

2021年4月期

決算説明会資料

2021年6月 株式会社 伊藤園



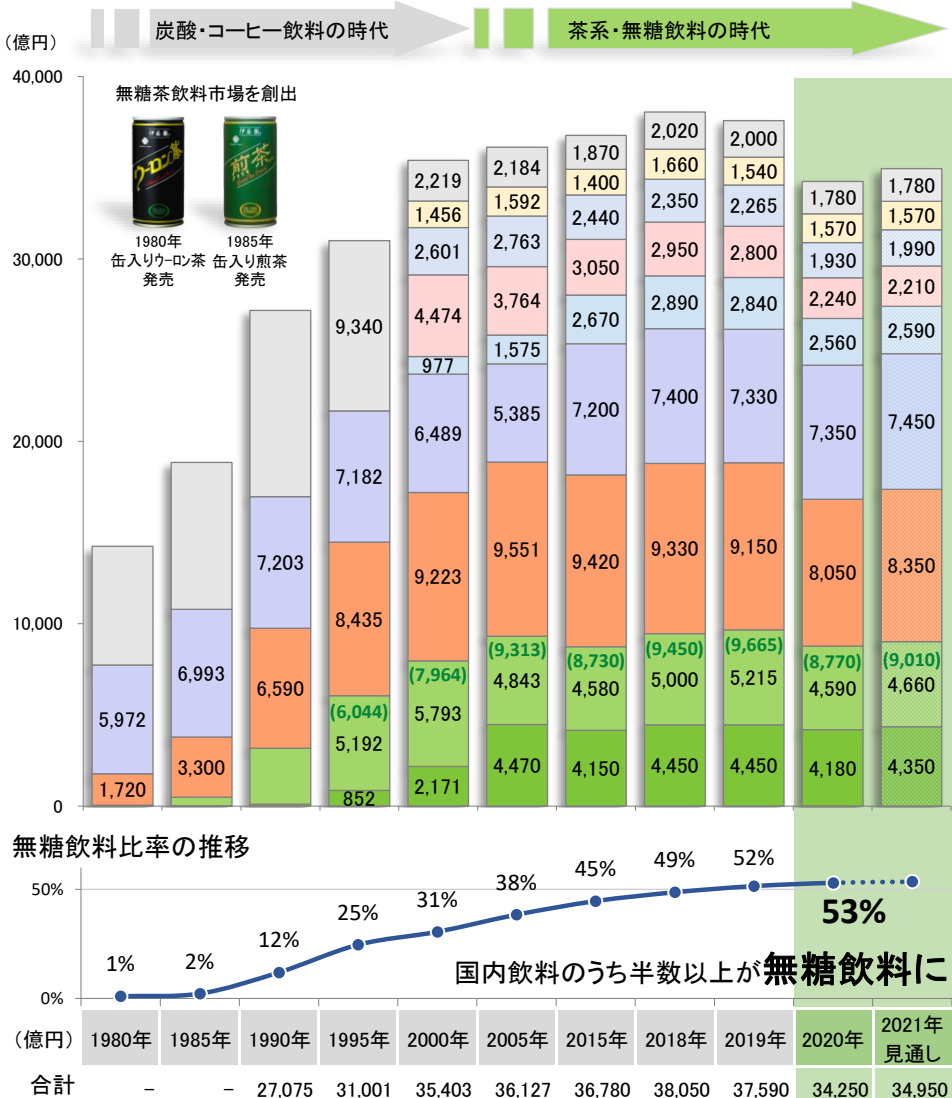
自然が好きです。

1. 国内飲料市場と当社業績 新型コロナウイルス感染症の影響	…P.3
2. 2022年4月期 計画 収益認識基準の適用	…P.8
3. マーケティング・事業戦略	…P.12
4. 参考資料	…P.26

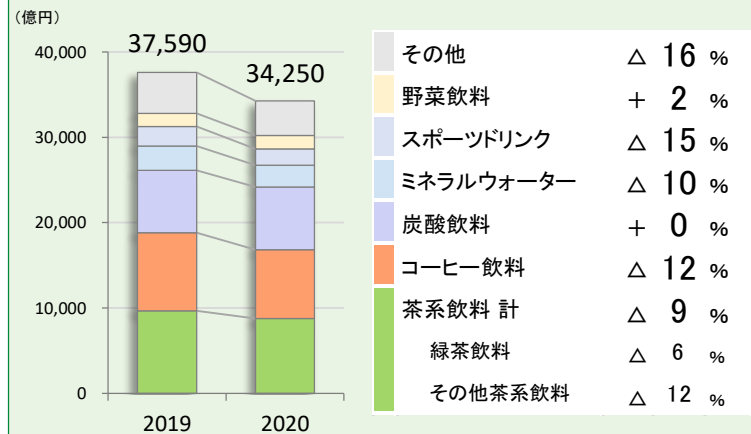
1. 国内飲料市場と当社業績

国内飲料市場の動向

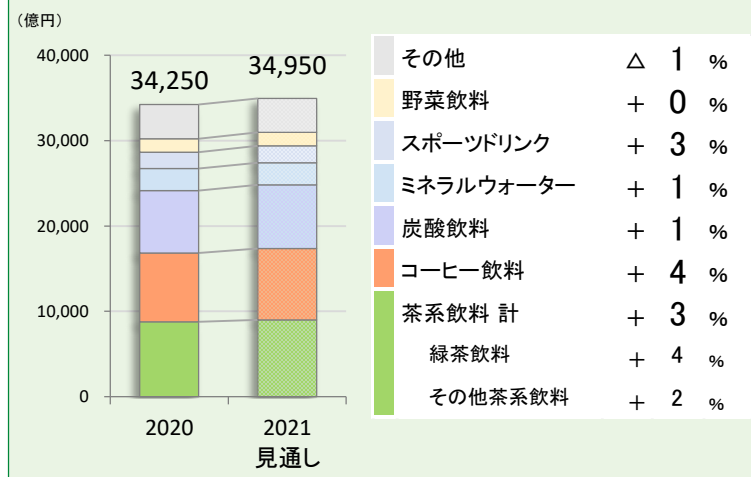
飲料市場の推移(暦年・金額ベース)



2020年(1月-12月) 前年比△9%



2021年(1月-12月) 前年比+2%(見通し)

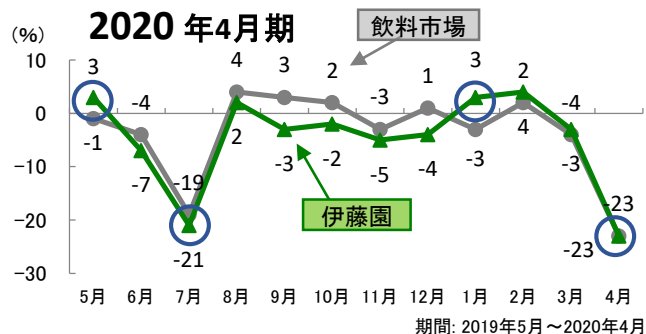
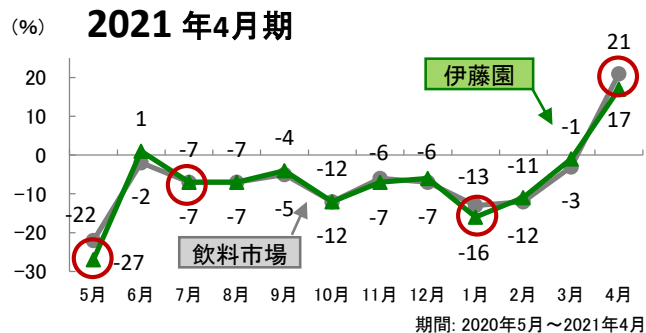


健康価値を重視する飲料が堅調。2021年もトレンドは変わらない見込み

資料: 伊藤園

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

- 2020年 5月 下旬に緊急事態宣言の解除
- 7月 記録的豪雨・長梅雨
- 2021年 1月 初詣など年始行事の自粛
- 緊急事態宣言の発出(2回目)
- 4月 緊急事態宣言の発出(3回目)

資料: 伊藤園

伊藤園(単独) 飲料事業

2021年4月期 実績		構成比	増減率
飲料事業売上高	3,137億円	100.0 %	△ 7.5 %
茶系飲料 計	2,011億円	64.1 %	△ 7.8 %
日本茶・健康茶	1,826億円	58.2 %	△ 5.5 %
中国茶	146億円	4.7 %	△ 15.1 %
紅茶	38億円	1.2 %	△ 50.0 %
野菜飲料	436億円	13.9 %	△ 0.8 %
コーヒー飲料	344億円	11.0 %	△ 5.6 %
ミネラルウォーター	77億円	2.5 %	△ 17.5 %
炭酸飲料	99億円	3.2 %	△ 11.3 %
その他飲料	168億円	5.4 %	△ 16.4 %

2021年4月期 無糖飲料比率 **75%**

製品開発コンセプト:「自然・健康・安全・おいしい・良いデザイン」

※ 収益認識基準適用前

2021年4月期実績

通期(2020年5月～2021年4月)

	2020年4月期 実績		2021年4月期 実績			
		構成比		構成比	増減率	
連 結	売上高	483,360	100.0%	446,281	100.0%	-7.7%
	売上総利益	232,755	48.2%	215,003	48.2%	-7.6%
	販売手数料	80,537	16.7%	74,313	16.7%	-7.7%
	広告宣伝費	11,206	2.3%	9,808	2.2%	-12.5%
	運送費	14,651	3.0%	13,833	3.1%	-5.6%
	減価償却費	10,957	2.3%	10,207	2.3%	-6.8%
	販売費及び一般管理費	212,814	44.0%	198,327	44.4%	-6.8%
	営業利益	19,940	4.1%	16,675	3.7%	-16.4%
	経常利益	19,432	4.0%	17,029	3.8%	-12.4%
	特別損益	△ 5,064	-	△ 3,634	-	-
	当期純利益	7,793	1.6%	7,011	1.6%	-10.0%

	2020年4月期 実績		2021年4月期 実績			
		構成比		構成比	増減率	
単 独	売上高	377,787	100.0%	352,732	100.0%	-6.6%
	売上総利益	180,977	47.9%	169,621	48.1%	-6.3%
	営業利益	16,626	4.4%	15,759	4.5%	-5.2%
	経常利益	18,142	4.8%	17,565	5.0%	-3.2%

(単位:百万円)

	上段:売上高 下段:営業利益	2020年4月期 実績		2021年4月期 実績	
			増減率		増減率
グ ル ー プ 会 社	国内グループ	102,885	91,732	-10.8%	
		3,196	13	-99.6%	
	タリーズ コーヒー	32,811	26,215	-20.1%	
		1,725	△ 1,374	-	
	チチャス	14,251	13,897	-2.5%	
		410	702	71.4%	
	海外グループ	36,282	35,355	-2.5%	
		1,617	1,864	15.3%	
	米国事業	30,971	30,068	-2.9%	
		654	717	9.7%	
		285,736千ドル	283,135千ドル	-0.9%	
		6,034千ドル	6,758千ドル	12.0%	
その他 海外事業	5,311	5,286	-0.5%		
	963	1,146	19.1%		
連結消去	△ 33,595	△ 33,538	-		
	△ 1,500	△ 962	-		

為替レート(米ドル) 108.39 106.20 (期中平均)

売上高への主な影響 [第4四半期実績(2021年2月~4月)]

伊藤園(単独)

2021年2月~4月

+1.7%

参考: 前年 2020年2月~4月

△8.5%

自宅を起点とした働き方の定着

- 都心部を中心としたコンビニエンスストアへの来店機会低迷
- 人出の増減により、自動販売機の売上影響は一層顕著に
- おうち需要として家庭用のリーフ(ティーバッグ)などへの関心が高まる

全国的な新規感染者(重症者)の再拡大

- 政府より「まん延防止等重点措置」「緊急事態宣言」が発出

※まん延防止等重点措置 期間: 4月20日~

※緊急事態宣言 期間: 1月7日~3月21日、4月25日~

タリーズコーヒージャパン

2021年2月~4月

+22%

参考: 前年 2020年2月~4月

△34%

都心・交通機関への出店ロケーションに強みを持つ一方で、当該エリアにおける緊急事態宣言による休業・時短営業の影響大

	2月	3月	前年4月	4月
売上高 対前年増減率	△ 25%	+ 13%	△ 75%	+ 212%
休業店舗比率(月末時点)	1%	1%	76%	11%
時短店舗比率(月末時点)	24%	22%	21%	35%

2020年4月末時点

緊急事態宣言対象区域
全都道府県

2021年4月末時点

緊急事態宣言対象区域 **4都府県**

まん延防止等重点措置対象区域 **7県**



2. 2022年4月期 計画

2022年4月期 計画

通期計画(2021年5月～2022年4月)

	2021年4月期 実績		2022年4月期 計画			
		構成比		構成比	増減率	
連 結	売上高	446,281	100.0%	472,300	100.0%	5.8%
	売上総利益	215,003	48.2%	228,400	48.4%	6.2%
	販売手数料	74,313	16.7%	77,894	16.5%	4.8%
	広告宣伝費	9,808	2.2%	11,079	2.3%	13.0%
	運送費	13,833	3.1%	14,101	3.0%	1.9%
	減価償却費	10,207	2.3%	9,608	2.0%	-5.9%
	販売費及び一般管理費	198,327	44.4%	208,400	44.1%	5.1%
	営業利益	16,675	3.7%	20,000	4.2%	19.9%
	経常利益	17,029	3.8%	19,800	4.2%	16.3%
	特別損益	△ 3,634	-	△ 1,300	-	-
	当期純利益	7,011	1.6%	12,800	2.7%	82.5%

	2021年4月期 実績		2022年4月期 計画			
		構成比		構成比	増減率	
単 独	売上高	352,732	100.0%	370,000	100.0%	4.9%
	売上総利益	169,621	48.1%	178,400	48.2%	5.2%
	営業利益	15,759	4.5%	17,000	4.6%	7.9%
	経常利益	17,565	5.0%	17,600	4.8%	0.2%

(単位:百万円)

	2021年4月期 実績		2022年4月期 計画	
				増減率
グ ル ー プ 会 社	上段:売上高	91,732	98,918	7.8%
	下段:営業利益	13	2,501	18287.8%
	国内グループ	26,215	31,500	20.2%
	タリーズ コーヒー	△ 1,374	1,000	-
	チチャス	13,897	13,610	-2.1%
		702	680	-3.2%
	海外グループ	35,355	37,643	6.5%
		1,864	2,285	22.5%
	米国事業	30,068	32,204	7.1%
		717	1,124	56.6%
		283,135千ドル	298,191千ドル	5.3%
		6,758千ドル	10,410千ドル	54.0%
	その他 海外事業	5,286	5,439	2.9%
		1,146	1,161	1.2%
	連結消去	△ 33,538	△ 34,261	-
	△ 962	△ 1,786	-	

為替レート(米ドル)

106.20

108.00 (期中平均)

(※)収益認識基準適用前

収益認識基準の適用

2022年4月期より収益認識基準を適用

「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を、2022年4月期より適用。

適用に伴う業績の主な影響

従来の日本基準		収益認識基準
売上高	売上控除	売上収益(※)
売上総利益		変動対価
販売費および一般管理費		売上総利益
販売手数料		販売費および一般管理費
変動対価		販売手数料
営業利益		営業利益
経常利益		経常利益

販売促進費のうち、リベートにあたる販売促進費(変動対価)を売上高より控除

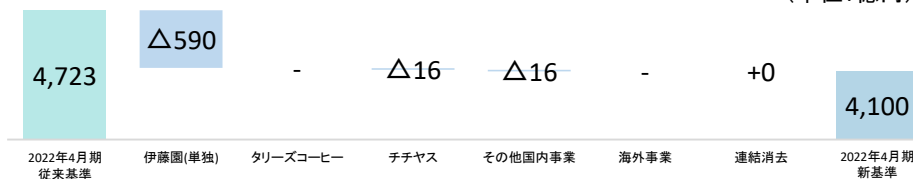
(※)収益認識基準の適用にあたり、「売上高」の表示を「売上収益」へ変更

2022年4月期 計画(従来基準対新基準)

	2022年4月期 通期計画	従来基準	新基準(収益認識)	
			新基準(収益認識)	影響額
連	売上高	4,723億円	4,100億円	△623億円
	売上総利益	2,284億円	1,661億円	△623億円
	販売手数料	778億円	2億円	△776億円
	その他	1,305億円	1,458億円	+153億円
	販売費及び一般管理費	2,084億円	1,461億円	△623億円
結	営業利益	200億円	200億円	-
	経常利益	198億円	198億円	-
	当期純利益	128億円	128億円	-

収益認識基準の適用に伴う売上収益(売上高)の増減イメージ

(単位:億円)



2022年4月期 計画(新基準)

通期計画(2021年5月～2022年4月)

(単位:百万円)

	従来基準		新基準 (収益認識)		影響額
		構成比		構成比	
売上収益	472,300	100.0%	410,000	100.0%	△62,300
売上総利益	228,400	48.4%	166,100	40.5%	△62,300
販売手数料	77,894	16.5%	269	0.1%	△77,625
広告宣伝費	11,079	2.3%	11,079	2.7%	-
運送費	14,101	3.0%	14,101	3.4%	-
減価償却費	9,608	2.0%	9,608	2.3%	-
販売費及び一般管理費	208,400	44.1%	146,100	35.6%	△62,300
営業利益	20,000	4.2%	20,000	4.9%	-
経常利益	19,800	4.2%	19,800	4.8%	-
特別損益	△1,300	-	△1,300	-	-
当期純利益	12,800	2.7%	12,800	3.1%	-

	従来基準		新基準 (収益認識)		影響額
		構成比		構成比	
売上収益	370,000	100.0%	311,000	100.0%	△59,000
売上総利益	178,400	48.2%	119,400	38.4%	△59,000
営業利益	17,000	4.6%	17,000	5.5%	-
経常利益	17,600	4.8%	17,600	5.7%	-

	従来基準		新基準 (収益認識)		影響額
グループ会社	国内グループ	98,918	95,582	△3,336	
		2,501	2,501	-	
	タリーズ コーヒー	31,500	31,500	-	
		1,000	1,000	-	
	チチャス	13,610	11,931	△1,679	
		680	680	-	
	海外グループ	37,643	37,643	-	
		2,285	2,285	-	
	米国事業	32,204	32,204	-	
		1,124	1,124	-	
		298,191千ドル	298,191千ドル	-	
		10,410千ドル	10,410千ドル	-	
	その他 海外事業	5,439	5,439	-	
		1,161	1,161	-	
	連結消去	△34,261	△34,225	36	
	△1,786	△1,786	-		

為替レート(米ドル)

108.00 (期中平均)

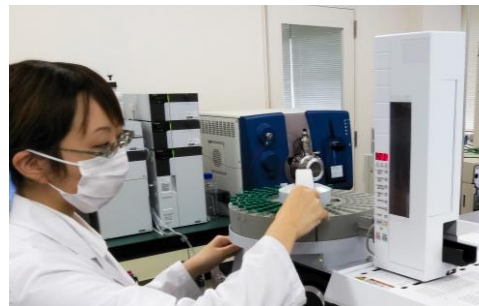
(※)収益認識基準の適用にあたり、「売上高」の表示を「売上収益」へ変更

3. マーケティング・事業戦略

健康で豊かに生きる暮らしをサポート。社会課題の解決に取り組む。



“お茶”をはじめ健康に資する製品の提案



“お茶”の広範な研究開発



“お茶”が持つ価値の啓発活動



社員と家族の健康保持・増進

健康長寿社会の実現に向けてエーザイと業務提携

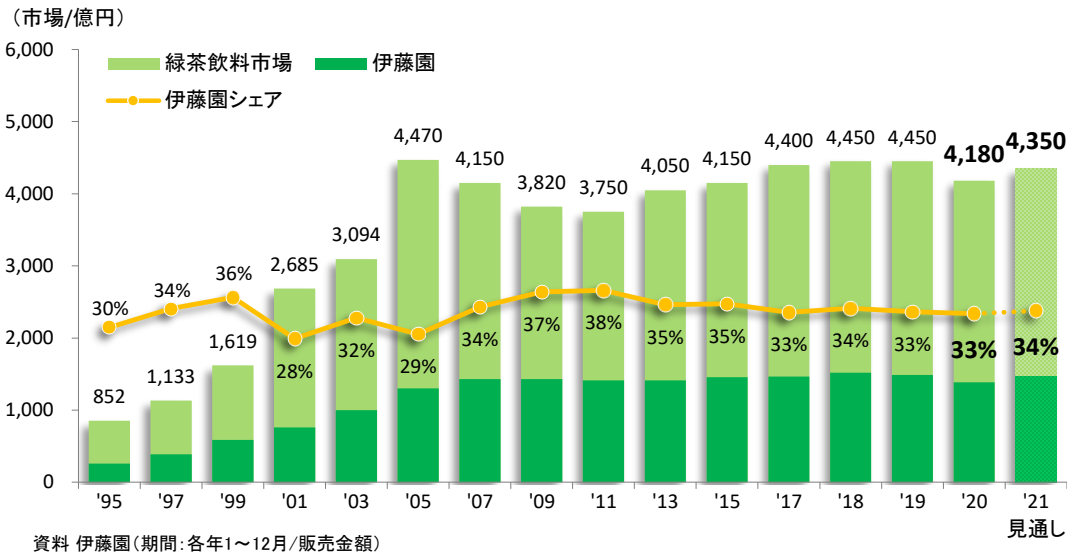


生活者一人ひとりの多様な憂慮を取り除くことをめざすエーザイと健康長寿社会の実現に向けた価値協創を行っていく。

1. ソリューションパッケージの提供
2. 脳の健康に着目した商品セットの提供
3. 伊藤園主催イベント等でブレインパフォーマンスチェック
4. 社員を対象にした健康意識と行動変容の効果検証

「世界のティーカンパニー」に向けて持続的な成長を図るため、今後も社会、お客様、社員に価値を提供し続けることで、皆様に愛される企業を目指します。

緑茶飲料市場の動向



伊藤園が届ける“お茶のチカラ”

- “お茶”の健康性に関する研究実績
- 茶農家との密接な取組みによる高品質原料
- ライフスタイルに合わせた製品展開

2020年 緑茶飲料の販売金額シェア



2020年 緑茶飲料市場のトレンド

茶カテキンなど
緑茶が持つ健康価値への期待が増加

伊藤園の緑茶飲料事業に関する考え方

- 本業 茶畑からお茶の製造・販売まで
- 製品展開 緑茶飲料はお茶の形態の一つ

緑茶飲料シェア No.1 「お~いお茶」売上 No.1

> 「クリアな水色」、「おいしさ」といった端的な言葉だけでは表現できない価値が支える

引き続き伸長を続ける「お~いお茶 濃い茶」

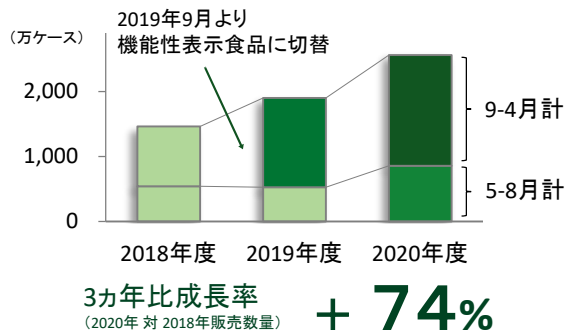
機能性表示食品に切替後、2年目も前年比増加

機能性関与成分

緑茶由来のガレート型カテキン



「お~いお茶 濃い茶」の販売動向



お~いお茶 濃い茶

2020年度 年間販売数量

2,500万ケース突破

※当社販売数量実績

機能性表示食品(飲料)

販売数量 No.1

※インテージSRI+(期間:2020年1月~12月/数量)

機能性表示食品のラインアップ拡充

認知機能の一部である

注意力・判断力の精度を高める

抹茶入り お~いお茶

5月10日発売



525mlPET/151円(税込)

時代にあった容器展開

プラスチック使用量の削減
「軽量化ボトルの採用」

5月17日発売 280mlPET/124円(税込)
6月28日発売 1LPET/248円(税込)



お~いお茶 緑茶「ラベルレス」

5月17日発売 525mlPET/3,628円(税込)

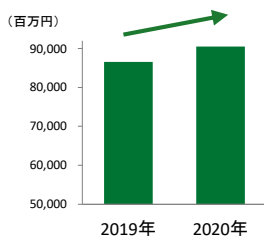


“家庭用”リーフ市場と当社の販売動向

2020年“家庭用”リーフ市場

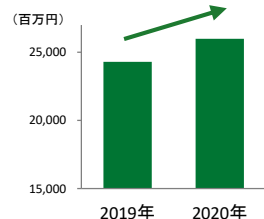
日本茶市場 計

対前年 + 5%



日本茶ティーバッグ市場

対前年 + 7%



※資料 伊藤園(期間: 各年1月~12月/販売金額)

伸長のキーワード:「おうち需要」「お茶の健康性」

2020年 伊藤園のリーフ製品販売動向

日本茶 計

対前年 + 11%

日本茶ティーバッグ

対前年 + 14%



※イメージSCI(期間: 2020年1月~12月/日本茶市場/販売金額)

2020年“家庭用”リーフ市場販売シェア



25.3%

No.1



2.6% 2.4%

■ 伊藤園 ■ A社 ■ B社

※資料 伊藤園(期間: 2020年1月~12月/販売金額)
※イメージSR+ (期間: 2020年1月~12月/日本茶市場/販売金額)

緑茶リーフで“日本初”の機能性表示食品 「一番摘みのお〜いお茶」シリーズ

3月15日、
機能性表示食品にリニューアル後

対前年 **3.4倍**

2020年 2021年
※2021年3~4月計/販売金額

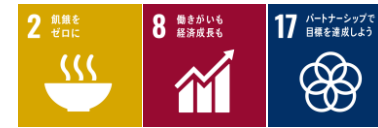


機能性関与成分
緑茶由来のガレート型カテキン

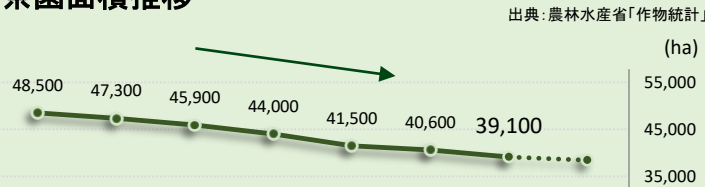
茶原料の持続的な調達に向けて

茶農業の動向と当社の取組み

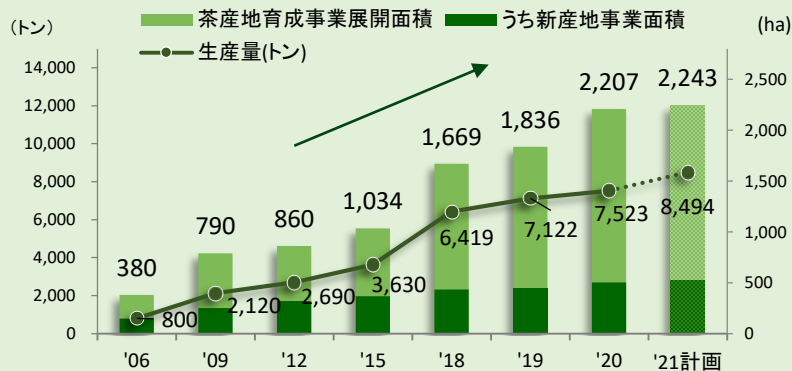
伊藤園独自の持続可能な農業モデル「茶産地育成事業」(1976年～)



日本の茶園面積推移



伊藤園が取組む「茶産地育成事業」



主な特徴

- 耕作放棄地等を茶園に造成 **500 ha以上** (新産地)
- 従業員平均年齢(新産地※1) 約**45歳** (国内平均67.8歳※2)
- 10aあたり労働時間(新産地※3) 約**44時間** (静岡約122時間※4)
- GAP取得率※5 **100%**

※1 各新産地の正社員平均年齢を加重平均したもとの ※2 国内農業従事者(出典:農林水産省) ※3 新産地の一例 ※4 農林水産省「茶をめぐる情勢」 ※5 食の安全や環境保護に取り組む意識に与えられるGAP認証制度には、世界基準である「グローバルGAP」のほか、日本GAP協会が展開する「JGAP」「ASIAGAP」などがあり、ここではこれら3つの認証のうちいずれかを取得した農園を指します。

基本方針

農業に深く関わる企業として

**安心・安全で高品質な緑茶原料の安定調達と
日本農業の課題解決の両立に取り組む**

課題

- 環境と共存する安心・安全な緑茶原料の安定生産
- 雇用の創出と就農者の若返り

▶ これらを技術支援により解決

技術目標

- 有機栽培技術の構築
(減化学肥料、減化学農薬技術、除草、環境対策)
- IT技術、省力化技術
- 複合経営による通年雇用



写真:大分県杵築地区 1カ所で約50haの茶園を造成

茶原料の持続的な調達に向けて

伊藤園が考える理想的な農業

課題を支援・解決できる技術の開発と複合経営を提案。
関係者と協働し、**生産力向上と持続性**を両立する。

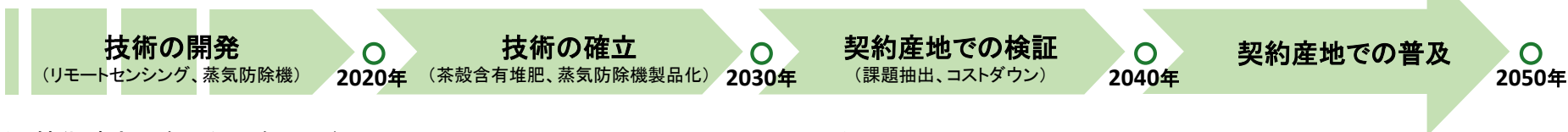


JA全農が推進する「ニッポンエール」と当社の取組み

- 生産者から消費者までのバリューチェーンを商品開発を通じて構築
- 「商品の開発・販売を通じ全国の産地を応援する」、JA全農が取り組むニッポンエールプロジェクト商品の第一弾
- 宮崎県、JA全農、伊藤園が協働し、生産者と消費者を結ぶ架け橋を目指す



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

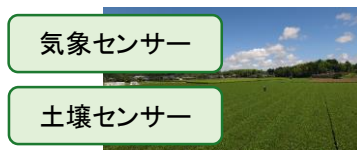


▶ 技術確立に向けた現在の取組み

有機 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



IT AIによる管理作業最適化
 > 気象・土壌センサーなどにより
 茶の生育環境を把握



有機 蒸気防除機の実用化
 > 蒸気による防除、除草



IT 摘採時期の判断
 > リモートセンシングやAI画像解析



▶ 複合経営の提案に向けて

IT 摘採や運搬、計量の自動化。成分評価の自動化
 > 摘採機や運搬のIT化、生葉の自動計量などによる
 省力化と人員不足の解消

複合経営 茶の閑散期に他の農作物生産
 > 通年雇用や事業経営の安定化



茶の栽培 + 大麦若葉などの栽培

複合経営 荒茶工場の汎用化
 > 冬期の収益、償却の短縮



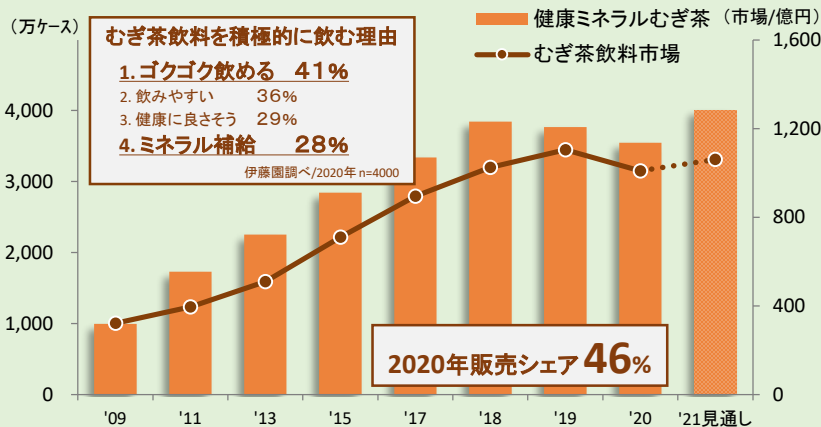
茶の加工 + 野菜の乾燥など

持続可能な農業の推進に貢献していく

むぎ茶飲料

健康ミネラル **むぎ茶**

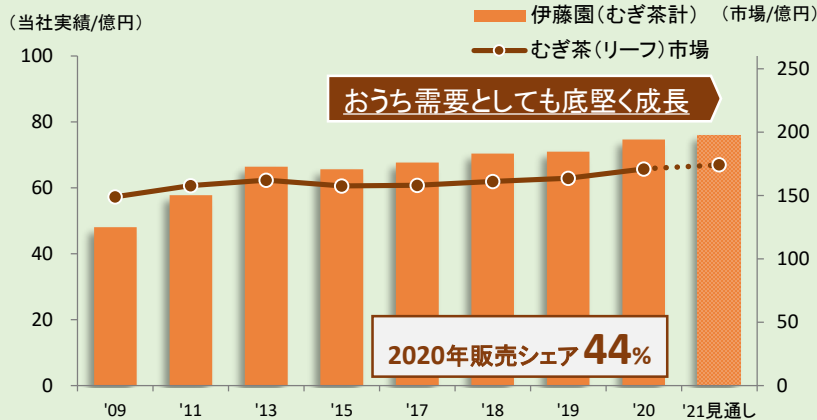
○むぎ茶飲料市場の状況



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)

むぎ茶ティーバッグ

○むぎ茶市場の状況



資料 伊藤園 (市場: 各年1~12月 伊藤園: 5~4月/販売金額)

オールシーズン・全世代対応 暑さ対策・乾燥対策・無糖のスポーツドリンク



左から、6月28日発売 (1LPET)、
今夏発売 暑中お見舞いパッケージ (650mlPET)

2021年度目標 **+7%**

むぎ茶飲料 対前年販売目標 ※販売数量

飲料とリーフの
クロス販売



乳児用規格
適用食品

「健康ミネラルむぎ茶」のキーワード

1 ミネラル

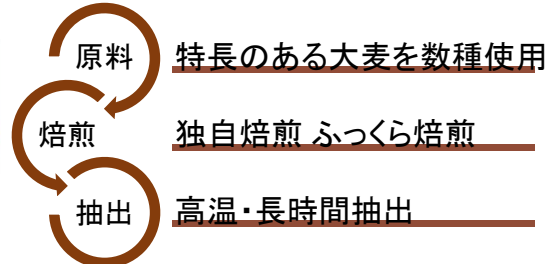
2 やかん品質の味わい

スポーツむぎ茶!



発汗により
失われる
水分・ミネラル

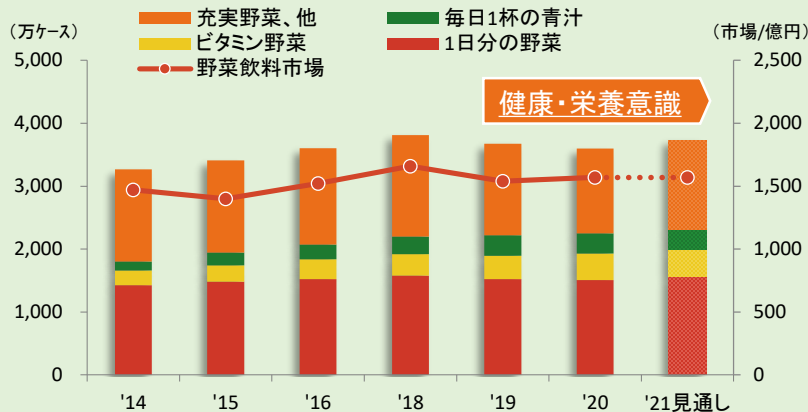
リン
マンガン
ナトリウム
おいしく
ミネラル補給!



やかんでじっくり煮出した
甘香ばしいおいしさ

野菜飲料

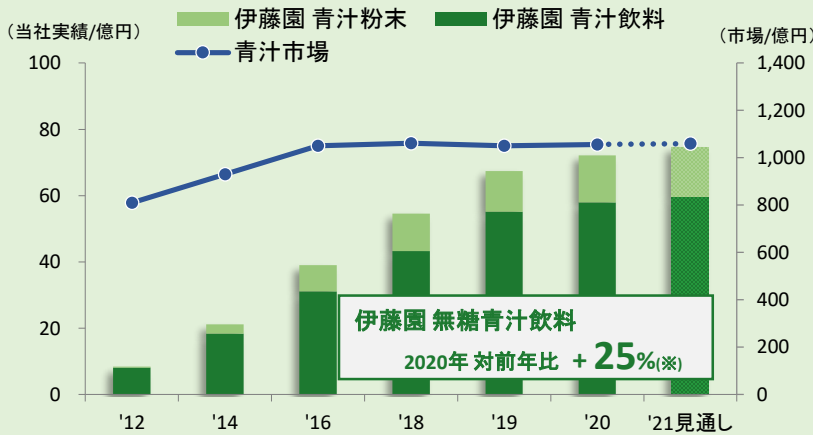
○野菜飲料の販売状況



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)

青汁(飲料・粉末・その他)

○青汁製品の販売状況



資料 伊藤園 (市場: 各年1~12月 伊藤園: 5~4月/販売金額)

(※) 販売数量

機能・効能の分かりやすい野菜飲料に注力 環境に配慮した製品提案とコミュニケーションを強化

1 健康

「1日分の野菜」ブランド“初”の機能性
「栄養強化型1日分の野菜」



機能性表示食品

- 1 食後の中性脂肪の上昇を抑える
- 2 食後の血糖値の上昇を抑える
- 3 高めの血圧を下げる

上記動きのある関与成分含有

6月下旬発売
200ml紙パック/128円(税込)

2 環境

環境に配慮した取組みを推進
「充実野菜 乳酸菌ミックス」



6月14日発売
200ml紙パック/128円(税込)

3 コミュニケーション

社内「管理栄養士」による
食育・商談を強化



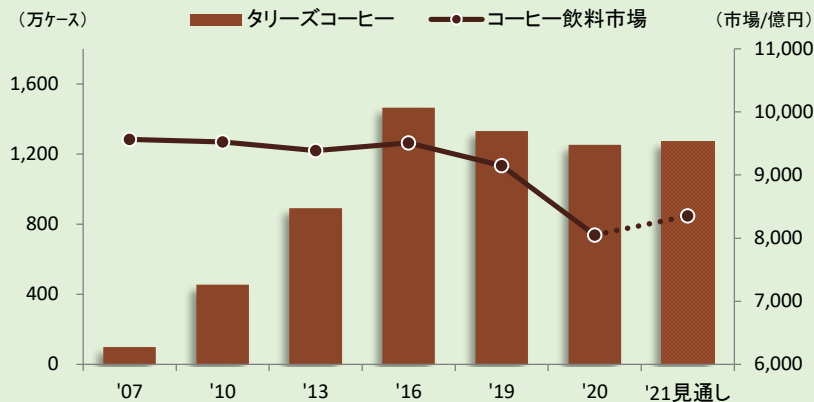
毎日1杯の青汁

飲料と粉末の
クロス販売



コーヒー飲料

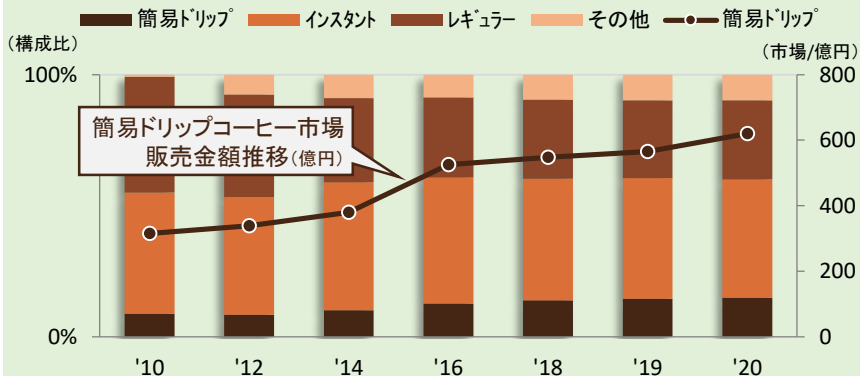
○コーヒー飲料市場の状況



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)

簡易ドリップコーヒー

○家庭用コーヒー市場の状況(形態別 販売構成比)



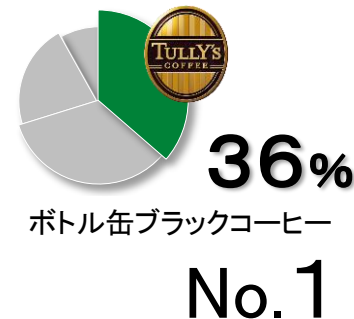
簡易ドリップコーヒー市場は、10年で約**2倍**

資料 伊藤園 (市場: 各年1~12/販売金額)

ショップブランドとのシナジーで ボトル缶ブラックコーヒーにおいて圧倒的な支持



ボトル缶ブラックコーヒー
販売シェア



※インテージSRI+(コーヒーボトル缶ブラック市場/期間: 2020年1月~12月/販売金額)

お客様のおうち時間をより豊かにしたい ショップブランドの“コーヒーバッグ”を初提案



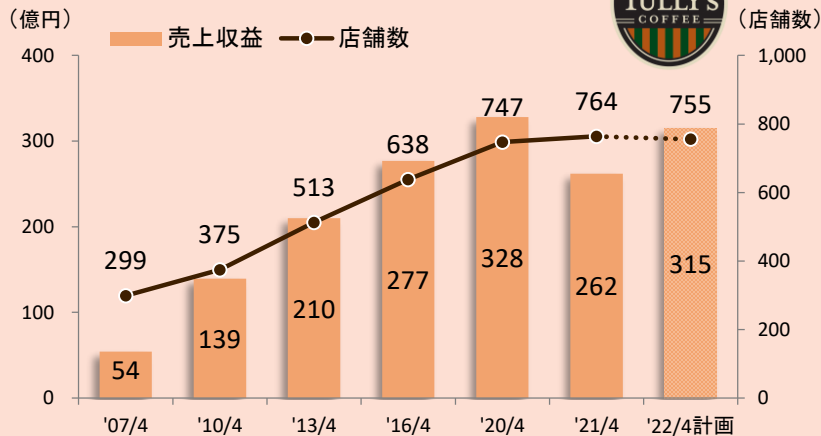
STANDARD / MILD / HEAVY

6月7日発売
各6袋入/513円(税込)

タリーズコーヒージャパン/チチヤス

タリーズコーヒージャパンの状況

売上収益(※)及び展開店舗数推移



※2022/4月期より収益認識基準を適用。2021/4月期以前は売上高にて表記

2021年4月期の販売動向 (2020年5月～2021年4月)

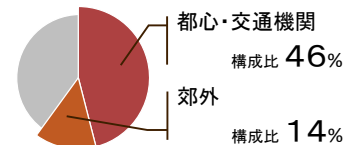
代表的なロケーションの販売状況

都心・交通機関 売上高 $\Delta 30\%$

郊外 売上高 $\Delta 13\%$

※出店月を除いた15カ月以上営業している店舗における売上高前年比

ロケーション別売上高構成比



収益性の改善の取り組みを強化



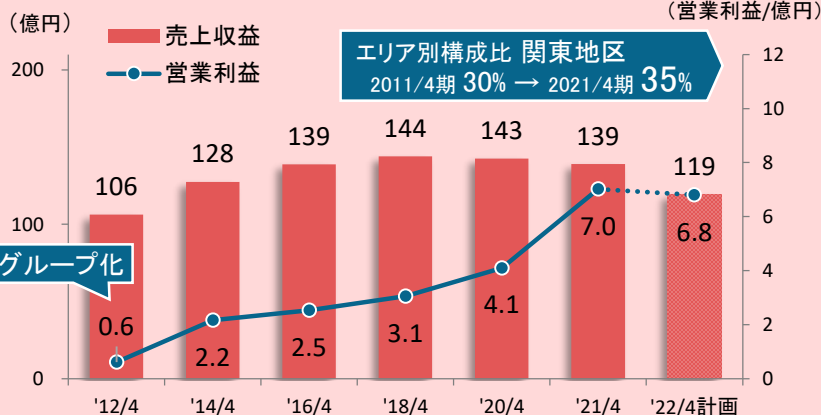
3月5日オープン「タリーズコーヒージャパン KU白楽駅店」



- 簡便性商品など物販の強化
- 生産性の向上

チチヤスの状況

売上収益(※)及び営業利益推移



※2022/4月期より収益認識基準を適用。2021/4月期以前は売上高にて表記

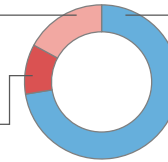
2021年4月期の販売状況 (2020年5月～2021年4月)

カテゴリー別販売構成比



その他
17% (2011/4期 18%)

牛乳
10% (2011/4期 20%)



ヨーグルト
73% (2011/4期 62%)



生きて腸まで届く乳酸菌Lカゼイ菌431入り
毎朝快調ヨーグルト

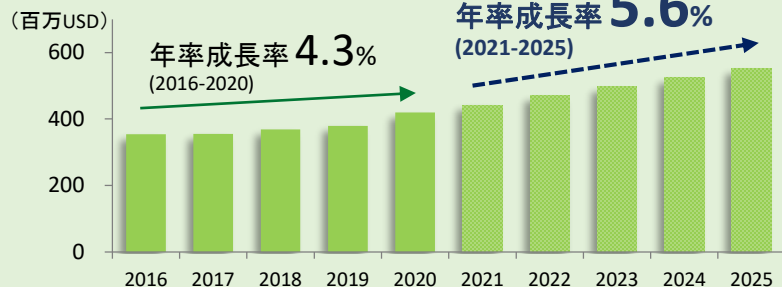
前年比+2% 5カ年比+16%

健康価値の追求と提供、コミュニケーションの強化

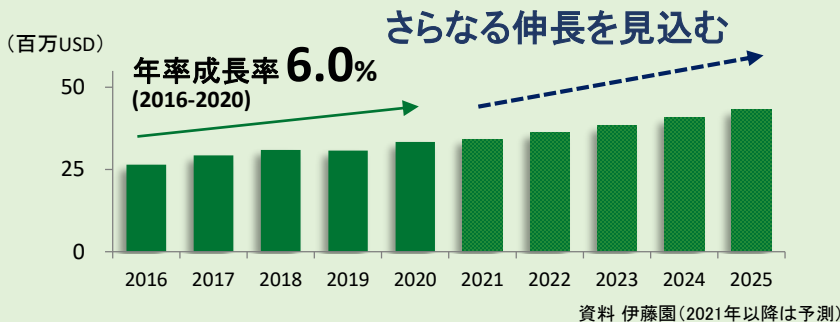


2020年 リーフ市場と当社の販売動向

米国の緑茶リーフ市場



北米伊藤園のリーフ製品販売動向



「matcha LOVE」ティーバッグ製品を現地生産



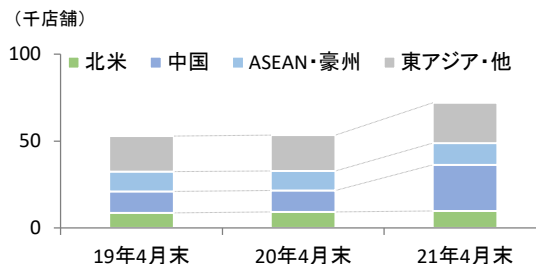
2021年2月～
北米にてファブレス経営を開始

- ・日本で生産した茶原料を輸出
- ・ラインアップは、シリーズ5品

コロナ禍において、緑茶リーフは一層成長が加速



「お〜いお茶」(飲料)の海外導入店舗増加



海外導入店舗数 対前年 + 35%



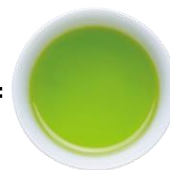
中国:「お〜いお茶」ラインアップ拡充

世界のティーカンパニーとして伝える価値

「Japanese Tea (日本茶)」

・日本育ち × 伊藤園 =

・日本の加工技術

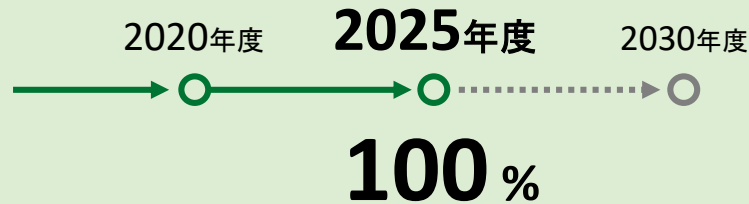


香り、旨み、濃厚な
味わい、鮮やかな
水色が特長の
高品質な日本茶

伊藤園グループ中長期環境目標の達成に向けて

2025年までに「お〜いお茶」ブランドに使用するペットボトルを全てリサイクル素材等^(※)へ

お〜いお茶 ブランド 100%リサイクルペットボトル^(※)



(※)生物由来素材を含む

2020年11月、伊藤園は「ペットボトルに使用するリサイクル素材等の割合を2030年までに100%にする」ことを中長期環境目標に掲げました。これに先駆けて、主力ブランドである「お〜いお茶」のペットボトル製品を2025年度までに切り替えを達成します。

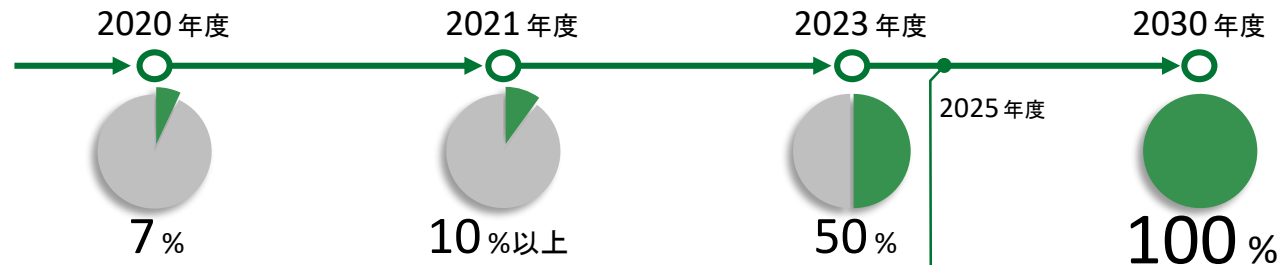
参考：リサイクルペットボトルは、バージンペットボトルと比較して約60%のCO²排出量を削減できます。



参考 2030年、「100%リサイクルペットボトル」切り替え達成に向けたロードマップ



ペットボトル以外の用途においても、リサイクル素材等の利用を推進。行政機関、業界団体、取引先等と連携し、リサイクル率向上に向けた取組みを推し進める。



「お〜いお茶」ブランドのペットボトル製品
リサイクル素材等にすべて切り替え

世界中のお客様の“健康”に貢献し、
一人ひとりの豊かな生活を支える企業グループ「伊藤園」へ。

コーポレート・サステナビリティ

- ・伊藤園グループ中長期環境目標を追加
 - － 水使用量の削減
 - － 水源地保全活動の推進
 - － 水リスクの把握と軽減
- ・高付加価値モデル
 - － カテキンやテアニンなど
 “お茶”が持つ価値を製品を通じて訴求



豊かな生活を支える健康創造企業として

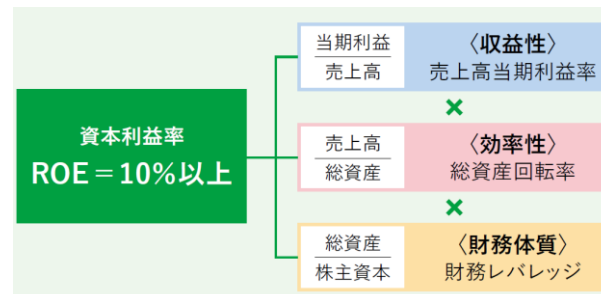
社員と家族の健康保持・増進

「伊藤園グループいきいき健康宣言」を策定

伊藤園では、社員の健康保持・増進に対する方針として「健全かつ安全な職場の維持」を掲げています。社員の健康保持・増進の支援体制を強化するとともに、社員自身の健康に関する意識を高めるため、「伊藤園グループいきいき健康宣言」を策定しました。社員がいきいきと働き、明るく前向きに挑戦する姿を通じて社会に貢献し、お客様に健康価値を提供し続けることで愛される企業を目指します。

ROE経営の強化

- ・収益性、資産効率の向上
- ・EPSの向上
- ・安定的な株主還元

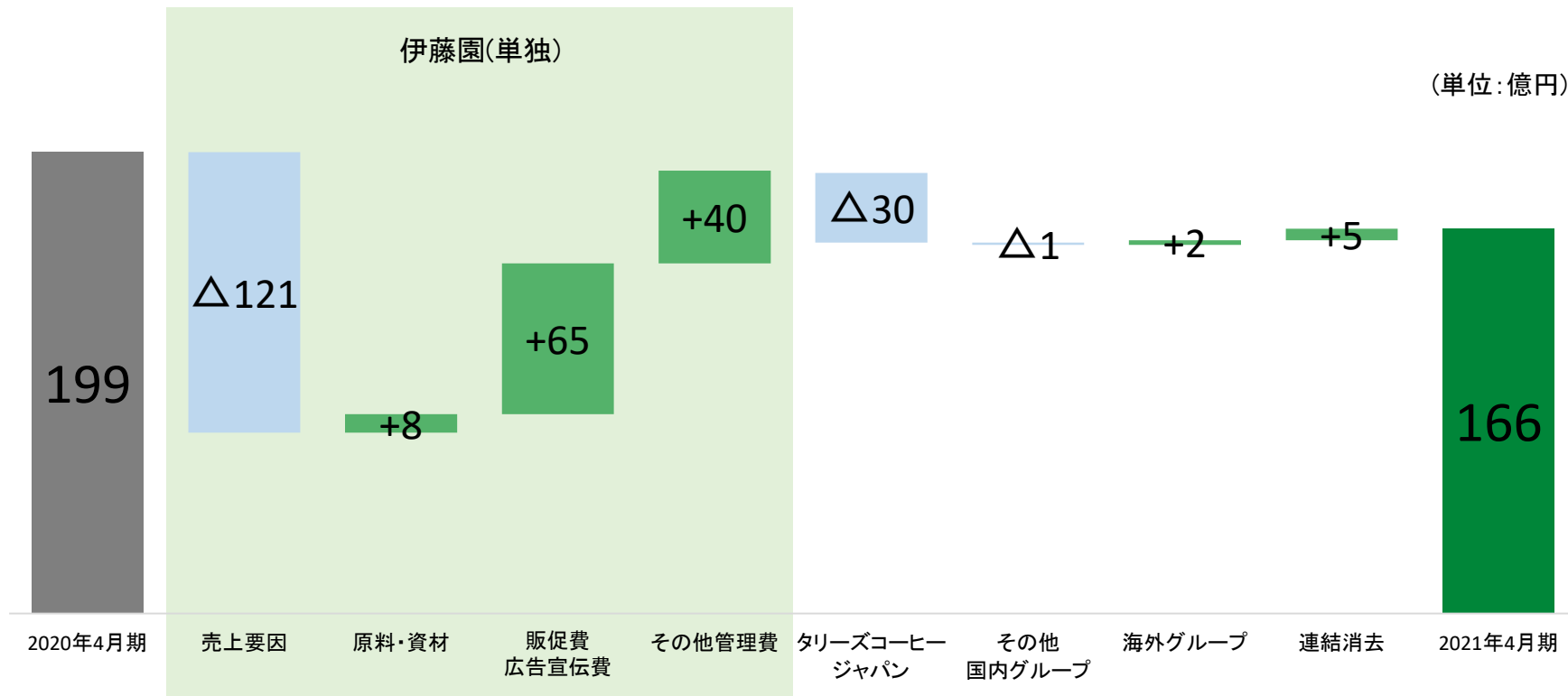


- ・茶産地育成事業の展開拡大による原価低減
- ・ルートセールスに重点を置いた効率的な固定費管理
- ・ファブレス生産による高い総資産回転率
- ・健全な財務体質維持と安定配当

4. 参考資料

2021年4月期 実績(連結) 営業利益増減の主な要因

伊藤園(単独)及びタリーズコーヒージャパンの売上減少に伴う利益減少

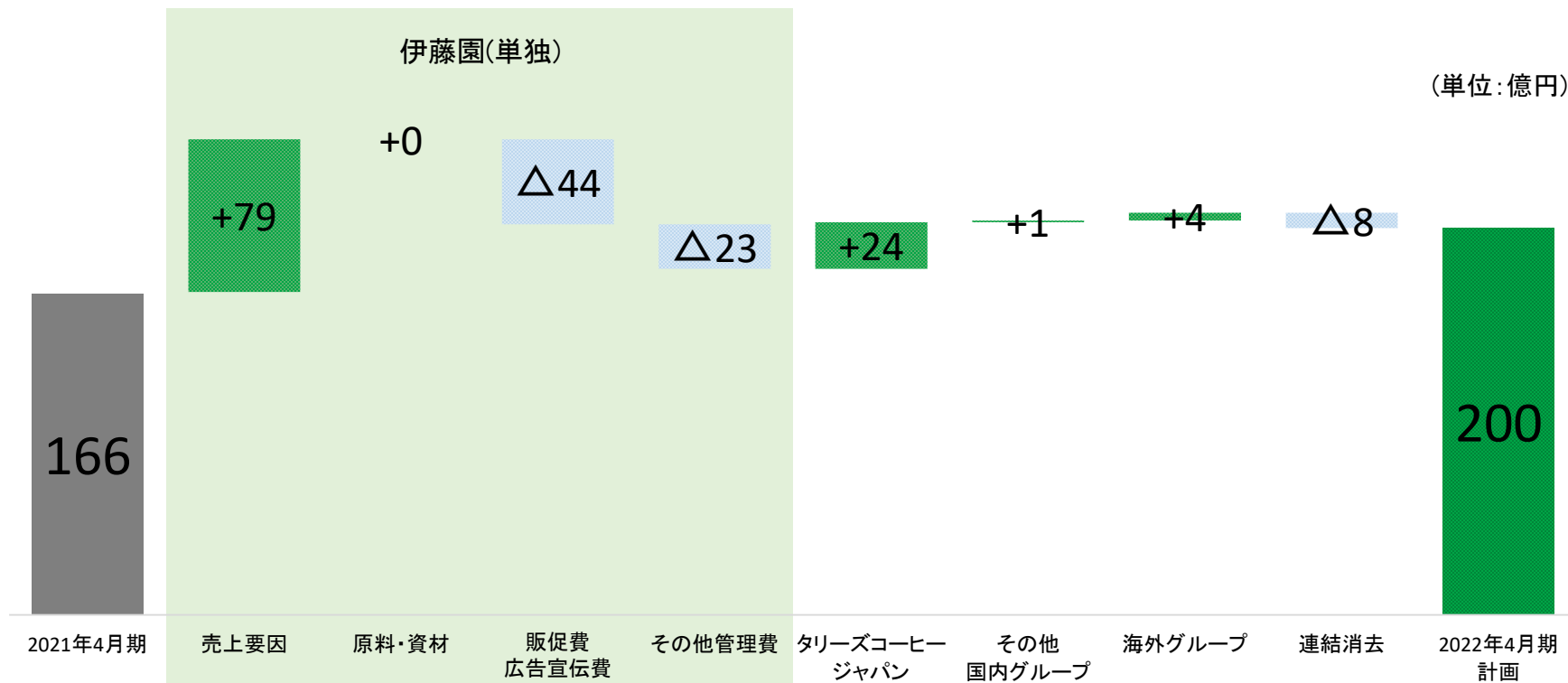


伊藤園(単独)の増減要因補足

- 売上増減による影響 $\Delta 120$
- 容器構成及び製品構成等の変化 $\Delta 1$
- 広告宣伝費のコントロール $\Delta 11$
- 売上増減の影響による販促費削減 $\Delta 53$

2022年4月期 計画(連結) 営業利益増減の主な要因

伊藤園(単独)及びタリーズコーヒージャパンの売上回復に伴う利益増加



(※)収益認識基準適用前



伊藤園(単独)の増減要因補足

- 売上増減による影響 +83
- 容器構成及び製品構成等の変化 △4
- 広告宣伝費のコントロール +10
- 売上増減の影響による販促費削減 +33

参考：伊藤園（単独）の状況

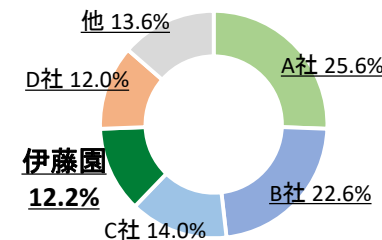
伊藤園単独 カテゴリ別販売実績・通期見通し

(※)収益認識基準適用前

(単位：百万円)

従来基準	2020年4月期			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	計画	構成比	増減率
売上高	377,787	100.0%	-4.2%	352,732	100.0%	-6.6%	370,000	100.0%	4.9%
茶葉（リーフ）	35,269	9.3%	-4.6%	36,449	10.4%	3.3%	37,548	10.1%	3.0%
飲料（ドリンク）	339,395	89.9%	-4.1%	313,777	88.9%	-7.5%	328,662	88.9%	4.7%
茶系飲料 計	218,143	57.8%	-1.4%	201,133	57.0%	-7.8%	210,783	56.9%	4.8%
日本茶・健康茶	193,246	51.2%	-2.8%	182,681	51.7%	-5.5%	193,394	52.2%	5.9%
中国茶	17,219	4.6%	2.6%	14,611	4.1%	-15.1%	13,548	3.7%	-7.3%
紅茶	7,677	2.0%	34.1%	3,841	1.1%	-50.0%	3,840	1.0%	0.0%
野菜	43,960	11.6%	-3.5%	43,622	12.4%	-0.8%	45,382	12.3%	4.0%
コーヒー	36,538	9.7%	-12.5%	34,486	9.8%	-5.6%	35,766	9.7%	3.7%
ミネラルウォーター	9,396	2.5%	-14.9%	7,752	2.2%	-17.5%	9,480	2.6%	22.3%
炭酸	11,175	3.0%	-6.2%	9,916	2.8%	-11.3%	10,241	2.8%	3.3%
果実	8,855	2.3%	-15.3%	7,651	2.2%	-13.6%	7,557	2.0%	-1.2%
機能性・その他	11,325	3.0%	-4.9%	9,214	2.6%	-18.6%	9,451	2.6%	2.6%
他	3,122	0.8%	-13.4%	2,505	0.7%	-19.8%	3,789	1.0%	51.2%

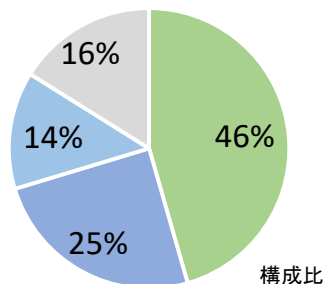
参考：2020年 飲料業界シェア



※2020年1-12月 数量ベース

伊藤園単独 チャネル別構成比

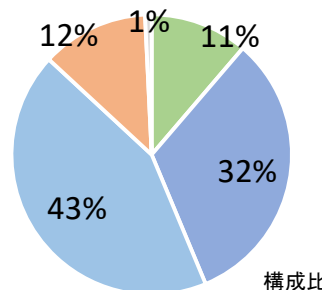
伊藤園単独 容器別販売数量実績



構成比

2021年4月期		構成比対前年	売上増減率
通期			
スーパー	+ 2 pt	- 1 %	
CVS	△ 2 pt	- 13 %	
自動販売機	△ 0 pt	- 9 %	
その他	△ 0 pt	- 7 %	

金額ベース



構成比

通期	2020年4月期	2021年4月期	構成比対前年	売上増減率
飲料販売数量	231,881	215,852	-	- 7 %
缶	23,699	24,668	+ 1 pt	+ 4 %
大型PET	70,663	68,515	+ 1 pt	- 3 %
小型PET	106,754	94,035	△ 2 pt	- 12 %
紙パック	28,517	27,135	+ 0 pt	- 5 %
その他	2,247	1,498	△ 0 pt	- 33 %

単位：千ケース

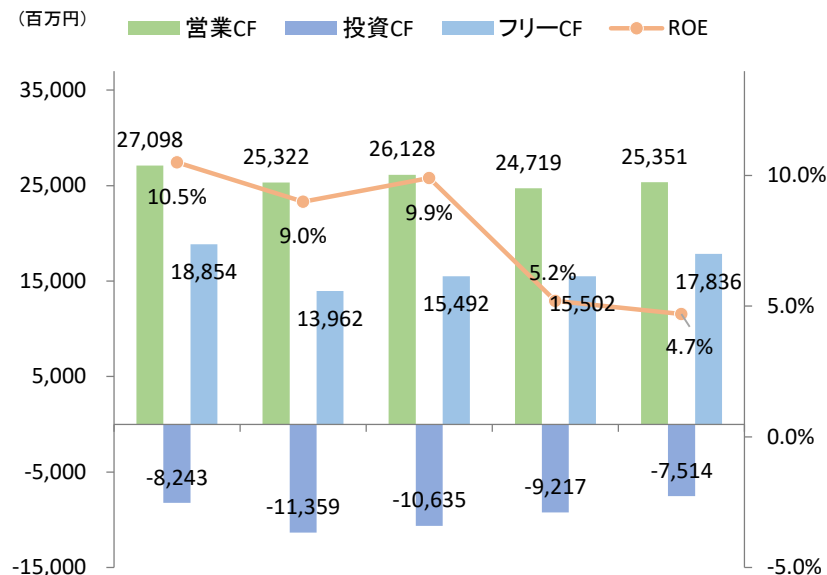
※構成比は小数点以下第1位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない場合があります

連結貸借対照表（前年同月比較）

（単位：百万円）

	2020年4月末	2021年4月末	増減額
流動資産	173,966	223,880	49,914
現金及び預金	64,813	109,430	44,617
売上債権・棚卸資産	94,891	98,570	3,679
有形固定資産	82,986	78,099	△ 4,887
土地	22,046	22,060	14
リース資産	15,527	12,206	△ 3,321
その他	45,413	43,833	△ 1,580
無形固定資産	11,570	8,335	△ 3,235
のれん	7,875	4,625	△ 3,250
投資その他資産	22,128	22,749	621
資産合計	290,651	333,065	42,414
流動負債	71,072	93,548	22,476
買掛金等	26,447	29,999	3,552
短期借入金	6,820	25,004	18,184
リース債務	3,979	2,966	△ 1,013
未払法人税等	3,220	3,453	233
固定負債	69,884	86,459	16,575
社債	10,000	10,000	-
長期借入金	38,922	55,858	16,936
リース債務	5,956	5,023	△ 933
負債合計	140,956	180,007	39,051
純資産合計	149,695	153,057	3,362

連結キャッシュ・フローの推移



（単位：百万円）

	'17/4	'18/4	'19/4	'20/4	'21/4
設備投資額	8,135	11,062	10,006	9,990	7,199
減価償却費	5,418	6,180	6,735	7,022	7,255
リース償却費	7,052	7,042	6,675	6,081	5,171
リース債務(返済)	△ 10,361	△ 8,616	△ 6,514	△ 4,679	△ 3,691

格付の状況	A+	自己資本比率	'20/4	51.0%
社債発行登録(普通社債)	400億円		'21/4	45.6%

伊藤園グループ中長期環境目標に「水資源」を追加

I. 容器包装の取組み

- 2030年までにペットボトルに使用するリサイクル素材等(生物由来素材を含む)の割合を100%にすることを目指す

II. 気候変動への対応

- CO2排出量の削減目標を設定、茶葉に関する気候変動分析に着手

※ I ~ II の詳細は、当社ホームページに記載

III. 水資源への対応

• 水使用量の削減

【目標】2030年度 水使用量原単位を16%削減(基準年2018年度)

対象: 当社飲料製造工場の生産及び当社飲料製造委託先工場のNSラインの生産における水使用量

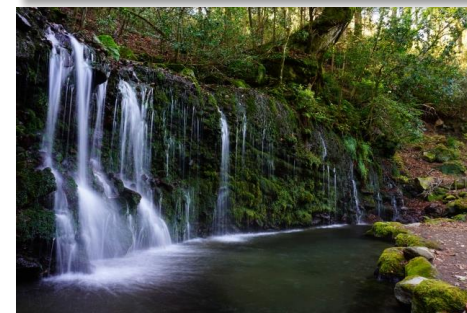
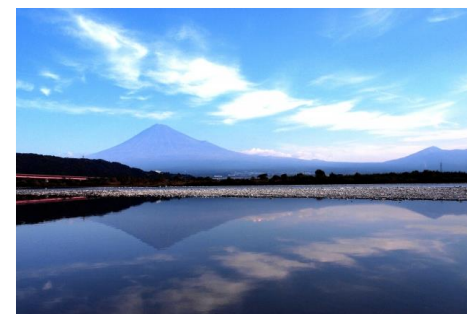
※原単位: 生産1klあたりの水使用量2030年度目標 Scope1・2: 総量26%削減 Scope3: 原単位26%削減

• 水源地保全活動の推進

- ✓ 当社飲料製造工場及び当社飲料製造委託先工場の水源となる流域を中心に、委託先および地域と協働して水源地保全活動を推進。そのほか、行政、業界団体、取引先、地域住民等とも連携して水源地保全の取り組みを推進します。
- ✓ 水資源の大切さに関する啓発を推進します。

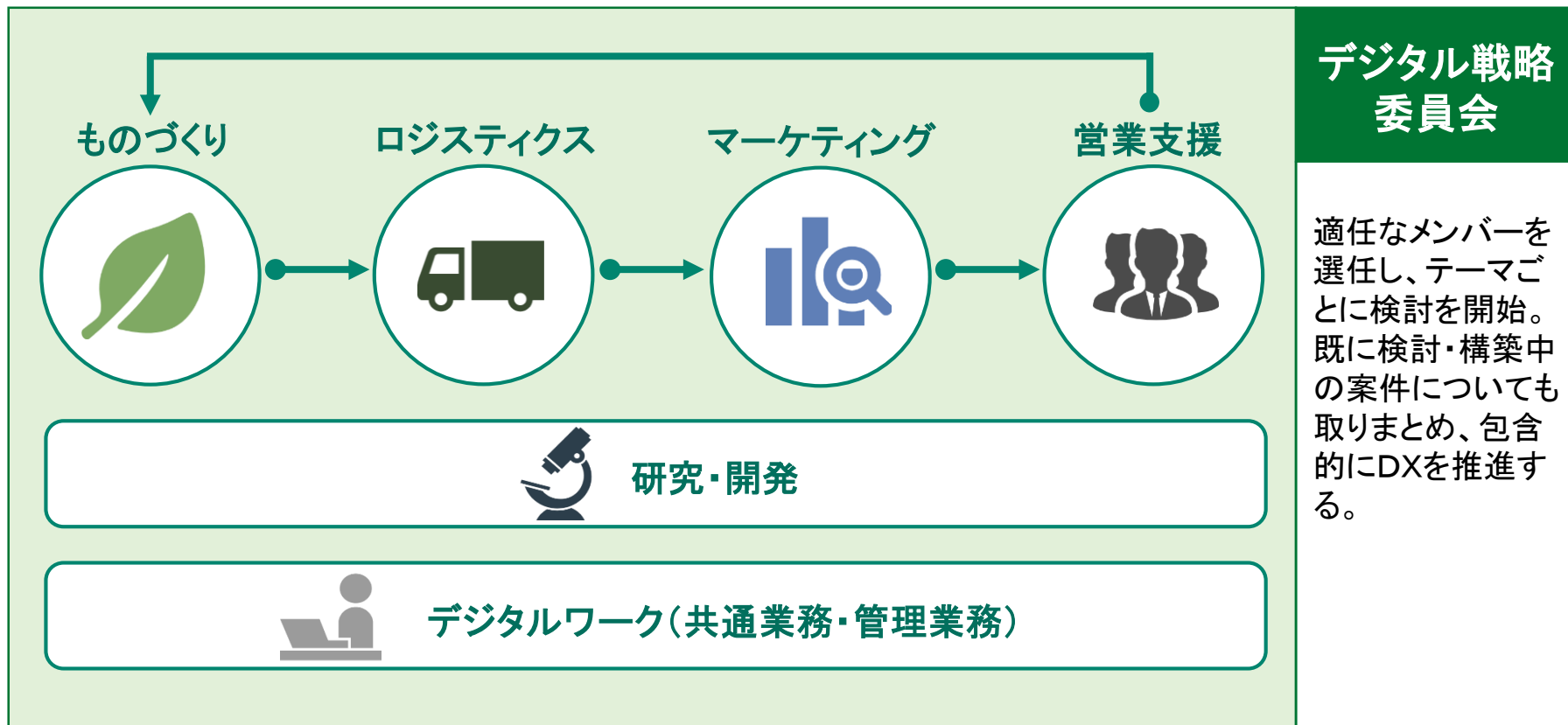
• 水リスクの把握と軽減

- ✓ 当社の事業拠点、さらには原料調達先を含むサプライチェーン上の関係先が、水ストレスの高い流域や水災害が起きやすい流域に立地していないか定期的に確認し、そのリスクに対し対策を講じていきます。



※画像はイメージです

それぞれの領域ごとに留まっている情報をデジタル化し、領域横断で連携。
統合した情報をもとに、AIなどの最新技術を活用して全体の生産性を向上していく。



デジタル戦略 委員会

適任なメンバーを選任し、テーマごとに検討を開始。既に検討・構築中の案件についても取りまとめ、包含的にDXを推進する。

デジタルサービスを活用して、人々の暮らしや社会、
ビジネスや社員の働き方に対して変革をもたらす。



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。