

エスビー食品グループが目指す未来に向けて

私たちは、エスビー食品グループにおける重要度の高い課題(マテリアリティ)を特定し、その活動目標として「エスビー食品ミッション」を掲げています。また、エスビー食品グループの目指すビジョン「おいしく、健やかで、明るい未来」の実現に向け、3つの長期テーマを設定しました。これらビジョン実現と長期テーマへの取組みの第一歩が、2024年3月期からスタートした第3次中期経営計画です。

企業理念 (存在意義) 「食卓に、自然としあわせを。」

おいしく、
健やかで、
明るい未来

マテリアリティ(重要課題) (◎ 関連ページ: P17-18)

- ・食の安全・安心
- ・地球温暖化・気候変動
- ・食品廃棄(フードロス)の発生・増大
- ・食品容器に起因する環境問題
- ・食のニーズの多様化への対応
- ・食による健康被害の発生 etc.

長期テーマ

長期目標
海外売上高比率40%超

探求と挑戦
スパイス&ハーブの
機能性研究・産地開発

人財力の強化
グローバル人財・
デジタル人財・研究者
育成投資

創業理念 「美味求真」

1923年
創業

2024年
3月期

2026年
3月期

第3次中期経営計画

方針・戦略

基本方針

「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。

重点戦略

- 価値ある製品の提供
- 成長分野への投資
- 持続可能な事業の実現
- 人と組織の活性化
- 地球との共生

重点施策

- ・スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大
- ・高付加価値製品、健康訴求型製品の強化
- ・海外事業、EC事業の強化
- ・新規事業、新規市場に関する積極的な取組み
- ・高利益体質に向けた事業の再構築
- ・新技術の活用、人財の育成および再配置
- ・ダイバーシティ&インクルージョンの実現
- ・健康で生き生きと働ける職場環境づくり
- ・持続可能な調達の推進
- ・産地から食卓までの環境負荷低減(CO₂、廃棄物等の削減)

【第3次中期経営計画】2024年3月期~2026年3月期

第3次中期経営計画では、「『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。」を基本方針に定め、5つの重点戦略について10の重点施策を中心に取り組んでいます。

財務目標(連結)

	2023年3月期実績	2024年3月期実績	2026年3月期目標* (2023年5月公表時点)
売上高	1,206億円	1,264億円	1,207億円
営業利益	53億円	77億円	64億円
売上高営業利益率	4.5%	6.2%	5.3%
ROE	6.6%	9.9%	6.0%

*2024年3月に、株式会社ヒガシヤデリカが運営する調理済食品事業を譲渡(2024年3月期 売上高101億93百万円、営業利益2億32百万円)。

2024年3月期は、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や、パウダールウ製品をはじめとする高付加価値製品の販売強化などに努めてきました。また、スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大に向け、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。さらに、未活用食材の有効活用によるアップサイクル製品の販売を開始しました。

非財務目標

エスビー食品ミッション	KPI	2026年3月期目標	2024年3月期実績
安全・安心への取組み強化	品質保証部門と各工場による「品質保証協議会」の実施率	100%	100%
環境負荷の低減、社会・環境に配慮した製品の提供	石油由来プラスチック製パッケージ削減率: 2020年度比	3%減	—
	家庭用レトルト製品のレンジ対応化率	40%	71.6%
グローバル社会に適応した多様性の推進	主要香辛料、パーム油、紙の持続可能な調達を推進*1	—	—
	男性・女性の新卒採用比率	それぞれ40%以上	男性58%、女性42%*2
	男性の育休取得率	80%	78.1%
	年次有給休暇取得率	80%	81.4%
お客さまや従業員の健康・安全	従業員エンゲージメント指標の向上率: 2022年度比	5%増	1.0%増
	レシピサイト掲載の減塩レシピ数	60レシピ	58レシピ
	カレー製品(即席ルウ、レトルト)の塩分削減率: 2020年度比	1.5%減	即席ルウ3.0%増 レトルト0.4%減
	「食事」「運動」「睡眠」に関する生活改善プログラムの実施率	70%	7.1%
	保健師・栄養士による特定保健指導の実施率: 期間累計	100%	13.0%

*1 「持続可能な調達に関するコミットメント」、2030年目標

*2 2024年4月入社

社会に価値を提供する企業として永続的に存在し、成長し続けるためには、食の進化・発展を追求するだけでなく、環境負荷の低減や社会・環境・人権に配慮した原材料調達及び製品供給を通じ、社会課題の解決に取り組むことが必要との観点から、中期経営計画の非財務目標として設定しています。

2024年3月期は、「家庭用レトルト製品のレンジ対応化率」の目標を大きく進めました。(◎ 関連ページ:P36) また、「男性の育休取得率」および「年次有給休暇取得率」も伸長しました。さらに、「レシピサイト掲載の減塩レシピ数」は増加しただけでなく、それをウェブなどでお客さまに伝える取組みも強化しています。引き続き、目標達成に向けて各取組みを推進していきます。