

5月19日発行の日本食糧新聞に掲載されました

<https://news.nissyoku.co.jp/news/fukase20230416052815789>

北原産業

商品開発にスピード感

変化する価値観とニーズ 脱コロナ市場へ対応

総合食品容器メーカーの北原産業は、コロナ禍に飲食店向けテイクアウト容器をタイムリーに発売して存在価値を示した。制限なき日常が訪れた今春は、食品業界を下支える容器メーカーの鋭い視点で普段の食からハレの日のイベント用まで商品開発のスピードを上げる。23年春の新品と市場の見立てを北原忠社長に聞いた。

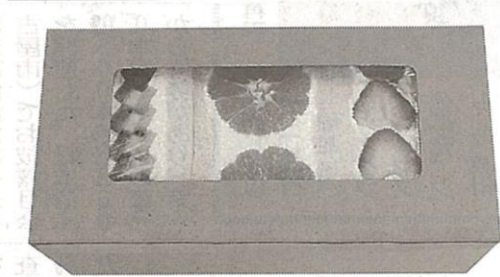
(深瀬雅代)



北原忠社長

大型会席膳、駅弁など紙とプラスチックを合わせた弁当容器、おせちを彩る小鉢容器での圧倒的品揃え、嵌合(かんごう)部の精密さで液漏れ知らずの「タイトカップ」シリーズなど看板商品をも

数持つ同社。コロナ禍に飲食店が一気に参入したテイクアウト・デリバリー市場向けに環境配慮型紙トレイ、品質や見栄えを保つ専用容器をいち早く開発、おしそくに盛り付けられると評判を得た。紙素材の「テイクボックス」。「PT紙トレイ」の両シリーズは一品単価の高いカフェでの需要を高めたが、「皿用途でも機能と見た目が備わっている」と、ハンバーガーセツトなどに採用されている「と人流の戻ったテーパー」などへ活用シーンを広げている。今春は陳列シーンでも吸引力を発揮するよう、中身の見える窓ありPTトレイを発売し、登場場面のさらなる拡大を狙う。



フードパックシリーズの新サイズも発売した。内容量と売場スペースを最小限に抑えながら、視覚へ強いアプローチをかけられるスタンディングフードパックは、扱いやすさで

米飯商品以外にも広く使用されている。同社のロングセラー商品だが、「海外からの需要も高まった」と北原にも販路を広げた。今回は太巻き半分サイズの「中巻き」がそのまま入る「DS-109」と、斜めカットした二つを並列できる「DS-108」の2種類を開発し、「原料原価が高騰する環境下に小容量でも商品の魅力が伝わる」と提案している。

同社の今7月期の進捗(しんちよく)を北原社長は「22年に実施した2度の商品値上げで売上げは2桁増加だが、物量は減少している。インフレの影響で生活者の財布のひもは確実に固くなっている。喜べる状況ではない。コロナ禍に買い場も増え、生活者の価値観やニーズは確実に変わった」とする。

一方で街の個人飲食店がプラスチックからコストが掛かっても環境配慮型の紙トレイへ切り替えていることを例に、「SDGsの流れで紙容器支持層が増える半面、環境にやさしいバイオプラの需要も増加している。容器メーカーはどんな容器が必要とされるか、経験値だけでは頼らず、本気で見据えなければ。双方のニーズを見定め今まで以上に企画に力を入れ商品開発を加速する」とした。



容器に入れても商品の魅力が伝わるパッケージを開発

