

第3次中期経営計画

2024年3月期～2026年3月期

アスビー食品株式会社

証券コード 2805

2023年5月12日

会社名	アスビー食品株式会社
設立	1940年4月5日（創業1923年）
代表者	代表取締役社長 池村 和也
本社	東京都中央区日本橋兜町18番6号
自社工場	上田工場（長野県）、東松山工場（埼玉県）、 宮城工場（宮城県）
従業員数	連結2,152名 個別1,527名 （2023年3月31日現在、臨時従業員を除く）
主要な事業内容	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の製造販売
上場市場	東京証券取引所 スタANDARD市場

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

2023年、エスビー食品は創業**100**周年を迎えました。

次なる100年に私たちが目指す姿とその想いを、新たなコーポレートメッセージに込めました。

■ 新たなコーポレートメッセージ

創業より100年、香辛料のトップメーカーとして、
味と品質にこだわった製品づくりを続けてきました。

次なる100年、太陽の光をたっぷりと浴びて育った地の恵みで、
美味しさだけでなく、健康的で安心できる食を世界に向けて発信していきます。
生産者の方々が育てた植物の実や葉を加工して、暮らしに役立つ製品をつくり、
そして、また新たな種を蒔く。

こうした植物と食のサステナブルな事業を通じて、地球との共生も目指します。

「健康でしあわせな暮らしへの貢献」と「地球環境への貢献」、
この2枚の未来図を重ねてみると…

そに、スパイス&ハーブ

これが、私たちが見つけた答えです。

■ メッセージ付き企業ロゴ

そに、スパイス&ハーブ

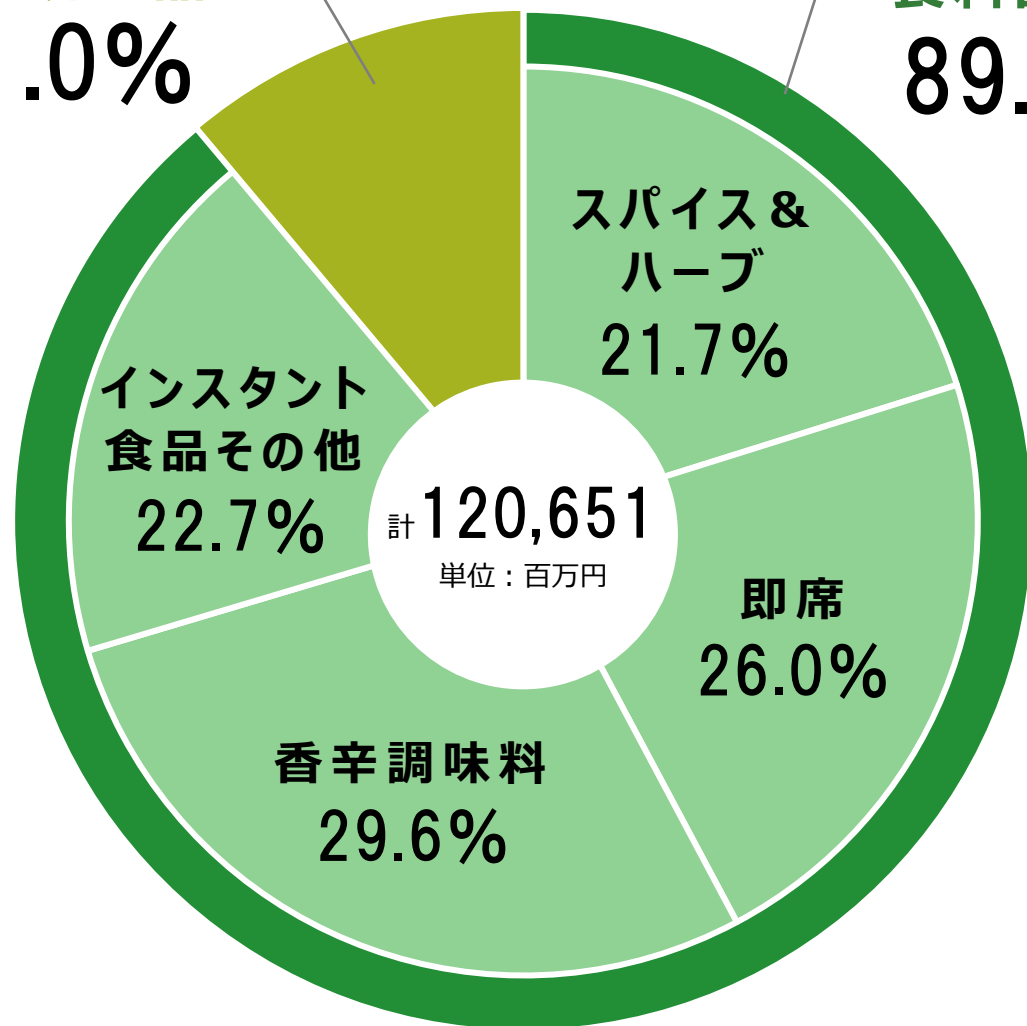
S&B

■ 100周年記念ロゴ

&100 
To the next 100 years

調理済食品
11.0%

食料品事業
89.0%



＜スパイス&ハーブ＞

業務用香辛料が堅調に推移、洋風スパイス、シーズニングスパイスが減少

＜即席＞

主力ブランドの「ゴールデンカレー」が順調に推移、「栗原はるみわたしのカレー」などのパウダールウ製品も寄与

＜香辛調味料＞

チューブ製品はお徳用タイプが堅調に推移、「本生」シリーズなどが減少、「李錦記」ブランド製品も減少

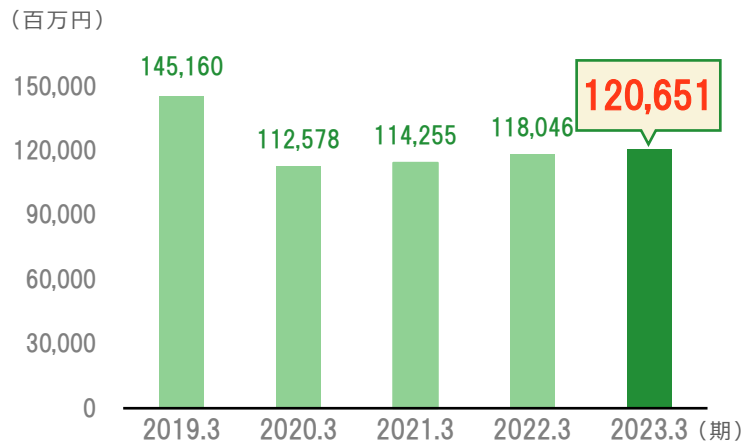
＜インスタント食品その他＞

レトルトカレーや「どんぶり党」シリーズなどの家庭用製品が伸長、業務用製品も順調に推移

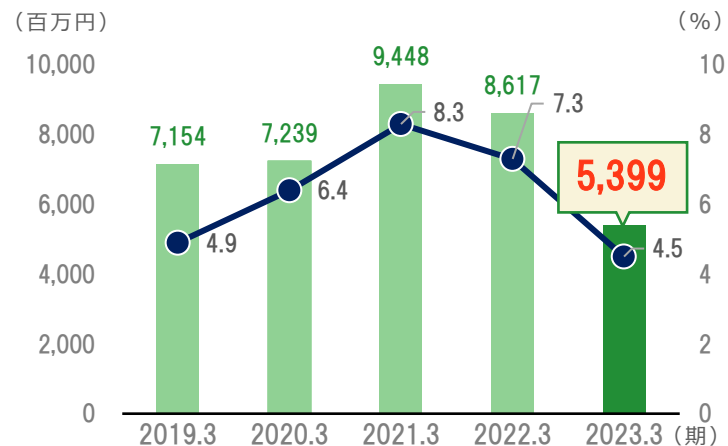
※食料品事業内の各製品区分別の売上高構成比は、食料品事業の売上高（出荷ベース）を100%とした場合の売上高構成比です。

04 財務パフォーマンス（連結）

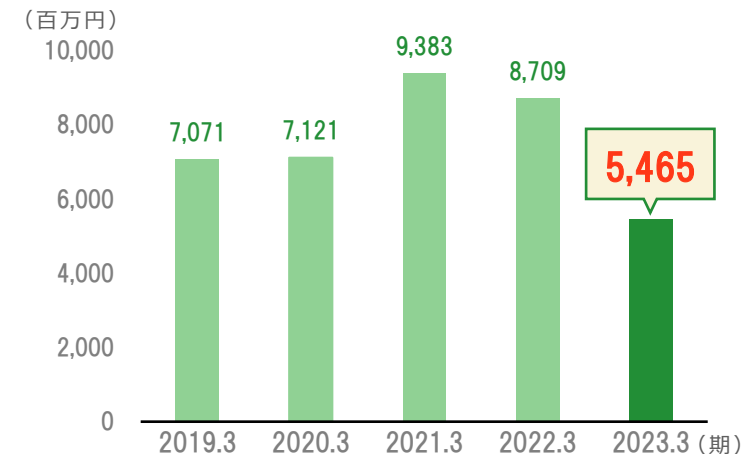
売上高



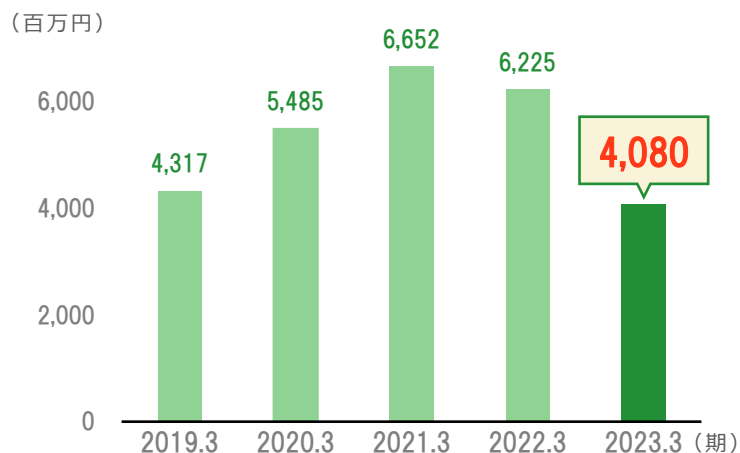
営業利益・利益率



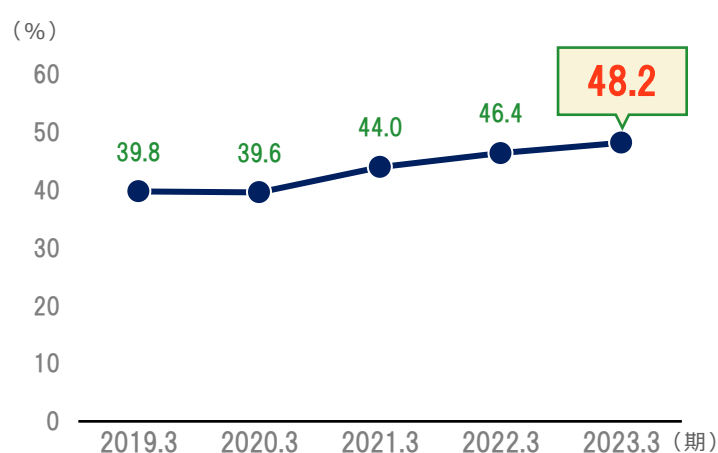
経常利益



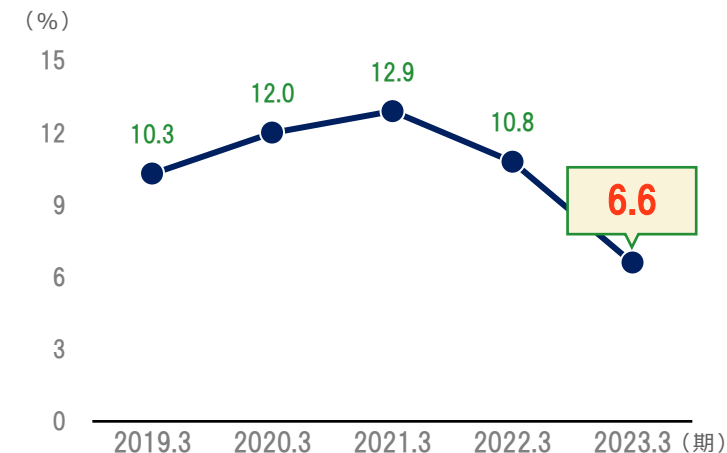
当期純利益



自己資本比率



ROE



(注) 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を2021年3月期の期首より適用しています。
2020年3月期につきましては、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となります。

財務目標の結果

	第1次中計		第2次中計		
	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年3月期	
				目標	実績
売上高 (百万円)	1 1 2,5 7 8	1 1 4,2 5 5	1 1 8,0 4 6	1 1 9,0 0 0	1 2 0,6 5 1
営業利益 (百万円)	7,2 3 9	9,4 4 8	8,6 1 7	8,5 0 0	5,3 9 9
売上高営業利益率	6.4%	8.3%	7.3%	7.1%	4.5%
ROE	12.0%	12.9%	10.8%	9.4%	6.6%

【売上高】 第2次中期経営計画の期間において、食料品事業は、香辛調味料グループ及びインスタント食品その他グループを始め、各製品区分ともに伸長した。

調理済食品は、2019年9月の一部工場の事業譲渡により減少した。

(2023年3月期売上高：2020年3月期比▲2,807百万円)

【利益】 1年目・2年目で最終年の目標値を超えるも、最終年は原材料価格の高騰等の影響を受け、目標値に届かず。

非財務目標の結果

		2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年 目標	2023年3月期 実績
持続可能な調達に関するコミットメント	主要香辛料の持続可能な調達	主要香辛料について、2030年を目標として、安全・人権・環境・コンプライアンスに配慮した持続可能な調達を目指す			
	RSPO認証パーム油への切替え率	17.2%	18.5%	100%※1	21.6%
	FSC認証紙への切替え率	35.4%	56.0%	100%※1	73.9%
ダイバーシティの推進	女性管理職比率	16.5%	18.5%	20%	18.9%
	平均総実労働時間	1,867時間	1,879時間	1,800時間	1,880時間
従業員の健康推進	メタボリックシンドローム非該当者率	80.4%	82.6%	85%※2	83.6% (推定)
	非喫煙率	77.1%	78.7%	81%※2	79.9%

※1 2023年12月末の目標値

※2 2023年度の目標値

【RSPO認証パーム油・FSC認証紙切替え】2023年12月末までに、いずれも目標を達成する見込み。

【女性管理職比率】

目標値までは届かなかったが、女性管理職の積極的登用を進めた結果、役員を含め、性別問わず適正な人材を適切なタイミングで登用する風土の醸成が進んだ。

【平均総実労働時間】

総実労働時間としては目標に届かなかったが、時間外削減・年休取得の継続した取組み施策により労働時間管理に対する一人ひとりの意識向上と、特に年休を取得しやすい風土の醸成が進んだ。

【メタボリックシンドローム非該当者率】

コロナ禍での活動量減少などにより進捗は遅れているものの、着実に改善傾向にある。

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

第3次中期経営計画
【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

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

 人材力の強化
 グローバル人材・デジタル人材・研究者
 育成投資

マテリアリティ（重要課題）

- 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.

2026年3月

現在

1923年創業

創業理念「美味求真」

20年後に海外売上高比率を**40%超**へ

「グローバルプレゼンスの確立」

「S&Bブランドの世界定番化」

「事業基盤の強化」

海外売上高
比率

販売拠点のさらなる増強

製品開発力の向上

サプライチェーン強化

お客様への情報発信

新規チャネルの開拓・拡大

20年後

マテリアリティ（重要課題）

- 食の安全・安心
- 気候変動による食料不足・農業衰退
- 地球温暖化・気候変動
- 資源枯渇
- 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
- 海洋プラスチックごみ問題
- 食のニーズの多様化への対応
- 働き方の多様化への対応
- 食による健康被害の発生
- 労働者の健康・安全

エスビー食品ミッション※

安全・安心への取組み強化

環境負荷の低減

社会・環境に配慮した製品の提供

グローバル社会に適応した多様化の推進

お客様や従業員の健康・安全

※当社グループが社会に価値を提供する企業として永続的に存在し、成長し続けるための活動目標

経営課題

- ✓ 原材料・エネルギー価格、人件費等の高騰への対応
- ✓ 利益志向への転換・収益構造の改革
- ✓ 重点分野の強化継続による事業規模と利益の拡大
- ✓ 将来を見据えた新規事業・ビジネスモデルの創造
- ✓ Well-being・サステナブルへの対応

第3次中期経営計画 (2024年3月期～2026年3月期)

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、E C事業の強化
- ・新規事業、新規市場に関する積極的な取り組み

- ・高利益体質に向けた事業の再構築
- ・新技術の活用、人材の育成及び再配置

- ・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)

財務目標（連結）

	2023年3月期 実績	2026年3月期 目標※
売上高	1,206億円	1,207億円
営業利益	53億円	64億円
売上高営業利益率	4.5%	5.3%
R O E	6.6%	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の事業譲渡を予定しています。
(2023年3月期 売上高132億円、営業利益7億円)

非財務目標

エスビー食品ミッション	KPI	2026年3月期 目標
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%
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%
グローバル社会に適応した 多様化の推進	主要香辛料、パーム油、紙の持続可能な調達を推進※	—
	男性・女性の新卒採用比率	それぞれ40%以上
	男性の育休取得率	80%
	年次有給休暇取得率	80%
	従業員エンゲージメント指標の向上率：2022年度比	5%増
お客様や従業員の健康・安全	レシピサイト掲載の減塩レシピ数	60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
	「食事」「運動」「睡眠」に関する生活改善プログラムの実施率	70%
	保健師・栄養士による特定保健指導の実施率：期間累計	100%

※「持続可能な調達に関するコミットメント」、2030年目標

そ=に、スパイス&ハーブ

S&B

本資料に記載されている内容は、資料作成時点で把握可能な情報と当社の経営判断に基づくものであり、将来の計画数値や施策の実現を確約・保証するものではありません。実際の業績は、今後の様々な要因により、大きく異なる結果となる可能性があります。