



# 伊藤園グループの経営理念・理念体系

「お客様第一主義」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、当社グループの経営理念です。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。当社グループと関わるすべての方々をお客様と位置づけ、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、グループミッション「健康創造企業」として、「心身の健康」「社会の健康」「地球環境の健康」の3つの健康価値を創造し、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」を目指します。



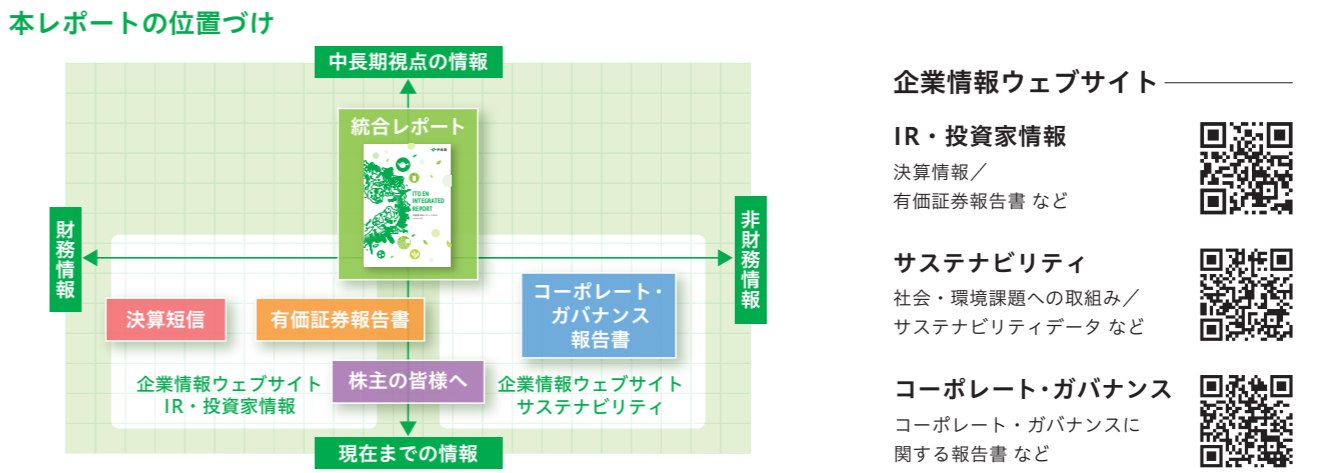
## CONTENTS

<b>価値創造</b>	<b>マテリアリティ</b>
03 トップメッセージ	35 CSO (サステナビリティ推進担当役員) メッセージ
09 伊藤園グループの価値創造のあゆみ	37 マテリアリティ～取り組みテーマとKPI～
11 財務・非財務ハイライト	39 食生活と健康への貢献
13 伊藤園グループの価値創造プロセス	41 持続可能な農業への貢献
15 新・中期経営計画 (2025年4月期～2029年4月期)	43 環境
19 特集「お〜いお茶」を世界に広げる	48 持続可能なサプライチェーンへの貢献
23 財務・資本戦略	51 多様な人材と全員活躍の推進
26 投資家とのエンゲージメント/外部からの評価	55 地域社会・コミュニティとのつながりの深化
<b>事業概況</b>	<b>コーポレート・ガバナンス</b>
27 事業概況	57 コーポレート・ガバナンス
29 「お〜いお茶」飲料・緑茶リーフ製品	63 役員一覧
31 タリーズコーヒー (TULLY'S COFFEE)	65 社外取締役 座談会
33 「健康ミネラルむぎ茶」・ノンカフェイン茶系飲料	69 リスクマネジメント/コンプライアンス
34 野菜・果汁飲料/その他	
	<b>関連データ</b>
	71 主要財務指標・非財務指標
	73 主なグループ会社紹介/会社概要

**編集方針**  
伊藤園グループは、株主・投資家を中心とするステークホルダーの皆様へ、当社グループの中長期的な企業価値向上に向けた取り組みをご理解いただくことを目的に、コミュニケーションツールの一つとして、「伊藤園統合レポート」を発行しています。今回のレポートでは、2024年6月に発表した新たな中期経営計画と、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現に向けた第2ステージ「『お〜いお茶』のグローバルブランド化」を軸に据えた構成としました。当社グループの畑からのユニークなバリューチェーンを活かした取り組みが、価値創造と持続的成長を生み出し、グローバルへとつながることを、わかりやすくお伝えすることを目指しました。本レポートが、すべてのステークホルダーの皆様とのさらなるコミュニケーションの機会となれば幸いです。

<b>報告対象期間</b> 2024年4月期 (2023年5月～2024年4月) <small>※一部それ以前からの活動や直近の活動報告を含みます。</small>	<b>報告対象範囲</b> 株式会社伊藤園およびグループ会社	<b>発行年月</b> 2024年10月 (年1回発行)
------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------

**将来見通しに関する注意事項**  
本レポートの将来に関する事項は、本レポートの公開日現在において当社グループが入手可能な情報から判断したものであり、さまざまな要因により実際の結果とは大きく異なる可能性があります。





# 「世界のティーカンパニー」に向けて、 グローバル成長を加速させ、 グループでさらなる飛躍を遂げていきます。

代表取締役社長 執行役員

本庄 大介



## 創業60周年の節目を迎え、 さらなる飛躍に向けて新たな挑戦

2024年10月、伊藤園グループは、創業60周年を迎えました。創業以来、当社は経営理念「お客様第一主義」のもと、すべてのお客様に対して「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか」を常に考える STILL NOW の精神で事業活動を行ってきました。1966年にお茶屋として本格的に事業をスタートさせ、量販店で業界に先駆けてパック茶（包装茶）を販売、1980年に世界初の無糖茶飲料「缶入りウーロン茶」を発売、1984年に世界初の緑茶飲料「缶入り煎茶」を開発（翌年に発売）するなど、世界初・業界初のイノベーションを起こし、無糖飲料市場を創造してきました。STILL NOW の課題意識と「誰にも真似のできないものをつくる」という考え方のもと、お茶をライフスタイルに合わせておいしく手軽に飲めるようにするため、今日に至るまで積極的に挑戦し続けてきました。

現在、伊藤園グループは、「心身の健康」「社会の健康」「地球環境の健康」の3つの健康価値を創造し、お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現するグループミッション「健康創造企業」を掲げて、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」を目指しています。創業60周年という節目を100年企業に向けた新たなスタートラインと捉え、2024年6月に「伊藤園グループ 新・中期経営計画」を発表し、決意を新たにしています。

国内 No.1 ティーカンパニーからグローバルへ、さらなる飛躍に向けて、グループ全社で覚悟を持って改革を進め、これからも挑戦し続けていきます。

## 前・中長期経営計画の振り返り

前・中長期経営計画の2年間（2023年4月期～2024年4月期）を振り返ると、事業の効率化や価格改定により売上伸長と収益性の改善を達成するとともに、新たなグループ会社として、ドイツ、ベトナムに海外現地法人を設立し、「お～いお茶」のグローバルブランド化へ向けて着実に前進しました。

こうした中、2024年4月期の連結売上高は、前期比5.1%増の453,899百万円、営業利益は前期比27.7%増の25,023百万円で増収増益となりました。原料・資材の高騰など厳しい外部環境の中でもグループ全体で収益性改善に継続して取り組んだことに加え、価格改定に対する消費者の皆様からの理解が進み、利益を確保できました。

主力ブランド「お～いお茶」は2024年2月に発売35周年を迎え、国内のみならず世界40以上の国と地域で展開が進み、年間販売数量は国内・海外合計で9,000万ケースを突破しました。また、1976年から続く「茶産地育成事業」の取り組みを進化させ、海外各国の品質基準に対応する減農薬、有機栽培技術を活かした緑茶・抹茶原料の開発に成功しました。さらに「お～いお茶」を欧州（ドイツ）で委託製造するための新しい製法や生産・管理体制を整えたことにより、国内製品と同じおいしさと品質を担保した「お～いお茶」の現地生産が可能となりました。今後、ドイツでの実績が欧州への事業拡大の基盤となり、他の国・地域での現地生産や市場開拓に向けた試金石になると期待しています。

## 強い覚悟を持って 新・中期経営計画を進める

一方でコロナ禍を経て、生活者のライフスタイルや価値観が大きく変化し、加えて国際紛争の激化や地政学リスクの高まり、原材料価格の高騰による物価上昇や世界的なサプライチェーンの混乱、為替変動、異常気象による災害や気候変動の深刻化など、企業活動を取り巻く環境は一層厳しさを増し、先行きも不透明な状況です。

2022年6月に発表した2027年4月期までの5か年の「伊藤園グループ 中長期経営計画」では、策定からの2年間で想定を上回る経営環境の変化により、さらにスピード

感を持って変革を推し進めていかなければ市場から取り残されるという危機感がありました。

そこで、2040年頃のありたい姿を描き、そこから経営環境の変化に柔軟に対応しつつ持続的な成長を実現するための、2029年4月期を最終年度とする新・中期経営計画へと見直しを行いました。

特に、影響の大きい原材料費の高騰分はこれまでの取組みの延長だけでは吸収しきれないことが予測され、新・中期経営計画のもと、より骨太な経営への構造改革を推進していきます。

## 新・中期経営計画の考え方 ～長期ビジョンに向けたステージアップ～

伊藤園グループは、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」を目指す中で、「ユニーク・価値創造・グローバル」という3つの取組みの柱を設定しています。「ユニーク」とは、畑からの製品づくりと資源循環までの、独自のビジネスモデルと技術開発力であり、他社には真似できないイノベーションと価値創造の源泉です。伊藤園グループ独自の「ユニーク」な取組みから生まれる製品・サービスが、おいしさや心身の健康、社会・環境課題解決への貢献といった「価値創造」につながり、世界中の人々の心身ともに健やかな生活を支える「グローバル」の起点につながります。

現在、「世界のティーカンパニー」に向けた3つの成長ステージのうち、第1ステージである「国内既存事業の盤石化」を経て、「『お～いお茶』のグローバルブランド化」を進める第2ステージに入り始めた段階にあたります。

新・中期経営計画では、「世界のティーカンパニー」実現の手前となる、「世界各地の茶文化とつながり、新たな茶市場を創造」していく第3ステージに入った時期と想定する2040年頃を、長期の将来像（ありたい姿）（P.5 図画参照）に設定しました。長期の将来像の実現に向けて今後5年間でやるべきことを考え、主な定量目標としては「年平均2%以上の連結売上高伸長率（海外8%以上）」「営業利益率8%以上」「ROE10%以上」を掲げています。最終年度売上高を目標とせず、伸長率を目標としたのは、「成長し続ける」ことを重視しているためで、成果だけを追うのではなく、そのプロセスを重視するという意志の表れです。



また、国内では競争環境のさらなる激化が予想されますが、「お〜いお茶」を中心としたグローバル展開を加速し、海外事業成長のスピード化を図っていきます。収益性については、営業利益率8%以上を目標に掲げ、主力ブランドへの資本集中と構造改革による体質改善および収益基盤の盤石化に、より一層取組みます。事業成長と収益性向上の両立は容易ではありませんが、海外事業の拡大に加え、国内既存事業ではグループ全体で収益性を高める構造改革を機動的に進めていくことで、達成できるものと考えています。

なお、定量目標は最終年度に達成すればいいという考えではなく、スピード感をもって前倒しで対応し、より一層の成長に向けて取組みを加速していきます。

### 持続的な国内事業の盤石化に向けて、グループ最適を図る構造改革へ

国内における各事業の基盤強化に向けて、収益構造の改革をさらに進めていきます。海外事業や成長分野への投資を進めつつ、収益化できていない事業を可視化し、グループ全体で最適化を図る組織体制を整えていきます。

まず、収益力に直結する製品・マーケティングにおいては、「お〜いお茶」をはじめ基幹ブランドに資本を集中させ、容器構成の見直しやアイテムの集約に取組みます。また、お茶を軸とした健康・機能性分野の研究を拡充し、製品の高付加価値化を図ることで、メーカーとしての強みをさらに磨いていきます。製品・マーケティングによる

茶スペシャリストとして世界の茶文化とつながり、おいしさと価値を広く伝える

収益性を維持し、投資効率を最大化するため、サプライチェーン全体の最適化を図りたいと考えています。特に、生産・物流面ではエネルギーをはじめとするあらゆるコストの上昇や人手不足、環境対応などさまざまな問題に直面しており、これらの社会課題の解決と生産性向上・効率化を実現するためには、グループ内・サプライヤーとの連携やDXの推進が必要不可欠です。前例踏襲ではなく、さまざまな企業との協働を視野にサプライチェーンの最適化に取り組んでいきます。

さらに、加速度的に変化する経営環境に柔軟に対応していくため、グループ全体での営業体制の強化と再構築を進めていきます。当社が長年培ってきたルートセールスと全国営業拠点網を活かしながら、自動販売機事業におけるグループ内連携や、タリーズコーヒーやチチャスとのグループシナジーを活かしたマーケティングと営業の強化を図っていきます。

地域密着型営業の強みは、営業員がお客様を直接訪問し、商談、配送、売場づくりやフォローまでを一貫して行う中で、お客様との信頼関係を構築できることです。一方でコロナ禍を経て、オンライン商談やデジタルマーケティングの普及などにより効率化が進み、お客様とのコミュニケーションの希薄化や新たな提案が十分にできていないなどの課題も出てきました。常に変化するさまざまな課題に対するソリューションや新しい提案は、お客様が一番近い現場から生まれると考えています。

そこで、創業以来の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」のもと、最前線の従業員がより地域のお客様に根差した事業活動を展開していけるよう、2024年5月に北海道における販売事業の分社化により株式会社北海道伊藤園を新設し、8月に直営店部門の小売・飲食店事業を会社分割により、株式会社伊藤園フードサービスに事業承継を行いました。各事業の専門人材をはじめとした社内リソースを各社に集め、より迅速な意思決定や経営判断ができる体制としました。また、グループ内の間接業務の集約化によるオペレーションの効率化や、今後の組織機能強化に向けた人材の育成にも取り組んでいきます。

全社員が業務を通じてお客様との接点を強化し、バリューチェーンの各領域でお客様とのパートナーシップやグループシナジーを追求していくことで、伊藤園グループならではの国内事業の盤石化と持続的な成長を実現していきます。

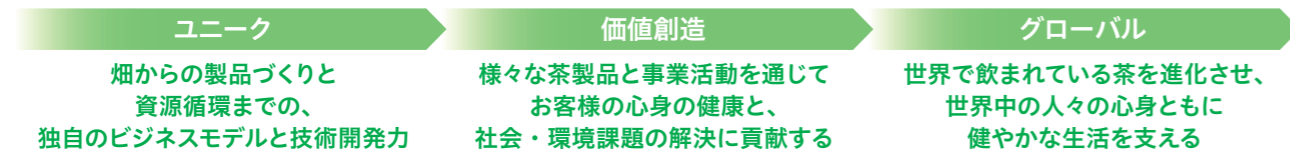
### お茶の事業領域の拡大

当社は現在、売上の約9割が飲料製品ですが、祖業はお茶屋であり、リーフ(茶葉)製品でも国内No.1のシェアを持っています。お茶に関しては品種、栽培技術、あらゆる製品を生み出す加工・製造技術といった“茶を熟知したスペシャリスト集団”としての自負があります。当社のユニークさは、茶産地から加工・製造、販売までサプライチェーン全体に関わり、飲料だけでなく、高級茶や抹茶、ティーバッグ製品や顆粒製品などのあらゆる形態の製品を開発し、お茶に関わるすべてをビジネスにできることです。当社が茶生産者とともに取り組む「茶産地育成事業」は、最終製品に合わせた原料開発を可能にしています。この原料面の強みを最大限に活かし、茶事業の領域拡大に向けてビジネスモデルをさらに進化させていきます。「茶産地育成事業」では、今後拡大が見込まれる抹茶などの輸出需要や環境対応などを見据えて、営農支援ツールや「アグリノート」などを開発するウォーターセル株式会社と資本業務提携を行い、同社と「農業適否判定システム」を共同開発しました。世界のお客様のニーズに適した、安全安心でおいしい高品質な原料を提案できるよう、調達力・供給体制を強化していきます。

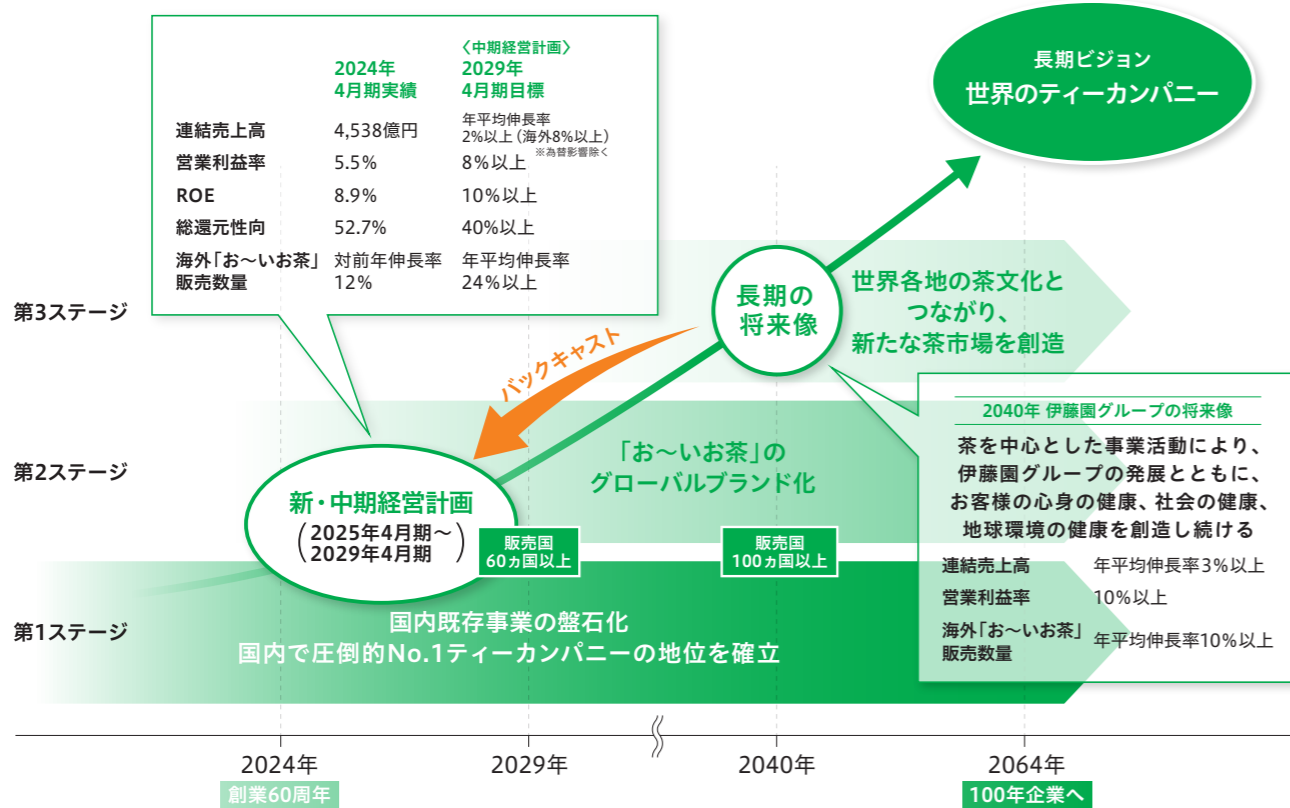
また、今後注力していきたいと考えているのが国内外で需要が高まっている抹茶です。抹茶の輸出強化は、「お〜いお茶」のグローバルブランド化においても、重要な役割を担っていると考えています。近年、海外市場において抹茶関連製品の取り扱いが増えていますが、まだまだ海外産が多いことが実情です。まだ世界には、日本の伝統文化である抹茶の品質が理解・浸透していないといえます。そのため、お茶のリーディングカンパニーとして、当社が日本の高品質な抹茶を世界に提供することで、抹茶のグローバルスタンダードをつくっていかねばなりません。抹茶の販売先はカフェチェーン、食品企業、業務用など原料卸が中心で、抹茶を原料とした独自の提案や販売チャネルごとの展開を強化していきたいと考えています。先般、資本業務提携した100%オーガニック抹茶専門店「THE MATCHA TOKYO」のように、当社がこれまで十分に獲得できていなかった若年層や訪日外国人などをターゲットに、新たなシナジーが期待できる企業との資本提携・M&Aを推進するなど、事業領域を拡大していきます。

## 長期ビジョン 世界のティーカンパニー

長期ビジョンに向けた3つの取組みの柱



新・中期経営計画の全体像





抹茶のみならず、飲料、リーフといった「お茶の総合力」で世界に挑み、各国・地域のお客様の健康で豊かな生活に資することができるよう、お茶の基本的価値を広げていきます。

### 「お〜いお茶」のグローバルブランド化

現在、「世界のティーカンパニー」に向けた第2ステージに本格的に突入したところであり、新・中期経営計画では海外市場の拡大を最大の成長機会と位置づけています。新・中期経営計画の5年間では、「お〜いお茶」の販売国60カ国以上を目標に掲げ、飲料・ティーバッグなどのあらゆる製品形態で「お〜いお茶」を徹底的に海外市場に広げていきます。世界では人口が増え続け中間所得層が拡大する一方で、栄養の偏りなどによる肥満問題や感染症対策など、人々の健康意識がより一層高まっており、日本食や緑茶・抹茶に注目が集まる中で、無糖の緑茶である「お〜いお茶」ブランドがここ数年で着実に定着し始めています。

地域別には、北米やアジア諸国などの既存展開国での販売を拡大しつつ、直近で現地法人を設立したベトナムをはじめ、今後はインドなどのアジアの未開拓国、アフリカに広がっていきます。また本年の4月に現地法人を設立したドイツを皮切りに、長年の目標であった欧州市場に本格的に参入しました。欧州は地理的な距離の遠さや原料の残留農薬規制、容器包装の環境規制などさまざまなハードルがありましたが、それらをクリアする現地生産体制を整えたことにより、「製品開発・製

造×販売×マーケティング」の一連の流れをワンストップで実証できる体制となりました。これからドイツを拠点に欧州市場を開拓し、健康志向の高い消費者をターゲットに緑茶や抹茶の飲用習慣を広めていきたいと考えています。また長期では、お茶を通じた健康的なライフスタイルの啓発と共に、経済成長に伴い肥満などの健康課題が増加しているエリアにも挑戦し、世界各地の茶文化とつながり、新たな茶市場を創造していきます。

### 「チーム伊藤園グループ」で事業成長とサステナビリティを両立

近年、資源・エネルギー問題、気候変動、人権といったサステナビリティ課題と経済成長の両立など、対処すべき新たな課題は増えており、従来の組織の枠組みや既存の考え方にとらわれては、個人も企業も成長できません。私はこうした課題に対して、2023年度より、組織の壁を超えて仕事をする「チーム伊藤園グループ」という考え方を打ち出しました。2024年8月現在で、伊藤園グループは国内・海外で46社あります。分社化や新法人の設立によりグループ内の組織体制が変化したことも相まって、今まで以上にグループ全社での相乗効果を意識していきます。具体的には、グループ各社の総括や連携を進めるグループ経営推進部を設置し、ヒト・モノ・カネ・情報の視点でシナジーを生み出し、生産性向上・効率化を最大限に図れるよう、グループ経営推進体制を強化しています。他にも、DX推進委員会やサステナビリティ推進委員会などの主要委員会にグループ会社の経営層が参加する体制を強化し、テーマ別の組織横断的なサステナビリティ経営を進めています。

また、自社だけの努力では難しい課題は、社外とのパートナーシップによってクリアできるテーマもあると考えています。この点においては、飲料製造の面でファブレス経営を実践している当社にとって、パートナーシップは企業文化そのものです。さらには同業他社や食品などの近い企業と、物流などの非競合分野において協働する余地があります。実際に、生産、物流、環境対応などさまざまな事業領域で協働事例が出始めており、今後も柔軟な視点で連携を図っていききたいと考えています。

### ビジョンに向かって挑戦し続ける組織風土

新・中期経営計画の達成に向けては、従来のやり方を変えて新たな視点・方法で取り組むよう、社内に呼び掛けています。この5年間で伊藤園グループの将来を決めると言っても過言ではありません。

元々伊藤園グループは、前身の社名「フロンティア製茶」にあるように、フロンティア精神を重視した企業です。「世界のティーカンパニー」という一見壮大にみえるビジョンに向けて、新たな道を切り拓くフロンティア精神の重要性を改めて社内に発信し、積極的に挑戦し続ける組織風土へと変革していきたくと考えています。チャレンジングな目標達成やイノベーションを起こすためには、新しい視点や柔軟な発想が必要です。そのために、国内外問わずグループ企業間の人材交流を活性化させ、多様なアイデアが生まれ、チャレンジしやすい組織風土を醸成していきます。また、グループ内での異動や社外との人材交流を通じて、各事業部門の主要ポジションやグループ会社の経営層を経験し、経営に必要なスキルやノウハウを備えた、グローバル成長を牽引する経営人材を育成していきます。

「チーム伊藤園グループ」として全員活躍が志向され、ビジョンに向かって挑戦し続ける組織を実現させるためには、社員一人ひとりが働きがいを持って能力を最大限に発揮できる職場環境が求められます。組織・個人の成長にとって必要なコストは「成長投資」として捉え、賃上げだけでなく、人材育成の強化、働きやすい職場環境の整備・制度の拡充など、働くすべての従業員の物心両面での満足度を上げる努力を続けていきます。

### 日本茶を世界、そして未来に継承していくために

株主・投資家の皆様には、ぜひとも長く当社の株主であり続けていただき、新たな成長に向けて共に歩んでいきたいと願っています。新・中期経営計画においては、ROEを最も重要な経営指標としており、「ROE10%以上」を目標に掲げています。特に、収益性を重視してROEを伸ばすとともに、海外事業を加速していくことで、事業成長と収益性改善の両立を目指していきます。そのためには、経営判断や意思決定を迅速化し、新・中期

経営計画をスピードアップして推進していかなければならないと考えています。グローバル化や経営環境の変化に対応し、国内・海外の事業ステージに応じた盤石な経営基盤を整え、「世界のティーカンパニー」の実現に向けて、より一層のコーポレート・ガバナンス体制の強化・充実に取り組んでいきます。

日本の茶文化を世界に広め、未来へ継承させていくことは、当社の使命です。創業以来、時代やライフスタイルの変化に合わせた「お茶」を提供し、日本人にとって身近な存在として茶文化を生活に浸透させ、お茶のある暮らしを提案してきました。

お茶のリーディングカンパニーとして、今後海外に向けて茶文化を広めていくにあたり、今までお茶が果たしてきた役割と、世界中の人々の生活に寄り添い続けるお茶の未来への展望を発信していきます。2024年5月にオープンした、お茶の未来を共創する拠点となる複合型博物館「お茶の文化創造博物館」「お〜いお茶ミュージアム」も、その一翼を担っています。未来でもおいしいお茶を飲み続けられるように、私たちに何ができるか。茶産業の未来をつないでいくために、改めて考えるきっかけにしていきたいと考えています。

その足掛かりとして、2024年は「お〜いお茶」のグローバルブランド化の早期実現に向けて、「チーム伊藤園グループ」一丸となり、取り組んでいきます。世界中のお客様の健康で豊かな生活に貢献する「健康創造企業」として、「世界のティーカンパニー」への飛躍に向けてスピード感をもって歩みを進めていきます。

代表取締役社長 執行役員

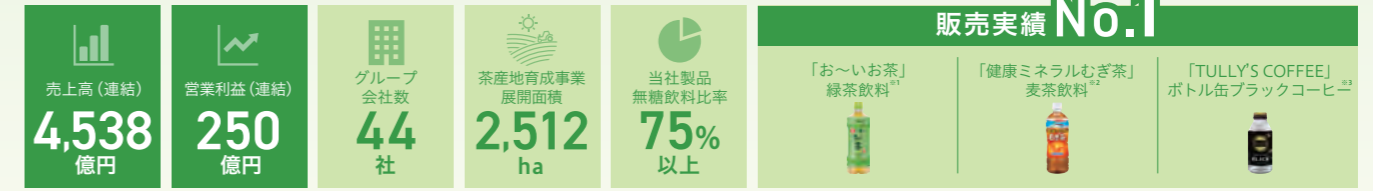
本庄大介



# 伊藤園グループの価値創造のあゆみ

伊藤園グループは、1966年にお茶屋としてスタートし、パック茶(包装茶)の普及など茶業界に革新をおこしてきました。そして、日本人のライフスタイルの変化を捉えて、世界初の「缶入りウーロン茶」(1980年)、「缶入り煎茶」(1985年)を発売し、無糖茶飲料市場を創造しました。その後も「世界初」「業界初」の技術を積み重ねて、いつでもどこでもおいしいお茶が楽しめる製品をお届けしてきました。当社のあゆみは、市場創造・価値創造のあゆみでもあります。

## 2023年度(2024年4月期)の実績



※1 インターJ5RI+無糖茶飲料市場データ/2023年1月~12月 ※2 インターJ5RI+麦茶飲料市場データ/2023年1月~12月 ※3 インターJ5RI+ボトル缶ブラックコーヒー市場データ/2017年~2023年1月~12月

2023年度  
**4,538**億円

### 1966年~ お茶屋としてスタート

創業当時、お茶は専門店での量り売りが中心でした。そこで、どこでも手軽に購入しやすい小分けのパック茶(包装茶)を開発。1966年から緑茶の「ルートセールス」(小売店への直接販売)を開始しました。スーパーマーケット業態の登場によるライフスタイルの変化にも対応し、多くのお客様にお茶のおいしさが広がったことにより、パック茶を発売して5年後には茶業界で売上高トップの企業となりました。

### 1980年~ 無糖茶飲料市場を創造

日本人の食の欧米化が進む中、脂っこい食事に合うウーロン茶の総代理店契約を1979年に中国と日本で初めて締結し、国内でウーロン茶(茶葉)の販売を開始しました。1980年には、世界初の「缶入りウーロン茶」を発売し、国内で無糖飲料市場を創造しました。また、「いつでも、どこでも、緑茶本来のおいしさを味わっていただきたい」という想いから、持ち運びができる缶入り緑茶の開発に着手。1985年に世界初の「缶入り煎茶」を発売し、緑茶の屋外飲料化を実現して無糖飲料市場をさらに発展させました。1986年にお茶などの基礎・応用研究を行う「中央研究所」(静岡県牧之原市)を設立。1987年に米国ハワイ州に現在のITO EN (Hawaii) LLCを設立し、海外展開に着手しました。

### 1990年~ 「お~いお茶」ブランドが誕生、 当社業績の伸長に大きく貢献

1989年に「缶入り煎茶」から「お~いお茶」に名称変更し、「お~いお茶」ブランドが誕生しました(同「ほうじ茶、同玄米茶も発売)。1990年には世界初のペットボトル入り緑茶飲料や「お~いお茶」ブランド初のリーフ製品を発売し、1996年にはパーソナルサイズの「お~いお茶」500mlペットボトルを発売するなど、時代に対応した製品は、当社の業績伸長に大きく貢献しました。また、当時はトマトベースが主流だった野菜飲料市場に向けて、1992年ににんじんを主体とした野菜果汁飲料の「充実野菜」を発売し、新たな野菜飲料市場を開拓しました。

### 2000年~ 国内総合飲料メーカーとして進化

当社にとっては将来的な「お~いお茶」の成長へ向けた高品質原料の確保、茶農業にとっては荒廃農地などの増加や後継者不足が課題となっていました。そこで2001年に、自治体などと協働して茶園造成からお茶づくりに取組む「新産地事業」を「茶産地育成事業」の一環として開始しました。また、2002年には「健康ミネラルむぎ茶」を発売、2004年には野菜汁100%飲料の「1日分の野菜」を発売、2007年にはタリーズコーヒー・ジャパン株式会社と共同開発したチルドコーヒー飲料を発売し、2009年にはボトル缶コーヒーを発売しました。2000年代は国内総合飲料メーカーとしての基盤を築き、現在では各カテゴリーのNo.1ブランドに成長しています。

### 2010年~ 「世界のティーカンパニー」に 向けて、海外事業を強化

伊藤園グループは2011年から「世界のティーカンパニー」を長期ビジョンと位置づけ、ITO ENブランドの海外認知の強化と、「お~いお茶」のグローバルブランド化に向けた戦略を進めてきました。2001年に米国ニューヨーク州に設立したITO EN (North America) INC.が「お~いお茶」を米国で販売開始して以降、和食や抹茶の世界的ブームや健康志向の高まりを背景に、販売国・地域が拡大。米国、中国、オーストラリアに続き、東南アジア地域にも事業拠点を置いて世界展開の基盤づくりを進め、2015年にはグローバルブランド「MATCHA GREEN TEA」を発売しました。また、持続可能な社会・環境への貢献に向けて、2019年に100%リサイクルペットボトル使用製品を発売するなど、環境負荷削減の取組みも推進しています。

※2021年度(2022年4月期)から、収益認識基準を適用

2024年度

創業  
60周年

お~いお茶  
35周年

ティー  
テイスター  
30周年



年	出来事
1964.10	創業
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
1974.5	静岡県東原郡相良町(現・牧之原市)に静岡相良工場を新設
1979.8	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総代理店契約を締結
1981.9	スリランカより紅茶を直輸入、販売開始
1987.7	米国ハワイ州にITOEN (USA) INC.を設立 ※現在のITO EN (Hawaii) LLC
1992.5	株式会社頭公開
1994.5	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	ITO EN (North America) INC.が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
2006.10	フードエックス・グループ株式会社(現・タリーズコーヒー・ジャパン株式会社)の株式を取得
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
2008.9	株式会社不二家と「ネクター」などの一部飲料製品の販売契約を締結 ※2018.5 同社の全飲料製品の総販売元として契約
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ヤ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
2012.9	中国に伊藤園飲料(上海)有限公司を設立
2012.10	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
2013.5	タイにITO EN (Thailand) Co., Ltd.を設立
2013.7	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
2022.4	東京証券取引所プライム市場に移行
2024.4	ドイツにITO EN Europe GmbH、ベトナムにITO EN VIETNAM CO., LTD.を設立
2024.5	東京都新橋に複合型博物館「お茶の文化創造博物館」(「お~いお茶ミュージアム」)を開館

年	サステナビリティの取組み
1976	緑茶製品原料の安定調達に向けて「茶産地育成事業」を開始 ※茶生産者との契約栽培
1982	有機肥料による緑茶栽培技術の確立
1989	伊藤園お~いお茶新俳句大賞を開始
1994	伊藤園ティーテイスター社内検定制度を開始 ※2017年に厚生労働省社内検定認定制度で認定
2001	茶殻リサイクルシステムを開発(「お~いお茶」などの茶系飲料生産時に排出される茶殻のリサイクルを可能にする独自技術)
2008	「お茶で琵琶湖を美しく。」を開始
2010	「お茶で日本を美しく。」を開始
2011	ISO26000をもとにしたCSR経営の導入 マテリアリティを特定
2014	ペットボトルのリサイクルを開始
2022	マテリアリティを全面的に改定し、サステナビリティ経営を推進 TCFD提言へ賛同表明
2024	TNFD提言へ賛同表明 茶農業のDX化などにより環境配慮型農業を推進

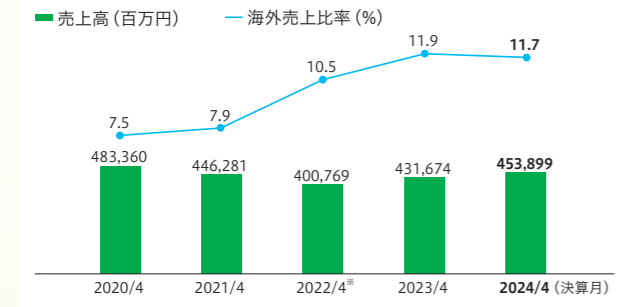


# 財務・非財務ハイライト

## 財務指標

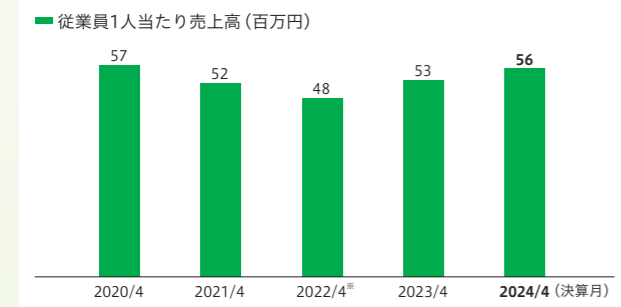
※2022年4月期より収益認識基準を適用しています。

### 売上高(連結)／海外売上比率



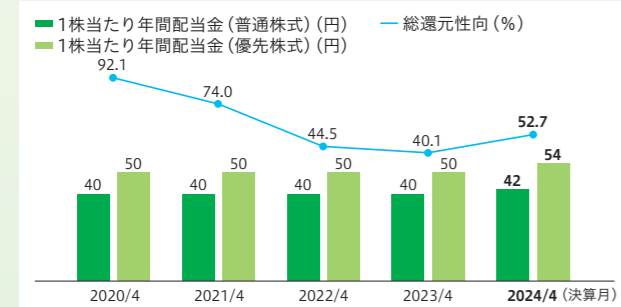
2024年4月期は人流の回復と天候、価格改定により連結・単独ともに増収となりました。新・中期経営計画(2025年4月期～2029年4月期)では、年平均伸長率2%以上(海外8%以上)を目標としています。また、2024年4月期の海外売上比率は11.7%となりました。

### 従業員1人当たり売上高



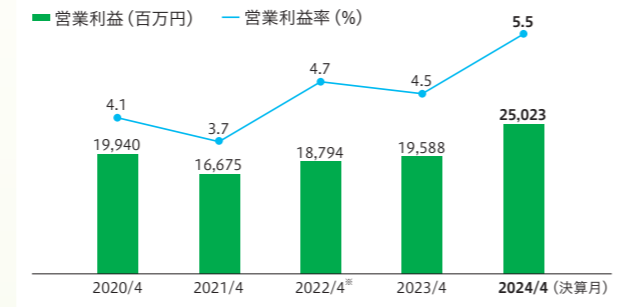
コロナ禍や収益認識基準の適用による影響で一時的に減少したものの、順調に推移しており、2024年4月期は56百万円となりました。今後もグループ全体で労働生産性の向上に取り組んでいきます。

### 1株当たりの年間配当金／総還元性向



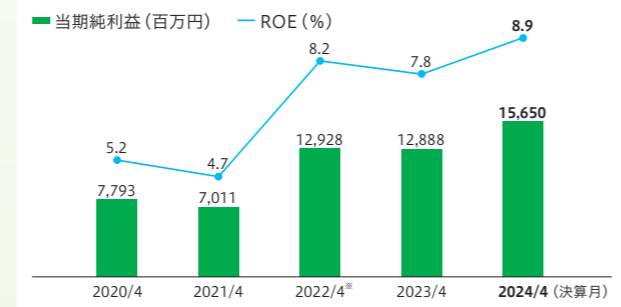
総還元性向40%の維持を目標に、安定的・継続的な株主還元の実行を目指してきました。2024年4月期は、年間配当金を普通株式1株当たり2円、優先株式1株当たり4円増配および自己株式の取得をした結果、総還元性向は52.7%となりました。新・中期経営計画では総還元性向40%以上を目標に、安定的株主還元を目指していきます。

### 営業利益／営業利益率(連結)



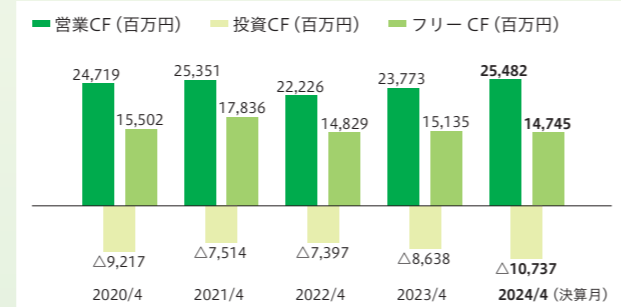
2024年4月期の営業利益は連結・単独ともに増益となり、営業利益率の前期比は連結で1.0ポイント、単独では0.4ポイント改善しました。新・中期経営計画では特に収益性を重視し、連結営業利益率8%以上を目指しています。

### 当期純利益／ROE(連結)



2024年4月期の当期純利益は連結・単独ともに増益となり、ROE(連結)の前期比は1.1%向上しました。新・中期経営計画ではROE(連結)10%以上を目標に、資本効率を重視した経営を目指しています。

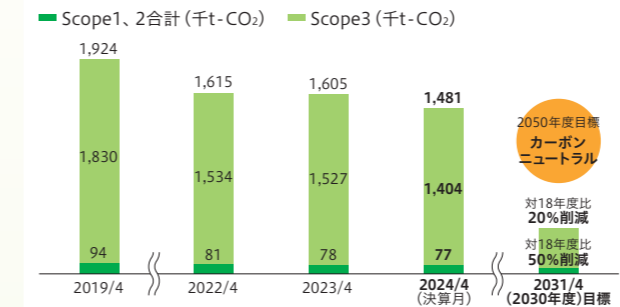
### キャッシュ・フローの推移(連結)



2024年4月期の連結フリーキャッシュ・フローは14,745百万円となりました。今後も安定的・継続的にキャッシュ・フローを創出し、株主還元とのバランスを考慮したうえで、国内外を対象に将来の成長分野へ投資をしていきます。

## 非財務指標

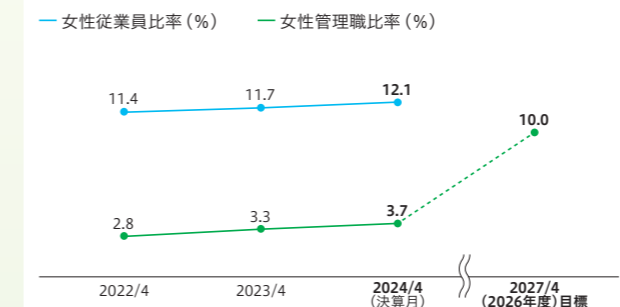
### GHG排出量



2019年4月期(2018年度)を基準年として、2024年4月期のGHG排出量はScope1、2合計で17.9%削減、Scope3で23.3%削減となりました。今後も2050年度カーボンニュートラルの実現を目指し、「伊藤園グループ中長期環境目標」である2030年度Scope1、2合計50%、Scope3 20%削減の達成に向けて、グループ全体での取組みを推進していきます。

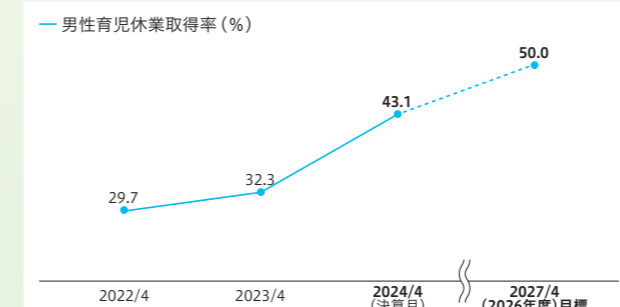
※Scope1、2排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および連結子会社を対象としています。ただし、連結子会社の一部(Cafeteria de Tierras Ticas, S.A.およびEMPRESAS DE ANTIQUQUIA LTDA)は集計範囲に含まれておりません。  
※Scope3排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および国内連結子会社を対象としています。

### 女性従業員および女性管理職比率



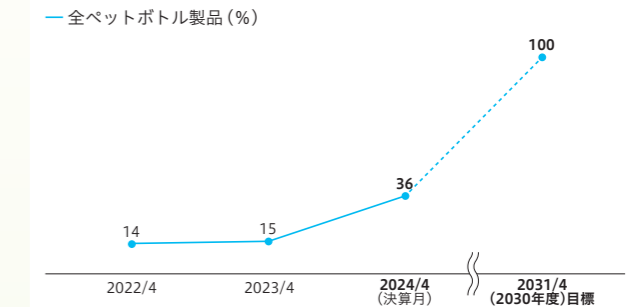
2024年4月期の女性従業員比率は12.1%となり、前期比で0.4%向上し、女性管理職比率は3.7%(前期比+0.4%)となりました。今後も2026年度目標(女性管理職比率10%)に向けて、取組みを進めていきます。

### 男性育児休業取得率



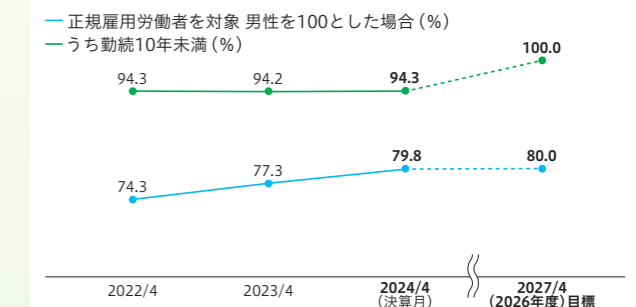
2024年4月期の男性育児休業取得率は43.1%となり、前期比で10.8%向上しました。この3年間でも着実に増加しています。今後も男性育児休業取得率2026年度50%に向けて、制度の拡充や取得者の声の共有、業務のフォローアップ体制の整備など、さまざまな取組みを推進していきます。

### ペットボトルのリサイクル素材等使用率



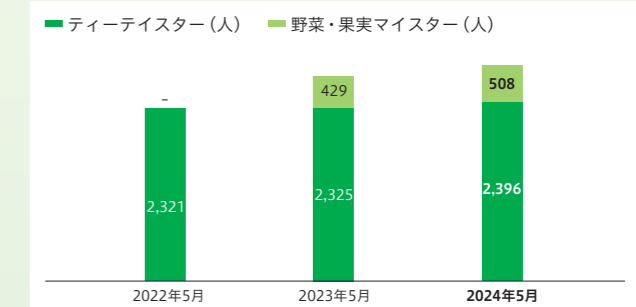
2024年4月期の全ペットボトル製品でのリサイクル素材等使用率は36%となりました。今後も循環型社会の実現を目指し、「伊藤園グループ中長期環境目標」である全ペットボトル製品に使用するリサイクル素材等の割合2030年度100%に向けて、消費者に向けたペットボトルの分別への理解促進や、関係者とのパートナーシップによる「ボトルtoボトル」の取組みを推進していきます。

### 正社員の男女間賃金格差



2024年4月期の正社員の男女間賃金格差は79.8%となりました。2026年度80%以上の目標に対し、堅調に進捗しています。一方で、勤続10年未満は94.3%となりました。今後も2026年度目標に向けて、賃金格差の縮小に向けた取組みを進めていきます。

### 社内資格保有者数



「伊藤園ティーテイスター社内検定」は、お茶のプロフェッショナルの育成と茶文化の啓発を目的に、1994年から実施している社内検定制度です(2017年に厚生労働省認定)。3級から1級までの有資格者が全国各地で活躍しています。2023年4月期からは、野菜・果実の魅力を社内外に発信できる人材を育成するため、「野菜・果実マイスター社内検定」を開始しました。

# 伊藤園グループの価値創造プロセス

伊藤園グループには、お茶で培ってきた、ユニークな「畑から始まる垂直統合型のビジネスモデル」があります。多様なパートナーシップにより、研究成果や高品質原料、製品などが生み出され、持続的でグローバルな価値創造につながっていきます。

**外部環境**

- 地球環境の課題（気候変動、自然資本／生物多様性、水資源）
- サプライチェーンの変化と原料、資材等の価格高騰
- 国内人口の減少と競争激化／海外人口の増加と市場拡大
- ライフスタイル、価値観の多様化
- 国内外での健康意識の高まり

## インプット

**経営資本(財務・非財務)**

**財務資本**

健全な財務体質

- 財務格付けA+(R&I, JCR)
- 自己資本比率51.3%

**人的資本**

STILL NOWの精神\*を実践する人材

\*P.1、P.52参照

- 従業員数(連結): 7,929名
- ティーテイスター社内検定資格者数2,396名(2024年5月時点)
- 社内提案システム Voice制度: 提案数 約2万件

**知的資本**

茶を中心とした基礎研究、応用研究、製品開発力

- 産官学連携による研究

**製造資本**

安全、おいしい、高い品質の製品を生み出す製造拠点

- 伊藤園グループ、関係会社: 24工場

**社会・関係資本**

サプライヤーとのパートナーシップ

- 茶の契約栽培面積 2,512ha
- 製造委託先工場 (飲料約50工場、リーフ約70工場)

**地域に根差した営業・販売拠点**

国内: 177拠点、直営店90店舗、タリーズコーヒージャパン 791店舗

海外: 北米、東南アジア、ドイツなどに現地法人

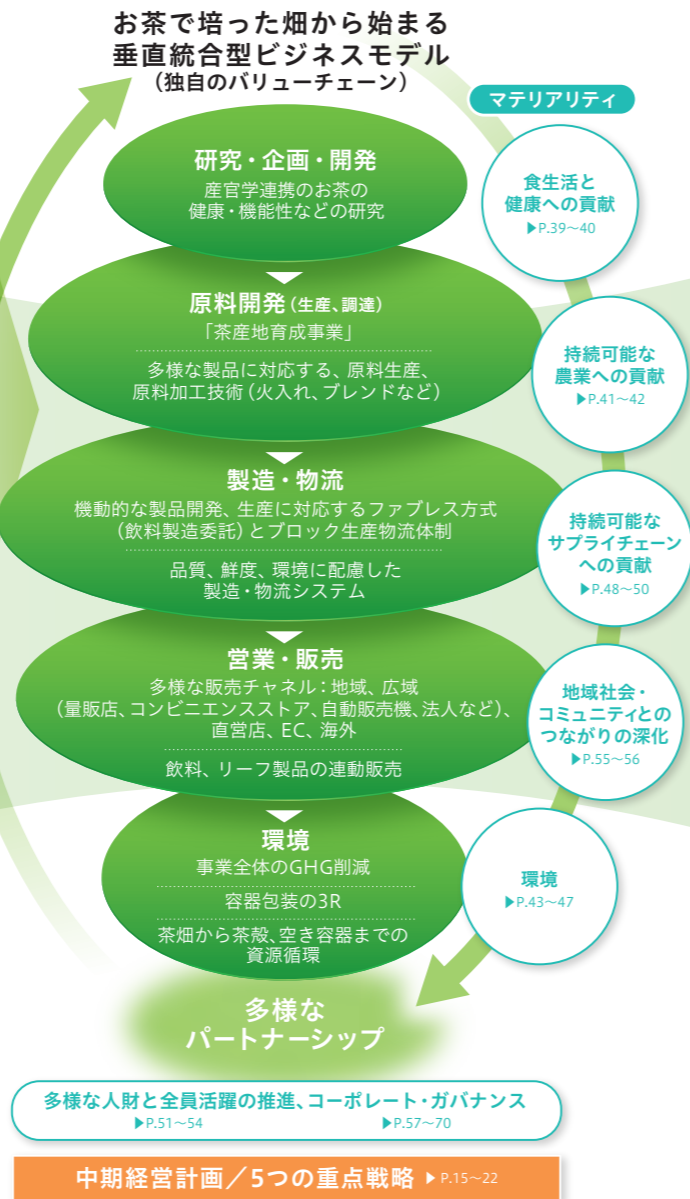
**自然資本**

製品の源となる、原料産地、水資源

- 茶、大麦、コーヒー、野菜、果実の産地
- 水源

\*特に注記のない場合は、2024年4月期実績

## ビジネスモデル



**長期ビジョン 世界のティーカンパニー**  
茶スペシャリストとして世界の茶文化とつながり、おいしさと価値を広く伝える

長期ビジョンに向けた3つの取組みの柱

- ユニーク**: 畑からの製品づくりと資源循環までの、独自のビジネスモデルと技術開発力
- 価値創造**: 様々な茶製品と事業活動を通じてお客様の心身の健康と、社会・環境課題の解決に貢献する
- グローバル**: 世界で飲まれている茶を進化させ、世界中の人々の心身ともに健やかな生活を支える

## アウトプット

緑茶の健康・機能性などの研究成果、エビデンスの情報発信と特定保健用食品・機能性表示食品の開発

飲料、リーフ、ティーバッグ、インスタント、抹茶など、あらゆる飲用シーンに対応する製品開発

海外各国の基準に対応する緑茶、抹茶の開発  
海外現地生産向け新製法開発

むぎ茶製品、コーヒー製品、野菜・果汁製品

お茶で培ったビジネスモデルを他カテゴリーに水平展開

パリューチェーンのGHG削減の推進  
サステナブルな容器包装への転換  
茶殻の有効活用(製品へのアップサイクル、茶殻堆肥)

## アウトカム

**3つの健康を創造**

- おいしさの享受  
食生活改善、健康寿命の延伸  
茶産業の活性化
- 心身の健康
- 原料、製品の品質向上  
海外での新たな食習慣の創出  
無糖茶飲料市場の創造・発展
- 社会の健康
- 地球環境の健康

**経営目標 中期経営計画**

	2029/4期 目標	2041/4期 目標
連結売上高年平均伸長率	2%以上 (海外8%以上)	3%以上
営業利益率	8%以上	10%以上
ROE	10%以上	-
総還元性向	40%以上	-
海外「お〜いお茶」年平均伸長率(販売数量)	24%以上	10%以上

「健康創造企業」として、持続的に価値を創造



# 新・中期経営計画(2025年4月期～2029年4月期)

## 新・中期経営計画のポイント

創業60周年の2024年から100周年に向けて、その中間点にあたる2040年頃の将来像(ありたい姿)を長期経営計画委員会で議論し、長期方針と2040年からバックキャストした5カ年の新・中期経営計画を策定しました。成長戦略としては、基幹ブランドである「お〜いお茶」の海外展開を加速させ、日本を代表する緑茶を各国地域に広めることで、海外のお客様の健康的なライフスタイルに貢献し無糖飲料市場を創造していきます。国内既存事業は、経営環境の変化に迅速に対応し、収益性向上とグローバル化に向けた構造改革を実行していきます。



執行役員 国際本部長  
長期経営計画委員会 委員長

中嶋 和彦

### ポイント

- ✓ 2040年頃の将来像(ありたい姿)と定量目標を策定  
その上で、5年間の中期経営計画を策定
- ✓ 「世界のティーカンパニー」に向けて、「お〜いお茶」のグローバル化を加速
- ✓ 国内事業の収益構造改革とグループシナジー強化

### 経営指標の考え方

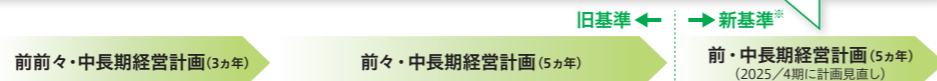
- ✓ 収益性を重視
- ✓ 利益、シェア向上のための持続的な成長
- ✓ 資本効率を重視した経営
- ✓ 安定した株主還元

## 前・中長期経営計画の振り返りと新・中期経営計画

前・中長期経営計画は、当初の5年間から、2023年4月期～2024年4月期の2カ年をもって見直しとなりましたが、事業の効率化、適切な価格改定による売上伸長と収益性改善、「お〜いお茶」の欧州での現地生産開始など、グローバルブランド化に向けて着実に前進することができました。新・中期経営計画では、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」へ向けた第2ステージとして位置付け、海外事業で2029年4月期までに「お〜いお茶」の販売を年平均24%以上伸長させ、販売国も現在の40以上の国・地域から60カ国以上を目標にグローバル化を加速させます。国内事業では製品とマーケティングの選択と集中、サプライチェーン全体の最適化、事業体制の再構築などにより収益性を向上させ、連結営業利益率8%以上、ROE10%以上を目指します。

### 前・中長期経営計画 重点戦略の主な進捗/成果、課題

重点戦略	主な進捗/成果	主な課題
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内既存事業の盤石化</li> <li>● お〜いお茶のグローバル化</li> <li>● 新たな事業の創出</li> <li>● 経営基盤の強化</li> <li>● サステナビリティ経営の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 適切な価格改定による売上伸長と収益性改善</li> <li>● 新製法確立による「お〜いお茶」の欧州生産開始</li> <li>● 農業DX、抹茶関連企業への出資</li> <li>● 監査等委員会設置会社への移行</li> <li>● 全グループ会社でのGHG排出量等の算定方法確立</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外事業発展の加速</li> <li>● 収益性の向上</li> <li>● グループシナジーの強化</li> <li>● 事業領域の拡大</li> <li>● サステナビリティ経営の推進</li> </ul>

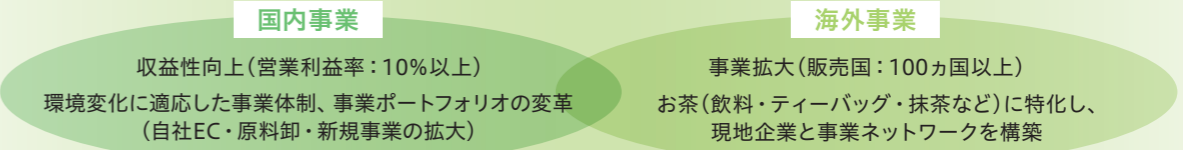


財務目標	2014/4期実績	2015/4期～2017/4期		2018/4期～2022/4期			2023/4期～2027/4期	
		2017/4期目標	2017/4期実績	2022/4期目標	2022/4期実績(旧基準)	2022/4期実績(新基準)	2027/4期目標	2024/4期実績
連結売上高(億円)	4,377	5,000以上	4,758	6,000	4,613	4,007	-	4,538
売上高年平均伸長率	-	4.5%	2.8%	4.7%	△0.6%	-	3%以上	6.4%
営業利益率	4.8%	5%維持	4.6%	-	4.0%	4.7%	7%	5.5%
ROE	10.4%	10%	10.5%	10%以上	8.2%	8.2%	10%以上	8.9%
総還元性向	42.6%	-	43.5%	40%以上	44.5%	44.5%	40%維持	52.7%

※2022/4期から収益認識基準を適用

## 2040年頃の伊藤園グループの将来像(ありたい姿)

茶を中心とした事業活動により、伊藤園グループの発展とともに、お客様の心身の健康、社会の健康、地球環境の健康を創造し続ける



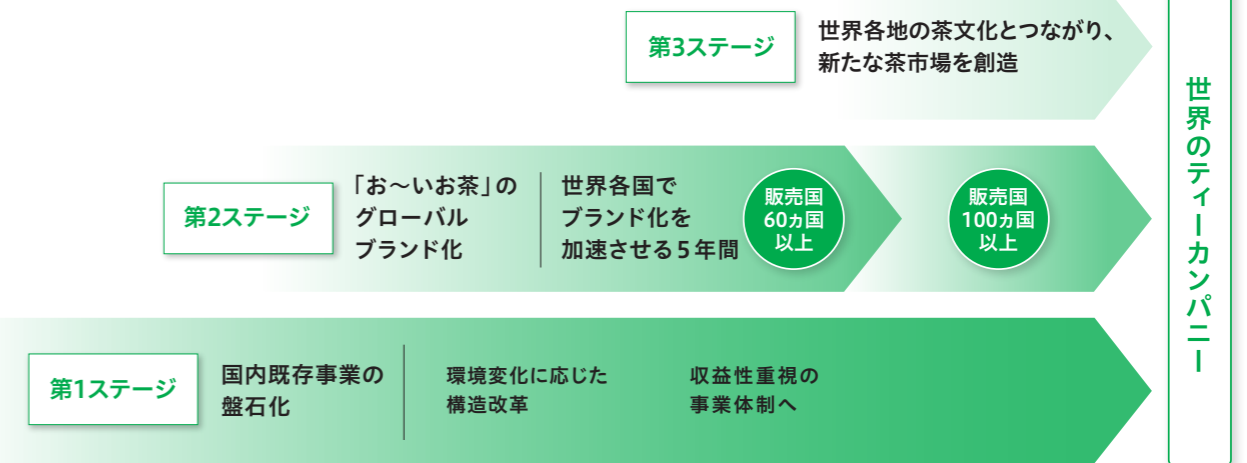
### 「お〜いお茶」などのグローバルなマーケティング・ブランド戦略

ユニークさの進化	研究・開発の拡充と発展 利益の源泉として、多様な分野でのイノベーションの創出	原料調達力の強靱化 原料調達の優位性を強固にし、緑茶シェアの拡大	グローバル生産・物流体制の確立 蓄積された技術・品質管理能力を活かしたグローバルなブロック生産体制を構築
経営基盤の強化	強固な組織体制 国内外の事業を統括するグローバル本社と高い生産性の機能別組織	成長を支える多様な人材 事業戦略と連動して重点分野で人材を拡充	

### サステナビリティ経営の推進

- 経営環境の変化を想定した、長期の対応方針
- 海外事業: 海外市場の拡大が最大の成長機会であり、強みであるお茶に経営資源を集中
  - 国内事業: 事業体制を効率化し、収益性を向上。また、お茶の事業領域を拡大
  - 研究開発・調達・生産: 茶産地の支援を通じた原料の安定調達と技術革新により高付加価値製品を供給
  - 経営基盤: 機能別組織への移行や多様な人材の育成を推進

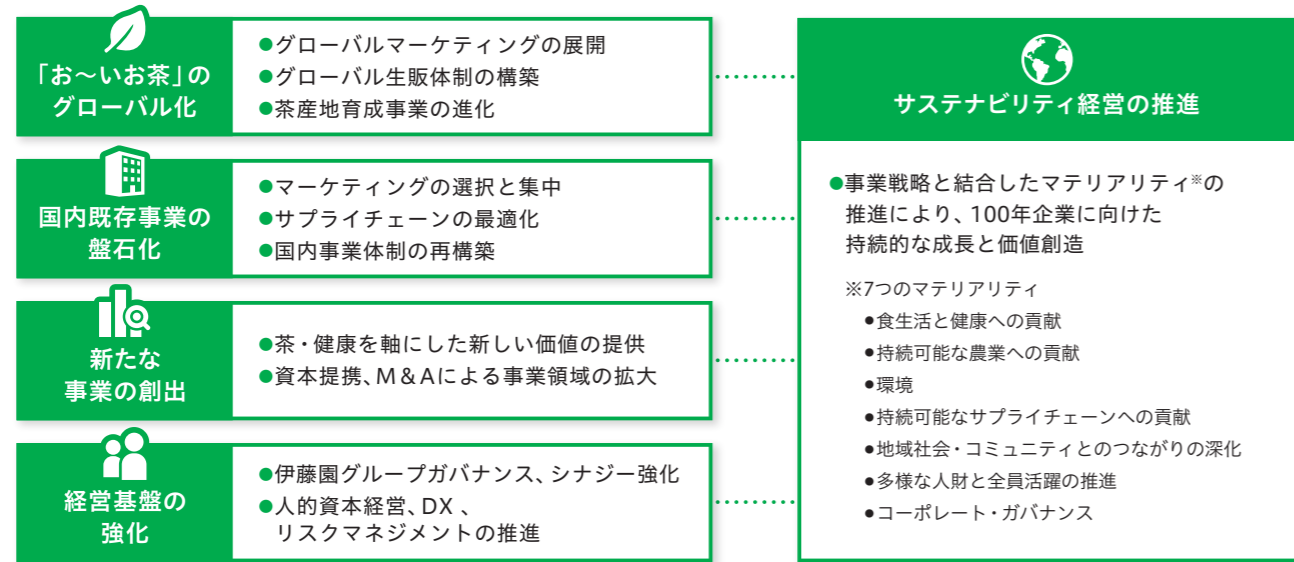
## 新・中期経営計画のロードマップと定量目標



	2024/4期実績	計画見直し	新・中期経営計画(2025/4期～2029/4期)	長期の将来像(2041/4期)
		2029/4期目標		
連結売上高(億円)	4,538	年平均伸長率 2%以上(海外8%以上) ※為替影響除く		年平均伸長率 3%以上
売上高年平均伸長率	6.4%			
営業利益率	5.5%	8%以上		10%以上
ROE	8.9%	10%以上		-
総還元性向	52.7%	40%以上		-
海外「お〜いお茶」販売数量	対前年伸長率 12%	年平均伸長率 24%以上		年平均伸長率 10%以上

新・中期経営計画 5つの重点戦略

海外事業の成長と国内既存事業の収益性向上を両輪として、連結営業利益率8%以上、ROE10%以上などの目標達成に向けて5つの重点戦略を設定しています。前・中長期経営計画の重点戦略に変更はありませんが、新・中期経営計画では「サステナビリティ経営の推進」を軸に据えて、事業戦略とマテリアリティをより一体的に進めていきます。

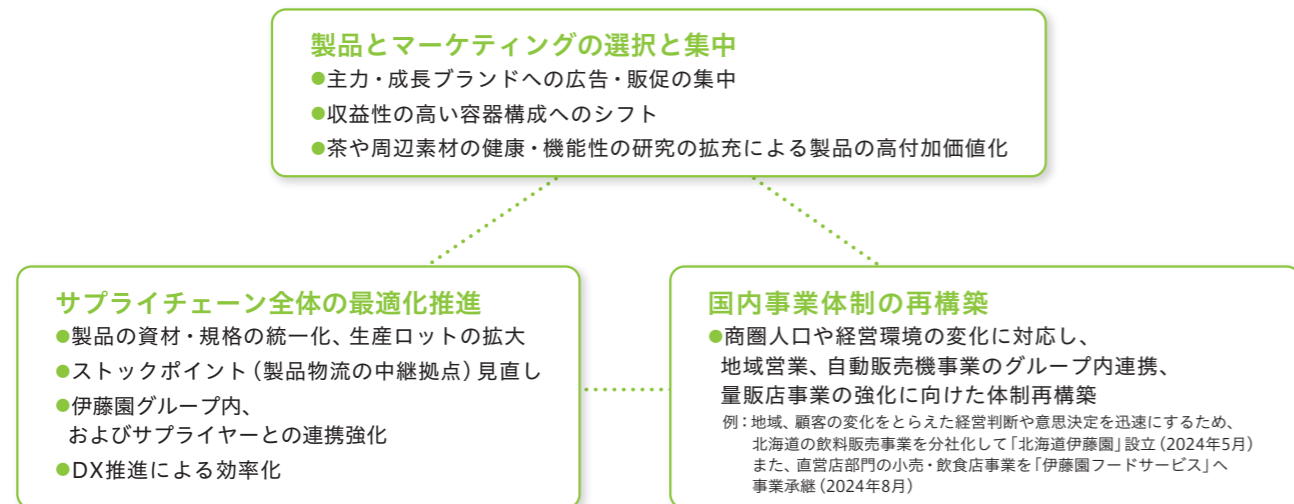


「お〜いお茶」のグローバル化 ▶詳細 P.19~22 特集参照

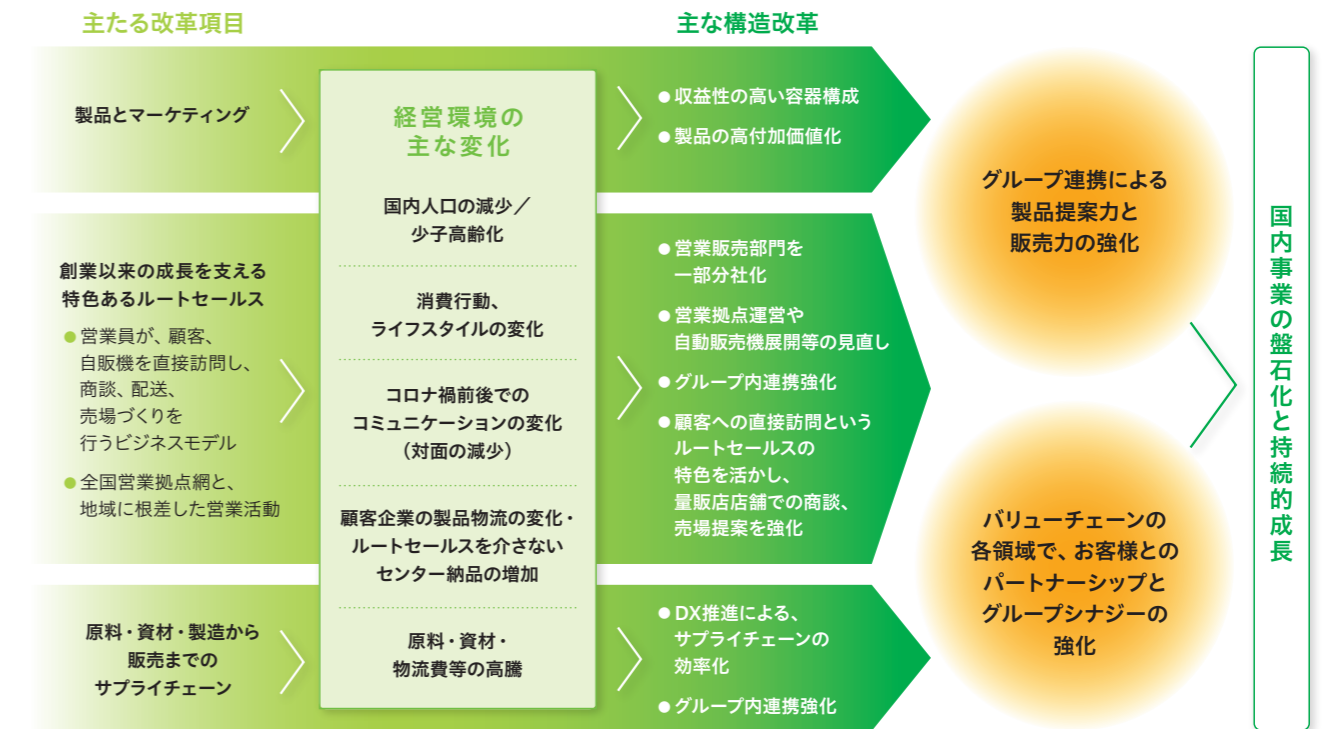
新・中期経営計画では、「世界のティーカンパニー」へ向けた第2ステージとして、2029年4月期の「お〜いお茶」の販売国60カ国以上を目標としています。グローバルブランドとして、緑茶のおいしさと香り、健康性と文化で世界の人々と社会のウェルビーイングに貢献し、無糖の「お〜いお茶」を新時代のグローバルスタンダードな飲み物へと進化させていきます。

国内既存事業の盤石化 ~国内事業の構造改革~

収益性が高い、競争力のある企業にしていき、将来に向けた国内外での成長につなげるため、主に以下の3点に注力していきます。収益力の根幹である「製品とマーケティングの選択と集中」、原料・資材・製造から販売までの「サプライチェーン全体の最適化推進」、特色あるルートセールスと全国営業拠点網の強みを活かしながら経営環境の変化に対応する「国内事業体制の再構築」を行います。



国内事業の構造改革によって創造する価値



新たな事業の創出 ~お茶の事業領域の拡大~

当社は、原料開発や製造加工面で独自技術を持ち、飲料、リーフ、抹茶といったお茶製品をフルラインアップで提供できるほか、お茶やその周辺素材の健康・機能性、嗜好性に関する知見や研究成果を持っています。市場・顧客における消費行動の変化や販売チャネルの多様化など、既存事業では対応しきれていない部分に、お茶に資するリソースを活かして、「お茶の事業領域」の拡大を図ります。

お茶の事業領域の拡大イメージ



お茶の販売チャネルのフルラインアップ化

製品のフルラインアップだけでなく、お茶の販売チャネルのフルラインアップ化を推進していきます。既存チャネル(コンビニエンスストア、量販店、直営店、自動販売機、ECなど)だけでなく、さらなる需要の拡大が見込める原料卸事業と自社EC事業を強化します。また、インバウンド需要の獲得と海外事業の発展に寄与できる、THE MATCHA TOKYO<sup>®</sup>のような新業態との資本業務提携も積極的に進めていきます。

原料卸事業

- 国産抹茶や緑茶原料、茶成分などを活かした機能性素材



自社EC事業

- 単一品種の一番茶を使用した、高価格帯の嗜好性の高い瓶入り製品や健康機能性などの高付加価値製品の販売

シナジーが期待される企業との資本提携・M&A推進

海外事業の発展、農業や環境の課題への対応など、当社とのシナジーが期待される企業との資本提携やM&Aを推進していきます。

2023年度の実例

- 茶生産者への営農支援ツールや農薬適否判定システムの導入で協業する、ウォーターセル株式会社との資本業務提携  
▶ P.42参照(持続可能な農業への貢献)
- 国内外での国産のオーガニック抹茶の拡販で協業する、THE MATCHA TOKYO株式会社<sup>®</sup>との資本業務提携  
※国内外に約20店舗あり、若年層や外国人へ国産のオーガニック抹茶の価値を伝えています。



## 特集 「お〜いお茶」を世界に広げる

当社は、1966年にお茶屋としてスタートし、1985年に世界初の「缶入り煎茶」を発売し、1989年に「お〜いお茶」ブランドが誕生しました。日本人のライフスタイルの変化を捉えて、伝統的な急須でいれて飲むお茶から、「いつでもどこでも飲める」お茶に変革を起こしてきました。そして、「畑からの製品づくり」で、緑茶や抹茶本来のおいしさと香りを追求し続けています。

また、当社が長年培ってきたお茶のさまざまな研究成果から、お茶の飲用習慣はお客様の健康的な生活習慣に貢献することが分かっています。緑茶本来のおいしさと健康性を国内外のお客様に広くお届けし、「健康創造企業」として、無糖の「お〜いお茶」を世界の食と健康の課題解決に貢献するグローバルブランドに育てていきます。



## 海外各国・地域の状況と今後の戦略

### 既存進出国でのさらなる成長

「お〜いお茶」のグローバルブランド化へ向け、まず第一に、グループの現地法人がある各国で価値の認知と理解を広めて、販売を一層伸ばさせていく必要があります。海外事業の最重点国である北米はもちろん、経済成長著しいインドネシアやベトナムといった東南アジアでは、飲料・リーフ製品ともに、現地企業の製品より店頭価格は高いものの、経済的に豊かで健康意識の高い方々を中心に、「お〜いお茶」の評判が広がり、販売は伸びています。

海外で茶系飲料というと、有糖の製品がほとんどです。砂糖だけでなく、さまざまな添加物を含む製品が目立ちます。そのような市場の中で、「お〜いお茶」は、無糖で緑茶本来のおいしさと香りがあり、一線を画す価値を持ちます。さらなる飛躍のカギは、日本の緑茶、抹茶そのものの価値とともに、「お〜いお茶」の「無糖で緑茶本来のおいしさと香りをいつでもどこでも楽しめる」基本価値の認知と理解の向上です。店頭などでの継続的な試飲、サンプリング、SNS等での広告、+αで各地の価値観や健康意識に応える認証マーク（ハラール、健康に資する製品など）の取得などにより、販売の伸長につなげていきます。

### 日本産の抹茶をもっと世界へ

当社は、日本国内同様の品質、おいしさを持つ、飲料、リーフ（ティーバッグやパウダー）、抹茶をフルラインアップで提案・提供できる優位性があります。特に抹茶はリーフや飲料製品としてだけでなく、飲食チェーンや食品企業等への原料卸のチャンネルで成長の可能性が大きく、販売を強化し、外国産ではない、日本産の「伊藤園抹茶」を広めていきます。

### 新たな販売国の拡大とグローバルサプライチェーンの構築

新・中期経営計画の5年間では、2024年からインドでのテストマーケティングを開始し、さらに欧州とアジアの未開拓国、アジアから欧州の間に位置する国々、アフリカでの販売を計画中です。また、東南アジアやドイツに続く、海外での現地生産を拡充することで、「お〜いお茶」のグローバルサプライチェーンを構築していきます。

#### 〈海外事業拠点〉 8カ国11拠点 / 2024年5月時点

<b>北米</b>	1987 ITO EN (Hawaii) LLC 2001 ITO EN (North America) INC.	<b>東南アジア</b>	2012 ITO EN Singapore Pte. Ltd. (シンガポール) 2013 ITO EN (Thailand) Co., Ltd. (タイ) 2013 PT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALE (インドネシア)
<b>中国</b>	1994 寧波舜伊茶業有限公司 1998 福建新鳥龍飲料有限公司 2012 伊藤園飲料(上海)有限公司		
<b>オーストラリア</b>	1994 ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED		

**2024.4 新設拠点**  
ベトナム  
ITO EN VIETNAM CO.,LTD.  
欧州(ドイツ)  
ITO EN Europe GmbH

#### 〈海外製造拠点〉 7カ国9拠点 (飲料7拠点・ティーバッグ2拠点) / 2024年5月時点

飲料製品：ハワイ、タイ、インドネシア、中国、台湾、ドイツ    ティーバッグ製品：中国、オーストラリア

**2024.4 ドイツでの飲料の委託生産を開始**



国際事業推進部長  
小城 真



店頭だけでなく、観光地などさまざまな場所で試飲やサンプリングを実施

### ドイツでの市場性、可能性について

2024年4月にドイツに、ITO EN Europe GmbHを設立し、現地での飲料の委託生産を開始し、欧州市場に本格的に参入しました。欧州は世界で最も厳しいとされる原料の残留農薬規制と環境規制があります。現地生産用の原料開発とともに、キャップが開栓後も切り離せない容器の採用義務化という規制に対応した「テザードキャップ」の紙容器で「お〜いお茶」を販売しています。規制をクリアした製品の現地生産により、サプライチェーンの安定化という課題解決とともに、ドイツから欧州各国への販売拡大の拠点として機能させていきます。

現在、ドイツでは無糖茶市場はないに等しい状況です。アイスティーといえば甘い有糖の製品で、食事と一緒に飲まれる飲み物もお茶ではありません。そのような中で、「健康意識の高い人」と「日本文化に関心が高い人」を中心ターゲットとして、イベント出展やサンプリングなどのマーケティングを行っています。日本のポップカルチャーに関心が高い方々が来場する展示会に積極的に出展するなど、無糖の「お〜いお茶」との接点と飲用機会を作りました。

また、ドイツでの「お〜いお茶」の販売は、健康意識が高く、日本の食文化に関心が高い方の来店が多い顧客の店舗を中心に行っており、今後、欧州各国へ販路を拡大させていきます。

### 欧州各国での販売拡大に向けて

現地であらためて気づくことは、欧州でも国によって国民性の違いがあることです。ドイツの方々は、「お〜いお茶」の味や無糖の健康性を説明し、飲む理由づけを理解すると購入してくれます。イタリアの方々はお茶の微妙な焙煎の違いを理解する人も多く、緑茶の繊細な味わいの価値を認めてもらえるチャンスを感じます。また、欧州でも抹茶の評価は高いため、既存の抹茶入りのティーバッグ製品などに加えて、9月にテザードキャップの紙容器で、「お〜いお茶 抹茶入り緑茶」の販売を開始しました。

「お〜いお茶」ブランドを広めることは、すなわち無糖茶市場をつくっていくことです。甘いお茶が多い既存の欧州市場で無糖のお茶(無糖のアイスティー)という選択肢をつくり、おいしさを理解してもらって浸透させていきます。

### 欧州向け「お〜いお茶」製品開発について

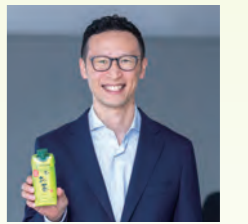
2022年6月に関連部署横断のプロジェクトが始動しました。まず欧州における委託先工場を探しましたが、日本と同様の製造方法は難しく、水質も異なるなど、日本と変わらない品質、おいしさの「お〜いお茶」の開発へ向け、さまざまな課題がありました。これまでも、「お〜いお茶」は飲料にした時においしく飲んでいただけるよう、原料開発と製造方法を長年探求してきました。例えば、「茶産地育成事業」における「お〜いお茶」専用原料の開発や、緑茶の鮮度とおいしさを守る製造技術の開発などによって「お〜いお茶」の品質を支えてきました。

今回、開発二部では、欧州の委託先工場の日本と異なる水質と製造工程の特性を把握しながら製品設計を行い、独自の専用原料を開発したことで初めて欧州で現地生産を実現しました。

### 当社のお茶づくりのノウハウ、強みを活かして

当社には、世界初の缶入り緑茶開発以来、積み上げきたお茶づくりのノウハウがたくさんあります。そして課題に対する要因分析と対応策を速やかに判断できるチームと人材の存在、サプライヤーとの強固なパートナーシップという強みがあります。

今後もこうしたノウハウや強みで技術を磨き、現地生産の機会にしっかりと対応し、世界中の人々に「お〜いお茶」をいつでもどこでもおいしく飲んでいただけるように提供していきたいと考えています。



ITO EN Europe GmbH 代表  
鈴木 彰斗



ドイツの展示会(コミックマーケット)へ出展し、サンプリングと販売を実施



開発二部長 原口 康弘  
(右から2人目)  
※原口と欧州向け「お〜いお茶」の製品開発を担当するメンバー



欧州で販売している「お〜いお茶」テザードキャップ付き紙容器(左 緑茶、右 抹茶入り緑茶)



# 財務・資本戦略

安定的、継続的に獲得したキャッシュを用いてさらなる成長分野への投資を行うことで収益力とキャッシュの創出力を強化し、そのキャッシュで成長分野へのさらなる投資を行う、この循環により持続的な成長と企業価値向上を目指していきます。また、株主価値の向上に資する株主還元(配当・自己株式取得)も安定的、継続的に実施していきます。



取締役 専務執行役員 管理本部長 CHRO  
コンプライアンス、内部統制担当  
平田 篤

## 事業環境の認識

日本経済は新型コロナウイルス感染症の5類移行による人流回復、雇用・所得環境の改善による個人消費の持ち直しや、インバウンド需要の増加などにより緩やかな回復の動きが見られた一方で、エネルギー価格、原材料費の高騰および為替変動による景気への影響が懸念されるなど、依然として先行き不透明な状況が続いています。

このような状況の中、当社グループは経営理念「お客様

第一主義」のもと、当社グループを取り巻くすべてのお客様に対し「今でもなお、お客様は何を不満に思っているか」を常に考え、一丸となって積極的な事業活動を行ってきました。消費者ニーズに合った製品を提案すると同時に、お客様との積極的なコミュニケーションを通じた、さらなるブランドの強化を行うとともに、引き続きコスト削減や、効率の追求など、企業努力を継続していきます。

## 財務方針、ROE方針

当社は、永続的な成長・発展と企業価値向上のため、資本コストを上回るリターンを拡大させるとともに、安定的・継続的なキャッシュ・フローの創出に努めます。その創出された資金を収益力のさらなる強化のための投資や新規事業への投資、株主還元等に配分することを基本方針としています。それを実現すべく、「ROE(自己資本利益率)10%以上」「営業利益率8%以上」をKPIとして掲げています。

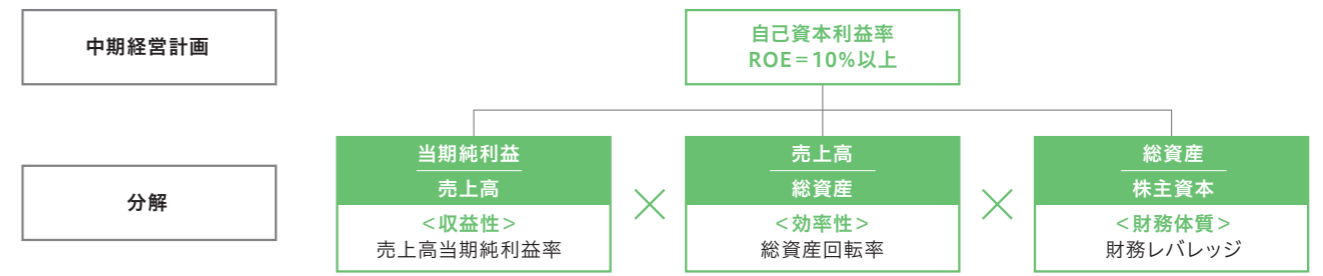
ROEは資本効率を表す代表的な指標ですが、本質的な収益力とキャッシュ創出力の向上を目指すうえでも重要な指標であると認識しています。ROEは「売上高当期純利益率(収益性)」「総資産回転率(効率性)」「財務レバレッジ(財務体質)」の3つの要素で構成されていますが、当社はその中でも特に「収益性」を重視しています。当社はファブレス経営(飲料製造の外部委託)による資産の効率化を推進しているため大幅に「効率性」を向上させることが難しいこと、製造工場などの設備投資負担がそれほど大きくなく資金調達の需要があまり発生しないため「財務体質」も比較的安定していることから、当社のROEは主に「収益性」によって決まってきます。

ROEだけではなく営業利益率もKPIに設定しているのは、「収益性」を重視していることと、当社社員は営業従事者が多く、金融収支や税金費用などを含んだ当期純利益よりも営業利益の方が馴染みがあるためです。

企業価値を示す指標の1つとしてPBR(株価純資産倍率)があり、当社は1倍以上を維持しています。PBRはROEとPER(株価収益率)の2つの要素で構成されており、ROEを高めることがPBRを高めることにつながり、当社がPBR1倍以上を維持できているのは、当社のROE重視の経営に対する、市場評価の表れのひとつと認識しています。

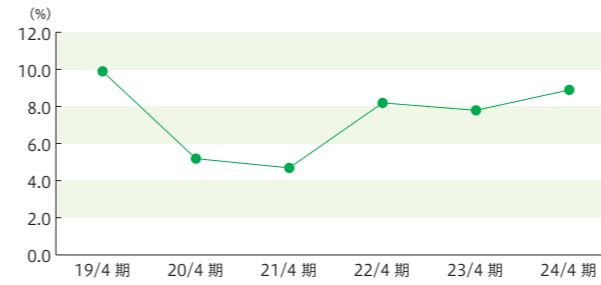
	2024年4月期実績	2029年4月期目標
営業利益率	5.5%	8%以上
ROE	8.9%	10%以上
総還元性向	52.7%	40%以上

## 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)



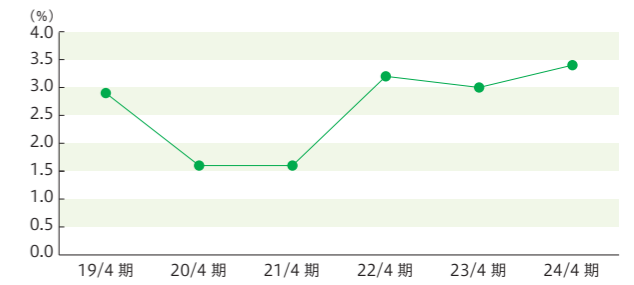
### ROEの評価

自己資本の変動が少ないため、当期純利益の増減と同じ傾向。収益性の確保の体質の変化により、ROE8%以上を確保。



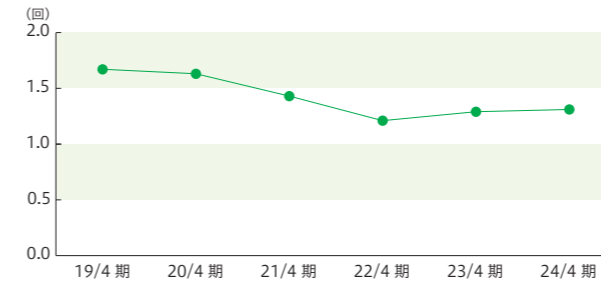
### 売上高当期純利益率の評価

2020年4月期以降、新型コロナの影響、減損損失計上により収益悪化したのが、新型コロナからの経済回復に伴い利益率が回復。ROE回復の主要因。



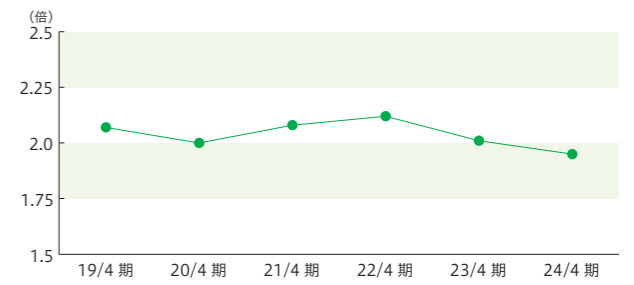
### 総資産回転率の評価

新型コロナによる人流制限が売上高に影響し総資産回転率が低下したが、人流回復による売上高増加や資産の保有有意義見直しにより、総資産回転率は回復途上。



### 財務レバレッジの評価

大きな変動はないものの、銀行借入の約定弁済やリース債務の返済が予定通りに進んでいるため、財務レバレッジは若干低下傾向。



## ROEのさらなる向上

ROE10%以上という目標の達成には収益性の向上が重要です。2029年4月期の営業利益率目標8%以上を達成すれば、売上高当期純利益率も上昇し、ROEの向上につながります。これを必達すべく、中期経営計画に示した「5つの重点戦略」のうち、特に「お〜いお茶」のグローバル化、国内既存事業の盤石化を推進していきます。

国内既存事業の盤石化では、全国一律から顧客・地域に最適な営業体制への再構築とそれに合わせた物流体制の構築、収益性に重きを置いた営業評価体制への進化、主力ブランドや健康・機能性を訴求した高付加価値製品

へのマーケティング投資の集中、より高い利益率の容器形態へのシフトの促進など、環境変化に対応した構造改革を実施し、収益性を重視した事業体制を構築していきます。

「お〜いお茶」のグローバル化では、グローバルマーケティングとローカルマーケティングをエリア・チャネルごとに効果的に展開することで、当社グループ全体で連携して世界各国でのグローバルブランド化を加速させ、5年後には販売国を60カ国以上に拡大していきます。また、それに合わせて製品供給体制と販売拠点の構築も行っていきます。

## キャッシュ・アロケーション

中期経営計画で掲げた「5つの重点戦略」を実行することで収益力とキャッシュ創出力を高め、2029年4月期までの5年間の累計営業キャッシュ・フローを1,600億円以上(直近5年間累積1,215億円)創出することを目指します。

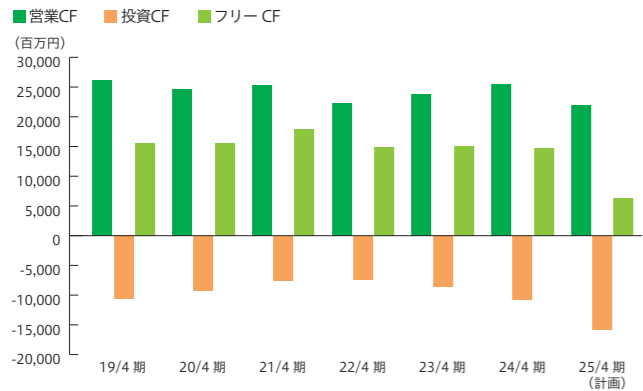
獲得したキャッシュは、原料調達力や茶・健康に関する豊富な知見、独自の技術・ノウハウなどの当社の強みを活かした新規事業や、シナジーが期待できる企業との資本提携・M&Aなど、事業領域の拡大を目指した将来への成長投資等に今後5年間で300億円(海外・国内事業投資)を充当していきます。これら事業領域の拡大を目指した将来の成長投資は、当社の持続的な成長・発展と企業価値

向上のためには欠かせないものであり、社外との連携や知見の活用も視野に入れ積極的に検討を進めていきます。

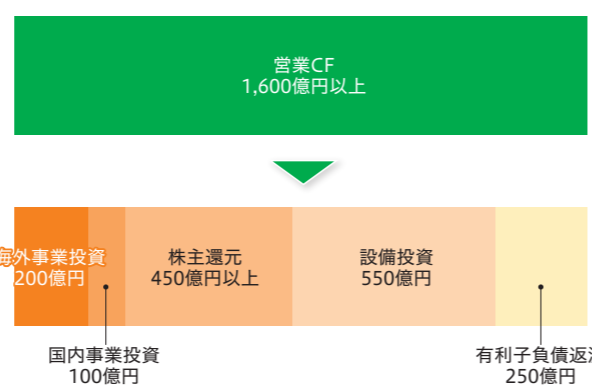
株主還元については今後5年間で450億円以上(直近5年間累積315億円)を実施していきます。

さらに、タリーズコーヒージャパン社の新規出店や生産効率の向上のための既存設備更新など、国内既存事業の盤石化のための設備投資等に今後5年間で550億円(直近5年間累積416億円)を充当するほか、財務体質の強化のため、有利子負債の返済を今後5年間で250億円(直近5年間累積58億円)を実施していきます。

### 連結 キャッシュ・フローの推移



### 5年間累計キャッシュ・フロー (2025年4月期～2029年4月期)



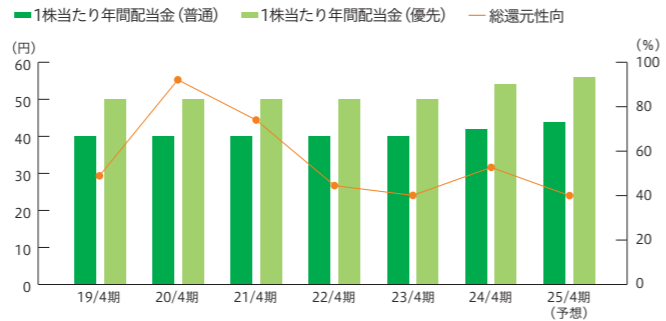
## 株主還元方針

当社は、足元の既存事業の盤石化への投資、今後の中長期の事業展開を見据えた成長投資、そして株主の皆様への還元をバランスよく行うことが企業価値の向上には必要であると認識しており、株主の皆様への還元は、総還元性向40%以上を維持していきます。

配当については、減配はせず、安定的かつ利益成長による増配の継続を目指すことを基本方針とし、中間と期末の年2回実施していきます。2024年4月期に続き2025年4月期も増配を予定しています。

自己株式取得については、2024年4月期に28億円規模の実施をいたしました。今後も収益性向上により獲得した資金を活用して、業績や株価動向、市場環境などを勘案し機動的に実施していきます。

### 1株当たり年間配当金と総還元性向



### 1株当たり純利益

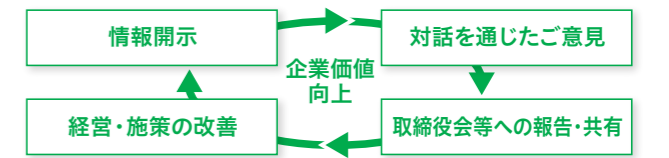
		19/4期	20/4期	21/4期	22/4期	23/4期	24/4期
EPS(普通株式)	(円)	116.02	61.53	55.10	103.92	103.82	126.42
EPS(優先株式)	(円)	126.00	71.53	65.10	113.89	113.82	138.26

## 投資家とのエンゲージメント／外部からの評価

当社は、積極的かつ機動的なIR活動を推進しています。決算説明会や個別面談などを定期的に開催して国内外の株主や投資家・アナリストとの継続的な対話を実施しています。また、投資家だけでなく、有識者の皆様などから幅広くご意見をいただく機会を設けています。

投資家や株主、有識者などから寄せられたご意見については、取締役会で共有するなど、会社経営に積極的に活かしています。

今後も、当社グループをご理解いただくために有効な情報の積極的な提供・開示に努め、社会からの適正な評価と中長期的な企業価値の向上を目指します。



### 主な取組み

#### 投資家への「茶産地育成事業」の理解促進

IR活動による対話の際、当社の持続的成長と価値創造の源泉である、ユニークな「茶産地育成事業」の説明は欠かせません。しかし投資家に対して、茶産地の取組みの認知と理解を得るための説明が不足していると認識しています。

そこで、投資家に取組みを現場で深く理解いただくため、2023年に、九州の契約茶産地での見学ツアー形式のエンゲージメントを実施しました。これにより当社と茶生産者との強固なつながりや協働、原料調達力などをご理解いただく機会となりました。

なお見学ツアーに参加した投資家に特色をご理解いただいた一方で、当社の競争優位性である茶産地や原料開発の取組みを「お〜いお茶」の付加価値向上、ブランド価値向上につなげる経営戦略の説明が物足りないのご指摘をいただいています。そのため、「統合レポート2023」では「茶産地育成事業」の特集ページを掲載し、本2024年版においても、「お〜いお茶」のグローバル化に寄与する取組みに焦点を当てた構成としました(P.19～22、P.41～42参照)。また、当社ウェブサイトでの情報発信の質の向上と充実化を行っていきます。

#### ESG／SDGsセミナーを通じたエンゲージメント

生命保険会社が主催するESG／SDGsに関するセミナーに参加し、当社のサステナビリティ経営についての説明と、主催者とのESG投資に関する対話を実施しました。その内容は動画で複数の投資家に配信され、当社への理解促進につながりました。

初めての取組みでしたが、今後も投資家との多様なエンゲージメント手法を模索し、企業価値向上を目指します。

#### 国内機関投資家向けのサステナビリティ説明会の実施

2024年3月、国内機関投資家4名にご参加いただき、「サステナビリティ説明会」を開催しました。当社からはCSO、CHROほか参加し、「お〜いお茶」のグローバル化へ向けた、「茶産地育成事業」の取組みや「世界のティーカンパニー」へ向けたサステナビリティ戦略と人的資本経営(人材戦略)について説明しました。投資家からは海外事業は販売国数だけではなく、非加糖飲料・無糖飲料比率の向上といった健康への貢献に資するKPIの設定などを求めるご意見があり、KPIを見直しました(P.37～38参照)。今後も投資家からのご意見は、マテリアリティの見直しや経営戦略の改善に活かしていきます。



サステナビリティ説明会

### 外部からの評価(2024年7月現在)

当社グループのESGへの取組みが評価され、世界の代表的なESG指数である「FTSE4Good Index Series」及び、世界最大級の年金積立金管理運用独立行政法人(GPIF)が採用している日本企業の株式を対象としたESG投資指数の構

成銘柄に複数組み入れられています。

また、国際的な非政府組織(NGO)であるCDPによる「気候変動」分野の調査において、当社グループの環境目標とその達成に向けた取組みが評価され、「A-」の評価を受けています。



当社のMSCIインデックスへの組み入れ、MSCIのロゴ、商標、サービスマークまたはインデックス名称の使用は、MSCIまたはMSCI関係会社による当社の後援、推薦または販売促進を意味するものではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産であり、MSCIおよびMSCIインデックスの名称とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。



# 事業概況

伊藤園グループは、お茶をはじめ、畑からの素材由来の原料を主としたリーフ・ドリンク関連事業、タリーズコーヒー・ジャパン等の飲食関連事業のほか、サプリメント製品の製造・販売などを行っています。原料から製品、資源循環などの環境対応に至るまで、お茶で培った垂直統合型のビジネスモデルを他カテゴリーに水平展開することで、製品・サービスを通じた持続的成長と社会・環境課題の解決に貢献しています。

このユニークなビジネスモデルをさらに進化させ、今後も収益性向上と事業成長を図り、スピード感をもって中期経営計画の達成に向けて取組みを進めていきます。



代表取締役副社長 執行役員  
営業統括本部長  
CDO マーケティング本部担当  
本庄 周介

## 事業概況

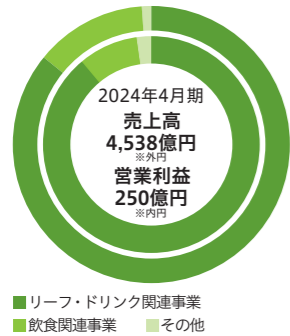
売上高は連結で、前期比5.1%増、営業利益率は連結で1.0ポイント改善し、単独では0.4ポイント改善しました。関係会社では、タリーズコーヒー・ジャパンが価格改定を実施したものの来店者数は増加し、チチャスにおいても順調に推移し増益となりました。また、米国事業は、前期は赤字でしたが、2024年4月期は黒字に回復しました。

2023年の緑茶飲料市場は金額ベースで過去最高(4,580億円)となる中、当社は着実に36%のマーケットシェアを獲得しました。リーフについても、ドリンクと連携して販売できる点は他社が追従できない強みであり、手軽さが支持されているティー

バッグ製品などの簡便性製品を中心に伸ばしています。リーフ・ドリンク関連事業の売上高は4,055億円(前期比4.0%増)となり、営業利益は221億円(前期比24.0%増)となりました。

飲食関連事業においては、タリーズコーヒー・ジャパン株式会社が新業態店舗「& TEA」の拡大などを進めるなど多様な店舗展開によるロケーション開拓により、2024年4月末の総店舗数791店舗となりました。この結果、飲食関連事業の売上高は403億円(前期比13.7%増)となり、営業利益は32億円(前期比33.2%増)となりました。今後も多様な店舗展開により、さらに出店を加速させていきます。

### 伊藤園グループ 事業セグメント別実績



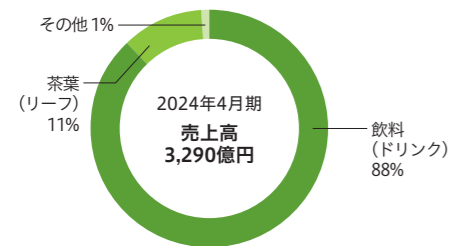
事業セグメント	売上高	営業利益	営業利益率
リーフ・ドリンク関連事業	4,055億円 (前期比 4.0%増)	221億円 (前期比 24.0%増)	5.5% (前期比 +0.9ポイント)
飲食関連事業	403億円 (前期比 13.7%増)	32億円 (前期比 33.2%増)	8.0% (前期比 +1.2ポイント)
その他	80億円 (前期比 30.3%増)	3億円 (前期は営業損失0.2億円)	4.5%

2029年4月期  
目標

売上高  
年平均伸長率  
2%以上

営業利益率  
8%以上

### 伊藤園(単独) 事業概況 (金額ベース)



### 伊藤園(単独) カテゴリー別飲料販売実績

カテゴリー	実績 (万ケース)	2024年4月期	
		構成比	増減率
飲料	21,452	100%	△2%
茶系飲料 計	15,088	70%	△1%
日本茶	13,612	63%	△2%
中国茶	877	4%	+5%
その他	599	3%	+3%
野菜飲料	2,404	11%	△7%
コーヒー飲料	1,728	8%	△1%
ミネラルウォーター	632	3%	△5%
炭酸飲料	582	3%	+9%
果実飲料	516	2%	+14%
その他飲料	499	2%	△8%

## 経営成績の推移

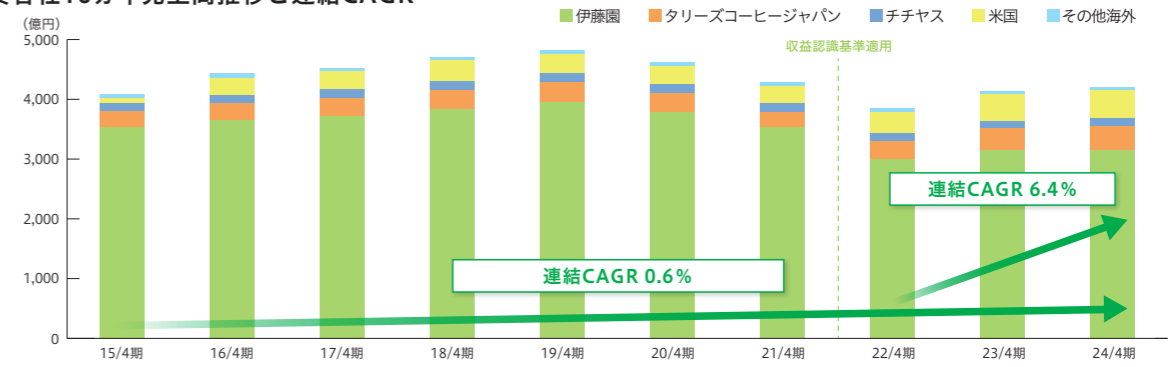
当社は2024年4月期は前年比で増収増益となりましたが、2015年4月期を基準とした10カ年の平均伸長率(CAGR)でもプラスの傾向にあります。

連結売上高のCAGRは+0.6%ですが、2022年4月期から収益認識基準を適用しているため、2022年4月期を基準とする連結売上高のCAGRでは+6.4%となります。

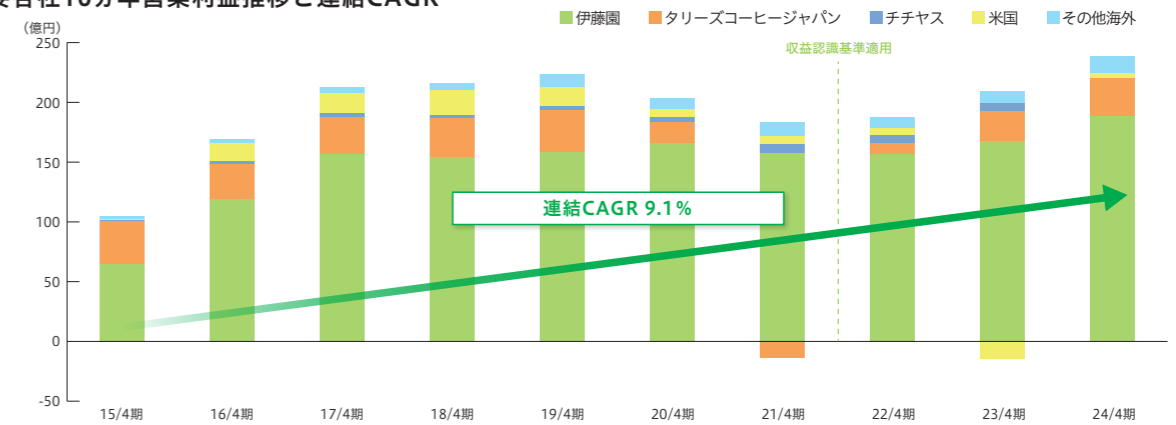
連結営業利益のCAGRは収益重視への体質改善を図った結果、2024年4月期までの10年間で+9.1%となりました。なお、主要各社の10カ年のCAGRは右図の通りです。

	24/4期 前年増減率		10カ年CAGR	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益
連結	5.1%	27.7%	0.6%	9.1%
伊藤園(単独)	4.5%	12.1%	△0.8%	12.6%
国内関係会社	6.8%	35.8%	△1.2%	△1.3%
タリーズコーヒー・ジャパン	13.7%	33.2%	5.0%	△1.1%
チチャス	6.1%	83.1%	△0.4%	34.2%
海外関係会社	3.8%	黒字転換	14.9%	21.6%
米国	2.7%	黒字転換	19.6%	17.1%
その他	12.0%	33.2%	1.4%	23.3%

### 主要各社10カ年売上高推移と連結CAGR



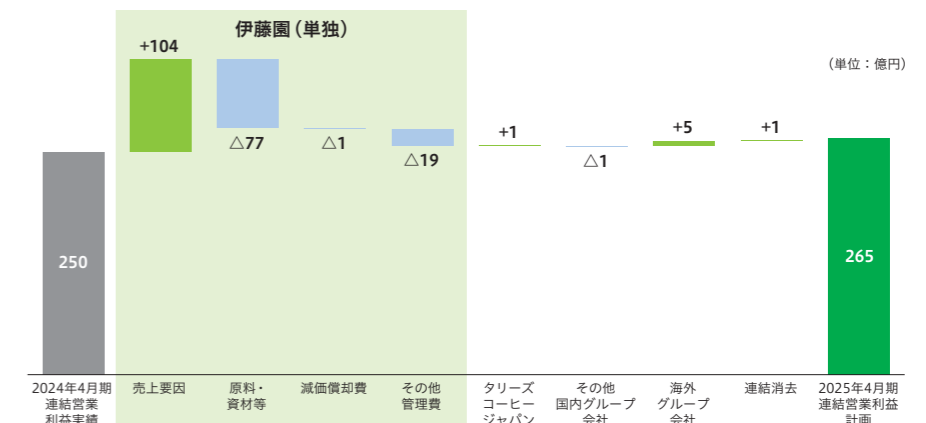
### 主要各社10カ年営業利益推移と連結CAGR



## 2025年4月期 連結営業利益計画

前期に続き2025年4月期も原料、資材等の高騰による影響が大きく、77億円の費用増を想定しています。

今後も継続的に動向を注視していくほか、売上高の増加および容器構成の変化などの収益改善に取組み、2024年4月期の営業利益実績250億円から15億円の利益増を計画しています。

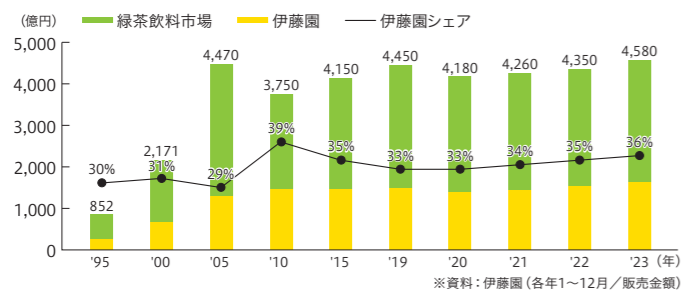


# 「お〜いお茶」飲料・緑茶リーフ製品

## 市場概況

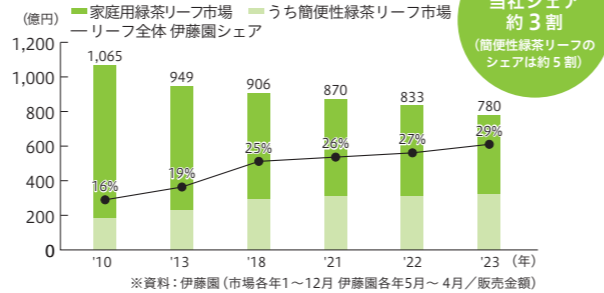
2023年の国内緑茶飲料市場規模は前年より5%上昇して4,580億円となり、過去最高を更新しました。コロナ禍で市場が低迷した期間がありましたが、インバウンドを含めた人流回復や健康志向の高まりなどにより、市場規模は拡大傾向にあります。

### 緑茶飲料市場の推移



一方、2023年の家庭用緑茶リーフ市場規模（家庭用の包装茶）は780億円となり対前年比で6%減少しましたが、当社シェアは約3割となりました。外出機会の増加により急須でいれるリーフ茶の需要が減少していますが、ティーバッグや顆粒などのインスタント茶は手軽さが支持され、今後も簡便性製品は需要増が続く見込みです。

### 家庭用緑茶リーフ市場の推移



## 成果と課題

### 「お〜いお茶」飲料製品

緑茶飲料の販売金額シェアは過去4年間、毎年1ポイントずつ上昇し、2023年は36%となりました。世界No.1の無糖緑茶飲料ブランド<sup>※1</sup>である「お〜いお茶」は、茶畑から取組む高品質な専用原料や製造・加工技術を活かした製品開発により、現在国内・海外合計で年間9,000万ケースを超える販売数量を誇り、早期に1億ケース以上とすることを目指しています。

2023年度は「お〜いお茶」ブランドの継続的な価値向上に取組み、多様化するお客様のニーズに合わせた製品ラインアップを強化しました。

2024年には若者（大学生）と共に企画開発した「お〜いお茶 Oやか（まるやか）」は季節に合わせたフレーバー展開を進め、課題であった若年層獲得施策に注力しました。また、「お〜いお茶」発売35周年を記念し、単一品種の一番茶だけを使った1本3,000円（税別）の「瓶 お〜いお茶 MEGAMI」と「同 SEIMEI」を限定発売し、高品質なお茶の魅力や楽しみ方をお客様にお伝えしました。

さらなる成長のためには、茶畑から始まる製品開発などのさまざまなユニークな取組みをお客様に認知・理解していただき、製品の付加価値向上につなげつつ、次世代（特に若年層）向け製品を育成・定着させることが課題です。また、海外ではグローバルブランド化へ向けた販路の拡大とマーケティング活動の強化が不可欠です。

### 緑茶飲料の販売金額シェア



※1,2 記録名：「最大の無糖緑茶飲料ブランド（最新年間売上）」  
正式英語記録名：Largest unsweetened green tea RTD brand-retail, current  
記録対象ブランド：「お〜いお茶」ブランド（「お〜いお茶」ほうじ茶製品を除く）  
インテージSR1+ 無糖茶飲料市場データ/2023年1月～12月



### 緑茶リーフ製品（ティーバッグ、インスタント）

当社は、市場からの茶葉の直接仕入れや「茶産地育成事業」に取組み、国内荒茶生産量の約1/4を取り扱う原料調達力に強みがあります。また、リーフ（茶葉）、ティーバッグ、インスタント（顆粒）、抹茶など最終製品に合わせて最適な原料や加工技術を開発できるため、茶葉の種類や包装形態、飲み方、高級茶から日常茶まで多種多様な製品ラインアップの展開が可能です。

2023年度は、マイボトルやタイムパフォーマンス（タイパ）需要の高まりへの対応を強化し、伸長している簡便性製品市場における当社シェアも伸長しました。

また、2023年度は10月1日の「日本茶の日」に合わせて、全国約400店舗で大試飲会「10万杯チャレンジ」や「茶業関係者×農林水産省『茶育』プロジェクト」を通じた小・中学校への急須の寄贈など、ティーテイスター活動を通じた茶文化の発信やお客様との接点強化に継続的に取組みました。

一方、需要が低迷する急須でいれるリーフ（茶葉）製品を含めて、リーフ市場の活性化が今後も課題です。



## Voice

### お茶の進化と未来への展望 「お〜いお茶」を通じた多様なライフスタイルへの対応

長い歴史を持つお茶は、時代やライフスタイルの変化とともに、いれ方、飲み方も変化しています。このような中で、「お〜いお茶」は、飲料や急須でいれるリーフ（茶葉）だけでなく、簡便性製品（ティーバッグ、インスタント）、抹茶などさまざまな製品で、生活に寄り添ってきました。今後も多様化するお客様のライフスタイルに合わせて製品開発に取組み、より多くの方に日本茶を届け、日本から世界へ、さらには未来へと広げていきます。



リーフブランドグループ 商品チーフ 植木 史

## 今後の戦略

新・中期経営計画では、国内で圧倒的No.1ティーカンパニーの地位を確立し、「お〜いお茶」のグローバルブランド化を目指しています。畑から始まる、独自のバリューチェーンの強みを磨きつつ、「お〜いお茶」の「緑茶本来のおいしさ」と香りをいつでもどこでも楽しめる「価値をより多くのお客様に実感していただくためのマーケティング活動を推進します。また課題である、おいしさの背景にあるモノづくりのストーリーの発信を強化し、製品の付加価値向上につなげていきます。

また、飲料・リーフともに、国内での市場シェア拡大、海外でのブランドの認知と飲用機会の増加を図るためには、水ではなく「お茶を飲む動機づけ」「お茶のある暮らしの付加価値」を浸透させる必要があります。

そのために、カテキンやテアニンといった茶成分や抹茶の健康性のさらなる研究に取組み、エビデンスの発信や特定保健用食品や機能性表示食品の製品化につなげていきます。

さらに、「世界のティーカンパニー」を目指す企業として、お客様のライフスタイルに合わせたお茶の飲み方を提案し続けるとともに、伝統ある茶文化の発展・拡大を推進します。簡便化の流れを捉えたリーフ（茶葉）製品やEC販売向けの健康性・嗜好性の高い製品などのラインアップを拡充し、飲用層の拡大を図っていきます。

世界で日本茶および「お〜いお茶」の魅力やおいしさの認知拡大を図るべく、グローバルアンバサダーの大谷翔平氏を起用したキャンペーンをはじめコミュニケーションにも注力していきます。

## TOPICS

### 伊藤園お〜いお茶新俳句大賞

1989年の「お〜いお茶」発売以来、製品とともに35年間続く国内最大規模の俳句コンテストです。「新俳句」とは、「季語」や「定型」などの俳句のルールを問わず、自由に表現していただくものです。幅広いジャンルの審査員により選出された受賞作品は、文部科学大臣賞をはじめ2,000句が「お〜いお茶」のパッケージに掲載されます。応募の9割が小・中・高の団体応募（計3,000校以上）を中心とする教育現場で、日本文化の継承と若年層の関心の向上に貢献しています。



第三十五回  
伊藤園お〜いお茶  
新俳句大賞  
応募句数  
**1,889,582句**  
応募人数合計  
7年連続50万人突破

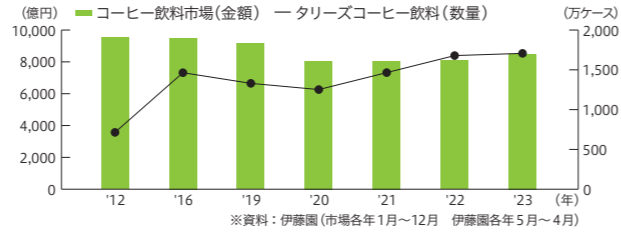


# タリーズコーヒー(TULLY'S COFFEE)

## 市場概況

コーヒー飲料市場は、主要販売先である自動販売機チャネルの縮小や構成比の高いSOT(ステイオンタブ)缶の需要低下などにより市場縮小が続いている中、味わいや香りにこだわった製品が市場を牽引する傾向がみられます。また、家庭用コーヒー市場については、簡易ドリップ製品が伸長しており、今後さらに品質と簡便性への支持が高まると見込まれます。

### コーヒー飲料市場の推移



## 成果と課題

伊藤園が展開する「TULLY'S COFFEE」ブランドは、高品質のアラビカ種のコーヒー豆を国内焙煎し、おいしさにこだわった独自製法を採用しています。

2023年度に「TULLY'S COFFEE」ブランドの年間累計販売数量は過去最高の1,700万ケースを突破しました。価格改定の影響を受ける中でも、シヨップクオリティを追求した飲料製品であるからこそ、お客様からご評価をいただいています。

一方で、原料価格高騰や為替リスク、気候変動により、アラビカ種の栽培適地が半減する可能性がある2050年問題がささやかれる中、今後も持続可能な原料調達への取組みを強化し、対応していくことが課題です。

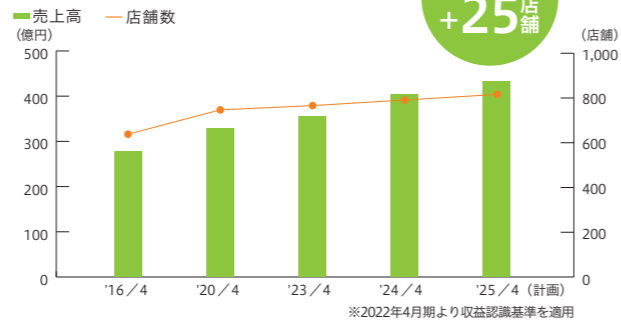


## タリーズコーヒー・ジャパン 店舗展開

シアトル発祥のスペシャルティコーヒーシヨップ「タリーズコーヒー」を1997年より国内にて展開しています。「地域社会に根ざしたコミュニティカフェとなる」を理念に、世界各地から厳選したコーヒーとくつろぎの空間を提供しています。2023年度は売上、店舗数ともに大きく増加し、2024年4月末の総店舗数は791店舗となっています。

今後も、品質向上に向けた産地との取組みやロケーションに応じた出店を加速させ、「TULLY'S COFFEE」ブランドの価値向上を目指していきます。

### 売上高および展開店舗数推移



## TOPICS

### コーヒーのおいしさと未来を守る、ペルー「接ぎ木プロジェクト」

タリーズコーヒー・ジャパンでは各国の産地に深く入り込み、品質向上に取り組んでいます。そのひとつが、ペルーのセンフロカフェ農協と2019年から取組む「接ぎ木プロジェクト」です。地球温暖化や度重なる品種改良などの要因から、現代では希少とされる原種に近いコーヒーを現地の生産者と協力してテストを行い、2024年に本格的に生産を開始しました。今後も品種の個性が現れたおいしいコーヒーを生産し、お客様に感動の一杯をお届けできるように注力していきます。



プロジェクトのテストで生産された希少なコーヒーを、2024年5月に販売開始

## 今後の戦略

伊藤園グループのコーヒー事業には、「TULLY'S COFFEE」ブランドの販売(伊藤園)、タリーズコーヒーシヨップの展開(タリーズコーヒー・ジャパン:以下TCJ社)、生豆・焙煎豆卸事業、中南米でのコーヒー農園事業(Distant Lands Trading Co.:以下DLTC社)があり、バリューチェーン上で3社で連携を強化していきます。

伊藤園は、TCJ社のコーヒーに関するあらゆるノウハウ(産地選び、原料開発、焙煎、ブレンド、抽出、カップング、製品開発)を活かし、シヨップと連動した「TULLY'S COFFEE」ブランド製品(飲料、ドリップバッグ)を展開しています。一方、TCJ社は、伊藤園による上記製品のマーケティング活動を通じて、シヨップブランドの認知を広げ、「TULLY'S COFFEE」ブランド全体を強化しています。さらに、2023年からは、米国を拠点とするDLTC社の産地や原料面での強みを活かし、自社農園であるラミニータ農園のコーヒー豆を使用した製品を共同開発しています。

今後も、グループシナジーをさらに発揮して、原料調達、製品開発、コミュニケーションを通じてお客様との接点を増やし、ブランド価値向上を目指していきます。



伊藤園 原料部副部長 南川 剛士



## Voice



タリーズコーヒー・ジャパンプロダクト本部 ビーンズ開発グループ 渡邊 瑛子

品質の高いコーヒーを安定的に確保するためには、産地との強いパイプラインが不可欠です。伊藤園グループ内で産地との関係性を構築していくことで、お客様に美味しいコーヒーを継続的にお届けできると信じています。シーンや場所を問わず、タリーズコーヒーを楽しんでいただけるよう、今後も美味しいコーヒーとそこに秘められたストーリーを伝えていきたいです。



Distant Lands Trading Co. Vice President Farm Operation Harry Odio

コーヒー農園から始まる垂直統合型ビジネスの実現によって「コーヒー農園のサステナビリティ」を現実的なものにしていきます。伊藤園、タリーズコーヒー・ジャパンとの協業により、最終消費者の声を反映した高品質な製品づくりが可能となり、私たちのモチベーションにつながっています。このパートナーシップを大切に、今後も改良を重ね、より良いコーヒーの生産に努めていきます。



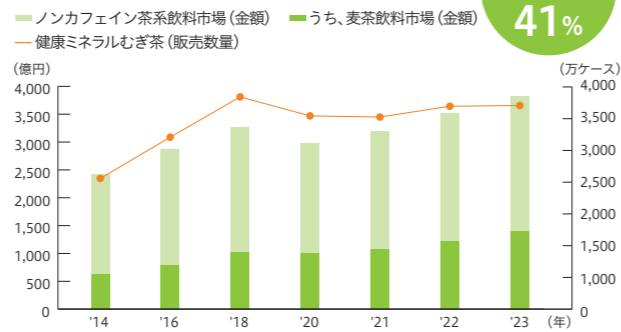
# 「健康ミネラルむぎ茶」・ノンカフェイン茶系飲料

## 市場概況

ノンカフェイン茶系飲料市場は、健康や美容意識の高まりを背景に2023年までの10年間で約1.3倍に、麦茶飲料市場は2倍以上になりました<sup>※1</sup>。年々拡大する市場の中、当社の主力ブランドである「健康ミネラルむぎ茶」は、若者男女問わず幅広い層にご支持いただき、シェアNo.1を誇っています<sup>※2</sup>。また、ルイボ스티ー製品や黒豆茶製品など単一素材を使用したさまざまなノンカフェインの茶系製品への注目が高まり、今後も需要が拡大していく見込みです。

※1 伊藤園調べ(2023年と2014年のノンカフェイン茶系飲料市場規模の比較/金額ベース)  
伊藤園調べ(2023年と2014年の麦茶飲料市場規模の比較/金額ベース)  
※2 インテージSRI+ 麦茶飲料市場データ(期間:2023年1~12月/金額ベース)

### ノンカフェイン茶系飲料市場の推移



## 成果と課題

当社は、国内で流通する麦茶原料のうち約50%の取り扱い量を占める原料調達力と当社グループ内における独自の焙煎加工技術が強みです。これにより、飲料からティーバッグ、インスタントなど幅広い製品ラインアップで、売場における飲料・リーフ製品の連動販売を実現しています。

主力ブランドの「健康ミネラルむぎ茶」は、2年連続で「最も販売されているRTD麦茶ブランド(最新年間販売量)」実績世界No.1としてギネス世界記録<sup>TM</sup>に認定されています<sup>※</sup>。水分補給&ミネラルで、“健康をサポート”

※ 記録名:「最も販売されているRTD麦茶ブランド(最新年間販売量)」  
正式英語記録名:Best-selling RTD barley tea brand-current  
記録対象ブランド:「健康ミネラルむぎ茶」  
対象年度:2023年



する飲料”として確固たるブランドイメージを定着させることができました。

一方で課題は、原料価格高騰や天候不順による原料供給の減少です。国産麦の調達に一層取り組み、リスク管理を強化していきます。

また、ノンカフェインの健康茶飲料においては、主な飲用層である女性のニーズを捉えて伸ばしています。今後、製品の健康価値も訴求し、さらなる認知拡大に組み、ブランドへと育成していく必要があります。



※伸長率:伊藤園 (飲料製品、2023年5月~2024年4月/数量ベース)

## 今後の戦略

麦茶は今後も猛暑による暑さ対策として、需要拡大が見込まれます。「健康ミネラルむぎ茶」では製造工程に新たな技術や設備を採用し、お客様に継続して飲んでいただける品質を追求していきます。

昨今では睡眠に問題を抱える消費者が多い中で、ノンカフェイン茶系製品ならではの価値提案が期待できます。

今後も、単一素材原料の持つ健康性を引き出した製品開発を進め、日々の健康に貢献していきます。

### Voice

#### 女性に寄り添った健康的な製品づくり

黒豆茶製品では“大豆イソフラボン”が、美容や健康に関心の高い女性が製品を手にとるときかけといわれます。また、素材の持つ甘さや香ばしさが、体に染み込むようにやさしい味わいと評価をいただき、継続購入につながっています。市場が拡大しているノンカフェイン茶系飲料において、今後も素材の特徴を活かし、お客様のココロとカラダの健康に貢献できる製品を開発していきます。



麦茶・紅茶・健康茶ブランドグループ SIV 根本 有里

# 野菜・果汁飲料／その他

## 「1日分の野菜」を中心とする野菜製品の強化

当社は、トマトベースの野菜飲料が主流だった1980年代~1990年代に、にんじんをベースにした野菜果汁ミックス飲料を開発し、野菜飲料(にんじん飲料)の市場を創出してきました。足元では、厚生労働省が推奨する1日の野菜摂取目標量「350g分」の野菜を使用した「1日分の野菜」ブランドを中心に、新たな製品の開発やコミュニケーションに組み、需要拡大を図っています。「1日分の野菜」では、業界初の新容器を用いて野菜を「食べる」満足感が楽しめる「1日分の野菜 meal up」シリーズをはじめ、ライフスタイルの変化に合わせた新容器・新容量でのラインアップ強化に組みました。

また、社内検定制度「野菜・果実マイスター」の有資格者による、「1日分の野菜」の大試飲会を全国で実施し、お客様に製品の魅力を体感いただきました。

野菜の健康価値が伝わる製品提案や試飲会・食育活動などお客様との接点強化を通じて、飲用層を拡大していきます。



子ども向けの食育活動を実施

## 果汁飲料などを通じた国内農業支援の取り組み

果汁飲料を中心に、全国農業協同組合連合会(JA 全農)が進める国内農業支援の取り組みと連動した製品展開を進めています。

日本の農業は農家の高齢化や後継者不足など多くの課題を抱えています。当社は、国産農産物のPRを展開し、製品を通じて産地を応援する「ニッポンエールプロジェクト」に参画しています。

JA全農と当社を含むメーカーや販売先が協力し、形や見た目の理由から市場に流通できない農作物を使用した製品を開発するなど、生産農家の課題解決に挑戦しています。



「ニッポンエール」ブランドとして飲料製品を複数上市しており、今後も製品を通じて国産農産物の消費拡大や生産振興に貢献していきます。

### Voice



野菜・果汁・乳酸菌・機能性・フードブランドグループ SIV 西田 直紀

製品開発の過程で産地まで赴き、農産物のつくり方や生産者の想いなどを直接お聞きして開発に活かすことが私たちのモノづくりの基本です。今後も、農業に資する企業としてJA全農と共に産地の皆様が抱えるさまざまな課題の解決に尽力し、生産者と消費者を結び架け橋となるよう取り組んでいきます。

### TOPICS

#### お茶の未来を共創する拠点となる複合型博物館をオープン

当社は2024年に創業60周年、「お〜いお茶」誕生35周年の節目を迎えました。今までお茶が果たしてきた役割と、人々の生活に寄り添い続ける未来への展望をお伝えしていくことを使命として、お茶の未来を共創する拠点となる複合型博物館を2024年5月にオープンしました。

本博物館は、「お茶の文化創造博物館」と「お〜いお茶ミュージアム」の2つの博物館で構成されています。お茶の魅力と喫茶の素晴らしさを体験できる機会をご提供し、「お茶」の価値向上に貢献していきます。

お茶の複合型博物館 ▶ <https://www.ochamuseum.jp/>





CSO(サステナビリティ推進担当役員)メッセージ

# サステナビリティ経営を根底に、 中期経営計画を実行していきます

伊藤園グループは、100年、200年と永続する企業を目指しています。そのためには、経営基盤を盤石にし、事業が成長していく「自社のサステナビリティ」と、さまざまな社会・環境課題を解決して実現する「社会のサステナビリティ」を両立させる「サステナビリティ経営」が重要となります。

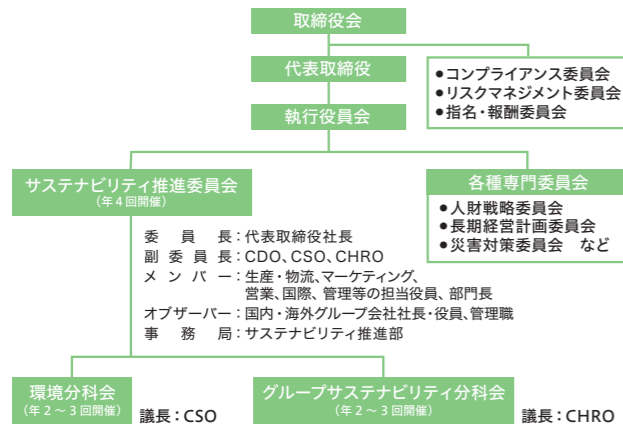
当社は、外部環境の大きな変化を踏まえ、経営計画を見直し、2024年度に新たな中期経営計画をスタートさせました。長期ビジョン「世界のティーカンパニー」に向けて、グローバル化を加速させる企業ステージとして、サステナビリティ経営を中期経営計画の5つの重点戦略の根底に据えて、未来に向けて取組みを進化させていきます。

## マテリアリティへの対応

現在、7つのマテリアリティ(P.37以降参照)を特定しています。各マテリアリティへの対応を推進する中で強く感じているのは、各取組みは個々に完結せずに、相互に関連していることです。当社は、グループミッションとして掲げる「健康創造企業」を、3つの健康価値(心身・社会・地球環境)を創造していく企業と定義づけています。この3つの健康価値に貢献し続けるためにも、各取組みが組織ごとの縦割りとならず、伊藤園グループ全体、さらには関係するサプライチェーン全体で進められるようにCSOとして推進していきます。

上記を実現するためのサステナビリティ推進体制としては、2023年度より伊藤園単独から海外を含む各グループ会社が加わり、グループ全体での推進体制が整いました。「環境」への対応を例に挙げると、2023年度は、グループ全体でのGHG排出量の算定や、TCFDやTNFD対応のほか、事業のグローバル化に伴い欧州の容器包装等の環境規制へ対応した製品開発などを進めました。

### サステナビリティ推進体制図(2024年5月～)



取締役 専務執行役員  
生産本部長 CSO 物流本担当  
**中野 悦久**

## 社会的価値創出と事業成長の両立 「持続可能な農業への貢献」

国内の茶産業は、茶生産量や栽培面積の減少、茶生産者の高齢化といった、さまざまな課題を抱えています。これは、急須でいれてお茶を飲む習慣の減少などを要因として、最も品質が良い「一番茶」の需要が低下し、年間で最も高い「一番茶」の取引価格がピーク時から大きく下落し、茶生産者の経営に大きな影響を及ぼしているためです。

「持続可能な農業への貢献」の代表的な取組みで、1976年から実施している「茶産地育成事業」では、茶生産者の契約取引により、一番茶、二番茶から秋冬番茶まで、生産していただいた茶葉は、当社が一定価格で全量を仕入れています。茶生産者の方々に安心して生産していただき、経営の安定化と高品質原料の安定調達を両立させています。

### サステナビリティ経営 2023年度の主な取組み

<b>全般</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「健康創造企業」を「心身の健康」「社会の健康」「地球環境の健康」の3つの健康価値を創造する企業と定義</li> <li>監査等委員会設置会社への移行、サステナビリティ推進体制など、ガバナンス体制の強化</li> </ul>
<b>農業</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「茶産地育成事業」にて、海外各国の品質基準に対応する緑茶、抹茶の開発</li> <li>営農支援ツール「アグリノート」、独自の「農業適否判定システム」導入等、DX推進(減農薬、有機栽培で環境負荷低減と海外事業発展を両立)</li> </ul>
<b>環境</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外グループ会社を含む全連結子会社でのGHG排出量と水の算定方法の確立(国内子会社Scope1、2、3、海外子会社Scope1、2とScope3の一部)</li> <li>TCFD、TNFDへの対応</li> <li>国内物流倉庫の風水害リスクの分析</li> <li>自然資本への依存、影響度の高い国内緑茶原料のリスク評価・特定に向けた分析を実施</li> <li>30by30アライアンスに参画</li> </ul>
<b>人権尊重</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人権デューデリジェンスの開始(国内契約茶農家と自社工場)</li> </ul>

「世界のティーカンパニー」へ向けて、「お〜いお茶」のグローバル化を進める中で、高品質、高付加価値の原料を安定調達していくことは必須です。日本経済や茶産業の現状に照らして、茶葉の仕入れ価格の見直しを含めて、茶生産者の経営の安定に貢献し、当社の成長力の源泉である「茶産地育成事業」を持続的に進化させていかねばなりません。近年、海外各国の品質基準に対応する、緑茶、抹茶の開発と環境配慮型農業のさらなる推進などを目的に、独自の農業適否判定システムの開発・導入を進めています。また、営農支援ツール「アグリノート」の導入により、作業効率向上や茶栽培ノウハウのデータ化のサポートをしていきます。

今後も引き続き、茶生産者と協働し、農業における社会的な価値の創出と当社の事業成長の両立を実現していきます。

## 一番茶ほか、 多種多様な原料による製品と価値創造

「茶産地育成事業」は、専用原料の開発など「お〜いお茶」の品質向上に寄与し、ブランド価値につながっています。一方で、茶生産者と協働した取組みを、お客様に認知いただき、製品の付加価値として十分にご理解いただけていないことが課題です。

「茶産地育成事業」による多種多様な原料の全量仕入れによって当社は、急須でいれる茶葉製品、ペットボトル飲料、抹茶、ティーバッグなどの簡便性製品、単一品種の一番茶のみを使った高価格帯の瓶入り飲料製品※1など、多様なシーンやニーズに対応し続けています。こうした製品を通じて、お客様がお茶の魅力を感じて、さらに茶産地や原料開発の取組みへと興味を広げていただくようにするなど、さらなるお茶の可能性を切り拓いていきたいと思えます。

※1 予約限定製品「瓶 お〜いお茶 MEGAMI(静岡岡牧之原)」「同 SEIMEI(鹿児島島志布志)」。1本3,000円(税別)。▶P.29参照

## 「健康創造企業」として欠かすことができない、 「食生活と健康への貢献」

当社事業にとって、健康は大きなキーワードです。お茶の価値には、文化性、お茶でコミュニケーションといった「情緒的な価値」と、「健康・機能面の価値」があります。当社は、そうした価値を持つお茶を中心に、コーヒーや炭酸飲料など無糖飲料製品の比率が、国内清涼飲料市場の中で高く、競争優位性となっています※2。

また、健康・機能面について、認知機能への影響などのエビデンスを得ていくため、産官学連携で研究を進めています。こうした研究成果を積極的に発信し、製品化にもつなげていくことで、健康で豊かな生活への貢献、ひいては持続可能な農業へとインパクトの輪を広げていければと考えています(P.39~40 食生活と健康への貢献 参照)。

※2 国内清涼飲料市場における無糖飲料比率が56%に対して、当社製品における同比率は75%以上

## 強固なパートナーシップで、 「持続可能なサプライチェーンへの貢献」

当社の飲料製品は、協力工場に製造委託するファブレス方式を採用しています。また、茶生産者や製造委託先、物流委託先、資材調達先などさまざまなサプライヤーと、長年にわたり強固なパートナーシップを構築してきました。近年、安全・安心な製品の提供はもちろん、気候変動や資源循環、人権尊重といった課題への対応が求められています。それらの対応は、サプライヤーとのパートナーシップなくして取組むことはできません。当社は持続可能なサプライチェーンマネジメントに取組むうえで、各サプライヤーとの品質会議を年に数回実施し、課題と進捗の共有を図っています。

また、2024年3月には飲料製造時におけるGHGと水資源の削減をテーマにした「環境品質会議」を初めて実施し、各協力工場の課題と、GHGと水資源削減への対応策について共有しました。今後、当社事業のグローバル化の進展にあたり、世界各国の関連法令や規制を注視していくとともに、グローバルなサプライチェーンマネジメントの体制構築が求められます。国内・海外ともに、品質、環境への取組みと経済合理性のバランスは難題ではありますが、エンゲージメントを強化し、持続可能なサプライチェーンへ貢献していきます。

## 今後に向けて

当社は、「お茶の健康性の研究」や「茶産地育成事業」など、数十年間にわたり地道に続けてきた取組みが多数あります。取組みを通じた社会的価値の創出と事業成長の両立など、「ここがゴール」と決められないのがサステナビリティ経営だと考えています。気候変動、資源循環、物流などの社会・環境課題解決やサステナビリティへの取組みは、メーカー1社で対応するには限界点があり、飲料業界や茶業界も、他業界のように業界全体で解決に向けた取組みを検討する分岐点にあると感じています。伊藤園グループのサプライチェーン上に加えて、非競争分野での他社との協業も進めていきます。

また現状、7つのマテリアリティに変化はありませんが、当社事業やサプライチェーンのグローバル化、外部環境の変化を踏まえ、マテリアリティを見直し、サステナビリティ経営をステージアップさせていく必要があります。

これからも茶業界を牽引し、社会・環境課題の解決に貢献し、持続的な企業価値向上へつなげる存在になるという強い意志を持って、CSOとして取組んでいきます。

# マテリアリティ

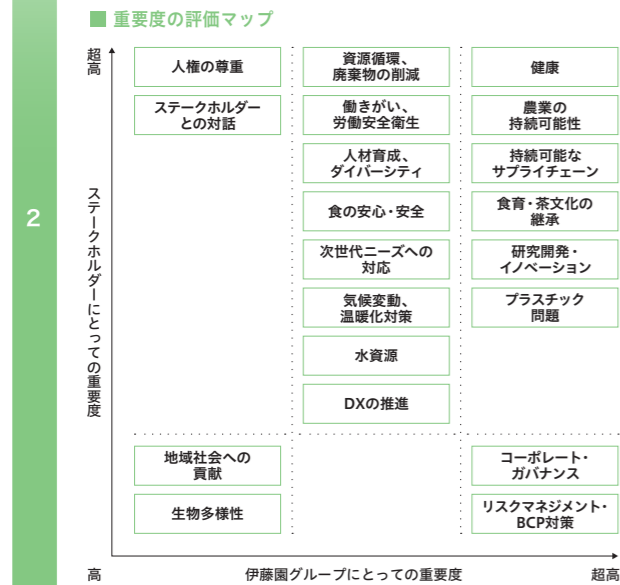
## ～取組みテーマとKPI～

伊藤園グループは「健康創造企業」として、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」へ向けて、新・中期経営計画の事業戦略と結合した7つのマテリアリティに対応する取組みを進めています。

## マテリアリティ特定のプロセス

**1 社会課題の抽出**  
 変化する外部環境と社会からの要請や期待、お客様の重要課題等の視点から、複数の国際的な基準を参照し、社会課題を抽出。  
※参照した情報開示基準等：GRIスタンダード／SASBスタンダード／ESG評価（FTSE、MSCI）／SDGs／ISO26000

**2 重要度評価**  
 抽出した社会課題を、ステークホルダーにとっての重要度と、伊藤園グループの持続的成長にとっての重要度の双方向からの視点でマッピングするダブルマテリアリティを採用し、マテリアリティ候補を評価。



**3 ステークホルダーとの対話**  
 抽出したマテリアリティ候補をもとに、伊藤園グループに対する期待や要請、重点的に取組むべき課題について、外部有識者、投資家、社内外の役員などへのアンケート調査、経営陣と外部有識者によるステークホルダーダイアログを実施。

**4 マテリアリティの特定**  
 1～3のプロセスを経て、取締役会において中長期経営計画とあわせて審議を行い、経営課題として取組む領域として7つのマテリアリティと取組みテーマを特定。

## 7つのマテリアリティ(重要課題)と指標(KPI)

マテリアリティ	コミットメント	取組みテーマ	指標 (KPI)	2023年度実績	貢献するSDGsターゲット
食生活と健康への貢献 ▶P.39～40	人生100年時代を見据えた研究開発・各世代の健康に資する製品・サービスを通じて、お客様の健康的で豊かな生活に貢献します。	人生100年時代に向けた研究開発	●食品の健康価値に関する研究発表件数 年間25件	28件	3, 3.3, 3.4
		生活者の健康ニーズと多様化するライフスタイルへの貢献	●特定保健用食品・機能性表示食品の売上構成比率 2026年度 30%以上 ●「お～いお茶」の販売国 2040年度までに100カ国以上(2028年度 60カ国以上) ●海外販売飲料製品における非加糖製品 <sup>※</sup> の構成比率 <small>※無糖飲料(茶・水・炭酸水)+100%野菜飲料や果汁飲料等の自然素材原料飲料</small>	17.5% 40の国・地域 70.6%	3, 3.3, 3.4
		製品の安全・安心 品質の追求と環境負荷低減	●食品安全国際認証 取得率100% ※国内ドリンク/リーフ製造工場 ●ドリンク/リーフの工場監査 実施率100% ※国内ドリンク/リーフ製造工場	95.7% 100%	12, 12.4
持続可能な農業への貢献 ▶P.41～42	茶産地育成事業を通じて、高付加価値原料の開発や環境配慮型農業の推進により、持続可能な農業に貢献します。	世界に通用する独自の農業モデルの進化	●茶産地育成事業 展開面積 2026年度:2,650ha 2030年度:2,800ha ●有機栽培の生産量 2026年度:380t 2030年度:500t ●GAP認証の維持・運用 100% ※茶産地育成事業	2,512ha 273t 100%	2, 2.3, 2.4, 8.3, 11.a, 15.4, 17.16
環境 ▶P.43～47	自然由来の製品を主として事業活動を営む企業として、人類共有の地球環境を守る課題に取組みます。	気候変動への対応	●CO <sub>2</sub> 排出量の削減率(対2018年度) <sup>※1</sup> 2030年度:Scope 1、2 50%削減、Scope 3 20%削減 2050年度:Scope 1～3 カーボンニュートラル ●全社再生可能エネルギー比率 2030年度 100% <sup>※2</sup> ●全車両中の電動車の導入比率 2030年度 50% <sup>※2</sup>	Scope1、2 17.9%削減 Scope3 23.3%削減 20% 9.7%	7, 7.2, 12.2, 13.1
		水資源	●原単位水使用量の削減(対2018年度) 2030年度 16%削減 <small>※生産1ℓ当たりの水使用量</small>	5.5%増加	6, 6.4, 6.6
		持続可能な容器包装	●リサイクル素材等使用率(全ペットボトル製品) 2030年度 100%	36%	12, 12.4, 12.5, 14.1
		生物多様性	●水源保全活動、環境保全・整備活動の総参加人数 年間500人	1,221人	15, 15.4
		廃棄物の削減/資源循環の推進	●食品リサイクル率 ●伊藤園:90%以上 ●タリーズコーヒージャパン:50%以上 ●茶殻リサイクル製品商品化数 年間10件 ●自販機ゴミプラスチック使用量削減 2028年度 50%削減(対18年度)	伊藤園 94.4% タリーズ 51.4% 16件 27.2%削減	9, 9.4, 12.2, 12.3, 12.5
地域社会・コミュニティとのつながりの深化 ▶P.55～56	様々なステークホルダーとの対話を通じ、地域社会の課題解決に貢献します。また、お茶を介したコミュニケーションにより、心身ともに健康をサポートします。	地域社会との共創	●桜植樹本数 年間150本	112本	11.a, 17.17
		お茶を通じたつながりの創出	●食育参加人数 年間60万人	45.4万人	4, 4.4, 4.7, 11.4
持続可能なサプライチェーンへの貢献 ▶P.48～50	バリューチェーンにおける全ての人々の人権を尊重するとともに、サプライヤーとの持続的なパートナーシップにより、社会・環境課題の解決と双方の持続的な収益の両立を実現します。	持続可能なサプライチェーンの構築	●品質会議実施回数 年間7回 ●供給者評価の実施	10回 実施	9, 9.4
		人権尊重の取組み推進	●人権リスクの高いサプライチェーンに対する人権デューデリジェンスの実施 年1回以上 ●社内向け人権啓発活動に関する教育の実施 年3回以上	3回 2回	4, 4.7, 8.7, 8.8, 12.6
多様な人材と全員活躍の推進 ▶P.51～54	全従業員が健康でいきいきと活躍する組織づくりに取組みます。	多様な人材の育成と活躍推進	●従業員エンゲージメントスコア 2026年度 4.2以上 ※6点満点中(2023年度から調査項目を変更) ●女性管理職比率 2026年度 10% ●男女間賃金格差(正規雇用労働者対象、男性を100とした場合) 2026年度 80% 上記のうち勤続10年未満 100% ●男性育児休業取得率 2026年度 50%	3.99* ※従来基準3.19 3.7% 79.8% 勤続10年未満 94.3% 43.1%	4, 4.4, 4.7, 8.5
		健康経営の推進	●健康経営優良法人(ホワイト500)の維持	認定	3, 3.5, 3.6, 3.a
		サステナビリティ経営の推進	●サステナビリティ重要課題の推進体制と監督機能の強化およびステークホルダーとの対話の実施	1回	
コーポレート・ガバナンス ▶P.57～70	サステナビリティ経営の推進と実践で、社会・環境課題への対応とリスク管理を強化し、企業価値を向上させます。	グループリスク管理の強化	●リスクマネジメント委員会の開催 ●関連会社との定例会議の実施	2回 4回	16, 16.5
		コンプライアンスの徹底	●コンプライアンス教育の実施回数(全社員対象) 年間12回	12回	8, 8.5, 10.2
		DXの推進	●DX推進委員会の開催	6回	
		サステナビリティ経営の推進	●サステナビリティ重要課題の推進体制と監督機能の強化およびステークホルダーとの対話の実施	1回	

※1 Scope1、2排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および連結子会社を対象としています。ただし、連結子会社の一部(Cafetalera de Tierras Ticas, S.A.およびEMPRESAS DE ANTIOQUIA LTDA)は集計範囲に含まれていません。Scope3排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および国内連結子会社を対象としています。  
 ※2 伊藤園単独が対象です。



# 食生活と健康への貢献

お茶は古くから人々の生活に寄り添い、「お茶を飲む」という食文化が受け継がれてきました。当社は、その伝統を守りつつ、変化するライフスタイルや健康ニーズ、飲用シーンに対応した製品（飲料、リーフ、抹茶）を開発し、お客様へ提供してきました。

近年、世界的な健康志向を背景に、緑茶・抹茶への関心や需要が国内外で高まっており、海外での市場創造・発展の可能性が大いにあります。緑茶・抹茶のさらなる発展には、安全・安心、おいしさといった原料・品質面だけでなく、エビデンスに基づく健康・機能性などの付加価値を、製品を通じて提供し、海外市場に向けて発信していくことが重要です。

「健康創造企業」として、当社はお茶とその他の素材本来の価値を活かし、研究、原料および製品開発力・技術開発力を進化させて、国内外のお客様の「食生活と健康への貢献」を実現し、さらなる成長を目指します。



執行役員  
マーケティング本部長  
志田 光正

## 産官学連携の研究による、「緑茶の価値」の証明と発信

中央研究所では1986年の開設以来、お茶の価値を科学の目で捉え、健康性評価・メカニズム解明などの基礎研究、有効性を裏付ける応用研究に取り組んでいます。近年、産官学連携で、カテキンやテアニンの働き等による「緑茶の健康・機能的価値」や香りやお茶を通じたコミュニケーションなどによる心身の健康といった「情緒的価値」を科学的に証明する研究を進めています。



## 抹茶による社会的認知機能（顔表情からの感情知覚）と睡眠の質への効果を確認、社会実装に向けて

当社は、高齢者のウェルビーイング向上を目指し、抹茶が認知機能に与える影響を研究しています。株式会社MCBI、筑波大学、メモリークリニックとりでと共同で、軽度認知障害(MCI)や主観的認知機能低下(SCD)の高齢者を対象とした臨床試験を実施しました。その結果、抹茶の継続摂取により、社会的認知機能（顔表情からの感情知覚）の改善が確認されました。この機能改善は、コミュニケーション能力や日常生活、社会参加の向上にも重要と考えられます。また、カフェインを含む抹茶の摂取にもかかわらず、睡眠の質が向上する傾向が確認され、注目に値します。この研究結果は、2024年8月30日付で学術雑誌PLOS ONEに掲載されました。

緑茶・抹茶は日常的に摂取でき、高齢者にとって身近な存在であることから、さらに研究を重ねることで今後、自治体等の認知症予防プログラムなどに活用されることが期待されます。

## 緑茶、ほうじ茶飲用によるストレスや疲労感軽減

緑茶は、米国のIT企業などで「クリエイティブサポートドリンク」として、リフレッシュやストレス軽減につながると、創造的な仕事をする方々に支持されています。産業医科大学と共同で、緑茶およびほうじ茶の飲用により、暗算作業の成績向上やリラックスする状態に影響する自律神経活動などの生理反応、主観的な疲労感の軽減に寄与することを確認しました。本研究結果により、作業前や合間に緑茶およびほうじ茶を飲用することで、リラックスした状態で、デスクワークなどの作業成績向上や主観的な疲労感の軽減につながることを科学的に確認されました。この結果は2024年4月13日付で学術雑誌Scientific Reportに掲載されました。

日常生活で摂取する程度の少量であっても短時間でストレス感を軽減させる機能が期待できます。今後さらに研究を深化させ、日常生活における新たなお茶の可能性を多方面から探索していきます。

### Voice

#### 認知機能の共同研究者のご意見

緑茶や抹茶は、おいしさ、抗酸化作用による健康性があり、昔から日本人の生活文化に馴染んでいました。また、心を落ち着かせ、自分と向き合う時間を与えてくれます。認知症予防には、心の穏やかさとがんばりのバランスが重要であり、「知情意」という言葉が示すように、記憶力や判断力といった知性面だけでなく、心身の安定や意思も必要です。伊藤園との抹茶の認知機能改善に関する共同研究は、社会実装のうえで大きな意義があります。海外展開にあたり、健康性といったお茶の価値と、茶の歴史や文化を含めた情報を掛け合わせて発信していくことが効果的だと考えます。今後、世界でも高齢化が進むことが予測され、日本の認知機能研究がロールモデルとなり、お茶が健康寿命延伸などの社会課題解決に貢献していくことを期待しています。

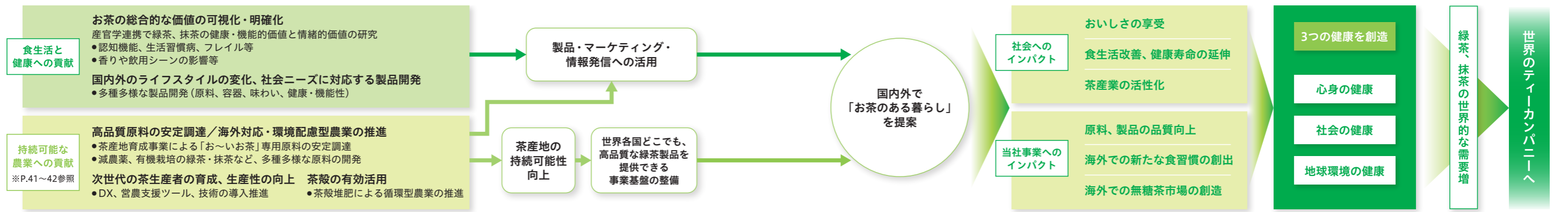


医療法人社団創知会 理事長  
筑波大学 名誉教授  
東京医科歯科大学 客員教授  
朝田 隆 先生

### KPI

<b>食品の健康価値に関する研究発表件数</b> 年間   2023年度実績 <b>25件   28件</b>	<b>特定保健用食品・機能性表示食品の売上構成比率</b> 2026年度   2023年度実績 <b>30%以上   17.5%</b>	<b>食品安全国際認証</b> 取得率 (国内ドリンク/リーフ工場)   2023年度実績 <b>100%   95.7%</b>	<b>国内ドリンク/リーフ工場監査</b> 実施率   2023年度実績 <b>100%   100%</b>
---------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------

## マテリアリティ「食生活と健康への貢献」と「持続可能な農業への貢献」の連動による価値創造





# 持続可能な農業への貢献

伊藤園グループは、緑茶原料の安定的な調達を目指して1976年から茶生産者と契約取引を行う「茶産地育成事業」を展開しています。同事業は、最終製品に適した高品質原料を茶生産者と協働で開発し、「畑からの製品づくり」に取組むユニークで持続可能な農業モデルです。「お〜いお茶」のおいしさの追求と多様化するニーズへの対応を可能にしているのは、この「畑からの製品づくり」であり、その強みがリーフ・飲料製品の市場シェア拡大につながっています。また減農薬や有機栽培の強化により、環境保全だけでなく、海外各国で異なる品質基準にも対応し、「お〜いお茶」のグローバル化に貢献することができます。

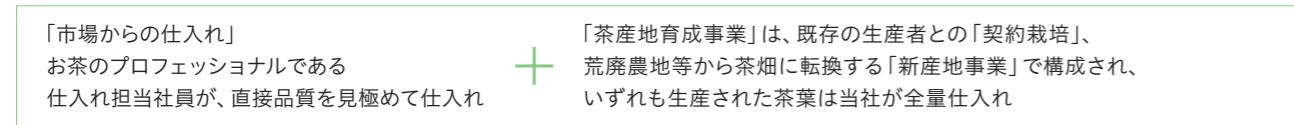
国内の茶業界において、就農者の高齢化や後継者不足などの社会課題がある中、「茶産地育成事業」は新たな産地を広げるなど、展開規模を拡大しています。今後も「お〜いお茶」ブランドの価値創造の源泉として、持続可能な農業に取組み、茶産業の発展に貢献していきたいと考えています。



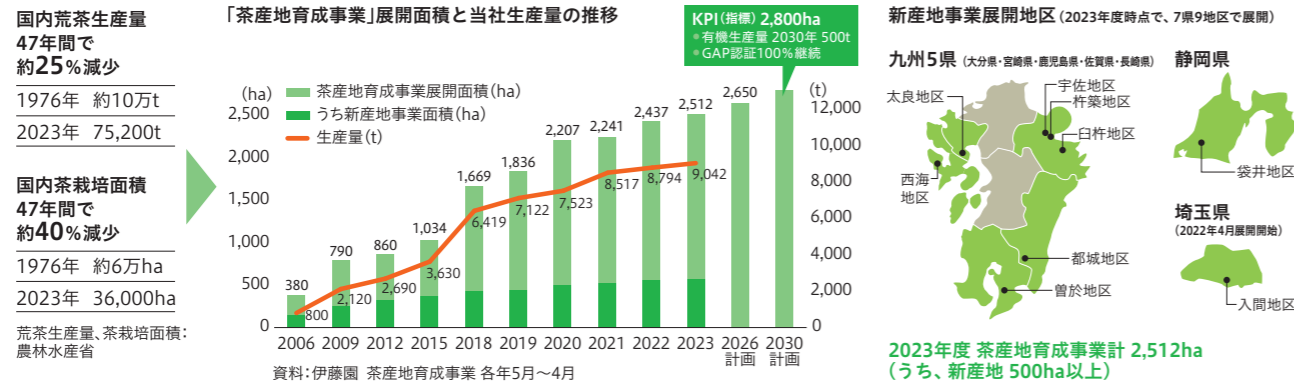
農業技術部長  
伊藤 章雄

## 独自の持続可能な農業モデル「茶産地育成事業」

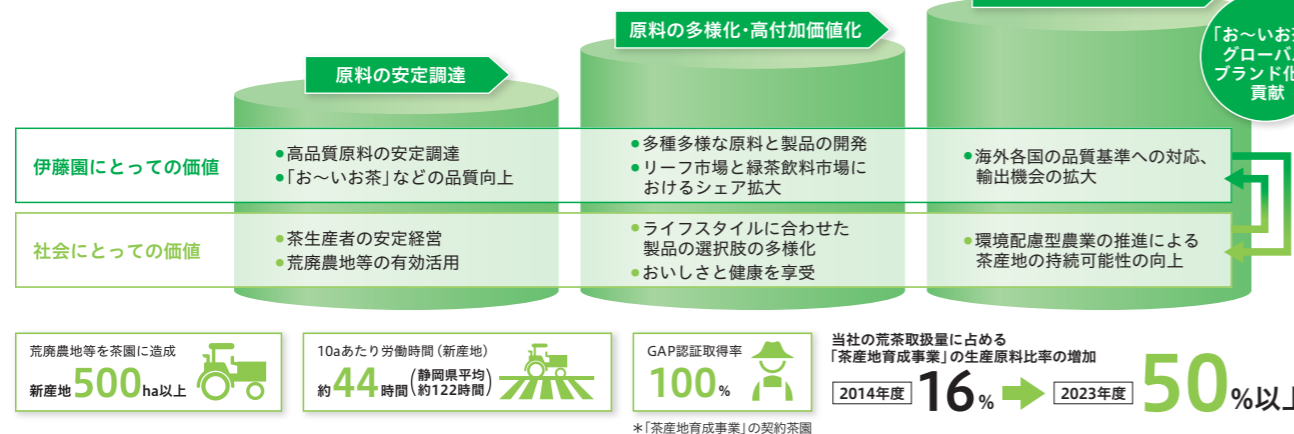
伊藤園は、国内で生産された荒茶の約1/4を取り扱っています。調達ルートは、「茶産地育成事業」と、仕入れ担当社員が直接品質を見極める「市場からの仕入れ」があります。



## 国内荒茶生産量と茶栽培面積の減少に対し、「茶産地育成事業」は展開規模を拡大



## 規模の拡大とあわせた、「茶産地育成事業」の進化



## 「茶産地育成事業」の進化による、価値創造

### 「お〜いお茶」のおいしさ向上への貢献

「畑からの製品づくり」により、素材本来のおいしさと香りをお届けするため、想定する飲用シーンから逆算して茶葉の品種選定や摘採時期、加工方法の見極めを行っています。「茶産地育成事業」の一部では、「お〜いお茶」専用原料(=香り、うまみ、おいしさに特長を持つ原料)を生産しており、2023年度からは「お〜いお茶 緑茶」ペットボトルに使用する専用原料の割合が100%となりました。お茶の葉本来のおいしさと香りを最大限に引き出した製品をお届けできるよう、これからは茶産地育成事業を通じた高品質・高付加価値原料茶の栽培と拡大に取組んでいきます。



### お茶の持続可能な未来に向けて、リスクと機会に挑む

緑茶をはじめとする自然の恵みを事業基盤とする当社にとって、気候変動や自然資本・生物多様性等への対応は、最重要課題の一つと認識しています。当社はTCFD提言、TNFD提言のフレームワークに沿って茶事業への影響等について分析を行い、リスクへの対応と機会の創出に向けた取組みを進めています。例えば、減農薬や有機栽培に取組むことは、生物多様性や土壌環境の改善など環境課題への対応だけでなく、海外に輸出可能な国産原料茶の生産拡大にもつながります。お茶の持続可能な未来に向けて、茶生産者をはじめ産官学との連携を強化し、リスクへの対応と同時に新たな事業機会の創出を図っていきます。

### 茶産地における、気候変動と環境負荷低減へ向けた対応

- 1. 平均気温上昇による、品質への影響懸念**  
亜熱帯性植物であるお茶は、収穫量の大幅な減少は想定されませんが、摘採期の早期化や病害虫の被害の増加など、品質への影響が懸念されます。
  - 品質と生産性、病害虫への耐性を考慮した品種選定
  - 最適な摘採期を見極める、AI画像解析の導入
- 2. 茶栽培時のGHG排出**  
茶栽培時には土壌からGHGが排出されます。
  - 炭素を土壌に固定する「バイオ炭」<sup>※1</sup>の散布試験  
「バイオ炭」を茶畑の畝間に散布することで、GHG排出量の削減だけでなく、土壌を改良して生産性の向上が期待されており、検証を進めています。  
※1 木や竹などのバイオマスを炭化させたもの
- 3. 自然資本/生物多様性への影響**  
化学肥料、化学農薬の過度な使用は茶産地の周辺環境に負荷をかけます。
  - 化学肥料、化学農薬削減への取組み  
茶殻に残る窒素成分に着目し、緑茶飲料製造時に排出される茶殻の一部を堆肥化し、お茶の生育に必要な窒素肥料の代わりに茶畑へ施肥する循環型農業を推進しています。化学肥料の使用量を削減と同時に、有機肥料による土壌改良効果が期待されます。

### 環境負荷低減と海外事業の発展の両立につながる、DX推進

摘採期や施肥量の見極めなどの長年の経験によるノウハウをデータ化し、次世代の茶生産者へ継承したり、GAP認証や有機認証、環境負荷低減などへの対応のため、農業のDX化を推進しています。

2023年度は、ウォーターセル株式会社<sup>※2</sup>と資本業務提携し、クラウド型栽培管理システム「アグリノート」を営農支援ツールとして一部で導入しました。また、同社と共同開発した「農業適否判定システム」の運用を開始し、海外向け原料の生産性向上とトレーサビリティの高度化を図ります。

<sup>※2</sup> 生産者の役に立つ情報プラットフォームを構築し、営農情報のデータ化、共有、連携で、農業界の課題を解決する企業

**営農支援ツール「アグリノート」**  
パソコンやスマートフォンを使って、営農に関するさまざまな情報を記録・集計・出力できる営農支援ツール。農業使用履歴の管理、GAP対応などの効率化を実現。

**農業適否判定システム**  
海外向けに生産した緑茶原料が各国の農業基準に適しているかを短時間で判定する独自システム。



# 環境

伊藤園グループは、自然由来の製品を主として事業活動を営む企業として、人類共有の地球環境を守り、次世代に継承することが最重要課題の一つと考えています。「伊藤園グループ環境方針」のもと「伊藤園グループ中長期環境目標」を設定し、バリューチェーンにおける気候変動、水資源、生物多様性、資源循環といった環境課題に取り組んでいます。

2022年4月にはTCFD提言に賛同表明し、バリューチェーン全体を対象に、気候変動に伴うリスクと機会が事

業活動に与える影響評価と対応策の検討を進めるとともに、2024年4月にはTNFDフォーラム※に参画し、TNFD v1.0を参照しながら、緑茶事業に関わる自然資本／生物多様性の観点から分析を実施しました。気候変動と自然資本／生物多様性の課題は密接に関わり合っているため、今後も統合的な分析と対策に取り組んでいきます。

※TNFDフォーラム…TNFDの理念に賛同する企業・機関・団体等によって構成される、TNFDの議論をサポートするステークホルダーの集合体

## TCFD・TNFD分析(サマリー)

気候変動と自然資本／生物多様性の課題は密接に関連しており、包括的な対応が必要であると考え、共通内容の「ガバナンス」「リスクとインパクトの管理」は統合的に、「戦略」「指標と目標」はそれぞれの内容と対応を個別に記載しています。

項目	TCFD	TNFD
ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ推進委員会(委員長:代表取締役社長)において、気候変動や自然資本／生物多様性などの問題に対する方針と戦略、対応策を協議。重要事項は、取締役会および執行役員会に報告、審議され経営戦略に反映。</li> <li>サステナビリティ推進担当役員(CSO)を中心に、気候変動、自然資本／生物多様性の保全と回復を中心とした環境課題の推進体制を強化。</li> <li>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。</li> </ul>	
戦略	<p><b>1. シナリオ分析</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「1.5/2°Cシナリオ」では、脱炭素社会への移行が完了していることを想定して移行リスクと機会を分析</li> <li>「4°Cシナリオ」においては、世界の気温上昇とその影響が悪化し続けることを想定して物理的リスクと機会を中心に分析</li> </ul> <p><b>2. シナリオに基づく分析結果</b></p> <p>&lt;移行リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>炭素税導入によるコスト増加</li> <li>影響額 2030年度想定 GHG削減対策なし:14.2億円 GHG削減目標達成:7.1億円 ※Scope1、2対象</li> </ul> <p>&lt;物理的リスク&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自社／委託工場、グループ会社／主要委託工場、物流倉庫における風水害リスク分析</li> <li>主力製品原料(緑茶、大麦、コーヒー豆)の収量、品質への影響</li> </ul> <p><b>3. 移行計画</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Scope1とScope2の削減策については、「営業車両の電動車への転換」「省エネの推進」「再生可能エネルギーへの転換」の3つを柱にロードマップとKPIを作成し、取組みを推進 (P.44 気候変動への対応 参照)</li> <li>Scope3については、容器包装の軽量化やサステナブル素材への転換や、サプライヤーへのエンゲージメントと協働により削減を推進 (P.46 容器包装への対応、P.48 サプライヤーエンゲージメントの強化 参照)</li> </ul>	<p><b>1. LEAPアプローチ</b></p> <p>事業にとって重要な緑茶事業に対象範囲を限定し、LEAPアプローチを参照して分析。自然資本／生物多様性の影響が懸念される地域を特定するLocateと自然との接点を診断するEvaluateの依存・インパクトの特定(E2)までを実施</p> <p>&lt;Locate&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>緑茶事業のバリューチェーン上のうち、最も自然資本／生物多様性への依存とインパクトが大きいのは、「栽培」工程</li> <li>「栽培」に関わる、当社グループが契約している茶園の状況を分析</li> </ul> <p>&lt;Evaluate&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>依存とインパクトが「非常に高い」または「高い」ものとして、特に「GHG排出量」と「土壌劣化(汚染)」を認識</li> </ul> <p><b>2. 移行計画</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷影響の可能性に対し、適正な施肥量の管理や土壌管理が重要であると考えて対応を進める</li> <li>気候変動と自然資本／生物多様性の関連性の視点からリスクと機会に関わる分析を進めるとともに統合的な対応策に取組む</li> </ul>
リスクとインパクトの管理	取締役会の諮問機関であるリスクマネジメント委員会(委員長:代表取締役社長)において、重要リスクの一つとして認識している気候変動リスク、自然資本／生物多様性の保全と回復を全社的なリスクマネジメント体制に統合して管理	
指標と目標	P.44 中長期環境目標と実績 参照	検討中 ※持続可能な農業への貢献の取組みについてはP.41～42参照

TCFD・TNFD提言に沿った情報開示 ▶ <https://www.itoen.co.jp/sustainability/environment/tcfd/>

## 中長期環境目標と実績

テーマ	指標	2023年度 実績	中長期目標
気候変動への対応	GHG排出量削減率(基準年 2018年)	(対基準年) Scope1、2 17.9%削減 Scope3 23.3%削減 算定対象 S1、2 全連結企業 S3 全国内企業	(対基準年) 2030年度 Scope1、2 総量 50%削減 Scope3 総量 20%削減 2050年度 Scope1～3 カーボンニュートラル 算定対象 全連結企業
水資源の保全	原単位水使用量の削減率(基準年 2018年) ※生産1kg当たりの水使用量	(対基準年) 5.5%増加	(対基準年) 2030年度 16%削減
生物多様性の保全	-	TNFD提言に沿った分析の実施、対応策の検討	生物多様性の保全と回復
容器包装・資源循環	全ペットボトル製品のリサイクル素材等使用率	36%	2030年度 100%

## 「お〜いお茶」を通じた環境への取組み

「お〜いお茶」をはじめとする飲料製品の畑から製造、物流、販売、消費に至る各段階で、環境負荷低減および資源循環へのさまざまな取組みを実施しています。



## 気候変動への対応(GHG削減への取組み)

2023年度の当社グループのGHG排出量は、Scope1、2、3合計で1,481千tCO<sub>2</sub>(対基準年\*23.0%削減)、Scope1+2で77千tCO<sub>2</sub>(対基準年17.9%削減)、Scope3で1,404千tCO<sub>2</sub>(対基準年23.3%削減)となりました。

※基準年:2018年度 ※対象範囲:Scope1、2は全連結企業、Scope3は全国内企業

### <Scope1、Scope2の削減策>

#### ◇営業車両の電動車への転換

営業ルートの効率化、全拠点でのエコドライブの推進等により燃料使用量の削減を進めるとともに、GHG排出量の少ない電動車(ハイブリッド車や電気自動車等)への切り替えを進めています。

2023年度の自社車両における電動車比率は9.7%となりました。全車両中の電動車の導入比率50%(2030年度)に向けて、2023年度は業界初の「EVボトルカー(茶殻配

合軽量パネル搭載型)」を導入し、東京地区の営業拠点から順次展開しています。

#### ◇省エネの推進、再生可能エネルギーへの転換

2023年1月から伊藤園神戸工場において太陽光発電設備を設置し、神戸工場全体における電力使用量のうち約10%を自家発電で賄っています。全社再生可能エネルギー比率100%(2030年度)に向けて、優先度を決め再生可能エネルギー化を進めていきます。

伊藤園グループ行動規範・方針(環境方針) ▶ <https://www.itoen.co.jp/company/policy/>  
伊藤園グループ中長期環境目標 ▶ <https://www.itoen.co.jp/sustainability/environment/>



< Scope3の削減策 >

当社グループのGHG排出量の95%以上を占めており、その中でも80%以上を占めるカテゴリー1(原料・資材の調達、製造等)を中心にGHG排出量削減策、および水使用量の削減等を進めています。

◇資材

ペットボトルの軽量化、ラベルレス製品の拡充、植物由来の生分解性素材といった環境配慮素材や再利用可能容器への代替に取組むほか、バージン材100%に比べてGHG排出量が6割に抑えられるリサイクル素材などを使用したペットボトルを2030年度までに全ペットボトル製品に使用することを目標に掲げ、資源循環を推進しています。(P.45～46 容器包装への対応 参照)

◇物流

ブロック生産物流による物流効率向上の他、ドリンク・リーフ製品の混載配送の拡大、他社との協業等に取り組んでいます。また、当社は飲料のほぼ全量を協力会社に製造委託しているため、サプライヤーとのエンゲージメントを通じて定量・定性による情報交換を行い、今後のGHG排出量削減策に反映させています。(P.48～49 持続可能なサプライチェーンへの貢献 参照)

水資源への対応

水資源は飲料製品の主原料であり、農作物の生育や製品の製造工程に不可欠です。飲料製造では、製造委託先における水使用量の削減や循環水の再利用、適切な排水管理に取り組んでいます。また、自社事業拠点・製造委託先工場、外部委託倉庫等における濁水リスク、洪水リスクを分析し、自社でBCP対策を講じるほか、サプライヤーに対してもBCP対策の確認等、エンゲージメントを図っています。

さらに、委託製造量が多い工場や濁水、洪水リスクが比較的高い地域にある工場を中心に、製造委託先と協働し、工場の水源地の保全活動を行っています。

(P.48 水源地保全活動 参照)

**TOPICS 飲料製造委託先における水使用量の削減**

東洋製罐株式会社と共同開発した伊藤園専用の飲料充填方式「NS※システム」は、薬剤を使わず温水でペットボトルを殺菌するため、温水(殺菌水)だけでなく、すすぎ水の循環利用が可能となりました。

**ボトルの洗浄工程における水の循環利用**

NSライン	アセプティック
薬剤を使用しないため循環利用が可能	薬剤が混ざってしまうためすすぎ水の循環利用ができない

また近年では、サプライヤーと協働し、厳重な品質管理のもとと安全性を担保しながら、温水の使用量を約70%削減しました。さらに株式会社日本キャンパックやTOYO PACK KIYAMA株式会社では、プリフォーム(ペットボトルを膨らます前の原型)状態での殺菌により、水使用量の削減に貢献しています。

※NSは“Non-Sterilant”(ノン・ステリラント=殺菌剤を使用しない)の略

自然資本／生物多様性への対応

2024年7月に、気候変動と統合的に取り組むことを明示した「TCFD・TNFDレポート」を開示しました。初年度となる24年4月期は、TNFDv1.0を参照しながらLEAP分析を行い、当社グループの主力製品の原料である緑茶栽培について、茶園と近隣の自然環境分析および水リスク分析を実施しました。その結果、一部茶園の近隣に生物多様性における重要な自然保護地域を確認したほか、一般的に、化学肥料や化学農薬の過剰施用をした場合、溶脱作用による土壌劣化の可能性があることや、GHG排出量の増加につながるなど、自然資本／生物多様性への依存とインパクトを把握しました。

分析結果を踏まえ、気候変動と自然資本／生物多様性

は密接に関連しており、統合的なアプローチが必要であることを再認識しました。

当社はGAP認証取得100%維持に加え、農業のDX化の推進による適正な施肥量等の管理強化やバイオ炭散布による炭素の固定、有機栽培の推進などに取り組んでいます。(P.41～42 持続可能な農業への貢献 参照)

今後も茶生産者や外部機関との連携による対応策の検討を進めるとともに、TNFD提言のフレームワークに基づく分析対象の範囲拡充と深化を図っていきます。

また、当社は、環境省の「生物多様性のための30by30アライアンス」に参画しています。



容器包装への対応

伊藤園グループでは、「伊藤園グループ容器包装に関する方針」「伊藤園グループプラスチックに関する方針」に基づき、3R(リサイクル、リデュース、リプレイス&リユース)に、積極的に取り組んでいます。

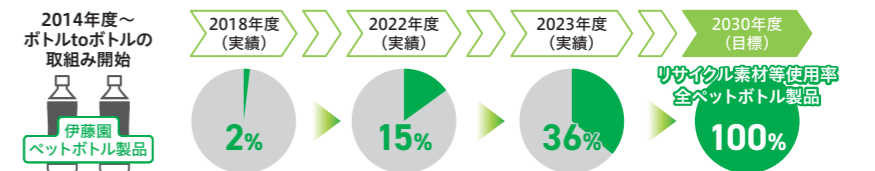
世界的に喫緊の課題である気候変動や海洋プラスチックごみ問題等を背景に、企業に求められるプラスチック課題への対応は複雑さを増しています。伊藤園グループでは、製品の設計段階からライフサイクル全体を通じた、資源有効活用と環境負荷低減に向けた取組みをより一層推進し、循環型社会の実現とGHG排出量の削減に貢献していきます。

リサイクル(ボトルtoボトル)

当社グループは、ペットボトルに使用するリサイクル素材等\*の割合を2030年度までに100%にする目標を掲げ、ペットボトルの水平リサイクル(ボトルtoボトル)を推進しています。

この目標達成に向け、事業者や自治体と連携したボトルtoボトルの推進や、適正な分別排出に関する消費者への啓発にも積極的に取り組んでいます。その結果、2023年度のリサイクル材等の使用率の実績は36%となりました。

\*リサイクル材および生物由来素材を含む



TOPICS 事業者や自治体と提携した、ボトルtoボトルの取組みの拡充

2024年夏期から東映株式会社(東京都)や志摩スペイン村(三重県)などの企業と連携し、施設内から回収されたペットボトルの水平リサイクルへの協働の取組みを開始しています。施設内に設置する自動販売機や空き容器回収BOXに、来訪者に向けた資源循環のポスターを掲示するなど啓発活動も行っています。

また、家庭から排出される使用済みペットボトルの水平リサイクルに賛同いただいた自治体と、ボトルtoボトルに関する連携協定を締結しています。

兵庫県姫路市では、2024年4月に、姫路市長や地域の団体など約300名が参加する清掃・美化活動を通じて、分別排出と資源循環の普及啓発活動を実施しました。会場には分別を楽しく体験できるブースを設置し、暑さ対策のために配布した「お〜いお茶」を飲み終えた参加者に、キャップ・ラベル・ボトルの3分別を体験していただきました。



TOPICS ラベルtoラベルの実証実験

埼玉県熊谷市を中心としたエリアにて、「健康ミネラルむぎ茶」熊谷オリジナルパッケージに採用するシュリンクラベルを、市内の量販店やイベント等を通じて回収し、新しいラベルの資源として再生する水平リサイクル「ラベルtoラベル」\*の実証実験を行っています。

\*使用済みもしくは製造過程で排出されたシュリンクラベルから印刷されたデザインを取り除き、新しいラベルに再生すること

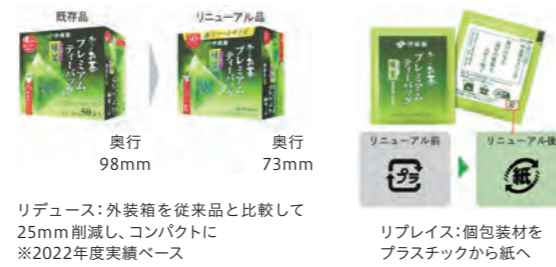




リデュース&リプレイス

当社では、資材の軽量化や薄肉化、無駄のない形状・代替素材への変更、コンパクト化など、環境配慮設計に取り組んでいます。

例として、主力のティーバッグ製品の「お〜いお茶 プレミアムティーバッグ 宇治抹茶入り緑茶50袋入り」の外装箱を従来より25mm縮小し、省資源化するとともに、個包装材をプラスチックから紙へ代替したことにより、プラスチック年間使用量を約40t\*削減しています。



リデュース: 外装箱を従来品と比較して25mm削減し、コンパクトに ※2022年度実績ベース

リプレイス: 個包装材をプラスチックから紙へ

Voice

自動販売機におけるプラスチック使用量削減

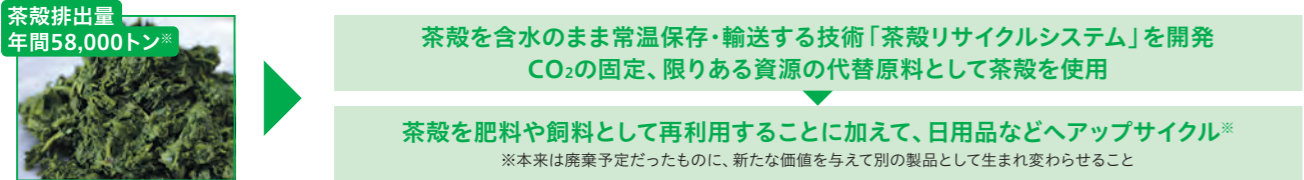
従来の立体成形ダミーからカード型のフラットダミーに切り替えることで、2023年度はプラスチック使用量を27.2%削減(基準年:2018年度)し、オペレーションの効率化を図りました。また、不要となった立体成形ダミーの素材は、社員向け事務用品のクリアファイルにアップサイクルすることで、資源循環の仕組みを構築しています。



自販機部販促課 GL 上田 慶太

資源循環の取組み(茶殻リサイクルシステム)

「お〜いお茶」などの茶系飲料製品の製造工程で排出される“茶殻”を、肥料や飼料として再利用するほか、2001年に確立した「茶殻リサイクルシステム」を活用し、茶殻を工業製品の原材料に配合して、新たな茶殻配合製品の開発に取り組んでいます。現在、茶殻の消臭・抗菌効果を活かしたアップサイクル製品を含めて約100種類の茶殻配合製品を展開しています。

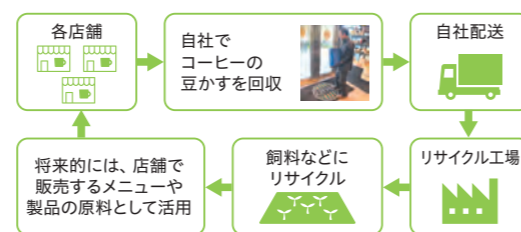


※緑茶のほかに、むぎ茶殻やコーヒーのシルバースキンもアップサイクル

TOPICS コーヒー豆かすの資源循環(タリーズコーヒージャパンでの取組み)

タリーズコーヒージャパンでは、食品リサイクル率の向上に向けて、2023年7月より一部店舗から排出されたコーヒーの豆かすを自社社員が回収し、リサイクルする取組みを開始しました。

現段階では、回収後に飼料として再利用していますが、今後は、その飼料を使用して飼育された豚肉や鶏肉を使用したメニューを開発・販売し、リサイクルループの構築を目指します。



持続可能なサプライチェーンへの貢献

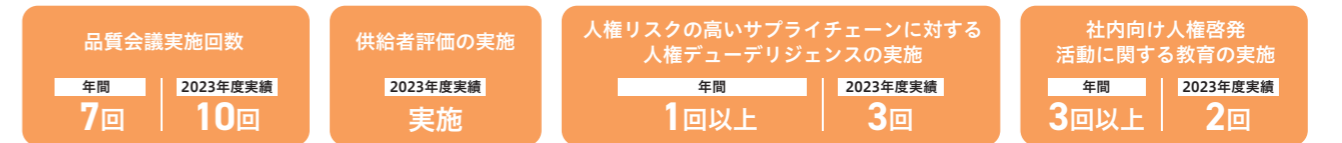
伊藤園グループは、飲料製品を協力工場に製造委託するファブレス方式を採用しています。そのため、お客様に安全・安心な製品を迅速かつ持続的にお届けするうえで、サプライヤーとの強固なパートナーシップは伊藤園グループにとって重要な資産であり基盤です。近年、顕在化しつつある異常気象等によるリスクへのレジリエンスを強化し、人権尊重を含む社会・環境面での透明性を担保していくためにも、「伊藤園グループサプライヤー基本方針」「伊藤園

グループ調達方針」「伊藤園グループ人権方針」等に基づき、サプライヤーと協働の取組みを進めています。

また、「お〜いお茶」のグローバル展開に伴い、海外の製造委託先や物流網を含むグローバルなサプライチェーンマネジメントが求められます。国内、海外ともにサプライヤーとのエンゲージメントを強化し、持続可能なサプライチェーンを構築していきます。

伊藤園グループ行動規範・方針 ▶ <https://www.itoen.co.jp/company/policy/>

KPI



サプライヤーエンゲージメントの強化

当社およびサプライヤーの双方の持続的な利益と社会・環境課題解決の両立に向けて、サプライヤーとのエンゲージメントを強化しています。また、原料の調達から製品がお客様の手に届くまで、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。

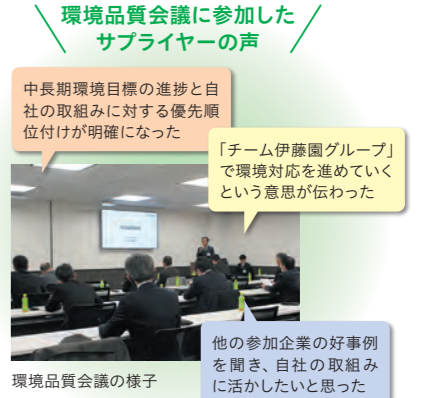
サプライヤー供給者評価

各種方針等に基づき、品質、公正な調達、人権・労働、環境、法令遵守の項目に関して、トレーサビリティ監査や現地訪問、定期的な品質会議を通じて、継続的な品質改善に努めています。

品質会議、環境品質会議の実施

2023年度は、製造委託先、原料調達先、資材メーカー等との品質会議を10回開催しました。その中で品質面での供給者評価結果と共に、環境と人権調査のフィードバックと今後の取組みについて説明を行いました。

2024年3月には新たな試みとして、各飲料製造委託先の設備や環境の実務担当者を対象に、環境・品質会議を開催しました。各社で取り組んでいる省エネルギー対策や水使用量削減等の施策を発表していただき、サプライヤー間のノウハウや好事例の共有による環境対応の推進を図りました。今後も継続的に開催し、「伊藤園グループ環境目標」達成に向けて、サプライチェーン全体での取組みを推進していきます。



水源地保全活動

当社では飲料製造委託先と協働し、水の使用量削減のほか、生産拠点付近の水源地の保全活動に取り組んでいます。

その事例として、2023年11月に株式会社日本キャンパック、2024年6月にゴールドパック株式会社とともに、自治体と連携した森林保全活動に取組み、当社社員も参加しました。健全な森林への維持・育成・環境改善のための間伐や、河川内の環境改善・植生改善・生態系の復元・維持のための草刈や汚泥の排出など、工場周辺の取水源となる水源地保護につながる森林保全活動を行っています。将来にわたり、持続的に水資源を利用できるよう、今後も継続的に水源地保全活動に取り組んでいきます。



製造委託先工場と連携した水源地保全活動



## 安全・安心の取組みと品質管理の徹底

伊藤園グループでは、製品の設計、原料、包装材から製造、流通に至るまで、伊藤園品質管理部が中心となり、自社工場、グループ会社工場、協力工場等と連携して、厳しい品質管理体制を確立し、製品の安全性を確保しています。

国内のドリンク・リーフ製造工場のうち95%以上で、食

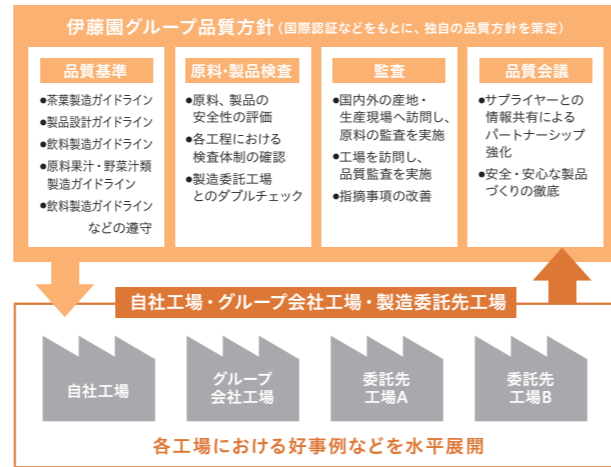
### 品質管理の徹底

緑茶製品(飲料・リーフ)では、茶園・茶農家から製品の出荷までの各段階における履歴や検査結果などを記録・保管し、特定の原料や製品を追跡・確認できるトレーサビリティの仕組みを確立しています。さらに、原料となる茶葉や飲料用水についても、全ロット、全製品の検査を実施し、安全で安心な製品をお届けするために残留農薬の検査を原料の時点から行っています。

また、製造時における異物混入の可能性を排除するため、製造ライン入場時のルール明確化、作業着からの持ち込み防止、原材料からの異物混入防止対策の実施、金属検知器・X線検査機の導入など各種方法を用いることにより、徹底的に異物混入防止対策を実施しています。

品安全国際認証(FSSC22000など)を取得し、品質マネジメントシステムを構築しています。製品は伊藤園の品質管理基準を満たした工場で製造し、定期的に工場監査や品質会議を実施することにより、安全・安心な製品づくりを徹底しています。

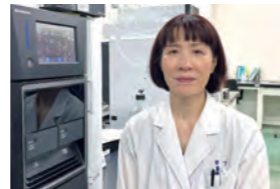
### 伊藤園グループ品質管理体制



### TOPICS カテキン分析において国際規格 ISO / IEC17025\* 認定を取得(2023年12月)

緑茶製品(飲料、リーフ)に含まれるカテキン8種の定量試験が認定範囲です。これまでもカテキンの研究成果を製品化に役立ててきましたが、今後、より精度の高い結果をお客様に提示できるよう技術力を高め、カテキンの機能性研究を推進し、製品の安全安心への取組みを強化していきます。

\*試験所が正確な分析結果を生み出す能力があるかを、第三者認定機関が認定する規格です。製品検査や分析・測定などを行う試験所に対する要求事項が定められた世界基準であり、近年は流通小売業や外食業のグローバル企業を中心に当認定の取得を推進する動きが増えています。



品質管理二部二課 SIV 寄下 雅子

## 物流2024年問題への対応(物流改善への取組み)

### 中継輸送の取組み

2023年度は長距離輸送による長時間労働の対策として、関東-関西間において「中継輸送の仕組み」を確立し、物流体制の再構築を図りました。製品の安定供給だけでなく、ドライバーの日帰り勤務を可能とすることにより労働環境の改善等を実現しています。そのほか、全国を5つのブロックに分ける生産・物流体制についても物流改善に取組み、北陸に新たな委託倉庫を設け、消費地への配送距離を短縮するなど、輸送エネルギーを抑制しています。

### 共同輸送の取組み

日清食品株式会社と共に、往路に伊藤園の茶葉、復路に日清食品の即席麺を運ぶ「ラウンド輸送」を確立しました。共同輸送の毎日運行は、両社ともに初となる取組みで、本取組みを実施することで従来の輸送と比べてトラックの使用台数が約19%減少し、またCO<sub>2</sub>排出量も約17%削減できる見込みです。

今後も、社会・環境に配慮し、物流協力会社と効率的な物流体制を構築し、持続可能な物流を目指していきます。

### Voice

#### サプライヤーからの声

物流課題の解決に向け、伊藤園と協働し、長距離、長時間運転が必要となる物流ルートの効率化を図りました。トーンと伊藤園の物流網を活用することで、中継輸送を実現し、ドライバーの労働、拘束時間を低減するとともに、輸送品質、安全性の向上に貢献しました。今後も、持続可能な物流体制構築を伊藤園と協働して取組みを進めていきます。



株式会社トーン  
中部事業部 事業部長  
甲斐 元幸様

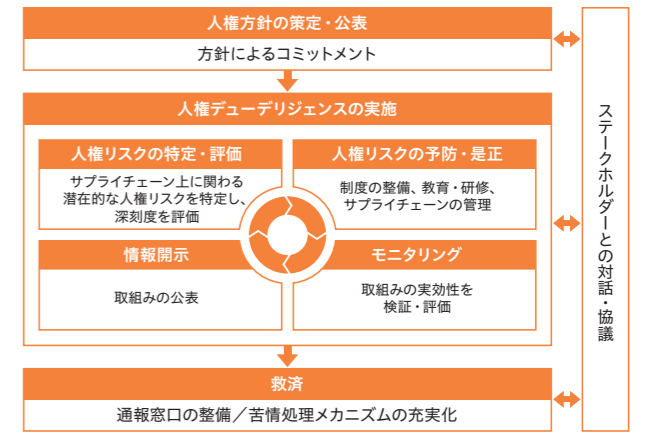


(右)日清食品株式会社  
常務取締役  
深井 雅裕様  
(左)伊藤園 執行役員  
遠藤 由多加

## 人権の尊重の取組み推進

### 人権の尊重/基本的な考え方

人権の尊重は、経営理念「お客様第一主義」の根幹をなすものであり、全ての事業活動の根幹となるものです。伊藤園グループは、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、「伊藤園グループ人権方針」「伊藤園グループサプライヤー基本方針」等を策定し、持続可能なサプライチェーンマネジメントの実現に向けた人権尊重の取組みを推進しています。CHRO(人事・人権推進担当役員)の責任のもと、取締役会の諮問機関であるリスクマネジメント委員会を中心に、推進体制を構築しています。また、人権専門家や外部団体等のステークホルダーとの対話を実施し、社会・環境課題の解決に向けた取組みを推進しています。



### 人権デューデリジェンスの実施

伊藤園グループは、2023年4月に経済人コー円卓会議(CRT)日本委員会の協力のもと、主要部門の管理職を対象として人権デューデリジェンスリスクアセスメントワークショップを開催し、サプライチェーン全体に係わる潜在的な人権課題や、負の影響を受けるライツホルダーを抽出しました。これを踏まえ、優先度の高い重要なテーマを特定し、同年6月には茶生産者・自社工場における外国人労働者の労働環境を把握するため、茶産地育成事業における2つの農業法人と、当社静岡相良工場の外国人労働者※や日

本人管理者に対してヒアリングを実施しました。2つの農業法人については、2024年9月にフォローアップ(モニタリング)を実施しました。

今後、人権デューデリジェンスの対象範囲を広げ、人権への取組みを進めていきます。

※農業法人(技能実習生および特定技能計4名)、静岡相良工場(特定技能9名)



茶農家におけるデューデリジェンスの実施  
© CRT日本委員会

### 救済

国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、サプライチェーンにおける救済へのアクセスを確保するために、「伊藤園グループ・サプライヤーホットライン」を設置しています。本ホットラインでは、伊藤園グループの大切なパー

伊藤園グループ・サプライヤーホットライン ▶ [https://www.itoen.co.jp/sustainability/supplychain/human\\_rights/#effort4](https://www.itoen.co.jp/sustainability/supplychain/human_rights/#effort4)

### 社内向け人権啓発活動に関する教育の実施

#### 経営層、従業員向けの人権啓発活動

伊藤園グループでは、「伊藤園グループ人権方針」の実践に必要な教育・研修を行っています。2023年は、ビジネスと人権の専門家の方を講師に伊藤園グループ各社の経営層に対する研修会や管理職研修などを実施しました。従業員向けの研修では、コンプライアンス教育の一環としてパワーハラスメント、セクシャルハラスメントなども取り上げています。

また、事業活動を通じた人権尊重への取組みにより、地域のコミュニティにおける人権について従業員の意識向上や理解の促進を図っています。





# 多様な人財と全員活躍の推進

2024年度、新たな中期経営計画をスタートさせました。経営環境の変化を踏まえ、持続的な成長のため、組織基盤の要である人的資本の拡充は不可欠です。中長期的な目指す人材像と組織像を描きながら、現状と課題とのギャップを認識し、各種制度や教育を充実させ、人材育成を強化していきます。

## グローバルに活躍できる「経営人材」の育成に向けて

新・中期経営計画の成長戦略の柱は海外事業です。これまで北米やインドネシア、豪州などに事業拠点となるグループ会社を設立しています。また、2024年4月にベトナムとドイツに新たなグループ会社を設立し、ドイツでは、現地の製造委託先で欧州向け「お〜いお茶」の現地生産を開始しています。こうした製品開発、現地生産、販売という体制を確立させて今後、他の国に水平展開させることに備えて、「経営人材」の育成が喫緊の課題です。海外事業をけん引する「経営人材」とは、語学堪能ということではなく、品質管理、製造、マーケティングに精通し、そして何よりも、当社グループの経営理念や「お〜いお茶」、日本文化の伝承者としての役割を担うゼネラリスト人材です。また、各国の法規制・事情に精通した、法務・知財、DXなどグローバルに対応する専門人材も必要だと考えます。こうした人材を、社外の経験者採用に頼らず、社内ですっかり育成していきます。

中でも、海外グループ会社で一定期間勤務する「海外研修制度」は、将来的に海外事業を牽引する人材の育成を目的としています。ベトナムとドイツの新たなグループ会社の責任者のように、同制度経験者が続々と海外拠点の責任者になるなど実績も出始めています。これをロールモデルとして、人材育成を進展させていきます。

## 経営環境変化に対応し、国内の人材の活性化

国内は、営業社員が商談、製品配送・納品、売場づくりなどを一貫して行う「ルートセールス」と全国営業拠点網を特色として成長してきました。しかし近年、経営環境の変化が起きています。当社においても、ECのように「自社で製品を運ばない営業機会」の増加やデジタル技術を駆使するDXの必要性の増加などの変化が起きています。新・中期経営計画においても、北海道の飲料販売事業や直営店舗部門の分社化のように、外部・内部環境の変化に対応する国内営業体制の再構築やサプライチェーンの最適化を推進させます。そうした異なる営業体制やグループ間での人事交流による挑戦機会を増やし、DXを推進させるなど、エンゲージメントと生産性の向上につなげていきます。



取締役 専務執行役員 管理本部長 CHRO  
コンプライアンス、内部統制担当  
平田 篤

## 「自律的に成長する人材」の育成のために

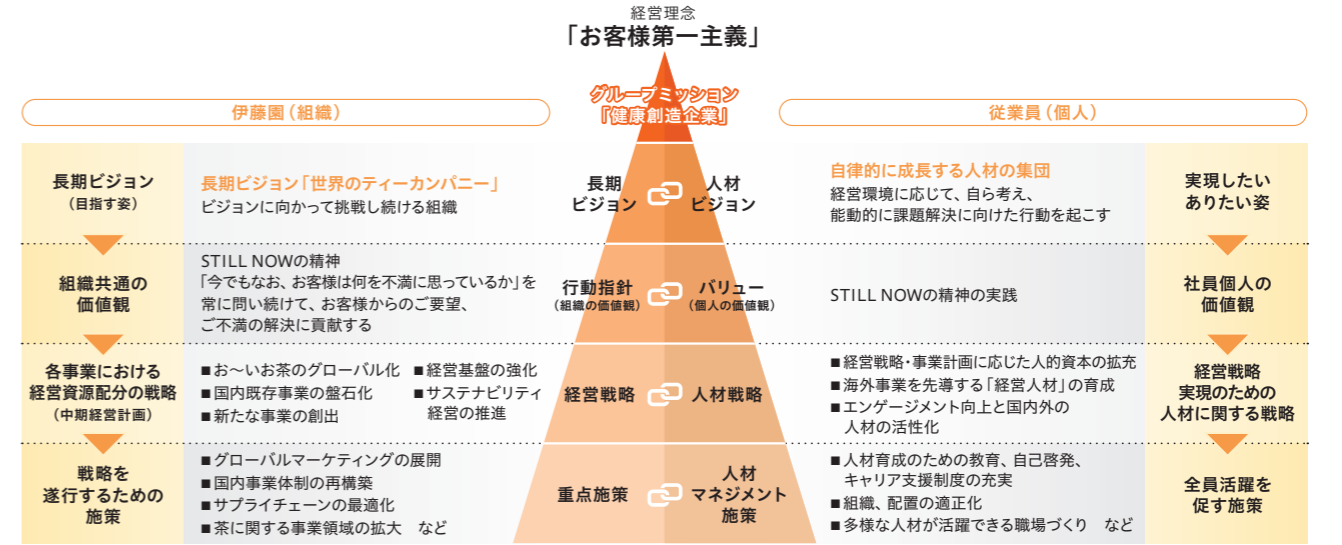
「健康創造企業」として「世界のティーカンパニー」を目指すために、「自律的に成長する人材」の集団となり、「ビジョンに向かって、挑戦し続ける組織」になる必要があります。自律的に成長する人材とは、環境変化を捉えて能動的に情報を集め、対応策を考え、時機を得た的確な判断と挑戦ができる人材です。2024年度は、「ジョブトライアル制度」や「社内FA(フリーエージェント)制度」、「スキルバンク制度」の新設など、キャリア支援制度を拡充させました。社員一人ひとりが抱く「働く目的」の充足や「こうなりたいという姿」の実現へのサポートを、既存の制度を含めて各種制度が担うことができれば、社員にとっても当社にとっても価値があることです。

そして、人材の育成にとって何よりも大切なのは、管理職がメンバーである社員一人ひとりの働きがいや想い、課題を、日々のコミュニケーションや定期的な面談で把握することです。管理職には、メンバーのエンゲージメント向上への配慮が求められ、また個々のメンバーに合わせた自己啓発やキャリア支援制度の活用を勧めることも必要でしょう。そうしたことに配慮でき、人材と組織のあるべき姿を思い描き、成長に貢献できる管理職と経営人材育成のための教育に、CHROとして力を入れていきます。

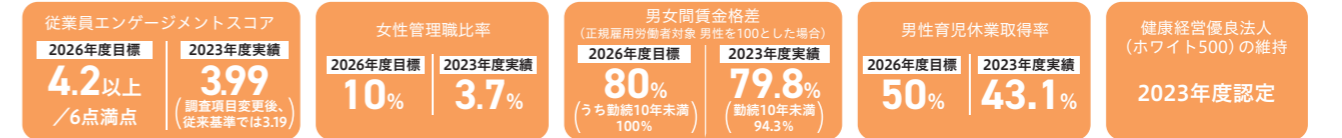
社員の努力と貢献に報いる賃金の引き上げや、事業の成長への人材育成・教育費用は、中長期的に必要な「人的資本投資」です。今後も、社員1人の100歩ではなく、100人の社員が半歩でも1歩でも前進し、社員の成長が組織の強化となって中期経営計画を達成し、その先の「世界のティーカンパニー」を実現させるため、経営戦略と連動した人材を育成していきます。

## 理念体系および経営戦略と連動した人材ビジョン・戦略

伊藤園グループは、経営理念の体系にある長期ビジョンや行動指針および経営戦略などと連動して、目指す人材像(ありたい姿)や人材に関する戦略を検討し、人材マネジメントの施策を実行しています。



## 多様な人財と全員活躍の推進 KPI (伊藤園単独)



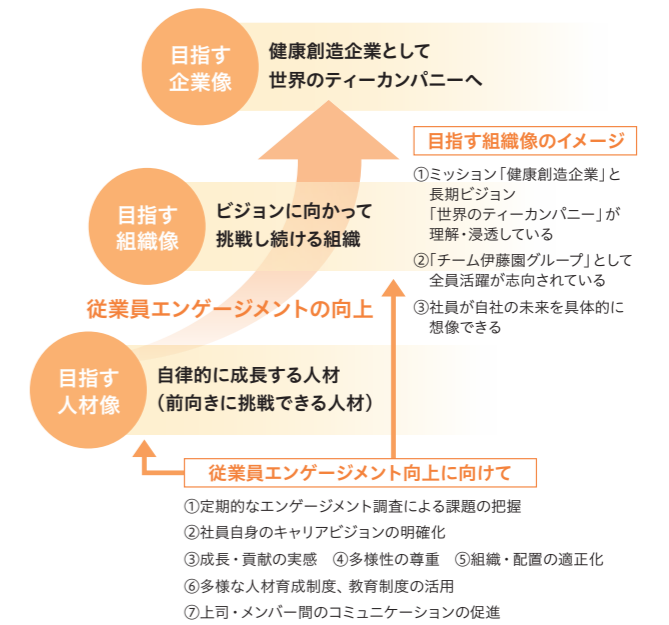
## 従業員エンゲージメントの向上に向けて

自律的に成長する人材の採用や育成を行い、そうした人材が成長して力を発揮し、組織、企業の目指す姿を実現させるためには、エンゲージメントの向上が重要です。一人ひとりの社員が働きがいを感じて、生き生きと行動し、個々の能力を最大限に発揮できる組織文化、職場環境が求められます。

年に1回行う「意識調査」は、2023年度に従業員エンゲージメントに関する項目を一部変更し、6指標(会社、仕事、職場、上司、メンバー、自身)を基準にして行いました。その結果、「お客様第一主義」のもと、伊藤園グループとしてのミッション、長期ビジョンが全社員に理解され浸透したことで、共感が高まっており、会社の動きと合わせて社員も貢献意欲やチャレンジして個人としても伊藤園グループとしても、共に成長しようとする意識に変化が見られました。さらなるエンゲージメント向上に向けて、キャリアの見える化や成長・貢献の実感が得られるようフィードバックの強化、組織・配置の適正化を図ることなどさまざまな取組みを今後も推進していきます。

## 従業員エンゲージメント6指標 (2023年度より新基準)

会社	仕事	職場	上司	メンバー	自身	左記平均
理念共感 浸透	熱意 やりがい	貢献意欲 チャレンジ・自律性	信頼関係 相互支援	信頼関係 相互支援	自己成長感 自己効力感	従業員エンゲージメント
4.21	3.39	4.10	4.08	4.08	4.09	3.99





多様性を尊重した、全員が活躍できる職場づくり

伊藤園グループでは、性別・国籍・年齢・中途採用者・障がいの有無にとらわれない多様な価値観を互いに認め、受け入れる、多様性を尊重した職場づくりを推進しています。従業員のエンゲージメントの向上と相互に関連する、一人ひとりの能力や適性に応じて多様な人材が活躍できる職場は、事業を活性化させ、新たなイノベーション創出に寄与します。また、全員活躍の根拠として、「実力主義」の考えのもと、チャンスは社員一人ひとりに平等にあり、評価は公正に行うことを基本としています。

女性の活躍推進

女性活躍推進法に基づく第4期行動計画(2023年5月～2027年4月)を策定し、女性の活躍推進に向けた取組みを進めています。女性社員が自己の能力を十分に発揮し、さらなる活躍ができるようキャリア・ライフプランを再考・形成できる場をグループ全体で設けていきます。また、階層別の女性教育の実施、女性社員のエンゲージメントの向上や定着率向上、家庭と仕事の両立支援、女性指導職および女性管理職の育成などを強化しています。

男性の育児休業取得の促進

男性社員もライフイベントと自身のキャリアを両立させて、ワーク・ライフ・バランスと生産性の向上につなげる意図から、

男性社員の育児休業の取得を促進させています。男性育児休業取得率は2026年度に50%(伊藤園単独)を目指しています。

多様なスキルや経験を持つ社員の活躍推進

伊藤園グループでは、弁護士、会計士、管理栄養士など専門スキルを持つ人材や、中途採用、グループ会社間や官公庁等との人材交流など多様な経験をもつ社員の活躍を推進しています。また、希望者は70歳まで働ける制度を設定し、シニア社員がこれまで培った時間的価値とも言える経験や知識、ノウハウを次世代に還元し、自らも活躍できる環境を整え、健康で生き生きと働ける仕組みづくりを推進していきます。

組織、人材配置の適正化

各社員の経験や能力、キャリアビジョンを会社が把握し、適材適所を実現していくことは、エンゲージメントの向上と社員と組織の活性化と事業の持続的成長に寄与します。そのためには、グループ全体での戦略的な人材配置や育成が不可欠ととらえ、グループの人材情報を可視化し、社員の経験や能力を最大限活かし、グループを横断して活躍できる人材交流の仕組みの構築に取り組んでいます。

健康経営、労働安全衛生

社員一人ひとりが健康でかつ安全に、生き生きと働ける職場環境であり続けるために、「健康経営」の観点から、社員の心身の健康と労働安全衛生に関する課題対応や改善を図る仕組みを整えています。「健康経営優良法人(大規模法人部門)2024～ホワイト500～」の認定を、3年連続で受けています。



グループ経営としての人材・組織マネジメント

「チーム伊藤園グループ」を掲げ、グループ経営として、人材・組織のマネジメントを推進させるため、CHROが委員長をつとめる「人材戦略委員会」においてグループ各社の人事制度を共有し、グループ全体で取組む課題を検討しています。

また、伊藤園グループ企業間の人事異動、人材交流を活発化させ、社員の能力と知見の向上、情報の共有と改善行動など、グループの組織力とシナジー強化につなげていきます。

なお、2023年度から、国内外のグループ企業間の連携や改善、経営管理を強化するため伊藤園内に、「グループ経営推進部」を設置しました。当部署では、グループ各社の取締役会や会議等に参加し、人的課題を含めた各社の課題や情報の共有を行い、グループ全体の価値向上に向けた取組みを進めています。

「目指す人材像・組織像」の実現に向けた人材育成制度、教育制度

伊藤園グループでは、社員の自律的な成長と、挑戦し続ける組織を実現するため、各自のキャリアパスや目的に応じたさまざまな制度があります。各制度は、原則年に1回募集し、希望する社員が受講あるいは審査・検定を受けます。

目的	名称(主なものを記載)	特色
経営人材、経営幹部/部長職養成	経営幹部養成研修/部長職養成研修 伊藤園大学院	● 社外講師による研修や、社外経営層・管理職との異業種交流を通じ、経営幹部としての必要な視野、知識、リーダーシップを身につける ● 伊藤園大学の卒業生で管理職を対象に、戦略を構築できる経営幹部となり得る人材の育成 ※伊藤園大学、伊藤園大学院は、累計17,000名以上が受講
5年後、10年後の当社を支える人材を育成	伊藤園大学	● 営業、財務、マーケティング、グローバル等のプログラムから選び、スクーリングやディスカッションを通じ、知識の取得や課題対応能力を向上
お茶のプロフェッショナルの育成と茶文化の啓発	伊藤園ティーテイスター社内検定	● 厚生労働省の社内検定認定制度に認定された制度。1994年から実施 資格保有者 1級19名、2級405名、3級1,972名 ※2024年5月時点
野菜・果実の魅力を社内外に発信できる人材を育成	伊藤園野菜・果実マイスター社内検定	● 野菜・果実の知識を有し、社外に魅力を発信できる人材を育成 資格保有者 508名 ※2024年5月時点
バリスタ技術とコーヒーの知識、お客様へのホスピタリティの向上	タリーズ バリスタコンテスト	● 全店、全フェローのモチベーションの向上とチームワークの確立につながるコンテスト
キャリア形成の選択肢の拡大	社内公募制度	● 年4回の研修と面接を通じて、希望する部署への異動に挑戦できる制度
	社内ベンチャー制度	● 新規事業の創出に向けて、社員として働きながら、社内起業にチャレンジできる制度
	ジョブトライアル制度	● 現状と異なる部門を一定期間経験できる制度(2024年度～)
	社内FA制度	● 評価の高い社員が希望するキャリアを自律的に表明できる制度(同上)
グローバル人材の育成	海外研修制度	● 社員が持つさまざまなスキルを社外でも活用し、社内外での活躍を支援(同上)
新たな製品、企画の立案	社内提案システムVoice制度	● 海外グループ企業各社の業務を、現地に赴任し経験
DX人材の育成	資格取得援助制度	● 新製品や既存製品の改善、販売促進等の提案ができる制度(例年 2万件以上の提案)
		● IT関連資格についてはDX推進強化のため別途、取得者には「DXポイント」を付与。 ※一定数のポイント到達で「IT応援(OEN)手当」として一時金を支給

海外研修制度 経験者

ITO EN VIETNAM CO.,LTD.代表  
村上 裕昭



研修生として赴任したインドネシアの法人は当時大変厳しい経営状況で、現地採用の従業員もいるなか、どう改善していくかとても大変でした。しかし経営に参画する良い経験となり、その後の海外勤務に役立っています。当社には挑戦させてもらえる風土があると思います。この制度を活かして、多くの方と一緒に海外事業を発展させていきたいです。

社内ベンチャー制度における提案採択者

伊藤園 総合企画部新規事業推進課 課長  
向田 陽子



ジャスミンの香りに可能性を感じ、「社内ベンチャー制度」でフレグランスブランド「Crazy Jasmine」を提案しました。現在、リサーチを兼ねて百貨店などでテスト販売を行っています。 “ジャスミンラバー” がとても多いことに驚きました。事業化へ向けて孤軍奮闘中です。



製品について▶

社内提案システムVoice制度 大賞受賞者

伊藤園 お客様相談室  
井上 美幸



Z世代向けの緑茶飲料「お〜いお茶〇やか(まろやか)」で受賞しました。お客様相談室に寄せられる提案製品に対するお褒めの言葉は、大きな励みになります。全社員が製品企画に参画できるVoice制度は、社員の創造力を引き出し、当社の持続的成長に寄与する有意義な制度だと思います。

今後も、STILL NOWを捉えた提案を続けていきます。

タリーズ バリスタコンテスト 社員フェロー部門 優勝

タリーズコーヒージャパン 西日本カンパニー  
ストアグループ ディストリクトマネージャー  
加藤 亜美  
(受賞時は、とろろざわサクラタウンストアマネージャー)



日々の業務で忘れがちなコーヒーが好きだという気持ちと、お客様に何を届けたいかを思い出させてくれる場所がバリスタコンテストだと思います。私ももっとタリーズコーヒーが好きになりました。職務は変わりましたが、この経験を活かしフェローに寄り添える存在になりたいです。

TOPICS グループ社内報「Communi tea」

定期的かつタイムリーな情報発信により、グループ内の取組みや従業員の活躍などを紹介しています。「チーム伊藤園グループ」の機運醸成と従業員のエンゲージメントの向上に貢献しています。



冊子版とウェブ版で情報発信



2024年度は、「未来へのエンジン」をコンセプトに創業60周年企画を実施中

多様な人材と全員活躍の推進 ▶ [https://www.itoen.co.jp/sustainability/human\\_resources/](https://www.itoen.co.jp/sustainability/human_resources/)  
健康経営の推進「伊藤園グループいきいき健康宣言」▶ [https://www.itoen.co.jp/sustainability/human\\_resources/well-being/](https://www.itoen.co.jp/sustainability/human_resources/well-being/)



## 地域社会・コミュニティとのつながりの深化

伊藤園グループは、創業以来ルートセールスを特色とし、全国営業拠点網による地域に根差した営業活動によって成長してきました。「地域社会・コミュニティとのつながりの深化」は、当社の特色であり強みとして、マテリアリティの一つに特定しています。また、地域社会・コミュニティは、「食生活と健康への貢献」「環境」といったマテリアリティの取組みの場でもあり、各マテリアリティと連動して価値を生み出しています。

今後も、地域社会に深く根差した事業活動に取組み、当社と社会の双方にとってさらなる価値創造を目指していきます。

### 国内事業の成長を支えてきた、地域に根差した営業・販売体制

当社は全国営業拠点網(177拠点\*)を活かしたルートセールスや、量販店・コンビニエンスストア・法人営業といった広域営業、直営店(90店舗)、ECなど多様なチャネルに対応する営業・販売体制があります。その中でも、営業員が量販店や自動販売機といったお客様を直接訪問し、商談、配送、売場づくりを一貫して行うルートセールスや量販店の店舗営業は、お客様や地域社会と密接に関わっています。

また、グループ会社のタリーズコーヒージャパンでは、「地域社会に根ざしたコミュニティーカフェとなる」を理念とし、国内で791店舗\*を展開しています。 ※各事業拠点、店舗数は2024年4月末時点



### お客様と地域社会との接点を強化する国内事業体制の再構築

新・中期経営計画では、地域に根差した営業の強みを活かし、お客様と地域社会との接点をより一層強化するため、各地域の商圏人口や経営環境の変化などに対応した国内事業体制の再構築を進めています。自動販売機事業のグループ内連携や量販店事業の強化に加えて、2024年5月には、北海道における飲料販売事業を分社化し株式会社北海道伊藤園(旧北海道地区営業部)を新設し、同年8月には、茶専門店やカフェ店舗などの直営店部門の小売・飲食店事業を株式会社伊藤園フードサービスに事業承継しました。

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)で、営業・販売の最前線の従業員が地域のお客様との接点を強化し、迅速な意思決定や経営判断ができる体制を構築していきます。



### 地域社会との共創による健康価値の創造

全国営業拠点網を活かした各地のルートセールスや量販店店舗営業では、地域社会の課題に社員が気づき、迅速に対応できる強みがあります。当社では、製品の販売やキャンペーンなどの活動を通じて、健康、社会、環境の課題に対して、「健康創造企業」として、お客様の「心身の健康」、「社会の健康」、「地球環境の健康」を創造していきます。

### 製品と売場提案を通じた、健康ニーズと多様化するライフスタイルへの対応

当社は、無糖飲料、リーフ、野菜飲料や青汁製品といった、素材由来のおいしさと健康に資する製品ラインアップが豊富です。各地の営業員がそれぞれのお客様や地域のニーズに合わせた製品や売場提案を行い、食生活と健康に貢献しています。

#### Voice

#### 地域の健康課題の解決に貢献

当社は、長崎県が県民の健康づくりを目的として取組む「長崎健康革命サポーター制度」に賛同し、管理栄養士が推奨する野菜飲料「1日分の野菜」を活用したキャンペーンや店頭イベント・食育セミナーの開催を通じて、健康課題の改善や健康不安の解消に取り組んでいます。地域社会とタッグを組み、お客様の健康課題に即した製品や企画を提案できることは、当社の競争優位性だと感じています。



九州量販店部第一課 GL 中野 大樹

### 「お〜いお茶」の販売を通じて、日本各地の環境保全・整備活動を支援

「お〜いお茶」ブランドの飲料とリーフ製品の売上の一部を、日本各地の環境保全活動などに寄附し\*、地域の皆様と当社社員と一緒に活動に参加する、「お茶で琵琶湖を美しく。」(2008年〜)、「お茶で日本を美しく。」(2010年〜)を行っています。地域社会との共創の取組みにより、社会の健康と地球環境の健康へとつながっています。 ※2010年度から2023年度までの累計寄附金額は4億3,235万円

#### TOPICS

2024年度からは、「お茶で日本を美しく。」を海外にも広げるように、グローバルアンバサダーに大谷翔平氏を起用し、「お〜いお茶」製品の売上の一部を使用して、環境保全活動などを行うプロジェクト「Green Tea for Good」を始動しました。“お茶で世界を美しく。”を合言葉に、その輪を海外へ広げていく予定です。なお「Green Tea for Good」の環境活動は、2024年8月に大谷氏の故郷である岩手県を皮切りに順次実施していきます。



岩手県の中津川の清掃活動と水生生物調査を実施

### 地域の災害対応の取組み

当社では、災害対応の協定などを各地の自治体と締結するほか、災害発生時において製品の提供などの支援を行っています。2024年1月に発生した能登半島地震では、被災された方々へ安全・安心な水分補給や栄養補給のための製品を提供しました。また、東北や九州の被災地の仮設住宅で「お茶のいれ方教室」を行い、住民の方々同士のお茶を通じたコミュニケーションとつながりの場を提供してきた実績もあります。今後も地域に寄り添った取組みを行っています。

#### TOPICS

日本赤十字社と「パートナーシップ協定」を締結し、健康茶飲料「黒豆茶」の売上の一部を日本赤十字社に寄付し、防災・減災などの取組みを支援しています。



2024年3月に協定を締結

### ティーテイスター活動による、お茶の持続可能性への貢献

当社グループには、社員がお茶に関する高い知識と技術を持ち社内外へお茶文化を発信する社内資格「伊藤園ティーテイスター制度」(1994年開始)があります。部門や職種を問わず全国各地に有資格者がおり、各地の学校、公共施設、企業、量販店店頭などで、お客様にお茶の魅力やお茶のいれ方等をお伝えする活動をしています。社員がお客様と直接コミュニケーションを図ることで、リーフ製品の販売力向上とお茶文化の継承と持続可能性に貢献していきます。



#### Voice

#### 次世代を担う子どもたちへ、お茶の魅力や文化の継承

当社では、子どもや若者世代に向けて、製品や食育活動を通じたお茶の魅力の継承と発信の重要性を強く感じています。そこで当社と同様の課題を認識している農林水産省が主導する、お茶の食育「茶育」プロジェクトに参画しています。「茶育」では、小・中学校における急須の寄贈やティーテイスター資格者による出前授業を実施しており、今後もお茶文化と茶産業の発展に貢献していきます。



販売促進部第五課 主任 大洞 恵里

# コーポレート・ガバナンス

## 基本的な考え方

伊藤園はグループ経営理念「お客様第一主義」の下、持続的な成長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、従業員等のステークホルダーと積極的に協調して、企業の社会的責任を果たすことを経営の根幹とし、コーポレート・ガバ

ナンスを支える基本的な考え方としています。当社グループは、すべてのステークホルダーの信頼に応え、「健康創造企業」として長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現に向け、より一層のコーポレート・ガバナンス強化に取り組めます。

コーポレートガバナンス・ガイドライン (2023年7月26日改定)

▶ [https://www.itoen.co.jp/wp-content/themes/itoen.co.jp/assets/static/pdf/company/corporate\\_governance\\_guideline2023.pdf](https://www.itoen.co.jp/wp-content/themes/itoen.co.jp/assets/static/pdf/company/corporate_governance_guideline2023.pdf)

## コーポレート・ガバナンス体制の強化の変遷

持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を支える基盤として、実効性と透明性のあるコーポレート・ガバナンス体制の継続的な強化を図っています。

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
機関設計						指名・報酬委員会設置			指名・報酬委員会委員長および委員の過半数を独立社外取締役へ変更	「プライム市場」への移行 取締役の員数変更 (35名以内→20名以内)	監査等委員会設置会社に移行 取締役の員数変更 (20名以内→11名以内*)	
規則・方針			コーポレートガバナンス・ガイドライン制定			コーポレートガバナンス・ガイドライン改定			コーポレートガバナンス・ガイドライン改定		コーポレートガバナンス・ガイドライン改定	
取締役・執行役員			独立社外取締役選任				執行役員の契約形態変更 (雇用型→委任型)		取締役・執行役員の任期短縮 (2年→1年) 女性取締役選任 独立社外取締役3分の1以上選任			取締役会スキル・マトリックス開示
実効性評価・役員報酬						取締役会実効性評価の実施						譲渡制限付株式報酬制度の導入

※監査等委員である取締役を除く

## コーポレート・ガバナンス体制の概要

当社は2023年7月26日の定時株主総会をもって、監査等委員会設置会社に移行しました。

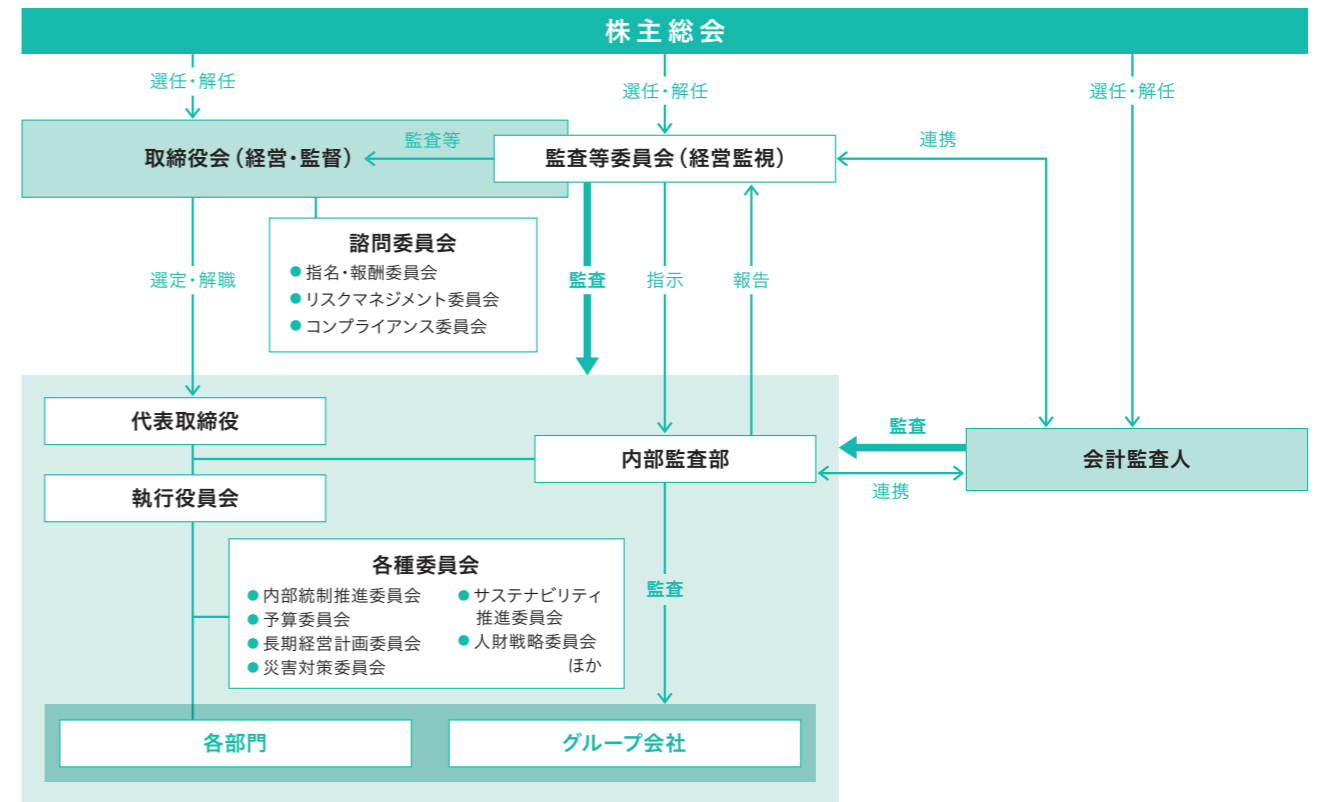
監査等委員である取締役が取締役会における議決権を有することにより、監査・監督機能の強化を図ることを目的とするものです。

また、意思決定の迅速化を図るため、執行役員制度を導入しており、経営の客観性と透明性を高めるため、取締役会の諮問機関として独立社外取締役を過半数とする指名・報酬委員会を設置しています。

### 体制の概要 (2024年7月26日現在)

組織形態	監査等委員会設置会社
定款上の取締役の員数	15名
定款上の取締役の任期	1年 (監査等委員である取締役は2年)
取締役会の議長	社長
取締役の人数	13名
社外取締役の選任状況	選任している
社外取締役の人数	5名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	5名

## コーポレート・ガバナンス体制図 (2024年7月26日現在)



## 主な会議、委員会

### 取締役会

取締役会は、原則月に1回開催され、経営の基本方針・経営戦略等の重要事項を協議、決定するほか、取締役の業務執行の監督を行っています。また、取締役13名中、5名は独立社外取締役であり、独立的立場から職務執行を監督・牽制する機能を担っています。

### 2024年4月期の取締役会の主な審議事項

- 経営幹部の選解任と取締役の指名
- 経営幹部・取締役の報酬決定
- 中期経営計画、経営理念、経営戦略、会社機関設計変更等の会社の方向性
- 関係会社設立、会社分割、資本業務提携などの重要な業務執行
- リスクマネジメント体制の整備
- TCFD提言に基づく開示(シナリオ分析結果など)、環境対応コスト、TNFD提言に基づく分析・開示など

### 監査等委員会

2023年7月26日開催の定時株主総会において、取締役会の監督機能を強化し、コーポレート・ガバナンスの一層の充実を図るため、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行しております。

監査等委員は、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、且つ公平に意見を述べるとともに監査等委員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。

また、グループ会社の代表取締役あるいは担当取締役、執行役員または従業員に対し、営業の状況、意思決定のプ

ロセス等の確認を行い、監査を実施しています。

### 執行役員会

執行役員会は、23名の執行役員で構成され、取締役会付議事項の立案およ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、取締役会および代表取締役の行う重要な業務執行の補佐を行うことを目的としています。執行役員会は原則月1回開催され、取締役会の監査機能の向上と機動的な執行体制の構築を図っています。



内部監査部

内部監査部は、社長直轄組織として業務活動全般における合理性や効率性、および法令、社内規程の遵守状況、ならびに内部統制システムやリスク管理体制の有効性に重点を置いた経営管理監査を実施しています。

指名・報酬委員会

当社は、取締役会の諮問機関として、取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化することを目的に指名・報酬委員会を設置しています。指名・報酬委員会は、委員5名(社内取締役2名、独立社外取締役3名)で構成し、その委員長は独立社外取締役が務めています。2024年4月期は、機関変更、取締役の報酬方針、役員人事、報酬等に関して審議を行い、その結果を取締役に答申しています。

取締役会、監査役会出席回数の一覧

2024年7月26日現在の取締役氏名	2023年度 主な会議・委員会への出席対象			2023年度出席回数	
	取締役会	監査等委員会	指名・報酬委員会	取締役会	指名・報酬委員会
本庄 八郎(取締役名譽会長)	○ 議長			12回/12回(100%)	-
本庄 大介(代表取締役社長 執行役員)	○		○	12回/12回(100%)	8回/8回(100%)
本庄 周介(代表取締役副社長 執行役員)	○		○	12回/12回(100%)	8回/8回(100%)
中野 悦久(取締役 専務執行役員)	○			12回/12回(100%)	-
神谷 茂(取締役 専務執行役員)	○			12回/12回(100%)	-
Yosuke Jay Oceanbright Honjo(取締役 執行役員)	○			12回/12回(100%)	-
平田 篤(取締役 専務執行役員)	○			12回/12回(100%)	-
高野 秀夫(社外取締役)	○			12回/12回(100%)	-
阿部 啓子(社外取締役) <sup>※1</sup>	○		○	11回/12回(91.7%)	6回/6回(100%)
近藤 清(監査等委員 取締役) <sup>※2</sup>	○	○ 委員長		10回/10回(100%)	-
白井 祐一(監査等委員 社外取締役)	○	○	○ 委員長	12回/12回(100%)	8回/8回(100%)
横倉 仁(監査等委員 社外取締役) <sup>※3</sup>	○	○	○	10回/10回(100%)	6回/6回(100%)
奥田 芳彦(監査等委員 社外取締役) <sup>※4</sup>				-	-

※1、3 阿部 啓子および横倉 仁の指名・報酬委員会の開催回数と出席回数は、2023年7月26日の就任以降に開催された指名・報酬委員会を対象としています。

※2、3 近藤 清および横倉 仁の取締役会の開催回数と出席回数は、2023年7月26日の取締役就任後に開催された取締役会を対象としています。

※4 奥田 芳彦は、2024年7月26日に監査等委員である社外取締役に就任しました。

2023年度の監査役氏名	2023年度監査等委員会 <sup>※1</sup> 出席回数
近藤 清(常勤監査役)	9回/9回(100%)
白井 祐一(社外監査役)	9回/9回(100%)
田中 豊(社外監査役) <sup>※2</sup>	5回/5回(100%)
横倉 仁(社外監査役)	9回/9回(100%)

※1 当社は、2023年7月26日付で監査役会設置会社から監査等委員会設置会社に移行しています。

※2 田中 豊の監査等委員会の開催回数と出席回数は、2023年12月1日の辞任までの委員在任時に開催された監査等委員会を対象としています。

サステナビリティ推進委員会

サステナビリティ推進委員会は、代表取締役社長を委員長とし、社内取締役5名ほか21名の委員およびオブザーバーとして関係会社の経営層で構成しています。サステナビリティ経営の強化を目的として、サステナビリティ推進体制の確立および運営、サステナビリティ重要課題(マテリアリティ)と指標(KPI)の策定ならびに見直しなどを行っています。

各種専門委員会

執行役員会の下部組織として、各本部・部署を超えて11の専門委員会を組織し、予算、長期経営計画、人材戦略、内部統制推進、製品リスク対策などの委員会が、各分野における全社的な課題に対し改善提案事項を適宜、取締役会または執行役員会に上程しています。

※取締役会の諮問機関である、リスクマネジメント委員会、コンプライアンス委員会については、P.69~70に掲載しています。

評価結果と対応

2022年度 (2023年3~4月) の実効性評価で 挙げられた課題	● ESGなどサステナビリティの視点に立った中長期的な経営戦略に関する議論や、「世界のティーカンパニー」に向けた国内外グループ会社に関する執行状況等の共有化と議論の一層の充実化
2023年度の 対応	● CSO、CHROを設置し、テーマ別の組織横断的な経営を推進 ● サステナビリティ推進委員会ほか各種の委員会に、グループ会社の経営層が参加する体制に変更
2023年度 (2024年3~4月) の実効性評価	● 取締役会の規模・運営に関しては、経営判断および監督機能を果たすうえで、十分に機能している。 ● メンバー構成に関しては改善されつつも更なる多様性向上への継続した取組みが必要 ● 議論に関しては、自由闊達で建設的な雰囲気の中、自由に発言できる環境があり、各メンバーが活発に議論に参加している。 ● ESGなどサステナビリティの視点に立った中長期的な経営戦略に関する議論や定期的な経過報告、「世界のティーカンパニー」に向けた国内外グループ会社に関する執行状況等の共有化と議論の一層の充実が課題
2024年度の 対応	● 「世界のティーカンパニー」に向けた、伊藤園グループ全体の中期経営計画の進捗と課題の共有 ● 伊藤園グループ全体でのサステナビリティ経営の推進

当社は今後も継続的に課題の解決を図ることで、取締役会の実効性のさらなる向上に努めていきます。

社外取締役(2024年7月26日現在)

当社の社外取締役(監査等委員である取締役を除く)は 2名、監査等委員である社外取締役は3名です。社外取締役は、経営陣から独立した立場で取締役会に出席し、取締役の職務執行の状況について、明確な説明を求めることなどにより、経営監視の実効性を高めています。

氏名	経歴	監査等委員	独立役員
高野 秀夫	長年の東京商工会議所におけるさまざまな企業への経営支援から、豊富な経験と幅広い見識を有しており、社外の立場から経営の監督を行っています。		○
阿部 啓子	東京大学大学院農学生命科学研究科の教授として豊富な経験と専門的知見を有し、長年にわたり食品の機能性研究の分野において活躍しています。その豊富な経験と知見から今後の中長期経営に関わる研究開発分野において有用な意見や助言を行っています。		○
白井 祐一 (監査等委員)	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ており、物流企業にて直接会社経営にも関与してきました。その多様な経験と見識を当社の経営に活かしています。	○	○
横倉 仁 (監査等委員)	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おり、会計および法務的観点からの指摘や当社の経営に対する実効性の高い監査を行っています。	○	○
奥田 芳彦 (監査等委員)	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おり、これらの豊富な経験と専門的な知見を活かした助言や当社の経営に対する実効性の高い監査を行っています。	○	○

新任社外取締役からのメッセージ

現代は、外部環境および内部環境の変化によって生じるリスク、制度や規制の変化に伴うリスクに加え、人的資本、IT、ESGなどに関連して生じるリスクなど、企業を取り巻くさまざまな事業リスクに対応していかなければならず、まずは企業にとって重要なリスクを見逃さないことが必要です。

私は、長年にわたり税務行政に携わり、退職後も企業の税務相談や他社の監査業務を経験してまいりました。この中で得た専門的な知見と経験を活かして、しっかりと経営体制等を監視することで、伊藤園グループの企業価値の向上に貢献していきたいと考えております。



社外取締役(監査等委員)  
奥田 芳彦

## 役員報酬

### 取締役の報酬等の決定に関する方針

当社は、2023年7月26日付で監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へと移行しており、2023年7月26日開催の取締役会において、取締役の報酬等に関する決定方針を以下のとおり改定しています。

取締役の報酬等は、当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方や報酬の基本方針に沿って、客観性及び透明性を確保するため、独立社外取締役が過半数を占める指名・報酬委員会において審議します。

取締役会は指名・報酬委員会の答申を尊重して決定します。

取締役の報酬等は、監査等委員である取締役とそれ以外の取締役とを区別して、株主総会にて決議された報酬限度枠の範囲内において決定します。

取締役の個別報酬等は、指名・報酬委員会において、その内容が基本方針と整合していることや、報酬基準に基づいて評価されていることなどを審議し、取締役会が、指名・報酬委員会の答申を尊重して決定します。

### 基本方針

- ①伊藤園グループ経営理念「お客様第一主義」に沿って、企業の持続的発展と企業価値を高める報酬であること
- ②取締役の役割・責任の大きさと業績貢献に応じた報酬であること
- ③株価との連動性を高めることで、株主の皆様との価値共有を図り、経営への動機付けとなる報酬であること
- ④客観的かつ公平な審議に基づき、外部データを参考に決定された報酬であること

### 報酬構成

取締役(社外取締役、監査等委員である取締役を除く)の報酬等は、固定報酬と変動報酬で構成し、報酬等の構成比率は、固定報酬約65%、変動報酬約35%(業績連動報酬約20%、株式報酬約15%)とします。なお、社外取締役および監査等委員である取締役の報酬等は、固定報酬のみとします。



- ①固定報酬 固定報酬は、役位・役割に応じて金銭で支給する基本報酬とし、原則、月次払いとします。
- ②変動報酬 業績連動報酬は、その評価期間中の業績評価に基づき決定される金銭報酬で、原則、月次払いとします。

株式報酬は、当社の株価との連動性を高め、株価変動による影響を株主の皆様と価値共有する立場に置くことによって、株価や業績への関心度を高め、株価上昇および業績向上への意欲や士気を一層高めることを目的とし、取締役兼務執行役員に対し、その期間中の役位・役割に応じて年1回当社の普通株式を割り当てる譲渡制限付株式報酬とします。

#### (i) 変動報酬の評価

評価は、業績と報酬を連動させるため、経営指標を業績

項目として設定し、役位別に連結・個別の割合基準を定めるとともに、各担当内容を勘案したうえ、それぞれの経営指標にポイントを付与することで総合評価をします。

#### (ii) 業績項目となる経営指標

業績項目となる経営指標は、主に「売上高(成長性)」「営業利益(収益性)」「営業キャッシュ・フロー(安定性)」「1株当たり当期純利益(収益性)」「自己資本利益率(効率性)」「株主資本配当率(株主還元)」とします。

### 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(2024年4月期)

役員区分	報酬等の総額 (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		
			金銭報酬	株式報酬	
取締役(監査等委員および社外取締役を除く)	529	445	—	84	8
取締役(監査等委員)(社外取締役を除く)	10	10	—	—	1
監査役(社外監査役を除く)	3	3	—	—	1
社外取締役(監査等委員を除く)	27	27	—	—	5
社外取締役(監査等委員)	19	19	—	—	3
社外監査役	8	8	—	—	3

### 政策保有株式

当社は、取引企業との取引緊密性の確保および、仕入又は資金調達といったすべての取引の円滑化を図る目的で純投資目的以外の目的である投資株式(政策保有株式)を保有し、中長期的な企業価値向上に資すると認められない場合には、段階的に縮減する方針としています。

毎年、取締役会において個別の純投資目的以外の目的である投資株式(政策保有株式)について、銘柄ごとに投下資本に対するリターンが資本コストを上回っているかを検証しております。また、中長期的な取引先との関係維持・強化の観点から、保有意義の確認を行い、経済合理性と保有意義が希薄化してきた銘柄については、相手先企業と対話のうえ、売却及び縮減を進めることを取締役会において確認しています。

### 知的財産についての取組み

#### 知財体制

「知的財産方針」に基づき、中期経営計画の重要戦略を踏まえて社会課題解決と企業価値向上を目指す知財経営を推進しています。弁理士、弁護士等の専門家を活用しながら、専門部署としての知的財産部を有しています。静岡県の生産本部にも知的財産部員を配置し研究開発部門の支援を積極的に行う体制を整えています。知的財産部は各部門と連携し、ブランド戦略の支援、知

#### 経営戦略への支援

伊藤園グループは「健康創造企業」をミッションに掲げており、緑茶や抹茶の認知機能への影響など、食品の機能性に関する研究開発を知的財産活動により支援することで、健康価値の高い製品を提供しています。また、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現に向けて、当社のコア事業であるお茶関連では、茶畑から茶製品、茶殻リサイクルまでの知的財産権を確保しています。特に、茶の技術分野における当社国内の重要特許構成比<sup>※2</sup>は約11%であり、独自技術や製品に関する知的財産権によって競争優位性を高めています。さらに、茶殻リサイクル、減農薬・有機栽培、サステナブルな容器包装など、

#### 人材の育成およびイノベーション促進への投資

当社は、かつて不可能といわれた無糖茶の飲料化を行うなど、さまざまなイノベーションを通じて成長してきました。イノベーションは当社の成長の源泉であり、知的財産部は研究開発、マーケティング、製造部門など、各部門のニーズや習熟度に合わせた知財教育を実施し、知財創出の土台を醸成することでイノベーションを促進しています。2023年度には159名(うち海外事業に携わる27名)に知財教育を行い、2024年4月末時点での知財創出を

行った累計社内発明者数は159名となりました。また、グループ会社の関連部門とも連携し、知財創出や権利取得を進めるなど、伊藤園グループの知的財産権の保護・活用を図っています。当社は「発明補償金制度」を有しており、2023年度の補償金支払い対象は年間151件となりました。その運用により、従業員の知財創出を奨励し、事業発展への寄与に取り組んでいます。

海外事業強化に向けては、各国の知的財産情報を収集し、適切かつ効果的な権利取得を推進しています。2024年4月末時点での海外特許出願<sup>※3</sup>は121件であり、そのうち約78%が茶事業に関連しています。海外商標出願については123カ国に対し1,090件行っており、特に「お〜いお茶」のグローバル展開と連動した商標出願に注力しています。また、仮想空間におけるデジタルデータについても商標出願を進めており、今後もブランドのグローバル展開と連動した商標権取得を推進します。

※1 国内特許出願効率率: 特許保有件数 ÷ 特許出願件数 × 100  
 ※2 重要特許構成比: 同一技術分類内の被引用数上位5%に占める当社特許の割合  
 ※3 海外特許出願は複数の国で特許出願した一つの発明を1件としてカウント



# 役員一覧 (2024年7月26日現在)

役職氏名	取締役名譽会長 本庄 八郎	代表取締役社長 執行役員 本庄 大介	代表取締役副社長 執行役員 本庄 周介	取締役 専務執行役員 中野 悦久	取締役 専務執行役員 神谷 茂
主な経歴	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	1987年4月 入社 1990年7月 取締役	1994年4月 入社 2003年7月 取締役	1989年3月 入社 2010年5月 人事総務本部長	1982年3月 入社 2012年5月 執行役員 広域量販店 営業本部長
	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	1997年5月 常務取締役 2000年5月 専務取締役	2005年5月 常務取締役 2008年5月 専務取締役	2010年7月 取締役 2014年5月 常務取締役	2014年7月 取締役 2016年5月 常務取締役
	1969年5月 常務取締役	2002年7月 代表取締役副社長	2010年5月 取締役副社長	2015年5月 広域流通営業本部長	2019年5月 広域流通営業本部 担当
	1970年6月 専務取締役	2009年5月 代表取締役社長	2014年8月 代表取締役副社長	2019年5月 取締役 専務執行役員(現任) 生産本部長(現任)	2021年5月 東京・千葉地域 営業本部長
	1978年5月 取締役副社長	2019年5月 代表取締役社長 執行役員(現任)	2018年5月 営業統括本部長 (現任)	2022年5月 物流本部 担当(現任)	2021年5月 東京・千葉地域 営業本部長
	1987年4月 代表取締役副社長	1988年5月 代表取締役社長	2019年5月 代表取締役副社長 執行役員(現任)	2023年5月 CSO (チーフ・サステナビリティ・ オフィサー)(現任)	2022年5月 広域量販店 営業本部 担当
2009年5月 代表取締役会長	2024年5月 取締役名譽会長 (現任)	2021年5月 CDO (チーフ・デジタル・ オフィサー)(現任)	2022年5月 マーケティング 本部 担当(現任)	2023年5月 総合企画部 担当	
2024年5月 取締役名譽会長 (現任)		2024年2月 タリーズコーヒー ジャパン株式会社 代表取締役(現任) チヤス株式会社 代表取締役(現任)	2024年5月 総合企画部兼・ 特命 担当(現任)	2024年5月 総合企画部兼・ 特命 担当(現任)	
所有株式数	普通株式 2,446,230株 第1種 優先株式 882,900株	普通株式 1,165,660株 第1種 優先株式 216,870株	普通株式 513,690株 第1種 優先株式 81,480株	普通株式 14,100株 第1種 優先株式 2,000株	普通株式 11,700株 第1種 優先株式 640株

取締役 執行役員 Yosuke Jay Oceanbright Honjo	取締役 専務執行役員 平田 篤	社外取締役 高野 秀夫	社外取締役 阿部 啓子	取締役 (監査等委員) 近藤 清	社外取締役 (監査等委員) 臼井 祐一	社外取締役 (監査等委員) 横倉 仁	社外取締役 (監査等委員) 奥田 芳彦
1992年3月 入社	1988年5月 入社	1977年4月 東京商工会議所入所	1994年6月 東京大学農学部助教授	1989年8月 入社	1976年10月 警視庁入庁	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	1976年4月 福岡国税局入局
2001年5月 ITO EN (North America) INC. President & CEO (現任)	2010年5月 執行役員 2012年5月 管理本部長	2006年4月 東京商工会議所 総務統括部長	1996年4月 東京大学大学院 農学生命科学研究科教授	1999年5月 南東京地区営業部長	1994年2月 同庁第七機動隊副隊長	1995年3月 公認会計士登録	2004年7月 福岡国税不服審判所 国税副審判官
2002年7月 取締役	2014年5月 常務執行役員 人事総務本部長	2009年4月 東京商工会議所 理事・事務局長	2008年4月 公益財団法人 神奈川科学技術アカデミー (現 地方独立行政法人 神奈川県立産業技術 総合研究所) 研究顧問	2002年5月 第3販売促進部長	2005年10月 同庁人事第二課長	2002年1月 横倉会計事務所開設	2006年7月 小倉税務署副署長
2015年2月 Distant Lands Trading Co. CEO(現任)	2016年5月 管理本部長(現任)	2012年4月 東京商工会議所 常務理事	2010年4月 東京大学大学院 農学生命科学研究科 特任教授	2009年5月 自販機部長	2010年2月 同庁地域部長	2007年12月 弁護士(東京弁護士会)登録 ピンガム・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	2009年7月 税務大学校専門 教育部教授
2015年11月 ITO EN (Hawaii) LLC CEO (現任)	2019年5月 専務執行役員 内部統制 担当 (現任)	2015年6月 東京国税局 土地評価審議会委員	2010年6月 東京大学名誉教授(現任)	2012年5月 内部監査室長	2011年4月 ヤマト運輸株式会社入社 人事総務部長	2012年4月 同社執行役員 CSR推進部長	2013年7月 鹿屋税務署長
2023年6月 執行役員 米国事業 担当(現任)	2020年7月 取締役 専務執行役員(現任)	2015年10月 日本小売業協会 専務理事	2010年6月 東京大学名誉教授(現任)	2014年5月 地域営業管理本部長	2014年4月 同社常務執行役員	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)	2015年4月 東京国税不服審判所 横浜支所長
	2022年5月 コンプライアンス 担当(現任)	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	2019年6月 太陽化学株式会社 社外取締役(現任)	2020年5月 執行役員	2015年4月 同社取締役常務執行役員	2017年7月 みのり監査法人外部監事	2017年4月 高松国税不服審判所長
	2023年5月 CHRO (チーフ・ヒューマン・ リソース・オフィサー) (現任)	2016年6月 東京商工会議所 常任参与	2019年7月 東京農科大学 客員教授(現任)	2022年5月 顧問	2018年4月 同社取締役	2020年6月 株式会社クレディセゾン 社外取締役(現任)	2018年3月 国税庁長官官房付
		2019年5月 日本小売業協会参与 (現任)	2022年7月 当社社外取締役(現任)	2023年7月 取締役 (監査等委員)(現任)	2018年6月 うすい事務所代表(現任)	2021年7月 当社社外監査役	2018年6月 税理士登録
		2020年7月 当社社外取締役(現任)			2018年7月 当社社外取締役	2023年5月 株式会社吉野家 ホールディングス 社外監査役(現任)	2020年3月 株式会社ミルボン 社外監査役(現任)
					2023年7月 株式会社 王将フードサービス 社外監査役(現任)	2023年7月 当社社外取締役 (監査等委員)(現任)	2020年3月 株式会社SKMビジネス 取締役(現任)
					2023年7月 当社社外取締役 (監査等委員)(現任)		2024年7月 当社社外取締役 (監査等委員)(現任)
普通株式 480,350株 第1種 優先株式 -株	普通株式 2,665株 第1種 優先株式 120株	普通株式 -株 第1種 優先株式 -株	普通株式 -株 第1種 優先株式 -株	普通株式 2,700株 第1種 優先株式 960株	普通株式 1,100株 第1種 優先株式 -株	普通株式 500株 第1種 優先株式 -株	普通株式 -株 第1種 優先株式 -株

## スキル・マトリックス

当社は、長期ビジョン「世界のティーカンパニー」の実現を目指し、国内外グループ会社の持続的な成長と企業価値向上のため、サステナビリティの視点に立った中長期的な経営戦略やコーポレート・ガバナンス体制の強化に取り組んでいます。当社取締役会は、これらを実現するうえで必要なスキルを有していると考えています。

氏名	本庄 八郎	本庄 大介	本庄 周介	中野 悦久	神谷 茂
企業経営	○	○	○	○	○
ブランド戦略・マーケティング・営業		○	○		○
R&D・農業・調達・製造				○	
海外戦略	○	○	○		
財務・会計					
人事・労務・人材開発					
ESG		○	○	○	
法務・コンプライアンス・リスク管理					

※ スキル・マトリックスは、各人の有するすべてのスキルを表すものではありません。各人の有する、特に専門性の高いスキル最大4つに○をつけています。

Yosuke Jay Oceanbright Honjo	平田 篤	高野 秀夫	阿部 啓子	近藤 清	臼井 祐一	横倉 仁	奥田 芳彦
○	○	○			○		
○				○			
○			○				
○						○	○
○					○		
○		○	○		○		○
○				○		○	

## 常務執行役員

関西地域営業本部長 吉田 秀樹	東京・南関東地域 営業本部長 貴志 望	中部地域営業本部長 佐々木 貴浩	株式会社伊藤園フードサービス 代表取締役社長 唐沢 進治 <small>※2024年8月1日から同社社長</small>	広域法人 営業本部長 中西 直裕	管理本部副本部長兼 法務部長 新井 毅
--------------------	---------------------------	---------------------	-----------------------------------------------------------------------	------------------------	---------------------------

## 執行役員

広域流通 営業本部長 安藤 裕康	中央研究所 上席研究員 坂根 巖	マーケティング 本部長 志田 光正	国際本部長 中嶋 和彦	秘書部長兼 車輛運行部長 松永 聡	生産本部副本部長兼 生産本部管理部長 岡野 敏之	広域量販店 営業本部長 増井 勝見	営業統括管理 本部長 玉家 浩一	北・東関東地域 営業本部長 平岡 和宏	中四国・九州地域 営業本部長 品川 長久	物流本部長 遠藤 由多加
------------------------	------------------------	-------------------------	----------------	-------------------------	--------------------------------	-------------------------	------------------------	---------------------------	----------------------------	-----------------

## 社外取締役 座談会



社外取締役(監査等委員)  
横倉 仁

社外取締役  
阿部 啓子

社外取締役  
高野 秀夫

社外取締役(監査等委員)  
臼井 祐一

「世界のティーカンパニー」に向けた伊藤園の経営・ガバナンスのあり方について、4名の社外取締役による座談会を実施し、取組みの進捗や課題、今後への期待について率直に意見を交わしました。

### 社外取締役としての気付きと役割

**高野** 2020年に伊藤園の社外取締役に就任して以来、取締役会において、毎回緊張感をもって率直な議論ができていますと実感しています。私自身、社外取締役として、当社独自の企業文化や風土に深入りすることなく、社会的な視点や普遍的な見識に基づいた助言を行うことが伊藤園のためになると考えています。社外取締役として自分自身の成長が当社の成長、発展に繋がるものと肝に銘じています。

**阿部** 私は、アカデミア・サイエンス分野を専門としており、人と社会と地球というグローバルな視点で伊藤園の事業活動を捉えています。伊藤園は、グループミッション

「健康創造企業」を、「心身の健康」「社会の健康」「地球環境の健康」に貢献していくと定義しています。未来に向けて、さまざまな社会・環境課題に対応しつつ、日本で発展してきたお茶を通じ、世界各地域の健康課題にどのようにアプローチしていくか注目しています。

**臼井** 私は、会社活動の安全や社会貢献に特に注目しています。「人徳」という言葉があるように、会社にも「社徳」という概念があると考えており、当社がどのように、事業を通じて社会に貢献できているか、そのためのリスクマネジメントは万全かの視点を大切にしています。

**横倉** 私は監査等委員という立場であり、経営のモニタリングを特に重視しています。特に近年はコーポレート・

ガバナンスの重要性が一層増しており、法律と会計の専門的知見も踏まえて、株主をはじめとするステークホルダーが何を求めているか、企業価値向上にどう結び付けていくのかについて、常に自問自答しながら、取締役会に臨んでいます。

当社の市場環境をみると、国内は少子高齢化の進行に伴って成熟化が進む一方、海外にはまだまだ成長機会があります。今回の中期経営計画でも示されていますが、国内事業での収益性と効率性の向上、海外事業での成長性の追求という目標をしっかりと見据えて、これを達成するように経営資源を調達し配分していかなければなりません。取締役会でもこうした観点での議論の重要性が増してくると思います。

### ガバナンス体制の変更について

**横倉** 監査等委員会設置会社への移行は、当社のガバナンスにとって大きな節目です。創業60年目の当社はさらに「100年企業」を目指すという新たなステージに入りますが、そこでは長期的視野に立ったビッグ・ピクチャーを社内外に示していく必要があります。監査等委員会に制度移行したことで、取締役会において企業戦略や経営計画に関する議論を充実し深化させるとともに、その議論の結果を迅速な執行に結び付けていくという基盤はできたと思います。こうした点を踏まえて、今後も意思決定プロセスをはじめとする具体的なガバナンスの在り方について議論を深めていく必要があると考えています。

**臼井** 監査等委員としてのモニタリングは、内部監査部から、取締役会の事前に意見や報告があり、取締役会前の監査等委員会での営業などの現場からの意見の確認等により、よりスムーズに進むようになったと感じています。

**阿部** 2024年度になって取締役会議長の変更(前代表取締役会長 本庄 八郎から代表取締役社長 本庄 大介へ)がありました。議長の人柄もあり、取締役会では非常にユニークで多面的な議論ができていると感じています。

### 「世界のティーカンパニー」へ向けて

**高野** 長期ビジョンの「世界のティーカンパニー」を実現するにあたっては、さまざまな社会・環境課題への対



応が必要になります。収益性と社会・環境課題解決は「バランスをとる」のではなく「両立させる」ことを目指さなければなりません。これらの課題対応には、収支予測を短期、局所的ではなく、中長期で捉えることも大切です。ハードルは高いのですが、この両立を実現してこそ「世界のティーカンパニー」だと思います。

**阿部** グローバルな未来に向けて、当社のミッションの「健康創造企業」で言うと、「地球環境の健康」の創造・貢献が非常に重要です。欧州では温暖化に備えて食産業や生活環境を変えていこうという流れがあります。

温暖化による、水資源の不足や農作物の収量や品質など、さまざまな影響を事前に捉え、お茶の生産から販売までのバリューチェーン全体で取組むことが重要になります。

日本のNo.1ティーカンパニーから世界のNo.1ティーカンパニーに向けて、地球規模で未来に向けた取組みを進めていくべきです。

**臼井** 環境対応の重要性については同感です。以前に当社が、豪州から米国に緑茶原料を輸出した時に、農薬基準が障壁になったことがあったと記憶しています。環境や農業に関する各国の基準や規制への対応は、「お〜いお茶」のグローバル化に向けて必須です。

あわせて、お茶を製品としてではなく、「場」の提供が大事であると考えます。かつて日本の茶屋では、店先で客にお茶が提供されていました。現代においては、2024年になって増加している、各国からのインバウンドのお客様に向けて、お茶を楽しむ「場」を提供して、グローバルにお茶に親んでもらい、お茶の文化等も発信できると良いと思います。

例えば、2024年に当社が資本提携した「THE MATCHA TOKYO」(P.18参照)や茶専門店、タリーズコーヒージャパン



などのリアル店舗で、緑茶や抹茶に親しんでもらう機会をより一層増やしていくことが重要です。

**高野** グローバル化を進めるためには人材の採用や育成の課題も大きいものです。海外事業を拡大する上では、人材戦略が何よりも重要になってきます。どのような人を採用・育成していくのか、具体的に検討し、明確にしていくことが必要です。

**阿部** いまやどの業界も人手不足、人材不足です。取締役会でも海外人材の話は出てきますが、議論が十分ではないことは課題です。国内外の人材不足にどのように対処していくのか、今後の経営計画の中で、一層明確にすべきではないでしょうか。

また、世界中で健康への意識が高まる中で、当社はデータやエビデンスに基づいたお茶の基本価値・効能を世界中にもっと発信してほしいと思います。世界的にコーヒーの研究論文は多々発表されていますが、お茶はその1%ほどであるという事実があります。

当社ではお茶の健康・機能性の研究に長年取り組んでいます。海外に向けた論文の発信や、こうした研究を活かしながら、社員がワクワクしながら開発した新製品が、当社の明るい未来につながることを信じています。

**横倉** 当社は2000年以降も国内事業を中心に売上高が倍以上になる右肩上がりの成長を遂げており、平成時代のわが国にあって希有な存在だったと思います。

今後のステージでは、中期経営計画に示されているとおり、国内既存事業の構造を見直し、収益性と効率性を高めながら、海外事業を成長のエンジンとして、「世界のティーカンパニー」を目指していきます。グローバルなレベルで健康、環境、文化といった価値とビジネスを結び付けて企業を発展させていく、というのは未知への挑戦でもあります。



日本国内で無糖茶飲料という市場自体を創造しながら成長してきた伊藤園ならではの発想や取組みを、今度はグローバルに展開できるように、取締役会ではしっかりとサポートしていきたいと思っています。

### 取締役会実効性の向上に向けて

**高野** 取締役会の実効性を高めるためには、今まで以上にPDCAサイクルを徹底し、議論の透明性を確保することが必要です。取締役会で、一度議論が盛り上がったテーマについて、その後の経過報告によりモニタリングすることも必要ではないかと思っています。

この他、R&Dの成果や、あってはなりません、不祥事等のネガティブな情報もスピーディーに取締役会で共有化されることが求められます。

**阿部** 私は、多様性とサステナビリティが大事だと思います。女性活躍では、海外で活躍されている従業員の事例など聞いていますが、管理職比率や次期管理職を担う層の比率などの数字で目に見える形になるといいです。

さらに、多様性活用の観点では、社外取締役(監査等委員含む)同士の連携に伸びしろがあるように感じています。例えば、今回の座談会のように機会を設けて、社外取締役全員が一堂に会して議論することで、取締役会において情報の共有や議論、助言の幅が広がると思います。

**白井** グループガバナンスについては、関連会社との連携が進んでいます。取締役会や監査等委員会の前に、内部監査部からグループ会社の出来事、課題についての共有を受けています。

### 取締役の指名、報酬について

**白井** 指名・報酬委員会での議論では、人事や報酬について詳細に説明されるため、情報不足で判断ができないということはありません。

**横倉** 人事や報酬で会社がどのようにガバナンスを利かせていくのかは、日本企業全体の課題だと思います。戦略を実行するうえで必要なスキルとマインドを見極め、それを備えた人材像をスキル・マトリクスなどを通じて可視化し、社外取締役も含めて議論できるとよいと考えます。

監督機能の強化というトレンドからすれば、やがて過半数の独立社外取締役が求められるようになると思いますし、同時に、取締役会の構成も多様化していくと思います。特に海外戦略を加速していく局面では、その領域の知見や新たな発想を持った人材も重要になってきますので、海外出身者も含めて、多様な選択肢の中から候補者を検討していくようになっていくのではないのでしょうか。

### 伊藤園グループの今後に向けた期待、メッセージ

**高野** 社会全体で見ると、DXをはじめ技術の進歩によって、フェイスtoフェイスでのコミュニケーションが減っていくと思われそうですが、伊藤園は、「人と人のつながり」、「お客様とのコミュニケーション」こそが強みでありエネルギー源だと感じています。従業員一人ひとりの人間力を一層充実、強化していくことを願っています。

**阿部** お茶には伝統や文化という側面がありますが、そのような日本を代表する歴史ある企業でありながら、例



えばAIの女性タレントを宣伝に起用するという、伝統を重んじながら新しいことに挑戦する企業文化をもつ会社として、グローバルに発展できるよう期待しています。

**白井** 海外に向けて、ただ単にお茶という製品だけを持っていくのではなくて、日本の良き伝統とか文化の中にお茶というものが位置づけられていて、それが世界の他の国々に伝えていけたらいい、そういう会社になっていけたらいいと思います。

**横倉** かつて日本にも存在しなかった無糖茶飲料市場を当社が創造し、発展させてきたことはすごいことで、今後地球規模で広がっていきようとしています。創業以来もっている開拓者精神、誰も考え付かないようなことに挑戦するDNAが伊藤園グループの中にはあります。

100年企業に向けて、そのDNAをしっかり次の世代に渡せるように、40年後には世界中で「ITO EN」と呼ばれているのが当たり前になっているように、それに向かってグループが一丸となって取り組む姿を株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様にも見ていただきたいと思っています。

※社外取締役座談会は2024年6月に開催しました。

# リスクマネジメント

## リスクマネジメントの基本的な考え方

伊藤園グループは、企業経営の目的に影響を与え得る事象をリスクとして定義し、「伊藤園グループリスクマネジメント方針」に基づき、目的達成を阻害するリスクを全体的視点で統一的かつ戦略的に管理し適切に対応することにより、企業価値の維持・向上に努めます。

伊藤園グループリスクマネジメント方針 ▶ [https://www.itoen.co.jp/company/policy/risk\\_management/](https://www.itoen.co.jp/company/policy/risk_management/)

## リスクマネジメント体制

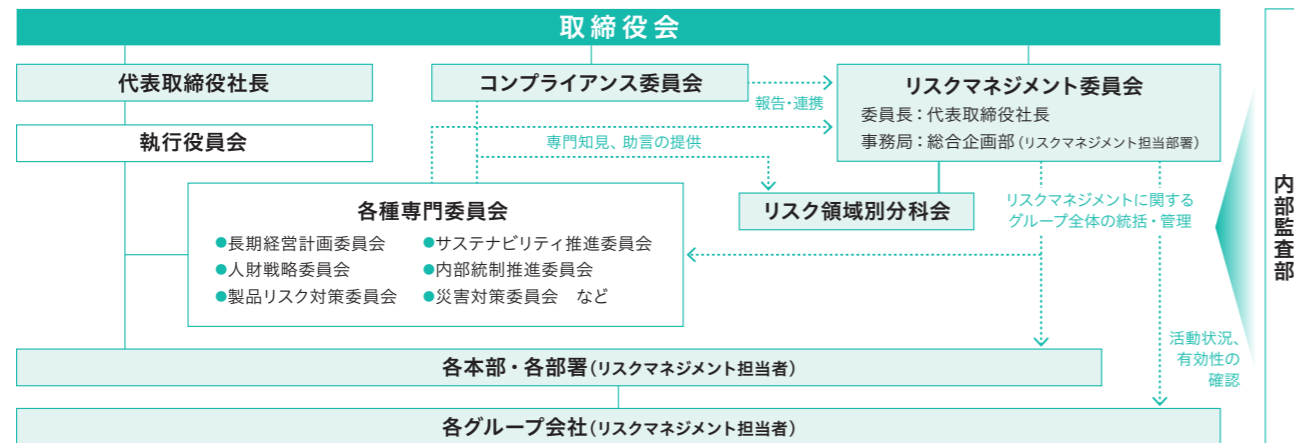
伊藤園は、グループ全体のリスクマネジメントを強化するため、リスクマネジメント規程ならびに関連する規則を定め、リスクマネジメント担当部署を設けるとともに、代表取締役社長を委員長とするリスクマネジメント委員会を設置し、横断的なリスクマネジメント体制を整備しています。

リスクマネジメント委員会では、傘下のリスク領域別分科会や取締役会の諮問機関であるコンプライアンス委員会に加え、サステナビリティ、品質管理、災害対策などの各種専

門委員会と連携し、各リスクへの対応と対応状況に係る情報共有を図るとともに、当社グループ全体のリスクマネジメントに関する事項を審査および審議しています。また、同委員会では、サプライチェーンの人権リスクへの対応など、個別の重要度の高いリスクについても決定・管理しています。

不測の事態発生時には、代表取締役社長を本部長とする対策本部を設置して、迅速な対応を行い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。

リスクマネジメント体制(2024年5月以降)



## リスクの評価

当社では、全社的なリスクの情報・対応状況を把握するため、各本部・各部署で構成するリスク領域別分科会を中心に、要因・事象・影響の切り口にてリスクを識別するとともに、影響度・発生頻度・対応策の準備度という3つの基準を用いてその評価を行っています。

この結果より策定したリスクマップに基づき、各種専門

委員会と連携の上、リスクマネジメント委員会での審査および審議を経て重要リスクを特定し、これらリスクの評価、対応状況などを取締役会へ報告しています。

重要リスクについては、対応方法を含め定期的に確認、必要に応じて見直しを行い、リスク対応を進めていきます。

## 事業等のリスク

当社グループの経営成績および財政状態などに重要な影響を及ぼす可能性のある主なリスク(国内経済、消費動

向、気候変動・自然災害、情報管理等)については、有価証券報告書および当社ウェブサイトに記載しています。

有価証券報告書 ▶ [https://ssl4.eir-parts.net/doc/2593/yuho\\_pdf/S100U4C2/00.pdf](https://ssl4.eir-parts.net/doc/2593/yuho_pdf/S100U4C2/00.pdf)  
事業等のリスク ▶ <https://www.itoen.co.jp/ir/growth/risk/>

# コンプライアンス

## 「伊藤園グループ行動規範」の徹底がコンプライアンスの基本

伊藤園グループでは、法令、条例、規則、社内規程、商慣習の遵守、企業倫理および社会的要請への適応を徹底し、公正・誠実な競争による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」に基づき、事業活動

を正しく行うための会社の考え方(基本方針)と、そこに働くすべての人がどのように行動すべきか(行動基準)を示した「伊藤園グループ行動規範」の徹底がコンプライアンスの基本と認識し、浸透を図っています。

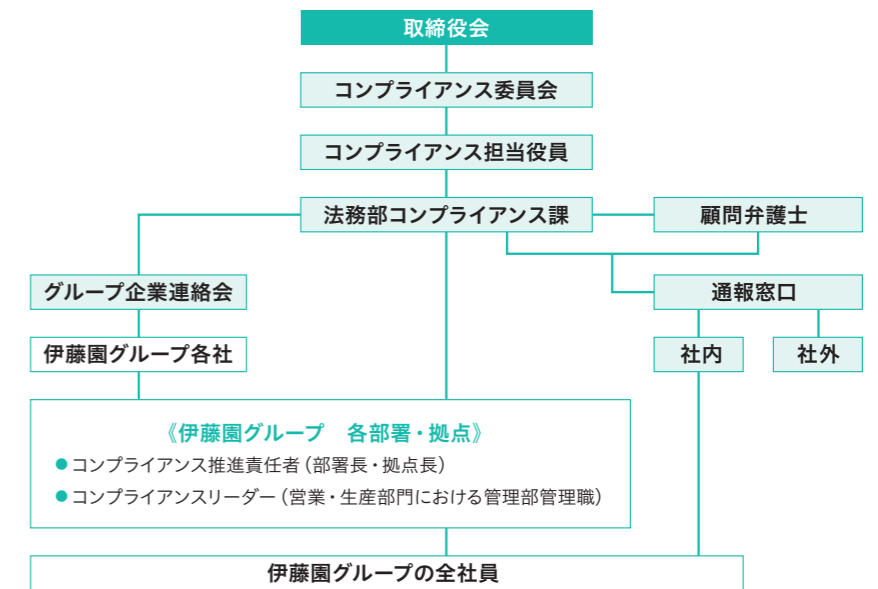
## コンプライアンス体制

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法務部コンプライアンス課において、コンプライアンスに関する重大事案が発生した場合は、迅速に対応策を検討し、実行する体制を確立しています。

なお、コンプライアンス委員会は年4回実施し、活動内容を報告しています。

また、グループ企業連絡会も年4回実施し、情報共有、連携強化を図っています。

各部門・各グループ企業が連携してコンプライアンス違反の予防や再発防止について詳細に検討し、「伊藤園グループ・コンプライアンス」の強化を図っています。



## コンプライアンス教育の推進と周知の徹底

当社ではコンプライアンスの浸透を図るため、全部署・拠点向けに、今ある課題や問題点について改善を図る教育と、「伊藤園グループ行動規範」の周知を図る教育を柱に、コンプライアンス教育を年10カリキュラム実施しています。また、

「コンプライアンス強化推進月間」を年2回設けるとともに、e-learningや部署・拠点での対面教育、啓発ポスターの掲示、携帯カードの配布などにより、不正やハラスメントのない「みんなが気持ちよく働ける職場づくり」に取組んでいます。

## コンプライアンスに関する受付体制(内部通報制度)

当社では、お客様を含め誰もが利用できる「企業倫理ホットライン」を設けています。社内部署による窓口に加え、外部窓口も設置し、社内・社外からの通報、相談、質問などを受付けています。2023年度の通報件数は54件、そのうち32件が職場環境やハラスメントに関する通報、相談事案でした。公益通報者保護法に基づき、通報情報は受付窓口関係者以外は秘匿とすることで、通報者の匿名性を確保するとともに、不利益な取り扱い行為を禁止しています。内部通報などで把握した事案は、コンプライアンス担当役員に報告し迅速に対応しています。調査結果について

は、通報者および経営層に報告し、問題の改善や再発防止策につなげています。

またグループガバナンス強化の一環として、海外グループ会社を対象とした重大なコンプライアンス違反に関わる通報受付窓口「伊藤園グループ グローバルホットライン」を2023年11月から運用開始しています。企業の自浄作用の促進、健全な職場環境の支援について、海外グループ会社においても適切に機能することが必要との観点から、内部通報制度のグローバル化も推進します。



# 主要財務指標・非財務指標

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/ir/>

## 11年間の主要財務指標（連結）

	(単位)	旧基準						新基準*				
		2014年4月期	2015年4月期	2016年4月期	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	2022年4月期	2023年4月期	2024年4月期
<b>P/L</b>												
売上高	(百万円)	437,755	430,541	465,579	475,866	494,793	504,153	483,360	446,281	400,769	431,674	453,899
海外売上比率	(%)	2.9	3.5	7.8	7.3	8.2	7.6	7.5	7.9	10.5	11.9	11.7
営業利益	(百万円)	21,100	11,393	17,243	21,774	22,043	22,819	19,940	16,675	18,794	19,588	25,023
利益率	(%)	4.8	2.6	3.7	4.6	4.5	4.5	4.1	3.7	4.7	4.5	5.5
経常利益	(百万円)	20,518	11,229	15,074	21,524	21,441	23,211	19,432	17,029	19,971	20,341	26,681
利益率	(%)	4.7	2.6	3.2	4.5	4.3	4.6	4.0	3.8	5.0	4.7	5.9
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	12,096	7,292	8,615	13,693	12,553	14,462	7,793	7,011	12,928	12,888	15,650
利益率	(%)	2.8	1.7	1.9	2.9	2.5	2.9	1.6	1.6	3.2	3.0	3.4
<b>B/S</b>												
総資産	(百万円)	258,820	285,947	287,702	302,405	301,167	303,981	290,651	333,065	328,359	338,774	353,892
負債	(百万円)	138,310	158,185	160,486	165,696	157,416	153,058	140,956	180,007	165,346	166,646	170,675
純資産	(百万円)	120,509	127,761	127,215	136,709	143,750	150,923	149,695	153,057	163,012	172,128	183,216
流動比率	(%)	173.8	202.0	158.3	214.1	225.2	232.0	244.8	239.3	290.7	262.7	252.2
自己資本比率	(%)	46.3	44.4	43.9	44.8	47.3	49.2	51.0	45.6	49.2	50.4	51.3
負債比率	(%)	115.5	124.7	127.2	122.3	110.4	102.3	95.0	118.6	102.3	97.7	94.0
<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)	24,300	17,751	30,085	27,098	25,322	26,128	24,719	25,351	22,226	23,773	25,482
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 4,598	△ 9,242	△ 8,150	△ 8,243	△ 11,359	△ 10,635	△ 9,217	△ 7,514	△ 7,397	△ 8,638	△ 10,737
フリー・キャッシュ・フロー	(百万円)	19,702	8,509	21,935	18,854	13,962	15,492	15,502	17,836	14,829	15,135	14,745
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 18,147	△ 4,835	△ 18,018	△ 8,012	△ 16,639	△ 15,005	△ 12,905	25,813	△ 29,930	△ 9,130	△ 12,213
現金および現金同等物の期末残高	(百万円)	44,617	48,922	53,259	64,202	61,376	61,950	63,710	107,763	94,471	100,899	105,397
<b>その他</b>												
ROE (自己資本利益率)	(%)	10.4	5.9	6.8	10.5	9.0	9.9	5.2	4.7	8.2	7.8	8.9
ROA (総資産利益率)	(%)	4.8	2.7	3.0	4.6	4.2	4.8	2.6	2.2	3.9	3.9	4.5
<b>普通株式</b>												
PER (株価収益率)	(倍)	22.8	44.0	49.9	37.1	43.8	47.7	97.2	109.8	51.4	40.5	30.3
PBR (株価純資産倍率)	(倍)	2.2	2.4	3.3	3.7	3.7	4.5	4.9	4.8	4.0	3.0	2.5
EPS (1株当たり純利益)	(円)	95.77	56.6	67.37	108.77	99.79	116.02	61.53	55.10	103.92	103.82	126.42
BPS (1株当たり純資産)	(円)	974.36	1,031.19	1,026.26	1,105.09	1,165.80	1,229.28	1,221.92	1,250.37	1,334.88	1,408.55	1,516.16
1株当たり年間配当金	(円)	39	40	40	40	40	40	40	40	40	40	42
<b>優先株式</b>												
PER	(倍)	16.2	28.9	24.3	17.7	21.0	20.4	29.3	35.8	16.8	16.2	13.6
PBR	(倍)	1.8	1.9	1.8	1.9	2.0	2.1	1.7	1.9	1.4	1.3	1.2
EPS	(円)	105.77	66.6	77.37	118.73	109.75	126.00	71.53	65.10	113.89	113.82	138.26
BPS	(円)	979.36	1,036.19	1,031.26	1,110.09	1,170.80	1,234.28	1,226.92	1,255.37	1,339.88	1,413.55	1,522.16
1株当たり年間配当金	(円)	49	50	50	50	50	50	50	50	50	50	54
総還元性向	(%)	42.6	72.3	61.2	43.5	48.5	48.9	92.1	74.0	44.5	40.1	52.7

ROE 自己資本利益率 = 当期純利益 ÷ 自己資本 × 100      PER 株価収益率 = 株価 ÷ 1株当たり純利益 (EPS)      EPS 1株当たり純利益 = 当期純利益 ÷ 期中平均株式数      ※2022年4月期より収益認識基準を適用しています。  
 ROA 総資産利益率 = 当期純利益 ÷ 総資産 × 100      PBR 株価純資産倍率 = 株価 ÷ 1株当たり純資産 (BPS)      BPS 1株当たり純資産 = 純資産 ÷ 期末発行済株式数

## 非財務指標

	(単位)	2022年4月期	2023年4月期	2024年4月期	
<b>GHG排出量</b> *1					
Scope1: 自社での燃料使用による直接排出	Scope1	(千t CO <sub>2</sub> )	44	42	41
Scope2: 自社が購入した電気の使用に伴う間接排出	Scope2	(千t CO <sub>2</sub> )	37	36	36
Scope3: 事業活動に関連するScope1、2以外の排出	Scope1、2合計	(千t CO <sub>2</sub> )	81	78	77
	Scope3	(千t CO <sub>2</sub> )	1,534	1,527	1,404
	Scope1 ~ 3合計	(千t CO <sub>2</sub> )	1,615	1,605	1,481
<b>水資源</b> *2					
取水量 合計	(千m <sup>3</sup> )	1,352	1,275	1,335	
排水量 合計	(千m <sup>3</sup> )	942	936	1,000	
<b>水資源 (飲料製造委託先)</b> *3					
取水量 合計	(千m <sup>3</sup> )	17,848	17,679	15,408	
排水量 合計	(千m <sup>3</sup> )	12,676	12,645	10,814	
<b>ペットボトルのリサイクル素材等使用率</b> *4					
全ペットボトル製品	(%)	14	15	36	
<b>食品リサイクル率</b> *4					
食品リサイクル率	(%)	94.4	94.8	94.4	
<b>製品原料使用量</b> *4					
合計	(t)	96,218	89,792	84,809	
荒茶 (緑茶原料)	(t)	19,475	17,936	17,888	
その他原料 (ウーロン茶、紅茶、果汁原料など)	(t)	76,742	71,856	66,921	

\*1 Scope1、2排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および連結子会社を対象としています。  
 ただし、連結子会社の一部 (Cafetalera de Tierras Ticas, S.A.およびEMPRESAS DE ANTIOQUIA LTDA) は集計範囲に含まれていません。  
 Scope3排出量の集計範囲は、(株)伊藤園および国内連結子会社を対象としています。  
 \*2 集計範囲は、(株)伊藤園および連結子会社を対象としています (一部推計を含む)。  
 ただし、連結子会社の一部 (Cafetalera de Tierras Ticas, S.A.およびITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED) の自社農園での水源別取水量および排水量は含まれていません。  
 \*3 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 (一部推計を含む)。  
 \*4 伊藤園単独を対象としています。

サステナビリティデータは、こちらをご参照ください。  
<https://www.itoen.co.jp/sustainability/performance/>

	(単位)	2022年4月期	2023年4月期	2024年4月期
<b>教育・研修</b>				
年間受講のべ人数	(人)	55,032	89,009	127,171
(オンライン教育・e-learning含む)	(分)	362.0	683.0	846.0
従業員エンゲージメントスコア (6点満点)	(スコア)	3.22	3.18	3.99 (従来基準では3.19)
<b>正社員離職率</b>				
従業員数 (連結)	(人)	8,028	7,928	7,929
女性従業員比率	(%)	18.7	18.8	19.1
<b>従業員数</b>				
全体	(人)	5,175	5,205	5,226
女性従業員比率	(%)	11.4	11.7	12.1
<b>女性管理職比率</b>				
障がい者雇用率	(%)	2.8	3.3	3.7
障がい者雇用率	(%)	2.46	2.48	2.50
育児休業取得	(%)	29.7	32.3	43.1
男性育児休業取得率	(%)	97.1	98.0	93.1
育児休業後の復職率	(%)	-	58.2	62.0
<b>男女間賃金格差</b>				
※男性を100とした場合	(%)	74.3	77.3	79.8
正社員	(%)	94.3	94.2	94.3
うち勤続10年未満	(%)	110	116	105
<b>労働災害事故発生件数</b>				
労働災害度率	(%)	1.86	2.26	1.92
<b>企業倫理ホットラインへの通報件数</b>				
取締役 / 監査等委員	(件)	34	58	54
合計 (うち社外取締役)	(人)	18 (7)	17 (8)	14 (5)
取締役 (同上)	(人)	14 (4)	13 (5)	10 (2)
監査等委員である取締役 (同上)	(人)	4 (3)	4 (3)	4 (3)
独立委員	(人)	6	7	5

※特に注記のない実績は、伊藤園単独を対象としています。

# 主なグループ会社紹介 (2024年8月1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「タリーズコーヒー」の国内における経営、フランチャイズ展開。

### チヤス株式会社

1917年に日本で初めてヨーグルトを発売。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、全国を網羅する自動販売機オペレーター。大塚ウエルネスベンディング株式会社との合併事業会社。

### 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

「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お嗜好に合うさまざまな茶葉製品を製造・販売。

### 株式会社北海道伊藤園

2024年5月設立。北海道に根差した営業活動を行い、飲料・茶葉製品を販売。「北海道とうきび茶」など地域ならではの特色ある製品を販売。

### 株式会社伊藤園フードサービス

直営店部門における小売・飲食事業を行う。

## 海外

### 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ITO EN(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」などを製造・販売。

#### Mason Distributors, Inc.

サプリメントの製造と販売を手がける。ビタミンをはじめさまざまな種類のサプリメントを製造・販売し、全米および、世界に幅広い販売網を持つ。

#### 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・精製工場、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。

### 欧州

#### ITO EN Europe GmbH

2024年4月設立。ドイツを拠点に、欧州市場において飲料・茶葉製品を販売。欧州向けに製品設計した「お〜いお茶」の飲料製品をドイツの協力企業にて委託生産を行い、無糖茶飲料市場を開拓。

### 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。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。

### シンガポール

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

東南アジアおよび周辺国・地域における事業展開を推進。

#### ITO EN Singapore Pte. Ltd.

シンガポールおよびマレーシア市場において、「お〜いお茶」(飲料、ティーバッグ)製品を販売。

### 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。

### ベトナム

#### ITO EN VIETNAM CO.,LTD.

2024年4月設立。ベトナム国内で「お〜いお茶」飲料製品などを販売。有糖茶飲料が多くを占めているベトナム市場において、無糖茶飲料市場の形成を図る。

### 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を開始。

# 会社概要

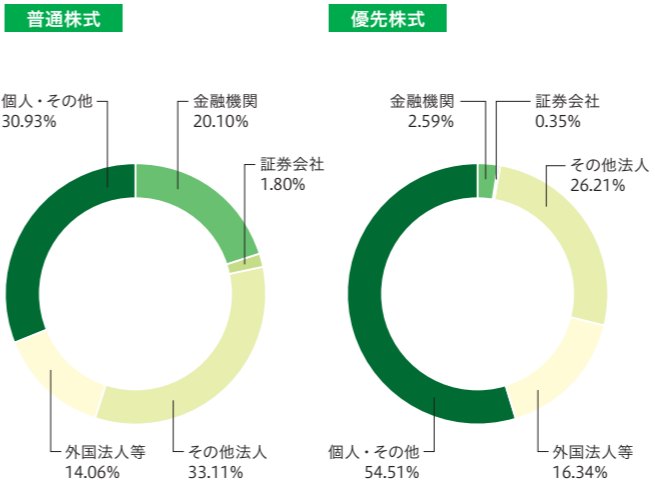
## 会社の概要 (2024年4月30日現在)

会社名	株式会社 伊藤園
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	7,929名(連結)、5,226名(単独)
URL	https://www.itoen.co.jp
支店、営業所および出張所	全国29地区177拠点
店舗	全国90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)

## 株式の状況 (2024年4月30日現在)

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	88,417名
	優先株式	76,471名

## 所有者別株式数比率の状況



## 大株主

株主名	持株数(千株)			持株比率(%)
	普通株式	優先株式	合計	
グリーンコア株式会社	17,603	5,895	23,498	19.65
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	10,183	68	10,252	8.57
公益財団法人 本庄国際奨学財団	5,200	1,560	6,760	5.65
本庄八郎	2,446	883	3,329	2.78
ザバンク オブ ニューヨーク 134104	-	2,243	2,243	1.88
伊藤園従業員持株会	1,979	233	2,212	1.85
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	1.74
株式会社りそな銀行	1,933	-	1,933	1.62
株式会社 日本カストディ銀行(信託口)	1,912	-	1,912	1.60
ザバンク オブ ニューヨーク メロン(インターナショナル) リミテッド131800	1,477	-	1,477	1.24

1. 当社は、自己株式を3,883千株(普通株式939千株、第1種優先株式2,943千株)保有していますが、上記大株主からは除外しています。
2. 持株比率は自己株式を控除して計算しています。

## 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等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	100株
株主優待	あり	あり

- ※1 議決権が発生する場合があります。  
 ※2 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。  
 ※3 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。  
 ※4 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。