

1. 業績

2. カテゴリー別実績及び予測 (単独)

3. 容器別販売実績及び予測 (単独)

4. 当社および市場の動向

5. 緑茶飲料

6. 紅茶飲料・コーヒー飲料

7. その他の飲料

2011(平成23)年4月期
第3四半期決算補足資料
2011. 3



1. 業績

		第1四半期 (5~7月)			第2四半期累計 (5~10月)			第3四半期累計 (5~1月)			通期 (5~4月)			
		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 予測		
		金額(百万円)	金額(百万円)	前期比 増減率	金額(百万円)	金額(百万円)	前期比 増減率	金額(百万円)	金額(百万円)	前期比 増減率	金額(百万円)	金額(百万円)	前期比 増減率	
連 結	売上高	89,708	97,077	8.2%	179,506	194,581	8.4%	253,261	272,206	7.5%	332,984	352,300	5.8%	
	売上総利益	43,903	46,707	6.4%	87,986	94,569	7.5%	124,498	133,667	7.4%	163,393	171,600	5.0%	
	販売費及び一般管理費	39,839	40,756	2.3%	78,825	82,416	4.6%	114,395	119,770	4.7%	150,940	156,600	3.7%	
	営業利益	4,064	5,950	46.4%	9,161	12,153	32.7%	10,103	13,897	37.6%	12,453	15,000	20.5%	
	経常利益	3,886	5,504	41.6%	8,713	11,212	28.7%	9,445	12,896	36.5%	11,679	13,700	17.3%	
	特別損益	△ 13	△ 333	-	△ 99	△ 485	-	△ 346	△ 233	-	△ 506	△ 560	-	
	当期純利益	1,953	2,648	35.6%	4,701	5,927	26.1%	4,952	7,123	43.8%	5,996	7,000	16.7%	
	E P S													
	普通株	15.70円	21.41円	-	36.37円	46.52円	-	38.40円	56.20円	-	45.44円	53.84円	-	
	第1種優先株	15.70円	21.41円	-	41.37円	51.52円	-	43.41円	61.20円	-	55.41円	63.82円	-	
単 独	売上高	84,677	91,633	8.2%	169,357	183,316	8.2%	238,239	255,486	7.2%	312,766	330,200	5.6%	
	営業利益	3,907	5,437	39.2%	8,642	11,042	27.8%	9,278	12,135	30.8%	11,297	13,200	16.8%	
	経常利益	4,289	5,460	27.3%	8,760	10,578	20.8%	9,176	11,555	25.9%	11,119	12,400	11.5%	
	当期純利益	2,505	3,030	21.0%	5,097	5,894	15.6%	5,207	6,582	26.4%	6,304	6,800	7.9%	
	1株当たり 配当金	普通株	-	-	-	19.00円	19.00円	-	-	-	-	38.00円	38.00円	-
		第1種優先株	-	-	-	24.00円	24.00円	-	-	-	-	48.00円	48.00円	-
	E P S	普通株	20.14円	24.49円	-	39.56円	46.25円	-	40.45円	51.82円	-	47.92円	52.23円	-
第1種優先株		20.14円	24.49円	-	44.56円	51.25円	-	45.45円	56.82円	-	57.89円	62.20円	-	

2. カテゴリー別実績及び予測（単独）

	第1四半期 (5～7月)			第2四半期累計 (5～10月)			第3四半期累計 (5～1月)			通期 (5～4月)			
	2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 実績		2010 (平成22)年 4月期 実績	2011(平成23)年 4月期 予測		
	金額 (百万円)	金額 (百万円)	前期比 増減率	金額 (百万円)	金額 (百万円)	前期比 増減率	金額 (百万円)	金額 (百万円)	前期比 増減率	金額 (百万円)	金額 (百万円)	前期比 増減率	
売 上 高	84,677	91,633	8.2%	169,357	183,316	8.2%	238,239	255,486	7.2%	312,766	330,200	5.6%	
茶 葉 (リーフ)	7,380	7,665	3.9%	13,848	14,437	4.3%	21,945	22,674	3.3%	30,152	31,253	3.7%	
飲 料 (ト'リンク)	76,465	82,912	8.4%	153,611	166,845	8.6%	213,268	229,807	7.8%	278,541	294,777	5.8%	
他	831	1,055	27.0%	1,897	2,033	7.1%	3,025	3,004	-0.7%	4,072	4,169	2.4%	
飲 料 (ド'リンク) 内 訳	日 本 茶	45,267	45,832	1.2%	90,462	92,119	1.8%	122,573	123,722	0.9%	158,811	160,238	0.9%
	中 国 茶	3,928	4,842	23.2%	7,591	9,549	25.8%	11,079	12,876	16.2%	14,492	16,153	11.5%
	野 菜	9,329	10,348	10.9%	18,900	21,023	11.2%	25,990	29,087	11.9%	34,495	37,130	7.6%
	果 実	4,486	4,369	-2.6%	8,194	8,567	4.5%	11,690	12,007	2.7%	14,467	14,029	-3.0%
	コ ー ヒ ー	4,865	5,784	18.9%	9,514	11,100	16.7%	15,557	18,199	17.0%	21,353	25,029	17.2%
	紅 茶	1,143	3,677	221.7%	4,475	7,921	77.0%	7,108	12,429	74.9%	10,467	15,648	49.5%
	機 能 性	1,663	1,671	0.5%	3,321	3,470	4.5%	4,182	4,194	0.3%	5,194	4,790	-7.8%
	ミ ネ ラ ル ウ ォ ー タ ー	3,187	3,654	14.6%	5,953	7,383	24.0%	7,992	9,059	13.4%	10,525	11,584	10.1%
そ の 他	2,593	2,730	5.3%	5,198	5,709	9.8%	7,093	8,231	16.0%	8,732	10,172	16.5%	

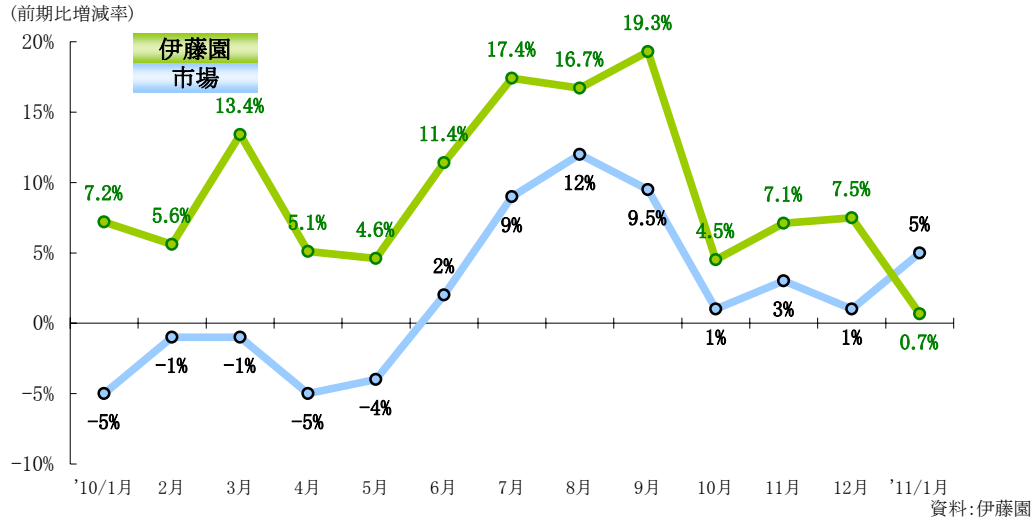
3. 容器別販売実績及び予測（単独）

	第1四半期（5～7月）			第2四半期累計（5～10月）			第3四半期累計（5～1月）			通期（5～4月）		
	2010 （平成22）年 4月期 実績	2011（平成23）年 4月期 実績		2010 （平成22）年 4月期 実績	2011（平成23）年 4月期 実績		2010 （平成22）年 4月期 実績	2011（平成23）年 4月期 実績		2010 （平成22）年 4月期 実績	2011（平成23）年 4月期 予測	
	数量 （千ケース）	数量 （千ケース）	前期比 増減率	数量 （千ケース）	数量 （千ケース）	前期比 増減率	数量 （千ケース）	数量 （千ケース）	前期比 増減率	数量 （千ケース）	数量 （千ケース）	前期比 増減率
飲料販売数量	49,053	54,837	11.8%	98,113	110,629	12.8%	135,813	150,245	10.6%	177,543	192,883	8.6%
缶	5,490	5,815	5.9%	10,660	11,297	6.0%	15,111	16,716	10.6%	20,055	21,814	8.8%
P E T 計	39,321	44,014	11.9%	79,392	89,476	12.7%	109,152	119,831	9.8%	142,484	153,474	7.7%
P E T 2L	13,066	14,747	12.9%	26,055	30,401	16.7%	35,456	39,187	10.5%	45,912	49,688	8.2%
P E T 500ml	16,188	18,623	15.0%	32,571	37,139	14.0%	42,762	48,263	12.9%	55,117	60,702	10.1%
小型 P E T	5,898	6,294	6.7%	12,243	13,140	7.3%	19,443	20,974	7.9%	26,624	27,916	4.9%
その他 P E T	4,167	4,348	4.3%	8,523	8,795	3.2%	11,489	11,404	-0.7%	14,828	15,166	2.3%
紙	3,544	4,332	22.3%	7,077	8,808	24.5%	9,868	12,308	24.7%	13,081	15,896	21.5%
そ の 他	741	675	-9.0%	982	1,047	6.6%	1,681	1,388	-17.4%	1,922	1,698	-11.6%

4. 当社および市場の動向

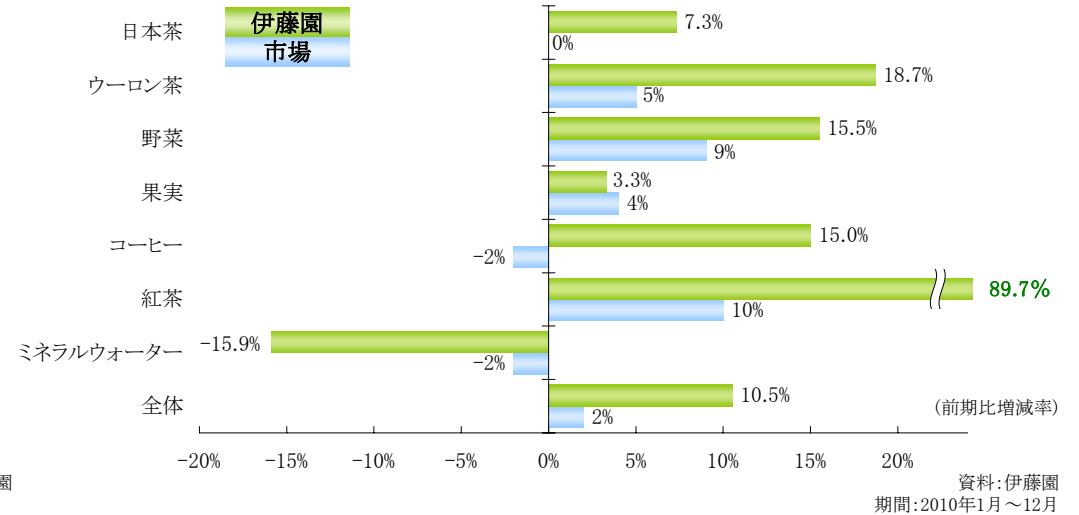
当社および飲料市場の月次販売動向 (数量ベース)

グラフ①



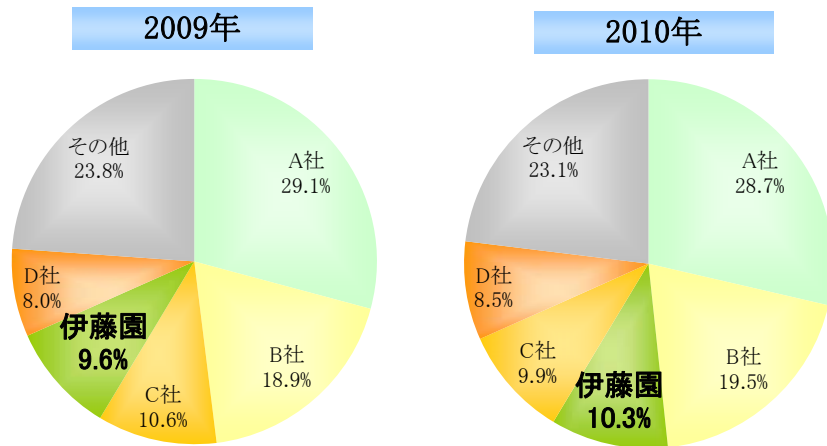
当社および飲料市場の 카테고리別増減率 (数量ベース)

グラフ②



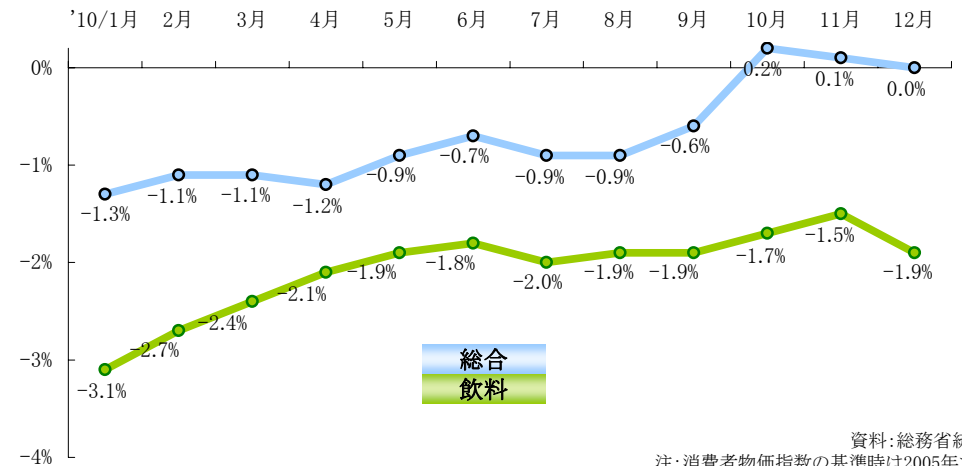
メーカー別シェアの推移 (数量ベース)

グラフ③



消費者物価指数前年同月比の推移

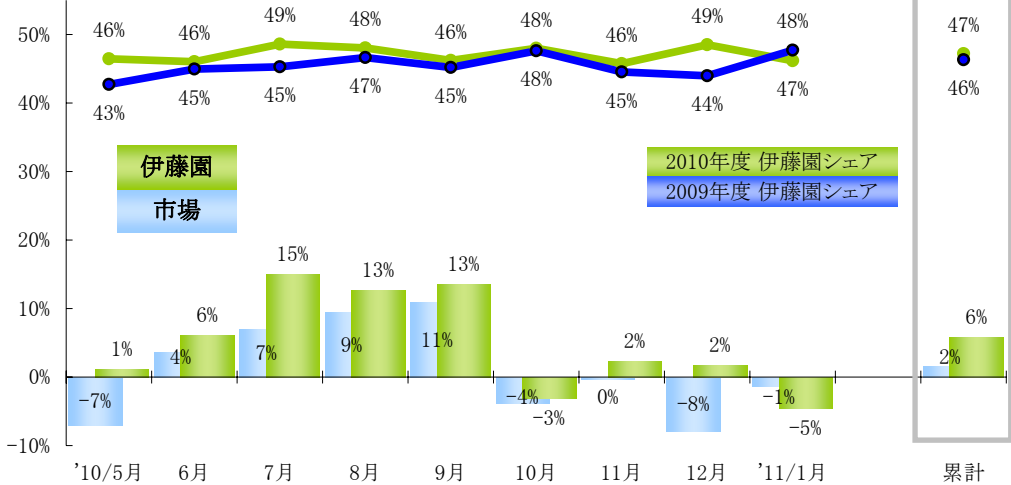
グラフ④



5. 緑茶飲料

緑茶飲料市場における月次販売動向およびシェアの推移（上位7社、数量ベース）

（前期比増減率&シェア）



グラフ①

資料:伊藤園

緑茶飲料シェア拡大の施策

- ◆主要4品目の導入強化、定番化の徹底
- ◆品質訴求 ⇒ 飲用価値訴求

緑茶

全飲用シーン対応
全顧客満足



ほうじ茶

食事に合う
高齢層ターゲット



濃い味

カテキンの健康性
濃さ・渋さ



玄米茶

伝統ブレンドの健康感
若年層ターゲット

商品特徴・ターゲットの明確化

緑茶飲料市場の活性化

◆新しいおいしさの提案

「お〜いお茶 玉露の旨み」

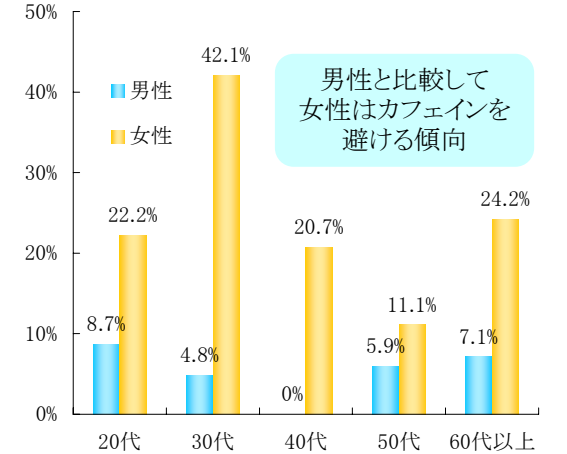


◆カフェイン50%オフ

◆旨みを引き出し、
苦渋みを低減

3/7 リニューアル
500ml
140円(本体価格)

(参考) カフェインを理由として緑茶飲料の
飲用が減少した割合



男性と比較して
女性はカフェインを
避ける傾向

資料:総合飲料調査2009

◆CSR活動との連動



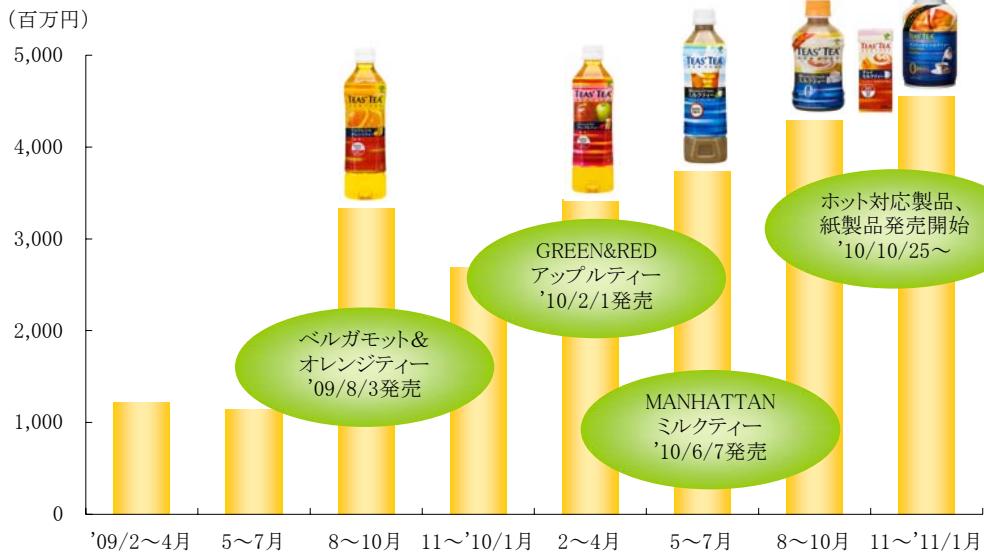
◆「お〜いお茶」全飲料商品の売上の一部を、
地方自治体の自然環境保全活動に
寄付するキャンペーン

◆実施期間
2010年6月14日から8月31日

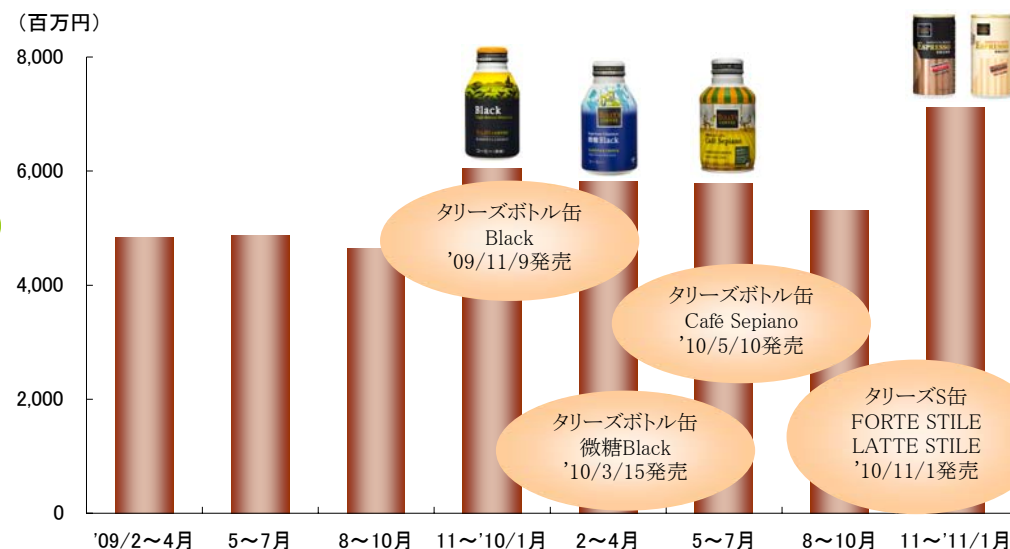
◆9都道府県に寄付するとともに、当社社員も
ボランティアとして、自然環境保全活動に
参加

6. 紅茶飲料・コーヒー飲料

当社紅茶飲料の販売動向
(金額ベース)



当社コーヒー飲料の販売動向
(金額ベース)



◆更なるTEAS' TEAブランドの認知度拡大
～新商品の導入～

横断的なTEAS' TEAブランドの展開
飲料とリーフ製品の連動

「TEAS' TEA ミックスベリーティー」



3/7 発売
15袋入り
380円(本体価格)

- ◆1つのティーバッグで500ml作れる(マイボトル対応)
- ◆ベリー系の香りのリラックスティー



～広告宣伝の強化～

◆タリーズブランドの認知度拡大

～高付加価値商品の展開～

TULLY'S COFFEE
BARISTA'S CHOICE



コーヒーのプロ
「バリスタ」監修の
高品質コーヒー

W coffee

クロロゲン酸含有
おいしさと機能性を
兼ね備えた缶コーヒー



7. その他の飲料

ウーロン茶飲料

1979年6月1日 「伊藤園 ウーロン茶」リーフ製品発売
 1981年3月1日 世界初の缶入りウーロン茶「缶入りウーロン茶190g」発売

ウーロン茶飲料 発売30周年



- ◆商品ラベル正面に30周年マーク、烏龍茶開発のこぼれ話を掲載
- ◆世界初の茶飲料開発会社であることを訴求

むぎ茶飲料

「天然ミネラルむぎ茶」

商品力の強化



2/21 リニューアル
 500ml
 140円(本体価格)

- ◆焼きたての香ばしさ
焙煎方法の改良、焙煎後の鮮度管理強化
- ◆カフェインゼロ
- ◆海洋深層水由来の天然ミネラル



3/21 リニューアル
 2L
 310円(本体価格)

- ◆2Lボトル・ラベル軽量化
- ◆環境負荷低減

炭酸飲料

「DRY LEMON (ドライレモン)」



- ◆高い刺激&ドライな後味
レモン炭酸
 - ◆健康成分含有
くカテキン+ビタミンC1000mg
 - ◆カロリーオフ
- 3/7 発売
 500ml
 140円(本体価格)

「天然水サイダー」



- ◆天然水使用
 - ◆キレのよい強炭酸
 - ◆天然由来の甘味料・香料使用
- 3/7 再発売

炭酸市場のキーワード

健康・機能成分 ゼロ・低カロリー 爽快な味わい

大塚食品・大塚製薬との提携

「お〜いお茶」、「オロナミンCドリンク」を相互の自動販売機で販売することに合意



- ◆各7万台の自動販売機に導入
- ◆自動販売機チャネルの強化
- ◆自動販売機ラインアップの強化
- ◆お〜いお茶の販路拡大



4/1より導入開始

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、①天候、特に夏場の低温 ②異物混入等の製品事故 ③伊藤園の事業領域を取り巻く経済情勢、特に消費動向 ④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。