



2025年3月期
決算説明資料

2025年5月28日

ブルドックソース株式会社

証券コード：2804

目次

1. 2025年3月期 決算について P 3
2. 2026年3月期通期業績予想 P 18
3. 参考資料 P 26

1 2025年3月期 決算について

決算ハイライト

2025年3月期 実績

- 売上高は 前期比**0.9%**増の146.1億円
 - ・ 国内：前期比**0.3%**増の139.6億円
生活防衛意識の高まりにより主力商品の「ウスター・中濃・とんかつソース」の大容量は低調も小容量は好調に推移
業務用ソースはインバウンド増加継続による売上増、価格改定を実施し好調に推移
 - ・ 海外：前期比**16.2%**増の6.5億円
米国、欧州、アジア（オセアニア含む）を中心に伸長
- 営業利益は前期比**36.2%**増の2.2億円
 - ・ TATEBAYASHIクリエイションセンター(TCC)の追加設備投資、工程改善による生産能力向上により増益
- 経常利益は前期比**28.1%**増の8.6億円
 - ・ 投資有価証券の売却益が増加したため増益
- 親会社株主に帰属する当期純利益は**328.9%**増の6.2億円

重要な取り組み

- 固定資産の活用
 - ・ 鳩ヶ谷工場跡地の譲渡 [2025年5月受渡し]
- 自己株式の取得及び消却 [2024年10月から2025年10月迄予定]

トピックス

- イカリソース、サンフーズ、ブルドックソース一部商品価格を改定 [2024年5、7、9、11月]
- TCCファクトリー見学施設オープン、第1回TCCふれあい会を実施 [2024年4月、11月]
- イカリソース「THE大阪 お好み・たこ焼・焼そばソース」が大阪地域代表商品に選出 [2024年12月]
- 原料調達方針を策定・開示 [2025年3月]

2025年3月期決算 実績

(単位：百万円)	2024.3期	実績	2025.3期	
	実績		増減額	増減率
売上高	14,482	14,617	135	0.9%
売上原価	10,094	10,307	213	2.1%
売上原価率	69.7%	70.5%	—	—
売上総利益	4,388	4,310	△78	△1.8%
売上総利益率	30.3%	29.5%	—	—
販売費及び一般管理費	4,224	4,087	△137	△3.3%
販管费率	29.2%	28.0%	—	—
営業利益	163	223	59	36.2%
営業利益率	1.1%	1.5%	—	—
経常利益	674	864	189	28.1%
経常利益率	4.7%	5.9%	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	145	623	478	328.9%
親会社株主に帰属する当期純利益率	1.0%	4.3%	—	—
EPS (円)	10.89	46.91	36.02	330.8%
一株配当 (円)	35.00	35.00	—	—
配当性向 (%)	321.4%	74.6%	—	—
設備投資額	604	175	△428	△70.9%
減価償却費	931	1,136	204	22.0%
EBITDA (営業利益+減価償却費)	1,095	1,359	264	24.1%

2025年3月期決算 BS及びCF

(単位：百万円)	2024.3期 実績	2025.3期	
		実績	差額
流動資産	8,939	8,153	△786
固定資産	24,808	24,320	△487
資産合計	33,747	32,474	△1,273
流動負債	5,708	4,689	△1,018
固定負債	6,577	6,339	△238
負債合計	12,286	11,029	△1,257
純資産	21,460	21,445	△15
負債純資産合計	33,747	32,474	△1,273
自己資本比率	63.6%	66.0%	2.4%

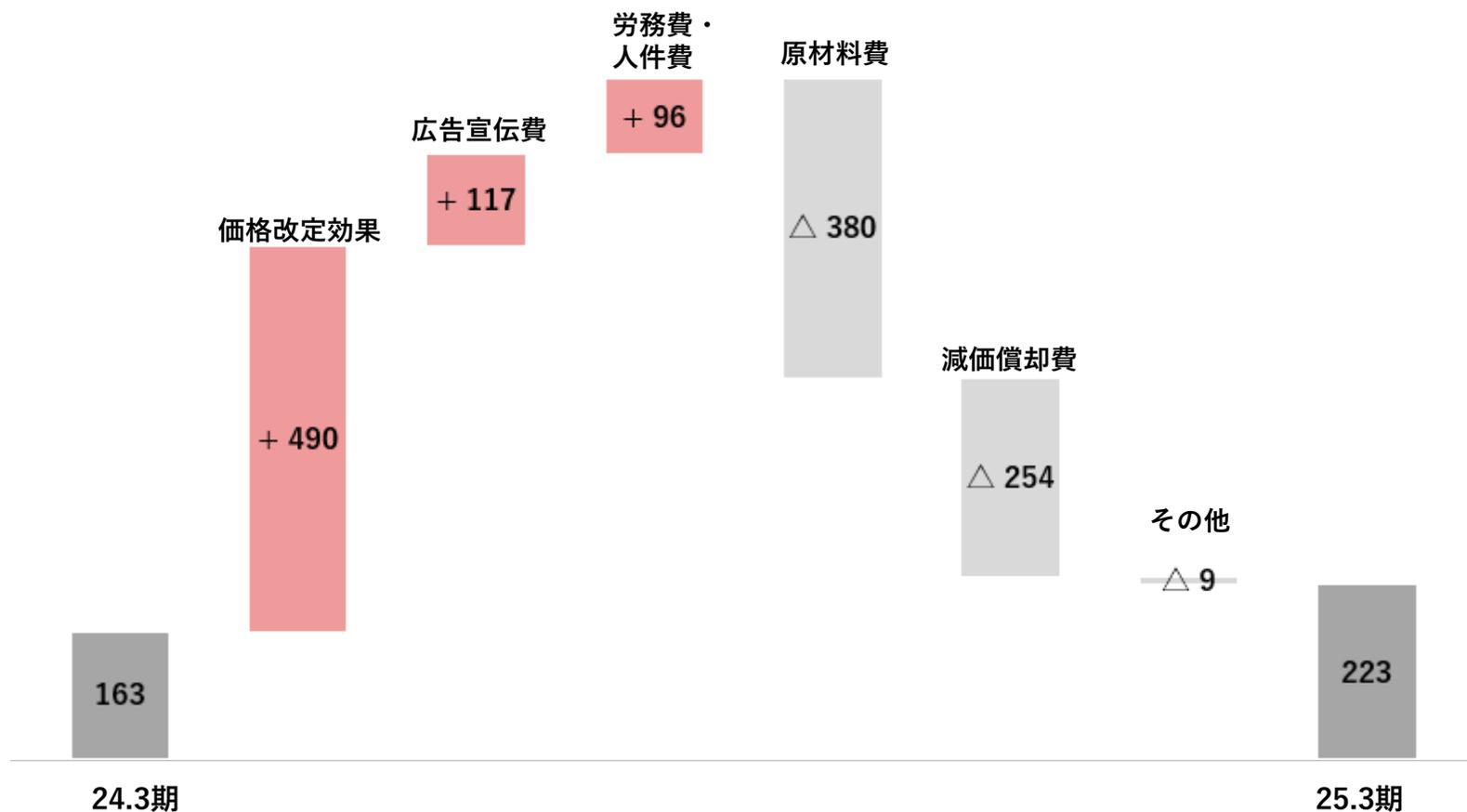
(単位：百万円)	2024.3期 実績	2025.3期	
		実績	差額
営業活動によるキャッシュ・フロー	90	2,330	2,240
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,076	635	4,711
財務活動によるキャッシュ・フロー	31	△2,491	△2,522
現金及び現金同等物に係る換算差額	2	3	1
現金及び現金同等物の増減額	△3,952	478	4,430
現金及び現金同等物の期末残高	1,978	2,456	478

2025年3月期カテゴリー別売上高

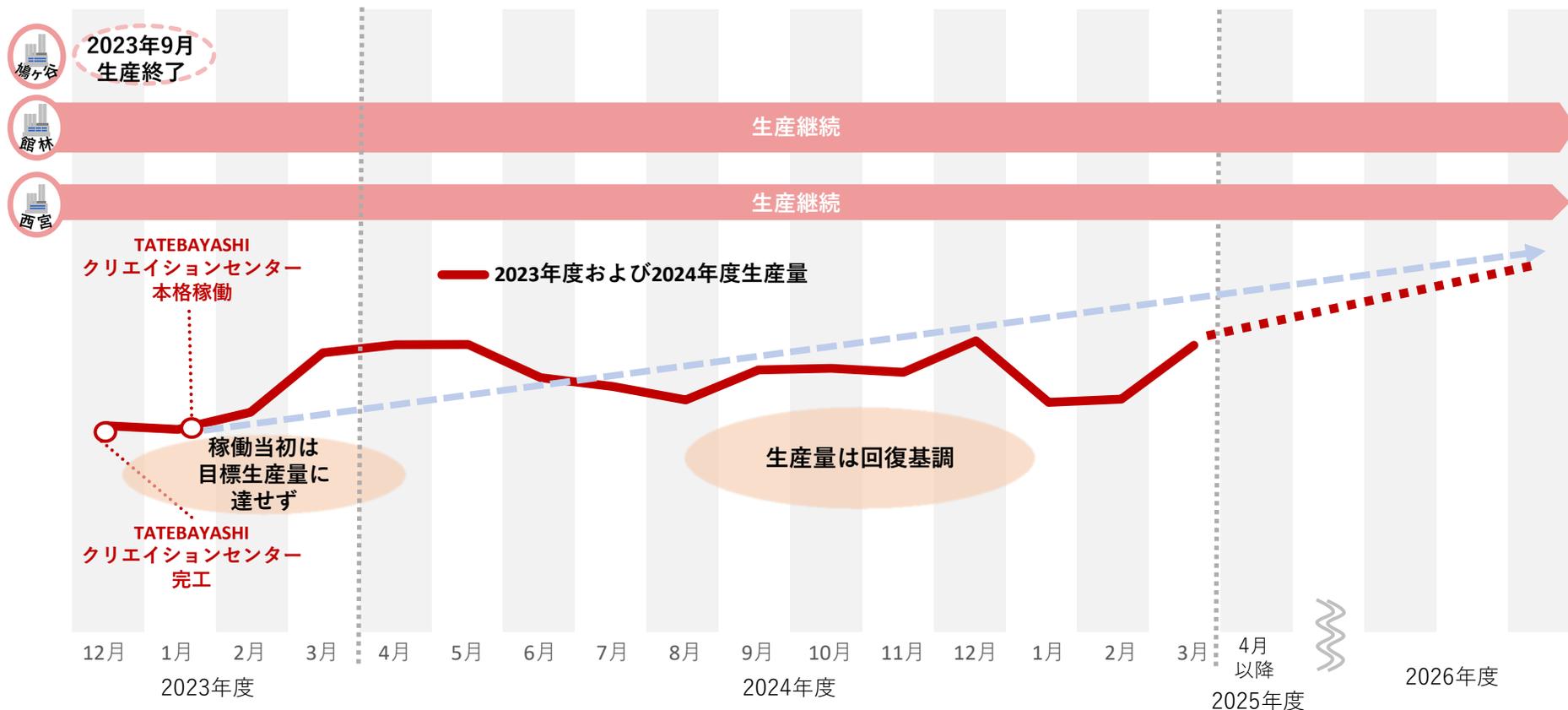
(単位：百万円)		2024.3期 実績	実績	2025.3期		コメント	
				構成比	増減率		
国内商品	家庭用ソース	8,288	8,227	56.3%	△0.7%	<ul style="list-style-type: none"> レギュラー大容量が低調 イカリレギュラーの商品価値を再訴求し売上伸長 	
	業務用ソース	3,706	4,024	27.5%	8.6%	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客獲得及びメニュー提案の実施 価格改定を実施 	
	家庭用 (ソース 以外)	ドレッシング・ たれ等	1,334	1,162	8.0%	△12.9%	<ul style="list-style-type: none"> 「& Bull-Dog」新商品発売、好調に推移 「野菜のドレス」販売戦略変更により販売店減少
		その他	589	547	3.7%	△7.2%	<ul style="list-style-type: none"> キャベツ高騰による影響で「もんじゃ焼材料セット」低調に推移
	計	13,917	13,961	95.5%	0.3%		
海外商品	輸出 家庭用・業務等ソース	463	536	3.7%	15.7%	<ul style="list-style-type: none"> 米国、欧州、アジアを中心に売上好調に推移 現地新規顧客獲得 	
	現地法人（上海・新規）	101	120	0.8%	18.5%	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客獲得及び新商品発売 現地SNSプロモーション活動を開始 	
	計	564	656	4.5%	16.2%		
合計商品		14,482	14,617	100.0%	0.9%		

2025年3月期決算 営業利益 増減分析

■ 営業利益の推移（百万円）



TATEBAYASHIクリエイションセンター本格稼働後、種々の取組みにより生産性向上



生産性向上のための施策

- ①2024年 6月～ 工程改善による稼働時間の短縮及びひとりひとりの業務負担の軽減
- ②2024年 7月～ 生産部門の人員配置、勤務体系の見直しによる労務費の削減
- ③2024年10月～ 追加設備投資による生産能力の向上
- ④2024年10月～ 保管倉庫費等の物流コスト削減

生産体制再構築等により生産性向上

(単位：百万円)	2025.3期 上半期		2025.3期 下半期		2025.3期 上半期-下半期比較	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減
売上高	7,313	100.0%	7,305	100.0%	△ 8	△0.1%
売上原価	5,271	72.1%	5,037	68.9%	△ 234	△3.2pts
販管費	2,102	28.7%	1,985	27.2%	△ 117	△1.5pts
営業利益又は 営業損失 (△)	△ 60	△0.8%	283	3.9%	343	—



2025年3月期施策の成果

25.3期施策・下期の見通し

下期の成果と課題

国内

- エリア別マーケティング戦略に基づいた営業活動
 - ・イカリソース レギュラー300ml定番店舗拡大
- 商品認知の周知活動
 - ・TCCふれあい会や地域の小学校等で商品紹介、サンプリングを実施
- 使用シーンを想起したプロモーションと販売の連動
 - ・動画を活用し使用シーンを想起させ、惣菜・生鮮との関連販売強化
- 伸長業態別提案強化
 - ・外食は伸長継続。節約志向に対応している原料加工 ユーザーへの提案強化
- 市場動向に応じた提案強化
 - ・業務用商品の価格改定。外食ユーザーニーズに合わせた提案を強化

- 配荷店舗数が拡大 前期比111.4%
- ふれあい会、工場見学、社会科見学、もんじゃ教室等で新容器紹介とサンプリングを実施
- 店頭デジタルサイネージを活用し、惣菜・生鮮企画を実施
- インバウンド向けにとんかつメニューが好調、節約志向に対応したメニュー提案を強化
- 価格改定実施。米高騰による影響でオペレーションを含むトータル提案が必要

海外

- 輸出
 - ・ターゲット国を米国・中国とし現地マーケティング強化
- 中国事業
 - ・NB品露出拡大・開発力強化、催事企画等を実施
 - ・中華系顧客開拓促進
- 海外進出
 - ・ベトナム市場調査及び事業化方針策定/事業化内容の策定を推進

- 現地系量販店で採用・販売開始
- 現地系量販店での販促プロモーションを推進、Sauceの認知向上活動に取組む
- 老舗料理店やアウトドアメーカーとBBQ企画を実施
- 現地量販店等の新規顧客獲得
- ベトナム進出に向け検討

V
C

- TATEBAYASHIクリエイションセンターに4部門を集約
 - ・TCC安定稼働推進
- 原料調達方針の策定・開示
 - ・人権と労働環境に配慮し、サプライヤーとの最良のパートナーシップを築く
- ジョブ型人材マネジメント検討
 - ・ジョブ（階層）別教育方法に基づき社内教育を実施
- 人権、ダイバーシティ&インクルージョンの推進
 - ・「ダイバーシティ」「ハラスメント」オンライン教育の実施
- 定型業務自動化システムによる業務効率化・省力化
 - ・RPAによりグループ全体の生産性向上

- 追加設備投資や工程改善により生産能力向上
- サプライヤー様との信頼関係を強化・深耕するため原料調達方針を策定、開示
- ジョブ（階層）別教育を実施
- 「ダイバーシティ」「ハラスメント」オンライン教育の実施
- バックオフィス業務を自動化し作業時間削減

ブランド強化のためのプロモーション活動

新たなターゲット層に対するプロモーション強化

「ガッツリだって、ヘルシーじゃん！」
をテーマにレギュラーソースの需要拡大



店頭・SNS連動、イベントによる
プロモーション



アゲフェス2024
～気分アがるお酒と揚げ物～
atおかちまちパンダ広場

SNSを活用した情報発信



X (旧Twitter) にレシピを毎日投稿
営業とも連携し、量販店でも動画を使用



他メーカーとコラボレーション
各社アカウントにて投稿実施



第5期ブルドックソースアンバサダー

地域社会を通じブランド認知向上

第1回 TCCふれあい会



- ・ソースの歴史や原材料の紹介
- ・ファクトリー見学
- ・Sauceを使用した料理の提供

小学生対象の社会科見学



- ・ソースの歴史に関する講義、
新容器のサンプリングを実施
- ・新容器の大型模型に興味深々

小学生対象もんじゃ焼教室



- ・地域の食文化である
もんじゃ焼の魅力を伝える
啓蒙活動を実施
- ・もんじゃ焼に対する
リアルな反応が見られた

業務用での販売活動

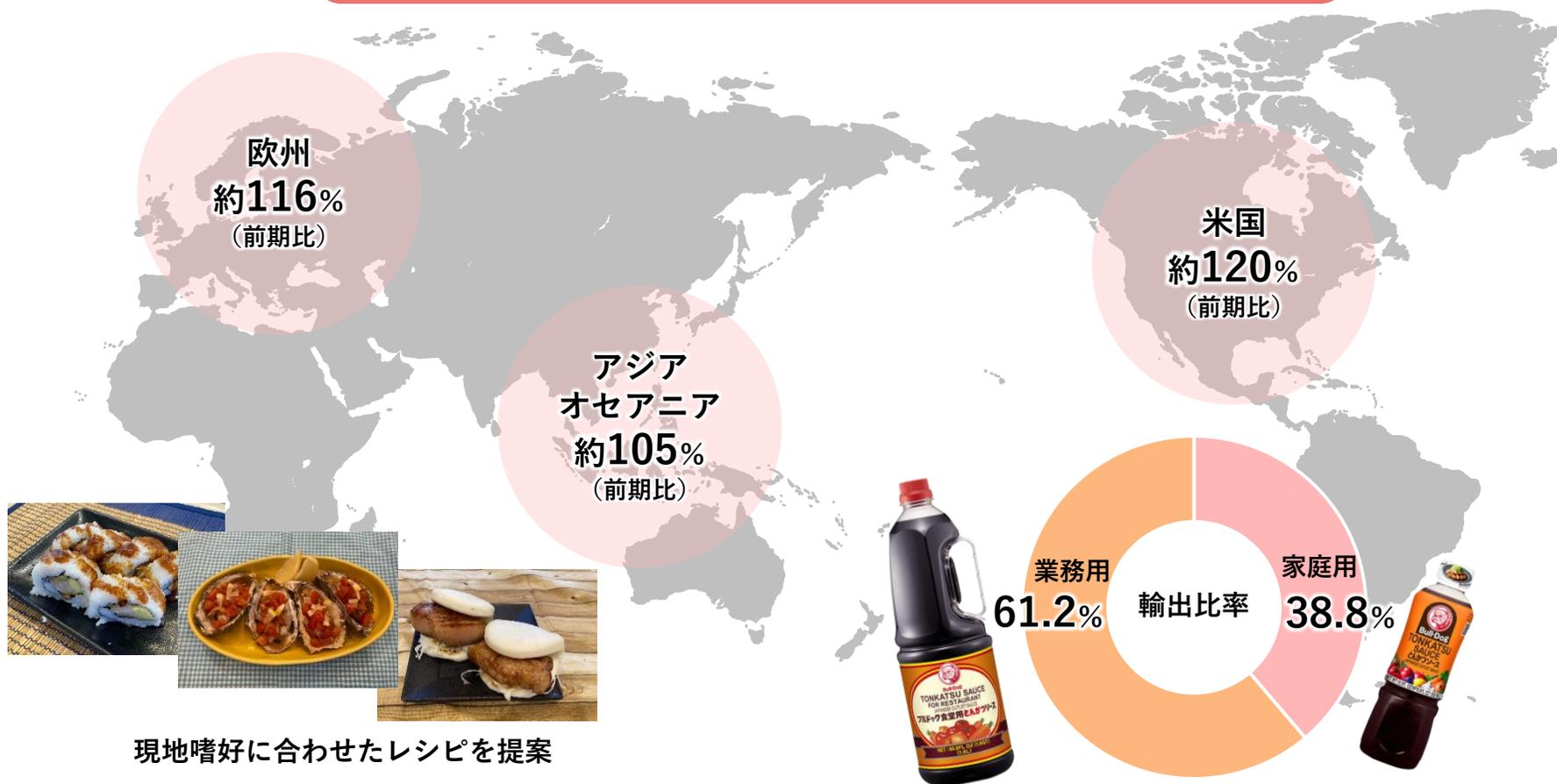
- インバウンド需要の拡大と市場動向に即した提案により好調に推移
- 2024年11月1日(金)出荷分より出荷価格に対し10~15%の価格改定を実施(45品目)

	市場動向	通期実施施策	通期売上伸長率 (前期比)
外食	<ul style="list-style-type: none"> 人流の回復やインバウンドの増加 原材料のコストアップ 	<ul style="list-style-type: none"> コスト改善提案の実施によるブランドチェンジ ご当地をキーワードとした新規メニューの採用 商品の付加価値提案 	約 113%
原料加工	<ul style="list-style-type: none"> コメ高騰による代替食品（製パン、麺類等）の増加 生活防衛意識の高まりによる品揃えの変化 	<ul style="list-style-type: none"> 市場ニーズや原料加工に合わせた商品提案 	約 101%
惣菜	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足の解消と利益改善が課題 	<ul style="list-style-type: none"> 利益改善を含めたブラッシュアップ提案 共同メニュー開発提案 	約 108%

ブルドックソース 輸出の状況

- 米国、欧州、アジア・オセアニアの三大エリアでは売り上げが好調に推移
- 北米、欧州、アジアでは新規現地系量販店を獲得

世界50か国以上の国で販売。今後も拡大予定



イカリソースの状況

- 価格改定後も、消費者に商品価値が支持され売上・利益ともに伸長

イカリ定番商品の売上拡大



リニューアルを機にイカリ定番商品の価値を再訴求。西日本エリアでの売り上げ拡大

SIMPLE

- 食品添加物、アレルゲン28品目不使用
- わかりやすい原材料を使用

PREMIUM

- 15種類の香辛料
- 10種類以上の野菜・果実を使用
- 国産の鰹節エキス・昆布粉末・オイスターエキスを使用

パッケージリニューアル

- 商品の価値をわかりやすく表示

配荷店舗数拡大

前期比
約**111%**
(300ml商品)

大阪地域代表商品に選出



「大阪代表商品プロジェクト」
地域代表商品に選出

- 大阪の粉もん文化を支え続けて129年
- 老舗だからこそたどり着いた大阪人が好む味わい
- 大阪産（もん）の本醸造醤油を使用
- ソースをまんべんなくかけられて使いやすい3穴キャップ

配荷店舗数拡大

前期比
約**110%**

サンフーズの状況

- インバウンドが牽引し業務用ソースが好調。TVショッピングでは、消費者に商品価値を訴求し伸長

業務用ソース

お好みソース等



売上前期比
約**106%**

- 広島名物お好み焼のフードテーマパークとして全国的に有名な「お好み村」全店で使用されているプロ推奨のお好みソース
- 2008年に第1回「ザ・広島ブランド」に認定

お好み焼（冷蔵・冷凍）

広島名物「お好み村」



広島本場の味を手軽にご家庭で楽しめる
価値を訴求

売上前期比
約**127%**

- 新鮮な卵やキャベツを毎朝調達し、職人が一つひとつ手作り
- 1人前の個包装
- 「お好み村」御用達のミツワお好みソースつき
- 冷蔵・冷凍だから、いつでも簡単に食べられる

富留得客食品（上海）の状況

■ 現地展示会による販路開拓、新規顧客獲得で売上が好調に推移

富留得客食品の実施内容

- 新規顧客獲得
- 新商品採用
- 試食販売を実施
- 日系企業を中心とした幅広いメニューへの使用提案

開発アプローチ

- 現地のニーズに即したスピード感のある開発体制を構築

売上前期比
約**119%**



ブランド認知活動

リアル×SNSの融合で「Sauce」の美味しさを広める

リアル



現地系量販店での試食販売



現地展示会に出展

SNS



Sauceメニューの普及



他社メーカーとコラボ

2 2026年3月期 通期業績予想



2026年3月期予想 連結業績

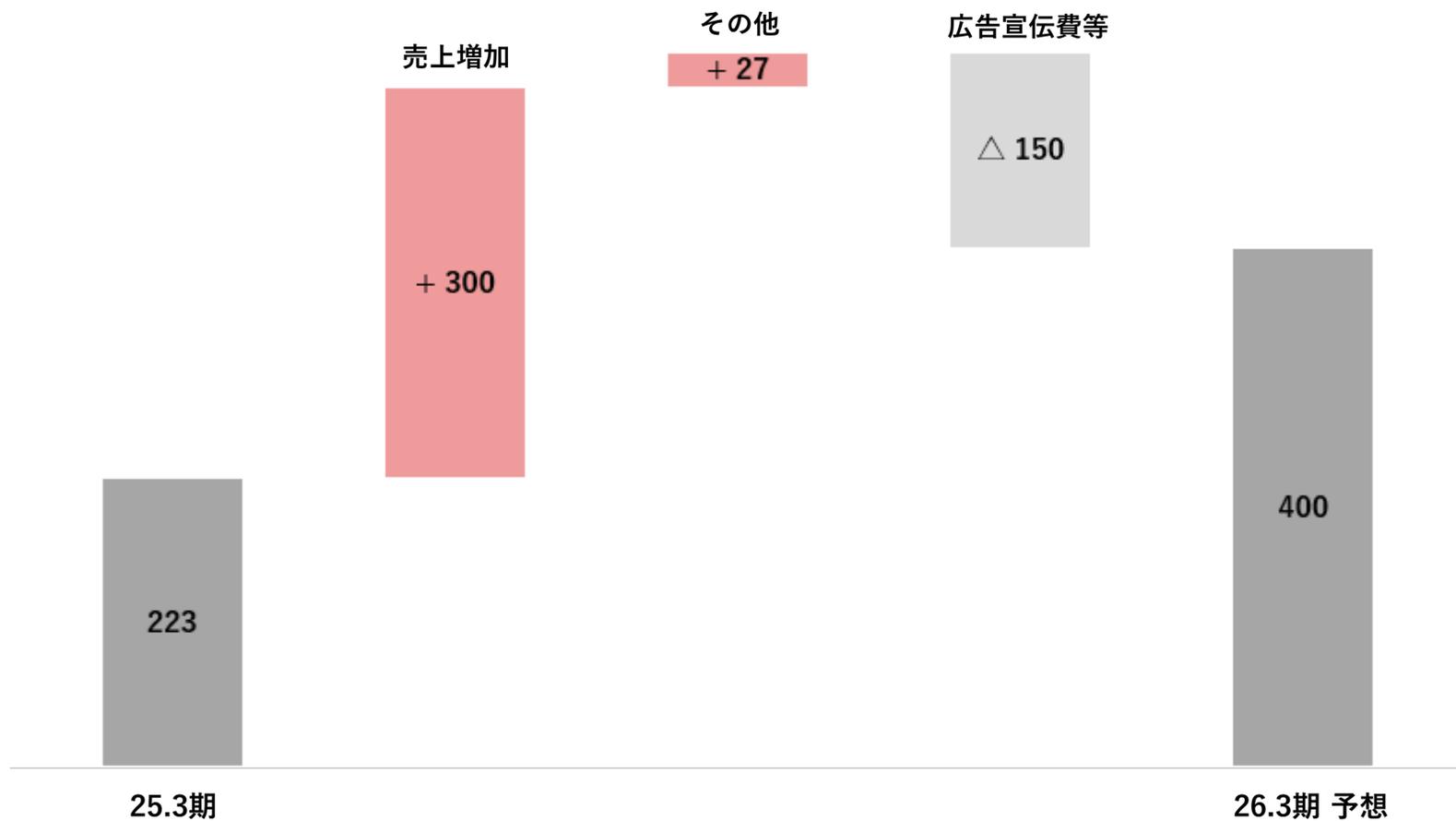
(単位：百万円)	2025.3期	予想	2026.3期	
	実績		増減額	増減率
売上高	14,617	15,500	882	6.0%
営業利益	223	400	176	79.3%
営業利益率	1.5%	2.6%	—	—
経常利益	864	1,000	135	15.7%
経常利益率	5.9%	6.5%	—	—
親会社株主に帰属する当期純利益	623	2,000	1,376	220.7%
親会社株主に帰属する当期純利益率	4.3%	12.9%	—	—
EPS (円)	46.91	152.39	105.48	224.9%
一株配当 (円)	35.00	45.00	—	—
配当性向 (%)	74.6%	29.5%	—	—
設備投資額	175	300	124	70.5%
減価償却費	1,136	1,160	23	2.1%
EBITDA (営業利益+減価償却費)	1,359	1,560	200	14.7%

2026年3月期予想 カテゴリー別売上高

(単位：百万円)		2025.3期 実績	予想	2026.3期		コメント	
				構成比	増減率		
国内商品	家庭用ソース	8,227	8,370	54.0%	1.7%	<ul style="list-style-type: none"> ● 新商品発売 ● 動画と売場と連動しソース使用量拡大 	
	業務用ソース	4,024	4,460	28.8%	10.8%	<ul style="list-style-type: none"> ● 伸長業態別のニーズを捉えた商品提案、メニュー提案 	
	家庭用 (ソース以外)	ドレッシング・ たれ等	1,162	1,180	7.6%	1.5%	<ul style="list-style-type: none"> ● アンバサダーを活用し、SNSでのレシピ配信
		その他	547	570	3.7%	4.1%	<ul style="list-style-type: none"> ● 新商品発売に伴い、特別サイトリニューアル
	計	13,961	14,580	94.1%	4.4%		
海外商品	輸出 家庭用・業務用ソース	536	670	4.3%	25.0%	<ul style="list-style-type: none"> ● 米国を中心に輸出拡大 	
	現地法人（上海・新規）	120	250	1.6%	108.1%	<ul style="list-style-type: none"> ● 中華系顧客開拓促進 	
	計	656	920	5.9%	40.2%		
合計		14,617	15,500	100.0%	6.0%		

2026年3月期予想 営業利益 増減分析

■ 営業利益の推移予想 (百万円)



2026年3月期施策

国内

国内ソース市場における リーディングカンパニーの地位確立

中計目標

26.3期施策

■ 家庭用

グループ各社の
ブランド価値明確
化と最大化

- 価値訴求をテーマに
エリア別マーケティング戦略に基づいた
営業活動

■ 家庭用

国内ソースの
ブランディング
推進

- ソースと親和性の高いメニューの使用
シーンを想起したプ
ロモーションと販売
との連動

■ 業務用

生産能力向上に
よる業務用チャネ
ル開拓

- 市場環境の変化に伴
うユーザーニーズに
応じた提案強化

海外

ブルドックグループの 海外ローカライズ

中計目標

26.3期施策

- 海外展開ストー
リーを設計・
実行開始し、
海外ソース市場
を開拓

- 輸出：
現地ディストリ
ビューターとの緊密
な連携を行い、現地
系顧客の開拓を推進
- 中国事業：
● 現地SNS「小紅書」
戦略
● 現地展示会を通して
新規顧客開拓
- 海外進出：
事業化内容／事業化
方針の策定

VC

持続的成長を 実現するための経営変革

中計目標

26.3期施策

- SDGsの考え方に
基づいた持続可能
な事業展開と長期
ビジョン・MVV
実現に向けた事業
成長の両立
- 社会の公器として
のサステナビリ
ティ化実現

- 人財育成・組織戦略
MVVを実現させる
ための人財の育成
と獲得および組織
再編

■ 設備投資

戦略的成長分野へ
の積極投資とDX
投資による生産性
の大幅な向上

- 主力商品のワンウ
ェイプラスチック使用
量削減
- 生産段階における
CO₂排出削減
- DX・リスキル教育
等の人財育成プロ
ラムを計画・実施

- Office365導入

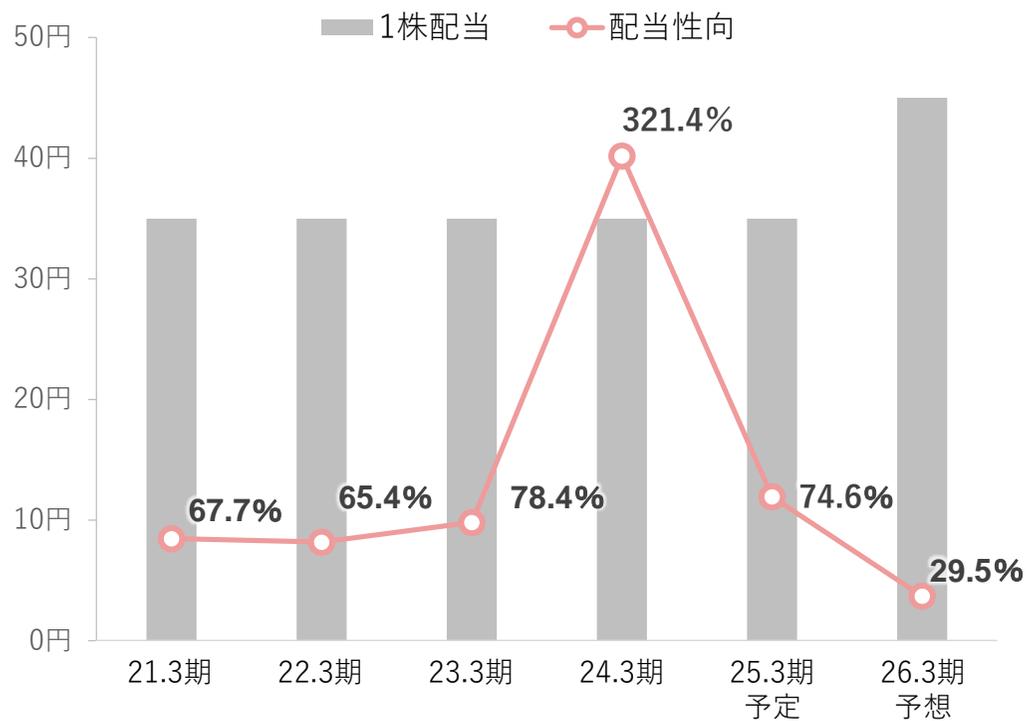
中期経営計画との差異

■ 外部要因による原材料高騰などに伴う利益減

(単位：百万円)	中期経営計画策定時 2026年3月期目標		業績予想 2026年3月期		業績予想 中期経営計画差	
	金額	率	金額	率	金額	差異
売上	16,000	100.0%	15,500	100.0%	△500	△3.1%
営業利益	800	5.0%	400	2.6%	△400	△50.0%
経常利益	1,400	8.8%	1,000	6.5%	△400	△28.6%
ROE	5.0%	—	9.2%	—	4.2%	—
EBITDA	2,000	—	1,560	—	△440	—

株主還元

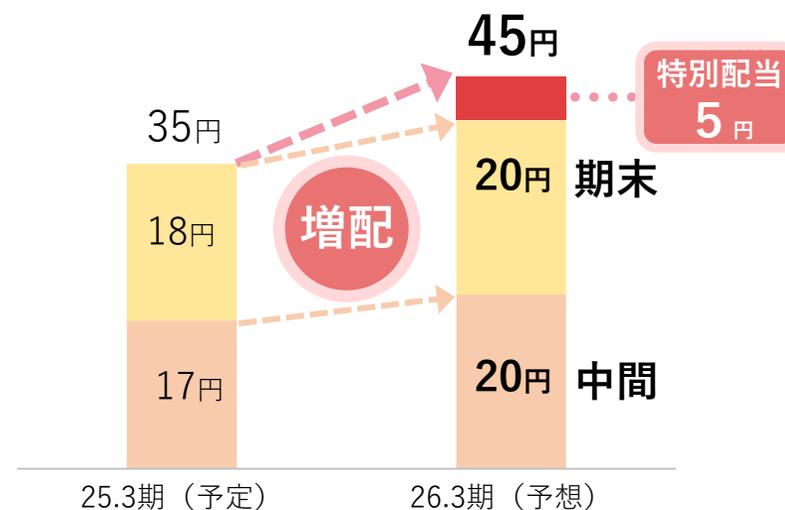
- 26.3期は1株配当45円の増配と特別配当を予想
- 配当性向は29.5%、総還元性向78%を予想



1株配当	35.0円	35.0円	35.0円	35.0円	35.0円	45.0円
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

基本方針の変更

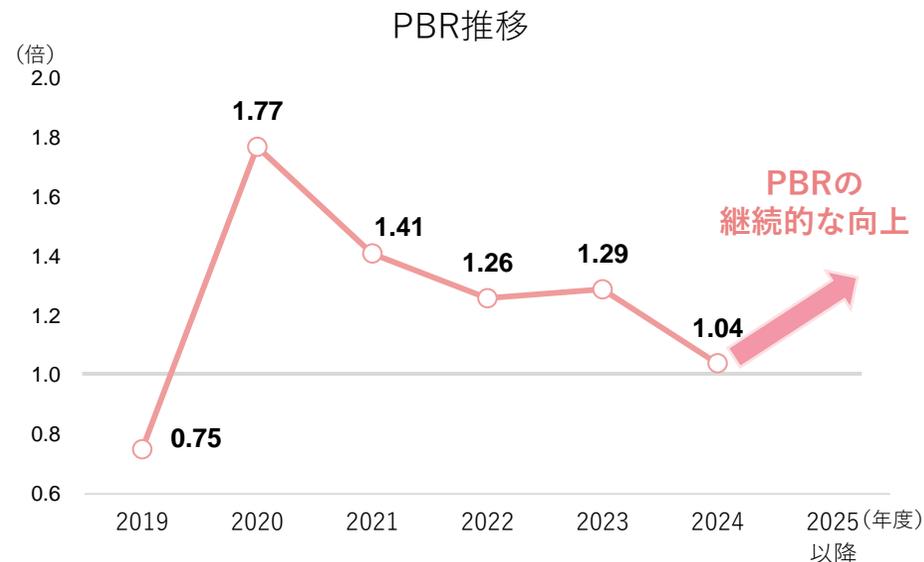
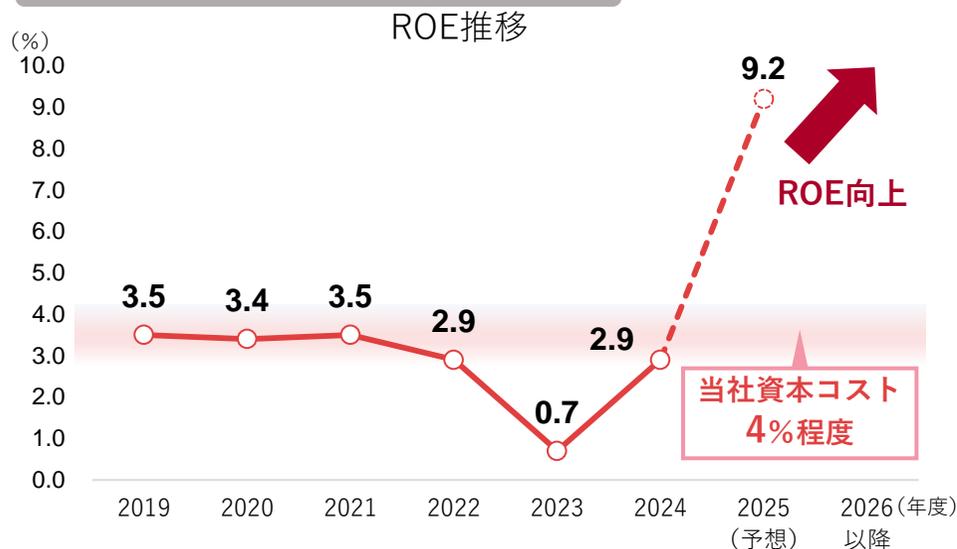
当社の配当政策は、業績や財務状況、成長戦略等を総合的に勘案し、株主の皆様への利益還元を行うことを基本といたします。この基本方針に基づき、**総還元性向60%を目標**とします。



2026年3月期 (予想)
総還元性向：78%

資本コストや株価を意識した取り組みについて

ROE/PBRの現状



具体的な取り組みの実行

自己株式の取得

2024年10月から2025年10月迄予定 10億円(上限)・60万株(上限)

2025年11月から2026年3月迄予定 4億円(上限)・24万株(上限)

中期経営計画の目標である **ROE 5%** の達成を目指す

3 参考資料



会社概要

商号	ブルドックソース株式会社 [英文名] BULL-DOG SAUCE CO.,LTD.
創業	1902（明治35）年：食料品卸商三澤屋商店を開業 （1905年：ソースの製造・販売を開始）
設立	1926(大正15)年 9月21日
事業内容	ソース、その他調味料の製造・販売
資本金	10.4億円 [2025年3月期]
従業員数	連結：295名 [2025年3月末現在]
売上高	連結：146億円 [2025年3月期]
関連会社	<ul style="list-style-type: none">・ イカリソース株式会社（100%出資）・ サンフーズ株式会社（100%出資）・ 富留得客食品(上海)有限公司（100%出資）

財務データ推移

(百万円)

	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	26.3期予想
売上高	17,235	17,708	13,300	13,529	14,482	14,617	15,500
営業利益	639	721	651	430	163	223	400
経常利益	1,040	985	1,013	1,234	674	864	1,000
ROE	3.5%	3.4%	3.5%	2.9%	0.7%	2.9%	9.2%
EBITDA	1,276	1,435	1,360	1,173	1,095	1,359	1,560



業績予想の適切な利用に関する説明

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が本資料の発表日現在において入手可能な情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は様々な要因により、大きく異なる可能性があります。

その他留意事項

資料内数値は百万円未満切捨て表示し、百分率は元データから算出しております。

