

パッケージ印刷市場に関する調査を実施(2017年)

【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のパッケージ印刷市場の調査を実施した。

1. 調査期間:2017年2月～4月
2. 調査対象:国内主要軟包装コンバータ(印刷加工事業者)、紙器コンバータ等
3. 調査方法:当社専門研究員による直接面談、電話によるヒアリング、ならびに郵送アンケート調査を併用

<パッケージ印刷市場とは>

本調査におけるパッケージ印刷市場とは、軟包装分野と紙器分野を対象とし、これらの分野のコンバーティング(印刷加工)市場を指す。

このうち紙器に関しては、主に外装用途で使われる紙製の箱を指し、紙コップや液体カートンなどの液体容器や紙袋は含まない。また紙器の中でも板紙に印刷加工が施された紙箱を対象にしており、仕上げ紙(くるみ紙)で包み、貼り込んで作られる貼箱や印刷加工がされてない簡易箱、また段ボールについては対象外としている。ただし、段ボールにおいて、用途が重なっているマイクロフルート(F段、G段)や一部の板紙との合紙品は含む。

【調査結果サマリー】

- ◆ **2015年度のパッケージ印刷市場は1兆3,392億3,500万円、前年度比1.3%増、2016年度は1兆3,526億円、同1.0%増の見込、2017年度は同0.3%増を予測**

2015年度の国内パッケージ印刷市場規模(事業者売上高ベース)は1兆3,392億3,500万円、前年度比1.3%増となった。軟包装分野が拡大推移する中で、紙器分野も2015年度は微増で推移している。2016年度も軟包装分野は引き続き拡大、紙器分野もほぼ横ばいで推移する見通しで、2016年度のパッケージ印刷市場規模は1兆3,526億円、同1.0%増となる見込みである。また2017年度の同市場規模は1兆3,570億円、同0.3%増と予測する。

- ◆ **軟包装分野は拡大傾向、紙器分野も好調な需要を背景に一定の市場規模を維持**

軟包装分野のパッケージ印刷は、近年拡大基調にある。2015年度も依然コンビニエンスストア向けが好調に推移し、PB品の増加も含め、食品・菓子向けの需要が概ね拡大したことで、市場規模は更に拡大している。紙器分野のパッケージ印刷も漸減している需要分野がある中で、2015年度はプラス要因が複合的に影響し、市場規模は微増で推移、2016年度もほぼ横ばいで推移する見通しで、好調な需要を背景に一定の市場規模を維持している。

- ◆ **資料体裁**

資料名:「2017年版 パッケージ印刷市場の展望と戦略」
 発刊日:2017年4月28日
 体裁:A4判 348頁
 定価:150,000円(税別)

- ◆ **株式会社 矢野経済研究所**

所在地:東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長:水越 孝

設立:1958年3月 年間レポート発刊:約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL:03-5371-6912 E-mail: press@yano.co.jp

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

【 調査結果の概要 】

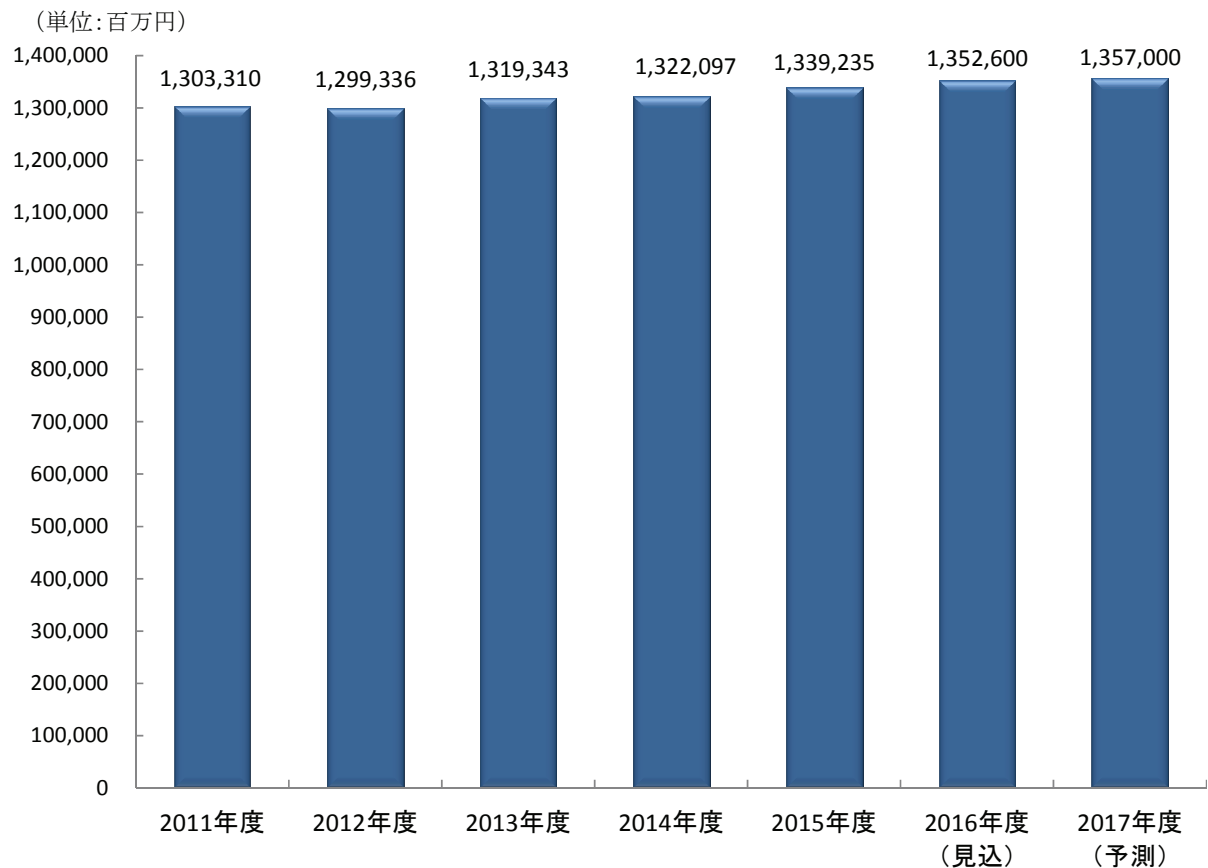
1. 市場概況と将来予測

本調査におけるパッケージ印刷市場とは、軟包装分野と紙器分野を対象とし、これらの分野のコンバーティング(印刷加工)市場を指す。

2015年度の国内パッケージ印刷市場規模(事業者売上高ベース)は1兆3,392億3,500万円、前年度比1.3%増となった。軟包装分野が拡大推移する中で、紙器分野も2015年度は微増で推移している。食品・菓子向けの需要が概ね拡大し、これが市場拡大の要因となった。また、訪日外国人客によるインバウンド需要の拡大も寄与した。2016年度に入ってインバウンド需要は沈静化したものの、食品向けを中心に需要は堅調に推移しているため、軟包装分野は引き続き拡大、紙器分野もほぼ横ばいで推移する見通しで、2016年度のパッケージ印刷市場規模は1兆3,526億円、同1.0%増となる見込みである。

ここ数年は、様々なマイナス要因を孕みながらも、好調な需要を背景に、市場は拡大している。パッケージ印刷市場は、今後数年も大幅な伸長こそ見込めないものの、食品や日用品など生活に密着した分野を需要分野としていることから、大きく落ち込む事態も想定し難く、特殊要因が発生しない限りは、微増で推移していくものと考え、2017年度のパッケージ印刷市場規模(同ベース)は1兆3,570億円、同0.3%増と予測する。

図1.パッケージ印刷市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1. 事業者売上高ベース

注2. 2016年度は見込値、2017年度は予測値

注3. 本調査におけるパッケージ印刷市場とは、軟包装分野と紙器分野を対象とし、これらの分野のコンバーティング(印刷加工)市場を指す。このうち紙器に関しては、主に外装用途で使われる紙製の箱を指し、紙コップや液体カートンなどの液体容器や紙袋は含まない。また紙器の中でも板紙に印刷加工が施された紙箱を対象にしており、仕上げ紙(くるみ紙)で包み、貼り込んで作られる貼箱や印刷加工がされてない簡易箱、また段ボールについては対象外としている。ただし、段ボールにおいて、用途が重なっているマイクロフルート(F段、G段)や一部の板紙との合紙品は含む。

2. 注目すべき動向～分野別のパッケージ印刷動向

2-1. 軟包装分野

軟包装分野のパッケージ印刷は、近年拡大基調にある。2015年度も原料であるナフサ価格の急落によるフィルム価格の低下といった市場規模にマイナス影響を及ぼす要因はあったものの、依然コンビニエンスストア向けが好調に推移、PB品の増加も含め、食品・菓子向けの需要が概ね拡大したことで、市場規模は更に拡大している。また、2015年度は訪日外国人客によるインバウンド需要の拡大も見られ、これが食品やトイレットリー用品向けの需要を押し上げた。これらの要因に加え、他素材からの軟包装へのシフトも続いている。2016年度に入っても、軟包装需要は堅調に推移しており、引き続き市場は拡大する見込みである。

軟包装分野は1次包装材として使用されるケースが大半であるため、省包装化の影響を受けにくく、競合となる他の包装材と比較しても、バリア性などある程度の機能を担保できる上、素材が軽量であり、輸送コストなどの面からもその優位性は高い。そのため、今後数年も微増で推移していくと予測する。一方で、少子高齢化や人口減少といった構造的な市場減少要因を抱えており、長期的に見ると、市場は縮小していく可能性はある。仮に、このまま需要が拡大し続けたとしても、人材不足という喫緊に解決しなければならない課題も業界では顕在化しており、それにより、各コンバータの売上が伸び悩む可能性も無視できなくなっている。また、需要拡大の影に隠れてはいるが、市場では大手コンバータへの受注集中、小規模なコンバータの淘汰という業界二極化の懸念は強まっており、小ロット化が進行している中で、生産量による利益創出という戦略に限界を感じているコンバータも増えている。

2-2. 紙器分野

紙器分野のパッケージ印刷は、2015年度は、食品・菓子向けの需要が概ね好調に推移した。また拡大している訪日外国人客によるインバウンド需要を取り込み、化粧品向け需要も増加している。医療用医薬品向けではジェネリック医薬品の増加に加えて、新バーコード表示への変更に伴う特需もあり、ここ数年と比べて伸長率が拡大している。漸減している需要分野もある中で、こうしたプラス要因も影響し、市場規模は微増している。2016年度は、インバウンド需要の勢いが沈静化する中で、食品、化粧品向けは引き続き好調を維持し、またティッシュ向けが堅調な推移を見せている。しかし、医薬品向けにおいては、特需の反動が出ていることから、市場規模はほぼ横ばいで推移する見込みである。

ここ数年は、好調な需要を背景に一定の市場規模を維持している一方で、紙器分野は2次包装材、または段ボールと軟包装の中間包装材という位置づけにあり、昨今の環境への配慮からの省包装化の影響を大きく受けている。またバリア性や耐久性などの機能性も他の包装材に比べると弱く、市場規模はダウントレンドとなっている。そのため、今後の減少推移は免れないと考えるが、このまま食品向けの好調が続くのであれば、今後数年は横ばい、ないしは微減で推移すると予測する。