



2025年5月13日

各 位

会社名 エスビー食品株式会社
代表者名 代表取締役社長 池村和也
(コード番号 2805 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役管理サポートグループ担当
加治正人
(TEL. 03-3668-0551)

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について

当社は、2025年5月13日開催の取締役会において、2024年5月10日に公表いたしました「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」に関し、別紙の通り現状の評価・分析を改めて行うとともに、具体的な取組内容について更新いたしましたのでお知らせいたします。

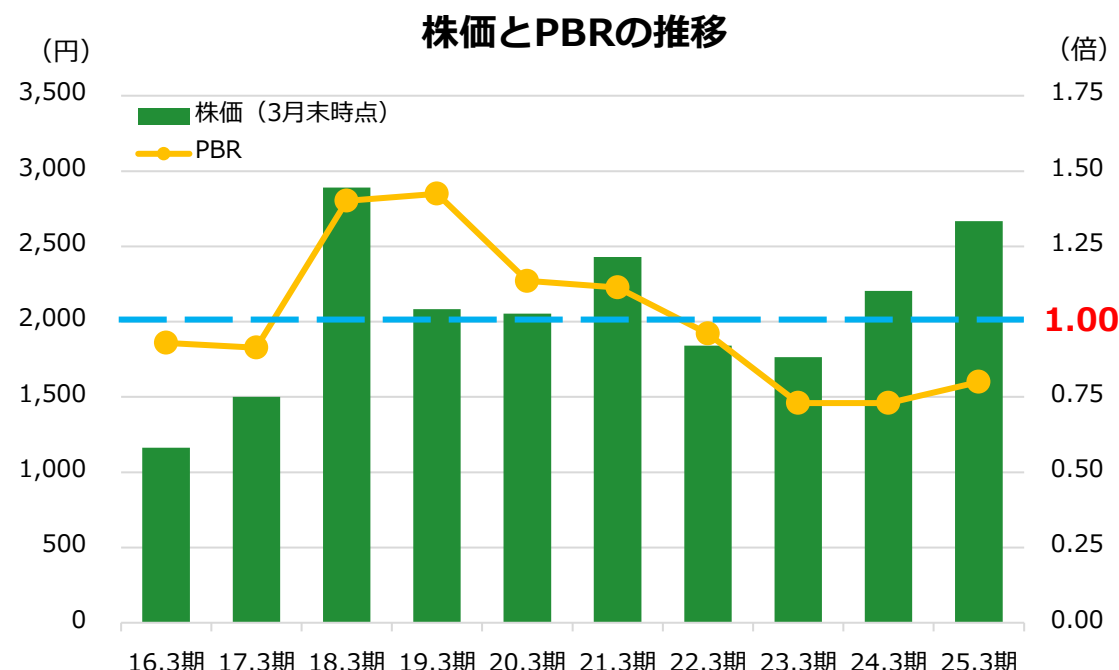
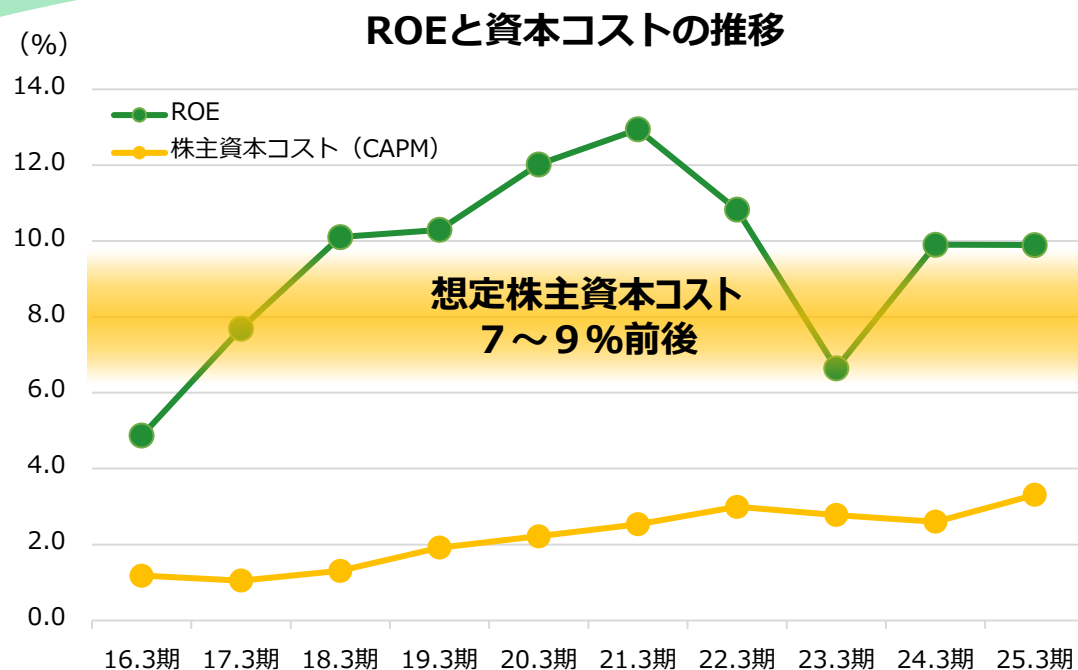
資本コストや株価を意識した経営の 実現に向けた対応について

アスビー食品株式会社

証券コード 2805

2025年5月13日

資本収益性並びに株価に対する現状分析



※2025年4月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。
株価（3月末時点）は、分割実施前の終値を分割後の値に調整したものを記載しております。

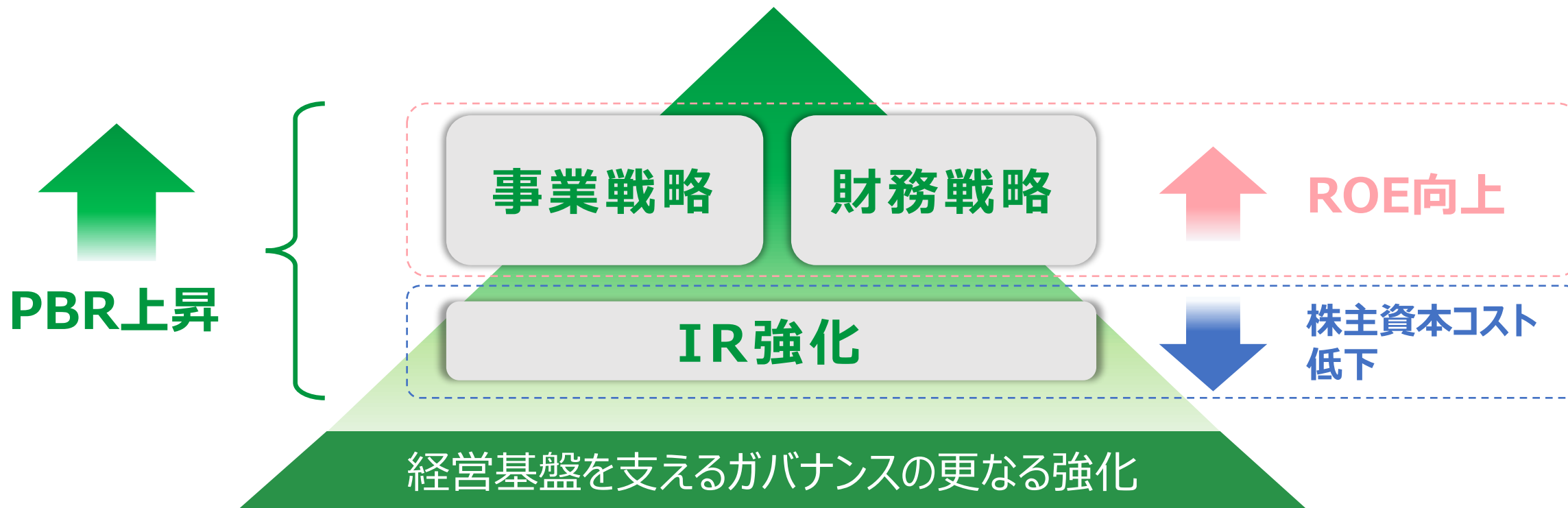
現状分析

- ・ R O E は C A P M ベースによる株主資本コストを上回って推移し、**一定の水準を維持**。一方、投資家等との対話から**想定株主資本コストは“7～9%前後”**であると認識し、**継続的な資本収益性の向上を図る**。
- ・ 株価は直近2年で上昇に転じ、堅調な業績、各種施策に対する一定の評価が反映されたものと考えられ、**P B R は改善傾向**。P B R 1.0倍超の実現に向けては、**持続的な成長や株主還元強化などに関する、より具体的で充実した戦略の発信と、その理解促進に向けた I R の強化を図る**。

PBR改善に向けた対応方針

方針

資本コスト・株価を意識した企業価値向上の最大化への取組みにより、
ROEの継続的な向上と、**PBR1.0倍超の早期実現**を目指す。



事業戦略 1

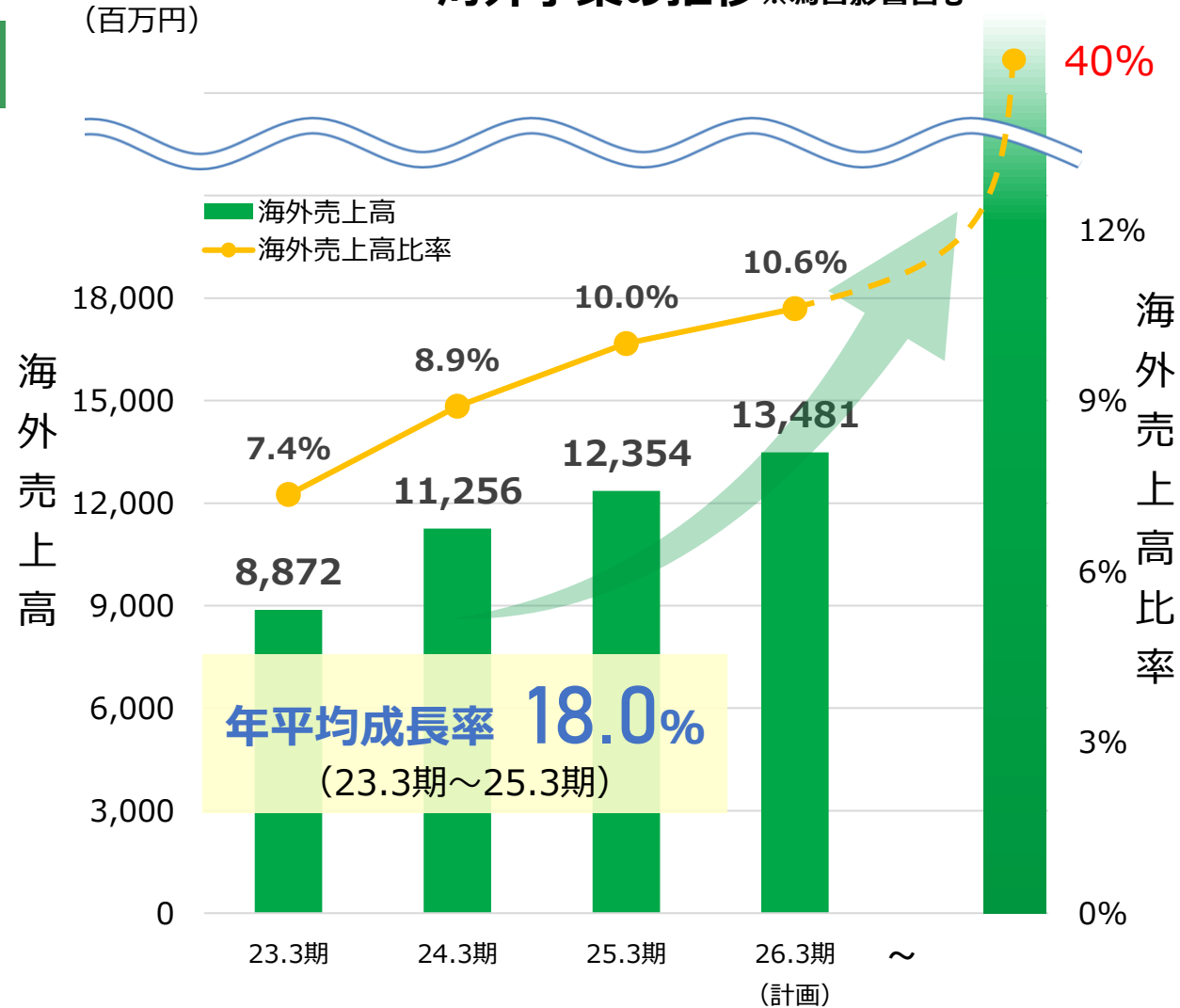
- ▶ **海外売上高比率 40%超**に向けた拠点増強及び、海外サプライチェーンの強化。

東南アジア（タイ）に、生産拠点設置を目的とした現地法人を25年2月に設立。



海外拠点（2025年3月期末）

海外事業の推移※為替影響含む

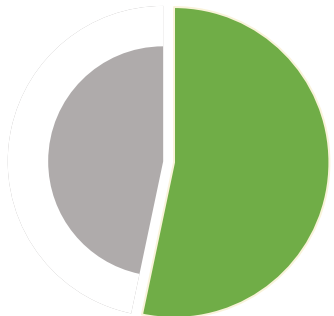


事業戦略 2 - ①

- ▶ マーケティング活動の強化とM&Aを含む**既存事業基盤強化**への積極的な取組み。
⇒ 香辛料市場のリーディングカンパニーとして市場を牽引する取組みの強化。

香辛料市場シェア

53.3%



※ インテージSRI+
スパイス市場当社独自区分
期間：2024年4月～2025年3月



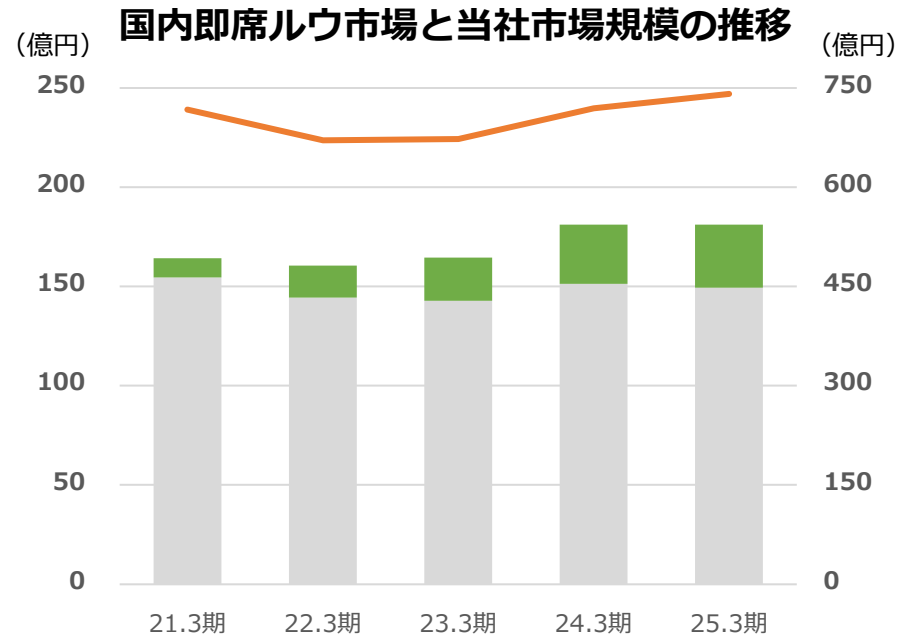
新たなユーザーを開拓する小容量・使い切りスティック形態の洋風スパイスラインナップ強化や体験会イベントを通じたブランド育成を推進。



汎用シーズニング高シェアブランドであるマジックソルトの価値訴求や、常備食材として浸透した冷凍野菜で作るメニュー系シーズニングの利便性訴求を強化。

事業戦略 2 - ②

⇒ 即席ルウ市場におけるパウダールウ※の売上・シェア拡大。



■ 当社固形ルウ・フレーク他 (左軸)
■ 当社パウダールウ (左軸)
— 即席ルウ市場 (右軸)

※ インテージ SRI+
即席ルウ市場 = ルウカレー・シチュー・ハヤシ市場
期間：2020年4月～2025年3月

※パウダールウとは
当社独自の特許技術【パウダールウ製法】を用いた、「時短」「簡便」「少人数前調理」が可能で、調理シーンにおける消費者の課題解決に繋がる高付加価値製品。



日本食糧新聞社制定
「食品ヒット大賞」優秀ヒット賞受賞

即席ルウ市場は人口減少や世帯構成の変化に伴い、年々減少傾向にあったものの、パウダールウの発売により当社売上の維持・拡大に貢献。市場での構成比も増加傾向にある。

事業戦略 3

- ▶ **スパイス・ハーブのエビデンスで人の健やかな暮らしを実現する機能性食品など周辺領域の拡大。**

⇒ 当社のビジョン“地の恵み スパイス&ハーブ”の可能性”を
体現するスパイスやハーブを活用した健康食品の育成。

- ▶ **スパイス・ハーブの産地開発への注力や、環境保全、アップサイクルなど、地球との共生を図る取組みの継続。**

⇒ ・約50年間放置されていた「わさび田」の復興を通じて、国内の
持続的なわさび生産、ならびに食文化の継承にも貢献。
・アップサイクル第1弾製品「本鶏だし」の育成。



からだを整える
スパイスやハーブの機能



「わさび田」の復興
と栽培試験



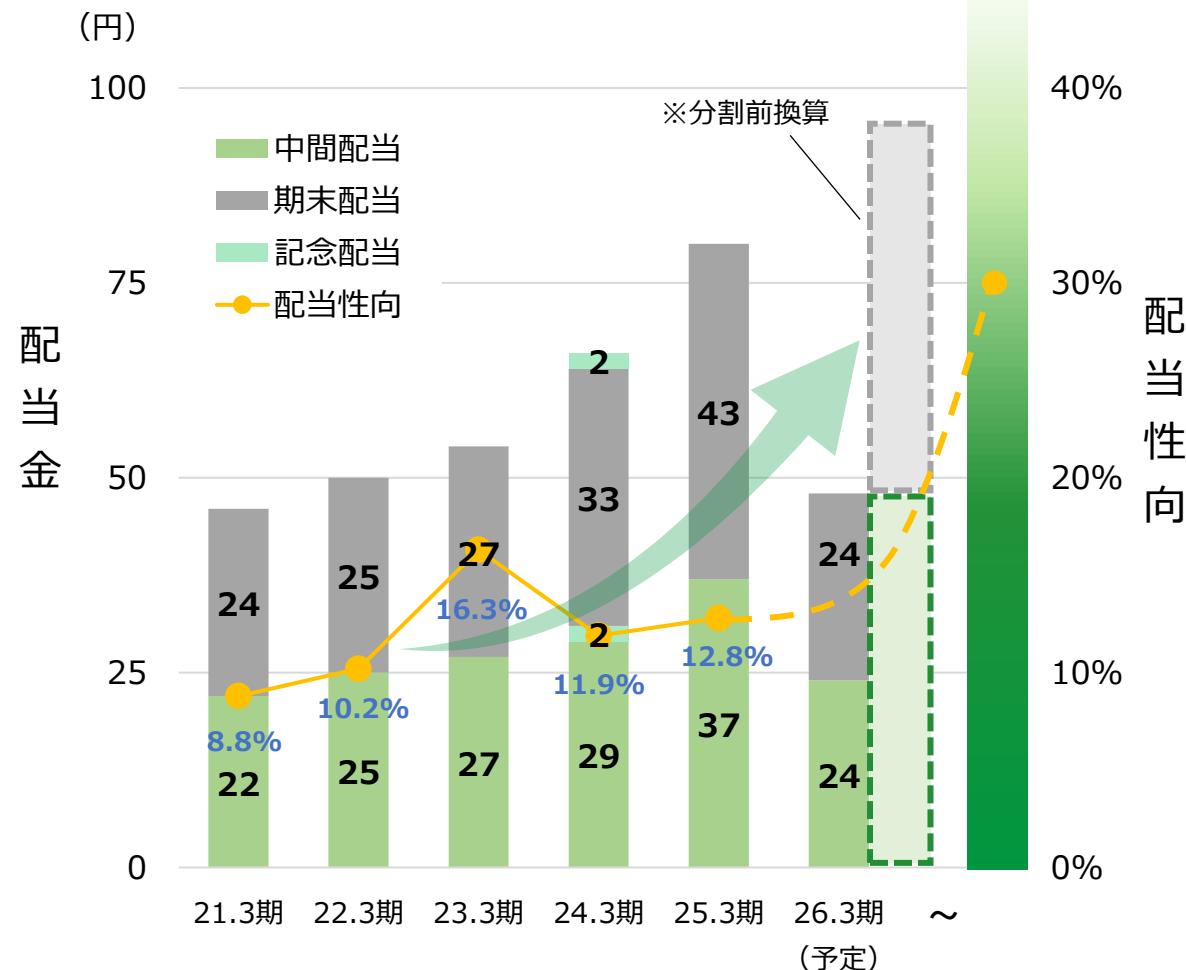
都市型マルシェでの
「本鶏だし」の商品力訴求

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた取組み

財務戦略

- ▶ **連結配当性向 30%を目標**とした安定配当と増配による株主還元強化。
- ▶ **政策保有株式の縮減**による資本効率向上。
 ⇒ 純資産比率 20%未満を基準に、縮減を実施。
 25年3月期にて 2 銘柄を売却。
- ▶ **持続的成長を支える人的資本への投資、成長分野への投資。**
 ⇒ 25年3月期は、従業員のスキル向上や労働生産性の向上を踏まえた、物価上昇率を上回るベースアップを実施。
 ⇒ 投資家層の拡大、流動性の向上を図るため、株式の売出し（本年 2 月）及び分割（同 4 月）を実施。
 ⇒ 脱炭素推進支援私募債を発行（昨年 12 月）。

目指すべき配当金と配当性向のイメージ



※2025年4月1日を効力発生日として、普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行いました。そのため、株式分割前に換算すると26.3期の配当予想は中間配当額 48 円、期末配当額 48 円、年間配当額 96 円となります。

I R 強化

- ▶ **情報開示の拡充（成長戦略、事業戦略、財務戦略の明示）。**
 - ⇒ ・個人投資家向け会社説明会の実施（昨年5月）
 - ・決算説明会の実施（本年5月予定）
- ▶ **各戦略に関する進捗状況の開示。**
- ▶ **ステークホルダー（株主、投資家等）との対話の充実など、I R 活動の継続的な強化。**
 - ⇒ ・1on1ミーティングの実施（四半期毎）
 - ・株主さま向けイベントの実施（昨年9月）
株主の皆さまを対象に、通常非公開の社員研修施設「スパイス展示館」の見学会を開催。
展示館の見学のほか、オリジナルカレー粉づくりを体験を実施。

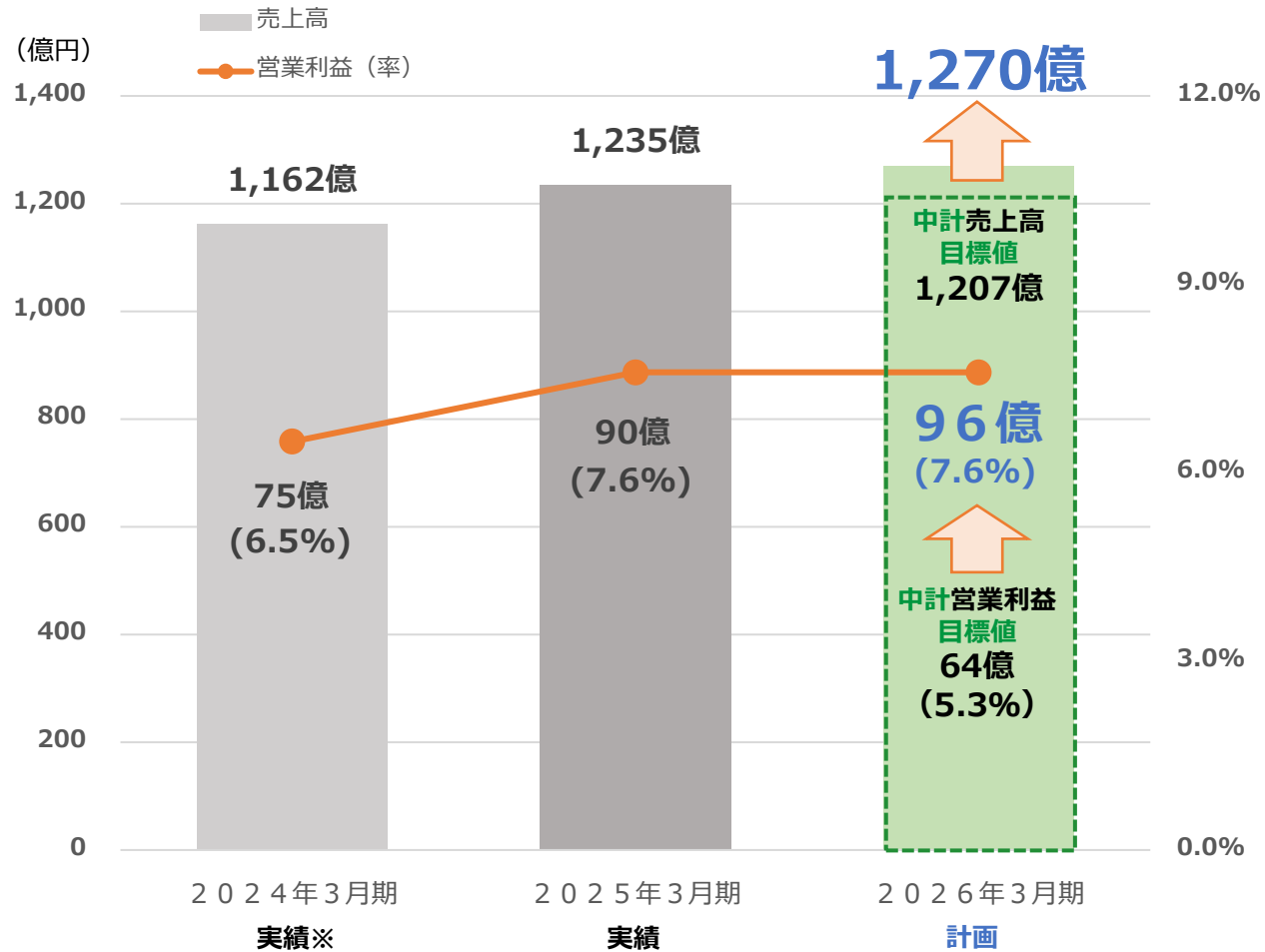


個人投資家向け会社説明会



株主さま向けイベント
(スパイス展示館見学会)

第3次中計最終年度（2026年3月期）計画



■ 2026年3月期 計画

原材料価格の上昇は続いているものの、7月に価格改定を予定していることや、海外事業が順調に推移していることから、中計最終年度（2026年3月期）の計画値は、**当初目標を上回る、**

売上高 : **1,270億円**

営業利益 : **96億円**

といたしました。

※ 24.3月期の数値は調理済食品事業を除いた実績です。
調理済食品事業は24.3月期末をもって事業譲渡しております。