

<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、200ml～250ml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1ℓ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900ml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：万個

| 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、紙包装やプラスチック、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：ブロー）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、250～300ml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

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/>