

# 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。」



### 第3次中期経営計画

#### 方針・戦略



### 【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)

	2026年3月期目標 (2023年5月公表時点)	2024年3月期実績	2025年3月期実績	2026年3月期業績予想 (2025年5月公表時点)
売上高	1,207億円	1,264億円	1,235億円	1,270億円
営業利益	64億円	77億円	94億円	96億円
売上高営業利益率	5.3%	6.2%	7.6%	7.6%
ROE	6.0%	9.9%	9.9%	—

※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)。

第3次中期経営計画の2年目にあたる2025年3月期は、国内事業において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に努めたほか、海外事業において各国の主要量販店への配荷拡大に取り組みました。

第3次中期経営計画最終年度にあたる2026年3月期の業績予想につきましては、引き続き原材料価格の上昇が見込まれるものの、海外事業のさらなる拡大に努めるとともに、国内事業においては2025年7月に価格改定を実施することなどから、2026年3月期目標(2023年5月公表時点)を大きく上回る見通しです。

#### 非財務目標

エスビー食品ミッション	KPI	2026年3月期目標	2025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%	91.1%
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 <sup>*1</sup>	—	—
	男性・女性の新卒採用比率	それぞれ40%以上	男性61%、女性39% <sup>*2</sup>
	男性の育休取得率	80%	73.7%
	年次有給休暇取得率	80%	78.7%
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	1.8%増
	レシピサイト掲載の減塩レシピ数	60レシピ	72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0.5%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%	38.0%
	保健師・栄養士による特定保健指導の実施率：期間累計	100%	55.6%

※1 「持続可能な調達に関するコミットメント」、2030年目標

※2 2025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および製品供給を通じ、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。

2025年3月期は、「家庭用レトルト製品のレンジ対応化率」が9割を超えたほか、「生活改善プログラムの実施率」や「保健師・栄養士による特定保健指導の実施率」が計画どおりに進捗しました。また、従業員エンゲージメント向上の取組みとして部門横断オンライン交流会を実施するなど、各非財務目標についても達成に向けて取組みを推進していきます。