



2021年3月期 決算説明

(2020年4月1日～2021年3月31日)

2021年5月24日

エバラ食品工業株式会社

1. 2021年3月期 決算報告
2022年3月期 業績見通し

■ 取締役 半田 正之

2. Unique 2023
第1フェーズ振り返り/第2フェーズ施策

■ 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。

決算のポイント

売上高	51,334百万円	前期比 +0.2%	計画比※+2.0%
営業利益	3,627百万円	前期比 +57.0%	計画比※+18.2%

※2021年1月29日開示数値対比

巣ごもり消費による購買機会の増加により、家庭用商品が好調に推移。商品構成の変化や経費の未使用等が影響し増収増益で着地

- 『黄金の味』が新テイストを展開、ラインアップを強化して売上伸長
- ポーション調味料が『プチッと鍋』、『プチッとうどん』を中心に各四半期大きく伸長
- 販売3年目となる『なべしゃぶ』が前期2倍強の売上(出荷ベース)を達成
- 売上原価率は収益力の高い家庭用商品の構成比増加により低減
- 販管費率はグループの感染予防対策徹底による一部経費の未使用等により低減

売上原価率		販管費率	
2020.3	2021.3	2020.3	2021.3
53.8%	52.5% (△1.2pt)	41.7%	40.4% (△1.3pt)

連結業績

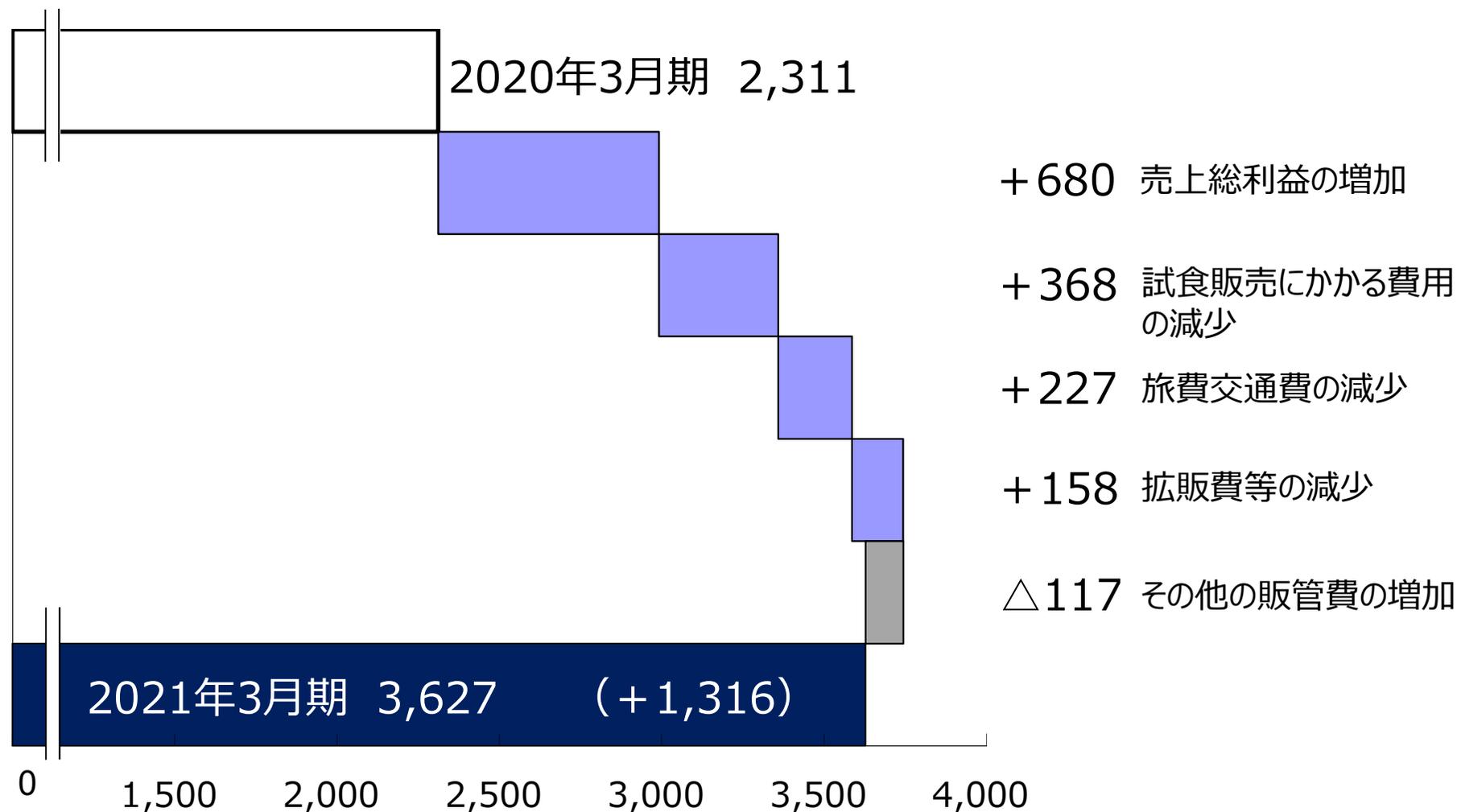
前期比で増収増益。計画比でも売上高、利益共に計画を上回る

(百万円)	2020.3	2021.3	2020.3 対比		計画対比 (2021年1月29日開示)	
			増減	増減率	計画	増減
売上高	51,228	51,334	105	0.2%	50,307	1,026
売上総利益	23,689	24,369	680	2.9%	—	—
	46.2%	47.5%	+1.2pt	—	—	—
営業利益	2,311	3,627	1,316	57.0%	3,069	557
	4.5%	7.1%	+2.6pt	—	6.1%	+1.0pt
経常利益	2,375	3,738	1,363	57.4%	3,152	586
	4.6%	7.3%	+2.6pt	—	6.3%	+1.0pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,482	2,506	1,023	69.0%	2,034	471
	2.9%	4.9%	+2.0pt	—	4.0%	+0.8pt

営業利益 増減分析

(百万円)

■ 増益要因 ■ 減益要因

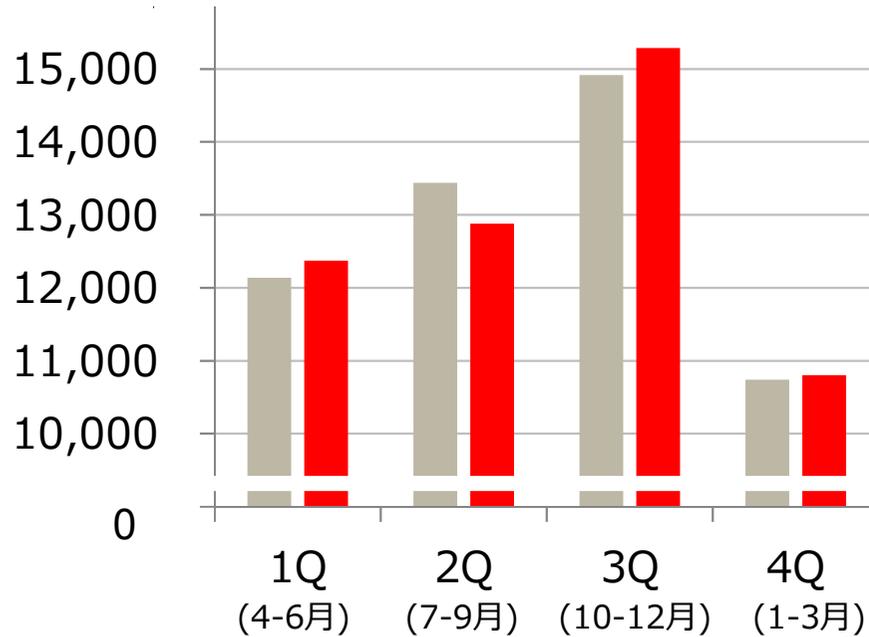


(※) 拡販費等には、拡販費、販売促進引当金繰入額が含まれます

損益状況（四半期推移）

(百万円)

売上高



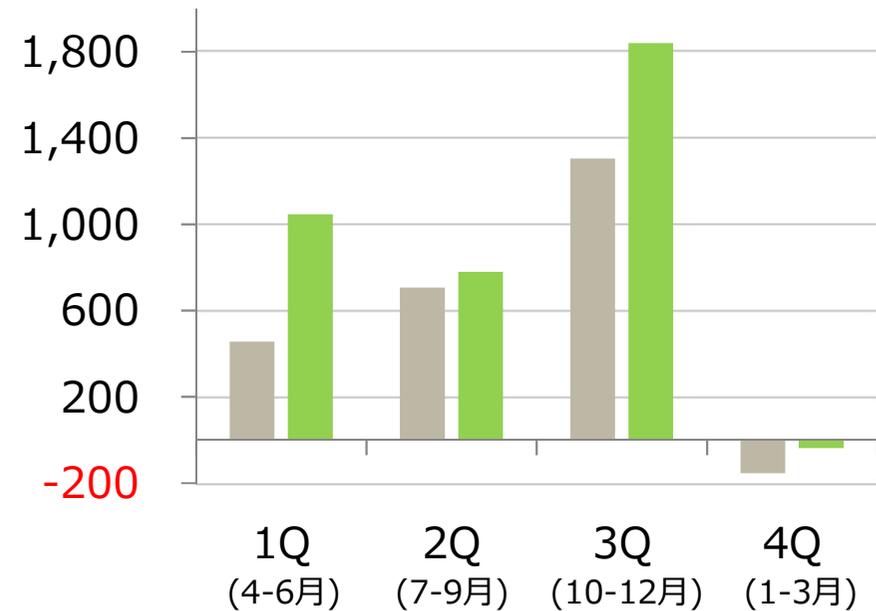
2020.3	12,138	13,437	14,913	10,738
2021.3	12,370	12,876	15,284	10,802
増減	231	△560	370	63
増減率	1.9%	△4.2%	2.5%	0.6%

(百万円)

■ 前期

■ 当期

営業利益



2020.3	455	706	1,304	△155
2021.3	1,046	779	1,840	△38
増減	590	73	536	116
増減率	129.6%	10.4%	41.1%	-

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

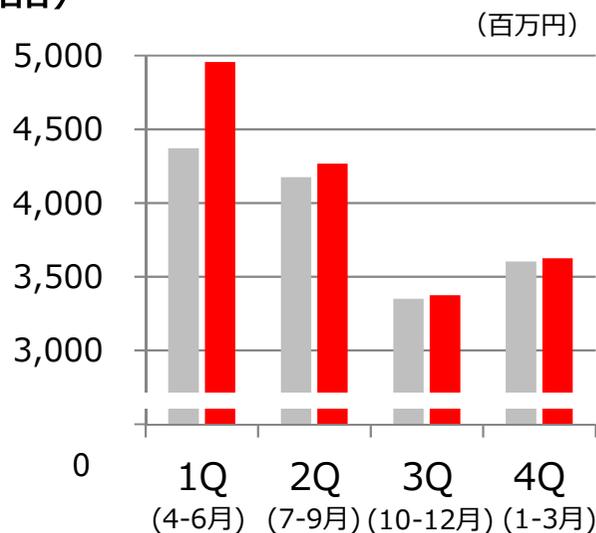


31.6%
売上構成比

(百万円)
2020.3
2021.3
増減

通期売上高	
2020.3	15,501
2021.3	16,220
増減	+718

左：前期 右：当期



『黄金の味』が新テイスト「さわやか檸檬」、「旨にんにく」の貢献により伸長

- ・新テイスト発売を機会に既存フレーバーの露出も強化し、業績伸長に繋げる
- ・内食需要の高まりによる家庭内喫食率や精肉消費量の増加も追い風となる



● 鍋物調味料群

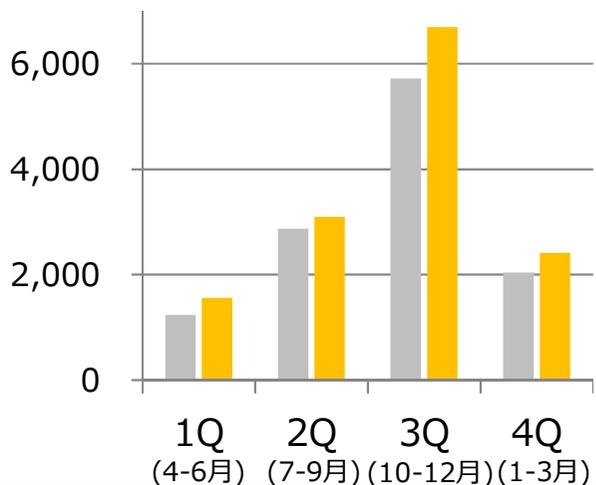


26.8%
売上構成比

(百万円)
2020.3
2021.3
増減

通期売上高	
2020.3	11,860
2021.3	13,751
増減	+1,890

(百万円)



『なべしゃぶ』『プチッと鍋』が各四半期にて好調に推移。鍋シーズン以外の店舗導入率も向上

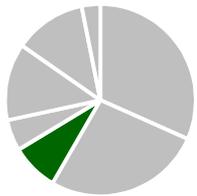
- ・『すき焼のたれ』もテレビCM等を活用した年末に向けた「すき焼きシーン訴求」や汎用メニュー提案等が奏功し、好調に推移



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



8.0%

売上構成比

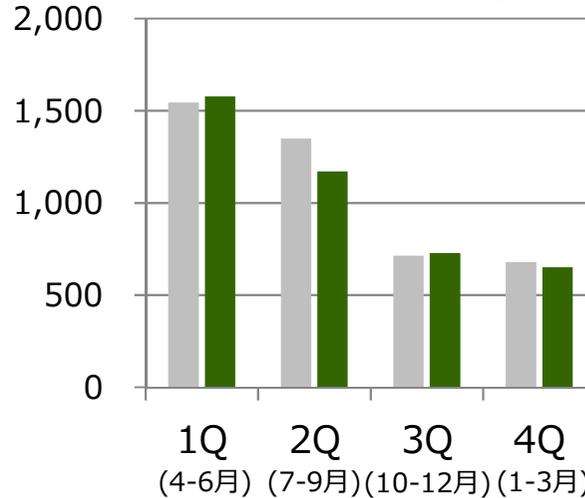
(百万円)

2020.3	4,282
2021.3	4,123
増減	△158

通期売上高

左：前期 右：当期

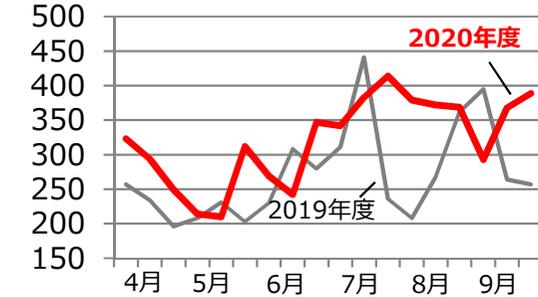
(百万円)



第2四半期にかけて野菜価格が高値で推移し、『浅漬けの素』が低調に推移

きゅうりの価格動向（東京都）

(円/kg)



出典：農林水産省『青果物卸売市場調査』
旬別卸売数量・価格動向（東京都・きゅうり）より

● その他群



5.2%

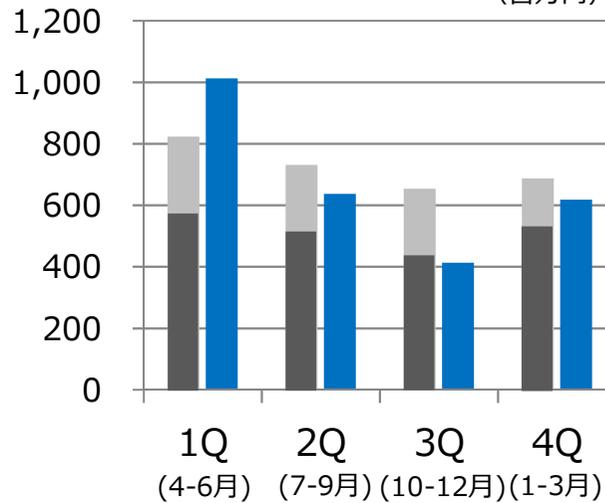
売上構成比

(百万円)

2020.3	2,896
2021.3	2,680
増減	△215

通期売上高

(百万円)



ポーション調味料の『プチッとうどん』が伸長するも、チルド商品の減収等が響く

・『プチッとうどん』が、うどんつゆ（ストレート）メーカーシェア No. 1 ※を獲得

※出典：日経POS情報 2020年1月～2020年12月

・『横濱舶来亭カレーフレーク』も堅調に推移

・チルド商品の売上が販売機能移管の影響により連結対象外となる



■ チルド群の売上を除いた売上高

セグメント・製品区分別 売上高

食品事業（業務用商品）

左：前期 右：当期



13.0%

売上構成比

(百万円)

2020.3

2021.3

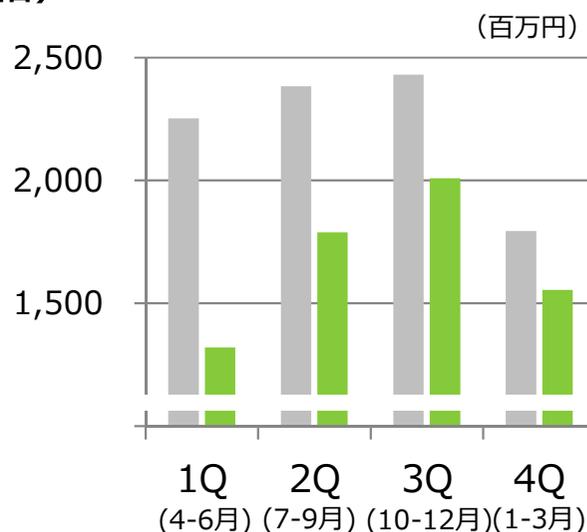
増減

通期売上高

8,858

6,669

△2,188



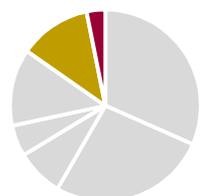
コロナ禍において、外食産業の来店客数減少の影響を受け、全セグメント※で大幅に減収

・海外事業においても、感染症対策による営業活動の制限等が影響し、前期水準を下回る

※肉まわり調味料群、スープ群、その他群

物流事業

その他事業



売上構成比

物流事業 12.2%

その他事業 3.2%

(百万円)

2020.3

2021.3

増減

物流事業	6,003	6,265	+261
その他事業 合計	1,825	1,623	△201

物流事業

保管ニーズの取り込みや家庭向け商品を扱う食品メーカーを中心に配送取扱量の増加に努め、継続的に取引が増加

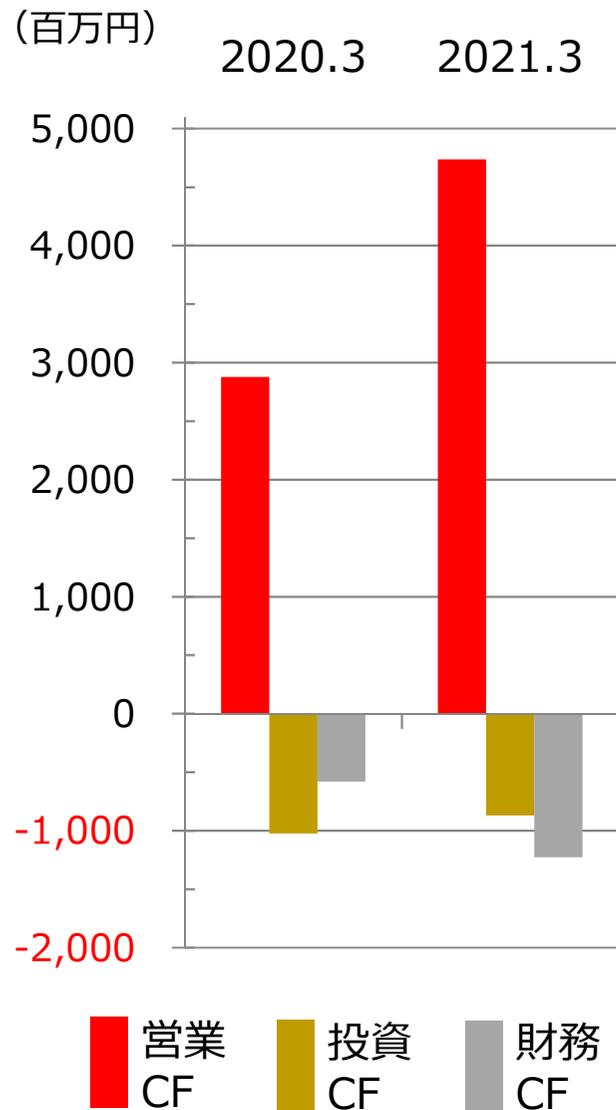
その他事業

広告宣伝事業において、コロナ禍によるイベント等の中止により、販売機会が減少

セグメント・製品区分別 売上高

(百万円)	2020.3	2021.3	増 減	増減率
● 食品事業	43,399	43,445	45	0.1%
● 家庭用商品	34,540	36,775	2,234	6.5%
肉まわり調味料群	15,501	16,220	718	4.6%
鍋物調味料群	11,860	13,751	1,890	15.9%
野菜まわり調味料群	4,282	4,123	△158	△3.7%
その他群	2,896	2,680	△215	△7.4%
● 業務用商品	8,858	6,669	△2,188	△24.7%
肉まわり調味料群	3,027	2,365	△662	△21.9%
スープ群	3,122	2,379	△742	△23.8%
その他群	2,708	1,924	△783	△28.9%
● 物流事業	6,003	6,265	261	4.4%
● その他事業	1,825	1,623	△201	△11.0%
● 合 計	51,228	51,334	105	0.2%

キャッシュ・フロー



(百万円)

	2020.3	2021.3	増減
営業キャッシュ・フロー	2,876	4,735	1,858
投資キャッシュ・フロー	△1,025	△870	154
財務キャッシュ・フロー	△582	△1,229	△647
現金及び現金同等物の増加額 (△は減少額)	1,255	2,648	1,392
現金及び現金同等物の期末残高	12,850	15,498	2,648

2021.3

営業CF	税金等調整前当期純利益	3,608百万円
	減価償却費	1,061百万円
投資CF	有形固定資産の取得	△593百万円
財務CF	自己株式の取得	△787百万円
	配当金の支払	△367百万円

2022年3月期 業績見通しのポイント

- 「Unique 2023」第2フェーズの1年目
- 新収益認識基準適用により、売上高の控除額が増加
- 家庭用商品に関しては消費者の購買行動の緩和等を考慮
- 新型コロナウイルス感染拡大における影響を加味
影響は**当事業年度中**は残るものと仮定
- 前期末使用となった旅費交通費、試食販売費等は、機動的な対応を目的に一定程度予算計上

2022年3月期 業績見通し

業績見通し

(百万円)	2021.3	2022.3
売上高	51,334	41,340
営業利益	3,627 7.1%	1,781 4.3%
経常利益	3,738 7.3%	1,873 4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,506 4.9%	1,221 3.0%

1. 2021年3月期 決算報告
2022年3月期 業績見通し

■ 取締役 半田 正之

2. Unique 2023
第1フェーズ振り返り/第2フェーズ施策

■ 代表取締役社長 森村 剛士

Unique 2023

～エバラらしさの追究～

(2019年4月～2024年3月)

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弊社の将来成長のための収益基盤化を目指す

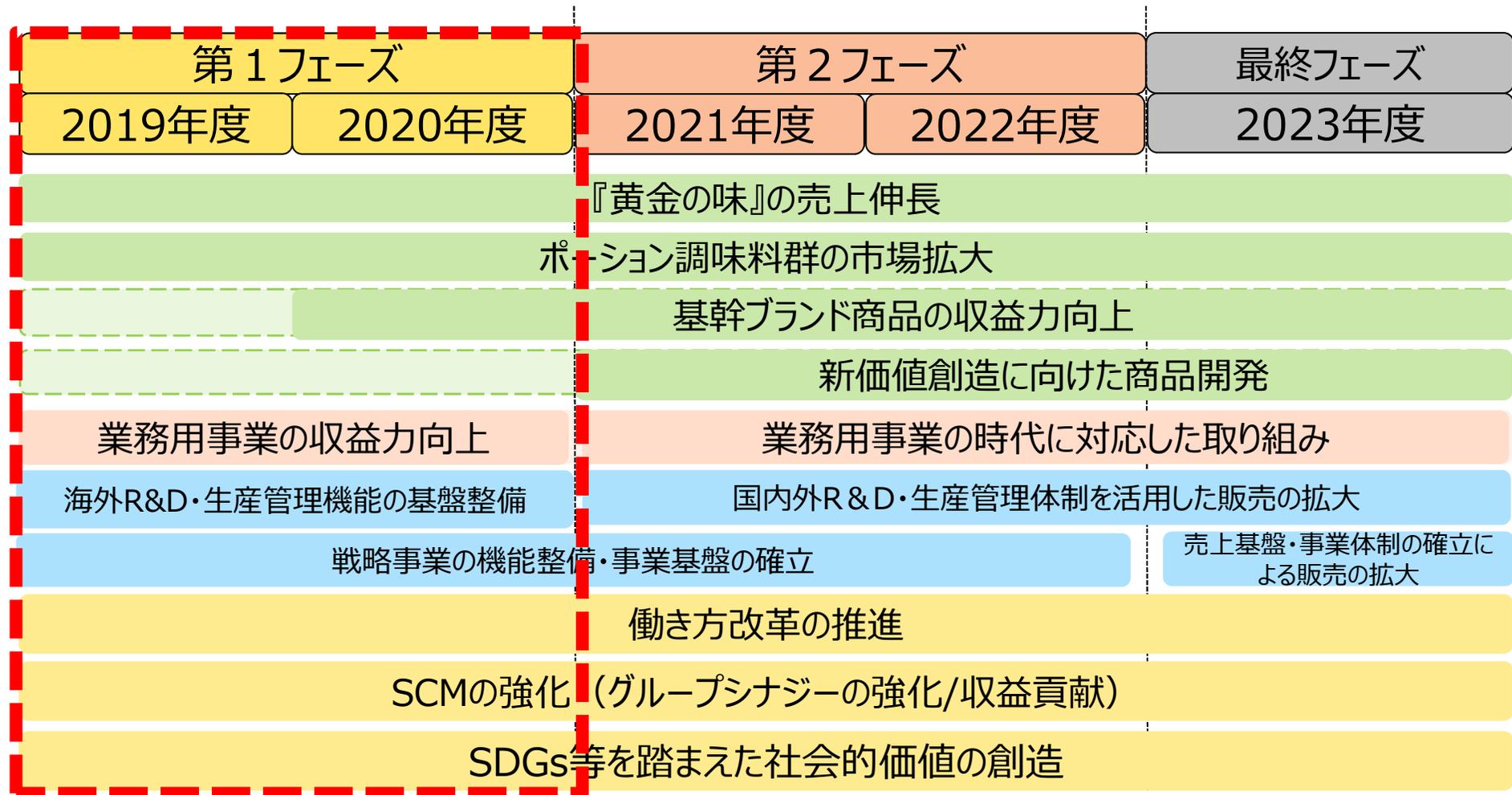
II. “エバラらしく & 面白い” ブランドへの成長

- ・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%

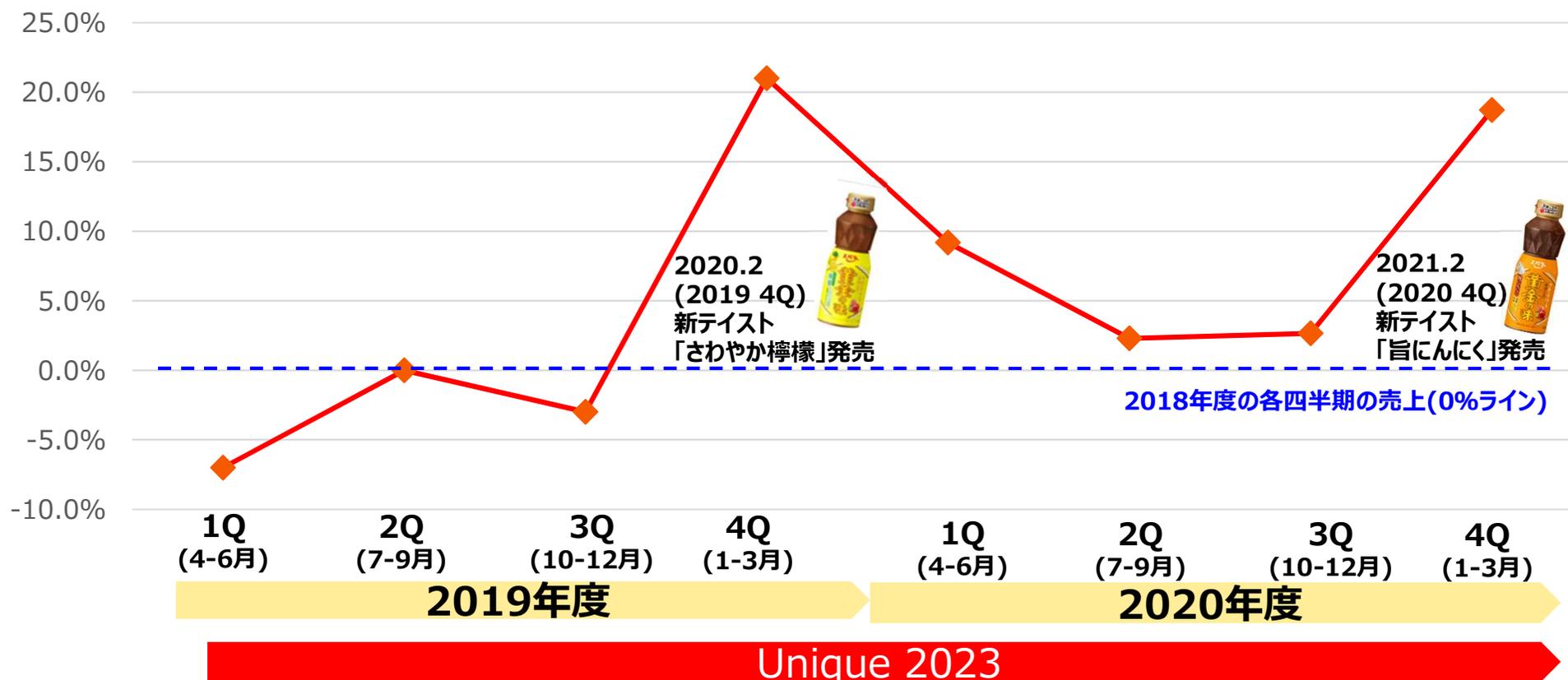
Unique 2023の主要なステップ



『黄金の味』の売上伸長

◆ 四半期別売上高増減率 (2018年度同期対比)

■ 『黄金の味』 売上高増減率 (2018年度 四半期別 対比)

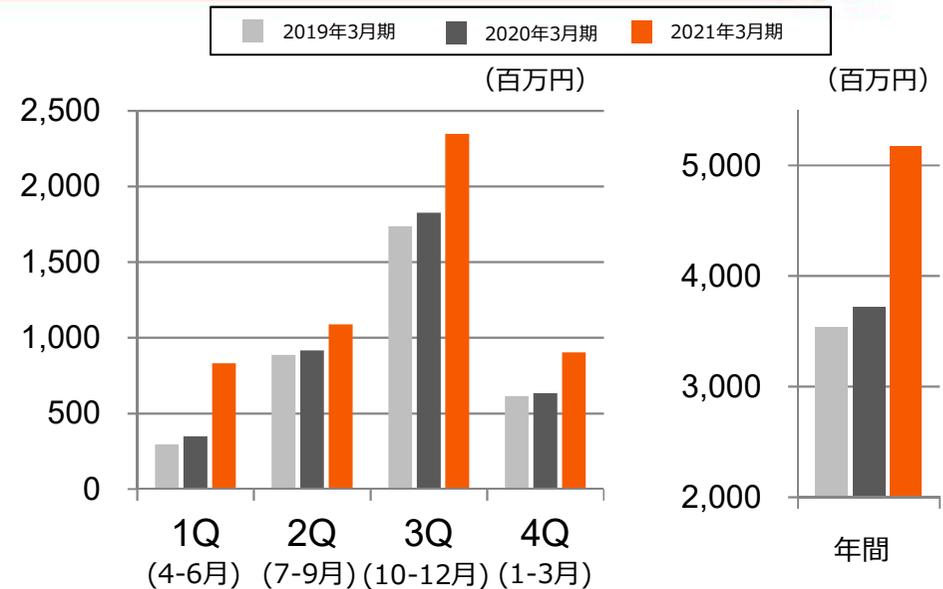


- ✓ 新テイストの展開や内食需要の高まりによる精肉商品の拡大により、売上伸長
- ✓ 既存フレーバーも新商品発売を機会に露出を拡大

ポーション調味料群/新商品群の市場拡大

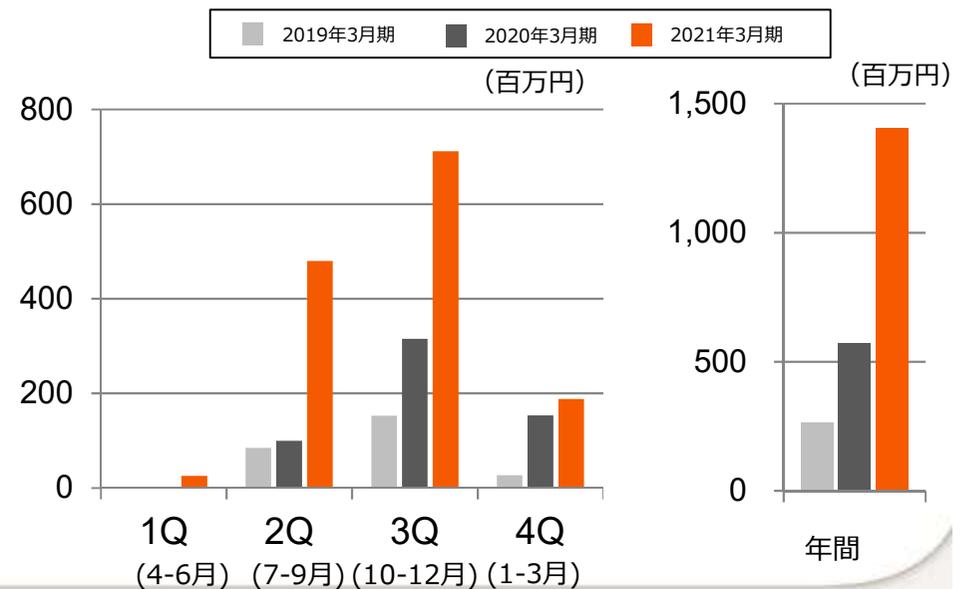
■ポーション調味料

- ✓ 年間定番化に向けて着実に前進
- ✓ 年間売上高50億円達成



■なべしゃぶ

- ✓ 発売3年目、毎年2倍以上の売上伸長
- ✓ 食材準備含めた調理の手軽さを好感



Unique 2023の主要なステップ



中期経営計画 第2フェーズ 2021~22年度

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
 - 基幹品の収益力強化 + 生活に寄り添う商品の開発
- 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
- 事業ポートフォリオの最適化と経営資源の再配分

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
- 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

2022年3月期 業績見通し

業績見通し

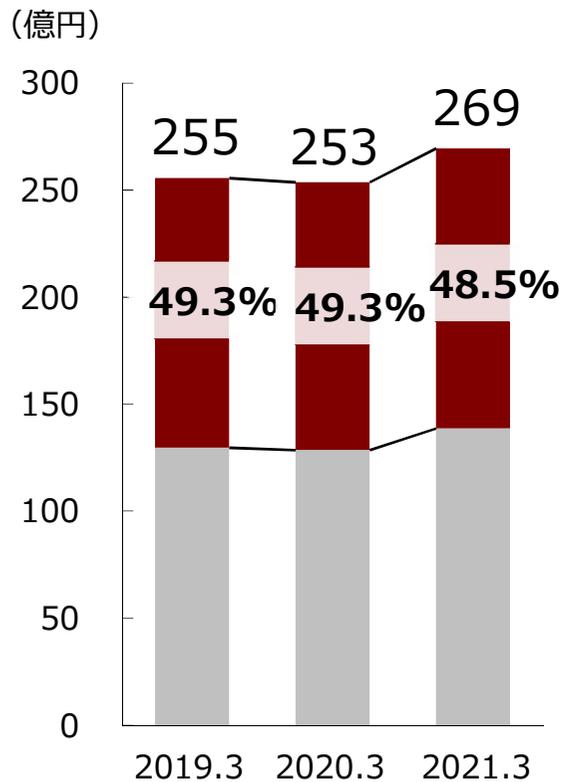
(百万円)	2021.3	2022.3
売上高	51,334	41,340
営業利益	3,627 7.1%	1,781 4.3%
経常利益	3,738 7.3%	1,873 4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,506 4.9%	1,221 3.0%

～ 参考資料 ～

〔参考資料〕 市場規模と弊社シェア

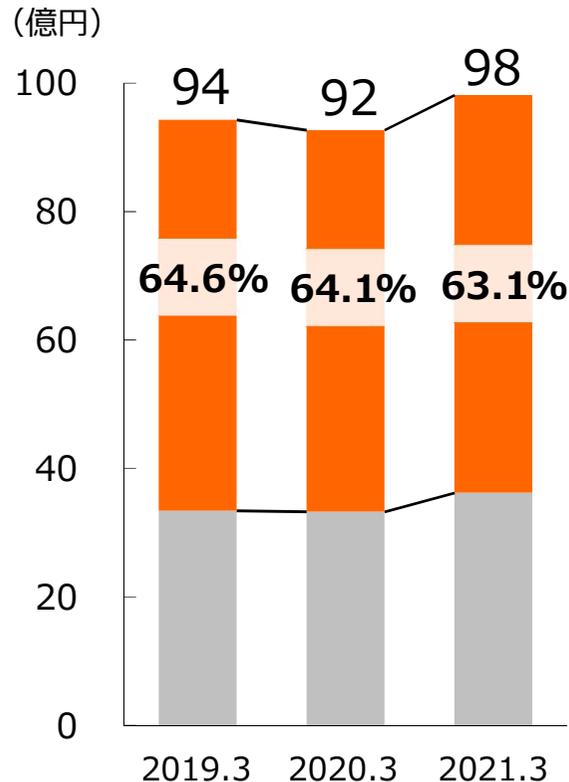
焼肉のたれ

■ 弊社シェア



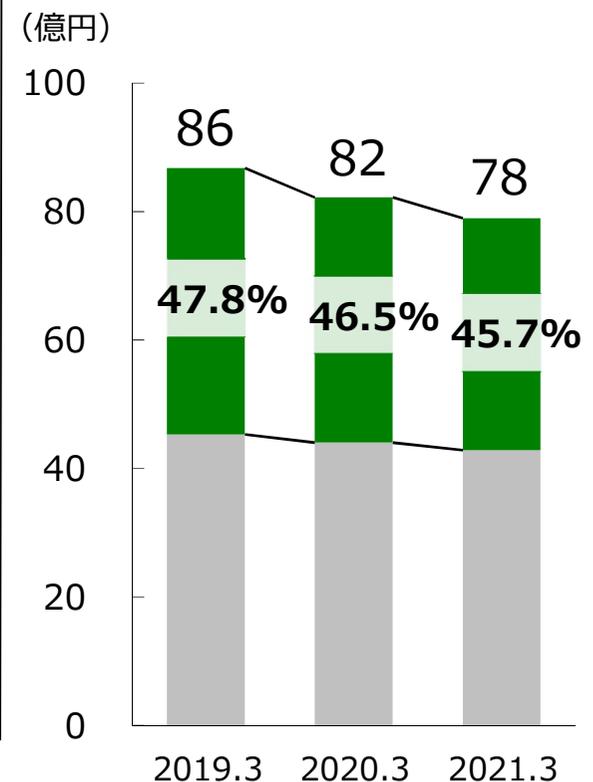
すき焼のたれ

■ 弊社シェア



浅漬けの素

■ 弊社シェア



出典：インタージ SRI+ 焼肉のたれ・すき焼きのたれ・浅漬けの素市場
(2018年4月～2021年3月 累計販売金額・金額シェア)

〔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】758名 【単体】534名（2021年3月末時点）
連結子会社	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.
持分法適用会社	株式会社 エバラCJフレッシュフーズ

〔参考資料〕 沿革

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	株式会社サンリパティ横浜(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パ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
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

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：コミュニケーション部（TEL 045-226-0240）