



FUJIYA SUSTAINABILITY REPORT 2025

不二家サステナビリティレポート



株式会社 不二家

〒112-0012 東京都文京区大塚2-15-6
ウェブサイト <https://www.fujiya-peko.co.jp/>

お問い合わせについて
お便りの場合：〒112-0012 東京都文京区大塚2-15-6 株式会社不二家 広報IR部
Eメールの場合：不二家ウェブサイト内のお問い合わせ専用フォームをご利用ください。



笑顔がつくる こころあたたまる世界

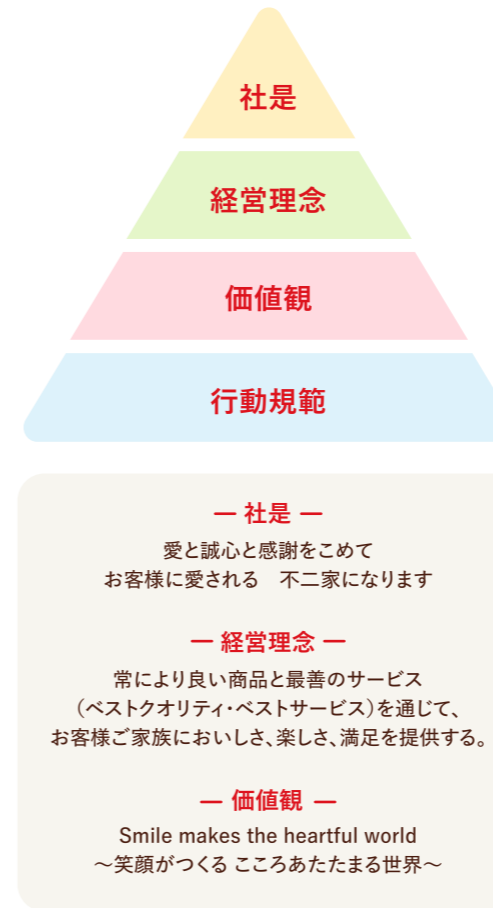
SMILE MAKES THE HEARTFUL WORLD

不二家がお客様に提供している価値、それは「おいしい×たのしい×こころの豊かさ」
「ひとりで食べておいしい!」そんなひと時から「みんなで囲んでたのしい!」幸せいっぱい時間まで
不二家はお客様の笑顔、こころあたたまる絆や記憶を提供してきました。

モノからコトへ コトからココロへ

不二家はこれからもひとりの笑顔を社会に繋ぎ、そこから生まれる笑顔の連鎖によって、
タガイ(互い・違い)を思いやり大切にする、こころあたたまる世界を実現します。

不二家の企業理念



CONTENTS

不二家とは

- 01 不二家の価値観
- 02 企業理念・目次・編集方針
- 03 不二家のあゆみ
- 05 不二家について
- 07 非財務ハイライト

トップメッセージ

- 09 トップメッセージ

不二家のサステナビリティ経営

- 13 不二家の価値創造プロセス
- 15 不二家が目指すサステナビリティ経営
- 17 地球環境保全に対する配慮
- 23 事業活動における人権の尊重
- 26 従業員の健康向上・労働環境改善と
公平な処遇 (人的資本活動報告)
- 33 地域社会との共存・共栄・調和

経営基盤

- 42 コーポレート・ガバナンス

企業情報

- 47 会社の概要

編集方針

不二家では、すべてのステークホルダーの皆様へ、サステナビリティ方針に基づいた中長期的な企業価値向上への活動をご理解いただくことを目的に、2024年よりサステナビリティレポートを発行しています。方針の柱である「環境」「人権」「従業員」「地域社会」の4つのテーマを軸に、それぞれの具体的な取り組みを報告しています。本レポートを通じて、当社の価値創造に向けた活動をご理解いただければ幸いです。

報告対象範囲

原則として不二家単体を報告範囲としています。
期間:2024年1月～2024年12月

発行日

2025年6月

不二家とは

OUR HISTORY

不二家のあゆみ

お菓子を通じて「ワクワク」を届けてきた不二家の歴史を、転機となった出来事とロングセラー商品で振り返ります。

FOUNDER'S THOUGHTS

時代を超えて今も息づく 創業者 藤井林右衛門の「想い」

不二家(ふじや)という屋号は、1910年(明治43年)、創業者・藤井林右衛門(ふじい りんえもん)が、外国人居留地に近い横浜・元町に、小さな洋菓子店を開いたときに名づけられました。自身の「藤井」姓や、外国人にも良く知られた日本一の山である「富士山」(不二山)になむとともに、「不二」という言葉には「**二つとない存在でありたい**」という、25歳の林右衛門の願いと気概が込められていました。当時横浜でも珍しかった洋菓子の将来性を見込み、林右衛門が切り開いた不二家の歴史はまさに二つとないものでした。

良質な材料を使っているながら価格は手頃。「**常によりよい製品、サービス「お客あつてのわれわれだ**」。口下手だった林右衛門が珍しく言い切ってはばからないことでした。戦前戦後を通して、常に新しいことに挑戦を続け、不二家は日本中をときめかせるような事業を次々と展開しました。

林右衛門が送り出した不二家のお菓子は、今も団らんやお祝いの席にのびります。二つとない存在でありたい。洋菓子を日本に広めたい。**お菓子で世の中を幸せにしたい**。明治の青年の夢は、100年を越えて今も脈々と不二家の中に息づいているのです。



ふじい りんえもん
藤井林右衛門
(1885-1968)



東京の不二家の店舗(1930年頃)



©新聞コレクション

1910 創業

不二家の歴史は横浜・元町第1号店から始まります。当時、横浜で在留外国人が増加する状況に注目した林右衛門が洋菓子店を開業。西洋人の家庭を一軒一軒まわり試食してもらいながら販路を広げました。

1922 ショートケーキ発売

横浜・伊勢佐木町に2号店を開業。この年に発売したのが「ショートケーキ」です。アメリカ式のビスケット風生地のショートケーキを、フランスの技術を取り入れながら日本人向けにアレンジ。カステラ風のスポンジケーキに生クリームを飾りました。



※画像は現在の「プレミアムショートケーキ」



※画像は1959年頃のもの

1935 「ハートチョコレート」発売

1950 ペコちゃん誕生

ペコちゃんは、2代目社長・藤井誠司のアイデアから誕生しました。ある日、日劇の舞台上に登場した張り子の動物を見て「ああいう張り子を店頭には置けば、道行く人の目を引くのではないかとひらめいたのです。銀座6丁目店に設置して以来、ペコちゃんは日本中の街角に立ち続けています。



©川原コレクション



「ペコちゃん」と「ポコちゃん」が描かれたパッケージ
※画像は1959年頃のもの

1951 「ミルキー」発売

第二次世界大戦後、唯一焼け残ったボイラーで水アメと練乳の製造を開始。林右衛門はこの2つで「栄養価が高く、母親が安心して与えられるお菓子」の開発に着手します。丸2年もの試行錯誤の末、乳味豊かな味を実現した「ミルキー」が発売されました。

1954 「ポップキャンディ」発売

※画像は1960年頃のもの



1962 「ルック」発売

1963 フランチャイズ第1号 京都伏見店開店

日本で先駆けてフランチャイズ・システム「不二家ファミリー・チェーン」を導入し、5年で全国100店舗を達成。以来、着実に加盟店を増加させ、1982年には日本フランチャイズチェーン協会から通商産業大臣賞を受賞しました。



1968 「ホームパイ」発売



1964 「ネクター」発売



1975 「レモンスカッシュ」発売

※画像は1978年頃のもの

1984 「カントリーマアム」発売

当時アメリカで流行していたソフトクッキーに着想を得て、「アメリカの田舎のお母さんが、子どものために手作りしたようなクッキー」をイメージして開発されました。

1994 「ペコちゃんのほっぺ」発売



2020 「カントリーマアム チョコまみれ」発売

チョコクッキー+チョコチップ+チョコ掛けの、チョコにまみれたカントリーマアム。2022年、日本食糧新聞社「第40回食品ヒット大賞」にて優秀ヒット賞を受賞。



現在 不二家のこれから

「お菓子で世の中を幸せにしたい」という創業者の想いは不二家の原点であり、「幸せな記憶」「愛される喜び」「人と人との繋がり」を商品やサービスで提供し続けられるよう、常に進化を続けています。2023年に刷新した不二家洋菓子店のVI(ビジュアルアイデンティティ)は、「2024年グッドデザイン賞」を受賞し、「グッドデザイン・ベスト100」にも選出されました。これからも「もっとおいしく。もっとたのしく。」を訴求し、お客様に、従業員に、社会に「ワクワク」を届けてまいります。



新ロゴ「スマイルマーク」

不二家年表

- 1910 藤井林右衛門が横浜・元町に洋菓子店を開店
- 1922 ショートケーキ発売
- 1930 合名会社不二家設立(出資金10万円)
- 1935 ハートチョコレート発売
- 1938 株式会社第二不二家設立(資本金20万円)
- 合名会社不二家を合併(資本金60万円)
- 株式会社第二不二家の商号を、株式会社不二家と改称
- 1950 ペコちゃん誕生
- 1951 ミルキー発売
- ペコちゃんのボーイフレンドとしてポコちゃん誕生
- 1954 ポップキャンディ発売
- 1962 東京、大阪、名古屋の各証券取引所市場第二部に株式上場
- ルックチョコレート発売
- 不二家乳業株式会社設立

- 1963 フランチャイズ第1号店 京都伏見店開店
- 1964 ネクター発売
- 1965 東京、大阪、名古屋の各証券取引市場第一部に株式上場
- 1968 ホームパイ発売
- 1972 株式会社不二家東北(旧:山交フードサービス)設立
- 1973 株式会社不二家システムセンター設立
- 1974 不二家サンヨー株式会社設立
- 1975 レモンスカッシュ発売
- 1978 株式会社不二家フードサービス(旧:ロードサイドレストラン)設立
- 1984 カントリーマアム発売
- 1989 アンパンマン商品シリーズ発売
- 株式会社ダロワイヨジャパン設立
- 1994 ペコちゃんのほっぺ発売
- 1998 ペコちゃん・ポコちゃんの人形が立体商標として特許庁より認められる

- 1999 ミニミニペコちゃん発売
- 2003 不二家ファミリー文化研究所設立
- 2004 不二家(杭州)食品有限公司設立
- 2007 消費期限切れ原料使用に端を発する一連の問題により、生産・販売がほぼ停止する
- AIBフードセーフティの取り組み開始
- 山崎製パン株式会社と業務資本提携を締結し、停止していた生産・販売が再開される
- 2008 「不二家食品安全の日」制定
- 本店所在地を東京都文京区に変更する
- 新たな第三者割当増資により、山崎製パン株式会社の子会社となる
- 不二家創業100周年
- 2010 株式会社スイートガーデンの株式を取得(子会社化)
- 2014 株式会社スイートガーデンの株式を取得(子会社化)
- 2018 銀座数寄屋橋の不二家広告塔を映像が流れる「ペコちゃんビジョン」にリニューアル

- 2019 不二家サンヨー株式会社が不二家飲料果実株式会社へ社名変更
- 2020 カントリーマアムチョコまみれ発売
- 公益財団法人日本将棋連盟とともに、将棋タイトル戦「叡王戦」を主催
- 株式会社スイートガーデンが株式会社不二家神戸へ社名変更
- 株式会社不二家フードサービスを吸収合併
- 株式会社不二家東北を吸収合併
- 2022 東証一部からプライム市場へ移行
- 不二家飲料果実株式会社が株式会社不二家福島へ社名変更
- 不二家ベトナム設立
- 2023 冷凍スイーツ自動販売機「FUJIYA CAKE's STAND」設置開始
- 不二家洋菓子店の店舗ロゴを刷新し新VIによりブランドリニューアル
- 2024 株式会社不二家福島を吸収合併
- ペコちゃんmilkyドーナツ開店

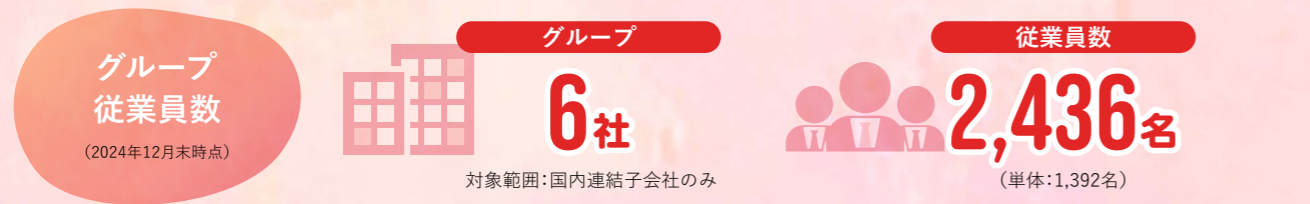
不他家とは

AT A GLANCE 不他家について

不他家は、1910年に横浜元町に小さな洋菓子店として創業以来、「お菓子で世の中を幸せにしたい」という創業者の想いから洋菓子店舗の拡大とともに、全国に洋菓子文化を広めてきました。また、1950年にペコちゃん誕生、翌1951年にミルクィを発売したことをきっかけに、卸売事業にも本格的に参入しました。

現在、不他家グループは主に洋菓子事業、外食事業、製菓事業、飲料事業、海外事業を展開しています。洋菓子事業は、国内で洋菓子チェーン店の運営をしているほか、洋菓子をスーパー・コンビニエンスや外食企業などに卸すなど、販路を拡大しています。製菓事業はペコちゃんでおなじみの「ミルクィ」やチョコレートの「ルック」、「カントリーマアム」など、多くのロングセラー商品を販売しています。また、海外においては中国子会社が現地での菓子の製造販売を行っているほか、2025年にはベトナムで新工場が稼働するなど、海外事業の拡大を進めています。

数字で見る不他家



不他家の事業

売上高構成比

- 洋菓子事業: 22.5%
- レストラン事業: 5.6%
- 製菓事業: 64.8%
- 飲料事業: 4.0%
- その他: 3.1%

※海外事業売上は製菓事業に含まれます

飲料事業

「ネクター」「レモンスカッシュ」などの個性ある、缶、PETボトル、チルド飲料の卸売を行っています。2025年12月より、当社富士裾野工場内に建設中の天然水ボトルリング工場が稼働し、新たに天然水市場に参入します。

洋菓子事業

明治時代から100年以上続く不他家創業の事業です。「ショートケーキ」「シュークリーム」「ペコちゃんのほっぺ」などの洋菓子の製造販売と不他家洋菓子店などの運営を行っています。日常のおやつからお誕生日のお祝いのケーキ、ギフト菓子とさまざまなシーンを彩る商品を手がけています。

製菓事業

「ミルクィ」「ルック」「カントリーマアム」「ホームパイ」「チョコまみれ」に代表されるキャンディやチョコレート、クッキーなどのお菓子の製造、卸売を行っています。多くのロングセラーブランドやヒット商品を持ち、幅広い販売チャネルで小さなお子様から大人まで多くのお客様に愛される商品を届けています。

レストラン事業

洋菓子のテイクアウトを併設したファミリー向けレストラン「不他家レストラン」を中心に、「アンパンマンレストラン」「アンパンマン&ペコズキッチン」、宮崎牛専門店の鉄板焼き業態「銀座みやちく」など、複数の業態を運営しています。

海外事業

中国

不他家(杭州)食品有限公司

2004年に現地法人を設立。中国国内にて主力のポップキャンディのほか、焼菓子、グミなどの製造・販売を行っています。

ベトナム

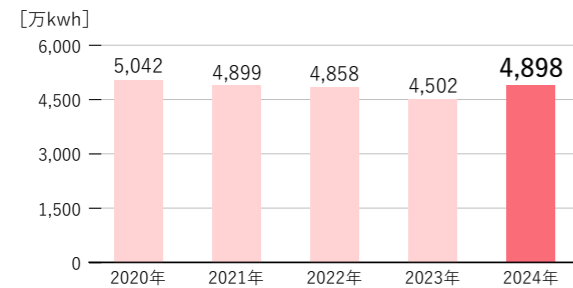
不他家ベトナム CO., LTD.

2022年に現地法人を設立。2025年10月より、現地にて新工場が稼働予定。現在は、日本国内で製造した焼菓子を輸入し、販売しています。

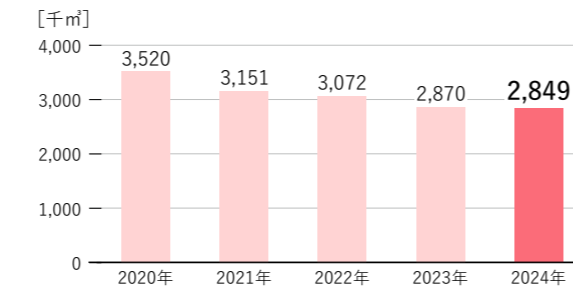
NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS 非財務ハイライト

環境データ

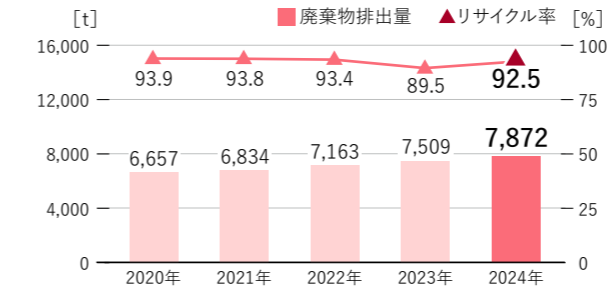
● 電気使用量※1



● 都市ガス使用量※1



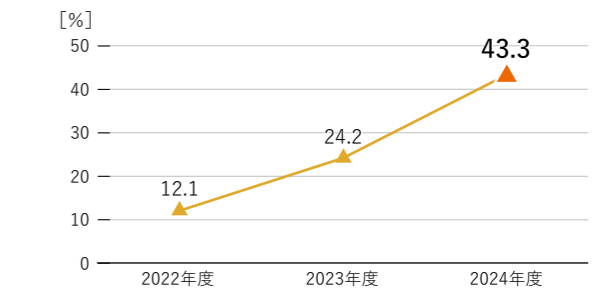
● 廃棄物排出量・リサイクル率



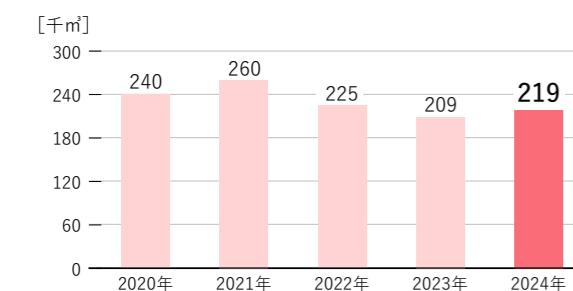
社会データ

持続可能な調達

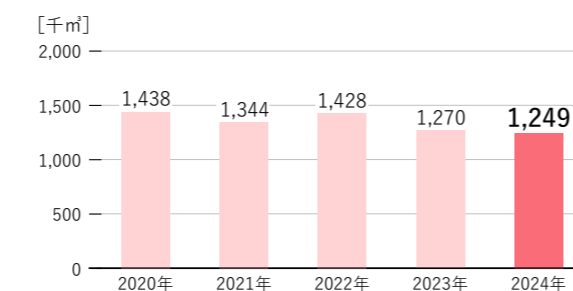
● ガーナ産カカオ豆のサステナブル調達



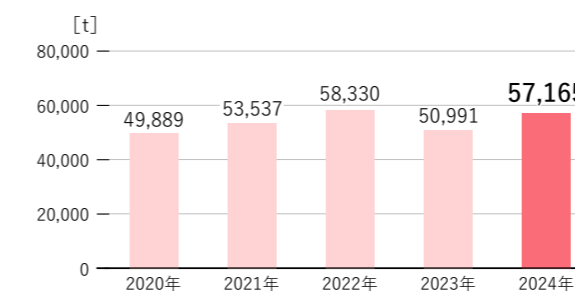
● LPガス使用量※1



● 水資源使用量※1

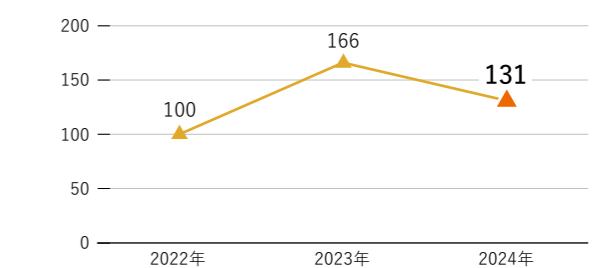


● 製品生産量※2

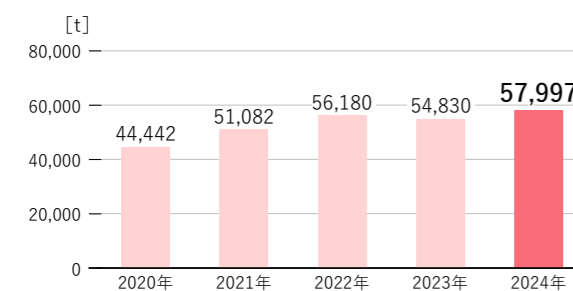


人的資本経営

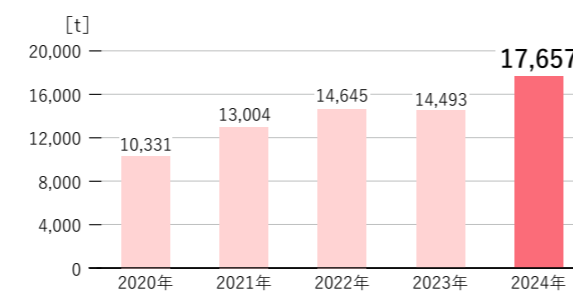
● 研修費用(2022年度を100とした場合)



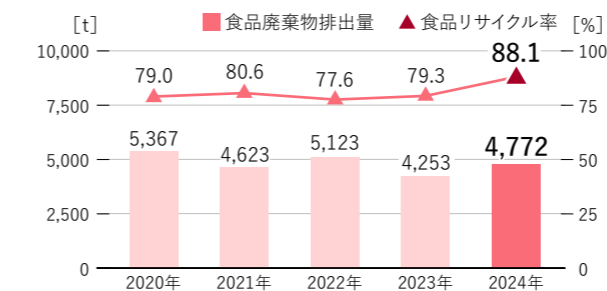
● 原材料投入量※2



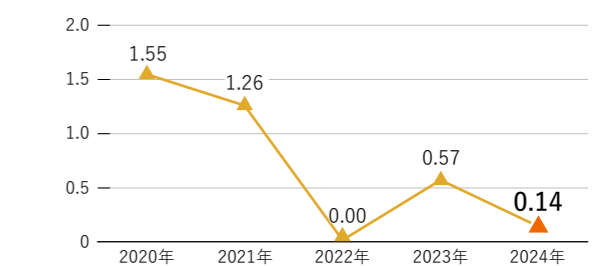
● 包装資材投入量※2



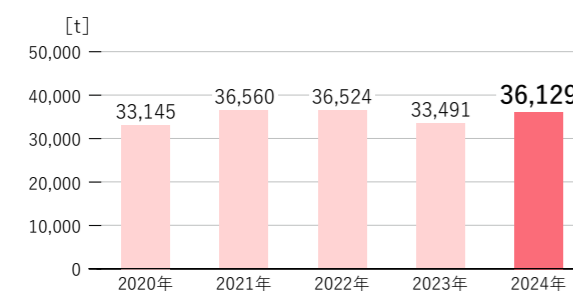
● 食品廃棄物排出量・食品リサイクル率



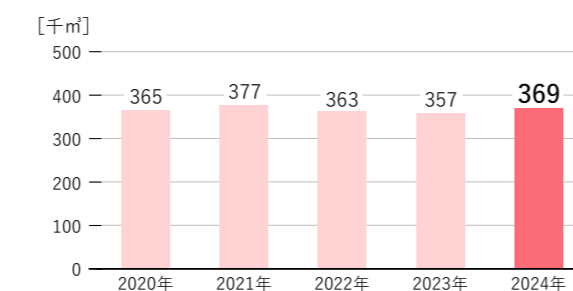
● 労働災害率(度数率)(人/百万時間)



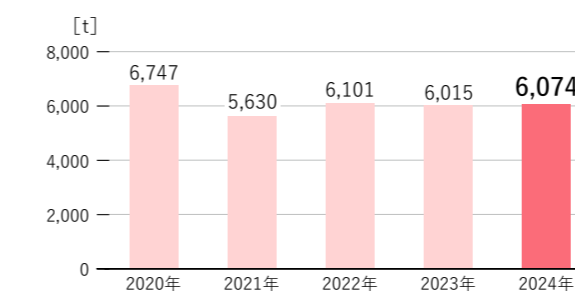
● CO2排出量(Scope 1・2)



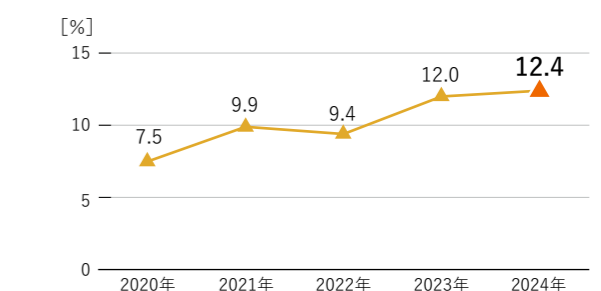
● 処理水の排出量※1



● 販売製品の容器包装量



● 管理職における女性比率



※1 対象10工場:埼玉工場、野木工場、泉佐野工場、吉野ヶ里工場、札幌工場、平塚工場、富士裾野工場、秦野工場、福島工場(2024年6月当社へ吸収合併)、山形工場(2024年6月に閉鎖)
 ※2 対象5工場:埼玉工場、野木工場、平塚工場、富士裾野工場、秦野工場

TOP MESSAGE トップメッセージ

不二家は「愛と誠心と感謝」を胸に、笑顔あふれる持続可能な社会の実現を目指しています。2024年は増収増益を達成しましたが、課題も認識しました。各事業の強化に加え、環境負荷低減、人権尊重、従業員の成長支援、品質向上、そして地域貢献にも注力していかなければなりません。事業活動全体でサステナビリティを推進することで、「こころあたたまる世界」を実現し、企業価値の向上と持続的な成長につなげていきます。

代表取締役会長

山田 嘉典

代表取締役社長

河村 宣行

「愛と誠心と感謝」を込めて、こころあたたまる世界を。

不二家のDNA

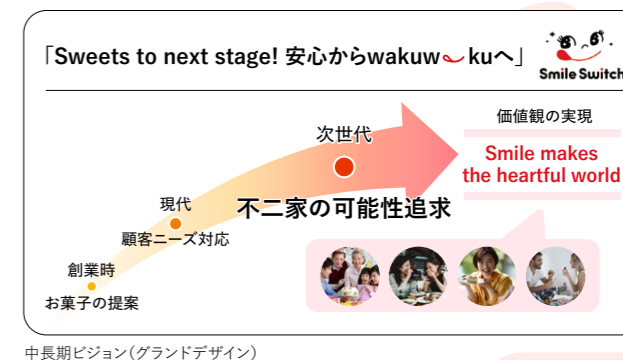
平素は格別のご支援、ご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。不二家は、「愛と誠心と感謝をこめて お客様に愛される不二家になります」という社是をもとに、創業以来、お客様の人生に寄り添い、お菓子が作り出す人と人の「絆」や生活への「彩り」を創造することを使命としてまいりました。

不二家は、1910年(明治43年)、創業者である藤井林右衛門が横浜・元町に小さな洋菓子店を開店したことに始まります。不二家という屋号は、自身の「藤井」姓や外国人にもよく知られている日本一の山である「富士山」(不二山)にちなむとともに、「不二=二つとない存在」でありたいという、当時25歳だった林右衛門の強い想い、願い、気概が込められています。この創業者の想いは、100年以上の時を経た今も、不二家のDNAとして脈々と受け継がれています。

不二家の価値観は『Smile makes the heartfelt world ~笑顔がつくる こころあたたまる世界~』としています。私たちが目指すのは、お菓子という商品を通じて、お客様に「幸せな記憶」と「愛されている実

感」、そして「人と人との繋がり」を提供し、お客様、従業員、社会全体に“ワクワク”を届けることです。

そして、価値観の実現に向けて、中長期ビジョン(グランドデザイン)『Sweets to next stage! 安心からwakuwakuへ』を掲げ、次世代に向けて不二家の可能性を追求していきます。



2024年を振り返って－実績と反省を踏まえ、さらなる成長へ

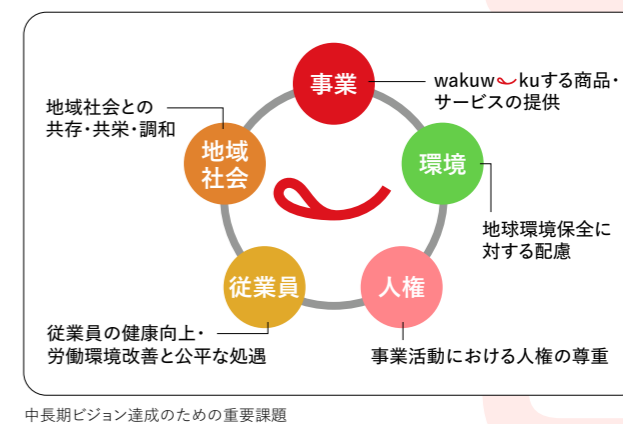
2024年は、地政学リスクや円安、物価高騰といった厳しい経営環境下にありましたが、増収増益を達成することができました。これはひとえに皆様の温かいご支援の賜物であり、心より感謝申し上げます。

しかしながら、課題も残る一年でもありました。洋菓子事業では、節約志向の影響でケーキの消費が落ち込み、店舗数の減少という課題に直面しました。菓子事業では、原材料価格の高騰が収益を圧迫し、価格改定を余儀なくされました。こうした状況を踏まえ、2024年は、以下の取り組みを重点的に行いました。

洋菓子事業では、店舗改装促進、新業態の出店、また、半額セールなど効果的な販促策を展開することで売上を確保するとともに、品質向上、生産性向上につとめました。

菓子事業では、年間3回の値上げを実施しながらも、大袋商品の拡販、新製品による需要拡大、また、販売促進活動を強化することで売上を伸長させ、利益を確保しました。

さらに、サステナビリティ経営の実現に向けて、ESG委員会がスタートしました。環境、人権、従業員、地域社会の4つの分科会を設置し、中長期ビジョン達成のための重要課題を定め、それぞれの分野



で具体的な目標設定を行いました。

これらの取り組みを通じて、一定の成果を上げることができましたが、依然として課題が山積しています。2025年さらなる成長を遂げるためには、これらの課題を克服すべく、より一層の努力を重ねていかなければなりません。

各事業の状況－変化への対応と成長戦略

不二家グループは、主に洋菓子事業、外食事業、製菓事業、飲料事業に加え、中国を中心とした海外事業を展開しています。それぞれの事業において、お客様に安全・安心な商品・サービスを提供できるよう、日々努力を重ねています。

洋菓子事業－新たな価値創造と収益力強化へ

洋菓子事業は100年以上続く不二家創業の事業です。ケーキ、焼菓子など、お客様に"おいしい喜び"と"楽しい時間"を提供しています。

2024年は、不採算店舗、後継者不足などによるフランチャイズ店の閉鎖のため店舗数は減少しましたが、広域流通企業との取り組みや冷凍スイーツ自動販売機の設置など、新たな販売チャネルの開拓を積極的に進めました。2025年は、以下の取り組みを重点的にを行い、洋菓子事業の黒字化を目指します。

まずは商品開発です。季節感を取り入れた新商品の開発や、冷凍技術を活用した商品の開発など、お客様のニーズを捉えた商品開発を強化します。また、販売チャネルの拡大を行い、広域流通企業に加え、外食企業との取り組み強化、輸出の拡大、ECサイトの拡充など、販売チャネルの多角化を推進します。加えて、店舗の活性化も進め、既存店舗の新VI(ビジュアル・アイデンティティ)へのリニューアルや新業態「ペコちゃんmilkyドーナツ」の出店など、店舗の魅力向上につとめます。最後に、生産効率の向上や物流の効率化などコスト削減を継続していきます。

製菓事業－ロングセラーブランドの強化と新市場開拓

製菓事業においては、「ミルクィー」や「カントリーマアム」など、長年愛され続けているロングセラー商品を多数展開しています。

2024年は、原材料価格の高騰という逆風下においても、「カントリーマアム」「ホームパイ」や「ハート」シリーズなど大袋製品の販売

に注力するとともに「ルック」や「ミルクィー」といった主力ブランドの販売促進活動を強化することで、売上を伸ばし、利益を確保しました。2025年は、以下の取り組みを重点的にを行い、更なる成長を目指します。

まず、新製品開発や効果的な宣伝広告によるロングセラーブランドの魅力向上につとめます。そして、新カテゴリー製品の強化、天然水市場への参入など新規顧客の開拓を目的とした新製品開発も積極的に進めます。さらに成長が見込める海外市場への進出を加速させます。同時に、カカオ豆をはじめとする原材料価格の急激な上昇等に対して製品価格の見直しを実施するほか、生産効率の向上を目指し、最新技術の導入や生産ラインの改善など継続的に取り組みます。

海外事業－グローバル市場でのプレゼンス向上

海外事業では、中国にある不二家(杭州)食品有限公司をメインに、ベトナム(FUJIYA VIETNAM CO., LTD)の事業展開を進めています。

2024年は、中国における主力製品である「ポップキャンディ」の販売促進やグミ製品、業務提携によるキャラクター菓子製品の受注生産に注力し、売上を確保しました。ベトナムでは、2025年10月の新工場稼働に向けて、現地での販売活動を積極的に進め、ブランド認知向上につとめました。

2025年は、以下の取り組みを重点的にを行い、海外事業全体の売上伸長を目指します。

中国市場では、既存製品の販売強化に加え、新製品の投入や販路拡大をはかります。ベトナム市場では、新工場の稼働を機に、カントリーマアムを主力製品とした生産・販売体制を構築し、ベトナム国内での売上基盤を確立します。さらに、新規市場開拓として、北米を手始めに洋菓子の輸出を拡大するとともに、東南アジアを中心とした成長市場へ進出していきます。

実践していくための教育を継続的に実施しています。

加えて、お客様と不二家を繋ぐ窓口として「お客様サービス室」を設置・運営しており、電話やウェブサイトのお問い合わせフォームからいただいたご意見・ご要望を商品・サービスの開発・改善に活かし、顧客満足度の向上と信頼関係の構築につとめています。

お客様サービス室に寄せられたご意見は、翌日までに社内の関係部署に速報として報告されます。ご指摘事項(クレーム)などは、工場や営業部門に即時報告され、調査を行い品質やサービスの向上に役立てています。また、クレームデータは月次や半期、通年で社内共有し、中長期的な品質やサービスの向上に活用しています。

これらの取り組みを通じて、お客様に安全・安心な製品を提供できるよう、全社一丸となって取り組んでいます。

サステナビリティ経営の推進

不二家は、サステナビリティ経営の推進を重要な経営課題と捉え、社会の持続可能な発展と企業の長期的な成長を両立させるために、「環境」「人権」「従業員」「地域社会」を柱とした活動に、真摯に取り組んでいます。

環境－地球環境保全に対する配慮

気候変動対応をはじめとする地球環境保全に対する配慮は、不二家のビジネスにとっても重要なテーマであると捉えています。

2024年はCO₂排出量の削減に向けて、省エネ施策などの実施を行うほか、食品リサイクル率の向上にもつとめました。また、地球環境保全に対する取り組み体制の構築として、全工場で環境委員会を開始したほか、関係会社を含む環境データの集約を始めました。

2030年目標として、CO₂排出量46%削減(2013年度比)、食品リサイクル率95%以上を掲げ、目標達成に向けて今後も取り組みを進めていきます。

人権－事業活動における人権の尊重

事業活動における人権の尊重として、人権リスクの評価及び特定を行うほか、ガーナ産サステナブルカカオの調達推進を行っています。2028年にはガーナ産カカオ豆のサステナブル調達100%達成に向けて今後も取り組みを進めていきます。

従業員－従業員の健康向上・労働環境改善と公平な処遇

人事方針をはじめとした「不二家 人事関連方針」に基づき、多様性を尊重し、従業員の成長を支援するためのさまざまな取り組みを行っています。また、価値観実現に向けた人事戦略検討及び実行計画立案を進めています。

その中で重視しているのが人材育成です。新任管理職研修や

不二家ビジネスカレッジ、社内公募制度、通信教育など、従業員の能力開発を促進し、キャリア形成を支援しています。また、労働安全衛生を重視し、従業員が安心して働ける安全な職場作りを推進しています。

ワークライフバランスの取り組みでは、仕事と生活の調和を支援する制度を導入し、従業員がそれぞれのライフステージに合わせて活躍できる環境を整備しています。

これらの取り組みを通じて、従業員一人ひとりが能力を最大限に発揮し、いきいきと活躍できる環境を整備しています。

2024年は、従業員意識調査において「成長実感」スコアが3.21点と、前年から向上しました。2030年には4点以上を目標としています。また、2025年4月より定年延長を実施し、従来60歳だった定年年齢を65歳とし、さらに定年以降も70歳まで働くことができる制度に改めました。

地域社会－地域社会との共存・共栄・調和

創業以来、地域社会との共生を重視し、さまざまな社会貢献活動を積極的に展開しています。「不二家 社会貢献活動方針」に基づき、子ども支援、地域活性・共生、環境保全を重点項目とし、2024年は126件の活動を実施しました。

主な活動として、「ペコちゃんが行く! 不二家キャラバン隊」による児童施設訪問、「ペコちゃんキッズアカデミー」でのイベント開催、子どもホスピスや小児がん啓発活動への協力、子ども宅食への食品提供などがあります。また、創業の地である横浜・元町でのハロウィンイベント参加や、劇団四季「こころの劇場」への協賛も行っています。

さらに、2025年4月には当社が支援する社会福祉法人PEKO SMILEが運営する「ペコちゃんこども園ほりかわ」が開園。能登半島地震や台湾東部沖地震の被災地支援も実施。これらの活動を通じ、地域社会との共存・共栄・調和をはかり、持続可能な社会の発展に貢献していきます。

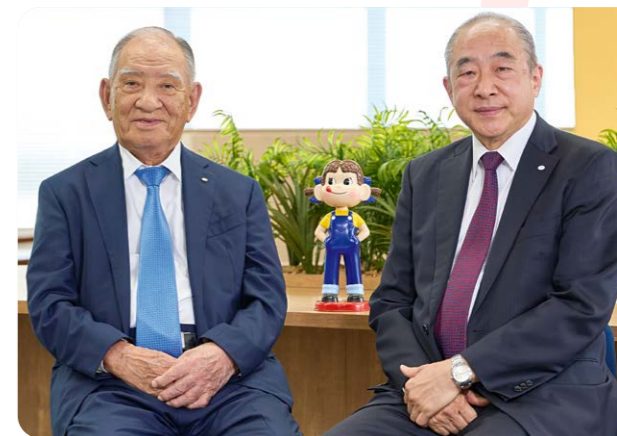
「こころあたたまる世界」の実現に向けて

不二家はこれからも、「愛と誠心と感謝をこめて お客様に愛される不二家になります」という社是のもと、お菓子が生み出す人々の笑顔をつなぐ、すべての人が互いを思いやり、大切に「こころあたたまる世界」の実現を目指してまいります。

お菓子を通じて、お客様に喜びと感動を提供し、従業員の幸福を追求し、社会の発展に貢献することで、企業価値を高め、持続的な成長を遂げてまいります。

今後とも変わらぬご理解とご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

株式会社不二家 代表取締役会長 山田 憲典
代表取締役社長 河村 宣行



VALUE CREATION PROCESS

不二家の価値創造プロセス

不二家がお客様に提供している価値、それは「おいしい×たのしい×こころの豊かさ」
「ひとりで食べておいしい!」そんなひと時から「みんなで囲んでたのしい!」幸せいっぱいの時間まで
不二家はお客様の笑顔、こころあたたまる絆や記憶を提供してきました。

モノからコトへ コトからココロへ

不二家はこれからもひとりの笑顔を社会に繋ぎ、そこから生まれる笑顔の連鎖によって、
タガイ(互い・違い)を思いやり大切に、こころあたたまる世界を実現します。

不二家がお客様に提供している価値、それは

「おいしい × たのしい × こころの豊かさ」

価値観の実現に向け、
重要課題を明確にし、
サステナビリティ方針と
4つの柱を策定しています。

不二家の 強み



🌸 ブランド

- 歴史ある安全・安心のブランド
- 親しみやすいキャラクター

🌸 販売チャネル

- 全国約950の店舗網
- スーパー、コンビニエンスストア、ECなど多様な販売チャネル

🌸 商品づくり

- こころと技術の融合、誠心を込めた商品づくり
- 安定した商品供給力

🌸 信頼を生む組織

- 不二家の価値観を実践する従業員
- 安全・安心な職場環境

不二家の価値観

SMILE MAKES THE HEARTFUL WORLD

笑顔がつくる
こころあたたまる世界

外部環境

- ▶ カントリーリスク
- ▶ 四半世紀にわたる日本企業の持続的
低収益性
- ▶ 日本人口構造の
変化
- ▶ 第四次産業革命の
加速度的な進展
- ▶ ESG課題

不二家 サステナビリティ方針 4つの柱



環境



人権



従業員



地域社会

価値観実現のための重要課題

- 地球環境保全に対する配慮
- 事業活動における人権の尊重
- 従業員の健康向上・労働環境改善と公平な処遇
- 地域社会との共存・共栄・調和

不二家の事業



洋菓子事業



製菓事業



海外事業



通販・ライセンス事業

価値観実現のための重要課題

- 信頼される商品・サービスの開発・提供
- こころ躍るスイーツの開発・提供
- 海外事業の拡大

不二家が目指す サステナビリティ経営

当社の価値観「Smile makes the heartfelt world ～笑顔がつくる ところあたたまる世界～」の実現には、事業活動とともに社会課題の解決などにも真摯に向き合うことが不可欠であり、サステナビリティの取り組みは重要な経営課題の1つであると認識しています。サステナビリティ経営の推進にあたっては、指針となる「不二家 サステナビリティ方針」を策定し、特に重要だと認識している4つの課題「地球環境保全に対する配慮」「事業活動における人権の尊重」「従業員の健康向上・労働環境改善と公平な処遇」「地域社会との共存・共栄・調和」に関する分科会を設置し、個々のテーマについての取り組みを推進しています。

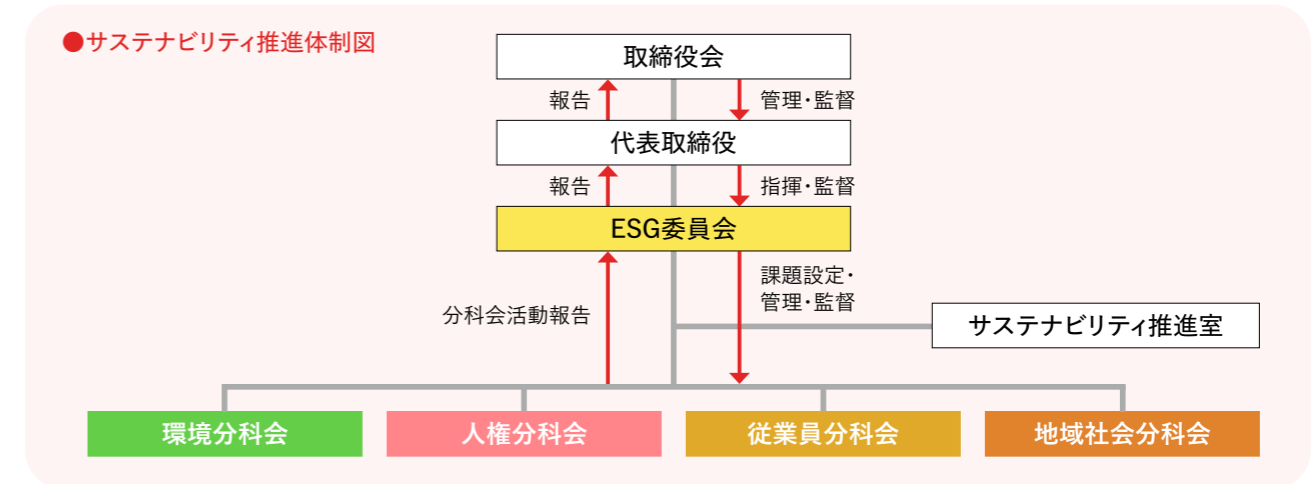
サステナビリティ方針と4つの柱



サステナビリティ推進体制

2024年3月、サステナビリティ活動のさらなる推進に向け、代表取締役社長を委員長とするESG委員会を新設しました。ESG委員会は、関係各部の部門長が委員、サステナビリティ推進をはかる「サステナビリティ推進室」が事務局となり、サステナビリティに関するリスク及

び機会への適切な対応をはかっています。また、ESG委員会傘下には「不二家 サステナビリティ方針」4つの柱に沿った分科会を設置しており、それぞれの課題への対応を推進しています。



4つの課題の目標と進捗

4つの課題について、2030年に向けた長期目標を設定し、進捗をモニタリングしています。

分科会	課題	主な取り組みテーマ	2030年重要目標達成指標(KGI)		2023年実績	2024年実績
			指標	目標		
環境	地球環境保全に対する配慮	気候変動への対応	温室効果ガス(CO ₂)排出量の削減(2013年度比)	46.0%削減	13.9%削減	15.6%削減
		循環型社会実現への寄与	食品リサイクル率の向上	95.0%	80.0%	88.1%
人権	事業活動における人権の尊重	ハラスメントのない職場づくり	従業員意識調査における「コンプライアンス」のスコア(※1)	4.15	4.10	4.13
		持続可能なサプライチェーンの構築	CSR調達の推進	要件検討中	-	-
従業員	従業員の健康向上・労働環境改善と公平な処遇	当社の価値観を実現する人材の採用・育成	研修費用(2022年度を100とした時の指数)	200	166	131
		安全で安心して健康に働ける職場環境整備	従業員意識調査における「成長実感とキャリア展望」のスコア(※2)	3.70	3.10	3.21
		労働災害発生率	労働災害発生率	0.0	0.57	0.14
		年間総実労働時間(正社員かつ一般職)	年間総実労働時間(正社員かつ一般職)	1,850時間	1,965時間	1,935時間
地域社会	地域社会との共存・共栄・調和	多様な従業員が能力を最大限に発揮できる環境整備	女性管理職比率	20.0%	12.0%	12.4%
		当社の特性を活かした社会貢献活動の企画・実施	障がい者雇用率	2.8%	2.48%	2.54%
地域社会	地域社会との共存・共栄・調和	当社の特性を活かした社会貢献活動の企画・実施 従業員の自主的な活動参加支援	社会貢献度の高い活動の実施	要件検討中	-	-

※1 従業員意識調査の質問項目「職場で、関連する法令や社内ルールを守って、仕事が進められている」に対する回答状況です。5段階評価の回答の平均スコアを算出しており、4.0点以上が「良好」、3.5点以上4.0点未満を「及第」としています。

※2 従業員意識調査の質問項目「あなたは、当社における自分自身のキャリア目標(将来のありたい姿)を描いているか」に対する回答状況です。5段階評価の回答の平均スコアを算出しており、4.0点以上が「良好」、3.5点以上4.0点未満を「及第」としています。



地球環境保全に対する配慮

当社は「不二家 環境方針」に基づいて、従業員一人ひとりが当社の果たすべき責任と役割を認識し、恵み豊かな地球環境を守り、持続可能な社会の実現へ貢献する「地球にやさしい企業」を目指します。

[参考サイト](#)
不二家 環境方針

2030年に向けた指標及び目標

地球環境保全の取り組みのうち、「気候変動への対応」及び「循環型社会実現への寄与」について、重要目標達成指標(KGI)を設定したうえで、KGIを達成するための中間指標としてKPIを設定し、進捗をモニタリングしています。

[くわしくは](#) P16 4つの課題の目標と進捗

カテゴリ	2030年重要業績評価指標(KPI)		2023年実績	2024年実績
	指標	目標		
気候変動への対応	● 生産工場における温室効果ガス(CO ₂)排出量の削減(2013年度比)	46.0%	23.6%	21.3%
循環型社会実現への寄与	● 生産工場で排出される規格外製品のリサイクル率	95.0%	92.3%	97.8%

環境マネジメント体制

「不二家 環境方針」を軸にISO14001に基づく環境マネジメントシステムを運用し、環境マネジメント体制と、迅速な行動・コミュニケーションの強化をはかるため、各工場を社長直轄の体制としています。

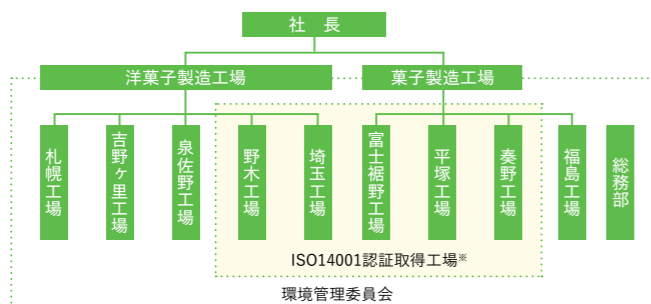
また、各工場には「環境管理委員会」を設置し、省エネルギーや廃棄物削減等の目標達成の取り組みと、パフォーマンス達成状

況や環境関連法規の改正、遵守状況を毎月確認し、組織的に推進することで継続的な改善をはかっています。

さらに、「環境分科会」において全工場間の環境情報や取り組みを共有しています。また、目標や課題への具体的な解決策を検討し、改善への行動に結びつける環境マネジメントを推進しています。

[くわしくは](#) P16 サステナビリティ推進体制

●環境マネジメント体制図



※ISO14001認証取得工場

【適用範囲】	葵野工場：神奈川県秦野市首屋228 平塚工場：神奈川県平塚市西八幡1-4-1 富士裾野工場：静岡県裾野市須山字平坦1220-19
【適用業務】	全工場での菓子の製造及び秦野工場での原型開発、分析、研究
【対象者】	当工場敷地内に在籍する当該全社員(社員、パートナー、アルバイト)
【適用範囲】	埴玉工場：埼玉県新座市野火止4-19-21
【適用業務】	洋菓子の製造及び原型開発、分析、研究
【対象者】	当工場敷地内に在籍する当該全社員(社員、パートナー、アルバイト)
【適用範囲】	野木工場：栃木県下都賀郡野木町野木137-2
【適用業務】	洋菓子の開発及び製造
【対象者】	当工場敷地内に在籍する当該全社員(社員、パートナー、アルバイト)

(環境管理マニュアルに則り、ISO認証取得工場の適用範囲を記載)

審査機関による審査

ISO14001認証取得工場では、「ISO14001:2015年度版」の規格に基づき、1年に1回審査機関によるサーベイランス審査(定期審査)を実施しています。サーベイランス審査(定期審査)では、内部監査及びマネジメントレビューの実施状況、前回審査で特定した不適合についてとられた処置の確認等を行うことにより、環境マネジメントシステムが適切に機能しているのかをチェックしています。



気候変動への対応

「不二家 環境方針」に基づき、従業員一人ひとりが当社の果たすべき責任と役割を認識し、低炭素社会・循環型社会等持続可能な社会の実現に寄与する「地球にやさしい企業」を目指しています。その達成に向けては、気候変動への対応を重要な課題であると認識しており、2023年4月、金融安定理事会(FSB)により設置された「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)※1」提言へ賛同するとともに、「同コンソーシアム※2」へ加盟し、気候変動への対応と情報開示を推進しています。



※1 TCFD:G20から要請を受け、金融安定理事会(FSB)が2015年に設立。企業に対し、気候変動関連リスク及び機会について開示することを推奨する提言をまとめた。
※2 TCFDコンソーシアム:企業の効果的な情報開示や、開示された情報を金融機関等の適切な投資判断につなげる取り組みについて議論する場として、2019年に設立。

TCFDに基づく情報開示

TCFD提言に則り、気候変動が事業にもたらすリスクと機会を特定し、財務への影響を定量的に評価しました。その結果を、「ガバナンス」における気候変動対応体制、「戦略」における低炭素

化に向けた取り組み、「リスク管理」における気候変動リスクの特定と管理、「指標と目標」における具体的な数値目標の設定など、4つの枠組みで整理し、情報開示を行っています。

ガバナンス

「ESG委員会」のもと、「サステナビリティ方針」の4つの柱に沿った分科会を設置して活動しています。その内容については、取締役会に報告することで、取締役会が活動状況を監督しています。

[くわしくは](#) P16 サステナビリティ推進体制

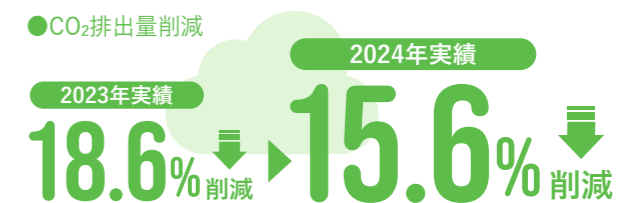
リスク管理

経営や事故・災害のリスク等に対して、適切に対応するための「リスク管理委員会」を設置し、年4回開催しています。同委員会は、リスクを事前に特定・分類・分析・評価し、代表取締役社長を委員長として、進捗のモニタリングを行い、必要に応じて取締役会に報告することで、リスク管理全般の統制管理を行っています。

[くわしくは](#) P45 リスクマネジメント

指標及び目標

当社では、2030年までにCO₂排出量を2013年度比で46%削減することを目標に、低炭素社会の実現に向けた取り組みを積極的に行っています。2024年は、関係会社統合の影響を受け2013年度比で15.6%の削減となりました。目標達成のために今後より一層の取り組みを進めていきます。



[くわしくは](#) P7 非財務ハイライト

戦略・シナリオ分析

当社では、洋菓子事業と菓子事業を対象としてシナリオ分析を実施しています。2023年のシナリオ分析の結果、地球温暖化が「2°C・1.5°C上昇するシナリオ」と、「4°C上昇するシナリオ」のそれぞれにおいて、2030年の当社事業にどのような影響があるのか、リスクと機会を特定・評価しました。

全国に店舗や生産工場を有し、洋菓子や菓子の生産・販売を主事業とする不二家では、炭素税による操業コストや、カカオ豆、小麦、牛乳、大豆油といった農畜産物の調達コストの増加が大きなリスクとして想定されます。本分析で特定・評価したリスクと機会に対応するため、経営戦略への反映を進めています。

※1 2°C、1.5°Cシナリオ…産業革命期頃と比較して、2100年頃までに気温上昇を2°C程度に抑える世界を想定したシナリオ。脱炭素社会への移行が進行する世界観。
 ※2 4°Cシナリオ…産業革命期頃と比較して、2100年頃までに地球平均気温が約4°C上昇する世界を想定したシナリオ。異常気象を伴う自然災害などの被害拡大が予想される世界観。

リスクと事業インパクト

リスク項目については2030年のシナリオ分析の結果、4°C上昇のシナリオでは「原材料コストの変化」が、2°C・1.5°C上昇のシナリオでは「炭素税導入」「プラスチック規制」「顧客行動の変化」「原材料コストの変化」が、当社の事業に大きな影響を与える可能性が高いことが判明しました。一方で、環境意識の高まりや気温上昇による新たな顧客ニーズに対応することで、新たな事業機会も期待できます。

●リスク・機会一覧表

分類	リスク項目	時間軸	事業への影響	影響度	
				4°C	2°C・1.5°C
移行 リスク	炭素税の導入*	中期～ 長期	事業活動に伴うCO ₂ 排出量に対して課される炭素税による操業コストの増加	未導入	大
	プラスチックへの規制	短期～ 長期	石油由来原料への規制強化等、プラスチック梱包材への規制が導入された場合、紙を用いた包装へ変更するなどの対応コストの増加	小	大
	省エネ/再エネ政策の強化*	中期～ 長期	省エネ政策強化による省エネ対応設備への切替コストや、店舗のZEB化・ZEH化への対応コストの増加	小	小
	エネルギーコストの変化*	中期～ 長期	<ul style="list-style-type: none"> 再生可能エネルギーへの需要増加による電力価格高騰が引き起こす、電力調達コストの増加 化石燃料や電力などエネルギー価格の変動による、石油由来包装及び輸送コストの変動(増加) 	小	中
	顧客行動の変化	短期～ 長期	環境意識の高まりによる消費者離反や、小売企業による当該商品の採用減に伴う売り上げの減少	小	大
移行/ 物理 リスク	原材料コストの変化*	短期～ 長期	持続可能な農業への移行や干ばつ、平均気温の上昇に伴う、原材料(カカオ豆、小麦、牛乳、大豆油等)調達コストの増加	大	大
物理 リスク	異常気象の激甚化* (台風、豪雨、土砂、高潮等)	短期～ 長期	気象災害の激甚化による拠点の被災及びサプライチェーンの寸断による損害や営業停止による損失の発生	小	小
物理 機会	平均気温の上昇	短期～ 長期	気温の上昇によるお客様の嗜好変化、喫茶需要の増加、収益の増加	小	小

※印のリスク項目は、定量的な評価を実施しています。・時間軸の定義は、短期:0～3年 中期:4～10年(2030年ごろ) 長期:11年～としています。
 ※リスクへの対応策をはじめとする具体的な取り組みについては、当社ホームページや本レポートで開示しています。

CO₂排出量削減の具体的な取り組み

各工場ではCO₂排出量削減対策として、環境負荷の低い設備へと順次更新しています。富士裾野工場、吉野ヶ里工場、秦野工場では工場の屋上に太陽光パネルを設置し、太陽光発電によって得た電力を工場で使用するなど、CO₂排出量の削減を進めています。また、菓子商品の配送時には、ほか菓子メーカーとの共同配送を全国で実施し、輸送車両を減らすことにより、物流コストやCO₂排出量の削減をはかっています。そのほかにも、北海道・九州地区の配送においては、環境に優しく大量輸送が可能な船舶や、鉄道コンテナを有効的に利用しています。

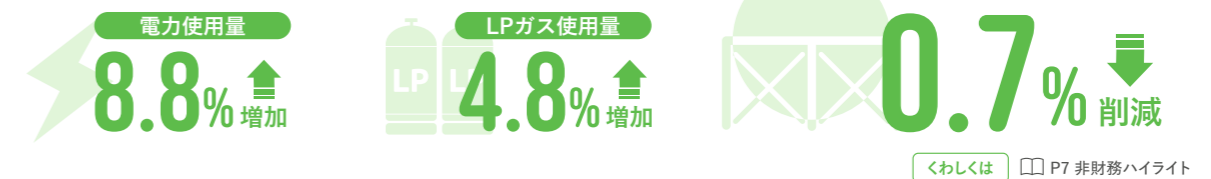


省エネルギー対策

各事業所・工場において、省エネルギー設備の導入及び合理化や、空調設備の運転方式の改善など省エネルギー対策につとめています。2024年のエネルギー使用量は2023年と比較し、関係会社の統合の影響を受け、電力は8.8%、LPガスは4.8%増加、都

市ガスは0.7%の減少となりました。今後も設備の定期更新や新技術の導入など、エネルギー使用量の削減や合理化に積極的に取り組んでいきます。

●2024年エネルギー使用量(2023年比較)



水資源の保全に向けた取り組み

私たちが日常生活や経済活動を営むうえで、水はかけがえのないものですが、現在、世界人口の増加、開発途上国の経済成長、気候変動などにより、世界規模での水資源問題が発生しています。当社の事業活動に水資源は必要不可欠であり、工場における水資源の管理、調査などを定期的に行い、水資源の保全につとめています。

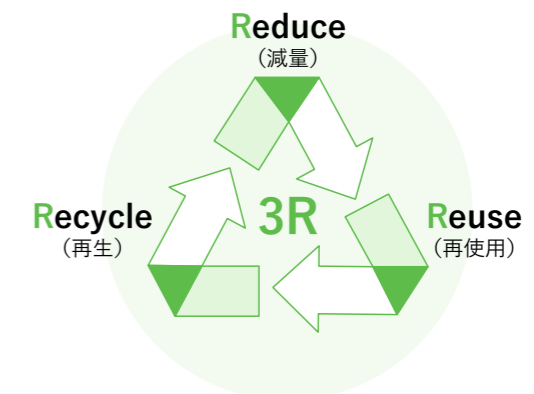
●2024年水資源使用量(2023年比較)



循環型社会実現への寄与

当社では、商品の設計からお客様に届くまでに発生する食品ロスや食品廃棄物の削減、容器包装における環境負荷の低減に3R^{※1}を通じて取り組み、資源の循環利用を促進して、環境負荷の低減と持続可能な発展を目指しています。

※1 3Rとは「Reduce(ごみの量を減らす)」「Reuse(繰り返し使う)」「Recycle(再び資源として利用する)」3つの言葉の頭文字をとった略称。3Rの推進は、循環型社会の形成に欠かせないものと考えています。



食品ロス・食品廃棄物削減への取り組み

当社では、商品の設計からお客様に届くまでに発生する食品ロスや食品廃棄物の削減に取り組んでいます。各工場では製造過程における食品ロス削減のため、品質の安定・安全供給を目指し、生産機械の改良、更新を行っています。

食品リサイクル率実績と目標

2030年の食品リサイクル率95%達成を目標に、各工場の製造工程や店舗等で発生した食品廃棄物は、飼料・肥料等の原材料化、燃料等への再生利用を積極的に実施しています。2024年では発生した食品ロス4,772t(前年比112.2%)の内、4,202tをリサイクルしました。

●2024年食品リサイクルの実績



食品ロス・食品リサイクルの具体的な取り組み

当社では各工場が発生した食品廃棄物をプライドピックグループが運用するリサイクルシステム「リキッドフィーディング」に提供し飼料化することで、可能な限り食品ロス削減につとめています。また、洋菓子店舗では、豊富な種類を取り揃えている一方で、食品ロスが課題となっていました。そこで販売後のロスを削減するため、食品ロス削減のためのフードシェアリングサービス「TABETE(タベテ)」を導入しています*。

※2024年12月現在108店舗で実施

リキッドフィーディング

リキッドフィーディングは、食品廃棄物を液状化し、豚の飼料として再利用する給餌システムです。食品廃棄物を資源として活用し、廃棄コストや環境負荷を削減するだけでなく、液状にすることで豚の消化吸収を助け健康的な成長を促します。さらに、温室効果ガスの削減や循環型社会の推進にも寄与し、食品ロス問題の解決に繋がる新しい飼料の形態として注目されています。当社では、2024年は、3,022tを飼料化しました。



TABETE

TABETEは、飲食店などで発生する食品ロスを減らすため、まだ安全でおいしく食べられる食品をユーザーとマッチングするフードシェアリングアプリです。不二家の洋菓子店舗では、天候やその日の状況により、余ってしまった商品を、食品ロス削減のために詰め合わせて出品しています。



●TABETEの通知例

ホワイトチョコ生ケーキ1個。
● 11:00 - 17:30 ▲ 残り0個

▲ TABETEに商品が出品されると、上記の「レスキュー依頼」が登録者へ通知されます。

容器包装での環境負荷低減

製品の容器や包装については、製品をおいしく安全にお客様にお届けする「品質の保持」の役割を維持しながらも、省資源や廃棄時の環境負荷を低減する「環境配慮」の両側面を大切に取り組んでいます。2024年においては包装材料の削減(サイズダウン)や環境に配慮した包装材料の使用促進に取り組ましました。

FSC® 認証紙の使用

近年、世界で森林資源が失われ、環境及び社会経済に深刻な影響をもたらすことが危惧されており、不二家では紙製容器でのFSC®*1認証紙*2への切り替えを推進し、使用を拡大しています。菓子製品の小箱や洋菓子店舗で使用している紙器など、そのほとんどに関してはFSC®認証紙を使用した包材への切り替えが進んでいます。

●FSC® 認証用紙使用例



ロングセラー商品・LOOKチョコレートの箱は、適切に管理された森林資源から作られたFSC®認証紙を使用しています。

*1 FSC®(Forest Stewardship Council®、森林管理協議会)責任ある森林管理を世界に普及させることを目的とする、独立した非営利団体であり、国際的な森林認証制度を運営している組織。
*2 森林の管理や伐採が、環境や生態系、地域社会に配慮して適切に行われているなどの、評価・認証を受けた原材料を使用した紙のこと。

プラスチック使用量の削減

各商品に使用する外装や個包装、トレーなどについては、プラスチック使用量削減に向けサイズや厚み、材質などを随時見直しています。「 Milky 」の外装は、2020年から紙パッケージを採用しています。キャンディ個包装はこれまでとおりの包み紙を使用し、脱プラスチックを実現しています。2024年は主力商品である「カントリーマアム(バニラ&ココア)」の外装の厚みを見直しました。

●紙パッケージ使用例



紙
個包装
外袋

●外装縮小実績



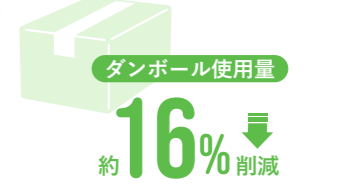
●薄肉化実績



ダンボール使用量の削減

商品の外箱や品質に影響がない範囲で薄肉化やサイズの縮小を進めています。サイズの縮小により多くの商品を積載し、配送効率の向上をはかっており、保管・輸送に関わるエネルギー使用量の抑制にも繋がっています。2024年は「ピーナッツチョコレート」のダンボールのサイズ縮小及び薄肉化を進め、ダンボール使用量を16.7%削減しました。

●下記商品を保管・輸送梱包するダンボールを肉薄化



バイオマス素材の活用

一般のインキは石油が原料であることが多いですが、石油は枯渇資源の1つです。樹木や米ぬか等の再生可能な有機性資源を一部使用したバイオマスインキは、石油の使用量を抑制でき、カーボンニュートラルの実現にも貢献することができます。当社では、菓子製品の外装や内装をはじめ、ほぼすべての包材に植物由来のバイオマスインキを使用しています。2021年からは、洋菓子店舗やレストランのポリ袋や紙袋を環境に配慮した素材に変更しています。

●菓子製品

外装や内装にバイオマスインキを使用



●ポリ袋

バイオマスプラスチックを含んだ袋を使用





事業活動における 人権の尊重



当社は、すべてのステークホルダーの皆様のこころと人生を豊かにし、持続可能な未来の実現に貢献するため、「不二家 サステナビリティ方針」を支える4つの柱の1つに「事業活動における人権の尊重」を掲げています。2023年に有識者のご助言のもと「不二家グループ 人権方針」を策定いたしました。本方針の中で、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」をはじめとする国際的な規範を支持することを宣言し、差別の排除、ハラスメントの排除、児童労働・強制労働の禁止など9つの重要課題について真摯に取り組むことを明言しています。「不二家グループ 人権方針」及び「不二家 購買・調達方針」に則り、「社内に対する取り組み」と「サプライチェーンに対する取り組み」について、人権の尊重を推進しています。

参考サイト

不二家グループ 人権方針



参考サイト

不二家 購買・調達方針



人権尊重の取り組み

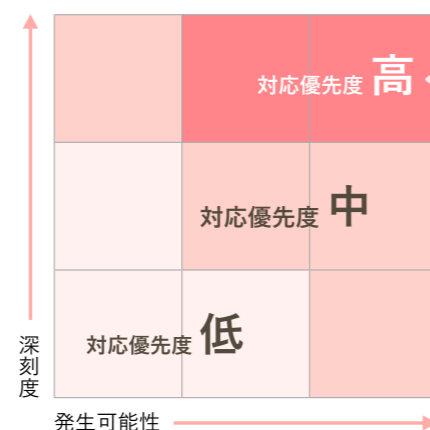
「不二家グループ人権方針」及び「不二家 購買・調達方針」を実践し、人権を尊重する責任を果たすため、現在、人権デュー・ディリジェンスの仕組み(①人権への負の影響の特定及び評価、②調査結果に応じた適切な措置の実施、③対応が適切に実施

されているかの追跡調査、④対処方法に関する情報発信)の構築に取り組んでいます。この一連のプロセスを構築し、継続的に繰り返すことにより、人権デュー・ディリジェンスに取り組んでいきます。

人権デュー・ディリジェンス

人権デュー・ディリジェンスの取り組みとして、2024年に不二家の事業活動が及ぼす人権への負の影響を特定し、深刻度及び発生可能性の観点から評価を実施いたしました。その評価に基づき、対応優先度の高い項目の中から、特に「ハラスメントのない職場づくり」及び「持続可能なサプライチェーンの構築」を取り組み課題として特定しました。今後、それぞれの課題に対する施策を検討するとともに、実効性を評価するための指標を定めるなど、人権デュー・ディリジェンスの仕組み構築に引き続き取り組んでいきます。

●人権に関する重要課題の特定



- お客様の安全と知る権利の尊重
- 安全・安心な職場づくり(労働安全・ハラスメント)
- 持続可能なサプライチェーンの構築

救済メカニズムの構築

社内における法令・コンプライアンス違反全般に関する通報及び相談窓口として「コンプライアンスヘルプライン」を設置しています。また、お客様からのご意見・お問い合わせの窓口として、

「お客様窓口」を設置し、社内外の救済メカニズムの構築につとめています。

くわしくは

☐ P45 コンプライアンスの推進について
☐ P35 お客様の声

2030年に向けた指標及び目標

人権尊重の取り組みのうち、特に「ハラスメントのない職場づくり」及び「持続可能なサプライチェーンの構築」について、重要目標達成指標(KGI)を設定したうえで、KGIを達成するための中間指標としてKPIを設定し、進捗をモニタリングしています。

くわしくは

☐ P16 4つの課題の目標と進捗

カテゴリ	2030年重要業績評価指標(KPI)		2023年実績	2024年実績
	指標	目標		
ハラスメントのない職場づくり	●コンプライアンス教育受講率(社員)	100%	100%	100%
持続可能なサプライチェーンの構築	●ガーナ産カカオ豆のサステナブル調達率	100%	24.2%	43.3%

社内に対する取り組み

当社は、人権を尊重し、多様性と包容性を重視しています。個々の違いを受け入れ、互いに認め合い、各々が活躍できる職場環境をつくるためには、従業員の意識醸成が必要不可欠だと考えています。

人権教育

新入社員を含む全正社員に対してコンプライアンス教育を実施しています。人権の基礎知識、ハラスメント等の職場における人権問題、事例共有のほか、社会情勢を反映した教育を行っています。2024年は、特に人権尊重の体制構築に携わるESG委員会と人権分科会のメンバーを対象に、弁護士による人権教育を実施しました。今後も人権教育を充実させ、コンプライアンス意識の維持・向上を目指していきます。



人権啓発

毎年「不二家 人権ひろば」と題した社内人権啓発イベントを開催しています。展示物・映像視聴・体験等を通じ、身近な例から人権知識を深めるとともに、人権について自分事として考える機会を提供しています。



サプライチェーンに対する取り組み

持続可能な社会の実現に向け、サプライチェーン上で生じる社会課題について、お取引先様と協働し、解決に向けて取り組むことが必要不可欠だと考えています。特に、調達においては、

「不二家 購買・調達方針」に基づき、原材料の生産段階における環境・人権問題への取り組みや、調達段階における安定性の確保などを推進しています。

カカオ豆

チョコレートの原料であるカカオ豆の原産地では、貧困・児童労働等の社会課題や森林破壊といったさまざまな社会課題を抱えています。そのような課題解決に向け、2018年よりカカオ産業のサステナビリティ向上を目指す世界カカオ財団(WCF)^{※1}に加盟、2021年よりサステナブルカカオ豆(人権・環境等の課題に配慮して生産されたカカオ豆)の調達を推進しています。また、サステナブルカカオ豆の購入により、お取引先様を通じて、カカオ栽培農家の支援活動に寄与しています。



※1 世界カカオ財団(WCF:World Cocoa Foundation):カカオ生産国において、持続可能なカカオ経済を促進し、経済的・社会的発展や環境保護を実現していくことを目的とした組織。



ガーナ産カカオ豆のサステナブル調達

当社では、2028年度までにガーナ産カカオ豆のサステナブル調達比率を100%とすることを目標に取り組んでいます。



支援活動の一例



- ※1 CLMRS(Child Labor Monitoring and Remediation System / 児童労働監視改善システム):カカオ産地で児童労働撤廃のための活動を推進するNPO団体のICIが開発したシステムで、各農家に対するモニタリングとモニタリングに基づいた対策・立案・実行のサイクルで児童労働を防止する手法。
- ※2 VSLA(Village Savings and Loan Association):農家コミュニティ内での自主的な資金管理を支援し、児童労働の根本的要因の一つである貧困を改善する手法。
- ※3 IGA(Income Generating Activity):貧困からの脱却を目的として収入を得る機会を提供する活動

パーム油

お菓子やケーキに使用される油の1つであるパーム油の原産地では、急速なアブラヤシ農園の拡大による森林伐採や生物多様性の損失、不適切な農園経営による人権問題等、さまざまな社会課題を抱えています。当社では、持続可能なパーム油の調

達を目指し、RSPO^{※4}に加盟しています。

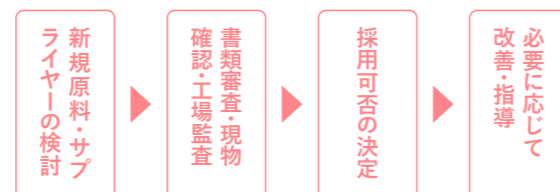
※4 RSPO(Roundtable on Sustainable Palm Oil / 持続可能なパーム油のための円卓会議):世界自然保護基金(WWF)を含む関係団体が中心となり、2004年に設立された。世界的信頼される認証基準の策定とステークホルダーの参加を通じ、持続可能なパーム油の生産と利用を促進することを目的としている。

お取引先様との協働

サプライチェーンにおけるさまざまな課題の解決や、「不二家 購買・調達方針」に則った調達活動の推進には、お取引先様との協働が不可欠だと考えています。新たな原料・サプライヤーを採用する際には、審査(右図)を行い、採用の可否を決定しています。取引先選定フローとしては、まず使用に適した原材料か、お取引先様はどのような会社かを見極めるために情報を収集し、書類審査を行います。次に三現主義に基づき、実際に現地や工場に足を運び、現物や生産環境等に問題がないかを確認のうえ、採用の可否を決定しています。また、必要に応じて改善・指導を行います。

今後も、持続可能な社会の実現に向け、調達分野においてどのように貢献できるかを検討し、お取引先様と協働しながら課題解決につとめます。

●取引先選定フロー



SUSTAINABILITY

3



従業員の健康向上・労働環境改善と公平な処遇



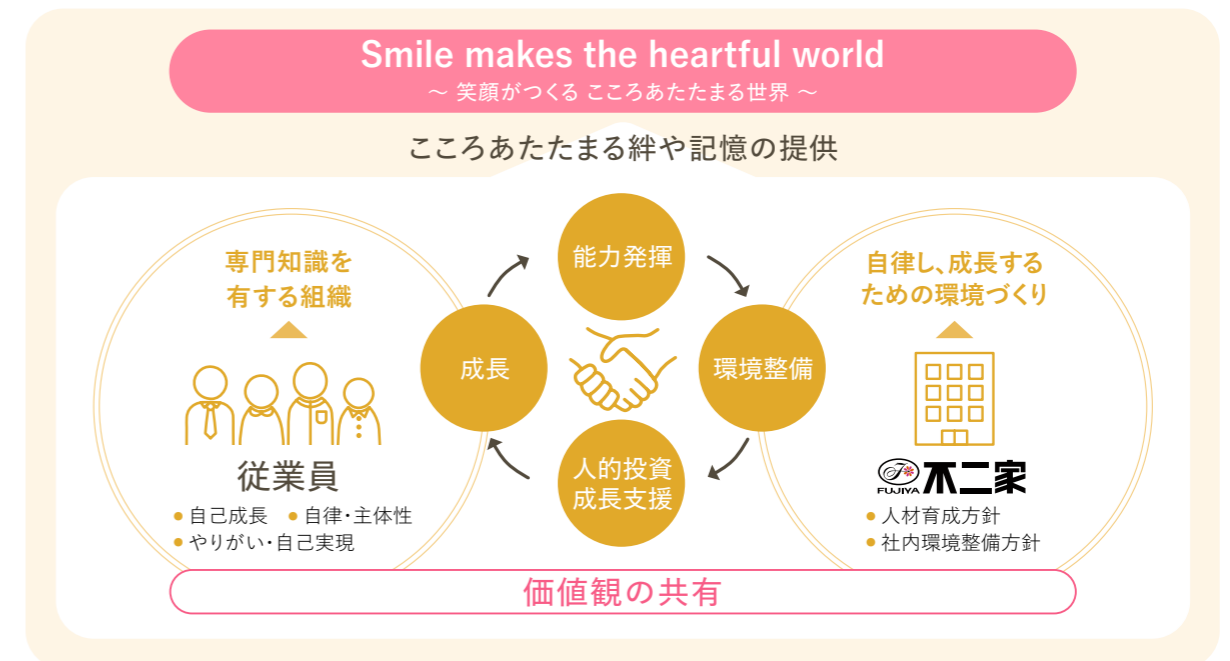
当社は、人材について経営を担う重要な財産の1つであると考えています。当社の価値観「Smile makes the heartfelt world ~ 笑顔がつくる ころあたたまる世界 ~」の実現に向け、全従業員に価値観を共有し、「不二家 人事方針」をはじめとした人事関連方針に基づき、変化への迅速な対応、多様性の尊重、お客様・地域社会に対する継続的な価値提供ができる自律した人材の育成を推進しています。

☞参考サイト

不二家 人事関連方針



●不二家 人事方針概略図



人事戦略

人事関連方針及び外部環境変化を踏まえ、価値観実現に向けた人材領域の課題を採用・育成・環境整備(労働安全衛生や多様性等)の観点から抽出し、重要度を評価しました。重要課題に対する人事実行戦略を次項のとおり設定し、取り組みを進めています。なお、課題抽出、重要度評価、施策の検討などにあつ

ては、「不二家 労働組合[※]」と忌憚のない意見交換を行っています。従業員目線の意見や提案を積極的に取り入れることで、従業員のモチベーション向上や組織全体のパフォーマンス向上をはかっています。

※管理職及び経営に関わる部署の人員を除く全正社員が加入している組織

●人事実行戦略表

人事実行戦略	取り組み内容
● 当社の価値観を実現する人材の採用・育成(採用・育成)	当社の志に共感した仲間を採用する。 環境変化を敏感に察知し、主体的に変革を推進できる人材への育成に向け、効果的かつ効率的な育成プログラムを提供する。
● 安全で安心して健康に働ける職場環境整備(安全・健康)	安心した生活を送り、業務に集中するための 身体的・心理的な安全が確保された環境を提供する。
● 多様な従業員が能力を最大限発揮できる環境整備(多様性)	多様な従業員を社内外から求め、多様性を公平に受け入れ、 多様な人材が活躍できる環境を提供する。

2030年に向けた指標及び目標

上記人事実行戦略について、重要目標達成指標(KGI)を設定したうえで、KGIを達成するための中間指標としてKPIを設定し、進捗をモニタリングしています。

くわしくは □ P16 4つの課題の目標と進捗

●KPI

人事実行戦略	2030年 重要業績評価指標(KPI)		2023年 実績	2024年 実績
	カテゴリ	指標		
採用・育成	● 研修受講時間(1人当り) ● 研修受講者数(延べ人数)	8.5時間	5.3時間	5.8時間
		815人	446人	486人
安全・健康	● 労働安全教育受講人数(延べ人数) ● 時間外労働時間(1人当り、1か月当り)	15,000人	9,470人	10,744人
		10.0時間	14.77時間	12.25時間
多様性	● 係長級にある者に占める女性社員比率 ● 男性育児休業取得率 ● 障がい者平均勤続年数	30.0%	21.2%	23.7%
		100%	92.9%	86.7%
		12年	9年11か月	9年6か月

具体的な取り組み

当社の価値観を実現する人材の採用・育成

採用

2024年に価値観の実現に向けた「求める人物像」を再設定しました。採用領域においては「求める人物像になり得る人材の採用」を目指し、効果的・効率的な採用プロセスへの改良、応募機

会の積極的拡充などに取り組んでいます。既存の新卒採用情報サイトに加え、キャリア採用情報サイトを当社公式ホームページに新設し、キャリア採用の拡充をはかっています。



学生向け企業説明会の様子



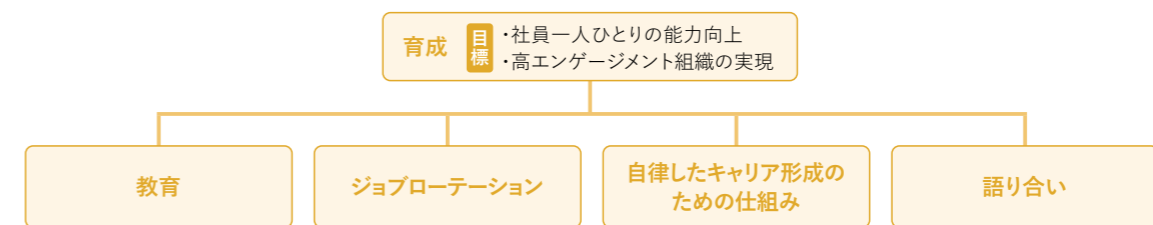
公式ホームページ

育成

育成領域においては、不二家の未来を創る、多様な人材が活躍する組織の実現を目指し、「不二家 人材育成方針」のもと、人材育成制度の運用・経営戦略と連動した施策の推進をはかっています。社員一人ひとりが「高い能力を持つ集団(専門家)」でありながら、「個々が強い結びつきをもつ組織(高エンゲージメント組織)」となることを重要視しています。具体的には、「教育」・「ジョブローテーション」・「自律したキャリア形成のための仕組み」・「語り合い」を人材育成4制度としており、

「教育」による職務遂行能力の向上、「ジョブローテーション」による多様な人材の育成、「自律したキャリア形成のための仕組み」による個人意思尊重と社内人材フローの流動化、「語り合い」による本人と上司の相互理解・自己成長支援を進めています。働く中で「幸せ」を感じるからこそ、商品・サービスを通じてお客様に「幸せ」を提供することへの近道だと考え、「やりがいのある仕事に携わり、夢を実現させていくための仕組みづくり」を推進しています。

●人材育成4制度図



教育

当社では、教育投資を積極的に行っており、新入社員研修や階層別研修など、さまざまな教育プログラムを実施しています。特に2024年には、入社1年目～3年目を対象とした若手社員向けの教育プログラムを見直しました。2025年からは、教育内容をより充実させ、教育対象を入社5年目までに拡大し実施する予定です。早期に活躍できる社員を育成するとともに、求められる役割や責任を理解することで、より活性化した組織の醸成を進めています。



階層別研修の様子

教育プログラム	
新入社員研修	社是・経営理念、会社の規則・制度、ビジネスマナー、コンプライアンスなど不二家の社員として必要とされる基本的な知識・態度・心構えを身につけることを目的に実施しています。
フォローアップ研修	入社年次ごとに実施する集合型研修です。入社からの5年間で必要とされる能力を段階的かつ体系的に学ぶことを目的に実施しています。(2024年まで3年間、2025年より5年間に変更)
OJTリーダー研修	効果的な指導・助言方法や適切なコミュニケーション方法など、新入社員の指導・フォローを実施する先輩社員の指導力向上・リーダーシップの発揮を目的に実施しています。
ランクアップ研修	昇格者を対象に実施する階層別研修です。役割に応じて必要な知識・スキルを身につけることを目的に実施しています。
係長研修・班長研修	係長または班長としての役割を認識し、チームにおけるリーダーシップと、上司へのフォローシップを発揮して、チームを活性化させることを目的に実施しています。
新任管理職研修	新任管理職に必要とされるマネジメントの基本的な考え方や管理者が果たすべき役割を身につけることを目的に実施しています。

ジョブローテーション

幅広い視野・能力の獲得と人間性の成長を目的とし、複数の職務経験を積むことができるジョブローテーションを実施しています。また、ジョブローテーションを支える制度としてOJTリーダー

制度を採用し、職場で若手社員が孤立してしまうことを防ぐ仕組みづくりをしています。

OJTリーダー制度

本制度は、若手社員の孤立防止・能力向上だけでなく、OJTリーダーとなる先輩社員との相互成長を目的としており、OJTリーダーを対象とした研修も実施しています。

自律したキャリア形成のための仕組み

主体的にキャリアを描き、自走する自律型人材を育成します。職務遂行能力の拡大に重点を置くとともに、年代別キャリア研修の実施や、自ら新たな仕事・職種にアプローチできる社内公募

制度の整備などを通じて、自身のキャリアについて考える機会を増やしています。

キャリア形成のための制度

キャリア研修	従業員が自身の興味や価値観、強みや弱みへの理解を深め、自分らしいキャリアや働き方を見つけるサポートを行っています。
社内公募制度	個々の能力発揮の機会・適材適所の実現・自律的なキャリア形成を目的とした制度です。
通信教育 (自己啓発)	自律した人材を育成するため、年2回の受講期間を設けています。受講促進を目的とした費用支援を行っており、年間延べ2,000人以上が受講しています。

語り合い

本人と上長の1対1による対話「語り合い」を実施しています。上長からの一方的な面接ではなく、お互いに話し合うことで相互理解をはかる面談システムです。語り合いは育成(育成面接)と目標設定(目標面接)の2つの観点から実施し、半期毎に評価をすることで支援と結果の測定を行います。仕事に対する意識向上とやりがいの醸成、相互信頼関係の構築、各々の成長支援を推進しています。



語り合いの様子

語り合い制度

育成面接	前期の目標に対する成果の確認を目的としています。職務考課にも結び付いており、本人の自己評価と上長の評価をしっかりと擦り合わせます。本人の能力向上に向けた助言も行います。
目標面接	半期ごとの目標設定をします。また、目標達成に向けたプロセス、上司からの支援についても話し合います。

安全で安心して健康に働ける職場環境整備

「お客様に安全な商品をお届けするためには、従業員の安全と健康に配慮し、全従業員が安心して働くことのできる職場環境作りが不可欠である」との経営トップの強い意志のもと、「不二

家 社内環境整備方針」及び「不二家グループ 労働安全衛生方針」を策定し、取り組みを推進しています。

労働安全衛生推進体制

全国的な労働安全衛生方針の策定、安全対策の検討や各事業所の安全巡回を行う「中央労働安全衛生委員会」を本社に組織し、その下部組織として全国の各事業所に「安全衛生委員会」を

設置しています。安全衛生に対する取り組みを継続的に進め、労働災害ゼロを目指し、活動を強化し続けています。

安全への取り組み

事業所における日常的な取り組みとして、ヒヤリハット(気付き事項の提案)・スピークアップ(会話による情報収集)による職場内の不安全箇所の共有化とその改善を進めています。加えて、各事業所の管理職が先頭立って安全活動に取り組んでいる様子を従業員に見せるショーアップ(見せる安全活動)にも取り組み、安全意識の向上をはかっています。また、新規設備導入時には、そこで働く従業員も参加し、リスクアセスメントを実施してリスク低減、不安全箇所の改善を進め安全な職場環境を整えています。

各工場の定期的な安全巡回は安全衛生委員に限らず、ほかの職場の従業員も参加してさまざまな視点からのチェックを行っています。また、労働安全衛生専門家の顧問と中央労働安全衛生委員が全工場、洋菓子店舗、レストラン店舗、関係会社の工場の巡回を実施しています。社外の専門家の視点で巡回を行うことにより、幅広いチェックを行い、安全水準の底上げを進めています。



工場の安全巡回の様子

●ヒヤリハット件数



●労働災害度数率



交通安全教育

各事業所で交通安全研修会や同乗訓練など車両事故防止に向け、取り組みを進めています。また、毎年、年末の繁忙期に向け、洋菓子事業・製菓事業の外勤者を対象に、車両事故を未然に防ぐための交通安全教育を実施しています。講習会では、交通ルール・マナーを再確認し、各自が安全に対する意識を持ち続け、実践することの重要性を再認識しています。2024年はオンラインや動画配信等も行い、対象者全員(244名)が受講しました。



交通安全教育の様子

こころの健康

メンタルヘルス不調の予防及び早期発見には、メンタル状況の把握・早期対処や周囲からの働きかけが有効であるとの考えから、新任管理職研修や新入社員研修にてメンタルヘルスに関する教育を実施しています。

また、毎年実施しているストレスチェックの集団分析を活用し、職場環境改善に向けたフィードバックを行っています。各職場の実態に応じた取り組みを行うことで、従業員一人ひとりがいきいきと働ける職場づくりを目指しています。

防災

毎年定期的に全事業所で避難訓練及び安否確認の訓練に取り組んでいます。特に各工場では年2回、防火防災自主点検を行い、避難経路の確保、燃焼設備周辺の可燃物のチェックのほか、従業員教育の実施状況の確認、防災備品の点検などを徹底に行っています。

また、帰宅困難者対策も行っており、大規模災害の直後では、下水道復旧まで時間を要し、トイレが使用できないことが想定されるため、帰宅困難となる従業員の健康等に配慮して、より衛生的で安全な簡易組み立て式トイレを2022年より本社及び各工場に導入し災害に備えています。

本社ビルにおいては、2024年に本社の防災備蓄食料品の入替を行い、備蓄食料品を充実させたほか、災害時を想定した備蓄食料品の配布訓練も併せて行いました。



訓練で社員に配られた備蓄食料品

多様な従業員が能力を最大限に発揮できる環境整備

DE&I

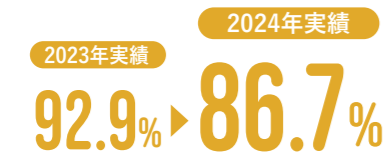
DE&I(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)を経営上の重要戦略と位置付け、「不二家 社内環境整備方針」に基づき、さまざまな違いを持つ多様な人材が各々の持つ強みを最大限発揮できるよう取り組みを推進しています。

女性活躍

女性が組織内で活躍することで、個人の成長だけでなく、組織や社会全体の創造性とイノベーションを生み出すことができると考えており、性別に関わらず、あらゆる職場・職位で活躍している状態を目指しています。

また、仕事と生活の調和を実現できる環境作りに向け、男性の育児休業取得を推進しており、2025年度は男性育児休業取得率100%とすることを目標に掲げています。

●男性育児休業取得率



●管理職に占める女性比率



●係長級にある者に占める女性社員比率



多様な人材の採用

●キャリア採用

キャリア採用情報サイトを当社公式ホームページに新設し、キャリア採用の拡充をはかっています。採用者の持つさまざまな経験・考え・専門知識を活かし、新たなイノベーションを生み出し、組織の活性化を推進しています。

キャリア採用比率

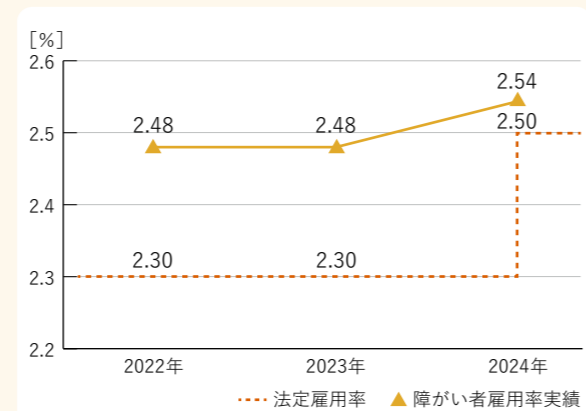


●外国人雇用

特定技能制度の活用を中心に、外国人材がやりがいを持って活躍できる環境作りに取り組んでいます。具体的には、各種方針、教育資料、手順書などの多言語化を実施しています。

●障がい者雇用

障がい者の雇用促進に取り組んでおり、法定雇用率を上回る雇用率を維持しています。障がいのある従業員が適性に合った仕事を行い、自身の持つ能力を最大限発揮できる職場環境を目指しています。



柔軟な働き方・両立支援

環境変化への対応、多様な価値観の受容ができる人材の育成を進めており、その実現のために全ての従業員がさまざまな制約にとらわれず、個性や強みを最大限発揮しながら、自己実現をするための環境整備を進めています。

柔軟な働き方の実現

仕事の生産性・効率性の向上、従業員のプライオリティに合わせたワークスタイルやライフスタイルの実現に向け、柔軟な働き方を可能とする下記の制度を導入しています。

●有給休暇の取得促進

余暇や自己研鑽に充てる時間の創出のために有給休暇の取得を促進しています。また、取得しやすいよう、取得方法も1日単位だけではなく、半日単位、時間単位など柔軟性を高めています。

●テレワーク制度

時間や場所を有効に活用し、生産性向上や、BCP対策を目的としてテレワーク制度を導入しています。



2023年実績

65.6% ▶

2024年実績

63.2%

●フリーアドレス制

本社ビルにおいて固定席を設けず、従業員が席を選んで働くことができるフリーアドレス制にしています。また、一部フロアでは集中して作業を行う席や、WEBミーティング専用席、コミュニケーションスペース、イベントスペースなど、さまざまな用途で利用できる場所を設置しています。



生活と仕事の両立支援

生活と仕事を両立し、従業員が能力を十分に発揮できる環境作りを積極的に行っています。

●時差勤務

育児・介護を事由とした時差勤務制度を導入しています。子どもの送迎や介護を必要とする家族のケアに時間を割くことができ、安心して働く環境作りを力を入れています。

●短時間勤務

育児・介護を事由とした短時間勤務制度を導入しています。各人のライフスタイルに合わせ、始業や休憩時間を個別に設定し、働くことができます。

●育児・介護サポート

育児・介護のサポートとして、育児・介護目的休暇やカフェテリアプランによる保育費用や在宅介護(デイサービス、老人ホームなど)費用補助の制度を用意しています。

●カフェテリアプラン

福利厚生の一つで、社員一人ひとりに年間一定額の補助金(ポイント)を支給し、社員はその支給されたポイントの範囲内で用意された福利厚生メニューを選択できます。メニューは健康維持(人間ドック、スポーツジム施設利用の費用補助等)、自己啓発(資格取得受験費用、各種スクールの費用補助等)、余暇支援(レジャー施設利用料補助等)、育児・介護支援等、さまざまなメニューを取り揃えています。



SUSTAINABILITY

4



地域社会との共存・共栄・調和



当社は、持続可能な社会の発展には事業活動とともに、地域社会の一員として地域・お客様との共存・共栄・調和を進めることが重要であると考えます。社会から信用される企業であるために、「不二家 食品安全品質方針」のもと、お客様にご満足いただけるよう、安全でよりよい品質の商品とサービスを提供すること、そして「不二家 社会貢献活動方針」のもと、良き企業市民として当社の特性を活かした社会貢献活動に取り組むことを、企業活動の重要課題としています。

参考サイト

不二家 食品安全品質方針



参考サイト

不二家 社会貢献活動方針



安全・安心の取り組み

お客様と当社の信頼関係は、商品のおいしさと同時に、安全な品質の上に成り立っていると考えます。商品のおいしさを追求するとともに、お客様に安心してお召し上がりいただける商品・サービスの提供を最優先に取り組んでいます。

品質保証システム

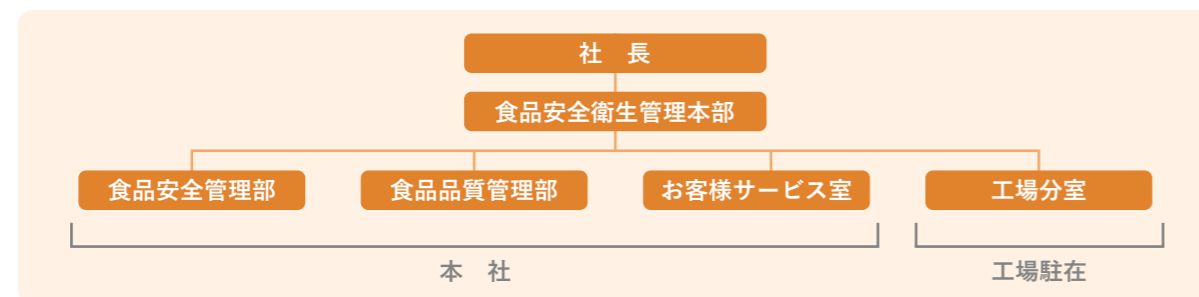
品質保証体制

社長直轄の組織である食品安全衛生管理本部を中心に、常にお客様の視点に立ち、さらなる満足をご提供するため、食品安全品質方針に基づき全ての部門において安全・安心な商品作りに取り組んでいます。

食品安全衛生管理本部においては、従業員に対し食品衛生に関する正しい情報や手法を提供することによって、お客様に満

足していただける安全な商品をお届けすることを使命とし、「食品安全管理部」「食品品質管理部」「お客様サービス室」の3部門体制のもと、組織強化をはかっています。また、各工場に食品安全衛生管理本部の組織として分室を設置し、業務の独立性を高め、チェック機能を強化しています。

●食品安全衛生管理本部組織図



食品安全マネジメントシステム及びHACCP※の取り組み

食品安全管理体制のさらなる強化を目的として、製造工場を中心に第三者機関による食品安全の認証であるISO22000、FSSC22000及びJFS-B規格を取得しています。洋菓子店舗とレストランでは「HACCPの考え方に基づいた衛生管理計画」を遵守し、日々徹底した衛生管理を行っています。今後も、食品安全マネジメントシステム及びHACCPの活動を軸に、お客様に安全・安心な商品をお届けできるようとめていきます。

※ HACCP: 原材料の入荷から製品の出荷までの全工程の危害を想定し、管理方法を決めて安全な商品を提供する衛生管理手法。



FSSC22000外部審査の様子



レストラン食品衛生管理マニュアル

AIBフードセーフティの取り組み

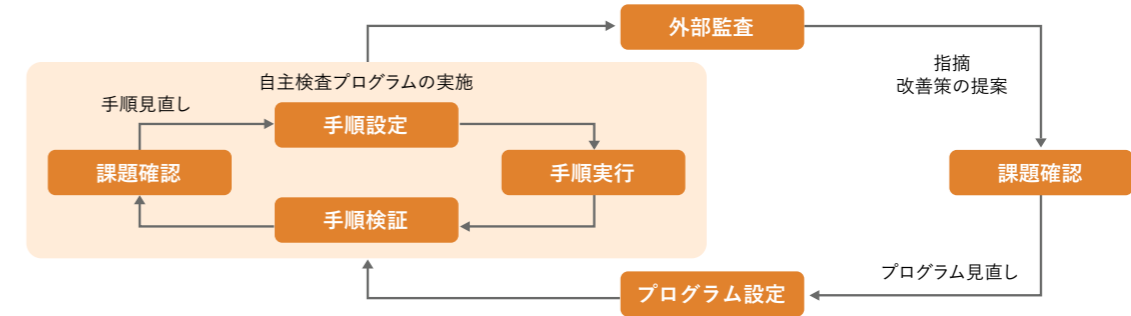
2007年2月よりAIBフードセーフティの取り組みを開始し、現在では洋菓子製造5工場、菓子製造4工場のすべての工場及びレストラン店舗にまで取り組みを拡大しています。AIBフードセーフティとは、原材料の入荷から製品出荷までの安全性を確保するために100項目以上の要求事項が記載された「AIB国際検査統合基準」に則って、食品安全衛生管理を有効に機能させるた

めに行う活動です。AIBフードセーフティには、毎月実施される自主検査による改善サイクルと、外部監査員からの指摘に対する改善サイクルの2つのサイクルがあることが特長です。この2つのサイクルを回すことで継続的改善を実施し、より高レベルな食品安全衛生管理の実現に向けて取り組みを継続しています。

●AIB国際検査統合基準の要求事項例



●AIBフードセーフティの2つの改善サイクル



●アレルゲン管理の事例



アレルギー表示による識別



工場の冷蔵庫におけるアレルギー一覧表

サプライチェーンの品質保証

商品・サービスを安心してお客様にご利用いただくために、食品安全及び品質上のリスクを最小限に抑えるべく、サプライチェーン全体で品質保証の継続的改善に取り組んでいます。

●不二家サプライチェーンプロセス図



Ⅰ 設計開発(プロセス)事例 - 商品のパッケージ表示

食品表示法や景品表示法等の法令遵守を前提として、お客様に見やすくわかりやすく、誤認を与えない表示の作成を心がけています。具体的には、多くの人の「目」でチェックすることにより、間違いや誤認を防ぐ体制を設けています。パッケージの表示作成においては、必要に応じて消費者庁や各業界団体に問い合わせをすることにより、社外の「目」も入れてチェックしています。パッケージのデザインでは、関係する複数部署の「目」でチェックしており、新商品に関してはさらに製造部門の「目」も加えチェックしています。

1つの部署で完結させず、表示作成から商品の完成までを全社で共有する取り組みを行っています。



Ⅰ 調達(プロセス)事例 - トレーサビリティの確保

購入した原材料は、ロットごとに適切に管理し、いつでもどこでもの製品に使用したかわかるよう厳格にトレーサビリティの確保につとめています。サプライヤーとは、「調査チェック表」に基づき、手順・異物混入対策・工程管理など定期的に評価や品質監

査を実施しており、サプライヤーとの連携を強化し、継続的な品質向上を推進しています。

また、新規サプライヤーを選定する際は、書類審査・現物確認・工場監査等を行うことで品質確保に取り組んでいます。

Ⅰ 製造(プロセス)事例 - 継続的改善活動

自社製造工場に加えてグループ会社製造工場及び製造委託工場についても現地監査を定期的実施し、食品安全及び品質上のリスク要因を抽出し、改善活動に繋げています。監査実施者を本社部門に限定せず、工場部門にも広げることで幅広い視点で製造工場を確認してリスクの抽出を行っています。



お客様の声

●お客様のお問い合わせ窓口

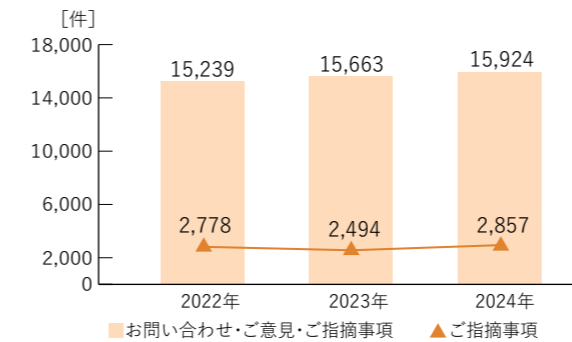
お客様からのお問い合わせやご意見等の窓口として、「お客様サービス室」を設置運営し、土日や祝日も含む朝9時から午後5時までお電話でお問い合わせ等をお受けしています。

不二家ウェブサイトでは、お問い合わせフォームからの内容にメールで対応する場合があります。また、商品情報や店舗情報をはじめ、安全な商品をお届けするための「不二家の取り組み」や、多く寄せられる質問に回答する「お客様窓口」など、充実したコンテンツを提供しています。今後も最新情報を積極的に発信し、お客様に役立つ情報をお届けするようつとめていきます。

●お客様窓口ページ



●過去3年間にお客様からいただいた声



●2024年のお問い合わせ・ご意見の内訳

項目	件数(%)
商品・営業サービスについての一般質問	7,094件(54.2%)
商品の安全性	1,642件(12.6%)
キャンペーンについて	886件(6.8%)
商品の特性	714件(5.5%)
不二家ファン・商品ファン	653件(5.0%)
その他	2,078件(15.9%)

お客様の声を活かす仕組み

お客様サービス室宛にいただいたお客様のご意見等は、翌日までに社内の関係部署に全件速報として報告しています。また、品質やサービス等に関するご指摘事項(クリーム)等については工場や営業部門等関連部署に即時報告するとともに、調査を

行い、品質やサービスの向上に役立てています。ご指摘事項については、月次や半期、通年等でデータを社内共有することで、中長期での品質やサービスの向上に役立てています。



お客様の声を商品やサービスに活かして

お客様からいただいたご意見について、関連部署に共有し、対応可能な内容については商品やサービスの向上に反映させています。

●過去の反映事例

スーパーでケーキを買ったところ、ケーキの底に透明なべたつくものが付いていましたが、これは何ですか。

ケーキが動いて崩れてしまうことを防ぐために、水あめをトレーに塗り、ケーキを固定している商品があります。そのような商品には、「輸送時の商品保護のため、ケーキの底面を水あめで固定しています。」とパッケージに表示するようにしました。

栄養成分表示(1個当たり) / エネルギー 389kcal たんぱく質 4.5g 脂質 22.5g 炭水化物 42.1g 食塩相当量 0.2g / この表示値は、目安です。

- 開封後は消費期限にかかわらずお早めにお召しあがりください。
- 輸送時の商品保護のため、ケーキの底面を水あめで固定しています。

この商品にはちみつは含まれていますか。小さな子どもがいるので、はちみつを使っている場合は与えるのを控えようと思っているのですが。

はちみつを使用しているすべての容器包装商品について、「はちみつを使用していますので、1歳未満の乳児には与えないでください。」とパッケージに表示するようにしました。なお、原材料に使用するのはちみつは、ボツリヌス菌・芽胞のろ過工程のあるものとしています。

●はちみつを使用していますので、1歳未満の乳児には与えないでください。

不二家食品安全の日教育

2007年1月に期限切れ原料使用に端を発した一連の問題が起きたことから、毎年1月11日を「不二家食品安全の日」と定め教育を実施しています。この日は、過去の歴史と向き合い、「二度と起こしてはいけない」という思いを従業員一人ひとりが再認識し、決意を新たにする日です。この18年で社員の平均年齢は大きく若返り、一連の問題を経験していない社員が多くなりまし

た。これからもさらに増えていく中で、「この問題を風化させないために、自分は今何をすべきか考える」ことを目的とした「教育」を行っています。「不二家食品安全の日」の教育は、オンラインで実施し、リアルタイムで参加できなかった従業員に対しても動画を配信しています。

●教育内容

問題点と改善策	行政から指摘された問題点と改善策、ルールを守ることの重要性
2007年当時の体験談	2011年に作られた冊子「後輩たちに語り継ぐ体験談集」から当時のリアルな体験談をインタビュー形式で紹介
現在への道のり	信頼回復への過程と現在の危機管理を紹介

この教育を通し、当時の事実を客観的に把握し、実際対応に当たった従業員の話を聞くことによって、経験していない従業員もより現実的に捉えることができると考えています。教育後には、各自の立場ですべきことを考え実行することを目的に、全従業員へのアンケートを実施しています。

一連の問題は「工場で起こったこと」が起点となっていますが、「どこでも起こり得るリスクを持っている」と認識し、工場・営業・店舗・本部の垣根を越えた相互理解のもと、従業員一同「食の安全」への取り組みをさらに強化、継承していきます。



河村社長の講話



会場の様子

●受講者の声

本日の教育を受け、この出来事は絶対に風化させてはいけないものだと感じました。私含め、当時入社していない方も多くいますが、今後同様の出来事を絶対起こさないために当事者意識を持ち再認識すべきだと思いました。また、仕事とは関係ない場面でも、規模の大小は関係なく「ルールを遵守する」ことを徹底する必要があるとも感じました。ルールを遵守することへの妥協・甘さを出ないように私自身も行動していきます。



食品安全やそれに関わる対応方法が、企業としての信頼を築くうえでどれほど重要かを再認識しました。SNSが普及する昨今においては、情報発信における責任の再認識を自分自身のみならず周囲のメンバーにも共有し、外部に発信するものはすべて「不二家」の名を背負っているということを忘れて、業務に取り組んでいきます。



原料の投入チェック表などの記録は、会社と自身を守る防衛手段であることは認識していましたが、SNS情報への対策という点でも記録が「防衛」になることを知り、改めて重要性を実感しました。原材料表示やアレルギー情報など、確認事項を記録する点では自身の業務も同様であり、緊張感を持って臨みたいと思いました。



社会貢献活動

持続可能な社会の発展には、地域社会との共存・共栄・調和を進めることが重要であるとの考えのもと、不二家を象徴する「ペコちゃん」や洋菓子店舗、レストラン、お菓子など、お客様に身近な企業としての特性を活かしながら、社会貢献活動に取り組ん

でいます。「不二家 社会貢献活動方針」に則った不二家らしい活動を推進することで、全てのステークホルダーの皆さまの笑顔を繋いでいきます。2024年は「不二家 社会貢献活動方針」で掲げている重点項目への活動を中心に取り組みました。

重点項目

子ども支援

お子様ご家族とともに歩んできた当社は、次世代を担う子ども達の健やかな成長に貢献することが重要な使命だと考えており、子ども達の可能性を広げる支援活動に取り組んでいます。

地域活性・共生

地域社会の一員として、地域イベント等に積極的に参加し、そこで生まれる笑顔で人と人を繋ぎ、絆を深めることが地域の発展・活性化に貢献すると考えており、その活動に取り組んでいます。

環境保全

持続可能な未来のためには、事業活動における環境負荷低減とともに、地域社会での自然や生態系を保護することも大切であると考えており、各事業拠点での環境保全活動に取り組んでいます。

活動事例

01 ペコちゃんこども園ほりかわ

子ども支援

地域活性

神奈川県秦野市に不二家が支援する社会福祉法人PEKO SMILEが運営する公私連携幼保連携型認定こども園が2025年4月に開園しました。園が掲げる教育・保育理念である、「子どもの力を引き出し、”未来で輝くための力”を育む」施設として、ご利用されるお子様とご家族のみならず、地域の方にも喜んでいただける教育・保育を実施していきます。不二家は、社会福祉法人PEKO SMILEへの寄付などを通じ、子ども達の明るい未来に向けた持続的なサポートをしていきます。

参考サイト

ペコちゃんこども園ほりかわ



02 ペコちゃんが行く! 不二家キャラバン隊

子ども支援

2010年の不二家創業100周年記念事業の一環からスタートした「ペコちゃんが行く!不二家キャラバン隊」は、ペコちゃんがキャラバンカーに乗って全国の児童施設等を訪問し、クイズやダンスで子ども達と触れ合うイベントです。これまでに700施設以上を訪問し、多くの子ども達と交流を図ってきました。2024年は東京都と神奈川県の9施設を訪問しました。ペコちゃんが、子ども達の思い出を彩る一つになれるようなイベントとして活動しています。

参考サイト

ペコちゃんが行く!不二家キャラバン隊とは





03 ペコちゃんキッズアカデミー 子ども支援

不二家ファミリー文化研究所が主催する「ペコちゃんキッズアカデミー」では、「食育」や「自然」、「親子のふれあい」をテーマに、親子参加型のイベントを2011年から開催しており、これまでに200組以上のお子様ご家族にご参加いただきました。2024年は、不二家やミルクレーの製造工程を学ぶ「不二家の工場をのぞいてみよう」と、パッケージを活用した「お菓子かばんづくり」を合わせたプログラムをオンライン形式で3回開催しました。お子様ご家族や友人との笑顔、絆が生まれるイベントとして活動しています。

[参考サイト](#)
ペコちゃんキッズアカデミーとは



04 横浜こどもホスピス 子ども支援

認定NPO法人横浜こどもホスピスプロジェクトが運営する、生命に関わる病気や状況で治療や療養生活を送るお子様とご家族の「家族の時間」を支え、地域との繋がりを育むコミュニティ型の施設「横浜こどもホスピス〜うみとそらのおうち〜」の活動意義に賛同し、2021年から活動を支援しています。「こどもホスピス・ウィーク2024」では、神奈川県内にある不二家レストラン9店舗のペコちゃん人形が、横浜こどもホスピスのTシャツを着用し啓発活動を行いました。また、12月に開催されたクリスマスイベントでは、ペコちゃんが子ども達へクリスマスプレゼントを届けに行きました。

[参考サイト](#)
認定 NPO 法人横浜こどもホスピスプロジェクト



05 ゴールドリボン 子ども支援

早稲田大学ビジネススクール(WBS)と特定非営利活動法人キャンサーネットジャパン(CNJ)が取り組む小児がん啓発活動に賛同し、2022年から協力をしています。「世界小児がん啓発月間」である9月に、東京都と神奈川県にある不二家洋菓子店舗、不二家レストランの内44店舗にて、小児がん啓発リボンである「ゴールドリボン」ピンバッチをペコちゃん人形の胸に付け、啓発活動を応援しています。

06 こども宅食 子ども支援

子どもの貧困を解決するために東京都文京区とNPO法人などの6つの団体が協働スタートした「こども宅食」は、経済的に困窮している子育て世帯に食品を無償で届けることをきっかけに、各家庭の様子を見守り、必要な支援に繋げ、地域や社会からの孤立を防ぐことを目的としたプロジェクトです。お菓子を通じ「家族の絆づくりの応援」をしたいとの考えから、2017年より年6回の定期配送に協力しており、毎年約9,000個のお菓子を提供しています。また、株式会社日本アクセスと認定NPO法人フローレンスが行う、企業と地域団体をつないで食品を子育て家庭に届けることを目的とした事業「こどもフードアライアンス」の2024年の取り組みには、約5,000世帯分のお菓子を提供しています。

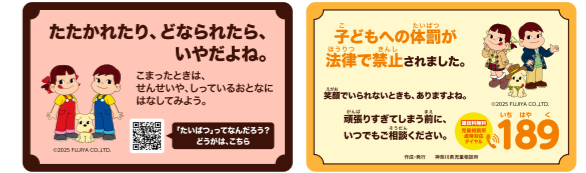


07 児童虐待防止啓発活動 子ども支援

神奈川県児童相談所が、大人だけでなく子どもにも体罰未然防止の認識を広げ、子どもが安心して生活できる環境を作ることを目的に取り組み、体罰未然防止普及啓発活動に2020年から協力しています。神奈川県所轄地域にある279校の公立小学校の1年生を対象に、22,730枚を配布した啓発カードや、子ども虐待防止のシンボルマークである「オレンジリボン」をたすきに見立てることで虐待防止を啓発する「オレンジリボンたすきリレー2024」の会場で配布するクリアファイルに、ペコちゃんとポコちゃんが登場することで子ども達に親しみを持ってもらい、啓発活動に繋げています。



配布したクリアファイル



配布した啓発カード



©World Vision



ネパール山岳地の学校で初めての歯磨き講習

08 海外への支援 子ども支援

公益財団法人 国際開発救援財団(以下:FIDR)と特定非営利活動法人ワールド・ビジョン・ジャパン(以下:WVJ)が共催し実施しているヤマザキ「ラブ・ローフ」募金に、2011年の東日本大震災の緊急援助募金から継続して協力しており、全国の不二家洋菓子店や不二家レストランを中心に、本社、工場、各営業所、関連会社などに募金箱を設置し、不二家グループとして取り組んでいます。集まった募金は、FIDRとWVJそれぞれが行う海外支援活動や災害時の緊急援助活動などに活用されています。FIDRにおいては、法人賛助会員としても継続的な支援をしています。また、2020年からはWVJの活動の一環である「チャイルド・スポンサーシップ」に参加し、10人の子ども達を支援しています。この活動は、途上国の子どもの健やかな成長のために、子どもを取り巻く環境を改善する長期的な支援を行い、子どもたちと地域の人々が「未来を切り拓く力」をつけられるように支える活動です。

[参考サイト](#)
公益財団法人 国際開発救援財団



[参考サイト](#)
国際NGOワールド・ビジョン・ジャパン



09 こころの劇場 地域活性

一般財団法人舞台芸術センターと劇団四季が共同主催する、劇団四季のファミリーミュージカルに、全国の子ども達を学校単位で無料招待するプロジェクト「劇団四季こころの劇場」の神奈川県エリアでの公演に協賛しています。本プロジェクトは、観劇を通じ子ども達に生命の尊厳や道徳・友情について考える機会を提供し、成長に貢献することを目的に活動しており、その活動意義に賛同し2024年から参加しています。

[参考サイト](#)
一般財団法人 舞台芸術センター



こころの劇場



10 ペコちゃんの森 環境保全

長野県最北部、新潟県との県境付近に「ペコちゃんの森」と名づけられた森があります。この森は、不二家ファミリー文化研究所が、トラスト活動の一環として荒廃した森を購入し、その森を整備保護していただける団体に寄付をした森です。

購入当時は、熊笹や灌木の覆い茂った藪そのものでしたが、団体の協力のもと、時間をかけて笹を刈り取り、不要な木を伐採して地面に日光を導くなど、数年の手入れを経て徐々に明るさを取り戻してきました。ブナやミズナラ、

ドングリを始めとする木や草が生い茂る明るい森を作っていくことが目標です。

また、この森林整備活動には不二家の従業員も定期的に参加しており、自然の力と人間の営みについて学びながら、森林の再生と保護、環境教育活動に取り組んでいます。

※ 詳細は、不二家ファミリー文化研究所のウェブサイトをご確認ください。

参考サイト

不二家ファミリー文化研究所



Before



After



森林整備活動

下草を刈ったり



集めた木もムダにはしません!



枝を切ったり



エコスタックと呼ばれる生きもののすみかになります

TOPICS 災害支援活動

令和6年能登半島地震

2024年1月に能登半島で発生した「令和6年能登半島地震」により、大規模な被害を受けた被災地域の小中学校を支援するため、24校へ約3,000個の苺のショートケーキを届けました。この地震では、多く

の家庭が避難を余儀なくされ、学校も一時閉鎖されるなど、地域全体が困難な状況に陥りました。こうした状況の中、スイーツを通じて子ども達や教職員の皆様の心を元気づけ、日々の生活に少しでも楽しさを取り戻してもらいたいという思いで取り組みました。1日でも早い復興をお祈り申し上げます。

2024年台湾東部沖地震

2024年4月に発生した台湾東部沖地震の復興支援のため、台湾産パイナップル果汁を使用した「カントリーマアムチョコまみれザ・ワールド(アジア編)ミドルパック」の売上の一部を寄附しました。本製品1袋につき3円が被災地の支援金として積み立てられ、集まった寄附金はFIDRを通じ、被災地の復興活動や支援プログラムに活用されています。少しでも現地の人々の生活再建の一助となることを願っています。



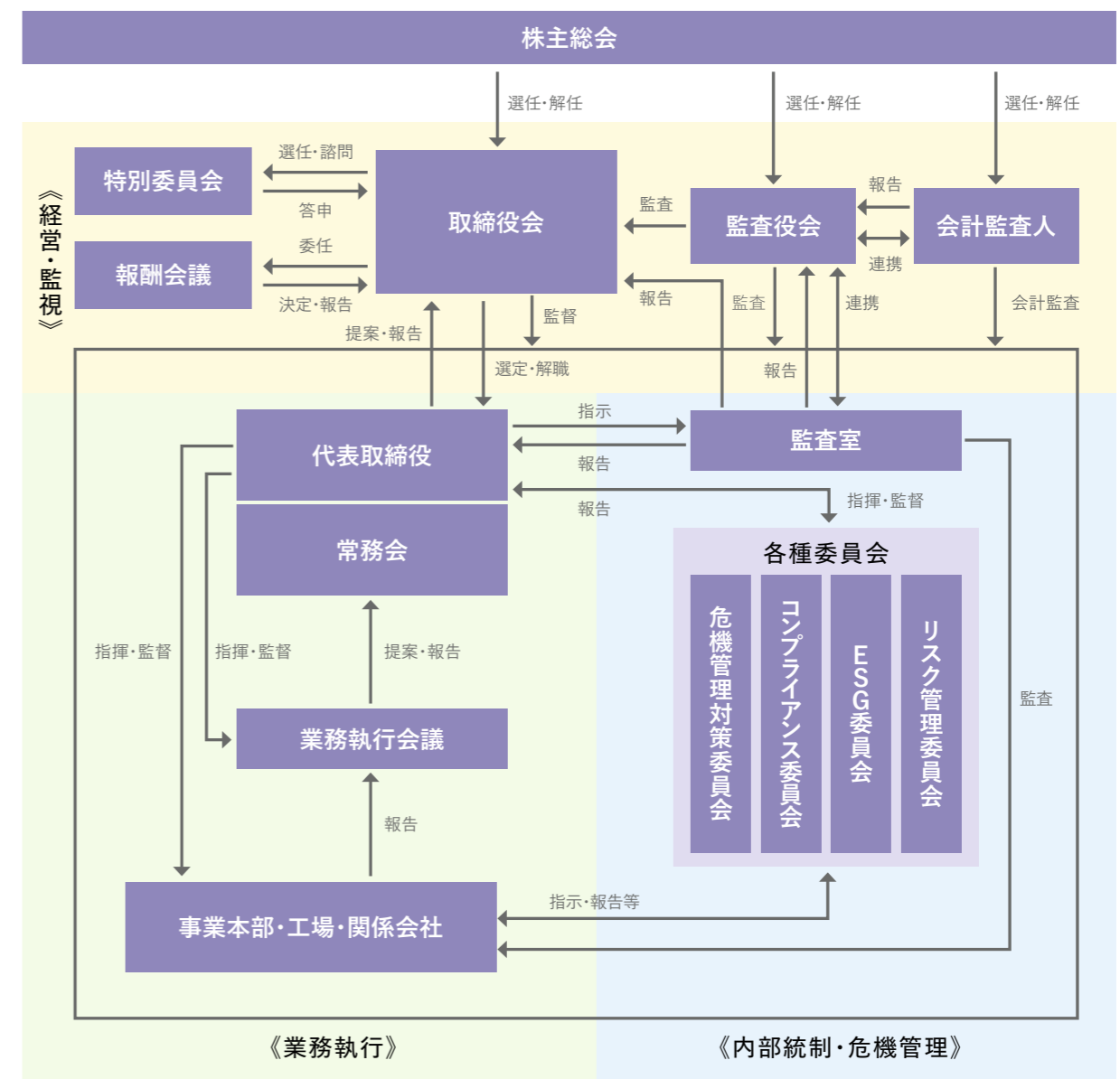
コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

当社及び当社グループ会社は、親会社の経営方針を尊重した企業経営を遂行いたします。そのうえで、当社「社是」及び「経営理念」に基づき、不断的努力により新しい価値と需要を創造するとともに、徹底した改善に絶え間なく取り組み、収益を確保することで、当社の持続的成長と中長期的な企業価値の向上を目指します。

かかる目的を達するためには、株主をはじめとする全てのステークホルダーとの健全な協働関係を構築することが不可欠です。この考えのもと、企業経営の透明性と効率性の向上をはかるとともに、コンプライアンス及びリスク管理の強化を推進し、コーポレートガバナンスのさらなる充実・強化に取り組んでまいります。

●コーポレート・ガバナンス体制(模式図)



取締役会の活動状況

取締役会は、月1回定例開催するほか、必要に応じて適宜開催しています。当事業年度に開催された取締役会は14回であり、各役員の出席状況については次のとおりです。なお、当日の審議をより充実させるため、取締役会の開催に先立ち、社外取締役・社外監査役に対し、各回とも議案内容に関し適宜社内取締役等から事前説明または資料の事前配布を実施しています。

氏名	役職名	出席回数	出席率
山田 憲典	代表取締役会長	14回/14回	100%
飯島 幹雄	取締役副会長	14回/14回	100%
河村 宣行	代表取締役社長	14回/14回	100%
宮崎 広	専務取締役	13回/14回	93%
瓜生 徹	専務取締役	14回/14回	100%
富永 寿哉	常務取締役	14回/14回	100%
古田 健	取締役	14回/14回	100%
高橋 俊裕	独立社外取締役	14回/14回	100%

●取締役会の多様性



氏名	役職名	出席回数	出席率
中野 武夫	独立社外取締役	13回/14回	93%
村岡香奈子	独立社外取締役	14回/14回	100%
酒井 美紀	社外取締役	13回/14回	93%
神長 善次	独立社外取締役	14回/14回	100%
中島 清隆	常勤監査役	14回/14回	100%
弘中 徹	社外監査役	14回/14回	100%
佐藤 元宏	独立社外監査役	14回/14回	100%

※2024年12月31日時点

監査役監査の状況

Ⅰ 監査役会の組織及び人員

当社は、2名の常勤監査役を含む4名の監査役(うち、社外監査役2名)で監査役会を組織し、監査基準及び監査計画に従い、取締役の職務執行の監査を実施しております。当社グループ会社においては、会社の規模や業態に応じて、当社常勤監査役が当該会社の監査役に就任し、当該会社の監査を実施しております。なお、監査役佐藤元宏氏は、公認会計士の資格を有しております。

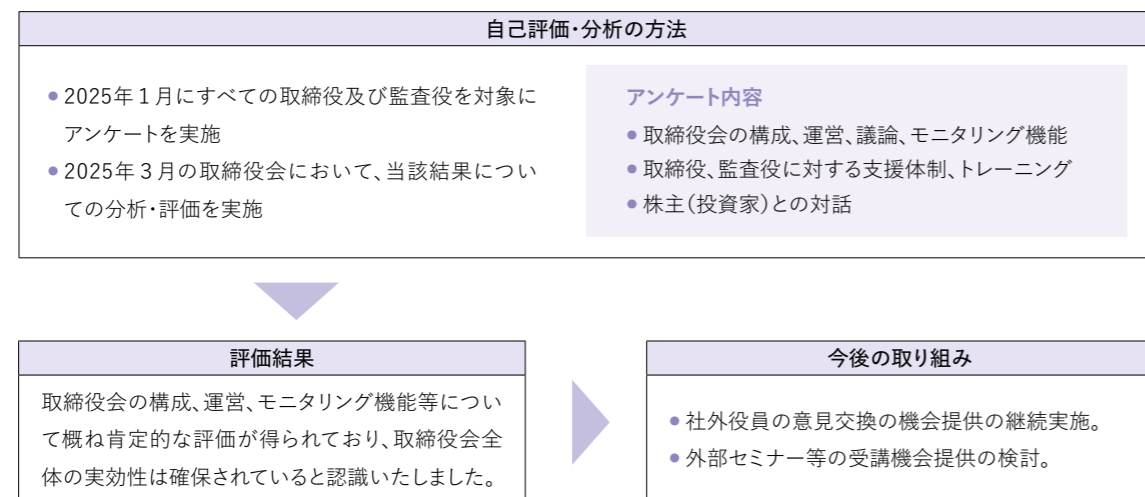
Ⅱ 監査役会の開催頻度及び個々の監査役の出席状況

監査役会は毎月1回開催するほか、必要に応じて随時開催しております。当事業年度は合計15回開催し、個々の監査役の出席状況は次のとおりであります。

氏名	役職名	出席回数	出席率
中島 清隆	常勤監査役	15回/15回	100%
弘中 徹	監査役(社外)	15回/15回	100%
佐藤 元宏	監査役(社外)	15回/15回	100%

取締役会の実効性評価

取締役会の機能向上と、企業価値を高めることを目的として、毎年1回、取締役会の実効性について、自己評価・分析を行っています。



役員報酬決定方針

取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針に関する事項

「取締役の個人別の報酬等の内容決定に関する方針」(以下、「決定方針」といいます)を取締役会で決議しています。決定方針の内容は以下のとおりです。

当社は、多様で優秀な人材を確保するために、同業種他社及び他業種同規模他社の報酬水準を参酌しつつ、当社の持続的成長及び中長期的な企業価値向上に資するよう、適切な報酬水準とすることを基本としています。

社外取締役以外の取締役

取締役の報酬は、取締役報酬規程及び取締役報酬規程附則に基づき、役位に応じた固定報酬(年俸制・月例現金報酬)のみで構成されており、経営成績及び取締役の業績等を勘案して、年俸を見直すこととしています。

社外取締役

報酬は、取締役報酬規程及び取締役報酬規程附則に基づき、固定報酬(年俸制・月例現金報酬)のみとしています。

報酬ガバナンス

取締役の報酬額は、株主総会で認められた報酬額の枠内で、取締役会から委任を受けた報酬会議により定めています。報酬会議は、会長、社長及び総務人事本部長により構成され、事前に独立社外取締役に意見を聴取したうえで、取締役個人別の報酬額を決定し、決定内容を取締役会に報告することとしています。

監査役の報酬に関する事項

監査役の報酬額は、株主総会で認められた報酬額の枠内で、監査役の協議により個々の報酬額を決定しています。

特別委員会の活動状況

当社の少数株主の利益保護を目的として独立役員のうち3名を構成員とする常設の特別委員会を設置しており、当該委員会において親会社との重要な取引及び行為について、取引・行為の必要性、合理性及び条件の相当性を含め、審議・検討を行っています。

●主な審議・検討内容

	開催月	主な審議・検討内容
第1回	2024年2月	2023年1月～12月までの親会社との取引の内容及び継続して行う当該取引の内容について
第2回	2024年9月	2024年1月～6月までの親会社との取引の内容及び継続して行う当該取引の内容について

●当事業年度の出席状況

役職名	氏名	出席回数	出席率
独立社外取締役	村岡香奈子(委員長)	2回/2回	100%
独立社外取締役	高橋 俊裕	2回/2回	100%
独立社外監査役	佐藤 元宏	2回/2回	100%

2024年度内部統制システムの整備運用状況

企業会計審議会の示す内部統制の基本的枠組みに準拠して、「内部統制システムの整備に関する基本方針」を制定及び随時見直しを図り、内部統制の整備・運用を行っています。2015年5月1日に「会社法の一部を改正する法律」(平成26年法律第90号)及び「会社法施行規則等の一部を改正する省令」(平成27年法務省令第6号)が施行されたことに伴い、2015年7月29日開催の取締役会において「内部統制システムの整備に関する基本方針」の改定を決議し、改定しました。それに基づき、企業集団の業務の適正と監督及び監査の実効性を確保するため、グループ会社すべての会社に派生するリスクに対して、今まで以上にあらゆる可能性を認識し対応できるよう体制を強化し、内部

統制システムを運用しています。また、財務報告に係る内部統制についても、内部統制の基本的枠組みに準拠して整備運用していますが、財務報告への影響を勘案し、重要な虚偽記載の発生可能性がある事象に関しては個別に対応しています。2024年度におきましては、再度システムを見直し、財務報告の信頼性を高め、財務報告の信頼性に重要な影響を及ぼす統制上の要点を選定し、その中で自己点検や独立的評価を適正に実施しました。今後も、業務の適正を確保するために、あらゆるリスクを想定し体制をさらに強化することにより、内部統制の有効性を確保し企業としての社会的責任を果たしていきます。

リスクマネジメント

リスクマネジメント体制

不二家は食品企業として、常に「食の安全」を最優先の課題とし、食品事故の未然防止と製品の安全性を向上させるため、AIB(American Institute of Baking)国際検査統合基準による指導監査システムを導入するなど、徹底した食品安全管理体制の確立を図っています。そのほか、事業活動に重大な影響を及ぼす恐れのある「経営リスク」「事故・災害(環境)リスク」などに対して、事前にリスクの特定・分類・分析・評価を行い、適切に対応するために「リスク管理委員会」を設置し、迅速かつ最善の対応をはかる体制を整備しています。また、必要

に応じて、顧問弁護士などの専門家に助言・指導を求めています。重大な製品事故や職場での災害リスクが顕在化した場合や、顕在化が予想される場合には、社長が委員長を務める「危機管理対策委員会」を招集し、迅速な対応をはかる危機管理体制を整備しています。東日本大震災を契機に、本社・工場では防災意識の向上と避難訓練を実施することはもちろんのこと、営業・工場の主要拠点17ヶ所に衛星電話を設置し、緊急時の連絡体制を整備しています。

情報セキュリティ対策

情報資産を過失、事故、災害、犯罪などの脅威から守り、社会とお客様の信頼に応えるため、情報セキュリティ管理規程を定めています。業務遂行上必要な情報資産について、適切なセキュリティ対策を講じ、不正アクセス、漏洩、改ざん、紛失・毀損などが発生しないよう予防を図っています。

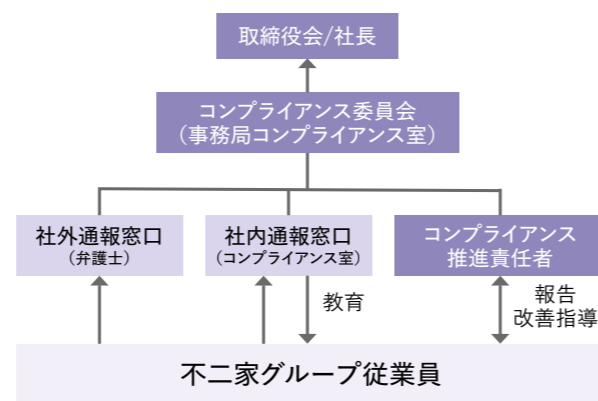
問題が顕在化した際には、速やかに是正するように組織と体制を定め、その役割と責任者を明確にしています。また、関連諸規程並びに情報セキュリティ体制の評価と見直しを定期的・継続的に行い、適切に管理しています。

コンプライアンス

コンプライアンスに対する考え方

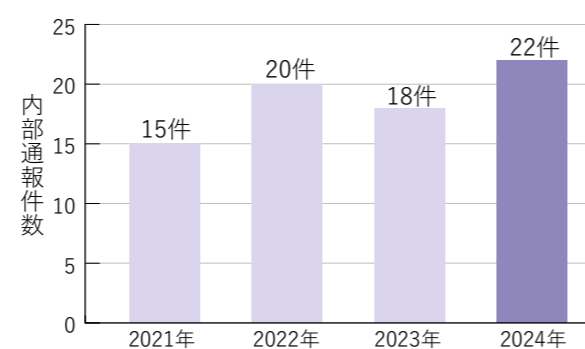
コンプライアンスを経営の基盤及び重要課題と考え、公正かつ誠実な企業活動を行い、社会に対する責任を積極的に果たしています。社会からの要請に応えるべく、コンプライアンスを「単なる法令遵守にとどめず、社内規程・ルールを守ることに加え、社会倫理にも適合していくこと」と捉え、企業価値向上を目指しています。コンプライアンス活動を不二家グループ全体で徹底、推進していくため、取締役を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、全社的な方針の制定、事故発生時の原因調査と再発防止策の策定などを行い、その結果を必要に応じて社長、取締役に報告及び提案しています。コンプライアンス室ではコンプライアンスについての意識付けや啓蒙教育を継続的に実施しています。また、内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度を導入し、当グループの社会的信頼の維持及び業務運営の公正性の確保に努めています。 □ P24 社内に対する取り組み

●不二家グループ コンプライアンス体制図



内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度

不二家グループ各社内の法令違反などの未然防止と早期発見及び是正を目的として、内部通報(コンプライアンス・ヘルプライン)制度を導入しています。この制度は、不二家グループ各社内の事案や行動が、社内規程・法令・ルール等に違反するかどうかなど、コンプライアンスに関する相談窓口としても機能しています。この制度を従業員が利用できるよう、全従業員に企業理念や連絡窓口を記載したコンプライアンスヘルプラインカードを配布しており、社内だけでなく、外部弁護士への連絡窓口を設けることで、通報や相談がしやすい環境作りにも努めています。



役員一覧

役員一覧(2025年3月31日現在)

 代表取締役会長 山田 憲典	 取締役副会長 飯島 幹雄 山崎製パン株式会社 代表取締役社長、 株式会社東ハト 代表取締役会長	 代表取締役社長 河村 宣行 不二家(杭州) 食品有限公司董事長、 B-Rサーティワンアイスクリーム 株式会社取締役	 取締役副社長 瓜生 徹 洋菓子事業本部、 菓子事業本部、購買、 Eコマース担当 洋菓子事業本部長 B-Rサーティワンアイスクリーム 株式会社取締役	 専務取締役 富永 寿哉 キャラクター・ライセンス担当、 菓子事業本部長	 常務取締役 古田 健 海外事業担当、 菓子事業本部生産本部長、 不二家(杭州) 食品有限公司董事
 取締役 荒畑 克也 経理本部長、経理部長	 独立社外取締役 高橋 俊裕	 独立社外取締役 中野 武夫	 独立社外取締役 村岡 香奈子 弁護士、ジャフコグループ 株式会社社外取締役	 社外取締役 酒井 美紀	 独立社外取締役 神長 善次 株式会社東ハト社外監査役
 常勤監査役 中島 清隆	 常勤監査役 安井 泰宏	 社外監査役 弘中 徹 弁護士、弁護士法人弘中 総合法律事務所代表社員	 独立社外監査役 佐藤 元宏 公認会計士、 公認会計士佐藤元宏事 務所所長		

取締役のスキル・マトリックス

氏名	知識・経験・能力等									
	企業経営	財務会計	人事労務	総務法務	営業	生産	食品衛生	労働安全	グローバル	社会貢献
山田 憲典	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
飯島 幹雄	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
河村 宣行	●		●	●	●	●	●	●	●	●
瓜生 徹					●	●		●	●	
富永 寿哉					●	●				
古田 健						●	●		●	
荒畑 克也		●								
高橋 俊裕	●		●		●	●				
中野 武夫	●	●		●	●					
村岡 香奈子				●					●	
酒井 美紀									●	●
神長 善次		●							●	●

会社の概要

会社情報(2024年12月31日現在)

商号	株式会社不二家 (FUJIYA CO., LTD.)	従業員数	正社員1,392名
設立年月日	1938(昭和13)年6月30日	事業内容	<ul style="list-style-type: none"> 菓子・商品・アイスクリームなどの製品卸売 洋菓子販売チェーン店・喫茶及び飲食店の経営 不動産事業 他
本店所在地	〒112-0012 東京都文京区大塚二丁目15番6号		
資本金	182億8,014万円		

主要事業所及び関係会社(2024年12月31日現在)

●事業所

本社	
洋菓子事業本部	店舗オペレーション部(関東エリア/北海道エリア/東北エリア/中部エリア/関西エリア/九州エリア)/広域営業部/フードサービス部
菓子事業本部	広域営業部/北海道・東北統括部/首都圏統括部/中部統括部/近畿・中四国統括部/九州統括部
生産工場	埼玉工場/野木工場/泉佐野工場/吉野ヶ里工場/札幌工場/平塚工場/富士裾野工場/秦野工場/福島工場

※2024年6月30日をもって山形工場は閉鎖いたしました。

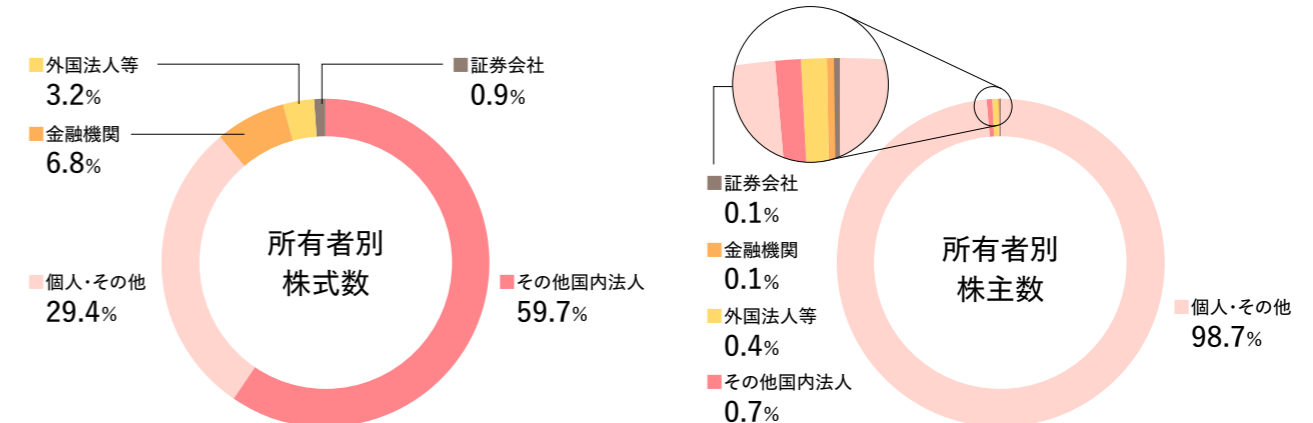
●関係会社

● 連結子会社 ● 持分法適用関連会社

洋菓子事業	● 株式会社ダロワイヨジャパン	高級フランス菓子、惣菜の製造販売、マガザン・サロン・ド・テの運営
	● 株式会社不二家神戸	和洋菓子の製造販売
	● B-R サーティワン アイスクリーム株式会社	アイスクリームの製造、アイスクリームチェーンの運営
製菓事業	● 不二家乳業株式会社	飲料及び乳製品の製造、販売
	● 不二家(杭州)食品有限公司	中国での菓子製造、卸売、菓子の輸入販売
	● 日本食材株式会社	菓子食品の製造
	不二家ベトナム CO., LTD.	ベトナムでの菓子の輸入販売
その他事業	● 株式会社不二家システムセンター	事務受託業務及びアウトソーシング受託
	不二家テクノサービス株式会社	不動産・ビル管理業
	テクノ保険サービス株式会社	保険代理業

※2024年6月1日をもって当社連結子会社の株式会社不二家福島を吸収合併いたしました

株式の分布状況



株式及び主要株主の状況(2024年12月31日現在)

発行可能株式総数	40,000,000株	単元株式数	100株
発行済株式の総数	25,775,659株*	株主数	51,191名 (前年同期差 736名増加)

株主名(大株主)	持株数(株)	持株比率*(%)
山崎製パン株式会社	14,021,300	54.3
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,188,200	4.6
不二家不二栄会持株会	903,700	3.5
株式会社バンダイナムコホールディングス	500,000	1.9
UBS AG LONDON A/C IPB SEGREGATED CLIENT ACCOUNT	150,000	0.5
GOLDMAN SACHS BANK EUROPE SE	150,000	0.5
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	141,500	0.5
藤井林太郎	122,444	0.4
損害保険ジャパン株式会社	98,466	0.3
不二家従業員持株会	85,579	0.3

*発行済株式の総数及び持株比率は、自己株式(9,000株)を控除して計算しております。