

2012 年（平成 24 年） 段ボールの需要予測

全段連企画委員会は、平成 23 年 12 月 12 日に、2012 年（平成 24 年）の段ボール需要予測を次の通り取りまとめた。

1) 2012 年（暦年）段ボール需要予測 13,300 百万㎡ 前年比 101.2%

2011 年の段ボール需要は 2011 年 1 月に全段連が公表した予測前年比 101.0%を若干下回り 13,146 百万㎡、前年比 100.6%程度となる見込みである。

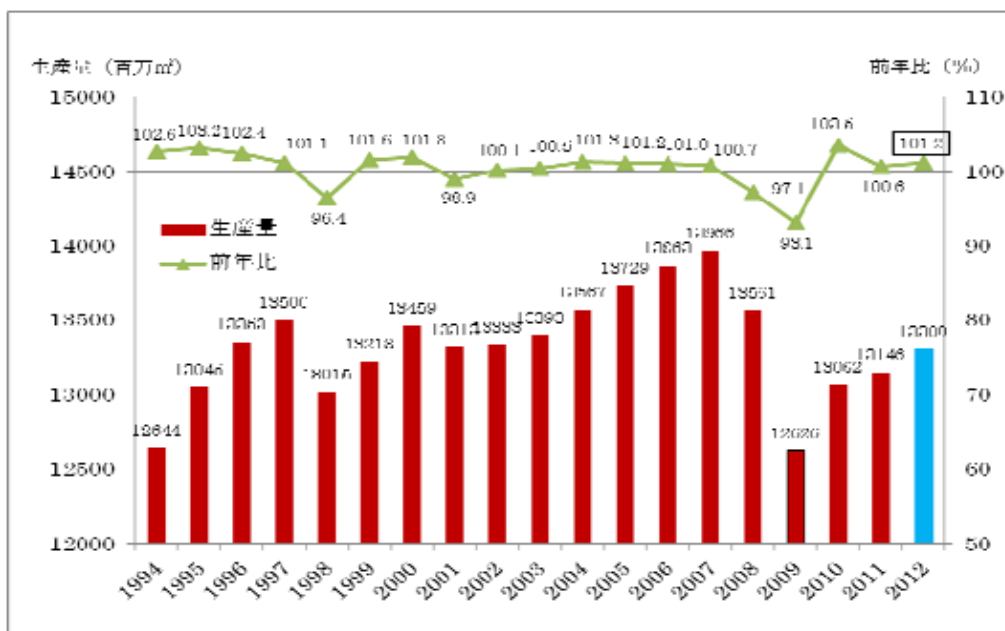
世界同時不況の影響により 2008 年、2009 年と 2 年連続対前年を下回り、2007 年対比で約 10%落ち込んだ段ボール需要は 2010 年に前年比 103.5%と回復した。2011 年も東日本大震災にもかかわらず前年を上回る見込みとなっているが、円高やユーロ圏の債務問題、タイ洪水等の影響により日本経済は停滞気味となっており、段ボール需要もその回復基調は弱いものとなっている。

2011 年 11 月に公表された民間調査機関 7 社の実質 GDP 成長率予測の平均値は、2011 年プラス 0.3%、2012 年プラス 1.9%となっており、2012 年は復興需要が本格化すると予測している。

全段連企画委員会では、このような段ボール需要の動向、経済見通しを受けて、2012 年の段ボール需要を 13,300 百万㎡（前年比 101.2%）と予測した。

なお期間別内訳は、1 3 月 101.2%、4 9 月 100.7%、10 12 月 102.2%と予測した。

段ボール生産量推移



2) 需要部門別の動向

・ 電気器具・機械器具用 (2011年構成比 8.4%) 予測伸長率 98.0%

リーマンショックの影響で2008年、2009年と大きく落ち込んだ反動もあり2010年は前年比109.4%と伸びたが、2011年は円高や大震災の影響もあり対前年2%程度減少する見込み。2012年も円高継続、海外経済の不振の影響で輸出が低迷すると共に海外生産への移管がさらに進むと予想される。また地デジ化による薄型テレビの買い替え需要の反動等マイナス要素が大きく、2012年もさらに前年を割り込むと予想した。

・ 薬品・洗剤・化粧品用 (2011年構成比 6.0%) 予測伸長率 102.0%

2011年は段ボール需要全体がほとんど伸びない中で対前年2%強伸びる見込みであり、消費低迷の中でも堅調な伸びを示している。生活必需品が多く不況に強い分野で、消費者の健康志向の高まり、ジェネリック医薬品の普及、高齢化社会による需要拡大等を見込み、2012年予測としては引き続き2%程度伸びると予測した。

・ 加工食品用 (2011年構成比 40.8%) 予測伸長率 101.5%

2009年はリーマンショックの影響で段ボール需要全体が7%マイナスした中でも前年比100.2%と不況に強い業種であることを示し、2010年は夏場の猛暑で飲料関係が増えたこともあり前年比102.1%と伸びた。2011年は前年の猛暑の反動で7月～9月は低迷したが、震災後4月～6月の飲料、インスタント食品を主体とした需要増もあって、年間で対前年1%程度伸びると見込まれる。低価格化、内食化傾向はさらに継続し量的には底堅いと見られ、2012年も1.5%程度伸びると予測した。

・ 青果物用 (2011年構成比 11.9%) 予測伸長率 101.0%

2008年以降前年割れが続いており2011年も若干前年を下回ると見込まれる。天候に左右され予測が難しい分野であるが、4年連続した需要減は底打ちすると予測する。みかん、りんごは樹勢回復により収量増が見込まれ、野菜は一部風評被害のマイナスは他地域でカバーすると見込み、2012年は1%程度前年を上回ると予測した。

・ その他食品用 (2011年構成比 4.3%) 予測伸長率 101.0%

水産関係、鶏卵・カット肉など未加工食品の分野で、2009年は景気後退、消費低迷を受けて約7%のマイナスとなり、2010年はその反動で2%程度回復した。2011年は放射能汚染問題の影響による水産・畜産関係のマイナスもあり、ほぼ前年並みの見込み。2012年は全体の景気動向を受けて回復基調となり、前年を1%程度上回ると予測。

・ 繊維製品用 (2011年構成比 2.3%) 予測伸長率 102.0%

消費低迷の影響を受け、2008年マイナス4%、2009年、マイナス7.5%と大きく減少した反動で2010年は4%の伸びを示し、2011年も1%強伸びると見込まれている。2012年も回復基調は続き、低価格路線商品の伸び、個人消費の回復に期待し、2%程度伸びると予測した。

・ 陶磁器・ガラス・雑貨用（2011年構成比 5.7%） 予測伸長率 101.0%

全体の消費低迷の影響による日用雑貨品の不振、また雇用情勢、所得環境の悪化による住宅の販売不振で、2008年マイナス4%、2009年マイナス5%と落ち込んだが、2010年は1%程度回復し、2011年も2%程度回復する見込み。防災関連商品の需要増、震災の復興需要等に期待し、2012年の予測としてはさらに1%程度伸びるとした。

・ 通販・宅配・引越用（2011年構成比 3.4%） 予測伸長率 106.0%

全体の販売不振の中でも好調な分野であり、段ボール需要全体が大きく落ち込んだ2009年も対前年約2%の伸びを示した。さらに2010年は8%程度伸び、2011年も8.5%程度伸びると見込まれる。「巣ごもり消費」の高まり、高齢化社会の進展により、ネット通販を主体としてこの分野は今後も伸長すると見られ、2012年も引き続き高い伸びを示すと予測した。

・ その他製箱用（2011年構成比 16.3%） 予測伸長率 101.0%

紙製品、木製家具・建材、玩具、ペット用品、事務用品、レジャー・スポーツ用品など幅広い分野で、景気の影響を総合的に受け2009年は9%強の大きなマイナスとなった。2010年はその反動で4%程度回復し、2011年も4%強伸びると見込まれる。全体の景気回復は弱いですが、高齢者向けの衛生用品、ペット関連市場の拡大や復興需要に関連する商品の需要増にも期待し、2012年もさらに1%程度伸びると予測した。

・ 包装用以外（2011年構成比 0.9%） 予測伸長率 101.0%

段ボールパレット、段ボール家具などがこの分野の主なもので、2010年は11%強の大きな伸びを示したが、2011年は輸出関連の不振もあって4%程度マイナスとなる見込み。2012年は輸出関連の回復も期待されるので1%程度の伸びと予測した。

以上