

2026

ISHII FOOD

ESG

REPORT



石井食品

# CONTENTS

## INTRODUCTION

石井食品が考えるESGと  
その活動に関して

企業としてのESG

## SPECIAL FEATURE

- 03 TOP MESSAGE
- 05 石井食品のESGモデル
- 06 数字で見るESGモデル
- 07 千葉県市原市の有機農家・千葉県鎌ヶ谷市の老舗企業との取り組み
- 08 和歌山県由良町との取り組み
- 09 京都府京丹波町との取り組み
- 10 地方創生フードビジネス研究会
- 11 Viridian コミュニティハウス運営について
- 12 インタビュー:Viridianが創る新しい食文化のカタチ
- 16 訓子府 地域貢献のその先へ “訓子府町と共に創る「未来の街モデル」”
- 19 Environment(環境)
- 20 Social(社会)
- 21 Governance(ガバナンス)
- 23 石井智康(石井食品株式会社代表取締役社長執行役員)  
×高木里沙(株式会社ovgo代表取締役)  
～「変わらないために変わり続ける」食の次の80年～

# TOP MESSAGE

石井食品株式会社  
代表取締役社長執行役員

石井 智康



近年、ESG（環境・社会・ガバナンス）の重要性が高まり、企業には経済的価値だけでなく、社会や環境への責任がより強く求められるようになってきました。

私たちはこれまでも、「農と食卓をつなぎ 子育てを応援する企業に」というVISIONのもと、未来の子どもたちのために本当においしいモノづくりを追求してきました。安全・安心な食品づくりや地域との共創は、まさにESGの理念に通じるものであり、私たちの事業の本質と重なっています。

これからはこの姿勢を「石井食品のESG」と明確に定義し、売上・利益と並ぶもう一つの柱として、社会貢献の指標づくりに取り組んでまいります。

石井食品が考える  
ESGとその活動に関して



一次産業を軸に  
コミュニティを形成し  
持続可能な  
地域社会を構築。



食に関するイベントや知育を通じ、  
食知識の向上と活性化を支援する。

エリア  
コミュニティ



多種多様な販売網を通じ、  
地域に根ざした商品を全国展開する。

ひろめる



行政や地元企業などと連携し、  
地域産業の発展を支援する。

ビジネス  
コミュニティ



そだてる

農産物の有効活用を通じて、規格外廃棄  
の減少・作付面積の拡大に貢献する。



食  
コミュニティ

農業の活性化で生産者同士の交流を生み、  
さらなる品質向上を目指す。



つくる

無添加調理\*と保存技術で、  
地域に根ざす商品を開発する。

\*当社での製造過程においては食品添加物を使用しておりません。



数字で見る  
ESGモデル

連携地域数  
30 地域



取り扱い作物数

42 種類



商品数

52 種類



地域と旬商品販売数量

149 万食

※こちらの数値は定番商品を除く「地域と旬商品」「商品名に地域名の  
入った商品」に絞り掲載しています。



農作物調達量

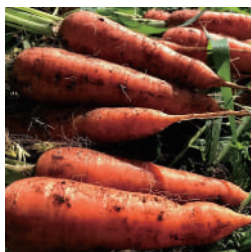
342 t



## 有機・規格外野菜を 価値に変える 「地域共生モデル」の実装

### 概要

ドレッシングに使用しているのは、千葉県市原市で有機農業に取り組むONE DROP FARMで育てられた有機にんじん。サイズ不足や形の歪みを理由に、これまで市場に出せず未利用となっていた千葉県産有機にんじんの、石井食品の独自の技術により皮まで丸ごとペーストにしました。その有機にんじんペーストを千葉県鎌ヶ谷市に本社工場を構える老舗醸造メーカーの「私市醸造」がドレッシングへと仕上げることで、地域内での経済循環を実現しています。生産者・地域企業・消費者を結ぶ「サークル」を全国へ広げ、規格外野菜の活用拡大と、有機農業の持続可能な価値向上を推進していきます。



“有機の里づくり”千葉県団体連絡会(ちばだん)・(株)良品計画の千葉事業部、石井食品の3者は、「オーガニックを地元ちばのあたりまえにしたい」という想いに賛同し、2022年3月より共同プロジェクトを発足。千葉県の有機農産物を使った「まるかじりちば」の新商品として、人参ドレッシングを発売しました。



※キャップの色は実際にはゴールドです。

## 由良の生にんにくを盛り上げ 地域の特産品として 町おこし

### 概要

乾燥させず生のまま出荷される希少な由良のんにく。全盛期の1/10まで減ってしまった出荷量を再び盛り上げ、子どもたちが将来働きたいと思える町づくりに石井食品も共に取り組みます。第一弾として、役場・生産者・地元スーパーと連携し「和歌山 由良町の生にんにくを使ったハンバーグトマトソース」を開発。これを起点に「持続可能な農業」を実現し、2025年度は地域限定の商品でしたが2026年度からは全国展開へ、その価値を広げていきます。



## 食の楽しさ、 地域の特産品を 子どもたちに届ける

### 概要

食の本質を追求した献立開発と、現代の食行動変容への対応をテーマに京丹波町の食材を使った学校給食を年に数回「イシイの日」として栄養教諭たちと共に開発しています。京丹波町の黒大豆を“目”に見立てた「まめたんバーグ」や、昆布だしを隠し味に加えた京丹波町産キャベツハンバーグなど、子どもたちがご飯をおかわりしたくなる味付けと楽しさを追求したメニューを考案しています。2021年度から取り組みが始まり2025年度からは石井食品の従業員が京丹波町給食委員会の委員を就任。子どもたちに食の楽しさ、地域の特産品のすばらしさをこれからも伝えていきます。



## 「共に考え、共につくる」 地域の食の新たな仕組み 地方創生フードビジネス研究会

### 概要

本研究会は、単なる事例共有に留まらず、各地域が抱える課題を「全員で考え、解決策を導き出す」実践的な場です。2026年1月22日、志を共にする7つの自治体が石井食品に集まりました。自治体同士の「横のつながり」を強め、成功事例やノウハウを共有し合い手を取り合うことで、今まで解決できなかった課題を解決に導くことを目的としています。石井食品は、この会を通じて1次産業（生産）から加工・販売までを一体化させた「6次産業化」を推進し、豊かな食を守るため地域と共に歩み続けます。



地方創生フードビジネス研究会



# Viridian

地域コミュニティの「ハブ」として、  
持続可能な食の未来をプロトタイプし続ける場所です。

石井食品の ESG モデルにおける食を軸とした  
地域コミュニティ創生の実践的な取り組みとして、  
本社 1 階で Viridian を運営しています。





# Viridian が創る 新しい食文化の カタチ

【Viridian 店舗スタッフ】  
桑野・熊谷・佐々木



インタビュー  
【社長室 ESG 推進チーム】  
岸・仲山

石井食品が掲げる「農と食卓をつなぎ、子育てを応援する企業に」を最もダイレクトに体感できる場所、それが本社1階で運営するコミュニティハウス「Viridian」です。単なるカフェや直売所の枠を超え、地元農家とのマルシェや行政・社会福祉協議会との共創イベント、さらには子育て世代への健康支援など、地域の「居場所」としての地位を確立しています。

今回のインタビューでは、この躍進を支えたViridian店舗スタッフとESG推進チームが集まり、Viridianが地域社会で果たしている役割と、その裏側にある「想い」について語り合いました。

**仲山(ESG推進チーム):**本日は熊谷さん、桑野さん、佐々木さんに集まっていただきました。お一人ずつ自己紹介をお願いします。

**熊谷(店長):**店長の熊谷です。Viridianが単なるカフェではなく、地域の方々が心からリラックスできる居場所となるよう、「おもてなし」のアップデートに日々取り組んでいます。

**桑野(店舗スタッフ):**桑野です。私は接客、HP運営、バックオフィス、マルシェやイベント運営など幅広い業務を担当しています。現場の感覚と事務的な視点の両方のバランスを考え円滑に進められるよう工夫しています。

Viridianがより多くの方の憩いの場所になるよう、日々業務に取り組んでいます。

**佐々木(店舗スタッフ):**佐々木です。私は接客、イベント運営、SNSの運営、非常食・常温品の法人営業を担っています。また防災士の資格を活かして、大規模な災害が発災した場合は現場に赴き、災害支援も行っています。官民と連携した防災講義や教育機関での防災授業など、二足の草鞋で業務に取り組んでいます。

## Viridianを 支える三人の「顔」



### 「おもてなし」のアップデートが、 来店客数3倍の大躍進をもたらした

**仲山:**2025年度、Viridianの飲食来店客数が前年の約3倍(2891名→8439名)と大躍進ですね。

**熊谷:**ありがとうございます。一番は「おもてなし」の質を再定義したことだと思います。単なるカフェではなく、地域の方がゆっくり食事を楽しめる「コミュニティの形成」を最優先にしました。

**岸(ESG推進チーム):**メニューの充実ぶりも目覚ましいですね。

**熊谷:**旬の商品や野菜をふんだんに盛り合わせた「日替わりランチプレート」、お好きな種類を選んでいただく「ハンバーグランチ」「ミートボール丼」「キッズプレート」など、石井食品の強みを活かしつつ、ドリアやホイル焼き、ピザといった「ここでしか食べられないワクワク感」を追求しました。

**桑野:**SNSや配布チラシ、口コミ等を通じて、充実したキッズスペースや、お子様連れでも周囲に気兼ねなくリラックスできる店内の雰囲気幅広く認知されました。「お子様を安心して遊ばせながら、大人も気兼ねなくリフレッシュできる場所」として、多くの方から共感をいただいたことが大きな要因だと私達スタッフは考えています。

# 「とれたて」が 生産者と住民の絆を編む

**仲山:**Viridianの入り口で開催する「マルシェ」は、今や店舗の顔ですね。地域農家さんとの連携について教えてください。

**熊谷:**はい。農家さんが千葉県産の野菜を中心に新鮮なものを直接届けてくださいます。単なる販売場ではなく、農家さんと私たち、そして地域にお住まいの方々が言葉を交わす大切な場になっています。

**桑野:**農家さんから直接「野菜の美味しい食べ方」など豆知識を伺えるのがマルシェの醍醐味でもあります。

**岸:**まさに「顔の見える関係」ですね。その信頼感が来店客数の伸びにも繋がっているのでしょうか。

**熊谷:**間違いだと思います。農家さんの想いが詰まった野菜をランチの食材としても活用し、その満足感がリピーターを生んでいます。



**仲山:**飲食だけでなく、イベントの多角化も印象的です。船橋市役所や社会福祉協議会とのコラボなど、行政を巻き込む動きが加速しましたね。

**佐々木:**現場から積極的に働きかけを行いました。秋にはALS団体の方々と「防災イベント」を冬には行政と「食育イベント」を開

催しました。季節ごとに夏祭りや、春には外国人向けのイベントも実施し、地域社会のあらゆる層が交差する拠点になれたと感じています。

**岸:**まさに「石井のESGモデル」がViridianという場所で具現化されていますね。

## 行政との「共創」で、 社会課題を身近なイベントに

# 「子どもたちに胸をはれる」 未来のために

**仲山:**2026年3月、私たちESG推進チームとViridianスタッフが連携して実施した、未就学児を持つお母様向けの「無料乳がん検診」。実際に開催してみると、受診されたお母様方から多くのお声をいただき、地域全体の健康意識を高める非常に意義深い一歩になったと感じています。現場でお母様方と接してみて、どのような手応えがありましたか？

**熊谷:**はい。一番印象的だったのは、検診を終えた後のお母様たちの晴れやかな表情でした。「子どもが小さいと自分のことは二の次になってしまうけれど、Viridianなら安心して来られる。ようやく自分の健康に向き合うきっかけをもらえました」と、お話しくださる方もいて…。日々の生活に追われるお母様たちにとって、Viridianが心身ともに自分を大切にできる「拠り所」として、健康への一歩を後押しできたことは、私たちの大きな誇りです。  
**佐々木:**私も、お母様たちの「健康への意識」が明確に変わる瞬間

を肌で感じました。検診を機に、日々の食事や生活習慣についても積極的に質問をいただくことが増え、食の安全と身体の健康が地続きであることを改めてお伝えする機会になりました。ESGチームと協力し、Viridianで「自分を大切にする文化」を発信できたことは、防災士として「命を守る」視点から見ても、地域全体の安心感を高める重要なアクションだったと確信しています。



## これからの Viridian

**岸:**お話を伺って、皆さんの自発的な活動が、「地域コミュニティのハブ」として機能しているのを強く感じました。Viridianは石井食品のESGにおける「地域コミュニティ創生」の実践的な場所でもあります。皆さんの試行錯誤そのものが、「地域の信頼」へと形を変えているんですね。

**熊谷:**Viridianを通じて生まれる「知る」という体験こそが、未来を創る種になると信じています。私たちはこれからも、お客様にとって最も身近な「石井食品の顔」として、地域に寄り添い続けます。



石井食品は、北海道訓子府町へ社員を派遣し、  
地域課題の解決に深く踏み込む新たなフェーズへと移行しました。

これは単なる原材料の調達や一時的な支援に留まらず、  
石井食品が目指す「地域共生」の新しい形への挑戦です。

地域貢献のその先へ  
—— 訓子府町と共に創る「未来の街モデル」 ——

KUNNEPPU



# 玉ねぎが結ぶ絆。 北海道訓子府町と歩む 「持続可能な町づくり」

2050年の人口半減予測や高齢化率40.6%という厳しい現実に直面する北海道訓子府町。宿泊インフラの不足など課題を抱える一方、国内第3位のシェアを誇る「玉ねぎ」という比類なきポテンシャルを有しています。ミートボールをはじめとする主力商品に玉ねぎを欠かさず使用する石井食品は、2025年4月9日に訓子府町と包括連携協定を締結いたしました。「農と食卓をつなぎ、子育てを応援する企業に」というVISIONのもと、玉ねぎを起点にあらゆる世代を巻き込み、

訓子府町の課題である「人口減少」や「働き口の少なさ」に対し、製造業という枠組みを超えて向き合います。地域活性化企業人として石井食品の社員を派遣し、農業をさらに持続可能にするための6次化や地域ブランディングだけではなく、「株式会社ぶ※」との連携を通じて新たな価値を創出し、人口減少という課題を新たな価値創造の機会と捉え、次世代が誇りを持って『この町で働き、暮らしたい』と自ら選べる、活力ある町づくりに挑みます。

※「株式会社ぶ」とは、現町長である伊田 彰氏が選挙公約で掲げた「まちづくり会社の設立」により、2026年1月に創業した地域のための民間企業です。2025年4月9日に石井食品は訓子府町と包括連携協定を締結しました。その協定に従い地域活性化企業人の活動の一環として「株式会社ぶ」に参画しています。



# 製造業の枠を超え 「かつての活気」を 次世代へ繋ぐ

石井食品が北海道訓子府町で行っているのは、単なる「玉ねぎの調達」ではありません。地域活性化起業人として派遣された社員が町に寄り添い、対話を重ねる中で見えてきたのは、かつてこの町に溢れていた活気と、それを次世代にも共有したいという切実な願いでした。若い世代が「住み続けたい」と心から思える町づくりの第一歩として2025年度は2つのアクションプランを構築しました。

## 株式会社ぶ※ アクションプラン

### まちなか交流拠点(宿泊施設)

後継者不足で閉鎖予定だった個人商店を継承。コミュニティスペースの少なかった訓子府町に町民と町外の人が混ざり合い、楽しめる場所を構築する。

### 観光拠点(レストラン×農園)

離農後の農地や母屋を、地産地消のレストランや観光農園、ワイナリーへと転換。町の入り口に「目的地」を作ることで、新たな人の流れを創出する。

# 訓子府町産 玉ねぎハンバーグ発売へ

2026年度、私たちは訓子府町産玉ねぎを使用したハンバーグを発売します。国内第3位のシェアを誇りながら、スーパーでは「北海道産」という大きな括りで埋もれてしまっています。「訓子府産」として生産者の顔が見えるカタチでその魅力を広めることは、玉ねぎだけに

留まりません。「訓子府の玉ねぎは美味しい。なら、他の作物も…」そんな期待が他の農産物にも広がり、それを求めて多くの人が訓子府を応援し、訪れる。玉ねぎをキッカケとして、農産物と人々のコミュニティの輪を広げていくことが、私たちの真の狙いです。

# 企業としてのESG

ESG DATA



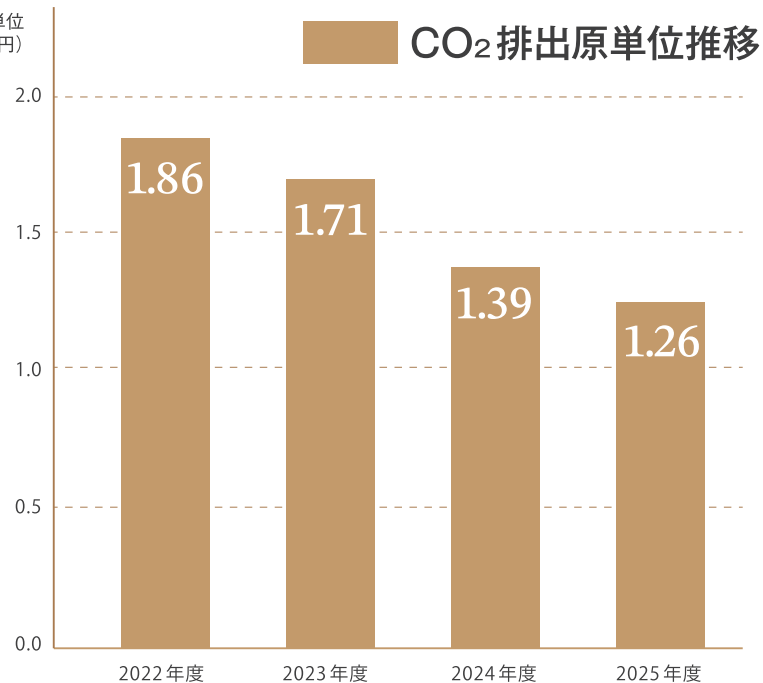
石井食品株式会社

# E nvironment

## 環境

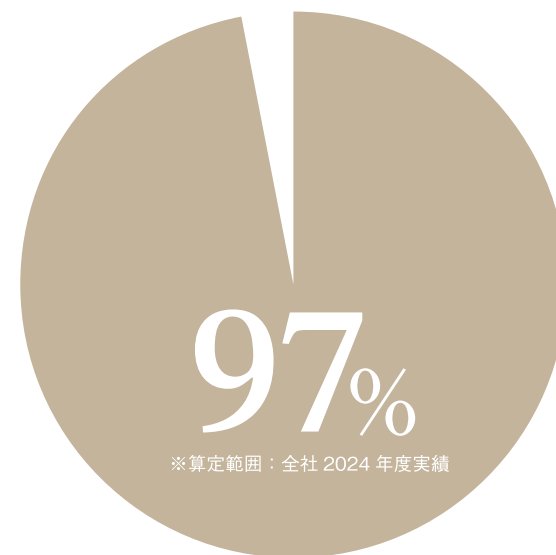
地球資源という人類のかけがえのない大切な財産へ感謝の念を持つと同時にもっとも地球を大事にし、次世代へ継承することが重要と考えています。

CO<sub>2</sub>排出量原単位  
(t-CO<sub>2</sub>/百万円)



### CO<sub>2</sub>排出量

再生可能エネルギーの利用や設備改善等、CO<sub>2</sub>排出削減を進めています。



### 食品廃棄物リサイクル率

生ごみや野菜の皮、廃食油などの食品廃棄物は、外部委託により肥料化・飼料化・メタン発酵等、リサイクルを行っています。

# Social

## 社会

石井食品は、商品をお届けだけでなく、食を通じた教育や地域コミュニティへの積極的な関わりを通じて、子どもたちが健やかに成長できる社会づくりを推進しています。

子ども食堂への  
寄付

6,304  
食

「農と食卓をつなぎ 子育てを応援する企業」として、地域の子ども食堂へ自社商品の寄付を継続しています。温めなくても食べられる石井食品の商品は、「子どもだけでも安心して食事ができる」と現場で好評です。今期、ESG推進チームが船橋市の子ども食堂を訪れ、直接対話を図りました。運営者様からは「直接のサポートは社会との繋がりを感じ、大きな励みになる」との温かい声をいただいています。

株主優待での  
寄付

171,000  
円

石井食品では、株主優待制度の一環として、食品のご送付に代えて、社会貢献活動への寄付をお選びいただける仕組みをご用意しています。株主の皆さまからの温かいご意思を、子ども食堂や福祉団体、被災地支援など、社会課題の解決に取り組む団体への支援に役立てています。

工場見学数

10,700  
人

石井食品ではものづくりの現場や「食の安全」を直接肌で感じる教育活動を支援しています。特に、学校の校外学習として地元の小学生を数多く受け入れ、安全・安心な食品がどのように作られているかを学ぶ場として提供しています。子供たちの「楽しかった。また来たい!」という声は私たちの励みにもつながります。

石井食品の  
カードゲーム  
寄付・提供

200  
施設

遊びを通じて食への興味・知識を深める石井食品の取り組みです。今期は200施設の学童に「カードゲームレシビ」を寄付しました。ゲームを通じてわくわく・どきどきを楽しみながら、食材の組み合わせや料理の成り立ちについて学ぶことで、「食の大切さ」と「食の楽しさ」を知るきっかけを提供しています。

# Governance

## ガバナンス

「最大のファン」である株主様との対話。  
多様な視点の経営。社員の生活を尊重する制度。  
当たり前の誠実さを積み重ねることが、  
石井食品のガバナンスです。



株主ミーティング参加人数

402人

株主様を「石井食品の最大のファン」と定義し、一方的な報告に留まらない対話重視型のイベントを毎年開催しています。直接的な対話を通じて理解と共感を深め、中長期的な信頼関係を育む独自のエンゲージメント施策を推進しています。



平均男性育休取得日数

46日

石井食品は「子育てを応援する企業」として、男性も積極的に子育てに参加できるよう、ライフステージに応じた働きやすい環境づくりを重視しています。その結果、男性社員の育児休業取得率100%、および平均育休取得日数46日を達成しました。



子育て休暇の改定

344日間 / 年取得

従来の「子の看護休暇」を「子育て休暇」へと改称し、対象を小学6年生まで拡大しました。看護のみならず、学校行事への参加や臨時休校時にも有給休暇とは別で取得可能とするなど、社員のライフステージに寄り添った柔軟な両立支援を推進しています。

# Governance

ガバナンス



## 介護休暇取得制度

77日  
年取得

石井食品は、仕事と介護の両立を支援し、要介護状態にあるご家族のために使用できる休暇や時短勤務制度を取り入れています。また、仕事と介護の両立に悩む方が相談できる仕組みも導入しています。



## 女性管理職比率

28%

「農と食卓をつなぎ 子育てを応援する企業に」というVISIONの実現には、「食卓の感性」が欠かせません。石井食品では、子育てや家庭のリアルな視点を持つ多様な人材が意思決定に深く関わることで、社会のニーズをいち早く捉え、お客様に寄り添い続けられる価値の創造を目指しています。



## 社外取締役の設置 取締役会の多様性確保

多様な視点を経営に取り入れるため、取締役会の多様性確保に力を入れています。全取締役5名のうち2名を社外取締役(うち1名女性)とし、さらに監査役4名のうち3名を女性とする体制により、公平かつ多角的な監督機能を維持しています。

※データ集計期間：2025年4月1日～2026年3月31日

対談

Special  
Feature

「変わらないために変わり続ける」

石井食品 × ovgo Baker が描く、

食の次の80年

石井食品株式会社  
代表取締役社長執行役員  
石井 智康

株式会社 ovgo  
代表取締役  
高木 里沙



## 出会いの背景

# なぜ ovgo Baker だったのか

老舗食品メーカーと、プラントベース素材の

ベイクトショップを展開する ovgo Baker。

ミートボールとクッキーという意外な組み合わせの裏には、

「素材の力を信じる」という共通の哲学があります。

両社を引き合わせたのは、ovgo Baker に出資する

ベンチャー・キャピタルでした。

石井食品もそのベンチャー・キャピタルから

コンサルティングを受けていた縁で、

紹介を受けることになったのです。

では、なぜ数あるスタートアップの中から、

ovgo Baker だったのでしょうか。

**石井:**いくつかのスタートアップと関わる中で、やはり自社で製造を持っているところの方が相性がいいと分かってきました。そしてもう一つ、僕らに持っていないものがある会社と組みたかった。ovgo Bakerさんには店舗というお客さんとの直接の接点がある。そして若い世代に届くブランド力がある。その両方が、石井食品に圧倒的に足りていない部分でした。

僕自身のキャリアとして、大企業、ベンチャー、フリーランス、そして80年続く老舗食品メーカーと、異なる文化の組織を経験してきました。フリーランス時代にはスタートアップの支援を手がけていて、創業社長と一緒に走ることの面白さも難しさも身をもって知っています。だからこそ、大企業とスタートアップではカルチャーが違いすぎてそのままではうまくいかないことも分かる。その間をつなぐ架け橋になれるのが、自分の役割なのだろうと思っています。

**高木:** 私たちにとっては、食品製造のプロに本気で相談できる初めての存在でした。スタートアップとし

て走り続ける中で、品質管理や製造体制の強化が大きな課題になっていたのですが、VCに相談しても「この人を紹介してあげる」で終わってしまう。でも石井食品さんは違いました。「分かる、うちもそうだよ」と共感した上でアドバイスをくださるんです。同じ悩みを共有できる人に初めて出会えたという感覚でした。正直に申し上げると、石井食品さんが無添加調理に取り組んでいるということ、出会うまで知りませんでした。子どもの頃にミートボールを食べていたという記憶はあったのですが、食に携わる者として、勉強不足を痛感しました。

**石井:** それは僕らの伝え方の課題ですね。無添加調理とパッケージに30年近く書いてきたのに、まだまだ届いていない。どのようにお客さんに伝えていくべきか、ニーズと照らし合わせながら変化させていく必要があると感じています。



今回のテーマ：

「変わらないために変わり続ける」は、  
高木さんが石井食品を観察する中で見出した言葉です。

**高木：**同じものを変わず作り続けるということが、どれほど難しいか。原材料の調達先が変わり、コスト環境が変わり、食生活そのものが変化の中で、変わらない品質を保ち続けている。食品製造業に携わる者として、そのことの凄みをつくづく実感しています。うちは価格を変えたいと思えば自分の判断で変えられる規模ですが、石井食品さんはそういうスケールでのものづくりではありません。それを何十年も続けてこられた重みは、到底及ばないと常々感じています。

**石井：**子どもの頃にすごく好きだったけれど、大人になって食べてみるとそうでもない—そういう商品は世の中にたくさんあります。でもミートボールに関しては、比較的「今食べてもやっぱり美味しいね」と言っていただけ。それは同じことを繰り返しているからではなく、進化し続けているからだと思っています。変わらない味でいるために変わり続ける。逆説的ですが、そこに本質があります。この50年の歴史の中で、マイナーチェンジは約40回、メジャーバージョンアップ

は7~8回実施しています。去年よりも今年を美味しくする、その繰り返しです。仮に10年前、20年前の味をそのまま再現したら、今の味が断然美味しくなっていることが分かるはず。トマトペーストの産地ひとつとっても、1980年代のトルコ、中国・台湾から始まり、1997年にアメリカ、2008年にポルトガルを経て、2020年からはイタリアのアルチェネロの有機トマトペーストを使用しています。大切なのは、商社経由で原材料を調達して終わりではなく、イタリアの農家

と直接対話できる関係を築けたことです。有機農法で育てることの大変さも伝わってくるし、僕らのものづくりへの想いも分かってもらえる。企業理念に掲げる『日本一生産者と地域に貢献する食品会社になる』の実践として、この関係性はとても重要です。ovgo Bakerさんとの関係もアルチェネロと同じで、直接話し合える関係性があるからこそ互いに足りないものを補い合い、高め合うことができる。そこに提携の本質があると思っています。



50年で40回のマイナーチェンジ  
変わらない味のために

終盤、話題は意外な方向に展開しました。ovgo Baker の若いスタッフから「サステナブルや ESG といった言葉をわざわざ掲げることに違和感がある」という声が上がったことを、高木さんが打ち明けたのです。

**石井:** ovgo Baker さんがある時期から、サステナブルやヴィーガンという言葉が前面に出さなくなったのは、正直かっこいいなと思いました。サステナブルという言葉自体が、口にするとかえって特別なことをしているように聞こえてしまう時代になりつつある。本来は当たり前のことなのに。

**高木:** 社内のスタッフから「そこをわざわざ言うのは逆に変だ」という指摘が出てきたんです。私たちにとっては当たり前のことですから。メディアが取り上げてくださるときも、こちらから言わなくても「サステナブルに当然のように取り組んでいる」と書いてくださる。それが自然な広がり方なのだと思います。私たちが大切にしているのは、お客さまのライフスタイルを尊重し、あえてこちらからは押し付けないということです。まずはクッキーを食べてみてほしい。何の先入観もなく手に取って、おいしいと感じていただいた後に「実はヴィーガン仕様だったんだ」と知ってもらおう。気がつけば自分の暮らしの中にプラントベース（植物性

食品を主成分とする食品）という選択肢が根づいている。そういう形が理想です。

**石井:** 僕らの企業理念に『真（ほんとう）においしいものをつくる～身体にも心にも未来にも～』という言葉があります。この言葉の中に、ESG が掲げる内容はすべて含まれていると考えています。働く人が疲弊しながら作るものは未来においしくないし、生産者との関係を損なうものづくりも未来に優しくない。おいしさの中に未来への責任を自然に込めていく。素直においしいから手に取ってもらうことが、結局は一番大切なのだと思います。

**高木:** 弊社のミッション『やさしい、たのしい、おいしい』。食は本当にすべてそこにつながってくると思います。



## 文化として 「当たり前」を問い直す



**石井:**10年後の目標は、石井食品といえばミートボールではなく、「子育てのときにすごく助かった」と言ってもらえる企業になることです。そしてもう一つ、今の食生活の大きな課題として、土や農と食卓が離れすぎていると感じています。食卓と生産の現場をつないでいくことが、僕らの果たすべき役割だと考えています。

**高木:**10年後、プラントベースという言葉は当たり前知られている世界になっているはず。そのときに「ovgo Bakerは昔からやっていたよね」と言っただけ、焼き菓子のパイオニアでいたい。変わらないおいしさを、さまざまな技術を活用して、もっと多くの場所

に届けていきたいと思っています。

**石井:**食材の連携は将来もっと広がりそうですね。ovgo Bakerさんの世界観を、僕らの生産者ネットワークと一緒につくっていったら面白い。農業をもっと親しみやすく、かっこよくしていくという文脈で、店舗に小さなファーマーズマーケットのようなコーナーがあっても素敵だと思います。

**高木:**実はovgo Farmerというロゴの構想もあるんです。お菓子を食べに来てくださる方だけでなく、食のライフスタイル全体に興味がある方が集まる場所になれば。ただ甘いものを届けるだけではないブランドへと進化していきたいと考えています。



ovgo  
**Baker**

## 10年後の食卓

株式会社ovgoは、環境や社会についての課題を食を通じて解決するSocially Conscious Lifestyle Brandです。社名は、“organic, vegan, gluten-free as options”の頭文字から名付けられました。すべて植物性、かつできる限りオーガニック、国産の食材を使った焼き菓子を製造・販売するヴィーガンバイクショップ「ovgo Baker」を展開。現在、東京・日本橋や原宿、都内を中心に4店舗を運営しています。2022年に国内の飲食店での取得は初となるBCorp認証を取得しました。

# 真(ほんとう)に おいしいものをつくる

～身体にも心にも未来にも～

私たちは創業以来、真においしいものを〈作る〉ために創意工夫を重ねてきました。真のおいしさとは、ただ味が良いだけではありません。それは身体にとって安全かつ心地よいものでなければなりません。それは心から安心でき、そして、わくわくできないといけません。それは未来の子どもたちにとっても、嬉しいものでなければいけません。

その時代の社会や技術、自然環境によって、おいしさをどのようにつくるかは変わっていきます。様々な制約があるなかでも、次の未来につながるおいしさを〈創る〉。私たちはチャレンジし続けます。そして、真のおいしさを追求することが、地球環境を維持し、私たちの本質的な豊かさを支えることにつながると信じています。

## 会社情報 | Company Information

名称	石井食品株式会社(東京証券取引所スタンダード市場 2894)
所在地	〒273-8601 千葉県船橋市本町 2-7-17 TEL 047(435)0141(代表) FAX 047(435)0151
代表者	代表取締役社長執行役員 石井智康
設立	1945年(昭和20年5月)
資本金	9億1960万円
連結売上高	109億7900万円(2026年3月期)
社員数 ※2026年3月期時点	405名(臨時、パート除く) 男女内訳:男性220名、女性185名
主要取引先銀行	千葉銀行/みずほ銀行/三菱UFJ銀行/三井住友銀行



## 拠点情報 | Company Location

本社 〒273-8601 千葉県船橋市本町 2-7-17 TEL:047-435-0141 FAX:047-435-0151  Viridian TEL:047-431-2673 FAX:047-435-0151  株式会社ダイレクトイシイ 〒273-8601 千葉県船橋市本町 2-7-17 フリーコール:0120-35-0558 TEL:047-435-0558 FAX:047-435-0758	石井食品株式会社 八千代工場 〒276-8580 千葉県八千代市吉橋 1835 TEL:047-459-7541 FAX:047-459-2369  石井食品株式会社 京丹波工場 〒622-0203 京都府船井郡京丹波町富田美月 61 TEL:0771-82-2131 FAX:0771-82-2328  石井食品株式会社 唐津工場 〒847-1221 佐賀県唐津市北波多岸山 611 TEL:0955-64-2235 FAX:0955-64-3863
---	---