

2024年4月期

決算説明会資料

2024年6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 通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・通期計画	P.3
事業戦略・マーケティング戦略	P.12
参考資料	P.24

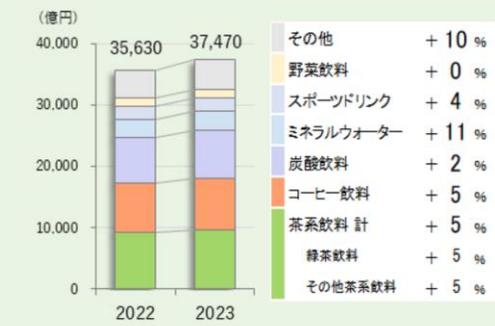
国内飲料市場の動向と当社業績・通期計画

国内飲料市場の動向

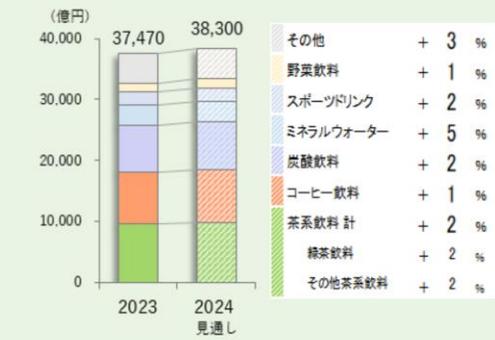
▼飲料市場の推移（暦年・金額ベース）



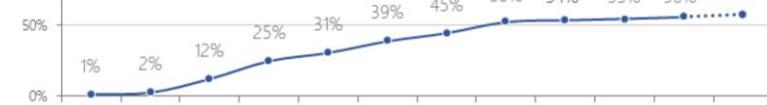
2023年（1月～12月）前年比 + 5.2%



2024年（1月～12月）前年比 + 2.2%（見通し）



▼無糖飲料比率の推移



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

Copyright (C) All Rights Reserved. ITOEN, LTD.

4

2023年1月～12月の国内飲料市場は、前期は5.2%増、3兆7,470億円で着地しました。

好条件は大きく3つあります。1つ目は、2023年5月からコロナが5類に移行となり、ゴールデンウィーク以降の人流が回復したことです。2つ目は、6月～10月まで高温の日が長く続き、観測史上最も暑い夏だったことです。3つ目は、原材料高、エネルギーコスト高などを背景とした価格改定が消費者に受け入れられていることです。

それがカテゴリーごとの増減にも反映されています。右上のカテゴリーごとの状況を見ると、ミネラルウォーターは、対前年11%増、茶系飲料5%増、その内、緑茶飲料は、5%増と伸長しています。野菜飲料は、他のカテゴリーに流れていることなどもあり、ほぼ横ばいとなりました。

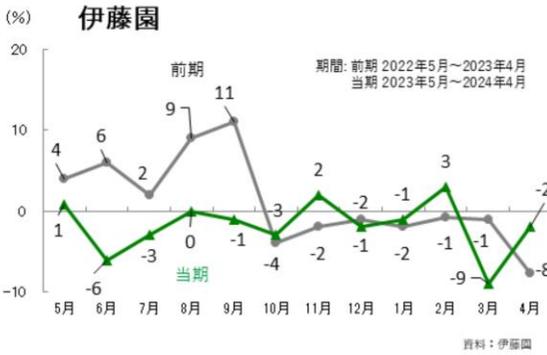
2024年1月～12月の国内飲料市場は、対前年2.2%増で3兆8,300億円で着地を見込んでいます。

月次販売数量動向 (対前年増減率)

▽飲料市場のトピックス



- 2023年 8月 猛暑の影響により止渴性飲料中心に増加
- 9月 継続的な猛暑が追い風となり、引き続き止渴性飲料増加
- 10月 前年の価格改定による数量減の反動でプラス
- 11月 昨年10月の価格改定が一巡、温暖な気候も追い風となり、止渴性飲料が増加
- 2024年 1月 比較的高い気温により、ホット飲料には足かせとなり、止渴性飲料は追い風となった
- 2月 記録的な暖冬が逆風となり、ホット飲料の動きが鈍かった。一方、止渴性飲料は、暖冬がプラスに動いた
- 3月 悪天日が多く、低温と人流の鈍化により止渴ニーズが衰退



伊藤園 (単独) 2024年4月期 (2023年5月~2024年4月)

	増減率
売上高	+ 4 %
茶葉 (リーフ)	+ 7 %
飲料 (ドリンク)	+ 4 %
他	- 2 %



金額ベース 構成比 茶葉 11% 飲料 88% 他 1%

2024年4月期 無糖飲料比率 75%以上

月次販売数量は、対前年増減の推移で、当社は若干ではあるが、市場を下回っています。その要因は、野菜カテゴリーの不振やエビアンの価格改定による値上げが影響しています。ただし、それ以外のカテゴリーについては、数量でも順調に推移しています。

金額ベースでの当社の売上高は、前期比4%増、内リーフは、7%増、ドリンクは、4%増でした。

通期 (2023年5月~2024年4月)

(単位: 百万円)

	2023年4月期		2024年4月期			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	
連 結	売上高	431,674	100.0%	453,899	100.0%	5.1%
	売上総利益	165,585	38.4%	177,067	39.0%	6.9%
	広告宣伝費	10,048	2.3%	11,454	2.5%	14.0%
	運送費	14,386	3.3%	14,168	3.1%	-1.5%
	減価償却費	7,921	1.8%	6,156	1.4%	-22.3%
	販売費及び一般管理費	145,996	33.8%	152,044	33.5%	4.1%
	営業利益	19,588	4.5%	25,023	5.5%	27.7%
	経常利益	20,341	4.7%	26,681	5.9%	31.2%
	特別損益	△ 657	-	△ 2,156	-	-
	当期純利益	12,888	3.0%	15,650	3.4%	21.4%
単 独	売上高	315,025	100.0%	329,069	100.0%	4.5%
	売上総利益	116,986	37.1%	120,985	36.8%	3.4%
	営業利益	16,785	5.3%	18,819	5.7%	12.1%
	経常利益	18,864	6.0%	21,493	6.5%	13.9%

	2023年4月期		2024年4月期	
	実績	実績	実績	増減率
上段: 売上高	97,548	104,134	6.8%	
下段: 営業利益	3,784	5,138	35.8%	
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	35,495	40,352	13.7%
	タリーズ	2,429	3,236	33.2%
	コーヒー	11,947	12,681	6.1%
	チチヤス	670	1,227	83.1%
	海外グループ	51,252	53,193	3.8%
		△ 433	1,791	-
	米国事業	45,361	46,598	2.7%
		△ 1,483	393	-
		333,292千ドル	318,577千ドル	-4.4%
		△10,897千ドル	2,692千ドル	-
その他	5,891	6,595	12.0%	
海外事業	1,049	1,397	33.2%	
連結消去	△ 32,150	△ 32,498	-	
	△ 548	△ 725	-	
為替レート (米ドル)	136.10	146.27	(期中平均)	

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

6

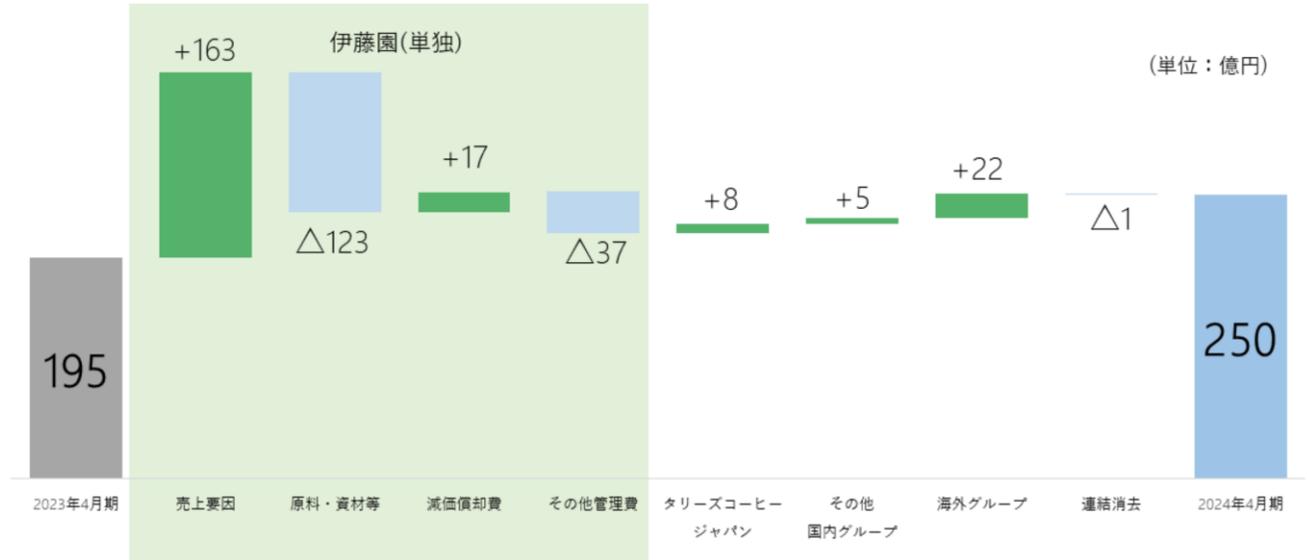
2024年4月期の実績は記載のとおりです。
人流の回復と天候、価格改定により連結単体ともに増収増益で、特に上期が好調でした。

営業利益率は、連結で1.0ポイント改善し、単独では0.4ポイント改善しました。
今後も営業利益率を意識した事業活動を行っていきます。

子会社では、タリーズが価格改定を実施したものの客数は増加し、チチヤスにおいても順調に推移し増益となりました。また、米国事業は、2023年4月期は赤字でしたが、2024年4月期は黒字に回復しました。

2024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 +52
- ・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 △123
- ・自動販売機の耐用年数変更による影響等 +17
- ・賃上げによる人件費の増加 △20

2023年4月期の営業利益195億円に対して2024年4月期は250億円と55億円増となりました。

主な要因は、原料、資材等の高騰による影響が123億円と大きかったですが、売上の増加及び容器構成等の変化による163億円と、価格改定及びその他の収益改善の取組みによって利益を確保しました。また、人件費については、人材の確保及び育成に向けコストと捉えるのではなく、将来への投資と捉え、継続的に続けていきます。

通期 (2024年5月～2025年4月)

	2024年4月期		2025年4月期			
	実績	構成比	計画	構成比	増減率	
連 結	売上高	453,899	100.0%	466,600	100.0%	2.8%
	売上総利益	177,067	39.0%	186,150	39.9%	5.1%
	広告宣伝費	11,454	2.5%	12,820	2.7%	11.9%
	運送費	14,168	3.1%	15,292	3.3%	7.9%
	減価償却費	6,156	1.4%	6,837	1.5%	11.1%
	販売費及び一般管理費	152,044	33.5%	159,650	34.2%	5.0%
	営業利益	25,023	5.5%	26,500	5.7%	5.9%
	経常利益	26,681	5.9%	26,700	5.7%	0.1%
	特別損益	△ 2,156	-	△ 600	-	-
	当期純利益	15,650	3.4%	17,200	3.7%	9.9%
単 独	売上高	329,069	100.0%	336,470	100.0%	2.2%
	売上総利益	120,985	36.8%	123,660	36.8%	2.2%
	営業利益	18,819	5.7%	19,600	5.8%	4.1%
	経常利益	21,493	6.5%	21,650	6.4%	0.7%

(単位：百万円)

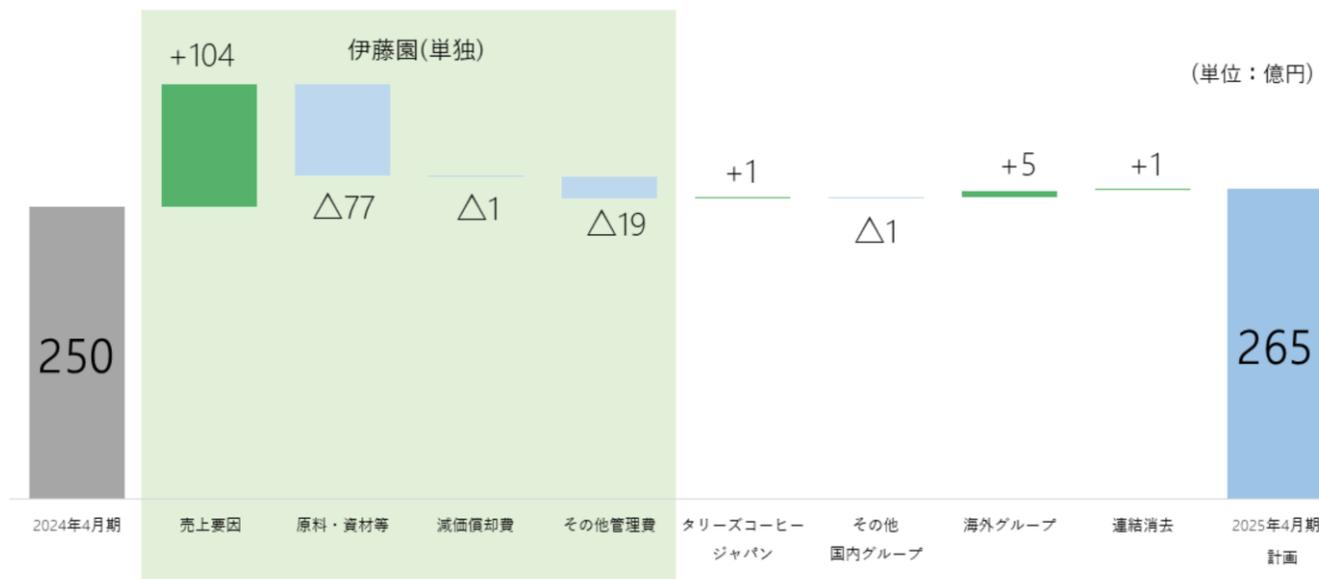
	2024年4月期		2025年4月期	
	実績	計画	実績	増減率
上段：売上高	104,134	114,180		9.6%
下段：営業利益	5,138	5,094		-0.8%
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	40,352	43,200	7.1%
	タリーズ	3,236	3,380	4.4%
	コーヒー	12,681	12,656	-0.2%
	チチヤス	1,227	1,180	-3.9%
	海外グループ	53,193	51,012	-4.1%
		1,791	2,343	30.8%
	米国事業	46,598	44,318	-4.9%
		393	984	149.9%
		318,577千ドル	316,562千ドル	-0.6%
		2,692千ドル	7,029千ドル	161.1%
その他	6,595	6,693	1.5%	
海外事業	1,397	1,359	-2.7%	
連結消去	△ 32,498	△ 35,062	-	
	△ 725	△ 537	-	
為替レート (米ドル)	146.27	140.00	(期中平均)	

2025年4月期の計画は記載のとおりです。

連結単体ともに営業利益および営業利益率を前期より改善する計画としていますが、前期の猛暑の反動等もあるとみており、現実的な計画となっています。

2025年4月期 通期計画 (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、利益率を高める



伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|-----------------|------|-----------------|------|
| ・売上増加による影響 | + 27 | ・原料・資材等の高騰による影響 | △ 77 |
| ・容器構成及び製品構成等の変化 | + 77 | ・マーケティング・販売促進など | △ 15 |

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

9

2024年4月期の営業利益250億円に対して2025年4月期計画は265億円と15億円増とみています。

2025年4月期も原料、資材等の高騰による影響は77億円を想定しており、今後も継続的に動向を注視していきます。売上は主力商品の中型ペットボトルの価格改定を10月に計画しています。

創業60周年にあたって、
さらなる成長と収益性向上を目指し、新たな中期計画を策定

見直し理由

- 前・中期経営計画の2年間においては収益性改善や海外展開で一定の成果
- 一方で原材料費の高騰など、想定以上に経営環境が変化
- 更なる成長と収益性向上のために、将来を見据えて中期経営計画を見直し

ポイント

- 2040年頃の長期的な将来像を想定したうえで、5年間の中期経営計画を策定
- 世界のティーカンパニーに向けてグローバル化を加速
- 経営環境変化に柔軟に対応し、収益性重視の事業体制へ変革

主な変更点

- 長期的な定量目標を設定
- 「お〜いお茶」のグローバル化のための施策を拡充
- 国内既存事業の盤石化のための施策を拡充

2年前に策定した中長期経営計画を見直しています。2年前と比較し、アフターコロナや原材料、エネルギーコストの上昇など外部環境が大きく変化しており、このような変化に対応し、今後更なる成長と収益性向上を実現するため、新・中期経営計画を策定しました。

2040年の将来像を想定し、それに向けて今何をすべきかという考えのもとでロードマップ及び定量目標を設定しました。

見直しのポイントは、世界のティーカンパニーに向けてグローバル化を加速すること、国内における収益性重視の事業体制への変革です。

現在		5ヵ年の中期計画 (2025年4月期～2029年4月期)		長期の将来像 (2041年4月期)
		創業 60周年(2024.10)	お〜いお茶誕生 40周年(2029.2)	世界各地の茶文化とつながり 新たな茶市場を創造
お〜いお茶の グローバルブランド化		世界のティーカンパニー に向けた第2ステージへ 本格的に突入	グループで連携し、 世界各国でグローバル ブランド化を加速 お〜いお茶販売国 60ヵ国以上	100ヵ国以上
国内既存事業 の盤石化		(～2025年) 環境変化に応じた 構造改革	収益性重視の 事業体制へ 単独営業利益率 8.5%以上	10%以上
2024年4月期		2029年4月期		2041年4月期
連結売上高	4,538 億円	年平均伸長率 2%以上 (海外 8%以上*)		年平均伸長率 3%以上
営業利益率	5.5 %	8%以上		10%以上
ROE	8.9 %	10%以上		—
総還元性向	52.7 %	40%以上		—
海外お〜いお茶 対前年 伸長率	12%	年平均伸長率 24%以上		年平均伸長率 10%以上
事業投資 (5年間累計キャッシュフロー)		営業キャッシュフロー 1,600 億円以上 設備投資550 億円 事業投資300 億円		株主還元450 億円～ 有利子負債の返済250億円

*為替影響除く

Copyright (C) All Rights Reserved. ITOEN, LTD.

11

2025年4月期～2029年4月期における5カ年の主な定量目標は、記載のとおりです。
 着実に成長していくため、数値は一部、保守的に見える部分もあるかもしれませんが、特に営業利益率を重視しており、目標は8%以上を目指していきます。
 総還元性向も最低でも40%とし、安定した株主還元を進めます。

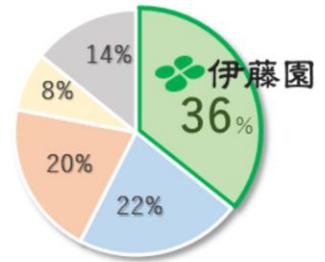
事業戦略・マーケティング戦略

緑茶飲料市場は過去最高を更新

2023年緑茶飲料市場は過去最高を更新！



2023年緑茶飲料の国内販売金額シェア



資料：伊藤園（期間：2023年1月～12月）

お客様の飲用シーンに合わせたラインアップ強化



お〜お茶

世界で
1億ケース
突破を目標設定
(2025年4月期)



(※1) ギネス世界記録™認定
インテージSR14+無糖茶飲料市場データ2023年1月～12月の「お〜お茶」ブランド販売金額
記録名「最大の無糖緑茶飲料ブランド（最新年間売上）」
正式英語記録名：Largest unsweetened green tea RTD brand – retail, current
記録対象ブランド：「お〜お茶」ブランド（「お〜お茶」ほうじ茶製品を除く）
対象年度：2023年1月～12月

心と身体を支える「お〜お茶」

2023年は4,580億円となっており、金額ベースでは過去最高となりました。伊藤園は36%のマーケットシェアを獲得しており、2019年から毎年1ポイントずつ着実に上がっています。2024年は4,660億円まで伸長する見通しとなっており、シェアは37%またはそれ以上を目指します。

「お〜お茶」を好んで手に取ってくださっているお客様のご期待に応えるため、機能性表示食品や若者向けの製品などラインアップを充実させ、しっかりと強化していきます。

家庭用リーフ市場と当社の販売・取組み

▼家庭用リーフ市場と当社シェア



インスタント（顆粒）製品好調



▼茶業関係者×農林水産省『茶育』プロジェクト

- ・学校教育の場での「茶育」を推進する
- ・茶育に取組む茶業関係者と学校関係者をマッチング



小・中学校に急須を寄贈



急須を寄贈した小学校で食育活動を実施

▼お茶の未来を共創する拠点となる複合型博物館

「お茶の文化創造博物館」



お茶の歴史をたどり、製法や飲み方、自然と誕生した喫茶習慣について考えるための博物館

「お〜いお茶ミュージアム」



生活に寄り添い続けてきた「お〜いお茶」に焦点をあて、これまでのあゆみや未来への取組みを伝えるミュージアム

時代の変化への対応と日本の伝統文化の継承

ドリンクとリーフを連携して販売できる点は、他社が追随できない強みです。

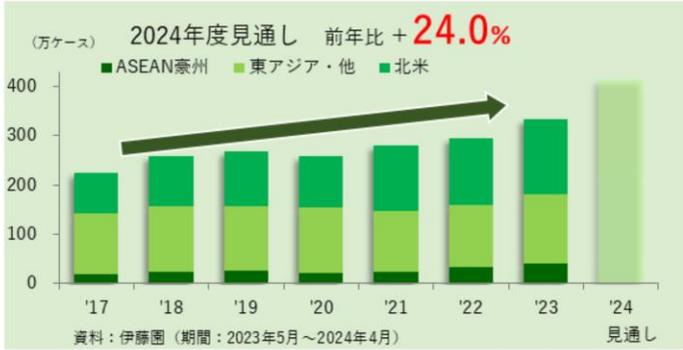
リーフ製品についてはコロナ明けで外出が増えたことから、家庭用緑茶リーフ製品はやや落ち着いていますが、簡便性製品は手軽さが支持されており、ティーバッグ製品や顆粒製品を中心に伸ばしています。リーフ全体のシェアに関しては2024年4月期では31%、今後もシェアを拡大していきます。

また、農林水産省が取り組む「茶育プロジェクト」に参加し、お子様からお年寄りまでお茶に親しむ習慣を育む取組みも行っています。

さらには2024年5月1日よりお茶の未来を共創する拠点としてオープンした「お茶の文化創造博物館」、「お〜いお茶ミュージアム」は、予想以上の集客があったと感じており、今月以降も様々な施策を展開していく予定です。

「お〜いお茶」ブランドは各国・地域で好調

▼「お〜いお茶」飲料販売数量の推移



▼「お〜いお茶」ブランド等の販売数量（対前年）

各販売エリアのニーズに合わせた製品を提供

【飲料製品】



【ティーバッグ製品】



▼海外に新たなグループ会社を設立

ITO EN Europe GmbH
ドイツ連邦共和国

ドイツ国内で委託生産開始

ITO EN VIETNAM CO.,LTD
ベトナム社会主義共和国

販売好調のベトナムで
現地法人を立ち上げ

▽製品概要



- ・飲料用原料を世界の品質基準に合わせて開発し、欧州向けに製品設計。
- ・容器から取り外せないよう設計されたキャップ（テザードキャップ）の紙パック容器



ベトナム 対前年
飲料
+31.7%

ティーバッグ
+61.3%

資料：伊藤園（期間：2023年5月～2024年4月/数量ベース）

資料：伊藤園（期間：2023年5月～2024年4月/数量ベース）

世界のティーカンパニーにむけて今後も販路を拡大

「お〜いお茶」ブランドは各国・地域で好調で、2024年の見通しは数量ベースで24%増を見込んでいます。

北米は順調に推移していますが、中国は日本製品離れ等もあり厳しい状況です。

ヨーロッパは環境規制の課題がありましたが、現地の基準に対応できる緑茶の生産体制等が確立したため、まずはドイツを中心に「お〜いお茶」を販売し、そこからヨーロッパ諸国に拡大していきます。

ヨーロッパ諸国はお茶を飲む文化も浸透しているため、期待しています。東南アジアは、昔と比較するとコンビニエンスストアが充実しており、新しいマーケットとしては非常に期待しています。

シンガポール、台湾、インドネシアに加え、今期からベトナムにも現地法人を設置し、販売を加速していきます。

茶産地育成事業の優位性

「茶産地育成事業」は、経済的価値と社会的価値の双方を生み出す「お〜いお茶」グローバルブランド化への力の源泉

「お〜いお茶」
グローバル
ブランド化

持続的農業への課題と対応

- ✓ 茶栽培面積と生産量の減少
- ✓ 世界的な健康志向の高まり
- ✓ 海外各国の品質基準
- ✓ 茶産地の環境課題
 - ・ 気候変動
 - ・ 茶栽培時のGHG排出
 - ・ 生物多様性の保全

◇ 茶産地の展開面積拡大

国内展開面積の拡大 KPI (指標)
2026年度 2,650ha 2030年度 2,800ha

◇ 多種多様な付加価値原料の開発

◇ 海外各国の品質基準へ対応

- ・ 減農薬、有機栽培技術の開発

有機栽培生産量 KPI (指標)
2026年度 380 t 2030年度 500 t

- ・ 持続可能な茶農業の実現に向けてDXを推進

ウォーターセル株式会社と共同開発した「農業適否判定システム」を2024年1月より運用



海外向けの緑茶原料が各国の農業基準に適しているか判定



海外輸出用の
緑茶・抹茶の生産拡大

茶産地の
持続可能性の向上

海外輸出向け原料開発の拡大〜グローバル化へ〜

16

海外へ「お〜いお茶」を拡大していくためには、原料の確保が大切であり、茶産地育成事業は重要な取り組みです。

持続可能な茶農業の実現に向けてウォーターセル株式会社と共同開発したシステムを活用し、農業におけるDXの推進と原料の海外基準対応を進めていきます。また、今後も茶産地育成事業の展開面積をさらに広げていきます。

「お〜いお茶」の価値を世界中へ



「お〜いお茶」のコア・バリュー
いれたてのような香り・素材本来の
美味しさをいつでもどこでも楽しめる

▼大谷翔平選手とのグローバル契約締結 グローバル広告を世界へ発信



4月30日
グローバル契約締結
(全世界新聞60紙掲載)
5月20日
グローバルアンバサダー就任
「LAへ観戦に行こう！」
キャンペーン開始
5月31日から順次
国内外85カ所以上の巨大屋外広告をジャック！

▼「お〜いお茶」の魅力を 伝統文化とともにお届け



歌舞伎役者市川團十郎さんのTV-CMを公開
世界10カ国で英語版配信予定



ニューヨーク ロサンゼルス ソウル 渋谷

「お〜いお茶」の様々な施策に大谷翔平選手が活躍します！

訪日客にも
日本の文化をお届け
(浅草寺)



展開する国の文化に合わせたグローバルマーケティング開始

Copyright (C) All Rights Reserved. ITOEN, LTD.

17

大谷選手とのグローバル契約を締結するとともに、グローバル広告として全国紙、地方紙、海外も含めて展開しました。これは想像以上に大きな反響がありました。今回の広告をきっかけに野球が主流の国（アメリカ、台湾、韓国等）においても野外広告やキャンペーンを通じて認知を広げていきます。

また、野球が盛んではない国では、市川團十郎さんの演出による歌舞伎などの日本の伝統文化の発信と合わせて、「お〜いお茶」を世界に広げていきます。

健康ミネラルむぎ茶

ノンカフェイン飲料

▼むぎ茶飲料市場と当社販売数量推移



幅広い層に支持され続ける、伊藤園の麦茶

伸長率はドリンク製品（伊藤園：2023年5月～2024年4月/金額ベース）



対前年

+ 10.3%

記録名：「最も販売されているRTD麦茶ブランド（最新年間販売量）」
正式英語記録名：Best-selling RTD barley tea brand - current
記録対象ブランド：「健康ミネラルむぎ茶」
対象年度：2023年

黒豆茶 製品



対前年

+ 85.0%

さらなる市場拡大、認知獲得を
目指してTVCMを展開



おいしく大豆イソフラボン

ルイボスティー 製品



対前年

+ 2.8%

南アフリカでしか
採れない希少な植物

はと麦茶 製品



対前年

+ 570.6%

バニリン酸の働きが
「肌の乾燥しがちなミドルエイジの
方の肌の潤いを維持する」
機能性表示食品
(ドリンク製品)

伸長率はドリンク製品（伊藤園：2023年5月～2024年4月/金額ベース）

ノンカフェイン製品は単一素材に注目

「健康ミネラルむぎ茶」は、長年愛されてきたブランドとして幅広い層に支持されています。価格改定を行いました。数量は落ちていません。

他のノンカフェイン飲料も好調であり、黒豆茶製品はイソフラボン、ルイボスティー製品はポリフェノール、はと麦茶製品はバニリン酸とそれぞれの特徴を前面に、今後さらに展開を強化していきたいです。

1日分の野菜ブランドの価値向上と新提案

▼ライフスタイルの変化に合わせて
新容器でラインアップを強化

「野菜の栄養」が補える
価値を訴求

新提案
「ささっと1秒 マシマシ野菜」

900ml紙パック
家庭での需要の
高まりに対応



450mlキャップ付き
紙パック
持ち運びに便利



TVCM



おいしく5つの主栄養素が摂れる



「トマト&にんじん」

「3種の緑色野菜」

普段の食事にかけるだけで野菜不足を補える
簡便・汎用性に優れた野菜パウダー

JA全農との共同企画「ニッポンエールプロジェクト」への取組み



▼ニッポンエールプロジェクト

「全国から届けられる日本産のたべものに、そしてニッポンに、ここからエールをおくろう」という
コンセプトのもとJA全農と伊藤園を含むメーカーや販売先が協力して産地を応援する活動

宮崎県産
日向夏



SNSキャンペーンや店頭ツール
を通じて製品や産地の魅力を発信

ニッポンエールプロジェクトから
発売された主な製品



対前年
+68.5%

伸長率はドリンク製品 (伊藤園:
2023年5月~2024年4月/金額ベース)

発売製品の一部

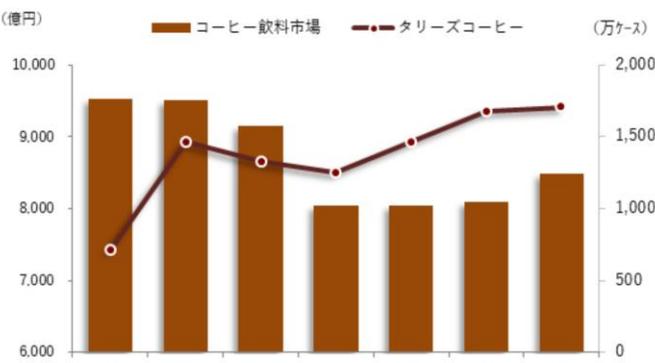
素材を活かしたラインアップ

野菜カテゴリーは、厳しい状態ではあるものの、「1日分の野菜」は新容器でラインアップを強化し、「マシマシ野菜」など簡便性の製品等、新しい製品にトライしながら訴求していきます。

ニッポンエールプロジェクトから発売された製品は、金額ベースで対前年68.5%増と順調です。今後もJA全農様と協力して展開していきます。

TULLY'S COFFEE

▼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）

価格改定後も数量・金額ともに前年より増加

▼原料と品質にこだわった新製品

おいしさの決め手となる原産地へのこだわりを
イベントや広告などを通して発信



タンザニア大使館とイベント開催 WEB広告などでおいしさを訴求



TULLY'S COFFEE キリマンジャロを強化

Copyright (C) All Rights Reserved. ITOEN, LTD.

タリーズコーヒーブランド 年間累計販売数量過去最高

販売好調な無糖にこだわった製品



前年比
+ 5.9 %
BARISTA'S
BLACK



前年比
+ 25.3 %
BARISTA'S
無糖LATTE



前年比
+ 96.1 %
BARISTA'S
BLACKキリマンジャロ

伸長率は伊藤園：2023年5月～2024年4月/金額ベース

好調の要因は・・・

1. コロナ禍でレギュラーコーヒーのおいしさに気付いた
2. 外出先でも手軽に美味しいコーヒー飲料を求める
3. ショッピングオリティを追求した飲料製品が評価される

原料と品質に自信があるから無糖でもおいしい

価格改定後も数量・金額ともに前年より増加しています。無糖ブラックコーヒーに加えて、ラテも好調です。

特に「BARISTA'S BLACK キリマンジャロ」は対前年で金額ベース96.1%増となりました。コンビニや量販店を中心に、必ず売り場に展開していただけるかたちで進めていきます。



ロケーションごとに最適な店舗を提案

▼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

▼4つの業態を軸とした店舗展開

2024年4月末現在 **791**店舗 (純増25店舗/対前年同月末)



2024年3月27日オープン
「タリーズコーヒー
&TEA nonowa国立SOUTH店」



「やさしいタリーズ」をテーマに国立市内で老木化した桜材などを一部造作に使用したサステナブルな店舗

▼高品質で安定的な原料確保への取組み ペルー接ぎ木プロジェクト

「貴重な品種から生み出されるおいしいコーヒーを後世に残したい」という思いから、各国の産地に深く入り込むコーヒー品質へのこだわり



ペルー センフロカフェ農協と共同実施



プロジェクトのテスト生産にて初収穫したものを、5月10日に一部店舗にて数量限定で販売

▼伊藤園×タリーズのシナジー

ご家庭でも店舗でも楽しめる、バリスタコンテストシグニチャードリンクのコンセプトを伊藤園×タリーズ連動で発売。



「アールグレイ香る 英国のティータイム
カフェスワール®」
(6月5日発売)



「TULLY'S COFFEE
アールグレイ香る
CAFE LATTE」 (6月3日発売)

多様な店舗展開によるロケーション開拓

2024年4月末時点での展開店舗数は、791店舗となっており、2025年4月末までに816店舗（純増25店舗）を目指します。多様な店舗展開によりさらに出展を加速させていきます。

研究開発における共有価値の創造

▼伊藤園中央研究所



お茶の価値を科学の目でとらえ、「人生100年時代を豊かに生きる」ための生活改善提案をめざす

▼お客様に健康で豊かなライフスタイルの提案

- ・蓄積された基盤技術
- ・多様な関係者とのアライアンスにより技術やアイデアを結実

食品の健康価値に関する研究と発表の実施（一例）

伊藤園の価値

社会の価値

「緑茶は認知機能と睡眠に良い影響を及ぼすのか？」

Nature誌※に

お茶に関する研究記事広告を掲載
(2024年3月14日号)

※Natureは世界中の読者に最先端の科学を伝える国際的学術誌



お茶のリーディングカンパニーである伊藤園では、緑茶・抹茶の研究開発に力を注いでいる

▼”お茶”を通した健康課題の解決を提案

伊藤園ウェルネスフォーラム

”お茶”を通した健康課題の解決を提案。人生100年時代に貢献するとともに、健康に関する知恵を発信



2024年3月14日

「第9回 伊藤園ウェルネスフォーラム」を開催
テーマ：人生120年時代を豊かに生きる イートロスとは何か？



”究極の健康課題”ともいわれるイートロス※
その予防について、専門家とともに対策をWEB発信

※「イートロス」とは、「食べられない状態が続くこと」を指す



研究結果をウェルネスフォーラム等を通じて発信

様々な研究機関、大学と連携して研究開発を行っています。

緑茶に関する研究をしていることを認知してもらえるように、今後もウェルネスフォーラム等を通じて外部に発信していきます。

お茶で培った茶畑からの垂直統合型ビジネスモデルの進化

垂直統合型のビジネスモデルと7つのマテリアリティを連携、さらに進化させることで成長力の源泉の強化を図る

持続可能な農業

お茶で培った茶畑からの垂直統合型ビジネスモデル

研究・企画・開発

原料生産

原料調達・加工

製造・物流

販売

環境/資源循環

多様な人財

ガバナンス

7つのマテリアリティ

食生活と健康

健康性の研究と発信
健康に資する製品

持続可能な サプライチェーン

サプライチェーン
マネジメント

地域社会・ コミュニティ

地域社会との共創、
お茶を通じた
コミュニケーション

環境

茶畑から茶殻、
空き容器までの環境対応

他カテゴリーへ水平展開



- ・製品に適した原料大麦の調達
- ・原料大麦は国内焙煎100%



- ・Distant Lands Trading Co.の自社農園
(レインフォレストアライアンス認証取得)
- ・コーヒー豆は国内焙煎100%

多様なパートナーシップ構築

THE MATCHA TOKYO (株) との
資本業務提携

国内外の抹茶拡販で協業



グループシナジー

チーム「伊藤園グループ」で
新たな価値の提案

お茶のビジネスモデルを進化 さらなる成長へつなげる

23

原料から最終製品の環境対応にいたるまで、垂直統合型モデルを進化、拡充させながら企業として成長していきます。

今回見直した中期経営計画をベースとして今まで以上のスピード感をもって様々な取組みを進めていきます。

参考資料

「健康創造企業」として、お客様の心身の健康、社会の健康、地球環境の健康を創造し、健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現



原料調達（茶産地育成事業）

- 高品質原料の安定調達
 - ・ 荒廃農地の茶畑の転換
 - ・ 茶生産者と協働した茶生産
 - ※「お〜いお茶緑茶」ペットボトル
茶産地育成事業の原料100%
- 環境配慮型農業の推進
 - ・ 減農薬、有機栽培技術の開発
 - ・ 茶殻堆肥の活用による循環型農業 など



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し
ボトルtoボトルを推進
 - ・ 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



- 緑茶の健康性の研究と発信、研究成果を活かした製品提案
- 地域の社会・環境課題解決への貢献

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)			第3四半期(11月~1月)			第4四半期(2月~4月)			2024年4月期 年間実績		
	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	実績	構成比	増減率
飲料(ドリンク)	6,093	100%	△3%	6,075	100%	△1%	4,540	100%	△1%	4,742	100%	△2%	21,452	100%	△2%
茶系飲料計	4,351	71%	△3%	4,355	72%	+0%	3,087	68%	△1%	3,295	69%	△1%	15,088	70%	△1%
日本茶	3,942	65%	△5%	3,949	65%	△0%	2,748	61%	△2%	2,971	63%	△0%	13,612	63%	△2%
中国茶	242	4%	+6%	256	4%	+7%	192	4%	+7%	186	4%	△1%	877	4%	+5%
その他	166	3%	+33%	149	2%	△5%	146	3%	△3%	137	3%	△9%	599	3%	+3%
野菜飲料	656	11%	△10%	651	11%	△9%	555	12%	+3%	541	11%	△10%	2,404	11%	△7%
コーヒー飲料	453	7%	+3%	437	7%	△3%	417	9%	△2%	420	9%	△3%	1,728	8%	△1%
ミネラルウォーター	175	3%	△11%	177	3%	△4%	131	3%	△6%	147	3%	+0%	632	3%	△5%
炭酸飲料	180	3%	+15%	177	3%	+10%	118	3%	+11%	105	2%	△4%	582	3%	+9%
果実飲料	141	2%	+11%	131	2%	+14%	108	2%	+9%	134	3%	+22%	516	2%	+14%
その他飲料	135	2%	+3%	145	2%	△6%	122	3%	△7%	96	2%	△21%	499	2%	△8%

飲料容器別販売実績

通期(2023年5月-2024年4月)

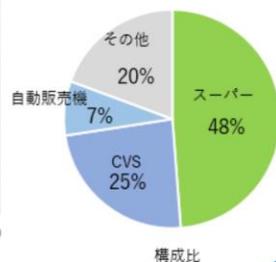
2024年4月期	実績	構成比対前年	増減率
飲料販売数量	21,452	+0 pt	△2%
缶	2,402	△1 pt	△7%
大型PET	6,300	△0 pt	△2%
小型PET	10,150	+1 pt	△0%
紙パック	2,475	△0 pt	△3%
その他	124	+0 pt	+7%



飲料チャネル別構成比

通期(2023年5月-2024年4月)

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



(数量ベース)

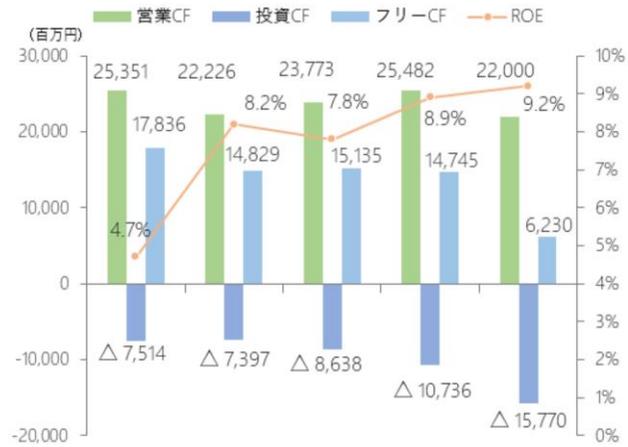
(単位:万ケース)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2023年4月末	2024年4月末	増減額
流動資産	234,393	243,749	9,356
現金及び預金	104,181	109,313	5,132
売上債権・棚卸資産	117,843	119,787	1,944
有形固定資産	72,005	74,036	2,031
土地	22,979	23,154	175
リース資産	6,075	4,815	△ 1,259
その他	42,951	46,066	3,115
無形固定資産	8,270	7,110	△ 1,159
のれん	2,528	1,456	△ 1,071
投資その他資産	24,105	28,995	4,889
資産合計	338,774	353,892	15,117
流動負債	89,226	96,665	7,438
買掛金	29,958	31,616	1,658
社債	10,000	-	△ 10,000
短期借入金	2,743	14,442	11,698
リース債務	2,135	1,682	△ 453
未払法人税等	4,367	4,972	605
固定負債	77,419	74,010	△ 3,408
社債	-	10,000	10,000
長期借入金	58,210	47,306	△ 10,903
リース債務	3,662	2,572	△ 1,090
負債合計	166,646	170,675	4,029
純資産合計	172,128	183,216	11,087

連結キャッシュ・フローの推移



(単位：百万円)

	'21/4	'22/4	'23/4	'24/4	'25/4計画
設備投資額	7,199	7,511	7,259	10,256	14,307
減価償却費	7,255	7,246	7,582	7,017	7,300
リース償却費	5,171	4,035	2,771	1,577	1,578
リース債務(返済)	△ 3,691	△ 2,732	△ 2,278	△ 1,989	△ 1,380

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	'23/4	50.4%
	'24/4	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。