

**Calbee**

関根大樹 中條悠 平岡紋  
藤岡裕美 山本高大 林黛麗

# はじめに

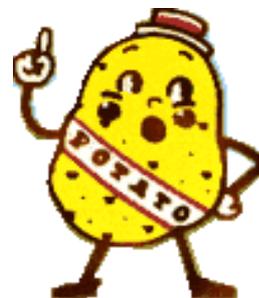
日本でトップのスナック菓子メーカー・Calbeeの国内市場占有率は約4割。国内での活躍が目立ちますが、現在ではアメリカ・アジアを中心に事業を展開する立派なグローバル企業でもあります。Calbeeは国内での強みを武器にどのように海外で戦ってきたか、今後の問題点はどこか、などを考察していきたいと思います。

# 発表内容

第1回目 カルビーとは？～日本での成功と海外事業～

第2回目 世界で活躍するスナック菓子メーカー  
との比較

第3回目 カルビーの今後と問題点



# 1、カルビーとは？

～日本での成功と海外事業～

1-1 カルビーの歴史・概要

1-2 カルビーの企業理念

1-3 カルビーの戦略

# 1-1 カルビーの歴史・概要

- 1949年 松尾糧食工業所を松尾糧食工業株式会社として法人に改組し、広島にて設立。
- 1955年 社名を「カルビー製菓株式会社」に変更する。
- 1957年 福岡・名古屋・東京に営業所を開設。
- 1964年 「かっぱえびせん」発売。
- 1969年 「やめられない、とまらない」のCMソングがヒットし、「えびせん」の売上を伸ばす。
- 1970年 カルビーアメリカ(株)を設立。
- 1971年 「仮面ライダー snack」を発売し、大ヒット。
- 1972年 じゃがいもを原料にしたスナック「サッポロポテト」発売。
- 1973年 本社を東京都に移転。社名を「カルビー株式会社」に変更。
- 1975年 「ポテトチップス」発売。
- 1980年 タイにカルビータナワット社を設立。原料部門が独立し、カルビーポテト(株)が誕生。
- 1992年 香港にカルビーインターナショナル(株)を設立。
- 1993年 香港にカルビーフォーシーズ(株)を設立。

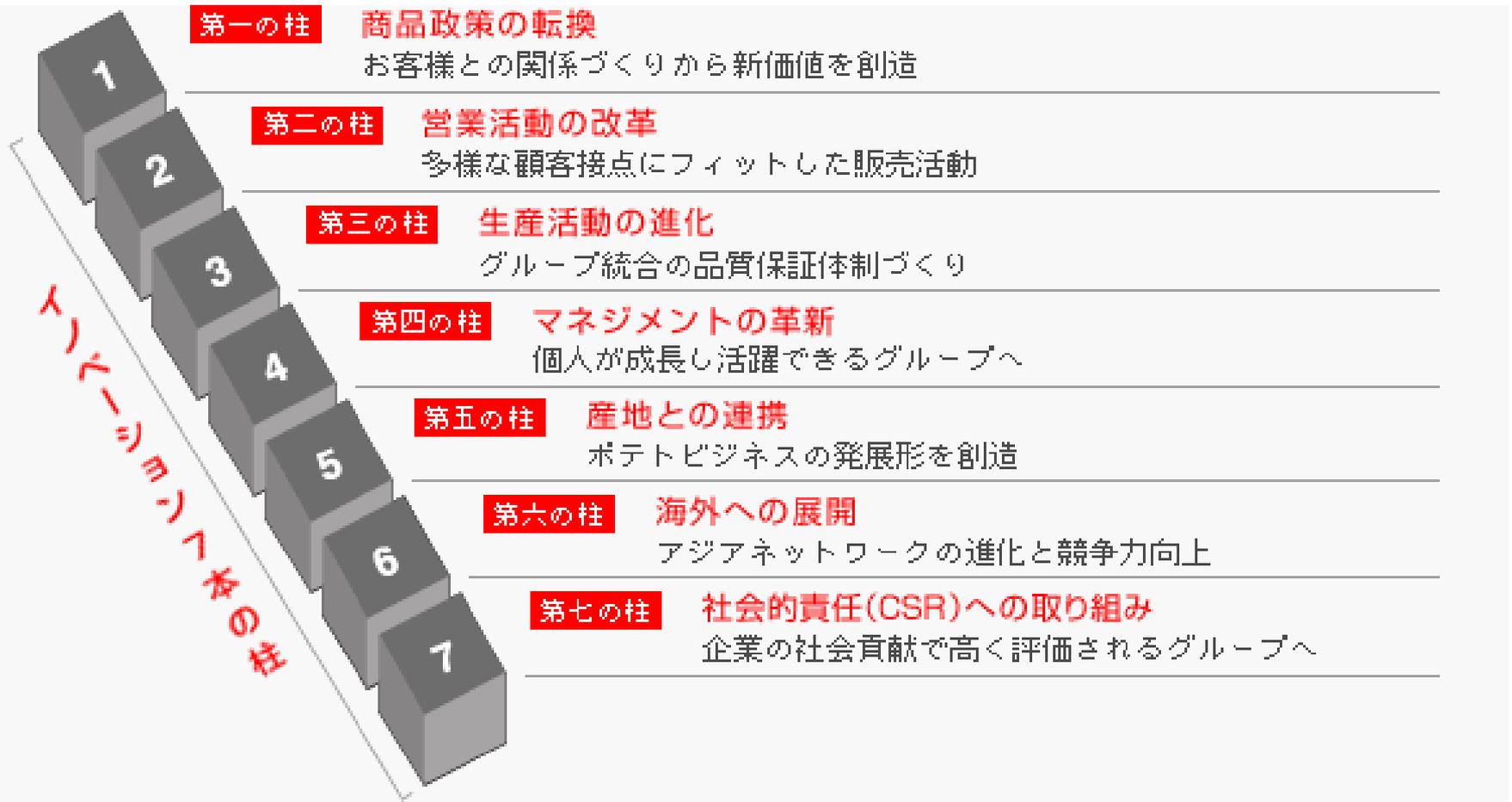
- 1995年 「じゃがりこ」発売。  
中国に青島カルビー有限公司、カルビー馬鈴薯食品有限公司を設立。
- 1996年 中国にガーデンベーカーリー(株)、烟台カルビー食品有限公司を設立。
- 2002年 中国にカルビーフォーシーズ(汕頭)有限公司を設立。
- 2004年 米国にスナックサラダマーケティング&テクノロジーズ(株)を設立。

### カルビーグループ海外連結会社

会社名	所在地	主要事業内容
カルビーアメリカ株式会社	米国	スナックフーズの輸入、製造販売
カルビータナワット	タイ	スナック菓子の製造販売
カルビーインターナショナル株式会社	香港	カルビーフォーシーズ株式会社の持株会社
カルビーフォーシーズ株式会社	香港	食品製造販売
青島カルビー食品有限公司	中国	各種菓子、食料品類の製造販売
カルビー馬鈴薯食品有限公司	中国	馬鈴薯食品、農産物加工製造
烟台カルビー食品有限公司	中国	農水産物の加工販売
カルビーフォーシーズ(汕頭)有限公司	中国	各種菓子、食品類の製造販売
スナックサラダ マーケティング & テクノロジーズ株式会社	米国	Snack Saladブランド及び商品のライセンス事業

# 1-2 カルビーの企業理念

自然の恵みを大切に活かし、おいしさと楽しさを創造して、人々の健やかな暮らしに貢献する。



# 1-3 カルビーの戦略

- ①商品
- ②基本戦略
- ③TVCM
- ④その他PR活動
- ⑤ターゲット
- ⑥海外事業



# ①商品

国内では1964年にかっぱえびせん、1975年にポテトチップスを発売。それ以来カード入りのチップス、じゃがりこなど人気商品を次々と開発。現在ではシリアルなども扱っている。

この中でもかっぱえびせん、じゃがりこなどカルビー人気商品は海外法人でも有力な商品である。



## ②基本戦略

- 基本戦略は「かっぱえびせん」「ポテトチップス」など「10年周期」の商品開発。  
それを核に、味付けを変化させるなどして商品の幅を広げている。  
スナック菓子の消費者は飽きっぽい。常に嗜好の変化を把握。
- 「やめられない、とまらない」のCMソングで売上を伸ばすなどPR活動にも力を入れる。

## ③TVCM

「やめられない、とまらない」のTVCMでかっぱ  
えびせんの地位を確立させることに成功。

現在では下記のテレビ番組でCMを放送中。

- 火曜日 TBS系 「学校に行こう」
- 水曜日 フジテレビ系 「クイズ！ヘキサゴン」
- 木曜日 テレビ朝日系 「いきなり！黄金伝説」
- 金曜日 テレビ朝日系 「ミュージックステーション」
- 土曜日 フジテレビ系 「サザエさん」



## ④その他PR活動

サッカーJリーグ発足時からオフィシャルスポンサーとして競技場でPR活動を行う。選手のカードがおまけで付いたポテトチップスをサポーターに食べてもらうことで、自社の味をアピールする。またカードを集めるために繰り返し買う消費者を獲得。



## ⑤ターゲット

以上より、カルビーはスナック菓子の多くを消費する若年層に向けたPR活動を行っているといえる。

一方でスナック菓자에好感を持ちにくい中高年層が抵抗なく食べられるようパッケージにカルシウムの豊富さや、ノンフライをアピールするなど、誰もが食べやすいものであることも伝えている。

## ⑥海外事業

現在かっぱえびせんはタイ、シンガポール、マレーシア、中国などアジア地域とアメリカ、カナダ、オーストラリアで発売されている。これらを製造しているのはタイ、中国、香港、アメリカにある現地企業である。



# タイのカルビータナワット社の誕生（1980年）

当初は日本で生産したえびせんを  
タイに輸出。



濃い味を好むタイ人に、日本  
のえびせんはうすい。関税が  
年々上がっていたこともあって、  
現地に工場をたてた。  
⇒カルビータナワット社の誕生！

現地の人のために、  
現地の人が好む味をつくる。



# 現地での問題点

- 品質管理
- 米・フリトレー社の存在
- コピー商品の出現
- 消費者教育の必要性
- 現地での流通システムの違い

御清聴ありがとうございました。

