2017年4月期
決算説明会資料

2017年6月 株式会社 伊藤園

伊藤園
自然が好きです。
飲料市場の動向

当社・飲料市場の販売数量動向

資料: 伊藤園 期間: 2016年5月〜2017年4月

飲料市場の推移

国内飲料市場の動向

飲料市場のトピックス（2016年）

①日本茶飲料市場
→ 好調（緑茶、ブレンド茶、むぎ茶）

②コーヒー飲料市場
→ 堅調（ボトル缶が牽引）

③野菜飲料市場
→ 復調（トマト飲料が大幅プラス）
実績（2017年4月期）

■ 業績サマリー（連結・単独）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期実績</th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>465,579 100.0%</td>
<td>475,866 100.0%</td>
<td>2.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>売上総利益</td>
<td>218,818 47.0%</td>
<td>226,170 47.5%</td>
<td>3.4%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>連結</th>
<th>独立</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>販売手数料</td>
<td>77,574 16.7%</td>
<td>79,034 16.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>広告宣伝費</td>
<td>11,056 2.4%</td>
<td>12,937 2.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>運送費</td>
<td>12,184 2.6%</td>
<td>12,940 2.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>減価償却費</td>
<td>13,988 3.0%</td>
<td>10,312 2.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>販売費及び一般管理費</td>
<td>201,574 43.3%</td>
<td>204,395 43.0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>連結</th>
<th>独立</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>営業利益</td>
<td>17,243 3.7%</td>
<td>21,774 4.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>経常利益</td>
<td>15,074 3.2%</td>
<td>21,524 4.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>特別損益</td>
<td>△ 148 -</td>
<td>△ 801 -</td>
</tr>
<tr>
<td>当期純利益</td>
<td>8,615 1.9%</td>
<td>13,693 2.9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

■ 連結子会社の状況

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期実績</th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>米国事業</td>
<td>31,741 100.0%</td>
<td>30,469 100.0%</td>
<td>-4.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>タリーズコーヒー</td>
<td>27,751 100.0%</td>
<td>30,268 100.0%</td>
<td>9.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>チチヤス</td>
<td>13,890 100.0%</td>
<td>14,621 100.0%</td>
<td>5.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>国内関連子会社</td>
<td>2,106 100.0%</td>
<td>1,947 100.0%</td>
<td>-7.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>海外関連子会社</td>
<td>4,438 100.0%</td>
<td>4,393 100.0%</td>
<td>-1.0%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

■ 売上総利益（単独）増減要因

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期実績</th>
<th>2017年4月期実績</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>売上増による影響</td>
<td>53億円</td>
<td>30億円</td>
</tr>
<tr>
<td>製品構成の変化等</td>
<td>2億円</td>
<td>5億円</td>
</tr>
<tr>
<td>原料・資材等</td>
<td>4億円</td>
<td>12億円</td>
</tr>
</tbody>
</table>

為替レート（米ドル）：119.3円（期中平均）
### 2018年4月期 計画

#### 業績サマリー（連結・単独）（単位: 百万円）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>2018年4月期計画</th>
<th>構成比</th>
<th>対前期増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>475,866</td>
<td>492,500</td>
<td>100.0%</td>
<td>3.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>売上総利益</td>
<td>226,170</td>
<td>232,500</td>
<td>47.2%</td>
<td>2.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>販売手数料</td>
<td>79,034</td>
<td>80,119</td>
<td>16.3%</td>
<td>1.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>広告宣伝費</td>
<td>12,937</td>
<td>13,229</td>
<td>2.7%</td>
<td>2.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>運送費</td>
<td>12,940</td>
<td>13,166</td>
<td>2.7%</td>
<td>1.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>減価償却費</td>
<td>10,312</td>
<td>10,852</td>
<td>2.2%</td>
<td>5.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>販売費及び一般管理費</td>
<td>204,395</td>
<td>209,900</td>
<td>42.6%</td>
<td>2.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>結</td>
<td>営業利益</td>
<td>21,774</td>
<td>22,600</td>
<td>4.6%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>経常利益</td>
<td>21,524</td>
<td>22,000</td>
<td>4.5%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>特別損益</td>
<td>△ 801</td>
<td>△ 325</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>当期純利益</td>
<td>13,693</td>
<td>14,000</td>
<td>2.9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### 連結子会社の状況（単位: 百万円）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>2018年4月期計画</th>
<th>対前期増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>米国事業</td>
<td>30,469</td>
<td>34,596</td>
<td>13.5%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1,687</td>
<td>2,003</td>
<td>18.8%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>281,268千ドル</td>
<td>314,562千ドル</td>
<td>11.8%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>15,573千ドル</td>
<td>18,215千ドル</td>
<td>17.0%</td>
</tr>
<tr>
<td>タリーズコーヒー</td>
<td>30,268</td>
<td>32,300</td>
<td>6.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>3,130</td>
<td>3,250</td>
<td>3.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>チチヤス</td>
<td>14,621</td>
<td>15,600</td>
<td>6.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>300</td>
<td>370</td>
<td>22.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>国内関連子会社</td>
<td>58,588</td>
<td>55,881</td>
<td>-4.6%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>1,947</td>
<td>1,553</td>
<td>-20.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>海外関連子会社</td>
<td>4,393</td>
<td>4,516</td>
<td>2.8%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>538</td>
<td>496</td>
<td>-7.7%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>△ 34,307</td>
<td>△ 31,393</td>
<td>-</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>△ 1,476</td>
<td>△ 1,573</td>
<td>-</td>
</tr>
</tbody>
</table>

#### 為替レート（米ドル）

|  | 108.4円 | 110円（期中平均） |

#### 売上総利益（単独）増減要因

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>2018年4月期計画</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>売上増による影響</td>
<td>30億円</td>
<td>43億円</td>
</tr>
<tr>
<td>製品構成の変化等</td>
<td>5億円</td>
<td>2億円</td>
</tr>
<tr>
<td>原料・資材等</td>
<td>12億円</td>
<td>△ 9億円</td>
</tr>
<tr>
<td>重点テーマ</td>
<td>取り組み</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>------------</td>
<td>---------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>マーケットシェアの向上</td>
<td>•「お〜いお茶」を中心とした主力ブランドの販売強化&lt;br&gt;•訪問の強化&lt;br&gt;•新規顧客の獲得&lt;br&gt;•デジタルマーケティング、ダイレクトコミュニケーションの強化</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>利益率の向上</td>
<td>•生産性の向上&lt;br&gt;•販売手数料、販売協賛金の管理強化&lt;br&gt;•総コストの削減</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>北米を中心に2桁成長</td>
<td>•「お〜いお茶」ブランドの展開強化&lt;br&gt;•グローバルブランドを中心としたリーフ販売の強化</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>グループシナジーの拡大</td>
<td>•「ITO EN」ブランドの拡大&lt;br&gt;•積極的な人事交流による現地スタッフとの連携強化</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>収益性、資本効率の向上&lt;br&gt;安定的な株主還元</td>
<td>•収益改善に向けた取り組みの継続&lt;br&gt;•総還元性向40%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>持続的なコミュニティー持続可能な生産と消費レガシーの創造</td>
<td>•本業を活かした社会活動&lt;br&gt;•安定した原料調達と品質&lt;br&gt;•お茶文化の訴求</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
連結貸借対照表
（前年同月比較）

(単位: 百万円)

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年</th>
<th>2017年</th>
<th>増減</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>流動資産</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>現金及び預金</td>
<td>53,259</td>
<td>64,202</td>
<td>10,942</td>
</tr>
<tr>
<td>売上債権・棚卸資産</td>
<td>88,609</td>
<td>92,577</td>
<td>3,967</td>
</tr>
<tr>
<td>有形固定資産</td>
<td>81,018</td>
<td>83,039</td>
<td>2,020</td>
</tr>
<tr>
<td>土地</td>
<td>20,644</td>
<td>21,587</td>
<td>942</td>
</tr>
<tr>
<td>リース資産</td>
<td>29,154</td>
<td>27,889</td>
<td>△ 1,265</td>
</tr>
<tr>
<td>その他</td>
<td>31,219</td>
<td>33,562</td>
<td>2,342</td>
</tr>
<tr>
<td>無形固定資産</td>
<td>27,154</td>
<td>24,454</td>
<td>△ 2,700</td>
</tr>
<tr>
<td>のれん</td>
<td>20,179</td>
<td>18,371</td>
<td>△ 1,807</td>
</tr>
<tr>
<td>投資その他資産</td>
<td>20,012</td>
<td>20,254</td>
<td>242</td>
</tr>
<tr>
<td>資産合計</td>
<td>287,702</td>
<td>302,405</td>
<td>14,703</td>
</tr>
</tbody>
</table>

|                        |        |        |      |
| 流動負債                |        |        |      |
| 買掛金等               | 33,353 | 33,061 | △ 291 |
| 短期借入金             | 1,801  | 2,364  | 563  |
| 1年以内償還予定の社債   | 20,000 | -      | △ 20,000 |
| リース債務             | 10,442 | 8,995  | △ 1,447 |
| 未払法人税等           | 3,945  | 4,490  | 544  |
| 固定負債               | 59,729 | 84,135 | 24,405|
| 社債                   | -      | 10,000 | 10,000|
| 長期借入金             | 29,653 | 47,433 | 17,779|
| リース債務             | 16,630 | 13,468 | △ 3,162|
| 負債合計               | 160,486| 165,696| 5,209 |
| 純資産合計             | 127,215| 136,709| 9,493 |

連結キャッシュ・フローの推移

■トピックス

主な設備投資
- 2016年6月 「抹茶工場」を新設（伊藤園 静岡相良工場内）
- 2016年9月 「神戸工場」を新設（兵庫県神戸市）

第2回無担保社債発行（2017年2月）
- 発行総額 100億円
- 未発行 300億円
- 資金使途 社債償還資金
- 格付の状況 シングルA＋

自己株式の取得実施
- 取得した株式の種類 第一種優先株式
- 取得した株式の総数 341,500株
- 株式の取得価額の総額 7億円
- 取得期間 2017年2月～3月

設備投資額 4,888 3,731 8,603 8,135 13,477
減価償却費 4,204 4,568 5,203 5,418 6,376
リース償却費 10,936 11,085 10,872 7,051 7,065
リース債務（返済） △ 12,456 △ 12,143 △ 11,236 △ 10,361 △ 8,793

'14/4 '15/4 '16/4 '17/4 '18/4 計画
伊藤園のブランド戦略
カテゴリー別販売実績・計画（単独）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期実績</th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>2018年4月期計画</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>構成比</td>
<td>前期比増減率</td>
<td>構成比</td>
</tr>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>365,276</td>
<td>100.0%</td>
<td>3.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>茶葉（リーフ）</td>
<td>32,468</td>
<td>8.9%</td>
<td>4.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>飲料（ドリンク）</td>
<td>329,455</td>
<td>90.2%</td>
<td>3.1%</td>
</tr>
<tr>
<td>他</td>
<td>3,351</td>
<td>0.9%</td>
<td>2.9%</td>
</tr>
<tr>
<td>日本茶・健康茶</td>
<td>181,126</td>
<td>49.6%</td>
<td>4.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>中国茶</td>
<td>17,483</td>
<td>4.8%</td>
<td>6.4%</td>
</tr>
<tr>
<td>野菜</td>
<td>42,931</td>
<td>11.7%</td>
<td>-2.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>果実</td>
<td>10,933</td>
<td>3.0%</td>
<td>-18.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>コーヒー</td>
<td>41,143</td>
<td>11.3%</td>
<td>21.2%</td>
</tr>
<tr>
<td>紅茶</td>
<td>6,082</td>
<td>1.7%</td>
<td>-42.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>機能性</td>
<td>6,918</td>
<td>1.9%</td>
<td>28.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>ミネラルウォーター</td>
<td>9,312</td>
<td>2.5%</td>
<td>14.6%</td>
</tr>
<tr>
<td>炭酸</td>
<td>9,751</td>
<td>2.7%</td>
<td>-3.3%</td>
</tr>
<tr>
<td>その他</td>
<td>3,772</td>
<td>1.0%</td>
<td>-13.9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

（単位：百万円）
ブランド戦略

1. 「お〜いお茶」を中心とした主力ブランドの販売強化
2. 茶葉（リーフ）とドリンクの連動販売

リーフ
- 茶葉
  - お茶の啓発活動で需要拡大
- ティーバッグ
  - バラエティー展開で導入促進
- インスタント
  - 生活スタイルの変化に対応

ドリンク主カブランド
- お〜いお茶
  - フルラインアップでマーケットシェア向上
- 健康ミネラルむぎ茶
  - カフェインゼロ、ミネラル訴求で伸ばす
- 1日分の野菜
  - 栄養価値訴求の強化で、飲用促進
- TULLY'S COFFEE
  - ラインアップ拡充でさらなるブランド強化

メガブランド
- お〜いお茶 3,000万ケース超（年間）

メジャーブランド
- TULLY'S COFFEE 1,000万ケース超（年間）
市場概況（2016年）
金額ベースの市場規模は前年比2%減と推計
簡便性市場は引き続き、伸長

販売戦略
売り場占有率のアップ
・リーフとドリンクの連動売り場展開
需要の喚起と創造
・豊富なラインアップ、商品形態
・オリジナル急須、水出しポットの提供
「お茶の伊藤園」ならではの販売提案力の強化
・ティーテイスター保有社員による啓発活動

トピックス
「伊藤園ティーテイスター社内検定」
社内資格制度「ティーテイスター制度」（1994年〜）が2017年3月24日に、厚生労働省の「社内検定認定制度」認定第1号（※）になりました。

緑茶リーフ市場の推移

ドリンクとの連動販売
氷水出しの提案で夏場のリーフ需要を喚起

※ 平成28年度改正後
お～いお茶①

■市場概況（2016年）
市場活性化に伴い、拡大トレンド

■ブランド戦略
マインドシェアNo.1
フルラインアップでマーケットシェアを向上させる

■トピックス
累計販売数量 300億本 突破（※1）
新・「お～いお茶」
・品質 茶葉から製品までの鮮度感
・味 まろやかで、クリアな旨み
・デザイン 新・竹筒ボトル、英語表記を追加

緑茶飲料市場の推移

茶系飲料No.1ブランド（※2）

※1 2017年5月時点・500mlペットボトル換算
※2 伊藤園調べ・2016年1〜12月
ブランドスローガン
「お～いお茶」を世界へ

長期目標
年間販売数量
1億ケース

累計販売数量
300億本突破（※2）

「お～いお茶」ブランド
誕生

新俳句大賞スタート

世界初「缶入り煎茶」発売（※1）

1985

1989

1996

2006

2011

2017

累計販売数量
200億本突破（※2）

累計販売数量
100億本突破（※2）

PET500ml発売

1984年発明
※2 500mlペットボトル換算
■市場概況（2016年）
むぎ茶が引き続き伸長し、ブレンド茶は復調

■ブランド戦略
カフェインゼロ、ミネラル訴求でさらに伸ばす
通年商品としての売り場展開力の強化
・業界トップの多容器展開（※）
・リーフとドリンクの連動売り場展開

■トピックス
3,000万ケース突破（※）、4年連続2桁増
ノンカフェイン茶系飲料No.1ブランド（※）
1日分の野菜、その他野菜飲料

■市場概況（2016年）
野菜100％飲料が堅調に推移し、復調
特に、トマト飲料が市場を牽引

■ブランド戦略
トータルマーケティングによる栄養価値訴求
試飲販売、レシピ提案等での飲用促進

■1日分の野菜
野菜100％飲料No.1ブランド（※）

■充実野菜
2017年9月で発売25周年

学校給食プログラム
（レッドカップキャンペーン）
・「充実野菜」（大型PET）の購入
・SNSに赤いコップで飲んでいる写真の投稿
⇒販売金額の一部をWFPに寄付

理想のトマト
リコピン30mg含有
（砂糖・食塩無添加）

毎日1杯の青汁
国産大麦若葉をはじめ
6つの健康素材を使用

資料: 伊藤園 市場: 1～12月、伊藤園: 5～4月

伊藤園調べ・2016年1月～12月
■市場概況（2016年）
市場規模は、前年比1%増の9,510億円と推計
ボトル缶市場が引き続き、好調に推移

■ブランド戦略
ラインアップの拡充でさらなるブランド強化を図る
タリーズのバリスタによる「タリーズクオリティ」の追求
・こだわりのコーヒー原料を監修
ショップ連動キャンペーンの実施

■トピックス
タリーズブランド飲料発売10周年
ブラックのみで1,000万ケース突破（※）
主要事業の概況
タリーズコーヒー フェーズンダ ピーベリー

「ピーベリー」を使用

創業20周年記念商品を順次発売

希少なコーヒー豆「ピーベリー」を使用

記念復刻メニュー（ホットベーグルサンド）
チチヤス株式会社

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期実績</th>
<th>前期比増減率</th>
<th>2017年4月期実績</th>
<th>前期比増減率</th>
<th>2018年4月期計画</th>
<th>前期比増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>13,890</td>
<td>5.3%</td>
<td>14,621</td>
<td>5.3%</td>
<td>15,600</td>
<td>6.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>営業利益</td>
<td>253</td>
<td>188.4%</td>
<td>300</td>
<td>18.8%</td>
<td>370</td>
<td>22.9%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

（単位：百万円）

チチヤスの概況

ヨーグルト発売100周年
- 日本で初めてヨーグルトを発売した老舖企業として、「安全・安心・美味しい・健康」を追求

初のアンテナショップオープン
- 記念事業としてアンテナショップを初出店
- 地元の皆様にチチヤスブランドを訴求

ヨーグルト発売100周年
- クラシックヨーグルト、低糖ヨーグルトをリニューアル

新商品
- 無添加ハニーヨーグルト
- 広島東洋カープコラボ飲料

トピックス
- アンテナショップ「CHICHI YASU」オープン
- 日本初のヨーグルト（1917年）
### 海外事業①

※連結消去前（単位:百万円）

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2016年4月期 実績</th>
<th>前期比増減率</th>
<th>2017年4月期 実績</th>
<th>前期比増減率</th>
<th>2018年4月期 計画</th>
<th>前期比増減率</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>米国事業計</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>31,741</td>
<td>169.0%</td>
<td>30,469</td>
<td>-4.0%</td>
<td>34,596</td>
<td>13.5%</td>
</tr>
<tr>
<td>264,929千ドル</td>
<td></td>
<td></td>
<td>281,268千ドル</td>
<td>6.2%</td>
<td>314,562千ドル</td>
<td>11.8%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>アジア・豪州 事業計</strong></td>
<td>4,438</td>
<td>31.3%</td>
<td>4,393</td>
<td>-1.0%</td>
<td>4,516</td>
<td>2.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>売上高</td>
<td>36,180</td>
<td>138.3%</td>
<td>34,863</td>
<td>-3.6%</td>
<td>39,112</td>
<td>12.2%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>米国事業計</strong></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>営業利益</td>
<td>1,581</td>
<td>802.4%</td>
<td>1,687</td>
<td>6.7%</td>
<td>2,003</td>
<td>18.8%</td>
</tr>
<tr>
<td>13,206千ドル</td>
<td></td>
<td></td>
<td>15,573千ドル</td>
<td>17.9%</td>
<td>18,215千ドル</td>
<td>17.0%</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>アジア・豪州 事業計</strong></td>
<td>275</td>
<td>107.5%</td>
<td>538</td>
<td>95.6%</td>
<td>496</td>
<td>-7.7%</td>
</tr>
<tr>
<td>営業利益</td>
<td>1,856</td>
<td>502.9%</td>
<td>2,225</td>
<td>19.9%</td>
<td>2,500</td>
<td>12.4%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

為替レート（米ドル）

- 2016年: 119.3円
- 2017年: 108.4円
- 2018年: 110円（期中平均）

■米国事業
: リーフ・ドリンク事業は、2桁の増収増益と好調に推移（現地通貨ベース）
: Distant Lands Trading Company, Inc（DLTC社）も堅調

■アジア・豪州事業
: 中国事業は、上海を中心に好調
: 豪州、東南アジア事業も順調に展開
: タイ、シンガポール黒字化（2017年4月）
海外事業②

海外展開の推移

米国
- ハワイ（1987～）
- ニューヨーク（2001～）
中国
- 福建省（1987～）
- 浙江省（1994～）
- 上海（2012～）
オセアニア
- オーストラリア（1994年～）
アジア
- 東南アジア（2012～）

■ 海外ブランド戦略
「お〜いお茶」ブランドの展開強化
・ラベルデザインの統一
・パッケージへの現地語表記
・リーフの販売強化
エリア特性に対応した商品展開

海外売上高比率

為替レート（米ドル）
'14/4 100.6円 '15/4 111.2円 '16/4 119.3円 '17/4 108.4円 '18/4 110円

米国事業計
アジア・豪州事業計
海外売上高比率

DLTC社連結化

ローカルブランド

米国
「matcha LOVE」展開
中国
「もぎ茶」が人気
長期ビジョン、中長期経営計画
「お茶で、世界を、笑顔に。」
そのために、私たちは「世界のティーカンパニー」を目指します

経営理念
お客様第一主義
中長期ビジョン
「世界のティーカンパニー」へ
国内総合飲料メーカー、新規事業領域への挑戦
お客様との接点の強化

一人ひとりが、いきいきと目標に挑戦し、
今いる「世界」で、お客様に笑顔を届ける。

ITO EN WAY
中長期経営計画

長期ビジョン「世界のティーカンパニー」

2018年 - 2022年

中長期経営計画

「世界のティーカンパニー」

1. 「お〜いお茶」と「ITOEN」のグローバル展開
2. 世界・国内緑茶市場No.1
3. 世界に通用するティーテイスターの育成

国内総合飲料メーカー、新規事業領域への挑戦

1. ブランド強化、新ブランドの育成
2. 総顧客数の拡大、国内収益基盤の強化
3. 新規事業への挑戦

2017年4月期 実績

連結売上高 4,758億円
ROE 10.5%
総還元性向 43.5%

2020年

2022年4月期 計画

6,000億円
10%以上
6,000億円
40%以上

お〜いお茶発売30周年（2019年2月）
東京オリンピック・パラリンピック
持続可能な開発目標（SDGs）を伊藤園CSR/CSVへ導入

ESGとSDGsの取り組み

「持続可能な開発目標（SDGs）」を伊藤園CSR/CSVへ導入

主なCSR目標（KPI）

<table>
<thead>
<tr>
<th>ESG分類</th>
<th>当社の主な項目</th>
<th>主に関連するSDGs</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>G</td>
<td>組織統治</td>
<td>コーポレート・ガバナンス</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>人権</td>
<td>人権の尊重</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>労働慣行</td>
<td>働きやすい職場環境づくり</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>公正な事業慣行</td>
<td>コンプライアンス</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>消費者課題</td>
<td>お客様満足</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>健康価値</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>教育・文化・世界遺産保全</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>茶産地育成事業</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>リサイクルの推進</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>地球温暖化防止</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>環境に配慮した製品開発</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>省エネルギー推進</td>
</tr>
</tbody>
</table>

※ロゴは国際連合センターによる
バリューチェーンにおけるESG

<table>
<thead>
<tr>
<th>調達</th>
<th>製造・物流</th>
<th>商品企画・開発</th>
<th>営業・販売</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>バリューチェーン管理</td>
<td>業務委託先管理</td>
<td>特許戦略・商標戦略</td>
<td>営業拠点管理</td>
</tr>
<tr>
<td>・展開茶産地</td>
<td>生産物流ブロック体制</td>
<td></td>
<td>地域の法令遵守</td>
</tr>
<tr>
<td>・生産農家の育成</td>
<td></td>
<td></td>
<td>ルートセールス</td>
</tr>
<tr>
<td>・全量取引</td>
<td></td>
<td></td>
<td>・地域密着型営業</td>
</tr>
<tr>
<td>G</td>
<td></td>
<td></td>
<td>ティーテイスター制度（※）</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>品質管理体制</td>
<td>商品開発力</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>S</td>
<td>・ブランド価値向上</td>
<td>・健康価値の提供</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>・消費者の安全・安心</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>（※）</td>
</tr>
<tr>
<td>E</td>
<td></td>
<td></td>
<td>地球温暖化防止</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>茶産地育成事業</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>・環境保全型農業の推進</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>省資源・省エネルギー生産</td>
<td>ECO容器</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>・NSシステム（※）</td>
<td>・アルミレス紙パック飲料容器</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

独自のバリューチェーンが生み出す共有価値

「世界を変える企業50社」の18位に選出

「茶産地育成事業」、「茶殻リサイクルシステム」等の取り組みが評価され、ビジネス誌「フォーチュン（FORTUNE）」の特集記事で、日本企業最高位の18位に選ばれました。（2016年9月1日号）

※ NS = Non-Sterilant（薬剤を使用しない）

©2016 Time Inc. All rights reserved.
FORTUNE September 1, 2016 issue
茶産地育成事業

事業の目的

・高品質な国産緑茶原料の安定調達
・生産農家の育成
・耕作放棄地の積極的な活用

契約栽培（1970年代～）

新産地事業（2001年～）

抹茶原料の取り組み

京都府、鹿児島県などで
抹茶原料（てん茶）の契約栽培を展開

茶産地育成事業の推移
（生産量および茶園面積）

緑茶（荒茶）の生産量の推移

抹茶リサイクルシステム

茶系飲料の製造時に出る茶殻を、資源に変わるリサイクルシステム

茶殻（年間約4.9万トン排出）

資料：伊藤園

荒茶生産量
伊藤園取扱量
伊藤園取扱比率（％）

89,300
100,000
18%
21%
27%
24%
24%
25%
25%
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%

89,300  957  1,034  1,226  1,401
18% 21%

85,000  84,800  83,500  79,500  80,200
27% 24% 24% 25% 25%

0% 10% 20% 30% 40% 50%

0 500 1,000 1,500 2,000 2,500 3,000 3,500 4,000
20,000 40,000 60,000 80,000

'14 '15 '16 '17

資料：伊藤園

生産量（トン）
茶園面積（ha）

'00 '05 '10 '13 '14 '15 '16

2,000 2,000 2,000 2,000 2,000
2,000 2,000 2,000 2,000

2,000 2,000 2,000 2,000 2,000
2,000 2,000 2,000 2,000

2,000 2,000 2,000 2,000 2,000
2,000 2,000 2,000 2,000

'00 '05 '10 '13 '14 '15 '16

計画

※既存産地の契約栽培を含む

長期目標
2,000ヘクタール

※一部、計画を含む
データ集
当資料は、あくまで伊藤園をより深く理解していただくためのものであり、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。
さらに当資料に記載されている市場などのデータ等におきましても、当社が信頼に足りかつ正確であると判断した情報に基づき作成しておりますが、将来の予測のみならず過去の部分も含めて、見直し等により予告なしに変更することがありますのでご注意ください。