

## お客様第一主義

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. 飲料市場の状況
2. 業績(中間期)
3. 業績(通期)
4. 上期の状況 - 価値創造 -
5. 営業政策 - 積極とスピード -
6. 部門別実績及び予測(単独)
7. 容器別販売実績及び予測(単独)
8. お~いお茶
9. Salon de Café
10. ブランドの育成
11. 海外展開
12. 中長期計画

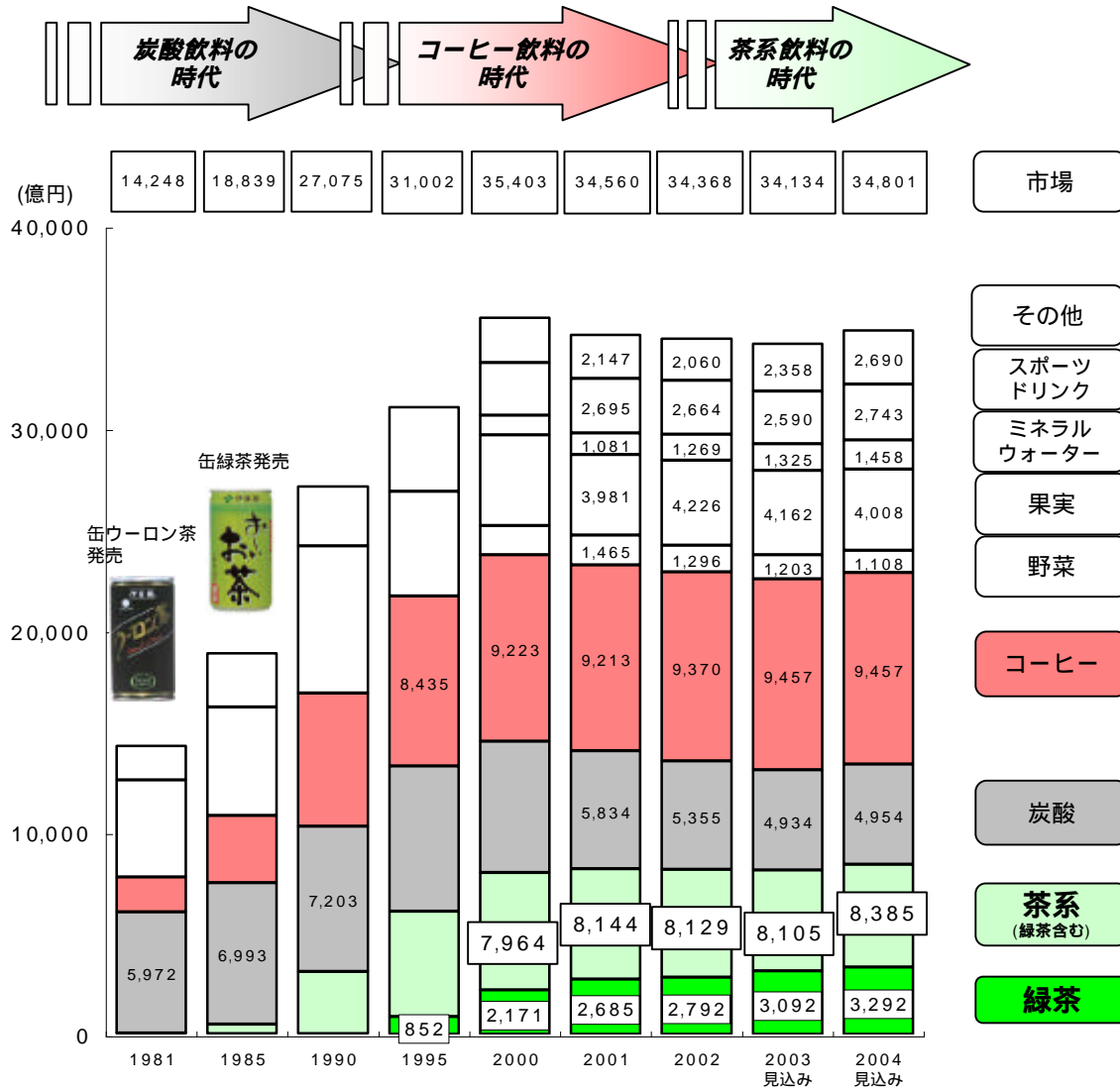
参考資料

2004(平成16)年4月期 中間決算説明会資料

2003. 12

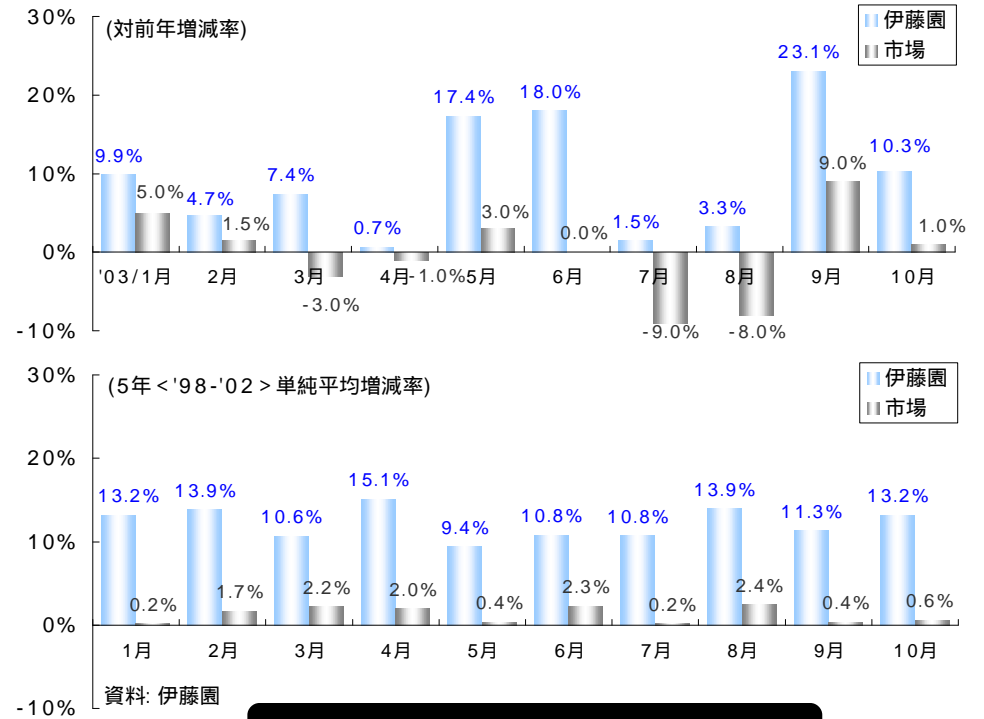
# 1. 飲料市場の状況

## 飲料市場推移 (金額ベース)

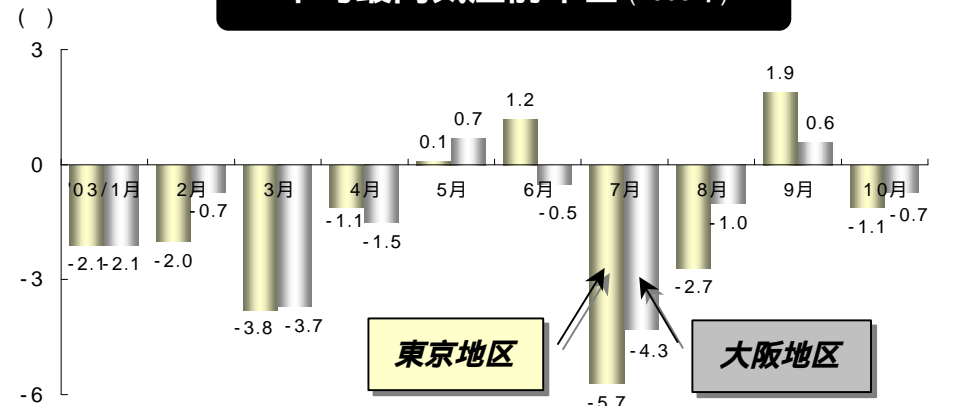


資料: 伊藤園  
年度: 市場 1~12月、伊藤園 5~4月

## 当社及び市場の月次販売動向 (数量ベース)



## 平均最高気温前年差 (2003年)



## 2. 業績(中間期)

		2003(平成15)年 4月期 中間実績		2004(平成16)年 4月期 中間当初計画		2004(平成16)年 4月期 中間実績	
		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
単 独	売上高	113,455	5.6%	120,300	6.0%	124,842	10.0%
	粗利益	55,961	5.5%	59,499	6.3%	62,005	10.8%
	販売手数料	12,804	9.3%	13,485	5.3%	14,978	17.0%
	広告宣伝費	4,416	0.5%	5,321	20.5%	5,765	30.5%
	運送費	4,705	3.5%	5,024	6.8%	4,979	5.8%
	減価償却費	507	-8.1%	527	3.9%	491	-3.1%
	営業利益	8,685	2.7%	8,880	2.2%	9,425	8.5%
	経常利益	8,459	3.1%	8,600	1.7%	9,111	7.7%
	特別損益	27	-	-27	-	-53	-
	当期純利益	4,708	17.3%	4,890	3.9%	5,140	9.2%
	設備投資額	418		-		227	
	1株当たり配当金	20円		-		21.5円	
E P S	103.48円		108.12円		113.66円		
連 結	売上高	115,113	5.8%	122,500	6.4%	126,701	10.1%
	営業利益	8,664	1.9%	8,730	0.8%	9,337	7.8%
	経常利益	8,367	1.7%	8,370	0.0%	8,929	6.7%
	当期純利益	4,440	14.8%	4,500	1.4%	4,790	7.9%
	E P S	97.59円		99.20円		105.91円	

### 粗利益要因

	'03年4月期 中間(億円)	'04年4月期 中間(億円)
売上増による効果	30	56
単価の下落	-12	-6
製品構成の変化	-2	0
原価低減	12	8
為替	1	2

### 関連子会社の状況('04年4月期中間実績)

	売上高 中間(百万円)	営業利益 中間(百万円)
ITO EN (North America) INC.	205	-419
国内関連子会社	8,756	389
その他	1,393	-50
連結消去	-8,496	-7

### 3. 業績(通期)

		2003(平成15)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 当初計画		2004(平成16)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
単 独	売上高	211,495	4.7%	226,800	7.2%	231,600	9.5%
	粗利益	104,432	4.6%	112,169	7.4%	115,073	10.2%
	販売手数料	23,417	4.1%	25,650	9.5%	27,188	16.1%
	広告宣伝費	6,055	-8.2%	7,236	19.5%	7,712	27.4%
	運送費	8,092	2.2%	8,986	11.0%	8,858	9.5%
	減価償却費	1,050	-5.8%	1,055	0.4%	1,004	-4.4%
	営業利益	16,038	3.9%	16,700	4.1%	17,250	7.6%
	経常利益	15,306	3.9%	16,000	4.5%	16,500	7.8%
	特別損益	241	-	-50	-	-75	-
	当期純利益	8,723	19.0%	9,100	4.3%	9,300	6.6%
	設備投資額	532		336		364	
1株当たり配当金	43円		43円		43円		
E P S	192.32円		201.21円		205.64円		
連 結	売上高	214,808	4.9%	231,000	7.5%	235,300	9.5%
	営業利益	15,694	3.6%	16,400	4.5%	17,050	8.6%
	経常利益	14,879	3.2%	15,600	4.8%	16,200	8.9%
	当期純利益	8,003	18.5%	8,400	5.0%	8,670	8.3%
	E P S	176.43円		185.74円		191.71円	

#### 粗利益要因

	'03年4月期 (億円)	'04年4月期 予測(億円)
売上増による効果	47	99
単価の下落	-16	-11
製品構成の変化	-6	2
原価低減	19	14
為替	2	2

#### 関連子会社の状況('04年4月期通期予測)

	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)
ITO EN (North America) INC.	468	-767
国内関連子会社	16,153	649
その他	2,640	-86
連結消去	-15,562	4

## 4. 上期の状況 - 価値創造 -

### ブランドの強化と確立

- お〜いお茶
- Salon de Café の立ちあげ

### 営業基盤の強化

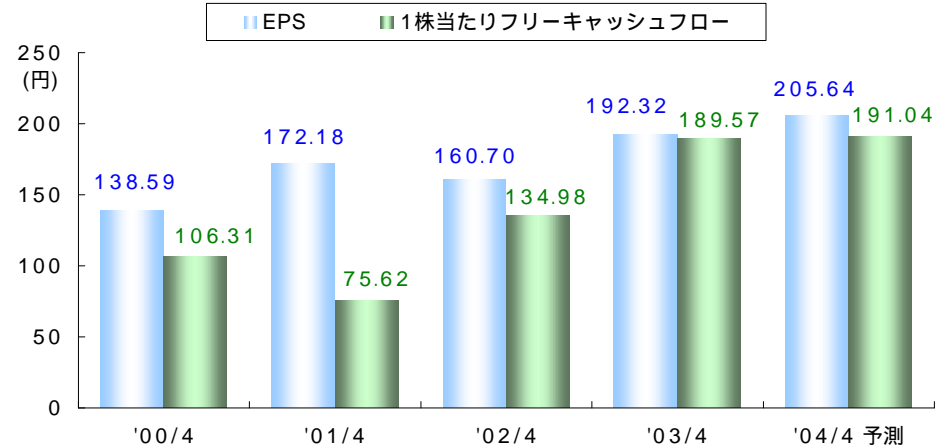
- 自販機10万台達成

### 総コストの削減

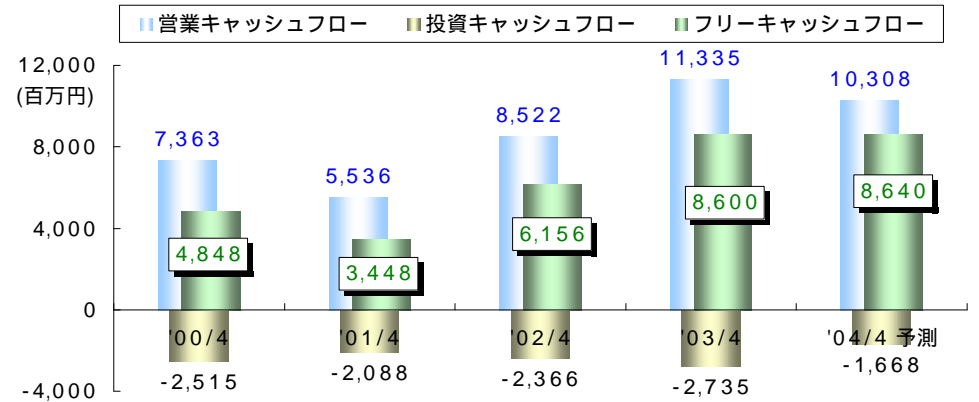
### 銀行借入金の 全額返済

### 自社株買いの 予定

### EPS及び株当たりフリーキャッシュフローの推移 (単独)



### キャッシュフロー、設備投資額 及び減価償却費の推移 (単独)



設備投資額

2,514

1,655

666

532

364

減価償却費

928

1,021

1,115

1,050

1,004

## 5. 営業政策 - 積極とスピード -

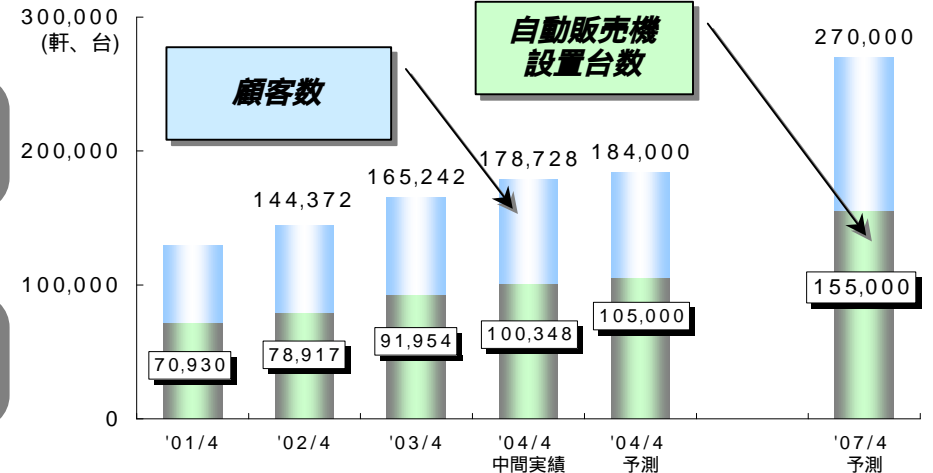
### 今期の目標

新規開拓の強化  
 既存顧客の強化  
 製品政策の強化  
 自販機政策の強化

アプローチの質を  
 高める工夫と体制づくり

営業員のパワーアップ  
 提案力アップ

### 当社の顧客数及び自動販売機設置台数の推移

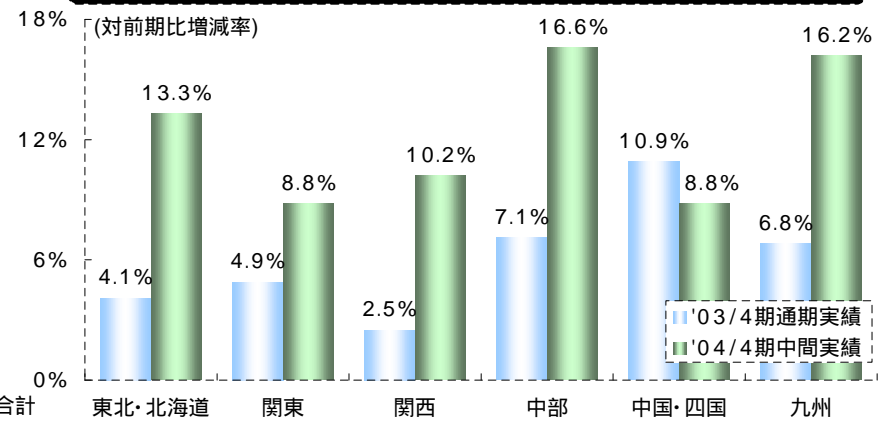


### コーヒー飲料の月次販売動向 (対前年同月増減率)

8/26 ~ Salon de Café 全国発売

	'03/5月	6月	7月	8月	9月	10月
金額ベース	-14.3%	-2.0%	7.3%	8.7%	24.5%	18.2%

### 拠点数及び地区別売上高増減率・構成比



- 自販機の積極的な設置
  - 業界で目安となる10万台を達成
- 効率を高める工夫
  - 売上増と経費の削減
  - 不採算自販機の徹底的な見直し

	合計	東北・北海道	関東	関西	中部	中国・四国	九州
'04/4期 中間実績 拠点数	186	27	90	25	17	13	14
売上高 構成比	100.0%	11.6%	54.2%	13.5%	8.9%	5.5%	6.3%

## 6. 部門別実績及び予測(単独)

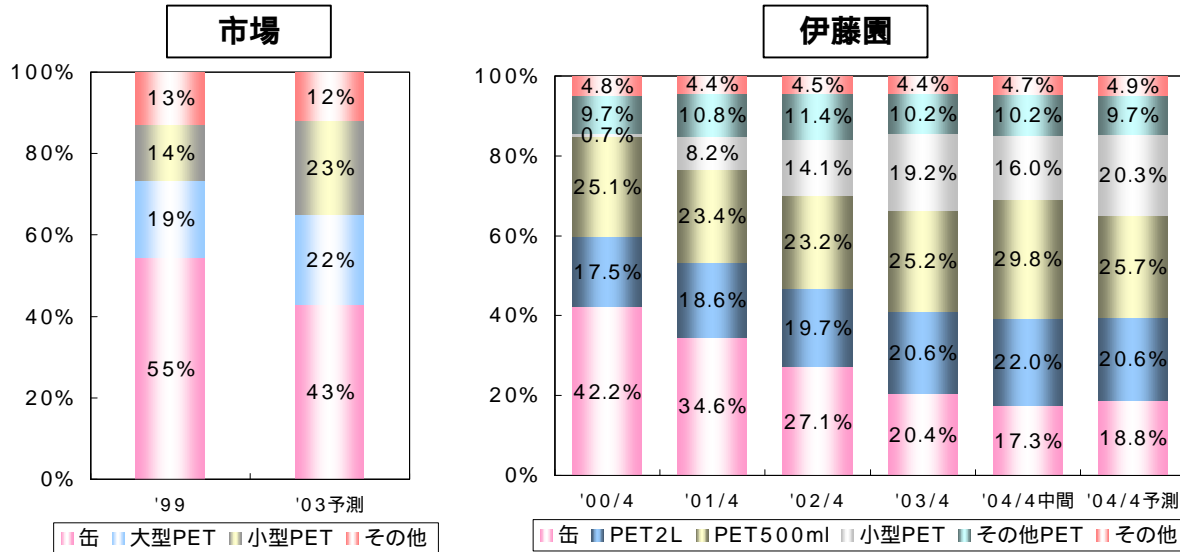
		中間期				通期			
		2003(平成15)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 実績		2003(平成15)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 予測	
		金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率
売上高		113,455	5.6%	124,842	10.0%	211,495	4.7%	231,600	9.5%
内 訳	茶葉(リーフ)	12,780	-3.1%	13,150	2.9%	27,851	0.8%	28,387	1.9%
	飲料(ドリンク)	99,878	7.7%	110,626	10.8%	181,829	6.1%	201,068	10.6%
	他	796	-46.8%	1,064	33.7%	1,814	-36.6%	2,144	18.2%
飲料 (ドリンク)	日本茶	54,625	12.9%	64,518	18.1%	98,761	13.2%	114,035	15.5%
	お～いお茶	46,875	14.1%	54,106	15.4%	87,353	12.2%	99,882	14.3%
	中国茶	10,352	8.3%	8,555	-17.4%	17,231	-2.0%	14,621	-15.1%
	野菜	12,941	-18.3%	13,108	1.3%	22,901	-16.6%	23,543	2.8%
	果実	6,616	31.1%	6,730	1.7%	11,197	15.4%	11,661	4.1%
	コ－ヒ－	7,282	3.4%	7,786	6.9%	15,169	1.0%	17,825	17.5%
	紅茶	3,545	35.3%	3,304	-6.8%	6,922	23.3%	6,427	-7.2%
	炭酸	1,674	3.6%	1,464	-12.6%	2,237	-1.9%	2,094	-6.4%
	その他	2,838	10.1%	5,157	81.7%	7,408	13.5%	10,858	46.6%

## 7. 容器別販売実績及び予測(単独)

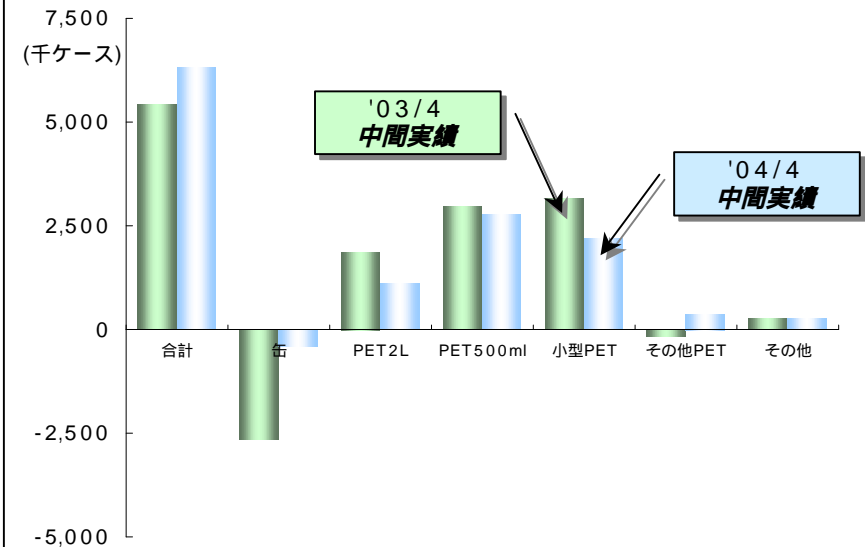
		中間期				通期			
		2003(平成15)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 実績		2003(平成15)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 予測	
		数量(千ケース)	対前期比 増減率	数量(千ケース)	対前期比 増減率	数量(千ケース)	対前期比 増減率	数量(千ケース)	対前期比 増減率
容器別	飲料販売数量	56,304	10.7%	62,617	11.2%	101,080	8.7%	112,643	11.4%
	缶	11,220	-19.2%	10,813	-3.6%	20,562	-18.3%	21,133	2.8%
	PET計	42,408	22.7%	48,862	15.2%	75,985	19.5%	85,968	13.1%
	PET2L	12,649	17.3%	13,755	8.7%	20,827	13.8%	23,253	11.7%
	PET500ml	15,892	22.9%	18,676	17.5%	25,443	18.0%	28,899	13.6%
	小型PET	7,801	68.4%	9,996	28.1%	19,397	48.4%	22,826	17.7%
	その他PET	6,065	-2.5%	6,433	6.1%	10,317	-3.0%	10,988	6.5%
	その他	2,675	10.6%	2,941	9.9%	4,532	6.5%	5,541	22.2%

容器別売上高構成比 (数量ベース)

資料: 伊藤園



当社の容器別販売数量対前期比増減





## 8. お～いお茶

1985(S60)/2～発売開始



本物だから  
安心

2001(H13)/4～発売開始



本物だから  
季節が表現できる

2003(H15)/8～発売開始



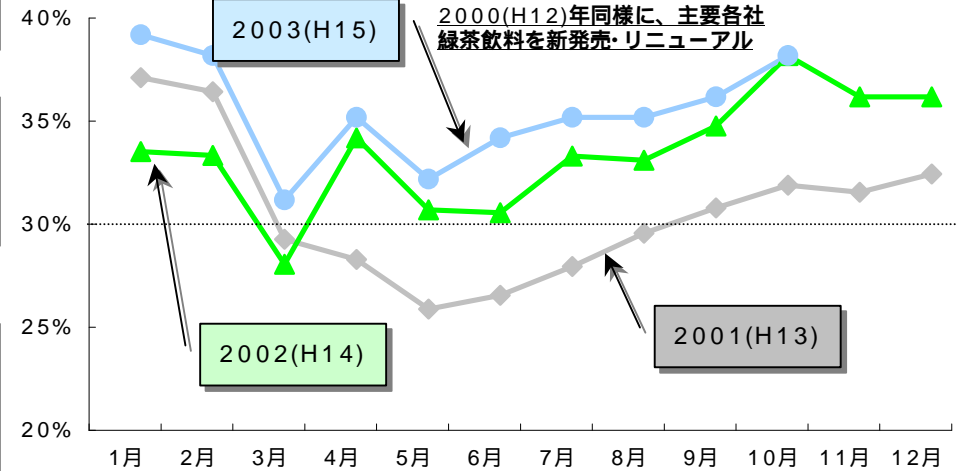
本物だから  
地域がある

### 緑茶原料の現況

	2001 (平成13)年		2002(平成14)年		2003(平成15)年 見込み	
	トン	トン	対前年増減率	トン	対前年増減率	トン
荒茶生産量	90,371	83,700	-7.4%	89,400	6.8%	
輸入量	17,739	11,790	-33.5%	9,000	-23.7%	
輸出量	599	760	26.9%	800	5.3%	
国内消費量	107,111	101,800	-5.0%	101,800	0.0%	
当社取扱量	15,230	16,107	5.8%			
飲料化比率	12.5%	13.2%		14.9%		

資料: 農林水産省、日本茶業中央会、伊藤園、年度: 当社取扱量 5～4月、その他 1～12月

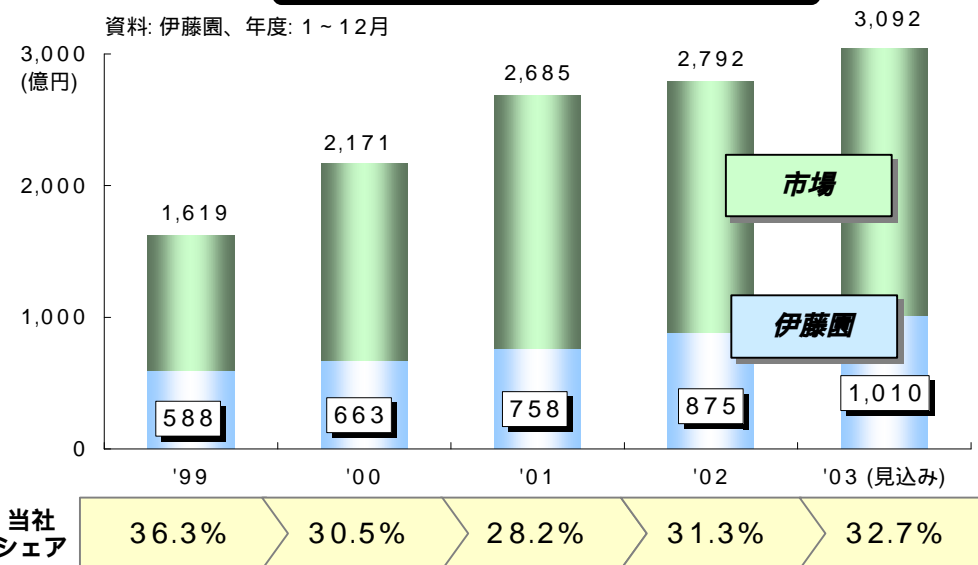
### お～いお茶の月次シェア推移 (上位10ブランドにおけるシェア、数量ベース)



資料: 伊藤園  
注: 2003年のみ11社

### 緑茶飲料市場の推移

資料: 伊藤園、年度: 1～12月



## 9. Salon de Café

### ブランド

「Salon de Café」  
平成15年8月26日～（全国発売）

### コンセプト

本物のカフェを楽しむコーヒー = “缶カフェ”

### 特徴

#### 「高品質」の実現

- 原料へのこだわり
- 焙煎後1週間以内に充填
- 独自の「ダブル抽出製法」(特許出願中) 「香り」と「コク」を引き出す

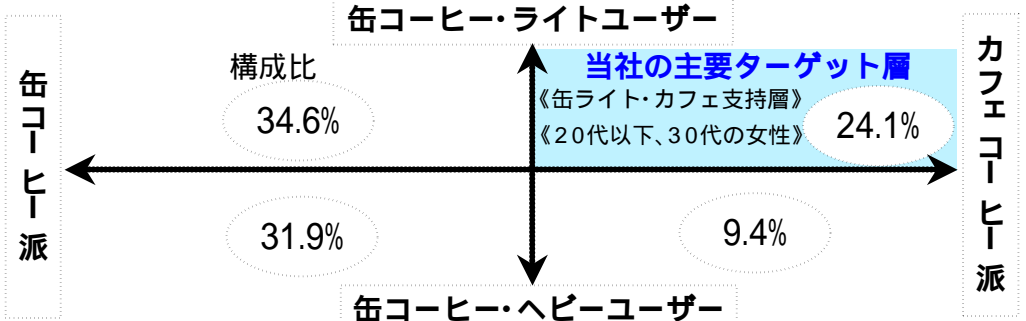
#### 「高付加価値」を表現

- “アールヌーボー: 新芸術” = 19世紀末～20世紀初頭にフランスを中心に広がった美術様式  
➡ ミュシャのデザインを取り入れる

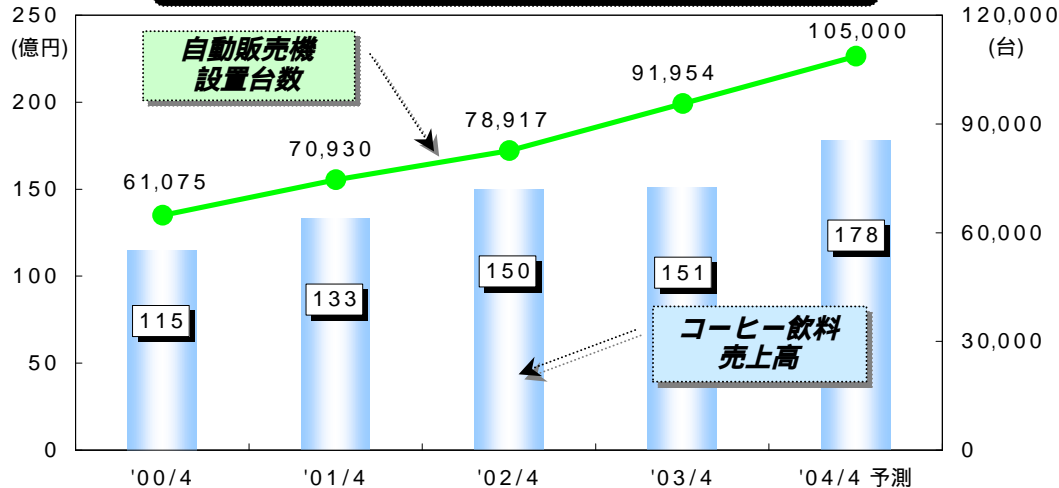
### 販促

当社初のコーヒーCM(15年9月～)  
女優観月ありさを起用

### Salon de Café のターゲット層



### 当社のコーヒー飲料売上高及び自動販売機設置台数の推移



### 伊藤園のビジネスチャンス

	コーヒー飲料シェア (A)	自販機台数シェア×0.65 (B)	A/B (倍)
伊藤園	1.6%	2.8%	0.6
A社	34.9%	29.7%	1.2
B社	12.7%	12.4%	1.0
C社	8.2%	8.0%	1.0
D社	5.5%	5.6%	1.0
E社	5.2%	4.8%	1.1
F社	3.2%	2.5%	1.3

埋めるべき差

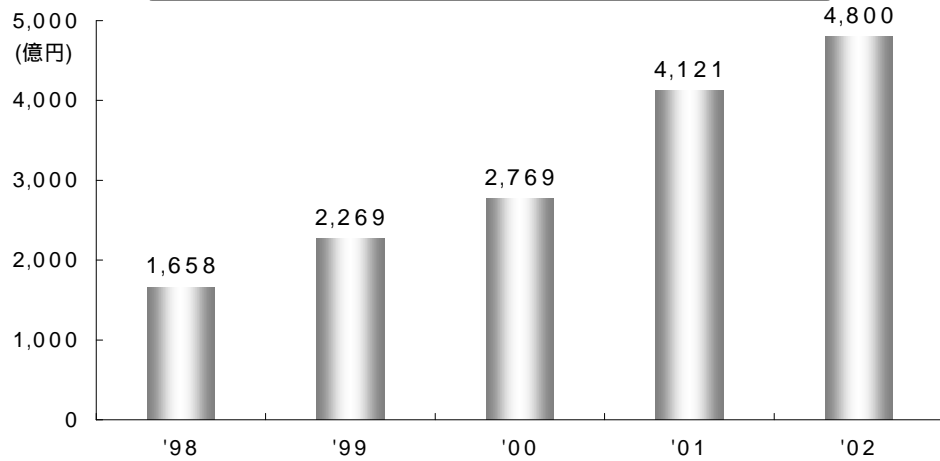
単純平均1.1倍

資料: 伊藤園

注: コーヒー飲料の販売ルート別売上高構成比における自販機ルートは65%を占めていると推定。

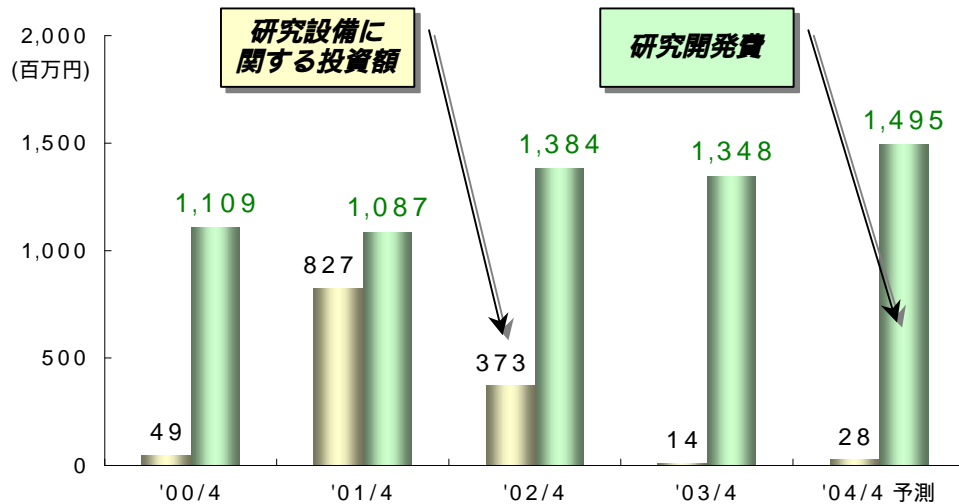
## 10. ブランドの育成

### 特定保健用食品市場



資料: 伊藤園

### 研究開発費及び設備投資額の推移(単独)



### 伸長する製品群

#### 特定保健用食品

製品名	特徴
緑茶習慣	血糖値の上昇をやわらげる
ナタデココ ヨーグルト味	おなかの調子を整える
充実野菜 ベジタブル&ファイバー	おなかの調子を整える

#### 栄養機能食品

黒酢で活性	ビタミンB <sub>1</sub> 、B <sub>6</sub>
りんご酢とカルシウム	カルシウム
カテキンサプリメント	緑茶ポリフェノール、ビタミンC、B <sub>1</sub> 、6、12
ビタミンフルーツ	ビタミンC、E

#### その他

おいしく ダイエットサポート	カテキンとテアニン、アルギニン、カフェインの 当社独自の組み合わせ (特許出願中)
天然ミネラルむぎ茶	ミネラル
純そば茶	ルチン
天然系ジャスミン茶	香り
しそさわやか!	シソポリフェノール
ナチュラルリズム ブルー&ベリーミックス	アントシアニン

# 11. 海外展開

## アメリカ (ニューヨーク)

- 状況 -

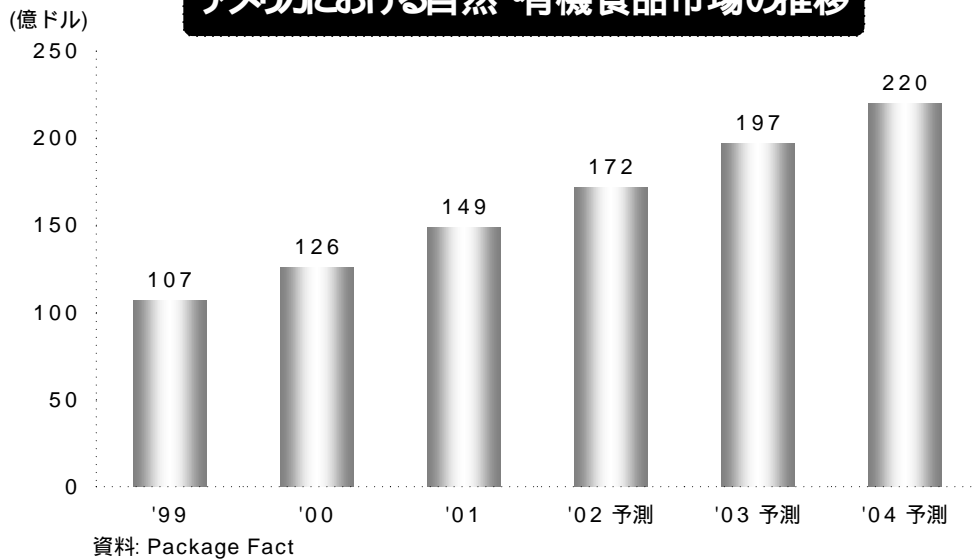
- 展望 -

- **ホールセール 部門売上高 対前期比50%アップ**
- **ティーショップ「ITOEN」の高い評価**  
NY Magazineで老舗大手をぬいて「2003 BEST TEA Shop NY」の評価を受ける
- **レストラン「KAI」は順調**  
ザガットサーベイNYでは各項目1ランクアップで BEST Japanese のひとつ

- **取引先の拡大**
  - 最大手自然食品問屋UNFIを通し、ホールフーズなど、全米のTop Chain Storeと取引開始
  - 導入店においてリピーターが多く回転率アップ
- **営業員の増強と広告宣伝による営業強化**
- **ホットペットの販売開始**
  - 新たな飲料スタイルと味覚を提案
  - 高い飲料技術水準を証明

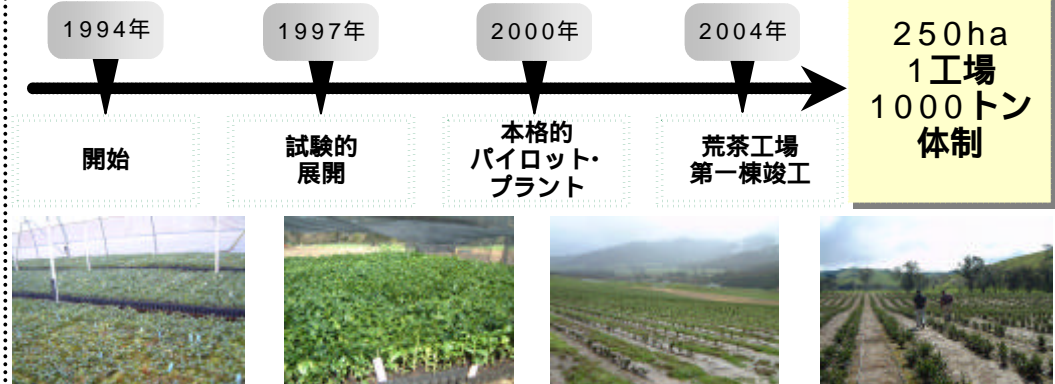


## アメリカにおける自然・有機食品市場の推移

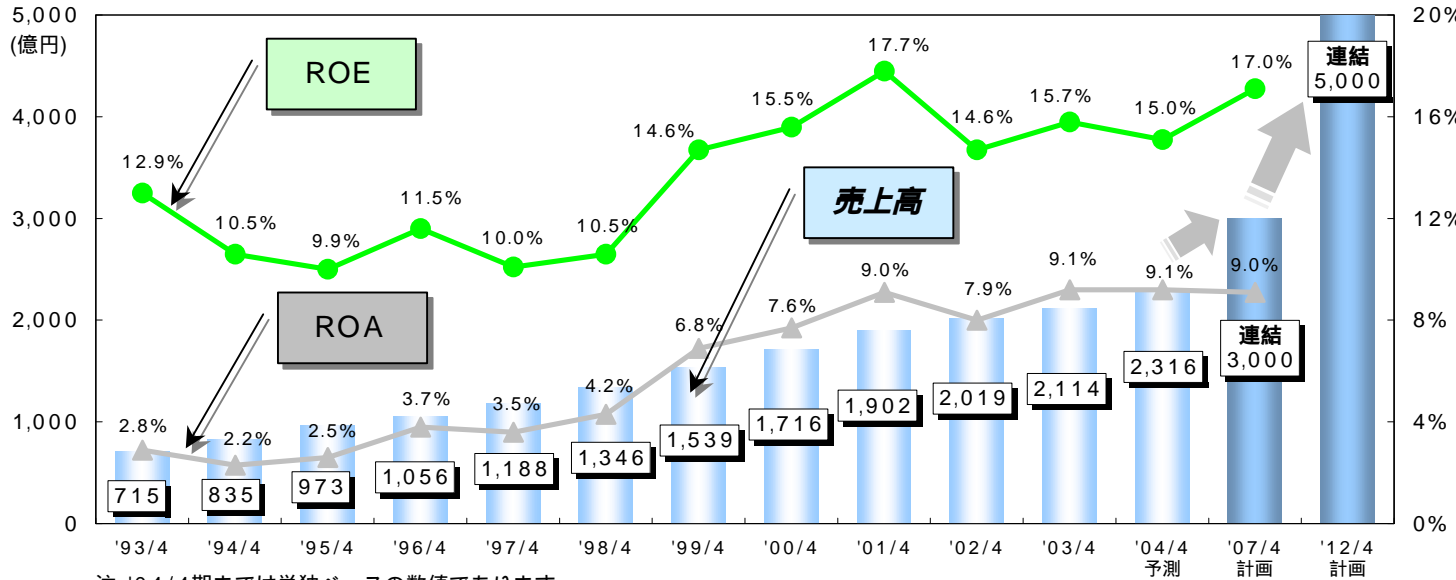


## オーストラリア

- **日本茶テイストに適した品種を良質で安価に 年2回生産できる体制**



## 12. 中長期計画



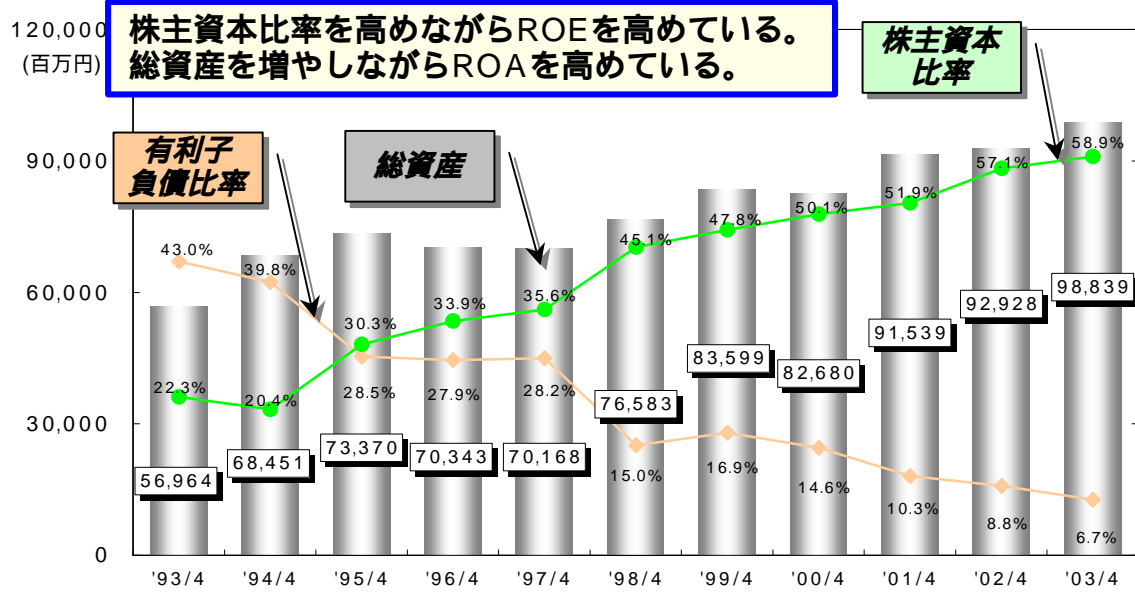
**ブランドの強化**

**営業基盤の強化**

**総コストの削減**

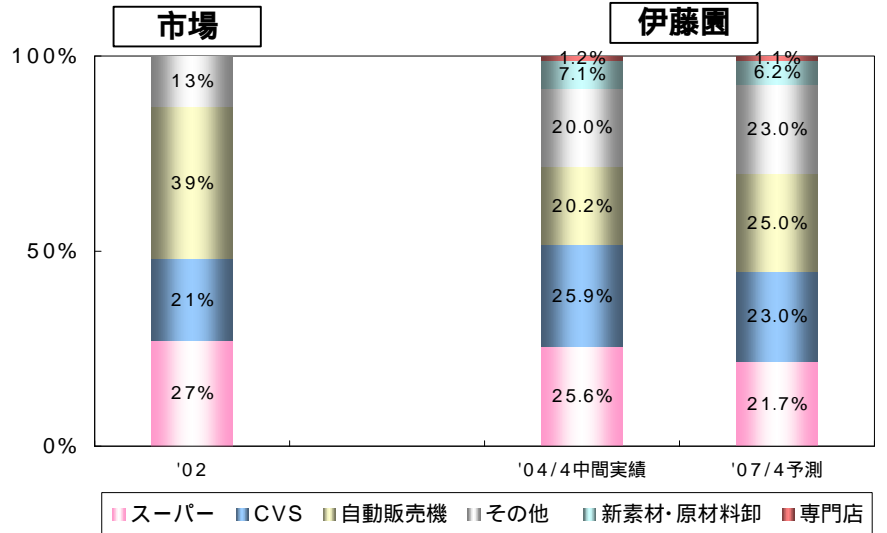
**海外展開の本格化**

注: '04/4期までは単独ベースの数値であります。



### 当社及び市場における販売ルート別売上高構成比 (単独)

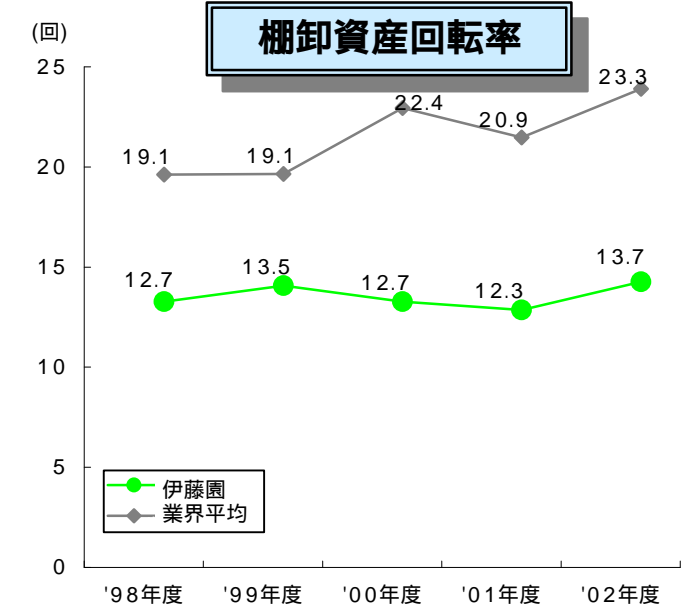
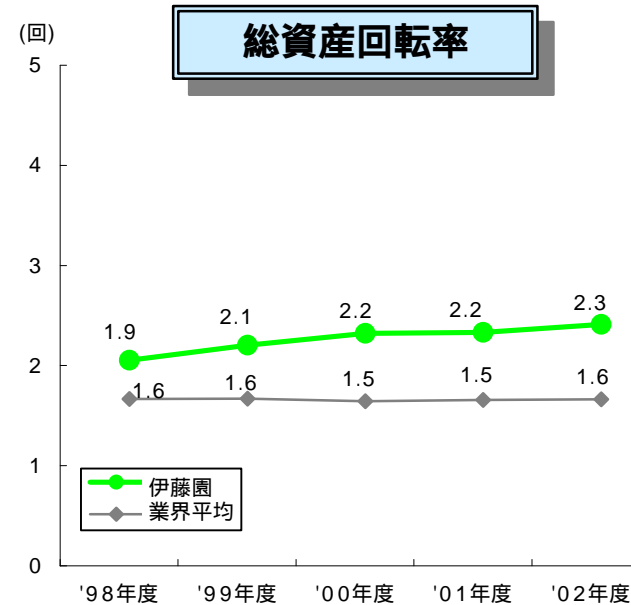
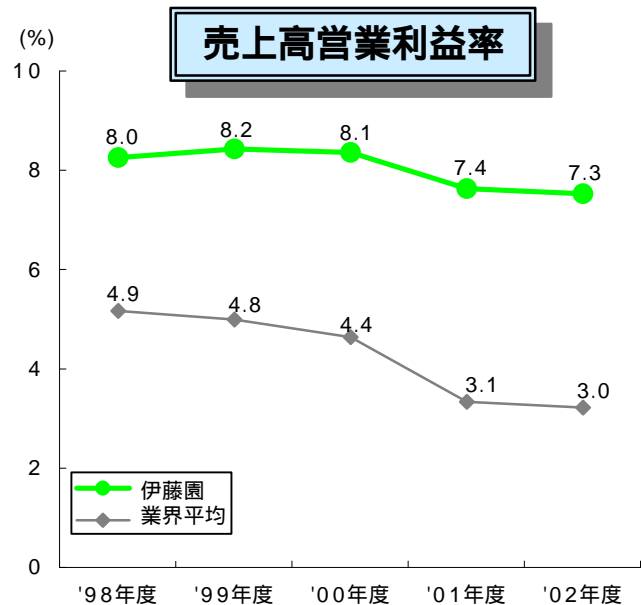
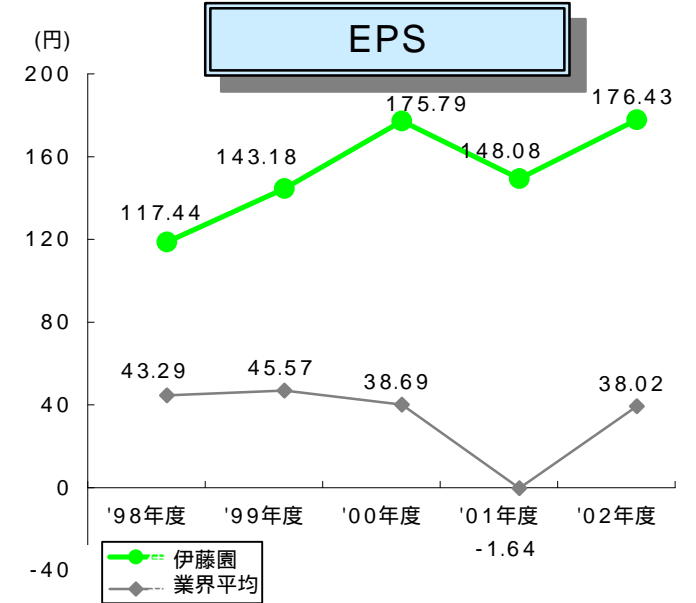
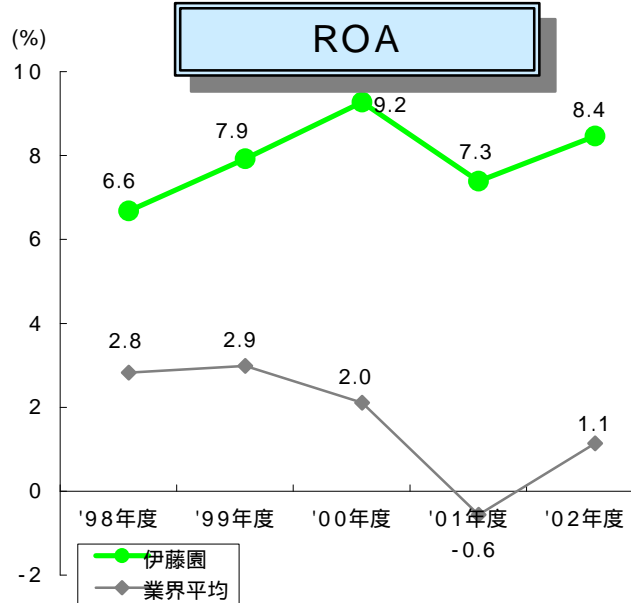
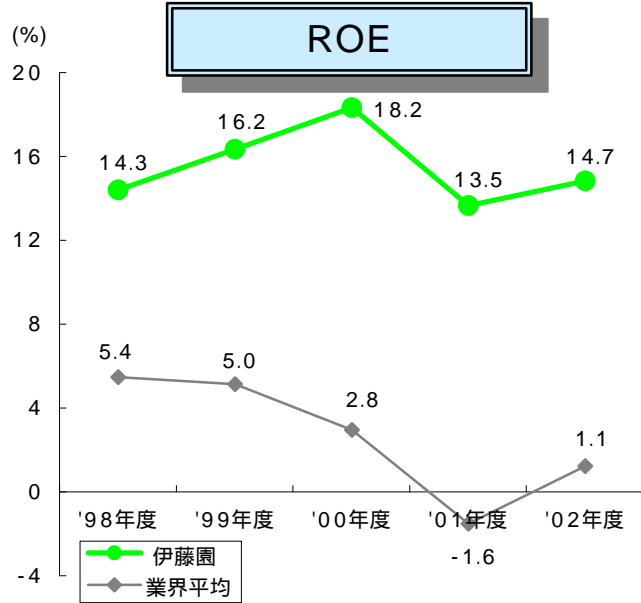
資料: 伊藤園



## 参考資料

1. 主要経営指標(連結)
2. マーケティング
3. 営業
4. 市場(1)
5. 市場(2)
6. 研究開発
7. 市場環境

## 参考資料 - 1. 主要経営指標(連結)



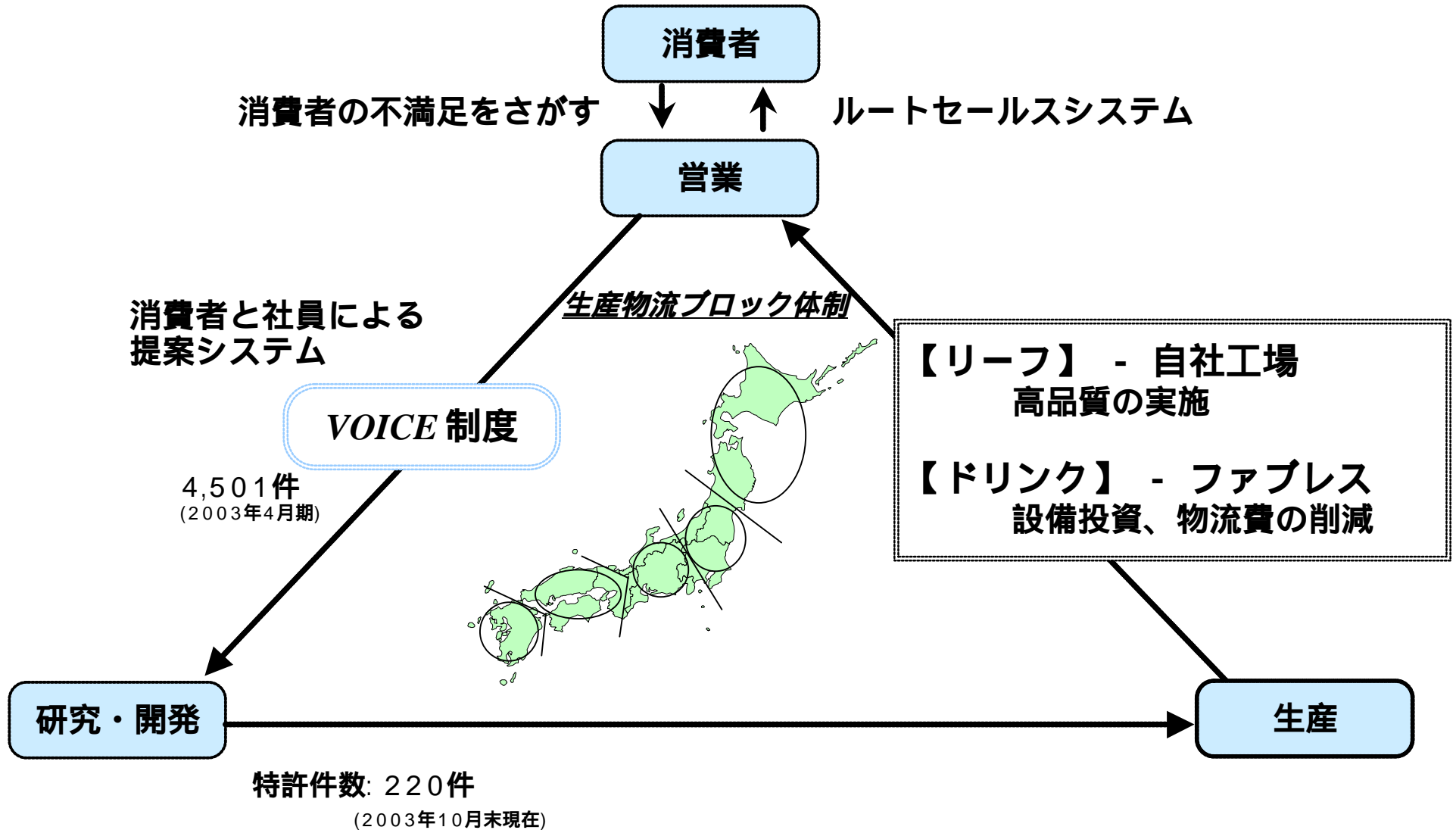
資料: 伊藤園、注: 業界平均は主要メーカー11社の単純平均であります。



参考資料 - 2. マーケティング

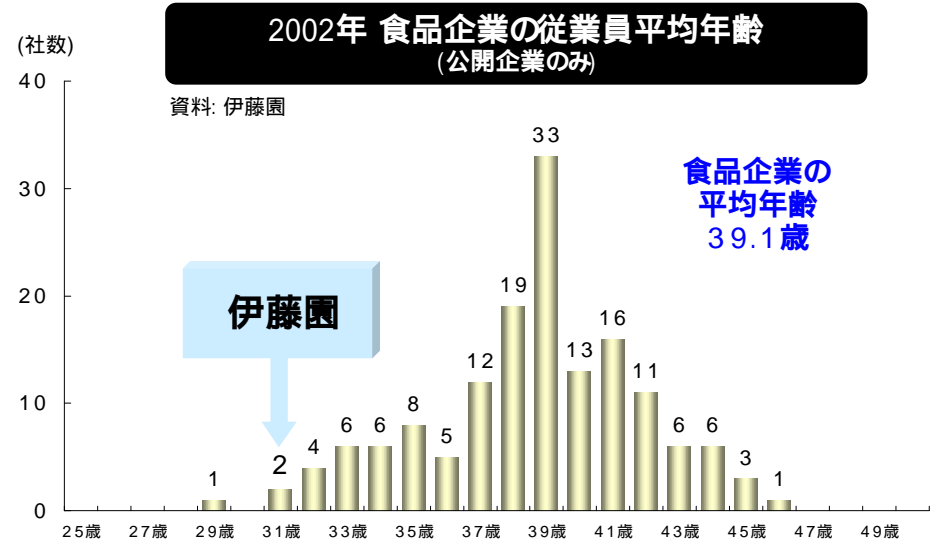
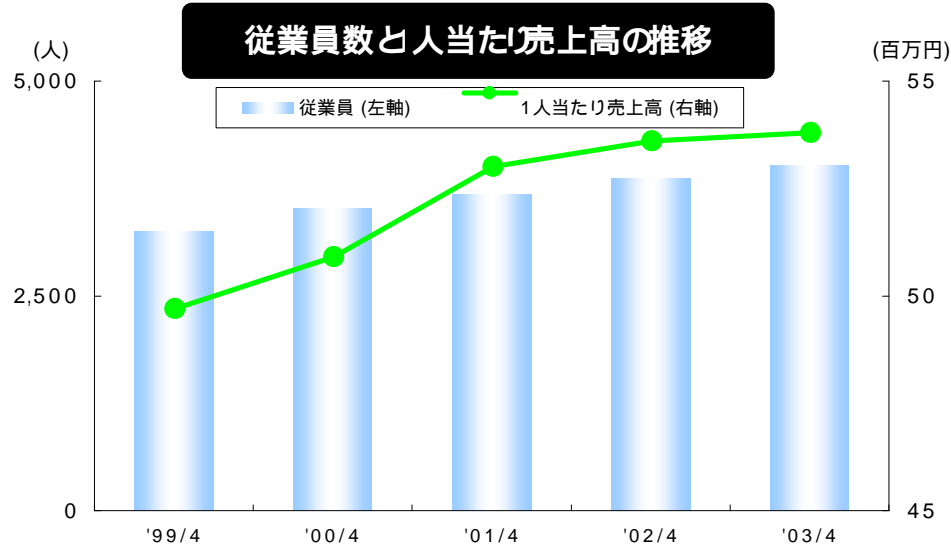
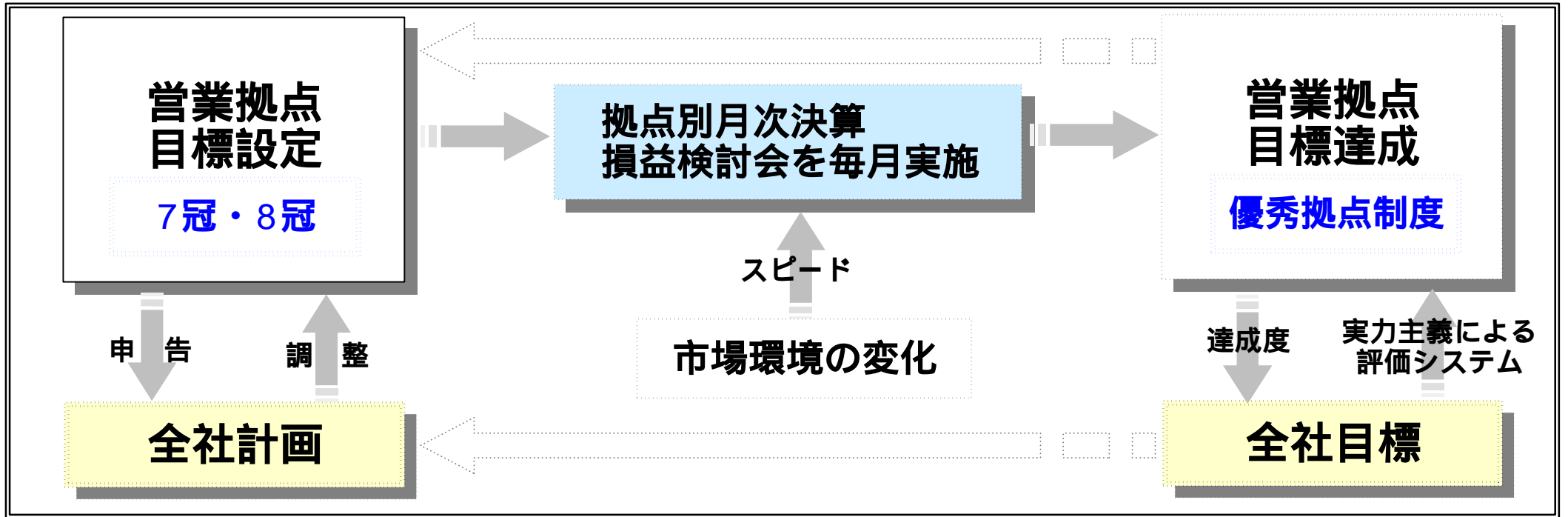
価値は消費者が決める

⇒ 大衆に支持されない  
消費財は生き残れない





## 参考資料 - 3. 営業



# 参考資料 - 4. 市場(1)

## 各市場の飲料化比率

資料: 伊藤園

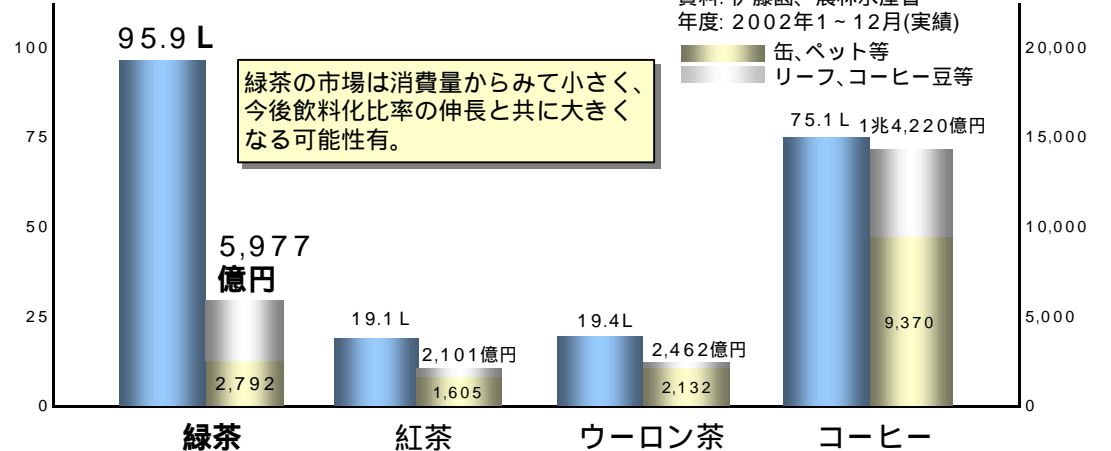
	1999 (平成11)年	2000 (平成12)年	2001 (平成13)年	2002 (平成14)年 見込み	2003 (平成15)年 見込み
緑茶	6.6%	9.6%	12.5%	13.2%	14.9%
ウーロン茶	50.2%	49.5%	55.2%	56.8%	
紅茶	37.5%	34.6%	34.1%	31.4%	
コーヒー	30.0%	30.4%	30.3%	29.4%	

## 代表的飲料の1人当たり年間消費量と市場規模

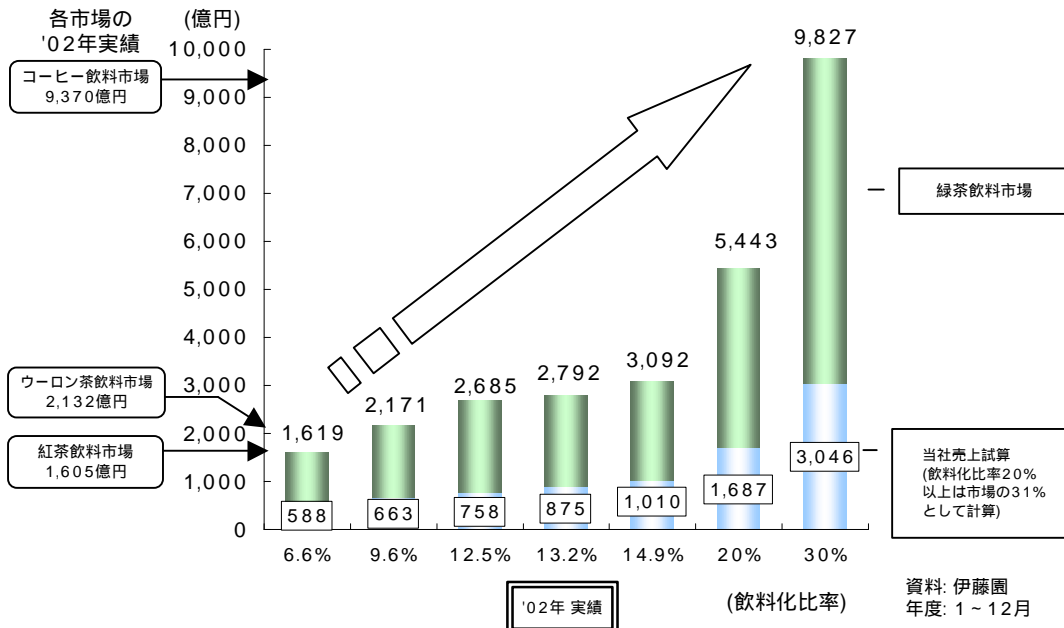
1人当たり年間消費量(リットル)

資料: 伊藤園、農林水産省  
年度: 2002年1~12月(実績)

市場規模(億円)

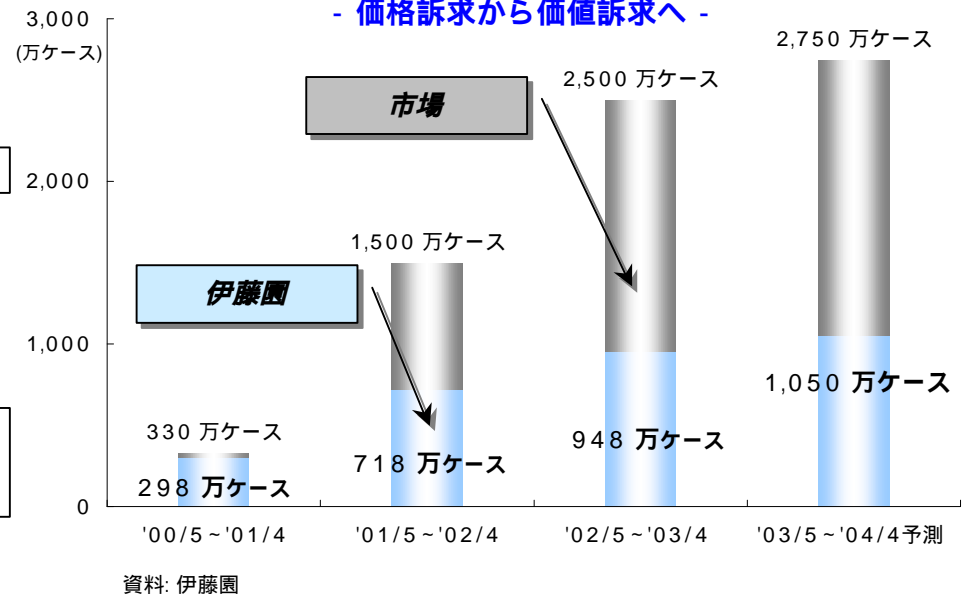


## 緑茶飲料化比率と緑茶飲料市場



## ホットペット市場

- 価格訴求から価値訴求へ -



## 参考資料 - 5. 市場(2)

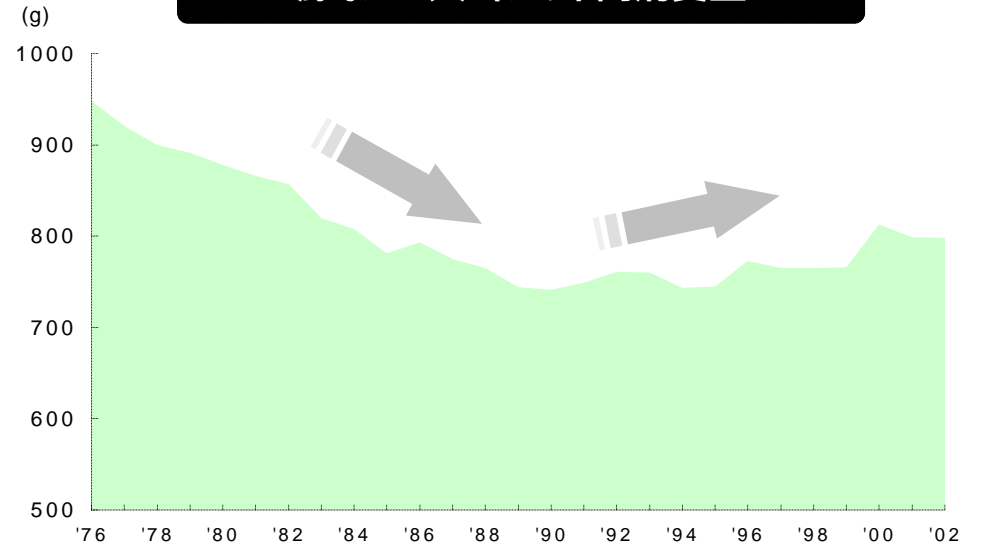
### 他社の状況 (主要各社の緑茶飲料発売時期)

資料: 伊藤園

	伊藤園	コカコーラ	キリン ピバレッジ	サントリー	アサヒ	JT	花王
'85(S60)年	缶入り緑茶 "お~いお茶"						
'88(S63)年		ジョージア・ お茶		煎茶			
'89(H元)年					せん茶		
'90(H2)年	PET緑茶			日本茶			
'91(H3)年			嘉福煎茶		初摘み茶		
'92(H4)年		神葉煎茶	一番茶使用 煎茶		お茶どうぞ 緑茶・初摘み茶	伝統釜炒り茶	
'93(H5)年		茶流彩彩 煎茶		緑茶(茶)	お茶どうぞ 銘茶三撰		
'94(H6)年		清流茶房 煎茶	緑茶一煎	京番茶	銘茶三撰緑茶	緑茶	
'96(H8)年	PET緑茶製 造法 特許取得	清流茶房 日本のお茶			お茶どうぞ あじわい緑茶		
'97(H9)年					あじわい緑茶		
'98(H10)年		なごみ 緑茶	ナチュラルズ				
'00(H12)年	ホット用PET 緑茶	なごみ管緑茶	生茶	しみじみ緑茶	新茶風味緑茶	GREEN'S	
'01(H13)年	季節限定製品	まる茶			旨茶		
'02(H14)年				緑水		つぶ茶	
'03(H15)年	地域向け製品	まる茶120	口どけ生茶 日本伝承釜の茶	和茶	おいしい旨茶	渋茶	ヘルシア緑茶



### 緑茶の1人当たり年間消費量



資料: 農林水産省、財務省他

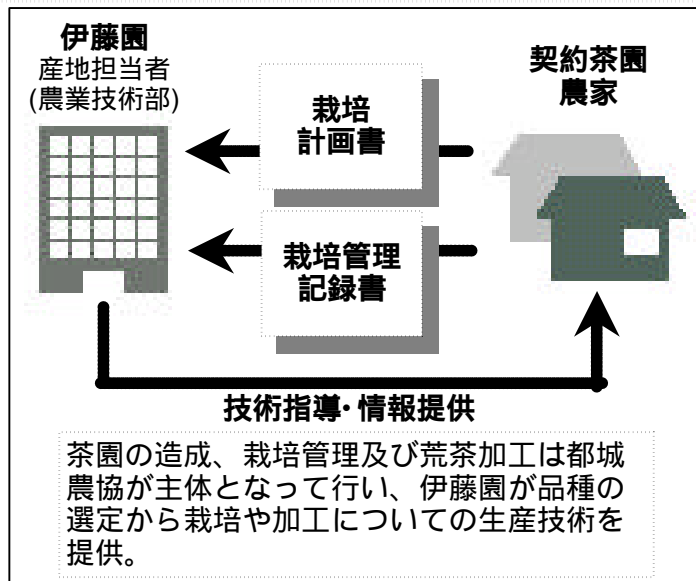
## 参考資料 - 6. 研究開発

### 茶産地育成事業

### モデル産地での取り組み - 宮崎県都城地区 -

茶園規模 100ha

2001年1月	茶産地育成事業に関する協定を締結
2003年4月	40haの茶園造成を完了
2006年	100ha造成完了、荒茶工場建設予定
2007年	生産開始予定



### 【特徴】

循環型農業と経済性との両立を目指す。  
茶樹の育成により二酸化炭素の固定化に貢献。

### 当社の研究成果

注: 2003(H15)年10月末現在

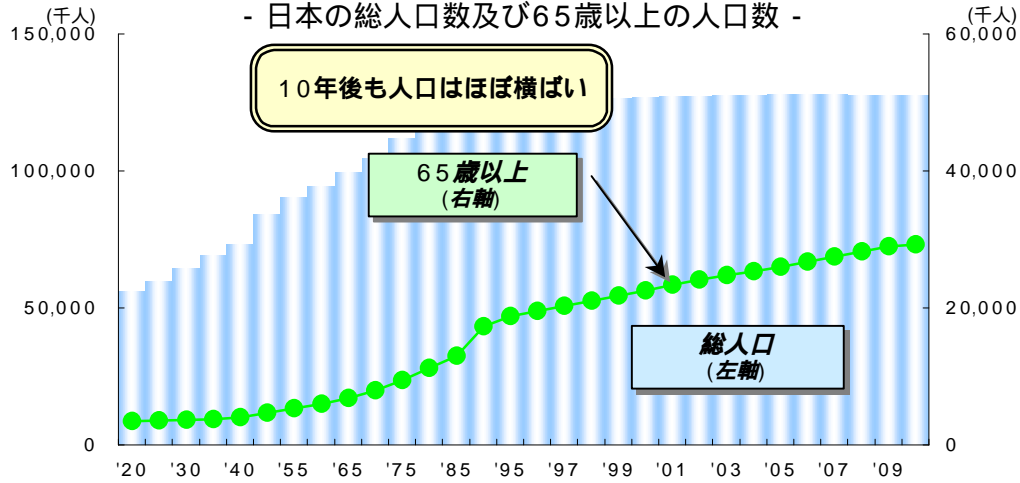
項目	特許(出願中含む)
緑茶に関する研究開発 (原料茶、緑茶飲料)	40件
薬理効果・効能に関する研究開発 (癌予防、老人性痴呆症防止)	88件
茶の他の利用に関する研究開発 (洗口液、抗菌材料等)	17件
その他の飲料に関する研究開発 (麦茶、烏龍茶、果実・野菜ジュース)	34件
その他	41件
合計	220件

### 緑茶の成分と効能

カテキン	<ul style="list-style-type: none"> <li>抗酸化作用 ・かぜの予防</li> <li>皮膚や粘膜の健康維持</li> <li>活性酸素消去作用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>抗腫瘍作用</li> <li>抗酸化作用</li> <li>血圧上昇抑制作用</li> <li>血中コレステロール低下作用</li> <li>血糖上昇抑制作用</li> <li>抗菌作用</li> <li>口臭予防</li> <li>活性酸素消去作用</li> </ul>
ビタミンC	<ul style="list-style-type: none"> <li>抗酸化作用 ・細胞の健康維持</li> <li>活性酸素消去作用</li> </ul>	
ビタミンE	<ul style="list-style-type: none"> <li>発がん抑制作用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>カフェインの刺激を抑制</li> <li>血圧上昇抑制作用</li> <li>脳機能改善</li> </ul>
カロテン	<ul style="list-style-type: none"> <li>発がん抑制作用</li> </ul>	
-アミノ酪酸	<ul style="list-style-type: none"> <li>血圧上昇抑制作用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>抗真菌活性</li> <li>抗炎症</li> <li>抗アレルギー活性</li> <li>抗肥満</li> </ul>
フラボノイド	<ul style="list-style-type: none"> <li>血管壁の強化</li> <li>口臭予防</li> </ul>	
多糖類	<ul style="list-style-type: none"> <li>血糖上昇抑制作用</li> </ul>	
フッ素	<ul style="list-style-type: none"> <li>虫歯予防</li> </ul>	
テアニン(アミノ酸)	<ul style="list-style-type: none"> <li>覚醒作用</li> <li>疲労軽減</li> <li>利尿作用</li> </ul>	
カフェイン		
サポニン		

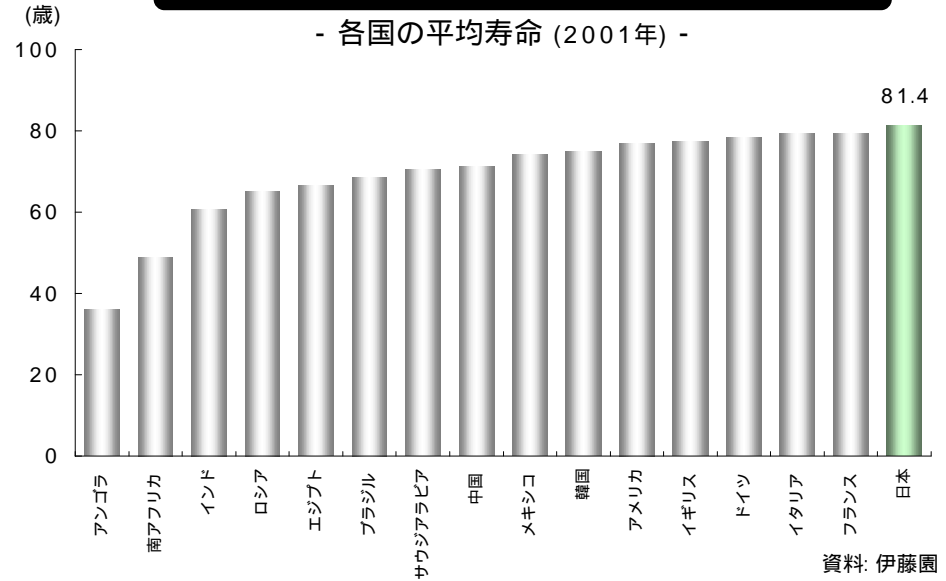
# 参考資料 - 7. 市場環境

## 健康志向の流れ

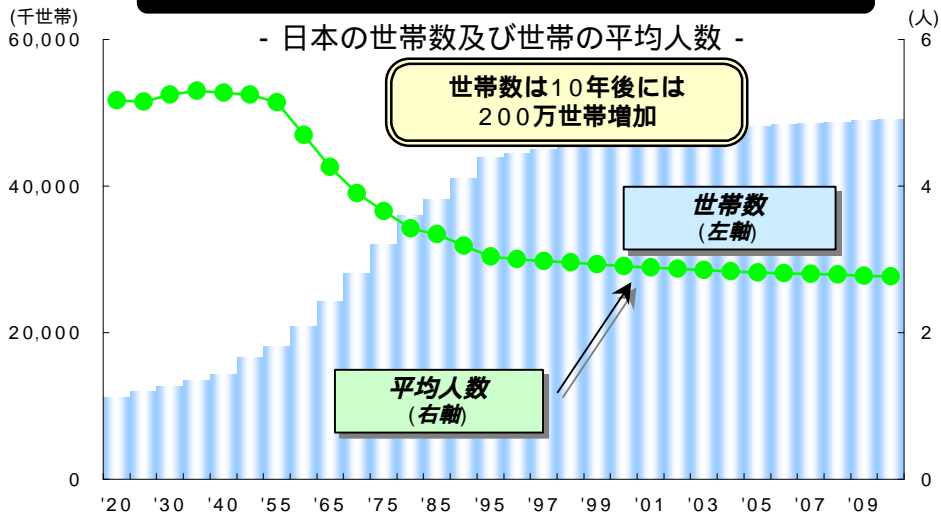


資料: 日本の将来推計人口

## 日本の食文化は健康的

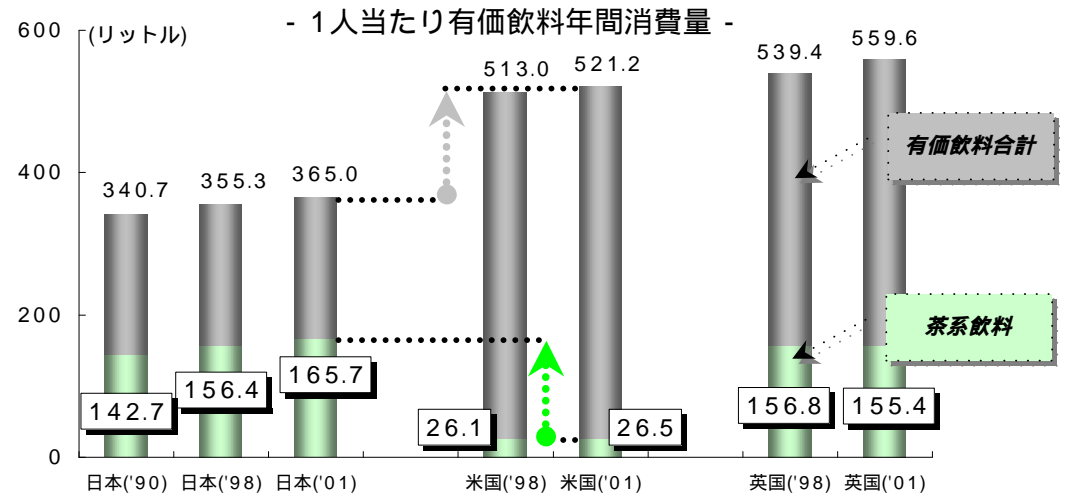


## 簡便化志向の流れ



資料: 日本の世帯数の将来推計、伊藤園

## 増加する有価飲料



## 当資料取扱い上の注意点

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。したがって、これら業績見通しのみで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。