

伊藤園レポート2015



 伊藤園
自然が好きです。

02 ごあいさつ

03 トップメッセージ

06 お客様第一主義のために

07 伊藤園のこだわり

09 調達

10 製造・物流

11 商品開発

12 営業・販売／マーケティング

13 ブランドの確立

— 総合飲料メーカーとしての地位確立 —

15 ITOEN ブランドの確立

— 「世界のティーカンパニー」への挑戦 —

17 特別対談

和食とお茶で世界へ飛翔

一般社団法人和食文化国民会議会長

熊倉功夫氏



株式会社伊藤園代表取締役会長

本庄八郎

19 CSRの取り組み

21 社会からの評価

22 人材育成

原料から製品までの一貫体制を支える社内体制

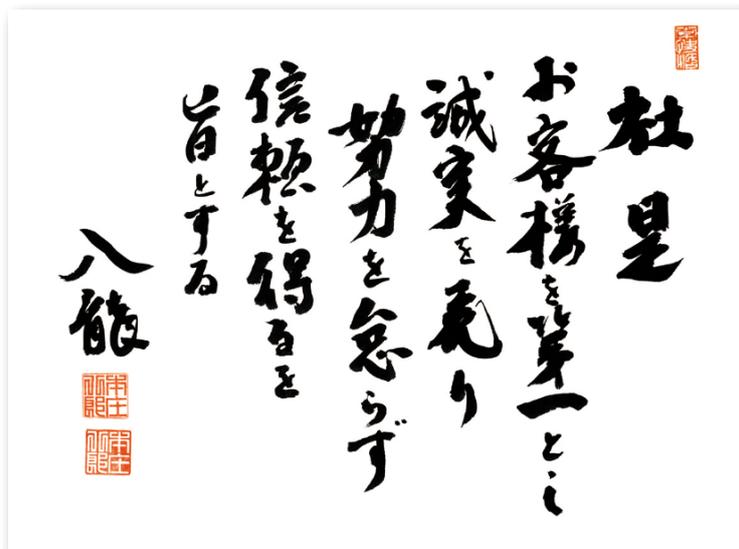
23 コーポレート・ガバナンス

25 財務サマリー

27 役員一覧

29 主なグループ会社紹介

30 会社概要



お客様の定義

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

グループ経営理念

「お客様第一主義」

「お客様第一主義」とは、すべてのお客様を大切にすることが経営の基本であるとする当社の経営理念です。

お客様とは、消費者の皆様、販売先の皆様、仕入先の皆様、株主の皆様、金融機関の皆様、地域社会の皆様です。

伊藤園とかかわるすべての方々をお客様と位置づけ、それぞれのご意見やご要望に真摯に向き合い、常にお客様の立場に立った対応を図ることが経営の根幹です。

伊藤園グループは、現在、「世界のティーカンパニー」という長期ビジョンを掲げています。

その達成に向け、国内収益基盤の強化や、グループ全体でのブランドの強化とシナジーの創出、さらに海外事業の拡大と新たな成長など、国内外のグループ全社員一丸となってさらなる成長を目指してまいります。

代表取締役会長 本庄 八郎

代表取締役社長 本庄 大介

新創業期スタート 新たな価値を生み出す 経営戦略を実践



代表取締役社長

本庄大介

革新への挑戦

原点に立ち戻り、次の50年へ

当社の原点は「誠実」「努力」「信頼」です。さかのぼること約半世紀前、バック茶の販売により当社は緑茶業界に新風を巻き起こしました。そこには生活様式の多様化のなかで「お茶をいつでもどこでも、より多くの人たちに味わっていただきたい」というお客様への真心と緑茶市場の革新への情熱が込められていました。

これらの想いはやがて世界初の缶入り緑茶飲料という革新を生み、急須が不可欠な家庭内飲料だった緑茶を「いつでもどこでも飲みたいときに飲める」飲料へと昇華させることで、お客様からの信頼につながっています。当社ロゴマーク「四葉のクローバー」に込めた、関係者の皆様の幸せを願う想いを経営理念「お客様第一主義」のもとで社員一人ひとりが実践した結果であります。これにより、無糖茶市場という新たな市場を創造することとなりました。

2014年度は、この原点に立ち戻り、「新創業期」の幕開けとなる第一歩を踏み出す1年となりました。

和食の世界的ブームや健康志向のさらなる高まり、外国人観光客の増加――。革新が求められる社会環境は、まさに創業期のそれと軌を一にしています。今こそ当社の、皆様への「誠実」と革新への「努力」にいつもの磨きをかけ、お客様からますます「信頼」を得られるよう新たな価値を提供していく決意です。

長期ビジョン「世界のティーカンパニー」実現に向けて

国内事業の利益率を高め、 戦略的成長投資で海外事業を拡充

当社グループは、長期ビジョンとして「世界のティーカンパニー」を掲げています。将来の国内市場の成熟化の影響を補うべく、

海外市場でもグループ内の相乗効果を発揮することで、持続的な高成長を実現する事業基盤を確立することを目指すものです。この実現のためには、国内飲料事業の営業利益率5%を維持しながら、それ以上の超過収益は成長のための投資とし、M&Aも含めた海外事業の強化が鍵になってきます。東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年には、世界中の方々に、ティーバッグや抹茶も含め、「お茶といえば日本の伊藤園」を広く認知していただけるよう、早い段階で、連結売上高に占める海外比率10%以上を達成したいと考えています。

中期経営計画では、1.国内収益基盤の強化 2.国内新事業領域への挑戦 3.海外事業基盤確立のための戦略的投資を重点施策として、連結売上高5,000億円以上、ROE10%、配当性向40%の目標を掲げました。

また、潜在成長力の高い海外市場の開拓も重要で、当面、北米とアジアに注力し、基盤を固めたうえで欧州等を視野に入れています。海外では、日本でのビジネスモデルが、直ちに移植可能という事業環境にはありませんが、やはり当社の理念を共有できる現地企業とのパートナーシップ構築が重要であり、M&Aを含めた戦略的投資を考えています。中長期的な視点で見ると、茶畑から製品までのバリューチェーン全体を取り扱うビジネスモデルは当社の強みですので、これまで蓄積したノウハウを最大限活用し、グループ内の相乗効果を発揮することで、ビジョンを達成してまいります。

2014年度の振り返りと2015年度のスタート

施策強化で再び成長軌道へ

2014年度の飲料業界は、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動や個人消費低迷の長期化など、厳しい状況が続きました。また、夏場の記録的な日照不足にはじまり、連続した台風上陸や大雨など、全国的な天候不順による影響も見られました。

このような状況のなか、当社は、主力製品の「お〜いお茶 緑茶」と「お〜いお茶 濃い茶」においては、「お茶」とともに日本を象徴する「桜」をデザインした特別限定パッケージを展開して“緑茶飲料発売30周年”を全国的に盛り上げ、「お〜いお茶」ブランドのさらなる価値向上を図りました。

リーフにおいては、「お〜いお茶 さらに抹茶入り緑茶」など、手軽にご賞味いただける簡便性商品が、国内のみならず外国人観光客の皆様にもご好評をいただき、好調に推移しております。

日本茶飲料においては「健康ミネラルむぎ茶」「お〜いお茶 絶品ほうじ茶」などが広く支持され、好調に推移したほか、コーヒー飲料においては「TULLY'S COFFEE」ブランドシリーズが販売数量を伸ばすなど、業績の向上に寄与しております。

政府の経済対策や金融対策の効果もあり、個人消費も緩やかに回復傾向にあります。お客様第一主義にいっそう注力し、収益改善につながる経営施策の徹底により、増収増益を目指してまいります。

国内飲料事業戦略

健康志向が後押しする 成長セグメント

少子高齢化の進む日本では、全体での飲料市場の規模拡大は停滞状況が続いています。そのような中、緑茶とコーヒー市場は拡大が予想されます。2015年5月、国立がん研究センターなどの研究チームより、要約すれば、緑茶やコーヒーを習慣的に摂取する群において全死亡リスクが低下するという研究結果が発表されました。成熟市場での緑茶と

コーヒー市場の潜在成長力は、今後も“健康志向”に後押しされていくものと見ています。

野菜飲料や機能性飲料なども合わせ、総合飲料メーカーとして、健康志向に裏付けられた潜在成長力をにらんだ事業活動を展開していきます。

緑茶のセグメントは、市場全体の停滞で競争が激化していますが、“高品質”と“健康”、“安全・安心”が、お客様にとっての大きな付加価値にもなるとらえています。高品質の茶葉の安定調達・仕入れや厳格な生産管理、当社が確立した緑茶のトレーサビリティシステム、ドリンクとリーフの連動販売、ルートセールス営業といった当社の強みを活かすことで差別化を図り、成長と利益率を確保していく戦略を描いています。

調達面では、2015年6月には農業生産法人 株式会社濱野製茶へ出資しました。これは当社として初めての農業生産法人への出資であり、今後は茶園面積65ヘクタール、茶葉生産量292トンを目指し、2016年には新工場も設立する予定です。出資にまで踏み込むことで、高品質な茶葉を確保するだけでなく、農家の高齢化や耕作放棄地増加といった社会課題の解決にも寄与できるものと考えています。

販売面では、首都圏を中心に自販機オンラインシステムを順次導入し、自動販売機の収益改善の取り組みを強化しました。この販売データを活用した自販機マーケティングにより、訪問強化、商品補充の効率化、機会損失の回避が期待されます。また、グループ会社ネオス株式会社との連携を強化し、よりいっそうの自動販売機を通じた販売の効率化を図ってまいります。

物流面では、本年10月には、合弁物流会社トーンロジテム株式会社を設立します。5年ほどかけて当社の支店・拠点網の見直しを図り、物流機能の改善・効率化を目指します。

長期ビジョン【世界のティーカンパニー】へ

■持続的な成長

■国内飲料事業の営業利益率5%を維持、それ以上の超過収益は成長のために投資する



海外事業戦略

パートナーシップの構築と日本品質を訴求することで成長機会を追求

健康志向が飲料市場の成長を後押ししているのは、国内市場だけではありません。和食の健康イメージと相まって、カテキンなどの効用についても海外でも認識されつつあります。農林水産省は、茶の輸出額を2012年実績の50.5億円に対し、2020年に約3倍の150億円とする目標を掲げています。

当社では、海外において、従来ドリンクに力を入れておりましたが、和食ブームに合わせてこれからはリーフ商品にも注力していきたいと考えています。

また当社グループには、これまで日本国内やオーストラリアで展開してきた茶産地育成事業(新産地事業^{※1})の実績があります。これを活かし世界のティーカンパニーへの足がかりにしたいと考えています。

2015年に当社グループに加わったDistant Lands Trading社は、米国を中心にコーヒー豆の栽培から販売までを行う会社です。お客様のニーズに沿った、品質にこだわったコーヒー豆を提供する強みや、米国内での多様な販路も活かし、伊藤園グループとして連携の強化に取り組んでいます。

このように、海外においても日本でつちかってきた関係者との協働を通じた共有価値の創造により、「日本品質」を訴求し、成長機会を追求していきます。

CSR活動も成長の基礎

バリューチェーン全体で社会に新しい価値を提供

当社グループのビジネスモデルの根幹には、共有価値創造を実現するCSR/CSV経営があります。

当社グループのCSRでは国際規格ISO26000^{※2}を活用しており、食料自給率向上、健康、食の安全、環境、水保全などの社会的課題の解決に取り組んでいます。この本業を通じたCSRに加えて、環境・消費者・コミュニティなどの経営上

の重点事項には、当社の強みを活かしつつバリューチェーン全体を通じて、共有価値の創造(CSV^{※3})を目指す活動を展開しています。

例えば、茶産地育成事業では地域の雇用を生み出し、活性化につながり、地域も生産者も元気になる一方で、当社も高品質な茶葉を安定的に調達でき、お客様に自信を持って安全でおいしい製品を提供しています。

これらの活動では、社員も皆様とともに持続可能性について学ぶ工夫を加え、人材育成に力を入れています(ESD^{※4})。これにより「チーム伊藤園」として力をつけています。

以上のような共有価値が創造されるには、関係者の皆様との連携・協働が何よりも大切であると考えています。また、これら関係者の皆様との連携・協働から生まれた価値が社外からの評価につながることで、当社の励みとなります。

例えば、競争戦略面でご評価いただいた2013年の「ポーター賞」^{※5}受賞のほか、2014年以降、茶産地育成事業が地域活性化の社会課題解決に資するものとして「日経ソーシャルイニシアチブ大賞 企業部門賞」を受賞し、アルミ箔を使用しない常温流通可能な新・環境配慮型紙パック飲料容器は、開発企業との協働も評価され「リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰 農林水産大臣賞」を受賞しました。また、「日本水大賞 経済産業大臣賞」は総合飲料企業としての基本である「水」を「お茶で日本を美しく。」の活動などで守っているCSR活動が評価されたものです。

「伊藤園」から「ITO EN」へ

「世界のティーカンパニー」への挑戦

今後とも「お客様第一主義」の経営理念に基づき、革新と価値創造を実現し、企業価値向上に努めつつ、世界のティーカンパニーに向けた施策をさらに展開してまいります。

※1 P9参照

※2 ISO26000:国際標準化機構によって発行された「社会的責任の手引」

※3 CSV(Creating Shared Value):共有価値の創造

※4 ESD(Education for Sustainable Development):持続可能な開発のための教育

※5 一橋大学大学院国際企業戦略研究科による表彰

お客様第一主義のために

●お客様第一主義

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

マーケティング5機能

1. 市場調査(marketing research)……お客様を知る
2. 商品化計画(merchandising)……お客様に添う
3. 販売活動(sales) ……お客様にサービスする
4. 販売促進(sales promotion) ……お客様をひきつける
5. 広告宣伝(advertising) ……お客様に知らせる

●製品開発コンセプト



伊藤園は、自然の恵みを大切に、そのおいしさを「飲み物」という形で皆様にご提供しています。ひたむきにお客様のことを考え、人々の生活に潤いと健康を届けるため、「自然」「健康」「安全」「良いデザイン」「おいしい」という5つのコンセプトで製品づくりにチャレンジするとともに、新たな可能性を追求し続けています。

すべてはその一杯のために

—技術革新と新市場創造の歴史—

'66



伊藤園の前身である「フロンティア製茶」がパッケージ茶を販売開始。1969年に伊藤園として販売。
(上記写真)

'79



中国土産畜産進出口総会社と日本で初めてウーロン茶の輸入代理店契約を締結

'80



世界初の「缶入りウーロン茶」を発売

'84



世界初の緑茶飲料「缶入り煎茶」を發明 (発売は1985年)

'89



「お〜いお茶」ブランドが誕生 「お〜いお茶 新俳句大賞」開始

T-N(ティー&ナチュラル)ブロー製法(1984年)

- 缶のヘッドスペースから酸素を取り除くことで品質向上

ナチュラル・クリアー製法(1996年)

- 天然マイクロ・フィルターで微細ろ過
- 緑茶の澄んだ色を引き出し、オリの発生を防止

茶畑から製品まで

～より高品質な製品



調達

- ▶高い原料調達力
- ▶茶産地育成事業



製造・物流

- ▶ファブレス方式
- ▶NSシステム
- ▶茶殻リサイクルシステム
- ▶品質管理体制
- ▶生産物流ブロック体制



商品

- ▶商品開発力
- ▶幅広い製品
- ▶特許戦略

伊藤園では商品開発を重要な原点と考え、ビジネスモデルを構築してきました。これにより新たな価値を生み出しています。

緑茶飲料発売30周年――

今や日本のみならず世界で親しまれているお〜お茶。

いくつもの「世界初」「業界初」の技術革新を積み重ね、お客様にお届けしてきました。

緑茶本来の味と香りへのこだわり、そしてお飲みいただくすべてのお客様に

安らぎと笑顔をお届けしたいという想いがその源です。

伊藤園は、これからもお茶とともに歩み、

世界のティーカンパニーを目指した挑戦を続けます。

'90



世界初の「PETボトル入り緑茶飲料」(1.5リットル)を発売

'96



「ナチュラル・クリアー製法」の特許取得

'00



「ホット対応PETボトル製品」の販売開始

'11



2011年度グッドデザイン・ロングライフデザイン賞受賞(公益財団法人日本デザイン振興会主催)

'15



緑茶飲料発売30周年限定桜パッケージボトル/紅葉パッケージボトルを発売

ホット販売用PETボトルの共同開発(2000年)

- 従来のPETボトルに比べ、品質保持性に優れた高性能ボトル
- ホット飲料に適した原料茶選定と抽出方法

環境配慮型PETボトルの導入(2010年～)

- PETボトル重量約30%削減(従来比)など
- 容器洗浄に殺菌剤を使用しない、常温無菌充填方式

伊藤園独自の一貫体制

につなげるために～

開発

ラインアップ
商標戦略



営業・販売

- ▶ルートセールス
- ▶小売店



マーケティング

- ▶マーケティング
- ▶ティーテイスター制度
- ▶お〜いお茶新俳句大賞
- ▶「お茶で日本を美しく。」



バリューチェーンについての詳細は、「サステナビリティレポート2015特集編」をご参照ください。
▶<http://www.itoen.co.jp/csr>

調達



飽くなき品質探求の末に

伊藤園の主力事業である緑茶事業の根幹は、原料である茶葉の調達にあります。既に国内荒茶生産量の約4分の1を扱う伊藤園は、市場における競争優位性を有しています。さらなる安定的かつ高品質な茶葉の確保のために、調達の一部を茶農家や行政と協働で取り組む「茶産地育成事業」を展開しています。本事業は、個々の茶農家の方々と契約を結ぶ契約栽培と、耕作放棄地などを利用して大規模な茶園で畑づくりから茶葉を育成する新産地事業（2001年～）があります。

新産地事業は宮崎・大分・鹿児島・長崎の九州4県6地区で展開中です。

新産地と契約栽培を合わせて2014年は計957ヘクタール（契約栽培面積 600ヘクタール、新産地面積 357ヘクタール）、将来的には2,000ヘクタール規模を目指し、計画的にその規模を拡大させています。

茶産地育成事業では、茶農家に対する機械化やIT化を含めた生産技術指導やノウハウの提供を行い、消費者の安全・安心に対する要請に応えるトレーサビリティシステム^{*}の構築や茶葉の品質そのものを向上させる取り組みなどとあいまって、他社の追随を許さない原料調達を実現しています。

新産地事業では、最近では、建設された荒茶工場、試験研究機関、農業資材企業などの集積効果もあり、さらなるブランド力強化につながっています。また、この事業を通じ、耕作放棄地の解消や雇用創出、食料自給率の向上など日本の農業にかかわる課題解決につながるのみならず、全量買取による茶農家の経営安定や後継者不足の解消等の課題解決にもつながるなど新たな価値ももたらしています。

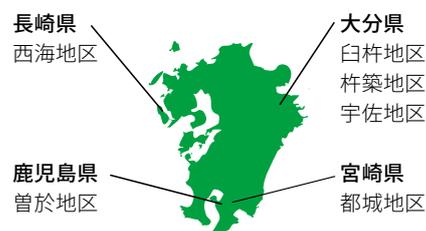
^{*}トレーサビリティシステム:食品事故等の問題があった際に、食品の移動ルートを書類等で特定し、遡及・追跡して、原因究明や商品回収等を円滑に行えるようにする仕組み



茶産地育成事業による
茶園面積および生産量の推移



新産地事業展開地区



茶産地育成事業で連携する伊藤園社員とパートナー



茶産地育成事業に関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。

▶ <http://www.itoen.co.jp/csr/cultivate/>

TOPIC

日経ソーシャルイニシアチブ大賞【企業部門賞】受賞

同賞は、日本経済新聞社主催による、ソーシャルビジネスの健全な発展といっそうの理解促進のため、社会的課題解決を目的とする優れた取り組みを表彰する賞（2014年が第3回目）。「耕作放棄地の活用で大規模茶園を造成。高品質茶葉生産と農業経営の安定化、地元の雇用創出で地域活性化」が評価され、企業部門賞を受賞しました。



伊藤園は、調達した荒茶を、それぞれの製品向けに火入れ、ブレンドし、飲料原料として製造する段階までを担い、以降の工程である茶の抽出およびボトリングは、飲料受託製造企業に委託する「ファブレス方式^{*1}」を採用しています。自社工場を持たない（沖縄を除く）ことにより、設備投資コストの削減、需要に即した生産量の調整、飲料製造委託先の特性を活かした最適ラインの構築など、効率的な製造工程を実現しています。

製造・物流



協働が生む革新

伊藤園と飲料製造委託先や飲料容器製造メーカーなどとの連携は、経済性のみならず、新たな価値を生み出すイノベーションの源泉ともなっています。例えば、東洋製罐株式会社と開発したNS^{*2}システム。容器の殺菌に薬剤を使用せず、温水で洗浄する常温充填方式を開発しました。これによって高品質、水使用量の削減、使用エネルギー削減などお客様の要請や環境にも配慮した製造方法を実現しています。また、製造工程で年間約49,000トン発生する茶殻を有効活用するために、多くは農家への堆肥・飼料として利用されますが、これに加え、パートナー企業と「茶殻リサイクルシステム」を構築しています。茶殻を原材料の一部に使用し、畳や建材、さらには「お〜お茶」のPETボトル用段ボールまで、30種類以上の茶殻リサイクル製品を展開しています。

このように社会・環境側面にも配慮したイノベーションがパートナーとの協働から生まれています。

※1 ファブレス方式:工場を持たない生産の仕組み

※2 NS=Non-Sterilant:ノンステリラント=薬剤を使用しないの意

飲料製造で連携する伊藤園社員とパートナー企業社員



物流ブロック体制

全国を5ブロックに分けて効率的な物流体制を構築しています。



VOICE

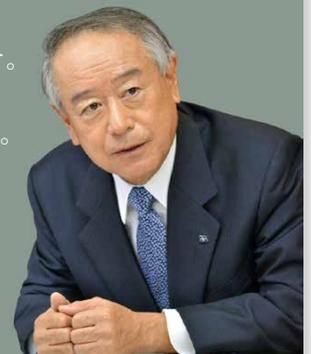
農業の課題解決には、6次産業化が重要です。当社のお茶にかかわるバリューチェーン構築も、この考え方で進めています。

ファブレス方式では、その時々でベストなパートナー企業との関係からネットワークが構築できています。そこでの品質管理についても、社外に委託を行うからこそ、徹底した管理を要求することになります。

茶産地育成事業では、2015年6月には熊本県の農業生産法人 株式会社濱野製茶へ出資しました。

このような中で、最適な加工体制を組み込むことにより、世界潮流であるCO₂などの環境配慮も考慮した持続可能なビジネスモデルに育ちつつあると自負しています。

取締役副社長 橋本 俊治





商品開発を行う伊藤園社員

商品開発



時代に求められる商品を

伊藤園の商品開発の歴史を見ると、世界初の缶入りウーロン茶と缶入り緑茶に代表されるように、その時々のお客様のニーズに即して革新を図り、商品として結実させ新たな価値を創造してきました。現在は健康志向の高まりを受けて、緑茶の健康性に関する研究を徹底的に進め、特に「カテキン」の機能に注目した研究を進めています。

これらの基礎研究を土台に、的確な特許戦略も組み、独自技術として仕上げるのが伊藤園の戦略です。特許・商標戦略を担う専門部署を設置し体制面で強化するとともに、独自のノウハウに裏付けられた他社に真似できない独自のブレンド技術・製造技術に関する研究開発を基礎研究と連動させています。

この研究開発力により、健康カテキン2倍「お〜いお茶 濃い茶」をはじめとして、体脂肪やコレステロールが気になる方をターゲットとした、特定保健用食品^{※1}「カテキン茶シリーズ」などの商品が誕生しています。

また、伊藤園では、新たに制度化された機能性表示食品^{※2}

についても研究・開発を進め、お客様へのさらなる価値提供ができるようにしていきます。

お茶のトップメーカーとして、健康以外にも「おいしさ」や「香り」に関する研究・開発をたゆまず続けることで、価値の高い商品をお客様にお届けできることが伊藤園の強みであり提供価値です。女性社員による商品開発等も進めています。飲料製品のみならず、リーフ製品においても簡便性やお客様の嗜好に合わせた開発を進めています。

さらに、南高梅の梅果汁に天日塩で作った国産梅酢を加えた「真夏の冷梅」、北海道産原料(とうきび、玄米、黒豆、小豆)を100%使用して作ったブレンド茶「北海道とうきび茶」などの商品開発も行い、「地産地消」の面でも価値創造しています。

※1 特定保健用食品:個々の製品ごとに消費者庁長官の許可を受け、保健の用途(許可表示内容)を表示することのできる食品

※2 機能性表示食品:事業者の責任で、科学的根拠を基に商品パッケージに機能性を表示するものとして、消費者庁に届け出られた食品

TOPIC

累計販売数量
250億本を
突破![※]

「お〜いお茶」の累計販売本数が250億本を突破しました。当社は1984年、緑茶の飲料化に成功し、翌年2月には「お〜いお茶」の前身である「缶入り煎茶」を発売、1989年に現在の「お〜いお茶」にネーミング変更しました。発売から25年以上経ち、ロングセラーブランドとしてお客様から支持されています。

日本の伝統的な飲み物「お茶」を代表するブランド(日本のお茶「お〜いお茶」)として、今後もおいしさへの挑戦を続けてまいります。



発売当初の「お〜いお茶」(写真左)と現在の「お〜いお茶」

※500mlPETボトル換算、2014年12月時点

伊藤園のマーケティング力の源泉は、「ルートセールス・システム」にあります。

約4,000人の社員が商品の説明から商談、配送までを自ら行い、お客様との接点を大切に、さまざまな小売業の業態にあわせたきめ細かな対応を行うことが、販売活動の要です。

このシステムは、よりお客様の実感に近い視点で市場情報を収集・把握できる点が強みで、現場で得た最新情報を活かし、多彩な商品ラインアップやサイズなどの組み合わせとも相まって、全国津々浦々で効果的な販売を実現しています。

営業・販売／マーケティング



地域に根差し、 声を聞く

地域密着型の営業をしているルートセールス、大手企業を担当している法人営業、コンビニエンスストアやスーパーなどを担当している流通営業など、幅広く商談する体制を整えています。

さらに、百貨店や空港などで、独自に専門店も展開しており、ここでもリアルタイムな市場把握が可能な仕組みを構築しています。(全国店舗数211店舗)

当社は、地域密着型企业として、本業を通じて地域社会とともに価値創造しています。「お茶で日本を美しく。」「お茶で琵琶湖を美しく。」プロジェクトは「水」をはじめとする自然や文化の保全を地域の皆様と共に学びながら推進する本業関連の活動です。



販促活動を行う伊藤園社員

VOICE

差別化商品・高付加価値商品の販売強化という商品戦略と、地域密着営業できめ細かな訪問による売り場提案力の両輪で利益率向上を狙います。当社のルートセールス・システムは、全国201の拠点から約4,000人の営業員が直接売り場へ伺い、訪問・商談・売り場づくりまでを一貫して行うという地域密着性が強みだからです。加えて、ティーテイスター（P22参照）が販促活動に深みを持たせ、Voice制度（P22参照）では年間19,000件以上の社員提案が寄せられるなど、お客様の声を常に大切にしています。

今後は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けた動き、海外から日本を訪れるインバウンドも含めた国内外の消費動向を注視していきます。また、地方創生では地域との接点をさらに強め、常に最新動向を踏まえた機動性ある営業力を磨いていきます。

代表取締役副社長 本庄 周介



ブランドの確立

— 総合飲料メーカーとしての地位確立 —

緑茶でつちかってきた新市場創造につながるイノベーションと関係者との協働による共有価値創造を他の飲料にも応用しています。また社員からの提案制度であるVoice制度も活用しています。これにより、総合飲料メーカーとして幅広いブランドを確立しています。



茶葉(リーフ) 製品

プレミアムティーバッグシリーズなどの
手軽な簡便性商品



健康ミネラルむぎ茶

水分と適度なミネラル補給ができる
むぎ茶飲料



野菜飲料

専用になじん「朱衣」などを使用した
野菜飲料



TOPIC

野菜系飲料エコ紙パック開発

これまで野菜飲料の紙容器は、長期保存用の紙容器としてアルミ箔が使われていました。伊藤園は2014年にアルミ箔を使わないアルミレス紙パック飲料容器(通称:ECO容器)を日本製紙株式会社、凸版印刷株式会社との協働により開発しました。これで牛乳パックと同様にリサイクルが可能となり、環境面、ライフスタイル面、循環型社会面、ユニバーサルデザイン面などの幅広い側面で評価され、リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)など5つの受賞につながりました。(P21参照)



ブランドに関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。

▶ <http://www.itoen.co.jp/brand/>

お〜いお茶

主力製品である「お〜いお茶」の前身の「缶入り煎茶」を発売して30年になります。

1985年の販売から続けている原料と製法へこだわりと、当社ならではの技で、無香料・無調味の自然のままのおいしさを引き出してお客様へ提供し、価値ある製品を販売しています。

「お〜いお茶 緑茶」と「お〜いお茶 濃い茶」では、緑茶飲料発売30周年を記念して

「お茶」とともに日本を象徴する「桜」をデザインした特別限定パッケージを登場させ、2015年1月下旬より順次展開しました。

さらに秋には「ごはんの甘みを存分に引き出すお茶」として「もみじ」をデザインしたパッケージで展開します。

このように日本人が大事にする「旬」や季節感を訴求することで、「お〜いお茶」ブランドのさらなる価値向上を図ります。



春に開花時期を迎える日本を象徴する桜パッケージ

秋を愉しむ「日本のお茶お〜いお茶」紅葉パッケージ

TULLY'S COFFEE

タリーズコーヒージャパンとのシナジー効果



TEAS' TEA

伊藤園が米国 (ITO EN (North America) INC.)
より逆輸入したニューヨーク発のブランド



その他のブランド



研究開発 — 中央研究所 —

健康維持増進など基礎から応用まで幅広い研究を行っています。また、保健の用途を表示できる特定保健用食品や機能性表示食品の開発に注力しています。さらに、より香味に優れた製品開発に向けて、技術提案も行っていきます。



ITO EN ブランドの確立

—「世界のティーカンパニー」への挑戦—

日本でつちかってきた「茶畑から製品まで」のビジネスモデルを応用して「ITO EN」ブランドとして世界に健康や豊かな食生活への新たな価値を提供し「クールジャパン」としても展開していきます。
海外事業戦略としては、以下の3つを掲げています。

①グローバルブランドの展開

- 無糖茶市場の開拓推進
- 現地志向の商品開発

②米国事業の売上拡大

- Distant Lands Trading社とのシナジー効果を拡大
- 茶葉製品を中心とした販売強化

③日本品質の訴求

- クールジャパンとの連動を図った緑茶戦略
- インバウンド需要も捉える



インドネシア全土で、茶系飲料「kiyora(きよら)」を販売



飲料製品などの製造・輸出・販売を行う福建新烏龍飲料有限公司

中国

中国事業および東南アジア事業の基盤確立へ向け、積極的な展開を行っています。

東南アジア



新産地事業の様子



2010年4月にオーストラリア政府・オーストラリア貿易促進庁より授与された、豪州産緑茶商品開発技術に対する感謝状

オーストラリア

オーストラリアのビクトリア州で茶産地育成事業(新産地事業)を行い、荒茶工場も建設しています。



「TEAS' TEA」



ティーバッグ



Distant Lands Trading社のコーヒー農園



シリコンバレーで「お〜いお茶」の愛飲者が増加

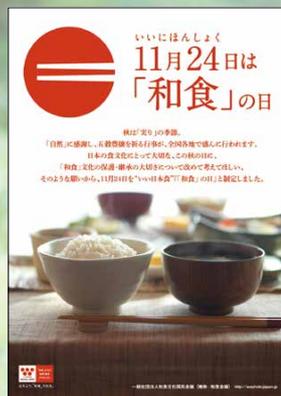
米国内での健康志向の高まりと2013年12月に「和食」がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを契機に、「お〜いお茶」などの無糖茶飲料が順調に売上を伸ばし、抹茶ブームを追い風に、茶葉(リーフ)製品も好調に推移しています。

アメリカ

「伊藤園」から「**ITOEN**」へ

和食とお茶で 世界へ飛翔

2013年12月、ユネスコ無形文化遺産に
選ばれた和食。お茶との関係も深い和食と
日本の食文化をテーマに、
一般社団法人 和食文化国民会議の
熊倉功夫会長と当社の本庄八郎会長が
特別対談を行いました。



伝えよう、「和食」文化を。

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

日本の食と文化を守る

熊倉氏： ユネスコ無形文化遺産に登録された和食は、旬の食材を活かした健康にも良い食事です。一汁三菜の和食の献立には、お茶も欠かせませんよね。

また、和食は優れた文化でもあり「おもてなし」とも深い関係があります。海外ではこの文化的背景も含めて和食が人気になる一方、国内では“和食の危機”に瀕し、その素晴らしさを次世代に伝える必要性を感じています。

このようななか、和食文化国民会議は一般社団法人として発足し、調査研究・普及啓発・技および知恵の伝承という3つの軸で活動を展開しています。同会議の理事になられた本庄会長のご協力も得て、日本の食と文化を守る活動を軌道に乗せていきたいですね。

本庄： 出足が一番重要ですよ。和食とお茶の文化に深い造詣のある熊倉会長の下で、幅広い活動に貢献していきたいと思います。

熊倉氏： 来年の伊勢志摩サミット開催も決まり、政府も伝統文化重視に向かっていきます。無形文化遺産の先陣を切ったフランスでは、子供たちにフランス食を伝える「味覚の一週間」という取り組みを展開しており、日本でも、学校給食も含めて、食文化を守る活動が必要です。

伝統と技術を磨く

本庄： 伊藤園では「ティーテイスター」という社内資格制度があり、社員がお茶の知識と実技を磨きます。資格には1級

一般社団法人
和食文化国民会議会長

熊倉 功夫氏



から3級があり、約1,800人の有資格者がおり、全国いろいろな場所で「おいしいお茶の入れ方」を実演し、お茶文化を普及しています。

1級取得のためには、日本茶のみならず紅茶など茶に関することを幅広く学び、「きき茶」や原料(荒茶)の目利きもするんですよ。

熊倉氏: 荒茶の目利きまでできるとはすごいですね。生産や販売の時にも役立つ本業にも活かせるところが優れていますね。

本庄: 消費の場面だけでなく、生産や商品開発の責任者にも必要なスキルなんです。

熊倉氏: どんなに上手に入れてもお茶が良くないとダメですよ。御社の良いお茶だからこそできることですね。

本庄: 総合飲料企業である当社は、お茶ではリーフ(茶葉)と飲料の両方を提供しています。香りと品質を追求し、これまで缶入り、PETボトル入り、ホットPETボトルなどのイノベーションを起こしてきました。一方で、急須で入れるお茶のおいしさという原点は忘れていません。

熊倉氏: 伝統と革新の両方が大事ですね。技術力を駆使したPETボトルの普及でお茶の裾野が広がり飲料市場が拡大しています。今あらためて、おいしいお茶という食生活の豊かさや癒やしの文化にも焦点が当たっています。

クールジャパンとして世界に発信

本庄: 「おいしいお茶はいい畑から」という考えで始めたのが、茶産地育成事業です。市場からの直接仕入に加え、

農家との契約栽培は40年以上前から実施、さらに10数年前から大規模産地を育成する事業を鹿児島、宮崎、大分、長崎にも広げました。

大分県では広大な耕作放棄地も活用して、いまや素晴らしい茶園になり、農家の荒茶工場もできました。耕作放棄地対策や6次産業化が重要な課題です。大分のカヤノ農産には多くの方が視察に訪れます。最近では、熊本県では、農業生産法人に資本も入れた形で新たな展開が始まっています。

熊倉氏: 伝統はその時代、時代につくられたものです。従来の伝統に縛られず、御社のように、今の時代にあった新しい伝統をつくっていく必要があります。今後、食の基本である農業はよりいっそう重要性を増すのではないのでしょうか。

本庄: 去年は緑茶飲料発明30周年などの記念の年でした。文化・スポーツ面では「お〜いお茶新俳句大賞」25周年、伊藤園レディスゴルフ30周年の節目の年でした。お茶に始まり今では総合飲料企業としての幅広いブランド展開を図っています。

海外では、茶産地育成事業を豪州でも展開しています。「世界のティーカンパニー」として無糖飲料を和食とともに世界に発信していきたいと考えています。

熊倉氏: 伊藤園が経営理念として掲げる「お客様第一主義」は、まさに「おもてなし」に通じるものです。今年のミラノ万博は、食をテーマにした初めての万博ですが、これも契機に和食をクールジャパンとして世界に発信していくべきです。

御社の茶産地育成事業やティーテイスター制度はまさにこれからの新しいお茶の伝統をつくる取り組みです。和食とともにお茶を世界に広めていただくことを期待しています。



株式会社伊藤園
代表取締役会長

本庄 八郎

CSRの取り組み

伊藤園グループの社会対応力

伊藤園グループは、経営理念「お客様第一主義」のもと、社会に求められる企業として企業価値を高め、持続的成長・発展を目指します。

このため、消費者、販売先、仕入先、株主、金融機関、地域社会、政府/自治体、NPO/NGOおよび社員などのステークホルダーの皆様の信頼を得ることを旨として、「伊藤園グループCSR憲章」に基づき、法令遵守を徹底し、国際規格ISO26000/国内規格JIS Z 26000に即して7つの中核主題に取り組みます。中でも、「環境」「消費者課題」「コミュニティへの参画及びコミュニティの

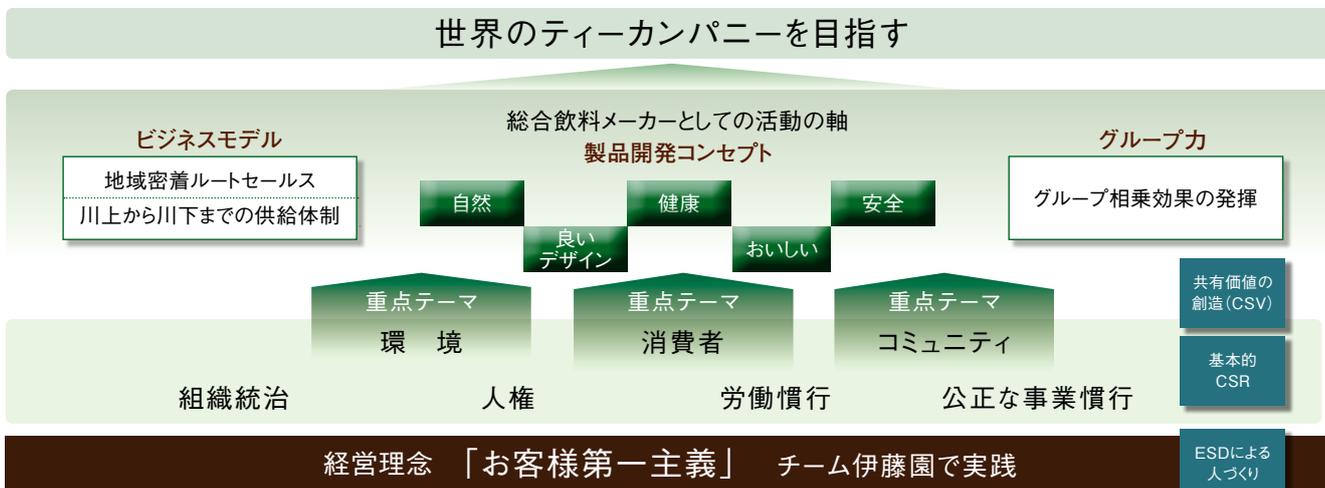
発展」は重点分野と位置づけ、社会の課題解決と伊藤園グループの成長を両立させる「共有価値の創造(CSV)^{*1}」の考え方で戦略的に推進します。また、人材育成と関係者連携力の強化のため「持続可能な開発のための教育(ESD)^{*2}」の考え方を取り入れ、CSR/CSVの深化を図ります。

活動に当たっては、ステークホルダーの意見を反映したCSR/CSV活動の重点事項(マテリアリティ)を設定し、経営資本の効果的活用による価値創造に注力します。

※1 CSV(Creating Shared Value):共有価値の創造

※2 ESD(Education for Sustainable Development):持続可能な開発のための教育

伊藤園グループのCSRの姿



- 基本的CSR：ISO26000の7つの中核主題に基づく、経営基盤の強化
- 共有価値の創造(CSV)：社会課題の解決(お客様の不満解消)と伊藤園グループの成長の両立(重点テーマである「環境」「消費者」「コミュニティ」でCSVを目指す)
- ESDによる人づくり：チーム伊藤園で実践

共有価値の創造 CSV

Creating Shared Valueの略。企業が事業活動を通じて社会的課題と経済的課題の同時解決を目指す考え方。ハーバード大学ビジネススクール教授のマイケル・E・ポーター氏が中心となり提唱している概念。

伊藤園では、CSVの概念をもとに、社会的、経済的両側面の共有価値の創造に挑戦。競争戦略としてCSVを活用している。

人づくり・地域づくり ESD

「持続可能な開発のための教育」のこと。Education for Sustainable Developmentの略。持続可能な社会・環境をつくるために、社会問題、環境問題を自らの問題ととらえ、解決のためにアクションを起こす人を増やしていく。そのような担手を育てる教育のことを指す。

伊藤園では、関係者との協働関係構築を目指した活動でもESDに取り組んでいる。

社会対応力 CSR

「企業の社会的責任」のこと。Corporate Social Responsibilityの略。社会からの信頼を得るために幅広い「社会対応力」をつけること。関係者(ステークホルダー)との連携・協働により、本業を通じて社会・環境の持続可能性に貢献するための活動。

伊藤園では、企業活動のグローバル化にあたり国際規格のISO26000を羅針盤とし、それに即した7つの原則と7つの中核主題で体系的にCSRを推進している。

伊藤園グループCSR推進基本方針

制定:2012年4月 改訂:2014年2月

1. 伊藤園グループは、経営理念「お客様第一主義」に基づき「チーム伊藤園」で社員一丸となってCSR活動を行う。
2. 伊藤園グループは、消費者、株主、取引先、仕入先、金融機関、地域社会、社員などの幅広い関係者(ステークホルダー)の期待に応えつつ、事業活動を行う。
3. 伊藤園グループは、総合飲料メーカーとしての活動の軸である「ビジネスモデル」「製品開発コンセプト」「グループ力」を活かして本業を通じたCSR活動を強化する。
4. 伊藤園グループは、国際規格ISO26000/国内規格JIS Z 26000を活用してCSR活動を進める。これら規格の7つの中核主題である組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展に関する取り組みを行う。その上で、3つの活動の軸を活かして、環境、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展を重点テーマとして位置づけ、社会課題の解決による共有価値の創造(CSV)を実現するべく、積極的な取り組みを行う。
5. 伊藤園グループは、ESD(持続可能な開発のための教育)の考え方を取り入れ、CSR/CSV活動を実践できる「人づくり」を行う。
6. 以上により、競争力を高め、社会に求められる企業として価値を向上させ、世界のティーカンパニーを目指す。

伊藤園グループのISO26000 中核主題別の基本的な考え方

※「伊藤園グループCSR憲章」より 制定:2013年3月 改訂:2014年2月

組織統治

伊藤園グループとして、経営理念に基づく健全な経営を推進し、グループ全体でのシナジー発揮を図るとともに、グループ全体のガバナンスとBCM(事業継続マネジメント)の推進により、事業継続力の強化を図ります。また、ブランドイメージの訴求強化および理解促進を推進し、本業を活用して企業価値の向上を図ります。

人権

性別、年齢、民族、人種、宗教、信条等による差別や差別への加担をせず、すべてのステークホルダーの基本的な人権やプライバシーを尊重して、グローバルな事業活動を推進します。

労働慣行

社員一人ひとりがいきいきと働くことができる、ダイバーシティ(多様性)が重視され、ワーク・ライフ・バランスが向上した職場環境を整備するとともに、グローバル人材など国内外の職場で活躍できる人材の育成を目指して、社員の働く意欲や能力の向上に取り組みます。

また、海外進出先の事情に応じて、的確な労働政策を推進します。



環境

地球温暖化防止、水資源・生物多様性対応、廃棄物削減・再資源化などの環境課題への的確な対応を通じて、バリューチェーン全体で環境負荷の低減に努めるとともに、地球環境の持続可能な発展を目指して、自主的・継続的に人と自然との共生を通じた自然資産の保全に取り組みます。また、グループ全体での環境マネジメントの推進とステークホルダーとの協働を図ります。



茶殻入り段ボール



茶殻入り
空き容器回収BOX

公正な事業慣行

サプライチェーンマネジメントの調達面での強化や、関係法令などの遵守、公正な市場ルールと適正な商慣習の実施、契約の尊重により、企業不祥事を未然に防止するとともに、取引先との相互の持続可能な発展を目指して事業活動を推進します。

消費者課題

消費者に関するあらゆる法令の遵守と、トレーサビリティシステムの強化など、バリューチェーン全体での厳しい品質管理体制を維持することにより、「安心・安全」を実現するとともに、製品開発コンセプト「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」に適合した製品づくりや健康面や食文化面での貢献など、より高度なお客様満足の実現を目指します。

コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

企業市民として、環境、食と農、文化、少子高齢化、地域活性化などの地域課題に対し、本業を活かして、コミュニティの持続的発展に貢献する活動を推進します。また、海外進出先のニーズに即してコミュニティ課題に対応し、進出各国での良好な関係の構築を図ります。



「お茶で日本を美しく。」
キャンペーンロゴマーク



26年間の新俳句大賞
傑作選として発行された
「お〜い俳句」
編者 株式会社伊藤園
+
マガジンハウス編集部

CSRに関する社内表彰制度

伊藤園は2011年度より、社員一人ひとりのCSRへの意識を高め、お客様との信頼関係の強化やCSR活動を通じた社員のモチベーション向上、チーム力強化を目的として社内表彰制度「CSR大賞」を設けています。

2014年度CSR活動目標と実績管理

伊藤園ではISO26000に基づき中核主題別に目標を定め、「計画」「実行」「評価」「改善」のPDCAサイクルで活動進捗を管理し、フォローアップしています。



CSRについての詳しい情報は、以下のサイトをご参照ください。

▶ <http://www.itoen.co.jp/csr/>

社会からの評価

伊藤園の活動については、経営全般に加え調達から販売までのすべての面で外部から評価されています。(最近表彰されている受賞実績*を中心に掲載しています)

社会からの評価

カテゴリー	受賞実績
全般	経営全般 <ul style="list-style-type: none"> ●ポーター賞(2013年) ●個人株主拡大表彰(2004年) ●ディスクロージャー表彰(2004年、1999年)
	CSR活動の継続的改善 <ul style="list-style-type: none"> ●環境コミュニケーション大賞(優良賞)(2015年) ●日本食糧新聞社表彰(食品安全安心・環境貢献賞)(2014年)
調達	海外普及 <ul style="list-style-type: none"> ●日本食海外普及功労者表彰(農林水産大臣賞)(2013年)
製造	茶産地育成事業 <ul style="list-style-type: none"> ●日経ソーシャルイニシアチブ大賞(企業部門賞)(2015年) ●フード・アクション・ニッポンアワード(研究開発・新技術部門 最優秀賞)(2013年) ●エコプロダクツ大賞(農林水産大臣賞)(2008年)
	新・環境配慮型紙パック飲料容器 <ul style="list-style-type: none"> ●ジャパンパッケージングコンペティション(経済産業省 製造産業局長賞)(2015年) ●リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2014年)
商品開発	NSシステム <ul style="list-style-type: none"> ●環境賞(優秀賞)(2015年) ●食品産業もったいない大賞(農林水産省 食料産業局長賞)(2015年) ●資源循環技術・システム表彰(経済産業省 産業技術環境局長賞)(2014年)
	茶殻リサイクルシステム <ul style="list-style-type: none"> ●エコマークアワード(銀賞)(2015年) ●リデュース・リユース・リサイクル推進功労者等表彰(農林水産大臣賞)(2013年) ●地球環境大賞(環境大臣賞)(2011年) ●ウェステック大賞(環境大臣賞)(2006年) ●エコプロダクツ大賞(農林水産大臣賞)(2005年)
営業・販売	「お茶で琵琶湖を美しく。」 「お茶で日本を美しく。」 <ul style="list-style-type: none"> ●日本水大賞(経済産業大臣賞)(2015年)
	お〜いお茶新俳句大賞 <ul style="list-style-type: none"> ●青少年の体験活動推進企業表彰(文部科学省、審査委員会奨励賞)(2015年) ●PRアワードグランプリ(マーケティング・コミュニケーション部門 最優秀賞)(2014年)
	レモンガラスティー ルイボスティー お〜いお茶 緑茶 <ul style="list-style-type: none"> ●FOODEX美食女子グランプリ(銀賞)(2015年) ●FOODEX美食女子グランプリ(金賞)(2014年) ●グッドデザイン・ロングライフデザイン賞(2011年)

※()内は、授賞式年時

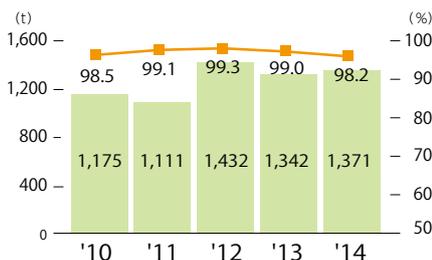


受賞実績に関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。

▶<http://www.itoen.co.jp/csr/>

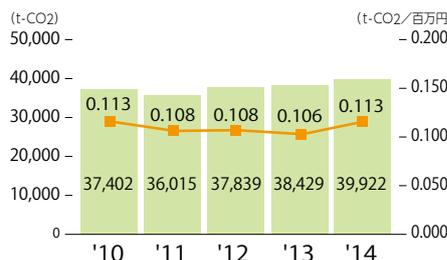
関連する主なデータ

伊藤園茶葉製造工場の排出物発生量と再資源化率



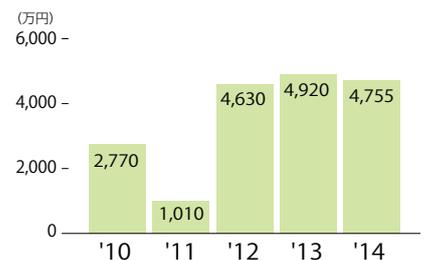
※伊藤園茶葉製造工場(静岡相良工場、浜岡工場、福島工場)における排出物発生量の推移(棒グラフ)およびその再資源化率の推移(折れ線グラフ)。

CO₂排出量



※全社CO₂排出量の推移(棒グラフ)および百万円あたりの売上原単位の推移(折れ線グラフ)。

社会貢献支出額



※「お茶で日本を美しく。」キャンペーン、「お茶で琵琶湖を美しく。」キャンペーン、絆プロジェクトにおける寄付金の合計額の推移。
※2011年度は上記キャンペーンを実施せず、日本赤十字社をはじめ、岩手県、宮城県、福島県に合計約8億円を寄付。

人材育成

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

伊藤園大学(1989年～)

社員一人ひとりの能力を開発し、自己啓発を援助する学びの場として創設しました。将来のキャリア形成や実務に活かすための幅広い教育(1年間)を行っています。

伊藤園大学院(2009年～)

将来の伊藤園を担う、主幹となる人材を育成するために創設しました。経営感覚を身に付ける場としての幅広い教育(1年間)を行っています。

グローバル人材の育成

伊藤園グループは、「世界のティーカンパニー」を目指し、グループ企業と連携して、海外研修生の社内公募など、今後さらに重要性の増す海外展開において即戦力となるグローバル人材を計画的に育成しています。

ティーテイスター制度(1994年～)

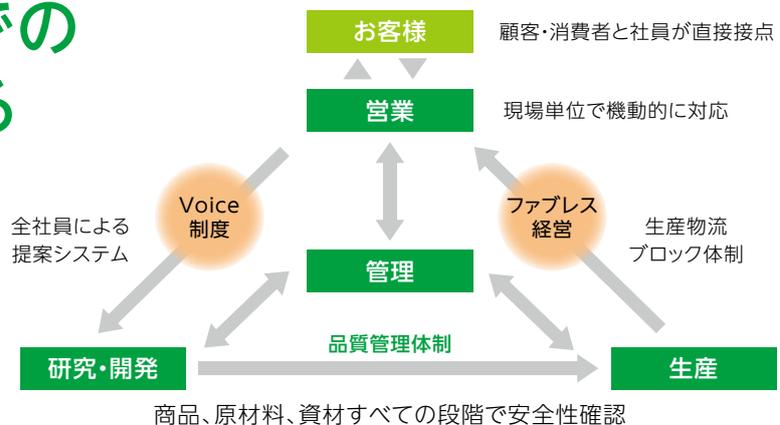
お茶に関する高い知識と技術を持つ社員に資格を与え、知識と技術の向上、社内外への茶文化の普及などを目指した当社独自の社内制度です。2015年5月時点の有資格者数は、1,819名(1級12名、準1級2名、2級224名、3級1,581名)です。



人材育成 / 原料から製品までの一貫体制を支える社内体制

原料から製品までの一貫体制を支える社内体制

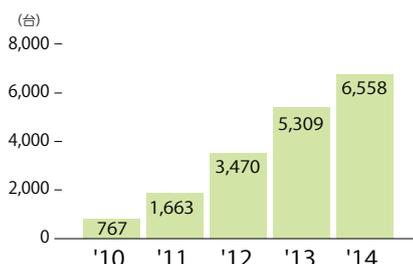
さまざまな課題について迅速に対応するために、営業、管理、生産、研究・開発各部門が緊密に連携する仕組みが構築されています。



人材育成に関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。

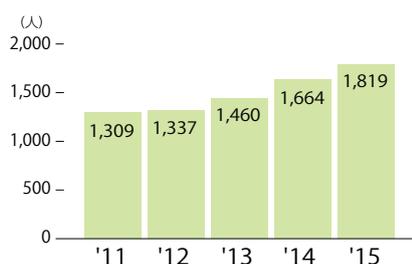
- ▶ <http://www.itoen.co.jp/company/jobs/attitude/>
- ▶ <http://www.itoen.co.jp/csr/labour/>

災害対応自動販売機台数の推移



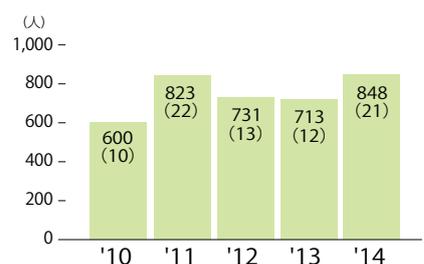
※災害発生時に停電となった際、内蔵バッテリーに切り替えることにより、あるいは手回しによる自家発電で電気をつくり、商品を無料で取り出せる機能を持つ自動販売機(台数は各年度末時点)。

ティーテイスター資格保有者数の推移



※各年度の資格保有者数は5月時点。

伊藤園大学・大学院卒業生数



※()内は、大学院卒業生数。

コーポレート・ガバナンス

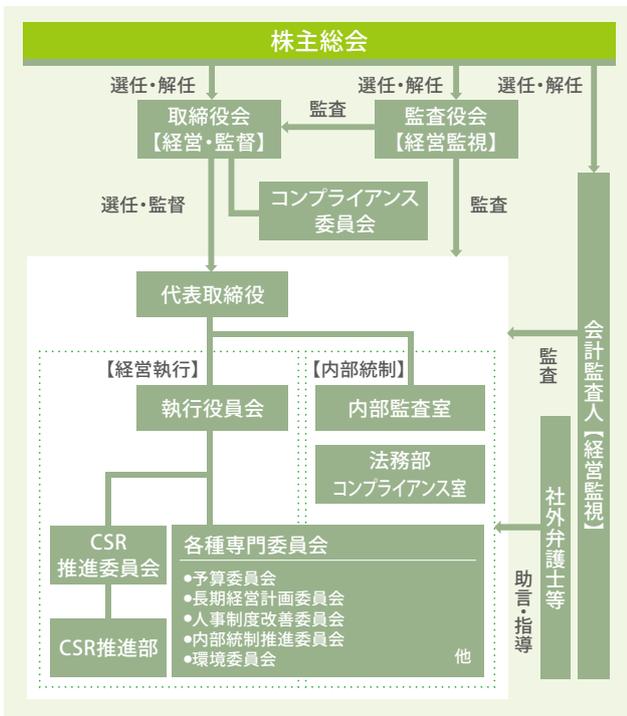
コーポレート・ガバナンスの方針

伊藤園では、「お客様第一主義」を経営理念に掲げ、伊藤園グループ基本綱領の中で、「伊藤園グループは企業の永続的な成長・発展と企業価値を高めるため、国・地域社会・消費者・株主・販売先・仕入先・金融機関等のステークホルダーと協調し、企業の社会的責任を果たすことを経営の根幹」としています。

この経営理念が、伊藤園の企業倫理の基本的な考え方であり、コーポレート・ガバナンスを支える根幹です。伊藤園はこの理念に基づき、すべてのステークホルダーの信頼に応え、持続可能な社会の実現に向けた経営を全役員および全従業員一丸となって積極的に推進します。

また、適切なコーポレート・ガバナンスを実現するために、監査役会設置会社の形態を採用し、監査役が、グループ会社の代表取締役あるいは担当取締役または従業員に対し、営業の状況、意思決定のプロセス等の確認を行い、監査を実施しています。監査役は、取締役会に毎回出席し、監査の状況につき会社全般または個別案件ごとに客観的かつ公平に意見を述べるとともに、監査役会での監査方針に従い取締役の業務執行を監査しています。

コーポレート・ガバナンス体制の概要



● 取締役会

取締役会は、原則月1回開催され、経営の基本方針・経営戦略等の重要事項を協議・決定しています。

取締役は17名で、うち2名は社外取締役であり、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。

● 監査役会

監査役会は、原則月1回開催され、監査に関する重要事項を協議・決定するほか、監査実施状況、課題認識等の情報共有および意見交換等を行っています。

監査役会は常勤監査役1名、非常勤監査役3名(いずれも社外監査役)で構成され取締役会等の重要会議への出席、重要書類の閲覧、業務執行部署への往査等を通じて、取締役の職務執行の適法性を中心に監査し、必要に応じて意見表明をしています。

▶ 役員会出席状況

		取締役会	監査役会
開催回数		14回	14回
出席状況	社外取締役	12回/14回および 14回/14回	—
	社外監査役	14回/14回	14回/14回

独立役員の取締役会・監査役会への貢献

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

▶ 独立役員

社外 取締役	内木弘一	経営者としての豊富な経験と幅広い知見をもとに、社外取締役として実践的な観点から発言しています。
	田口守一	大学および大学院教授として、法務に関する専門的な知見に基づき、社外取締役として客観的かつ専門的な観点から発言しています。
社外 監査役	高澤嘉昭	弁護士としての経験を通してつちかわれた企業法務に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	田中豊	税理士としての経験を通してつちかわれた税務に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。
	長澤正浩	会計士としての経験を通してつちかわれた会計に関する高い見識に基づき、社外監査役として中立的かつ客観的な観点から発言しています。

コンプライアンス

伊藤園は、2004年5月1日にコンプライアンス委員会およびコンプライアンス室を設置し、法令遵守を経営の基本方針に掲げ、「コンプライアンス企業・伊藤園グループ」の確立を目指すことを宣言しました。

伊藤園グループコンプライアンス『行動基準の手引』は、法令遵守の徹底を図ることを目的として伊藤園グループの全役員、社員に配布しているものです。「伊藤園グループ基本綱領」の理念に基づく行動規範とそれを具体化した行動基準などコンプライアンスに関する一連の取り組みが網羅されています。

VOICE

企業価値向上を支える コンプライアンス体制を構築しています

コンプライアンスは経営の基本中の基本です。よく「法令遵守」と訳されますが、私は「お客様からの信頼をどう得るか」が重要だと社員に伝えています。だからこそ伊藤園グループコンプライアンスの行動規範の最初に「私たちはすべてのお客様に対し、卓越した技術に基づいた自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい商品を提供いたします」と謳っています。そして、行動においては一人ひとりが規範を守り、自覚をもって信頼を高める努力をしなければならないと思います。また、日常のコミュニケーションをもっと大切にする事で、問題の未然防止あるいは早期発見、早期対応にもつなげていきたいと考えています。

取締役副会長
江島 祥仁



株主との対話

伊藤園における株主との対話は、広報部が主管で担当していますが、代表取締役社長、担当取締役等と対応方法を検討し、適切に対応するものとしています。さらに広報部、財務経理部門横断の定期的な会議を開催し、決算等の開示・説明において、各々の専門的見地に基づく意見交換を行い、連携して対応を行い、株主との対話の充実を図っています。

株主に対する適時・適切な情報開示にも努め、決算説明会、当社ホームページによる積極的な情報発信により、当社の経営戦略や事業環境に関する理解を深めていただくようにしています。さらに決算発表後の取締役会においては、株主やアナリストから寄せられた意見を共有し、経営戦略のレビュー等に積極的に活かしています。

また当社では、必要に応じて実質株主調査を実施し、株主構造を把握しています。

IR活動の推進

伊藤園では、管理本部の所管として広報部にIR・株式課を設置し、積極的なIR活動を推進しています。

情報発信・開示については、公平性の観点から、通期および第2四半期決算説明会発表後、連結および単体の決算短信、決算説明会資料(IR資料)を速やかにホームページに掲載し、個人投資家、決算説明会に出席できなかったアナリスト、機関投資家の皆様が閲覧できる環境を整備しています。その他にもコーポレートブック^{*}、事業報告書、月次販売速報、ニュースリリース、有価証券報告書、株主総会招集通知等も掲載し、投資家の理解を深めるさまざまなツールを用意しています。

また、外国人投資家にも配慮し、決算短信、決算説明会資料(IR資料)、一部のニュースリリースおよびコーポレートブックの英語版も作成しています。

※2015年より「伊藤園レポート」に切り替え



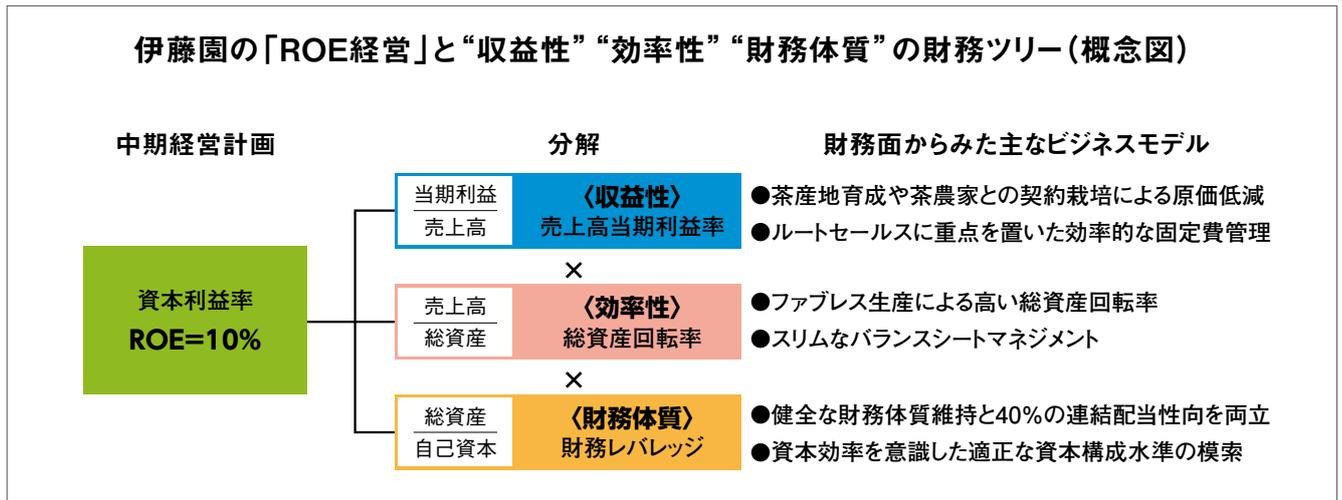
コーポレート・ガバナンスに関する詳細は、コーポレート・ガバナンス報告書をご参照ください。
▶ <http://www2.tse.or.jp/disc/25930/140120141127086552.pdf>

財務サマリー

現在、伊藤園グループは、中期計画の目標として経営指標の一つであるROE10%を掲げています。

その背景として、1990年のバブル経済崩壊後、伊藤園では従業員の経営責任を明確にし、企業統治（コーポレート・ガバナンス）を強化するため、成果主義に基づく役員報酬と業績連動性が重視され、2002年7月に役員退職金・賞与を廃止し、2004年4月に業績連動報酬のストックオプションが導入されました。

その過程において経営指標として、6つの指標が算出されました。成長性（売上）、収益性（営業利益・EPS）、効率性（ROE・ROA）と株主還元（株主資本配当率）が選ばれ、その後ROAを営業キャッシュフローと入れ替えて、それらを意識して企業活動をしています。その一例として、伊藤園の「ROE経営」の概略を図解すると下記の通りになります。



原料調達からマーケティングまでの収益性の追求

国産茶葉100%にこだわる当社の国内茶葉荒茶取り扱い比率は約4分の1に達しています。バリューチェーンの起点として、茶産地育成事業などによる原料調達、収益性の向上と安定性に貢献し、原価段階から収益性に寄与、高い売上高総利益率を実現しています。

また、需要に応じた弾力的な生産量の調整、パッカーの強みに即した最適な生産ラインの利用、パッカー間の競争による技術イノベーションの成果の享受といった面が、効率性の高いバリューチェーンマネジメントをもたらし、変動費レベルでの収益性向上に寄与します。

さらに、全国に201ある営業拠点におけるルートセールスでは、お客様の声を直接うかがい、マーケティングへと活用するビジネスモデルを確立しています。

スリムなB/Sマネジメントによる効率性の追求

当社はファブレス方式による固定資産投資の抑制を行い、原則として設備投資は減価償却費の範囲内で実施するように財務体質の強化を実践しています。

資本効率と健全性の双方に配慮

当社独自の強みを活かしたP/L、B/Sマネジメントに基づき、配当性向40%を実現する原資を確保しつつ、健全な財務体質を保ち、格付水準を維持しています。内部留保およびキャッシュを適正水準にコントロール、適宜、将来的な成長実現へ向けたM&Aなどの戦略的投資等へも配分が可能になります。ROEマネジメントの一環としての資本政策は、資本効率も念頭に置いた適切な資本構成を模索するプロセスとなります。

VOICE

伊藤園独自のビジネスモデルと一体化した財務マネジメント

当社のバリューチェーンの特色は、茶産地育成事業や茶農家の皆様との契約栽培による規模のメリットを活かした安定的かつ効率的な原料調達、全国に201ある営業拠点において正社員約4,000人のルートセールス、業界でもユニークな工場生産ラインを持たないファブレス方式などにあります。この各面で独自の強みを活かす財務マネジメントを行っています。株主資本コストを意識した利益水準を保ちながら、この50年目の節目にあたり、さらに50年、100年後も永続的に消費者ニーズにお応えできるイノベーションを創出できる企業を目指していきます。

取締役副社長 渡辺 實

主要財務指標(過去5年間)(連結)

	(単位)	2011年4月	2012年4月	2013年4月	2014年4月	2015年4月
P/L						
売上高	(百万円)	351,692	369,284	403,957	437,755	430,541
前期比	(%)	+5.6	+5.0	+9.4	+8.4	-1.6
主な売上詳細						
単体	(百万円)	329,631	332,297	351,807	363,461	353,754
ITO EN (North America) INC.	(百万円)	5,405	5,476	6,487	7,933	9,340
タリーズ	(百万円)	15,336	19,383	21,071	23,865	26,036
チチャス	(百万円)	—	10,628	11,076	12,750	13,186
原価率	(%)	50.6	52.1	52.4	51.6	51.8
販売管理費	(百万円)	156,020	158,164	171,837	190,703	196,016
売上高比	(%)	44.4	42.8	42.5	43.6	45.5
営業利益	(百万円)	17,679	18,907	20,250	21,100	11,393
利益率	(%)	5.0	5.1	5.0	4.8	2.6
主な利益詳細						
単体	(百万円)	15,648	16,131	16,834	16,060	6,478
ITO EN (North America) INC.	(百万円)	334	394	471	530	95
タリーズ	(百万円)	1,212	2,008	2,681	3,178	3,572
チチャス	(百万円)	—	61	△119	217	87
経常利益	(百万円)	16,526	17,985	19,914	20,518	11,229
利益率	(%)	4.7	4.9	4.9	4.7	2.6
特別利益	(百万円)	143	37	270	419	49
特別損失	(百万円)	1,796	833	700	303	386
当期純利益	(百万円)	7,675	9,249	11,244	12,096	7,292
利益率	(%)	2.2	2.5	2.8	2.8	1.7
B/S						
総資産	(百万円)	192,462	224,843	244,970	258,820	285,947
流動資産	(百万円)	99,302	121,549	129,025	139,807	153,597
現金・預金	(百万円)	23,986	43,872	44,856	46,412	48,922
売掛債権	(百万円)	39,538	37,181	40,750	46,923	51,512
固定資産	(百万円)	93,159	103,294	115,945	119,012	132,350
有形固定資産	(百万円)	57,692	66,468	75,885	79,326	80,115
無形固定資産	(百万円)	21,778	22,501	24,803	22,600	34,042
負債総額	(百万円)	90,831	118,833	131,028	138,310	158,185
流動負債	(百万円)	60,413	64,258	70,880	80,440	76,038
固定負債	(百万円)	30,418	54,575	60,147	57,870	82,146
純資産	(百万円)	101,630	106,010	113,942	120,509	127,761
利益剰余金	(百万円)	74,735	78,954	80,747	87,812	90,949
流動比率	(%)	164.4	190.1	182.0	173.8	202.0
自己資本比率	(%)	52.7	47.1	46.3	46.3	44.4
負債比率	(%)	89.5	112.2	115.5	115.5	124.7
キャッシュフロー計算書						
営業CF	(百万円)	19,714	21,462	24,042	24,300	17,751
投資CF	(百万円)	(2,133)	(8,067)	(9,272)	(4,598)	(9,242)
フリーキャッシュ・フロー	(百万円)	17,581	13,394	14,769	19,702	8,509
財務CF	(百万円)	(12,103)	6,290	(16,451)	(18,147)	(4,835)
設備投資額	(百万円)	2,100	4,031	6,639	4,889	3,732
減価償却費	(百万円)	9,011	10,892	13,769	15,140	15,653
のれん償却額	(百万円)	931	1,148	1,190	1,332	1,326
その他						
ROE	(%)	7.6	8.9	10.3	10.4	5.9
ROA	(%)	4.1	4.4	4.8	4.8	2.7
PER(普通株式)	(倍)	24.1	20.1	26.5	22.8	44.0
PER(優先株式)	(倍)	15.1	14.2	18.4	16.2	28.9
PBR(普通株式)	(倍)	1.7	1.7	2.5	2.2	2.4
PBR(優先株式)	(倍)	1.3	1.3	2.0	1.8	1.9
EPS(普通株式)	(円)	59.31	72.18	88.64	95.77	56.60
EPS(優先株式)	(円)	69.28	82.18	98.64	105.77	66.60
BPS(普通株式)	(円)	821.36	856.76	923.24	974.36	1031.19
BPS(優先株式)	(円)	826.36	861.76	928.24	979.36	1036.19
1株配当金(普通株式)	(円)	38.0	38.0	38.0	39.0	40.0
1株配当金(優先株式)	(円)	48.0	48.0	48.0	49.0	50.0
配当性向(普通株式)	(%)	64.1	52.6	42.9	40.7	70.7
配当性向(優先株式)	(%)	69.3	58.4	48.7	46.3	75.1
配当性向(普・優合算)	(%)	65.6	54.4	44.5	42.4	72.0
外国人法人等持株比率	(%)	8.4	6.5	12.5	13.3	14.3
発行済株式数	(千株)	125,459	125,459	123,459	123,459	123,459
普通株式	(千株)	91,212	91,212	89,212	89,212	89,212
優先株式	(千株)	34,246	34,246	34,246	34,246	34,246
期末株価(権利落調整済)	(円)	1,431	1,448	2,345	2,185	2,490



財務に関する詳細は、以下のサイトをご参照ください。
[▶http://www.itoen.co.jp/finance_ir/library/](http://www.itoen.co.jp/finance_ir/library/)

役員一覽

2015年9月1日現在

役員一覽

代表取締役会長

本庄八郎

昭和39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
昭和41年8月 フロンティア製茶株式会社
(昭和44年5月に株式会社伊藤園に商号変更)設立
同社取締役
昭和53年5月 当社取締役副社長
昭和62年4月 当社代表取締役副社長
昭和63年5月 当社代表取締役社長
平成21年5月 当社代表取締役会長(現任)

代表取締役社長

本庄大介

昭和62年4月 当社入社
平成2年7月 当社取締役
平成9年5月 当社常務取締役
平成12年5月 当社専務取締役
平成14年7月 当社代表取締役副社長
平成21年5月 当社代表取締役社長(現任)

代表取締役副社長

本庄周介

平成6年4月 当社入社
平成15年7月 当社取締役
平成17年5月 当社常務取締役
平成20年5月 当社専務取締役
平成22年5月 当社取締役副社長
平成26年8月 当社代表取締役副社長(現任)

取締役副会長

江島祥仁

昭和43年4月 当社入社
昭和58年11月 当社取締役
昭和62年5月 当社常務取締役
平成4年5月 当社専務取締役
平成9年5月 当社取締役副社長
平成26年5月 当社取締役副会長(現任)

取締役副社長

橋本俊治

昭和45年1月 当社入社
平成2年7月 当社取締役
平成6年5月 当社常務取締役
平成9年5月 当社専務取締役
平成12年5月 当社取締役副社長(現任)

取締役副社長

渡辺 實

昭和51年7月 当社入社
平成8年7月 当社取締役
平成13年5月 当社常務取締役
平成15年5月 当社専務取締役
平成20年5月 当社取締役副社長(現任)

専務取締役

社三雄

昭和53年4月 当社入社
平成4年7月 当社取締役
平成13年5月 当社常務取締役
平成22年5月 当社専務取締役(現任)

専務取締役

小林義雄

昭和50年4月 当社入社
平成4年7月 当社取締役
平成13年5月 当社常務取締役
平成26年5月 当社専務取締役(現任)

常務取締役

金山正巳

昭和51年4月 当社入社
平成22年7月 当社取締役
平成25年5月 当社常務取締役(現任)

常務取締役

中野悦久

平成元年3月 当社入社
平成22年7月 当社取締役
平成26年5月 当社常務取締役(現任)

取締役

Yosuke Jay Oceanbright Honjo

平成4年3月 当社入社
平成14年7月 当社取締役(現任)

取締役

波岡 修

平成元年3月 当社入社
平成22年7月 当社取締役(現任)

取締役

神谷 茂

昭和57年3月 当社入社
平成26年7月 当社取締役(現任)

取締役

相馬藤嗣

昭和59年2月 当社入社
平成26年7月 当社取締役(現任)

取締役

中込修二

昭和56年3月 当社入社
平成26年7月 当社取締役(現任)

常務執行役員

笹谷秀光

CSR推進部長

平田 篤

人事総務本部長

執行役員

佐藤郁尚

人事総務本部副本部長兼人事部長

吉野勝訓

南関東地域営業本部長

坂下信行

生産本部長

田熊元彦

生産本部副本部長

田浦良昭

国際本部副本部長

石坂健一郎

特販営業本部長

斉藤武志

中四国・九州地域営業本部長

朝野克己

管理本部長

提坂裕子

中央研究所長

社外取締役

内木 弘一

昭和40年4月 株式会社内木ガラス商会入社
 昭和44年4月 同社取締役
 昭和59年10月 同社代表取締役社長(現任)
 平成25年7月 当社取締役(現任)

社外取締役

田口 守一

昭和50年4月 愛知学院大学法学部専任講師
 昭和59年1月 同大学法学部教授
 平成7年4月 早稲田大学法学部教授
 平成16年4月 同大学大学院法務研究科教授
 平成25年7月 当社取締役(現任)
 平成26年4月 信州大学大学院法曹法務研究科特任教授(現任)
 平成26年4月 早稲田大学名誉教授(現任)

常勤監査役

高橋 實

昭和48年4月 株式会社埼玉銀行入行
 平成14年3月 株式会社大和銀ホールディングス
 (現 株式会社りそなホールディングス)執行役員就任
 平成18年4月 ペンタックス株式会社
 (現 HOYA株式会社)執行役員就任
 平成19年4月 当社入社
 平成19年5月 当社内部統制室長
 平成20年5月 当社内部監査室長
 平成23年7月 当社常勤監査役(現任)

社外監査役

高澤 嘉昭

昭和34年4月 最高裁司法研修所入所
 昭和36年4月 金沢地裁裁判官
 昭和39年4月 神戸地裁尼崎支部裁判官
 昭和42年4月 大阪地裁裁判官
 昭和46年4月 裁判官を退官、弁護士登録
 平成3年7月 当社監査役(現任)

社外監査役

田中 豊

昭和41年4月 札幌国税局入局
 平成15年7月 東京上野税務署長
 平成18年7月 高松国税不服審判所長
 平成19年7月 国税庁長官官房付
 平成19年8月 田中税理士事務所所長(現任)
 平成25年7月 当社監査役(現任)

社外監査役

長澤 正浩

昭和56年10月 プライスウォーターハウス
 会計事務所
 (現 PwCあらた監査法人)入所
 昭和59年4月 新和監査法人
 (現 有限責任あずさ監査法人)入所
 平成14年8月 朝日監査法人
 (現 有限責任あずさ監査法人)代表社員
 平成24年7月 長澤公認会計士事務所代表(現任)
 平成25年7月 当社監査役(現任)
 平成26年5月 株式会社東京個別指導学院
 社外監査役就任(現任)

社外取締役・社外監査役からのメッセージ

社外取締役

内木 弘一

社外取締役に就任して2年、経営者としての経験を踏まえながら、取締役会において、担当部門等から議案についての説明を伺い、内容を確認して、意見を述べております。

伊藤園の強みは、社員の若さ、事業の若さだと思います。これからの時代をリードする若い人材が多いことに加え、日本の四季にマッチし、季節に応じて市場に対してこれからさまざまな提案ができる「お茶」を扱っていることが強みだと思います。

今後、この「お茶」を後世に伝える役割を支え、ガバナンスにおける透明性を高める等、社外取締役としての責務を果たしていきたいと考えております。

社外取締役

田口 守一

社外取締役に就任して2年、取締役会において社外からの立場と専門の法務的な観点から、率直な意見を述べております。

伊藤園のお客様第一主義という経営理念こそが、コンプライアンスプログラムやコーポレート・ガバナンスを支える強固な基盤です。この経営理念のもと、伊藤園はコンプライアンスに真摯に取り組んでいます。企業としての持続可能な発展を支え、企業価値を高めるためには、公正さと透明性が大切と考えます。また、すべてのステークホルダーの信頼に応えることが大切です。特に、従業員との協働を行うべく情報化を行う必要があります。社外取締役として、この視点から、企業価値の向上に貢献してまいります。

社外監査役

高澤 嘉昭

長年、社外監査役として取締役会において、営業とコンプライアンスは車の両輪であるとの考えから意見を述べております。

伊藤園には内部通報制度が確立しており、これからも社員の積極的な活用を期待しつつ、その運用状況を監督し、透明性をさらに高めることがガバナンスでは求められます。また、伊藤園には「Voice制度」があり、社員の生の声を経営等に反映させる仕組みは非常に優れていると思います。今後、ガバナンスの上で、社員の意見を吸収していくことが重要であり、この視点からも社外監査役としてその責務を果たしていきたいと考えています。

主なグループ会社紹介



■タリーズコーヒー ジャパン株式会社

[所在地]東京都新宿区

[設立年]1998年

[資本金]100百万円

スペシャルティコーヒーショップとして、「タリーズコーヒー」などの飲食店の経営、フランチャイズ展開を行っています。

 [▶http://www.tullys.co.jp](http://www.tullys.co.jp)



■チチヤス株式会社

[所在地]広島県廿日市市

[設立年]1886年 [資本金]100百万円

創業1886年(明治19年)から牛乳、ヨーグルトなどの乳製品の製造・販売を行っています。

 [▶http://www.chichiyasu.com](http://www.chichiyasu.com)



■株式会社沖縄伊藤園

[所在地]沖縄県糸満市

[設立年]1981年 [資本金]90百万円

「さんぴん花茶」をはじめとする飲料製品や茶葉製品の販売を行っています。

 [▶http://www.okinawa-itoen.jp](http://www.okinawa-itoen.jp)

国内

- 伊藤園・伊藤忠ミネラルウォーターズ株式会社
- ネオス株式会社
- 株式会社グリーンバリュー
- 伊藤園産業株式会社
- 株式会社伊藤園関西茶業



■ITO EN (North America) INC.

[所在地]アメリカ合衆国ニューヨーク州ニューヨーク市

[設立年]2001年 [資本金]14,900万US\$

「お〜いお茶」や「TEAS' TEA」シリーズ製品などを販売しています。日本茶などのお茶を中心とする日本食文化もご紹介しています。

 [▶http://www.itoen.com](http://www.itoen.com)



■ITO EN (USA) INC.

[所在地]アメリカ合衆国ハワイ州ホノルル市

[設立年]1987年 [資本金]2,150万US\$

ハワイを中心に飲料の製造・販売を行っています。

 [▶http://itoen-usa.com/](http://itoen-usa.com/)

海外

[アメリカ合衆国]

- Mason Distributors, Inc.
- Distant Lands Trading Company, Inc.

[オーストラリア]

- ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED

[シンガポール]

- ITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.
- ITO EN Singapore Pte. Ltd.

[中国]

- 寧波舜伊茶業有限公司
- 福建新烏龍飲料有限公司
- 伊藤園飲料(上海)有限公司

[インドネシア]

- PT ULTRAJAYA ITO EN MANUFACTURING
- PT ITO EN ULTRAJAYA WHOLESALE

[タイ]

- ITO EN(Thailand)Co.,Ltd.

会社概要

2015年4月30日現在

会社の概要

会社名	株式会社 伊藤園
英文社名	ITOEN, LTD.
本社	東京都渋谷区本町3丁目47番10号
設立	昭和41年8月22日
資本金	19,912,300,000円
従業員数	5,381名
URL	http://www.itoen.co.jp
支店、営業所及び出張所	全国30地区201拠点
店舗	全国211店舗
工場	静岡相良工場 (静岡県牧之原市女神21) 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

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 74,306 名 ▶ 優先株式 67,341 名

▶ 大株主

普通株式

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
グリーンコア株式会社	17,403	19.51
公益財団法人本庄国際奨学財団	5,200	5.83
伊藤園従業員持株会	2,611	2.93
本庄八郎	2,445	2.74
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー 505223	2,430	2.72
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,338	2.62
ピーエヌワイエムエル ノントリーディー アカウソ	2,219	2.49
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	1,968	2.21
東洋製罐グループホールディングス株式会社	1,955	2.19
株式会社りそな銀行	1,933	2.17

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。

概要

	優先株式	普通株式
証券コード	25935	2593
議決権	なし ^(注1)	あり
配当	優先配当 普通配当額×125% ^(注2) 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 ^(注3)	—
普通株式への転換権	株主の意向による転換権はなし ^(注4)	—
単元株	100株	—
株主優待	あり	—

(注1) 議決権が発生する場合があります。

(注2) 小數第一位を切り上げ、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。

(注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。

(注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等所有割合が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。

沿革

年	月	概要
1966	8月	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月	商号を「株式会社伊藤園」に変更。
1972	2月	スイス・インダストリアルゲゼルシャフト社製の高速自動包装機を導入。茶葉鮮度保持のための真空パック技術を開発。
1974	5月	静岡県榛原郡相良町(現・牧之原市)に「静岡相良工場」を建設。生産体制を集約化。
1979	8月	中国土産畜産進出口総会社と日本で初めてウーロン茶の輸入代理店契約を締結、ウーロン茶の販売を開始。
1980	9月	「缶入りウーロン茶」を開発、一部地域で販売。
1985	2月	世界初の緑茶飲料「缶入り煎茶」の販売を開始。
1987	7月	米国ハワイ州に海外進出の布石となる「ITO-EN(USA)INC.」を設立。
1989	2月	缶入り煎茶のネーミングを「お〜いお茶」に変更。
1990	3月	世界初のPETボトル入り緑茶飲料を発売(お〜いお茶 緑茶1.5L)。
1992	5月	株式公開。
	9月	「充実野菜」を発売。
1993	12月	1億4,000万スイス・フランのスイス・フラン建換債券を発行。
	6月	1億スイス・フランのスイス・フラン建換債券を発行。
1994	9月	オーストラリアに「ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED」を設立。
1996	9月	東京証券取引所 市場第二部に上場。
1998	2月	中国に合弁会社「福建新烏龍飲料有限公司」を設立。
	10月	東京証券取引所 市場第一部に指定。
2000	10月	業界に先駆けホット販売対応PETボトル製品を発売。
2001	5月	米国本土に連結子会社「ITO EN(North America)INC.」を設立。
2004	5月	「お〜いお茶 濃い味」「1日分の野菜」を発売。
	10月	「ITO EN AUSTRALIA PTY. LIMITED」に荒茶工場を新設、生産開始。
	6月	米国フロリダ州のサプリメント関連事業を行う「Mason Distributors, Inc.」の株式を取得し、北米事業を強化。
2006	10月	コーヒー事業の拡大に向け「タリーズコーヒー」を展開している「フードエックス・グローブ(株)(現タリーズコーヒー(株))」を連結子会社化。
2007	9月	東京証券取引所 市場第一部に第1種優先株式上場。
2008	3月	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。
2009	8月	紅茶ブランド「TEAS' TEA NEW YORK」を発売。
2010	2月	自動販売機のメンテナンスや調達等を行う「(株)グリーンバリュー」を設立。
2011	5月	乳製品分野の強化に向け「チチャス(株)」を連結子会社化。
	6月	シンガポールに「ITO EN Asia Pacific Holdings Pte. Ltd.」を設立。
2012	9月	中国に「伊藤園飲料(上海)有限公司」を設立。
	10月	ベトナムに駐在員事務所を設立。「ネオス株式会社」を連結子会社化。
	5月	タイに「ITO EN (Thailand) Co., Ltd.」を設立。
2013	7月	インドネシアに飲料の製造・販売の合弁会社を設立。
	9月	「(株)土倉」を連結子会社化。
2015	2月	「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 Company, Inc.」の株式を100%取得。



伊藤園レポート2015に関するお問い合わせ先

株式会社 伊藤園 CSR推進部

〒151-8550 東京都渋谷区本町3丁目47番10号

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

e-mail csr@itoen.co.jp

<http://www.itoen.co.jp>

伊藤園レポート2015について

伊藤園は、2015年度より従来のコーポレートブックとCSR報告書を再編し、伊藤園グループの財務情報・非財務情報の統合報告として作成し、一冊でご理解いただける「伊藤園レポート2015」を発行することとしました。

本冊子はダイジェスト版という位置付けで編集しています。

詳細情報については、冊子の別冊である①②および③のWEB編もご参照ください。

①非財務情報を中心にまとめた「サステナビリティレポート2015特集編/報告編」(CSR報告書2015)およびCSR報告書2013コミュニケーション編を定番資料化した「コミュニケーションブック(お茶にまつわる7つのストーリー)」

②財務情報を中心にまとめた「伊藤園レポート2015財務報告」

③WEB編での詳細データの開示も行っています。これは、上記の情報を補完する位置付けのものです。適宜、詳細情報の掲載や更新情報を開示しています。

2014年度(2014年5月1日～2015年4月30日)の活動を中心に、一部それ以前からの取り組みや、直近の活動報告も含んでいます。また、ご紹介する関係者の所属・役職名は活動当時のものです。

(発行年月 2015年10月)

免責事項

このレポートには、伊藤園グループの将来についての計画や戦略、業績に関する予想および見通しの記述が含まれています。これらの記述は、当社が現時点で把握可能な情報から判断した事項および所信に基づく見込みです。

