

こころ、はずむ、おいしさ。

エバラ

エバラ食品工業株式会社

証券コード：2819

Share Our Vision

バリュー・レポート
VALUE REPORT 2025



Contents

エバラ食品グループとは

- 01 長期ビジョンとマテリアリティ
- 03 マテリアリティごとの2033年度にありたい姿
- 04 巻頭特集：Share Our Vision
- 08 中期経営計画「Ebara Reboot 2026」
- 10 社長メッセージ
- 13 社長×若手社員によるディスカッション
EBARA One on Three Meeting
- 15 数字で見るエバラの強み
- 16 価値創造プロセス
- 17 社会の動きとエバラ食品グループの歩み

エバラ食品の戦略と事業

- 19 グループ戦略・海外戦略
- 20 モノづくり戦略・販売戦略
- 21 コーポレート戦略(財務戦略・人事戦略)
- 23 セグメント情報

持続可能な社会の実現を目指して

- 27 マテリアリティへの対応
- 31 コーポレート・ガバナンス

財務／会社情報

- 35 11か年財務・非財務ハイライト
- 36 会社情報／編集方針



ミッション

MISSION



国内／海外における次代
の中核を成す**多様な人材**
が育成・登用され、エバラ
食品**グループが密接に**
連携したビジネスフォー
メーションの実現

FIRST PHASE

投資実行・構造変革

中期経営計画

Ebara Reboot 2026

成長への基盤固め

2024

2025

2026

マテリアリティ

MATERIALITY



食の安全・安心の確保



多様な食ニーズへの対応



製造体制の変革により、
大量生産から多品種少量
生産までの対応力UP、液
体に加え粉末調味料分野
でもビジネス領域を拡大



自社の技術力、ニッチ&
トップ戦略をベースにした
健康分野をはじめとする
新たなビジネス確立と特
定領域におけるリーダー
カンパニーの地位獲得



東南アジア地域における
自社商品の浸透と、他グ
ローバル地域への拡大



ICTの利活用を通じた
「データ活用型経営」「業
務プロセス改革」の実現

2027

2028

2029

NEXT PHASE

新領域開拓・事業成長

次期中期経営計画

投資・変革を活かした成長／拡大

2033

長期ビジョン:2033年度にありたい姿

おいしさ、たのしさ、あたらしさで

食カテゴリーを創造する企業



豊かな食生活と
心身の健康への貢献



環境に配慮した
商品・サービスの実現



持続可能な
原材料の安定調達



組織と人材の活性化



気候変動の緩和と対応



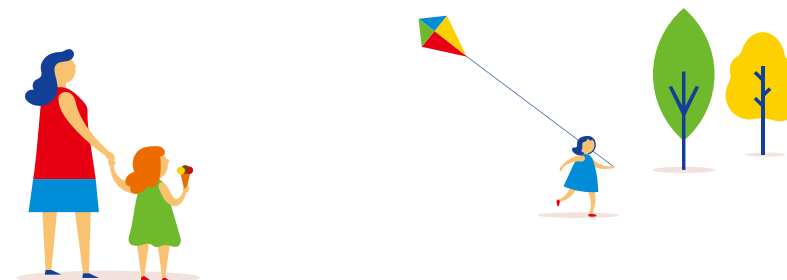
グループガバナンス
体制の強化

マテリアリティごとの2033年度にありたい姿

エバラ食品グループは長期ビジョンの実現に向け、8つの重要課題(マテリアリティ)を特定し、それぞれについて2033年度にありたい姿を設定しています。

社会的価値と経済的価値の向上を目指し、さまざまな取り組みを進めてまいります。

📖 P27 マテリアリティへの対応



マテリアリティ	2033年度にありたい姿	マテリアリティ	2033年度にありたい姿
 食の安全・安心の確保	● お客様に安全な商品を継続して提供している ● お客様に安心をお届けしている	 持続可能な 原材料の安定調達	● 主要原材料のリスク低減に向けた取り組みが進んでいる ● 持続可能な調達網の構築に向けて取り組んでいる
 多様な食ニーズへの対応	● 国内外の流通動向やお客様ニーズを捉えた商品・サービスを適時提供している ● 新たな食カテゴリーを継続的に創造している	 組織と人材の活性化	● 企業競争力が向上している ● 持続的な成長を実現している ● 多様な経験や価値観をもつ人材の育成・登用が進んでいる
 豊かな食生活と 心身の健康への貢献	● 世代に合わせた付加価値の高い商品・サービスを提供している ● 健康領域の商品・サービスを通じてお客様のすこやかな食生活に貢献している	 気候変動の緩和と対応	● サプライチェーン全体でCO₂排出量の削減を進めている
 環境に配慮した商品・ サービスの実現	● 環境負荷の低減とお客様の利便性向上が進んでいる ● バリューチェーン全体で資源の有効活用に貢献している	 グループガバナンス 体制の強化	● 透明性・誠実性の高い企業統治と最適な内部統制を確立している

巻頭特集

私たちが目指す長期ビジョン

「おいしさ、たのしさ、あたらしさで食カテゴリーを
創造する企業」を達成するための「成長戦略」
「海外展開」「ガバナンス」への想いを語ります。

Share Our Vision



成長戦略

Growth Strategy

長期ビジョン
達成への3つのキー

海外展開

Overseas Expansion

ガバナンス

Governance

マテリアリティ

Materiality



食の安全・安心の確保



多様な食ニーズへの対応

豊かな食生活と
心身の健康への貢献環境に配慮した
商品・サービスの実現持続可能な
原材料の安定調達

組織と人材の活性化



気候変動の緩和と対応

グループガバナンス
体制の強化

卷頭特集

Share Our Vision

成長戦略

Growth Strategy



ポーション調味料の進化と生産の拡大

2024年10月、津山工場でポーション調味料の生産ラインが稼働を開始しました。

近年急成長しているポーション調味料は、主に当社の栃木工場が手掛けてきましたが、今後の成長性を見据えて、岡山県の津山工場に新たな生産ラインを導入しました。

これにより、東日本・西日本の2拠点体制が整いました。今後は、拡充された生産能力を最大限活用し、ポーシェン調味料の売上拡大を目指してまいります。



津山工場 工場長
河田 貴文



工場や設備・人がそろえば、すぐに製品が作れるわけではありません。設備を安定稼働させ、安全・安心な製品を作り出すのは、やはり人の力であり技量です。今回の製造棟新設は当社にとって30年ぶりであり、担当者もポジションラインの経験・ノウハウをほぼ持ち合わせていない中でのスタートでした。そんな中、竣工式からわずか2か月余りで、班長の矢部を中心に若手のメンバーが生産ラインを稼働させ、計画どおり製品を作り出してくれた津山の現場力と責任感是非常に頼もしく、心強いものでした。この経験から各担当者も成長を実感し、チームとしての信頼関係を深めることができました。他工場とも切磋琢磨しながら、日々改善・挑戦を重ねることで、エバラ食品グループの安全・安心、新価値創造を支えてまいります。

津山工場 製造課 班長
矢部 孝仁



私は、製造担当者としての技術向上を目的に自ら手を挙げ栃木工場に異動し、4年ほどポーシオン調味料の生産に携わっていました。津山工場にポーシオンラインが導入されると聞き、これまでの経験を活かすべく津山に帰ってきました。ポーシオン調味料の品質管理には、非常に繊細な対応が求められます。例えば、ポーシオンの包材は、シート状の材料を加温して作りますが、気温や湿度の変化で仕上がりが違うことがあります。安定した品質を担保し続けるために、自分のような栃木工場の経験組が中心となって、若手社員に作業手順や経験談を共有しています。「安全・安心は絶対条件、その中でさらなる増産に備えた効率化を進めていく、この繰り返し」。現状に満足することなく、飽くなき探求心で、日々取り組んでまいります。



巻頭特集

Share Our Vision

海外展開

Overseas Expansion

アジアから広がる海外ビジネス

東アジア・東南アジア地域に展開する海外現地法人では、「おいしさ、たのしさ、あたらしさ」をお客様にお届けするため、従業員たちが日々奮闘しています。現地からのフレッシュな声をお届けします。

Singapore

1

**Winnie Chai**

EBARA SINGAPORE PTE. LTD.

経営統括担当

「Ebara」のおいしさが、国境を越えてたくさんのお客様に届き、世界中で愛される存在になるよう努めます。

Shanghai

2

**藤本 浩充**

荏原食品(上海)有限公司

営業担当

「Ebara」ブランドの認知拡大と新たな販売チャネルの開拓、日本と中国の良いところを活かした営業の仕組みづくりにチャレンジします！

Hong Kong

3

**Iris Wang**

荏原食品香港有限公司

経営統括担当

お客様を第一に考え、信頼されるパートナーとなります。そして「Ebara」の調味料を異なるジャンルの料理と融合させ、新しいおいしさを共創します。

Taiwan

4

**月瀬 力**

台灣荏原食品股份有限公司

営業担当

持ち前のパッションとバイタリティを胸に、一人でも多くのお客様に「Ebara」の魅力を届けます！目指せ、最年少海外現地責任者！

Thailand

5

**Buaboocha Wangkham (Beam)**

EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD.

R&D 担当

品質の良い原料を選び、お客様のニーズに寄り添い、毎日の食事のお役に立てるように「おいしさ+α」の製品づくりに取り組みます。

Malaysia

6

**飯島 大樹**

EBARA FOODS MALAYSIA SDN. BHD.

営業担当

マレーシアの多くのお客様に、当社商品を通じて日本食のおいしさを知っていただくため、日々の営業活動を頑張ります！



巻頭特集

Share Our Vision

ガバナンス

Governance

経理部 部長
中村 明

未来を拓くグループ力と ガバナンスの強化

丸二株式会社の連結子会社化等を通じて得た知見を活かし、
グループ力とガバナンス体制のさらなる強化、
新たなモノづくりを通じて持続的な成長を目指します。

グループガバナンスの強化

2023年8月に丸二株式会社を当社グループに迎え、2024年度は当社グループのガバナンス強化にとって重要な年になりました。現在はグループ間の人材や技術等の経営資源の行き来が活発化しており、さらなるグループ全体の相乗効果が期待できます。また、丸二株式会社のような歴史と規模をもつ企業の子会社化は当社にとって初めての経験であり、PMI (M&A後の統合プロセス) スキルの強化につながりました。



丸二株式会社

連結子会社化プロセスの 課題と知見

非上場企業であった丸二株式会社の連結決算取り込みは大きな挑戦でした。異なる企業文化やシステムの違いに直面しながらも、当社経理部門のメンバーが一丸となって取り組みました。特に多様なキャリアをもつ人材の貢献が大きく、前職で培った経験を活かして上場基準に適合する決算資料を作りあげてくれました。この経験は、今後新たな企業をグループに迎える際にも活きて考えています。また、今回のプロセスを通じて、当社グループの決算業務が高いレベルにあることを再確認しました。今後は丸二株式会社の経理担当者の育成等も進め、企業力をさらに高めてまいります。



中期経営計画「Ebara Reboot 2026」の概要

Ebara Reboot 2026

長期ビジョンの3つのステップにおける最初の3年間(2024～2026年度)は成長への基盤固めのフェーズとしております。中期経営計画「Ebara Reboot 2026」では、2033年度にありたい姿の実現に向け、成長投資と構造変革を推進しています。

Reboot の由来

2020年度に最高益(営業利益)を実現するも、コロナ特需の収束に加え、原材料や各種資源のコストが上昇し、直近では収益力の低下を招いています。足元の投資の償却費用も重なる中、「さらなる成長投資」と「構造変革」を通じて、再び利益拡大の軌道に乗せていくため、グループの再起動の意味を込めてRebootを採用しました。

連結数値目標

- EBITDA※40億円
- 海外売上高比率 5%以上
- 総還元性向 50%以上

※ 営業利益+減価償却費+のれん償却額

📖 P21 財務戦略

基本戦略

	アクションプラン		KPI	関連ページ
1 既存事業／領域を磨きあげ、 高収益化を追求 モノづくり、販売体制、各種プロセスの効率化を進め、既存領域の事業に磨きをかける	 ポーション調味料の売上拡大	津山工場に新設したラインを活用、早期に安定的な稼働を実現し、ポーション調味料の市場シェアをさらに拡大	3年で10億円の積み上げ	📖 P05 巻頭特集 成長戦略 📖 P24 食品事業 家庭用商品
	 主力商品群のシェア拡大	既存商品の価値訴求と新商品開発を連携させ、相乗効果を実現	お客様支持率No.1の追求	
	 業務用事業の収益性改善	採算性と将来性を見据えた商品ポートフォリオの見直しと、新たな収益商品の開発、育成	営業利益率の向上	📖 P25 食品事業 業務用商品
2 新市場／新価値創造による 新たな成長軌道の確立 家庭用、業務用、海外のすべてに共通で、次世代(健康など)に向けた商品やコミュニケーションを展開し、将来の成長に向けた投資を実行	 開発プロセスのさらなる強化	国内外のマーケティング能力強化や品質基準深化を通じた新市場、新商材の開発	新エリア、新チャネル商材の開発	📖 P28 新カテゴリー商品
	 新技術の活用	自社研究やM&Aで獲得した新技術を活用した商品開発及び知的財産戦略による競争力強化	より柔軟なモノづくりの実現	📖 P25 食品事業 業務用商品
	 専門組織の運用	新技術や新しいアイデアの共有、商品化までのスピードアップをグループ全体で実現	新規事業、市場の開拓	📖 P19 グループ戦略・海外戦略
3 従来の枠組みにとらわれない 経営基盤改革の深化 採用、育成、評価、制度、権限など、あらゆる面での改革を実現	 人的リソースの機能最大化	強化策／成長プランに基づいた組織設計と運用	従業員エンゲージメント向上	📖 P22 人事戦略
	 データ活用経営の基盤整備	データ活用型のビジネス推進、事業拡大、業務プロセスの効率化に向けた次世代型ICTシステムの設計・構築	ICT利活用の進化	—
	 経営とサステナビリティの一体化	中期経営計画の施策とマテリアリティのつながりを明確化	環境変化への対応力向上	—

中期経営計画「Ebara Reboot 2026」の進捗

達成、実行済の項目
継続案件、推進中の項目

	2024 年度	2025 年度	2026 年度
中計目標	EBITDA 35.4 億円／海外売上高比率 4.7％／総還元性向 44.1％		EBITDA 40 億円／海外売上高比率 5％以上／総還元性向 50％以上
1 既存事業／領域を磨きあげ、高収益化を追求	ポーション調味料の売上拡大		
	津山工場のポーションライン稼働  P05	継続的な新商品発売とリニューアルによる価値の拡大	
	ポーション調味料売上高 10 億円増加（前中計比）		
	主力商品群のシェア拡大		
	「焼肉ザクだれ®」「おろしのたれ」シリーズの新商品発売  P24	継続的な新商品発売とリニューアルによる価値の拡大	
	ガラスびんタイプの鍋物調味料の容器リニューアル、新容器の価値訴求  P29		
2 新市場／新価値創造による新たな成長軌道の確立	業務用事業の収益性改善		
	「具入り麺の素」「厨房応援団®」「ラーメン百景®」シリーズの新商品発売	商品ポートフォリオの見直しと高収益商品の開発、育成	
	開発プロセスのさらなる強化		
	他企業・団体とのコラボレーションや公式オンラインショップ等を通じたお客様との接点の創出・拡大		
		クリエイティブ部門と製造部門の統合による開発プロセスの進化  P20	
3 従来の枠組みにとられない経営基盤改革の深化	新技術の活用、専門組織の運用		
	知的財産戦略、新事業開発、中長期マーケティング戦略立案の専門組織立ち上げ	知的財産戦略の強化	
	タイ現地法人の工場稼働  P19	株式会社エバラフーズ・サービス設立	新事業の創出、新市場の開拓、新たな成長戦略の立案と実行
	東南アジア地域における商品の浸透、他グローバル地域への拡大		
	丸二株式会社との PMI 推進（開発、製造、販売領域への展開）  P07		
	国内製造体制の再編		
4 経営の持続性・透明性の向上	共創コミュニケーションの促進		
	SNS やファンコミュニティサイト等を通じたお客様との双方向コミュニケーション		
	人的リソースの機能最大化		
	自発的成長支援制度、社内公募制度等によるキャリア支援  P22		
	「健康経営優良法人」認定	「プラチナくるみん」認定	エンゲージメントの強化
5 社会課題の解決・社会貢献の推進	データ活用型経営の基盤整備		
	データ活用型のビジネス推進、事業拡大、業務プロセスの効率化に向けた次世代型 ICT システムの設計・構築		
	経営とサステナビリティの一体化		
	人権デューディリジェンスの推進  P30		
	「エバラ食品グループ調達方針」公表  P30		サステナブル調達の推進

社長メッセージ

Share Our Vision

長期ビジョン達成に向けて

代表取締役社長
森村 剛士

成長への基盤固めを着実に実行

中期経営計画初年度にあたる2024年度は、成長への基盤固めの年でありました。前中期経営計画で投資したタイ現地法人の工場や津山工場ポーションラインが稼働を開始し、国内外の事業成長をさらに加速させていくための土台を形成することができました。また、中期経営計画の基本戦略に掲げている「経営基盤改革の深化」についても、ICTの利活用、グループ連携の強化、従業員エンゲージメント向上に向けた現状把握を実行し、課題の抽出や各種施策に着手しています。一方で各種資源の価格高騰は続き、投資に伴う償却費の影響もあり短期の収益面では厳しい状況が続きますが、**ポーション調味料を筆頭に当社グループの成長領域は着実に進展しております。**

ポーション調味料
売上高10億円の
積み上げを1年で達成

各種資源の高騰を背景に、他の商品群と同様に2024年から2025年にかけて「プチッと鍋®」「プチッとうどん®」の価格改定を実行しました。ポーション調味料の利便性がお客様に浸透するなど、商品の認知が広がっていることもあり、価格改定以降も販売数量を落とすことなく、売上げを伸ばすことができました。当社に限らず価格改定が続く中、差別化要素があることの重要性を改めて認識する機会になりました。「プチッと鍋®」「プチッとうどん®」に加え、新たなカテゴリーである「プチッと中華®」も加わり、**現中期経営計画3年間の目標であったポーション調味料の売上高10億円の上乗せを1年で実現することができました。**ポーション調味料は、当社の主要取引先である食品スーパーだけでなく、コンビニエンスストアやドラッグストア、EC（通販チャネル）、会員制ホールセールでも売上げを牽引しております。特に、ECで人気の商品に対してテレビCM等のプロモーションを強化することで、**他チャネルでの購買を促進し、チャネル間の相乗効果を生み出す販売戦略が奏功しています。**

津山工場新ライン 稼働開始に伴う さらなる成長余地

津山工場のポーションラインが2024年10月に稼働を開始して、もうすぐ1年となります。津山工場においては、従来のボトル製品の生産ラインとは全く異なる設備が導入された中、**わずか数か月で実生産に至り、その後も日々安全・安心に留意し、増産に向けた体制づくりに努めております。**こうした経験は従業員が成長するうえで貴重なものですし、私にとっても当社の組織力・実行力を実感する良い機会となりました。

ポーション調味料の販売拡大とともに栃木工場は年中繁忙期の状態です。津山工場のポーションラインが稼働したことにより、安定供給体制が構築されただけでなく、BCP対策としても、またSCM（サプライチェーンマネジメント）の視点では輸送費の削減にもつながります。**現状は製造コストへの償却費用の影響があるものの、中長期の目線では収益の基盤形成が着実に進められております。**

新カテゴリーの 展開と今後の展望

お客様の価値観、ライフスタイル、購買行動が多様化する中、お客様視点をどのように新たなモノづくり、販売活動につなげていくかは一朝一夕で考えられるものではありません。当社の柱の一つであるポーション調味料においても、実際どのように使われているのか調べてみると、我々が想定しない斬新な発想に気づかされます。その背景から、**モノづくりを担うクリエイティブ本部を中心に生活者視点に立った中長期のマーケティング戦略が必要と考え、その旗振り役となる組織「Core Lab（コアラボ）」を2025年度より新設**しました。

また、SNSによる情報収集やコミュニケーションが一般化する中、お客様の購買行動は口コミに左右されるケースも多くあります。そのため、ファンコミュニティサイトを開設するなど、当社商品のファンであるお客様とのコミュニケーションを強化することで、さらなるロイヤリティの形成だけでなく、当社商品の魅力の発信者になっていただきたいと考えています。

海外事業における 今後の展望及び HQへの期待

当社グループとしては30年ぶりの新工場となるタイ工場が2024年8月に稼働を開始しました。2024年度は、日本からの輸出売上高と合わせて海外売上高比率4.7%で着地しました。**海外現地法人の努力もあって中期経営計画の目標である5%の達成を目前としております。**タイ工場は現状、業務用のラーメンスープや肉まわり調味料などを生産しております。この生産ラインを積極活用し、お客様のニーズにタイムリーに応える商品開発を行うことで、短期の視点では、アジア圏を中心に販路を広げ、海外事業のさらなる成長を推進いたします。中長期の視点では、**海外事業のヘッドクォーター（HQ）となるエバラシンガポールを中心に成長投資の立案検討、海外人材の育成や配置を進めることで海外事業を当社グループの事業の柱として育成してまいります。**



数年にわたる組織再編の効果と 次なる製造体制再編の決断

代表取締役社長に就任以降、**競争に勝ち残るためには「スピード感のある意思決定、組織・機能に縛られない風土づくり」が必要**との課題認識のもと、グループ体制の変更や組織の集約化を進めてまいりました。当然、マネジメントの難しさはありますが、部分最適から全体最適に少しずつ意識変容が表れているように感じます。加えて、**2025年6月には国内製造体制の再編に向け、「茨城県下妻市に新たな工場を建設するための用地取得」と、「群馬工場の操業停止」という意思決定を行いました。**当社創業者の出身地・群馬にある群馬工場は、業務用商品を中心に当社の事業成長を支えてくれた重要な拠点です。工場への思いや、当工場の従業員やその家族への影響も考慮し、現中期経営計画策定時より時間をかけてあらゆる角度から議論を重ね、今回の結論に至りました。お客様のニーズの多様化や市場規模の変化、さらに原材料価格や物流費の高騰などに対応し、魅力ある商品・サービスを提供し続けるためには、長期ビジョンで掲げたとおり、現在の製造体制を大きく見直していかなくてはなりません。**より競争力の高い「モノづくり」の実現のため、成長投資と経営資源の配分見直しにより、新価値創造及び各事業の高収益化を強力に推進いたします。**

おいしさ、たのしさ、あたらしさで 食カテゴリーを創造する企業に向けて

長期ビジョンで掲げるありたい姿を実現するためには、**常に社会の変化やお客様の嗜好にアンテナを張り、その流れに合わせて当社グループのバリューチェーンの機能やプロセスを変化させていく**必要があります。今回の製造体制の再編も然り、経営資源に限られる中、新規投資だけでなく、既存の事業領域の見直しにも適宜着手していかなくてはなりません。このような変革の取り組みをグループ一丸で推進していくため、経営陣としても従業員との対話の機会を今まで以上に設けていく方針です。**双方向の対話を継続し、各部門が抱える課題認識に耳を傾けるだけでなく新価値創造に向けた挑戦を後押しするような経営基盤を整備する、その積み重ね**により独自性のある商品・サービスを提供し、人々の食生活に貢献できる企業体質を築いてまいります。



社長×若手社員によるディスカッション

EBARA One on Three Meeting

若手社員との
ディスカッション

8年後のなりたい自分を描く

井川 凌

営業本部
業務用広域統括部
業務用広域商品課

佐々木 海帆

クリエイティブ本部
イノベーションセンター
イノベーション一課

前田 勝也

営業本部 名古屋支店
家庭用商品課

長期ビジョンと中期経営計画発表を受けて

森村 2024年5月に長期ビジョンと中期経営計画「Ebara Reboot 2026」を発表しましたが、皆さんはどのように受け止められましたか？ また、自身の業務やキャリア形成に照らしてみてもうかがえればお話しください。

佐々木 第一印象としては新価値創造・新規事業に力を入れていくのだと感じました。直接的に健康価値を提供できる商品を上市していく考えがあると伺いましたので、管理栄養士の資格を取得し、健康分野に興味がある私としては、「おいしくて健

康に良い商品」の開発に積極的に関わりたと思いました。

森村 食生活を提案する食品メーカーである以上、「商品」という形で世に問うことが大切です。以前から当社の商品開発は、マーケティング部門が振り出しとなる傾向にありますが、組織の役割に縛られず柔軟に提案してもらいたいですし、そのような環境づくりを経営側としてもサポートしていきたいと考えています。

前田 私は、海外事業を成長させていきたいという会社のビジョンと、海外で働きたいという自分のビジョンが一緒にワクワクしました。また、成熟市場かつ生活者の選択肢が多様にある

この環境下で、中期経営計画の中で掲げられている「主力商品群のシェア拡大」について、どのように達成していくかを中長期的視点で改めて考え、現場で実行していかなければならないと再認識する機会になりました。

森村 そもそも長期ビジョンを策定した理由として、さまざまな状況が変わる中で目先の対応に追われると、長期的な成長に向けた判断ができないということがありました。その意味で今回の海外事業における投資は向こう10年を見据えた長期的なものです。タイ工場の新設は、新工場建設という意味では当社グループにとって30年ぶりの「挑戦」ですし、前田さんのよ

うな若くて経験もある方にとってもチャンスだと思います。ぜひ積極的にチャレンジしてほしいです。

井川 社長にお伺いしたかったのですが、社長が考える「エバラ食品の次世代を担う人材」とはどんな人材でしょうか？

森村 まず大前提として、仕事を楽しくでもらいたいという想いがあります。私が求める人物像は、自身のやりたいことに対して他人を巻き込み行動に移せる人材です。例えば、相手が上司や経営陣、あるいはお客様であっても言うべきことを言い、自身がやるべきことをしっかり実行している。その結果、皆に愛され一目置かれる存在になっている。皆さんの周りにもそういう先輩がいますよね。今後はそういう人に裁量を与えていきたいと思っています。

エバラ食品の強みと課題について

森村 皆さんが長期ビジョンや中期経営計画を自分事として受け止めていただいていることがよく分かってうれしく思っています。皆さんが日頃感じているエバラ食品の良いところや強み、課題であり変えていくべきところについて教えていただけますか？

井川 「企業としてのブランド力」「『冒険、反論、失敗の自由』と仕事における裁量の大きさ」「経営陣とスタッフなど社内の人間関係の密度」この3点がエバラ食品の強みであると考えます。課題としては、もっと部署の垣根を越え、会社が一つの

チームとして目標達成を目指すべきであり、そのために経営陣から強いメッセージを発信し続けてほしいです。

佐々木 私も同じで、当社の良いところは私のような若手社員の意見も尊重し、仕事を任せてくださる文化があるところです。課題は部署間の相互理解だと感じています。お互いのやりたいことや課題をもっと理解できていれば、より良い商品を作れると思います。

森村 そうですね。私は当社の強みは、従業員の皆さんそのものだと考えています。例えば素材の良さを活かす力、おいしいものを創り出し続ける力ですね。そして知名度、すなわち、エバラ食品が新商品を提案すると皆が関心をもってくれるところは大きな強みです。一方で、皆さんから課題として指摘のあった「部署間の相互理解」ですが、重要なポイントだと思います。長期ビジョンで示しているありたい姿を皆さんのように理解してもらえば、部署間の協力が不可欠だということが分かり、他部署との調整能力を若いうちから身に付ける必要性を感じてもらえると思います。ゴールが一致していれば、個々の力も自ずとまとまってくるはずであり、私としてもその点を意識して皆さんと対話する機会を増やしていければと思います。

今後の抱負

森村 最後に皆さんが今後、どのように活躍していきたいか、教えてください。

前田 これまで「提案力・行動力・諦めない力」で成功してきた経験を活かして、エバラ商品のおいしさ・素晴らしさを海外に広げ、根付かせたいです。海外でのシェアや認知度の向上に貢献します。

森村 私も海外営業の経験がありますが、アドバイスできるとすれば、常に新しいことや環境変化を楽しめるマインドが大



切です。また、言葉の壁を克服するには数字を使うと伝わりやすいので、原価計算の知識を身に付けると良いと思います。

井川 私は業務用の営業として、「目に見える結果を出す」「新規開拓による新価値創造」「エバラ食品の顔として取引先と信頼関係を構築する」の3項目にこだわり、取り組んでいきます。社内外から認められ、業務用全体を引っ張るような存在を目指します。そのためには、まずは新規取引先やルートの開拓にチャレンジしていきたいです。

森村 頼もしいですね。さらに自身の業務の枠を超えて、極端な話、企業の経営に興味をもち意見をぶつけていく、というくらいの覇気があってもいいと思います。

佐々木 これまで、味づくりから工場生産への落とし込みを家庭用・業務用商品の両方で関わらせていただきました。今後はこの経験を開発やマーケティングなどで活かしながら、商品開発全体を知ることで、商品ができる一連の流れを理解することが目標です。そしていつか、「あって当たり前存在になるような、これまでにない新しい商品」を作りたいと思っています。

森村 全体の流れを知ることとはとても大切です。加えて、社内に閉じこもらないで、社外と交流を深めるとか、営業と一緒に外に出て、流行っているものをすぐに真似してみるなど、良いと思ったことはどんどん気軽に試し、提案してほしいです。今日の対談を通じて、改めて皆さんの情熱と可能性を認識することができました。これからも挑戦を続け、変化を恐れず、ともに成長していきましょう。

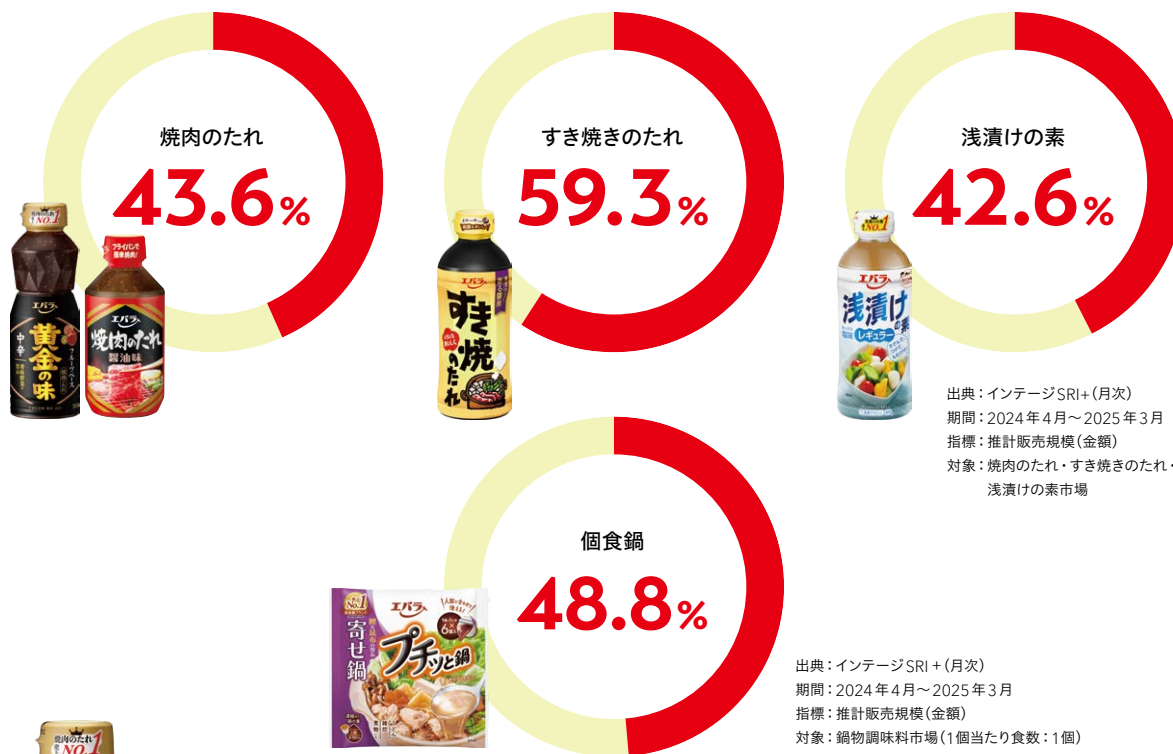


数字で見るエバラの強み

(2024年度実績・単体ベース)

ブランドの強み

シェアNo.1のカテゴリー



ロングセラー「黄金の味®」

発売から

46年

ポーション調味料 売上成長率

発売以来 年平均

10%超

人的資本の強み

新卒3年後定着率

100%

平均勤続年数(男性)

17.3年

平均勤続年数(女性)

15.3年

育児休業取得率(男性)

70.6%

育児休業取得率(女性)

100%

年次有給休暇取得率

80.3%

所定外労働時間

5.8時間/月

価値創造プロセス

経営資本

2025年3月31日現在

財務資本

- 営業活動によるキャッシュ・フロー
..... **4,533**百万円
- 現金及び現金同等物の期末残高
..... **14,992**百万円

人的資本

- 連結従業員数 **870**名
- 平均勤続年数(単体) ... **16年9**か月
- 創造力、機動力、独創力のある人材

製造資本

- 生産拠点 **6**か所
- R&D 拠点(研究所) **4**か所

知的資本

- 蓄積された知見・ノウハウ
- 調合・ブレンド技術
- おいしさと簡便性を備えたレシピ提供

社会・関係資本

- 高いブランド認知度
- ホームページアクセス数(月間平均)
..... **約125**万セッション
- SNS フォロワー数 **約42**万人

自然資本

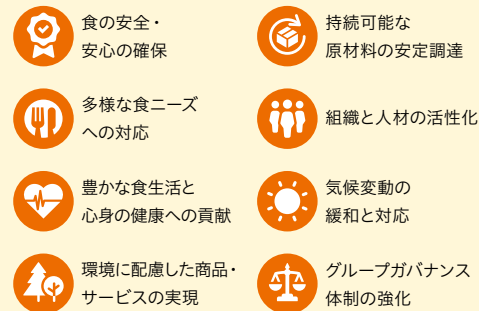
- 各種原料の使用(リンゴ、しょうゆ、砂糖など)
- エネルギーの使用(電気、ガス、蒸気など)

事業活動

ビジネスモデル

調味料食品の開発、製造、販売

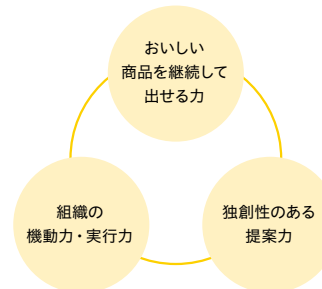
マテリアリティ



中期経営計画
Ebara Reboot 2026



3つの強み



OUTPUT

中期経営計画
連結数値目標

EBITDA

40億円

海外売上高比率

5%以上

総還元性向

50%以上

主力商品



2023年度にありたい姿

長期ビジョン

おいしさ、たのしさ、あたらしさで

食カテゴリーを創造する企業

独自性のある商品・サービスで人々の食生活に貢献し、
社会に必要とされる存在へ

OUTCOME

経営理念の実践

「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。

地球環境

低負荷型社会、循環型社会への貢献

生活者

安全・安心な食の提供による
健康で笑顔のある暮らしへの貢献

取引先

公正公平な取引の実現と
パートナーシップによる価値共創

地域・社会

食を通じたコミュニティの創出

株主・投資家

持続的な利益成長と
安定的な利益還元

従業員

働きやすさと働きがいのある
職場環境と健康推進

社会の動きとエバラ食品グループの歩み

1950-60年代

ラーメンスープで経営基盤を築く

インスタント食品が爆発的ブームとなる中、「インスタントラーメンのスープ」で経営基盤を築いた後「札幌ラーメンの素 みそスープ」を発売。

1960-70年代

「家庭で焼肉」という食文化を創出

繁盛する焼肉店を見た創業者の森村國夫は「家庭でも焼肉を食べられるようにできないか」と考え「焼肉のたれ」を開発。「焼肉のたれ」は精肉店に大量陳列され、口コミで評判が広がり、スーパーにも展開。1970年にはテレビCMが放映され、ホットプレートの普及とともに売上げが拡大。

外食産業の成長に合わせ

業務用商品のラインアップを拡大

高度経済成長による食生活の変化や自動車の普及に伴いファストフードやファミリーレストランが増加するのを受け、業務用商品を拡充し、高まるニーズに精力的に対応。

1980-90年代

事業領域拡大のため製造体制を強化、牛肉の輸入自由化を好機と捉え商品ラインアップを拡充

1980年に業務用商品の生産拠点として群馬工場を、1984年に「焼肉のたれ」増産のため栃木工場を新設し、製造体制を強化。大手スーパーが「牛肉自由化記念セール」を実施する中、「ステーキソース」や「おろし焼肉のたれ」を発売し、市場で高いシェアを確立。

1958

創業

荏原食品株式会社を設立

家庭用商品
業務用商品



1972年

「井のたれ」を発売



1969年

「すき焼のたれ」を発売



1968年

「札幌ラーメンの素」「マドラスカレー」「ラーメンスープ」を発売



1965年

「インスタントラーメンのスープ」を発売

1965

売上高
1.5億円を
突破



1968

1968年

「焼肉のたれ」を発売、家庭で焼肉を楽しむという食文化を創出

1969



1978

1978年

「黄金の味®」を発売、果実ベースの甘みを加え関西以西にも商圏を拡大し全国区に

売上高
100億円
を突破

1980



1980年

「無塩がらスープ（骨肉湯）」を発売



1989年

「おろし焼肉のたれ」を発売

1983

売上高
200億円
を突破

1989

売上高
300億円
を突破

1991

1991年

「浅漬けの素」を発売、30分で漬物ができるという手軽さでお客様のニーズにマッチ、新たな食のカテゴリーを創出



社会の動きとエバラ食品グループの歩み

肉まわり調味料に続く 新たな基幹商品の開発

「焼肉のたれ」「黄金の味®」に続く新しい領域を模索し、野菜まわり調味料「浅漬けの素」を発売。発売翌年には約37億円の売上げとなる。加えて、「横濱舶来亭®カレーフレーク」や「キムチ鍋の素」等、新たな価値を提供する商品を展開。

2000年代

BSEの危機を乗り越え、 品質保証や研究体制を強化

国内初のBSE(牛海綿状脳症)発生や、食品業界で不祥事が相次ぎ、食に対する社会不安が広がる中、2003年に当社独自の品質保証制度EQASの運用を開始。また、同年に中央研究所(神奈川県)を新設。

2010年代

エバラ食品の味を世界へ広めるべく、 海外拠点を設立

2005年に荏原食品(上海)有限公司を設立した後、香港、台湾、シンガポールへ事業を拡大。国内では、消費者が抱える課題を背景としたポジション調味料として「プチッと鍋®」を発売。

2020年代

コロナ禍では最高益を記録、 新規投資による新価値創造に挑む

コロナ禍でも供給責任を果たすべく生産を継続、2021年3月期に最高益(営業利益)を達成。国内外の成長領域への投資を実行。



1999

1999年

「キムチ鍋の素」を発売、「味付き鍋」という新たなカテゴリーを創出、鍋料理を家庭料理として定着させる



1997年

「横濱舶来亭®カレーフレーク」を発売

1997

1995

売上高
400億円
を突破



2001年

「ラーメン百景®」を発売



2003年

「厨房応援団®」を発売



2013年

「e-Basic」を発売



2013年

「プチッと鍋®」を発売、少子高齢化や単身世帯の増加に対応、「個食鍋」というカテゴリーを創出

2003



2025年

「プチッと中華®」を発売、個食のカテゴリーを中華調味料に拡大



2024年

「焼肉ザクだれ® 塩だれ ガーリック」を発売



2019年

「ヤンニョムチキン」のたれ」を発売



2018年

「なべしゃぶ®」を発売



2017年

「黄金の味®」を大幅リニューアル

2016

2017

2018



2016年

「プチッとうどんの素」を発売、個食のカテゴリーを拡大

2013

売上高
500億円
を突破

2025

2024

2019

グループ戦略・海外戦略

Group Strategy

グループ戦略

グループシナジーの最大化に
向けた連携強化

専務取締役 社長補佐、
グループ経営企画部及び品質保証部担当

吉田 泰弘

グループの連携強化で実現する多様な商品・サービスの提供

当社グループは、研究開発・製造・販売・物流・広告宣伝・人材派遣という、食品事業のバリューチェーン全体に関わる機能を有しています。**グループシナジーを最大限発揮し、お客様が求める商品やサービスを適宜提供するため、機能や連携を一層強化することが重要です。**資本参加を通じて丸二株式会社等を当社グループに迎えたほか、2024年8月には新たに建設したタイ工場が稼働し、商品開発の幅を広げました。また、長期ビジョンや中期経営計画をグループ各社に浸透させる活動を通じて意識の共通化を図っています。国内外の販売チャネル拡大や新技術・ノウハウを活かした商品開発を進め、グループ一丸となってさらなる成長を実現してまいります。

グループの利益最大化と事業成長に向けた体制構築

海外を含めた人材交流の仕組みや管理会計システムなどのインフラは、整備・改善の余地があります。しかし、グループ間の情報共有や課題解決に向けた取り組みなど、会社間の連携意識は着実に深まっています。**グループの利益最大化を共通の目標に据え、ICT利活用等を通じた業務効率化や、必要な事業に経営資源を適切に配分する仕組みづくりを進めています。**グループ各社の強みを最大限に活かしてシナジーを発揮できる体制構築を進め、長期ビジョンで掲げるありたい姿の実現を目指します。

Overseas Strategy

海外戦略

地域の食文化とのフュージョンで
成長を目指す

取締役 新規事業推進部担当 兼
株式会社エバラビジネス・マネジメント代表取締役社長

関 進

現地の食文化に寄り添う総合的な提案

当社グループは地域の食文化に寄り添った提案を大事にしています。「日本式」を伝えるのではなく、当社商品の汎用性を活かして現地で親しまれる料理に合わせた提案をしています。海外では、当社の知名度は低く、家庭で調理する機会も多くありません。そのため、**業務用を中心に現地料理とフュージョン(融合)した柔軟な提案で当社グループの味を広げています。**

海外事業における強みは好奇心旺盛な人材です。営業活動では他社が回らない小さな店にも足を運び、厨房を借りて実演します。その際当社の営業担当者は、店の備品や消耗品のことも細かく確認します。オーナーは店舗に関するトータルな提案を求めていることが多く、調味料だけでなく店舗運営に関する悩みにも耳を傾けることで深い関係を築いています。

海外事業の発展に向けて

シンガポールに海外事業の本部機能を持たせたことで現地法人同士の連携や意思決定がスムーズになってきました。また、2024年8月にタイの新工場が稼働しました。タイにモノづくりの拠点があることで柔軟な商品開発が可能になり、取引先の要望に素早く対応できます。**海外の経営資源を結集して各市場のニーズを捉え、現地のお客様に「たのしく、あたらしい」食体験をお届けしてまいります。**

モノづくり戦略・販売戦略

Product Strategy

モノづくり戦略

生活者視点から始まる
新たな価値創造

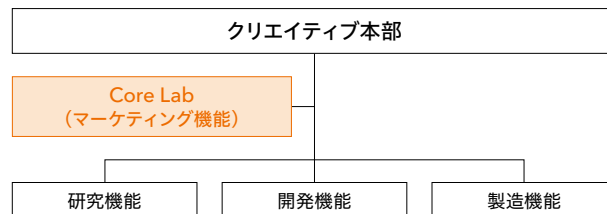
取締役
クリエイティブ部門担当

今田 勝久

日本は今、人口減少・高齢化・人手不足・原材料高騰など多くの構造的課題に直面しています。しかし、こうした変化は同時に新たなビジネスチャンスでもあります。多様化するライフスタイルや購買行動に対応するためには、販売チャネルごとの特性や生活者の視点を的確に捉え、柔軟かつ魅力的な商品ラインアップを展開していくことが不可欠です。その実現には、従来のメーカー視点にとどまらず、これまで以上に「生活者視点に立ったモノづくり」が求められます。

当社では、「生活者視点」を起点に中長期の価値創造戦略を構想し、実行に移すための新組織「Core Lab (コアラボ)※」を2025年度に立ち上げました。さらに研究・開発・マーケティングそして製造の機能を集約した新たな「クリエイティブ本部」とし、商品開発の質とスピードを高め、既存領域の深化に加え、中期経営計画にも掲げている「新市場・新価値の創造による新たな成長」を加速させてまいります。

クリエイティブ本部 体制図



※ モノづくりの未来を切り拓く中核的 (Core) な存在として、生活者への理解を深め、アイデアを生み出し続けるラボ (研究所) の役割を担ってほしいとの期待を込めた名称

Sales Strategy

販売戦略

多様なチャネルと価値提案で
新たな可能性を広げる

常務取締役
営業部門担当 兼 営業統括本部長

近藤 康弘

現在、流通・小売業界は、業態を超えた競争や再編が進み、急速な変化に直面しています。生活者の購買行動も多様化し、EC市場 (通販チャネル) が拡大する中で、営業部門が果たすべき役割は、変化に柔軟に対応し、商品を通じて「おいしさ、たのしさ、あたらしさ」という価値を提供することです。

家庭用商品では、従来からお付き合いのある取引先に加え、コンビニエンスストアやドラッグストア、会員制ホールセールなどの販売チャネルへの展開を強化し、新たなお客様との接点創出を図っています。チャネル専売品やプライベートブランド (PB) 商品の受託にも積極的に取り組み、商品ラインアップの拡充を進めます。ECでは、グループ会社の丸二株式会社と共同開発した粉末調味料の販売を開始。商品と販売チャネルの多様化に注力しています。

業務用商品においては、外食・産業給食等の回復傾向を捉え、調理オペレーションの効率化や収益性の向上に貢献する提案型営業を推進。国内外のグループ会社との連携を通じて、機動力と実行力を備えた組織体制の構築を進めるとともに、商品ポートフォリオの見直しにも注力してまいります。

資源の高騰や物流最適化への対応など課題は多岐にわたりますが、当社グループならではの価値をより多くのお客様にお届けするため、今後も営業力を結集し、取り組んでまいります。

コーポレート戦略(財務戦略)

Financial Strategy

財務戦略

成長投資と構造変革で未来を切り拓く

資本コストを上回るリターンを継続的に生み出すために、
成長投資と構造変革による新価値創造と収益力向上を実現します。

取締役
コーポレート部門担当 兼
コーポレート統括本部長
栗野 裕



当社グループ資本コストの水準とROEの動向について

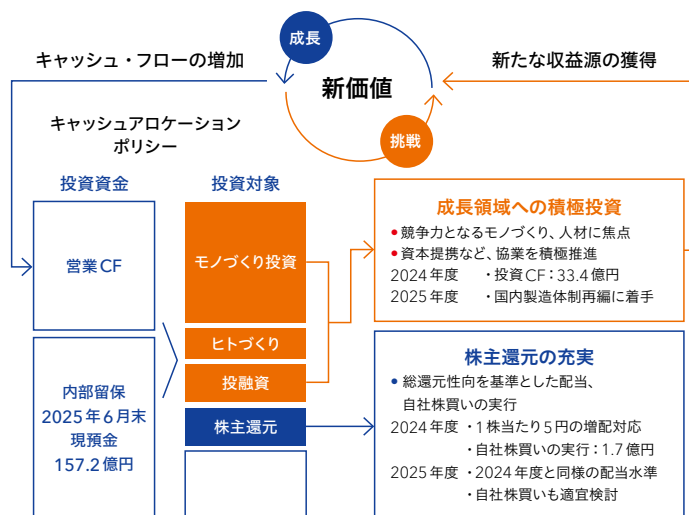
当社グループの株主資本コストは、5%程度*と算定しています。これに対し、当社グループの2024年度のROEは、原材料等の高騰や償却費の増加もあり、資本コストを若干下回る4.2%となりました。

現中期経営計画は、成長投資や構造変革を実施する3年間としており、初年度となる**2024年度には津山工場のポーションラインやタイ工場の稼働を含む成長投資を実施しました。特に津山工場の新ライン稼働は、発売より年10%を超えて売上成長を続けるポーション調味料の供給能力が強化され、売上げだけでなく、収益力のさらなる向上が期待されます。**

新規投資を積極的に実施する一方で、構造変革にも着手しました。具体的には、45年間にわたり当社商品の生産を担ってきた群馬工場の操業停止の決定です。同工場は、敷地、設備の拡張が難しく、老朽化などにより製造コストが増加傾向にあり、**長期ビジョンで掲げる持続的な新価値の提供及び収益力の向上を着実に実行していくため、今回の決断に至りました。これにより、食品事業の収益力向上だけでなく、経営資源を新たに建設予定の茨城工場(仮称)へ振り向けることができます。**

※CAPMによる計算

2033年度に向けた財務戦略



「挑戦と成長のサイクル」で
収益力を高め、
持続的な企業価値の向上へ
右記の指標でPBR向上を図る

EBITDA
35億円(2024年度実績)

60億円水準
(2033年度目標)

ROE
4.2%(2024年度実績)

7%以上(2033年度目標)
>当社グループ資本コスト

キャッシュアロケーションをもとにした
成長投資の方針について

2025年6月に公表した茨城工場(仮称)の建設は、長期ビジョンのミッションに掲げている「大量生産から多品種少量生産までの対応力UP」に向けた重要なピースです。用地取得額約21億円に加え、この先の新工場建設として、2024年度に実施した津山・タイ工場の総投資額60億円を上回る規模が見込まれます。当社グループの長期ビジョンでお示したキャッシュアロケーションのとおり、「モノづくり」に最大のキャッシュを投入する予定であり、それにより、新たな収益源の獲得を目指してまいります。

投資資金は、保有する現預金と今後の営業キャッシュ・フロー(CF)を積極的に活用していきますが、レバレッジを高めるための負債の活用も適宜検討します。

また、株主還元については、総還元性向50%の水準を目標に2024年度は1株当たり5円の増配に加え、1.7億円の自社株買いを実行し、総還元性向の実績は44.1%となりました。

配当と自社株買いのバランスを考えながら、株主還元の充実にも継続的に力を入れていく方針です。

コーポレート戦略(人事戦略)

Human Resources Strategy

人事戦略

「やりがいのある組織」で引き出す挑戦と成長

当社グループは、現場から「たのしく、あたらしい」発想が次々と生まれ、その実現に向けて失敗を恐れずチャレンジできる職場環境を目指します。

「自律型人材」の育成

2024年5月に策定した長期ビジョンでは、2033年度にありたい姿の実現に向けて、“挑戦と成長のサイクル”による持続的な新価値の提供を掲げています。そのためには**従業員一人ひとりが自ら挑戦し、成長していくことが必要で、まさにそれが当社グループの目指す「自律型人材」の姿です。**

当社グループは創業以来、「冒険、反論、失敗の自由」を行動指針に掲げ、付加価値の高い商品を市場に出してきました。2024年度からは、これまで実施してきた自己啓発費用等の一部を会社が支給する「自発的成長支援制度」に加え、さらなる挑戦や変革を引き出す仕掛けとして「エバラ 学び隊 つながり隊」を立ち上げました。これは、従業員自身が講師となって、知識やスキルをほかの従業員へ共有するコミュニティです。オンラインセミナーの形式で、全国の従業員同士が教え合い、学び合う場になっています。2024年度は、新商品開発の苦労話や海外駐在の経験談などのテーマで、計9回実施しました。**自身の業務では経験できないエピソードを聞くことにより、新たな価値観を得て業務の厚みが出たり、将来の目標が生まれたりといった効果があります。**

2022年度から開始した新規事業提案制度「ACE」は、延べ284人が応募し、すでに自ら提案したアイデアの実現に取り組んでいる従業員もいます。事業化は試行錯誤の連続で悪戦苦闘しているようですが、その経験が当該従業員の大きな成長につながることは言うまでもなく、今後の飛躍を非常に楽しみにしています。また、自らキャリアを切り拓くための仕組みとして開始した「社内公募制度」は3年目を迎えます。人気のある部署は倍率が高く、希望する部署への異動は限られますが、そのために自分磨きをすることが成長のきっかけになると考えています。

多様な人材が活躍できる組織

採用については、数年前からキャリア採用を積極的に行っており、当社以外で培った経験や能力を活かして、管理職や中核人材として活躍する従業員も増えてきました。キャリア採用の従業員の柔軟な発想により、組織への良い刺激となっていると思います。

グループ企業との人材の相互派遣により、従業員の視野を広げていくような取り組みも実施しています。多様な人材が活躍できる風土づくりにより、持続的な新価値創造を実現する基盤を築いてまいります。

「従業員エンゲージメント」の向上

人的リソースの機能を最大化するためには従業員エンゲージメントの向上が必要と考え、2024年度に従業員調査を実施しました。その結果、**当社の職場環境の良さが確認できた一方で、仕事の進め方や組織間の協力体制について不満があることが分かりました。そうした不満を解消するため、本部ごとにアクションプランを設定し、改善に取り組んでいます。**従業員が「やりがい」をもって意欲的に仕事に取り組めるようになれば、その先に、“挑戦と成長のサイクル”が実現できると考えています。

セグメント情報

エバラ食品グループの事業内容は、食品事業、物流事業
及びその他事業の3セグメントに分かれています。

その他事業においては広告宣伝事業、人材派遣事業を行っています。

食品事業



売上高

403億64百万円

事業の強み

- ブランド認知度
- トップシェア商品を複数保持
- 社会変化や顧客ニーズに対応した商品開発力
- 過去から培った調合技術、商品レシピの蓄積
- 高品質なモノづくりを可能にする品質管理体制
- 独自の技術を活かしたポーション調味料

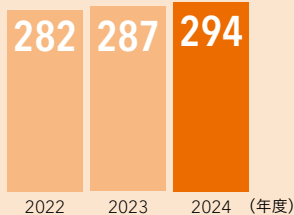
関連会社

- エバラ食品工業株式会社
- 株式会社エバラフーズ・サービス
- 丸二株式会社
- ヤマキン株式会社
- 株式会社スギショーテクニカルフーズ
- EBARA SINGAPORE PTE. LTD.
- 荏原食品(上海)有限公司
- 荏原食品香港有限公司
- 台湾荏原食品股份有限公司
- EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD.
- EBARA FOODS MALAYSIA SDN. BHD.

家庭用商品

売上高(億円)

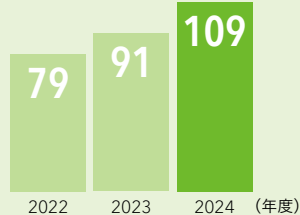
294億19百万円



業務用商品

売上高(億円)

109億45百万円



その他事業

1.3%

物流事業

14.6%

業務用商品

22.8%

2024年度 グループ売上高

479億63百万円

食品事業

84.1%

家庭用商品

61.3%

肉まわり調味料群
25.7%

鍋物調味料群
22.5%

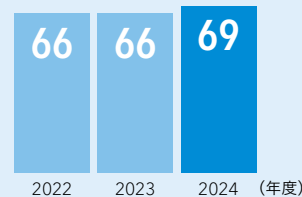
野菜まわり調味料群
5.3%

その他群
7.8%

物流事業

売上高(億円)

69億93百万円



事業の強み

- 全国にわたる高品質な配送ネットワーク
- 3PL(第三者企業による物流の一元管理)サービスによる包括的な提案力
- 物流の効率化を実現する輸送・配送

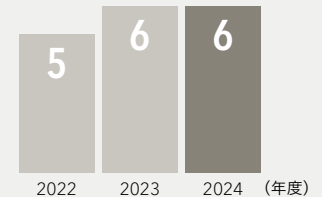
関連会社

- 株式会社エバラ物流

その他事業

売上高(億円)

6億5百万円



事業の強み

- メディアプランニングのノウハウ
- 効率的かつ実効性の高いコミュニケーション施策の企画・運営
- 横浜を中心とした神奈川県内のネットワーク

関連会社

- 株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ

セグメント情報

食品事業 家庭用商品

執行役員
営業本部長(家庭用)

二條 達也

関連するマテリアリティ



多様な食ニーズへの対応

日本の食卓に「焼肉文化」を創り出した「焼肉のたれ」と「黄金の味®」は現在も当社の主力商品です。市場の成熟化や競争激化の中、2023年度には「焼肉ザクだれ®」を発売し、市場の活性化を図っています。個食に対応する利便性が評価され急成長している「プチッと鍋®」や「プチッとうどん®」などのポーション調味料も、当社の収益の柱となりつつあります。2024年度は「プチッと鍋®」や「プチッとうどん®」の売上増加が家庭用全体を牽引したのに加え、2025年2月発売の新商品「プチッと中華®」の出足も好調でした。

機会

- Z世代の消費者増加による購買行動の変化
- スマートフォン、SNS、ECサイトを含めた購買の複数チャネル化
- デジタルテクノロジーの進展による広告宣伝の媒体変化
- 流通・小売業界の再編
- 食に対する健康意識の向上・環境意識の高まり

脅威

- 牛肉価格の高騰
- 高齢化、人口減少
- 原材料、エネルギーコストの高騰
- 物価高騰による生活防衛意識の高まり



基本戦略

ポーション調味料の売上拡大



具体的施策

- 定番導入率を増やし、カテゴリーシェアNo.1の維持

ポーション調味料を中華カテゴリーに拡大

「プチッと中華®」シリーズは2025年2月の発売から5か月で270万袋を売り上げ、好調な出荷を示しています。ポーション調味料は、“1 プチッと1人分”の利便性の高さが支持されてきましたが、その認知度や価値の浸透は、今回の販売好調にも寄与しています。従来、大人数向けだった中華料理の概念を覆し、1人分から作れる画期的な商品です。栃木工場に加え、津

山工場のポーションラインも活用し、増加する需要に対応してまいります。



基本戦略

主力商品群のシェア拡大



具体的施策

- 主力商品のリニューアル、新フレーバーの投入による焼肉のたれ市場全体の活性化

焼肉のさまざまな楽しみ方を提案

牛肉価格の高騰が続く中で、豚肉や鶏肉を使った生活応援レシピの提案が生活者に評価されています。競争激化により厳しい環境が続いた「黄金の味®」のバラエティアイテムについては、テイストが分かりやすいデザインへとリニューアル。また、「おろしのたれ」シリーズに新商品を投入するとともに、焼肉のさまざまな楽しみ方をアピールしたテレビCMを展開することで焼肉市場全体の活性化に取り組みました。加えて、他社との協業や新商品発売を通じてお客様との接点拡大にも取り組んでいます。



セグメント情報

食品事業 業務用商品

執行役員
営業本部長(業務用)

軽部 則夫

関連するマテリアリティ



多様な食ニーズへの対応

業務用商品は外食店・産業給食・ホテル等の事業者向けの商品で、主に卸売業者を経由して、事業者に販売されています。業務用商品は、大量生産型の家庭用商品とは異なり、多様なニーズを反映した多品種少量生産が中心であり、人手を要する工程が多く、収益力の向上が課題です。2024年度は、インバウンド需要をはじめとする外食産業の好調もあり、業務用商品の売上高は堅調に推移しました。中長期的には「Ebara Reboot 2026」で掲げている商品ポートフォリオの見直しと新たな収益商品の開発・育成に注力いたします。

機会

- 外食産業における来店客数の回復
- 労働力の不足による「時短」「簡易オペレーション」ニーズの高まり
- インバウンド需要の増加
- 海外における日本食人気の高まり

脅威

- 原材料、エネルギーコストの高騰
- 物価高騰による生活防衛意識の高まり



基本戦略

業務用商品の収益性改善



具体的施策

- 高収益商品の販売強化
- 販売商品の絞り込み

収益性改善の取り組み

業務用商品は、肉まわり調味料群・ラーメンスープ群・がらスープ群の3カテゴリーで売上高の7割を占めています。当社は業務用商品に原点があり、外食店や産業給食等におけるエバラブランドに対する信頼は厚いものがあります。新商品の上市だけでなく、既存アイテムの集中した拡販を継続的に実施しており、取引先との信頼関係を第一に今後も収益性改善に努めてまいります。また、中長期的には、国内製造体制の再編を通じて、SCMを考慮した最適な体制の確立を進めてまいります。



基本戦略

業務用販路拡大に向けた 販売強化／商品開発



具体的施策

- 中核となる商品の開発
- 新規ユーザーの獲得

粉末・顆粒調味料への挑戦

当社グループの丸二株式会社はエバラ食品が持ち合わせていない粉末調味料の製造技術を有しています。2025年8月には、丸二の顆粒製造技術を活用した新商品「寸胴革命® 顆粒鶏がらスープ パウチ」「同 顆粒ホタテ調味料 パウチ」をエバラ食品から発売しました。今後は、業務用商品を家庭向けや海外へ展開するなど、チャネル・エリアに縛られない新領域の商品ラインアップを拡充します。また、エバラ食品と丸二、双方の商品を活用した提案や販路の連携によりシナジーを発揮することで、事業成長を加速させてまいります。



セグメント情報

物流事業

株式会社エバラ物流
代表取締役社長

由田 靖尚

その他事業（広告宣伝事業、人材派遣事業）

株式会社横浜エージェンシー＆
コミュニケーションズ
代表取締役社長

半田 正之

関連する
マテリアリティ



環境に配慮した
商品・サービスの実現



組織と人材の活性化



気候変動の緩和と対応



豊かな食生活と
心身の健康への貢献



組織と人材の活性化

当社は、エバラ食品グループや外部取引先の商品の保管及び配送を担っています。品質の高い安定した物流サービスを通じてお客様に信頼と喜び、それ以上の感動を与える「感動物流」を目指しています。

物流業界は、輸送能力の不足や、人件費及びエネルギーコストの高騰といった課題を克服しなければなりません。当社では物流の効率化や輸送手段の確保、共同配送網の再構築といった多面的な対策に取り組んでいます。

事業の持続的な成長のため、グループ協働でSCMプロセスを見直し、必要な荷物を確実に運び切る体制の構築に取り組んでいます。また、取引先に最適な物流サービスを提案する人材を育成することで外部取引を強化し、グループ利益の最大化に貢献します。

機会

- 海外における日本食人気の高まり
- 環境配慮型物流（グリーン物流）への関心の高まり

脅威

- 物流クライシスの進行
- 企業間物流の減少
- 物流コストの高騰

基本戦略

- 2024年問題以降も安定成長を続けるための収益性向上の土台づくり

具体的施策

- 納品リードタイム延長など「新物効法※」対応による業務変革
- 新規取引先の開拓と共同配送網の再構築
- プロフェッショナル人材の育成による取引先へのサービスの強化

※「流通業務の総合化及び効率化の促進に関する法律及び貨物自動車運送事業法の一部を改正する法律」

当社は、マスメディア広告からWeb媒体・店頭施策・人材派遣まで総合提案が可能な「ワンストップソリューション」を提供しています。情報量やメディアの増加により、商品・サービスの価値を効果的に届けることが難しくなり、事業として進化が求められています。

当社では、取引先の課題に応じた柔軟な解決策を提案できる人材育成と、新たなコンテンツ開発を進めています。例えば、食材や栄養に関する資格や専門知識をもつ人材を店頭に派遣して、試食販売と連携するサービスを開始しました。従来の試食販売より高い宣伝効果が得られ、外部取引先にも提案を広げています。高いコンサルティング力と独自施策の開発により従業員の成功体験を創出し、グループの利益拡大に貢献します。

機会

- 店頭イベントや店内プロモーションの需要回復
- ミドル・シニア雇用サービスの需要増加

脅威

- 店頭販売デモンストレーター不足
- メディアの増加による広告効果の希薄化

基本戦略

- 食品関連を中心としたコンサルティング力の強化と高付加価値サービスの提供

具体的施策

- 広告から人材派遣まで総合提案する「ワンストップソリューション」
- 高いコンサルティング力を備える人材育成を通じた提案力の強化
- 独自施策の開発や内製化による収益力強化

マテリアリティへの対応

エバラ食品グループでは、イノベーションの機会創出と経営リスクの低減に向け

8つの重要課題(マテリアリティ)を特定し、重要施策に取り組んでいます。

また、各マテリアリティの評価指標については現在サステナビリティ委員会が中心となり見直しを進めています。



マテリアリティ	関連するSDGs項目	重要施策	2024年度の主な取り組み	指標・目標 (2030年度)	目標の進捗 (2024年度実績)
 食の安全・安心の確保	 	● 食品安全と品質保証の向上 ● 商品情報の開示充実	● 海外サプライヤー視察 ● アレルギーマネジメント対応		
 多様な食ニーズへの対応		● 製造体制の変革 ● 新技術の獲得 ● 革新的な価値の創出	● 津山パーシェン生産ラインの新設 ● タイ工場稼働 ● 鍋物調味料のPETボトル化 ● 新カテゴリー商品の創出		
 豊かな食生活と心身の健康への貢献	   	● 健康領域の商品化 ● 食のバリアフリー推進* ● 食サービスの提供	● バーベキューイベントの再開 ● 食育活動		
 環境に配慮した商品・サービスの実現	 	● プラスチックの削減と再資源化 ● アップサイクルの推進 ● 食品ロス削減	● 段ボール仕切りの廃止(一部商品)	食品ロス量 50% 削減 (2017 年度比)	34.8% 削減
 持続可能な原材料の安定調達	     	● 複数購買による安定調達 ● グループにおける共同調達 ● サステナブル調達の推進	● 調達方針の策定 ● 「パートナーシップ構築宣言」の公表		
 組織と人材の活性化	   	● 従業員の育成 ● 人的資本の可視化 ● 主体性を活かすマネジメントの推進	● エンゲージメント調査 ● 従業員との対話	自発的成長支援制度 2022～2030年度 累計 800 件	226 件(累計)
 気候変動の緩和と対応	  	● 省エネルギー対策とエネルギー転換の推進 ● 物流効率の向上	● 配送ロットの見直し	CO ₂ 排出量 38% 削減 (2013 年度比)	20.5% 削減
 グループガバナンス体制の強化	 	● グループ経営管理の推進 ● BCP体制の構築と運用 ● グループガバナンスの進化	● 丸二株式会社の経営統合作業 ● 請求書受領システムの導入 ● 人権教育		

※ 高齢者や食に制約がある方でも、障壁を感じることなく食を楽しむようするための取り組み



重要課題(マテリアリティ)の特定プロセス

<https://www.ebarafoods.com/company/csr/sustainable/sustainable/>

マテリアリティへの対応



食の安全・安心の確保

品質や安全を守る監査活動

毎年、自社工場や主力商品の生産委託工場、国内外の主要なサプライヤー等を30社ほど訪問し、当社が定める食品安全・品質管理基準等への準拠状況を確認しています。必要に応じて品質管理上の指導をすることで高い品質と安全性の確保につなげています。

監査の主な流れ

監査先の選定

工場監査

監査報告書の作成・提出

是正回答書の受領

是正処置結果の確認

品質の維持・向上を支える重要な機会

実際の生産現場へ視察に行くと書類では見えない部分が見えることもよくあるため、現場に足を運び、直接コミュニケーションをとることは重要です。監査というと身構えられてしまうことが多いのですが、品質を維持・向上させるための気づきが得られる重要な機会になることを理解していただき、改善点だけでなく良い取り組みを評価することも意識しています。生産工場やサプライヤーの方々と対等に意見交換ができる環境をつくり、良きパートナーとして互いにレベルアップしていきたいです。

品質保証部
品質保証課 課長
堤 麗子



多様な食ニーズへの対応

新カテゴリー商品による市場創造への挑戦

いつでもどこでも楽しめる焼肉をコンセプトにした厚切り豚肉のジャーキーや、厳選素材を黄金比でブレンドしただしパックなど、液体調味料以外の領域への挑戦を続けています。販売方法も従来とは異なり、応援購入サービス「Makuake」や公式オンラインショップを活用し、今まで当社がアプローチできていなかったお客様に向けて訴求しています。現中期経営計画の中にさまざまな挑戦をして、新市場創造の可能性を見極めてまいります。



「日々の膳®」シリーズ「素材だし」「万能だし」



「豚バラ焼肉ジャーキー」「豚キムチジャーキー」



マテリアリティへの対応



環境に配慮した商品・サービスの実現

16.7%

包装材料削減

従来
仕切りあり変更後
仕切り廃止

包装材料の使用量削減

省資源ならびにコスト削減のため、「焼肉ザクだれ®」の段ボール内部に入れていた仕切りを2025年7月より廃止しました。従来はびんの割れやラベルが傷つくのを防ぐために仕切りを入れていましたが、びんの強度は十分であることから、内部でびんが動かないように段ボールサイズの最適化を図りました。これにより重量比にして16.7%の段ボール削減と52.7%の包装材料のコスト削減を実現。この取り組みは、輸送効率の向上や配送時のCO₂排出量の削減にも寄与しています。

鍋物調味料のPETボトル化

当社では環境負荷の低減とお客様の利便性向上を目指し、容器包装の改良に取り組んでいます。2024年度には「すき焼のたれ」「キムチ鍋の素」などの鍋物調味料の一部で使われていたガラスびん容器を、軽くて割れにくく、持ちやすいPETボトル容器に切り替え、従来品と比べて約90%の容器軽量化を実現しました。

約90%
容器軽量化

従来品

リニューアル容器

試行錯誤の末に
完成した容器包装

鍋物調味料の新ボトル強度確認試験でラベルが破損しやすいことが判明したため、ラベルに入れているミシン目の大きさを何十通りも変えて検証を重ね、ようやく最適な包装設計に辿り着きました。容器開発は使い勝手や見た目だけでなく、耐久性、環境配慮、もちろんコスト面も考えて設計する必要があります。さまざまな部署を巻き込みながらの挑戦は苦労もありますが、とてもやりがいを感じます。

イノベーションセンター
イノベーション二課
チーフ

小林 知佑



マテリアリティへの対応



豊かな食生活と心身の健康への貢献

「食のたのしさ」を届ける BBQ大会、5年ぶりに再開

2024年度、コロナ禍により中止していたバーベキュー大会「EBARA SMILE BBQ」を5年ぶりに開催し、全国12か所、計14回のイベントに900名を超えるお客様にご参加いただきました。若手社員が講師となり、火のおこし方や肉の焼き方をレクチャーするなど、参加者の皆様にたのしい食体験を提供。創業初期から続いている本イベントを通じて、これからも人と人との絆づくりと心身の健康に貢献してまいります。



持続可能な原材料の安定調達

持続可能な原材料の調達に向けて

当社グループは持続可能な原材料の調達を推進するため、新たに「エバラ食品グループ調達方針」を策定し、グループ内に周知するとともにホームページで公開しています。また、サプライチェーンのお取引先様や価値創造を図る事業者様との連携・共存共栄を進め、新たなパートナーシップを構築するため「パートナーシップ構築宣言」を策定・公表いたしました。今後もお取引先様とともに環境や社会に配慮した調達活動を推進してまいります。



エバラ食品グループ調達方針／パートナーシップ構築宣言

<https://www.ebarafoods.com/company/csr/human-rights/>

グループガバナンス体制の強化

人権教育の推進

当社ではコンプライアンス研修に加え、2024年度から人権について学ぶe-ラーニングを全従業員に対して実施しています。また、社内アセスメントで高リスクと評価されたプライバシーの権利については、さまざまな視点に立った関連情報を従業員に発信し、リスク低減に向けた取り組みを進めています。

e-ラーニング
実施内容
(2024年度)

- 人権とは
- 企業活動の拡大・グローバル化と人権侵害
- 「ビジネスと人権」の考え方
- 企業に求められる人権尊重
- 企業活動に関する人権プライバシー・表現の自由・テクノロジー・環境

コーポレート・ガバナンス

社外取締役メッセージ



社外取締役

赤堀 博美

対話を通じた価値創造と組織の進化

経営陣には、株主や投資家のみならず、従業員とも丁寧に対話を重ね、現場の声に真摯に耳を傾けることを期待します。対話を通じて得られた気づきは、当社グループの成長と社会に対する役割を果たすための戦略立案において、重要な示唆となるはずです。私は大学で教鞭を執る立場でもあります。そこでは教員が学生から評価を受けるという仕組みがあり、学びの質を高めています。企業においても従業員と役員が対等な関係を築くことができれば、情報や意見の交換が促され、従業員のモチベーション向上とともに、経営陣にとっても現場視点を得る貴重な機会となるでしょう。

また、企業にとって従業員の健康は、組織の活力や生産性、エンゲージメントの向上、高齢人材の活躍推進にもつながる重要な経営資本です。当社ではウォーキング大会や栄養教室などの取り組みを通じて健康意識の醸成を図っていますが、経営陣がこうした活動に積極的に関与することが、従業員との信頼関係を深め、組織の一体感を高める契機にもなります。

今後も、現場の声を活かす経営の推進を後押ししてまいります。



社外取締役

菅野 豊

グループガバナンスの進化に向けて

取締役会は、経営戦略の立案・決定と業務執行の監督を通じて、企業の持続的成長と社会的信頼の確保を担う重要な機関です。変化の激しい経営環境においては、外部指向・未来指向・構造指向の3つの視点が不可欠です。すなわち、関心と行動を未来に合わせ、顧客と市場の要求に対応して、将来を見据えた戦略的意思決定を行い、柔軟な事業構造を構築することが求められます。

グループ経営ではガバナンスツールの一つとして管理会計が重要になります。事業単位をプロフィット・センターやコスト・センター、インベストメント・センターとして明確に位置付け、連結ベースでの業績管理を行いながらグループ全体の最適化を図る必要があります。特に損益と資金のコントロールは重要性が高く、KPIを含めたモニタリング機能が求められます。こうした管理会計の仕組みは、単なる数値管理にとどまらず、各社の経営者が自社の役割と責任を自覚し、主体的に改善に取り組むための土台となります。

これからも財務会計の専門家としての責任を果たしながら、グループの健全な成長と社会的信頼の確立に尽力してまいります。

新任監査役メッセージ



常勤監査役

高島 勝廣

この度、監査役に選任されました高島です。当社に入社以来、営業やマーケティングなど多岐にわたる部署で経験を積み、当社執行役員及びグループ会社の代表取締役社長として経営に携わってまいりました。これまでの経験を活かし、監査役として当社グループのガバナンス強化を努めるとともに、中期経営計画及び長期ビジョンの実現に向け、持続的な企業価値の向上に貢献してまいります。より良い会社づくりの一助となるよう、監査役としての責務と真摯に向き合い、全力で取り組んでまいります。



社外監査役

椎谷 晃

6月に開催されました定時株主総会で監査役に選任されました椎谷 晃と申します。

私は、1986年に東京国税局に入局し、2023年に金沢国税局長を最後に定年退職するまでの37年間、国税の職場に勤務しておりました。そのうち22年間は財務省主税局に勤務し、専ら法人税法の企画立案に従事しておりました。

その経験と知識を活かし、監査役として、さらなる会社の発展のために精励いたす所存です。何卒よろしくお願いいたします。

コーポレート・ガバナンス

ガバナンスの概要

中期経営計画ごとのガバナンス体制推移

	Evolution 60 2014～2018年度	Unique 2023 2019～2023年度	Ebara Reboot 2026 2024～2026年度
体制強化の推移	- 取締役会実効性評価の運用開始(2015年度) - 業績連動型株式報酬の導入(2017年度) - 指名・報酬委員会設置(2018年度)	- グループ経営検討会設置(2020年度) - 取締役会実効性評価分析の外部委託開始(2021年度) - スキルマトリックス策定(2021年度) - サステナビリティ委員会設置(2022年度)	譲渡制限付株式報酬制度導入(2024年度)
取締役人数の推移 ^{※1}	7	8	8
うち女性 ^{※1}	1	1	1
うち社外取締役 ^{※1}	2 ^{※2}	2 ^{※2}	2 ^{※2}
監査役 ^{※1}	3 ^{※3}	3 ^{※3}	4 ^{※4}

※1 各中期経営計画の最終年度時点の人数(Ebara Reboot 2026のみ2025年6月27日時点)

※2 全員が独立役員

※3 全員が社外監査役かつ独立役員

※4 社内監査役1名、社外監査役かつ独立役員3名

取締役(社外取締役を除く)の報酬構成

	報酬指標・支給方法等	報酬割合
基本報酬	役位に応じて決定された水準のもと毎月支給	70%
業績連動報酬 (短期インセンティブ)	役位別の基準値に業績連動支給率 ^{※1} を乗じて算出し、翌年度の支給額に反映	30% ^{※2}
株式報酬 (中長期インセンティブ)	取締役会で定める譲渡制限付株式報酬規程に基づき役位別に割当株式数を決定	

※1 業績連動支給率は本業の利益を示す連結営業利益の目標値に対する達成率に応じて設定され、0～200%の範囲で変動します

※2 報酬全額に占める割合の目安です

(注)当社は、2024年5月22日開催の取締役会において、取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針を決議しています

当該取締役会の決議に際しては、あらかじめ決議する内容について指名・報酬諮問委員会へ諮問し、答申を受けています

取締役会における2024年度の主な審議テーマ

- 長期ビジョン、中期経営計画の進捗について
- 海外を含めたエバラ食品グループの事業戦略、重要な投資案件
- サステナビリティ推進
- 新人事制度の運用、従業員エンゲージメントについて
- コンプライアンス・リスク管理体制の運用

取締役会の2024年度 実効性評価

Step 1	Step 2	Step 3
各取締役に対し、取締役会の構成、運営及び審議状況に関するアンケートを実施	外部機関からの集計結果について各監査役の意見も踏まえ、分析・評価を実施	対応方針に基づいた取締役会運営の実行、取締役会の審議

- 重要な業務執行に関する意思決定及び監督機能は概ね適切に発揮
- 取締役会の運営体制は整備されており、全体として適切に機能
- グループ会社に関する業務執行の情報共有が一部不十分
- 事業環境の理解度を深めるため、グループ会社の業務執行報告方法を見直し

詳細参照

コーポレート・ガバナンスに関する報告書	https://www.ebarafoods.com/company/csr/governance/pdf/governance250630.pdf
コーポレート・ガバナンス体制	https://www.ebarafoods.com/company/csr/governance/thinking/
役員紹介(経歴等)	https://www.ebarafoods.com/company/about/officer/
内部統制	https://www.ebarafoods.com/company/csr/governance/internal_control/
コンプライアンス／リスクマネジメント	https://www.ebarafoods.com/company/csr/governance/compliance/
ステークホルダーとの対話	https://www.ebarafoods.com/company/csr/governance/stakeholder/

コーポレート・ガバナンス

役員一覧

2025年6月27日現在

もりむら たけし
森村 剛士
代表取締役社長



略歴

1979年9月28日生
2005年 当社 入社
2012年 当社 執行役員
2012年 当社 取締役
2015年 当社 常務取締役
2018年 当社 専務取締役
2020年 当社 代表取締役社長(現)
2022年 株式会社エバラビジネス・マネジメント 代表取締役会長(現)

せき すずむ
関 進
取締役



略歴

1969年1月28日生
1991年 当社 入社
2012年 荏原食品香港有限公司 Director
2015年 荏原食品(上海)有限公司 董事長 總經理
2017年 台灣荏原食品股份有限公司 董事長
EBARA SINGAPORE PTE. LTD. Director(現)
2021年 当社 執行役員
EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD. Director
2022年 株式会社エバラビジネス・マネジメント 取締役
2023年 当社 取締役(現)
株式会社エバラビジネス・マネジメント 代表取締役社長(現)
荏原食品(上海)有限公司 董事長(現)
台灣荏原食品股份有限公司 董事長 兼 總經理
EBARA FOODS MALAYSIA SDN. BHD. Director

たかしま かつひろ
高島 勝廣
常勤監査役



略歴

1964年2月12日生
1986年 当社 入社
2011年 執行役員
2020年 株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ
代表取締役社長
2025年 常勤監査役(現)

よしだ やすひろ
吉田 泰弘
専務取締役



略歴

1959年11月6日生
1982年 当社 入社
2017年 当社 執行役員
2021年 当社 専務取締役(現)

あわ の ゆたか
栗野 裕
取締役



略歴

1965年7月14日生
1988年 株式会社横浜銀行 入行
2018年 同行 執行役員
2019年 株式会社コンソルディア・フィナンシャルグループ
執行役員(兼務)
2021年 株式会社横浜銀行 常務執行役員
2022年 当社 入社 執行役員
2023年 当社 取締役(現)

かな や ひろし
金谷 浩史
社外監査役

社外
独立



略歴

1964年7月2日生
1987年 株式会社横浜銀行 入行
2015年 同行 執行役員
2017年 横浜振興株式会社 顧問
2017年 当社 常勤社外監査役
2023年 丸二株式会社 監査役
2025年 当社 社外監査役(現)

こんどう やすひろ
近藤 康弘
常務取締役



略歴

1961年4月10日生
1988年 当社 入社
2011年 当社 執行役員
2012年 当社 取締役
2015年 当社 上席執行役員
2021年 当社 取締役
2023年 当社 常務取締役(現)

あかほり ひろみ
赤堀 博美
社外取締役

社外
独立



略歴

1965年9月20日生
2001年 日本女子大学家政学部食料学科
(現日本女子大学食料科学部食料科学科) 非常勤講師(現)
赤堀料理学園 校長(現)
2008年 当社 社外取締役(現)
2014年 当社 社外取締役(現)
2015年 十文字学園女子大学人間生活学部
食物栄養学科 非常勤講師(現)
2015年 日本フードコーディネーター協会 常任理事(現)
2017年 十文字学園女子大学人間生活学部
健康栄養学科 非常勤講師
2022年 十文字学園女子大学人間生活学部
食品開発学科 非常勤講師(現)

あおと まさなり
青戸 理成
社外監査役

社外
独立



略歴

1974年9月20日生
2003年 鳥飼総合法律事務所 入所
2013年 当社 社外監査役(現)
2014年 鳥飼総合法律事務所 パートナー(現)
2022年 青山学院大学大学院法学研究科
(ビジネス法務専攻) 非常勤講師(現)

いまだ かつひさ
今田 勝久
取締役



略歴

1966年5月3日生
1991年 当社 入社
2020年 当社 執行役員
2022年 当社 取締役(現)

かの の ゆたか
菅野 豊
社外取締役

社外
独立



略歴

1964年5月4日生
1991年 井上斎藤英和監査法人
(現有限責任あずさ監査法人) 入所
菅野公認会計士事務所 設立 代表(現)
1995年 双葉監査法人 代表社員
2008年 当社 社外監査役
2013年 当社 社外監査役
2015年 当社 社外取締役(現)
2020年 双葉監査法人 統括代表社員(現)
2024年 公益財団法人アメリカ研究振興会 監事(現)

しい や あきら
椎谷 晃
社外監査役

社外
独立



略歴

1962年12月4日生
1986年 東京国税局 入局
2020年 国税庁長官官房 監督評価官室長
2022年 金沢国税局長
2023年 椎谷晃税理士事務所 設立 所長(現)
2025年 株式会社シービーエス代表取締役社長付顧問(現)
当社 社外監査役(現)

コーポレート・ガバナンス

役員スキルマトリックス

2025年6月27日現在



氏名／役職		森村 剛士 代表取締役社長	吉田 泰弘 専務取締役	近藤 康弘 常務取締役	今田 勝久 取締役	関 進 取締役	栗野 裕 取締役	赤堀 博美 社外取締役	菅野 豊 社外取締役	高島 勝廣 常勤監査役	金谷 浩史 社外監査役	青戸 理成 社外監査役	椎谷 晃 社外監査役
役員就任年数		13年	4年	7年	3年	2年	2年	11年	12年	—	8年	12年	—
構成	取締役会	議長	●	●	●	●	●	●	●	参加	参加	参加	参加
	取締役会出席状況 (2024年度)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	16/16回(100%)	—	16/16回(100%)	16/16回(100%)	—
	監査役会									議長	●	●	●
	監査役会出席状況 (2024年度)									—	16/16回(100%)	16/16回(100%)	—
	指名・報酬 諮問委員会		委員長					●	●				
	グループ経営検討会	●	●			議長							
	サステナビリティ 委員会	委員長	●	●	●	●	●	●	●	オブザーバー			
スキル マトリックス※	経営	●	●					●	●	●			
	営業・販売戦略	●		●		●				●			
	製造・研究開発・ マーケティング			●	●			●					
	ESG・ サステナビリティ			●			●	●	●		●	●	●
	法務・労務・ リスク管理		●		●		●				●	●	
	財務・会計・ 資本政策		●				●		●	●	●		●
	IT・デジタル				●	●							
	海外事業	●				●							

※ 当社の経営環境や事業特性等を踏まえ、取締役会に求める専門的知識及び経験の領域を抽出しています。当社取締役及び監査役が有する専門的知識及び経験について、特に専門性や経験の発揮が期待される領域を最大3つに絞っています

11 年財務・非財務ハイライト

エバラ食品工業株式会社及び連結子会社

(年度)	(百万円)										
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021※1	2022	2023	2024
損益状況											
売上高	49,575	50,708	51,365	50,397	51,306	51,228	51,334	43,345	43,419	45,216	47,963
売上原価	25,858	26,760	27,189	27,387	27,809	27,539	26,964	26,686	26,999	28,853	31,440
販売費及び一般管理費	22,066	22,193	22,311	21,539	21,104	21,377	20,741	13,309	13,447	13,962	14,490
営業利益	1,650	1,754	1,864	1,470	2,392	2,311	3,627	3,348	2,972	2,400	2,031
親会社株主に帰属する当期純利益	791	1,030	1,179	1,174	1,649	1,482	2,506	2,704	2,177	1,802	1,399
財政状態											
総資産	33,784	34,918	35,601	35,544	38,149	37,507	40,319	41,304	43,152	47,947	47,372
純資産	21,084	21,611	22,829	23,485	24,624	25,475	27,062	29,082	30,933	32,818	34,217
キャッシュ・フロー状況											
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,105	1,310	2,910	△5	4,005	2,876	4,735	3,326	2,814	767	4,533
投資活動によるキャッシュ・フロー	△248	△661	△2,128	△1,943	△703	△1,025	△870	△1,435	△1,323	△3,642	△3,343
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,161	△334	△281	△521	△310	△582	△1,229	△1,688	265	△468	△645
関連情報											
設備投資額	1,049	1,679	1,620	1,841	636	718	1,164	1,452	1,277	3,877	3,075
減価償却費	1,068	1,027	1,171	1,230	1,168	1,072	1,061	1,160	1,060	1,055	1,489
研究開発費	621	606	618	569	555	546	832	957	934	954	1,033
指標											
自己資本当期純利益率(ROE) (%)	4.0	4.8	5.3	5.1	6.9	5.9	9.5	9.6	7.3	5.7	4.2
1株当たり当期純利益(円)	83.33	99.02	113.35	112.87	158.43	142.27	247.40	272.19	221.67	183.59	143.27
1株当たり純資産(円)	2,025.69	2,076.30	2,193.34	2,256.32	2,364.71	2,460.36	2,703.62	2,951.22	3,152.80	3,346.51	3,501.41
1株当たり配当金(円)	32	27	28	29	35	36	42	40	40	40	45
配当性向(%)	38.4	27.3	24.7	25.7	22.1	25.3	17.0	14.7	18.0	21.8	31.4
総還元性向(%)	42.1	27.3	24.8	25.8	22.2	39.6	48.2	31.6	24.8	21.8	44.1
EBITDA※2	2,719	2,782	3,035	2,700	3,561	3,383	4,689	4,509	4,032	3,461	3,545
ESG 指標											
従業員数(名)	719	703	710	718	744	753	758	707	706	839	870
食品ロス(トン)	—	—	—	—	—	121.54	96.41	95.63	40.29	64.96	108.47
CO ₂ 排出量(トン-CO ₂)※3	19,633	18,806	19,261	19,210	18,106	17,288	17,313	16,222	16,591	16,606	16,463
食育教室参加者数(名)	458	708	556	284	846	463	105	579	1,687	2,417	2,123
工場見学者数(名)	794	875	726	1,065	1,430	1,273	0※4	0※4	0※4	0※4	320
自発的成長支援制度の利用件数(件)	—	—	—	—	24	50	189	64	84	71	71

※1 企業会計基準第29号「収益認識に関する会計基準」を2021年度より適用しています

※2 EBITDAの算出には営業利益・減価償却費に加え、のれん償却額も含まれます

※3 エバラ食品工業株式会社、株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ、株式会社エバラ物流の各拠点を対象に、省エネ法・温対法に基づき算出しています

2018年度までの電力からのCO₂排出量は、2013年度で使用したCO₂排出係数と同じものを使用し、2019年度以降は毎年公表される電気事業者ごとのCO₂排出係数(基礎)に基づいて算出しています

※4 2020～2023年度は工場見学を中止しています

会社情報／編集方針

会社概要

2025年3月31日現在

社名	エバラ食品工業株式会社
所在地	神奈川県横浜市西区みなとみらい4丁目4番5号 横浜アイマークプレイス14階 電話：代表(045)226-0226
資本金	13億8,713万円
従業員数	連結870名、単体516名
事業内容	調味料食品の製造販売
会計監査人	三優監査法人

株式の状況

2025年3月31日現在

発行可能株式総数	25,222,400株
発行済株式の総数	9,868,626株
株主数	8,041名

大株主

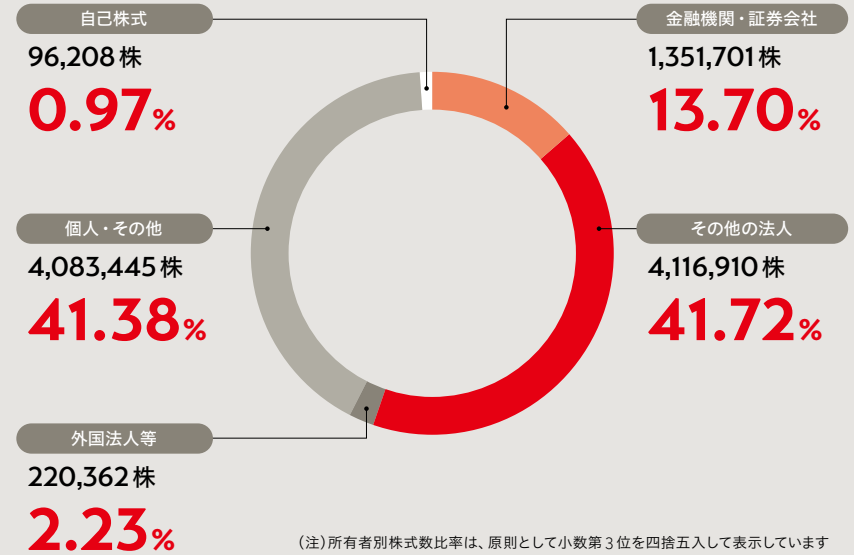
2025年3月31日現在

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
KMST HOLDINGS 株式会社	3,497,600	35.79
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	538,100	5.50
株式会社横浜銀行	360,000	3.68
エバラ食品工業株式会社従業員持株会	351,481	3.59
株式会社榎本武平商店	230,000	2.35
東洋製罐グループホールディングス株式会社	130,000	1.33
JPモルガン証券株式会社	122,345	1.25
今井文子	84,080	0.86
日本生命保険相互会社	84,000	0.85
株式会社三菱UFJ銀行	60,000	0.61

(注) 持株比率は自己株式を控除のうえ計算し、小数第3位を切り捨てて表示しています。
なお、当社の保有する自己株式は96,208株ですが、上記大株主からは除外しています

所有者別分布状況

2025年3月31日現在



編集方針

制作趣旨

このレポートでは、財務活動と非財務活動の両方からご覧いただくことにより、エバラ食品グループの企業価値を総合的にご判断いただくことを目的としています。また、当社グループの価値創造活動の基盤情報をご提供することで、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを進化させていきたいと考えています。

注意事項／免責事項

本レポートに記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。

対象範囲

エバラ食品工業株式会社及びグループ会社

対象期間

2024年度(2024年4月1日～2025年3月31日)
ただし、一部には2023年度以前や、2025年度以降の活動や情報も含まれます。また、過去の経緯やデータ、最新の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものも記述しています。