長期ビジョンおよび
新中期経営計画について

2024年5月15日

エバラ食品工業株式会社

証券コード：2819

前中期経営計画
Unique 2023　振り返り

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

中期経営計画

※Unique ＝「唯一の/たった一つの/面白い」という意。

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当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%

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

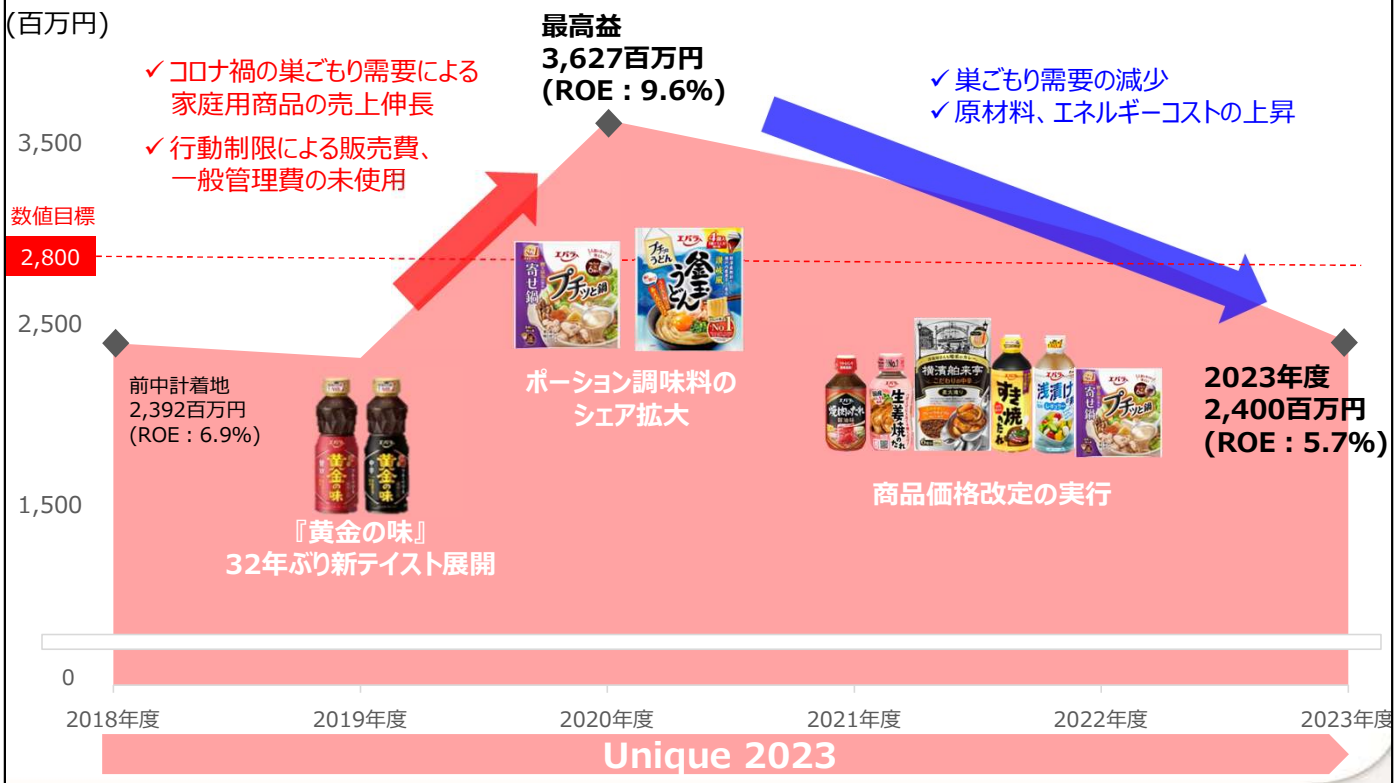
Unique 2023における基本戦略および連結数値目標はご覧の通りでした。

当初掲げた「営業利益28億円」「海外売上高20億円」「ROE6%」の3つの目標は、

達成年度のずれはありましたが、全項目達成いたしました。

各項目の具体的な推移は、次のスライドで説明します。

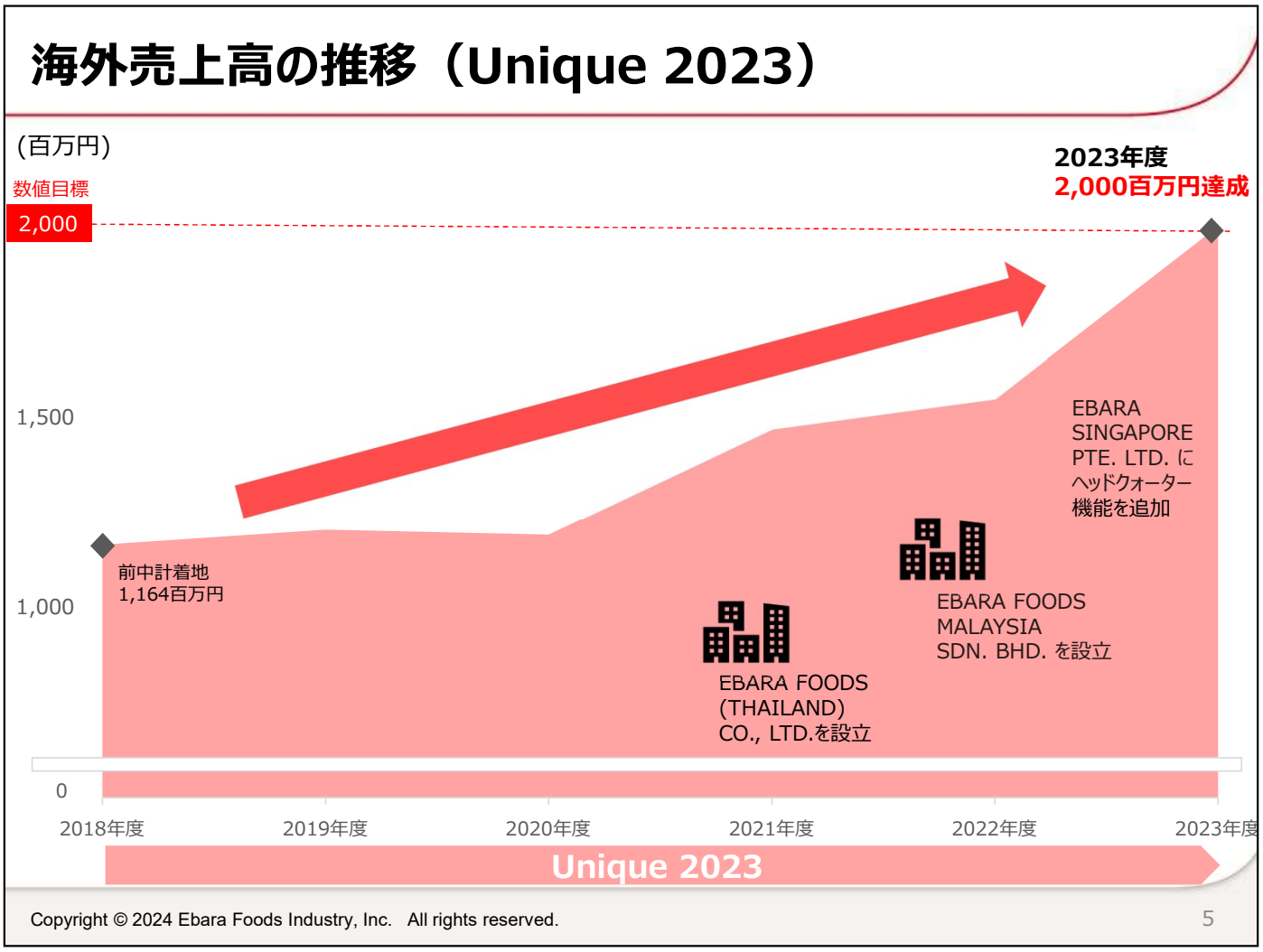
営業利益の推移（Unique 2023）



Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

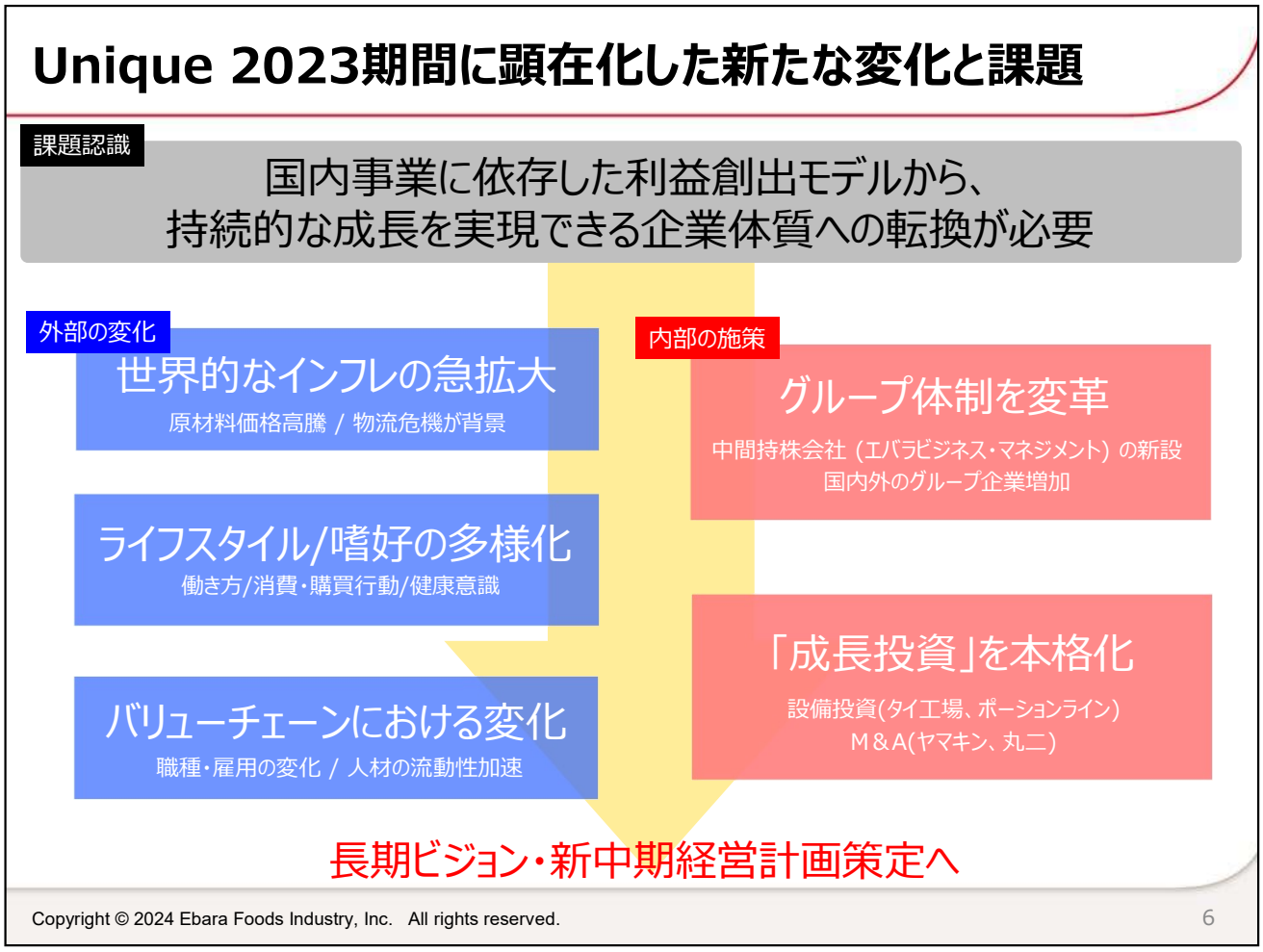
営業利益については、コロナ禍の巣ごもり需要により家庭用商品の売上が伸長したことと、行動制限による経費の未使用により、2020年度には、中計数値目標28億円を大きく上回り、過去最高益となる36億円の営業利益を達成することが出来ました。

しかしながら、足元では、原材料や各種資源価格高騰の影響が拡大傾向にあり、当社として商品価格の改定やコスト管理の徹底を実行しているものの、2023年度は中計目標を下回る結果となりました。



続いて海外売上高の推移となります。

20億円の売上達成という目標のもと、東南アジアの販売拡大に向けた新たな現地法人の設立、海外戦略の強化に向けたシンガポールへのHQ機能の追加、貿易機能の強化に取り組んだ結果、売上が着実に拡大し、最終年度にて20億円の数値目標を達成することが出来ました。



当社グループの課題として、国内の人口減少や高齢化が進んでいくなか、現状の国内事業に依存した状況では成長余地が限られるため、持続的な成長を実現できる企業体質への転換が必要と考え、各種施策を実行してまいりました。

そのなかで、外部環境の変化として、インフレの急拡大、ライフスタイルや嗜好の多様化が進んだほか、人材の流動化や雇用環境の変化により、当社バリューチェーンにも影響が生じました。

これらの環境変化を受けて、改めて課題解決の必要性を強く認識する機会となりました。

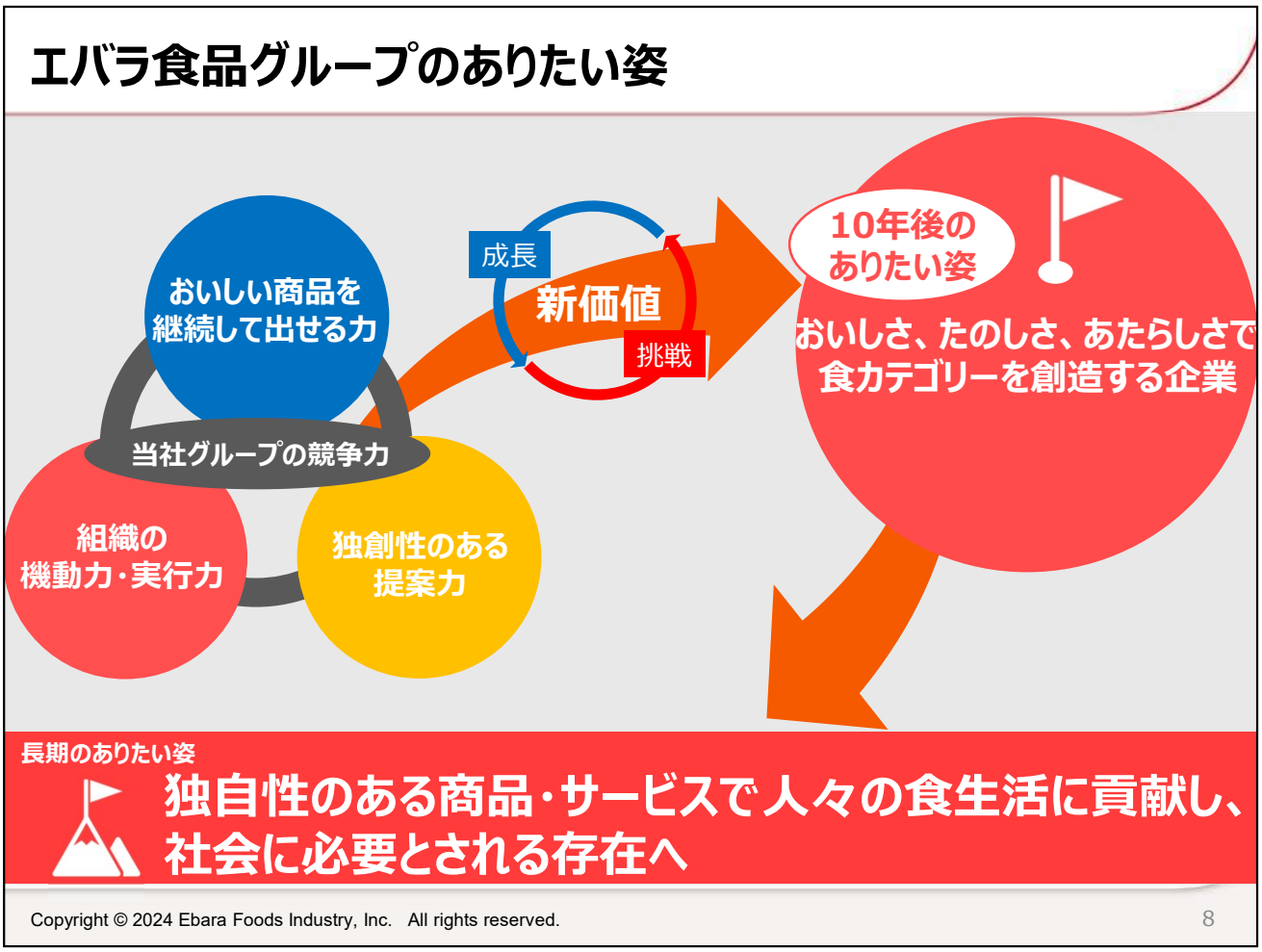
当社グループの取り組みとしては、グループ体制の変革を実行したほか、成長分野への投資を行い、新価値創造を実現する基盤を形成することができました。

そうした取り組みを継続し、いかに今後の成長に繋げていくか、それを具体的にとりまとめたものが、新たに策定した「長期ビジョン」及び「中期経営計画」となります。

「長期ビジョン」と「中期経営計画」の具体的な内容は、この後のスライドで説明いたします。

2033年度に向けた
長期ビジョン

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.



長期ビジョンについては、2033年度に向けた10年間の期間で設定いたしました。

まずエバラ食品グループがこの先10年を見据えてどうあるべきかを考えるにあたり、まずは「グループの強み」を再確認し、強みを生かした未来のありたい姿を改めて考えました。

まずは、当社の強みを大きく３つの分類に整理しました。

一つ目が、創業から受け継がれてきたブレンド技術や調達、安心安全の品質管理といった「おいしい商品を継続して出せる力」

二つ目が、組織の枠に捉われず、困難な課題を突破する力をもった人材が実現する「組織の機動力、実行力」

三つ目が、あらゆる変化を捉え、柔軟な発想によりお客さまへ新たな気づきを提供する「独創性のある提案力」

この三つの要素から当社のありたい姿は「おいしさ、たのしさ、あたらしさで食カテゴリーを創造する企業」といたしました。

そしてその先に「独自性のある商品・サービスで人々の食生活に貢献し、社会に必要とされる存在」であり続けていきたいと考えております。

事業を取り巻く環境と重要課題(マテリアリティ)

当社グループをとりまく環境変化

外的要因

- 気候変動
- お客さまニーズの多様化 / 健康意識の高まり
- 国内人口/労働人口の減少
- デジタルシフト
- 原材料、物流コストの上昇(インフレの拡大)

内的要因

- 国内事業に依存した利益構造
- 原材料サプライヤーとの共存関係
- 従業員の流動化
- グループ企業の増加

当社グループの重要課題(マテリアリティ)

食の安全・安心の確保	豊かな食生活と心身の健康への貢献	持続可能な原材料の安定調達	気候変動の緩和と対応
多様な食ニーズへの対応	環境に配慮した商品・サービスの実現	組織と人材の活性化	グループガバナンス体制の強化

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

続いて先ほどのスライドで説明した10年後のありたい姿の実現に向け、当社グループの重要課題すなわちマテリアリティの見直しを実施しました。

こちらの下段にお示した8つの要素が新たなマテリアリティとなります。

それぞれの要素について重要なものを抜粋して説明させていただきます。

国内において、高齢化が進んでおり、さらにコロナウイルスの流行等を人々の健康意識、食に対する安全・安心の意識が日々高まりを見せるなか、

当社としても、健康は一つのキーワードと捉えています。

過去から当社調味料をつうじての野菜やお肉の喫食推進、利便性の高い調味料の提供による家事の負担軽減といった心身の健康の補助的な役割を果たしてまいりました。

これからはそれに加え、より直接的に健康価値を提供できる商品を上市していく必要があると考えています。

既に実行にうつしているものもありますが、その積み重ねにより、エバラ食品と健康価値の相関が高まる、すなわちお客様が納得してご購入いただける環境を作ることで当社のものづくりや販売機会の拡大に繋がると認識しています。

以上、今までのスライドでお伝えした「ありたい姿」「強み」「重要課題」をベースに長期ビジョンを策定いたしました。

ありたい姿の実現に向けた10年間の長期ビジョン

10年後のありたい姿

おいしさ、たのしさ、あたらしさで食カテゴリーを創造する企業

キーサクセスファクター

挑戦と成長のサイクルによる持続的な新価値の提供

ミッション

1. 国内/海外における次代の中核を成す多様な人材が育成・登用され、エバラ食品グループが密接に連携したビジネスフォーメーションの実現
2. 製造体制の変革により、大量生産から多品種少量生産までの対応力UP、液体に加え粉末調味料分野でもビジネス領域を拡大
3. 自社の技術力、ニッチ＆トップ戦略をベースにした健康分野を始めとする新たなビジネス確立と特定領域におけるリーダーカンパニーの地位獲得
4. 東南アジア地域における自社商品の浸透と、他グローバル地域への拡大
5. ICTの利活用を通じた「データ活用型経営」「業務プロセス改革」の実現

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

エバラ食品グループの目指す姿に向けた2033年度までの長期ビジョンについてご説明いたします。

冒頭で紹介したありたい姿、そして実現プロセスが上段に記載したものとなります。

困難な課題に挑戦し、経験することで、ヒトも企業も成長し、そこから新たな価値というものを生みだしていく、そうした行動が自然にできている状態を目指します。

その実現に向け、大きく５つのミッションを掲げています。

①は「人と組織」です。国内海外ともに将来の中核を担う多様な人材が育成・登用され、本体、グループ会社が密接に連携し一丸となって成長していく体制が作られている状態を目指します。

②、③は「ものづくり」についてです。

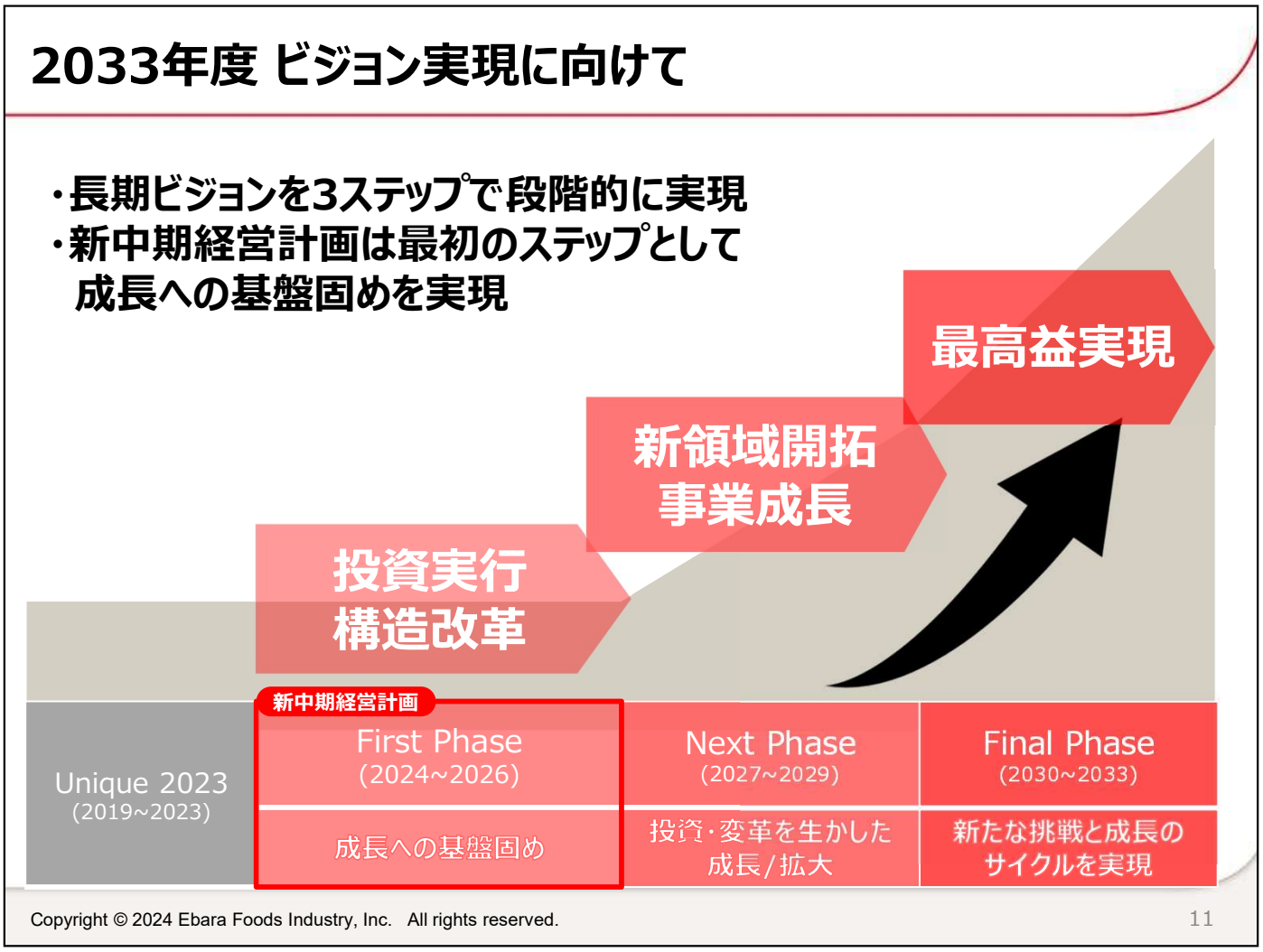
将来を見据えて製造体制を変革していきます。大量生産だけでなく多品種少量生産までカバーできる、そして昨年当社の仲間に加わった丸二株式会社が持つ粉末技術を活用した調味料の開発・展開などビジネス領域の拡大を図ります。

また、自社の技術力に加え、当社の特徴でもある「ニッチ＆トップ戦略」をベースに、健康分野を始め新たなビジネス確立と特定領域におけるリーダーカンパニーの地位を獲得します。

④はグローバルです。10年後には東南アジア地域において当社商品が浸透して一定のビジネス規模を確立するだけでなく、北米、欧州といった他地域への事業展開も始めている、そういう状態を目指します。

⑤はＩＣＴの利活用を拡大し、データを活用した経営の実現を目指します。併せて、ＩＣＴによる業務プロセス改革を進め効率的な業務遂行の実現と経営のスピードアップを図ります。

これら5つのミッションを着実に実行することでおいしさ、たのしさ、あたらしさで食カテゴリーを創造してまいります。



長期ビジョンは１０年間というスパンで設定しています。

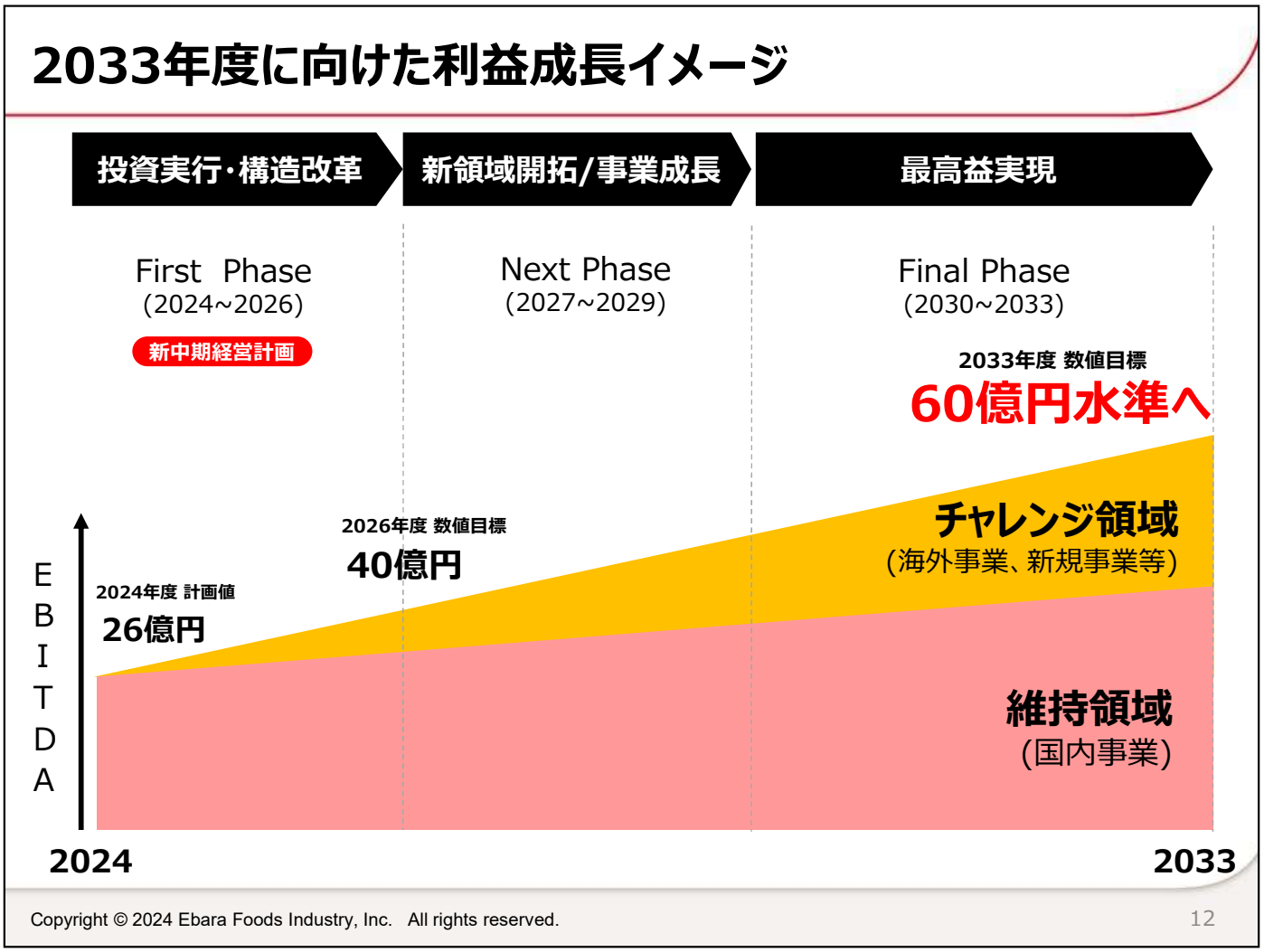
大きく分けると、最初の３年間は「投資実行・構造改革」のフェーズであり長期ビジョンの実現に向けた「基盤固め」の時期としています。

そして、次の３年間は最初の３年間で投資したものをしっかりと事業化し拡大する、また、変革したものの効果をしっかり発揮する時期と位置付けています。

最後の4年間は、事業化、効率化の成果を最大化し、目標している「新たな挑戦と成長のサイクル」が実現され過去最高の営業利益を確実に達成させる、そういう時期と位置付けています。

長期ビジョンを実現する最初のステップが、後ほどお話する次期中期経営計画です。

もちろん、外部環境の大きな変化がまだある可能性はあり得るので、各フェーズの期間については、事業の進捗に応じて柔軟に変更してまいります。



続いて2033年度に向けた利益成長イメージを説明いたします。

利益の管理指標については、EBITDAを採用しています。

この後の財務戦略のスライドで詳細を説明しますが成長領域への積極投資を計画しており、営業利益を指標とした場合、減価償却費が負担となり中長期の利益成長がみえづらくなるため、

営業利益に減価償却費を加えたEBITDAが最適と考えました。

もちろん、利益が拡大しないと、商品開発や新たな市場開拓に必要な投資が出来なくなるため、本業の「営業利益」の成長にもこだわってまいります。

今期は営業利益10億円の計画となり、EBITDAは26億円の見込みとなります。この10年で2倍以上の60億円の水準を目指してまいります。

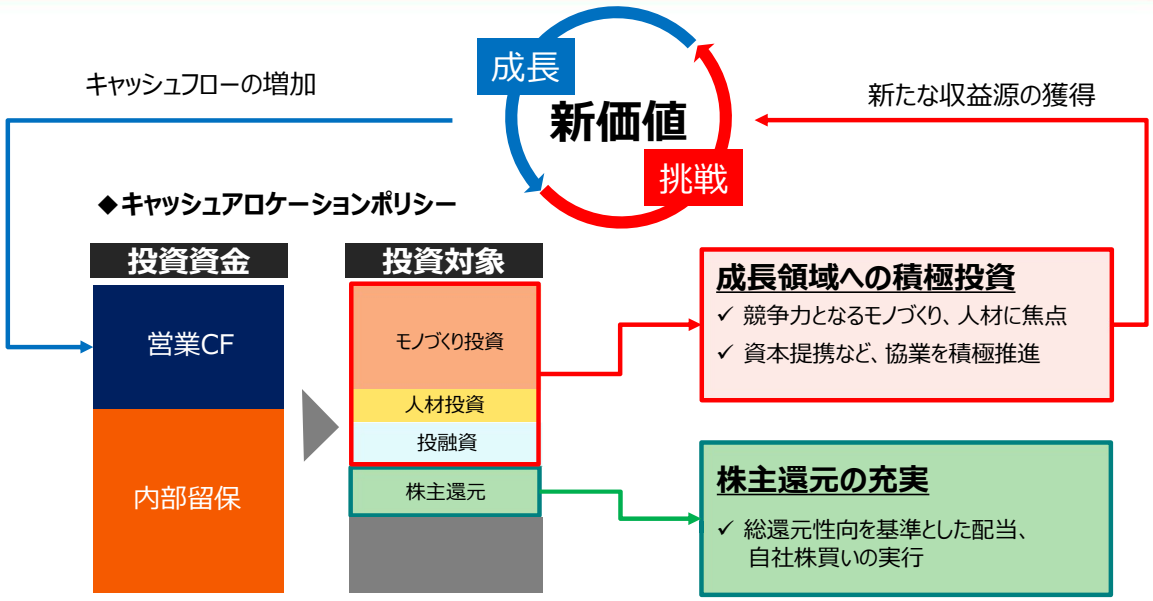
その利益成長を実現するためには、当社の利益構造を大きく変革する必要があります。当社グループは、過去から築き上げてきた商品、市場によって支えられてきました。

ただし、国内市場に依存した状態で将来の成長を期待するのは非常に厳しいと言わざるを得ません。

利益成長を実現するためには、国内事業の利益を維持しながら、海外事業、新規事業などで利益を拡大することが必須です。

海外、新規事業を「チャレンジ領域」とし、利益成長のけん引役として位置付けたいと考えます。

2033年度に向けた財務戦略



- ✓ 「挑戦と成長のサイクル」で収益力を高め、持続的な企業価値の向上へ
- ✓ 以下の指標でPBR向上を図る
  - ➢ EBITDA:26億円（2024年度）➡60億円水準（2033年度）
  - ➢ ROE：約２％（2024年度） ➡ ７％以上（2033年度）＞当社グループ資本コスト

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

長期ビジョンを説明する最後のスライドとなります。2033年度に向けた財務戦略です。

長期ビジョンで掲げている新たな挑戦と成長のサイクルの実現に向け、得られた資金は当社グループの競争力の源泉である「モノづくり」と「ヒトづくり」に振り分けてまいります。

また投資資金としては営業活動で得られたキャッシュだけでなく、内部留保となる現預金も積極活用していく方針です。

収益力が高まるとその分資産が増え、資本収益性を高めることへのハードルは高まります。

そのため、成長投資と資本収益性の両方をバランス良く実行していくことが必要となります。

資本効率向上に向け、株主還元を従来のDOEから総還元性向へ見直し、業績に応じた配当金及び自社株買いを適宜検討・実行してまいります。

「チャレンジ領域を軸にEBITDAを高め、資本市場の期待度を高める」

「利益成長と資本効率向上によりROEを高める」

この2軸で資本コストを超えるリターンを継続的に生みだすことで、PBR向上を目指してまいります。

新中期経営計画
Ebara Reboot 2026
(2024～2026)

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

新中期経営計画 (2024～2026年度)

新中期 経営計画	**Ebara Reboot 2026**
重要方針	「売上拡大＝利益獲得」ではなく、 「適正な経営資源投下による売上形成・利益最大化」に取り組む
グループ 基本戦略	**1．既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求** **2．新市場/新価値創造による新たな成長軌道の確立** **3．従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化** 既存事業　新価値創造　人的リソース　ICT化　プロセス改革
連結数値目標	EBITDA 40億円　海外売上高比率 5%以上　総還元性向 50%以上 (営業利益＋減価償却費)

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

新中期経営計画を「Ebara Reboot 2026（エバラ リブート ニーゼロニーロク）」と名付け、2024年度～2026年度の3カ年計画として取り組んでいきます。

「Reboot」は、日本語に訳すと「再起動」という意味にあたります。まずは、この「Reboot」に込めた意味について、説明させていただきます。

直近の営業利益の推移のとおり、直近ではコロナ禍が影響した巣籠り需要の減少と原材料・エネルギーコストの上昇に伴って減益傾向となっております。

何の対策も取らなければこの流れに抗うことはできません。

新中期経営計画で「構造改革」と「成長投資」を通じて、再び利益拡大の軌道にのせていくという意味を込めてEbara Rebootと命名しました。
「売上拡大イコール利益獲得」ではなく、「適正な経営資源投下による売上形成・利益最大化」に取り組むことが、この3カ年の重要方針です。

この重要方針を実現するグループ基本戦略はこちらに掲載された大きく３つの軸で構成されています。
数値目標は、EBITDA（イービットディーエー）40億円、海外売上高比率5%以上、総還元性向50%となります。

新中期経営計画の基本戦略

**長期ビジョン実現に向けた「基盤固め」を
エバラ食品グループ一丸で実現**

1 既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求

◆モノづくり、販売体制、各種プロセスの効率化を進め、既存領域の事業に磨きをかける

2 新市場/新価値創造による新たな成長軌道の確立

◆家庭用、業務用、海外の全てに共通で、次世代（健康など）に向けた商品やコミュニケーションを展開し、将来の成長に向けた投資を実行

3 従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化

◆採用、育成、評価、制度、権限など、あらゆる面での改革を実現

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

続いて、今申し上げた３つの軸のグループ基本戦略について、説明いたします。

１．既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求
２．新市場/新価値創造による新たな成長軌道の確立
３．従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化
です。

詳細はこの後のスライドにて説明いたします。

新中期経営計画の基本戦略

1 既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求

◆モノづくり、販売体制、各種プロセスの効率化を進め、既存領域の事業に磨きをかける

ポーション調味料の売上拡大 ▶ **3年で10億円の積み上げ**

津山工場に新設したラインを活用、早期に安定的な稼働を実現し、ポーション調味料の市場シェアを更に拡大

主力商品群のシェア拡大 ▶ **お客様支持率No.１の追求**

既存商品の価値訴求と新商品開発を連携させ、相乗効果を実現

業務用事業の収益性改善 ▶ **営業利益率の向上**

採算性と将来性を見据えた商品ポートフォリオの見直しと新たな収益商品を開発、育成

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

１つ目の基本方針は、ものづくり、販売体制、各種プロセスの効率化を進め、既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求することです。

主な施策は、ご覧の３つです。

Unique2023で投資した津山工場ポーションラインは今年度から生産が始まります。これを早期に安定稼働させ、ポーション調味料の市場を更に拡大させます。

「Ebara Reboot 2026」の3カ年で10億円の売上の積み上げを目指します。

「プチッと鍋」や「プチッとうどん」といった既存カテゴリーに縛られることなく、独創的なモノづくりを継続してまいります。

また、基幹品群の更なるシェア拡大も継続して実行していく必要があります。肉まわり調味料については、今までのように「黄金の味」を中心とした取り組みのみではなく、

新商品上市と連携させ、競争に打ち勝ってシェアを拡大させていきます。

鍋物調味料群についても将来のトップシェア実現に向け、これからの3カ年で着実に拡大を進めていきます。

続いて、業務用事業における施策です。採算性や将来性を見据え、商品ポートフォリオを見直してまいります。

また、新たな収益商品も上市・育成していくことも重要です。これらの施策を通じて、営業利益率の向上を実現してまいります。

新中期経営計画の基本戦略

2 新市場/新価値創造による新たな成長軌道の確立

◆家庭用、業務用、海外の全てに共通で、次世代（健康など）に向けた商品やコミュニケーションを展開し、将来の成長に向けた投資を実行

開発プロセスの更なる強化 ▶ **新エリア、新チャネル商材の開発**

国内外のマーケティング能力強化や品質基準深化を通じた新市場、新商材の開発

新技術の活用 ▶ **より柔軟なモノづくりの実現**

自社研究やM&Aで獲得した新技術を活用した商品開発
知的財産戦略による競争力強化

専門組織の運用 ▶ **新規事業、市場の開拓**

新技術や新しいアイデアの共有、商品化までのスピードアップをグループ全体で実現

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

2つ目は、新市場/新価値創造による新たな成長軌道を確立することです。

土台として、既存のエバラ食品に新しい流れを入れ、グループシナジーを生かすために融合を進めます。
グループ会社との研究、製造、営業の人材交流を加速させてまいります。

・国内外のマーケティング能力強化や品質基準深化を通じて、新市場・新商材の開発プロセスを強化し、新エリア・新チャネル商材を上市する
・新ブランド、新市場展開を見据えた、自社研究やM&Aで獲得した新技術を活用し、より柔軟なものづくりを実現する
・専門組織の運用による新技術や新しいアイデアの共有、商品化までのスピードアップをグループ全体で実現させ、新規事業、市場の開拓を進める、
これらの施策によって、継続してお客様に支持していただける商品の上市を実現してきたいと思います。

新中期経営計画の基本戦略

3 従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化

◆採用、育成、評価、制度、権限など、あらゆる面での改革を実現

人的リソースの機能最大化 ▶ **従業員エンゲージメント向上**

強化策/成長プランに基づいた組織設計と運用

データ活用経営の基盤整備 ▶ **ICT利活用の進化**

データ活用型のビジネス推進、事業拡大、業務プロセスの効率化に向けた
次世代型ICTシステムの設計・構築

経営とサステナビリティの一体化 ▶ **環境変化への対応力向上**

中期経営計画の施策とマテリアリティの繋がりを明確化

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

最後に、「従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化」について説明いたします。

私は就任当時より、従業員にはやりがいを持って楽しく業務に従事することで、従業員自身の成長が実現され、その繰り返しにより企業の強み・競争力が醸成されると考えています。

従業員の成長を当社グループの成長に結びつけ、企業の魅力が高まっていく、それこそが当社が考える従業員エンゲージメントの向上です。

エンゲージメントを一層高めていくためにも、各部門の人員計画を見直し、それに沿った採用、育成を進めていきます。

そして、従業員のライフスタイルに合わせた働き方ができるよう制度の整備を引き続き実行していきます。

また、データ活用型のビジネスも推進します。

事業拡大や業務プロセスの効率化に向けた次世代のICTシステムの設計・構築を進めることは、先ほどお伝えした人員計画の見直しとも大きくリンクします。

システムを活用した業務プロセスの効率化によって、戦略的な人材配置の余力を生み出すことができます。

これら経営基盤の改革は、先に述べた２つの基本方針の根幹であり、着実に進めていく必要があります。

また、前段の長期ビジョンのパートでもお伝えしましたが、長期ビジョンと当社の重要課題は密接にかかわっています。

Ebara Reboot 2026の施策においても繋がりを明確化させ、経営とサステナビリティの一体化を進めます。

新中期経営計画 (2024～2026年度)

新中期 経営計画	**Ebara Reboot 2026**
重要方針	「売上拡大＝利益獲得」ではなく、 「適正な経営資源投下による売上形成・利益最大化」に取り組む
グループ 基本戦略	**1．既存事業/領域を磨き上げ、高収益化を追求** **2．新市場/新価値創造による新たな成長軌道の確立** **3．従来の枠組みに捉われない経営基盤改革の深化** 既存事業　新価値創造　人的リソース　ICT化　プロセス改革
連結数値目標	EBITDA 40億円　海外売上高比率 5%以上　総還元性向 50%以上 (営業利益＋減価償却費)

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

新中期経営計画の概要の再掲となります。

この3年間は厳しい経営環境が続きますが、独自性のある商品・サービスで人々の食生活に貢献し、社会に必要とされる存在に向け重要なステージとなりますので、

目標の達成に向けて邁進していきたいと思います。

～ 参考資料 ～

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

〔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】821名　【単体】507名　（2024年3月末時点）
連結子会社	株式会社 エバラビジネス・マネジメント 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 丸二株式会社 EBARA SINGAPORE PTE. LTD. 荏原食品（上海）有限公司 荏原食品香港有限公司 台灣荏原食品股份有限公司 EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD. EBARA FOODS MALAYSIA SDN. BHD.
持分法適用会社	株式会社スギショーテクニカルフーズ

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc.　All rights reserved.

〔参考資料〕沿革①

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） 稼動
	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） 稼動
２００３年	１１月	日本証券業協会に株式を店頭登録
２００４年	９月	株式会社サンリバティー横浜（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弁会社 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バティー横浜を吸収合併
	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

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

〔参考資料〕沿革②

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	台灣荏原食品股份有限公司を設立
２０１８年	８月	EBARA SINGAPORE PTE. LTD.を設立
２０２１年	６月	EBARA FOODS (THAILAND) CO., LTD.を設立
２０２１年	10月	合弁会社 株式会社エバラCJフレッシュフーズの全株式を譲渡
２０２２年	１月	株式会社スギショーテクニカルフーズの株式を取得
２０２２年	4月	株式会社エバラビジネス・マネジメントを設立
２０２２年	5月	EBARA FOODS MALAYSIA SDN. BHD.を設立
２０２２年	5月	ヤマキン株式会社の株式を取得
２０２３年	10月	丸二株式会社の株式を取得

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

免責事項

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化等により、実際の結果と異なる可能性があります。実際の業績等に影響を与える可能性のある重要な要因には、以下の事項があります。なお、業績に影響を与える要因はこれらに限定されるものではありません。

- 主要市場における景気動向
- 為替動向、金利変動
- 資本市場の動向
- 価格競争の激化
- 調達環境の変化
- 提携、アライアンス、技術供与による競争関係の変化
- 公的規制、政策、税務に関するリスク
- 製品、サービスの欠陥や瑕疵に関するリスク
- 研究開発投資、設備投資、事業買収・事業再編等に関するリスク
- 自然災害や突発的事象発生のリスク
- 会計方針の変更

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.

こころ、はずむ、おいしさ。

エバラ

Copyright © 2024 Ebara Foods Industry, Inc. All rights reserved.