

食品の容器包装市場を調査

2008年見込

ガラス(瓶/容器)からのシフトでPET(ボトル/容器)が前年比5.9%増
 環境問題対策などから紙(パック/カップ)が前年比3.1%増

総合マーケティングビジネスの株式会社富士経済(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 阿部 界 03-3664-5811)は、食品33品目の容器包装について市場調査を実施した。その結果を報告書「食品容器包装市場の現状と将来性 2008」にまとめた。

<調査対象33品目>

A. 飲料	ビール類、清酒、野菜系飲料、飲用牛乳
B. 菓子	米菓/豆菓子、チョコレート、ガム、ハード・ソフトキャンディ、グミキャンディ、スナック菓子
C. デザート	手作り風デザート、アイスクリーム類、ヨーグルト、ドライゼリー
D. 調味料	食用油、マヨネーズ、ドレッシング類、
E. ステーブル	パン、即席めん、チルド麺
F. 冷凍食品	冷凍グラタン、お弁当向け冷凍食品
G. 簡易調理食品	レトルトカレー、メニュー専用合わせ調味料、インスタントスープ、無菌包装米飯
H. 乳油食品	チーズ、バター、マーガリン
I. 農産加工品	豆腐、加工ごま、漬物、煮豆

食品の容器包装は、食品の汚れや形崩れなどを防ぐ「内容物の保護」が従来の主目的であったが、高度経済成長期以降、「大量生産」「大量流通」「大量消費」「大量廃棄」が進み、運搬時の衝撃からの保護や品質保存など、求められる機能が高度化している。また、容器包装は商品の印象を決める重要なポイントであることから、保護・保存機能に加えて、人目を惹く色や形状などデザインにもこだわることで販促機能を果たしている。

最近では環境問題や高齢化、ライフスタイルの多様化によって、薄肉化/軽量化、ユニバーサルデザインを始めとした使用時の利便性を追及したサイズや形状といった付加価値機能と新たな「食シーン」を提案できる食品容器ニーズが高まっている。

<調査結果の概要>

1. 主な容器形態の市場

単位：万個・本

主な容器形態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
PET ₁	68,790	111.5%	72,870	105.9%
缶	1,196,545	101.8%	1,205,350	100.7%
紙 ₂	968,044	99.3%	998,120	103.1%
プラスチック ₃	661,440	100.8%	635,420	96.1%
ガラス ₄	343,290	93.8%	325,770	94.9%

食品33品目の容器形態を袋(平袋の他、ピロー包装、レトルトパウチ、スタンディングパウチなど、袋形状のもの全てを含む。)PET(1:ボトル/容器)缶、紙(2:パック/カップ)プラスチック(3:容器/ボトル/ケース・ボトルタイプ)紙箱、ガラス(4:瓶/容器)スティック包装、チューブ、その他に分類している。

PETのボトル/容器、缶、ガラスは、今回の調査対象の飲料や調味料の主要な容器形態である。紙パックは飲

料、特に飲用牛乳の占める割合が大きい。紙カップはアイスクリームやヨーグルト、カップめん、スナック菓子などで採用されている。

ここ数年最も増えているのがPETのボトル/容器で、ガラスが最も減少している。品目にもよるが、飲料や調味料において、ガラスからPETのボトル/容器へシフトしていることが要因の一つとなっている。紙は、野菜系飲料で200m前後の紙パックが増えており、また、環境負荷軽減のため大手即席めんメーカーがカップめんをプラスチック容器から紙カップへ変更、ヨーグルトでも紙容器の採用が進んでいることから、08年は増加すると見込まれる。

2. 食品包装の課題と今後

食品の容器包装については、原料価格の高騰に対するコスト削減、差別化、少子高齢化やライフスタイルの多様化に対する対応、品質保持などの機能性の向上、易開封などの利便性の向上といった様々なニーズがある。課題は菓子では商品ライフサイクルの短縮化に対応した容器包装及び生産ラインの構築、プラスチック容器包装形態が多い調味料や簡易調理食品などでは環境対策、ステープルではめん類を中心とした過剰包装、冷凍食品では安全性対策である。

今後は全ての容器形態で、軽量化や減容化の継続的な追及とコスト削減、光や酸素のバリア性強化、ユニバーサルデザインなどによる高齢化対策、形やデザイン、外装を中心にアイキャッチ性を高めた差別化、世帯構成に適したサイズやタイプバリエーションの拡充、電子レンジ調理対応など調理の簡便性を追及することで、従来に無い新しい「食シーン」の提案に繋がる新しい容器包装形態の開発と採用が進められていくと見られる。

<注目品目の主な容器形態動向>

1. 野菜系飲料

単位：万本

主な容器形態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
缶	50,000	94.5%	47,000	94.0%
紙 ₁	114,800	107.1%	113,200	98.6%
PET ₂	44,780	115.8%	48,800	109.0%

カゴメが「トマトジュース」を缶で発売して以来、缶の容器が市場を形成してきた。1990年代に入り、健康維持と飲み易さを兼ね備えた商品が各メーカーから相次いで発売され、同時に軽量でサイズバリエーション豊富なPET（2：ボトル）や紙（1パック）が普及し始めた。

近年健康志向が高まる中、手軽に野菜がとれる野菜系飲料の販売量は拡大し続けている。また、容器形態は紙が中心となり、08年にはPETも缶の数量を上回ると見込まれる。

紙は、200m～250mサイズの構成比が高く、今後もこのサイズを中心に増加すると見られる。また、野菜系飲料購入の習慣化や商品値上げの影響から、お得感の高い1サイズの需要も増加しており、サイズの二極化が進むと見られる。PETは、各サイズとも増加傾向にある。紙よりも賞味期限が長いことから最も構成比が高いのが900m以上のサイズである。

原料価格の高騰から、軽量化を中心としたコスト削減が継続的に行なわれている。また、美味しさに加え、消費者の目を惹くアイキャッチ性や、利便性の向上で他商品との差別化が図られていくと見られる。

2. チョコレート

単位：万个

主な容器形態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
紙箱 ₁	308,600	97.6%	308,100	99.8%
袋	30,340	95.1%	30,000	98.9%
その他	73,300	104.0%	76,200	104.0%

包装形態は紙箱（1：紙+アルミ箔含む）、袋、紙（包装）、プラスチック（容器）、缶、チューブなど様々であるが、紙箱が最も高い構成比を占めている。紙箱は、06年にハイカカオ系チョコレート（特に紙+アルミ箔包装）のブームで増加したが、07年はその反動と、各社新商品を発売するものの定着するブランド育成に苦戦しており、明治製菓やロッテの「アーモンドチョコレート」といった好調な商品もあるものの減少している。袋は、40g前後の小袋タイプ、50～80gのレギュラータイプ、200g前後のファミリータイプ、小袋を繋げたカレンダータイプなどがある。袋は減少しているが、カレンダータイプは、子供から成人女性まで需要が広がっており僅かに増加している。その他は、紙やプラスチック、缶、プリスター包装などで、多様なフレーバーを開発している「チロルチョコ（チロルチョコ）」の順調な販売量拡大により紙が増加している。

大手菓子メーカーでは如何にアイキャッチ性の高い商品を開発するかが課題であり、デザイン性の向上に注力している。また、新しい食シーンの提案となるような形態や開封のし易さや食べやすさの追求、コスト削減のための薄肉化や減容化なども重要なポイントとなっている。

3. ドレッシング類

単位：万本

容器形態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
ガラス ₁	15,500	102.6%	15,600	100.6%
チューブ ₂	8,800	103.5%	9,000	102.3%
PET ₃	7,200	107.5%	7,300	101.4%

ドレッシングは、発売当初から酸素バリア機能の高いガラス（1：容器）が主要な容器形態となっている。また、200g程度の小容量タイプが主流であることから、ガラスの重いというデメリットを受けにくいことも採用される理由となっている。チューブ（2：プロロー）はマヨネーズタイプなど半固形タイプに採用されている。PET（3：ボトル）は、ガラスに比べ軽いことから、主に具材が多く振って混ぜるタイプのドレッシングに採用されている。その他、スパウト付パウチや袋（小袋）などもある。

ドレッシングの販売量が伸びていることから、各容器形態とも増加している。ガラスはPETに比べ、高級感を出せるところも採用が多い理由となっている。チューブは、200～250gの小容量タイプが主流である。PETは、250～300mの中容量タイプが主となっている。

品質保持の面から現状ではガラスを凌ぐ容器形態はなく、重さや割れた場合の危険性などのデメリットはあるものの、当面はガラスが主形態であり続けると見られる。

4. 即席めん

単位：万個・袋

容器形態	2007年	前年比	2008年見込	前年比
袋	62,940	99.6%	62,800	99.8%
プラスチック ₁	290,200	99.6%	263,500	90.8%
紙 ₂	50,000	99.0%	75,000	150.0%

即席めんは、袋入りめんとカップめんを対象としている。現在はカップめんの販売量の方が多く、特にプラスチック（1容器/カップ）が大半を占めている。08年はカップめんの「カップヌードル（日清食品）」が、環境への配慮で、容器形態をプラスチックから紙（2：カップ）へシフトしたことにより、紙が大幅に増える見込みである。

即席めんは、容器や袋、蓋、調味料入り小袋など、商品によっては包材の使用が多い食品である。近年、カップ焼きそばで湯捨て用のかぶせ蓋をフィルム蓋に変えるなど、各社は包材を削減する取り組みを進めており、今後は使用包材の見直しが更に進むと見られる。

以上

<調査方法>

富士経済専門調査員による参入メーカー及び関連企業・団体等へのヒアリング調査及び関連文献、社内データベースを併用

<調査期間>

2008年7月～10月

資料タイトル：「食品容器包装市場の現状と将来性 2008」

体 裁：A4判 272頁

価 格：97,000円（税込み101,850円）

調査・編集：富士経済 大阪マーケティング本部 第四事業部

TEL:06-6228-2020 FAX:06-6228-2030

発 行 所：株式会社 富士経済

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL:03-3664-5811（代） FAX:03-3661-0165 e-mail:info@fuji-keizai.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。

URL:http://www.group.fuji-keizai.co.jp/ https://www.fuji-keizai.co.jp/