

7. 株式会社タナックス (1/2)



■基本情報

企業名	株式会社タナックス
本社所在地	福井県福井市
設立年	1950年

■取り組みの背景・課題

脱プラへの関心が高まる中、地元福井県の特産品「六条大麦」という資源に着目した

「脱プラ」への関心やニーズへの対応

- 海洋問題・環境配慮として、国内外で脱プラスチックへの関心が高まっていた。
- 株式会社タナックスも、紙事業を手掛けている立場から、環境保全のために何かできないか、との問題意識を持っていた。

地元 福井ブランドの創出

- 福井県は六条大麦や越前ガコといった地域資源があるのに対し、首都圏から地理的に遠いこともあり、特産品の知名度が低かった。

日本一の生産量を誇る「六条大麦」

- 福井県は六条大麦の生産量が日本一であり、国内シェア約3割を占めるほどであった。
- 一方で、麦茶生産では実の部分しか使わないため、茎の部分は活用されずに廃棄されていた。

地域課題・企業課題

地域資源

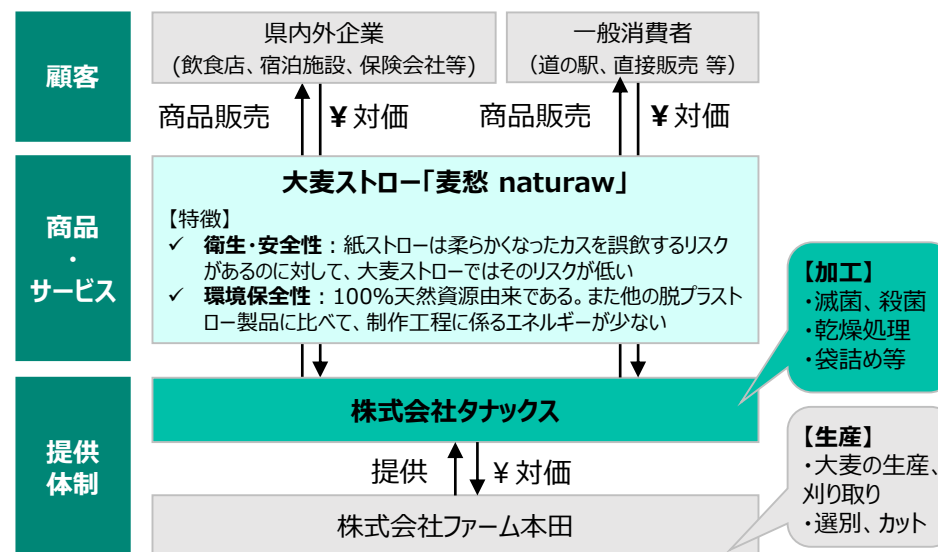
■事業概要

県産大麦の生産において廃棄されていた「茎」を活用し、100%天然由来の「大麦ストロー」を製品化。地元生産者と連携し、地産地消の推進や地元福井県の地域振興を目指す

- 株式会社タナックス（以下、タナックス）は、紙製品などを取り扱う専門商社である。他に産業資材・機材、物流、ケミカル、介護・医療関連（AED）など、多品種の製品を手掛けている。
- プラスチックに代わる製品に対するニーズの高まりを受け、福井県産六条大麦を使用した天然ストロー「麦愁（ばくしゅう） naturaw」を開発した。地元の農業事業者である株式会社ファーム本田が大麦を生産し、タナックスが殺菌・乾燥などの加工などを行って、製品化・販売している。
- 県外の企業や飲食店、宿泊施設などで大麦ストローを提供・販売し、都市部から地域への資金流入を促す。また、福井県内の飲食店や道の駅等でも導入も進んでいる。福井ブランドの発信や地産地消の推進を目指す。



■事業モデル（麦ストロー事業）



■目指す姿

福井ブランドの発信

- 地域の他主体とも連携し、六条大麦という福井県産資源を活用した取り組みとして、地元福井県のPRにも繋がるような発信活動を行う。

自社の知名度向上

- 麦ストロー事業を単体で大きな売上・利益を得るのではなく、他事業と合わせて全体での収益化ができれば良いと考えている。麦ストロー事業が自社の知名度向上に繋がり、他の事業も含めた様々な連携を通して事業を拡大する。



出所) 株式会社タナックス資料・インタビューより

7. 株式会社タナックス (2/2)

A. 事業化・事業拡大の経緯

① 構想・企画

- ・タナックスの営業担当であった茂原氏は、脱プラへの関心の高まりを受け、自社の新規事業にならないかと検討していた。当初はタナックスが紙事業を行っていることから紙ストローに注目したものの、初期投資の大きさから開発を断念した。
- ・その後も茂原氏はストローについて調べているうちに、ストロー (straw) は日本語で「麦」という意味であること、麦の茎が空洞になっていることを知った。
- ・さらに、地元農家と話した際、かつて麦の茎をシャボン玉やお茶を飲む際のストローとして使っていたこと、また、麦の茎の部分は活用されず廃棄されていることを知った。麦がストローとして使われていた歴史があるのであれば、実用化できるのではないかと考えた。

ポイント 既存事業の枠に捉われない商品企画

⇒ 茂原氏は前職で、自社事業の分野に捉われない商品開発を任された経験を持つ。タナックスも紙事業がメインの企業ではあるが、新規事業の構想を行う際には、既存事業の枠に捉われない発想を持つことを意識している。

② 事業化

- ・既存事業の農業用資材で付き合いのあった、地元の大麦生産者であるファーム本田の代表に麦ストロー商品化を提案した。ファーム本田の代表は新たな取り組みに積極的であったため意気投合、連携して開発を進めることになった。
- ・製品化にあたっては、(1) 茎を切る機械の開発、(2) 衛生面の保証が課題となった。
- ・機械の独自開発については、ファーム本田が主体的に動き、開発が進んだ。衛生面の保証については、第三者の試験機関ともやり取りしながら、最終的には食品衛生法の基準をクリアするほどの滅菌・殺菌方法を確立した。

ポイント 対面し、「人となり」で判断して繋がりを拡大

⇒ 麦ストロー事業を進める際は、人との出会いに恵まれていた。その中で普段から意識していることは、初対面の人を含めて必ず1度は対面で話すことである。商談の内容が見えなくても、まずは、その人の人となりを見てその後の付き合いを判断している。

③ 地域循環共生圏の醸成

- ・麦ストロー事業に対する社内の反応は様々であったが、事業を推進するにあたり、特に社内では「面白い」「携わってみたい」と手を挙げた若手社員を登用し、チームを結成した。
- ・「麦愁 (ばくしゅう)」というブランド名や商品デザインについても、全て自社内で検討。何気ない雑談の中でアイデアが出てくることもあるので、普段から上司と若手社員とが話しやすい雰囲気づくりを行うことを心掛けている。
- ・現時点では、県内外への営業・販売やPR活動を行いながら、麦ストロー事業の可能性を探っている段階であるが、将来は自社のPRや福井県ブランドの発信に繋げてゆきたいと考えている。

ポイント 消費者の反応を直接見る機会づくり

⇒ 展示会において、別途企画していた商品の試食会を実施した。試食できるとなると人が集まってくるので、その横で麦ストローを指した麦茶を提供、麦ストローに対する消費者の反応を直接伺った。これが、消費者の率直な感想を聞いた良い機会となった。

B. 資金調達

事業の勝機を見定めるまでは、自己資金で賄う

- ・製品化には、人材確保、機械導入、デザインのための資金が必要となったが、全て自己資金で賄った。
- ・理由としては、麦ストロー事業の今後の可能性を探っている段階なので、補助事業などは活用せず、自己資金で賄う必要があると考えたためである。これは、他の自社事業含め、茂原氏の父であるタナックス社長の方針である。
- ・今後、脱プラへの関心やニーズがさらに高まり、麦ストロー事業に勝機を見い出せると判断した場合には、必要に応じて補助事業なども活用しながら、事業規模の拡大を行うことを考えている。

C. 人材獲得・パートナー連携

「題名のない作文」で想いを見極め

- ・タナックスの採用試験では、就活生に「題名のない作文」を書いてもらうようにしている。当日会場に来てから突然、自分で設定したテーマで作文を書くように言い渡されるというものである。
- ・就活生にとっては難しい試験だろうが、その人の個性が分かるため、人となりの見極めに役立っている。

歓談 (飲み会) 等の場を通してビジョン共有

- ・社内のコミュニケーションにおいては、若手社員との歓談の際に、上司として成功体験やビジョンを伝えるようにしている。その想いに共感できる人が会社に残り、精力的に活動してくれている。

D. その他工夫

数字では見えない好影響を考慮して実施を決断

- ・麦ストロー事業だけで利益を得ようとは直近では考えておらず、ランニングコストを維持できれば良いと考えている。そのうえで、「この会社は環境負荷軽減に資する事業もやっているんだ!」という、企業のPRに繋がれば良いと考えている。
- ・麦ストロー事業の推進により、特に社内の若手社員における意識向上に繋がっていると感じる。麦ストロー事業を始めたことで、地方企業が従来事業の維持・発展だけでなく、何か新しいことを考えて実践していかないといけない、という新規事業構想・創出に対する機運が高まっているという好影響が現れている。