

**Calbee**

関根大樹 中條悠 平岡紋  
藤岡裕美 山本高大 林黛麗

# 第1回目のおさらい

## 1、カルビーとは？～日本での成功と海外事業～

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。

お客との関係づくりから  
新価値を創造

顧客接点にフィットした  
販売活動

品質保証体制づくり

アジアネットワークの  
進化と競争力向上

社会貢献で高く  
評価されるグループへ

# 基本戦略

- 「かっぱえびせん」「じゃがりこ」に見られる10年周期の商品開発
- TVCM、プロスポーツを通じて徹底したPR活動  
⇒ 日本でのスナック菓子シェアは4割強でダントツのトップ！

## 海外事業

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、製品販売
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
烟台カルビー食品有限公司	中国	農水産物の加工販売
他全9つの海外連結会社		

## 2、世界で活躍するスナック菓子 メーカー・フリトレーとの比較

2-1 フリトレーとは？

2-2 カルビーのグローバル戦略



## 2-1 フリトレーとは？

レイズ、ドリトス、チートスというスナック菓子を世界約20カ国で販売。



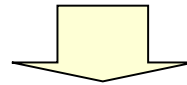


フリトレーは、200近い国と地域で活躍するPEPSICOという巨大グループ会社の一。圧倒的な資金力を誇る。

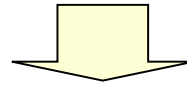


# フリトレーの戦略

圧倒的な資金力・ブランド力



フランチャイズ方式



世界20数カ国で販売

# 成功した国

メキシコ、南米、中国、東南アジアなど。

発展途上国。  
比較的人口が多い。

その国のスナック菓子産業  
があまり発展していなかった。



# 失敗した国

日本、韓国、イギリスなど。

消費者教育が進んでいる。  
健康志向が強い。

少子高齢化が進んでいる。

# フリトレージャパン概要

【本 社】 茨城県猿島郡総和町北利根14-2

【設 立】 1977年2月

【企業形態】 在日法人

【沿 革】 1977年2月、ペプシコと不二家の折半出資による合弁会社として設立。1990年2月、ペプシコの100%出資により、ジャパンフリトレー(株)として再発足。

【資本金】20億5,000万円

【株 主】1名(外資出資比率100.0%)  
PepsiCo, Inc. (米)

【海外の出資会社】 PepsiCo, Inc. (アメリカ)

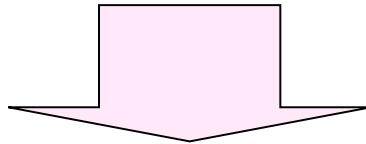
【出資会社の特色】 世界有数のソフトドリンク、スナック食品メーカー。

【特 色】 アメリカ及び世界20数ヶ国で展開している、トップクラスのスナックメーカーであるフリトレー社の優れた技術及び開発力を導入し、日本に於いて本格的なスナック食品の製造販売を行っている。



# フリトレージャパンの謎

- ホームページがない
- スナック菓子袋に記載されている製造元の電話番号は本部につながらない

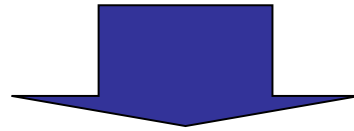


消費者の声は！？

## 2-2 カルビーのグローバル戦略

品質の徹底が第一

- ・安全性
- ・信頼性
- etc...



日本の本社が  
品質管理を指導

企業イメージを浸透させることに重点

# カルビー最大の強みはIT

「スナック菓子は生鮮食品」

⇒スピード化と経営改革

スナック菓子は…

- ・消費者が衝動買いをしやすい最寄品
- ・TVCMなどプロモーションの影響が大きく売上を左右する
- ・家庭内に在庫が少ない

日々の売上に大きな変動あり。

ITによりこれらのデータを的確につかむことで「売れた分だけ生産」。

大量生産は「生鮮食品」としての  
価値を下げてしまう

これらを海外の連結会社でも徹底！

# タイにおける「えびせん」事情



本物のエビが入っているのはカルビーの「えびせん」のみ。消費者に理解してもらい、他社製品と差別化させることが必要である。現在TVCMなどで積極的にPR中。

# つまり・・・

現段階では消費者教育を進めている。

これが広まったところで商品を選んでもらえれば、うまく市場競争力をもてる！

⇒ 世界で通用するブランドへ！



# 現段階でのカルビーの課題

- 消費者教育にどれほどの時間と費用がかかるのか？
- 海外連結企業の現地化は進むのか？
- その場合、品質管理などブランド力を保つための問題はおきないのか？



御清聴ありがとうございました。

