



食品包装資材 エコNo.1企業を目指して ～お客様に寄り添いエコを楽しむ～

株式会社 折兼

はじめに

近年、気候変動や格差拡大といった地球規模の問題に対する危機感から、持続可能(サステナブル)な社会の形成を模索する動きが世界全体で広がっている。

こうした動きに対し、より多くの企業がこれからの一歩を考え踏み出すために、本シリーズでは本業を通じてサステナブルな社会の実現に向け挑戦する先行企業を取り上げる。

第10回は、名古屋市に本社を置く食品包装資材の専門商社、株式会社折兼(以下、折兼)を紹介する。同社は環境にやさしく、機能性も兼ね備えたエコ容器を製品化した。また、お客様に対する環境負荷の低い食品パッケージの提案など、環境への取り組みを一段と強化している。高まる環境配慮へのニーズに真摯に向き合う、食のインフラ企業を追った。

高機能でエコ「バガス製容器」

プラスチックごみによる環境汚染が深刻化し、「脱プラスチック」が世界的な潮流となっている。食品業界においても、プラスチック製のトレーやお弁当容器、カトラリー(スプーンやフォーク)等を、石油由来からバイオマスに切り替えたり、紙素材で代替するなど、試行錯誤が続いている。

そうしたなか、食品包装資材商社の折兼が発売した「バガス製容器」が注目を集めている。バガスとは、砂糖の生産過程でサトウキビから出る搾りかすのことで、ボイラーの燃料などに利用されることもあるが、その多くは廃棄処分されている。折兼のバガス製容器は、この従来廃棄されていたバガスと、同じく廃棄素材である竹や麦皮を原料とする。植物由来100%なので、燃やしてもCO₂の排出量と吸収量がプラスマイナスゼロになる「カーボンニュートラル」が成り立つほか、微生物に分解されて自然に還る「生分解性」を有している。また、軽くて丈夫であり、

耐油・耐水・電子レンジ対応などの性能も備えている。環境負荷が低だけでなく、機能面でも優れた食品容器だ。

日本に市場をつくり出す ～バガス製容器の開発

折兼でバガス製容器開発の企画が立ち上がったのは2018年のこと。ちょうど海洋プラスチックごみ問題が注目され始め、環境にやさしい素材を使った商品を拡充しようとしていた。そこで同社が目をつけたのが、海外で普及しているバガス製容器だった。

伊藤崇雄社長は、「実は20年前にも、バガス製容器を国内で売り出したことがあります」と明かす。当時は環境配慮への意識はさほど高くなかったが、「これからこういう時代が来るのかな」と漠然とした気持ちで取り扱いを始めた。しかし、意識が高まることもなく、結局ロスを出してしまったという。

時は流れ、環境配慮を求める声は20年前と比べ物にならないほど強くなっている。また、海外におけるバガス製容器の市場も、多種多様な製品群が生まれるなど大きく成長していること

が分かった。「もう一度チャレンジする価値はある」と判断した伊藤社長。勝算はなかったが、「自分たちが市場をつくるつもりで思い切ってやってみよう」と、バガス製容器の国内展開に再び挑戦することを決める。

バガス製容器は中国や欧米などですでに流通していたが、そのまま日本で売り出すにはいくつか問題があった。容器が大きすぎて、日本人には食べきれないほどの量が入ってしまう。また、仕切りのないタイプが多く、ご飯・主菜・副菜・漬物と品数が豊富な和食には使いづらい。日本人に合わせた改良が必須だった。折兼は、食品包装資材の企画・開発を専門とする子会社、パックスタイルを中心に開発チーム



バガスはサトウキビの搾りかすで、年間約1億トン発生する。ボイラー燃料や飼料、堆肥、紙など様々な用途に使われる。

を結成。日本人向けのバガス製容器の開発がスタートした。

バガス製容器は中国で製造することとした。世界有数のサトウキビの生産国である中国では、バガスが調達しやすく、原料調達と製品製造の場所が近いほど輸送にかかるコストやCO₂の排出量を抑えられるためだ。

折兼はプラスチック製容器で培ったノウハウを駆使し、バガス製容器の開発を進めていった。時には日本人の独特な文化やこだわりが開発のネックになることもあった。

例えば、バガス製容器は水分を吸い取るため、ご飯粒が内側にこびりつきやすい。ご飯粒を一つも残さずに食べる文化のある日本では、重大な欠点だ。やむをえず同社は内側にプラスチック製のフィルムを貼ることを考えたが、現地で製造にあたる中国人スタッフは「植物由来100%の容器になぜプラスチックを貼るのか」と納得しなかったという。同社は、「環境配慮には最大限こだわるので何とかやってもらえないか」と説得。植物由来で生分解性をもつPLA（ポリ乳酸）を使用したラミネートフィルムを容器の内側に貼ることで解決した。

こうした細かな調整を重ね、企画からわずか1年あまりで販売へとこぎつけた。

コロナ禍が思わぬ転機に

2019年に発売した折兼のバガス製容器だが、既存のプラスチック製容器の約1.2～1.5倍の価格ということもあり、当初の売れ行きはいまひとつであった。

ところが、2020年に状況が一変する。新型コロナウイルスによる外出自粛の影響で、テイクアウト需要が急速に拡大。折兼が運営する食品包装資材の通販サイトに、新たにテイクアウトやデリバリーを始めようとする飲食店からの注文が殺到したのである。

あまりの注文の多さに入荷が追いつかず、品切れが起きるほどの事態となった。そこで同社は、バガス製容器を中国から空輸することを決める。「バガス製容器を選ぶお客様が多かったことに驚きました。環境配慮の機運を絶やしたくなかったですし、我々には、ご注文いただいたものを決められた日に決められた場所へ確実にお届けする責任があります。ですから、運賃は非常に高かったです、思い切って空輸



に切り替えました」と、伊藤社長は採算を度外視した、当時の決断を振り返る。

こうしてコロナ禍を境に、販売個数は発売当初の倍以上に増加した。現在も継続的に売れているなか、新しいバガス製容器も続々と誕生している。お弁当容器だけでなく、カレー容器や寿司容器、青果容器やカトラリーに至るまでバリエーションが増え、現在のアイテム数は100を超える。

お客様のニーズに即した改良も進めている。実際にお客様に容器を試用してもらい、感想や意見を営業担当者が収集。開発会議には営業担当者も加わり、お客様の声を商品開発にダイレクトに反映させている。



例えば、当初のバガス製容器はふたも本体もバガス製であったが、「中身が見えるようにしてほしい」との要望を受け、生分解性フィルムの窓を付けた容器を新たに開発した。さらに、プラスチック製の透明のふたも用意した。「お客様によって食品容器に求めるものは、実にさまざまです。バガスを選ぶかプラスチックを選ぶか、最終的に決めるのはお客様です。機能、見た目、コスト、環境配慮などさまざまな選択基準を考慮して選択肢を増やしていくことも、我々の使命の1つです」と、伊藤社長は「お客様の声に応え続ける」という姿勢を強調する。

活躍が広がるバガス製容器

コロナ禍の巣ごもり需要により市場が拡大している冷凍食品。最近ではこの冷凍食品の容器として、バガス製容器を採用する企業が増えている。バガス製容器はマイナス40度まで耐えることができ、プラスチック容器に比べて輸送中の破損リスクが少ないためだ。

バガス製容器の需要は飲食業界以外にも広がっている。折兼は今年6月、関西の釣り用品チェーンと共同でバガス製の釣り餌容器を開発した。このチェーンはもともとプラスチック製容

器で釣り餌を提供していたが、風に飛ばされて海に落下することがあり、海洋プラスチックごみ問題を助長しかねないと危惧していた。そうしたニーズを折兼がキャッチし、共同開発に至った。「数年前、久しぶりに釣りをしたら、最初に釣れたのはレジ袋でした。船でかなり沖合に出たのですが、そのようなところでもレジ袋が釣れたのは、衝撃的でした。こうした体験もありましたので、海洋プラスチックごみ問題の解決に貢献できないかと思い、ご協力させていただきました」と伊藤社長。開発した釣り餌容器はバガスと竹を原料とし、海洋中において約150日で分解することが実証されている。

伊藤社長は「農業やアウトドアなど、バガスが活躍できそうな分野は他にもある」と構想を膨らませる。今後も飲食関係以外の用途でのバガス製容器の開発や、他企業とのコラボレーションに力を入れていく考えだ。

いっしょに、いいエコ「weeco」

折兼は、環境にやさしい容器の開発だけでなく、食品包装資材の商社として、環境配慮に取り組もうとするお客様をサポートしている。お客様が現状として実践できる範囲と、今後どの段

階まで取り組みたいのかをヒアリング。お客様それぞれの実情に合った最適な環境対応商品を提案している。

環境対応商品を検討するためのツールとして活用しているのが、エコ資材の総合カタログ「weeco(ウィーコ)」だ。お客様が自社に合った環境対応商品を探せるようにと、折兼が製作した。数多くの仕入れ先をもつ商社としての立場を活かし、優れた環境対応商品を豊富に取りそろえた。掲載アイテム数は約1,000点に上り、実際の活用例も提案している。

weecoは「we」と「eco」を組み合わせた造語で、「みんなで力を合わせて、エコを楽しみながら取り組んでいきたい」という願いが込められている。

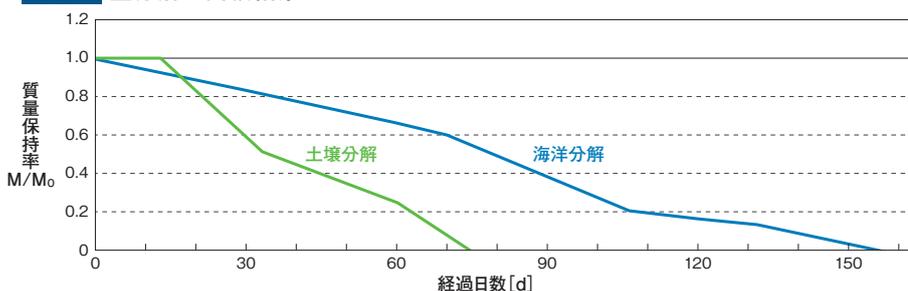
エコ資材を広範にカバーする使い勝手の良さから、お客様の評判は上々だ。容器だけを見せてもイメージできなかったお客様に対し、営業担当者がweecoを見せたところ、その翌日にサンプルの発注があったこともあるという。

食品包装資材 エコNo.1企業を目指す

折兼の歴史は古い。1887年、駅弁用の木製折箱の製造販売から始まった。高度経済成長期に入り、折箱の需要が縮小すると、同社は生産が急拡大していたプラスチックに着目。食品トレーなどを中心とするプラスチック容器の卸売へと大転換し、食品包装資材専門商社として飛躍的な成長を遂げた。

そんな同社は現在、変革の時を迎えている。今年6月、全社員に向けて経営方針を示す「経営計画発表大会」において、伊藤社長が語ったのは、「食品包装資材エコNo.1企業を目指

図表 生分解の実験結果



北九州市立大学との共同実験の結果、BBシリーズは土壌中では約70日、海洋中では約150日で分解された。
出所：折兼提供資料よりOKB総研にて作成

す」という決意だ。

「弊社は、社会やお客様を支える『公器』たるべく、時代に合わせて売るものや売り方を変えてきました。そして、持続可能な社会を目指す時代へと変わりつつある昨今、弊社はエコに積極的に取り組み、エコを売りにしていきます。エコといえば真っ先に折兼を思い出してもらえくらいに」。

環境配慮を最優先課題に据えるという会社の決定に対し、社員たちに戸惑いはない。むしろ、環境に関する新しい法律や興味深いデータなどを社内に発信したり、環境関連の検定を受けたりと、意欲的に取り組んでいる。「私が言わなくても社員たちは自ら動いてくれています。weecoのコンセプト『みんなでエコを楽しむ』のように、社員たちは楽しみながらエコに取り組んでいるように感じますし、私自身もエコを楽しんでいます」と話す伊藤社長は少し誇らしげだ。

未来を担う子どもたちに

今後同社が力を入れていくのが、これからの社会をつくっていく子どもたちへの啓発活動だ。「ただし、単なる授業ではなく、子どもたちが驚き、楽しみ

るような体験を提供したいですね」と伊藤社長。同社は今年、公益財団法人愛知県教育・スポーツ振興財団の「家族で学び、体験しよう! SDGs 自然体験キャンプ」に参加協力した。キャンプに参加した子どもたちは、食事で使ったバガス製容器を土の中に埋め、数カ月後これを掘り起こし、容器が実際に生分解されていく様子を観察した。「とても楽しんでもらえたようで、『参加して良かった』という声をたくさんいただきました」と伊藤社長は微笑む。

同社のSDGs課には、小中学校などから講義や体験学習の依頼が増えていくという。授業後にバガス製のカタログを贈ったところ、持ち帰って庭に埋め、家族と一緒に分解の様子を観察しているという嬉しい知らせが届いたこともある。「弊社の活動がきっかけとなって、家庭にもエコの意識が広がると思います。そのような流れを生む取り組みを、これからも地道に続けていきます」と伊藤社長は話す。

おわりに

折兼は、ロスを出した苦い経験がありながらも、環境配慮が強く求められるようになった時勢を踏まえ、バガス製容

器の国内展開へ再挑戦した。それも単に海外の既製品を売るのではなく、日本人と日本の食文化に合わせて新たに開発し、さらに、お客様の声を聞きながら今なお改良を続けている。こうしたバガス製容器の開発をはじめ、折兼の環境への取り組みの根底には、お客様に喜ばれ世の中の役に立てるよう、過去や現状に拘泥せず時代にに合わせて変化し続けるという、同社が135年間貫いてきた経営哲学がある。

エコに「楽しい」という前向きなイメージを結び付けたことも特徴的だ。同社のエコ資材専門カタログは、「みんなでエコを楽しむ」をコンセプトにしているほか、自社で扱う商材を生かし、楽しみながらエコを学べる機会を子どもたちに提供している。何より、社長や社員たちが環境への取り組みを大いに楽しんでおり、楽しむ気持ちこそがエコに取り組む続ける原動力になることを、身をもって示している。

フードビジネスを支える食のインフラ企業として、社会やお客様に貢献し続ける折兼。食品包装資材エコNo.1企業として、これからの時代でも大きな役割を果たしていくだろう。

(2022.8.19)

OKB総研 調査部 梅木 風香



電子カタログ「weeco」vol.3。インスタ映えも意識し、おしゃれなデザインに仕上げた。



SDGsキャンプは3回シリーズで開催され、1回目(2022年3月)終了後にバガス製容器を土の中に埋め、2回目(5月)と3回目(6月)に地中の容器を掘り起こし、生分解されていく過程を観察した。