



影山摩子弥氏からのご意見

「地方の時代」のCSRの役割

- 現在は「地方の時代」だと言われています。高度成長を経て、産業構造が大きく変化し、地域が自分の力でがんばらなければいけない時代に突入しています。地域ニーズ、地域の課題も個別化してきています。これは企業から見ると、お客様、つまりステークホルダーのニーズをとらえにくくなってきています。
- CSRは一言で言うとシステムです。これは、ミクロ的な局面では、企業とステークホルダーとの関係性という形で表れてきます。日本は仕組みを作り変えないといけないところでうまく対応できていません。地域社会においても日本社会全体においても、そこで新しい仕組みを提供できるのがCSRなのです。
- CSRのメッセージは、「社会をよく見ましよう」というのが非常に重要なポイント。つまり、ニーズが読めないのであれば、しっかりとステークホルダーを見ましようというメッセージです。地域、お客様、従業員などをしっかり見の中で初めてそれぞれのニーズが分かっていきます。
- CSRの社会貢献活動には、①経営上の意味、②ストーリー、③社会的意義という3つのポイントがあり、ストーリーの部分が非常に重要なので、地域での社会貢献活動を進めるときには、なぜその活動を伊藤園が行うのかというイメージができるようにすることが必要です。社会的意義と相まって、これがステークホルダーの共感と評価を得ることにつながります。

伊藤園の地域での取り組み

- 地域の活動促進のための特認制度は良い取り組みです。お客様、従業員、地域のニーズ情報は末端の社員が持っている可能性があり、社員の皆さんから提案があることが重要です。しかも、この制度により、社内で良い取り組みがあった場合、情報の水平展開を図ることができます。また、御社のCSR賞は非常に良い試みで、社員の注目度が全然違ってきます。
- ルートセールスでは、各お店に対して、コンサルティング的なもの、情報を提供していくことも現在求められているのではないかなと思っています。
- 情報の点で言うと、御社のホームページは、適切な情報が提供されていないという印象があります。特に社会貢献では、ストーリー性が見えてこなかったり、ステークホルダーに伝わりにくいという印象を持ちました。

被災地等について

- 被災地でのお茶のセミナーは、この地域の方がためているストレスを分散させる意味で、非常に良い取り組みだと思います。
- ステークホルダーの情報はこの場には集められないので、例えば拠点で情報を集めるが必要になりますが、場合によっては役員の方に現地に行っていただき生の声を聞いていただくことも必要。収集した情報に基づいて戦略を展開するとともに、定期的に戦略評価し、伊藤園の取り組みの充実を図ることが重要です。



影山 摩子弥氏
横浜市立大学CSRセンターLLPセンター長。
〈専門分野〉コミュニティへの参画及びコミュニティの発展

伊藤園の対応

伊藤園の地域での取り組み

- 地域活動を促進する特認制度を使った、埼玉県加須に集団避難された被災者向けのお茶の飲み方の食育活動では、久しぶりにホッとしたという感想を伺いました(江島)。
- 『お〜いお茶で琵琶湖の水をきれいに』というキャンペーン(売上の一部寄付とヨシ刈りによる水質保存活動)は3年になり、これが、2010年度の『お茶で日本を美しく。』というキャンペーンにつながりました。一部地域の活動が全社的に広がるよう、特認制度を活用した取り組みを、現場の営業を中心に拡充していきたいと思っています(江島)。

CSR賞・ホームページ

- 社員によるCSRの取り組み優良事例を会社として評価する制度を、2011年度から『CSR賞』として立ち上げ、全社大会での表彰等を行う予定です(松永人事部長)。
- これまでも当社の活動については発信に気を配っていますが、ご指摘を踏まえ、CSRなどのホームページの充実を図っていきます(佐藤広報部長)。



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