

2007年 紙・板紙内需見通し

日本製紙連合会

2007年1月22日

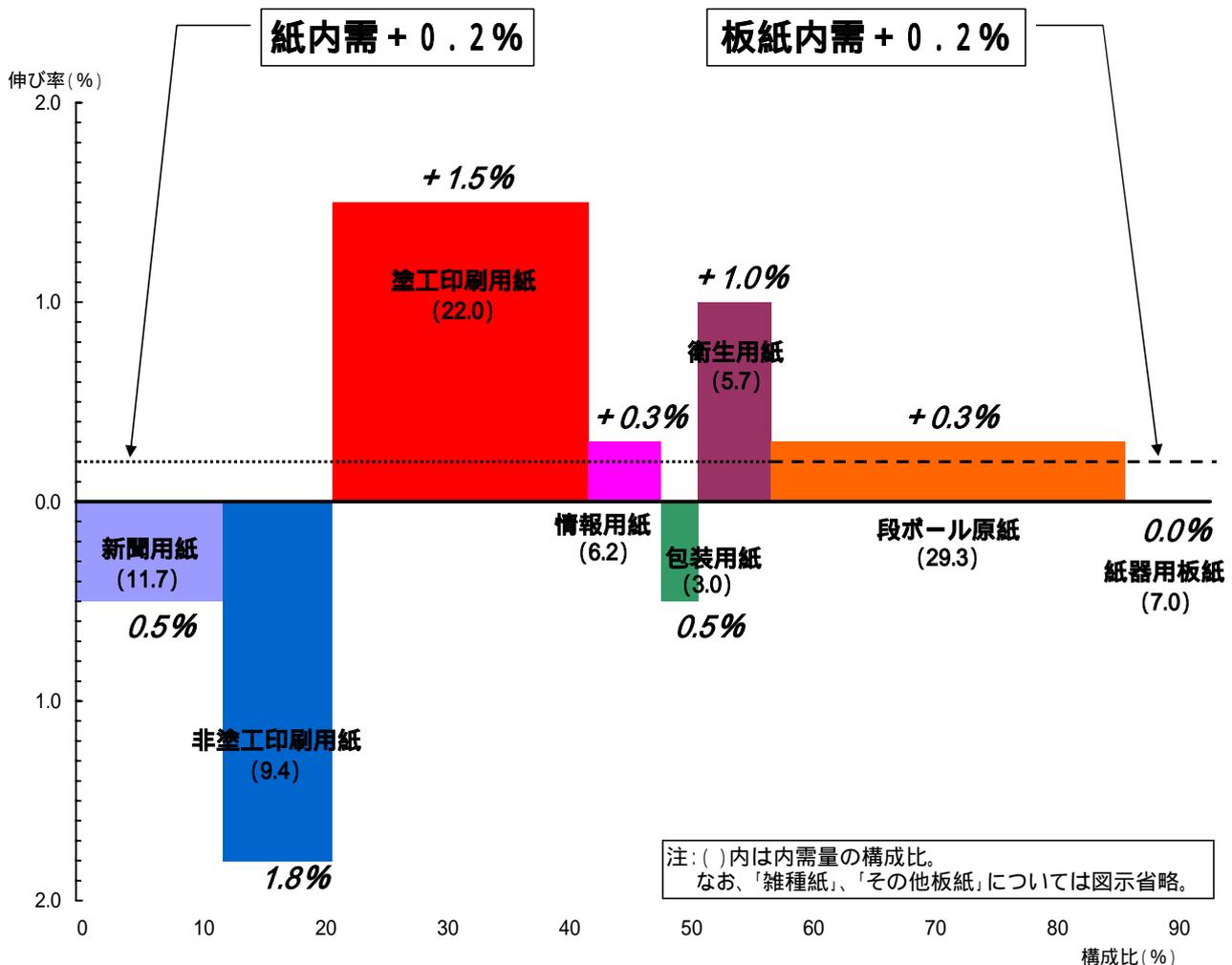
要約

経済情勢：企業部門の改善が家計に波及し、個人消費等内需中心の緩やかな景気拡大が持続する見込み。実質GDP成長率は政府、民間とも2%程度と予測。

紙・板紙合計の内需：前年比0.2%（6.6万トン）増と予測。過去最高の2000年の内需量を僅かながらも（0.1%）依然超えられない水準。

紙の内需：0.2%（4万トン余り）増と予測。牽引するのは塗工印刷用紙で1.5%（10万トン余り）増を予測。好調な企業業績、景気拡大、販売競争の激化、団塊世代の大量退職などを背景に広告活動、特に安価で特定の地域、顧客層に的を絞った販促用チラシ、DM、カタログの需要拡大が寄与するとみた。

板紙の内需：0.2%（2万トン余り）増と予測。牽引するのは段ボール原紙で0.3%（3万トン弱）増を予測。個人消費等内需主体の景気拡大が寄与。最大需要分野の加工食品向けは、安心、安全、健康、こだわり志向をキーワードに堅調持続とみた。ユーザーのコスト削減要請強く、原紙の軽量化、箱の簡素化は強まる方向。



2007年紙・板紙需要見通しコメント

品 種	前年比増増減率	コ メ ン ト
新聞用紙	0.5%	発行部数は、朝刊は微減も夕刊は減少、全体では僅かながら減 頁数は微増を予測。広告出稿量は、景気拡大持続も今年の主なイベントは選挙（地方、参院）世界陸上、モーターショーくらいと昨年より小粒で、横這い程度。紙面の刷新・充実は継続される見込み 休刊日数は昨年と同じ 坪量40g物の比率は前年比0.6ポイント上昇。
非塗工印刷用紙	1.8%	上級印刷紙は、印刷物内製化によるPPCへの移行等もあるが、汎用性があり報告書・目論見書・説明書類等底堅い需要が継続し微増。8月の金融商品取引法の施行も寄与 中下級紙は、主力の出版向けは雑誌を中心に依然厳しく、フリーペーパー向けも飽和感が有り、減少傾向続く ビジュアル化の進展で塗工紙への移行も継続。
塗工印刷用紙	+1.5%	広告は好調な企業業績、個人消費の拡大を背景に堅調持続。特に安価で特定の地域、顧客層に的を絞った広告媒体としてのチラシ、DM、カタログ類の需要は堅調持続 大画面薄型TV、カーナビなどAV機器の販売続伸や、携帯電話もサービスの多様化、春の2社の新規参入などに伴うチラシ、説明書類の需要堅調 小売は11月の改正都市計画法全面施行前の大型ショッピングセンターの開業ラッシュや家電量販店、高級専門店、ドラッグストア等の出店攻勢続く 自動車販売は新車投入・販売店の改装・新設意欲強い 旅行は、人数・費用とも海外旅行中心に堅調持続 団塊世代の大量退職をターゲットとする金融商品の販売促進に伴う需要増に期待 住宅着工は高水準持続、首都圏のマンション販売は増大 微塗工、軽量コートを中心に需要増加。
情報用紙	+0.3%	主力のPPCは、プリンターの複合機能化、企業内小口印刷物の内製化、フォーム用紙等のカット紙化等から堅調な伸び持続 感熱紙はハンディーターミナル、チケット、ラベル向けや、中国等の需要増に伴う加工用原紙の内需増に期待 フォーム用紙はストックフォームを主に減。複写原紙は伝票類の減少、電子化進む。カット紙へ移行。
印刷情報用紙計	+0.4%	塗工紙を牽引役として2年連続の内需増。過去最高を更新の見込。
未晒包装紙	1.0%	主力の重袋用クラフト紙は砂糖は堅調持続も、昨年不作の米麦向けやクロスコンテナ化の進む合成樹脂向け等は期待難。軽包装は、手提げ袋向けは堅調も、一般袋を主に改正容リ法の影響を懸念。
晒包装紙	±0.0%	晒クラフト紙は、樹脂袋や安価な輸入品との競合有るも、専門店向け手提げ袋や請求書・DM用封筒向け等に期待 純白ロール紙は加工用に期待も包装用は不振 その他の晒包装は需要減持続。
包装用紙計	0.5%	改正容リ法の施行等需要環境は厳しく、内需は微減と予測。
衛生用紙	+1.0%	トイレトペーパーは必需品として増加傾向持続 ティッシュペーパーも需要底堅く微増 価格上昇は需要抑制も高付加価値品に期待 タオル用紙は業務用（商業施設、病院・介護向け）に期待も家庭用は横這い。
雑種紙	0.5%	工業用雑種紙は、健康食品向けの食品容器用、物流関連ラベル・AV機器用シール台紙等接着紙、デジカメ等画像出力用やデジタル家電用電気絶縁紙に期待も、電子部品関連の積層板原紙は海外移転が進むなど、他の用途は概して不振 家庭用雑種紙は引続き減少。
紙 計	+0.2%	今年の紙需要は、内需主体の景気拡大持続を背景に、印刷情報用紙（特に塗工紙）を中心として昨年を僅かながら上回る増加が期待できると予測 Web2.0等インターネット高度化の影響に注視。

注： 印はマイナス

品 種	前年比増減率	コ メ ン ト
ラ イ ナ ー	+0.3%	個人消費等内需主体の景気拡大持続見込から物流量の増加に期待 最大分野の加工食品向けは飽和感あるが、安心、安全、健康、こだわり志向をキーワードに堅調持続。好調な無糖飲料では緑茶に一服感あるもミネラルウォーターは好調持続。野菜系飲料、豆乳類等も堅調。機能食品や特保等のサプリメント類も堅調持続。酒類では飲酒運転取締り強化による抑制要因もあるが、酒類の多様化継続。核家族化、高齢化から家庭用冷凍食品、レンジ対応レトルト食品、中食類は堅調 青果物は作付面積減少や輸入野菜増、プラコンへの移行は懸念材料も、小箱化、異業種の農業参入に期待 電気・機械器具は大画面薄型TV、ページプリンタ等の事務機器は好調持続。白物家電は海外生産への移転あるも洗濯乾燥機、食器洗い乾燥機等の高機能商品に期待。ゲーム機も好調 薬品・化粧品類はドリンク剤、ヘアケア・ボディケア商品類堅調、セルフ化粧品拡大 繊維・窯業・雑貨製品類は、輸入増・住宅着工伸び悩みで期待難 通販・宅配は、ネット・TV通販市場拡大、産地直送品も堅調 その他の製箱は紙製品類、ペット、アウトドア用品等に期待 ユーザーのコスト削減姿勢強く、原紙の軽量化、箱の簡素化は強まる方向。
中 芯 原 紙	+0.3%	中芯の使用比率高まる傾向も、ここではライナーと同程度の伸びを想定。
段ボール原紙計	+0.3%	段ボールシートの需要は0.8%増程度と想定(4年連続で過去最高を更新)。
白 板 紙	+0.1%	主力のコート白ボールは個人消費の堅調化から需要は総じて底堅いが、ユーザーの包装コスト削減要請強い。洗剤等日用品は不振、食品・菓子類も飽和感があり、イベント関連需要も期待難だが、中食類、産地直送品、ドリンク剤等は堅調。ゲーム機類に期待。美装性・コスト要因により他品種からのシフトも マニラボールは、自動車、デジタル家電向け販促用カタログ類に期待も、出版向けは期待難。包装用はドリンク、健康補助食品類、薬品、ブランド化粧・装身具、ヨーグルト等健康志向食品向けカップ類は堅調。
黄チップ・色板	1.5%	貼箱・機械箱から印刷箱(折畳箱)への移行で白板紙へシフト 出版・文具用とも不振継続。
紙器用板紙計	±0.0%	紙器需要は、ユーザーの包装コスト削減(省包装、軟包装材への移行)姿勢強く、昨年に続き内需横這いを予測。
その他の板紙	0.7%	石膏ボード原紙は、公共工事向けは引き続き減少、新設住宅向けも伸び悩むがリフォーム、小売業の新規出店・改装、首都圏マンション等に期待 防水原紙は減少傾向持続 紙管原紙は最大需要先の化成品フィルムで、自動車関連向けは引き続き堅調も化繊向け等他用途は概して横這いしないし不振。
板 紙 計	+0.2%	内需を主体とする景気拡大を背景に、段ボール原紙を牽引役として前年比微増を予測。1997年実績を依然3%下回る見込み。
紙・板紙合計	+0.2%	僅かな伸びにとどまるものの、塗工印刷用紙、衛生用紙、段ボール原紙を牽引役として、需要増が見込まれると予測。

注：印はマイナス

【参考-1】経済見通し(会計年度ベース)

項目	政府経済見通し		民間31機関平均値	
	2006年度	2007年度	2006年度	2007年度
実質GDP	+1.9%	+2.0%	+2.0%	+1.9%
鉱工業生産	+4.5%	+2.1%	+3.8%	+2.4%

【国際機関の暦年見通し】

(実質GDP)	2006年	2007年
OECD	+2.5%	+2.0%
世界銀行	+2.9%	+2.4%

【参考-2】紙・板紙内需の対実質GDP弾性値

データ期間	紙・板紙合計	紙	板紙
過去10年間(96~06年)	0.31	0.50	0.01
過去5年間(01~06年)	0.29	0.37	0.17

紙・板紙内需実績推移及び2007年見通し

(単位:千トン、%:対前年増減率)

	品 種	2000年実績		2001年実績		2002年実績		2003年実績		2004年実績		2005年実績		2006年実績(見込み)		2007年見通し	
紙	新聞用紙	3,699	2.8	3,736	1.0	3,702	0.9	3,677	0.7	3,755	2.1	3,759	0.1	3,765	0.2	3,746	0.5
	非塗工印刷用紙	3,510	0.7	3,416	2.7	3,271	4.2	3,195	2.3	3,194	0.0	3,125	2.2	3,070	1.8	3,015	1.8
	塗工印刷用紙	6,462	9.0	6,376	1.3	6,314	1.0	6,538	3.5	6,807	4.1	6,876	1.0	6,952	1.1	7,056	1.5
	情報用紙	1,891	0.6	1,867	1.3	1,888	1.1	1,937	2.6	1,981	2.3	1,977	0.2	1,990	0.7	1,995	0.3
	印刷・情報用紙計	11,864	5.0	11,659	1.7	11,473	1.6	11,670	1.7	11,982	2.7	11,978	0.0	12,012	0.3	12,066	0.4
	未晒包装紙	658	0.6	622	5.5	595	4.3	599	0.7	603	0.7	598	0.8	604	1.0	598	1.0
	晒包装紙	383	4.4	367	4.2	359	2.2	348	3.1	352	1.1	354	0.6	357	0.8	357	0.0
	包装用紙計	1,041	2.0	989	5.0	954	3.5	947	0.7	955	0.8	952	0.3	960	0.8	955	0.5
	衛生用紙	1,720	1.0	1,740	1.2	1,705	2.0	1,710	0.3	1,739	1.7	1,796	3.3	1,820	1.3	1,839	1.0
	雑種紙	1,097	3.8	1,047	4.6	1,059	1.1	1,045	1.3	1,057	1.1	989	6.4	1,008	1.9	1,003	0.5
紙 計	19,421	4.0	19,171	1.3	18,893	1.5	19,050	0.8	19,487	2.3	19,473	0.1	19,565	0.5	19,609	0.2	
板	ライナー	5,719	2.8	5,582	2.4	5,538	0.8	5,543	0.1	5,616	1.3	5,616	0.0	5,615	0.0	5,632	0.3
	中芯原紙	3,673	3.2	3,600	2.0	3,607	0.2	3,647	1.1	3,694	1.3	3,726	0.9	3,759	0.9	3,770	0.3
	段ボール原紙計	9,392	2.9	9,182	2.2	9,144	0.4	9,190	0.5	9,310	1.3	9,342	0.3	9,374	0.3	9,402	0.3
	白板紙	2,072	2.8	2,010	3.0	2,025	0.7	2,029	0.2	2,037	0.4	2,029	0.4	2,030	0.0	2,033	0.1
	黄チップ・色板	243	0.8	223	8.2	209	6.3	210	0.5	209	0.5	206	1.4	206	0.0	203	1.5
	紙器用板紙計	2,314	2.6	2,233	3.5	2,235	0.1	2,239	0.2	2,246	0.3	2,236	0.4	2,236	0.0	2,236	0.0
	その他の板紙	1,006	1.8	946	6.0	878	7.2	881	0.3	880	0.1	858	2.5	868	1.2	862	0.7
	板 紙 計	12,713	2.8	12,361	2.8	12,257	0.8	12,309	0.4	12,435	1.0	12,435	0.0	12,478	0.3	12,500	0.2
紙・板紙計	32,133	3.5	31,532	1.9	31,150	1.2	31,359	0.7	31,923	1.8	31,909	0.0	32,043	0.4	32,109	0.2	

注: 内需 = 国内出荷 + 輸入 ± 流通在庫増減分
(但し、輸入にはトイレットペーパー及びミルクカートン用紙を含む)

2007年 紙・板紙内需見通しの概要

1. 内需の定義

「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。また、輸入には、「原紙に類似した紙製品」として、トイレットペーパーとミルクカートン用紙（ポリエチレンラミネートしたもの）の数量も加算している。

2. 2006年の紙・板紙内需実績見込

昨年の紙・板紙内需実績見込量は、着実な景気回復を背景に当初の見通しを0.2ポイント上回る、前年比0.4%増の3,204万トンとなった（以下、%表示は特掲しない限り前年比を示す）。6年ぶりに3,200万トン台に回復したが、過去のピークである2000年の水準を依然僅かながら下回っている。紙は0.5%増の1,957万トン（2004年の過去最高を更新）、板紙は0.3%増の1,248万トンと共に前年を上回った。

なお、内需の数量では下期は上期を上回ったが、伸び率では上期の1.4%増に対し下期は0.5%のマイナスと伸び悩み、後半の内需は不振であった。

品種別に見ると、紙では、約6割を占める印刷・情報用紙が0.3%の微増となり、2年ぶりに過去最高を更新した。この分野の需要を牽引したのはこれまでと同様塗工印刷用紙で、順調な企業収益による広告費の増大や雇用環境の改善を背景に、デジタル家電、携帯電話、自動車、旅行、小売向けなどのチラシ・カタログ・パンフレット類等商業印刷向けを中心に総じて堅調であった。また、新聞用紙は、サッカーW杯、冬季オリンピックなどの大型イベントも寄与し0.2%増となり、PPC用紙の需要も堅調に推移し、夫々過去最高を更新した。また衛生用紙は、ティシュペーパーは前年の反動から減少したが価格効果が寄与したトイレットペーパーの伸びに支えられ1.3%増と比較的高い伸びを示した（4年連続の増、過去最高を更新）。他方、低迷していた雑種紙や包装用紙も、1.9%増、0.8%増と、それぞれ前年を上回った。

板紙では、3/4を占める段ボール原紙は、ライナーは横ばい微減も中芯原紙の伸びに支えられ0.3%増と、微増ながらも4年連続前年を上回った。しかし、段ボールシートの生産（面積ベース）は1%程度増加しており、原紙の軽量化や箱の簡略化が目立っている。主力の食品向けでは、青果物向けは天候不順もあって低迷したが、加工食品向けは茶系飲料・機能性飲料や健康食品、簡易調理食品類などが牽引し、引き続き堅調に推移した。電気・機械器具向けも薄型TV・デジタル家電の好調から増加した。一方、紙器用板紙は横這いとなり、主力の白板紙が年央からティシュ業界の生産調整の影響を受け盛り上がり欠けたほか、黄チップ・色板紙も低調に推移した。なお、その他の板紙は1.2%増と前年を上回った。

3. 2007年の紙・板紙内需予測

1) 2007年の景気動向

2007年の景気は、米国経済の減速や原油価格の高止まり、社会保険料の負担増、金利上昇などの懸念材料はあるが、企業部門の改善が家計に波及し、個人消費等内需を中心に緩やかな景気拡大が持続する見込みである。

2007会計年度の実質GDP成長率は、政府(+2.0%)も民間調査機関(31機関平均+1.9%)も大差ない見通しとなっている。また、国際機関の2007暦年見通しでもOECD+2.0%、世界銀行+2.4%と、概ね2%前後の成長が予測されている。

この内需見通しは、主要品種別に、ユーザー、流通、製紙企業夫々の担当者にヒアリングし、それらを元に予測しているが、その予測をマクロ的にチェックする指標としての実質GDP成長率を2%とした。

2) 主要品種別の動向

(1) 新聞用紙

新聞用紙の需要は、基本的には発行部数と頁数の増減によって決まる。発行部数は、朝刊は横ばい乃至微減、夕刊は引続き減少すると見られ、全体では微減と予想される。一方、頁数は横ばい乃至微増となろう。広告出稿は、景気拡大持続も前年の冬季オリンピックやサッカーW杯のような大型イベントがないことから横ばい程度にとどまるが、今年も紙面の刷新・充実は継続される見込。これらから、新聞用紙の内需は連数ベース(43g/m²換算)で0.4%減、40g/m²比率は7.7%程度と前年比微増となり、重量ベースでは0.5%減の375万トンと予測した。

(2) 印刷・情報用紙

印刷・情報用紙の約6割を占める塗工印刷用紙の内需は、チラシ・カタログ・パンフレットなど販促用の商業印刷向けに引き続き堅調な伸びが予想される。期待される分野としては、販売続伸が予測される「大画面薄型TV」、事業者の新規参入や新機種販売によるキャンペーン展開が予想される「携帯電話」、新基本ソフト(OS)販売に伴い新製品が投入される「パソコン」、首都圏のマンション供給が増加する「不動産」、ショッピングセンター等大型小売店舗、ドラッグストア等出店攻勢続く「小売」、海外旅行者(特に団塊世代を中心としたシニア)を主に増加が予想される「旅行」などが挙げられよう。また、出版関係では塗工紙主体の創刊雑誌、フリーマガジンに期待。以上から、塗工印刷用紙の内需は、軽量コート紙・微塗工紙を中心に引き続き1.5%増加し、印刷・情報用紙需要増加の牽引役となろう。

非塗工印刷用紙について、上級印刷紙は、小口印刷物の内製化によるPPC用紙へのシフトや電子化に伴う帳票類の削減など減少要因もあるが、汎用性がありチラシや目論見書・説明書等向けに底堅い需要が期待され、微増程度と見込まれる。中・下級印刷紙は、主たる需要先である出版業界の状況は、雑誌を中心に依然厳しく、ビジュアル化の進展で塗工印刷用紙へのシフトも続き、返品率も上昇気味で期待出来ない。また電話帳等ダイレクトリー類も縮小の方向にある。以上から、非塗工印刷用紙の内需は、1.8%減と予測した。

情報用紙は、6割を占めるPPC用紙が引き続き需要を牽引。PPC用紙は、他品種からのシフト、小口印刷物の内製化、オフィス・個人でのプリンター・インターネット等の出力用として堅調に推移するが、需要の裾野拡大は一巡し、伸びは鈍化すると予測。一方、フォーム用紙は、デザインフォームはオンデマンド印刷による帳票、請求書、DM向け等で健闘も、ストックフォームの継続的な需要減により全体では減少を見込む。複写原紙も電子帳票化、カット紙化等の影響から引き続き減少。また感熱紙は、ラベル向け、ハンディターミナル、チケット等の簡易印刷物向けは伸長も、FAX向けの減少に加え、電子ジャーナル化の進展から横這いしないし微減。以上を勘案し、情報用紙の内需は0.3%増と予測した。

以上、印刷・情報用紙全体では0.4%増の1,207万トンと2年連続のプラスとなり、前年

に続き過去最高を更新するものと予測した。

(3) 包装用紙

未晒包装用紙は、主力の重袋用両更クラフト紙で砂糖向けは比較的底堅いものの、合成樹脂、化学薬品、セメント、米麦、製粉向けなど主要分野は概して不振が続き、前年を下回る見通し。軽包装用は、一部で晒品から割安な未晒品への切換えもみられるが、容り法やコスト面から省包装、小型化や薄物化が継続する。手提げ袋は堅調に推移することが見込めるが、事務用封筒向けは上質系の白物や色物へのシフト、また圧着葉書・フィルム封筒の増加で縮小の方向。

一方、晒包装紙は両更晒品を主体に専門店、ブランド店向けの高級手提げ袋や請求書・DM用封筒類を中心に引き続き増加が期待される。純白ロール紙は、包装用は他紙への変更や省包装で減少が見込まれるものの加工用は堅調に推移すると予測される。その他の晒包装紙は需要減が継続する見込み。

全般的にみて包装用紙は、環境やコストの両面から省包装の動きが継続する見込み。包装用紙全体では0.5%減の96万トンと再びマイナスに転じると予測した。

(4) 衛生用紙

人口減少時代に入り、ティシュペーパー・トイレットペーパー市場は成熟化しているものの、ともに生活必需品としての底堅い需要が見込める。トイレットペーパーはホテル、オフィス、SC等の商業施設のオープンによる新規需要に期待。ティシュペーパーは、花粉飛散量や風邪の流行等の要因に左右されるが、微増を予測。タオル用紙は、家庭向けのキッチンタオルは普及一巡から横這いも、業務向けタオルペーパーは、ハンドドライヤーの普及が進んでいるものの、大型商業施設やオフィスビル、病院・介護施設向けに堅調な需要を見込む。

以上から、衛生用紙の内需は1.0%増の184万トンと5年連続の増加となり、前年に続き過去最高を更新するものと予測した。

(5) 段ボール原紙

板紙内需の75%を占める段ボール原紙が、引き続き板紙需要増の牽引役となろう。企業部門を主とするこれまでの景気回復の効果が、今年は家計部門にも波及し、個人消費に明るさが増すと見られており、段ボールや原紙需要にプラスの影響を与えよう。

主要需要分野別に見ると、最大の需要分野である加工食品向け(全体の約4割)は、人口の減少、高齢化等から国内市場は成熟化しており、大きな伸びは期待できないが、今年も全体を牽引しよう。消費者の健康志向から、ミネラルウォーターや野菜系・機能性飲料初め、サプリメント類は引き続き増加しよう。茶系飲料も一服感あるものの需要は底堅い。また、飲酒運転取り締まり強化による抑制要因もあるが、第3のビール、ワイン、焼酎、低アルコール飲料、缶チューハイ等、酒類の多様化も需要を下支えしよう。核家族化や高齢化などライフスタイルの多様化から、利便性の高いレトルト食品・冷凍食品・レンジ対応製品、ドレッシング等も堅調な需要が見込まれる。青果物向け(約13%)は、天候に大きく左右されるが、本年も作付け面積の減少や業務用を主とする輸入野菜の増加(残留農薬問題で多少鈍化か)、プラコンへの切り替えなどマイナス懸念材料もあるが、箱の小型化や異業種の農業ビジネスへの参入といったプラス材料も期待できよう。電気・機械器具向け(約1割)は、地上デジタル放送視聴可能エリア拡大で大型薄型TVなどデジタル家電は引き続き販売好調、共働き世帯の増加、高齢化などライフスタイルの変化を背景に高付加価値の白物家電も伸びが見込まれる。その他

では、健康ドリンク剤、ヘアケア、セルフ化粧品等の需要が底堅くドラッグストアの店舗拡大が見込まれる薬品・化粧品分野や、ネット通販、産直ギフトの市場拡大から通販・宅配向けなども底堅い需要が見込まれる。その一方で、繊維製品向けは、生産拠点の海外シフトや輸入品の増大、ハンガーでの輸入・輸送の定着から依然低迷状態が続き、前年を下回る見込み。また陶磁器・ガラス製品・雑貨向けも安価な輸入品に押され回復は望めず減少と見る。

なおユーザーからの包装コスト削減要請は、年々強まる方向にあり、引き続き箱の簡略化、原紙の軽量化・薄物化といったマイナス要因は続くものと予想される。

以上の要因を勘案して、段ボール原紙の内需は、0.3%増の940万トンと5年連続のプラスを予測した。なお、この予測値が達成されると、940万トン台乗せは10年ぶりのことで、97年の過去最高に迫る水準となる。

(6) 紙器用板紙

主力のコート白ボールは、薄物化、省包装の動きは依然見られるものの、景気回復の持続や個人消費の堅調化から総じて底堅い動きとなろう。主力の食品分野では、食品、菓子類とも飽和感があり、イベント関連需要も期待薄だが、高齢化・ライフスタイルの多様化から家庭用レトルト食品、中食類などが、健康志向から健康食品類の需要などが堅調。また国内旅行の増加やこだわり志向からお土産品や産地直送品なども期待が持てる。ゲーム機の新製品や関連ソフト発売、ドラッグストアの相次ぐ出店やコンビニでの医薬品販売強化からドリンク剤、サプリメント、医薬品のパッケージ用にも期待。

マニラボールは、出版向けは依然低調も、通販、自動車等向け販促用パンフレット・カタログ類は堅調。トレーディングカード類は玩具の電子化により減少。紙器用途ではドリンク、健康補助食品等のサプリメント類、医薬品類、ブランド化粧品・装身具などで引き続き堅調な伸びが期待できるが、コスト面からコート白ボールへの移行も予測される。また、健康志向からヨーグルト、豆乳・酢・野菜飲料向けカップや紙パック類も堅調な動きが見込まれる。一方、ノーコート白ボール、一般マニラは他品種へのシフト継続で期待薄、また黄チップ・色板紙等は出版・文具類向けの減少と貼箱・機械箱から印刷箱（折り畳み箱）への移行で白板紙へシフト継続などもあって、厳しい状況が続くと予測。

紙器用板紙の内需は、ユーザーの省包装・包装コスト削減意欲は依然強く、紙箱の輸入も年々増える傾向にあり、全体的には伸び悩みの方向にある。以上により、紙器用板紙は、横ばいの224万トンと予測した。

3) まとめ

上記のような品種別見通しを積み上げた結果、2007年の紙・板紙の内需は、紙が0.2%、4.4万トン増の1,961万トン（過去最高を更新）、板紙が0.2%、2.2万トン増の1,250万トン（過去最高の1997年比2.5%低い）、合計で0.2%、6.6万トン増の3,211万トン（過去最高の2000年比0.1%、2.4万トン低い）と予測した。

2007年の紙・板紙内需増（前年比内需増加見込み6.6万トン）を牽引するのは、紙では、塗工印刷用紙（同10.4万トン）と衛生用紙（同1.9万トン）で、板紙では段ボール原紙（同2.8万トン）と予測、ほぼ近年の傾向が持続されると見ている。