

2023年4月期

決算説明会資料

2023年6月 株式会社 伊藤園



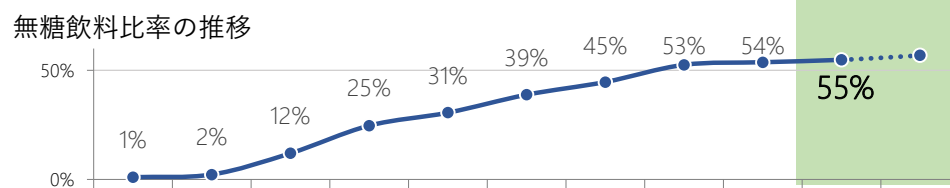
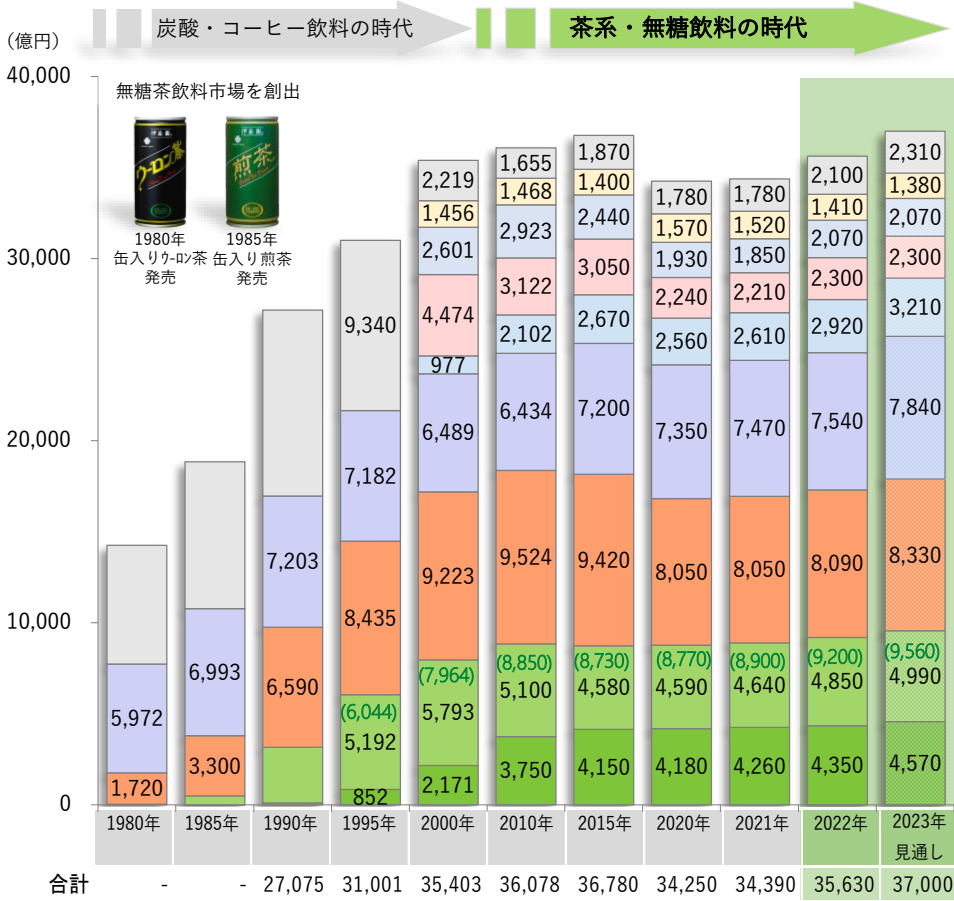
自然が好きです。

国内飲料市場の動向と当社業績・通期計画	P.3
マーケティング戦略・事業戦略	P.10
参考資料	P.22

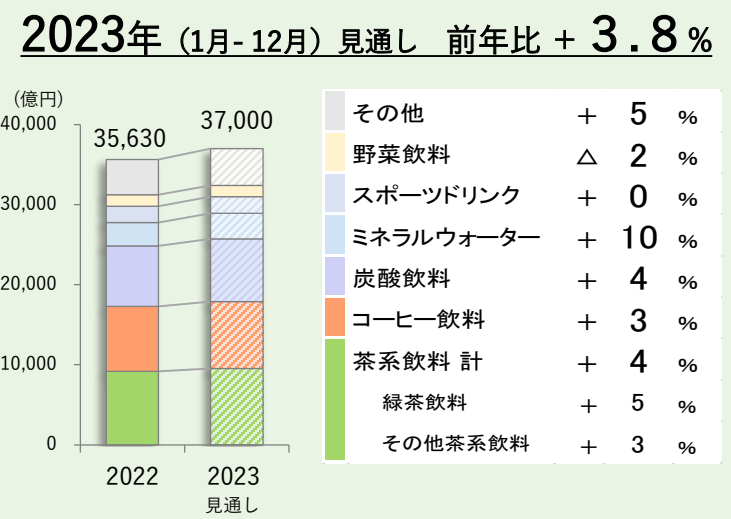
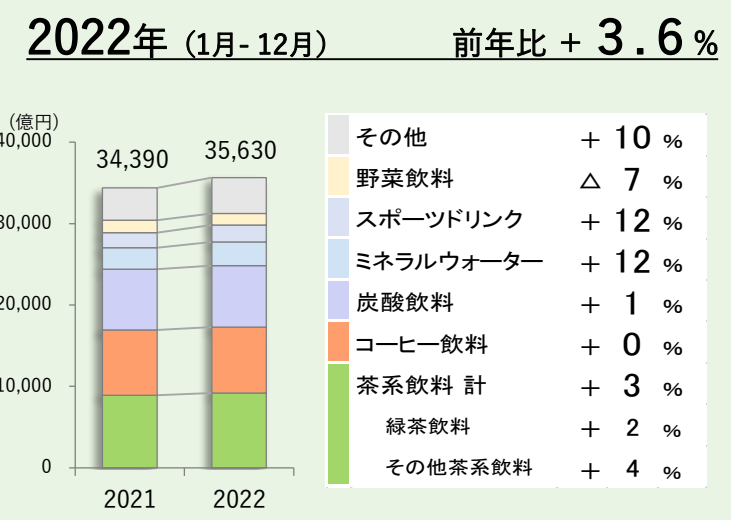
国内飲料市場の動向と当社業績・通期計画

国内飲料市場の動向

飲料市場の推移 (暦年・金額ベース)



- その他
- 野菜飲料
- スポーツドリンク
- 果実飲料
- ミネラルウォーター
- 炭酸飲料
- コーヒー飲料
- 茶系飲料計
- その他茶系飲料
- 緑茶飲料



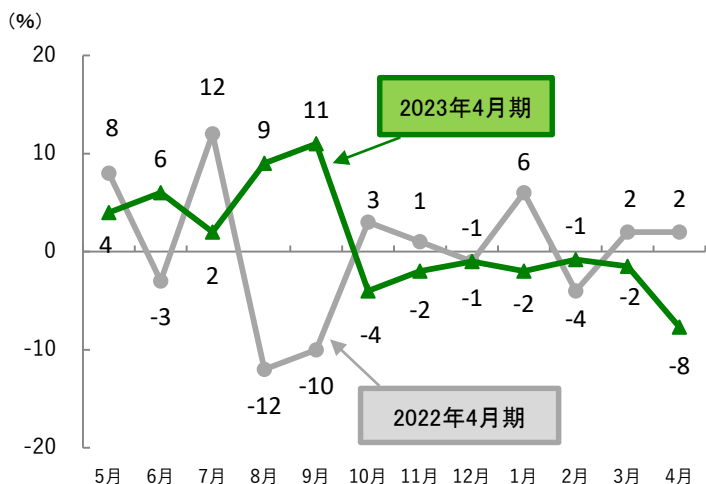
無糖飲料の構成比は伸長を続ける。国内飲料市場のうち 50%以上 が無糖飲料。

資料: 伊藤園

国内環境のトピックス

- 2022年 5月人流増加、天候面にも恵まれ復調傾向
 6月各地で記録的な猛暑日続く
 7月感染症が再拡大するも全国的に猛暑
 8月猛暑と人出の増加により活発化
 9月人流回復、価格改定仮需により好調に推移
 10月価格改定の仮需反動に加え天候不順も影響し、消費マインドが停滞
 11月感染症第8波の予兆の他、中旬以降は天候も低迷
 12月感染拡大の中でも人流は活発化し需要は回復基調
- 2023年 1月観光客が戻りつつある一方で節約意識の高まり
 2月値上影響はあったものの好天と人流回復によりマイナス幅縮小
 3月気温上昇、アフターコロナに向けた動きが加速
 4月物価上昇が影響し、飲食料品の消費低減

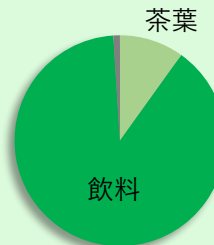
月次販売数量動向 (対前年増減率)



伊藤園 (単独) 2023年4月期 (2022年5月~2023年4月)

	増減率
売上高	+ 5 %
茶葉 (リーフ)	△ 3 %
飲料 (ドリンク)	+ 6 %
他	+ 8 %

金額ベース



構成比



茶葉 10%

飲料 89%

他 1%

飲料(ドリンク) 販売数量

(単位: 万ケース)

カテゴリー	2022年4月期			2023年4月期		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率
飲料 (ドリンク)	21,525	100 %	△ 0 %	21,829	100 %	+ 1 %
茶系飲料 計	14,928	69 %	△ 0 %	15,286	70 %	+ 2 %
日本茶	13,589	63 %	+ 2 %	13,868	64 %	+ 2 %
中国茶	868	4 %	△ 26 %	835	4 %	△ 4 %
その他	470	2 %	△ 3 %	582	3 %	+ 24 %
野菜飲料	2,937	14 %	△ 10 %	2,592	12 %	△ 12 %
コーヒー飲料	1,664	8 %	+ 11 %	1,752	8 %	+ 5 %
ミネラルウォーター	664	3 %	+ 1 %	668	3 %	+ 1 %
炭酸飲料	401	2 %	+ 6 %	534	2 %	+ 33 %
果実飲料	439	2 %	+ 10 %	452	2 %	+ 3 %
その他飲料	489	2 %	+ 7 %	541	2 %	+ 11 %

2023年4月期 無糖飲料比率 **75%** 以上

2023年4月期 実績

通期 (2022年5月～2023年4月)

		2022年4月期		2023年4月期		
		実績	構成比	実績	構成比	増減率
連 結	売上高	400,769	100.0%	431,674	100.0%	7.7%
	売上総利益	159,581	39.8%	165,585	38.4%	3.8%
	広告宣伝費	9,980	2.5%	10,048	2.3%	0.7%
	運送費	13,751	3.4%	14,386	3.3%	4.6%
	減価償却費	9,153	2.3%	7,921	1.8%	-13.5%
	販売費及び一般管理費	140,787	35.1%	145,996	33.8%	3.7%
	営業利益	18,794	4.7%	19,588	4.5%	4.2%
	経常利益	19,971	5.0%	20,341	4.7%	1.9%
	特別損益	372	-	△ 657	-	-
	当期純利益	12,928	3.2%	12,888	3.0%	-0.3%

		2022年4月期		2023年4月期		
		実績	構成比	実績	構成比	増減率
単 独	売上高	300,319	100.0%	315,025	100.0%	4.9%
	売上総利益	114,135	38.0%	116,986	37.1%	2.5%
	営業利益	15,685	5.2%	16,785	5.3%	7.0%
	経常利益	17,409	5.8%	18,864	6.0%	8.4%

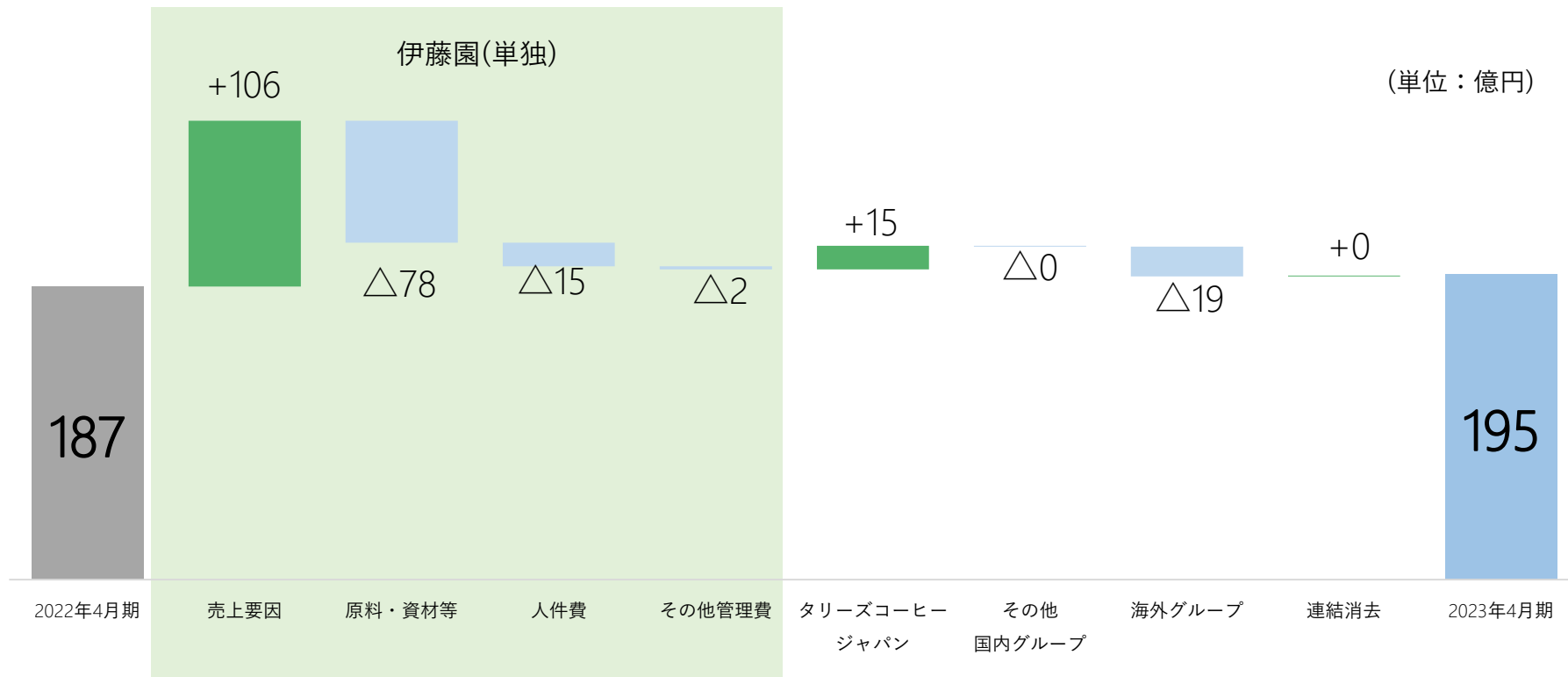
(単位：百万円)

		2022年4月期		2023年4月期	
		実績	実績	実績	増減率
グ ル ー プ 会 社	上段：売上高				
	下段：営業利益				
	国内グループ	90,390	97,548	7.9%	
	タリーズ	2,249	3,784	68.2%	
	コーヒー	30,060	35,495	18.1%	
	チチャス	860	2,429	182.2%	
	チチャス	11,844	11,947	0.9%	
	チチャス	734	670	-8.7%	
	海外グループ	41,927	51,252	22.2%	
	海外グループ	1,472	△ 433	-	
	米国事業	36,771	45,361	23.4%	
	米国事業	555	△ 1,483	-	
	米国事業	323,156千ドル	333,292千ドル	3.1%	
	米国事業	4,881千ドル	△10,897千ドル	-	
その他	5,155	5,891	14.3%		
海外事業	917	1,049	14.4%		
連結消去	△ 31,867	△ 32,150	-		
連結消去	△ 613	△ 548	-		

為替レート (米ドル) 113.79 136.10 (期中平均)

2023年4月期 実績（連結） 営業利益増減の主な要因

価格改定及び収益改善の取組みにより、原料・資材等の高騰を吸収し利益を確保



伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|------------------|------|------------------|------|
| • 売上増加による影響 | + 55 | • 原料・資材等の高騰による影響 | △ 78 |
| • 容器構成及び製品構成等の変化 | + 51 | • 賃上げによる人件費の増加 | △ 15 |

2024年4月期 計画

通期（2023年5月～2024年4月）

	2023年4月期		2024年4月期			
	実績	構成比	計画	構成比	増減率	
売上高	431,674	100.0%	440,000	100.0%	1.9%	
売上総利益	165,585	38.4%	167,800	38.1%	1.3%	
連	広告宣伝費	10,048	2.3%	9,654	2.2%	-3.9%
	運送費	14,386	3.3%	14,328	3.3%	-0.4%
	減価償却費	7,921	1.8%	6,354	1.4%	-19.8%
	販売費及び一般管理費	145,996	33.8%	146,800	33.4%	0.6%
	営業利益	19,588	4.5%	21,000	4.8%	7.2%
結	経常利益	20,341	4.7%	21,000	4.8%	3.2%
	特別損益	△ 657	-	△ 800	-	-
	当期純利益	12,888	3.0%	13,500	3.1%	4.7%

	2023年4月期		2024年4月期		
	実績	構成比	計画	構成比	増減率
売上高	315,025	100.0%	321,500	100.0%	2.1%
売上総利益	116,986	37.1%	116,000	36.1%	-0.8%
営業利益	16,785	5.3%	17,000	5.3%	1.3%
経常利益	18,864	6.0%	18,600	5.8%	-1.4%

（単位：百万円）

	上段：売上高 下段：営業利益	2023年4月期		2024年4月期	
		実績	計画	実績	計画
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	97,548	100,625	3.2%	
		3,784	3,256	-14.0%	
	タリーズ コーヒー	35,495	37,600	5.9%	
		2,429	2,500	2.9%	
	チチヤス	11,947	12,417	3.9%	
		670	680	1.5%	
	海外グループ	51,252	50,301	-1.9%	
		△ 433	1,619	-	
	米国事業	45,361	43,709	-3.6%	
		△ 1,483	530	-	
		333,292千ドル	336,230千ドル	0.9%	
		-10,897千ドル	4,080千ドル	-	
	その他 海外事業	5,891	6,592	11.9%	
1,049		1,089	3.8%		
連結消去	△ 32,150	△ 32,426	-		
	△ 548	△ 875	-		

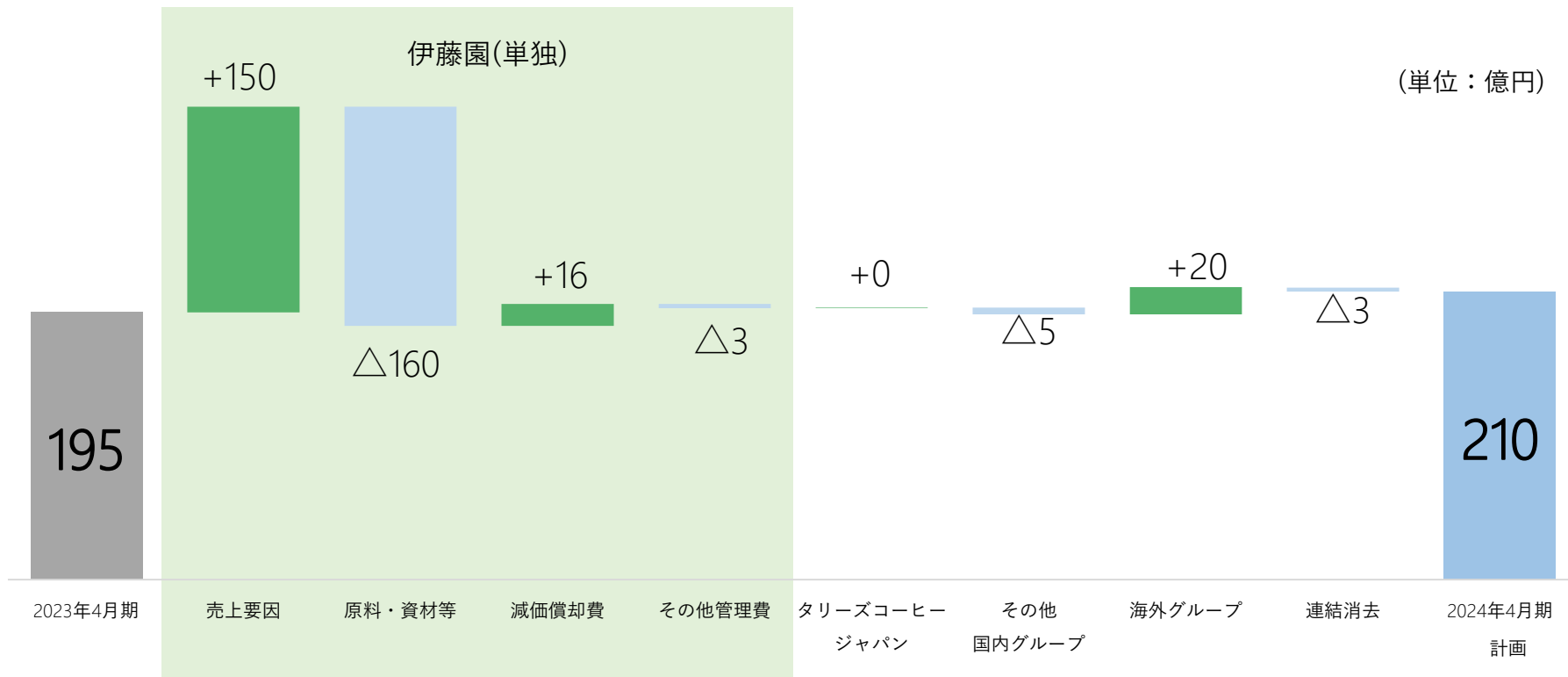
為替レート（米ドル）

136.10

130.00（期中平均）

2024年4月期 計画（連結） 営業利益増減の主な要因

原料・資材等の高騰に対し、収益改善を継続して利益確保を目指す

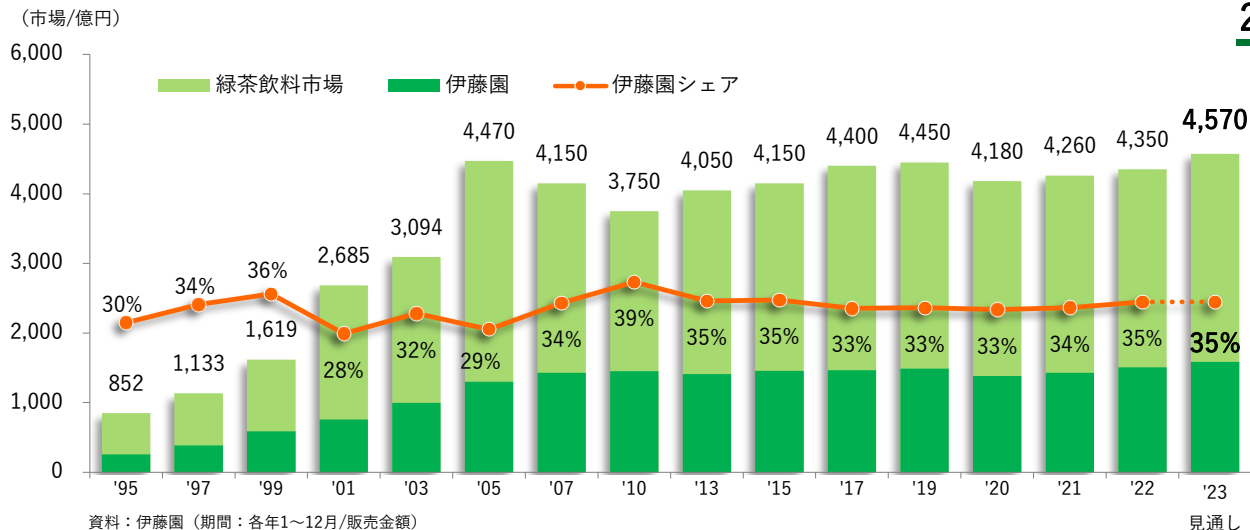


伊藤園(単独)の増減要因補足

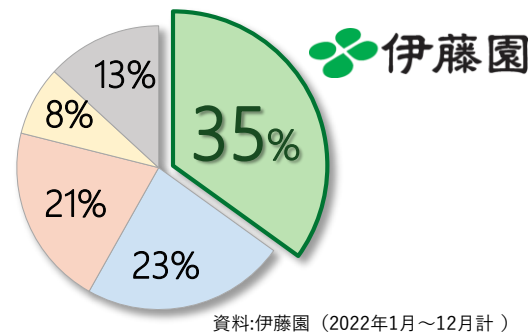
- ・売上増加による影響 + 24
- ・容器構成及び製品構成等の変化 + 126
- ・原料・資材等の高騰による影響 △160
- ・自動販売機の耐用年数変更による影響等 + 16

マーケティング戦略・事業戦略

緑茶飲料市場の推移



2022年 緑茶飲料の販売金額シェア



2022年度 トピックス

お〜お茶 ブランド

販売数量 **過去最高**

9,000万ケース
突破

期間：2022年5月～2023年4月



2023年度 緑茶戦略

- 若者世代へ新提案
- リーディングカンパニーとしての挑戦
- 緑茶リーフ市場の商機
- 世界のティーカンパニーへの取組み

若者世代へ新提案

若者と一緒につくった「若者専用」緑茶飲料



5月29日発売

お〜お茶 O やか



ティーバッグ
同日発売



国立大学法人千葉大学
デザインマネジメント研究室と共同研究

若者
プロジェクト

若者の心をお茶色に染める

Q 「若者世代は日常休息シーンにどのようなお茶を必要とするか？」



若者世代に本気で向き合う緑茶飲料を新発売

A 「爽やかな香りとまるやかなあまみ」を求める傾向

国産新茶100%使用

お〜お茶 新茶



渋谷で新茶を味わう体験イベント
「渋谷天空茶園 超絶リフレッシュ」を開催

5月2日発売

お茶と果実の新たな飲料カテゴリー
NEW フルーツティー

晴れのち曇り 時々お茶



4月3日発売



オリジナルTikTokブランド
エフェクト「ハレクモ」を展開



渋谷キャスト (SHIBUYA CAST.)
発売前プロモーションイベント開催

若者世代とお茶の接点強化

リーディングカンパニーとしての挑戦

パーソナルニーズに対応、お茶を通じてお客様の生活の質向上に貢献する

「お〜いお茶」ブランドで健康課題へ対応



お〜いお茶 濃〜い茶

機能性表示食品(飲料)

販売数量 No. 1

※イテージ SRI+ / 機能性表示食品飲料市場 / 2022年 / 累計販売規模(本数)

特定保健用食品・機能性表示食品を強化



機能性表示食品

特定保健用食品

2026年度
特定保健用食品
機能性表示食品
売上構成比率
30%以上へ

おいしく手軽に飲めるとろみ付き緑茶



▶とろり緑茶 **2冠** 達成

第8回介護食品・スマイルケア食
コンクール（後援：農林水産
省）にて審査委員賞を受賞
(2023年3月)



第62回ジャパン・フード・セレ
クション（日本フードアナリス
ト協会）にてグランプリを受賞
(2023年5月)



良質な睡眠をサポート(起床時の疲労感や眠気を軽減)

(機能性関与成分 L-テアニン)

▶タブレットタイプの機能性表示食品

水なしでとれる
快眠テアリズムTablet (タブレット)



5月29日発売

【一日摂取目安量】2粒 (L-テアニン200mg)

水なし
摂取

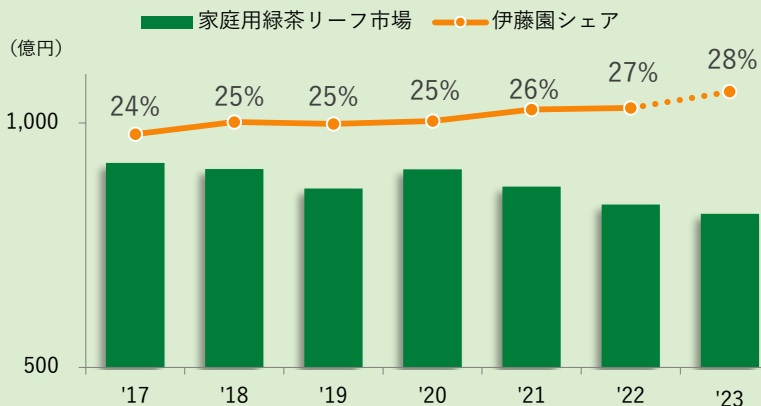
様々な切り口でお茶の価値を提供、可能性の拡大

11月28日発売(2022年)

緑茶リーフ市場の商機

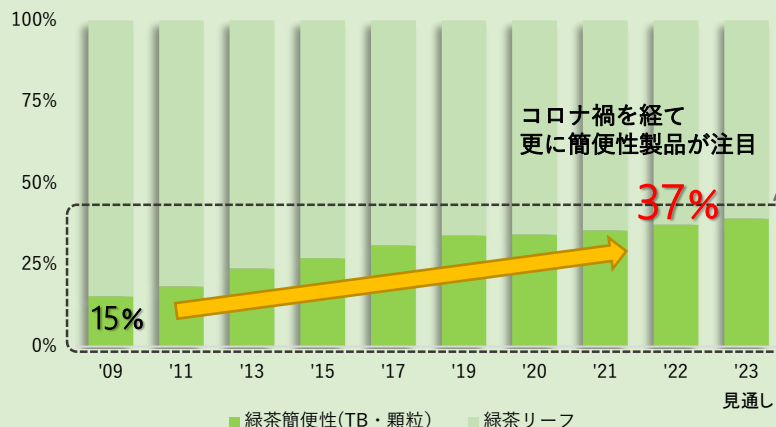
緑茶リーフ市場

家庭用リーフ市場と伊藤園シェア



資料：伊藤園（市場：各年1月～12月 伊藤園：5月～4月/金額ベース）

市場における簡便性リーフ製品の販売構成比が増加



資料：伊藤園（市場：各年1月～12月）

アフターコロナはリーフ製品伸長のチャンス

緑茶簡便性リーフ製品の更なる伸長を目指す

▶市場は高価格帯リーフが伸長 高価格帯のリーフをマイボトルで

高価格帯リーフの販売比率
(平均単価700円以上)

2019年 31% ▶▶▶ 2022年 35%

資料：伊藤園（各年1月～12月）



おうち需要で試した手軽でおいしい簡便性商品をアフターコロナでも

▶機能性表示食品で健康ニーズに対応



お〜いお茶濃い茶
さらさら抹茶入り緑茶

茶葉に含まれる
成分そのものが製品価値に

お〜いお茶
プレミアムティーバッグ
一番摘み緑茶



▶環境課題に対応



環境にやさしい
資材を採用

ティーバッグ包装工場を新設

2023年10月から埼玉県熊谷市で稼働予定

- ・ティーバッグ製品の需要増加に対応
- ・運送効率の向上によるCO₂削減

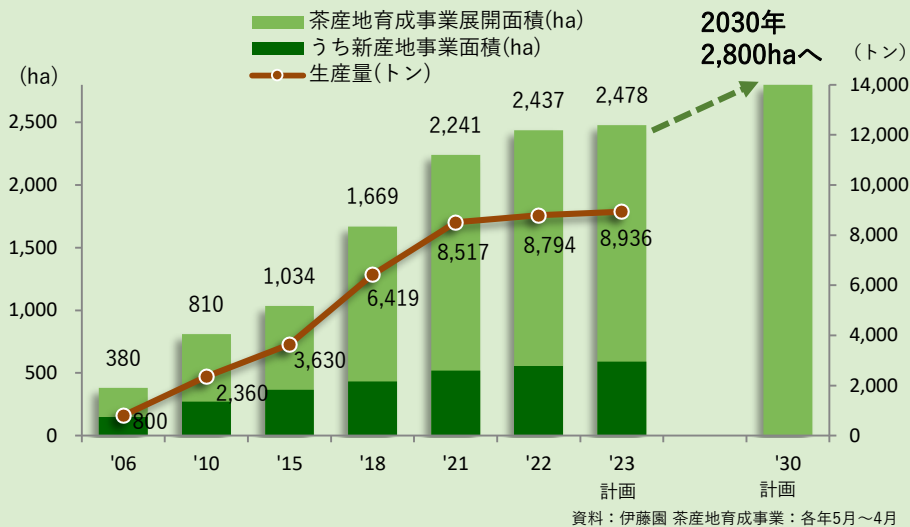


おいしさ・手軽さ・健康性で消費拡大へ

世界のティーカンパニーへの取組み

おいしいお茶は畑から、「お〜いお茶」グローバルブランド化

○茶産地育成事業の展開推移



伊藤園独自の強み「茶産地育成事業」

お茶のリーディングカンパニーとして

- ～1976年より茶畑からお茶づくりに取り組む「茶産地育成事業」～
- 高品質な国産緑茶原料の安定調達、および生産の効率化
- 生産農家の育成
- 荒廃農地の積極的な活用

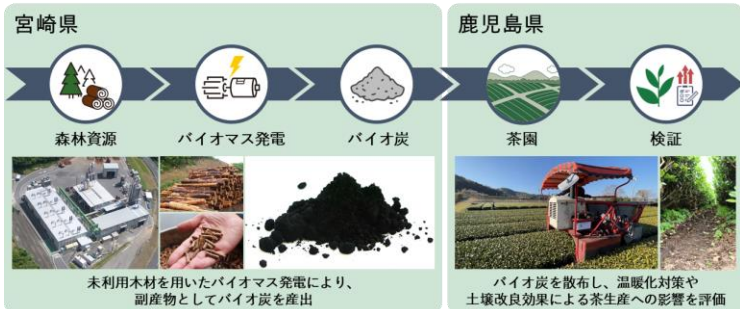


「お〜いお茶 緑茶」ペットボトル製品は、「茶産地育成事業」生産茶葉100%に順次切り替え中

日本茶のさらなる発展へ向けたチャレンジ

▶環境配慮型農業の推進

「バイオ炭」の茶園散布による温暖化対策効果の試験を開始



▶有機栽培の推進

有機栽培の生産量
2022年度実績 253t
2030年度目標 500t



▶海外展開への取組み拡大

広島サミットメディアセンターにて
抹茶の振る舞い、日本の文化を体験

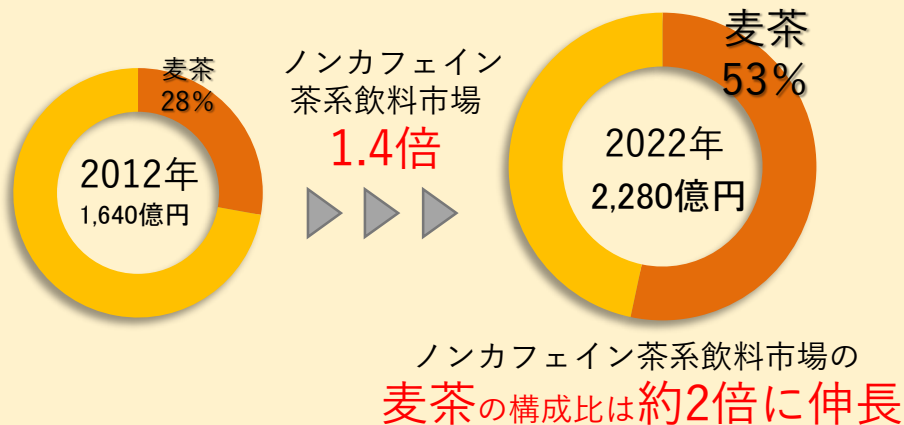


持続可能な茶農業の実現と海外展開に向けた原料確保

日本のノンカフェイン健康茶を世界へ

健康ミネラルむぎ茶 好調

○ノンカフェイン茶系飲料市場伸長



資料：伊藤園 各年1月～12月/金額ベース

▶バリエーションでオールシーズン定番に



※1 インターズRI+ 麦茶飲料市場データ2022年1月～12月の「健康ミネラルむぎ茶」ブランド販売金額 ※2 Best-selling RTD barley tea brand - current/最も販売されているRTD麦茶ブランド (最新年間販売量) 対象年:2022年

日本のノンカフェイン飲料「黒豆茶」拡大中

国産黒大豆100%使用



+



“香り” “甘み”

大豆イソフラボン
カロリーゼロ
カフェインゼロ
糖質・脂質ゼロ

5年で飲料売上 = 2.7倍

おいしく大豆イソフラボンがとれる健康茶飲料

資料：伊藤園 各年1月～12月/金額ベース



日本古来のノンカフェイン健康茶を新たなカテゴリーに

無糖コーヒー飲料の展開

TULLY'S COFFEE



タリーズコーヒーブランド
1,500万ケース突破

販売数量
過去最高

▶好調を牽引する無糖コーヒー2強



TULLY'S COFFEE
BARISTA'S BLACK

前年比

+12%



TULLY'S COFFEE
BARISTA'S 無糖LATTE

前年比

+30%

(数量ベース)

“ブラックコーヒー × 炭酸” が奏でる新感覚
TULLY'S COFFEE BLACK&SODA GASSATA (ガッサータ)

2023年度
新提案

ブラックコーヒーのおいしさを味わう
クリーミーな『黒泡』を楽しむ

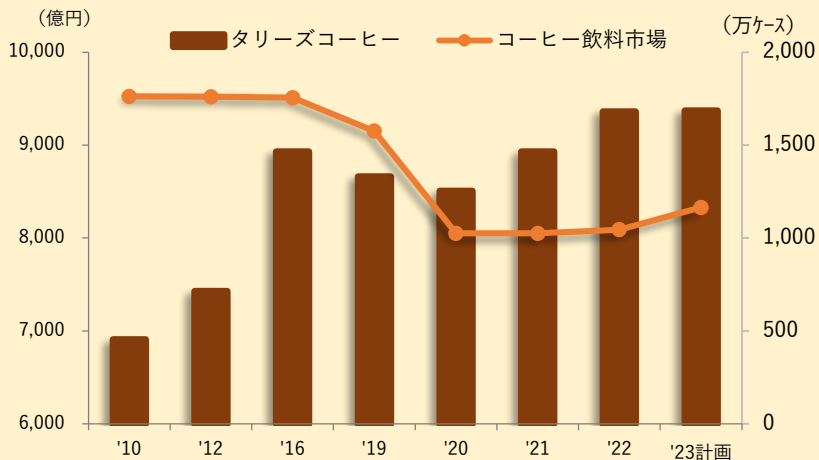
黒泡
体験

ひと手間かけてグラスに注ぐ



5月8日発売

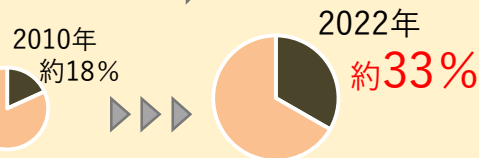
○コーヒー飲料市場の状況



資料：伊藤園 (市場：各年1月~12月/販売金額 伊藤園：5月~4月/販売数量)

コーヒー飲料市場も無糖へシフト

○無糖コーヒー比率



資料：伊藤園 各年1月~12月

▶3社コラボレーション開始

ANA
タリーズコーヒー
伊藤園
(2023年6月~)



多様化する嗜好に対応、ブラックコーヒーの新たな価値を届ける



「T'sスプラッシュ エスプレッソ」
「TULLY'S COFFEE BLACK & SODA GASSATA」のような
爽快な“エスプレッソ×炭酸”を店舗でも



中央研究所(伊藤園)・開発部(伊藤園)とチチヤス社で研究
伊藤園・チチヤス同時発売 (4月10日)



“&TEA” 業態の店舗出店強化
全国17店舗 (2023年4月末)
今夏、北陸・四国に初出店予定



「ピーチヨーグルトスワークル®」 「莓ヨーグルトスワークル®」 「ヨーグルト&アサイー」

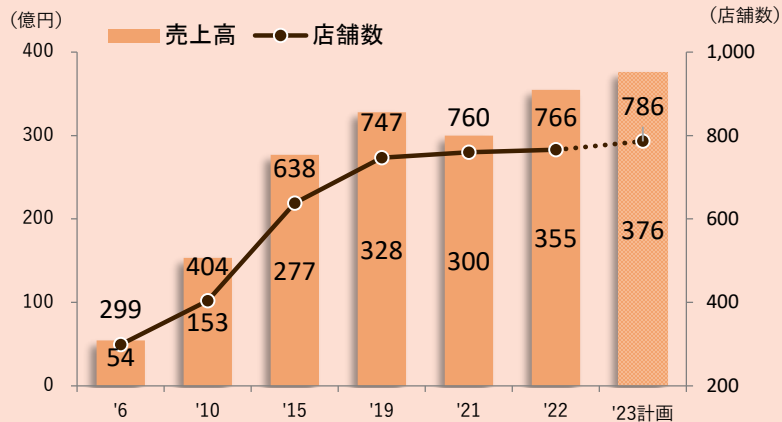
チチヤスヨーグルトを使用したヨーグルトドリンク

チーム「伊藤園グループ」で新たな価値を提案

タリーズコーヒージャパンの状況



売上高(※)及び展開店舗数推移



※'21年度より収益認識基準を適用。

2022年度 コロナ前を上回る売上を達成

▶2022年度 新店オープン

34店舗 (純増6店舗/対前年)

環境面を配慮した素材を活用
タリーズのエコ店舗



タリーズコーヒートーブイコート店
4月20日オープン

▶客単価アップ

+8.7%以上

(対2020年4月期)

- ・物販強化
- ・高単価製品が販売好調
- ・来店客数の戻りとともに、飲料以外の「ついで買い」が好調



2023年度の取組み → 店舗開発の強化

新しい店舗形態を展開予定

スタンドタイプの
「タリーズコーヒー」



※画像はイメージです

スペシャルティコーヒーをもっと気軽に！
店舗運営の効率を高めるスタンドタイプ店舗

10年で出店ロケーションの変化

駅周辺・空港施設等の
インフラロケーション比率

13% → **20%**



年間売上No.1店舗

羽田空港第2ターミナルビル店

空港では伊藤園の専門店も
お客様をお出迎え



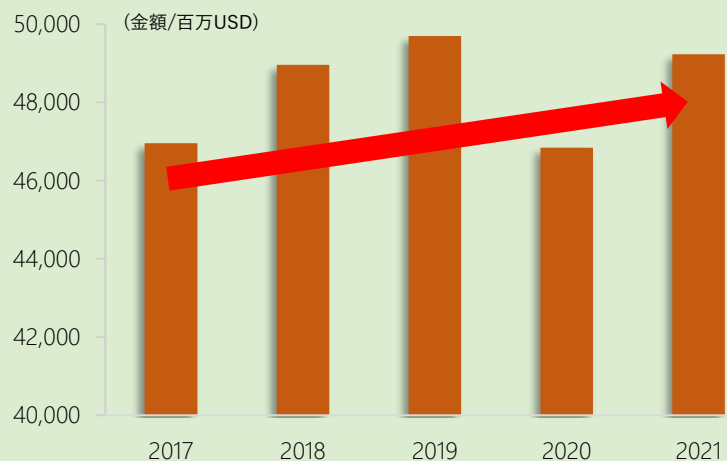
茶寮伊藤園
羽田空港国際線
旅客ターミナル店

新たな取組みを強化し、タリーズのブランド価値向上を目指す

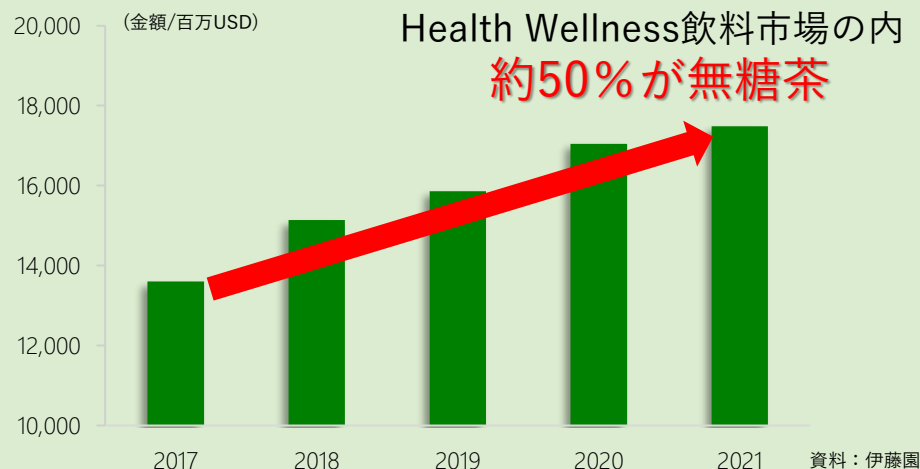
世界に向けたITOENブランド戦略

世界で健康への意識が高まり、茶系飲料に健康価値を求める時代に

▶世界の茶系飲料市場は4.8%伸長(5ヵ年比)



▶Health Wellness飲料市場は28.5%伸長(5ヵ年比)



国や地域で「お〜いお茶」と「MATCHA GREEN TEA」の使い分け

▶グローバルブランド「お〜いお茶」



▶グローバルブランド「MATCHA GREEN TEA」

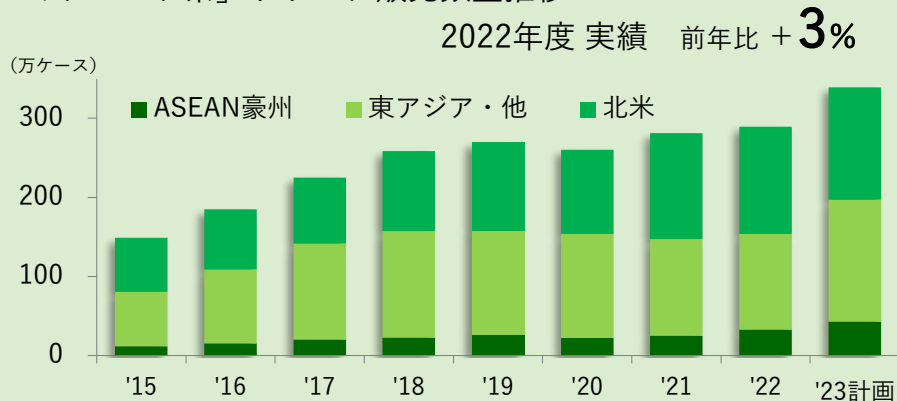


健康価値やおいしさを国・地域に合せた製品と販売戦略でITOEN価値を訴求

「お〜いお茶」のグローバルブランド化

「お〜いお茶」販売国数、35か国から40か国に

▶ 「お〜いお茶」ドリンク販売数量推移



▶ ティーバッグ製品



2022年度実績

前年比 +7%

資料：伊藤園（期間：各年5月〜4月/数量ベース）

▶ 「お〜いお茶」製品ライン拡充

流通チャネル別対応のラインアップ強化

中国
抹茶入り緑茶500ml
緑茶900ml 新発売

タイ
緑茶1L 新発売

米国
ECチャネル用大容量TB
緑茶40P, 玄米茶50P 新発売



進出国各国で、より深掘りした売れる仕組みづくりへ



スポーツジムサンプリング
(SNSで告知)



東南アジア最大級
サブカルチャーイベント

インドネシア +93%

タイ +11%

2022年度売上（2019年度実績比）

▶ 広告宣伝、サンプリング、エクスペリエンスの強化 グローバルの統一した広告と各国に根ざした広告宣伝活動を強化



欧州・中東への本格輸出と手ごたえ

▶ コロナ禍前売上比較（2019年度実績比）

ヨーロッパ +97%

UAE +72%

アフターコロナの海外戦略で

「お〜いお茶」ドリンク販売数量1,000万ケースを目指す

参考資料

サステナビリティ経営の推進

持続可能な社会へ貢献し、おいしさと健康を軸に持続的な成長



原料

○茶産地育成事業

- ・ 荒廃農地の茶畑の転換
- ・ 減農薬、有機栽培技術の開発
- ・ 環境配慮型農業の実践と栽培技術
- ・ バイオ炭の散布試験



「お〜いお茶」
茶産地育成事業100%へ



容器包装

○容器包装 3 R の取組み

- ・ 資材の軽量化
- ・ ペットボトルでリサイクル素材等を使用
- ・ 環境配慮資材の採用
- 空き容器の回収



製造委託先工場

- ・ 製造時の省エネルギー
- ・ 水使用量の低減
- ・ CO₂ 排出量の少ない荒茶工場の稼働

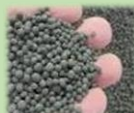


茶殻リサイクルシステム

- ・ 茶殻をアップサイクルして二次加工品へ
- ・ 省資源、CO₂の固定化
- ・ 茶殻の堆肥化



+



- 緑茶の健康性の研究と発信、その研究を活かした製品提案
- 各国・地域の食文化に合わせたマーケティング、無糖茶飲用習慣の提案
- 地域の社会・環境課題解決への貢献

「お〜いお茶」のグローバルブランド化

参考：伊藤園（単独）の状況

飲料カテゴリー別販売実績

2023年4月期	第1四半期(5月～7月)			第2四半期(8月～10月)			第3四半期(11月～1月)			第4四半期(2月～4月)			2024年4月期 計画		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	計画	構成比	増減率
飲料（ドリンク）	6,285	100%	+4%	6,133	100%	+6%	4,568	100%	△2%	4,843	100%	△4%	21,192	100.0%	-2.9%
茶系飲料計	4,501	72%	+4%	4,347	71%	+6%	3,122	68%	△0%	3,315	68%	△2%	14,977	70.7%	-2.0%
日本茶	4,148	66%	+6%	3,951	64%	+6%	2,791	61%	△2%	2,977	61%	△4%	13,759	64.9%	-0.8%
中国茶	228	4%	△12%	238	4%	+4%	180	4%	△6%	187	4%	+0%	750	3.5%	-10.1%
その他	124	2%	△4%	157	3%	+22%	150	3%	+49%	150	3%	+35%	467	2.2%	-19.7%
野菜飲料	731	12%	△9%	717	12%	△9%	539	12%	△15%	603	12%	△15%	2,547	12.0%	-1.7%
コーヒー飲料	439	7%	+10%	453	7%	+12%	427	9%	+0%	432	9%	+0%	1,705	8.0%	-2.7%
ミネラルウォーター	196	3%	+9%	184	3%	+3%	140	3%	△5%	147	3%	△6%	446	2.1%	-33.2%
炭酸飲料	156	2%	+47%	161	3%	+30%	106	2%	+33%	109	2%	+23%	533	2.5%	-0.3%
果実飲料	126	2%	+5%	115	2%	+6%	99	2%	+6%	110	2%	△5%	445	2.1%	-1.5%
その他飲料	131	2%	+18%	153	2%	+38%	132	3%	△3%	123	3%	△4%	536	2.5%	-0.9%

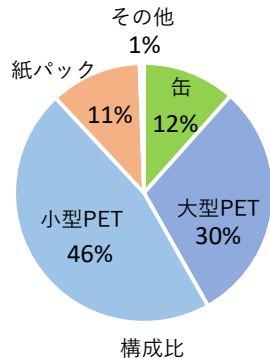
(単位：万ケース)

飲料容器別販売実績

通期(2022年5月-2023年4月)

	実績	構成比対前年	増減率
飲料販売数量	21,829	-	+1%
缶	2,584	+0 pt	+2%
大型PET	6,414	△2 pt	△4%
小型PET	10,171	+2 pt	+7%
紙パック	2,542	△1 pt	△4%
その他	116	△0 pt	△18%

(単位：万ケース)

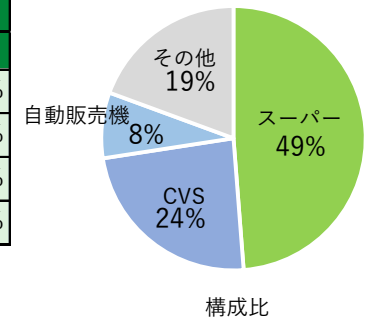


飲料チャネル別構成比

通期(2022年5月-2023年4月)

	構成比対前年	増減率
スーパー	△2 pt	△2%
C V S	+0 pt	+3%
自動販売機	△0 pt	△1%
その他	+2 pt	+11%

(数量ベース)



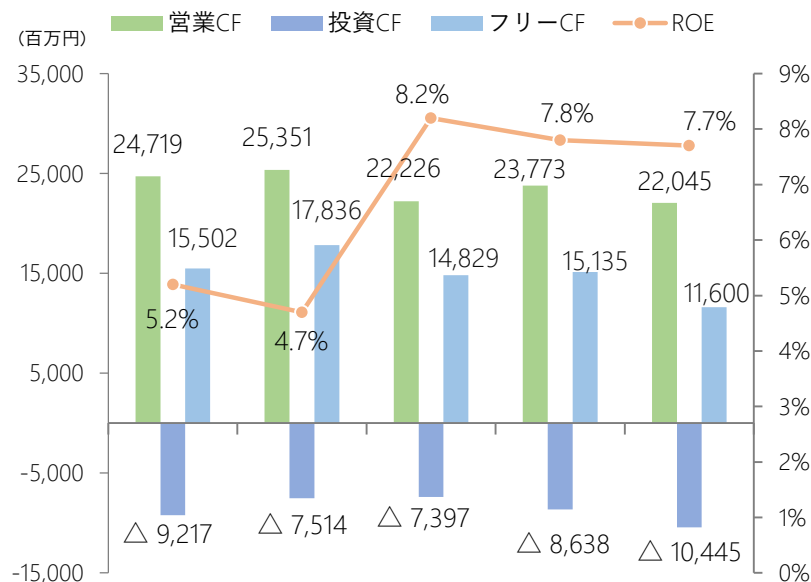
構成比

連結貸借対照表 (前年同月比較)

(単位：百万円)

	2022年4月末	2023年4月末	増減額
流動資産	223,278	234,393	11,115
現金及び預金	96,571	104,181	7,610
売上債権・棚卸資産	112,333	117,843	5,510
有形固定資産	74,490	72,005	△ 2,485
土地	22,837	22,979	142
リース資産	8,268	6,075	△ 2,193
その他	43,385	42,951	△ 434
無形固定資産	8,249	8,270	21
のれん	3,594	2,528	△ 1,066
投資その他資産	22,340	24,105	1,765
資産合計	328,359	338,774	10,415
流動負債	76,796	89,226	12,430
買掛金等	30,365	29,958	△ 407
社債	-	10,000	10,000
短期借入金	2,897	2,743	△ 154
リース債務	2,371	2,135	△ 236
未払法人税等	4,948	4,367	△ 581
固定負債	88,549	77,419	△ 11,130
社債	10,000	-	△ 10,000
長期借入金	58,917	58,210	△ 707
リース債務	4,199	3,662	△ 537
負債合計	165,346	166,646	1,300
純資産合計	163,012	172,128	9,116

連結キャッシュ・フローの推移



(単位：百万円)	'20/4	'21/4	'22/4	'23/4	'24/4計画
設備投資額	9,990	7,199	7,511	7,259	9,855
減価償却費	7,022	7,255	7,246	7,582	6,921
リース償却費	6,081	5,171	4,035	2,771	1,651
リース債務 (返済)	△ 4,679	△ 3,691	△ 2,732	△ 2,278	△ 1,881

格付の状況	A+
社債発行登録 (普通社債)	400億円

自己資本比率	'22/4	49.2%
	'23/4	50.4%



自然が好きです。

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。