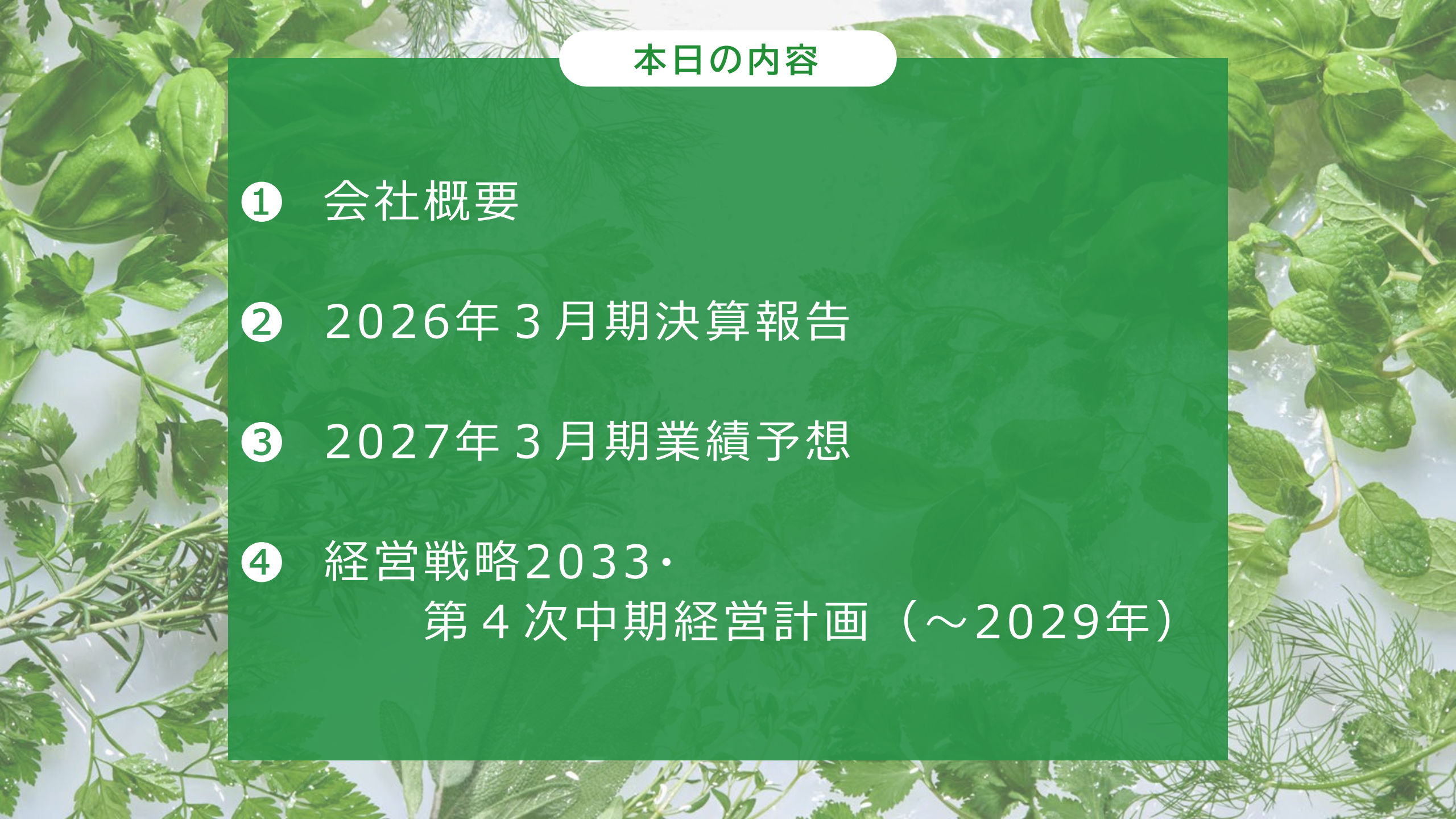


A top-down view of various fresh green herbs, including basil, dill, parsley, and sage, arranged on a white surface. The herbs are vibrant green and appear to have some water droplets on them, giving them a fresh look. The background is a clean, bright white.

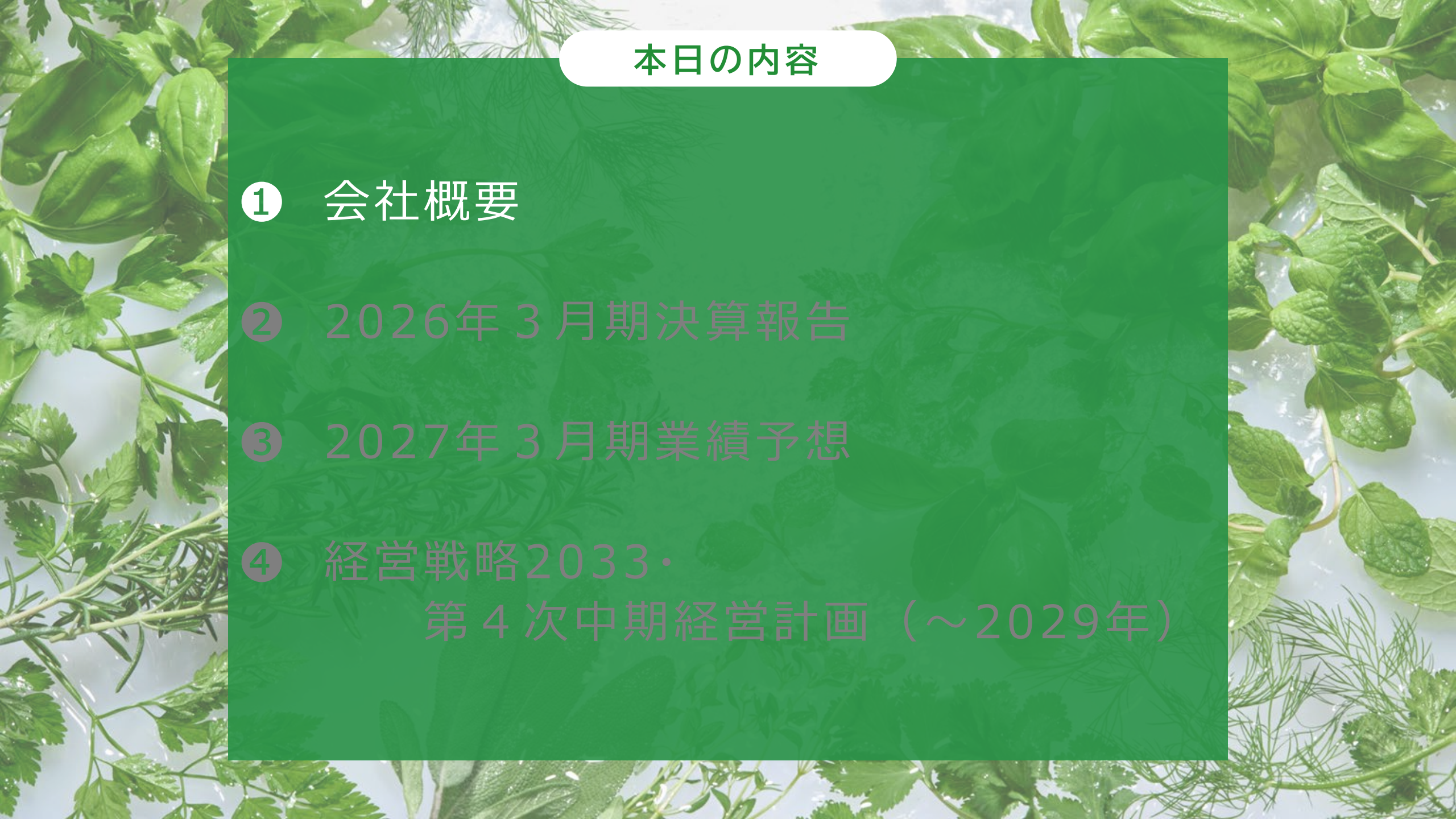
S&B

エスビー食品株式会社
2026年3月期決算説明会



本日の内容

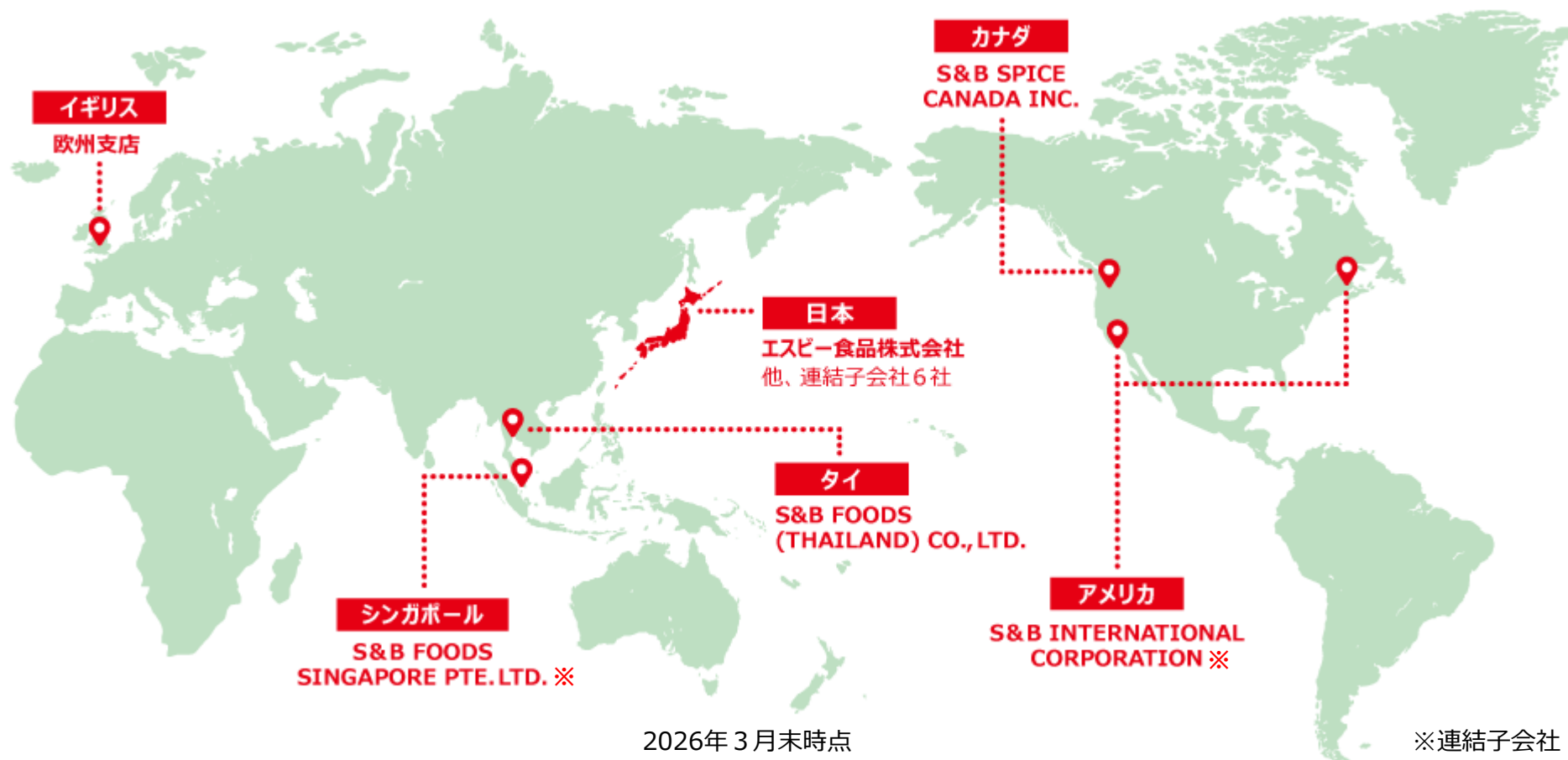
- ① 会社概要
- ② 2026年3月期決算報告
- ③ 2027年3月期業績予想
- ④ 経営戦略2033・
第4次中期経営計画（～2029年）



本日の内容

- ① 会社概要
- ② 2026年3月期決算報告
- ③ 2027年3月期業績予想
- ④ 経営戦略2033・
第4次中期経営計画（～2029年）

会社名	エスビー食品株式会社	代表者	代表取締役社長 池村 和也
創業	1923年	従業員数	連結2,082人 個別1,538人 (2026年3月31日現在、臨時従業員を除く)
設立	1940年4月5日	本社	東京都中央区日本橋兜町18番6号



02 エスビー食品グループの価値創造と企業成長の歴史

■ 企業成長の歴史



■ 価値創造の歴史

「赤缶カレー粉」や「ゴールデンカレー」「本生本わさび」などの、
スパイスとハーブをコアコンピタンスとする約**3,000**品目の製品を、
国内外のあらゆるチャネルに向けて開発・製造・販売し、
人々の食生活に深く浸透し続けている総合食品メーカー



スパイス&ハーブ



即席



香辛調味料



インスタント食品その他

04 エスビー食品グループのポジション

日本の食卓の多様化・国際化が進む中で欠かせない

香辛料市場において、シェア No.1※

※インテージSRI+ スパイス市場当社独自区分 期間：2025年4月～2026年3月

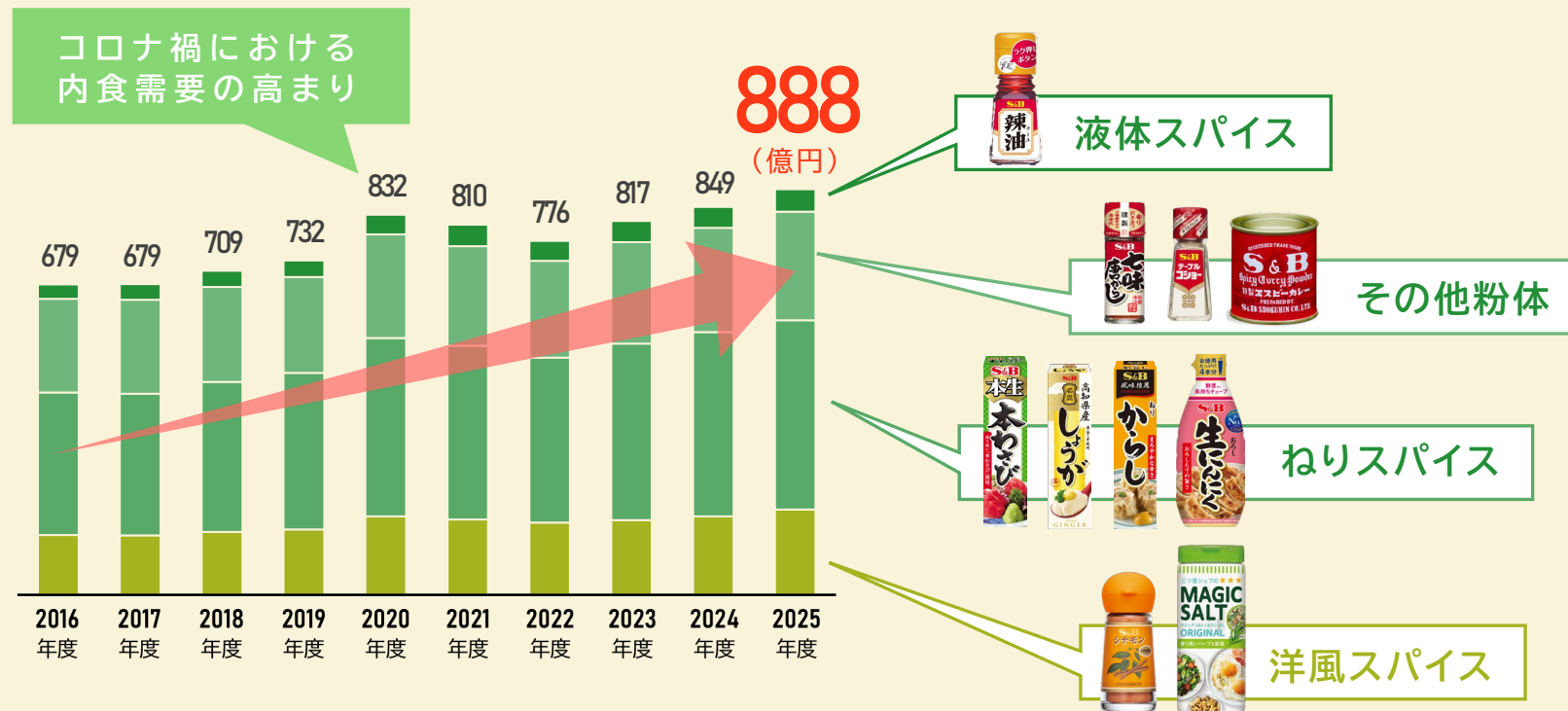
香辛料市場シェア

エスビー食品
52.7%



インテージSRI+
スパイス市場当社独自区分
期間：2025年4月～2026年3月

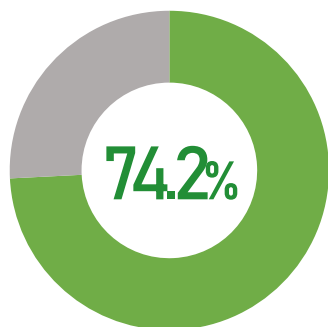
香辛料市場規模



05 各市場におけるエスビー食品のシェア（国内事業）

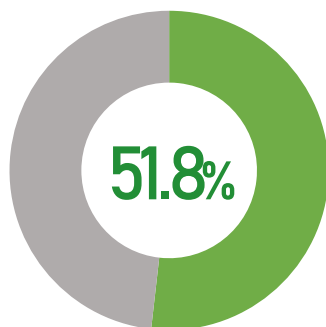
スパイス&ハーブグループ

カレー粉



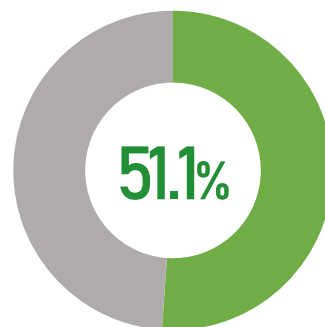
出典：インテージSRI+ カレー粉市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

洋風スパイス



出典：インテージSRI+ 洋風スパイス市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

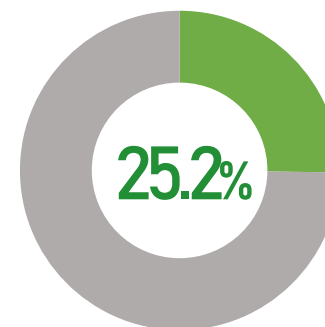
唐辛子



出典：インテージSRI+ 唐辛子(和風その他)市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

即席グループ

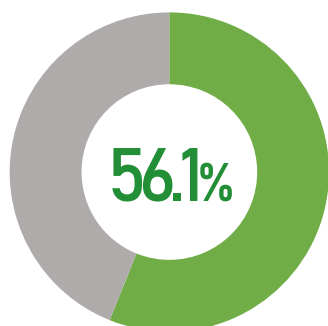
ルウカレー



出典：インテージSRI+ ルウカレー市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

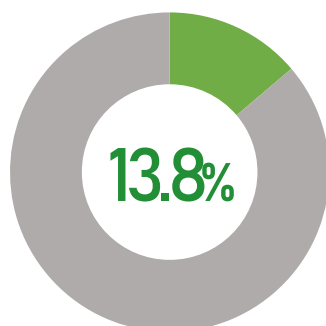
香辛調味料グループ

ねりチューブ



出典：インテージSRI+ ねりチューブ市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

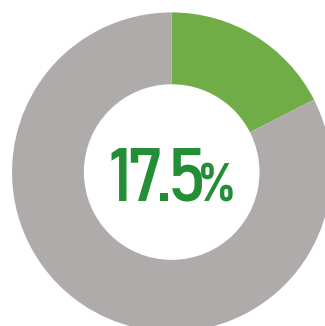
中華



出典：インテージSRI+ 中華市場計
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

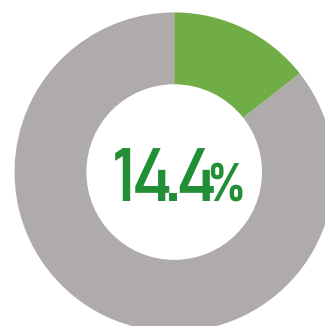
インスタント食品その他グループ

レトルトカレー



出典：インテージSRI+ レトルトカレー市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

パスタソース



出典：インテージSRI+ パスタソース市場
推計販売金額シェア 25年4月～26年3月

※中華市場計＝中華材料＋中華汎用調味料＋メニュー専用調味料（常温／中華、韓国、エスニック）

※画像は各市場における代表的な製品

—— エスビー食品グループのビジョン ——

「地の恵み スパイス&ハーブ」の可能性を追求し、おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにします。

ビジョンを実現するための事業

国内事業



- ▶創業から**100年以上にわたり、スパイスやハーブを活用したさまざまな製品を発売し**、
“和・洋・中”問わず幅広い料理のジャンルをカバー。
- ▶日本の食卓の多様化・国際化が進む中で欠かせない**香辛料市場において、5割を超えるシェア**を
獲得・維持。
- ▶少子高齢化やライフスタイルの変化などに合わせ効率的なマーケティングを行い、
時短・簡便調理などのニーズに対応する製品を適時投入。
- ▶スパイスとハーブの機能性に着目した**機能性表示食品**や、食物素材の残渣や余剰を
活用する**アップサイクル製品**の展開など、新たな事業・市場の拡大にも取り組む。



アップサイクル製品

エスビー食品グループのビジョン

「地の恵み スパイス&ハーブ」の可能性を追求し、おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにします。

ビジョンを実現するための事業

海外事業



- ▶日本の国民食と言える「カレー」や伝統的な香辛料である「わさび」など、**約260品目の製品**を**60以上の国と地域**に向けて展開。
- ▶重点地域は「北米」「ASEAN・豪州」「欧州」「東アジア」
- ▶主力製品は「ゴールデンカレー」「ねりわさび」「うまみトッピング」
- ▶事業拡大に向けた拠点の増強と海外サプライチェーンの構築や、マーケティング活動の強化に取り組むことで、**世界中のお客さまとの接点拡大**と「**S & B**」ブランドの認知拡大を図る。

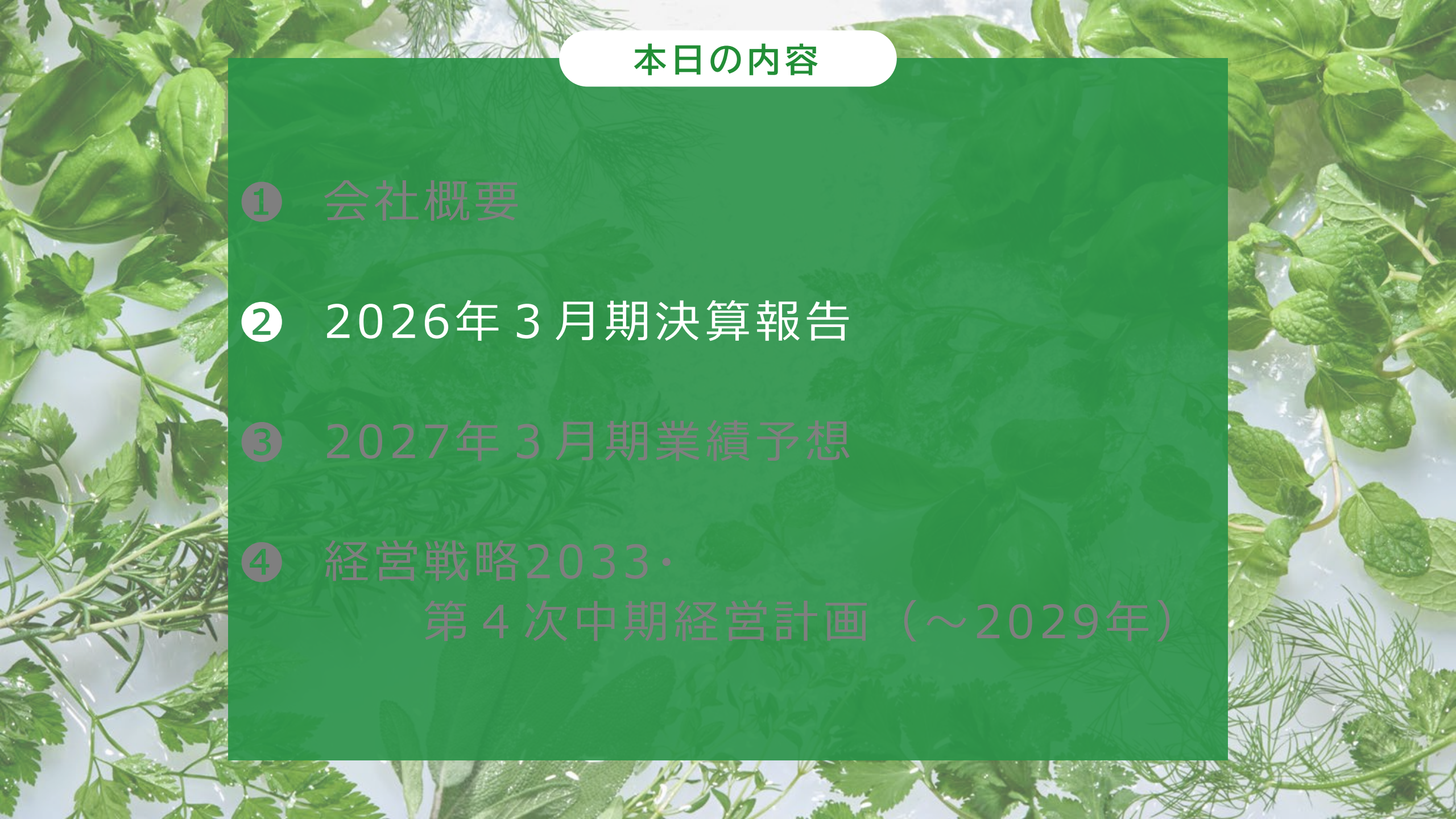


海外事業主力製品

S&B

Authentic Taste of Japan

海外向けブランドメッセージ



本日の内容

- ① 会社概要
- ② 2026年3月期決算報告
- ③ 2027年3月期業績予想
- ④ 経営戦略2033・
第4次中期経営計画（～2029年）

- 売上 価格改定後も物量を維持できたことなどから、前期比・計画比ともに増加した。
- 利益 原価低減に努めたことや価格改定効果などがあったことから、前期比・計画比ともに増加した。過去最高益を達成。

(単位：百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 実績	前期比		2026年3月期 計画	計画比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
売上高	123,520	129,022	5,501	4.5%	127,000	2,022	1.6%
営業利益	9,442	10,318	875	9.3%	9,600	718	7.5%
経常利益	9,650	10,726	1,075	11.1%	9,800	926	9.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,565	8,409	844	11.2%	7,600	809	10.7%
【主な指標】							
営業利益率（%）	7.6%	8.0%					
1株当たり当期 純利益（円）	313.04円	347.90円					
R O E（%）	9.9%	9.6%					

- **売上** 1Q：4・5月の物量を維持できたほか、6月に価格改定前の駆け込み需要などもあり**増加**。
 2Q：7月の価格改定に伴う物量の減少があったものの、海外事業が好調に推移したことなどから**増加**。
 3Q：年末の最需要期に向けて物量が回復、価格改定の効果もあり**増加**。
 4Q：物量を維持できたほか、価格改定の効果もあり**増加**。

- **利益** 1Q：売上高は増加したものの、原材料価格の上昇などにより**減少**。
 2Q～4Q：売上高の増加や販売品目構成の良化などにより**増加**。

(単位：百万円)

	2025年3月期				2026年3月期				前期比			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	31,039	30,451	35,029	26,999	32,088	31,262	36,781	28,889	1,048	810	1,751	1,890
営業利益	3,142	1,858	4,288	152	2,636	2,064	4,655	961	▲505	205	366	808
経常利益	3,459	1,539	4,689	▲38	2,804	2,081	4,931	909	▲655	541	241	947
四半期純利益	2,464	1,194	3,317	588	1,941	1,779	3,551	1,137	▲523	584	234	548

- **国内事業** 家庭用では洋風スパイスや李錦記ブランド製品、レトルトカレーなどが伸長したほか、インバウンド需要の増加により業務用も好調に推移。一方で、原材料価格の上昇や販管費の増加により、セグメント利益は減益。
- **海外事業** 主に北米エリアが売上をけん引。最大市場のアメリカではルウカレーに加え、うまみトッピングが好調に推移。セグメント利益についても、北米エリアの売上が好調に推移したことなどにより増加。

(単位:百万円)

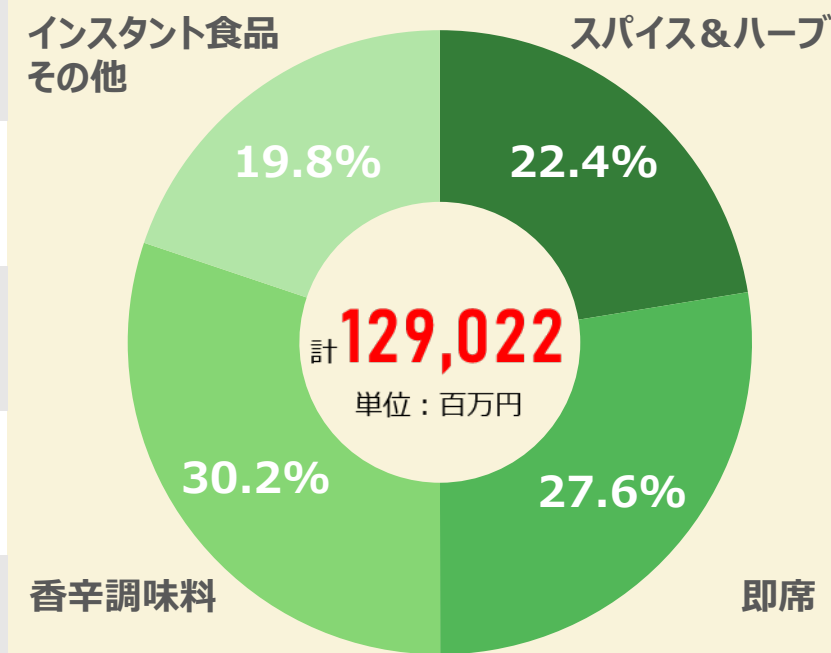
	2025年3月期	2026年3月期	前期比	
			増減額	増減率
国内事業				
売上高	111,166	115,395	4,228	3.8%
セグメント利益	6,513	6,447	▲65	▲1.0%
セグメント利益率	5.9%	5.6%	—	▲0.3%
海外事業				
売上高	12,356	13,631	1,274	10.3%
セグメント利益	2,929	3,870	941	32.1%
セグメント利益率	23.7%	28.4%	—	4.7%
海外売上高比率				
	10.0%	10.6%	—	0.6%

11 売上補足 | 製品区分別連結売上高

(単位: 百万円)

	2025年3月期 ※1	2026年3月期	前期比	
			増減額	増減率
スパイス&ハーブ	34,746	37,318	2,571	7.4%
即席	44,334	45,846	1,511	3.4%
香辛調味料	48,149	50,219	2,070	4.3%
インスタント食品その他	32,368	33,002	634	2.0%
売上控除	▲36,078	▲37,364	▲1,286	3.6%
合計	123,520	129,022	5,501	4.5%

2026年3月期
製品区分別売上高構成比※2



※2 各製品区分別の売上高構成比は、食料品事業の売上高（出荷ベース）を100%とした場合の売上高構成比です。

※1 2026年3月期中間期より製品区分の内訳を見直したことにより、2025年3月期の製品区分別連結売上高を組み替えております。

12 売上補足 | 製品区分別の状況

■ スパイス&ハーブグループ

(単位：百万円)

40,000

30,000

20,000

10,000

0

34,746

25年3月期

37,318

26年3月期



(前期比) 増減額： + **2,571** 百万円 増減率： + **7.4**%

業務用香辛料、洋風スパイス、シーズニングスパイスが順調に推移し、全体として増加。

■ 即席グループ

(単位：百万円)

50,000

40,000

30,000

20,000

10,000

0

44,334

25年3月期

45,846

26年3月期



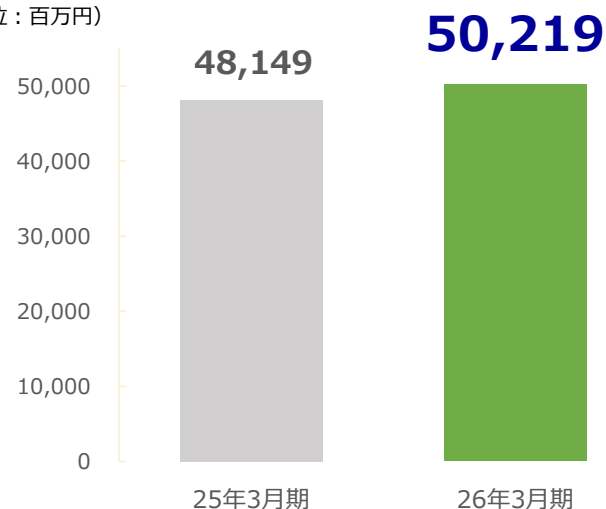
(前期比) 増減額： + **1,511** 百万円 増減率： + **3.4**%

ゴールデンカレーや赤缶カレーパウダールウが順調に推移したほか、濃いカレーなどの新製品が寄与し、全体として増加。

13 売上補足 | 製品区分別の状況

■ 香辛調味料グループ°

(単位：百万円)

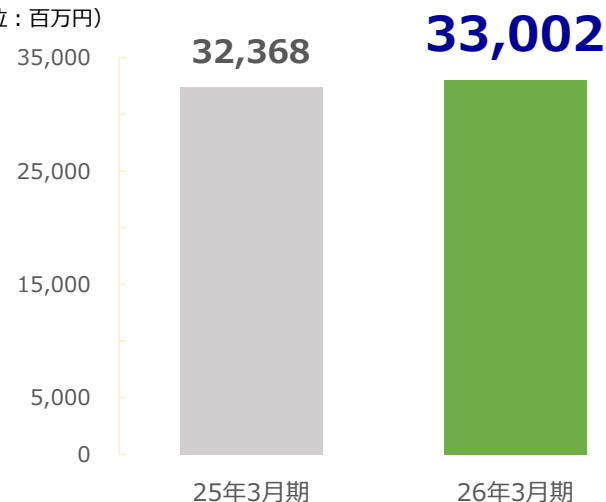


(前期比) 増減額： + **2,070** 百万円 増減率： + **4.3**%

李錦記ブランド製品や、うまみトッピングなどのラー油関連製品が順調に推移し、全体として増加。

■ インスタント食品その他グループ

(単位：百万円)



(前期比) 増減額： + **634** 百万円 増減率： + **2.0**%

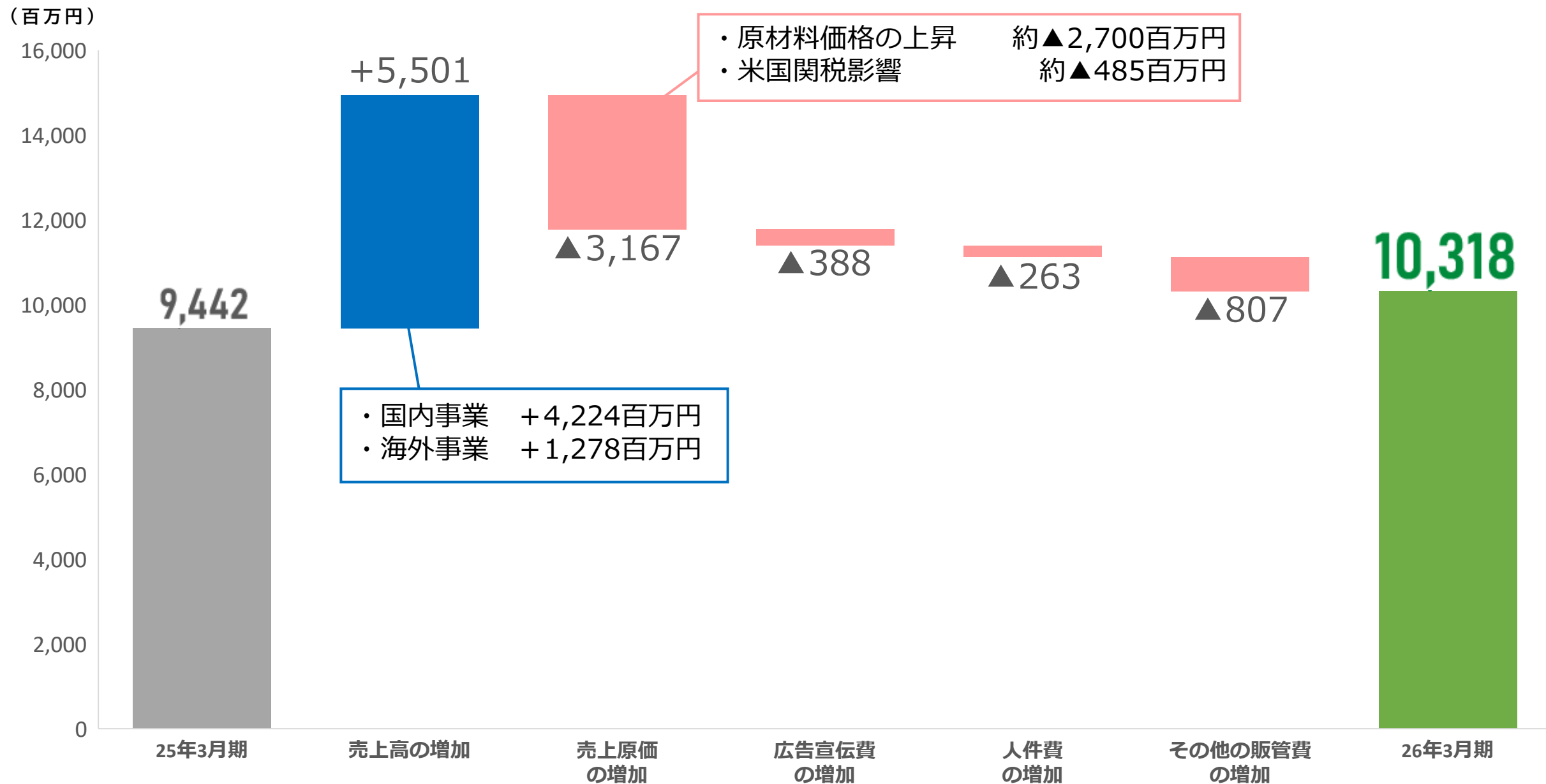
パスタソース等が減少したものの、レトルトカレーが増加し、全体として増加。

14 販売費及び一般管理費の主な増減内容

(単位:百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	前期比	
			増減額	増減率
販売促進費	1,894	1,839	▲54	▲2.9%
荷造運搬費	3,572	3,626	54	1.5%
広告宣伝費	3,037	3,425	388	12.8%
給料及び手当	4,914	5,178	263	5.4%
賞与引当金繰入額	694	771	76	11.0%
退職給付費用	541	527	▲14	▲2.7%
減価償却費	426	445	19	4.5%
その他	9,274	10,000	725	7.8%
販売費及び一般管理費合計	24,356	25,814	1,458	6.0%

15 2026年3月期 営業利益増減分析



(単位:百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	増減額
資産合計	137,093	156,545	19,451
流動資産	81,619	95,396	13,777
固定資産	55,474	61,148	5,674
負債合計	56,825	62,294	5,468
流動負債	36,918	38,430	1,512
固定負債	19,906	23,863	3,956
純資産合計	80,267	94,250	13,982
負債純資産合計	137,093	156,545	19,451

■ 主な増減要因

資産の部

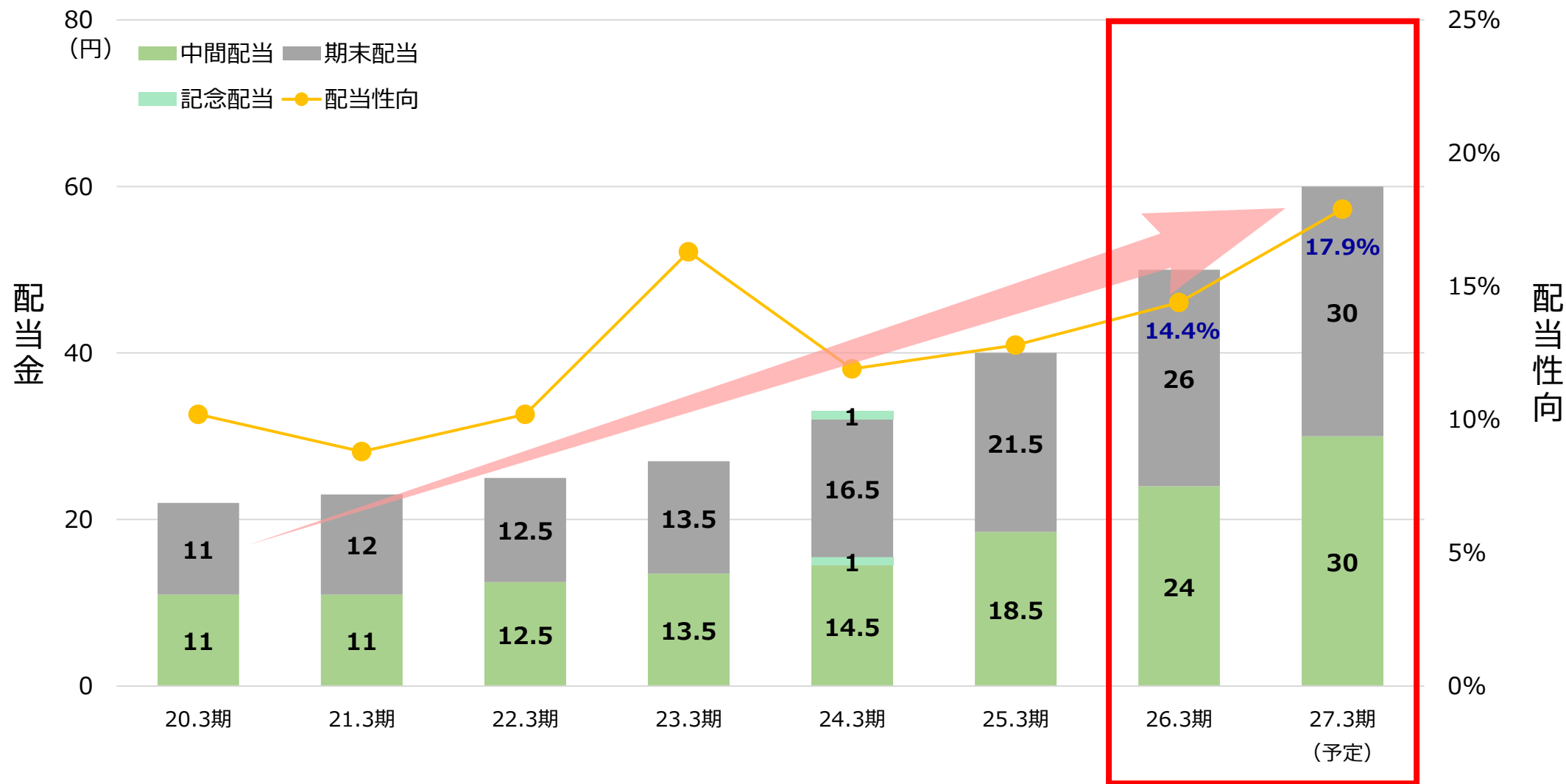
- ・ 利益の積み上げによる現預金の増加
- ・ 売上の増加に伴う売上債権の増加

負債の部

- ・ 借入金の増加
- ・ 未払法人税等の増加

純資産の部

- ・ 当期純利益による利益剰余金の増加
- ・ その他有価証券評価差額金の増加



※2025年4月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。
20.3期から25.3期については、当該株式分割を考慮した金額を記載しています。

18 株主還元 | 株主優待

対象となる株主様

割当基準日	保有株式数	継続保有期間※	優待内容
3月31日 9月30日	100～499株	半年以上3年未満	1,000円相当の当社製品
		3年以上	2,000円相当の当社製品
	500株以上	半年以上3年未満	2,000円相当の当社製品
		3年以上	4,000円相当の当社製品

※継続保有期間が半年以上とは、基準日である3月31日および9月30日の株主名簿に、同一の株主番号で2回以上連続して100株以上の株式保有が記録されている場合をいいます。

※継続保有期間が3年以上とは、基準日である3月31日および9月30日の株主名簿に、同一の株主番号で7回以上連続して100株以上の株式保有が記録されている場合をいいます。

2026年5月送付製品

1,000円
相当

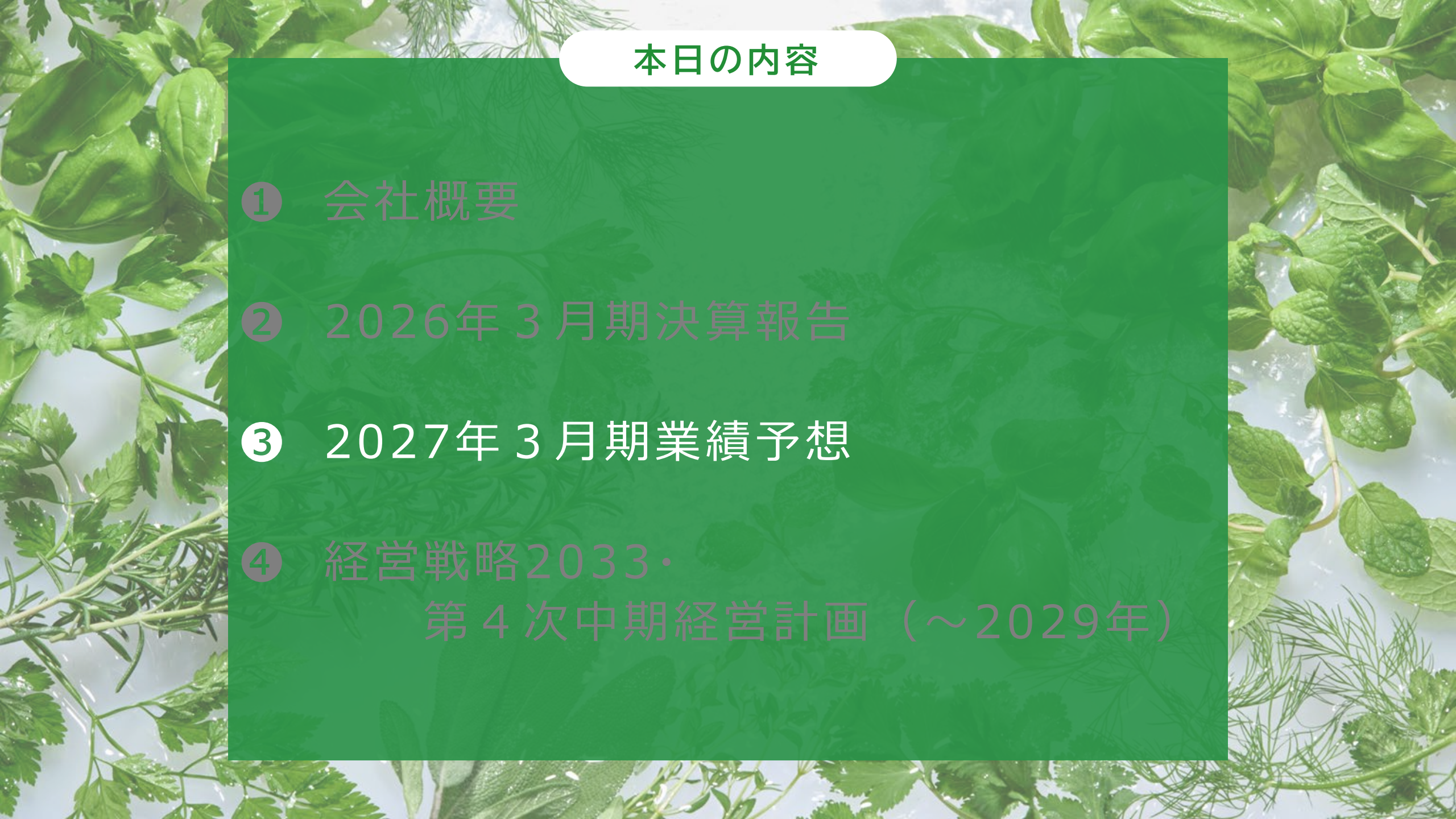


2,000円
相当



4,000円
相当





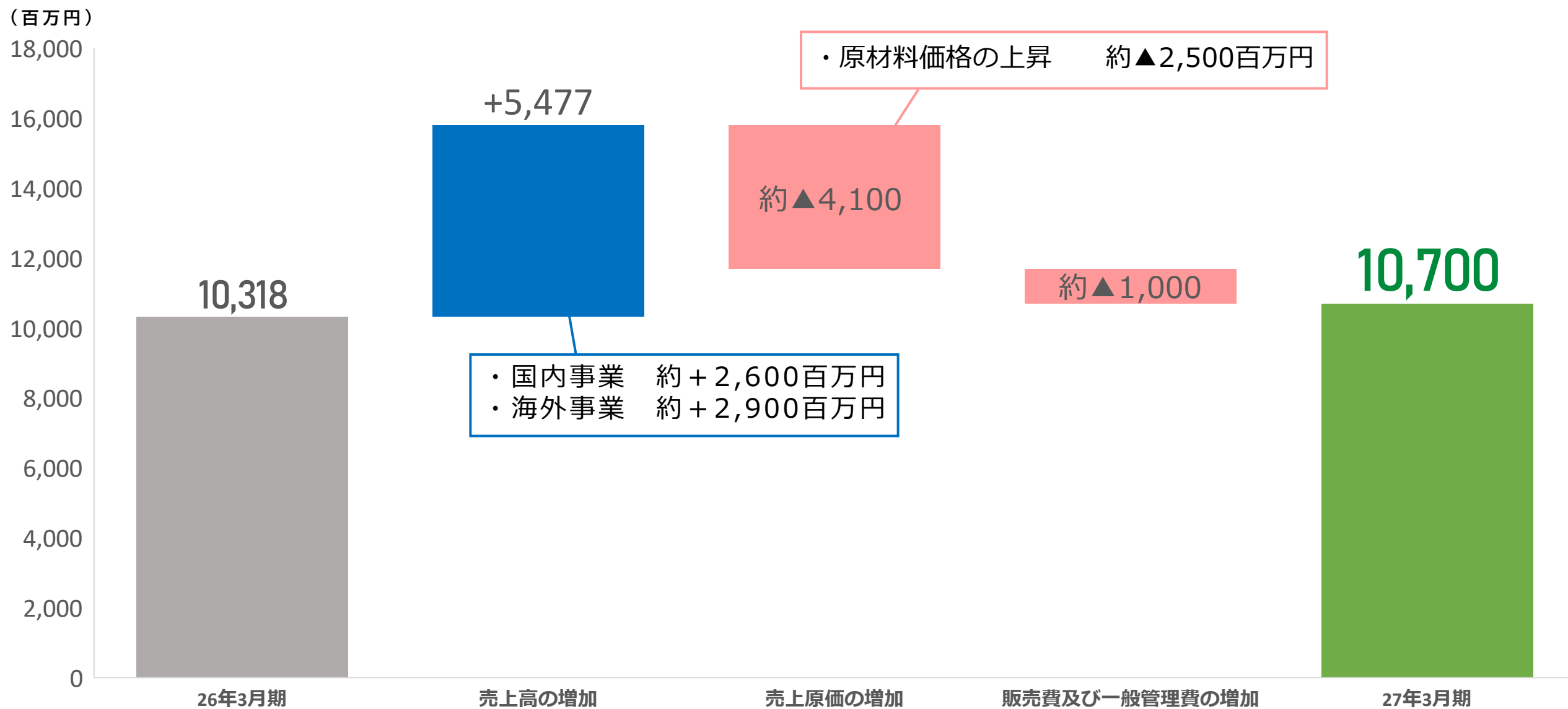
本日の内容

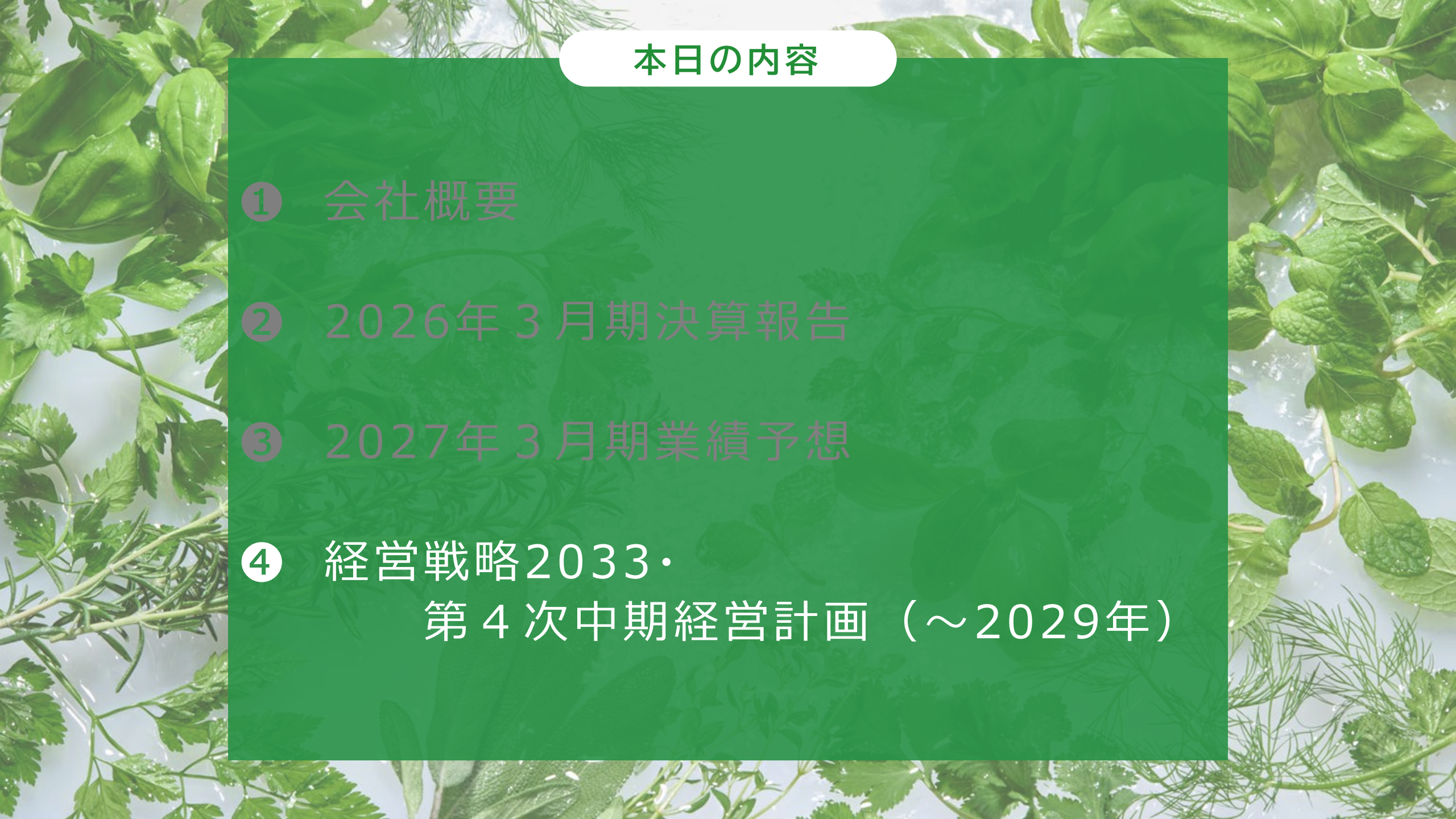
- ① 会社概要
- ② 2026年3月期決算報告
- ③ 2027年3月期業績予想
- ④ 経営戦略2033・
第4次中期経営計画（～2029年）

- ▶ 相場の上昇や為替の影響に伴う原材料価格の上昇などが見込まれるものの、国内事業および海外事業ともに売上高の拡大に努めることにより、売上高・営業利益・経常利益は前期比で**増加**。
親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に発生した特別利益が剥落することから**減少**。

	2026年3月期 実績	2027年3月期 計画	前期比	
			増減額	増減率
売上高	129,022	134,500	5,477	4.2%
営業利益	10,318	10,700	381	3.8%
経常利益	10,726	10,900	173	1.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,409	8,100	▲309	▲3.7%
【主な指標】				
営業利益率（%）	8.0%	8.0%		
1株当たり当期 純利益（円）	347.90円	335.05円		

20 2027年3月期業績予想 営業利益増減要因





本日の内容

- ① 会社概要
- ② 2026年3月期決算報告
- ③ 2027年3月期業績予想
- ④ 経営戦略2033・
第4次中期経営計画（～2029年）

21 | 経営戦略2033と将来のありたい姿

企業理念

「食卓に、自然としあわせを。」

経営戦略2033

スパイス＆ハーブの価値で
食の世界を変える

第4次中計
体制構築

次期中計
バリューチェーン
の進化

第3次中計

2026年3月期

2029年3月期

2033年3月期

長期目標

売上高 2,000億円超
海外売上高比率 40%超

2043年3月期

おいしく、
健やかで、
明るい未来

22 | 経営戦略2033 全体像

テーマ

スパイス＆ハーブの価値で食の世界を変える

基本方針

国内の基盤と成長をベースに、成長事業である海外
ならびに新領域へ経営資源を配分し、持続的な成長を実現する

事業・領域

海外事業(最重要・成長エンジン)

日本の食文化と「本物のおいしさ」を起点に、市場を育成

新領域(価値創造)

研究開発・技術の深化により、新たな価値を創造

国内事業(収益基盤)

スパイスとハーブを起点に、確実に成長

基盤

組織・人財

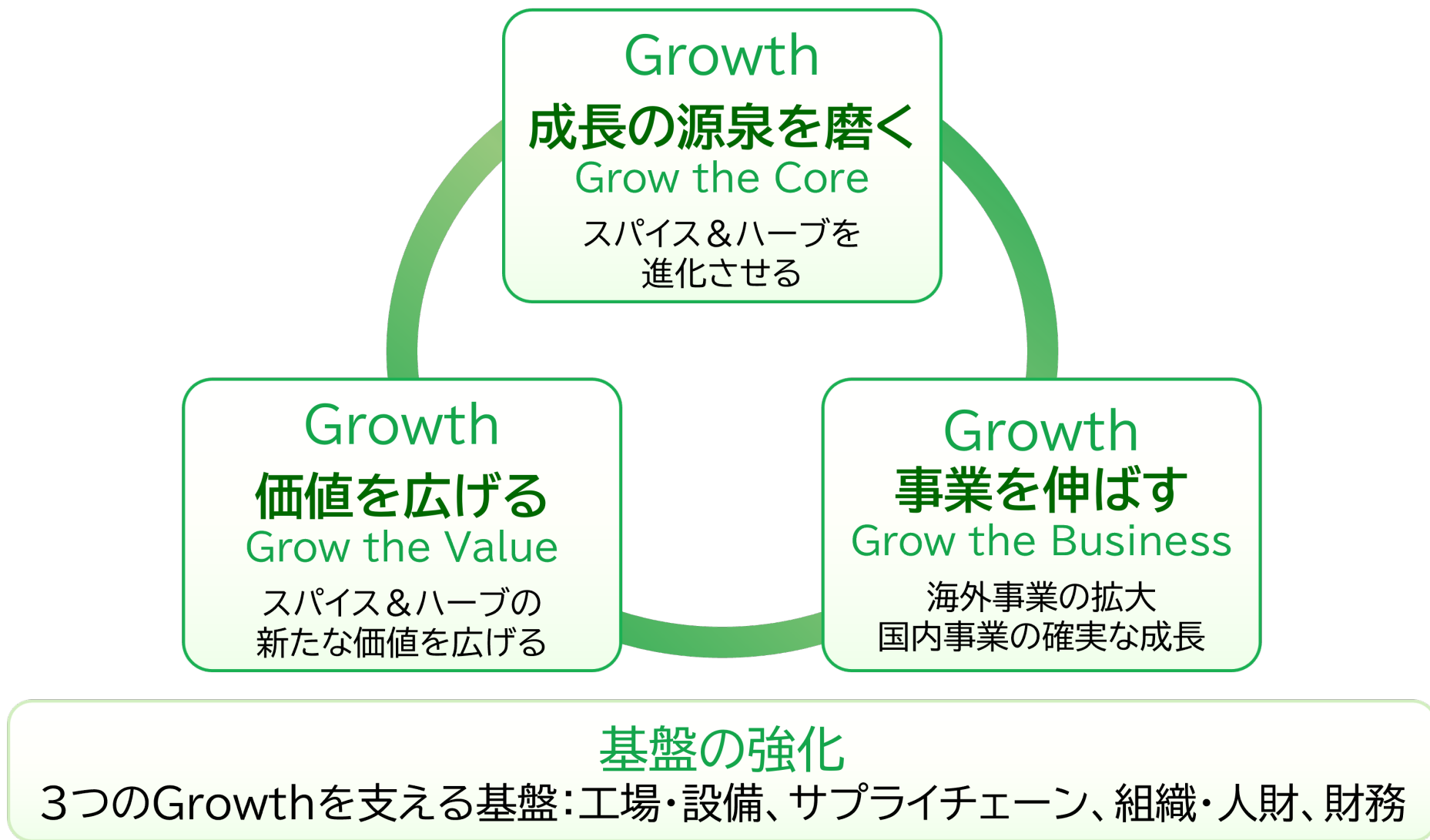
戦略実行に向けた人員体制の強化と最適配置、人財育成

財務

環境変化・事業成長に応じた投資とガバナンスの強化

23 | 経営戦略 3つのGrowth

3つのGrowthの循環により持続的な成長へ



第4次中期経営計画のテーマ

「価値を創造し続けるための体制構築」

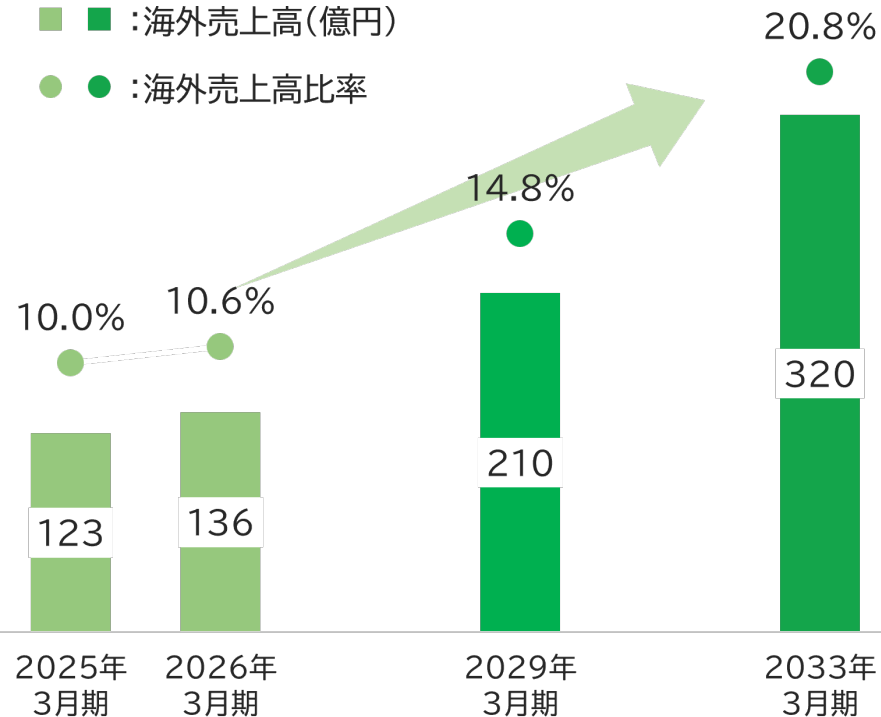
重点戦略		重点施策
強みを伸ばす	競争力の強化 新領域の創出	● 事業の核であるスパイス・ハーブ・カレーに関する施策の強化 ● 健康・機能性分野や香辛料の新たな価値を提供する取組みの推進
成長を支える	重要な課題への投資 お客様・市場との関係深化	● 海外事業拠点の拡充、人的資本への投資の遂行 ● ステークホルダーとのコミュニケーション強化による関係の深化
効率を高める	製品数・棚卸資産の適正化 活動の効率化	● 製販連携の強化による製品数・棚卸資産の適正化 ● 生産体制の見直し・情報技術の活用による活動の効率化
基盤を固める	調達・物流体制の見直し 生産体制の強化 品質管理の高度化	● 香辛料調達の深化・社会課題への対応に向けた物流体制の整備 ● 中長期視点での生産性向上・労働力不足への対応 ● 品質管理の強化等、食の安全・安心に向けた取組みの推進

海外事業の拡大

海外売上高

第4次中計・2033年目標

■ ■ : 海外売上高(億円)
● ● : 海外売上高比率



エリア別戦略

北米

- 大規模市場における優位性の確立
- 市場ポジションのさらなる向上

配荷の最大化による流通基盤構築
独自性と付加価値による市場創造

ASEAN・豪州

- ハラル認証対応製品での市場開拓
- 主要チャネルへの販売体制構築

各国販売網の見直しと再構築
タイ工場稼働と供給体制構築

欧州

- 市場規制への対応の強化
- 主要国市場での製品展開加速

浸透力を高める販売体制の構築
新規販売エリアの積極的な開拓

東アジア

- 市場競争力の強化
- 未配荷チャネル・エリアの開拓

各国販売網の見直しと再構築
製品の付加価値の徹底訴求

持続的な事業拡大に向けた投資の実行
S&Bブランドをグローバルで浸透させ、各国における競争力を強化

国内事業の提供価値の最大化

国内事業

家庭用

業務用

EC

フレッシュハーブ

- スパイス・ハーブ・カレーを中心にした用途・利用場面のさらなる拡張
- 製品ライフサイクルや需要に応じた製品ポートフォリオの最適化
- 社会課題の解決に貢献する製品・サービスの提供
- お客様の価値観や志向の多様化に対応した顧客接点と提供機会の拡張
- 気候変動の影響を踏まえたフレッシュハーブ産地体制の構築
- 香辛料研究の成果を活用した新領域の開拓

事業基盤の強化

工場・設備

サプライチェーン

組織・人財

財務

スパイス＆ハーブの健康価値を広げることによる 新領域の開拓

健康関連領域への取組み強化と健康ブランディングの推進による
「スパイス＆ハーブ＝健康」の浸透

製品・サービスの提供

- 保健機能食品等の展開

情報の提供

- 研究成果や知見の発信

体験機会の提供

- 体験型イベントの実施

価値提供の強化

- 研究の強化と成果の蓄積
- 知財管理体制の強化

財務目標

	2026年3月期 実績	2029年3月期 目標
売上高	1,290億円	1,420億円
営業利益	103億円	120億円
営業利益率	8.0%	8.5%
海外売上高比率	10.6%	14.8%
ROE	9.6%	8.0%超※

株主還元

中長期的には総還元性向35%を目指す
2029年3月期に配当性向20%以上

※ROEの目標値

中長期的な成長に向けた今後の設備投資等を見据え、財務の健全性を確保するための一定の内部留保を考慮した上で、8.0%を最低水準として設定

29 | 第4次中期経営計画(～2029年) | キャッシュアロケーション



成長投資
約230億円

- ▶ タイ工場建設(約35～40億円)
- ▶ パウダールウ専用ライン新設(約80～90億円)
- ▶ その他、M&Aや研究開発

既存投資
約140億円

- ▶ ロボット・AI・IoTなど新技術の積極導入
- ▶ 誰もが働きやすい生産現場の整備
- ▶ その他、生産性改善や老朽化対策

基盤投資
約50億円

- ▶ 持続的成長を支える人財・組織の強化
- ▶ デジタル活用高度化に向けたシステム基盤の整備

株主還元
約50億円

- ▶ 連結配当性向20%以上(29年3月期目標)
- ▶ 機動的な自己株取得
- ▶ 第4次中計期間中の配当額下限設定(60円)

今後の成長に向けた積極的な設備投資(将来への留保を含む)や成長の基盤となる人的資本投資等を実施し、得られた原資から株主還元を強化する



ご清聴ありがとうございました。

免責事項

当資料には将来見通しが含まれております。将来見通しは、現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。この将来見通しは、仮定または仮定に基づく根拠が含まれており、環境によっては想定された事実や根拠は実際の結果とは異なる場合があります。当資料に掲載されている情報は、あくまで当社をより理解していただくためのものであって、必ずしも投資をお勧めするためのものではありません。

そして、スパイス&ハーブ

S&B