

2021年4月期

# 伊藤園 統合レポート2021



# CONTENTS

グループ経営理念	1
グループ経営理念の体系	2
お客様第一主義の実践「世界のティーカンパニー」へ	3

## 蓄積を次のステージへつなげる

社長メッセージ	4
社長・社外取締役鼎談	9
伊藤園グループの製品開発のあゆみ・沿革	12
財務・非財務ハイライト(伊藤園単独および連結)	14
「お客様第一主義」に基づく共有価値創造プロセス	18
伊藤園グループのESG重要課題	20

### 特集

未来に向けたお茶の可能性 ～お茶のサステナビリティ～	22
-------------------------------	----

## 事業概況

お〜いお茶	28
リーフ・抹茶製品	30
むぎ茶製品	32
タリーズコーヒー	33
野菜飲料・青汁製品	34
伊藤園単独製品カテゴリー別業績	35
海外事業	36

## 価値を創出する強固な基盤

「お客様第一主義」に対応するバリューサークル	38
研究・企画・開発	40
調達・製造・物流	42
営業・販売	44
環境問題への取り組み	46
人材戦略	50
財務マネジメント	54
コーポレート・ガバナンス	56
ステークホルダーエンゲージメント(お客様との関係構築)	62
役員一覧	64

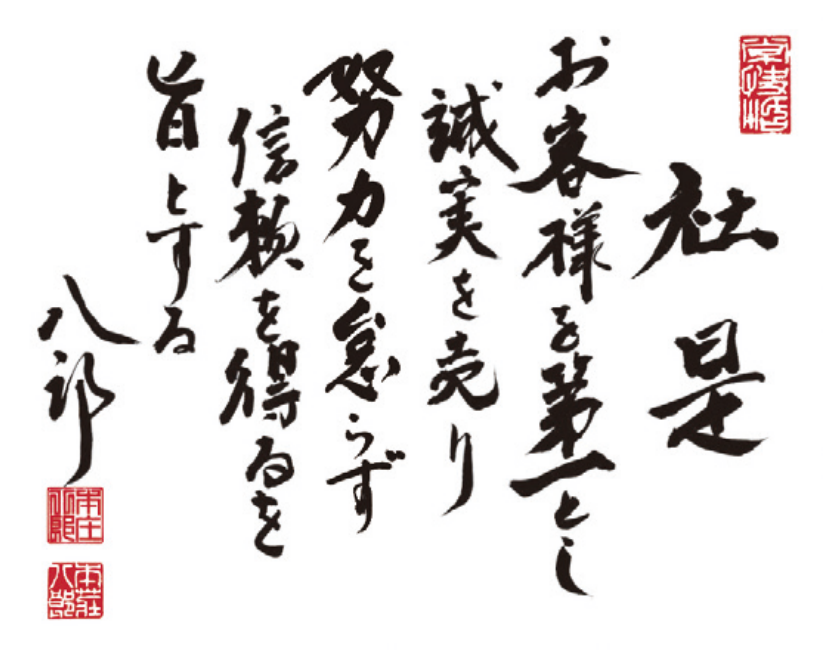
## ■ 関連データ集

主要財務指標	66
非財務サマリー(伊藤園単独)	67
主なグループ会社紹介	68
会社概要	69

### 編集方針

「伊藤園統合レポート2021」は、当社の財務情報・非財務情報の統合報告書として作成したものです。このほか、ステークホルダーの皆様にも、より当社について理解していただけるよう、多角的な視点からレポートやホームページでも情報発信しています。2021年4月期(2020年5月1日～2021年4月30日)の活動を中心に、一部それ以前からの取り組みや、直近の活動報告も含んでいます。また、紹介する関係者の所属・役職名は活動当時のものです。(発行年月:2021年11月)

## グループ経営理念「お客様第一主義」



### お客様の定義

消費者の皆様	株主の皆様	販売先の皆様
仕入先の皆様	金融機関の皆様	地域社会の皆様

#### ご挨拶

「お客様第一主義」とは、すべてのお客様を大切にすることが経営の基本であるとする当社の経営理念です。お客様とは、消費者の皆様、株主の皆様、販売先の皆様、仕入先の皆様、金融機関の皆様、地域社会の皆様です。

当社とかわるすべての方々をお客様と位置付け、それぞれのご意見やご要望に真摯に向き合い、常にお客様の立場に立った対応を図ることが経営の根幹です。この経営理念のもと、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現に向けてまい進していきます。

代表取締役会長 本庄八郎

代表取締役社長  
執行役員 本庄大介



# グループ経営理念の体系

経営の根底にある考え方

伊藤園グループ経営理念

**お客様第一主義**

社是、伊藤園グループ基本綱領

社会における使命  
(ミッション)

伊藤園グループミッション

**健康創造企業**

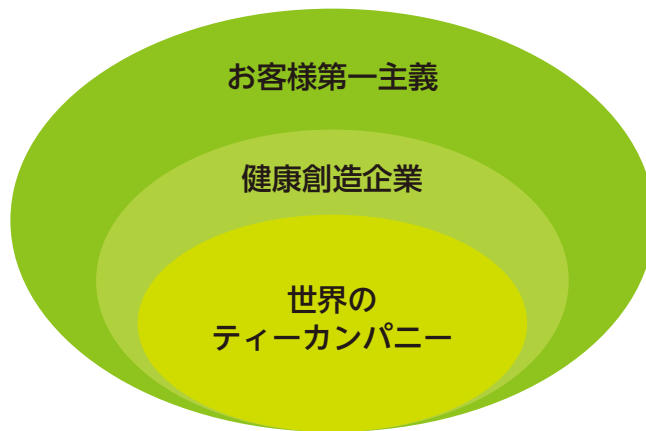
自然由来の製品を主として、誠実なサービスで  
お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会の実現に貢献します

中長期において目指す姿  
(ビジョン)

中長期ビジョン

**世界のティーカンパニー**

世界中のお客様の健康に貢献し、  
一人ひとりの豊かな生活を支える企業グループ「伊藤園」へ



ミッション、ビジョンを実現するための考え方

STILL NOW の精神

5つの製品開発コンセプト

(自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい)

〈行動指針〉

伊藤園グループ 行動規範、伊藤園グループ行動基準

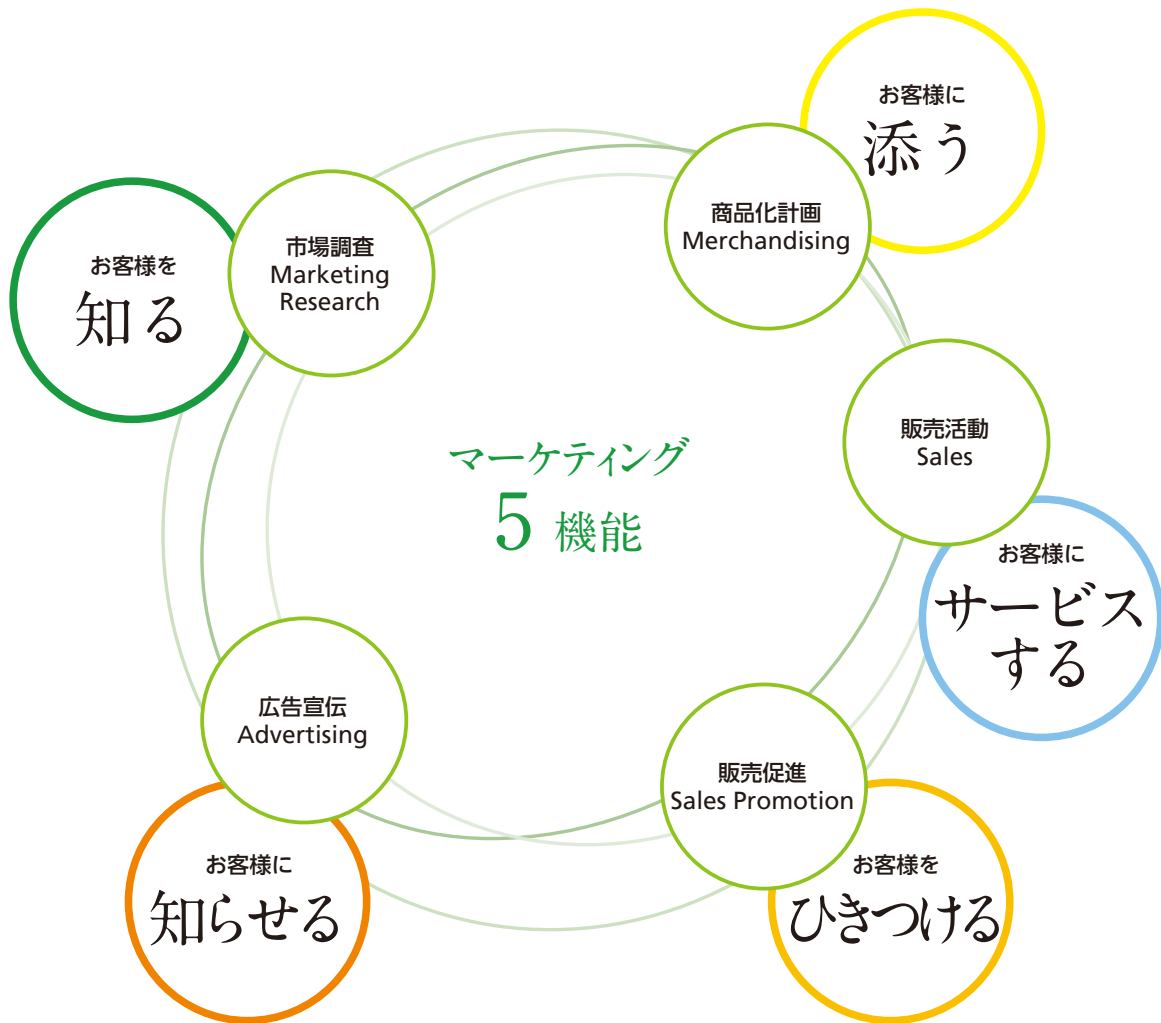
伊藤園グループ CSR 憲章

伊藤園グループ環境方針、伊藤園グループ人権方針 等



## お客様第一主義の実践 「世界のティーカンパニー」へ

「お客様第一主義」をチーム伊藤園として社員全員で実践します。当社ではマーケティングを実践するため、次のように「売れる仕組みづくり」として整理し、社員に浸透させています。



**STILL  
NOW** の精神

「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか…」という問題意識を常に持ち続けて、お客様からのご要望やご不満の解決に貢献します。

製品・サービスのみならず、  
本業を通じて社会・環境課題の解決に積極的に取り組んでいます。



徹底した「品質」と「健康」へのこだわり、  
そして社会的責任の遂行、  
それが伊藤園グループの成長の原動力です。



代表取締役社長  
執行役員  
本庄 大介

### 2021年4月期の振り返り ～厳しい環境下でこそ生まれた新しい機会～

新型コロナウイルス感染症により、お亡くなりになられた皆様に謹んでお悔やみ申し上げますとともに、罹患された皆様とご家族の皆様に対し、心からお見舞い申し上げます。また、治療や感染拡大防止のために日々奮闘されている医療従事者の皆様と保健機関、および関係者の皆様に深く敬意を表し、感謝を申し上げます。

新型コロナウイルス感染症の拡大によって、経済や社会、私たちの価値観は一変しました。人々の移動制限やテレワークの導入など、ウィズコロナ時代の新しい生活様式にシフトしています。国内飲料市場においては、記録的な豪雨や長梅雨といった天候不順の影響もあり、2020年の市場規模は前年比9%減と厳しい結果となり

ました。なお、伊藤園グループの2021年4月期の売上高は446,281百万円、前期比7.7%減となりました。

一方、このような厳しい環境下でこそ、生まれた新しい機会があります。在宅時間が増え、急須でいれる日本茶を自宅で味わう人々が、若年層も含めて増加しています。これは伊藤園グループ、ひいてはお茶業界としても大変喜ばしいことです。実際に、伊藤園の製品カテゴリー別販売状況を見ると、ティーバッグをはじめとしたリーフ(茶葉)製品も好調に推移しています。また、体調管理や健康維持のニーズが高まり、「お〜いお茶 濃い茶」などの機能性表示食品をはじめとした健康価値が高い製品も好調でした。

## 新中長期経営計画の公表に向けて

新型コロナウイルス感染症の流行は、業績に打撃を与えただけではなく、経営計画の目標をも不透明なものとなりました。伊藤園グループが2017年6月に公表した中長期経営計画(2018年4月期~2022年4月期)も、当初策定時に予想した経営環境から異なった様相を呈しており、目標や戦略の変更を余儀なくされています。そのような中、伊藤園グループでは、新型コロナウイルス感染症による業績影響は2022年4月期の上半期にかけて受けるものの、下半期からは徐々に収まると予測したうえで、2022年6月に公表予定の新しい中長期経営計画で事業ポートフォリオの見直しに取り組んでいます。

課題は、基幹ブランドをより強いものにするということ、そして海外展開の加速です。日本国内の人口は減少傾向の中、飲料市場においては茶系飲料をはじめとした“無糖飲料”の構成比が50%を超えるなど、市場規模が成熟するなか構成内容は大きく変化しています。そのためにも伊藤園の主力ブランド「お〜いお茶」「健康ミネラルむぎ茶」「タリーズコーヒー」「1日分の野菜」の市場シェアをさらに高め、各カテゴリーで圧倒的No.1ブランドを

目指します。また健康志向・本物志向が高まる中、「充実野菜」「毎日1杯の青汁」の販売をさらに強化していきます。

伊藤園グループの強みは、飲料製品だけでなくリーフ製品を展開していることです。例えば、「お〜いお茶」「健康ミネラルむぎ茶」は、ペットボトルなどの飲料製品だけでなく、ティーバッグをはじめとしたリーフ製品をラインアップしています。また「タリーズコーヒー」においても、764店舗を展開するスペシャルティコーヒーショップとのシナジーを生むボトル缶などの飲料製品に加えて、2021年6月には簡易ドリップコーヒーを発売しています。今後、この強みを活かしたブランディングをさらに強化していきます。

海外においては、北米や中国、東南アジア、オーストラリアを中心に事業を展開しています。米国の緑茶リーフ市場が年率4%ほどで成長するなか、伊藤園のリーフ製品は年率6%で成長しています。このほか、飲料製品の「お〜いお茶」、グローバルブランドのティーバッグ製品である「MATCHA GREEN TEA」の販売も引き続き堅調です。海外でも健康意識の高まりというチャンスを見逃さず、香り、うまみ、鮮やかな水色が特長の高品質な「Japanese Tea (日本茶)」を広め、海外での日本茶市場の拡大を推進していきます。

## 「品質」へのこだわり

伊藤園では、グループ経営理念「お客様第一主義」のもと、「STILL NOW」を合言葉に「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか・・・」という問題意識を常に持ち続けています。そして、「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」という5つの製品開発コンセプトで、日々お客様にお喜びいただける製品の開発と、お客様に密着したサービスに努めています。伊藤園の主力ブランド「お〜いお茶」をはじめ「健康ミネラルむぎ茶」、「タリーズコーヒー」など、現在販売する飲料製品のうち約75%



が“無糖飲料”です。お茶など畑から作った原料・素材をそのまま活かし、無糖でおいしい製品を作る技術と品質へのこだわりは、伊藤園の強みです。この源流は、伊藤園グループが1966年に「お茶屋」としてスタートし、1980年に世界で初めての無糖茶飲料「缶入りウーロン茶」を発売したことに遡ります。この製品は伊藤園が飲料業界に参入したきっかけともなりましたが、無糖でおいしい製品を作る技術とその精神は現在も引き継がれ、研究・製品開発に日々多大な力を注いでいます。

「品質」へのこだわりは、伊藤園グループ全体の考え方です。タリーズコーヒージャパン、チチャス、そして海外のグループ会社においても、最も重要視しているのは「品質」であり、他社が真似することが出来ない優位性です。それが茶系飲料やリーフをはじめとする主力製品の高い市場シェアに繋がっているものと自負しています。



## お茶のリーディングカンパニーとしての使命

お客様の生活様式の変化や健康意識の高まりは製品の「本物」志向にも繋がっています。自宅で急須でいれて飲む「お茶」への回帰もそのあらわれでしょう。このようなことも背景に、伊藤園グループがさらに発展していくためには、「お茶」の価値向上と市場の一層の拡大が重要です。

伊藤園は、茶農家の方々と一緒になってリーフ製品や飲料製品の原料となる高品質な茶葉を生産する「茶産地育成事業」に取り組んでいます。これは、日本農業の課題解決と原料の安定調達を両立する伊藤園ならではのユニークな取り組みの一つです。また、消費者の皆様に対してお茶の価値を改めて認識していただくため、新形態の茶専門店の展開も進めています。お茶の生産農家と消費者の皆様を繋ぐ店舗「日本橋 和の茶 伊藤園」や多様な人々が集う街“渋谷”に出店している「ocha room ashita ITOEN」は、おいしさのみならず、「お茶の魅力」「文化としてのお茶」「お茶の知識」など、お茶にまつわる情報を多面的に発信することで、お茶のファンを拡大させています。

私たちは日本に根付くお茶文化を時流に沿って飲料化し、無糖茶飲料を飲む文化を創造しました。昨今、世界の人々の生活が大きく変わる中でも、お茶をはじめとした健康的な製品を提案し続けていくことが、お茶のリーディングカンパニーである伊藤園グループの使命です。

## 経営環境の変化に対応した次期中長期経営計画の策定に向けて

中長期経営計画 (2018年4月期～2022年4月期)		経営環境の変化							
<ul style="list-style-type: none"> <li>・第2の事業の柱と収益基盤の強化</li> <li>・経営基盤の強化・財務戦略</li> <li>・経営基盤の強化・CSV経営の取り組み</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ感染拡大</li> <li>・超高齢社会</li> <li>・健康不安・生活不安の拡大</li> <li>・生活の変化、コミュニケーションの変化、コミュニティ課題の増加</li> <li>・訪日外国人の激減</li> <li>・国内農業の縮小</li> <li>・地球温暖化・水資源問題</li> <li>・自然災害</li> <li>・資源枯渇・資源循環</li> </ul>							
2022年4月期目標 <table border="1"> <tr> <td>連結売上高</td> <td>6,000 億円</td> </tr> <tr> <td>ROE</td> <td>10 % 以上</td> </tr> <tr> <td>総還元性向</td> <td>40 % 以上</td> </tr> <tr> <td>海外売上比率</td> <td>10 %</td> </tr> </table>			連結売上高	6,000 億円	ROE	10 % 以上	総還元性向	40 % 以上	海外売上比率
連結売上高	6,000 億円								
ROE	10 % 以上								
総還元性向	40 % 以上								
海外売上比率	10 %								

## 持続的な農業の発展に向けた貢献

近年、緑茶飲料や緑茶リーフ市場の需要が拡大している一方で、お茶の栽培面積や生産量、農業従事者数は緩やかに減少を続けています。そのような中、伊藤園は国内緑茶生産量の約4分の1を取り扱う農業に深く関わる企業として、安全・安心で高品質な原料の安定調達と日本農業の課題解決を両立する「茶産地育成事業」に1976年から取り組んでいます。同事業は、茶農家の皆様に生産していただいた茶葉を全量買い取りする「契約栽培」と、耕作放棄地などを活用した大規模な茶園に造成して茶葉を生産する「新産地事業」があります。「新産地事業」は、九州を中心に2001年から取り組んでいますが、2020年に静岡県でも展開を開始したことを例に、「茶産地育成事業」の展開面積は2021年4月末時点で当初目標の2,000haを上回り2,207haとなりました。こうした取り組みは、国内茶農業の持続可能な成長、就農者の高齢化による後継者問題や、耕作放棄地の増加といった社会問題の解決にも貢献しています。

また、「茶産地育成事業」の知見を応用して野菜飲料に使用する原料の契約栽培を行うとともに、全国農業協同組合連合会（JA全農）が立ち上げた国内農業支援の新しい取り組みである「ニッポンエール プロジェクト」に参画しています。2021年6月には「ニッポンエール

宮崎県産日向夏」を共同開発し販売を開始しました。共同開発製品の販売を通じ、日本の農業と消費者を結ぶ架け橋となり、国産農畜産物の認知と消費拡大に貢献したいと思います。



## 地球環境問題への対応

2020年に「伊藤園グループ中長期環境目標」を策定し、「容器包装」「気候変動」「水資源」に関する目標を設定しました。外部環境の変化も踏まえ、着実に対応しています。特に海洋プラスチックごみ問題や容器包装リサイクル問題は、伊藤園グループの主力事業に直接関係する喫緊の課題であることはもちろん、飲料業界全体として取り組む課題です。

伊藤園グループでは、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の割合を100%にする目標を定めています。一方で、年間8,000万ケース以上販売するメガブランド「お〜いお茶」のペットボトル製品は、より優先的に100%リサイクル素材等に切り替えるべく、達成目標時期の2030年度より5年早い2025年度を目標に据えています。また、環境に優しい植物由来の生分解性ECOストローを採用した製品を発売するなど、「伊藤園グループ プラスチックに関する方針」に沿って対応を加速させていきます。（P46参照）

気候変動への対応として、事業におけるCO<sub>2</sub>排出量

### 中長期ビジョン 「世界のティーカンパニー」へ

- ・日本を代表するティーカンパニー  
"ITO EN"のグローバルでの存在感
- ・自然素材を活かした食文化の提案  
(国内食領域への挑戦)
- ・CSV経営の実践による成長
- ・ESGの取り組み強化:  
消費者課題、コミュニティ・社会、地球環境
- ・ROE経営:  
ROE10%、総還元性向40%維持

2022年6月  
新中長期経営計画発表予定

削減はもちろんのこと、気候変動による茶葉や収穫量への影響が事業に対して大きな影響を及ぼす可能性を認識し、気候変動シナリオ分析を実施しています。環境問題への対応は当社グループが未来に向けて成長していくために欠かせない課題と認識し、これらの環境への対応・人権への対応などを含めたESGの取り組みは、今後の成長の礎になるものと考えています。

## お客様の健康に資する「健康創造企業」として

伊藤園グループは、世界各国の方々の健康に資する豊かな生活を提案する「健康創造企業」として歩を進めています。祖業である「お茶」が、古くから身体に良い飲み物と言われてきたように、健康価値の高い製品を取り扱っていることが所以です。科学的にも「お茶」の旨味成分の一種であるテアニンは、リラックス作用や睡眠改善に効果があると報告されています。また、渋みの主成分であるカテキンは抗酸化作用を有し、生活習慣病の予防改善に効果的であると報告されています。

お茶を通じて世界中のお客様の健康に貢献し、一人ひとりの豊かな生活を支えるための取り組みとして、他業界の皆様との連携を進め、お茶の健康への有効性の研究を進めています。例えば、伊藤園と株式会社島津製作所、筑波大学発ベンチャーである株式会社MCBIの3社共同で、「抹茶を摂取することによる認知機能低下抑制効果」を評価する臨床試験を行っています。また製品展開としては、2020年12月にテアニンと茶カテキンの働きにより“認知機能(注意力・判断力)の精度を高める”機能性表示食品「お〜いお茶 お抹茶」飲料製品とスティックタイプの抹茶「お〜いお茶 お抹茶 POWDER」を発売しています。加えて2021年には、健康長寿社会の実現を目指した取り組みに関する業務提携契約をエーザイ株式会社と結びました。

このほか、おいしさと健康価値への高い評価で販売好調な、ガレート型カテキンにより“体脂肪を減らす”機能性表示食品「お〜いお茶 濃い茶」や、2021年3月に発売したガレート型カテキンによる“BMIが高めの方の体脂肪を減らす”機能性表示食品「一番摘みのお〜いお茶」シリーズをはじめ、「お茶の伊藤園」だからこそできる製品展開により、お客様の健康をサポートしています。

今後も「健康創造企業」として、お茶をはじめとした健康に資する研究開発や製品の提案、お茶の持つ価値の啓発、社員や家族の健康維持・増進にも取り組んでいきます。

伊藤園のコーポレートマークは四つ葉のクローバーをモチーフにしています。これは、伊藤園の前身である「日本ファミリーサービス株式会社」の創業時に、「社員と社員の家族が幸せになれるように」という意味を込めてデザインしたものです。伊藤園グループの全従業員が「この会社に勤めてよかった」と思える会社、お客様からは末永くおつき合いいただき、信頼していただける会社であり続け、「世界のティーカンパニー」に向けて、持続的な成長を目指していきます。

代表取締役社長 執行役員

本庄大介





## 「健康創造企業」への期待と課題



社外取締役  
田中 豊

社外取締役  
高野 秀夫

代表取締役社長 執行役員  
本庄 大介

**高野** 2020年7月の第55回定時株主総会を経て、社外取締役に就任いたしました。就任の時期がコロナ禍だったこともあり、家庭内において伊藤園のことを話す機会が増え、その製品の多くが健康志向であるかを知りました。また、取締役会への出席を通じて、伊藤園が利益追求だけでなく、あらゆるステークホルダーに対して敏感であり、何よりも健康志向に向かっていることを実感しています。

**田中** 以前は伊藤園のお茶を愛飲していた一消費者でしたが、内からみる伊藤園は、容器開発などでも、消費者目線を意識していると感じています。また、社員を大事にしているという印象が強く、さらに幅広く社会

的責任を全うしながら世界に羽ばたいていく、ということが今後の課題ではないかと考えています。

**本庄** なるほど、社内だけではわからないことも、社外取締役の方々が客観的に見てくださっている。これを経営に活かしていかなければなりません。高野取締役は20数年前からご縁があり、伊藤園を外から見てご指導いただいていたのですが、2020年からは社外取締役としてご指導をいただいています。田中取締役に、専門外のところもよくご指導、ご指摘いただき、その部門、部署で長く従事してきた我々にとって新鮮な意見だと捉えています。

## 高品質と健康を追求し「世界のティーカンパニーへ」

**高野** 「健康創造企業」として今後成長していくためには、ハードとソフトの両立が大事です。ハード面では、中央研究所の機能をより一層強化し、産学連携などを通じて調査研究を進め、データに基づく健康に資する飲料製品を市場に出していただきたい。ソフト面では、従業員に対する健康への投資を進めていただきたい。伊藤園は2021年5月に「伊藤園グループいきいき健康宣言」を策定されました。その宣言にもありますが、これからの時代に求められることは、社員一人ひとりが

肉体的そして精神的にも健康だという両面を実現していて、社会的にも満たされた状態、いわゆるwell-beingが求められていると思います。

**本庄** 企業の社会的貢献としてまずは雇用が重要です。社員あっての会社であり、社員に気持ちよく働いてもらう、そういう企業が成長、発展していくと考えています。これまで以上に、モノ・ココロの両面で社員のプラスになるようなことを志向していきます。産学連携では、筑波大学発ベンチャーの株式会社MCBI、株式会社島津製作所および伊藤園の3社で、抹茶による認知機能の改善に着目し、抹茶のさらなる可能性を追究する研究活動を行っています。伊藤園の祖業はお茶屋であり、その自覚を改めて持つことが必要です。単なる飲料製造業ではなく、お茶から派生するリーフ(茶葉)製品も、ドリンク製品も、お茶由来の成分を活用したあらゆるものは国内外問わず、全て伊藤園が提供しているというような会社を目指していこうと、次の中長期経営計画に向けて考えています。一貫していることは製品の品質にこだわり、それがおいしく飲めること。さらに健康に資する製品づくりにも取り組んでいく。それを実現できることが伊藤園の強みです。

**高野** お茶は古来より「一服」という概念を含んでおり、人は休息すると心に小さな幸せが生まれます。世の中が今まで以上に混迷の度を増す中で、伊藤園はお茶を通じて、幸せまでも追求し得ると実は思っています。こ

れからはお茶を飲むシーンで得られる幸福感をもっと訴求していく必要があるのではないのでしょうか。

**田中** 健康志向は世代によって考え方が異なり、それをしっかり見極めながらすすめていく必要もあります。これは海外においても同様で、健康志向の高まりから、海外では砂糖税を課す国が出るなど、ひとつの潮流になってくるのではないのでしょうか。伊藤園が目指す「世界のティーカンパニー」とは、そうしたタイミングに無糖茶を打ち出し健康志向に対するアピールをしながら企業活動をしていくことであり、そこに大きな夢があると感じています。

**本庄** 「世界のティーカンパニー」これは我々にしか為し得ません。そのため日本の食文化、お茶を海外に広めていく使命感を持っています。お茶から派生するすべての製品は我々にしか開発できないし、していかなければなりません。近年、欧米やアジアでも、日本食は広がっており、その広がりに合わせてお茶と一緒に推し進めていきたいと思っています。

**田中** 「健康」というキーワードを、どのようなすみ分けで製品化していくのか。お茶の効能は古くから伝えられてきましたが、健康の全般に対応していくのか、それとも体脂肪、認知機能など特定の健康課題を対象にしていくのか。これは「STILL NOW」の精神である「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか・・・」、お客様は何を求めているかを常に念頭に、需要をいかに捉えていくのかが重要だと思います。

**高野** 伊藤園は「世界のティーカンパニー」を目指し、おいしい飲料の提供や日本茶文化の発信を行い、製品を通じて世界の健康志向に対応していますが、それらを伊藤園のブランド価値、あるいはプレゼンスの向上に今後どのように活かしていくかが勝負どころだと思います。また健康創造というテーマに取り組むことで、



実は伊藤園の社員も単なる総合飲料メーカーで働いているというだけではなく、社会的な課題、特に健康に関する課題解決に貢献している、という「誇り」につながり、社員一人ひとりの成長にもつながっていくと考えています。

**本庄** 新型コロナウイルスの影響もあり、人々がより健康を意識するようになりました。しかし我々は薬を取り扱うわけではありません。おいしく、かつ、体に良い製品を提供し、継続して飲んだり食べたりしていただくことで消費者の方々の健康ニーズに応えていく、そう

いう製品開発を続けていきます。お茶をはじめ、麦、コーヒー豆、野菜など、我々の扱う製品のほとんどの原料が自然の大地、畑から採れるものです。

原料を吟味し、それが健康に資する成分かどうか、などを見極めて加工し、飲む、食べる製品を提供していると考えています。まさに今、このコロナ禍は、逆風の中にあるものの、新しい機会も生まれる時期でもあると捉えています。



## 持続的に発展する唯一無二のユニークな企業へ

**本庄** 伊藤園は100年以上続く企業を目指しています。そのような中、飲料業界において、資材、特に海洋プラスチックごみ問題は世界的にも大きな社会課題のひとつです。従って、持続可能な成長に向けて、環境に配慮していくことが喫緊の課題であり、その対応を加速させています。また伊藤園が販売する製品は、高い業界レベルをさらに大きく超えるだけの品質と味を追求しています。そして伊藤園は、唯一無二、誰からも真似のできない、誰も追いつけないことのできないユニークな企業を目指していきたいと思えます。

**田中** 企業を取り巻く社会的責任は多様化しています。「世界のティーカンパニー」を目指す伊藤園が、どのように対応し、取り組んでいくのか。私は、プロダクトブランドと伊藤園というコーポレートブランド、この両方をしっかり育てていくことが大事だと考えます。伊藤園だから安心できる、といった信頼を培っていき、社会・環境課題への取り組みを海外にもしっかりアピールしていく。SDGsについても、伊藤園がどんな取り組みをしているのか、必ず見ている人がいます。そうした方々をファンにしていくことが、100年、200年続く企業へつながっていくと思っています。

**高野** 全社をあげて本庄社長のおっしゃる「100年企業」、「唯一無二のユニークな企業」を目指すことが大切で、しかも伊藤園はそれができる企業だと確信してい

ます。田中取締役もおっしゃるように外部環境が様々なに変化している中で、企業経営の上でもパワーの源である経営理念「お客様第一主義」を貫いていること、しかも社社としてそれを貫いているということ、そこに期待をしています。今、環境問題といっても単なる消費者の問題、企業の問題ではなく、人それぞれが各々の立場で憂慮しています。これらの問題解決のためには様々なステークホルダーとの対話を通じて解決に繋がっていくことが求められています。伊藤園はお客様の一番近くにルートセールスの営業員がいて、これらの問題と解決に先んじて取り組んでいる、それが底力になっていると実感しています。

**本庄** 高野取締役のおっしゃる通り、伊藤園の特徴であるルートセールスのメリットは、全国の営業員がお客様を直接訪問・商談し、製品を買っていただき納品することに加え、お客様の生の声を一番近いところで聞き、対話できることにあります。それが先ほどの環境問題への対応や製品の品質、そしておいしさにも繋がっているのです。

伊藤園はこれからも広く様々な立場のステークホルダーやお客様との対話を続け、ユニークで唯一無二の「健康創造企業」として差別化を図っていきます。常にお客様においしく、そして健康に資する製品を提供して豊かな暮らしに貢献していく、それが伊藤園の社会的存在意義であると考えています。





蓄積を次のステージへつなげる

## 伊藤園グループの製品開発のあゆみ・沿革

伊藤園グループは、1984年に世界初となる緑茶飲料「缶入り煎茶」を発明し、緑茶飲料市場を開拓しました。1989年、現在では世界30カ国以上で飲用されている「お〜いお茶」の販売を開始するなど、いくつもの「世界初」「業界初」の技術を積み重ね、革新的な製品をお届けしてきました。現在、当社は、「お客様第一主義」の経営理念のもと、「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」の製品開発コンセプトに基づき、「健康創造企業」として、世界中のお客様の「健康」に資す



1966  
パック茶発売



1980  
「缶入りウーロン茶」発売



1985  
「缶入り煎茶」発売 「お〜いお茶」ブランド誕生



1990  
ペットボトル入り  
緑茶飲料発売



1996  
500mlペットボトル製品発売

### 1966年 伊藤園の前身である フロンティア製茶株式会社を設立

茶専門店でのバラ茶での量り売りが主流だった中、パック茶(包装茶)を開発し、販売開始しました。

1969年 商号を株式会社伊藤園に変更

### 無糖茶飲料市場を創造・発展

1980年 世界初の「缶入りウーロン茶」発売  
1985年 世界初の「缶入り煎茶」発売  
1989年 「お〜いお茶」ブランド誕生

### お茶を楽しめる新たな飲用機会の創出

1990年 世界初の「ペットボトル入り緑茶飲料」発売  
1996年 500mlペットボトル製品発売  
2000年 業界に先駆けてホット対応ペットボトル製品発売



1986  
「Natural Land 野菜ミックスジュース」  
発売



1992  
「充実野菜」発売



2002  
「健康ミネラルむぎ茶」発売



2004  
「1日分の野菜」発売

### 野菜飲料(にんじん飲料)市場を創出

トマトベースの野菜飲料が主流だった中、にんじんベースの野菜飲料を発売  
1986年「Natural Land 野菜ミックスジュース」、1992年「充実野菜」、2004年「1日分の野菜」発売

### むぎ茶飲料市場を牽引

1988年「缶入りむぎ茶」 2002年「健康ミネラルむぎ茶」発売\*  
\*発売当初の製品名は「天然ミネラルむぎ茶」。その後、現在の製品名に改称

1960 1970 1980 1990 2000

### 伊藤園グループの沿革

- 1966 .8 伊藤園の前身であるフロンティア製茶株式会社を静岡県静岡市に設立
- 1969 .5 商号を株式会社伊藤園に変更
- 1972 .2 スイス・インダストリアルゲゼルシャフト社製の高速自動包装機を導入、茶葉鮮度保持のための真空パック技術を開発
- 1974 .5 静岡県榛原郡相良町(現・牧之原市)に静岡相良工場を新設
- 1979 .6 中国土産畜産進出口総会社と日本で初めてウーロン茶の輸入代理店契約を締結、ウーロン茶の販売を開始

- 1987 .7 米国ハワイ州にITO EN (USA) INC.を設立  
※現在の ITO EN (Hawaii) LLC
- 1992 .5 株式会社店頭公開
- 1994 .9 オーストラリアにITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITEDを設立
- 1996 .9 東京証券取引所 市場第二部に上場
- 1998.10 東京証券取引所 市場第一部に指定
- 2001 .5 米国ニューヨーク州にITO EN (North America) INC.を設立

- 2004.10 ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITEDに荒茶工場を新設、生産開始
- 2006 .6 米国フロリダ州のサプリメント関連事業を行う Mason Distributors, Inc.の株式を取得
- .10 タリーズコーヒーを展開しているフードエックス・グローブ株式会社(現・タリーズコーヒー・ジャパン株式会社)の株式を取得
- 2007 .9 東京証券取引所 市場第一部に第1種優先株式上場



る豊かな生活を支える「世界のティーカンパニー」を目指しています。リーフ(茶葉)および飲料(ドリンク)を中心に国内での「総合飲料メーカー」としての地位確立、グループ全体として、ブランドの強化とシナジー(相乗効果)を創出し、持続的な成長を実現していきます。



2000  
ホット対応ペットボトル製品発売



2019  
100%リサイクルペットボトル使用  
電子レンジ加熱対応「お〜いお茶」



2019、2020  
「お〜いお茶」ブランドの機能性表示食品

### 容器の資源循環の推進

2019年「お〜いお茶」ブランド電子レンジ対応345mlペットボトルを「100%リサイクルペットボトル」に切り替え  
2020年「2030年までに、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」目標を策定

### 製品を通じたお茶の健康価値の提供

2019年 体脂肪を減らす機能性表示食品「お〜いお茶 濃い茶」発売  
2020年 テアニン、茶カテキンの働きで認知機能(注意力・判断力)の精度を高める機能性表示食品「お〜いお茶 お抹茶」発売



2007  
「TULLY'S COFFEE BARISTA'S SPECIAL」発売



2009  
「TULLY'S COFFEE」ブランドで初の缶コーヒー発売



2011  
「チチャス」ブランドの製品発売



2012  
「毎日1杯の青汁」発売



2015  
グローバルブランド「MATCHA GREEN TEA」

### スペシャルティコーヒーショップ「TULLY'S COFFEE」と連動したブランド展開

2007年 チルドコーヒー飲料発売、2009年 ボトル缶コーヒーを発売

### 「チチャス」ブランドの製品を展開

2011年 チチャスブランドから「朝のYoo」発売

### 海外向けのグローバルブランド製品を展開

2015年 グローバルブランドのティーバッグ「MATCHA GREEN TEA」発売

### 青汁飲料市場を牽引

2012年「毎日1杯の青汁」紙製品、2015年「毎日1杯の青汁」ペットボトル製品発売

## 2010

- 2008 .3 ダノングループ(本社:フランス)とナチュラルミネラルウォーター「エビアン」の国内独占販売権契約を締結
- 2010 .2 自動販売機のメンテナンスや調達などを行う株式会社グリーンバリューを設立
- 2011 .5 乳製品などの製造販売を行うチチャス株式会社の株式を取得
- 2012 .6 シンガポールにITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.を設立
- .9 中国に伊藤園飲料(上海)有限公司を設立
- .10 自動販売機事業を展開するネオス株式会社の株式を取得

## 2015

- 2013 .5 タイにITO EN (Thailand) Co., Ltd.を設立
- .7 インドネシアにPT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALEを設立
- 2015 .2 ITO EN (North America) INC.が米国を中心にコーヒー豆の栽培から販売までを行うDistant Lands Trading Co.の株式を取得
- 2016 .6 静岡相良工場敷地内に抹茶工房を新設
- .9 兵庫県神戸市に緑茶飲料用などの茶葉を仕上加工する神戸工場を新設

## 2020

- 2017 .3 「伊藤園ティーテイスター社内検定」を厚生労働省が社内検定認定制度の平成28年の制度改正後の第1号として認定
- 2018 .6 抹茶の認知機能改善効果を検証する臨床試験の実施を合意(株式会社島津製作所・株式会社MCBI共同)
- 2021 .2 「お〜いお茶」ブランドが3年連続でギネス世界記録®認定\*  
※「最大のナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料」販売実績(2020年1月~12月)。  
2018年、2019年に続き、3年連続で認定
- 2021 .5 株式会社エーザイと健康長寿社会に向けた業務提携契約を締結

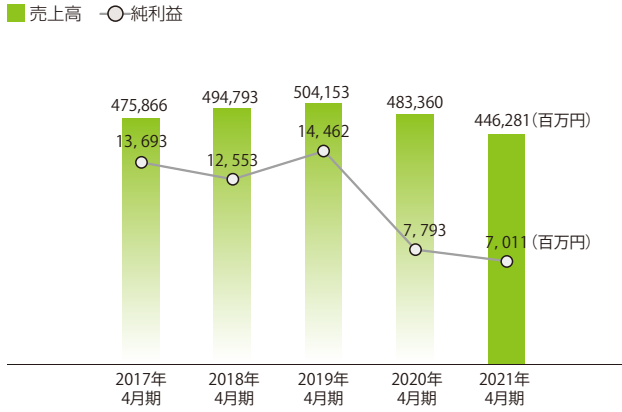


蓄積を次のステージへつなげる

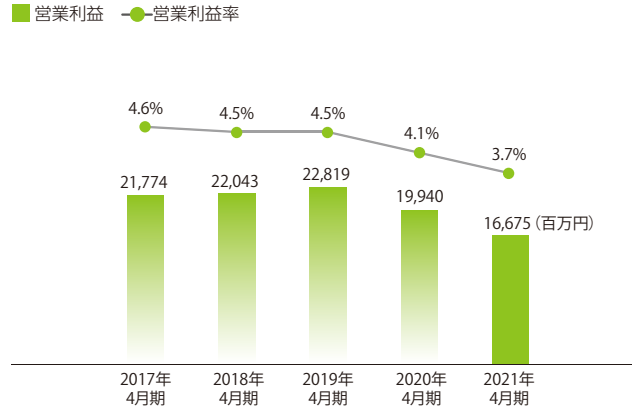
## 財務・非財務ハイライト (伊藤園単独および連結)

### 財務指標 (除：チャネル別売上高)

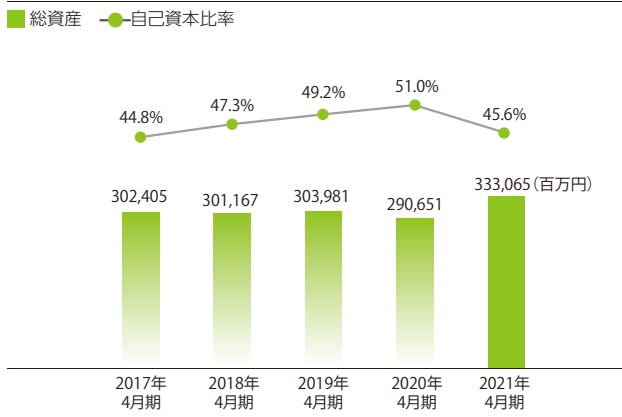
#### 連結売上高 / 当期純利益 (連結)



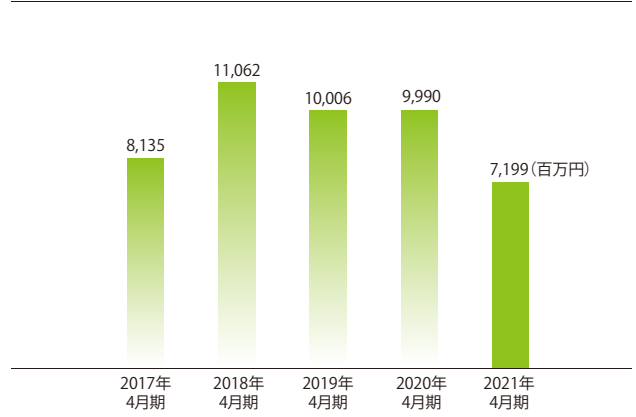
#### 営業利益 / 営業利益率 (連結)



#### 総資産 / 自己資本比率 (連結)

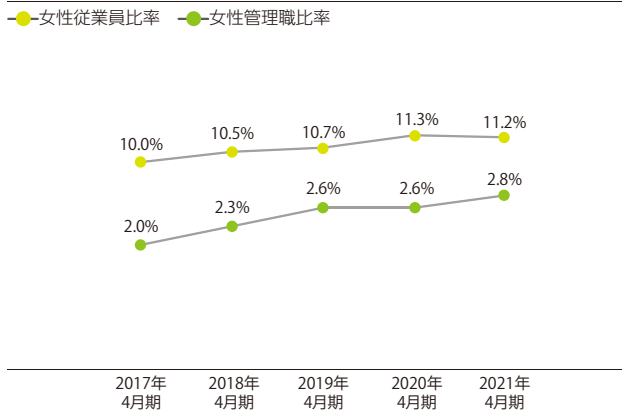


#### 設備投資額 (連結)

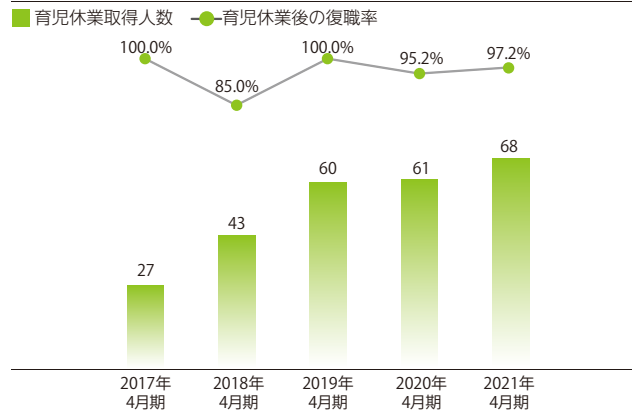


### 非財務指標 (伊藤園単独)

#### 女性従業員および女性管理職比率

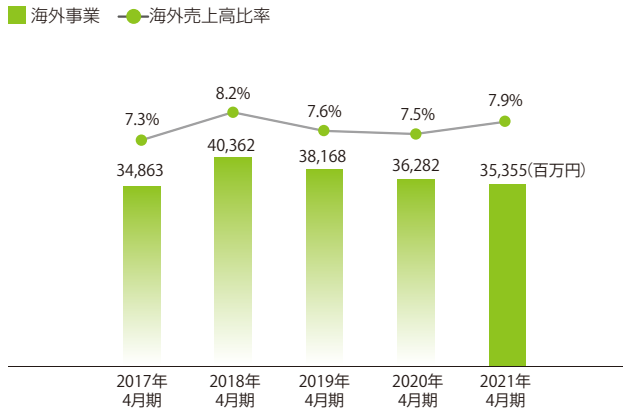


#### 育児休業取得人数 / 育児休業後の復職率

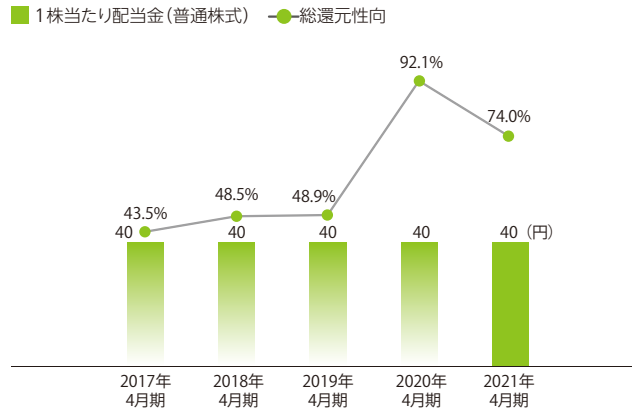




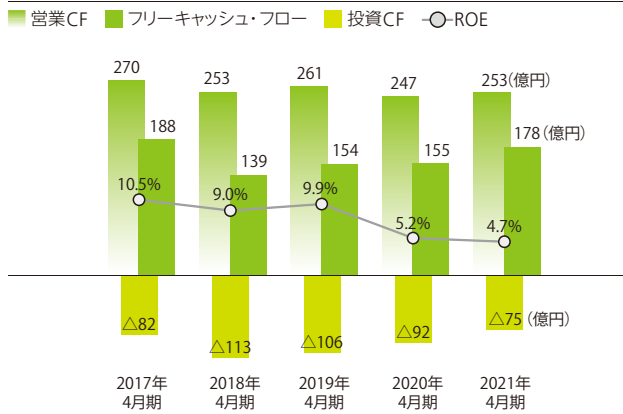
### 海外売上高比率（連結）



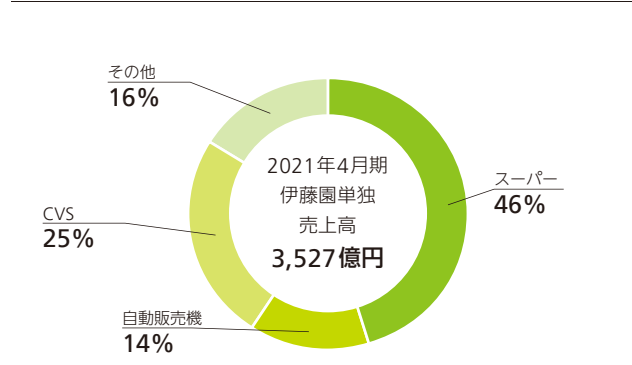
### 1株当たり配当金（普通株式）/総還元性向



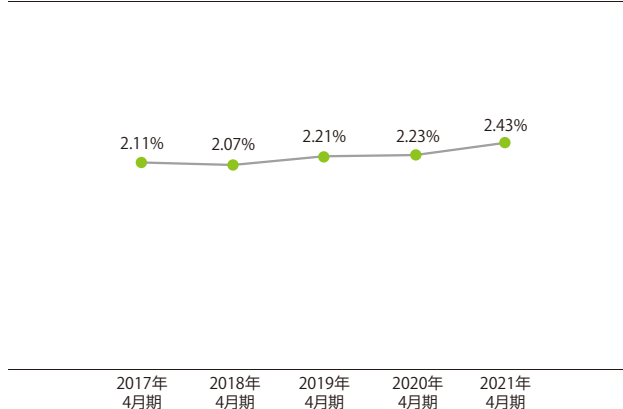
### キャッシュ・フローの推移（連結）



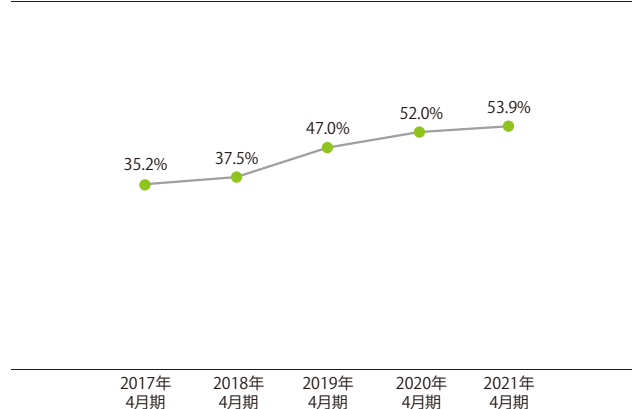
### チャンネル別売上高構成比（伊藤園単独）



### 障がい者雇用率



### 有給休暇取得率

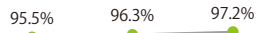


### 健康診断受診率



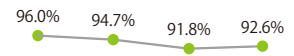
2019年 4月期	2020年 4月期	2021年 4月期
--------------	--------------	--------------

### ストレスチェック受検率



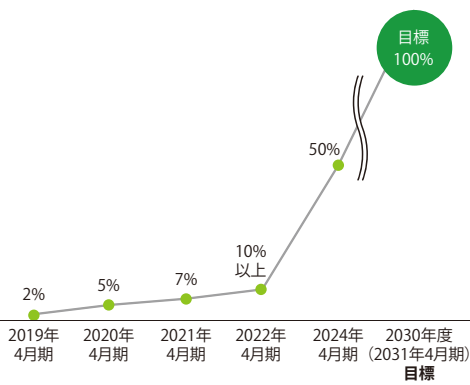
2019年 4月期	2020年 4月期	2021年 4月期
--------------	--------------	--------------

### 食品リサイクル率

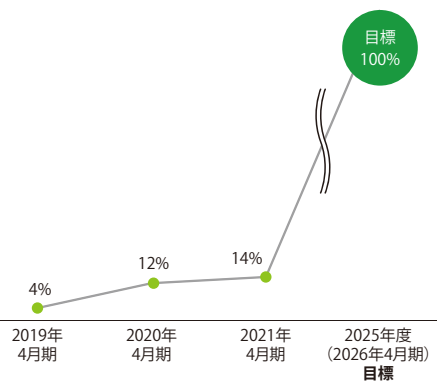


2018年 4月期	2019年 4月期	2020年 4月期	2021年 4月期
--------------	--------------	--------------	--------------

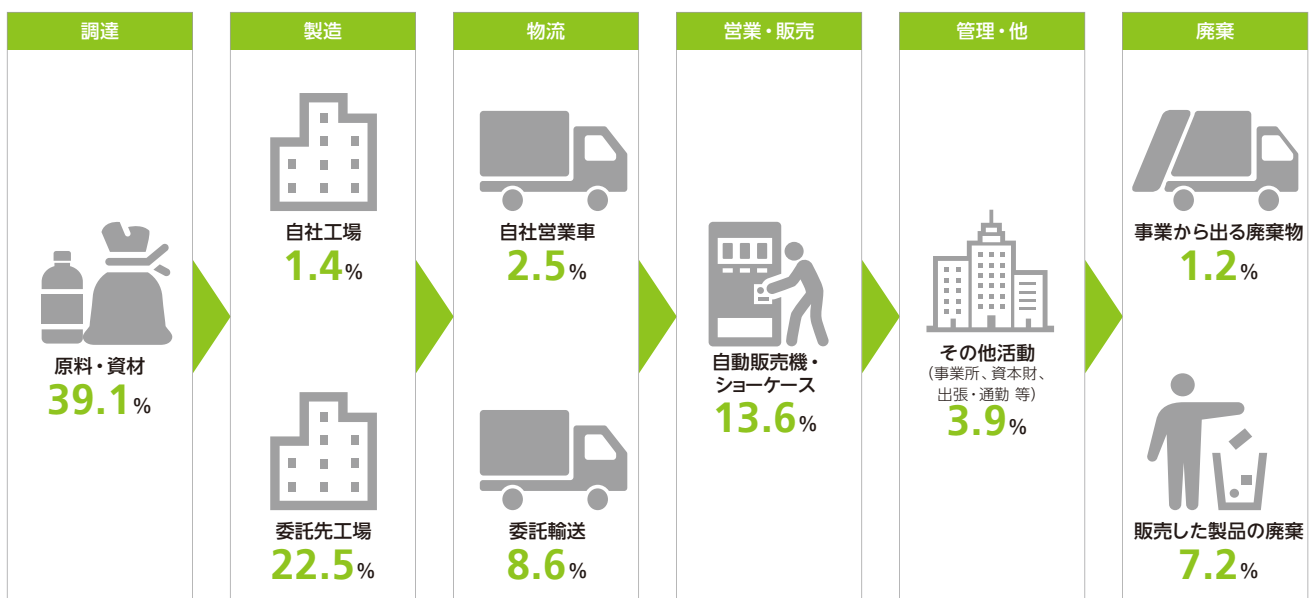
### ペットボトルのリサイクル素材等使用率 (全ペットボトル製品)



### ペットボトルのリサイクル素材等使用率 (お〜いお茶全ペットボトル製品)



## 伊藤園のバリューチェーンを通じた CO<sub>2</sub> 排出割合 (2021年4月期実績)



## 1.CO<sub>2</sub> 排出量の実績

	2019年4月期 (目標基準年度)	2020年4月期	2021年4月期	対2019年4月期比 (対基準年度比)
Scope1:自社での燃料の使用による直接排出	26	24	23	-8.4%
Scope2:自社が購入した電気の使用に伴う間接排出	14	12	12	-10.5%
Scope1、Scope2合計(千tCO <sub>2</sub> )	39	36	35	-9.1%

### Scope3排出量

カテゴリー	2019年4月期 (目標基準年度)	2020年4月期	2021年4月期	対2019年4月期比 (対基準年度比)
1 購入した製品・サービス	581	534	471	-19.0%
2 資本財	21	17	13	-38.5%
3 Scope1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	6	6	6	-6.3%
4 輸送、配送(上流)	86	80	65	-24.3%
5 事業から出る廃棄物	10	10	9	-7.7%
6 出張	1	1	1	-1.9%
7 雇用者の通勤	2	2	2	-1.4%
8 リース資産(上流)	該当なし	該当なし	該当なし	-
9 輸送、配送(下流)	該当なし	該当なし	該当なし	-
10 販売した製品の加工	該当なし	該当なし	該当なし	-
11 販売した製品の使用	該当なし	該当なし	該当なし	-
12 販売した製品の廃棄	58	56	55	-5.2%
13 リース資産(下流)	118	111	104	-11.9%
14 フランチャイズ	該当なし	該当なし	該当なし	-
15 投資	該当なし	該当なし	該当なし	-
Scope3合計(千tCO <sub>2</sub> )	883	817	725	-17.9%
Scope3原単位(tCO <sub>2</sub> /百万円)	2.24	2.16	2.06	-8.1%
Scope1~3合計(千tCO <sub>2</sub> )	922	852	760	-17.6%
Scope1~3原単位(tCO <sub>2</sub> /百万円)	2.34	2.26	2.16	-7.7%
伊藤園単独売上高(百万円)	394,495	377,787	352,732	-10.6%

※数値については四捨五入により、合計値が合わない場合があります。

## 2. 水資源に関する実績

### 1) 自社

(単位:千m<sup>3</sup>)

水源別取水	2019年4月期	2020年4月期	2021年4月期
河川	290	236	238
水道水	69	66	66
合計	359	301	304

(単位:千m<sup>3</sup>)

排出先別排水	2019年4月期	2020年4月期	2021年4月期
河川・湖沼等	155	141	143
下水	55	53	55
その他(用水路、山への散水等)	0	0	0
合計	211	194	198

※自社の集計範囲は伊藤園の国内自社工場・研究所、自社ビル、自社営業拠点を対象としています。

※数値については四捨五入により、合計値が合わない場合があります。

### 2) 飲料製造委託先

(単位:千m<sup>3</sup>)

水源別取水	2020年4月期	2021年4月期
地下水	16,148	14,074
水道水	239	191
工業用水	3,760	3,432
合計	20,147	17,698

(単位:千m<sup>3</sup>)

排出先別排水	2020年4月期	2021年4月期
河川・湖沼等	12,577	11,922
海	1,272	929
下水	308	276
その他	31	0
合計	14,157	13,127

※飲料製造委託先の集計範囲は飲料製造委託先の全製造量のうち、伊藤園製品の製造分を対象としています。一部推計を含みます。

※数値については四捨五入により、合計値が合わない場合があります。

蓄積を次のステージへつなげる

## 「お客様第一主義」に基づく共有価値創造プロセス

当社は、お客様のご不満やご要望を起点としたVoice制度(社内提案制度)や畑から始まる製品づくりなどの特色を活かし、高品質な製品やサービスを提供してきました。バリューサークル(価値創造の輪)において「お客様第一主義」を実践し、ステークホルダーへの価値提供を行い、「利益ある持続的な成長」と「持続可能な社会への貢献」の両輪を実現させて、「世界のティーカンパニー」を目指していきます。





## グループ経営理念

### 「お客様第一主義」

お客様を第一とし、誠実を売り、努力を怠らず、信頼を得るを旨とする

## ステークホルダーへの価値提供

### 築くバリューサークル

#### 企画・開発

5つの製品  
開発コンセプト  
(自然・健康・安全・良い  
デザイン・おいしい)  
市場創造力

#### 調達

茶産地育成事業など、  
特色ある原料調達

### 「お客様第一主義」 の経営理念

#### 製造・物流

ファブレス方式  
パートナー企業  
との協働

#### 製品開発コンセプト

自然 健康 安全  
良いデザイン おいしい

### 人材戦略 財務マネジメント

健康で豊かな生活の  
サポート

消費者の  
皆様

持続可能な農業の推進  
コミュニティ課題解決

販売先の  
皆様

仕入先の  
皆様

パートナー企業との  
協働による環境  
負荷低減

地域社会  
の皆様

持続的な利益ある成長  
と株主還元

株主の  
皆様

金融機関  
の皆様

多様な人材が活躍する  
健康経営の推進

従業員

利益ある持続的な成長

持続可能な社会への貢献

「健康価値を創造する100年以上続く企業へ」  
世界のティーカンパニー



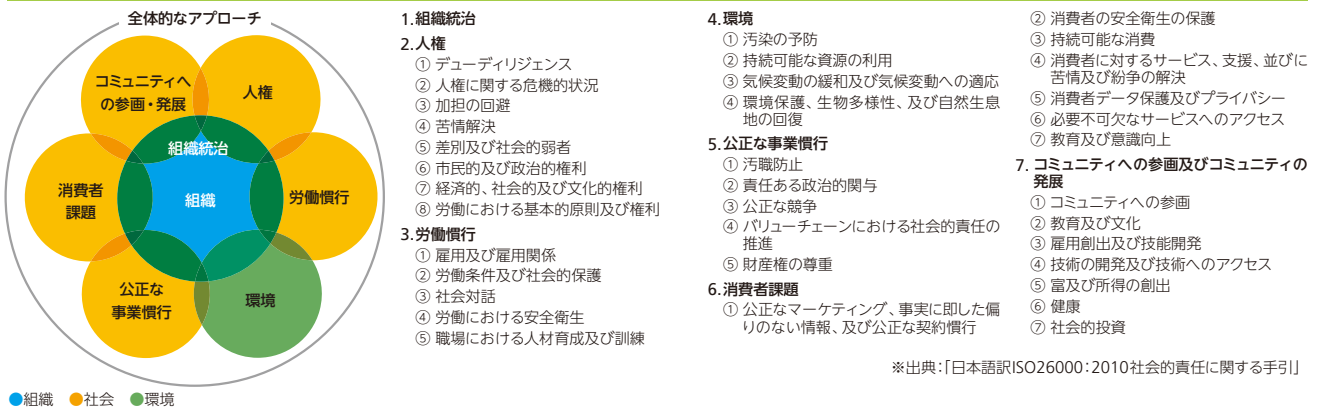
蓄積を次のステージへつなげる

## 伊藤園グループのESG重要課題

伊藤園グループは、2012年4月に国際規格ISO26000を羅針盤として、7つの中核主題、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展を推進テーマに設定しました。

この中でも、「消費者課題」「コミュニティへの参画・発展(コミュニティ・社会)」「環境(地球環境)」を重要課題と位置付けています。

### ISO26000 7つの中核主題とそれぞれの課題



重要課題	消費者課題	コミュニティ・社会	地球環境
社会課題	・ライフスタイルの多様化 ・健康課題(体脂肪、血中コレステロール、認知機能等)	・国内農業、茶業界の課題 ・働き方やコミュニケーションの変化 ・超高齢社会	・海洋プラスチックごみ問題 ・資源枯渇、廃棄物 ・地球温暖化、水資源問題
主な取り組み	・健康に配慮した製品開発・販売 ：無糖飲料比率 75% ・研究開発、茶の健康価値発信 ：伊藤園健康フォーラムなど	・茶産地育成事業 ・ティーテイスターによるお茶文化の啓発活動 ・伊藤園グループ人権方針	・伊藤園グループ中長期環境目標 ・茶殻リサイクルシステム

### 社会・環境に関するグループ方針・目標

伊藤園グループ 中長期環境目標 ▶ <https://www.itoen.co.jp/csr/system/>

容器包装:

- ・3R(リサイクル、リデュース、リプレース&リユース)+グリーン(環境保全)
- ・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の割合を100%にすることを目指す

CO<sub>2</sub>排出量削減:

- ・2030年度 Scope1、2 総量26%削減 Scope3 原単位26%削減
- ・2050年度 Scope1、2 総量50%削減 Scope3 原単位50%削減 ※目標基準年度:2018年度

水使用量削減:

- ・2030年度 水使用量原単位\* 16%削減 2018年度:5.0m<sup>3</sup>/k<sup>l</sup>→2030年度目標:4.2m<sup>3</sup>/k<sup>l</sup>

\*原単位:生産1k<sup>l</sup>あたりの水使用量

伊藤園グループ人権方針

国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に準拠した人権方針を策定

▶ [https://www.itoen.co.jp/csr/human\\_rights/](https://www.itoen.co.jp/csr/human_rights/)

伊藤園グループいきいき健康宣言

1. 心と体の健康維持増進
2. 安全で快適な職場環境づくり
3. ワークライフバランスの推進

▶ <https://www.itoen.co.jp/csr/labour/kenkousengen/>

## 重要課題と主な KPI

重要課題	主なKPI	主な進捗(2021年4月期実績)	主に 関連する SDGs	
消費者課題	健康価値の訴求 (健康と栄養性)	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康に貢献する製品と食生活の提案</li> <li>食品の健康価値に関する研究と発表</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>機能性表示食品受理件数18件</li> <li>食品の健康価値に関する研究発表12件</li> </ul>	 
	製品のパッケージング および適切な情報公開	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料原産地の適切な表示</li> <li>環境配慮型容器などの開発</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>適切な表示に関するガイドラインの改定</li> <li>ペットボトルの軽量化推進</li> </ul>	
	品質管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーンでの品質管理の徹底</li> <li>主力海外原料サプライヤー、海外製造委託先の定期監査の実施</li> <li>ISO9001、FSSC22000の認証継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ISO9001、FSSC22000の認証継続</li> </ul>	
コミュニティ・ 社会	健康経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>社員の健康と安全に配慮した職場環境の整備(健康問題の予防管理体制の整備など)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「健康経営優良法人」の4年連続認定</li> <li>「伊藤園グループいきいき健康宣言」策定</li> </ul>	  
	コミュニティと人権課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業活動を通じた人権尊重の取り組みの推進</li> <li>地域社会や外部団体との関係強化</li> <li>伊藤園ティーテイスター制度を活用した茶文化の啓発強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「伊藤園グループ人権方針」策定</li> </ul>	
	文化活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」や伊藤園ティーテイスター制度を活かした、日本文化、お茶文化の啓発活動強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」応募数200万句以上</li> <li>オンラインやSNSを活用したお茶文化啓発活動の実施</li> </ul>	
	持続可能な農業の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶産地育成事業(新産地事業)における荒茶生産量と面積の拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶産地育成事業展開面積目標2,000ha達成</li> <li>新産地事業展開面積500ha以上</li> </ul>	
地球環境	気候変動への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業活動全体でのCO<sub>2</sub>排出削減(中長期環境目標)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2018年度比</li> <li>Scope1、2 9.1%減</li> <li>Scope3 8.1%減</li> <li>→環境に関する実績はP17参照</li> </ul>	  
	水の管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーン全体での水削減目標の策定と管理プロセスの構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>水資源に関する中長期環境目標の策定</li> </ul>	
	容器包装	<ul style="list-style-type: none"> <li>ペットボトルの軽量化及びリサイクル素材の利用推進(中長期環境目標)</li> <li>ストロー、リーフ資材における生分解性素材の利用推進</li> <li>アルミレス紙パックの推進</li> <li>容器包装の軽量化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>リサイクルペット資材の利用推進(リサイクルペット使用率7%)</li> <li>ペットボトルの軽量化推進</li> </ul>	
	廃棄物とリサイクル	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品廃棄の削減</li> <li>食品リサイクル率90%以上を維持</li> <li>食品包装工場の再資源化率100%維持</li> <li>茶殻リサイクルの推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品リサイクル率92.6%</li> <li>緑茶包装工場の再資源化率100%</li> </ul>	
	生物多様性の保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶産地育成事業での登録品種の維持</li> <li>茶産地育成事業におけるGAP認証取得の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>茶産地育成事業のGAP認証100%取得</li> <li>→P24</li> </ul>	



# 未来に向けたお茶の可能性 ～お茶のサステナビリティ～

お茶は人々の生活様式の変化に合わせて、時代を超えて飲み続けられてきた日本の伝統飲料です。伊藤園グループは、主に屋内飲料であったお茶をいつでもどこでもおいしく飲める飲料として開発し、市場を創造してきました。その強さの源泉は、お茶の飲み方の変化に合わせて茶葉のつくり方から変える、畑からはじまる製品づくりにあります。さらに、健康性の研究、茶殻リサイクル、容器リサイクルに至るまで、外部ステークホルダーと協働し事業化を実現してきました。これからも革新と挑戦を続け、社会・環境、茶業界のサステナビリティに貢献していきます。

## 無糖茶飲料市場の創造と発展

～茶畑からはじまり、健康性の研究・製品化・資源循環

### お茶の屋外飲料化

→急須で飲む屋内飲料から、いつでもどこでも飲める飲料へ

### 無糖茶飲料市場の創造

江戸時代には「茶弁当」と呼ばれる、弁当とともに、お茶の屋外飲用を愉しむ道具がありました。

1980年代以降、茶系飲料の開発により店頭販売のおにぎりや弁当と一緒に需要が伸び、無糖茶飲料市場を創造してきました。

※茶道具一式と弁当を担ぐための道具で、物見遊山や旅行などに出かける際に使用され、利用者は、弁当と共にお茶を愉しんだとされています。



江戸時代の「茶弁当」※

### 研究に基づくお茶の健康性の発信と製品化

→特定保健用食品、機能性表示食品の開発・販売

古くから言い伝えられたお茶の健康性を科学的に鎌倉時代の栄西による日本初の茶の専門書「喫茶茶の効能等」が記されていました。古くから知られ健康性は、数々の研究により科学的な解明が進当社は研究成果の発信と製品化への応用を進め  
→P26

### お茶の嗜好や飲用シーンの多様化への対応



### お茶の契約栽培：1976年～茶産地育成事業 →P24

#### 茶生産者との契約栽培

1976年から、茶生産者と協働で畑から高品質原料を開発し、全量を買取る契約栽培に取り組んでいます。

・茶生産者等の社外関係者と協働する茶産地育成事業

### お茶文化の発信：1994年～伊藤園ティーテイスター制

資源循環：2001年～

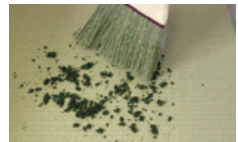
#### お茶文化の発信

お茶の飲料化が進む一方で、急須でいれるおいしいお茶のいれ方や楽しみ方を伊藤園ティーテイスターが発信する活動を行っています。

・学校や自治体、各団体等と協働して取り組むお茶文化の発信(伊藤園ティーテイスター制度)

#### 茶殻を資源として有効活用

お茶をいれた後に出る茶殻は古くから、掃除用途や佃煮などの料理に使われたり、家畜の飼料や肥料として有効活用されてきました。当社は、飲料製品の製造過程で排出される茶殻を身近な工業製品等にリサイクルしています。



昔ながらの茶殻を使った畳掃除

・伊藤園は、様々な業種の社外関係者と協働の上、工業製品へ茶殻をリサイクル  
→茶殻リサイクルシステム





に至るまでを事業化～

(1986年 伊藤園中央研究所設立)

に解明

養生記」には、  
ていたお茶の  
んでいます。  
ています。



鎌倉時代の喫茶養生記



- ・2011 特定保健用食品  
「カテキン緑茶」
- ・2020 機能性表示食品  
「お～いお茶 お抹茶」

2010

2015

2020

2021

### 未来へ続くお茶の可能性への挑戦

#### 製品用途にあわせた原料生産

- ・高品質原料の安定調達と茶生産者への貢献

#### 健康志向の高まりへの対応

- ・人生100年時代の健康課題への提案

#### 飲用シーンの多様化への対応

- ・飲料からリーフまでのフルラインアップ
- ・マイボトル等の次世代の飲み方への対応

#### お茶の新たな楽しみ方の提案

- ・飲むだけでなく「食す」お茶などの提案

#### 日本茶の海外での認知と需要拡大

#### お茶文化(急須等)の次世代への継承

- ・伊藤園ティーテイスターによる、急須文化としての食育活動

#### 資源循環の取り組み推進

- ・茶殻や容器包装での環境課題解決

2021年茶系飲料市場  
約9,000億円(予測)

2021年緑茶飲料市場  
4,350億円(予測)

度 →P26、P53

茶殻リサイクルシステム →P27

資源循環:2014年～ホット対応「お～いお茶」ペットボトルにリサイクル素材を使用 →P46



明治時代の汽車土瓶の注意書き

#### 空き容器の回収とリサイクルの推進

明治時代の駅売り茶の「汽車土瓶」も使用後の回収が課題であり、「空き瓶は腰掛の下へ」と注意書きが記されていました。

当社は、自販機横の空き容器回収を行い、ペットボトルのリサイクルを推進しています。



当社営業員による空き容器回収

・伊藤園は、再生事業者などの社外関係者と協働の上、2030年度までに全ペットボトル製品を100%リサイクル素材等にすることを目指します。



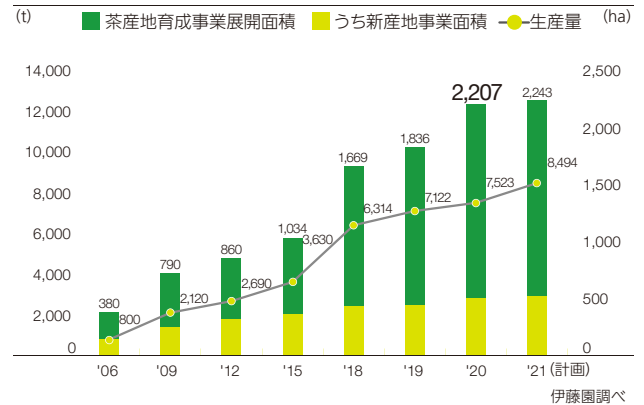


## 伊藤園独自の持続可能な農業モデル「茶産地育成事業」

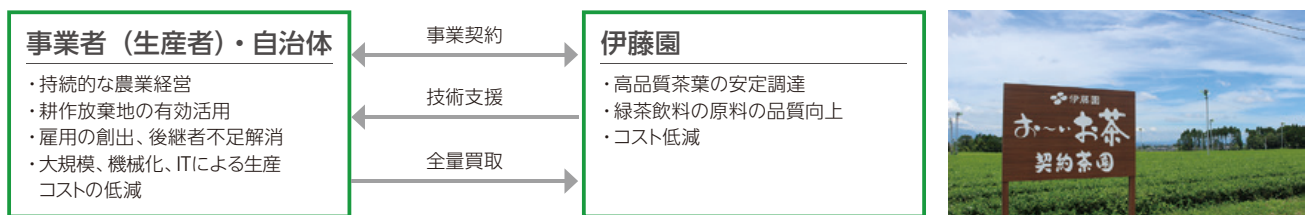
伊藤園は、国内荒茶生産量の約4分の1を取り扱っています。当社は原料茶の「契約栽培」に取り組み、急須でいれて飲むリーフのお茶、緑茶飲料「お〜いお茶」など、それぞれの製品にあった原料茶の栽培・加工方法を生産者の皆さんと協働で作り上げています。生産された高品質茶葉は全量買い取ることで、生産者の安定経営と雇用の創出などを実現し、持続的な農業の発展に貢献しています。

また近年では、自治体や地元の事業者などと協働で、“耕作放棄地などを茶畑に転換する新産地の育成”にも取り組んでいます。契約栽培の展開面積は年々増加し、2020年度には2,207haとなりました。

茶産地育成事業展開面積の推移



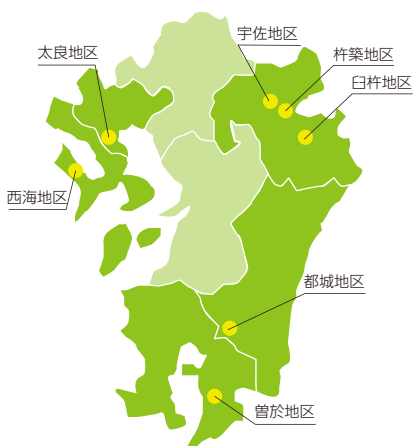
### 茶産地育成事業による関係者と伊藤園の価値



### 耕作放棄地などを茶畑に転換する、新産地の育成展開地区

2020年時点で、6県（大分県、宮崎県、鹿児島県、佐賀県、長崎県、静岡県）8地区で展開しています。

#### 九州5県



#### 静岡県 (2020年8月展開開始)



#### 耕作放棄地などを大規模茶園へ



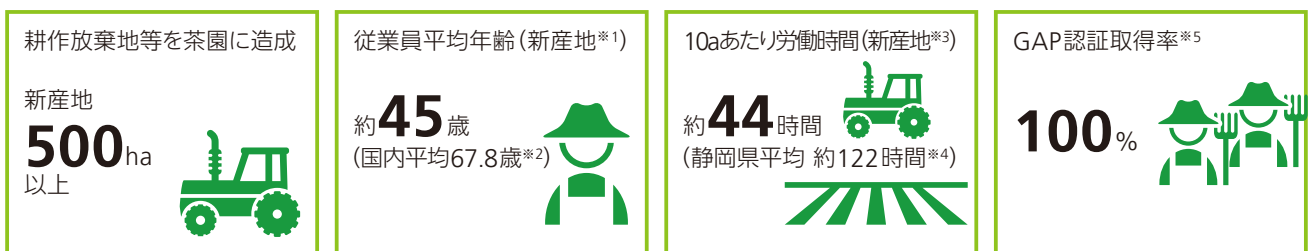
茶産地育成事業は、高品質原料の安定調達のほか、様々な成果につながっています。また、現在から将来に向けて、有機栽培技術の構築（減化学肥料、減化学農薬、除草、環境対策）、IT技術・省力化技術の推進、お茶や野菜の生産による通年雇用を契約産地で普及させていきます。

なお、有機栽培技術の構築は、生産地の環境負荷低減につながるほか、残留農薬基準値が国内と異なる海外での事業展開を推進する上でも重要な取り組みと考えています。



農業技術部長 植田 幸市

## 茶産地育成事業の主な成果



※1 各新産地の正社員平均年齢を加重平均したもの  
 ※2 国内農業従業者(出典 農林水産省)  
 ※3 新産地の一例

※4 農林水産省「茶をめぐる情勢」  
 ※5 食の安全や環境保全に取り組む農業に与えられるGAP認証制度には、世界基準である「グローバルGAP」のほか、日本GAP協会が展開する「JGAP」「ASIAGAP」などがあり、ここではこれら3つの認証のうち、いずれかを取得した農園を指します。

## 茶農業の技術開発と普及に向けたロードマップ



**有機**

**茶殻の肥料化**  
 茶殻高含有堆肥の製造  
 飲料工場と契約産地の  
 マッチング

循環型農業の推進

**IT**

**AIによる管理作業最適化**  
 気象・土壌センサーなどにより茶の生育環境を把握

気象センサー  
 土壌センサー

**IT**

**摘採や運搬、計量の自動化。成分評価の自動化**  
 摘採機や運搬のIT化、生葉の自動計量などによる省力化と人員不足の解消

**複合経営**

**茶の閑散期に他の農作物生産**  
 通年雇用や事業経営の安定化

茶の栽培+大麦若葉などの栽培

**有機**

**蒸気防除機の実用化**  
 蒸気による防除、除草

**IT**

**摘採時期の判断**  
 リモートセンシングやAI画像解析

**複合経営**

**荒茶工場の汎用化**  
 冬期の収益確保

茶の加工+野菜の乾燥など

持続可能な農業の推進に貢献していきます





## 緑茶の健康性に関する研究と発信

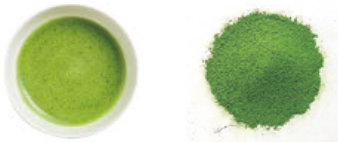
1200年の長い歴史を持つ緑茶は、昔から心身によいものとされてきましたが、現代では数々の研究で科学的に裏付けされています。伊藤園中央研究所では様々な研究機関と連携するなど、緑茶の健康性の研究を行っています。「健康創造企業」として、世界共通である健康課題の解決につなげていくため、研究成果の公表や製品化など、お茶の健康性を発信し続けてまいります。

### 超高齢社会対策に関する研究課題

#### 主な研究

#### 緑茶、抹茶の認知症予防効果の検証とメカニズムの解明

- ・伊藤園中央研究所、株式会社島津製作所、株式会社MCBIの3社共同研究



#### 業務提携

#### エーザイ株式会社と健康長寿社会の実現に向けた業務提携

- 〈2021年以降の活動予定〉
- ・全国の自治体で、エーザイ、伊藤園で抹茶、運動、食事による健康セミナー開催
- ・エーザイの「脳年齢測定アプリ」活用企画実施



### 生活習慣に関する研究課題

#### 主な研究

#### 緑茶に含まれるガレート型カテキンの働きについての研究

- ・悪玉コレステロールの低下、脂肪吸収抑制など
- ・東北大学との共同研究など

### 社会の健康不安に関する研究課題

#### 主な研究

#### 緑茶の抗ウイルス作用

- ・抗インフルエンザウイルス、試験管内での新型コロナウイルス不活化、お茶でうがいやお茶の含み飲みで口から始める公衆衛生など
- ・静岡県立大学、京都府立医科大学との共同研究など

### 「伊藤園健康フォーラム お茶で人生100年時代を豊かに生きる知恵」

お茶の健康価値をテーマとした「伊藤園健康フォーラム」を2019年から実施しています。2021年9月の開催時には、研究者などによる講演、パネルディスカッションを行いました。

当社は、お茶を通じて社会課題の解決に貢献し豊かに生きる社会の実現を目指し、当フォーラムを通じて、人々の健康な毎日に役立つ情報を発信していきます。



## お茶文化の発信活動（伊藤園ティーテイスター制度）

お茶は人と人をつなぎ心地よい時間を共有できる飲み物です。当社には「お茶の伊藤園」として社員がお茶に関する高い知識を持ち社内外にお茶文化の発信を行う社内資格制度「伊藤園ティーテイスター制度」があります。

この制度は厚生労働省の「社内検定認定制度」として認定を受けています。この制度の有資格者は、お茶の歴史、健康性、いれ方、楽しみ方を発信するなど、お茶文化を伝えていく活動を行っています。

→P53









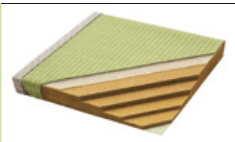




## 製品ライフサイクルを通じた、環境課題への取り組み

緑茶飲料市場シェアNo. 1ブランドの「お〜いお茶」を販売する当社は、茶畑からはじまる製品づくりや、営業・販売、消費後に至るまでの環境負荷低減に積極的に取り組んでいます。

### 茶殻リサイクルシステム

「お〜いお茶」などの飲料製品製造の工程では茶殻が発生します(年間63,200トン※2019年)。当社では肥料や家畜の飼料として再利用するだけでなく、水分を含んだ茶殻を腐敗させることなく、常温のまま輸送・保存・製品に配合する技術を2001年に開発しました。この「茶殻リサイクルシステム」により、茶殻の消臭・抗菌効果を活かした茶殻配合の畳やマスクケースなど、現在では、100種類以上の身近な工業製品の原材料として使用されています。

#### 主な茶殻リサイクル製品

茶殻を配合した「紙」製品			
茶殻を配合した「樹脂」製品			
茶殻を配合した「建材」製品			
茶殻を配合した「シート」製品			

#### 茶殻リサイクルを可能にする伊藤園独自の技術

- ・含水のまま常温保存して輸送する技術
- ・消臭、抗菌といった茶の機能性を活かした製品開発
- ・CO<sub>2</sub>を吸収した茶殻の製品中への固定技術
- ・紙や樹脂などの限られた資源の代替原料としての活用

### 容器包装に関する取り組み

気候変動問題や海洋プラスチックごみ問題を背景にペットボトルの軽量化やボトルtoボトルリサイクルなど、プラスチック使用量削減に寄与する技術開発、資源有効活用に積極的に取り組んでいます。

- ・NSシステムによるペットボトル資材の軽量化(525mlペットボトルの場合 約30%軽量化)  
→P43

- ・「お〜いお茶」ティーバッグ製品に生分解性フィルターの活用  
→P31、41

- ・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%リサイクル素材へ  
→P46



### 市場概況

国内緑茶飲料市場No.1ブランドである「お〜いお茶」は3年連続で“緑茶飲料販売実績世界一”として「ギネス世界記録認定」を受けています。2020年は、緊急事態宣言下の人の往来の減少、異常気象や天候不順などの影響により、緑茶飲料市場は4,180億円(対前年-6%)、当社シェアは33%(金額ベース)と前年と同様となりました。

そのような中、当社は「とどけ!お茶のチカラ」と題し、機能性表示食品などの製品開発や、SNSを活用したオンラインイベントの開催等による市場活性化に取り組んでいます。さらに、茶殻リサイクルやボトルtoボトルの取り組みの推進など「お〜いお茶」ブランドを通じた社会環境課題にも積極的に取り組んでいます。

### 伊藤園が届けるお茶のチカラ

- おいしさ**
  - 茶農家との密接な取り組みによる高品質原料を使用したおいしさを追求した製品の販売
  - ライフスタイルに合わせた製品展開
- すこやかさ**
  - 毎日いきいきとした豊かな生活をサポート
- たのしさ**
  - 社内資格「ティーテイスター制度」有資格社員を主としたおいしいお茶のいれ方、茶文化などの情報発信

## 「お〜いお茶」のバリューサークルと社会・環境課題への取り組み



### 研究・企画・開発

#### ○機能性表示食品での茶成分の健康性に関する研究

伊藤園中央研究所による外部研究者、研究機関との共同研究  
カテキン、テアニンなどの茶成分の健康性の解明

#### ○おいしさを追求した製品づくり

製品の企画設計、理想的な製品づくりのために必要な原料や製造加工技術の設計



#### 健康課題への対応

超高齢社会などの社会課題解決に向けた研究

#### 研究成果を活かした製品開発

茶成分の働きなどを活かした、機能性表示食品などの製品を開発・発売



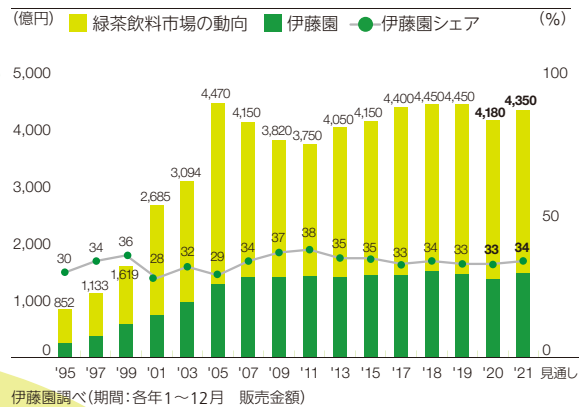




国内緑茶飲料  
市場シェア  
**33%**

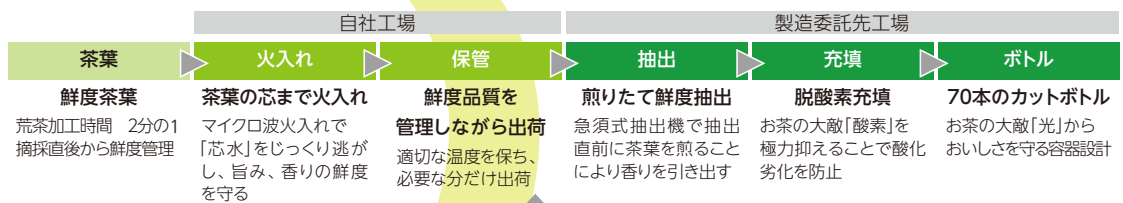
日本でも  
世界でも  
**No.1**  
ブランド\*

### 国内緑茶飲料市場の動向



\*ギネス世界記録TMはギネスワールドレコーズリミテッドの登録商標です。  
記録名:  
「最大のナチュラルヘルシーRTD緑茶飲料(最新年間売り上げ)」  
記録対象ブランド:  
「お〜いお茶」ブランド  
(お〜いお茶ほうじ茶飲料製品を除く)  
記録対象期間:  
2020年1月~12月  
  
インテージSRI無糖茶飲料市場データ  
(期間:2020年1月~12月/販売金額)

## おいしさを実現する高品質な原料調達、製造・物流



### 茶産地育成事業

茶産地育成事業を通して、緑茶飲料「お〜いお茶」専用茶葉を栽培・加工  
→P24



新産地事業:静岡県袋井地区

### NSシステム・容器軽量化

常温・無菌の充填システム、NSシステム:「Non-Sterilant(殺菌剤を使用しない)」を採用し、ペットボトルも軽量化。殺菌剤不使用のため、殺菌剤を洗い流す水使用量も削減  
→P43

### 茶殻リサイクルシステム

抽出後に工場から排出される茶殻を、お茶の機能を活かして工業製品の原材料としてリサイクル  
→P27



茶殻入り段ボール



マスクフレーム

名刺

## ルートセールスなどを活かした営業・販売 / 消費後

- 「お茶の伊藤園」ならではの、緑茶飲料とリーフ(茶葉)の連動販売、売場提案
- お客様に近い場所で市場情報を収集・把握できるルートセールスシステム

### 「お茶で日本を美しく。」、「わたしの街の未来の桜プロジェクト」

「お〜いお茶」ブランド製品の売上の一部を、各都道府県の実環境保全活動や桜の植樹・保全活動などに対して寄付。また、社員が各自治体による環境保全・整備活動に参加



社員が参加する活動

### 「ティーテイスター制度」とお茶文化の啓発

同制度の有資格社員がお茶の魅力や文化をSNSやオンラインの活用を含めて、継続的に発信 →P53

### お〜いお茶新俳句大賞

入賞作品を「お〜いお茶」の製品パッケージに掲載する創作俳句コンテスト  
→P63

### ボトルtoボトルのペットボトルリサイクル

2025年度までに「お〜いお茶」ブランド全ペットボトル製品を100%リサイクル素材へ切り替え →P46





## 事業概況

# リーフ・抹茶製品



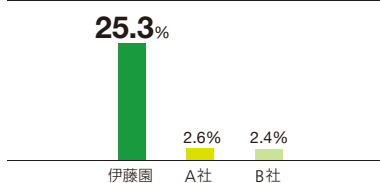
## 市場概況

2020年の緑茶リーフ市場は、リモートワークの定着などによる「おうち需要」の増加と健康志向の高まりにより、家庭用日本茶市場で対前年+5%、そのうち、日本茶ティーバッグで対前年+7%の伸長となりました。当社はパック茶の緑茶リーフ製品やマイボトルに対応したティーバッグ製品の販売強化などに取り組みました。その結果、家庭用日本茶市場で当社シェアは25.3%と前年より0.4%増加し、カテゴリー別の当社販売実績では、日本茶全体で対前年+11%、日本茶ティーバッグで対前年+14%となりました。

今後も「お茶の伊藤園」として、社会の変化やお客様のニーズをとらえた製品を販売していきます。

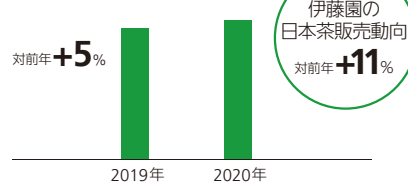
## 2020年 家庭用リーフ市場の動向

### 2020年 家庭用リーフ市場シェア



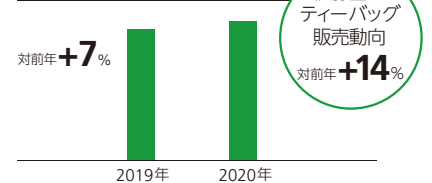
※資料 伊藤園 (期間: 2020年1月~12月/販売金額)  
※インテージSRI+ (期間: 2020年1月~12月/日本茶市場/販売金額)

### 日本茶市場計



伊藤園の  
日本茶販売動向  
対前年 +11%

### 日本茶ティーバッグ市場計



伊藤園の  
ティーバッグ  
販売動向  
対前年 +14%

※資料 市場計については伊藤園 (期間: 2020年1月~12月/販売金額)  
※伊藤園の日本茶、ティーバッグ販売動向はインテージSCI (期間: 2020年1月~12月 日本茶市場/販売金額)

## お茶のリーディング企業としての研究開発から売場づくりまでの総合的な提案

伊藤園中央研究所による茶成分の健康性の解明、家庭用から業務用に至るまでのリーフ市場動向や地域別の市場分析といった、お客様のニーズや用途をとらえた幅広い製品ラインアップを取り揃えています。また、棚割システムによる売場提案、リーフと茶系飲料を連動させた売場提案など、市場活性化に取り組んでいます。

### 研究開発

茶カテキンやテアニンなどの茶成分の健康性の解明

### 市場調査

お茶の市場と販売動向  
(家庭用から業務用に至る市場の動向を把握)  
地域別お茶の販売動向  
(地域別、カテゴリー別分析)  
日本茶を主体とする消費トレンド調査  
(日本茶を中心とした飲用および購買に関する調査)

### ご不満点の発掘

お客様のご不満点・要望などは当社社員がダイレクトに収集 (Voice 制度)

### 売場づくり

棚割システムによる売場提案  
(POS 分析と棚割の画像提案を実施。売れる定番売場づくりをご提案)  
年間を通じた販促提案  
(年間の生活テーマや、季節に応じた販促をご提案)  
販促什器の提供  
(エンドから関連販売まで、お店の販売に寄与する各種什器をご用意)  
ルートセールスを展開  
(1店1店細やかな店舗フォローを実施)

## 緑茶リーフで日本初の機能性表示食品

伊藤園中央研究所による、緑茶由来のガレート型カテキンの「BMIが高めの方の体脂肪を減らす」働き\*1の研究結果を受けて、日本で初めて\*2、お茶の葉だけで作られている機能性表示食品「一番摘みのお〜いお茶」シリーズを2021年3月に発売しました。

\*1 機能性関与成分: ガレート型カテキン340mg (抽出液)

\*2 機能性関与成分ガレート型カテキンによる「体脂肪を減らす」機能性表示食品、緑茶リーフ製品カテゴリーとして日本初 (2020年伊藤園調べ)



## 容器包装などの環境への取り組み

海洋プラスチックごみ問題の課題解決に取り組み、植物由来の素材で作った生分解性エコフィルターを採用した、環境にやさしくお茶の抽出性が高いティーバッグ製品のラインアップを拡充しています。また、リーフ製品の段ボール資材へのFSC認証紙\*の採用を進めています。

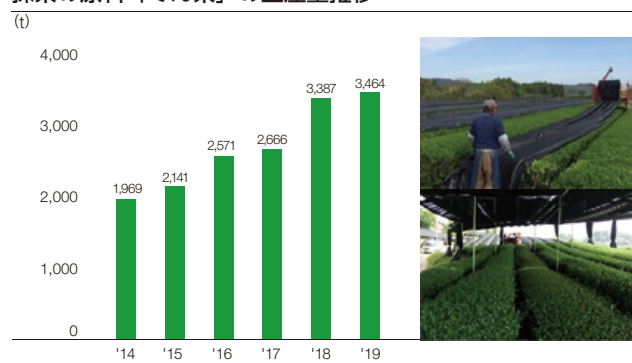
\*FSC認証紙とは、適切に管理された森林の木材を使用して作られた紙



## 抹茶市場の活性化

「抹茶」は日本が世界に誇る伝統の食文化の一つです。お点前に使う本格的な抹茶から、抹茶加工食品、飲料用・業務用などの幅広い需要があり、おいしさや健康性から高い評価を得ています。伊藤園では、世界的な抹茶需要増加に対応するため、2016年に静岡相良工場内に専用工場「抹茶工房」を稼働させました。2020年からは抹茶を通じて認知機能に関する課題解決に取り組む「ITO EN MATCHA PROJECT」を展開しています。様々な抹茶の魅力をお届けし抹茶市場の活性化に取り組んでいます。

### 抹茶の原料「てん茶」の生産量推移



出典：全国茶生産団体連合会調べ

抹茶産地の育成

京都府、鹿児島県などで抹茶原料(てん茶)の契約栽培を広げて、生産量を拡大させています。

## 日本初\*テアニンと茶カテキンの働きにより認知機能(注意力・判断力)の精度を高める抹茶製品

当社は抹茶の研究や活用を通じて認知機能に対する課題解決に取り組んでいますが、その一環として、テアニン・茶カテキンの働きにより認知機能(注意力・判断力)の精度を高める機能性表示食品「お〜いお茶 お抹茶」を2020年12月に発売しました。

当社独自の契約栽培の抹茶を使用して、まろやかな後味と旨みが楽しめる毎日手軽に続けられ、認知機能(注意力・判断力)が気になる方におすすめの製品です。

今後も研究を進め、人生100年時代においての製品開発など、お客様の生活をより豊かにできる活動を展開していきます。

\*テアニンと茶カテキンを組み合わせた認知機能カテゴリーの機能性表示食品は伊藤園が日本初(2020年伊藤園調べ)



機能性表示食品「お〜いお茶 お抹茶」

## マイボトル向けなど、多様な製品ラインアップ

当社は飲料製品のみならず、リーフ製品、簡便性(ティーバッグ、インスタントなど)製品といったお茶に関するフルラインアップをそろえており、多様な飲まれ方など、幅広いニーズに対応しています。近年、環境への配慮や経済面での利点などから、マイボトルを保有する人が増えています。リーフ市場において、ティーバッグなど簡便性製品の需要は拡大していますが、「お茶の伊藤園」として技術やノウハウを駆使し、マイボトルにも適した原料と製法により、いつでもどこでも楽しめるティータイムをご提案しています。



マイボトル用ティーバッグ「ボトルにポン」



マイボトル用ティーバッグ「KEEP IN MY BOTTLE」

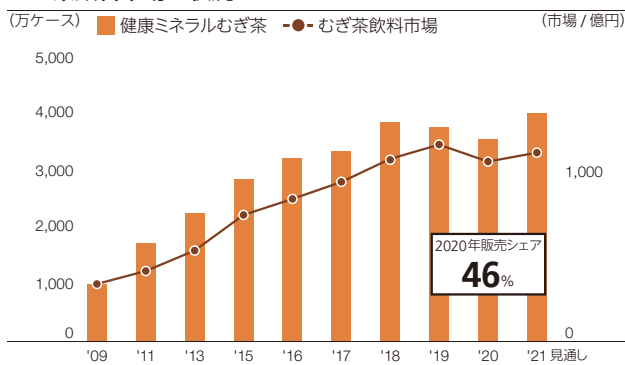


## 市場概況

2020年のむぎ茶飲料市場は10年前の約3倍の約1,000億円市場となりました。ノンカフェイン茶系飲料No.1(数量ベース)ブランドである「健康ミネラルむぎ茶」は、むぎ茶飲料市場でシェア46%、むぎ茶(リーフ)市場でシェア44%と、飲料でもリーフでもトップシェアです。暑さ対策飲料としてだけでなく、冬の乾燥時の水分補給等の通年飲用への提案を強化するとともに、ノンカフェインでお子様から高齢者の方まで安心して飲むことができる安心・安全品質を追求しています。また「健康ミネラルむぎ茶」は、スポーツ時のミネラルと水分補給に適しており、無糖スポーツ飲料として日本を代表するアスリート(陸上選手)のサポートも行っています。

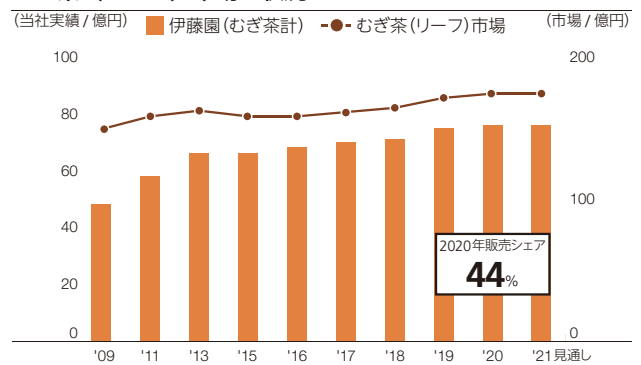
なお、環境対策として、緑茶飲料同様にむぎ茶飲料製造時に発生するむぎ茶殻のリサイクルに取り組んでいます。

### むぎ茶飲料市場の状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月(販売金額)、伊藤園:5~4月(販売数量)

### むぎ茶(リーフ)市場の状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月、伊藤園:5-4月(販売金額)

## おいしさとミネラル補給~オールシーズン・全世代対応・暑さ対策・乾燥対策・無糖のスポーツドリンク~

「健康ミネラルむぎ茶」は、盛夏の暑さ対策だけではなく、季節を問わない運動、スポーツ時のミネラルと水分補給や乾燥しがちな冬の水分補給に最適な飲料です。

大麦原料と独自の焙煎や抽出技術にこだわった、「やかん品質」の甘香ばしいおいしさでむぎ茶飲料市場をけん引しています。

## 安全・安心の品質管理

飲料の「健康ミネラルむぎ茶」、ティーバッグの「香り薫るむぎ茶」は、「乳児用規格適用食品\*」と同等の管理をしています。小さなお子様にも安全・安心にお飲みい

ただける製品です。

※乳児用規格適用食品:  
厚生労働省が策定した食品中の放射性物質の新基準において、乳児用規格適用食品には一般食品より厳しい基準値が適用されています。



## むぎ茶殻リサイクルシステム

緑茶飲料の製造過程で排出される茶殻と同様にむぎ茶飲料製造でもむぎ茶殻が発生します。これまでも飼料や肥料としてリサイクルしてきましたが2019年からむぎ茶殻の一部を工業製品にリサイクルしています。

### 〈むぎ茶殻リサイクル製品の開発〉

#### 「むぎ茶殻軽量パレット」

パレット1枚あたり、「健康ミネラルむぎ茶」600mlペットボトル約10本分のむぎ茶殻を配合して、従来のパレットに比べてポリプロピレンの使用量を32%削減し、約7kgの軽量化を実現

#### 「むぎ茶殻配合緩衝材(給湯器用)」

古紙製緩衝材の原料である古紙パルプの一部をむぎ茶殻に代替することで、古紙パルプの使用量を約20%削減するだけでなく、緩衝材の重量を約7%軽減



むぎ茶殻

むぎ茶殻配合緩衝材

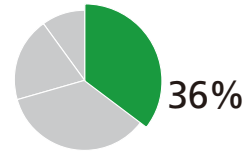




### 市場概況

2020年のコーヒー飲料市場において、タリーズコーヒー飲料の販売数量は堅調に推移しました。ボトル缶ブラックコーヒー市場の中で「TULLY'S COFFEE BARISTA'S BLACK」の販売シェアはトップシェアの36%です。これは、レギュラーコーヒーを家庭で楽しむ方が増え、産地や品質への感度が高まり、スペシャルティコーヒーショップ「TULLY'S COFFEE」で味わうような品質へのこだわりが評価されたためです。また、簡易ドリップコーヒーシリーズ「TULLY'S COFFEE THE BARISTA'S ROAST」を2021年6月に発売しました。これらのタリーズコーヒーブランド製品は3たて(“焼きたて”、“挽きたて”、“淹れたて”)にこだわり、原料豆のおいしさを引き出した、ショップ品質の製品を提案しています。

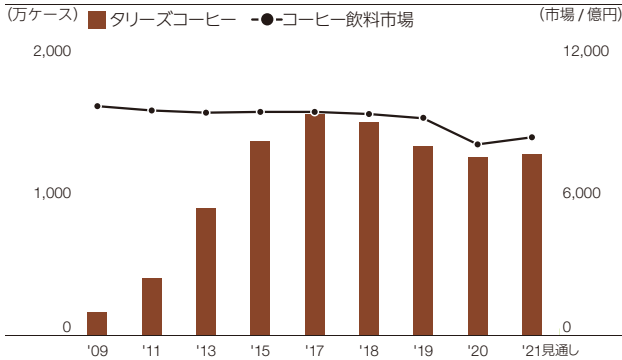
ボトル缶ブラックコーヒー販売シェア



なお、「TULLY'S COFFEE」の店舗においては、高品質なコーヒー製品の販売はもちろんのこと、コーヒー抽出殻を再利用した「コーヒー染め生地を使用したTシャツ」の販売や、コーヒースクールの実施などのコミュニティーカフェ活動などに取り組み、環境・社会課題の解決に貢献していきます。

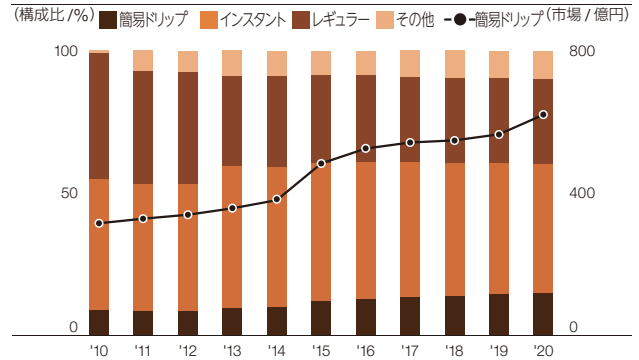
ボトル缶ブラックコーヒー市場 No.1  
 インターナショナル+【コーヒーボトル缶ブラック市場、期間:2020年1~12月(販売金額)】

### コーヒー飲料市場の状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月(販売金額)、伊藤園:5~4月(販売数量)

### 家庭用コーヒー市場の状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月(販売金額)

## 伊藤園、タリーズコーヒー・ジャパン、Distant Lands Trading Co. とのグループシナジー

伊藤園ではグループ企業のタリーズコーヒー・ジャパン株式会社との共同開発により、ボトル缶コーヒー、ドリップバッグコーヒーなど、飲料・ドリップバッグ運動販売可能な製品ラインアップが特色です。原料から製法に至るまでこだわり抜き、コクと香りを引き出すため、アラビカ種のみを厳選し、原料豆を国内で焙煎しています。

また、米国を拠点とするグループ企業のDistant

Lands Trading Co. (以下、DLTC社)は、コーヒー豆の栽培から販売までを行っています。当社は、DLTC社からボトル缶コーヒーの原材料としてコーヒー豆の一部を仕入れるなどグループシナジーを追求しています。DLTC社の自社所有の農園と精選工場の一部では「レインフォレスト・アライアンス認証」を取得するなど、環境・社会・経済面に配慮した持続可能な生産を推進しています。

### タリーズコーヒー・ジャパンの環境・社会に関する取り組み

タリーズコーヒー・ジャパンのサステナブル活動の一環で、ショップを通じた環境・社会に関する取り組みを行っています。一例として、環境に配慮したオーガニックコットン100%の生地にコーヒー抽出殻を再利用し染色したTシャツを2021年6月に発売したほか、全国各地の店舗ではお客様が集うコーヒースクールを開催するなど地域に根ざしたコミュニティーカフェとして活動を行っています。



タリーズコーヒー・ジャパンとナノユニバースとのコラボTシャツ



おいしいコーヒーの淹れ方などのコーヒースクール





## 事業概況

# 野菜飲料・青汁製品

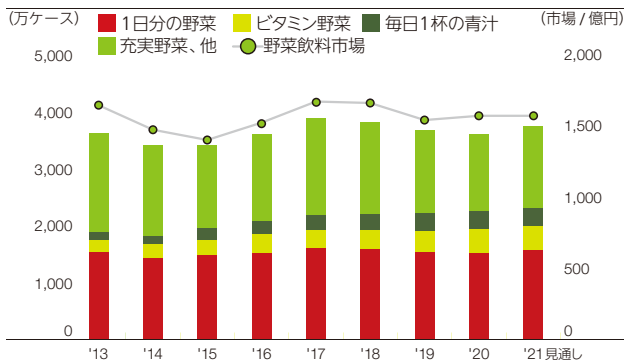


## 市場概況

2020年の野菜飲料市場全体(野菜100%、野菜果汁ミックス、青汁等)は約1,500億円規模となりました。そのうち野菜100%飲料市場において、「1日分の野菜」はシェア36%でNo.1(金額ベース)です。当社はビタミンなどの栄養成分を手軽に摂取できる製品や、機能性表示食品をはじめ、「おいしさ」「栄養」「安心」を特徴に製品ラインアップ拡充を図っています。さらに、牛乳パックと同じようにリサイクルできるレンガ型アルミレス紙パック飲料容器を野菜飲料でいち早く採用した他、ボトルtoボトルのペットボトルリサイクルの採用など環境配慮の取り組みを推進しています。

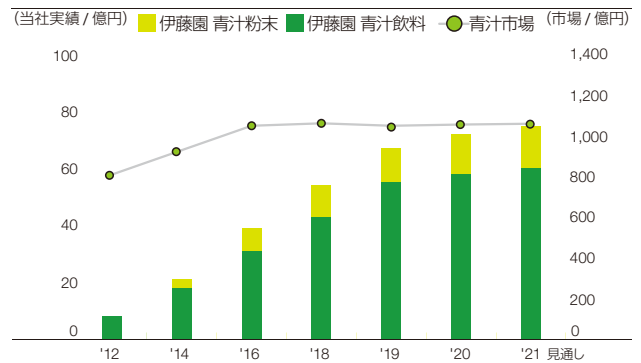
また、粉末製品が中心の青汁製品市場において、手軽に飲めるペットボトルの青汁飲料を販売し、青汁飲料市場の成長を牽引しています。

### 野菜飲料の販売状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月(販売金額)、伊藤園:5~4月(販売数量)

### 青汁製品の販売状況



※伊藤園調べ 市場:各年1~12月、伊藤園:5-4月(販売金額)

## おいしさと健康性

当社は、おいしく高品質な野菜飲料を提供するために、茶栽培のノウハウを活かした契約栽培で調達した原料を一部で使用しています。野菜飲料に最適なおいしくて栄養価の高いにんじんを研究し、約50種類ものにんじんの中から「朱衣」という品種を選び、原料として使用しています。さらに、青汁製品においても茶栽培の農閑期に栽培した大麦若葉などを使用し、独自製法でごくごく飲めるおいしさに仕上げています。

→P42

また、GABAの働きで高めの血圧を下げる機能性表示食品「充実野菜 朱衣にんじんミックス」を発売しているほか、機能性関与成分の働きで食後の「中性脂肪」・「血糖値」の上昇を抑え、高めの「血圧」を下げるトリプルヘルスクレームの機能性表示食品「栄養強化型 1日分の野菜」を2021年6月に発売しました。今後もおいしさや健康ニーズに対応する製品を販売していきます。



## 環境配慮の取り組み

- ① 牛乳パックと同じようにリサイクルできる、レンガ型アルミレス紙パック飲料容器(ECOパック)の採用アイテム増加
- ② 環境にやさしい植物由来の生分解性ECOストローの採用(2021年6月発売「充実野菜 乳酸菌ミックス」)
- ③ リサイクルペット樹脂(ボトルtoボトル)や植物由来ペット樹脂(バイオマス)に一部置きかえた環境に配慮したECOボトルの採用(2021年10月「充実野菜」ブランド発売等)



リサイクルしやすいアルミレスECO容器についているマーク



環境配慮型のペットボトルについているマーク

トピック

お茶や野菜だけではない日本の農業を支援する取り組み

～JA全農が推進する「ニッポンエールプロジェクト」への参画～

製品の開発・販売を通じて全国の産地を応援する全国農業協同組合連合会（JA全農）が取り組む「ニッポンエールプロジェクト」に参画し、2021年に宮崎県産日向夏を使用した製品と大分県産のかぼすを使用した製品を発売しました。

自治体、JA全農、伊藤園が協働し、生産者までのバリューチェーンを製品開発を通じて構築していきます。



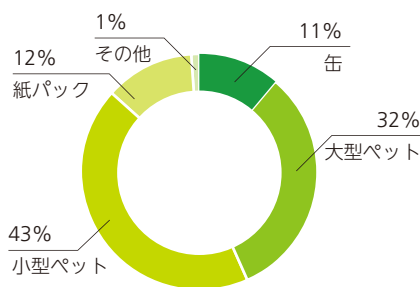
事業概況

伊藤園単独カテゴリ別販売実績・通期見通し

単位：百万円

従来基準	2020年4月期			2021年4月期			2022年 4月期計画
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	
伊藤園単独売上高	377,787	100%	-4.2%	352,732	100%	-6.6%	370,000
茶葉（リーフ）	35,269	9.3%	-4.6%	36,449	10.4%	3.3%	37,548
飲料（ドリンク）	339,395	89.9%	-4.1%	313,777	88.9%	-7.5%	328,662
茶系飲料	218,143	57.8%	-1.4%	201,133	57.0%	-7.8%	210,783
日本茶・健康茶	193,246	51.2%	-2.8%	182,681	51.7%	-5.5%	193,394
中国茶	17,219	4.6%	2.6%	14,611	4.1%	-15.1%	13,548
紅茶	7,677	2.0%	34.1%	3,841	1.1%	-50.0%	3,840
野菜	43,960	11.6%	-3.5%	43,622	12.4%	-0.8%	45,382
コーヒー	36,538	9.7%	-12.5%	34,486	9.8%	-5.6%	35,766
ミネラルウォーター	9,396	2.5%	-14.9%	7,752	2.2%	-17.5%	9,480
炭酸	11,175	3.0%	-6.2%	9,916	2.8%	-11.3%	10,241
果実	8,855	2.3%	-15.3%	7,651	2.2%	-13.6%	7,557
機能性・その他	11,325	3.0%	-4.9%	9,214	2.6%	-18.6%	9,451
他	3,122	0.8%	-13.4%	2,505	0.7%	-19.8%	3,789

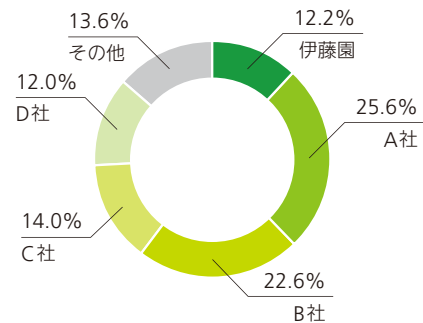
容器別販売数構成比（伊藤園単独 2021年4月期）



(単位：千ケース)

通期	2020年4月期		2021年4月期	
	数量	構成比	数量	構成比
飲料販売数量	231,881	100%	215,852	93%
缶	23,699	10%	24,668	11%
大型ペットボトル	70,663	30%	68,515	32%
小型ペットボトル	106,754	46%	94,035	43%
紙パック	28,517	12%	27,135	12%
その他	2,247	1%	1,498	1%

2020年 飲料業界シェア



※ 2020年1-12月数量ベース

※ 構成比は小数点以下第一位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない場合があります。



## 海外戦略

世界では、健康志向の高まりや日本食や抹茶人気を背景に、緑茶市場は拡大を続ける見通しです。その中で当社は、お茶の価値をしっかりとお客様に訴求していく必要があります。世界中のお客様の健康に貢献する「世界のティーカンパニー」へ向けて、世界各国で人々の暮らし、食生活にお茶を浸透させていくことを目指します。日本茶といえば「ITO EN」の認知と海外でのシェア拡大へとつなげていきます。

取締役 米国事業 CEO Yosuke Jay Oceanbright Honjo

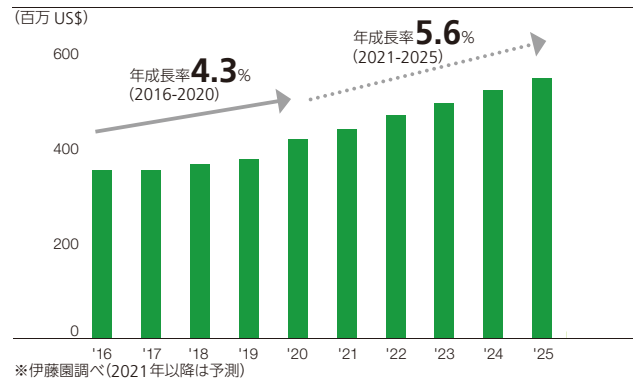
グローバルブランド製品である「お〜いお茶」、  
「MATCHA GREEN TEA」の展開強化

世界のティーカンパニーとして、Japanese Tea  
(日本茶)といえば「ITO EN」のブランド認知  
(香り、旨み、濃厚な味わい、鮮やかな水色が特長の高品質な日本茶)

## 世界の緑茶リーフ市場と成長性

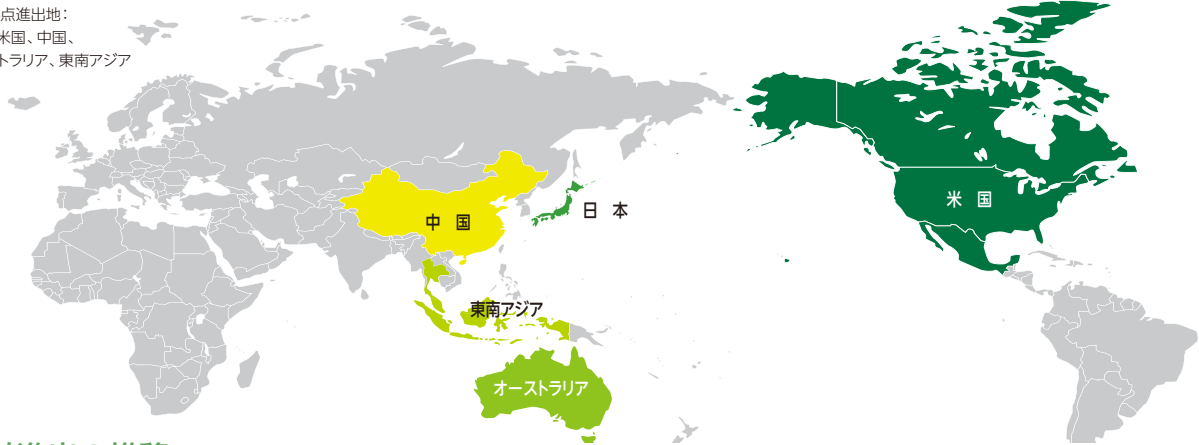
国際茶業委員会(ITC)によると、2019年の茶生産量は約615万トンで10年前に比べ約43%増と大幅に伸びています。世界の生産量のうち約3割が緑茶ですが、米国の緑茶リーフ市場も毎年伸長しており、今後も成長が想定されます。

### 米国の緑茶リーフ市場

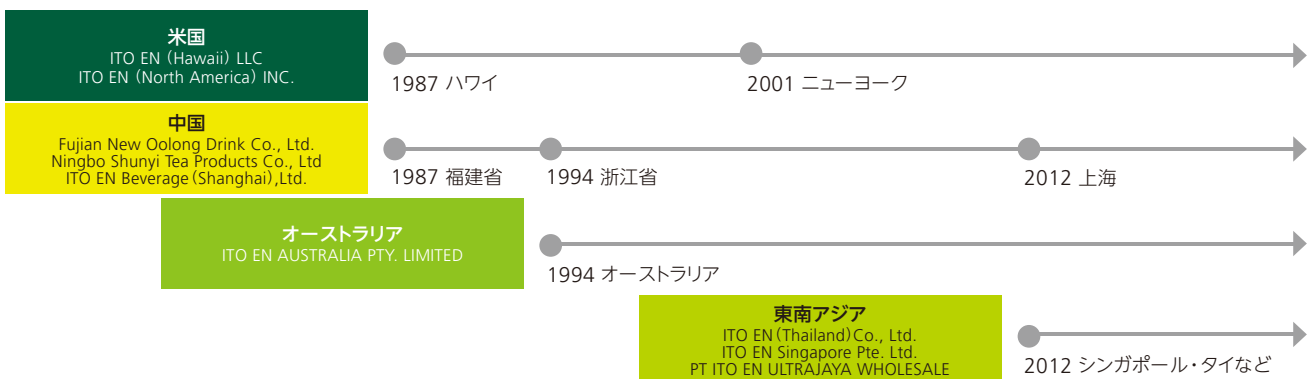


## 世界に広がる ITO EN

事業拠点進出地:  
日本、米国、中国、  
オーストラリア、東南アジア



## 海外進出の推移



## 世界30カ国以上で販売されている「お〜いお茶」

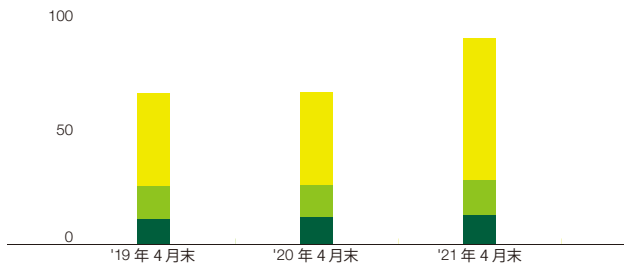


## 海外戦略製品「MATCHA GREEN TEA」



### 「お〜いお茶」(飲料)の海外導入店舗

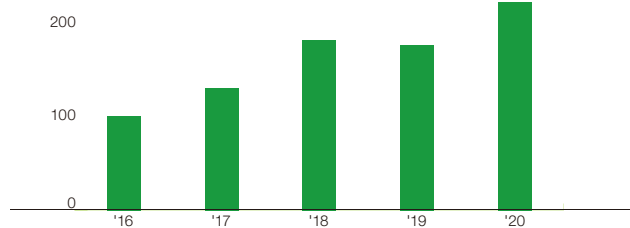
(千店舗) ■ 米国 ■ オーストラリアなど ■ 中国など



※伊藤園調べ

### 「MATCHA GREEN TEA」の販売量推移

(千ケース)



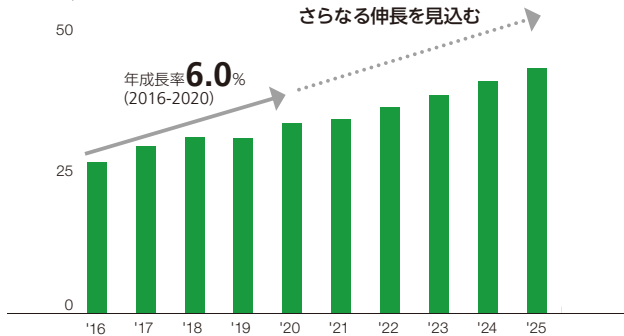
※伊藤園調べ 5月~4月/販売数量

## 米国における事業展開

2016年から2020年の米国の緑茶リーフ市場は、年率成長率4.3% (左ページグラフ)となっていますが、北米伊藤園のリーフ製品の販売動向はそれを上回る6%の成長となりました。米国では、日本食が現地の生活に定着しつつあります。主力製品の「お〜いお茶」と「MATCHA GREEN TEA」の大手チェーンでの取り扱い

### 北米伊藤園のリーフ製品販売動向

(百万 US\$)



※伊藤園調べ(2021年以降は予測)

## 中国・東南アジアにおける事業展開

中国では、「お〜いお茶」のラインアップを緑茶だけでなく、ほうじ茶、玄米茶と拡充し、現地コンビニエンスストア、スーパー、ECまで、大都市圏中心に事業展開を行っています。東南アジア(シンガポール、タイ、イン

## オーストラリアにおける事業展開

オーストラリアビクトリア州では茶産地育成事業を展開しています。2020年5月から、同事業で栽培した緑茶原料を使用して、ティーバッグ製品の現地生産を開始しています。茶栽培から茶葉の加工(荒茶、仕上げ)、さ

い拡大により、日本食と相性のよい日本茶のさらなる浸透と市場拡大を図ります。

また、日本で生産した抹茶を使用して、2021年3月から「matcha LOVE」ティーバッグ製品を北米伊藤園の委託先で現地生産を開始しています。

### 「matcha LOVE」ティーバッグ製品を現地生産

2021年3月~米国にてファブレス経営を開始

- ・日本で生産した茶原料を輸出
- ・ラインアップは、シリーズ4品



ドネシア)においても「お〜いお茶」、「MATCHA GREEN TEA」の取り扱い店舗を増やしています。



らに最終製品であるティーバッグ製品まで一貫した生産体制を整え、オーストラリア産茶葉の製品を現地に根付かせていきます。





# 「お客様第一主義」に対応するバリューサークル

## バリューサークル（研究、企画・開発、調達、製造・物流、営業・販売）における独自性と強み

当社の価値創造はすべてのお客様の声から始まります。バリューサークルの各段階において、経営理念「お客様第一主義」を実践する「STILL NOW」の精神に基づき、製品、サービスのみならず、本業を通じて社会・環境課題の解決に積極的に取り組んでいます。

### 研究の独自性と強み

▶ P40

- ・産官学等の関係者との共同研究
  - ・お茶や野菜などの飲料、食品素材の健康価値、製造技術に関する研究、技術開発
  - ・原料の栽培方法、加工方法に関する調査研究
  - ・世界初、業界初の研究、技術開発
- S: 体脂肪、認知機能などの健康課題に関する研究及び製品化への応用（特定保健用食品、機能性表示食品）
- E: 茶殻リサイクルシステム  
省資源、省エネルギー製品の研究

人生100年時代の健康課題解決、環境課題解決への貢献

### 営業・販売の独自性と強み

▶ P44

- ・地域密着型のルートセールス
  - ・量販店、百貨店、専門店等による多様な販売チャネル
  - ・伊藤園ティーテイスター制度
- S: 災害時や新型コロナウイルス下での機動的で安定的な製品供給、健康に資する製品の販売  
日本茶文化の啓発
- E: 「お茶で日本を美しく。」キャンペーンなどによる地域での環境保全・整備活動、エコドライブの推進

地域コミュニティの社会・環境課題への貢献

研究


グループ  
お客様

STILL

営業・販売

## お茶で培ったノウハウを他製品カテゴリーへ展開

「お～いお茶」製品は、茶畑からはじまり、お客様の手元に製品が届き、消費された後まで、一貫した品質へのこだわりと環境負荷低減が両立できる強みがあります。

研究・企画・開発	5つの製品開発コンセプト(自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい)	緑茶製品 
原料調達	製品にあわせた原料開発・持続可能な農業	・国産茶葉100% ・茶産地育成事業、GAP認証の100%取得、飲料製品専用茶葉の開発
製造・物流	特色ある製造技術 ファブレス方式	・原料茶葉の香りと味わいを高める鮮度火入れ ・ナチュラル・クリアー製法、自然抽出・フレッシュ製法 ・急須式抽出機
営業・販売	当社ならではの販売手法	・飲料とリーフ製品の連動販売 ・ティーテイスター活動
環境	資源循環の取り組みなど	・NSシステム、ペットボトルの軽量化 ・ラベルレス ・茶殻リサイクルシステム ・ボトルtoボトル

他の製品  
カテゴリーへ  
水平展開

S: 社会課題に関する取り組み  
E: 環境課題に関する取り組み

企画・開発

企画・開発の独自性と強み

P40

- ・飲料、リーフ、多様な容器容量と幅広いラインアップの製品開発
  - ・社内提案制度 Voice制度
  - ・自然素材を活かした高品質な製品を生み出す技術力
- S: 製品を通して健康価値の提供  
無糖茶飲料比率75%、特定保健用食品、機能性表示食品等
- E: 環境に配慮した容器包装の取り組み

健康で豊かな生活をサポート、循環型社会の実現

調達の独自性と強み

P42

- ・国内荒茶生産量の約4分の1の調達力
  - ・茶産地育成事業
  - ・生産者との契約栽培による、当社専用原料の生産(にんじん、大麦若葉)
- S: 就農者の安定経営、雇用創出、耕作放棄地の減少
- E: 適正な施肥による環境保全型農業

持続可能な農業の推進

製造・物流の独自性と強み

P43

- ・ファブレス方式
  - ・品質管理体制(トレーサビリティの確保)
  - ・NSシステム
- S: 製造委託先の協働と経営の安定、消費者の安全・安心
- E: 容器軽量化、茶殻リサイクルシステム、エネルギー削減、水使用量削減、環境に配慮した物流体制

安全・安心で環境にも配慮した製品の提供、環境負荷低減

経営理念  
第一主義

NOW の精神

製造・物流

茶事業で培った、原料から最終製品、資源循環などに至るまでの垂直統合型のビジネスモデルを他の製品カテゴリーにも展開しています。

	むぎ茶製品	コーヒー製品	野菜飲料・青汁製品
研究・企画・開発			
原料調達	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品の品質に適した原料大麦の調達</li> <li>・国産大麦の契約栽培</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・DLTC社の自社農園(コスタリカ)レインフォレストアライアンス認証取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専用原料(にんじん「朱衣」、大麦若葉等)</li> </ul>
製造・物流	<ul style="list-style-type: none"> <li>・やかん品質(熱風焙煎、媒体焙煎)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内焙煎100%</li> <li>・焼きたて(2週間以内)、挽きたて(24時間以内)、淹れたて</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ナチュラルスイート製法等</li> </ul>
営業・販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飲料とリーフ製品の連動販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飲料、シヨップ、コーヒーバッグ連動展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・青汁飲料と青汁粉末の連動販売</li> </ul>
環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ペットボトルの軽量化</li> <li>・むぎ茶殻リサイクルシステム</li> <li>・ラベルレス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シルバースキンリサイクル(タリーズコーヒージャパン店舗での取り組み)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レンガ型アルミレス紙パック飲料容器</li> <li>・生分解性ECOストロー</li> <li>・ボトルtoボトル</li> </ul>

## 研究・企画・開発

「人生100年時代を豊かに生きる」ための生活改善提案と「STILL NOW」の精神で、自然素材の力を活かした製品を提供します。

マーケティング本部長 志田 光正



### 研究・企画・開発に対する考え方

研究・企画・開発部門では、5つの製品開発コンセプト「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」に基づき、基礎・応用研究・製品の企画開発を進めています。特に、世界のお客様の健康に貢献する「健康創造企業」として、お茶や自然素材の力を活かして、おいしく健康に資する製品（無糖飲料や特定保健用食品、機能性表示食品など）を提供し、健康課題の解決に取り組んでいきます。



### 伊藤園の研究・技術開発

お茶を通じて社会課題の解決に貢献し、豊かに生きる社会の実現を目指し、多様な関係者との協働を行うなど、お茶そのものが持っている“チカラ”を科学的に解明するため研究を続けています。



#### 人生100年時代に向けた3つの研究課題

- 「超高齢社会に向けた研究」  
・抹茶、テアニンの働き等の解明
- 「体脂肪などの生活の中の健康対策に向けた研究」  
・茶カテキンの働き等の解明
- 「おいしさの解明に向けた研究」  
・お茶と料理の相性の解明

### 健康

#### 機能性表示食品、特定保健用食品の提案

機能性関与成分のガレート型カテキンにより体脂肪を減らす機能があることが報告されている「お〜いお茶 濃い茶」は、2019年9月に機能性表示食品としてリニューアル発売後、販売数量が24ヵ月連続で前年増を続け<sup>(※1)</sup>、おいしさと分かりやすいヘルスクレームからご評価いただき、機能性表示食品(飲料)で販売数量No.1の実績を記録しました<sup>(※2)</sup>。

また、茶カテキンを含有し、血中コレステロールを減らし、脂肪の吸収を抑えて排出を増加させる特定保健用食品「2つの働きカテキン緑茶」においても販売が好調に推移しています。



(※1)期間：2019年9月～2021年8月/販売数量  
(※2)インテージSR+ (期間：2020年1月～12月/数量)

#### カフェインゼロ緑茶飲料

2020年6月にカフェインの摂取を抑えたい妊婦や子育て中の女性、小さなお子様も安心してお飲みいただける「お〜いお茶 カフェインゼロ」を発売しました。



### 環境

#### 環境に配慮した、容器・包装を

- 牛乳パックと同じようにリサイクルできる レンガ型アルミレス紙パック飲料容器 (ECOパック)



レンガ型アルミレス紙パック飲料容器

- ボトルtoボトルリサイクルの推進  
→P46



100%リサイクルペットボトル使用  
「お〜いお茶」電子レンジ対応  
ホットペットボトル

## 「STILL NOW」の精神とVoice 制度

当社には、ルートセールスなどの営業現場から寄せられるお客様の要望や不満などを製品開発に活かすVoice制度(社内提案制度)があります。この制度は、「STILL NOW」(今でもなお、お客様は何を不満に思っているか・・・)の精神で、全社員が新商品提案などができる社内提案・表彰制度です。商品提案を中心に、販

促提案や売り方成功事例、良い接点事例の4つのテーマを設定し、年間約1万6,000件の提案が寄せられています。年に1回、提案内容を審議・評価し、提案した社員に対してVoice大賞や優秀賞等の表彰をすることで、社員のモチベーション向上にも貢献しています。

### STILL NOWの精神

#### 今でもなお、お客様は何を不満に思っているか・・・

- ・お客様のニーズは、時代とともに絶えず変化しており、会社が前進を続けるには、変化に伴う潜在需要を見逃さない鋭敏な感性とそれに対応する行動力が不可欠
- ・常に問題意識を持ってお客様の不満を読み取り、商品やサービスを通して解消していく姿勢

お客様の要望や不満を会社に提案する仕組み

### Voice 制度

商品提案    販促提案    売り方成功事例    良い接点事例

Voice 制度提案件数  
(2020年度)

16,083件

お客様相談室に寄せられたご意見・ニーズ  
(2020年度)

34,253件

### 社会

#### 使用した製品の発売

- 生分解性素材の活用  
環境にやさしい植物由来の生分解性ECOストローの採用  
→P48
- 生分解性フィルターの採用

エコフィルター使用  
お〜いお茶ティーバッグ120P



- ラベルレス製品



ラベルレス「健康ミネラルむぎ茶」

#### 社会貢献型(寄付型)製品の発売

厳選した国産黒大豆を使用した製品「からだにいいこと 黒豆茶」の2021年3月から3年間の売上金額の一部を、日本赤十字社の活動資金として寄付いたします。

当社は2018年3月に日本赤十字社と「パートナーシップ協定」を締結しています。この協定に基づき、「大規模災害の記憶の風化防止」「助け合いと防災意識の醸成」「復興への思いを未来につないでいくこと」を目的に、日本赤十字社が実施する「防災・減災プロジェクト」への参画を中心に、日本赤十字社へのサポートを積極的に続けております。

今後も地域社会の課題解決に継続的に取り組んでいくため、日本赤十字社の「大規模災害時の救護活動」や「防災・減災意識向上を目的とした教育活動」および新型コロナウイルスを含む感染症対策といった活動の資金として、製品の売上の一部を寄付するものです。





## 調達・製造・物流

お客様に安全・安心な製品をお届けしたいという関係者の想いと  
すべてのパートナーとの協働で  
持続可能なサプライチェーンを構築していきます。



取締役専務執行役員 生産本部長 中野 悦久

### 生産・物流に対する考え方

当社はお茶の原料調達など、様々な製造・物流工程を通して品質管理を徹底すべく、調達方針・品質管理方針を定めています。また、ファブレス方式を採用し委託先企業を含めた関係者と協働で環境・社会の両面に配慮したサプライチェーンマネジメントを強化しています。さらには、トレーサビリティの確保により、原料段階から消費者の皆様へ製品が届くまで、徹底した品質管理体制を構築しています。

### 原料調達

当社の特徴的な取り組みである茶産地育成事業では、茶農家の育成を支援し、当社の独自のノウハウを生産者に提供し、環境にも配慮しながら茶葉の生産を行い、安定した茶園経営をサポートしています。

茶産地育成事業の茶園において、GAP認証\*の取得を推進し、100%認証を取得いたしました。お茶のリー

ディングカンパニーとして持続可能な国内茶産業の発展に向け、今後もより取り組みを強化し、日本の農業が抱える課題の解決に貢献していきます。

\*食の安全や環境保全に取り組む農場に与えられるGAP認証制度には、世界基準である「グローバルGAP」のほか、日本GAP協会が展開する「JGAP」「ASIAGAP」などがあり、ここではこれら3つの認証のうちいずれかを取得した農園を指します。

#### 茶産地育成事業 → P24

緑茶(荒茶)生産量や、茶園面積が減少している中で、「お〜いお茶」の原料茶葉安定調達、品質向上などに役立つほか、増加している耕作放棄地対策や農業の発展、地域活性化、安定した農業経営など、地域社会や事業者と価値共創する取り組みです。

- ・当社と事業展開の主体となる自治体や事業者が契約
- ・自治体や事業者は、主体となって茶園造成や茶葉の生産を行う
- ・当社は、栽培指導等、それらに関する技術・ノウハウを全面的に提供



#### お茶で学んだことを野菜飲料の原料にも活かした契約栽培

##### にんじん(朱衣)

伊藤園専用になんじん「朱衣」は一般的なにんじんと比べ、β-カロテンが約1.5倍、GABAが約2.5倍含まれています。



##### モロヘイヤ

苗の植え付けから収穫まで、すべて機械による栽培・収穫をしています。



##### 大麦若葉

お茶の農閑期に青汁製品の原料となる「大麦若葉」を栽培し、農業経営の効率化に貢献しています。



## 飲料製造・物流

### ■ サプライチェーンマネジメント

お客様に安全・安心な製品をいち早くお届けするため、飲料製品の製造を各地域の協力工場に委託する全国5ブロックの生産・物流体制を構築しています。原料から製品がお客様の手元に届くまで、徹底した品質管理とトレーサビリティを確保しています。

近年では、海洋プラスチックごみ問題や気候変動へ

の対応、サプライチェーンにおける人権問題などの社会課題が喫緊の課題となっています。

委託先企業とのさらなる協働により、生産・物流の効率化と環境・社会の両面に配慮したサプライチェーンマネジメントを強化し、持続可能なビジネスモデルを構築していきます。

### ■ トレーサビリティの確立

国産緑茶原料のトレーサビリティにおいては、茶生産者の栽培管理記録、特に農薬に関する部分を重点的にチェックしています。最終的にお客様の手元に届く緑茶製品(飲料、茶葉)からは、その製品に印字されたロット番号を追跡すれば製造工場、製造日時、原料、農家の栽培状況まで把握できる仕組みを確立しています。

また、その他原料については、世界各地の原料調達先から受領する「品質保証書」による確認と、産地で栽培、加工、管理の確認を行い、法令に適合した安全な原料を使用しています。また、担当者自ら現地に赴き、使用農薬の実態や品質管理体制を製造責任の目で確認しています。

### ■ 物流負荷低減への取り組み 原料輸送における物流事例

お取引先様に当社の環境方針・目標をご理解いただくとともに、取り組みの方向性を共有し、環境負荷低減に向け協働で取り組んでいます。原料輸送においては、大型車両の配車推進、循環輸送路線の拡大、一部路線で2温度帯輸送が可能となる車両を導入するなど、積載率向上や輸送台数の削減に取り組み、CO<sub>2</sub>排出量の削減に努めています。



### パートナー企業との協働による課題解決

#### NSシステム※を採用し、水使用量削減とボトルの軽量化を実現

東洋製罐株式会社と共同で品質及びペットボトル容器の軽量化と環境に配慮した製造技術「NSシステム」を開発しています。

NSシステムでは、常温無菌充填で、且つボトルの殺菌処理に殺菌剤を使用しないため、殺菌剤を洗い流す洗浄水の削減を実現しました。またボトルが高温にさらされるのは温水でのボトル殺菌時のみのため、ボトルの耐熱性を低く抑えられ、軽量化が可能になりました。軽量化により従来品に比べ、資材の使用量と配送時のCO<sub>2</sub>排出量削減に繋がっています。今後もサプライヤーとの協働による技術開発などにより取り組みを進化させていきます。

※NSシステム: Non-Sterilant (殺菌剤を使用しない)



## 営業・販売

「お客様第一主義」の経営理念に基づき、お客様との接点を起点として、お客様のより良い生活と社会全般に貢献する企業づくりを実践していきます。



代表取締役副社長 執行役員 営業統括本部長 CDO 本庄 周介

### チーム伊藤園による営業網

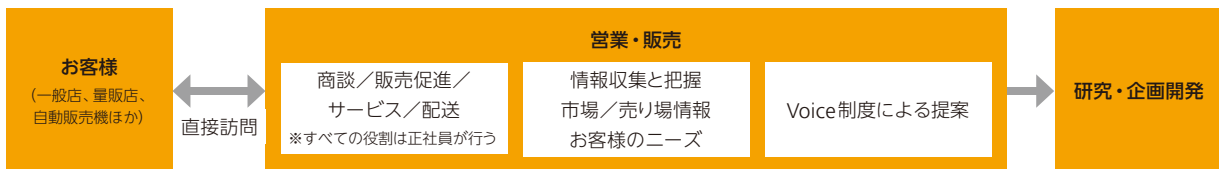
#### ■ 地域密着型営業「ルートセールス」

伊藤園は約3,500人の営業員が製品の説明から商談、納品までを自ら行い、お客様との接点を大切にされた地域密着型の営業「ルートセールス」を展開しています。全国196拠点の営業網(2021年4月末時点)を通じて、お客様へのきめ細やかな対応を行うことが、販売活動の要であり、当社のマーケティング力の源泉となっています。「ルートセールス」は、お客様に近い視点で市場情報を収集、把握できる点が強みであり、現場で得た最新情報は、社内提案制度「Voice制度」(P41参照)を通して、製品開発などに役立てられています。社員は、「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか・・・」との問題意識を持ち、お客様の声を常に大切にして行動し、同制度では、年間約16,000件の提案が寄せられています。その他に、営業現場での商談事例や陳列など、各営業員がお客様に提案した成功事例は社内イントラネット等で共有し、全社に貢献する仕組みを整えています。

#### ルートセールスの仕組み

- ・お客様との直接の接点
- ・きめ細やかな対応は販売活動の要
- ・現場単位で機動的に対応

#### ルートセールスを活かした情報収集プロセス



#### ■ 広域営業など、様々な小売業態への対応

ルートセールスだけではなく、全国各地に拠点を持つ企業・組織を担当する広域法人営業、コンビニエンスストアやスーパーなどを担当する広域流通営業を通じて、お客様との接点を強化し、きめ細やかな商談や最適な

売場提案ができるよう体制を整えています。また、百貨店やショッピングモール、空港などでお茶の専門店を展開しており、チーム伊藤園による広域と地域に密着した営業活動を展開しています。





## 自動販売機での取り組み

自動販売機1台当たりの収益を引き上げる営業努力をしています。また、機材面や販促ツールなどで、環境配慮を徹底しているほか、自動販売機の存在意義に着目し、「ウェルネス(健康)」、「キャッシュレス(非接触)」、「クリーンネス(衛生)」の3つの柱に重点的に取り組み、お客様に必要とされ、安心して利用できる自動販売機を

積極的に展開し、他社との差別化を図っています。購入時の感染防止対策や健康に配慮した製品ラインアップを取り揃えて販売するなど、一貫してお客様の健康的な生活をサポートします。この3つの柱を軸に、これからの新しい社会に貢献するため、チャレンジを続けていきます。

ITOEN  
飲み物から始める健康づくり

# ウェルネス自販機®

体調が気になる方へ

**黄金烏龍茶**

脂肪の吸収を抑えるゲレート型カチン含有90%含有  
(19年カチン197mg/100ml)

特定保健用食品

体調が気になる方へ

**おーいお茶 濃い茶**

茶葉から自然抽出した健康ゲレート型カチンが、実は緑茶効果をもたらす

機能性表示食品

食物繊維を摂りたい方へ

**ナタデココ ヨーグルト味**

食物繊維の働きで、お腹の調子を整える

特定保健用食品

ビタミンを摂りたい方へ

**ビタミンパワーGO!**

一日分のビタミン12種とアミノ酸5種、クエン酸、ローザゼリーがおいしく採れる機能飲料

特定保健用食品  
100%果汁



### ウェルネス

保健機能食品を重点的に揃えた「健康」に配慮した製品ラインアップの「ウェルネス自動販売機」を展開しています。現在、全国で約5,000台(2021年4月末)展開しています。

### キャッシュレス

2009年より、交通系電子マネー決済自動販売機を展開し、現在では全国にキャッシュレス決済が可能な自動販売機を2.7万台(2021年4月末)設置しています。非接触だけでなく、営業員が回収する売上金の運搬・回収の負荷の軽減にもつながっています。



### クリーンネス

お客様が触れる箇所のアルコール除菌、清掃の徹底に加え、抗菌効果のある茶殻を配合した茶殻抗菌シールや抗ウイルスシートを購入ボタンや取り出し口などお客様が触れる部分に貼り付けることで、安心して、ご購入いただける衛生管理に取り組んでいます。



### 営業員による空き容器の回収

ルートセールスマンが自動販売機横のリサイクルBOX(空き容器入れ)から直接回収してくる缶やペットボトルは、すべて適正な再資源化事業者により、埋め立てや焼却されることなく有効資源としてリサイクルされています。



茶殻入り空き容器回収BOX



## 環境問題への取り組み

### 伊藤園グループ 中長期環境目標

当社は「お客様第一主義」の経営理念のもと、社会とともに課題解決に取り組み、人類共有の地球環境を守り、次世代に継承することが企業の社会的責任であると考えています。そこで、その責任をよりわかりやすい形で明文化し、当社が向かっていく方向を社会に明示すべく、「伊藤園グループ中長期環境目標」を定め、「容器包装」と「気候変動」、「水資源」に対する数値目標を設定しました。

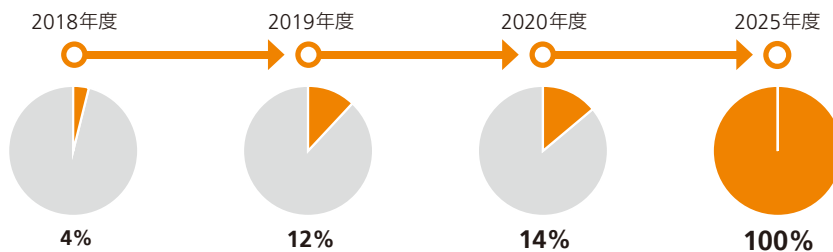
▶ <https://www.itoen.co.jp/csr/system/>

### ■ 2030年度、「100%リサイクルペットボトル」切り替え達成に向けたロードマップ

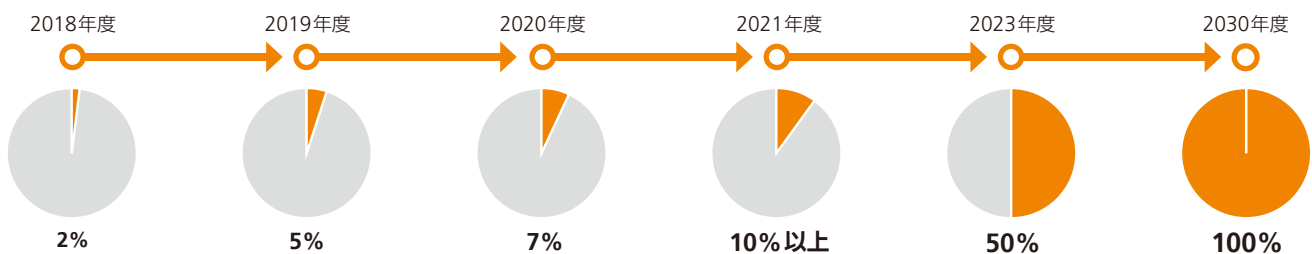
「容器包装」の中長期環境目標として主力ブランドである「お〜いお茶」を筆頭にリサイクル素材への切り替えを進め、2025年度に「お〜いお茶ブランド」の全ペットボトル製品、2030年度には当社全ペットボトル製品を100%リサイクル素材等に切り替えることを目指します。

2020年度は「お〜いお茶345mlホット対応ペットボトル」をはじめ、「お〜いお茶525ml・600mlペットボトル」（一部エリア）、「お〜いお茶ラベルレス」などリサイクル素材を100%使用した製品ラインアップも拡充し、様々なお取引先様とリサイクル技術を取り入れ、「ボトルtoボトル」を推進しています。

#### 「お〜いお茶」ブランドの全ペットボトル製品 リサイクル素材等使用率



#### 当社全ペットボトル製品 リサイクル素材等使用率



また、循環型社会の実現のため、当社はペットボトルがまたペットボトルに戻る「ボトルtoボトル」の取り組みを、様々な自治体やお取引先様と進めています。

## 自治体とのボトルtoボトルの取り組み

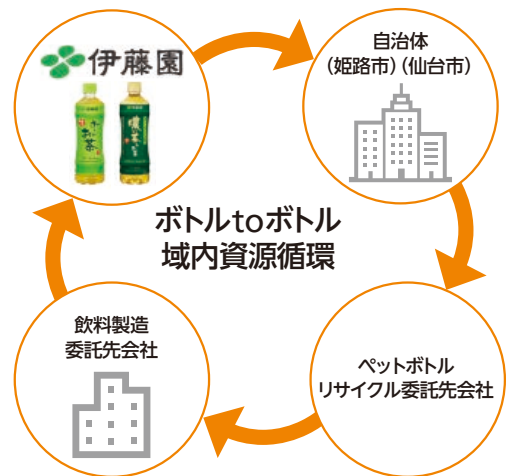
当社は、2021年8月に兵庫県姫路市と、同年10月に宮城県仙台市と、ボトルtoボトルに係る連携協定を締結しました。自治体との取り組みにより、地域の皆様に対してリサイクルの見える化による分別・排出への意識啓発と、域内資源循環への貢献が期待されます。

### <ボトルtoボトルの優位性>

- ・新たな化石由来資源の使用量削減
- ・CO<sub>2</sub>排出量の削減(約6割※)
- ・国内資源循環経済への貢献

※一般的なペットボトルから100%リサイクルペット素材に切り替えた場合

今後も、より環境に配慮した製品づくりやリサイクルの取り組みを通じて、循環型社会への貢献を目指します。



## 協力企業（サプライヤー）インタビュー

### 100%リサイクル素材を使用した「お〜いお茶345mlホット対応ペットボトル」のボトル容器を製造している 北海製罐株式会社

2000年に伊藤園が業界に先駆けホット対応ペットボトルを販売した際に、北海製罐は酸素や熱によるお茶へのダメージを抑えるため、「アクティス」と呼ばれるコーティング技術を用い酸素バリア性を高めたペットボトルを開発し採用していただきました。ホット対応ペットボトルの伸長・普及もあり、品質向上や容器軽量化への対応、またリサイクルへの適性を上げるために、アクティス技術の研究を続け北海製罐独自に、性能を落とさず厚みや組成を改良した技術「アクティスライト」を開発しました。また、2012年には将来的にリサイクル材の使用への対応が必要と考えました。アクティスライト技術を使えば食品衛生的にも安全性を担保できるため、リサイクル素材を使用したホット対応ペットボトルを伊藤園と一緒に開発し、2014年から販売していただきました。

アクティスライト技術を用いたペットボトルだからこそ、当社としてもリサイクル素材を使用したホット対応ペットボトルを自信をもってお勧めできますし、ホット対応ペットボトルを普及できたことが電子レンジで温めてお飲みいただくなど飲用シーンの拡充にも繋がったと思っています。



北海製罐株式会社  
取締役常務執行役員  
開発本部本部長  
池澤 正彰 氏



アクティスライト技術により、100%リサイクルペットボトルを実現したリサイクル素材を使用したホット対応ペットボトルの断面図のイメージ(製品によって構造が異なります)

## 容器包装の主な取り組み事例

利便性と環境への配慮を兼ね備えた1Lスリムペットボトル製品



「お〜いお茶」紙パック製品などに「Green Planet™」※1を使用した生分解性伸縮※2ECOストローを採用



※1株式会社カネカが開発した海中や土中など幅広い環境下で水と二酸化炭素に生分解される環境にやさしい100%植物由来の生分解性ポリマーで、海水中で生分解する認証「OK Biodegradable MARINE」を取得

※2当社と株式会社カネカおよび日本ストロー株式会社が共同開発した業界初の生分解性を有した伸縮タイプのストロー

従来と比べプラスチックの使用量を10%以上削減したお〜いお茶280mlペットボトル



「時短」「手軽」ニーズと環境に配慮した100%リサイクルペットボトルを使用した「お〜いお茶ラベルレス」



## 水資源への対応

### ■ 水資源に関する中長期環境目標

#### 1. 生産活動による水使用量の削減

2030年度に水使用量原単位を16%削減(基準年2018年度)

#### 2. 水源地保全活動の推進

- ・当社飲料製造工場および当社飲料製造委託先工場の水源となる流域を中心に、委託先および地域と協働して水源地保全活動を推進。そのほか、行政、業界団体、取引先、地域住民等とともに連携して水源地保全の取り組みを推進します。
- ・水資源の大切さに関する啓発をしていきます。

#### 3. 水リスクの把握と軽減

- ・当社事業拠点、さらには原料調達先を含むサプライチェーン上の関係先が、水ストレスの高い流域や水災害が起きやすい流域に立地していないか定期的に確認し、そのリスクへの対策を講じていきます。

#### 水源地保全活動の例

日本一大きな湖である琵琶湖の水質保全のため、伊藤園では2008年から「お茶で琵琶湖を美しく。」キャンペーンを実施し、関西地域の「お〜いお茶」の売上の一部を寄付するとともに、伊藤園社員および一般公募参加者によるヨシ刈りを継続的に行っています。



#### 寄付金の使途

- ①水質保全に役立つヨシ群落の保全育成
- ②ヨシボランティア活動促進
- ③ヨシ環境教育支援

▶ <https://www.itoen.co.jp/itoen-motherlake/index.html>

## 気候変動への対応

伊藤園グループでは、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言に基づき、ガバナンスの構築や、気候変動リスクと機会の分析および気候変動シナリオ分析に着手しています。2020年度は、CO<sub>2</sub>排出量削減に関する中長期目標の策定や、伊藤園の主力原料である緑茶の収量について、気候変動シナリオ分析を行いました。

ガバナンス	伊藤園グループは、代表取締役社長が委員長を務めるESG推進委員会において、気候変動問題に対する方針と戦略を議論し、CO <sub>2</sub> 排出量削減目標の見直しと対策についても検討を進めています。ESG推進委員会で検討された重要事項については、取締役会および執行役員会に報告し審議されます。また、気候変動を含む外部評価機関によるESG評価結果を役員報酬の査定に反映させています。														
戦略	2020年度は、伊藤園の主力原料である緑茶への気候変動影響について、IPCC代表的濃度経路シナリオのRCP2.6、RCP4.5、RCP6.0、RCP8.5シナリオに基づき、各シナリオ条件下での茶樹品種・摘採時期別に茶葉収穫量への影響と品質への影響を定量的・定性的に分析しました。産地によって変動はあるものの、いずれのシナリオにおいても茶葉の収穫量が増加することが認められました。定性分析では外来害虫・疾病誘発菌が北上し、茶樹の生育や品質に悪影響を与えるリスクがあることを確認しています。当社の契約産地の一部において風と水で害虫を吹き飛ばす機械を導入するなど、病害虫対策にも積極的に取り組んでいます。また、新たな産地開発や栽培管理手法、技術開発などに取り組むことで、機会の創出につながると考えています。今後もTCFD提言の枠組みに沿って、継続的にリスクと機会の分析と見直しを行い、事業計画に反映していきます。														
リスク管理	気候変動に起因するリスクを重要課題と認識し、全社的なリスクマネジメントシステムの中に統合しています。全社的なリスクマネジメントシステムには、コンプライアンス上のリスク、品質および環境上のリスク、財務保全上のリスク、災害および事故のリスクなどが含まれており、それぞれの関連委員会を通じて、年1回以上審議され、適時、取締役会に報告されます。														
指標と目標	伊藤園グループではCO <sub>2</sub> 排出量の削減目標を下記の通り策定しています。(基準年2018年度) <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td rowspan="2">2030年度目標</td> <td>Scope1,2</td> <td>CO<sub>2</sub>排出総量</td> <td>26%削減</td> </tr> <tr> <td>Scope3</td> <td>CO<sub>2</sub>排出量原単位</td> <td>26%削減</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">2050年度目標</td> <td>Scope1,2</td> <td>CO<sub>2</sub>排出総量</td> <td>50%削減</td> </tr> <tr> <td>Scope3</td> <td>CO<sub>2</sub>排出量原単位</td> <td>50%削減</td> </tr> </table> <p>このほか、容器包装、水などの資源に関する方針や目標を定め、ロードマップに沿って取り組みを推進しています。これらの目標を実現するための施策について、ISO14001に則った環境マネジメントシステムにおいてKPIを設定し進捗を管理するとともに、課題の修正やKPI追加、変更などを行っています。</p>	2030年度目標	Scope1,2	CO <sub>2</sub> 排出総量	26%削減	Scope3	CO <sub>2</sub> 排出量原単位	26%削減	2050年度目標	Scope1,2	CO <sub>2</sub> 排出総量	50%削減	Scope3	CO <sub>2</sub> 排出量原単位	50%削減
2030年度目標	Scope1,2		CO <sub>2</sub> 排出総量	26%削減											
	Scope3	CO <sub>2</sub> 排出量原単位	26%削減												
2050年度目標	Scope1,2	CO <sub>2</sub> 排出総量	50%削減												
	Scope3	CO <sub>2</sub> 排出量原単位	50%削減												

### CO<sub>2</sub> 排出量削減目標達成に向けた取り組み

#### 太陽光パネルの導入

グループ会社の伊藤園産業と伊藤園関西茶業で、太陽光パネルを設置しています。2021年度より、伊藤園オーストラリアでも太陽光パネルを設置し、CO<sub>2</sub>削減に取り組むとともに、自社で再生可能エネルギー由来の電力を使用しています。



伊藤園オーストラリアに設置した太陽光パネル



## 人材戦略

企業にとっての大切な財産であり、一番の強みは「人」と考えます。社員一人ひとりが健康でいきいきと働ける健康経営を推進していきます。

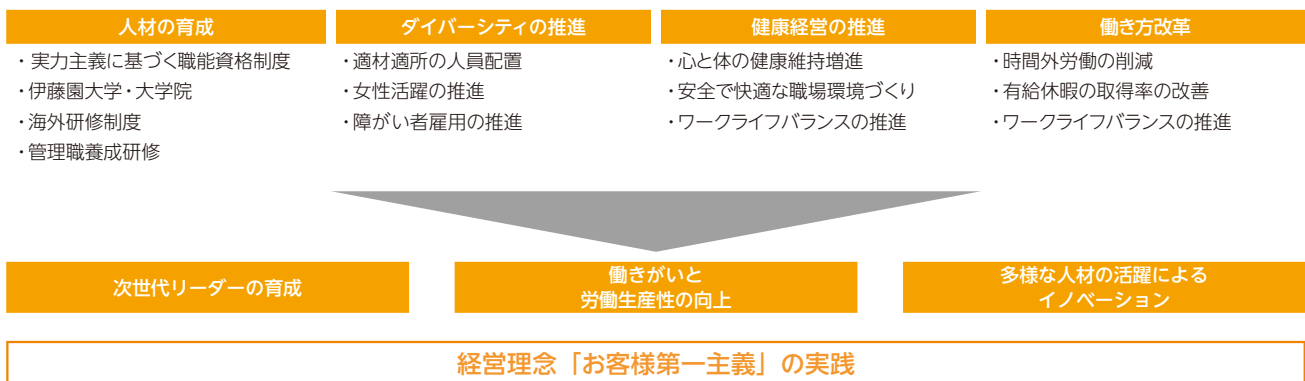


取締役専務執行役員 管理本部長 平田 篤

### 基本方針

伊藤園グループでは人事制度の考え方に「実力主義」を掲げています。学歴や性別・国籍・年齢などが、業務や教育を受ける機会、業績などの評価に関係することは一切ありません。チャンスは社員一人ひとりに平等であり、評価は公正に行うこと、これを基本としています。経営理念「お客様第一主義」の実践を根幹に、多様な人材の育成や働き方改革、社員一人ひとりが健康でいきいきと働ける健康経営の推進を進め、「世界のティーカンパニー」を実現させるための人材マネジメントを一層強化していきます。

### 人材マネジメントの考え方



### 多様な人材の育成

伊藤園グループは、最も大切な財産は「人」とあるとの考え方にに基づき、人材育成に力を入れています。

#### ■ 「伊藤園大学」「伊藤園大学院」

伊藤園グループでは、社員の誰でも学ぶことができる「伊藤園大学」「伊藤園大学院」といった独自の自己啓発の場を提供しています。「伊藤園大学」(1989年開校)は、営業、財務、マーケティング、組織、グローバルなどのカリキュラムから社員が学びたい内容を選び、知識の習得を目指して1年間、課題やグループ討議に取り組みます。「伊藤園大学院」(2009年開校)は、「伊藤園大学」の卒業生の中から条件を満たした社員が参加し、経

営的立場でのアウトプットを中心に、より実践的な内容を学ぶことで、中長期的に中核となり得る人材の育成を行っています。

※2020年度の「伊藤園大学」「伊藤園大学院」の卒業生数 765名 (累計卒業生数 15,609名)



## ■ 管理職養成研修

管理職に必要な知識、能力や心構えを次期管理職候補者が社内外での研修を通じ、身に付けていく研修制

度です。若手社員の意識醸成や活性化にもつながっています。

## ■ 「海外研修制度」

毎年、海外研修生の社内公募を行っています。グループ企業と連携して、市場調査やマーケティング戦略、営

業、財務管理など、1年間の幅広い研修の体験を通して、将来的に海外事業を牽引する社員の育成をしています。

## ダイバーシティの推進

ダイバーシティの推進は伊藤園グループが発展していくために欠かせない取り組みです。社員一人ひとりの個性や適性を考え、適所に配置し、そして社員の良いところを更に伸ばし、全員で「チーム伊藤園」を作り上げる、それが伊藤園グループの考えるダイバーシティです。

労働力人口の減少に対応していくためにも業務に人をあてはめるのではなく、有機的・効果的に連動することによって多様な人材が活躍できる仕組みを構築していきます。

## 健康経営の推進

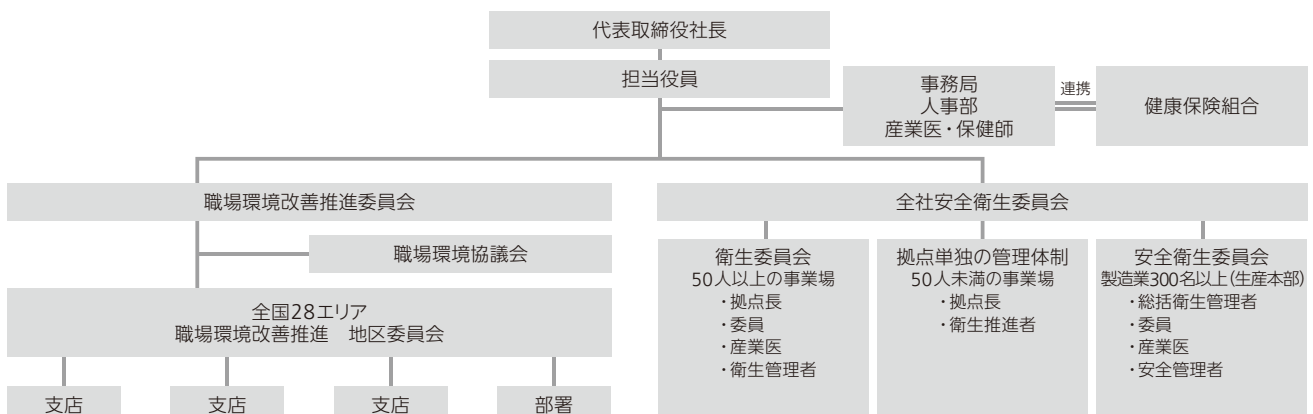
社員と家族の健康管理を経営的な視点で捉え、戦略的に実践する「健康経営」の観点から、社員の健康保持・増進の支援体制を強化するとともに社員自身の健康に関する意識を高めるため、2021年5月に「伊藤園グループいきいき健康宣言」を策定しました。推進体制として、まずは全国各拠点に健康経営担当者（衛生推進担当者）を任命し、そこから発生した健康課題については職場環境改善推進委員会・全社安全衛生委員会・産業医などと連携の上、取締役会にて審議し、健康経営の推進状況を定期的に確認できる仕組みを整えています。2021年3月には「健康経営優良法人2021（大規模法人

部門）」の認定を継続して取得しました。

今後も、社員の健康保持・増進の支援体制を強化するとともに、社員自身の健康に関する意識を高め、「健康創造企業」として、持続的な成長を図るために、社員一人ひとりが健康でいきいきと働くことができるような取り組みを積極的に行っていきます。

「伊藤園グループいきいき健康宣言」および健康経営に関する詳しい内容はこちらをご覧ください。

▶ <https://www.itoen.co.jp/csr/labour/kenkousengen/>



## ■ 社員の健康に関する取り組み

「伊藤園グループいきいき健康宣言」の理念の実現に向け、社員一人ひとりの健康状態に合わせ「予防」「指導」「治療」「両立」の観点から、個別にそれぞれに合った支援を行っています。具体的には、全社員の健康診断項目において、法定項目以上の定期健康診断の実施、胃内視鏡検査、ピロリ菌検査などのがん検診を実施しています。

また補助金制度としては、婦人科検診、禁煙治療、睡眠時無呼吸症候群、歯科健診などにかかる費用補助を行い、予防及び早期発見を重視した取り組みを強化しております。また、配偶者の人間ドックに対する補助金制

度導入など、社員だけでなくその家族の健康づくりも支援しています。なお、産業医や保健師によるカウンセリングや「24時間健康・医療相談、メンタルヘルス相談窓口」を外部に設置し、社員やその家族の健康相談や心の悩みの解消に向けた支援体制も整備しています。加えて、心と体の健康維持増進の一環として、事業所規模にかかわらず、すべての事業所でストレスチェックを実施しています。結果については、社員のプライバシー保護の徹底を図るとともに、必要に応じて支援を活用できるよう、上記のような窓口を提示しています。

## 働き方改革

伊藤園では、多様な人材が柔軟な働き方を選択できる環境を整備し、社員全員が70歳までいきいきと働くことができるようにすることで、会社全体の活性化と社員の生産性の向上を目指しています。

また各職場から選出される職場環境改善推進委員会

等の組織を活用し、労働時間の削減や労働環境の改善、業務の効率化など働きやすい職場づくりを進めています。社員が働きやすい環境を整備することで、働き方改革を推進していきます。

## 社員や家族のライフステージ支援

伊藤園では、働く社員およびその家族のライフステージ(出産・育児・介護など)を福利厚生、勤務・賃金体制の面から総合的に支援しています。具体的には、男性社員の育児休業取得推進を目的とした「育児休業制度」の拡充や、病気・育児・介護との両立を目的とした「短時間勤務、

繰上げ繰下げ勤務」の適用拡大、「帯同休職制度」の導入・拡充、不妊治療サポートの充実などを進めています。次世代育成支援対策推進法に基づく「子育てサポート企業」として「くるみん」の認定も受けています。



## 人権の尊重

人権の尊重とは、伊藤園グループ経営理念「お客様第一主義」の根幹をなすものであり、全ての事業活動の基盤となるものと認識しています。伊藤園グループでは、事業活動を行う国・地域で適用される法令を遵守するとともに、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則

り、2020年4月に「伊藤園グループ人権方針」を策定しました。今後も事業活動に関わる人権課題についての理解を深め、人権尊重の責任を果たしていきます。

伊藤園グループ人権方針：  
[https://www.itoen.co.jp/csr/human\\_rights/](https://www.itoen.co.jp/csr/human_rights/)

## 2021年4月期 実績

伊藤園大学・大学院の卒業生数  
**765名**  
(累計卒業生数 15,609名)

伊藤園ティーテイスター資格保有者  
**2,237名**  
(国内のみ 2021年5月時点)

社員の教育・研修費用  
**111**百万円

女性管理職比率  
**2.8%**

障がい者雇用率  
**2.43%**

育児休業後の復職率  
**97.2%**

健康診断受診率  
**100%**

ストレスチェック受検率  
**97.2%**

## 伊藤園ティーテイスター制度

社員がお茶に関する高い知識を持ち、社内外にお茶の啓発活動が行えるよう1994年から運営している社内資格制度で、2017年に厚生労働省から、社内検定認定制度改正後の第1号となる社内検定として認定\*を受けています。年に1回希望者が受験し、厳正な審査によって合格者が決定されます。試験は、学科、検茶、口述が

行われ、茶文化、おいしいお茶のいれ方など幅広い知識と技能が求められます。「世界のティーカンパニー」に向けて、お茶に関する研究、企画・開発、調達、製造・物流、営業・販売のバリューサークルすべての分野で活躍できる社員を育成する社内資格制度となっています。

### ※ 厚生労働省「社内検定認定制度」:

この制度は、職業に必要な労働者の能力の開発及び向上を目的とする職業能力開発促進法に基づく制度です。個々の企業や団体が、そこで働く労働者を対象に自主的に行っている検定制（社内検定）のうち、一定の基準を満たしており、技能振興上奨励すべきであると認められたものを厚生労働大臣が認定します。

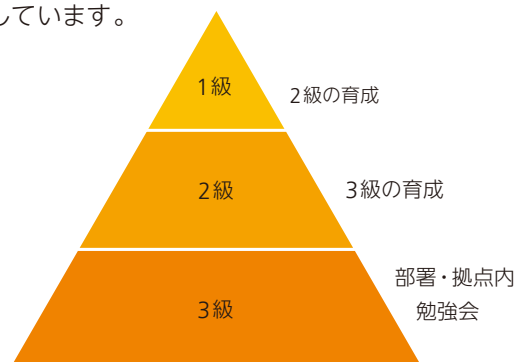


## ティーテイスター 各資格者の位置づけ

ティーテイスターの資格には1級、2級、3級があり、1級と2級は、緑茶だけでなく、中国茶、紅茶の知識と技能が求められます。特に1級は、お茶に関する高度で幅広い知識・教養を有するだけでなく、茶道などの日本の伝統文化を理解し、礼儀作法も身に付けたいわば「お茶のプロ」として、「お茶の魅力」や「伊藤園の強み」を社

内外に広く情報発信しています。

また、ティーテイスター資格保有者には、その資格に求められる知識・技能の向上を目的とした研修や、社内で後進の育成を図るための教育などを各レベルに応じて実施しています。



### 各級レベルと有資格者数(国内)

各級レベル	知識・技能(検茶)				有資格者数(人)
	緑茶	中国茶	紅茶	茶道	
1級	○	○	○	○	17
2級	○	○	○		381
3級	○				1,839
合計					2,237

※2021年5月時点。国内の他、海外勤務の資格者も別途57名います。

## ティーテイスター制度の資格保有者の取り組み事例

2020年度からは、社会や生活の変化でお客様との対面でのコミュニケーションが制限される中、Twitterやオンラインを活用したお茶の魅力の発信を行っています。



オンラインでのお茶のいれ方セミナーの様子



# 財務マネジメント

安定した財務基盤を維持しながら、  
資本コストを上回る利益の創出と成長領域への投資により、  
持続的な成長と企業価値の向上を実現していきます。

取締役副社長 執行役員 管理本部 国際本部担当 渡辺 實

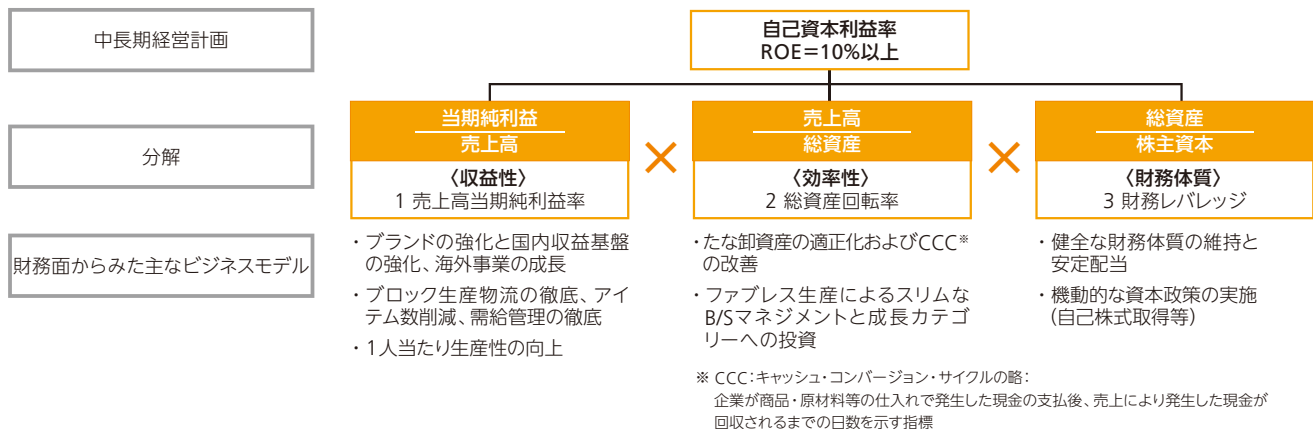
## 基本方針

当社では、ROE（自己資本利益率）を特に重要な経営指標として位置付けています。当社取締役に対して2004年に導入した業績連動株式報酬型ストック・オプションの評価項目にも同指標を選定しています。また、中長期経営計画において、ROE10%以上を目標にしています。

ROEは「売上高当期純利益率」、「総資産回転率」、「財務レバレッジ」の3要素に分解することができ、ROEを向上させるには、「収益性（売上高当期純利益率）の向上」、「資産効率（総資産回転率）の向上」、「財務レバレッジの活用」があります。当社は「収益性の向上」と「資産効率の向上」を特に重要視しています。2021年4月期のROEは前期に引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、4.7%（前期比0.5ポイント減）となりました。

	2019/4期	2020/4期	2021/4期
ROE	9.9%	5.2%	4.7%
売上高当期純利益率	2.9%	1.6%	1.6%
総資産回転率	1.67回	1.63回	1.43回
財務レバレッジ	2.07倍	2.00倍	2.08倍

## ■ 伊藤園の「ROE経営」と収益性・効率性・財務体質の財務ツリー（概念図）



## 収益性の向上

今後のROE向上のためには、収益面において、国内収益基盤の強化と海外事業の成長が課題であると考えています。国内収益基盤の強化については、主力ブランドへの選択と集中により、市場シェア拡大とコスト構造改革を推し進めています。特に社員一人ひとりのコスト意識の強化により生産性を向上させること、また、全国の生産・物流体制の最適化を図り、徹底することで物流効率の改善とコスト削減に取り組んでいます。また、中

長期の新たな成長を目指して、新規事業推進部を2020年6月に設置し、食領域、環境分野等を対象に国内新規事業の創出に取り組んでいます。

海外事業については、健康志向の高まりを背景に、引き続き、「お〜いお茶」と「MATCHA GREEN TEA」をはじめとするグローバルブランドの展開を柱に、北米、中国を重点市場として市場拡大に注力していきます。

## 資産効率の向上

たな卸資産の適正化をはじめとする運転資本の改善、成長領域への投資を優先的に実行していきます。なお、設備投資は、生産設備の取得、タリーズ店舗の新規出店等への投資のほか、金利情勢を踏まえて、自動販売機等の販促仕器のリースから購入への切替えを順次進めています。中長期設備投資計画については、各事業の収益性の状況を踏まえて、定期的に見直しを行っています。

伊藤園単独では、2021年4月期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により営業利益は前期比5.2%減となりましたが、これまでの継続的な取り組みにより、営業利益率は4.5%と前期比0.1ポイント増加しました。今後も営業利益率5%以上を目標に、さらなる収益性と資産効率の向上に努め、ROE10%を実現していきます。

	2019/4期	2020/4期	2021/4期
営業CF	26,128百万円	24,719百万円	25,351百万円
投資CF	▲10,635百万円	▲9,217百万円	▲7,514百万円
フリーCF	15,492百万円	15,502百万円	17,836百万円

	2019/4期	2020/4期	2021/4期
設備投資額	10,006百万円	9,990百万円	7,199百万円
減価償却費	6,735百万円	7,022百万円	7,255百万円
リース償却費	6,675百万円	6,081百万円	5,171百万円
リース債務(返済額)	▲6,514百万円	▲4,679百万円	▲3,691百万円

## 財務の安定性の確保

新型コロナウイルス感染症拡大に端を発する金融市場の急激な変化に対応し、危機時の財務の安全性を確保するため手元資金は十分な流動性を確保しています。また、成長領域への機動的な投資の備えを行っています。今後の資金調達については、社債の発行、金融機

関からの借入等の多様化を図るとともに、不測の事態への対応としてコミットメントラインも備えるなど、財務の安定性を維持しながら、必要に応じて有利子負債による資金調達を実施していきます。

## 株主還元方針

安定的・継続的な株主還元を基本方針とし、総還元性向40%以上を目標にしています。配当については、「減配はしない」との基本方針のもと、安定的・継続的

な配当を実施しています。自己株式取得については、資本効率の向上に資する株主還元策として、必要と判断した場合は機動的に実施します。

	2019/4期	2020/4期	2021/4期
EPS(普通株式)	116.0円	61.5円	55.1円
EPS(優先株式)	126.0円	71.5円	65.1円
総還元性向	48.9%	92.1%	74.0%

# コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンス方針

当社では、「お客様第一主義」を経営理念に掲げ、伊藤園グループ基本綱領の中で、「伊藤園グループは企業の持続的な成長・発展と企業価値を高めるため、国・地域社会・消費者・株主・販売先・仕入先・金融機関などのステークホルダーと協調し、企業の社会的責任を果たすこと」を経営の根幹としています。この経営理念が、当社の企業倫理の基本的な考え方であり、コーポレート・ガバナンスを支える根幹です。この理念に基づき、すべてのステークホルダーの利益に沿い信頼に応え、持続可能な社会の実現に向けた経営を全役員および全従業員一丸となって積極的に推進します。

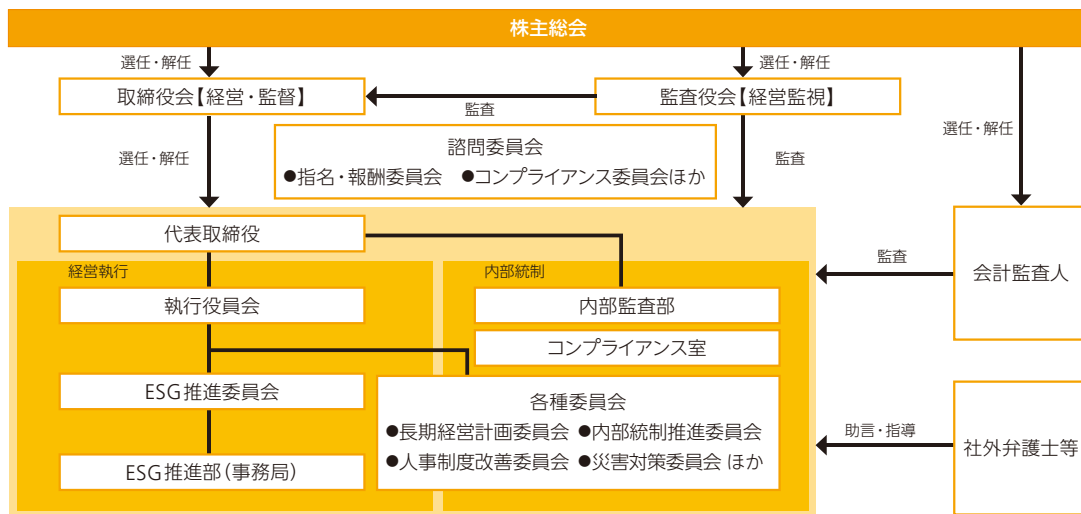
また、適切なコーポレート・ガバナンスを実現するために、監査役会設置会社の形態を採用し、監査役が、グループ会社の代表取締役もしくは担当取締役または従

業員に対し、営業の状況、意思決定のプロセスなどを確認し、監査しています。監査役は、取締役会に毎回出席し、監査の状況につき会社全般または個別案件ごとに客観的かつ公平に意見を述べるとともに、監査役会での監査方針に従い取締役の業務執行を監査しています。

当社はコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考えと方針を示すものとして、伊藤園コーポレートガバナンス・ガイドラインを定め、開示しています。主な項目は以下の通りです。

- 経営理念とコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方
- コーポレート・ガバナンス体制
- ステークホルダーの利益保護に関する対応

## ■ コーポレート・ガバナンス体制の概要



### 取締役会

取締役会は、原則月1回開催され、経営の基本方針・経営戦略などの重要事項を協議・決定しています。取締役は14名で、うち4名は社外取締役であり、独立的立場から、専門知識を活かして職務執行を監督・牽制する機能を担っています。

### 執行役員会

執行役員会は、取締役会付議事項の立案及び取締役会の決議した経営の基本方針に基づき経営に関する重要事項を協議、決定し、取締役会及び社長の行う重要な業務事項の補佐を行うことを目的としています。23名の執行役員で構成され、原則月1回開催されています。

### 監査役会

監査役会は、原則月1回開催され、監査に関する重要事項を協議・決定するほか、監査実施状況、課題認識などの情報共有および意見交換などを行っています。監査役会は常勤監査役1名、非常勤監査役3名(いずれも社外監査役)で構成され、取締役会などの重要会議への出席、重要書類の閲覧、業務執行部署への往査などを通じて、取締役の職務執行の適法性を中心に監査し、必要に応じて意見表明をしています。

### ESG推進委員会

執行役員会の諮問機関としてESG推進委員会(委員長:代表取締役社長 本庄大介)を設置し、年に4回開催しています。ESG経営などの強化を目的として、ESG推進体制の確立、行動計画の策定、ESG課題について対策と方針を審議し、取締役会および執行役員会で報告しています。なお、ESG情報は、統合レポート(本紙)、コーポレートガバナンス報告書、コーポレートサイト、CDPへの回答などを通して開示しています。

## ■ 社外役員の取締役会・監査役会への貢献

当社は、経営の監督機能の強化を図るため、社外役員の拡充に取り組んできました。社外取締役および社外監査役の選任にあたっては、客観的・中立的な視点に立った監査・監督機能を発揮し、健全なコーポレート・ガバナンスの形成に貢献できることを主要条件としています。

社外役員の取締役会・監査役会への出席状況(2021年4月期)

区分	氏名	取締役会	監査役会
取締役	田口 守一	11回/12回	—
取締役	臼井 祐一	11回/12回	—
取締役	田中 豊	10回/12回	—
取締役	高野 秀夫	9回/9回	—
監査役	高澤 嘉昭	11回/12回	14回/14回
監査役	長澤 正浩	10回/12回	13回/14回
監査役	宮嶋 孝	11回/12回	14回/14回

※2020年7月28日より就任した高野秀夫氏につきましては、就任以降に開催した取締役会を対象とした出席回数を記載しています。

※横倉仁氏は、2021年7月に監査役に就任したため、2020年度の出席状況は記載していません。

### 社外役員(2021年8月以降)

社外取締役	田口 守一	大学教授として長年、法務の研究を行ってきた専門的な知見に基づき、社外取締役として客観的かつ専門的な観点から発言しています。
	臼井 祐一	警察官と経営者という多様な経験と幅広い見識に基づき、社外取締役という実践的な観点から発言しています。
	田中 豊	税理士としての経験を通して培われた税務に関する高い見識に基づき、社外取締役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	高野 秀夫	長年東京商工会議所において様々な企業の経営支援に深く参画してきた経験と幅広い見識を活かし、客観的に経営の監督をしています。
社外監査役	高澤 嘉昭	弁護士としての経験を通して培われた企業法務に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	宮嶋 孝	金融、財務に関する幅広い知識と見識を有して、これまでの豊富な経験を踏まえ、社外監査役として経営監視を行っています。
	横倉 仁	公認会計士及び弁護士としての経験から、会計・法務に関する高い見識に基づき、社外監査役として経営監視を行っています。

## ■ 取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の実効性に関する分析および評価に努めています。2021年4月期の取締役会の実効性を2016年4月期より毎年実施し、取締役会の機能向上に関する分析および評価は以下の通りです。

### 取締役会の機能向上を目的に、アンケートおよびインタビューを実施し、取締役会で議論しました。

#### 実施内容

- (1)実施期間：2021年3月から4月まで
- (2)対象者：全取締役および監査役
- (3)実施要領：
  - ① アンケートによる自己評価を実施
  - ② アンケートの結果を踏まえた個別インタビューを実施
  - ③ アンケートおよびインタビューの結果を集計・分析
  - ④ 取締役会において集計結果を検証

#### 評価内容

- (1)取締役会の構成
- (2)取締役会の役割・責務
- (3)取締役会の運営状況
- (4)意思決定・審議方法
- (5)株主等との関係

#### 評価の結果

- 取締役会の規模、構成、資質、運営方法は、経営判断および監督を果たす上で十分に機能していることを確認しました。
- 取締役会の議論に関しては、社内・社外にかかわらず自由闊達に建設的な議論が行われ経営に寄与していることを確認しました。
- 前期の課題についても審議案件の基準見直しなど、着実に進捗していることを確認しました。
- 課題として、中長期経営計画に関する、更なる議論の必要性が認められました。また、より一層の情報支援体制強化と執行状況の定期的な報告の徹底、情報共有の精度向上といったことも挙げられました。

#### 今後の取り組み

課題の解決を通じて取締役会の機能向上を図り、引き続き更なる改善に努めてまいります。



## ■ 役員報酬額等

### (1) 役員報酬等の決定方針

当社の取締役の報酬等は、固定報酬と業績連動報酬で構成されており、監査役報酬は、固定報酬のみとしています。なお、役員賞与および役員退職慰労金は、2002年7月に廃止しています。固定報酬は、株主総会にて決議された報酬枠の範囲内において、その職位ごとに応じて決定しています。

業績連動報酬は、業績連動報酬型新株予約権制度を導入しており、各担当役員に付与される新株予約権(ストック・オプション)は、業績を厳密に評価して決定しています。

### (2) 役員報酬額

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数は以下の通りです。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額および対象となる役員の員数(2021年4月期)

役員区分	報酬額の 総額(百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる役員の 員数(名)
		固定報酬	業績連動報酬	左記のうち非金銭報酬等	
取締役 (社外取締役を除く)	617	579	37	37	10
社外取締役	39	39	-	-	4
監査役 (社外監査役を除く)	13	13	-	-	1
社外監査役	31	31	-	-	3

### (3) 指名・報酬委員会

当社は、取締役等の指名・報酬などの事項について決定する指名・報酬委員会を設置しています。これにより社外取締役の適切な関与・助言を得て、今まで以上に取締役会機能の独立性・客観性と説明責任を強化します。

なお、指名・報酬委員会は、取締役及び社外取締役の委員3名以上で構成し、その過半数を独立社外取締役とします。

## ■ 経営トップ層と次世代リーダーの育成

経営トップ層の育成に関しては、経営幹部の中から選抜し、早期の段階からグループ会社等の経営層を経験

させるなど、多角的な経営感覚を磨くための育成を図っています。

## ■ コンプライアンス

伊藤園グループでは、法令、基本綱領、社内規定、社会規範、企業倫理などの遵守を徹底し、社会的要請に真摯に向き合う公正・誠実な事業活動を推進しています。

その実践に向け、「お客様第一主義」「伊藤園グループ基本綱領」を具体化した「伊藤園グループ行動規範・行動基準」を事業活動、日常の業務運営の指針とし、グループで浸透を図っています。

また、取締役会の諮問機関であるコンプライアンス委員会およびコンプライアンス室を設置し、コンプライアンスに関する重大事案が発生した場合には、迅速に対応策を検討し、実施する体制を確立しています。2020年度はコンプライアンス委員会を4回開催しました。

また、内部通報の受理窓口として、お客様を含めて誰もが利用できる「企業倫理ホットライン」を設け、ハラスメント(パワーハラスメント、セクシャルハラスメント、妊娠・出産等、育児・介護休業等に関するハラスメント等)の防止、贈収賄などの腐敗防止のため、社内・社外からの通報、相談、質問等を受け付けています。問題の早期発見・対処、企業の自浄作用を促進することにより、グループコンプライアンスの強化を図っています。

「伊藤園グループコンプライアンス『行動基準の手引』」はこちらをご覧ください。  
<https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/csr/compliance/all.pdf>

## ■ 公正な事業慣行

伊藤園グループは、健全な調達取引の徹底や製造委託先との公正な取引、営業・販売における自由で公正

な競争など、幅広くコンプライアンスの徹底に努めています。

## ■ サプライチェーンマネジメント

伊藤園グループは調達方針を定め、製造委託先を含めた関係者と協働で、環境・社会の両面に配慮した供給体制の確立に努めています。調達方針では、品質・安全・安心の追求、法令遵守、公正な調達、人権・労働や環境への配慮などを定めており、不定期ですが調査票による評価を実施し、取引先会議にて優良事例等を共有化し、改善に取り組んでいます。また、新規取引にあつ

ては、調達方針や当社が定める基準等を説明し、必要に応じて現地監査を行い、活動状況を確認しています。物流面でも、各委託先企業に対し当社が定める輸送・保管などに関する項目について定期的に監査票による評価を実施し、取引先会議にて情報を共有することで、安全・安心を徹底し、委託先企業と協働でサプライチェーンマネジメントを構築しています。

## ■ 知的財産の保護

当社グループは、他社の知的財産権を尊重するとともに、当社の権利を保護し、活用しています。

## ■ 品質管理の徹底

食品メーカーとして安全・安心な製品を消費者にお届けするのは、最優先の使命です。当社は、品質管理方針を定め、製造委託先を含めた関係先と協働で、環境・社会の両面に配慮した供給体制の確立に努めています。品質管理方針では安全で信頼性を有する製品の提供、法令などの遵守、国際基準を活用した製品の安全性の確保を定めています。品質管理面では国際規格ISO9001の認証で品質マネジメントシステムを構築しており、静岡相良工場ではFSSC22000(食品安全管理マネジメントシステム)の認証も取得し、運用しています。原料段階における残留農薬検査は当社品質管理部門で

行い、製品段階における、香味や機器分析、微生物などの検査は、当社品質管理部門と製造委託工場の双方が行っています。

製品は当社の品質管理基準(飲料製造および茶葉製造ガイドライン)を満たした工場で製造し、日々情報を共有するとともに、工場担当者との品質会議(委託先など関係者との合同による会議)を行うことにより、安全・安心な製品づくりを徹底しています。

### Commitment

企業の持続的な成長のために、ESGへの取り組みは大きな課題であり、中でもコーポレート・ガバナンス(G)の体制及び運用の強化は欠かすことのできない経営上の重点事項です。伊藤園グループの全役員・従業員がコンプライアンスの徹底を基本とし、効率的かつ公正で透明性の高い経営を実現するための経営体制や内部統制システムの整備・運用を推進しています。

2021年6月に改訂されたコーポレートガバナンス・コードにおいては、中長期的な企業価値向上の観点から、サステナビリティ活動に積極的・能動的に取り組むことの重要性が明記されており、コーポレート・ガバナンスの検証を行っていきます。また、伊藤園グループ内はもちろんのこと、調達・製造・物流といったサプライチェーン全体での協働・連携を図り、E(環境)・S(社会)にあたる気候変動対応、資源管理、品質、人権の尊重といった社会的要請に応えた取り組みを進めていきます。



取締役副会長 コンプライアンス、生産本部、物流本部 担当  
橋本 俊治

## ■ リスクマネジメント

当社の業務執行に係るリスクを以下の通り認識し、リスク担当部署を設け、規程やガイドラインを策定するとともに、横断的なリスク管理体制を構築してリスクマネジメントを行っています。

①コンプライアンス上のリスク、②情報セキュリティ上のリスク、③品質及び環境上のリスク、④財産保全上のリスク、⑤災害および事故のリスクなどに対処するため、コンプライアンス委員会、製品リスク対策委員会、災害対策委員会、安全衛生委員会などの整備や、ウイルス

感染対策室の設置などの体制を整え、リスクマネジメントを行っています。

また、BCP(事業継続計画)の浸透を推進するため、各部署にBCPマニュアルを配布し、意識を高め事業継続力を強化しています。なお、不測の事態発生時には、代表取締役社長を本部長として対策本部を設置し、迅速な対応により被害の拡大を防止し、最小限にとどめる体制を整えています。

## ■ 内部統制システムの整備

「内部統制システム基本方針」に基づき、当社グループの業務運営の透明性を高め、有効性・効率性をさらに向上させること、財務報告の信頼性を高めること、法令

などの遵守を図ること、資産の保全を図ることを目的として内部統制システムを構築しています。

### 新型コロナウイルス感染症対策

世界的に感染が拡大している新型コロナウイルスの影響により、個人の外出自粛や企業の事業活動が制限されるなど、先行き不透明な状況が続くと想定されます。当社グループは新型コロナウイルス感染症の拡大を抑止するためお客様、お取引先様及び社員の健康と安全を最優先とし、ウイルス感染対策室が策定した方針を全社員に周知徹底しています。

#### オフィスや事業所での主な感染防止策

- 新型コロナワクチンの職域接種(東京都内の事業所の社員及び配偶者から順次実施)
- 社員へ衛生用品(マスク、アルコールハンドジェルなど)の支給
- 出社や入館時などの検温、手洗い、うがい、アルコール消毒の徹底
- WEB会議、WEB商談の推進
- 事務フロア、会議室、商談室に飛沫防止用のパーテーションなどを設置

#### 医療従事者などへの支援活動

人々の命と健康を守るべく、日々奮闘されている医療従事者の皆様に対する支援を目的に、自治体から指定された重点医療機関をはじめとする、全国600ヵ所以上の病院や宿泊施設に対して、「お〜いお茶緑茶」やリーフ製品など、約1.8億円相当の製品を寄付させていただきました。

- 「お〜いお茶緑茶」280mlペットボトル 約129万本
- 「お〜いお茶緑茶」190g缶 約16万本
- リーフ製品 約86万本 など



本社入館時の検温(サーモグラフィ)



寄付対象の製品

## ■ 事業等のリスク

当社グループの業績等に重要な影響を及ぼす可能性のあるリスクには、以下のようなものがあります。なお、将来に関する事項や主な対応については、2021年4月

末日現在において、当社グループが判断したものであり、事業等のリスクは、以下に限られるものではありません。

項目	主なリスク	主な対応
国内経済、消費動向	・日本国内における景気や金融政策、自然災害や新型コロナウイルス感染症拡大などによる経済動向の変動	・経済、社会環境、市場動向の予測
	・上述に影響を受ける個人消費の変動	
市場の競争	・主要事業である飲料製品市場での競争激化	・お客様のニーズに沿った製品の開発 ・ルートセールスを中心としてお客様へのサービスに努めること
	・店頭での低価格化が続くことによる販売額の伸びなやみ	
原材料調達	・就農人口の減少や茶園面積の減少による茶生産量の減少	・茶産地育成事業の推進 ・サプライチェーンマネジメントの徹底
	・飲料用茶葉需要拡大により、必要とする茶葉が安定確保できなくなる	
	・輸入原料(穀物・野菜等)の高騰により調達コストの上昇、原価高	
	・ペットボトル容器の原材料である石油価格の高騰により原価高の要因となること	・ペットボトルの軽量化 ・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の割合を100%にする目標策定
	・プラスチック容器等の環境問題	
生産体制	・生産設備の不具合、停止等	・生産設備点検等の実施 ・委託先工場は、不測の事態発生に備えて、全国各地に複数の委託先工場を確保
	・天災(風水害、震災等)による生産への影響	
気候変動・自然災害	・集中豪雨などの異常気象による洪水・土砂災害、酷暑、水資源の変化など様々な被害	・CO <sub>2</sub> 排出量削減、持続可能な水資源の利用
	・主力製品の原材料である農産物の生産地での気候変動による不作、原材料調達価格の上昇、必要量の不足等	・気候変動による茶葉や収穫量への影響について気候変動シナリオ分析を実施
	・本社機能や物流体制への支障	・BCPの見直しや適切な管理運用
お〜いお茶ブランドへの依存	・当社飲料製品の売りに占める「お〜いお茶」ブランドの割合は約40%と高い比率を占めている	・「健康ミネラルむぎ茶」ブランド、「タリーズ」ブランドなどの強化、その他ブランドの育成
	・緑茶飲料市場の成長鈍化、市場環境変化時の影響	
海外事業	・海外事業進出国や地域特有の政治的、経済的、法的要因による重要な変化があった場合の業績への影響	・進出国特有の状況に留意した事業展開
法的規制等	・業務遂行に当たって適用される様々な法的規制へ違反した場合やその他社会的要請に反する行動をとった場合の影響	・当社グループ全体でのコンプライアンスの徹底など
	・今後の新しい法規制への対応時のコスト増、業績への影響	
情報管理	・停電、災害、ウイルス感染、不正アクセス等による個人情報を含めた重要な情報の紛失、外部漏洩等	・システムを含め情報管理に対して、適切なセキュリティー対策
食品の安全性・衛生管理	・異物混入、アレルギー表示が不適切な製品の流通、食中毒等の衛生問題の発生	・「伊藤園グループ品質管理方針」を設定し遵守 ・品質管理部が主管となり品質検査 ・食の安全性、衛生管理の徹底 ・トレーサビリティシステムの維持管理 ・外部委託先工場への品質管理指導と監査等実施
	・原材料由来による禁止添加物の使用、残留農薬問題(連鎖的風評被害を受ける場合を含む)	
	・食中毒等の衛生問題の発生	
	・業界、社会全体に及び品質問題発生	



# ステークホルダーエンゲージメント（お客様との関係構築）

## 投資家との対話

当社は自己の資本コストを的確に把握したうえで、経営層による投資家や株主との建設的な対話を通じて、その関心や懸念に正当な関心を払うとともに、事業ポートフォリオの見直しや設備投資、研究開発費、人材投資などを含む自らの経営方針を分かりやすく説明することで理解を得よう努めます。適時・適切な情報開示に努め、

決算説明会、当社ホームページによる積極的な情報発信により、当社の経営戦略や事業環境に関する理解を深めていただくようにしています。さらに決算発表後の取締役会においては、投資家や株主から寄せられた意見を共有し、経営戦略のレビューなどに積極的に活かしています。

## IR 活動の推進

当社では、伊藤園管理本部の所管として、広報部IR課を設置し、経営トップが先頭に立ち積極的かつ機動的なIR活動を推進しています。情報発信・開示については、公平性の観点から、連結および単独の「決算短信」、「決算説明会資料(IR資料)」を速やかにホームページに掲載し、個人投資家、アナリスト、機関投資家の皆様が閲覧できる環境を整備しています。そのほかにも「伊藤園統

合レポート」(本紙)、「事業報告書」、「有価証券報告書」、「株主総会招集通知」なども掲載し、投資家の理解を深める様々なツールを用意しています。また外国人投資家にも配慮し、決算短信、決算説明会資料(IR資料)、一部のニュースリリースおよび伊藤園統合レポートの英語版も開示しています。

## ステークホルダーとの対話

当社では、ステークホルダーとの対話を重視し、投資家だけでなく有識者、消費者・消費者団体代表との対話、イベント参加者などの消費者へのアンケートを実施するなど、幅広くご意見をいただき経営に反映させています。また当社は全国各地の拠点を中心に様々な地域密着

活動を行い、地方自治体の方々からいただいたご意見を経営や地域との協働に活かしています。なお、当社の経営理念「お客様第一主義」のもと、行動指針に基づき、各ステークホルダーの立場の尊重を規定しています。

### ESG 関連インデックスへの組み入れ状況

国内外で数多くの機関がESG評価を実施していますが、当社も複数のESG 関連インデックスの構成銘柄に組み入れられています。

・FTSE4GOOD  
Index Series



FTSE4Good

・FTSE Blossom  
Japan Index



FTSE Blossom  
Japan

## 和食文化の継承・保護活動

当社は一般社団法人和食文化国民会議(略称:和食会議)\*に 2015年の設立当初から参画し、茶文化を通じて日本の伝統的食文化である「和食の普及・啓発」に取り組んでいます。和食会議では、次世代を担う子どもたちに向けた食育活動として、会員による和食に関する「出前授業」を実施し、その中で日本茶は、和食文化の重要な食材の一つとして、日本人の食生活に大きくか

かわっており、和食文化の一端を担うことを継承する活動をしています。また、様々な和食料理と緑茶の「うま味」などの相性を科学的に明確にし、体系化することで、国内外に向けた緑茶と和食の訴求および緑茶の飲用提案を進めています。



\*一般社団法人和食文化国民会議は、「和食:日本人の伝統的な食文化」のユネスコ無形文化遺産登録申請を契機に、和食文化を次世代へ継承するため、その価値を国民全体で共有する活動を展開しています。

## 「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」

「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」は、1989年の「お〜いお茶」発売とともにスタートした応募数が日本最大規模の創作公募コンテストです。「新俳句」とは、「季語」や「定型」などの俳句のルールにとらわれず、感じたこと、思ったことを「字余り」「字足らず」でもかまわず、五・七・五のリズムに乗せて自由に表現していただくものです。

受賞作品を「お〜いお茶」のパッケージに掲載し発表することが最大の特色です。

応募の約9割が教育現場からであり、新俳句を通じて、お茶と言葉の力で日々の暮らしに寄り添い、日本文化の継承や教育の機会に貢献しています。

### 第32回「伊藤園お〜いお茶新俳句大賞」

応募数  
過去最多の  
2,057,963句

累計応募数  
世界98カ国  
3,970万句以上



文部科学大臣賞 受賞作品が掲載された「お〜いお茶」



最終審査会の様子

## 主な表彰・受賞

当社の活動については、経営全般に加え、調達から販売までの面で外部から評価され、表彰や受賞をしています。※1

全般	経営全般	ポーター賞(2013年) ジャパンSDGsアワード(特別賞「SDGsパートナーシップ賞」)(2017年)
	CSR活動の継続的改善	環境コミュニケーション大賞(優良賞)(2018年、2016年、2015年) 令和元年度全国赤十字大会(金色有功章)(2019年)
	海外普及	日本食海外普及功労者表彰(農林水産大臣賞)(2013年)
調達	茶産地育成事業	食品産業優良企業等表彰(農林水産大臣賞)(2016年) 日経ソーシャルイニシアチブ大賞(企業部門賞)(2015年) フード・アクション・ニッポンアワード(研究開発・新技術部門 最優秀賞)(2013年)
	製造・物流	地球環境大賞(環境大臣賞)(2016年) リデュース・リユース・リサイクル 推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2014年)
製品企画・開発	新・環境配慮型紙パック飲料容器	環境賞(優秀賞)(2015年)
	NSシステム	食品産業もったいない大賞(農林水産省 食料産業局長賞)(2015年)
	モーダルシフト	物流環境大賞(物流環境特別賞)(2018年) エコマークアワード2014(銀賞を受賞)(2015年)
営業・販売	「茶殻リサイクルシステム」	リデュース・リユース・リサイクル 推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2013年) 地球環境大賞(環境大臣賞)(2011年) ソーシャルプロダクツ・アワード2021 ソーシャルプロダクツ賞(2021年)
	「お茶で琵琶湖を美しく。」 「お茶で日本を美しく。」	生物多様性日本アワード(優秀賞)(2015年) 日本水大賞(経済産業大臣賞)(2015年)
	伊藤園お〜いお茶新俳句大賞	青少年の体験活動推進企業表彰(文部科学省、審査委員会奨励賞)(2015年)
	「KEEP IN MY BOTTLE」※2	FOODEX美食女子グランプリ(ドリンク部門金賞)(2018年)
	「さらさら健康ミネラルむぎ茶」40g	FOODEX美食女子グランプリ(ママの愛部門グランプリ)(2017年)
「お〜いお茶 新緑」470ml	FOODEX美食女子グランプリ(ドリンク部門金賞)(2019年)	
「お〜いお茶」	「お〜いお茶」ブランドが、「ナチュラルヘルシー RTD緑茶飲料(最新年間売上)」販売実績世界一としてギネス世界記録®に認定(2019年、2020年、2021年)	

※1実績年次は授賞式年次 ※2「KEEP IN MY BOTTLE」は、ジャスミンティー7袋などシリーズ数点が受賞

# 役員一覧 (2021年11月1日現在)

## 取締役

代表取締役会長

### 本庄 八郎

1964年 8月 日本ファミリーサービス株式会社設立 同社取締役  
1966年 8月 フロンティア製茶株式会社(1969年5月に株式会社伊藤園に商号変更)設立 同社取締役  
1978年 5月 当社取締役副社長  
1987年 4月 当社代表取締役副社長  
1988年 5月 当社代表取締役社長  
2009年 5月 当社代表取締役会長(現任)

創業者として、強いリーダーシップを発揮し、長年経営を担い、グループ経営における豊富な経験と実績を有しています。

取締役副社長 執行役員

### 渡辺 實

1976年 7月 当社入社  
1996年 7月 当社取締役  
2001年 5月 当社常務取締役  
2003年 5月 当社専務取締役  
2008年 5月 当社取締役副社長  
2019年 5月 当社取締役副社長 執行役員(現任)

主として管理部門を指揮し、財務、人事総務、海外事業分野における豊富な経験と知識を有しています。

取締役

### Yosuke Jay Oceanbright Honjo

1992年 3月 当社入社  
2002年 7月 当社取締役(現任)

すべての米国の事業をCEOとして指揮し、米国本土のニューヨーク進出時から当社がグローバルな事業経営を推進するために尽力しています。

社外取締役

### 臼井 祐一

1976年10月 警視庁入庁  
1994年 2月 同庁第七機動隊副隊長  
2005年10月 同庁人事第二課長  
2010年 2月 同庁地域部長  
2011年 4月 ヤマト運輸株式会社入社 人事総務部部長  
2012年 4月 同社執行役員CSR推進部長  
2014年 4月 同社常務執行役員  
2015年 4月 同社取締役常務執行役員  
2018年 4月 同社取締役  
2018年 6月 うすい事務所代表(現任)  
2018年 7月 当社取締役(現任)

長年における警察官としての豊富な経験と幅広い見識を有し、物流企業にて直接会社経営にも関与して、多様な経験と見識を有しています。

代表取締役社長 執行役員

### 本庄 大介

1987年 4月 当社入社  
1990年 7月 当社取締役  
1997年 5月 当社常務取締役  
2000年 5月 当社専務取締役  
2002年 7月 当社代表取締役副社長  
2009年 5月 当社代表取締役社長  
2019年 5月 当社代表取締役社長執行役員(現任)

社長就任以来、豊富な経験と知見を活かし経営の指揮を執り続けています。

取締役 専務執行役員

### 社 三雄

1978年 4月 当社入社  
1992年 7月 当社取締役  
2001年 5月 当社常務取締役  
2010年 5月 当社専務取締役  
2019年 5月 当社取締役 専務執行役員(現任)

主としてマーケティング部門を指揮し、製品開発・研究開発分野における豊富な経験と知識を有しています。

取締役 専務執行役員

### 平田 篤

1988年 5月 当社入社  
2016年 5月 当社管理本部長(現任)  
2020年 7月 当社取締役 専務執行役員(現任)

主として管理部門を指揮し、財務経理・人事総務分野における豊富な経験と知識を有しています。

社外取締役

### 田中 豊

1966年 4月 札幌国税局入局  
2003年 7月 東京上野税務署長  
2006年 7月 高松国税不服審判所長  
2007年 7月 国税庁長官官房付  
2007年 8月 田中豊税理士事務所所長(現任)  
2013年 7月 当社監査役  
2019年 7月 当社取締役(現任)  
税理士としての専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

代表取締役副社長 執行役員

### 本庄 周介

1994年 4月 当社入社  
2003年 7月 当社取締役  
2005年 5月 当社常務取締役  
2008年 5月 当社専務取締役  
2010年 5月 当社取締役副社長  
2014年 8月 当社代表取締役副社長  
2019年 5月 当社代表取締役副社長 執行役員(現任)  
2021年 5月 CDO(チーフ・デジタル・オフィサー)(現任)

長年にわたり営業部門を指揮し、豊富な経験と経営全般に関する知見を有しています。

取締役 専務執行役員

### 中野 悦久

1989年 3月 当社入社  
2010年 7月 当社取締役  
2014年 5月 当社常務取締役  
2019年 5月 当社取締役 専務執行役員(現任)

これまで営業部門や人事総務部門を指揮し、営業部門では地域営業や量販店・コンビニエンスストアといった様々な業態での経験や知識を有しています。現在は生産本部を指揮しています。

取締役副会長

### 橋本 俊治

1970年 1月 当社入社  
1990年 7月 当社取締役  
1994年 5月 当社常務取締役  
1997年 5月 当社専務取締役  
2000年 5月 当社取締役副社長  
2019年 5月 当社取締役副会長(現任)

主として生産部門や物流部門を指揮し、仕入・研究開発・品質管理・物流分野における豊富な経験や知識を有しています。

取締役 専務執行役員

### 神谷 茂

1982年 3月 当社入社  
2014年 7月 当社取締役  
2016年 5月 当社常務取締役  
2019年 5月 当社取締役 専務執行役員(現任)

主として営業部門を指揮し、これまでコンビニエンスストア・量販店といったチャネルで積極的な営業展開を推進し、関係強化に尽力しています。

社外取締役

### 田口 守一

1975年 4月 愛知学院大学法学部専任講師  
1984年 1月 同大学法学部教授  
1995年 4月 早稲田大学法学部教授  
2004年 4月 同大学大学院法務研究科教授  
2013年 7月 当社取締役(現任)  
2014年 4月 早稲田大学名誉教授(現任)

長年にわたり法務の研究を行い、専門的な知見と様々な経験を有しています。

社外取締役

### 高野 秀夫

1977年 4月 東京商工会議所入所  
2006年 4月 東京商工会議所総務統括部長  
2009年 4月 東京商工会議所理事・事務局長  
2012年 4月 東京商工会議所常務理事  
2015年11月 一般財団法人日本民族工芸技術保存協会 理事長

2016年 6月 東京商工会議所常任参与  
2020年 7月 当社取締役(現任)

長年にわたり東京商工会議所において様々な企業の経営支援に携わっており、豊富な経験と幅広い見識を有しています。

## 監査役

### 常勤監査役

#### 中込 修二

1981年 3月 当社入社  
2012年 5月 当社執行役員地域営業管理本部長  
2014年 7月 当社取締役  
2017年 5月 当社物流本部長  
2018年 5月 当社常務執行役員  
2019年 5月 当社顧問  
2019年 7月 当社常勤監査役(現任)

長年、当社の営業管理部門・物流部門を指揮したことにより、製品、営業、物流について熟知しています。

### 社外監査役

#### 高澤 嘉昭

1959年 4月 最高裁判所司法研修所入所  
1961年 4月 金沢地方裁判所裁判官  
1964年 4月 神戸地方裁判所尼崎支部裁判官  
1967年 4月 大阪地方裁判所裁判官  
1971年 4月 裁判官を退官、弁護士登録  
高澤嘉昭法律事務所代表(現任)  
1991年 7月 当社監査役(現任)

弁護士としての専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

### 社外監査役

#### 宮嶋 孝

1984年 4月 株式会社埼玉銀行入行  
2010年 6月 株式会社りそな銀行執行役員  
2015年 4月 株式会社埼玉りそな銀行執行役員  
2016年 4月 同社常務執行役員  
2017年 4月 りそなキャピタル株式会社代表取締役社長  
2019年 7月 当社監査役(現任)  
2020年 6月 東京特殊電線株式会社社外取締役(監査等委員)(現任)

金融機関において培った金融・財務に関する幅広い知識および経験を有しています。

### 社外監査役

#### 横倉 仁

1992年 4月 監査法人朝日新和会計社  
(現 有限責任あずさ監査法人)入所  
1995年 3月 公認会計士登録  
2001年12月 監査法人朝日新和会計社  
(現 有限責任あずさ監査法人)退所  
2002年 1月 横倉会計事務所開設  
2007年12月 弁護士(東京弁護士会)登録  
ビンガム・坂井・三村・相澤法律事務所  
(現 アンダーソン・毛利・友常法律事務所)入所  
2014年 4月 早稲田リーガルコモンズ法律事務所パートナー弁護士(現任)  
2017年 7月 みのり監査法人外部監事(現任)  
2020年 6月 株式会社フレディセゾン社外取締役(現任)  
2021年 7月 当社監査役(現任)

公認会計士および弁護士として専門的な知見ならびに幅広い知識および経験を有しています。

## 執行役員 (取締役兼務を除く)

### 常務執行役員

#### 吉田 秀樹

中四国・九州地域営業本部長

#### 石田 寿

管理本部副本部長

### 執行役員

#### 笹目 正巳

開発二部長

#### 唐沢 進治

特販営業本部長

#### 田熊 元彦

生産本部副本部長  
兼 静岡相良工場長

#### 白井 実

生産本部副本部長

#### 鈴木 仁

物流本部長

#### 中西 直裕

広域法人営業本部長

#### 斉藤 武志

中部地域営業本部長

#### 佐々木 貴浩

北関東・東関東地域営業本部長

#### 安藤 裕康

北海道・東北地域営業本部長

#### 国枝 保

関西地域営業本部長

#### 貴志 望

広域流通営業本部長

#### 坂根 巖

中央研究所 上席研究員

#### 川本 正人

内部監査部長

#### 近藤 清

営業統括管理本部長



# 主要財務指標

財務に関する詳細は、こちらをご参照ください。  
[https://www.itoen.co.jp/finance\\_ir/library/](https://www.itoen.co.jp/finance_ir/library/)

	(単位)	2017年4月期	2018年4月期	2019年4月期	2020年4月期	2021年4月期
<b>P/L</b>						
売上高	百万円	475,866	494,793	504,153	483,360	446,281
前相比増減率	%	2.2	4.0	1.9	△ 4.1	△ 7.7
主な売上高						
伊藤園	百万円	371,831	383,212	394,495	377,787	352,732
海外事業計	百万円	34,863	40,362	38,168	36,282	35,355
原価率	%	52.5	52.7	52.3	51.8	51.8
販売管理費	百万円	204,395	211,939	217,555	212,814	198,327
売上高比	%	43.0	42.8	43.2	44.0	44.4
営業利益	百万円	21,774	22,043	22,819	19,940	16,675
利益率	%	4.6	4.5	4.5	4.1	3.7
主な利益						
伊藤園	百万円	15,646	15,394	15,851	16,626	15,759
海外事業計	百万円	2,225	2,619	2,738	1,617	1,864
経常利益	百万円	21,524	21,441	23,211	19,432	17,029
利益率	%	4.5	4.3	4.6	4.0	3.8
特別利益	百万円	53	75	726	645	1,334
特別損失	百万円	854	526	1,451	5,709	4,969
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	13,693	12,553	14,462	7,793	7,011
利益率	%	2.9	2.5	2.9	1.6	1.6

<b>B/S</b>						
総資産	百万円	302,405	301,167	303,981	290,651	333,065
流動資産	百万円	174,657	170,838	177,449	173,966	223,880
現金・預金	百万円	64,202	61,664	63,738	64,813	109,430
固定資産	百万円	127,748	130,329	126,532	116,685	109,184
有形固定資産	百万円	83,039	84,822	84,186	82,986	78,099
無形固定資産	百万円	24,454	21,588	18,956	11,570	8,335
負債合計	百万円	165,696	157,416	153,058	140,956	180,007
純資産	百万円	136,709	143,750	150,923	149,695	153,057
流動比率	%	214.1	225.2	232.0	244.8	239.3
自己資本比率	%	44.8	47.3	49.2	51.0	45.6
負債比率	%	122.3	110.4	102.3	95.0	118.6

<b>キャッシュ・フロー計算書</b>						
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	27,098	25,322	26,128	24,719	25,351
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 8,243	△ 11,359	△ 10,635	△ 9,217	△ 7,514
フリー・キャッシュ・フロー	百万円	18,854	13,962	15,492	15,502	17,836
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 8,012	△ 16,639	△ 15,005	△ 12,905	25,813
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	64,202	61,376	61,950	63,710	107,763
設備投資額	百万円	8,135	11,062	10,006	9,990	7,199
減価償却費	百万円	12,469	13,222	13,411	13,103	12,427
のれん償却額	百万円	1,765	1,819	1,777	1,762	1,266

<b>その他</b>						
ROE	%	10.5	9.0	9.9	5.2	4.7
ROA	%	4.6	4.2	4.8	2.6	2.2
PER (普通株式)	(倍)	37.1	43.8	47.7	97.2	109.8
PER (優先株式)	(倍)	17.7	21.0	20.4	29.2	35.8
PBR (普通株式)	(倍)	3.7	3.7	4.5	4.9	4.8
PBR (優先株式)	(倍)	1.9	2.0	2.1	1.7	1.9
EPS (普通株式)	(円)	108.77	99.79	116.02	61.53	55.10
EPS (優先株式)	(円)	118.73	109.75	126.00	71.53	65.10
BPS (普通株式)	(円)	1,105.09	1,165.80	1,229.28	1,221.92	1,250.37
BPS (優先株式)	(円)	1,110.09	1,170.80	1,234.28	1,226.92	1,255.37
1株配当金 (普通株式)	(円)	40	40	40	40	40
1株配当金 (優先株式)	(円)	50	50	50	50	50
総還元性向	%	43.5	48.5	48.9	92.1	74.0
外国法人等持株比率 (普通株式)	%	19.1	20.6	23.2	22.4	23.6
発行済株式数	(千株)	123,459	123,459	123,459	123,459	123,459
普通株式	(千株)	89,212	89,212	89,212	89,212	89,212
優先株式	(千株)	34,246	34,246	34,246	34,246	34,246
期末普通株式株価	(円)	4,040	4,370	5,530	5,980	6,050
期末優先株式株価	(円)			2,568	2,092	2,331

# 非財務サマリー (伊藤園単独)

		単位	2019年4月期	2020年4月期	2021年4月期	
CO <sub>2</sub> 排出量	スコープ1	千t-CO <sub>2</sub>	26	24	23	
	スコープ2	千t-CO <sub>2</sub>	14	12	12	
	スコープ1, 2合計	千t-CO <sub>2</sub>	39	36	35	
	スコープ3	千t-CO <sub>2</sub>	883	817	725	
	スコープ1~3合計	千t-CO <sub>2</sub>	922	852	760	
	原単位排出量	t-CO <sub>2</sub> /百万円	2.34	2.26	2.16	
水資源	水源別取水量合計	千m <sup>3</sup>	359	301	304	
	河川	千m <sup>3</sup>	290	236	238	
	水道水	千m <sup>3</sup>	69	66	66	
	排出先別排水量合計	千m <sup>3</sup>	211	194	198	
	河川・湖沼等	千m <sup>3</sup>	155	141	143	
	下水	千m <sup>3</sup>	55	53	55	
	その他	千m <sup>3</sup>	0	0	0	
水資源(飲料製造委託先)	水源別取水量合計	千m <sup>3</sup>	—	20,147	17,698	
	地下水	千m <sup>3</sup>	—	16,148	14,074	
	水道水	千m <sup>3</sup>	—	239	191	
	工業用水	千m <sup>3</sup>	—	3,760	3,432	
	排出先別排水量合計	千m <sup>3</sup>	—	14,157	13,127	
	河川・湖沼等	千m <sup>3</sup>	—	12,577	11,922	
	海	千m <sup>3</sup>	—	1,272	929	
車両燃料使用量	1台当たりのガソリン使用量	ℓ	1,542	1,381	1,316	
	1台当たりの軽油使用量	ℓ	2,570	2,478	2,375	
	1台当たりのCO <sub>2</sub> 排出量	t-CO <sub>2</sub> /台	5.9	5.6	5.4	
	食品リサイクル率	%	94.7	91.8	92.6	
	ペットボトルのリサイクル素材等使用率	「お〜いお茶」ブランド製品	%	4	12	14
		全ペットボトル製品	%	2	5	7
	茶産地育成事業 (面積・生産量)	展開面積	ha	1,669	1,836	2,207
生産量		t	6,314	7,122	7,523	
荒茶使用量	緑茶原料	t	20,013	20,039	17,966	
その他原料使用量	ウーロン茶・紅茶・果汁原料等	t	90,601	88,134	84,510	
	製品原料使用量合計	t	110,614	108,173	102,476	
従業員数	男性	人	4,828	4,793	4,696	
	女性	人	581	610	594	
	合計	人	5,409	5,403	5,290	
女性従業員比率	%	10.7	11.3	11.2		
女性管理職比率	%	2.6	2.6	2.8		
年次有給休暇取得率	%	47.0	52.0	53.9		
育児休業取得人数	人	60	61	68		
育児休業後の復職率	%	100	95.2	97.2		
障がい者雇用率	%	2.21	2.23	2.43		
健康診断受診率	%	100	100	100		
ストレスチェック受検率	%	95.5	96.3	97.2		
新卒採用人数	人	217	205	90		
キャリア開発部主管の集合教育・研修実績 ※2020年4月期からe-learningを含む	年間受講人数	延べ人数	1,935	17,787	34,492	
	総受講時間	時間	446	389	270	
	総受講回数	回	74	57	89	
Voice 制度(社内提案制度)提案件数	件	10,439	9,462	16,083		
労働災害度数率		2.90	2.47	1.69		

# 主なグループ会社紹介 (2021年4月30日現在)

## 国内

### タリーズコーヒージャパン株式会社

シアトル発祥のスペシャルティコーヒーショップとして、「タリーズコーヒー」の経営、フランチャイズ展開。

### チチヤス株式会社

1917年に日本で初めてヨーグルトを発売した会社。主にヨーグルトや牛乳などの乳製品を製造・販売。

### 株式会社沖縄伊藤園

沖縄県などで飲料・茶葉製品を販売。「さんびん花茶」など沖縄ならではの魅力ある製品を販売。

### 伊藤園・伊藤忠ミネラルウォーターズ株式会社

ナチュラルミネラルウォーター「エビアン」の輸入および販売。

### ネオス株式会社

鉄道や職域業態を中心に、全国を網羅する自販機オペレーター。大塚ウエルネスベンディング㈱との合併事業会社。

### 株式会社グリーンバリュー

伊藤園の自動販売機や販売什器、車両関連の購入仲介や管理・メンテナンスを中心に業務を展開。

### 伊藤園産業株式会社

静岡県内で2つの工場を稼働し、「お〜いお茶」をはじめとするティーバッグ製品の製造と、麦茶製品の原料の焙煎を行う。

### 株式会社伊藤園関西茶業

西日本の生産拠点として伊藤園神戸工場と連携し、伊藤園のティーバッグやパック茶製品の包装、緑茶飲料原料の仕上げ加工などを行う。

### 株式会社土倉

1958年に北海道で創業し、北海道のお茶屋として地元の嗜好に合うさまざまな茶葉製品を製造・販売。

## 米国

### ITO EN (North America) INC.

海外事業の主要市場である北米を統括。グローバルブランドの「お〜いお茶」、「MATCHA GREEN TEA」を軸に、無糖茶市場を開拓。

### ITO EN (Hawaii) LLC

前身は伊藤園初の海外進出となったITOEN (USA) INCで、30年以上の歴史があり、「お〜いお茶」缶製品、トロピカルドリンク「Aloha Maid」等を製造・販売。

### Mason Distributors, Inc.

サプリメントの製造と販売を手掛ける。ビタミンをはじめ400種類以上のサプリメントを製造・販売し、全米及び、世界25カ国に幅広い販売網を持つ。



タリーズコーヒー 東京商工会議所ビル店



タリーズコーヒー&TEA ららぽーと立川立飛店



チチヤス本社



チチヤスカラクターのチーフ

### Distant Lands Trading Co.

コスタリカとコロンビアにコーヒー豆の自社農園・精選工場、アメリカ本土に焙煎・包装工場を持ち、原料調達から販売までの一貫体制が特色。

## オーストラリア

### ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED

緑茶原料の安定確保のため、海外における「茶産地育成事業」として2001年に茶園を造成し、2020年には緑茶ティーバッグ製品の現地生産化を開始。

## シンガポール

### ITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.

東南アジア及び周辺国・地域における事業展開を推進。

### ITO EN Singapore Pte. Ltd.

シンガポールを中心に、マレーシア、ベトナム市場において、「お〜いお茶」(飲料、ティーバッグ)製品を販売。

## 中国

### 福建新烏龍飲料有限公司

「お〜いお茶」飲料製品などを製造、輸出、販売している。また香港向けに、烏龍茶飲料の製造も担う。

### 伊藤園飲料(上海)有限公司

中国国内で製造した「お〜いお茶」などの茶系飲料やリーフ製品を中国全土で販売。中国市場において、無糖茶飲料市場の形成を図っている。

## インドネシア

### PT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALE

インドネシアの乳製品会社PT ULTRAJAYAとの合併会社として設立。インドネシア市場において、「お〜いお茶」などの無糖茶製品や業務用抹茶を販売。

## タイ

### ITO EN (Thailand) Co., Ltd.

タイ国内において、「お〜いお茶」(飲料、ティーバッグ)製品を販売。2020年からは野菜飲料の販売も開始している。

## 主な連結子会社の状況

(億円)

	2021年4月期実績		2022年4月期計画	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
米国事業*1	300(283,135千米ドル)	7(6,758千米ドル)	322(298,191千米ドル)	11(10,410千米ドル)
タリーズコーヒージャパン	262	-14	315	10
チチヤス	139	7	136	7
為替レート*2	106.20円		108円	

\*1 ITO EN (North America) INC.やITO EN (Hawaii) LLCなど

\*2 期中平均

# 会社概要 (2021年4月30日現在)

## 会社の概要 (2021年4月期)

会社名	株式会社 <b>伊藤園</b>
英文社名	ITO EN, LTD.
本社	東京都渋谷区本町3丁目47番10号
設立	1966年(昭和41年)8月22日
資本金	19,912,300,000円
従業員数	5,290名(単独)
URL	<a href="https://www.itoen.co.jp">https://www.itoen.co.jp</a>
支店、営業所 および出張所	全国30地区196拠点
店舗	全国112店舗
工場	静岡相良工場(静岡県牧之原市女神21) 神戸工場(兵庫県神戸市西区見津が丘5-4-2) 浜岡工場(静岡県御前崎市新野3406-4) 福島工場(福島県福島市荒井北1-2-9) 沖縄名護工場(沖縄県名護市伊差川112)
研究所	中央研究所(静岡県牧之原市女神21)

## 非財務情報

### CSR/ESGページ

<https://www.itoen.co.jp/csr/>

### コーポレート・ガバナンスに関する報告書

<https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/company/report202108.pdf>

## 財務情報

### 有価証券報告書

<https://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/ir/securities/202104.pdf>

## 株式の状況

発行可能株式総数		200,000,000株
発行済株式の総数	▶普通株式	89,212,380株
	▶優先株式	34,246,962株
株主数	▶普通株式	46,501名
	▶優先株式	58,984名

## 大株主

株主名	持株数(千株)		合計株式 出資比率	
	普通株式	第1種 優先株式	合計株式	(%)
グリーンコア株式会社	17,403	5,895	23,298	19.22
公益財団法人本庄国際奨学財団	5,200	1,560	6,760	5.58
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー505223	6,480	-	6,480	5.34
日本マスタートラスト信託銀行 株式会社(信託口)	4,630	85	4,715	3.89
本庄八郎	2,446	882	3,329	2.75
ザ バンク オブ ニューヨーク 134104	-	3,304	3,304	2.73
伊藤園従業員持株会	1,941	259	2,201	1.82
東洋製罐グループホール ディングス株式会社	1,955	126	2,081	1.72
株式会社りそな銀行	1,933	-	1,933	1.59
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,652	-	1,652	1.36

(注)1.上記のほか、普通株式の自己株式1,012千株、第1種優先株式1,196千株、合計の自己株式2,208千株(1.79%)があります。  
2.上記の合計株式出資比率は自己株式を控除して算出しております。

## 優先株式について

優先株式とは、普通株式に比べて利益の配当を優先的に受け取ることができる株式です。

	優先株式	普通株式
証券コード	25935	2593
議決権	なし <sup>*1</sup>	あり
配当	優先配当 普通配当額×125% <sup>*2</sup> 未払い分は累積	普通配当累積しない
残余財産分配権	普通株式と同等 <sup>*3</sup>	—
普通株式への転換権	株主の意向による転換権は なし <sup>*4</sup>	—
単元株	100株	
株主優待	あり	

<sup>\*1</sup> 議決権が発生する場合があります。

<sup>\*2</sup> 小数第一位を切り上げ、ただし15円を下限とします。また普通株式への配当が無配の場合でも、優先株式に対して1株当たり15円が優先配当として支払われます。

<sup>\*3</sup> 累積未払配当がある場合は、普通株式に先立って優先株主に不足分が支払われます。

<sup>\*4</sup> 一定の事象により当社が普通株式を対価として、1:1の比率で優先株式を取得することがあります。

### 【一定の事象】

- 1.当社が消滅会社となる合併、完全子会社となる株式交換、株式移転(当社単独によるものを除きます)。
- 2.当社普通株式に対する公開買付により公開買付者の株券など所有割合が50%超となった場合。
- 3.当社優先株式が上場廃止となった場合。





伊藤園統合レポート 2021 に関するお問い合わせ先  
ESG 推進部

---

〒 151-8550 東京都渋谷区本町 3 丁目 47 番 10 号

TEL 03-5371-7213 FAX 03-5371-7196

E-mail [csr@itoen.co.jp](mailto:csr@itoen.co.jp)

URL <https://www.itoen.co.jp>