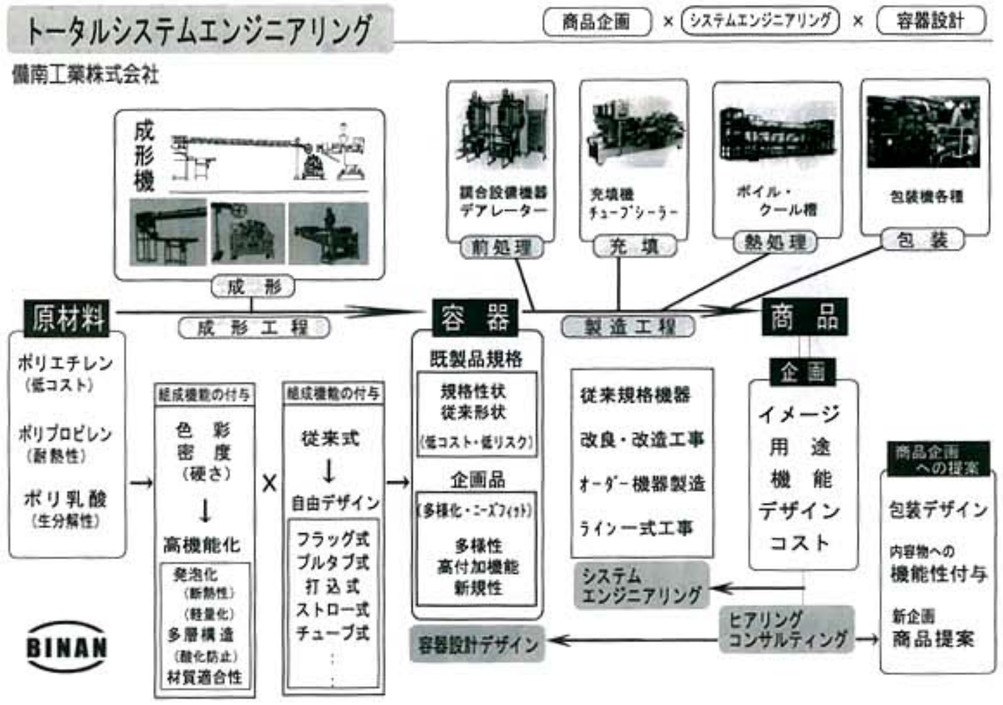


ず普及した、と考えていいと思います。ですから、今後期待されるのは、フレーバーの強い豆乳飲料等のライトユーザーから入って、そこから健康志向の強い人が、ストレートに濃い本格志向にシフトしていく図式です。こうした市場は現在、すでに育ちつつあると私共では考えています。

私共に対しても、本格豆乳へのニーズから容器を小さくしたいといった要望があります。そこで弊社では、80ml容器の金型をすでに用意しています。いわゆる"飲みきり型"です。濃いものを飲みたくても、その年齢層の人には中高年が多く「200mlは多い」との声があります。ヤクルトやジョアのような飲料でもこうした声はあり、私共では200mlでも1人分と考えて開発しているのですが、こうした場合は2人分になってしまいます。デザインの問題も当然あります。

こうした本格志向の牽引力としては、国産大豆の使用といった原料特化によって本来の味を追求した商品の先行例がありますが、これ以前にも、飲みやすさで成功された例は、実はこれら充填機の登場以前の過去にもあります。

お豆腐屋さんですが、1日あたり100～200本の純宅配でスタートされ、価格はワンコイン"その地域では1番に豆乳の許可(飲料)を取得されたと記憶しています。すべての豆腐屋さんで、こうしたことができると申し上げるわけではありませんが、私共では豆乳は是非、こうした商品に育って欲しいと思っています。

消費が健康志向ということであれば、役場や病院でヤクルトを飲むような感覚も、ひとつの販売の切り口かと思います。意識の高い人からの口コミで売れていく、これは表現を代えれば"布教で信者が増えていく"ことに似ていて、健康志向はひとつの信仰に例えることができます。ですから、健康に不安を抱えている中高年層は今、毎日でなくても週に2～3回といったペースで、積極的に豆乳を飲んでいるのでしょう。

しかし、飛びぬけて美味しいとか病み付きになる味であるとか、突飛的ですが中毒性があるとかいえば、また話は別ですが、スーパーのように大手のPRされた商品と同じ販売ステージに晒されたら「豆腐屋さんの豆乳」では、とても勝ち目はありません。量販志向では、こうした"信仰"的な状況にはなりにくいものです。この点でも豆乳は、宅配や通信販売のほうが有望だといえるかもしれません。最近は豆腐屋さんでも移動販売が見直されてきていますが、豆腐に惣菜と豆乳をセットする。これも成功例のひとつでしょう。

こうした手段で購入する人は、低価格志向はあまり強くはありません。ブランド志向よりも日々、安全なものとか美味しいものを、といった志向が強いからです。これは、特に女性側に強い傾向があり、こうした人は情報収集にも長けています。

しかし豆乳は、まだまだPRが足らないと思います。認知されている現状は、テレビメディア等で表面をサラッと撫でた程度の情報でしかありませんから、これを何度も繰り返しながら、地域別に志向のレベルを図っていく必要もあると思います。

例えば「酢」についても、PRされているのは家庭の調味料の「酢」ではありません。ジュース(ドリンク)としてのPRです。こうした発想の転換が、豆乳においてはまだまだ不足していると思います。

## 5. バイオ・マス容器も視野に

さて、私共がメーカーとして今、最も目指しているのは、環境とリサイクルについてです。容器製造でどうしても余白的に生じてくる"バリ"を瞬時にリサイクルし、新しい容器として生産するシステムです。資源の無駄がなく、廃プラ業者に委託して再生するとコストもかかります。いうまでもなくポリエチレンは化学石油原料からの産物ですから、地球環境保全の観点からも廃棄、ましてや焼却など論外だということになっています。

工場の中ですべてをリサイクルしてゴミを出さない、ビールメーカー等が取り組んでいる"ゼロ・エミッション"に近いものが私どもの夢ですし、これは海外の企業であっても同様でしょう。

私共もこれまでは、充填機を作って多少のノウハウを提供するくらいの感覚でしたが、今ではリサイクルの方が大きな課題になっています。現在、ポリエチレン以外の素材として生分解性樹脂による容器の開発・テストを行っています。この容器の原料は石油製品ではなくコーンスターチですから、バイオ・マスを視野にした取り組みです。

また2007年度には、太陽光発電を工場に取り入れる計画です。年度内に工場の屋根に太陽電池パネルを設置し、工場内電力の一部をまかないつつ、余った電気は売電するシステムの導入を3年償却の計画で進めています。弊社のある瀬戸内地域は雨も少なく、日照時間が長いので、太陽光発電には適しているからです。

また、大手メーカーからの打診もあって現在、ある資料の作成も始めました。これは無菌状態で容器も製造し、無菌状態で充填するシステムについてです。

容器を作りながら、同時に無人化して中味を高速で充填していくシステムの開発には、これまでも取り組んでおり、すでに海外にも輸出実績がありますが、これを1歩、さらに高度化して実現するものです。

豆乳についても、私共はもう、20年も前から手がけているので、これまでのノウハウを生かして地道に新しい容器・機械を次々開発していきたいと考えています。

## おわりに

私共は1955年(昭和30年)の創立以来、お客様のニーズに合わせて、充填プラント及びポリエチレン容器を提供するビジネスを主体として、そこで培われた独自のテクノロジーの展開によって、新しい事業に挑戦し、会社の発展とともに社会に貢献することを目指してきました。そして、そこで蓄積したノウハウを生かし「ONLY ONE」企業として世界市場の開拓に、今後も邁進してまいります。

(ささか　あきのり／文責・編集部)