

ストロー販路 PCRへ

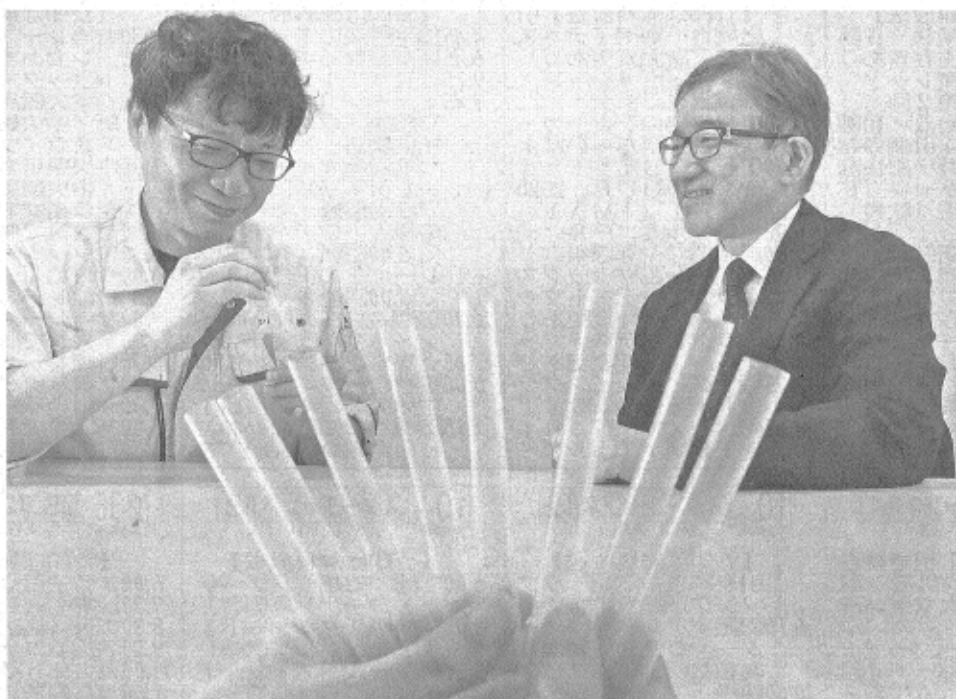


めに使われる医療用ストローが主力品になりつつある。

昨年6月に製品化したばかりだが、既に生産量は1370万本以上。この工程を2年前に占拠していたのは、タピオカ入りドリンク用のストローだった。

■唾液採取に活用

同社は2019年、磯田拓也(61)が社長に就任して以降、最高となる4億6000万円の売り上げを記録した。その7割を占めていたのは、若者を中心に爆発的な人気



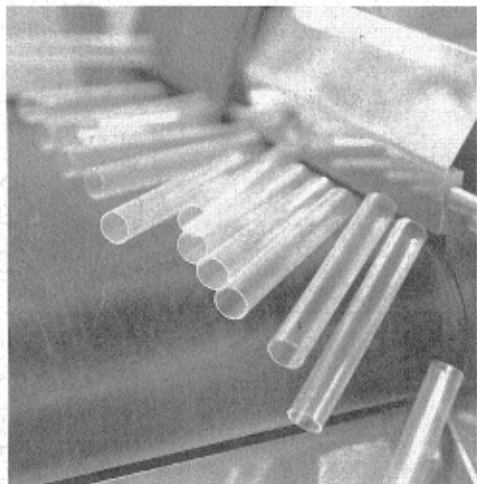
①PCR検査用のストローで危機を乗り切ったシバセ工業の磯田拓也社長(右)と玉石一馬営業部長(左)。次々と機械からはじき出されるPCR検査用のストロー(いずれも岡山県浅口市のシバセ工業)。(C)中原正純撮影

タピオカ需要激減を救う

となったタピオカ入りドリンクなどの飲料用ストローだ。

しかし、追い風はコロナ禍で逆風へと変わる。20年4月初の緊急事態宣言が発令されると、全国のタピオカドリンク専門店の閉店が相次いだ。連日約100社から届いていた注文のファクスは数社に激減した。

危機を救ったのが、営業部長の玉石一馬(55)の「PCR検査にストローが使えるのでは」との着想だ。当初、PCR検査は鼻の奥に綿棒を入れて検体採取する方法が一般的だったが、くしゃみなどで医療従事者が飛沫を浴びる危険性が指摘されていた。医療機器メーカーが唾液による検査機器の開発を進めていることを、取引先との会話で知った玉石は「安全に唾液を採取するには、ストローが最適」と考えた。



ストローの口径の太さは金

シバセ工業(岡山県浅口市)

1926年、精米業で創業。49年にそうめんの加工販売も始める。産地だったことから、69年から地産地消のスティック製ストローの生産を始めた。資本金1000万円。従業員約50人。

モーターメーカーで働いていた磯田が親族の先代社長から頼まれ、工場長として入社した1999年、大口の取引先だった大手飲料メーカーからの発注が大幅に減らされた。多くの取引先を持つことの重要性を知った磯田は、小口の取引を増やすことに方針を転換した。現在、取引先は約1000社あるが、ストロー関連は最も大口でも売り上げの構成比は2〜3%だけだ。

取引先を増やすには、顧客のニーズに応じて多様な製品を作ることが求められる。磯田は「玉石がPCR検査用のストローを思いついたのも、顧客に寄り添い、求められる商品を作り出すという社風の表れ」と考える。

その後も民間のPCR検査センターやクリニックからの注文が相次ぎ、20年の売上総額は前年の7割の3億2000万円で踏みとどまった。

■小口こそ大切に
コロナ禍でも同社が機敏に対応できた背景には、磯田の苦い経験がある。

脱プラで市場縮小傾向

6月に成立したプラスチック資源循環促進法の施行を来年4月に控えて、脱プラ製品の動きが進む中、飲料用ストローの市場規模も縮小傾向にある。

調査会社の富士キメラ総研(東京)によると、飲料用ストローの2021年国内販売量予測は前年比7%減の93億本で、販売額も同5・7%減

の82億円。22年の販売量予測は同10・8%減の83億本、販売額は同4・9%減の78億円。さらに縮小する見込みだ。こうした流れを受けて、業界では紙製ストローなどの生産に活路を求める動きも出ている。シバセ工業では飲料用ストローを軸にしながらも、医療用や工業用などを増やしていく。

(敬称略)
(岡山支局 滝沢清明)