

2024年4月期 上半期

# 決算説明会資料

2023年12月 株式会社 伊藤園

 伊藤園  
自然が好きです。

Copyright (C) All Rights Reserved. ITO EN, LTD.

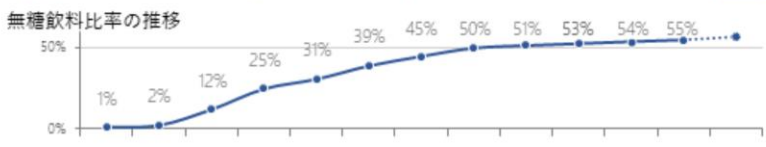
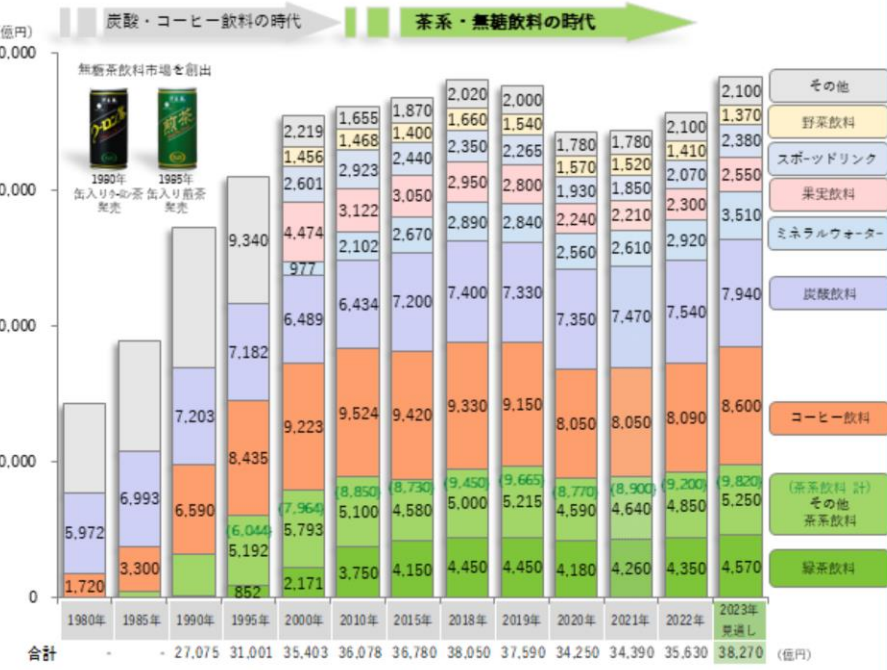
2024年4月期 上半期決算説明会資料ノート付

国内飲料市場の動向と当社業績・通期予測	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・通期予測

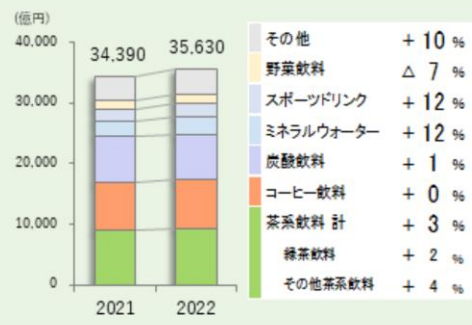
# 国内飲料市場の動向

飲料市場の推移 (暦年・金額ベース)

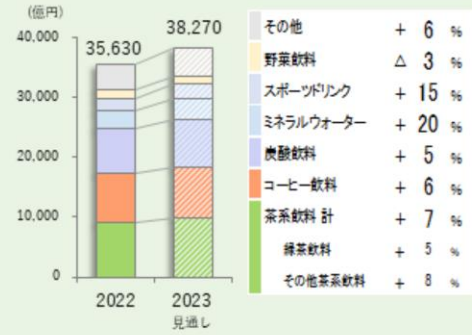


無糖飲料の構成比は伸長を続ける。国内飲料市場のうち 50%以上が無糖飲料。

## 2022年 前年比 + 3.6%



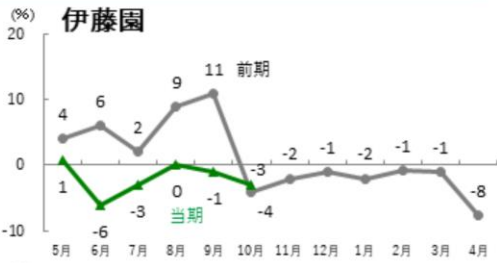
## 2023年 前年比 + 7.4% (見直し)



資料: 伊藤園

国内飲料市場について、2023年1月～12月は金額ベースで対前年+7.4%、数量ベースで前年並みで見通しています。カテゴリーで見ると、水やスポーツドリンクが大きく伸長し、引き続き野菜カテゴリーがダウントレンドとなりました。当社の上半期としては、昨年10月の価格改定や、5月のコロナウイルス感染症の5類移行による人流回復、好天候といった要因が売上プラスの後押しとなり、飲料業界全体で伸長となりました。

## 月次販売数量動向 (対前年増減率)



期間: 前期 2022年5月~2023年4月  
当期 2023年5月~2023年10月

## 飲料市場環境のトピックス

- 2023年
- 5月 人流回復のプラス面、缶製品価格改定に伴うマイナス面が混在。
  - 6月 前年の好天候の反動、価格改定による数量減。
  - 7月 天候に恵まれたが、価格改定の影響が継続。
  - 8月 猛暑の影響により止温性飲料中心に増加。カテゴリーで明暗が分かれた。
  - 9月 継続的な猛暑が追い風となり、引き続き止温性飲料増加。
  - 10月 前年の価格改定による数量減の反動でプラス。

資料: 伊藤園

## 伊藤園 (単独) 2024年4月期上半期 (2023年5月~10月)

	増減率
売上高	+ 7 %
茶葉 (リーフ)	+ 6 %
飲料 (ドリンク)	+ 7 %
他	- 5 %

金額ベース

茶葉



構成比



茶葉9%



飲料90%



他1%

### 飲料(ドリンク) 販売数量

(単位: 万ケース)

カテゴリー	2023年4月期			2024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)	12,418	100%	+ 5 %	12,169	100%	△ 2 %
茶系飲料計	8,848	71%	+ 5 %	8,706	72%	△ 2 %
日本茶	8,100	65%	+ 6 %	7,892	65%	△ 3 %
中国茶	467	4%	△ 4 %	498	4%	+ 7 %
その他	281	2%	+ 9 %	315	3%	+ 12 %
野菜飲料	1,449	12%	△ 9 %	1,307	11%	△ 10 %
コーヒー飲料	892	7%	+ 11 %	890	7%	△ 0 %
ミネラルウォーター	380	3%	+ 6 %	353	3%	△ 7 %
炭酸飲料	318	3%	+ 37 %	358	3%	+ 13 %
果実飲料	241	2%	+ 6 %	272	2%	+ 13 %
その他飲料	285	2%	+ 28 %	280	2%	△ 2 %

2024年4月期上半期 無糖飲料比率75%以上

上半期の8月・9月は1964年の統計開始以来の記録的な高温となり、飲料業界・当社にとって大きな後押しとなりました。

上半期売上高は対前年+7%、リーフは+6%、ドリンクは+7%でした。ドリンクの販売数量は△2%、カテゴリー別で見ると茶系飲料△2%、野菜飲料△10%、コーヒー飲料△0%となりました。野菜飲料に関しては二桁ダウンとなっています。他のカテゴリーでは、無糖炭酸が伸長、強炭酸の新製品をEC業態に絞って販売強化した結果+13%、果実飲料は全農様との共同製品を多数発売した結果+13%となりました。

# 2024年4月期 上半期実績

上半期 累計 (2023年5月～10月)

(単位:百万円)

	2023年4月期		2024年4月期		増減率	
	実績	構成比	実績	構成比		
売上高	227,262	100.0%	242,527	100.0%	6.7%	
売上総利益	85,211	37.5%	94,371	38.9%	10.8%	
連	広告宣伝費	5,612	2.5%	5,981	2.5%	6.6%
	運送費	7,751	3.4%	7,558	3.1%	-2.5%
	減価償却費	4,017	1.8%	3,047	1.3%	-24.1%
	販売費及び一般管理費	73,875	32.5%	77,325	31.9%	4.7%
	営業利益	11,335	5.0%	17,046	7.0%	50.4%
結	経常利益	12,548	5.5%	18,089	7.5%	44.2%
	特別損益	△ 370	-	△ 784	-	-
	当期純利益	7,923	3.5%	11,209	4.6%	41.5%

	2023年4月期		2024年4月期		増減率
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	167,752	100.0%	178,861	100.0%	6.6%
売上総利益	60,397	36.0%	65,907	36.8%	9.1%
営業利益	9,017	5.4%	13,061	7.3%	44.8%
経常利益	11,002	6.6%	14,802	8.3%	34.5%

	2023年4月期		2024年4月期		増減率
	実績	実績	実績	増減率	
国内グループ	49,809	53,285	7.0%		
	2,325	3,130	34.6%		
タリーズ	16,963	19,630	15.7%		
コーヒー	1,334	1,794	34.4%		
チチャス	6,180	6,413	3.8%		
	406	650	60.0%		
海外グループ	27,165	27,132	-0.1%		
	257	1,387	439.2%		
米国事業	23,922	23,493	-1.8%		
	△ 321	550	-		
	174,008千ドル	163,465千ドル	-6.1%		
	-2,337千ドル	3,833千ドル	-		
その他	3,243	3,639	12.2%		
海外事業	578	836	44.6%		
連結消去	△ 17,466	△ 16,752	-		
	△ 265	△ 533	-		

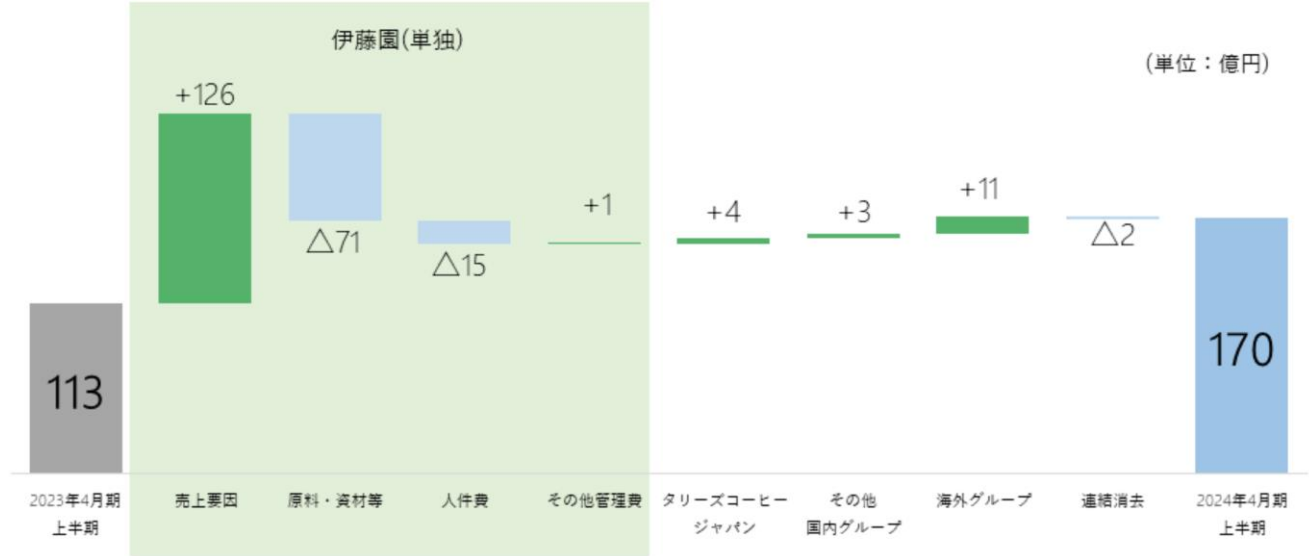
為替レート (米ドル) 137.48 143.72 (期中平均)

2024年4月期上半期の実績は記載のとおりです。

上半期は様々な好要因が重なり増収増益となりました。11月29日に上方修正を出しています。単体のみならずグループ会社のタリーズコーヒー・チチャスも増収増益、米国事業も前期の赤字から黒字化しました。

## 2024年4月期 上半期実績（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      | +39 | • 原料・資材等の高騰による影響 | △71 |
| • 容器構成及び製品構成等の変化 | +86 | • 賃上げによる人件費の増加   | △15 |

2024年4月期上半期の営業利益増減の主な要因は記載の通りです。原料・資材等の高騰による影響は△71億円でした。これを売上増加による影響+39億円、容器構成及び製品構成等の変化+86億円で打ち返しました。特に収益性の改善を行っている中、大型容器の価格下落を抑えた販売面の取組みが功を奏しました。

# 2024年4月期 通期予測

通期（2023年5月～2024年4月）

	2023年4月期		2024年4月期		増減率	
	実績	構成比	計画	構成比		
売上高	431,674	100.0%	450,000	100.0%	4.2%	
売上総利益	165,585	38.4%	173,700	38.6%	4.9%	
連	広告宣伝費	10,048	2.3%	10,549	2.3%	5.0%
	運送費	14,386	3.3%	14,012	3.1%	-2.6%
	減価償却費	7,921	1.8%	6,295	1.4%	-20.5%
	販売費及び一般管理費	145,996	33.8%	150,500	33.4%	3.1%
結	営業利益	19,588	4.5%	23,200	5.2%	18.4%
経常利益	20,341	4.7%	24,200	5.4%	19.0%	
特別損益	△ 657	-	△ 1,400	-	-	
当期純利益	12,888	3.0%	14,700	3.3%	14.1%	

	2023年4月期		2024年4月期		増減率
	実績	構成比	計画	構成比	
売上高	315,025	100.0%	326,600	100.0%	3.7%
売上総利益	116,986	37.1%	119,600	36.6%	2.2%
営業利益	16,785	5.3%	18,400	5.6%	9.6%
経常利益	18,864	6.0%	20,700	6.3%	9.7%

(単位：百万円)

上段：売上高		2023年4月期		2024年4月期		
下段：営業利益		実績	計画	実績	計画	
グループ会社	国内グループ	97,548	103,479	3,784	4,745	6.1%
	タリーズ	35,495	39,600	2,429	2,945	11.6%
	コーヒー	2,429	2,945	11,947	12,689	6.2%
	チチヤス	670	918	51,252	54,020	5.4%
	海外グループ	△ 433	1,857	△ 1,483	555	-
	米国事業	333,292千ドル	327,419千ドル	-10,897千ドル	3,833千ドル	-1.8%
	その他	5,891	6,544	1,049	1,301	11.1%
	海外事業	△ 32,150	△ 34,099	△ 548	△ 1,802	24.0%
	連結消去	△ 548	△ 1,802			-

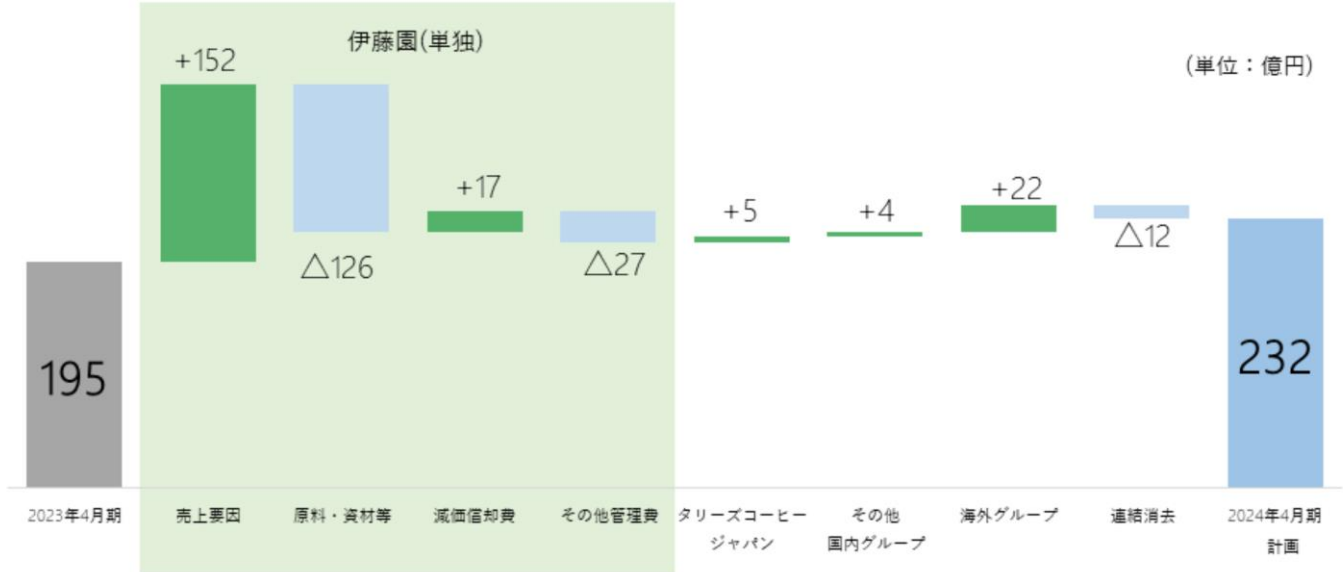
為替レート（米ドル） 136.10 145.00（期中平均）

2024年4月期通期予測は記載の通りです。  
11月29日に通期予測を修正させていただきました。下半期は厳しい状況が続くと見ており、保守的な計画となっています。



## 2024年4月期 通期予測 (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



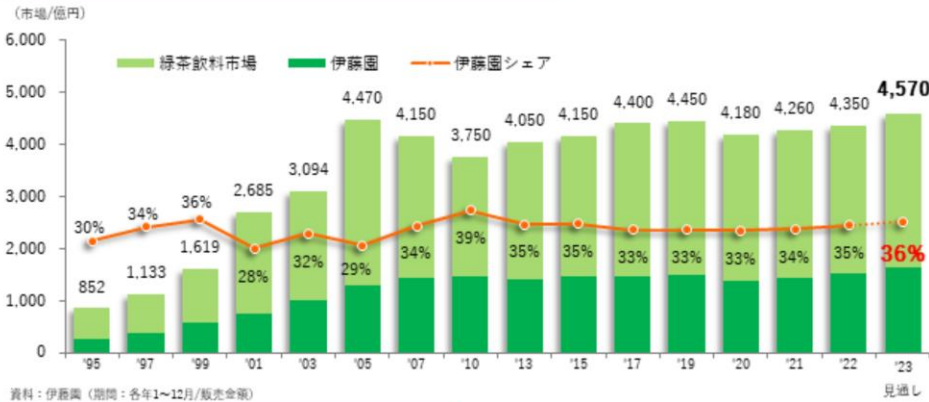
### 伊藤園(単独)の増減要因補足

- ・売上増加による影響 + 42
- ・容器構成及び製品構成等の変化 + 110
- ・原料・資材等の高騰による影響 △126
- ・自動販売機の耐用年数変更による影響等 + 17

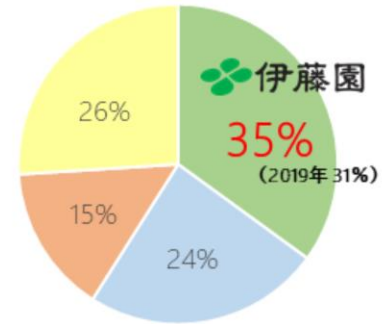
2024年4月期通期予測の営業利益増減の主な要因は記載の通りです。原料・資材等の高騰による影響は△126億円と当初の見立てよりは若干少なくなる予測ですが、コスト高の厳しい状況は続くものと想定しています。

## マーケティング戦略・事業戦略

## 緑茶飲料市場の推移

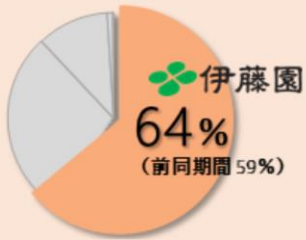


## 無糖茶飲料シェア (2023年見通し)



資料：伊藤園 インテージ SRI+  
(期間：2023年1月～12月推計/金額ベース)

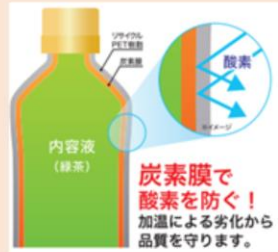
## ホット緑茶飲料



### ホット緑茶飲料シェア NO.1

資料：伊藤園 インテージ SRI+  
(期間：2022年9月～2023年8月/金額ベース)

あたためても、常温でも美味しいお〜お茶  
電子レンジ対応



レンジボトルは100%リサイクルペットボトル使用



9月4日発売

コンビニエンスストア限定

2021年冬季限定販売  
↓  
好評により通年販売  
↓  
レンジボトル追加  
ホット製品対応

2023年の緑茶飲料市場は、金額ベースで4,570億円と過去最高の金額を予測しています。今までは2005年の4,470億円がピークでしたが、コロナ禍を経て、昨年10月以来の単価上昇の後押しもあり過去最高を見通しています。そのような中、当社はシェア36%となる見通しです。2010年に緑茶飲料市場が低迷した時に39%のシェアが過去最高でした。コロナ禍で1%ずつシェアを伸ばしながら、今年度過去最高の市場金額の中シェア36%の見通しです。また、これからの冬季に販売するホット緑茶飲料では当社シェアは64%です。特にほうじ茶が好調でシェアを対前年で5ポイント伸ばしており、ホット茶系飲料が強さを発揮しています。

なお、無糖茶飲料市場においても当社シェアは35%です。無糖茶には緑茶以外に麦茶や健康茶カテゴリーも入っており、無糖茶飲料でもシェアを伸ばしています。

全国47都道府県の約400店舗で  
大試飲会『10万杯チャレンジ』を実施



「茶業関係者×農林水産省『茶育』プロジェクト」  
小・中学校に急須を寄贈



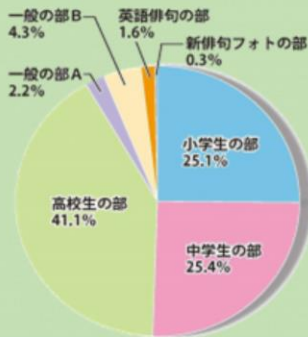
## 伊藤園お〜いお茶新俳句大賞

第三十四回  
応募句数1,921,404句

小学生・中学生・高校生

**91.6%**

参加学校数 **3,040校**



## 伊藤園お〜いお茶 新俳句大賞

主催 株式会社伊藤園  
協賛 国際俳句協会 NHK学園 NHK文化センター 毎日カルチャーセンター 毎日テレビ文化センター 日本国際教育支援協会 日本観光振興協会 日本教育新聞社



「初日の出」でも小さい瓶で見た  
文部科学大臣賞  
（大阪府大阪市・8歳・小林悠）

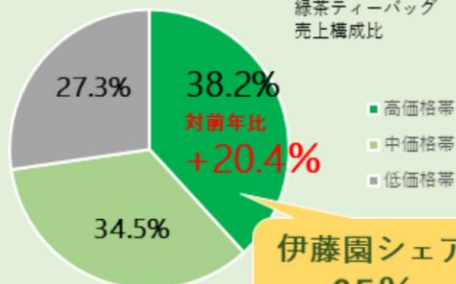
緑茶飲用習慣が無い若年層へ飲用機会を広げる取組み

10月1日の「日本茶の日」には、全国の量販店店頭で試飲販売を行う大茶会を開催しました。そこで「10万杯チャレンジ」を実施しました。結果として大きく上回る15万杯を達成し、農林水産省との「茶育」プロジェクトを通じて急須を寄贈しました。コロナ禍においては「おうち需要」でパック茶が好調でしたが、コロナ禍が落ち着いてきた今、時短につながるティーバッグやインスタントといった簡便性製品を強化しています。

また、伊藤園お〜いお茶新俳句大賞は今年34回を迎え、192万句以上の応募があり、9割以上が小中高生となっています。今回対象受賞が8歳の方でしたが、学校単位での参加も増えました。緑茶飲用習慣が無い若年層へ、緑茶を知っていただき、今後も飲む機会を広げる取組みをしていきます。

## 高価格帯ティーバッグが好調

緑茶ティーバッグ  
売上構成比



伊藤園シェア  
95%

資料：伊藤園 インテージ SRI+(期間:2022年1月~12月/金額ベース)

## 伸びしろはインスタント市場



資料：伊藤園 インテージ SRI+(期間:各年1月~12月/金額ベース)

## 大容量50袋タイプ リニューアル



9月18日  
リニューアル発売



縦95mm  
×  
幅80mm



縦80mm  
×  
幅70mm

- ・サイズをスマートにして  
カートンの大きさを25%縮小→棚・積載効率向上
- ・個包装を紙化、小型化  
→プラスチック使用量削減



2023年10月~伊藤園産業熊谷工場稼働開始  
ティーバッグ供給能力強化

## 特にインスタントは インバウンド需要で好調

インスタント販売 対前年同期間比

(上半期5月~10月/金額ベース)

インバウンドの影響を受ける店舗**5.4倍**  
空港関連店舗**4.5倍**

資料：伊藤園



高価格帯のティーバッグ製品が好調で、構成比の38.2%を占めています。全ての価格帯に製品を投入していますが、この高価格帯は競合がおらず伊藤園のシェアは95%です。コロナ禍において急須で緑茶を飲んでいただけの方が、現在急須でいれる時間は無いが美味しい緑茶を飲みたいというご要望が多くなっています。そのような方々向けに高価格帯ティーバッグ製品を強化しており、10月からグループ会社の生産工場も稼働し、供給能力も強化しています。

また、インスタント製品も好調です。緑茶インスタント市場において、当社シェアは73%です。特に5月以降インバウンド需要が好調で、お土産としてティーバッグやインスタント製品を購入する方々が多くなっています。

健康価値が分かりやすく、毎日の習慣で手に取ってもらえる製品づくり



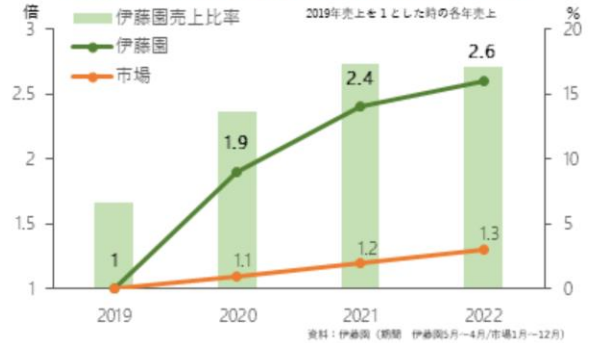
## お〜お茶 濃い茶

機能性表示食品(飲料)  
販売金額 No. 1

※イテゾ 5年+ / 機能性表示食品飲料市場 / 2022年 / 累計販売金額

機能性成分と成分：ガレート型カフェイン340mg  
届出番号：H30

### 機能性表示食品・特定保健食品市場について



## 機能性表示食品の野菜飲料

上半期前年比(金額)+18.6%

上半期対前年+20%  
1本で3つの機能性



機能性成分と成分  
腸消化性チキストリン  
(食物繊維)、GABA  
届出番号：F959



機能性成分と成分  
GABA  
届出番号：H904



機能性成分と成分  
ブドウ糖分解物  
(食物繊維)  
届出番号：H902



機能性成分と成分  
GABA  
届出番号：H903

野菜が苦手でも  
野菜不足を手軽に補える

## 健康維持+摂りやすさ+食事パフォーマンス



10月9日発売

すっきりゴクゴク



10月2日発売

手軽に持ち運び可能、いつもの食事にかけるだけ

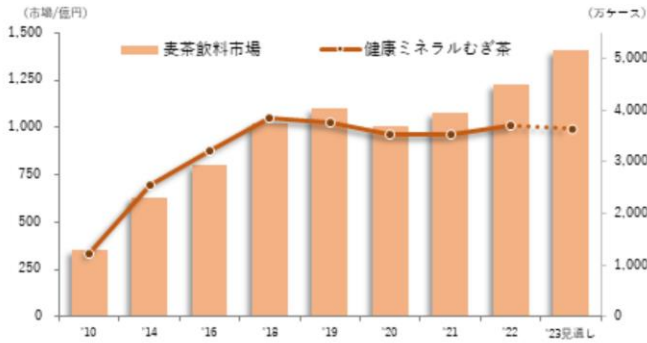
長年培った技術と研究を製品づくりに、STILL NOWでお客様のニーズに対応

コロナ禍で一番伸びた製品は「お〜いお茶 濃い茶」でした。機能性表示食品の飲料の中で販売数量NO.1となっています。2019年のコロナ前と比較して、当社は機能性表示食品・特定保健食品が2.6倍となっているのに対し、市場は1.3倍です。野菜飲料はダウントレンドですが、野菜飲料における当社の機能性表示食品は上半期前期比で18.6%と伸長しています。特にトマト系飲料が好調で、「トマエード」という飲みやすさを求めた製品を発売しました。また、「マシマシ野菜」シリーズを発売しました。これは粉末状製品で、例えば即席めんにもふりかけても元の味を邪魔しない製品です。いつもの食事の栄養補助となるような製品です。当社はお茶・コーヒーといったカテゴリーでドリンクだけではなく、ティーバッグやドリッパーバッグといったようなその他の形態でも製品投入しています。野菜カテゴリーでもドリンク以外の製品展開に挑戦しました。

## 健康ミネラルむぎ茶ブランド価値向上

○麦茶飲料市場

飲料・リーフ連動で売り場拡大できるブランド  
赤ちゃんも安心して飲めるブランド



健康志向による無糖及びノンカフェインの需要が追い風

ノンカフェイン・無糖+αで個別ニーズに対応

機能性表示食品

大豆イソフラボン レンチン+濃いめ  
糖質・脂質ゼロ



9月25日発売 9月11日発売

丈夫な骨の維持  
国産大豆  
100%使用



肌の潤い維持  
国産はと麦  
100%使用

9月25日発売

※1 機能性関与成分：大豆イソフラボン  
(アグリコン換算) 25mg  
届出番号：E11

※2 機能性関与成分：パニリン酸 0.25mg  
届出番号：H437

※3 肌が乾燥しがちなミドルエイジの方の

ノンカフェイン健康茶を新たなカテゴリーに

麦茶は、昨年競合各社が参入したことで市場が大きく拡大しました。様々なカテゴリーで製品の横展開をしていますが、麦茶でも今回「琥珀の麦茶」という製品を販売しました。この製品は冷温可能のレンチンボトル製品です。また、麦茶はノンカフェインとしても人気がありますが、同じノンカフェイン飲料として黒豆茶も好調です。広告宣伝等をしていませんが、コロナ禍以降好調を維持し、機能性表示食品でも製品展開をしています。また同じノンカフェイン機能性表示食品として、新しく「はと麦茶」の販売も開始しました。健康茶という1つのカテゴリーに育ってきています。

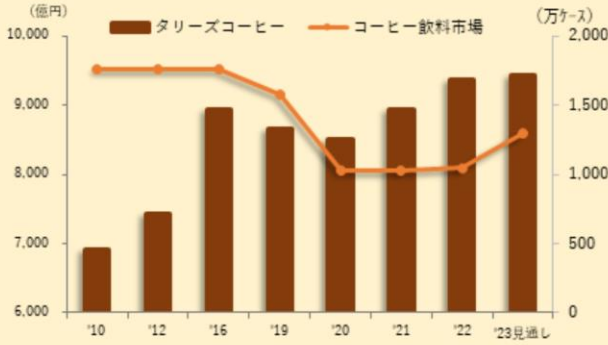
## TULLY'S COFFEE



タリーズコーヒーブランド

上半期累計販売数量過去最高

### ○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）

▶好調を牽引する無糖コーヒー2強+キリマンジャロBLACK

BARISTA'S  
BLACK



BARISTA'S  
無糖LATTE



BARISTA'S  
キリマンジャロBLACK



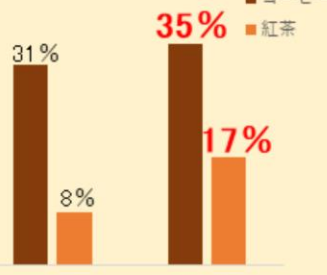
### タリーズブランド上半期新製品 ～お客様の嗜好に添う製品をショップクオリティで提案～



●9月18日発売  
希釈タイプ340ml  
ESPRESSO BASE  
無糖/甘さひかえめ

●9月18日発売  
ドリップバッグ5袋入  
BARISTA'S ROAST  
BLACK/キリマンジャロブレンド

### ○無糖飲料の比率



資料：伊藤園 インテージ SRI+(期間：各年1月～12月計/金額ベース)



TULLY'S & TEA



●9月11日発売  
ティーバッグ20P  
ダーズリンブレンド  
オリジナル

●9月11日発売  
ティーバッグ20P  
シトラスアールグレイ

●10月9日発売  
ティーバッグ20P  
はちみつレモン&ジンジャー



2024年春  
新製品発売予定

タリーズコーヒーブランドは上半期販売数量過去最高となりました。変わらず無糖ブラックと無糖ラテが好調を牽引しており、各売り場で高回転となっています。また今回ブラックコーヒーにキリマンジャロを投入し、こちらも好調を維持しています。タリーズブランドとしては紅茶も展開をしていますが、ショップ同様にドリンクも強化していきます。



## タリーズコーヒージャパンの状況



売上高<sup>(※)</sup>及び展開店舗数推移



2023年度上半期 人流回復により好調に推移

▶2023年10月末現在

**777店舗** (純増11店舗/対前期末)

2023年度の取組み

店舗開発の強化



コンパクトタイプ  
タリーズコーヒーセレクト  
上半期4店舗出店



紅茶も充実  
&TEAショップ  
上半期7店舗出店

タリーズ×伊藤園  
合同ブランド発表会を実施

「2023 コスタリカ マイクロロット」<sup>※</sup>

10月11日発売



金賞受賞ロットを商品化 ※ごく小さな製造単位のこと  
全国7エリアに分けて限定販売

- 高品質な生産者『ドータ農協』との取組み
- 2008年からスタートし今年で16年目
- タリーズ社の開発担当者が現地でカップping審査
- 生産地との取組みを維持・強化
- 生産者ごとの豆の個性をお楽しみいただける商品を店舗で限定販売

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

タリーズコーヒーショップは、コロナ禍を過ぎて客数が急速に戻ってきました。上半期末で777店舗ですが、今期末792店舗を計画しています。店舗開発ではコンパクトタイプの「セレクト」や紅茶専門店「&TEA」といった店舗も順調に出店しており、今後もロケーションを見ながら出店を加速させていきたいと思ひます。

## 「お〜いお茶」ドリンクは各国各地域で好調

### ▶ 「お〜いお茶」ドリンク販売数量推移

2023年度見通し 前年比 +15%



### ▶ 「お〜いお茶」ドリンク販売数量

2023年度 上半期実績 (対前年上半期比)

**北米+6% 中国+18% シンガポール+76%**

資料：伊藤園 (期間：2023年5月~10月/数量ベース)



各国各地域でコロナ禍から回復し、販売数量は好調に推移

### ▶ ティーバッグ製品販売数量 (対前年上半期比)

2023年度 上半期実績

**北米+11% シンガポール+8%**

資料：伊藤園 (期間：2023年5月~10月/数量ベース)



ドリンクとリーフ+販促ツール  
「お〜いお茶」ブランドを訴求



## 進出国各国の取組状況

### ▶ より一層の「ITO EN」=日本ブランドの訴求



11月~シンガポール・タイ  
「お〜いお茶」専用の竹ボトルにて販売

### ▶ 「お〜いお茶」販売国(地域)拡大を加速化 世界の40の国・地域で販売、今後も拡大予定



現在世界40の国と地域でドリンクやティーバッグを販売しています。各国で状況は異なりますが、全体的に伸長しており、今後も販売地域を広げていきます。

## ティーバッグ販売強化

▶ グローバルティーバッグ

### 「MATCHA GREEN TEA」 全面リニューアル



- ティーバッグ素材を環境に配慮した「生分解性フィルター」へ
- 美しい緑色の水色をさらに向上
- ナチュラルなパッケージにデザイン刷新

※2024年1月～アメリカから順次切り替え

▶ 各国各地域共通の売れる販促プロモーション



日系ホテルのVIP客室用  
お〜いお茶パンフレット付  
ティーバッグセット導入

ドリンクとセットでティーバッグや抹茶を展示会にて紹介

## 抹茶販売強化 各国各地域で業務用の販路が広がり好調

### 抹茶輸出量

▶ 10月よりハワイで有機抹茶販売開始

2023年度上半期実績

前年比 **+33%**

資料：伊藤園（期間：2023年5月～10月/量ベース）



- ・100%日本産有機抹茶
- ・ラテやスムージー、お料理にも最適



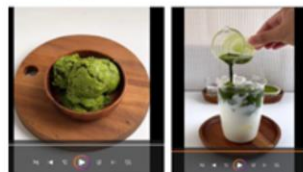
▶ 各国展示会やイベントで抹茶紹介



タイ  
抹茶ラテ好評



ドイツ  
ドリンクとセット販売



ハワイ日系レストラン  
抹茶パウダー導入

販促用ビデオを制作、抹茶の認知度向上に繋げる

## 世界のティーカンパニーに向けてお茶のITO ENの認知強化

グローバルティーバッグも全面リニューアルいたしました。また、抹茶の輸出も好調で、上半期対前年+33%と好調です。来日した観光客の間でも抹茶は人気のようで、今後抹茶の取り扱いを海外でも大きく伸ばしていく予定です。

## 世界各国各地域ごとの「お〜いお茶」と緑茶文化・日本文化の浸透で世界のティーカンパニーへ

### ▶ヨーロッパへの本格進出

2024年4月1日 **ドイツに子会社設立**  
ドイツ国内で飲料を委託生産し、欧州主要国で販売



会社名：ITO EN Europe GmbH  
所在地：ドイツ連邦共和国  
デュッセルドルフ市  
事業概要：伊藤園ブランド製品の輸入  
および販売  
販売先：ドイツを中心に欧州主要国

※イメージ

### ▶販売好調のベトナムへ本格進出

2024年4月1日 **ベトナムに子会社設立**

ベトナム国内 上半期対前年実績  
ドリンク **+32%** ティーバッグ **+28%**

資料：伊藤園（期間：2023年5月～10月/数量ベース）



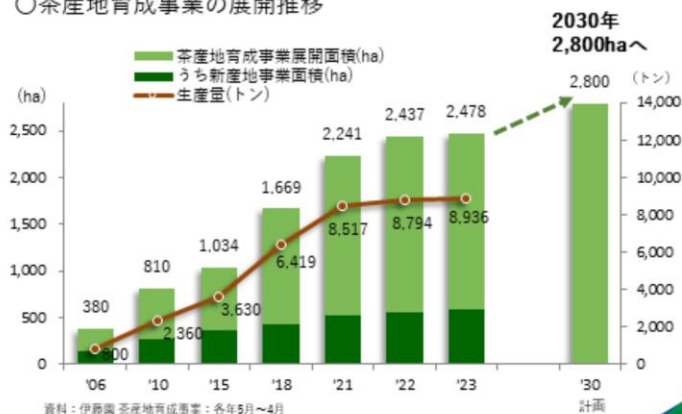
会社名：ITO EN VIETNAM CO.,LTD  
所在地：ベトナム社会主義共和国  
ホーチミン市  
事業概要：伊藤園ブランド製品の輸入  
および販売  
販売先：ベトナム国内

### ▶世界各地の認証マーク付 世界各地のお客様への安心感



伊藤園の強み「茶産地育成事業」によって高品質な原料確保

### ○茶産地育成事業の展開推移



ドイツに現地法人を設立し、ヨーロッパにも本格的に進出していきます。現地生産品として紙容器を展開し、ドイツを拠点に欧州全体に販売強化をしていきます。また現在販売が好調なベトナムにも現地法人を設立し、強化していきます。これから海外展開を一気に加速させていきます。

海外進出で重要なのが、高品質な原料の確保です。引き続き茶産地育成事業にも取組み、安全・安心・おいしい製品を全世界にお届けできるようにして参ります。

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3R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
- 空き容器的回収



## 製造委託先工場

- ・ 製造時の省エネルギー
- ・ 水使用量の低減
- ・ CO<sub>2</sub> 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、CO<sub>2</sub>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

伊藤園グループで環境課題解決へ取り組む

「お〜いお茶」のグローバルブランド化

今後もサステナビリティ経営を推進していくとともに、コロナ禍を経て再度今後の成長戦略を考えています。昨年発表した中計も再検討を重ね、今後も成長を加速させていきます。

## 参考資料

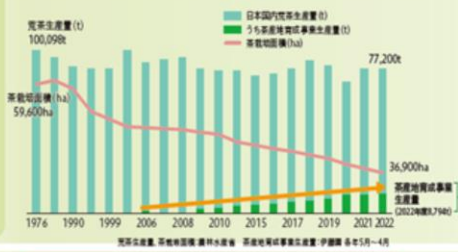
原料の安定調達

**課題**  
茶栽培面積と生産量減少、  
茶生産者の経営の安定化

**事業機会**  
緑茶飲料市場の成長

1976年から「茶産地育成事業」を開始し、  
茶生産者の安定経営と  
高品質原料の安定調達

## 茶生産量、茶栽培面積減少に対し、「茶産地育成事業」は展開規模を拡大



- 伊藤園にとっての価値
- 高品質原料の安定調達、低コスト化
  - 当社事業の強固な基盤
  - 「お〜いお茶」などの品質向上
- 社会にとっての価値
- 荒廃農地の有効活用
  - 全量買取りによる茶生産者の安定経営、  
就農者の若年化、後継者不足解消
  - 栽培技術、ノウハウの継承・生産の低コスト化
  - 雇用創出、地域活性化

原料の多様化、高付加価値化

**課題**  
緑茶飲料市場拡大による  
急須でいれるお茶の需要減少

**事業機会**  
嗜好の多様化、健康志向

多種多様な特徴のある  
原料開発

茶畑から収穫も製品開発 「お〜いお茶」飲料専用原料茶を開発

契約取引による全量買取り 一番茶、二番茶から秋冬番茶まで

多様な用途にあわせた  
抹茶原料の開発

てん茶(抹茶の原料となる茶葉)

## 一番茶から秋冬番茶までの原料茶を活かし切る製品開発力と販売力

独自の原料加工技術  
(U入れ、ブレンド等)

製品開発力

抹茶の製造加工技術  
(ブレンド、粉砕等)

- ※ リーフ  
高級茶、白茶茶、  
煎茶類(ティーバッグ、インスタント、固形茶)
- ※ 飲料  
ペットボトル、缶、紙
- ※ 特定保健用食品・機能性表示食品  
飲料、リーフ、サプリメント
- ※ 海外向け製品  
飲料、ティーバッグ、抹茶等
- ※ 抹茶製品  
お点前用から菓子等の食材向けまで

家庭用やマイボトル、業務用等、  
あらゆるシーンに対応するラインアップ

- 伊藤園にとっての価値
- リーフ市場と  
緑茶飲料市場におけるシェア拡大
- 社会にとっての価値
- ライフスタイルにあわせた製品の  
選択肢の多様化
  - おいしさ、健康性の享受
  - 茶文化の継承

原料の海外対応・環境対応

**課題**  
海外各国の品質基準への対応、  
気候変動への対応

**事業機会**  
世界的な健康志向の高まり

減農薬、有機栽培の拡大、  
環境配慮型農業の取組み強化

## 多様な社外関係者との協働による課題解決

減農薬、有機栽培技術開発

茶畑のGHG削減への挑戦

農業を使わない「高気圧防除・除草機」  
の実用化に向けた取組み

バイオマス発電関連会社、茶生産者と  
共同して「バイオ炭」の散布試験を実施  
(茶葉や竹葉を原料としたもの)

## DXによる、経験の浅い就農者支援、農業経営安定化

電機機器メーカーと共同開発したシステムで、  
摘採時期や品質の見極めをAI画像解析で支援

収穫や  
ノウハウを  
AIで継ぐ

- 伊藤園にとっての価値
- 緑茶、抹茶原料の海外輸出機会の拡大
- 社会にとっての価値
- 茶産地の持続可能性の向上

※1 新茶の1割 ※2 農薬削減率(「お〜いお茶」) ※3 茶産地育成事業の茶葉の生産量(2021年度) ※4 2021年度茶産地育成事業(20年度) 農薬削減率  
※5 農産物の生産量(茶葉)に占めるGAP認証取得茶葉の割合(2021年度) ※6 2021年度茶産地育成事業(20年度) 茶産地育成事業のGAP(ASAP)の普及率、これに占める3つ星認証取得率、1つ星取得率の割合を算出

	現在の取組み	目標									
気候変動への対応	<p>TCFD提言への賛同</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>シナリオ分析と開示</li> <li>シナリオ分析結果を踏まえた対応策の検討と実施</li> </ul> <p>GHG排出量の削減に向けた取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>電動車 (HV・EV) の導入、LED導入、太陽光発電設備導入、再生可能エネルギーの導入</li> </ul>	<p>GHG排出量の削減 (対2018年度)</p> <table border="1"> <tr> <th>2022年度実績</th> <th>2030年度</th> <th>2050年度</th> </tr> <tr> <td>Scope1、2 -17.7%</td> <td>Scope1、2 総量50%削減</td> <td>カーボン ニュートラル</td> </tr> <tr> <td>Scope3 -16.3%</td> <td>Scope3 総量20%削減</td> <td></td> </tr> </table>	2022年度実績	2030年度	2050年度	Scope1、2 -17.7%	Scope1、2 総量50%削減	カーボン ニュートラル	Scope3 -16.3%	Scope3 総量20%削減	
2022年度実績	2030年度	2050年度									
Scope1、2 -17.7%	Scope1、2 総量50%削減	カーボン ニュートラル									
Scope3 -16.3%	Scope3 総量20%削減										
水資源の保全	<p>水使用量の削減に向けた取組み (水の循環利用の促進、製品アイテム集約による水使用量の削減) 水リスクと水ストレスが事業に与える影響把握</p>	<p>水使用量の削減 (原単位*/対2018年度)</p> <table border="1"> <tr> <th>2022年度実績</th> <th>2030年度</th> </tr> <tr> <td>10.8%増加</td> <td>16%削減</td> </tr> </table> <p>*生産1klあたりの水使用量</p>	2022年度実績	2030年度	10.8%増加	16%削減					
2022年度実績	2030年度										
10.8%増加	16%削減										
生物多様性の保全	<ul style="list-style-type: none"> <li>生物多様性保全に関する方針の改定</li> <li>事業における依存と影響の把握</li> </ul>	<p>生物多様性の保全と回復</p>									
容器包装・資源循環	<ul style="list-style-type: none"> <li>容器包装3Rの推進</li> <li>水平リサイクル (ボトルtoボトル) による資源循環の推進</li> <li>茶殻リサイクルシステムの推進</li> </ul>	<p>ペットボトル製品のリサイクル素材等使用率</p> <table border="1"> <tr> <th>2022年度実績</th> <th>2030年度</th> </tr> <tr> <td>15%</td> <td>全ペットボトル製品100%</td> </tr> </table>	2022年度実績	2030年度	15%	全ペットボトル製品100%					
2022年度実績	2030年度										
15%	全ペットボトル製品100%										

※Scope1～3排出量の集計範囲は、(株)伊藤園、伊藤園産業(株)、クリーズコーヒージャパン(株)、チチヤス(株)を対象としています。



伊藤園神戸工場での太陽光パネルの設置  
(2023年1月)



業界初「EVポトルカー(茶殻配合軽量パネル搭載型)」  
(2023年10月)



ペットボトルの水平リサイクルに関する連携協定  
(2023年9月)



## 飲料カテゴリー別販売実績

(単位：万ケース)

2024年4月期	第1四半期(5月～7月)			第2四半期(8月～10月)			2024年4月期 計画		
	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）	6,093	100.0%	△ 3%	6,075	100.0%	△ 1%	21,447	100.0%	△ 2%
茶系飲料計	4,351	71.4%	△ 3%	4,355	71.7%	+ 0%	15,020	70.0%	△ 2%
日本茶	3,942	64.7%	△ 5%	3,949	65.0%	△ 0%	13,537	63.1%	△ 2%
中国茶	242	4.0%	+ 6%	256	4.2%	+ 7%	885	4.1%	+ 6%
その他	166	2.7%	+ 33%	149	2.5%	△ 5%	597	2.8%	+ 3%
野菜飲料	656	10.8%	△ 10%	651	10.7%	△ 9%	2,451	11.4%	△ 5%
コーヒー飲料	453	7.4%	+ 3%	437	7.2%	△ 3%	1,738	8.1%	△ 1%
ミネラルウォーター	175	2.9%	△ 11%	177	2.9%	△ 4%	611	2.9%	△ 8%
炭酸飲料	180	3.0%	+ 15%	177	2.9%	+ 10%	595	2.8%	+ 11%
果実飲料	141	2.3%	+ 11%	131	2.2%	+ 14%	513	2.4%	+ 13%
その他飲料	135	2.2%	+ 3%	145	2.4%	△ 6%	516	2.4%	△ 5%

## 飲料容器別販売実績

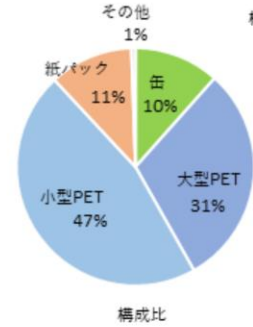
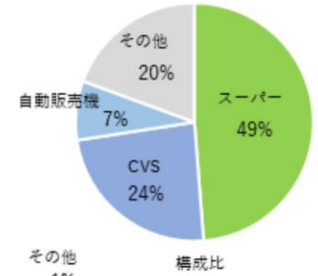
(単位：万ケース)

2024年4月期	第1四半期(5月～7月)		第2四半期(8月～10月)		上半期(5月～10月)		
	実績	増減率	実績	増減率	実績	構成比対前年	増減率
飲料販売数量	6,093	△ 3%	6,075	△ 1%	12,169	+ 0 pt	△ 2%
缶	622	△ 6%	619	△ 10%	1,242	+ 0 pt	△ 8%
大型PET	1,871	△ 8%	1,943	+ 1%	3,814	+ 0 pt	△ 3%
小型PET	2,887	+ 1%	2,804	+ 1%	5,692	△ 0 pt	+ 1%
紙パック	678	△ 4%	671	△ 4%	1,350	+ 0 pt	△ 4%
その他	34	+ 0%	35	+ 15%	70	△ 0 pt	+ 7%

## 飲料チャネル別構成比

上半期(2023年5月-2023年10月) (数量ベース)

	構成比対前年	増減率
スーパー	△ 2 pt	△ 6%
CVS	+ 2 pt	+ 5%
自動販売機	△ 1 pt	△ 10%
その他	+ 1 pt	+ 4%

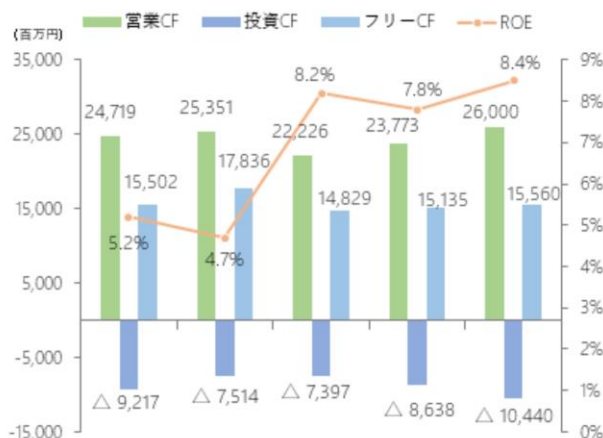


## 連結貸借対照表 (前年同月比較)

(単位：百万円)

	2022年10月末	2023年10月末	増減額
<b>流動資産</b>	232,934	247,527	14,593
現金及び預金	100,525	114,136	13,610
売上債権・棚卸資産	119,741	120,065	324
<b>有形固定資産</b>	74,757	73,479	△ 1,278
土地	23,344	23,229	△ 115
リース資産	7,146	5,398	△ 1,747
その他	44,266	44,851	584
<b>無形固定資産</b>	8,484	8,060	△ 423
のれん	3,078	1,997	△ 1,081
投資その他資産	22,175	24,647	2,471
<b>資産合計</b>	338,351	353,714	15,362
<b>流動負債</b>	76,813	93,982	17,169
買掛金	30,439	31,881	1,442
社債	-	10,000	10,000
短期借入金	2,532	1,737	△ 794
リース債務	2,370	1,885	△ 485
未払法人税等	4,520	6,092	1,572
<b>固定負債</b>	90,783	76,798	△ 13,985
社債	10,000	-	△ 10,000
長期借入金	60,441	59,467	△ 974
リース債務	4,542	3,063	△ 1,479
<b>負債合計</b>	167,597	170,781	3,183
<b>純資産合計</b>	170,754	182,932	12,178

## 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予測
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	△ 1,879

格付の状況	A+	自己資本比率	'22/10	50.1%
社債発行登録(普通社債)	400億円		'23/10	51.3%



# 伊藤園

---

## 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。