

INTEGRATED REPORT 2025

石光商事 統合報告書

2025



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て築き上げた119年の歴史を礎に、
私たちは次の未来へ向けた力強い一歩を踏み出します。
新たに始まる中期経営計画では「変革と実践」をテーマに掲げ、
未来を見据えて挑戦を加速させてまいります。

持続可能な社会の実現に向け、
ステークホルダーとのつながりをさらに深め
「一緒に、夢中に！」
価値創造を具体的なアクションへと結びつけます。

川上から川下まで、商品やサービスだけでなく、文化や想い、
そして目に見えない価値をつなぎ、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

取締役や監査役がそれぞれのテーマで想いを語っていますので、ぜひご覧ください。



イントロダクション Introduction

- 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 Value creation

- 05 社長メッセージ
- 07 新旧社長対談
- 10 価値創造プロセス
- 11 経営資本
- 12 マテリアリティ
- 14 中期経営計画「SHINE2027」
- 16 新任取締役メッセージ
- 18 財務方針 対談

対象期間と範囲

期間：2024年4月1日～2025年3月31日 ※一部、2025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。

ツールマップ



ビジネスモデル Business model

- 22 2024年度の実績
- 23 コーヒー・茶類事業部 / 海外事業部
- 24 食品事業部 / 食品サポート部
- 25 農産事業部
- 26 アライドコーヒーロースターズ
- 31 ユーエスフーズ
- 34 石光商貿
- 37 THAI ISHIMITSU
- 40 ATIB
- 41 AIUK
- 42 品質統括部

持続可能性を高める取組 SDGs

人財

- 44 人的資本経営 対談
- 47 人財に関する指標
- 48 人事制度改革
- 49 人財育成体制
- 50 DE&I / 健康経営宣言
- 51 健康経営戦略マップ

環境

- 52 ISO14001
- 54 GHG 排出量 / TCFD
- 55 GHG 削減施策
- 59 循環型社会
- 60 TNFD
- 61 人権方針
- 63 CASE STUDY

ガバナンス

- 67 役員紹介
- 69 社長・社外取締役 座談会
- 73 新任監査役メッセージ
- 74 監査役 座談会
- 77 コーポレート・ガバナンス
- 79 リスクマネジメント
- 80 コンプライアンス / 情報セキュリティ

データ Data

- 81 10カ年の主要財務データ
- 82 連結財務諸表
- 85 地域別売上高・商品カテゴリ別売上高・株式情報
- 86 会社情報 / 編集方針

CONCEPT ✓



表紙は「青空を飛ぶ紙飛行機」をイメージしています。この紙飛行機には、私たちの挑戦心と、目標とする2050年、そしてさらなる未来へ向かって羽ばたき続ける決意を込めています。澄み渡る青空は、希望に満ちた明日を象徴しています。紙飛行機が描く軌跡のように、多くのつながりや想いが未来へと広がっていくことを願いながら、本報告書をお届けいたします。

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/>



ISHIMITSU HISTORY

1906 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。

1951 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

東京出張所を開設。

1922

本店を神戸市に移転し、日本でのコーヒー商売が始まる。

1909

日本商品の仕入れのため神戸市に支店を開設。

1963 社名変更

社名を「石光商事株式会社」と変更。

1976

札幌営業所を開設。

1973

関西アライドコーヒーロースターズ㈱（現連結子会社）を設立。

1972

東京アライドコーヒーロースターズ㈱（現連結子会社）設立。

1968

名古屋営業所を開設。

1964

岡崎茂樹商店を吸収し、福岡支店を開設。

2002

JASDAQ 市場へ上場。
資本金を6億2,320万円に増資。

2000

1999

ユーエスフーズ㈱（現連結子会社）を子会社化。

2019

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

2013

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

2012

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。

2024

企業力向上のため、東京アライドコーヒーロースターズ㈱と関西アライドコーヒーロースターズ㈱を統合。
社名をアライドコーヒーロースターズ㈱に変更。

2023

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

2022

JASDAQ 市場からスタンダード市場へ移行。

2020

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㈱を連結子会社化。

2025

To the next
SHINE 2027

数字で見る石光商事グループ 2024年度

売上高

64,953 百万円

前年

62,025 百万円

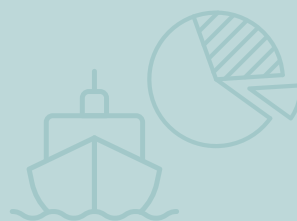


note

当社はレンコンやごぼう、玉ねぎなど複数の商材の輸入量において日本国内で特に高い実績を持っています！

海外売上高比率

17%



従業員数

493 名



創業

119 年

女性管理職比率

26.1%

エンゲージメント
調査回答率

96.2%

障がい者雇用率

2.8%

営業利益

1,557 百万円



ROE(自己資本利益率)

7.4%

男女の賃金の格差

77.2%

有給取得率

68.6%



時価総額

6,888 百万円



教育・研修費

15 百万円

※石光商事単体



男性育児休暇取得率

60%

総資産

39,231 百万円



フードバンク提供回数

122 回

※2020年以降



社長メッセージ

石光商事株式会社 代表取締役社長

荒川 正臣



ステークホルダーと一緒に夢中になる会社へ ～120年の歴史をつなぎ、新たな価値創造に挑む～

2025年4月に荒川正臣氏が新社長に就任し、石光商事は新たなステージに入りました。中期経営計画「SHINE2024」から「SHINE2027」への移行期にあたり、荒川社長に新体制での経営方針、石光商事の強みと今後の戦略、そして「つなぐ、つながり」をテーマとしたステークホルダーとの関係づくりについてお話しいただきました。

新社長として感じる責任と変化

2025年4月に社長にご就任されてから、1ヶ月ほど経ちました。率直なお気持ちをお聞かせください。

率直に申し上げますと、自分が変わったというよりは、周りの私に対する接し方が変わったことを実感しています。それなりの責任を負わせていただいたことに、まだ慣れていない部分もありますが、業界の経営者の皆さんとお話する機会では、興味深い話ばかりで大変勉強になっています。周囲の皆様からいただく温かい言葉は、本当にビタミンのような存在で、それが私の原動力となっています。

新卒で入社してから約30年、現場で培ってきた経験を活かしていきたいと思えます。周囲からは「情熱的だけれど協調性を重んじる」「一緒にやっていこうという姿勢を大切にする」といった評価をいただいております。そうした価値観を会社の運営や企業風土に活かし、浸透を図って、皆で一緒に取り組めるような組織にしていきたいと考えています。

3つの資産が掛け算となることで、さらなる強みを発揮

石光商事の強みや競争優位性について、どのようにお考えでしょうか。

当社の強みは、120年近い歴史の中で培い、構築してきた3つの資産にあると考えています。

まず一つ目は、歴史が築いた信頼のネットワークです。国内外のサプライヤーの皆様や得意先の皆様との長期にわたる信頼関係は、一朝一夕では築けない貴重な資産です。この歴史があったからこそ、国内のみならず海外にもチャネルができ、幅広い業種・業態のお客様に当社を必要としていただいています。

二つ目は、確立されたコア商品群です。コーヒーから始まり、この長い歴史の中で、鶏肉、水産加工品、玉ねぎといったコアになる商品ができています。これらは国内で屈指の輸入を誇る商品であり、各分野で築いた専門性と市場地位は、新たな事業展開の基盤となります。

三つ目は、専門性の高い人財力です。コアになる商品を支える専門性の高い人財がおり、食品の専門商社として品質に特化し、開発機能、分析機能、さらには未来を見据えた基盤研究の機能も有しています。お取引先と商品、そしてそれらを支える専門性のある人財、この3つが掛け算となることで、さらなる強みを発揮できると考えています。

社長メッセージ

サプライチェーンへの関わりについてはいかがでしょうか。

当社の独自性は、生産の現場から加工の現場を経て、商品を取り扱う幅広いお客様に販売する、いわば入口から出口まで、そのサプライチェーンに全て関わっていることです。この一貫した関与により、自分たちがその商品やサービスを通じて伝えたい価値をコントロールできる立場にすることが、当社の大きな強みだと考えています。

ステークホルダーを巻き込んで一緒に夢になる

石光商事が大切にしている
価値観や理念についてお聞かせください。

当社のミッションは、石脇前社長の体制から引き継いで「世界の食の幸せに貢献する」を掲げています。食品を通じて幸せをお届けするという使命を、しっかりと継承してやっていきたいと考えています。

今後の方向性としては、当社は経済的価値と社会的価値の両立を目指しており、サステナビリティ、環境配慮、そして人的資本への投資も含めた全社的な取り組みを通じて、環境や社会の改善・向上も進めながら、事業成長も持続可能なものにしていくことを重視しています。SHINE2027においても、この両立こそが持続的成長の鍵となると考えています。

そして当社が最も大切にしている価値観は、経営理念である「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」を基盤としながら、主体性や自主性を重んじて、ステークホルダーの皆様を巻き込んで一緒に夢になる、そういった姿勢です。

いかにビジネスを変革するかが一番のテーマ

SHINE2024から新たにSHINE2027がスタートしますが、
中長期的な戦略についてお聞かせください。

SHINE2024は「土台づくり」のフェーズでしたが、SHINE2027では、その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です。

SHINE2027では、経済合理性を追い求めながらGHG（温室効果ガス）を削減し、社会に貢献できるビジネスモデルへの変革が一番のテーマだと考えています。利益率の高い商品へのシフトを図りながら、同時に環境負荷を減らし、社会課題の解決にも貢献していく。そのバランスをいかに取るかが重要です。

新しいステークホルダーを増やして、
一緒に夢になっていきたい

今回のコンセプト「つなぐ、つながり」について、
具体的にはどのような取り組みをお考えでしょうか。

ステークホルダーの皆様を巻き込んで一緒に夢になるということは、社員一人ひとり、社員間、部署間、上下関係、グループ企業間、お取引先間、さらには株主の皆様、株主になっていないそれ以外の方々も含めて、あらゆる関係性を大切にすることです。それぞれの間柄に対して、一緒に夢になっていただけるような会社にするためには何をしていたらよいのか、その戦略を具体的に落とし込みながら、ゆくゆくは新しいステークホルダーの皆様を増やして、共に成長していきたいと考えています。

『一緒にやっぴいこう』という価値観を浸透させたい

最後に、新社長としての決意をお聞かせください。

新社長として、私が最も大切にしたいのは、「一緒にやっぴいこう」という価値観を会社の運営や企業風土に活かし、浸透を図って、皆で一緒に取り組めるような組織にしていくことです。

当社が次の100年に向けて持続的に成長していくために、すべてのステークホルダーの皆様と「一緒に夢になれる会社」への変革を進めてまいります。皆様のご支援、ご指導を賜りますよう、よろしくお願いいたします。



新旧社長対談



代表取締役社長 荒川 正臣

現代表取締役社長
石脇 智広
サステナビリティ推進室長SHINE2024 から 2027 へ、バトンを託す
～変革と実践で築く、次の 100 年への礎～

2025年4月、石光商事は石脇智広前社長から荒川正臣新社長へと経営のバトンタッチを行いました。SHINE2024 の総仕上げから、SHINE2027「変革と実践」のスタートへ。
この重要な転換期に、前社長と新社長が語り合った石光商事の現在・過去・未来とは。

土台づくりの着実な成果

まずは SHINE2024 最終年度の総括をお聞かせください。

石脇 SHINE2024 では、「土台づくり」をテーマとして取り組んできました。一定の成果を挙げることができた一方で、まだ十分に手をつけられていない取り組みや対応すべき事項もいくつか残っています。これらについては、これからの1年で着実に進めていきたいと考えています。印象的な成果として挙げられるのは、毎年実施している社員のエンゲージメント調査です。「当社は社会に貢献している」という項目のスコアが70%と非常に高い水準を達成できた点は、そのような意識が社員の間に根付いてきたことの表れだと思います。

また、新しいお客様の開拓や既存のお客様に対する新しい価値提案についても、様々な取り組みを進める中で貴重な知見を得ることができました。これらの経験は、SHINE2027 での展開に必ず活かされると確信しています。

荒川 事業部の責任者として、この3年間で多くの学びを得ました。特に、中期経営計画の内容をいかに現場に浸透させ、社員一人ひとりに自分事として捉えてもらうかの重要性を実感しました。最終年度には、コーヒー事業でのGHG削減や、お客様のところから出る商品の残渣を肥料化して農産物の生産に活用するような循環型ビジネスなど、具体的な成功事例も生まれてきました。グリーン焙煎や残渣の多様な活用など、こうした実例があることで、他の分野への横展開も期待できる状況になったと思います。

石脇 そうですね。今までは、社員が「この会社は社会に貢献している」と思っても、その主語が自分ではないという状況がありました。しかし、新任役員の早坂さんを中心に、社員を巻き込んで議論する時間を作ったり、新しい中期経営計画の浸透機会を増やしたりすることで、自分のこととして理解し、主体的に動く社員を増やしていこうという取り組みを本格化しています。

社会課題解決と経済価値の両立

SHINE2027 の策定背景とそこに込めた想いをお聞かせください。

荒川 中期経営計画は3年×3回のサイクルで、2030年のありたい姿に向かって進んでいます。2030年のゴールは「日本で有数のいい食品会社になる」ことです。そのために、食を通じて幸せをお届けするというミッションのもと、何をしていかなければならないかを考えました。

石光商事のコアになっている商品、コーヒー、紅茶、鶏肉、エビ、玉ねぎ、筍など、これらはほぼすべて社会課題を抱える生産国から調達している商品です。私たちがそうした課題に目を瞑ってビジネスだけを追いかけていては、食を通じて幸せをお届けすることはできませんし、サステナブルにもなりません。

コアになる商品を中心に、社会課題にしっかりと立ち向かって商売をしていく必要があります。また、気候変動やGHG(温室効果ガス)排出削減という課題もあります。こうした複合的な取り組みによって商品を流通させ、商売として成り立たせることが、幸せをお届けし、サステナブルな経営を実現するための大前提だと考えています。

新旧社長対談

SHINE2027では、前中期経営計画で固めた土台をベースに本格的な展開を図ります。既存にとらわれず、新しい市場を作り、商品やサプライヤーとの協力を得ながら新しいビジネスを創造していく。そのスローガンが「変革と実践」です。

ただし、設計図だけ渡して「やりましょう」では進みません。「やらなければいけない」ではなく、「自分たちがやりたい」「やっていこう」というマインドになるような風土醸成も同時に進めていきます。

石脇さんは、荒川新社長が舵を取る SHINE2027 をどのようにお考えでしょうか？

石脇 期待しかないですね。安心して見ていられるし、実現できると確信しています。長くこの会社を応援してくださる株主の皆さんがいらっしゃるので、「この会社の株を持っていてよかった」と思ってもらえるようなことをしてほしい。それはお金で測れる価値もあるでしょうし、そうじゃない価値も含めてです。

前の3年間で積み残した課題も含めて、この3年間で解決していく道筋が見えているので、私は今後、荒川さんを支える立場として、ひとつのチームとして一緒にやっていきたいと思っています。

ストーリーとノウハウで差別化

海外展開について、具体的な戦略をお聞かせください。

荒川 自分たちのノウハウや経験値を活かせるコアになる商品を柱として、海外拠点を通じた事業や直接輸出を展開していきます。特に英国やタイはまだポテンシャルがあります。輸出ビジネスにおいても、単純に商品だけ売るのはではなく、日本の文化や作り手の背景をストーリーとして載せて、現地の方にお届けしたいと考えています。

日本食・日本文化を海外に輸出する海外事業では、日本の地方創生を一つのミッションとして、地方のメーカーや作り手を支援し、それをサステナビリティにつなげるような取り組みを進めています。こうした地方創生のストーリーをお伝えすることで、欧州やタイ、中国などで根強いファンを作っていけると思います。

また、グリーン焙煎のようなノウハウも重要な価値です。商品だけでなく、当社グループの技術的価値をお伝えすることで、商品の動きにつながったり、現地の事業の一助になったりするような仕事ができればと考えています。

石脇 海外のグループ会社では中国にある石光商貿が確実に成長したことで、最近「利益の質」について話をするようになりました。やがて海外でも、商品売る経済的価値以外の社会的価値が問われるようになります。競合他社も含めて、そうした価値を打ち出している企業はまだ少ないので、先駆者利益を狙えると思います。それで社会に認められれば大きなアドバンテージになるでしょう。荒川さんを中心に、継続的に取り組んでいく価値があると考えています。



感動を生む事業の実例

社会課題解決型商品について、具体的な成功事例を教えてください。

石脇 私の任期中で特に印象に残っているのは、現アライドコーヒー・スターズが開発した「グリーン焙煎」と「とろみコーヒー」の2つです。

とろみコーヒーは、開発担当の社員がテレビで嚥下困難という社会課題を知ったことから始まりました。調べてみると、年間の妊婦さんの数よりも嚥下困難を抱える人の方が多く、また、嚥下困難は期間が決まっていないためずっと続きますが、この社会課題に目を向

けている競合があまりいないということもわかり、社会課題の解決と持続可能なビジネスモデルを両立できると考えて開発しました。実際に商品ができたとき、コーヒーが飲めなくなったお年寄りにこの商品をお届けした動画があるのですが、涙を流して喜んでくださるんです。こういうのが我々のやりたかった仕事だと強く感じました。

個別の案件としてはこうした成功事例がありますが、今後は全事業部での取り組みに広げていく必要があります。例えば、コーヒーでこんな事例ができれば、エビや他の食品ではこんなことができるはず、といった横展開を期待しています。

荒川 そうした商品がどんどん生まれてくるような風土を作りたいですね。また、お客様にその価値をしっかりと伝えるために、ネーミングやストーリー、商品の打ち出し方も重要だと考えています。社外役員の小澤さんはマーケティングやBtoCの専門知識をお持ちなので、そうした視点で商品の価値を多面的に最大化できるような取り組みも進めていきたいですね。



働きがいを重視した組織づくり

人的資本経営への取り組みについてお聞かせください。

石脇 以前は、福利厚生の充実など、働きやすい環境を整えることで社員のエンゲージメントを向上させようとして取り組みました。それはある程度効果がありましたが、働きやすくても働きがいが少ない

新旧社長対談

と、エンゲージメントは頭打ちになることに気づきました。テレワークやフレックスなどの環境面と、実際に仕事に向き合うときの楽しさは別の問題です。そこで、仕事のやりがいを高めるために、外部のプロの協力も得て人事プロジェクトを立ち上げました。従来の年功序列・終身雇用型から、より成果や貢献を重視する制度に変更し、評価制度も見直して、この4月からスタートしました。ただし、人事制度の整備だけでは十分ではありません。2030年、2050年にどのぐらいの規模で、どんな仕事をしていた、どんなスペシャリストが何人必要か、といった将来的な人財ポートフォリオを描く必要があります。事業戦略と人財戦略は切っても切り離せない関係にあるので、荒川さんの体制で将来の事業の絵を描き直し、それに必要な人財育成の具体像を作っていく段階です。



荒川 まずは2030年、2050年の事業像をしっかりと描き、現状とのギャップを可視化して、それを埋めていく道筋を作ることが重要です。事業面での将来像がしっかりと描けて初めて、必要な人財やスキル、育成方法が明確になります。そのプロセスを通じて、社員一人ひとりが自分の成長と会社の発展を重ね合わせて考えられるような組織にしていきたいと思っています。

次の100年への決意

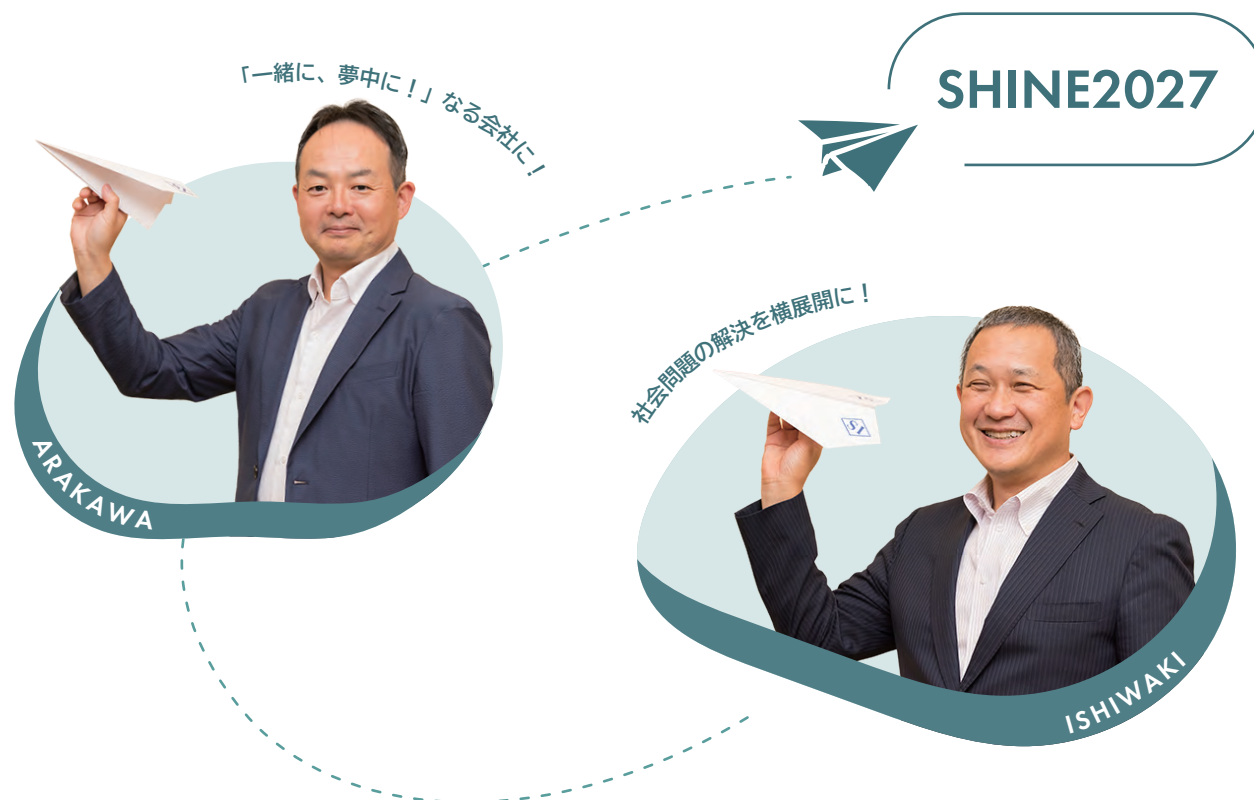
最後に、お互いへの期待と今後に向けた決意をお聞かせください。

石脇 荒川さんは、一度動き出した歯車を加速させる力を持っています。社員を巻き込んで、対話しながら、上手にこの会社の風土を変えようとしてくれています。その手腕は本当に素晴らしいと思います。私はサステナビリティ推進室長として、これまで個別に生まれていた社会課題解決の取り組みを、全社的な仕組みとして整理し、横展開できるように体制を作っていきます。歯車が止まらないよう、しっかりとサポートしていきたいと思っています。

荒川 石脇さんが前中期経営計画の3年間をかけて築いてくださった土台は本当に価値あるものです。特に、社員の皆さんの社会貢献に対する意識の高さは、これからの事業展開において大きな強みになると確信しています。

SHINE2027では「変革と実践」をスローガンに、全社一丸となって新しいチャレンジを進めていきます。ステークホルダーの皆様との対話を大切にしながら、それぞれの関係性において「一緒に、夢中に！」なっていただけるような会社を目指します。

そして、ゆくゆくは新しいステークホルダーの皆様も巻き込んで、ともに成長していける企業になりたいと考えています。石脇さんをはじめとする経営陣、そして全社員が一つのチームとして、石光商事の次の100年に向けた基盤をしっかりと築いていきます。



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。



※1 気候変動や生産者の貧困による離農が、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言われています。P27

経営資本

財務資本

Financial Capital



総資産 **39,231** 百万円

自己資本比率 **31.2** %

自然資本

Natural Capital



- 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	電力使用量	うち再生可能 エネルギー使用量
435,627 (t-CO ₂)	6,725 mwh	3,427 mwh

知的資本

Intellectual Capital



ACR 特許取得数 **3** 件
関連ページ：P59

J.C.Q.A. 認定
コーヒー鑑定士 **10** 名

認定者数全55名※の内10名が当社グループ社員
※J.C.Q.A. 公式サイトより(2025年1月時点)

コーヒー関連
資格保有者 **300** 名以上

資格保有者に関して是一部重複あり

食品・品質管理関連
資格保有者※

95 名

社会・関係資本

Social and Relation Capital



- 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

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

人的資本

Human Capital



連結従業員数 女性管理職比率

493 名 **26.1** %

教育・研修費※

15 百万円

従業員満足度調査

71.1 %※

製造資本

Manufacturing Capital



- メーカー機能と技術力で新たなコーヒーの価値を創造
- 当社グループでのメーカー機能と技術力から新たなコーヒーの価値を創造する(コーヒーオイル等)
- 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

アライドコーヒーロースターズ
コーヒー焙煎量 **国内 4位**

※酒類飲料統計月報 2025 年 3 月号『2024 年実績』より

マテリアリティ特定プロセス

当社グループのマテリアリティ特定プロセス

当社グループでは、「世界の食の幸せに貢献する」というミッションの実現を目指し、2023年に経営戦略室が主導して管理職と経営陣が参画のもと、部門横断的なワークショップを実施しました。このプロセスを以下の手順に沿って進め、当社グループや社会が直面する環境問題や持続可能性の課題を反映させたマテリアリティを特定しました。

01 現状認識

当社グループの事業環境や現在の取り組み状況を整理し、外部環境との関係性を分析しました。さらに、2050年までの社会や環境の変化を予測し、それを踏まえて長期的な視点で課題を考察しました。

02 将来像の検討

2050年における会社全体及び事業部のあるべき姿を多角的に検討しました。この議論を通じて、「食の未来を支える企業」として持続可能性の観点と事業成長の方向性を明確化しました。

03 2030年KPIの設定

2030年をターゲットとした指標(KPI)を策定しました。これには環境への配慮、事業の競争力向上、人材育成、社会貢献など、当社グループにとって重要な要素を設定し、現場レベルでの実行可能性も考慮しました。

04 課題抽出とマテリアリティ候補の整理

設定した2030年KPIを踏まえ、それを達成するために必要な課題を抽出しました。これらの課題を整理し、重要度の観点から評価を行い、事業成長と社会課題の両軸で関連性を持つマテリアリティ候補を練り上げました。

05 経営会議での議論とマテリアリティ特定

整理されたマテリアリティ候補について内部評価を実施し、取締役会など重要会議で議論を深めました。その結果、最終的なマテリアリティを特定し、当社グループの中期的なビジョンや事業計画に統合しました。

当社グループのマテリアリティ - 3つの重要テーマ -

当社グループが特定したマテリアリティは、以下の3つのテーマを基軸としています。



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ガバナンスを推進し、社会性・環境をキーワードに商品開発を行います。豊かな収益性を維持しながら持続可能な経営基盤を構築し、事業成長と企業の社会的価値を両立させます。



人財の成長とサステナビリティ

一人ひとりの「学び」と「選択」を重視し、個人の成長を起点とした組織全体の発展を目指します。こうした取り組みは、社員が主体的に挑戦し続ける環境を育み、成長やエンゲージメント向上、多様な視点を活かした価値創造の基盤となり、企業全体の持続可能性を支えます。



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課題や環境問題に対し、CSV(共有価値の創造)を重視した企業活動を展開します。持続可能な対策を構築することで、事業の成長を支えつつ、社会と環境との調和を実現します。

2025年度からスタートする中期経営計画「SHINE2027」では、これらの3つのテーマと「SHINE2024」の積み残した課題に基づいて議論を進めてきました。今後も社員を含めた継続的な議論を重ね、「一緒に、夢中に!」のスローガンのもと、共創価値の実現と計画達成を目指して取り組みを進めていきます。また、マテリアリティの進捗状況をしっかりと把握し、事業環境や社会の動向に合わせて柔軟に取り組みを改善していく考えです。さらに、ステークホルダーとの対話を深め、多様な意見を経営戦略に活かしながら、持続可能な社会の実現に向けて貢献していきたいと考えています。



マテリアリティ（重要課題）

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

- 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
- 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



人財の成長とサステナビリティ

- 社員のエンゲージメント向上のための人財育成体制の構築
- 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
- 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

- 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

2030年 KPI（中間目標）

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)
- 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

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

人財育成体制

- 人財投資効率と効果検証制度の確立

DE&I

- 従業員満足度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

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
- 情報開示による信頼度向上方法の確立

2050年

2050年 KGI（最終ゴール）

- 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財育成
- 従業員満足度を上位10%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)
- カーボンニュートラル実現

中期経営計画「SHINE2027」

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、
新 中期経営計画「SHINE2027」をスタートします。

ビジネスモデル・エンゲージメント向上・ガバナンスを3つの柱に
「変革と実践」を進めていきます。

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いきます。

SHINE 2027

— テーマ —

変革と実践

ビジネスモデル

ガバナンス

エンゲージメント向上

2050

世界が認める
いい食品企業グループ

SHINE 2030

日本が認める
いい食品企業グループ

2022
SHINE
2024



Mission

『世界の食の幸せに貢献します』

中期経営計画「SHINE2027」

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

SHINE2027 計画 (2027年度終了時点)

売上高
74,000 百万円

2024年度実績
64,953 百万円

営業利益
2,250 百万円

2024年度実績
1,557 百万円

営業利益率
3.04 %

2024年度実績
2.4 %

親会社株主に
帰属する当期純利益
1,270 百万円

2024年度実績
888 百万円

ROE
8~9 %

2024年度実績
7.84 %

ROIC
4~5 %

2024年度実績
3.84 %

PBR
1.0 倍以上

2024年度実績
0.56 倍

連結配当性向
30 %以上

2024年度実績
25 %

海外売上高比率
25 %以上

2024年度実績
17 %

新任取締役メッセージ

組織風土改革のプロフェッショナル、早坂取締役が新たな変革を牽引

組織変革のスペシャリストとしての歩み

これまで事業会社において、組織風土改革、組織開発、営業部署のマネジメントを経験してまいりました。特に1社目の大手飲料企業で携わった組織風土変革のプロジェクトが、私のキャリアの礎となっています。

その後、ブランド戦略を通じたコーポレートブランドの確立に取り組む、特にインナーブランディングに注力いたしました。この経験を活かし、コーチングを活用した組織開発を専業とするコーチング会社において、エグゼクティブコーチとして多くの経営者や経営層の方々と関わってまいりました。コーチング会社では、さまざまな業界の経営者の変革を支援してまいりました。その中の一社が石光商事でした。昨年、外部コーチとして半年間のプログラムを担当しました。

外部コーチから取締役へ

昨年外部コーチとして半年間担当した経営人財育成プログラムを、今度は全社的な取り組みとして経営層の皆様と一緒に本格的に推進していくことが、私のミッションだと考えております。石光商事が私を取締役として迎えてくださった背景には、120年続く企業として変化への強い意志があると感じています。創業以来、時代の変化に合わせて事業を進化させ、新しい技術や考え方を積極的に取り入れてこられた企業風土を、今回の人事からも感じ取ることができます。

BX 推進本部設立への想い

2025年春、私が指揮を執るBX（ビジネストランスフォーメーション）推進本部が新設されました。環境変化の激しい現在、マーケットの時流を捉え、それに柔軟に対応し、持続的な成長を目指すことが

求められています。ここで重要なのは、「DX」ではなく「BX」という言葉を選んだことです。単なるデジタル技術の導入にとどまらず、企業全体の戦略、カルチャー、プロセスにおける大規模な変革を実施していくことが、当本部設立の目的だからです。組織風土改革の専門家としての私の視点が、このビジネス全体の変革というコンセプトに反映されています。

具体的な取り組みとして、営業DXの推進、サポート業務の最適化、バックオフィス業務のグループ横断でのシェアード化を掲げております。営業DXについて詳しくご説明しますと、営業は物を仕入れてから売り先を見つけるまでの一連のプロセスだと捉えています。現在、その管理が十分に機能していない状況にあり、まずは基盤となる仕組みを構築する必要があると考えています。第一ステップとして、顧客管理システムの導入とBI（ビジネスインテリジェンス）の活用を予定しております。データを活用した分析により、より戦略的な営業戦略を構築してまいります。次のステップでは、MA（マーケティングオートメーション）を活用したインサイドセールスにより、新規顧客の開拓を強化していく計画です。

しかし、最も重視するのは人と組織の変革です。テクノロジーの導入と並行して、カルチャーの変革という基盤づくりにも力を注いでおります。この基盤があつてこそ、効率化と働きがいを両立した組織を実現できると考えています。

120年企業の次なる進化へ

120年近く続く企業が外部の専門家を取締役として迎え入れることは、変化への強い意志の表れであり、次の100年に向けた重要な布石でもあると感じています。

当社が長い歴史の中で培ってきたお客様との信頼関係を大切にしながら、ビジネストランスフォーメーションを通じた高収益体質への変革を実現してまいります。

外部の視点と内部の実情の両方を理解できる立場を活かし、石光商事の良さや課題も客観的に捉えながら、真の変革を推進してまいります。人とテクノロジーが融合してこそ実現できる変革を、皆様とともに創り上げていきたいと考えております。

取締役 BX 推進本部長 早坂 めぐみ



1906年の創業から120年近く。石光商事が時代の変化を乗り越え続けてきた理由の一つに、外部の新しい考えを柔軟に取り入れてきた企業文化があります。

この春、取締役に就任した早坂めぐみ氏も、まさにその象徴的な存在です。組織風土改革とコーチングの専門家として、石光商事に新たな風を吹き込む早坂取締役に、その経歴と石光商事への想いを聞きました。



新任取締役メッセージ

市場との対話で企業価値向上を牽引する — 豊富な金融・IR 経験を石光商事の成長戦略に活かす —

取締役 経営戦略室長
寺岡 康夫

2025年6月、石光商事の新たな取締役として就任した寺岡氏。40年を超える金融業界での豊富な経験と、市場との深いつながりを武器に、石光商事の企業価値向上を目指します。

長期金融専門の銀行での資産負債管理から生命保険会社でのIPO、そしてアライドコーヒーロースターズでの統合プロジェクトまで、多彩なキャリアを積み重ねてきた寺岡氏が描く石光商事の未来とは。

市場と向き合い続けた40年のキャリア

サラリーマン生活40年を超える中で、最初に勤務したのは長期金融専門の銀行でした。当時日本に3つしかなかった特殊な銀行の一つで約17年を過ごし、海外留学やロンドンでの5年間の勤務も経験しました。特に大きな経験となったのは、銀行全体の資産負債管理（ALM：アセット・ライアビリティ・マネジメント）の担当者として、大規模な資金運用業務に従事していたことです。金融危機の時代に外資系金融機関との提携プロジェクトに携わり、合併会社の設立にも関わりました。外資系金融機関のノウハウに触れたことは、大変貴重な経験でした。

転職した生命保険会社では、日本初となる生保の株式会社化プロジェクトに携わりました。大手生命保険グループの統合プロジェクトにおいて、株式公開に向けた海外投資家向けプレゼンテーションでは3週間かけて世界中の投資家を回り、その後統合会社のIR担当課長も務めました。これらは非常に貴重な経験になりました。その後は同社で投資業務を担当し、日本の生命保険会社による海外投資の流れの中で、ドイツやオーストラリアの生命保険会社への出資プロジェクトにも参画しました。さらに監査役及び経営監督を担う取締役として、グループ全体の経営に広く関わった経験も積みました。

石光商事グループでの新たな挑戦

2023年、縁あって石光商事の子会社である東京アライドコーヒーロースターズに入社しました。2024年10月には東西のアライドコーヒーロースターズの統合が実現。私もこの統合プロジェクトに携わることができ、非常に貴重な経験となりました。

約2年間の子会社での業務を通じて、石光商事グループの事業構造や経営課題を実践的に理解することができました。子会社の立場から石光商事という親会社を様々な視点で見ることで、グループ全体の強みと改善点を客観的に把握できたことは、今後の経営戦略立案において大きな基盤となります。

市場の声を経営に活かす企業価値向上戦略

取締役として経営戦略、海外事業、財務経理と幅広い領域を担当しますが、最大のミッションは企業価値の向上です。会社の時価総額を上げていく、つまり株価を上げることが最も重要な目標だと考えています。

現在スタンダード市場に上場している石光商事ですが、プライム企業並みの体制を目指しています。そのための組織体制強化と、広報IR活動を通じて外部の方々に石光商事を正しく理解していただき、株価向上に結びつけることが重要な取り組みです。

上場企業として株価が常に市場に晒されている以上、市場の声をしっかりと聞いていくことが重要です。40年にわたって市場と接してきた強みを活かし、株主や投資家の視点や期待値を正しく汲み取り、それを社内の経営会議や取締役、関係者に伝えていくことが私の重要な役割だと考えています。

SHINE2027の目標実現への決意

まずは「SHINE2027」の目標数値、例えばPBR1倍以上といった目標の実現に向けて、全力で取り組んでまいります。これらの目標は、利益を上げるだけでは達成できるものではなく、必ず外部からの評価によって決まるものです。だからこそ、外部の理解を得るために、意を尽くして丁寧に、分かりやすい説明を幅広く行うことが重要だと考えています。40年を超える金融業界での経験と市場との深いつながりを活かし、石光商事の企業価値向上を牽引してまいります。



財務方針 対談

石光商事株式会社

取締役 経営戦略室長
寺岡 康夫

財務経理部長
須川 憲司

SHINE2024の成果と残された課題

SHINE2024を財務の視点からどのように評価されていますか？

須川 SHINE2024開始直前の決算期では営業利益約6億円、ROE5%台でした。そこから営業利益12億円という目標を設定しましたが、これは当社として初の10億円突破を目指す挑戦的な計画でした。結果として、期中に目標値を上方修正し、最終的には営業利益15億円を達成。上方修正後の目標をも上回る成果となりました。ROEやROICも目標レンジ内に収まり、課題は残るものの確実な成果を上げられたと評価しています。

寺岡 数字的にはその通りですが、この期間の大きな成果として、東西アライドコーヒーロースターズの合併があります。異なる企業カルチャーとビジネスモデルを持つ会社の統合は高いハードルでしたが、2024年10月の統合から順調に進展し、現在は収益面でも好調に推移しています。また、新工場プロジェクトも順調に進んでおり、これらがグループ全体の成長ドライバーとなっています。

成功の要因はどこにあったとお考えですか？

須川 円安やコーヒー相場高騰という厳しい外部環境の中で、市場ニーズをとらえた商品提案や営業部門が取引先様との適正価格での取引交渉に成功したことが大きなポイントです。また、コロナ収束による外食産業の回復やインバウンド需要の増加も業績を後押ししました。海外では中国子会社のコーヒービジネスが成長し、売上高拡大に貢献したことも注目すべき点です。

石光商事の未来を描く：持続的成長と価値創造の新たなステージへ

「未来への舵取り」ー 2025年4月から始動する中期経営計画【SHINE2027】が示す新たな方向性。戦略的視点で長期ビジョンを描く寺岡取締役と、実務に精通し数値で語る須川部長。異なる専門性を持つ二人が、歴史ある石光商事の新たな挑戦について熱く語りました。



一方で課題もあったかと思いますが、どのように捉えていますか？

須川 最大の課題はPBR1倍という目標が未達成に終わったことです。SHINE2027では、この点への積極的な施策が必要だと認識しています。また、海外投資では2024年3月期、2025年3月期に想定を下回る結果となりました。投資判断時の検討を重ねたものの、現地経済の低迷や競争環境の厳しさなど外部要因への対応が課題となりました。さらに、2025年3月期にはコーヒー相場高騰などを背景に運転資金が増加し、営業キャッシュ・フローが赤字に転じる結果となりました。営業キャッシュ・フローの黒字化を安定的かつ継続的に実現し、それを基盤として成長投資の推進や適切な株主還元の実施を目指していきたいと考えています。

寺岡 海外事業についても私が新たに担当することになりましたので、既存投資先について再評価を行い、今後の取り組み計画を策定してまいります。これまでの投資経験で得られた自身の知見を次の投資判断にも活かしより確実性の高い投資を実行していく方針です。



「利益重視」への明確な転換

SHINE2027では、どのような点を重点的に取り組んでいく方針でしょうか？

寺岡 取締役間で議論を重ねた結果、今年度から経営の目標として「利益重視」をより明確に掲げていくこととしました。従来、役員の業績目標では売上がかなりのウェイトを占めていましたが、今後は利益を最重視してまいります。利益を着実に積み上げることで、市場からの評価向上につなげていく考えです。コーヒー事業、食品事業、農産事業、海外事業の4つの事業部門それぞれの強みを活かし、お客様のニーズを的確に捉えて事業拡大を図ってまいります。

須川 重要なのは資本効率の向上だと考えています。そのため次の3つの柱で取り組んでまいります。

一つ目は戦略的な成長投資です。小野工場での高付加価値商品開発や海外拠点を活用した輸出ビジネス拡大に注力します。二つ目は、業務効率の向上を目指すデジタル化と間接費の見える化によって、効率的なコスト管理を実現することです。三つ目は人的資本への投資と従業員エンゲージメントの向上ですね。

デジタル化による業務効率向上について、具体的にはどのような取り組みをされているのでしょうか？

寺岡 この4月からBX推進本部（ビジネストランスフォーメーション推進本部）を立ち上げました。専任スタッフを配置し、現在積極的に動いています。会社の業務プロセスを見直し、効率化を進めることで生産性を大幅に向上させる。これによりコスト削減効果が期待でき、利益の質向上にもつながります。こうした取り組みを通じて、会社の体力強化を目指しています。

海外事業については、SHINE2027でどのような目標を掲げていますか？

寺岡 SHINE2027では、2028年3月期の海外売上高比率を現在の17%から25%へ引き上げることを目標としています。これは非常に意欲的な目標です。単純に輸出を増やすのではなく、既存の海外投資先を活性化させ、それらを活用しながら海外売上比率を伸ばしていく方針です。

資本効率を軸とした価値創造

ROIC経営を導入されていますが、現状の進捗はいかがでしょうか？

須川 ROIC経営は資本コストを意識した経営手法で、事業拡大と企業価値向上を目指す重要な取り組みです。SHINE2024では、まず幹部社員への理解促進に注力しました。

具体的には、各部門の各幹部社員が自部門のROICを計算し、その根拠を毎月報告するという取り組みを半年間実施しました。また、事業部ごとにビジネスモデルや投下資本が異なるため、事業別のROICとWACCを定期的にモニタリングできるような仕組みを構築しました。



寺岡 ROICは当社の投資判断における重要な基準です。一定のハードルレートを設けて、それを超える案件にのみ投資していくためのツールとして活用しています。これは株主・投資家の皆様が求める株主資本コストを上回る投資を行うため、収益性の低い投資で期待に応えられないという事態を避ける目的があります。

これまで数年間取り組んできて一定程度浸透してきましたが、次のステージでは株主・投資家の期待値をより社内に浸透させ、企業価値向上のために何をすべきかを社員全体で理解していく必要があります。



SHINE2027 では、ROIC をどのように活用していく予定でしょうか？

須川 SHINE2027 では、ROIC を事業ポートフォリオの最適化を進め、長期的な価値創造と高いパフォーマンスの実現を目指します。単なる損益計画に留まらず、人財、設備、資金、時間といったリソースの最適配分により企業価値向上を図ります。これまでは過去実績の分析が中心でしたが、今後はこの指標を将来の投資判断に活用する方針です。

PBR1 倍達成への道筋

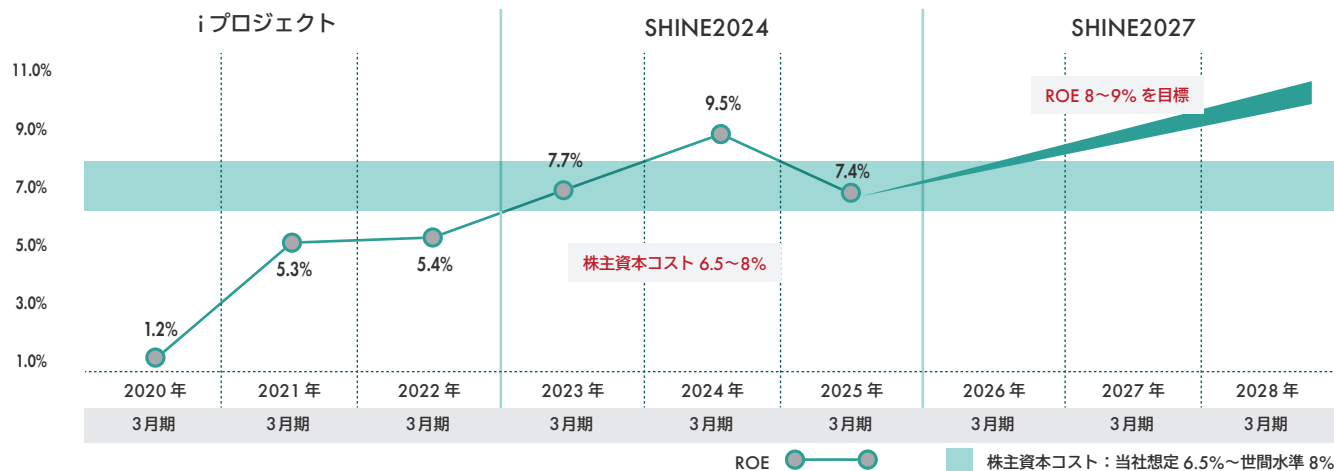
PBR1 倍の達成に向けて、今後どのような取り組みをお考えでしょうか？

須川 当社の PBR は依然として1 倍を下回る状況が続いています。社内では株主資本コストを約 6.5% と想定しており、直近の ROE は7% 半ば～9% で推移しているため、株主資本コストは若干上回っています。ただし、市場水準である 8% には安定的に達成できていない状況です。

背景として、SHINE2024 以前は ROE が5% 台で株主資本コストを下回る水準でした。また、現在のPER が7倍程度と低く、市場から当社の成長性が十分評価されていないことが挙げられます。投資家の期待を高める事業戦略の発信を強化する必要があると考えています。

寺岡 その分析の通りです。まずは収益性向上にフォーカスしていきます。ROE 8% が一つの基準となっており、SHINE2027 でも8～9% を目標水準としています。この水準をサステナブルに維持・向上できれば、市場評価も高まり、結果的に当社株式の評価につながると考えています。

資本収益 ROE/ 株主資本コスト



市場評価向上のために、新たに取り組まれていることはありますか？

寺岡 今回、経営陣が株価を意識するために業績連動の目標に株価指標を新たに導入しました。取締役間でかなり議論しましたが、今年度から株価も目標に組み込むことで、より株価を意識した経営、結果的にはPBR1倍以上を意識した経営につながると考えています。

また、利益水準をしっかりと上げて成長を投資家の皆様に実績として示すとともに、中長期戦略の説明も含めた正確な情報発信＝IR・広報活動にも注力していくことが、目標達成につながると考えています。

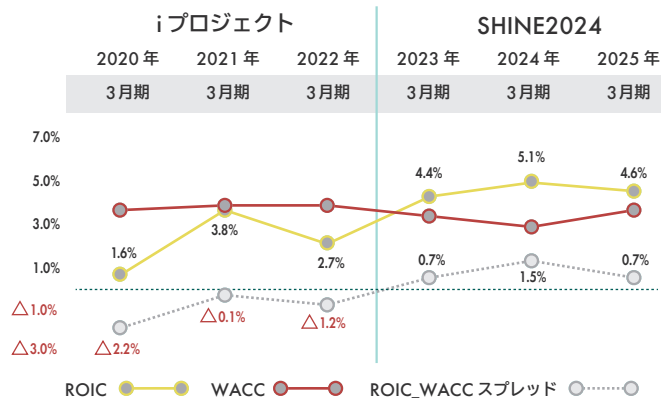
持続的成長と株主還元の両立

2026年3月より配当方針を見直されましたが、その意図を教えてください。

須川 今回、連結配当性向（純利益に対する配当の割合）を25%から30%に引き上げ、中期的には30%以上を目標としています。資本コストを意識しながら企業価値を向上させることが目的です。

長期的な成長投資とのバランスを考慮し、ROICとWACCの差、ROEと株主資本コストの差を拡大することで株主価値と企業価値を高めつつ、成長投資を除く資金を株主の皆様に還元していきます。

資本収益 ROIC/WACC



寺岡 より株主還元を重視した経営により、投資家の皆様からの評価向上と株価上昇につなげていく考えです。世間的には40～60%という水準もあるのが事実ですが、現在子会社のアライドコーヒーロースターズで総額約48億円の新工場建設を進めており、当社グループの自己資本約120億円に比しても大きな成長投資となっています。

このような成長機会があるため、現段階では配当性向の水準を30%としていますが、将来的には還元策充実も視野に入れています。

将来的にはより高い還元水準も視野に入れているということでしょうか？

寺岡 成長投資が一段落し、収益がしっかりと上がる段階になれば、さらなる株主還元に取り組んでいきます。自社株取得なども含めた様々な財務戦略を選択肢として検討し、株主目線でのリターン向上を図っていく方針です。

ステークホルダーとの価値共創

最後に、ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

須川 いつも当社グループを応援していただき、ありがとうございます。財務経理部として、財務の透明性を重視し、健全な企業運営を支えることが使命だと考えています。厳しい国際競争の中でも挑戦を続け、皆様のご期待にお応えできるよう全力で取り組んでまいります。

寺岡 今年から石光商事にお世話になっていますが、来年120周年を迎える歴史ある企業で、長年にわたり着実に利益を計上し、健全な財務内容を維持している会社だと改めて認識しています。

創業時のコーヒー事業から始まり、食品、農産、海外事業へと順調に事業ポートフォリオを拡大してきました。こうした弊社の強みを正しくご理解いただき、評価を高めていけるよう努力してまいります。ステークホルダーの皆様には、長期的な視点で「一緒に、夢中に！」なっていただきたいと思います。



2024年度の実績

売上総利益 **8,453** 百万円
(前年比 102.6%)

売上高 **64,953** 百万円
(前年比 101.4%)

総資産
39,231 百万円
(前年比 106.9%)

食品事業部
34.5%

コーヒー・茶類事業部
37.9%

海外事業部
16.5%

農産事業部
11.1%

事業別
売上高構成比



コーヒー・茶類事業

売上高 **24,633** 百万円
売上純利益 **3,497** 百万円

コーヒー相場は過去最高値を更新し、供給不安が続いた一年でしたが、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継続できたことにより、コーヒー・茶類事業グループ全体の業績としては、計画値以上の実績を残すことができました。



海外事業

売上高 **10,734** 百万円
売上純利益 **1,102** 百万円

英国及びEUにおける日本食市場の拡大により、売上高が増加しました。また、注力している消費者向け製品の販売が米国及び台湾市場で伸び、全体の売上にも寄与しました。一方で、中国の現地法人では、経済不況やコーヒー相場の高騰、競争の激化により売上が減少しました。



食品事業

売上高 **22,396** 百万円
売上純利益 **3,026** 百万円

2024年度は食品部門が食品商品部・食品営業部と分かれました。商品部は水産・調理冷食・加工食品と3カテゴリーに分かれ、仕入れをメインに大口ユーザー中心にコンテナ販売を強化、営業部は問屋関係を中心に細かい販売を強化しました。現地コスト高・円安の為替の影響による値上げ等の影響もありますが、精力的に販売を行った結果、売上利益ともに予算達成することができました。



農産事業

売上高 **7,189** 百万円
売上純利益 **826** 百万円

既存の輸入農産物及び国産農産物の国内販売が順調に推移しました。また、積極的な新規得意先の開拓と新商品の導入に加え、主力商品の1つでもある中国産ごぼうの価格高騰による販売単価の上昇や、冬場の国産生鮮野菜の相場高騰による中国産キャベツ、はくさい、ねぎ、だいこん等の迅速な緊急輸入対応等もあり、売上、利益ともに、目標を達成することができました。



事業戦略

コーヒー・茶類事業部

売上純利益
3,497 百万円売上高構成比
37.9%

戦略

日本国内での販売については、GHG削減をメインとした社会貢献とビジネスをトレードオフさせずに、両立して進捗させます。長年の業歴において培ったサプライヤーとの強い関係性を活かし、コーヒー豆の主要生産地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は既に具体的な GHG削減対策を開始しています。これらを加えた高付加価値のついたスペシャルティな商品の販売を進め、新しいコーヒー・茶類のビジネスを構築していきます。

海外での販売におきましては、海外グループ会社である石光商貿（上海）、THAI ISHIMITSU（タイ）、A.Tosh Ishimitsu Beverages India Private Limited（インド）を中心に販売を促進させていきます。

また新規得意先開拓を最重要視し、得意先との接触回数を増加させ、人材育成における営業面での見直しを図ります。

強み

原産国毎に産地に精通したエリア担当を配置している為、迅速な対応、安定供給、付加価値の向上を実施することが可能です。

海外グループ会社である石光商貿（上海）、THAI ISHIMITSU（タイ）、A.Tosh Ishimitsu Beverages India Private Limited（インド）に共同して、輸出入ともにシナジーを発揮することができ、グローバルな展開が可能です。

日本国内におきましても原料の販売のみならず、グループ会社であるアライドコーヒーロースターズでの焙煎加工、委託工場でのブレンド加工など幅広い分野において、ご要望に応じた味づくり、品質改良、コスト改善等のお役に立つことが可能です。

コーヒー・茶類事業部長
金井 泰秀

海外事業部

売上純利益
1,102 百万円売上高構成比
16.5%

戦略

「世界の食の幸せに貢献する」という当社ミッションのもと、日本の食品を各国に輸出し、現地のレストランや販売店を通じて日本の食文化を広めています。合併会社である Atariya-Ishimitsu UK Limited（英国）では、日本や世界各国からの食品の輸入・流通、水産商品の加工販売や外食店舗の運営を行っています。これにより世界各国の生活文化に深く入り込み、日本の食と文化の体験を提供しています。

日本食の市場は世界中で拡大を続けており、各拠点やビジネスパートナーとの連携を強め、相互の発展を図っています。2024年度は、顧客に迅速かつ質の高いサービスを提供するため、業務プロセスの改善に注力しました。また、輸出事業を通じて農業生産者や地場産業との連携にも取り組み、社会課題の解決に向けた活動を進めています。2025年度は、これらの取り組みをさらに推進するとともに、当社ならではの強みと独自性を加え、事業の更なる成長を目指していきます。

強み

日本食の輸出において長年の経験と実績を積み重ね、豊富なノウハウを有しています。多岐にわたるネットワークを活かし、幅広い商品ラインアップを取り扱うだけでなく、現地での活用に関与するアイデアや提案も行っています。日本国内の事業から、最新の消費トレンドや実績ある商品を海外市場に応用できる点は当社独自の強みです。

国内の外食チェーンで高い評価を得た水産商品や、日本独自の飲料に現地ニーズを反映させたアレンジ商品など、既存商品の輸出にとどまらず、現地の規制や嗜好に合わせた新たな価値を持つ商品の開発にも積極的に取り組んでいます。

今後は、日本に加え、英国・タイ・中国の拠点や世界各地のパートナーとの連携をさらに強化し、それぞれの市場の商習慣や法規制、トレンドに対応した付加価値のある製品・サービスを提供することで、日本食の新たな可能性を切り拓いていきます。

海外事業部長
松尾 正博

食品事業部

売上純利益
3,026 百万円売上高構成比
34.5%

戦略

食品事業部は「食品営業部」と「食品商品部」を統合して新設された組織で、商品開発から販売までの一貫通貫体制の構築を目指しています。この戦略は、SHINE2027計画に基づいており、以下の主要な方針に沿って展開されています。

1. 収益力強化とビジネスモデル変革：高利益商品・取引への集中、商品 / 顧客別の利益管理徹底、低利益率商品のカットを進め、利益率向上を図っていきます。
2. 社会価値創造の加速：GHG削減を含む環境負荷低減と収益性向上の両立、社会課題解決型商品の開発・拡販を進めます。2030年までにGHG排出量30%削減を目標としています。
3. 人材価値向上：商品開発・営業スキルの融合人材育成、組織活性化によるエンゲージメント向上を図り、サーバントリーダーシップの採用と多様性を重視した組織作りを推進しています。

これらの取り組みにより、従来のビジネスモデルからの脱却と、高付加価値型ビジネスへの転換を目指していきます。

強み

組織再編により商品開発から販売までの一貫通貫体制を構築していることが大きな強みです。

次に、戦略顧客との強固な関係構築とその継続的な深耕が強みです。戦略顧客との定期的な商談機会の設定や、階層ごとの関係構築、試食会・同行販売などを通じた密接な顧客関係の構築に注力しています。

さらに、社会課題解決型商品の開発・販売に積極的に取り組んでおり、2027年には社会問題解決型商品販売割合を約20%まで高める計画を持っています。再生可能エネルギーを活用する工場への生産切り替えや、包装資材削減と再生資材へのシフトなど環境負荷低減への取り組みを推進していきます。

最後に、人材育成に関する具体的なプログラム（OJT、OffJT、ほめ達、社内留学制度など）を持ち、従業員のスキルアップとエンゲージメント向上に取り組んでいることも、当事業部の強みと考えます。

食品事業部長
北川 克史

食品サポート部

戦略

受発注業務の自動化や在庫管理、物流費管理などDX化を推進し生産性の向上、正確性の向上を図ります。また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にしています。

営業支援を成果につなげることで、社内エンゲージメントの向上を目指します。

強み

営業活動全体の効率化に貢献する為、様々な業務を担当しています。

スムーズに業務を進行するためのPCスキル、コミュニケーション能力、スケジュール管理能力、臨機応変な対応力、接客スキル、サービスや商品の知識と理解などが求められます。煩雑な業務や生産性の低い付帯業務の効率化、ワークフローの見直しなども怠りません。何より人をサポートすることにやりがいを感じるメンバーが多い現状は“強み”であると考えます。

TOPIC

新サイコー会を開催しています



サイコー会は、当社とお取引先様とのパートナーシップ強化と持続的成長を目指し、1980年に設立されました。

2021年には「新サイコー会」として再スタートし、現在も各事業部が主催し毎年開催を続けています。

食品サポート部長
安場 育子

事業戦略

農産事業部

売上純利益
826 百万円売上高構成比
11.1 %

戦略

国内外の生鮮及び加工野菜を主体に各担当者が仕入れから販売までを一貫して行っています。その中でも、玉ねぎ、ごぼう、にんじん、筍、レンコン、とうがらしを主力商品と位置付け、更なるシェアの拡大を目指しています。

ミッションとして、専門性を持って付加価値のある海外及び国内の生鮮野菜と加工野菜の安定供給に努めると同時に、中国での障がい者雇用の創出と、回収した野菜残渣を発酵させた堆肥を使用しての自社ファームも含めた循環型農業の推進に加え、新たな取り組みとして、温室効果ガス削減や緑化活動による環境や生態系への配慮等、社会課題解決型商品の開発にも注力していきます。

強み

主力商品である玉ねぎ、ごぼう、にんじん、筍、レンコン、とうがらしの原料及び加工品の輸入販売数量は、日本国内で高いシェアを確保しています。その他の品目も含め、それぞれ、専門的な知識を持った担当者が定期的に産地を訪問し、サプライヤーと密接にコミュニケーションを行うと同時に、ユーザーの困ったにも積極的に耳を傾けることにより、国内外の状況やニーズに沿った付加価値のある商品を提案することが可能です。

また、ユーザーやサプライヤーだけでなく、あらゆるステークホルダーとのコミュニケーションに基づく豊富な情報力と、サプライヤーとの友好的かつ強固な信用関係に裏付けされた安定供給体制も強みとしています。

農産事業部長
森本 新哉

TOPIC

スーパーマーケットトレードショー

2025.2.12～14 第59回スーパーマーケット・トレードショー 2025に出展しました | 開催場所：幕張メッセ
3日間の来場者数 75,858 名（同時開催展、複数日来場を含む）

このイベントはスーパーマーケットを中心とする食品流通業界に最新情報を発信する商談展示会で全国の小売業をはじめ、卸・商社、中食、外食などから多数のバイヤーが来場するものです。

石光商事は、農産事業と食品事業が集結して出展しました。当社ブースのテーマは「食の幸せを昔も今もこれからも～100年続く物語～」で、展示商品の開発の経緯や開発者の想いなど、それぞれの商品のストーリーに焦点を当てました。トマト缶やパスタ、野菜チップス、業務用のチキンやエビの商品などを展示し、海外サプライヤーも一緒にブースに立ち、商品の良さをストーリーとともに紹介しました。



アライドコーヒーロースターズ株式会社

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



会社概要

当社は世界中の生産国から厳選した良質なコーヒー豆を、自社工場にて焙煎、ブレンド、粉碎、包装まで一貫して行うレギュラーコーヒー専門メーカーです。年間のコーヒー豆焙煎量は約2万トンにのぼり、原料用コーヒーとして缶コーヒーやチルドコーヒー、さらにはファストフード・ファミリーレストラン等の外食産業向けや、カップ式自動販売機・オフィスコーヒーなどの業務用、また家庭用製品として、幅広いお客様ニーズに対応しています。長年培ってきた焙煎技術と品質管理で、多様なシーンに合った高品質なコーヒーを安定してお届けしています。

Vision

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 

外部環境

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。日本では世界第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、しっかりとした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。

SDGs

ACRは環境対策に力を入れています

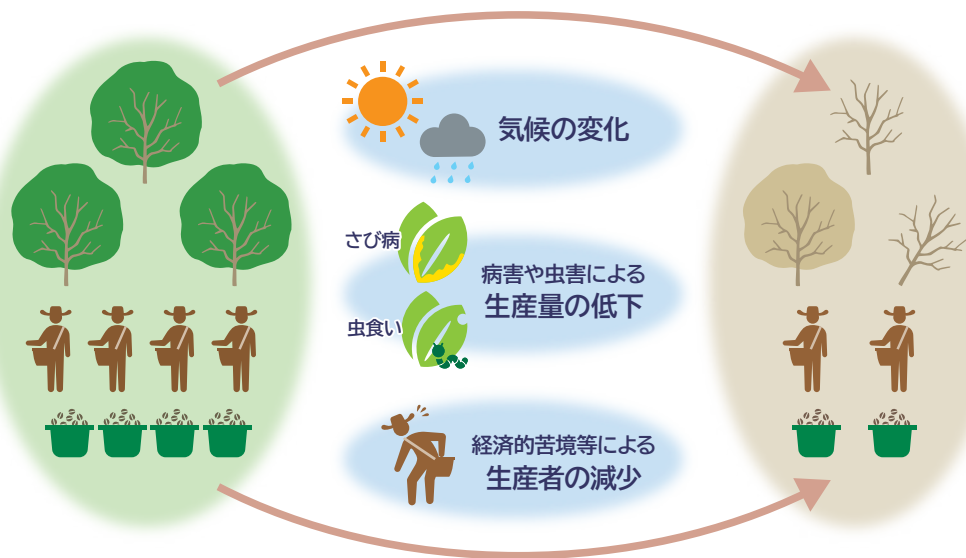
- ▶ 工場で使用する電気を全て再生可能エネルギーに
- ▶ 焙煎で使用する燃料はカーボンニュートラルガスを使用
- ▶ コーポレートサイトでのサステナブル・SDGsの情報発信



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に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「WCR(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。



戦略

2024年10月1日に統合し新会社としてスタートしましたが、小野新工場建設も始まる2025年度がアライドコーヒーロースターズ元年となります。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ます。「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ています。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。

様々な外的要因によりコーヒーに関しても持続可能性の大切さを日々感じています。当社としては、コーヒーの価値を追求するためにグリーン焙煎はもとより、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きました。実績としては、YDCB※やコーヒーオイル、フックタイプのコーヒーなどがあります。コーヒーの形態自体を変えることは難しいですが、今までの形にとらわれず、常識を変えるような新たな価値を創造するために引き続き挑戦を続けていきます。そのためには、従業員が生き活きと仕事ができる環境も重要です。安全な職場環境づくりの実現のため、我々役員のみならず、現場で働くメンバーが中心となって、安全衛生委員会の開催や社員同士のコミュニケーションの場(慰労会等)の提供を進めています。

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。

※YDCB：コンバイン技術を活用したワンミニットコーヒー(テトラ型のティーバッグタイプで、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)



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(新工場における)

販売戦略

付加価値の創造
新商材の拡販



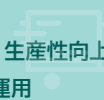
商品戦略

グローバル要求事項
新シーズによる差別化



流通戦略

生産拠点の拡大・生産性向上
生産拠点の最適運用



Strengths

当社の強み

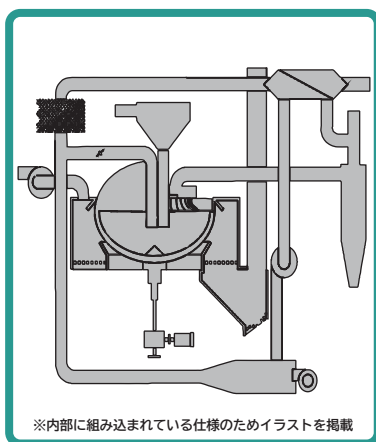
国内最多の種類を誇る当社の焙煎機はそれぞれ持ち味が異なるため、ニーズに合わせて焙煎機の特徴を存分に活かしたオンリーワンな味づくりを得意としています。



グリーン焙煎

当社独自の焙煎方法

詳細はこちら P29,P59



回転式ボウル型遠心式 (プロバット社)

短時間焙煎で風味が強く、
シャープな味わい



熱風回転ドラム式 (プロバット社)

スタンダードな風味で、
ボディのある味わい



半熱風回転ドラム式 (ディードリッヒ社)

やや深煎りから超深煎り
オリジンの風味が活きる



熱風回転ドラム式 (スコラーリ社)

全体的にスッキリ風味
浅煎りから超深煎りまで

TOPICS



受賞歴



商品開発課
小出 秀介

IIAC ICT (国際カフェテイ스팅競技会)

- エスプレッソ部門 2020 金賞
- エスプレッソ部門 2024 (2サンプル) 金賞
- フィルター部門 2024 金賞

イタリアに本部のあるIIAC (国際カフェテイ스팅協会) により、2006 年から開催されている国際的な競技会です。世界中から集まり、様々な方法で抽出されたコーヒーを、厳しい官能分析基準、正確な規定、厳密な科学的枠組みの中で品質を公平に評価することができるIIAC認定テイスターによる完全なブラインドテイ스팅で評価されます。

SCAJローストマスターズ チーム チャレンジ (RMTC)

- 2022 オーディエンス大賞 第一位 関東 B チーム

RMTC (ロースト マスターズ チーム チャレンジ) は、焙煎人同士の対話を通じて各人の焙煎技術向上を目指すと同時に相互の新たな情報交換や交流を主たる目的としたユニークなエキシビジョンマッチです。

小出は関東 B チームとして出場しました。

小野工場とグリーン焙煎

新拠点「小野工場」計画 （2026年12月末完成予定）

兵庫県小野市に計画中の「小野工場」は、関西の新たな基幹拠点として、環境にやさしく収益性の高い商品づくりを進める場所です。既存のお客様向けの製品はもちろん、新規案件にも対応できる生産ラインを備え、国内外へ安定してお届けできる体制を整えます。

工場には最新設備を導入し、グリーン焙煎をはじめとした脱炭素の取り組みを強化していきます。安全基準も世界レベルに引き上げ、多様な人が安心して働ける職場づくりを目指します。

小野工場から、地球にも働く人にもやさしいものづくりを広げていきます。

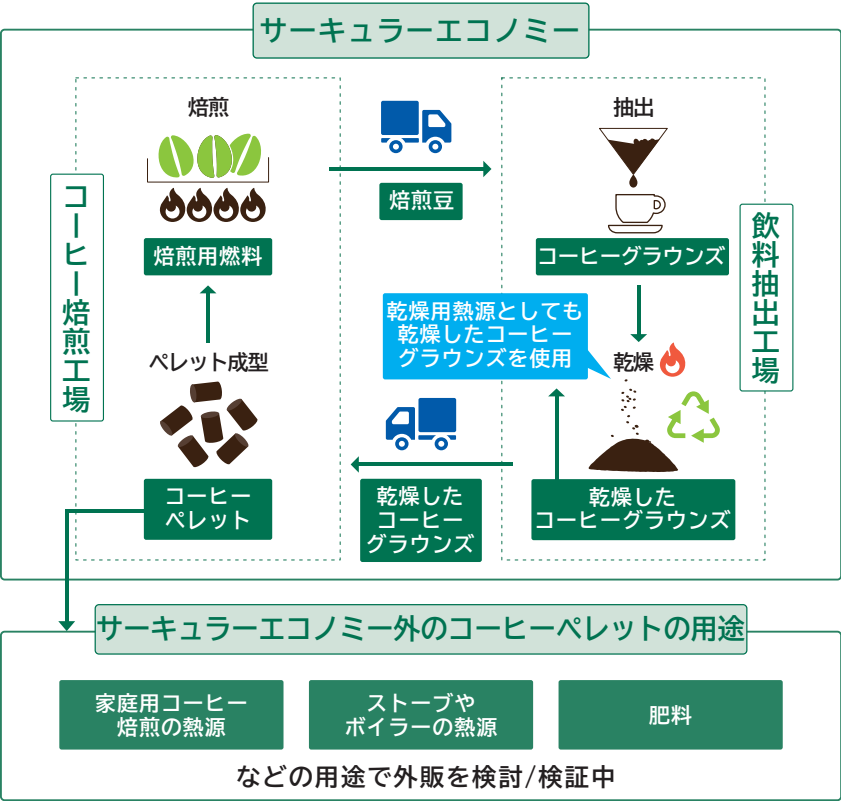


※完成イメージ図

『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』』

コーヒーの抽出時に発生する残渣（コーヒーグラウンズ）を利用し、小球状の固形燃料（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、温室効果ガス（GHG）排出量の削減を図ります。この取り組みは、コーヒーグラウンズの廃棄処理を不要にし、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、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、一般的な商品としても世間に認識されることを目指しています。



株主優待品の開発

商品説明

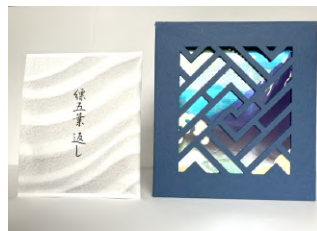
担当者 樫根 大介

廃棄されることが多いコーヒー抽出残渣（グラウンズ）を燃料として使う独自技術のグリーン焙煎システムでじっくりローストしたコーヒーです。3つのブレンドコーヒーをご用意しました。



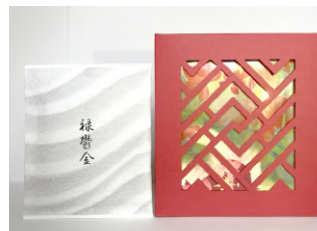
縹五葉 HANADA GOYOU

チョコレートのようなほろ苦さとなめらかなコクが豊かなブレンド



縹五葉 返し HANADA GOYOU KAESHI

フルーティで芳醇な香りと甘酸っぱさが調和したブレンド



緑鬱金 ROKU UKON

柔らかい飲み心地と蜂蜜のような甘さで、後口の余韻が楽しいブレンド

開発の背景

荒川新社長がこれまでたくさんの時間をかけてきたブラジルのコーヒーを、その中でも旗艦銘柄のひとつとして多くのお客様からも長くご愛顧いただいている“ショコラ”がふさわしいと考えました。2025年は趣向を凝らしたいくつかのブレンドコーヒーを株主の皆様にお届けしたかったこともあり、石光商事のコーヒー原料チームがそれぞれの信念、情熱と挑戦によりかたちにしている特別な生豆をインドネシア、コロンビアそしてエチオピアからも選りすぐりました。ブラジルのショコラを中心に描いた特別な味わいのブレンドコーヒーです。

開発への思い

グリーン焙煎システムは廃棄物を減らすことで、環境に好ましくない影響を与えるいくつかの課題を解決していくのですが、そのためにはこの特別な仕組みでローストするおいしいコーヒーをたくさんの人たち楽しんでもいただくことが何よりも大切です。この商品の味わいを彩る特別なコーヒー生豆には、ぜひお伝えしたいおいしさを紡ぐ理由やすばらしい物語がたくさんあります。情熱あふれるコーヒー屋として社会の抱える課題を解決する私たちの使命に共感いただけることを信じて、これからもおいしいコーヒーをお届けしていきます。

TOPIC

エコプロ 2024 に出展しました！

2024.12.4～6 SDGs week EXPO エコプロ 2024（第26回）へ出展しました | 東京ビッグサイト

2024年12月4日（水）～6日（金）の期間、東京ビッグサイトで行われた、SDGs week EXPO エコプロ2024へ出展しました。幅広い年代の方々へ当社グループの取り組みやグリーン焙煎について知っていただく機会となりました。今後もいろいろな機会を用いて情報発信をしていきます。



ACRはガレージセールを開催しています！ P63

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



会社概要

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、抽出器具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。

オリジナルキャラクター
ユープレちゃん



ホームページ制作時の対話から生まれた、USプレミアム妖精「ユープレちゃん」。コーヒーチェリーと生豆をモチーフに、当社の想いを明るく親しみやすく伝える役割を担っています。

外部環境

2024年は、円安の影響に伴うインバウンド需要の増加などにより、都心や観光地を中心に販売量が拡大した一方で、年の後半にはコーヒーの国際相場価格が歴史上最高値の水準からさらに20%以上も上昇し、予測の難しい状況となりました。

国内の自家焙煎店の皆様も、この大きな変化の中で苦しい状況に直面しており、仕入そのものの見直しや価格転嫁が求められる状況となっています。当社も含め、これからの市場で価値や強みをさらに築いていくことが、この厳しい競争の中で事業を継続するためには必要不可欠であると感じています。

こうした環境だからこそ、これまでの社内効率化で生まれたリソースをお客様との時間に投じ、ともに成長できる方法を模索していくという課題に、社員一同真剣に取り組んでいく所存です。コーヒービジネスは原材料を栽培する農家の方々のご協力が不可欠であり、また、それを自らの技術とこだわりで調理し、消費者の皆様へ届ける焙煎士の方々の働きなくしては成り立たないものです。

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、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3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。

Webサイトの商品の カップコメントイメージ

- 浅煎り ★オススメ
はちみつのような甘味があり、ミルキーな口当たり。この豆の特徴が一番感じられる。
- 中煎り
- 中深煎り
- 深煎り

戦略

昨年までの中期経営計画の推進により、2030年、2040年まで安心して生き活きと働き続けられる環境づくりが一通り完成しました。その結果、コーヒー生豆の小分け充填や出荷等の作業は、設備投資によって負担が大幅に軽減し、社員それぞれがミッションを達成するためにお客様と接する時間が大幅に増加しています。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、お客様との時間は双方の成長のために欠かせないものです。前述した市場環境の大きな変化に直面する中で、競合他社に関心を寄せるお客様もありますが、一方で競合他社から当社へ目を向けてくださる方もいらっしゃいます。短期的な視点ではなく中長期的に、皆様から「やっぱりユーエスフーズから買いたい」と感じていただけるようになるためには、当社グループの強みである安定した品質管理はもちろん、お客様の視点に立ち、“困った”と一緒に解決し、お客様の強みをともに創り上げていくことが最も重要であると考えています。

また、コーヒー業界が抱える課題解決に対しても、WEBシステムをうまく活用しながら生産国とお客様とともに進めていきます。両者との課題の共有や共感がまずは必須条件になりますが、両者をつなぐ橋渡し役として、またコーヒーのプロフェッショナルとして、コーヒービジネスやその文化を次の世代につないでいくことを目指しています。これ

らのプロジェクトに「積極的に参加したい」「楽しい」と感じていただきながら、それをお客様の強みに変換できるようシステム開発を進めています。いずれは誰もが当たり前次世代の生産者や消費者に思いを馳せながら、商品を選択していくような社会の実現のため、当社だからこそできることを追求していきます。

ユーエスフーズ株式会社
代表取締役社長
杉本 幸広

TOPIC



ガレージセールを開催しました！

当社敷地内で、地域の皆様に向けて当社のコーヒー豆を販売するガレージセールを実施しました。半年に一度のペースでこれまでに二度ほど開催しており、大変ご好評をいただいています。

SCAJに出展します！

2025年9月24日(水)～27日(土) | 東京ビッグサイト

スペシャルティコーヒーイベントSCAJに、24日(水)～26日(金)の3日間出展します。今年の出展の目玉はタンザニアコーヒークラブです。当社が支援するタンザニアのコーヒープロジェクトの魅力や取り組みについてご紹介します。実際に現地へ赴いた社員が感じたことや経験を直接お話しします。皆様との新たな交流の場となれば嬉しいので、ぜひブースにお立ち寄りください！





取り組み紹介

INTRODUCTION

ユーエスフーズ株式会社
高橋 俊一

『えがおプロジェクト第4弾 タンザニア コーヒークラブ』

2025年8月から販売開始する当社オリジナル商品です。世界中のほとんどの生産国で課題となっている後継者不足に対するプロジェクトとして、タンザニアの高校生がコーヒー栽培を学ぶ活動に現地輸出業者と共同で取り組んでいます。同年6月には当社社員が現地を訪問し、この素晴らしいプロジェクトを長く続けていくための関係構築や課題確認を行います。近い将来、高校生たちが育て上げたコーヒーを取り扱うこと、そしてそのコーヒーによって消費者が「えがお」になる様子を共有し、お互いの感謝をつなぐことを目標に、タンザニアの情熱を自家焙煎店の皆様にお伝えしていきます。



取り組み紹介

INTRODUCTION

ユーエスフーズ株式会社
岡崎 有里子

『コーヒーグラウンズを利益の循環に』

「コーヒーグラウンズの取り組みで自家焙煎店の方々に利益をもたらすことはできないか。」

そう真剣に考えた社員の行動がきっかけとなり、素晴らしい特許技術を持つ企業とのつながりができました。発酵技術を用いてコーヒーグラウンズを液体化するという技術、また、「土に還らないものは使用しない」「すべての命を余すところなく使う」という理念や「コーヒーグラウンズはゴミであるというマインドを変えたい」という強い信念に共感しました。そして、自家焙煎店で発生する抽出後のグラウンズを資源として有料で買い上げ、焼き菓子やせっけん、化粧品など、ゴミが出ないものに活用する、すなわち“使用後に残渣が発生しないものに変換して再び自家焙煎店に戻す”という取り組みの準備を着々と進めています。

2025年11月に開催予定の足立区版SDGsイベント（通称：あだちぐるぐる博）にて、特に将来の消費者である子供たちに向けて直接的な啓蒙活動ができるよう、足立区内の自家焙煎店や菓子製造者、さらに足立区役所の方々とともに取り組みを進めています。

かつて日本で酒屋さんに空き瓶を持っていったように、将来的には消費者がお店で購入したコーヒーを家庭で飲んだ後、そのグラウンズをお店に持っていく未来を想像しています。



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



会社概要

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。石光商事を通じ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。

中国市場・外部環境

中国国内のコーヒー産業は依然として発展を続けています。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スタイルのコーヒーチェーン店が今や当たり前となり、店舗数も増加し続けています。定番であるブラジル産のコーヒーのみならず、エチオピアなどアフリカ原産のコーヒーも人気が高まっており、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という点です。価格競争に巻き込まれないために、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く必要があります。

中国市場は、顧客が安定しないという特徴があり、その時々でより良い条件の取引先を選ぶ傾向があります。一見すると厳しい市場のようですが、新規開拓がしやすい環境でもあります。新たな顧客を獲得しながら、この先も選び続けてもらえるよう、また、一度離れた顧客にも再び選んでもらえるよう、単に商品売るだけでなく、品質や産地から一杯のコーヒーになるまでのストーリーも伝えていきます。それは、当社グループだからこそ可能であり、中国国内においては当社だからこそ実現できるビジネスだと考えています。

当社の強み

「品質の石光」を基本方針に、中国市場においてコーヒー生豆の販売を展開し、「安定品質」と「安定供給」を実現しています。お客様から信頼できる生豆業者として高い評価をいただいております。119年続く「石光ブランド」も業界内で確固たる地位を築いています。産地のサプライヤーとの真摯な取り組みを通じ、長年にわたって培った相互信頼の関係が、当社の生豆の「安定品質」と「安定供給」を支えています。この点において、当社は中国国内の同業他社をリードしていると自負しています。

中国国内では、ただ生豆を提供するだけでなく、常にお客様の声を謙虚に受け止め、倉庫、物流、アフターサービス、顧客対応などを継続的に改善し続けています。他社との差別化を意識しながら、お客様に付加価値のある商品とサービスを提供できるよう努めています。当社では、原料価格の引き下げが難しい状況下においても、それ以外の部分でのコスト削減をどのように実現できるかを追求しています。常にデータを収集し、研究・分析を行うことで、顧客ニーズに合わせたご提案を行っています。

当社の顧客層は大手工場だけでなく、中小規模の焙煎業者も重要なパートナーとして開拓を進めており、中国国内では大小600社以上のお客様と取引があります。

大手工場向けの取引は、価格競争が厳しく利益率は低いものの、大きな出荷数量が特徴です。一方、中小規模の業者は出荷規模こそ小さいものの、品質への高いこだわりを持つお客様が多く、当社の品質と付加価値を高く評価していただいています。その結果として安定した利益率を確保できており、当社にとって重要な顧客層となっています。こうした大手顧客と小口顧客の双方をバランスよく補完することで、出荷数量と利益の両立を実現しています。

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変動、さらに国内での競争激化の影響もあり、より一層の収益力向上が今後の課題と認識しています。こうした環境のもと、競争に打ち勝つためには、原点である「品質の石光」に立ち返ることが不可欠だと考えています。

10数年間中国で商売を続けてきたなかで改めて感じるのは、当社グループの専門性の高さがお客様から選ばれる大きな理由であるということです。そのなかでも、当社の強みの一つであるコーヒー事業に一層注力し、「石光商貿」として更なる成長を目指します。

新規開拓においては、積極的に展示会へ出展するほか、外部からも多くの方に参加いただくカップping会を全国各地で開催し、WeChatなどのSNSを活用した自社PRや産地・商品の情報発信などを通じて、当社を広く知っていただく機会を創出しています。中国国内では口コミを通じて商売が広がる文化も根強く、顧客同士の結びつきやネットワークの重要性を日々実感しています。

「品質の石光」とは、原料の品質の高さだけでなく、商品の保管や配送といった流通体制や、納品後のお客様との信頼関係を大切にするアフターサービス、そして人材の育成など、すべてのステークホルダーと協

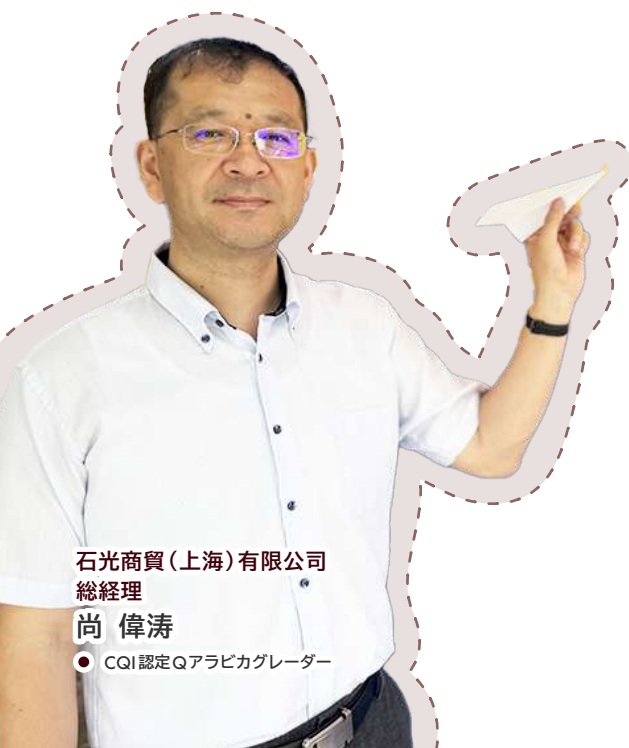
力しながら、総合的な質の高さを追求している点にあります。特に人材の教育には力を入れており、営業部門に所属する8名全員がQアラビカグレーダーの資格を取得しています。多くの社員は入社後に会社のサポートを受けてこの資格を取得しており、専門性の向上に努めています。また、日々の学びを大切にしており、毎日カップpingを実施することで、コーヒーに関する知識や技術の研鑽を習慣化しています。

今後も当社は、原点である「品質の石光」の精神を大切にし、ステークホルダーとともに中国市場での存在感を一層高めていきます。

石光商貿(上海)有限公司
総経理

尚 偉涛

● CQI認定Qアラビカグレーダー



石光商貿(上海)有限公司

職場環境・取り組み紹介

石光商貿(上海)有限公司
内勤業務部経理
孔 珊珊



人財育成制度

社内研修を定期的実施しており、製品知識や業界動向分析などの業務スキル向上に加えて、健康管理や自己啓発に関するプログラムも用意しています。これにより、社員の生活の質や職場でのエンゲージメント向上を支援しています。また、外部研修支援制度も整備しており、社員が自主的に受講する外部講座や資格取得に対して、会社が費用の一部を補助する制度を設けています。



永勤表彰制度

石光商事に倣い、当社でも「永勤賞」を制定しました。現在、勤続5年以上の社員は7名(うち4名は既に8年以上勤続)おり、彼らの長年の貢献を讃えるとともに、新入社員のモチベーション向上にも役立てています。日本と比べると中国は平均勤続年数が短いため、高いモチベーションを維持し、当社を好きで長く働いてもらえることを願って、この賞を導入しました。個人が成長し、能力や専門性を高めてくれれば会社も成長します。そのようなwin-winの関係であることを、さまざまな場面で伝えるよう心がけています。



石光商貿(上海)有限公司

推し商品紹介

RECOMMEND



『エチオピア ギジ ナチュラル G1』(阳光古姫 G1)

石光商貿(上海)有限公司
張 曉旭

ギジ ナチュラル G1は、石光商貿の創業期から取り扱うロングセラー商品です。優れた生豆の外観とはっきりとした豊かな風味から、私自身もこのコーヒーがとても好きで、中国の消費者からも長年にわたり高い支持を得てきました。

私のおすすめ焙煎度！

● 浅煎り

鮮やかな柑橘系の酸味、バラのような香り、さとうきびを思わせる甘みが際立ちます。

● 中煎り

しっかりとしたボディ、蜂蜜のような滑らかな甘味、熟したトロピカルフルーツの風味が調和し、日常的に楽しみながらも記憶に残る一杯に仕上がります。



『ブラジル ショコラ』(巴西 巧克拉)

石光商貿(上海)有限公司
魯 瑞俊

ショコラはチョコレートの風味が際立つことからこの名が付いたもので、石光商事とブラジルの San Coffeeが10年以上にわたり協力関係を築き、年々、品質と風味の安定性に力を注いできました。濃厚なナッツやキャラメル、チョコレートのような風味を帯びていて、絶妙なバランスを醸し出す、このコーヒーが私はとても好きです。

私のおすすめ焙煎度！

● 深煎り

濃厚な甘みとほのかなカカオの苦みが引き出され、心地よい余韻が続きます。



コーヒーカップング会

当社では、中国の全国各都市でコーヒーカップング会を開催し、自社の生豆を宣伝するとともに、新規のお客様の開拓に取り組んでいます。これまでに50か所以上で実施しており、新規顧客開拓において非常に重要な活動となっています。

カップング会の開催地は、地元で知名度の高いカフェを選んでおり、集客力の強化を図っています。その理由として、日本の約25倍もの広大な面積を持つ中国国内では、各地方のこだわりを持つ小規模ロースターをすべて自社で把握することは現実的ではありません。そこで、各地で知名度の高いカフェを会場とすることで、地域ごとの消費者層にも幅広くリーチできるよう工夫しています。

以前はすべての会場に社員が直接足を運んでいましたが、現在は戦略的に優先度を設定し、来場する企業や距離、規模などを考慮したうえで、社員が現地で運営に直接関わるかどうかを判断しています。社員が直接現地に赴かない場合でも、事前に焙煎したサンプルをお届けし、運営と入念な打ち合わせを行うことで、質の高いイベント運営を実現しています。



TOPICS



- China Cup Tasters Championship 2019年、2024年 第2位 高 奪
- IAC2024 金賞 石光商貿「CAFETOPIA」で受賞 (焙煎：高 奪)

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



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。タイ産のコーヒー豆も輸出しており、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。

タイ市場・外部環境

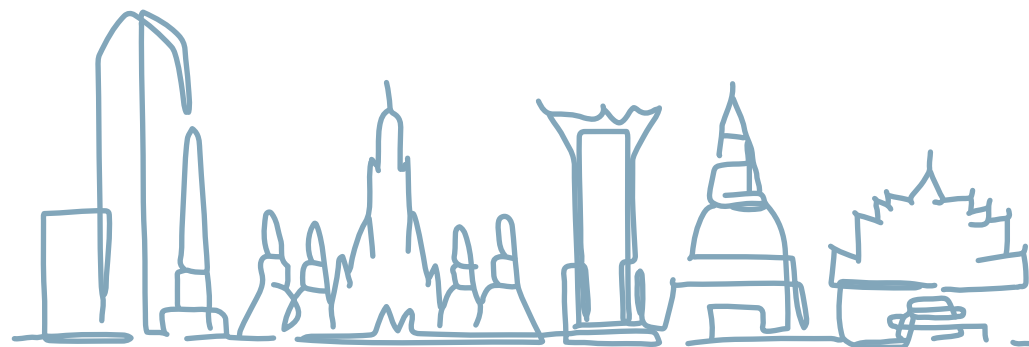
タイで生産されるコーヒーは、主に国内消費向けに生産されており、輸出規格はありません。また、生産量は約 1.7 万トンに対して消費量は約 9.5 万トンとなっており、国内のコーヒーだけでは需要を賄えません。そのため、タイでは海外産のコーヒーが多く取り扱われており、そのなかでも最も多いのはベトナム産で全体の約 6 割を占めています。

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。

当社の強み

タイのコーヒー産業はここ 10 年ほどで目覚ましい発展を遂げており、その勢いはますます強くなっていますがタイ産以外の海外産のコーヒー豆の使用歴はまだ浅く若い市場です。そこに当社がこれまで培ってきた経験や知識がお役に立てる機会が多くあると感じています。またコーヒーのみならず国の発展に伴う嗜好品の国際化も後押しし、抹茶や紅茶等の茶類市場においても急成長中で需要は高まるばかりであり、まさに当社の幅広い原料調達力を活かすチャンスが広がっています。

また市場が若いため、正しい情報や正規品の供給や流通が不安定なことが多いと見聞しています。市場の成熟度に伴い、今後はしっかりとしたかつ安心・安定供給できるサプライヤーの重要性は増していくものと予想され、お取引先との信頼を大切にしてきた日本企業ならではの当社の機能がタイ市場に貢献できると信じています。



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、タイスタッフ 1 名が日本へ留学しました。日本らしいビジネス手法や本社のプロフェッショナルなマインドを直に学んできたのみならず物理的・心理的距離のあるグループ会社との距離を縮めることができ、帰国後も交流が続き活発化しています。

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しています。毎朝、さまざまな異なるコーヒーを淹れ、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。

タイは国として継続して成長している最中で日本と国は違えどビジネスにおいては真摯さや誠実さ、信頼できる正しい情報提供、安定した継続性のある供給体制など日本式の手法は必ず需要があると確信していますし、当社のこれまでの長年の知見を活かした価値を商品に乗せてお伝えし、同国のコーヒー・茶類産業に貢献できると信じています。

THAI ISHIMITSU CO., LTD.

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
- タイスペシャルティーコーヒー協会センサリージャッジ

TOPIC



タイ スペシャルティーコーヒー協会 センサリージャッジに選出されました！

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、専門家がカップリングなどで評価を行う）では、3 年連続で外国人では唯一、橋本が評価者に選ばれています。





推し商品紹介

RECOMMEND



『抹茶・小島 KOJIMA』



小島（KOJIMA）は、京都・宇治の小島さんが所有する単一原産地の農場から作られるセレモニアルグレードの抹茶です。一番茶のみを使用し、ゴコウや宇治ヒカリなど京都特有の品種をブレンド。旨味とクリーミーな口当たりの絶妙なバランスで、薄茶、濃茶、抹茶ラテ、デザートなど幅広い用途に最適です。タイでは高品質な抹茶に関する知識が重要視されており、「小島」はその特別な味わいとストーリーで多くの新規・常連顧客を魅了しています。さらに、抹茶は健康効果が高く、体重管理や血圧低下に役立つと言われているのも販売好調な理由のひとつだと思います。



『ベトナム産コーヒー』

ベトナムは世界有数のコーヒー生産国で、タイでも多くのカフェ等でベトナム産コーヒー、特にロブスタ（カネフォラ種）が広く利用されています。タイではコーヒー産業が急成長しており、ロブスタ（カネフォラ種）はインスタントやエスプレッソなど多様な形で飲用されています。消費量が増えているため、タイ産だけでは需要をまかなうことができず、ベトナム産は理想的なオプションとなり、多くの信頼を得ています。ベトナムを実際に訪問し、栽培から輸出までを視察してきたことでタイの多くの顧客から信頼を獲得し、ロブスタ（カネフォラ種）の価格が高騰したにもかかわらず、多くの顧客が私たちをサプライヤーとして選んでいただき大きなビジネスができました。



ATIB

A.Tosh Ishimitsu Beverages India Private Limited (インド)

事業概要

世界の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。



■ 外部環境

インドの紅茶生産量は世界最大(2024年約128.4万トン)で、その約80%が自国で消費されています。そのような中でも、2024年の輸出量はケニアに次ぐ世界第2位となりました。インド国内では依然としてミルクティー(チャイ)での飲用が多く、ミルクとよく合う北インド産紅茶は高い需要により価格も高い位置で推移していますが、南インド産紅茶の価格は安定しています。石光商事は、価格が安定している南インドの農園及び政府機関と取り組んでGHG削減紅茶を開発中であり、当社ではその紅茶を使ったティーバッグやフレーバー紅茶の開発を進めています。

■ 当社の強み

石光商事が持つ日本の高い品質管理技術や開発技術と、合併パートナーである Atosh & Sons India Ltd. の紅茶製造・販売ノウハウを融合させている点は、当社の大きな強みです。インド現地に拠点を持つことで、多種多様な茶葉原料の調達が可能になります。さらに、原料の品質を見極めるテイスターや、茶葉加工に豊富な経験を持つ従業員が在籍していることも特徴です。加えて、日本ならではの高度な技術を積極的に導入することで、他社との差別化を実現しています。

戦略

当社は、高付加価値製品の開発をはじめ、生産体制の強化や環境配慮にも注力していきます。一般品であるレギュラー紅茶等の生産性向上を進めるとともに、ハーブティーなどのプレミアム品においては原料調達力の強化や独自の配合ノウハウの確立により、更なる収益増加を目指します。また、現地スタッフのキーパーソンを中心に教育や技術継承を進め、高い技術力や管理能力を持った組織体制の構築を目指します。

製造現場では、オペレーターの設備ごとの対応能力を高め、多能工化を推進することで工場内の機会損失の削減を図ります。加えて、インフラや機械技術、製造、品質管理、品質保証、資材・原料仕様など商品設計に関する幅広い知識を持つ人材の育成にも取り組みます。

さらに、導入済みのPLA(生分解性)フィルターやモノマテリアル包装フィルムといった環境配慮型資材についても、引き続き物性や特徴を踏まえた活用を促進し、循環型社会の実現に貢献していきます。



INTERVIEW

製造工場内の職場環境を整え、効率性、安全性、品質の向上を図り、生産性を更に高めるべく、5S Promotion Committeeを設置し、日々5S活動に邁進しています。



Mayakrishnan(5S Promotion Committeeリーダー)



AIUK

Atariya-Ishimitsu UK Limited (英国)

事業概要

英国において、卸事業と小売り事業を展開しています。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ーレストランを中心に販売、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。



■ 外部環境

英国では日本食人気の高まりとともに、日本食レストランの数は2017年の約700店から2023年には1,300店超へと増加しました。市場拡大に伴い参入企業も増え、競争は激化しています。こうした中、Atariya-Ishimitsuは老舗の日本食材供給企業として、石光商事グループと協力し、英国市場での存在感を一層強化していくことが求められています。

■ 当社の強み

当社は、小売事業を担うAFR社と、水産物の卸販売を行うT&S社を傘下に持ち、日本食材の調達・輸出機能を有する石光商事との連携により、英国国内における高効率なサプライチェーンを構築しています。さらに、小売及び外食事業で豊富な実績を持つJFLAグループの支援を受けることで、商品開発・店舗運営・マーケティングなど多面的なノウハウを取り込み、グループ全体のシナジーも構築しています。これにより、激化する英国市場においても差別化された価値を提供できる体制を整えています。

戦略

激化する英国の日本食市場において当社が持続的に成長し、収益を確保していくためには、石光商事グループが長年にわたり培ってきた調達力、品質管理、商品開発といったノウハウをAIUKグループに的確に移植し、グループ全体のシナジーを最大化することが第一の戦略です。加えて、石光商事グループのマテリアリティに基づき、欧州における持続可能な成長のビジョンを具現化していくことも、AIUKの重要なミッションです。

その一環として、環境配慮型の「グリーン焙煎」をはじめとする、社会課題の解決に資する商品の開発・販売に積極的に取り組むことを第二の戦略と位置づけています。直近では、2025年に石光商事グループと連携しUK市場向け商品を開発・販売し、2026年には展示会やイベント等での認知向上を図る計画です。

INTERVIEW



AIUKは、2023年にJFLAホールディングスと石光商事の合併により設立された企業です。一方、傘下に収めたAFR社及びT&S社は、ロンドンで約30年にわたり日本食を取り扱ってきた老舗企業です。

私は2024年6月末よりロンドンに駐在し、これら3社間のシナジー構築に取り組んでいます。しかし、日本側の意向がこれまでのUK企業の運営方針と必ずしも一致せず、ビジネスにうまく反映されないケースも見受けられます。

そこで私は、日本側の考えを丁寧に伝えること、そしてUK側の文化や業務スタイルを深く理解することから始めました。実際に現地社員との対話を重ね、早朝に工場へ赴いて現場作業に加わることもありました。こうした積み重ねを通じて、協力してくれる仲間を一人でも多く増やし、ビジネスの発展につなげていくことが、駐在初年度における私の最大の課題であり取り組みです。



T&S Enterprises (London) LTD Director
大沼 勇介



品質統括部



品質統括部長
高田 良明

全社一体となった品質保証による企業価値向上

我々品質統括部は、食品衛生法や食品表示法などの各種法令遵守は勿論のこと、風味や見た目の品質も含め、お取引先様のニーズの品質面に対して取り組んでいる部署です。

安全・安心な商品をお届けし続けるための品質管理活動を根幹としつつ、新たな商品提案のための試作づくりや、社会課題に取り組むための未来に向けた研究活動なども行います。

品質統括部の業務は社外のステークホルダーと直接接する機会が少ない部署ですが、国内外を問わず製造された商品を皆様にお届けするために重要な役割を担っています。ひとつの商品づくりには多くの方々が関わっており、それぞれ大切な思いが込められます。それを皆様におつなぎするため、これからも真摯に取り組みを続けます。

フードロス削減と持続可能な商品開発への取り組み

フードロス削減に向けた対応のひとつとして、賞味期限延長への取り組みを進めています。また工場監査実施の際にもフードロスや環境負荷などを考慮した目線でアドバイスすることを心がけています。コーヒー 2050 年問題への取り組みとして、新たな原料開発を生産国の協力を得ながらスタートさせました。定量的記述分析法という官能評価手法を取り入れ、より客観的な評価に基づく商品づくりをお手伝いさせていただいています。

国内外グループ会社の連携による競争力向上と未来への挑戦

規格管理、工場監査、品質管理チームが担う業務に関しても同業他社に引けをとらない取り組みを進めています。検査開発や基盤研究チームでは、専門知識や豊かな経験則、分析力を駆使し、商品が採用される確度が高められています。味覚センサーやクロマトグラフの設備も有し、客観的なデータに基づいた提案力も強みの一つです。コーヒー2050年問題への取り組みとしても、コーヒー生産国を巻き込んだ検証を実施するなど、将来への取り組みにも力を入れています。

国内外にあるグループ会社がそれぞれの専門分野で培ったノウハウと経験を活かし、互いに情報共有及び協力しあうことでグループ全体での組織力を高め、提案力と競争力を高めています。同国内であれば適応される法令などが共通であるため、グループ会社間で必要なサポートを得ながら新たな商品づくりを進められるメリットもあります。

TOPIC

品質統括部では、業務に関わるさまざまな専門資格の取得を積極的に推進しており、取得した知識や技術を日々の業務に最大限活かしています。

- 管理栄養士 4 名
- ティーアドバイザー 2 名
- 上級 / 中級食品表示診断士 (上級 1 名 中級 11 名)
- QC 検定 2 級 / 3 級 (2 級 3 名 3 級 8 名)
- J.C.Q.A. 認定
コーヒー鑑定士 4 名
- ブラジルコーヒー鑑定士 3 名
- CQI 認定 Qグレーダー 3 名
- JSSE 官能評価士 1 名

社員 VOICE

- 業務で必要な資格は積極的に取得できるよう、会社から応援いただいています。資格取得の場は国内に留まらず、海外で取得する資格も含まれています。
- ティーアドバイザーやコーヒー鑑定士、Qグレーダーなどの風味を評価する資格は、日々行う原料や製品に対する風味評価の際に役立てられています。
- 食品表示診断士の資格も商品に表示されている一括表示やその他の表示に不備が無いように確認するために役立っています。
- 当社取扱商品を使用したメニュー提案の際に、管理栄養士が監修し、栄養面のバランスも踏まえた考慮提案も行っています。



取り組み紹介

INTRODUCTION

日本官能評価学会 2024 大会にてポスター発表を行い、学会優秀発表賞を受賞いたしました。

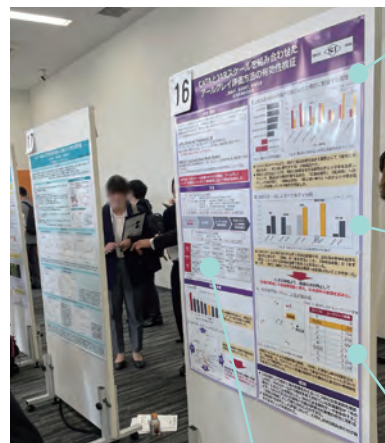
CATAとJAR スケールを組み合わせたアールグレイ評価方法の有効性検証

発表者：◎二瓶 恭子、轟 真規子、杉浦 元彦

近年の多様化する消費者嗜好により、消費者の好みを深く理解し、それを製品開発に反映させる重要性が高まっています。当社では、特に香味のバリエーションが幅広いアールグレイの開発において、消費者が求める香味特性とその適正な強度を明確にすることが製品価値向上の鍵と考えました。そこで、官能評価手法である CATA 法と JAR スケールを組み合わせた新しいアプローチを検討しました。CATA 法は消費者が求める特徴を迅速に特定できる利点があり、JAR スケールはそれら特性の適正な強度を数値化することで、製品設計の精度を高めます。この手法により、嗜好性を高める香味特性とその適正な強度を明らかにしました。

本研究の成果を基に開発した製品は顧客からの高い評価をいただき、採用につながりました。また、学会発表においても学会優秀発表賞を受賞し、当社の研究開発力や技術的先進性が専門家からも認められる結果となりました。

当社は、環境負荷を減らし、環境に配慮した商品を提供することを重要な課題としております。しかし、環境配慮型の商品には「美味しさは我慢している」というイメージを持たれることも少なくありません。本研究では食品の美味しさを科学的に追求しており、これを環境配慮型の商品開発に応用することで、環境にやさしく、かつ美味しい商品を提供できると考えています。今後も多くの皆様に支持される企業を目指し、このような研究に取り組んで参ります。



▲ポスター掲示の様子

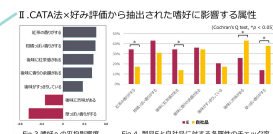


Fig.3 嗜好への平均影響度

- CATAと好みデータより、嗜好に負の影響を及ぼす属性として「後味に酸味がある」「草っぱい香りがする」が抽出された。
- 製品Eと対製品Fについて、嗜好に影響を与える属性のチェック率を比較したところ、製品Eより嗜好が落ちる属性は、「草葉の香り」「紅茶味」へのチェック率が低く、「後味の酸味」「草っぱい香り」へのチェック率が高いことが影響している可能性を見出した。

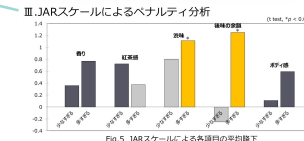


Fig.5 JARスケールによる各項目の平均値

- JARスケールに対するペナルティ分析の結果から、自社品の香味の最適化を行うにあたり、「濃味」が「多すぎること」、「後味の余韻」が「多すぎる」ことに対する改良が必要であることを見出した。
- 一方、「香り」強度については有意な嗜好への影響はないことが分かった。



Fig.6 紅茶デイスターによる評価のPCA結果

紅茶テイスターによる定量評価の結果、「渋味」に着目し味の改良を加えた「改良品」は、PCAマッピング上において製品Eのポジションに近づいており、かつ製品間ユークリッド距離の結果からも製品Eに最も近い香味特性であることが分かった。



取り組み紹介

INTRODUCTION

社内官能評価パネル制度

QDA（定量的記述分析）法という官能評価手法を用いた社内官能評価パネル制度を設立し、当社の重要製品であるフライドチキンを評価対象として今期より本運用を開始しました。本手法では、選定された社内パネルが消費者視点で製品を客観的に評価し、その結果を統計解析することで製品の特性を明らかにします。このデータを基に商品のポジションやターゲット市場を明らかにしたり、数式化したりすることで効率的な商品開発や顧客満足度の向上を目指します。本制度への参加者は、パネルトレーニングの受講や評価への参加に伴う業務調整が必要なたため一定の負担を伴いますが、制度の意義を十分に理解してもらうことで積極的な参加を得ることができました。これにより、普段は直接営業活動を行わない部署の社員にも間接的に商品力向上に貢献する機会が生まれました。この取り組みにより社内エンゲージメントが向上し、幅広く活用されることを期待しています。



人的資本経営 対談



取締役 管理部長
奥野 裕二

取締役 BX 推進本部長
早坂 めぐみ

新たな中期経営計画「SHINE2027」のスタートとともに、石光商事は組織変革の新章を開きました。BX 推進を担う早坂取締役と、人事を統括する奥野取締役。外の視点も持つ両取締役が、石光商事グループにおける人的資本経営の現状評価と今後の展望について語り合いました。

人を中心とした経営の実践

当社グループの人財・人的資本経営における特徴や価値は
どういったところであるとお考えでしょうか？

奥野 2025年度からスタートしている中期経営計画SHINE2027においても、これまでやってきた社員の働きがい向上をベースにしています。これが重要な指標となっていて、それらを具体的に実現するために、人事制度改革や人財育成体制、DE&I（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）を柱として、それぞれの具体的な施策を明確化していく取り組み、いわゆる人を中心とした経営を行っています。人に関わる施策を継続的に実施していく中で、更なる働きがいの向上を実現したいと考えています。

早坂 具体的な施策については、すでに奥野さん監修のもとで総務・人事チームが中心となって実施されているところです。第一に専門職制度の設計、教育体系の作成と見直し、女性活躍推進、等級制度や評価制度の見直し。第二に教育研修費の集計管理、障がい者雇用体制の確立、人財投資の強化、海外グループを含めた人財交流の促進。第三にキャリア研修や資格取得支援、自律的キャリア形成支援として社内留学制度なども通じてタレントマネジメントを強化すること。これらの施策を通じて、「一緒に、夢中に！」というスローガンのもと、従業員エンゲージメント向上を図っています。

外部視点と内部知見の融合

まず、石光商事の人的資本の強みについて、
それぞれの視点からお聞かせください。

奥野 まず専門性の高い人が多いということを自分自身は感じています。それから、働きやすさがやっぱりあるのだろうなど。結果、リテンション率の高さにもつながっています。あとは、社員に寄り添う姿勢を見せ続けているというところかなと思います。

早坂 石光商事の人的資本について、外部の視点から率直に評価いたしますと、福利厚生面はプライム市場上場企業に匹敵する制度が整っており、女性が活躍できる環境も充実しています。女性の管理職比率も、この規模の会社としては非常に高い水準にあると思います。これは働きやすさから生まれている成果だと感じています。

奥野 私も当社に入社してから4年余りですが、早坂さんも同様に、前職との比較という視点を持っています。二人ともプライム市場上場企業での経験がありますが、そこと比べても遜色ない、むしろそれ以上の水準にあると感じています。

一方で、課題についてはいかがでしょうか。

奥野 先ほど申し上げた専門性の高い人財が多いという強みは、一方で改善の余地もあると感じています。専門分野への集中度が高いため、他分野への関心や部署間での連携において、さらなる向上が期待できると認識しています。社内の人材流動性を高め、部門を横断した協働を促進することで、個々の専門性を組織全体の力により効果的に結びつけることができると考えています。

早坂 私も同様に感じています。個人に焦点を当てた動きが多く、チーム連携や部署間連携には改善の余地があります。プレイングマネージャーの方が多いため、マネジメント能力の向上が非常に重要だと感じています。

奥野 専門知識の共有や次世代人材の育成は、組織全体の成長にとって重要な要素です。プレイングマネージャーとしての業務負荷が影響しているのか、あるいは人材育成スキルの体系的な習得機会が不足しているのか、その要因を分析し、適切な改善策や支援体制を構築していくことが重要だと認識しています。

専門性と組織力の両立を目指して

そうした課題に対して、具体的にどのような取り組みを進めていらっしゃいますか。

奥野 この4月から人事制度を改定いたしました。社内流動性を向上させる仕組みへの変革に取り組んでいます。マネージャーの在任期間を定め、専門性を持ちながらもマネージャー職に就いている人には、一定期間後に他部署への異動を求める制度を導入しました。このように、ある程度の強制力を持たせた制度を構築しました。

反発はなかったですか？

奥野 当然、反発もありました。そうした方々のために専門職制度を新設いたしました。専門職として、チーム内で特定の領域をしっかり担当し貢献するという道も用意いたしました。選択制にしておりますが、会社の組織として成り立たない場合には、幅広い分野を担当していただくこともあるという含みは持たせています。

早坂 制度面での改革と並行して、私は文化醸成にも重点を置いています。4月に新体制となり、荒川社長と全社員との月例会を企画し、実施しています。その場では、社長のメッセージを一方的に聞くだけではなく、対話する場を設けています。お互い、部門を超えて、どんな人が社内にいるのかを知るきっかけとなり、部署を超えたコミュニケーションが起り始めています。

また、5月から「サンクスポイント」を導入いたしました。スタートしてわずか2週間で社員の60%が活用して、3週間で2000以上のサンクスが飛び交っています。



奥野 サンクスポイント制度の数字は本当にすごいですよね。制度を作っても使われないということがよくあるのですが、こんなに短期間で浸透するとは驚きです。

早坂 やはり人は認められたい、感謝されたいという気持ちがあります。それを可視化することで、今まで見えなかった貢献が見えるようになる。部署間の連携も、こうした小さな「つながり」から生まれていくのではないのでしょうか。

人材育成の面ではいかがでしょうか。

奥野 管理職だけでなく、人材育成全般について体系的な仕組みが不足していました。そこで新たな教育体系を構築し、今年から運用を開始しました。階層毎に様々な研修コースを設けました。例えば管理職向けの研修コースを設定したり、管理職候補者に対しても必要な学習内容を明確に示したのも今年からの取り組みです。

早坂 経営人材の育成においては、昨年まで外部の立場から支援していた経験を活かし、核となる人材の確保と次世代リーダーの育成に取り組んでいます。「一緒に、夢中に！」という組織文化を醸成するプロジェクトを、今年はグループ会社のアライドコーヒーロースターズとも共同で展開し、グループ全体での組織能力向上を図っています。

興味深いのは、早坂さんが外部の立場から石光商事を支援されていた時期があったということですね。

早坂 そうなのです。だからこそ、外部の視点と内部の実情の両方を理解できていると思います。石光商事の良さも課題も、客観的に見ることができる。それが今の役割に活かされていると感じます。

未来共創フォーラム 2027 への挑戦

今の課題に対して今後検討している施策があれば教えてください。

早坂 7月から開始予定の「未来共創フォーラム2027」も重要な取り組みの一つです。中期経営計画がスタートしたこのタイミングで、組織目標から個人目標への落とし込みを図り、まずは一人ひとりが自分の言葉で目標を語れるようになることを大切にしています。さらに、他の組織、メンバーがどのような目標を立て、どのような想いを持っているのかを相互に理解し、質問を通じて深め合う場としても機能させたいと考えています。そして経営層との本音の対話を通じて、より良い組織づくりにつなげていく予定です。

全員参加ではなく挙手制を採用されたのはなぜですか？

早坂 経営会議では全員参加を求める声もありましたが、真の変革には主体的な参加が不可欠だと考えています。本音での対話を実現するため、参加への強制ではなく、自発性を重視した仕組みとしました。

奥野 この考え方は面白いですね。強制的に参加させても、本当の意味での変化は生まれない。自分から手を挙げる人こそが、変革の起点になりうるということですね。



働きがいの本質とは

最後に、社員を含むステークホルダーの皆さまへメッセージをお願いします。

奥野 働きがいは会社が一方的に与えるものではなく、社員の皆様が能動的に仕事に取り組むことで得られるものだと考えています。当社が用意している多様な支援策を積極的に活用していただき、専門性を極めたい方は真のプロフェッショナルに、人財育成で貢献したい方はそのスキルと自信を身につけていただきたいと思います。当社が求める人財像は「自分で考え、ともに変化を楽しみ、成長する人財」です。会社は全力で支援いたしますが、最終的にはご自身の主体的な取り組みが重要です。当社で働いた経験が、一人ひとりの人生の財産となることを心から願っています。

早坂 奥野さんがおっしゃった通り、働きがいは会社と社員の相互の取り組みから生まれるものだと思います。外部から入った私の視点で申し上げますと、石光商事には本当に素晴らしい制度と環境が整っています。社員の皆様には、当社グループの経営理念である「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」を実現するため、お互いを信頼し、尊重し合いながら、新たな挑戦に取り組んでいただきたいと思っています。当社は人財育成を通じて着実な成長を遂げる企業であり続けることを目指しており、それぞれがプロフェッショナルとして自信と誇りを持って活躍できる職場づくりに取り組んでいきます。ともに未来を築いていきましょう。



◀ note

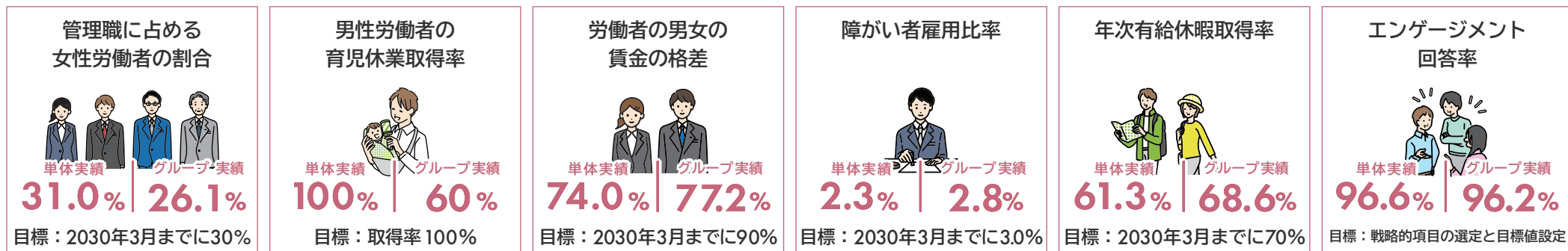
当社グループとご縁のある株式会社シンオー様とのつながりから制作頂いた作品です。

障がい者支援に力を入れているシンオー様のもと、古材を再利用した額縁や木の皮を加工したソーラーフラワーなど、環境に配慮した素材を使用したアレンジメントです。SDGs（持続可能な開発目標）への取り組みに協力したいという温かい心が込められています。なお、こちらの作品は神戸本社2F受付に飾っていますので、ご来社の際はぜひご覧ください。

人財

「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」の経営理念のもと、当社は「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るため、2025年度からスタートする中期経営計画「SHINE2027」では前の中期経営計画で進めた「土台づくり」から「変革と実践」へテーマを移します。「人事制度改革」、「人財育成体制」、「DE&I」の3つを柱として、経営陣を筆頭に、経営戦略室と管理部、BX 推進本部が協力し推進していきます。

人財に関する指標 2024年度実績と目標



振り返り

2024 年度の実績においては、女性管理職比率と男女の賃金格差が2023年度と比較して改善しました。今後、すべての指標について当社グループとしての目標値を設定し、施策を検討した上で、グループ全体でさらなる改善を進めていきます。また、女性管理職比率については、石光商事が2025年度から導入する新たな人事制度に伴い定義を変更します。それに伴い目標値の再設定と目標達成に向けた施策を検討していきます。従業員エンゲージメントに関しては以前から課題として取り組んでいましたが、検討の結果、調査方法を見直したことで回答率の改善と、より分析し易い情報を収集することができました。今後は戦略的な項目の選定と目標値の設定を進めていきます。

快適な職場・働きがいのある職場づくり

当社は、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長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360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。
- ▶ 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

TOPIC

ひょうご・こうべ女性活躍推進企業（ミモザ企業）認定を取得しました！

P86

人事制度改革

社員の個の力や才能を伸ばすため働きがいの向上を目指し、段階的に改革を推進しています。

● 個人の強みを活かした人事制度転換

当社の強みである専門性を高めることができる専門職制度の設計と、それに合わせて評価制度の見直しも実施しました。また、2024年度はキャリアビジョン研修を実施し、キャリア自立を促すことで、働きがいを高める取り組みを進めています。

● タレントマネジメントシステムにおけるスキルの可視化

組織の人的資本を最適化し、社員一人ひとりの能力を最大限に活かすため、新たなタレントマネジメントシステムを導入し、スキルや適性の可視化を進めています。また、同システム上でサックスポイントの仕組みを導入し、お互いにたくさんの「ありがとう」を送り合うことで、組織風土の醸成にも役立てています。

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可
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。

TOPIC

キャリアビジョン研修

上司と部下の相互理解を深め、個人及び組織の成長を促進することを目的として、キャリアビジョン研修を実施しました。
社員一人ひとりが、自身のキャリアビジョンについて改めて思考し、キャリアビジョンに基づいた行動の必要性を実感できる機会となりました。
研修実施後は、社員全員が作成したキャリアプランシートをもとに、1on1などの機会を通じて、上司と部下で今後のキャリアについて確認し、話し合う機会を設けています。



人財育成体制

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。

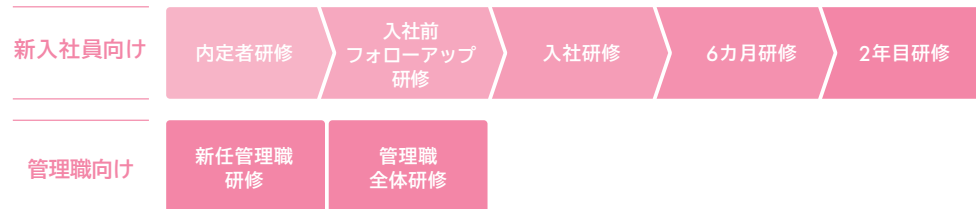
● 教育体系の見直し

当社の経営理念や中期経営計画から求める人財像を「自分ごとで考え、ともに変化を楽しみ、成長する人財」と設定しました。求める人財像の実現に向けて、教育体系(カリキュラム)を策定し、2025年度から運用していきます。

● 人財投資効率と効果検証制度の確立

石光商事単体では、人財投資にあたる教育費の集計を行いました。今後は投資効果検証と適正値の設定、また、当社グループでの集計・進捗管理体制の構築を進めていきます。
2024年度 教育・研修費：15,917,000円（単体）

研修制度



● 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。

2024年度実施一例

- 不正競争防止法研修
- 知的財産権研修
- ITリテラシー研修
- 目標管理研修

当社には、相互理解や新たな発見が期待できる海外グループ会社を含めた社内留学制度、語学やMBAなどの資格取得を支援する制度などがあります。

VOICE



社内留学制度

私のキャリアにおいて特に印象深く、貴重な経験となったのが、日本での1か月間の研修です。この期間に、コーヒーとお茶について新たな視点を得るとともに、多くの学びを得ることができました。QCチームとの毎日のカップリングセッションを通して、「日本品質」と呼ばれる細部へのこだわりや一貫性、そして成果を追求する姿勢を直接体感しました。また、京都や愛知の茶畑を訪れる機会にも恵まれ、日本茶の伝統製法や独自の風味が生まれる背景を知り、その職人技に心を打たれました。

加えて、日本人の同僚との日々の交流を通じて、勤勉さや規律正しい仕事への取り組み方、そしてチームワークに対する深い思いを学びました。研修で得たこれらの経験は、タイでの業務に生かされ、クライアントとの信頼関係を築くうえで大きな糧となっています。コーヒーとお茶を媒介に、国を超えた協働の意義を改めて感じる事ができたこの研修は、私のキャリアにとって欠かせない重要な瞬間であり、これからの仕事への取り組み方を大きく変える出来事でした。



石光商事の本社でタイ料理をふるまうディアさん

ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョン (DE&I)

年齢、性別、国籍などの属性に一切とらわれない体制づくり、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。

● 働きがい調査結果を平均値以上にする

分析・検討を進めてきた従業員エンゲージメントですが、正確な実態把握のため調査方法を見直しました。グループ全体で見ても平均値以上という結果でしたが、詳細な内容をもとに引き続き管理職を対象とした分析と向上のための施策検討を実施します。また、戦略的項目の選定とその目標値を設定します。

● 女性管理職比率 30%、障がい者雇用率 3.0% 達成

人財の多様性の確保に関して、石光商事単体では順調に進んでいますが、グループ間での格差があるため、今後、管理職業務の整理や労働環境の改善、グループ間の人財交流などを通して目標の達成をめざします。障がい者雇用については、対象者へ就労満足度調査を実施し、その結果から就労環境の改善に取り組んでいます。また、多様性への理解促進のために研修やイベント、さまざまな活動を通して「正しく知ること」の機会を増やしています。



女性管理職比率 26.1%



海外グループ会社の経営幹部に
現地の人財を登用



定年年齢を2019年より
65歳に引き上げ



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)



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



養護学校や就労支援施設との
交流実施

健康経営宣言

私たち石光商事は経営理念として「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」を掲げています。我々の使命は、食の幸せの創出にコミットし、そのためには従業員各位の健康が重要であることを認識しています。従業員の健康こそが、食の幸せを生み出し、その価値を創造する原動力と考えます。それ故、我々は 従業員一人一人の健康維持と増進を積極的に支援し、健康意識を高めるための環境を提供します。このようにして、個々のパフォーマンス向上を促進し、その結果として組織全体のパフォーマンス向上を達成することを目指します。

2025 年 4 月 代表取締役社長 荒川 正臣

目的

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」の経営理念のもと、ステークホルダーとの「つながり」を大切にし、支え合いながら100年以上の歴史を刻んできました。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、これからも「世界の食の幸せに貢献」していきたいと考えています。

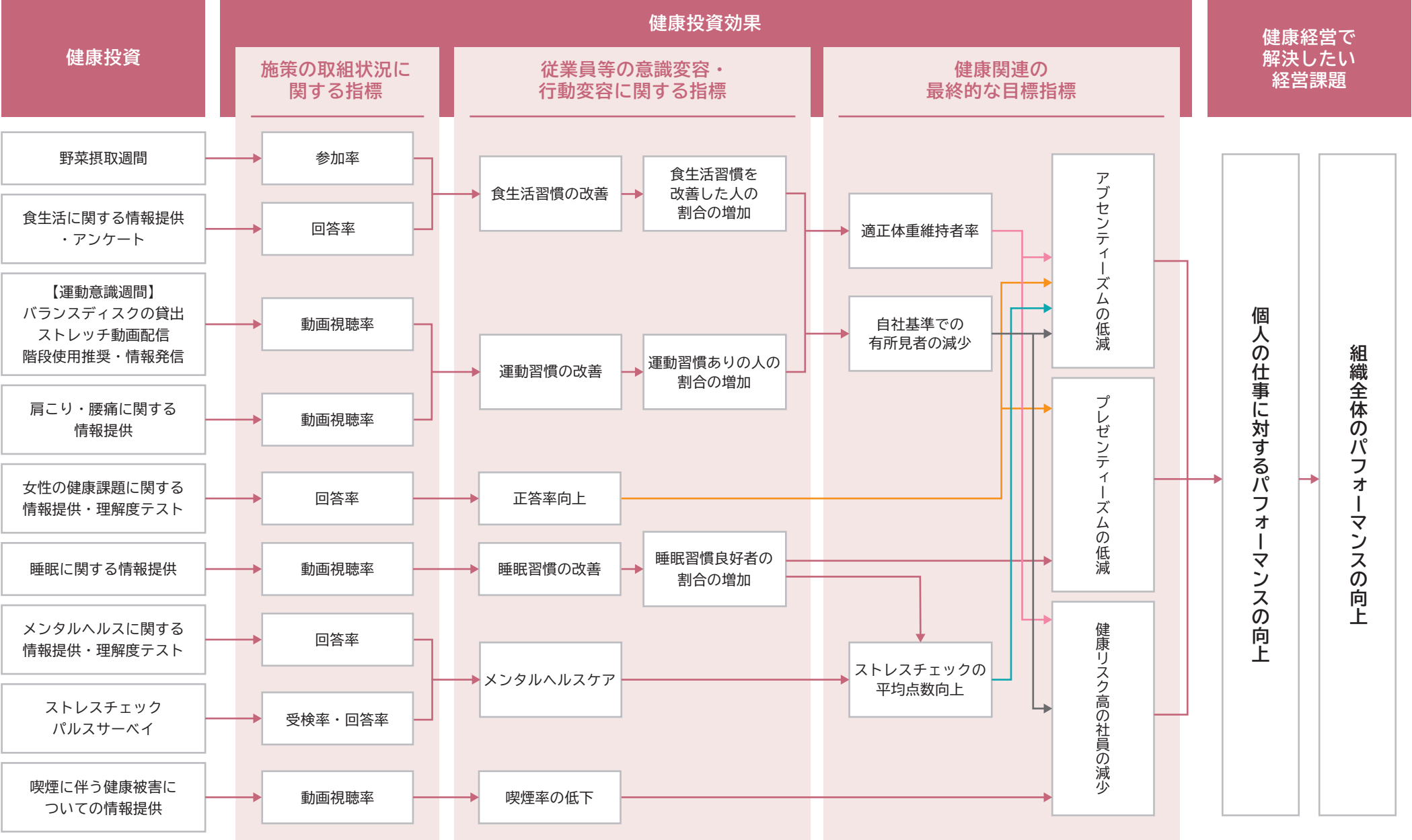
「世界の食の幸せに貢献」するための原動力である従業員を「人財」として、様々な不調を未然に防ぐよう、取り組みを進めていきます。心身に不調をきたすと、パフォーマンスの低下や欠勤につながる可能性があります。今後も変化の激しい時代に柔軟に対応し、持続的な成長を実現するために、会社として従業員の健康を支援することで、個人のパフォーマンス向上を図り、ひいては組織全体のパフォーマンス向上を目指します。

組織全体の
パフォーマンス向上

個人の仕事に対する
パフォーマンスの向上

健康経営推進
心と身体の健康づくり
(ヘルスリテラシー)

健康経営戦略マップ



ISO14001 認証取得

サステナビリティ課題解決への積極的な取り組み

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います。

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います。

目的と今後

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います。

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いきます。各事業部の目標は、社員の意識向上と理解を深めていけるよう、財務目標と非財務目標とを結び付けていきます。このため GHG 削減原料の生産から加工販売を一貫通貫にて管理し、これらのシナジー効果などを含めて管理していくようにしています。

石光商事株式会社 全社、
ユーエスフーズ株式会社も ISO14001 認証を取得

PDCA 各項目の具体的な取り組み

① 計画	② 支援及び運用
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します。	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、管理します。
③ 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します。 ・ 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します。 ・ 年に 1 回、石光商事法務・リスク管理チーム、アライドコーヒーローズ総務部長は、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します。 ・ 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します。 ・ 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します。	
④ 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仕組み、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します。	



ISO14001 認証取得

部ごとの目標・2024 年度進捗



コーヒー・
茶類事業部



海外事業部



食品事業部



農産事業部



非営業部

目標

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
3. GHG 削減にむけた物流改善

進捗

1. 社会課題解決型商品の販売は 17% 達成
2. ステインド(カビ)発生率を全体の 0.28% に削減
3. 在庫拠点を見直し、最適な輸送方法に取り組んだことにより、1 袋当たりの配送に関する GHG が昨年対比 17% 減少

1. 日本の食糧安全保障、食料自給力維持という社会課題解決の観点から米及び米加工品の輸出を強化
2. 環境負荷の低い有機食品の輸出を強化
3. 社員教育の徹底

1. 米及び米加工品の輸出前期比 155% を達成、「コウノトリ育むお米」のイギリス国内での拡販実施
2. 有機食品の輸出前期比 160% を達成
3. 輸出 EXPO への出展や海外セミナーの受講

LCA商品の取り組みにより、
2030年度末までに Scope3
20% 削減

食品廃棄を前年比 10% の削減。
包装資材変更、サイズ縮小を各カ
テゴリーで実施

1. Scope3 削減に向けて、具体的な取り組みを開始
2. フードロス削減
3. 地政学リスクを考慮した安定的な成長の為に、中国からの仕入れ依存を減少

1. GHG削減を含めた社会課題解決型の商品・ビジネスを 5 件成立
2. メイン商品毎の廃棄データの作成
3. 通期で 6 件の中国産以外のビジネスの成立

1. GHG 削減
2. 人権尊重
3. 法令順守強化
4. 2030年度までに検品作業による食品廃棄物を 90% 削減

1. 可燃ゴミについては、前年比 77.1% 削減。2025年11月までにガソリン車 4 台のHV化を実施
2. 人権 DD の構築、人権講習会の実施、現地人権調査実施(1 か国)
3. 想定していない法令違反 0 件、法務関連研修を 2 回実施
4. 基準とする 2022 年度の食品廃棄量に対し、約 88.8% の削減

GHG 排出量

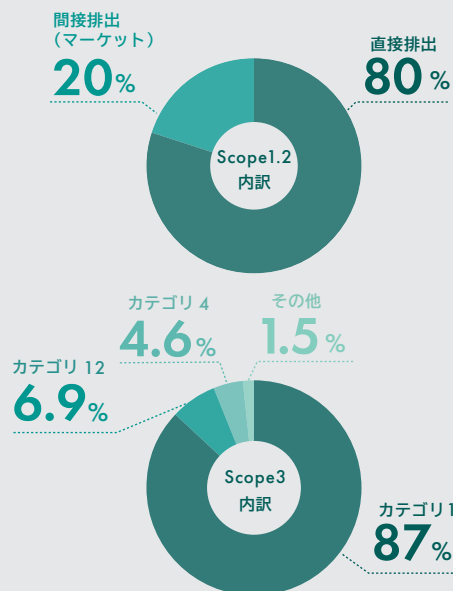
2024年度総括と2025年度の目標

2024年度はカテゴリ1に関して、コーヒー、紅茶の産地での取り組みを進めました。コーヒーではブラジル・コロンビア各2サプライヤーと、緑肥や施肥コントロールなどの取り組みが進行中です。紅茶では新たに、南インドで有機肥料転換、土壌菌の利用によるGHG削減対策をスタートしました。当施策は4か年計画となるため、進捗は今後も統合報告書にて開示を予定しています。

2025年度は、経済的価値を持つGHG削減対策商品の開発や、産地での取り組みに限らず廃棄物や輸送といった部分にも着目し、廃棄物の利活用や輸送効率化によるGHG削減を行うことで、2050年のカーボンニュートラルへ進めていきます。

2024年度排出量内訳

			(t-CO ₂) 2024年度
Scope1+2+3			466,609
Scope1+2			4,376
	Scope1	直接排出	3,479
	Scope2	間接排出（マーケット）	897
Scope3合計			462,233
	カテゴリ1	購入した製品・サービス	406,260
	カテゴリ2	資本財	1,498
	カテゴリ3	エネルギー関連活動	819
	カテゴリ4	輸送、配送（上流）	19,821
	カテゴリ5	廃棄物	482
	カテゴリ6	出張	657
	カテゴリ7	従業員の通勤	164
	カテゴリ8	リース資産（上流）	0
	カテゴリ9	輸送、配送（下流）	552
	カテゴリ10	販売した製品の加工	2,119
	カテゴリ11	販売した製品の使用	0
	カテゴリ12	販売した製品の廃棄	29,749
	カテゴリ13	リース資産（下流）	112
	カテゴリ14	フランチャイズ	0
	カテゴリ15	投資	0



Scope3 カテゴリ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、排出量が減っています。①CF改善のために在庫調整を行いました 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。

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	・取締役会監督体制 ・評価・管理上の経営者役割	ガバナンス体制の構築 ・取締役会監督体制 ・評価・管理上の経営者役割
戦略	事業・戦略・財務への影響	・短期・中期・長期のリスクと機会 ・事業・戦略・財務に及ぼす影響 ・気候シナリオに対する強靱性	シナリオ分析 ・気候変動に関するリスクと機会の抽出 ・自社事業環境を考慮したシナリオ分析の前提条件設定
リスク管理	気候関連リスクの評価・管理	・リスク識別・評価のプロセス ・リスク管理プロセス ・リスク管理と会社リスク管理の関係	リスク低減策の検討 ・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 ・リスクから生じるインパクトの低減に向けた対策検討
指標と目標	評価・管理の指標と目標	・組織が戦略・リスク管理に係る指標 ・温室効果ガス排出量（Scope1.2.3.） ・リスクと機会の管理上の目標と実績	可視化・削減目標設定 ・Scope1.2.3. 排出量算定 ・自社戦略を踏まえた指標及び目標の設定

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

GHG 削減施策 / コーヒー

担当者

コーヒー・茶類事業部 コーヒー原料チーム 花岡 風香

コロンビア SKN

コロンビアでは小規模家族農家が大半を占め、その状況で「脱炭素」を推進することは容易ではありません。だからこそ、当プロジェクトでは持続可能なコーヒー生産を目指すべく、農家と消費者の双方にとって利益となる方法を探求しています。地域固有の技術指導と精密なデータ収集が、この取り組みの基盤となっています。

担当者VOICE

コーヒー生産は温室効果ガス (GHG) の排出が多いことで知られ、環境対策が急務です。コロンビアは家族経営の小規模農家が9割以上を占めており、一軒一軒に均一の対策を施すのは困難です。しかし、「私たちだからできることは何か」について議論を重ね、3年の歳月を経てこのCarbonZero Project を立ち上げました。

プロジェクトでは、GHG 排出量の少ない化学肥料を使用することで、コーヒー栽培を行います。更に重要なのは、各農家が「現在どれくらいのGHGを排出しているのか」を理解するために、一次データを集め分析することです。この国においてそれは極めて重要な価値を持っています。

この取り組みが成功すれば、3年後には対象農家を拡大し、農家にとってはコーヒー栽培が安定した収入源となり、次世代にも受け継ぎたい仕事となり、また消費者にとっては環境に優しく美味しいコーヒーを供給することが可能になるサイクルの実現を目指しています。



ブラジル COOXUPE

担当者

コーヒー・茶類事業部 コーヒー原料チーム 橋本 工

温室効果ガス (GHG) 排出量の削減を目指し、ブラジル・ミナスジェリス州の4つの農園と協力しながら、持続可能なコーヒー生産に取り組んでいます。この取り組みでは、世界最大のコーヒー生産者協同組合であるCOOXUPE及び肥料会社との提携を通じて、各農園における温室効果ガス排出量のデータを収集し、農地での排出削減に向けた具体的な活動を進めています。



ブラジル SANCOFFEE

化学肥料の代替品として、8種類の緑肥を使用し、その栄養供給能力を評価する試験を実施しています。この試験では、緑肥が化学肥料の代替としてどの程度機能するか、またその利用が作物の収量や品質にどのような影響を与えるかを詳細に調査しています。さらに、緑肥の使用がGHGの削減に寄与するだけでなく、土壌中の微生物に与える影響についても研究を進めています。この取り組みにより、緑肥が土壌の健康を改善し、生物多様性を保全する可能性についても探求しています。



担当者VOICE

ブラジルのコーヒー生産は、最近の気候変動による霜害や渇水、高温などの影響で、2020年の生産量を超えることが難しくなっており、それが現在の価格高騰の一因となっています。私たちのパートナー農園では、気候変動への対応策として灌漑設備の導入やカネフォラ種の植栽、再生農業への取り組みを進めています。

一方で、化学肥料を削減することは、農家にとって収入の減少をもたらす可能性があるため、農家の方々から疑念や不安が生じています。このため、プロジェクトを円滑に進めるためには、農家との相互理解を深めるための議論が不可欠です。不確実な将来に備え、持続可能な生産環境を守りつつ、彼らのコーヒーを大切に扱い、ずっと買い続けることができるように肥料会社やパートナーとともに、農園との丁寧なコミュニケーションを重ねながら、着実に前進していきます。

GHG 削減施策

廃棄物削減を目指して



2024年秋より、廃棄物削減に重点を置いた取り組みを進めています。コーヒー生豆や食品は輸送中にカビなどが発生することがあり、その結果、国内での流通が困難となり、通常は港で焼却処分されます。この焼却処分は、温室効果ガス(GHG)の排出を伴うだけでなく、廃棄物の再活用が難しいという課題を含んでいます。

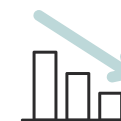
この問題の解決を目指し、兵庫県神戸市の中間処理業者に協力を依頼し、廃棄物の堆肥化やエネルギー化の可能性を検討しました。しかし、調査の結果、コーヒー生豆の堆肥化を含む再利用には税関の許可と立ち会いが必要であることが判明しました。また、生豆が梱包されている麻袋も焼却を要するため、堆肥化やエネルギー化の実施には技術的及び制度的な困難が伴います。

それでも、私たちは廃棄物削減や再利用の可能性を追求する姿勢を変えることはありません。今後も課題解決に向けた情報収集を継続し、廃棄物の効果的な活用と環境負荷の軽減に向けて全力を注いでいきます。

ユーエスフーズ
配送効率化

担当者 ユーエスフーズ株式会社 代表取締役社長
杉本 幸広

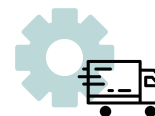
目的



配送の効率化によるGHG削減

年々当社の販売数量は増加していますが、特に麻袋単位の商品を港湾倉庫からお客様に直送する小口配送が課題となっています。現在は1袋ずつの配送を行っていますが、配送をまとめてお届け回数を減らすことで、配送業者の人手不足による負担を軽減し、温室効果ガス(GHG)の削減にもつながると考えています。この取り組みにより、当社事業の持続可能性の向上にも寄与できるものと期待しています。

内容



配送システムの開発

Eコマース事業において、重量物配送は重要な役割を担う一方で、多くの課題も抱えています。これらの課題に対処するため、お客様と協力しながら、楽しみながら利用できる新しい配送システムの開発を進めています。

思い

当社事業が成立するには、原料を栽培する生産者の存在は不可欠です。さらに、その素晴らしい原料を運送し、焙煎する人々がいて初めて、消費者に一杯のコーヒーをお届けできます。既存のシステムでは自家焙煎店などのお客様が必要な分だけの発注を行い、大きな保管スペースを必要としないため、便利に活用いただけているという点があります。この点を考慮しつつ、ポジティブに参加できる新しいシステムを構築することで、お客様とともに配送の課題を解決し、より良い地球環境に貢献できるのではないかと考えています。



GHG削減施策 / 食品関連



01 薄皮付きレンコン

/ 取り組みの内容・目的

レンコンの皮を完全に除去せず、薄皮付きのまま製造する従来の製法を採用することで、水煮レンコンの製造においてフードロス削減に取り組んでいます。また、皮むき作業を手作業から機械化に移行することで、製造工程の効率化を図り、コスト削減にも成功しました。

/ 担当者VOICE

担当者 農産事業部 農産第二チーム 寛 良彦 水早 龍介

農産事業部では、社会課題の解決に寄与する商品開発に注力しています。特に、私たちが取り扱う中国産の野菜加工品の中でも多くを占める水煮レンコンに着目しました。通常、レンコンの皮は手作業で完全に除去されるのですが、皮は全て廃棄することになります。しかし、見た目や食感に遜色がない場合、わずかに皮を残すことでフードロス削減に寄与できます。この発想から開発を開始しました。

近年、原材料価格の高騰が続き、顧客も価格転嫁に苦慮しています。この状況の中、薄皮付き水煮レンコンは、コストと環境にやさしい商品として多くのお客様に受け入れられています。今後もこの商品の販売に力を入れていきます。



02 お魚メンチカツ

/ 取り組みの内容・目的

未利用のスケソウダラの端材を活用した「お魚メンチカツ」の開発に取り組んでいます。廃棄予定の端材を使用することでフードロスの削減につながるだけでなく、物価上昇で苦戦が続く中、お財布にもやさしい商品づくりも目指しています。

/ 担当者VOICE

担当者 食品事業部 福岡食品営業チーム チームリーダー 佐々木 勉

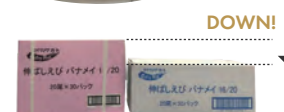
主要な水産加工品サプライヤーの一つである工場を訪問した際、スケソウダラのカット加工工程で大量の端材が発生していることを目の当たりにしました。これらの端材は一部が養殖魚の餌として販売されていますが、余剰分は基本的に廃棄されています。この事実を「もったいない」と感じ、端材を活用した商品開発の提案が工場との間で始まりました。商品開発には約1年を要し、味や食感にもこだわり抜いた結果、非常に美味しい「お魚メンチカツ」が完成しました。この取り組みは工場にとってフードロス削減につながり、私たちにとっては社会貢献の機会を提供し、お客様には利益をもたらす「三方良し」の商品となりました。



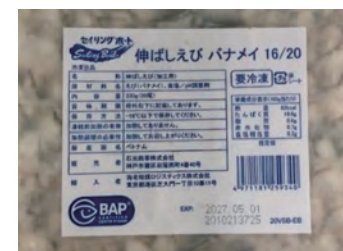
03 エビトレー

/ 取り組みの内容・目的

水産分類において売上の約25%を占める主力商品「尾付伸ばしえび」では、「セイリングボート」ブランドで使用していたPSトレーの使用を廃止しました。この変更により、プラスチック使用量を削減するとともに、包装材の外箱寸法を平均で72%削減することが可能となり、輸送及び保管の効率が向上しました。また、これに伴い、GHG排出量の削減にも寄与しています。



さらに、トレー廃止による輸送時の破損防止策として、箱の詰め方を従来の方法から縦詰めに変更する工夫を施しました。また、環境責任、動物福祉、食品安全、社会的責任の実現を示すBAP認証マークを製品に付与することで、責任ある養殖水産物の生産への取り組みを明確にしています。BAP認証は、安全かつ倫理的で責任ある方法で生産された養殖水産物を評価する国際的な認証プログラムです。



▲ BAP認証



▲ 破損防止策の縦詰め

/ 担当者VOICE

担当者 食品事業部 広域特販東日本チーム 南 信治

世界中で生産されるプラスチックは年間4億トンと言われており、そのうち、年間800万トンのプラスチックごみが海に流出し、2050年には海洋プラスチックごみが魚の量を超えと言われてしています。また、プラスチック焼却によりメタンガスなどの温室効果ガスを排出し地球温暖化の要因になっています。

このような状況を鑑みると、プラスチック削減は気候変動の影響を緩和するために不可欠です。私たちはこの取り組みが温室効果ガス削減につながると捉え、微力ながらも持続的にプラスチック削減に努めていきたいと考えています。

GHG 削減施策 / 海外事業部

▶ お客様の安心

▶ 地球環境への配慮

内容

有機食品や有機原料を使用した商品の開発・取り扱いに力を注いでいます。また、コウノトリ米をはじめとするお米、お茶、調味料など、転換期間中の有機農産物や、農薬や化学肥料の使用を削減した商品の開発にも積極的に取り組んでいます。



コーヒー残渣（コーヒーグラウンズ）を、有機米圃場横の畦に散布している様子

目的

近年、健康志向や環境意識の高まりを背景に、有機食品への需要が拡大し、関連市場は持続的な成長を遂げています。この世界的な潮流を受け、当事業部では有機食品の商品開発と取り扱いを積極的に推進しています。有機農法では農薬や化学肥料を使用しないため、温室効果ガス（GHG）の排出削減に貢献するとともに、土壌や水質の保全にも寄与します。

さらに、環境や健康への配慮から各地で輸入規制が強化される現状を踏まえれば、こうした取り組みは法規制への適応を強化し、安定した商品供給の実現にもつながると考えています。

担当者VOICE

海外事業部長 松尾 正博

当事業部では、環境への配慮を大切にしながら、持続可能な未来づくりに取り組んでいます。有機認証商品の開発・販売だけでなく、農薬や化学肥料の使用を抑えた商品の取り扱いの拡大、商品の生産・製造過程で生じる残渣の利活用といった取り組みにも注力しています。今後も「お客様の安心と満足」、そして、「地球環境への配慮」の両立を目指したサービスを通じて、世界の食の幸せに貢献していきます。

GHG 削減施策 / ブルーカーボン

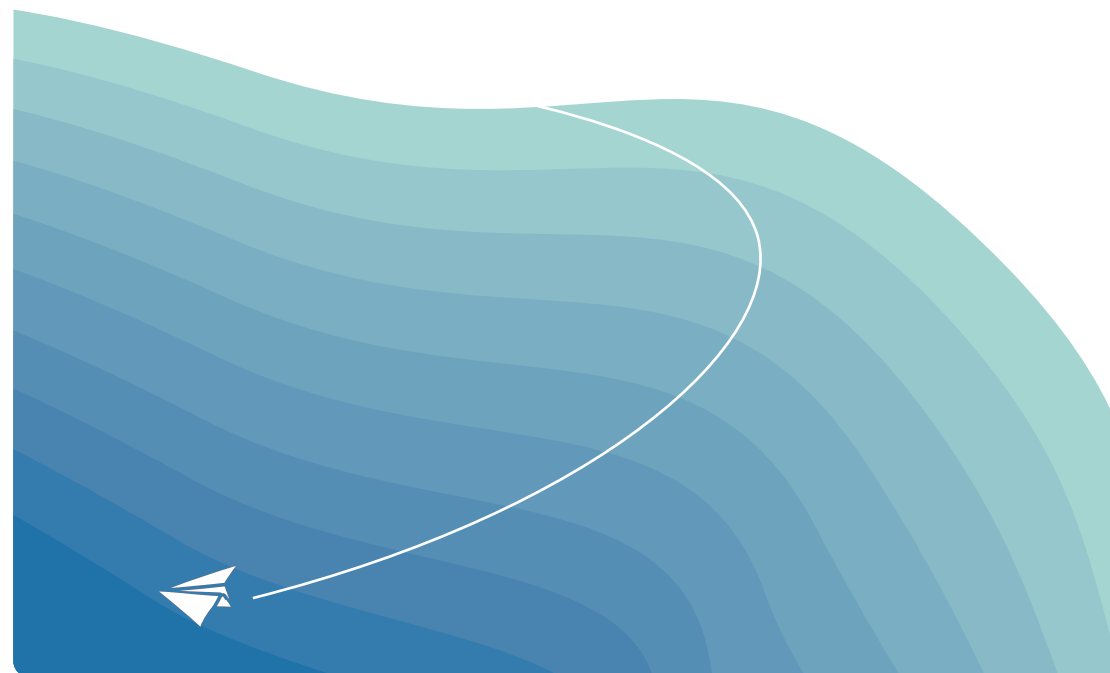
神戸の須磨海岸を里海に
「Suma 豊かな海プロジェクト」の
ブルーカーボンを購入しました

目的

神戸市須磨浦海岸でワカメの養殖やアマモの植栽といった環境保全活動を実施しています。これにより削減された温室効果ガス（GHG）はブルーカーボンとして計算され、販売される仕組みです。当社は、これをサステナビリティ方針の「6. 地域社会への貢献と地域共生」に基づく取り組みとして位置づけ、神戸での海洋脱炭素事業に協力しました。

思い

複数の地域でGHGの削減活動に取り組んでいるため、GHGの削減の難しさとCO₂ 1トンの重要性を理解しています。特に海洋でのGHGの削減活動は、陸上でのそれと比べて難易度が高いです。この経験を石光商事グループ全体の対策策定に活かし、今後も環境保全への積極的な取り組みを進めていきます。



循環型社会を目指して

新事業共創マッチングプレゼン

2024年12月に経済産業省近畿経済産業局主催の「新事業共創マッチング」に参加しました。このイベントでは、当社グループで開発中の「グリーン焙煎技術」に関連し、「コーヒーの新たな付加価値創出とサステナブルなコーヒーかすの利用」というテーマでプレゼンテーションを実施し、“ともに”グリーン焙煎の新たな価値を見出していただけの企業と面談を行いました。

グリーン焙煎は『コーヒーでコーヒーを焙煎する』

当社グループ独自の取り組みです。コーヒーグラウンズ（抽出後のコーヒー粉）の廃棄量の削減と有効活用を促進するとともに、焙煎時のガス使用量の削減、また、このペレットをコーヒー焙煎以外にも使用することで分野を越えた GHG 排出削減にも貢献することが可能です。

この先も安心して当たり前にコーヒーを楽しめる未来を実現するため、このグリーン焙煎の取り組みを推進していきます。

グリーン焙煎とは？

コーヒーグラウンズ（抽出後のコーヒー粉）を乾燥させてペレット状の燃料に成型し、そのペレットを使用してコーヒーを再び焙煎する持続可能な取り組みです。



*本件には特許を取得している『ペレット製造装置及びペレットの製造方法』と『焙煎システム及び焙煎方法』が使用されています。

サーキュラーエコノミーの取り組み

内容

担当者

農産事業部 農産第一チーム 西田 一磨

玉ねぎやキャバツの栽培を行い、加工で発生する野菜残渣を堆肥として再利用する循環型農業を実践しています。この取り組みは、メーカーと連携して廃棄物を削減し、環境負荷の軽減と資源の有効活用を目指しています。

目的

廃棄物の焼却処分に伴う環境負荷と廃棄物の課題を解決し、持続可能な農業を実現するためにこのプロジェクトを始めました。資源循環型の取り組みにより、環境保護と廃棄物の有効活用の両立を図っています。

担当者 VOICE

この循環型農業を通じて、従来廃棄物とされていた野菜残渣に新たな価値を与え、環境負荷を軽減する取り組みを行っています。これまで加工後に発生した野菜残渣は焼却処分され、廃棄料が必要になるだけでなく、焼却時には温室効果ガスが排出されるという課題がありました。そこで、この残渣に新たな価値を与えるべく堆肥として再利用し、土壌の栄養を改善し、栽培する玉ねぎやキャバツの品質向上につなげています。

このプロセスにはメーカーとの密な連携が必要でしたが、現在では廃棄物の削減を達成するとともに、廃棄物のリサイクルによる環境負荷の軽減という目標も実現しています。また、資源循環の仕組みを確立することで、農業だけでなく地域全体に循環型社会のモデルを提供する役割を果たせるようになりました。

今後も、自然環境との調和を目指すとともに、農作物の品質をさらに高め、地域や産業が共生する仕組みを進化させていきたいと思っています。この取り組みが広がることで、廃棄物の新しい活用法が社会全体に貢献し、より持続可能な未来を創り出せることを期待しています。



TNFD

昨年度からの変更点

2024年度、石光商事グループでは取り扱い商品の「環境・生態系・土地利用への財務影響」を新たに特定し、その影響度を試算しました。当社グループのビジネスは多くの場合、自然資本を活用しているため、環境及び生態系へのリスクを軽減しつつ、新たなビジネスモデルを構築することが重要です。

これを実現するため、各施策を細かく検討・実行し、生態系にポジティブな影響を与える企業を目指して取り組んでいます。

TNFD の設定 自然資本の依存・影響の重要度をヒートマップ / 重要度の高い生態系サービスについてリスク設定
TNFD 開示に向けた推進体制・活動計画の立案

依存			ト レ ー ス	影響を及ぼす要因											要 点	対 応 策		
				気 候 変 動	土 地・淡 水・海 水利用 の 変 化						汚 染・汚 染除 去							
					G H G 排 出	土 地 利 用	系 陸 上 生 態 の 利 用	地 下 水 系 の 利 用	淡 水 生 態 の 利 用	海 水 生 態 の 利 用	土 壌 汚 染	水 質 汚 染	生 産 時 汚 染	加 工 時 汚 染			固 定 廃 棄 物	大 気 汚 染
調 達	コ ー ー	Brazil	南ミナス	○												環境変化によるコーヒー栽培適地の収束化が進み、2040年以降の生産量が減り始める予想。価格高騰+購買難の状態で販売が厳しい。	南ミナス: Yara との協業による GHG 対策 南ミナス: 緑肥による自然栽培実験 モジアナ: 緑肥ほか環境実験 ウイラ: 小農家の個別 GHG 排出量計算 PJ によるサステナブル計画 トリマ: セニカフェとの菌根菌実験 PJ	
			セラード	△														
			Colombia	×														
			Guatemala	△														
		Asia	P.ニューギニア	×														
		バトナム	×													緑肥+ 施肥量の調整		
	紅 茶	India	ダージリン	○													環境変化の影響大	緑肥+ 乾燥効率
			北インド	○														緑肥
			南インド	△														有機肥料化試験 (UPASI)
			Sri Lanka	△														有機肥料化
			Kenya	×														環境変化による降雨量の変動が注意点
	食 品	China	筍	○														残渣に肥料化
			玉ねぎ	△														砂漠化防止+ 障がい者雇用
			レンコン	○														
		Italy	パスタ	△														環境変化による降雨量の変動が注意点
			トマト缶	△														
	海 外	Asia	エビ	○														環境変化による気温上昇が注意点
			鳥	○														
		日本	米	△														気温上昇+ 作り手不足による生産量減少
			日本酒	△														気候変動による原材料の高騰
		醤油類	△														気温上昇による個体の減少	
製 造	A C R	日本	コーヒー	×												気温上昇による生産量減	グリーンロースト	
			インスタント コーヒー	×														
販 売	U S		コーヒー生豆	△												気温上昇による生産量減		
			コーヒー器具	△														

Cenicafé(セニカフェ)
緑肥試験

本年度より、コロンビアコーヒー生産者連合会 (FNC) 及びその科学部門である Cenicafé との協力のもと、土壌微生物に関する研究試験を開始します。この試験では、化学肥料の使用量を従来の半分に減らし、代替として緑肥 (マメ科植物) を利用することで、土壌微生物への影響を調査・評価する予定です。また、コーヒー豆の品質や収量への影響についても検証を行います。

私たちは、この取り組みを通じて、持続可能かつ環境に配慮したコーヒー生産モデルの確立を目指しています。



担当者 VOICE

担当者 サステナビリティ推進室
丸山 花織

「一杯のコーヒーがもたらす幸せ」をお客様に届け続けるためには、生産者が持続可能な環境でコーヒーを栽培し続けられる環境を整えることが重要だと考えています。本試験は土壌生態系の改善に貢献するだけでなく、GHG 排出削減にもつながる可能性を秘めています。未来のコーヒー生産を支える重要な挑戦であり、産地とともに力を合わせて取り組んでいきます。

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」定めています。

石光商事グループ人権方針

詳細は HP をご参照ください ▶

人権対策（ベトナム現地視察）

内容

国際的な社会課題である人権問題の解決に向け、国際条約や規約を遵守しながら、当社の人権方針及びガイドラインに基づき、すべてのステークホルダー（サプライチェーン、お客様、従業員、地域社会）の人権を尊重する活動に取り組んでいます。特に、海外の主要購入先であるサプライチェーンにおいて、人権デュー・ディリジェンスを優先課題とし、現地訪問を通じて確認と対話を実施し、人権課題に積極的に取り組んでいます。

目的

海外サプライヤーにおける人権尊重の取り組みを確認するとともに、従業員と労働組合との直接対話を通じて、労働組合の機能や従業員の生活・作業環境の安全性を検証することです。この目的を達成するため、まずは当社が水産加工品を主に調達している重要な国の一つであるベトナムのサプライヤーを訪問しました。

当社に関係するすべてのステークホルダーの方々の人権とプライバシーが守られ、差別や不当な扱いがない環境となることが重要と考えています。多くの課題が存在しますが、今後も一つ一つ丁寧に、そして確実に人権問題への取り組みを進めていきます。

タンザニアの高校の「コーヒークラブ」を支援

担当者

コーヒー・茶類事業部 コーヒー原料チーム チームリーダー 鈴木 年秀

タンザニアではコーヒー生産において後継者不足が深刻な課題となっています。とりわけ、日本でも長く親しまれている「キリマンジャロコーヒー」を守るために次世代の生産者の育成が欠かせません。この課題を解決するために、タンザニアの現地パートナーとともに未来を担う若手生産者の育成に取り組みはじめました。

具体的には、タンザニア南部ソングウェエリアのンボジ地区にある Msense 高校に設立されたコーヒークラブを支援しています。この活動を通じて、農業教育や実地研修を提供し、生徒たちがコーヒー生産に対して夢や誇りを抱き、地域に根ざした持続可能な農業を将来にわたって展開し続けることをサポートしています。

当社の使命は、タンザニアのコーヒー及び生産者の想いや生産までのストーリー（生産方法や品質）を丁寧に消費者の皆さまへ伝えること、美味しいコーヒーを通じて生産地への理解を深め、より広い共感を促進することです。最終的には、コーヒー農家のバトンが今後何世代も引き継がれ、同時に消費者の笑顔も広がることを目指しています。



ダイバースコーヒー

担当者

コーヒー・茶類事業部 コーヒー原料チーム 花岡 風香

―障がいの有無がコーヒー栽培の妨げにならない未来を作る―

コーヒー生産者の中には様々なマイノリティの方がいますが、生産者やその家族が障がいをもっている場合、コミュニティへの参加が物理的・心理的に難しいことがあります。

視覚障がいがあるために農作業が難しい、家族の介護が必要であるために作業時間が制限されるなど、コーヒー栽培自体が困難な生産者もいます。当社グループが進める「ダイバースコーヒープロジェクト」では、彼らの抱える困難を一つ一つ克服し、プロフェッショナルとして第一線で活躍し続けてもらえるよう新たな設備の導入や機会の創出に取り組んでいます。

2023年に始まったこのプロジェクトは、現在コロンビアの3つのエリアに拡大しています。一般的な支援として、コーヒーを高く買い、その差額をそのまま生産者に還元するものがありますが、それでは

一時的な援助に留まってしまうがちです。私たちは、障がいの有無がコーヒー栽培の妨げとならない未来を築くために、「今、何が不便で、どうすればこの先もコーヒーを作り続けられるのか」について生産者と対話を重ね、効果的な支援策を模索しています。

その第一歩として、障がいをもつ生産者を対象とした「コーヒー栽培勉強会」を2025年度に開催する予定です。

※今後の取り組みについても引き続き発信していきますので、当社HPも併せてご確認ください。



CASE STUDY

アライドコーヒーロースターズ：ガレージセール

担当者

アライドコーヒーロースターズ株式会社 総務部副部長 兵頭 幸将

取り組みの内容



アライドコーヒーロースターズの神戸工場では、毎月、工場直売セール（ガレージセール）を開催しています。工場で焙煎・製造したコーヒー豆やドリップバッグをリーズナブルな価格で販売しています。また、地域の福祉事業所も参加し、季節の野菜・キノコ、焼き菓子なども販売しています。

取り組み目的



製造過程で偶然発生した規格の要求事項を満たさないコーヒー豆や品質に問題のないサンプル品を有効活用しています。今までは要求事項を満たせただけで品質に問題はなくとも廃棄されてきましたが、これらを袋詰めやドリップバッグに加工することで、フードロス削減への貢献とリーズナブルな価格での提供を実現しています。

この活動を通じて、美味しいコーヒーを届けるだけでなく、地域社会への貢献と環境保護の取り組みを実現することを目指しています。

担当者 VOICE

このガレージセールの取り組みは、徐々に規模が拡大し、地域の皆さまに愛されるイベントへと成長してきました。毎月の開催を楽しみにして下さるリピーターのお客様も多くご来場いただいています。また、新たな福祉事業所とのつながりも広がり、地域との連携が深まっています。

コーヒーの販売を通じてお客様に喜んでいただくことはもちろん、福祉事業所の活動支援や当社のフードロス削減にも貢献する、この「三方良し」をさらに充実させながら、この取り組みを継続していきます。

ユーエスフーズ：COFFEE TOWN ADACHI

担当者

ユーエスフーズ株式会社 岡崎 有里子

取り組みの内容



コーヒー体験型イベント「COFFEE TOWN ADACHI」（以下、CTA）を開催するほか、足立区の中学生向け職場体験や地域学習センターと共同のコーヒー講座など地域の方々を対象とした複数のイベントを実施しました。

取り組み目的



足立区には当社のような生豆卸業者だけでなく、焙煎機メーカーや自家焙煎店など、コーヒー業界のさまざまな事業者が集まっています。CTAとしてはまず地域の方々にコーヒーに触れていただく機会をつくり、コーヒー事業者の存在を知っていただき、やがてはコーヒーを取り巻く課題を解決する取り組みを一緒に行える仲間を増やしていきたいと考えています。

担当者 VOICE

こつこつと地域での活動を続けてきた成果として、足立区内でのつながりが大きく成長していると実感しています。今ではイベントにお声がけいただくことも増え、小学生が商品作成・販売を体験する子どもマルシェや、中学生の職場体験、地元の方々を対象としたコーヒー講座などを実施しています。また、そこで出会った皆さんがCTAに足を運んでくださることもあります。今後も継続して地域活動を行い、足立区のコーヒーシーンの発展とコーヒー全体の課題の解決に向けた仲間づくりに励んでいきます。



CASE STUDY

オリジン開発：発酵ロブスタコーヒー

担当者

品質統括部 基盤研究チーム 青沼 歩

取り組みの内容



コーヒーの栽培適地が減少する2050年問題に対応するため、高温環境にも強く比較的安価なロブスタ（カネフォラ種）に注目し、インドネシアの大手シッパーと2023年より「発酵ロブスタコーヒー」の開発を進めています。コーヒーが嗜好品として親しまれ続けるためには、バラエティ豊かな味わいをリーズナブルな価格で供給し続けることが重要だと考えています。そこで、酵母を用いた嫌気性発酵（酸素を遮断した状態での発酵）など、産地での精選プロセスを工夫することで多彩なフレーバーの創出に取り組み、レギュラーコーヒーからRTD（Ready To Drink）飲料に至る様々な製品へ活用できる原料の開発を目指しています。

担当者 VOICE

ロブスタ（カネフォラ種）の発酵は、事例がほとんどない全く新しい取り組みのため、現地スタッフとともに手を動かして作り上げた試作品の品質が顧客から驚きとともに高く評価されたとき、大きなやりがいを感じました。発酵条件の確立から量産スケールでの製造に至るまでは長期的な視点が求められますが、数十年先もコーヒーが身近にあり、「美味しい」と感じてもらえる未来を実現するために、チーム一丸となって挑戦を続けていきます。



石川県穴水町ボランティア活動

担当者

アライドコーヒーロースターズ株式会社 営業部 事業開拓2課 齊藤 明日樹

取り組みの内容



石光商事グループとして初めての災害支援活動を実施しました。2024年5月から1年間、石川県鳳珠郡穴水町に月1回社員が2日間現地入りし、「日々の生活に変化を感じていただく」という目的のもと、『穴水町カフェ』として仮設住宅団地を中心に交流の場づくりに取り組みました。この活動では、淹れたてのコーヒーの提供や麻袋を利用したワークショップを通じて、住民の皆さんとの交流を深めました。

担当者 VOICE

初めは、カフェに来てくださる方々とどのように交流すればよいのか、また、言葉や態度を間違えて誰かを傷つけてしまわないかと心配していました。コーヒーを提供した際に「きのどくな」と言われたときは、何か気を悪くされたのかと不安になりましたが、それが能登弁で「ありがとう」を意味する言葉だと教えていただき、とても温かい気持ちになりました。

現地での支援活動には、この1年間で約30名の当社グループ社員が参加しました。一方、現地を訪問できない社員も多かったため、現地訪問以外で支援できる方法として、当社で製造したドリップコーヒーにメッセージを添えたり、現地で実施するワークショップの事前準備やオリジナルレシピの開発を行うなど、たくさんの社員が協力して活動を支えてくれました。

住民の皆さんが活発に情報交換や近況報告をされたり、楽しそうに笑顔で過ごされていたり、帰り際に嬉しそうな表情で帰っていく姿を見て、この活動には大きな意義があるのだと実感しました。



CASE STUDY

コンタクトのアイシティ ecoプロジェクト

取り組みの内容



コンタクトレンズ販売店であるアイシティが2010年から始めたコンタクトレンズの空ケース回収活動に当社も2024年1月から参加しています(神戸本社と東京支店に回収ボックスを設置)。社員の協力により、集めた空ケースは約9kgに達しました。小さな一歩でも社会課題の解決に向けて継続的に取り組んでいきます。

※使い捨てコンタクトレンズの空ケースは、ほとんどがリサイクルに適した材料であるポリプロピレンで作られています。

チャイルド・ケモ・ハウス（神戸市） 2024年度実績 ￥686,000

取り組みの内容



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に来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。

兵庫県環境にやさしい企業賞

取り組みの内容



石光商事株式会社は、第34回「兵庫県環境にやさしい事業者賞」を受賞しました。2050年カーボンニュートラルを目指してGHG排出削減に取り組む商品力の強化や、再生可能エネルギーの積極的な利活用による脱炭素経営の推進、そして世界のコーヒー生産地での環境課題や社会課題に対応するために自社独自の認証基準に準拠した認証コーヒーの流通促進など、環境保護に配慮した当社の取り組みが高く評価されたものです。



ウッディミナミの森

担当者

サステナビリティ推進室 入野 永捺

取り組みの内容



現在、丹波市に位置する約2ヘクタールの「ウッディミナミの森」は、管理不足により荒廃しています。この問題に対処するため、当社ではNPO法人や林業従事者、地域住民と協力して、5か年の森林再生プロジェクトを開始します。このプロジェクトでは、森林再生活動を通じて社員研修やワークショップなどの学びの機会を創出するとともに、生物多様性や自然再生に関する知識を深めていきます。最終的には、当社で取り扱う商品の原料生産地での応用を目指して、基盤を構築していく予定です。

担当者 VOICE

「ウッディミナミの森」を初めて訪れ、実際にその地を歩いた際には、現場で感じる生物の存在感や森林が持つ大きな価値に触れ生物多様性の重要性を改めて考える機会となりました。“森は関わる人々によってその姿を変える”という考えを胸に、より多くの関係者を巻き込みながら再生活動を推進し、森と人、そして地域のつながりを深めていきます。



CASE STUDY

フードバンク活動

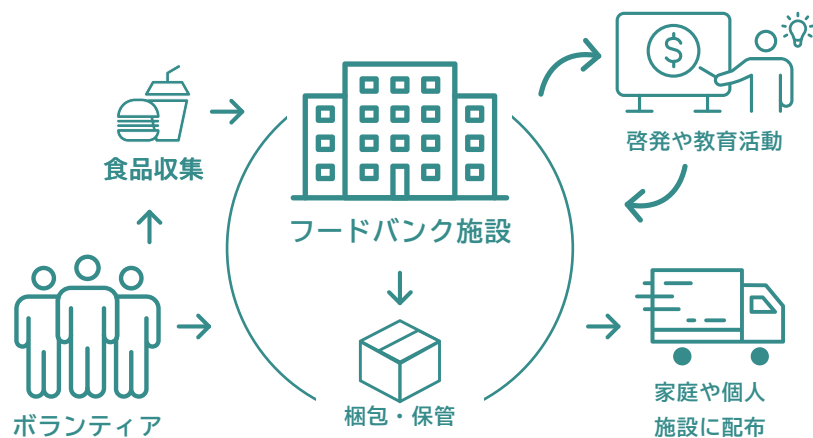
担当者
管理部 貿易チーム 後藤 庄作

取り組みの内容



スーパーマーケット、食品製造業者等から余剰食品を収集し、フードバンクの施設で保管されます。その後、仕分けや梱包を経て、困窮している家庭や個人、社会福祉施設に配布されます。

食品廃棄問題等に対する社会の意識を高めるための啓発活動も行います。フードバンクの多くの業務はボランティアによって支えられています。



担当者 VOICE

当社は地域社会への貢献としてフードバンク活動に取り組んでおり、2020年以来、122回にわたって食品の収集と配布を続けています。その過程で社会福祉施設の方々との交流も深まり、最近では食品の搬入を一緒に手伝っていただくことも増えました。また、近年は食品の価格が上昇していることから、どの施設でも当社の活動に対する感謝の声をいただいております。こうした状況を通じて活動の意義を改めて実感しています。

東京子ども食堂の取り組み

担当者
食品事業部 東京食品営業第二チーム 北岡 正嵩

取り組みの内容



地域社会への貢献活動として、継続的に子ども食堂への寄付を行っています。品質に問題はなくとも通常販売の難しいラベルが剥がれた商品や賞味期限が短くなった商品（主にフルーツ缶詰や根菜類）を提供しています。

担当者 VOICE

この取り組みは、“自分が置かれた環境で自分にできることを”という想いのもと、子どもたちに食の選択肢を増やすことで、健やかな成長を支援することを目的としています。子ども食堂からは、「缶詰の果物はおやつやデザートとして喜ばれています」や「根菜は煮物やスープなど、温かい手作り料理に使えるのでありがたいです」といった声をいただいています。物価高騰によって選択肢が限られる中、この活動を通して、少しでも豊かな食生活や食の幸せを届けることで、子どもたちの笑顔や地域のつながりに貢献していきます。



役員紹介



役員紹介

01 取締役 経営戦略室長 寺岡 康夫 現在の株式会社 SBI 新生銀行や大同生命保険株式会社に於いて、資産運用・事業投資等の業務経験を有し、財務・会計に関する深い見識と、株式会社T&Dホールディングスでの常勤監査役としての監査職務経験も有する。 2023年からは、グループ会社である現在のアライドコーヒーロースターズ株式会社の取締役として企業経営に参画し、財務基盤の健全化・強化に取り組む。 2025年に当社入社し、取締役に就任。	02 監査役 板垣 克己 現在の三菱ケミカル株式会社やそのグループ会社において長く財務・会計等の管理業務を経験し、また海外含めグループ会社のCFO、監査役にも携わる。2019年に当社監査役に就任し、その豊富な知見を当社監査体制の強化に貢献。	03 社外取締役 小澤 真 味の素株式会社やヤマキ株式会社の食品業界において長年マーケティングとして活躍しており、広報・広告についても幅広い知見・経験を有する。 時代の変化に合わせたマーケティングで生活者との複合的なコミュニケーションをとり、企業価値向上に貢献。 2023年に当社取締役に就任してからは、マーケティングの観点で独立した立場から重要な意思決定や経営全般の監督などの役割を果たす。	04 取締役 サステナビリティ推進室長 石脇 智広 1999年にグループ会社である現在のアライドコーヒーロースターズ株式会社に入社、2001年に当社入社、研究開発・品質保証に関する豊富な知識と経験を有し、様々な分野からコーヒー文化の普及に尽力。 2012年に執行役員として業務執行に携わり、2014年から取締役に企業経営に参画。 2016年に代表取締役就任とともに、「世界の食の幸に貢献する」を理念とする中期経営計画を立案し、優れたリーダーシップで持続的な成長、社会的価値と企業価値の両立に努める。 2025年4月からサステナビリティ推進室長として、更なる社会的価値の向上に取り組む。	05 常勤監査役 吉川 宗利 1981年に当社入社から一貫して経理、総務、人事等の管理業務に従事し、2009年に執行役員として業務執行に携わり、2017年から取締役に企業経営に参画し、グループの構造改革・経営改革に貢献。 2023年に監査役に就任し、当社監査体制の強化に貢献。
06 取締役 管理部長 奥野 裕二 シャープ株式会社の営業本部における長年の営業企画経験を有し、また、機能部門におけるリスクマネジメントと内部統制の全社対応、並びに内部監査に関する深い見識を有する。 2021年に当社入社、2023年からは経営役として業務執行に参画。 2024年より取締役管理部長として当社の企業経営に参画。人材価値・企業価値向上とコーポレート・ガバナンス体制強化に取り組む。	07 取締役 BX 推進本部長 早坂 めぐみ キリンビール株式会社においての組織風土改革・組織開発の経験や営業経験を有す。また、株式会社コーチ・エィにおいて経営層向けにコーチングを用いたエグゼクティブコーチとしての豊富な経験も有する。 2024年に当社入社、経営役として業務執行に参画するとともに、BXの推進・エンゲージメント向上に取り組む。 2025年に取締役に就任。	08 代表取締役社長 荒川 正臣 1999年に当社入社から一貫してコーヒー・飲料事業に従事し、コーヒー業界における豊富な知識と経験を有する。 2020年に経営役コーヒー・飲料部門長として業務執行に携り、2022年から当社取締役に企業経営に参画。 2024年より全営業部を管掌し、中期経営計画の達成に向けた営業施策の推進に取り組む。 2025年4月より代表取締役社長に就任し、中期経営計画「SHINE2027」を推進し、更なる企業価値向上に取り組む。	09 社外取締役 百瀬 則子 現在の株式会社ファミリーマートにおいて、食品リサイクル、容器包装リサイクルに取り組む等 CSV、ESG の豊富な経験と知識を有する。その後、ワタミ株式会社において執行役員 SDG s 推進本部長を務め、2022年に当社取締役に就任してからは、その高い知見をもとに業務執行に対する監督などの役割を果たす。	10 非常勤監査役 小島 美奈子 現在の株式会社 SBI 新生銀行、株式会社ゆうちょ銀行においての経験に基づき、財務・会計に関する知見を有しているほか、公益社団法人日本監査役協会において会社法を中心とする法務、内部統制システム、リスクマネジメントを含め、監査役監査についての幅広い知見を有する。 2025年に当社監査役に就任。

当社取締役に求める 専門性及び経験		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
	荒川 正臣	●	●				●	●	
	石脇 智広	●		●				●	●
	奥野 裕二		●	●		●			
	早坂 めぐみ		●	●			●		
	寺岡 康夫	●			●	●			●
	百瀬 則子		●			●		●	
	小澤 真	●	●					●	

※上記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。

社長・社外取締役 座談会

独立した視点で支える石光商事の持続的成長

2025年4月、荒川新社長の就任とともに、石光商事は新たな中期経営計画「SHINE2027」をスタートさせました。この重要な局面において、社外取締役はどのような役割を果たし、どのように会社の成長を支えているのでしょうか。経営理念「ともに考え、ともに働き、ともに栄えよう」のもと、100年を超える歴史を持つ石光商事が目指す200年企業への歩みを、ガバナンスの視点から語り合っていました。

社外取締役
百瀬 則子

代表取締役社長
荒川 正臣

社外取締役
小澤 真

社長・社外取締役 座談会

社員の意識変革が土台となった 3 年間

まず、今年 3 月で終了した SHINE2024 を社外取締役の立場からどのように評価されますか。

百瀬 ちょうど私が社外取締役に就任した 2022 年から、SHINE2024 がスタートしました。コロナ禍という混沌とした中でのスタートでしたが、石光商事が注力したのはより良い持続可能な社会構築の実現に向けて、SDGs の目標や ISO14001 による環境負荷の低減など石光商事の商品や事業を通して、単に環境負荷の低減を目指すのではなく、積極的な姿勢で社会課題解決商品を事業に組み込んだことです。

特に環境の分野では、従来の ISO14001 の取り組みは紙の使用量削減や省エネといった守りの施策が中心ですが、石光商事はそれをさらに GHG 削減という攻めの目標を掲げました。持続可能な社会の実現を目指し、持続可能な企業であり続けるという意識が社員の間で共有され、それを着実に推進してきたことが成果であり、新しい SHINE2027 へとつながる基盤となったと評価しています。



小澤 SHINE2024 は、2030 年に向けたありたい姿を目指すための土台づくりと位置づけており、財務目標の観点からは二重丸だと思います。SHINE 開始前と比べると、売上が 1.4 倍、営業利益は 2.2 倍という立派な業績を残しました。一方、非財務目標については、まだ土台作りの段階なので表に十分出てきていない分、ギリギリ丸という評価です。せっかくいい商品をたくさん持っていて、いい取り

組みを始めているのに、「世の中から必要とされる会社」になるための段階としてはまだこれからだと感じています。

荒川 私が特に成果として評価しているのは、社員の皆さんの社会課題に対する意識の高さです。エンゲージメント調査で「石光商事という会社が社会課題に一生懸命取り組んでいるか」という項目に対して、7 割の人が「はい」と答えています。2～3 年連続でこの水準を維持しており、なかなか 7 割を超える項目がない中で、これはすごく大きな財産だと思います。

そして百瀬さんにもご提案いただいた ISO14001 のマネジメントシステムを取得し、環境だけでなく人権も含めた目標を組織と個人に落とし込んで、一人ひとりが意識して取り組むシステムができました。この社員の高い意識とマネジメントシステムが掛け算になって、SHINE2027 の土台になっています。

その意識の高さは、どのような取り組みから生まれたのでしょうか。

荒川 石脇前社長が、財務目標だけでなく非財務目標もしっかり追いかけてましょと継続的に発信していたことが大きいですね。また、社員の皆さんがフードロス削減の一環で余った缶詰を子ども食堂に寄贈したり、障がい者施設で焙煎教室を開いたりといった取り組みを、会社として積極的に支援してきました。

百瀬 それまでは売上や利益の数字で評価されると思っていた社員の方々が、それだけではないと気づいたのですね。地域社会や世の中から必要とされる会社だと思われるような行動も評価される。評価され、誰かの役に立つ嬉しさを感じて「自分事」になるのが大きかったのではないのでしょうか。

奥ゆかしさから一歩踏み出す必要性

一方で、課題として感じている点がありますか。

百瀬 努力の結果が数字としてなかなか見えてこないことです。GHG 削減で何トン減らしたか、具体的な数値で測定できていない。これからは見える化をしっかりとやって、お取引先様に「この商品はこれくらい CO2 を削減して作った商品です」と言えるようになったり、消費者の方に「このコーヒーバッグを買うことで、これくらい

CO2 削減効果があります」と伝えられる、消費で社会を変えるというエシカル消費の視点が必要です。

小澤 百瀬さんのおっしゃる通りです。社員の中に気持ちがあって取り組み始めているし、7 割の人がいいことをしていると認識している。でも見える化が足りない。石光商事は奥ゆかしいところがあって、お取引先様に対して自社の取り組みを積極的にアピールすることに躊躇する傾向がありますが、今の時代はアピールしないと取り組んでいないと判断されかねません。社会に正々堂々と胸を張って共有しないと、必要とされる会社にはなれません。



荒川 中期経営計画をより深く浸透させることが今後の課題です。管理職は社会課題解決の重要性を理解していますが、明確な方向性を持たずに日々利益を追いかけている状況があります。今期からは個人目標への具体的な落とし込みと、中期経営計画を浸透させるワークショップを開始し、社員が持つ高い意識を会社全体の推進力に変えていきたいと思います。

組織横断で作り上げたボトムアップ型計画

新しい SHINE2027 の策定プロセスはどのように行われたのですか。

荒川 SHINE2024 は上層部が固めて下に降ろすトップダウン型でしたが、今回は全く違います。それぞれの事業部長がワークショップ形式で半年ぐらひかけて議論し、何が大事なのか、どうしていかないといけないのかを部署を跨いで検討して、各事業部の中期経営計画

を作ってもらいました。SHINE2024と比べると、自分事としてしっかり立てられています。

百瀬 部門を横断したプロジェクトチームによる取り組みですね。従来の縦割り組織に対し、SHINE2027策定のために横串を刺して、みんなで作ったのはとてもいいことです。

次世代のWell-being経営を先取り

完成した SHINE2027に対する期待を聞かせてください。

百瀬 もちろん企業として売上や利益を追求することも重要ですが、これからはSDGsの後の「SWGs(Sustainable Well-being Goals)」が重要になると考えています。これは持続可能なWell-being目標という意味で、一人ひとりが仕事に生きがいや働きがいを感じ、達成した時に充実感を得られることを指します。

SHINE2027にみんなが共感すれば、その仕事に喜びを感じ、目標を達成することで充実感や働きがいを得られます。例えば、原産地の人たちの生活や環境を守ることで、コーヒーが売れて利益を得るだけでなく、「生産地の人たちを助けることができた」という、もっと上位の達成感が得られます。

今回のSHINE2027は、これから世界が目指す「Well-being」を具現化した内容だと評価しています。国連がSDGsの次は「SWGsがいいんじゃないか」と検討している中で、石光商事は先行的な取り組みができていないのでしょうか。

小澤 SHINE2024は値上げによる売上アップの要素が大きかったのに対し、SHINE2027では社会貢献型の商品や活動で石光商事グループに賛同してくれるお客さんが増えることによる売上向上、いわば売上の質的転換を図ろうという意思を感じます。これがまさに2030年に向けた体幹を鍛える、つまり経営の核となる力を強化する取り組みだと期待しています。

荒川 最終的には「人」だと思っています。一人ひとりが貴重な資本として、主体的に目の前の課題に取り組んでくれれば、結果として業績も上がり、様々な取り組みも前進していくと考えています。そのために参加型の月例ミーティングや、管理職レベル別のワークショップ、コーチングを取り入れて、人の潜在力をアップさせ主体

性を高める仕組みを作っています。主体性が向上すれば、生産地から加工場、お客様までを「つなぐ」当社独自の力を活かし、「商品ではなくストーリーを売る」営業を自然と展開できるようになると考えています。



石光商事ならではの競争優位性

石光商事グループの強みをどのように捉えていますか。

百瀬 最大の強みは、働く従業員の方たちが会社の存在意義（パーパス）をしっかり意識していることです。SDGsの12番目に「作る責任、使う責任」がありますが、ちょうど間に入っている石光商事が、商品を通して持続可能な社会構築に取り組んでいるということです。これが最大の強みだと思います。

小澤 就任して2年が経ちますが、改めて感じるのは「人材」の強みです。事業系、営業系、コーポレート系を含めて、いろんな分野にプロフェッショナルがいらっしゃると思います。しかし、まだ能力を内に秘めている段階の方もたくさんいらっしゃると思います。それがもっと見える化されると、そうしたプロフェッショナルがさらに増えていく可能性があります。

荒川 約120年の歴史で築いてきたサプライヤーやお客様との関係が大きな強みです。スーパーマーケット、飲料メーカー、食品メーカーと業種も幅広く、海外にも展開しています。商品面では、コーヒー事業において生産から製造、販売まで一貫したバリューチャー

ンを構築していることです。このコーヒー事業の強みを当社グループの中核として位置づけ、他事業への横展開を図っていきたくと考えています。食品では鶏肉、エビ、レンコン、ごぼう、玉ねぎ、筍など国内屈指の輸入量を誇る商品があります。食の専門商社として開発機能、研究開発機能も持っており、様々な価値創造ができると考えています。

社外取締役としての専門性とコミット

取締役会ではどのような議論を期待していますか。

荒川 お二人にはそれぞれの専門分野での豊富な経験を活かして、積極的に議論に参加していただきたいと思います。経営戦略の策定や、リスクの見極めと対策など、私たち常勤役員では気づかない視点からのアドバイスをいただければ非常に助かります。

百瀬 私は小売業で39年間、環境社会貢献の分野に携わり、現在も外食産業で同じ役割を務めています。消費者がどのような企業や商品を支えるのか、企業がどうすれば売上向上と社会・環境問題の解決を同時に実現することができるのか、そのための取り組みを検討し実施することを専門としています。石光商事には、商品を通じて地球環境と社会を良くし、消費者にその価値を理解して選んでいただける企業になってほしいと考えています。そのための戦略を議論する取締役会であってほしいと思います。社外取締役としては、サポートというよりも「けしかける」立場です。新しい分野の情報をお伝えしたり、時には厳しい意見も申し上げたりして、会社の成長を促していきたいと思っています。

小澤 食品メーカーで40年間、一般消費者向けのマーケティングに携わり、後半15年は経営にも関わってきました。石光商事の価値を一般の消費者にどう伝えていくか、そこにどれだけお役に立てるかが私の最大の関心事です。私は中期計画の策定と実行が得意分野で、成果が出るまでには3年程度かかるものと考えています。今回のSHINE2027には最初から携わることができるので、計画の進捗をしっかりと見守り、成功に導く責任があると感じています。取締役会では中期計画について活発な議論ができるよう、積極的に発言していきたいと考えています。

社長・社外取締役 座談会

社員との直接対話が生む相乗効果

社外取締役と社員の距離が近いのも特徴的です。

百瀬 取締役会の日には、必ずサステナビリティ推進室のメンバーとランチミーティングを1~2時間行っています。社内にいるだけでは得られない外部の情報や世の中の動きを伝えて、議論を深めています。

また、丹波市にある「ウッディミナミの森」という石光商事が借りている森林で、環境保全活動を進めています。この取り組みは、上場企業に求められるCO2削減、資源循環、ネイチャーポジティブへの対応という意味もありますが、それだけではありません。森林再生により生態系を豊かにするとともに、社員の皆さんが自然の中で過ごすことでWell-beingの向上も図れると考えています。新入社員研修やご家族向けのイベントなど、様々な形で森林活動を展開することを提案しています。

小澤 この1年半続けてきた勉強会を、4月から荒川社長に正式承認いただき「前向き広報を考える会」として経営戦略室で運営しています。メンバーがアイデアを自由に出し合う場として、中期経営計画の推進に貢献することを目指しています。

また、食品事業部と実験的な協働もスタートしています。私の一般消費者向け商品開発の経験を活かして、石光商事の開発手法について議論を重ね、改善できる点があれば積極的に提案していきたいと考えています。

つながりの先に見える未来

最後に、ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

百瀬 社員の皆さんと一緒に、仕事を通して持続可能な世界を作っていきたいと思います。また、バリューチェーンの一員として、生産から消費者の生活まで含めて、地球環境をこれ以上汚さない、生態系をより豊かにするといったことを一緒にできればと思います。

荒川 「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、120年近い歴史で培った専門性と信頼関係を活かし、

商品だけでなくストーリーも含めて価値を提供していきます。一人ひとりが主体性を持って課題に取り組み、ステークホルダーの皆様とともに持続可能な社会の実現を目指します。

小澤 石光商事グループの取り組みに共感してくださるお客様との関係を深め、単なる売上拡大ではなく、価値に基づいた成長を実現していきます。2030年のありたい姿に向けて経営基盤を強化するとともに、長い歴史の中で蓄積された価値を再発見し、社会の皆様と共有できる取り組みを推進していきます。



新任監査役メッセージ

監査役
小島 美奈子新任監査役が語る、
監査役の役割と責任への想い

「聞く」ことから始まる信頼の構築

金融業界での幅広い実務を経て、公益社団法人日本監査役協会で14年間にわたり全国の監査役等をサポートしてきた小島氏が、2025年より石光商事の新任監査役に就任しました。「聞く」ことを基本とした監査活動と、変化する時代への深い洞察が、同社のガバナンス体制にどのような進化をもたらすのか。長年監査役をサポートしてきた立場から、今度は自らが監査役となる新たな挑戦の物語をお聞かせしました。

金融実務から監査の専門家へ

私は銀行に総合職で入りし、総合資金部や経営企画部といった本部での業務を長く経験いたしました。その間、在籍していた銀行が破綻するという厳しい経験を機に、自分のコアとなる専門性を身につけたいと考え、仕事を続けながら大学院で会社法と金融商品取引法を学びました。この学びがきっかけとなって監査委員会事務局を担当することとなり、現在に至る私の監査関連のキャリアの原点となっています。

その後、ご縁があって別の銀行でも監査委員会事務局の業務に従事し、現在は日本監査役協会で全国の監査役等の皆様をサポートする業務に携わっております。今年で14年目を迎え、様々な企業の監査役等の方々と接する中で、多くのことを学んできました。銀行での実務経験と監査役協会で得た知識、そして金融業界と一般企業両方への理解により、幅広い視野を持って監査業務に臨むことができていると考えております。

「聞く」ことから始まる監査の実践

私は監査の基本は「聞く」ことだと考えております。門構えに耳と書いて「聞く」という字がありますが、日本語には耳偏に聴取の「聴」、そして尋ねるという意味の「訊」もあります。これらの異なる「聞く」を適切に使い分け、実態を把握することが、監査業務の要だと思っております。

長年監査役をサポートしてきた立場から監査役の皆様がどのような課題を抱え、どのような支援を必要としているかを肌で感じてきました。この経験により、実務的でありながら理論的な裏付けを持った監査を実践できていると考えております。

社外監査役という立場ではありますが、常にオープンな姿勢で皆様のお話に耳を傾け、会社のことをしっかりと理解した上で職務を果たしていく所存です。多角的な視点を活かし、社内外をつなぐ役割として、様々なステークホルダーの声を聞いてまいります。

石光商事で果たすべき役割と責任

これまでの経験を通じて、監査役という職務が非常に難しいミッションを背負っていると考えております。協会では、退任される監査役の方々に「お疲れ様でした。何もなくてよかったですね」とお声がけすることがありました。まさか自分がその立場に立つことになるとは思いませんでしたが、「何事もなく任期を全うする」ことの困難さを知っているからこそ、この度の就任に身の引き締まる思いを感じております。

コーポレートガバナンス・コード制定から10年が経過し、会計監査改革やサステナビリティ対応など、コーポレートガバナンスに関しても企業を取り巻く環境は大きく変化しています。監査役に対する期待も高まる一方で、監査役の職務に対する理解はまだ十分ではありません。石光商事から、監査役の役割と価値についての理解を深めていただけるよう努力していきたいと考えております。

ステークホルダーとともに歩む未来

今回ご縁をいただき、石光商事の一員として働かせていただくことになりました。これまでの経験で培った専門知識と実務経験を活かし、皆様とともにこの会社の発展のために貢献していきたいと考えております。

「つなぐ、つながり」という当社のコンセプトのもと、私も社内外の様々なステークホルダーをつなぐ信頼の架け橋として、ガバナンス体制の更なる進化に寄与してまいります。変化の時代だからこそ、しっかりとした監査機能を通じて企業の持続的成長を支えていく、その責任を胸に職務に取り組んでまいります。



監査役 座談会



常務監査役
吉川 宗利

監査役
小島 美奈子

監査役
板垣 克己

現場を的確に把握し、経営へ必要な情報を伝える —ガバナンス体制の強化に向けて—

SHINE2027の開始に伴い、石光商事グループではガバナンス強化を重要テーマに掲げています。連結子会社5社を擁し、海外売上比率を17%から25%へと拡大を目指す中で、監査役会の役割は重要です。今回は、常勤監査役の吉川宗利氏、社外監査役の板垣克己氏、そして今年新たに就任した小島美奈子氏の3名にお集まりいただき、グループガバナンス強化への取り組みや監査役会の展望について語っていただきました。

グループガバナンス強化への注力

近年、監査役会として特に注力しているテーマや関心ごとを教えてください。

吉川 中期経営計画 SHINE2027 にグループガバナンスの強化が盛り込まれています。私は監査役になって2年ですが、その前は管理部門長としてガバナンスに深く関わってきました。

当社グループは連結子会社5社、持分法適用会社1社で構成されており、このうち海外子会社が3社、国内子会社が2社あります。グループ全体の規模が拡大する中で、ガバナンスの重要性が高まっています。

特に課題となるのが海外子会社です。日本からの駐在員が非常に少ないため、ガバナンスをどう機能させるかが重要です。また、昨年10月に東西のアライドコーヒーロースターズが合併し、連結売上高予算の25%程度を占める規模になりましたが、現在、ガバナンスや内部統制について、十分な体制の確立に向けて整備を積み重ねている状況です。

監査役会としては、内部統制やガバナンス体制の整備状況を適切に監督・監査し、必要に応じて経営陣へ実効性向上に向けた助言や指摘を行っています。適正な内部統制の確立が図られているかを注視し、監査役の視点から会社の持続的成長に寄与していきたいと考えます。

板垣 この1年間を振り返ると、常勤監査役がいろいろな重要会議に出席し、その報告を我々非常勤が受けて、疑問に思ったことを議論してきました。グループガバナンス強化や連結関係の確認、各事業の状況など、特定分野に偏ることなく、バランスよく監査できたと思います。

今後重点的に取り組みたい課題としては、サイバーセキュリティがあります。これについてはもう少し突っ込んだ監査が必要だと考えております。また、AIのリスクについても非常に関心を持って見ているところです。

監査役 座談会

小島 今年新たに監査役に就任したばかりですので、まずは先輩お二方から様々な情報やご経験を教えていただきながら、当社グループにおけるリスクがどこにあるのかをきちんと見極めていきたいと思っています。

特に、板垣さんがおっしゃったサイバーセキュリティやAIのリスクなど、急速に変化する技術領域については、私自身も勉強しながら監査役としての役割を果たしていきたいと考えています。

監査体制の連携強化

会計監査人・内部監査部門との連携はどのように行われていますか？

吉川 スリーラインディフェンス（現場、管理部門、内部監査の三層構造によるリスク管理体制）や三様監査（内部監査、監査役監査、会計監査が相互に連携）という概念があります。当社におけるスリーラインディフェンスは、現場である業務執行部門、次にリスク管理をする管理部、そして内部監査室で構成されています。監査役会としては、これらの部門と連携を取りながら内部監査のサポートをしていくことが重要です。

また、三様監査では、会計監査人、内部監査室、監査役会がそれぞれ異なる立場から監査を実施しますが、やはり相互の連携が極めて重要となります。内部監査室とは定期的に打ち合わせをし、内部監査室で手薄なところは監査役会でサポートし、監査役会で対応困難なところは内部監査室に細かな対応をお願いするなど、適切な連携体制を構築しています。

会計監査については、四半期決算ごとの打ち合わせに参加し、年1回のマネジメントレビューにも参加しています。また、会計監査人が実施



している研修にも参加して情報交換を行っています。

小島 KAM（キーオーディットマター：監査上の主要な検討事項）に関するコミュニケーションが重要だと思います。相互にどこをリスクと考えているか、それに対してどうアプローチしているかという情報共有が大切です。また、近年、財務報告内部統制（財務報告の信頼性を確保するための社内体制）の評価・監査基準が改訂されましたので、この基準変更への会社の対応状況と会計監査人の評価について、しっかりと情報共有していく必要があります。監査役は会計監査人の選任等にあたり重要な役割を担っていますので、会計監査人との密な連携・情報共有は極めて重要であると考えます。



経営陣との建設的対話

経営陣との建設的な対話・けん制をどのように実施されていますか？

吉川 毎月、社外取締役2名と監査役会で、取締役や執行役員、事業部長、室長クラスの人と懇談を行っています。子会社の代表も含め年間で12～13名ぐらいと面談し、情報交換や問題点の洗い出し、目標管理の達成状況などについて話し合っています。私どもでできるアドバイスはその時点でしめし、それ以上言えないところは、監査役会として取締役会で話をしたり、経営執行部にお話ししています。現場に近い人たちには、「監査役は株主に代わって会社の状況をチェックする立場なので、何でもお話しください」と伝えています。そうすると本音の部分でお話を聞けることがあります。

板垣 この面談のほかに、社長と監査役会メンバーの面談を四半期に1回行っています。かなりフランクなやりとりで、社長が思っ

ていることや、それに対する我々の疑問や意見をぶつけています。非常に大事な面談だと思っています。

小島 年4回も社長と面談できているのは素晴らしいことです。他の会社では年1回がやっとというところも多いですから。また、常勤監査役がいろんな会議に出席されているのも、情報収集と経営陣への適度な緊張感という両面で価値があると思います。

ステークホルダーとの信頼関係構築

ステークホルダーとの信頼関係を築く上で監査役会として意識されている点を教えてください。

吉川 ステークホルダーには様々な方がいますが、株主の方々に対しては開示情報や財務諸表が適正に作成されていることが大前提です。会計監査人との連携を図りながら、適正な情報開示を心がけています。また、最近話題になっているカスタマーハラスメントについても、社内リスク管理委員会や経営会議で議題になりますので、必要に応じて助言を行っています。取引先との関係においても、適切な距離感を保ち、正当性のある対応を貫くことが重要です。現場が顧客寄りになりがちな場面では、社員を守る観点から意見することもあります。

板垣 私が監査役として意識しているのは、取締役会への報告内容と対応です。例えば株主との対話について、どのような議論がなされ、今後どう対応しようとしているかを確認しています。



監査役 座談会

また、年に一度の取締役会の実効性評価において、ステークホルダーとの関係が十分議論されているかも重要な確認事項です。取締役会メンバーの回答内容を確認し、適切な対応がなされていると皆さんが思っているかを見ています。

監査役会の展望と新たなリスクへの対応

今後の監査役会の展望や強化したい取り組みについて教えてください。

吉川 中期経営計画 SHINE2027 の重要テーマであるグループガバナンスの強化に向けて、当社はプライム市場に匹敵するガバナンス体制の構築を目指しています。海外売上比率を 25% まで拡大する計画の中で、監査役会としては適切なガバナンス機能の確保と人材育成支援を通じて、企業の持続的成長を支えていきたいと考えています。

板垣 今後の監査役会として、特に人的資本の管理の監督、サイバーセキュリティに注力していきたいと考えています。また、AI の活用についても非常に重要なテーマだと思っています。まずは経営陣がどういう体制でこれに臨もうとしているのかをよく聞いた上で、監査役会としてどう対応していくかを考える必要があります。積極的な会社では AI 委員会を立ち上げて活動しているところもあると聞いていますが、当社としてどうやっていくかを検討していかなければなりません。新たに監査役となられた小島さんの知見を活かしながら、変化する事業環境に対応した監査体制を構築していきたいと思っています。

小島 世の中の変化のスピードが非常に早くなっています。AI についても、数年前は会社で活用できるとは思っていませんでしたが、今や活用しないという選択肢はありません。重要なのは、石光商事がリスクを十分に理解した上で活用しているかどうかを見極めることです。

また、中東やアメリカの情勢、ロシアの問題、温暖化なども当社にとって重要な課題です。特に温暖化は事業に直結する問題ですし、物流コストの増大も避けられません。こうした様々な課題に対して、石光商事がどう取り組んでいくかを外部の視点でしっかりと監督し、ステークホルダーに理解してもらえるよう見ていきたいと思っています。

監査役に求められる多面的役割について

最後に、監査役の役割について改めてお聞かせください。

吉川 現場と経営陣を「つなぐ」ことが重要だと思います。従来の監査役の枠にとらわれず、当社独自のアプローチがあってもいいと考えています。現場から出てくる本音を経営陣に伝える橋渡し役として、柔軟に対応していきたいと思っています。

小島 従来は監査役が「ブレーキ」をかける守りの機能とされてきましたが、監査役を持つ権限を積極的に行使することで、リスクに目配りしながら、同時に今はリスクテイクの後押しをすることも求められる時代になっています。監査役の役割は取締役の職務を監査することですが、彼らが正しい方向に向かうように、積極的に支援していきたいです。

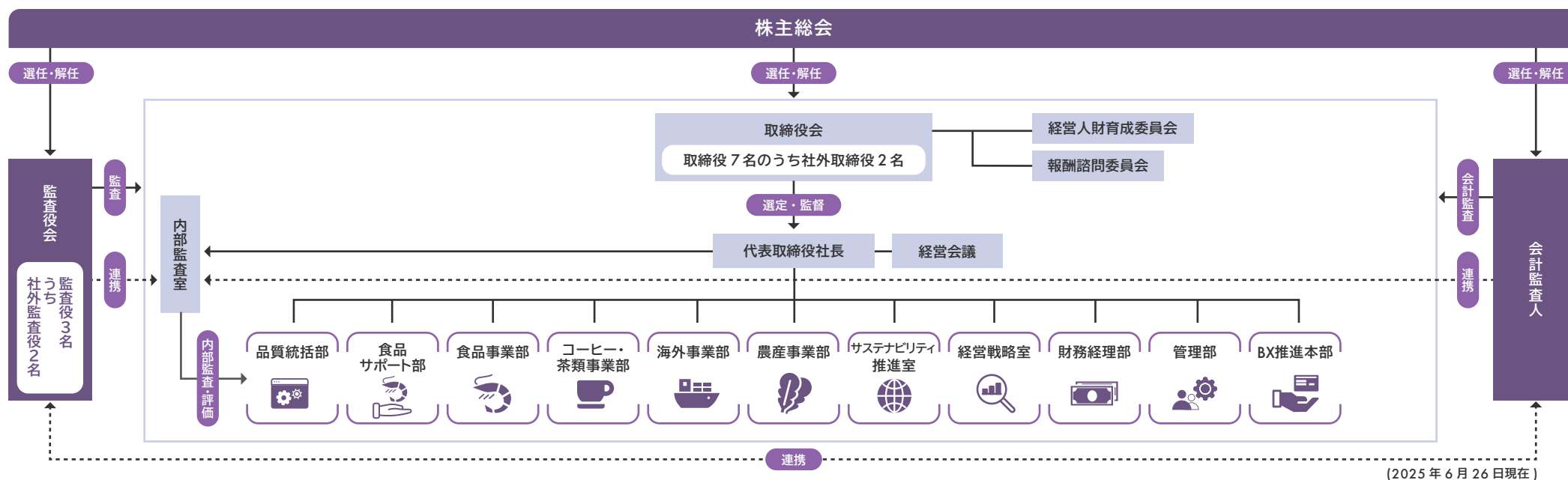
板垣 その通りだと思います。一般論でいえば、旧来は取締役がアクセルを踏み、監査役がブレーキをかけるという役割分担でしたが、今は必要な時には監査役も建設的な助言者として取締役の意思決定を後押しする視点を持つことが求められます。監査役は企業価値の持続的向上を支えるための重要な役割を担っています。



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、株主の皆さまをはじめその他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。



(2025 年 6 月 26 日現在)

ガバナンスの変遷

ガバナンス改革の歩み															
● 報酬諮問委員会設置 ● 業績連動報酬の導入 ● スキルマトリクスの開示 ● 取締役会の実効性向上への取り組みの深耕化 (課題抽出・対策検討・実行) ● 実効性向上取り組みとして社外役員、監査役向けの取締役会議案事前説明会を適宜開催 ● 女性役員比率 30% に															
2020年度		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度					
取締役会構成															
社内取締役 ●●●●●		独立社外取締役 ●●		社内取締役 ●●●●●		独立社外取締役 ●●		社内取締役 ●●●●●		独立社外取締役 ●●		社内取締役 ●●●●●		独立社外取締役 ●●	
社内監査役 ●		独立社外監査役 ●●		社内監査役 ●		独立社外監査役 ●●		社内監査役 ●		独立社外監査役 ●●		社内監査役 ●		独立社外監査役 ●●	
●…男性		●●…女性		●…男性		●●…女性		●…男性		●●…女性		●…男性		●●…女性	

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、経営会議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社内の常勤監査役、社外監査役 2 名が加わり、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、経営役及び室長が構成メンバーとなる経営会議においては、常勤監査役も参加し、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、株主の皆さま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監査役監査で確認された課題等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。2025 年 3 月期についても、取締役、監査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。引き続き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、更なる実効性向上に向け抽出された課題である議案テーマ設定、議論の進め方、決定事項の進捗確認、資料作成スピード等について改善に取り組んでいきたいと考えております。

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価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	—



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ものではないこと。		

内部監査室長コメント

2025年4月に内部監査室長に就任致しました。就任にあたり、室のメンバーと話し合い、当社のみならずグループ全体としての協働体制強化を目指し「ともに、一緒に進む」を内部監査室のスローガンとして掲げました。

当社の業務フローに関連する部署に配置されているJ-SOX担当と、内部監査室との連携を強化し、それにより、内部統制を広く浸透させ、業務の効率化と財務報告の質のさらなる向上を実現していきます。

また、今後は、内部監査室として、あくまで独立した視点と客観的な立場を保ちながらも、社員・グループ会社社員が、内部監査室に気軽に報告や相談ができる環境づくりを進めてまいりたいと考えています。

内部監査室長
田原 鈴代

内部統制の取り組み

当社においては、取締役会で決定した「内部統制システム構築の基本方針」に基づき内部統制の取り組みを行っており、これらを通じて業務を透明且つ効率的に行い、財務報告の信頼性を確保し、コンプライアンス遵守の組織風土醸成を進めています。また、原則、年に一度J-SOX委員会を開催し、財務報告に係る前年度有効性評価結果の確認と、次年度の評価範囲や重点課題等を決定しています。

note

J-SOXとは…日本の金融商品取引法に基づいて、上場企業の財務報告の信頼性を確保するために導入された内部統制報告制度

リスクマネジメント

基本の考え方

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。

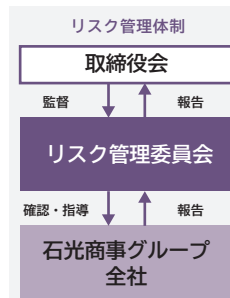
リスクの把握

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（2025年3月期有価証券報告書より）。

- ①世界的貿易体制と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他社との競合リスク 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。

BCP対策

当社では、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、関連する事業部長・室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訓練を実施しております。



コンプライアンス

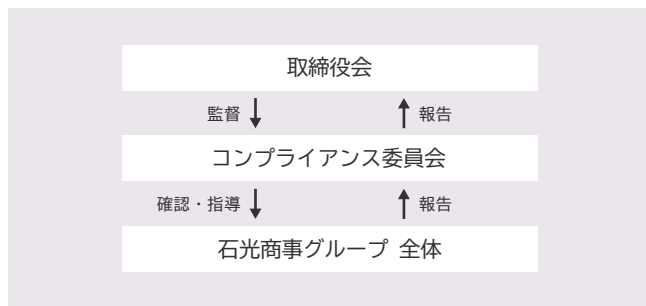
企業倫理規範・行動指針

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、この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

当社グループでは「コンプライアンス規程」を制定し、当社管理部長をコンプライアンス統括責任者、子会社の代表取締役及び当社各部長及び支店長をコンプライアンス責任者としております。また、当社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名以上で構成される「コンプライアンス委員会」を原則として年2回開催し、コンプライアンスに係る方針、施策の検討や進捗の確認を行い、取締役会にて内容を報告しております。また、内部通報制度を設けており、社内外向けにホットライン(相談窓口)を設置しています。2025年度には石光商事グループとして、社員一人一人がコンプライアンスを意識した行動を取れるように、特に知っておくべき内容を項目別に分かり易く解説したコンプライアンス・ガイドブックを作成し、グループ全体でのコンプライアンス意識向上を進めています。

コンプライアンス管理体制



情報セキュリティ

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。



10カ年の主要財務データ

年度	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3
経営成績										
売上高 [百万円]	39,592	38,094	38,545	38,549	38,179	40,512	46,729	58,972	62,025	64,953
営業利益 [百万円]	271	507	567	573	369	910	695	1,317	1,654	1,557
経常利益 [百万円]	425	546	630	591	290	837	793	1,295	1,741	1,336
親会社株主に帰属する当期純利益 [百万円]	382	197	438	413	99	469	532	792	1,049	888
1株当たり当期純利益 [円]	49.68	25.57	56.91	53.63	12.91	60.95	69.10	102.63	135.62	114.50
自己資本当期純利益率（ROE）[%]	5.3	2.6	5.6	5.0	1.2	5.3	5.4	7.7	9.5	7.4
総資産経常利益率 [%]	2.1	2.7	3.0	2.7	1.2	3.1	2.7	3.9	4.8	3.5
売上高営業利益率 [%]	0.7	1.3	1.5	1.4	0.9	2.2	1.4	2.2	2.6	2.4
財政状況										
総資産 [百万円]	20,375	19,861	22,206	21,922	26,235	27,142	30,846	36,174	36,682	39,231
純資産 [百万円]	7,453	7,883	8,207	8,599	11,881	12,208	12,753	13,306	13,239	13,900
自己資本比率 [%]	35.7	38.8	36.1	38.3	31.8	35.0	32.6	29.1	31.7	31.2
1株当たり純資産 [円]	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	1,576.43
キャッシュ・フローの状況										
営業活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	846	81	348	1,385	254	2,259	△ 731	△ 1,290	3,811	△ 1,029
投資活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	△ 194	△ 96	△ 200	△ 159	△ 793	△ 266	△ 661	△ 713	△ 797	△ 1,122
財務活動によるキャッシュ・フロー [百万円]	△ 295	△ 533	670	△ 757	△ 200	△ 882	798	2,944	△ 2,926	1,001
現金及び現金同等物期末残高 [百万円]	2,164	1,610	2,427	2,891	3,615	4,718	4,154	5,100	5,213	4,059

連結貸借対照表

		(単位：千円)	
		前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)
流動資産	現金及び預金	5,302,876	4,149,631
	受取手形及び売掛金	12,340,661	13,428,924
	商品及び製品	6,320,714	6,479,466
	未着商品	2,338,933	3,096,598
	仕掛品	45,038	77,565
	原材料及び貯蔵品	1,010,390	2,010,692
	その他	775,300	755,575
	貸倒引当金	△ 3,348	△ 1,508
	流動資産合計	28,130,565	29,996,945
固定資産	建物及び構築物	4,566,013	4,624,776
	減価償却累計額	△ 2,998,855	△ 3,153,317
	建物及び構築物（純額）	1,567,158	1,471,458
	機械装置及び運搬具	6,728,170	6,982,932
	減価償却累計額	△ 5,848,474	△ 6,063,781
	機械装置及び運搬具（純額）	879,696	919,151
	土地	3,156,471	3,156,471
	リース資産	1,010,759	1,031,867
	減価償却累計額	△ 414,431	△ 537,026
	リース資産（純額）	596,328	494,841
	その他	483,325	1,494,636
	減価償却累計額	△ 362,111	△ 365,234
	その他（純額）	121,214	1,129,402
	有形固定資産合計	6,320,868	7,171,325
	リース資産	262,907	139,630
	その他	101,568	145,628
	無形固定資産合計	364,475	285,259
	投資有価証券	1,393,680	1,241,387
	繰延税金資産	52,538	123,419
その他	485,795	441,077	
貸倒引当金	△ 67,726	△ 29,635	
投資その他の資産合計	1,864,287	1,776,249	
固定資産合計	8,549,632	9,232,834	
繰延資産	社債発行費	2,357	1,383
	繰延資産合計	2,357	1,383
資産合計		36,682,554	39,231,163

		(単位：千円)		
		前連結会計年度 (2024年3月31日)	当連結会計年度 (2025年3月31日)	
負債の部	流動負債	支払手形及び買掛金	8,707,744	9,312,967
		短期借入金	5,823,911	7,527,416
		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	1,392,060	1,364,806
		リース債務	215,828	209,820
		未払金	1,845,531	1,626,284
		未払法人税等	389,970	294,345
		未払消費税等	23,335	11,506
		契約負債	42,660	174,534
		賞与引当金	239,406	339,506
		役員賞与引当金	22,200	31,600
		その他	125,094	336,365
		流動負債合計	18,883,743	21,285,154
	固定負債	社債	92,000	36,000
		長期借入金	2,725,850	2,641,150
		リース債務	714,351	539,592
		繰延税金負債	368,011	210,400
		役員退職慰労引当金	2,666	-
		退職給付に係る負債	400,376	374,611
		資産除去債務	129,949	130,608
		その他	126,216	112,679
		固定負債合計	4,559,421	4,045,042
	負債合計	23,443,164	25,330,197	

純資産の部	株主資本	資本金	623,200	623,200
		資本剰余金	891,878	903,702
		利益剰余金	9,762,801	10,452,985
		自己株式	△ 94,215	△ 88,584
	その他の 包括利益累計額	株主資本合計	11,183,664	11,891,303
		その他有価証券評価差額金	231,650	223,085
		繰延ヘッジ損益	140,240	△ 46,264
		為替換算調整勘定	67,666	164,299
		その他の包括利益累計額合計	439,558	341,120
	非支配株主持分	1,616,167	1,668,543	
	純資産合計	13,239,389	13,900,966	
負債純資産合計	36,682,554	39,231,163		

連結損益計算書

(単位：千円)

		前連結会計年度 (自 2023 年 4 月 1 日～至 2024 年 3 月 31 日)	当連結会計年度 (自 2024 年 4 月 1 日～至 2025 年 3 月 31 日)
売上高		62,025,489	64,953,996
売上原価		53,843,346	56,500,557
売上総利益		8,182,142	8,453,438
販売費 及び 一般管理費	荷造運搬費	1,284,683	1,370,849
	保管費	711,297	699,342
	貸倒引当金繰入額	△ 29,905	△ 39,735
	報酬及び給料手当	1,967,684	2,043,138
	賞与引当金繰入額	218,849	256,712
	役員賞与引当金繰入額	22,200	31,600
	退職給付費用	86,663	91,084
	支払手数料	642,089	727,038
	減価償却費	198,071	247,125
	その他	1,425,832	1,468,823
販売費及び一般管理費合計		6,527,466	6,895,979
営業利益		1,654,676	1,557,458
営業外収益	受取利息	8,767	7,513
	受取配当金	14,719	15,397
	受取賃貸料	21,260	21,240
	持分法による投資利益	17,220	-
	為替差益	70,571	5,991
	社宅使用料	20,229	20,105
	経営指導料	-	19,843
	その他	41,416	47,899
	営業外収益合計	194,186	137,991
営業外費用	支払利息	95,210	127,106
	持分法による投資損失	-	130,202
	デリバティブ評価損	-	77,989
	その他	11,928	23,321
	営業外費用合計	107,139	358,620
経常利益		1,741,723	1,336,829

(単位：千円)

		前連結会計年度 (自 2023 年 4 月 1 日～至 2024 年 3 月 31 日)	当連結会計年度 (自 2024 年 4 月 1 日～至 2025 年 3 月 31 日)
特別利益	固定資産売却益	325	204
	投資有価証券売却益	104,121	18,057
	受取保険金	-	35,065
	補助金収入	92,362	31,329
	退職給付引当金戻入額	-	39,634
特別利益合計		196,808	124,291
特別損失	固定資産除却損	2,612	4,901
	固定資産圧縮損	87,026	-
	関係会社清算損	-	14,119
	システム障害対応費用	-	27,626
	減損損失	161,935	16,482
	特別損失合計	251,574	63,129
税金等調整前当期純利益		1,686,957	1,397,991
法人税、住民税及び事業税		566,841	533,599
法人税等調整額		23,266	△ 134,450
法人税等合計		590,107	399,149
当期純利益		1,096,849	998,842
非支配株主に帰属する当期純利益		47,278	110,734
親会社株主に帰属する当期純利益		1,049,571	888,108

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2023年4月1日～至2024年3月31日)	当連結会計年度 (自2024年4月1日～至2025年3月31日)
税金等調整前当期純利益	1,686,957	1,397,991
減価償却費	620,591	692,645
減損損失	161,935	16,482
固定資産圧縮損	87,026	-
関係会社清算損益（△は益）	-	14,119
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△ 30,272	△ 39,931
賞与引当金の増減額（△は減少）	31,788	64,100
役員賞与引当金の増減額（△は減少）	△ 3,653	9,400
役員退職慰労引当金の増減額（△は減少）	1,833	△ 3,757
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	△ 12,118	△ 10,312
受取利息及び受取配当金	△ 23,487	△ 22,910
支払利息	95,210	127,106
持分法による投資損益（△は益）	△ 17,220	130,202
固定資産売却損益（△は益）	△ 325	△ 204
固定資産除却損	2,612	4,901
投資有価証券売却損益（△は益）	△ 104,121	△ 18,057
補助金収入	△ 92,362	△ 31,329
受取保険金	-	△ 35,065
システム障害対応費用	-	27,626
売上債権の増減額（△は増加）	△ 605,111	△ 1,287,639
棚卸資産の増減額（△は増加）	810,739	△ 1,936,183
仕入債務の増減額（△は減少）	1,042,485	836,704
未払金の増減額（△は減少）	417,486	△ 390,029
未収消費税等の増減額（△は増加）	147,746	89,418
未払消費税等の増減額（△は減少）	△ 17,950	△ 5,554
契約負債の増減額（△は減少）	△ 33,620	131,874
その他の資産の増減額（△は増加）	106,143	△ 193,629
その他の負債の増減額（△は減少）	4,988	35,552
その他	46,650	89,945
小計	4,323,954	△ 306,535
利息及び配当金の受取額	23,517	23,086
利息の支払額	△ 93,654	△ 130,059
補助金の受取額	99	31,329
システム障害対応費用の支払額	-	△ 27,626
法人税等の支払額	△ 443,121	△ 622,579
法人税等の還付額	214	3,166
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,811,008	△ 1,029,219

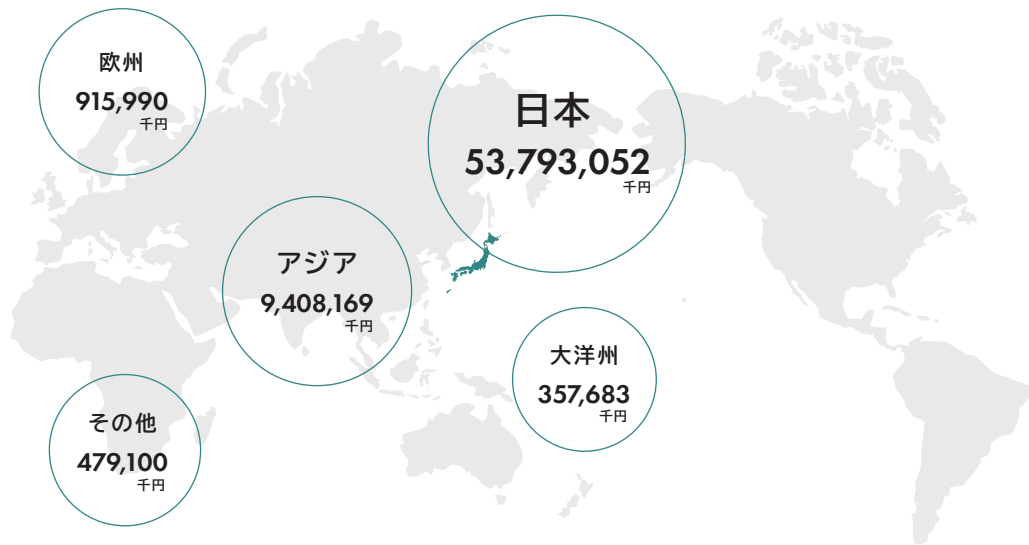
営業活動によるキャッシュ・フロー

(単位：千円)

	前連結会計年度 (自2023年4月1日～至2024年3月31日)	当連結会計年度 (自2024年4月1日～至2025年3月31日)
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△ 388,386	△ 1,085,563
有形固定資産の売却による収入	325	216
無形固定資産の取得による支出	△ 23,487	△ 60,633
補助金の受取額	55,400	-
投資有価証券の取得による支出	△ 550,354	△ 2,154
投資有価証券の売却による収入	108,612	71,875
貸付けによる支出	△ 580	△ 1,993
貸付金の回収による収入	1,049	605
その他の支出	△ 25,744	△ 62,883
その他の収入	25,562	18,453
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 797,604	△ 1,122,078
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	△ 1,687,984	1,693,618
長期借入れによる収入	2,100,000	1,500,000
長期借入金の返済による支出	△ 1,604,910	△ 1,611,952
社債の償還による支出	△ 56,000	△ 56,000
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	△ 57,936
配当金の支払額	△ 184,998	△ 232,025
非支配株主からの払込みによる収入	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	-
リース債務の返済による支出	△ 236,575	△ 220,758
割賦債務の返済による支出	-	△ 13,895
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,926,908	1,001,051
現金及び現金同等物に係る換算差額	27,203	29,691
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	113,699	△ 1,120,555
現金及び現金同等物の期首残高	5,100,037	5,213,736
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	-	△ 33,199
現金及び現金同等物の期末残高	5,213,736	4,059,981

地域別売上高・商品カテゴリ別売上高・株式情報

地域別売上高



地域別売上高

(単位：千円)

地域別	2024/3	2025/3
日本	50,244,033	53,793,052
アジア	10,283,491	9,408,169
欧州	785,048	915,990
大洋州	324,155	357,683
その他	388,759	479,100
計	62,025,489	64,953,996

商品カテゴリ別売上高

(単位：千円)

商品カテゴリ	2024/3	2025/3
コーヒー飲料原料	8,953,563	8,592,225
コーヒー飲料製品	13,937,435	16,041,273
加工食品	9,455,683	9,431,148
水産	6,898,678	7,140,651
調理冷食	5,042,077	5,824,777
農産	6,412,951	7,189,309
海外事業	11,325,099	10,734,610
計	62,025,489	64,953,996

株式情報

株式分布状況

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	5,270名

株主数 5,270名



所有株主数 8,000千株(%)

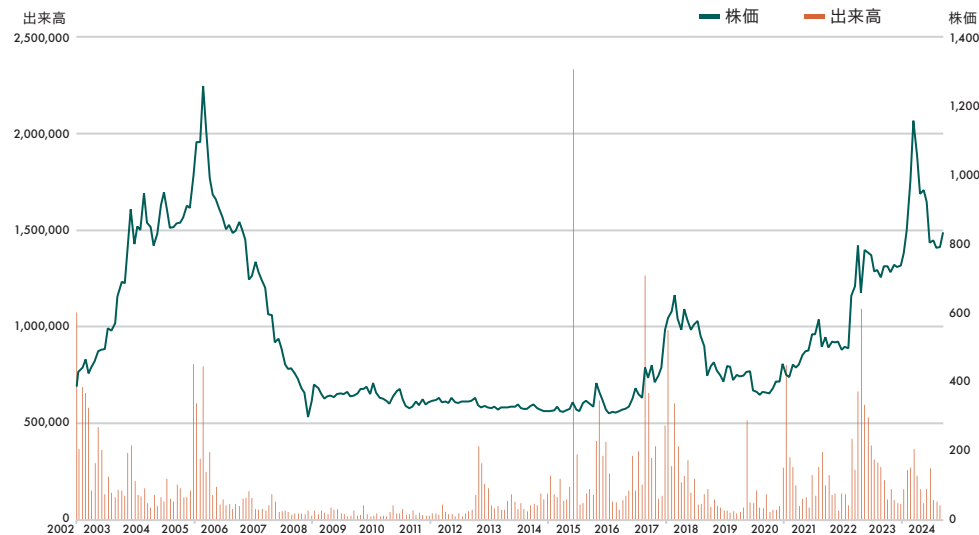


■ 個人・その他	5,159名 / 69.55%
■ その他の法人	64名 / 18.55%
■ 外国法人等	26名 / 1.75%
■ 金融商品取引業者	15名 / 0.82%
■ 金融機関	6名 / 9.33%

大株主

株主名	持株数	持株比率
マリンフード株式会社	472千株	6.1%
石光商事従業員持株会	369	4.8
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
株式会社トーヨー	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

株価・出来高推移



会社概要・編集方針



会社の概要

2025年3月31日時点

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)

国内拠点

2025年7月31日時点

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	〒460-0024 名古屋市中区正木4丁目8-7 れんが橋ビル4F
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

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。



ひょうご・こうべ女性活躍推進企業(ミモザ企業)
兵庫県内企業の女性活躍を促進するための制度として、令和4年11月に県と神戸市が共同で創設されたもので、当社が行っている女性活躍の推進・取り組みが認められて認定されました。



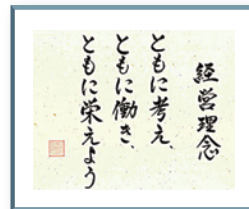
「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」へ参加しています。当社は、内閣府の「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」の行動宣言賛同者です。

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年に向けて成長を続けて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」「価値協創ガイダンス」を参考にしつつ、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「世界の食の幸せに貢献する」があること、また、新体制のもとスタートする新中期経営計画『SHINE2027』とマテリアリティ(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、財務資本と非財務資本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し、経済価値と社会価値の両方を追求しその姿を発信してまいります。



AFTER WORD

現・経営戦略室が制作を担当してから、今回で3回目の統合報告書となります。初回は当社らしさを全面に出し、どなたにも手に取っていただきやすいことを意識したため、内容面で物足りなさを感じた方もいらっしゃるかもしれません。しかし、当社グループ全体の意識や理解は着実に深まってきたと感じています。

その後、少しずつですが、年々充実したものへ成長していると考えており、読者の皆さまにもそのように感じていただければ幸いです。当社グループには既に魅力的な人財や幅広い取り組みが数多く存在しておりますが、発信にはまだ課題があると認識しております。今後も引き続き当社ホームページやその他の媒体を通じて発信を強化し、ステークホルダーの皆さまのご期待にお応えできるよう尽力してまいります。



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





 **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/>

