

# ISHIZUKA GLASS Sustainability Report 2023



皆さまのご意見、ご感想をお聞かせください。  
Webサイトで、アンケートをご用意しています。  
<https://www.ishizuka.co.jp/csr/report-download>



この紙は、国際的な NGOである FSC® (Forest Stewardship Council® : 森林管理協議会) の責任ある森林管理や加工・流通の規格に則り認証された紙で、適切に管理された FSC® 認証林、再生資源およびその他の管理された供給源からの原材料から作られています。



ユニバーサルデザイン (UD) の考え方にに基づき、より多くの人へ適切に情報を伝えられるよう配慮した見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。



石塚硝子株式会社  
ISHIZUKA GLASS Co., Ltd.

## 企業理念

わたしたちの使命

くらしに彩り、  
豊かさと安心をお届けします。

わたしたちのビジョン

価値あるモノづくりとともに、社会で輝くヒトを育て、  
未来へ向かうユメを築きます。

わたしたちの約束

「誠実」「挑戦」「成長」

## 創業からのあゆみ



ガラスの製法を学ぶ  
初代岩三郎(想像図)

1819年 創業

1961年 岩倉工場稼働

1962年 東京証券取引所に上場

1972年 ウイストン(株)設立

1976年 アイピーアイ(株)設立

1990年 久金属工業(株)を子会社化

1997年 日本パリソン(株)設立

2000年 北洋硝子(株)を子会社化

2012年 遠東石塚グリーンペット(株)設立

2015年 鳴海製陶(株)を子会社化

2020年 王子ホールディングス(株)  
と合併で、石塚王子ペーパー  
パッケージング(株)を設立



ランプのホヤ、共栓葉びん



令和のヒット商品  
「アデリアレトロ」

WEB 200年のあゆみ(特設サイト)  
<https://www.ishizuka.co.jp/200years/>



## CONTENTS

### 石塚硝子グループについて

- 03 会社概要
- 05 トップインタビュー



- 07 中期経営計画の進捗  
長期ビジョン  
「ISHIZUKA GROUP  
2030」に向けて



- 10 石塚硝子グループのサステナブル経営
- 11 事業紹介

### ガバナンス

- 15 コーポレート・ガバナンス
- 16 コンプライアンス

### 編集方針

本レポートは、石塚硝子グループがこの1年間にガバナンス、社会、環境に対して取り組んできたことを、ステークホルダーの皆さまに正確かつ分かりやすくご紹介し、社会とのコミュニケーションを図ることを目的として発行しています。  
2023年版の主要テーマは、2022年に策定した長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」の目標達成に向けた「2024年度中期経営計画」の進捗状況です。

対象期間 / 2022年度(2022年4月~2023年3月)を報告対象期間としています。一部報告対象期間外の内容を含みます。

発行時期 / 2023年11月(前回:2022年11月 次回:2024年10月)

対象組織 / 石塚硝子株式会社の取り組みを中心に、国内外のグループ会社の取り組みも一部報告しています。記載の対象範囲は次の基準で区分しています。  
● 石塚硝子(株)、当社、単体:石塚硝子株式会社  
● 石塚硝子グループ、当社グループ:当社および国内グループ会社(アデリア(株)、日本パリソン(株)、石塚王子ペーパーパッケージング(株)、鳴海製陶(株)、北洋硝子(株)、ウイストン(株)、久金属工業(株)、石塚物流サービス(株)、石硝運輸(株)、三重ナルミ(株))  
※ 石塚王子ペーパーパッケージング(株)は2020年度から集計を含む  
● 海外グループ: PT. NARUMI INDONESIA、NARUMI SINGAPORE PTE LTD.、PT. NARUMI GLOBAL SUPPLY INDONESIA、鳴海(上海)商貿有限公司、NARUMI TABLEWARE USA, INC.  
※ 限定された範囲である場合は、個別に対象範囲を記載

対象とする読者 / 顧客、取引先、株主・投資家、地域住民、行政、NPO/NGO、学生、従業員とその家族の皆さまを読者として想定して編集しています。

参考としたガイドライン / GRI「GRIサステナビリティ・レポーティング・スタンダード 2016/2018/2019/2020/2021」、環境省「環境報告ガイドライン2018年版」

### 社会

- 17 人財マネジメント
- 19 健康経営
- 20 労働安全衛生
- 21 研究開発・新規事業
- 21 サプライチェーン
- 22 品質
- 23 社会との関わり
- 24 特集「津軽びいどろ」北洋硝子(株)



### 環境

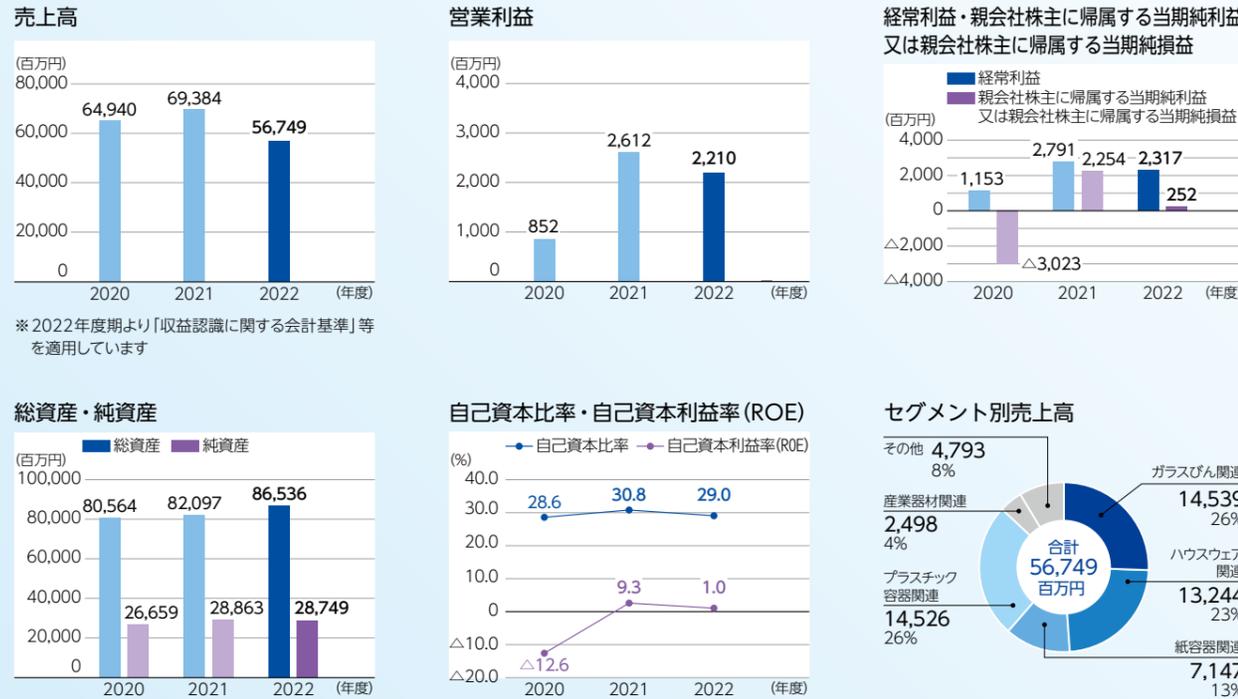
- 25 環境マネジメント
- 26 気候変動への対応
- 28 資源循環の取り組み
- 29 汚染の防止と管理
- 30 独立第三者の保証報告書

## 会社概要

### 会社概要

商号	石塚硝子株式会社 ISHIZUKA GLASS CO., LTD.
本社所在地	〒482-8510 愛知県岩倉市川井町1880番地
代表者	代表取締役 社長執行役員 石塚 久継
創業	1819年(文政2年)11月
設立	1941年(昭和16年)4月16日
株式上場	東京証券取引所スタンダード市場 名古屋証券取引所プレミアム市場
従業員数 (連結)	1,867名(2023年3月現在)
資本金	63億44百万円
事業内容	ガラスびん・ガラス食器・紙容器・プラスチック容器・セラミックス製品の製造販売
ウェブ	https://www.ishizuka.co.jp
TEL	0587-37-2111(代表)
FAX	0587-66-2668
E-MAIL	info@ishizuka.co.jp

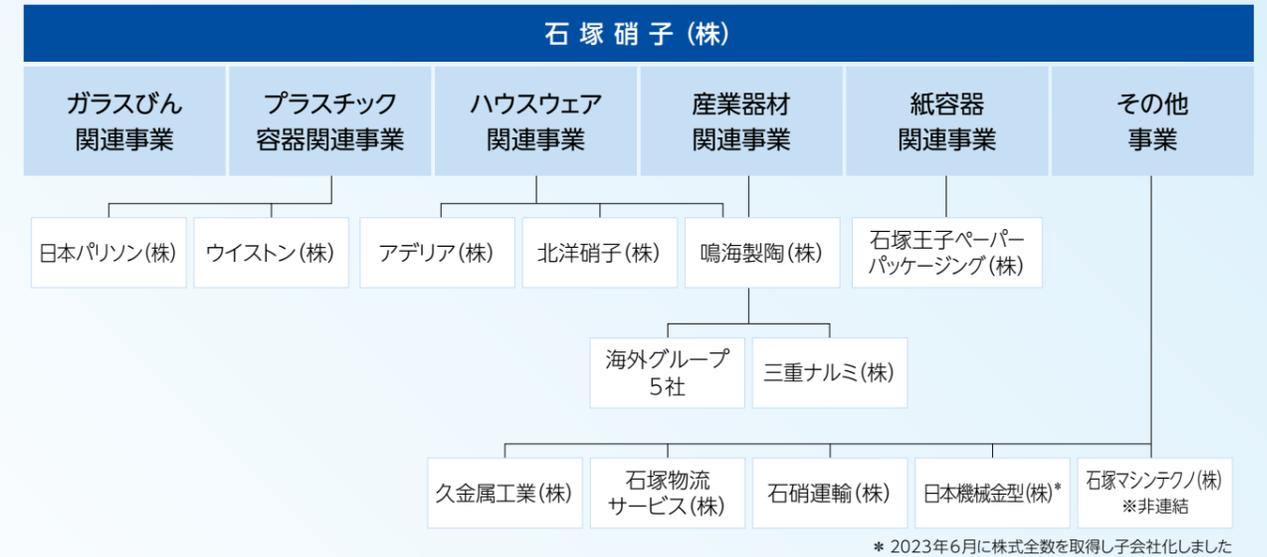
### 2022年度財務状況(連結\*)



\* 連結対象範囲：石塚硝子(株)、日本パリソン(株)、石塚王子ペーパーパッケージング(株)、アデリア(株)、鳴海製陶(株)、北洋硝子(株)、ウイストン(株)、久金属工業(株)、石塚物流サービス(株)、石硝運輸(株)、三重ナルミ(株)、大阪アデリア(株)、PT. NARUMI INDONESIA、NARUMI SINGAPORE PTE LTD.、PT. NARUMI GLOBAL SUPPLY INDONESIA、鳴海(上海)商貿有限公司

### 事業領域とグループ会社

#### 事業領域の組織図



#### グループ会社一覧

	国内グループ会社
プラスチック容器関連事業	日本パリソン株式会社 ウイストン株式会社
ハウスイア関連事業	アデリア株式会社 北洋硝子株式会社
ハウスイア関連・産業器材関連事業	鳴海製陶株式会社 三重ナルミ株式会社
紙容器関連事業	石塚王子ペーパーパッケージング株式会社
キャップ製造事業	久金属工業株式会社
検査・包装事業	石塚物流サービス株式会社
物流事業	石硝運輸株式会社
金型製造	日本機械金型株式会社
機械製作・保全事業	石塚マシンテクノ株式会社 ※非連結

鳴海製陶(株)	海外グループ会社
	PT. NARUMI INDONESIA (インドネシア)
	PT. NARUMI GLOBAL SUPPLY INDONESIA (インドネシア)
	NARUMI SINGAPORE PTE LTD. (シンガポール)
	鳴海(上海)商貿有限公司
	NARUMI TABLEWARE USA, INC. (米国)

#### 認証取得サイト

	ISO9001	ISO14001	ISO45001*	FSSC22000
当社	本社・岩倉工場	○	○	○*1
	各支店	○		
グループ会社	日本パリソン(株) 東京および岩倉工場	○	○	○
	石塚王子ペーパーパッケージング(株)	○	○	○
	久金属工業(株) 本社および滋賀工場	○	○	
	ウイストン(株)	○		
	鳴海製陶(株)本社	○*2	○*3	
PT. NARUMI INDONESIA	○*4			

※ 当社姫路工場(びん製造)は2022年に操業を停止しました  
 \*1 認証範囲はガラスびん生産エリア  
 \*2 登録範囲：調理器具用耐熱板ガラスの設計・開発および製造  
 \*3 登録組織名：鳴海製陶株式会社 本社工場  
 \*4 登録範囲：陶磁器製テーブルウェア製品のデザイン・製造  
 \*5 2020年度にOHSAS18001からISO45001へ移行

# 社会に 「豊かさとお届けする」ために、 脱炭素社会に向けた取り組みを 進めます。

代表取締役 社長執行役員

石塚 久継

## コロナ禍での経験を糧に、合理化による筋肉質の企業体質へ

当社は企業理念で「誠実」「挑戦」「成長」の3つの約束を掲げていますが、この1年は「挑戦」を意識せざるを得ない年でした。

2020年の新型コロナウイルス感染症拡大に始まり、ロシアのウクライナ侵攻によるエネルギー価格の暴騰、急激な円安など、わずか数年のうちに世界情勢が大きく変わりました。この変化が事業におよぼす影響は大きく2022年度の売上は厳しい状況で推移しました。しかし、こうした逆風を考慮すれば、減益になったものの営業利益22億円という数字には一定の価値があるととらえています。

2023年度に入り新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴う行動制限が緩和され、経済活動に持ち直しの兆しが見えてきました。今後はここ数年の経験を活かし、「2024年度中期経営計画」のテーマとして掲げている「変化するスピードに負けない」を全社のスローガンに、成長に向けての挑戦を加速

させます。2022年に公表した長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」では、2030年度に連結営業利益50億円を目標として掲げました。50億円は非常に高いハードルであるものの、困難に立ち向かってこそ道は開かれると信じています。

その挑戦として、合理化により高収益で筋肉質な企業へと転換するため、事業の方向性を大きく見直しました。これまでガラスびん製造の主力工場であった姫路工場の閉鎖と、その跡地に日本パリソン(株)のPETボトル用プリフォーム(PETボトルの中間製品)姫路工場の2024年度稼働に向けて準備を進めています。かねてからガラスびん事業は市場の縮小により生産の合理化を迫られていました。その解決策としてガラスびん事業では、岩倉工場の溶融炉を省エネルギー型の炉に改修することで製造コストの低減に取り組み、岩倉1工場体制への移行と収益基盤の確立を図ります。一方で脱炭素を背景に需要が急増している再生PETボトル用プリフォームの増産体制を整えるため、姫路工場新規稼働に向け準備

を進め、脱炭素社会の実現という社会からの要請に応えていきます。

## 2030年度CO<sub>2</sub>排出量50%削減の達成を社員とともに

長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」では、「環境と調和した持続可能な未来社会への貢献」を目標として掲げています。エネルギー多消費産業の当社にとって、CO<sub>2</sub>排出量削減は取り組むべき重要な課題です。このため2022年度に脱炭素ワーキンググループを社内を設置し、削減目標と削減のためのロードマップについて検討してきました。2023年6月にSBT認定を取得し「2030年度CO<sub>2</sub>排出量Scope1+2において50%削減(2020年度比)、Scope3において25%削減(2020年度比)」とするCO<sub>2</sub>排出量削減目標をコミットしています。(P.09)

これは当社の顧客である飲料メーカーからの削減要請に応えることはもちろん、企業理念・わたしたちの使命に「くらしに彩り、豊かさとお届けします」とある通り、皆さまの暮

らしへの気候変動の影響を最小限に抑え、安心な社会を築くことに貢献するためです。

CO<sub>2</sub>排出量の削減には大きな労力も伴いますが、目標達成と持続可能な成長を両立させた判断は経営の責任として着実に実行していきます。一方で全社員が日々の仕事のなかで創意工夫して進める取り組みなしでは目標達成は難しいと考えています。

当社の社員の多くが生産の現場に関わっています。これまでも省エネルギーの取り組みを地道に積み重ねてきましたが、いま掲げている年1%の省エネルギー活動に全社一丸となって取り組んでこそ達成できる目標です。脱炭素の取り組みを社員が企業の責任として認識できるよう、環境意識の啓発に努めていきます。

## 20年、30年後の石塚硝子をけん引できる未来のリーダーを育てる

ここ数年は社内外に向けて人財を育てることの大切さについてメッセージを発信してきましたが、2022年度に

は未来を見据えた人財育成を進める組織改革を行いました。

当社は事業部の壁を越えた組織横断的なプロジェクトで課題を解決するCFP(Cross Functional Project)の取り組みを行ってきました。それを発展させる形で若い社員に責任と権限を移譲し、事業部間のシナジーを活かせる組織づくりと長期的な視点から人財育成を推進する未来挑戦部を、社長直轄の組織として創設しました。(P.08)

この部署の設置は一人の社員の提案から始まりました。自ら組織をつくり上げ未来を築こうとしていることは、喜ばしいことです。

当社はモノづくりの会社です。一つの製品をつくるには、さまざまな人の協力なしでは成り立ちません。またモノづくりにはときに長い時間が必要です。当社のリーダーは、こうしたモノづくりの基本を理解したうえで、高い視座と長期的な視点で未来に挑戦していけるスキルと誠実な人間力が求められます。それができる人財を育てるのが未来挑戦部の役割です。

未来挑戦部で主催したリーダー研修には、私と役員も参加して社員と直接対話する機会も設けました。20年、30年後に石塚硝子をけん引するリーダーに育ってくれることを期待しています。

## 持続可能な社会の名脇役でありたい

当社が手掛ける容器類の多くは、料理や飲み物を入れる脇役的な存在に過ぎないかもしれませんが、脇役なくして主役である料理や飲み物は皆さまの口へと届きません。映画などの優れた物語では必ずと言っていいほどパイプレーヤーが深みをもたらし、世の中に欠かせない存在として人々の生活に寄り添える企業であり続けたいと願っています。今後は飲料・食品メーカーとともに高品質で環境にも配慮した容器の開発に挑むケースが増えていくでしょう。縁の下の力持ちとして持続可能な社会への貢献に誠実に取り組み、「名脇役」としての役割を全うできるよう、お客さまのご要望に真摯に応えていきます。

## 中期経営計画の進捗

### 長期ビジョン

# 「ISHIZUKA GROUP 2030」に向けて

## 「2024年度中期経営計画」の振り返り

2022年度に長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」を発表すると同時に、目標達成に向けた3年間の中期経営計画を策定しました。

2022年度から2024年度は、「変化するスピードに負けない」をスローガンに事業を進めていきます。

2030

挑戦し続けることにより、躍動する企業へ

### ISHIZUKA GROUP 2030

1. 2030年度連結営業利益50億円
2. ISHIZUKA GROUPを支える「ヒトづくり」
3. 環境と調和した持続可能な未来社会への貢献

2024

### 2024年度中期経営計画

## 「変化するスピードに負けない」

- 目標1 2024年度連結営業利益35億円
- 目標2 中堅・若手人財育成への取り組み
- 目標3 2030年度CO<sub>2</sub>排出量50%削減(2015年度比)に向けたロードマップ作りと実践

### 目標1 2024年度連結営業利益35億円

2022年度は売上高567億円、営業利益22億円となりました。原材料・燃料価格の高騰、急激な為替変動の影響を受けましたが、地政学的なリスク、国際金融に起因する事業への影響は今後とも予想されます。引き続きすべての事業において生産効率の向上、コスト削減が喫緊の課題となっており、逆風のビジネス環境においても利益を確保できる筋肉質の事業体制の確立と、顧客・社会ニーズを機敏にとらえた製品づくりに取り組んでいきます。

#### 取り組む課題

CO<sub>2</sub>排出量削減に貢献する設備改修や生産体制の見直しによって、脱炭素社会への貢献とコスト削減による高収益体質へ

ガラスびん部門は、市場の縮小に伴い姫路工場を操業停止し、岩倉1工場体制に移行したことで生産効率の向上を進めることができました。閉鎖した姫路工場跡には、次世代型のリサイクルプリフォーム(PETボトルの中間製品)工場を建設し、リサイクルPETボトルの需要増という社会ニーズに応えています。

直販EC・直営店開設による販売チャネル政策で、消費者動向を的確にとらえ新しい事業機会を創出する

ガラス食器部門では、アデリアでネット直販事業を推進しています。加えて北洋硝子(株)の直営店を東京ミッドタウン八重洲に出店し、一般消費者向けのチャネルを開拓しています。ガラス食器の国内市場は人口減少に伴う市場縮小が予想されるため、生産効率の向上と合わせて、ネットを含めたリテールビジネスの強化と直営店のオープンで、消費者ニーズを機敏にとらえた事業展開を行います。

### 目標2 中堅・若手人財育成への取り組み

長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」の達成に向けて、会社を変革できるリーダーの育成が急務です。当社では組織横断的なプロジェクトで課題を解決するCFP(Cross Functional Project)をさらに発展させる形で未来挑戦部を新たに設置しました。今後、事業部間のシナジーを活かせる組織づくりと、長期的な視点で当社グループをけん引できる人財の育成にも取り組んでいきます。

#### 未来挑戦部のミッション

未来挑戦部は石塚硝子グループを横断した課題や「未来」に直面する課題に対して「挑戦」し続ける機関である。また「挑戦」を通して高い視座を持った人財を早期に育成し、石塚硝子グループの継続的「成長」に貢献する。

#### 設立の背景

少子高齢化による人財不足や、コロナ禍によって起きたレベルのライフスタイルの変化など、将来考え得る困難な状況を突破していくために、事業部間シナジーを発揮するべく社長直轄の組織として2023年度に未来挑戦部を創設しました。

#### 組織体系

現在の所属メンバーは8名(このほかに協力メンバー18名)で、その全員が兼務として配属されています。未来挑戦部の業務を通じて、新たな知識の習得、能力向上、他事業部とのネットワーク構築により、自身のキャリア形成や本業のパフォーマンス向上につながることも期待しています。また未来挑戦部には「挑戦人財」になるための独自の行動規範があり、これにのっとり日々の業務にあたっています。

また当社のリーダー層(管理職)は8割以上が50歳代のシニア層の社員で構成されており、何かしらの施策を打たなければ、会社をけん引する立場にあるリーダー層が2030年には半分以下になってしまう危機感があります。リーダーを育てることは一朝一夕では実現できないため、早急に未来のリーダー層育成に取り組まなければならないと考えています。



- 業務1 石塚グループを横断した活動の企画立案・推進・管理
- 業務2 石塚グループを横断した課題抽出・対策立案および実施

従業員からの提案、社外との情報交換、経営層の情報が集まるハブの機能を果たす



戦略リーダー研修では、社長とのグループディスカッションを行う

### Voice 社員が眼を輝かせて仕事ができるワクワクする組織風土へ



未来挑戦部長  
(ハウスウェアカンパニー  
生産部長 兼務)  
岡村 学

未来挑戦部の創設に至るまで約1年かかりました。これまで進めてきたCFP活動を振り返り、どうすれば組織が活性化するのか、そして石塚硝子グループの成長につながるのかを考え、何度も経営層にプレゼンし検討を繰り返しました。最終的には新部署設置という形で承認されました。「未来」という言葉には、長期的な視点を強く意識することで、バックカastingで思考し、現環境に縛られない自由な発想や提案を生み出したいという思いが込められています。そして「挑戦」という言葉には、受け身型ではなく、希望と期待あふれる提案型の組織風土をつくっていききたいという思いを込めました。

働くマインドはキャリアを重ねるにつれて「〇〇しなければならない」という使命感に囚われがちですが、未来挑戦部では入社当時のような「〇〇したい」というワクワク感を大事にしています。そのワクワク感を石塚硝子グループ全体にひろげ、誰もが挑戦できる風土をつくっていききたいと考えています。

中期経営計画の進捗

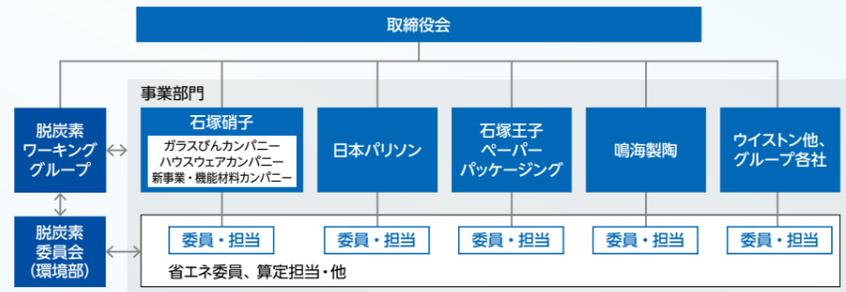
目標 3 2030年度CO<sub>2</sub>排出量50%削減に向けたロードマップ作りと実践

「2024年度中期経営計画」において、2030年度にCO<sub>2</sub>排出量50%削減(2015年度比)の削減目標を設定しましたが、2023年6月に基準年を見直し、SBT認定を受けました。SBT認定を取得し世界と歩調を合わせた脱炭素社会の実現に取り組みます。

新目標(SBT認定取得)



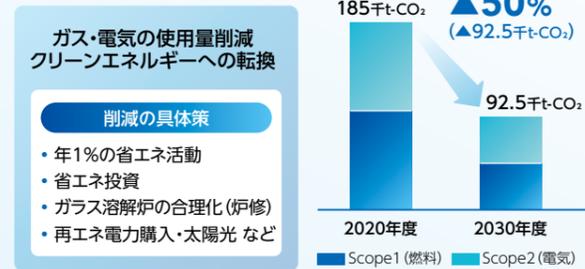
マネジメント体制図



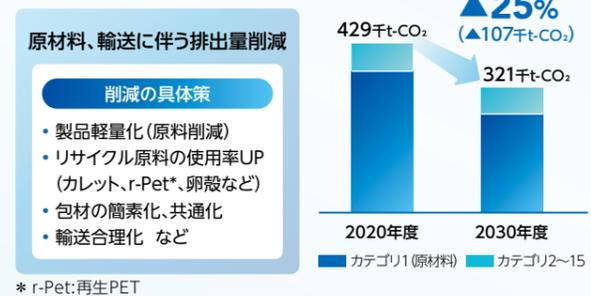
削減計画

従前から進めている省エネ活動でエネルギー使用量前年度比1%削減の目標を掲げ、全社員で脱炭素の取り組みを進めていきます。太陽光発電の導入や再生可能エネルギーの購入、省エネ型設備への転換は、大きな投資が必要なため、全社施策として推進します。2023年4月にはハウスウェアカンパニーで溶融炉を2炉から1炉体制にし、生産量に見合った溶融炉に合理化しています。

Scope 1+2の削減計画



Scope 3の削減計画



Voice 脱炭素のトレンドを逃がさず事業機会創出のきっかけに



経営企画部 部付部長 杉浦 昭宏

ガラス製品、陶磁器の製造では、生産炉を長時間高温で維持しなければならないため、当社の事業はエネルギー多消費産業という側面を持ちます。昨今のようにエネルギー価格が高騰すれば事業の採算性に大きな影響がおよぶため、従前から燃焼効率の向上などの取り組みを行い、エネルギー消費量の削減とともにCO<sub>2</sub>排出量削減に取り組んできました。

今後、化石燃料への規制強化の流れが予想され、当社にとって重大な事業へのリスクとなります。そのためこのリスクに対して先手を打っていかねばならないと認識しています。

すでに飲料メーカーのお客さまからはCO<sub>2</sub>排出量削減に関しての要請があります。多くのお客さまが2050年カーボンニュートラル実現に向けてCO<sub>2</sub>排出量削減を進めており、当社はそのサプライチェーンの1社としてこれに応えていかねば事業機会を失う可能性があります。

リスク対策と同時に、事業機会創出の観点での事業計画も進めています。その一つが姫路工場跡でのリサイクルプリフォーム(PETボトルの中間製品)の新工場の稼働です。この工場ではCO<sub>2</sub>排出量削減につながる新しい製造プロセスを導入し、次世代型のリサイクルプリフォーム工場として、ニーズが拡大しているリサイクルPETボトルの需要に対応していきます。こうした取り組みを進めることで長期ビジョンに掲げた「環境と調和した持続可能な未来社会への貢献」を実現していきます。

石塚硝子グループのサステナブル経営

サステナブル経営の考え方と社会に提供する価値

企業の持続的な存続は、社会に対する貢献・社会の持続的な発展とともにあるという考えのもと、創業200年を超える歴史のなかで受け継がれ培われてきた信頼とともに、企業としてさらなる発展を続け、企業価値の向上と社会に貢献できる企業を目指します。

企業理念の実現

〈わたしたちの使命〉  
くらしに彩り、豊かさと安心をお届けします。

〈わたしたちのビジョン〉  
価値あるモノづくりとともに、社会で輝くヒトを育て、未来へ向かうユメを築きます。

社会に提供する4つの価値



## 事業紹介

### ガラスびん

石塚硝子株式会社 ガラスびんカンパニー



#### 事業の沿革

- 1819 創業
- 1961 岩倉工場稼働
- 2004 温暖化対策の一環として都市ガスへ燃料転換

#### 事業内容

デザインから製造、加飾まで一貫した工程管理の下、国内シェアの2割強を占める酒類分野をはじめとして多様なびんを提供しています。製品の品質と安全・安心には万全を期し、環境負荷にも考慮したびんの開発と生産を行うことで、生産効率向上と環境負荷低減に取り組んでいます。

#### TOPICS

##### 「第19回ガラスびんアワード2023」受賞

##### リリー・フランキー賞

商品名：キューピー マヨネーズ・スヌーピー(瓶)  
受賞会社：キューピー株式会社

##### 〈受賞理由〉

「マヨネーズが保存性に優れたガラスびんに入っていることで安心感がある。さらに金属製のキャップはガラスびんと相性がいい。スヌーピーをはじめとする可愛いキャラクターがデザインされており、大人から子どもまで時代を超えて愛され続けている。」という点が評価され、リリー・フランキー賞に選出されました。



© Peanuts Worldwide LLC

### ハウスウェア

石塚硝子株式会社 ハウスウェアカンパニー・アデア株式会社・北洋硝子株式会社



#### 事業の沿革

- 1961 ガラス食器ブランド「ADERIA(アデア)」誕生
- 2000 北洋硝子(株)を完全子会社化
- 2022 アデアレトロECサイト開設
- 2023 津軽びいどろ直営店オープン

#### 事業内容

テーブルウェアや容器などガラス・陶磁器の幅広いハウスウェア製品を製造販売しています。1961年に立ち上げた食器ブランド「ADERIA(アデア)」を国内外で展開するほか、ガラス工芸ブランド「津軽びいどろ」にてハンドメイド製品を提供しています。2023年3月には初の直営店となる「津軽びいどろオフィシャルショップ」を東京ミッドタウン八重洲にオープンしました。

#### TOPICS

##### アデアレトロECサイト開設



WEB <https://aderia-retro.com/>

##### 津軽びいどろ直営店がオープン



津軽びいどろ東京ミッドタウン八重洲店

### PETボトル用プリフォーム

石塚硝子株式会社 プラスチックカンパニー・日本パリソン株式会社



#### 事業の沿革

- 1997 日本パリソン(株)設立 東京工場竣工
- 2002 岩倉工場竣工
- 2024 姫路工場稼働(予定)

#### 事業内容

グループ会社の日本パリソン(株)は、日本初のPETボトル用プリフォーム専業メーカーとして誕生し、小型容器から大型容器まで、無菌・炭酸・加温充填用の各種プリフォームを製造しています。ガラスびん姫路工場跡地に新工場を建設し、リサイクルPET樹脂を使用したボトルtoボトルの取り組みを推進して、資源循環の促進と気候変動への対応を強化します。

#### TOPICS

##### 最新省エネ設備の姫路新工場立ち上げ



完成予想図

##### 当社プリフォーム使用の飲料



大手飲料メーカーのお客さまにPETボトル用プリフォームを提供しています

### 紙容器

石塚王子ペーパーパッケージング株式会社



#### 事業の沿革

- 1976 アイピーアイ(株)を設立 紙容器事業に進出 ※2010年に吸収合併
- 2020 石塚王子ペーパーパッケージング(株)設立

#### 事業内容

グループ会社の石塚王子ペーパーパッケージング(株)は、飲料用紙容器(紙パック)の製造・販売、充填機の販売・メンテナンスを行っています。紙容器の製造は原紙調達からの国内一貫体制により高い品質と安定供給を実現しています。昨今の為替やサプライチェーンの混乱などの影響もあり、原紙の国内調達に拍車がかかっています。

#### TOPICS

##### ストロー不要の紙カップ容器発売



学校給食で使われる牛乳用紙パックでは、プラスチック削減や紙のリサイクル推進の流れを受けて、プラスチック製ストローを廃止する動きが拡大しています。当社ではこのニーズを受け、ストローのいらぬ紙パック「ECO BEAK(エコ・ビーク)」を開発、2023年度から供給を始めました。この製品は大きく飛び出す口ばし型の飲み口に内容液をたっぷり留め、コップ感覚で飲めるようにすることでストローの使用を減らし、プラスチックごみ削減に貢献します。



事業紹介

## 新規事業／機能材料(抗菌剤)

石塚硝子株式会社 新事業・機能材料カンパニー



事業の沿革

- 1990 抗菌ガラス(イオンピュア)を事業化
- 2007 岩倉工場に研究開発センターを創設
- 2013 有機無機ハイブリッドガラスを開発
- 2020 新規事業と機能材料の部署を統合し、新規事業開発を本格化

事業内容

先進の技術と自由な発想を結集し、社会課題の解決につながる新たな価値の創出を目指します。機能材料では当社がガラス製造で培ってきた技術を応用し、無機系抗菌剤「イオンピュア」をはじめ、数々の機能性マテリアルを開発して事業化しました。今後は社内に抗ウイルス試験室を整備し、抗菌剤の開発に積極的に取り組んでいきます。また新事業の創出では、スタートアップ企業との業務提携・オープンイノベーションなど外部リソースも積極的に活用し、将来の柱となる新事業への取り組みを推進しています。

TOPICS



消臭剤「DEOGLA® (デオグラ)」

無機系ガラス消臭剤「デオグラ」は、口臭の主原因物質であるメチルメルカプタンへの消臭効果が確認されています。この効果をオーラルケア商品などに活かす開発を進め、2022年、口臭ケア歯磨き「デオグラ オーラテック」として商品化しました。クラウドファンディングサイトでの先行販売を経て、8月より公式ストアおよびECモール、ロフト、ハンズ、matsukiyo LAB(マツキヨラボ)などのパラエティーショップやドラッグストアにて発売しています。なお、「デオグラ オーラテック」のチューブには、環境に配慮した植物由来原料が配合されています。

WEB 公式ストア <https://deogla.com/>

高級ガラス家電「Glas+ (グラスプラス)」

オープンイノベーションを起点として企画・開発を実施した「クリスタルウォームプレート」は、当社グループの鳴海製陶(株)が保有する結晶化ガラス透明ヒーターの技術を活用した保温ガラスプレートです。“食事の空間に彩りを与える”演出ができること高い評価を受け、ハイクラスな飲食店やホテルへ販売を開始しています。

WEB YouTubeチャンネル Glasplus igk <https://youtu.be/uBOFI41o4Gs>



## プラスチック容器

ウイストン株式会社



ガラスびんのような透明茶ボトルをシリーズで展開しています

事業内容

グループ会社のウイストン(株)は、長年培ったインジェクションブロー成形などの高い技術力を核とし、健康食品・文具・医薬品・日用品の容器など、多岐にわたるプラスチック製品を生産するとともに、お客さまや社会のニーズに対応した容器開発を行っています。ISO9001 認証を取得し、高品質で安全な製品を製造しています。

TOPICS

脱炭素社会への対応

CO<sub>2</sub>排出量削減に向けて、リサイクルプラスチック原料やバイオプラスチック原料を使った、製品開発を進めています。また設備面では、電力効率の高い設備への更新により、省エネルギー化を進めています。

付加価値製品開発への取り組み

透明ボトル・フロスト調ボトル・加飾キャップなどの高付加価値製品の開発を進めています。

## 陶磁器・産業器材

鳴海製陶株式会社



事業の沿革

- 1946 鳴海製陶(株)創業
- 1975 ボーンチャイナによる本格業務用食器を販売開始
- 2015 石塚硝子(株)が子会社化

事業内容

グループ会社の鳴海製陶(株)は、日本初のボーンチャイナ量産化に成功した陶磁器メーカーです。同社の陶磁器ブランド「NARUMI」は、高品質な業務用トップブランドとしても評価が高く、世界中の一流ホテルやレストランで採用されています。

また、陶磁器製造で培ったコア技術とデザイン力を発展・進化させ、他の事業分野でも活躍しています。IH、ガス調理器用のガラストッププレート、化粧品の容器など、その姿は時代とともにさまざまに変化しています。暮らしのなかにも上質で幸せな時間をつくり、皆さまに笑顔をお届けするブランドとして、これからも歩み続けます。



IHクッキングヒーター用トッププレート

TOPICS

レッド・ドット・デザイン賞(2023)を受賞



人間工学に基づいて設計されたティーポット、モーメント(MOMENT)が、世界三大デザイン賞の一つといわれる「レッド・ドット・デザイン賞(2023)(プロダクトデザイン部門)」を受賞しました。

WEB 特集サイト <https://www.narumi.co.jp/moment/>



国際的なコンテストで最優秀賞を2年連続受賞



食器の国際的な業界誌『テーブルウェアインターナショナル』が主催する、「テーブルウェアインターナショナル・アワード・オブ・エクセレンス2023」で、新商品リッジス(RYDGES)が最優秀賞を受賞しました。

## キャップ

久金属工業株式会社



事業内容

グループ会社の久金属工業(株)は、おもに酒類・飲料びん用のPPキャップや、国内で最初に開発した医薬品用のフリップオフキャップ、スクリューキャップなどを生産しています。1915年の創業以来、日本の金属キャップの草分けとして、徹底した品質管理の下、機能性、安全性、経済性に優れた高品質の製品づくりを目指してあらゆる可能性を追求しています。

TOPICS

責任と品質のHISAマーク



製品には責任と品質の証として、HISAマークが印字されています。



## コーポレート・ガバナンス

### 基本的な考え方

当社は、企業理念で掲げている〈わたしたちの使命〉〈わたしたちのビジョン〉〈わたしたちの約束〉を活動の基本として、経営を推進しています。また、すべてのステークホルダーを重視し、経営の透明性・健全性・遵法性はもとより、適時適切な情報開示を通じて、コーポレート・ガバナンスの強化を経営上の最重要課題の一つとして取り組んでいます。

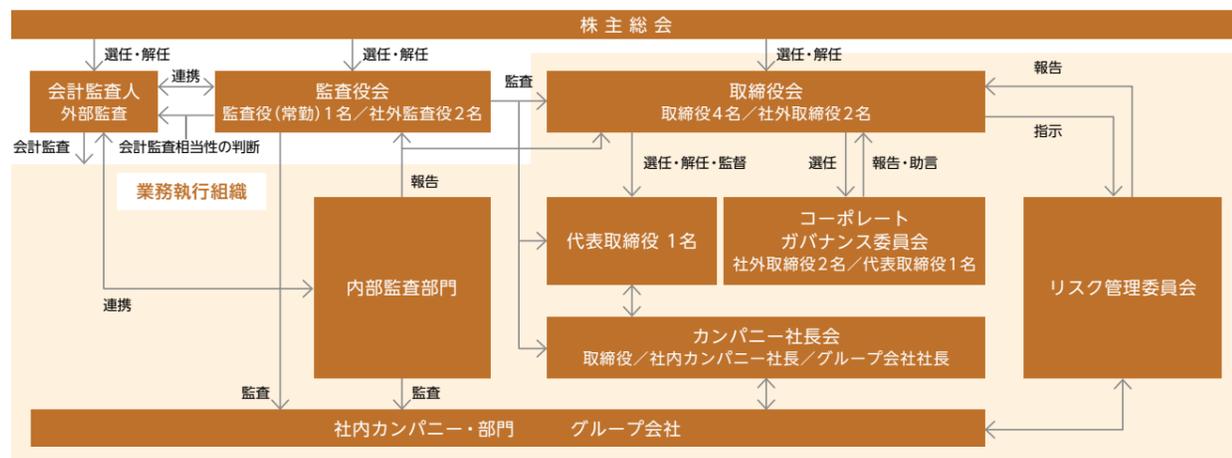
### コーポレート・ガバナンス体制

当社は、「取締役会」「監査役会」「カンパニー社長会」「内部監査」「コーポレートガバナンス委員会」による企業統治の体制を敷いています。この体制により、経営の機動性・透明性・健全性を確保し、社外役員による経営監視機能が有効に働くことで、より適切で効率的な企業統治体制を構築しています。

### 取締役会・監査役会

当社は、監査役会設置会社であり、取締役会と監査役会による業務執行の監督、監視を行う制度を基礎としています。取締役会は、社外取締役2名を含む6名から構成されており、社外監査役2名を含む監査役3名も出席しています。議長は代表取締役が務め、月1回の定例取締役会のほか、必要に応じて臨時の取締役会を開催しています。2022年度には、計15回開催され、各議案に対し活発な意見交換がなされました。監査役会は、監査役3名(内、社外監査役2名)で構成され、内部監査部門、会計監査人と密接な連携を保ちながら監査の実効性を高めています。このような体制の採用により、

コーポレート・ガバナンス体制図(2023年6月16日現在)



取締役会における適切かつ効率的な意思決定が担保され、実効性のある運営を果たしています。

### カンパニー社長会

各カンパニーおよびグループ会社における職務執行状況に関する討議と取締役会で決定された重要事項の伝達を目的に、1カ月に1回カンパニー社長会を開催しています。取締役、執行役員、グループ会社社長を構成メンバーとし、常勤監査役が参加することで監査の実効性も高めています。

### コーポレートガバナンス委員会

2019年3月より、経営の透明性を確保し、取締役会による恣意的な判断を防止するため、社外取締役を議長とするコーポレートガバナンス委員会を設置しました。本委員会は、年2回(3月・5月)開催し、主に取締役の指名に関する事項および取締役の報酬に関する事項の原案等を作成しています。

### 社外取締役の設置

当社は2013年度より、取締役会に独立性・中立性のある社外取締役を置き、経営の透明性と健全性の維持に努めています。2018年6月には経営監督機能の強化を図るため、社外取締役(女性)を新たに選任し、取締役会6名のうち2名を独立社外取締役としました。選任に際しては、経歴や当社との関係を踏まえ、当社経営陣から独立した立場で社外役員としての職務を遂行できる十分な独立性が確保できることを個別に判断し、選定しています。今後もより実効性の高いコーポレート・ガバナンス体制の構築に向けて取り組んでいきます。

## コンプライアンス

### 基本的な考え方

企業理念や当社グループ「コンプライアンス行動規範」に基づき、法令および定款に適合するための体制整備に努めています。また、企業としての社会的責任を果たし、社会からの信頼に応えていくことを目指しています。

▶ WEB ▶ [コンプライアンス行動規範](https://www.ishizuka.co.jp/profile/comp/)  
<https://www.ishizuka.co.jp/profile/comp/>

### コンプライアンス推進体制・活動

コンプライアンス全体を統括する組織として、コンプライアンス委員会を設置し、コンプライアンスに関する重要な事項を審議しています。また、下部組織として事務局を設置し、統括部署として、委員会の運営、遵守状況のチェック総括、教育の推進などの役割業務を果たしています。

コンプライアンス研修は人財開発グループが担当し、2020年度よりオンラインによる研修を夏と冬の2回実施しています。2022年度は、労働時間管理について理解促進に努めたほか、無意識のパワハラや、パワハラに該当するかどうかなどの正しい認識の共有、情報リテラシーでは、ソーシャルエンジニアリング等を発信してきました。

発信はマニュアル共有システムの利用に加え、アーカイブ映像をイントラネットの「いしづか版」で、全社員に向け周知しています。

また、コンプライアンスを身近に感じてもらう取り組みとして、4コマ漫画で見て学ぶ「コンプライアンス便り」を2022年度から定期配信しています。

過去5年コンプライアンス研修一覧

	テーマ	参加対象者
2018年度	基本ルールの遵守	新入社員
2019年度	基本ルールの遵守、パワハラ防止法	全社員
2020年度	コロナ差別、ハラスメント、情報リテラシー ※オンラインによる研修	全社員(グループ会社含む)
2021年度	コンプライアンス、ハラスメント、情報リテラシー ※オンラインによる研修	全社員(グループ会社含む)
2022年度	コンプライアンス、ハラスメント、情報リテラシー ※オンラインによる研修	全社員(グループ会社含む)

### 内部通報制度

当社グループは、職場内で適正な問題解決が図れない場合、相談・通報できる内部通報窓口を設置しています。当社グループ従業員および役員、退職者(退職後1年以内)が対象となり、法令違反行為、企業倫理、社内規定違反などに関して通報できます。通報があった場合は内部通報の担当部署が即座に事実関係を確認し、適切に対応します。是正が必要な内容はコンプライアンス委員会に報告し、是正を図ります。通報は匿名も可能で、通報者に不利益な処遇や処分がないよう運用規定に定めています。

### リスクマネジメント

当社グループにおける経営上の損失リスクの把握と管理を行い、適切な対応とリスク管理の実効性を確保するため、社長を委員長としたリスク管理委員会を設置し、リスクの未然防止、ならびに顕在化したリスクの対応を図っています。リスク管理委員会は、3カ月に1回、社長をはじめとする取締役、監査役、連結子会社社長など、主要メンバー(約20名)により、グループ内で共有すべきリスクについての報告などを行っています

### 情報セキュリティ

当社グループは、業務で使用するすべての情報資産を適切に管理・保護するとともに、サイバー攻撃などの脅威に対応すべく情報セキュリティに関する規定を策定し、グループ全体で対策に取り組んでいます。物理的・技術的・人的安全管理措置の観点からそれぞれセキュリティ対策を講じています。また、テレワークの推進に伴い、監視ソフトを導入し、情報漏洩対策の強化に努めています。

### 個人情報保護の取り組み

当社は、当社業務に関連し、その活動を行うために多くの個人情報を保有するものであるところ、個人情報の保護が重大な責務と考え、情報主体をはじめ広く社会からの信頼を得るために、個人情報保護規程および個人情報保護方針を定め、個人情報の保護に努めています。

▶ WEB ▶ [個人情報保護方針](https://www.ishizuka.co.jp/privacy/)  
<https://www.ishizuka.co.jp/privacy/>

# 人財マネジメント



## 人事制度

### 基本的な考え方

職位や職場ごとに求められるスキルを明確にし、障がいの有無や性別、国籍で差別されることなく、均等な雇用の機会を提供しています。昇格制度(特に管理職への登用)では、外部機関による人事アセスメントを取り入れ、能力・適正を公正に評価しています。全従業員が企業理念にある「誠実」「挑戦」「成長」に向かえるよう、人事制度の改定を進めています。

石塚硝子グループ従業員データ (名)

		2020年度	2021年度	2022年度
単体	男性	616	527	381
	女性		69	76
国内外グループ	男性	1,459	1,071	1,100
	女性		351	310
合計		2,075	2,018	1,867

※臨時従業員(パートなど)は除く  
 ※2022年度は姫路工場閉鎖に伴う退職者が出たため、単体の従業員数が減りました

▶ WEB ▶ 従業員に関するデータ: ESGデータ(社会/Social)  
<https://www.ishizuka.co.jp/csr/esg-data>

## 人財育成

### 基本的な考え方

当社グループは、従業員一人ひとりが能力を発揮し、やりがいを持って業務に取り組めるよう、階層や職位、能力の発展段階に合わせた教育訓練体系を策定しています。また、次世代を担う人財を育成強化するため、若手・中堅社員には経営的視点を養う研修をスタートさせました。個人の成長、ひいては組織の成長につながる人財育成を推進していきます。

### 新入社員研修

これまで研修期間は1カ月としていましたが、2023年度からは入社1年間は「新入社員」として、社会人に必要な「社会人基礎力」を身に付けるための研修や、自己の成長を発表する「アウトプット報告会」などを実施し、1年間にわたってサポートしていきます。

### 技能研修センター

技能の継承は、OJTを基本とした技能訓練を展開し、「現場力の強化」に取り組んでいます。また、人財不足になりがちな電気設備技術者の育成を目的に、電気基礎教育を1年かけて行うプログラムを実施しています。2023年度からは現場のデジタル化に対応するため、パソコン教室を開講し、基本操作から学べる機会を設けています。

## 教育訓練体系

当社は階層に応じて必要な教育訓練を体系化し、人事諸制度の総合的な運用を図りながら個人別の教育計画を定め、社会にその力を還元できる人財育成に努めています。

教育訓練体系図

階層	資格等級	階層別研修 階層別に求める能力・スキルの醸成	生産部門	テーマ別研修 役職者や全従業員に求める行動	スキルアップ(自己啓発) ビジネススキルのアップおよび資格取得などの支援	社外研修
管理職層	E-4					
	E-3	〈フォローアップ研修〉				
	E-2	新任管理者研修 〈ステップアップ研修〉 キャリア開発研修		考課者研修 メンタルヘルス研修 コンプライアンス研修 人権研修など テーママップ活動活性化研修	通信教育(eラーニングライブラリー)	各種講習会・研修会
指導・専門職層	E-1	新任初級管理者研修 任用アセスメント研修				
	G/P-6	G/P-6 等級昇格者研修 総合職(Gコース) 中堅社員研修	技能訓練制度 電気基礎研修 監督者安全衛生教育			
	G/P-5	G/P-5 等級昇格者研修 総合職(Gコース) 若手社員研修				
	G/P-4	G/P-4 等級昇格者研修 総合職(Gコース) 新入社員研修				
担当職層	3	社会人基礎力				
	2					
	1	技能職(Pコース) 新入社員研修 (技能研修センター)	技能研修センター			

## 教育に関する研修時間

2022年度、人財開発グループが主催した階層別研修の延べ時間は、1,925時間、当社従業員一人当たりの研修時間は6.5時間でした。

## 若手・中堅社員向けの研修

### 戦略リーダー研修

2022年度より、50歳未満の中堅社員を対象に、次世代幹部を育成する戦略リーダー研修を開始しました。年間6回、各2日間の集合研修を実施し、外部講師による講義や経営層との対話、将来を見据えたテーマ討議など、経営的視点を身につけていきます。2022年度に17名が修了し、2023年度・2024年度で40名が受講する計画です。

## 技能職モノづくり研修

2018年度から始まった技能職モノづくり研修は外部講師とともに石塚硝子グループの各工場を巡り、5Sや標準化をベースに改善を行い、安全性、品質、生産性を高めるプロジェクトです。2022年度までに延べ79名が参加しました。2023年度は、デジタル化の推進をテーマとして14名が参加する計画です。

技能職モノづくり研修受講者数 (名)

	2020年度	2021年度	2022年度
受講者数	18	14	15

## ダイバーシティの推進

### 女性活躍の推進

当社は、女性の活躍を推進するため、2021年4月から2026年3月までの行動計画を策定しました。課題を明確にし、環境整備に取り組み、目標達成を目指していきます。

女性活躍推進のための行動計画(単体)

計画期間：2021年4月1日～2026年3月31日

課題	目標	取り組み	実施期間	2022年度進捗
・管理職および係長級に占める女性割合が低い	1. 女性の管理職(E2等級)を2倍以上にする	女性社員を対象として管理職に関するヒアリングを実施する	2021年10月～	実施済み
		ヒアリング結果を踏まえ、管理職を目指す環境整備、働き方改革またキャリア研修等検討する	2022年10月～	継続中
・管理職を目指している女性が少ない	2. 総合職採用者に占める女性比率を30%以上とし、各職種に積極配置する	上記の実施計画を作成し、実施する	2023年10月～	予定通り実施
		新卒採用活動において女性の幅広い配置を計画し、採用比率を高める(以降継続)	2021年4月～	実施済み
・労働者に占める女性労働者の割合が低い	3. 年次有給休暇の取得日数を、1人当たり平均年間12日以上とする	「夏季有給休暇」は予定表の掲示、取得状況のとりまとめ等により取得を促進する	2021年4月～	実施済み

## 定年延長

当社は60歳定年制を廃止し、2020年度から65歳定年制を導入しています。

週間程度の体験期間を設けています。また、例年、特別支援学校との連携による積極的な採用を進めています。

## 障がい者雇用

当社は、障がいのある方を採用する際は長期間安心して働けるよう業務内容や職場環境を詳細に伝え、入社前に1～2

障がい者雇用率(単体)

	2020年度	2021年度	2022年度
障がい者雇用率	2.4	2.6	2.2

※各年度3月20日時点  
 ※2022年度は姫路工場閉鎖に伴う退職者が出たため、雇用率が下がりました

## Voice

チームメンバーの皆が高いパフォーマンスを発揮できるよう部署全体のモチベーション向上に努めています

入社以来、デザイナーとしてガラス食器の企画開発やブランディングに携わり、その経験を活かして、1年前に管理職になりました。めまぐるしい市場の変化に合わせ、「付加価値の高い商品」をどこでどのように販売していく

か、といった新たな課題に直面しています。この変化に対応するため、チーム全体の力を結集し日々の業務に取り組んでいます。特に企画グループには、さまざまなバックグラウンドやアイデアを持つメンバーがいます。そのため、メンバーが自由にアイデアを出し合い、積極的に意見を交換できる環境づくりが重要だと考えています。今後も、チーム全体が成長し続けられるような組織を目指します。



ハウスウェアカンパニー 市販部 企画グループ リーダー  
 松尾 桃子

## ワークライフバランス

従業員が仕事とプライベートを両立し、能力を最大限に発揮できるよう「働きやすい職場環境づくり」に努めています。育児・介護休業制度などによる子育て世代・親族への支援に加え、健康に配慮した「ノー残業デー」の遵守徹底や、各種制度の整備・拡充に努め、ワークライフバランスの向上に取り組んでいます。

### 制度の利用状況(育児・介護/有給休暇)および残業時間

		2020年度		2021年度		2022年度	
		単体	グループ	単体	グループ	単体	グループ
育児・介護休業利用数(名) ※( )内は育児休業利用数	男性	0	0	1	2	10	1
	女性	13	9	9	5	6	7
	合計	13	9	10	7	16	8
平均年間有給休暇取得日数(日)		9.0	9.1	12.4	10.0	14.4	11.6
有給休暇取得率*1*2(%)		50.3	—	67.6	—	73.3	—
月平均残業時間数*(1人当たり/時間)		5.1	7.0	5.0	7.6	4.0	7.3

※各社の臨時従業員(パートなど)は除く  
\*1 三重ナルミ(株)、海外グループを除く \*2 2年間の発生日数に対する取得日の比率

### 育児・介護に関する休暇・休業制度

育児休業 (および育児短時間勤務)制度	1歳未満の子を育児する者を対象とした休業制度(1年半、2年に延長可能)
	3歳未満の子を養育する者に対する育児短時間勤務制度(原則6時間に時短)
	小学校3年生終了時までの子を養育する者に対する育児短時間勤務制度(原則6時間に時短)
子の看護休暇制度	小学校就学前の子を看護する者に対する休暇制度(年次有給休暇とは別に5日/年・1人 10日/年・2人以上、時間単位の取得可能)
介護休業 (および休暇)制度	要介護状態にある家族等を介護する者に対する休業制度(被介護者1人につき要介護状態に到るごとに通算93日) 上記の同者に対する休暇制度(年次有給休暇とは別に5日/年・1人 10日/年・2人以上、時間単位の取得可能)

## 健康経営

### 健康増進の取り組み

当社は、従業員と家族の健康維持・増進のため、石塚硝子健康保険組合が中心となって疾病予防強化に取り組んでいます。

2022年度は、定期健康診断時に腹部エコー検査を導入し、健診内容のレベルアップを図りました。また、禁煙に踏み切れない従業員に対しては、管理栄養士による3カ月間の禁煙サポートを実施しました。

当組合は、2023年4月に認可を受け鳴海製陶健康保険組合と合併しました。合併によりスケールメリットの享受が各事業で期待され、多角的な健康増進の取り組みの実施が可能となります。

### 2022年度の主な取り組み

- 25歳以上の被扶養者を対象に定期健診結果を解説したマイヘルスレポートを無料配布
- 食事を撮影してカロリー管理ができるスマホアプリ「カコムル」の年間利用開始
- 定期健康診断の結果、二次検査が必要な従業員に対し受診勧奨通知を開始

### 特定検診および特定保健指導実施率 (%)

	目標値	2020年度	2021年度	2022年度
特定健診受診率	90%以上	97.8	97.8	98.8
特定保健指導実施率	55%以上	89.5	95.1	92.1

### メンタルヘルスケア取り組み

当社は年に1回ストレスチェックを実施しています。ストレスチェックの結果は職場集団分析を行い、懸念が示された部門には注意喚起や情報提供を継続的に行っています。分析結果の数値は良化傾向にあり、懸念のある部門はごくわずかとなっています。また、すべての従業員が利用できる外部機関と連携した「こころの健康相談窓口」を設置しています。専門家によるカウンセリングを電話または面接で悩みを相談できる環境を整備しています。2022年度は精神科が専門の産業医を選任し、必要に応じてメンタル不調者との面談の実施や継続的な助言が受けられるようにしました。

### グループ会社の取り組み

#### 鳴海製陶(株)

2022年度は、禁煙キャンペーンをはじめ、健康意識調査や血管年齢測定、けんぼと共同で健康ウォーキングなどを行い、従業員の健康維持・増進を図りました。その結果、前年度に続き、健康経営優良法人(中小規模法人部門)の認定を受けました。

#### 石塚王子ペーパーパッケージング(株)

福岡工場では、従業員全員を対象に乳酸菌飲料を1日1本を継続して摂取することにより、腸内環境の改善運動を展開しています。年に3回のインジカン尿検査を実施し、尿の老廃物の濃度に改善が確認されています。

## 労働安全衛生

### 基本的な考え方

当社グループでは、全ての従業員が安全で健康的に働けるよう労働災害のない職場環境づくりに努めています。ISO45001に則り、安全基本行動の徹底はもちろんのこと、リスクアセスメントを行うことで潜在的なリスクを洗い出し、リスクを低減して労働災害の未然防止に取り組んでいます。

### 安全衛生管理体制

当社グループは、執行役員が委員長を務める中央安全衛生委員会の下、各工場およびグループ会社が主体的に活動を展開しています。中央安全衛生委員会は各工場およびグループ会社の安全責任者が参加し、年2回開催されます。テーマは半期ごとの災害状況の確認・分析、各工場・グループ会社の取り組みを確認しています。各工場・グループ会社の取り組みは、安全事務局で構成される中央スタッフ会議(年2回開催)であらかじめ取りまとめ、中央安全衛生委員会に報告しています。

#### 安全衛生管理体制



### 労働災害防止の取り組み

職場の安全化に向けてはリスクアセスメントに力を入れ、危険源の抽出を的確にするための評価シートの改訂やリスク評価の適正化教育などに取り組み、リスクアセスメントの的確な運用により職場のリスク低減に取り組んでいます。岩倉工場では、過去の事故を教訓として、危険個所の抽出と改善、協力会社とともに安全パトロールを行うなど職域を越えた協働活動を継続実施し、事故の再発防止に努めています。

### 労働災害発生状況

2022年度は当社および国内グループ会社で15件の労働災害が発生しました。特に国内グループは前年度より不労災害が6件増加しており、原因はグループ各社それぞれの事情に起因しますが、中央安全衛生委員会、中央スタッフ会議を通じてそれぞれの原因を分析し情報交換しながら対策を講じ

てきています。今後も各社が連携して労働災害撲滅を目指し取り組んでいきます。

### 労働災害発生件数 (件)

	2020年度		2021年度		2022年度	
	休業災害	不労災害	休業災害	不労災害	休業災害	不労災害
単体	3	4	0	1	1	3
国内グループ	2	7	2	3	2	9
合計	5	11	2	4	3	12

### 休業災害発生度数率



### 安全教育

当社は、労働災害を未然に防止するため以下の項目について教育を行っています。フォークリフトや保護具の販売会社などから講師のご協力を仰ぎ、専門的見地からの研修により作業者の安全衛生意識、専門的知見の向上を図っています。

- 1 新入社員安全教育
- 2 交通安全講話
- 3 安全大会
- 4 フォークリフト作業安全運転講習
- 5 粉じん作業教育



安全大会



救護訓練(AED取扱訓練)

### グループ会社の取り組み

#### 石塚王子ペーパーパッケージング(株)

##### 安全パトロールのデジタル化を導入

AppSheetでアプリを開発し、安全パトロールの結果を携帯端末で管理しています。各部署・安全衛生委員は、アプリで進捗状況を確認し対応すると同時に、即時に情報共有することで、スピード感をもった改善につなげています。

# 研究開発・新規事業



## 研究開発

### 基本的な考え方

「くらしに豊かさと安心をお届けします」をキーワードに以下の3つの方針を掲げ、研究・開発と新規事業創出に取り組んでいます。

1. 抗菌・抗ウイルス・消臭剤事業の最大化
2. 既存製品・固有技術発の「コト消費」事業
3. 新技術によって社会が必要とする事業を創出

ガラス素材の新たな用途として抗菌剤、抗ウイルス剤、消臭剤を開発しており、コロナ禍においては抗ウイルス関連製品の世界規模での需要が高まりました。新型コロナウイルスの猛威は、いったん落ち着きを見せていますが、今後も継続して抗菌・抗ウイルス・消臭剤関連の新素材・ガラスの用途開発を進めていきます。当社は抗菌試験所を設置し、他企業からの試験受託ができる体制を整え、他企業の研究開発の一助となりながら、持続可能な社会への貢献に取り組めます。

## 新規事業開発

### 基本的な考え方

社会の利益に資する新事業創出が大命題と考え、そのときどきの社会課題解決につながる新事業創出に取り組んでいます(下表参照)。

これまでテーブルウェアレンタルサービス、ガラス家電プロダクト、消臭ガラスを使ったオーラルケア商品など、社会ニーズを睨んだ新サービス・製品を実現してきました。2023年度からは新たに名古屋芸術大学との産学連携プロジェクトとして、ガラスの価値の再発見に取り組み、新事業創出に取り組んでいきます。

### 新事業創出活動の領域変遷

2018年~	外部コミュニティとのオープンイノベーション
2020年~	ベンチャー企業との協業
2022年~	グループ会社を交えた次世代ビジネス構築プロジェクトを開始
2023年~	産学連携プロジェクトを開始

# サプライチェーン



### 基本的な考え方

当社はコンプライアンス行動規範に定める通り、あらゆる法令やルールを厳格に遵守し、社会的規範に反することのない、誠実かつ公正な企業活動を通じて社会から信頼される企業を目指しています。サプライチェーンにおいても「グリーン調達方針」にのっとり、製品の品質や安全性や環境面に配慮した持続可能な調達を推進しています。

## 原材料の調達リスク管理

サプライチェーンマネジメントの一貫として、特に海外調達する原材料は、政治的紛争などの地政学上のリスクに対して、納期・価格・品質への影響など、原材料の調達にまつわるリスク管理に努めています。

国内調達比率は、PETレジンで国産再生レジンの利用拡大により20%から27%へ、紙容器原紙は国産原紙の利用拡大により10%から35%に増加しました。

### 各容器素材の主原料の調達国・地域



※ 2021年度はカレットを除く主原料(珪砂、石灰石、ソーダ灰)と副原料を含んでいましたが、2022年度からカレットを除く主原料のみに算定方法を変更しました。これに合わせ2021年度の実績値を修正しています。

# 品質



### 基本的な考え方

当社は企業理念のなかで、くらしに彩り、豊かさと安心をお届けすることを使命としています。その根拠を支えるのは「品質」と考え、各カンパニーおよびグループ会社が品質の向上・改善に取り組んでいます。

## 品質管理体制

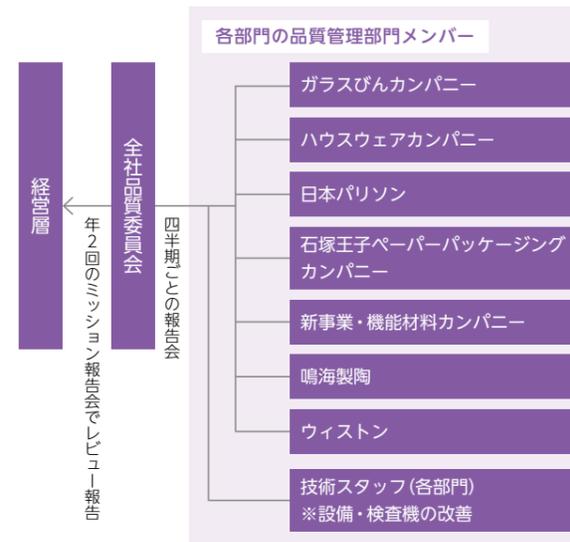
当社グループは、各カンパニーおよびグループ会社ごとに品質保証と管理体制を施しています。事業部門およびグループ会社は毎月開催されるカンパニー社長会のなかで経営層と品質状況を共有しています。

あわせて、全生産拠点は品質マネジメントシステム(ISO9001)、ガラスびん・PETボトル用プリフォーム・紙容器を製造する事業部門およびグループ会社は、食品安全マネジメントシステム(FSSC22000)を運用することで継続的な改善に努めています。これらの取り組みによって、石塚硝子グループ全体の品質を維持しています。

こうした事業部門ごとの縦割りの品質管理体制に加え、当社グループとして全体の品質レベルを向上させ顧客満足度を上げるための横断的な組織として、全社品質委員会を設けています。

全社品質委員会は全社で品質課題を共有し、各事業部門の品質保証・管理体制の再整備と管理レベルの向上を図るとともに、当社グループ全体で品質情報を共有し、各事業部門の品質目標の達成に向けた支援を行うことを目的としています。

### 全社品質委員会の体系



## 2022年度の取り組み

2021年度のクレーム傾向分析を行った結果、人的なミスに起因するクレームが多いことが明らかになりました。2022年度はこの結果をもとに全社品質委員会で議論し、特にクレームが多かった異物混入の予防策を講じました。まず人的ミスを防止するため作業に問題がないかチェックシートを作成し問題点を明らかにしたうえで、カンパニー間での相互監査を実施し、アドバイスや指摘を受けながら各カンパニーで改善策を検討しました。ハウスウェアカンパニーでは、このセルフチェックシートを参考にして、製造委託先の監査ルールを策定するという成果が生まれました。

## 品質向上の取り組み事例

### ガラスびん

2022年度の品質クレーム件数は目標対比の63%に低減でき、品質改善の進展が見られました。なお、外注委託生産が増えることを見込まれることから製造委託先との品質情報交換や技術支援を強化しています。

### ハウスウェア(ガラス食器)

異物が付着した製品の流出防止のために、既存の口部、および底部検査機を改良し、検出精度の向上を図りました。さらに新タイプの胴外観検査機の導入を進めています。

### 紙容器

印刷・打抜工程を経て貼合せ工程では、シール箇所への異物の噛み込みによる不良をゼロとするため、シーラー設備では原紙と接触する部品の素材変更を行うとともに、異物噛み込みを検出する新たな検査機の導入を進めています。

### PETボトル用プリフォーム

飲料メーカー主要顧客によるサプライヤー評価において、2022年度も高評価をいただいています。引き続き品質アクションプラン(品質情報、設備管理、工程管理、環境管理、変化変更管理、顧客情報管理)の運用を図り、品質クレームに対しては迅速な情報共有と適切な処置に努めています。

## 社会との関わり

### 岩倉市総合体育館のネーミングライツを取得 アデリア総合体育文化センターとして地域に貢献

本社所在地（愛知県岩倉市）にある岩倉市総合文化センターは、成人式やいわくら市民ふれ愛まつりなど、多くの地域行事で利用される地元住民のシンボリックな施設です。当社は同施設のネーミングライツ（命名権）を取得し、2023年4月1日から5年間、食器ブランド「アデリア」を施設名に冠した「アデリア総合体育文化センター」として運営されことになりました。今後も行政と一体となり地域社会の発展に貢献していきます。



外壁にアデリアのブランド名がつけられ「アデリア総合体育文化センター」に



ネーミングライツ付与契約締結式：岩倉市長と石塚社長（向かって右）

### 愛知県市長会が岩倉工場を視察

2022年10月4日、岩倉工場において愛知県市長会による工場視察を受け入れました。愛知県知事や県下の各市市長が来社され、ガラスびん製造工程に沿った作業説明とショールームで当社の製品について説明を行いました。



ガラスびん製造工程の見学

### グループ会社の主な取り組み

#### 鳴海製陶(株)

##### ・食器を通じた子育て支援

2012年から子ども食器の売り上げの一部を、認定NPO法人フローレンスに寄付を継続しています。

##### ・ピンクリボン運動\*支援

2012年から「フェリシータ!」シリーズの売り上げの一部を認定NPO法人乳房健康研究会に寄付を継続しています。

##### \*乳がんの早期発見・治療を目指す啓発運動

##### ・名古屋フランス料理研究会活動

フランス料理の技術向上を目指して食文化の高揚に努めることを目的とする研究会で、1982年発足以来、事務局として活動を支援しました。

詳しくは鳴海製陶のホームページ内「社会の課題解決に取り組み、食文化発展に貢献を」で紹介しています。

##### WEB

鳴海製陶「社会の課題解決に取り組み、食文化発展に貢献を」  
[https://www.narumi.co.jp/sustainable-development/sustainable\\_02/](https://www.narumi.co.jp/sustainable-development/sustainable_02/)



#### 久金属工業(株)

本社工場が「国登録有形文化財」に登録されています。近代以降の工業化とともに発展・拡大してきた大阪の市街地形成史を理解するうえでも重要な建築物として、2022年11月に大阪市教育委員会主催の見学会が開催され、約100名の市民参加がありました。

##### WEB 本社屋舎の紹介

<https://www.hisakinzoku.co.jp/structure/>



#### 北洋硝子(株)

青森の海を守る活動を推進するプロジェクト「CHANGE FOR THE BLUE in 青森県」\*に賛同し、青森県が実施する海岸漂着物の発生抑制対策事業に対して、共同で開発したコラボレーション商品「津軽びいどろ あおもりの海 盃セット」の収益の一部を運営団体に寄付しました。さらに2023年3月からはコラボレーション商品の第二弾として「あおもりの海 風鈴」を発売しました。



\*日本財団「海と日本プロジェクト」の一環として、海と日本プロジェクトin青森県実行委員会が運営しています

##### WEB 商品紹介サイト

<https://tsugaruvidro.jp/item/pickup/pickup040.html>



### 特集「津軽びいどろ」北洋硝子(株)

郷土の伝統工芸品で青森県を活性化

## 津軽びいどろ

「四季を感じるハンドメイドガラス」をコンセプトにした色彩豊かな美しさが特徴の「津軽びいどろ」。

いまでは青森県を代表する伝統工芸品となりましたが、創業は色も形もシンプルな漁具である浮玉製造からでした。



### 津軽びいどろのはじまり

実際に使われていた浮玉



### 漁業用の浮玉から伝統工芸品へ

「津軽びいどろ」を製造する北洋硝子(株)は、青森県名産のホタテ養殖の目印となるガラス製のウキ(浮玉)を職人たちの宙吹き技法で製造する会社でした。その高い品質が評価され、一時期は浮玉のトップメーカーになりましたが、安価に大量生産できるプラスチック製にその座を奪われてしまいます。廃業するガラス工場が多くあるなか、浮玉製造で培った宙吹き技法を活用し花びんやコップなど普段使いできる工芸品へ事業を転換しました。その後、石塚硝子グループの一員となり量産のノウハウを活かしながら、手づくりのよさを活かした色鮮やかな「津軽びいどろ」を生み出してきました。

また、漁師の高齢化による廃業で捨て場に困っていたガラス製の浮玉を北洋硝子(株)が直接回収し、製品の素材として再利用して職人の技術で誕生した「DOUBLE F -UKIDAMA EDITION-」シリーズも2023年に発売しています。この浮玉のアップサイクルは北洋硝子(株)の新しい取り組みとして今後も発展させていきます。



「DOUBLE F -UKIDAMA EDITION-」シリーズ

### 津軽びいどろのこれから

### 津軽びいどろを通じて地元・青森県の魅力を世界に発信していきます

縁あって出身地である青森の伝統工芸品「津軽びいどろ」ブランド初のオフィシャルショップ立ち上げという、またない機会に関わることができました。「日々の暮らしに彩りを。グラスにうつる、日本の四季」というショップコンセプトのもと、青森をはじめとする日本の原風景を思い浮かべながら普段使いしていただける津軽びいどろの魅力に余すことなく伝えるべく、カタログのほぼ全商品を取り扱っています。また、青森県内の酒蔵と酒器を共同開発するなど、新商品展開にも取り組みを広げ、津軽びいどろを軸に故郷青森の魅力を世界に発信していきたいと考えています。



津軽びいどろ 東京ミッドタウン八重洲店 店長 井筒 栄吉

### 津軽びいどろの歴史

1949年	漁業用の浮玉製造会社として創業
1973年	品質の高さが評判を呼び国内生産高トップに
1970年代半ば	プラスチック製浮玉が主流に。浮玉製造で培った技術で花びんやコップの製造へ応用
1977年	デザインを凝らしたさまざまな津軽びいどろが誕生
1996年	津軽びいどろが青森県の伝統工芸品「第一号」に認定
2023年	東京ミッドタウン八重洲に直営ショップをオープン
2023年	浮玉のアップサイクル製品となる「DOUBLE F -UKIDAMA EDITION-」シリーズの販売開始

# 環境マネジメント



## 方針

当社は、限りある地球資源を有効に利用し、省資源・省エネルギーに配慮した事業活動を行うため、エネルギー管理基本方針および行動指針、ならびにISO統合マネジメント方針を定めています。

### 石塚硝子株式会社 エネルギー管理基本方針

#### 【基本方針】

エネルギー多消費型事業を抱える当社は、エネルギーの効率的な使用に向けた持続的な取り組みが不可欠である。技術的かつ経済的に可能な範囲でエネルギーの使用の合理化に取り組み、エネルギー起源による温室効果ガスの排出削減に努めるとともに、環境配慮設計に留意しながら循環型社会にふさわしい製品を提供する。

WEB エネルギー管理基本方針  
<https://www.ishizuka.co.jp/csr/environment>

### 2023年度ISO統合マネジメント方針

当社グループの脱炭素貢献を拾い出して、着実な推進を図る。

## 環境法令遵守状況

各工場はISO統合マネジメントで定めた手順に従い、関連法令に定める要件の履行と遵守に努めるとともに、内部監査を通じてその有効性を確認しています。

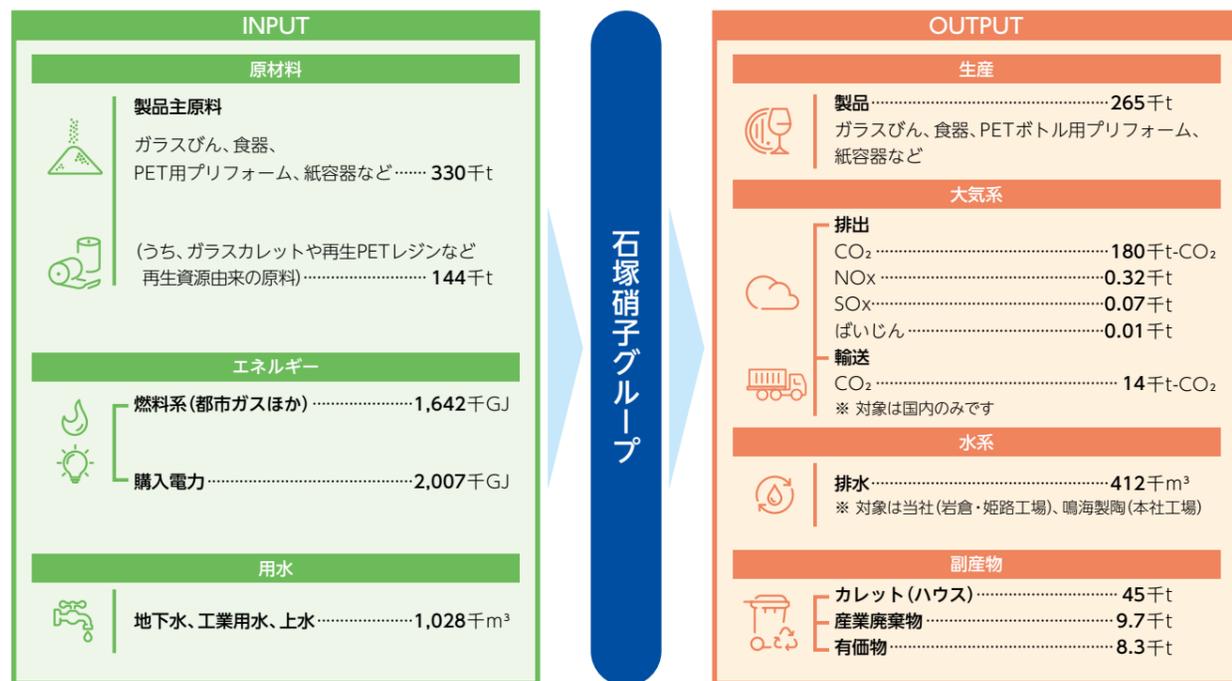
2022年度、当社グループは、環境関連法規制などの違反はありませんでした。

## 環境教育

「ISHIZUKA GROUP 2030」に掲げる目標を達成するために、従業員のサステナビリティに関する基礎知識の底上げが必要です。2022年7月にはグループ全社を対象に、外部講師を招き「近年のサステナビリティのトレンド」についてセミナーを開催しました。(ウェブ配信の視聴を含め計130名が参加)

また、長期ビジョンで掲げたCO<sub>2</sub>排出量削減の目標達成に向け、目標認識や課題とSBT認定などの内容で、当社の脱炭素ワーキンググループが主導する社内セミナーを定期的で開催しています。2022年度は8月以降、事業部門別に順次実施しました。

## 2022年度マテリアルバランス



# 気候変動への対応



## 新たなCO<sub>2</sub>排出量削減目標でSBT認定取得

当社グループは、「ISHIZUKA GROUP 2030」の重点ポイントの一つに「環境と調和した持続可能な未来社会への貢献」を掲げ、2030年度にCO<sub>2</sub>排出量を2015年度比で50%削減する目標を定めました。2023年6月に基準年度を2020年度に変更し「2030年度CO<sub>2</sub>排出量をScope1+2

で50%削減、Scope3で25%削減」と新たに目標を設定し、SBTの認定を受けました。

今後は削減目標達成のためのロードマップに沿って、当社グループ全体で、省エネ・省資源の推進、再生可能エネルギーの調達、リサイクルへの取り組みを強化していきます。

新目標(SBT認定取得)

2030年度CO<sub>2</sub>排出量 **Scope1+2 50%削減**(2020年度比) **Scope3 25%削減**(2020年度比)

中期経営計画の進捗 「ISHIZUKA GROUP 2030」に向けて ▶ P.09

## エネルギー使用量とCO<sub>2</sub>排出量(Scope1+2)

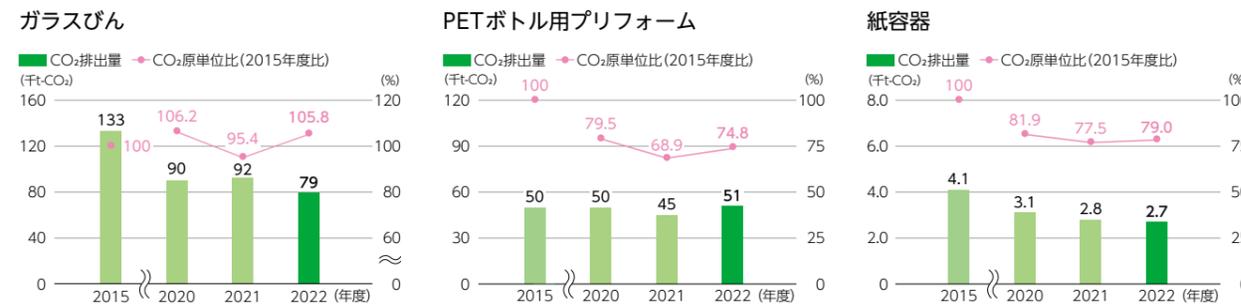
2022年度の総エネルギー使用量は、当社グループ全体で3,649千GJ(前年度比5.3%減)となりました。2022年12月に姫路工場のガラスびん生産を停止したことで都市ガス使用量が減少しました。なお、日本パルソン(株)東京工場は、2022年7月から購入電力の一部に非化石証書による再生可能エネルギー電力を導入しています。

当社グループのCO<sub>2</sub>排出量(Scope1,2)は、180千t-CO<sub>2</sub>(前年度比2.7%減)となりました。一部の電力会社のCO<sub>2</sub>排出係数が上昇した影響もあり、CO<sub>2</sub>排出量の減少はエネルギー総量の減少幅よりも小さくなりました。

※ 2020年度よりグループ会社の海外生産拠点であるPT. NARUMI INDONESIAを含めています



## 主要製品のCO<sub>2</sub>排出量実績



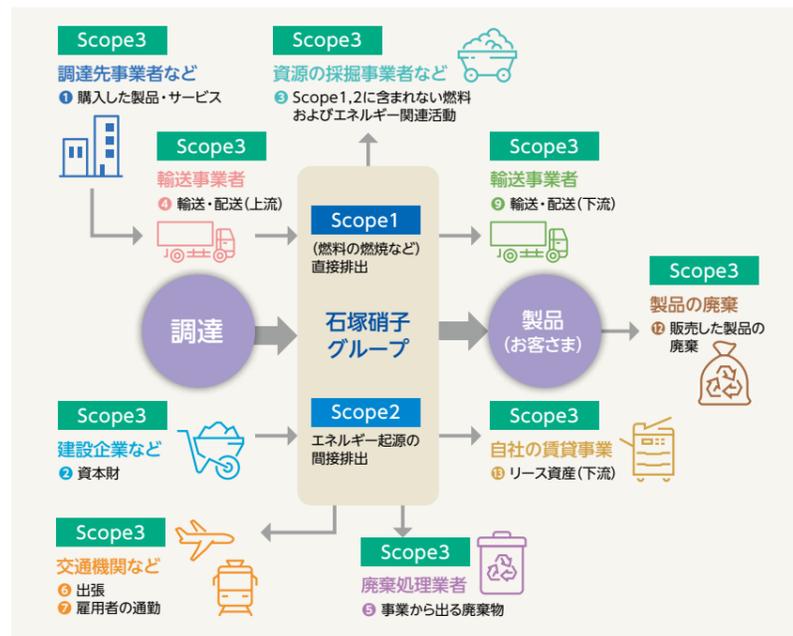
## 生産プロセス改善によるCO<sub>2</sub>排出量削減の主な取り組み

カンパニー・グループ会社	取り組み内容
石塚硝子 ・ガラスびんカンパニー ・ハウスウェアカンパニー ほか	<b>省エネ</b> ガラス容器事業では大きな省エネ効果を狙い、溶解炉の大規模補修と生産ラインの合理化を進めています。食器事業では2022年度末に溶解炉の冷修と合わせ、生産ラインの統廃合を実施しました。びん事業では2024年度下期に溶解炉のエネルギー最適化設計および冷修実施など、合理化に向けた生産設備の検討を進めています。このほか生産工程全体の見直しや成形工程での加熱設備改善、エアーリーク(漏れ)検出器を活用したコンプレッサーエアー削減などに取り組んでいます。目標値は2022年～2024年度の3か年で、総エネルギー200千GJ(10千t-CO <sub>2</sub> 相当)の削減を掲げています。2022年度は4千GJの省エネ効果となりました。
日本パリソン	<b>再エネ導入、省エネ</b> 2022年7月から東京工場の購入電力の一部に非化石証書による再生可能エネルギー電力を導入し、3,000t-CO <sub>2</sub> を削減しました。今後も継続して再エネ導入比率を高めていきます。また生産ラインの空調設備に付加する制御装置を導入し150t-CO <sub>2</sub> を削減しました。今後も水平展開を計画しています。
石塚王子ペーパーパッケージング 福岡工場	<b>省エネ、工程改善</b> 冷却水循環ポンプの設備改善や、エアーリーク(漏れ)検出器の活用でコンプレッサーエアーを削減し約40t-CO <sub>2</sub> の削減となりました。2022年5月にフレキ印刷からオフセット印刷に完全移行したことで、印刷後の乾燥熱源に使用していたLPGが不要となりCO <sub>2</sub> 排出量削減につながりました。また印版や現像液も不要となり環境負荷低減に寄与しています。
鳴海製陶	<b>省エネ、工程改善</b> 食器事業では、乾燥や焼成工程の省エネルギーに取り組んでいます。2022年度はインドネシア工場、絵付け工程の改善や焼成炉の廃熱利用などが成果を生み、107t-CO <sub>2</sub> の削減につながりました。また、原料調達から製造過程、販売店への配達までに排出されるCO <sub>2</sub> を相殺する「カーボンパス」を付与した商品群の拡大に取り組んでいます。詳細は以下の鳴海製陶のWebサイトを参照してください。  ▶▶ WEB ▶▶ 地球環境にやさしい企業であり続けるために <a href="https://www.narumi.co.jp/sustainable-development/sustainable_01/">https://www.narumi.co.jp/sustainable-development/sustainable_01/</a>

## Scope3の算出

石塚硝子グループでは、事業活動がおよぼす環境影響を把握すべく、2017年度よりサプライチェーン全体における温室効果ガス(GHG)「Scope3」の算定を行っています。サプライチェーンにおけるCO<sub>2</sub>排出量を見る化することで、温室効果ガスの継続的な削減に努めています。

### Scope3の排出フロー



※ 排出原単位は、環境省「サプライチェーンを通じた組織の温室効果ガス排出等の算定のための排出原単位データベースVer.3.3」、産総研「IDEA Ver.3.3」(Inventory Database for Environmental Analysis)などを利用しています。

### 2022年度CO<sub>2</sub>排出量およびScope別内訳

Scope・カテゴリ (当社グループおよびPT. NARUMI INDONESIA)	排出量 (千t-CO <sub>2</sub> )
Scope1	94.9
Scope2	84.9
Scope3	452.1
カテゴリ1	367.4
カテゴリ2	18.6
カテゴリ3	36.2
カテゴリ4	14.4
カテゴリ5	0.6
カテゴリ6	0.4
カテゴリ7	1.1
カテゴリ9	1.8
カテゴリ12	11.1
カテゴリ13	0.7
合計	632.0 千t-CO <sub>2</sub>

## 資源循環の取り組み

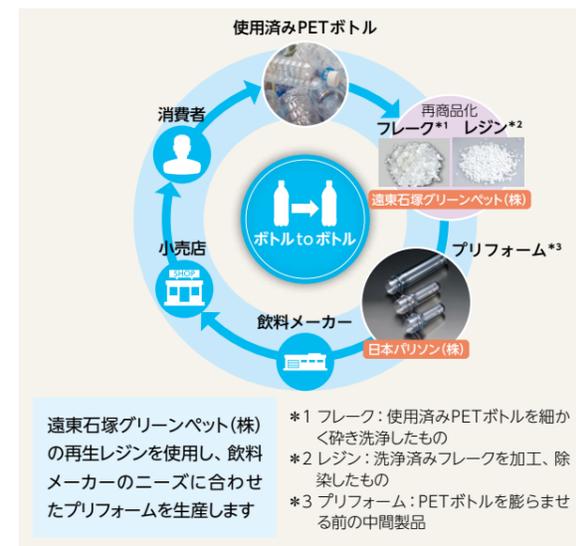


### 再生PETボトルの需要増への対応

石塚硝子グループ内では、ボトルtoボトルのバリューチェーンにおいて、使用済みPETボトルからPETボトル用プリフォームまでを一貫生産できる体制を整えています。再生PETレジン<sup>1</sup>の製造では世界トップクラスの除染工程を持つ遠東石塚グリーンペット(株)が生産し、日本パリソン(株)が、お客さまのニーズに合わせてさまざまな使用比率のプ

リフォームを製造しています。再生PETレジン<sup>2</sup>は、海洋プラスチック問題や気候変動対応のツールとして、今後も需要増加が見込まれています。当社グループでは需要増加に対応すべく、遠東石塚グリーンペット(株)は2023年度、日本パリソン(株)は2024年度、ともに姫路新工場の稼働を予定しています。

### ボトルtoボトル



### 再生レジン使用率

再生レジンを使用したプリフォームは2015年より生産を開始しており、その使用率は年々増加しています。再生レジンの使用率は、2015年度が3%に対して2022年度は39%となりました。重量ベースで比較すると再生レジンの使用量は約18倍(2015年度比)になっています。

### PETボトル用プリフォームの再生レジン使用量比と使用率



### ガラスびんの3R

ガラスびんの3Rとは、軽量化(Reduce)、繰り返し使うリターナブルびん(Reuse)、使用済みガラスびんを回収してつくられるカレット原料の再利用(Recycle)です。2022年度は、おもに容量300mlの酒類用びん5アイテムを約10%軽量化し、当社が提供する既存のびんの軽量化は2010年から累計で28アイテムとなりました。カレット

利用は、1工場体制への編成と生産品種の構成変化の影響もあり、利用率63%(前年度比5.4%減)となりました。ガラスびんの3Rに関する情報は以下の関連団体のウェブサイトで紹介しています。

▶▶ WEB ▶▶ 日本ガラスびん協会 <https://glassbottle.org/>  
▶▶ WEB ▶▶ ガラスびん3R促進協議会 <https://www.glass-3r.jp/>

### Topic 石塚王子ペーパーパッケージング(株)「サステナブルな給食トレイ」でゼロ・ウェイストに挑戦

石塚王子ペーパーパッケージング(株)はきせき株式会社をはじめとする複数企業\*と協働で、繰り返しリサイクル可能なセルローズ繊維強化プラスチック製給食トレイの開発に取り組んでいます。2022年10月から6か月間、日本ではじめてゼロ・ウェイスト宣言を行った徳島県上勝町の小学校で実証実験を行い、給食トレイの使い勝手や劣化の有無の評価をしました。今後も資源循環に貢献できる取り組みを推進していきます。

\* きせき株式会社ほか、三信化工株式会社、株式会社生産日本社、日本テトラパック株式会社、古河電気工業株式会社

▶▶ WEB ▶▶ 上勝町 給食トレイの実証実験(ニュースリリース) <http://www.kamikatsu.jp/docs/2022102000014/>



**Topic** 卵殻廃棄物の再資源化への取り組みが「2023愛知環境賞」で優秀賞受賞

当社は、愛知県が主催する「2023 愛知環境賞」において、廃棄される卵殻をガラス原料へ再利用する取り組みが評価され、「優秀賞」を受賞しました。

卵の加工工場で廃棄されていた卵殻をガラスのカルシウム原料の代替として使用する業界初のビジネスモデルを構築し、ガラス製造時の天然資源投入量を削減したことは、サーキュラーエコノミーへの転換による循環型社会の形成に大きく貢献するものと評価されました。

引き続き検討を行い、卵殻の利用率向上を進めています。

▶ WEB ▶ 愛知環境賞  
<https://aichi-shigen-junkan.jp/kankyoushou/award/detail/245>



原料に卵殻を使用したガラス食器

## 汚染の防止と管理



### 化学物質管理

当社では、取り扱う原材料や諸資材についてのSDS(安全データシート)を管理・共有し、健康被害へのリスク管理や、環境汚染防止に努めています。

無機系ガラス抗菌剤「イオンピュア」を製造・販売する新事業・機能材料カンパニーでは、海外の化学物質規制に対応するための専門部門を設けるなど、グローバルな管理体制を構築しています。米国のEPA(米国環境保護庁)、FDA(米国食品医薬品局)などの認証を取得しているほか、欧州のBPR(EU殺生物性製品規則)への対応に取り組んでいます。

### 土壌汚染対策

岩倉工場の土壌汚染(2021年10月公表)は敷地外への汚染拡散の恐れはありませんが、引き続きのモニタリングによる維持監視を継続しております。

姫路工場については、土地改変エリアで新たに土壌基準値超過を確認したことから姫路市に報告しました。汚染の拡散の恐れはありませんが、引き続き適切に対応していきます。

▶ WEB ▶ 当社所有地(兵庫県姫路市)における土壌調査結果について  
<https://www.ishizuka.co.jp/2022/11/07/2392>

**Topic** ESG融資による資金調達  
 サステナブルファイナンスを利用した資金調達

• サステナビリティ・リンク・ローン締結((株)滋賀銀行、ならびに(株)中京銀行)

長期ビジョン「ISHIZUKA GROUP 2030」において「環境と調和した持続可能な未来社会への貢献」で掲げた「CO<sub>2</sub>排出量の削減目標」を事業挑戦目標(サステナビリティ・パフォーマンス・ターゲット=SPTs)に設定し、サステナビリティ・リンク・ローンとしての適合性とSPTsの合理性について、株式会社しがぎん経済文化センター、R&I(株式会社格付投資情報センター)から、それぞれにセカンドオピニオンを取得しています。

▶ WEB ▶ 滋賀銀行リリース  
<https://www.shigagin.com/news/topix/2719>

▶ WEB ▶ 中京銀行リリース  
<https://www.chukyo-bank.co.jp/showimage/pdf?fileNo=1318>

• 「DBJ環境格付」に基づく融資((株)日本政策投資銀行)

「DBJ環境格付」に関わるスクリーニング結果による総合評価は、「環境への配慮に対する取り組みが先進的」という格付を取得しました。

▶ WEB ▶ 日本政策投資銀行リリース  
[https://www.dbj.jp/topics/dbj\\_news/2022/html/20230131\\_204153.html](https://www.dbj.jp/topics/dbj_news/2022/html/20230131_204153.html)

2022年度 サイト別データ

項目	単位	岩倉工場サイト [日本パルソン (株)含む]*1	東京工場サイト [日本パルソン (株)含む]*2	姫路工場 サイト	石塚王子ペーパー パッケージング(株) 福岡工場サイト	ウイストーン (株)	久金属工業 (株) [大阪・滋賀]*3	北洋硝子 (株)	鳴海製陶 (株) [グループ]*4	各支店・ 営業所	計	
エネルギー	総エネルギー	千GJ	1,754.9	849.7	645.2	65.2	51.8	7.0	32.0	238.8	4.6	3,649
CO <sub>2</sub>	排出量	千t-CO <sub>2</sub>	89.0	36.1	34.1	2.7	2.1	0.3	2.0	13.4	0.2	180
用水	総使用量	千m <sup>3</sup>	658.6	108.2	129.4	8.6	8.3	0.9	5.8	108.3	—	1,028
廃棄物	副産物等 排出量*5	t	2,103	1,303	1,303	3,535	220	178	223	821	—	9,687
	副産物 有効利用量	t	1,858	1,301	1,210	3,529	220	176	3	31	—	8,329
	有効利用率	%	88	100	93	100	100	99	2	4	—	86
ばい煙	ばいじん	t	12.0	0	0.6	0	0	<0.1	<0.1	0.1	—	13
	SOx	t	59.8	0	2.4	0	0	0.1	1.6	0.8	—	65
	NOx	t	241.3	0	77.4	0	0	0.1	0.9	1.6	—	321

\*1 岩倉工場サイトは、日本パルソン(株)岩倉工場分を含むサイト全体の実績値です  
 \*2 東京工場サイトは、日本パルソン(株)東京工場分を含むサイト全体の実績値です  
 \*3 久金属工業(株)は、大阪本社工場分と滋賀工場分を合計した実績値です  
 \*4 鳴海製陶(株)の算定範囲は本社工場および各支店・営業所です(ただし、エネルギー・CO<sub>2</sub>・廃棄物の集計は三重ナルミ(株)およびPT.NARUMI INDONESIAを含む)  
 \*5 副産物等排出量は一般廃棄物およびハウスカレット発生量を除いています

▶ WEB ▶ 環境に関するデータ: ESGデータ(環境/Environment)  
<https://www.ishizuka.co.jp/csr/esg-data>

独立第三者の保証報告書



独立第三者の保証報告書

2023年10月13日

石塚硝子株式会社  
 代表取締役 社長執行役員 石塚 久継 殿

株式会社サステナビリティ会計事務所  
 代表取締役 福島隆史

1.目的  
 当社は、石塚硝子株式会社(以下、「会社」という)からの委嘱に基づき、「サステナビリティレポート2023」掲載の2022年度会社国内グループにPT.NARUMI INDONESIAを加えた範囲におけるスコープ1 CO<sub>2</sub>排出量: 94.9千t-CO<sub>2</sub>、スコープ2 CO<sub>2</sub>排出量: 84.9千t-CO<sub>2</sub>、スコープ3 CO<sub>2</sub>排出量(カテゴリ 1,2,3,4,5,6,7,9,12,13計): 452千t-CO<sub>2</sub>、ガラスびん CO<sub>2</sub>排出量: 79千t-CO<sub>2</sub>、PETボトル用プリフォーム CO<sub>2</sub>排出量: 51千t-CO<sub>2</sub>、紙容器 CO<sub>2</sub>排出量: 2.7千t-CO<sub>2</sub>に対して限定的保証業務を実施した。本保証業務の目的は、CO<sub>2</sub>排出量が、会社の定める算定方針に従って算定されているかについて保証手続を実施し、その結論を表明することにある。CO<sub>2</sub>排出量は会社の責任のもとに算定されており、当社の責任は独立の立場から結論を表明することにある。

2.保証手続  
 当社は、国際保証業務基準 ISAE3000 ならびに ISAE3410 に準拠して本保証業務を実施した。  
 当社の実施した保証手続の概要は以下のとおりである。  
 ・算定方針について担当者への質問  
 ・算定方針の検討  
 ・算定方針に従って CO<sub>2</sub>排出量が算定されているか、試査により入手した証拠との照合並びに再計算の実施

3.結論  
 当社が実施した保証手続の結果、CO<sub>2</sub>排出量が会社の定める算定方針に従って算定されていないと認められる重要な事項は発見されなかった。

会社と当社との間に特別な利害関係はない。

以上