

「スパイス&ハーブ」グループ



製品グループ概要

創業のきっかけとなったカレー粉をはじめとして、豊富なラインアップの「スパイス&ハーブ」シリーズ、環境に配慮した「オーガニックスパイス」シリーズなどの洋風スパイスや、レシピの幅が広がるシーズニングスパイス、ベビーリーフをはじめとするフレッシュハーブなど、「地の恵み スパイス&ハーブ」を活かした製品を幅広く展開しています。

【エスピー食品の強み】

- ・創業以来培ったスパイスやハーブに関する知見とノウハウ
- ・スパイスやハーブを活用した提案力
- ・トップシェアを保有する「洋風スパイス」「シーズニング」「カレー粉」



出典：※1 インターJSRI+ 洋風スパイス市場 2024年4月～2025年3月 推計販売金額シェア
 ※2 インターJSRI+ シーズニング市場(汎用・メニュー用計) 2023年4月～2025年3月 推計販売金額シェア
 ※3 インターJSRI+ カレー粉市場 2020年4月～2025年3月 推計販売金額シェア

市場概況／事業環境認識

2024年度の国内家庭用洋風スパイス市場は、171億55百万円^{※4}(前年比104.6%)となりました。日本国内における食文化の多様化・国際化に伴い、洋風スパイスを含む香辛料市場は拡大を続けています。2024年度は、各社による価格改定などの影響もあり、洋風スパイスやシーズニング市場の金額規模は過去最大水準となりました。単品洋風スパイスのなかでも、特にブラックペッパー、ガーリック、シナモンが好調に推移しており、日常

生活での使用頻度が高まっていると考えられます。

香辛料が日本の食卓に浸透していくなかで、時短・簡便調理などのニーズに対応した製品の拡充により、使用機会はさらに増加する見込みです。一方で、香辛料の原料価格は、世界的な需要の高まりなどを背景に変動が続いており、今後も注視が必要です。

※4 2024年4月～2025年3月 インターJSRI+ 洋風スパイス市場 推計販売金額、金額前年比

2024年度の振り返り／2025年度の方針

2024年度の「スパイス&ハーブ」グループの売上高は、前年比20億83百万円増の349億69百万円となりました。売上増加の要因としては、一部製品の価格改定による伸長に加え、小売店における香辛料製品の配荷拡大、インバウンド需要の高まりを背景とした業務用製品の好調な推移などが挙げられます。

2025年度についても、小容量・使い切りのニーズに対応した洋風スパイスシリーズである「スティックススパイス」の提案を強化するとともに、常備食材として定着しつつある冷凍野菜で作るメニュー系シーズニングの利便性を訴求していきます。また、人手不足が課題となっている外食業態に対しては、オペレーションの

効率化に貢献する業務用シーズニング製品の開発と提案を推進します。

エスピー食品 スパイス&ハーブグループ売上推移

