

樹脂製グラス 海外リゾートに 石川樹脂工業 割れにくくビーチで安全 バリ島で受 注、アジア開拓

2018/3/23付 | 日本経済新聞 地域経済

樹脂成型加工の石川樹脂工業（石川県加賀市）はプラスチック食器の海外販売に乗り出す。安全に配慮して割れないプラ製のグラスが使われるアジアのビーチリゾートをターゲットと位置づけ、意匠性の高い独自のコップや皿を宿泊・飲食施設に売り込む。海外の展示会やコンテストに出品して知名度を高めつつ、ラインアップも拡充して海外需要を開拓する。

主にアジアのビーチリゾートにあるプールのほか、海の近くにあるバーやレストランで使うコップや皿を販売する。主力は縁をゆるやかな波形にしてデザイン性を高めた「ゆらぎシリーズ」。現在は皿やワイングラス、3種類のコップなどがある。

3月からはテキーラなどを楽しむショットグラスを追加した。今後はカクテルグラスを含め、年に2～3種類の新商品を投入する計画だ。

石川樹脂によると、ビーチリゾートでははだして歩くことが多いため、割れにくいプラ製の食器が定番という。同社が素材に使う合成樹脂はプールの塩素によって、ひび割れを起こすことがない。コップを重ねたり、逆さにして保管したりしても内側に風が通る形状になっており、水カビが発生しにくいのも強みだ。

ガラス製の食器と異なり、ホテルの系列ごとに調達先が決まっていないため、販路を開拓しやすいと判断した。

現地企業のオファーを受け、3月にインドネシアのバリ島で開かれたホテルやレストラン向けの展示会に初出展した。ゆらぎシリーズを中心に約20種類のコップや皿などを展示したところ「反応がよく、既に一部の企業からは注文を受けた」（石川勤専務）。同様の展示会に今後も参加し、顧客開拓に取り組む。

これとは別に、優れた工業製品デザインを表彰するドイツの「レッドドット・デザイン賞」に応募した。海外の展示会やデザインコンテストを通じて知名度を高める。

石川樹脂工業は食器や雑貨の自社ブランド「Plakira（プラキラ）」を展開している。ゆらぎシリーズを含めた売上高は4億円。割れにくく軽量で扱いやすいことから飲食や介護、宿泊の分野で引き合いが強く、年2割のペースで伸びているとしている。

ただ、割れにくいため更新需要が発生しにくく、新製品を発売しても2～3年で売り上げが落ちる傾向がある。2020年の東京五輪前後に宿泊や飲食向けの需要が鈍化する可能性も見越し、海外市場を開拓する。

同社は20年9月期の売上高で17年9月期比35%増の23億円を目指している。このうち5億円を占めるプラキラの海外比率は2割と想定している。

本サービスに関する知的財産権その他一切の権利は、日本経済新聞社またはその情報提供者に帰属します。また、本サービスに掲載の記事・写真等の無断複製・転載を禁じます。

Nikkei Inc. No reproduction without permission.