

「香辛調味料」グループ



製品グループ概要

わさびやからし、しょうがなどのチューブ入り香辛料を中心とした粘体香辛料や、ロングセラーのラー油、瓶入りの具入り調味料などのほか、世界的な中華調味料「李錦記」ブランド、フランスのマスタードブランド「MAILLE」の製品をラインアップしています。



※1 インテージSRI+ ねりスパイス市場 2023年4月～2024年3月 推計販売金額シェア

【エスピー食品の強み】

- ・50年以上培った粘体香辛料、液体香辛料に関する開発技術
- ・さまざまな用途に応じた60品以上のチューブ入り香辛料ラインアップ
- ・安全・安心、使い勝手を追求した容器包装研究
- ・日本を代表するスパイス「わさび」の海外各国に向けた提案力
- ・トップシェアを保有する「粘体香辛料」

市場概況／事業環境認識

当製品グループを構成する、2023年度の粘体香辛料市場は387億60百万円^{※2}（前期比106.9%）、中華調味料市場は726億90百万円^{※3}（前期比100.4%）と、価格改定を一つの要因として伸長しました。いずれの市場も長期的に拡大傾向にあります。

なかでも、時短・簡便ニーズの高まりから、調理の手間を省くことができる、にんにくやしょうがなどの大

容量タイプの需要が引き続き増加しています。

また、中華調味料の継続した成長が市場をけん引しています。

※2 2023年4月～2024年3月 インテージSRI+ ねりスパイス市場 推計販売金額、金額前年比

※3 2023年4月～2024年3月 インテージSRI+ 中華材料・中華汎用調味料・メニュー専用調味料（常温/中華、韓国、エスニック）計 推計販売金額、金額前年比

2023年度の振り返り／2024年度の方向性

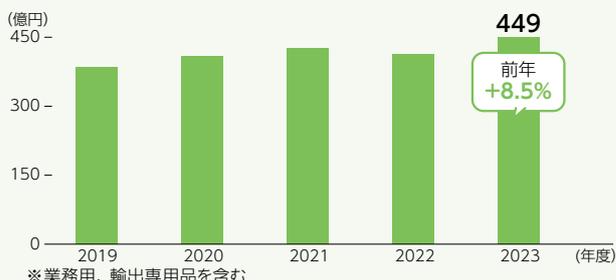
2023年度の国内家庭用市場においては、引き続き生鮮品から加工品への移行に伴い、大容量タイプのチューブ製品が伸長するとともに、簡便ニーズを捉えた「李錦記」ブランドのチューブタイプの醬製品や「町中華合わせ調味料」シリーズも好調に推移しました。

業務用市場では、外食産業の課題である人手不足や原材料高騰に対応するため、調理工程を省略できる提案として、メニューの価値を高める「トリュフ入りきのこペースト（チューブタイプ）」を新発売し、提案を強化しています。

海外市場に向けては、各国の素材や食文化に即したメニュー提案を実施することで、チューブ入りわさびや具入りラー油の販売を拡大しています。引き続き

店頭での関連販売、メニュー訴求、データ分析などの提案を強化し、市場拡大と各製品の市場定着に注力していきます。

エスピー食品 香辛調味料グループ売上推移



価値創造ストーリー

中期経営計画

事業概況

ESG

データ編