

エバラ食品工業株式会社

エバラ食品の事業概要と中期経営計画の進捗に関して

2021年3月2日

エバラ食品工業株式会社

証券コード：2819

本日の流れ

① エバラ食品の会社紹介

② エバラ食品の強み・株主還元

③ エバラ食品グループ 中期経営計画
「Unique 2023」

④ 今期業績及び着地見込に関して

① エバラ食品の会社紹介

② エバラ食品の強み・株主還元

③ エバラ食品グループ 中期経営計画 「Unique 2023」

④ 今期業績及び着地見込に関して

会社概要/経営理念

ポイント：創業の思い「おいしいものをさらにおいしく」をもとに、事業活動を通じて「こころ、はずむ、おいしさ。」を提供

商号	エバラ食品工業株式会社
本店所在地	神奈川県横浜市西区みなとみらい四丁目4番5号
代表者	代表取締役社長 森村 剛士
事業内容	調味料食品の製造販売
資本金	13億8,713万円
設立	1958年(昭和33年)5月

こころ、はずむ、おいしさ。

The logo for Ebara, featuring the Japanese characters "エバラ" in a stylized, bold red font. A red swoosh underline is positioned beneath the characters.

【経営理念】 「こころ、はずむ、おいしさ。」の提供

わたしたちは、お客様への情熱とチャレンジ精神を力に、「人を惹きつける、新しいおいしさ」と「期待で胸が膨らむ、ワクワクするおいしさ」を通じて、人と人との絆づくりの機会を広げていきます。

エバラ食品グループ

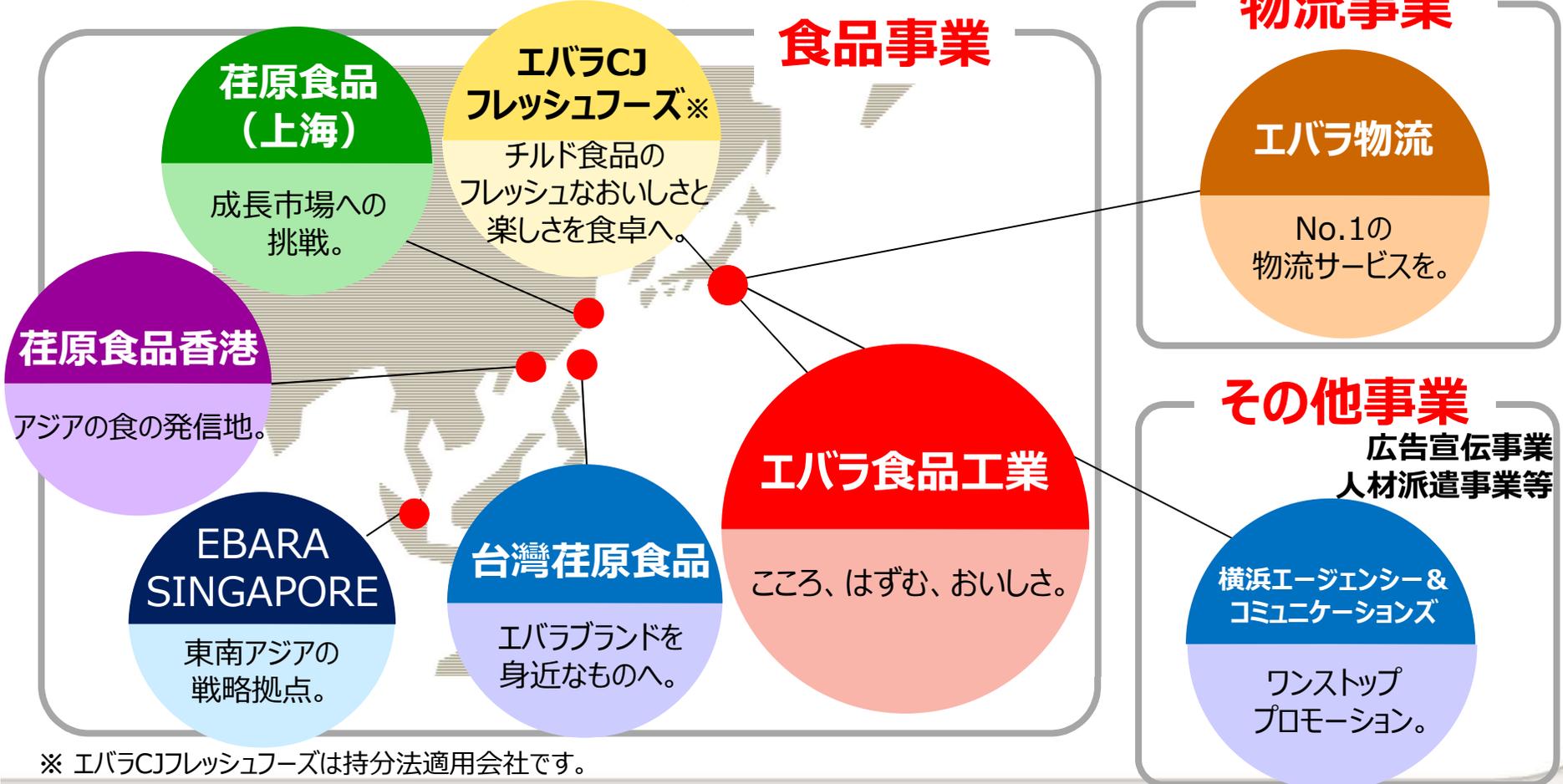
ポイント：従業員規模はグループ全体で750名強。国内外含めた食品事業のほか、物流・広告宣伝等の事業を運営

連結対象会社数 7社

(うち、連結子会社 6社、持分法適用会社 1社)

連結従業員数 753名

(2020年3月末時点)



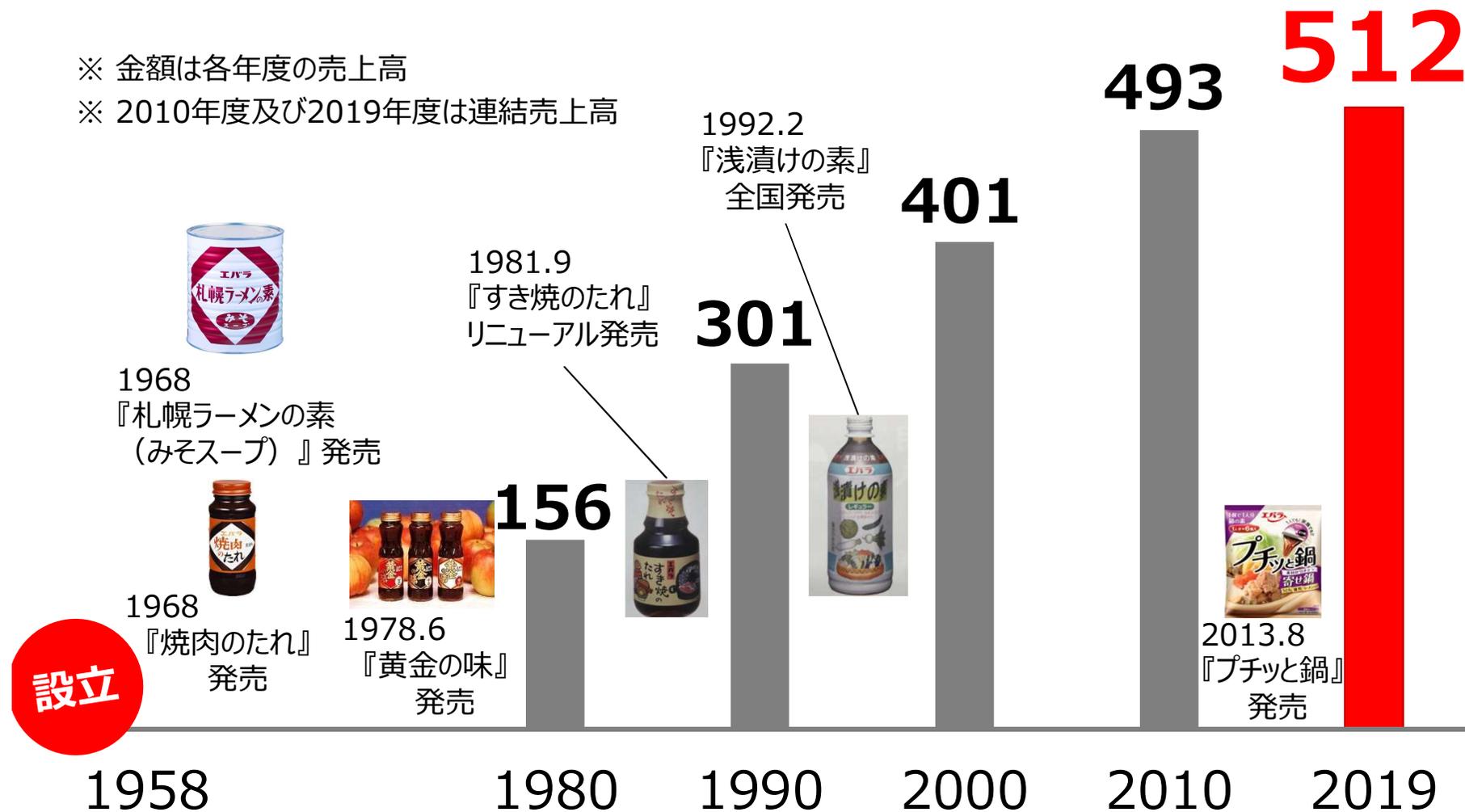
※ エバラCJフレッシュフーズは持分法適用会社です。

創業からの売上推移 (単位：億円)

ポイント：創業以来、各時代のニーズを捉えた商品開発を通じて、右肩上がりに売上が伸長

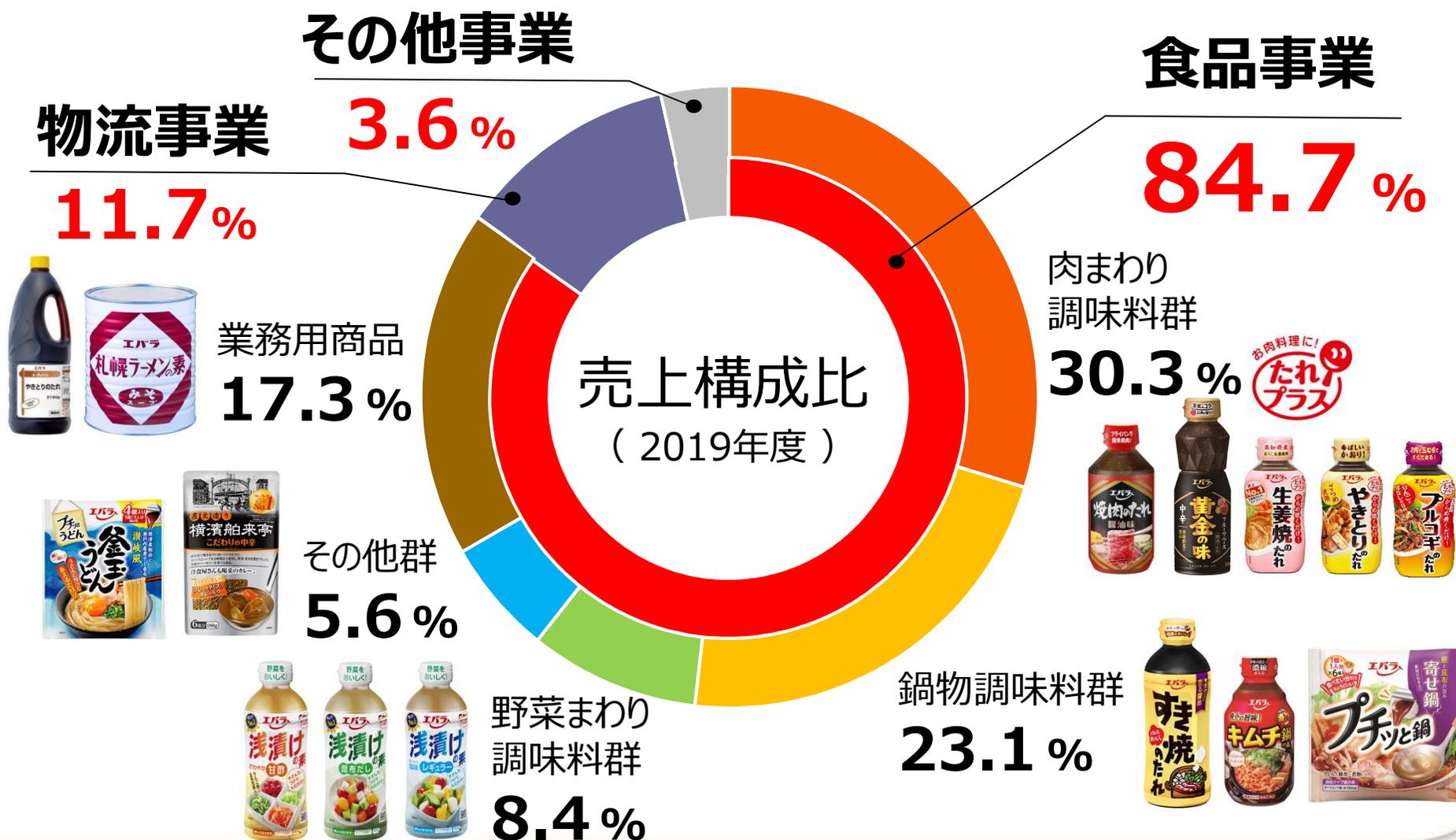
※ 金額は各年度の売上高

※ 2010年度及び2019年度は連結売上高



売上構成

ポイント：食品事業において、家庭用事業が約8割。肉まわり調味料だけでなく、鍋物調味料も広く展開



① エバラ食品の会社紹介

② エバラ食品の強み・株主還元

③ エバラ食品グループ 中期経営計画
「Unique 2023」

④ 今期業績及び着地見込に関して

エバラ食品の強み ①トップシェアの商品群

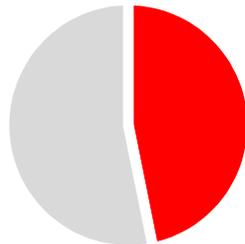
ポイント：時代のニーズを捉えた先発商品をリリースし、継続的な広告宣伝等の訴求により現状でもトップシェアを維持

焼肉のたれ

市場規模
201億円



47.2%

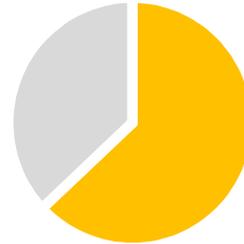


すき焼のたれ

市場規模
75億円



62.5%

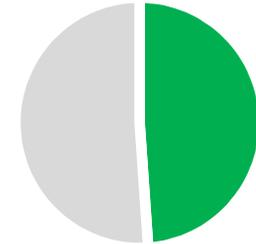


浅漬けの素

市場規模
61億円



46.9%



出典：インテージSRIデータ 焼肉のたれ・すき焼のたれ・浅漬けの素市場
(2019年4月～2020年3月 累計販売金額・金額シェア)

エバラ食品の強み ②豊富な商品ブランド

ポイント：トップシェア商品のほか、鍋、うどんつゆ、カレーフレークといったニッチ市場において存在感ある商品ブランドを展開

プチッと調味料

- ・1プチッと1人前 ポーションタイプの調味料
- ・人数に合わせて使う量を選べるから
様々なシーンで活用が可能
- ・豊富な商品ラインアップ
 - 商品ラインアップ
プチッと鍋、プチッとうどん、プチッとごはんズ
プチッとステーキ、プチッとハンバーグ



なべしゃぶ

- ・つけダレ不要のお手軽さ
⇒ カット野菜とお肉があれば、つゆをくぐらすだけ
- ・手軽なのに美味しい
⇒ 「香味油」とほど良い「酸味」がお肉の旨味を引き立てる
(柑橘醤油つゆ)



手軽で新しい「しゃぶしゃぶスタイル」を創出

キムチ鍋の素

- ・魚介の旨味を効かせたコク深い味わい
⇒ 酸味と辛味を抑えたマイルドタイプも展開



担々ごま鍋の素

- ・ごま約15,000粒が生み出すコク(右写真参照)
⇒ ねりごまたっぷりでカラダもよろこぶ味わい



横濱舶来亭カレーフレーク

- ・直火製法を採用
⇒ 焙煎特有の良い香りとコク深さが特徴
- ・生の野菜や果実を多数使用
⇒ フレッシュなおいしさを実現



実はそうなんです！

「横濱舶来亭カレーフレーク」は
カレーフレークシリーズで売上げNo. 1 ※

エバラ食品の強み ③時代のニーズに応じた商品開発力

ポイント：社員の探求心、お客様のお悩み(期待)に寄り添いたいという思いが、個食市場の可能性を探る機会に

■ ポーション調味料の開発までの経緯(前編)

- 当社の鍋物調味料の展開に関して
1999年に発売した『キムチ鍋の素』は和風一辺倒だった鍋つゆの常識を変え、新しい味付き鍋つゆとして定着
- 2000年代後半にかけて、弊社が得意とする瓶やペットボトルに入った濃縮タイプの鍋つゆ市場から主流はストレートパウチに



鍋の可能性を広げる、これまでにない場面や機会を訴求できないか

✓ 鍋料理に関する消費者の意識調査を実行

※以下消費者からのコメント

鍋料理は多くの野菜が取れ、かつ経済的であり、もっと作りたい

でも…

- ・ 鍋は家族が揃わないと食べられない…
- ・ 子供の好き嫌い…
- ・ 旦那の帰宅時間のずれ…
- ・ 一度に食べきれない… 等々



「1人分ずつ小分けになっている鍋つゆ」
に市場性があるのでは？

エバラ食品の強み ③時代のニーズに応じた商品開発力

ポイント：開発担当者の商品への強い情熱のもと、各組織が連携。数々の課題を克服し、新ブランドを開拓

■ ポーション調味料の開発までの経緯(後編)

個食鍋の市場の可能性

容器設計は？ 小袋？ 瓶？ ペットボトル？

■ ポーション容器に対する開発担当者の熱い想い

みんなが使い勝手を知っていて、子どもからお年寄りまで簡単に開けられる。
こんな容器は他にない！！いつか調味料をつめてみたい！

課題

ポーションは20ml容器のみであり、製品化に向けては
約8倍に濃縮する必要あり…

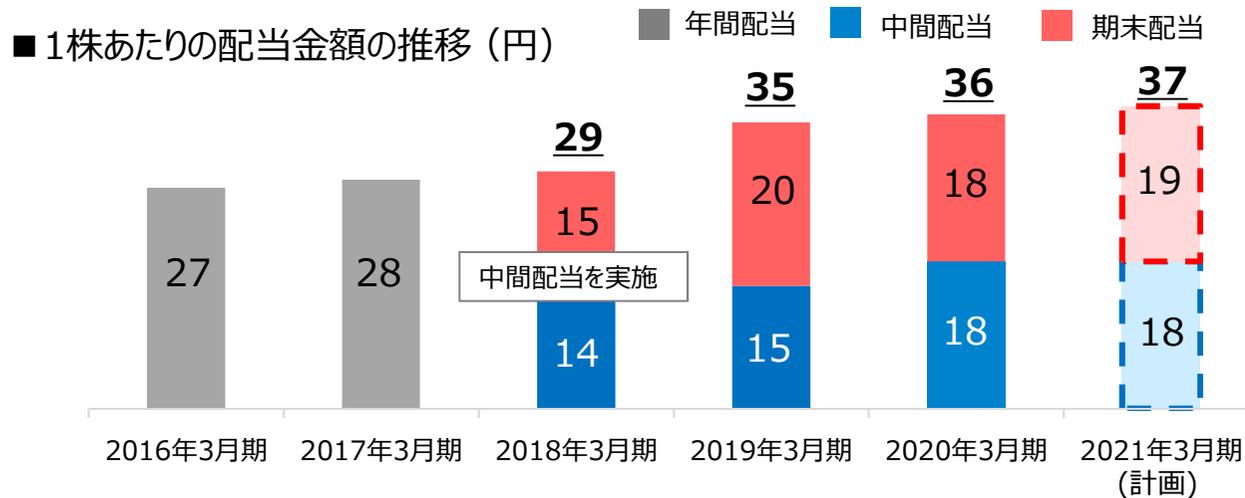


自社の業務用商品で培った濃縮技術を活用し、幾度の試作を重ね商品化に成功

プチッと鍋 工場動画(約2分)

エバラ食品の株主還元

ポイント：安定配当を方針に5期連続の増配を計画。株主優待は保有株数に応じて、3区分の優待品をご用意



2016年3月期より
5期連続の増配を計画

■ 2020年3月31日基準日のご優待品



1,000株以上

販売価格5,000円相当の当社製品セット及び5,000円分のQ U Oカード



300株以上1,000株未満

販売価格3,000円相当の当社製品セット



100株以上300株未満

販売価格1,000円相当の当社製品セット

① エバラ食品の会社紹介

② エバラ食品の強み・株主還元

③ エバラ食品グループ 中期経営計画
「Unique 2023」

④ 今期業績及び着地見込に関して

中期経営計画

※Unique = 「唯一の/たった一つの/面白い」という意

ポイント：2019年度から2023年度までの5か年の経営計画を策定。大きな時代変化に備え、各事業の収益力向上に注力

Unique 2023

(2019年4月～2024年3月)

～エバラらしさの追究～

基本戦略

I. コア事業による収益強化 と 戦略事業の基盤確立

- ・事業の根幹であるコア事業においては更なる収益強化を目指す
- ・戦略事業においては当社の将来成長のための収益基盤化を目指す

II. “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長

- ・これまで積み上げてきた“エバラらしさ”に、「冒険、反論、失敗の自由」から生まれる“独自性”＝“面白さ”を加え、エバラブランドの成長を目指す

2023年度
連結数値目標

営業利益	28億円
海外売上高	20億円
ROE	6%

Unique 2023の主要なステップ

ポイント：中期経営計画5か年を三つのフェーズに区分。今期2020年度は、第1フェーズの最終年度となる

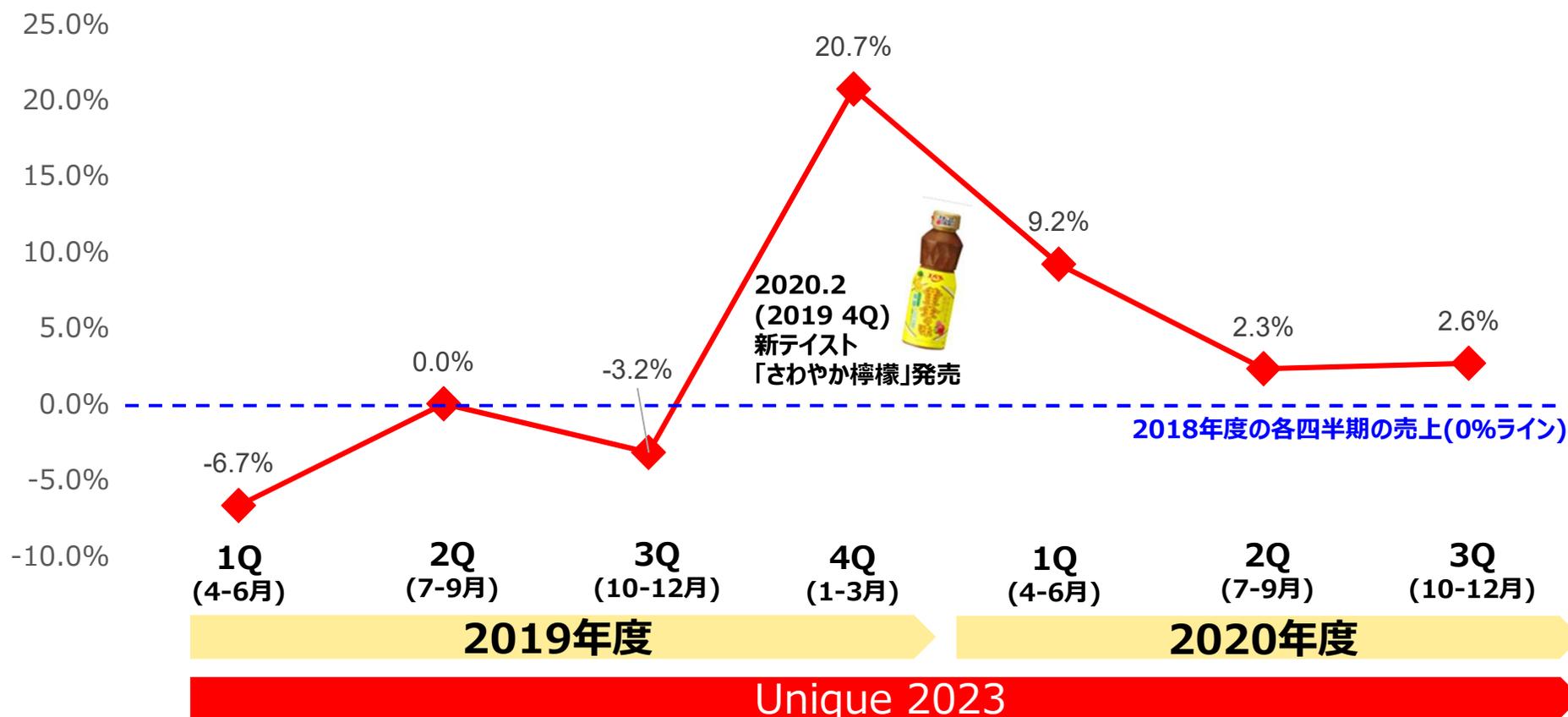
第1フェーズ		第2フェーズ		最終フェーズ
2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
		『黄金の味』の売上伸長		
		ポーション調味料群の市場拡大		
		基幹ブランド商品の収益力向上		
		新価値創造に向けた商品開発		
業務用事業の収益力向上		継続的な収益力向上と販路の拡大		
海外R&D・生産管理機能の基盤整備		海外R&D・生産管理体制を活用した販売の拡大		
戦略事業の機能整備・事業基盤の確立		売上基盤・事業体制の確立による販売の拡大		
		働き方改革の推進		
人事制度改定		「働きやすい」「働きがいのある」職場環境の整備、チャレンジ精神と自発的成長の文化醸成		
		SCMの強化（グループシナジーの強化/収益貢献）		
		SDGs等を踏まえた社会的価値の創造		

『黄金の味』の売上伸長

◆ 四半期別売上高増減率 (2018年度同期対比)

ポイント：①新テイストの展開や内食需要の高まりによる精肉商品の拡大により、売上伸長
②試食販売の自粛が継続するなか、消費者との新たなタッチポイントの構築が必要

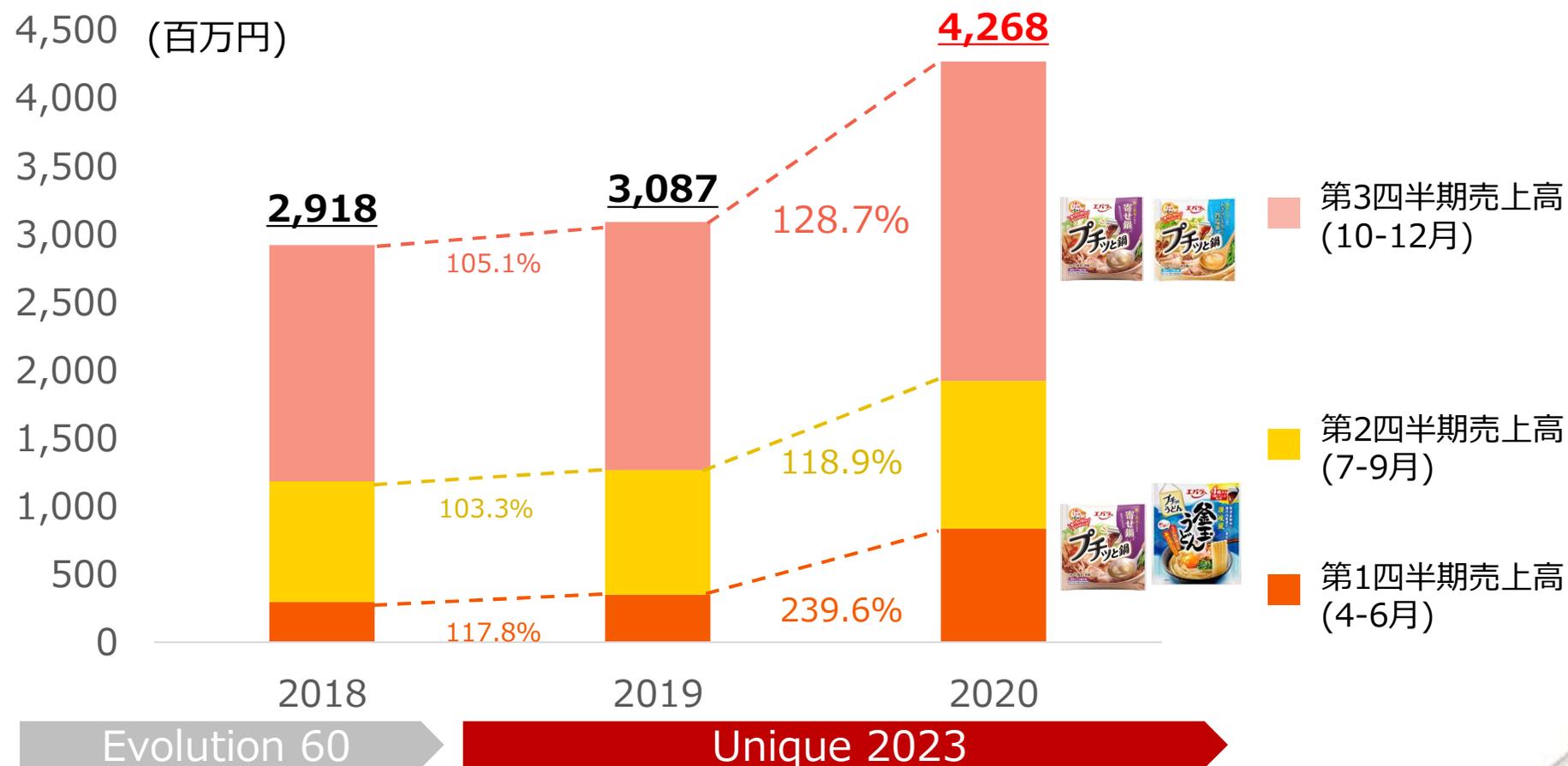
■『黄金の味』 売上高増減率 (2018年度 四半期別 対比)



ポーション調味料群の市場拡大

ポイント：『プチッと鍋』の年間定番化が着実に実行されたほか、調理の利便性、時短性を訴求した『プチッとどん』がニーズに合致し市場拡大。第3四半期の時点で今期目標の売上40億円を達成(ポーション調味料全体)

■ポーション調味料の上期(4-12月)の売上高推移



基本戦略

コア事業による収益強化 と 戦略事業の基盤確立
 “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長

ポイント：競争の源泉である人材の成長に軸を置き、独自性・面白さに磨きをかけ、各事業の高質化を推進

コア事業による収益強化
 家庭用 / 業務用 / 物流 / 広告宣伝 / 人材派遣

戦略事業の基盤確立
 海外/ チルド / コンビニエンスストア/ EC(通販チャネル)等



エバラの競争力の源泉：ブランドと**人材**

“エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長			
働き方改革の推進	コミュニケーションの進化	社会的価値の創造	SCM※の推進
在宅勤務制度の運用	顧客管理システムの基盤構築	資源の有効活用と地球の持続可能性への対応	機動的な需給対応による チャンスロス・廃棄ロスの低減
組織と人材の活性化に向けた自発的成長支援	デジタルシフトプロジェクト推進	健康な心と体、おいしさが つなぐ絆づくりの提供	配送ロット見直しの推進
【行動指針】 冒険・反論・失敗の自由			

“エバラらしく&面白い”ブランドへの成長

働き方改革の推進
コミュニケーションの進化

ポイント：3つの軸に基づく人事政策、社内環境整備により、挑戦的かつ協力的な社内風土の構築を進める

■ エバラブランドの持続的な成長に向けて ～①従業員のパフォーマンスを高める環境づくり～

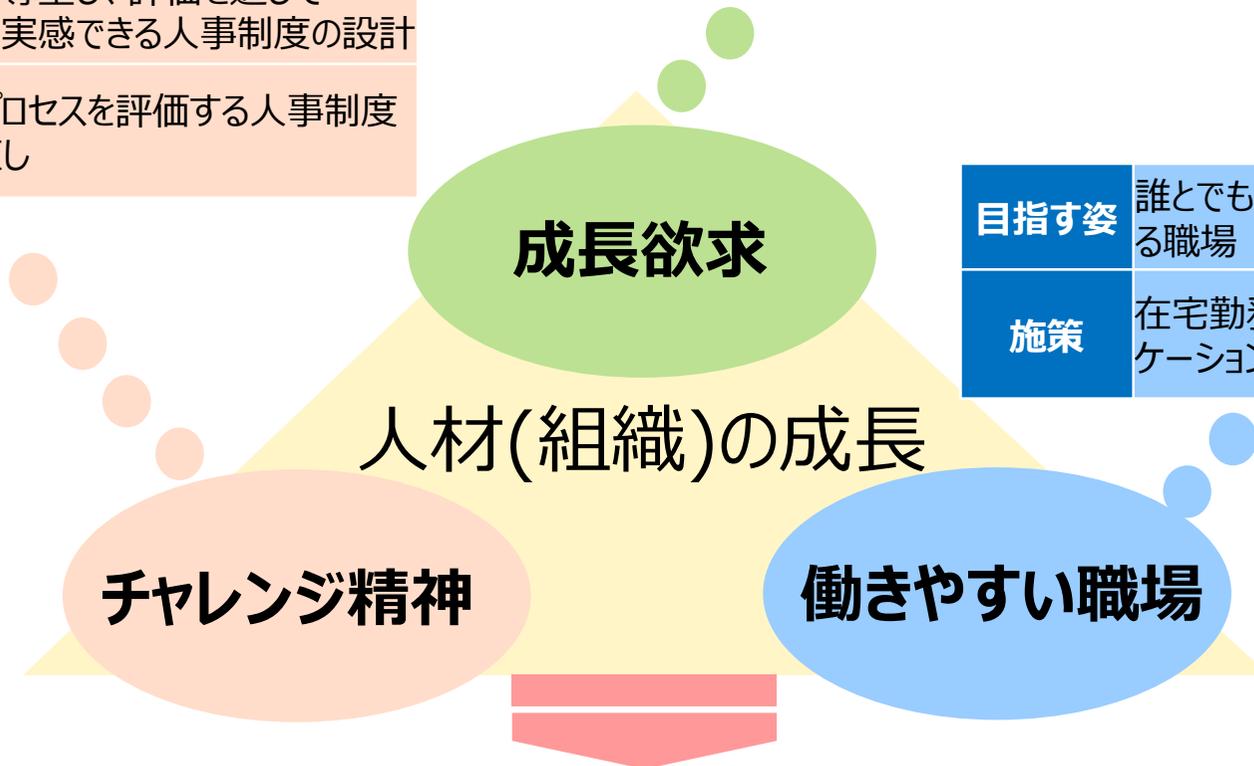
目指す姿	挑戦を尊重し、評価を通じて成長を実感できる人事制度の設計
施策	挑戦プロセスを評価する人事制度の見直し



目指す姿	向上心、探求心にあふれた社内風土
施策	自発的成長支援制度の実行 冒険・反論・失敗の自由の推奨



目指す姿	誰とでも、気軽に、どこでも働ける職場
施策	在宅勤務制度や社内コミュニケーションツールの整備



エバラブランドの成長

“エバラらしく&面白い”ブランドへの成長

社会的価値の創造

資源の有効活用と地球の持続可能性への対応

ポイント：持続可能な社会の実現に向け、食品ロス削減、CO₂削減を重点テーマとした中長期目標を設定

■ エバラブランドの持続的な成長に向けて

～②持続可能な社会の実現に向けた取組～

時代背景

- ・ 人々の環境への問題意識の高まり
- ・ 持続可能な社会の実現に向けたESG経営が重要視

環境基本方針

低負荷型社会、循環型社会の実現に貢献すべく、省エネルギー・省資源、リサイクルを推進し、環境対策に取り組みます。

中長期目標

社会課題を解決するためのストーリー	中長期目標				
	重点テーマ	指標	基準年	2023年度	2030年度
原材料の調達・生産からご家庭までの廃棄物の削減に取り組めます	食品ロス削減	食品廃棄量	2017年度	15%削減	30%削減
省エネルギーをはじめとした地球温暖化防止活動に取り組めます	CO ₂ 削減	CO ₂ 排出量	2013年度	17%削減	20%削減



“エバラらしく&面白い”ブランドへの成長

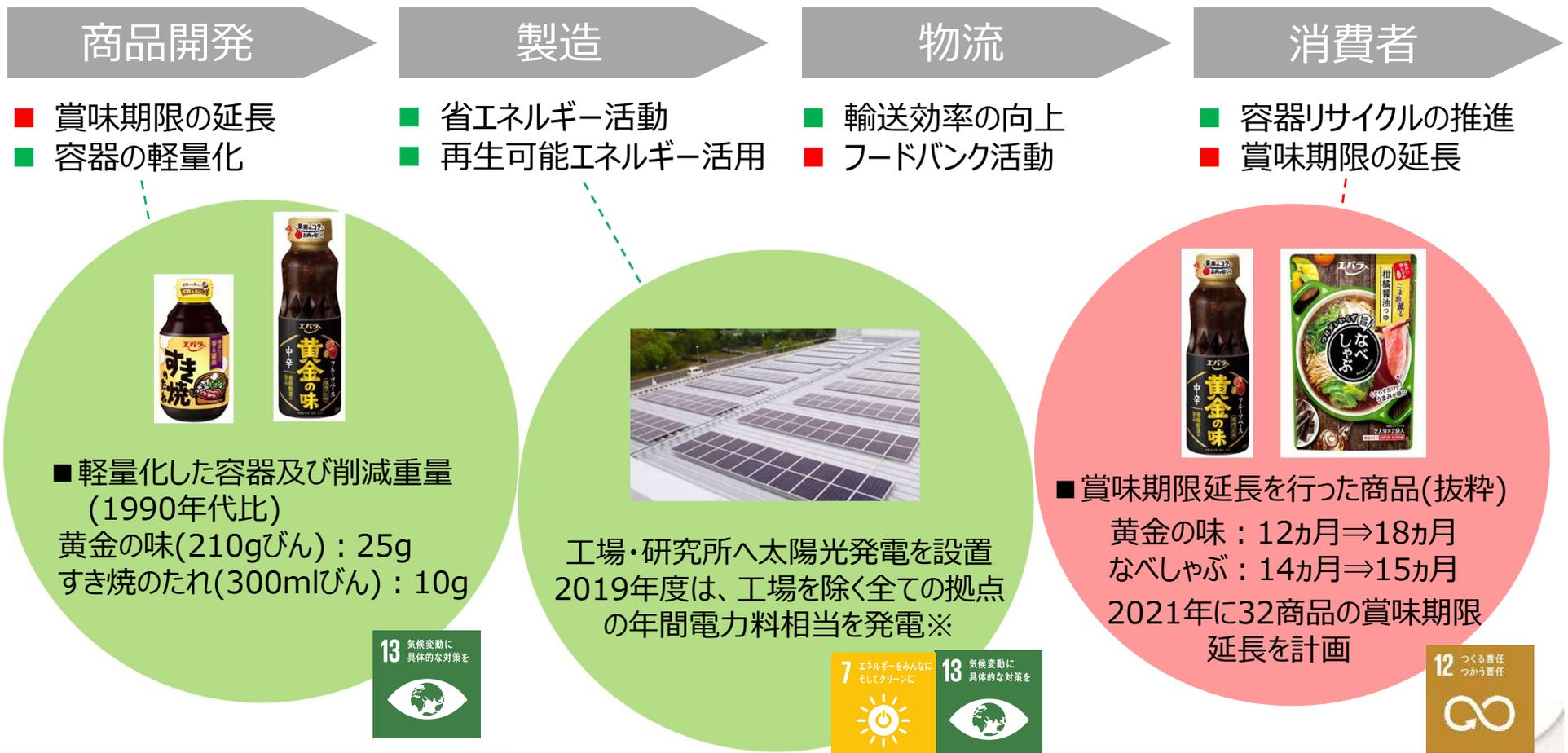
社会的価値の創造

資源の有効活用と地球の持続可能性への対応

ポイント：各バリューチェーンにおいて、施策を実行。環境対策だけでなく、商品の販売機会の拡張にも起因

■ 中長期目標達成に向けた取り組み事例

- 食品ロス削減
- CO2削減



“エバラらしく&面白い”ブランドへの成長

社会的価値の創造

資源の有効活用と地球の持続可能性への対応

ポイント：これからの未来を担う子供達を支援するみちのく未来基金の方針に賛同し、基金の常勤スタッフとして社員を派遣

■ エバラブランドの持続的な成長に向けて

～③みちのく未来基金を通じた地域貢献活動～

～みちのく未来基金とは～

- ・東日本大震災で両親またはいずれかの親を亡くした子どもたちが進学之梦や希望を諦めずに持ち続けられるよう、高校卒業後の進学支援のために設立された奨学基金
- ・2012年春の高校卒業者から支給を開始し、震災時お腹の中にいた子どもたちが卒業するまで、今後も約15年間支援を続けていく
- ・9年間で、約900名のみちのく生が奨学金制度を利用



■ みちのく未来基金の年間イベント

4月	4月の集い (於:仙台・東京)	
5月	BBQイベント (於:仙台・東京)	
6月		エントリー面談
7月		↓
8月	夏の集い (於:仙台)	
9月	選考委員会	
	年次面談 (於:東京)	
10月	年次面談 (於:仙台)	合格面談
11月	年次面談 (於:盛岡)	↓
12月	みちのく生との忘年会	
1月		
2月		
3月	3月の集い (於:仙台)	

➤ エバラ食品より、当初より計3名の社員を常勤スタッフとして派遣

➤ みちのく生との面談やイベントを通じて未来に繋がる絆を形成



① エバラ食品の会社紹介

② エバラ食品の強み・株主還元

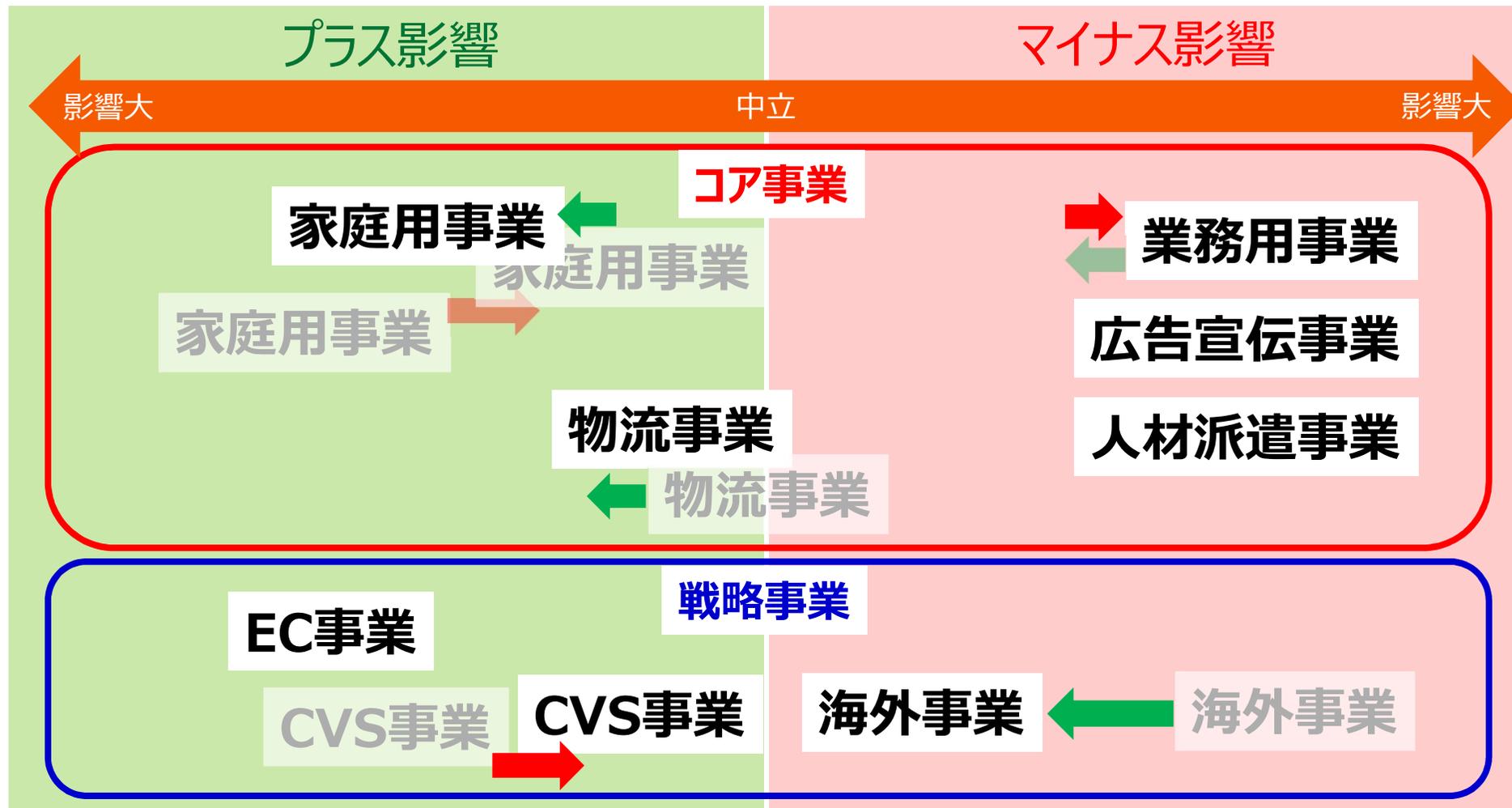
③ エバラ食品グループ 中期経営計画
「Unique 2023」

④ 今期業績及び着地見込に関して

新型コロナウイルス感染症に伴う影響

ポイント：家庭用事業はプラス影響を受けるも、市場が不透明な状況は継続。引き続き機動的な対応が求められる

■ 各事業に及ぼす影響の変化(5月時点から12月時点にむけた影響の変化)



2021年3月期 第3四半期決算報告

ポイント：①コロナ禍に巣籠消費拡大を受け、家庭用が伸長するも、業務用商品の減収等により売上は微増となる
②収益面は売上の商品構成変化やコロナ禍の感染対策に基づく経費の未使用等あり大幅増収

■ 損益計算書

(単位：百万円)

	2020年3月期 3Q累計	2021年3月期 3Q累計		増減要因 ()は前年同期比 増収・増益要因：青字 減収・減益要因：赤字
	実績	実績	増減	
売上高	40,489	40,531	0.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭用商品の売上伸長 <ul style="list-style-type: none"> └ 鍋物調味料群(+15.5%)、肉まわり調味料群(+5.9%) ・需給変動に合わせた安定供給体制の構築：SCMの徹底 ・業務用商品の売上減少(▲27.6%) ・チルド商品の売上が連結対象外による減収(約700百万円)
営業利益	2,466	3,666	48.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・売上原価の低減 <ul style="list-style-type: none"> └ 商品構成の変化(粗利率の高い家庭用商品の構成比増) └ 工場経費の減少(水道光熱費の減少等)
経常利益	2,521	3,731	48.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・販管費の低減 <ul style="list-style-type: none"> └ 経費の減少 <ul style="list-style-type: none"> └ ①コロナ禍による旅費交通費等の減少 └ ②小売の店頭販売自粛による販売員の派遣費用減少
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,563	2,545	62.8%	

2021年3月期の連結業績予測

ポイント：再度の緊急事態宣言に伴う業務用商品への影響を加味、従来年度と比べ利益マイナスが大きい予測となる

■ 損益計算書

(単位：百万円)

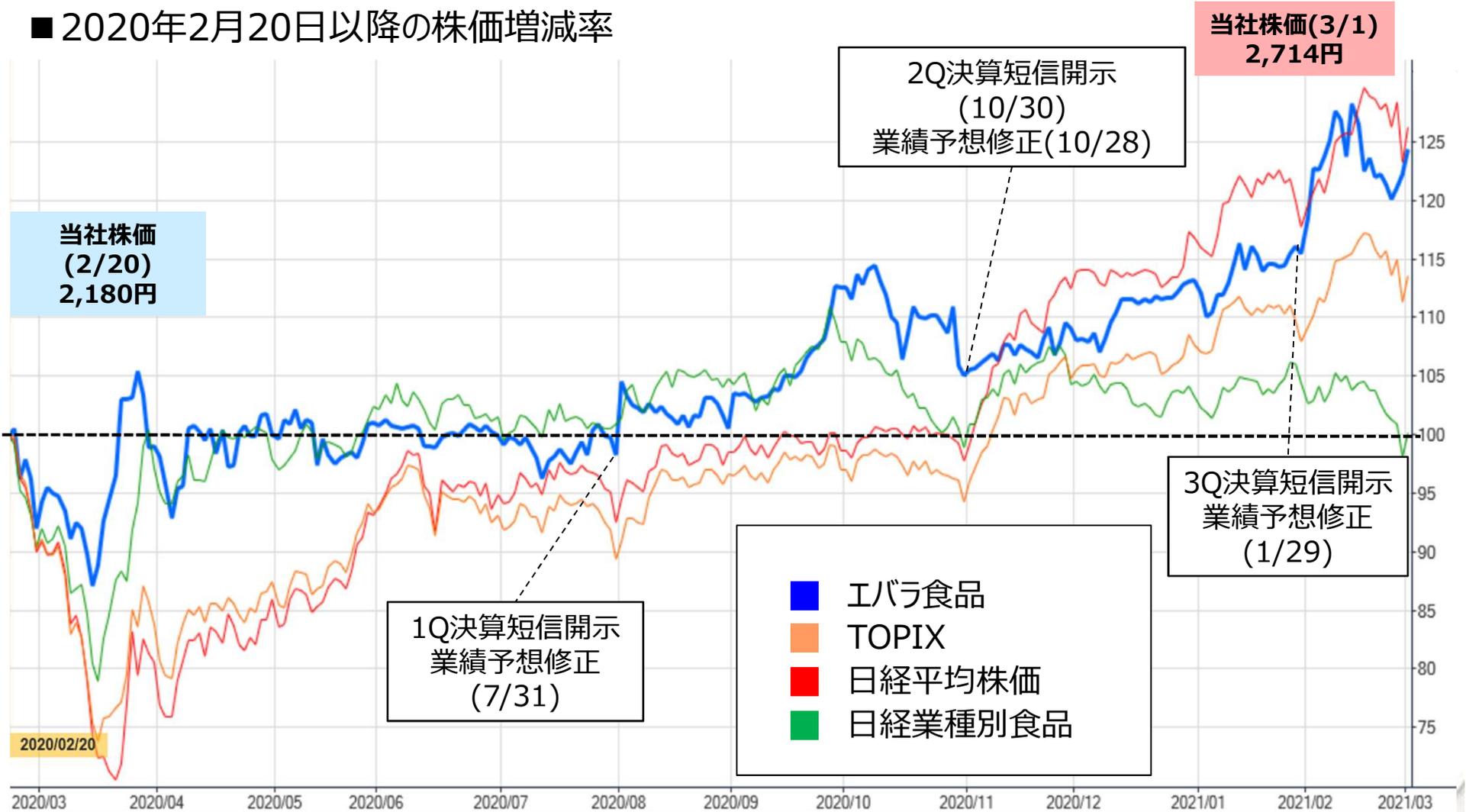
	2020年3月期	2021年3月期			概要 減収・減益計画要因：赤字
	年間実績	最新業績予想 (1/29)	前期4Q 業績	今期4Q 業績予想	
売上高	51,228	50,307	10,738	9,775	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言発令を受けての業務用商品のマイナス影響を加味 ※前期コロナ影響は3月のみ ・家庭用商品に関しては、今期の従来予測通り、特需を見込まぬ推移を想定
営業利益	2,311	3,069	-155	-596	<ul style="list-style-type: none"> ・売上減少に伴う売上総利益の低下
経常利益	2,375	3,152	-146	-578	<ul style="list-style-type: none"> ・上期に未使用となっていた販促費を4Qの宣伝費に追加計上している
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,482	2,034	-80	-510	

直近の株価の動向に関して

出典：QUICK多機能チャート

ポイント：コロナ感染拡大以降、他ベンチマークと比較し安定推移となる。1月29日の開示後、上場来高値を更新

■ 2020年2月20日以降の株価増減率



参考資料

エバラ食品の強み ④食品事業を支える各機能の特徴

ポイント：① 開発力×調達力×安心・安全な生産体制によりエバラのオリジナリティあふれる商品を実現
 ② グループ会社と連携した配送ネットワーク、販売プロモーションを通じて顧客とのタッチポイントを拡大

	研究開発	原料調達	製造	物流・販売
エバラの特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・過去からの多数の配合レシピを保有 ・市場ニーズを捉え、他社との差別化を図る商品開発力 ・ロードマップを用いた技術力の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内外における幅広い調達ネットワーク ・複数調達先からの購買を推進し、安定調達を実現 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品安全の国際規格であるFSSC22000を持つ管理体制 ・東西それぞれに自社工場を保有(計3工場) ・地域ごとの販売動向に応じた効率的な生産を実現 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ会社と連携した全国の配送ネットワーク、広告宣伝活動の実行 ・ブランドカや豊富な商品ラインアップを活用した店頭プロモーションの実行
強み	商品開発力と原料配合技術を連携した商品設計	多数の原材料を活用可能とする調達ネットワーク	おいしさと安全・安心を両立した生産システム	全国への配送ネットワーク マスメディアとWEBを活用したニーズを喚起する広告宣伝の実行
各工程を複数部署で検討・検証・承認するエバラ独自の品質保証システムを通じて、高い安全性を実現				

基本戦略

コア事業による収益強化 と 戦略事業の基盤確立

ポイント：『黄金の味』、ポーション調味料を中心に計画通りに進捗。コロナ禍による市場変化に向け、機動的な対応を進める

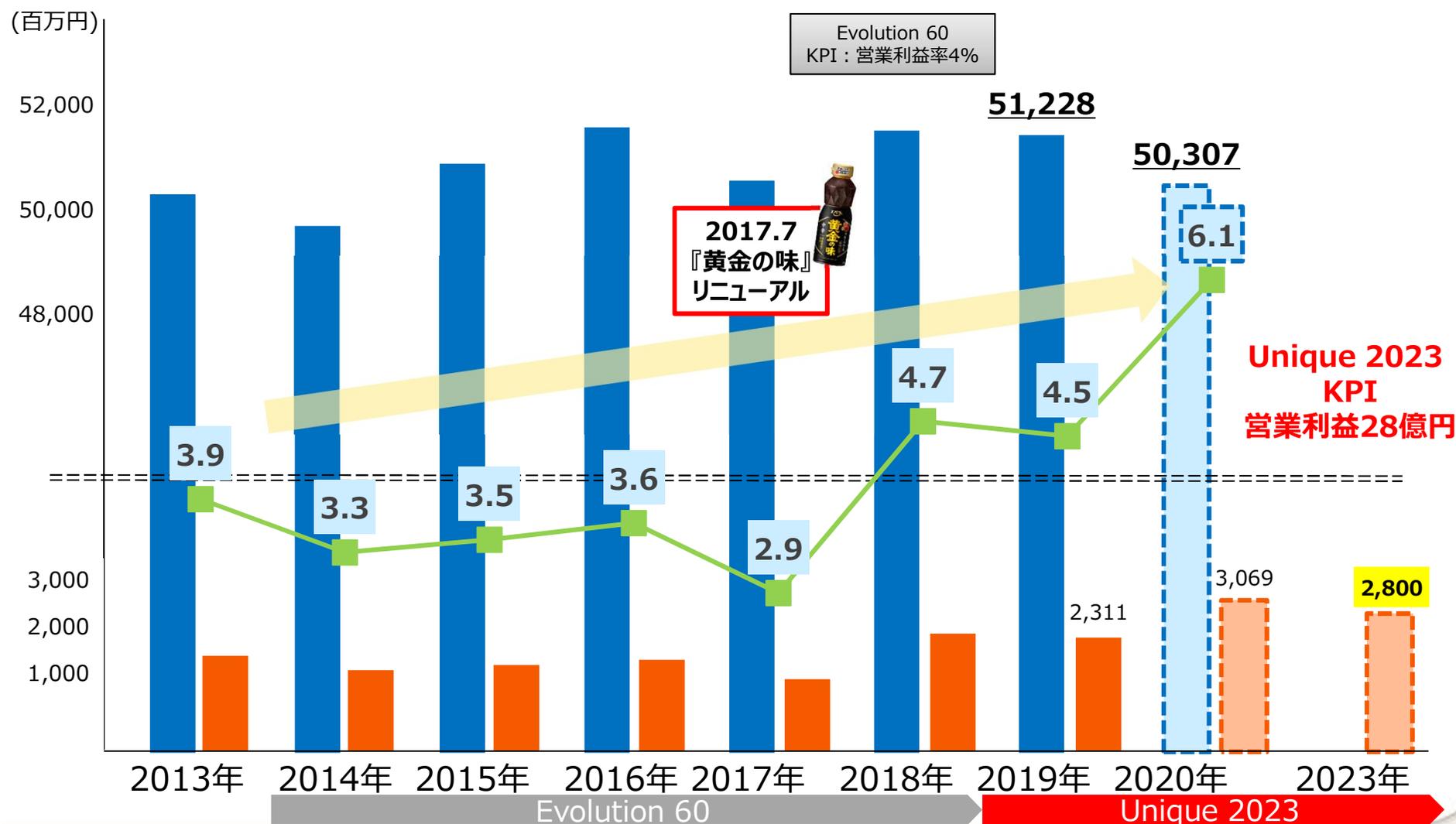
■ 第1フェーズ(2019-20年) 重要施策

重要 施策	『黄金の味』の売上伸長	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新テイスト「さわやか檸檬」、「旨にんにく」を展開 ▶ 賞味期限を従来の12ヵ月から18ヵ月に延長 	
	ポーション調味料群の市場拡大	<ul style="list-style-type: none"> ▶ メニュー提案等により、『プチッと鍋』の用途の汎用性を訴求 春夏の導入が増え、年間定番化が推進 ▶ 『プチッとうどん』がリニューアル以降好調に推移 今期も調理の簡便性を訴求したテレビCM等が奏功 	
	基幹ブランド商品の収益力強化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 市場調査をもとに前期の年末にかけて『すき焼のたれ』のテレビCM※を実行 ※厳選された原材料を通じて家庭では作れない味(品質)を訴求 	
	業務用事業の収益力強化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 新型コロナウイルス感染拡大による外食産業への影響を受けている状況 	
	戦略事業の基盤確立に向けた取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ コンビニエンスストア専売品や海外輸出専売品の商品開発を実行 ▶ EC(通販)事業が内食需要の高まりを背景に新規顧客を中心に取引を拡大 	

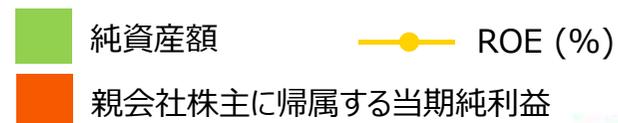
営業利益率の推移

■ 売上高 ■ 営業利益率 (%)
■ 営業利益

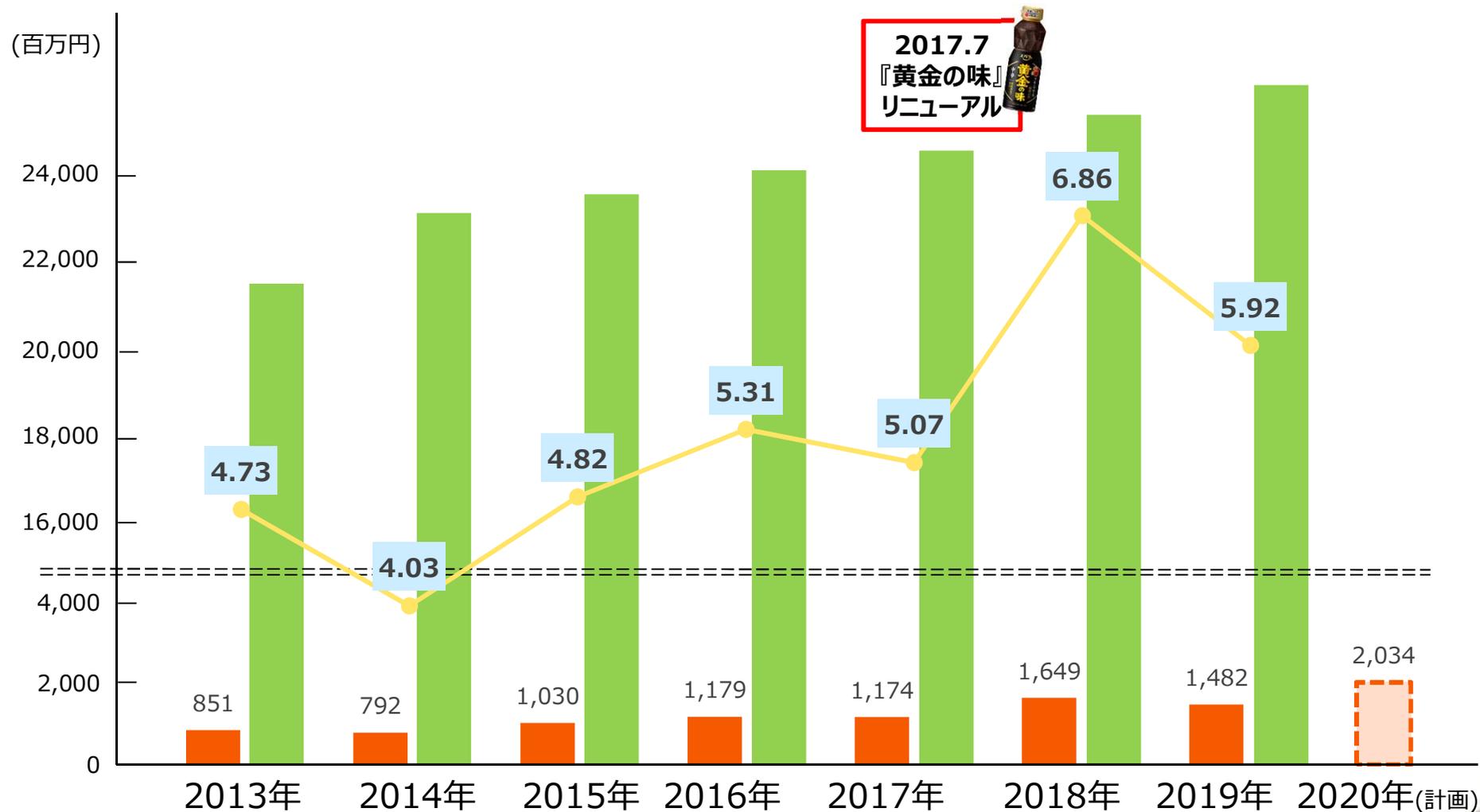
ポイント：『黄金の味』のリニューアル効果、ポーションの内製化により収益力が向上。今期はコロナ禍の特需影響



純利益額とROEの推移



ポイント：収益力の向上によりROEも継続的に上昇。Unique 2023(現中計)ではROE6%の水準を維持



ROEの構成要素に関して(直近5カ年)

ポイント：毎年資本が積み上がり、資本回転率や財務レバレッジは低下傾向。収益力の向上により、ROEが上昇

内部留保資金に関して

今後予想される様々な経営環境の変化に対応し、さらなる発展と飛躍を目的として、事業分野の拡大や研究及び開発体制の強化、生産設備の拡充等に、柔軟かつ効果的に投資していく。

ROE (①×②×③)	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
	4.82%	5.31%	5.07%	6.86%	5.92%
① 売上高 当期純利益率 ×	2.0%	2.3%	2.3%	3.2%	2.9%
② 資本回転率 ×	1.48	1.46	1.42	1.39	1.35
③ 財務レバレッジ	1.62	1.56	1.51	1.55	1.47

生産体制・工場紹介

ポイント：『黄金の味』、『すき焼のたれ』等の主力商品生産工場を東西に保有。全国への安定供給が可能

【主な生産品】

- ・がらスープ
- ・ラーメンスープ



津山工場



群馬工場



栃木工場



【主な生産品】

- ・『黄金の味』
- ・『浅漬けの素』
- ・『すき焼のたれ』



【主な生産品】

- ・『黄金の味』
- ・『プチッと鍋』
- ・『浅漬けの素』



エバラ食品グループ ～ 海外事業の取り組み ～

ポイント：東アジア、東南アジアを中心にたれ文化を訴求。東南アジアのR&D体制の構築に向け、マレーシア駐在事務所を新設

荏原食品(上海)有限公司
(2005年設立)

- ✓ 上海市に工場を保有 (焼肉のたれ等を製造)
- ✓ 広州地方への販売展開
- ✓ 日系卸との連携強化



海外輸出

- ✓ 海外専売品開発



荏原食品香港有限公司(2012年設立)

- ✓ 焼肉のたれ、すき焼のたれ、豚骨ラーメンスープ等を展開
- ✓ 堅調に新規取引を拡大



台湾荏原食品股份有限公司(2017年設立)

- ✓ 現地問屋との深耕拡大
- ✓ 家庭用調味料の販売も注力
- ✓ SNS活用によるメニュー訴求



EBARA SINGAPORE PTE. LTD.(2018年設立)

- ✓ マレーシア向け商品の拡充
- ✓ 日系企業の惣菜やお弁当に活用



マレーシア駐在事務所(2019年開設)

- ✓ 原料供給ルート確保
- ✓ 商品の研究開発等の機能
- ✓ CFI※社との連携



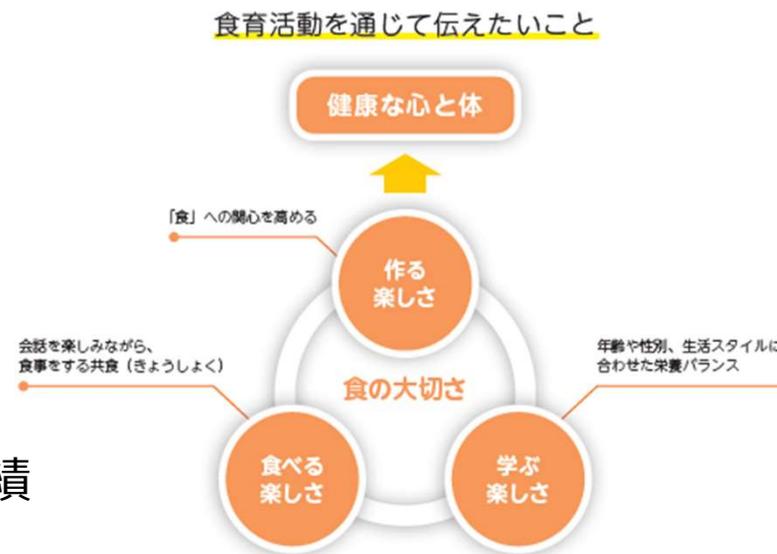
社会の課題解決に向けた重点テーマと具体的な施策

ポイント：事業活動を通じたSDGs等を踏まえた社会的価値の創造に向け、ESGをテーマとした活動を推進

	テーマ	具体的な施策	SDGsとの関連
中長期的な 持続可能性に 関する要素	E 資源の有効活用と 地球の持続可能性への対応	<ul style="list-style-type: none"> 省エネルギー活動 容器や包装の軽量化・薄肉化 OA用紙の削減 廃棄物の削減 リサイクル化の推進 など 	  
		<ul style="list-style-type: none"> 食育活動 BBQ大会 お弁当がつなが絆づくり 被災地支援活動 など 	 
	S 安全・安心な商品・サービスの 提供と、新たな価値の創造	<ul style="list-style-type: none"> 安全・安心への取り組み 工場見学 新価値創造に向けた商品開発 など 	 
		<ul style="list-style-type: none"> 組織と人材の活性化 	<ul style="list-style-type: none"> 働きやすさ、働きがいのある環境整備 チャレンジ精神と自発的成長文化の醸成 など
企業価値を 高める上での 規律 (土台)	G ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> コーポレート・ガバナンス体制構築 内部統制 リスクマネジメント、BCP(事業継続計画) 	 

■食育活動

- 食育教室の実施
小中学校や海外の日本人学校で実施
- 親子バーベキュー大会の実施
30年以上の実績、全国各地で4万組を超える実績

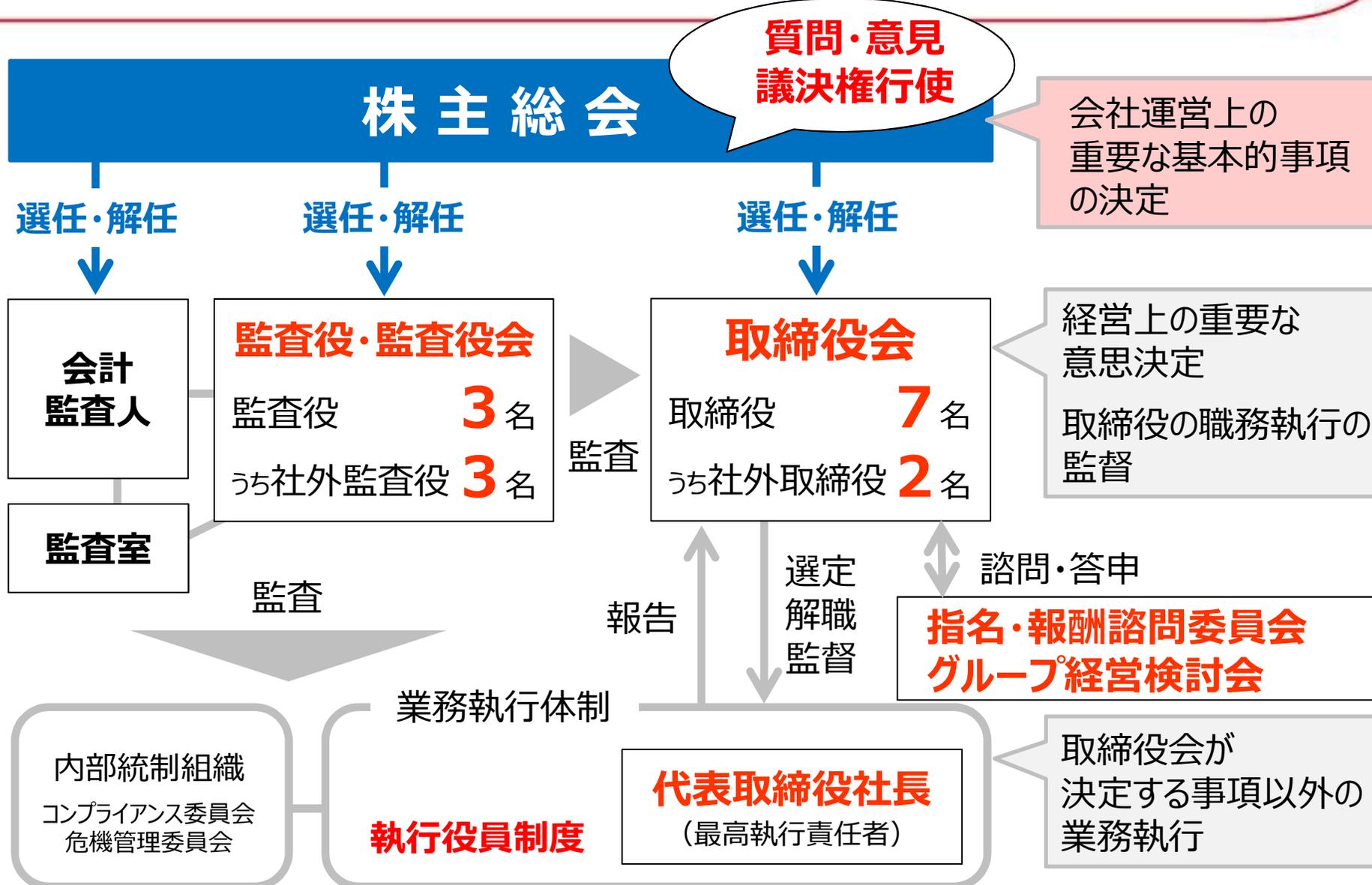


■地域貢献活動

- 秋田県への技術提供
液体麴の発酵技術を提供、肉醬を使用した焼肉のたれを開発
- 工場見学の受け入れ（小中学校への校外学習等）



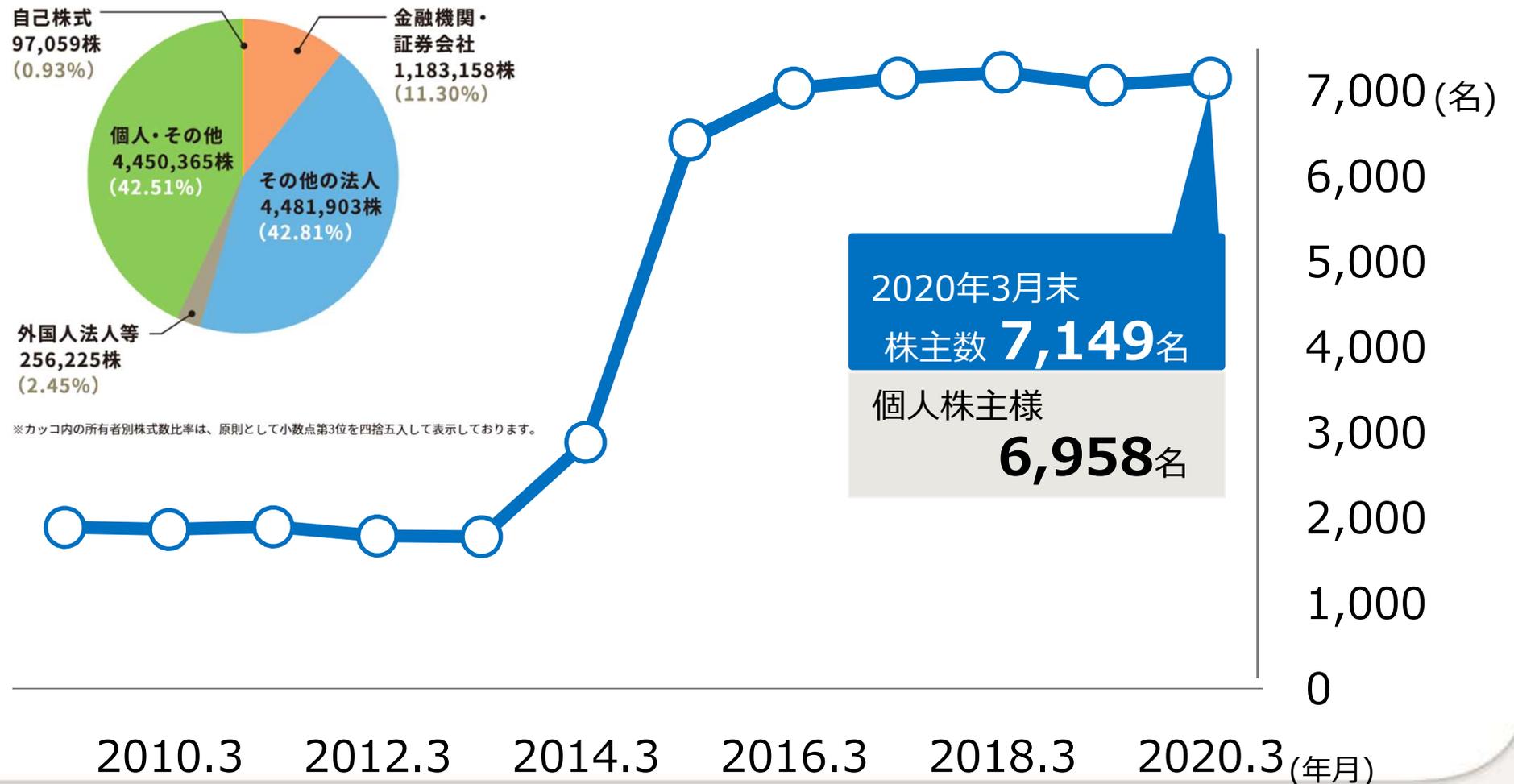
当社のコーポレートガバナンス体制



株主数の推移

ポイント：個人株主が全体株主の9割以上を占める。株主数は東証1部指定以降、7,000名前後の推移となる

(2020年3月31日時点)



IR活動について

ポイント：「投資家からエバラファンへ」の想いで、個人投資家を軸としたIR活動を実行

個人投資家向けIR説明会

- ・東京、神奈川、名古屋、大阪等の地区にて説明会を開催

※開催時期は不定期

HPでの情報公開

- ・2017年4月にHPをリニューアル



投資判断上の有益な情報や商品レシピ情報をお届け

IR・企業情報

エバラ食品工業株式会社

エバラ食品工業株式会社 2019年3月期 決算説明会

損益状況（四半期推移）

項目	1Q	2Q	3Q	4Q	前年	当期
売上高 (百万円)	12,214	13,402	14,420	18,200	20,183	20,183
営業利益 (百万円)	331	328	1,800	1,800	1,800	1,800
増減	140	4	197	606	増減	135
増減率	1.1%	0.0%	1.1%	5.9%	増減率	41.0%

代表取締役社長 宮崎 道 取締役 半田 正之

説明資料

スライド開閉

注記事項

CSR情報

地域・社会貢献活動

わたしたちは、自然やスポーツを通して、人と人との絆づくりや食を学ぶ機会を創り出しています。

自然と食を通して深める親子のコミュニケーション

エバラ食品は約50年前から全国各地で親子バーベキュー大会を開催し、4万倍を超えるお客様にバーベキューを楽しめた親子のみれあいと食家の思い出を創りだしてきました。次世代のみなで、笑顔あふれる時間を共有する機会を通して、食に関する知識を楽しく学ぶ機会を創りだしています。

商品・レシピ情報

豚焼肉定食

使うのはコレ！ 黄金の味中辛

10分 290kcal 塩分：1g たんぱく質：13.3g

ブロが絶賛！黄金からあげ

使うのはコレ！ 黄金の味辛口

20分 377kcal 塩分：1.6g たんぱく質：21.6g

沿革

1958年	5月	荏原食品株式会社 設立
1968年	1月	『札幌ラーメンの素(味噌スープ)』発売
	3月	『焼肉のたれ・朝鮮風』発売
	7月	エバラ食品工業株式会社に商号変更
1970年	4月	テレビCM 開始
1978年	6月	『黄金の味』発売、テレビCMを全国一斉放映
1980年	7月	群馬工場(群馬県伊勢崎市)稼働
1984年	4月	栃木工場(栃木県さくら市)稼働
	11月	宣伝部門を独立 株式会社横浜エージェンシーを設立
1990年	5月	株式会社エバラ物流を設立
1994年	4月	津山工場(岡山県津山市)稼働
2003年	11月	日本証券業協会に株式を店頭登録
2004年	9月	株式会社サンリバティ横浜(人材派遣業)を子会社化
	12月	ジャスダック証券取引所(当時)に株式を上場
2005年	4月	荏原食品(上海)有限公司を設立
2011年	6月	チルド事業に関する合併会社 株式会社エバラCJフレッシュフーズを設立
2012年	11月	荏原食品香港有限公司を設立
2013年	11月	東京証券取引所市場第二部に市場変更
2014年	4月	株式会社横浜エージェンシーが株式会社サンリバティ横浜を吸収合併
	5月	株式会社横浜エージェンシーが株式会社横浜エージェンシー & コミュニケーションズに商号変更
	5月	本社を横浜市西区みなとみらい四丁目に移転
	12月	東京証券取引所市場第一部に指定
2015年	3月	荏原食品香港有限公司 シンガポール支店を設立
2017年	1月	台湾荏原食品股份有限公司を設立
2018年	8月	EBARA SINGAPORE PTE. LTD.を設立

こころ、はずむ、おいしさ。

エバラ

※ この資料に記載されております業績見通し等の将来に関する記載は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、今後様々な要因によって異なる結果となる可能性があります。

※ 本資料の金額は単位未満切捨で表示しております。比率は小数点第1位未満四捨五入で表示しております。

● お問い合わせ先：経営企画部（TEL 045-226-0107）