

2026年4月期 上半期

決算説明会資料

2025年12月 株式会社 伊藤園



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

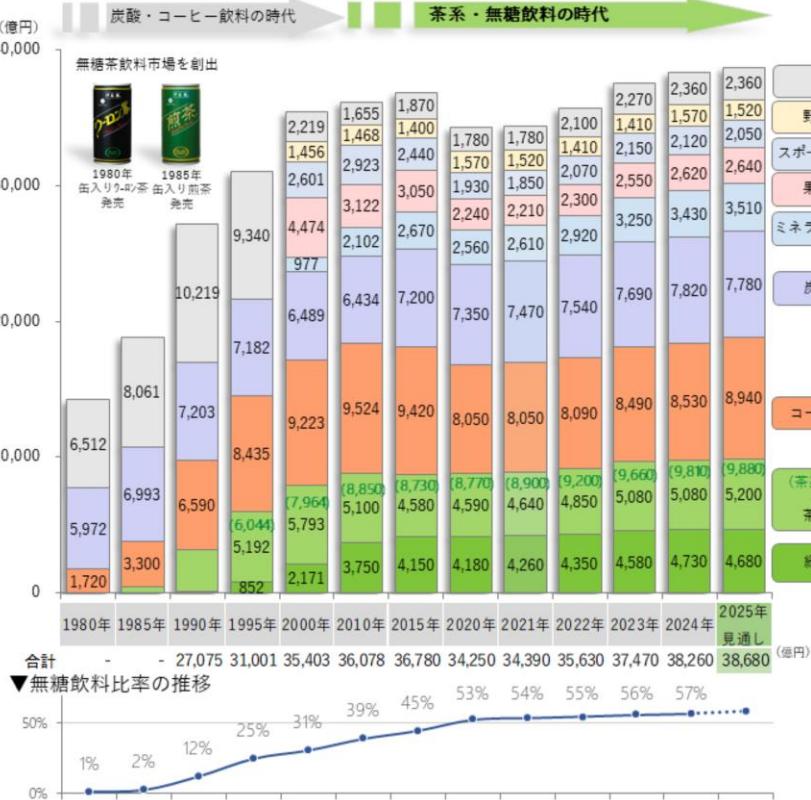
2026年4月期上半期決算説明会資料ノート付

国内飲料市場の動向と当社業績・通期予測	P.3
事業戦略・マーケティング戦略	P.14
参考資料	P.26

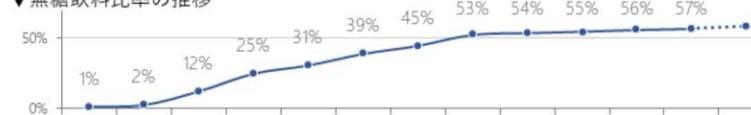
国内飲料市場の動向と当社業績・通期予測

国内飲料市場の動向

▼飲料市場の推移（暦年・金額ベース）



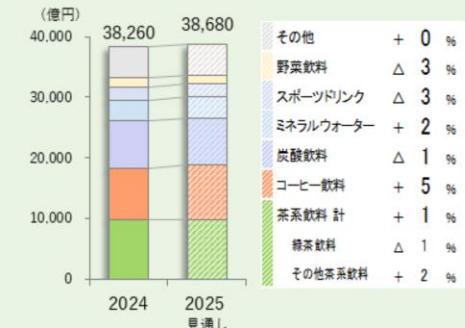
▼無糖飲料比率の推移



2024年(1月~12月) 前年比 + 2.1 %



2025年(1月~12月) 前年比 + 1.1 % (見通し)



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. ITO EN, LTD.

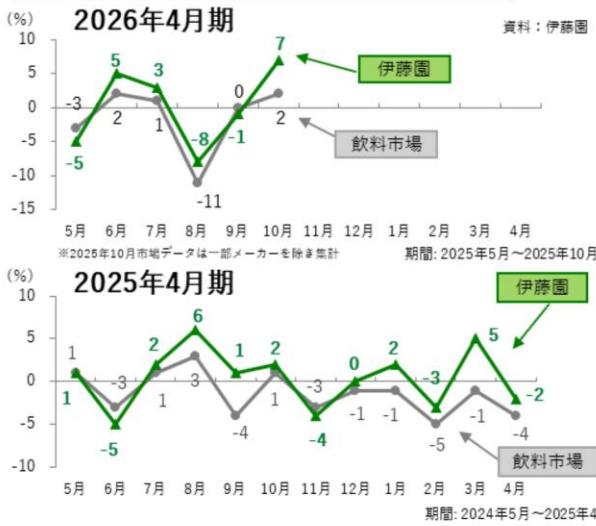
4

国内飲料市場について、2025年1~12月は金額ベースで対前年+1.1%、過去最高を更新する見通しです。

数量ベースでは、2025年1月から9月累計で△3%となっています。背景には昨年8月に南海トラフ地震に伴う備蓄需要があり、ミネラルウォーターが一時的に大きく伸長しました。その反動が今年の減少につながっています。

国内飲料市場と当社の動向

月次販売数量動向（対前年増減率）



飲料市場のトピックス

2025年 5月 物価高の影響で大型PETが不振。前年より稼働日が少なく、天候不順により止渴・行楽需要も低迷。

6月 後半の猛烈な暑さで止渴需要が拡大。近畿地方で西日本観測史上最も早い梅雨明けとなった。

7月 物価高と猛暑による外出抑制が重なり需要伸び悩み。

8月 物価高や猛暑に加え、前年の地震情報による備蓄反動、稼働日減少など複数のマイナス要因が重なった。

9月 猛暑も和らぎ、適度な止渴需要があった。一方、物価高の影響で大型PETや水・茶系カタゴリーは不振。

10月 低気温が寄与してホット飲料が好調に推移した一方、業界一斉値上げによるマイナス影響でほぼ相殺。

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

伊藤園（単独）2026年4月期 上半期（2025年5月～2025年10月）

	増減率
売上高	+ 2 %
茶葉（リーフ）	+ 7 %
飲料（ドリンク）	+ 1 %
他	+ 2 %



飲料（ドリンク）販売数量

カテゴリー別 飲料販売数量	2025年4月期			2026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）	12,327	100 %	+ 1 %	12,303	100 %	△ 0 %
茶系飲料 計	8,739	71 %	+ 0 %	8,894	72 %	+ 2 %
日本茶	7,890	64 %	△ 0 %	8,016	65 %	+ 2 %
緑茶	5,208	42 %	△ 0 %	5,173	42 %	△ 1 %
むぎ茶	2,681	22 %	△ 0 %	2,843	23 %	+ 6 %
中国茶	530	4 %	+ 7 %	536	4 %	+ 1 %
その他	318	3 %	+ 1 %	341	3 %	+ 7 %
野菜飲料	1,264	10 %	△ 3 %	1,171	10 %	△ 7 %
コーヒー飲料	998	8 %	+ 12 %	1,057	9 %	+ 6 %
ミネラルウォーター	427	3 %	+ 21 %	407	3 %	△ 5 %
炭酸飲料	338	3 %	△ 6 %	246	2 %	△ 27 %
果実飲料	293	2 %	+ 8 %	279	2 %	△ 5 %
その他飲料	265	2 %	△ 5 %	246	2 %	△ 7 %

2026年4月期 上半期 無糖飲料比率 75%以上

月次販売数量動向は、対前年増減率で当社は若干ではあるものの市場を上回っています。伊藤園単独の上半期売上高は対前年+2%でした。リーフは+7%、ドリンクは+1%、その他は+2%でした。

ドリンクの販売数量は横ばいです。カテゴリー別でみると、茶系飲料は+2%で、特にむぎ茶が伸長しました。ダウントレンドの野菜飲料は△7%、ミネラルウォーターは前年の備蓄需要による反動減で△5%、炭酸飲料は分母が小さいものの、通販での価格改定が影響した結果△27%となりました。

伊藤園単独の上半期の無糖飲料比率は、引き続き75%以上を維持しています。

2026年4月期 上半期実績（連結・単体）

伊藤園
自然が好きです。

上半期 累計(2025年5月～10月)

(単位：百万円)

	2025年4月期 実績	2026年4月期 実績	増減額	増減率
連 結	売上高	252,321	262,478	10,156 4.0%
	売上総利益	94,845	95,044	198 0.2%
		37.6%	36.2% -1.4%	
	広告宣伝費	6,833	6,172 △ 661	-9.7%
		2.7%	2.4% -0.4%	
	運送費	7,742	8,107	365 4.7%
		3.1%	3.1% 0.0%	
	減価償却費	3,136	3,278	142 4.5%
		1.2%	1.2% 0.0%	
	販売費及び一般管理費	80,456	81,110	653 0.8%
		31.9%	30.9% -1.0%	
	営業利益	14,389	13,934	△ 454 -3.2%
		5.7%	5.3% -0.4%	
	経常利益	14,617	14,947	330 2.3%
		5.8%	5.7% -0.1%	
	特別損益	△ 311	△ 605	- -
	当期純利益	9,191	9,542	350 3.8%
		3.6%	3.6% 0.0%	

	2025年4月期 実績	2026年4月期 実績	増減額	増減率
単 独	売上高	181,687	185,067	3,379 1.9%
	売上総利益	61,768	59,881 △ 1,886	-3.1%
		34.0%	32.4% -1.6%	
	販売費及び一般管理費	52,260	50,958 △ 1,302	-2.5%
		28.8%	27.5% -1.2%	
	営業利益	9,507	8,923 △ 583 -6.1%	
		5.2%	4.8% -0.4%	
	経常利益	10,874	11,059	185 1.7%
		6.0%	6.0% 0.0%	
	当期純利益	7,583	7,840	257 3.4%
		4.2%	4.2% 0.1%	

グループ会社の業績・グループ全体の収益構成比

上半期 累計(2025年5月～10月) (単位：百万円)

構成比



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

6

2026年4月期上半期連結の実績は増収減益となりました。

連結の減益は主に伊藤園単体の影響によるものですが、グループ会社の堅調な業績が下支えとなり、減益幅を縮小することができました。

2026年4月期 上半期実績（グループ会社）

伊藤園
自然が好きです。

上半期 累計（2025年5月～10月）

(単位：百万円)

	売上高				営業利益			
	2025年4月期 実績	2026年4月期 実績	増減額	増減率	2025年4月期 実績	2026年4月期 実績	増減額	増減率
伊藤園（単独）	181,687	185,067	3,379	1.9%	9,507	8,923	△ 583	-6.1%
タリーズコーヒー	21,620	23,372	1,752	8.1%	2,064	1,975	△ 88	-4.3%
チチヤス	6,696	6,236	△ 460	-6.9%	681	496	△ 184	-27.1%
国内グループ	62,209	62,372	163	0.3%	3,348	2,645	△ 703	-21.0%
茶関連事業会社	10,190	10,692	502	4.9%	1,289	1,193	△ 95	-7.4%
※	66,991千ドル	72,637千ドル	5,645千ドル	8.4%	8,478千ドル	8,108千ドル	-369千ドル	-4.4%
米国事業	25,638	31,049	5,411	21.1%	1,005	1,465	460	45.8%
	168,552千ドル	210,921千ドル	42,369千ドル	25.1%	6,610千ドル	9,955千ドル	3,345千ドル	50.6%
その他海外事業	3,700	3,925	224	6.1%	800	728	△ 71	-8.9%
海外グループ	29,339	34,975	5,636	19.2%	1,806	2,194	388	21.5%
連結消去	△ 20,914	△ 19,936	978	-	△ 273	170	443	-
連結	252,321	262,478	10,156	4.0%	14,389	13,934	△ 454	-3.2%

為替レート（米ドル） 152.11 147.21 (期中平均)

※ ITO EN (North America) INC.とITO EN (Hawaii) LLCの合計値

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

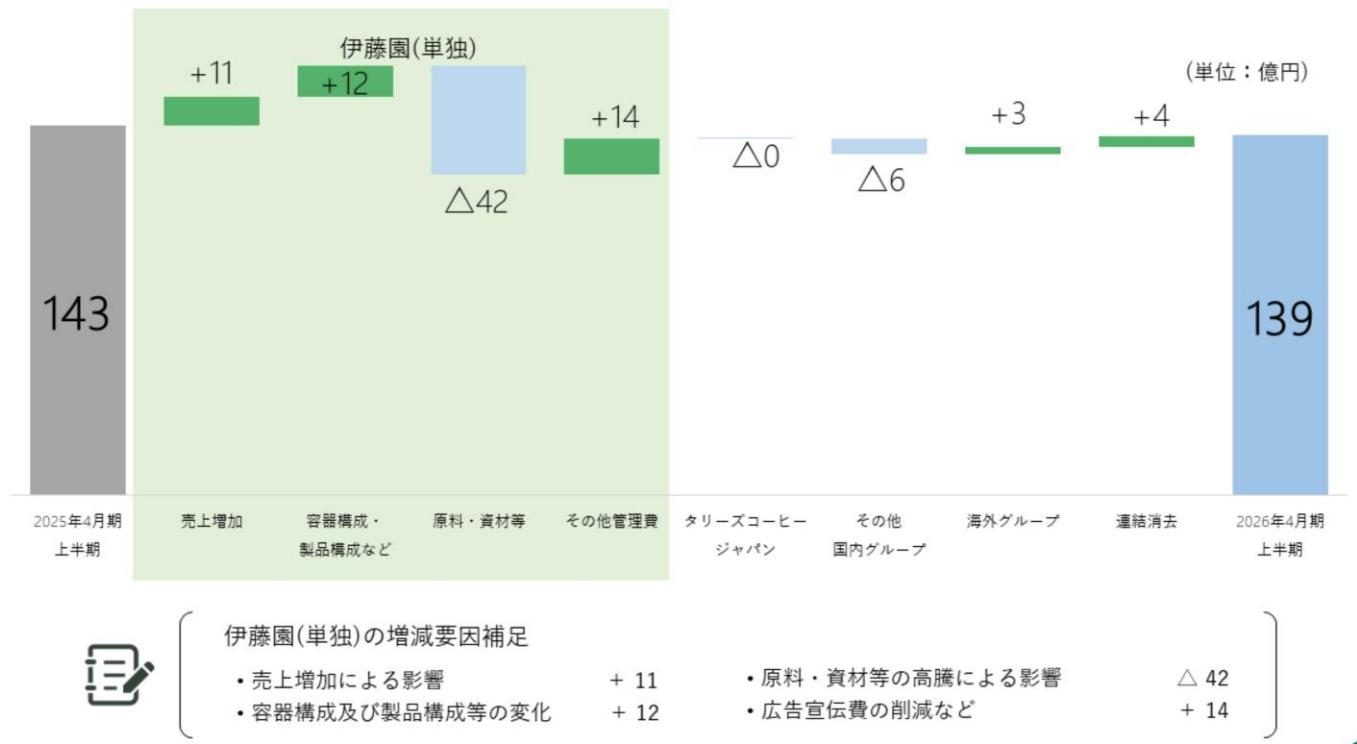
7

国内グループにおいては、タリーズコーヒーは增收減益となりました。要因としては、最低賃金の改定による人件費の増加に加え、コーヒー原料の高騰が影響しています。上半期では十分に吸収できなかったものの、価格改定などを実施することで年間では增收増益を見込んでいます。海外グループにおいては、DLTC社の黒字転換により、米国事業を中心に堅調に推移しています。

7

連結 営業利益増減要因

2026年4月期 上半期実績（連結） 営業利益増減の主な要因



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

8

2026年4月期上半期の連結営業利益は、139億円となりました。伊藤園単独の増減要因は、プラス要因として、売上増加による影響で+11億円、容器・製品構成等の変化で+12億円となっています。さらに、広告宣伝費の削減も利益の押し上げに寄与しています。一方、マイナス要因として、原料・資材等の高騰による影響が△42億円と大きく、利益を圧迫しました。

2026年4月期 通期予測(連結・単体)

通期(2025年5月～2026年4月)

(単位：百万円)

	2025年4月期 実績	2026年4月期 予測	増減額	増減率
連 結	売上高	472,716	490,000	17,283 3.7%
	売上総利益	179,638	187,800	8,161 4.5%
		38.0%	38.3%	0.3%
	広告宣伝費	12,784	13,333	548 4.3%
		2.7%	2.7%	0.0%
	運送費	14,503	15,037	533 3.7%
		3.1%	3.1%	0.0%
	減価償却費	6,396	6,931	534 8.4%
		1.4%	1.4%	0.1%
	販売費及び一般管理費	156,668	162,300	5,631 3.6%
		33.1%	33.1%	0.0%
	営業利益	22,969	25,500	2,530 11.0%
		4.9%	5.2%	0.3%
	経常利益	22,973	25,700	2,726 11.9%
		4.9%	5.2%	0.4%
	特別損益	△ 742	△ 500	- -
	当期純利益	14,156	16,000	1,843 13.0%
		3.0%	3.3%	0.3%

	2025年4月期 実績	2026年4月期 予測	増減額	増減率
単 独	売上高	334,800	342,400	7,599 2.3%
	売上総利益	114,477	118,580	4,102 3.6%
		34.2%	34.6%	0.4%
	販売費及び一般管理費	99,575	101,580	2,004 2.0%
		29.7%	29.7%	-0.1%
	営業利益	14,902	17,000	2,097 14.1%
		4.5%	5.0%	0.5%
	経常利益	16,489	19,350	2,860 17.3%
		4.9%	5.7%	0.7%
	当期純利益	11,667	13,500	1,832 15.7%
		3.5%	3.9%	0.5%

グループ会社の業績・グループ全体の収益構成比



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

9

2026年4月期通期予測は、期首計画から変更はしておりません。

伊藤園グループ全体で連携し、チーム力を活かして過去最高の営業利益255億円の達成に向けて取り組んでいきます。

2026年4月期 通期予測 (グループ会社)

 伊藤園
自然が好きです。

通期 (2025年5月~2026年4月)

(単位:百万円)

	売上高				営業利益			
	2025年4月期 実績	2026年4月期 予測	増減額	増減率	2025年4月期 実績	2026年4月期 予測	増減額	増減率
伊藤園 (単独)	334,800	342,400	7,599	2.3%	14,902	17,000	2,097	14.1%
タリーズコーヒー	43,784	47,500	3,715	8.5%	3,518	3,530	11	0.3%
チチヤス	12,885	12,420	△ 465	-3.6%	1,230	1,030	△ 200	-16.3%
国内グループ	121,227	122,457	1,230	1.0%	5,266	5,062	△ 204	-3.9%
茶関連事業会社	19,733	19,815	81	0.4%	2,205	2,287	82	3.7%
※	129,956千ドル	132,100千ドル	2,143千ドル	1.6%	14,523千ドル	15,250千ドル	726千ドル	5.0%
米国事業	51,645	57,439	5,794	11.2%	1,670	2,092	422	25.3%
	340,106千ドル	382,930千ドル	42,823千ドル	12.6%	10,999千ドル	13,950千ドル	2,950千ドル	26.8%
その他海外事業	7,120	7,769	648	9.1%	1,337	1,371	34	2.5%
海外グループ	58,766	65,209	6,443	11.0%	3,007	3,463	456	15.2%
連結消去	△ 42,077	△ 40,066	2,010	-	△ 206	△ 25	180	-
連結	472,716	490,000	17,283	3.7%	22,969	25,500	2,530	11.0%

為替レート (米ドル) 151.85 150.00 (期中平均)

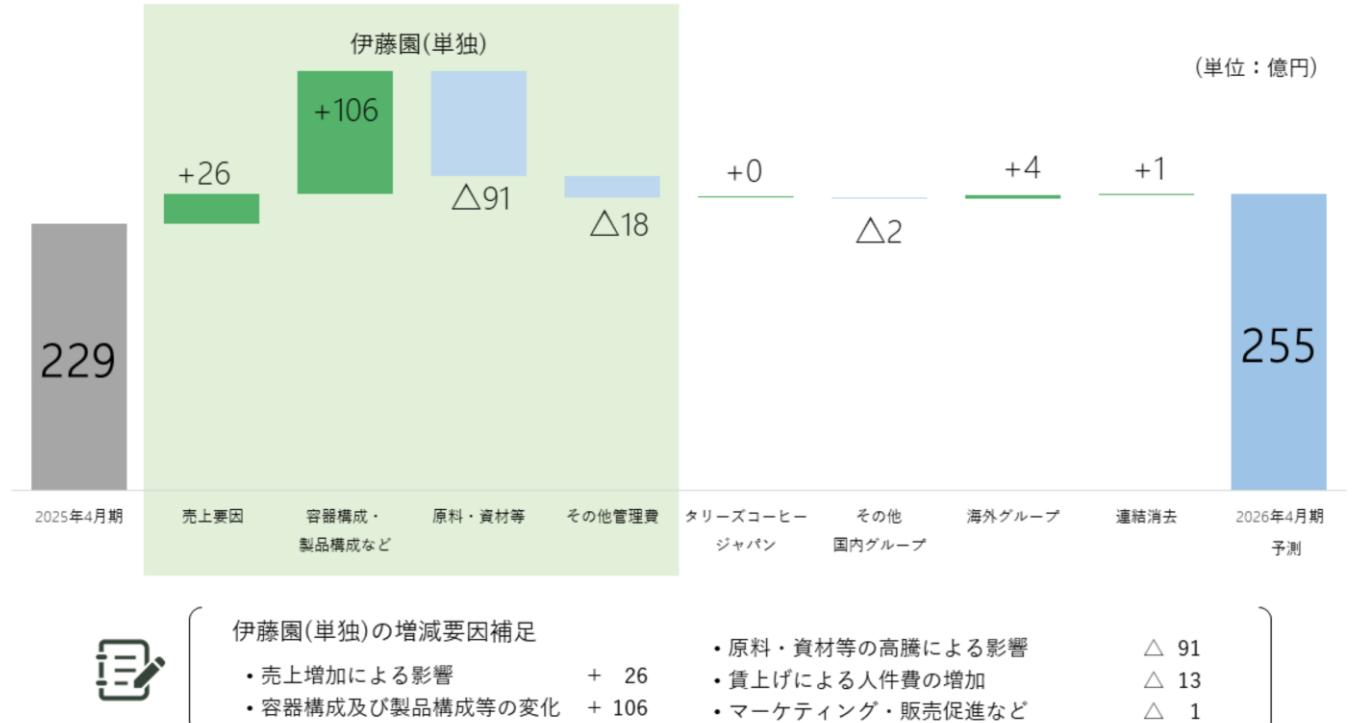
※ ITO EN (North America) INC.とITO EN (Hawaii) LLCの合計値

10

国内グループにおいては、タリーズコーヒーは年間を通じて增收増益の見通しです。
海外グループにおいては、米国事業のDLTC社の復調、北米事業も好調に推移しています。その他の地域も含めて海外事業は順調に推移しており、伸長が続く見通しです。

2026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、利益率を高める



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

11

2026年4月期通期予測の連結の主な増減要因は、プラス要因として、売上増加による影響が+26億円、容器・製品構成等の変化による影響が+106億円となっています。

一方で、マイナス要因として、原料・資材等の高騰による影響が△91億円、人件費の増加による影響が△13億円、マーケティング・販売促進費の増加による影響が△1億円あります。通期の連結営業利益の255億円は、期首計画と同様の見通しです。

国内サプライチェーン全体での構造改革

当社の
特色

緑茶原料調達
(畑から原料まで独自のノウハウ)
研究開発・茶産地育成事業

ファブレス方式を活用した
ブロック生産・物流

地域に根差した営業活動
「ルートセールス」

外部環境の変化

外部環境の変化に対応し、効率性・収益性の高い、持続可能なサプライチェーン構築が必要

企画・開発 → 調達・加工 → 製造 → 物流 → 営業・販売

製品・マーケティングの『選択と集中』

- ・基幹ブランドの更なる強化と最適な規格やアイテム数



国内事業体制の『再構築』

- ・茶葉製品の製造を担うグループ会社2社を「伊藤園ティーファクトリー」として統合
- ・柔軟性が高く、消費地に即した適正な生産・物流・営業体制



製造委託先との連携



拠点の大型化
センターの大型化



グループ
シナジーの推進



他社との
共配

サプライチェーン全体の最適化による国内事業の盤石化、
伊藤園グループのさらなる成長へ

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

12

伊藤園グループを挙げて国内サプライチェーン全体の構造改革を進めています。直近1年半の間に国内4社、海外2社の計6社のグループ会社を新たに設立し、効率化を図っています。

さらに、従来は委託先に一任していた生産・物流の領域に今後は当社も積極的に関与し、さらに踏み込んだ構造改革を進めていきます。

これらの取り組みは、現行の中期経営計画の中で完結させる予定です。

「お~いお茶」海外への展開

伊藤園
自然が好きです。

「お~いお茶」を海外に広げる

2025年4月期
47の国・
地域で販売

2026年4月期
10月末現在
50の国・
地域で販売

2029年4月期
60以上の国
・地域で販売

2041年4月期
100以上の国
・地域で販売

▼進出国・地域の拡大

北米

「お~いお茶」ブランドに経営資源を集中・
大谷翔平選手の影響力を活かしたマーケティングで更なる認知度の向上と販路の拡大

アジア

2024年ベトナムに
現地法人設立

「お~いお茶」ブランドに経営資源を集中・
SNSの活用やサンプリング等、認知・飲用体験を促進

欧州

2024年ドイツに
現地法人設立

ドイツを拠点に現地製造委託先で生産、
欧州各国で販売現在17カ国へ展開

新規
進出国

進出国の市場調査

2026年4月期内にインド、2030年までにアフリカ諸国へ拡大

▼商品展開～「お~いお茶」ブランドに経営資源を集中～



無糖の「お~いお茶」をグローバルスタンダードな飲み物へ

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

13

2025年10月末時点で、「お~いお茶」は50の国・地域に販売されています。今後3年間で60以上の国・地域への拡大を目指し、さらに2041年4月期には100の国・地域での販売を目標に注力してまいります。また、今期中にインドに拠点を設立する計画であり、来期以降強化していきます。

事業戦略・マーケティング戦略

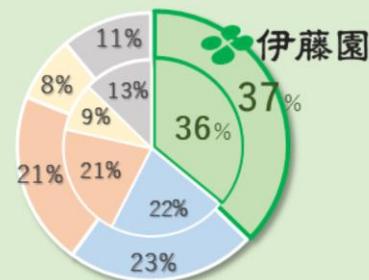
緑茶飲料の動向

伊藤園
自然が好きです。

緑茶飲料市場



2025年緑茶飲料の
国内販売金額シェア（見通し）



外円：2025年見通し 内円：2024年実績
資料：伊藤園（期間：各年1～12月/伊藤園のみ5月～4月）

「お~いお茶 PURE」シリーズで新しいお客様を創造

▼世界に挑戦する「お~いお茶」

海外のトレンドから着想を得た新ジャンルの日本茶

若者や女性のお客様を
中心に販売好調

累計販売本数

5,000万本 突破

※2025年3-8月 出荷ベース（自社実績）

合言葉は、
「お茶の常識、すてましょう。」



9/22 日米同時発売
「お~いお茶 LEMON GREEN」

海外の嗜好に合わせて開発した
「お~いお茶 PURE」シリーズを米国で発売



世界に広がる「お~いお茶」

15

2025年の緑茶飲料市場は、金額ベースで縮小を見込んでいます。背景として、昨年春に各社が緑茶飲料のリニューアルを実施し、大幅な広告・販促投資を行った反動があります。厳しい競争環境のなかでも、当社はシェアを前年から1ポイント伸ばし、37%となる見通しです。

新ジャンルの日本茶として「お~いお茶 LEMON GREEN」を展開し、若年層や女性をターゲットに積極的なプロモーションを実施しています。「お~いお茶PURE」シリーズの1つであるこの商品は、大谷翔平選手のCM起用もあり、ブランド認知度の向上に寄与しています。

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

「お~いお茶」の取組み

大谷翔平選手と継続的にコミュニケーションを展開

▼ 「お~いお茶」の販売拡大に繋げる政策

大谷翔平選手と継続的にコミュニケーションを展開



▼ 「お~いお茶 ほうじ茶・玄米茶」発売

“香り”を求める時代のニーズに対応、さらに香りや香ばしさを向上

ほうじ茶飲料市場シェア No.1 (※1) 玄米茶飲料市場シェア No.1 (※2)



(※1) インテージSRI+ ほうじ茶飲料市場 2024年1月～2024年12月 累計販売金額

(※2) インテージSRI+ 玄米茶飲料市場 2023年1月～2024年12月 累計販売金額

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

5/19 新作TV-CM「いつの日も、僕のそばには お茶がある。」篇
MLB™オールスター GAME ツアーチケットが当たるキャンペーン

6/23 「お~いお茶・COLD BREW LEMON GREEN」発売

6/30発売「お~いお茶」大谷翔平ボトル

6/26 グローバル社会貢献プロジェクト
「Green Tea for Good 2025」始動



6/30 大谷翔平ボトル発売（数量限定）

9/22 「お~いお茶 LEMON GREEN」日米同時発売・新作TV-CM

9/29 「お~いお茶 ほうじ茶・玄米茶」発売・新作TV-CM

10/6 「お~いお茶 カテキン緑茶」シリーズ発売・新作TV-CM

▼ 「お~いお茶 カテキン緑茶」シリーズ発売

食事と合わせることで “結果にこだわる” トクホ



※伸長率は（伊藤園：2025年10月/数量ベース）

「茶カテキン」の働きにより
・体脂肪がつきにくい
・血中コレステロールを減らす

特定保健用食品
食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

ファンを広げる、おいしさと健康性

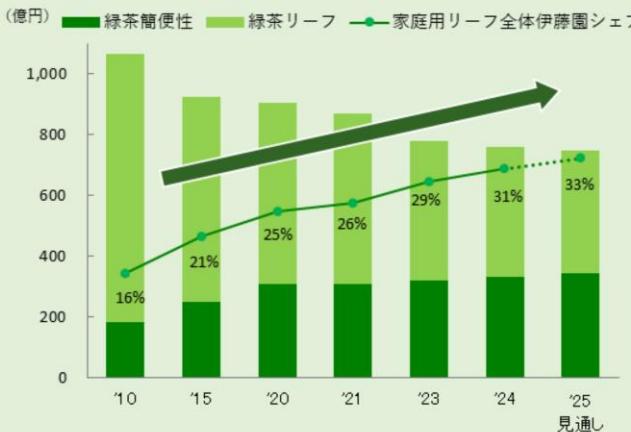
16

「お~いお茶」と大谷翔平選手のイメージが確実に浸透してきています。契約前後に実施した調査では、「日本のペットボトル緑茶といえば？」という質問に対し、「お~いお茶」という回答が大きく増加し、ブランド認知度とマインドシェアが向上しました。さらに、今年は大谷翔平選手と連動した広告宣伝や販促キャンペーンを強化し、秋には「お~いお茶 カテキン緑茶」をリニューアルして大谷翔平選手を起用したテレビCMを展開しました。このような取組みは、「お~いお茶」ブランドの価値向上に大きく寄与しています。

急速に広がる手軽な簡便性製品

簡便性製品のシェアが拡大

▼リーフ市場における簡便性製品シェアと当社シェア



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）

▼10/1「日本茶の日」、お茶をはじめる機会を創出

手軽にお茶が楽しめる提案を約370店舗で展開



▼どなたも手軽に飲めるインスタント（粉末）ティー「ぶしゅぶしゅボトル」で、お茶がもっと楽しくなる



充実した簡便性製品ラインアップ

「手軽さ」が支持されて簡便性製品は継続的に伸長

対前年 + 10%[※] ※伸長率緑茶簡便性製品
(伊藤園：2025年5月～2025年10月/金額ベース)



簡便性製品で「お茶」がより身近に、手軽に

17

緑茶リーフ市場は、従来の急須で淹れるパック茶は高齢化が進む中でも利用が減少しており、簡便性製品のティーバッグやインスタントが市場の主流となりつつあります。市場全体では縮小傾向にあるものの、当社は圧倒的なラインアップを持ち、家庭用リーフ全体における当社シェアは30%以上であり、2025年も増加する見通しです。

今後もこの強みを生かして簡便性製品の販売に注力し、売場に占める当社の簡便性製品の割合が拡大していく見込みです。

「抹茶」の需要が急拡大

拡大する「抹茶」を含む緑茶の輸出額

▼年度別輸出額



国内の抹茶需要への対応

▼「抹茶」の安定供給体制を構築

生産ラインを**2倍**に拡充し、効率的な生産体制を構築



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

抹茶の需要が世界中で急激に拡大しています。このような環境変化に対応し、安定的な調達を確保するため、当社は今秋に生産ラインを従来の2倍に拡充しました。また、当社が出資している「THE MATCHA TOKYO」は、国内8店舗、海外40店舗と海外を中心に展開しています。国内では今年11月、原宿で旗艦店を開店し、インバウンド需要の取り込みを強化しています。

▼「抹茶」体験を通して、日本文化に触れる訪日外国人

抹茶は「スーパーフード」として注目され、「抹茶ラテ」や「抹茶スイーツ」が人気なだけでなく、茶道体験を通して日本文化に触れる機会を創出することで「コト消費」にも対応

11月にオープンした「THE MATCHA TOKYO HARAJUKU」



原宿・明治神宮前駅に立地



お客様の前で抹茶を点てるスタッフ



最上階で茶道が体験できる茶室

▼抹茶市場の拡大に対応した製品ラインアップ

～高価格帯からお求めやすい価格帯まで品揃え～

対前年

+ 39%



※伸長率（伊藤園：2025年5月～2025年10月／金額ベース）

世界に「抹茶」のおいしさと健康をお届け

「お~いお茶」海外の販売状況

伊藤園
自然が好きです。

地域別「お~いお茶」販売状況

▼ 「お~いお茶」飲料販売数量の推移



《地域別飲料販売数量増減》

前年比	北米事業	+ 11 %
前年比	ASEAN事業	+ 30 %
前年比	その他事業	+ 13 %

海外グループ計 + 13 %

▼ 「お~いお茶」ティーバッグ販売数量の推移



《地域別ティーバッグ販売数量増減》

前年比	北米事業	+ 36 %
前年比	ASEAN事業	+ 49 %
前年比	その他事業	+ 16 %

海外グループ計 + 36 %

世界のティーカンパニーに向けて販売拡大

19

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

「お~いお茶」の海外の販売状況は、堅調に推移しています。

販売数量は、飲料においては海外グループ全体で対前年 + 13%、北米 + 11%、 ASEAN + 30%、その他地域 + 13%となりました。ティーバッグ製品も好調で、海外グループ全体で対前年 + 36%、北米 + 36%、ASEAN + 49%、その他地域 + 16%と大きく伸長しています。海外においても「お~いお茶」ブランドが確実に定着し始めています。

伸長する「麦茶・健康茶・中国茶」

伊藤園
自然が好きです。

MLB™30球団スペシャルエディションボトルで販売が急拡大

2025年麦茶飲料の国内販売金額シェア（見通し）

▼史上初！※『健康ミネラルむぎ茶』

MLB™30球団スペシャルエディションボトル



MLB各球団のユニフォーム着用した笑福亭鶴瓶さんのコラボイラスト30種が登場！

※MLB™とコラボレーションした日本の無糖茶飲料として史上初（伊藤園調べ）

「素材」の価値が支持される健康茶

▼黒豆茶は大豆イソフラボンの健康価値で継続伸長

対前年 + 12% ※



香ばしいおいしさが好評

※伸長率はドリンク製品（伊藤園：2025年5月～2025年10月/数量ベース）

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



幅広い層のお客様から支持される

No.1麦茶飲料

健康ミネラルむぎ茶

資料:伊藤園（期間:1~12月/伊藤園のみ2025年5月～2026年4月）

2025年7月度・販売数量が過去最高

※資料:出荷ベース（ブランド誕生以降、7月度の最高販売数を記録）

売上本数 1億本突破

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: 2024年

心地よい「香り」が支持される中国茶

▼気分を上げるジャスミン茶の「はなやぐ香り」が人気

対前年 + 10% ※



若年層からの支持

※伸長率はドリンク製品（伊藤園：2025年5月～2025年10月/数量ベース）

幅広い層のお客様から支持されるブランド

20

麦茶飲料の国内販売金額シェアは45%となる見通しです。MLB™30球団とコラボレーション、新商品の「健康ミネラルむぎ茶 黒豆麦茶」も伸長しており、今期は「健康ミネラルむぎ茶」ブランドで過去最高の販売数量を達成する見込みです。

黒豆茶、ジャスミン茶もドリンク製品は2桁伸長しており、また、インスタントやティーバッグのリーフ製品も好調です。

ショップクオリティを追求

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）

ショップ品質のペットボトルコーヒー

「TULLY'S COFFEE PLATINUM（プラチナ）」シリーズ誕生！

まるでバリスタが一杯一杯心を込めて作ったような、
コーヒー好きのためのペットボトル入りコーヒー飲料



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



タリーズブランド

上半期累計販売数量過去最高

対前年

+4%

飲料売場からチルド売場までお客様との接点が拡大

コーヒー好きが支持する
無糖コーヒー

自分好みの
おいしさが味わえる



BARISTA'S BLACK/
無糖LATTE/BLACKキリマンジャロ

自分好みの
おいしさが味わえる



ESPRESSO BASE
ハニーラテベース/
甘さひかえめ/無糖

ご自宅でショップの
おいしさが味わえる



MY HOMEキリマンジャロ/
BLACK/甘さひかえめ

対前年+32%

※伸長率はドリンク製品（伊藤園：2025年5月～2025年10月/数量ベース）

「TULLY'S COFFEE」とのシナジーを強化

「COFFEE LOVER'S（コーヒーを愛する人々）」をテーマに ブランドの魅力をお届け

ショップとのシナジーを生かしたCMを放映 「COFFEE LOVER'S TULLY'S 篇」



タリーズブランドの価値を強化

21

「TULLY'S COFFEE」ブランドは、上半期累計で過去最高の販売数量を記録しました。売上、数量ともに伸長しており、今後も注力していきます。当社はコーヒーショップの品質イメージを守るため、「安売りをしない」方針を徹底し、1店舗あたりの回転率を重視しています。ラインアップも拡充しており、10月には新商品「TULLY'S COFFEE PLATINUM」シリーズを投入するなど、ペットボトル市場への参入も強化しています。今後もショップクオリティを追求し、ブランド全体で年間2,000万ケースの販売を目指しています。



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



▼好調な店舗経営

2025年10月末 829店舗 (純増11店舗／対前年同月末)



2025年5月23日オープン

「タリーズコーヒー 武蔵境かえで通り店」

内装に多摩産材を使用した地域資源を活用した設計でタリーズ初のペット区画導入店舗

既存店状況 (15ヵ月以上営業している店舗)



上半期も客数、客単価ともに昨年比で増加

▼好調商品

« ドリンク » 対前年 +8% ※

季節限定の豊富なスワーカル®

全農×伊藤園×タリーズ

(左) バニラ
アフォガートシェイク
(2025年7月発売)(右) &TEA 信州りんごの
アップルジンジャーティー[®]
(2025年10月発売)

« フード » 対前年 +11% ※

(左) ゴロっと茄子と
ベーコンの完熟トマトパスタ
(定番)

(右) たっぷりタマゴサンド

※伸長率(2025年5月～2025年10月/金額ベース)

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

▼高品質な原料調達への継続的な取組み

高品質な原料調達は、産地訪問、支援企画など生産者との継続的な対話から実現



グアテマラ「カッピングコンテスト」



コスタリカ「マイクロロットプロジェクト」

※カッピング：コーヒーの品質を評価するティスティング手法

※マイクロロット：赤実だけを使用するためごく小さな製造単位で作り上げたコーヒー

高品質な原料と強い商品開発が牽引

22

タリーズコーヒージャパンは年間を通じて増収増益の見通しです。

新たな商業施設や話題性のある建物への出店を積極的に進めており、伊藤園グループ全体で協力することで、立地条件に優れたロケーションへの出店が可能となりました。

直近では「TAKANAWA GATEWAY CITY」の「ニュウマン高輪」において、タリーズコーヒージャパンの「Link cafe TOKYO」に加え、「茶々水 SASUI 伊藤園」、「THE MATCHA TOKYO」を同時出店しました。今後も良好なロケーションでの出店を進めています。

野菜・果汁製品

トマトの健康・美容価値に注目

▼「トマト」ブームが継続

リコピンを摂りたい方が継続して飲用

トマト飲料

対前年

+ 12%

(伊藤園：2025年5月～2025年10月
/数量ベース)



注目の素材を使用したスイーツ飲料

▼注目の健康素材・「アサイー」が人気

健康志向の女性を中心に需要が拡大

「アサイーボウルSmoothie」



アサイーボウルの様なとろと満足感のあるスイーツ飲料

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

▼新しい価値の提案でトマト飲料の潜在需要を掘り起こし

「理想のトマト」機能性表示食品のラインアップ拡充

GABAの働き

- ・睡眠の質（眠りの深さ）の向上
- ・一時的な精神的ストレスを軽減する

機能性表示食品

食生活は、主食、主菜、副菜を基本に、食事のバランスを。

理想のトマト

「甘み・酸味・うまみ」の最適バランスのおいしさと健康価値を兼ね備えたトマト100%飲料



JA全農共同企画「ニッポンエールプロジェクト」



▼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

発売された主な製品



店頭ツールなどを通じて製品や産地の魅力を発信



素材を生かした健康価値の提案

23

野菜飲料は苦戦が続いているですが、トマト飲料は好調です。

一方、野菜飲料の飲用ユーザーの一部は、他カテゴリーへのシフトが見られます。当社では、そのような流れを受けて投入したスイーツ飲料の「アサイーボウルSmoothie」が想定を上回る反響がありました。

また、果汁飲料では、JA全農との共同開発により、全国各地の産地から厳選した果物を原料とした製品を展開し、地域性と品質を訴求しています。

お茶の健康性の研究、発信

伊藤園
自然が好きです。

産官学連携の研究強化による、「緑茶・抹茶の価値」の証明と発信



伊藤園中央研究所

中央研究所は1986年に開設。近年、産官学連携を強化し、カテキンやテアニンの働きによる「緑茶・抹茶の保健的価値」や茶の香味や茶を介したコミュニケーションなどによる心身および社会的健康に資する「情緒的価値」・「コミュニケーションの価値」を科学的に証明する研究を推進

「TAKANAWA GATEWAY CITY」にて、ビジネス創造施設「LiSH」へ参画



「LiSH」は、100年先の
心豊かなくらしにつな
がる知を生み出し、育
てる拠点

▼緑茶の飲用による気分変化や香味の印象に関する調査を実施

ニュウマン高輪「茶々水 SASUI 伊藤園」で、自分好みの「お茶のカスタマイズサービス」アプリに活用

緑茶の飲用による気分変化や香味の印象調査 (2025年7月14日～17日 場所：「LiSH」にて調査実施)

「茶々水 SASUI 伊藤園」オリジナルブレンドティーおよびシングルオリジンティーを評価 (合計18種類)



■調査概要

茶種ごとに香味だけでなく「どんな気分の時に合うか」などのデータを収集し、お茶診断や対話を通じて個々の嗜好・生活スタイルに合わせたカスタマイズブレンドティーに活用できる知見を得る

■検証項目

様々な緑茶やブレンドの飲用シーン・気分・香味を調査し、社内試飲や計1.3万人を対象とした2種のインターネット調査と統合して分析した結果を「茶々水 SASUI 伊藤園」お茶診断アプリに反映

調査結果を店頭アプリに反映

ニュウマン高輪

「茶々水 SASUI 伊藤園」

店員と対話しながら、独自のお茶診断システムに好みやライフスタイル、気分などを入力することでお客様に合ったカスタマイズブレンドティーを提案



24

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

「TAKANAWA GATEWAY CITY」にある産官学連携の研究棟「LiSH」に参画し、共同研究を開始しました。

中央研究所の出先機関として位置づけ、様々な企業や研究者と連携しながらお茶を中心とした研究を推進し、成果を発信する拠点にしたいと考えています。

目指す将来像と中期経営計画

グループミッション「健康創造企業」

素材由来の製品と誠実な事業活動を通じて
心身、社会、地球環境の「健康」に資する価値を創造

さらに事業領域を拡大し、
お客様の健康を創造し続ける

長期ビジョン「世界のティーカンパニー」

長期ビジョンを実現するための3つのキーワード

ユニーク × 価値創造 × グローバル

中期経営計画

(2025年4月期～2029年4月期)

主力の茶事業で
グローバル化の基盤を作る

第2ステージ 「お~いお茶」の グローバル化加速

販売国
47の国・
地域

販売国
60以上の国・
地域

販売国
100以上の国・
地域

第1ステージ
圧倒的No.1ティーカンパニーとして
国内既存事業の盤石化
(環境変化に応じた構造改革)

第3ステージ
世界各地の茶文化とつながり
新たな茶市場を創造

2025年4月期

2026年4月期

2029年4月期

2041年4月期

中期経営計画2年目、国内盤石化、グローバル化の更なる加速

25

当社は「健康創造企業」として、消費者の健康に資するものを提供し続けます。長期ビジョンである「世界のティーカンパニー」を目指し、昨年はドイツ、ベトナムに現地法人を設立しましたが、好調に推移しています。

日本茶の健康価値は世界的に認知が進んでおり、所得水準の向上に伴い健康志向が強まる市場において、今後もさらなる拡大が可能と考えています。当社は飲料・リーフ双方のカテゴリーでブランドを強化し、グローバルに展開していきます。

参考資料

サステナビリティ経営の推進

– 7つのマテリアリティ（重要課題）の見直し –

中期経営計画 5つの重点戦略

「お~いお茶」のグローバル化

- ・グローバルマーケティングの展開
- ・グローバル生販体制の構築
- ・茶産地育成事業の進化

国内既存事業の盤石化

- ・マーケティングの選択と集中
- ・サプライチェーンの最適化
- ・国内事業体制の再構築

新たな事業の創出

- ・茶・健康を軸にした新しい価値の提供
- ・資本提携、M&Aによる事業領域の拡大

経営基盤の強化

- ・グループガバナンス、シナジー強化
- ・人的資本経営、DX、リスクマネジメントの推進

サステナビリティ経営の推進

- ・マテリアリティへの対応の推進

事業を通じた社会課題解決

経営基盤の強化

7つのマテリアリティ

心身の健康



食生活を通じたウェルビーイングの実現

社会の健康



持続可能な農業・
サプライチェーンの構築



地域社会との共創・
つながりの深化

地球環境の健康



地球環境の健康



人権の尊重



多様な人財と全員活躍



グループガバナンス

中長期環境目標

テーマ	指標	2025年4月期実績	2031年4月期中長期目標
気候変動	GHG排出量削減率 (基準年：2019年4月期) ※1	(対基準年) Scope1+2 ▲21.3% Scope3 ▲21.7%	(対基準年) Scope1+2 ▲50% Scope3 ▲30% 【2051年4月期】 ネットゼロ
	再生可能エネルギーの使用 ※1	使用比率 16.7%	使用比率 75%
	電動車の導入 (EV、HV、PHV、FCV) ※1	電動車比率 9.7%	電動車比率 25%
水資源	飲料製造時の水使用量削減	4.2m³/kl	水使用量原単位※2 3.0m³/kl以下 ※3
	飲料製造工場の 水源涵養活動の実施	-	100%以上※4
持続可能な 容器包装	ペットボトルの リサイクル素材等使用率	45%	100%(全ペットボトル製品)
	容器包装、販促物、資材における3Rの推進と環境配慮素材への切替推進		
自然資本/ 生物多様性	TNFDに基づいたグローバル指標の検討、サステナブル農業の推進		

※1 伊藤園および連結子会社が対象 ※2 原単位：生産1kl当たりの水使用量 ※3 自社および飲料製造委託先における自社専用ライン

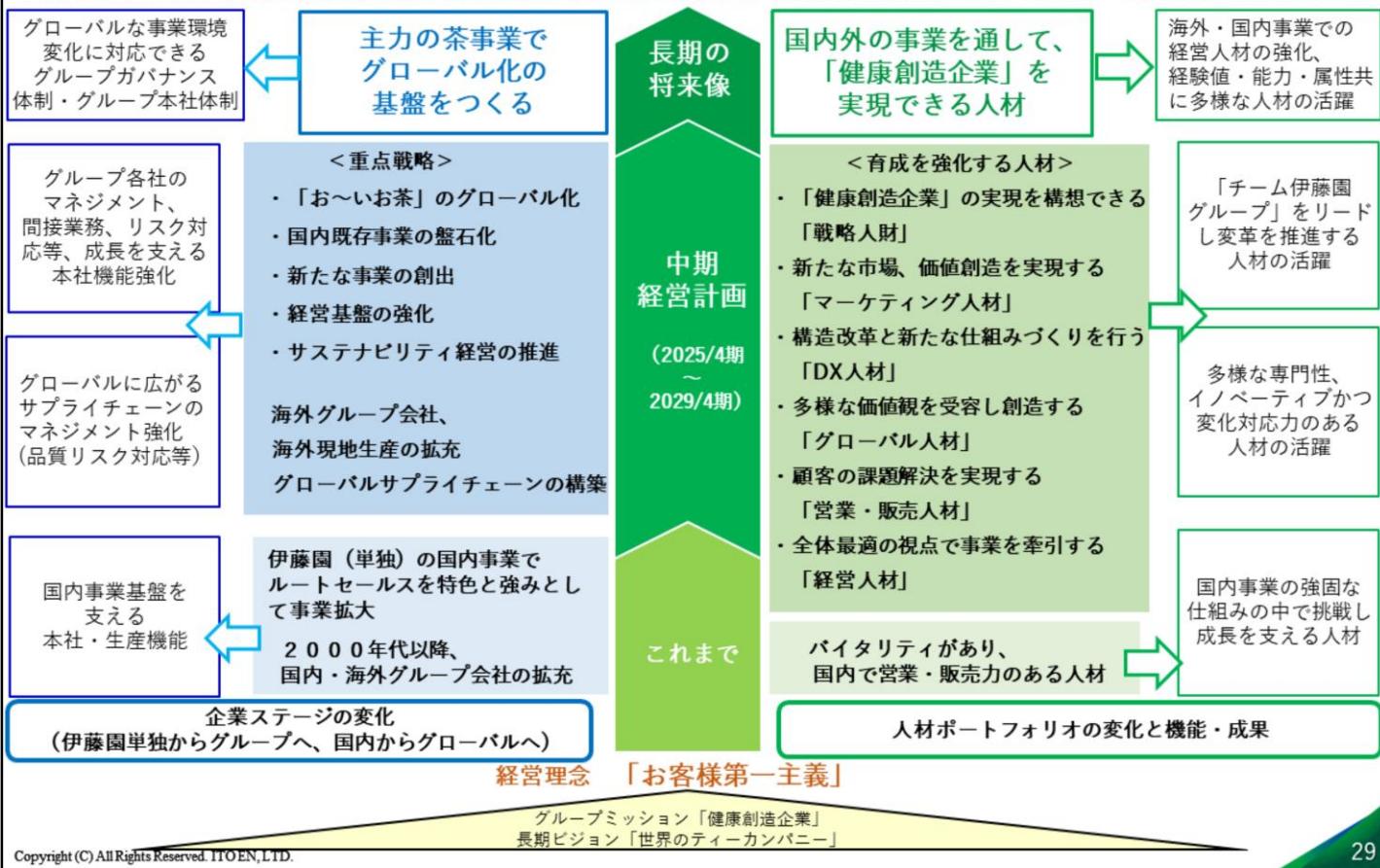
※4 自社工場、飲料製造委託先の一部

中長期的な「人財戦略」の検討・策定に向けて



伊藤園グループの成長ステージと人材ポートフォリオの変化（概念図）

「中長期的な人に対する考え方をしっかりと固める」ことなどの課題解決とあわせて、経営戦略、成長ステージと連動した、「人財戦略」の再構築を進める



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

参考：伊藤園（単独）の状況

伊藤園
自然が好きです。

飲料カテゴリー別販売実績

2026年4月期	第1四半期(5月～7月)			第2四半期(8月～10月)		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率
飲料（ドリンク）	6,132	100.0%	+ 1 %	6,170	100.0%	△ 1 %
茶系飲料 計	4,450	72.6%	+ 3 %	4,444	72.0%	+ 1 %
日本茶	4,015	65.5%	+ 2 %	4,001	64.8%	+ 1 %
緑茶	2,588	42.2%	+ 1 %	2,584	41.9%	△ 2 %
むぎ茶	1,426	23.3%	+ 6 %	1,416	23.0%	+ 6 %
中国茶	261	4.3%	+ 3 %	274	4.5%	△ 1 %
その他	173	2.8%	+ 12 %	168	2.7%	+ 2 %
野菜飲料	575	9.4%	△ 8 %	595	9.7%	△ 6 %
コーヒー飲料	514	8.4%	+ 9 %	542	8.8%	+ 3 %
ミネラルウォーター	197	3.2%	+ 2 %	210	3.4%	△ 10 %
炭酸飲料	117	1.9%	△ 29 %	128	2.1%	△ 26 %
果実飲料	148	2.4%	△ 1 %	131	2.1%	△ 8 %
その他飲料	128	2.1%	△ 3 %	117	1.9%	△ 12 %

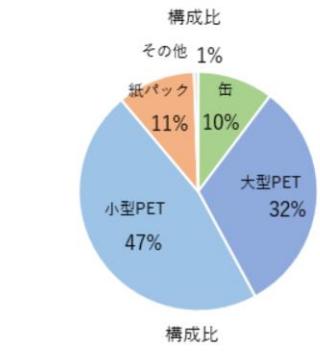
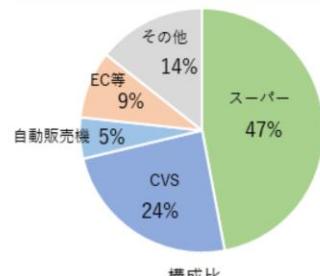
飲料容器別販売実績

2026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	6,132	+ 1 %	6,170	△ 1 %	12,303	-	△ 0 %
缶	616	+ 1 %	646	+ 3 %	1,262	+ 0 pt	+ 2 %
大型PET	1,921	+ 4 %	1,993	+ 1 %	3,915	+ 0 pt	+ 2 %
小型PET	2,908	+ 0 %	2,851	△ 3 %	5,759	△ 0 pt	△ 1 %
紙パック	650	△ 3 %	648	△ 5 %	1,298	△ 0 pt	△ 4 %
その他	36	△ 4 %	31	△ 13 %	67	△ 0 pt	△ 8 %

飲料チャネル別構成比

上半期(2025年5月-2025年10月) (数量ベース)

	構成比対前年	増減率
スーパー	+ 2 pt	+ 1 %
CVS	△ 0 pt	△ 1 %
自動販売機	△ 1 pt	△ 14 %
EC等	+ 1 pt	+ 6 %
その他	+ 0 pt	△ 0 %

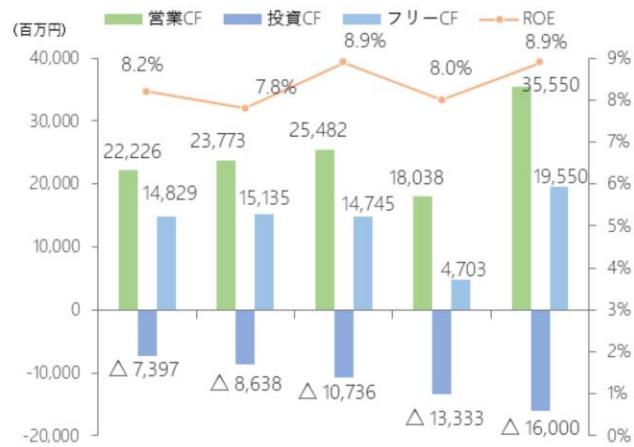


参考：数値資料

連結貸借対照表

	2024年10月末	2025年10月末	増減額
流動資産	243,901	246,632	2,731
現金及び預金	101,672	87,201	△ 14,471
売上債権・棚卸資産	127,485	143,991	16,505
有形固定資産	75,629	78,846	3,217
土地	23,076	23,501	424
リース資産	4,457	4,378	△ 78
その他	48,095	50,966	2,870
無形固定資産	6,687	6,655	△ 32
のれん	994	628	△ 365
投資その他資産	29,089	30,010	921
資産合計	355,307	362,144	6,837
流動負債	112,880	102,998	△ 9,881
買掛金	32,620	37,217	4,597
短期借入金	29,335	10,543	△ 18,792
リース債務	1,546	1,312	△ 234
未払法人税等	5,294	4,618	△ 675
固定負債	57,548	74,272	16,723
社債	10,000	10,000	0
長期借入金	31,826	49,071	17,244
リース債務	2,325	2,524	198
負債合計	170,429	177,271	6,841
純資産合計	184,878	184,873	△ 4

連結キャッシュ・フローの推移



	'22/4	'23/4	'24/4	'25/4	'26/4予測
設備投資額	7,511	7,259	10,256	12,512	14,048
減価償却費	7,246	7,582	7,017	7,268	8,488
リース償却費	4,035	2,771	1,577	1,477	1,339
リース債務（返済）	△ 2,732	△ 2,278	△ 1,989	△ 1,594	△ 1,385

格付の状況	A+	自己資本比率	24/10	51.6%
社債発行登録（普通社債）	400億円		25/10	50.6%



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。