

重点戦略 2

成長分野への投資

関連するエスビー食品ミッション
 ① グローバル社会に適応した多様化の推進

世界的な人口増加や高齢化、デジタル化・グローバル化の加速などの社会環境変化に対応し、事業を拡大していくため、「海外事業・EC事業の強化」や「新規事業、新規市場に関する積極的な取組み」への投資を強化します。ライフスタイルや価値観、嗜好などの多様化への対応にも継続して取組み、「グローバル社会に適応した多様化の推進」を図ります。

重点施策① 海外事業、EC事業の強化

海外事業においては、市場を「米州」「東南アジア・オセアニア」「欧州」「東アジア」「その他」と5つの管轄に分け、それぞれのエリア特性に合わせた営業活動を実施しています。また、EC事業においては、市場の特性を捉えた製品開発や販促を強化しています。

② 関連部門：海外営業、マーケティング

海外事業

海外事業部では、各国市場において当社製品の取扱い店舗数の拡大と「S&B」ブランドの認知向上を目指し、日々活動を展開しています。近年の寿司やラーメンなど日本食の人気を追い風に、現地ニーズに応じた製品展開を進めることで、当社製品の存在感も海外市場で着実に高まっています。

また、各種イベントやSNSを活用したPR活動を通じてお客さまとの接点を増やし、マーケティングと販売施策を連動させた効率的な展開を図るべく、各国での販売体制の整備にも注力しています。

今後も、グローバル市場における競争力を高めながら、持続可能な成長の実現に向けて、世界中のお客さまに「S&B」ブランドの魅力を届けてまいります。



執行役員
海外事業部長
日置 雅彦

エスビー食品グループの海外展開

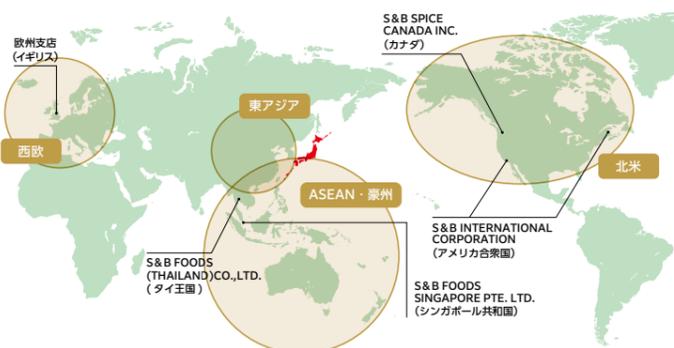
当社グループでは現在、カレーやわさび関連製品を中心に、265品目を65の国と地域に輸出・販売しています。長期目標として掲げている「2043年に海外売上高比率40%超」の達成に向けて、市場特性に応じた製品開発やマーケティング活動を展開しています。

世界中で「日本食」への関心が高まるなか、「S&Bは信頼できる確かなブランドである」というメッセージを、

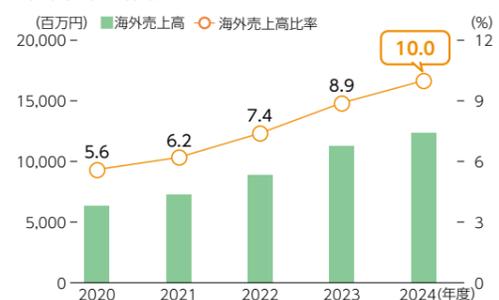
世界中の方々に浸透させることを目指しています。

海外展開においては、「北米」「ASEAN・豪州」「西欧」「東アジア・その他」の4つを重点エリアとして、それぞれの地域特性に応じた営業活動を行っています。将来的には、日本製の製品輸出拡大に加え、各地域のニーズに合わせた現地生産の拡充も視野に入れていきます。

海外拠点と重点エリア



海外事業の推移 ※為替影響含む



グローバルマーケティング活動

新ブランドメッセージの展開

世界市場におけるブランド認知拡大を目的として、2024年より新たなブランドメッセージ「Authentic Taste of Japan」を掲げ、海外でのプロモーション活動を展開しています。このメッセージは、当社製品が「日本食文化に基づいた確かな日本の味を提供する」ことを表現するものであり、世界中の方々に「S&B」ブランドの価値を伝える重要な役割を担っています。今後もこの新ブランドメッセージを活用したプロモーション活動を継続し、「S&B=日本食」という認識の浸透を図っていきます。



日本食の啓発活動

エスビー食品グループでは、米国、イギリス、カナダ、ベトナム、タイ、台湾を対象に、各国で主流となっているSNSを活用し、日本食および当社ブランドの啓発活動を展開しています。2025年5月末時点で、米国向け当社公式Instagramのフォロワー数が10万人を突破するなど、当社のコンテンツは大きな注目を集める存在へと成長しています。



ベトナムでは、「うまみトッピング (輸出専用具入りラー油)」をテーマにしたラッピングフードトラックをホーチミン市内で運行し、試食イベントを実施しました。鮮やかな赤色の車体が目を引き、街中での注目度を高めることで、現地でのブランド浸透に貢献しています。

さらに各国での食の展示会や日本文化博覧会などのイベントにも積極的に参加することで、ブランドの認知拡大に取り組んでいます。

EC事業

EC事業の方針

エスビー食品のEC事業は、「『地の恵み スパイス&ハーブ』を核として、嗜好性・健康・Well-being・利便性など、個々のニーズに対応した顧客ロイヤリティの高い事業の確立」を事業の方針としています。

現在、自社ECサイト「お届けサイト」のほか、「楽天市場店」「Yahoo!店」「Amazon」の4つの直営サイトを

運営しており、洋風スパイスシリーズ、レトルト食品、業務用香辛料、EC専用品など、1,000種類以上の製品を販売しています。特に、スパイスやハーブの機能性を活かした機能性表示食品や、アップサイクル製品の販売に注力しています。

エスビー食品公式通販「お届けサイト」
<https://www.sbotodoke.com/shop/default.aspx>

健康とおいしさを届けるEC独自製品

スパイスやハーブの機能性を活かした機能性表示食品や健康食品の拡充は、多くの方々が日々、おいしく食べて、健やかに暮らすためのお役に立ちたいという当社の想いを具現化する取組みの一つです。

既存製品の「有機ケール青汁」や「スパイスサプリ」、「適塩カレー」などに加えて、2025年2月には、不足しがちな栄養素と乳酸菌がまとめて摂れる、国産有機ケールを使用した「朝のからだ青汁」を発売しました。幅広い年代の方々が毎日続けやすい味わいに仕上げられています。手軽に必要な栄養素を効率的に摂取したいというニーズに応える製品です。

さらに6月には、スパイス由来の成分をおいしく摂取できるドリンク「スパイスチャージ」3品を新たに発売

(一部ドラッグストアでの販売を含む) しました。本製品は、忙しい毎日の中で限られた時間を効率的に使う方々が、無理なく日常に取り入れられる健康習慣として、100年以上にわたりスパイスを研究してきたエスビー食品の知見を活かして提案するものです。

今後も、ECならではの製品の開発・販売を通じて、お客さまの健康的な食生活をサポートします。



重点施策② 新規事業、新規市場に関する積極的な取り組み

スパイスやハーブの知見やノウハウ、多様化するお客さまのニーズに対応するマーケティング力などのエスビー食品グループの強みや独自性を発揮した新たな事業・市場の拡張を目指し、各種開発やサービスの構築を進めていきます。

◎関連部門：製品開発、研究開発、フレッシュハーブ営業、マーケティング

■ アップサイクル製品の開発推進

当社は、「健康的でしあわせな暮らしへの貢献」と「地球環境への貢献」の実現に向け、おいしさだけでなく、エスビー食品だからできる食物素材の残渣や余剰を活用するアップサイクル製品を提供していきます。これらの製品を通じて、お客さまが日々の食生活のなかで、環境や社会に配慮した選択を自然に取り入れられる提案をすることで、持続可能な社会の実現に向けた取り組みを進めていきます。

第1弾「本鶏だし」発売から1年

当社では、アップサイクル製品の第1弾として、2024年3月に「本鶏だし」を発売しました。本製品は、レトルト製品の原料加工工場から出る親鶏などの未使用部位を活用し、塩などの調味料を加えず、国産鶏素材のみで仕上げた、旨みとコクが特長です。和洋中を問わず、さまざまな料理の味を手軽に底上げできることから、飲食店のみならず家庭での利用も提案しています。

発売後は、インフルエンサーによるレシピ動画の発信や、試食イベントへの出展などを通じてプロモーションを展開しています。その結果、初年度計画を上回る約6万袋を販売しました。今後も各種媒体を活用しながら、日常的に使えるアレンジレシピの発信・拡充を進め、さらなる認知拡大と利用促進を目指します。



🌐 特設サイト
https://www.sbotodoke.com/shop/pages/chicken_broth.aspx

第2弾「フレッシュハーブティー」の発売

アップサイクル製品の第2弾として、2025年6月に「フレッシュハーブティー レモングラス&ミント」を発売しました。本製品は、当社のフレッシュハーブ事業において契約農家で栽培されたものの、形が不ぞろいなどの理由でこれまで十分に活用されてこなかったハーブを有効活用したものです。フレッシュな香りを最大限に引き出すため、乾燥させずに抽出する製法にこだわり、渋みや苦味などの雑味をおさえ、ハーブ本来の香りとお爽快感を感じられる味わいに仕上げました。忙しい日々のなかで一息つきたいときや、気分をリフレッシュしたいときに、自然の香りとともに心地よい時間をお楽しみいただけます。

当社ならではの製品の魅力を発信するため、リゾートホテルなどでのサンプリングも実施しました。ライフスタイルのなかで“おいしくサステナブルなハーブティーを取り入れる習慣”を提案し、心と体のバランスを整えるひとときをサポートします。



🌐 特設サイト
<https://www.sbotodoke.com/shop/pages/freshherbtea.aspx>