

## 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

自然

健康

安全

良いデザイン

おいしい

1. 飲料市場
2. 業績(中間期)
3. 業績(通期)
4. 上期の状況
5. 下期の政策
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. ブランド政策(1) - 緑茶飲料
9. ブランド政策(2) - 野菜飲料
10. ブランド政策(3) - コーヒー飲料・機能性飲料
11. 海外展開
12. 中長期計画

参考資料

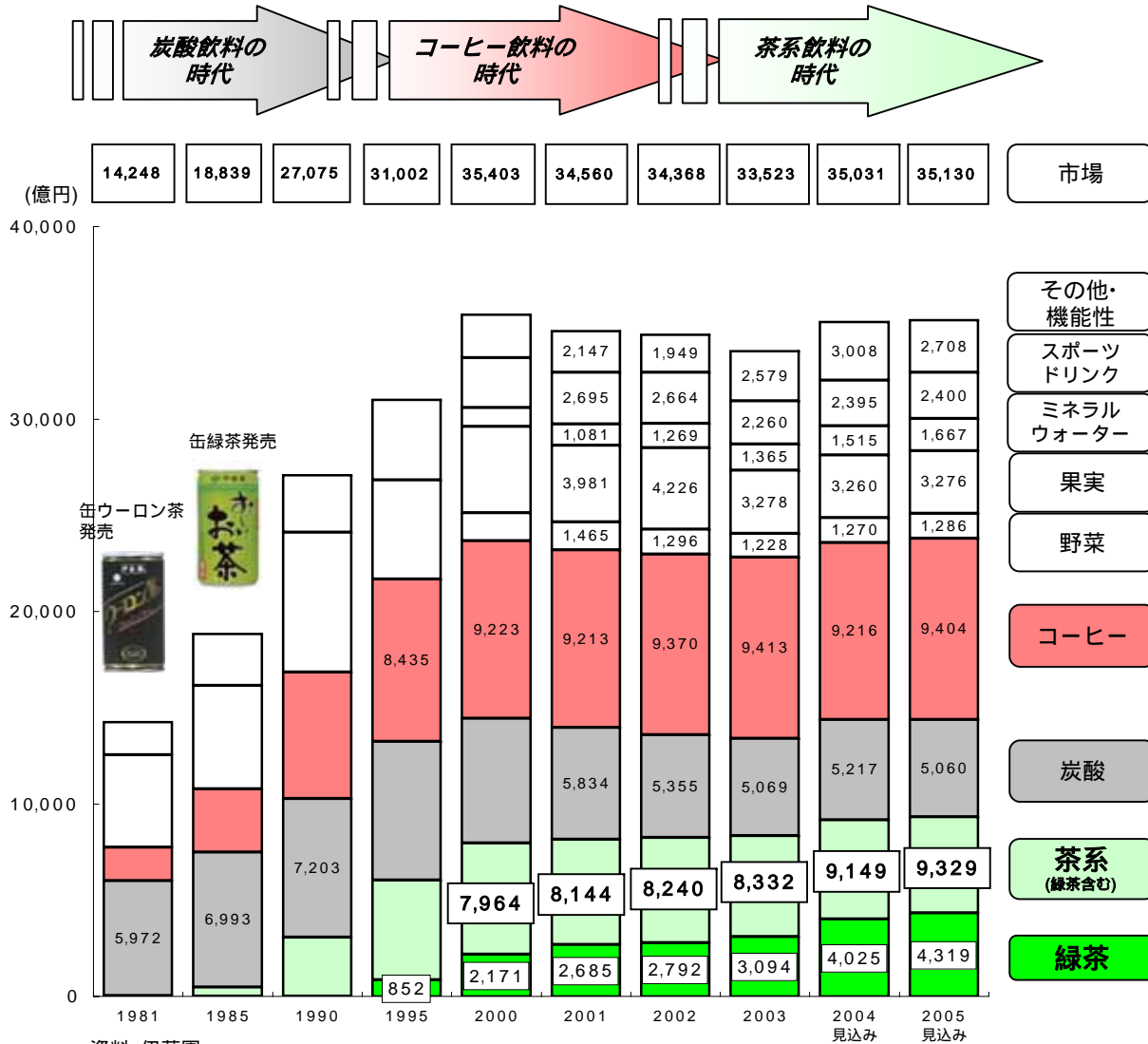
2005(平成17)年4月期 中間決算説明会資料

2004. 12

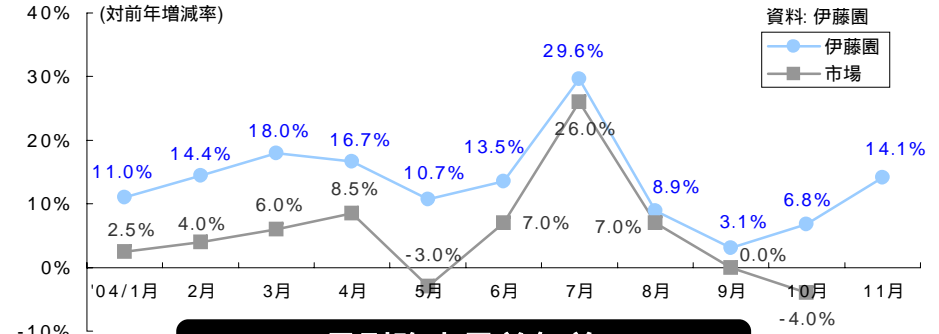


# 1. 飲料市場

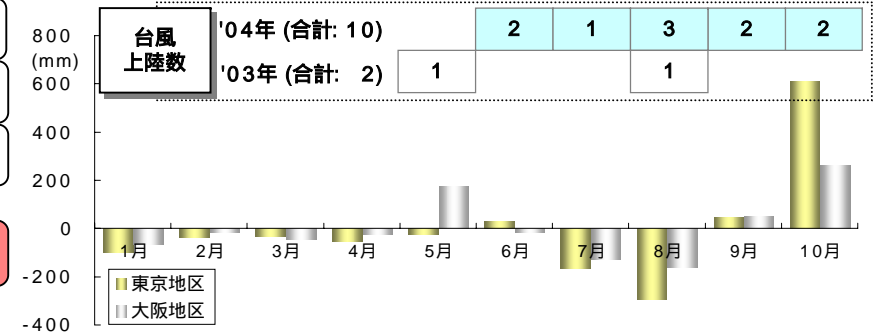
## 飲料市場の推移 (金額ベース)



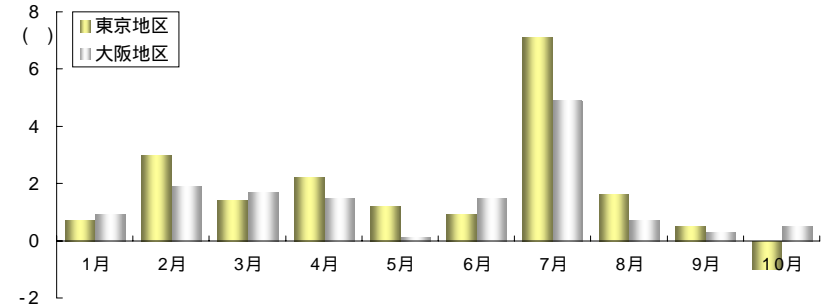
## 当社及び市場の月次販売動向 (数量ベース)



## 月別降水量前年差 (2003-2004年)



## 平均最高気温前年差 (2003-2004年)



## 2. 業績(中間期)

		2004(平成16)年 4月期 中間実績		2005(平成17)年 4月期 中間当初計画		2005(平成17)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
連 結	売上高	126,701	10.1%	136,200	7.5%	141,036	11.3%
	粗利益	63,308	10.6%	68,856	8.8%	70,877	12.0%
	販売手数料	15,166	16.8%	16,600	9.5%	17,310	14.1%
	広告宣伝費	5,930	30.4%	5,918	-0.2%	5,953	0.4%
	運送費	4,942	6.5%	5,358	8.4%	5,407	9.4%
	減価償却費	360	-2.3%	400	11.2%	355	-1.3%
	営業利益	9,337	7.8%	10,140	8.6%	11,320	21.2%
	経常利益	8,929	6.7%	9,660	8.2%	11,087	24.2%
	特別損益	-55	-	-315	-	-77	-
	当期純利益	4,790	7.9%	4,940	3.1%	6,180	29.0%
設備投資額	319		1,201		736		
E P S	105.91円		110.14円		137.78円		
単 独	売上高	124,842	10.0%	133,943	7.3%	139,163	11.5%
	粗利益	62,005	10.8%	67,395	8.7%	69,496	12.1%
	営業利益	9,425	8.5%	10,165	7.8%	11,240	19.3%
	経常利益	9,111	7.7%	9,770	7.2%	11,120	22.1%
	特別損益	-53	-	-66	-	-2,895	-
	当期純利益	5,140	9.2%	5,470	6.4%	4,806	-6.5%
	1株当たり配当金	21.5円		-		25.0円	
E P S	113.66円		121.95円		107.15円		

### 連結子会社の状況('05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.	290	-381
国内連結子会社	9,251	428
その他	1,168	-49
連結消去	-8,838	81

### 粗利益要因(単独)

	'04年4月期 中間(億円)	'05年4月期 中間(億円)
売上増による効果	56	68
単価の変動	-6	2
製品構成の変化他	0	0
原価低減	8	3
為替	2	2

### 特別損益の主な内訳('05年4月期中間実績)

	単独 (百万円)	連結 (百万円)
投資損失引当金繰入	-3,031	-
投資有価証券評価損	-270	-270
新紙幣対応費用	-199	-199
在外子会社固定資産評価損	-	-211
役員退職慰労引当金取崩益	624	626
その他	-18	-22

### 3. 業績(通期)

	2004(平成16)年 4月期 実績		2005(平成17)年 4月期 当初計画		2005(平成17)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	
連 結	売上高	239,235	11.4%	256,200	7.1%	261,800	9.4%
	粗利益	120,384	12.6%	129,718	7.8%	132,203	9.8%
	販売手数料	28,760	21.2%	31,340	9.0%	32,292	12.3%
	広告宣伝費	8,965	43.4%	9,050	1.0%	9,369	4.5%
	運送費	8,967	9.3%	9,626	7.3%	9,727	8.5%
	減価償却費	739	-2.6%	802	8.5%	707	-4.4%
	営業利益	17,505	11.5%	18,550	6.0%	19,400	10.8%
	経常利益	16,609	11.6%	17,650	6.3%	18,820	13.3%
	特別損益	-143	-	-325	-	-500	-
	当期純利益	8,731	9.1%	9,230	5.7%	9,800	12.2%
	設備投資額	481		1,229		1,734	
E P S	193.48円		205.78円		218.47円		
単 独	売上高	235,629	11.4%	251,600	6.8%	257,700	9.4%
	粗利益	117,782	12.8%	126,768	7.6%	129,348	9.8%
	営業利益	17,678	10.2%	18,600	5.2%	19,300	9.2%
	経常利益	16,858	10.1%	17,780	5.5%	18,830	11.7%
	特別損益	-79	-	-76	-	-3,312	-
	当期純利益	9,451	8.3%	9,930	5.1%	8,800	-6.9%
	1株当たり配当金	50円		50円		50円	
E P S	209.43円		221.39円		196.17円		

#### 連結子会社の状況('05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.	712	-704
国内連結子会社	17,331	838
その他	2,727	-101
連結消去	-16,671	67

#### 粗利益要因(単独)

	'04年4月期 (億円)	'05年4月期 予測(億円)
売上増による効果	119	108
単価の変動	-6	2
製品構成の変化他	4	0
原価低減	14	4
為替	2	2

#### 特別損益の主な内訳('05年4月期通期予測)

	単独 (百万円)	連結 (百万円)
投資損失引当金繰入	-3,031	-
投資有価証券評価損	-450	-450
新紙幣対応費用	-392	-400
在外子会社固定資産評価損	-	-211
役員退職慰労引当金取崩益	624	626
その他	-63	-65

## 4. 上期の状況

### 上期の状況

#### ■ ブランドの強化

- 「お~いお茶 濃い味」の定番化
- 野菜飲料の復活
- 機能性飲料の伸長

#### ■ 営業基盤の強化

- 顧客数の増加
- 自販機パーマシンの改善
- 通販事業を8月よりスタート

#### ■ 総コストの削減

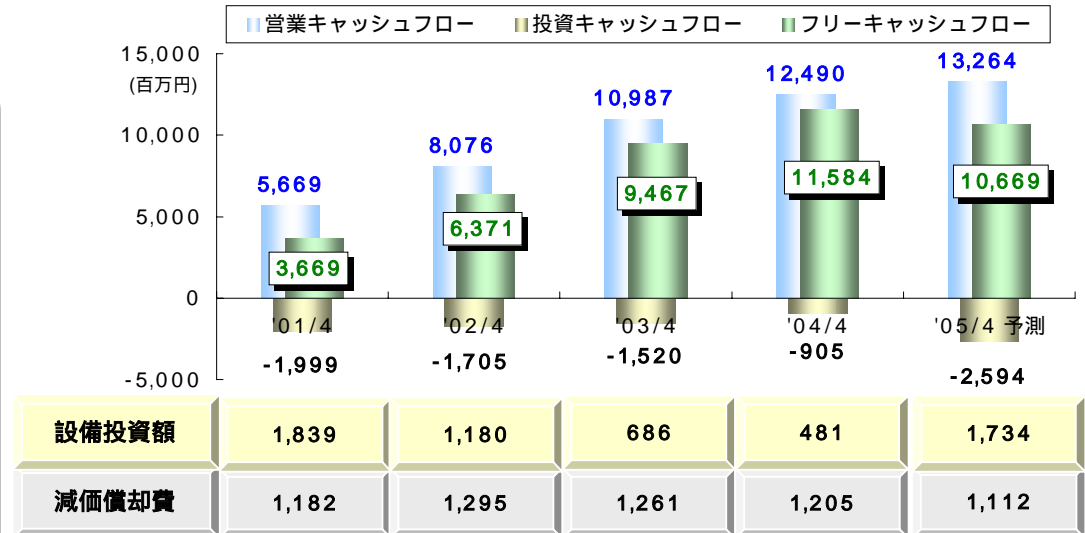
#### ■ オーストラリアに緑茶の荒茶工場を建設

#### ■ スtockオプションの実施

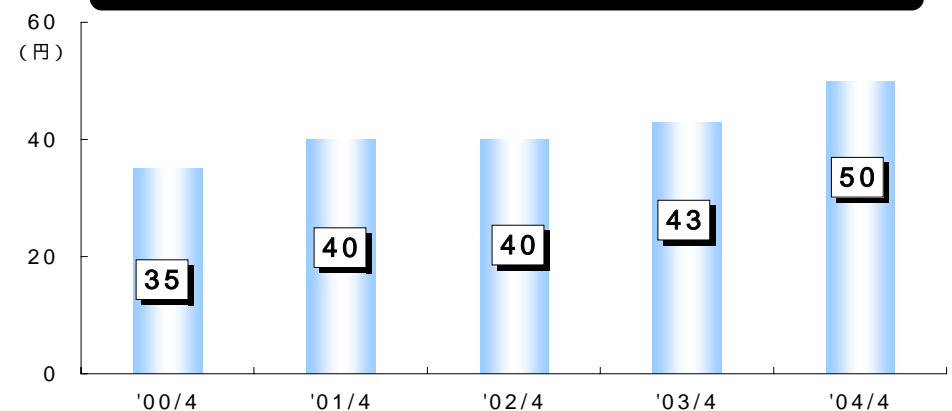
2004(平成16)年9月

- 役員退職慰労金精算支給 146,000株
- 業績連動株式報酬 27,900株

### キャッシュフロー、設備投資額 及び減価償却費の推移 (連結)



### 1株当たり配当金の推移及び自社株買いの状況 (単独)



自社株買い 751,900株  
( '02/9 ~ '04/2 )

## 5. 下期の政策

### 下期の政策

#### ■ ブランドの強化

- 「お~いお茶」
  - 「充実野菜」
  - 「1日分の野菜」
  - 「Salon de Café」
- の強化

#### ■ 営業基盤の強化

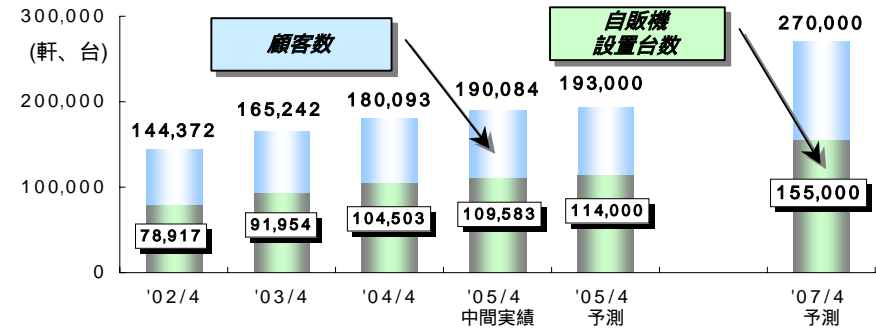
- 新規開拓の強化
- 既存客の強化（量販店、CVSの強化）  
（エリアマーケティングの実践）
- 新ハンディターミナルの全営業拠点導入

#### ■ 自販機政策の強化

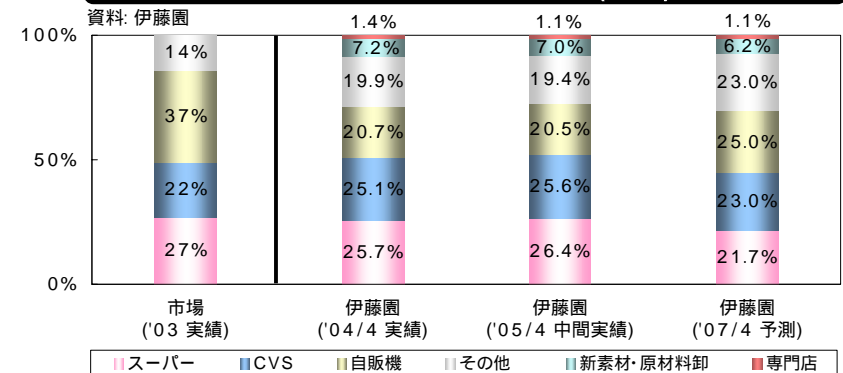
- 自販機営業の効率化
- コーヒー飲料の強化

#### ■ 総コストの削減

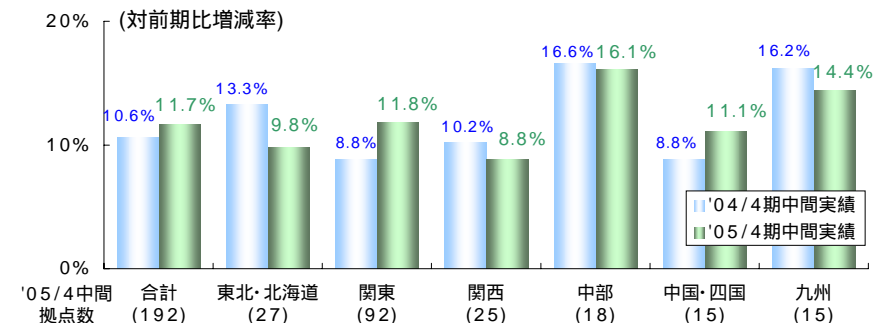
### 当社の顧客数及び自販機設置台数の推移



### 当社及び市場における販売ルート別売上高構成比(単独)



### 地区別売上高増減率及び拠点数



## 6. 部門別実績及び予測(単独)

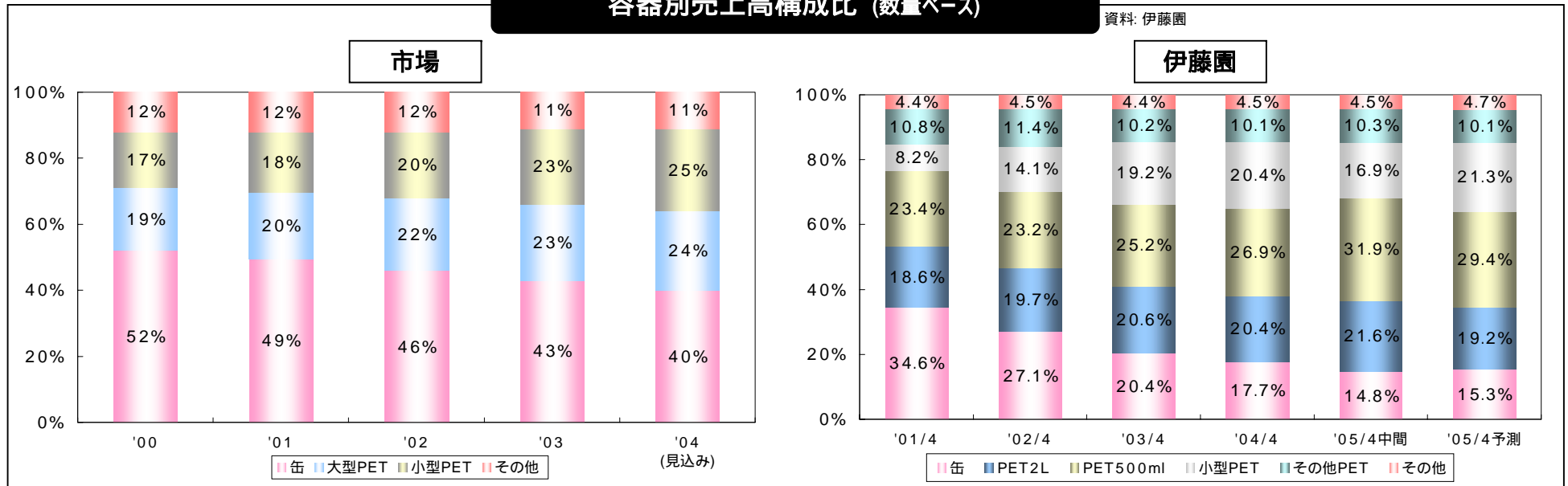
		中間期			通期			
		2004(平成16年) 4月期 実績	2005(平成17年) 4月期 実績		2004(平成16年) 4月期 実績		2005(平成17年) 4月期 予測	
		金額(百万円)	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率	金額(百万円)	対前期比 増減率
売上高		124,842	139,163	11.5%	235,629	11.4%	257,700	9.4%
内訳	茶葉(リーフ)	13,150	12,842	-2.3%	28,072	0.8%	27,574	-1.8%
	飲料(ドリンク)	110,626	125,191	13.2%	205,081	12.8%	227,756	11.1%
	他	1,064	1,129	6.1%	2,475	36.5%	2,369	-4.3%
飲料(ドリンク)	日本茶	64,518	75,461	17.0%	117,483	19.0%	135,587	15.4%
	お～いお茶	54,106	63,757	17.8%	102,554	17.4%	118,970	16.0%
	中国茶	8,555	8,740	2.2%	14,534	-15.6%	14,215	-2.2%
	野菜	13,108	14,852	13.3%	23,763	3.8%	28,649	20.6%
	果実	6,730	6,448	-4.2%	11,889	6.2%	11,207	-5.7%
	コ－ヒ－	7,786	8,038	3.2%	16,895	11.4%	17,281	2.3%
	紅茶	3,304	3,541	7.2%	6,500	-6.1%	6,630	2.0%
	機能性	3,665	4,564	24.5%	7,635	76.1%	7,508	-1.7%
	その他	2,956	3,544	19.9%	6,378	20.1%	6,675	4.7%

## 7. 容器別販売実績及び予測(単独)

		中間期				通期			
		2004(平成16)年 4月期 実績		2005(平成17)年 4月期 実績		2004(平成16)年 4月期 実績		2005(平成17)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	62,617	11.2%	70,359	12.4%	114,128	12.9%	126,318	10.7%
	缶	10,813	-3.6%	10,391	-3.9%	20,248	-1.5%	19,382	-4.3%
	PET計	48,862	15.2%	56,814	16.3%	88,713	16.8%	101,045	13.9%
	PET2L	13,755	8.7%	15,164	10.2%	23,274	11.8%	24,199	4.0%
	PET500ml	18,676	17.5%	22,466	20.3%	30,739	20.8%	37,107	20.7%
	小型PET	9,996	28.1%	11,901	19.1%	23,237	19.8%	26,932	15.9%
	その他PET	6,433	6.1%	7,282	13.2%	11,461	11.1%	12,805	11.7%
	その他	2,941	9.9%	3,154	7.2%	5,167	14.0%	5,890	14.0%

容器別売上高構成比 (数量ベース)

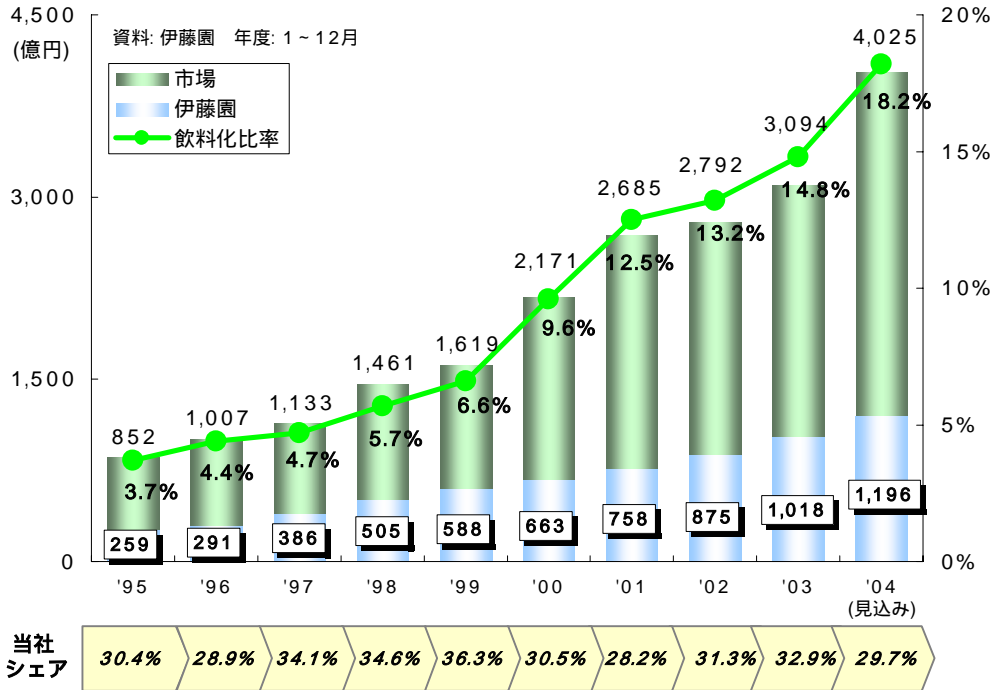
資料: 伊藤園



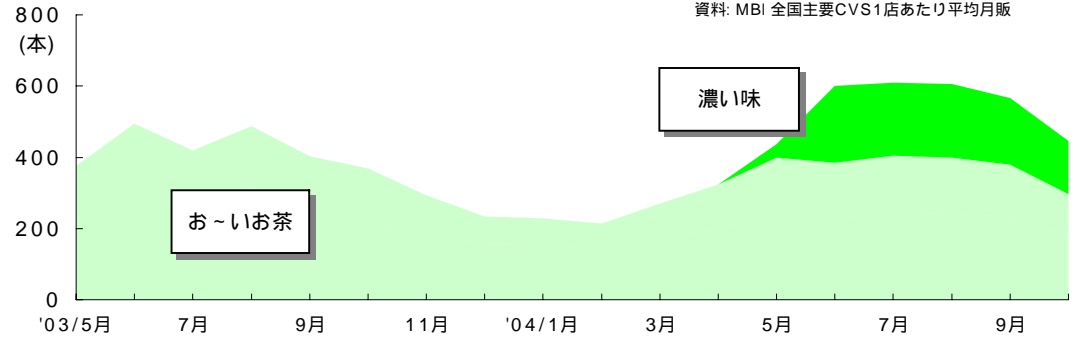


## 8. ブランド政策(1) - 緑茶飲料

### 緑茶飲料市場及び飲料化比率の推移



### 「お~いお茶 濃い味」ブランドの確立



- 自然抽出による天然カテキンを400mg含有した渋みのきいた濃いめの味わい
- 製品ラインアップの強化
- 「お~いお茶 濃い味」リーフの発売



今期 1,000万ケースを目標

### お~いお茶の販売実績及び予測 (単独)

	2005(H17)年 4月期 中間実績		2005(H17)年 4月期 通期予測	
金額 (億円)	637	17.8%	1,189	16.0%
数量 (千ケース)	36,560	16.1%	67,560	14.8%

一般飲料メーカー

伊藤園

畑づくり

栽培

仕入れ

製造・生産

製品

健康性の研究

■ 契約農家との取り組み

■ 大規模茶園展開



荒茶生産量 91,930トン (2003年) 当社取扱量 19.2%



■ 【リーフ】  
自社工場で生産

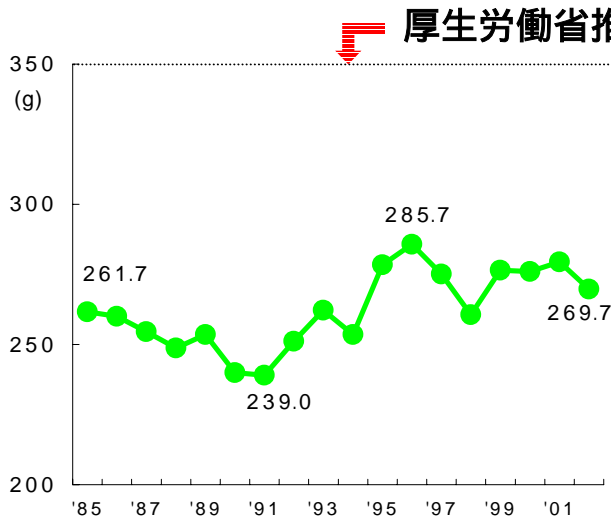
■ 【ドリンク】  
100%委託生産  
(原料は自社で加工)



項目 (2004年10月末現在)	特許件数 (出願中含む)
緑茶に関する研究開発 (原料茶、緑茶飲料)	46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)	95件
茶の他の利用に関する研究開発 (洗口液、抗菌材料等)	18件

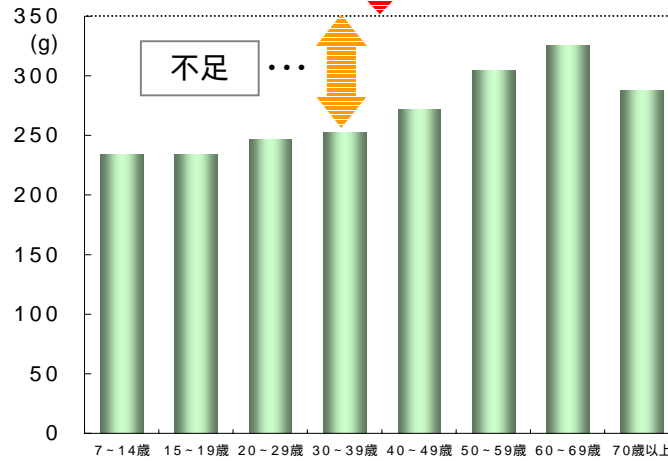
## 9. ブランド政策(2) - 野菜飲料

### 国民1人1日当たりの野菜摂取量の推移

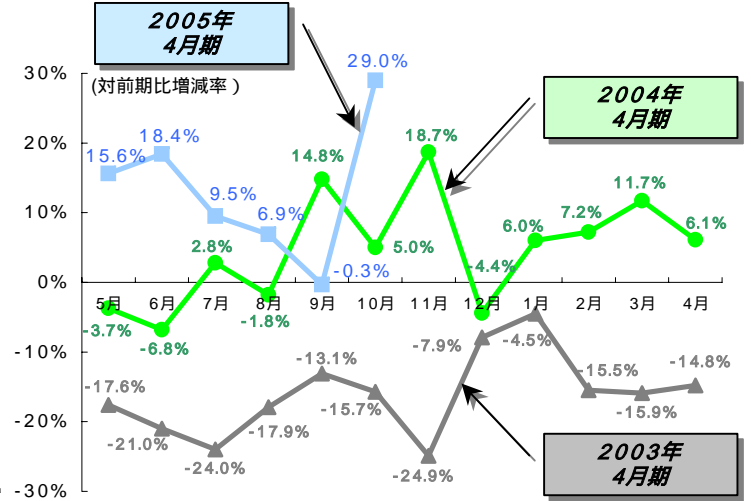


資料: 国民栄養調査結果

### 年代別野菜摂取量 (2002年)



### 当社の野菜飲料月次販売動向 (金額ベース)

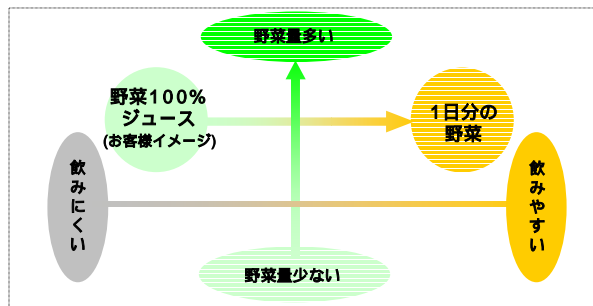


### 1日分の野菜

- コップ1杯(180cc)で1日分の野菜350g相当を補給
- 16種類の健康野菜をバランス良く使用



PET900g



### 野菜飲料のマーケティング

- 季節製品の定番化
- 容器ラインアップの充実
- 大陳コンテスト
- お料理レシピコンテスト(2004年5~7月)  
ツール展開(レシピ紹介リーフレット) 購買機会の拡大
- 生コマース展開



季節製品ラインアップ



「1日分の野菜」シリーズ

# 10. ブランド政策(3) - コーヒー飲料・機能性飲料

## コーヒー飲料の販売実績及び予測 (金額ベース)

Salon de Café  
の全国発売

	2003(H15)年 4月期 通期		2004(H16)年 4月期 通期		2005(H17)年 4月期 中間実績		2005(H17)年 4月期 通期予測	
	金額 (百万円)	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
金額 (百万円)	15,169	1.0%	16,895	11.4%	8,038	3.2%	17,281	2.3%
数量 (千ケース)	6,057	4.0%	6,368	5.1%	3,031	0.1%	6,376	0.1%

## 販売強化政策

### 販売促進

自販機べた付けキャンペーンの実施  
... 12星座コインストラップキャンペーン(11/1~)

自動販売機の回転率アップ



### 新製品の投入

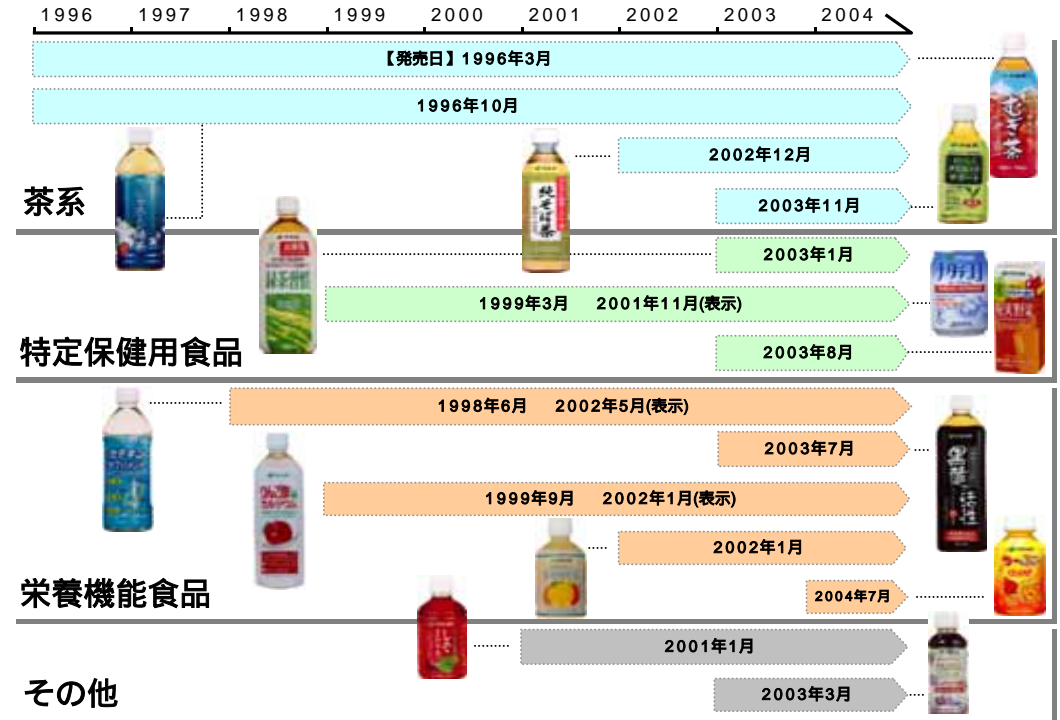
リシール缶カフェモカ、エスプレッソを  
11月より発売



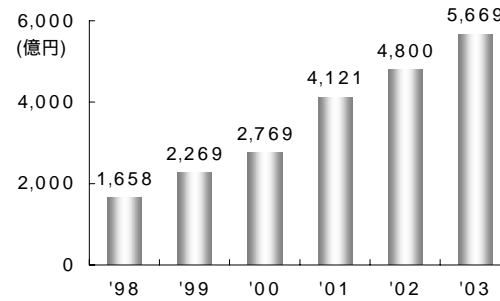
### おいしさの追求

「ダブル抽出」製法の強化  
香料不使用

## 新しいカテゴリーへの挑戦

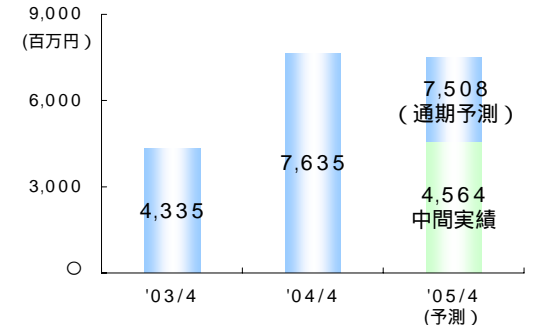


## 特定保健用食品市場の推移



資料: 伊藤園

## 機能性飲料の販売実績 及び予測



# 11. 海外展開

## 米国 (ニューヨーク)

### 緑茶の健康性の認知度・注目度が確実にアップ

	1998年8月	2003年5月
お茶全般の健康性についての認知度	39%	76%
緑茶の健康性についての認知度	29%	71%

資料：全米茶協議会「お茶と健康に関する消費者意識調査」

### ホールセール部門

#### ナチュラル市場における茶系飲料の販売状況



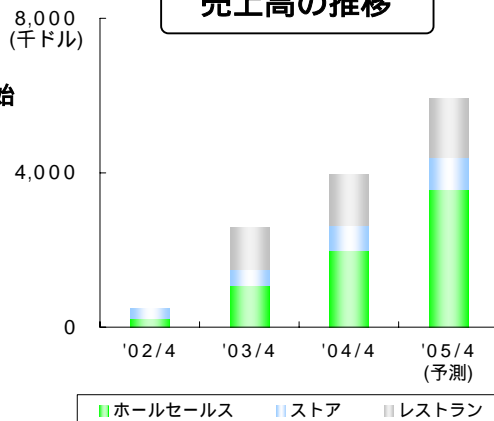
ブランド名	売上高 対前年増減率	シェア	シェア上昇 ポイント(対前年比)
Tazo Tea	15.1%	29.1%	-1.7%
Honest Tea	10.2%	26.5%	-2.8%
Arizona Tea	8.3%	9.3%	-1.1%
<b>TEAS' TEA</b>	<b>1732.9%</b>	<b>7.1%</b>	<b>6.7%</b>
Snapple	-12.2%	7.0%	-2.7%
合計	21.7%	100.0%	-

茶系飲料トップ10  
ブランドにおける成長性が  
一番あり、シェアもアップ

注：大手ナチュラルスーパー898店舗での販売状況(14,588千ドル)であります。  
資料：SPINS 年度：2003/9～2004/9

#### 売上高の推移

- 売上高対前期比増減率 86.0%増 (5～10月累計)
- カリフォルニア州でナチュラル市場向けに販売開始
- 昨年に引き続き"ホット&コールド"をデリ(食品販売店)及びカフェテリアを中心に設置



## 豪州

### 緑茶の荒茶工場を建設

- ・ 緑茶の需要増に対する不安を払拭
- ・ スケールメリットを生かした低コスト生産

【場 所】 ビクトリア州ワンガラッタ市  
 【生 産】 2004(平成16)年10月20日より開始  
 【建設費用】 約2億円(土地代除く)

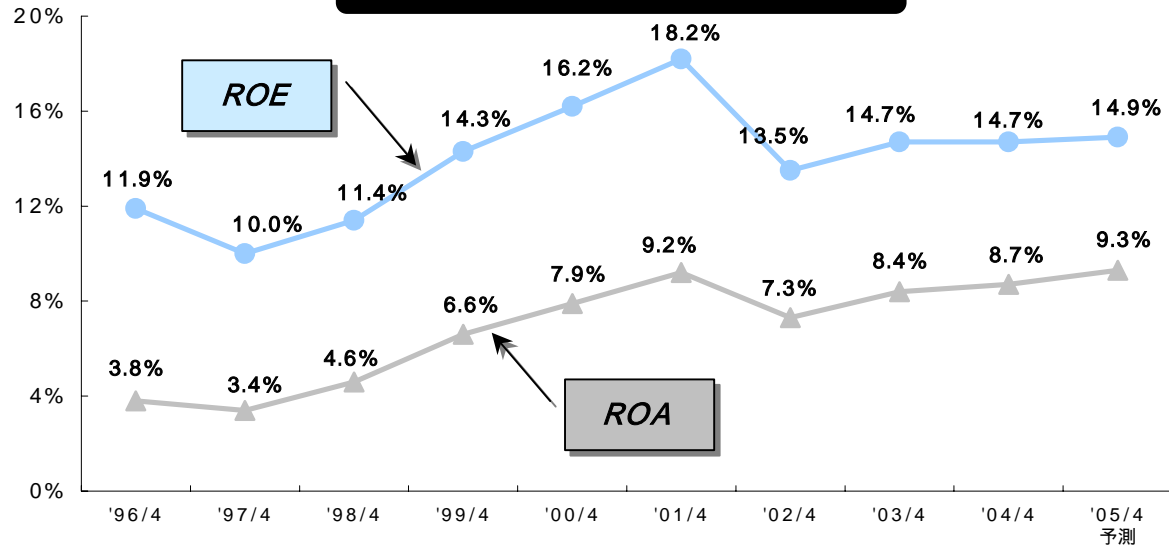
- 今期、「茶十徳」などの専門店にて"オーストラリア産の新茶"を販売
- 今後はアメリカへの輸出及びオーストラリア国内での販売を検討

	2005/4期 見込み	2006/4期 見込み	2007/4期 見込み	...	将来
茶葉 生産量	5トン	25トン	70トン	→	1,000トン
茶園面積	68 ha	→	→	→	250 ha



## 12. 中長期計画

### ROE及びROAの推移 (連結)



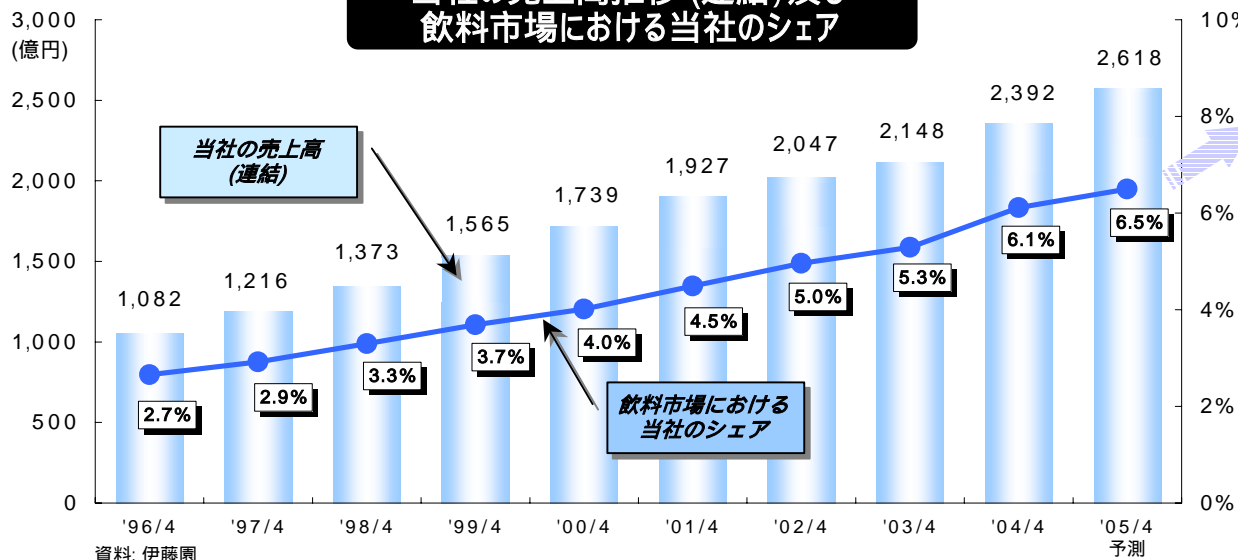
2007(平成19)年4月期

連結売上高 3,000億円以上  
**ROE** 17%  
**ROA** 9%  
**EPS** 250円以上

2012(平成24)年4月期

連結売上高 5,000億円以上

### 当社の売上高推移 (連結) 及び 飲料市場における当社のシェア



資料: 伊藤園

シェアの拡大

ブランドの強化

営業基盤の強化

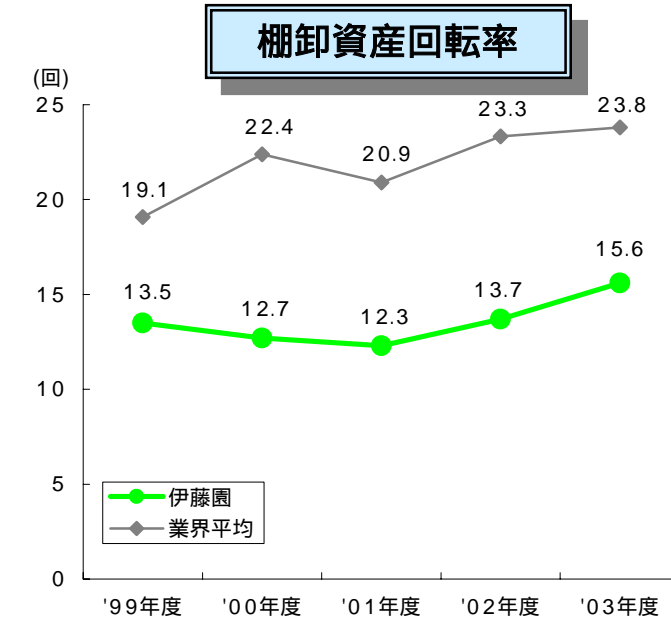
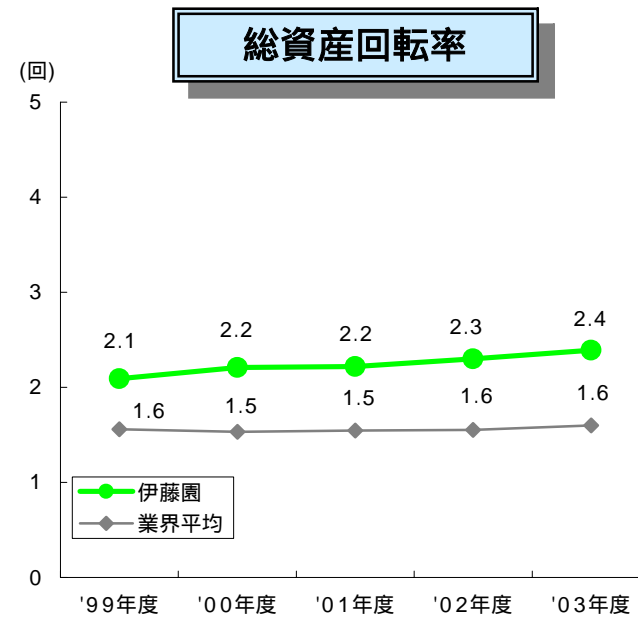
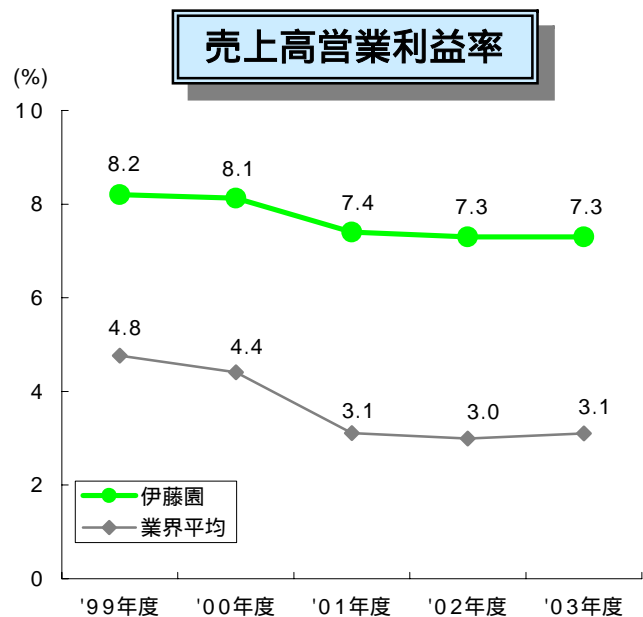
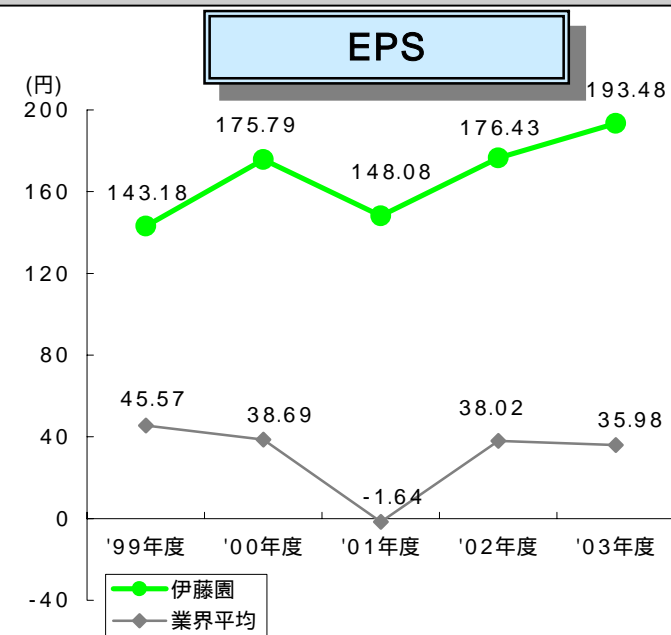
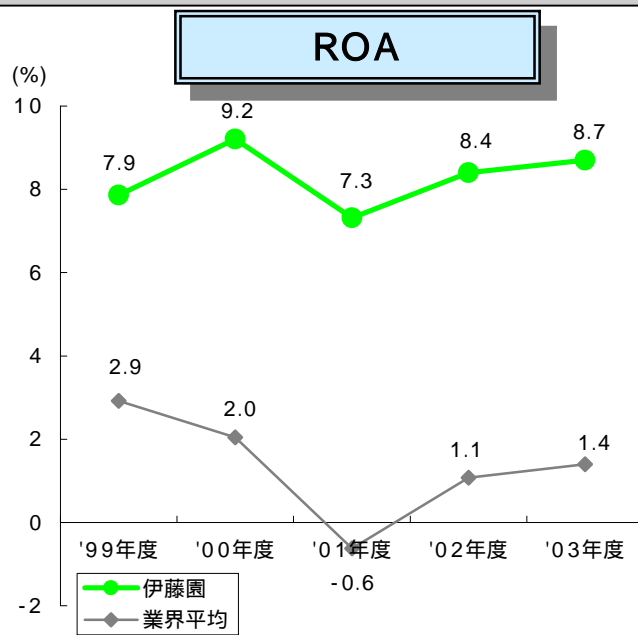
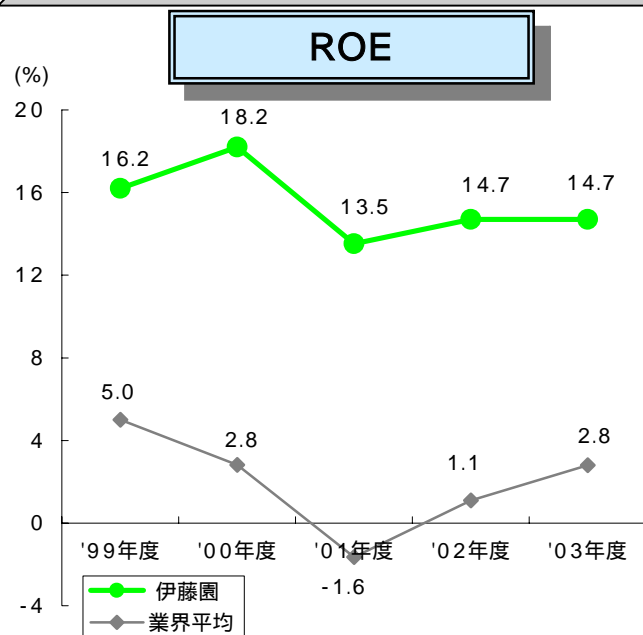
総コストの削減

海外展開の本格化

## 参考資料

1. 主要経営指標(連結)
2. 市場(1)
3. 市場(2)
4. 市場拡大の背景

## 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. 市場 (1)

### 各市場の飲料化比率

資料: 伊藤園

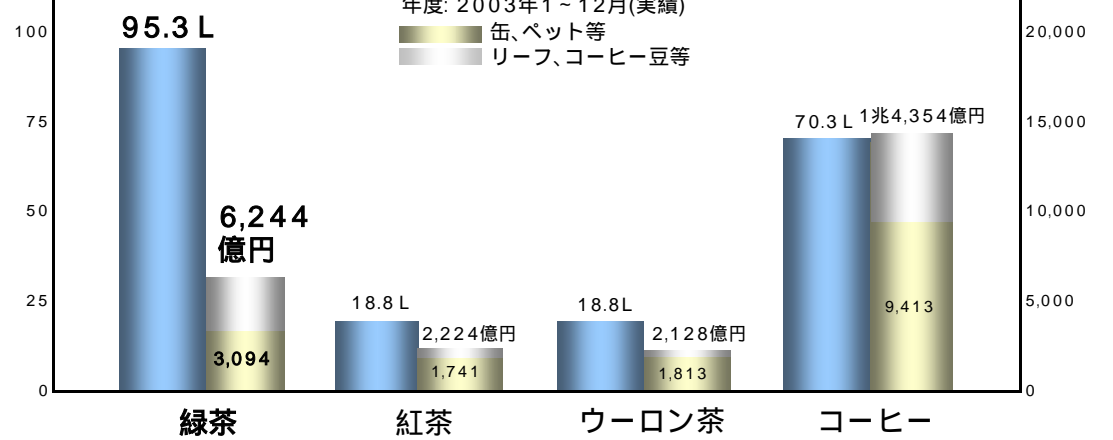
	2000 (平成12年)	2001 (平成13年)	2002 (平成14年)	2003 (平成15年) 実績	2004 (平成16年) 見込み
緑茶	9.6%	12.5%	13.2%	14.8%	18.2%
ウーロン茶	49.5%	55.2%	56.8%	57.2%	
紅茶	34.6%	34.1%	31.4%	32.4%	
コーヒー	30.4%	30.3%	29.4%	30.2%	

### 代表的飲料の1人当たり年間消費量と市場規模

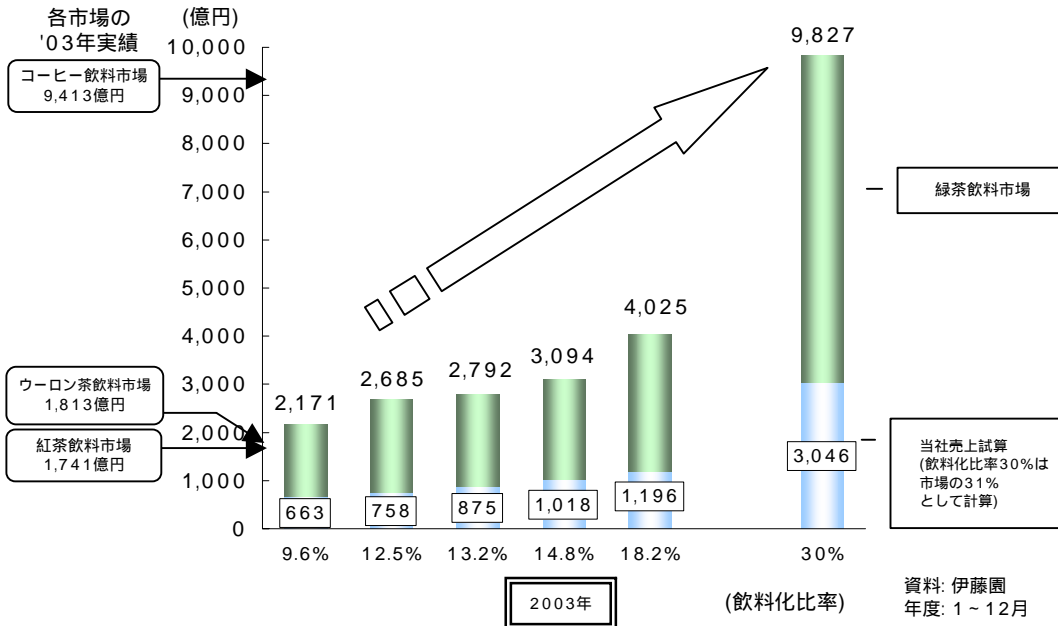
1人当たり年間消費量(リットル)

資料: 伊藤園、農林水産省  
年度: 2003年1~12月(実績)  
■ 缶、ペット等  
■ リーフ、コーヒー豆等

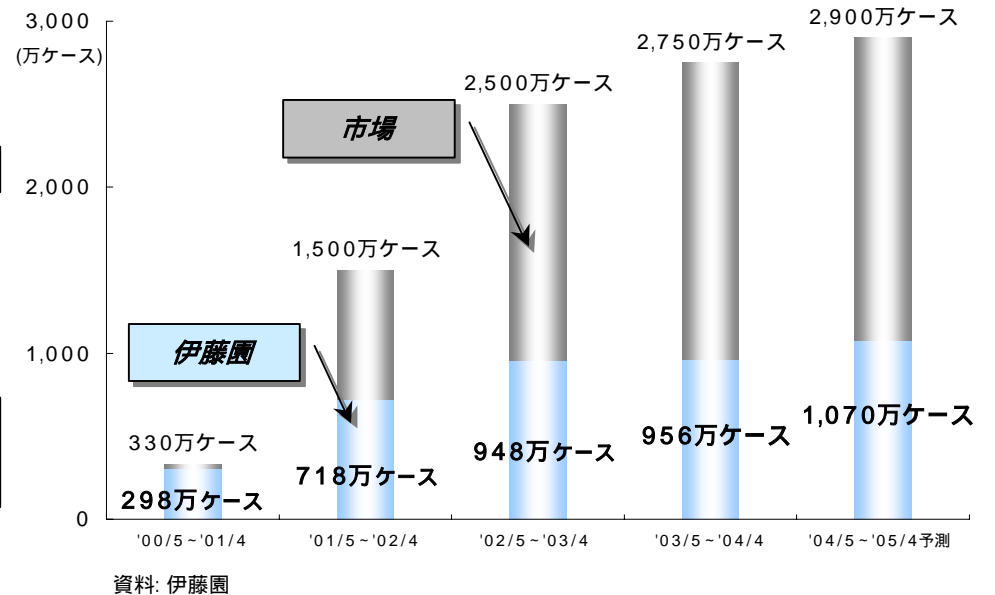
市場規模(億円)



### 緑茶飲料化比率と緑茶飲料市場



### ホットペット市場





## 参考資料 - 3. 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

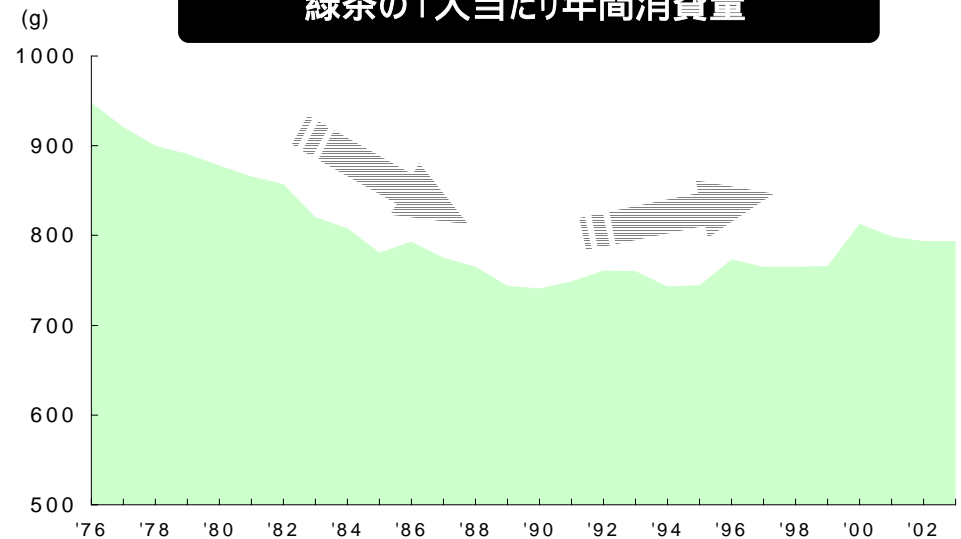
	伊藤園	コカコーラ	キリン ピバレッジ	サントリー	アサヒ	JT	花王
'85(S60)年	缶入り緑茶 "お~いお茶"						
'88(S63)年		ジョージア・ お茶		煎茶			
'89(H元)年					せん茶		
'90(H2)年	PET緑茶			日本茶			
'91(H3)年			嘉福煎茶		初摘み茶		
'92(H4)年		神葉煎茶	一番茶使用 煎茶		お茶どうぞ 緑茶・初摘み茶	伝統釜炒り茶	
'93(H5)年		茶流彩彩 煎茶		緑茶(茶)	お茶どうぞ 銘茶三撰		
'94(H6)年		清流茶房 煎茶	緑茶一煎	京番茶	銘茶三撰緑茶	緑茶	
'96(H8)年	PET緑茶製 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	なごみ笹緑茶	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		うぶ茶	
'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	洪茶	ヘルシア緑茶
'04(H16)年	"お~いお茶 濃い味 緑茶"	まる茶 茶葉の 功	なかせ生茶 もろこし生茶他	伊右衛門	にごらせ旨茶		

### 緑茶原料の現況

	2002 (平成14)年	2003 (平成15)年		2004(平成16)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	83,700	91,930	9.8%	92,000	0.1%
輸入量	11,790	10,242	-13.1%	13,000	26.9%
輸出量	760	760	0.0%	750	-1.3%
国内消費量	101,800	101,382	-0.4%	104,500	3.1%
当社取扱量	16,107	17,647	9.6%		
飲料化比率	13.2%	14.8%		18.2%	

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

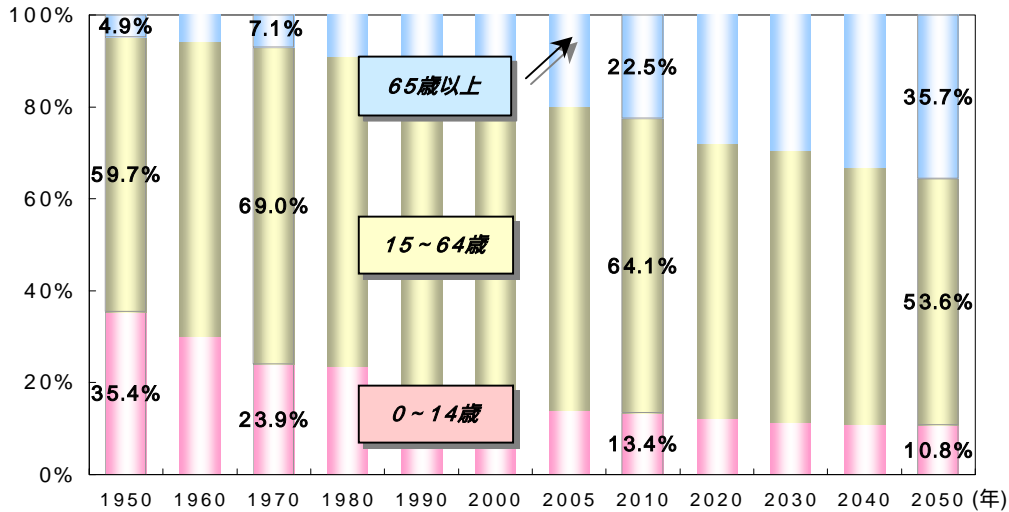
### 緑茶の1人当たり年間消費量



資料: 農林水産省、財務省他

## 参考資料 - 4. 市場拡大の背景

### 日本における年齢3区分別構成比の推移



資料: 国勢調査

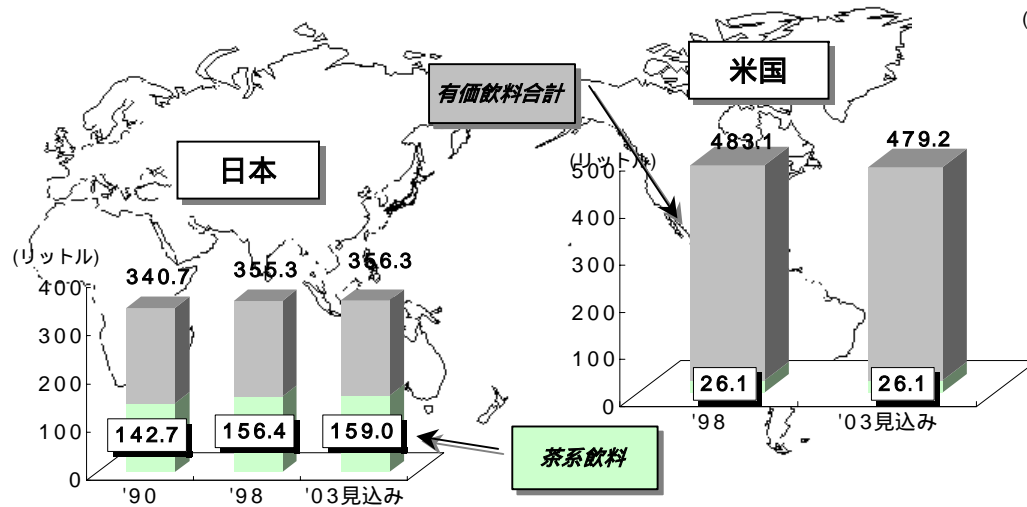
### 各国の65歳以上人口割合の到達年次(7% 20%)

高齢化社会の  
"先進国"日本

資料: 人口統計資料集 他

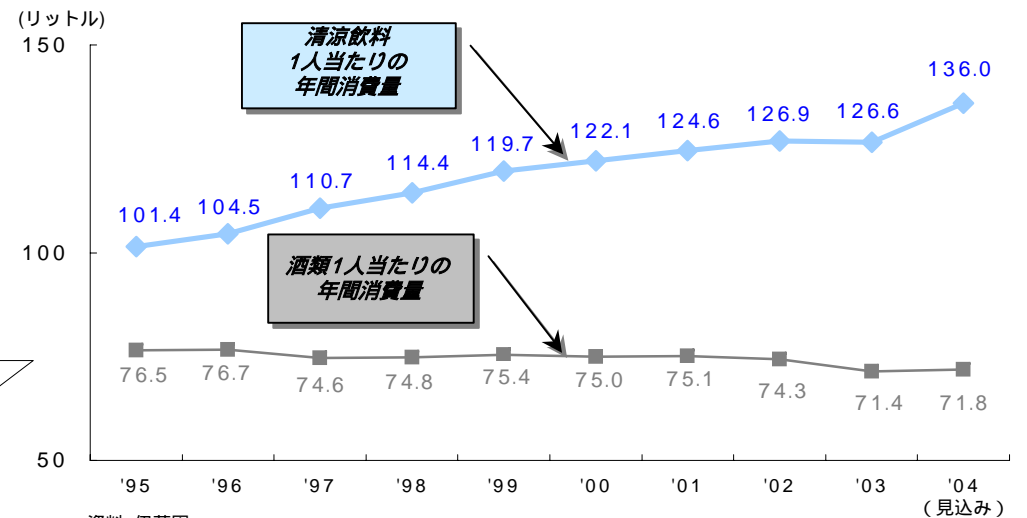
	7%	20%
日本	1970年	2010年
ドイツ	1930年	2015年
フランス	1865年	2020年
イギリス	1930年	2025年
アメリカ	1945年	2030年

### 世界の1人当たり有価飲料消費量



資料: 伊藤園

### 酒類及び清涼飲料の1人当たり年間消費量の推移



資料: 伊藤園

## 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。従いまして、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。