

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

エスビー食品グループはこれからも、お客さま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年以上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、エスビー食品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みます。

◎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、全国の小売業さまの店頭での提案・販売を通じて、エスビー食品のブランドイメージをお客さまに直接伝える重要な役割を担っています。スパイスとハーブに関する事業のさらなる拡大に向けては、12年ぶりに発売した洋風スパイスの新ブランド「スティックスパイス」や、品目を拡充した「オーガニックスパイス」および「シーズニング」を含むスパイス&ハーブカテゴリーだけでなく、スパイスやハーブを根幹とした味づくりを行っている「パウダールウ」についても、注力すべきカテゴリーと捉えています。引き続き、お客さまのスパイスやハーブの利用を促進する提案に取り組んでまいります。



執行役員
営業グループ担当 兼 東日本担当
杉田 雅彦

スパイス&ハーブ関連製品の販売強化

2024年3月、より多くのお客さまにスパイスとハーブを手軽に楽しんでいただくため、利便性に優れた洋風スパイス「スティックスパイス」12品を発売しました。スティックタイプの製品としては他に、2023年に100周年記念製品として発売した「カレー粉スティック」があります。これらの製品により、スパイスやハーブを使い切れずに余らせてしまうというお客さまの悩みを解

消し、いつでも開けたての香りと彩りを楽しんでいただけるようになりました。これまで洋風スパイスや赤缶カレー粉に興味を持ちながらも、購入にハードルを感じていたお客さまへのご案内を進めています。さらに、同じく100周年記念製品として発売した即席ルウ「赤缶カレーパウダールウ」も、その香り立ちが評価され、売上は伸長しています。

シーズニング製品の提案強化

エスビー食品では、約100種類のメニュー専用シーズニングを販売しています。店頭では、お客さまにメニュー選択の楽しさを感じていただけるよう、独自のミールソリューション什器を設置し、リーフレットやPOPなどを使って製品の魅力を伝える活動を強化しています。さらに、プロックリーなどの冷凍素材との組み合わせ提案や、シェフ監修製品の拡充など、幅広い提案を行っています。シーズニングの多様なバリエーションを通じて、手軽に本格的な味を楽しんでいただくことで、スパイス&ハーブカテゴリーの持続的な成長を目指しています。



業務用営業

業務用営業は「セレクトスパイス」を重点製品として、お客さまへの提案を強化しています。コロナ禍でお客さまの外出機会が減少したため、2020年度には売上が減少しましたが、2022年度には2019年度の水準に回復し、2023年度にはさらに大きく伸長しました。これは、拡販に向けて、中食・加工業態向けに一部製品への仕様追加を行い、外食業態向けには人手不足対策やメニューの付加価値向上に寄与する「シーズニング」のラインアップを拡充したことが貢献しました。今後も、セレクトスパイスの多様な価値を通じてお客さまの課題解決に努め、業務用市場で「そこに、スパイス&ハーブ」を体現してまいります。

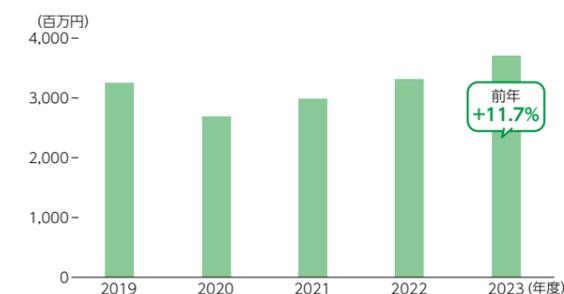


執行役員
営業グループ業務用担当
金子 功

「セレクトスパイス」売上伸長

セレクトスパイスシリーズはエスビー食品の業務用主カスパイスブランドで、原料調達、選別、製造、品質・安全にこだわり、単品のスパイスやハーブから、ひと振りですべてを本格メニューに変身させるシーズニングまで多くのラインアップを取り揃えています。2023年度は加工食品の原料や外食チェーンへの提案強化に努めた結果、過去最高の売上高になりました。

セレクトスパイス売上高推移



トッピング系シーズニングの販売・提案強化

業務用スパイスのさらなる市場の拡大を目指し、販売好調なトッピング系シーズニングの新製品として「ディル香るオニオンガーリック」を2024年2月に発売しました。大粒のフライドオニオンとローストアーモンドがザクザクとした食感を生み出し、一つの食材のような「食べるスパイス」として仕上げました。調理の手間を減らし、少ない人手でも高品質な料理を提供できるプロフェッショナルな調合で、お客さまの課題解決に貢献します。



フレッシュハーブ営業

1987年に初めてフレッシュハーブ製品を発売して以来、全国約40の生産者との契約栽培による食品メーカーならではの安全・安心な生産体制を構築しています。直近では、インバウンドによる外食需要増や外食・中食でのメニューの価値向上のためにフレッシュハーブ・ベビーリーフの活用が増えており、需要拡大

が続いています。

フレッシュハーブをより身近に、必要性を感じていただくため、2023年度はインフルエンサーの起用や栄養面を訴求する提案を強化しました。2024年度は同様の提案を継続しながら季節に応じた訴求の強化を図ります。

年間を通じた安定供給に向けて

需要拡大が続くフレッシュハーブのなかでも、独特な味わいをもつ「パクチー」はエスニック料理店やエスニックフェアの増加により外食シーンを中心に需要が高まっています。その一方で、高温に弱いパクチーは気候変動に伴う安定供給が課題としてあり、群馬県や長野県の冷涼地に新規圃場を開くなどの取組みにより、さらなる年間安定供給のための体制構築を進めています。



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さま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

製品開発

エスビー食品の製品づくりは、常にお客さま視点で取り組んでいます。食品としての味わいや安全・安心はもとより、嗜好や社会環境の変化、環境問題への関心の高まり、健康志向といった、お客さまの多様なニーズに対してきめ細かな対応ができるよう、常に改良改善を重ねて製品開発を行っています。近年開発・販売を強化しているパウダールウ製品は、お客さまの多様なニーズへ対応した結果、市場の活性化が実現したと考えています。さらに、簡便時短・環境に配慮した持続可能な製品開発など、高付加価値製品の提供も目指しています。これにより、エスビー食品はお客さまにとって価値ある製品を提供し続けるだけでなく、企業としての競争力も高めていきます。

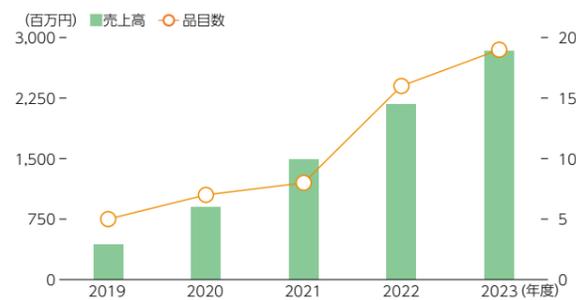


執行役員
開発生産グループ商品部長
中川 栄治

「パウダールウ製法」を使った製品の拡充

少子化や世帯構成人数の減少が進むなど人口動態の変化により停滞しているカレー市場を再活性化させるため、独自の特許技術を用いたパウダールウタイプの製品を開発し、2015年より販売を開始しました。製品育成の結果、市場定着が進み、売上は順調に推移しています。さらに、味の種類も多岐にわたり、2023年度には19品をラインアップしました。

パウダールウ売上高・品目数推移



「おいしさ」と「利便性」を兼ねそなえたパウダールウ製法

パウダールウ製品の最大の特徴は、素材のおいしさを最大限に活かせるよう原料投入と加熱のタイミングを考え抜いた2段階仕込みです。また、固形のルウに比べて油脂や小麦粉の使用量が控えめであるため、スパイスの香りや素材のコク、旨みが際立つ製法です。

また、パウダールウ製品にさらなる価値を付与するため、社会環境や市場の変化により高まった少人数前調理、時短・簡便、健康志向などの多様なニーズに対応した製品開発を行っています。

POINT 1

世帯環境の変化から少人数分調理が求められている。

⇒1袋が少人数分のため、必要な量に応じた調理が可能。

POINT 3

食を通じた健康志向が高まっている。

⇒油脂が少ないため、健康志向に適合。

POINT 2

共働き世帯の増加により時短調理が求められている。

⇒溶けやすくダマになりにくいため、時短でおいしく作れる。

POINT 4

香りや味わいが濃厚な、専門店で食べられるような本格志向の製品へのニーズ。

⇒パウダールウ製法により、香り立ちや味わいの深さを最大限に発揮。

研究開発

ほんの少し加えるだけで、素材の風味を引き出し料理を劇的においしく変えるスパイスやハーブ。一方で古くから生薬として健康維持にも使われてきました。私たち中央研究所ではスパイスやハーブの魅力を科学的に解明し、そのエビデンスを活かした製品やサービスを通じて多くの人たちのしあわせに貢献したいと考えています。これまで製品としては、スパイスやハーブの健康機能を活かした「有機ケール青汁」や「スパイスサプリ」などの機能性表示食品を提供してまいりました。研究ではパクチーによる抗アレルギー効果などの学会発表を行いました。今後もスパイスやハーブのさらなる機能解明を進め、「おいしさ」と「健康」の両面で新たな市場の開拓などにも積極的に取り組んでまいります。



執行役員
開発生産グループ中央研究所長
大久 陽子

スパイスやハーブに関するエビデンスの確立

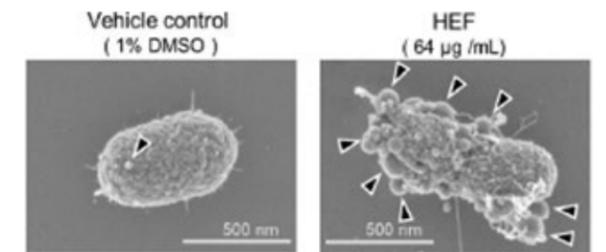
中央研究所では、2022年に新設した機能性研究開発の拠点である「新木場ラボ」で、基礎研究から製品開発までを行っています。また、さまざまな企業・学術機関との共同研究を通じて、スパイスやハーブに関する科学的エビデンスの蓄積と発信を進めています。

これにより、スパイスやハーブの多様な価値を科学的に解明し、その成果を製品やサービスに反映させ、多くの人たちのしあわせに貢献することを目指しています。

フェネルシード由来ペトロセリン酸の歯周病菌に対する効果の研究

国立感染症研究所と崇城大学との共同研究で、フェネル抽出物が歯周病原細菌 *Porphyromonas gingivalis* の菌体表層構造を変化させ、抗菌作用を示すことを明らかにし、フェネルの主たる抗菌化合物としてペトロセリン酸を単離、同定しました。ペトロセリン酸は菌体と一部の病原因子に対して阻害活性を有することが示され、フェネルを活用した歯周病の予防・治療法への適用が期待されます。

フェネル抽出物による歯周病菌の形態変化



HEF：フェネル抽出物

パクチーによるスギ花粉症状改善効果の解明

愛媛大学と崇城大学との共同研究で、スギ花粉などによる鼻づまりなどの症状を有する方に対し、パクチー摂取が与える影響を評価しました。スギ花粉などによる鼻づまりなどの症状を有する成人男女28人を対象に、ランダムに14人ずつ2群に割り付け、パクチー含有食品またはプラセボ食品を8週間摂取させたところ、鼻症状/眼症状QOL調査票に基づく症状スコアにおいて、鼻水やくしゃみといった自覚症状がプラセボ群と比較して有意に改善、あるいは改善傾向が認められました。パクチー含有食品を8週間摂取することで、スギ花粉飛散時期の鼻まわりの自覚症状が軽減され、日常生活でのQOL改善が確認されました。

パクチー臨床試験データ(抜粋)

