

# 世界に誇るポーションパック、 「ディスペンパック」が拓ける食品容器の可能性

(株)ディスペンパックジャパン(キューピーグループ) 基盤開発グループ 北原 直

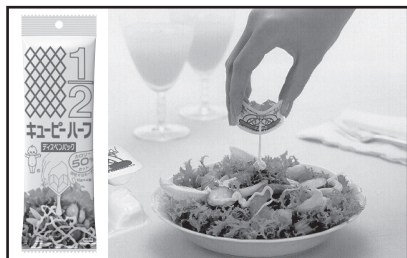
## マヨネーズ・ドレッシングを 外出先でも使いたい

2012年にリニューアルしたキューピー ハーフのラインアップの一つに「10g 入り」があるのをご存じだろうか。この商品は、小容量でのマヨネーズの使用を目的として販売されている。家庭のキッチンで使用するだけでなく、お弁当用として行楽地や外出先などで手軽に使うことができ、マヨネーズの使用場面の拡大につながっている。この商品は、片手で開封でき、衛生的な使い切り容器である「ディスペンパック」を採用している(写真1)。ディスペンパックジャパンは、キューピーグループの一員としてディスペンパックを長年研究し、さまざまな用途に合った商品を提供し続けている。本編ではディスペンパックの容器特性および、商品開発に沿った容器開発の挑戦事例を紹介する。

## ディスペンパックジャパンとは

ディスペンパックとは、片手で容易に開封でき、手を汚すことなく開封できる1回使い切りのポーションパックである。当社(神奈川県南足柄市)は、米国の「サンフォード・レッドモンド社」によって考案されたディスペンパックを国産技術で開発して事業化することを目的とし、キューピー、三菱商事、三菱商事パケ

写真1 ディスペンパック容器入りの  
「キューピー ハーフ」



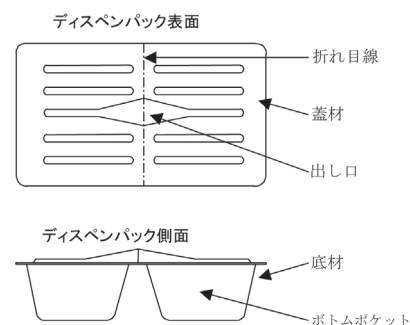
ーシング3社の合併で1986年に設立された。社是は「挑戦」。生産機械の開発、包装フィルムの開発に約1年近くを要した後、1987年にキューピーより食品充填包装の委託を受け、世界に先駆け食品用の容器として商品化することに成功した。容器の販売数量は平成24年度実績で約5億8,000万個である。主な製造商品として、マヨネーズ・ドレッシングなどの液体調味料類の他、ソース類、ジャム類、油脂加工製品類、乳製品類、清涼飲料水類、あん類、シロップ類等、幅広い食品を扱っている。

## ディスペンパックの容器構造・ 特長・使用場面

### ・容器構造

ディスペンパックは、中央部に切れ目を入れ、出し口である突起が成型された硬質の「蓋材」と、内容物を収容する容器が成型された軟質の「底材」から形成された2つのボトムポケットで構成されている(図1)。出し口を下に向けて2つに折り曲げると、折れ目線をきっかけに「パチン」と出し口が開き内容物を取り出すことが出来る。

図1 ディスペンパックの容器構造



### ・4つの特長

#### (1)衛生的

内容物には一切触れずに片手で取り出せるため、手を汚すことがない。

#### (2)簡便性

片手で折り曲げて絞る動作だけで内容物を取り出すことができる。力の弱いお子様から高齢者まで誰でも使いやすいユニバーサルデザインパッケージとして高く評価されている。

#### (3)定量性

底材が薄く柔らかいフィルムで形成されており、内容物が容器に残りにくく、毎回ほぼ一定の量を絞り出せる。

#### (4)バラエティ性

2つのボトムポケットにそれぞれ異なる内容物を入れ、同時に取り出すことができる。組合せによって幅広いラインアップをそろえることができる。2種類の異なる内容物を充填する「ツインタイプ」容器は1989年より発売開始しており、この技術は世界でオンリーワンである。

容器の特長を評価していただき、(社)日本包装技術協会主催の日本パッケージングコンテストなど、パッケージに関するコンテストで多くの表彰を受けている。

### ・幅広い使用場面

容器の特長をいかして「肉食」、「肉食」、「肉食」の幅広い食の場面において使用されている。現在最も販売数の多い商品は、コンビニエンスストアのフランクフルトなどに添付されるトマトミックスソース&マスタードであり、年間2億個を超える販売となっている。市販されている家庭用商品の他にも、サラダ惣菜への添付や、テーマパークなどで使用されるソース類やサラダ用ドレッシング、ホテルの朝食バイキングや学校給食でのジャム&マーガリン、ファストフード店の調理で使用されるシロップ類などがある。

## 新容器開発への挑戦

ディスペンパックの容器開発に携わる