



西尾 哲茂氏からのご意見

地域と環境・生物多様性

- 「日光杉並木街道クリーン作戦」や「あいち海上の森」、その他様々な地域でのボランティア活動などを積極的に展開されています。各地の社員の方が前向きに参加されて動員力がある点はすごいなと感じます。
- 2010年に愛知県で開催されたCOP10（生物多様性条約第10回締約国会議）でも、生物多様性の観点から里山を守り育てる取り組み「SATOYAMAイニシアチブ」の推進が国内外に提唱されました。環境省でもその行動計画が作成されています。伊藤園のこれらの地域地域での取り組みは、里地里山の生物多様性とも関係があります。世界では生物多様性が経済に与える影響について議論が進んでいます。また、科学的知見を深める観点から専門家による会議も始まりました。

食品リサイクル

- 2007年に食品リサイクル法が改正された後、リサイクル率の向上だけでなく、もちろん減量化（発生抑制）も課題になっています。2011年より環境省や農林水産省で各業種ごとの減量化目標等について議論が行われています。伊藤園さんにもこうした議論に注目していただき、積極的に参画していただければと思っています。

これからのCSR など

- 新しい時代のISO26000に基づくSR（社会的責任）の早期取り組みですから、伊藤園も胸を張ってCSRを推進したらいいのではないかと思います。組織の自己点検を行うと、どうしてもネガティブチェックというか内向きになりがちなので、「お客様第一主義」「日本における総合飲料メーカー」「世界のティーカンパニー」を目指すということで、攻めの姿勢を強く出さなければ、現在の地道な活動の積み重ねとうまくつなげていければよろしいのではないかと思います。
- 伊藤園の姿勢で非常に評価できることは、片方で茶産地づくりのような経済論理が必要な事業をやっていて、一方ではCSR的な活動も行うという、両方の手で進めていることです。このように経済興し、農業興しの本格的な部分とその周りの新しい価値を見つける環境づくりと、両方に取り組んでいることを対外的にうまく説明されるといいのではないかと感じました。
- 社会・環境報告書（S-book）では、環境目標を立てて随分精緻にやっておられて、結構だと思っています。



西尾 哲茂氏
明治大学法学部教授

伊藤園の対応

● 日光杉並木街道クリーン作戦 （2011年7月）への参加

伊藤園グループは日光杉並木オーナー制度の下で2本の並木杉のオーナーになっています。今年は約60名の社員でクリーン活動に参加し、地域の方々とながりを作ることができました。栃木県や日光市など行政の方々とは、災害協定自販機の協力など、いろいろな形で交流の幅が広がっています。

（前田・栃木地区営業部長）

※財団法人 日光杉並木保護財団様主催、栃木県教育委員会様共催

● あいち海上の森プロジェクト （2011年10月～）への参加

2010年に実施した「お茶で日本を美しく。」キャンペーン（製品の売上の一部を各地域の自然環境保護のために寄付）に続く取り組みのひとつとして「あいち海上の森」での企業連携プロジェクトに飲料メーカーとして初めて参画しています。今後3年間、社員・お取引先・消費者の皆様とともに森林整備（間伐）活動などを行う予定です。

（笹谷・取締役、CSR担当）

● 本業と環境づくりの取り組み

実は、本業を通じて行っているのが茶殻リサイクルシステムや茶産地育成事業で、これらについて色々な所で議論を進めてきましたので、今回は参画型の活動をご紹介します。私は環境の担当として、参画するにあたって人的広がりを目指し、アンケートを取るなどして関係者のご意見を聞く作業を精力的に進めるよう心がけています。（笹谷）



影山 摩子弥氏からのご意見

地域と環境

- CSRを展開する場合には、伊藤園としてなぜその取り組みをするのか、というストーリーと社会的意義を押さえステークホルダー（利害関係者）に伝えていくことが重要です。また、地域との密接な関わり合いや、地域に対してどのようなストーリー作りができるのかも重要です。その点、2011国際森林年や杉並木のオーナーなど、ストーリー性を非常に意識してCSR活動に取り組まれているなど感じました。
- CSRの基本は、ステークホルダーのニーズを把握した取り組みをして、それをステークホルダーにしっかり伝えていくことです。グリーン購入法や環境配慮契約法が制定された中で、伊藤園製品が環境に配慮されたものだと言明することは、ステークホルダーのニーズを捉えた、非常に良い取り組みだと思います。この点で、伊藤園の姿勢は非常に評価できると思います。

地域と食

- 伊藤園が地域に着目しているというのは非常に重要なポイントだと思っています。御社がルートセールスで地域に溶け込み業務を行うということは、地域の活力がなければ営業拠点の業績も影響を受けます。そうした意味でも地域に着目することは重要です。また「地域の食文化」に着目されて様々な地域貢献活動をしていることは良いことだと思います。食には、食材や料理方法も含まれ、地域により特性があります。それゆえ、テレビ番組や地域の食のイベントとして話題になり、人を集めて地域の活性化につながるという側面があります。
- また食には、地域アイデンティティに関わるという側面があります。地域を活性化させるためには地域のまとまりと地域を愛する人がポイントで、地域を地域の人に見直していただき、活性化につなげるために「地域の食」に注目することは重要です。伊藤園の「食」に関する取り組みを、効果的に地域の皆さんに伝えることが重要です。

被災地に関する取り組み

- 現在、日本経済は停滞していますが、地域レベルでいかに活性化していくかが重要です。地域の活性化は、被災地域をどう復興していくかということと密接な関係があります。伊藤園が被災地域も視野に入れた取り組みをされていることは、非常に重要な観点だと思います。被災地支援は、現地のニーズを把握することが大前提になります。現在被災地域では、コミュニティ形成とアメニティ、いわゆる「癒し」が非常に重要です。伊藤園の取り組みは、この両方に大きく関わっています。伊藤園の被災地支援の姿勢で評価できるのは、まず震災後すぐに社長が現地に入られているんですね。これは簡単にできることではないです。さらに、ニーズ把握に力を入れておられる。現代は感性主義の時代とも言え、感性は多様化、個別化が進んでいます。こういう変化する社会をきちんと見ましようというのがCSRのメッセージです。その基本を押さえていってほしいと思います。

情報発信と効果測定

- 各企業がなぜCSR報告書を出しているかという、意図を持って見る方がいらっしゃるからです。例えば、投資家の方や、今の時期ですと就職活動をやっている学生であったり、自分の会社を知ろうとする社員の方かも知れません。こういう方々の心をいかに捉えるか、どういうターゲットに何を伝えるのかを考えて作っていただければと思います。
- 今回、本格的にCSRに取り組まれるということで、めったにないチャンスですので、やる前とやった後の比較ができるという可能性があり、ぜひ自社の評価を皆さん自身できちんとやっていただくと良いと思います。



影山 摩子弥氏
横浜市立大学CSRセンター LLPセンター長

伊藤園の対応

● 2011国際森林年

2011年は国連が定める国際森林年で、伊藤園も国際森林年の活動宣言を行い、地域の森や里地里山でさまざまな自然保護活動を展開しています。（笹谷）

● フードアクションニッポン

日本の食料自給率向上のための国民運動に参加しています。耕作放棄地を茶畑に変える茶産地育成事業や、緑茶飲料などの製品で国産原料を積極的に使用するほか、地域の食文化も応援しています。（笹谷）

● 宮城県石巻市 被災地お茶セミナー（2011年7月）

4年ほど前からお茶セミナーを実施していましたが、震災後、被災者の方もお招きして実施しました。お茶には人の心を癒したり、喜ばせたりする力があるのだと強く感じました。（吉田・南東北地区量販店課グループリーダー）

※みやぎ生協様との共催



佐藤 榮一氏からのご意見

ユニバーサルデザイン

- すこやか食生活協会では、高齢者や障がい者の方々に、食生活に関する様々な情報を印刷物、CD、ホームページなどで提供しています。その際、特に高齢者や障がい者が使いやすい、ユニバーサルデザインの製品の紹介や提案には力を入れています。
- 私たちが提案して乳業各社に採用していただいたのが、牛乳の紙パックの切り欠きです。1リットルや500ミリリットルの紙パックの上部にへこんだ所があり、視覚障がい者の方でも100%成分無調整の牛乳だと分かるようになっていました。これは、目の不自由な当協会の創業者が発案し、提案して実現したものです。
- 高齢者や障がい者にとって使いやすい製品のポイントは、①表示の見やすさ、②開けやすさ（開封性）、③持ちやすさ、④分別廃棄のためのラベルの剥がしやすさの4つが挙げられます。伊藤園の製品は、これらについてよく配慮された製品が多く、ユニバーサルデザインの観点からの工夫がされています。今後、この4つのポイントに沿って、さらに改善していただければと思います。

食育とお茶の健康価値

- 食育の視点からは、「食事バランスガイド」のコマの軸に水とお茶が位置付けられています。お茶はカテキンなどを含み非常に機能性があります。お茶は健康に良いということ、伝統飲料や食文化の観点とともにもっとアピールされた方がいいのではないのでしょうか。

食料自給率向上と地域振興

- 最近、国産のものに対する消費者の信頼は大変高まっています。茶産地育成事業の取り組みは、食料自給率向上や耕作放棄地対策の面で大変評価できます。日本の農業は、次第に生産力が衰えてきて、住んでいる人が地域を離れていき過疎化が進み、耕作放棄地も増えていく、そんな流れを何とかしなければならないという課題があります。耕作放棄地を活用してお茶を育て、地域農業に貢献するという取り組みは大変良いと思います。地域の産業振興に役立つというCSRの観点も、販売製品の安全・安心や品質向上にもつながり、地域と企業双方の利益になります。これからも多くの地域でこのような取り組みを行うことができるのではないのでしょうか。



佐藤 榮一氏
財団法人すこやか食生活協会 理事長

伊藤園の対応

ユニバーサルデザイン

「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」という5つの製品開発理念とお客様からの声を大切に製品開発をしています。①表示の見やすさ、②開けやすさ、③持ちやすさ、④ラベルの剥がしやすさについて、今後も改良を行ってまいります。②の具体例を挙げますと、缶コーヒー製品のプルタブを、品質や密閉性を保ちながら開けやすく改良しました。これは、2011年10月下旬発売の新製品で、資材メーカーに働きかけて、当社が飲料業界で最初に導入しました。
(三宅・商品企画二部長)

お茶やにんじんの健康価値訴求について

お茶の健康価値訴求については、社外の研究者をお招きした「緑茶と健康フォーラム」を毎年実施しています。また野菜飲料の原料では一般的なにんじんよりβ-カロテンの含有量が多く健康価値の高い、当社独自選定の「朱衣」が、2010年に「第5回野菜ソムリエサミット」のにんじんの生食および蒸し部門で1位を獲得しました。(笹谷)

茶産地育成事業

「お〜いお茶」の原料茶葉の品質と生産性の向上を目指して九州を中心に茶産地を広げています。産地育成には国内に約40万ヘクタールもあると言われる耕作放棄地も活用しておりますが、生産者の利益がなければ事業は成り立ちません。農家や産地の方々の利益も考えて推進しています。
(橋本・取締役副社長、生産本部長)

これからのマーケティングの課題

使いやすい容器等、製品開発を含めた高齢化対策をはじめ、これからの若者と高齢者の人口構成比率やターゲットを考慮してマーケティングを検討したいと思います。
(波岡・取締役、広告宣伝部長、販売促進部長)



田中 宏司氏からのご意見

消費者課題

- 高齢者や障がい者への配慮は当然必要ですが、それ以上に人々が東日本大震災後、社会の安全・安心に非常に関心を持つようになりました。人と人とのつながりやコミュニティのつながりを一層意識したわけです。
- 各部署が消費者や有識者などの様々な意見を取り入れて経営を改善する、というのがCSRの実践のやり方です。マーケットの中で仕事をしていくわけですから、マーケットの目線を考えながら活動するのが基本だと思います。

地域と環境

- 企業活動や社会の発展の大前提に地球環境があるという認識が重要です。環境保全をしながら次の世代に引き継いでいくということが大切なのです。また、環境に関する活動をはじめ、CSR活動上の価値向上のポイントを、地域社会の立場と伊藤園の立場とそれぞれ整理することが重要です。
- 実際にCSR活動をした現場感覚のある社員の方が、本日この場で直接発表するという事は素晴らしいと思います。活動内容の社内へのフィードバックにもなり、また有識者の意見を聞くという相互交流の場にもなります。そのような積み重ねが、いわゆる環境活動の基本だと思います。

地域との関わり

- 地域に特化して様々な人たちが営業活動を行い、人々とのつながりを強くすることは、伊藤園の価値向上にもつながるし、地域コミュニティとの連携にもつながります。
- 地域の活動は、地域の方々への人権的配慮や社員の方々の労働慣行と公正な事業慣行にも関係します。したがって、ISO26000の7つの中核主題の「コミュニティへの参画およびコミュニティの発展」は、ひとつの独立したものと考えずに、日々の仕事を通じて、他の中核主題との相互の関係性に配慮しながら実行するといいいのではないかと思います。

これからのCSR

- ISO26000の7つの中核主題全てが「基本的CSR」として推進されるべきです。その上で、それぞれの主題にどう対応するかは、各社が各社の特性に合わせて整理していけばよいのです。伊藤園の場合、特性に合わせた「消費者課題」「環境」「コミュニティ（地域）」という3つを「発展的CSR」として位置づけるのがひとつの考えとして良いのではないのでしょうか。
- 他企業と同じような報告にしないために、特集を組んだり工夫する事例が出ています。ポイントとしては、有識者の意見は総合的に取り入れながら、経営としてそれらにどう優先順位をつけていくか、どのように改善していくかという判断が、経営サイドに必要なではないかと思います。
- CSRを通して「お客様第一主義」を実践する時に、計画を作成して、それを実行したら必ず検証し課題は何かを分析して、単年度でできなかったことは、2年後、3年後と中期的な計画の中で対応していくといいいのではないのでしょうか。
- 今後、伊藤園グループ全体でCSRを強化していくことは必要です。CSRは一社単体でも重視されますが、企業グループとしてどのような活動をしているのかということも、社会からの評価の対象になります。



田中 宏司氏
東京交通短期大学学長

伊藤園の対応

- 地域に密着するルートセールスを活かした社会貢献活動

伊藤園は全国6つのブロックに合計200カ所の支店があり、ルートセールスマンが合計約3,000人います。お客様と日々コミュニケーションを取り合うのがルートセールスです。2011年度より営業を通じて社会貢献活動を積極的に行うことに力を入れています。今まで接点のなかった地域のリーダーの方々や触れ合う機会を作り、人のつながりを広げていく活動でもあります。営業としてこのような機会を活かし、また地域社会にも貢献し喜んでいただけるような取り組みとして今後も推進していきます。
(江島・取締役副社長、地域営業統轄本部長)

- これからのCSR

ご指摘のように、7つの中核主題全てを基本的CSRとしてさらに強化します。その上で、伊藤園の特性を生かした3つのテーマを発展的CSRとして推進させていきます。また、伊藤園単体のみならず、伊藤園グループ全体でのCSRの強化を今後検討します。(笹谷)



戸部 依子氏からのご意見

ISO26000の活用による成長

- ビジネスツールとしてのISO26000の対応というのは妥当であり、消費者から見ても期待できる部分ではないかと思えます。伊藤園のこれまでの戦略というのは、茶殻のことにつきましても1本筋が通っているという印象があって、非常に具体的で、パフォーマンスとして成果が現れていると思っています。
- 今後、CSRの推進の体系化ということで、お客様第一主義の実践のためにISO26000をどう使っていくかという議論が必要であろうと思えます。
この仕組みを活用して、世界のティーカンパニーとなるためにどのような取り組みをして、その結果どのくらい近づけたのか、どこを変えていかねばならないのか、会社の何が変わったのか、消費者からの反応がどう変化したのかを分析することが重要だと思います。社会のニーズは変化します。これらをふまえてCSRの取り組みを改善し続けていかれることを期待しています。

消費者課題

- 伊藤園のトレーサビリティシステムは非常にしっかりしていると思えます。
フードチェーンの鎖の中で、直接茶生産地やボトラーとつながりを持った上で消費者まで製品を届ける、というのが伊藤園の特徴だと思います。その特徴を情報の速さや質の向上などに活用していただきたいと思えます。このシステムを使って消費者にどんな情報提供ができるのかについては、さらに検討が必要でしょう。
- お客様からの問合せでは、例えばお茶製品に対して「味や匂いがいつもと違う」といった内容も多いと思えます。伊藤園にはティーテイスター制度というお茶のプロを育てる社内資格があるので、そうした仕組みをうまく活用して、消費者に納得いただける、また有益な情報提供をしていただけるとよいと思えます。

地域との関わり

- 伊藤園は地域の方との触れ合いをすごく大事にしている、というメッセージがよく伝わる活動を行っていることは良いことだと思います。
- このメッセージがより強く地域に伝わることが大切だと思います。このため今後の展開としては、同じ相手・場所で何回も行うのか、場所を変え活動を広げるのか、伊藤園が積極的に新たな企画を提案するのか等、どんなつながりを大事にするのかによって取り組みのスタイルが変わってくると思います。何を大事にするのか取り組みの目標を決めて、その目標のために何が有効かを考えるべき段階に入ってきたのではないのでしょうか。



戸部 依子氏
社団法人NACS消費生活研究所 主任研究員

伊藤園の対応

● 食の安全・安心

伊藤園は、原料(生産)から消費までの食の安全を担保しています。そして、製造された製品の原料はいつでもどこで製造されたものか、どのような経路でお客様ののもとに届いたかを厳しく管理しています。トレーサビリティシステムは、このように製品について、経路を追跡できるシステムになっています。このシステムを消費者の視点でどのように活用するかについては、よく検討したいと思えます。(橋本)

● 愛知県豊川市で開催された食のイベントへの参加(2011年9月)

豊川市は名物の「いなり寿司」で町興しを行っており、今回の食のイベント開催誘致もその一環と聞いています。今回伊藤園が参加したことで、当社は地元の行政・金融機関・観光協会とも新たな交流を図ることができました。今後も地域に密着したお付き合いを深め、豊川支店の認知度も高めたいと考えています。(堀・豊川支店長)

● 「道の駅弁ふるさとの味」キャンペーンへの参画(2011年8月)

各地域の食材を使用した道の駅(12カ所)のお弁当と「お〜いお茶」とのコラボレーション販売を行い、茶殻リサイクル製品のプレゼントも行いました。地産地消の取り組みとしてご評価いただき、今後も地域への貢献やエリアの拡大などの広がりが期待される活動になりました。(島田・広域法人営業本部グループリーダー)

※未知倶楽部様との共催



小島 正美氏からのご意見

消費者課題

- 製品のトレーサビリティは大変重要です。ただトレーサビリティは、それだけで消費者に安全性を保証するものではなく、あくまでも何かトラブルが起きた時の危機管理対策だと位置づける考え方が必要です。
- 消費者から見ると、どこの会社が行っているCSR活動もみな同じような印象を受けます。伊藤園のCSRの目的は何なのか原点に帰る必要があると思います。伊藤園はCSRを一生懸命やっているので製品を買ってあげようと思わせるような、消費者への印象づけが大切です。
- 伊藤園は自動販売機を活用して様々な社会貢献活動を行っているのだな、と改めて認識しました。これらの工夫をもっと広めていけば、自動販売機で1本飲めば誰かの役に立つというメッセージが伝わり、自動販売機は社会の役に立つ窓口なんだとの認識が定着するのではないのでしょうか。

地域と環境

- いくつかの企業の環境貢献活動取材していると、予算も掛けて大規模に展開されている例もあります。しかし、伊藤園の活動は、規模というより人と人との触れ合いを重視され、地域の人たちにも親しまれており、非常に好ましいことだと感じています。同じ環境への取り組みでも、地域の人たちとの触れ合いを大事にして深めることが伊藤園の目的なんだ、と社員の人たちの意識が広がれば、さらに良い活動になるのではないのでしょうか。

これからのCSRと情報発信

- CSRの実践では、どんな意識を持ってやるかが非常に重要です。人権につながると思った途端に、人とのつながり方が変わってきます。何かあった時に「当社はこういう方針でいきます」と社員が意識を共有することも大事です。「お客様第一主義」の実践の中で、行動と意識の2つを並べて分かりやすく示すべきだと思います。
- 茶産地育成事業はとても評価しています。今後は、このお茶を飲めば耕作放棄地が解消されるのだ、買うことで貢献しているのだ、というイメージをもっと重点的にアピールされたらどうでしょうか。
- 人とのつながりの中に、われわれメディアも気軽に入れてほしいと思います。本社の広報だけでなく各営業所の人たちも、メディアの各支局も含め、どこにどういう記者がいるかのリストを共有しておく必要があるでしょう。



小島 正美氏

毎日新聞生活報道部 編集委員

伊藤園の対応

● 自動販売機を通じた社会貢献

重要な販路である自動販売機は、設置先で色々な角度でお役に立っていないか考えています。例えば、災害協定自販機や障がい者や高齢者の使いやすさに配慮したハンディキャップ対応自販機、売上の一部を各団体に寄付する自販機など、幅広く展開をしています。（小野寺・広域法人営業本部副本部長）

● チャレンジデー2011（スポーツイベント）

笹川スポーツ財団と全国各地の自治体が、2011年5月、「スポーツの力で日本を元気に！」をスローガンとして全国約100カ所できざまなスポーツを行う「チャレンジデー2011」を実施し、震災で被災された方々にエールをおくりました。伊藤園も、46の営業拠点の社員と家族が環境保全に関わるスポーツイベントなどに参加し、地元自治体や教育委員会など新たなつながりとお付き合いの幅を広げる機会を得ることができました。（金山・取締役、広域流通営業本部副本部長）

● お〜いお茶新俳句大賞

幅広い世代の伊藤園のファン作りと文化的支援活動の一環として、1989年から毎年行っている「お〜いお茶新俳句大賞」があります。昨年は約170万作品の応募があり、その9割以上が小・中・高の学生からの応募です。入賞作品は「お〜いお茶」製品のパッケージに掲載されます。（合計22回の累計応募作品数2,100万句以上）（波岡）

● これからの広報活動

広報部では、メディアのリストを作成していますが、さらにリストを拡充していきたいと思っています。（佐藤・広報部長）

広報の話もありましたが、メールマガジン等で有識者の皆様にお知らせし、人と人とのつながりを大事に深めながら進めていきたいと思っています。（本庄・代表取締役社長）



野口 和彦氏からのご意見

消費者課題

- 品質などで顧客満足を得るために消費者の声に耳を傾けるということを、伊藤園も重要視され努力されていると思います。重要なポイントは、飲料メーカーというプロとして消費者の声をいかに先取りできるか、そして消費者が今考えていらっしゃる以上の安全・安心を担保して、いかに良い製品を提供できるかを考え続けることではないでしょうか。このように今後、顧客の視点に立って、CSR活動でお客様のニーズをいかに先取りしていくかが重要だと思います。
- 一番高度な安全は、製品パッケージのメーカーのところに伊藤園と書いてあるだけでみんなが安心して飲める安全品質管理体制です。将来的には、伊藤園と書いてある製品は何も心配しないで飲みくださいと言える安全体制の構築を目指してほしいと思います。

CSR推進時の課題

- CSRの改善をしていくには、PDCAのP（計画）がしっかりしていないといけません。これまでの活動を総括し、次年度以降はさらに改善していこうという姿勢で臨めば、製品の安全も地域貢献も、CSRという観点のPDCAで回っていきます。その姿勢自体をお客様に見せて信用していただくことも含めて、それがCSRのポイントだと思います。
- ISOのとおりやるのではなくて、経営とCSRの関係をどう組み立てるかということが、その企業の特徴を出すのに重要な問題だと思っています。
- リスクマネジメントの関係から言うと、リスクとは「目的に対する不確かさの影響」と定義されています。伊藤園の個々の活動は素晴らしいですし、「お客様第一主義」ですが、消費者から地域社会までこれだけ多くのステークホルダー（利害関係者）が入ってくると、関係者の間で利害が反することがあるので、CSRの目的とは何かをよく考えないといけない場合も出てくるのではないのでしょうか。



野口 和彦氏
三菱総合研究所 研究理事

伊藤園の対応

● 食の安全・安心

製品の品質管理の徹底は、「お客様第一主義」の最も重要な実践と考えます。当社は創業以来、製品に関して誠実にものづくりをしてきたという自負が全社員にあると思います。今回のご意見を踏まえながら、CSRの基本を推進していきたいと思えます。
(本庄)

● これからのCSR

企業としての持続的な成長と、社外のお客様と社員を含めたステークホルダーの方々との共有価値の創造を、これから重視していきたいと思えます。今まで取り組んできたCSR活動とこれから強化すべき取り組みを、ステークホルダーの方々からのご意見を参考にさせていただき、「お客様第一主義」の実践のため、優先順位をつけてしっかりと実施していきます。
(本庄)



牛久保 明邦氏からのご意見

食品リサイクル

- 食品リサイクル法のコンセプトは3R（Reduce、Reuse、Recycle）、いわゆる発生抑制、再利用、リサイクルという観点です。発生抑制とは、製造工程で出る廃棄物、返品、規格外品をそれぞれなくしていくことです。直接発注・納品というルートセールスは返品ロスが少ないと考えられますし、自販機横のゴミ箱から容器包装ゴミを回収していることも、環境・リサイクルへの評価されるべき貢献でしょう。
- 茶殻リサイクルシステムは、茶殻に残っているカテキンなどの成分の有効性（抗菌、消臭）とお茶の香りや緑色がリサイクル製品に活かされていることがポイントです。これらをアピールすれば、評価ポイントになるのではないのでしょうか。また、茶殻に残っている抗酸化作用を活かした堆肥化なども検討していただきたいと思います。
- リサイクルとは、「出口理論」と言って、需要がどれくらいあるのかを前提としたリサイクル製品の用途やアイテムを考えていくことが原則ですので、今後、需要把握が必要となるでしょう。

地球温暖化対策

- 地球温暖化対策では、温室効果ガス削減のための自動販売機の節電や、営業車に関する環境対策などに取り組みされていることは重要だと思います。

地域と環境

- 「あいち海上の森」の取り組みのように将来にわたって自然を適切に保全しつつ、環境学習、里山保全活動や森づくり活動の場として活用する事業への協力は、極めて有意義だと思います。一過性でなく継続的に行うことが大切です。

農業振興と環境貢献

- 茶産地育成事業は、お茶のリーディング企業として大変良い取り組みだと思います。環境面に配慮した適正な施肥などを含めて、耕作放棄地を活用し茶畑を増やしていくことは、お茶文化の継承および農業振興にもつながっています。結果的に環境保護にもつながるといふ多面的機能があると考えられます。

※有識者懇談会当日は急用にてご欠席でしたので、後日インタビュー形式でご意見を伺いました。



牛久保 明邦氏
東京情報大学学長

伊藤園の対応

● 環境マネジメントシステム

伊藤園の全事業所で環境マネジメントシステムのISO14001認証を取得しています。（笹谷・取締役、環境・CSR担当）

● 茶畑から茶殻までの環境対策と参画型の活動

茶殻リサイクルシステムを活用しており、茶産地育成事業と合わせると、「茶畑から茶殻まで」環境配慮しています。これらの活動は、すでに色々な所でご紹介しておりますので、今回は2011国際森林年などの参画型の活動をご紹介します。皆様のご意見を踏まえ、今後の幅広い環境活動をCSRとして実践して参ります。（笹谷）

● 営業活動を通じた環境対策

各営業拠点では、営業車のエコドライブを推進し、目標を決めて燃料使用量削減を図っています。また、現在、消費電力が少ないヒートポンプ式自動販売機を全自販機台数の30%強使用していますが、2013年度には50%以上を目指します。（鈴木・環境部長）

● 2013年度中期環境目標・2011年度短期環境目標

8つの重点環境対策を推進しています。（鈴木）

（詳細 <http://www.itoen.co.jp/files/user/pdf/csr/system/2011.pdf>）