

プラ食器 個人向け参入 石川樹脂工業、成型特有の模様・形状

2017/9/21 6:02 | 日本経済新聞 電子版

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で消費者向け商品の製造販売に本格参入する。デザイン会社と協力し、プラスチック成型特有の現象を生かした模様や形状の商品を開発。ガラス製品と差別化する。飲食店や宿泊施設向けにプラスチック食器を製造販売してきたが、技術を生かしてデザインにこだわる消費者の需要を開拓する。

食器や工業関連のデザインなどを得意とする金沢市内のデザイン事務所と連携して製品を作製。5月からは小物入れやティッシュケース、コップなどをネット通販の「アマゾン」のサイトを通じて販売し始めた。

消費者向けに新たに造ったり、業務用に販売したりしていた商品で品目は30種類程度。今後は大型小売店などに販路を広げ商品も増やす。

今秋には縁を緩やかにウェーブさせた「ゆらぎシリーズ」としてワイングラスとシャンパングラスを1種類ずつ、皿も2種類追加する。

年明けにはプラスチック成型の際にできる独特の模様や形状を生かした食器の新シリーズを試作し、来年中に販売する。例えば金型に充填した樹脂が互いにぶつかった場所ができる「ウェルドライン」と呼ぶ線を利用。金型に樹脂を注入する穴を複数設け、意図的に衝突させてカーテンが波打つような模様を作る。

このほか、樹脂が冷える過程で収縮してできる凹凸や、表面上のひびなどをあえて作り出してデザインに取り入れることを検討。製品ごとに模様や表面の形状などが異なるため、ほかにはない「一品物」としての魅力につながるとみる。

これらの現象が起きると通常は不良品とみなすが、適切な強度を保っていることを確認したうえで商品に生かす。価格は5千～1万円と高級路線を狙う。消費者向けの事業で2～3年後に年間売上高2億円を目指す。

消費者の間で知名度を高めるため、映画監督の戸田彬弘氏によるウェブ動画を9月から動画投稿サイト「ユーチューブ」で公開。交流サイト（SNS）も活用する。欧州の工業デザイン賞にも積極的に応募し、海外にアピールする方針だ。

同社は金型の設計から製造や販売まで一貫して手掛けるのが強みで、2017年9月期の売上高は約18億円を見込む。6割程度を占めるのが工業部品などのOEM（相手先ブランドによる生産）製品で、顧客の販売動向に経営が左右される。

このため食器やインテリア雑貨の自社ブランド「Plakira（プラキラ）」に力を入れてきた。現在の売上高は4億円で大半は業務用だ。

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.