

「即席」グループ



製品グループ概要

当社グループは、1950年代に即席ルウの販売を開始して以来、コアコンピタンスであるスパイスとハーブの特徴を活かした即席ルウを提供しています。

また、固形ルウ、パウダールウ、食物アレルギー対応品など幅広い製品ラインアップで、時代とともに変化するニーズに応えています。

なかでも、1966年に発売されたロングセラー製品「ゴールデンカレー」は、国内外で売上を伸ばしています。

【エスビー食品の強み】

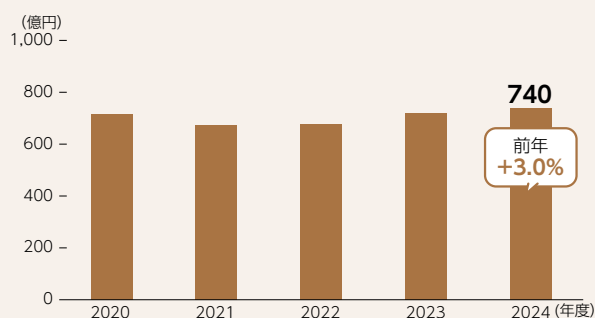
- ・70年以上かけて培った即席ルウの開発技術
- ・当社独自の特許技術「パウダールウ製法」とそれを使用した製品ラインアップ
- ・海外における「ゴールデンカレー」の拡売に向けた提案力
- ・食物アレルギー対応品を中心とした業務用給食市場での提案力

市場概況／事業環境認識

2024年度の国内即席ルウ市場は、740億87百万円※（前年比103.0%）となりました。人口減少や世帯構成の変化などを背景に市場規模は減少傾向にありましたが、各社の価格改定やパウダールウ製品の市場定着などによって、2022年度以降は回復基調にあります。

家計の消費支出に占める食費の割合は上昇を続けており、消費者の節約志向も年々高まっています。こうした状況のなかで、即席カレーは一食あたりの価格が比較的安価であることから、節約志向の高まりに応える選択肢として注目されており、即席ルウ市場は今後も底堅い推移を続けると考えられます。

即席市場販売金額推移



※2020年4月～2025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、金額前年比

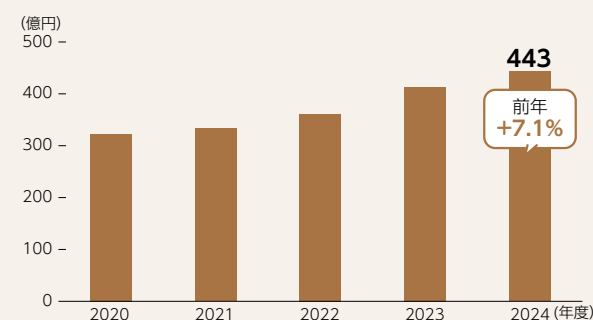
2024年度の振り返り／2025年度の方向性

2024年度の「即席」グループの売上高は、前年比29億47百万円増の443億33百万円となりました。主力製品である「ゴールデンカレー」が国内外で引き続き伸長したほか、「ドライキーマカレー」「赤缶カレーパウダールウ」などのパウダールウ製品も好調に推移しました。加えて、業務用が堅調に推移したことも売上拡大に寄与しました。

国内では引き続き、お客さまのニーズに応えるパウダールウ製品の提案強化とブランド育成に努めます。業務用では、新たに発売した「業務用フレーク」シリーズにより、普及価格帯ニーズの獲得を目指します。海外では、食の展示会などへの積極的な出展により、お客さまとの接点を強化するとともに、「ゴールデンカ

レー」の各国主要量販店への配荷拡大や、外食業態でのカレーフレークの採用拡大に取り組みます。

エスビー食品 即席グループ売上推移



※業務用、輸出専用品を含む