

香辛調味料

[事業紹介]

日本で初となるチューブ入り香辛料を世の中に送り出したエスピー食品として「本物のおいしさをお届けしたい」とこだわりを持つ粘体香辛料や、トップシェアのラー油を展開しています。また、世界が認める中華調味料ブランド「李錦記」やフランスに拠点を構える調味料ブランド「MAILLE」なども販売しています。

主要製品の紹介



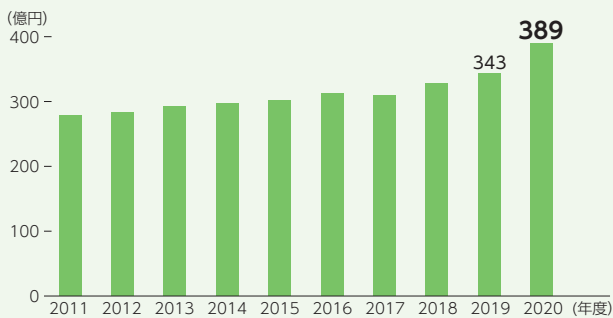
市場概況

家庭用粘体香辛料市場の2020年度の市場販売金額は390億円(前年度比113.7%)となり、この10年間で118億円の市場拡大と好調に推移しています。好きな時に使いたい量を絞り出せるチューブ製品の市場が毎年拡大しており、近年ではお徳用タイプやきざみ青じそなどのシリーズが市場伸長に貢献しています。

液体香辛料市場も大きく拡大し、ラー油なども好

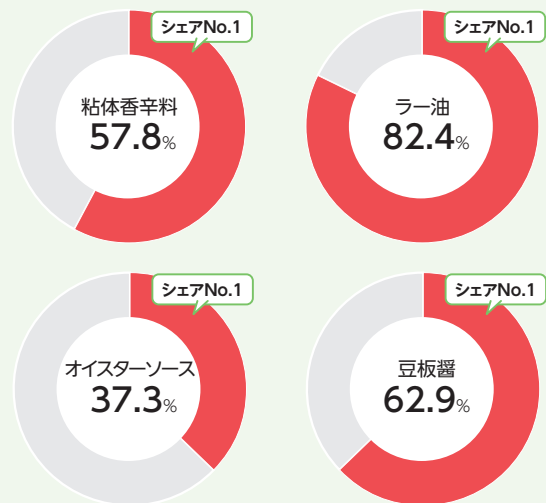
調に推移しました。中華市場は継続拡大しており、2020年度の市場販売金額は776億円(前年度比110.5%)と2010年度から145億円の市場伸長と大幅な伸びを見せています。そのうち、「李錦記」ブランドが牽引する中華基礎調味料も過去10年間拡大を続けており、オイスターソース、豆板醤などはNo.1シェアを獲得しています。

粘体香辛料市場販売金額推移



※出典：インテージSRI+、16年度以前は当社推計(11年4月～21年3月)

エスピー食品シェア

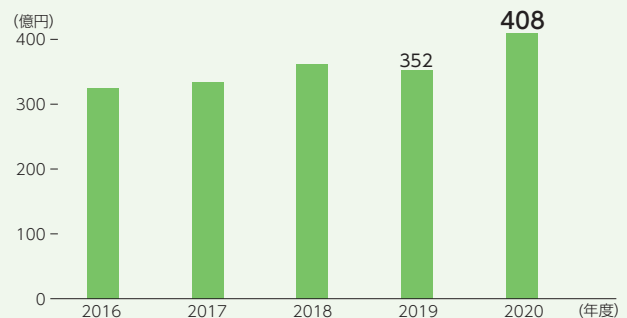


※出典：インテージSRI+、2020年4月～2021年3月、金額ベース、対象エリア全国

2020年度の振り返り(実績・課題)

中華調味料の「李錦記」ブランド製品はオイスターソースやコチュジャンなどの基礎調味料が大きく伸長しました。チューブ製品は、引き続きお徳用タイプが伸長するとともに、「本生」シリーズも順調に推移しました。これにより、香辛調味料グループの売上高は408億66百万円(前年度比+55億86百万円)になりました。

エスピー食品 香辛調味料グループ売上推移



※業務用、輸出専用品を含む

価値創造ストーリー

エスピー食品のバリエーション

事業概況

ESG

データ編