

輸出事業計画

※申請者名：カルビー株式会社、品目：菓子・シリアル

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 「かっぱえびせん」の海外展開を行い、企業理念である「おいしさと楽しさ（Fun & Tasty）」を世界中のお客様にお届けしている。
 - 1966年に東南アジア・ハワイへの輸出開始。
 - 1967年に北米への輸出を開始。
- 2021年3月期基準で売上の19.9%（531億円）を海外市場で達成している。
 - 中国では生産工場がないため、ほとんどの商品を日本から輸出。（中国への輸出割合が9割を占める。）
 - 米国・台湾・香港・シンガポール・ベトナム、中東は現地に工場を有しているが、日本の工場では製造できない商品もあり、規模は大きくないが輸出を実施している。
- おもな輸出品目は、じゃがポックル（スナック）、じゃがりこ（スナック）、フルグラ（シリアル）である。

【課題】

〈中国〉

- 中国への食品輸出は産地及び生産地域の原発関連規制がある。
 - 特にフルグラの場合、規制対応のため京都綾部に工場を建てているが、現地での商品競争が激化を原因として、稼働率が下がり、生産効率が悪化している。
- コロナ禍及び国際政治問題に伴う国際輸送費高騰の影響で物流コストが上昇しており、販促活動を行うための資金減少が生じている。
- 莫大な資金を投資している競合他社に対抗するには、商品購買リピート率向上や人口の多い中間層を取り込んでいくための宣伝・プロモーションが不可欠である。
 - 特に現地の若い世代は新商品に対する関心が非常に高く、これらの世代への有効な訴求方法を検討する必要がある。

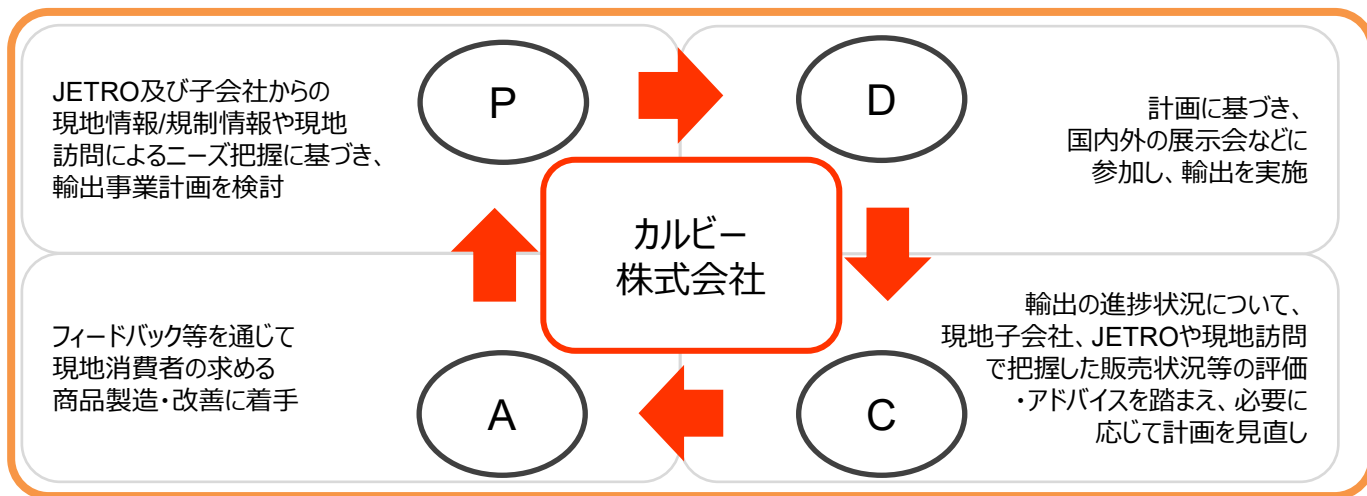
2. 輸出事業計画の取組内容

- 中国の生産地域制限に対応可能な広島工場を中心に、「2030ビジョン・中期経営計画」に基づき設備投資を検討する。（2022年度から順次実施）
 - 生産効率が悪化しているフルグラ生産においては中国現地でのブランドマーケティングと販促を強化、新商品の導入などで販売を増やすことで生産効率を改善させる。
- 競争力のある物流会社を選定することで、コスト上昇を最小限に抑制する。（現時点でも検討済みあり、引き続き検討を進める。）
- 宣伝・プロモーションを行うことで、商品購買リピート率向上、中間層の取り込みを図る
 - カルビーブランドアンバサダー運用（2022年3月～2023年2月）
 - ◆ 中国有名タレントLayをブランドAmbassadorとして起用し、1年間On・Off Line Promotion実施
 - 上海外灘において、ブランド広告遊覧船運営（2022年4月～2023年3月）
 - ◆ 外灘遊覧船を利用しカルビーブランドと日本の文化を宣伝
 - Sam's Club新商品導入＆拡販
 - ◆ Sam's Club：中国最大級ホールセールクラブ（48店、Walmart系列）
 - ◆ 新商品上市及び販促活動
 - 中国EコマースPinduoduo社と戦略パートナーシップ契約提携（2021年11月～）
 - ◆ 年間売上目標10億円を達成する為に両社が共同で販促活動を実施
 - 中国EコマースAlibaba社にKidsSnack旗艦店開店（2022年2月～）
 - ◆ Baby & Kids専用スナックだけを集めたFlag ship Shopを運営
 - 全チャネルにおいて正月・お盆向けのGiftbox販売

輸出事業計画

※申請者名：カルビー株式会社、品目：菓子・シリアル

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



4. 輸出目標額

(輸出品目：菓子)

	【現状】 (令和3年度)	【目標】 (令和7年度)
輸出量 (t)	2,000	2,500
主な輸出先	中国、米国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、中東	中国、米国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、中東

(輸出品目：シリアル)

	【現状】 (令和3年度)	【目標】 (令和7年度)
輸出量 (t)	10,000	13,000
主な輸出先	中国、米国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、中東	中国、米国、台湾、香港、シンガポール、ベトナム、中東