

5月25日 No.3215

2026年(令和8年)

週刊 月曜発行

発行人 河村 勝志

昭和41年9月22日 第3種郵便物承認

購読料 年間 27,500円+税
(定価) 1部本体 600円+税

— 包装と共に60年 —

包装タイムス 60th

THE HOSO TIMES ANNIVERSARY

あえてずらして簡単オープン

伊藤忠リーテイリンクク

レジ袋の「新常識」として拡販

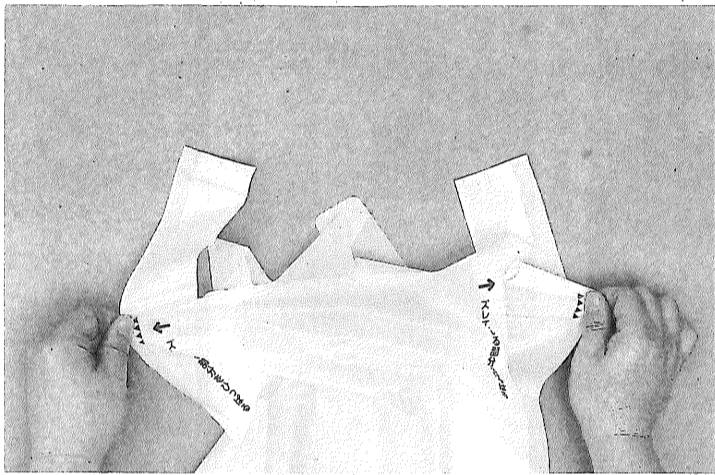
伊藤忠グループで店舗消費品などを手掛ける伊藤忠リーテイリンク(東京都中央区、営業第二本部)は、280・0011は、イージーオープンレジ

袋「ズレータ」を開発し、販促を強化している。レジ袋のマチをあえてずらしてシールすることで両端にズレが出現。この部分を左右に引っ張れば簡単に開

けることができる。同社は「この製品を業界のデファクト・スタンダードにしたい」と気概を語っている。誰しも、乾燥した手でレジ袋を開けるのに苦戦した経験があるだろう。従来は指でこすったり、水を含んだスポンジやボールを使ったりして開けていた。しかしコロナ禍に、衛生面からスポンジなどの使用を忌避する消費者や店舗も現れた。そもそも、そういった備品の管理や購入は、店舗にとっても一定の負担感があると言える。さらに昨今スーパーマーケットなどの現場では、セミセルフレジやセルフレジが急速に普及している。小売店では消費者の「サッカ

ー台およびセルフレジの滞留時間の短縮」が課題となっていた。ズレータは、同社の業務用資材ブランド「itsmono(イツモノ)」から販売されている。製袋の工程で横方セットを折り込んでシールする際、表面と裏面のフィルムをあえて横方向にずらして

いる。こうすることで、より両端にズレが生まれ、左右に引っ張ることで簡単に袋を開けることができる。同社営業第二本部長の松本祥行本部長は「持ち手の幅を従来品より広くすることで、強度を担保している」と解説。さらに「ズレータをはじめとする同社開発商品は「従来品から値段を大きく上げない」ことを徹底している。同氏は「特に消耗品は値上げに対する抵抗感が強い分野。ほんの少しの工夫で付加価値を創造することを大切にしている」と話した。なお、ズレータは特許出願中。問い合わせはブランドサイトから受け付ける。(https://www.itsmono.jp/ferri.co.jp)



引っ張って簡単に開けられる



特許出願中のズレータ

ー台およびセルフレジの滞留時間の短縮」が課題となっていた。ズレータは、同社の業務用資材ブランド「itsmono(イツモノ)」から販売され

ている。製袋の工程で横方セットを折り込んでシールする際、表面と裏面のフィルムをあえて横方向にずらして

「出典『包装タイムスNo.3215』掲載日2026年5月25日(日報ビジネス)より転載許諾を得て掲載」

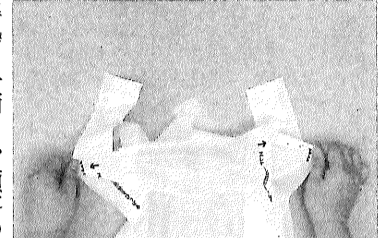
※掲載面1面

軟包装関連

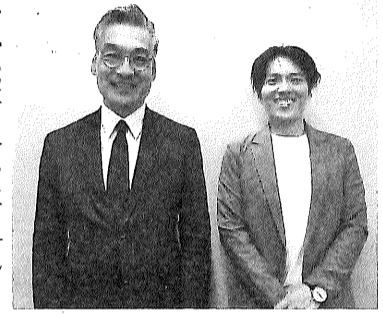
マーケットインの製品開発

伊藤忠リーテイルリンク 顧客の潜在的なストレスを解消

両端を引っ張って簡単に開けられる「スレータ」



同社の松本部長(左)と千葉課長(右)



「ゴミ袋」で、特徴が異なる素材を用いて伸びと強度を両立した、薄くても破れにくいごみ袋だ。スパーはもちろん、ファーストフードなどの外食チェーンでも広く採用されている。

伊藤忠リーテイルリンク(東京都中央区)は、業務用資材・用度品および小売りの日用品・生活雑貨プライベーターブランド商品を開発、販売している。同社のオリジナル業務用資材ブランド「itsmono(イツモノ)」は、マーケットインの

姿勢を大切に、顧客の潜在的なストレスの解消に役買っている。1991年に創業した同社は、伊藤忠商事とカルチュア・コンビニエンス・クラブが設立したいわゆるジョイントベンチャーだった。当時は「ビデオチャンネルジャパン」の社名で、家庭用ビデオやDVDを販売していた。その後、98年に伊藤忠商事がファミリーマートの筆頭株主となり小売りビジネスに本格参入。これを機に同社では店舗用資材の開発、販売を開始した。2011年に伊藤忠商事の100%子会社と

なり、12年に今の社名になった。同社営業第二本部では、スパーマーケットやコンビニ、ドラッグストア、外食チェーンなど多岐にわたる分野に向けて業務用資材を販売している。その中で顧客がストレスに感じていることをくみ上げ、少しの工夫で解決するのが「itsmono」だ。ビジネスや暮らしの現場の声を真摯に向き合い、課題にこたえ続ける「マーケットイン発想」の開発を大切にしているという。

「itsmono」では多摩美術大学の学生と企画した商品も手がけており、1面で報じたスレータも、同校との協創プロジェクトから誕生した商品の一つだ。同校では、デザインの手で廃棄物に価値

を与える・廃棄物の発生を抑制するといった「すてるデザインプロジェクト」を展開。取引先からの紹介でプロジェクトを知った伊藤忠リーテイルリンクが「袋の前と後ろがずれていたら開くので

部分で学生たちのデザイン提案の一助になると確信し、「コラボが実現した形だ。誰もが無意識に開けているレジ袋を改良するにあたり、学生から「袋の前と後ろがずれていたら開くので

は」と提案された。同社営業第二本部の松本祥行本部長は「前と後ろがきちんと合わさっていないと、業界では不良品とされて、これまで売れなかった」という。スレータは、レジ袋を製袋する際のガ

ゼットを織り込む工程で、ガイドを少しずらすだけで作ることができると、学生の発想で、製造初期段階の設定を変更するだけで、大きな特徴を持つ製品が出来上がった。

葉健司課長は「スレータについて誕生から50年間不変だったレジ袋のモデルチェンジ」と提案しており、グループ会社ではもちろん、スパーマーケットなどで採用が決まっています」と述べた。今後、

スレータはシリーズ品としてさまざまな展開を予定している。なお、スレータは特許出願中。問い合わせはブランドサイトから受け付ける。https://www.itsmono.itc-r.co.jp/