

トップメッセージ

挑戦的な改革により、エスビー食品グループ全体でさらなる成長を目指します



エスビー食品株式会社
代表取締役社長 池村和也

私たちが目指すもの

1923年(大正12年)、創業者・山崎峯次郎が日本で初めて国産カレー粉の製造に成功して以来、私たちエスビー食品グループはカレー、コシヨー、わさびをはじめとした香辛料や調味料、インスタント食品など、スパイスとハーブを身近に感じていただけるさまざまな製品をお届けしてまいりました。

これからもスパイスとハーブを核とした事業により、人々の健やかな暮らしに貢献するとともに、地球環境保全に貢献するべく、企業理念「食卓に、自然としあわせを。」のもと、社会から必要とされる人・企業を目指してまいります。

いま世界は、地球環境や社会・経済情勢の変化に加え、お客さまのライフスタイルや価値観についても多様化が進むなど、かつてないスピードで大きく変化しています。当社グループは、複雑化、高度化するニーズに対応すべく研究開発や製品開発、マーケティング活動に積極的に取り組むとともに、さまざまな社会課題の解決に貢献することで、私たちのビジョンである「おいしく、健やかで、明るい未来」の実現に向け歩みを進めています。

ビジョンの実現には挑戦的な改革による成長が欠かせないと考えており、成長に向けた長期テーマとして「2043年に海外売上高比率40%超を目指すこと」、「スパイスやハーブの研究を加速させるとともに、栽培技術の獲得や産地開発への取組みをさらに深めること」、そしてこれらの取組みをより確かなものにするために「グローバル人材・デジタル人材・研究者などの育成に向けた教育を進めること」の3つを設定しています。

具体的な事業戦略として、国内事業の基盤強化に向け、当社グループならではの付加価値製品の開発やマーケティング活動の一層の推進など、さらなる事業基盤の強化に取り組むことで収益性の改善を進めます。また、事業の核であるスパイスやハーブにつ

いて、機能性研究やその成果を活用した製品など周辺領域の拡大に注力するとともに、栽培技術の獲得や産地開発に取り組み、独自性と持続可能性を高めてまいります。海外事業では、現地密着型営業体制の強化や海外サプライチェーン構築の検討を進めてまいります。

財務戦略については、連結配当性向30%を目標とした安定配当と増配に取り組み、長期保有に資するよう株主還元強化を図るとともに、引き続き政策保有株式の縮減を進めることで資本効率の向上に努めます。そして、当社グループの持続的成長を支える人的資本への投資や成長分野への投資を着実に実行してまいります。

成長のカギとなる国内事業の基盤強化と海外事業の拡大

当社グループでは、社会に価値を提供する企業として永続的に存在し、成長し続けるため、重要度の高い課題「マテリアリティ」を特定し、活動目標として「エスビー食品ミッション」を掲げています。このミッションのもと、事業を通じてSDGsの達成に寄与することを目指し、各活動テーマに沿った事業活動を進めています。第3次中期経営計画は、ビジョンの実現と長期テーマへの取組みの第一歩です。「『地の恵み スパイス&ハーブ』を核とした事業により、世界の食の進化・発展と持続可能な未来の実現に貢献します。」という基本方針のもと、5つの重点戦略について、それぞれの遂行に向けて立案した重点施策を中心に取り組んでいます。

初年度である2023年度は原材料・エネルギー価格の高騰や為替の変動、地政学リスクなどの影響から、厳しい事業環境が続きました。食品業界では、お客さまの節約志向が一段と高まるなど、継続して消費行動や市場構造に変化が見られました。このような状況のなかで、原材料価格の高騰等を背景とした価格改定を実施するとともに、中期経営計画に掲げる海外事業の強化およびその他各施策に取り組むことで、2023年度計画を上回る結果となりました。

具体的な成果として、日本国内では、スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大に向け、お客さま

の価値観や消費行動の変化に対応する洋風スパイスの新ブランド「スティックスパイス」を発売しました。また、付加価値製品の強化として、特許技術を活かしたパウダールウ製品の付加価値を伝えるプロモーションや品揃えの拡充を進めています。さらに、アップサイクル製品の第1弾として、製品の製造過程で有効に活用しきれない鶏の部位を使用した「本鶏だし」の販売を開始しました。海外では、重要エリアである北米と欧州を中心に現地密着型の営業活動やSNSを活用したデジタルマーケティング活動など配荷の拡大や新たな販路の開拓を進め、売上拡大へつなげるとともに、今後のさらなる展開に向け海外市場向け製品の企画・開発部署の新設など体制強化を実施しました。

非財務目標については、エスビー食品ミッションと連動した重要な取組みとして、目標達成に向けた各活動を着実に進めています。持続可能な調達においては、製品に使用しているパーム油についてRSPO認証パーム油への100%切替えを、ルウ製品やレトルト製品、チューブ入り香辛料のパッケージに使用している紙資材についてFSC認証紙へ100%切替えをそれぞれ達成しました。そして、これらの取組みを継続し拡大するべく新たな目標を設定し、「持続可能な調達に関するコミットメント」を改定しました。



第3次中期経営計画 1年目から2年目へ

第3次中期経営計画の2年目である2024年度においては、調理済食品事業の譲渡に伴う売上の減少を見込んでいますが、引き続き、お客さまに新たな価値を提供し市場を活性化する製品の開発とマーケティングに注力することとあわせ、スパイスやハーブの機能性に関する研究や未利用素材のアップサイクルの検討をさらに進め、提供価値の高度化に取り組んでまいります。また、海外事業において主力製品であるゴールデンカレーやわさび、うまみトッピング（輸出専用具入りラー油）を柱とした現地密着型営業で各種提案を

より一層充実させるとともに、サプライチェーンの強化に向けた各検討を迅速に進めてまいります。利益面については、原材料価格等の上昇が想定されますが、海外事業の拡大ならびに原価低減や経費削減に取り組むことにより収益性を改善し、利益の最大化を図ります。さらに、デジタル技術活用による業務改革や新規市場・新規事業への取組みを進めることにより、生産性向上と事業の拡大に努め、財務・非財務目標の達成に向けて邁進します。

サステナビリティへの取組み

スパイスとハーブを事業の核として活動している当社グループにとって、サステナビリティへの取組みは、社会や環境との調和を図り、理念・ビジョン・行動規範に基づく事業活動を行うことそのものです。

サステナビリティ推進体制については、取締役会の直轄組織であるサステナビリティ委員会を中心に推進し、その下部組織である環境部会、人権部会、サステナブル調達推進部会、サステナブル商品開発部会、エンゲージメント推進部会にて、サステナビリティに関する目標設定や進捗、達成内容の評価などを行っています。

環境保全については、事業活動による環境負荷を低減することがゴールではなく、私たちが存在することで社会や地球環境がより良いものになっているかを従業員一人ひとりが考え、行動していく必要があると考えています。特に気候変動や生物多様性の減少については事業に重大な影響を与える問題と捉えており、カーボンニュートラルや循環型社会の実現に向けて取組みを進めるとともに、持続可能な調達についてもグループ一丸となって推進してまいります。

また、当社グループでは、従業員は「財産」という考えのもと、多様な人財がそれぞれの強みを発揮し、やりがいをもって働けることを大切にしています。持続的な成長のために、次世代中核人財の育成やデジタル・グローバルなど重点分野の専門的スキルの獲得に向けた人財育成投資を行うとともに、ダイバーシティ&インクルージョンの実現や健康増進に向けた施策の推進により、生産性のさらなる向上と従業

員一人ひとりが健康で生き生きと働ける職場の実現を目指し、引き続き積極的な人的資本経営に取り組んでまいります。

コーポレート・ガバナンスにつきましては、執行役員制度のもと、取締役と執行役員の役割を明確にすることで、意思決定と業務執行のスピードアップを図り、経営環境の変化に迅速かつ的確に対応するとともに、取締役会の実効性を高めるための取組みを継続して進めています。2024年6月には取締役会の監督機能の強化等によりコーポレート・ガバナンスを充実させ、さらにグローバルな企業価値向上を図ることを目的として、監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行しました。

また、当社グループ全体の内部統制の充実を図るとともに、企業活動を取り巻くさまざまなリスクに対してはリスクマネジメント委員会を中心として、継続的に管理体制を強化してまいります。



持続的な成長と企業価値向上を目指して

企業理念のもと、私たちの目指す「おいしく、健やかで、明るい未来」をカタチにするため、長期テーマと中期経営計画に基づき活動しています。持続可能な社会の実現のために、世界の人々の健やかな暮らしに貢献するとともに、地球環境に貢献してまいります。そして、より一層の社会的価値と経済的価値を

創出することで持続的な成長を果たし、すべてのステークホルダーの皆さまから信頼され選ばれる企業となれるよう努めてまいります。

今後ともご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。