

# この技術で世界に挑戦

90

新型の充填機を展示

会に出展した。飲料メ

ーカーの反応は早かつ

た。「受注が殺到し営

業に出る必要もなかつ

たほど」(小坂章則社

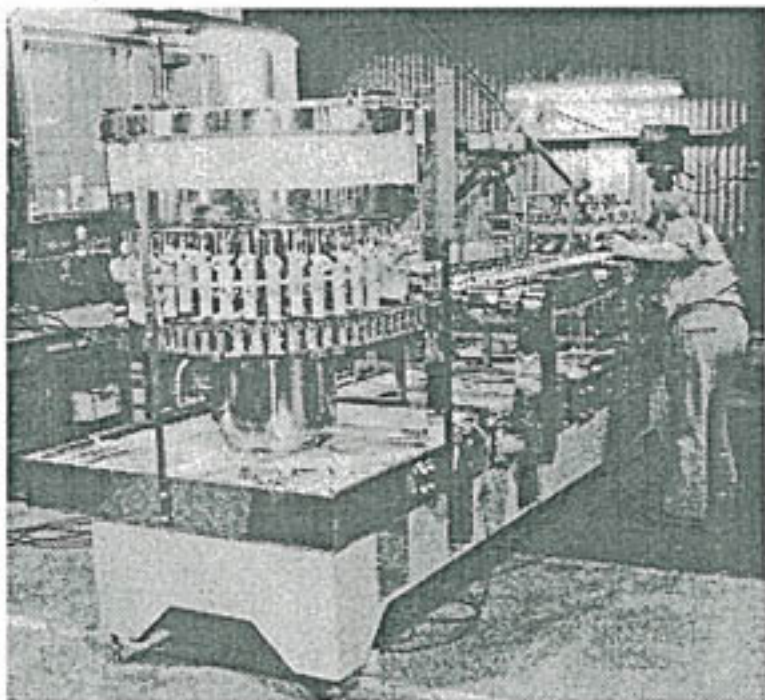
長)という。だが、飲

料メーカーの設備投資

は季節によって大きく

振れる。充填機の受注

ポリ飲料充填機の製造風景



食べられると好評だ

た。

このヒットにより、

今では容器の売り上げ

が充填機を上回る。売

上高7億8200万円

(04年12月期)の60%

を占める。「充填機だ

けだったら会社はなか

った」(同)と振り返

る。国内同様、海外で

もポリ飲料の人気は高

い。これまで充填機の

出荷は中国、アジア、

米国など20カ国となっ

ている。「今後は中国

のほかブラジルやロシ

ア、インドなどへも販

路を広げていきたい」

(同)と拡販に意欲を

燃やしている。

## 備南工業

ポリエチレン製の細長いチューブ容器に入った清涼飲料を凍らせて、二つに割って食べたことがある人は少ないだろう。備南工業(広島県福山市、小坂章則社長、084・953・7788)は、そのポリ飲料充填機で世界一。シエアは100%近い。容器開発から装置まで一貫して受注するのが強みだ。

同社のコア技術は高低差を利用して液体を注ぐ「自然充填」。この技術を使い、60年代

目を付けたのがポリ飲料だった。ポリ容器は内部に空気が残っていると、液

## 充填機ノウハウ活用

ポリ飲料  
容器開発

## 中央のくびれ好評

前半までは主にラムネなど、びん入り飲料の容器洗浄機を手がけていた。その後、びん入り飲料の需要が低迷、

体を注ぎにくい。同社は容器内の空気を抜いてから、充填する独自の方式を考案した。速度を従来の4-5倍に

も年ごとに変動する。このため「充填機に依存しては経営が安定しない」(同)という悩みを抱えた。

83年、食品メーカーと共同開発したのが一本のポリ飲料容器。中央にくびれをつけた形

状はそれまでなかった。くびれが強度を生んだ。搬送時に容器の形が崩れず充填しやすいという作り手側の都合だけでなく、消費者側からも一本の冷凍ジュースを半分に割って

燃やしている。

(福山・白山雅弘)

(金曜日に掲載)

高めるバキューム充填方式として78年特許を取得した。

それが容器開発を発想させた。充填技術で得たノウハウを生かせ