

カール

フワッとサクサク、日本初のスナック菓子

「それにつけてもおやつはカール♪」・・・カールを食べると、この歌を思い出す。そして、麦わら帽子を被った不思議なおじさんも。あのクルッと丸まった形とチーズの味、ほのぼのとしたイメージの TVCM。年齢や性別の枠を超えて愛されている、スナック菓子の代表的存在です。



商品開発 の背景 舞台裏

1960年代後半、明治製菓の開発委員会で新しい企画がスタートした。狙いは、「1年を通じておいしく食べてもらえるお菓子を作る事」。主力菓子のチョコレートは、さすがに夏場は売り上げが落ちてしまう。

委員会には様々なアイデアが寄せられた。中でもこれだと思われたのが、海外出張から帰ってきた社員の、「アメリカではスナック菓子が流行っています」という意見。「スナック？なんだそれ？」社員の誰もスナック菓子を知らなかった。

スナック菓子とは、主に穀類を原料にした菓子で、軽食代わりに食べられるものを指す。当時の日本には、せんべいやあられなどお米を原料にしたものはあったが、アメリカのようにトウモロコシやジャガイモを原料にしたものはほとんどなかった。

開発陣はスナック菓子をアメリカから取り寄せ、次から次へと試食してみた。しかし、どれも今ひとつピンとこない。要は日本人の味覚に合わない。ならばと、委員会の方針は決まった。「日本オリジナルのスナック菓子を作ろう！」

まずは原料を何にするか。ジャガイモ、エンドウ豆、お米など候補はいくつかあったが、前例がほとんどない事、スナックにすると風味が良く様々な味を付けやすい事、原料費が安い事などから、トウモロコシに決定した。

次に必要なのは、スナック菓子を量産するためのエクストルーダー（生地成型機）という機械。開発陣は欧米各国を訪ねてまわり、西ドイツ（当時）で最新のエクストルーダーを購入した。

形

問題はどんな形にするか。エクストルーダーはノズルの形を変えれば、丸や三角、四角など、好きな形に成型することができる。開発陣は触れないほど熱くなっているノズルを何度も加工し、様々な形にトライした。それでも、なかなか満足のいく形は生まれなかった。今までになく斬新で、可愛らしく愛着の持てる形でなければ・・・ふとした拍子にノズルから出てきた生地が、クルッと丸まって下に落ちた。一見するとカブトムシの幼虫のような奇妙な形。この形が、社内で評判になった。「これは可愛い」「こんなユニークな形のお菓子は見た事がない」——偶然から生まれた形がこんなに支持されるとは。開発陣は驚いたが、試行錯誤を繰り返し、同じ形を安定して作る設備を整えた。新商品の形はこうして決まった。

味

次の段階は味付け。日本オリジナルのスナック菓子だから、味も日本人に合ったものにしなければならない。試作段階では、チーズ、トマト、カレー、チキンスープなど、いろいろな味が試された。最終的には子供をターゲットにチーズ味が、大人に向けてはおつまみとしても食べられるよう、チキンスープ味が選ばれた。

商品名

こうした苦労を経て、ついに新商品が完成。名付けて「カール」。クルッと丸まっているところから“curl(巻く)”にするつもりだったが、商標登録の関係から“karl”にした。昭和43年7月首都圏で発売された。100g入りで70円。当時の一般的な袋菓子は50円だったからやや割高。

発売当初は、売れなかった。理由は、まず、袋の密閉性が完全ではなく、湿気ってしまうという問題。そして価格。その後、包装は密閉度を上げて湿気が入り込まないように改良。容量は70gに減らし、同時に価格を50円に下げた。翌年、改良したカールを市場投入。

TVCM

改良後のカールは好評で、徐々に売れ行きが伸びていった。その勢いはTVCMによって爆発的に伸びてゆく。カールの人気を決定づけたのは、やはり“カールおじさん”が登場する一連のアニメーションCM。

麦わら帽子に首手拭い、口の周りはヒゲだらけというキャラクターと、柔らかでどこか牧歌的なカールのイメージが、見事なまでに一致したといえる。

