

カルビー(株)のサツマイモ系スナック商品の取組み

～年々進化し続け、味のクオリティーもレベルアップ!～

川越いも友の会 事務局長

やま だ えい じ
山 田 英 次

1 はじめに～カルビーのサツマイモ商品に、もっと注目を～

カルビーと言えば、「ポテトチップス」や「かっぱえびせん」が代名詞の商品であるが、私個人としては、長年カルビーのサツマイモの「スナック」「チップス」類の商品をひそかに注目してきた。「おさつスナック」は昭和57年頃より商品を知っていたし、第一回川越いも祭（昭和58年11月）を開催した時には、東松山のカルビー協力工場より景品として、ご厚意で「おさつスナック」を寄贈していただいた。今でもそれをよく覚えている。

その後、野菜チップスの「ベジップス」のなかにサツマイモチップスが入れられたり、鹿児島土産として安納芋を使ったチップスが鹿児島空港で売りはじめられたりして、少しずつ進化しているのを感じていた。最近、8月の中旬頃になると、近くのスーパーマーケットに「おさつスナック」のほか「さつまりこ」や「さつまいもん。」などが季節商品として売られている。時々、品切れになっていることもあるが、近年ではコンビニのセブンイレブンでも「安納芋チップス」が売られていたりして、その味の進化に驚かされた。

推測するに（統計的な数字はないが）、芋ケンピをはずせば、サツマイモのスナッ

クとチップス類の売り上げは、カルビーが国内一位だと思われる。原料さえ上手に調達できれば、今後も伸びていくのではないかと感じている。そこで、カルビー(株)本社へお伺いし、「おさつスナック」を担当するマーケティング本部商品4部の大塚竜太郎部長と同部2課の河内麻由子課長に、いろいろとその商品の取り組みについてお話をうかがった。



商品4部の大塚部長と河内課長

2 カルビー(株)の歴史と 商品の中のサツマイモの位置づけ

カルビーは1949年に、前身の松尾糧食工業(株)が創業したのが始まりで、2019年に70周年を迎えた。本社は東京駅そばの丸の内にあり、国内に12のグループ工場の拠点を持つ。カルビーグループの2019年3月の売

り上げは約2,486億円で、その約50%はチップスなどを含む国内のジャガイモのポテト系スナックである。そのポテト系スナックは国内市場において約70%を超える高いシェアを維持しているという。また、国内シリアル食品の「フルグラ」は売上げの約10%を占め、やはりシリアル市場においてトップシェアを維持しているという。その他のスナック類として、「かっぱえびせん」などの小麦系スナックやコーン・豆類スナックなどがあり、海外においても米国・中国・英国・韓国・インドネシア・タイなど9つの国と地域で事業を展開しているという。

サツマイモ系商品の比率はそのような中で、(ハッキリとした数字は不明であったが)季節商品でもあるのでたぶん数パーセント未満であると感じた。その商品の種類は、現在「おさつスナック」「さつまりこ」「おさつピー」「おさつほっこり(安納芋チップス含む)」「さつまいもん。」の5種類である。

しかし、ジャガイモのスナックが主流の会社が、なぜサツマイモのスナック商品を長年(約35年以上も)生産し続けるのか、疑問でもあった。理由を聞いたところカルビーの商品づくりの理念は、創業当時の「人々の健康に役立つ食品づくり」を受け継ぎ、サツマイモは栄養価や健康的な価値が高いので、自然の恵みの素材活用としてスナック菓子として取り組んでいるとのことであった。また、消費者向けのウェブ(動画配信)キャンペーン企画「さつまいもの挑戦」を2018年7月17日～10月16日の期間行い、約11万件の応募をもらったという。カルビーのサツマイモ商品が長年根強い人

気を誇っているため、消費者から「さつまいも派」か、「じゃがいも派」か、を投票してもらい競うものであった。結果は、やはりじゃがいも派の勝利であったが、サツマイモが、決して目が離せない製品であることを裏付けるキャンペーンでもあった。

3 進化向上を重ねる各種サツマイモ商品

カルビーでは、商品のカテゴリーにより商品1部から4部に分かれている。サツマイモ商品については統一した部署がなく、ブランドや形態により、担当部署を分けて商品を企画しているという。使用するサツマイモの原料は国内産ばかりでなく、海外のものも利用しているという。また季節商品が多く、8月頃に売り出されて、11月頃には終売するものが多いとのことである。

◆「おさつスナック」シリーズ

おさつスナックは、当初1973年に「さつまいもポテト」として発売し、その後「おさつクッキー」となり、1981年に現在の「おさつスナック」の名称となった。35年以上を誇るロングセラー商品である。もちろん、味や食感など、製法に改良を加え、毎年工



約35年以上のロングセラー「おさつスナック」

夫進化を続けている。食感は、飽きのこない、ふんわりした軽いくちどけで、形状は、かわいいサツマイモの葉を模しているという。2019年秋は「蒸しいも×焼きいも」「紫芋を使用した2色スナックの塩バター味」の2種類を発売した。(製造は広島工場や栃木県の新宇都宮工場)

◆「さつまりこ」シリーズ

「さつまりこ」は、「じゃがりこ」の姉妹商品で、2004年より発売している。過去にごま風味、プレーン、大学いも味などがあったが、2019年秋は「焼きいも」味やスタンドパック型の商品を発売。ベースとなる蒸かしたサツマイモに、焼きいもパウダーを配合して、自然な甘みと香ばしい焼きいもの味を出している。(茨城県の下妻工場で製造)



手軽なスタンドパックの「さつまりこ」

◆「おさつビー」シリーズ

「Jagabee」の姉妹商品として、サツマイモを皮付きのままスティック状にカットして、独自の製法でフライにし、カリッ、サクとした食感が楽しめる商品となってい

る。プレーンのほか、しおバター味もある。2014年にテスト販売し、その後改良を加え、2017年に本格発売した。(北海道の帯広工場で製造)



皮つきさつまいもスティック「おさつビー」

◆「さつまいもん。」シリーズ

「さつまいもん。」は、形状がチップス状で、2016年に発売を開始した。2019年秋は「大学いも味」「バターさつま」「黒糖さつま」の3種類を発売。サツマイモの素材の味を引き立たせる調整に苦労しているとのこと。共通しているのは、身体に嬉しい食物繊維と乳酸菌入りであることが特徴。(滋



身体にやさしい「さつまいもん。」バターさつま味

賀県の湖南工場などで製造)

◆「おさつほっこり（安納芋チップスも含む）」シリーズ

「おさつほっこり」は2011年より販売を開始したチップス系の商品で、種子島産安納芋100パーセントで、素材の味を生かして素揚げした商品である。また地域限定商品であるため、主に九州地方の空港やお土産店などで売られているほか、全国のカルビーアンテナショップ「カルビープラス」等で販売している（店舗によって取り扱いの無い場合や販売終了の場合があるという）。製造はサツマイモの本場の鹿児島工場であり、特に限定商品の「安納芋チップ



種子島産安納いも使用の「おさつほっこり」

ス」として、各地のコンビニ（ナチュラルローソン、セブンイレブン、ファミリーマートなど）で売られているタイプは、厚めのチップスで、素材の旨みを堪能できる逸品である。

4 カルビーのサツマイモ商品に期待すること

インタビューの最後に、今後の取組みの課題について聞いたが、「サツマイモ商品は女性に人気で、特におさつスナックなどは購入者の約7割が女性である。初めて手に取ってくれるお客さまに加えて、毎年楽しみにしているお客さまも多いため、おさつスナックを通じてどのような高い価値を提供できるか、常に考えていきたい」とのことであった。

私個人としては、現在、米国・東アジア・アフリカなどでサツマイモが注目されているので、カルビーのスナックやチップスの製造技術を活かし、それに合った品種育成を行い、海外へもサツマイモ商品を販売展開していただきたいと願っている。

注) サツマイモの各商品は季節商品のため、季節外は販売を終了しています。