

2024年 紙・板紙内需見通し報告

2024年1月22日



I.	2023年 紙・板紙内需実績見込み	P 3
II.	2024年 紙・板紙内需見通し	P 4～
III.	2024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. 2023年 紙・板紙内需実績見込み

(単位:トン、%)

品 種	国内出荷		輸 入		計		流通在庫増減	内 需 計			23年連合会 内需予想 (B)	(A)-(B)	
		前年比		前年比		前年比			前年比(A)	19年比			
紙	新聞用紙	1,680,674	▲9.8	0	-	1,680,674	▲9.8	0	1,680,674	▲9.8	▲30.2	▲8.0	▲1.8
	非塗工印刷用紙	1,337,179	▲10.3	11,431	▲40.9	1,348,610	▲10.7	▲5,476	1,354,086	▲10.5	▲26.2	▲8.0	▲2.5
	塗工印刷用紙	2,703,523	▲9.3	110,763	+11.7	2,814,286	▲8.6	26,751	2,787,535	▲9.3	▲31.8	▲8.0	▲1.3
	情報用紙	1,044,229	▲5.0	413,729	▲7.3	1,457,958	▲5.6	1,237	1,456,721	▲5.1	▲18.7	▲5.0	▲0.1
	印刷・情報用紙計	5,084,931	▲8.7	535,923	▲5.1	5,620,854	▲8.4	22,512	5,598,342	▲8.6	▲27.5	▲7.2	▲1.4
	包装用紙	610,180	▲10.6	10,423	▲18.3	620,603	▲10.8	▲4,510	625,113	▲9.0	▲11.2	+0.3	▲9.3
	衛生用紙	1,817,324	▲3.2	230,353	+9.2	2,047,677	▲1.9	0	2,047,677	▲1.9	▲0.1	+1.0	▲2.9
	紙 計	9,714,345	▲8.2	794,462	▲1.6	10,508,807	▲7.7	18,002	10,490,805	▲7.7	▲22.7	▲5.0	▲2.7
板紙	ライナー	5,300,930	▲3.7	21,890	▲49.7	5,322,820	▲4.0	▲2,487	5,325,307	▲4.0	▲3.7	+0.7	▲4.7
	中芯原紙	3,476,425	▲4.1	791	+7.4	3,477,216	▲4.1	635	3,476,581	▲4.1	▲4.4	+0.7	▲4.8
	段ボール原紙計	8,777,355	▲3.8	22,681	▲48.8	8,800,036	▲4.1	▲1,852	8,801,888	▲4.0	▲4.0	+0.7	▲4.7
	白板紙	1,326,446	▲3.4	336,298	▲14.8	1,662,744	▲5.9	4,917	1,657,827	▲5.8	▲9.2	+0.7	▲6.5
	紙器用板紙	1,441,730	▲3.7	336,298	▲14.8	1,778,028	▲6.0	4,719	1,773,309	▲5.9	▲9.5	+0.6	▲6.5
	板紙計	10,790,087	▲4.0	369,837	▲18.1	11,159,924	▲4.6	2,173	11,157,751	▲4.5	▲5.3	+0.7	▲5.2
紙・板紙計	20,504,432	▲6.0	1,164,299	▲7.6	21,668,731	▲6.1	20,175	21,648,556	▲6.1	▲14.6	▲2.1	▲4.0	
グラフィック用紙	6,765,605	▲9.0	535,923	▲5.1	7,301,528	▲8.7	22,512	7,279,016	▲8.9	▲28.1	▲7.4	▲1.5	
パッケージング用紙	11,921,503	▲4.7	398,023	▲17.7	12,319,526	▲5.2	▲2,337	12,321,863	▲5.0	▲6.5	+0.7	▲5.7	

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. 2024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	<ul style="list-style-type: none"> ● 景気は緩やかな回復基調 * 賃上げによる個人消費拡大期待 * インバウンド需要の増加 ● うるう年効果 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人口の減少／少子高齢化／人手不足 ● 物流2024年問題の影響 ● 景気下振れリスク * 海外経済の減速、物価動向の不確実性
グラフィック用紙	<ul style="list-style-type: none"> ● イベント開催 * パリオリンピック(7-8月) ● うるう年による発行日数増(新聞用紙) 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル化の加速 * 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) * 政府のデジタル化を推進する制度(電子帳簿保存法改正等) * スマートフォン等の利用拡大(コンテンツの充実) ● 軽量化、グレードダウン
パッケージング用紙	<ul style="list-style-type: none"> ● ネット通販等ECの拡大 ● 食品・化粧品関連市場の底堅い動き ● 電気・機械関連需要の回復 ● 脱プラ・減プラによる紙化の動き 	<ul style="list-style-type: none"> ● 包装様式の変化 * 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 ● 軽量化 ● 封筒需要の減少
衛生用紙	<ul style="list-style-type: none"> ● 衛生意識の定着 	<ul style="list-style-type: none"> ● コンパクト化(サイズダウン、坪量ダウン) * 省スペース化 * 物流効率化 ● ハンドタオルの減少

②実績推移及び見通し

(単位:千トン、%)

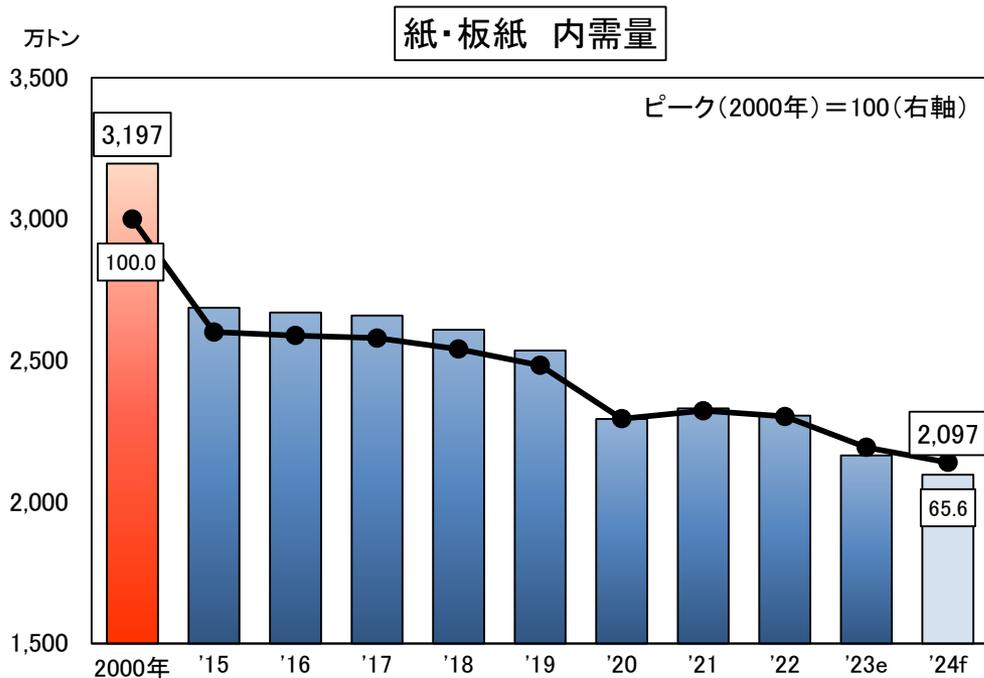
	品 種	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		2022年		2023年見込み		2024年見通し		
			前年比	19年比																
紙	新聞用紙	2,926	▲ 3.5	2,777	▲ 5.1	2,609	▲ 6.1	2,409	▲ 7.7	2,099	▲ 12.9	2,001	▲ 4.7	1,864	▲ 6.9	1,681	▲ 9.8	1,535	▲ 8.7	▲ 36.3
	非塗工印刷用紙	2,091	▲ 1.6	2,031	▲ 2.9	1,912	▲ 5.9	1,834	▲ 4.1	1,590	▲ 13.3	1,582	▲ 0.5	1,513	▲ 4.4	1,354	▲ 10.5	1,232	▲ 9.0	▲ 32.9
	塗工印刷用紙	4,743	▲ 4.3	4,598	▲ 3.1	4,296	▲ 6.6	4,090	▲ 4.8	3,203	▲ 21.7	3,242	▲ 1.2	3,074	▲ 5.2	2,788	▲ 9.3	2,535	▲ 9.0	▲ 38.0
	情報用紙	1,836	▲ 1.3	1,805	▲ 1.7	1,811	▲ 0.3	1,793	▲ 1.0	1,598	▲ 10.9	1,562	▲ 2.2	1,535	▲ 1.7	1,457	▲ 5.1	1,369	▲ 6.0	▲ 23.6
	印刷・情報用紙計	8,670	▲ 2.5	8,434	▲ 2.7	8,019	▲ 4.9	7,717	▲ 3.8	6,390	▲ 17.2	6,386	▲ 0.1	6,122	▲ 4.1	5,598	▲ 8.6	5,136	▲ 8.3	▲ 33.4
	包装用紙	717	▲ 1.7	714	▲ 0.4	723	▲ 1.3	704	▲ 2.6	612	▲ 13.1	662	▲ 8.2	687	▲ 3.7	625	▲ 9.0	613	▲ 2.0	▲ 13.0
	衛生用紙	1,994	▲ 2.5	1,994	▲ 0.0	1,974	▲ 1.0	2,050	▲ 3.8	2,038	▲ 0.6	2,015	▲ 1.1	2,087	▲ 3.6	2,048	▲ 1.9	1,996	▲ 2.5	▲ 2.6
	紙 計	15,037	▲ 2.0	14,695	▲ 2.3	14,069	▲ 4.3	13,574	▲ 3.5	11,751	▲ 13.4	11,693	▲ 0.5	11,363	▲ 2.8	10,491	▲ 7.7	9,813	▲ 6.5	▲ 27.7
板紙	ライナー	5,431	▲ 1.8	5,553	▲ 2.2	5,614	▲ 1.1	5,531	▲ 1.5	5,327	▲ 3.7	5,523	▲ 3.7	5,545	▲ 0.4	5,325	▲ 4.0	5,336	+0.2	▲ 3.5
	中芯原紙	3,590	▲ 1.2	3,652	▲ 1.7	3,700	▲ 1.3	3,636	▲ 1.7	3,491	▲ 4.0	3,621	▲ 3.7	3,624	▲ 0.1	3,477	▲ 4.1	3,484	+0.2	▲ 4.2
	段ボール原紙計	9,022	▲ 1.5	9,204	▲ 2.0	9,314	▲ 1.2	9,167	▲ 1.6	8,818	▲ 3.8	9,143	▲ 3.7	9,169	▲ 0.3	8,802	▲ 4.0	8,819	+0.2	▲ 3.8
	白板紙	1,856	▲ 1.0	1,884	▲ 1.5	1,886	▲ 0.1	1,825	▲ 3.2	1,659	▲ 9.1	1,715	▲ 3.4	1,760	▲ 2.6	1,658	▲ 5.8	1,648	▲ 0.6	▲ 9.7
	紙器用板紙計	1,999	▲ 0.8	2,026	▲ 1.3	2,029	▲ 0.2	1,960	▲ 3.4	1,775	▲ 9.4	1,838	▲ 3.5	1,885	▲ 2.5	1,773	▲ 5.9	1,760	▲ 0.8	▲ 10.2
	板 紙 計	11,665	▲ 1.3	11,892	▲ 1.9	12,025	▲ 1.1	11,785	▲ 2.0	11,190	▲ 5.1	11,611	▲ 3.8	11,686	▲ 0.6	11,158	▲ 4.5	11,155	▲ 0.0	▲ 5.3
紙・板紙 計	26,702	▲ 0.6	26,587	▲ 0.4	26,094	▲ 1.9	25,359	▲ 2.8	22,941	▲ 9.5	23,305	▲ 1.6	23,050	▲ 1.1	21,649	▲ 6.1	20,968	▲ 3.1	▲ 17.3	
グラフィック用紙		11,596	▲ 2.8	11,212	▲ 3.3	10,628	▲ 5.2	10,126	▲ 4.7	8,489	▲ 16.2	8,388	▲ 1.2	7,986	▲ 4.8	7,279	▲ 8.9	6,671	▲ 8.4	▲ 34.1
パッケージング用紙		13,112	▲ 0.9	13,381	▲ 2.1	13,492	▲ 0.8	13,184	▲ 2.3	12,414	▲ 5.8	12,902	▲ 3.9	12,976	▲ 0.6	12,322	▲ 5.0	12,301	▲ 0.2	▲ 6.7

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、前年比はトンベースによる。

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

Ⅲ. 2024年 主要品種別内需見通し

(1) 紙・板紙計 ～ グラフィック用紙や衛生用紙の減少により3年連続のマイナス ～

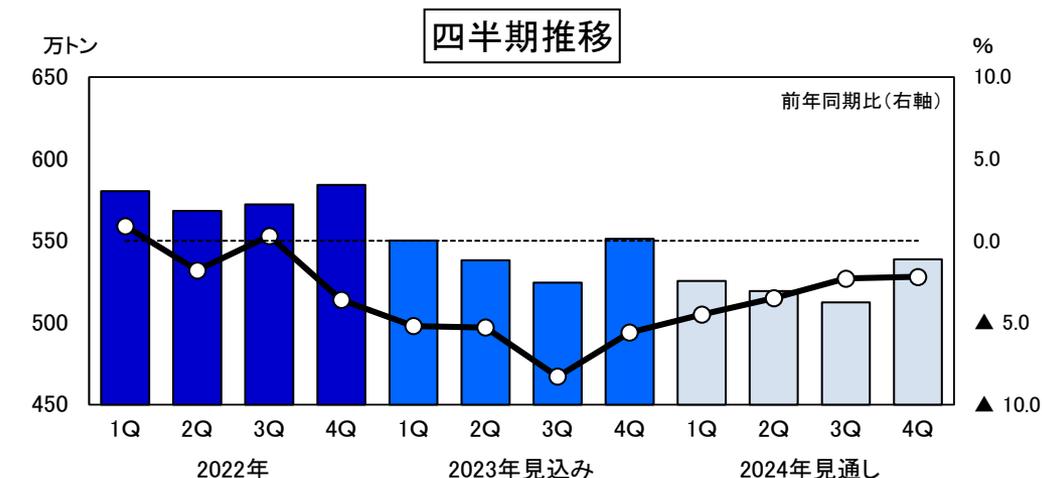


「近年の動向」

★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。2023年は、グラフィック用紙の不振が続いたほか、パッケージング用紙や衛生用紙も前年のプラスからマイナスに転じ、内需は6.1%減と、前年の1.1%減からマイナス幅が拡大した。

「2024年予想」

☆グラフィック用紙は、デジタル化により引き続きマイナスを予想。パッケージング用紙は、インバウンドの増加やネット通販向けの拡大等が寄与するものの、包装資材の削減等の動きもあり、全体としては、ほぼ前年並みを予想。衛生用紙はコンパクト化やハンドタオルの減少によりマイナスを予想。

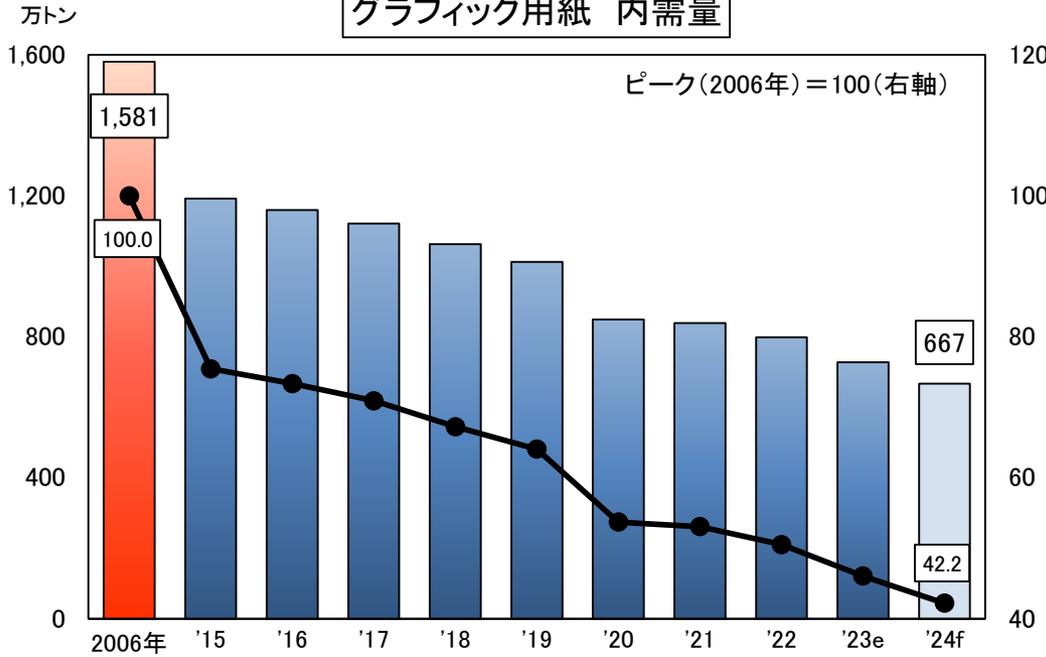


☆品種別見通しを積み上げると、紙・板紙計は2,097万トン、前年比3.1%減となる。用途別では、グラフィック用紙が8.4%減、パッケージング用紙が0.2%減、衛生用紙が2.5%減。紙・板紙計は3年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では17.3%減、過去のピークだった2000年に対しては、6割台半ばの水準となる。

☆四半期別では、各期ともマイナスだが、マイナス幅は縮小傾向と予想。

(2) グラフィック用紙 ~ デジタル化の影響大きく、各品種とも減少継続 ~

グラフィック用紙 内需量



「近年の動向」

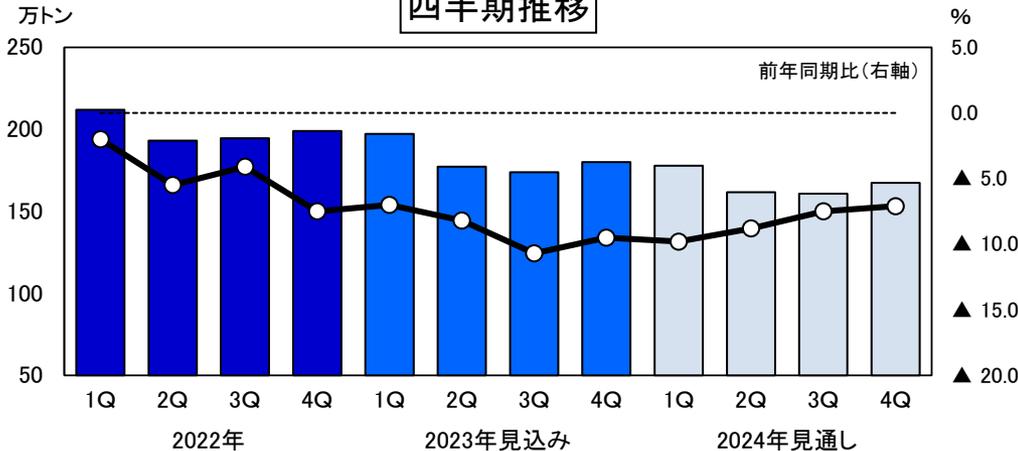
★グラフィック用紙の内需は、情報収集手段の多様化やデジタル化等の構造的要因により減少が続いている。2023年は、価格改定の影響もあり、新聞用紙、非塗工印刷用紙、塗工印刷用紙、情報用紙とも前年を下回り、内需は8.8%減と、前年の4.8%減からマイナス幅が拡大した。

「2024年予想」

☆新聞用紙、印刷・情報用紙ともに情報・広告分野を中心にデジタル化の加速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、グラフィック用紙は合計で667万トン、前年比8.4%減となる。新聞用紙が8.7%減、非塗工印刷用紙が9.0%減、塗工印刷用紙が9.0%減、情報用紙が6.0%減。グラフィック用紙は、18年連続のマイナスとなる見通し。また、2019年比では34.1%減、過去のピークだった2006年に対しては、4割強の水準となる。

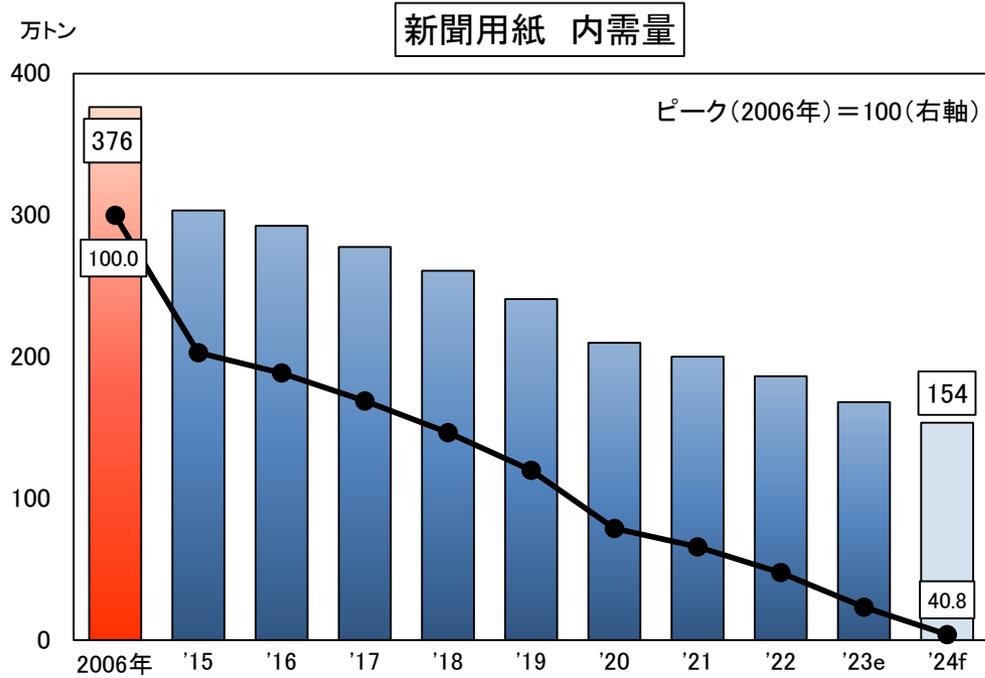
四半期推移



☆四半期別では、各期ともマイナス予想。

☆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 ~

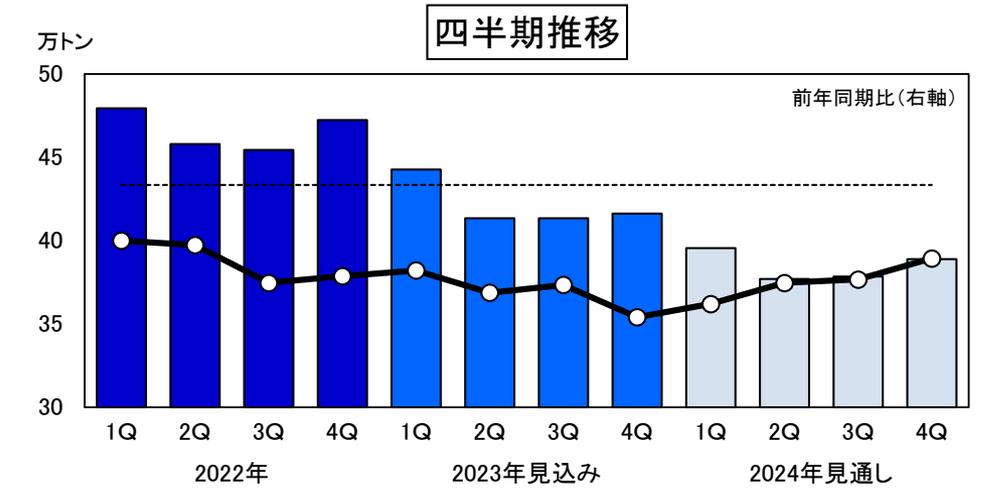


「近年の動向」

★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。2023年については、夕刊廃止等の動きから発行部数が大幅に減少し、広告出稿減から頁数も低調に推移したことから、内需は9.8%減と、前年の6.9%減からマイナス幅が拡大した。

「2024年予想」

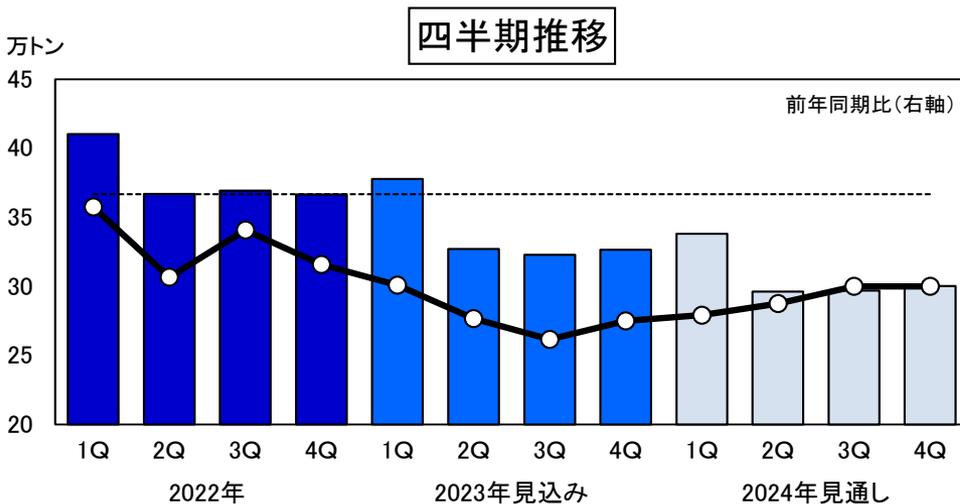
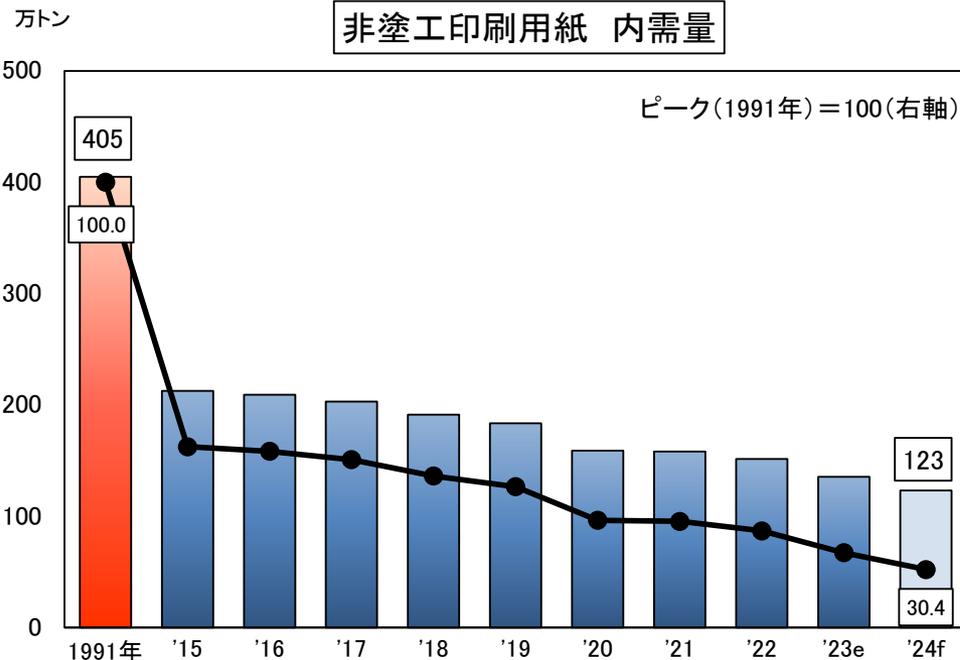
☆新聞用紙の内需は、基本的に発行部数と頁数の増減によって決まる。うち、発行部数は引き続き減少が見込まれる。ただし、2023年に比べ、マイナス幅はやや縮小する見込み。頁数についても、広告出稿に回復が期待できないこと等から、引き続きマイナスとなる見通し。スポット要因としては、うるう年による発行日数の増加や、7月から8月にかけてのパリオリンピックに伴う頁数の増加が挙げられるが、需要の押し上げ効果は限定的と予想される。



☆以上を勘案し、新聞用紙の内需は154万トン、前年比8.7%減を見込んだ。12年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では36.3%減、過去のピークだった2006年に対しては、4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、1-3月が最も大きく、年末に向けて縮小する見通し。

(2) - ② 非塗工印刷用紙 ~ デジタル化の加速、出版不振で減少継続 ~



「近年の動向」

★非塗工印刷用紙の内需は、デジタル化や出版不振等の影響により減少が続いている。2023年はデジタル化に加えて、物価高や価格改定等の影響もあり、商業印刷関係を中心に、需要家のコストダウン強化による使用量の削減が進んだことから、内需は10.5%減と、前年の4.4%減からマイナス幅が拡大した。

「2024年予想」

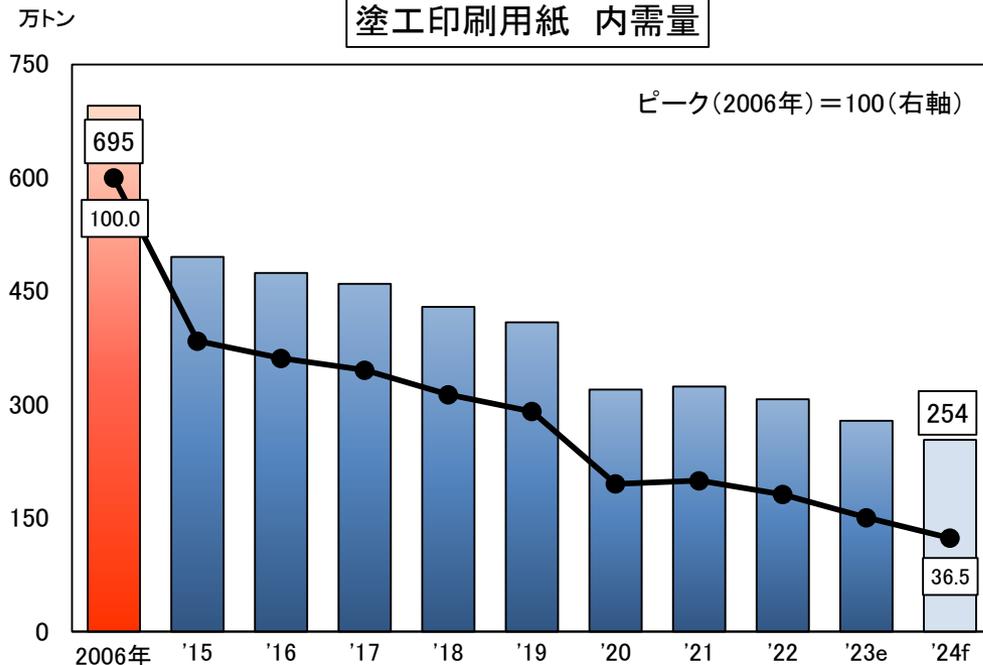
☆品種別には、上級印刷紙、中・下級印刷紙ともにマイナスを予想。上級印刷紙は汎用性が高く、チラシや目論見書・取扱説明書、学習参考書等、用途は多岐にわたるものの、デジタル化の加速や需要家のコストダウン強化による使用量削減の動きが広範囲で続くと見られることから、前年を下回ると予想。中・下級印刷紙は、主たる需要先である出版業界を取り巻く環境が依然厳しく、部数の減少が続く。デジタル化による情報源や娯楽の多様化等により、雑誌を中心に引き続き不振と見る。なお、パリオリンピック等イベントによる押し上げ効果は、ごく僅かと予想される。

☆以上を勘案し、**非塗工印刷用紙の内需は123万トン、前年比9.0%減を見込んだ。20年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では32.9%減、過去のピークだった1991年に対しては、3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、1-3月にやや拡大する見通し。

(2) - ③ 塗工印刷用紙 ~ユーザーのコストダウン強化、デジタル化の加速で減少継続~

塗工印刷用紙 内需量



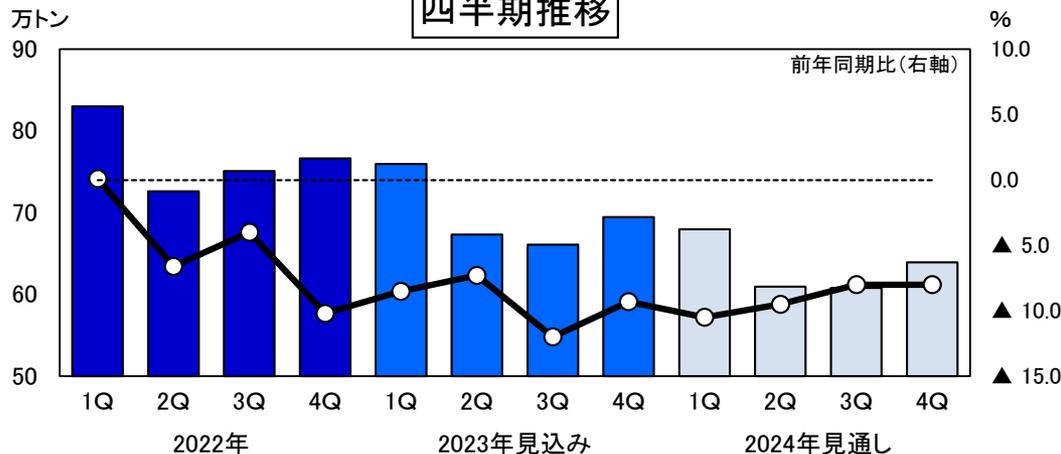
「近年の動向」

★塗工印刷用紙の内需は、コロナ禍を契機としたデジタル化の加速等により、2020年は21.7%減と大幅なマイナスを記録し、その後も回復の兆しはほとんど見られず、減少傾向が続いている。2023年はデジタル化に加えて価格改定や物価高に伴う販促費の抑制等から、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9.3%減と、前年の5.2%減からマイナス幅が拡大した。

「2024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若干の増加が期待されるものの、紙媒体にとっては厳しい状況が続く。デジタル化の加速や人口減少といった構造的な要因に加えて、物価高に伴い、企業のコスト削減姿勢は一層強まると見られる。販促費は抑制され、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、グレードダウン等が続くことから、内需は前年を下回ると予想。なお、パリオリンピック等イベントによる押し上げ効果は、ごく僅かと予想される。

四半期推移



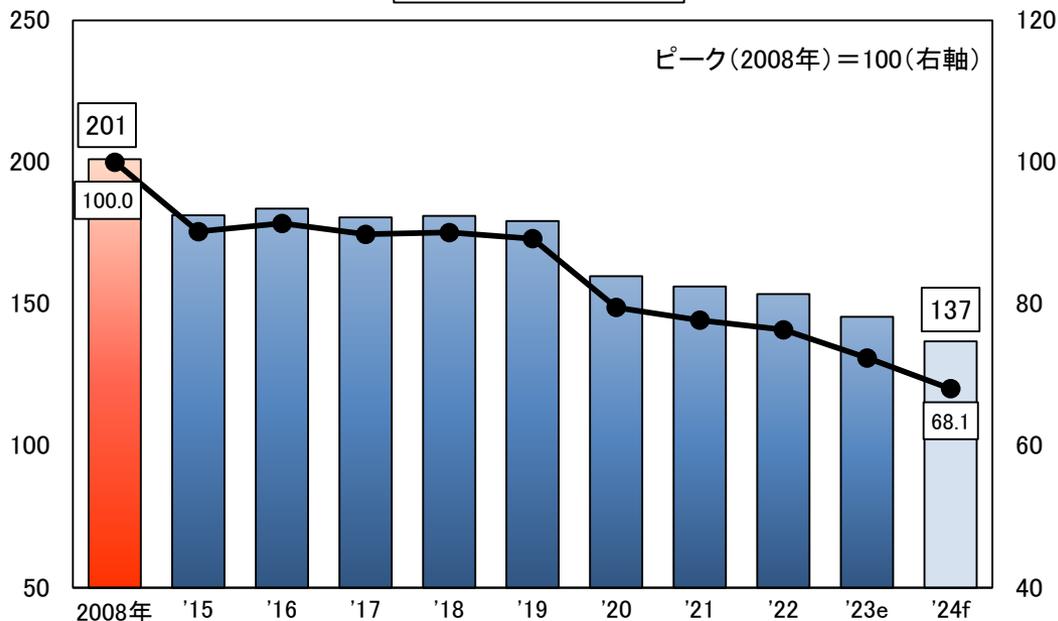
☆以上を勘案し、塗工印刷用紙の内需は254万トン、前年比9.0%減を見込んだ。3年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では38.0%減、過去のピークだった2006年に対しては、3割台半ば水準となる。

☆四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は、1-3月にやや拡大する見通し。

(2) - ④ 情報用紙

～ デジタル化の加速でPPCを中心に全体では減少継続 ～

情報用紙 内需量



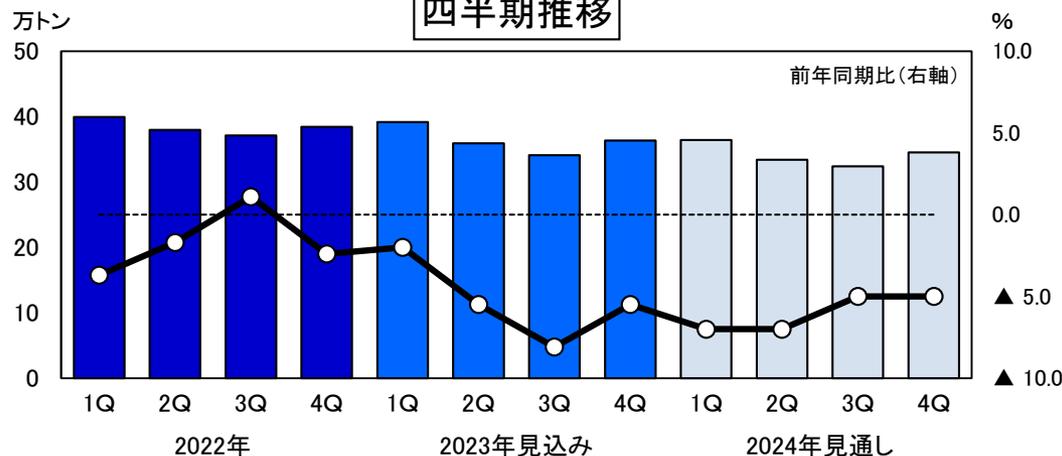
「近年の動向」

★情報用紙の内需は、コロナ禍の2020年に前年比10.9%減と、大幅なマイナスを記録し、その後も減少傾向が続いている。2023年は主力のPPC用紙を中心にデジタル化や価格改定による需要家の使用量の削減から内需は5.1%減と、前年の1.7%減からマイナス幅が拡大した。

「2024年予想」

☆品種別には、感熱紙原紙を除いてマイナスを予想。PPC用紙は在宅勤務制度やWeb会議の定着に加えて、企業や官公庁のコストダウン強化やデジタル化の推進により、使用量の削減が加速。また、フォーム用紙や複写原紙についてもデジタル化の影響によりマイナス。一方、感熱紙原紙は人流増に伴い、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と予想する。

四半期推移

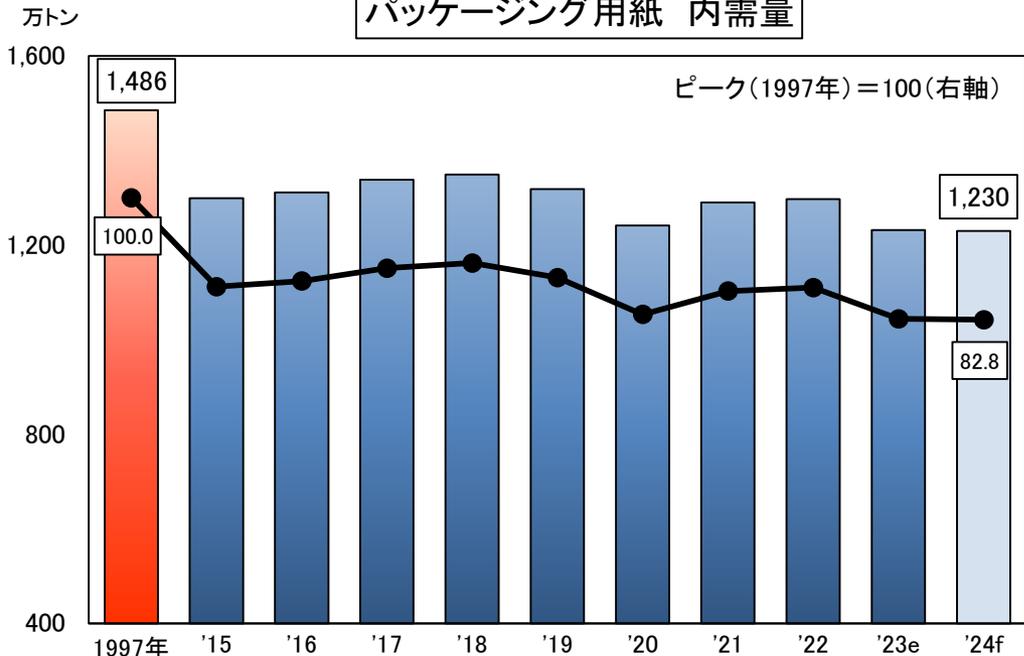


☆以上を勘案し、**情報用紙の内需は137万トン、前年比6.0%減を見込んだ。6年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では23.6%減、過去のピークだった2008年に対しては、7割弱の水準となる。**

☆**四半期別でもマイナスで推移すると予想。マイナス幅は、年前半にやや拡大する見通し。**

(3) パッケージング用紙 ~ 2年連続でコロナ禍の水準を下回る ~

パッケージング用紙 内需量



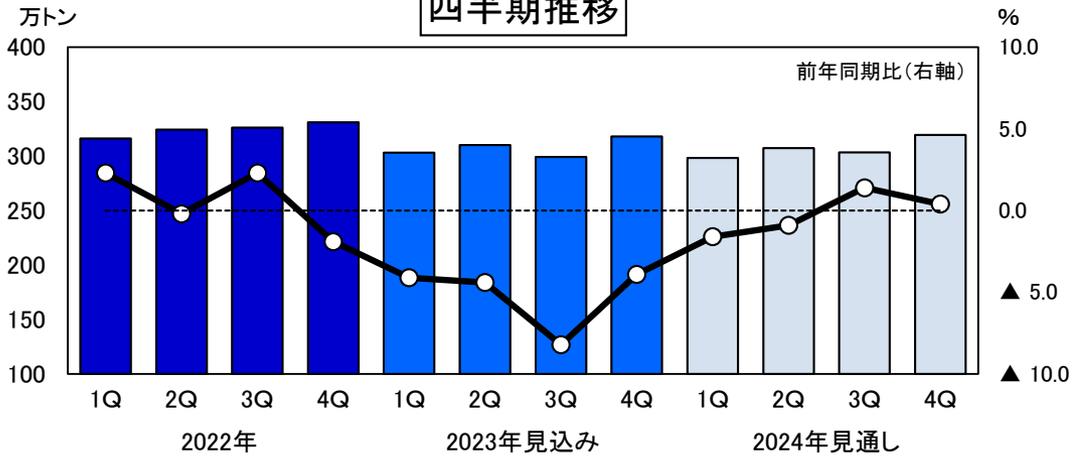
「近年の動向」

★パッケージング用紙の内需は、2010年以降、コロナ禍の2020年を除いて比較的堅調に推移している。2023年は諸物価高騰による消費マインドの低下等により包装用紙、段ボール原紙、白板紙ともに前年を下回り、内需は5.0%減と、3年ぶりに前年を下回った。

「2024年予想」

☆段ボール原紙は、軽量化等は懸念されるが、加工食品向けやネット通販向けの増加等により前年並みを予想。白板紙も、省包装化等はあるものの、人流増を背景とした化粧品向けや医薬品向けの増加等によりほぼ前年並み。一方、包装用紙は省包装・簡易包装化等によりマイナスを予想。

四半期推移



☆ 品種別の見通しを積み上げると、パッケージング用紙は合計で1,230万トン、前年比0.2%減となる。包装用紙が2.0%減、段ボール原紙が0.2%増、白板紙が0.6%減。パッケージング用紙は、2年連続のマイナスとなる見通し。また、2019年比では6.7%減、過去のピークだった1997年に対しては、8割強の水準となる。

☆ 四半期別では年後半の7-9月、10-12月がプラスで推移すると予想。特に前年が低水準だった7-9月では、プラス幅が比較的高くなる見通し。

☆ 詳細については当該品種頁参照。

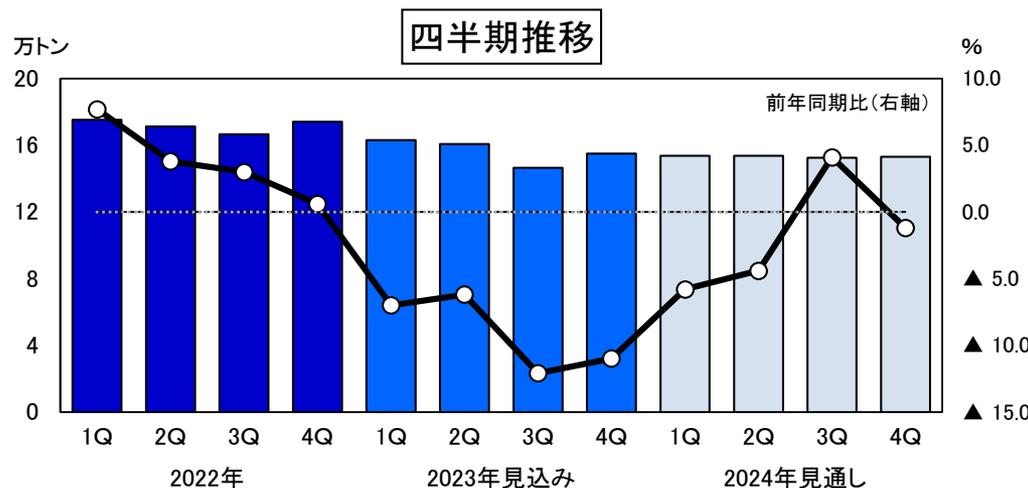
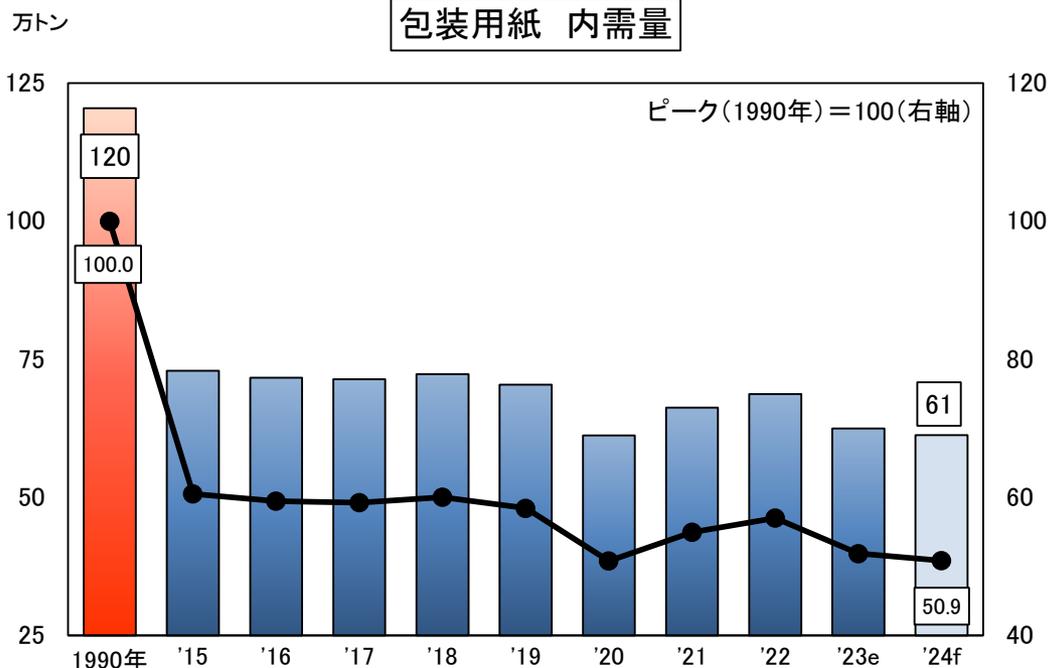
(3) - ① 包装用紙 ～ 2年連続のマイナス。ユーザーのコストダウン強化等が加速 ～

「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。2023年は、重包装向け、軽包装向けともに包装資材の削減に加え、物価高等による消費者の買い控え等による需要家・小売業者の在庫調整の長期化により、内需は9.0%減と、3年ぶりに前年を下回った。

「2024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マイナスを予想。重包装向けでは、合成樹脂等の産業関連向けは回復が期待されるが、フードロス対策やフレコン化、需要家からの低坪量化や減層化の要請によりマイナス。軽包装向けでは、マイバックの定着や紙袋の有料化等により前年を下回る。加工用途では、封筒向けは郵便料金の改定等により大幅減が見込まれるが、工業製品向け、食品包材向けを中心に堅調に推移する。なお、脱プラ・減プラによる需要の押し上げ効果は限定的。

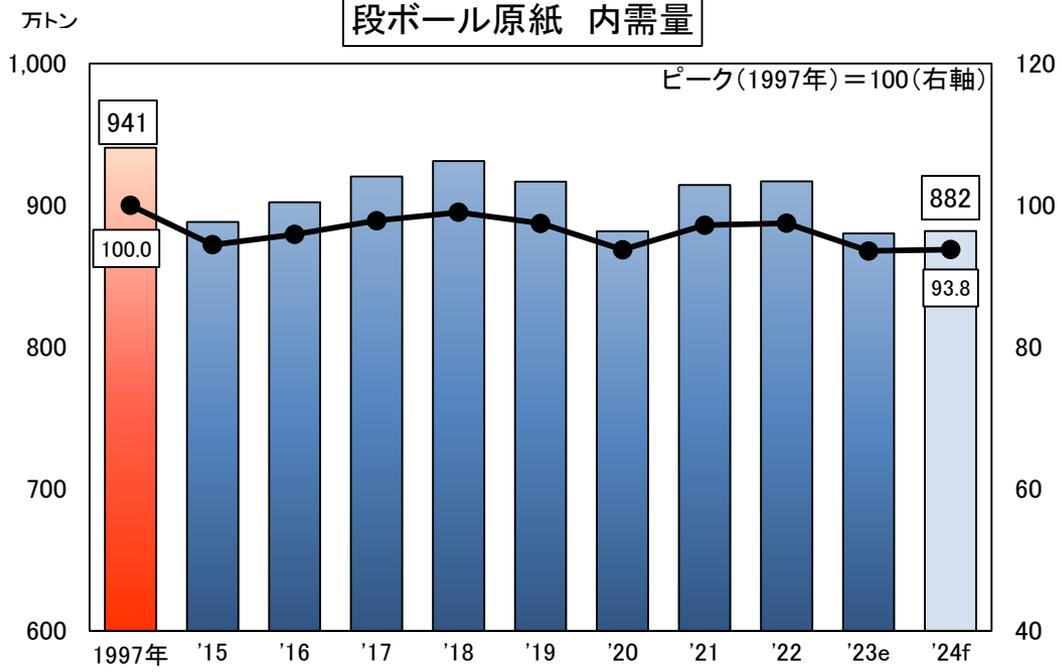


☆以上を勘案し、包装用紙の内需は61万トン、前年比2.0%減を見込んだ。2年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では13.0%減。過去のピークだった1990年に対しては、約5割の水準となる。

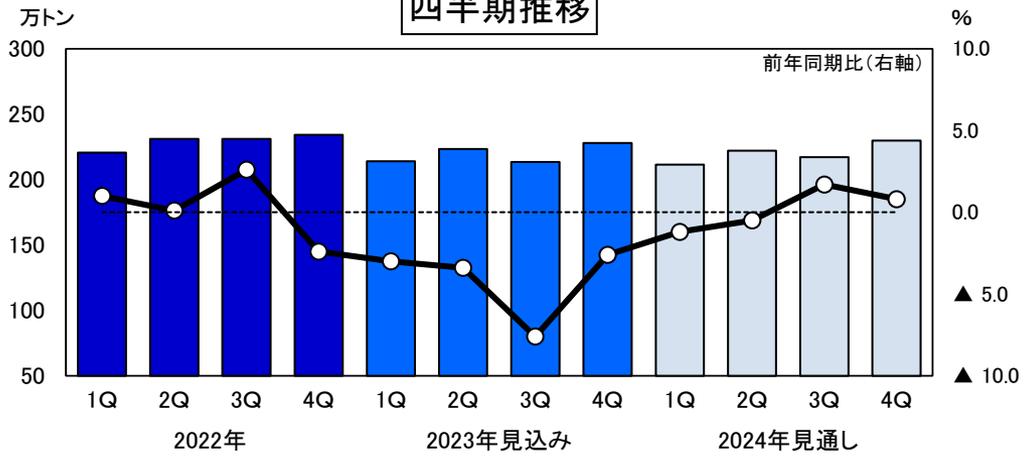
☆四半期別では、7-9月は前年が低水準だったこともありプラスとなるが、その他の期はマイナスで推移する見通し。

(3) - ② 段ボール原紙 ~ 2年ぶりのプラスも、コロナ禍と同水準止まり ~

段ボール原紙 内需量



四半期推移



「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増加傾向で推移している。2023年は、半導体等の部品不足の解消遅れ等で電気・機械器具向けがマイナス。主力の加工食品向けも物価高による消費マインドの低下により低調に推移し、内需は4.0%減と、前年の微増プラスからマイナスとなり、ほぼコロナ禍の水準となった(2020年比0.2%減)。

「2024年予想」

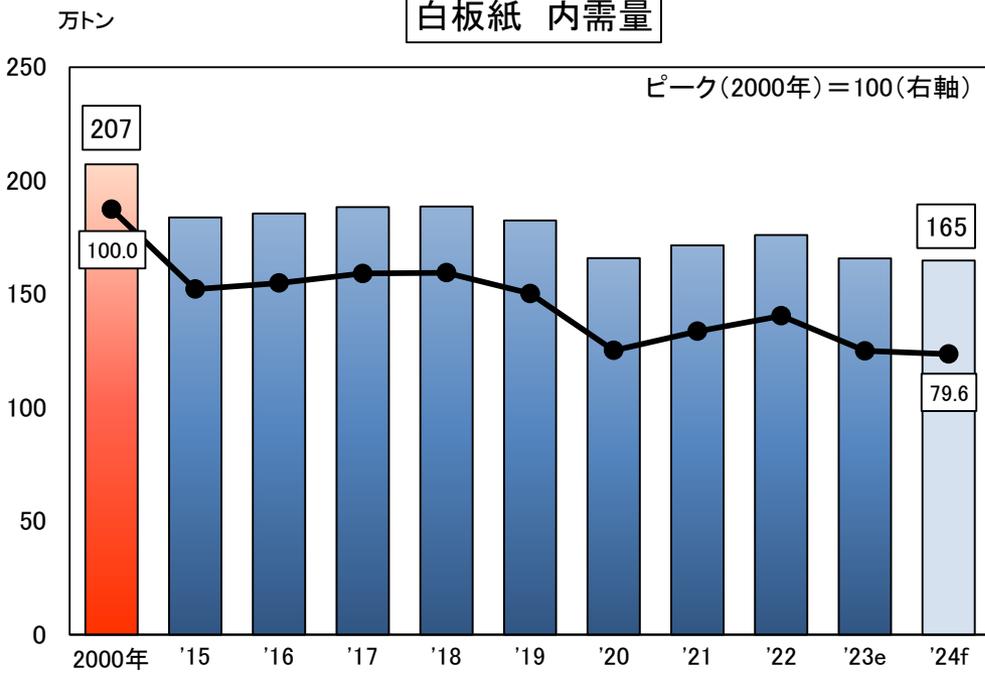
☆全国段ボール工業組合連合会の需要予測によれば、段ボールシートの生産は0.5%増。主要分野のうち、需要の約4割を占める加工食品向けでは、物価高による消費マインドの低下の一巡や人流増に伴う飲料関係の回復が見込まれる。青果物向けも猛暑による大幅な落ち込みからの回復を見込んでいる。電気・機械器具向けは、半導体不足の解消や住宅関連の緩やかな需要増、通販・宅配向けは、伸び率は鈍化も堅調に推移すると予測している。段ボール原紙は、これらの需要予測及び直近の軽量化、需要家によるコストダウンの強化も考慮し、段ボールシートよりも若干低い伸びになると予想した。

☆以上を勘案し、段ボール原紙の内需は882万トン、前年比0.2%増を見込んだ。前年並みだが2年ぶりのプラスとなる見通し。また、2019年比では3.8%減、過去のピークだった1997年に対しては、9割強の水準となる。

☆四半期別では7-9月、10-12月がプラスで推移すると予想。特に前年が低水準だった7-9月は、プラス幅が比較的高くなる見通し。

(3) - ③ 白板紙 ~ 2年連続のマイナス。消費者の買い控え一巡も、省包装化の動き ~

白板紙 内需量



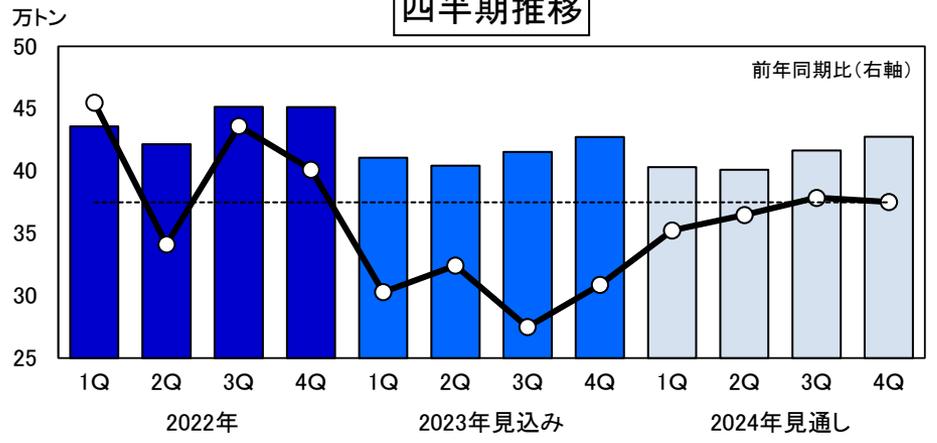
「近年の動向」

★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年は主要分野の食品向けを中心に、相次ぐ製品値上げによる消費者の買い控え、それに伴う食品メーカー等のユーザーの在庫調整の長期化により、5.8%減と、3年ぶりに前年を下回った。

「2024年予想」

☆インバウンドの増加等の人流増を背景に、化粧品、医薬品向けは引き続き堅調。各種イベント・キャンペーン向けPOP等の商業印刷向けの回復も期待されるほか、消費者の買い控えも一巡し、緩やかに改善するものと見られるが、その一方で出版向けの不振や前年好調であったトレーディングカードの一巡、物流問題等の諸々コスト高による需要家の包装資材削減(省包装化)等により、前年を僅かに下回ると予想。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。

四半期推移



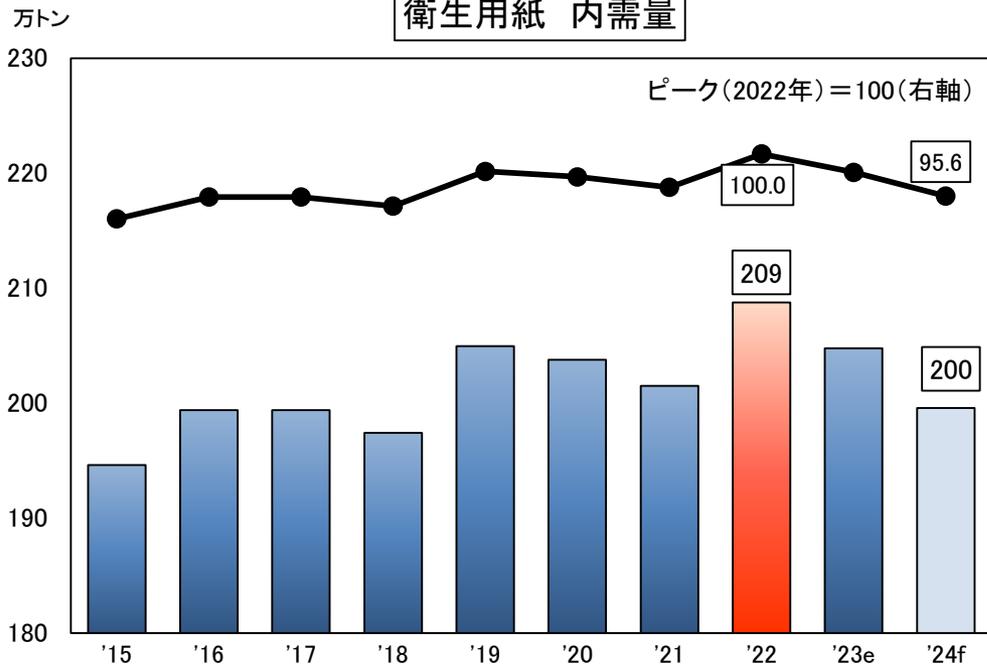
☆以上を勘案し、白板紙の内需は165万トン、前年比0.6%減を見込んだ。2年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では9.7%減。過去のピークだった2000年に対しては、約8割の水準。

☆四半期別では、年前半の1-3月、4-6月はマイナスとなるも、7-9月、10-12月は若干のプラスないしは横ばいで推移する見通し。

(4) 衛生用紙

～ 2年連続のマイナス。物流問題を背景にコンパクト化が加速 ～

衛生用紙 内需量



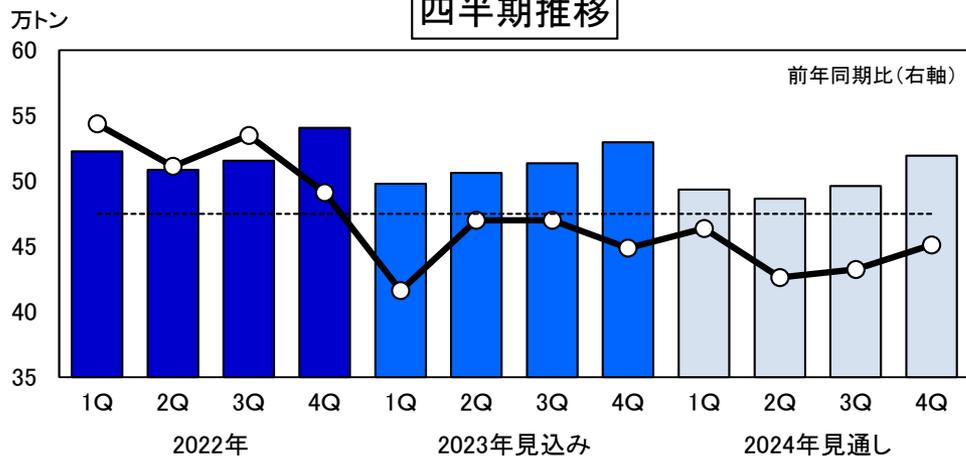
「近年の動向」

★衛生用紙の内需は、人口の減少等の構造的要因はあるものの、生活必需品として需要は底堅く、比較的堅調に推移している。2023年は、物価高等による消費者の買い控えや製品のコンパクト化が進んだ結果、内需は1.9%減と、過去最高を記録した2022年を僅かに下回った。

「2024年予想」

☆インバウンドの増加により宿泊施設等の業務用向けは引き続き増加し、消費者の買い控えも緩やかに改善する一方で、物流問題を背景とした物流効率の改善に加え、利便性の向上、環境負荷の軽減等を目的とした形状をコンパクトにした製品へのシフトが加速すると見られ、重量ベースでは、前年を下回ると予想。具体的には、トイレtpーパーは、長尺化やロール幅の縮小(サイズダウン)、坪量ダウン等の動きが進み、ティシュペーパーではソフトパックが拡大し、タオル用紙ではハンドドライヤーの復活等もあり、ペーパータオルを中心に減少すると予想。

四半期推移



%

☆以上を勘案し、衛生用紙の内需は200万トン、前年比2.5%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2.6%減。過去のピークだった2022年に対しては、9割台半ばの水準。

☆四半期別では、年間を通してマイナスで推移する見通し。

IV. 参考 ① グラフィック用紙関連の動向

<2024年の主な出来事>

国内	海外
1月:新NISA開始 3月:北陸新幹線金沢・敦賀間開業予定	1月:台湾総統選挙 2月:インドネシア大統領選挙 3月:ロシア大統領選挙
4月:「2024年問題」運輸・建設・医療にも時間外上限規制適用(960時間) 6月:2024年の所得税・個人住民税の定額減税	6月:メキシコ大統領選挙
7月:東京都知事選挙、新紙幣発行 9月:自民党総裁選挙	7-8月:パリオリンピック
	11月:アメリカ大統領選挙

<国内経済見通し[単位:%]>

	政府		民間(15機関平均)	
	2023年度	2024年度	2023年度	2024年度
名目GDP成長率	+5.5	+3.0	+5.6	+2.6
実質GDP成長率	+1.6	+1.3	+1.5	+0.9
消費者物価[前年比]	+3.0	+2.5	+2.9	+2.2
所得増加率[前年比]	+2.4	+3.8	-	-
為替レート(円/ドル)	145.4	149.8	-	-
原油輸入価格(ドル/バレル)	87.5	89.1	-	-

- 2024年度は「デフレ完全脱却のための総合経済対策」の進捗に伴い、個人消費や設備投資等の内需が牽引する形で、GDP成長率は実質で1.3%程度、名目で3.0%程度を見込む。
- 成長の継続、労働需給の引き締め等を背景に、2024年度の賃金上昇率は、23年度を上回ると見込まれている。賃金上昇に定額減税等の効果が加わり、物価上昇を上回る所得の増加が期待されるが、資源価格の動向など物価の先行きには不確実性があることに留意する必要がある。

<出版動向>

- 日本出版販売によると、2023年から2024年の年末年始(12/29-1/3)の売上前年比は書籍が前年超えとなる一方で、雑誌、コミックが前年割れとなり、合計で前年比95.9%だった。

<広告動向>

- 広告市場は拡大する見込みだが、デジタル化の動きが加速し、紙媒体は厳しい。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、枚数減等により低調に推移する見通し。

<紙の使用量減少の動き>

- ・官公庁のペーパーレス化～札幌市議会は本会議や委員会などの会議資料をペーパーレス化し、各議員が1人1台のタブレット端末を持つ。年間で紙の使用量を約52万枚削減。埼玉県知事は中心施策にDXを据え、その中でペーパーレス化を推進。22年度のコピーの使用量は、19年度比で59.7%減等。
- ・カタログ等の電子化～新製品発売時やカタログ改訂ごとに発行していた紙カタログを終了し、動画などのデジタルコンテンツへ移行する動きが加速。
- ・電子チラシの機能拡大～スーパーの電子チラシに料理レシピの提案機能や食材取扱店の特売情報等を付加。
- ・「2025年の崖」に向けたITシステムの刷新、DXの実行～経済産業省発表の「DXレポート」で日本国内の企業がDXを推進しなければ業務効率・競争力の低下は避けられず、2025年から年間で現在の約3倍、約12兆円の経済損失発生を予測。
- ・その他、電子帳簿保存法(2024年1月1日から完全義務化)、株主総会資料の電子提供制度等の影響。

<電子工業の国内生産額(電子情報技術産業協会)>

(億円、%)

	2023年 (見込み)	前年比	2024年 (見通し)	前年比
A V 機器	4,108	+11 %	4,299	+5 %
通信機器	7,718	+16 %	7,896	+2 %
コンピュータ及び情報端末	10,702	+12 %	11,208	+5 %
その他電子機器	15,616	+1 %	16,250	+4 %
電子部品	33,145	▲2 %	35,305	+7 %
ディスプレイデバイス	8,093	▲18 %	8,382	+4 %
半 導 体	29,154	▲4 %	31,779	+9 %
合 計	108,536	▲1 %	115,119	+6 %

- 2024年はプラス成長への回復を見込む。企業業績の回復は、設備需要と生産現場や業務の自動化に繋がり、これらのデジタル化への投資拡大は、電子機器の需要増加や高機能・薄型・省エネに貢献する電子部品・デバイスの生産・輸出増加に繋がると見ている。

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＞

- 東京オリンピックの選手村跡地に地上3階・地下1階の「三井ショッピングパークららテラス HARUMI FLAG」が3月に開業予定。選手村跡地のマンションであるHARUMI FLAGの居住者をメインターゲットとし、スーパーマーケットの「サミットストア」をはじめ、「ダイソー」「マツモトキヨシ」など日常生活に欠かせない40店舗が入店。
- 旧三菱重工長崎造船所跡地に「長崎スタジアムシティ」が10月に開業予定。サッカーJ2のVファーレン長崎のサッカー専用スタジアム、バスケットボールB1の長崎ヴェルカのアリーナを中心に、オフィス、ホテル、約90店舗の商業施設等で構成。プロスポーツを一年中楽しめるほか、音楽コンサートなども企画され、全国から大勢の人を集めることが期待される。

＜郵便料金の改定＞

- 総務省において、2024年秋頃の普通郵便の送料見直しに向けた検討が進められている。第一種定形郵便物の封書は、25g以下の84円、50g以下の94円をそれぞれ110円に値上げし、サービス改善の一環としてこの重量区分を1区分に統合。第二種郵便物の通常葉書は現状の63円から85円へ値上げし、定形外、特殊取扱といった郵便物も約3割の値上げが検討されている。レターパックや速達など一部郵便物は低い値上げ率が想定されているが、社会全体におけるデジタル化の進展を勘案すると、今後も郵便物数の減少が予想される。

＜訪日外客数[万人]（株式会社JTB）＞

2019年	2020年	2021年	2022年	2023年(予)	2024年(予)
3,188	412	25	383	2,520	3,310

＜国内ビール類市場＞

- 2023年の発泡酒と第3のビールを含めた国内ビール類の市場は、新型コロナウイルスの収束傾向による経済活動の回復や10月の酒税改正を背景に、1.0%減と見込まれている。ビール大手3社のうち、サントリーは、2024年の国内ビール類市場（ノンアルコールビールテイスト飲料除く）を前年比4.0%減と予想する。一方で、各社が発表した2024年のビール類の販売数量は、主力ブランドの育成・強化等により新たな飲料需要を創造し、ビール類市場の活性化を図ることで、前年比でサッポロは0.9%減、キリンは2.6%増、サントリーは横ばいを見込む（アサヒは販売金額ベースで3.0%増）。

＜脱プラ・減プラに向けた企業の取り組み＞

企業名	主な取り組み
明治	2023年5月29日より、カップアイスの定番である「明治エッセルスーパーカップ」シリーズのうち、一部商品のカップをプラスチックから紙に変更して全国で発売を開始。これにより、年間約667tのプラスチック削減を実現する。
イオン	2020年4月にグループ会社の全ての売場でレジ袋の無料配布を終了。2023年3月1日より、グループの総合スーパー25店舗の衣料・住まい品の売場で有料プラスチック製レジ袋の提供を終了し、レジ袋希望者には環境に配慮した素材の紙袋の販売を開始。10月5日より全国のイオン・イオンスタイルの店舗に順次拡大し、使い捨てプラスチックの更なる使用削減を図る。

＜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）＞

	2020年	2021年	2022年
食品、飲料、酒類	+21.1	+14.1	+9.2
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	+28.8	+4.7	+3.8
化粧品・医薬品	+17.8	+9.8	+7.5
衣類・服飾雑貨等	+16.3	+9.4	+5.0

＜米・中の消費者による日本事業者からの越境EC購入額[前年比%]（経済産業省）＞

	2020年	2021年	2022年
米国	+7.7	+25.7	+6.8
中国	+17.8	+9.7	+5.6

- 物販系分野の市場規模は、消費者の外出機会が回復する中、伸び率は鈍化しつつも増加している。また、米中の消費者による越境EC購入額も引き続き増加している。

＜自動車市場の見通し（日本自動車タイヤ協会）＞

	2022年	2023年(予)	前年比	2024年(予)	前年比
生産台数(千台)	7,835	8,950	+14.2%	9,108	+1.8%
国内販売台数(千台)	4,201	4,771	+13.6%	4,870	+2.1%

- 2024年の自動車生産台数は、増加する見通し。しかし、2019年(9,684千台)比では9割台半ば程度にとどまる。

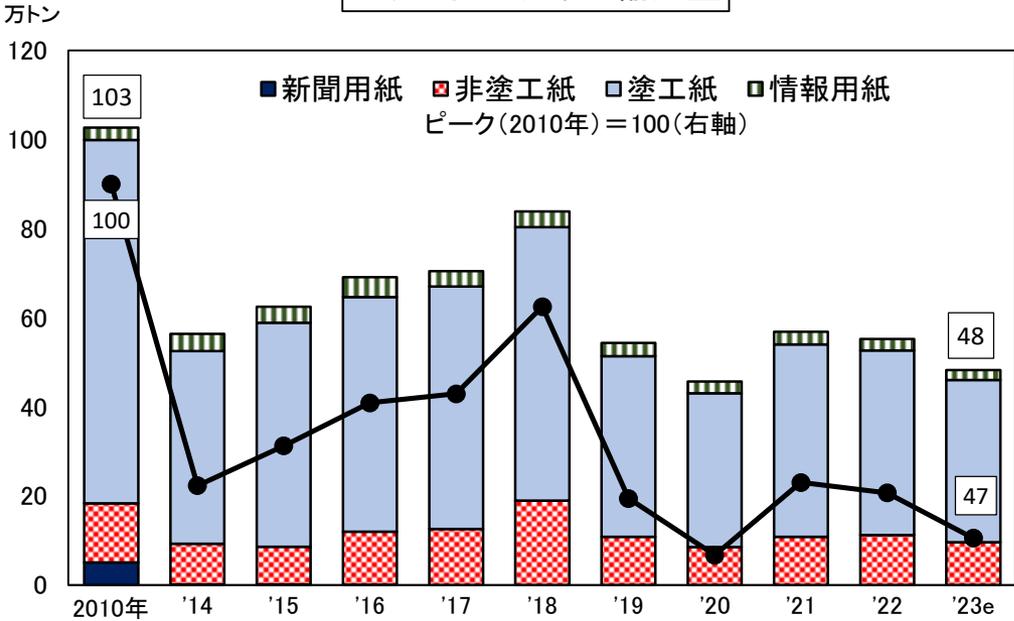
＜トイレットペーパーのコンパクト化（日本家庭紙工業会）＞

1ロールの長さ	2023年(シェア)	前年比	ロール幅	2023年(シェア)	前年比
60m以下	47.3%	▲4.5pt	114mm	45.1%	▲9.9pt
61m以上	52.6%	+4.6pt	114mm未満	54.9%	+9.9pt

- 倍巻等のトイレッ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。ロール幅も縮小傾向。
- ティッシュペーパーはソフトパックが伸長。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。ソフトパックティッ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、%)

	2021	2022	2023e	構成比
アジア	541	517	465	96.2
中国	108	93	90	18.7
韓国	36	39	37	7.6
台湾	96	85	76	15.8
ASEAN	182	188	153	31.8
インド	68	84	71	14.6
その他	27	35	18	3.8
合計	568	552	483	100.0

「近年の動向」

- ★グラフィック用紙の輸出は、2022年、2023年と2年連続で前年を下回った。2023年の水準は、アジアの需要不振等により、過去のピークの2010年(103万トン)と比較して5割弱となっている。
- ★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。

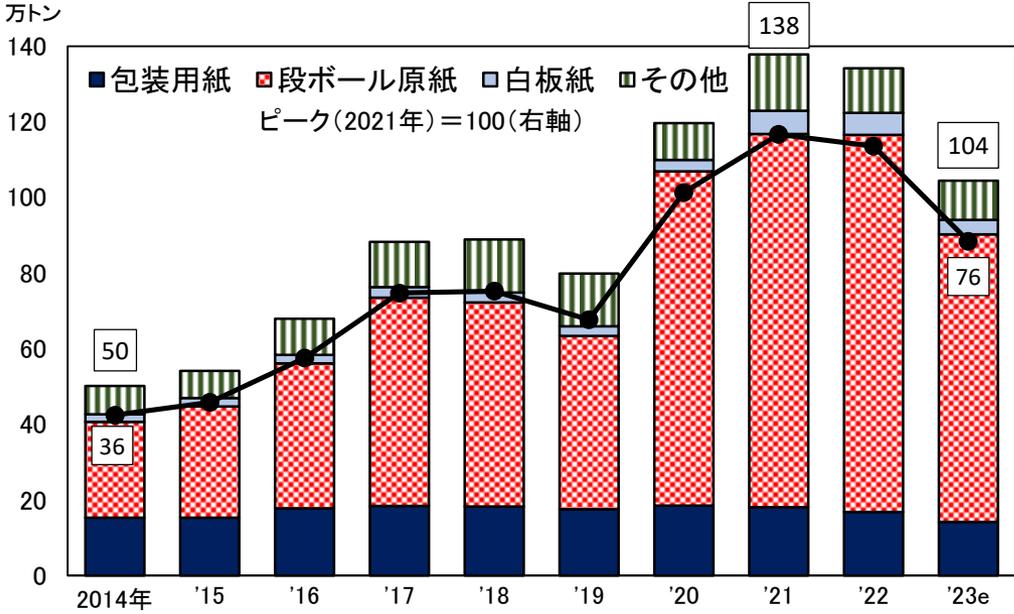
「2024年予想」

- ☆中国やASEAN諸国等の需要動向については、先行きは不透明で見通すことが難しいが、欧州からアジアへの流入減等もあり、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"> ・ 海外市場の回復期待 ・ 欧州からのアジア圏への流入減 ・ 内需減少で輸出に積極的に取り組む動きが出る可能性 ・ 高品質で安定供給可能な日本品の優位性 	<ul style="list-style-type: none"> ・ デジタル化進展等による世界的な需要不振 ・ 東南アジア等の輸出市場における中国メーカーとの競合 ・ 円安修正の可能性

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、%)

	2021	2022	2023e	構成比
アジア	1,363	1,333	1,038	99.4
中国	415	516	391	37.5
韓国	182	122	138	13.2
台湾	114	118	93	8.9
ASEAN	624	560	399	38.2
インド	2	4	5	0.5
その他	15	9	7	0.6
合計	1,378	1,341	1,044	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。その後は減少に転じ、2023年は中国向けの減少等からピーク比で約8割となっている。
- ★2020年以降は段ボール原紙が全体の7割以上を占める。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。

「2024年予想」

☆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、輸出回復は期待薄で、全体としては、前年並みないし減少が見込まれる。ただし、中国経済が本格的に回復し、需給環境が改善されれば、輸出増に結びつく可能性もある。

☆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"> ・ASEAN諸国等、海外市場の需要回復期待 ・脱プラ・減プラによる紙化の動き ・内需低迷による輸出シフトの可能性 ・中国沿岸部では日本品に地理的な優位性 	<ul style="list-style-type: none"> ・中国を始めとしたアジア経済の不透明さ ・中国企業等の能力増による供給過剰を背景とする市況軟化、輸出採算悪化懸念 ・円安修正の可能性

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(2023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、2023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)。