

商品企画・研究開発



お客様に心から満足していただける商品を作るため、お客様視点で考え、より良い商品の開発に努めています。また、さまざまな視点でリスク分析を行うことで、安全・安心で価値のある商品を追求しています。



「『地の恵み スパイス&ハーブ』の可能性を追求し、おいしく、健やかで、明るい未来をカタチにします。」というエスビー食品のビジョンの実現に向けて、商品の企画業務を行うマーケティング企画室ではスパイスやハーブを通じた価値ある商品の提供とブランドの育成、商品を通じた地球環境保全など、さまざまな活動に取り組んでいます。一人ひとりが主体的に取り組み、活躍できる環境で業務を行える「従業員のしあわせ」の追求が、結果的にパフォーマンスを最大化し、お客様や未来の人々を含めたすべての人々のしあわせにつながると考えています。

執行役員 マーケティング企画室担当
大久 陽子



料理をするときに楽しめて、食べてはおいしさを発見し、食べた後には自然に笑顔、そして、しあわせな余韻に浸ってしまう、そんな商品をお届けしたい。社会環境が激変するなかで、お客様の嗜好もさまざまに変化していきます。私たち商品開発メンバーは、そのような状況でも、常にお客様の視点に立ち、日々の商品開発業務に取り組んでいます。サステナビリティをはじめ、さまざまな視点での検討が必要になってきましたが、「美味求真」という創業以来変わることのない姿勢、これは絶対に次の世代へも引き継いでいかなければならないと肝に銘じています。

取締役 上席執行役員 開発生産グループ担当 兼 商品部長
小島 和彦

お客様視点に立った商品づくり S

商品の企画段階では、お客様の多様なニーズや声に応えられるよう、市場の変化やトレンドに常にアンテナを張り、各種の調査・分析結果などをもとに商品のコンセプトづくりを行っています。社内外におけるモニター調査の活用やお客様相談センターとの連携も日々重ね、「使いやすさ」「表示のわかりやすさ」など、お客様の視点で考えて最終的な仕様を決定しています。

商品の開発段階では、調査・製法による味の追求はもちろん、安全・安心な原料・資材の選定、適切な加工・生産プロセスの決定、さらには容器・パッケージデザインの検討まで、一貫して行っています。商品発売後も、お客様の声やお取引先様からのより良い原料・資材の情報を収集することで、商品の改善・改良、リニューアルの検討を続けています。

商品開発業務における環境への配慮 E

商品開発部門では3R(リユース、リデュース、リサイクル)を推進するプロジェクトチームを組織し、新商品の研究開発や既存品の見直しに際して、常に環境に配慮した商品設計と容器包装の適正化を図っています。

2020年度においては、家庭用パスタソース商品での中袋サイズ変更や、粘体香辛料、即席ルウ、フ

レッシュハーブ、および業務用商品の一部において段ボール資材の重量削減を行うことで、年間約41トンの包装資材削減を実現しました。また、一部のレトルト商品においては、中袋の一部にバイオマスプラスチックを使用することで、年間約22トンのCO₂削減(当社試算)を実現しました。

外部機関との連携 S

お客様への新たな価値創出のため、さまざまな企業・学術機関と共同研究を行っています。中央研究所では、香辛料の「保健機能」「栽培育種」「分析・評価」をキーワードに外部との共同研究を推進しており、昨年12月から新たに、愛媛大学と共同でコーホート研究^{*1}に着手、スパイスやハーブの摂取と健康状態

の関連を解明していきます。他にも複数の学術機関と共同研究を実施しており、香辛料の保健機能に関する科学的エビデンスの解明を行っています。

*1 食生活などの要因と病気の発生・予防との関係を明らかにすることを目的に、数千人の大規模な調査対象を数年間の間観察し追跡を続ける研究です。

研究開発情報
<https://www.sbfoods.co.jp/company/rd/>



社会環境の変化に対応した商品の開発

健康ニーズに対応した商品

手軽に健康維持・生活習慣病対策を行いたいというニーズに対応し、機能性表示食品として機能性を明示した商品です。



食物アレルギーに配慮した商品

アレルギー特定原材料等28品目を使用していない商品です。



動物性原材料不使用商品

さまざまな理由で動物性原材料を使用した料理をお召し上がりいただけない方も、安心してお使いいただける商品です。



食品ロス削減に対応した商品

食品ロスの削減や環境への負荷を低減するという視点から、商品パッケージの改良なども含めた取組みを行っています。中身が空気に触れにくくなることで、香りや色が長持ちする二重構造容器を採用して、お徳用おろし賞味期間2か月延長を実現した商品です。 生しょうが



食シーンや世帯構造の変化に対応した商品

油脂量控えめのパウダールウに仕上げることで、時短・簡便ニーズに対応するとともに、小分けタイプで使い勝手の良さを実現した商品です。



簡便性に加え本格志向に対応した商品

本格的な味わいや素材を活かしたおいしさを、手軽に味わいたいという家庭内需要の高まりに対応した商品です。多様化するお客様のニーズにお応えする、幅広いラインアップを展開しています。



価値創造ストーリー
エスビー食品のバリューチェーン

事業概況

ESG

データ編