

「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調味料を中心とした粘体香辛料や、ロングセラーのラー油、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 インターゼスSRI+ ねりスパイス市場 2024年4月～2025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調味料ラインアップ
- ・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」の世界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

2024年度の国内粘体香辛料市場は405億15百万円^{※2}（前年比104.5%）、中華調味料市場は745億9百万円^{※3}（前年比102.4%）となりました。チューブ入り香辛調味料の主要製品である、しょうがやにんにくは、生鮮品の代替としての利用が進むとともに、汎用調味料としての用途も広がっています。購入率は過去10年間で大きく増加しており、今後もこの傾向が継続すると見込まれます。中華調味料市場につ

いても、がらスープやオイスターソースなどの基礎調味料が市場をけん引しており、安定した需要に支えられて堅調に推移しています。今後も引き続き市場の拡大が期待されます。

※2 2024年4月～2025年3月 インターゼスSRI+ ねりスパイス市場 推計販売金額、金額前年比

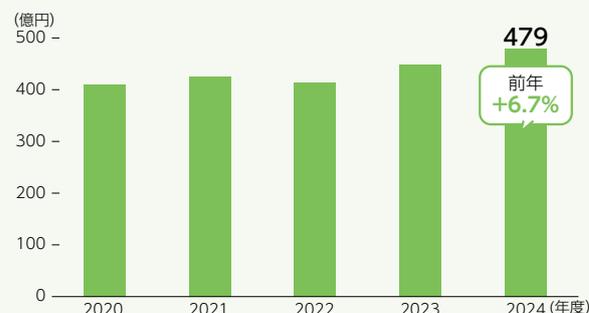
※3 2024年4月～2025年3月 インターゼスSRI+ 中華材料・中華汎用調味料・メニュー専用調味料（常温/中華、韓国、エスニック）計 推計販売金額、金額前年比

2024年度の振り返り／2025年度の方向性

2024年度の「香辛調味料」グループの売上高は、前年比30億10百万円増の479億26百万円となりました。しょうがやにんにくなどの大容量タイプを中心としたチューブ製品が引き続き伸長したほか、「李錦記」ブランドも順調に推移しました。

国内では、料理の味付けが簡単に決まる汎用調味料のニーズが高まっているなか、チューブ製品のラインアップ拡充や活用方法の提案を強化することで、持続的な成長につなげていきます。海外においては、「うまみトッピング（輸出専用具入りラー油）」が好調に推移し、国内と同程度の売上規模にまで成長しました。業務用サイズや新たな味種の追加などにより、さらなる売上拡大を図ります。

エスピー食品 香辛調味料グループ売上推移



※業務用、輸出専用品を含む

価値創造ストーリー

中期経営計画

事業概況

ESG

データ編