



伊藤園

自然が好きです。

株式会社伊藤園 2025年4月期～2029年4月期

新・中期経営計画 説明資料

前・中期経営計画の2年間の振り返り

事業の効率化や価格改定により売上伸長・収益性改善を実現するとともに、「お〜いお茶」のグローバル化に向けて着実に前進

2024年4月期 指標の進捗

		(対中期計画)		(対中期計画)
売上高年平均伸長率 (2年間)	6.4%	○ +2.7pt	総還元性向	52.7% ○ +12.7pt
営業利益率	5.5%	○ +0.1pt	海外売上比率	11.7% ○ +1.6pt
ROE	8.9%	○ +0.4pt		

重点戦略	進捗/成果
①国内既存事業の盤石化	<ul style="list-style-type: none"> ■適切な価格改定による売上伸長と収益性改善 ■国内事業体制再構築に向けた取組みを開始
②お〜いお茶のグローバル化	<ul style="list-style-type: none"> ■「お〜いお茶」年間販売数量が9,000万ケースを突破 ■「お〜いお茶」の新製法確立により欧州生産を開始 ■海外事業の売上拡大、北米事業の黒字転換
③新たな事業の創出	<ul style="list-style-type: none"> ■社内ベンチャー制度の運用 ■農業DXや抹茶関連企業への出資
④経営基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ■リスクマネジメント基盤を構築 ■監査等委員会設置会社へ移行
⑤サステナビリティ経営の推進	<ul style="list-style-type: none"> ■全グループ会社でのGHG排出量と水使用量の算定方法確立、TNFDへの対応開始 ■人権DDの開始、サステナビリティ推進体制の強化 (CSO,CHROの設置等)

創業60周年にあたって、
さらなる成長と収益性向上を目指し、新たな中期計画を策定

見直し理由

- 前・中期経営計画の2年間においては収益性改善や海外展開で一定の成果
- 一方で原材料費の高騰など、想定以上に経営環境が変化
- 更なる成長と収益性向上のために、将来を見据えて中期経営計画を見直し

ポイント

- 2040年頃の長期的な将来像を想定したうえで、5年間の中期経営計画を策定
- 世界のティーカンパニーに向けてグローバル化を加速
- 経営環境変化に柔軟に対応し、収益性重視の事業体制へ変革

主な変更点

- 長期的な定量目標を設定
- 「お〜いお茶」のグローバル化のための施策を拡充
- 国内既存事業の盤石化のための施策を拡充

新・中期経営計画の考え方

世界のティーカンパニーの3つのステージの考え方のもと、
2040年頃の長期的な将来像を設定し、バックキャストで新たな中期計画を策定

長期ビジョンの実現に向けた3つの取組みの柱

ユニーク

畑からの製品づくりと資源循環
までの、独自のビジネスモデル
と技術開発力

×

価値創造

様々な茶製品と事業活動を通じて
お客様の心身の健康と、社会・
環境課題の解決に貢献する

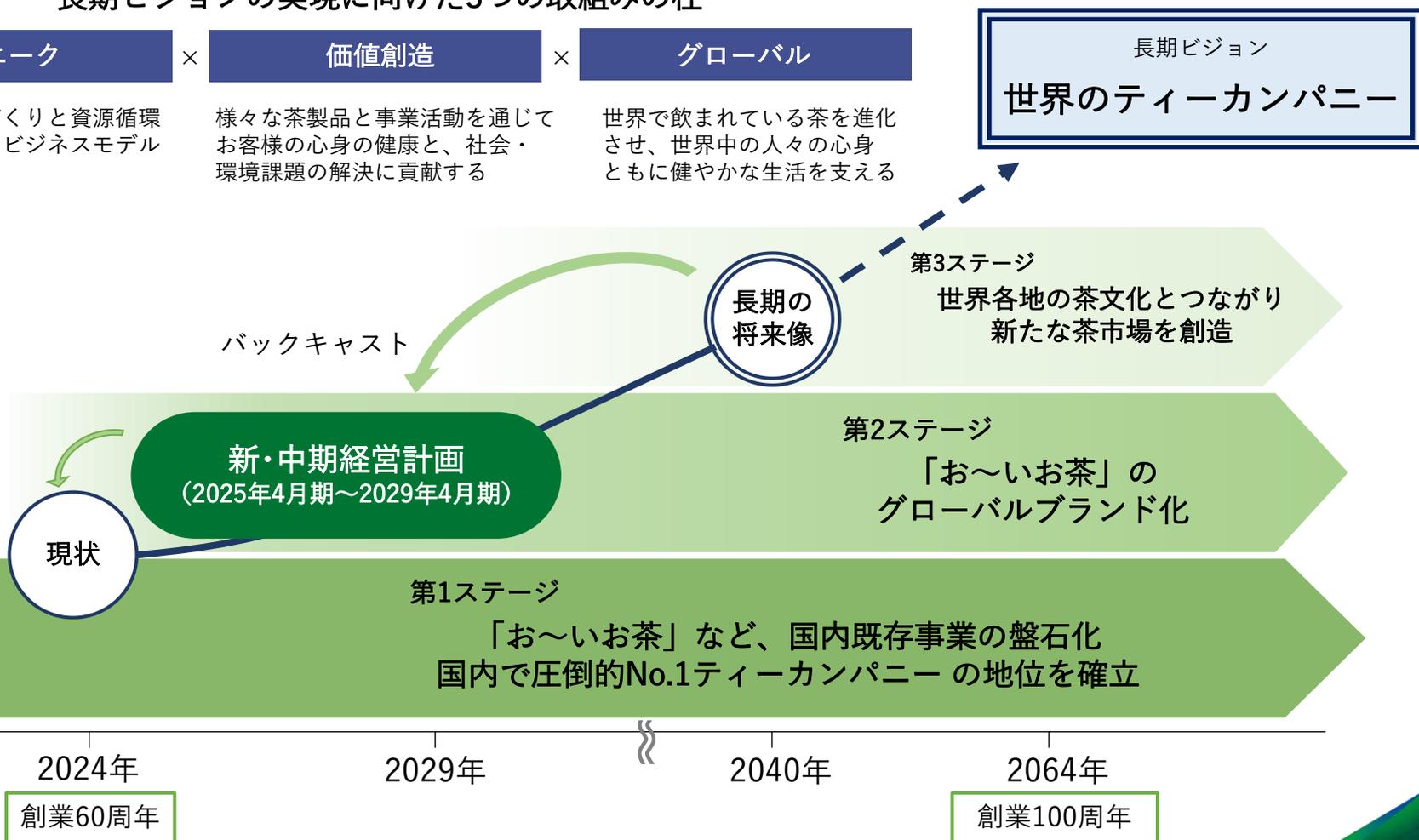
×

グローバル

世界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

長期ビジョン

世界のティーカンパニー



環境変化を想定したうえで、長期の対応方針を策定

	リスク	機会	長期の対応方針
海外事業	 グローバル企業との競争	 海外茶市場の拡大	海外市場の拡大を最大の成長機会と位置づけ、 当社の強みであるお茶に経営資源を集中。
国内事業	 人口減少	 健康志向の高まり	人口減少に伴う市場や顧客の変化に対応するため、 事業体制を効率化し、収益性の向上を追求。 消費者ニーズの多様化に合わせて、 茶と健康を軸に新たな事業を創出。
	 地方過疎化	 消費の多様化	
調達・生産 研究開発	 国内茶産地の縮小	 技術革新	茶産地の支援を通じて原料の安定調達を図り、 技術革新により高付加価値な製品を供給。
経営基盤	 規制、要請の高まり	 非競争領域の連携	グローバル化や経営環境の変化に対応するため、 機能別組織への移行や多様な人材の育成を推進。

2040年 伊藤園グループの将来像

世界100ヵ国以上の地域において茶を中心とした事業活動により、
お客様の健康で豊かな生活と持続可能な社会の実現に貢献

国内 事業

収益性向上(営業利益率：**10%**以上)
環境変化に適応した事業体制
自社EC・原料卸・新規事業が拡大

海外 事業

事業拡大(販売国：**40** ⇒ **100**ヵ国以上)
お茶(飲料・ティーバッグ・抹茶)に特化
現地企業と事業ネットワークを構築

グローバルなマーケティング・ブランド戦略

ユニークさの進化

原料 調達

原料調達の優位性を構築
緑茶シェアが拡大

生産

蓄積した技術・品質管理力を活かし、
グローバルなブロック生産体制を構築

研究 開発

利益の源泉として
大幅拡充

経営基盤の強化

組織

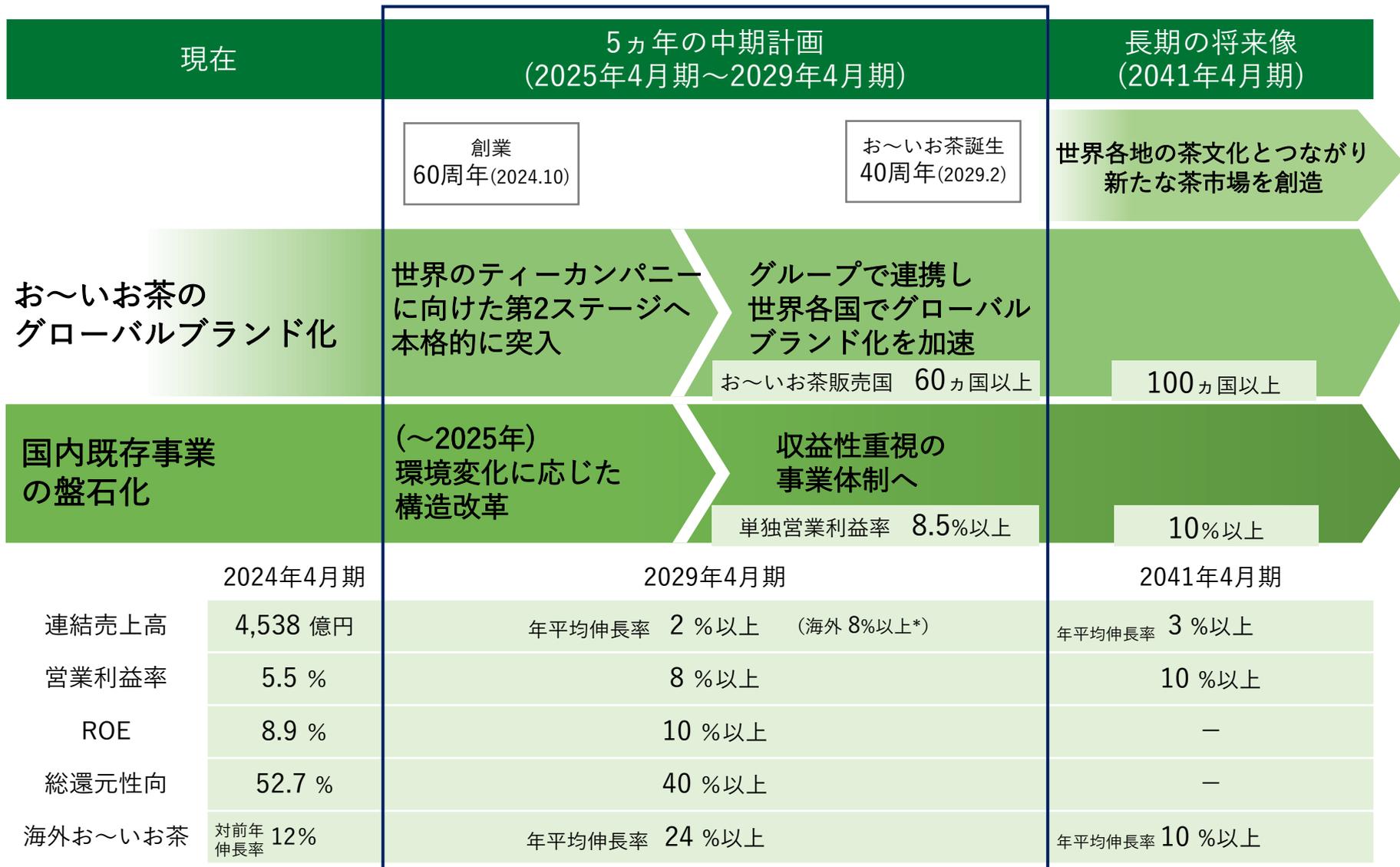
国内外の事業を統括するグローバル本社、
高い生産性の 機能別組織

人財

事業戦略と連動し、重点分野の人財を拡充

サステナビリティ経営の推進

中期経営計画 ～ロードマップ～



*為替影響除く



お～いお茶のグローバル化

- グローバルマーケティングの展開
- グローバル生販体制の構築
- 茶産地育成事業の進化



国内既存事業の盤石化

- 国内事業体制の再構築
- サプライチェーンの最適化
- マーケティングの選択と集中



新たな事業の創出

- 茶・健康を軸にした新しい価値の提供
- 資本提携、M & Aによる事業領域の拡大



経営基盤の強化

- 伊藤園グループのガバナンス、シナジー強化
- 人的資本経営、DX、リスクマネジメントの推進

2029年4月期 営業利益率 8%以上



サステナビリティ経営の推進

- 事業戦略と結合したマテリアリティへの対応による、100年企業に向けた持続的な成長と価値創造

※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

マテリアリティKPIの達成

お〜いお茶のグローバル化

グローバル広告を世界発信、
ローカル戦略との相乗効果でグローバルブランドへ

「お〜いお茶」のコア・バリュー いれたてのような香り・素材本来の美味しさをいつでもどこでも楽しめる
緑茶とは ~おいしさだけでなく、人々の心と体に寄り添い、人と人をつないできた、未来・世界へ継承すべき伝統飲料~

グローバルマーケティング 日本伝統と革新的技術が融合した「お〜いお茶」を世界中へ広める



統一の
グローバル広告 × グローバル共通の
を世界へ発信 ブランドデザイン
と品質



ローカルマーケティング エリアに応じた広告販促により、各国の文化と融合し、日常生活に浸透させる

(北米)
トータルマーケティングの拡充



(日本)
「茶事業」そのもののブランド化



(アジア・豪州・欧州)
SNS × 飲用体験



グローバル生販体制

生産

- ・新製法による現地生産の加速
- ・ブロック生産・ブロック品質管理体制の構築

販売

- ・茶市場の成長エリアを中心とした販売国の拡大
- ・エリア拡大の拠点となる現地法人の設立

環境変化に合わせて市場・顧客・地域に最適化した事業体制へ再構築

サプライチェーン

原料調達から販売まで、サプライチェーン全体の最適化を推進

- ・ 製品資材・規格の統一化、生産ロットの拡大、ストックポイントの見直し
- ・ グループ内外における連携強化
- ・ サプライチェーンDXによる効率化

製品・マーケティング

マーケティングの選択と集中により投資効率を最大化、収益性を向上

- ・ 主力・成長ブランドへの広告・販促の集中
- ・ 収益性の高い容器構成へのシフト
- ・ 健康・機能性の研究開発の拡充、製品の高付加価値化

営業体制

市場変化や社員の高齢化を踏まえ、顧客・地域に最適化した新たな営業体制へ

地域営業

自販機事業のグループ内連携や量販店営業の強化に向け、新たな営業体制へ再構築

直営店事業

機動的に施策実行できる事業体制を目指し、(株)伊藤園フードサービスへ直営店事業を承継、グループで販売機能を強化

茶・健康を軸に自社EC、原料卸事業を拡張するとともに、シナジーが期待できる企業との資本提携・M&Aを推進し、事業領域を拡大

茶・健康の知見 × 原料調達力 × 独自の技術・ノウハウによる新たな価値の提供

茶・健康の
事業拡張

自社EC

消費の多様化に合わせた
健康性・嗜好性の高い製品の提供

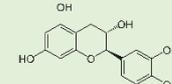


原料卸事業

各形態・顧客ニーズに適した
高付加価値な原料・素材の供給



抹茶・茶葉



機能性素材

資本提携
・
M&A推進

社外との連携による茶・健康分野の事業拡大

投資額 : 300億円(5年間)

重点分野 : 海外、EC・D2C、原料卸、農業、環境

直近事例 :
(資本業務提携)

THE MATCHA TOKYO(株)

⇒ 国内外の抹茶拡販で協業



ウォーターセル(株)

⇒ 茶産地事業の強化で協業



収益性を重視するとともに、資本効率を意識のうえ、将来の成長分野へ投資

成長への考え方と財務目標（2029年4月期）

- ・収益性を重視
- ・利益、シェア向上のための持続的な成長
- ・資本効率を重視した経営
- ・安定した株主還元

営業利益率	8%以上
売上高年平均伸長率	2%以上
ROE	10%以上
総還元性向	40%以上

5年間累計CF（2025年4月期～2029年4月期）

営業CF
1,600億円～

■成長への投資

研究開発、マーケティング、
人財、DX、環境

■サプライチェーンへの投資

ファブレス生産における工場設備

投資CF

設備投資	550億円
事業投資	300億円

（海外 200億円
国内 100億円）

財務CF

株主還元	450億円～	総還元性向40%以上
有利子負債 の返済	250億円	