

需要家ニーズと包装人の提案をつなぐ月刊専門誌

食品包装

MONTHLY FOOD PACKAGING JAPAN



JUNE 2026
No. 887

特集 食や包装の展示会・オブ・ワールド

スーパーマーケット・トレードショー 2026のファイナルレビューと今年6月以降の海外展示会リスト!

注目商品 ドトールコーヒー「ドトール 春を味わう桜ラテ」 | 常温保存が可能なカップ乳飲料を完全無菌充填ライン導入で実現

レポート フェリシモ | チョコレートのパッケージデザインコンテストで授賞式を開催

レポート 伊藤忠リーテイルリンク | 潜在的なストレスを“ひと工夫”で解決したレジ袋開発

TSUKATANI Quality

あらゆるビジネスニーズに切れ味鋭く応える
カッティングエッジのトップメーカー

お客様の商品づくりに貢献します



株式会社 塚谷双物製作所
<https://www.tsukatani-hamono.co.jp>



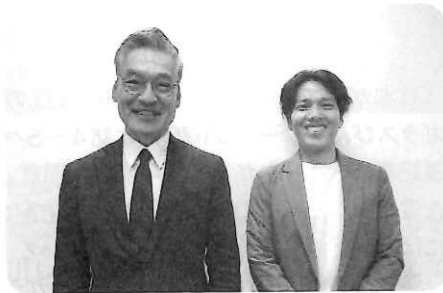
「出典『食品包装』2026年6月号(日報ビジネス)より転載許諾を得て掲載」

潜在的なストレスを“ひと工夫”で解決

マーケットインの発想で開けやすいレジ袋を開発

●伊藤忠リーテイルリンク

資材・用度品および小売りの日用品・生活雑貨プライベートブランド商品を開発、販売している伊藤忠リーテイルリンク(東京都中央区)は、スーパーマーケットやコンビニの従業員・消費者が抱える“潜在的なストレス”を解消する製品を手掛けている。同社が「このレジ袋を業界のデファクト・スタンダードにしたい」と気概を語る新製品「ズレータ」の開発ストーリーに迫った。(取材・文/瀬川明)



同社営業第二本部の松本氏(左)と千葉氏(右)

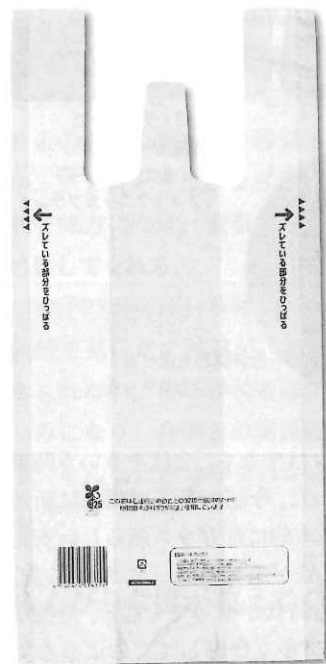
マーケットイン=顧客の意識下に潜り込む

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

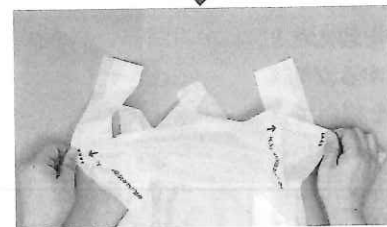
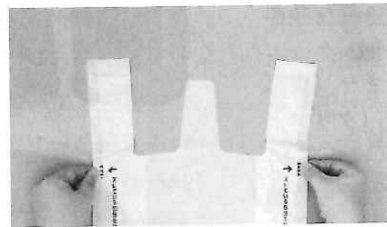
ャンネルジャパン」の社名で、家庭用ビデオやDVDを販売していた。その後、1998年に伊藤忠商事がファミリーマートの筆頭株主となり小売り

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、2012年に今の社名になった。

同社営業第二本部では、スーパーやコンビニ、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“ひと工夫”で解決すべく立ち上げられたのが、同社のオリジナル業務用資材ブランド「itsmono(イツモノ)」だ。ビジネスや暮らしの現場の声に真摯に向き合い、課題に答え続ける“マーケットイン発想”の開発を大切にしているという。さらに、



左右のマチがずれていることで簡単に開けられる「ズレータ」



両端を左右に引っ張る



●ブランドサイト

後述の「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。同社営業第二本部 部長の松本祥行氏は「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。

ブランドのヒット商品は「薄くても丈夫なゴミ袋」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ゴミ袋だ。スーパーはもちろん、ファ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。

チャック袋は通常、口が閉まった状態で販売されているが、itsmonoブランドの「アンジッパーバッグ」はあらかじめチャックの一部が開いている。ユーザーの1秒にも満たないひと手間に着目したのだが、その効果は大きく、特に調剤薬局などでとても好評だという。

半世紀ぶりのモデルチェンジ、業界の新常識に

同社が昨年開発したイージーオープンレジ袋「ズレータ」は、レジ袋のマチをあえてずらしてシールしており、両端を左右に引っ張れば簡単に開けることができる。

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。しかしコロナ禍を契機に、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が現れた。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、製袋の工程で横ガゼットを折り込

潜在的なストレスを“ひと工夫”で解決



②itsmonoブランドの「薄くても丈夫なゴミ袋」 ④チャックの口が開いた状態で販売される「アンジッパーバッグ」



んでシールする際、フィルムをあえて横方向にずらすようにガイドを調整している。これにより両端にズレが生まれ、左右に引っ張ることで簡単に、時間をかけずに袋を開けることができる。また、松本氏は「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」と解説した。

同社の企画開発品には学生が提案したアイデアも盛り込まれている。多摩美術大学が展開する“デザイン力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」に、伊藤忠リーテイルリンクが賛同する形で関係が始まった。ズレータも学生の発想から生まれたもので、「袋の前と後ろがずれていたら開くのでは」と提案されたが、松本氏は「前と後ろがきちんと合っていないものは、業界では不良品とされて、これまで売れなかった」という。実際には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。

営業企画戦略課 課長の千葉健司氏はズレータについて「誕生から50年間不変だったレジ袋の半世紀ぶりのモデルチェンジ、と提案しており、グループ会社ではもちろん、スーパーマーケットなどで採用が決まっている」と述べた。なお、ズレータは特許出願中。問い合わせは二次元コードのブランドサイトから受け付ける。