



(発売日:2023年11月27日)

プラスチック製品の製造販売を展開する石塚（東京都千代田区、熊谷弘司社長）の店舗向けビニルカーテン「eco（エコスリットカーテン）」が大ヒットを飛ばしている。今年5月の発売からわずか5カ月間で2023年販売目標の2倍となる200店舗を超えた。電気代高騰のなかで飲料や食品の冷蔵・冷凍ショーケースの冷気を逃がしにくくする省エネ効果が小売店の要望にマッチし

ており、1年を通しての需要が見込まれている。石塚は主力事業の一つとしてビニルカーテンを展開しており、これまで工場や倉庫などの省エネ化・省電力化、防虫、防炎対策といった用途に向けてカスタマイズ商品として販売してきた。

昨今の電気代高騰にもない、空調効率の改善など省エネ・省電力のニーズが高まると、スーパーやコンビニなどからの問い合わせが多く寄せら

冷蔵・冷凍ショーケースの省エネに貢献

5カ月で200店舗が採用



電気代高騰で1年を通しての需要が見込まれる

石塚のビニルカーテン好調

れ、規格品として同製品を開発した。今年5月に小売り向け販売を開始すると、想定していたコンピニ、スーパー、ディスカウントショップにとどまらず、サービスエリアや道の駅、アンテナショップなどでも販売が拡大しつつあるという。飲料・酒類や食品を陳列する冷蔵・冷凍ショーケースに取り付けることで冷気が逃げにくくなり、冷却効果が高まることで省エネにつながる。温度設定

を2〜3度C変えようと電気金の約25%削減が期待できる。

当初は夏場の電気代高騰対策を想定していたが、冬場も暖房の影響をカーテンが遮り、冷蔵ショーケース内の設定温度を上げられるため、省エネ効果につながることも判明。通年を通して省エネ効果が期待できることで、さらに販売を加速させる。同社は目下、一般家庭向けのビニルカーテンの商品化も検討中だ。