

株式会社 伊藤園
(普通株 2593、優先株 25935)



企業情報

| | |
|-----|---|
| 市場 | 東証プライム市場 |
| 業種 | 食料品(製造業) |
| 代表者 | 本庄 大介 |
| 所在地 | 東京都渋谷区本町 3-47-10 |
| 決算月 | 4月 |
| HP | https://www.itoen.co.jp/ |

株式情報

<普通株式>

| 株価 | 発行済株式数(期末) | | 時価総額 | ROE(実) | 売買単位 |
|--------|-------------|---------|------------|-----------|--------|
| 4,151円 | 89,212,380株 | | 370,320百万円 | 7.8% | 100株 |
| DPS(予) | 配当利回り(予) | EPS(予) | PER(予) | BPS(実) | PBR(実) |
| 42.00円 | 1.0% | 119.00円 | 35.7倍 | 1,408.55円 | 2.9倍 |

*株価は12/19終値。発行済株式数、DPS、EPSは2024年4月期第2四半期決算短信より。ROE、BPSは前期実績。

<優先株式>

| 株価 | 発行済株式数(期末) | | 時価総額 | ROE(実) | 売買単位 |
|--------|-------------|---------|-----------|-----------|--------|
| 1,808円 | 34,246,962株 | | 61,918百万円 | 7.8% | 100株 |
| DPS(予) | 配当利回り(予) | EPS(予) | PER(予) | BPS(実) | PBR(実) |
| 54.00円 | 3.0% | 131.00円 | 13.8倍 | 1,413.55円 | 1.3倍 |

*株価は12/19終値。発行済株式数、DPS、EPSは2024年4月期第2四半期決算短信より。ROE、BPSは前期実績。

連結業績推移

| 決算期 | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 親会社株主帰属利益 | EPS | DPS |
|------------|---------|--------|--------|-----------|--------|-------|
| 2020年4月(実) | 483,360 | 19,940 | 19,432 | 7,793 | 61.53 | 40.00 |
| 2021年4月(実) | 446,281 | 16,675 | 17,029 | 7,011 | 55.10 | 40.00 |
| 2022年4月(実) | 400,769 | 18,794 | 19,971 | 12,928 | 103.92 | 40.00 |
| 2023年4月(実) | 431,674 | 19,588 | 20,341 | 12,888 | 103.82 | 40.00 |
| 2024年4月(予) | 450,000 | 23,200 | 24,200 | 14,700 | 119.00 | 42.00 |

*予想は会社予想。単位:百万円、円。2022年4月期から「収益認識基準」を適用。EPS、DPSは普通株式の値。

(株)伊藤園の2024年4月期第2四半期決算概要、2024年4月期業績予想について、ご報告致します。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
 - [2. 2024年4月期第2四半期決算概要](#)
 - [3. 2024年4月期業績予想](#)
 - [4. マーケティング・事業戦略](#)
 - [5. 今後の注目点](#)
- [＜参考1:新・中期経営計画＞](#)
[＜参考2:コーポレート・ガバナンスについて＞](#)

今回のポイント

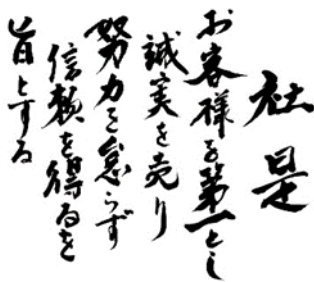
- 24年4月期第2四半期の売上高は前年同期比6.7%増の2,425億円。伊藤園(単独)は同6.6%増。タリーズコーヒージャパンが同15.7%増と大きく伸長した。営業利益は同50.4%増の170億円。原材料・資材高の影響はあったものの価格改定効果もあり、売上総利益は同10.8%増加し、人件費など販管費増を吸収した。
- 原材料等の高騰の影響はあったものの、国内外における行動制限等の解除に伴う人流の増加やインバウンド回復等による需要の回復が当初の見込みを上回ったこと、および製品構成の変化による収益性の改善、生産・物流等の効率化が順調に進捗したため、売上・利益ともに期初予想を上回った。
- 24年4月期の業績予想を上方修正した。売上高は前期比4.2%増の4,500億円、営業利益は同18.4%増の232億円の予想。下期も引き続き原料・資材高騰の影響はあるものの、各種収益改善策を実施し利益確保を目指す。
- 配当予想に変更は無い。普通株式、優先株式、それぞれ42円/株(前期比2円増配)、54円/株(同4円増配)の予定。予想配当性向は普通株式35.3%、優先株式41.2%。
- 世界のティーカンパニーを目指す海外事業戦略の一環として、24年4月1日にドイツ、ベトナムに子会社を設立すると発表した。ITO EN Europe GmbH(ドイツ・デュッセルドルフ市)は、ドイツ国内で飲料を委託生産し、欧州主要国で販売する。また、ベトナム国内における上半期の販売実績は、ドリンクが前年同期比32%増、ティーバッグ同28%増と好調。ITO EN VIETNAM CO.,LTD(ベトナム・ホーチミン市)は、ベトナム国内での販売をさらに強化する。
- 通期予想を上方修正したが、修正後の下期予想は、期初下期予想と比較して売上高・営業利益とも下方修正となっている。引き続き原料や資材などの高騰が見込まれ、各収益改善施策や容器構成及び製品構成等の変化などで吸収する考えだが、再度の価格改定についても検討していく方針とのことだ。また、事業環境の変化も進んでいるため、現在進行中の中期経営計画についても見直しが必要と会社側は考えている。厳しい事業環境ではあるが、下期にどれだけ売上・利益を積み上げていけるのか、注目したい。

1. 会社概要

緑茶などの茶系飲料、コーヒー飲料、野菜飲料等の飲料(ドリンク)や茶葉(リーフ)の製造・販売を中心に、子会社を通してタリーズコーヒー等の飲食店経営及びフランチャイズ(FC)展開やサプリメントの製造・販売等も手掛ける。国内では、「お〜いお茶」等の緑茶飲料市場で36%(2023年見通し)のトップ・シェアを有する。この他にも、ノンカフェイン茶系飲料No.1の「健康ミネラルむぎ茶」、野菜100%飲料No.1の「1日分の野菜」、及びボトル缶ブラックコーヒーNo.1の「TULLY'S COFFEE」といった人気ブランドを有し、いずれも年間販売数量が1,000万ケースを超える(「お〜いお茶」は約9,000万ケース)。

タリーズコーヒー(株)やチチヤス(株)等の連結子会社31社、持分法適用関連会社2社等とグループを形成。「世界のティーカンパニー」を目指し、ニューヨークを中心に米国、中国、オーストラリア、東南アジア地域で、「お〜いお茶」ブランドの確立と新しい緑茶市場の開拓に取り組んでいる。

【1-1 経営理念「お客様第一主義」】



“すべてのお客様を大切にすることが経営の基本である”とする「お客様第一主義」を経営理念としている。

お客様とは、同社とかわる、消費者、株主、販売先、仕入先、金融機関、更には地域社会等のステークホルダー。ステークホルダー全てをお客様と位置付け、それぞれの意見や要望に真摯に向き合い、常にお客様の立場に立った対応を図る事を経営の根幹としている。

この経営理念の下、以下のミッション、ビジョンを掲げている。

| | |
|-------|--|
| 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 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。 *価値創造 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。 *ユニーク 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。 |

【1-2 創業以来変わらない五つの製品開発コンセプト】



製品開発のコンセプトは、「自然」、「健康」、「安全」へのこだわりと、マーケティング施策の徹底、そしておいしさの追求。主力製品の「お〜いお茶」では、前身の「缶入り煎茶」(1985年発売)から、原料と製法にこだわり、自然のままのおいしさを引き出している。

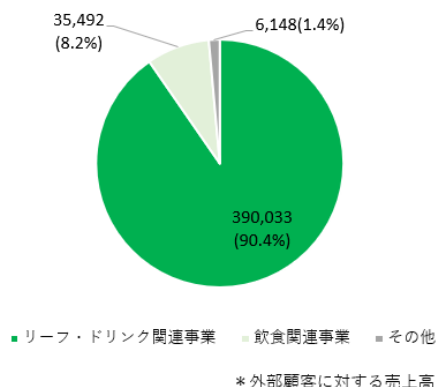
| | |
|--------|--------------------|
| 自然 | 自然の素材を活かした製品 |
| 健康 | 健康的な生活をサポートする製品 |
| 安全 | 安全で安心して楽しめる製品 |
| 良いデザイン | おいしさをストレートに伝えるデザイン |
| おいしい | 幸せを感じるおいしさ |

(同社 Web サイトより)

【1-3 事業概要】

事業は、飲料(ドリンク)や茶葉(リーフ)の製造販売を行うリーフ・ドリンク関連事業、タリーズコーヒージャパン(株)によるスペシャルティコーヒーの飲食店経営とFC展開の飲食関連事業、及び Mason Distributors, Inc.(米国フロリダ州)が手掛けるサプリメントの製造・販売等のその他の事業に分かれる。

セグメント売上構成 (23/4期、単位：百万円)



同社を代表する年間販売数量 1,000 万ケース超のブランド



茶系飲料 No.1



機能性表示食品(飲料)No.1



ノンカフェイン茶系飲料 No.1



野菜 100%飲料 No.1



ボトル缶ブラックコーヒーNo.1

(同社資料より)

【1-4 世界のティーカンパニー】

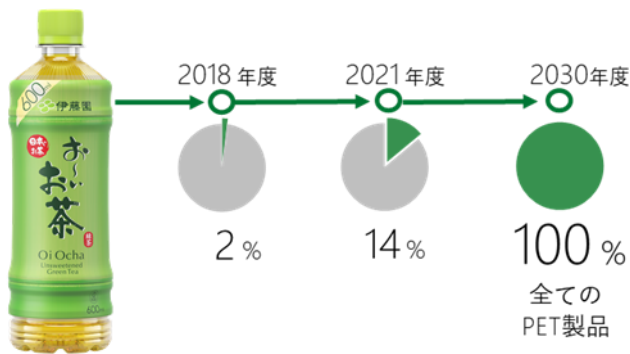
伊藤園グループは、世界のティーカンパニーをビジョンに掲げている。「グローバル」「価値創造」「ユニーク」を3つの柱におき、茶のスペシャリストとして世界の茶文化とつながり、おいしさと価値を広く伝えていく。そして、健康創造企業としてお客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会の実現を目指している。

コーポレート・サステナビリティ

伊藤園グループは、「伊藤園グループ中長期環境目標」を策定し、対応を進めている。環境対応では「TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)」提言に賛同表明し、気候変動への対応を経営戦略の重要課題と位置づけている。今後も持続可能な社会の実現と、当社事業の持続性向上に向けた取組みを積極的に進めていく。

容器包装の取組み

「3R(リサイクル、リデュース、リプレイス&リユース)+Clean」を基本方針とし、2030年までに全ペットボトル製品をリサイクル素材等(生物由来素材を含む)に切り替えることを目指している。



(同社資料より)

伊藤園グループプラスチックに関する方針と実績

| | |
|-------------|---|
| リサイクル(資源循環) | <ul style="list-style-type: none"> ・2030年までにペットボトルに使用するリサイクル素材等*の割合を100%にすることを旨とする。 ・ペットボトル以外の用途においても、リサイクル素材の利用を推進する。 ・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活動を推進する。 <p>*生物由来素材を含む</p> |
| リデュース(省資源化) | <ul style="list-style-type: none"> ・さらなる容器包装の軽量化・使用量削減に向けて容器設計、生産方法の改良を行う。 ・お〜いお茶ペットボトル1本あたりに使用するプラスチック使用量を、2002年から約40%削減した(「お〜いお茶」500ml、525mlペットボトルの場合)。 ・「お〜いお茶」ブランドで採用する2Lペットボトルは従来比約26%の軽量化を実現した。 |
| リプレイス&リユース | <ul style="list-style-type: none"> ・生物由来素材、生分解性素材の使用を推進する。ティーバッグのフィルターや紙パック製品のストローに採用している。 ・飲食事業において、再利用可能な容器への代替も推進する。 ・TULLY'S COFFEE 店舗ではHOT/COLD兼用の紙カップで提供を開始。CHICHI YASU LECT 店でもソフトクリームカップを紙容器に刷新した。 |

(同社資料を基に作成、)

気候変動への対応

削減目標を設定しての CO² 排出量の削減や茶葉に関する気候変動分析に取り組んでいる。

CO² の削減では、2022 年 4 月に新たな数値目標を設定した。2030 年度までに 2018 年度比で、Scope1(直接排出量)と Scope2(エネルギー起源間接排出量)の CO² 排出量を総量で 50%削減、Scope3(その他間接排出量)については総量 20%削減するとした。また 2050 年度までに、Scope1、Scope2、Scope3 でカーボンニュートラルの目標を掲げている。これまで、飲料製造工場における環境配慮型充填システムの導入や、モーダルシフト、営業車両のエコドライブ推進、ヒートポンプ式自動販売機の積極導入などに取り組んできた。同社は飲料製造工場を自社で保有せず、外部に委託するファブレス方式を採用しているため、全国 5 ブロック約 50 の製造委託工場と連携し、2030 年度の削減の目標達成に向けてこれまで以上に協働の取り組みを進めていく。また、「伊藤園グループプラスチックに関する方針」に基づき、2030 年までに、ペットボトルに使用するリサイクル素材等の割合を 100%にすることを目指している。リサイクル素材等を使用することにより、バージン樹脂より大幅な CO² 排出量削減効果が期待でき、Scope3 の目標達成に寄与する。

CO² 排出量の削減目標

| | | 目標 |
|---------|----------|------------|
| 2030 年度 | Scope1-2 | 総量 50%削減 |
| | Scope3 | 総量 20%削減 |
| 2050 年度 | Scope1-2 | カーボンニュートラル |
| | Scope3 | |

*いずれも 2018 年度が基準年。原単位は売上百万円あたりの排出量。2030 年度の総量 20%削減目標は、足元の原料価格高騰などの影響を踏まえ、現時点での目標をパリ協定の「2℃より十分低い」目標に合わせて設定。

茶葉に関する気候変動分析では、独自の分析とシナリオ分析を継続的に行い、その結果を踏まえて、新たな産地開発や栽培管理手法、技術開発等に茶農家と協働して取り組んでいる。

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～)

国内茶園面積は近年減少傾向にあり、農業従事者数も減少傾向にあるとともに、農業従事者の平均年齢も高齢化が進んでいる。

こうした状況に対し、同社は高品質な茶葉の安定調達を目的に、個々の茶農家との契約栽培または産地の育成(新産地事業)を行う「茶産地育成事業」を 1976 年より展開しており、大規模茶園をはじめ、茶生産農家と連携して茶原料の持続的な調達に取り組んでいる。茶産地育成事業(新産地事業)に取り組む従事者の平均年齢は 45 歳、乗用型摘採機の導入も 100%と、省力化や効率化の取り組みは他に例を見ない成果を生み出している。

地域活性化や持続的な農業経営など社会・事業者への価値が高い「新産地事業」は、2001 年より宮崎県から始まり、2022 年には埼玉県へと事業エリアが広がり、現在 7 県 9 地区に拡大している。

2021 年 4 月末までの中長期目標としていた茶産地育成事業の「展開面積 2,000 ha」も達成。2030 年の目標を 2,800ha としている。



(同社資料より)

積極的に減農薬や有機栽培へも取り組んでおり、有機栽培の生産量は2030年度500トンを目指している(2021年度実績236トン)。

このほか、AIによる画像診断を基に茶葉の摘採時期判断や荒茶の成分評価などを行うことで、経験にとられない農業を可能にし、後継者不足の解消、新規参入ハードルの低減を図っている。

◎持続可能な農業への取り組み

国と地方自治体、生産者、JAや協力企業と協力して、将来を見据えた農業の取り組みにも注力している。

茶農業の技術開発や普及に向けたロードマップを策定し、ITの活用などによる各種技術の確立や複合経営の実施を通じて持続可能な農業の推進に貢献していく考えだ。

また、JAが推進する「ニッポンエールプロジェクト」においては、共同で製品開発を行っており、製品を通じて国内農業産地を応援。季節ごとに全国各地の果実を飲料にし、すべてのチャンネルで販売している。

* 循環型農業の確立

茶農業の技術開発を通じた循環型農業の確立にも取り組んでいる。

現在、茶殻に含まれる窒素成分を活かした循環型肥料による肥料コスト削減と環境負荷低減や、蒸気防除機の普及による化学農薬の低減・減農薬を目指した技術開発を進めている。

これらの技術を確立したのちは契約産地での検証を行い課題の抽出と解決やコストダウンを図り、契約産地での普及を図る。

原材料から製品まで「安心・安全・環境配慮」のブランドを確立し、海外への輸出拡大にもつなげていく。



(同社資料より)

茶系飲料などの製造過程で排出する茶殻を、日用品などにリサイクル(2001年～)

茶殻リサイクルシステムでは、含水のまま常温保存して輸送する技術、含水茶殻を使用した製品開発技術、及びCO₂を吸収した茶葉(茶殻)の製品中への固定技術を活用し、茶殻(緑茶)の抗菌効果や消臭効果等の特性を活かした高付加価値製品を創出している。

健康創造企業としての取り組みとSDGs

コロナ禍において意識されるのは、自らの「健康」と家族の「健康」。同社は、「健康」に資する製品を中心に事業を展開しており、この取り組みを更に強めていく。具体的には、日本人が日常的に飲用する「お茶」のチカラで、健康で豊かに生きる暮らしをサポートし、1,200年続くお茶の歴史を新たに創造し、社会課題の解決に取り組んでいる。

また、グループ経営理念である「お客様第一主義」に基づき、健康創造企業として持続的な成長を目指し、消費者課題、コミュニティ・社会、地球環境など7つの重要課題を設定。SDGsの目標に即した企業活動も行っていく。

◎7つのマテリアリティ

伊藤園グループが新たに策定した中長期経営計画に合わせ、外部環境の変化に対応するためマテリアリティの見直しを行った。その結果、「食生活と健康への貢献」「持続可能な国内農業への貢献」「環境」「地域社会・コミュニティとのつながりの深化」「持続可能なサプライチェーンへの貢献」「多様な人財と全員活躍の推進」「コーポレート・ガバナンス」の7つのマテリアリティを新たに特定した。新・中長期経営計画と相互に連動させながら、取組みを進めていく。



(同社資料より)

・食生活と健康への貢献

人生100年時代を見据えた研究開発、各世代の健康に資する製品・サービスを通じて、健康的で豊かな生活を提供。

・持続可能な国内農業への貢献

茶産地育成事業を通じて、高付加価値原料の開発や環境配慮型農業の推進により、国内農業の活性化に貢献。

・環境

自然由来の製品を主として事業活動をする企業として、人類共有の地球環境を守る課題に取り組む。

・地域社会・コミュニティとのつながりの深化

様々なステークホルダーとの対話を通じ、地域社会の課題解決に貢献。

また、お茶を介したコミュニケーションにより、心身ともに健康をサポートする。

・持続可能なサプライチェーンへの貢献

全てのサプライヤーとの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。

・多様な人財と全員活躍の推進

バリューチェーンにおける全ての人々の人権を尊重するとともに、全従業員が健康でいきいきと活躍する組織づくりに取り組む。

・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、企業価値を向上させる。

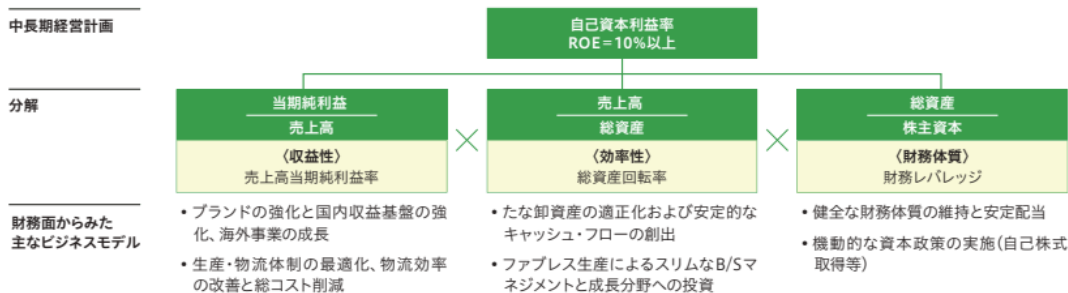
(同社資料を基に作成)

ROE 経営の強化

ROE を特に重要な経営指標として位置付けており、同社取締役に対して 2004 年に導入した業績連動株式報酬型ストック・オプションの評価項目に ROE を選定している。

2022 年 6 月に公表した新・中長期経営計画においても、引き続き ROE10%以上を目標としている。ROE 向上に向けては「収益性の向上」と「資産効率の向上」を特に重要視している。

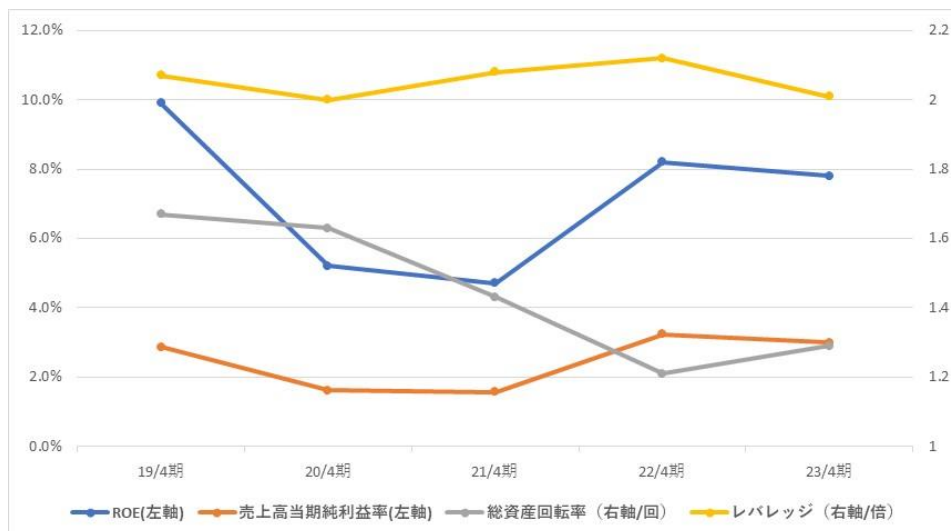
伊藤園の「ROE経営」と収益性・効率性・財務体質の財務ツリー(概念図)



(同社資料より)

| | 17/4 期 | 18/4 期 | 19/4 期 | 20/4 期 | 21/4 期 | 22/4 期 | 23/4 期 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| ROE(%) | 10.5 | 9.0 | 9.9 | 5.2 | 4.7 | 8.2 | 7.8 |
| 売上高当期純利益率(%) | 2.88 | 2.54 | 2.87 | 1.61 | 1.57 | 3.23 | 2.99 |
| 総資産回転率(回) | 1.61 | 1.64 | 1.67 | 1.63 | 1.43 | 1.21 | 1.29 |
| レバレッジ(倍) | 2.25 | 2.17 | 2.07 | 2.00 | 2.08 | 2.12 | 2.01 |

* 株式会社インベストメントブリッジが計算。



*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成。

2. 2024年4月期第2四半期決算概要

【2-1 国内飲料市場の動向】

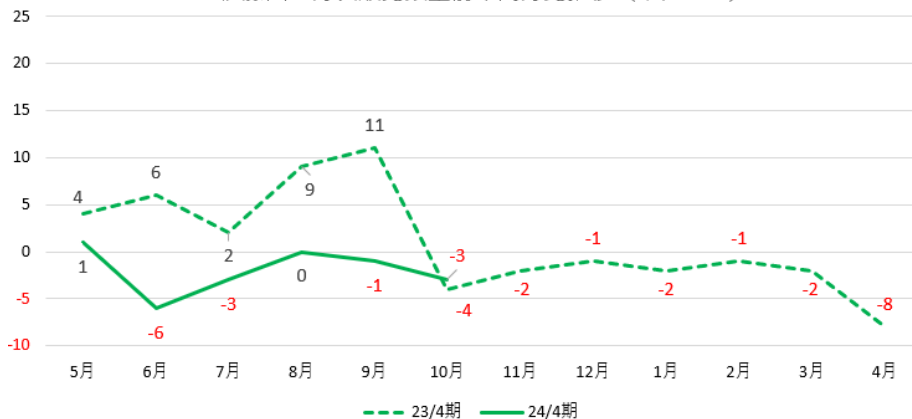
| | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 見通し | 前年比 | 修正率 | 19年比 |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------------|--------|--------|--------|
| 茶系飲料 | 9,665 | 8,770 | 8,900 | 9,200 | 9,820 | +6.7% | +2.7% | +1.6% |
| 緑茶飲料 | 4,450 | 4,180 | 4,260 | 4,350 | 4,570 | +5.1% | 0.0% | +2.7% |
| その他茶系飲料 | 5,215 | 4,590 | 4,640 | 4,850 | 5,250 | +8.2% | +5.2% | +0.7% |
| コーヒー飲料 | 9,150 | 8,050 | 8,050 | 8,090 | 8,600 | +6.3% | +3.2% | -6.0% |
| 炭酸飲料 | 7,330 | 7,350 | 7,470 | 7,540 | 7,940 | +5.3% | +1.3% | +8.3% |
| ミネラルウォーター | 2,840 | 2,560 | 2,610 | 2,920 | 3,510 | +20.2% | +9.3% | +23.6% |
| 果実飲料 | 2,800 | 2,240 | 2,210 | 2,300 | 2,550 | +10.9% | +10.9% | -8.9% |
| スポーツドリンク | 2,265 | 1,930 | 1,850 | 2,070 | 2,380 | +15.0% | +15.0% | +5.1% |
| 野菜飲料 | 1,540 | 1,570 | 1,520 | 1,410 | 1,370 | -2.8% | -0.7% | -11.0% |
| 機能性・その他 | 2,000 | 1,780 | 1,780 | 2,100 | 2,100 | +0.0% | -9.1% | +5.0% |
| 国内飲料市場 | 37,590 | 34,250 | 34,390 | 35,630 | 38,270 | +7.4% | +3.4% | +1.8% |

*単位:億円。同社資料を基に作成。修正率は23年4月期決算資料掲載の2023年見通しからの修正率。

2023年の国内飲料市場の規模は、前年比7.4%の伸長。コロナ禍前の2019年水準を上回る見通しで、本格的な回復傾向にある。ミネラルウォーター、果実飲料、スポーツドリンクなどが好調な一方、野菜飲料は低調が続いている。

同社が無糖茶飲料「缶入りウーロン茶」を発売した1980年は1%であった国内飲料における無糖飲料比率は、2022年には55%まで上昇。今後も、消費者の健康志向の更なる高まりとともに、無糖飲料の比率も上昇すると同社では考えている。

伊藤園の月次販売数量前年同月比推移（単位：％）



(同社資料を基に作成)

23年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行し人流が回復する一方、缶製品価格改定に伴う数量減もあり、前年と比較すると、数量面での推移は弱含みとなっている。

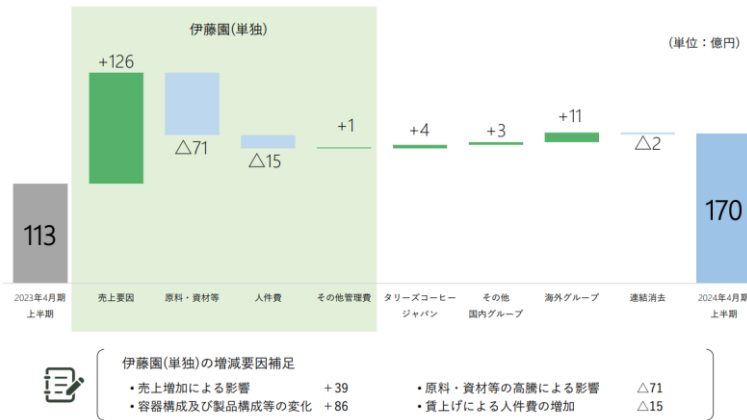
【2-2 連結業績】

| | 23/4期 2Q | 構成比 | 24/4期 2Q | 構成比 | 前年同期比 | 予想比 |
|--------|----------|--------|----------|--------|--------|--------|
| 売上高 | 227,262 | 100.0% | 242,527 | 100.0% | +6.7% | +4.5% |
| 売上総利益 | 85,211 | 37.5% | 94,371 | 38.9% | +10.8% | - |
| 販管費 | 73,875 | 32.5% | 77,325 | 31.9% | +4.7% | - |
| 営業利益 | 11,335 | 5.0% | 17,046 | 7.0% | +50.4% | +36.4% |
| 経常利益 | 12,548 | 5.5% | 18,089 | 7.5% | +44.2% | +43.6% |
| 四半期純利益 | 7,923 | 3.5% | 11,209 | 4.6% | +41.5% | +39.2% |

*単位:百万円、四半期純利益は、親会社株主に帰属する四半期純利益。

2024年4月期 上半期実績（連結） 営業利益増減の主な要因

価格改定及び収益改善の取組みにより、原料・資材等の高騰を吸収し利益を確保



(同社資料より)

増収増益、売上・利益とも予想を上回る

売上高は前年同期比 6.7%増の 2,425 億円。伊藤園(単独)は同 6.6%増。タリーズコーヒージャパンが同 15.7%増と大きく伸長した。

営業利益は同 50.4%増の 170 億円。原材料・資材高の影響はあったものの価格改定効果もあり、売上総利益は同 10.8%増加し、人件費など販管費増を吸収した。

原材料等の高騰の影響はあったものの、国内外における行動制限等の解除に伴う人流の増加やインバウンド回復等による需要の回復が当初の見込みを上回ったこと、および製品構成の変化による収益性の改善、生産・物流等の効率化が順調に進捗したため、売上・利益ともに期初予想を上回った。

会社別売上高・利益

| | 23/4 期 2Q | 対売上比 | 24/4 期 2Q | 対売上比 | 前年同期比 |
|----------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
| 伊藤園(単独) | 167,752 | 73.8% | 178,861 | 73.7% | +6.6% |
| タリーズコーヒー | 16,963 | 7.5% | 19,630 | 8.1% | +15.7% |
| チチヤス | 6,180 | 2.7% | 6,413 | 2.6% | +3.8% |
| その他国内 | 26,666 | 11.7% | 27,242 | 11.2% | +2.2% |
| 米国事業 | 23,922 | 10.5% | 23,493 | 9.7% | -1.8% |
| その他海外 | 3,243 | 1.4% | 3,639 | 1.5% | +12.2% |
| 連結消去 | -17,466 | - | -16,752 | - | - |
| 連結売上高 | 227,262 | 100.0% | 242,527 | 100.0% | +6.7% |
| 伊藤園(単独) | 9,017 | 5.4% | 13,061 | 7.3% | +44.8% |
| タリーズコーヒー | 1,334 | 7.9% | 1,794 | 9.1% | +34.4% |
| チチヤス | 406 | 6.6% | 650 | 10.1% | +60.0% |
| その他国内 | 585 | 2.2% | 686 | 2.5% | +17.3% |
| 米国事業 | -321 | - | 550 | 2.3% | - |
| その他海外 | 578 | 17.8% | 836 | 23.0% | +44.6% |
| 連結消去 | -265 | - | -533 | - | - |
| 連結営業利益 | 11,335 | 5.0% | 17,046 | 7.0% | +50.4% |

*単位:百万円。為替レート(米ドル期中平均):23/4 期 2Q 137.48 円、24/4 期 2Q 143.72 円。

BRIDGE REPORT

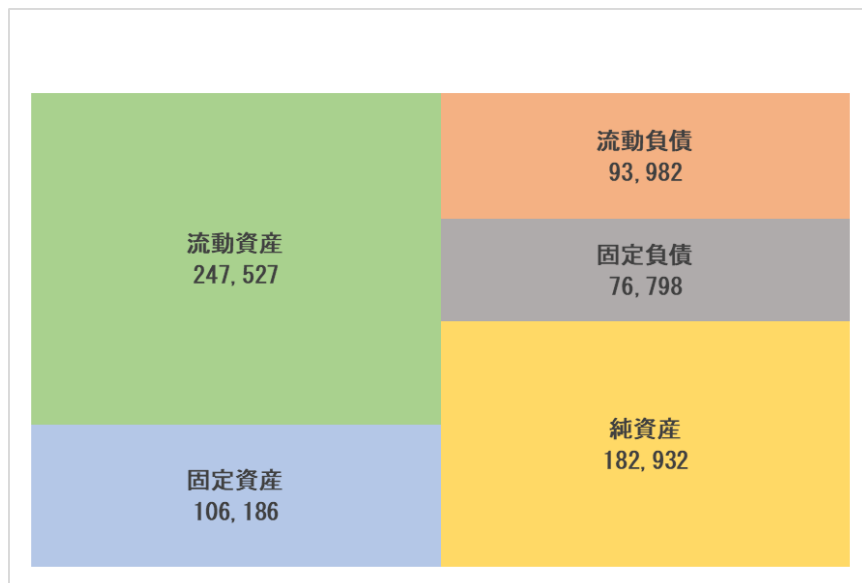


【2-3 財政状態及びキャッシュ・フロー】

◎財政状態

| | 23年4月 | 23年10月 | 増減 | | 23年4月 | 23年10月 | 増減 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 流動資産 | 234,393 | 247,527 | +13,134 | 流動負債 | 89,226 | 93,982 | +4,756 |
| 現預金 | 104,181 | 114,136 | +9,955 | 仕入債務 | 29,958 | 31,881 | +1,923 |
| 売上債権 | 60,195 | 63,984 | +3,789 | 短期借入金 | 12,743 | 11,737 | -1,006 |
| たな卸資産 | 57,647 | 56,079 | -1,568 | 固定負債 | 77,419 | 76,798 | -621 |
| 固定資産 | 104,381 | 106,186 | +1,805 | 長期借入金 | 58,210 | 59,467 | +1,257 |
| 有形固定資産 | 72,005 | 73,479 | +1,474 | 負債合計 | 166,646 | 170,781 | +4,135 |
| 無形固定資産 | 8,270 | 8,060 | -210 | 純資産 | 172,128 | 182,932 | +10,804 |
| 投資その他の資産 | 24,105 | 24,647 | +542 | 利益剰余金 | 138,827 | 147,453 | +8,626 |
| 資産合計 | 338,774 | 353,714 | +14,940 | 負債純資産合計 | 338,774 | 353,714 | +14,940 |

*単位:百万円



*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成

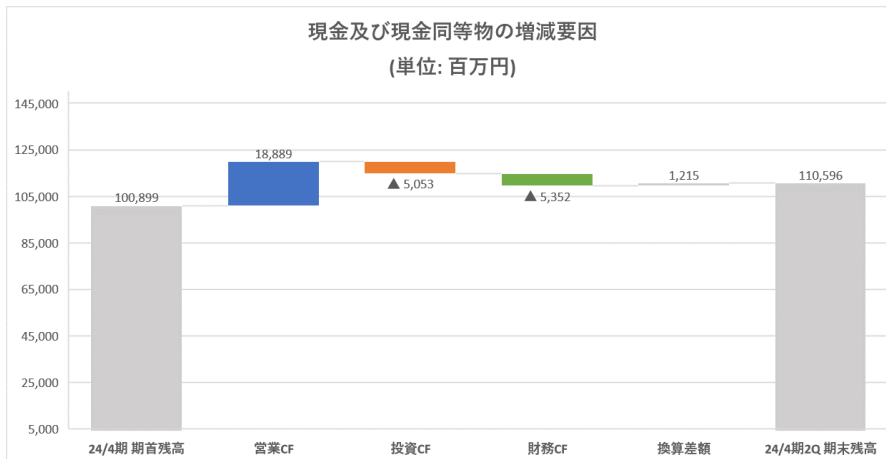
現預金、売上債権の増加等で資産合計は前期末比149億円増加し、3,537億円。仕入債務の増加等で負債合計は同41億円増加の1,707億円。利益剰余金の増加など純資産は同108億円増加し、1,829億円。

自己資本比率は前期末から0.9%上昇し51.3%となった。

◎キャッシュ・フロー

| | 23/4期2Q | 24/4期2Q | 増減 |
|--------------------|---------|---------|---------|
| 営業キャッシュ・フロー(A) | 10,772 | 18,889 | +8,117 |
| 投資キャッシュ・フロー(B) | -4,058 | -5,053 | -995 |
| フリー・キャッシュ・フロー(A+B) | 6,714 | 13,836 | +7,122 |
| 財務キャッシュ・フロー | -4,842 | -5,352 | -510 |
| 現金及び現金同等物期末残高 | 97,694 | 110,596 | +12,902 |

*単位:百万円



*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成。

税金等調整前四半期純利益の増加などで営業CF、フリーCFのプラス幅は拡大。キャッシュ・ポジションは上昇した。

3. 2024年4月期業績予想

【3-1 連結業績】

| | 23/4期 | 構成比 | 24/4期(予) | 構成比 | 前期比 | 修正率 | 進捗率 |
|-------|---------|--------|----------|--------|--------|--------|-------|
| 売上高 | 431,674 | 100.0% | 450,000 | 100.0% | +4.2% | +2.3% | 53.9% |
| 売上総利益 | 165,585 | 38.4% | 173,700 | 38.6% | +4.9% | +3.5% | 54.3% |
| 販管費 | 145,996 | 33.8% | 150,500 | 33.4% | +3.1% | +2.5% | 51.4% |
| 営業利益 | 19,588 | 4.5% | 23,200 | 5.2% | +18.4% | +10.5% | 73.5% |
| 経常利益 | 20,341 | 4.7% | 24,200 | 5.4% | +19.0% | +15.2% | 74.7% |
| 当期純利益 | 12,888 | 3.0% | 14,700 | 3.3% | +14.1% | +8.9% | 76.3% |

*単位: 百万円

業績予想を上方修正

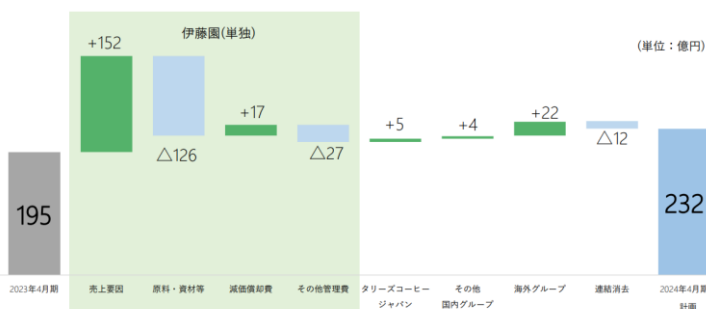
業績予想を上方修正。売上高は前期比4.2%増の4,500億円、営業利益は同18.4%増の232億円の予想。

下期も引き続き原料・資材高騰の影響はあるものの、各種収益改善策を実施し利益確保を目指す。

配当予想に変更は無い。普通株式、優先株式、それぞれ42円/株(前期比2円増配)、54円/株(同4円増配)の予定。予想配当性向は普通株式35.3%、優先株式41.2%。

2024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、収益改善を継続して利益確保を目指す



| 伊藤園(単独)の増減要因補足 | |
|---------------------|------|
| ・売上増加による影響 | + 42 |
| ・容器構成及び製品構成等の変化 | +110 |
| ・原料・資材等の高騰による影響 | -126 |
| ・自動販売機の耐用年数変更による影響等 | + 17 |

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



販管費の内訳

| | 23/4 期 | 対売上比 | 24/4 期 (予) | 対売上比 | 前期比 | 修正率 |
|-------|---------|-------|---------------|-------|--------|-------|
| 広告宣伝費 | 10,048 | 2.3% | 10,549 | 2.3% | +5.0% | +9.3% |
| 運送費 | 14,386 | 3.3% | 14,012 | 3.1% | -2.6% | -2.2% |
| 減価償却費 | 7,921 | 1.8% | 6,295 | 1.4% | -20.5% | -0.9% |
| 合計 | 145,996 | 33.8% | 150,500 | 33.4% | +3.1% | +2.5% |

*単位:百万円

原料・資材等の高騰を吸収するため、コロナ禍前から取り組んでいる物流効率の改善に引き続き積極的に取り組んで行く考えだ。

会社別売上高・利益

| | 23/4 期 | 対売上比 | 24/4 期(予) | 対売上比 | 前期比 | 修正率 | 進捗率 |
|----------|---------|--------|-----------|--------|--------|----------|-------|
| 伊藤園(単独) | 315,025 | 73.0% | 326,600 | 72.6% | +3.7% | +1.6% | 54.8% |
| タリーズコーヒー | 35,495 | 8.2% | 39,600 | 8.8% | +11.6% | +5.3% | 49.6% |
| チチヤス | 11,947 | 2.8% | 12,689 | 2.8% | +6.2% | +2.2% | 50.5% |
| その他国内 | 50,106 | 11.6% | 51,190 | 11.4% | +2.2% | +1.2% | 53.2% |
| 米国事業 | 45,361 | 10.5% | 47,475 | 10.6% | +4.7% | +8.6% | 49.5% |
| その他海外 | 5,891 | 1.4% | 6,544 | 1.5% | +11.1% | -0.7% | 55.6% |
| 連結消去 | -32,150 | - | -34,099 | - | - | - | 49.1% |
| 連結売上高 | 431,674 | 100.0% | 450,000 | 100.0% | +4.2% | +2.3% | 53.9% |
| 伊藤園(単独) | 16,785 | 5.3% | 18,400 | 5.6% | +9.6% | +8.2% | 71.0% |
| タリーズコーヒー | 2,429 | 6.8% | 2,945 | 7.4% | +21.2% | +17.8% | 60.9% |
| チチヤス | 670 | 5.6% | 918 | 7.2% | +36.9% | +35.0% | 70.8% |
| その他国内 | 685 | 1.4% | 882 | 1.7% | +28.8% | +1060.5% | 77.8% |
| 米国事業 | -1,483 | - | 555 | 1.2% | - | +4.7% | 99.1% |
| その他海外 | 1,049 | 17.8% | 1,301 | 19.9% | +24.0% | +19.5% | 64.3% |
| 連結消去 | -548 | - | -1,802 | - | - | - | 29.6% |
| 連結営業利益 | 19,588 | 4.5% | 23,200 | 5.2% | +18.4% | +10.5% | 73.5% |

*単位:百万円。為替レート(米ドル期中平均):23/4 期 136.10 円、24/4 期 145.00 円。

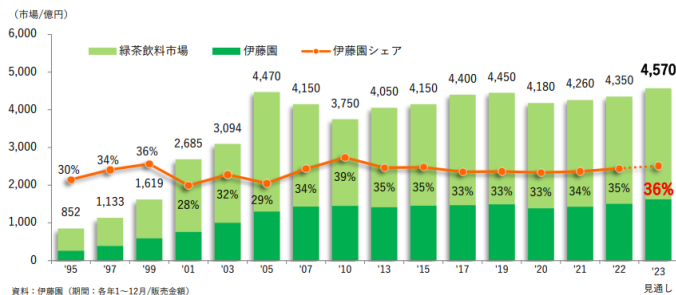
4. マーケティング・事業戦略

【4-1 緑茶飲料】

2023年の緑茶飲料市場は前年比5.1%伸長し、4,570億円規模を見込んでいる。23年の同社の販売金額シェアは22年より1ポイント上昇の36%となる見通し。

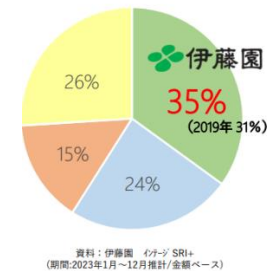
あたたためも、常温でも美味しいホット緑茶飲料も好評で、シェア64%と前年同期間から5ポイント上昇している。

緑茶飲料市場の推移



(同社資料より)

無糖茶飲料シェア (2023年見直し)



緑茶飲用習慣が無い世代へのアプローチ

若者世代への訴求のため、全国47都道府県・約400店舗での大試飲会「10万杯チャレンジ」の開催、茶業関係者・農林水産省との共同プロジェクト「茶育」における小・中学校への急須の寄贈など、習慣的に緑茶を飲用していない世代へのアプローチを積極的に行っている。

第34回を数えた伊藤園お〜いお茶新俳句大賞では、190万句の応募があったがうち9割が小・中・高校生で、参加学校数は3,000校を超えた。

緑茶飲用層を広げる簡便性製品

手軽にかつ良いお茶を飲みたいというニーズの高まりから、高価格帯ティーバッグの売れ行きが前年比2割増と順調である。インスタント製品はインバウンド需要の取り込みもあり、好調に推移。同製品市場における同社シェアは73%と伸長している。23年10月には伊藤園産業熊谷工場が稼働を開始し、ティーバッグの供給能力強化を進めている。

健康価値+個別ニーズでユニークな製品づくり

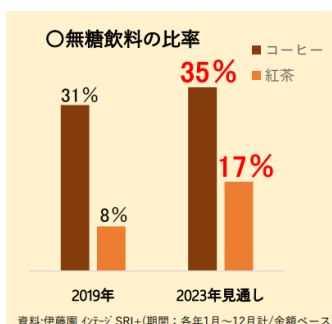
健康価値が分かりやすく、毎日の習慣で手に取ってもらえる製品づくりを進めている。機能性表示食品である「お〜いお茶 濃い茶」の販売金額は、機能性表示食品飲料市場でNo.1となっている。野菜飲料全体では低調が続いているが、機能性表示食品の野菜飲料の売上高は上半期で前年同期比2割増と好調である。23年10月には、野菜が苦手でも野菜不足を手軽に補える新製品を投入している。

【4-2 ノンカフェイン健康茶】

ノンカフェイン飲料として麦茶の販売が引き続き堅調である。健康志向による無糖・ノンカフェイン飲料の需要が拡大しており、国産黒豆茶、国産はと麦茶など、日本古来のノンカフェイン健康茶を新たなカテゴリーとして育成していく。

【4-3 タリーズブランド】

タリーズコーヒーブランドは、無糖コーヒーやキリマンジャロ BLACK を牽引役に、上半期の累計販売数量は過去最高を記録した。ユーザーの嗜好に添う製品をショップクオリティで提案している。コーヒー、紅茶においても無糖飲料の比率が向上している。

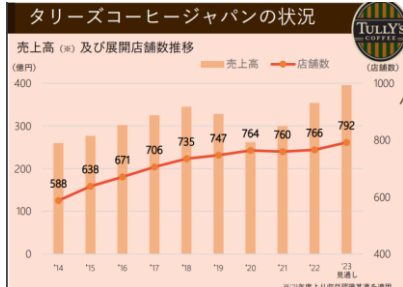


(同社資料より)

【4-4 タリーズコーヒージャパン】

2022年度にコロナ禍前を上回る売り上げを達成したのに続き、人流回復により23年度もさらに伸長する見込み。

23年10月末の店舗数は前期末比11店舗純増の777店舗。コンパクトタイプのタリーズコーヒーセレクトを上半期4店舗出店したほか、紅茶も扱う「&TEA ショップ」を上半期7店舗出店した。



(同社資料より)

タリーズと伊藤園の合同ブランド発表会を実施したほか、コスタリカの高品質な生産者「ドータ農協」との取り組みによって製品化した「2023 コスタリカ マイクロロット」を全国7エリアに分けて限定販売するなど、新たな取り組み強化によるタリーズのブランド価値向上を目指している。

【4-5 海外戦略】

「お〜いお茶」のグローバルブランド化

「お〜いお茶」ドリンクの販売数量は、23年度、前年比15%増となる見通しで、北米6%増、中国18%増、シンガポール76%増など、コロナ禍からの回復により、各国各地域で好調に推移している。

ティーバッグについても、北米11%増、シンガポール8%増と好調。

「お〜いお茶」は、世界40の国・地域で販売しており、今後も拡大させていく計画。

より一層の「ITO EN」=日本ブランドの訴求に向け、23年11月には、シンガポール・タイで、「お〜いお茶」専用の竹ボトルでの販売を開始した。

ITO EN ブランド拡大施策

*ティーバッグ販売強化

グローバルティーバッグ「MATCHA GREEN TEA」を全面リニューアルする(24年1月からアメリカを皮切りに切り替えを進める)。

ティーバッグ素材を環境に配慮した「生分解性フィルター」へ切り替えるほか、美しい緑色の水色をさらに向上させるなど、ナチュラルなパッケージにデザインを刷新する。

ほかにも、日系ホテルのVIP客室用に、お〜いお茶パンフレット付のティーバッグセットを導入するなど、各国各地域共通の売れる販促プロモーションを展開している。

*抹茶販売強化

23年度上期の抹茶の輸出量は前年同期比3割増と、各国各地域で業務用の販路が広がり好調だった。

23年10月からはハワイで有機抹茶の販売を開始した。

各国の展示会で抹茶の紹介を行うなど、世界のティーカンパニーに向けてお茶のITO ENの認知強化を図っている。

世界のティーカンパニーへの取り組み

24年4月1日にドイツ、ベトナムに子会社を設立すると発表した。

ITO EN Europe GmbH(ドイツ・デュッセルドルフ市)は、ドイツ国内で飲料を委託生産し、欧州主要国に供給する。

また、ベトナム国内における上半期の販売実績は、ドリンクが前年同期比32%増、ティーバッグ同28%増と好調。ITO EN VIETNAM CO.,LTD(ベトナム・ホーチミン市)は、ベトナム国内での販売をさらに強化する。

各国各地域においてはそれぞれの認証を取得して、製品に認証マークを付け、消費者に安心感を提供している。

同社の強みである茶葉育成事業によって高品質な原料を確保して輸出を行っている。

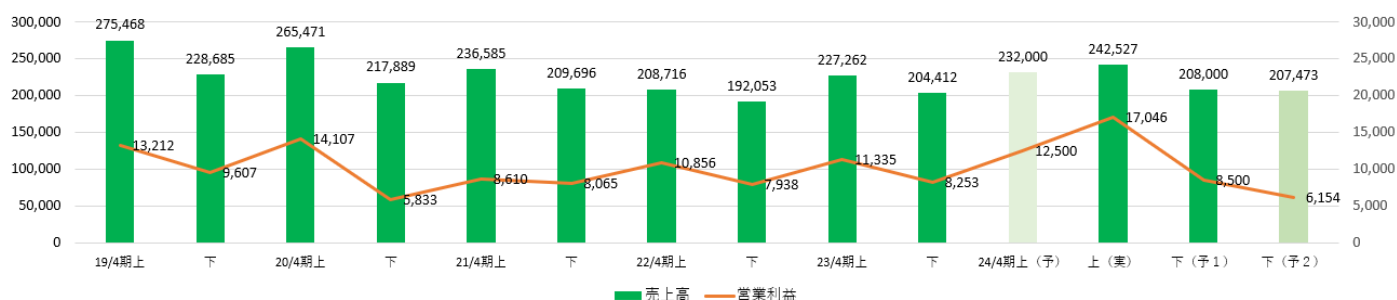
これらの取り組みにより、世界各国各地域ごとの「おいしいお茶」と緑茶文化・日本文化の浸透により、世界のティーカンパニーを目指す。

5. 今後の注目点

通期予想を上方修正したが、修正後の下期予想は、期初下期予想と比較して売上高・営業利益とも下方修正となっている。引き続き原料や資材などの高騰が見込まれ、各収益改善施策や容器構成及び製品構成等の変化などで吸収する考えだが、否価格改定についても理解を進めていく方針とのことだ。

また、事業環境の変化も進んでいるため、現在進行中の中期経営計画についても見直しが必要と会社側は考えている。厳しい事業環境ではあるが、下期にどれだけ売上・利益を積み上げていけるのか、注目したい。

売上高・営業利益の推移（単位：百万円）



<参考1:新・中長期経営計画>

経営理念、ミッション、ビジョンの下、2023年4月期～2027年4月期を対象とする5か年の新・中長期経営計画を策定した。

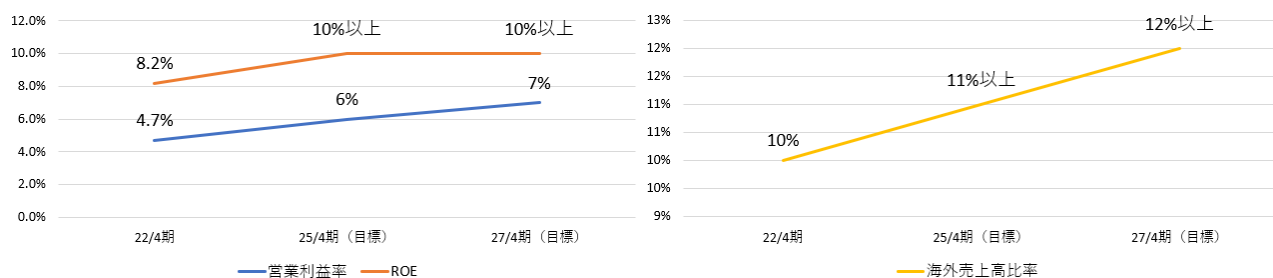
【1 重点戦略】

以下、5つの重点戦略を展開する。

| | |
|----------------|--|
| 国内既存事業の盤石化 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 |

【2 定量目標】

成長に対しては、「収益性重視」「シェア向上のための持続的成長」「資本利益率の向上」を重視している。連結売上高の5か年平均伸長率3%以上、総還元性向40%維持を掲げている。



【3 事業投資】

5年間累計営業キャッシュ・フロー1,500億円以上を原資に、事業投資700億円、有利子負債削減400億円、株主還元350億円以上を計画している。

【4 マテリアリティ】

健康創造企業として7つのマテリアリティを特定している。



(同社資料より)

・食生活と健康への貢献

人生100年時代を見据えた研究開発、各世代の健康に資する製品・サービスを通じて、健康的で豊かな生活を提供。

・持続可能な国内農業への貢献

茶産地育成事業を通じて、高付加価値原料の開発や環境配慮型農業の推進により国内農業の活性化に貢献。

・環境

自然由来の製品を主として事業活動をする企業として、人類共有の地球環境を守る課題に取り組む。

・地域社会・コミュニティとのつながりの深化

様々なステークホルダーとの対話を通じ、地域社会の課題解決に貢献。

またお茶を介したコミュニケーションにより、心身ともに健康をサポートする。

・持続可能なサプライチェーンへの貢献

全てのサプライヤーとの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。

・多様な人財と全員活躍の推進

バリューチェーンにおける全ての人々の人権を尊重するとともに、全従業員が健康でいきいきと活躍する組織づくりに取り組む。

・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、企業価値を向上させる。

<参考2:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成

| | |
|------|------------|
| 組織形態 | 監査等委員会設置会社 |
| 取締役 | 13名、うち社外4名 |
| 監査役 | 3名、うち社外2名 |

◎コーポレート・ガバナンス報告書(更新日:2023年12月4日)

基本的な考え方

当社は、グループ経営理念「お客様第一主義」の下、持続的な成長と企業価値を高めるため、国・地域社会、消費者、株主、販売先、仕入先、金融機関、従業員等のステークホルダーと積極的に協調して、企業の社会的責任を果たすことを経営の根幹とし、コーポレート・ガバナンスを支える基本的な考え方とします。

当社は、世界中のお客様の健康に貢献する「健康創造企業」として、「世界のティーカンパニー」という長期ビジョンの実現に向けて、より一層のコーポレート・ガバナンス体制の強化・充実に取り組みます。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則実施しない原則とその理由>

【補充原則2-4(1) 中核人材の登用等における多様性の確保】

<中核人材の登用等における多様性の確保についての自主的かつ測定可能な「目標」>

(1)女性の管理職登用

当社では、実力主義の考えのもと、性別の区別なく、役員・管理職の登用を行っています。また、多様性の確保の観点から、女性の活躍推進を経営の重要な課題と認識し、2026年度までに女性の管理職比率10%(2022年度3.3%)を目指します。また、その実現に向けての取組みとして、次期管理職候補となる指導的役割を担う女性社員の割合も15%(2022年度7.2%)を目標に取り組みます。その他にも、女性社員の採用強化、定着率向上、家庭と仕事の両立支援強化等を通して、管理職の育成に取り組んでいます。

(2)中途採用者の管理職登用

当社の従業員全体に占める中途採用者の割合は23.2%であり、管理職に占める中途採用者の割合は16.9%になります。様々な経験・知識を有する人材を、その実力に応じて管理職として登用・育成することで、多様な人材がより活躍できる環境を整備しています。中途採用者については、今後も公平・公正な登用を継続し、中途採用者の管理職比率については中途採用者割合と同等以上を目標として進めていきます。

(3)外国人の管理職登用

管理職登用において、国籍にかかわらず各国・各グループ会社においてそれぞれの実力に応じて登用されています。グループ全体の従業員に占める外国人の割合は9.12%(740人)です。当社における外国人従業員は現在15人であり、多様なバックグラウンドを有した社員が活躍しています。現在は「世界のティーカンパニー」を目指す企業として、実力主義の考えに基づきグループ全体での登用を推進している段階であり、外国人の管理職登用に向けた目標については設定していません。今後の事業展開に応じて、外国人の管理職登用における目標を検討していきます。

<コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)>

【コーポレート・ガバナンス・コードの各原則に基づく開示】

当社は、コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針を示すものとして、取締役会の決議に基づき、「株式会社伊藤園 コーポレートガバナンス・ガイドライン」(以下「当社ガイドライン」)を定め、当社コーポレートサイトにおいて開示していますので併せてご参照ください。

<https://www.itoen.co.jp/csr/governance/>

【原則1-4 政策保有株式】

当社は、原則として政策保有株式を保有しない方針です。ただし、取引関係の維持・強化など、当社グループの中長期的な企業価値向上に資すると認められる場合に限り、政策保有を行います。また、政策保有株式について、毎年、取締役会にて個別銘柄ごとに保有目的が適切か、投下資本に対するリターンが資本コストを上回っているか等を検証し、保有意義の確認を行います。経済合理性と保有意義が希薄化してきた銘柄については、相手先企業と対話の上、売却及び縮減を進めます。

当社は、政策保有株式に係る議決権の行使について、各議案の内容を精査し、当社及び保有先の企業価値の向上に資するものか否かを総合的に判断した上で適切に行います。

当社は、当社の株式を政策保有株式として保有している会社(以下「政策保有株主」)から売却等の意向が示された場合には、売却等を妨げません。また、政策保有株主との間の取引については、その経済合理性を十分に検証し、当社や株主共同の利益を害するような取引は行いません。

(当社ガイドライン第3章4. 政策保有株式に関する方針)

2023年10月の取締役会にて、全保有銘柄につき、保有状況を検証しております。

【補充原則2-4(1)中核人材の登用等における多様性の確保】

<中核人材の登用等における多様性の確保についての「考え方」>

当社は、企業にとって最も大切な財産は「人」であるという考え方にに基づき、「伊藤園グループ人材方針」を定めています。この中で人材の登用については、従業員の性別、国籍、人種、年齢、障がいの有無、経験等の多様な視点や価値観が会社の持続的な成長の強みとなるとの認識に立ち、多様性の確保に取り組んでいます。

(当社ガイドライン第4章3. 多様性の確保)

<多様性の確保に向けた「人材育成方針」及び「社内環境整備方針」、その状況>

(1)人材育成方針

当社は実力主義の考えのもと、チャンスは社員一人ひとりに平等であり、評価は公正に行うことを基本として、常に前向きに挑戦する人材の育成に力を入れています。多様な人材が、あるべき姿を求め、自ら考え、学び、率先して行動し、自らの夢を実現することこそが、企業の持続的な成長と発展を支え、企業価値を高めると信じ、社員の自己実現に向けたキャリア形成を支援しています。

①コンプライアンス教育

「伊藤園グループ行動規範」に基づき、全社員に対して性別、年齢、民族、人種、国籍、宗教、信条、社会的身分、門地、障がいの有無等による差別をせず、人権を尊重し、個人の適性能力により公正に取扱いがなされるよう教育しています。

②管理職教育

管理職に対しては、多様性の確保の重要性について理解を深める教育を実施するとともに、多様な人材が活躍できるよう整備された各種制度の目的と内容について教育をしています。

③女性活躍推進研修

女性社員が自己の能力を十分に発揮し、更なる活躍ができるようキャリア・ライフプランを再考・形成できる場を設けています。階層別の女性教育を実施することで女性社員のモチベーションや定着率向上、家庭と仕事の両立支援、管理職の育成などの強化に繋がっています。

④海外人材育成教育

今後の海外事業を支える人材の育成を目的に、異文化の理解とコミュニケーションの促進を主眼とした教育を実施しています。具体的には、近い将来海外勤務を希望する社員を募り事前に教育を行うプレエントリー制度、その後実際に海外に渡航し研修を受ける海外研修生制度により、社員のキャリア支援を行うとともに異文化への理解の促進を図っています。

(2)社内環境整備方針

当社では、社員一人ひとりが常に前向きに挑戦し、互いに切磋琢磨しながら、組織力を活かし、環境の変化に迅速に対応できる、創造性と生産性の高い組織づくりを目指します。その中で、多様な人材が一人ひとりの状況に応じて柔軟に働き方を選択できるようにすることで、ワークライフバランスを推進し、誰もが働きやすい職場になるよう環境整備を行っています。

①伊藤園ファミリーサポート制度

社員とその家族のライフイベント(結婚・妊娠・出産・育児・介護・自己啓発等)における支援制度を「伊藤園ファミリーサポート制度」として整備し総合的な支援を行っています。

②職場環境改善推進委員会

職場環境の総合的な課題及び改善策を検討し、より良い職場環境をつくるため、職場環境改善推進委員会(原則年2回開催)を設置しています。委員会のもとには、各事業所の代表者による地区委員会が設置され、労働時間・職場の安全・衛生管理などの課題や今後の働き方の見直しについて意見交換をしています。2022年度は「健康」と「防災・労災対策」「労働時間管理」について情報を共有し、全国28エリアごとに職場で学ぶ機会をつくりました。

③障がい者支援

各職場で働く障がい者を有する社員に対して、人事部門が定期的に訪問し、社員及びその家族との面談、公共の支援団体との連携を図ることで、障がい者を有する社員がいきいきと長く働けるよう支援しています。

④Voice 制度(社内提案制度)

職種にかかわらず全社員が新しい製品や販売促進の提案等ができる「Voice 制度」を設けています。この制度を通じて、全社員が「STILL NOW の精神＝今でもなお、お客様は何を不満に思っているか」を常に意識するとともに、優れた提案には社内表彰を行うことで社員のモチベーション向上にも寄与しています。

人材育成・社内環境整備の詳細は、当社コーポレートサイトをご参照ください。

https://www.itoen.co.jp/sustainability/human_resources/

【補充原則3-1(3) サステナビリティについての取組み等】

<サステナビリティについての取組み>

当社グループは、サステナビリティ経営の推進と実践により、社会・環境課題の解決と企業価値向上の両立(共有価値の創造:CSV)を目指しています。外部環境の変化に対応するため、「伊藤園グループサステナビリティ基本方針」に則り、サステナビリティ重要課題として特定した7つのマテリアリティ(「食生活と健康への貢献」「持続可能な国内農業への貢献」「環境」「地域社会・コミュニティとのつながりの深化」「持続可能なサプライチェーンへの貢献」「多様な人材と全員活躍の推進」「コーポレート・ガバナンス」)を経営戦略に据え、中長期経営計画と相互に連動させた取組みを推進しています。

サステナビリティ経営の推進と強化のため、代表取締役社長を委員長とするサステナビリティ推進委員会(年4回開催)を設置し、マテリアリティの特定及び見直しと取組みの推進、社会・環境課題に関する対策と方針などを検討しています。サステナビリティ推進委員会にて検討された重要事項は、執行役員会及び取締役会に報告・審議され、経営戦略に反映しています。

また、当社グループは気候変動に関わる諸課題の解決に向けて、TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言への賛同を表明しています。バリューチェーン全体を対象に、「1.5/2°C」と「4°C」の2つのシナリオを設定し、気候変動に伴うリスクと機会が事業活動に与える影響の評価と、対応策の検討を進めています。2022年度は、原料農作物について2021年度に実施した気温上昇による収量、価格への影響分析に加えて、調達産地の水リスクを追加で分析したほか、渇水・風水害のリスクについては、連結子会社の工場へ分析範囲を拡大し、影響を評価しました。詳細は統合レポートや当社ホームページ等に掲載しています。

統合レポート: https://www.itoen.co.jp/ir/library/report_backnumber/

TCFD 提言に沿った情報開示: <https://www.itoen.co.jp/sustainability/environment/tcfd/>

<人的資本についての取組み>

当社では、最も大切な財産は「人」であるという考え方にに基づき、常に前向きに挑戦できる人材の育成を目指しています。人材を「人財」として捉え、人的資源「コスト(=管理)」から人的資本「投資(=価値創造)」とすることで経営戦略と連動した取組みを実現していきます。

(1)社内研修制度「伊藤園大学・伊藤園大学院」

社員の成長を促進し、社員自らの夢を実現するための一つの支援として社内研修制度「伊藤園大学・伊藤園大学院」を毎年開設し、ビジネス・経営等に必要の専門知識を習得できる教育の機会を提供することで、積極的な自己啓発支援を行っています。

(2)「伊藤園ティーテイスター制度」

1994年から開始した「ティーテイスター(茶資格)制度」は、お茶に関する高い知識と技術を持つ社員に資格を与え、お茶に関する知識と技術の向上、社内外への茶文化の普及などを目指した伊藤園グループ独自の制度です(2017年3月より、厚生労働省認定の社内検定制度となりました)。「世界のティーカンパニー」の実現に向けた社員の育成強化のひとつとして、国内外のグループ会社で取り組んでいます。

(3)健康経営

社員の健康管理を経営的な視点で捉え、戦略的に実践する「健康経営」の観点から、2021年5月に「伊藤園グループいきいき健康宣言」を策定しています。同宣言をもとに、社員の健康保持・増進の支援体制を強化し、社員自身の健康に関する意識向上を図る取組みを行っています。2023年3月には2年連続で「健康経営優良法人(大規模法人部門)2023 ホワイト500」の認定を受けました。

今後も、「健康創造企業」として持続的な成長を図るために、社員一人ひとりが健康でかつ安全に、いきいきと働ける職場環境を創出していきます。

(4)定年延長

当社は、これまで60歳の定年後も、最大5年間勤務できる再雇用制度を設けていましたが、社員が安心していきいきと働くことができる環境を整備するため、2022年5月から65歳を定年とする定年延長を実施しました。これまでに培った経験や知識、ノウハウをさまざまな職場で発揮できる環境を整え、70歳まで健康でいきいきと働ける仕組みづくりを推進していきます。

<知的財産についての取組み>

(1)当社の知財体制

当社は、知的財産方針に基づき、中長期経営計画に定める重要戦略を踏まえて、社会課題解決と企業価値向上に資する知財経営を推進します。社内に弁理士、弁護士を擁するとともに、外部の専門家も活用しながら、専門部署としての知的財産部を有しています。また、生産本部の研究開発部門にも知的財産部員が駐在し、研究開発部門の支援を積極的に行う体制を整えています。

知的財産部では各部門と連携し、研究開発戦略・ブランド戦略の支援を行っているほか、知財教育による支援も行っています。また、IP ランドスケープの活動により研究開発戦略会議及び事業計画会議等にて提言を行っています。そうした活動内容及び知財に関するリスクマネジメント事案を、担当執行役員が取締役会に報告し、フィードバックを得ています。

2023年10月時点での当社の国内特許出願効率は65.6%であり(特許保有件数÷特許出願件数×100)、特許性を有する効率的な出願を目指しています。また、2023年4月期の研究開発費の売上高に対する比率は0.49%となっています。

(2) 経営戦略への支援

伊藤園グループミッション「健康創造企業」

「健康創造企業」の実現に向けて、緑茶、抹茶の認知機能への影響をはじめとする、食品の機能性に関する研究開発を知的財産活動により支援することで、独自の健康価値の高い製品を提供し、お客様の健康な生活に貢献します。

長期ビジョン「世界のティーカンパニー」

「世界のティーカンパニー」の実現に向け、当社のコア事業であるお茶関連では、サプライチェーンを意識した茶畑から茶製品、茶殻リサイクルまでの知的財産権を確保しています。中でも、茶(国際特許分類:A23F3)の技術分野における当社国内の重要特許構成比(同一技術分類内の被引用数上位5%における当社特許の割合)は約16%であり、当社独自の技術や製品に係る知的財産権が競争優位性を高めるとともに、お客様の多様なニーズに合わせた製品の提供を実現しています。また、茶殻リサイクル、減農薬・有機栽培、サステナブルな容器包装など、知的財産権に基づく循環型ビジネスモデルを推進することで、事業を通じて環境・社会課題にも貢献しています。

海外事業強化の支援としては、各国における知的財産権の取得、リスク回避のため、各国の知的財産情報を収集しながら適切かつ効果的な権利取得を推進していきます。また昨期より海外事業における知財創出のための人材育成を進めており、2022年度は40人に知財教育を実施しています。

(3) 人材の育成及びイノベーション促進への投資

当社は、かつて不可能といわれた無糖茶の飲料化を行うなど、様々なイノベーションを通じて成長してきました。イノベーションは当社にとっての成長の源泉です。知的財産部は、研究開発部門、マーケティング部門及び製造部門など知財創出に携わる部門に対して、知識やスキルを教育することにより、知財創出のための人材育成を進めています。なお2022年度は知財創出に携わる部門において225人に対して知財教育を実施し、2023年10月時点での知財創造を行った累計社内発明者数は146人となっています。

また、制度面では、「発明補償金制度」を有しており、2023年度における補償金の支払い対象は年間151件となりました。その運用により、従業員の知財創出を奨励し、事業発展への寄与に取り組んでいます。

【原則5-1 株主との建設的な対話に関する方針】

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、株主との建設的な対話を行います。対話を促進するための体制を整備し、積極的かつ機動的に行うとともに、株主の皆様からの意見等を適宜経営陣に、また取締役会にて定期的に報告をします。

(当社ガイドライン 第5章3. 株主との建設的な対話)

【原則5-2 経営戦略や経営計画の策定・公表】

<中長期経営計画>

当社は、健康創造企業として「世界のティーカンパニー」という長期ビジョンを掲げ、持続的な成長と企業価値向上に向けた「中長期経営計画(2023年4月期～2027年4月期)」を策定しています。

長期ビジョンの実現に向けては3つのステージを想定しています。第1ステージは、「お〜いお茶」などの国内既存事業を盤石化すること、第2ステージは、「お〜いお茶」をグローバルブランド化すること、第3ステージは、世界各地の茶文化とつながり新たな茶市場を創造することを目指しています。現在は、第2ステージに入り始めた段階と認識しています。

中長期経営計画においては、国内既存事業の盤石化、お〜いお茶のグローバル化、新たな事業の創出、経営基盤の強化、サステナビリティ経営の推進を「5つの重点戦略」に据えています。

<https://www.itoen.co.jp/ir/growth/>

【資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応】【英文開示有り】

当社は、「収益性重視」、「利益・シェア向上のための持続的成長」、「ROEの向上」を成長に対する考え方としています。自社の資本コストを把握したうえで、収益力・資本効率等の向上を図るため、ファブレス経営(飲料製造の外部委託)や、最適な事業ポートフォリオの構築に取り組んでいます。経営指標として株主資本コストを上回るROE10%以上を中長期の目標とし、取締役の業績連動報酬の評価項目にも同指標を選定することで、企業価値の向上を推進していきます。

詳細については、統合レポート及びコーポレートガバナンス・ガイドラインをご参照ください。

https://www.itoen.co.jp/ir/library/report_backnumber/

<https://www.itoen.co.jp/company/governance/>

【株主との対話の実施状況等】

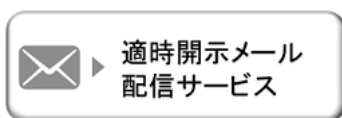
当社は、毎年6月と12月に、アナリストや機関投資家等に向けた決算説明会及び個別面談を実施しております。直近では、2023年4月期期末決算について6月1日に発表し、以下の通り対話を行いました。

- (1) 投資家等との対話の主な対応者 代表取締役社長・取締役管理本部長・広報部長・IR担当者等
- (2) 対話を行った投資家等の概要 国内外の機関投資家のアナリスト・ファンドマネージャー等、金融機関等
- (3) 対話の主なテーマや投資家等の関心事項 業績見通し(特に原料・資材の動向、海外事業)、業界動向、緑茶事業、ESG対応等
- (4) 経営陣や取締役会に対するフィードバックの実施状況等 対話の状況については、適宜経営陣に、また取締役会にて定期的に報告しております。

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は、当社に帰属します。なお、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

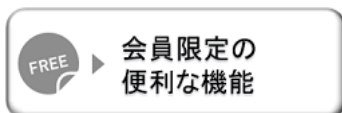
ブリッジレポート(伊藤園:2593)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

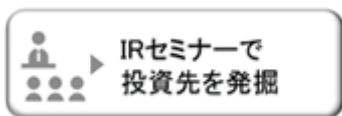
[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向けIRセミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)