

## 紙器

(平成12年6～7月調査)

紙器製品の需要は今年に入っても減少が続いている。需要の減少に加えて製品価格の下落、原材料である板紙価格の上昇から、利益も減少傾向が続いている。今後、価格競争を中心とする受注競争は一層激しくなる一方で、新規の受注先開拓は困難であり、各企業とも、ここ数年は企業の淘汰が進む厳しい状況が続き、我慢の時期になるとみている。

**業界の概要** 紙器とは商品の収納・包装に用いられる紙製の容器である。製品の種類は、1. 折たたみ箱（印刷箱）、2. 機械箱（簡易箱）、3. はり合せ箱（貼箱）、4. その他の紙器に分類される。1は印刷済の板紙により製造され、家電製品や食品など広範囲に使用されている。大型のラインを用いた製造工程の中で自動印刷が行われることも多く、近年大手印刷業者を中心に急成長した。2は無地の板紙から打抜、製箱され、文具、雑貨などに使用される。簡単な自動機械があるため、小規模事業者でも比較的容易に製造することができる。3は無地の板紙でできた箱に、化粧和紙等を手作業または機械で貼り合わせる。専門品・高級品用として使用される。4の例としては各種飲料の紙パック、紙コップ、丸箱、紙皿などが含まれ、防水性、保湿・保温性などの機能を持つ。この中には、プラスチック、ビニール、アルミなど、紙以外の素材で特殊表面加工を施した複合紙器もみられる。

生産形態をみると、大手総合印刷業者を中心とする大規模事業者は、コンピュータ制御の自動機械を使用し、デザイン・印刷から製箱までの工程を一貫して行っている。小規模事業者では、裁断や印刷などの工程を部分的に外注するケースが多い。また、零細な下請業者や、ユーザーから印刷済の板紙を預かり、製品に仕上げて戻す賃加工業者もみられる。

事業所数を従業者規模でみると、従業者数10人未満の事業所が全国の全事業所の約75%を占め、事業所数では小規模事業所が圧倒的多数を占めている。一方出荷額をみると、10人未満の事業所は出荷額全体の10%程度を占めるにすぎず、事業所数では2%に満たない従業者数100人以上の事業所が50%近くを占めている（通商産業省『平成10年工業統計表 産業編』）。

紙器は安価なわりにかさばり、輸送コストが割高になることから、消費立地型産業とされているが、近年では営業エリアの広域化がみられ、大阪の企業でも首都圏などで営業活動を行う企業が増えている。

**大阪の状況** 大阪府内の紙器生産は、明治8年の線香用容器に始まり、その後、学用品、がん具、メリヤスなどへと広がるが、大阪周辺の食品・繊維・雑貨製品の輸出が増加するに伴い、これらの包装材として、間接的に輸出を伸ばしてきた。

平成10年の府内の紙器生産状況をみると、事業所数701か所、従業者数5,619人、出荷金額843億87百万円で、全国比はそれぞれ16.0%、13.2%、10.8%である（大阪府『大阪の工業』、通商産業省『工業統計表 産業編』。いずれも全事業所対象）。これを7年と比べると、事業所数が4.6%減、従業者数が5.0%減、出荷金額が5.6%減である。全国ではそれぞれ2.5%減、3.6%減、2.8%減にとどまっております。いずれも大阪府内の方が減少率が高くなっている。

需要は折りたたみ箱にシフト 全国の紙器製品の出荷金額を通商産業省の工業統計表でみると、7年に増加に転じた後、9年まで高水準で推移したが、10年には大幅な減少となった。これを製品別でみると、簡易箱、貼り合わせ箱は7年以降も減少傾向が続き、10年には6年の7割程度の出荷額となっている。これに対して、折りたたみ箱、その他の紙器は7年以降、6年を上回る水準で推移しており、紙器全体の需要に対する折りたたみ箱のシェアが

高まっていることがわかる。

これは、消費者の低価格志向、ユーザー企業の経費節減、環境問題への配慮などから、包装の簡素化が進み、貼箱から折りたたみ箱への代替が進む一方、パソコンの普及によってデザイン、印刷の工程が大規模な設備なしにできるようになったため、折りたたみ箱の生産が以前に比べて容易になり、簡易箱から折りたたみ箱への代替が進んだことによる。

**需要・売上げは減少** 府内の出荷状況を『大阪の工業』でみると、7年以降も一貫して減少傾向にあり、製品別でも、折りたたみ箱をはじめとして、すべての製品で減少傾向にある。ヒアリングにおいても、ここ数年需要は減少傾向にあり、今年に入っても需要回復の兆しは感じられないとする企業がほとんどであった。

紙器は消費者の手元に直接届く場合が多く、長引く消費の冷え込みが、需要減少の大きな要因と考えられる。また、府内のユーザー企業自体が、廃業・倒産や、他県や海外への生産拠点移転により減少していることも需要減少の要因となっている。繊維製品向け紙器を製造するある企業では、従来国内で行っていた海外生産品の包装作業が、今年に入って現地で行われるようになり、その分、取引が減少したという。

こうした需要の減少に加えて、製品の販売価格も下落傾向にあることから、売上げは前年同月比で減少が続いているという企業が多い。ある企業では、生産数量は毎年増加しているものの、販売価格が低下傾向にあるため、売上げ金額は減少しているという。紙器は、もともと付加価値の低い製品であるため、全体の需要が減少する中で、企業間競争は価格競争に陥らざるをえない。また、近年はユーザー企業の側で経費節減や環境問題への配慮から、包装簡素化の動きが続き、このことが製品価格の低下に拍車をかけている。

**利益は減少** 売上げが減少傾向にある一方で、原材料である板紙の価格には上昇への動きがみられる。板紙は11年末まで、かつてない低水準で推移していたが、12年に入って前年同月比で5%程度の上昇に転じた。さらに9月にも値上げが予想される。しかし、激しい価格競争の中で、板紙価格の上昇分を製品価格に転化することは困難であり、特に12年に入って、ほとんどの企業で利益が減少している。また、ユーザー企業の側で在庫削減の動きがあることから、一度の納品が小ロット化したことなどのため、在庫が増加している企業もある。

また、近畿では今年に入って、大手の洋菓子店や百貨店の経営破綻をはじめとして、企業の倒産が増加傾向にあり、これに伴う受注先の減少や売掛金の焦げつきなども懸念材料である。

**容器包装リサイクル法の影響** 12年4月から「容器包装リサイクル法」が改正され、紙器製造業においても従業者数21人以上の企業では、再商品化義務量の算出や再商品化委託金の支払いなどの新たな負担が生じている。中小事業者の場合、負担金額そのものは大きくはないが、申告義務の周知や指導の面で行政側の態勢が十分でないため、申告義務がありながら申告しない事業者も多く、不公平感を感じている事業所もみられた。

**設備投資には慎重** 需要の減少傾向が続く中で、各企業とも新たな設備投資には概して慎重である。特に、増産のための設備投資を実施あるいは計画しているというところは、ヒアリング先の企業にはみられなかった。打抜機など紙器製造の機械は、構造が比較的簡単で、長期間の使用に耐えるものが多く、更新期間を延長して使用している例が多い。そのため、機械のメンテナンスに力を入れているという企業もあった。ただし、印刷機については、最新鋭の機械を導入するなど、更新を行っている企業も若干みられた。また、食品メーカー向けの製品を製造している企業では、ユーザー企業からの衛生管理の要請が年々厳しくなってきたおり、防虫・防塵のための設備を新設したというところもあった。

**売上げ確保の努力** 全般的に売上げが低迷する中で、各企業は売上げ確保のためにさまざまな努力をしている。従来は一部の工程を外注していたが、企画から製箱までの全工程を内製化したという企業も何社かみられた。これは、短納期、小ロットをはじめとする顧客二一

ズの多様化に対応するためであり、これによって朝受注してその日の内に納品することも可能になったという。

また、CADを導入することで、東京事務所でも朝受注して夕方に納品できる体制を整備し、東京での営業を強化したという企業もみられた。

商品の包装作業については需要も多く、余剰人員を包装作業に活用しているところもあった。

生産設備を保有せず、企画と商品の包装作業を中心に行っているある企業では、企画・デザインやロット、納期などで、製品に対する多様な要望にきめ細かく、かつ迅速に対応することで、売上げを確保している。また、ホームページでの受注を開始したところ、受注先が全国に広がり、新規受注が増加したという。同社では、現在のところ取引全体に占める割合は低いが、今後期待できるのではないかとしている。

今後の見通し 紙器の需要は、大幅な増加が見込めない。一方で製品の付加価値が低いことから、独自製品の企画・開発によって優位を確保することは困難である。中小事業者は、量産では大規模事業者に対抗できないため、受注確保には、受注した製品をその日の内に納品したり、小ロットに対応するなど、ユーザーのニーズにきめ細かく対応することが必要条件となる。

こうした中で、今後、価格競争を中心とする受注競争は一層激しくなるものと思われる。一方で、新規の受注先開拓は困難であり、各企業とも、ここ数年は企業の淘汰が進む厳しい状況が続き、我慢の時期になるとみている。

(上 林)