

2025年 紙・板紙内需見通し報告

2025年1月20日



I.	2024年 紙・板紙内需実績見込み	P 3
II.	2025年 紙・板紙内需見通し	P 4～
III.	2025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 . 2024年 紙・板紙内需実績見込み

(単位:トン、%)

品 種	内 需 計							24年連合会 内需予想 (B)	(A)-(B)				
	国内出荷		輸 入		計	流通在庫増減	内 需 計						
		前年比		前年比			前年比(A)			19年比			
紙	新聞用紙	1,531,085	▲8.9	0	-	1,531,085	▲8.9	0	1,531,085	▲8.9	▲36.4	▲8.7	▲0.2
	非塗工印刷用紙	1,270,081	▲5.5	11,509	+4.1	1,281,590	▲5.4	▲954	1,282,544	▲5.9	▲30.1	▲9.0	+3.1
	塗工印刷用紙	2,465,198	▲8.8	93,593	▲15.0	2,558,791	▲9.0	▲28,538	2,587,329	▲7.4	▲36.7	▲9.0	+1.6
	情報用紙	963,624	▲7.5	416,943	+1.9	1,380,567	▲4.9	1,518	1,379,049	▲5.3	▲23.1	▲6.0	+0.7
	印刷・情報用紙計	4,698,903	▲7.7	522,045	▲1.5	5,220,948	▲7.1	▲27,974	5,248,922	▲6.5	▲32.0	▲8.3	+1.8
	包装用紙	603,296	▲1.4	11,256	+6.4	614,552	▲1.3	▲301	614,853	▲2.0	▲12.7	▲2.0	+0.0
	衛生用紙	1,869,661	+2.6	240,112	+4.6	2,109,773	+2.9	0	2,109,773	+2.9	+2.9	▲2.5	+5.4
	紙 計	9,253,738	▲4.9	792,239	+0.7	10,045,977	▲4.4	▲28,275	10,074,252	▲4.1	▲25.8	▲6.5	+2.4
板紙	ライナー	5,232,007	▲1.2	22,193	+2.7	5,254,200	▲1.2	▲1,936	5,256,136	▲1.2	▲5.0	+0.2	▲1.4
	中芯原紙	3,426,060	▲1.4	1,773	+122.5	3,427,833	▲1.4	▲1,080	3,428,913	▲1.3	▲5.7	+0.2	▲1.5
	段ボール原紙計	8,658,067	▲1.3	23,966	+6.9	8,682,033	▲1.3	▲3,016	8,685,049	▲1.3	▲5.3	+0.2	▲1.5
	白板紙	1,339,490	+0.9	324,529	▲2.1	1,664,019	+0.3	3,836	1,660,183	+0.7	▲9.0	▲0.6	+1.3
	紙器用板紙	1,450,521	+0.6	324,529	▲2.1	1,775,050	+0.1	3,993	1,771,057	+0.5	▲9.6	▲0.8	+1.3
	板紙計	10,673,870	▲1.0	356,145	▲2.4	11,030,015	▲1.1	1,056	11,028,959	▲1.0	▲6.4	▲0.0	▲1.0
紙・板紙計	19,927,608	▲2.8	1,148,384	▲0.3	21,075,992	▲2.7	▲27,219	21,103,211	▲2.5	▲16.8	▲3.1	+0.6	
グラフィック用紙	6,229,988	▲8.0	522,045	▲1.5	6,752,033	▲7.5	▲27,974	6,780,007	▲7.0	▲33.0	▲8.4	+1.4	
パッケージング用紙	11,827,959	▲0.7	386,227	▲1.4	12,214,186	▲0.8	755	12,213,431	▲0.7	▲7.4	▲0.2	▲0.5	

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. 2025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 	<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 * 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	<ul style="list-style-type: none"> ● イベント開催 * 大阪・関西万博(4-10月) * 参議院議員選挙(7月) 	<ul style="list-style-type: none"> ● デジタル化の継続 * 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) * 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) * 政府のデジタル化を推進する制度 ● 軽量化、グレードダウン ● 前年がうるう年だったことによる発行日数減 (新聞用紙)
パッケージング用紙	<ul style="list-style-type: none"> ● 食品関連市場は底堅い動き ● 工業製品関連需要の回復 ● ネット通販等ECの拡大 ● 脱プラ・減プラによる紙化の動き ● 国勢調査(10月) 	<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"> ● コロナ禍で高まった衛生意識の定着 ● 防災意識の高まりによる消費者の備蓄 	<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

②実績推移及び見通し

(単位:千トン、%)

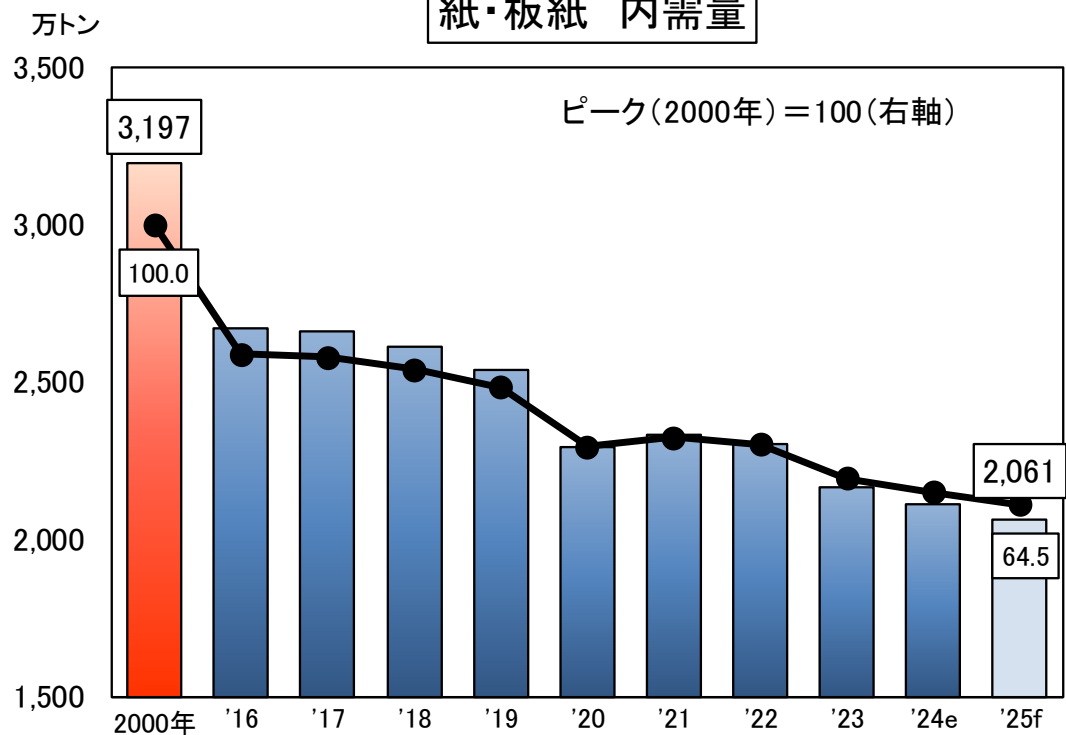
	品 種	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年		2022年		2023年		2024年見込み		2025年見通し		
			前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比		前年比	19年比		
紙	新聞用紙	2,777	▲5.1	2,609	▲6.1	2,409	▲7.7	2,099	▲12.9	2,001	▲4.7	1,864	▲6.9	1,681	▲9.8	1,531	▲8.9	1,401	▲8.5	▲41.8
	非塗工印刷用紙	2,031	▲2.9	1,912	▲5.9	1,834	▲4.1	1,590	▲13.3	1,582	▲0.5	1,513	▲4.4	1,362	▲10.0	1,283	▲5.9	1,212	▲5.5	▲33.9
	塗工印刷用紙	4,598	▲3.1	4,296	▲6.6	4,090	▲4.8	3,203	▲21.7	3,242	+1.2	3,074	▲5.2	2,793	▲9.1	2,587	▲7.4	2,432	▲6.0	▲40.5
	情報用紙	1,805	▲1.7	1,811	+0.3	1,793	▲1.0	1,598	▲10.9	1,562	▲2.2	1,535	▲1.7	1,456	▲5.1	1,379	▲5.3	1,310	▲5.0	▲26.9
	印刷・情報用紙計	8,434	▲2.7	8,019	▲4.9	7,717	▲3.8	6,390	▲17.2	6,386	▲0.1	6,122	▲4.1	5,612	▲8.3	5,249	▲6.5	4,954	▲5.6	▲35.8
	包装用紙	714	▲0.4	723	+1.3	704	▲2.6	612	▲13.1	662	+8.2	687	+3.7	627	▲8.7	615	▲2.0	604	▲1.7	▲14.2
	衛生用紙	1,994	▲0.0	1,974	▲1.0	2,050	+3.8	2,038	▲0.6	2,015	▲1.1	2,087	+3.6	2,051	▲1.7	2,110	+2.9	2,127	+0.8	+3.8
	紙 計	14,695	▲2.3	14,069	▲4.3	13,574	▲3.5	11,751	▲13.4	11,693	▲0.5	11,363	▲2.8	10,510	▲7.5	10,074	▲4.1	9,653	▲4.2	▲28.9
板	ライナー	5,553	+2.2	5,614	+1.1	5,531	▲1.5	5,327	▲3.7	5,523	+3.7	5,545	+0.4	5,320	▲4.1	5,256	▲1.2	5,230	▲0.5	▲5.5
	中芯原紙	3,652	+1.7	3,700	+1.3	3,636	▲1.7	3,491	▲4.0	3,621	+3.7	3,624	+0.1	3,476	▲4.1	3,429	▲1.3	3,412	▲0.5	▲6.2
	段ボール原紙計	9,204	+2.0	9,314	+1.2	9,167	▲1.6	8,818	▲3.8	9,143	+3.7	9,169	+0.3	8,796	▲4.1	8,685	▲1.3	8,642	▲0.5	▲5.7
	白板紙	1,884	+1.5	1,886	+0.1	1,825	▲3.2	1,659	▲9.1	1,715	+3.4	1,760	+2.6	1,648	▲6.4	1,660	+0.7	1,635	▲1.5	▲10.4
	紙器用板紙計	2,026	+1.3	2,029	+0.2	1,960	▲3.4	1,775	▲9.4	1,838	+3.5	1,885	+2.5	1,763	▲6.5	1,771	+0.5	1,744	▲1.5	▲11.0
	板 紙 計	11,892	+1.9	12,025	+1.1	11,785	▲2.0	11,190	▲5.1	11,611	+3.8	11,686	+0.6	11,140	▲4.7	11,029	▲1.0	10,954	▲0.7	▲7.1
紙・板紙計	26,587	▲0.4	26,094	▲1.9	25,359	▲2.8	22,941	▲9.5	23,305	+1.6	23,050	▲1.1	21,650	▲6.1	21,103	▲2.5	20,607	▲2.4	▲18.7	
	グラフィック用紙	11,212	▲3.3	10,628	▲5.2	10,126	▲4.7	8,489	▲16.2	8,388	▲1.2	7,986	▲4.8	7,293	▲8.7	6,780	▲7.0	6,356	▲6.3	▲37.2
	パッケージング用紙	13,381	+2.1	13,492	+0.8	13,184	▲2.3	12,414	▲5.8	12,902	+3.9	12,976	+0.6	12,306	▲5.2	12,213	▲0.7	12,124	▲0.7	▲8.0

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。紙器用板紙には黄チップ・色板紙を含む。

Ⅲ. 2025年 主要品種別内需見直し

(1) 紙・板紙計 ～ グラフィック用紙、パッケージング用紙の減少により4年連続のマイナス ～

紙・板紙 内需量



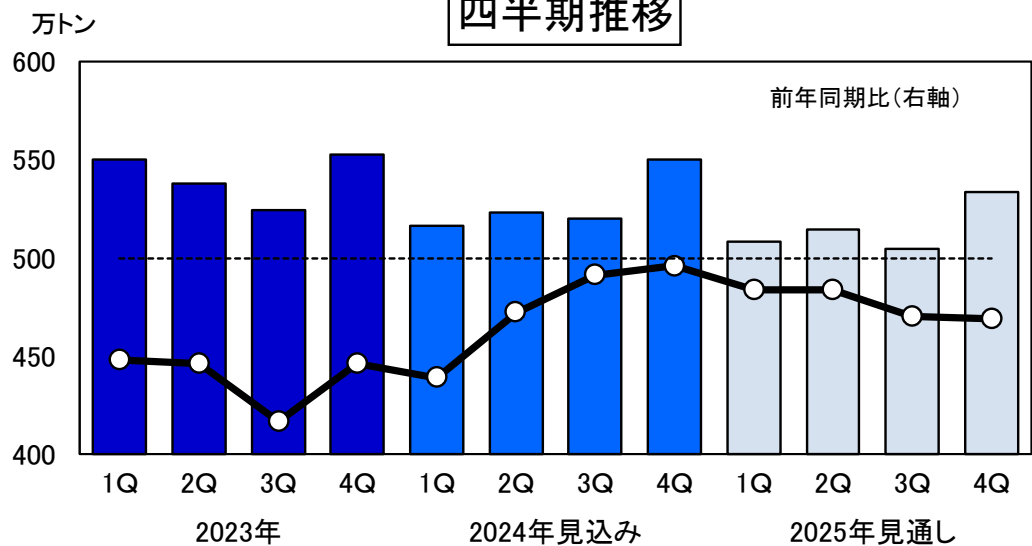
「近年の動向」

★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。2024年は、衛生用紙が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2.5%減と、引き続きマイナスとなった。

「2025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工業製品関連需要の回復等が寄与するものの、物価高騰による消費者の買い控えや包装資材の削減等の動きもあり、全体としては微減を予想。衛生用紙はインバウンドの増加等によりプラスを予想。

四半期推移

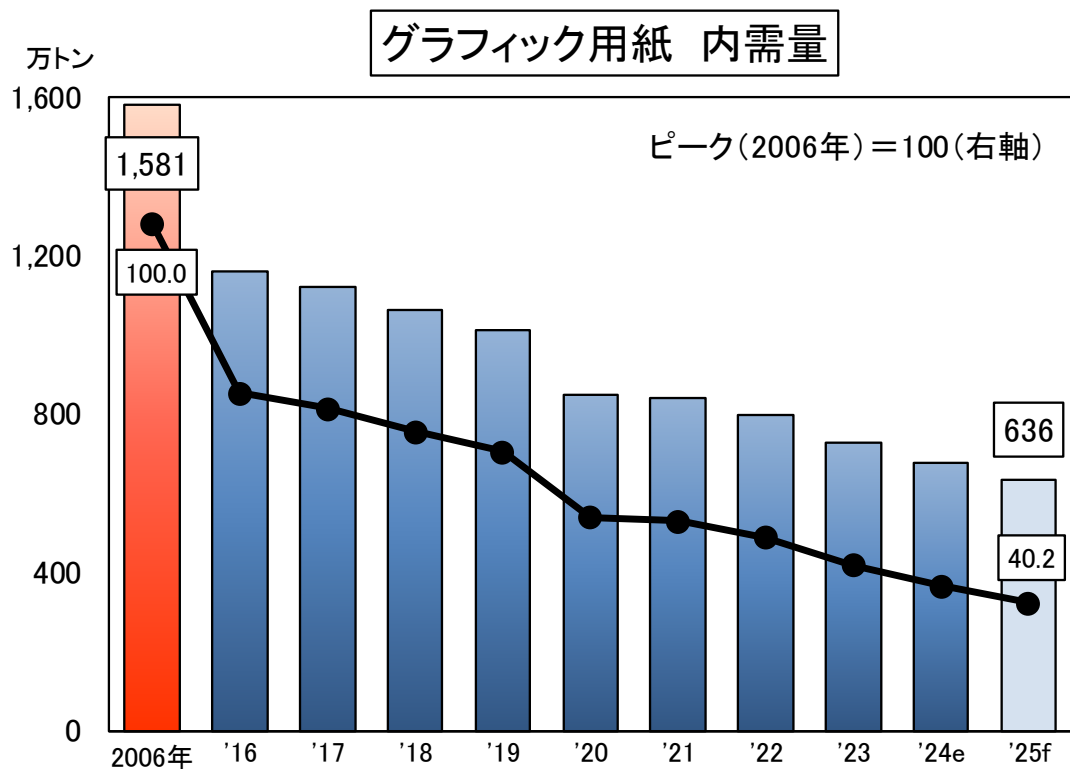


☆品種別見直しを積み上げると、紙・板紙計は2,061万トン、前年比2.4%減となる。用途別では、グラフィック用紙が6.3%減、パッケージング用紙が0.7%減、衛生用紙が0.8%増。紙・板紙計は4年連続のマイナスとなる見直し。2019年比では18.7%減、過去のピークだった2000年(3,197万トン)に対しては、6割台半ばの水準となる。

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

(2) グラフィック用紙

～ 情報・広告の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り、各品種とも減少継続 ～



「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。2024年は、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、グラフィック用紙計では7.0%減と、前年の8.7%減から減少幅は縮小したものの、引き続きマイナスとなった。

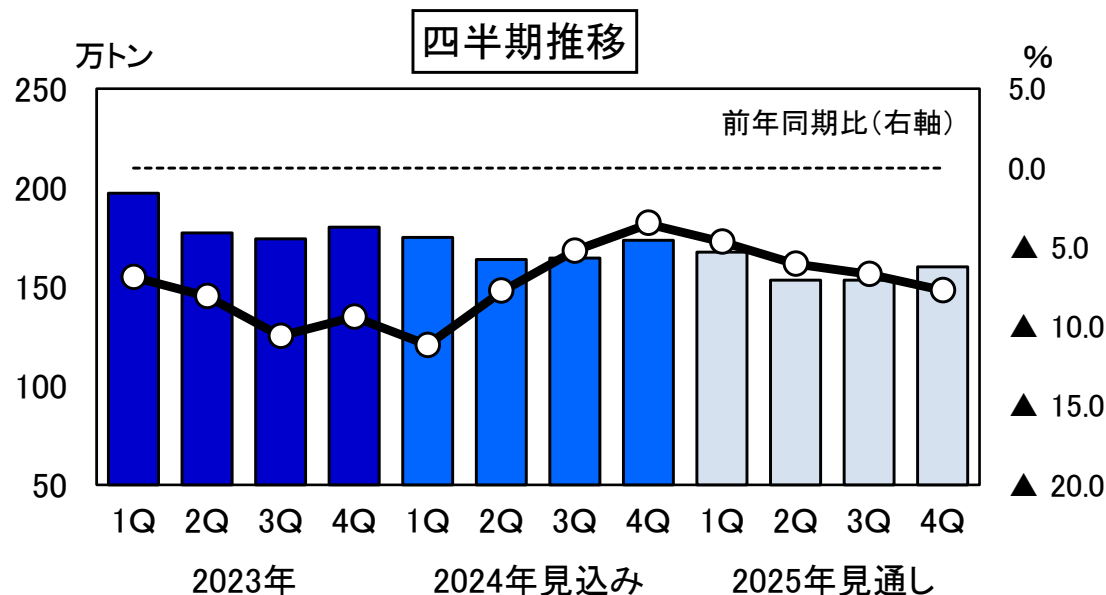
「2025年予想」

☆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。

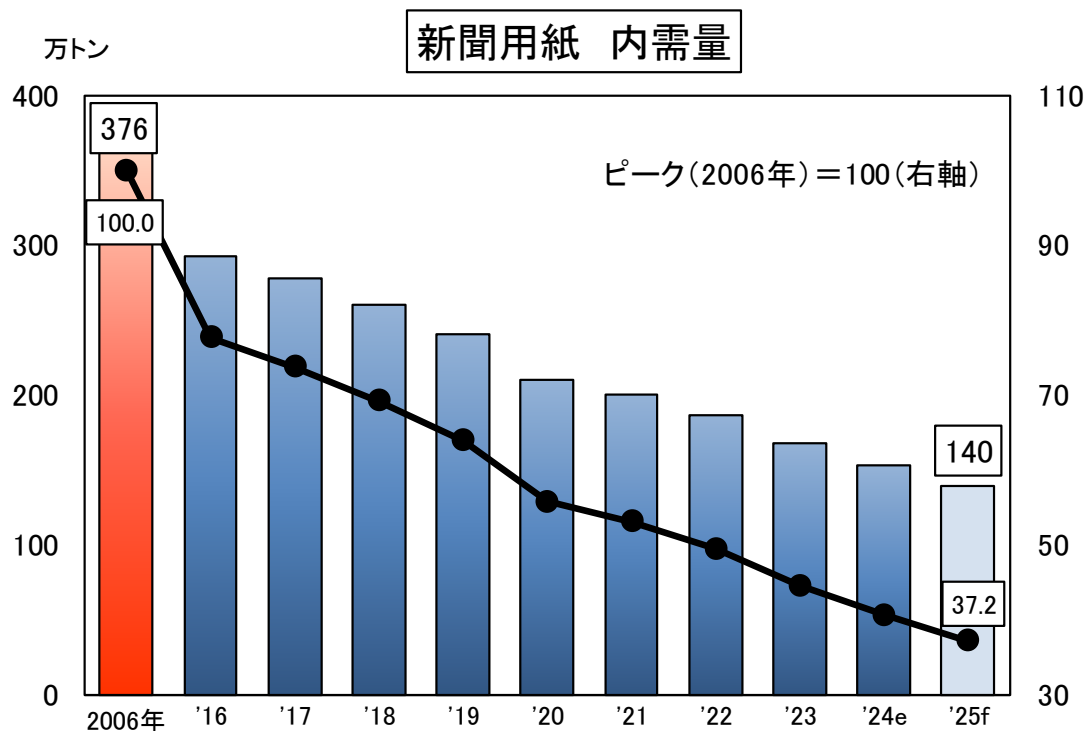
☆品種別の見通しを積み上げると、グラフィック用紙は合計で636万トン、前年比6.3%減となる。新聞用紙が8.5%減、非塗工印刷用紙が5.5%減、塗工印刷用紙が6.0%減、情報用紙が5.0%減。グラフィック用紙は、19年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では37.2%減、過去のピークだった2006年(1,581万トン)に対しては、4割の水準となる。

☆四半期別では、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。

☆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」

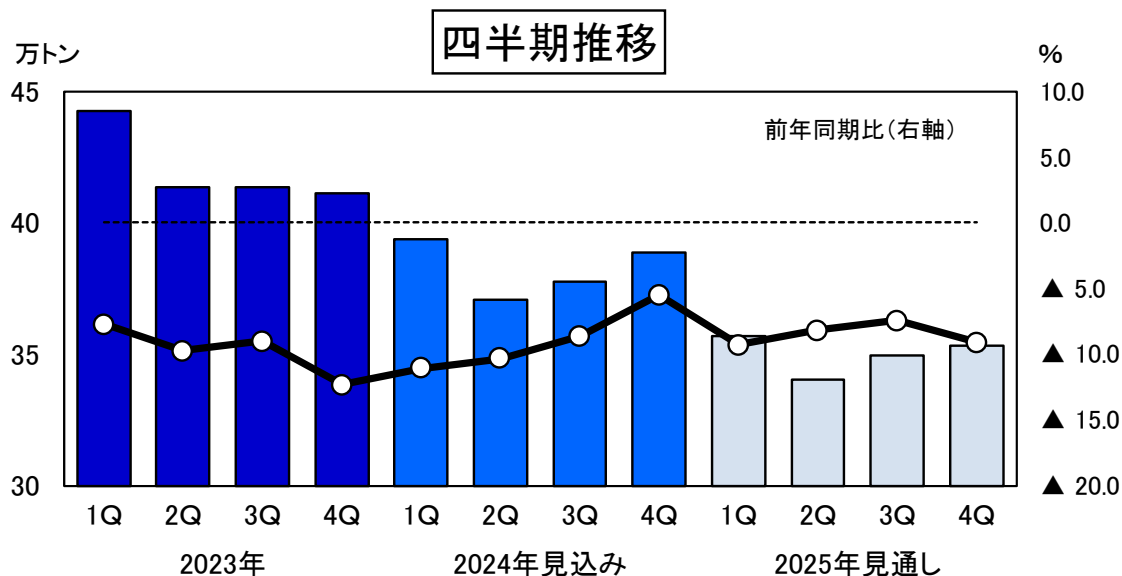
★新聞用紙の内需は、情報収集手段の多様化や広告のネットへのシフトといった構造的要因により減少が続いている。2024年については、夕刊廃止等の動きから発行部数が減少し、広告出稿減等により頁数も低調に推移したものの、うるう年による発行日数増等から、内需は8.9%減と、前年の9.8%減からマイナス幅が縮小した。

「2025年予想」

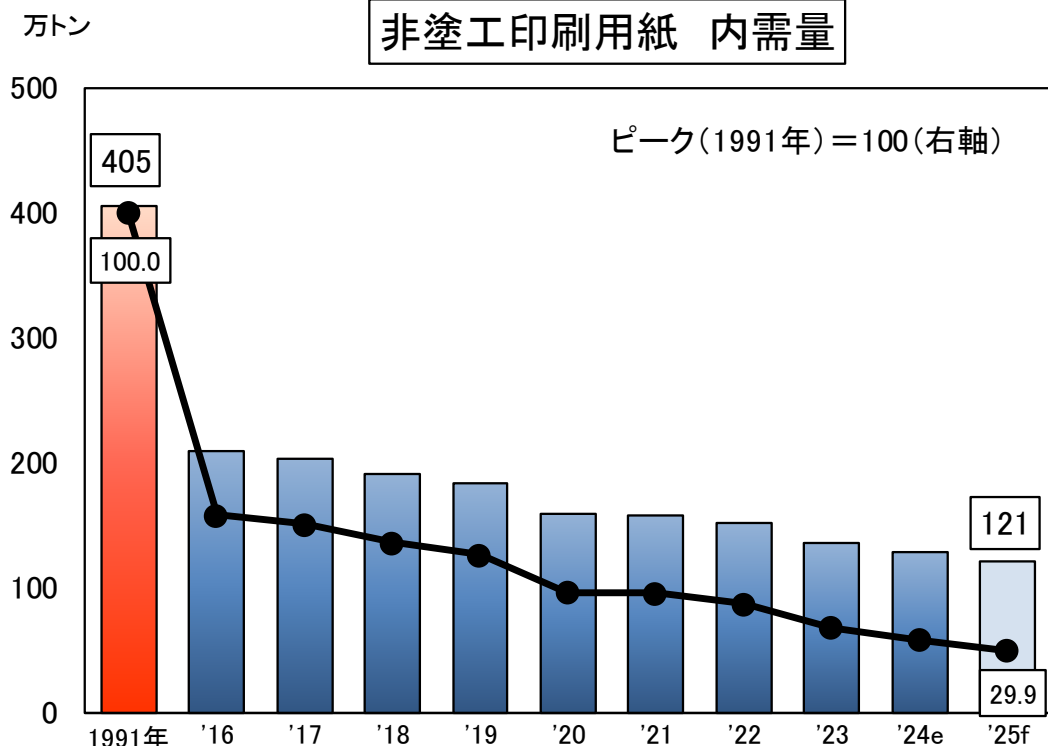
☆新聞用紙の内需は、基本的に発行部数と頁数の増減によって決まる。うち、発行部数は引き続き減少が見込まれる。頁数については、広告出稿に回復が期待できないこと等から、引き続きマイナスとなるものの、2024年に比べてマイナス幅はやや縮小する見通し。ほかに、発行日数減や軽量化もマイナス要因となる。スポット要因としては、参議院選挙等が挙げられるが、内需の押し上げ効果は限定的と予想される。

☆以上を勘案し、**新聞用紙の内需は140万トン、前年比8.5%減を見込んだ。13年連続のマイナスとなる見通し。**2019年比では41.8%減、過去のピークだった2006年(376万トン)に対しては、4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、1-3月が最も大きくなる見通し。**



(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 ~



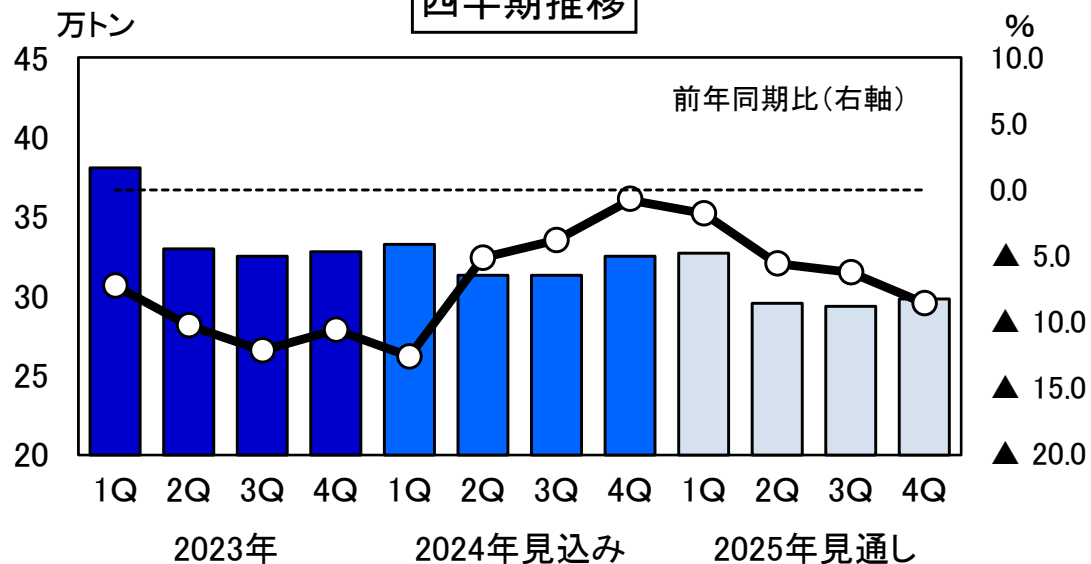
「近年の動向」

★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により減少が続いている。2024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も影響し、内需は5.9%減。前年の10.0%減からマイナス幅は縮小したものの、引き続き減少した。

「2025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、学習参考書等で堅調な動きは見られるものの、全体としては、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、大阪・関西万博等のイベントや参議院選挙等による押し上げ効果はごく僅かと予想される。

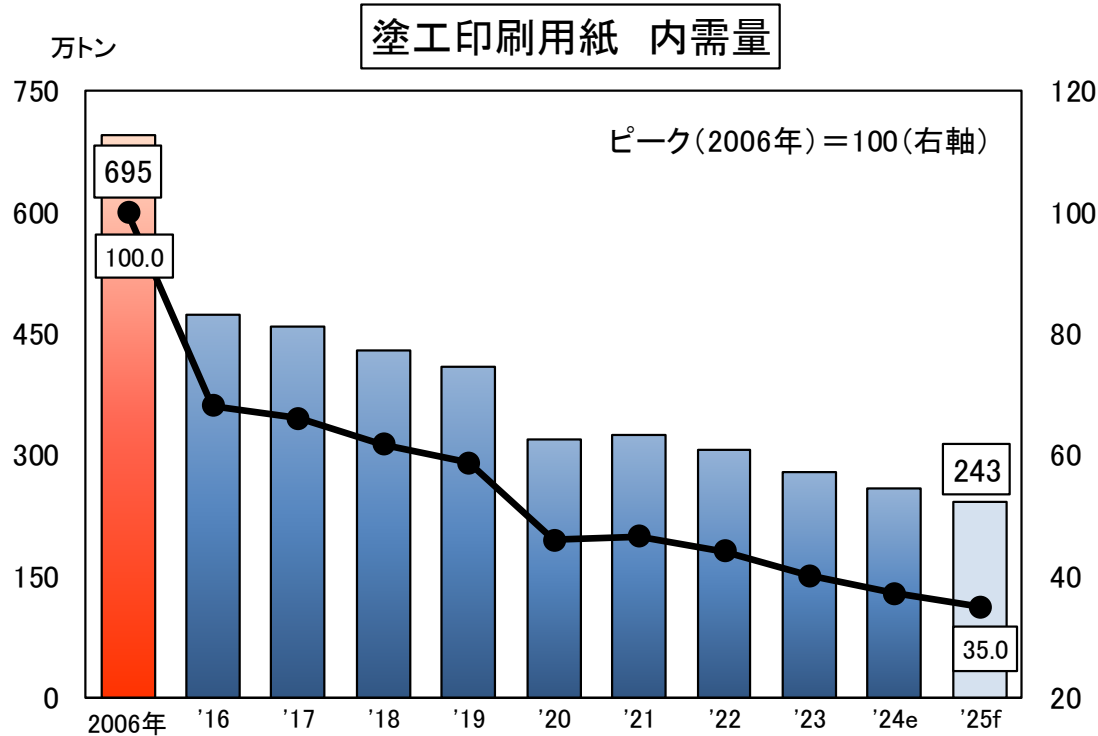
四半期推移



☆以上を勘案し、**非塗工印刷用紙の内需は121万トン、前年比5.5%減を見込んだ。21年連続のマイナスとなる見通し。**2019年比では33.9%減、過去のピークだった1991年(405万トン)に対しては、3割の水準となる。

☆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) - 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」

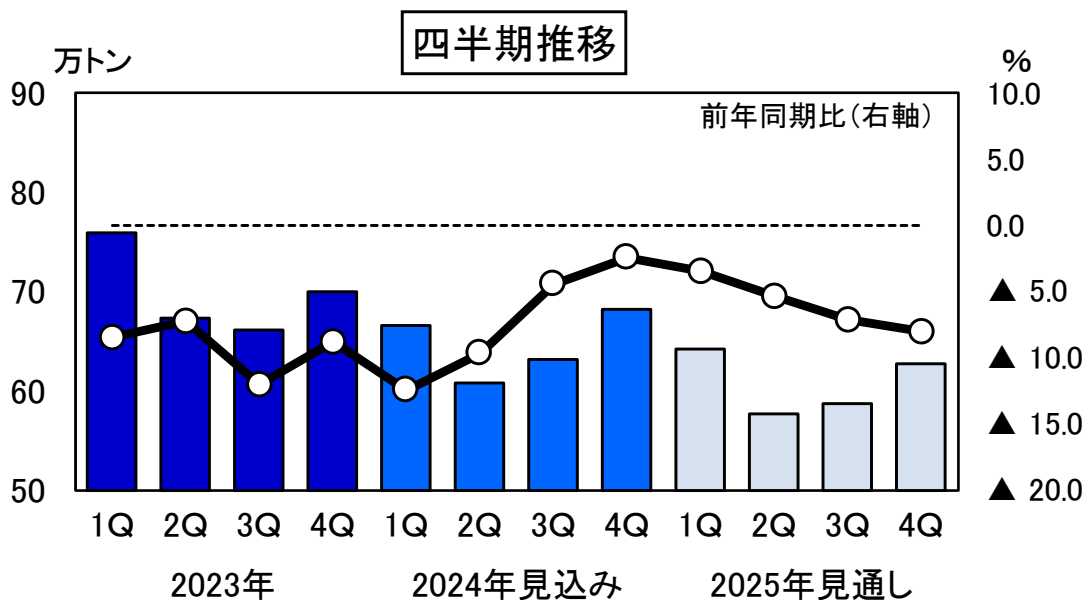
★塗工印刷用紙の内需は、デジタル化等の構造的要因や需要家のコスト削減等により減少が続いている。2024年も販促費の抑制等から、カタログ・チラシ・パンフレット用途等の需要が減少し、内需は7.4%減と、前年の9.1%減からマイナス幅は縮小したものの、引き続き減少した。

「2025年予想」

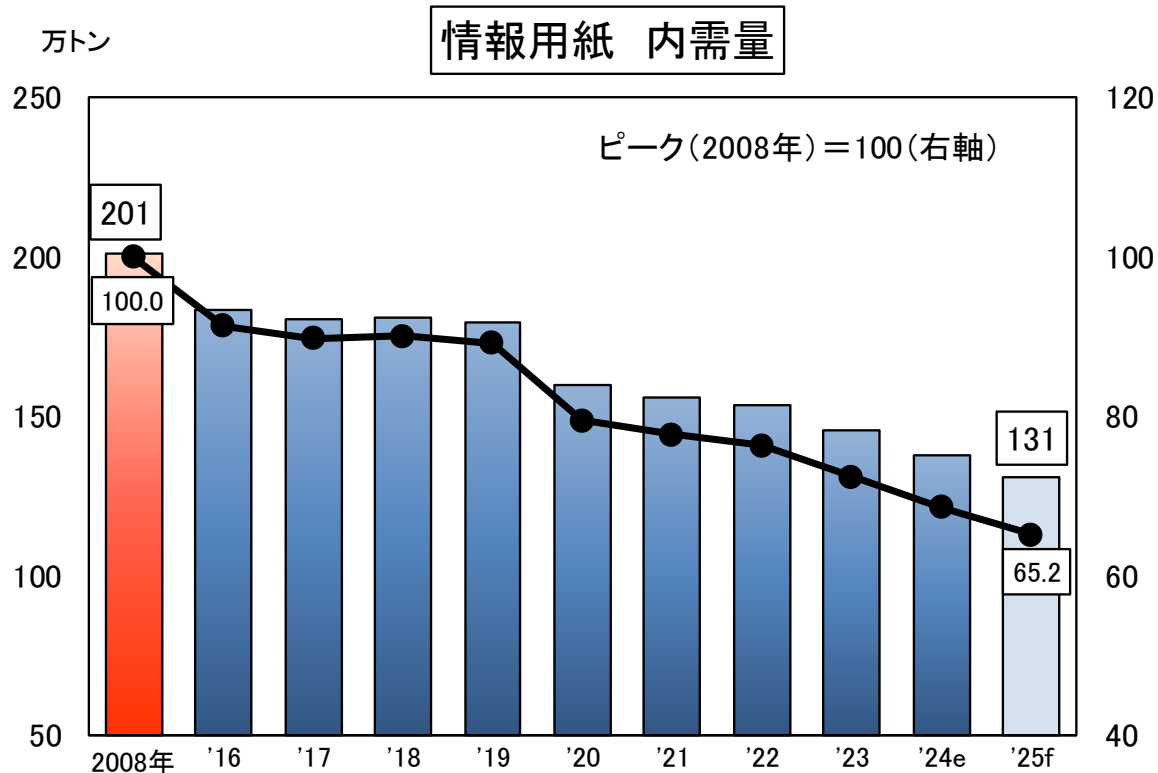
☆景気は緩やかな回復が見込まれ、広告市場全体としては増加が期待されるものの、紙媒体にとっては厳しい状況が続くと見られる。デジタル化等の構造的要因に加えて、これまでの企業のコスト削減姿勢も継続すると考えられる。販促費は抑制され、カタログ、チラシ、パンフレット等の発行回数や部数の減少、判型縮小、グレードダウン等が続くことから、内需は前年を下回ると予想される。なお、大阪・関西万博等のイベントや参議院選挙等による押し上げ効果はごく僅かと予想される。

☆以上を勘案し、**塗工印刷用紙の内需は243万トン、前年比6.0%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40.5%減、過去のピークだった2006年(695万トン)に対しては、3割台半ばの水準となる。

☆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) - ④ 情報用紙 ～ デジタル化等により、PPCを中心に減少継続 ～



「近年の動向」

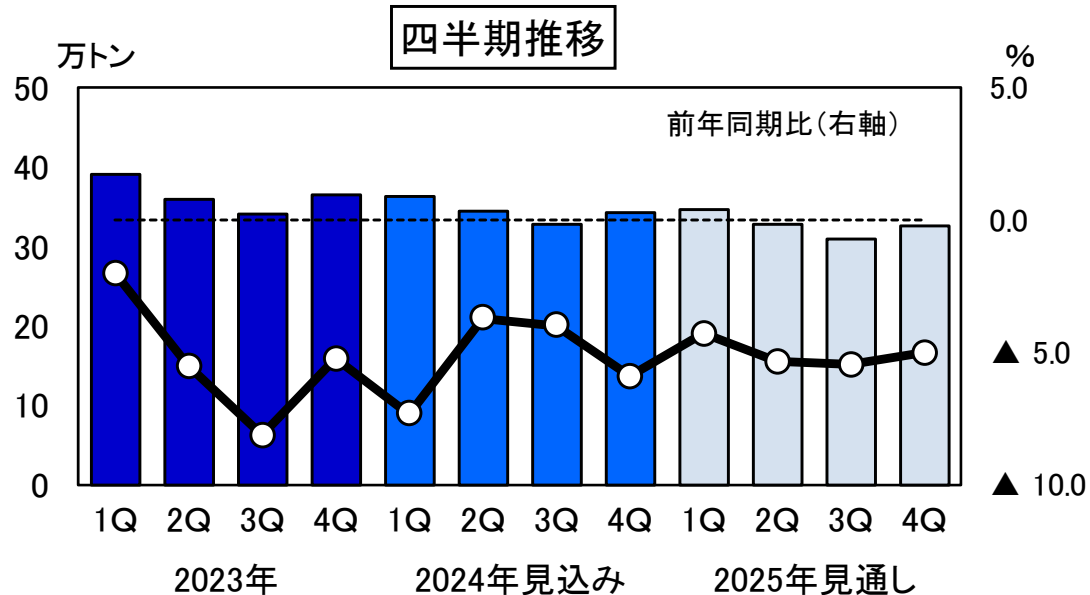
★情報用紙の内需は、コロナ禍を契機としたリモートワークやWeb会議の定着、需要家のコスト削減により減少傾向が続いている。2024年も主力のPPC用紙を中心に需要家の使用量削減の動きが続き、内需は5.3%減と、前年の5.1%減と同程度となった。

「2025年予想」

☆品種別には、感熱紙原紙を除いてマイナスが予想される。PPC用紙は企業のコスト削減や官公庁によるデジタル化の推進、郵便料金の改定等も影響し、使用量の削減が続くと考えられる。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。

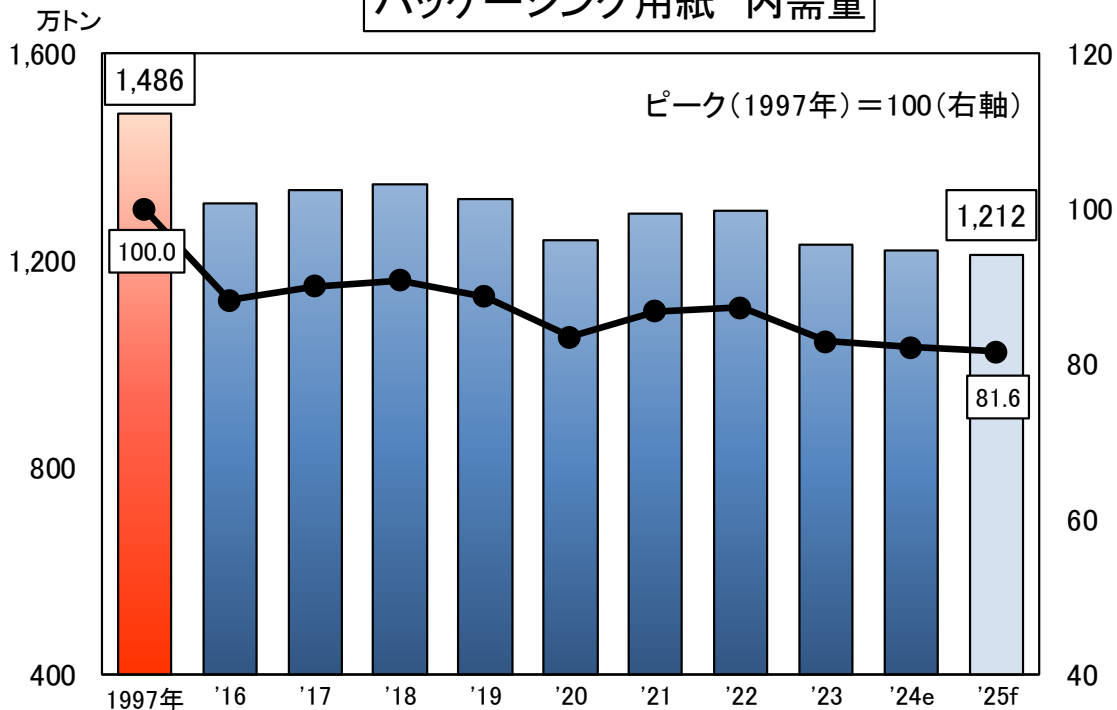
☆以上を勘案し、**情報用紙の内需は131万トン、前年比5.0%減を見込んだ。7年連続のマイナスとなる見通し。**2019年比では26.9%減、過去のピークだった2008年(201万トン)に対しては、6割台半ばの水準となる。

☆四半期別でも**マイナスで推移すると予想。年前半の減少幅はやや縮小する見通し。**



(3) パッケージング用紙 ~ 3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



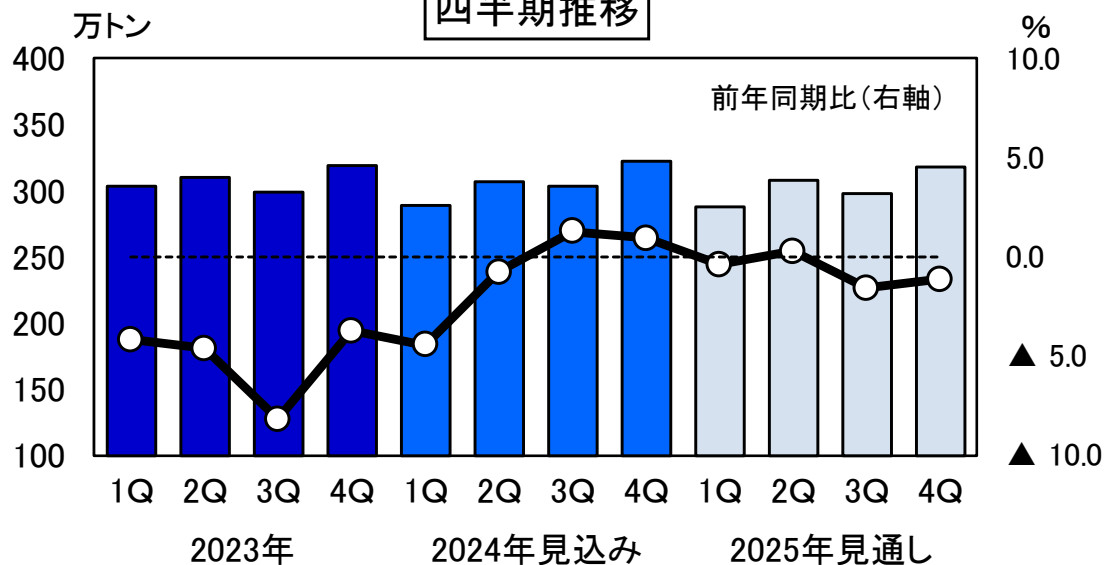
「近年の動向」

★パッケージング用紙の内需は、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。2024年は白板紙がプラスとなったものの、諸物価高騰による消費マインドの低下継続等により包装用紙、段ボール原紙は前年を下回り、パッケージング用紙計では0.7%減と、2年連続でマイナスとなった。

「2025年予想」

☆パッケージング用紙のうち、段ボール原紙は、包装形態の変更や軽量化等が懸念されるが、加工食品向けや電気・機械器具向けの増加等によりほぼ前年並みを予想。包装用紙は、省包装・簡易包装化等によりマイナスを予想。白板紙も、諸物価高騰による消費者の買い控えの継続や包装資材の削減等によりマイナスを予想。いずれの品種もインバウンドの増加はプラスに寄与するが、全体としては微減を予想。

四半期推移



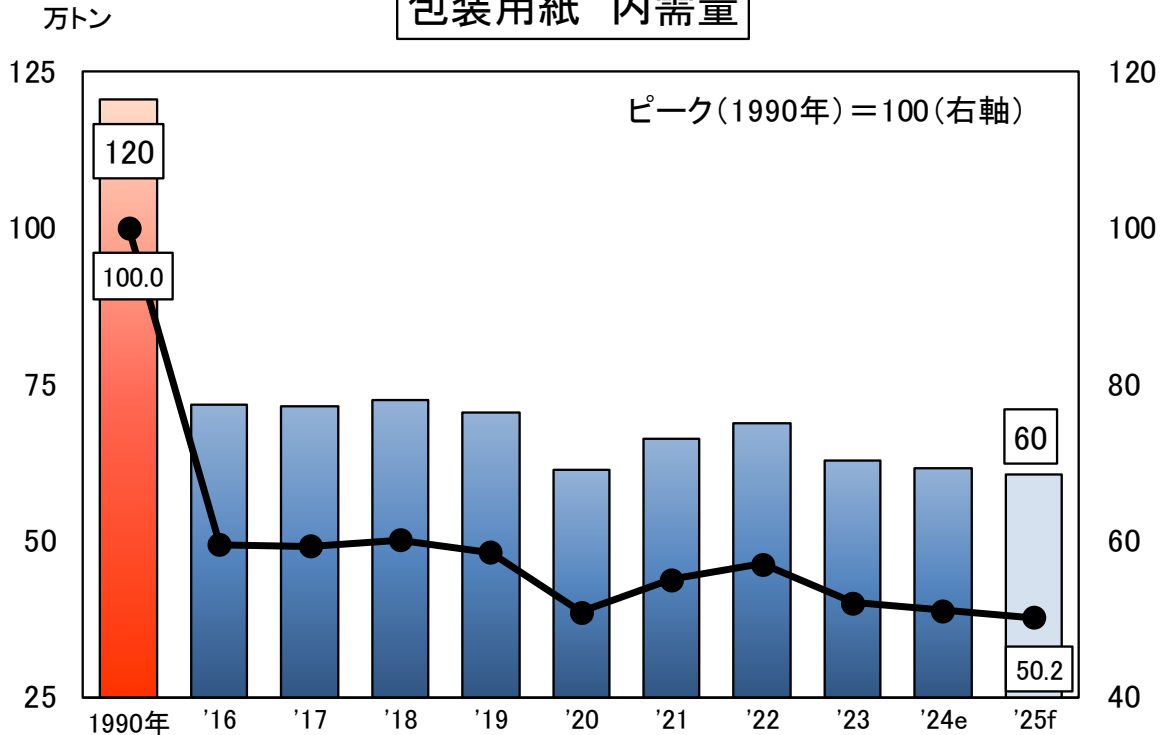
☆品種別の見通しを積み上げると、パッケージング用紙は合計で1,212万トン、前年比0.7%減となる。包装用紙が1.7%減、段ボール原紙が0.5%減、白板紙が1.5%減。パッケージング用紙は、3年連続のマイナスとなる見通し。2019年比では8.0%減、過去のピークだった1997年(1,486トン)に対しては、8割強の水準となる。

☆四半期別では、4-6月を除いてマイナスで推移すると予想。マイナス幅は年後半が比較的大きくなる見通し。

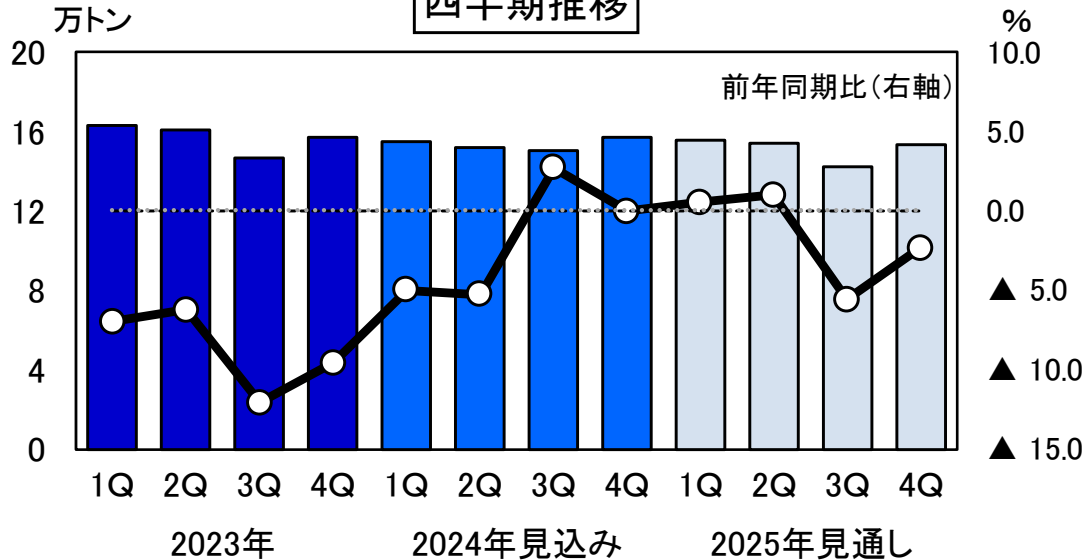
☆詳細については当該品種頁参照。

(3) - ① 包装用紙 ~ 3年連続のマイナス。需要家のコストダウン強化等により減少継続 ~

包装用紙 内需量



四半期推移



「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。2024年は、重包装向けでは食材向けが弱いながらも回復が見られ、粘着テープ等も堅調に推移し、全体ではプラス。一方、軽包装向けではイトインの回復によるファストフード向けの頭打ちやマイバックの浸透、有料化等の影響が継続し、内需は2.0%減と、2年連続で前年を下回った。

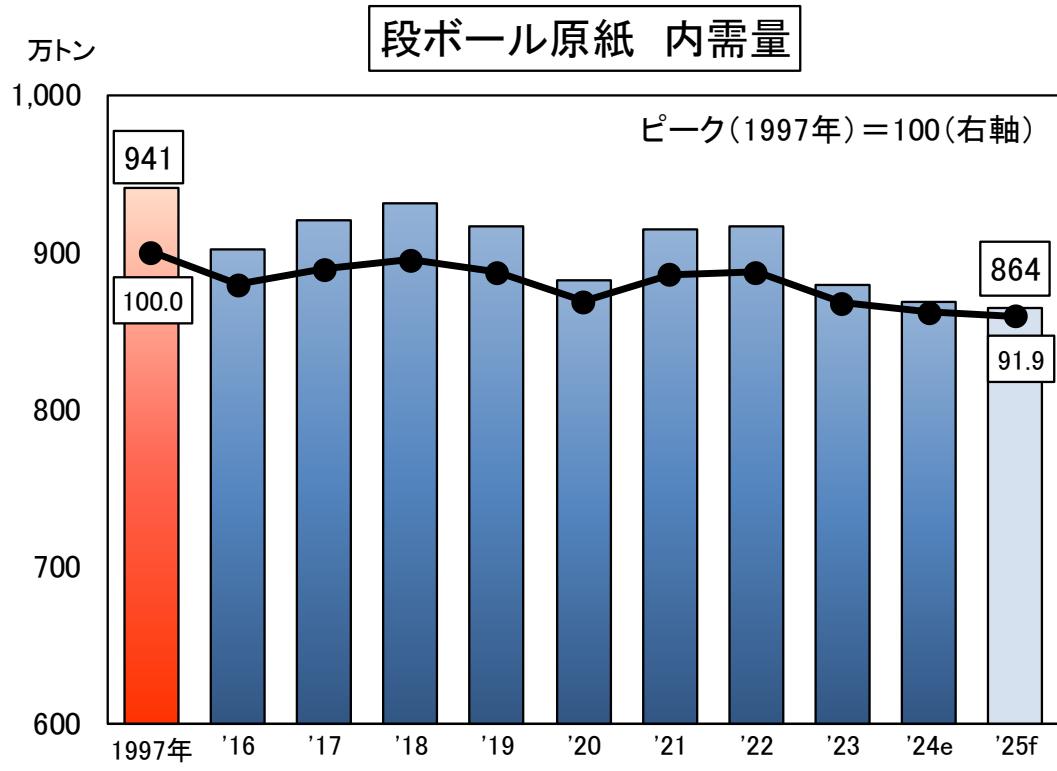
「2025年予想」

☆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、フードロス対策やフレコン化、合成樹脂等の産業関連向けの低迷によりマイナス。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が期待されるが、マイバックの定着や紙袋の有料化等の継続により前年を下回る。一方、加工用途では、食品包材向けを中心に堅調に推移する。また、封筒向けで5年に1度の国勢調査用のスポット需要があるが、前年の郵便料金の改定等による大幅減を打ち消すには至らない。脱プラ・減プラ需要は、食品・日用品向け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60万トン、前年比1.7%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14.2%減。過去のピークだった1990年(120万トン)に対しては、5割の水準となる。

★四半期別では、年後半はマイナスで推移すると予想。マイナス幅は7-9月が比較的大きくなる見通し。

(3) - ② 段ボール原紙 ~ 3年連続のマイナス。包装用紙への切り替えや軽量化が懸念材料 ~

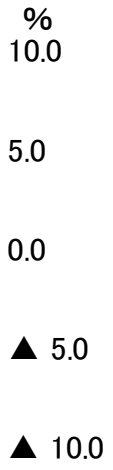
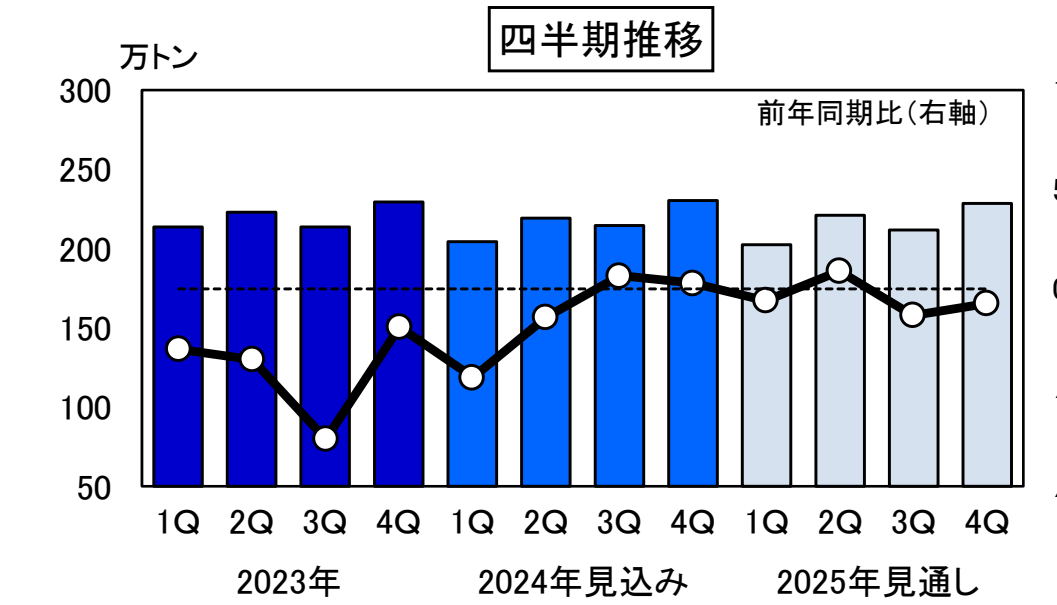


「近年の動向」

★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。2024年は、自動車関連の不正発覚による減産等で電気・機械器具向けがマイナス。主力の加工食品向けも諸物価高騰による消費マインドの低下継続等により回復は見られず、内需は1.3%減と、2年連続のマイナスとなった。

「2025年予想」

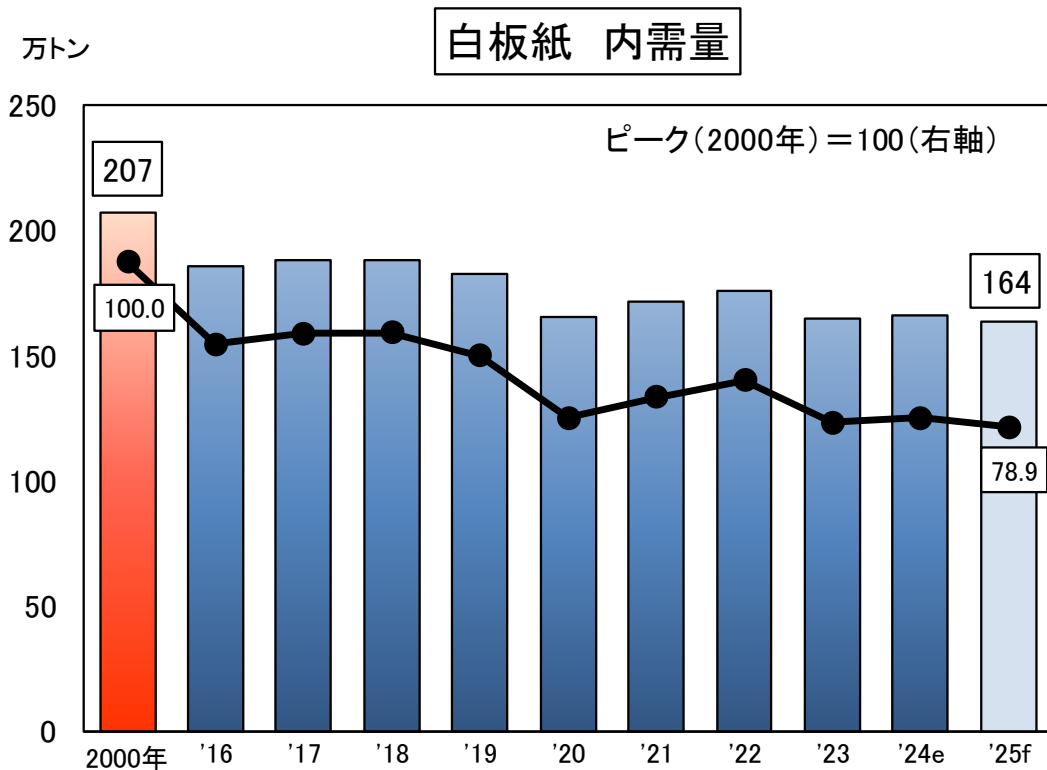
☆全国段ボール工業組合連合会の需要予測によれば、段ボール需要は0.2%減で概ね前年並み。主要分野では、需要の約4割を占める加工食品向けが、大阪・関西万博期間中の人流増加の恩恵を受けて増加が期待される一方、青果物向けは生産者と作付面積の減少が続き、前年を下回ると予想されている。電気・機械器具向けは自動車生産台数の回復により増加し、通販・宅配向けは包装用紙への切り替えが懸念されるものの、堅調に推移すると見ている。段ボール原紙は、これらの需要予測や直近の軽量化、需要家によるコストダウンの強化を考慮し、段ボールよりも若干低い伸びになると予想した。



☆以上を勘案し、段ボール原紙の内需は864万トン、前年比0.5%減を見込んだ。3年連続のマイナスとなる見通し。また、2019年比では5.7%減、過去のピークだった1997(941万トン)年に対しては、9割強の水準となる。

☆四半期別では、4-6月を除いてマイナスで推移すると予想。マイナス幅は年後半が比較的大きくなる見通し。

(3) - ③ 白板紙 ~ 2年ぶりのマイナス。物価高を背景に、買い控え、パッケージ見直しの動き ~



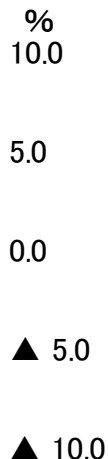
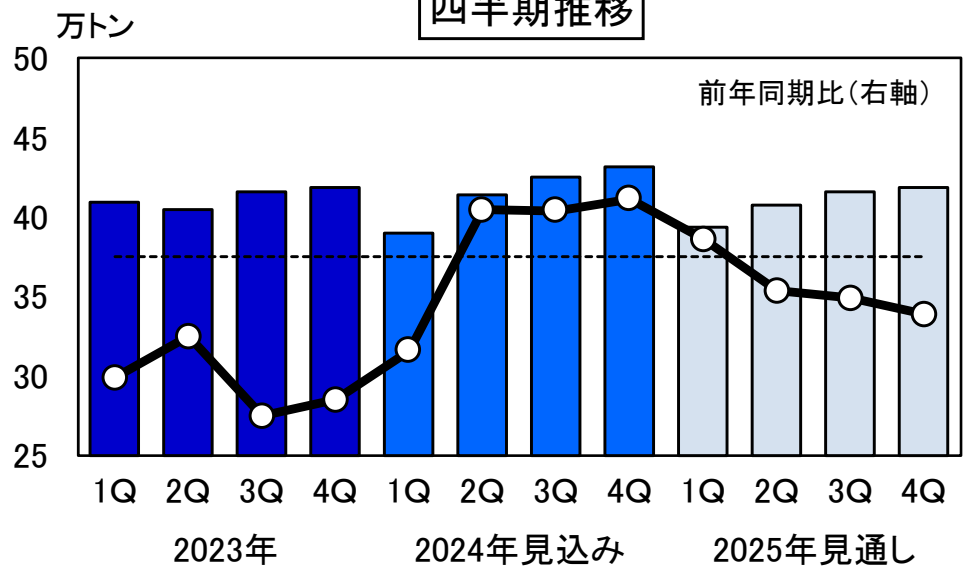
「近年の動向」

★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年には、主要分野の食品向けを中心とした製品値上げによる消費者の買い控え等を背景に荷動きは全般低調となった。2024年は、買い控えは継続も、トレーディングカード向けの需要増が牽引、加えて医薬品やテイクアウト向け等が堅調に推移したことで、内需は0.7%増と2年ぶりに前年を上回った。

「2025年予想」

☆大阪・関西万博等による、インバウンド、人流の増加を背景に、医薬品、化粧品、土産物向け等の需要分野が期待できる一方で、前年好調であったトレーディングカード向けが不透明、また主要需要分野の食品向けは、2025年も様々な製品の値上げが予定されており、消費者の買い控えの継続、需要家のコスト削減や、物流問題を背景とした、パッケージの見直しが一層進むとみられ、全体としては前年を下回ると予想。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



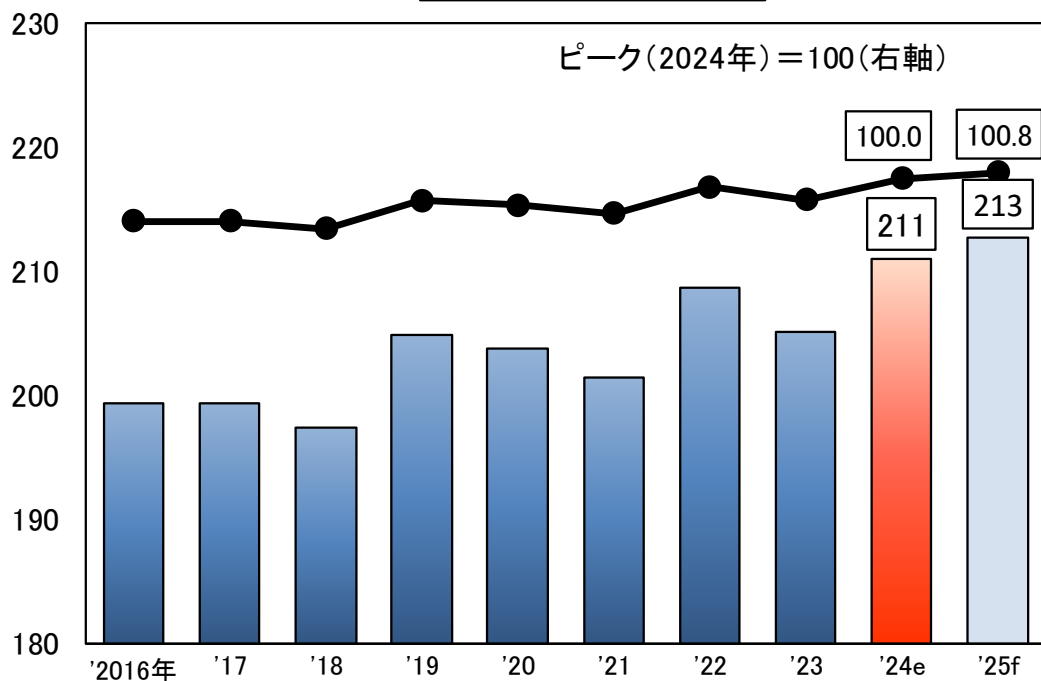
☆以上を勘案し、白板紙の内需は164万トン、前年比1.5%減を見込んだ。2年ぶりのマイナスとなる見通し。2019年比では10.4%減。過去のピークだった2000年(207万トン)に対しては、8割弱の水準。

☆四半期別では、年前半の1-3月はプラスとなるも、4-6月、7-9月、10-12月はマイナスで推移する見通し。

(4) 衛生用紙

～ 2年連続で過去最高を更新 業務用向けを中心に堅調 ～

衛生用紙 内需量



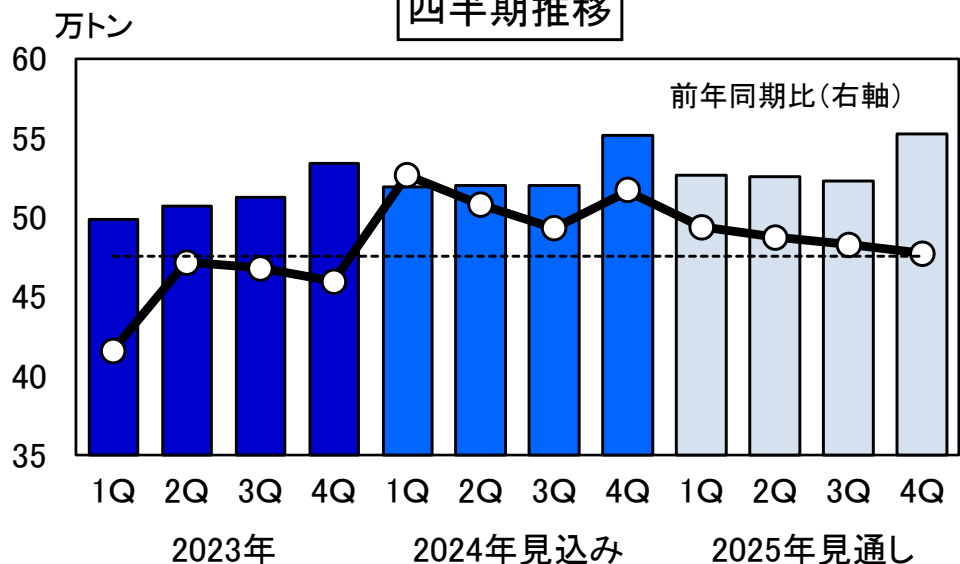
「近年の動向」

★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、堅調に推移している。2024年は、物価高による消費者のコスト意識の高まりや製品のコンパクト化(ソフトパックティッシュへのシフト、トイレットロールの長尺化、ロール幅の縮小等)が進んだ一方で、インバウンドの増加、また南海トラフ地震臨時情報の発令等に伴う消費者の備蓄意識の高まり等を背景に、内需は2.9%増と、2022年に記録した過去最高を更新した。

「2025年予想」

☆物流問題を背景とした輸送効率の改善に加え、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化した製品へのシフトは継続する一方で、大阪・関西万博の開催等を背景としたインバウンドの増加、人流の増加により、宿泊施設等の業務用向けを中心に、需要は引き続き堅調に推移すると予想。品目別には、ティッシュペーパーは花粉等の季節需要はあるものの横ばい、トイレットペーパーは業務用向けを中心に、タオル用紙はキッチン用途を中心に、プラスとなると予想。

四半期推移



%
10.0
5.0
0.0
▲ 5.0
▲ 10.0

☆以上を勘案し、衛生用紙の内需は213万トン、前年比0.8%増を見込んだ。2年連続の過去最高更新となる見通し。2019年比では3.8%増。

☆四半期別では、年間を通してプラス基調で推移し、年後半より徐々に落ち着いて推移する見通し。

IV. 参考 ① グラフィック用紙関連の動向

<2025年の主な出来事>

国内	
4月: 4月13日から10月13日の184日間にわたり、「2025大阪・関西万博」開催予定	
7月: 参議院任期満了(7/28)で第27回参院選	
9月: 世界陸上競技選手権大会が東京で開催予定	
10月: 第22回国勢調査	
11月: 第25回夏季デフリンピック競技大会 東京2025開催予定	
12月: 紙タイプの健康保険証の有効期限(12/1)	
海外	
1月: トランプ大統領就任式(米国)	
11月: G20サミット2025開催予定(南ア) 国連気候変動枠組み条約第30回締約国会議(COP30)開催予定(ブラジル)	

<国内経済見通し[単位:%]>

	政府		民間(15機関平均)	
	2024年度	2025年度	2024年度	2025年度
名目GDP成長率	+2.9	+2.7	+3.0	+2.9
実質GDP成長率	+0.4	+1.2	+0.4	+1.1
消費者物価[前年比]	+2.5	+2.0	+2.5	+2.0

- 政府経済見通しによると、2025年度の国内総生産(GDP)の実質成長率はプラス1.2%を見込む。政府の経済対策の押し上げ効果によって個人消費が改善し、内需が経済成長をけん引する。2025年度の消費者物価上昇率プラス2.0に対し、名目賃金上昇率はプラス2.8と、賃金上昇率が物価上昇率を上回る見通し。円相場は153.6円/ドルと想定。
- 日本経済研究センターは、2025年度の実質成長率をプラス1.1%と予測。物価を上回るペースで賃金の上昇が続き、個人消費が持ち直すという見方から、今年度の成長率の予測の0.4%を上回る見通しとなっている。
- 政府の経済財政運営については、最低賃金の引上げ、価格転嫁等の取引適正化、人手不足に対応する省力化・デジタル化投資の促進等に取り組む。また、DX・GX、AI・半導体等の成長分野における官民連携投資など「投資立国」の取り組みを進める。

<広告動向>

- 紙媒体は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、2024年から2025年の年末年始(12/28-1/3)の売上前年比は、雑誌が前年割れだった一方で、書籍、コミックが前年超えとなり、合計で前年比100.1%だった。

<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	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
総店舗数	13,085	12,653	12,343	11,952	11,495	10,918
坪数計	1,242,007	1,202,680	1,176,342	1,156,896	1,125,325	1,070,172

- 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1万918店で10年前の1万5602店から約3分の2になった。

<紙の使用量に影響すると見られる動き>

- ・新聞の休刊～夕刊フジは2025年1月31日発行(2月1日付)を最後に休刊。1969年2月の創刊から約56年の歴史に幕を下ろす。
- ・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し、地方公共団体の職員が真に必要なとされる住民サービスに注力する。
- ・改正戸籍法の施行～戸籍に氏名の読み仮名を記載する改正戸籍法が2025年5月26日に施行。施行にあわせて市区町村が全国民に読み仮名を通知。施行から1年以内に届け出がなければ通知に記された読み仮名を登録。行政手続きのデジタル化に役立つとともに、戸籍にふりがな追加で、データベース検索・管理の効率化につなげる。
- ・販売促進費の抑制～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。
- ・電子チラシ・カタログ拡大～紙媒体から電子媒体を経由した注文に切り替えた顧客にポイントを付与する等。
- ・その他～電子帳簿保存法(2024年1月1日から完全義務化)、「2025年の崖」に向けたITシステムの刷新、DXの実行など。

<新聞用紙の軽量化～内需に占めるXL・SLの比率[単位:%]>

	2023年平均	2024年1Q	2Q	3Q	4Q
XL(40g/㎡)	41.0	41.9	41.6	41.4	47.4
SL(43g/㎡)	52.8	52.2	52.0	52.7	46.2
その他	6.2	5.9	6.4	5.9	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>

●JR東日本は、品川車両基地跡にて手掛ける高輪ゲートウェイ駅直結・都心最大級の新たな街「TAKANAWA GATEWAY CITY」を3月27日にまちびらき。「100年先の心豊かなくらしのための実験場」が誕生する。まちびらき時には、「THE LINKPILLAR 1」の開業及び高輪ゲートウェイ駅が全面開業。その商業部分を担うのが、ルミネ史上最大規模の延床面積約6万㎡となる新たな施設「ニューマン高輪」で、新宿店や横浜店を上回り、ニューマンとしては最大となる。3月の一部先行開業、秋、来年春の3段階に分けてオープンし、ファッションや飲食を中心に約200店舗が出店する見通し。ラグジュアリーホテル「JWマリオット・ホテル東京」の首都圏初進出等も控え、「TAKANAWA GATEWAY CITY」が全面開業すれば、1日に約10万人の訪問が期待される。

●沖縄北部の世界自然遺産である山原(やんばる)エリアに「ジャングリア(JUNGLIA)」が夏頃にオープン。2023年3月に営業終了となった「オリオン嵐山ゴルフ倶楽部」の跡地で、敷地面積は約60万㎡。正社員と契約社員、アルバイト等で1000人以上の雇用創出に寄与する。南国に降り注ぐ太陽の光の下、広大な亜熱帯ジャングルやエメラルドグリーンに輝く海を一望できる絶好のロケーションがプレイフィールドであり、「Power Vacance !!」をコンセプトに、ここでしか味わえない各種体験を通じた興奮や大自然を満喫する贅沢感を提供し、年間来場者数が300万人の沖縄美ら海水族館と並ぶ北部の人気コンテンツとなることを狙う。

<訪日外客数[万人] (株式会社JTB)>

2020年	2021年	2022年	2023年	2024年(予)	2025年(予)
412	25	383	2,507	3,690	4,020

<脱プラ・減プラに向けた企業の対応>

企業名	主な取り組み
サトウ食品	2024年11月1日より、「サトウの鏡餅」の一部商品をエコパッケージへ変更(化粧箱タイプのプラスチック窓を廃止、橙飾りをプラスチック製から紙製へ変更、鏡餅の三方を金色アルミ箔から紙製の木目調へ変更)。これにより、プラスチックの使用量を従来より約25%削減する。
スターバックス	環境負荷低減を目的に2020年1月より店舗で提供するストローの素材をプラスチック製から紙製へ段階的に移行してきたが、2025年1月からストローの素材を5年ぶりに刷新。紙製から植物由来のバイオマスプラスチック(バイオマス度99%)に切り替える。これにより、飲み心地が改善するだけでなく、ライフサイクル全体でCO2の排出を低減し、店舗から出るストローの廃棄物量(重量比)を半分近く削減できる見込みとなり、顧客満足度と環境配慮を両立させる。

<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)>

	2021年	2022年	2023年
食品、飲料、酒類	+14.1	+9.2	+6.5
生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	+4.7	+3.8	+5.1
化粧品・医薬品	+9.8	+7.5	+5.6
衣類・服飾雑貨等	+9.4	+5.0	+4.8

<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)>

	2023年	2024年(予)	前年比	2025年(予)	前年比
生産台数(千台)	9,000	8,240	▲8.4%	8,444	+2.5%
国内販売台数(千台)	4,779	4,443	▲7.2%	4,644	+4.8%

●2025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割弱の水準にとどまる。

<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)>

2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2030年度(予)
21,284	21,725	22,084	23,041	35,000

●2023年度版 日本のドラッグストア実態調査によると、2023年度の店舗数は23,041店。同協会の産業予測(2022年10月公表)では、2030年度には35,000店まで増加すると予測している。

<春の花粉症飛散予測 第2報(日本気象協会)>

●2025年春の花粉飛散量は、前シーズン(2024年)と比べると、九州から近畿と、東南北部は非常に多く、2~8倍に。北陸と関東甲信も多い傾向。東海は前シーズン並み、東北部と北海道は少ないと予測。

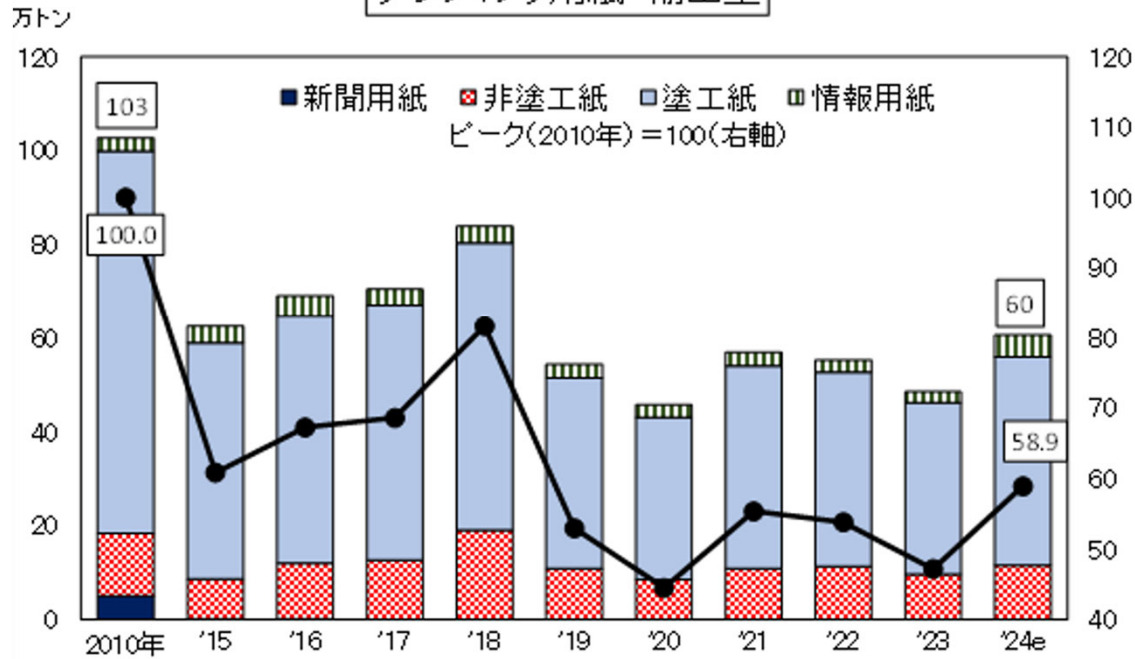
<トイレトペーパーのコンパクト化(日本家庭紙工業会)>

1ロールの長さ	2024年(シェア)	前年比	ロール幅	2024年(シェア)	前年比
61m以上(長巻)	55.9%	+3.3pt	114mm未満	67.8%	+12.9pt

●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、%)

	2022	2023	2024e	構成比
アジア	517	466	576	95.2
中国	93	90	84	13.9
韓国	39	35	38	6.2
台湾	85	74	75	12.4
ASEAN	188	156	201	33.3
インド	84	75	138	22.8
その他	35	18	29	4.8
合計	552	484	605	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年連続でマイナスとなっていたが、2024年はインド向けの増加等によりプラスに転じた。過去のピークである2010年(103万トン)と比較すると6割の水準となっている。
- ★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。

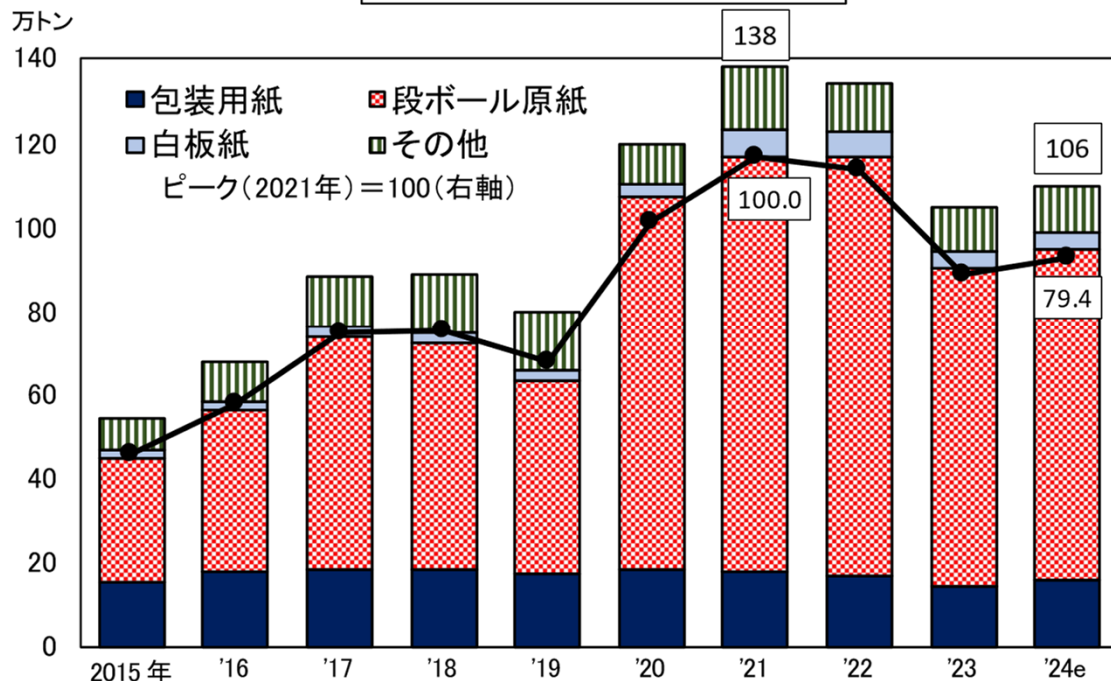
「2025年予想」

- ☆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、欧州企業の能力減に伴う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"> ・ 内需低迷による輸出シフトの可能性 ・ 欧州からのアジア圏への流入減 ・ 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 ・ 保護貿易政策の世界的な拡大 ・ 海上運賃の高止まり ・ 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



「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。2024年の水準は、ピーク比では8割となっている。

★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。

「2025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、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。

仕向け地

(単位:千トン、%)

	2022	2023	2024e	構成比
ア ジ ア	1,333	1,038	1,084	99.1
中国	516	390	313	28.6
韓国	122	139	160	14.6
台湾	118	92	107	9.8
ASEAN	560	402	487	44.6
インド	4	5	9	0.8
そ の 他	9	7	10	0.9
合 計	1,341	1,045	1,094	100.0

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"> ・ 中国企業等の能力増による供給過剰 ・ 中国をはじめとしたアジア経済の先行き不透明感 ・ 保護貿易政策の世界的な拡大 ・ 海上運賃の高止まり ・ 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(2024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、2024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)。