

日本の機能性包材とグローバルブランドの環境対応包材の動向

～二酸化炭素排出抑制か、内容物ロス低減・賞味期限延長か～

- ★ 日本と世界のグローバルブランドの「地球環境保護に対するスタンス」、「環境対応パッケージ」についての考え方と指針を分析!
- ★ 環境対応の「ダブル・スタンダード」/低二酸化炭素と機能性パッケージを展望!
- ★ 機能性パッケージの市場・サプライヤーの動向と今後の見通しを詳述!

■発行：2020年2月28日
 ■体裁：A4判 並製 152頁
 ■ISBN：978-4-904482-72-8
 ■価格：本体価格 88,000円(税込)
 本体+CDセット 99,000円(税込)

= 刊行にあたって =

地球環境は、かつてないほどの加速を以って「温暖化」へと向かっているようです。そして、その推進力となっているのは、私たち人間社会が日々繰り返している生産活動(社会的営み)に他ならないのです。こうした地球温暖化を象徴するものの一つとして、早くから注目されてきたのが「温室効果ガス」なるものです。代表的な温室効果ガスとしては、二酸化炭素があります。

今、世界各国の有識者たちが、この二酸化炭素の排出量を最小限に抑えることができないものかと、頭を悩ませています。また、世界の有識者だけでなく、広く生産活動を行う世界中の企業にとっても、共通のテーマとなっていることは間違いありません。

本書では、日本と世界のグローバルブランド 25社の「地球環境保護に対するスタンス」、そしてその中の「環境対応パッケージ」についての考え方と指針を、アニュアル・レポートやウェブ・サイトなどから収集しました。

内訳は、日系グローバルブランド 11社、海外のグローバルブランド 14社で、食品メーカーだけでなく、日用品の大手企業も網羅しました。これら 25社のパッケージ戦略を見ると、やはり「温室効果ガスの発生をいかに抑制するか」が主眼となり、「食品ロスの低減」や「内容物賞味期限延長」などについては、若干触れられているものの、扱いとしては脇役の感が否めないのです。

ただ、食品ロスの低減は、ある意味「地球環境(地球の資源)を有効に活用する」という視点で、立派な環境対応と位置付けられます。そしてそれを推進できるのは、わが国・日本が誇る「バリアーパッケージを中心とした機能性包材の進展」であると思われます。

本書で取り上げる機能性包材は、二酸化炭素排出量低減を殊更謳ったパッケージ群とは趣を異にします。しかしながら、もう一方の地球環境保護ともいえる「地球資源のあるべき活用手段」として注目されてしかるべきパッケージ群です。

本書では、温室効果ガス低減を推進する低二酸化炭素対応パッケージと、地球資源の保護や有効活用を推進する機能性パッケージは、今後、環境対応包材を論じるうえでの「ダブル・スタンダード」になるものと考えています。この調査レポートが食品、非食品の製造・販売、そしてそれら製品の包材の生産・供給に携わるすべての方の参考資料となることを祈念し、購読をお勧めします。

2020年2月 株式会社 シーエムシー・リサーチ

【内容見本】

機能性バリアーパッケージは、2009年以降に一段の伸び率を記録していることが確認できる。

また「賞味期限」も伸ばされて長引く傾向が顕著である。これは、消費者が「バリアーパッケージ」での包装を好む傾向があること、機能性バリアーパッケージの普及、さらには「賞味期限」の延長が、さらなる「賞味期限」の延長につながっている。

食品ロス削減の観点から、賞味期限の延長は、消費者にとって重要な要素の一つである。また、賞味期限の延長は、消費者が食品を長く楽しむことができるようになる。これは、消費者にとって重要な要素の一つである。また、賞味期限の延長は、消費者が食品を長く楽しむことができるようになる。これは、消費者にとって重要な要素の一つである。

パッケージタイプ	2017年	2018年	2019年
機能性バリアー	1,458	1,594	1,775
標準パッケージ	96,860	115,990	135,990
総計	98,318	117,584	137,765

【環境対応における成長のドライバー】

① 市場動向

- 2019年市場動向
 - ① 機能性バリアーパッケージの需要増加
 - ② 賞味期限の延長
 - ③ 食品ロス削減の観点から、賞味期限の延長が注目される
 - ④ 消費者が「バリアーパッケージ」での包装を好む傾向があること
 - ⑤ 機能性バリアーパッケージの普及
 - ⑥ 賞味期限の延長が、さらなる「賞味期限」の延長につながっている
- 2020年市場動向
 - ⑦ 機能性バリアーパッケージの需要増加
 - ⑧ 賞味期限の延長
 - ⑨ 食品ロス削減の観点から、賞味期限の延長が注目される
 - ⑩ 消費者が「バリアーパッケージ」での包装を好む傾向があること
 - ⑪ 機能性バリアーパッケージの普及
 - ⑫ 賞味期限の延長が、さらなる「賞味期限」の延長につながっている

② 賞味期限の延長

賞味期限の延長は、消費者にとって重要な要素の一つである。また、賞味期限の延長は、消費者が食品を長く楽しむことができるようになる。これは、消費者にとって重要な要素の一つである。

③ 食品ロス削減の観点から

賞味期限の延長は、消費者にとって重要な要素の一つである。また、賞味期限の延長は、消費者が食品を長く楽しむことができるようになる。これは、消費者にとって重要な要素の一つである。

日本市場ではこのようにバリアーパッケージの需要増加も顕著であり、また機能性バリアーパッケージの需要増加も顕著である。そして、消費者が「バリアーパッケージ」での包装を好む傾向があること、機能性バリアーパッケージの普及、さらには「賞味期限」の延長が、さらなる「賞味期限」の延長につながっている。

パッケージタイプ	2017年	2018年	2019年
機能性バリアー	1,200	1,263	1,284
標準パッケージ	1,900	221	960
総計	3,100	1,484	2,244

グローバル市場ではこのようにバリアーパッケージの需要増加も顕著であり、また機能性バリアーパッケージの需要増加も顕著である。そして、消費者が「バリアーパッケージ」での包装を好む傾向があること、機能性バリアーパッケージの普及、さらには「賞味期限」の延長が、さらなる「賞味期限」の延長につながっている。

パッケージタイプ	2017年	2018年	2019年
機能性バリアー	40,000	45,000	50,000
標準パッケージ	10,000	10,000	10,000
総計	50,000	55,000	60,000

注文書		□本体(冊子) □付属CD	
品名	日本の機能性包材とグローバルブランドの環境対応包材の動向	定価	本体 80,000円(税込 88,000円) 本体+CD 90,000円(税込 99,000円)
会社名		TEL	
部課名		FAX	
お名前		E-mail	
住所	〒		
※メルマガ登録会員は10%割引... □会員登録済 □会員登録する(会員にはメルマガ(無料)を送付)			

お申込み・お問い合わせ

編集発行
 (株)シーエムシー・リサーチ
 101-0054
 東京都千代田区神田錦町2-7
 東和錦町ビル3F
 TEL: 03 (3293) 7053
 FAX: 03 (3291) 5789
 URL: https://cmcre.com
 E-mail: re@cmcre.com

*上記ご記載内容は新刊・既刊のお知らせのために利用する場合があります。*お支払い方法は請求書指定口座に納品日の翌月末日までに振り込みでお願いします。

第1章 総論**～二酸化炭素排出制限か、内容物ロス低減・賞味期限延長か～**

- 1-1 日本と世界のグローバルブランドの動向
- 1-2 主要バリアーフィルムの動向
- 1-3 主要機能性パッケージの動向
- 1-4 レトルトGPP フィルム市場の動向と将来展望

第2章 日本と世界のグローバルブランド**～地球環境対応パッケージ戦略と展望～**

ここでは、日本と世界のグローバルブランドオーナーが、特に二酸化炭素の排出量低減に比重を置いたパッケージ戦略を模索していることを示す。

2-1 日系グローバルブランド**2-1-1 味の素**

法規制や環境目標への適合性を確認するチェックリストをもとに環境アセスメントを実施／容器包装エコインデックス評価表をもとに採点方式で評価

2-1-2 花王

容器包装材料の削減／再生可能原料への転換／詰替え・付け替え製品の推進

2-1-3 サントリー

ペットボトル自社成型の取り組み／世界最薄シュリンクラベルへの取り組み

2-1-4 資生堂

詰替え商品による資源の削減／分別しやすいパッケージの提供／環境に配慮したパッケージ、容器の軽量化／バイオマス資源の利用

2-1-5 日清食品

環境負荷の少ない素材の使用／バイオマス度80%以上の「ECO カップ」／ノントレー化の製品／詰替え用製品／賞味期限の延長

2-1-6 明治

食品ロス削減／3R 活動の促進／廃棄物ゼロ化／工場からの発生抑制(廃棄ロスの削減)／容器・包装の減容化

2-1-7 森永製菓

プラスチックの軽量化／バイオマスプラスチックの使用／紙の減量化／紙製飲料容器「カートカン」の使用／FSC 認証紙への切り替えを推進

2-1-8 ヤクルト

プラスチック資源循環アクション宣言／バイオマスシュリンクラベルの採用／日本における代表的な取り組み／ヨーロッパにおける代表的な取り組み／オーストラリアにおける代表的な取り組み

2-1-9 山崎製パン

食パン袋の寸法見直し／菓子パン「高級シリーズ」の袋材質見直し／容器包装リサイクル法への対応／植物性インキの使用／納品容器の再生利用

2-1-10 ユニ・チャーム

独自のリサイクルシステムを構築／リサイクルシステムがもたらした効果／ロス品紙管、端材などからの再利用／生鮮食品の食品ロス削減

2-1-11 ロッテ

基本的な考え方／低炭素社会／循環型社会(食品ロス削減)／循環型社会(リサイクル)

2-2 海外グローバルブランド**2-2-1 ネスレ**

基本的な考え方／水を大切に使用する／気候変動に対応する／環境を守る

2-2-2 ユニリーバ

基本的な考え方／削減／再利用／リサイクル

2-2-3 ダノン

乳製品容器の動向／水事業におけるリサイクルPET ボトルの動向／Evian ボトルの軽量化の動向

2-2-4 モンデリーズ

コーヒー豆の供給源の動向／樹脂使用量を従来品の60%に削減するパウチの導入を進める／包装材料トータルの使用量削減／用役、廃棄物の削減

2-2-5 ペプシコ

ペプシコが使用する包装材料／米国における飲料販売量の49%を

ローカロリー飲料、

もしくはゼロカロリー飲料に(2012年)⇒/2006に対して2015年は水使用量を20%低減/2012年~2017年で、パッケージ材料の使用量を3億5,000万ポンド低減する

2-2-6 マース

フランス/中東/ドイツ/ポーランド/英国/米国

2-2-7 ケロッグ

温室効果ガスの推移/エネルギー消費量の推移/水の使用量の推移/廃棄物量の推移

2-2-8 ゼネラルミルズ

主要食品指標/環境指標

2-2-9 フェレロ

エネルギー消費計画/二酸化炭素排出減少計画/温室効果ガス削減計画/工場用水使用量削減計画/リサイクル材料使用計画/紙パッケージ使用計画

2-2-10 コカ・コーラ

ブランド数/生産設備数/2030年までの目標/日本での取り組み(2030年ビジョン)

2-2-11 P&G

2030年までの目標/その他の取り組み(2020年達成計画の動向)

2-2-12 ロレアル

2020年までの目標/その他の取り組み(2020年達成計画の動向)

2-2-13 ヘンケル

目標の骨子/具体的なパッケージの目標

2-2-14 ジョンソン&ジョンソン

目標の骨子/具体的なパッケージの目標

第3章 日本の機能性包装材料市場の動向

ここでは「二酸化炭素排出量低減」とは違ったアプローチで資源保持や内容物保護などを実現するための「機能性包装材料」について論じる。

3-1 バリアーフィルムの最新動向

ノンバリアーだった食品が地球温暖化などの環境変化により、バリアーパッケージの対象となる可能性が高くなっている。バリアーフィルムの素材も多様化し、採用シーンも新しい展開を見るに至っている。

3-1-1 PVDC コート OPP フィルム**3-1-2 PVA 系コート OPP フィルム****3-1-3 EVOH 共押出 OPP フィルム****3-1-4 PVDC コート ONY フィルム****3-1-5 多層バリアー ONY フィルム****3-1-6 PVDC コート PET フィルム****3-1-7 PVDC コートセロファン****3-1-8 ハイブリッドバリアーフィルム****3-1-9 PET 透明蒸着フィルム****3-1-10 ONY 透明蒸着フィルム****3-1-11 PET アルミ蒸着フィルム****3-1-12 GPP アルミ蒸着フィルム****3-1-13 ONY アルミ蒸着フィルム****3-1-14 OPP アルミ蒸着フィルム****3-1-15 LLDPE アルミ蒸着フィルム****3-2 機能性パッケージの最新動向**

ここでは特に「内容物の保護」「賞味期限延長ニーズ」「開封性・利便性の向上」などを想定して機能性パッケージを取り上げた。

3-2-1 詰替えパウチ**3-2-2 スパウトパウチ****3-2-3 バッグ・イン・ボックス(フィルムタイプ)****3-2-4 輸液バッグ外袋****3-2-5 業務用チャック袋****3-2-6 A-PET シート****3-2-7 PP フィラーシート****3-2-8 耐熱発泡シート****3-2-9 多層バリアーシート****3-2-10 多層バリアーボトル****3-2-11 押出チューブ****3-2-12 ラミネートチューブ****3-2-13 ボトル用ラベル****3-2-14 包装用アルミ箔**