

カルビーの安定経営を支える企業努力

～ 効率化追求による販売価格の低下 ～

「ブランドカ」で商品名は有名だが、あまりシェアが伸びない。このような悩みを抱えている企業はどこにでもあります。

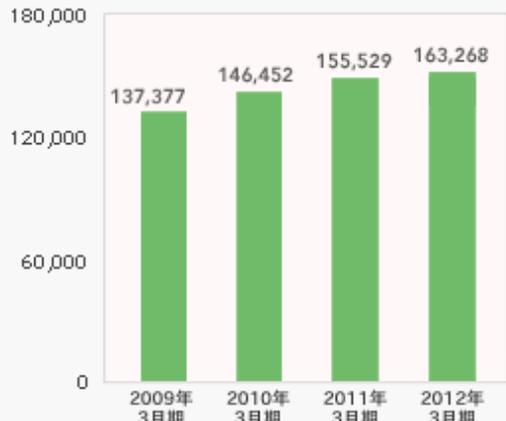
「ポテトチップス」といえば、カルビーが有名ですが、その企業でさえ、シェアが伸びず苦しんでいました。そこで、会社全体の見直しを図ることにしました。まずは工場の見直しです。国内 15 工場のスナック菓子を一旦ゼロベースで再検討し、原料調達の本一化と国内工場の不採算ラインの改廃を進めていきました。



このような「合理化」を推進した結果、3年間で60億円のコストを削減することができました。しかし、これだけでは終わりません。ここで生まれたお金を小売店が値引きの原資とする販売促進費（リベート）にあて、商品の価格を約20円近く引き下げることができたのです。これで、ライバル企業から発売されている同種類の商品の価格に対抗できるようになりました。また、この効果が、工場稼働率にも作用し、3年間で約6ポイント上昇することができたのです。合理化の推進効果が、消費者への還元にもつながりました。

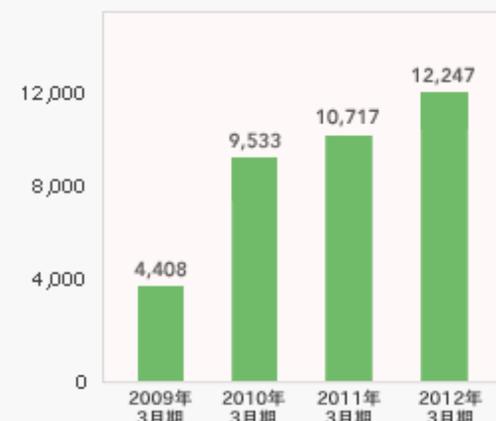
連結売上高

単位：百万円
180,000



連結営業利益

単位：百万円



上のカルビーの売上高や営業利益の推移に見られるように、企業が足下を見直すことは健全経営の第一歩です。そして、無駄をはぶき、より一層効率化を推進することで販売価格が引き下げられ、消費者の購買意欲を高めることが可能になります。その企業努力が経済を活性化させることにもなるのです。