

2026年4月期

# 決算説明会資料

2026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.

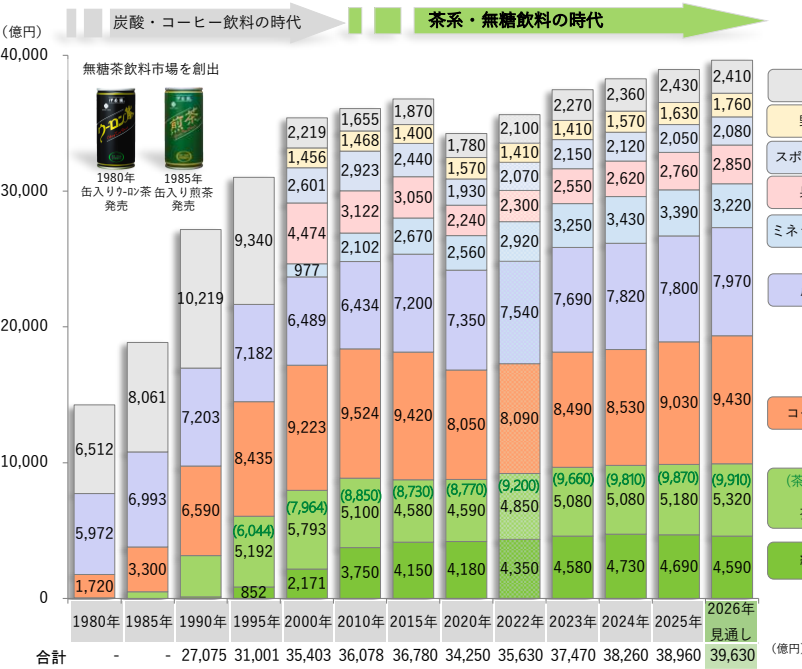
2026年4月期 通期決算説明会資料ノート付

国内飲料市場の動向と業績・通期計画	P. 3
伊藤園グループの構造改革	P.13
国内外の「お〜いお茶」の展開 ～グローバル化に向けて～	P.19
トピックス	P.28
参考資料	P.34

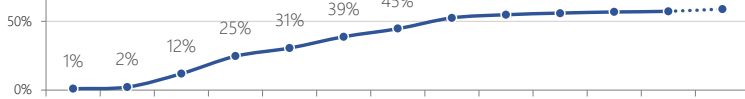
## 国内飲料市場の動向と業績・通期計画

# 国内飲料市場の動向

## ▼飲料市場の推移 (暦年・金額ベース)

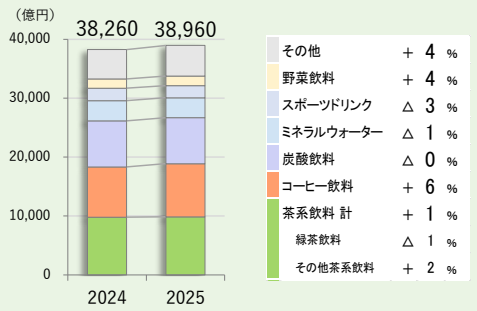


## ▼無糖飲料比率の推移

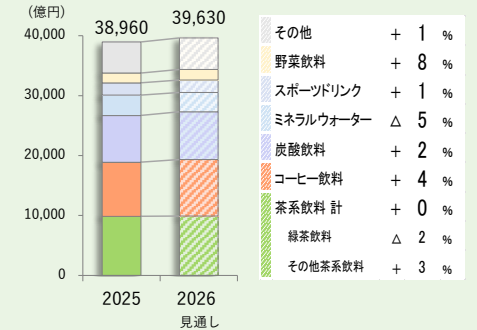


無糖飲料の構成比は伸長を続ける。国内飲料市場のうち 50%以上が無糖飲料。

## 2025年(1月~12月) 前年比 +1.8%



## 2026年(1月~12月) 前年比 +1.7% (見通し)

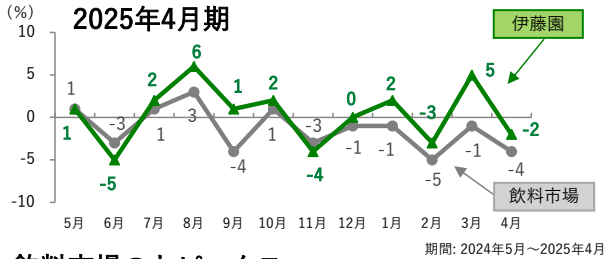
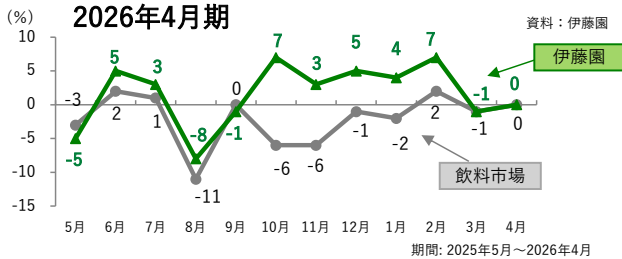


資料: 伊藤園

国内飲料市場は、2025年は金額ベースで対前年+1.8%、2026年は対前年+1.7%の見通しです。

数量ベースは減少しましたが、これは継続的な物価上昇に加え、猛暑により外出を控える動きが見られ、従来のような気温上昇が需要拡大に繋がらなかったことなどが要因となります。

## 月次販売数量動向 (対前年増減率)



## 飲料市場のトピックス

- 2025年 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の重なり。
- 9月 猛暑の和らぎによる適度な止渴需要の発生。一方、物価高の影響で大型PETや水・茶系カテゴリーは不振。
- 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。
- 11月 競合のサイバー攻撃影響等により10月に続き低調。
- 2026年 2月 好天・高気温を背景に屋外消費が活性化。
- 4月 春の新製品効果は見られたものの、中東情勢の影響を受け、安定供給を重視する動き。

## 伊藤園 (単体) 2026年4月期 (2025年5月～2026年4月)

	増減率
売上高	+ 2 %
茶葉 (リーフ)	+ 10 %
飲料 (ドリンク)	+ 1 %
他	+ 0 %

金額ベース



## 飲料 (ドリンク) 販売数量

(単位：万ケース)

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)	21,563	100 %	+ 1 %	21,812	100 %	+ 1 %
茶系飲料計	15,061	70 %	△ 0 %	15,476	71 %	+ 3 %
日本茶	13,489	63 %	△ 1 %	13,825	63 %	+ 2 %
緑茶	9,579	44 %	△ 0 %	9,480	43 %	△ 1 %
むぎ茶	3,909	18 %	△ 2 %	4,345	20 %	+ 11 %
中国茶	941	4 %	+ 7 %	944	4 %	+ 0 %
その他	631	3 %	+ 5 %	706	3 %	+ 12 %
野菜飲料	2,335	11 %	△ 3 %	2,162	10 %	△ 7 %
コーヒー飲料	1,863	9 %	+ 8 %	1,972	9 %	+ 6 %
ミネラルウォーター	775	4 %	+ 22 %	778	4 %	+ 0 %
炭酸飲料	510	2 %	△ 12 %	422	2 %	△ 17 %
果実飲料	510	2 %	△ 1 %	528	2 %	+ 4 %
その他飲料	506	2 %	+ 1 %	471	2 %	△ 7 %

2026年4月期 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市場を上回って推移しております。伊藤園単体の通期売上高は対前年+2%でした。リーフは+10%、ドリンクは+1%、その他は微増で推移しております。

ドリンクの販売数量は+1%となり、カテゴリー別では茶系飲料が+3%伸長し、特にむぎ茶が牽引しました。「健康ミネラルむぎ茶」ブランドの「黒豆麦茶」の新製品も寄与しております。加えて、タリーズコーヒーも引き続き好調に推移しており、コーヒーは+6%の伸長しております。伊藤園単体の無糖飲料比率は引き続き75%以上を維持しております。

# 2026年4月期 実績（連結・単体）

通期(2025年5月～2026年4月)

(単位：百万円)

	2025年4月期		2026年4月期	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	472,716	<b>497,877</b>	25,161	<b>5.3%</b>
売上総利益	179,638	179,417	△ 220	-0.1%
	38.0%	36.0%	-2.0%	
広告宣伝費	12,784	11,617	△ 1,167	-9.1%
	2.7%	2.3%	-0.4%	
運送費	14,503	15,466	963	6.6%
	3.1%	3.1%	0.0%	
減価償却費	6,396	5,938	△ 457	-7.2%
	1.4%	1.2%	-0.2%	
販売費及び一般管理費	156,668	157,733	1,065	0.7%
	33.1%	31.7%	-1.5%	
営業利益	22,969	<b>21,684</b>	△ 1,285	<b>-5.6%</b>
	4.9%	<b>4.4%</b>	-0.5%	
経常利益	22,973	23,267	293	1.3%
	4.9%	4.7%	-0.2%	
特別損益	△ 742	△ 16,423	-	-
当期純利益	14,156	3,466	△ 10,689	-75.5%
	3.0%	0.7%	-2.3%	

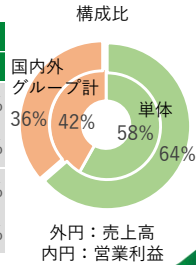
	2025年4月期		2026年4月期	
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	334,800	<b>341,310</b>	6,510	<b>1.9%</b>
売上総利益	114,477	109,455	△ 5,022	-4.4%
	34.2%	32.1%	-2.1%	
販売費及び一般管理費	99,575	97,023	△ 2,551	-2.6%
	29.7%	28.4%	-1.3%	
営業利益	14,902	<b>12,432</b>	△ 2,470	<b>-16.6%</b>
	4.5%	<b>3.6%</b>	-0.8%	
経常利益	16,489	15,881	△ 607	-3.7%
	4.9%	4.7%	-0.3%	
当期純利益	11,667	1,479	△ 10,187	-87.3%
	3.5%	0.4%	-3.1%	

## グループ会社の業績・グループ全体の収益構成比

通期(2025年5月～2026年4月)

(単位：百万円)

上段：売上高 下段：営業利益	2025年4月期		2026年4月期	
	実績	実績	増減率	
国内グループ	121,227	<b>120,874</b>	-0.3%	
海外グループ	58,766	<b>74,369</b>	26.6%	
	3,007	<b>4,229</b>	40.6%	



2026年4月期通期連結の実績は増収減益となりました。  
 連結の減益要因は、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、営業利益については単体に対して、連結で減益幅を縮小することができました。  
 当期純利益については、1月に減損損失を計上した影響により、前年同期比で減益となりました。

# 2026年4月期 実績 (グループ会社)

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 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 (単体)	334,800	<b>341,310</b>	6,510	1.9%	14,902	<b>12,432</b>	△ 2,470	-16.6%
タリーズコーヒー	43,784	<b>46,856</b>	3,071	7.0%	3,518	<b>3,555</b>	37	1.1%
チチヤス	12,885	<b>12,214</b>	△ 671	-5.2%	1,230	<b>957</b>	△ 273	-22.2%
ネオス(現伊藤園ネオス)	22,915	<b>22,860</b>	△ 54	-0.2%	△ 29	<b>△ 514</b>	△ 484	-
その他国内事業	41,641	<b>38,942</b>	△ 2,699	-6.5%	547	<b>726</b>	178	32.6%
国内グループ	121,227	<b>120,874</b>	△ 353	-0.3%	5,266	<b>4,724</b>	△ 542	-10.3%
茶関連事業会社	19,733	<b>21,254</b>	1,520	7.7%	2,205	<b>2,249</b>	44	2.0%
※	129,956千ドル	<b>139,875千ドル</b>	9,918千ドル	7.6%	14,523千ドル	<b>14,807千ドル</b>	283千ドル	2.0%
米国事業	51,645	<b>66,355</b>	14,710	28.5%	1,670	<b>2,843</b>	1,173	70.3%
	340,106千ドル	<b>436,692千ドル</b>	96,585千ドル	28.4%	10,999千ドル	<b>18,715千ドル</b>	7,716千ドル	70.2%
海外グループ	58,766	<b>74,369</b>	15,603	26.6%	3,007	<b>4,229</b>	1,221	40.6%
連結消去	△ 42,077	<b>△ 38,676</b>	3,400	-	△ 206	<b>298</b>	505	-
連結	472,716	<b>497,877</b>	25,161	5.3%	22,969	<b>21,684</b>	△ 1,285	-5.6%

為替レート (米ドル) 151.85 151.95 (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.

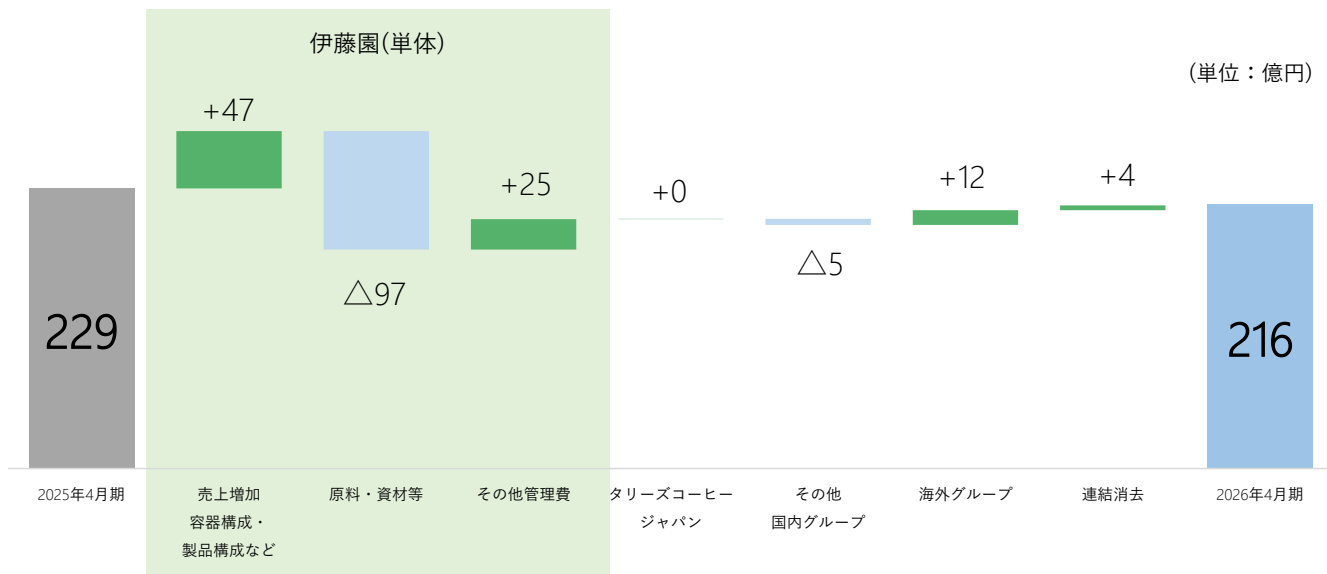
7

国内グループ会社については、タリーズコーヒーが増収増益となりました。人件費やコーヒー原料の高騰を踏まえて、昨年8月に価格改定を実施しましたが、客数を維持しながら客単価を改善できました。

チチヤスは減収減益となりましたが、収益性の改善を目的として取引の見直しを図ったため、おおよそ計画通りに進捗しました。

海外グループにおいては、米国事業を中心に堅調に推移しております。DLTC社の黒字化、茶関連事業は関税の影響があったものの、価格改定が確実に浸透したことにより、現地通貨ベースで2桁の営業利益率を維持しております。

## 2026年4月期 実績（連結） 営業利益増減の主な要因



### 伊藤園(単体)の増減要因補足

・売上増加による影響	+ 22	・原料・資材等の高騰による影響	△ 97
・容器構成及び製品構成等の変化	+ 25	・広告宣伝費削減による影響など	+ 25

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

8

2026年4月期通期の連結営業利益は、216億円となりました。  
 伊藤園単体の増減要因は、プラス要因として、価格改定効果、売上増加・容器構成・製品構成等の変化で+47億円となりました。広告宣伝費や変動対価の削減など、総コストの削減に取り組みました。  
 しかし、緑茶をはじめとした原料・資材等の高騰影響が△97億円となり利益を圧迫しました。その結果、減益となりました。

## 2027年4月期計画自動販売機事業再編に伴う損益の組替え

		2027年4月期 計画 (分割前)	変更点	2027年4月期 計画 (分割後)	影響額
伊藤園	売上高	3,470億円	自動販売機事業分割に伴う減少 (伊藤園ネオスへの卸売が発生)	3,223億円	△ 247億円
	営業利益	120億円	自動販売機事業にかかる費用等の減少	132億円	12億円
伊藤園 ネオス	売上高	221億円	自動販売機事業吸収に伴う増加	620億円	399億円
	営業利益	△ 13億円	自動販売機事業吸収に伴う戦略的費用等の増加	△ 27億円	△ 14億円

伊藤園ネオスに自動販売機事業を集約したことによる伊藤園単体への影響額は売上高は△247億円で営業利益は12億円となっております。  
2027年4月期の伊藤園ネオスの計画は売上高620億円、営業利益△27億円ですが、吸収分割初年度であることを踏まえ、組織運営を円滑に進めるため、十分な人員配置を行っており、保守的に計画を策定しております。

# 2027年4月期 計画 (連結・単体)

通期(2026年5月～2027年4月)

(単位：百万円)

	2026年4月期	2027年4月期		
	実績	計画	増減額	増減率
売上高	497,877	<b>500,000</b>	2,122	<b>0.4%</b>
売上総利益	179,417	184,400	4,982	2.8%
	36.0%	36.9%	0.8%	
広告宣伝費	11,617	12,734	1,117	9.6%
	2.3%	2.5%	0.2%	
運送費	15,466	15,946	480	3.1%
	3.1%	3.2%	0.1%	
減価償却費	5,938	4,172	△ 1,765	-29.7%
	1.2%	0.8%	-0.4%	
販売費及び一般管理費	157,733	164,400	6,666	4.2%
	31.7%	32.9%	1.2%	
営業利益	21,684	<b>20,000</b>	△ 1,684	<b>-7.8%</b>
	4.4%	<b>4.0%</b>	-0.4%	
経常利益	23,267	20,500	△ 2,767	-11.9%
	4.7%	4.1%	-0.6%	
特別損益	△ 16,423	△ 550	-	-
当期純利益	3,466	11,430	7,963	229.7%
	0.7%	2.3%	1.6%	

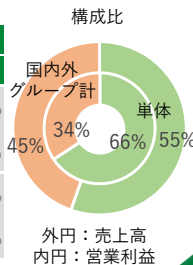
	2026年4月期	2027年4月期		
	実績	計画	増減額	増減率
売上高	341,310	<b>322,300</b>	△ 19,010	<b>-5.6%</b>
売上総利益	109,455	86,770	△ 22,685	-20.7%
	32.1%	26.9%	-5.1%	
販売費及び一般管理費	97,023	73,570	△ 23,453	-24.2%
	28.4%	22.8%	-5.6%	
営業利益	12,432	<b>13,200</b>	767	<b>6.2%</b>
	3.6%	<b>4.1%</b>	0.5%	
経常利益	15,881	16,000	118	0.7%
	4.7%	5.0%	0.3%	
当期純利益	1,479	11,300	9,820	663.6%
	0.4%	3.5%	3.1%	

## グループ会社の業績・グループ全体の収益構成比

通期(2026年5月～2027年4月)

(単位：百万円)

	2026年4月期		増減率
	実績	計画	
上段：売上高			
下段：営業利益			
国内グループ	120,874	<b>190,572</b>	57.7%
	4,724	<b>2,534</b>	-46.4%
海外グループ	74,369	<b>69,114</b>	-7.1%
	4,229	<b>4,328</b>	2.3%



2027年4月期の計画は、連結売上高は5,000億円、営業利益は200億円を計画しております。茶価高騰などの原料・資材等の高騰、中東情勢の影響を計画に織り込んでおり、減益計画となっております。引き続き、構造改革を進めて、グループ全体で収益性の改善に取り組んでまいります。

通期 (2026年5月～2027年4月)

(単位：百万円)

	売上高				営業利益			
	2026年4月期 実績	2027年4月期 計画	増減額	増減率	2026年4月期 実績	2027年4月期 計画	増減額	増減率
伊藤園 (単体)	341,310	<b>322,300</b>	△ 19,010	-5.6%	12,432	<b>13,200</b>	767	6.2%
タリーズコーヒー	46,856	<b>50,000</b>	3,143	6.7%	3,555	<b>3,700</b>	144	4.1%
チチヤス	12,214	<b>12,570</b>	355	2.9%	957	<b>1,000</b>	42	4.5%
伊藤園ネオス	22,860	<b>62,000</b>	39,139	171.2%	△ 514	<b>△ 2,700</b>	△ 2,185	-
その他国内事業	38,942	<b>66,002</b>	27,060	69.5%	726	<b>534</b>	△ 191	-26.4%
国内グループ	120,874	<b>190,572</b>	69,698	57.7%	4,724	<b>2,534</b>	△ 2,189	-46.4%
茶関連事業会社 ※	21,254	<b>22,682</b>	1,428	6.7%	2,249	<b>2,444</b>	194	8.6%
	139,875千ドル	<b>146,338千ドル</b>	6,463千ドル	4.6%	14,807千ドル	<b>15,768千ドル</b>	961千ドル	6.5%
米国事業	66,355	<b>60,544</b>	△ 5,810	-8.8%	2,843	<b>3,126</b>	282	9.9%
	436,692千ドル	<b>390,609千ドル</b>	-46,082千ドル	-10.6%	18,715千ドル	<b>20,168千ドル</b>	1,452千ドル	7.8%
海外グループ	74,369	<b>69,114</b>	△ 5,255	-7.1%	4,229	<b>4,328</b>	99	2.3%
連結消去	△ 38,676	<b>△ 81,986</b>	△ 43,310	-	298	<b>△ 63</b>	△ 361	-
連結	497,877	<b>500,000</b>	2,122	0.4%	21,684	<b>20,000</b>	△ 1,684	-7.8%

為替レート (米ドル) 151.95 155.00 (期中平均)

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

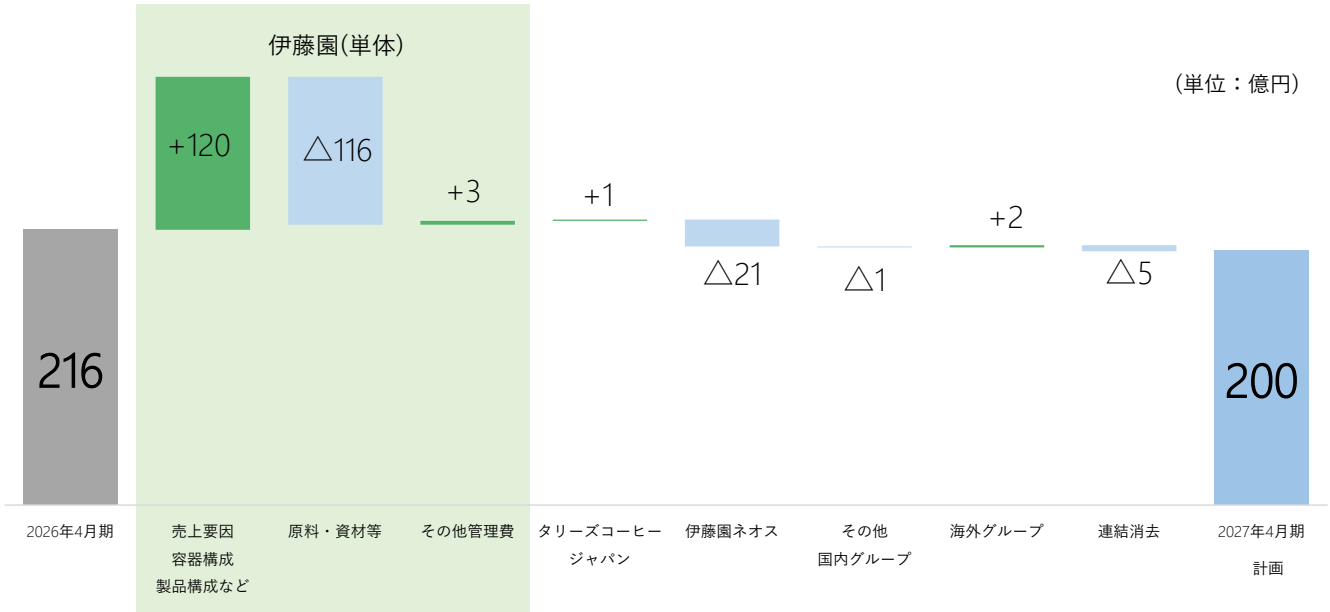
Copyright (C) All Rights Reserved. ITO EN, LTD.

11

国内外のグループ会社はおおむね順調に推移する計画となっております。  
国内グループ会社は、伊藤園ネオスは赤字計画となっておりますが、2029年4月期までの黒字化を目指しております。  
海外グループ会社は、米国事業のDLTC社において、コーヒー市況の上昇基調が緩和したこともあり、売上高は減少していますが、利益率を重視した取引、総コストの削減を図ってまいります。

## 2027年4月期 通期計画 (連結) 営業利益増減の主な要因

収益性を改善するものの、緑茶原料及び資材等の高騰の影響を大きく受ける。



### 伊藤園(単独)の増減要因補足

・売上増加、容器構成  
及び製品構成等の変化 + 120

・原料・資材等の高騰による影響  
・その他管理費

△ 116  
+ 3

2026年4月期通期の営業利益216億円に対して、2027年4月期通期は200億円を計画しています。

プラス要因として、売上増加・容器構成・製品構成等の変化で+120億円となっています。マイナス要因として、原料・資材等の上昇で△116億円を見込んでおり、茶価高騰や中東情勢によるコスト高を計画に織り込んでいます。なお、中東情勢の影響によるコスト高については、第1四半期までに見込まれる範囲を計画に反映しております。

100年企業に向けて

伊藤園グループの構造改革

## 国内サプライチェーン全体での構造改革

企画・  
開発

調達・  
加工

製造

物流

営業・  
販売

商品SKU最適化

資材・製造  
コスト低減

物流コスト低減  
在庫回転率向上

営業体制の再構築

改革の  
ポイント

・商品の選択と集中



・製造委託先との  
連携による効率的  
な製造の実施



・ボトルの軽量化

・拠点統合、センター再編による  
最適な物流・営業体制の構築

・工場、出荷倉庫、  
製造委託先工場に  
おける在庫適正化

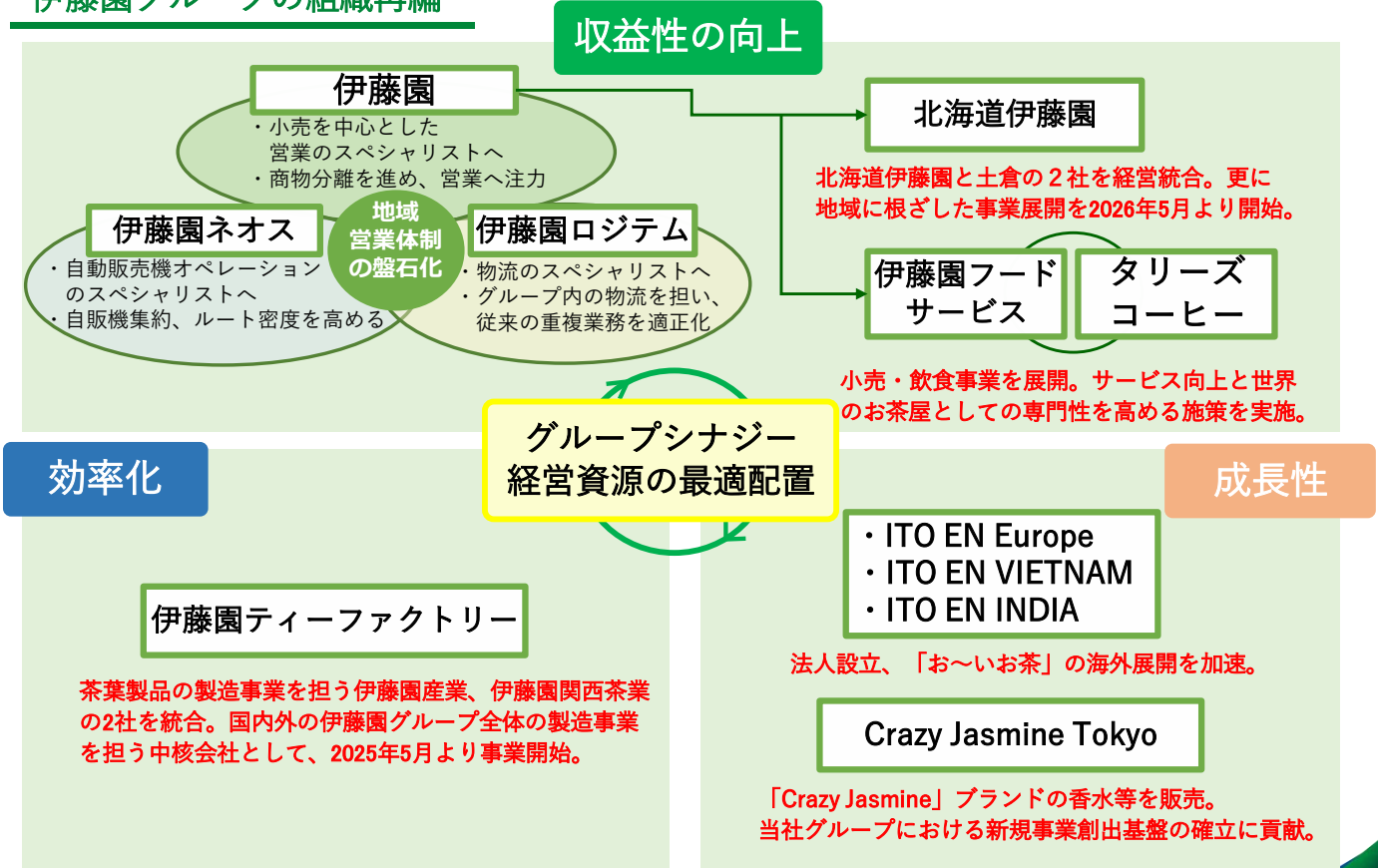


・営業拠点網の最適  
配置による効率化

国内サプライチェーン全体での最適化、組織再編を進め、  
収益性の向上と効率化により、伊藤園グループのさらなる成長へつなげる

国内のサプライチェーン全体の構造改革を進めてまいります。これまで委託先にご協力いただいていた生産・物流にも当社が積極的に関与し、これまでの取引体制を見直すことで、国内サプライチェーン全体の最適化と組織再編を進め、収益性と効率化を高めてまいります。

## 伊藤園グループの組織再編



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

当社グループは、100年企業を目指し、持続的な成長を実現するため、収益性の向上、効率化、成長性の強化など明確な目的のもと、組織再編を進めてまいりました。

収益性の向上においては、小売・飲食事業について、「茶寮 伊藤園 善光寺」に出店するなどグループシナジーを活かして特徴あるロケーションに出店を実現しました。また伊藤園フードサービスとタリーズコーヒーとの人材連携を通じて、事業基盤を強化しております。

効率化においては、茶葉製品の製造を担う2社を統合し、国内外の伊藤園グループ全体の製造事業を担う中核会社として、伊藤園ティーファクトリーを設立いたしました。

成長性においては、インドでの現地法人設立による海外展開の推進に加え、社内ベンチャー制度から誕生した「Crazy Jasmine Tokyo」の設立など、新たな挑戦にも取り組んでおります。

## 伊藤園の自動販売機事業とネオスの2社統合による効果

### ① 生産性の高い事業活動の実施

- ・ 2社に点在していた拠点を集約することで顧客密度を高め、オペレーション効率の向上と重複コストの削減を図る
- ・ 不採算自動販売機の見直しにより、ルート効率の改善と負荷低減を進め、生産性向上を図る

### ② 優良ロケーションの獲得

- ・ 最適なラインアップ提案の強化により、駅・空港・職域・観光地等の優良ロケーションへの設置拡大
- ・ 伊藤園グループのネットワークをフル活用した新規活動強化



### ③ 新領域への挑戦

- ・ 自動販売機で培ったオペレーション能力を活かし、飲料にとらわれない製品・サービスも組み合わせた新たな事業モデルを展開  
(例) 挽きたてコーヒー・お菓子等を提供する24時間営業の無人オフィスカフェ など

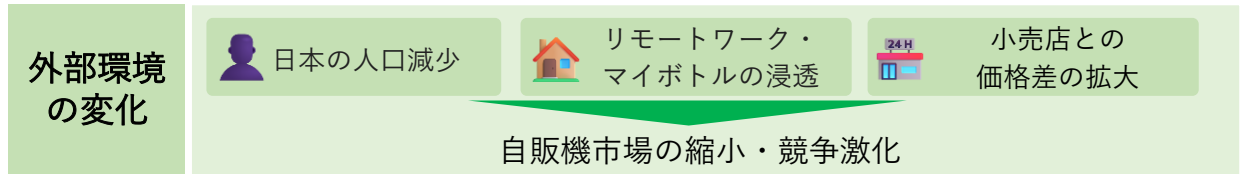
## 顧客密度・生産性を高めた最適な事業体制にすることで収益性向上を図る

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

16

当社グループは、自動販売機事業の再編を進め、生産性の向上、伊藤園グループのネットワークを活かした優良ロケーションの拡大、そして従来の自動販売機の枠を超えた事業領域の開拓にも取り組んでまいります。例えば、24時間営業の無人オフィスカフェなど、新たなサービスの創出を進め、収益性の向上と最適な事業体制の構築を図ってまいります。

自動販売機事業を集約し、最適な営業体制、専門性を高め2029年4月期に黒字化を目指す



2027年4月期  
事業基盤強化

- 企業文化の融合
- オペレーション標準化
- インフラの整備

2028年4月期  
シナジー強化

- ルートや拠点等の融合によりシナジー最大化
- 新領域への展開

2029年4月期  
黒字化へ

- 事業体制の再構築完了
- 新領域での成長加速

	2027年4月期 計画	2028年4月期 計画	2029年4月期 計画
営業利益	赤字	赤字幅縮小	黒字化
生産性向上	オペレーション効率の向上・不採算自動販売機の見直しによるルート効率の改善・総コスト削減による生産性向上		
優良ロケーション獲得	月間パーマシ	基準年	+8%以上
新しい収益源	無人販売顧客件数	600件以上	800件以上
			+15%以上
			1,000件以上

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

17

2029年4月期までに事業を黒字化することを目標に、事業構造の見直しや収益性・競争力・顧客満足度の向上を進めてまいります。収益性の改善を通じて事業基盤の強化を図るとともに、新たな事業領域の開拓によって成長余地を広げ、持続的な成長につなげてまいります。

国内事業を機能別に再編し、各事業会社が専門領域に特化・収益責任を明確化することで、グループ全体の収益性・効率性を向上する

## 伊藤園グループ

販売事業	自動販売機事業	製造事業	物流事業	飲食事業	海外事業
沖縄伊藤園 北海道伊藤園  << 専門領域 >> ・量販店、スーパー、CVS等チャネル別営業戦略 ・販売促進・販売強化 ・得意先との関係強化  << 効果 >> ▶ 売上拡大・営業利益率改善	伊藤園ネオス  << 専門領域 >> ・自販機ネットワークの最適化・配置戦略 ・DX推進 ・効率化、コスト削減  << 効果 >> ▶ 1台当たり収益性の向上	伊藤園ティーファクトリー  << 専門領域 >> ・茶飲料の製造・品質管理 ・設備投資最適化 ・海外向け抹茶等の生産強化  << 効果 >> ▶ 製造コスト低減・品質向上	伊藤園ロジテム  << 専門領域 >> ・全国配送網最適化 ・SCMの一元管理、在庫最適化 ・物流コスト削減  << 効果 >> ▶ 物流コスト削減	タリーズコーヒー 伊藤園 フードサービス  << 専門領域 >> ・専門店舗の運営、収益改善 ・タリーズとのシナジー  << 効果 >> ▶ ブランド価値・顧客接点拡大	ITO EN Europe ITO EN VIETNAM ITO EN INDIA  << 展開地域 >> ・北米、ASEAN、欧州他  << 効果 >> ▶ グローバル成長の加速

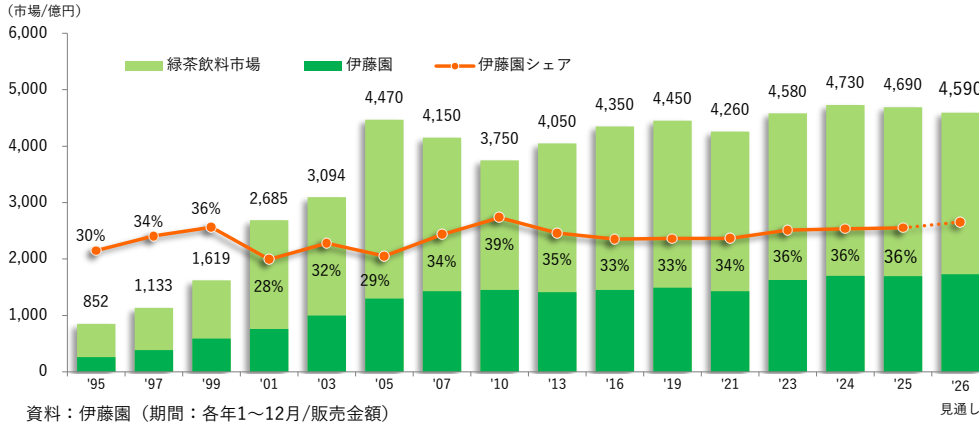
各事業会社が専門性を追求 ⇒ 収益責任の明確化 ⇒ 国内収益基盤の強化  
⇒ 海外成長への投資原資につなげていく

当社グループは、国内事業を機能別に再編し、「専門性の追求」と「収益責任の明確化」を同時に実現する組織体制への移行を進めております。

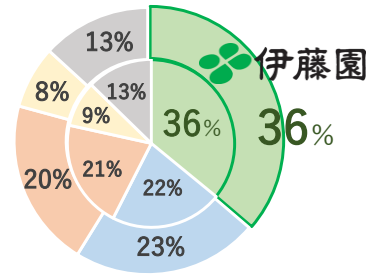
この再編の根底にある考えは、各事業領域のプロフェッショナル集団を創ることです。各事業会社が自らの領域に集中し、迅速な意思決定と収益責任を持った経営を実現してまいります。

## 国内外の「お〜いお茶」の展開 ～グローバル化に向けて～

## 緑茶飲料市場推移



## 2025年緑茶飲料の国内販売金額シェア



外円：2025年実績 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

### 「お〜いお茶」の独自価値「純国産茶葉」100%※

茶農家と共に国産茶葉の価値を発信、日本茶の文化を継承  
※日本で育ち日本で加工された国産茶葉にこだわる、伊藤園の企業姿勢を表現しています。

- ・純国産茶葉100%※
- ・ギネス世界記録認定

2026年5月12日メディア発表会



持続可能な生産基盤の強化と日本茶の価値向上を目的とした取り組みを発表



### 「お〜いお茶」新ブランドの創造

「お〜いお茶 PURE」シリーズ（2025年3月発売）  
2025年 新製品販売数量No.1※飲料総研調べ



初年度  
500万ケースを突破  
若者や女性からの支持を受け販売好調



2025年の国内緑茶飲料市場は、数量の減少などが影響し、金額ベースでも対前年比で縮小しました。このような厳しい市場環境のなか、「お〜いお茶 PURE」シリーズは、若者や女性を中心にご支持をいただき、発売初年度で500万ケースを突破し、新たな飲用層の獲得につながりました。このような成果もあり、当社の2025年緑茶飲料の国内販売金額シェアは約36%を維持しております。

また、3月に実施した価格改定後も販売数量は大きく落ち込むことなく推移しており、今後も適正価格での販売とマーケティング活動を通じて、さらなるシェア拡大を図ってまいります。

## 「お〜いお茶」純国産茶葉100%※を支える茶産地育成事業

※日本で育ち日本で加工された国産茶葉にこだわる、伊藤園の企業姿勢を表現しています。

### 緑茶市場を取り巻く動向

世界的な抹茶  
ブームで需要拡大

国内緑茶飲料  
原料の需要拡大

茶農家の減少・高齢化に伴う栽培面積減少

国産茶葉の生産量減少、安定供給への懸念

国産茶葉の価格高騰、緑茶の輸入量が急増

## 持続可能な茶農業に向けた当社独自の取り組みの強化

・国内で販売する「お〜いお茶」純国産茶葉100%※

※日本で育ち日本で加工された国産茶葉にこだわる、伊藤園の企業姿勢を表現しています。

### 高品質な国産原料の安定調達

- ・茶農家と連携した生産体制の構築
- ・茶栽培技術の支援や農業DXの推進

### 生産性の向上

### ノウハウの継承



国内の緑茶市場を取り巻く環境が変化するなか、当社は茶産地育成事業を基盤として、国内で販売する「お〜いお茶」は純国産茶葉100%へのこだわりを一層強め、持続可能な茶農業の発展に貢献してまいります。

## 世界的な抹茶ブームは拡大・過去最高を更新



## 当社製品の販売も好調

※伸長率（伊藤園：2025年5月～2026年4月/売上ベース）

対前年+41%

日本の抹茶を世界へ  
More Matcha Forward

## 抹茶事業の拡大 ～サプライチェーンの強化～

### 調達

契約農家の拡大により碾茶を安定調達



茶産地育成事業

### 加工

生産ラインを2倍に拡充  
効率的な生産体制を構築



抹茶工房（静岡工場）

### 製品開発・店舗販売

#### 製品開発



“世界が愛した、自由なmatcha。”を提案



#### 店舗販売

国内外ともに行列ができる大盛況



「THE MATCHA TOKYO」  
（左）日本表参道店 （右）インドネシア

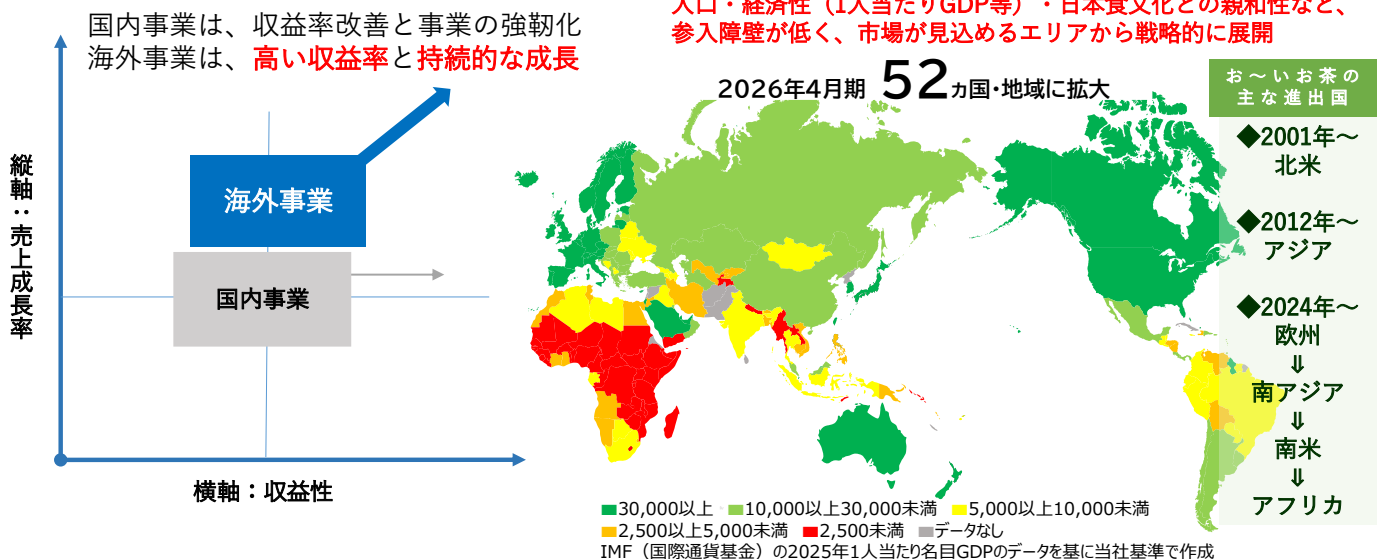
タリーズでも抹茶は人気メニュー



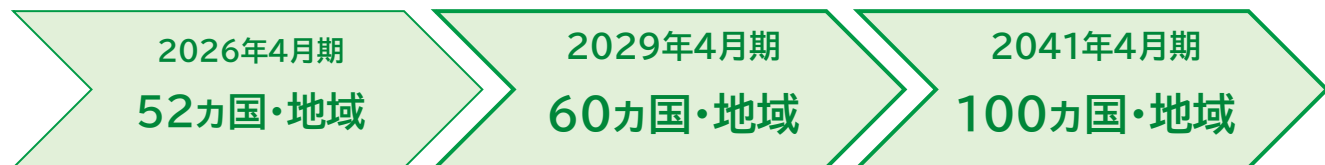
抹茶の輸出は急激に伸びており、今後も拡大が見込まれます。インバウンド需要により当社の抹茶製品の販売も好調に推移しています。海外産の抹茶も市場で存在感を強めるなか、当社は高品質な抹茶製品の製造・販売を通じて、その価値の維持、向上に努めてまいります。

当社グループの成長ドライバーは海外事業、「お〜いお茶」の展開をさらに拡大していく

## ◆当社グループの海外事業と展開国の考え方



## ◆海外における販売国・地域の拡大



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

23

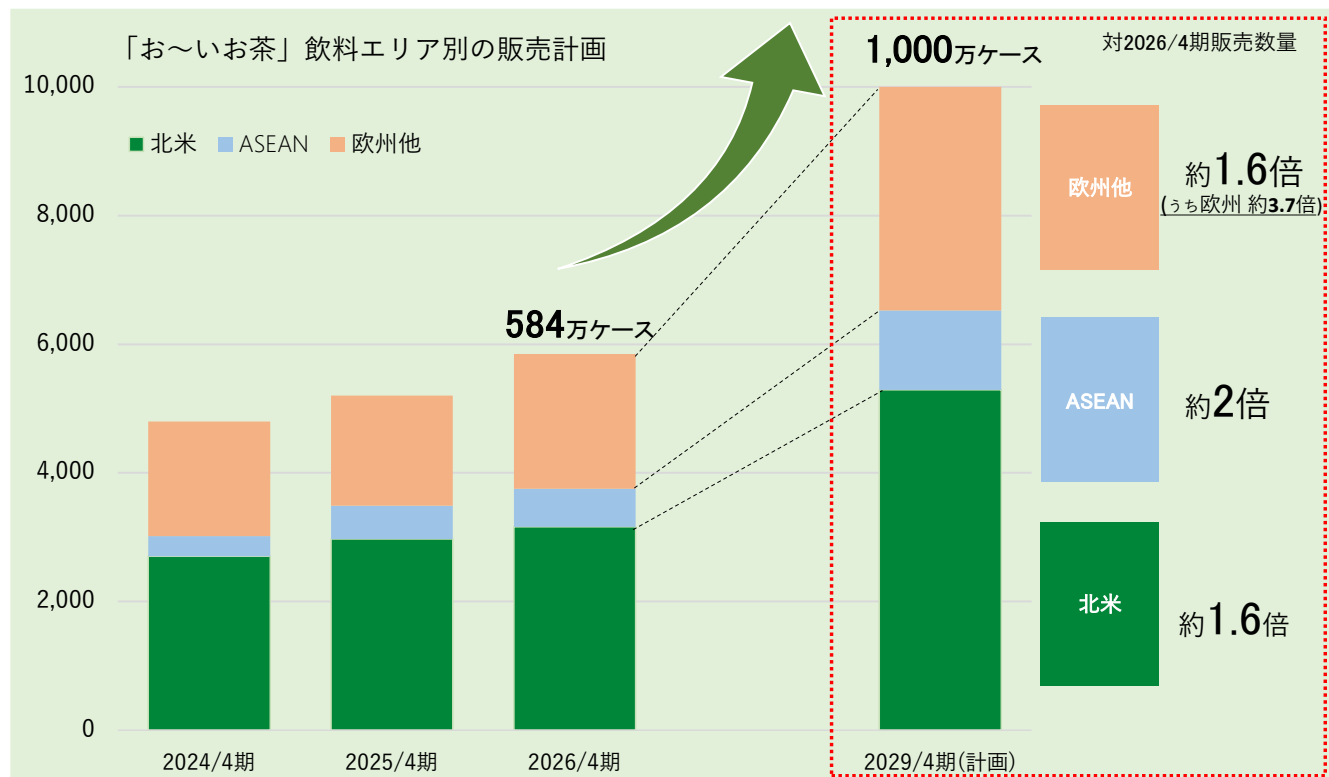
海外事業は高い収益性を維持しながら成長を続けており、伊藤園グループの中長期的な成長ドライバーと位置付けております。

「お〜いお茶」の海外展開は、2026年4月期時点で52カ国・地域へ順調に拡大しており、2029年4月期までに目標とする60カ国・地域への展開に向けて着実に進捗しております。展開先は、経済環境、日本食文化との親和性などを踏まえ、成長が見込まれる市場を戦略的に選定しております。

前期にはインドに現地法人を設立し、アジアでの事業基盤を強化しました。今後は南米、アフリカも視野に入れ、「お〜いお茶」のグローバル展開を加速し、2041年4月期には100カ国・地域での販売を目指しております。

## 「お〜いお茶」のグローバル化を加速

2029年4月期まで海外「お〜いお茶」飲料販売数量1,000万ケースを目指す



国内・海外を合わせて1億ケースを達成する

2026年4月期の海外「お〜いお茶」飲料の販売実績は約584万ケースとなりました。2029年4月期には、販売1,000万ケースの達成を目指してまいります。

特に、グローバルマーケティングと各地域に合わせたローカルマーケティングの積み重ねにより、「お〜いお茶」の認知度向上や進出国の拡大につながり、販売数量を着実に拡大しております。

海外は計画以上で進捗しており、蓄積されたノウハウを背景に展開スピードも加速

## 北米

市場動向：認知拡大から市場浸透と更なる拡大

- ・大谷翔平選手、MLB等を活用したマーケティングの実施
- ・現地メインスーパーへの「お〜いお茶」の導入拡大

→ **茶関連事業会社は高い営業利益率を維持し、事業拡大**



北米：大谷選手を起用したプロモーション

## ASEAN

市場動向：認知拡大を続け、無糖茶市場を開拓

- ・市川團十郎氏を活用したマーケティングの実施、SNSを通じた情報発信
- ・潜在ユーザーが集まるイベントでの効率的なサンプリングの実施
- ・現地CVS、大型スーパーを通じて「お〜いお茶」導入拡大



ベトナム：大手スーパーの売り場展開

## 欧州他

市場動向：初期認知形成と販売国拡大

- ・日本文化（和食、アニメ）を活用したマーケティングの実施
- ・ドイツを起点に欧州17か国への「お〜いお茶」の拡大販売
- ・抹茶需要の獲得

→ **「ITO EN Europe GmbH」設立2年目での黒字化の実現**



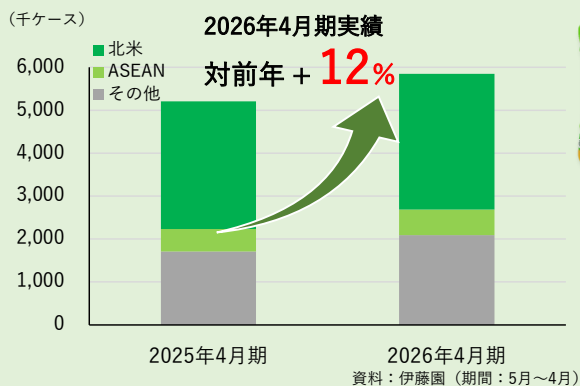
ドイツ：アニメを活用したプロモーション

各エリア別の市場動向に合わせた施策を講じることで、「お〜いお茶」の認知、浸透が着実に進んでおります。

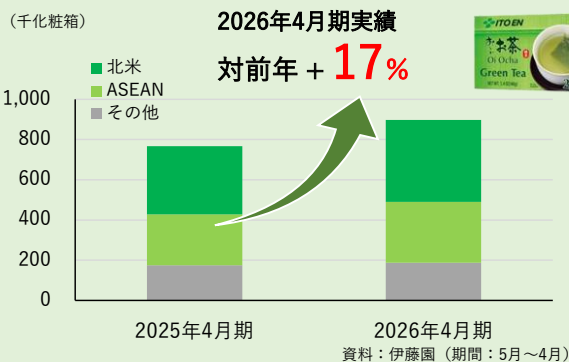
特に「ITO EN Europe GmbH」は設立2年目にして黒字化を達成し、現地法人を起点に販売国の拡大が進んでおります。

## 地域別「お〜いお茶」販売状況

### ▼ 「お〜いお茶」 飲料販売数量の推移



### ▼ 「お〜いお茶」 ティーバッグ販売数量の推移



#### ≪地域別飲料販売数量増減≫

前年比	北米事業	+ 6 %
	ASEAN事業	+ 14 %
	その他事業	+ 22 %

海外グループ計 + **12%**

#### ≪地域別ティーバッグ販売数量増減≫

前年比	北米事業	+ 20 %
	ASEAN事業	+ 21 %
	その他事業	+ 5 %

海外グループ計 + **17%**

「お〜いお茶」の海外販売状況は、堅調に推移しております。  
 販売数量について、飲料製品は海外グループ全体で対前年比 + 12%となりました。  
 地域別では、北米 + 6%、ASEAN + 14%、その他 + 22%と伸長しております。  
 ティーバッグ製品も好調で、海外グループ全体で前年比 + 17%となりました。  
 地域別では、北米 + 20%、ASEAN + 21%、その他 + 5%と伸長しております。  
 今後は浸透が進み始めている市場ではさらなる拡大を図るとともに、新規市場の開拓も並行して進めることで、海外事業の持続的な成長を実現してまいります。

## 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

主力の茶事業で  
グローバル化の基盤を作る

### 中期経営計画

(2025年4月期～2029年4月期)

#### 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

#### 第2ステージ

「お〜いお茶」の  
グローバル化加速

販売国  
40カ国

販売国  
60カ国以上

販売国  
100カ国以上

#### 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)

茶事業(グローバル)による  
盤石な収益基盤の確立

2024年4月期

創業60周年

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

当社はグループミッションとして「健康創造企業」を掲げており、お茶をはじめとした無糖飲料を展開し、お客様の健康に貢献する製品を提供し続けてまいります。

## トピックス

---

## 社内ベンチャー初の香りブランド「Crazy Jasmine」を新会社化

「株式会社Crazy Jasmine Tokyo」を2026年5月1日に設立、本格的に事業を開始



- ・社内ベンチャー制度から誕生、ジャスミンの香りに特化したブランド
- ・百貨店やECで展開、約3年間にわたる実証を重ねる
- ・SNSをきっかけに反響を呼び、製品の完売続出

## グループ全体のECを束ねる起点「ITOEN GROUP ONLINE MALL」の構築

デジタル領域における新たな顧客接点の創出

製品販売にとどまらない  
“体験型EC”としての価値



## 健康ミネラルむぎ茶

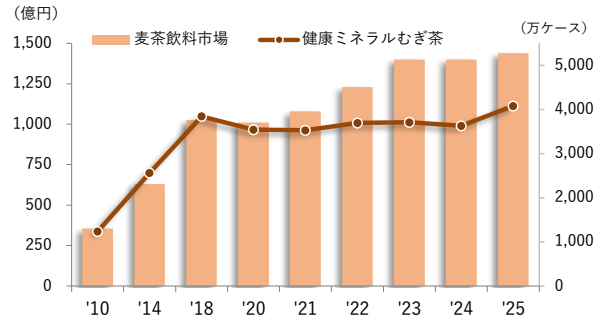
幅広い層の方から支持されるNo.1麦茶飲料

- ・麦茶飲料の国内販売金額シェアNo.1 **45%**
- ・ギネス世界記録認定
- ・シリーズの「黒豆麦茶」が伸長



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

年間販売数量、過去最高を記録



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

## 黒豆茶

女性にうれしい  
大豆イソフラボンを含む

対前年+33%

伸長率はドリンク製品  
(伊藤園：2025年5月～2026年4月/数量ベース)

- ・ドリンクからティーバッグ、粉末まで幅広いラインアップ
- ・健康価値である大豆イソフラボン含有
- ・カフェインゼロ

## ジャスミン茶

香りとすっきりした後味が  
女性に人気

対前年+7%

伸長率はドリンク製品  
(伊藤園：2025年5月～2026年4月/数量ベース)

- ・ドリンクからティーバッグ、粉末まで幅広いラインアップ
- ・気分を上げる「はなやぐ香り」が人気
- ・「花」の量を約1.5倍使用し香り付け
- ※一般的なジャスミン茶と比較

## トマト飲料

「トマト」のGABAを  
摂りたい方に

対前年+11%

(伊藤園：2025年5月～2026年4月/数量ベース)

- ・トマト飲料100%
- ・約6個分のトマトを使用（180mlあたり）※
- ・トマト由来のGABAが睡眠の質（眠りの深さ）の向上、一時的な精神的ストレスを軽減する

※トマト1個当たり90gとして、6個分のトマト汁を使用

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  
(機能性表示食品)

## 製品

### ショップオリティを追求したコーヒー

- ・年間販売数量、過去最高を記録
- ・ボトル缶が好調（ブラック、キリマンジャロ、無糖ラテ）
- ・紙容器、希釈PETも好調



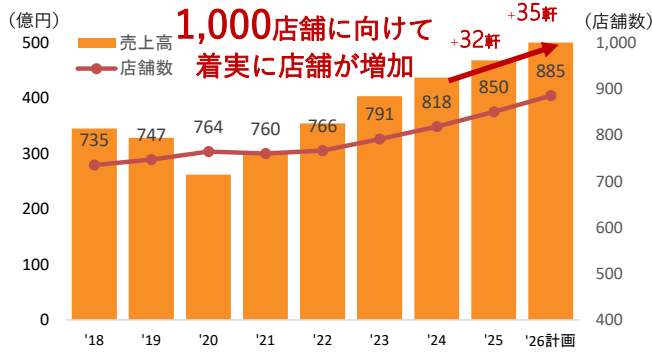
ボトル缶

紙容器

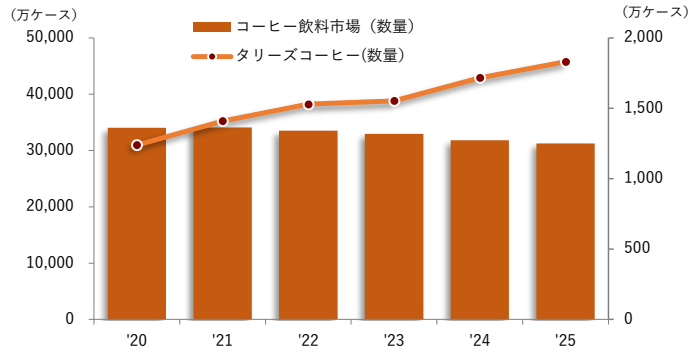
希釈PET

## ショップ

### 売上高及び展開店舗数推移



### コーヒー飲料市場が縮小する中、タリーズは数量伸長



資料：（コーヒー飲料市場：飲料総研調べ 各年1月～12月  
タリーズコーヒー：伊藤園調べ 各年5月～4月）

### 好調な店舗経営

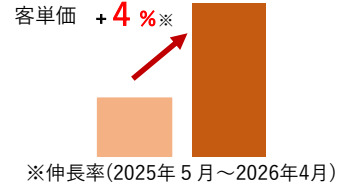
2026年4月末 **850**店舗（純増**32**店舗／対前年同月末）



2026年1月23日オープン  
「タリーズコーヒー  
ロースター相模大野中央公園店」

ロースターを備え、焙煎へのこだわりを間近で体験できる唯一の店舗

既存店状況（15カ月以上営業している店舗）



## 緑茶・抹茶の研究と発信による、ウェルビーイングと茶の需要拡大への貢献



### 産官学連携の研究

伊藤園中央研究所

中央研究所は1986年開設。「身体的健康価値」など研究実績に加えて、近年、ウェルビーイングとの関連が期待される「精神・心理的健康価値」「社会的健康価値」などの研究を推進

### 身体的健康価値など

中年期を中心とした全世代の課題：肥満、生活習慣病、認知機能、感染症



研究成果を活かして、体脂肪とコレステロールに係る特定保健用食品、体脂肪や認知機能に係る機能性表示食品を製品開発、健康課題解決と業績に貢献

### 精神・心理的健康価値など

若年層～中年期中心の課題：うつ、ストレス、集中力



精神作業時（暗算など）の緑茶飲料の飲用が速やかに作業成績とフロー体験（没入感：没入出来た時に生じる心理状態）を高めることを確認

### 社会的健康価値など

全世代の課題：社会的孤立、孤独、存在意義、社会的承認、共生、人間関係、ワークエンゲージメント

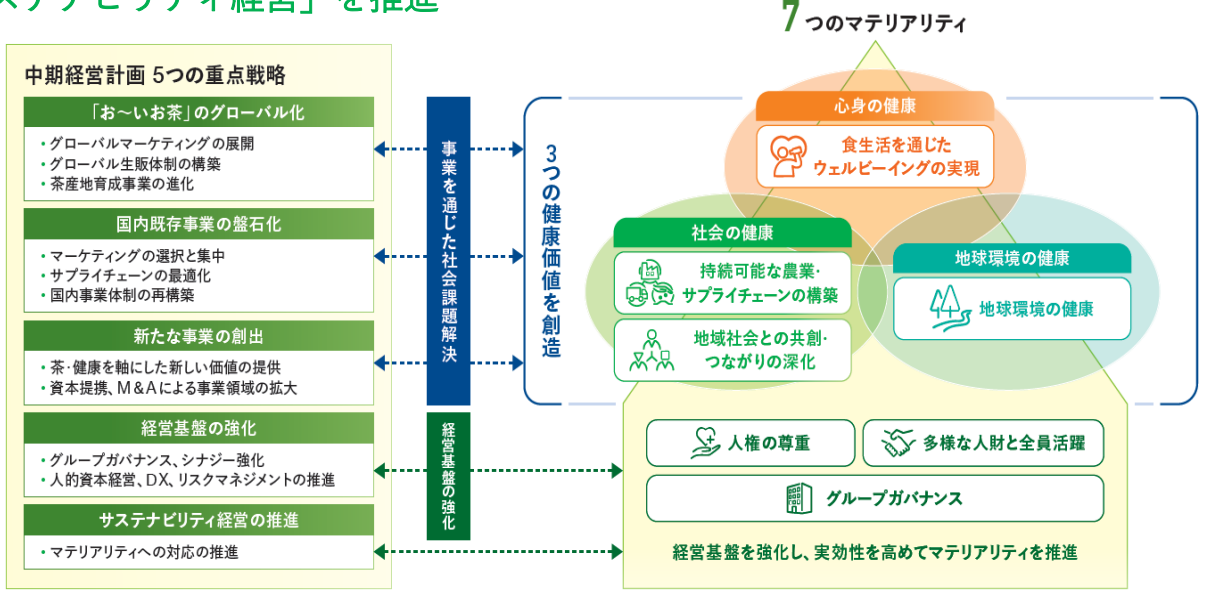


TAKANAWA GATEWAY CITYで、緑茶の飲用習慣とメンタルヘルス、睡眠との関係・影響に関する共同研究

### <主な共同研究機関・自治体・施設>

- ・東北大学 緑茶のガレート型カテキンの働きによる脂肪吸収抑制作用、悪玉コレステロール低下作用
- ・静岡県立大学 緑茶の抗ウイルス作用、感染症予防作用
- ・東京大学 茶成分による、イートロス対策
- ・筑波大学・株式会社MCBI 緑茶・抹茶の認知機能と睡眠への影響の検証とメカニズムの解明
- ・産業医科大学・公立千歳科学技術大学 緑茶の飲用による精神作業成績とフロー体験などの主観評価に及ぼす影響
- ・大阪府阪南市 市民の緑茶の継続飲用による健康価値

100年企業へ向けた長期の視点で、中長期経営計画と連動したマテリアリティを設定し、「サステナビリティ経営」を推進



## 主な取組み

CDP2025「気候変動」  
「水セキュリティ」の  
2分野で最高評価



SBT認定※の取得



※企業が設定する温室効果ガス排出削減目標が、パリ協定に沿った科学的根拠に基づいていることを認定する国際的な取組み

## 参考資料

---

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

\*為替影響除く

2025年4月期～2029年4月期

国内既存事業の盤石化 収益性重視の事業体制へ

新たな事業の創出 茶・健康を軸にした新しい価値の提供

	2026年4月期の成果・進捗	今後の取組み
製品	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お〜いお茶PURE」シリーズ発売 若年層をターゲットに、新たなお客様を開拓し、ブランド強化</li> <li>健康ミネラルむぎ茶過去最高販売数量達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本茶の価値向上に向けたGI認証取得への支援</li> <li>「お〜いお茶」純国産茶葉100%を発信※</li> </ul>
サプライチェーン	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品SKU最適化、物流コスト抑制</li> <li>拠点体制も含めた最適な販売網構築と営業力強化の推進</li> <li>事業効率化と収益性向上を目指し、自動販売機事業をグループ会社に承継</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料や資材を中心とした原価高騰の抑制、対応</li> <li>製品SKU削減と在庫適正化の継続</li> <li>重複コスト、業務の最適化、拠点の集約化と最適配置をグループ全体で推進</li> </ul>
新規事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>抹茶事業を担う専門部署を設立し、リソースを集中</li> <li>株式会社Crazy Jasmine Tokyo 設立 香水・化粧品及びフレグランス雑貨の販売等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給体制と販売網のさらなる強化</li> <li>新会社の成長フェーズに応じた支援</li> <li>新たな事業の芽を見つける社内ベンチャー制度の運用継続</li> </ul>

※日本で育ち日本で加工された国産茶葉にこだわる、伊藤園の企業姿勢を表現しています。

2025年4月期～2029年4月期

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

## 2026年4月期の成果・進捗

## 今後の取組み

展開国

お〜いお茶展開国 **52の国・地域へ拡大**  
・26年4月インドに現地法人設立

- ・人口、経済性（GDP等）を鑑みて、日本食文化との親和性の高い地域へ戦略的進出を継続
- ・アジアの未開拓国、アフリカなどへ販売を拡大

生産・販売

北米/アジア  
欧州  
・アジア系スーパー販売好調  
・現地主要小売への導入  
・茶関連事業においては高い収益性を維持  
・現地法人設立2年目に黒字化達成

- ・現地主要小売への浸透
- ・海外における茶産地開発の取組みを継続
- ・EU圏内における更なる拡販、物流網整備

製品

海外 販売数量 対前年伸長率  
お〜いお茶飲料 + **12%**  
お〜いお茶ティーバッグ + **17%**

- ・各国のシーン・ニーズに沿ったお〜いお茶ブランドの容量・フレーバー展開  
(例) 北米でのお〜いお茶 LEMON GREEN発売 等

マーケティング

マーケティング強化  
MLBやWBCとのパートナーシップ契約による大谷選手を活用したグローバルマーケティングを展開

- ・日本と各国が連動したマーケティング活動によるお〜いお茶のグローバルブランド化に向けた育成
- ・各国の成功ノウハウの集約、水平展開によるグループシナジーの創出

経営の最重要課題のひとつとして位置づけ、利益成長に応じた増配の継続を基本方針として、総還元性向40%以上を目指す

### 1株あたり配当金の推移（普通株式）

(単位：円)	2023/4期	2024/4期	2025/4期	2026/4期	2027/4期 (予想)
中間配当	20	21	22	24	26
期末配当	20	21	22	24	26
年間配当	40	42	44	48	52
前年比	—	+2円	+2円	+4円	+4円

### 1株あたり配当金の推移（第1種優先株式）

(単位：円)	2023/4期	2024/4期	2025/4期	2026/4期	2027/4期 (予想)
中間配当	25	27	28	30	33
期末配当	25	27	28	30	33
年間配当	50	54	56	60	66
前年比	—	+4円	+2円	+4円	+6円

※優先株式の配当額は普通株式の1.25倍（小数第一位切上げ）

### 株主還元方針

- 総還元性向40%以上
  - 利益成長に応じた増配の継続を目指す
  - 来期（2027年4月期）も増配を検討
- 4年連続増配を目指す

# 参考：伊藤園（単体）の状況

## 飲料カテゴリー別販売実績

(単位：万ケース)

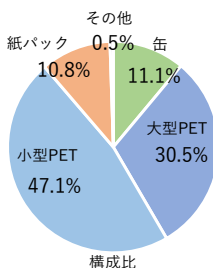
2026年4月期	第1四半期(5月～7月)			第2四半期(8月～10月)			第3四半期(11月～1月)			第4四半期(2月～4月)			2026年4月期 年間実績		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率
飲料（ドリンク）	6,132	100.0%	+1%	6,170	100.0%	△1%	4,676	100.0%	+4%	4,832	100.0%	+2%	21,812	100.0%	+1%
茶系飲料計	4,450	72.6%	+3%	4,444	72.0%	+1%	3,216	68.8%	+6%	3,365	69.6%	+3%	15,476	71.0%	+3%
日本茶	4,015	65.5%	+2%	4,001	64.8%	+1%	2,828	60.5%	+6%	2,980	61.7%	+2%	13,825	63.4%	+2%
緑茶	2,588	42.2%	+1%	2,584	41.9%	△2%	2,158	46.1%	+3%	2,148	44.5%	△5%	9,480	43.5%	△1%
むぎ茶	1,426	23.3%	+6%	1,416	23.0%	+6%	670	14.3%	+19%	831	17.2%	+26%	4,345	19.9%	+11%
中国茶	261	4.3%	+3%	274	4.5%	△1%	209	4.5%	+0%	198	4.1%	△1%	944	4.3%	+0%
その他	173	2.8%	+12%	168	2.7%	+2%	178	3.8%	+7%	186	3.9%	+29%	706	3.2%	+12%
野菜飲料	575	9.4%	△8%	595	9.7%	△6%	487	10.4%	△7%	502	10.4%	△8%	2,162	9.9%	△7%
コーヒー飲料	514	8.4%	+9%	542	8.8%	+3%	452	9.7%	+7%	462	9.6%	+4%	1,972	9.0%	+6%
ミネラルウォーター	197	3.2%	+2%	210	3.4%	△10%	185	4.0%	+1%	186	3.9%	+13%	778	3.6%	+0%
炭酸飲料	117	1.9%	△29%	128	2.1%	△26%	87	1.9%	+3%	88	1.8%	+2%	422	1.9%	△17%
果実飲料	148	2.4%	△1%	131	2.1%	△8%	119	2.5%	+23%	129	2.7%	+7%	528	2.4%	+4%
その他飲料	128	2.1%	△3%	117	1.9%	△12%	128	2.7%	△4%	96	2.0%	△9%	471	2.2%	△7%

## 飲料容器別販売実績

通期(2025年5月-2026年4月)

2026年4月期	実績	構成比対前年	増減率
飲料販売数量	21,812	+0 pt	+1%
缶	2,412	△0 pt	+2%
大型PET	6,660	+0 pt	+5%
小型PET	10,277	+0 pt	△0%
紙パック	2,350	△0 pt	△4%
その他	111	+0 pt	△12%

(単位：万ケース)

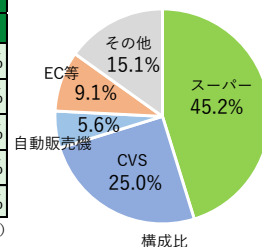


## 飲料チャネル別構成比

通期(2025年5月-2026年4月)

	構成比対前年	増減率
スーパー	+1 pt	+3%
CVS	△1 pt	△2%
自動販売機	△1 pt	△13%
EC等	+1 pt	+8%
その他	+0 pt	+3%

(数量ベース)

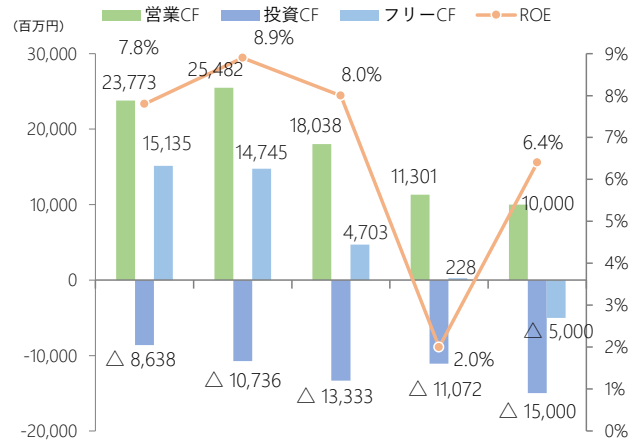


## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2025年4月末	2026年4月末	増減額
<b>流動資産</b>	231,995	237,179	5,184
現金及び預金	89,908	75,193	△ 14,715
売上債権・棚卸資産	126,175	144,249	18,074
<b>有形固定資産</b>	77,356	65,669	△ 11,687
土地	23,223	23,674	451
リース資産	4,522	3,164	△ 1,358
その他	49,610	38,831	△ 10,779
<b>無形固定資産</b>	6,521	7,446	925
のれん	762	1,071	309
投資その他資産	28,724	32,371	3,647
<b>資産合計</b>	344,598	342,667	△ 1,931
<b>流動負債</b>	108,120	93,961	△ 14,159
買掛金	35,292	36,170	878
短期借入金	24,177	5,997	△ 18,180
リース債務	1,448	1,134	△ 314
未払法人税等	2,749	3,593	844
<b>固定負債</b>	60,505	70,754	10,249
社債	10,000	10,000	0
長期借入金	35,001	46,037	11,036
リース債務	2,445	2,470	25
<b>負債合計</b>	168,626	164,715	△ 3,911
<b>純資産合計</b>	175,971	177,951	1,980

## 連結キャッシュ・フローの推移



(単位：百万円)

	'23/4	'24/4	'25/4	'26/4	'27/4計画
設備投資額	7,259	10,256	12,512	10,690	14,162
減価償却費	10,353	8,595	8,745	8,553	6,755
リース債務（返済）	△ 2,278	△ 1,989	△ 1,594	△ 1,404	△ 567

格付の状況	A+	自己資本比率	'25/4	50.6%
社債発行登録（普通社債）	400億円		'26/4	51.4%

 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。