

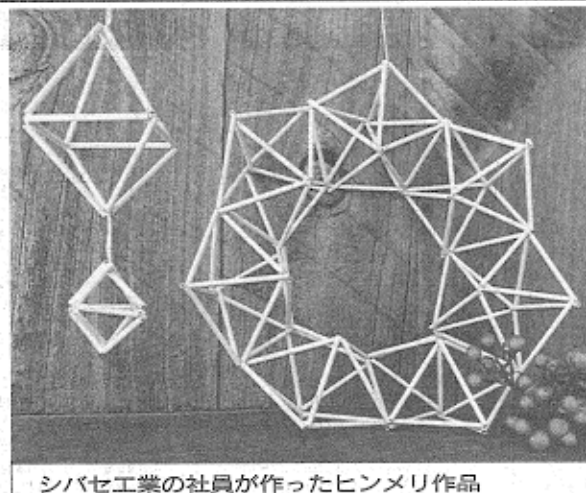
ストロー、北欧伝統装飾に

シバセ工業

プラスチック製ストロー製造のシバセ工業(岡山県浅口市)は、北欧フィンランドの伝統装飾「ヒンメリ」制作用ストローの市販を始めた。新型コロナウイルス禍や環境への配慮などから外食向け飲料用の需要が低迷する中、力を入れ始めた工業用・医療用だけでは落ち込み分をカバーできないと判断。静かに広がりつつあるヒンメリの愛好者向けの需要掘り起こし、「使い捨て」イメージの払拭を狙った。

「ヒンメリ愛好者が確実にはない北欧の伝統装飾に、潜在的なストロー市場の可能性を強調する。玉石一馬営業部長は、まるで、

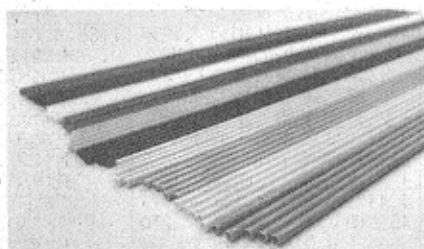
だ国内ではあまり知ら



シバセ工業の社員が作ったヒンメリ作品

環境配慮などで販売低迷

新需要掘り起こし



10色のストロー。自由に切って好きな形にできる。

でも菓(わら)の代わりにプラスチック製ストローを使って制作を楽しむ愛好者が現れ、通販業者などから専用品の注文が入っていた。「最近注文が増え、ネットなどでも登場機会が増えた(玉石部長)と製品を開発、9月末から同社の通販サイト「ストロー館」で販売を始めた。

販売を始めたヒンメリストローは長さ35センチ、口径が2・5ミリ、3ミリの2種類あり、それぞれ赤、黒、黄など原色系6色と菓風の「麦ベージュ」など4色の計10色をそろえた。通常の飲料用ストロー(口径約6ミリ)よりスリムで、同じ素材ながら

厚みは0・25〜0・35ミリと飲料用(約0・18ミリ)より頑丈にして、たわみが出にくくした。単色100本もしくは2色各50本を一箱に詰め、価格は各858円。すでにヒンメリづくりをする「上級者向け」の販売だが、2週間で約150箱が売れた。

販売目標は2年間で1万箱。達成のために愛好者の裾野を広げる仕掛けも計画。通常のストローは飲食業者や流通業者の注文に応じて販売するケースが多く、市販やPRのネットワーク構築は大きな課題になる。同社が販促ツールの中軸に想定しているのはSNS(交流サイト)。まず通販サイト「ストロー館」で業務用ストロー購入先のカフェなど全国の飲食店へクリスマスに向けて装飾用ヒンメリ作品を贈り、SNSで店内飾り付けなどの紹介を促す作戦を始める。

シバセ工業の事業部門別売上高



▼ヒンメリ フィンランドで農耕生活の中から12世紀ごろ生まれた装飾で、麦(わら)に糸を通して、つなぎ合わせてできる多面体の織りなす幾何学的な造形品だ。ワークショップなどで指導を続けるヒンメリ作家の大岡真奈さんは「主婦層など女性に愛好者が増えている。指先や頭の体操になり、心の癒やしにもなる。カラフルなストローは子どもたちからお年寄りまで初心者に親しみやすいのでは」と話す。いまも現地では、自然の恩恵への敬意を込めて表葉を素材にしている。SDGs(持続可能な開発目標)に通じる装飾としても注目されそうだ。

始め、飲料向けは国内シェア6割を占める主力事業だった。プラスチックごみの海洋汚染問題やコロナ禍での外食業の業績落ち込みなどで需要が低迷。同売上高は2019年度の3億1400万円から20年度は1億4300万円に落ち込んだ。

第2の柱として力を入れた医療向けなど工業用は同年度売上高が1億3700万円まで成長したが、全体では前年度比1億3800万円減の3億2300万円にとどまり、さらなる柱が必要と考えた。ヒンメリ向け事業への挑戦は待ったなしの状況になっている。

(田村雅弘)