

エバラ食品工業株式会社

エバラ食品の事業概要と成長戦略

2022年3月10日

エバラ食品工業株式会社

証券コード：2819

本日の流れ

① 会社紹介

② エバラ食品グループの強み・株主還元

③ エバラ食品グループの成長戦略
中期経営計画「Unique 2023」

④ エバラの「つなぐ」活動

① 会社紹介

② エバラ食品グループの強み・株主還元

③ エバラ食品グループの成長戦略 中期経営計画「Unique 2023」

④ エバラの「つなぐ」活動

会社概要/経営理念

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。

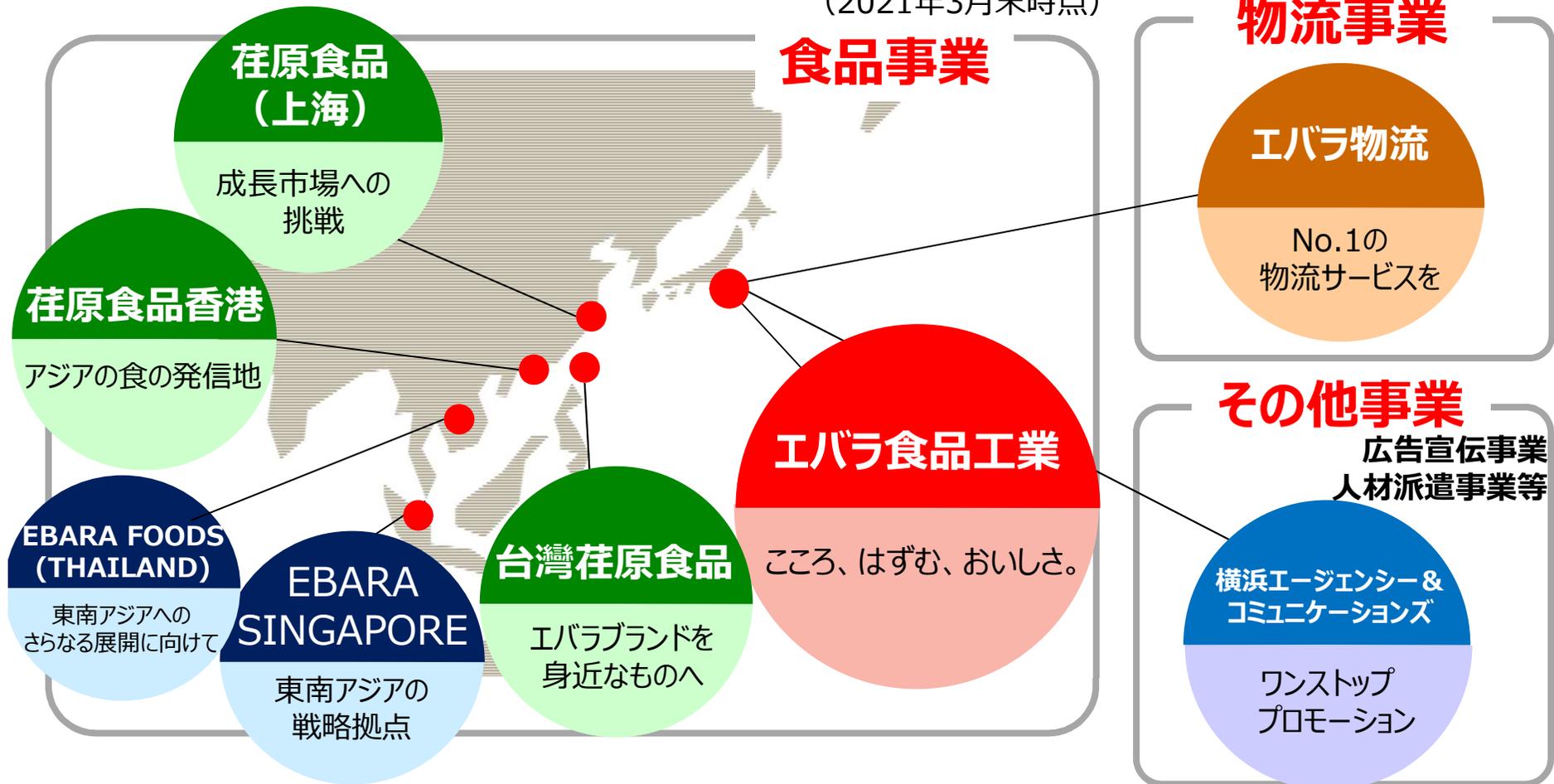
創業の思い「おいしいものをさらにおいしく」のもと、活動を通じて「こころ、はずむ、おいしさ。」を提供

エバラ食品グループ

連結対象会社数 **7社**

連結従業員数 **758名**

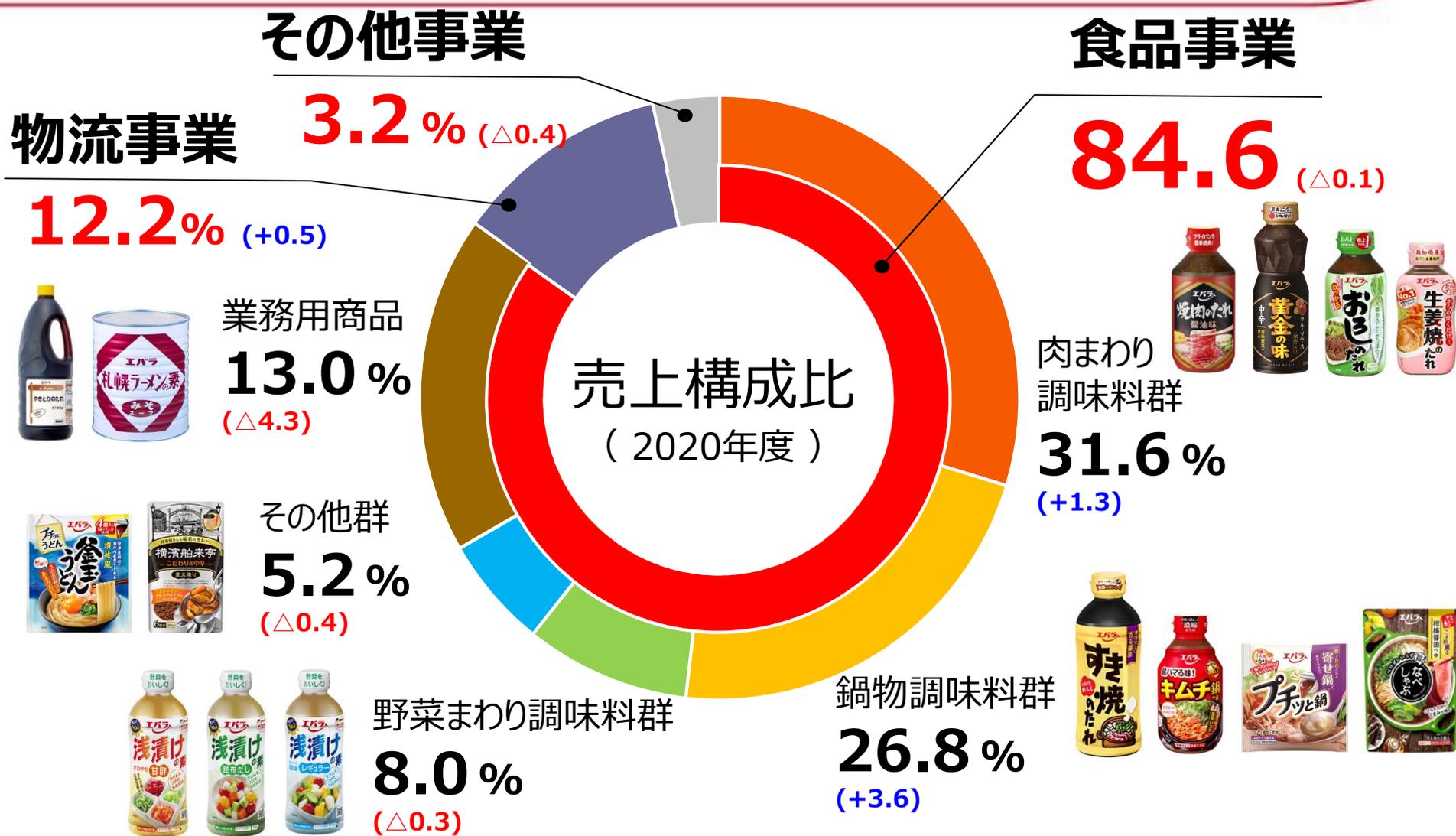
(2021年3月末時点)



従業員はグループ全体で750名強。国内外に向けた食品事業、物流、広告宣伝等の事業を運営

売上構成

※カッコは2019年度との増減



食品事業は家庭用商品が約8割。肉まわりだけでなく、鍋や野菜まわり等、幅広く展開

東証市場再編におけるスタンダード市場選択

■ 当社の状況

- ✓ プライム市場の上場基準には全て適合

■ スタンダード市場の選択理由

- ✓ 「経営資源を本業の成長と人材・組織の活性化に集中」
- ✓ 「プライム市場 上場維持基準抵触への懸念」

流動性基準（平均売買代金 0.2億円/日）が該当

長期ファン株主が多いのが特徴、今後もファン株主獲得に努める

企業価値向上と持続可能な社会の実現にむけた取り組みは緩めることはない

① 会社紹介

② エバラ食品グループの強み・株主還元

③ エバラ食品グループの成長戦略
中期経営計画「Unique 2023」

④ エバラの「つなぐ」活動

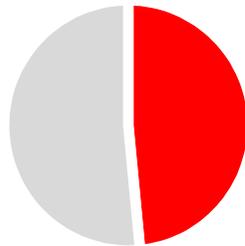
エバラ食品の強み ①トップシェアの商品群

焼肉のたれ

市場規模
269億円



48.5%

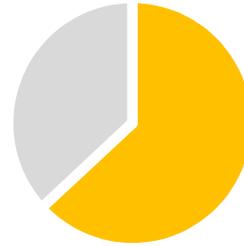


すき焼のたれ

市場規模
98億円



63.1%

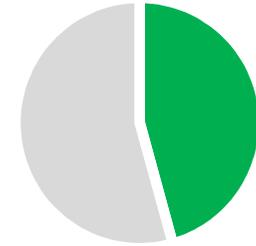


浅漬けの素

市場規模
78億円



45.7%



出典： インテージSRI+ 焼肉のたれ・すき焼のたれ・浅漬けの素市場
(2020年4月～2021年3月 累計販売金額・金額シェア)

時代のニーズを捉えた「あったらいいな」の商品をリリース。継続的なプロモーションによりトップシェアを維持

エバラ食品の強み ②豊富な商品ブランド

※1 インテージSRIカレーフレーク市場
(2015年1月～2019年12月累計販売金額)

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

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
- ・ フレークなので溶けやすく、味の調整が容易



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No. 1 ※1

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

■商品ラインアップ

プチッと鍋、プチッとうどん、プチッとステーキ

個食鍋市場No.1※2



※3

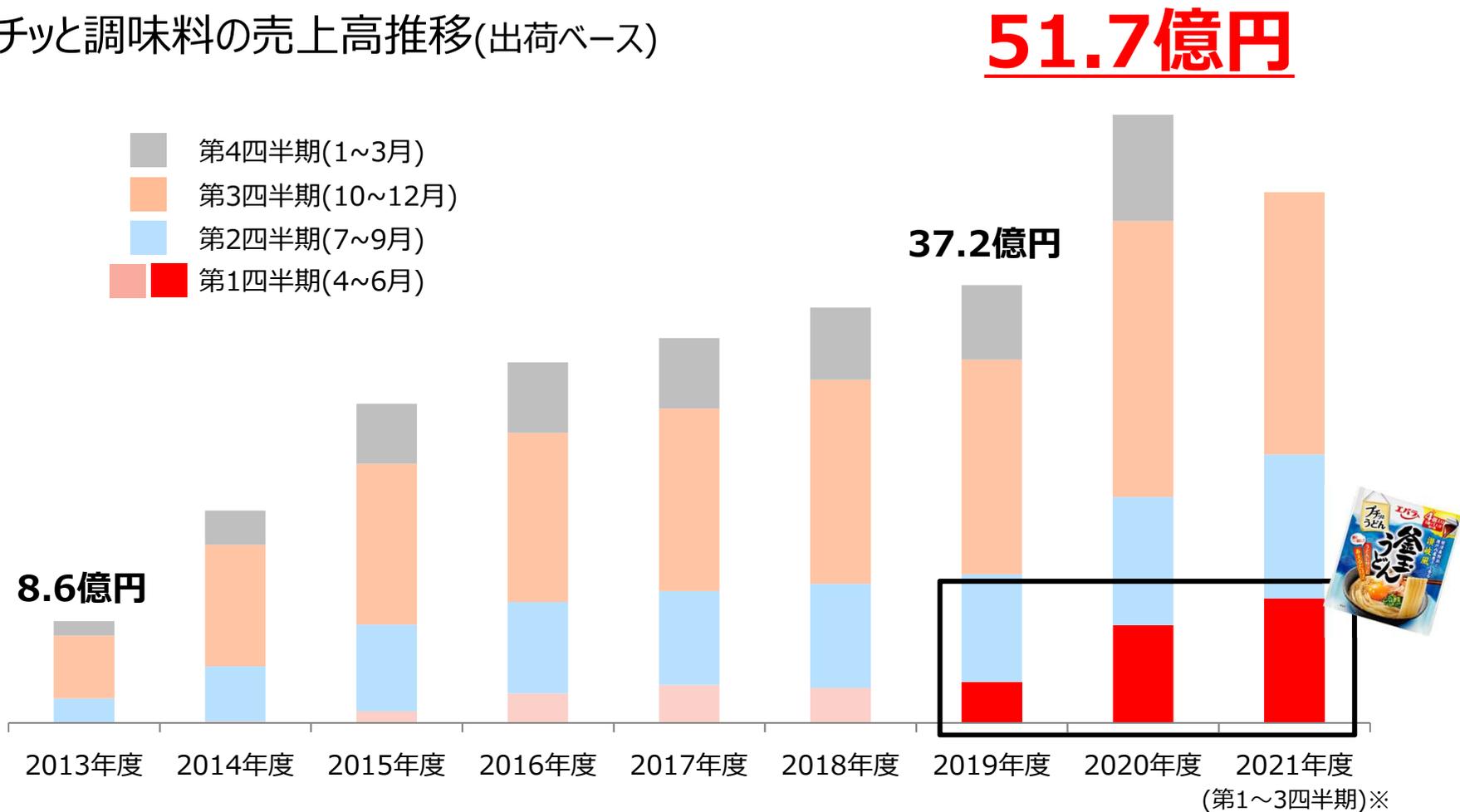
※2：インテージ SRI+ つゆ・煮物の素市場
(1個当たり食数：個食1～2食含む) 20年4月～21年3月推計販売規模

※3インテージ SRI+ つゆ・煮物料理の素市場
(種類：うどんつゆ&その他麺つゆ/1 個当たり食数：1・2食)
2019年9月～2021年8月累計販売金額

プチッと鍋、プチッとうどん、横濱舶来亭カレーフレークは各ニッチ市場のトップシェア商品となる

エバラ食品の強み ②豊富な商品ブランド

■ プチッと調味料の売上高推移(出荷ベース)



味はもちろん、利便性・汎用性の価値提供を軸に売上を伸ばし、発売8年で売上高50億円達成
コロナ禍のニーズにも合致し、2020年度に売上急伸。特に『プチッとうどん』が1Qの伸長に貢献

エバラ食品の強み ③時代のニーズに応じた商品開発

■ プチッと調味料の開発までの経緯

■ 鍋物調味料市場の変化

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

市場調査を通じてお客様の鍋のニーズと課題を確認

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



■ ポーション容器に対する開発担当者の熱い思い

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！！



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倍の濃度**にする必要あり…



自社の業務用商品で培った**高濃度ブレンド技術**を活用し、幾度の試作を重ね商品化に成功

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、個食向け商品開発の機会に

エバラ食品の強み ④商品改良に向けたチャレンジの継続

■ プチッと調味料のラインアップの可能性を拡げた事例

- ✓ 発売当初は20mlポーションのみで展開

課題①

20mlは約8倍希釈であり、味の濃さや風味の強さを設計するのに限界があった

課題②

挽肉など、具入りの調味料を検討したいが、現状設備では、目詰まりがおき充填できない

40mlポーションの開発

従来容量の2倍入る40mlポーション容器を開発
20mlでは実現できなかった商品展開が可能に

具入り商品の開発

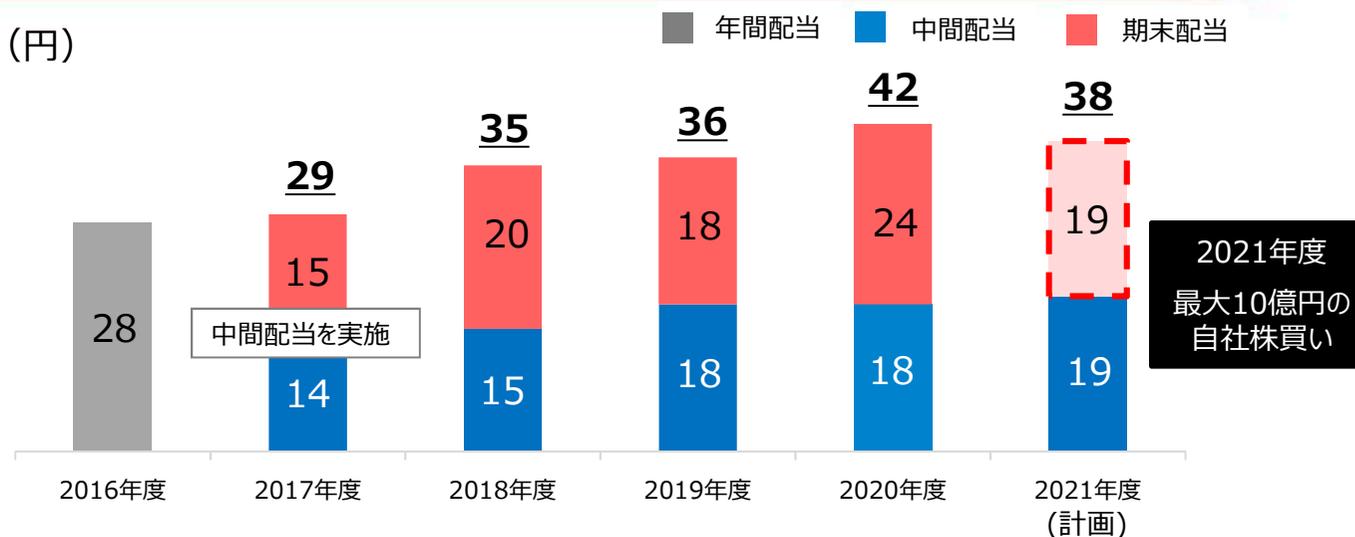
機械メーカーと協働し、充填機を刷新
40mlポーションにて具入りを商品化



商品ブランド・サービスの付加価値を追究し、日々進化に向けたチャレンジを継続

エバラ食品の株主還元

■ 1株あたりの配当金額の推移（円）



■ 2021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

安定配当の方針。株主優待は保有株数に応じて、3区分の優待品をご用意

① 会社紹介

② エバラ食品グループの強み・株主還元

③ エバラ食品グループの成長戦略
中期経営計画「Unique 2023」

④ エバラの「つなぐ」活動

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

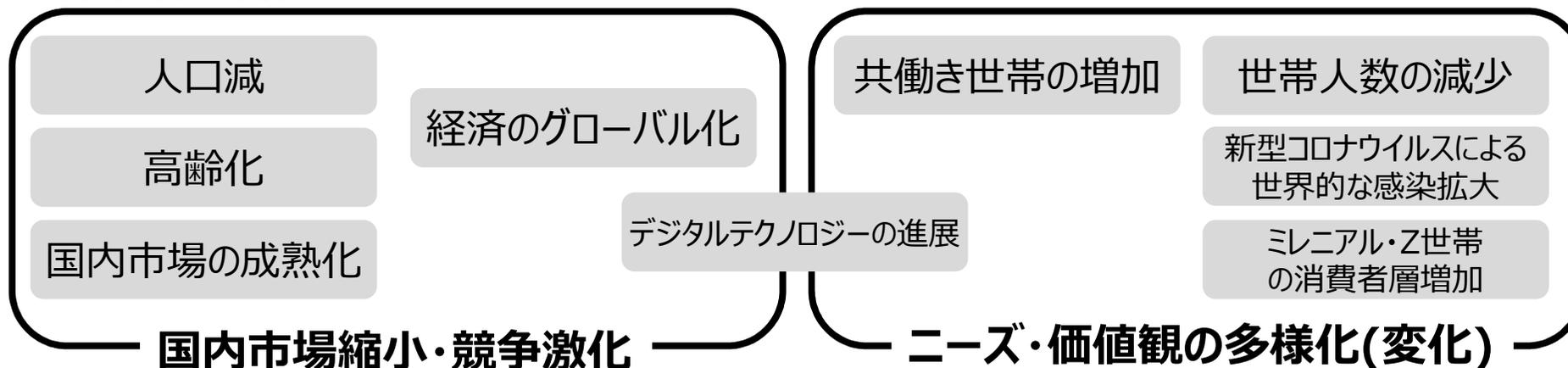
営業利益	28億円
海外売上高	20億円
ROE	6%

2023年度までの5カ年の経営計画を推進中。外部環境の変化に備え、各事業の収益力向上に注力

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

■ 外部環境の変化



コア事業

食品事業(家庭用)

物流事業

広告宣伝事業

人材派遣事業

価値提案型の商品開発、マーケティング・販売活動を通じて収益力を強化
戦略事業等の次なる成長ドライバーの原資に

戦略事業

食品事業(業務用)

食品事業(海外)

食品事業(コンビニストア)

食品事業(EC等)

エバラブランドのエリア・チャネルの幅を拡げ、新たな価値・市場機会の獲得に努める

将来の市場変化に向け、新価値創造による収益力アップと新市場開拓の2軸を展開し、競争力を高める

基本戦略 “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長



エバラの競争力の源泉
成果を追い求めて自発的に行動する社員

“エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長

Uniqueな人材の育成

攻めと守りの製品戦略

エバラブランドと顧客の
接点を拡大

サプライチェーン全体の最適化と持続可能性への対応

【行動指針】 冒険・反論・失敗の自由

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

2021年度の連結業績予想

■ 損益計算書

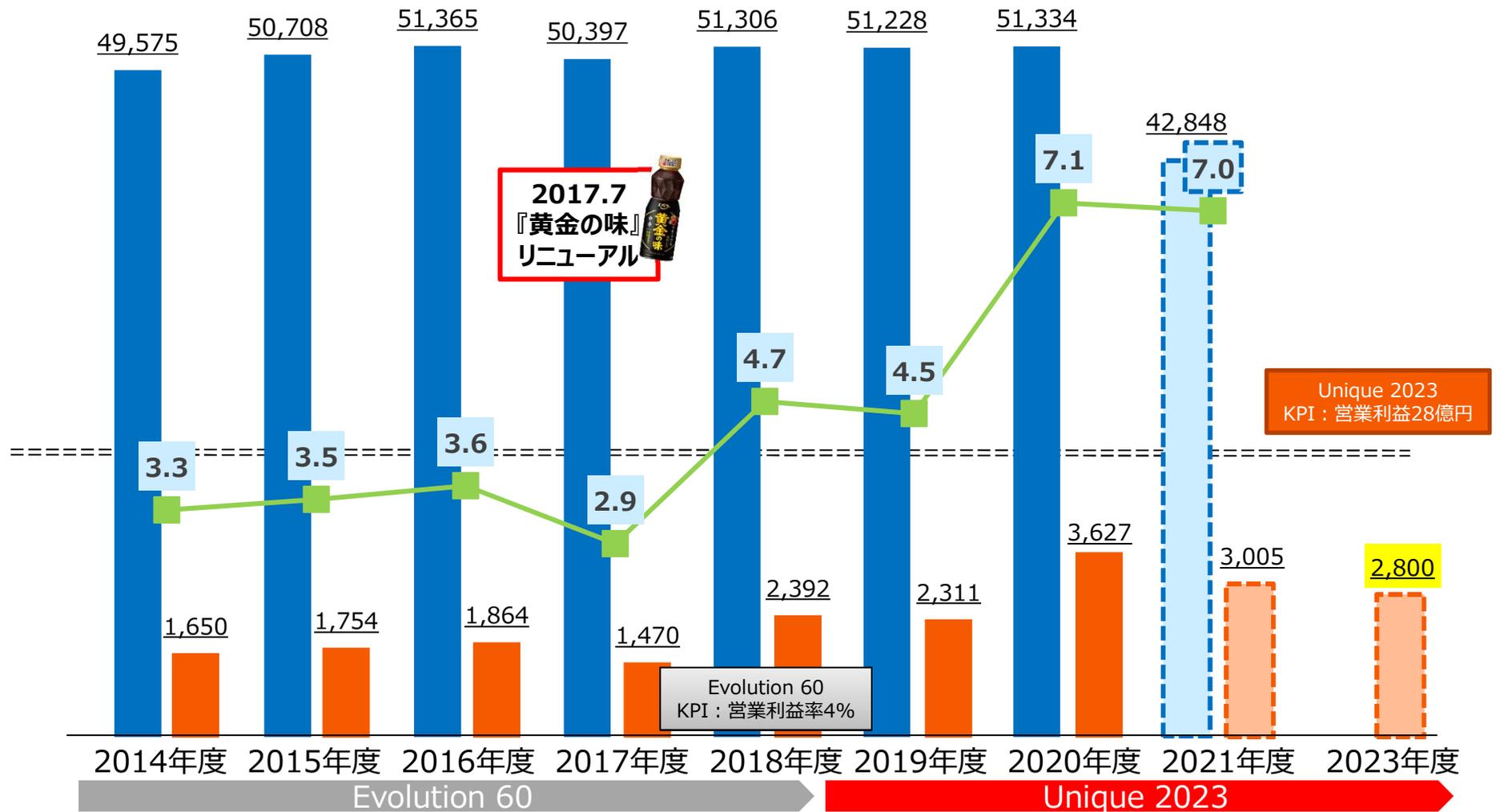
(単位：百万円)

	2020年度	2021年度	増減	増減率
	年間実績	最新業績予想 (2022/1/31開示)		
売上高	51,334	42,848	—	—
営業利益	3,627	3,005	△622	△17.2%
経常利益	3,738	3,251	△487	△13.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,506	2,352	△153	△6.1%

家庭用商品は巣ごもり需要の落ち着きもあり、前期の利益水準を下回る見込み
計画比では、業務用商品の貢献やコロナ禍による一部経費の未使用もあり、1月末に上方修正

エバラ食品の収益力推移

(単位:百万円)



収益力が『黄金の味』のリニューアル効果等により段階的に改善。今期より会計基準変更し、売上高が減少

① 会社紹介

② エバラ食品グループの強み・株主還元

③ エバラ食品グループの成長戦略
中期経営計画「Unique 2023」

④ エバラの「つなぐ」活動

基本戦略 “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長 (再掲)

<p>コア事業による収益強化 食品事業(家庭用) / 物流 / 広告宣伝 / 人材派遣</p> 	<p>戦略事業の基盤確立 食品事業(業務用・海外・コンビニエンスストア・通販チャネル等)</p> 
---	--



エバラの競争力の源泉
成果を追い求めて自発的に行動する社員

“エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長

Uniqueな人材の育成

攻めと守りの製品戦略

エバラブランドと顧客の
接点を拡大

サプライチェーン全体の最適化と持続可能性への対応

【行動指針】 冒険・反論・失敗の自由

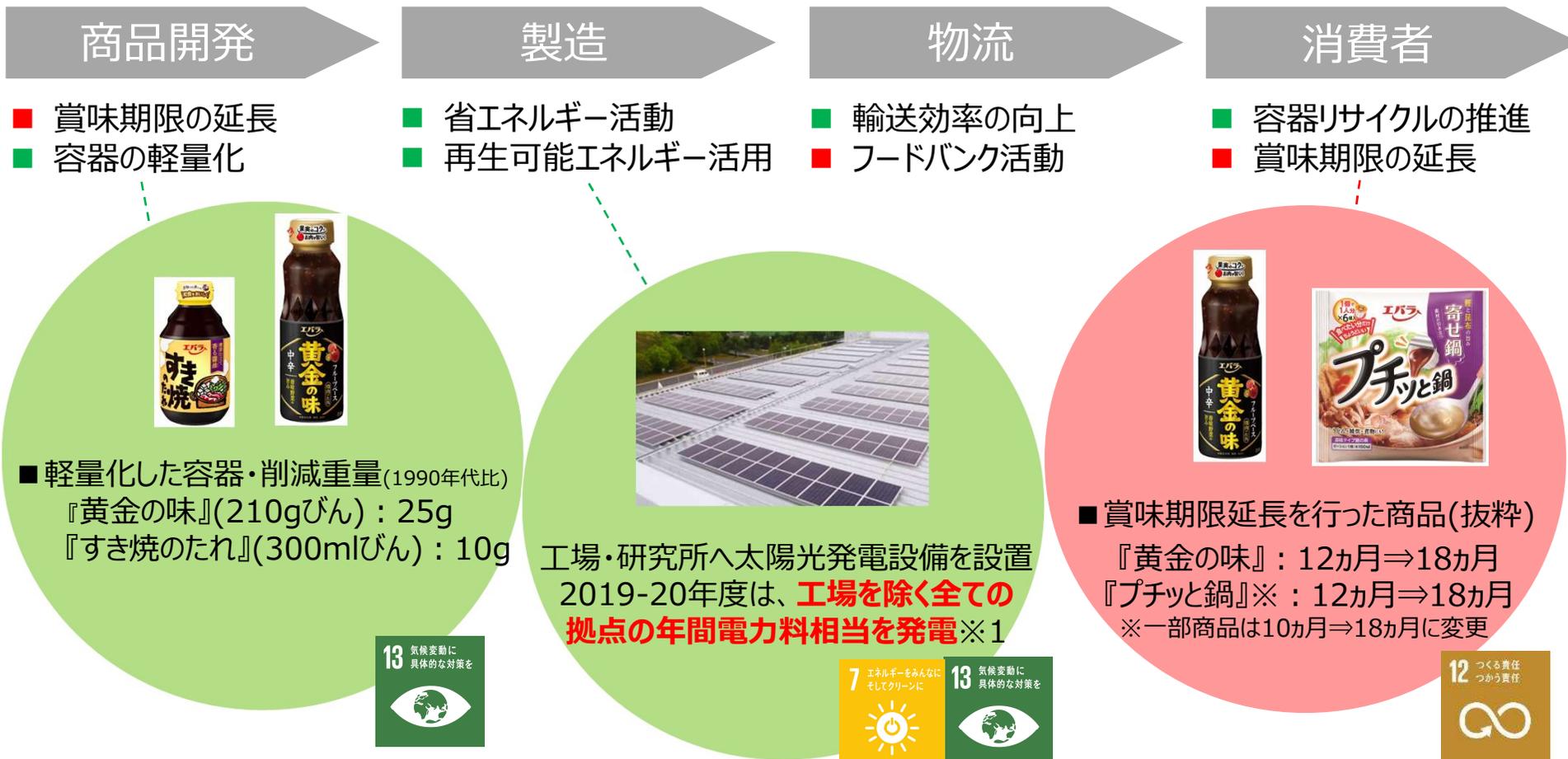
競争の源泉である人材の成長に軸を置き、独自性・面白さに磨きをかけ、各事業の高質化を推進

エバラの「つなぐ」活動

未来につなぐ活動

■ 当社の取り組み事例

- 食品ロス削減
- CO₂削減



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

エバラの「つなぐ」活動

食をつなぐ活動

食育活動の推進

- 食の大切さや「共食」を学ぶ機会を創出
- 2008年からの累計で約**6,000名**に実行
- コロナ禍をうけてオンライン開催で実行



SNS活動の推進

- Facebook、Instagram、Twitterを開設
- 日々の投稿、コメントへの個別返信をベースに、10年にわたりファン作りを推進
- インスタライブ活用したファンイベントでお客様との双方向コミュニケーションを図る

エバラのWEBサービスを是非ご利用ください

エバラCLUB YouTube
Facebook Instagram
Twitter



※エバラCLUBは当社の通販サイトです。

食育活動やSNS活動を通じて、食を通じた人と人との絆をつなぐ機会を創出

エバラブランドの向上



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

行動を評価する
人事制度

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

人材(組織)の成長

成長を支援する
育成制度

働きやすい職場



3つの軸に基づく人事施策、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

基礎研究/知財戦略

- お客様へのお役立ちを原点に研究テーマを策定
- 基礎研究は、『黄金の味』リニューアルの粘度改善や液体麴の開発等に繋がった
- 「新商品技術の特許化」「将来に向けた開発技術の特許化」「商品の特許侵害予防」を方針に知財戦略を推進

被災地支援活動

- 「みちのく未来基金」による災害遺児への高校卒業後の進学支援
- 震災時お腹の中にいた子どもたちが卒業するまで支援を継続
- 9年間で、**約900名**のみちのく生が奨学金制度を利用

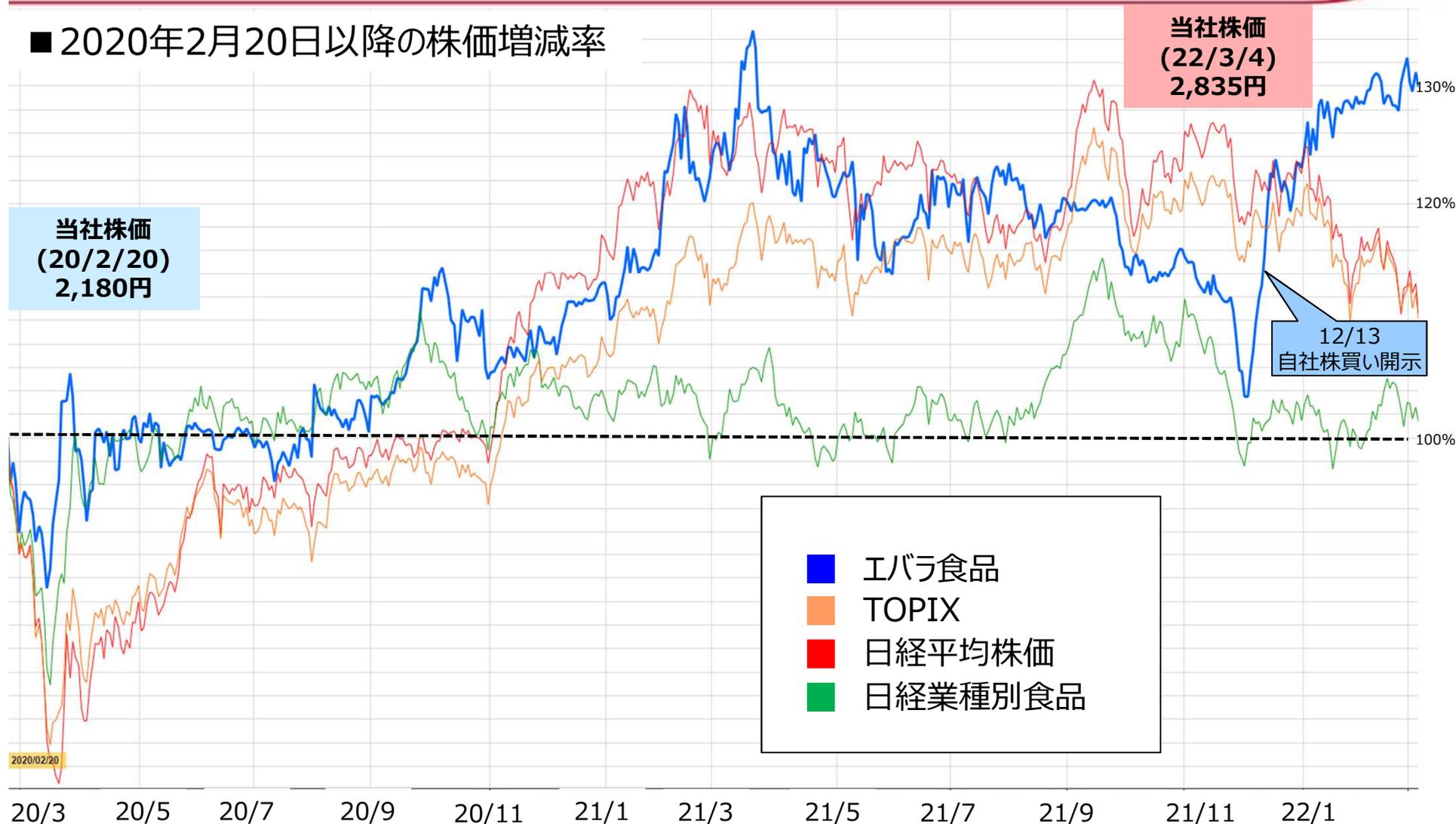


将来の競争力確立に向け、時節に応じたお客様への提供価値を追究
持続的な社会の実現に向け、未来の社会を担う学生の挑戦をサポート

直近の株価の動向に関して

出典：QUICK多機能チャート

■ 2020年2月20日以降の株価増減率

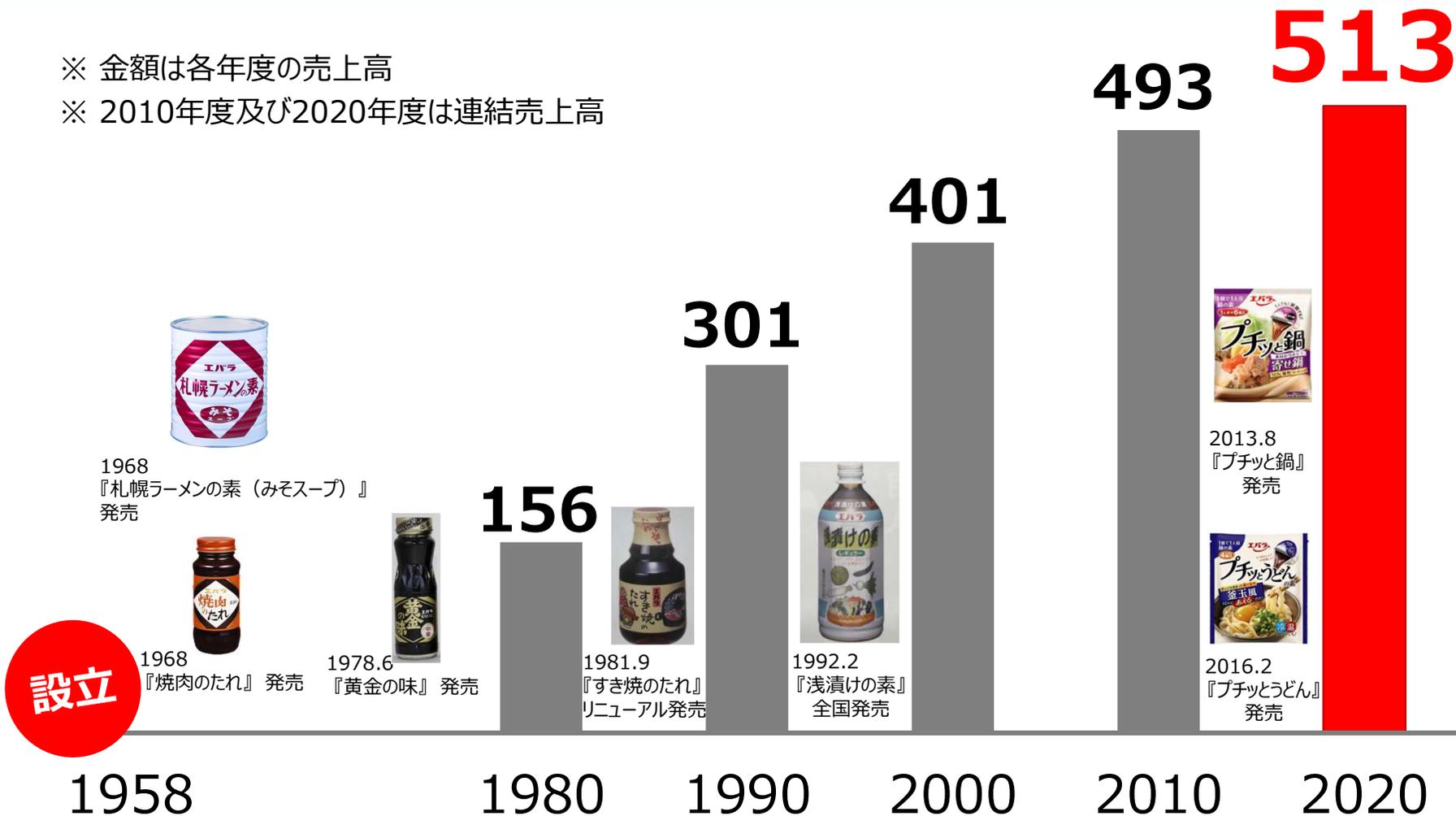


コロナウイルス感染拡大による株価変動は限定的。自社株取得開示以降はTOPIXを超える水準で推移

参考資料

創業からの売上高推移 (単位：億円)

※ 金額は各年度の売上高
 ※ 2010年度及び2020年度は連結売上高



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

生産体制・工場紹介

【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』



『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

事業内容について 【食品事業:家庭用事業・業務用事業】

■ 家庭用事業 (市販商品販売)

【基本的な商品流通】

メーカー (エバラ)



問屋(卸)



小売(スーパー)



- ①問屋(卸)に商品を販売
- ②問屋から小売(スーパー)に販売

主な問屋：三菱食品
日本アクセス
国分

【販売促進に向けた活動例】

- ・ 商談対応(問屋・小売バイヤー)
- ・ 店頭試食販売
- ・ 消費者キャンペーン
- ・ テレビCM訴求
- ・ 調理メニュー訴求(ホームページ)

家庭用事業の当社の強み

- ・ 『黄金の味』等のトップシェアを誇る商品群
- ・ ブランド認知度の高さ
- ・ 高品質な製品づくりを可能にする品質管理体制

■ 業務用事業



【基本的な商品流通】

家庭用事業同様に問屋を通したエンドユーザーへの販売

【主なエンドユーザー先】

- ・ 外食店(一般・チェーン)…居酒屋・ラーメン・中華など
- ・ 給食(学校・産業)
- ・ コンビニ(惣菜・弁当)
- ・ ホテル

【販売促進に向けた活動例】

- ・ 問屋商談対応
- ・ 問屋向け試食会
- ・ 展示会での商品訴求

海外事業は業務用商品を中心に展開

焼肉のたれ、すき焼のたれ、ラーメンスープなど

業務用事業の当社の強み

- ・ 創業当時から培われた高濃度ブレンド技術
- ・ ラーメンスープやがらスープ、鍋用調味料といった多様な商品展開
- ・ 顧客ニーズに柔軟に対応する企画提案力

事業内容について 【物流事業・その他事業】

物流事業



共同配送

全国のパートナー企業と連携し、**食品に特化した**共同配送を展開。エバラ食品の荷物を軸に、**約30社**の食品メーカーの荷物を配送。

倉庫保管

日本各地にネットワークを保有。輸配送と物流センターを効果的に連携し、効率的・高品質・ローコストな物流サービスを実現。

幹線輸送

陸路、航路、鉄道などを活用しながら、最適な幹線配車を実現。

流通加工/温度管理

商品のセット加工、梱包など、流通加工サービスを提供。徹底した管理体制により、安全で良質な商品提供を実現。

物流事業の当社の強み

- ・ エバラ食品の物流部門として長年培ったノウハウ
- ・ 3PL（物流の一括請負）サービスによる包括的な提案力
- ・ 全国にわたる高品質な配送ネットワーク

その他事業

■ 広告宣伝事業

- ・ メディアバイイング※
- ・ 広告の企画・制作
- ・ 販売促進の企画・運営
- ・ 営業活動支援…試食販売・フィールド(現地販促)業務

効率的かつ実効性の高いコミュニケーションサービスを提供。

※広告枠の仕入、買い付けをして、実際に広告掲載をできるようにする一連の業務

■ 人材派遣事業

- ・ 一般人材派遣業
- ・ 有料職業紹介業

神奈川県内を中心に幅広い人材派遣サービスを提供。



広告宣伝事業/人材派遣事業の当社の強み

- ・ 長年の食品の広告宣伝・販売促進業務で培ったノウハウ
- ・ 横浜を中心とした神奈川県のネットワーク
- ・ コミュニケーションから売りの現場までのトータルプロデュース体制

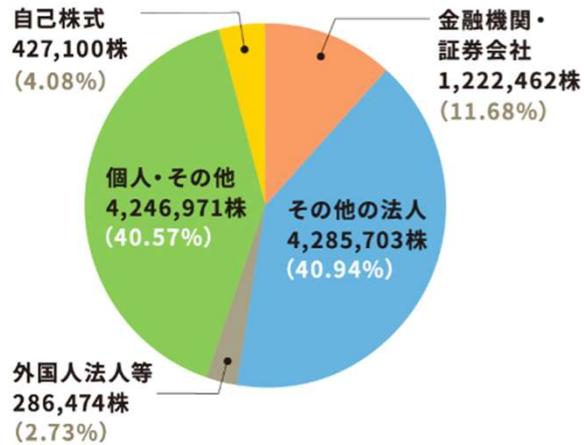
エバラ食品グループ ～ 海外事業の取り組み ～



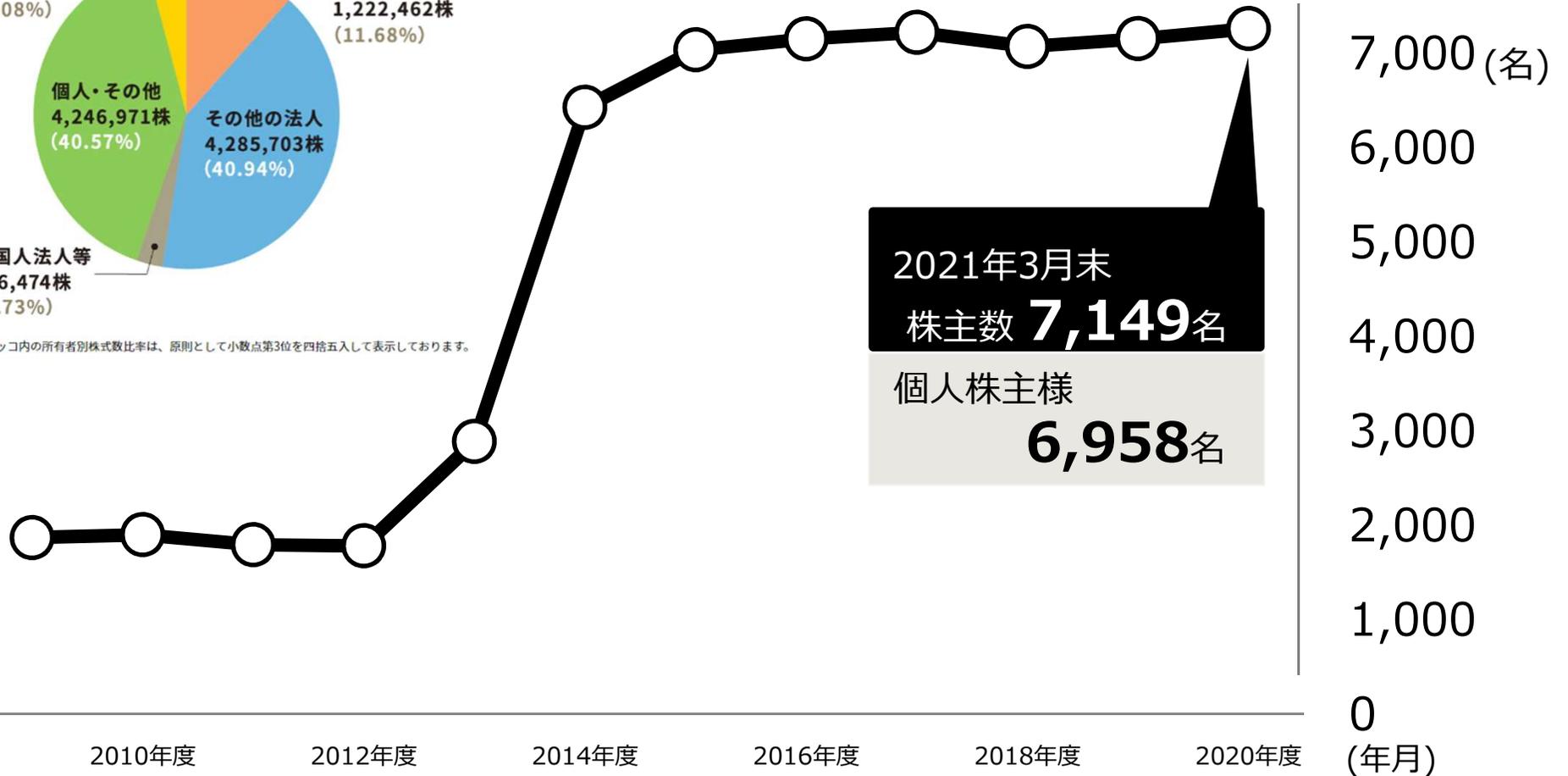
東アジア、東南アジアにたれ文化を訴求。海外のR&D体制構築に向け、マレーシア駐在事務所、タイ現地法人を新設

株主数の推移/株式分布

(2021年3月31日時点)



※カッコ内の所有者別株式数比率は、原則として小数点第3位を四捨五入して表示しております。



2021年3月末
株主数 **7,149**名
個人株主様 **6,958**名

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

IR活動について

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

※直近は感染拡大の状況を受けてオンライン説明会を実施。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
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	2018.3	2018.6	2018.9	2018.12	2019.3
売上高	12,354	13,466	14,587	10,957	48,364	49,715	50,889	49,715	48,763
営業利益	140	4	197	606	1,047	1,047	1,047	1,047	1,047
増減	1.1%	0.0%	1.1%	5.9%	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%

代表取締役社長 宮崎 道
取締役 半田 正之

説明資料

スライド同期

注意事項

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

エバラ食品では約30年前から全国各地で親子バーベキュー大会を開催し、4万組を超えるお客様にバーベキューを喜びたい親子のみなさんと食育の機会を提供してきました。また、当資料は当社が公開できる範囲とした情報を参考にしています。当社がその正確性を保証するものではありません。また、掲載内容は最新の情報に更新される可能性があります。ご了承ください。

2020年3月期開催実績

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

プロが絶賛！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

「投資家をエバラファンに」の想いで、個人投資家を軸としたIR活動を実行

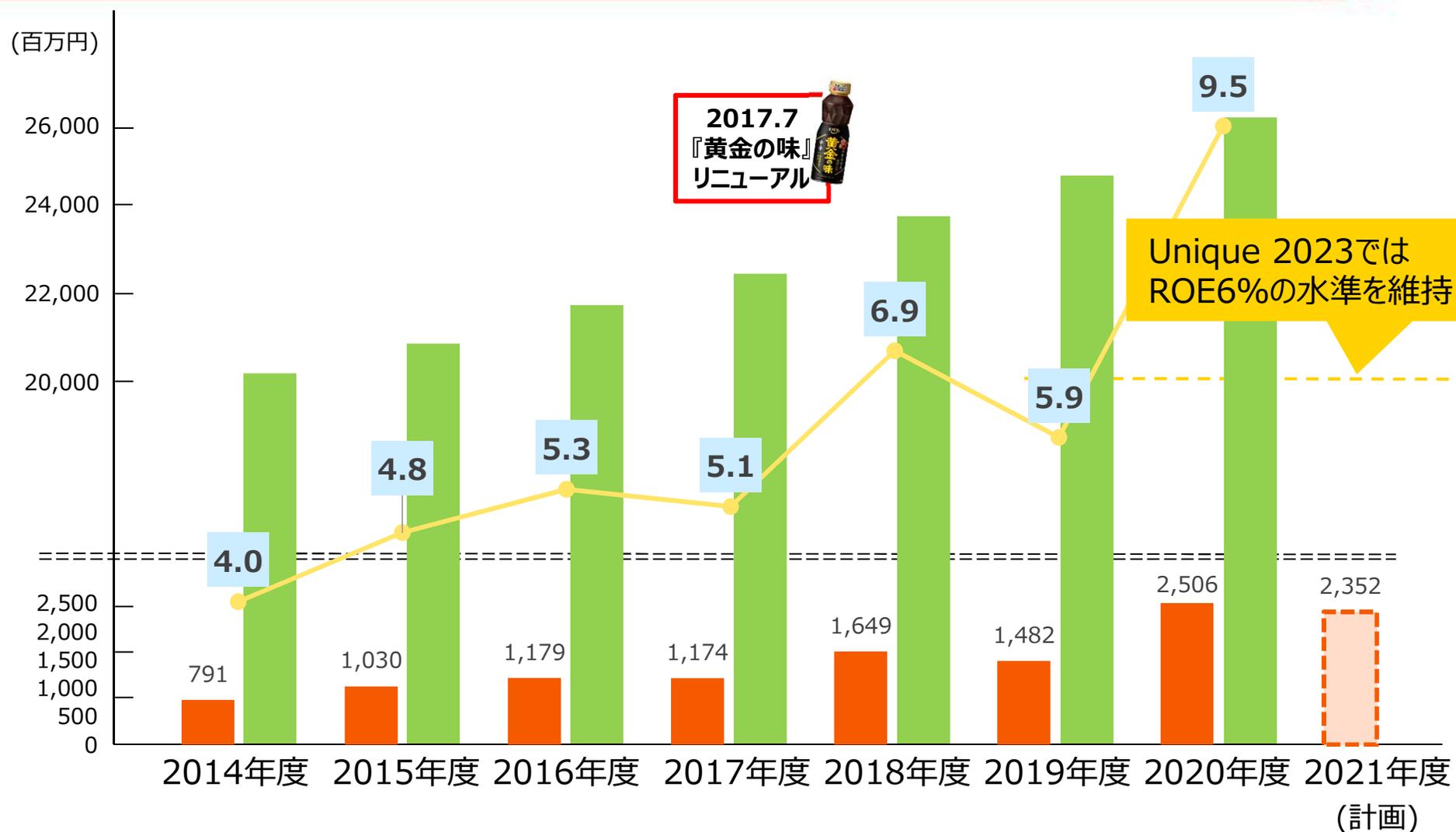
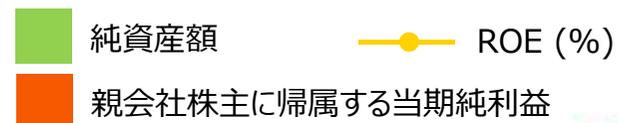
Unique 2023の進捗

■ 実行済の施策

	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
コア事業の収益強化	『黄金の味』の新テイスト展開 (さわやか檸檬・旨にんにく)		『黄金の味』、ポーション調味料の販売規模の維持拡大		営業利益 28億円
		プチッと調味料 売上50億円達成	基幹品のブランド価値向上/収益力強化		
	『なべしゃぶ』の市場シェア拡大		価値観や環境に寄り添った商品・サービスの開発		ROE 6% の継続的達成
		横濱舶来亭 ブランドリニューアル	事業ポートフォリオの最適化と経営資源の再配分		
戦略事業の基盤確立	マレーシア駐在事務所設立		業務用事業を 戦略事業に変更		海外事業売上高 20億円達成
	輸出専売商品の発売		市場変化に応じた商品の選択と集中、及び販路の拡大		
	会員制ホールセールへの展開		タイ現地法人設立		
	コンビニ専売品の発売		国内外のR & D・生産管理体制の整備		
Ebara Food's 成長環境の醸成	SCM部門の新設		エバラビジネスマネジメント設立		
	人事評価制度見直し		組織再編		
	在宅勤務制度の運用開始		モノづくりプロセスの付加価値最大化		
	自発的成長支援制度の運用/展開拡大 → チャレンジ精神と自発的成長文化の醸成		SDGsプロジェクト推進		
			SDGs推進に向けた体制整備		
			サプライチェーン最適化/DX・持続可能性への対応の推進		

第1フェーズは計画通りの進捗、基幹品の更なる収益向上、戦略事業に向け組織機能強化に努める

純利益額とROEの推移



純資産が年々積み上げられるなか、収益力の向上によりROEも継続的に向上

ROEの構成要素に関して(直近5カ年)

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
ROE (①×②×③)	5.3%	5.1%	6.9%	5.9%	9.5%
<hr/>					
① 売上高 当期純利益率 ×	2.3%	2.3%	3.2%	2.9%	4.9%
② 資本回転率 (売上高/総資産) ×	1.4	1.4	1.3	1.4	1.3
③ 財務レバレッジ (総資産/自己資本)	1.6	1.5	1.5	1.5	1.5

前期は未使用経費や巣ごもり需要の高まりもあり純利益が大きく伸長。自社株買い等により、財務レバレッジも上昇

エバラ食品の財務情報

自己資本比率

67.1%

(2019年度 67.9%)

CCC

23.6日

(2019年度 26.3日)

CCC：売上債権回転期間+棚卸資産回転期間-仕入債務回転期間により算出
売上債権回転期間：期首期末平均売上債権÷(売上高÷365日)により算出
棚卸資産回転期間：期首期末平均棚卸資産÷(売上原価÷365日)により算出
仕入債務回転期間：期首期末平均仕入債務÷(売上原価÷365日)により算出

純資産金額

270億円

(2019年度 254億円)

営業キャッシュフロー

47億円

(2019年度 28億円)

※全て2020年度のデータ

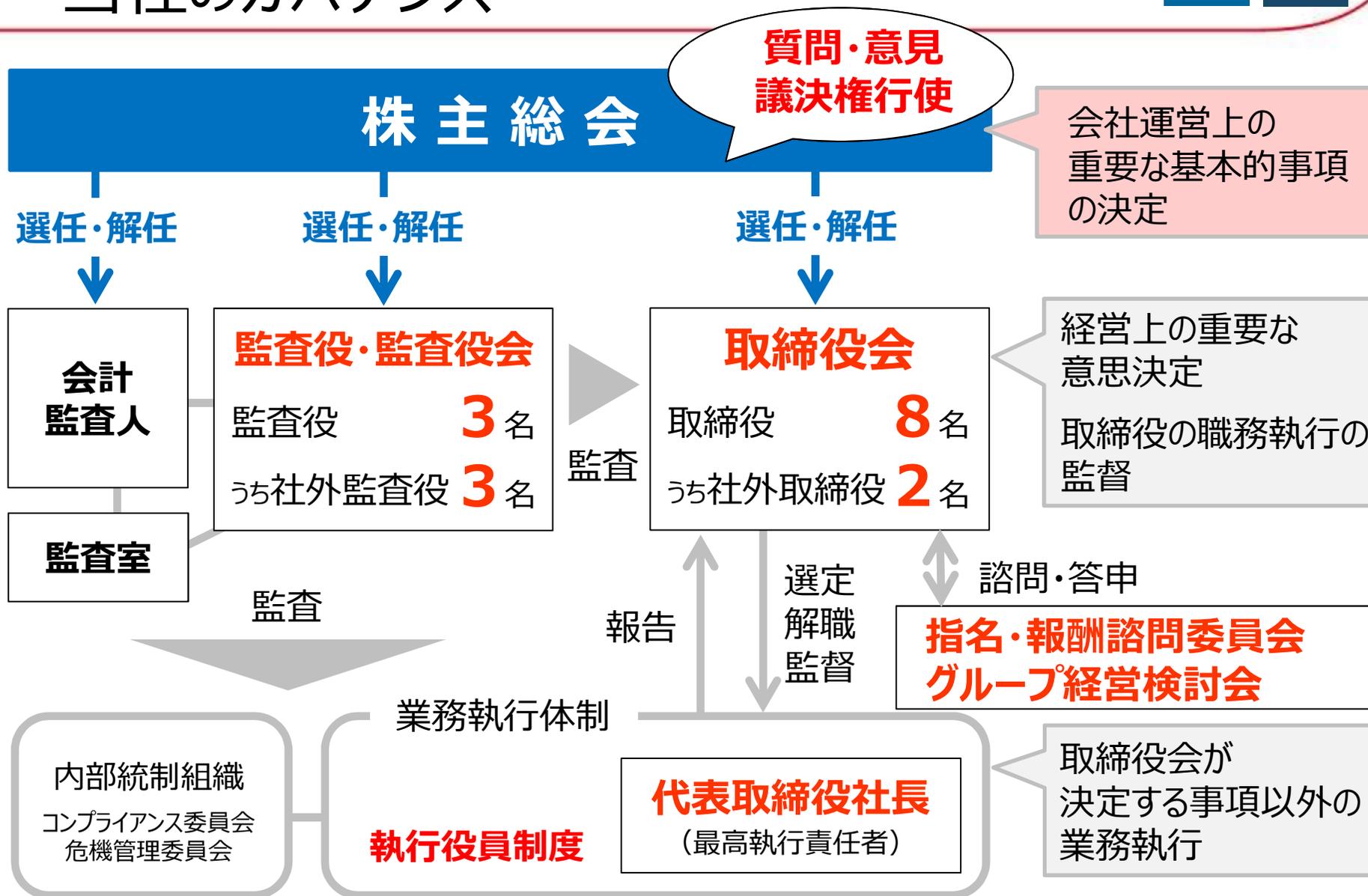
7割弱の自己資本比率であり、強固な財務基盤となる。毎年安定して営業キャッシュフローを獲得

社会の課題解決に向けた重点テーマと具体的な施策

	テーマ	具体的な施策	SDGsとの関連
中長期な 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 	  
	S	健康な心と体、 おいしさがつながり絆づくりの提供 <ul style="list-style-type: none"> 食育活動 BBQ大会 お弁当がつながり絆づくり 被災地支援活動 など 	 
		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 	 
		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 	   
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) 	 	

社会的価値の創造に向け、ESGをテーマとした各種活動を推進

当社のガバナンス



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 (荏原食品香港有限公司シンガポール支店を閉鎖)
2018年	8月	EBARA SINGAPORE PTE. LTD.を設立 (荏原食品香港有限公司シンガポール支店を閉鎖)
2021年	9月	EBARA FOODS (THAILAND) CO., 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：コミュニケーション部（TEL 045-226-0240）