

重点戦略 1 価値ある製品の提供

関連するエスビー食品ミッション
 ◎安全・安心への取組み強化
 ◎社会・環境に配慮した製品の提供

当社グループはこれからも、お客様に喜んでいただける価値とは何かを常に考え追求していきます。コアコンピタンスであるスパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大や、独自性のある高付加価値製品・健康訴求型製品の強化に継続的に取り組み、「安全・安心への取組み強化」はもちろん、「社会・環境に配慮した製品の提供」を通じて、新たな価値を提供し続けます。

重点施策① スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大

創業から100年にわたる事業活動を通じて得られたスパイスやハーブに関する知見や培ってきた技術を活かし、当社グループならではの価値を、製品を通じて提供し続けることで事業を拡大させ、さらなるコアコンピタンスの強化と新たな価値の創造に取り組めます。

◎関連部門：営業、調達、マーケティング、研究開発

家庭用営業

家庭用営業は、当社商品を多くのお客様にお届けするため、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストアなどの小売店に対して、お客様視点に立った商品の紹介や販売促進キャンペーンの提案、店舗立地や顧客特性に合わせた提案に力を注いでいます。取り扱うラインアップはスパイスやハーブ、カレーなど自社ブランド商品から「李錦記」「MAILLE」「FAUCHON」「ボンヌママン」などの海外ブランド商品まで幅広く、その提案は多岐にわたります。また、商品を販売するだけでなく、スパイスやハーブを使用したレシピを店頭で並べたり手に取っていただきやすい陳列方法を工夫するなど、一つでも多くの商品をお客様に召し上がっていただけるよう、日々全国での営業活動を行っています。

引き続き、絶えず変化するお客様の購買や調理へのニーズに応じて、新たな食シーンに対する継続的な提案に取り組んでまいります。



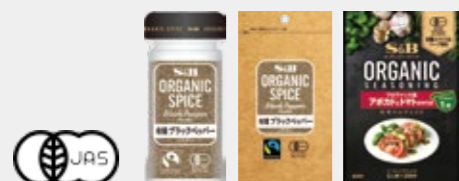
執行役員 営業グループ
家庭用担当
杉田 雅彦

家庭用営業における取組み

注目高まる“オーガニック”商品の提案強化

スパイス&ハーブの認知拡大や単品スパイスでの調理機会が増加したことにより、長期的な市場拡大が続く洋風スパイス市場のなかでも、オーガニックスパイスは消費者の価値観の多様化や、安全・安心への期待により、大きく拡大しています。

当社では現在71品の有機JAS認証商品を販売しています。これらの商品を通じて、おいしく食べて環境にも優しい、新たなスパイス&ハーブの魅力をお届けしていきます。



“パウダールウ”の提案強化

社会情勢や嗜好の変化に合わせ、即席ルウ市場において、エスビー食品独自の特許技術「パウダールウ製法」を用いた商品の育成を行っています。お客様に商品の魅力をお伝えするため、店頭でPOPやデジタルサイネージ、レシピリーフレットを設置することも重要な活動です。本格的な香り、味わいを家庭で再現でき、素材のおいしさを最大限に引き出したパウダールウ商品で、即席ルウ市場の活性化を図ります。



業務用営業

業務用営業は、レストランやホテルなどの一般外食から、事業所給食・学校給食、中食、加工、ベーカリーまで、幅広い業態を対象としています。近年は特に社会環境が大きく変化し、顕在化した課題や、メニュー・商品の価値向上に取り組むお客様から、当社が取り扱うスパイスやハーブ、カレーなどに期待の声をいただく機会が増えています。特にシーズニングについては、その味わいに加え、汎用性の高さや人手不足対策としてのオペレーションの平準化に評価をいただいています。

これからもお客様との接点を大切に、課題解決のサポートやエスビー食品ならではの提案を積極的に行い、お客様とともに新たな業務用市場を創造してまいります。



執行役員 営業グループ
業務用担当
金子 功

業務用営業における取組み

「オンライン展示場」での提案強化

お客様との新たな接点の創出、また、お客様が求める情報を効率よく届けるために、業務用（プロユース）のお客様向け情報サイト「オンライン展示場」を2020年に公開しました。動画を活用した商品紹介や、スパイスやハーブを使った多彩なメニュー、旬の食材や歳時に合わせた月ごとのおすすめメニューの提案を定期的に更新しています。また、2022年には給食業態向けコンテンツもスタートし、給食事業における課題解決に取り組んでいます。

「オンライン展示場」サイト
<https://www.sbfoods.co.jp/exhibition/prouse/>



中食・外食での課題解決商品の発売

小売店の中食や外食店などでは、メニューや製品の多様化、内食では味わえない付加価値といった差別化に加え、人手不足が課題となっています。それらに対応する提案として、一振りで本格的な味わいに仕上がる「セレクトマルチ

ユースシーズニング」2品を2023年2月に発売し、日本食糧新聞社主催「第27回業務用加工食品ヒット賞」を受賞しました。



フレッシュハーブ営業

ベビーリーフやバジル、パクチーをはじめとして幅広くフレッシュハーブの販売活動を担っており、2022年からは、ガーデニング起点でのハーブユーザー拡大に向け、ハーブ苗の販売を開始しました。生鮮ならではのおいしさを一人でも多くの方にお届けするため、日々全国の契約産地の方々と協力して取り組み、小売店・外食チェーン・中食や加工業者など多岐にわたるお取引

先様向けに、主に青果市場を通して商品供給・販売を行っています。直近では、外食チェーンを中心に単価アップに向けたメニュー価値向上を図るケースが増加しており、味わいや彩りが加わるパクチーやバジルをはじめ、さまざまなフレッシュハーブへの要望も高まっています。これからも環境の変化を捉え、さまざまな形でフレッシュハーブの魅力をお客様にお届けしていきます。

フレッシュハーブ営業における取組み

青果売場専用シーズニングの発売

フレッシュハーブ事業のさらなる拡大のため、2023年3月に青果売場専用の商品としてパクチーでひと皿を作るシーズニング「パクチーサラダの素」を発売しました。当社の加工技術を活かして、クミンなどのスパイスに魚醤のうまみをきかせた本品は、フレッシュハーブのパクチーと和えるだけでやみつきになる味わいのパクチーサラダが簡単に完成します。

世界各国でさまざまな料理に使われる特有の鮮烈な香り

を持つパクチーは、近年日本の食卓でも浸透してきており、年々市場が拡大していますが、家庭での食べ方が限定的であったり、フレッシュハーブ1袋を使いきれないなどのお客様の声もあります。その課題に対して専用のシーズニング商品を開発することで、パクチーやフレッシュハーブの魅力により多くのお客様に伝えていきます。



重点施策② 高付加価値製品・健康訴求型製品の強化

「地の恵み スパイス&ハーブ」の可能性を引き続き追求し、国内外のさまざまなお客様に認めていただける価値と独自性を強化した製品の開発に取り組み、多様化するニーズに対応するとともに、おいしく、健康的で安心な食を世界に向けて発信していきます。

◎関連部門：研究開発、マーケティング、営業、品質保証

商品開発

当社は、常にお客様視点での商品づくりに取り組んでいます。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、食の嗜好の変化を予測したうえで、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、「使いやすい」「表示のわかりやすさ」など、徹底的にお客様の視点で考えて商品仕様を決定しています。商品の開発段階では、調合・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、常に商品の改善・改良、リニューアルの検討を続けています。

また、近年増加傾向にある手軽に健康維持・生活習慣病対策を行いたいという健康ニーズにも応え、機能性表示食品の商品化にも積極的に取り組んでいます。これからも、お客様に選んでいただける商品づくりに努めてまいります。

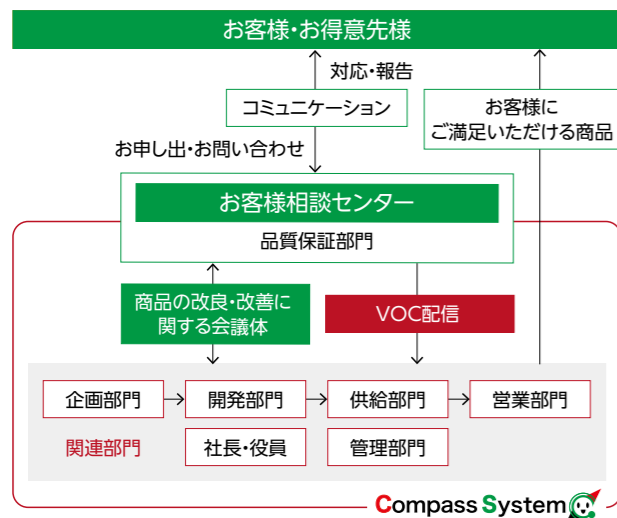


お客様の声を反映する取組み

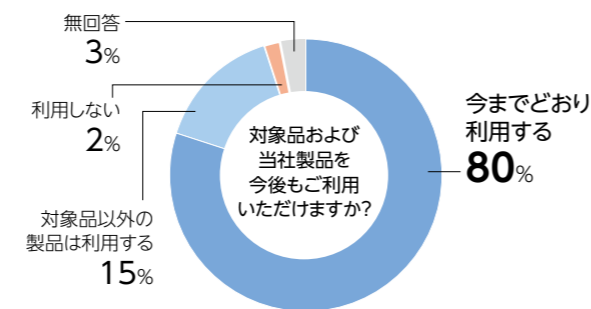
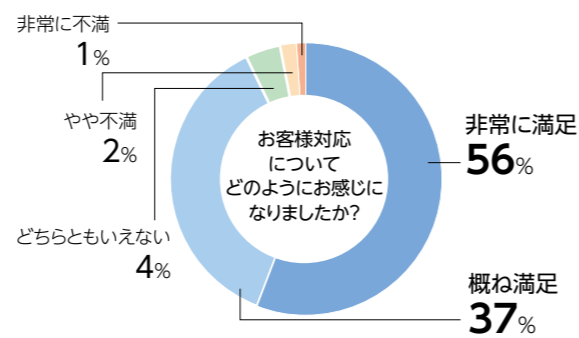
エスビー食品では、ご指摘に対する調査報告をお送りするお客様に対して、アンケートの記入をお願いしています。対応に関する選択式の設定のほか、自由に記入していただく「お気づきの点」を設けることで、率直なお声をいただく貴重な機会としています。いただいたご意見はCompass System*（コンパスシステム）を使って、商品やサービスの改善につなげています。

*電話とコンピューターを統合する仕組みを利用して、お客様情報やお問い合わせ内容を一元管理するシステム

「お客様の声」活用の流れ



お客様満足度アンケート ※2022年度受付分 (n=230)



「パウダールウ製法」を使った商品の拡大

停滞しているカレールウ市場で展開する商品を考えるにあたり着目したのは、「時短」と「少人数前調理」という2つのキーワードでした。それらのニーズを満たす商品として2015年に発売したのが、当社独自の特許技術「パウダールウ製法」を使った商品です。

「パウダールウ製法」はその味わいについても、スパ

イスの香りや素材のコク、うまみが際立ちます。また、パウダールウ商品の販売により、停滞していたカレールウ市場の活性化が実現し、2023年9月現在ではラインアップが14品まで拡大しました。

今後もお客様のライフスタイルに寄り添う商品づくりを進めていきます。



有機スパイス・ハーブ商品の拡大

当社は安全・安心・環境に配慮し、有機JAS認証スパイスだけでラインアップした「有機スパイス（現ORGANIC SPICE）」シリーズを2005年に発売しました。当シリーズは2023年9月現在、64品目をラインアップし、うち23品がフェアトレード認証商品となっています。2023年にはさらに、有機スパイス・ハーブ*のおいしさをお手軽にお楽しみいただける「ORGANICシーズニング」や「ORGANIC HERB SALT」をシリーズに加えました。

また、これらの商品の収益の一部は、環境保全活動に役立てられます。

これからも、「栽培する畑」から「収穫後の管理」まで、すべての工程にこだわった有機スパイス・ハーブを原料として選定した、おいしく食べて環境にも優しいラインアップをお届けします。

*化学的に合成された農薬や肥料に頼らないことを基本とした、環境への負荷をできる限り少なくする方法で栽培されたスパイス・ハーブ

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、賞味期間2か月延長を実現しました。



お徳用おろし生しよぶ

食物アレルギーに配慮した商品

対象となるアレルゲンについて、原料調達から製造工程、生産後の検証まで徹底した管理を行っています。



利便性を追求した電子レンジ対応商品

一部家庭用レトルト商品の電子レンジ対応化を実現し、利便性の向上を図りました。

