

# 即席

## [商品グループ紹介]

スパイスやハーブなどの原材料にこだわり、蓄積した技術を駆使して1966年に「ゴールデンカレー」を発売。その後時代とともに変化するニーズに応え、固形ルウ、パウダールウ、アレルギー対応商品などを幅広く展開しています。

### 主要商品の紹介



## [即席グループの強み]

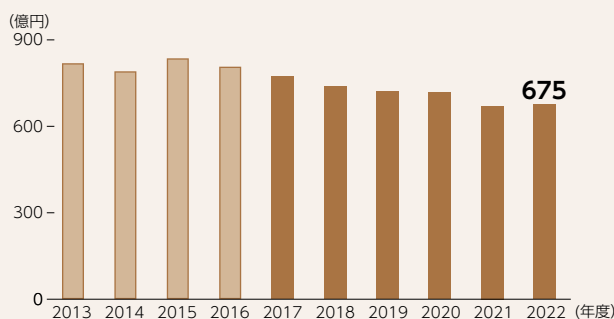
2015年に当社独自の特許技術「パウダールウ製法」を使った商品を発売し、年々縮小する即席市場のなかで、売上・シェアを拡大しています。また、海外においても「ゴールデンカレー」ブランドの売上を伸ばしています。

関連ページ [P23 重点戦略2 成長分野への投資](#)

## 市場概況

家庭用即席市場は、2015年度以降縮小傾向にありましたが、2022年度は2021年度に比べて4億円増の675億円になりました。停滞した市場のなかでも、パウダータイプやフレークタイプのルウ商品は伸長しており、世帯構成の変化や調理シーン、食シーンの多様化に柔軟に対応できる商品が求められている傾向が見られます。

### 即席市場販売金額推移

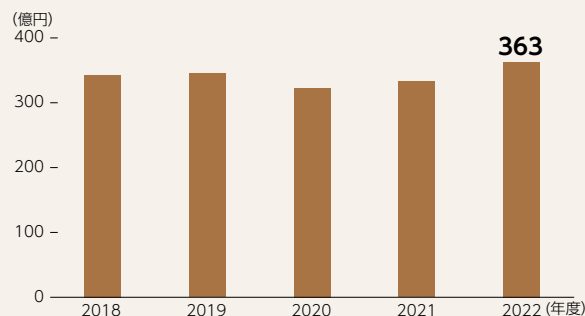


※出典：2013年4月～2017年3月 当社推計  
2017年4月～2023年3月 インテージSRI+ カレー・ハヤシ・シチュー市場 (各ルー・フレークを合算) 推計販売金額

## 2022年度の振り返りと2023年度の方針

主力ブランドの「ゴールデンカレー」が引き続き順調に推移するとともに、当社独自の特許技術「パウダールウ製法」を使用した「栗原はるみ わたしのカレー」などの商品が売上に寄与しました。これにより、即席グループの売上高は362億70百万円 (前期比+29億41百万円) になりました。引き続き「赤缶カレーパウダールウ」「栗原はるみのクリームシチュー」など、差別化された付加価値の高いパウダールウ商品の育成に注力していきます。

### エスビー食品 即席グループ売上推移



※業務用、輸出専用用品を含む

## TOPICS

### 「パウダールウ」総合プロモーション展開

当社独自の特許技術「パウダールウ製法」によって、素材のおいしさが活きた今までにない本格的な香りと味わいが実現しました。これをより多くのお客様に知っていただけるよう、「パウダールウはS & B」をキャッチコピーとして、TVCMや特設サイトなどでプロモーションを継続していきます。



特設サイト

<https://www.sbfoods.co.jp/brand/special/powderroux/>

