

2026年 紙・板紙内需見通し報告

2026年1月20日



I .	2025年 紙・板紙内需実績見込み	P 3
II .	2026年 紙・板紙内需見通し	P 4～
III .	2026年 主要品種別内需見通し	P 6
	グラフィック用紙	P 7～
	パッケージング用紙	P12～
	衛生用紙	P16
IV .	参 考	
	景気及び関連指標	P17～
	輸出動向	P19～
	内需の定義及び予想の方法	P21

I . 2025年 紙・板紙内需実績見込み

(単位:ト、%)

品 種		内 需 計										
		国内出荷		輸 入		計		流通在庫増減		前年比(A)	25年連合会 内需予測(B)	伸び率誤差 (A)-(B)
			前年比		前年比		前年比					
紙	新聞用紙	1,386,407	▲9.4	0	-	1,386,407	▲9.4	0	1,386,407	▲9.4	▲8.5	▲0.9
	非塗工印刷用紙	1,211,085	▲4.9	11,542	+5.5	1,222,627	▲4.8	10,288	1,212,339	▲5.6	▲5.5	▲0.1
	塗工印刷用紙	2,363,291	▲4.2	104,613	+13.8	2,467,904	▲3.5	11,497	2,456,407	▲4.9	▲6.0	+1.1
	情報用紙	904,155	▲6.1	406,207	▲1.5	1,310,362	▲4.8	11,971	1,298,391	▲5.9	▲5.0	▲0.9
	印刷・情報用紙計	4,478,531	▲4.8	522,362	+1.4	5,000,893	▲4.2	33,756	4,967,137	▲5.3	▲5.6	+0.3
	包装用紙	604,881	+0.0	12,975	+16.9	617,856	+0.3	897	616,959	▲0.1	▲1.7	+1.6
	衛生用紙	1,844,178	▲0.9	256,246	+7.6	2,100,424	+0.1	0	2,100,424	+0.1	+0.8	▲0.7
	紙 計	8,856,890	▲4.3	811,630	+3.6	9,668,520	▲3.6	34,653	9,633,867	▲4.3	▲4.2	▲0.1
板紙	ライナー	5,192,705	▲0.8	25,087	+10.2	5,217,792	▲0.7	▲765	5,218,557	▲0.7	▲0.5	▲0.2
	中芯原紙	3,378,007	▲1.4	2,169	+17.4	3,380,176	▲1.4	1,096	3,379,080	▲1.4	▲0.5	▲0.9
	段ボール原紙計	8,570,712	▲1.0	27,256	+10.7	8,597,968	▲1.0	331	8,597,637	▲1.0	▲0.5	▲0.5
	白板紙	1,315,243	▲1.5	312,391	▲3.5	1,627,634	▲1.9	1,804	1,625,830	▲1.5	▲1.5	±0.0
	紙器用板紙	1,424,419	▲1.5	312,391	▲3.5	1,736,810	▲1.9	2,178	1,734,632	▲1.5	▲1.5	±0.0
	板 紙 計	10,560,464	▲1.0	347,746	▲2.3	10,908,210	▲1.1	3,743	10,904,467	▲1.0	▲0.7	▲0.3
紙・板紙計		19,417,354	▲2.5	1,159,376	+1.8	20,576,730	▲2.3	38,396	20,538,334	▲2.6	▲2.4	▲0.2

【用途別】

グラフィック用紙	5,864,938	▲5.9	522,362	+1.4	6,387,300	▲5.4	33,756	6,353,544	▲6.3	▲6.3	±0.0
パッケージング用紙	11,708,238	▲1.0	380,768	▲1.3	12,089,006	▲1.0	4,640	12,084,366	▲1.0	▲0.7	▲0.3
衛生用紙	1,844,178	▲0.9	256,246	+7.6	2,100,424	+0.1	0	2,100,424	+0.1	+0.8	▲0.7

注) 1)紙計には雑種紙を含む。板紙計にはその他の板紙を含む。紙器用板紙計には黄チップ・色板紙を含む。

2)「グラフィック用紙」＝新聞用紙＋印刷・情報用紙、「パッケージング用紙」＝包装用紙＋段ボール原紙＋紙器用板紙＋雑種紙＋その他の板紙。

Ⅱ. 2026年 紙・板紙内需見通し ①増減要因

	プラス要因	マイナス要因
全 般 (17頁参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 景気は緩やかな回復基調 <ul style="list-style-type: none"> * 賃上げによる個人消費拡大期待 (政府見通し2026年度:実質GDP1.3%増、個人消費1.3%増) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人口の減少／少子高齢化／人手不足 ● 景気下振れリスク <ul style="list-style-type: none"> * 海外経済の減速 * 物価上昇による消費者の買い控え
グラフィック用紙 (17頁参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● イベント開催 <ul style="list-style-type: none"> * ミラノ・コルティナ冬季オリンピック(2月) * ワールド・ベースボール・クラシック(3月) * FIFAワールドカップ(6-7月) 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル化の継続 <ul style="list-style-type: none"> * 新聞発行部数、書籍・雑誌出版部数の減少 * 企業や自治体等の使用量減少、ペーパーレス化 (コストダウン強化、テレワークやWeb会議の定着、環境対応、地方自治体の基幹業務システムの統一・標準化) * スマートフォン等の利用拡大 (ネット広告へのシフト、コンテンツの充実、チケットレス化) * 電子決済の広がり * 政府のデジタル化の推進 ● 軽量化、グレードダウン
パッケージング用紙 (18頁参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 冷凍食品等、加工食品向け需要の伸び ● ネット通販等ECの拡大 ● 脱プラ・減プラによる紙化の動き ● トレーディングカード向けの増加 	<ul style="list-style-type: none"> ● 包装様式の変化 <ul style="list-style-type: none"> * 省包装／簡易包装化(包装資材の削減) * 軟包装化等、包装資材の他素材へのシフト(材質変更) * マイバッグの定着、紙袋の有料化 ● 封筒需要の減少 ● 軽量化、グレードダウン
衛生用紙 (18頁参照)	<ul style="list-style-type: none"> ● 販売チャネルの拡大 <ul style="list-style-type: none"> * ドラッグストア等の店舗数増加 * ネット通販等ECの拡大 ● 世帯数の増加(国立社会保障・人口問題研究所予測では5,740万世帯、前年比13万世帯増) 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンパクト化 <ul style="list-style-type: none"> * サイズダウン、 * 坪量ダウン
インバウンドは高水準も頭打ち(JTB予測:2025年4,260万人、2026年4,140万人)		

②実績推移及び見通し

(単位:千トン、%)

	品 種	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年		2024年		2025年見込み		2026年見通し		
			前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	19年比
紙	新聞用紙	2,409	▲7.7	2,099	▲12.9	2,001	▲4.7	1,864	▲6.9	1,681	▲9.8	1,531	▲8.9	1,386	▲9.4	1,255	▲9.5	▲47.9
	非塗工印刷用紙	1,834	▲4.1	1,590	▲13.3	1,582	▲0.5	1,513	▲4.4	1,362	▲10.0	1,284	▲5.7	1,212	▲5.6	1,140	▲6.0	▲37.9
	塗工印刷用紙	4,090	▲4.8	3,203	▲21.7	3,242	+1.2	3,074	▲5.2	2,793	▲9.1	2,584	▲7.5	2,456	▲4.9	2,309	▲6.0	▲43.5
	情報用紙	1,793	▲1.0	1,598	▲10.9	1,562	▲2.2	1,535	▲1.7	1,456	▲5.1	1,379	▲5.3	1,298	▲5.9	1,220	▲6.0	▲31.9
	印刷・情報用紙計	7,717	▲3.8	6,390	▲17.2	6,386	▲0.1	6,122	▲4.1	5,612	▲8.3	5,248	▲6.5	4,967	▲5.3	4,669	▲6.0	▲39.5
	包装用紙	704	▲2.6	612	▲13.1	662	+8.2	687	+3.7	627	▲8.7	618	▲1.6	617	▲0.1	605	▲2.0	▲14.1
	衛生用紙	2,050	+3.8	2,038	▲0.6	2,015	▲1.1	2,087	+3.6	2,051	▲1.7	2,099	+2.3	2,100	+0.1	2,103	+0.1	+2.6
	紙 計	13,574	▲3.5	11,751	▲13.4	11,693	▲0.5	11,363	▲2.8	10,510	▲7.5	10,064	▲4.2	9,634	▲4.3	9,189	▲4.6	▲32.3
板	ライナー	5,531	▲1.5	5,327	▲3.7	5,523	+3.7	5,545	+0.4	5,320	▲4.1	5,256	▲1.2	5,219	▲0.7	5,177	▲0.8	▲6.4
	中芯原紙	3,636	▲1.7	3,491	▲4.0	3,621	+3.7	3,624	+0.1	3,476	▲4.1	3,429	▲1.4	3,379	▲1.4	3,354	▲0.8	▲7.8
	段ボール原紙計	9,167	▲1.6	8,818	▲3.8	9,143	+3.7	9,169	+0.3	8,796	▲4.1	8,684	▲1.3	8,598	▲1.0	8,530	▲0.8	▲6.9
	白板紙	1,825	▲3.2	1,659	▲9.1	1,715	+3.4	1,760	+2.6	1,648	▲6.4	1,650	+0.1	1,626	▲1.5	1,593	▲2.0	▲12.7
	紙器用板紙計	1,960	▲3.4	1,775	▲9.4	1,838	+3.5	1,885	+2.5	1,763	▲6.5	1,761	▲0.1	1,735	▲1.5	1,699	▲2.0	▲13.3
	板 紙 計	11,785	▲2.0	11,190	▲5.1	11,611	+3.8	11,686	+0.6	11,140	▲4.7	11,017	▲1.1	10,904	▲1.0	10,796	▲1.0	▲8.4
紙 ・ 板紙 計		25,359	▲2.8	22,941	▲9.5	23,305	+1.6	23,050	▲1.1	21,650	▲6.1	21,081	▲2.6	20,538	▲2.6	19,985	▲2.7	▲21.2

【用途別】

グラフィック用紙	10,126	▲4.7	8,489	▲16.2	8,388	▲1.2	7,986	▲4.8	7,293	▲8.7	6,779	▲7.0	6,354	▲6.3	5,924	▲6.8	▲41.5
パッケージング用紙	13,184	▲2.3	12,414	▲5.8	12,902	+3.9	12,976	+0.6	12,306	▲5.2	12,203	▲0.8	12,084	▲1.0	11,958	▲1.0	▲9.3
衛生用紙	2,050	+3.8	2,038	▲0.6	2,015	▲1.1	2,087	+3.6	2,051	▲1.7	2,099	+2.3	2,100	+0.1	2,103	+0.1	+2.6

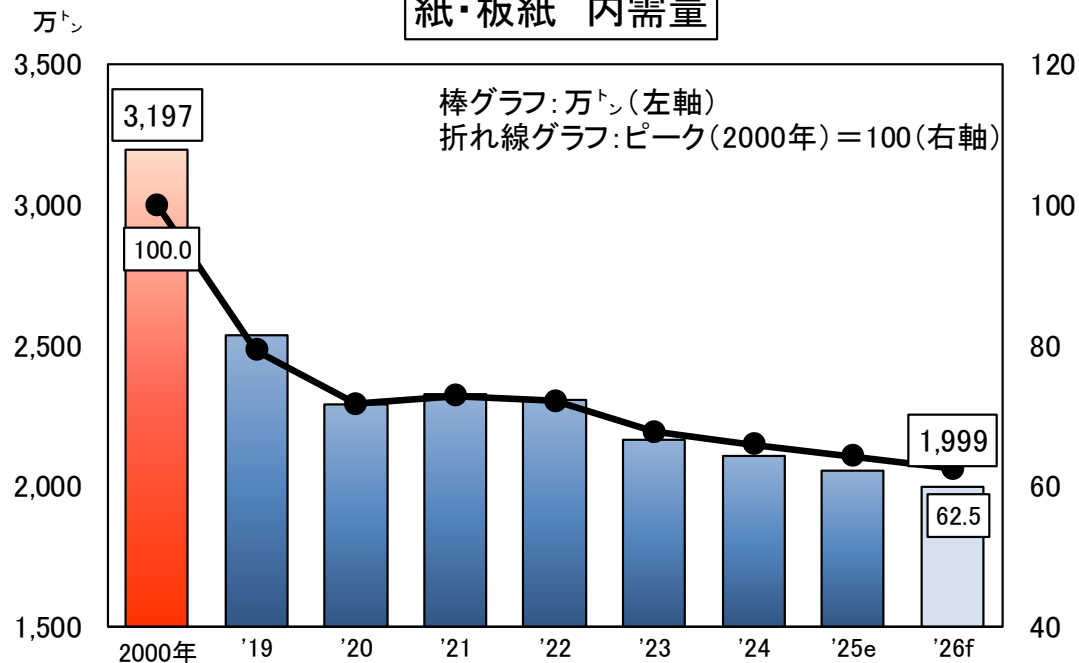
注) 千トン未満を四捨五入しているため、合計と積み上げた数量の計とは合わない場合がある。なお、前年比はトペースによる。

紙計には雑種紙を含む。板紙計にはその他板紙を含む。紙器用板紙には黄チップ・色板紙を含む。

Ⅲ. 2026年 主要品種別内需見通し

(1) 紙・板紙計 ～ 5年連続のマイナス。グラフィック用紙を中心に、パッケージング用紙も減少 ～

紙・板紙 内需量



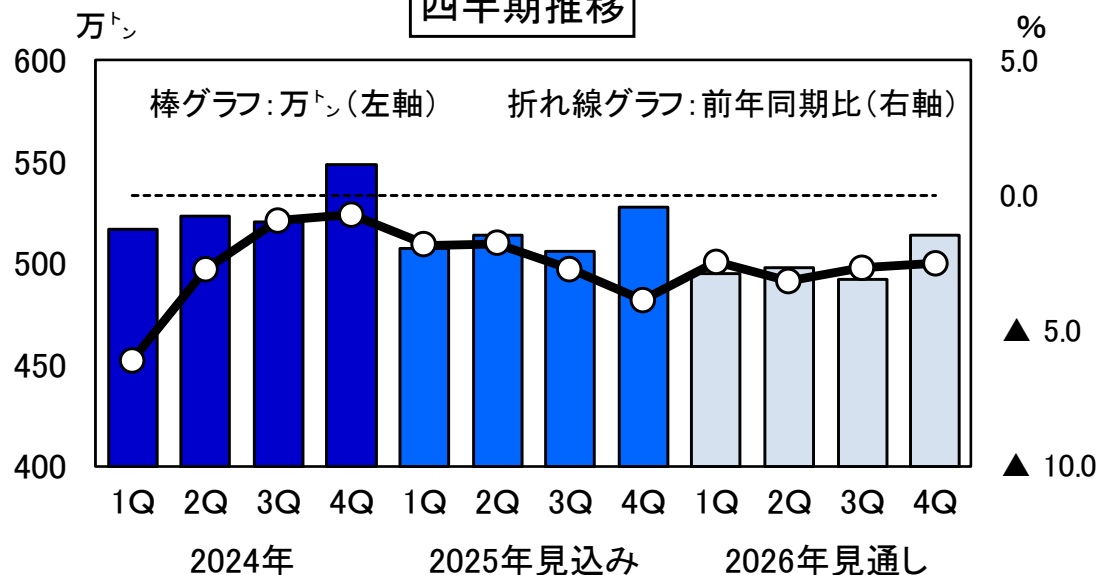
「近年の動向」

★紙・板紙の内需は長期にわたり減少傾向にある。特に、コロナ禍の影響を受けた2020年は前年比9.5%減と大幅に減少し、その後も低調に推移している。2025年は、衛生用紙が僅かながらプラスとなったものの、グラフィック用紙やパッケージング用紙は前年を下回ったことから、紙・板紙計では2.6%減と、引き続きマイナスとなった。

「2026年予想」

☆グラフィック用紙は、デジタル化や需要家のコスト削減に伴う使用量の減少等により引き続きマイナスを予想。パッケージング用紙は、加工食品向け等で堅調な需要が見込まれるものの、物価高による節約志向の定着や需要家のコスト削減により、マイナスを予想。衛生用紙は、販売チャネルの拡大等によりプラスを予想。

四半期推移



☆品種別見通しを積み上げると、紙・板紙計は1,999万トン、前年比2.7%減となる。5年連続のマイナス。1988年からの現行統計において、2,000万トンを下回るのは初めて。2019年比では8割弱、ピークの2000年(3,197万トン)に対しては、6割強の水準となる。用途別では、グラフィック用紙が前年比6.8%減、パッケージング用紙が前年比1.0%減、衛生用紙が前年比0.1%増。

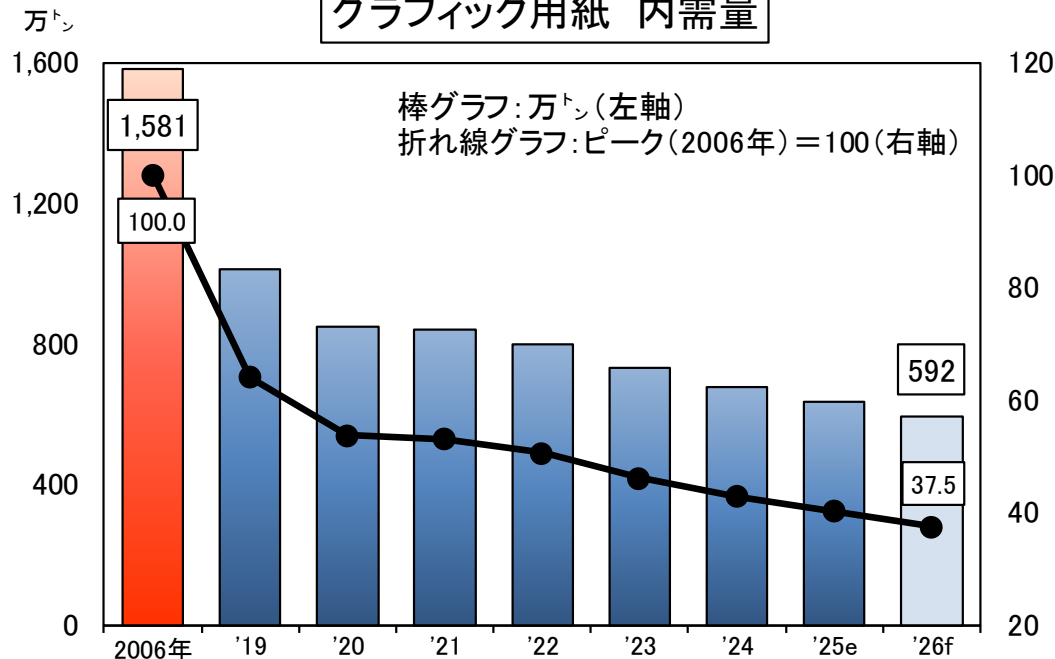
☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は、4-6月が最も大きくなる見通し。

(2) グラフィック用紙

～ 20年連続のマイナス。デジタル化や

需要家のコスト削減等により、各品種とも減少 ～

グラフィック用紙 内需量



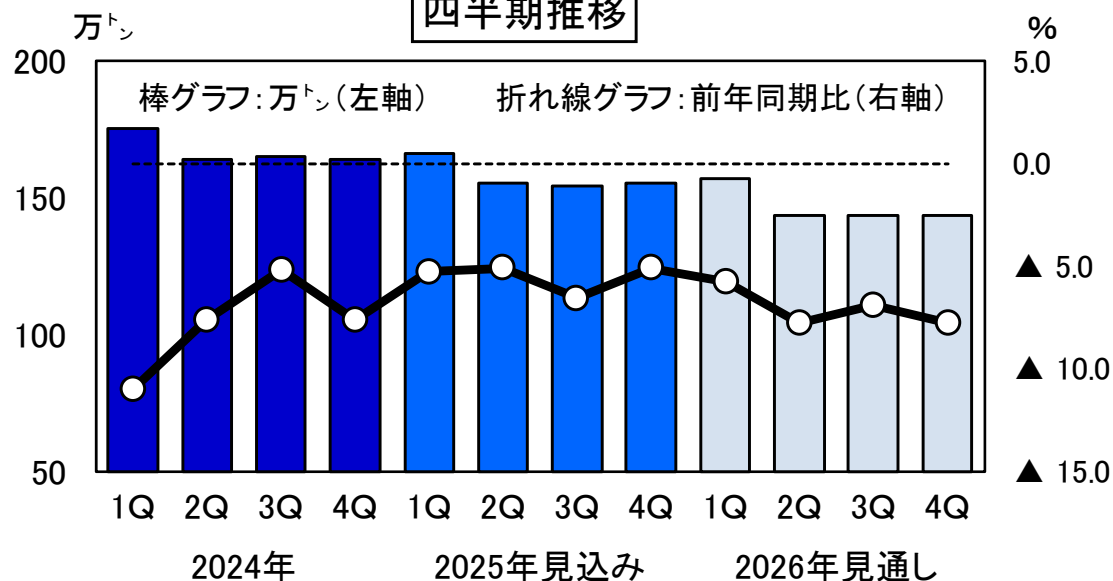
「近年の動向」

★グラフィック用紙の内需は、デジタル化等の構造的要因に加えて物価上昇に伴う需要家のコスト削減も影響し、減少が続いている。2025年は、新聞用紙、非塗工印刷用紙、塗工印刷用紙、情報用紙のいずれも前年を下回り、グラフィック用紙計では6.3%減と、前年の7.0%減から減少幅は縮小したものの、依然として厳しい状況が続いている。

「2026年予想」

☆グラフィック用紙のうち、新聞用紙は発行部数と頁数の減少により引き続きマイナスを予想。印刷・情報用紙も需要家のコスト削減やデジタル化等により引き続きマイナスを予想。

四半期推移

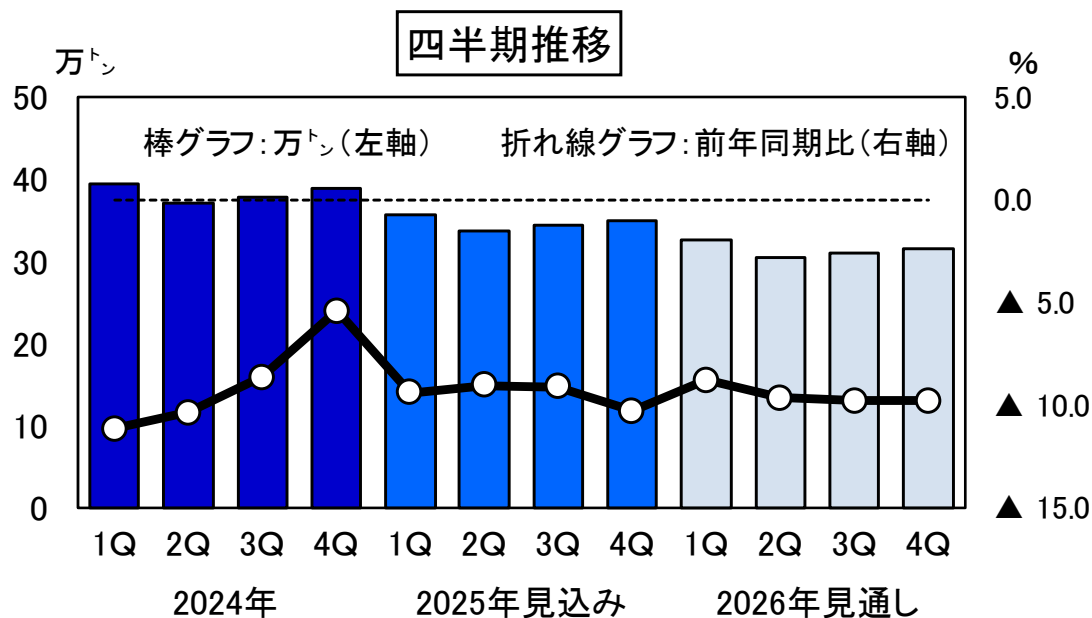
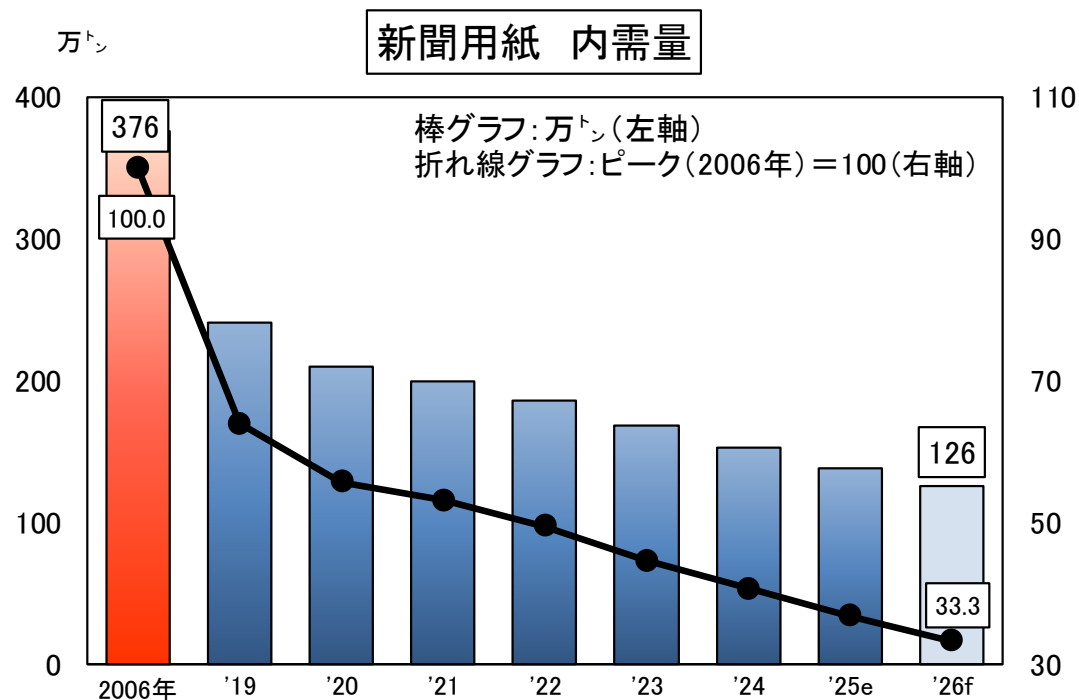


☆品種別の見通しを積み上げると、グラフィック用紙は合計で592万ト、前年比6.3%減となる。20年連続のマイナス。2019年比では6割弱、ピークの2006年(1,581万ト)に対しては、4割弱の水準となる。主要品種別では、新聞用紙が前年比9.4%減、非塗工印刷用紙が前年比5.6%減、塗工印刷用紙が前年比4.9%減、情報用紙が前年比5.9%減。

☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は、4-6月が最も大きくなる見通し。

☆詳細については当該品種頁参照。

(2) - ① 新聞用紙 ～ 発行部数減の影響大きく、減少継続 ～



「近年の動向」

★新聞用紙の内需は、情報収集手段の多様化や広告のネットへのシフトといった構造的要因により減少が続いている。2025年については、夕刊廃止等から発行部数が減少し、広告出稿減等により頁数も低調に推移した。加えて、前年がうるう年だったこと等による発行日数減や、軽量化の影響もあり、内需は9.4%減と、前年の8.9%減からマイナス幅が拡大した。

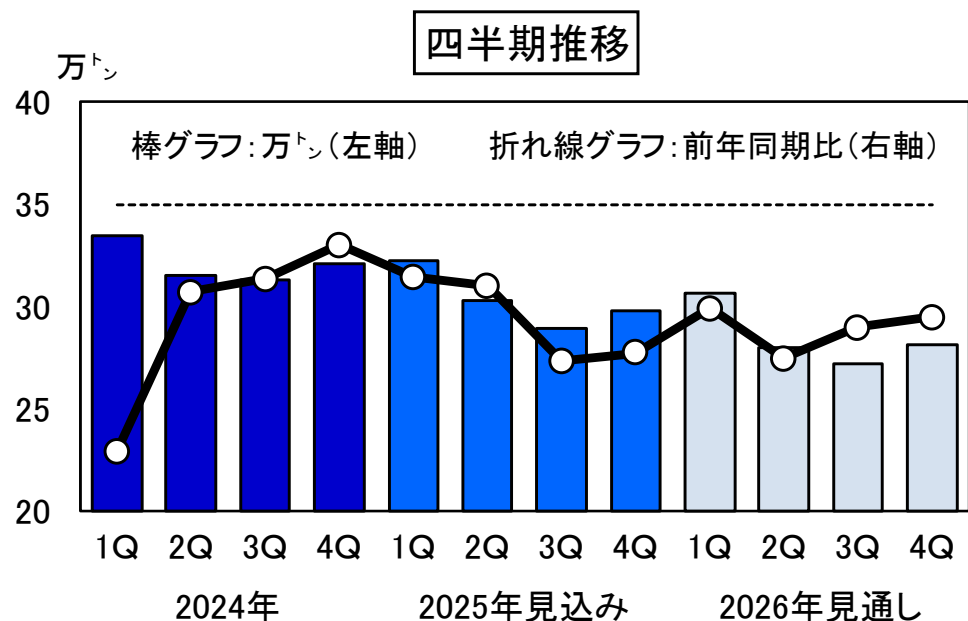
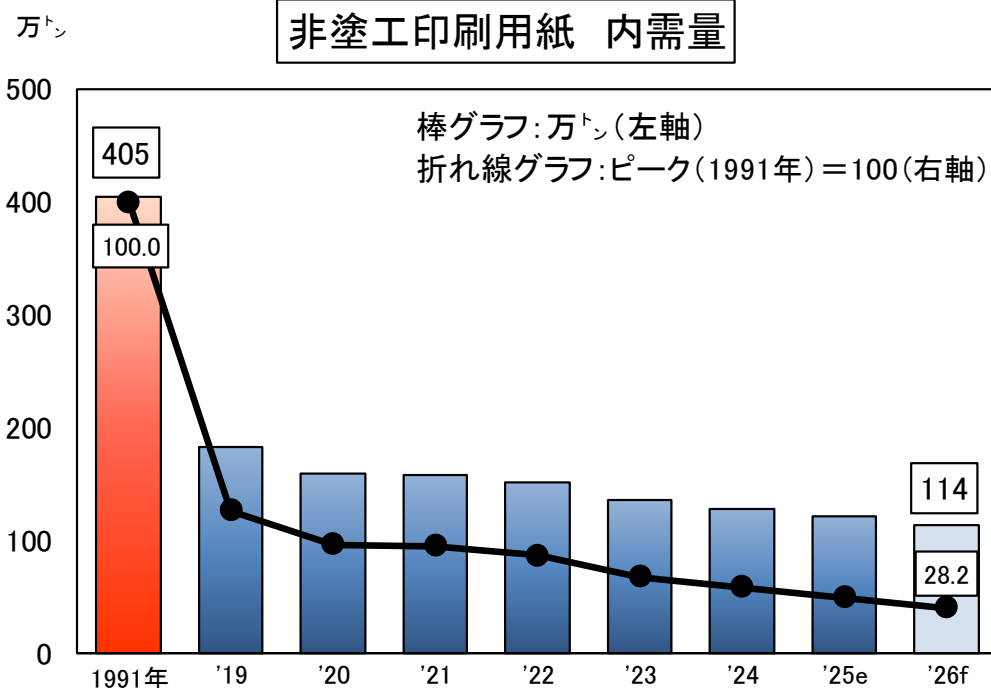
「2026年予想」

☆新聞用紙の内需は、基本的に発行部数と頁数の増減によって決まる。うち、発行部数は引き続き減少が見込まれる。頁数についても、広告出稿に回復が期待できないこと等から、引き続きマイナスとなる見通し。それに加え、夕刊の土曜休刊等による発行日数減や、軽量化もマイナス要因となる。スポット要因としては、ミラノ・コルティナ冬季オリンピックやFIFAワールドカップ等が挙げられるが、内需の押し上げ効果は限定的と予想される。

☆以上を勘案し、新聞用紙の内需は126万ト、前年比9.5%減を見込んだ。14年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では5割強、ピークの2006年(376万ト)に対しては、3割強の水準となる。

☆四半期別でも各期ともマイナスだが、年後半にマイナス幅がやや拡大すると予想。

(2) - ② 非塗工印刷用紙 ～ 需要家のコスト削減や出版不振等により、減少継続 ～



「近年の動向」

★非塗工印刷用紙の内需は、デジタル化等の構造的要因や出版不振等の影響により減少が続いている。2025年は商業印刷関係を中心に、需要家のコスト削減による使用量の減少等が続き、内需は5.6%減。前年の5.7%減と、同程度のマイナス幅となった。

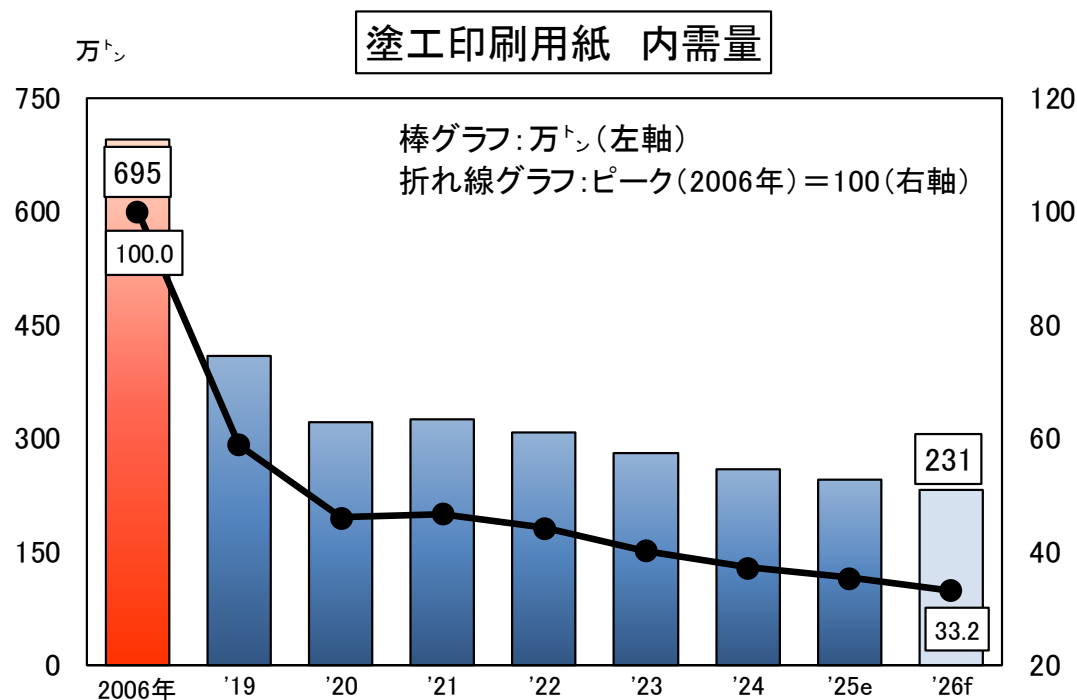
「2026年予想」

☆品種別には、上級印刷紙、中・下級印刷紙ともにマイナスが予想される。上級印刷紙は汎用性が高く、チラシや目論見書・取扱説明書等、用途は多岐にわたる。一部、学習参考書や児童書等で堅調な動きは見られるものの、全体としてはデジタル化等の構造的要因に加えて、需要家のコスト削減による使用量減少の動きが広範囲で続くと思われることから、前年を下回ると予想。中・下級印刷紙は、主な需要先である出版業界を取り巻く環境が依然として厳しく、雑誌を中心に引き続き不振が予想される。なお、ミラノ・コルティナ冬季オリンピックやFIFAワールドカップ等イベントによる内需の押し上げ効果はごく僅かと予想される。

☆以上を勘案し、非塗工印刷用紙の内需は114万トン、前年比6.0%減を見込んだ。22年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では6割強、ピークの1991年(405万トン)に対しては、3割弱の水準となる。

☆四半期別でも各期ともマイナスだが、4-6月はマイナス幅が拡大すると予想。

(2) - ③ 塗工印刷用紙 ～ 需要家のコスト削減やデジタル化等により、減少継続 ～

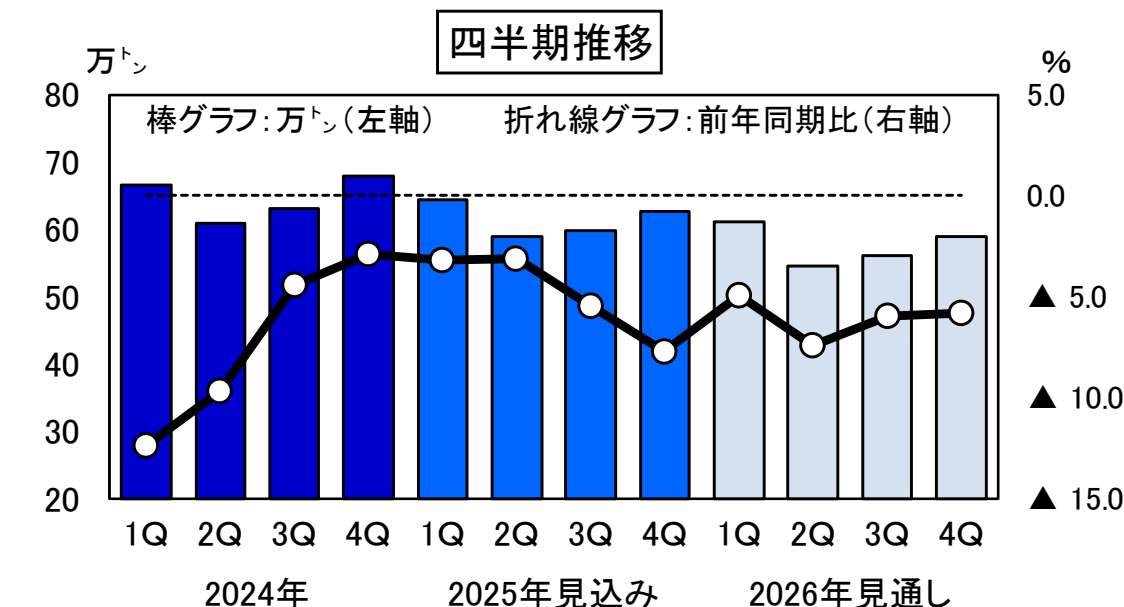


「近年の動向」

★塗工印刷用紙の内需は、デジタル化等の構造的要因や需要家のコスト削減等により減少が続いている。2025年もカタログ・チラシ・パンフレット用途等の需要が減少し、内需は4.9%減と、前年の7.5%減からマイナス幅は縮小したものの、4年連続のマイナスとなった。

「2026年予想」

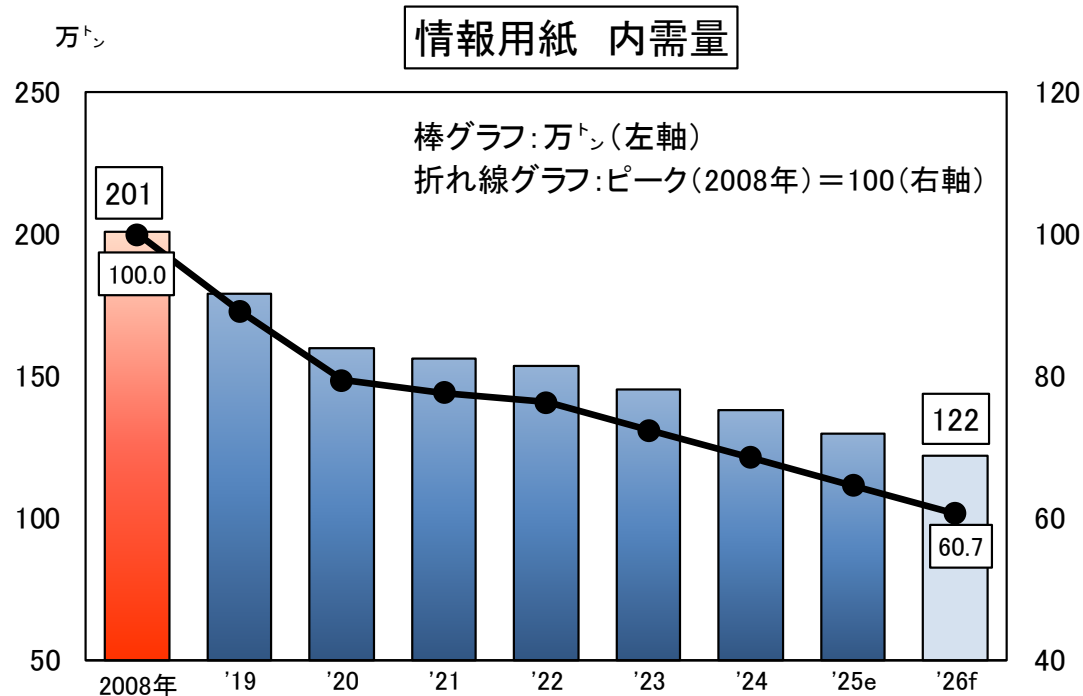
☆景気は緩やかな回復が見込まれ、広告市場全体としては拡大が期待される。紙媒体については、大手通販企業等が紙とデジタルの集客効果を検証し、紙チラシが消費者の購買行動に寄与している事実を再確認している。一方でデジタル化の進展等の構造的要因や企業のコスト削減姿勢は一段と強まっており、カタログやチラシ、パンフレット等の発行回数や部数の減少、判型縮小、グレードダウンが継続していることから、内需は前年を下回ると予想。なお、ミラノ・コルティナ冬季オリンピックやFIFAワールドカップ等イベントによる内需の押し上げ効果はごく僅かと予想される。



☆以上を勘案し、塗工印刷用紙の内需は231万ト、前年比6.0%減を見込んだ。5年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では6割弱、ピークの2006年(695万ト)に対しては、3割強の水準となる。

☆四半期別でも各期ともマイナスだが、4-6月はマイナス幅が拡大すると予想。

(2) - ④ 情報用紙 ～ 需要家のコスト削減やデジタル化等により、PPCを中心に減少継続 ～

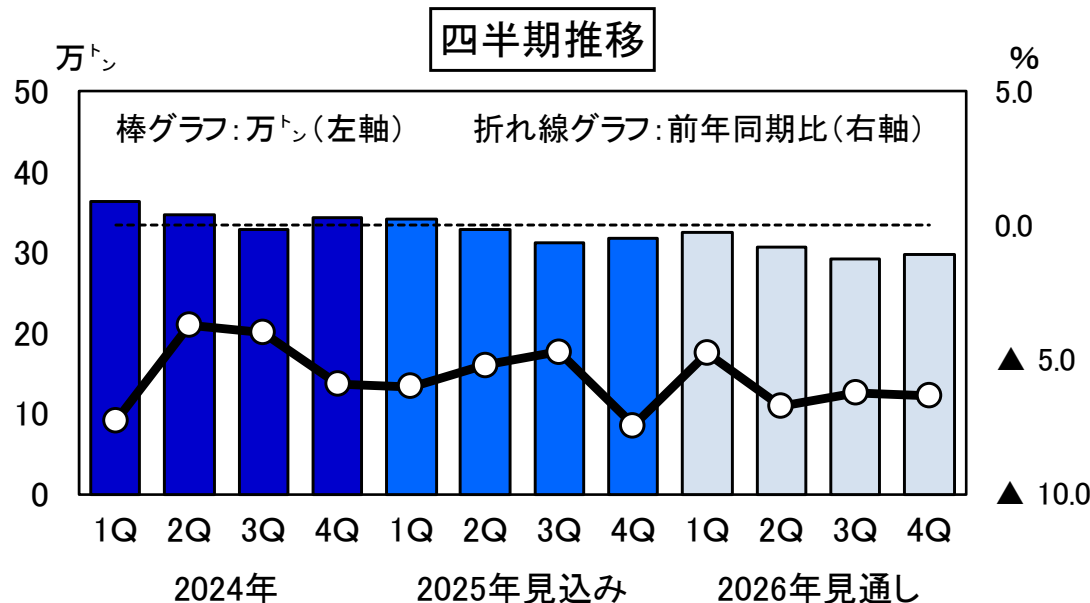


「近年の動向」

★情報用紙の内需は、企業や官公庁のデジタル化推進やコスト削減により減少傾向が続いている。2025年も主力のPPC用紙を中心に需要家の使用量削減の動きが続き、内需は5.9%減と、前年の5.3%減からマイナス幅は拡大した。

「2026年予想」

☆主要品種はPPCを中心にマイナスが予想される。PPC用紙は、企業のコスト削減やリモートワークの定着、官公庁のデジタル化推進といった要因により、使用量の減少が継続。フォーム用紙については、大手企業へのサイバー攻撃をきっかけに紙の信頼性を見直す動きが出てきているものの、デジタル化の進展による需要減の影響が大きい状況であり、感熱紙原紙でも、飲食店(レジ、バックヤード)等のレシート用途を中心に底堅い需要があるものの、こちらもデジタル化の影響で減少が見込まれる。



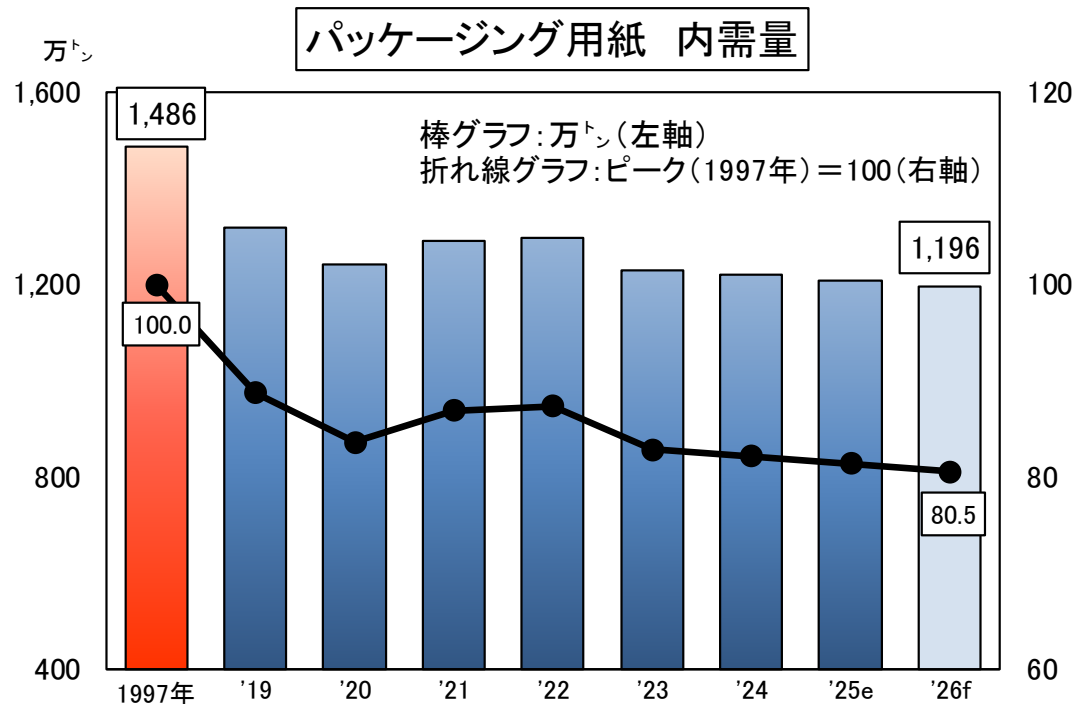
☆以上を勘案し、情報用紙の内需は122万トン、前年比6.0%減を見込んだ。8年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では7割弱、ピークの2008年(201万トン)に対しては、6割の水準となる。

☆四半期別でも各期ともマイナスだが、4-6月以降はマイナス幅が拡大すると予想。

(3) パッケージング用紙

～ 4年連続のマイナス。需要家のコスト削減や

包装形態の変更により、各品種とも減少 ～

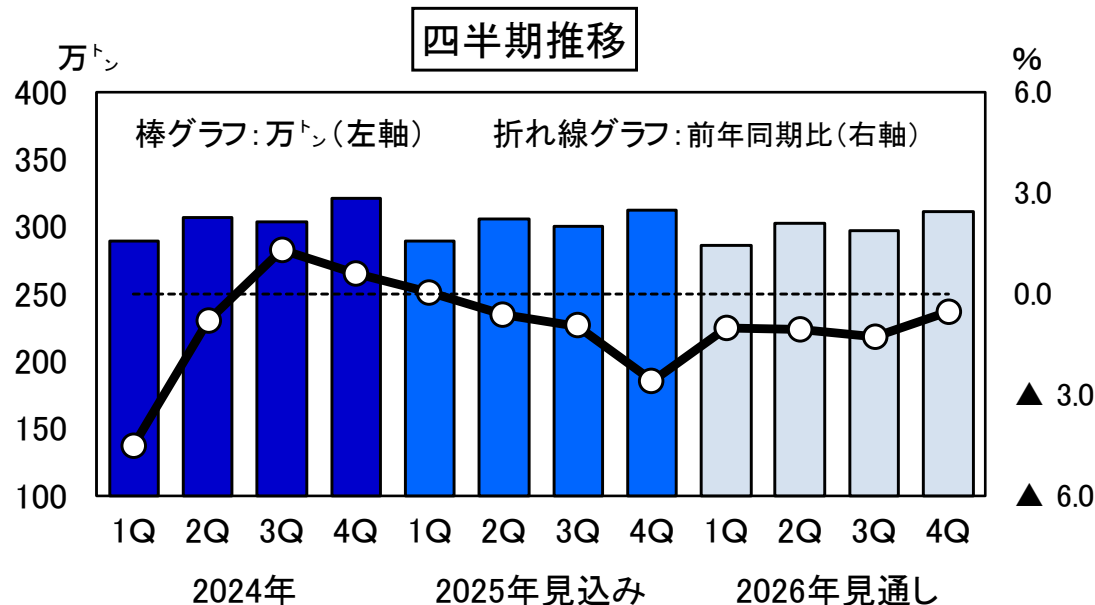


「近年の動向」

★パッケージング用紙の内需は、コロナ禍の2020年に5.8%減少し、その後は緩やかな回復に転じたが、2023年以降はコロナ禍の水準を下回って推移している。2025年は、物価高による節約志向の定着や需要家のコスト削減等を背景に包装用紙、段ボール原紙、白板紙のいずれも前年を下回り、パッケージング用紙計では1.0%減と、3年連続でマイナスとなった。

「2026年予想」

☆パッケージング用紙は、各品種とも物価高の影響を受け、総じて弱含みで推移すると見込まれる。包装用紙は、需要家のコスト削減に伴う省包装・簡易包装化等によりマイナスを予想。段ボール原紙は、包装形態の変更や軽量化の継続等によりマイナスを予想。白板紙も、需要家のコスト削減や物流問題等を背景としたパッケージの見直し等によりマイナスを予想。

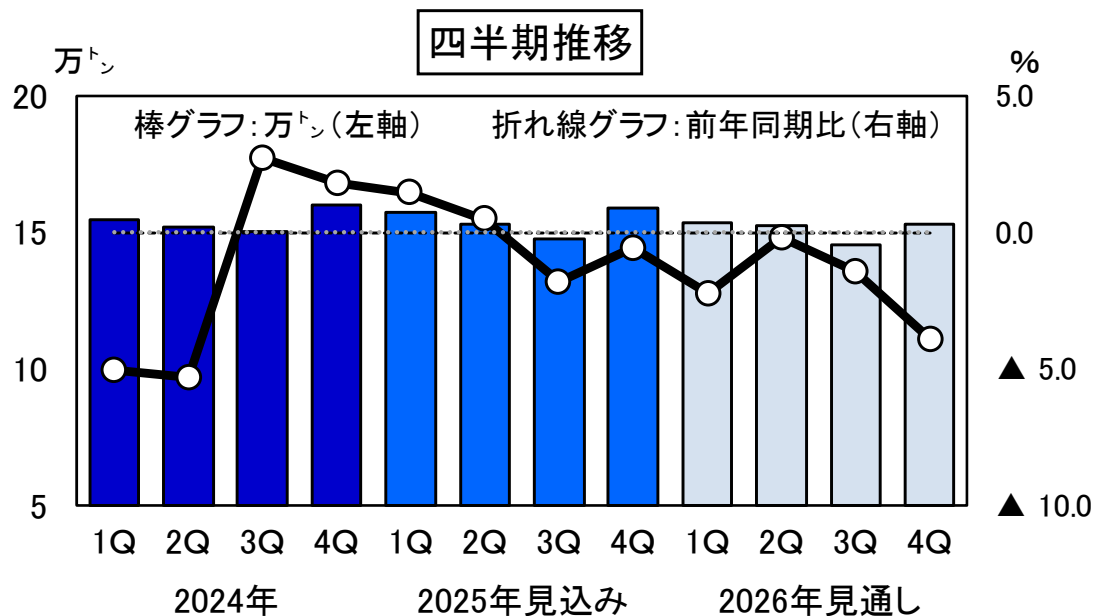
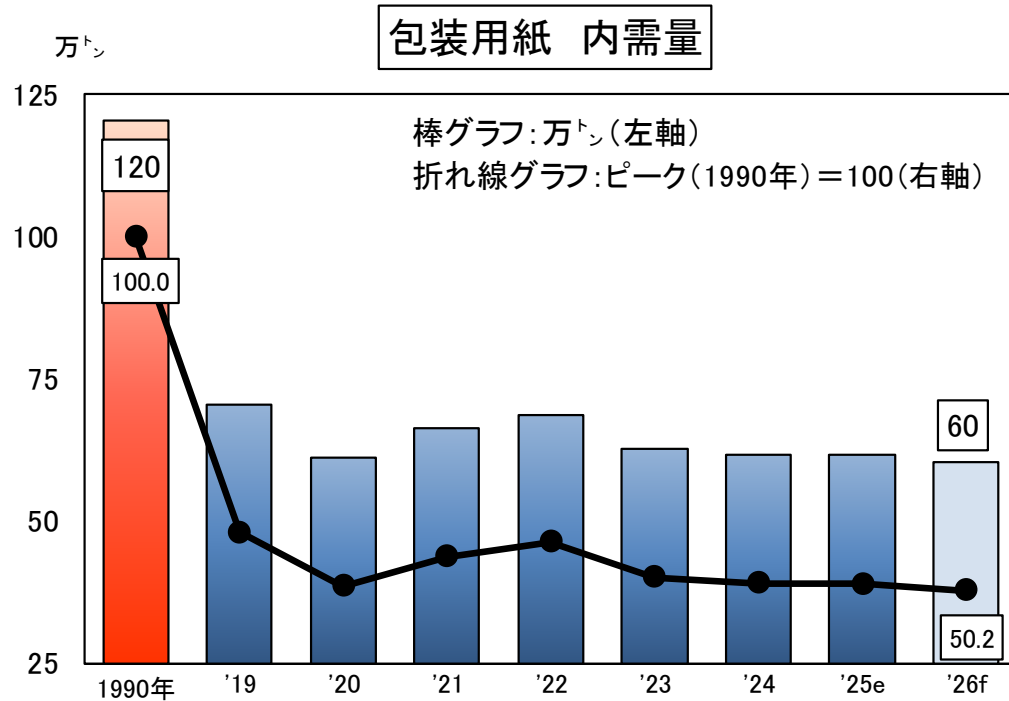


☆品種別の見通しを積み上げると、パッケージング用紙は合計で1,196万トン、前年比1.0%減となる。4年連続のマイナス。2019年比では9割強、ピークの1997年(1,486トン)に対しては、8割強の水準となる。主要品種別では、包装用紙が前年比2.0%減、段ボール原紙が前年比0.8%減、白板紙が前年比2.0%減。

☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は7-9月がやや大きくなる見通し。

☆詳細については当該品種頁参照。

(3) - ① 包装用紙 ～ 需要家のコストダウン強化や包装仕様の簡素化等により、減少継続 ～



「近年の動向」

★包装用紙の内需は、コロナ禍の2020年に大幅なマイナスを記録した後、緩やかな回復に転じたが、2023年以降は包装仕様の簡素化や需要家によるコスト削減等の動きを背景に減少が続いている。2025年は、食品関連用途向けが底堅く推移したほか、段ボールケースから宅配袋への切り替えも一部で見られたものの、包装資材削減等が継続し、内需は0.1%減と、3年連続でマイナスとなった。

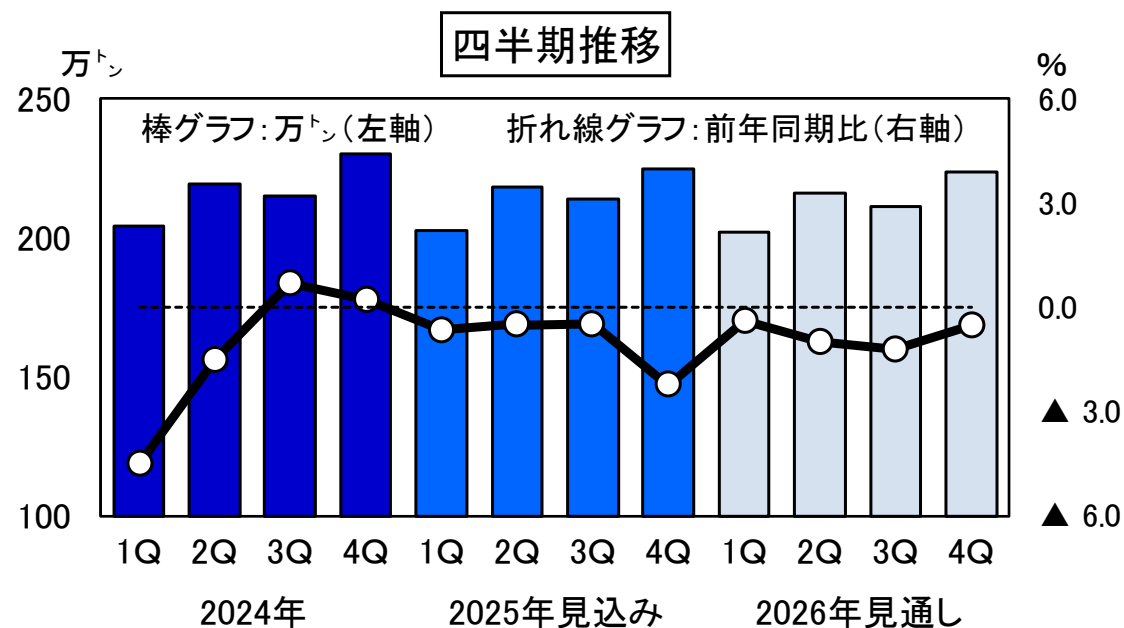
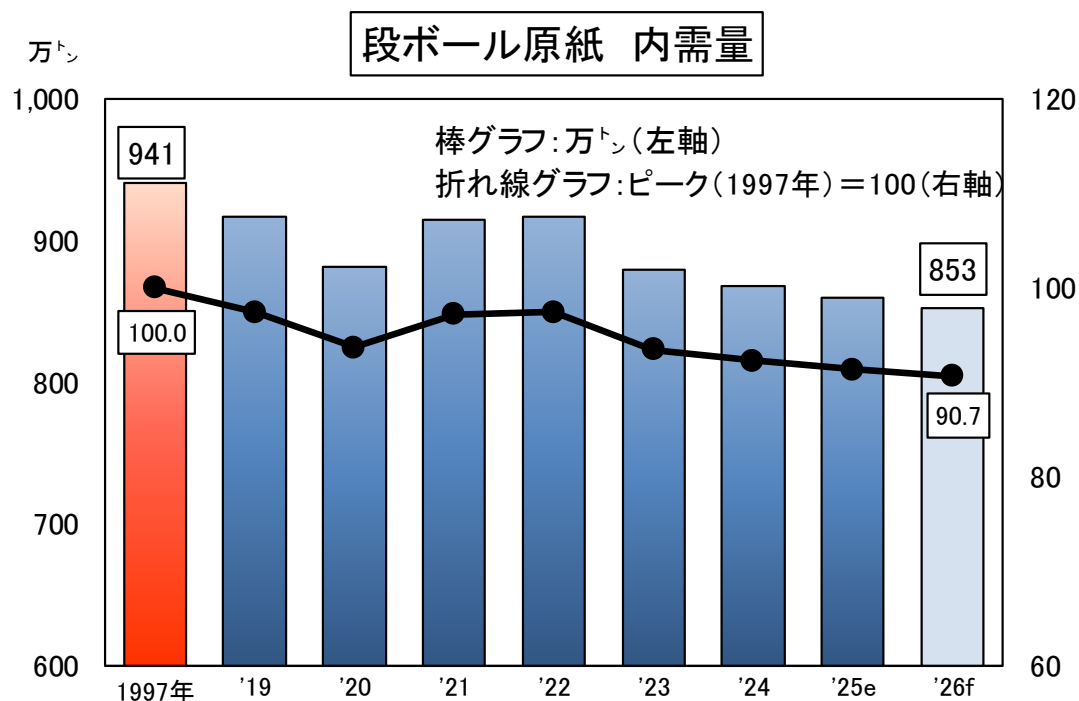
「2026年予想」

☆需要家のコストダウン強化による包装資材の削減により、引き続きマイナスを予想。また、海外からの製品輸入の増加も懸念材料となる。用途別に見ると、重包装向けでは、フードロス対策の進展やフレコン化の拡大に加え、合成樹脂等の産業関連用途の不振によりマイナス。軽包装向けでは、段ボールケースから宅配袋への切り替えの進展が期待されるものの、マイバッグの定着や紙袋の有料化の影響が継続し、前年を下回る。なお、加工用途では、食品包材向けは安定的に推移するが、封筒向けの減少が一段と進むと見込まれる。また、脱プラ・減プラ需要は、食品・日用品向けの一部で動きが見られるが、押し上げ効果は限定的。

☆以上を勘案し、包装用紙の内需は60万ト、前年比2.0%減を見込んだ。4年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では8割半ば、ピークの1990年(120万ト)に対しては、5割の水準となる。

☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は年後半にかけて大きくなる見通し。

(3) - ② 段ボール原紙 ～ 包装用紙への切り替えや軽量化が継続 ～



「近年の動向」

★段ボール原紙の内需は、2020年のコロナ禍においても巣籠り需要等に支えられ、他の品種に比べて影響は軽微で、その後も飲料を含む加工食品向けを中心に比較的堅調に推移している。2025年は、物価高による節約志向の定着や記録的猛暑、包装合理化、他包材への切り替え、大手企業へのサイバー攻撃によるシステム障害等が需要を下押しし、内需は1.0%減と、3年連続でマイナスとなった。

「2026年予想」

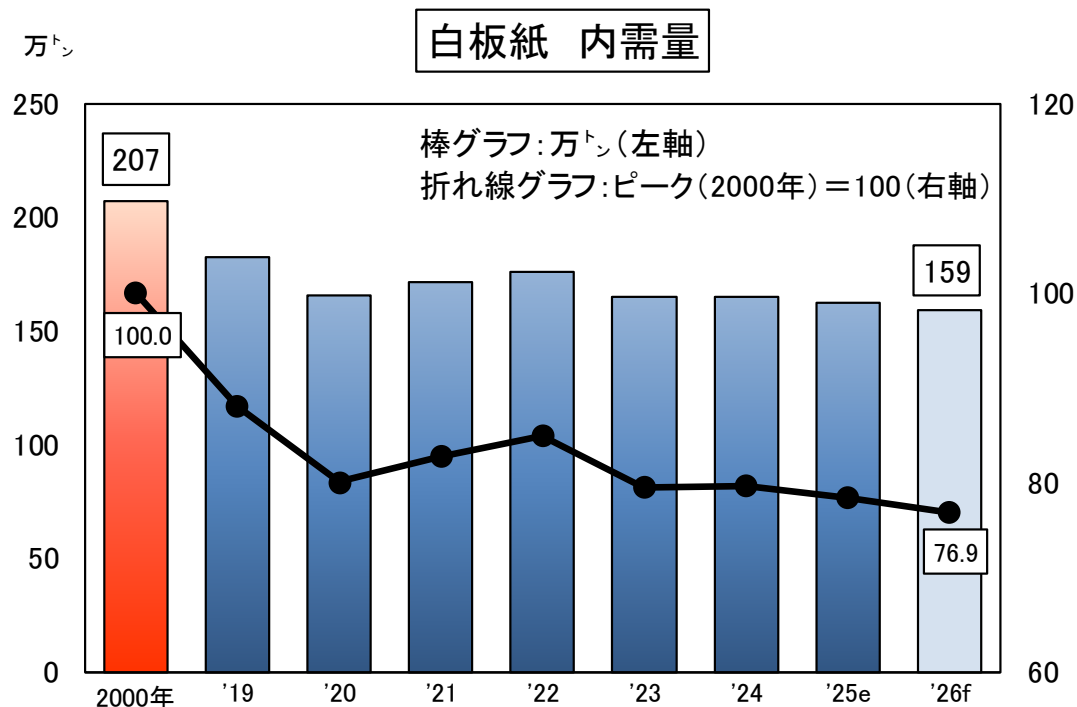
☆全国段ボール工業組合連合会の需要予測によれば、段ボールシート(面積ベース)の生産は0.5%減。主要分野では、需要の約4割を占める加工食品向けは、高齢化や単身世帯、個食の進展を背景に冷凍食品等の需要は底堅く、増加が期待されるが、青果物向けは生産者及び作付面積の減少や猛暑等の影響により、前年を下回ると予想している。電気・機械器具向けは中国経済の減速やトランプ関税の影響で減少。通販・宅配向けは包装用紙への切り替えが懸念されるものの、堅調に推移すると見ている。段ボール原紙(重量ベース)は、これらの需要予測や直近の軽量化、需要家によるコストダウンの強化を考慮し、段ボールよりも若干低い伸びになると予想した。

☆以上を勘案し、段ボール原紙の内需は853万ト、前年比0.8%減を見込んだ。4年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では9割強、ピークの1997年(941万ト)に対しても、9割強の水準となる。

☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は7-9月がやや大きくなる見通し。

(3) - ③ 白板紙

～ 物価高を背景とした買い控え、需要家のコストダウン強化による
パッケージの見直しが継続 ～



「近年の動向」

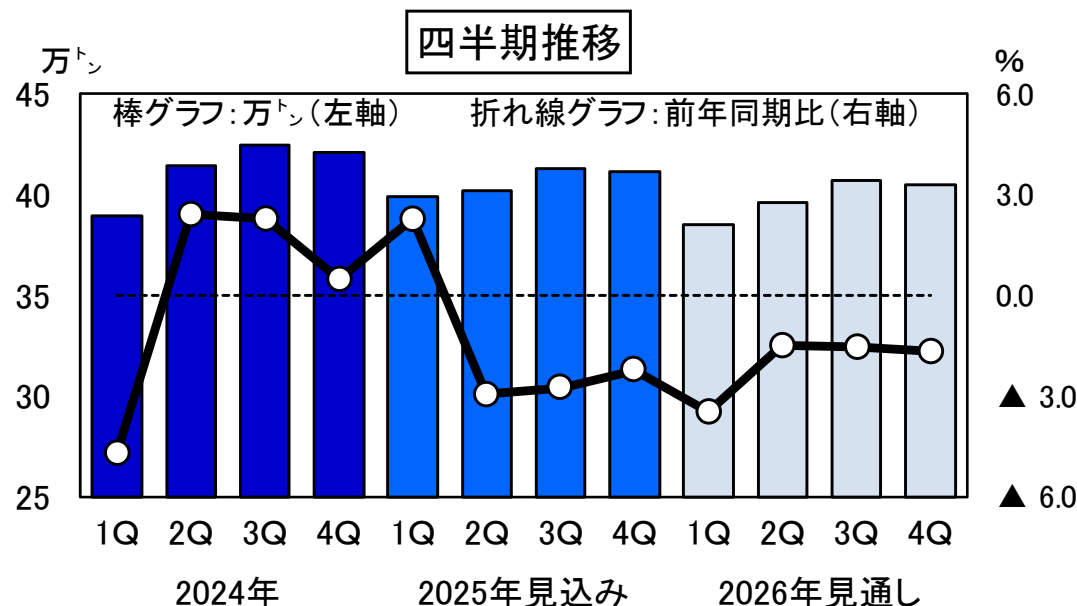
★白板紙の内需は、コロナ禍の2020年に前年比9.1%減と大幅なマイナスを記録した後、緩やかな回復に転じたが、2023年以降は、主要分野の食品・菓子向けを中心とした製品値上げによる消費者の買い控えや需要家のコスト削減等を背景に低調に推移している。2025年は、トレーディングカード向け等、一部好調な分野はあるものの、消費者の買い控えは継続しており、内需は1.5%減と、2年ぶりにマイナスとなった。

「2026年予想」

☆前年に好調であったトレーディングカード向けは引き続き堅調に推移することが見込まれる。一方で、消費者の買い控えの継続、需要家のコスト削減や物流問題等を背景に、主要需要分野の食品・菓子向けを中心に、薄物化やパッケージ見直しの動きがより一層進展すると見られ、全体としては前年を下回ると予想。なお、脱プラ・減プラ需要は、食品トレーの切り替え等の動きも見られるが、押し上げ効果は限定的。

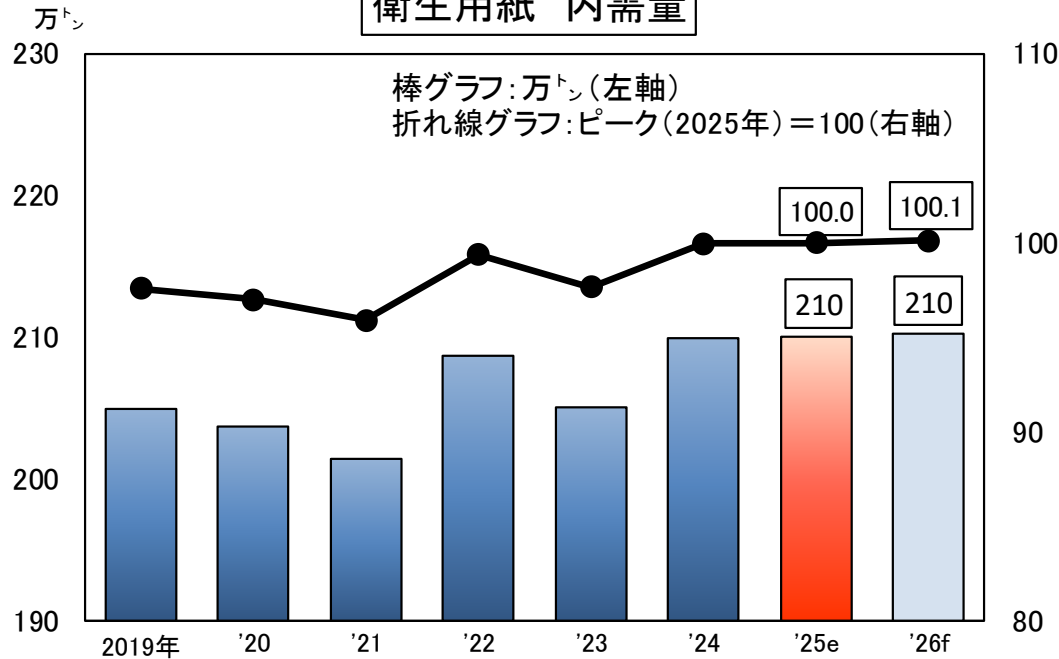
☆以上を勘案し、白板紙の内需は159万ト、前年比2.0%減を見込んだ。2年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では9割弱、ピークの2000年(207万ト)に対しては、8割弱の水準となる。

☆四半期別でも各期ともマイナスだが、1-3月をボトムに、マイナス幅は緩やかになる見通し。



(4) 衛生用紙 ～ 3年連続で過去最高を更新。製品のコンパクトが進行も、需要は安定的に推移 ～

衛生用紙 内需量



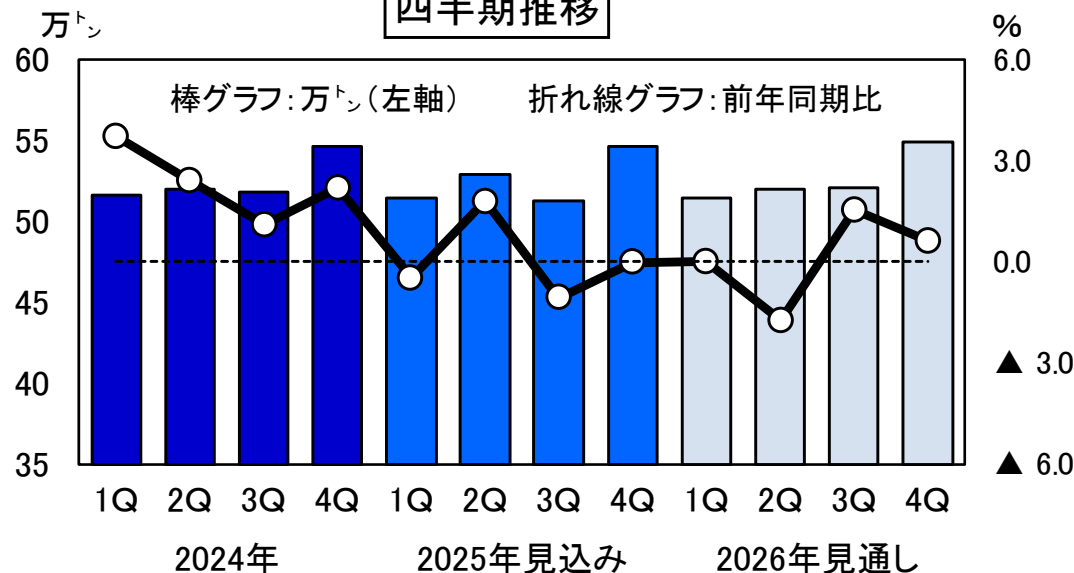
「近年の動向」

★衛生用紙の内需は、人口減少等の構造的要因はあるものの、世帯数の増加等を背景に、生活必需品として底堅く推移している。一方、近年は物流効率化や利便性向上を背景に、製品のコンパクト化（ソフトパッキティッシュ、トイレットロールの長尺化、ロール幅縮小等）が進行している。2025年は、コンパクト化が進む中、インバウンド増加等により宿泊施設向け等の業務用を中心に堅調に推移し、内需は0.1%増と、2年連続で過去最高を更新した。

「2026年予想」

☆製品のコンパクト化の進行は、重量ベースではマイナス要因となるが、世帯数は増加傾向にあり、また、Eコマースやドラッグストア等の販売チャネルも拡大を続ける見込みから、全体では横ばいを予想。インバウンドは日中関係の悪化等の懸念から伸びは頭打ちとなる可能性があるが、水準自体は高く維持される見込みであり、需要への影響は中立的と判断した。品目別では、ティッシュペーパーはソフトパックへのシフトによりマイナス、トイレットペーパーは微増、タオル用紙はポップアップタイプ等、用途に応じた使い分けの広がりを背景にプラスを見込む。

四半期推移



☆以上を勘案し、衛生用紙の内需は210万ト、前年比0.1%増を見込んだ。3年連続で過去最高となる見通し。

☆四半期別では、年前半はマイナス基調で推移、年後半はプラス基調で推移する見通し。

IV. 参考 ① グラフィック用紙関連の動向

<2026年の主な出来事>

国 内
・ 3月27日～29日 第53回東京モーターサイクルショー2026 開催
・ 9月19日～23日 2015年以来11年ぶりの5連休シルバーウィーク
・ 9月19日～10月4日 第20回アジア競技大会・第5回アジアパラ競技大会 開催 (愛知県・名古屋市)

海 外
・ 1月6日～ 9日 世界最大のテクノロジー見本市CES開催(アメリカ ラスベガス)
・ 2月6日～22日 冬季オリンピック開催(イタリア ミラノ・コルティナ)
・ 3月5日～17日 第6回ワールド・ベースボール・クラシック(WBC)
・ 6月11日～7月19日 FIFAワールドカップ開催(アメリカ・カナダ・メキシコ)
・ 11月3日 米国中間選挙投票

<国内経済見通し[単位:%]>

	政 府		民間(15機関平均)	
	2025年度	2026年度	2025年度	2026年度
名目GDP成長率	+4.2	+3.4	+4.0	+2.7
実質GDP成長率	+1.1	+1.3	+0.9	+0.8
個人消費	+1.3	+1.3	+1.2	+0.9
消費者物価	+2.6	+1.9	+2.8	+1.9
名目賃金上昇率	+3.2	+3.2	-	-

- 政府経済見通しによると、2026年度の実質国内総生産(実質GDP)の成長率はプラス1.3%程度を見込む。所得環境の改善が進む中で、各種政策効果も下支えとなり、個人消費が増加するとともに、好調な企業収益を背景に設備投資も増加するなど、引き続き、内需が経済成長をけん引する。円相場は150.2円/ドルと想定。
- 物価と賃金の見通しについて、26年度は政策効果も含めて物価上昇率が低下する中で、名目賃金上昇率は近年の伸び率を維持。実質賃金上昇率は1%程度のプラスを見込む。
- 政府の経済財政運営については、戦略的な財政出動により官民が力を合わせ「危機管理投資」と「成長投資」を進めて社会課題を解決し、「暮らしの安全・安心」を確保するとともに、雇用と所得を増やし、潜在成長力を引上げ、「強い経済」を実現していく。

<広告動向>

- 紙媒体は物価上昇等による需要家のコスト削減やデジタル化等により、厳しい状況が続くと考えられる。新聞や雑誌の広告出稿は引き続き減少を予想。チラシについても、新聞発行減、版型縮小、枚数減等により低調に推移する見通し。

<出版動向>

- 日本出版販売によると、2025年から2026年の年末年始(12/27-1/3)の売上前年比は、1.2%マイナス。雑誌、コミックが前年割れとなる一方で、書籍は3年連続で前年を上回った。

<書店 総店舗数と坪数推移 (一般社団法人 日本出版インフラセンター)>

年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
総店舗数	12,653	12,343	11,952	11,495	10,918	10,417
坪数計	1,202,680	1,176,342	1,156,896	1,125,325	1,070,172	1,018,355

- 日本出版インフラセンターによると、2024年3月時点の全国の書店数は1万417店で10年前の1万4,658店から4,241店減少した。

<携帯電話契約数>

- 電気通信事業者協会(TCA)によると、2025年9月末時点(7-9月)の携帯電話の契約数は主要3社合計で2億1,976万件となり、前期比(4-6月)比で0.8%のプラスとなった。

<紙の使用量に影響すると見られる動き>

- ・紙チラシの有効性～カタログ、チラシ、パンフレット等の発行回数や部数の減少、判型縮小、グレードダウン等は続くものの、大手通販等では、紙とデジタルの集客効果を調査比較し、紙チラシが購買行動に強い影響を持っていることを確認。紙チラシとテレビやデジタルを併用するといった動きも。
- ・サイバー攻撃の影響～大手企業へのサイバー攻撃をきっかけに紙の信頼性を見直す動きが出てきている。
- ・教科書の紙とデジタル併用～北欧(スウェーデン・フィンランド・ノルウェー)では、国際学力調査での読解力低下などを背景に、「長文を読み、読解力を高めるため」紙を優先。デジタルは高学年や特定教科で活用。韓国では、AIデジタル教科書を「教育資料」に格下げ。早急な導入への現場の戸惑いも影響。
- ・政府の「書店活性化プラン」～書店の減少に歯止めをかけるため、本を効率的に管理できるICタグの普及と書店での関連機器の導入を支援し、円滑な出版流通や書店経営の実現を目指す。また、返品については経済産業省が事務局となり、出版社や出版取次、書店が参加する研究会を開いて抑制のための検討を進める。
- ・地方自治体の基幹業務システムの統一・標準化～システムの統一・標準化により、コストを抑えるとともに、行政の効率化を目指す。全自治体の41.6%の自治体で、当初目標の2025年度末までに間に合わない見通し。間に合わない自治体については、デジタル庁が支援し、30年度末までの完了を目指す。

<新聞用紙の軽量化 ～ 内需に占めるXL・SLの比率 [単位:%] >

	2024年平均	2025年1Q	2Q	3Q	4Q
XL(40g/㎡)	43.1	50.5	51.8	52.8	53.5
SL(43g/㎡)	50.8	43.7	41.9	40.8	40.2
その他	6.1	5.8	6.3	6.4	6.3

② パッケージング用紙及び衛生用紙関連の動向

＜大型商業施設等の出店・開業＞

●東京都稲城市のよみうりランド敷地内に、日本初の常設屋外ポケモンテーマパーク「ポケパークカントー(PokePark KANTO)」が2026年2月5日にグランドオープン。ポケモンの世界を“自然の中で実際に歩き、出会い、発見する”ことをコンセプトに掲げ、約2.6haの敷地には、600種類以上のポケモンを探しながら約500mの森を散策できる「Pokémon Forest(ポケモンフォレスト)」と、ポケモンセンターでのリアル体験やショー、パレードなどを楽しめる街型エリア「Sedge Town(セッジタウン)」の2エリアを展開する。入場チケットの好調な販売状況や高い話題性に加え、世界的に高い認知度を誇るポケモンブランドを背景に、ファミリー層からコアファンまで幅広い層の来場が見込まれる。

●愛知県名古屋市において、大型ラグジュアリーモール「HAERA(ハエラ)」が2026年初夏に開業予定。HAERAは、名古屋・栄地区の主要再開発プロジェクトである「ザ・ランドマーク名古屋栄」(地上41階、地下4階)の地上4階から地下2階に位置し、約65店舗のファッション、アート、ライフスタイル、飲食・スイーツなど多彩なショップを展開する。施設名は「栄える(はえる)」と「era(時代)」を組み合わせた造語で、感性が交差する“ミュージアムのような体験価値”を提供する空間をコンセプトとしている。世界的ラグジュアリーブランドの旗艦店やニュークラシック系ファッション、食の体験ゾーンを揃え、栄エリアにおける新たな賑わい創出と文化発信の拠点となることを目指す。地下鉄東山線・名城線の栄駅直結という高い利便性を備え、地域活性化への寄与も期待されている。

＜訪日外客数[万人] (株式会社JTB)＞

2021年	2022年	2023年	2024年	2025年(予)	2026年(予)
25	383	2,507	3,687	4,260	4,140

●2026年の訪日外国人旅行者数は、4,140万人(前年比2.8%マイナス)と予測されている。コロナ禍後の回復に伴う需要押し上げ効果は一巡し、中国・香港からの訪日需要の減少や円高進行が下振れ要因となり、旅行者数は前年を下回る見通しである。

＜主な物販系分野のB to C-ECの市場規模[前年比%] (経済産業省)＞

	2022年	2023年	2024年
食品、飲料、酒類	+9.2	+6.5	+6.4
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	+3.8	+5.1	+2.3
化粧品・医薬品	+7.5	+5.6	+4.5
生活雑貨・家具・インテリア	+3.5	+5.0	+3.6
衣類・服飾雑貨等	+5.0	+4.8	+4.7

＜脱プラ・減プラに向けた近年の企業の対応＞

●東罐興業(株)は、神戸市の資源回収ステーション「エコノバ」において、2026年1月6日から3月31日まで、一般家庭から排出されるアイスクリームやヨーグルト用の紙製食品容器を対象とした回収実証実験を実施中。市民が洗浄・乾燥した容器を持ち込む分別回収を通じて、回収物の品質や数量、回収・処理コスト、効果的な啓発方法などを検証し、紙製食品容器のリサイクル率向上とプラスチック容器代替を支える回収スキームの構築を目指す。

＜自動車市場の見通し (一般社団法人 日本自動車タイヤ協会)＞

	2024年	2025年(予)	前年比	2026年(予)	前年比
生産台数(千台)	8,235	8,348	+1.4%	8,253	▲1.1%
国内販売台数(千台)	4,421	4,565	+3.3%	4,584	+0.4%

●2026年の自動車生産台数は、減少する見通し。2019年(9,684千台)比では、8割半ばの水準にとどまる。

＜全国のドラッグストアの店舗数の推移(一般社団法人 日本チェーンドラッグストア協会)＞

2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2030年度(予)
21,725	22,084	23,041	23,723	35,000

●2024年度版日本のドラッグストア実態調査によると、2024年度の店舗数は前年比682店舗増。同協会の産業予測(2022年10月公表)では、2030年度に35,000店まで増加すると予測。

＜世帯数の将来推計(国立社会保障・人口問題研究所)※2024年4月公表＞

●世帯数の推計によると、2026年は5,740万世帯(前年比13万世帯増)、世帯総数は単独世帯の増加を背景に増加を続け、2030年にピーク(約5,773万世帯)を迎える。世帯数の増加は衛生用紙の内需にプラスに寄与。

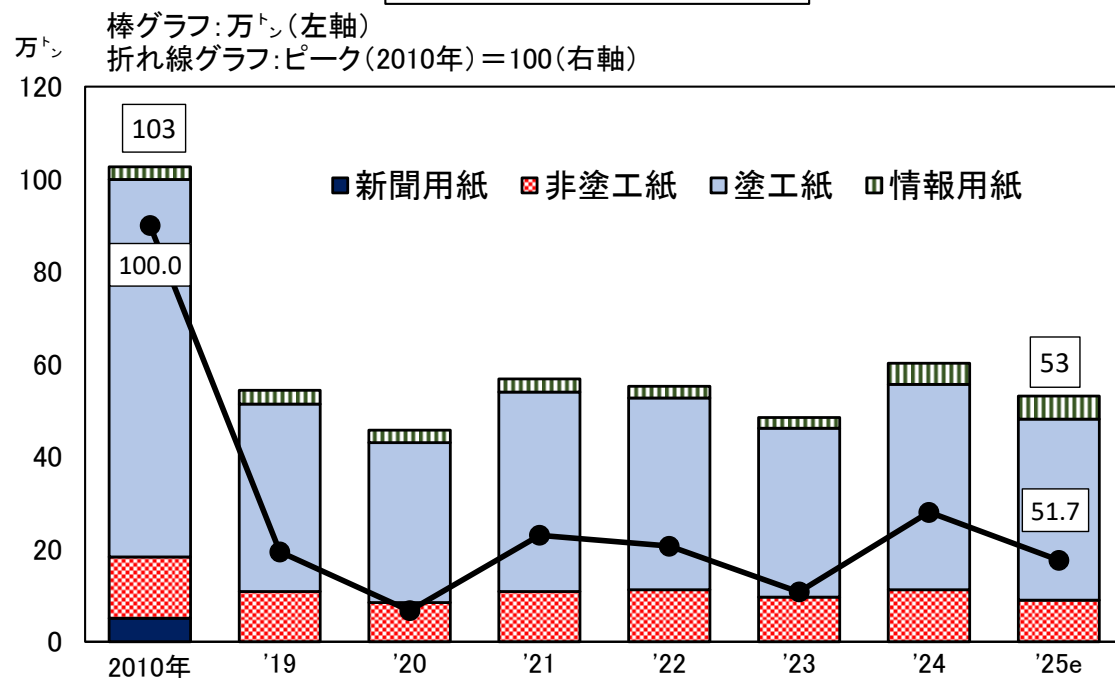
＜トイレトペーパーのコンパクト化(日本家庭紙工業会)＞

1ロールの長さ	2025年1-6月	前年比	ロール幅	2025年1-6月	前年比
61m以上(長巻)	シェア:60.7%	+4.8pt	114mm未満	シェア:71.0%	+3.2pt

●倍巻等のトイレトペーパーの長尺化が進行。消費者は交換回数を減らせる点、メーカーは積載効率の向上、コスト減等のメリットが見込める。ロール幅の縮小(114mm未満)も加速。
●ティシュペーパーはソフトパックが伸長。ソフトパックの市場シェアは2025年11月時点で、前年比4.5pt増の31.0%、5月以降3割を上回っている。一般的なシートサイズは、ボックスタイプが縦220mm×横200mm程度に対し、ソフトタイプが縦200mm×横180mm程度と、面積ベースでは約2割近くコンパクト化。ソフトパックティシュへのシフトは重量ベースではマイナスに作用。

③ グラフィック用紙輸出動向

グラフィック用紙 輸出量



仕向け地

(単位: 千トン、%)

	2023	2024	2025e	構成比
アジア	466	572	496	93.3
中国	90	83	83	15.6
韓国	35	37	30	5.7
台湾	74	73	73	13.7
ASEAN	156	198	162	30.5
インド	75	140	114	21.5
その他	18	31	36	6.7
合計	484	602	531	100.0

「近年の動向」

★グラフィック用紙の輸出は、2024年はインド向けの増加等により3年ぶりのプラスとなっていたが、2025年は再びマイナスに転じた。2025年の水準は、ピークの2010年(103万トン)と比較すると5割強となっている。

★品種別では、塗工印刷用紙が中心。新聞用紙は2017年以降、輸出実績がない。輸出先としては、アジアが圧倒的なシェアを占める。

「2026年予想」

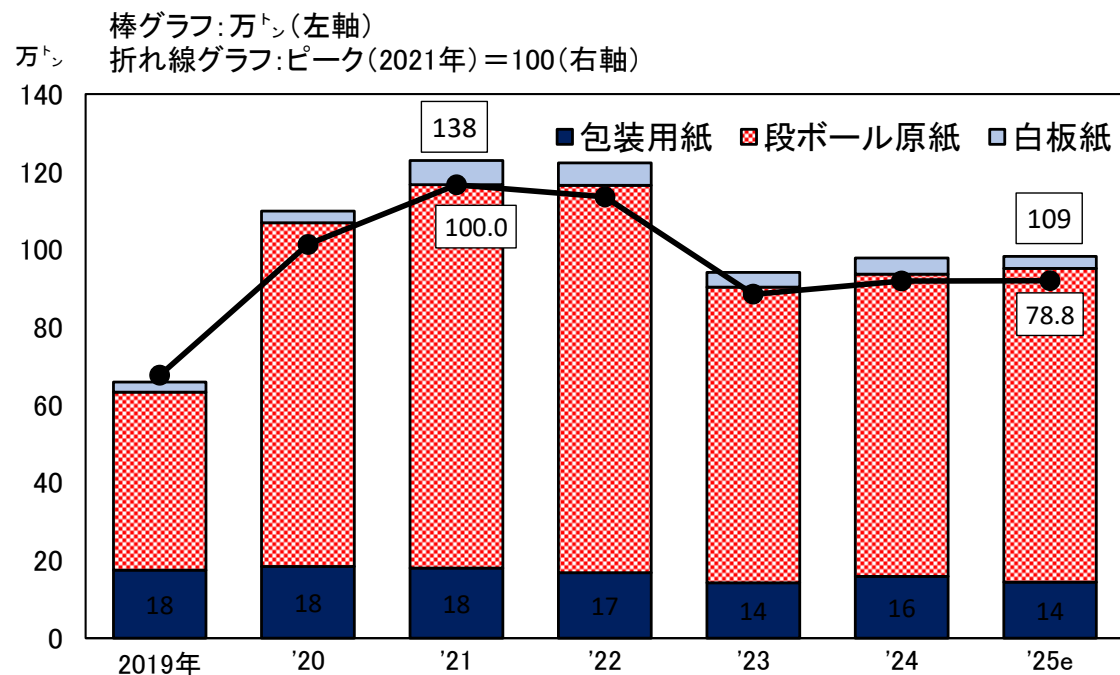
☆中国、ASEAN諸国、インド等の需要動向について、先行きは不透明で見通すことは困難だが、内需低迷に伴う輸出シフトが予想され、高品質な日本品への評価もあること等から、全体としては、横ばいないし増加が予想される。

☆主な増減要因としては、以下のような点が挙げられる。

増加要因	減少要因
<ul style="list-style-type: none"> ・ 内需低迷による輸出シフトの可能性 ・ 高品質で安定供給可能な日本品の優位性 ・ 加工用途の伸長期待 	<ul style="list-style-type: none"> ・ デジタル化進展等による構造的な需要不振 ・ 中国をはじめとしたアジア経済の先行き不透明感 ・ 海外企業の拡販による競争激化

④ パッケージング用紙輸出動向

パッケージング用紙 輸出量



仕向け地

(単位: 千トン、%)

	2023	2024	2025e	構成比
アジア	1,038	1,076	1,080	99.4
中国	390	309	318	29.3
韓国	139	161	167	15.4
台湾	92	105	105	9.7
ASEAN	402	484	467	43.0
インド	5	9	12	1.1
その他	7	10	6	0.6
合計	1,045	1,085	1,086	100.0

「近年の動向」

★パッケージング用紙の輸出は2020年に初めて100万トンを突破し、2021年は138万トンと過去最高を更新した。その後は2年連続でマイナスとなっていたが、2024年はプラスに転じた。2025年はほぼ前年並み、ピーク比では8割の水準となっている。

★品種別では、段ボール原紙が中心。輸出先としては、ほとんどが中国を中心とした東アジア、ASEAN諸国等となっている。

「2026年予想」

☆内需低迷により輸出シフトが生じる可能性はあるが、アジア市場の先行きは不透明で、パッケージング用紙の需要増は見込めない中、中国企業等の能力増により供給過剰懸念が大きいことから、全体としては、前年並みないし減少が見込まれる。

☆主な増減要因としては、以下のような点が挙げられる。

増加要因	減少要因
<ul style="list-style-type: none"> ・ 内需低迷による輸出シフトの可能性 ・ 海外企業の価格修正により、輸出採算が改善する可能性 ・ 脱プラ・減プラによる紙化の動き 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中国をはじめとしたアジア経済の先行き不透明感 ・ 中国企業等の能力増による供給過剰、競争激化

⑤ 内需の定義及び予想の方法

●内需の定義について

「内需」は、国内出荷に輸入を加えた上で、流通在庫の増減分を加味して算出している。なお、輸入には、「原紙需給に大きく影響するとみられる紙製品及び原紙に類似した紙製品」として、ティシュペーパー、トイレットペーパー、タオル用紙及びミルクカートン用紙(ポリエチレンラミネートしたもの)を含めている。

$$\text{内需量} = \text{国内出荷量} + \text{輸入量} + \text{流通在庫量の前年比増減量}$$

●予想の方法について

内需予想値は、紙・板紙のユーザー、流通関係者、会員企業等の担当者へのヒアリング及びアンケート調査(2025年11月下旬実施)等を参考に算出(主要品種別に積み上げ)。参考として、輸出動向についてもアンケート調査を実施。

なお、内需予想値及び見込み数値等は、2025年末時点で得られた11月までの実績を基に作成(予想値は内需量のみ)。