー・茶類原料を中心とした、飲料及び食品の輸入販売ですが、タイ産のコーヒーを海外に広めるのも我々の役目であると考えています。単にタイ国内のコーヒー市場を盛り上げるだけでなく、タイを起点に国内外の市場を活性化し、コーヒー産業の発展につなげていきたいです。

私が着任してから半年は芽も出ず厳しい状況でしたが、日本国内での自身の経験も活き、少しずつ成果ができています。初めはただ安いものを求められましたが長くは続かず、本当に品質の良いものや安定して美味しいものを求めてもらえるようになってきました。コーヒーに関する知識が深まるにつれて、当社グループの品質管理レベルの高さに魅力を感じてもらえるようになり、それが今は信頼につながっています。タイ市場は、口コミの力がすごく影響します。誠実に対応していくことで気付けばどんどんお客様の輪が広がってきています。

10年や20年経ってタイのコーヒー産業が成熟したとき、「今のタイのコーヒー産業をつくったのはタイ石光（石光商事の橋本）だよ」と言ってもらえるように日々取り組んでいます。『他国のものを他国に売る』という考え方において、国は違えど、コーヒーという共通言語をとおして商品だけでなく、目に見えない価値もつないでいきたいです。サプライヤーや産地を思い浮かべ、お客様を思い浮かべて、お互いの性格や特徴でつなぐ営業をしています。私にとっては、言語や環境など、この歳になってゼロベースからのチャレンジですが、毎日ワクワクして過ごしています。これまで20年近く、コーヒーを通じて、いろいろな国や人から大切なものを与えてもらったように、今度は私がタイのコーヒー市場（産業）に恩返しをしたいと考えています。



## VOICE

## 従業員インタビュー

## Waristha Chaloesilp (Dear) (勤続6年)

当社は、コーヒーだけでなく、抹茶や紅茶など、さまざまな商材について学ぶことができる点が魅力的だと思います。ただ単に商品を取り扱うだけでなく、見えない価値や深い知識も学ぶことができます。また、当社は働く環境も素晴らしいです。社長との距離が近く、他の社員とも壁を感じることなく話せるため、意見を共有しやすい雰囲気の職場です。



## Yoswadee Kulvuttipongsak (Prae) (勤続10年)

当社は、居心地が良いだけでなく、常に新しいことに挑戦できる環境であり、それがモチベーションになっています。当社グループで考えたときには、いろいろな国に多くの社員がいるため、もっと交流を促進することで、さらなるシナジーの発揮を期待することができます。



## グループ会社 ATIB (インド)・AIUK (英国)

### A.Tosh Ishimitsu Beverages India Private Limited (ATIB)

#### 事業概要

世界紅茶生産量の半分以上を占める紅茶大国であるインドにティーバッグ包装工場を持ち、インドの資源と日本の技術を駆使した製品を日本市場・海外市場向けに販売しています。



#### 戦略

##### ●高付加価値製品の開発

一般品(レギュラー紅茶等)の生産性向上とともに、プレミアム品(ハーブティー等)の原料調達、配合ノウハウ確立で収益増加を図ります。

##### ●生産力向上に向けた組織体制作り

高い技術力・管理能力を持って自走化できるよう、現地スタッフのキーパーソンを中心に教育を実施し、製造ノウハウを継承していきます。

製造効率	オペレーターの設備毎の対応能力を強化するとともに多能工化を促進し、工場内の機会ロスを減らします。
商品設計	インフラから機械技術、製造、品質管理、品質保証、資材仕様、原料仕様までの知識をつけ、商品設計できる人材を育てていきます。

##### ●環境配慮型資材の活用促進

導入済みのPLA(生分解性)フィルター、モノマテリアル包装フィルム(欧米で100%リサイクル)に関し、資材の物性を踏まえ更なる活用を進め、循環型環境に寄与していきます。



### Atariya-Ishimitsu UK Limited (AIUK)

#### 事業概要

英国において、卸事業と小売り事業を展開しております。卸事業は、マグロやサーモンを加工しロンドン市内のアップアレ스토랑を中心に販売しています。小売り事業は、ロンドン市内に5店舗の日本食スーパーを展開しています。



#### 戦略

当社は、石光商事のマテリアリティを体現する場所として機能していきます。例えば、社会課題解決型商品として位置付けている「コウノトリ育むお米」P48は、コウノトリの野生復帰を支える無農薬・減農薬のお米です。このお米はAIUKが運営する日本食スーパー全店で販売を行い、試食イベントも開催しました。今後も社会性と環境配慮を主軸とした高収益商材を導入する計画があり、石光商事のビジネスモデル変革に寄与していく予定です。魚の卸事業については、2024年内に加工場兼倉庫を移転し事業の拡大を計画しています。商品ラインナップについても、生魚だけではなく、石光商事が輸出している基礎調味料や冷凍水産品を新たに導入・販売することにより、シナジーを構築しグループ全体の利益の底上げに貢献していきます。



## 当社グループの強み

### 品質統括部

## 確かな品質のもとに想いをつなぐ

品質統括部は品質管理、規格管理、工場監査・指導チームの3チームで構成され、それぞれのチーム員が専門性の高い知識と経験のもとに、幅広い意味での品質という切り口で活動しています。当社が取り扱う全ての商品に対する保証責任を担う部署として、商品の立ち上げから、お取引先様のお手元へ届くまでのどの段階でもかかわりがあります。

お客様のご要望を生産者/製造者につなげ、安心・安全な商品づくりを行い、出来上がった商品をお取引先様のお手元まで大切に繋ぐための努力は惜しみません。実際の商品に留まらず、作り手と買い手の想いをつなぐ仕事にかかわることができることに誇りを持っています。

### 管理栄養士(国家資格)

2024年4月現在、5名の管理栄養士が所属しています。彼女たちは栄養学、食品安全、衛生管理、健康管理、食事計画など幅広い専門知識を持ち、商品の情報を管理する規格書策定、安心・安全な商品を作り出す工場監査、様々な食品の品質を確認する品質検査、管理栄養士ならではのメニュー提案など、多岐にわたる業務で活躍しています。彼女たちの熱意と専門知識により、食品安全と品質において組織の信頼を高め、食の幸せの基礎作りにも貢献しています。

**彩り野菜とりんごのヨーグルトサラダ**  
食生活向上メニュー

**栄養成分表**

項目	1人前	3人前
エネルギー	180kcal	540kcal
たんぱく質	3.0g	9.0g
脂質	5.0g	15.0g
糖質	35.0g	105.0g
食塩相当量	0.5g	1.5g
※野菜類は、1人前あたり100gを目安に摂取してください。		

※野菜類は、1人前あたり100gを目安に摂取してください。

### J.C.Q.A.認定コーヒー鑑定士

2024年4月現在、3名のコーヒー鑑定士が所属しています。コーヒー鑑定士は、コーヒー生豆の鑑定知識・品質管理知識・製品の設計知識に関する幅広い分野で高度な専門知識を有しています。歴代で3名いるコーヒー生豆の品質管理責任者全員がこの資格の取得者です。彼らは営業部やコーヒー産地の生産者、顧客との関係を築きながら専門知識を活用し、すべてのステークホルダーが満足できる品質管理、及び品質保証に取り組んでいます。

また、活躍の場を社外にも広げ、コーヒー関連資格の講習会やセミナーの講師などコーヒー業界の発展とコーヒーの啓発活動を行っています。私たちは、コーヒーを通じて食の幸せに貢献することを使命としています。



## 当社グループの強み

### 技術統括部

中期経営計画「SHINE2024」の重要施策の1つとして、グループ全体を統括する体制を整え、効率を高める取り組みによって2023年度に発足した組織です。検査・開発チームと基盤研究チームがあり、「調査・基礎・応用研究、分析、品質評価、製品技術開発、生産化検討」を行っており、技術に関するグループ全体の管理を担っていきます。現在、コーヒー・茶・食品のカテゴリーに関して、新しい付加価値研究、品質検証、サステナビリティをはじめとした社会問題の解決テーマなどに取り組んでいます。



検査・開発チーム リーダー

#### 検査・開発チーム

#### お客様の思いを形にし、信頼へとつなぐ

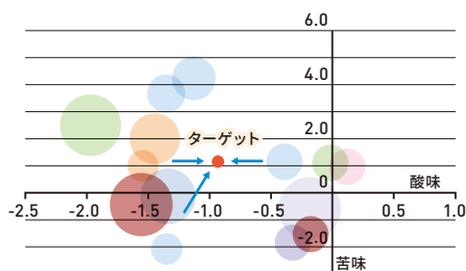
主な業務はコーヒーの「試作」と「品質検査」です。試作はお客様の思いを製品という形にしていく仕事です。営業のみなさんがお客様から聞き取ってきたコンセプト、風味のイメージなどをもとにコーヒーをブレンドしていきます。長い時は数ヶ月かけて試作を繰り返して商品を創り上げていきます。品質検査は製品の品質を客観的に測定し当社の品質へのこだわりを可視化する仕事です。

いずれもお客様の思いを形にし、信頼へとつないでいく仕事ですので、細心の注意を払いつつ取り組んでいます。

### コーヒーの品質を落とさずコストパフォーマンスを高める技術

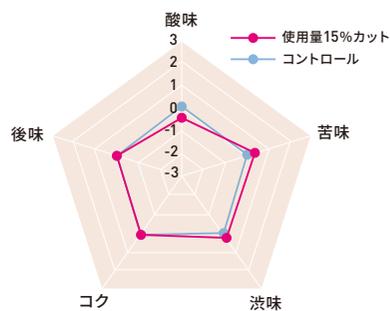
#### ▶最適化配合

味と価格のデータベースを利用し、何を何%配合すれば求める味を低コストで創ることができるかを計算し、ご提案します。



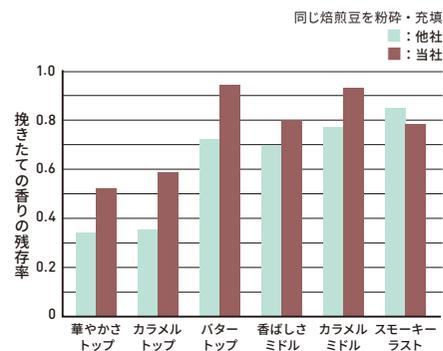
#### ▶最適化粉碎

粉の表面積を計算し、おいしさと効率の両方を追求します。設計どおりに最適化粉碎することで、原料コストが下がります。



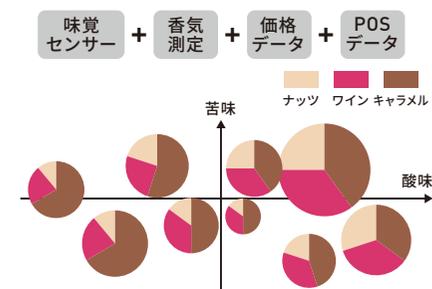
#### ▶粉碎即充填・最適化包装

適切な製造方法と管理で、他社よりも香り豊かな製品を創ることができます。



#### ▶味と風味のコントロール

近赤外線検査や味覚センサーなどの技術と巨大なデータベースで、おいしさを数値化し、風味のコントロールができます。



## 当社グループの強み

### 技術統括部



基盤研究チーム リーダー

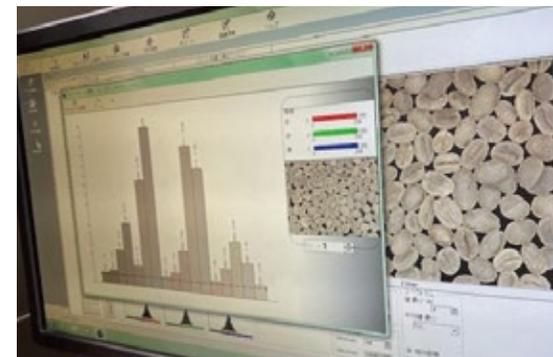
#### 基盤研究チーム

#### 製品の特徴を「見える化」する

先進的な官能評価・分析技術は石光商事が関わる製品の特徴を「見える化」できることから、関係者の相互理解を深め、部署間やお客様との間をつなぐことができます。

取り組みの一例として、社内の皆さまに評価協力いただいたアールグレイ紅茶の嗜好調査データの解析結果は、市場の嗜好構造を示唆することができ、営業提案に活用されました。

普段は直接営業活動に関わらない部署の方が行った評価が風味設計に活かされ、提案、採用につながるという実感を持ってもらえたことでこれまでなかった横のつながりを増やす一端を担えたと感じています。今後も技術でつなげる、を意識して基盤研究に取り組んでいきます。



### 国際官能評価学会Pangborn2023ポスター発表

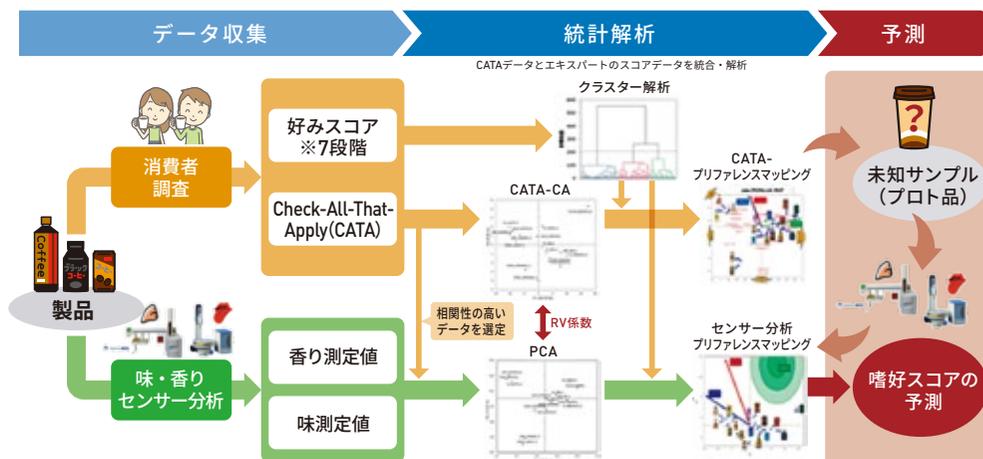
#### ▶ Check-All-That-ApPLY法と電子感知システムの統合によるコーヒー飲料の嗜好予測モデル化 発表者：二瓶 恭子

製品を開発するうえで消費者の嗜好を正確に把握することは重要ですが、その一つの方法である消費者調査を開発段階で行うことは時間とコストの面で現実的ではありません。私たちはこの課題を解決する「嗜好予測モデル」の構築を目指しました。

ミルク甘味入り RTDコーヒーを用いて消費者調査を行ったところ、消費者は嗜好が類似する3グループに分類され、さらに各グループが製品特性をどのように捉えているかをCheck-All-That-ApPLY(CATA)法により把握しました。また、製品の風味ポジショニングマップを作成し、マップ上での嗜好分布も明らかにしました。さらに、味・香りを測定できる電子感知システム(センサー型分析機器)を用いて得た各製品の香味データを消費者調査結果と統合し解析することで、製品の風味属性と消費者嗜好との関連性を明らかにし、未知のサンプルに対してもセンサー分析データからその風味ポジションや嗜好を予測できるモデルを構築しました。

この技術により、製品のリニューアルや試作段階での風味調整が効率的に行えるようになり、開発コストが削減され市場導入までの時間が短縮されます。そして、より精度高く消費者ニーズに応える製品を市場に提供することへの手助けとなることが期待できます。

嗜好予測モデル構築フロー図



## サステナビリティ委員会 座談会

商品をただ売るだけではなく、  
過程や想い、ストーリーも消費者へ伝えていく。

今回は、当社の国内グループ会社のメンバーで構成されている、「サステナビリティ委員会」の一部メンバーで集まり、座談会を開催しました。川上から川下まで関わることができる、当社グループならではの強みを改めて感じることができました。(2024年5月24日実施)

◎担当者の名前 左から

石光商事(株)食品商品部 副部長 木村友樹

ユーエスフーズ(株) 岡崎有里子

石光商事(株)代表取締役社長 石脇智広

関西アライドコーヒーロースターズ(株)出向 齊藤明日樹

東京アライドコーヒーロースターズ(株) 栗山寿久

石光商事(株)サステナビリティ推進室 丸山花織

**丸山** 今回の統合報告書のテーマが「つなぐ」ということで、石光商事グループサステナビリティ委員会のメンバーに集まっていただきました。グループ全体の指針となっている「サステナビリティ方針」から、自身が取り組んでいる、もしくは今後取り組みたいと考えているトピックについて、率直な意見を交わしていきましょう。

**石脇** まずサステナビリティ委員会の立ち上げの経緯について話をさせてください。当社のキー

ワードは『永く続く』です。そのキーワードを考えたときに、まずは利益体質であること=財務的に強くないと永く続くことができません。経済的価値と社会的な価値の両立が重要であることから、改訂されたコーポレート・ガバナンスコードのガイドラインに沿ってサステナビリティ委員会を立ち上げることになりました。

当社の事業は環境資源に頼っているようなところがあり、GHG削減や環境対策、その他SDGs関連課題に取り組む価値は非常に大きいと考えていま

す。本日は各会社・事業部で最前線で取り組んでいる方と色々お話しできるのとこと、とてもいい機会に感じています。よろしくお願いします。

**丸山** 私も色々お話しを伺えるのが楽しみです。皆さま本日はどうぞよろしくお願いします。それでは早速ですが、石光商事食品商品部の木村さんお願いできますでしょうか。

**木村** まず現状検証中なのは、当社にて取り

扱っている伸ばしエビという商品の包材のトレーの見直しです。そのトレーをシートに変更することで、体積が小さくなり外箱を小さくすることができ、積載効率があがるのではないかと考えています。同時に他商品の包装資材のサイズの適正化や認証商品(BAP,ASC,MSC)の取り扱いも進めています。加えて、配送ロットや適正在庫の見直しなど、GHG排出量削減にも課題感を持って取り組んでいます。

## サステナビリティ委員会 座談会

**丸山** 木村さんが今後取り組みたいと思っているトピックはありますか？

**木村** 今後は養殖場などで生産者を巻き込んで、ブルーカーボンに関係する取り組みをしたいです。「できることは何かではなく、何をやらなきゃいけないのか」という視点から、スケールは大きく考えて、まずは小さなところからコツコツと取り組んでいきたいと思っています。



**石脇** 商品ごとに色々なスペシャリストがいるところが当社の強みです。他事業部とつながりを持たせて課題に向かっていくのもいいのではないのでしょうか。例えば海外事業部がお米を取り扱っていますが、そのもみ殻と食品で取り扱っているエビをつなげるなど、ストーリーを膨らませて、グループ全体で盛り上げていけたらいいですね。あとは食品やコーヒーの産地としてお世話になっているベトナムに関しての社会課題で、十分な医療を受けられずに失明する方が少なくないと聞きます。企業として、現地で活動されている医療従事者のスポンサーになるというのもいいのではないのでしょうか。

**丸山** 産地の環境課題だけでなく、社会課題にも取り組んでいく必要がありますね。では続いて、関西アライドコーヒーロースターズへ出向中の齊藤さんお願いできますでしょうか。

**齊藤** 私はこのサステナビリティ方針がまだ社内に浸透きっていないという点に課題感を感じています。どのようにしたらもっと社員一人ひとりが自分ごとに感じ、そしてどうビジネスに落とし込んでいけるかについて、皆さんの意見を伺いたいです。今は少しずつ浸透してきて、自発的に取り組む仲間が増えてきている段階かなと思います。



**石脇** 社員の足並みがそろってきたという点に関しては、私も従業員の「働きがい」に関する調査の結果を通して感じています。自分が社会に貢献しているという自覚のある社員は8割という結果が出ています。

**丸山** サステナビリティを推進していく立場から、この取り組みが何にどうつながっていくのか社員にもっと分かりやすく伝えていく必要があると日々感じています。結果が可視化されることで、モチベーションにもつながるのではないかなと考えます。

**栗山** 方針を見ただけだと、中々自分ごととして考えにくいなとも思いました。まずは各々が取り組みに対して、腹落ちして納得してから進むことが大事だと思います。個人的には、堅苦しく考えるのではなく、もっととっつきやすい様に「みんながハッピーになる」と考えると大概のことがイメージしやすくなり、理解しやすくなると思いました。

**齊藤** 会社としてどんどんトライできる環境を作っていくのも大切だと思っています。私自身は2024年5月から石川県穴水町で行うカフェボランティアのプロジェクトリーダーに立候補しましたが、是非グループを含めたできるだけ多くの方たちに参加してもらいたいと思っています。あとは、これをきっかけに社員の方たちの心がポジティブに動けばいいという想いもあります。

**岡崎** 私はユーエスフーズでサステナビリティ関係の担当をしているのですが、肩書は「えがお担当」となっています。サステナビリティ担当っていうとちょっと身構えてしまうので、えがお担当だと一気にハードルが下がり、会話も広がるのでいいなと思っています。栗山さんのお話を聞いて、「みんながハッピーになる」という部分も伝わりやすいなと思いました。

**丸山** 浸透させていくためにそれぞれの立場での取り組みや考え方を知ることができ、勉強になりました。では、次は東京アライドコーヒーロースターズの栗山さんお願いできますでしょうか。

**栗山** 直近で課題感を感じているのはコーヒー麻袋の処分についてです。東京アライドコーヒーでは年間130-150トンの麻袋が排出され、その

ほとんどを焼却処分しています。資源循環の観点から、チャフ(コーヒー生豆を焙煎した際に出る皮)も含めて炭化して燃料に変えられないかなど、色々模索しています。

**石脇** 動物園は結構麻袋のニーズがあると聞いたことがあります。海外の動物園だと飼育スペースに使用されていることもあり、ゴリラがその麻袋をかぶって遊んでいる様子をよく目にします。あとは輸入の段階でピックバッグで持ってくるのは難しいのでしょうか？

**栗山** 東京アライド近くの動物園ではすでに他社のコーヒー麻袋が活用されているようなので、他の動物園を当たってみてもいいかもしれません。ピックバッグの件は社内でも話にあがったことがあるのですが、品質面、設備面での課題があり、残念ながら見送りになってしまいましたね。



**岡崎** ユーエスフーズではお客様から依頼があったら空麻袋を発送しています。お店のレイアウトで使っていただいたり、お客様の方で別の業者に依頼してバッグやグッズを作ったりされているみたいです。

## サステナビリティ委員会 座談会

**石脇** 今、ユーエスフーズでは袋に小分けした生豆を段ボールに詰めて発送していると思いますが、それを麻袋にするのもいいかもしれませんね。あとは他の産業にまで視野を広げて活用方法を考えてみるのも一つだと思います。



**齊藤** 先ほどお話しした石川県穴水町のボランティアでも麻袋を活用できないかと、ユーエスフーズと検討しています。仮設住宅の外観が似ていて、住んでいる方たちも間違えてしまうことがあるそうです。麻袋をリメイクしてもらって個性を出すのに活用してもらえたらなと思っています。

**丸山** コーヒー業界だけに留まらず、様々な分野にアンテナを張っておく必要があると感じました。では最後にユーエスフーズの岡崎さんお願いします。

**岡崎** ユーエスフーズとして積極的に取り組むべき課題と考えているのは、地域貢献と環境教育推進についてです。産地とお客様(自家焙煎店)、そして最終消費者をつなぐ立場であるため、産地やコーヒー産業の課題を積極的に伝えていきたいです。昨年「COFFEE TOWN ADACHI」と

いうイベントに出展させていただいたのですが、その後、他のイベントにお誘いいただけることもあり、つながりが増えていっていることをとてもうれしく感じています。

**石脇** 体験を通して伝えることも一案だと思います。価格だけではなく、その商品の背景も知っていただいた上で選んでもらえるようなきっかけ作りが大切ではないでしょうか。あともう一つ、配送によって発生するGHG削減など、物流の問題にも課題感を持っていきたいですね。やり方は色々あると思うので、いろんな可能性を追求していきましょう。

**木村** 石光商事はBtoBメインで基本的に裏方なので、ユーエスフーズのように一般消費者へ対外的に発信されている姿勢は素晴らしいと思いました。商品に価格以外の付加価値をつけていくといった部分を、我々も今後積極的に取り組んでいきたいです。

**丸山** 消費者への発信のノウハウはユーエスフーズが持っていると思うので、情報共有していただいて石光商事でも積極的に販促に活かしていきたいですね。

**齊藤** 私は一般消費者の声は本当に大事だと思っていますが、中々直接聞く機会がないため、ユーエスフーズに集まった生の声を販売に活かせるような機会がもっと増えると、当社のお客様にも伝わりやすいのではないかと思います。

**岡崎** ダイバースコーヒーに関しては特にそれを感じますね。グループ内で同じ商品を取り扱って

いるからこそ、もっとつながりや情報共有ができればいいなとも思いました。



**丸山** サステナビリティ委員会などを通して、情報共有やこういった活発な議論をどんどんしていきたいですね。

**栗山** ダイバースコーヒーのような社会課題解決型商品を、岡崎さんはどのような考えや想いで販売されていますか？

**岡崎** 「社会貢献しませんか？」という気持ちではなく、この商品を通して社会課題を考えてもらうきっかけにもらえたら嬉しいなという想いで販売をしています。あとは社会課題に関心はあるけれど、何から始めていいかわからないというお客様に対して、「良かったら一緒に取り組んでみませんか？」という観点でご提案をさせていただいています。

**石脇** 知ってもらえるきっかけを増やすという意味では、チャレンジコーヒーバリスト(一般社団法人 日本サステナブルコーヒー協会が主催す

る定期イベント)にダイバースコーヒーの生豆を提供するというのもいいですね。

**丸山** 川上から川下までセットでお客様に伝えていくこと、そのためにグループ全体で課題や情報を共有していくことの大切さを改めて感じました。今後はこういった機会を積極的に増やしていきたいですね。



## 用語説明

## ▶BAP

養殖水産物の生産のすべての段階において、環境や社会への責任、魚介類の健康、食品安全を保証する認証

## ▶ASC

環境と社会への影響を最小限にして育てられた養殖の水産物であることを保証する認証

## ▶MSC

水産資源と環境に配慮した漁業で獲られた天然の水産物であることを保証する認証

## ▶ブルーカーボン

藻場・浅場等の海洋生態系に取り込まれ、そのバイオマスや土壌に蓄積される炭素のこと

## 石光商事グループ「サステナビリティ方針」

## 1. 環境法令遵守

## ▶ 法令遵守

事業展開する国と地域の環境保全や人権に関する法規制、国際的宣言、規約、条約などを遵守する。

## 2. 脱炭素社会への取組

## ▶ 気候変動対策

脱炭素社会に向けた温室効果ガス排出削減策として、再生可能エネルギーの活用、エネルギー効率化、再生エネルギー創電を世界のパートナー企業と共に促進し、気候変動に貢献する商品の開発に努める。

## ▶ 温室効果ガス排出削減

メタネーション、再生可能エネルギーの利用など環境負荷の小さなエネルギー利用への転換を促進し、温室効果ガス削減目標に準じた推進に努める。



## 3. 循環型社会と環境汚染予防への取組

## ▶ 資源循環推進

限りある資源の効率利用、廃棄物の削減に加え、廃棄物の新たな資源化を推進し、資源循環に努める。

## ▶ 環境汚染防止と環境保護

世界のパートナー企業やステークホルダーと共にあらゆる施策を通じ、水・大気・土壌などの環境汚染予防のために適切な活動を行い、地球環境保全に努める。



## 4. 自然共生社会への取組

## ▶ 生態系保全・生物多様性保護

世界のパートナー企業と共に生態系保全に努め、生物多様性への理解を深めることを目指す。

## ▶ 水資源の保全

世界のパートナー企業と共に水資源の有効利用に努め、使用量削減、適切な処理を目指す。



## 5. 環境教育推進とサステナビリティマネジメントシステムの継続的改善

## ▶ 環境教育推進

世界のパートナー企業、ステークホルダーと共に、環境課題、解決方法の共有を行い、人材育成と共に意識の醸成に努める。

## ▶ サステナビリティマネジメントシステムによる継続的改善

環境・社会・人権における自社の課題を抽出し、サステナビリティマネジメントの手法により、課題解決を図り、継続的見直しと改善に努める。



## 6. 地域社会貢献への取組

## ▶ 地域との共生

地域社会を含むステークホルダーと共に社会課題を抽出し、解決策を導き、持続可能な社会構築に取り組む。



## 7. 人権を尊重する社会構築

## ▶ 人権と多様性の尊重

世界のパートナー企業、ステークホルダーと共に多様な社会形成に努め、包括的社会の実現に向けて取り組む。



石光商事株式会社ならびに石光商事グループは、「環境方針」(2022年4月制定)を改め、新しく「サステナビリティ方針」を開示させていただきます。

本「サステナビリティ方針」は、従来の「環境方針」に加え、「社会」「人権」に対する方針を付加し、地域社会や人権を含めた環境保全と産業発展の共存に力を注ぎ、持続可能な社会を目指します。これまで通り、脱炭素社会の実現に向けた環境施策の構築やエネルギー活用、資源循環社会に向けたサーキュラーエコノミーへの取組み、地球環境保全、生物多様性保全など様々な項目の方針はもとより、長期的な視野を持って以下のサステナビリティ方針を定め実行します。

## 「サステナビリティ方針」基本理念

石光商事株式会社ならびに石光商事グループ各社は、原料調達から消費までのバリューチェーンを構成する世界のパートナー企業やステークホルダーと共に、  
「環境」「人権」「社会」の課題をマテリアリティとして、  
持続可能な社会を実現するために、事業を通じて貢献します。  
そしてそれらを開示することで、ステークホルダー、社会との相互理解に努めます。

## サステナビリティ推進室 室長

## 井上 英司



「サステナビリティ方針」は、生産地から消費までに関わる世界のパートナー企業、ステークホルダーと共に、「環境」「人権」「社会」の課題を最優先事項として位置づけ、持続可能な社会を実現するため、事業を通じて貢献することを示すものです。

もともと2022年度制定していた「環境方針」に、「人権」「社会」の分野を付加し23年度改めて「サステナビリティ方針」を制定、内容は1. 法令遵守、2. 脱炭素政策、3. 循環型社会、4. 自然共生、5. 環境教育、6. 地域社会貢献、7. 人権尊重、の大きく7項目とし、石光商事グループが持続可能な社会を作り出す基本方針を示しています。

上場企業の多くは「サステナビリティ方針」を持っていますが、我々石光商事グループでは、ステークホルダー、社会と相互理解をするキーワードとして「サステナビリティ」が位置付けられれば素敵だな…と思って作りました。ここに書かれた方針は、現時点で達成していませんが、各項目でKPIを設定しながら、社会性と経済性の両立が出来ると思います。会社の至る所に「サステナビリティ方針」を貼って、社員の目につくように工夫しています。

## ISO14001認証取得

## 2024年6月、石光商事(株)神戸本社・関西アライドコーヒーロースターズ(株)がISO14001認証を取得

## ISO14001とは

ISO14001の目的は、社会経済的ニーズとバランスをとりながら、環境を保護し、変化する環境状態に対応するための枠組みを組織に提供することとされています。この規格は、組織が、環境マネジメントシステムに関して設定する意図した成果を達成することを可能にする要求事項を規定しているものです。

石光商事グループはISO14001で構築したマネジメントシステムを通じて、「環境」はもとより、人に関係する「人権」「社会」のサステナビリティ課題解決に積極的に取り組んでまいります。

## 取得目的・今後どのように活かしていくか

統合報告書に掲げている「マテリアリティ」の「環境」「人権」「社会」といったサステナビリティ課題に対する目標を体系的に進め、目標達成に導くためにこの規格の認証・取得を目指しております。併せて、「環境」「人権」「社会」への対応を通じて、様々な法令に対する遵守を満たすことを目的としております。

社員一人ひとりがサステナビリティ意識を高め、自分事として考えサステナビリティ課題に対する理解を深めていけるよう、事業部ごとにサステナビリティ目標を設定し、運用・監視・分析&評価というPDCAを継続的に展開してまいります。

2024年度は石光商事(株)本社、ユーエスフーズ(株)も認証取得への取り組みを進めてまいります。

## PDCA 各項目の具体的な取り組み



## ■ 計 画

毎期事業部ごとに「外部及び内部の課題」「利害関係者のニーズ及び期待」を認識することで、組織の状況を理解し、事業部の活動、製品及びサービスが原因により生じる結果を「サステナビリティ側面」にて決定、こういうフレームワークを活用し「著しいサステナビリティ側面」「リスク及び機会」「遵守義務」を特定し、サステナビリティ方針(実行可能な場合)に整合し、実行可能で測定可能なサステナビリティ目標を設定する。

## ■ 支援及び運用

策定した取り組み計画に基づき、必要なプロセスを確立し、その運用基準に基づき、実施、維持、管理する。

## ■ パフォーマンス評価

4半期ごとに運用に対する結果を監視又は測定し、その情報を記録する。監視、測定の結果、意図したパフォーマンス向上が得られない場合は、必要に応じて取り組み計画を変更する。年2回各事業部責任者で構成されるISO推進委員会にて、計画したサステナビリティ目標に対する半期単位の進捗を監視、測定、分析し、サステナビリティマネジメントシステムのパフォーマンスの有効性を評価する。

年に1回、石光商事法務コンプライアンスチーム、関西アライドコーヒーロースターズ総務部長は、遵守評価管理表に定めたフロン排出抑制法、大気汚染防止法、騒音規制法、廃棄物処理法、プラスチック資源循環促進法、容器リサイクル法、労働衛生法、消防法などの法令義務を満たしていることを評価する。

年1回サステナビリティマネジメントシステムが規格の要求事項に適合し、且つ、計画通り実施されているか、そして、マネジメントシステムが有効に実施され維持されているかを内部監査で確認する。

年1回マネジメントレビューを実施し、サステナビリティマネジメントシステムが適切で、妥当かつ有効であるかを評価し、継続的改善のための決定、組織の戦略的な方向性を示す。

## ■ 改 善

内部監査、マネジメントレビュー、外部審査で指摘された改善の機会に取組み、不適合に対する是正処置を実施し、サステナビリティマネジメントシステムの適切性、妥当性及び有効性を継続的に改善する。

## ISO14001認証取得

## 部ごとの目標・2023年度進捗

	目標	目標の具体的内容	2023年度進捗
 コーヒー・茶類 事業部	①社会課題解決型商品の開発と販売 ②輸入原料の廃棄ロス削減 ③GHG削減にむけた物流改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイバースコーヒー(障がい者・ウーマン)、GHG削減コーヒー、幼稚園PJ、SDTなどの社会課題解決型商品の売上額を全体の20%</li> <li>・GHG削減対策原料の開発／GHG削減商品の買付</li> <li>・輸入原料の廃棄ロス削減</li> <li>・GHG削減にむけた物流改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会的商品11%達成</li> <li>・GHG削減原料開発に関して5サプライヤーと協議</li> <li>・スライトリーステインドの活用により廃棄ロスを4,350kg削減</li> <li>・ベースラインの把握のための主要倉庫の物流データの可視化が完了</li> </ul>
 食品事業部	LCA商品の取組みにより、2030年度末までにScope3 20%削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品廃棄を2023年度比10%の削減</li> <li>・LCA商品の取組みにより、2030年度末までにScope3 20%削減</li> <li>・配送効率の改善</li> <li>・受注効率向上によるペーパーレス40%達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品廃棄を2022年度比10%削減</li> <li>・配送効率の改善によって2022年度比GHG15%削減</li> <li>・紙の使用量2021年度比60%削減</li> </ul>
 海外事業部	環境負荷の少ない商品の輸出拡大と、日本の農林水産業・食品産業の抱える課題解決に貢献できるビジネスの両立を目指す	<ul style="list-style-type: none"> <li>・低アルコール飲料の輸出を2021年度比30%増やす</li> <li>・有機原料を使った加工品の取扱いを増やす</li> <li>・米、米関連製品、バックご飯の輸出を2021年度比10%UPを目指す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・低アルコール前期比114%(仕入金額算出)</li> <li>・有機原料使用加工品前期比107.5%(仕入金額算出)</li> <li>・米関連商品前期比216%(仕入金額算出)</li> </ul>
 非営業部	①全社目標の2030年プライム市場に相当する企業レベルを実現するために、以下の領域の土台作りを進める <b>1.GHG削減 2.人権尊重の推進 3.法令遵守強化</b> ②2030年度までに検品作業による食品廃棄物を90%削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電気、フロン、ガソリン、ゴミ廃棄から排出されるGHG削減</li> <li>・教育体系図より教育計画を立て社員自ら成長に向けたプラン作成をすることができる環境整備を行う</li> <li>・コンプライアンスマインドの醸成による法令遵守強化</li> <li>・小分け処理、持ち帰り、社内での消費を推進し、検品時の食品廃棄物を減少させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電気前年比101%、ガス前年比106% (コロナ自粛がなくなり、営業活動が活発化したため)</li> <li>・可燃ごみ廃棄量前年比87.5%</li> <li>・人権教育は今期は未実施</li> <li>・想定していない法令違反0件、コンプライアンス関連研修を2回実施</li> <li>・検品発生の食品廃棄物73期比80.8%</li> </ul>

# GHG排出量

## 2023年度総括と2024年度GHG削減の方針

2023年度、コーヒーではブラジル、紅茶ではインドにおいてGHG削減施策導入のための現地調査を行いました。事前に想定した効果は得られておらず、GHG削減が非常に難しい点を理解した1年でした。GHG削減を当社1社で進めることは非常に難易度が高く、多くの有識企業を巻き込んで進めなければ目標達成に近づかない点を感じたことは言うまでもありません。また手探りであった施策も、目標達成に向けた数字管理が見え始めたのが2023年度の大きな成果であったと実感しています。これにより2024年度は、これまでのタスク管理の甘さを課題とし、2030年以降の経済性を持ったGHG削減対策商品の開発をキーとして施策導入を進めていきます。

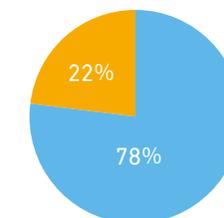
なお2023年度までGHG削減対策を主導していた事業改革推進本部・サステナビリティ推進チームは、2024年度に独立しサステナビリティ推進室として稼働を始めました。当室は、代表取締役社長の石脇が直轄管理をすることでGHG対策の推進精度とスピードを重視する組織体へと変化し、2050年カーボンニュートラルに向けて確実に進んでいきます。

	2021年度	2022年度	2023年度	2023年度内訳				前年度比
				石光商事	ユーエスフーズ	東京アライド	関西アライド	
Scope1+2+3	330,728	479,509	449,885	341,621	1,029	98,652	8,583	94%
Scope1+2	7,310	6,131	4,516	102	0	3,596	818	74%
Scope1 直接排出	3,912	3,853	3,531	71	0	2,846	614	92%
Scope2 間接排出（マーケット）	3,398	2,278	985	31	0	750	204	43%
Scope3合計	323,418	473,378	445,369	341,519	1,029	95,057	7,766	94%
カテ1 購入した製品・サービス	287,815	424,119	391,675	292,492	827	91,944	6,412	92%
カテ2 資本財	2,567	1,225	2,421	973	171	444	834	198%
カテ3 エネルギー関連活動	1,429	1,263	839	38	0	659	143	66%
カテ4 輸送、配送（上流）	5,387	17,647	18,160	18,018	4	139	0	103%
カテ5 廃棄物	538	477	545	25	2	407	111	114%
カテ6 出張	107	392	700	650	7	26	17	179%
カテ7 従業員の通勤	168	100	166	51	2	77	37	166%
カテ8 リース資産（上流）	0	0	0	0	0	0	0	-
カテ9 輸送、配送（下流）	927	511	1,024	754	16	254	0	201%
カテ10 販売した製品の加工	2,944	3,490	2,654	2,654	0	0	0	76%
カテ11 販売した製品の使用	0	0	0	0	0	0	0	-
カテ12 販売した製品の廃棄	21,424	24,041	27,073	25,752	0	1,108	212	113%
カテ13 リース資産（下流）	112	112	112	112	0	0	0	100%
カテ14 フランチャイズ	0	0	0	0	0	0	0	-
カテ15 投資	0	0	0	0	0	0	0	-

\*Scope2電力：物流センター（KACR大阪工場）分は石光商事に含む \*Scope3カテゴリー1：販管費は全て石光商事に含む \*東京アライド2023年度Scope1：2,809t-CO<sub>2</sub>カーボンオフセットガス

### 2023年度 Scope1+2内訳

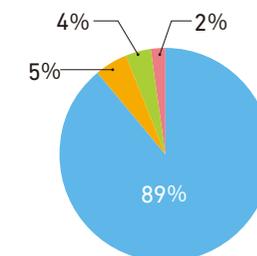
総計4,558 (t-CO<sub>2</sub>)



■ Scope1  
■ Scope2

### 2023年度 Scope3内訳

総計439,048 (t-CO<sub>2</sub>)



■ カテゴリー1 ■ カテゴリー12  
■ カテゴリー4 ■ その他

### Scope3カテゴリー1に関して

石光商事グループでは、GHG排出量計算に仕入金額による排出係数を使用しており、原料の輸入金額が前年度比較で大きく減少したため、排出量が減っております。①CF改善のため在庫調整を行った②ビジネスモデル変革を進め、販売商品構成の変革が進んだことが仕入金額の減少要因となっています。

### Scope2

再生可能エネルギーへの変更を積極的に進めております。  
7,147mwh中4,492mwhが再エネ

排出量 (t-CO<sub>2</sub>)

## TCFD/TNFD

### TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)

当社グループは、飲料原料の輸入販売、食品輸入販売、食品輸出の大きく3つの事業構成で、サプライチェーンにおける自然資本リスクが非常に高いことが判ります。現時点の石光商事グループにおけるビジネス毀損率は、人口動態や階層別摂取カロリー、環境変化や相場予想などを加味し、2050年が30%~50%減少(2020年比)と試算しています。このため私たちは、自然資本リスク回避策、購入権の維持、新たな環境ビジネスの3つを柱に対策を講じます。自然資本リスク回避策では、原料生産における温室効果ガス削減策の導入を主導し、生産地とともに「環境リサーキュレーション」を進めることで、原料入手リスクの回避も試みます。また環境ビジネスの構築では、世界的な環境対策商品ニーズの高まりにより、コーヒーを柱とした「グリーン焙煎」技術の利活用を進め環境負荷低減と新たなビジネス性を両立します。

開示要素	概要	項目	アクション
 ガバナンス	ガバナンス体制と役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>取締役会監督体制</li> <li>評価・管理上の経営者役割</li> </ul>	<b>ガバナンス体制の構築</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>役員を含めたISO委員会の設置と取締役会などの連携</li> <li>経営方針に準拠した環境方針・マネージメントの推進</li> </ul>
 戦略	事業・戦略・財務への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>短期・中期・長期のリスクと機会</li> <li>事業・戦略・財務に及ぼす影響</li> <li>気候シナリオに対する強靱性</li> </ul>	<b>シナリオ分析</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動に関するリスクと機会の抽出</li> <li>自社事業環境を考慮したシナリオ分析の前提条件設定</li> </ul>
 リスク管理	気候関連リスクの評価・管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>リスク識別・評価のプロセス</li> <li>リスク管理プロセス</li> <li>リスク管理と会社リスク管理の関係</li> </ul>	<b>リスク低減策の検討</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>シナリオ分析結果に基づく戦略・事業へのインパクト評価</li> <li>リスクから生じるインパクトの低減に向けた対策検討</li> </ul>
 指標と目標	評価・管理の指標と目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織が戦略・リスク管理に係る指標</li> <li>温室効果ガス排出量(Scope1.2.3.)</li> <li>リスクと機会の管理上の目標と実績</li> </ul>	<b>可視化・削減目標設定</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Scope1.2.3.排出量算定</li> <li>自社戦略を踏まえた指標及び目標の設定</li> </ul>

出所：気候関連財務情報開示タスクフォース「気候関連財務情報開示タスクフォースによる提言(最終版)」を基に作成

### TNFD(自然関連財務情報開示タスクフォース)

「生物多様性」とは地球上の多様な環境で暮らす、多様な生き物たちの個性やつながりを示し、多くの企業が事業活動において「生物多様性」に影響を与えるとともに、自然(生態系)から得られる恵みに依存しています。当社グループは、コーヒー豆や茶葉、海産物など、自然資本に深く関連した商品を取り扱っています。当社は今後、TNFDの枠組みに基づき、事業活動が自然及び生物多様性に及ぼすインパクト及び依存関係を評価・整理するとともに「ネイチャーポジティブ」の実現に向けた取り組みを進めてまいります。

開示要素	概要	アクション
 ガバナンス	ガバナンス体制と役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ推進委員会が立案、役員会にて承認</li> </ul>
 戦略	事業・戦略・財務への影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業部ごと主要商品生産における自然への依存、影響、リスクの抽出</li> <li>事業部ごと主要商品に関して LEAP プロセスに沿った施策投入</li> </ul>
 リスクとインパクト管理	自然関連リスクの評価・管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライヤー側の報告書、当社社員の現地確認による継続的なモニタリング</li> <li>ISO推進委員会(ISO14001)での管理</li> </ul>
 指標と目標	評価・管理の指標と目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>戦略を踏まえた指標及び目標の設定</li> </ul>



## グリーン焙煎

コーヒーの抽出時に発生する残渣(以下、「コーヒーグラウンズ」)を利用し、乾燥機で乾燥させた後、それを固形燃料に加工するペレット成型機、そしてそのペレットを燃料として利用するコーヒー焙煎機(以下、「グリーン焙煎機」)を、環境省のプロジェクトの一環として開発しました。従来、コーヒーグラウンズは飲料の抽出工場で大量に産業廃棄物として処理されており、加えてコーヒー焙煎には化石燃料が用いられているため、温室効果ガス(GHG)の排出量が問題視されていました。

この新しい取り組みは、コーヒーグラウンズの処理を不要にし、焙煎に化石燃料を用いないことで、GHG排出量を大幅に削減することを目的としています。さらに、コーヒーペレットはグリーン焙煎だけでなく他の多様な用途にも使用され、GHG排出の更なる削減に寄与し、結果的に一般的な商品としても認識されることを目指しています。

これらの活動を通じて、コーヒー産業における持続可能性への取り組みを標準化し、コーヒーが食品業界でのSDGsのモデルケースとして示されることを目指しています。



## 石光商事グループ人権方針

石光商事グループは、「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」という経営理念のもと、社会に必要とされ続ける企業、社会から愛され続ける企業を目指しています。ビジョンの実現のため、事業活動全般を通じて当社グループの事業の影響を受けるすべての人々の基本的人権の尊重が必要不可欠であると認識し、当社グループの人権尊重責任を果たしていくため、「人権方針」(以下、「本方針」)を以下のとおり定めます。

### 1. 事業活動における人権尊重

人権の尊重は、当社グループが事業活動を行っていく上で基本となる事項であり、当社グループは、国連人権理事会「ビジネスと人権に関する指導原則」、経済協力開発機構「多国籍企業行動指針」および国際労働機関(ILO)「多国籍企業宣言」に基づき、国際的に認められた人権を尊重します。

当社グループは、国際人権章典(「世界人権宣言」、「市民のおよび政治的権利に関する国際規約」および「経済的、社会的および文化的権利に関する国際規約」を指します)および労働における基本的権利を規定したILO「労働における基本的原則および権利に関するILO宣言」に挙げられた基本権を最低限のものとして理解しています。

当社グループは、国際的に認められた人権と各国の国内法との間に矛盾がある場合には、国際的に認められた人権を最大限尊重するための方法を追求します。

### 2. 適用範囲

本方針は、当社グループの役員および従業員に適用します。

また、当社グループの事業、商品またはサービスと直接結びつくビジネスパートナーおよびその他の関係者に対して、本方針に沿った人権の尊重を期待し、継続的な働きかけを行います。

### 3. 人権デュー・ディリジェンス

当社グループは、すべての人の尊厳、権利および多様性を尊重し、あらゆる差別、強制労働、児童労働、ハラスメントなどを禁止し、また間接的にも人権侵害に加担しまたは結びつくことがないように努めるほか、人権が充足される社会の実現を目指した活動にも従事または参画します。

当社グループは、国連人権理事会「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、当社グループの事業活動が与えるまたは直接結びつく人権への負の影響を特定し、優先的に取り組むべき課題を決定して(リスクベース・アプローチ)、その防止および軽減を図るよう努め、それらの効果の検証を継続的に実施します。

### 4. 事業活動における人権重点課題

現在、当社グループが事業活動を行う上で、優先的に取り組むべき人権尊重に関わる重点課題は、サプライチェーン上の労働者の権利の尊重、石光グループ内での国際的に禁止されている差別およびハラスメントの禁止、DE&Iの実現、女性労働者、外国人労働者、非正規労働者などの権利の尊重、地域住民の権利の尊重、救済へのアクセスの確保と特定されています。当社グループは、社会情勢や事業活動の展開、当社グループに対する要請などを勘案しながら、優先的に取り組むべき人権尊重に関わる具体的な課題について、適宜見直しを行います。

### 5. ステークホルダーとのエンゲージメント(対話)

当社グループは、本方針に基づく人権に関する取組について、関連するステークホルダーとの対話の機会を確保し、本方針の実行に関して誠実に協議を行います。

### 6. 是正・救済

当社グループの事業活動が、人権への負の影響を引き起こし、または負の影響を助長している場合は、適切な手続きを通じて、その是正・救済に取り組みます。

また、ビジネスパートナーまたはその他の関係者を通じて、当社グループの事業、商品またはサービスが人権への負の影響に直接結びついている場合は、これらの関係者に対する是正・救済の働きかけを検討していきます。

当社グループは、国際基準に沿った救済制度の整備を進め、人権への負の影響を受けた人の救済のために適切な措置を講じます。

### 7. 教育・研修

本方針が当社グループの企業活動に組み込まれ、効果的に実行されるよう、役員および従業員に対して、適切な教育・研修を行うとともに、ビジネスパートナーおよびその他の関係者への周知・理解の浸透に努めます。

### 8. 情報開示

本方針の遵守状況を継続的にモニタリングし、人権尊重に向けた取組の進捗状況についてウェブサイト等を通して適切に開示し、ステークホルダーが当社グループの取組を理解できるような情報開示に努めます。

## VOICE

### 石脇社長インタビュー

6年前より企業として人権という課題に向き合わなければならないと感じていましたが、2023年度から外部の専門家の先生を含め、実態に沿った人権方針策定に向けて正式に動き始めました。当社は発展途上国との取引も多く、問題の特定や課題の抽出は難航すると思われます。ですが見なかったことにすることは決してできない課題のため、少しずつでも課題を特定し公開し、そして改善していく必要があります。継続して取り組んでいくため、今期からまずは優先度を決め、社内外含め調査・施策の検討を進めていきます。



## CASE STUDY

## コロンビアダイバースコーヒー[Colombia Huila Brisas de Amor EX]

## 商品の説明

コロンビア ウイラ県にある生産者組合に所属する生産者の中で、障がいのある生産者とその家族によって作られているコーヒーです。

## 開発経緯

コーヒーとして美味しいのはもちろんのこと、障がいの有無に関係なくプロフェッショナルとして活躍する姿にスポットライトを当てたいと思い構想を練り始めました。コーヒー作りが本当に好きで、「社会の役に立ちながら家族と幸せに生きていきたい」という彼らの願いを実現するため、プロジェクトの収益を使って、彼らが困難を克服するための新たな設備・システム開発に向け現在も議論を重ねています。

## 担当者Voice

初めて生産者の方々とお会いしたとき、この取り組みを受け入れてくれるのだろうか、偽善者と思われるのではないだろうか、と不安で心が重たくなっていたことを思い出します。

しかし、実際に会ってみるとその意識はがらっと変わり、自分が彼らのことを必要以上に「特別視」していたことに気づかされました。彼らはプライドをもって日々コーヒー作りに向き合い、大変な仕事も家族で支え合いながら少しでも社会の役に立ちたいと考えていて、そこに他の生産者との違いは何らありません。

そのため、あえて彼らにスポットライトを当てるのが正しいかは分かりませんが、このコーヒーを手にした人が“今まで考えなかったことを考えるきっかけ”となり、同じような状況の人・その家族の明日が少しでも明るくなることを願って商品化しました。

最後に商品名のAmorはスペイン語で「愛」を意味します。生産者も消費者も、コーヒーを愛する人皆がこのコーヒーを通じて愛の輪につながってほしいという意味を込めています。



コーヒー・茶類事業部 コーヒー原料チーム  
花岡 風香 (後列右から5番目)

## 灘さくら支援学校コーヒー教室

当社は数年前から、灘トライやるウィーク(\*)の一環として、灘さくら支援学校で定期的にコーヒー焙煎教室を開催しています。この取り組みは、支援学校の生徒の皆さんにコーヒーの焙煎を体験していただき、できた焙煎豆を親御さんにプレゼントするものです。ある回では、焙煎したコーヒーを抽出し缶コーヒーにしてプレゼントしました。生徒の皆さんには、普段あまり触れることのないコーヒーをとおして食の楽しさを感じてもらい、親御さんからは、自分の子どもが手を動かして作ったものは何物にも代えがたいと毎回大変喜んでいただいています。当社はこの活動を通じて、「障がいのあることによる生きづらさ」という社会的な課題に対して、継続的に取り組んでいきたいと考えています。

(\*)トライやるウィーク：全県下公立中学校2年生及び市立盲・養護学校中学部2年生等を対象とした職場体験、福祉体験、勤労生産活動など、地域での様々な体験活動。

## フードバンク活動

## 活動の説明

毎週月曜日にコストコ垂水店に行き、消費期限の迫ったパン、野菜、果実を引き取り、夢野母子ホーム(母子生活支援施設)、愛信学園(児童養護施設)、神戸ダルク(薬物依存症更生施設)、フードバンク関西の4か所に配達する活動です。配達量は平均で100kg程です。この活動は2019年4月から始まりました。



## 担当者Voice

当社は地域社会への貢献として社会貢献されているフードバンクを支援しています。コストコはフードロス削減としてパン、野菜、果実を年間486トン、フードバンクへ寄付しています。1店舗当たり約15トンです。当社は約5トン配達していますので1店舗が出す寄付量の3分の1の配達をお手伝いしていることとなります。配達時は郊外の緑の中を運転しますので季節の移ろいを感じ気分転換になります。各施設の方々の笑顔でやりがいを感じています。



管理部 貿易チーム  
後藤 庄作

## CASE STUDY

## 子ども食堂支援活動

## 活動の説明

石光商事の神戸本社裏になぎさ福祉センターという場所があり、地域ボランティアの方を中心に月2回の子ども食堂が開催されています。何か貢献できることはないかと考え動き始めたことがきっかけです。調理器具による商品の制限はありますが、フードロス削減のためのものだけではなく正規品も含めて当社商品の寄付をしています。他にも配膳や片付けの手伝いも含めて様々な方がお互いに子ども達をお話ししながら食事をするという場となっています。

## 担当者Voice

様々な子ども食堂があるかと思いますが、こちらは必ずしも事情がある方だけではありません。私の子どもたちも利用しています(写真)。子ども食堂だけではなく勉強を教える会や餅つきなど季節に応じたイベント開催もあります。多い時は1回に100名ほどの子どもやその家族が参加し、「地域」としてお互いに子どもを見て助け合うという良さがあります。「持ちつ持たれつ」という感覚と、何かあったときは助け合えるコミュニティ作りは今の時代にはとても大切と感じ、助かっていると同時に、引き続きそのような活動への貢献と恩返しをしていけたらと考えております。

総務・人事チーム 浅見 正明



## チャイルド・ケモ・ハウス(神戸市)

2013年に開設された、神戸市にある「チャイルド・ケモ・ハウス」は、全国から神戸の医療機関に治療を受けられる小児がんや難病のお子さんご家族のための滞在施設です。

当社の海外事業部から「公益財団法人 チャイルド・ケモ・サポート基金」へ毎年寄付をしています。

2023年度実績 **665,000円**

## COFFEE TOWN ADACHI

## 活動の説明

【COFFEE TOWN ADACHI】とは、「コーヒーってなに?」「どうやってできるの?」そんな疑問を子どもから大人まで楽しみながら体験できる、東京都足立区内初のコーヒー体験型イベントです。コーヒー生豆に触れ、焙煎、抽出までを体験できるコーナー、区内の自家焙煎店のコーヒー飲み比べ、コーヒーを使用したお菓子の物販を行いました。体験コーナー、飲み比べともに完売するほど大盛況で、コーヒー菓子も多くの方にご好評いただきました。

## 開発経緯

様々なコーヒーの課題があるものの、それ以前にコーヒーのことを一般消費者が知らないことに大きな課題を感じていました。足立区にはコーヒー生豆を扱うコーエスフーズ株式会社だけでなく、焙煎機メーカー、そして自家焙煎コーヒー店とコーヒーに携わる事業者が揃っています。まずは区内のコーヒー関連企業とコーヒーそのものを知ってもらいたいという想いから企画が生まれました。このような地道な活動を通して仲間を増やし、最終的にはコーヒーが抱える課題にともに取り組んでいければと考えています。

## 担当者Voice

当社としては初のイベント開催だったため、準備や告知等不慣れなことが多く大変でしたが、足立区という繋がりのもと助け合いながら無事にイベントを終えることができました。コーヒーは茶色いものと認識しているのは子どもだけでなく大人も同様で、初めて緑色のコーヒー生豆を目にして驚かされている参加者の姿が大変印象的でした。【COFFEE TOWN ADACHI】は一度きりで終えるのではなく、毎年恒例のイベントとして継続し足立区のコーヒーシーンを盛り上げていきたいと思っております。

コーエスフーズ株式会社 岡崎 有里子



## CASE STUDY

## コウノトリ育むお米シリーズ

## コウノトリ育むお米について

兵庫県北部の但馬地方（豊岡市は但馬地域の中心に位置し、面積が最大）で、コウノトリの野生復帰を支える地球環境にやさしい農法で生産されたお米を「コウノトリ育むお米」といいます。「コウノトリ育むお米」は、農薬不使用または75%以上の削減、化学肥料不使用、生き物調査の実施、冬期湛水、深水管理など、JA但馬と地元農家さんの意見を反映した栽培管理のもと、栽培されています。人もコウノトリも、幸せに生き続けられる持続可能な農業を体現しています。今後も、コウノトリ育むお米の輸出を通じて、世界中にその価値を広め、日本の農業の発展と環境保護を推進してまいります。



## 担当者Voice

## 「持続可能な日本の農業をめざして」

2008年から海外事業部において日本食・日本文化を海外に輸出する部署に所属しています。元々、全国のその土地ならではの魅力を広めていく活動に興味がありました。昨今、日本は少子高齢化が進み、都市部から離れた地方は衰退しつつあります。そんな中、地方出身の私は地元へ帰省する度に衰退していく日本の農業を目のあたりにしてきました。

ある日、「古澤さん、コウノトリ育むお米って知ってる？」という社長の石脇からの一言がきっかけとなり、私のコウノトリ保護活動はスタートしました。そこから豊岡市の皆さんとの熱い交流が始まったのです。

コウノトリ育むお米に関わる皆さんは、本当に素敵な人ばかりです。豊岡市のこと、お米のこと、知れば知るほど、私自身活動に熱が入ります。海外にこのお米の魅力を知ってほしい、その思いで輸出の新規開拓を続けています。一人でスタートしたこのコウノトリ保護活動ではありましたが、最近ではコウノトリ育むお米について私よりも詳しく語れる社員も増えてきましたし、私の想像を超える勢いで各国での販売実績を伸ばしてくれています。コウノトリ育むお米の販売が、チーム石光としての活動として徐々に広がっていく様子を、本当にうれしく思います。

現在、当社のコウノトリ育むお米の輸出実績は73期2.8トン、74期4.9トンと大きく伸びています。その他にもコウノトリ育むお米を使用したポン酢、すし酢、日本酒の輸出にも積極的に取り組んでいます。豊岡で頂いたご縁を水平展開し、これからもその地域が抱える本質的な課題に着目しながら、私たちにできる持続可能な方法で協力者の皆さまと共に、日本の農業に積極的に向き合っていきたいです。

私たち海外事業部の「輸出」をツールとした営業活動を通じて、海外の方のみならず、その地域に住んでいない日本人にも魅力を発信し、地域の活性化を目指してまいります。



海外事業部 東京輸出チーム  
チームリーダー  
古澤 有依子

## ソーシャルビジネスフェス

「社会に希望を作る100のアイデアに会おう」のコンセプトのもと社会問題やSDGsに取り組む起業家や企業、大学生が集まり、トークセッション・アイデアピッチ・ブース出展などが行われるイベントです。主催は株式会社ボードレス・ジャパンで、環境・貧困・難民・児童労働などあらゆる社会課題解決に取り組むソーシャルビジネスが紹介されました。

当社は、株式会社ボードレス・ジャパンを通じてイベントのスポンサー企業として出展しました。主な出展目的は「SIグループのファンを増やす」「未来に繋がる社会課題を見つける」の2点で、運営スタッフで議論を行い、今回は『サステナブル』をテーマに商品を展示し、石光商事グループで取り組んでいる事業の紹介を行いました。



## アイシティ eco プロジェクト

コンタクトレンズ販売店であるアイシティが2010年より業界初の空ケース回収活動を実施しており、この度当社もこのプロジェクトに参加することとなりました。（神戸本社・東京支店に設置）

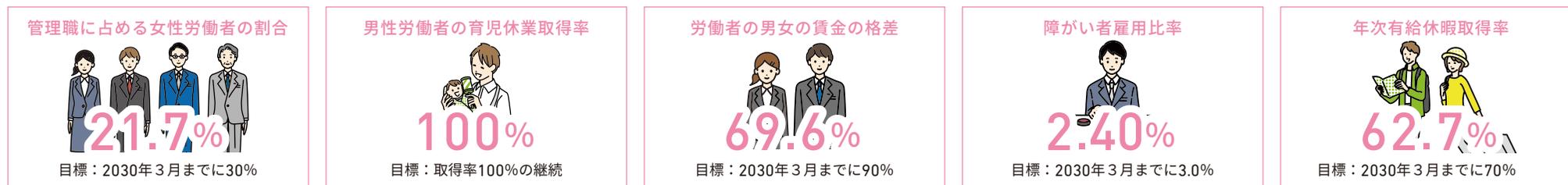
※使い捨てコンタクトレンズの空ケースは、ほぼすべての商品がポリプロピレンで作られており、ポリプロピレンはリサイクルに適した素材です。



## 人財

「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」の経営理念から、当社は以前より、「人」を中心に据えた経営を行ってきました。人を資本として捉え、その価値を高めていくことで企業を中長期的に成長させていくことが求められるようになった今、中期経営計画「SHINE2024」では、人的資本経営の土台づくりを主要テーマの1つとして設定し、「働きがい」の向上に取り組んでいます。「人事制度改革」、「人財育成体制」、「DE&I」の3つを柱として考えており、社員一人ひとりにフォーカスし、個性や才能を伸ばすための施策を展開していきます。成長し続ける社員一人ひとりが、ともに考え、ともに働き、ともに栄え続ける、これからの当社グループを創ります。

## 人財に関する指標 2023年度実績と目標



※指標に関する目標及び実績は、当社グループにおける主要な事業を営む提出会社のものを記載しております。

## 振り返り

2023年度の実績に関して、2022年度と比較すると、女性管理職比率と男女の賃金格差が昨年より低下しました。しかしこの結果は、2024年度からの組織編成変更に伴う一時的なものであり、掲げている目標の達成に向けて、引き続き対策を進めています。当社は以前より、休みを取りやすい風土ではありますが、誰でも必要ときに休める環境、性別に関係なく育児休業をしっかりと取得できる体制を整えるために、さらなる業務の平準化を進めています。属性にとらわれず個性を尊重し、「正しく知ること」の重要性から、知る機会の提供を進めており、雇用や取り組みにも良い影響を与えていると考えています。従業員エンゲージメントに関しては、現時点ではまだ十分な分析ができておらず、目標の設定や調査方法の見直しを含めた検討を進めています。

## ◎快適な職場・働きがいのある職場づくり

当社では、社員がライフイベント（結婚・育児・介護等）と仕事を両立できる職場環境を整え、長期的に安心して働ける会社を目指しています。前提となるのは社員が満足して永く勤められる環境づくりです。そのために給与体系や諸手当の見直し、コアタイムのないフレックスタイム制やテレワーク勤務制度の導入、さまざまなライフイベントの支援策の導入を行っています。より充実した人生を送るために、これからも労働環境の改善を行っていきます。

## ◎適切な労働時間の管理

- ▶ 労働基準法第36条に則り、時間外労働や休日労働に関する労使協定（36協定）を締結しています。臨時的に限度時間を超えて労働させる場合でも、1カ月あたり最長80時間（年間480時間）としています。
- ▶ 人事担当部署にて全社員の残業時間を毎月確認し、各部署の管理者に共有しています。また、部署内で一定時間差がある場合は、その理由を確認し改善を促しています。
- ▶ 勤務間インターバル（9時間以上を推奨）を導入し、毎月確認しています。
- ▶ 年次有給休暇は半日単位で取得可能であり、また、5日間連続して休みが取得できる連続休暇制度もあります。

## ◎育児、介護中の社員へのサポート

産前産後休暇  
(産後パパ休暇)

子の看護休暇

育児目的休暇

介護休業

育児短時間勤務  
子どもが小学校を卒業するまで

介護短時間勤務

## 人財

## 人事制度改革

「人事制度改革」に関しては、働きがいの向上を目指し、段階的ではありますが、改革を進めています。

- 個人の強みを活かした人事制度転換  
2023年度に専門職の設定に関する検討を進めました。2025年度より運用予定であり、2024年度は新たな制度の社内浸透とともに評価制度に関する検討を進めます。
- タレントマネジメントシステムの確立  
現状の課題を確認したうえで、人事データの可視化に関する検討を進めました。2024年度は使用するシステムの活用のための体制を整え、さらなる対応を進めます。
- 働きがい(従業員エンゲージメント)調査データの分析・活用  
2023年度の管理職研修のテーマに設定し向上のために検討を行いました。「チャレンジ」、「機会の提供」、「つながり」などといったキーワードを大切にしつつ、引き続きデータの分析を進め、2024年度は調査方法の再考も含め対応していきます。

## 制度例

人間ドック補助金制度	社員で希望者は、年齢関係なく自己負担なく受診できます
語学支援制度	自己啓発として語学習得を目指す方に1人あたり上限2万5千円を補助する制度
ローテーション制度 (新卒のみ)	入社後約1年間、様々な部署を体験し、本配属する制度
キャリア申告制度	経営層や人事担当者に直接自分の希望や配慮してほしい事情など伝えられる制度

社内留学制度	他部署の業務を知ることや、視野を広げることを目的に、留学という形で一定期間別業務を経験することができる制度です。石光商事内の部署間での運用から始まり、現在は、石光商事グループ間で運用しています
YMCFP制度	Young Management Candidate Foster Program 選抜された若手社員が経営レベルの重要会議の事務局に従事し、将来の幹部候補として大きく成長していく基礎を習得することを狙いとして発足されたプログラム。会社の重要事項・方針の決定、業務改革及び問題対応等の実地に触れることで、視野を広げ経営層と同じ目線で社会や会社のことを見て、考え、また、文章作成力、発信力や問題解決力等も身につけることを目的としています

## VOICE

## MBA支援制度

MBA支援制度  
経営戦略室 室長  
北川 克史

指定大学でMBAを学ぶ際に費用の半分会社が貸与し、修了後、貸与された費用は「お祝い金」として返還義務がなくなる制度です。留年や退学をした場合は返還義務がありますが、この制度のおかげで金銭的負担を最小限に抑え、学業に専念することができます。

【本制度を通して感じたことを教えてください。】

私はこの“MBA支援制度”利用第一号として、2021年4月に神戸大学大学院経営学研究科(MBA)に入学し、2022年9月に修了しました。神戸大学MBAでは、「研究に基礎をおく教育」と「働きながら学ぶ」というコンセプト、そして両者を統合した「プロジェクト方式」の教育方法のもと、経営戦略、財務分析、マーケティング、人材管理など、経営に必要な幅広い知識を体系的に学びました。実際のケーススタディを通じて理論を実践に結びつける経験は非常に貴重でした。

現在、経営戦略室では、MBAで得た知識を活用し、会社のパフォーマンスを最大化するための施策立案を行っています。また、MBAでは切磋琢磨する同級生との出会いがあり、互いに励まし合いながら問題を解決し、修了に辿り着くことで、戦友のような強い絆が生まれます。この同級生との出会いこそが、MBAで学ぶ最大の特典だと考えます。現在、2名/年の“MBA支援制度”対象者を募集しています。社員の皆さんには、ぜひ、この制度を活用して、一生モノの学びと同級生との出会いを体験してもらいたいです。制度利用第一号として強くお勧めします。

※MBA支援制度対象の大学院は神戸大学以外にもいくつかあります。

## 人財

## 人財育成体制

「人財育成体制」に関して、会社の成長ドライバーである社員一人ひとりが成長できるように、教育や研修機会の提供や会社としてのフォローや管理を強化しています。

## 人財投資効率と効果検証制度の確立

## ●人財ポートフォリオをもとに教育要件の設定

研修内容などの検討を進め、各層やポジションに必要な教育体系を作成しました。

## ●社員自身によるキャリアプランの作成及び1on1を通じたアドバイス体制の構築

キャリアアンカーシートは導入済みですが、まだ体制は不十分であり、今後予定しているキャリア研修などを通して精度を上げていきます。また、1on1については、価値を感じている社員がいる一方で、一部、1on1では網羅できない内容もあるため、1on1の更なる活用やメンター制度の導入等、他制度も併せて検討を進めていきます。

## ●教育費の把握、管理

教育費を集計・進捗管理できる体制の準備が整ったため、予定どおり2024年度より運用を進め、今後の投資効果の検証等にも活用していきます。

## 研修制度

## 新入社員向け

内定者研修

入社前  
フォローアップ  
研修

入社研修

6カ月研修

2年目研修

## 管理職向け

新任管理職  
研修管理職  
全体研修

## ●投資教育研修

確定拠出年金制度や持株会制度があり、その説明及び将来に向けての投資の重要性についての研修を行っています。従業員の資産形成に向け、お金に関する知識や関心を高め、また経営に対して株主目線の意識を育むことを目的としています。

適時、経営課題に対応したテーマを設け研修を実施しています。

## 2023年度実施一例

- ・コンプライアンス研修（契約書、規程）
- ・評価研修
- ・安全運転管理研修
- ・ITリテラシー研修
- ・インボイス、電帳法研修

## TOPICS

## 管理職研修（働きがい向上に向けたワークショップ）を実施しました

当社は毎年、働きがい調査を実施しております。今期、管理職や経営層（約60名）を集めて、働きがい向上に向けたワークショップを行いました。

今までは福利厚生や制度など働きやすさの向上に取り組んできましたが、現在働きがいの向上について取り組みを行っております。その一環として、重要な役割を果たす管理職への教育に注力しており、働きがい調査結果をもとに管理職や経営層全体で現状把握を行い、改善に繋げていくために当研修を実施しました。調査結果から当社の強み弱み、その原因などの分析を行い1日5時間にわたる研修となりました。これからも引き続き、働きやすさとともに働きがいの向上を目指し、取り組みを進めます。



## 人財

## ダイバーシティ・エクイティ&amp;インクルージョン (DE&amp;I)

「DE&I」に関して、年齢、性別、国籍などの属性に一切とられない体制づくり、学び続け、挑みつづけるために機会の提供を進めています。

## 女性管理職比率 30%、障がい者雇用率 3.0% (ACR での女性社員比率 40%) の達成

## ●女性管理職育成方法の確立

家庭との両立のための労務環境の改善と、キャリア形成研修等を通じて、管理職志向の動機付けを行うことにより、男女問わず候補選出が可能な状態を整えます。また、管理職業務の整理や役職任命前後のフォロー体制も整えます。

## ●障がい者雇用体制の確立

グループ全体で障がい者の受入体制を整備していくため、障がい者に対する就労満足度調査を実施し、調査結果をもとに就労環境の改善及び受入側の意識啓発に取り組みます。また、「正しく知ること」の機会を増やすことで相互理解を深めます。

## ●多様な選択肢とチャレンジ、機会の提供

年齢・性別・国籍・障がいの有無に関係なく、多様な働き方を選択できる環境の整備や、学びたい、チャレンジしたいという思いを尊重し、さまざまな機会を提供します。



女性管理職比率 21.7%



定年年齢を2019年より  
65歳に引き上げ



嘱託社員を中心に、  
地域貢献や交流の一環として  
ボランティア活動の実施



海外グループ会社の経営幹部に  
現地の人財を登用



求人方法の変更  
(応募者のスキルや強み、障がい  
特性での配慮すべき点を把握し、  
その強みが活かせる業務があるか  
どうかを検討する方法に変更)



養護学校や就労支援施設との  
交流実施

## TOPICS

## Like myself 代表 前田良さんに講演会をしていただきました。

当社は、社員一人ひとりはもちろんですが、サプライチェーンを支えてくださる方々そして社会全体を視野に入れて、一人ひとりの存在に敬意を払い、違いを認め合い、尊重し合う会社を目指すために、まずは「正しく知る」機会を増やしています。昨年度は生理研修を行い、今回は、「性に悩む人の存在を知る」ために、Like myself代表 前田良さんに講演をしていただきました。

## ▶前田さんの想い

世の中にはいろんな方がいます。全員が同じ想いになることは難しいと思いますが、会社に一人でも受け止めてくれる人がいたら働き方は変わると思います。カテゴリー分けするのではなく、一人ひとりを見ていただきたいです。受け入れることは難しくても受け止めることはできると私は思います。普段、お話しする内容によっては抵抗感を抱かれることもありますが、石光商事からは人の温かさを感じました。お話しをしていると自分自身も楽しくなり、もっと交流したい、ワクワクするようなことをしたいと感じ、この素敵な出会いとつながりを今後もつなげていきたいです。

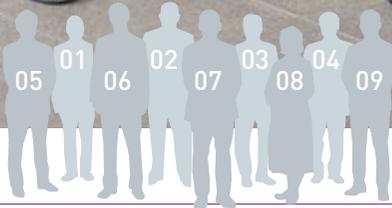


## ▶社員の感想

- 「自分らしさ」について考えるきっかけになりました。誰一人として同じ人はいない、互いに尊重し認め合うことが今後さらに求められると思います。
- 自分の言動には気を付けようと思いました。お話しを伺ってから、私の言動で自分らしくいることを諦めてしまう人がいるかもしれないと改めて実感しました。自分を大事に出来る世の中になるために、まずは自分の言動から気を付けたいです。



## 役員紹介



## 役員紹介

### 01 監査役 板垣 克己

1976年 4月 三菱化成工業(株)(現三菱ケミカル(株))入社  
1996年 9月 バクリー化成(現PT.Mitsubishi Chemical Indonesia)出向取締役経理部長  
2002年10月 日本ポリケム(株)事務部長経理GM  
2004年 1月 同社経理部長  
2007年 4月 三菱化学メディエンス(株)(現(株)LSIメディエンス)執行役員経理部長  
2010年 6月 同社取締役執行役員  
2014年 4月 (株)生命科学インスティテュート常勤監査役  
2019年 6月 当社監査役(現任)  
2020年 1月 特定非営利活動法人  
NGO世界アジア人財支援協会 常務理事

### 02 取締役 管理部長 奥野 裕二

1985年 4月 シャープ株式会社入社  
2021年 2月 当社入社  
2021年 4月 当社管理部門長補佐兼  
コーポレートチームリーダー  
2022年 4月 当社管理部門長  
2023年 4月 当社経営役 管理部門長  
2024年 4月 当社経営役 管理部長  
2024年 6月 当社取締役 管理部長(現任)

### 03 常勤監査役 吉川 宗利

1981年 4月 当社入社  
2008年 6月 当社取締役 総務人事チームリーダー  
2011年 4月 当社執行役員 管理部門長  
2017年 4月 当社執行役員 管理部門長  
2017年 6月 当社取締役執行役員 管理部門長  
2019年 4月 当社取締役 管理部門長  
2022年 4月 当社取締役  
2023年 6月 当社監査役(現任)

### 04 監査役 藤井 啓吾

1979年 4月 (株)日本長期信用銀行(現(株)SBI新生銀行)入社  
2005年 4月 流通科学大学サービス産業学部教授  
2014年 4月 同大学副学長  
2017年 6月 当社監査役(現任)  
2020年 4月 流通科学大学学長  
2024年 4月 同大学名誉教授

### 05 社外取締役 小澤 真

1982年 4月 味の素(株)入社  
2011年 4月 ヤマキ(株)執行役員 家庭用事業部長  
2013年 6月 同社取締役 上席執行役員 家庭用事業部長  
2015年 7月 同社取締役 常務執行役員  
2022年 7月 同社顧問  
2023年 6月 当社取締役(現任)

### 06 取締役副社長 中埜 晶夫

1976年 4月 (株)日本長期信用銀行(現(株)SBI新生銀行)入社  
2004年11月 イーグル工業(株)入社  
2010年 7月 (株)雪国まいたけ入社  
2011年 9月 当社入社  
2012年 6月 当社執行役員 海外事業副部門長  
2013年 6月 当社取締役執行役員 経営企画室長  
2015年 4月 当社取締役執行役員 経営刷新室長  
2016年 6月 当社取締役副社長 執行役員 経営刷新室長  
2018年 4月 当社取締役副社長 執行役員  
2019年 4月 当社取締役副社長 海外事業部門長  
2021年 4月 当社取締役副社長(現任)

### 07 代表取締役社長 石脇 智広

1999年 4月 関西アライドコーヒーロースターズ(株)入社  
2001年 3月 当社入社 研究開発室長  
2012年 6月 当社執行役員 研究開発室長  
2014年 6月 当社取締役 執行役員 研究開発室長  
2015年 4月 当社取締役 執行役員 コーヒー・飲料部門長兼研究開発室長  
2016年 6月 当社代表取締役社長 執行役員 研究開発室長  
2019年 4月 当社代表取締役社長(現任)

### 08 社外取締役 百瀬 則子

1980年 3月 ユニー(株)入社  
2003年 2月 同社環境部長  
2013年 2月 ユニーグループ・ホールディングス(株)(現(株)ファミリーマート)業務本部グループ環境社会貢献部長  
2014年 5月 同社執行役員 グループ業務本部グループ環境社会貢献部長  
2017年 9月 ユニー・ファミリーマートホールディングス(株)(現(株)ファミリーマート)執行役員 総務人事部CSR・コンプライアンス部長  
2020年 4月 ワタミ(株)執行役員 SDGs推進本部長(現任)  
2020年 6月 公益財団法人Save Earth Foundation 業務執行理事(現任)  
2022年 6月 当社取締役(現任)

### 09 取締役 荒川 正臣

1999年 4月 当社入社  
2017年 4月 当社コーヒー・飲料部門 コーヒー生豆 カテゴリーマネージャー  
2019年 4月 当社コーヒー・飲料副部門長兼コーヒー飲料原料カテゴリーマネージャー  
2020年 4月 当社経営役 コーヒー・飲料部門長兼コーヒー飲料原料カテゴリーマネージャー  
2020年 7月 当社経営役 コーヒー・飲料部門長兼コーヒー飲料原料カテゴリーマネージャー兼東京支店長  
2021年 4月 当社経営役 コーヒー・飲料部門長兼東京支店長  
2022年 6月 当社取締役 コーヒー・飲料部門長兼東京支店長  
2024年 4月 当社取締役 東京支店長(現任)

	会社経営・事業戦略	営業・マーケティング	HR・労務	財務・会計	法務内部統制リスクマネジメント	国際性・多様性	ESG・サステナビリティ/CSV	科学技術・IT
石脇 智広	●		●				●	●
中埜 晶夫	●			●	●	●		
荒川 正臣		●				●	●	
奥野 裕二		●	●		●			
百瀬 則子		●			●		●	
小澤 真	●	●					●	

当社取締役を求める  
専門性及び経験

\*一覧表は各人の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

## 社外・社内取締役 座談会

## 個々のスキルを生かし、 企業と社員の成長に貢献できる取締役会へ。

コーポレート・ガバナンスの強化は、  
経営の基本方針を実現するための重要な課題です。  
その役割を担う取締役の中から、  
社内外それぞれの取締役の皆さんにお集まりいただき、  
マテリアリティへの取り組みや  
取締役会のあり方について語っていただきました。



出席者の名前 左から 小澤 真氏（社外取締役 2023年就任） 荒川 正臣氏（取締役 2022年就任） 百瀬 則子氏（社外取締役 2022年就任） 奥野 裕二氏（取締役 2024年就任）

## 社外・社内取締役 座談会

### 社会課題を解決する 企業イメージを社会に発信

はじめに、当社グループの価値、課題について考えをお聞かせください。

**荒川** 事業部では各々の分野の専門性の高さが武器となり、それが当社の価値となっています。反面、横のつながりが弱いため、今回の組織編成を機に横の連携を強化し組織力を高めていく必要性を感じています。

**奥野** 当社は業界で“コーヒーの石光”と言われる存在でありながら、社会における知名度はそれほど高くありません。社会に当社の企業価値が正しく理解されていない点が当社の課題であり、これを解決するにはブランド価値を高める戦略の構築と推進が必要だと思えます。

**小澤** 創業から100年以上続いていることが当社の価値の証であり、そこにはお客様と交わした信頼というブランド資産があると思えます。ただ、一般の消費者にはそれが蓄積されていない。BtoBが中心の事業なので消費者の視点がどうしても弱くなりがちですが、間に入っているお客様と共に消費者の満足度をいかに高めていくかが課題だと思えます。

**百瀬** 私は小売業でCSRやSDGsに取り組んできましたし、現在も外食産業でSDGs推進担当実行役員を務めています。こうした経験を生かして、当社の目指す持続可能な企業に貢献でき

ばと思っています。当社は特に、温室効果ガス削減を事業戦略に位置付け、前面に打ち出しています。それを自社だけではなく、サプライチェーン全体の課題として果敢にチャレンジしています。最近もトラックの混載や便数を削減して物流の効率化を図り、CO2削減を進めるなど、できることから地道な取り組みを進めている点は評価に値すると思えます。

ありがとうございます。皆さんの発言をお聞きになって、いかがですか。

**百瀬** 小澤さんが指摘された消費者の満足度を高めるにはどんなことができると思えますか。

**小澤** 社会課題を解決する商品をお客様と共に開発できるのは、高い専門性を持っている石光商事だというコーポレートイメージを強く打ち出し、株主の皆さまや流通・需要家等のお客様だけでなく、その先の消費者の皆さまも含め広く社会に発信していくことが大切だと思えます。



**荒川** 社会課題を解決する商品とは、商品に関わる全ての人と背景の環境も含めて共存し、さらに共栄へとつながることを可能にする商品ということですね。

**百瀬** サプライチェーンに限らず、消費者やその後の使い終わった容器や廃棄物のリサイクルまで入れたバリューチェーン全体を通して、サステナブルな商品を扱うことが大切ですね。それは地球環境だけでなく、健康や食べることの幸せという価値も含まれると思えます。

**小澤** 私の持論として、健康の三原則とは心と体と地球の健康であり、それに貢献する大切なものが食です。リラックスという心の健康のためにコーヒーがあり、体の健康のために野菜がある。地球の健康のために環境への取り組みがある。当社グループが提供する商品自体が社会課題を解決するという捉え方もできるわけですから、今必要とされる社会課題を解決する商品とは何か定義し、優先順位の高い社会課題について議論をする必要があると思えます。

**百瀬** 例えばサプライチェーンの視点でコーヒーの生産地について考えると、そこには貧困など数多くの問題があるわけです。生産者と消費者が分断されている状況に対して石光商事がトレーサビリティを把握し生産地に貢献できれば、生産者とも消費者とも良好な関係ができ、社会課題に取り組む当社の価値が高まると思えます。

**荒川** それはとても重要なことですね。例えばブラジルにはコーヒー産業で成り立っているような町があるのですが、そこにある幼稚園のリノベーションに取り組みしました。生産に携わる人たちが安心して子どもを預け、働く環境を作り、その中で育った子どもが親と同じ仕事をしたいと思ってくれる、それが本当のサステナブルであり、このような取り組みを積極的に進めていきたいと思えます。

### エンゲージメント向上には キャリア形成の支援が不可欠

**百瀬** それは有意義な取り組みですよ。そうした活動をしている会社で働くことが嬉しい、誇りだと思えることはとても大切だと思うのですがいかがでしょう。

**奥野** いわゆるエンゲージメントに関する話だと思うのですが、当社は風通しも良く、居心地のいい会社だと思いますが、全社員が仕事にやりがいを持って働いているとは言い切れないところが課題だと思っています。

**百瀬** 具体的な取り組みはあるのですか。

**奥野** マテリアリティには、新たなチャレンジにより「事業の成長とサステナビリティを支える」とありますが、チャレンジするためには会社で何を成していきたいかはっきり自覚することが大切です。そのためのキャリア形成をサポートするのがマネージャー層だと思います。

現在、マネージャー層と社員の間で1on1ミーティング

## 社外・社内取締役 座談会

を実施し対話を進めています。今後はキャリアシートの作成やキャリア形成を支援する研修にも着手したいと思います。

**百瀬** 私は就職時、生活の糧を得るだけでなく人の役に立つ仕事をしたという思いがありました。当社の社員はどのようなのでしょうか。自分はこの会社で何ができるのか、どんな可能性があるか。そういう模索をしながら働いているのでしょうか。

**奥野** それを意識化できればエンゲージメントが向上すると思います。居心地の良さという心理的安全性だけでなく、この会社で自分が成長できると思えるか。そういう「キャリアの安全性」を確保する取り組みが大切です。簡単なことではありませんが、しっかり取り組んでいくつもりです。

### 取締役会の実効性を高める 意義あるテーマで議論を

次いで「コーポレート・ガバナンス」について、取締役会でどのような議論を進めていけば、当社グループの発展やマテリアリティの達成につながるのでしょうか。

**小澤** 企業と消費者あるいは中間にいるお客様と交換する当社グループの価値とは商品であり、商品の価値を高める技術です。それを全社で共有できるよう取締役会では商品と技術についてもっと議論すべきだと思います。それが市場で強

みを発揮するものであれば社員の自信にもつながりますし、それをベースにブランディングし社会と共有していくことができるはずです。

**荒川** 統合報告書では各取締役の持つスキルを整理した「スキルマトリックス」を開示していますが、各々のスキルを生かした議論ができていくことが重要であり、各取締役の専門性が偏ることなく調和され、経営や事業戦略に落とし込まれていくような議論ができればいいと思います。



**奥野** 新たな価値を生み出す他社との業務提携やM&Aは取締役会の議題だと考えますが、現状はそうした案件がまだまだ少ない気がします。当社グループの発展につながる議論が増える事で取締役会の実効性が高まればと思います。また、私のスキルという点では、前職でリスクマネジメントや内部統制に長く関わってきました。その観点では当社のガバナンスはまだ効いていない部分があると思います。上から下まで

ガバナンスを効かせるにはどうすればいいのか。昨年1年間マネージャー層に研修を実施したのですが、この中でマネージャーの大きな役割の一つに会社の施策を伝える伝道師になるということ伝えてきました。ガバナンス強化のためにこの取り組みの浸透をさらに進めたいと思います。

**百瀬** 企業にとって「マテリアリティ」とは、未来を見据えたとき、これを解決しないと存続できないという重要課題です。その達成のためにはどんな組織・メンバーで進めていくべきか。社員の皆さんがマテリアリティに共感し、自分ごと化して行動につなげていくには、企業の中核が後押しをする必要があり、その求心力をどのように生み出すかという議論をするべきだと思います。社員の共感を醸成できれば働く誇りが生まれ、エンゲージメントの向上につながるのでしょうか。



**荒川** 未来を見据えこの先のリスクに対してどのようにマネジメントしていくのか、サステナビリティをキーワードに成長を促す新しいビジネスモデルの構築も喫緊の課題です。まだ着手できていない部分ですが、そこはリーダーシップを発揮して動かさないといけないと思っています。

**百瀬** 新しい事業開発についても取締役会の中で提案をしたり、研究成果について話し合うことも必要ではないでしょうか。気候変動とエネルギーの転換は急激に進むことが予想されるので、危機感を持って取り組みたいですね。

**奥野** マテリアリティについて言えば、確かに一生懸命作ったものですが、実現のための具体的な施策に落ちて、さらに進捗管理までできているかということ、まだ十分とはいえません。誰がリーダーシップをとって進めるのか、進捗管理についても報告体制を整え、問題があれば課題を抽出して解決に向けた議論を進めることで進展を図りたいと思います。

**小澤** 今回のマテリアリティは、カテゴリーマネージャー以上の社員とグループ会社の社長たちが議論して策定されています。それを施策として実践するためには、マテリアリティに沿って部下の目標を設定し、年度末に結果をレビューできるようにすることで浸透するのではないかと思います。社員の目標のどこを切ってもサステナビリティが出てきて、それが行動につながるようになればマテリアリティが活かされていくと思います。

## 社外・社内取締役 座談会

### 個々のスキルで マテリアリティ達成を支援

マテリアリティの達成のためには取締役の皆さんのアドバイスや支援が必要ですが、どのような分野でサポートいただけるでしょうか。

**百瀬** 私の専門分野は「社会・環境の調和とサステナビリティ」ですが、当社の課題は温室効果ガス削減だけではなく、生物多様性の問題も非常に大きいと考えます。当社グループの食品は、農畜産品や水産品、もちろんコーヒード豆も含めて生き物です。命を扱っているわけですから、生産現場から加工、調達までサプライチェーン全てにおいて、生物多様性保全について検証したいと思います。

また、「社会課題解決型商品」とは一体何か、それを魅力あるものにするにはどうすればいいかをサステナビリティ会議などで議論し、最終的にはその商品を販売したときの環境負荷の低減を数値目標として掲げたいと思います。

**小澤** 私はメーカーで消費者向けのブランドマーケティングを中心にやってきました。当社グループは「グリーン焙煎」という稀有な技術確立してきたので、この価値を社会と共有できるよう、消費者の皆さまとのコミュニケーションを大切にしていきたいと思います。

また、マテリアリティにある社会、環境を主軸とした高収益の商品開発には、社員が自分も消費者であり、地球人であるという自覚が大切です。グリーン焙煎のような技術があることが、社員の

意識向上にもつながるはずなので、社内ブランディングという視点も重視しサポートしていきたいと思います。

**奥野** 私の管掌下には総務・人事チームがあり、目標である「人財の成長とサステナビリティ」についてまずやり切ること。さらに「社会・環境の調和とサステナビリティ」も管掌下の4チーム全てがISO14001を目標に組み込み取り組んでいます。

「事業の成長とサステナビリティ」は、事業部が中心となり進めることとなります。推進を確実なものとするには個人の目標に落とし込むことが大切ですが、社会性、環境を主軸とした高収益商品をいきなり目標に設定するようと言われても理解が難しいので、時間を掛けて納得感を高める必要があると思います。

数値目標だけでなく達成するためのプロセスや施策をどう評価に連動させるのが重要ですので、評価制度の見直しも視野に検討を進めたいと思います。

**荒川** 私が関係するのは社会性、環境を主軸としたビジネスモデルの展開であり、事業部一丸となって取り組めるようハンドリングをしていくつもりです。

また、サプライヤーの方々の取り組みを支援協したり、難しい課題は自社のリソースを見つめ直し、一緒に商品開発をしながら市場に価値を伝えていく。あるいはお客様同士のつなぎ役となって新しい価値を生み出していけるような企業を目指し貢献していきたいと思います。

**百瀬** そのためには、当社グループの取り組みに共感してもらいパートナーとして選ばれるための情報発信が大切です。ね。「当社が策定したマテリアリティを知って、理解していただき、持続可能な社会と一緒に目指しましょう」といったアピールをしないと共感していただけません。そしてその共感が、当社の商品を選んで購入していただくといった具体的な動きに繋がるということを期待しています。

**小澤** 縦割りの組織だと外部の情報が入りやすく伝わらず、組織間の情報共有が滞りがちですが今後はそれも改善されますね。

**荒川** 現在、横串を通す場として部長会議を月1回開催していますが、この会議には事業部だけでなく管理部の皆さんも出席しています。今後はこの場を有効に活用し、部を越えて活発な議論や成功事例の共有を進めていきたいです。

改めて最後にメッセージをお願いします。

**百瀬** ちょうど組織変更で横串の通る組織になったので、これからの組織の動かし方についても活発に議論していきたいですね。そして、社員の皆さんが会社に来ることが楽しみになるような、会社の未来や自分の夢をちゃんと語れる職場であってほしいし、そうなるために自分の役割を果たしていきます。

**荒川** 繰り返しになりますが、それぞれの専門性を生かし、偏ることなく調和した経営方針や事業

方針を決めていける取締役会であるよう、私自身も意識して取り組んでいきたいです。

**小澤** 企業価値の向上という言葉がよく使われますが、企業価値を新たに育成するだけでなく、100年の歴史の中に埋もれている宝が必ずあるはずなので、それを掘り起こし社会と共有していけるような取り組みがしたいと思います。

**奥野** 社外取締役は客観的な経営指導が使命とされていますが、社外取締役の皆さんには役割を十分果たしてもらっており、打ち合わせや勉強会にも参加いただいています。

今後も社外の立場で厳しく率直な意見をいただきながら、健全な議論を通して当社グループの価値向上につなげるために、いただいたご意見を活かせるよう意識して取り組んでいきたいです。



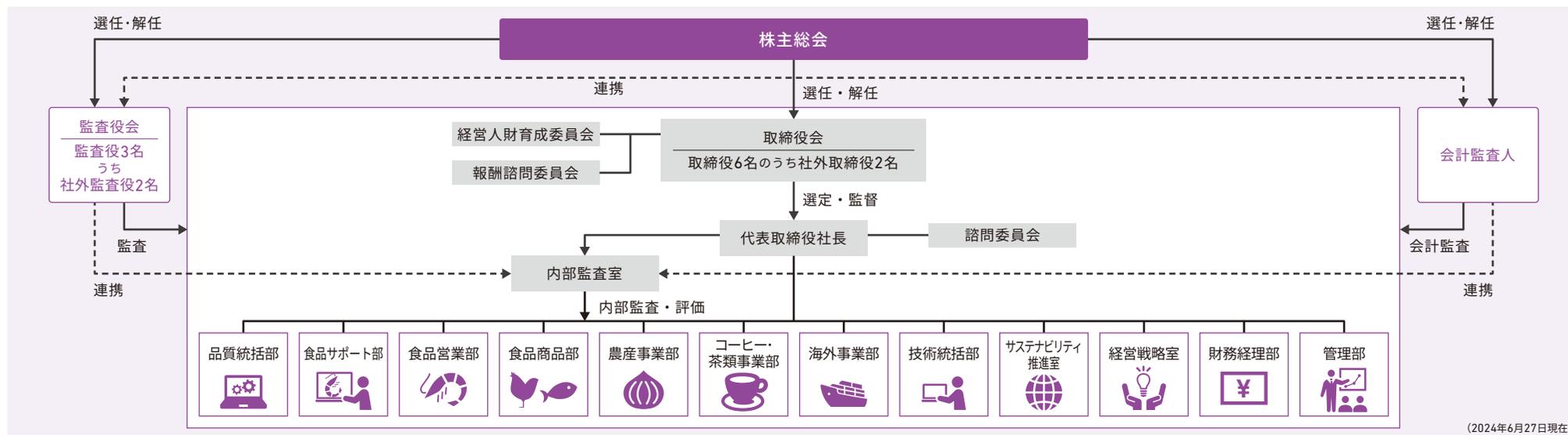
皆さん、本日はありがとうございました。

## コーポレート・ガバナンス

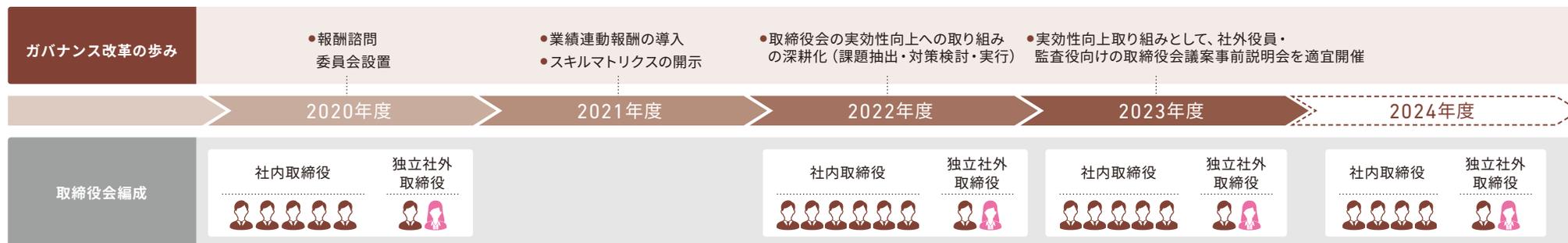
### コーポレート・ガバナンス体制

当社は、経営理念「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」のもと、社会に必要とされ続ける企業、愛され続ける企業をめざして、日本で、そして世界で食の幸せに貢献するために、コーポレート・ガバナンスを経営の基本方針実現のための経営上の最も重要な課題の一つとして位置づけております。経営環境の変化に対応できる体制を構築するとともに、株主その他のすべてのステークホルダーからの

信頼を得られるよう、経営の透明性の向上並びに公正な経営をめざしております。また、企業価値の継続的な向上をはかっていくためには適切なコーポレート・ガバナンスの構築、運用、そして向上が必要不可欠と考えております。



### ガバナンスの変遷



## コーポレート・ガバナンス

### 経営・執行体制

当社における企業統治の体制は、事業の内容や規模等を鑑み、経営の透明性の向上及び公正な経営を維持するため、社外取締役及び社外監査役の選任、諮問委員会の設置等により経営の業務執行、監査・監督機能を整えております。また、体制の強化として、社外監査役2名を独立役員に指定しており、さらに社外取締役2名も独立役員となっております。

取締役会は原則として毎月開催されており、審議には社外取締役のほか監査役3名も加わり、経営の基本方針その他重要事項を決定しております。常勤の社内取締役、経営役員及び部門長が構成メンバーとなる諮問委員会においては、常勤監査役も参加し、社長の諮問により日常の会社の経営に関する重要事項を審議しております。

また、2018年には、社外役員連絡会(社外取締役2名+社外監査役2名)を設置し、情報交換や討議をしております。

さらに経営戦略室等のスタッフは、適切に情報開示を行うとともに、株主やステークホルダー等からの声に迅速・誠実に対応し、建設的な対話を進めております。したがって、当社の経営に係るガバナンス機能は十分に機能する体制が整っていると認識しております。

### 監査・監督体制

監査役会は監査役3名で構成され、原則として毎月開催されるとともに、監査役は取締役会及びその他の重要な会議に参加し、各取締役の業務執行状況を監査しております。また、監査役3名ともに財務及び会計に関する相当程度の知見を有するものであります。内部監査は社長及び監査役に直接レポートすることができる内部監査室の専門スタッフによって行われ、内部監査規程に基づき業務上特に必要あるときは社長の命により別に指名された者を加えて行うことができる体制を確立しております。内部監査室は社長並びに取締役会によって承認された年度監査計画に基づき、本支店及び連結子会社を網羅し内部監査を実施しております。

監査役監査は年度監査計画に基づき、重要会議への出席のほか、重要書類の閲覧、幹部職員等(連結子会社の役員を含む)からのヒアリングの方法により業務執行の適法性についての監査及び調査を実施しております。また、監査役は内部監査室から報告を受けるとともに、必要に応じて同室に情報を提供しております。さらに、会計監査人とも適宜情報交換を行っております。

会計監査については会計監査人に有限責任監査法人トーマツを選任しております。当社と会計監査人との間に利害関係はありません。また、同監査法人は業務執行社員について、当社の会計監査に一定期間を超えて関与することのないよう措置をとっております。

### 実効性評価

当社は、年1回定期的に取締役会の実効性の分析・評価を行っております。2024年3月期についても、取締役、監査役及び経営役の全員にアンケートを行い、第三者評価を実施し、その結果を取締役会において意見交換を行いました。取締役会の実効性は確保されていることが確認できましたが、取締役会による人的資本投資に関する経営戦略・課題との整合の適切な監督等の提案事項が確認されたことから、これらを踏まえて引き続き改善に取り組んでいきたいと考えています。

### 取締役の報酬を決定するにあたっての方針と手続き

当社の役員報酬は、月例の固定報酬である「基本報酬」と、業績向上に対する意識を高めるため、定量目標及び定性目標の達成度を反映させて算出した業績連動報酬等で構成されております。業績連動報酬等については、金銭報酬を33%、残りの67%を取締役退任時までの譲渡制限付株式、すなわち非金銭報酬としています。業績連動報酬等の評価のための各目標項目の達成及び実績度合の評定の目安は報酬諮問委員会から示されます。

取締役の個人別の報酬等の決定に係る委任に関する事項については、過半数の委員が社外取締役であり、委員長が社外取締役で構成される報酬諮問委員会において取締役会の諮問に答える形で報酬等の額やその算定方法の決定に関する方針について提言を行い、取締役会で決定することとしております。

なお、社外取締役及び監査役は月例の固定報酬のみであります。

役員区分	固定報酬	業績連動報酬等
取締役(社外除く)	金銭	金銭33%、株式67%
社外取締役	金銭	—
監査役(社外含む)	金銭	—



## コーポレート・ガバナンス

### 社外役員の独立性の基準

当社は、東京証券取引所が定める独立性基準に加え、社外取締役又は社外監査役を選任するための独立性に関する基準を次のとおり定めております。以下に掲げる事項のいずれにも該当すると認められる場合、独立性を有していると判断します。

1	最近10年間に於いて、当社グループの業務執行者等ではないこと。	8	当社グループから役員報酬以外に、多額の金銭その他の財産上の利益を得ている弁護士、公認会計士又は税理士その他のコンサルタント等(法人・組合等の団体の場合はその団体に所属する者)ではないこと。
2	当社の主要株主又はその業務執行者等ではないこと。	9	現在及び過去3年間に於いて、上記2～8に掲げる者ではないこと。
3	当社グループを主要な取引先とする者又はその業務執行者等ではないこと。	10	上記1～9に掲げる者の配偶者、二親等内の親族、同居の親族ではないこと。
4	当社グループの主要な取引先である者又はその業務執行者等ではないこと。	11	当社の一般株主との間で恒常的に実質的な利益相反が生じるおそれのないこと。
5	当社グループから一定額を超える寄付又は助成を受けている組織の業務執行者等ではないこと。	12	当社の社外役員として、通算の在任期間が8年を超えないこと又は通算の在任期間が8年を超えない者であっても当社における勤務の状況から実質的な独立性に疑義が生じていないこと。
6	当社グループから取締役を受け入れている企業グループの業務執行者等ではないこと。		
7	当社グループの会計監査人である監査法人に所属する者ではないこと。		

### 内部統制の強化

2022年4月より、J-SOXに対応した内部統制に関して、財務報告にかかる内部統制評価マニュアルを新たに制定いたしました。また、内部統制委員会のあり方を見直すため、J-SOX委員会に改名し、主に財務報告に関わる内部統制報告書を作成する際の社内報告結果を確認・報告する会議体とし、それに伴って社内規程の内容も変更いたしました。

当社は、取締役会において内部統制基本方針を定めており、この基本方針に基づき、業務の適正性を確保していくとともに、今後もより効果的な内部統制の体制を構築できるよう継続的な改善をはかっていきます。

また、内部統制の目的の一つは、業務の有効性と効率性を高めるとともに、財務報告の信頼性を確保することです。業務フローを確立し、ITによる情報のシステム化、自動化、統合化を推進することで、業務の効率化と正確性確保に取り組んでいます。

## リスクマネジメント

### 基本的な考え方

当社グループでは「リスク管理規程」を制定し、事業を取り巻くさまざまなリスクに対して、的確な管理・実践が行えるよう、リスクマネジメント活動を強化しております。また、当社代表取締役社長を委員長とする「リスク管理委員会」を設置し、グループ全体のリスクマネジメントを統括するとともに、同委員会での活動内容を取締役会にて報告しております。

### 推進体制

当社グループでは、災害・品質保証問題・システム上の問題等の緊急事態が発生した場合に備え、2022年5月に「BCP基本方針」を制定いたしました。主な内容としては、緊急事態の発生時にリスク管理委員会委員長がBCPを発動し、関連する部門長をリーダーとする4つの主要類型(①災害対策、②品質保証関連、③システム関連、④その他不祥事・パンデミック・人権問題他)毎に対策本部を設置する体制を整備いたしました。それぞれの緊急事態に対応するシナリオ(マニュアル)の有効性等を確認するために、原則年1回のBCP訓練を実施しています。

### リスクの把握

当社グループの事業・経理の状況等のうち、投資者の判断に重要な影響を及ぼす可能性があるリスクには次のようなものがあります(2024年3月期有価証券報告書より)。

①輸入商品の価格変動②ITリスク③サプライチェーンリスク④食の安全⑤感染症リスク⑥取引先の信用リスク⑦物流等のインフラ機能不全⑧他社との競争リスク⑨人材リスク⑩海外事業リスク⑪保有資産の減損⑫有利子負債の依存度⑬気候変動・自然災害等⑭需要期の季節集中⑮法的規制等⑯投資リスク等を主要リスクと認識し、対応しております。

## コーポレート・ガバナンス

### コンプライアンス

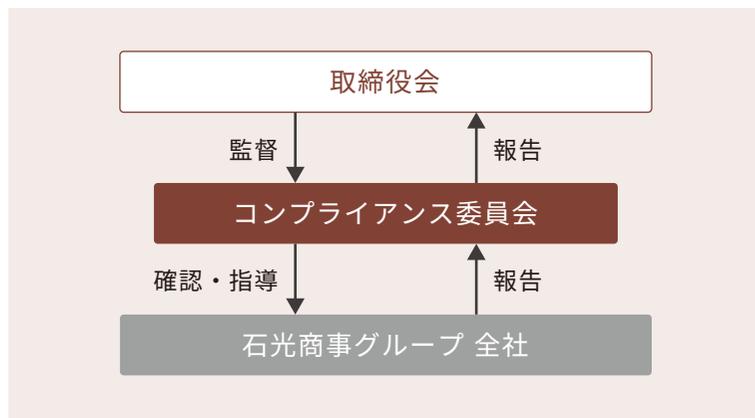
#### 企業倫理規範・行動指針

当社グループは経営理念である「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」の実現をめざして「石光商事グループ行動規範」を制定しています。当規範を当社グループ会社のすべての役職員は、日々誠実かつ適切な行動をするための共通の価値観・倫理観、及び、行動のよりどころとしています。また、当社グループにおけるすべての役職員が法令等を遵守し、高い倫理性を保持して業務を遂行するために「コンプライアンス規程」を制定しています。主な内容としては、ステークホルダーに対する責任として、(1)株主に対する責任、(2)顧客に対する責任、(3)取引先に対する責任、(4)従業員に対する責任、(5)社会に対する責任の5つの責任を守るために、コンプライアンス行動規範を記載しています。

#### コンプライアンスの推進体制

石光商事取締役会の直属機関として、代表取締役社長、常勤取締役及び常勤監査役を含む5名以上で構成し、管理部長をコンプライアンス統括責任者、各部長をコンプライアンス責任者とする「コンプライアンス委員会」を設置し、取締役会にて活動内容を報告しています。また、内部通報制度を設けており、社内投書箱の設置や、社内外向けにホットライン(相談窓口)を設置しています。上記以外にも、グループ全社へ向けてのコンプライアンス意識向上策として、コンプライアンス研修を継続的に実施しています。

#### ■コンプライアンス管理体制



### 情報セキュリティ・IT戦略

#### 推進体制

当社は、社会的責任を担う企業として情報リスク管理の重要性を認識し、情報セキュリティの向上に努めています。不正アクセスや情報漏洩、システム災害等の脅威から情報資産を守り、健全で豊かなコミュニケーション社会の構築に寄与するため、次のような施策を講じています。

- **情報セキュリティ管理規程の制定**  
当社は、情報セキュリティに関する基本的な考え方を総合的かつ体系的に具体化した「情報セキュリティ管理規程」を定めています。これにより、情報セキュリティを確保し、すべての情報資産を適切に管理しています。
- **脅威対策**  
情報の安全保護を確実に実施するため、従来の検知型セキュリティソリューションに加えて、先進的な防御技術を導入しています。これにより、未知のセキュリティリスクにも迅速かつ効果的に対応し、情報資産の保護を強化しています。
- **インシデント対応**  
万一の情報インシデントに備え、専門家とのネットワークを構築しています。インシデント発生時には、内容や影響度を迅速に把握し、適切な対策を講じて速やかに収束を図ります。
- **人的セキュリティ対策**  
巧妙化するセキュリティ脅威に対応するためには、技術的な対策に加え、人的セキュリティ対策が重要です。当社では、標的型攻撃を防ぐために、年に2回、社内向けの情報セキュリティ教育を実施し、従業員の情報リテラシーの向上に努めています。

これらの取り組みを通じて、当社は情報セキュリティの向上を図り、社会に対して安全で信頼性の高いコミュニケーション環境を提供し続けることを目指しています。

#### マテリアリティの目標達成に向けて

これらをIT戦略の主軸として取り組みます。



#### データ分析戦略

データ予測・分析、自動化、およびリアルタイムモニタリングの活用によるデータ駆動型のシミュレーションを展開し、製品やプロセスの最適化を実現、経営管理目標の達成をサポートしています。

ROIC目標の達成を目指し、当社独自の販売予測および最適な調達タイミングのシステムを構築することで、最適な在庫管理を実現、経営効率の向上を図ります。



#### デジタル人材育成戦略

急速な技術進化に適應するためには、デジタル人材の強化が重要な要素となります。現在のデジタル人材のスキルセットを評価することで、不足している領域の特定を行い、企業の競争力向上と将来的なビジネスチャンスを掴みます。

教育プログラム、トレーニング、および認定プロセスを取り入れ、デジタルスキルの向上を促進し、社員のスキルアップを支援しています。



#### 社会や環境戦略

炭素排出量の削減を支援するテクノロジーの導入や、省エネルギーのITインフラの整備を進めます。

物理的なハードウェアからクラウド運用への移行を進め、環境対策に積極的に取り組み、エネルギー消費の効率化と環境負荷の軽減を図ります。

デジタル化を推進することで紙の使用を削減し、環境負荷の軽減を継続しています。

## 財務データ

## 10カ年の主要財務データ

年度	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
<b>経営成績</b>										
売上高 [百万円]	35,882	39,592	38,094	38,545	38,549	38,179	40,512	46,729	58,972	62,025
営業利益 [百万円]	△164	271	507	567	573	369	910	695	1,317	1,654
経常利益 [百万円]	△139	425	546	630	591	290	837	793	1,295	1,741
親会社株主に帰属する当期純利益 [百万円]	△151	382	197	438	413	99	469	532	792	1,049
1株当たり当期純利益 [円]	△19.71	49.68	25.57	56.91	53.63	12.91	60.95	69.10	102.63	135.62
自己資本当期純利益率 (ROE) [%]	△2.1	5.3	2.6	5.6	5.0	1.2	5.3	5.4	7.7	9.5
総資産経常利益率 [%]	△0.7	2.1	2.7	3.0	2.7	1.2	3.1	2.7	3.9	4.8
売上高営業利益率 [%]	△0.5	0.7	1.3	1.5	1.4	0.9	2.2	1.4	2.2	2.6
<b>財政状況</b>										
総資産 [百万円]	19,889	20,375	19,861	22,206	21,922	26,235	27,142	30,846	36,174	36,682
純資産 [百万円]	7,391	7,453	7,883	8,207	8,599	11,881	12,208	12,753	13,306	13,239
自己資本比率 [%]	36.3	35.7	38.8	36.1	38.3	31.8	35.0	32.6	29.1	31.7
1株当たり純資産 [円]	935.51	943.36	999.12	1,040.56	1,089.63	1,083.47	1,231.14	1,305.45	1,362.40	1,500.88
<b>キャッシュ・フローの状況</b>										
営業活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	△122	846	81	348	1,385	254	2,259	△731	△1,290	3,811
投資活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	△131	△194	△96	△200	△159	△793	△266	△661	△713	△797
財務活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	324	△295	△533	670	△757	△200	△882	798	2,944	△2,926
現金及び現金同等物期末残高 [百万円]	1,806	2,164	1,610	2,427	2,891	3,615	4,718	4,154	5,100	5,213

## 財務データ

## 連結貸借対照表

(単位：千円)

		前連結会計年度 (2023年3月31日)	当連結会計年度 (2024年3月31日)
流動資産	現金及び預金	5,188,837	5,302,876
	受取手形及び売掛金	11,735,550	12,340,661
	商品及び製品	7,103,011	6,320,714
	未着商品	2,450,534	2,338,933
	仕掛品	31,849	45,038
	原材料及び貯蔵品	940,421	1,010,390
	その他	754,540	775,300
	貸倒引当金	△3,099	△3,348
	<b>流動資産合計</b>	<b>28,201,644</b>	<b>28,130,565</b>
	有形固定資産	建物及び構築物	4,536,872
減価償却累計額		△2,876,760	△2,998,855
建物及び構築物(純額)		1,660,111	1,567,158
機械装置及び運搬具		6,563,898	6,728,170
減価償却累計額		△5,685,313	△5,848,474
機械装置及び運搬具(純額)		878,584	879,696
土地		3,156,471	3,156,471
リース資産		978,796	1,010,759
減価償却累計額		△350,954	△414,431
リース資産(純額)		627,841	596,328
その他		558,283	483,325
減価償却累計額		△355,218	△362,111
その他(純額)		203,065	121,214
<b>有形固定資産合計</b>		<b>6,526,074</b>	<b>6,320,868</b>
無形固定資産	リース資産	34,801	262,907
	その他	168,343	101,568
<b>無形固定資産合計</b>	<b>203,144</b>	<b>364,475</b>	
投資 その他の資産	投資有価証券	715,925	1,393,680
	繰延税金資産	75,576	52,538
	その他	546,777	485,795
	貸倒引当金	△98,248	△67,726
	<b>投資その他の資産合計</b>	<b>1,240,030</b>	<b>1,864,287</b>
<b>固定資産合計</b>	<b>7,969,250</b>	<b>8,549,632</b>	
繰延資産	社債発行費	3,334	2,357
	繰延資産合計	3,334	2,357
<b>資産合計</b>	<b>36,174,229</b>	<b>36,682,554</b>	

(単位：千円)

		前連結会計年度(2023年3月31日)	当連結会計年度(2024年3月31日)	
流動負債	支払手形及び買掛金	7,665,259	8,707,744	
	短期借入金	7,512,000	5,823,911	
	1年内償還予定の社債	56,000	56,000	
	1年内返済予定の長期借入金	1,301,460	1,392,060	
	リース債務	183,253	215,828	
	未払金	1,428,621	1,845,531	
	未払法人税等	250,319	389,970	
	未払消費税等	41,286	23,335	
	契約負債	76,281	42,660	
	賞与引当金	207,617	239,406	
	役員賞与引当金	25,853	22,200	
	その他	173,401	125,094	
	<b>流動負債合計</b>	<b>18,921,352</b>	<b>18,883,743</b>	
	固定負債	社債	148,000	92,000
長期借入金		2,321,360	2,725,850	
リース債務		610,003	714,351	
繰延税金負債		262,646	368,011	
役員退職慰労引当金		833	2,666	
退職給付に係る負債		412,494	400,376	
資産除去債務		129,424	129,949	
その他		61,434	126,216	
<b>固定負債合計</b>		<b>3,946,196</b>	<b>4,559,421</b>	
<b>負債合計</b>		<b>22,867,549</b>	<b>23,443,164</b>	
株主資本	資本金	623,200	623,200	
	資本剰余金	904,195	891,878	
	利益剰余金	8,898,559	9,762,801	
	自己株式	△102,394	△94,215	
	株主資本合計	10,323,560	11,183,664	
	その他の 包括利益累計額	その他有価証券評価差額金	163,958	231,650
		繰延ヘッジ損益	△13,333	140,240
		為替換算調整勘定	46,393	67,666
	その他の包括利益累計額合計	197,019	439,558	
	<b>非支配株主持分</b>	<b>2,786,100</b>	<b>1,616,167</b>	
<b>純資産合計</b>	<b>13,306,680</b>	<b>13,239,389</b>		
<b>負債純資産合計</b>	<b>36,174,229</b>	<b>36,682,554</b>		

## 財務データ

## 連結損益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)	当連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)
売上高	58,972,245	62,025,489
売上原価	51,348,558	53,843,346
<b>売上総利益</b>	<b>7,623,687</b>	<b>8,182,142</b>
販売費及び一般管理費	荷造運搬費	1,316,813
	保管費	689,524
	貸倒引当金繰入額	△38,690
	報酬及び給料手当	1,897,539
	賞与引当金繰入額	187,015
	役員賞与引当金繰入額	25,853
	退職給付費用	78,424
	支払手数料	604,781
	減価償却費	171,876
	その他	1,373,130
	<b>販売費及び一般管理費合計</b>	<b>6,306,269</b>
<b>営業利益</b>	<b>1,317,418</b>	
営業外収益	受取利息	9,243
	受取配当金	16,862
	受取賃貸料	21,519
	持分法による投資利益	—
	為替差益	—
	社宅使用料	18,825
	その他	46,551
	<b>営業外収益合計</b>	<b>113,002</b>
営業外費用	支払利息	79,361
	持分法による投資損失	3,526
	為替差損	38,204
	その他	13,919
<b>営業外費用合計</b>	<b>135,011</b>	
<b>経常利益</b>	<b>1,295,408</b>	
特別利益	固定資産売却益	—
	投資有価証券売却益	6,130
	補助金収入	25,278
<b>特別利益合計</b>	<b>31,409</b>	
特別損失	固定資産除却損	3,641
	固定資産圧縮損	—
	減損損失	—
<b>特別損失合計</b>	<b>3,641</b>	
税金等調整前当期純利益	1,323,176	
法人税、住民税及び事業税	402,995	
法人税等調整額	55,258	
<b>法人税等合計</b>	<b>458,254</b>	
<b>当期純利益</b>	<b>864,922</b>	
非支配株主に帰属する当期純利益	72,727	
親会社株主に帰属する当期純利益	792,194	

## 連結包括利益計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)	当連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)
<b>当期純利益</b>	<b>864,922</b>	<b>1,096,849</b>
その他の包括利益	その他有価証券評価差額金	15,253
	繰延ヘッジ損益	△255,101
	為替換算調整勘定	5,760
	持分法適用会社に対する持分相当額	546
	<b>その他の包括利益合計</b>	<b>△233,540</b>
<b>包括利益</b>	<b>631,381</b>	
(内訳)	親会社株主に係る包括利益	559,211
	非支配株主に係る包括利益	72,170
		<b>1,358,520</b>

## 財務データ

## 連結株主資本等変動計算書

前連結会計年度(自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)

(単位：千円)

	株主資本					その他の包括利益累計額				非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ損益	為替換算 調整勘定	その他の包括利益 累計額合計		
当期首残高	623,200	902,444	8,214,276	△107,564	9,632,356	149,247	241,768	38,987	430,003	2,691,609	12,753,969
当期変動額											
剰余金の配当			△107,911		△107,911						△107,911
親会社株主に帰属する当期純利益			792,194		792,194						792,194
自己株式の処分		1,750		5,255	7,006						7,006
自己株式の取得				△85	△85						△85
連結子会社株式の取得による持分の増減					—						—
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動					—						—
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						14,710	△255,101	7,406	△232,983	94,490	△138,493
当期変動額合計	—	1,750	684,283	5,170	691,204	14,710	△255,101	7,406	△232,983	94,490	552,710
当期末残高	623,200	904,195	8,898,559	△102,394	10,323,560	163,958	△13,333	46,393	197,019	2,786,100	13,306,680

当連結会計年度(自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)

(単位：千円)

	株主資本					その他の包括利益累計額				非支配株主持分	純資産合計
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ損益	為替換算 調整勘定	その他の包括利益 累計額合計		
当期首残高	623,200	904,195	8,898,559	△102,394	10,323,560	163,958	△13,333	46,393	197,019	2,786,100	13,306,680
当期変動額											
剰余金の配当			△185,330		△185,330						△185,330
親会社株主に帰属する当期純利益			1,049,571		1,049,571						1,049,571
自己株式の処分		7,781		8,178	15,960						15,960
自己株式の取得					—						—
連結子会社株式の取得による持分の増減		△583			△583						△583
非支配株主との取引に係る親会社の持分変動		△19,514			△19,514						△19,514
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)						67,692	153,574	21,272	242,538	△1,169,932	△927,394
当期変動額合計	—	△12,316	864,241	8,178	860,103	67,692	153,574	21,272	242,538	△1,169,932	△67,290
当期末残高	623,200	891,878	9,762,801	△94,215	11,183,664	231,650	140,240	67,666	439,558	1,616,167	13,239,389

## 財務データ

## 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)	当連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)
税金等調整前当期純利益	1,323,176	1,686,957
減価償却費	599,832	620,591
減損損失	-	161,935
固定資産圧縮損	-	87,026
貸倒引当金の増減額	△38,690	△30,272
賞与引当金の増減額	△7,418	31,788
役員賞与引当金の増減額	13,456	△3,653
退職給付に係る負債の増減額	26,329	△12,118
役員退職慰労引当金の増減額	△9,100	1,833
受取利息及び受取配当金	△26,105	△23,487
支払利息	79,361	95,210
持分法による投資損益	3,526	△17,220
固定資産売却損益	-	△325
固定資産除却損	3,641	2,612
投資有価証券売却損益	△6,130	△104,121
補助金収入	△25,278	△92,362
売上債権の増減額	△1,698,632	△605,111
棚卸資産の増減額	△2,683,103	810,739
仕入債務の増減額	1,779,078	1,042,485
未払金の増減額	53,895	417,486
契約負債の増減額	△353,161	△33,620
未払消費税等の増減額	33,544	△17,950
未収消費税等の増減額	81,037	147,746
その他の資産の増減額	△61,140	106,143
その他の負債の増減額	△8,101	4,988
その他	△19,232	46,650
<b>小計</b>	<b>△939,216</b>	<b>4,323,954</b>
利息及び配当金の受取額	31,588	23,517
利息の支払額	△80,084	△93,654
補助金の受取額	18,525	99
法人税等の支払額	△330,120	△443,121
法人税等の還付額	8,573	214
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,290,733	3,811,008

営業活動によるキャッシュ・フロー

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自 2022年4月1日 至 2023年3月31日)	当連結会計年度 (自 2023年4月1日 至 2024年3月31日)
定期預金の払戻による収入	20,000	-
有形固定資産の取得による支出	△793,612	△388,386
有形固定資産の売却による収入	-	325
無形固定資産の取得による支出	△32,821	△23,487
補助金の受取額	43,616	55,400
投資有価証券の取得による支出	△1,891	△550,354
投資有価証券の売却による収入	6,778	108,612
貸付けによる支出	-	△580
貸付金の回収による収入	38,405	1,049
その他の支出	△25,010	△25,744
その他の収入	31,312	25,562
投資活動によるキャッシュ・フロー	△713,223	△797,604
短期借入金の純増減額	3,392,000	△1,687,984
長期借入れによる収入	1,400,000	2,100,000
長期借入金の返済による支出	△1,525,880	△1,604,910
社債の償還による支出	△56,000	△56,000
自己株式の取得による支出	△85	-
配当金の支払額	△108,296	△184,998
非支配株主からの払込みによる収入	22,320	606,960
非支配株主への払戻による支出	-	△1,831,680
非支配株主への配当金の支払額	-	△18,720
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	-	△13,000
リース債務の返済による支出	△180,025	△236,575
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,944,032	△2,926,908
現金及び現金同等物に係る換算差額	5,400	27,203
現金及び現金同等物の増減額	945,475	113,699
現金及び現金同等物の期首残高	4,154,561	5,100,037
現金及び現金同等物の期末残高	5,100,037	5,213,736

※ △は減少

## 財務データ

## 地域別売上高 10カ年のデータ

(単位：千円)

地域	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
日本	※	35,506,781	34,172,091	34,715,625	34,722,921	33,937,400	35,159,198	39,550,893	49,195,951	<b>50,244,033</b>
アジア	※	3,150,111	3,120,368	3,036,379	3,099,954	3,486,067	4,433,553	6,038,985	8,622,785	<b>10,283,491</b>
その他	※	935,338	802,493	793,492	726,733	755,628	919,448	1,140,116	1,153,508	<b>1,497,964</b>
計		35,882,689	39,592,231	38,094,953	38,545,497	38,549,609	38,179,095	40,512,200	46,729,996	<b>62,025,489</b>

※日本国内での売上高が連結損益計算書の売上高の90%を超えるため、非開示

## 地域別売上高 2カ年のデータ (詳細)

(単位：千円)

地域別	2023/3	2024/3
日本	49,195,951	<b>50,244,033</b>
アジア	8,622,785	<b>10,283,491</b>
欧州	584,458	<b>785,048</b>
大洋州	328,902	<b>324,155</b>
その他	240,147	<b>388,759</b>
計	58,972,245	<b>62,025,489</b>

## 商品カテゴリ別売上高 2カ年のデータ

(単位：千円)

商品カテゴリ	2023/3	2024/3
コーヒー飲料原料	8,994,108	<b>8,953,778</b>
コーヒー飲料製品	13,938,130	<b>13,937,220</b>
加工食品	8,367,490	<b>9,070,406</b>
水産	6,031,363	<b>6,014,477</b>
調理冷食	4,651,338	<b>5,195,791</b>
農産	7,939,777	<b>7,528,716</b>
海外事業	9,050,036	<b>11,325,099</b>
計	58,972,245	<b>62,025,489</b>



## 会社概要 (2024年3月31日現在)

### 会社の概要

会社名	石光商事株式会社
本社所在地	神戸市灘区岩屋南町4番40号
創業	1906年7月
設立	1951年5月
資本金	62,320万円
決算期	3月31日
従業員数	482名(連結)234名(単体)



### 株式の状況

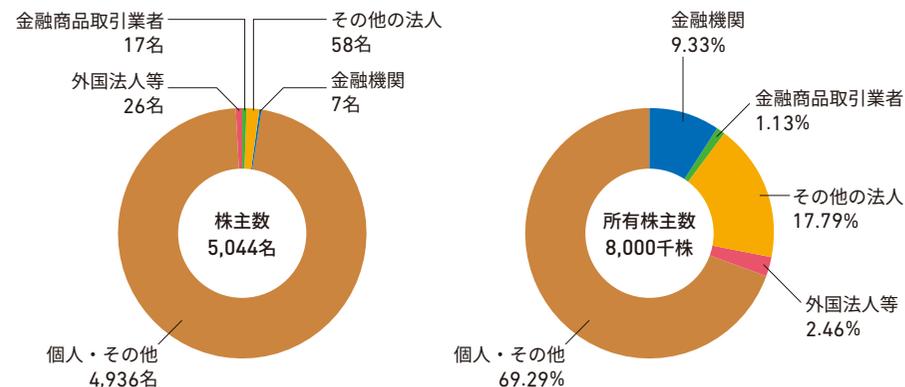
発行可能株式総数	22,400,000株
発行済株式総数	8,000,000株
株主数	5,044名

### 大株主

株主名	持株数	持株比率
マリンフード株式会社	418千株	5.4%
石光商事従業員持株会	380	4.9
株式会社三井住友銀行	252	3.3
石光 輝男	238	3.1
駒澤 孝江	216	2.8
日米珈琲株式会社	204	2.6
株式会社トーホー	200	2.6
株式会社みなと銀行	194	2.5
丸紅株式会社	192	2.5
石光 輝信	179	2.3

(注)1. 当社は自己株式を255,703株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。  
2. 持株比率は発行済株式の総数から自己株式数(255,703株)を控除して算出しております。

### 株式分布状況



### 国内拠点

社名	郵便番号	住所
本社	〒657-0856	神戸市灘区岩屋南町 4-40
東京支店	〒140-0013	東京都品川区南大井6丁目26番2号 大森ベルポートB館7階
名古屋支店	〒462-0011	名古屋市北区五反田町 91
福岡支店	〒812-0016	福岡市博多区博多駅南1丁目15-22 シノケン博多ビル2F
札幌支店	〒060-0001	札幌市中央区北1条西9丁目3-10 松崎大通ビル5階

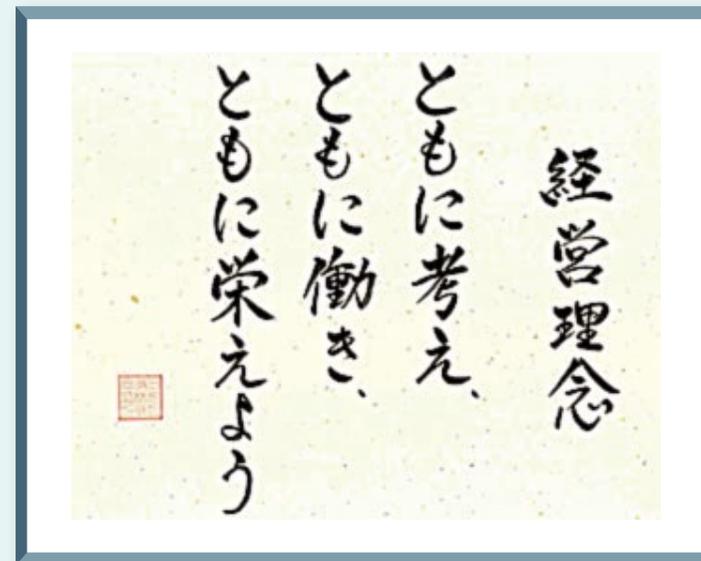


## 編集方針

石光商事グループの統合報告書は、社内外のステークホルダーへ発信することで当社グループに対する理解を深めていただき、より信頼をしていただけるようになることや、より強固な統合力を持ってこの先の100年に向けてまた進んでいくことを目的として制作しています。

制作にあたっては、「国際統合報告フレームワーク」も意識しつつ、今回は特に、ステークホルダーとの「つながり」の先に当社のミッションである「世界の食の幸せに貢献する」があること、また、中期経営計画『SHINE2024』の最終年度に向けた戦略と、再考された当社のマテリアリティ（事業と人財の成長、社会・環境の調和）に関する取り組みや考え方についての説明を通じて、財務・非財務資本との関連性を明確にし、将来に向けた持続的な成長の可能性を感じていただくことを意識して編集しました。

当社グループは、『ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう』を経営理念としています。サステナビリティの重要性がますます高まるなか、この経営理念のもと、一方的なものではなく、ステークホルダーとの対話をなにより大切に、経済価値と環境・社会価値の両方を追求しその姿を発信してまいります。



## 外部からの評価・外部への参加



## 「ホワイト企業認定 ゴールドランク」

当社は2020年より、一般社団法人 日本次世代企業普及機構による「ホワイト企業認定」を取得しています。



## 「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」へ参加しています。

当社は、内閣府の「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」の行動宣言賛同者です。



## ホームページのご案内

当社ホームページでは、企業情報・IR情報、採用情報、最新ニュースなど、当社に関する情報を提供しております。

<https://www.ishimitsu.co.jp/>

石光商事



**SI** 石光商事株式会社

〒657-0856 神戸市灘区岩屋南町 4-40  
TEL (078) 861-7791 / FAX (078) 882-1007  
<https://www.ishimitsu.co.jp>

