

# お客様第一主義を実践 3つの ESG 重要課題に注力



▲伊藤園の本庄大介社長

伊藤園は“持続的な成長”と“持続可能な社会への貢献”を念頭に、長期的かつ持続的な企業価値の向上を目指している。

今後も“常にお客様のより良い生活に貢献すること”を経営の根幹とした“お客様第一主義”の経営理念を徹底し、中長期の企業価値向上に向けた戦略を遂行していく。

ESGの重要課題については、国際規格ISO26000に即した7つの中核主題の中でも“消費者課題”“コミュニティへの参画・発展”“環境”を特に重要なテーマと位置づけている。

この中で消費者課題への対応の一例としては、2020年に立ち上げた「ITO EN MATCHA PROJECT」が挙げられる。

これは、2025年に高齢者の3人に1人が認知機能に悩みを抱えるという社会課題に着目した取り組みで「製品化に留まることなく社会課題に対する社員教育を進めて地域密着の営業活動としてお客様の生活をより豊かにできる提案を広めていきたい」と本庄大介社長は意欲をのぞかせている。

全国186拠点に配置された約3500人のルートセールスを原動力とし、食生活・運動習慣・社会参加の3つを認知機能低下の予防の柱に掲げる。

社会参加については、社員教育として社員を「認知症サポーター」に養成し認知症への理解を深めて地域の認知症患者やその家族を支える環境づくりに協力している。

そのほか抹茶を使ったアレンジ飲料や料理レシピを提案して抹茶を食生活に取り入れてもらう活動や抹茶を囲んだコミュニケーション機会の創出に取り組んでいる。

同プロジェクトとともに健康的なライフスタイルを支える提案としては、伊藤園健康フォーラムを定期的に開催。茶の効用について最前線で研究

に取り組む専門家や臨床医を招き、お茶に関する講演およびパネルディスカッションを実施し健康維持にお茶が果たせる役割について発信している。

コミュニティへの参画・発展の一例では、契約栽培と新産地事業からなる茶産地育成事業が挙げられる。

既存の茶農家を対象に、伊藤園製品向けの茶葉を生産してもらい全量を伊藤園が買い取る契約となる“契約栽培”と地元の事業者などが主体となって自治体などと協力しながら耕作放棄地など積極活用して新たに大規模茶園を造成し、伊藤園が技術指導やノウハウを提供し伊藤園向けの茶葉を生産してもらう“新産地事業”からなる。

茶産地育成事業は、茶農家にとっては、一定価格で全量買い取ってもらえるため、安定経営ができる、伊藤園にとっては高品質の茶葉を安定的に調達できる、サステナブルな取り組みである。

茶産地育成事業の茶園総面積は2006年度に380ha（生産量800t）だったのが年々拡大し2年度には2207ha（生産量7523t）を記録した。

また新産地事業は九州5県と静岡県の6県8地区で展開している。

環境面では、伊藤園グループプラスチックに関する方針に則り、リサイクル素材の利用を推進し2030年度までにペットボトルに使用するリサイクル素材等（生物由来素材を含む）の割合を100%にすることを目指し、CO2排出量削減強化に向けた意欲的な目標も掲げる。

当面は2025年度までに「お〜いお茶」ブランドの全ペットボトル製品を100%リサイクル素材等に切り替えることを目指していく。

外部ステークホルダーとの協働で“ボトル to ボトル”実現のための取り組みも加速させている。