



2023年3月期 決算説明

(2022年4月1日～2023年3月31日)

2023年5月15日

エバラ食品工業株式会社

1. 2023年3月期 決算報告

■ 執行役員 栗野 裕

2. Unique 2023の進捗に関して (2024年3月期 業績見通し含む)

■ 代表取締役社長 森村 剛士

注記がない限り、表記の数値はすべて連結ベースです。

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。

本日お伝えしたいポイント

- ◆ 2023年3月期は増収減益
原材料及びエネルギー価格の高騰が減益の主要因
「Unique 2023」の最終フェーズとなる2024年3月期は、第2フェーズまでの施策に加え、原材料価格高騰に対応すべく機動的な施策を実行
- ◆ 原材料、エネルギー価格高騰による原価上昇は本格化する見通し
加えて、将来の成長に向けた国内外の投資を継続させるため、
2024年3月期は売上高440億円、営業利益15億円を見込む
- ◆ ヒトづくり、モノづくりを推進するための人事制度改革を推進
新しい経営方針と経営体制にもとづき、チャレンジ精神と自発的
成長の文化を醸成、Uniqueな人材の育成・確保に努める
- ◆ 新中期経営計画へ向けた基盤整備や成長投資を実行



2023年3月期 決算報告

決算のポイント

(百万円)	2022.3	2023.3	増減	増減率
売上高	43,345	43,419	74	0.2%
売上原価	26,686	26,999	312	1.2%
販管費	13,309	13,447	137	1.0%
営業利益	3,348	2,972	▲376	▲11.2%

✓前期比 増収減益

(売上高)

- 食品事業：家庭用商品は減収となるも、業務用商品の売上伸長により、増収
- 物流事業：物流センターの新規取引獲得や業務用商品の取扱量回復で増収
- その他事業：一部事業の譲渡により売上高が半減

(利益)

原材料及びエネルギー価格高騰に伴う売上原価の上昇が利益減の主要因

連結業績

単位：百万円

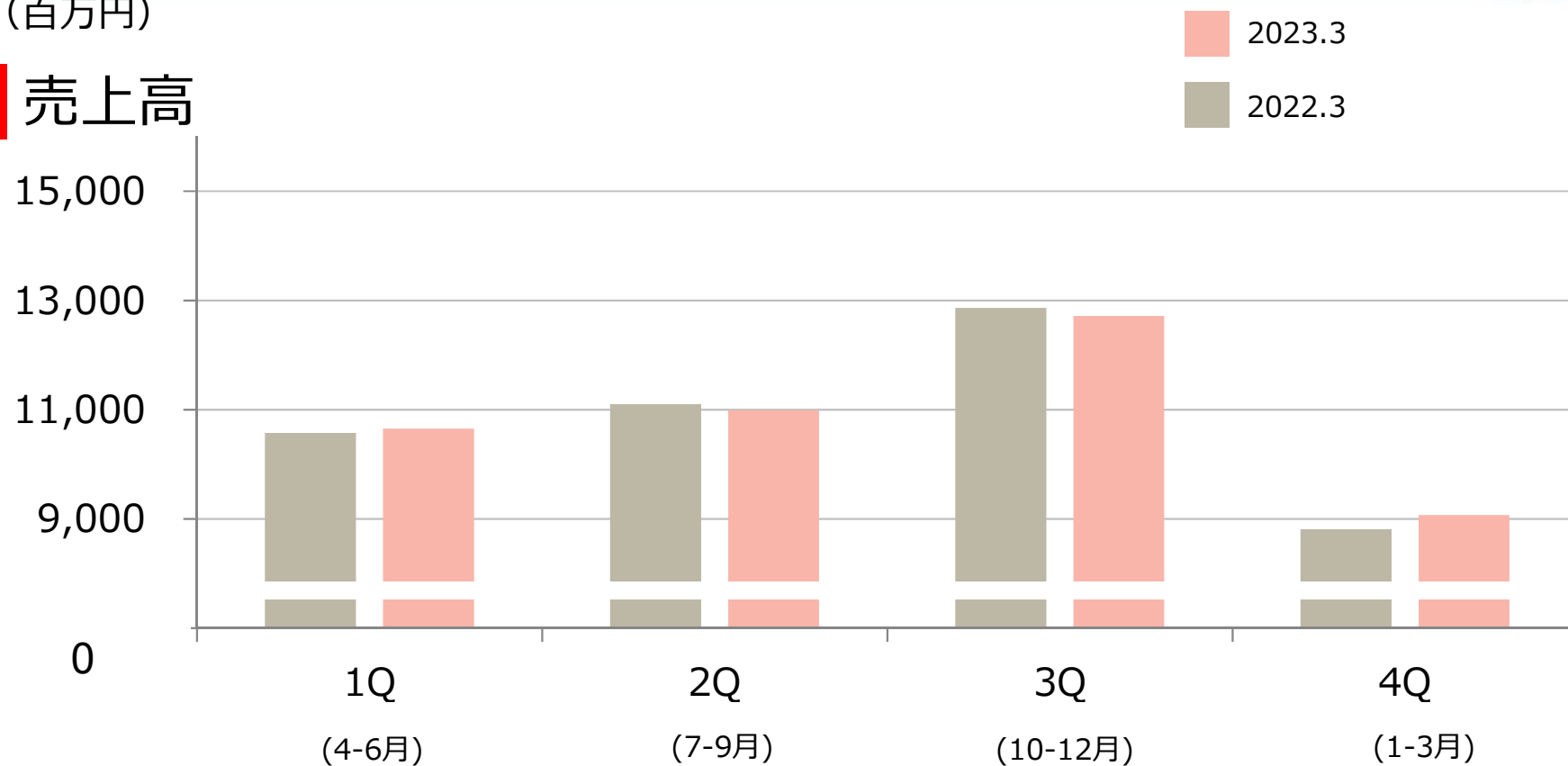
✓ 対外計画比は、売上、利益共に予算を上回る

(百万円)	2022.3	2023.3	2022.3 対比		2023.3 計画対比 (2022年11月7日発表)		
			増減	増減率	計画	増減	増減率
売上高	43,345	43,419	74	0.2%	43,300	119	0.3%
売上原価	26,686 61.6%	26,999 62.2%	312 +0.6pt	1.2% -			
売上総利益	16,658 38.4%	16,420 37.8%	▲238 ▲0.6pt	▲1.4% -			
販管費	13,309 30.7%	13,447 31.0%	137 +0.3pt	1.0% -			
営業利益	3,348 7.7%	2,972 6.8%	▲376 ▲0.9pt	▲11.2% -	2,500 5.8%	472	18.9%
経常利益	3,666 8.5%	3,180 7.3%	▲486 ▲1.1pt	▲13.3% -	2,700 6.2%	480	17.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,704 6.2%	2,177 5.0%	▲527 ▲1.2pt	▲19.5% -	1,800 4.2%	377	21.0%

売上高（四半期推移）

(百万円)

売上高



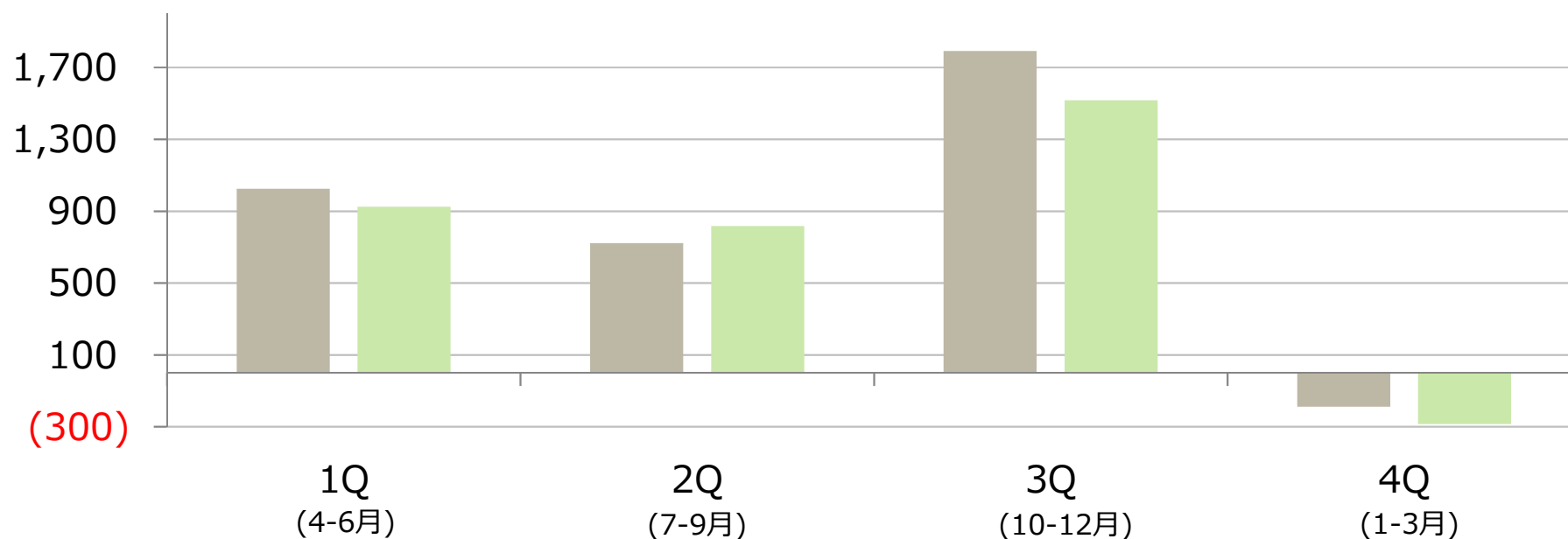
2023.3	10,649	10,988	12,715	9,066
2022.3	10,573	11,098	12,863	8,809
増減	76	▲110	▲147	256
増減率	0.7%	▲1.0%	▲1.2%	2.9%

営業利益（四半期推移）

(百万円)

営業利益

2023.3
2022.3



2023.3	924	816	1,516	▲286
2022.3	1,024	722	1,791	▲189
増減	▲99	94	▲274	▲96
増減率	▲9.7%	13.1%	▲15.3%	-

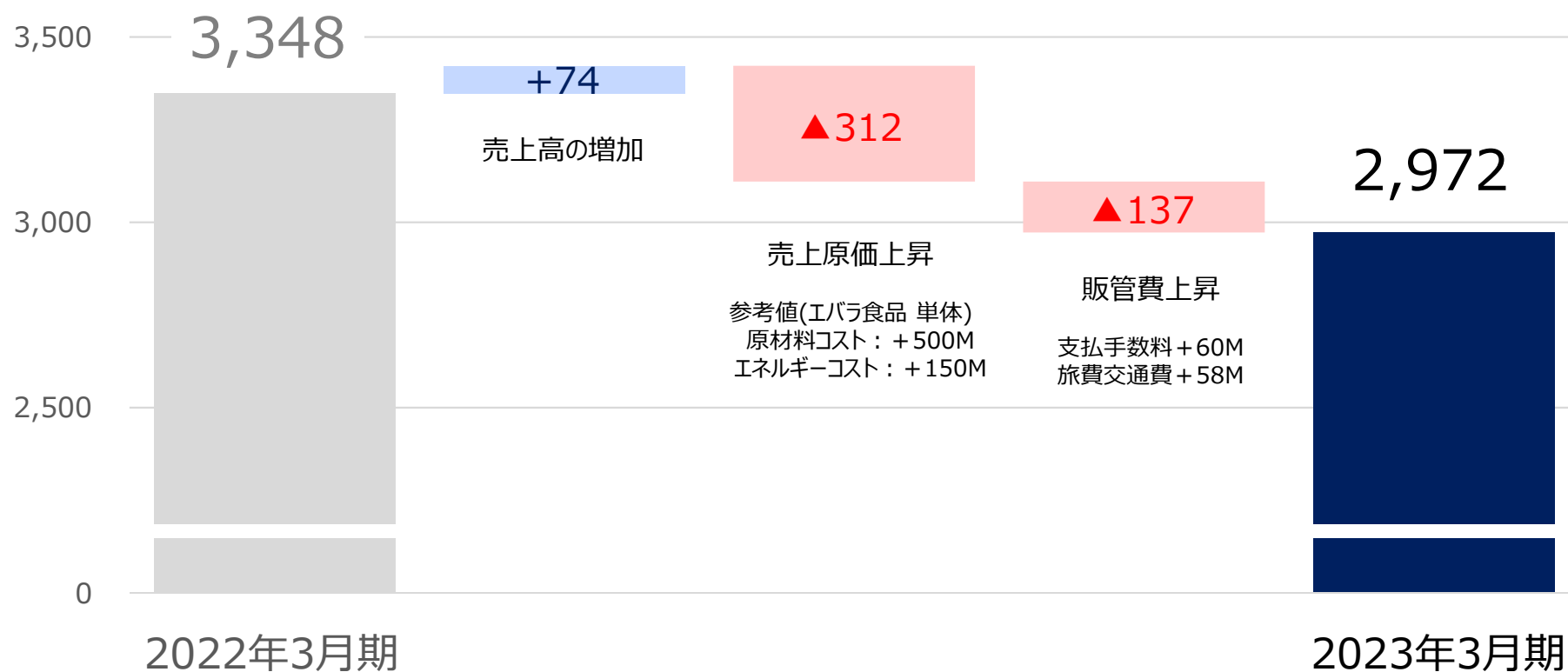
営業利益 増減分析

■ 増益要因

■ 減益要因

単位：百万円

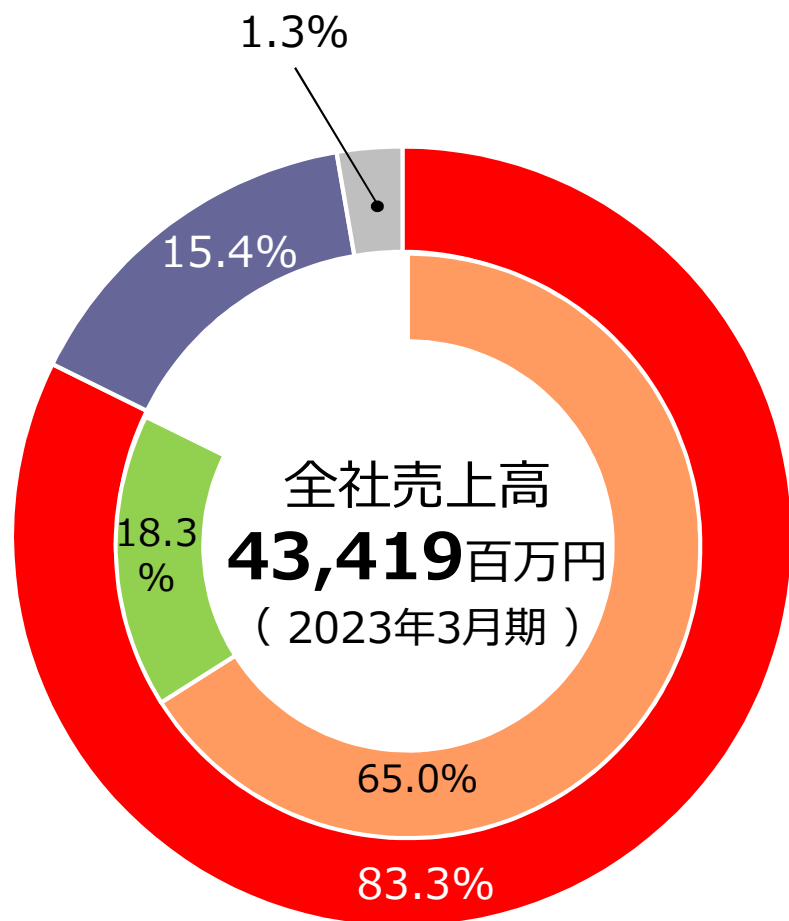
✓ 原材料価格及びエネルギー価格高騰に伴う**売上原価の上昇が利益減の主要因**



2023年3月期 決算報告

セグメント・製品区分別 売上高

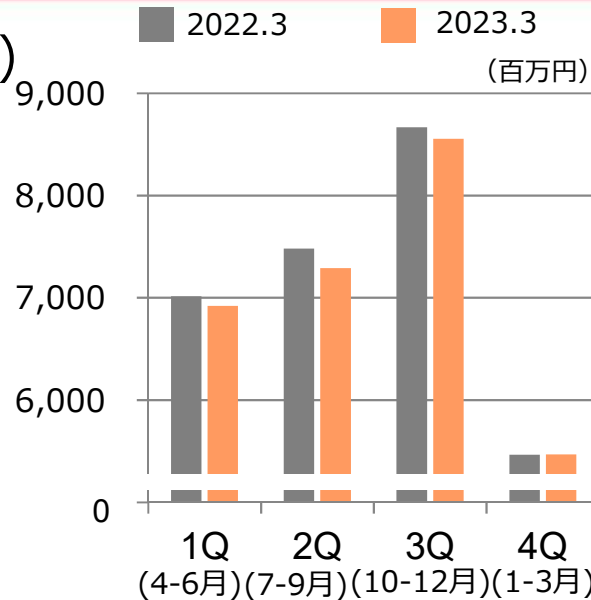
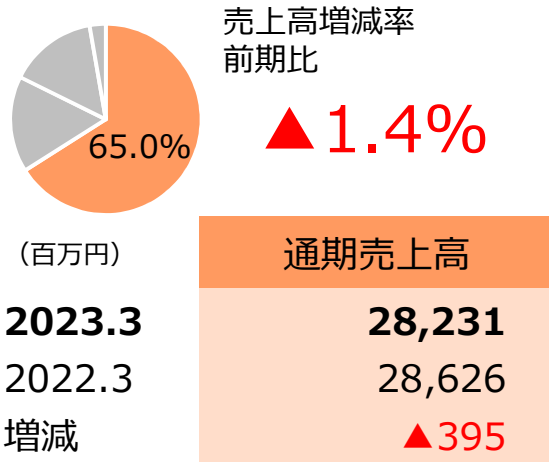
セグメント・製品区分別 売上高



食品事業	36,194百万円 (前期比1.5%増)
家庭用商品	28,231百万円 (前期比1.4%減)
業務用商品	7,963百万円 (前期比13.0%増)
物流事業	6,668百万円 (前期比2.9%増)
その他事業	555百万円 (前期比53.3%減)

セグメント・製品区分別 売上高

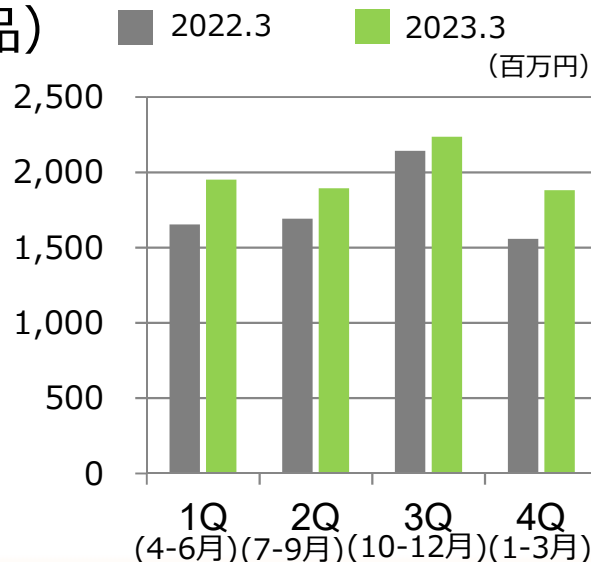
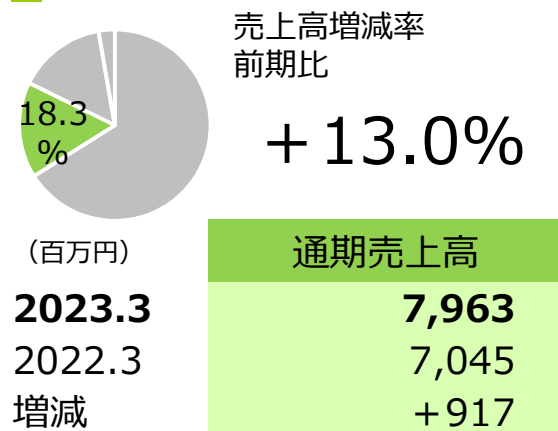
食品事業（家庭用商品）



精肉価格高騰の影響による肉まわり調味料の減収が響く

- ・鍋物調味料は『プチッと鍋』が伸長するも、『なべしゃぶ』が競合関係の影響を受け、減収
- ・その他調味料群は、『プチッとうどん』のラインアップ拡充により、増収

食品事業（業務用商品）



外食産業の営業自粛解除に伴い、販売は回復傾向

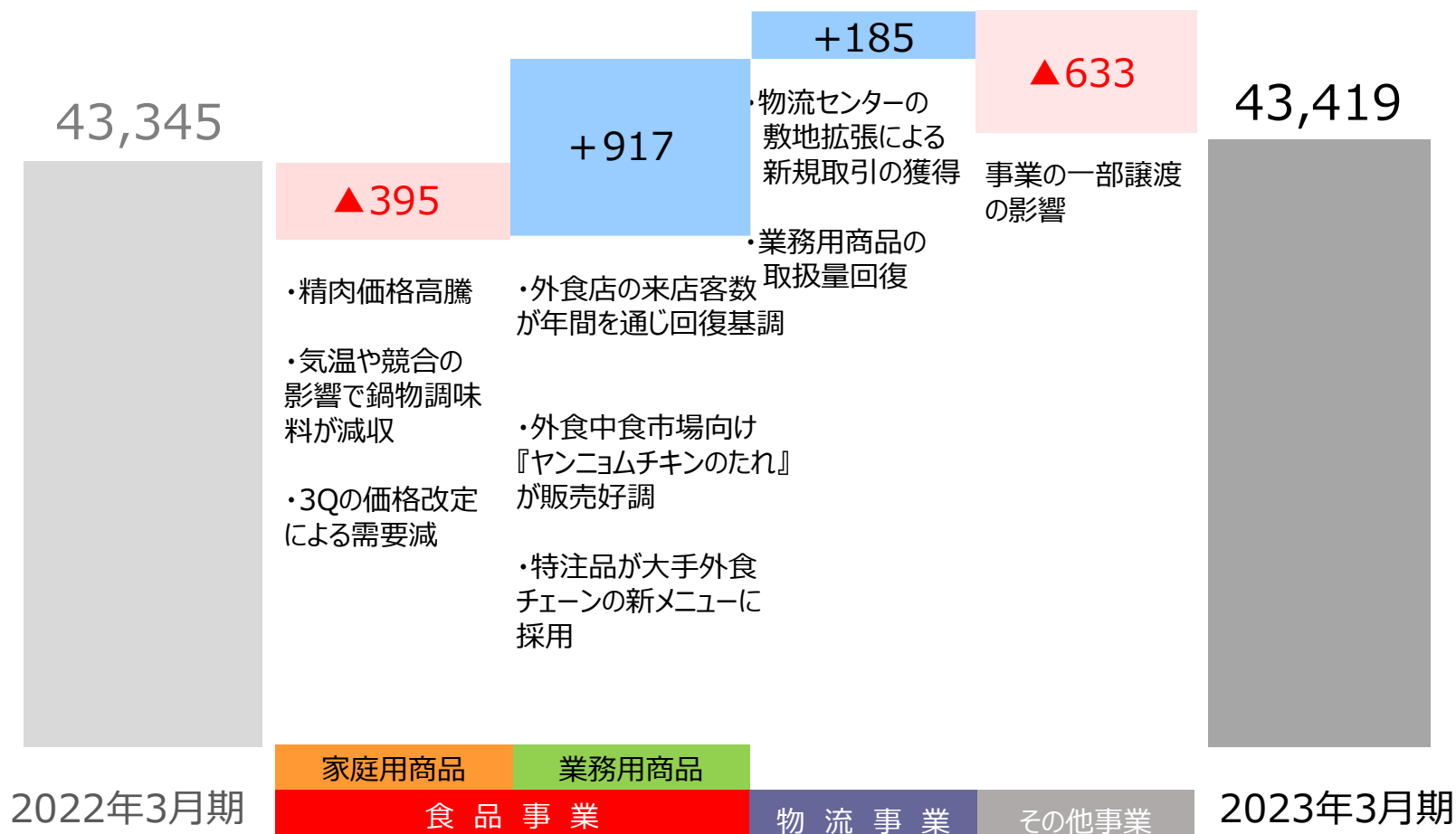
- ・外食及び中食産業向けに展開した『ヤンニョムチキンのたれ』が貢献
- ・特注品が大手外食チェーンメニューに採用
- ・海外事業は上海がゼロコロナ政策の影響を受けるも為替影響もあり売上増加

セグメント別売上高 増減分析

■ 増加要因

■ 減少要因

単位：百万円

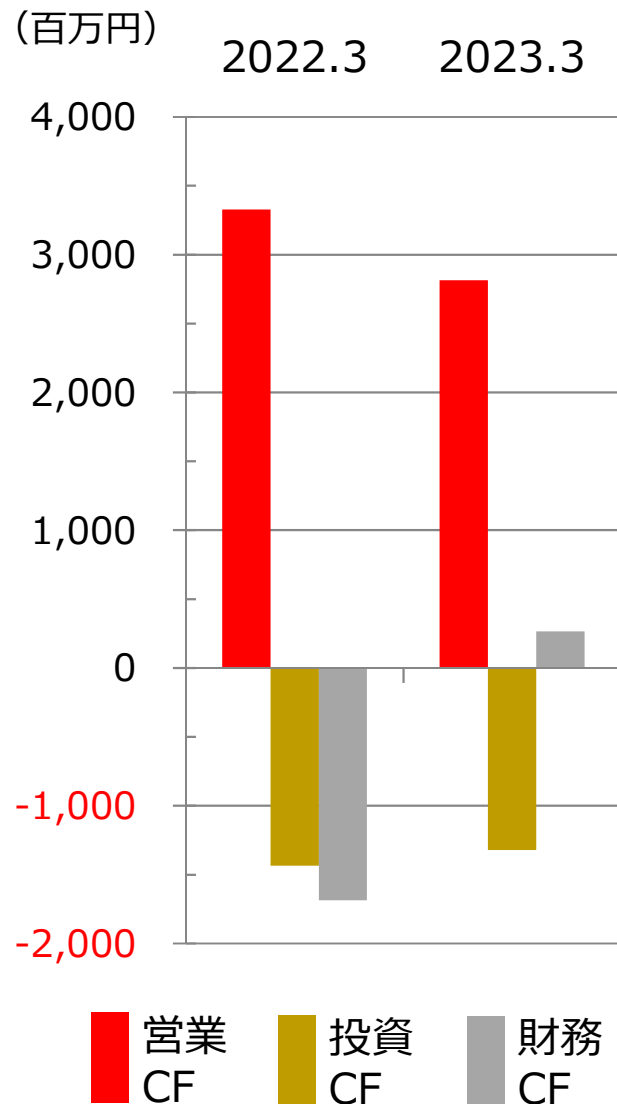


2023年3月期 決算報告

キャッシュ・フロー

キャッシュ・フロー

(百万円)



	2022.3	2023.3	増減
営業キャッシュ・フロー	3,326	2,814	▲511
投資キャッシュ・フロー	▲1,435	▲1,323	112
フリーキャッシュ・フロー	1,890	1,491	▲399
財務キャッシュ・フロー	▲1,688	265	1,954
現金及び現金同等物の増加額 (▲は減少額)	266	1,825	1,558
現金及び現金同等物の期末残高	15,765	17,590	1,825

2023.3

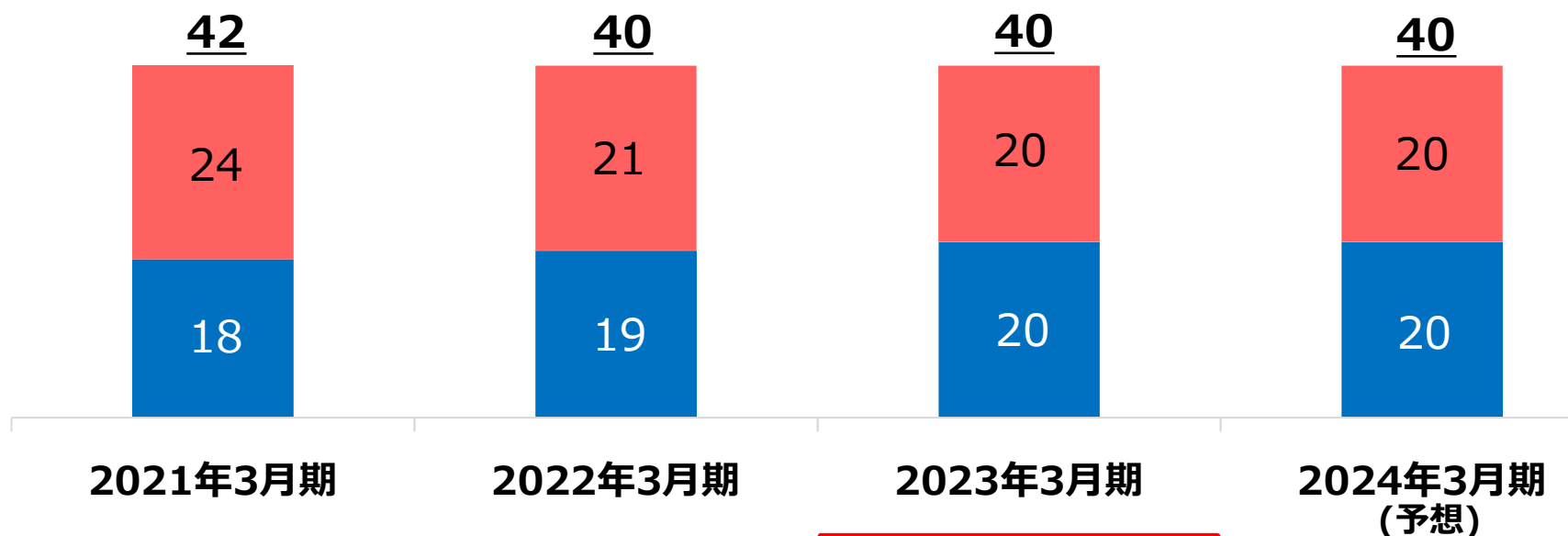
営業CF	税金等調整前当期純利益	3,176百万円
	減価償却費	1,060百万円
	法人税等の支払額	▲793百万円
投資CF	有形固定資産の取得	▲1,503百万円
財務CF	自己株式取得に伴う預け金の減少	820百万円
	配当金の支払	▲404百万円

株主還元

株主還元

■ 1株あたりの配当金額の推移(円)

■ 中間配当 ■ 期末配当



配当総額 (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%	—

1. 2023年3月期 決算報告

■ 執行役員 栗野 裕

2. Unique 2023の進捗に関して (2024年3月期 業績見通し含む)

■ 代表取締役社長 森村 剛士

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

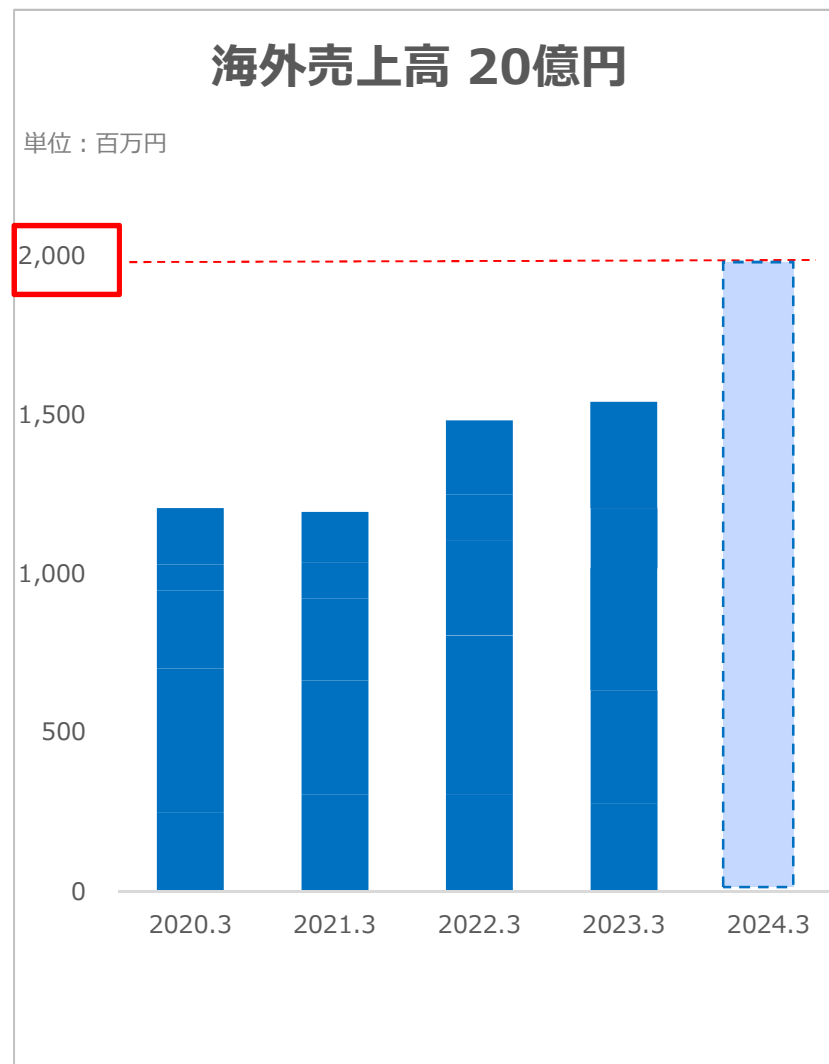
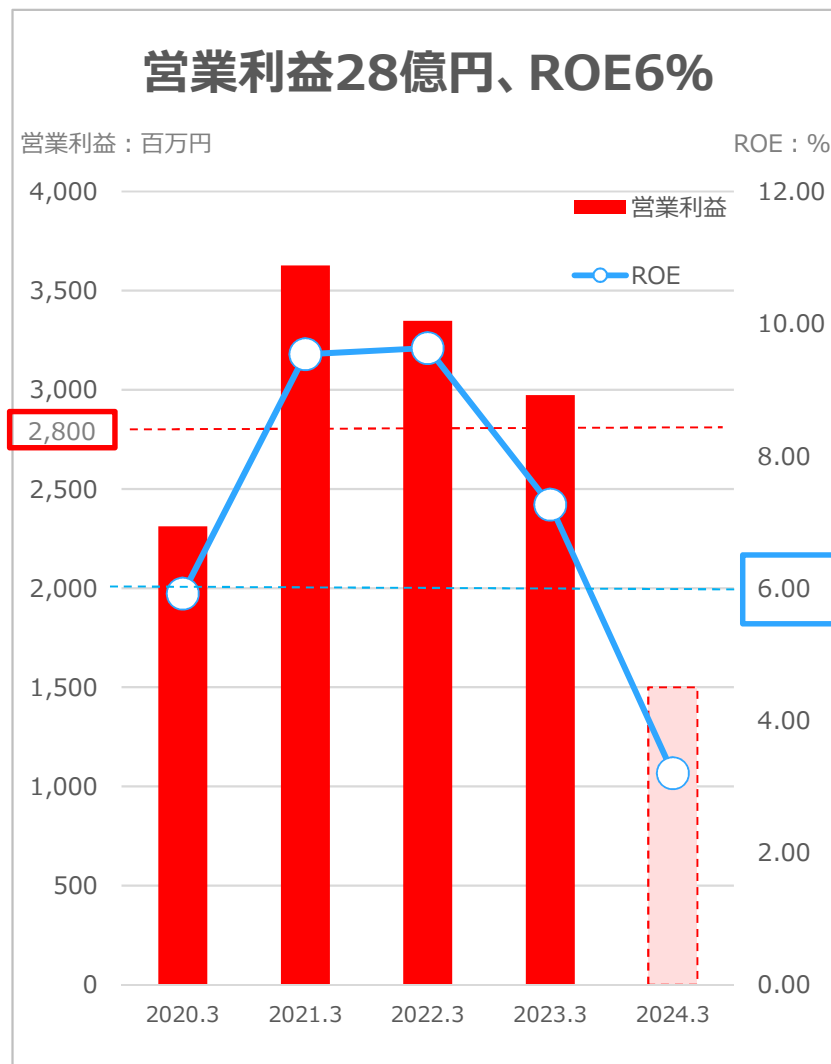
II. “エバラらしく&面白い” ブランドへの成長

- ・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 連結数値目標】進捗状況



第2フェーズの振り返り

I. コア事業による収益強化 と 戦略事業の基盤確立

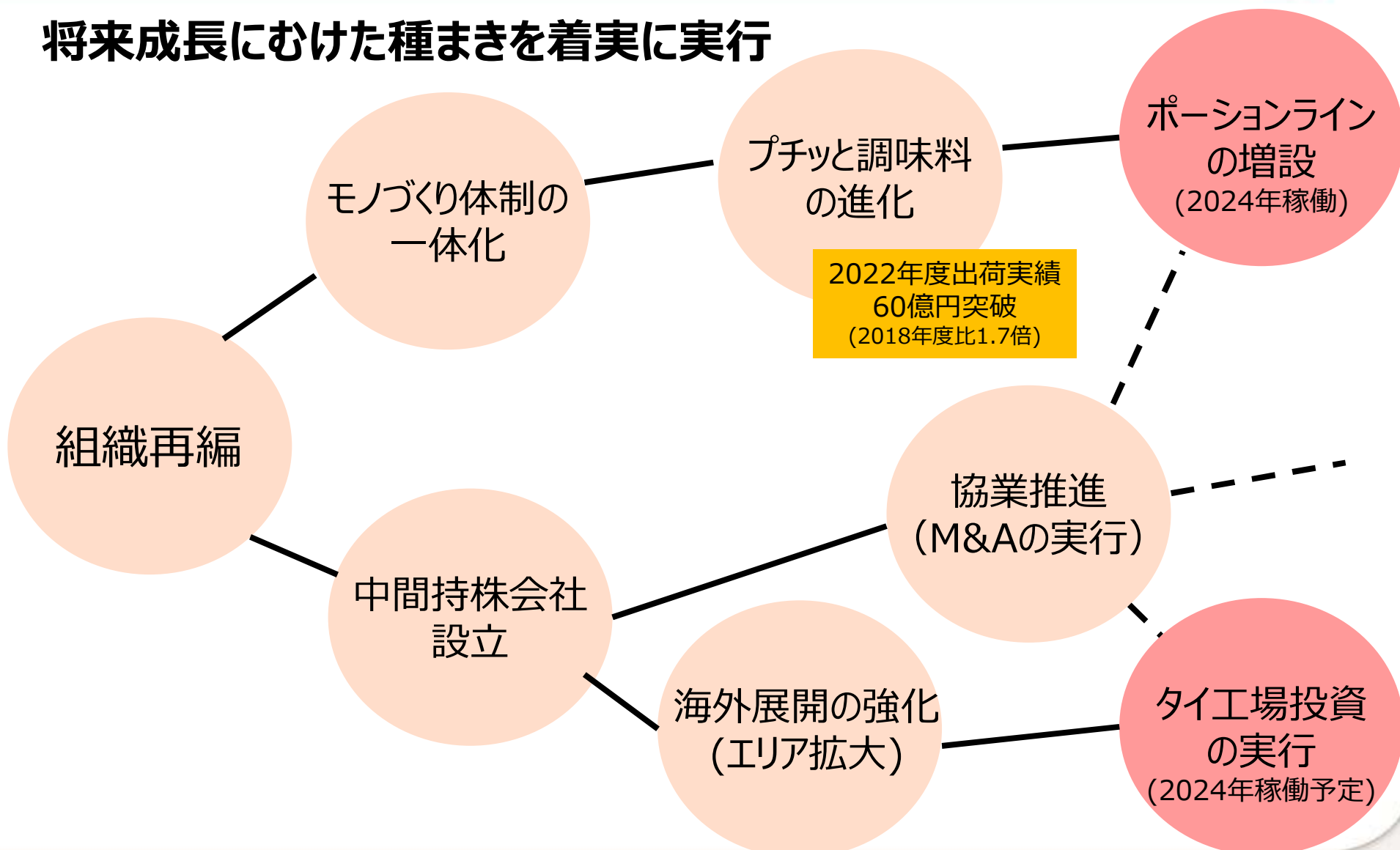
施策	コメント	評価
ポーション調味料の市場拡大	『プチッと鍋』、『プチッとうどん』を軸に市場拡大	○
基幹商品の価値向上／収益力強化	改善傾向なるも原価上昇への対策・対応が急務	△
新価値創造に向けた商品開発	新ブランド発売と継続したテスト販売の実施	○
業務用事業の環境変化に対応した収益力向上	商品構成の継続見直しと中食強化のための商品が拡大中	△

II. “エバラらしく&面白い” ブランドへの成長

施策	コメント	評価
国内外のR&D・生産管理体制の整備	津山ポーションラインの設計着手、タイ工場建設等各種投資	○
戦略事業の機能整備・事業基盤の確立	EBM設立、タイ・マレーシア現法設立、シンガポールHQ化	○
人事制度改革と「冒険・反論・失敗の自由」の推進	新人事制度の決定、提案制度（ACE）の実施	○
SDGs等を踏まえた社会的価値の創造	サステナビリティ委員会を設立し、推進体制を確立	△

Unique 2023 第2フェーズまでの取り組み

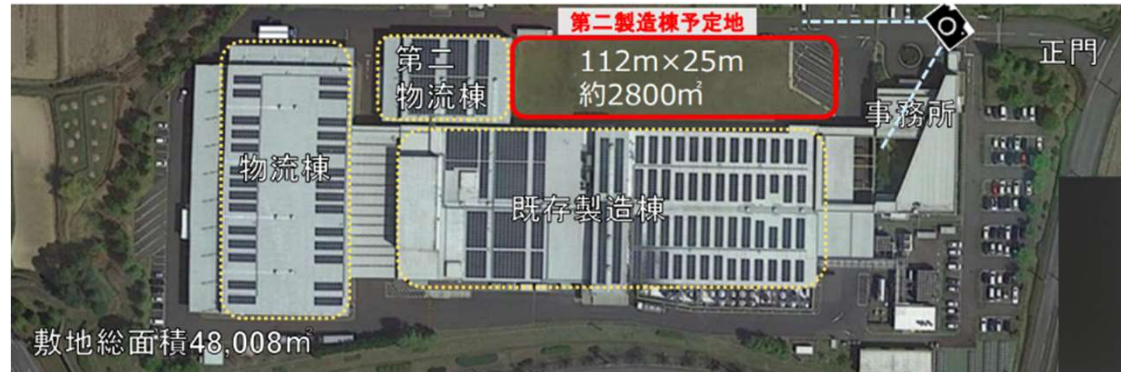
将来成長にむけた種まきを着実に実行



ものづくりへの積極投資

▶ 津山工場 ポーションライン新設

▼津山工場 第2製造棟予定地



▶ タイに生産拠点を新設

▶ ヤマキン/スギショーTFの関係強化



▲タイ工場の完成イメージ



▲ヤマキン (株)

▼ (株) スギショーテクニカルフーズ

2023年2月家庭用新商品

研究所と商品開発部の組織連携強化により、競争力のある商品を展開



ヒトづくりへの取り組み

◆ 新人事制度の導入

- － 職位・職責に対応した報酬体系に変更

◆ 「冒険、反論、失敗の自由」の具現化

- － 社内提案制度(ACE)の導入
- － 社内活性化と人材育成
- － 新規事業・新商品による成長

◆ キャリア人材の積極採用

- － 外部からの人材を積極活用し、社内変革を加速

最終フェーズ 2024年3月期 経営方針

エバラ食品グループ 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
- II. “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長

I. コア事業による収益強化と戦略事業の基盤確立

重要施策

- **コア事業**
 - 原価高騰に対応した施策の実行
 - 新商品の開発と育成
- **戦略事業**
 - 外部環境の変化に対応した収益モデルの構築
 - 機能整備および事業基盤の確立
 - 海外売上達成への挑戦

II. “エバラらしく＆面白い” ブランドへの成長（「いまを生きる会社」への変革）

重要施策

- Uniqueな人材の育成と確保
- 攻めの製品戦略と守りの製品戦略
- エバラブランドと顧客の接点を拡大 ～顧客との共創関係を構築する～
- サプライチェーン全体の最適化と持続可能性への対応
- 次期中計へ向けた準備と成長への投資

2024年3月期 業績見通し

業績見通し

(百万円)	2023.3	2024.3	増減率
売上高	43,419	44,000	1.3%
営業利益	2,972 6.8%	1,500 3.4%	▲49.5%
経常利益	3,180 7.3%	1,600 3.6%	▲49.7%
当期純利益	2,177 5.0%	1,000 2.3%	▲54.1%

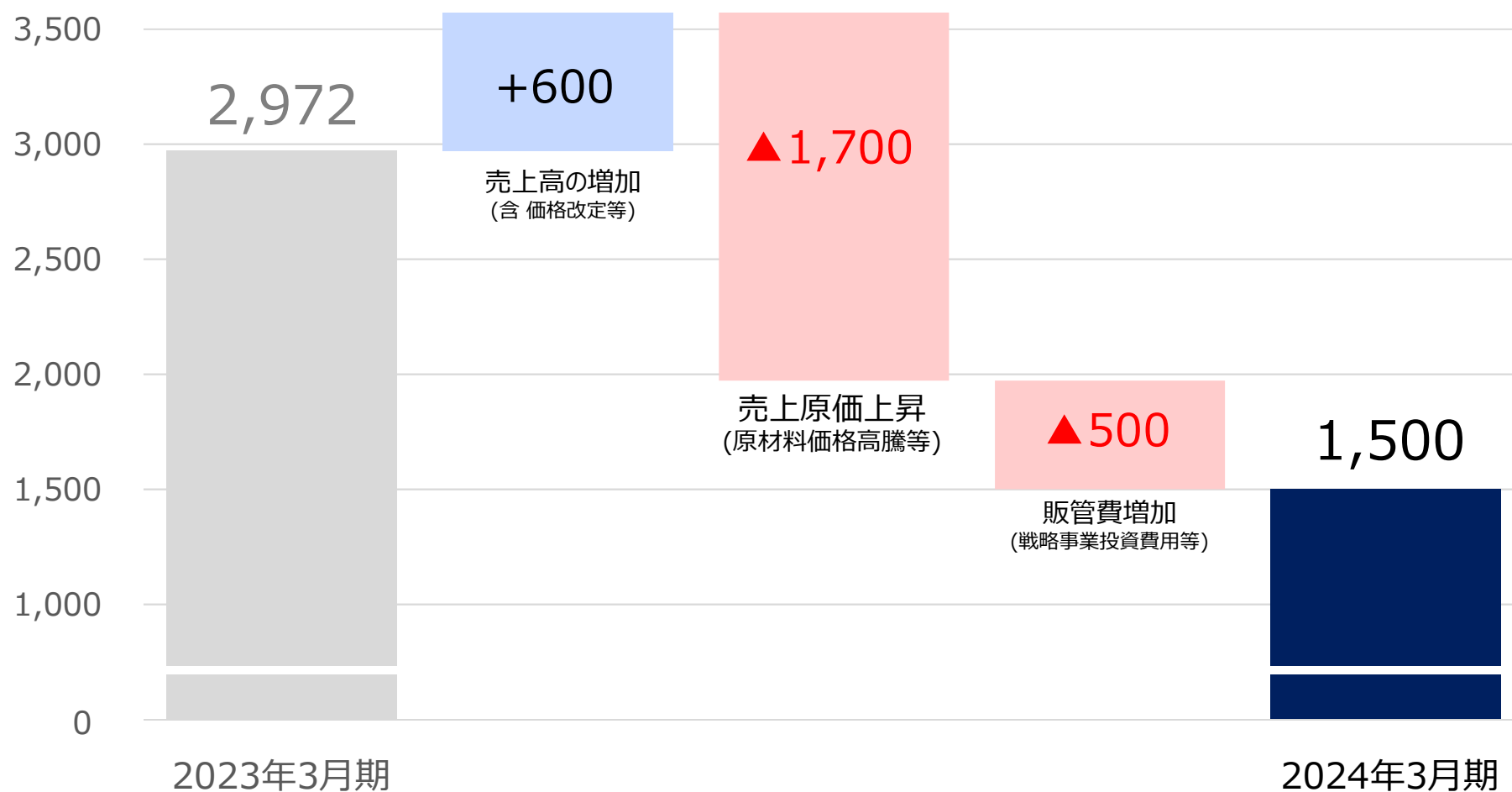
営業利益の前期差額要因

■ 増益要因

■ 減益要因

単位：百万円

✓ 売上原価高騰の逆境下においても、攻めの投資は継続していく



商品価格改定について

✓ 家庭用、業務用商品において、幅広く価格改定を実行

家庭用商品



小売参考価格(税抜)
で約7~38%の改訂

—



小売参考価格(税抜)
で約10~15%の改訂



小売参考価格(税抜)
で約10~15%の改訂

業務用商品

—

肉まわり調味料群
スープ群
その他群商品
(計49品目)

スープ群
その他群商品
(計74品目)

—

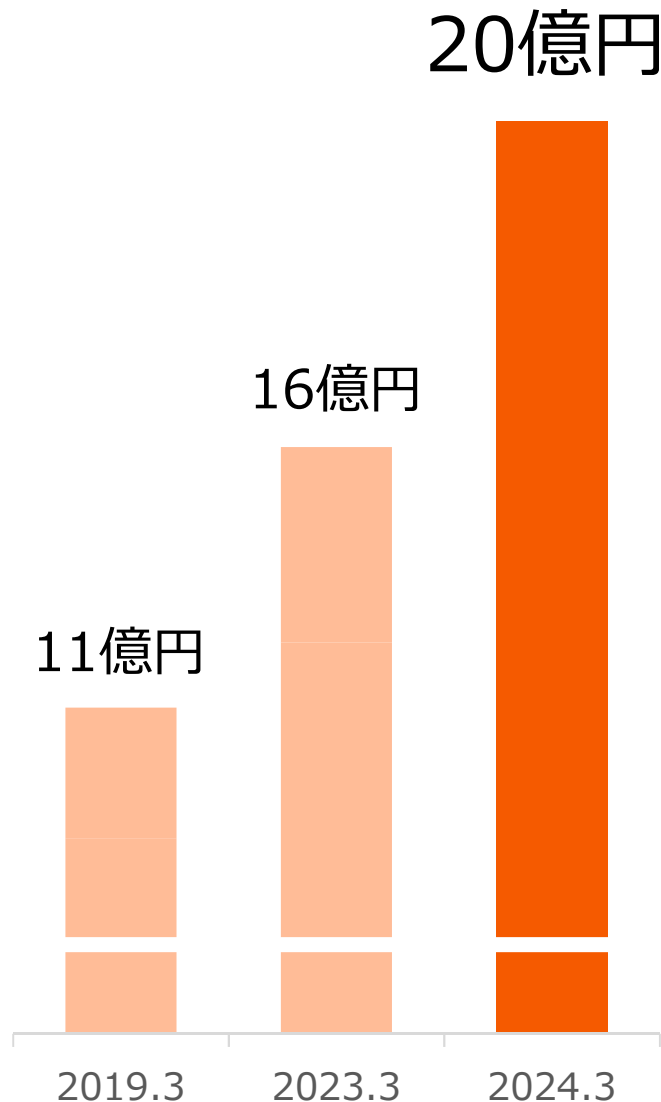
2022年11月

2023年1月

2023年7月

2023年9月

海外事業のさらなる成長に向けて




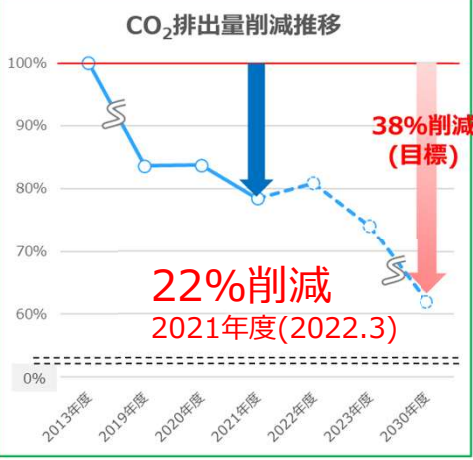
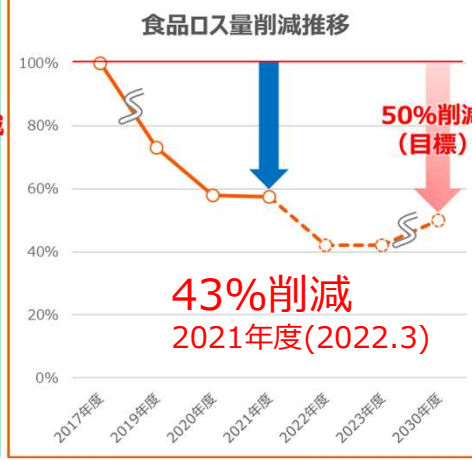


海外現法

- ✓ タイ、マレーシアに展開、全6拠点で活動
- ✓ タイ工場2024年稼働に向け、基盤整備を実行
- ✓ 海外ヘッドクォーター体制を構築し、更にスピード感を高めていく

輸出事業

- ✓ アジア圏だけでなく北米・欧州等へ展開

【サステナビリティ目標】進捗状況

サステナビリティテーマ	KPI【2030年度目標】	
<p>資源の有効活用と地球の持続可能性への対応</p> 	<p>CO2排出量38%削減 ※基準年度2013年度(2012.3)</p> <p>食品ロス量50%削減 ※基準年度2017年度(2018.3)</p>	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px;"> <p>CO₂排出量削減推移</p>  </div> <div style="border: 1px solid orange; padding: 5px;"> <p>食品ロス量削減推移</p>  </div> </div>
<p>安全・安心な商品・サービスの提供と新たな価値の創造</p> 	<p>健康・エシカル等、消費者の多様な食ニーズに対応した商品を10億円規模まで成長させる</p>	
<p>組織と人材の活性化</p> 	<p>自発的成長支援制度利用件数 800件 2022年度(2023.3) 83件</p>	

最終フェーズ 2024年3月期 経営方針(再掲)

エバラ食品グループ 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
- II. “エバラらしく&面白い” ブランドへの成長

I. コア事業による収益強化と 戦略事業の基盤確立

重要施策

- **コア事業**
 - 原価高騰に対応した施策の実行
 - 新商品の開発と育成
- **戦略事業**
 - 外部環境の変化に対応した収益モデルの構築
 - 機能整備および事業基盤の確立
 - 海外売上達成への挑戦

II. “エバラらしく&面白い” ブランドへの成長（「いまを生きる会社」への変革）

重要施策

- Uniqueな人材の育成と確保
- 攻めの製品戦略と守りの製品戦略
- エバラブランドと顧客の接点を拡大 ~顧客との共創関係を構築する~
- サプライチェーン全体の最適化と持続可能性への対応
- 次期中計へ向けた準備と成長への投資

～ 参考資料 ～

セグメント・製品区分別 売上高

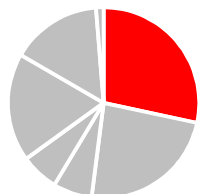
(百万円)

	2022.3	2023.3	増 減	増減率
● 食品事業	35,672	36,194	521	1.5%
● 家庭用商品	28,626	28,231	▲ 395	▲1.4%
肉まわり調味料群	12,755	12,310	▲ 444	▲3.5%
鍋物調味料群	10,333	10,273	▲ 59	▲0.6%
野菜まわり調味料群	2,962	2,855	▲ 106	▲3.6%
その他群	2,576	2,792	215	8.4%
● 業務用商品	7,045	7,963	917	13.0%
肉まわり調味料群	2,586	2,819	233	9.0%
スープ群	2,497	2,763	266	10.7%
その他群	1,961	2,379	417	21.3%
● 物流事業	6,483	6,668	185	2.9%
● その他事業	1,189	555	▲ 633	▲53.3%
● 合 計	43,345	43,419	74	0.2%

セグメント・製品区分別 売上高

食品事業（家庭用商品）

● 肉まわり調味料群

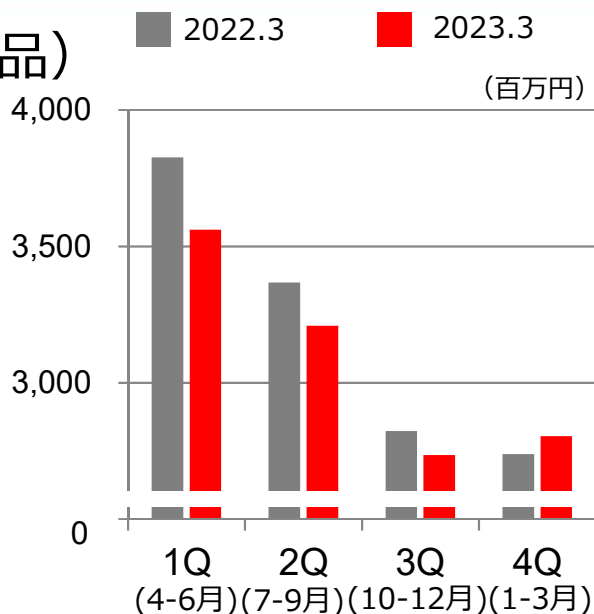


28.4%

売上構成比

(百万円)
2022.3
2023.3
増減

通期売上高	
2022.3	12,755
2023.3	12,310
増減	▲3.5%



輸入牛肉高騰に伴う買い控えと
値上に伴う消費マインドの低下が
影響し減収

- ・『黄金の味』の新商品、『生姜焼きのたれ』
『てりやきのたれ』が4Qにおいて伸長



● 鍋物調味料群

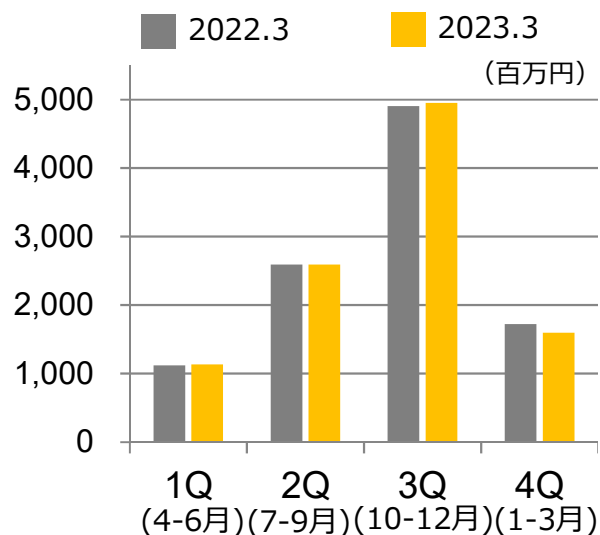


23.7%

売上構成比

(百万円)
2022.3
2023.3
増減

通期売上高	
2022.3	10,333
2023.3	10,273
増減	▲0.6%



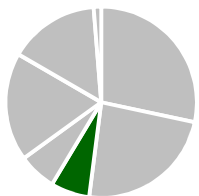
新商品『フライパンで焼肉鍋』と拡販
施策を講じた『プチッと鍋』が売上を
伸ばすも、『なべしゃぶ』『すき焼の
たれ』が気候や競合環境の変化の
影響を受け、群全体では減収



セグメント・製品区分別 売上高

食品事業（家庭用商品）

● 野菜まわり調味料群



6.6%

売上構成比

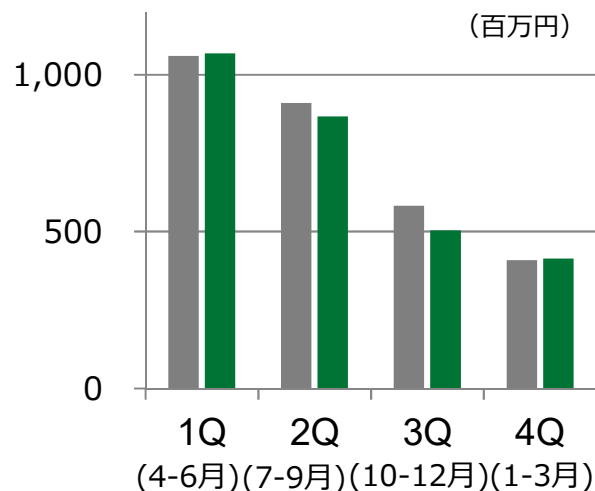
(百万円)
2022.3
2023.3
増減

通期売上高

2,962
2,855

▲3.6%

■ 2022.3 ■ 2023.3



各社の値上に伴う消費マインドの低下と3Qにおける野菜価格の上昇により減収



● その他群



6.4%

売上構成比

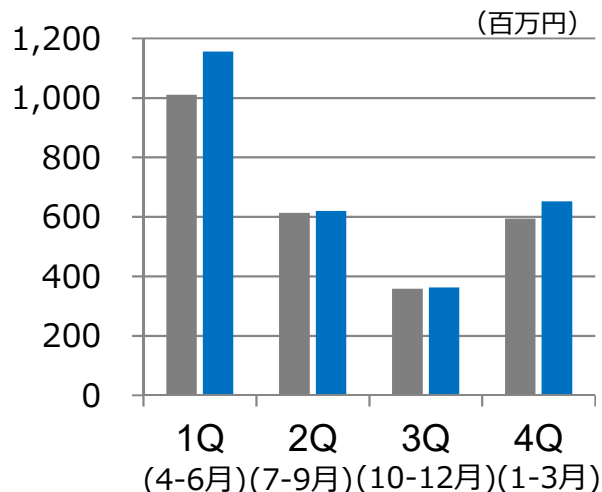
(百万円)
2022.3
2023.3
増減

通期売上高

2,576
2,792

+8.4%

■ 2022.3 ■ 2023.3



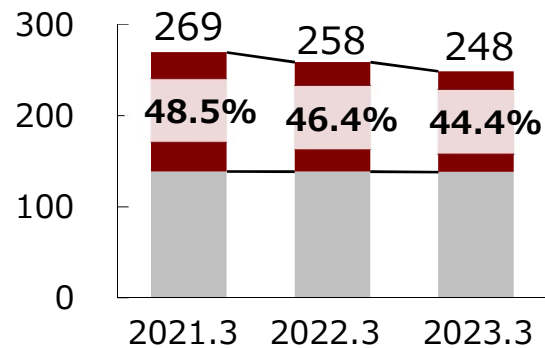
『プチッとどんプラス』および新商品が好調に推移



〔参考資料〕 市場規模と当社シェア

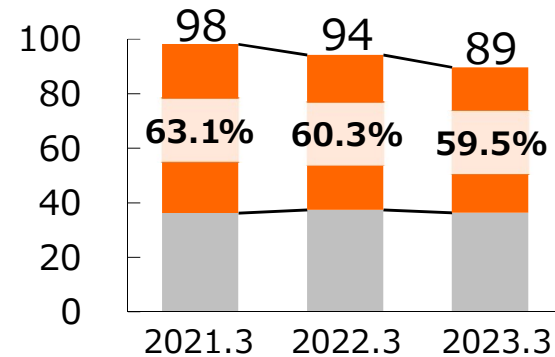
焼肉のたれ

■ 当社シェア (億円)



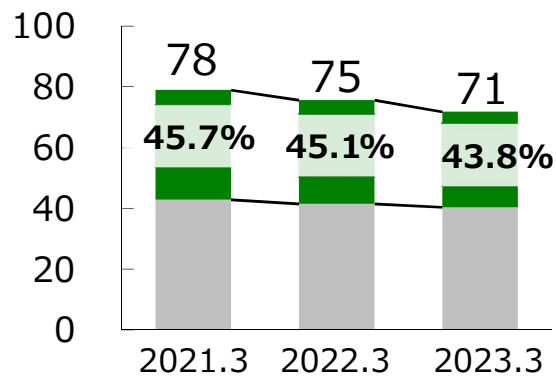
すき焼のたれ

■ 当社シェア (億円)



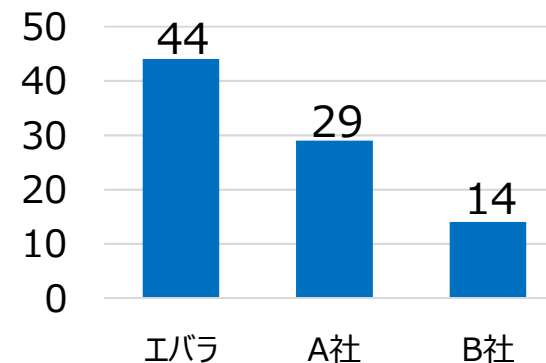
浅漬けの素

■ 当社シェア (億円)



プチッと鍋(個食鍋)

■ 個食鍋の売上比較 (億円)



〔参考資料〕 会社概要

商号	エバラ食品工業株式会社
本店所在地	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
従業員数	【連結】693名 【単体】507名（2023年3月末時点）
連結子会社	株式会社 エバラビジネス・マネジメント 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 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 SINGAPORE PTE. LTD. EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD. EBARA FOODS MALAYSIA SDN.BHD.
持分法適用会社	株式会社スギショーテクニカルフーズ

〔参考資料〕 沿革①

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

〔参考資料〕 沿革②

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
2021年	6月	EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD.を設立
2021年	10月	合併会社 株式会社エバラCJフレッシュフーズの全株式を譲渡
2022年	1月	株式会社スギショーテクニカルフーズの株式を取得
2022年	4月	株式会社エバラビジネス・マネジメントを設立
2022年	5月	EBARA FOODS MALAYSIA SDN.BHD.を設立
2022年	5月	ヤマキン株式会社の全株式を取得

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）