2024年度中期経営計画の総括と2027年度中期経営計画の策定

3

2027年度CO2排出量(Scope1+2)30%削減 (2020年度対比)

VOICE カンパニーを超えた協力体制で実効性あるCO₂排出量削減



2030年度目標(Scope1+2: 50%削減、Scope3:25%削減 (2020年度比))を踏まえ、2027 年度にScope1+2で30%削減と いう2030年目標の達成には必須 のマイルストーンを設定しました。 2024年度の実績は単年度の成果 もあり、基準年比33%削減となり ましたが、今後もこの水準が続く

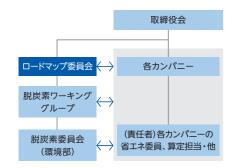
訳ではなく、2027年度、2030年度目標達成にはさらなる取 り組みが必要と認識しています。

前中計(2022年度~2024年度)では各事業一律の削減率目標

を設定していましたが、カンパニー(事業部)ごとにCO2排出量 削減の難易度も異なり進捗の違いが出てきました。そこで、お互 いの事業間でCO2削減量を補完する仕組みを構築すべく、横串 の「ロードマップ委員会」を組織しました。委員会のメンバーは 「各カンパニー内の脱炭素を牽引でき、かつ上層部にも進言でき る」人財を選任し、それぞれが事業部視点からグループ全体へと 視座を高め、お互い補完しながら実効性の高い取り組みを進めて いきます。また、これまで環境部主導の脱炭素推進体制から徐々 にカンパニー主体へ移行することにより、脱炭素の取り組みを受 け身から主体的にポジティブに捉え、ビジネスチャンスにつなげ られるマインドへの転換を図っていきます。

石塚硝子株式会社 環境部 環境グループリーダー 中島 剛

ロードマップ委員会体制図









削減ロードマップ



ペーパーレス化の推進・アナログ作業からの脱却(ラクの追及)

石塚硝子におけるDXの取り組みは、①古い慣習からの脱却(これまでの常識を変えよう)から始まり、②デジタル化の推進(でき ることから始めよう)に進み、③ラクの追及(余力を生み出そう)というステップをひとつの標準モデルと考えています。その結果、 従業員が新しい業務に挑戦する機会が増えることを期待しています。

石塚硝子グループのサステナブル経営

中期経営計画の基盤となるサステナブル経営の考え方と社会に提供する価値

石塚硝子グループは、「企業の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、企業価値向上と社会に貢献できる企業を目指しています。中期経営計画は、そうした サステナブル経営の考え方を基盤に策定され、石塚硝子グループの指針となっています。

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



事業の利益目標の達成

利用

販売

新規事業の創出 (a) ・ブランディングによるコン シューマー市場開拓(ADERIA、

津軽びいどろ、NARUMI)

- 脱炭素に向けたモノづくりの実践 サーキュラーエコノミーの実現
- ・ 信頼される製品の提供 社会利益に資する製品。 サービスの提供 製品・サービスを通じた

社会価値

- - 地域活性化への貢献
- 挑戦できる人財の育成 女性活躍・ダイバーシティの
- 職場環境の改善と健康経営 の推進

人的資本価値

リサイクル 再牛PFTボトル 事業活動と • ガラスびんリサイクル

サステナビリティ

研究開発·設計·商品企画

CO₂排出量削減

調達 持続可能な調達

物流

- ・エネルギー転換(再エネの導入) - 生産拠点の合理化 製造工程の合理化
- 資本 財務・非財務

事業基盤 ガバナンス・コンプライアンス

事業における重要課題 社会課題を背景としたサプライチェーン上の要求対応

• 既存事業の効率化 • 新事業創出

ブランディングによる事業価値向上

安定した財務基盤の確保

- ・ 気候変動対応や資源循環型製品・サービスへの要求 人権デューデリジェンスへの要求
- 従業員の成長と雇用環境の改善 デジタル化(DX)の推進

労働力確保と従業員の働きがい向上

ISHIZUKA GLASS Sustainability Report 2025