

エバラ食品の事業概要と成長戦略

2023年12月5日

エバラ食品工業株式会社

証券コード：2819

本日の内容

① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

経営理念／会社概要

■ 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。

■ 会社概要

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
設 立	1958年 (昭和33年) 5月
連結従業員数	706名 (2023年3月31日時点)

こころ、はずむ、おいしさ。



「おいしいものを、さらにおいしく。」のもと、事業を通じて「こころ、はずむ、おいしさ。」を提供

トップメッセージ

- ✓ お客様のライフスタイルに寄り添う存在に
- ✓ 常に新しい食シーンの提案を続けていく
- ✓ 自由な発想が出てくる環境づくりが最重要



食の楽しさ、面白さで、人と人との絆づくりの機会を広げていく

当社の提供価値と代表的な商品

「食べる」をもっと面白く！

ステーキホルダーの皆様の豊かな食生活の実現に向けて

- ✓ 創業から受け継がれている「冒険、反論、失敗の自由」の精神
- ✓ 食に対する好奇心をもち新価値創造に向けて弛まぬ努力を貫く

「どこまで行っても、おいしいもの」を創り出したいのです。

エバラ食品を
象徴する商品



1968～

「焼肉のたれ」発売

1978～

「黄金の味」発売

提供価値

創業者の斬新な発想により、
家庭で焼肉という
これまでにない食文化を創造



ニーズに適合した
エバラ食品の新価値

2013～

ポーション調味料 発売

提供価値

家族形態の変化や
多様化する消費者の嗜好など、
きめ細かい時代のニーズに適合した商品

「食べる」をもっと面白く！ 創業より豊かな食生活の実現に向け新価値創造に挑戦

当社の強み（ニッチ＆トップ戦略と市場シェア）

上段3市場の出典：インテージSRI+
焼肉のたれ、すき焼のたれ、浅漬けの素市場
（2022年4月～2023年3月累計販売シェア）

焼肉のたれ

44.4%



すき焼のたれ

59.5%



浅漬けの素

43.8%



プチッと鍋

38.8%



出典：インテージSRI+ 鍋つゆ市場（1個当たり食数：1個）
（2022年4月～2023年3月累計販売金額）

プチッとうどん

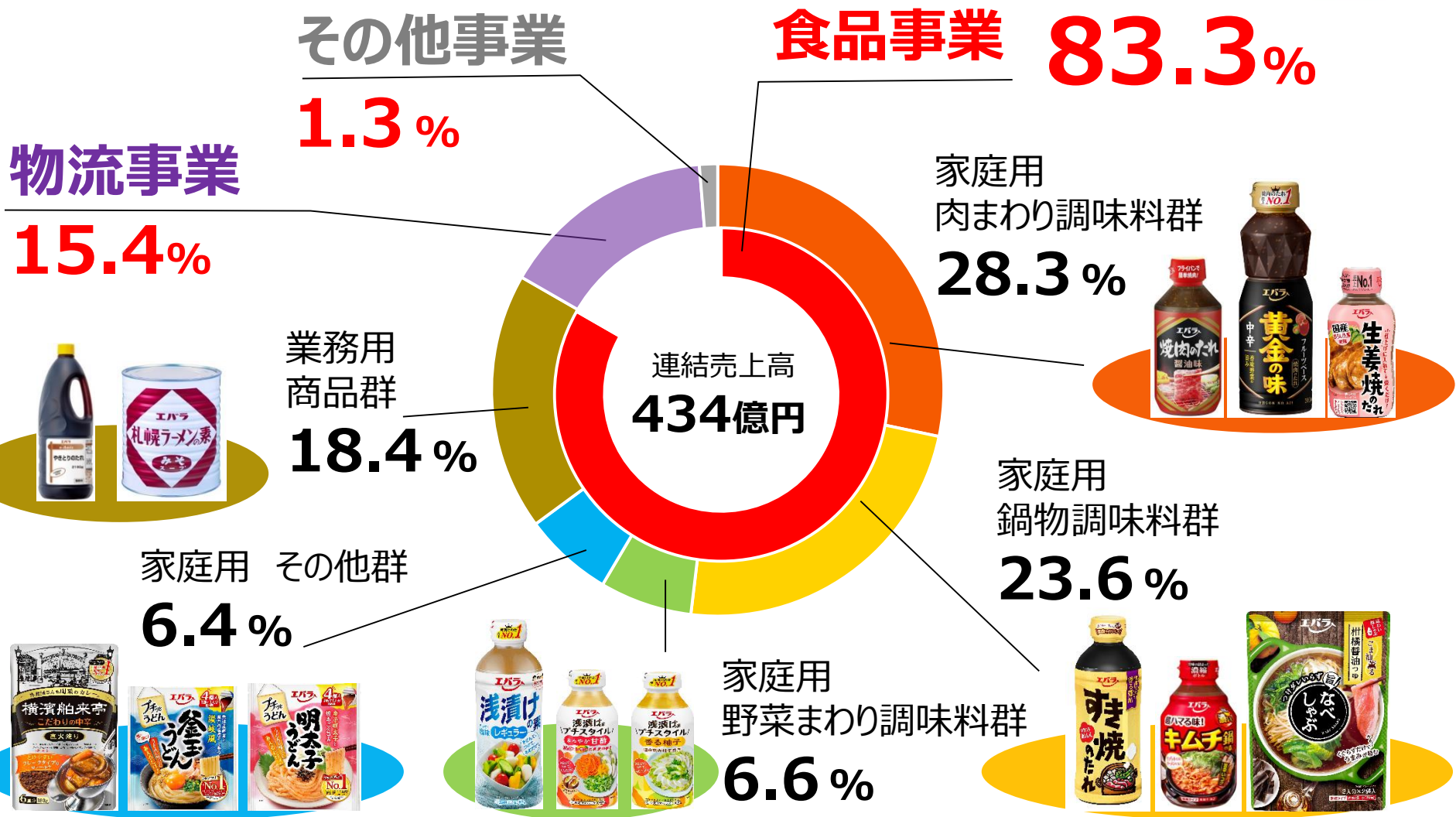
25.2%



出典：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：0.5食～2食）
（2021年9月～2023年8月累計販売シェア）

ニッチ＆トップ戦略で、各カテゴリーで圧倒的な市場シェアを獲得

売上構成比 (2023年3月期)



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

エバラ食品グループ

※1：スギショーテクニカルフーズは持分法適用会社です。

※2：エバラビジネス・マネジメントは中間持株会社です。

国内

海外

食品事業

エバラ食品工業 
丸二  丸二株式会社
ヤマキン  ヤマキン株式会社
スギショーテクニカルフーズ※1

荏原食品(上海) 
荏原食品香港 
台湾荏原食品 
EBARA SINGAPORE 
EBARA FOODS (THAILAND) 
EBARA MALAYSIA 

物流事業

エバラ物流 

—

その他事業

(広告宣伝・人材派遣)

横浜エージェンシー＆
コミュニケーションズ 

—

グループ経営推進
新規事業開拓

エバラビジネス・マネジメント※2 

国内7社、海外6社で国内外のグループ経営を強力に推進

トピックス（共創の事例：他社商品ブランドとのコラボレーション）



「黄金の味」発売45周年に合わせて、他社商品ブランドとのコラボ企画を実現

第1弾



ニチフリ食品
焼肉ぶりかけ

第2弾



ジャパンフリトレー
マイクポップコーン

第3弾



エースコック
スーパーカップ

複合的なプロモーションによってお客様とのコミュニケーションを進化

トピックス（共創の事例：他社との共同プロモーション）

「WAGYUMAFIA GOLDEN BBQ SAUCE」

堀江貴文氏と和牛シェフ浜田寿人氏が設立した
和牛レストラン「WAGYUMAFIA」監修商品



「黄金の味 中辛 川崎フロンたれ」

川崎フロンターレの公式SNSで発信され、反響のあった
エイプリルフールネタの商品を実際に商品化

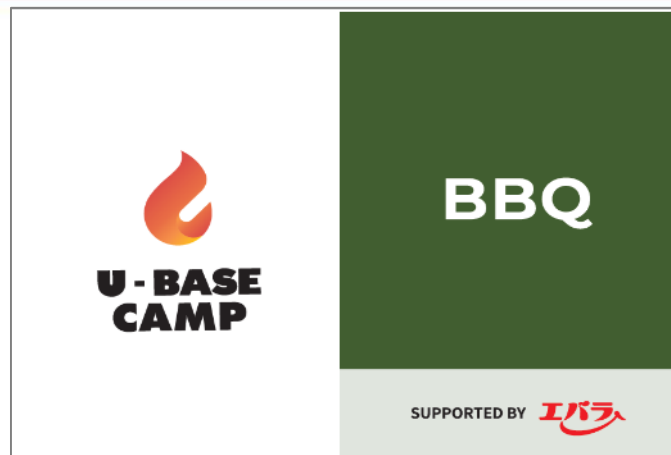


互いの商品やサービスのプロモーションを行い、お客様とのコミュニケーションを進化

トピックス（共創の事例：ウエイズトヨタが運営する施設への協賛）



WEINS PARK U-BASE CAMP外観



U-BASE CAMP看板



バーベキュー場



提供しているバーベキューメニュー

**ウエイズトヨタ神奈川が運営するアウトドア施設との協業を開始
“体験”を提供し、お客様とのコミュニケーションを深化**

トピックス（自社ECサイトで「AWESOMEET」ブランドを展開）

- ✓ 食事を通じて“素晴らしい（AWESOME）”
“出会い（MEET）”を生み出したいという思いを
込めた「AWESOMEET（オーサミート）」ブランド
- ✓ 和牛専用調味料 焼肉のほか、厳選和牛などの
商品を販売



- Original（オリジナル）
- Kankitsu（カンキツ）
- Crispy Garlic（クリスピーガーリック）

新たな消費者アプローチとしてEC専用「AWESOMEET」ブランドを展開

① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

当社のバリューチェーン（価値創造）

原材料調達



開発



製造



販売



お客様との コミュニケーション



食を通じた 絆作りの機会の提供



バリューチェーンの各プロセスにおいてステークホルダーの皆様との価値共創を実現

当社のバリューチェーン（原材料調達）



原材料の安定調達

- ・世界情勢の緊迫化による原材料価格の高騰
- ・安定調達のための産地・仕入れ先の確保
- ・ニッチ&とトップ戦略を実現する多様な仕入れ先との長年にわたる共創関係の確立

ステークホルダーの皆様との価値共創を実現

当社のバリューチェーン（開発/製造）

味づくり（商品開発）



安全・安心な商品の製造



モノづくりについて磨き続けることが価値創造の源泉

当社のバリューチェーン（販売/コミュニケーション）

売場づくり（販売）



調理メニューの 情報発信



ワクワクする売場づくり、おいしいレシピの提案で、お客様の料理・食体験を創造

本日の内容

① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

モノづくり戦略

当社の突破力

①時代のニーズに応じた商品開発（ニッチ領域の探索）

■ ポーション調味料の開発までの経緯

■ 鍋物調味料市場の変化

鍋つゆ市場の主流はストレートパウチ



家族がそろわないと鍋ができない

⇒ 一人前ずつポーション容器に入れることで解決できるのでは！？

課題

ポーションは20ml容器のみであり、
商品化に向けて 希釈しても美味しい 品質設計が必要



業務用商品で培った 高濃度調味料技術を活用し、
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

モノづくり戦略

当社の突破力

②商品改良に向けたチャレンジの継続

チャネルの拡大（食品事業の深化）



容器ユーザビリティを
活かした麺用調味料



業務用商品で培った
高濃度調味料技術



40mL容量拡大
による味の広がり

技術（付加価値）の探索

成功事例を構築し、ニッチ領域の拡大を進める

モノづくり戦略

当社の突破力

②商品改良に向けたチャレンジの継続

チャネルの拡大（食品事業の深化）



容器ユーザビリティを
活かした麺用調味料



設備改良による
具材充填
技術の獲得



業務用商品で培った
高濃度調味料技術



40mL容量拡大
による味の広がり

技術（付加価値）の探索

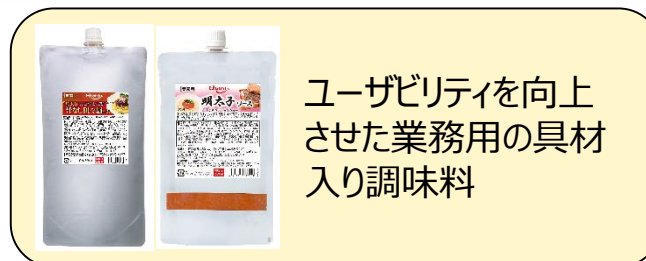
商品ブランド・サービスの付加価値を追求し、日々進化に向けたチャレンジを継続

モノづくり戦略

当社の突破力

②商品改良に向けたチャレンジの継続

↑
チャネルの拡大（食品事業の深化）



技術（付加価値）の探索

得られた技術や知識は、ポーション調味料の原点である業務用商品にも還元

モノづくり戦略

当社の突破力

②商品改良に向けたチャレンジの継続

↑
チャネルの拡大（食品事業の深化）



技術（付加価値）の探索

ポーション調味料のさらなる増産(成長)に向け、津山工場への追加投資を実行



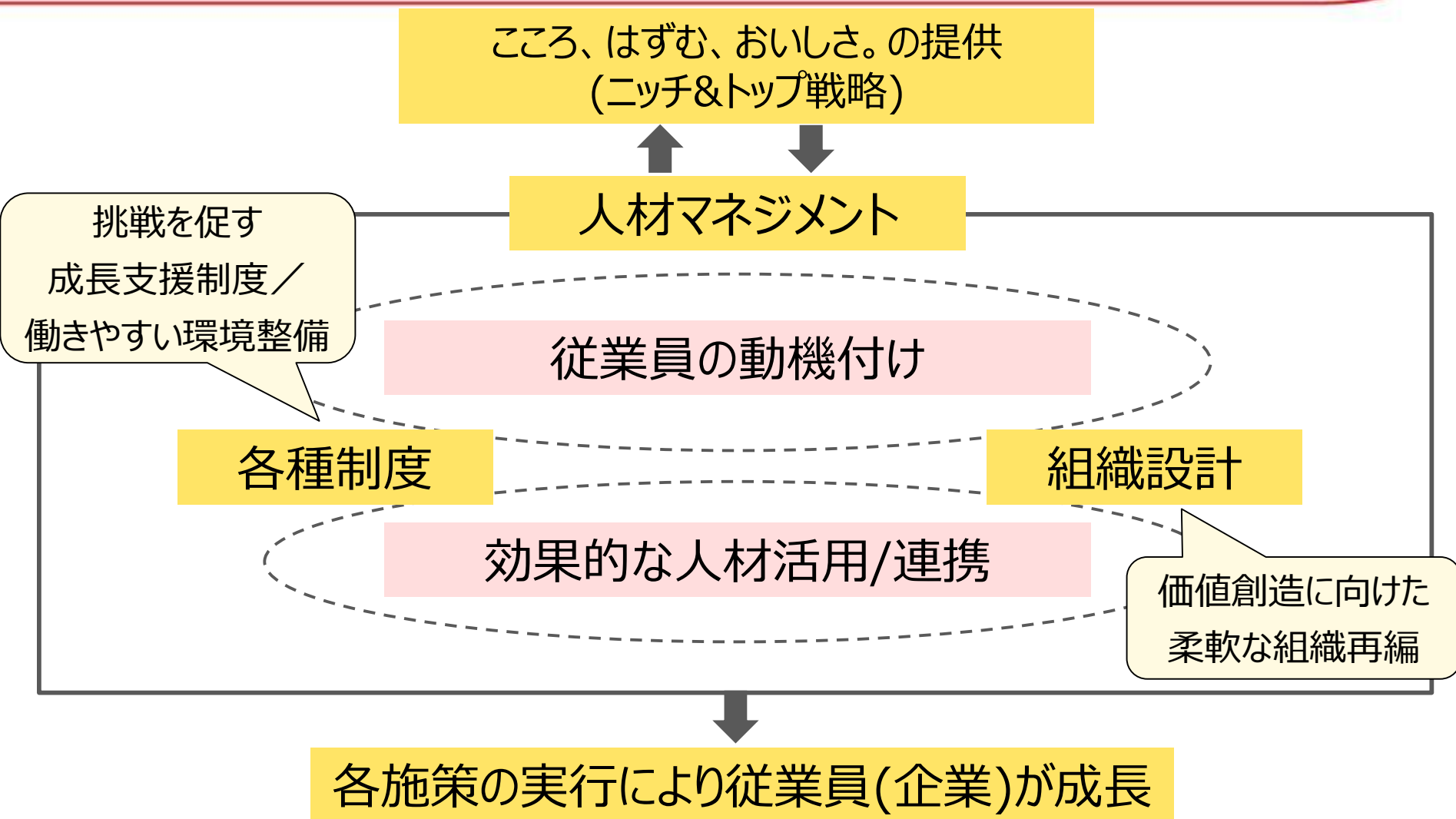
ポーション容器



濃厚な「みそ」が使用されていてもポーション容器に調味液が
残りづらくする製造方法を開発し、特許を取得（特許7032883）

開発過程で獲得した技術は、特許やノウハウといった知的財産として蓄積

ヒトづくり戦略



会社と従業員が共に成長することを目指す

ヒトづくり戦略における取り組み

■ 社内制度の事例：社内提案制度(ACE)

- ✓ 職種関係なく、案件が採用されれば新規事業への従事が可能
- ✓ 経営経験を積んだ人材を増やすことにより従業員(企業)のレベルアップを図る



■ 組織設計の事例：連携を促す組織再編

- ✓ 自由な発想に基づく価値創造ができる環境作りを狙いとした組織再編の実行
- ✓ 従来と異なる開発プロセスの導入が推進



制度、組織の見直しを通じて、機能連携や挑戦が着実に前進

海外事業戦略

現在までの成果

- ✓ タイ、マレーシアに現地法人を展開、全6拠点で活動中
- ✓ タイに工場投資を実行、24年度以降の事業拡大に向けた基盤を整備
- ✓ シンガポールにHQ機能を集中
- ✓ 海外売上高目標20億円達成へ前進



今後、取り組んでいく課題

1. タイ工場の迅速な立上げと本格稼働
2. グローバル人材の獲得と育成
3. 海外における「エバラブランド」の確立



タイ工場(完成イメージ図)

タイ工場の稼働の皮切りに「モノづくり」「ヒトづくり」を加速させる

成長戦略

モノづくり戦略

ヒトづくり戦略

海外事業戦略



M&A

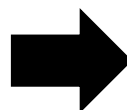
✓ 新技術獲得と
商品開発力の強化



株式取得(ヤマキン株式会社)



株式取得(丸二株式会社)



新たな挑戦と
成長のサイクル
が継続される
企業体へ

内外のリソースを連携させ、挑戦と成長のサイクルが継続される企業体を構築

本日の内容

① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

当社の事業戦略とサステナビリティ

- ・当社にとって「健康価値」の提供は、事業戦略とサステナビリティをつなぐ重要なテーマ
- ・社長の森村と料理学園の校長でもある赤堀が「健康価値」の提供方法について対談



「メーカーとして健康という価値を
商品という形にすることが重要」
(森村社長)



「食品を扱う企業はそれだけで
健康に寄与している」
(赤堀社外取締役)

調味料メーカーとして「食シーン・食体験」を提供していくことを再確認

創業より商品・サービスを通じて新たな食文化を創造
この先も「こころ、はずむ、おいしさ。」の実現に向け新価値創造に努めていく

当社のサステナビリティ ①サステナビリティ推進体制

- ✓ サステナビリティ委員会にて4つのテーマに応じたワーキンググループを運営
- ✓ 今期新たに人権方針の策定を行い、人権尊重プロジェクトを始動

■ サステナビリティ委員会の体制図



※ダイバーシティ、エクイティ&インクルージョン：多様性、公正性、包摂性

専用委員会を運営。社会的価値と財務的価値の両立に向け、テーマを特定し活動

当社のサステナビリティ ②食品ロス、CO₂削減

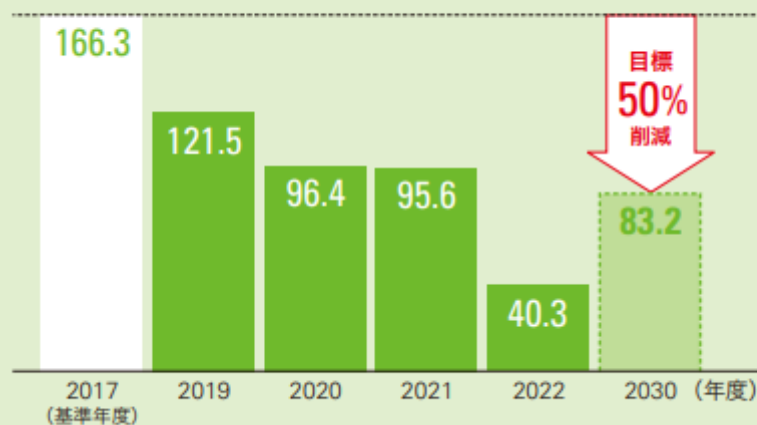
■ 食品ロス削減活動

- ✓ 賞味期限延長
- ✓ 需要予測に基づく適正な在庫管理
- ✓ 商品返品削減
- ✓ フードバンクとの連携

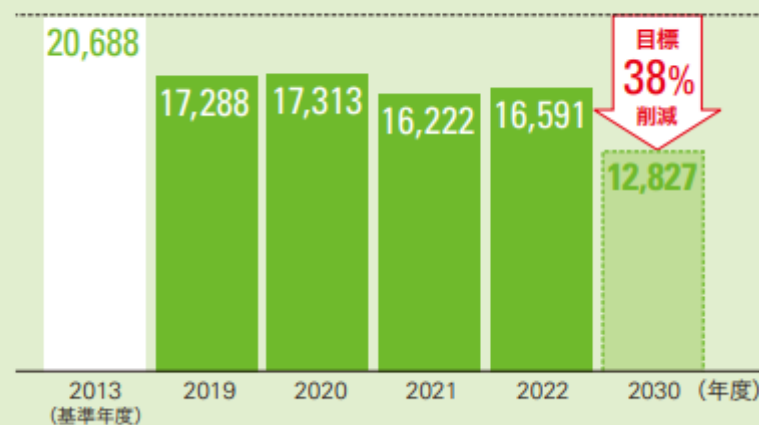
■ 地球温暖化防止活動

- ✓ 省エネ設備への計画的な更新
- ✓ LED照明の設置
- ✓ 営業車のエコカーの導入
- ✓ トラック(商品)輸送の積載効率向上

食品ロス量の推移と削減目標 (単位: トン)



CO₂排出量の推移と削減目標 (単位: トン-CO₂)



資源の有効活用と地球の持続可能性への対応に向け、「食品ロス」「CO₂」削減を推進
サステナビリティ委員会にて設定した2030年度の目標達成に向けた活動を継続

当社のサステナビリティ ③未来につなぐ絆づくり

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**7,000名**に実行



「黄金の味」で鶏のからあげ給食

- ✓ 食育教室で学んだ知識を活かし、児童自らが栄養バランスを考慮した給食メニューを考案
実際に小学校の給食メニューに採用された事例あり



専任者を設け、未来を担う子供達を対象に食育活動を推進

当社のサステナビリティ ③未来につなぐ絆づくり

■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
- ✓ 12年間で**1,000名以上**のみちのく生が奨学金制度を利用



■創業地域の応援とスポーツ振興活動

- ✓ 20年前から神奈川県サッカー協会や県内のJリーグチームと連携
- ✓ 2023年からプロサッカーチームの川崎フロンターレとスポンサー契約を結び、パートナーシップを強化
- ✓ プロアイスホッケーチーム「横浜GRITS」とも2021年からスポンサー契約



**被災地支援被災地支援では、現地へ専任者を派遣、
創業地では、人と人の絆づくりに役立つスポーツの発展を応援**



① 会社紹介

② 当社のバリューチェーン（価値創造）

③ モノづくり、ヒトづくり、成長戦略

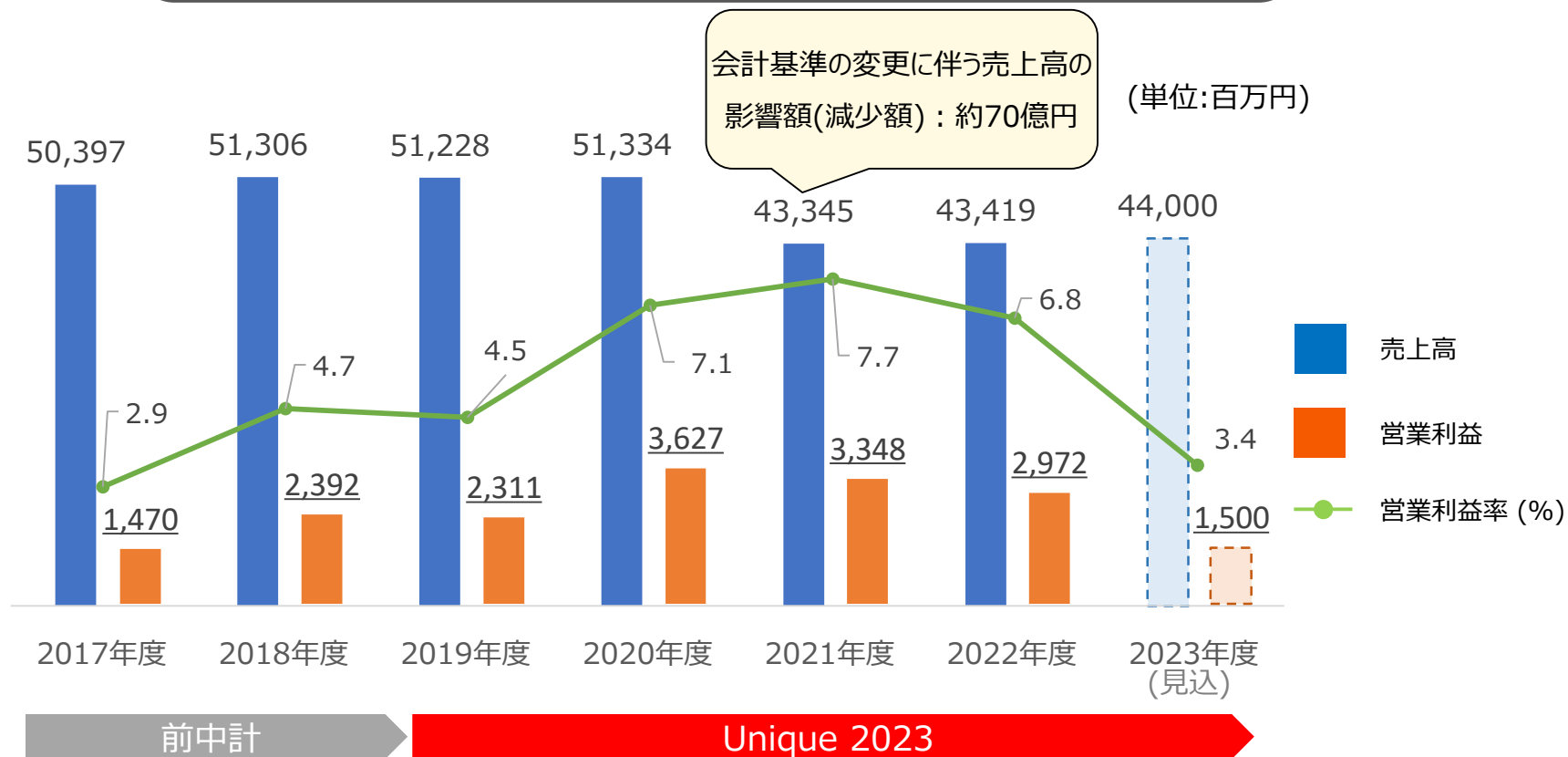
④ 当社のサステナビリティ

⑤ 業績見通し、株主還元

業績推移

◆収益力強化

- ✓ ポーション調味料の市場拡大
- ✓ 価値訴求に伴う販売コスト低減
- ✓ 事業ポートフォリオの最適化



価値訴求の継続により収益力強化を進めるも、直近は原価高騰の影響を受ける

※ 2021年度より「収益認識に関する会計基準」に適用
※ 2023年度は計画値

業績見通し（2024年3月期）

単位：百万円

（百万円）

2024.3

売上高	44,000
-----	--------

営業利益	1,500
------	-------

3.4%

経常利益	1,600
------	-------

3.6%

当期純利益	1,000
-------	-------

2.3%

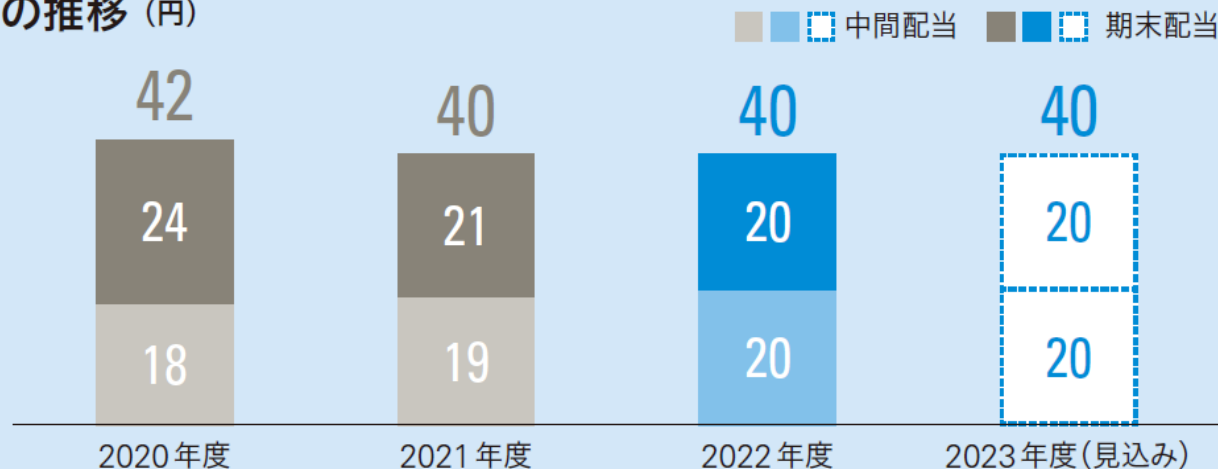
下期に想定される影響

- ✓ 主原料の価格高騰による
売上原価の悪化
- ✓ 7月・9月に実施した価格改定商品の
販売数量減少
- ✓ 暖冬傾向による鍋物調味料群の
需要減少

下期に想定される影響を考慮のうえ、業績見通しは据え置き

株主還元

■ 1株当たり配当金額の推移 (円)



	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度(見込み)
配当金総額(百万円)	421	396	392	392
配当性向	17.0%	14.7%	18.0%	39.2%※
DOE	1.6%	1.4%	1.3%	1.3%※
自己株式取得額(百万円)	787	459	147	—
総還元性向	48.2%	31.6%	24.8%	—

※2023年5月公表予想利益に基づき計算しています。

DOE及び業績の状況を勘案し、できる限り安定的な配当を継続。年二回の配当を実施

株主優待

■ 2023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

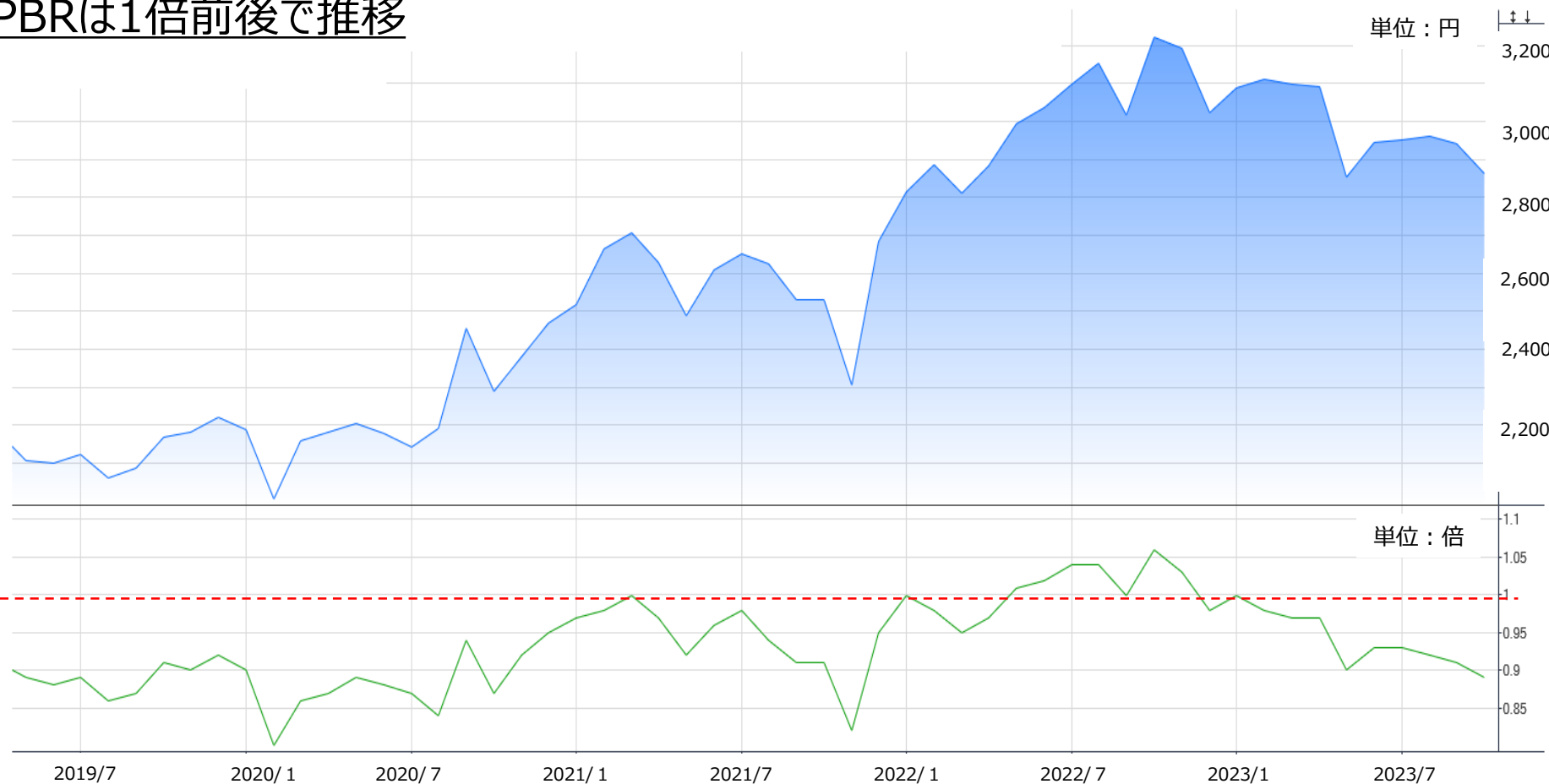
株主優待は保有株数に応じて、3区分の優待品をご用意。株主様からも高評価

当社の株価/PBR推移(直近5年)

上段：株価
下段：PBR

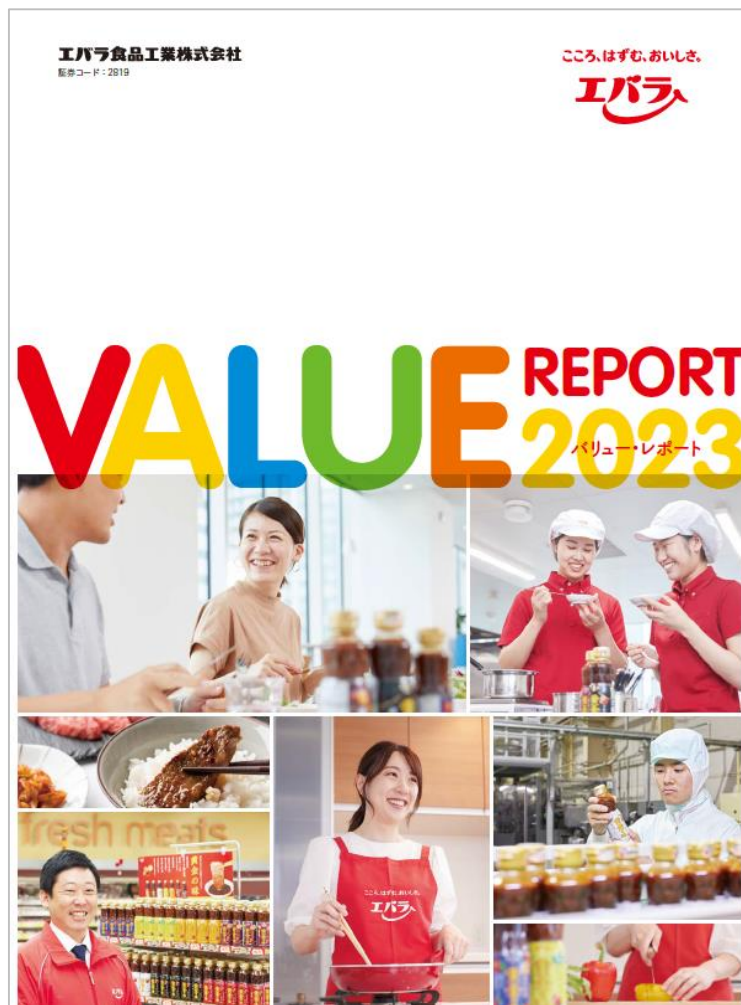
※QUICK多機能チャート参照

株価は5年前から30%以上上昇
PBRは1倍前後で推移



本業での成長をみせていくことで投資家の皆様に期待してもらえる流れを作る

参考 当社「VALUE REPORT」(統合報告書)について



パソコン・タブレット・スマートフォンからアクセス

エバラ 統合報告 で検索

<https://www.ebarafoods.com/company/ir/library/integrated/>

免責事項

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化等により、実際の結果と異なる可能性があります。実際の業績等に影響を与える可能性のある重要な要因には、以下の事項があります。なお、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。

- 主要市場における景気動向
- 為替動向、金利変動
- 資本市場の動向
- 価格競争の激化
- 調達環境の変化
- 提携、アライアンス、技術供与による競争関係の変化
- 公的規制、政策、税務に関するリスク
- 製品、サービスの欠陥や瑕疵に関するリスク
- 研究開発投資、設備投資、事業買収・事業再編等に関するリスク
- 自然災害や突発的事象発生に関するリスク
- 会計方針の変更

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て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 045-226-0238）