

# 2015年度CSR大賞一覧

## CSR大賞

※活動内容は、すべて表彰時のものです。

案件名	活動内容
【伊藤園グループ×廿日市市×地元菓子企業】 世界遺産(宮島)での総合的協働活動	1)実施時期:2015年9月～ 2)活動内容: ・ 宮島の活性化を課題として廿日市市と協働し、広島県の県木である紅葉の季節に以下の総合企画提案・実施。 ①宮島の環境を守る:環境保全活動(「お茶で広島を美しく。」、環境フェスタ参画、ゴミの持ち帰り運動)環境フェスタではチチャスとともに伊藤園グループとしてブースを出展。茶殻リサイクル製品を展示するなど当社の取り組みを訴求。 ②宮島から日本文化を発信:大茶会(【和菓子×お茶】による和文化传播) 秋に行われた大茶会では、もみじ饅頭で有名な地元菓子企業、もみじを県木とする廿日市市と協働で【和菓子×お茶】のサンプリングを実施し、和文化に触れる場を提供。もみじで有名な宮島を訪れた外国人観光客への訴求にもつながった。イベントは好評を得て、廿日市市からは今後の依頼もあり持続可能なイベントとなった。
【陶炎祭×伊藤園】 笠間市の振興と防災への貢献	1)実施時期:2015年4月～ 2)活動内容: ・ 笠間焼協同組合主催の陶器の祭典である笠間の陶炎祭(茨城県下最大)に、当社は平成20年から8年にわたって協力し大茶会を開催。祭りを通じた地域の活性化に貢献することで、笠間市との関係を構築。一方笠間市は東日本大震災の被災地でもあり、防災強化の課題を抱えていたことから、市の防災訓練において、伊藤園が災害対応自動販売機の実演を継続して実施することで、防災という面でも笠間市の地域課題解決に貢献した。
【北海道とうきび茶】 北海道の地産地消応援飲料の開発・販売	1)実施時期:2012年～ 2)活動内容: ・ 「地元である北海道に貢献できる商品を持ちたい」という営業現場の想いから商品の開発コンセプトを設定。国産(北海道)の原料、地産地消にこだわり商品化につなげた。 ・ 使用素材のすべてを北海道産にすることで、オール地産地消を実現して商品価値を高めたことに加え、JR北海道とコラボし北海道新幹線開業PRロゴマークおよびキャラクター「どこでもユキちゃん」をパッケージにデザインし北海道の活性化に貢献。 ・ 北海道新幹線開業をパッケージにデザインしてからはおよそ9,900万円を売り上げ、特に開業した2016年3月は1,400万円と普段の月の2倍の売り上げとなった。 ・ お客様からも、「北海道以外でどこで購入できるか」等の問い合わせが多数寄せられた。
【広報部×農業技術部】 CSRを活用したIR活動	1)実施時期:2015年6月27日～ 2)活動内容: ・ 「ファンのお客様に日々の企業活動を見てもらい、投資先企業の数値化できない強さや魅力を感じてもらおう」という方針の機関投資家さわかみ投信に対し、伊藤園の強みを活かした以下の企業訪問ツアーを企画提案・実施。 ①カヤノ農産(大分県)の大規模茶園と荒茶加工工場の見学。 ②経営トップ層に対し、茶産地育成事業の担当者による講演。 ③ティーテイスター2級保有者によるお茶の振る舞い。 当社の取り組みをファンのお客様に理解してもらうことで、IR活動を通じて伊藤園グループのファンの拡大と企業価値を向上させた。

## CSR賞 優秀賞

案件名	活動内容
【スポーツ×伊藤園】 スポーツ応援型自販機の推進	1)実施時期:2009年8月～ 2)活動内容: ・ 湘南ベルマーレフットサルクラブを応援するために、クラブのロゴカラーでラッピングした募金型自動販売機を企画。同クラブに対し、他の応援企業の賛同も募り、同自動販売機を応援企業に設置するという「募金型自動販売機網」を提案。同自動販売機網の導入により大きな支援の和を構築した。

## 2015年度CSR大賞について有識者からのご講評

田中宏司 氏

東京交通短期大学名誉教授（元学長）一般社団法人経営倫理実践研究センター 理事・首席研究員。元ISO／SR国内委員会委員として国内でのISO26000の取りまとめに携わる。

小島正美 氏

毎日新聞社 生活報道部編集委員。消費者課題、並びにコミュニティ分野に関する編集委員。

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。

※ご講評・所属・役職名は、表彰時のものです。

### 1. CSR大賞の総評

【田中宏司 氏】

現代の企業は、社会の持続的発展に貢献することが求められている。CSR大賞の4案件は、それぞれ斬新なアイデアと関係者の熱き思いが結実したもので、伊藤園と協働先が一体になり、伊藤園の本業に根差した取組みとして、社会に新たな価値を創造していると評価できる。

【小島正美 氏】

本業を生かしながら、地域の課題を解決していくという姿が理想的なCSR活動だといえるが、そのお手本のような活動が多く見られるようになった。地元の悩みに耳を傾けながら、その課題の解決に継続して当たれば、会社のブランドイメージはさらに上がる。お茶という日本文化を発信しながら、本業を生かせば、海外にもCSR活動は広がっていくのではないかと。

【影山摩子弥 氏】

本大賞も創設から5年を迎え、幅広く価値の創出が期待できる「地域」を視野に入れた取組みや感性に訴えかける工夫が見られ、進化を遂げています。今後は、個々の社員の発案をダイレクトに吸い上げたり、社員の帰属意識への影響を検証したりするしくみを作るとよいでしょう。

### 2. それぞれの取組みについて

#### <<CSR大賞>>

#### ① 【伊藤園グループ×廿日市市×地元菓子企業】世界遺産（宮島）での総合的協働活動

【田中宏司 氏】

宮島の環境保全活動と宮島からの日本文化発信を軸にして、伊藤園の企業ブランドイメージの向上、大茶会による和 문화発信と、当社の特性を生かした総合的協働活動として見事である。

【小島正美 氏】

本業を生かした社会貢献活動の取組みとして評価できる。外国人観光客への訴求は新しい情報発信として今後の活動に期待できそうだ。

【影山摩子弥 氏】

広く価値を共有できる地域課題への取組みであること、大茶会・環境・新俳句という3つの仕掛けのシナジー効果が期待できること、地域主体を結びつける役割を果たしていることが評価できます。

#### ② 【陶炎祭×伊藤園】笠間市の振興と防災への貢献

【田中宏司 氏】

笠間の陶炎祭に協力して、伊藤園ならではの茶会の大茶会の開催や災害対応自動販売機の実演を継続することで、地域の活性化と防災強化を促進し、地域の問題解決に大いに貢献した。

【小島正美 氏】

地域がかかえる防災という課題を、本業を生かして解決できる点を示したところが大きな魅力だ。「継続は力なり」といわれるが、8年間も継続しているのも、地域密着型貢献として評価したい。

【影山摩子弥 氏】

陶芸は、茶器を含むことからお茶とのストーリー性が高く、参加に無理がありません。防災は平時の取組みが重要です。災害対応自動販売機の実演は、地域防災意識の向上にも資すると言えます。

### ③ **【北海道とうきび茶】 北海道の地産地消応援飲料の開発・販売**

**【田中宏司 氏】**

「地元である北海道に貢献できる商品売りたい」との営業現場の熱き思いが、結実したもので、伊藤園、協働先、社会にとり価値のある素晴らしいCSV事例である。

**【小島正美 氏】**

地産地消で地域を活性化させるアイデアは多いが、それを見事に成功させた好例だ。地元の経済を活性化させるという形で本業を生かすのも、CSR活動のひとつだというお手本になるような気がする。

**【影山摩子弥 氏】**

新商品の開発を通して、地域産業を積極活用している点、地産地消による地域アイデンティティの醸成に寄与している点が評価できます。あえて北海道限定にした戦略もよいです。

### ④ **【広報部×農業技術部】 CSRを活用したIR活動**

**【田中宏司 氏】**

伊藤園のCSR活動について、企業訪問ツアーの実施により、ファンのお客様の理解が促進され、IR活動を通じて、当社グループのファン拡大と企業価値を著しく向上させた。

**【小島正美 氏】**

投資家にCSR活動を見てもらうという非常にユニークな活動だ。これもCSR活動のひとつかと思われそうだが、新しい形のCSR活動を示した格好になる。

**【影山摩子弥 氏】**

「五感に響く」ことを意識し、見て感じてもらう工夫がされており、CSRが感性主義の戦略であることが理解されています。背景にある個別IR訪問も、接触による伝達という意味で非常に良いです。

### **<<CSR賞 優秀賞>>**

#### **【スポーツ×伊藤園】 スポーツ応援型自販機の推進**

**【田中宏司 氏】**

伊藤園のスポーツ支援を、スポーツ応援型自販機網として提案し実施したことは、地元スポーツの振興と地元密着企業として発展することに、貢献している。

**【小島正美 氏】**

自動販売機を生かしたCSR活動の本領発揮といった格好だ。この形の貢献なら、あちこちに広めることが可能だ。ここで継続した成果を全国に普及させてほしい。

**【影山摩子弥 氏】**

スポンサー企業等への自動販売機導入という成果に加え、地域アイデンティティの醸成に寄与する地域志向のスポーツチームを寄付先とすることで、CRMの効果が期待できる点が評価できます。