

2023年4月期 上半期

決算説明会資料

2022年12月 株式会社 伊藤園



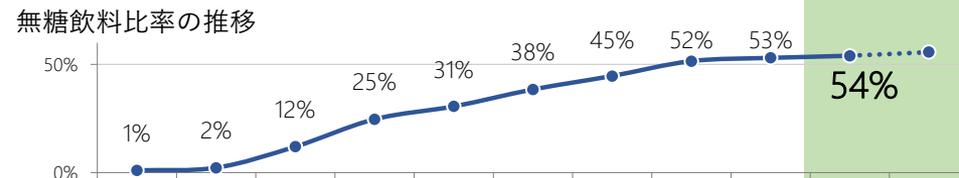
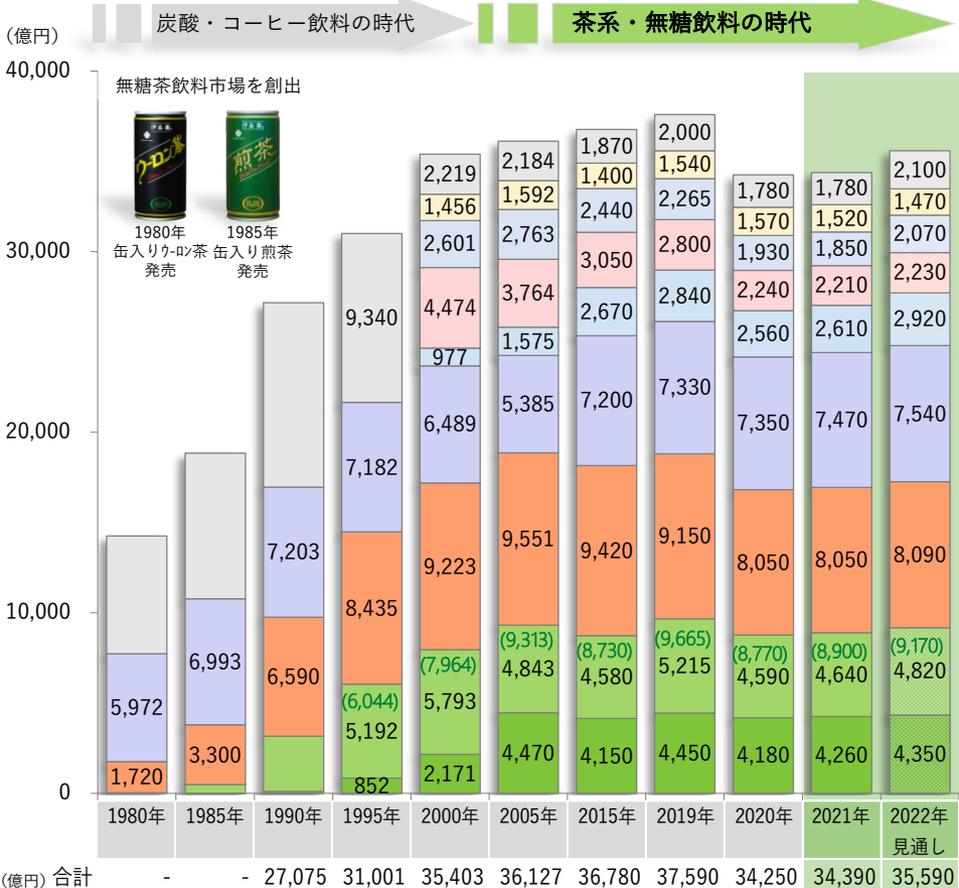
自然が好きです。

国内飲料市場の動向と当社業績・通期予測	P.3
マーケティング戦略・事業戦略	P.10
健康創造企業として	P.18
参考資料	P.23

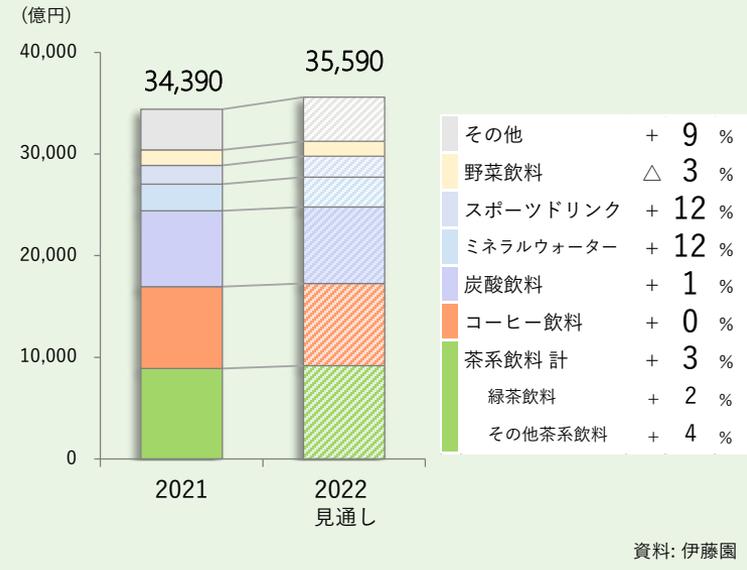
国内飲料市場の動向と当社業績・通期予測

国内飲料市場の動向

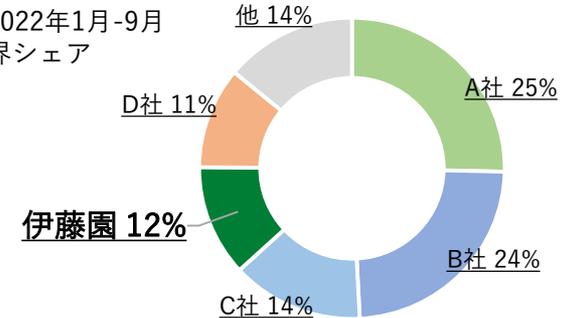
飲料市場の推移 (暦年・金額ベース)



2022年 (1月-12月) 見通し 前年比 + 3.5%



参考: 2022年1月-9月 飲料業界シェア



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）

2022年度（2023年4月期）



2021年度（2022年4月期）



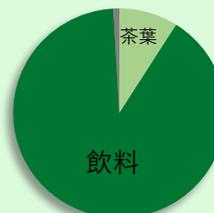
飲料市場環境のトピックス

- 2022年
- 5月 人流増加、天候面にも恵まれ復調傾向。
 - 6月 各地で記録的な猛暑日が続く。
 - 7月 新型コロナウイルス感染症が再拡大するも、全国的な猛暑もあり経済活動は回復傾向。
 - 8月 猛暑と人出の増加により活性化。
 - 9月 連休中の雨天が多く行楽需要は限定的も人流回復の後押しもあり好調に推移。
 - 10月 食品市場全体における価格改定に加え天候不順も影響し、消費マインド停滞傾向。

伊藤園（単独）2023年4月期 上半期（2022年5月～10月）

	増減率
売上高	+ 5 %
茶葉（リーフ）	△ 3 %
飲料（ドリンク）	+ 6 %
他	+ 7 %

金額ベース



構成比



茶葉 9%

飲料 90%

他 1%

（単位：万ケース）

カテゴリー別 飲料販売数量	2022年4月期			2023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）	11,845	100 %	△ 1 %	12,418	100 %	+ 5 %
茶系飲料計	8,405	71 %	△ 0 %	8,848	71 %	+ 5 %
日本茶	7,658	65 %	+ 2 %	8,100	65 %	+ 6 %
中国茶	489	4 %	△ 25 %	467	4 %	△ 4 %
その他	258	2 %	△ 0 %	281	2 %	+ 9 %
野菜飲料	1,590	13 %	△ 10 %	1,449	12 %	△ 9 %
コーヒー飲料	805	7 %	+ 9 %	892	7 %	+ 11 %
ミネラルウォーター	359	3 %	+ 1 %	380	3 %	+ 6 %
炭酸飲料	232	2 %	+ 1 %	318	3 %	+ 37 %
果実飲料	228	2 %	+ 9 %	241	2 %	+ 6 %
その他飲料	223	2 %	△ 11 %	285	2 %	+ 28 %

2023年4月期 上半期 無糖飲料比率 **75%以上**

2023年4月期 上半期実績

上半期 累計(2022年5月～10月)

	2022年4月期		2023年4月期			
	実績	構成比	実績	構成比	増減率	
売上高	208,716	100.0%	227,262	100.0%	8.9%	
売上総利益	82,469	39.5%	85,211	37.5%	3.3%	
連	広告宣伝費	5,577	2.7%	5,612	2.5%	0.6%
	運送費	7,190	3.4%	7,751	3.4%	7.8%
	減価償却費	4,688	2.2%	4,017	1.8%	-14.3%
	販売費及び一般管理費	71,612	34.3%	73,875	32.5%	3.2%
	営業利益	10,856	5.2%	11,335	5.0%	4.4%
結	経常利益	11,303	5.4%	12,548	5.5%	11.0%
	特別損益	823	-	△ 370	-	-
	当期純利益	7,752	3.7%	7,923	3.5%	2.2%

	2022年4月期		2023年4月期		
	実績	構成比	実績	構成比	増減率
売上高	159,505	100.0%	167,752	100.0%	5.2%
売上総利益	59,787	37.5%	60,397	36.0%	1.0%
営業利益	9,149	5.7%	9,017	5.4%	-1.4%
経常利益	10,149	6.4%	11,002	6.6%	8.4%

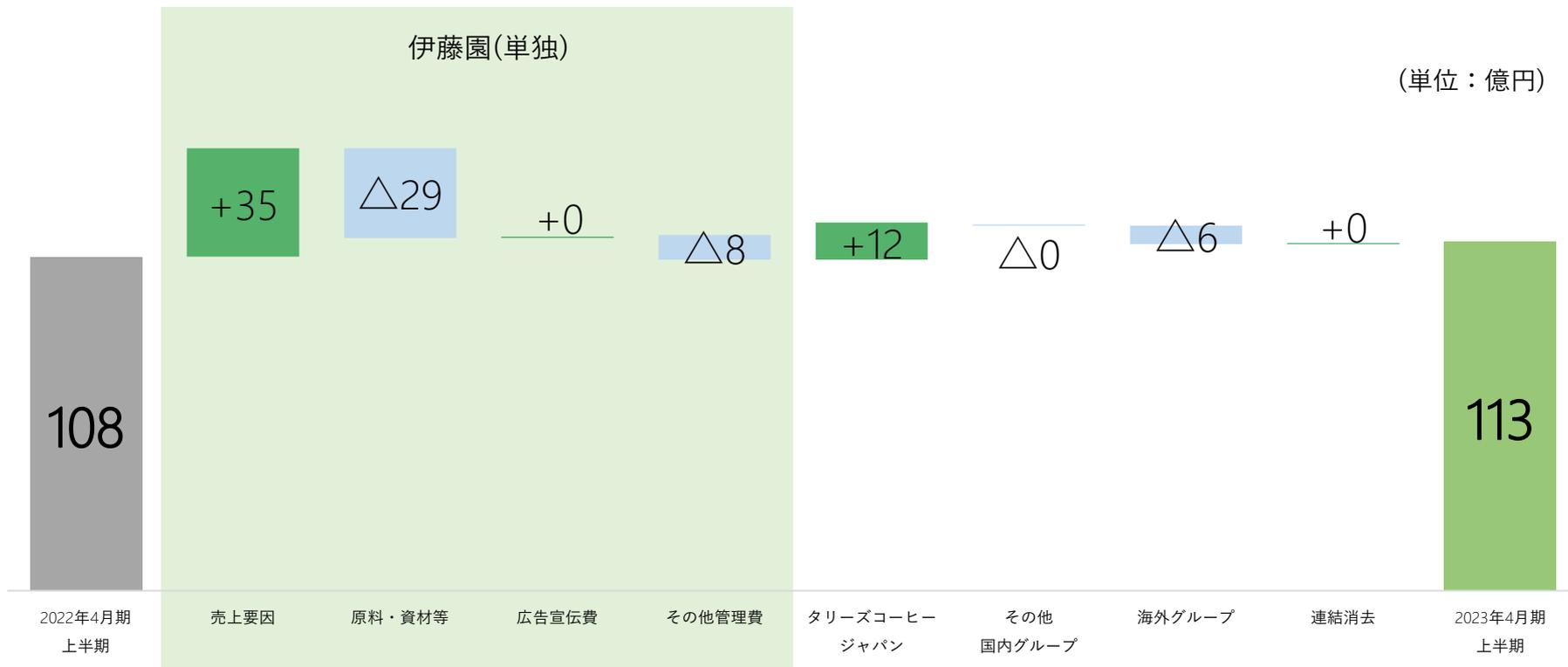
(単位：百万円)

	上段：売上高 下段：営業利益	2022年4月期		2023年4月期	
		実績	実績	実績	増減率
グループ会社	国内グループ	45,666	49,809	9.1%	
		1,150	2,325	102.1%	
	タリーズ	14,017	16,963	21.0%	
	コーヒー	115	1,334	1,055.3%	
	チチヤス	6,155	6,180	0.4%	
		440	406	-7.5%	
	海外グループ	20,069	27,165	35.4%	
		885	257	-71.0%	
	米国事業	17,224	23,922	38.9%	
		330	△ 321	-	
		155,894千ドル	174,008千ドル	11.6%	
		2,993千ドル	△2,337千ドル	-	
	その他	2,844	3,243	14.0%	
海外事業	555	578	4.2%		
連結消去	△ 16,524	△ 17,466	-		
	△ 329	△ 265	-		

為替レート (米ドル) 110.49 137.48 (期中平均)

2023年4月期 上半期実績（連結） 営業利益増減の主な要因

原材料・資材高の影響は、価格改定及びコストコントロールで対応し収益を確保



伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|------------------|------|-----------------|-----|
| • 売上増加による影響 | + 30 | • 原料・資材の高騰による影響 | △29 |
| • 容器構成及び製品構成等の変化 | + 5 | • 広告宣伝費の削減による影響 | + 0 |

2023年4月期 通期予測

通期（2022年5月～2023年4月）

	2022年4月期		2023年4月期			
	実績	構成比	予測	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%
	広告宣伝費	9,980	2.5%	10,592	2.5%	6.1%
	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		2023年4月期			
	実績	構成比	予測	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		2023年4月期		
	実績	予測	実績	増減率	
グ ル ー プ 会 社	上段：売上高	90,390	96,945	7.3%	
	下段：営業利益	2,249	3,300	46.7%	
	国内グループ	タリーズ	30,060	34,450	14.6%
		コーヒー	860	2,000	132.6%
	チチャス	11,844	12,342	4.2%	
		734	650	-11.4%	
	海外グループ	41,927	53,283	27.1%	
		1,472	1,000	-32.1%	
	米国事業	36,771	47,417	29.0%	
		555	0	-	
		323,156千ドル	346,116千ドル	7.1%	
		4,881千ドル	0千ドル	-	
	その他	5,155	5,865	13.8%	
	海外事業	917	1,000	9.1%	
連結消去	△ 31,867	△ 44,728	-		
	△ 613	△ 800	-		

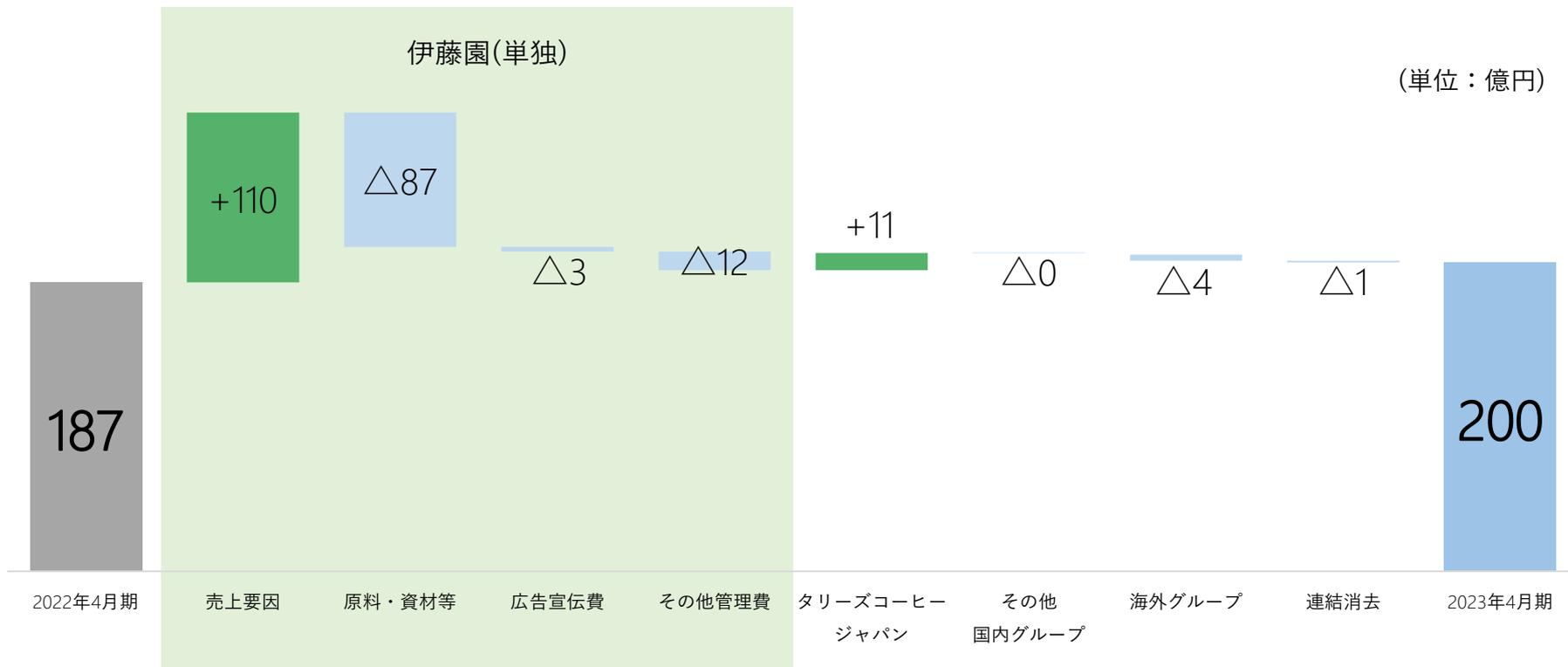
為替レート（米ドル）

113.79

137.00（期中平均）

2023年4月期 通期予測（連結） 営業利益増減の主な要因

原材料・資材高の影響は、価格改定及びコストコントロールで対応し収益を確保



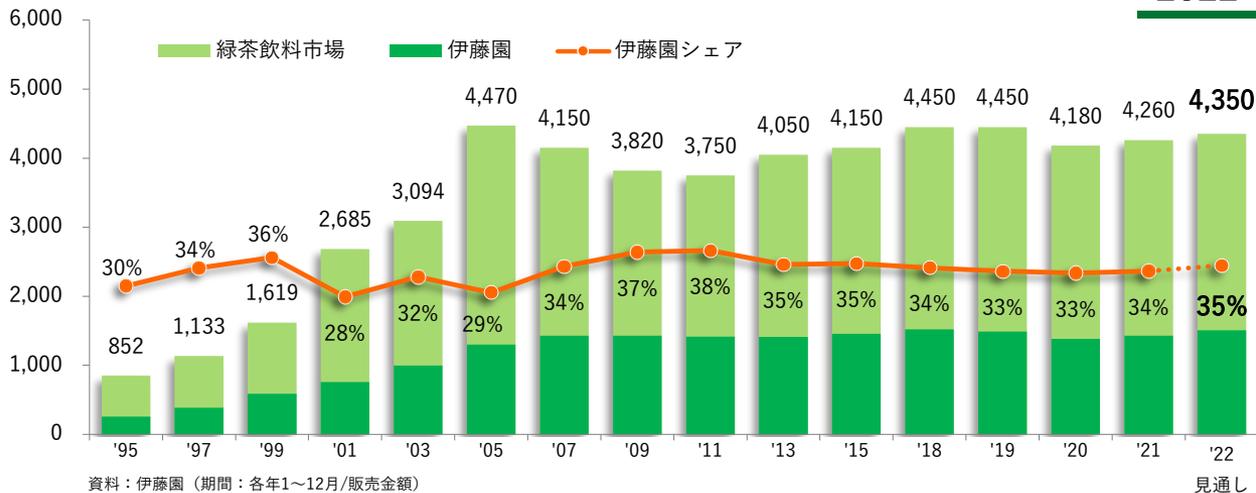
伊藤園(単独)の増減要因補足

- | | | | |
|------------------|------|------------------|------|
| • 売上増加による影響 | + 46 | • 原料・資材等の高騰による影響 | △ 87 |
| • 容器構成及び製品構成等の変化 | + 64 | • 広告宣伝費の増加による影響 | △ 3 |

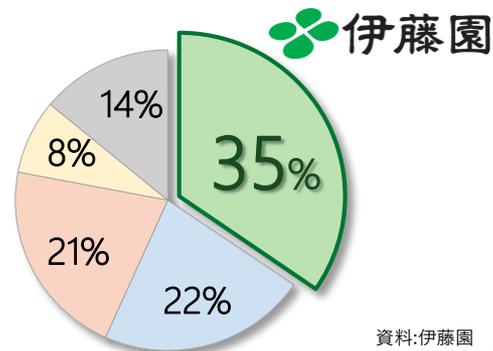
マーケティング戦略・事業戦略

緑茶飲料市場の動向

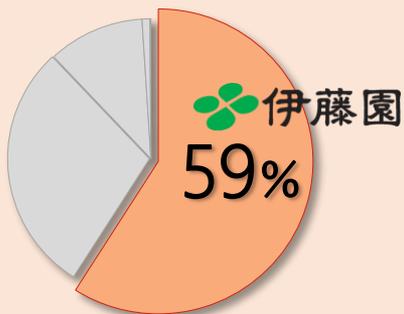
(市場/億円)



2022年 緑茶飲料の販売金額シェア (見通し)



秋冬期のホット緑茶飲料



ホット緑茶飲料シェア NO.1

資料：伊藤園 インテージSRI+ (期間：2021年9月～2022年8月/金額ベース)

あたたためても、常温でも美味しい
電子レンジ対応



お〜いお茶

茶葉と抽出技術が進化
より香り高い品質へ

お〜いお茶

累計販売本数

400億本突破

500mlペットボトル換算 2022年8月時点

販売実績

前年比 +7%

(期間：2022年5月～10月/数量ベース)

第2四半期 (8月～10月)
販売数量 過去最高を記録



オールシーズン、圧倒的なおいしさと品質でシェア獲得

お〜いお茶の価値

多様な価値で選ばれる「お〜いお茶」

▶ 日本文化を現代風楽しむ



▶ 特定保健用食品・機能性表示食品の製品化

健康ニーズへの対応



▶ 製品バリエーション

お客様の生活シーンや
ニーズに沿う



缶155ml PET195ml PET600ml PET1L

お〜いお茶

茶畑を育てて46年

本物のおいしいを、
茶畑から

1976年から茶農家とともに茶産地
育成事業に取り組んでいます。

▶ 嗜好品領域



▶ 新しいコミュニティの形成

リアル・オンライン
お茶を通じた現代風コミュニケーション



伊藤園 OCHA オンラインコミュニティ
お〜いお茶人【公式】
@oichan
いよいよ明日！#日本茶の日 オンライン茶
会が14:00からライブ配信されますよ！
楽しみですね〜
配信の中で、なんと僕がキーワードを持っ
て登場します！このキーワードを集めて
応募してください！
僕の非売品ぬいぐるみを限定10名様に
詳細はYouTubeライブの詳細欄
youtube_bj_cpf4-UBGAM



▶ 環境保全の取組み

- ・お〜いお茶
お茶で日本を美しく
- ・わたしの街の
未来の桜プロジェクト



2010年より地域密着型の
環境保全活動を実施

桜の植樹
累計1,158本
2022年5月現在



お〜いお茶

ブランドから“初”

特定保健用食品
お〜いお茶 カテキン緑茶

2022年10月3日発売

2019年9月
機能性表示食品へリニューアル後も
おいしさと健康性で伸長を続ける

お〜いお茶 濃い茶

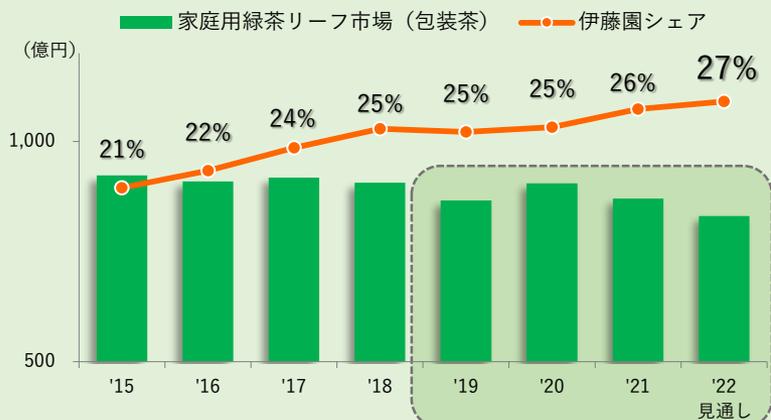
2019年を1.0とした場合の伸長率
(期間：各年5月～10月販売実績/数量ベース)



「お〜いお茶」ブランドで1億ケースを目指す

緑茶リーフ市場の推移

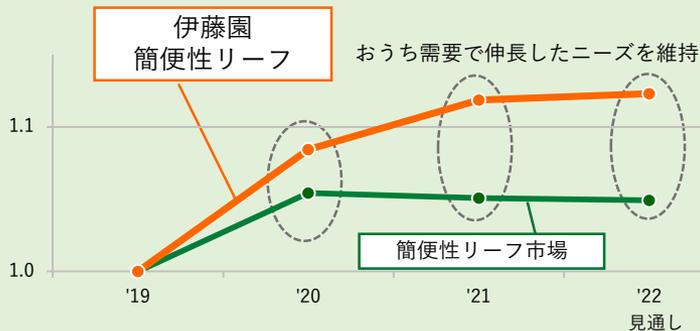
家庭用リーフ市場と伊藤園シェア



資料：伊藤園（市場：各年1月～12月 伊藤園：5月～4月/金額ベース）

▶コロナ禍における簡便性リーフの推移

2019年を1.0とした場合の伸長率



資料：伊藤園（市場：各年1月～12月 伊藤園：5月～4月/金額ベース）

圧倒的な製品力

特定保健用食品・機能性表示食品のリーフ製品展開強化

製品数

▶ **14製品**

(2022年10月末時点)

伸長率

▶ 上半期実績

前年比 **+8%**

資料：伊藤園（期間：2022年5月～10月/金額ベース）



2015年発売



2021年発売

おいしさとエコにこだわったティーバッグ

▶ おうち需要にも対応 簡便性リーフ製品の強化

おいお茶
エコティーバッグ



2022年9月19日
発売

【原料】
ティーバッグ用に
開発した**専用原料**をブレンド

【フィルター】
植物由来の**生分解性素材**を採用



時代の変化・消費者ニーズに対応、健康・環境に配慮したおいしいお茶（リーフ）を提案

むぎ茶

健康ミネラル **むぎ茶**

○むぎ茶飲料市場の状況



伸長を続けるロングセラーのむぎ茶

むぎ茶ティーバッグ



上半期実績
前年比

+ **1.3%**

資料：伊藤園（期間：5月～10月/金額ベース）



2021年販売シェア
45%以上

資料：伊藤園

ティーバッグの焙煎技術や加工技術が
ドリンクのやかん品質へ

健康ミネラルむぎ茶



上半期実績
前年比

+ **10%**

資料：伊藤園（期間：5月～10月/数量ベース）

乾燥が気になる秋冬こそ
水分&ミネラル補給！

おいしくミネラル補給！



ゴクゴク飲んで

野菜飲料

○野菜飲料市場の状況



2022年5月以降 営業体制を拡充し 紙容器の販売を強化

上半期
紙容器販売シェア

前年比
+ **1.3 pt**



資料：伊藤園（インテグ SRI+データ
期間：各年5月～10月/
野菜飲料市場紙パック販売金額）

2022年12月12日 おいしい飲み方提案 青汁専門店 **aOstand**

青汁のおいしさ発信基地
(京浜急行線上大岡駅)



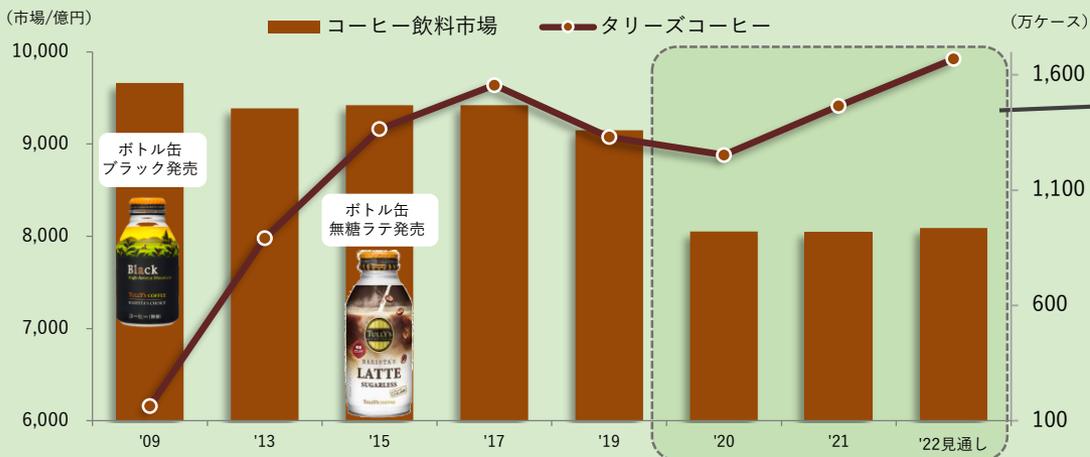
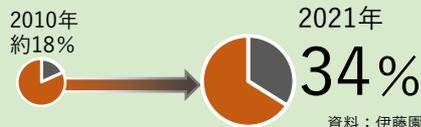
毎日1杯の
青汁



TULLY'S COFFEE 高品質とおいしさで作り上げるコーヒーの世界

○コーヒー飲料市場の状況

▶コーヒー飲料市場は無糖へシフト



無糖への挑戦

▶TULLY'S COFFEE BARISTA'S BLACK

ボトル缶390ml

上半期実績 前年比 **+13%**
(2021年度 前年比 +10%)



▶TULLY'S COFFEE BARISTA'S 無糖 LATTE

ボトル缶370ml

上半期実績 前年比 **+32%**
(2021年度 前年比 +70%)



資料：伊藤園（期間：上半期2022年5月～10月、2021年5月～2022年4月 /数量ベース）

“おうちタリーズ”

ご自宅でショップのおいしさを

▶MY HOME
BLACK COFFEE
屋根型キャップ付き
紙パック1000ml



▶BARISTA'S ROAST
簡易ドリップコーヒー



▶BARISTA'S ROAST
レギュラーコーヒー（粉）



TULLY'S & TEA お茶のおいしさをお届け



“一杯のお茶がつなぐ、
もう一つのPROFESSIONAL QUALITY”



タリーズブランドは「PROFESSIONAL QUALITY」を追求し、市場変革へ挑戦

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



※2022/4月期より収益認識基準を適用。

NEW

2022年9月15日 OPEN
タリーズコーヒー ニュウマン新宿店

セルフレジを初導入



2022年12月以降の展開

○オーダー統合システムを導入
オペレーションの効率化を図る



○DISTANT LANDS COFFEE社とのシナジー



TULLY'S COFFEE



DISTANT LANDS
COFFEE

2023年4月期 上半期の販売動向 (2022年5月~10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 + 26%

郊外 売上高 + 15%

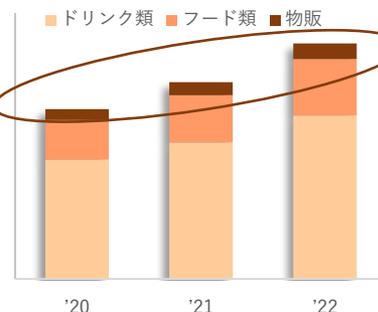
※出店月を除いた15ヵ月以上営業している店舗における売上高前年比



10月28日~

昨年に続き第2弾も好調

○上半期販売推移



期間：各年5月~10月/金額ベース

物販強化による効果

▶客単価アップ

2019年比 + 9%

▶おうち需要獲得
コーヒー豆販売実績

2019年比 + 12%

期間：各年5月~10月/金額ベース

2020年以降の取組み

▶TULLY'S 公式アプリ



約100万ダウンロード
2022年10月末時点

▶TULLY'S DELIVERY



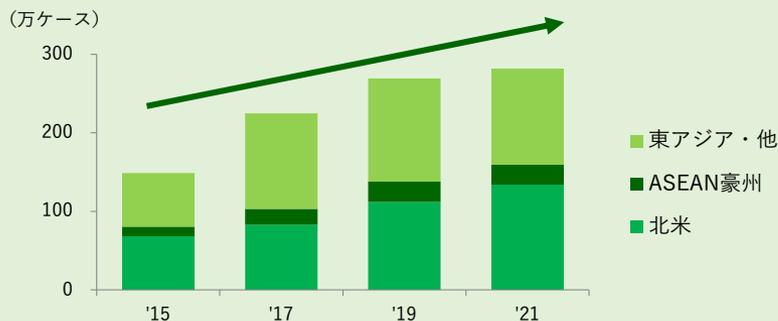
対象店舗数約340店舗
2022年10月末時点

▶店舗オペレーションの効率化による生産性向上の取組み強化

新しい取組みを継続、新たなファン獲得で回復ステージへ

海外における販売動向

▶ 「お〜いお茶」 ドリンク販売推移



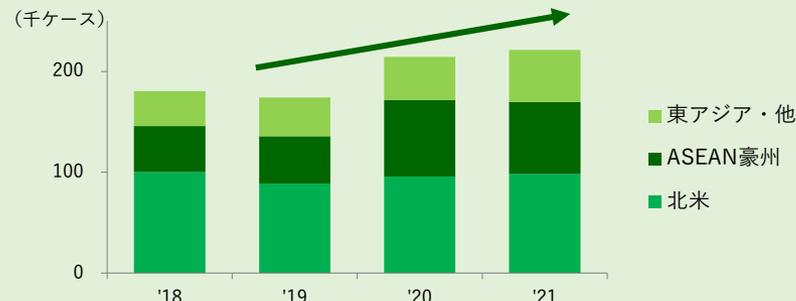
上半期実績

前年比 + 1.9%

資料：伊藤園（期間：2022年5月～10月/数量ベース）



▶ 「グローバルブランド」 リーフ販売推移



「お〜いお茶」ティーバッグ好調

上半期実績

前年比 + 15%

資料：伊藤園（期間：2022年5月～10月/数量ベース）



「おいさと健康」ニーズは万国共通



ドリンク・茶葉・ティーバッグ・抹茶
高品質でおいしい日本の緑茶を世界へ提案



日本の緑茶の認知拡大とファン拡大を目指す

健康創造企業として

独自の農業モデル「茶産地育成事業」



○茶産地育成事業の展開推移



減農薬、有機栽培への取り組み

○蒸気防除機の普及
▶蒸気による防除、除草



化学農薬低減⇒減農薬

○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



肥料コスト削減と環境負荷低減

有機栽培の生産量	2021年度実績	236t
	2030年度目標	500t

持続可能な共生社会を目指す「農福連携※1」をスタート

畑から取組んでいる伊藤園ならではの
社会課題解決への取組み



ノウフクJAS ※2 認証茶葉100%使用
「ふんわり香る静岡茶」
当社直営店で販売開始
2022年11月14日～

2020年11月～
農福連携等応援コンソーシアムの賛助会員として取組みを応援
農業を通じて多様性を認め合う社会へ貢献



※1 障がい者などが農林水産業などの分野で活躍することを通じて、自信や生きがいをもって社会参画を実現していく取組み。
※2 2019年に制定・認証が始まった日本農林規格（JAS）。障がい者が主体的に携わって生産した農林水産物及びこれらを原材料とした加工食品の生産方法及び表示の基準を規格化したもの。

JA全農「ニッポンエールプロジェクト」への参画



北海道産 富良野メロンと国産牛乳を使用した
「ニッポンエールメロン&ミルク」



「国産牛乳応援プロジェクト」に参画
牛乳の消費が減る冬の季節に日本の酪農家を応援



2022年11月7日新発売

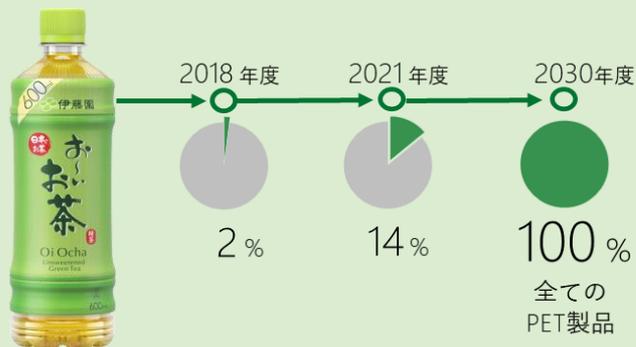
持続可能な農業の推進に貢献していく

容器包装に関する取組み

容器包装 3Rの推進

○リサイクル

伊藤園はペットボトルに使用するリサイクル素材（生物由来素材を含む）等の割合を2030年までに100%にすることを旨す



○リデュース

容器包装の軽量化・使用量削減



お〜いお茶500mlPET 1本あたりに使用するプラスチック使用量
2002年から約40%削減



「お〜いお茶」ブランドで採用する2Lペットボトルを軽量化



従来比
約26%軽量化

○リプレース&リユース

植物性生分解素材への切替

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



2022年5月より
TULLY'S COFFEE 店舗にて
HOT/COLD兼用の紙カップで提供



▶プラスチック使用量
年間約100t削減見込み

一部コールド製品は
ストロー不要のふたも使用



2022年9月より
CHICHI YASU LECT店
ソフトクリームカップを紙容器に刷新



▶プラスチック使用量
年間約63%削減見込み

付属するスプーンも
プラスチック製から木製へ変更



お茶の基本価値「コミュニティの創出」

10月1日「日本茶の日」 リアル&オンラインによる双方向コミュニケーション

リアル

伊藤園×学生×お客様でつくる
わくわく大茶会 実施



▶老若男女、世代を超えてお茶を楽しむコミュニティを創出

オンライン 各地からお茶の魅力を紹介



北野天満宮

LIVE



東京スカイツリー



SNS

「日本茶の日」ギネス世界記録™に挑戦

ギネスワールドレコーズ™が審査する「お茶のオンライン交流会に参加した
最多ユーザー数 (Most users in a tea video hangout)」に3,475名が参加して認定
(オンラインイベントのライブ配信日時 (10月1日11時~15時) を挑戦時間としたギネス世界記録™に挑戦)



▶各地からオンラインでつながり、お茶を楽しむコミュニティを創出



泉州「お茶のある暮らし」プロジェクト

リアル

産・官・学連携の取組み
伊藤園×大阪観光大学

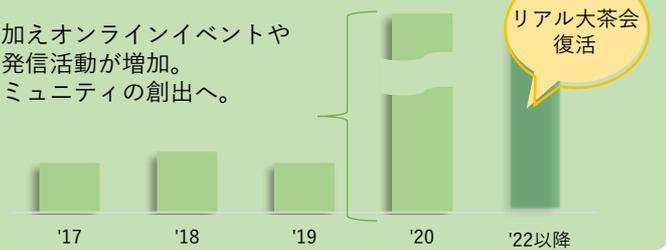
「お茶を楽しむ」授業を
正規科目として開講



伊藤園ティーテイスターによる
お客様とのコミュニケーションの変化

リアルに加えオンラインイベントや
SNSでの発信活動が増加。
新たなコミュニティの創出へ。

リアル大茶会
復活



食生活と健康への貢献

緑茶成分の機能性に関する研究の強化 伊藤園 × MCBI

抹茶の継続摂取による2つの効果を確認

- ・睡眠の質の向上
- ・社会的認知機能の改善



1日あたり
抹茶 2g 摂取

「伊藤園健康フォーラム」を定期的に開催

お茶の健康価値を研究者と一緒に発信。
人々が笑顔で健康な毎日を過ごすために
“お茶が果たせる役割”を考え発信し続ける



▶2022年9月9日開催 (第7回)

「お茶」を通じてつながりを創出、心と体の両面からお客様の健康をサポート

お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会を実現

世界のティーカンパニー戦略

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。

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



経営基盤の強化



「お〜いお茶」のグローバル化



サステナビリティ経営の推進



新たな事業の創出

伊藤園グループは唯一無二の永続企業を目指す

参考資料

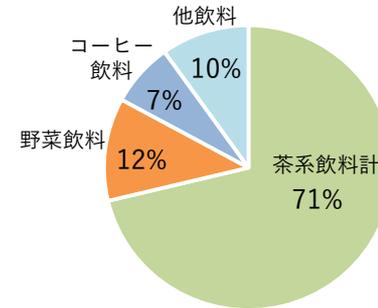
参考：伊藤園（単独）の状況

飲料カテゴリー別販売実績

上半期(2022年5月-10月)

(単位：万ケース)

	第1四半期(5月～7月)			第2四半期(8月～10月)		
	実績	構成比	増減率	実績	構成比	増減率
飲料（ドリンク）	6,285	100%	+4%	6,133	100%	+6%
茶系飲料計	4,501	72%	+4%	4,347	71%	+6%
日本茶	4,148	66%	+6%	3,951	64%	+6%
中国茶	228	4%	△12%	238	4%	+4%
その他	124	2%	△4%	157	3%	+22%
野菜飲料	731	12%	△9%	717	12%	△9%
コーヒー飲料	439	7%	+10%	453	7%	+12%
ミネラルウォーター	196	3%	+9%	184	3%	+3%
炭酸飲料	156	2%	+47%	161	3%	+30%
果実飲料	126	2%	+5%	115	2%	+6%
その他飲料	131	2%	+18%	153	2%	+38%



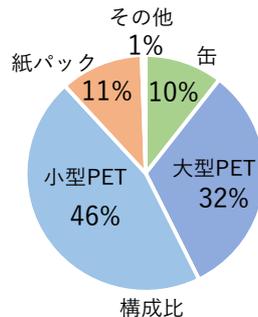
上半期(2022年5月-10月) 構成比

飲料容器別販売実績

上半期(2022年5月-10月)

(単位：万ケース)

	実績	構成比対前年	増減率
飲料販売数量	12,418	-	+5%
缶	1,350	△0 pt	+5%
大型PET	3,947	△2 pt	△0%
小型PET	5,654	+2 pt	+10%
紙パック	1,401	△0 pt	+1%
その他	65	△0 pt	△13%

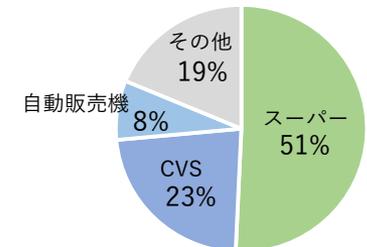


飲料チャネル別構成比

上半期(2022年5月-10月)

(数量ベース)

	構成比対前年	増減率
スーパー	△1 pt	+2%
C V S	△1 pt	+2%
自動販売機	△0 pt	+3%
その他	+2 pt	+17%



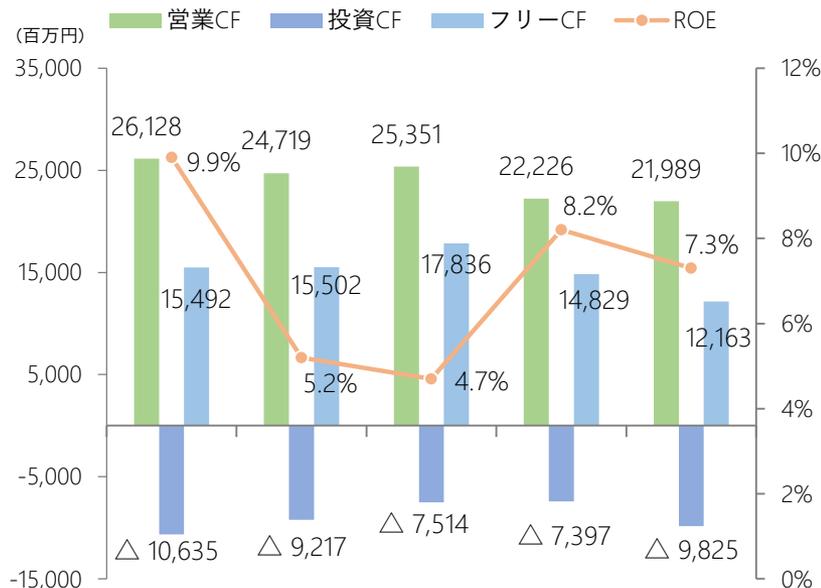
構成比

連結貸借対照表 (前年同月比較)

(単位：百万円)

	2021年10月末	2022年10月末	増減額
流動資産	227,466	232,934	5,468
現金及び預金	111,952	100,525	△ 11,427
売上債権・棚卸資産	103,118	119,741	16,623
有形固定資産	76,753	74,757	△ 1,996
土地	22,284	23,344	1,060
リース資産	10,898	7,146	△ 3,752
その他	43,571	44,266	695
無形固定資産	8,114	8,484	370
のれん	4,104	3,078	△ 1,026
投資その他資産	23,127	22,175	△ 952
資産合計	335,462	338,351	2,889
流動負債	90,529	76,813	△ 13,716
買掛金等	25,249	30,439	5,190
短期借入金	24,604	2,532	△ 22,072
リース債務	2,618	2,370	△ 248
未払法人税等	4,914	4,520	△ 394
固定負債	86,324	90,783	4,459
社債	10,000	10,000	-
長期借入金	55,603	60,441	4,838
リース債務	4,745	4,542	△ 203
負債合計	176,853	167,597	△ 9,256
純資産合計	158,609	170,754	12,145

連結キャッシュ・フローの推移



(単位：百万円)	'19/4	'20/4	'21/4	'22/4	'23/4予測
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	'21/10	46.9%
	'22/10	50.1%



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。