

2022年4月期

決算説明会資料

2022年6月 株式会社 伊藤園



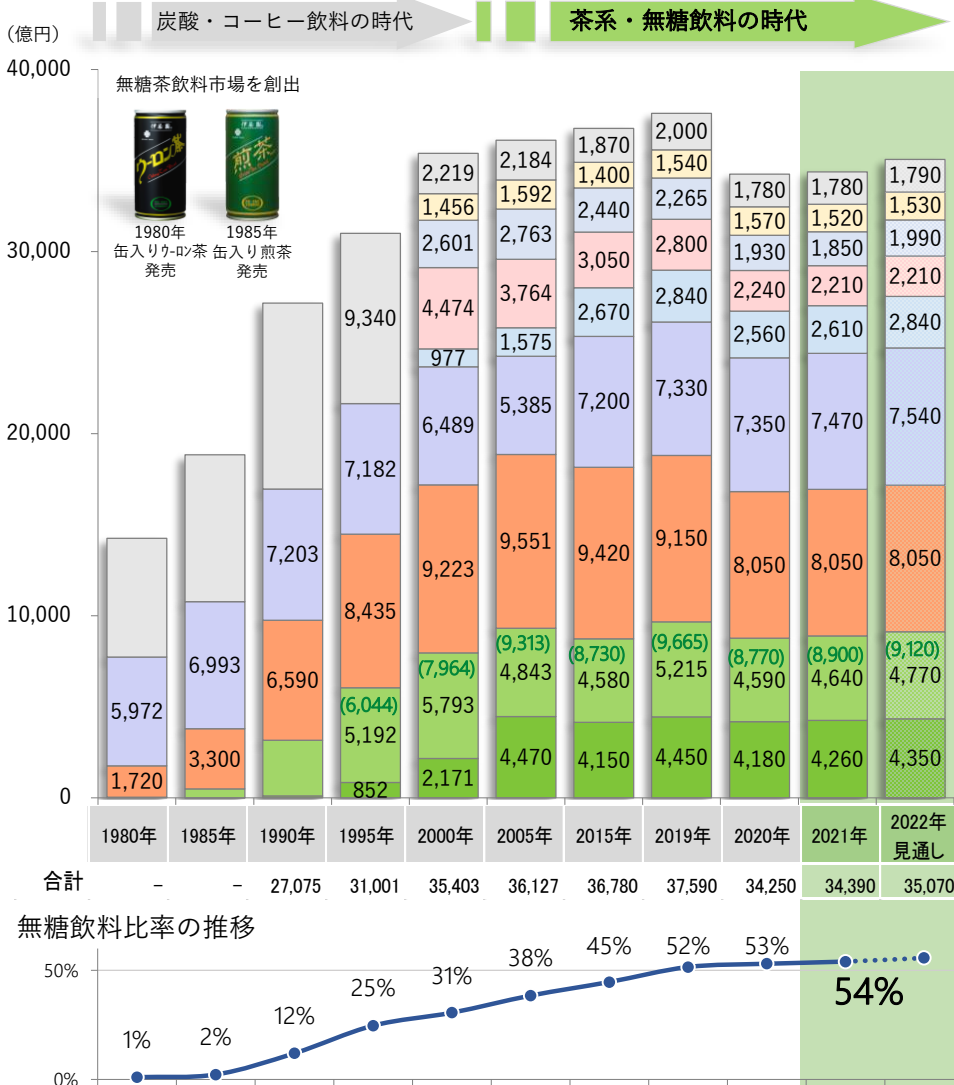
自然が好きです。

国内飲料市場と業績・計画	P.3
事業戦略/マーケティング戦略	P.9
新・中長期経営計画 (2023年4月期～2027年4月期)	P.19
参考資料	P.23

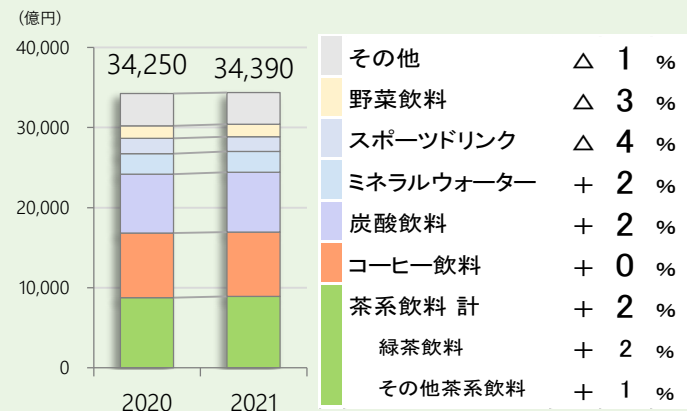
国内飲料市場と業績・計画

国内飲料市場の動向

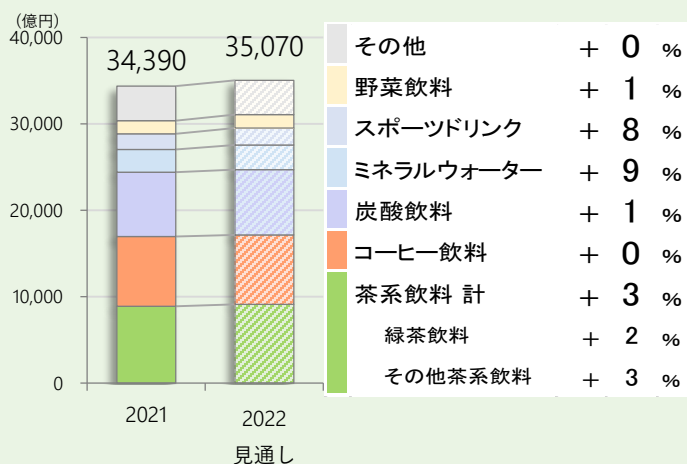
飲料市場の推移 (暦年・金額ベース)



2021年 (1月-12月) 前年比 + 0.4%



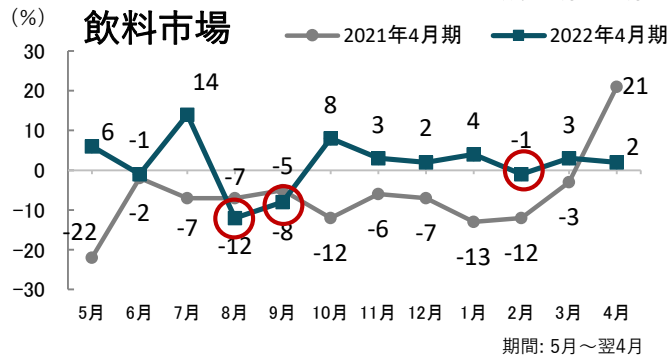
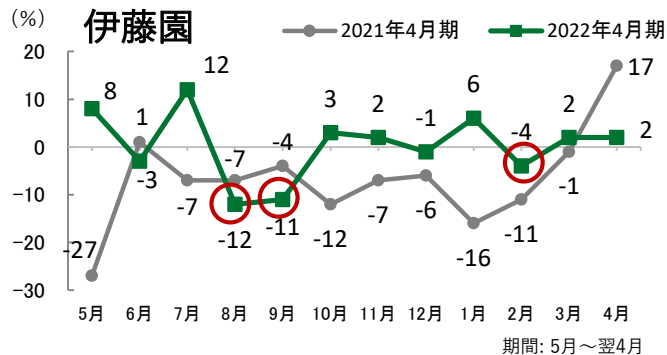
2022年 (1月-12月) 見通し 前年比 + 2.0%



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。

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)



飲料市場環境のトピックス

- 2021年
- 5月 緊急事態宣言の再発出や期間延長
西日本を中心に早い梅雨入り
 - 7月 全国規模で早い梅雨明け
 - 8月 **異例の長雨となり記録的な雨量となる**
 - 9月 緊急事態宣言の延長、悪天候
- 2022年
- 1月 一度解除されたまん延防止等重点措置が再び適用
 - 2月 東・西日本を中心に気温が平年を下回る
 - 4月 全国的に気温が高く、“制限なしのGW”に向けた気運が高まる

伊藤園 (単独) 2022年4月期 (2021年5月～2022年4月)

	実績	増減率
売上高	3,584億円	+ 2 %
茶葉 (リーフ)	368億円	+ 1 %
飲料 (ドリンク)	3,183億円	+ 1 %
他	32億円	+ 29 %

(※) 収益認識基準適用前



茶葉 10% 飲料 89% 他 1%

(単位: 万ケース)

カテゴリー別 飲料販売数量	2021年4月期			2022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)	21,585	100 %	△ 7 %	21,525	100 %	△ 0 %
茶系飲料 計	14,929	69 %	△ 7 %	14,928	69 %	△ 0 %
日本茶	13,257	61 %	△ 6 %	13,589	63 %	+ 3 %
中国茶	1,168	5 %	△ 13 %	868	4 %	△ 26 %
その他	504	2 %	△ 15 %	470	2 %	△ 7 %
野菜飲料	3,257	15 %	△ 3 %	2,937	14 %	△ 10 %
コーヒー飲料	1,502	7 %	△ 4 %	1,664	8 %	+ 11 %
ミネラルウォーター	658	3 %	△ 16 %	664	3 %	+ 1 %
炭酸飲料	377	2 %	△ 14 %	401	2 %	+ 6 %
その他飲料	858	4 %	△ 18 %	928	4 %	+ 8 %

(※) 構成比は四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合があります

2022年4月期 無糖飲料比率 **75%以上**

2022年4月期 実績

通期(2021年5月～2022年4月)

	2021年4月期 実績(旧基準)	構成比	2022年4月期 実績	構成比	増減率	
連 結	売上高	446,281	100.0%	400,769	100.0%	(※)
	売上総利益	215,003	48.2%	159,581	39.8%	(※)
	販売手数料	74,313	16.7%	252	0.1%	(※)
	広告宣伝費	9,808	2.2%	9,980	2.5%	1.8%
	運送費	13,833	3.1%	13,751	3.4%	-0.6%
	減価償却費	10,207	2.3%	9,153	2.3%	-10.3%
	販売費及び一般管理費	198,327	44.4%	140,787	35.1%	-29.0%
	営業利益	16,675	3.7%	18,794	4.7%	12.7%
	経常利益	17,029	3.8%	19,971	5.0%	17.3%
	特別損益	△ 3,634	-	372	-	-
	当期純利益	7,011	1.6%	12,928	3.2%	84.4%

	2021年4月期 実績(旧基準)	構成比	2022年4月期 実績	構成比	増減率	
単 独	売上高	352,732	100.0%	300,319	100.0%	(※)
	売上総利益	169,621	48.1%	114,135	38.0%	(※)
	営業利益	15,759	4.5%	15,685	5.2%	-0.5%
	経常利益	17,565	5.0%	17,409	5.8%	-0.9%

(単位:百万円)

	上段:売上高 下段:営業利益	2021年4月期 実績(旧基準)	2022年4月期 実績	増減率
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	91,732	90,390	(※)
		13	2,249	16,438.5%
	タリーズ コーヒー	26,215	30,060	(※)
		△ 1,374	860	-
	チチヤス	13,897	11,844	(※)
		702	734	4.5%
	海外グループ	35,355	41,927	18.6%
		1,864	1,472	-21.0%
	米国事業	30,068	36,771	22.3%
		717	555	-22.6%
		283,135千ドル	323,156千ドル	14.1%
		6,758千ドル	4,881千ドル	-27.8%
	その他 海外事業	5,286	5,155	-2.5%
		1,146	917	-20.0%
連結消去	△ 33,538	△ 31,867	-	
	△ 962	△ 613	-	

為替レート(米ドル) 106.20 113.79 (期中平均)

(※) 2022年4月期より収益認識基準を適用しています。
これにより大きな影響が生じる項目は増減率を記載しておりません。

2022年4月期実績（旧基準）

（参考）旧基準ベースによる前年同期比較

通期（2021年5月～2022年4月）

	2021年4月期 実績(旧基準)		2022年4月期 実績(旧基準)		増減率	
		構成比		構成比		
連 結	売上高	446,281	100.0%	461,316	100.0%	3.4%
	売上総利益	215,003	48.2%	220,205	47.7%	2.4%
	販売手数料	74,313	16.7%	77,526	16.8%	4.3%
	広告宣伝費	9,808	2.2%	9,980	2.2%	1.8%
	運送費	13,833	3.1%	13,751	3.0%	-0.6%
	減価償却費	10,207	2.3%	9,153	2.0%	-10.3%
	販売費及び一般管理費	198,327	44.4%	201,532	43.7%	1.6%
	営業利益	16,675	3.7%	18,672	4.0%	12.0%
	経常利益	17,029	3.8%	19,849	4.3%	16.6%
	特別損益	△ 3,634	-	372	-	-
	当期純利益	7,011	1.6%	12,848	2.8%	83.2%

	2021年4月期 実績(旧基準)		2022年4月期 実績(旧基準)		増減率	
		構成比		構成比		
単 独	売上高	352,732	100.0%	358,435	100.0%	1.6%
	売上総利益	169,621	48.1%	172,328	48.1%	1.6%
	営業利益	15,759	4.5%	15,685	4.4%	-0.5%
	経常利益	17,565	5.0%	17,409	4.9%	-0.9%

（単位：百万円）

	2021年4月期 実績(旧基準)		2022年4月期 実績(旧基準)		増減率
グ ル ー プ 会 社	上段：売上高				
	下段：営業利益				
	国内グループ	91,732	93,734	2.2%	
		13	2,127	15,544.1%	
	タリーズ コーヒー	26,215	29,938	14.2%	
		△ 1,374	739	-	
	チチャス	13,897	13,424	-3.4%	
		702	734	4.5%	
	海外グループ	35,355	41,927	18.6%	
		1,864	1,472	-21.0%	
	米国事業		30,068	36,771	22.3%
			717	555	-22.6%
			283,135千ドル	323,156千ドル	14.1%
			6,758千ドル	4,881千ドル	-27.8%
	その他 海外事業	5,286	5,155	-2.5%	
	1,146	917	-20.0%		
連結消去	△ 33,538	△ 32,781	-		
	△ 962	△ 613	-		

為替レート(米ドル) 106.20 113.79 (期中平均)

2023年4月期 計画

通期(2022年5月～2023年4月)

	2022年4月期 実績		2023年4月期 計画			
		構成比		構成比	増減率	
連 結	売上高	400,769	100.0%	418,000	100.0%	4.3%
	売上総利益	159,581	39.8%	162,300	38.8%	1.7%
	販売手数料	252	0.1%	258	0.1%	2.2%
	広告宣伝費	9,980	2.5%	11,015	2.6%	10.4%
	運送費	13,751	3.4%	14,291	3.4%	3.9%
	減価償却費	9,153	2.3%	8,310	2.0%	-9.2%
	販売費及び一般管理費	140,787	35.1%	142,300	34.0%	1.1%
	営業利益	18,794	4.7%	20,000	4.8%	6.4%
	経常利益	19,971	5.0%	19,500	4.7%	-2.4%
	特別損益	372	-	△ 500	-	-
	当期純利益	12,928	3.2%	12,000	2.9%	-7.2%

	2022年4月期 実績		2023年4月期 計画			
		構成比		構成比	増減率	
単 独	売上高	300,319	100.0%	312,500	100.0%	4.1%
	売上総利益	114,135	38.0%	116,500	37.3%	2.1%
	営業利益	15,685	5.2%	16,500	5.3%	5.2%
	経常利益	17,409	5.8%	17,800	5.7%	2.2%

(単位:百万円)

	2022年4月期 実績		2023年4月期 計画		増減率
	上段:売上高 下段:営業利益				
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	90,390	96,314	6.6%	
		2,249	2,528	12.4%	
	タリーズ コーヒー	30,060	33,000	9.8%	
		860	1,200	39.5%	
	チチヤス	11,844	12,560	6.0%	
		734	735	0.1%	
	海外グループ	41,927	46,515	10.9%	
		1,472	1,612	9.5%	
	米国事業	36,771	40,412	9.9%	
		555	377	-32.1%	
		323,156千ドル	336,770千ドル	4.2%	
		4,881千ドル	3,144千ドル	-35.6%	
	その他 海外事業	5,155	6,102	18.4%	
		917	1,234	34.6%	
連結消去	△ 31,867	△ 37,329	-		
	△ 613	△ 640	-		

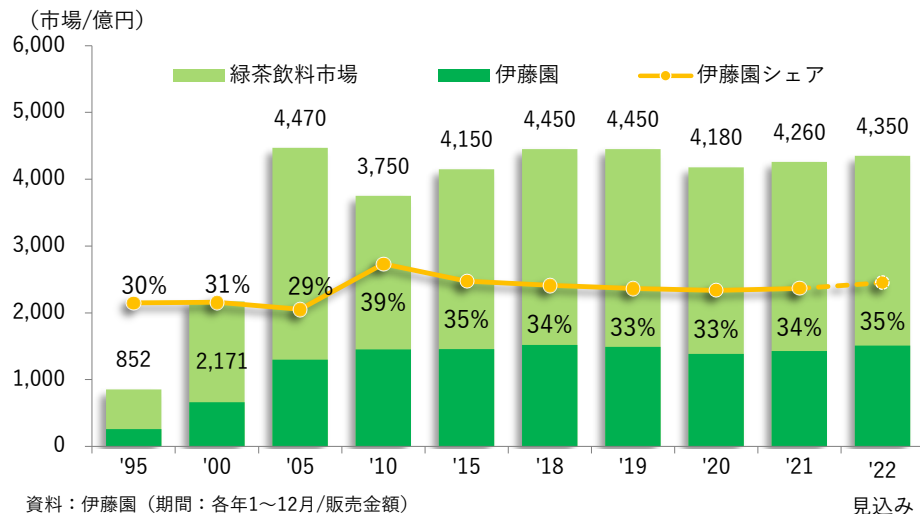
為替レート(米ドル) 113.79 120.00 (期中平均)

事業戦略/マーケティング戦略

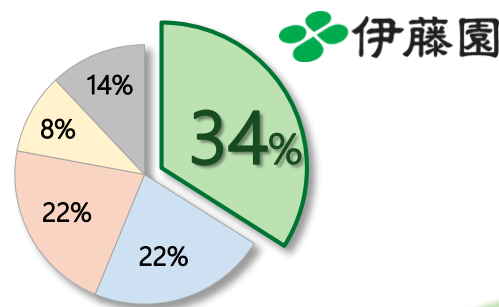
お〜いお茶 成長戦略

伊藤園独自の戦略で緑茶飲料市場を牽引

無糖飲料市場を創造するとともに緑茶飲料市場を牽引



2021年 緑茶飲料販売金額シェア

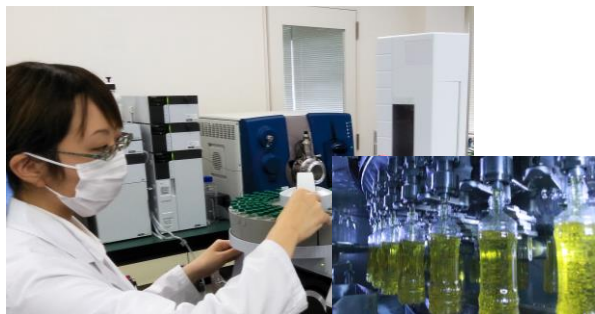


資料：伊藤園（2021年1月～12月）

お〜いお茶



技術



おいしさ・品質の製品技術
持続可能な社会に向けた課題対応の技術

健康



ラインアップ拡充で市場を再活性化
緑茶・抹茶の健康性

コミュニケーション

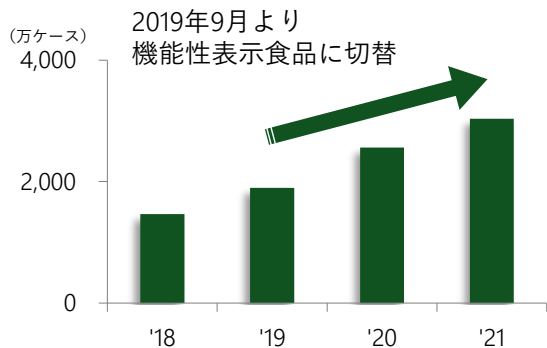


リアルとDXでお茶を通じた
コミュニケーション

“STILL NOW”お客様に寄り添い、お客様と共に価値創造するブランド

機能性表示食品へのニーズは一層高まる

「お〜いお茶 濃い茶」販売動向



伊藤園：各年5〜4月/販売数量

お〜いお茶 濃い茶

2021年度 年間販売数量

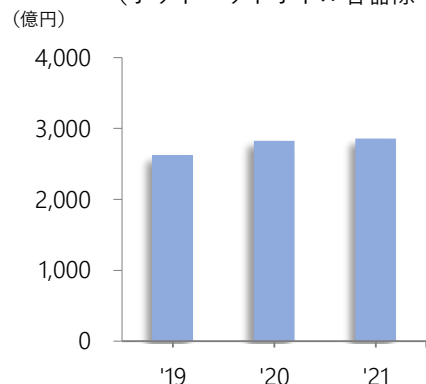
3,000 万ケース突破

機能性表示食品(飲料)

販売数量 No. 1

※インテージ SRI+ / 機能性表示食品飲料市場 / 2021年 / 累計販売数量

小型ペットボトル市場販売推移 (ホットペットボトル容器除く)



飲み切りサイズ
新登場



7月発売予定
お〜いお茶
濃い茶350ml
ペットボトル

ニーズの多様化により小型ペットボトルは増加傾向

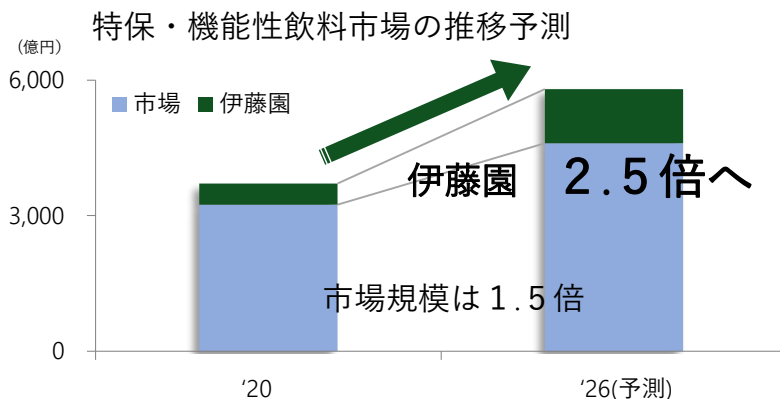
資料：インテージSRI+/小型ペットボトル市場(ホットペットボトル容器除く)/推計販売規模(金額)

世界中のお客様の健康と豊かな生活に貢献

ティーテイスターによるお茶セミナー開催



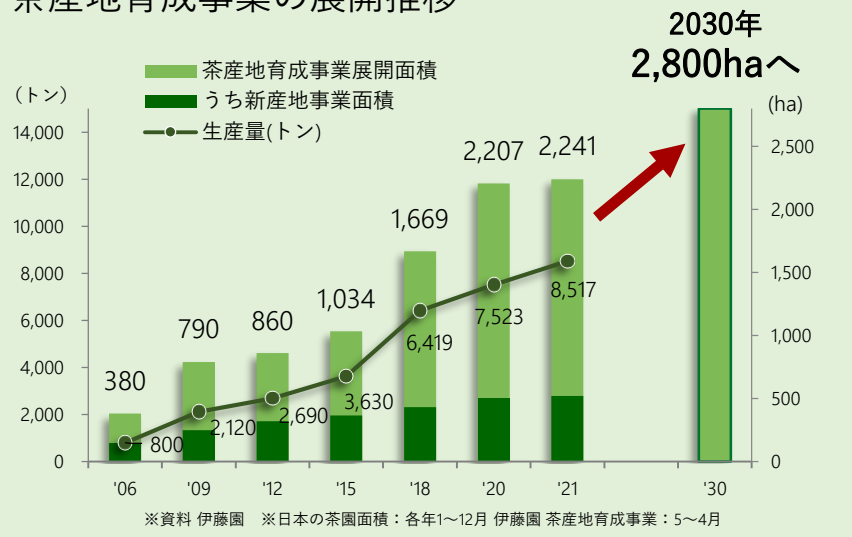
健康価値ニーズに応える為にスピードを上げて商品強化



資料：伊藤園(市場：各年1〜12月 伊藤園：5〜4月/販売金額)

安定的な原料調達と持続的な茶農業活性化の両立を目指す

茶産地育成事業の展開推移



茶農業の課題

環境と共存する安心・安全な茶葉原料の安定生産
雇用の創出と就農者の若返り

茶産地育成事業（新産地事業）の取組み

新産地の展開地区は7県9地区に拡大



伊藤園専用荒茶工場

2022年に本格展開を始めた埼玉県入間地区

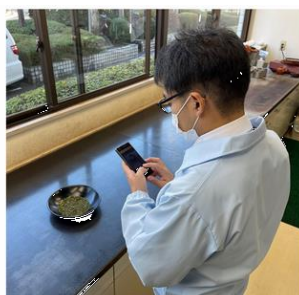
DX推進の取組み：AIによる画像解析

経験にとらわれない農業が可能 → 後継者不足の解消、新規参入ハードル低減

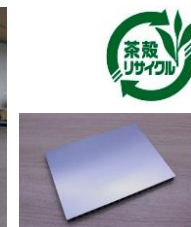
・茶葉の摘採時期判断



・荒茶の成分評価



「茶殻配合軽量パネル」を開発
営業車の架台に採用し、最大で110kg軽量化



架台のドアパネル、床材に「茶殻配合軽量パネル」を使用

「お〜いお茶」を支える基盤

多くのステークホルダーと協働

○原料開発



1976年から茶農家の方々とともに茶産地育成事業に取り組んでいます

○製造物流

- ・全国の委託飲料工場で製造
- ・全国を5ブロックに分けた製造物流体制



地域社会との連携

お茶を楽しみながら健康で豊かな生活を
支える生活様式の実現へ

共有価値創造プロジェクト

泉州「お茶のある暮らし」プロジェクト始動



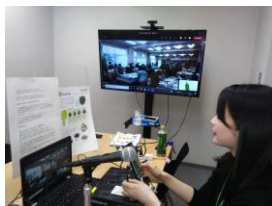
ネットを活用したコミュニケーション



CHA 茶止 GOCORO

伊藤園ティーテイスターによる双方向コミュニケーション

○オンラインコミュニケーション



オンライン茶会



伊藤園公式Twitter

○リアル（対面）コミュニケーション



お茶セミナー

抹茶を楽しむお茶会

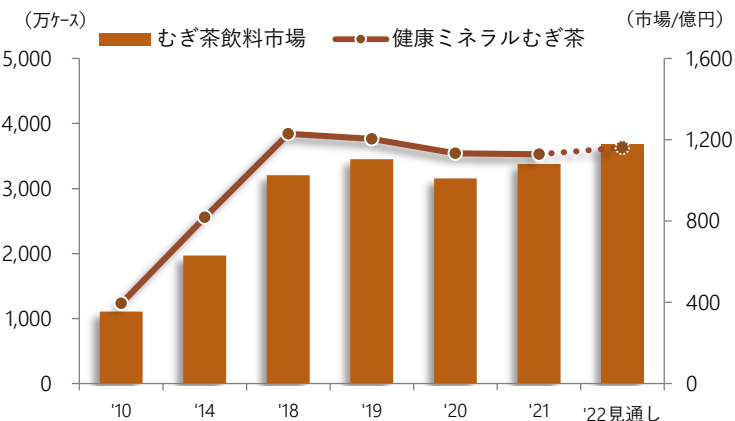


アフターコロナもお茶を通じたコミュニケーションで様々な縁をつなぐ

むぎ茶飲料

お客様の健康的な毎日の生活をサポート

○むぎ茶飲料市場の状況



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

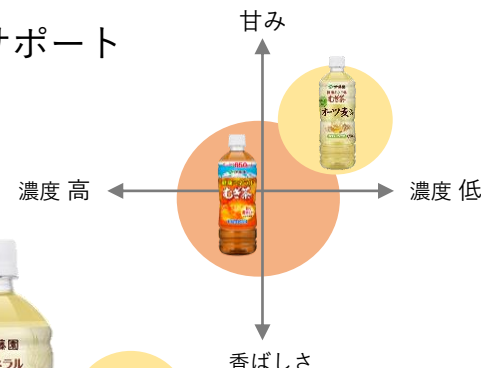
定番

健康ミネラルむぎ茶

「こぼしい香りと甘いコク」
ゴクゴク飲めるおいしさ
無糖のスポーツ飲料※
オールシーズンミネラル補給



リーフ連動販売でブランド強化



新

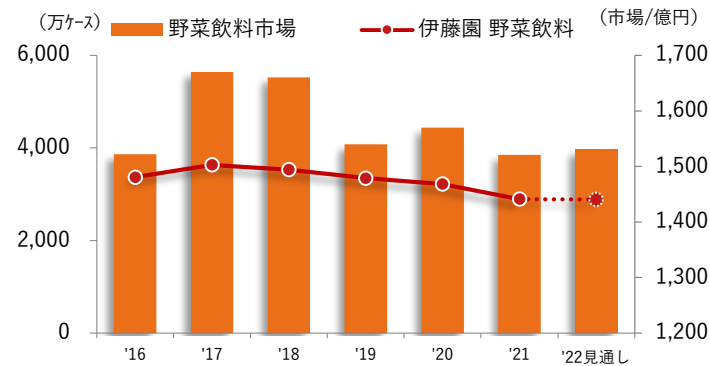
健康ミネラルむぎ茶 オーツ麦ブレンド

「やわらかな香りと甘み」
さっぱり飲めるおいしさ

※健康ミネラルむぎ茶のミネラルとは、リン・マンガン・ナトリウムのことです。

野菜飲料

○野菜飲料市場の状況



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

「1日分の野菜」ブランド強化



「青汁」の育成 認知強化

青汁無糖飲料販売数量
無糖、糖質・カロリーゼロで



5年で **5倍** に伸長(※)
栄養機能食品

※伊藤園 (2021年 対 2017年/販売金額)

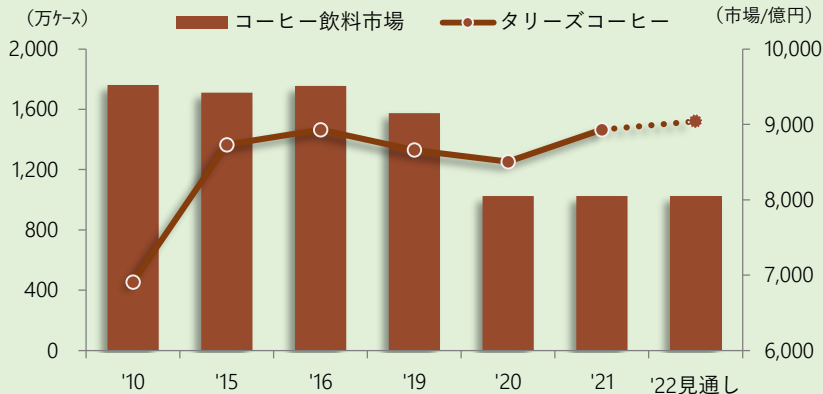
野菜で手軽に健康サポート 新たに「野菜食育資格制度」発足





コーヒー飲料

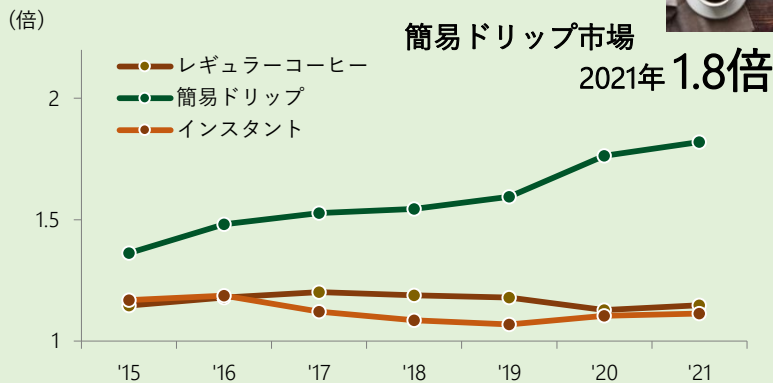
○コーヒー飲料市場の状況



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

ドリップシリーズ THE BARISTA'S ROAST

○家庭用コーヒー市場 成長率の推移 (成長率: 2010年を1とした場合の成長率)



※資料 伊藤園 (市場: 各年1~12月/販売金額)

ドリンク製品ラインアップ拡充

TULLY'S COFFEE BARISTA'S

BLACK
390ml
ボトル缶



前年比
+ 10%

無糖LATTE
370ml
ボトル缶



前年比
+ 70%

伊藤園: 2021年5~4月/販売数量

「日本茶ラテ」



ほうじ茶ラテ 抹茶ラテ

「おうちカフェ」ラインアップ拡充

THE BARISTA'S ROAST

簡易ドリップコーヒー



レギュラーコーヒー (粉)



“おうち時間を楽しむ”
需要拡大

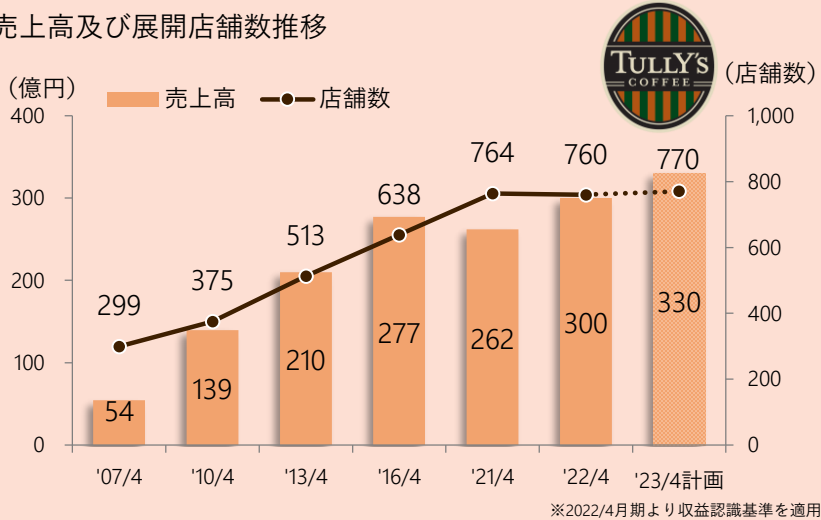


MY HOME
BLACK COFFEE
/微糖 COFFEE

1000ml
屋根型キャップ付紙パック

タリーズコーヒージャパンの状況

売上高及び展開店舗数推移



2022年4月期 販売動向 (2021年5月~2022年4月)

代表的なロケーションの販売状況

都心・交通機関 売上高 + 21%

郊外 売上高 + 22%

※出店月を除いた15ヵ月以上営業している店舗における売上高前年比

コーヒー豆の販売状況

対前年 + 7.2%



2022年5月13日発売
創業25周年記念
タリーズ伝統深煎りコーヒー
「1997 クラシックロースト
フルボディ」

TULLY'S COFFEE 日比谷公園店

2022年5月30日 オープン

タリーズコーヒージャパンとして都立公園に初出店となる店舗



ソフトクリームや
アルコール類等の
限定メニューもあり



取組み

1) ライフスタイルの多様化に合わせて
宅配・物販強化

Uber Eats
Demacan



「カフェオレベース」
リニューアル

2) 生産性向上の推進

- ・新システム全店導入
- ・適切なシフト管理の徹底など



3) TULLY'S ACTION (環境対応)



・HOT/COLD 兼用紙カップ全国展開

・シルバースキン配合紙ストロー展開

減農薬から有機栽培に向けた技術開発

伊藤園が取組む茶農業の技術開発と普及に向けたロードマップ

技術の開発

(リモートセンシング、蒸気防除機)

技術の確立

(茶殻含有堆肥、蒸気防除機製品化)

契約産地での検証

(課題抽出、コストダウン)

契約産地での普及

▶ 現在の取組み

茶殻の肥料化

>茶殻高含有堆肥の製造
飲料工場と契約産地のマッチング



茶殻に含まれる窒素成分を
活かし、循環型肥料

肥料コスト削減と環境負荷低減



蒸気防除機の普及

>蒸気による防除、除草



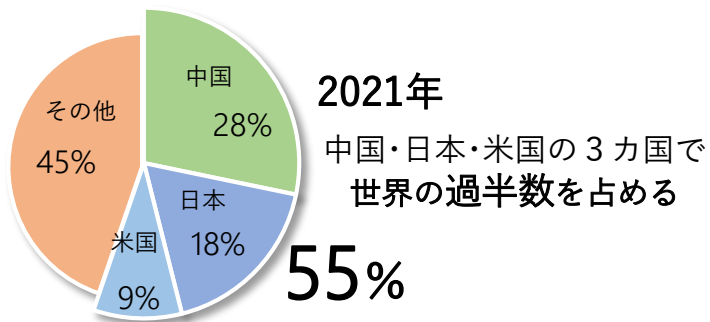
害虫を飛ばし、雑草を枯らす

↓
化学農薬低減⇒減農薬

原料から製品まで「安心・安全・環境配慮」のブランドへ、海外への輸出拡大

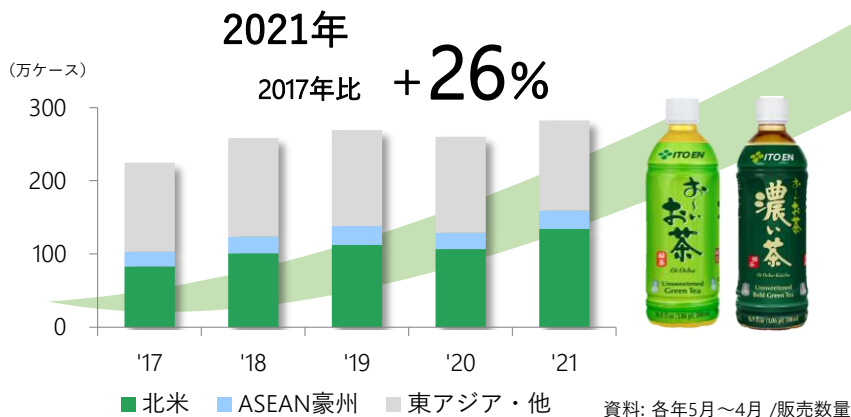
日本の緑茶で世界中の人々に健康的な生活を提案

世界の茶市場 国別構成比



資料：伊藤園(2021年1月-12月/販売金額(米ドル))

海外での「お~いお茶」販売動向



2027年

<重点地域>
北米・中国の基盤強化

<重点課題>

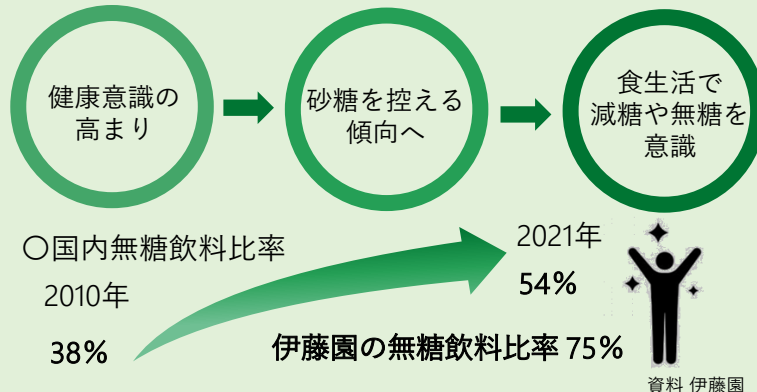
- ・地域に合わせたマーケティング
- ・世界で活躍できる人材育成
- ・現地基準に沿う原料開発
有機栽培、減農薬栽培へ着手

海外売上比率
12%以上



現地に根付くブランドを目指し基盤を強化

世界でも健康意識が減糖・無糖へシフト



お客様の健康的で豊かな生活を実現する「世界のティーカンパニー」へ

新・中長期経営計画

グループ経営理念

お客様第一主義

伊藤園が考えるお客様とは、消費者・株主・販売先・仕入先・金融機関・地域社会の皆様など「伊藤園と関わりを持たれるすべての方々」です。

ミッション

健康創造企業

お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現する

ビジョン

世界のティーカンパニー

茶スペシャリストとして世界の茶文化とつながり、おいしさと価値を広く伝える

グローバル

×

価値創造

×

ユニーク

世界中で飲まれている茶を進化させ、世界中の人々の心身ともに健やかな生活を支える。

茶で培った知見を活かし、健康と持続可能な社会に貢献する価値を創出する。

農業から資源循環まで、伝統と先端技術を融合させる独自性のある唯一無二の企業に。

新・中長期経営計画のフレーム

お客様第一主義

健康創造企業

世界のティーカンパニー戦略

新・中長期経営計画（2023年4月期～2027年4月期）

5つの重点戦略



国内既存事業の盤石化

- ・ 国内で圧倒的No.1ティーカンパニーの地位を確立
- ・ 健康訴求を中心としたブランド価値の向上、お客様との接点強化



「お〜いお茶」のグローバル化

- ・ 「お〜いお茶」を米国や中国をはじめとする各国の食文化との融合により日常生活へ浸透



新たな事業の創出

- ・ 食や生活への新しい価値の提供
- ・ 茶の機能性、茶事業で培った技術や繋がり活用



経営基盤の強化

- ・ 伊藤園グループのシナジー強化
- ・ 人材育成、研究開発、DXの強化推進



サステナビリティ経営の推進

- ・ 伊藤園らしい事業活動を通じた、消費者、地域社会、農業、地球環境の課題解決への貢献
- ・ 100年企業に向けた持続的な成長

定量目標

成長に対する考え方

- ✓ 収益性重視
- ✓ 利益・シェア向上のための持続的成長
- ✓ 株主資本利益率の向上

2022年4月期

営業利益率 4.7%
ROE 8.2%
総還元性向 44.5%
海外売上比率 10%

2025年4月期

営業利益率 6%
ROE 10%以上
総還元性向 40%維持
海外売上比率 11%以上

2027年4月期

営業利益率 7%
ROE 10%以上
総還元性向 40%維持
海外売上比率 12%以上

連結売上高の5ヵ年平均伸長率 3%以上

事業投資 5年間累計キャッシュフロー

キャッシュイン

営業キャッシュフロー
1,500 億円以上

キャッシュアウト

事業投資 700 億円
有利子負債の返済 400 億円
株主還元 350 億円以上

お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現 唯一無二の永続企業を目指す

7つのマテリアリティ

食生活と健康



R&Dの拡充 緑茶・抹茶の健康性認知度向上

- 健康フォーラム等による啓発活動
- 産官学連携の研究者ネットワーク構築
- 特保・機能性表示製品の拡大

健康

国内農業



本物のおいしさを茶畑から

- 各製品に最適化した専用原料の開発
- お客様のニーズに添う製法・資材の進化
- 減農薬、有機栽培に向けた技術開発
- 安心・安全、環境配慮のブランドイメージ

技術

地域社会・ コミュニティ



リアルとDXを通じた お客様との双方向コミュニケーション

- Z世代を中心とする若者・女性客
- お客様の興味・特性に応じたサービスの提供

コミュニ
ケーション



環境

循環型ビジネスモデルの進化

- 茶殻リサイクルシステム
- 容器包装の3Rの推進
- 気候変動問題・水資源への対応

環境



多様な人財と全員活躍



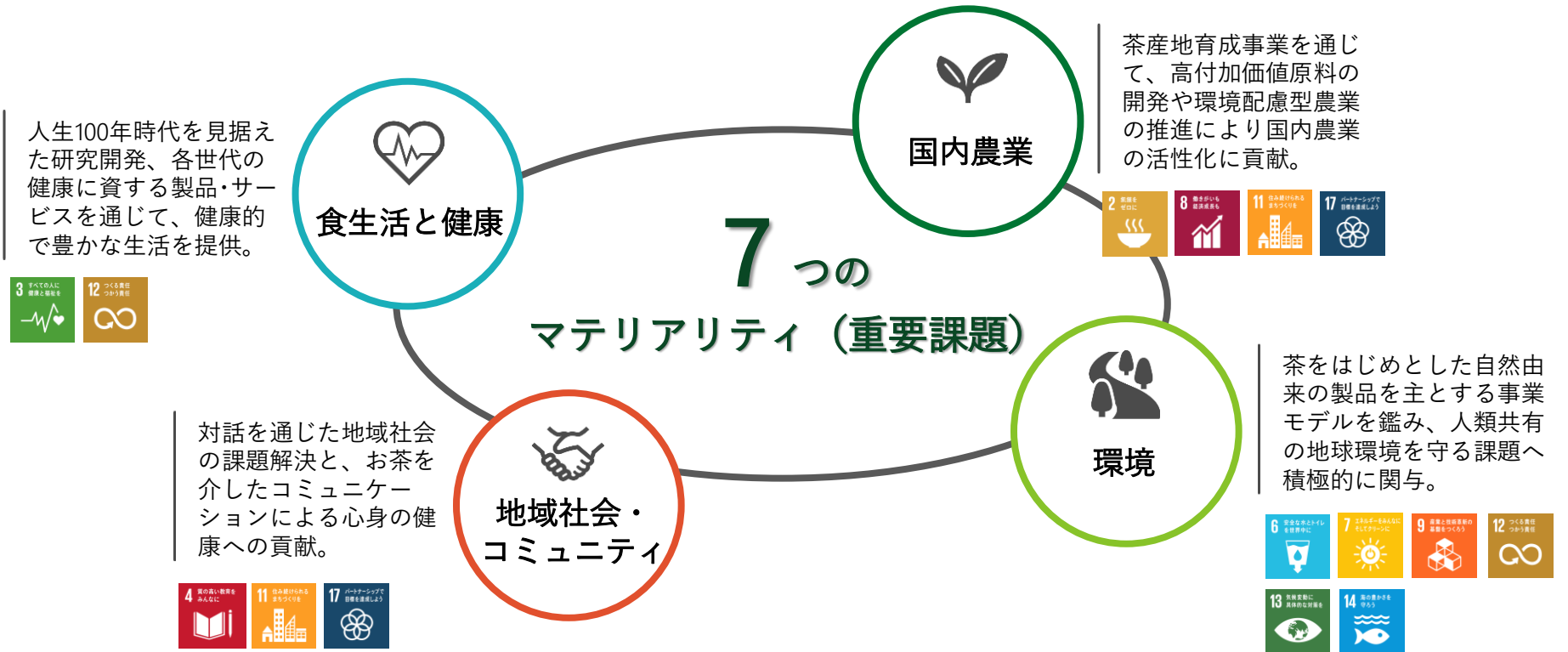
コーポレートガバナンス



サプライチェーン

参考資料

サステナビリティ経営の推進



**多様な人財と
全員活躍**

バリューチェーンにおける全ての人々の人権を尊重し、全社員が健康でいきいきと活躍する組織づくり。

**コーポレート
ガバナンス**

サステナビリティ経営の推進と実践で、環境・社会課題への対応とリスク管理を強化し、企業価値を向上する。

**サプライ
チェーン**

持続的なパートナーシップにより、社会・環境課題の解決と双方の持続的な収益の両立を実現する。

参考：製品ライフサイクルを通じた取組み

「茶畑から茶殻、空き容器まで」の循環型モデルを他製品カテゴリーへ拡大

製品開発	緑茶製品	むぎ茶製品	コーヒー製品	野菜飲料製品
<p>製品開発コンセプト 「自然・健康・安全・良いデザイン・おいしい」</p> <p>原料調達 原料開発 持続可能な農業</p>	<p>緑茶製品</p>  <ul style="list-style-type: none"> 国産茶葉100% 茶産地育成事業GAP認証100%取得(※) 飲料製品専用茶葉の開発  <p>(※) グローバルGAP, JGAP, ASIAGAPのいずれかを取得</p>	<p>むぎ茶製品</p>  <ul style="list-style-type: none"> 製品の品質に適した原料大麦の調達 	<p>コーヒー製品</p>  <ul style="list-style-type: none"> DLTC社の自社農園(コスタリカ) レインフォレスト・アライアンス認証取得 	<p>野菜飲料製品</p>  <ul style="list-style-type: none"> 専用原料にんじん「朱衣」の栽培、モロヘイヤ、大麦若葉の栽培 
<p>製造物流</p> <p>特色ある製造技術 ファブレス方式</p>	<ul style="list-style-type: none"> 原料茶葉の香りと味わいを高める鮮度火入れ ナチュラル・クリアー製法、 自然抽出・フレッシュ製法 急須式抽出機 	<ul style="list-style-type: none"> やかん品質(熱風焙煎、媒体焙煎) 	<ul style="list-style-type: none"> 焼きたて 挽きたて 淹れたて 	<ul style="list-style-type: none"> ナチュラルスイート製法等 
<p>営業販売</p> <p>独自の販売手法</p>	<ul style="list-style-type: none"> 飲料とリーフの連動販売 ティーテイスター活動 	<ul style="list-style-type: none"> 飲料とリーフの連動販売 	<ul style="list-style-type: none"> 飲料や簡易ドリップ、ショップの連動展開 	<ul style="list-style-type: none"> 飲料と青汁粉末の連動販売
<p>環境</p> <p>資源循環の取組み等</p>	<ul style="list-style-type: none"> ボトルtoボトル ペットボトルの軽量化 茶殻リサイクルシステム 	<ul style="list-style-type: none"> ペットボトル軽量化 むぎ茶殻リサイクル 	<ul style="list-style-type: none"> シルバースキンリサイクル 	<ul style="list-style-type: none"> アルミレス紙パック飲料容器 生分解性ECOストロー 

参考：中長期環境目標

コミットメント：自然由来の製品を主として事業活動を営む企業として、地球環境課題に取り組む

取組み テーマ	気候変動	水資源	容器包装	廃棄物削減/ 資源循環の推進
KPI	<p>CO2排出量削減目標 2030年度(対'18年度) Scope1+2 : 50%削減 Scope3 : 20%削減 2050年度 カーボンニュートラル</p>	<p>水使用量原単位(※) 2030年度(対'18年度) 16%削減</p> <p>(※) 原単位：生産1kℓ当りの水 使用量</p>	<p>ペットボトルに使用する リサイクル素材等 (※) の割合 2030年度 : 100%</p> <p>(※) 生物由来素材含む</p>	<p>廃棄物の削減 食品リサイクル率 90%以上</p>
取組み 内容	<ul style="list-style-type: none"> • 電動車の導入推進 ハイブリッド、プラグイン ハイブリッド、電気自動車、 燃料電池車 • 再エネ電力100% 太陽光設備の導入、LEDや 再エネ電力購入等 • TCFD提言に基づく 分析・開示 	<ul style="list-style-type: none"> • 製造工程における 水使用量の削減 NS (※) システムにおける 殺菌水の削減と水の循環利 用、NSシステムの比率拡大 • 水源地保全活動の推進 <p>(※) Non-Sterilant (ノン・ステリラン ト=殺菌剤を使用しない) の略</p>	<ul style="list-style-type: none"> • リサイクル材等 の安定調達 (品質・価格・回収量) • 環境に配慮した 製品づくりの推進 アルミレス紙パック飲 料、ラベルレス製品 等 • 3R(リデュース、リ ユース、リサイクル) +クリーンの推進 	<ul style="list-style-type: none"> • 茶殻リサイクル システム (※) <p>畳、建材、樹脂製品、紙 製品など総計100種類の 茶殻リサイクル製品</p> <p>(※) 茶系飲料の製造過程で排出される茶 殻を、含水のまま工業製品の原材料 に使用する独自技術</p>

2022年4月期の総括

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響、最盛期夏場の天候不順が影響し売上は一時低迷。
- 一方、ウィズコロナ・アフターコロナ下でも行動制限自粛緩和による人流回復、健康志向の高まりや生活スタイルの変化により、無糖飲料比率が上昇、茶系飲料や機能性表示食品・リーフ製品が堅調に推移した。
- 業務改善と総コスト削減など収益改善への取組により利益は確保。
- タリーズコーヒーは前年の新型コロナウイルス感染症拡大による影響の反動、人流回復による店舗売上増加により前年を大きく上回った。
- 米国事業におけるITO EN(North America)INC.は売上が増加したものの、サプライチェーンの混乱による海上運賃・国内運送費の上昇により、利益は悪化。

伊藤園（単独）

+1.6%

参考：
前年 2021年4月期 **△6.6%**

(※) 収益認識基準適用前 対前年増減率

タリーズコーヒー・ジャパン

+14.2%

参考：
前年 2021年4月期 **△20.1%**

(※) 収益認識基準適用前 対前年増減率

米国事業

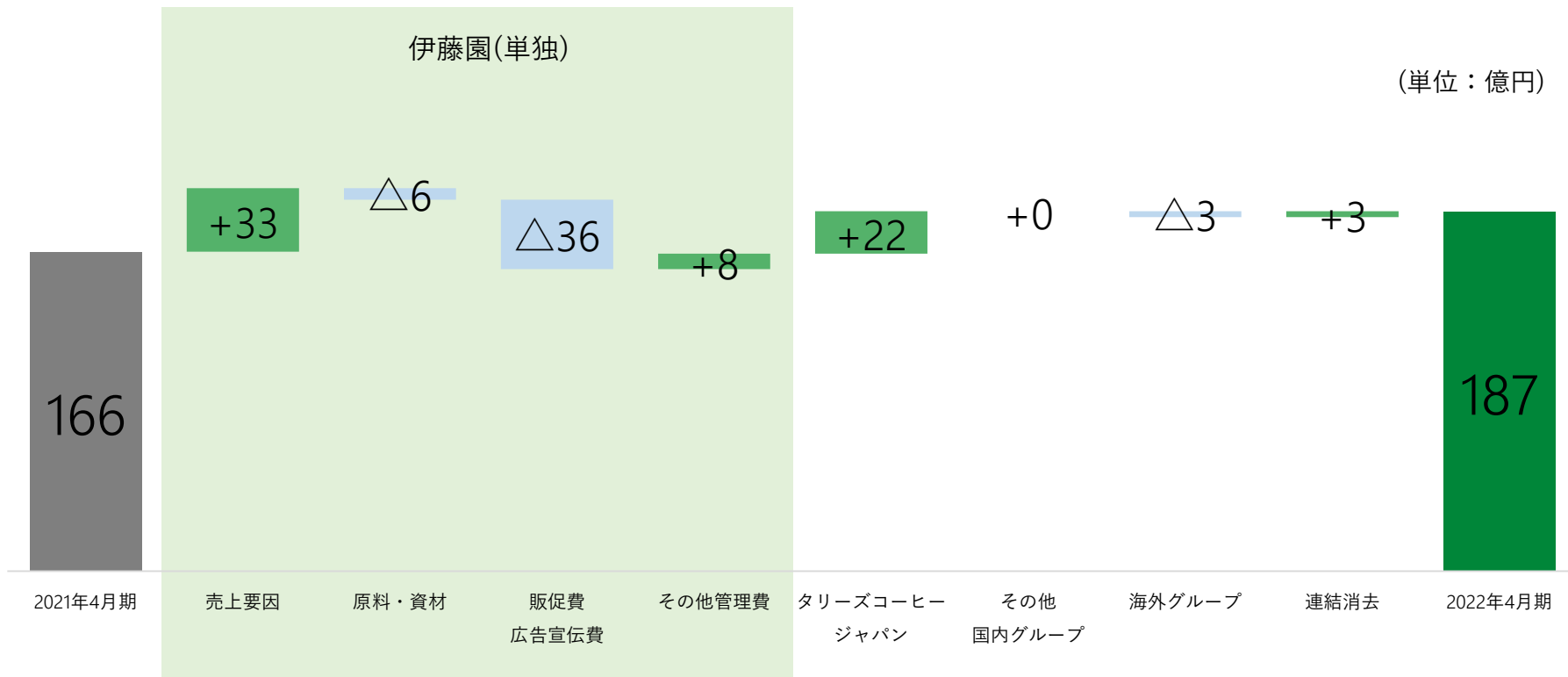
+14.1%

参考：
前年 2021年4月期 **△0.9%**

(※) 米ドルベース

2022年4月期 実績（連結） 営業利益増減の主な要因

売上回復、及び原料・資材高騰への対応や収益改善への取組により、利益を確保

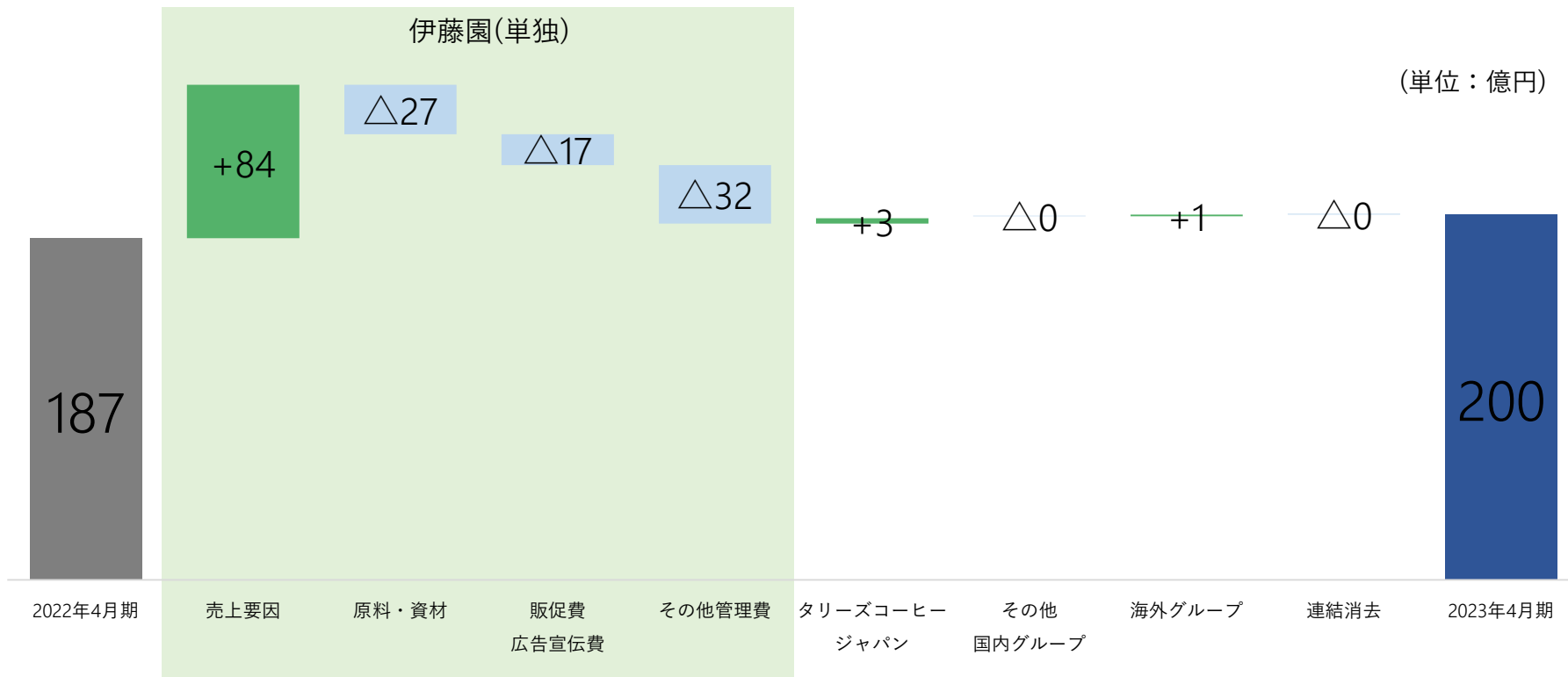


伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|-----------------|-----|------------------|-----|
| ・売上増加による影響 | +27 | ・原料・資材の高騰による影響 | △6 |
| ・容器構成及び製品構成等の変化 | +6 | ・売上増加の影響による販促費増加 | △35 |

2023年4月期 計画（連結） 営業利益増減の主な要因

原料・資材高騰の一方、売上増加及び総コスト削減にて利益増加を計画



伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|------------------|------|-------------------|-----|
| • 売上増加による影響 | + 70 | • 原料・資材の高騰による影響 | △27 |
| • 容器構成及び製品構成等の変化 | + 14 | • 売上増加の影響による販促費増加 | △11 |

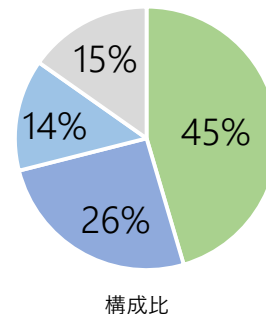
参考：伊藤園（単独）の状況

伊藤園単独 カテゴリー別販売実績

(単位:万ケース)

通期(5月-4月) 飲料販売数量	2022年4月期			2023年4月期		
	実績	構成比	増減率	計画	構成比	増減率
飲料(ドリンク)	21,525	100.0%	-0.3%	22,013	100.0%	2.3%
茶系飲料 計	14,928	69.4%	-0.0%	15,300	69.5%	2.5%
日本茶	13,589	63.1%	2.5%	13,952	63.4%	2.7%
中国茶	868	4.0%	-25.7%	819	3.7%	-5.6%
その他	470	2.2%	-6.8%	528	2.4%	12.3%
野菜飲料	2,937	13.6%	-9.8%	2,929	13.3%	-0.3%
コーヒー飲料	1,664	7.7%	10.8%	1,682	7.6%	1.1%
ミネラルウォーター	664	3.1%	0.9%	640	2.9%	-3.6%
炭酸飲料	401	1.9%	6.4%	487	2.2%	21.3%
果実飲料	439	2.0%	10.1%	414	1.9%	-5.5%
その他飲料	489	2.3%	6.5%	558	2.5%	14.2%

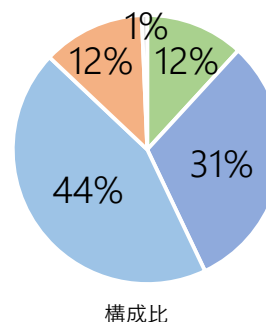
伊藤園単独 チャネル別構成比



	2022年4月期	
	構成比対前年	売上増減率
スーパー	△ 1 pt	+ 0 %
C V S	△ 0 pt	- 0 %
自動販売機	△ 0 pt	+ 1 %
その他	+ 1 pt	+ 10 %

金額ベース

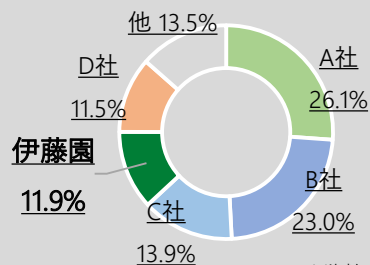
伊藤園単独 飲料容器別実績



	2022年4月期		
	実績	構成比対前年	売上増減率
飲料販売数量	21,525	-	- 0 %
缶	2,545	+ 0 pt	+ 3 %
大型PET	6,697	△ 1 pt	- 2 %
小型PET	9,493	+ 1 pt	+ 1 %
紙パック	2,647	△ 0 pt	- 2 %
その他	142	△ 0 pt	- 5 %

単位:万ケース

参考：2021年 飲料業界シェア



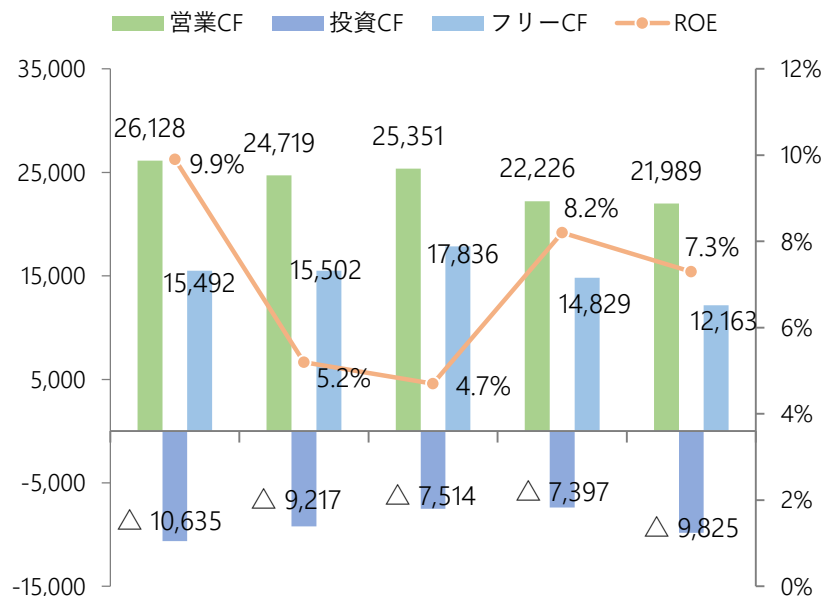
連結貸借対照表 (前年同月比較)

(単位:百万円)

	2021年4月末	2022年4月末	増減額
流動資産	223,880	223,278	△ 602
現金及び預金	109,430	96,571	△ 12,859
売上債権・棚卸資産	98,570	112,333	13,763
有形固定資産	78,099	74,490	△ 3,609
土地	22,060	22,837	777
リース資産	12,206	8,268	△ 3,938
その他	43,833	43,385	△ 448
無形固定資産	8,335	8,249	△ 86
のれん	4,625	3,594	△ 1,031
投資その他資産	22,749	22,340	△ 409
資産合計	333,065	328,359	△ 4,706
流動負債	93,548	76,796	△ 16,752
買掛金等	29,999	30,365	366
短期借入金	25,004	2,897	△ 22,107
リース債務	2,966	2,371	△ 595
未払法人税等	3,453	4,948	1,495
固定負債	86,459	88,549	2,090
社債	10,000	10,000	-
長期借入金	55,858	58,917	3,059
リース債務	5,023	4,199	△ 824
負債合計	180,007	165,346	△ 14,661
純資産合計	153,057	163,012	9,955

連結キャッシュ・フローの推移

(百万円)



(単位:百万円)	'19/4	'20/4	'21/4	'22/4	'23/4計画
設備投資額	10,006	9,990	7,199	7,511	9,648
減価償却費	6,735	7,022	7,255	7,246	7,482
リース償却費	6,675	6,081	5,171	4,035	3,085
リース債務(返済)	△ 6,514	△ 4,679	△ 3,691	△ 2,732	△ 2,271

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	'21/4	45.6%
	'22/4	49.2%



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。