

## お客様第一主義

お客様とは:

すべてのお客様を大切にすることが経営の基本である

消費者の皆様

株主の皆様

販売先の皆様

仕入先の皆様

金融機関の皆様

1. 業績
2. 部門別業績及び予測(単独)
3. 清涼飲料市場
4. 部門別販売動向と当社シェアの推移
5. 主力製品の育成 ブランドの強化
6. お～いお茶のポジションと戦略
7. 下期の営業政策 - ホットペット
8. 下期の営業政策 - その他
9. 営業展開
10. 北米における市場の創造
11. 中期計画

### < 参考資料 >

1. 主力製品の育成 製品ライフサイクル
2. 緑茶市場
3. 研究開発と生産
4. 営業

2002(平成14)年4月期 中間決算説明会資料

2001. 12



# 1. 業績

連結	中間期				通期			
	2001(平成13)年4月期 実績		2002(平成14)年4月期 実績		2001(平成13)年4月期 実績		2002(平成14)年4月期 予測	
	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率
売上高	102,810	10.1%	108,808	5.8%	192,709	10.8%	210,520	9.2%
営業利益	8,335	8.7%	8,502	2.0%	15,666	9.8%	16,420	4.8%
経常利益	8,118	9.2%	8,224	1.3%	15,068	9.3%	15,820	5.0%
当期利益	4,447	7.4%	3,867	-13.0%	8,017	22.8%	8,020	0.0%
E P S	97.53円		84.81円		175.79円		175.85円	

## 単独

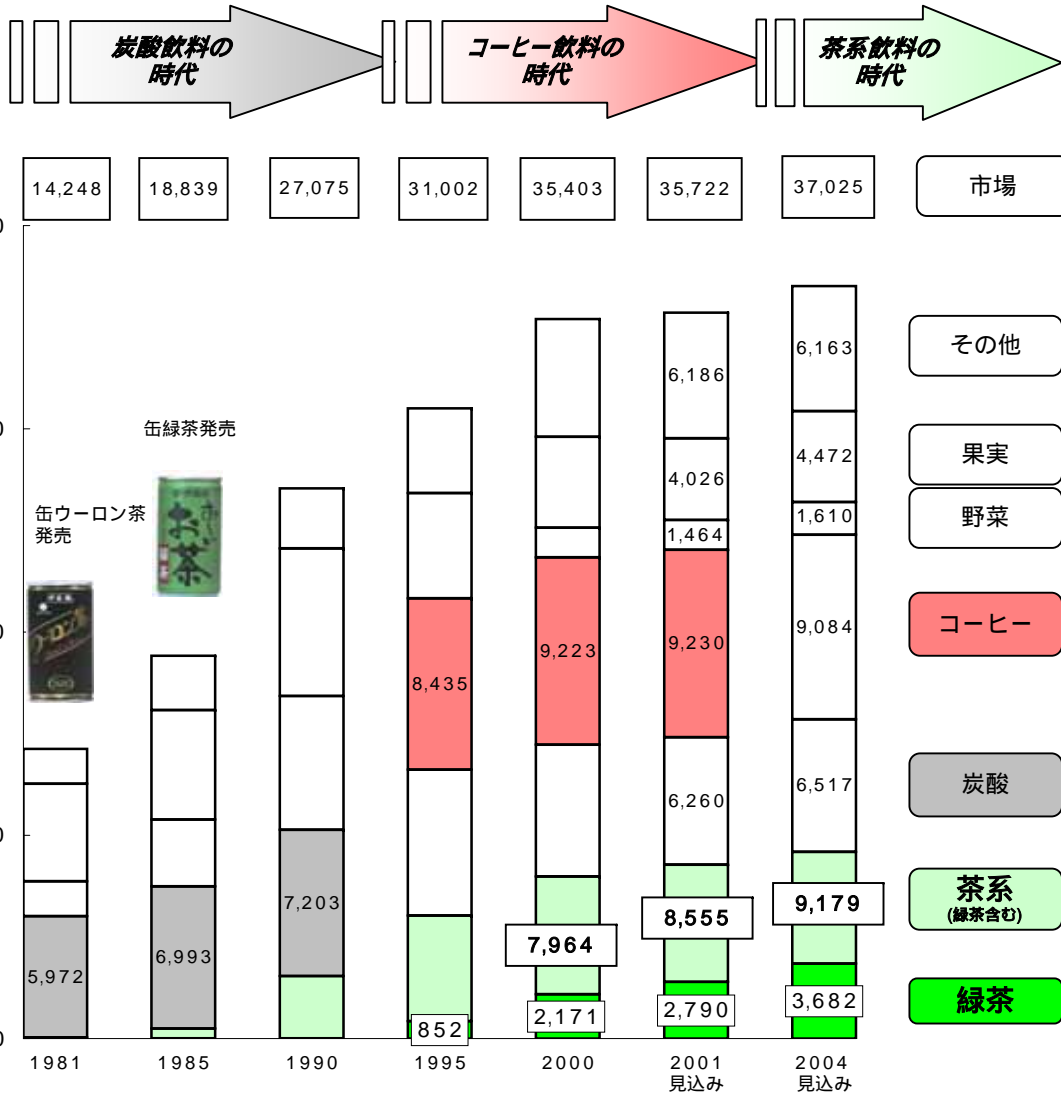
売上高	101,629	10.4%	107,393	5.7%	190,242	10.8%	207,500	9.1%
粗利益	49,785	17.1%	53,034	6.5%	92,950	13.5%	101,324	9.0%
販売手数料	10,113	26.9%	11,719	15.9%	19,606	27.9%	22,354	14.0%
広告宣伝費	4,916	57.1%	4,395	-10.6%	6,624	32.9%	6,357	-4.0%
運送費	4,281	17.5%	4,546	6.2%	7,465	15.7%	8,388	12.4%
営業利益	8,006	9.0%	8,458	5.7%	15,185	10.1%	16,500	8.7%
経常利益	7,822	9.8%	8,206	4.9%	14,598	9.6%	15,900	8.9%
特別損益	-69	-	-1,331	-	-185	-	-1,381	-
当期利益	4,332	8.6%	4,012	-7.4%	7,852	24.2%	8,300	5.6%
設備投資額	745	-	582	-	1,655	-	922	-
減価償却費	498	22.8%	552	10.7%	1,021	10.0%	1,116	9.2%
1株当たり配当金	17.5円		20円		40円		40円	
E P S	94.99円		87.98円		172.18円		181.99円	

## 2. 部門別業績及び予測(単独)

		中間期				通期			
		2001(平成13)年4月期 実績		2002(平成14)年4月期 実績		2001(平成13)年4月期 実績		2002(平成14)年4月期 予測	
		金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率
売上高		101,629	10.4%	107,393	5.7%	190,242	10.8%	207,500	9.1%
内 訳	茶葉(リーフ)	13,114	3.2%	13,190	0.6%	28,035	0.6%	28,568	1.9%
	飲料(ドリンク)	86,868	11.8%	92,706	6.7%	159,073	13.6%	175,428	10.3%
	他	1,645	-1.1%	1,496	-9.1%	3,134	-14.5%	3,503	11.8%
飲料 ( ドリンク)	日本茶	43,110	15.3%	48,400	12.3%	78,107	16.4%	87,353	11.8%
	中国茶	10,172	21.0%	9,557	-6.0%	17,257	14.8%	18,192	5.4%
	野菜	15,755	16.5%	15,844	0.6%	28,099	16.9%	30,306	7.9%
	果実	5,485	-17.6%	5,048	-8.0%	9,005	-2.7%	9,306	3.3%
	コ－ヒ－	6,040	15.2%	7,042	16.6%	13,316	14.8%	15,608	17.2%
	紅茶	2,119	-3.3%	2,620	23.6%	4,335	-3.1%	5,209	20.1%
	炭酸	1,801	7.8%	1,616	-10.3%	2,427	4.0%	2,375	-2.2%
	その他	2,383	-9.0%	2,576	8.1%	6,523	4.2%	7,075	8.5%
容 器 別	飲料販売数量	46,599千C/S	13.6%	50,869千C/S	9.2%	83,814千C/S	14.5%	95,290千C/S	13.7%
	缶	15,560千C/S	-2.1%	13,882千C/S	-10.8%	28,990千C/S	-6.0%	24,460千C/S	-15.6%
	P E T	28,728千C/S	24.8%	34,566千C/S	20.3%	51,093千C/S	31.7%	61,219千C/S	19.8%
	その他	2,311千C/S	9.3%	2,419千C/S	4.7%	3,729千C/S	5.7%	9,609千C/S	157.7%

### 3. 清涼飲料市場

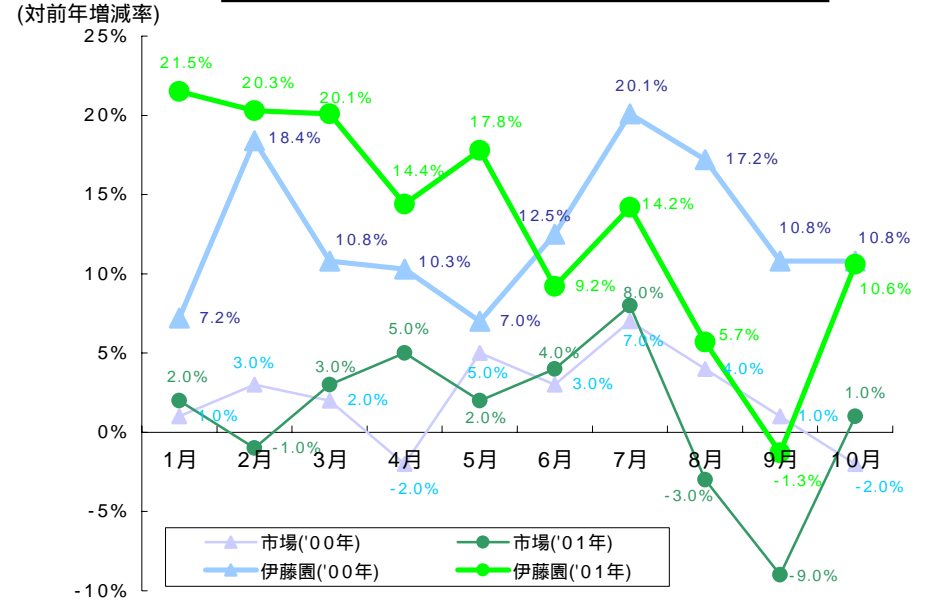
#### 清涼飲料市場推移



資料: 伊藤園  
 年度: 市場1~12月、伊藤園 5~4月

#### 当社及び市場の月次販売動向

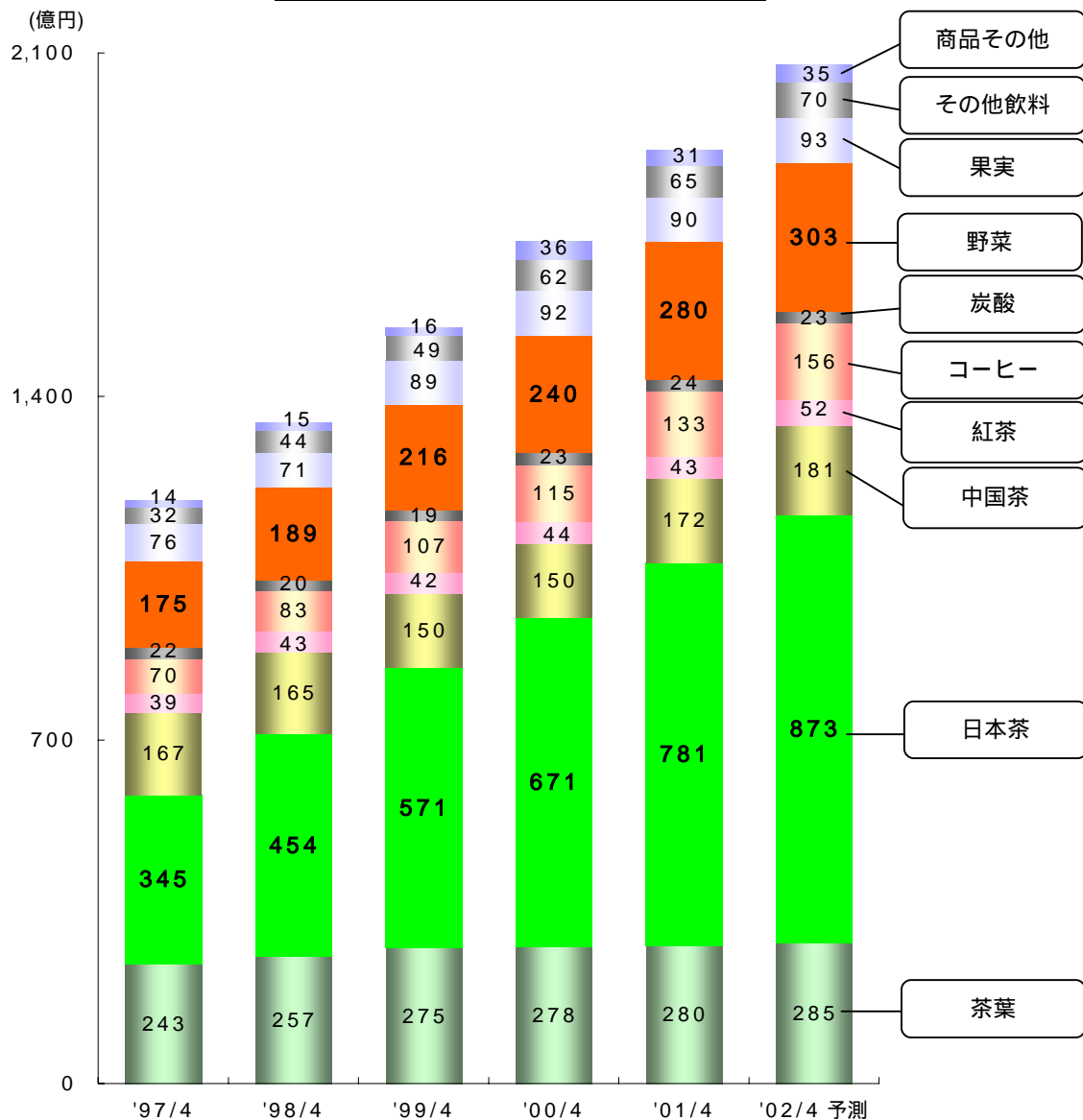
< 2001年、数量ベース >



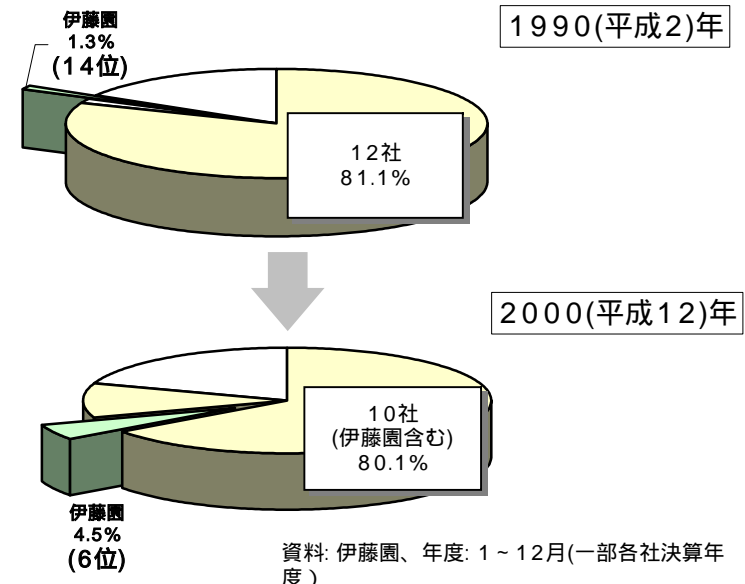
		'01/1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月
東京	平均最高気温前年差( )	-2.6	0.7	0.8	1.7	-1.1	0.5	1.3	-2.6	-2.7	0.4
	平均最低気温前年差( )	-2.4	0.8	1.1	1.2	0.0	1.1	0.9	-1.5	-2.0	-0.7
大阪	平均最高気温前年差( )	-2.5	1.6	0.5	1.3	-0.7	0.3	0.8	-1.4	-2.0	0.1
	平均最低気温前年差( )	-0.8	1.7	1.5	0.9	0.3	0.9	0.6	-0.8	-1.2	-0.4
福岡	平均最高気温前年差( )	-2.0	1.6	0.4	-0.1	0.3	0.1	-0.8	-0.1	0.0	0.4
	平均最低気温前年差( )	-0.8	1.7	0.9	0.4	1.5	1.0	-0.3	0.1	0.0	-0.1

## 4. 部門別販売動向と当社シェアの推移

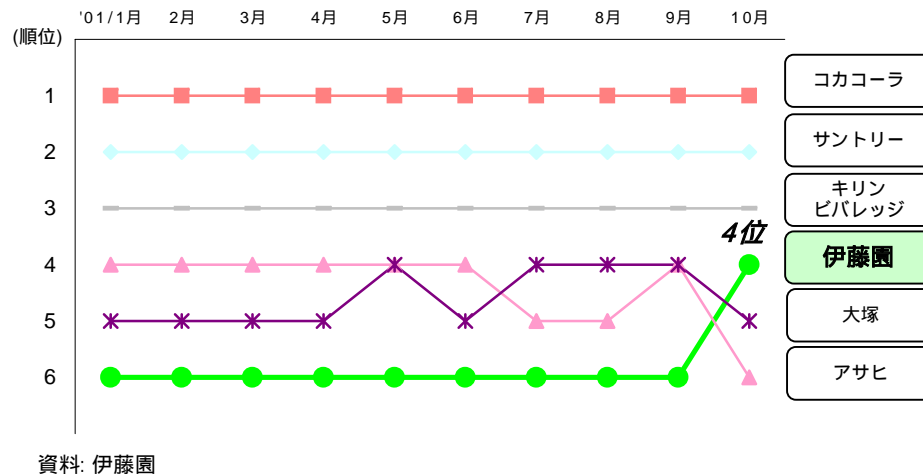
### 当社の部門別売上高推移



### 清涼飲料市場の80%を占めるメーカー数



### 2001年 月次販売順位 <数量ベース>



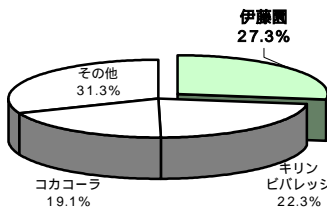
## 5. 主力製品の育成 ブランドの強化

		2001(平成13)年 4月期 中間実績	2001(平成13)年 4月期 通期実績	対前期比 増減率	2002(平成14)年 4月期 中間実績	対前期比 増減率	2002(平成14)年 4月期 通期予測	対前期比 増減率
お~いお茶	金額<億円>	358	689	14.8%	410	14.5%	778	13.0%
	数量<千ケース>	20,361	38,431	15.2%	23,397	14.9%	44,041	14.6%
充実野菜	金額<億円>	110	196	22.0%	108	-1.4%	205	4.4%
	数量<千ケース>	4,694	8,375	22.9%	4,704	0.2%	9,529	13.8%
花々緑茶 ジャスミン	金額<億円>	23	43	7.0%	26	11.9%	49	12.1%
	数量<千ケース>	1,240	2,312	7.8%	1,401	13.0%	2,609	12.8%
金の烏龍茶	金額<億円>	46	72	38.6%	33	-28.6%	62	-14.6%
	数量<千ケース>	2,404	3,783	41.3%	1,800	-25.1%	3,352	-11.4%
香り薫るむぎ茶 (リーフ+ドリンク)	金額<億円>	86	111	31.2%	88	2.7%	116	4.3%
	数量<千ケース>	4,635	5,886	35.3%	4,737	2.2%	6,110	3.8%

### 緑茶

緑茶飲料市場における  
販売シェア(2001年見込み)

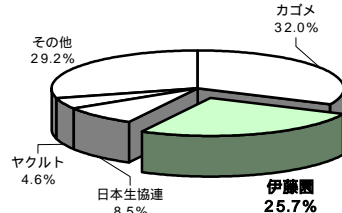
2,790億円



### 野菜

野菜(トマト・トマト野菜ジュースを除く)  
飲料市場における  
販売シェア(2001年見込み)

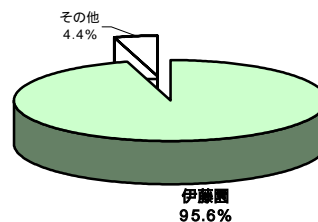
999億円



### ジャスミン茶

ジャスミン茶飲料市場における  
販売シェア(2001年見込み)

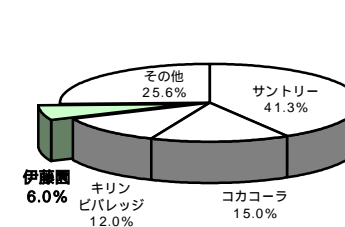
51億円



### ウーロン茶

ウーロン茶飲料市場における  
販売シェア(2001年見込み)

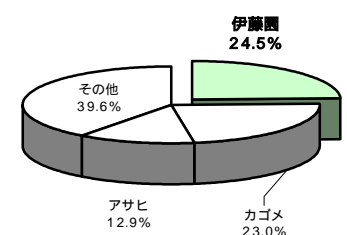
2,023億円



### 麦茶

麦茶飲料市場における  
販売シェア(2001年見込み)

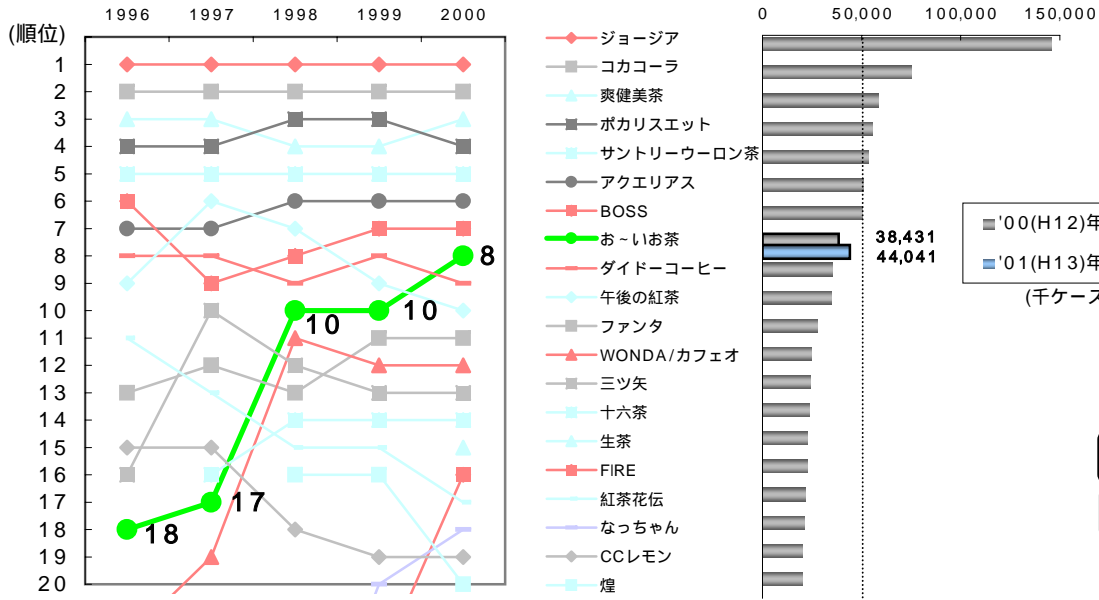
389億円



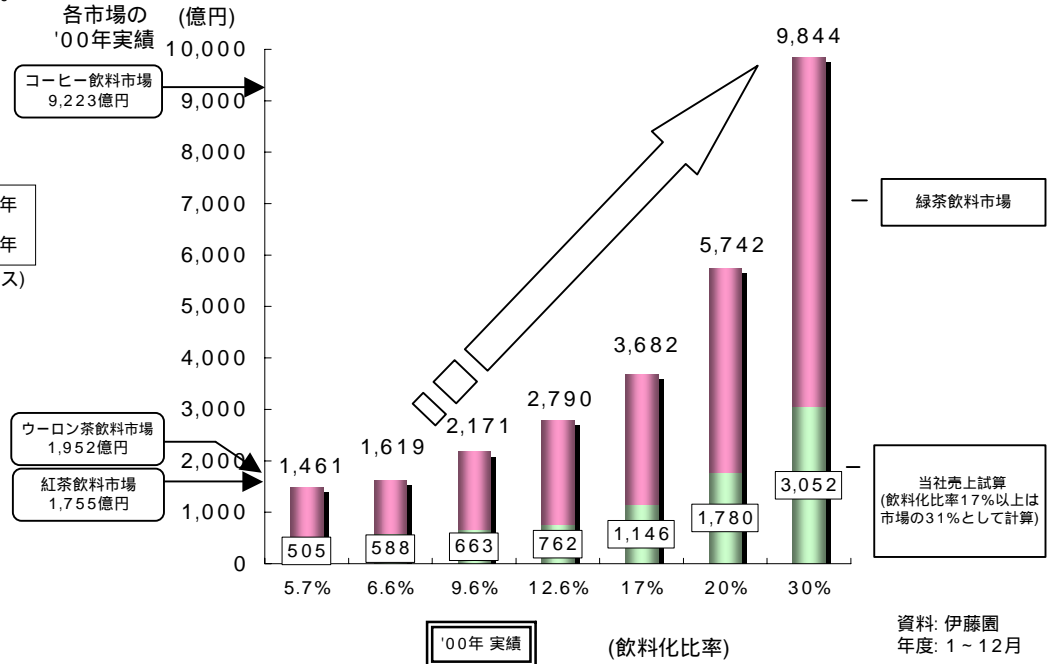
資料: 伊藤園、年度: 1~12月(一部各社決算年  
度)

## 6. お~いお茶のポジションと戦略

### ブランド別販売順位の推移(上位20ブランド)



### 緑茶飲料化比率の進展に伴う緑茶飲料市場の売上予測



資料: 伊藤園、年度: 市場 1~12月、伊藤園 5~4月

資料: 伊藤園  
年度: 1~12月

本物だから安心



本物だから季節を表現できる

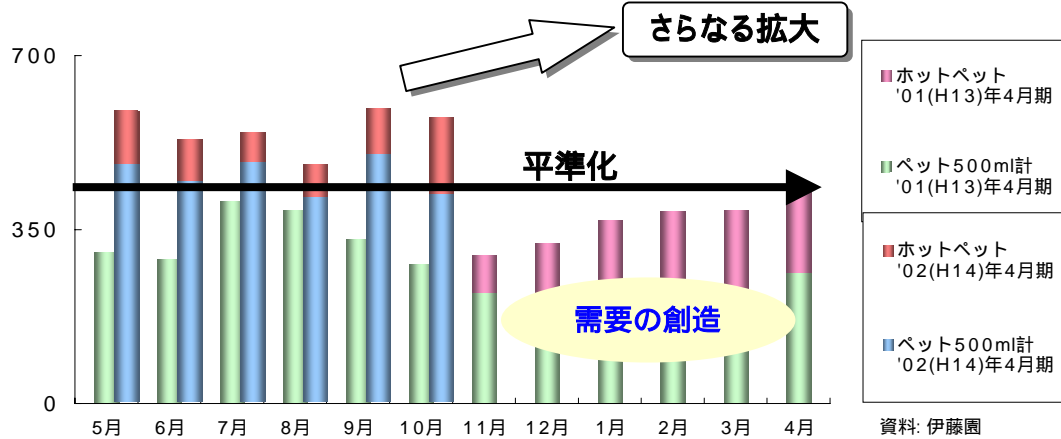


5000万ケース  
以上の  
メガブランドを目指す

## 7. 下期の営業政策 - ホットペット

### 世界に類のないホット飲料市場の創造

#### CVS1店当たり小型ペットボトル緑茶の月間販売数量動向



#### ホットペットの取り組み

夏季、冬季の売上の平準化

販売網の拡大

... ホットウォーマー2万台以上の新たな設置

ラインアップの強化

伊藤園だからできる高品質

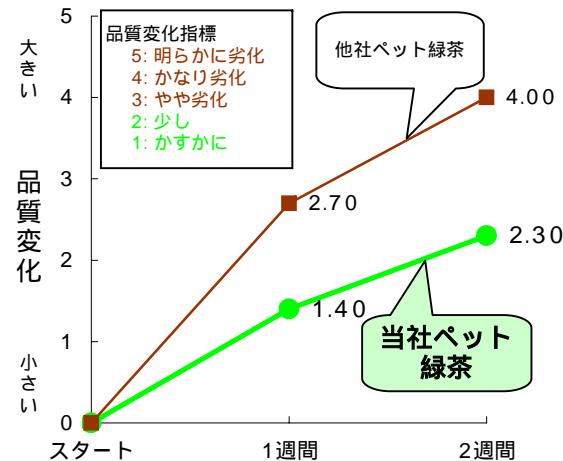
#### ホットペットの主要な新製品ラインアップ



#### ホット製品の品質変化 (55~60 保管)

ホット専用ボトル使用

特許「ナチュラル・クリアー製法」



#### ホットウォーマー





## 8. 下期の営業政策 - その他

### 野菜飲料

「充実野菜」、野菜系飲料No.1ブランドへ

野菜飲料のフルラインアップ化

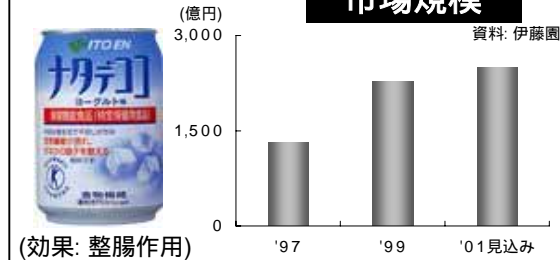
紙1L充実野菜、パウチ充実野菜

年間を通じた売場提案の実施

### 機能性健康飲料

特定保健用食品(\*1)の投入

市場規模



\*1 食品に含まれる特定成分の効果を動物実験、ヒト実験などの結果をもとに、メーカーがトクホ申請し、審査をへて厚生労働省が許可した食品。

\*2 厚生労働省が指定した栄養素(ビタミン12種類とミネラル2種類)を一定範囲の量で含む食品に対して栄養素の具体的な機能・効能を表示できる食品。

栄養機能食品(\*2)の投入

ビタミンフルーツ(オレンジ100%・アップル100%)

### 中国茶飲料

「花々緑茶ジャスミン」 「香り市場」の創造

ブランドの認知と購買層の拡大

「金の烏龍茶」 本物の証明

リニューアルによる巻き返し

金の烏龍茶・金の烏龍茶かがやき・鉄観音

### 自動販売機

コーヒー飲料のおいしさの拡大

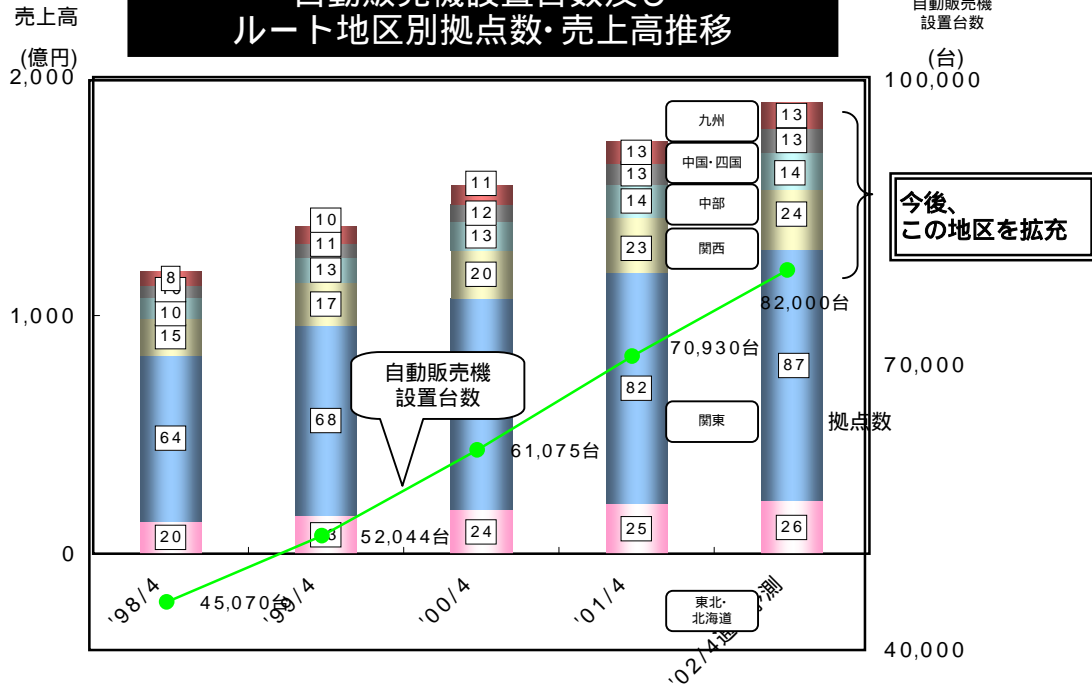
フード飲料の導入

紅茶飲料の定着と浸透

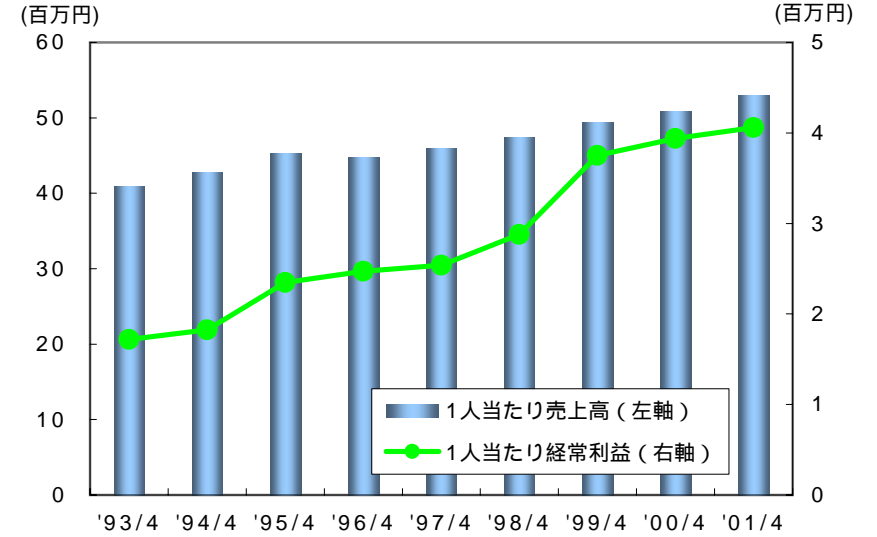
自動販売機10,000台以上の純増

# 9. 営業展開

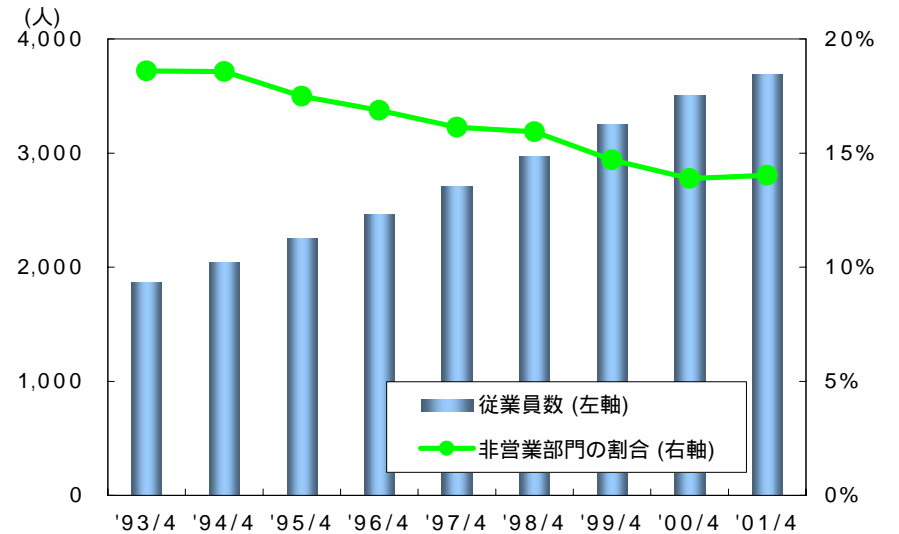
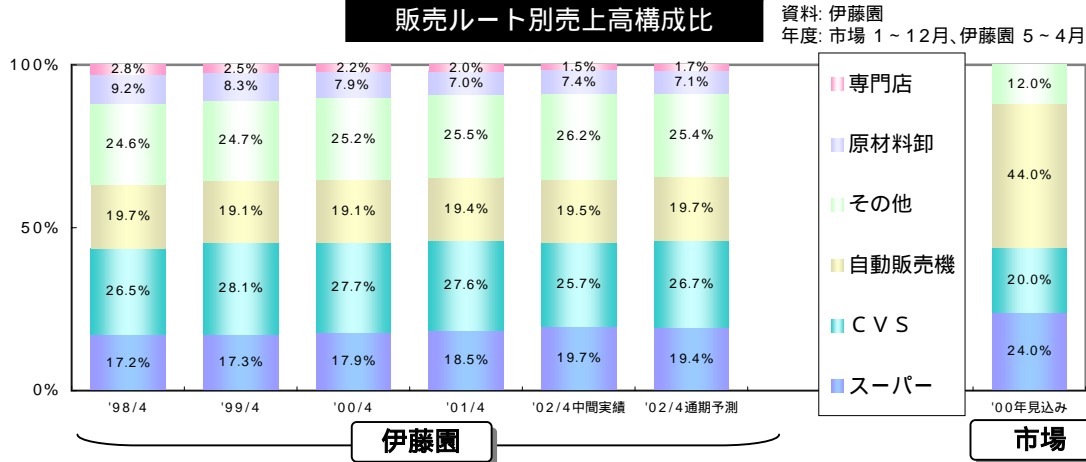
## 自動販売機設置台数及び ルート地区別拠点数・売上高推移



## 労働生産性の推移

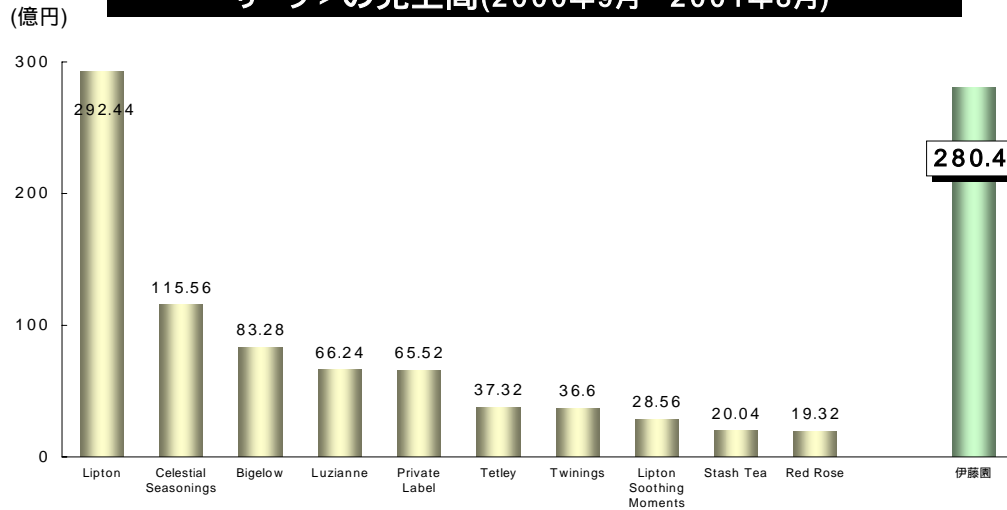


## 販売ルート別売上高構成比



## 10. 北米における市場の創造

米国におけるTea Brandトップ10 <ティーバッグ・リーフ>の売上高(2000年9月~2001年8月)



米国における緑茶飲料のメーカー別売上高(1999年9月~2000年8月)



資料: Information Resources, Inc. ACNielsen 伊藤園

注1: 1ドル = 120円で換算しております。

注2: 当社に関しては5~4月の売上高を記載しております。

### ニューヨークエリアにおける事業展開

- ・ 伊藤園ブランドの確立
- ・ 2005年4月期 単独黒字化達成

アンテナショップ ITO EN / レストラン KAI (会)  
 出店地: マンハッタン・アッパーイースト地区  
 マジソンアベニュー 69th Street  
 開店予定日: 2002年1月~

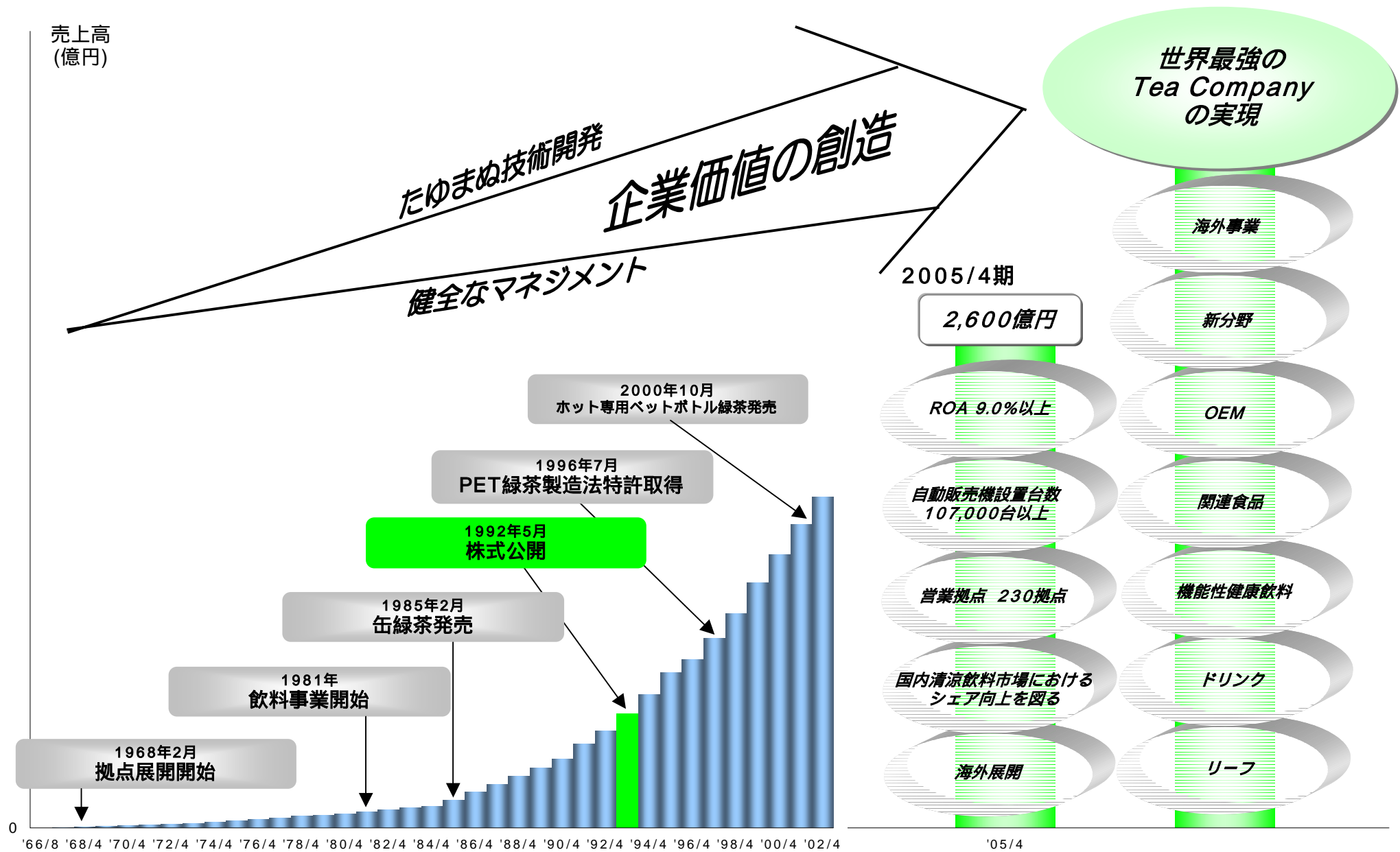
#### PET飲料製品の販売

- ・ 事例: エスティーローダーグループのオリジンズ・ナチュラル・リソーセス株式会社で飲料販売 (緑茶、ジャスミン茶、ウーロン茶の3品) 2001年8月~

オリジンズ: ニューヨーク、ロックフェラーセンター店



# 1 1. 中期計画

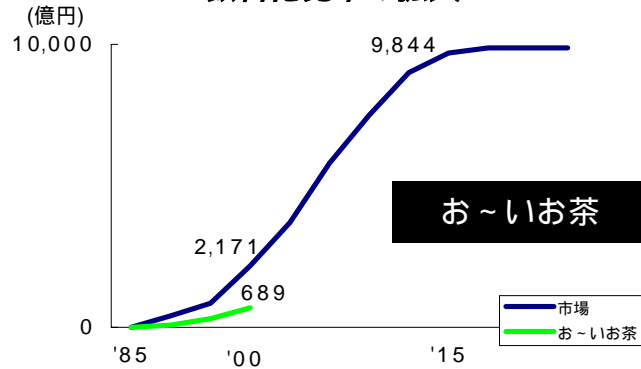


参考資料 - 1. 主力製品の育成 製品ライフサイクル

伊藤園が新たな市場を創造する

緑茶飲料市場

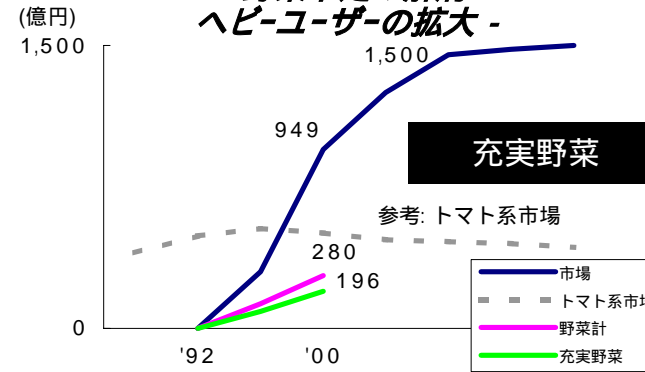
- 飲料化比率の拡大 -



野菜飲料市場

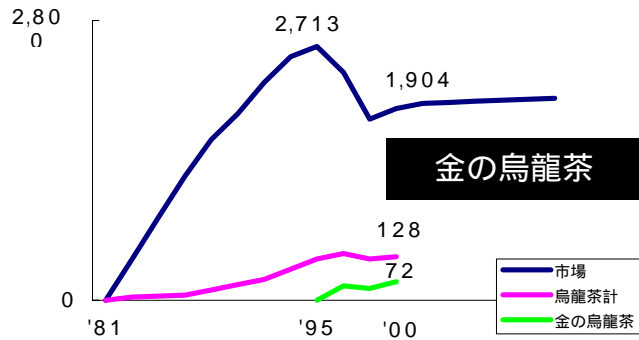
(トマト・トマト野菜ジュースを除く)

- 野菜不足の解消・ヘビ-ユ-ザ-の拡大 -



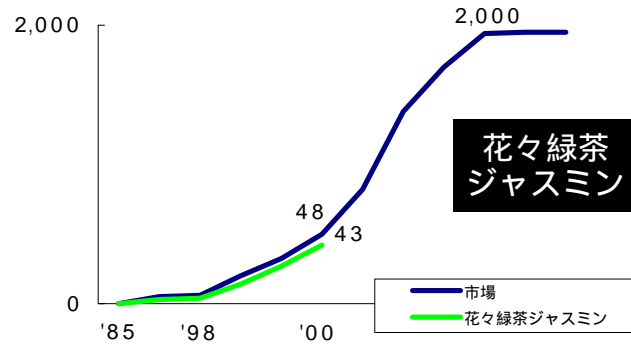
ウーロン茶飲料市場

- 本物への回帰 -



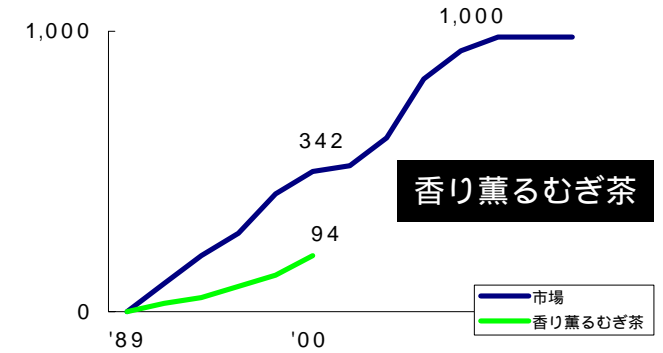
ジャスミン茶飲料市場

- 「香り市場」の創造 -



麦茶飲料市場

- 通年製品への拡大 -



資料: 伊藤園、年度: 市場1~12月、伊藤園: 5~4月  
注: このグラフは予測を基にして作成しております。

## 参考資料 - 2. 緑茶市場

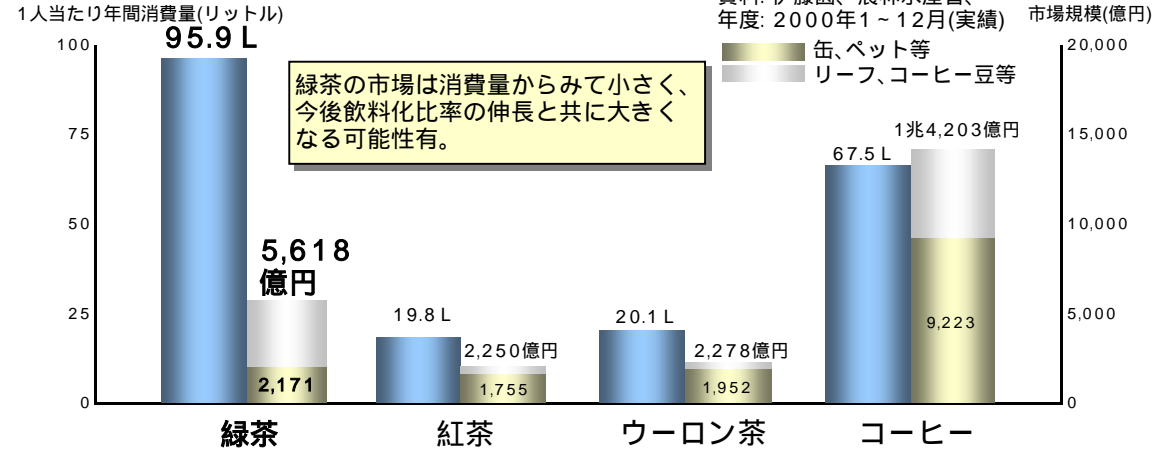
### 各市場の飲料化比率

資料: 伊藤園

	1997 (平成9)年	1998 (平成10)年	1999 (平成11)年	2000 (平成12)年 実績	2001 (平成13)年 見込み
緑茶	4.7%	5.7%	6.6%	9.6%	12.6%
ウーロン茶	54.6%	49.5%	50.2%	49.5%	
紅茶	40.4%	38.3%	37.5%	34.6%	
コーヒー	28.4%	29.3%	30.0%	30.4%	

### 代表的飲料の1人当たり年間消費量と市場規模

資料: 伊藤園、農林水産省、  
年度: 2000年1～12月(実績)



### 緑茶原料の現況

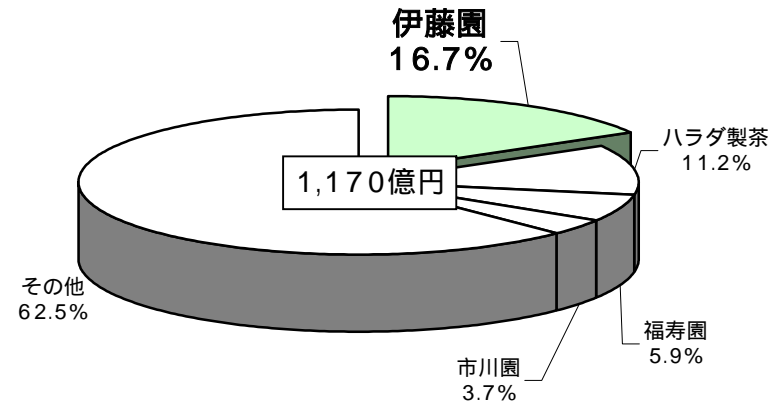
年度: 当社取扱量 5～4月、その他 1～12月

	1999 (平成11)年	2000(平成12)年 実績		2001(平成13)年 見込み	
	トン	トン	対前年 増減率	トン	対前年 増減率
荒茶生産量	88,500	89,300	0.9%	84,300	-5.6%
輸入量	12,047	14,328	18.9%	16,500	15.2%
輸出量	755	684	-9.4%	650	-5.0%
国内消費量	98,800	101,380	2.6%	100,350	-1.0%
当社取扱量	14,254	16,463	15.5%	-	-

資料: 農林水産省、日本茶業中央会、伊藤園

### 当社の緑茶市場における位置づけ

包装緑茶市場における  
販売シェア(2000年)



資料: 伊藤園、年度: 各社の決算年度

## 参考資料 - 3. 研究開発と生産

### 当社の研究開発費及び研究人員数

	2001(平成13)年4月期 実績	2002(平成14)年4月期 予測
研究開発費	10.8億円	14.9億円
研究人員数	138人	139人

注: 研究人員数は中間期(10月末現在)の数字を記載しております。

### 製品開発のしくみ

5つの基本コンセプトに基づく  
(自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい)

**STILL NOW**

...消費者の不満を探す



消費者と社員による提案システム

= "VOICE"



製品開発

	件数
1999(H11)年4月期	3,474
2000(H12)年4月期	4,149
2001(H13)年4月期	4,322

### 最近の主な有効成分研究

#### 癌予防効果

テキサス大学  
(MDアンダーソンガンセンター)  
臨床試験  
ホン博士(米国癌学会会長)  
フェイス へ移行

#### LDL酸化予防効果

お茶の水女子大学生生活  
環境研究センター

#### 老人性痴呆症防止

東京都神経科学研究所  
愛媛大学医学部

#### ジャスミン茶特有の香り成分の 特定とその特性を検証

お茶の水女子大学生生活科学部

#### ジャスミン茶の香りの鎮静作用

京都大学大学院農学研究科

### 生産のしくみ

ドリンク

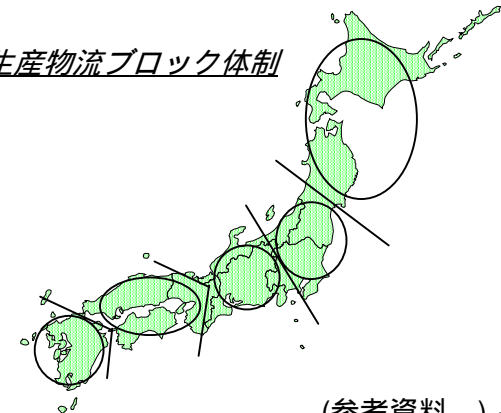
生産のアウトソーシング (= ファブレス)

- ・ 5ブロック生産体制による販売コストの節減
- ・ 設備投資リスクの軽減

リーフ

原料調達及び自社工場での一貫製造

生産物流ブロック体制



## 参考資料 - 4. 営業

### 当社独自のシステム

#### (1) ルートセールスシステム

お客様へ直接、サービスを提供する販売システム

#### (2) 目標と報酬制度がリンクする販売システム ..... 優秀拠点制度

目標設定(7冠・8冠)により分かりやすい評価とバランスのとれた経営の実施

#### (3) 明確な計画予算と管理

拠点別月次決算損益の把握と毎月の損益検討会

#### (4) 利益重視の営業拠点展開

新拠点は初年度より黒字

#### (5) 営業員の平均年齢 29.8歳 (平成13年10月末現在)

### 営業の哲学

営業力

=

店内滞在時間

×

(訪問回数)<sup>2</sup>

売上高

=

(既存客 + 新規客)

×

購買頻度

×

購買単価



## 当資料お取扱い上の注意点

当資料は伊藤園の現在の計画、見通し、戦略などのうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報から得られた伊藤園の経営者の判断に基づいております。従いまして、これら業績見通しのみには全面的な依拠することは控えるようお願い致します。実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与えうる重要な要素には、以下のようなものが含まれます。すなわち、天候、特に夏場の低温 異物混入等の製品事故 伊藤園の事業領域を取り巻く経済情勢、特に消費動向 変わりやすい顧客嗜好などを特徴とする激しい競争にさらされた市場の中で、顧客に受け入れられる製品やサービスを伊藤園が企画・開発し続けていく能力、などです。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。また当資料は、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。