

代表者役職名・氏名  
：代表取締役・  
瀧川紀幸  
設立年月日：昭和62年7月31日  
住所：〒441-1338  
新城市一鍛田字  
清水野3-3  
電話：0536-26-1133  
FAX：0536-26-1011  
URL：http://boc-ob.co.jp  
E-Mail：takikawa@  
boc-ob.co.jp  
資本金：1000万円  
業種：オブラート製造

## オブラートをより身近にしたい—。 自由に絵を描いて料理に貼って 飾るなど新用途を開発



「オブラートを広めたい」と語る瀧川社長



無味無臭なため食品の味を損ねない



料理だけでなく飲み物にも手軽に使える。ラインナップは順次、拡充する

### 認知度の低下に危機感

「オブラートに包んで発言する」—。直接的に刺激するような表現を避け、遠回しな言い方をする場合に使う慣用句だ。ではオブラートとは何か。40代以上であればなじみのあるものだが、若い世代、特に20代以下となると「半数の人が知らないのでは」と瀧川オブラートの瀧川紀幸社長は指摘する。

オブラートとは菓子を包んだり、粉末の薬を包んで飲んだりするために使われる薄い膜状のもので、以前は目にする機会が多かった。だが、ゼリー状や錠剤の薬が増えたことなどから次第に見かけなくなり、かつて国内に100社以上存在したメーカーはいま、3社にとどまる。

瀧川オブラートはその1社で、創業100年を越える老舗企業。袋型のオブラートでは90%以上のシェアを誇り、多くのドラッグストアで同社の製品が並ぶ。このため同社の業績は堅調だが、瀧川社長は「ここ20—30年間マーケットが変わっていない。オブラートの認知を広めないと先は厳しい」と危機感を募らせていた。

### 海外市場に目を向ける

そこで、同社は海外に販路を求めた。漢方薬を飲む習慣があるシンガポールにまずは狙いを定め、営業に力を注いだ。しかし、現地では漢方薬を煎じて飲むケースが多いということが分かった。

「薬を包んで飲む文化は日本だけで、海外市場開拓は難しいかもしれない」

(瀧川社長)。そんな思いをしつつ、ある商談で瀧川社長はとっさの行動に出た。それはオブラートに可食性インクでイラストを書き、食べ物に貼ってデコレーションするということだった。オブラート自体もでんぷんから作られたもので食べられる。当時、可食性インクとオブラートのセット商品の販売をおぼろげながら考えており、その場で急遽、提案した。

「これが『おもしろい』と好評だった。シンガポール人は新しい物好きの面があり、きちんと商品にすれば売れるだろう」と瀧川社長は見込んだ。その後、同社はデコレーション専用のオブラートを開発し、あらかじめ絵柄をプリントした商品を作ったり、シンガポールの展示会に出展したりするなど、攻勢をかけた。

### 注文が殺到する状況に

当初はオブラート自体が海外で全く知られていないため、苦勞した。だが食品関連の展示会に出展を重ねるごとに引き合いが増え、ついにはオブラート数万枚単位の受注見通しも得られるようになった。

こうした状況に対応するため、同社は「平成27年度補正ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金」を活用し、生産設備のプリンターと品質チェック用の金属検知機を導入した。

商品はオブラートと可食性ペンがセットの「Edible Film & PEN」、イラストやメッセージを合成着色料で印刷した「Food Deco Sticker」をラインナップ。シンガ

ポールと日本国内の東急ハンズで販売している。また、オリジナルのロゴやイラストの印刷にも応じており、いずれの商品も国内外の企業や飲食店から発注が多くある。個人からも“キャラ弁”人気を追い風に注文が殺到している状況だ。

### さらなる拡販に強い意欲

誰でも手軽に使えることから、「ホー

ムパーティーが盛んなアメリカでも広がる可能性がある」と瀧川社長はさらなる拡販に意欲を見せる。今後は補助金で導入した設備を活用しながら受注増に対応し、インターネットも含めて販売チャンネルを増やす。同時に商品ラインナップも拡充していく。そして「オブラートをより身近にし、若い世代に知ってもらえるようにしたい」(同)と力を込める。



補助金で導入したプリンター



専用オブラートの厚みは20 μm