

鶏卵パック専業・一貫生産体制の強みを発揮しシェア70%

株式会社栗原製作所 奈良県大和郡山市

株式会社栗原製作所は、昭和36年、塩ビ波板製造業としてスタート。塩ビ波板に転機の兆しが見え始めたのを機に鶏卵パック専業の製造販売への思い切った進路変換を行った。

その後、一からの販路開拓の苦労を経て、大胆な決断と設備投資で変革を遂げ、今や鶏卵パックで国内シェア70%を占める。

「物価の優等生」とも呼ばれる鶏卵の包装資材だけに、低コスト化の要請と価格競争は厳しく、同社では、他社に先駆けて材料シートから製品までの一貫生産体制を構築。Q(クオリティー)/C(コスト)/D(デリバリー)/V(バラエティー)を経営方針に掲げ、トップ企業としてさらなる発展を目指す。

会社概要



会社名：株式会社栗原製作所
所在地：奈良県大和郡山市池沢町
90-8 昭和工業団地内
電話：0743-56-2207(代)
FAX：0743-56-2217
設立：昭和45年(創業昭和36年)
代表者：代表取締役 栗原照次郎
資本金：4,050万円
従業員：120名
事業：各種鶏卵パックの製造販売
A P E Tシートの製造

URL：<http://www.pack-kurihara.co.jp/>



本社社屋及び一貫生産体制の第1から第3工場

塩ビ波板から国内初の鶏卵パック製造へ

昭和36年、塩ビ波板メーカーとして創業した同社は、当時の建築ブームもあって、日本の高度経済成長と歩調を合わせ、順調な発展をみていた。

そのなか、塩ビ加工技術を見込んで、商社筋から鶏卵パックの開発が持ちかけられ、同社は、金型の開発・製作協力などを経て日本初の鶏卵パックメーカーとなった。

ただ、塩ビ波板製造に多忙な時期で、この時点では下請としての副業的な位置づけであった。

その後、スーパーマーケットの成長により、鶏卵のパック売りが急拡大を遂げるにつれて生産も増加し、また、新規に参入するメーカーも増えてきたが、それでもあくまで、主力製品は塩ビ波板の時期が続いた。

200アイテムを超える同社製品。流通の効率性も高く業務用への進出も進んでいる。



鶏卵パック専業に転身、販売網構築の苦勞

順調に推移していた塩ビ波板であるが、昭和50年代頃から、強度や耐久性の面で機能性を強めた製品へのニーズが高まってきた。しかし、これに対応する大規模な設備投資・研究開発は、当時、業界トップクラスの大企業だけが可能であった。

そこで、昭和60年代に入り、栗原社長は、そ

れまで副業的に下請製造を行っていた鶏卵パックの自社販売を開始し、将来的な主製品とすることを決断。リスクを覚悟した事業の大転換であった。

しかし、販売ルートの一からの開拓は難航を極めた。昭和62年に千葉県内に営業所を開設、「現専務（長男昭太氏）が単身で乗り込み、電話帳を片手に養鶏場などの見込み先を一軒一軒訪問し販売ルートを開拓した」と同社長は当時を語る。

また、このころには鶏卵パックの特許も切れており、続々と新規参入を見たことから価格競争も熾烈化していた。

一貫体制とQ・C・D・Vでシェアトップに

激化する価格競争で優位に立つため、昭和64年、同社ではシート生産設備の投資に踏み切り、シートから製品までの一貫生産体制を構築した。

シートは専門メーカーから仕入れるというのが業界常識のなかでの高額設備投資であったが、製品価格の低下が進むなかで、これは大きな優位性を発揮することとなり、また同時に、ますます短くなる納期の要請にも応えるものとなった。



A PET樹脂シートの製造工程

成型工程



バーコードの貼り付けも自社内で行う

そして、栗原社長は、経営方針として「Q・C・D・V」、すなわちQ（クオリティー：より良い商品を）／C（コスト：より安く）／D（デリバリー

：より速く出荷）／V（バラエティー：多くの種類を揃える）を経営方針に掲げ、顧客ニーズに応えた鶏卵パックの製造にこだわり続け、国内シェアを拡大していった。

A PET樹脂で低コスト化とエコの両立

平成に入り、原料である塩ビ材がダイオキシン問題に揺れると、同社ではいち早くPETボトルの原料でもあるAPET（ポリエチレンテレフタレート）樹脂シートへの転換を敢行した。

当時は、依然として、低価格である塩ビ製への需要が多く、また、鶏卵の生産流通現場では、パックを接合する設備が低温の塩ビにしか対応できず、それより高温のAPET用には新規の設備投資が発生することが何よりも逆風であった。

しかし、地球規模の環境問題への関心が高まるにつれて、生産者・消費者にも理解され、APET製パックの需要が拡大していった。

また、APET樹脂原料は塩ビよりも3割程度高いことも課題であった。そこで、ペットボトルをリサイクルした再生PET樹脂を使用することで低コスト化を実現し、低コストと環境保護の両立に成功した。

鶏卵パック専業でさらなる発展を目指す

同社は、鶏卵パックに特化した集中投資で、自社一貫生産と自動化、また、食品の包装資材メーカーとしての安全衛生を追及してきた。

さらに、流通を支える「バーコード」の貼り付けも、現在、200アイテム、日産500万枚に上る同社製品に、自社内の設備で自動的に行われ、徹底して顧客ニーズに応える。

今後については、未だ低価格の紙製が中心となっている業務用鶏卵トレー分野でのシェア拡大が目指されており、APET製トレーはかさばらないことから流通の効率性が高く、また、衛生的なことから徐々に浸透しているという。

現在、多くの製品分野で、中国等のアジア製輸入品が低価格を武器に国内市場を席捲している。しかし、栗原社長は、「鶏卵パックでは価格面でも負けない」と胸を張る。

（山城、島田）