

欧州包装 NEWS

- powered by interpack -

2014 年 3 号

この夏は、ロシアとウクライナの衝突が、政治議論の上に重要テーマとして君臨しているだけでなく、経済活動への影響も否定できなくなりました。ロシアへの輸出によってビジネスを行っている産業は、ロシア政府が発表したエンバゴを深刻に受け止めています。包装機械産業も、関わっています。そのような背景から、欧州包装 NEWS 3 号をお届けします。今回のテーマは、

- * [トレンドとして、インタラクティブ・パッケージング、コンビニエンスと環境保護、](#)
- * [産業・企業情報として、ドイツの包装機械メーカーの輸出からの依存、ポツシュの戦略、ハイデルベルグの組織再編成、など](#)
- * [メッセ・イベント情報として、TOKYOPACK、来年上海で開催される SWOP など](#)を

取り上げました。ぜひ、お頼みください。

第 1 部：欧州包装業界のトレンド

トレンド：インタラクティブ・パッケージング

包装は、製品を輸送の際に保護することが基本的な機能ですが、情報伝達や消費者とのコミュニケーションがますます重要になってきています。技術の発展によって、数年前までには考えられなかった機能がヨーロッパで話題になっています。例えば、

- * ミュンヘンの EMFT フラウンホーファー研究所が開発している資材は、ホイルにインテグレートされたセンサーが機能し、製品の状態を持続的に監視します。賞味期限が過ぎ、あるいは製品が倒れて壊れたなどの場合には、センサーが反応して、その異常状況を、包装の輝きや色の変化などによって伝えます。5 月、デュッセルドルフにて開催された「interpack」で、北口 EN1 のスタンド展示紹介されました…
- * 欧州委員会の規制があらゆる分野をカバーしていますが、最近の事例として、次のようなものが挙げられます。2014 年 7 月 11 日から、化粧品の容器に情報の量と内容について新しい規制が設定され、ロゴや会社名、生産国以外に、読みやすく分かりやすい数多くの情報を表示することが義務付けられました。顧客の要求に応じて容器が小さくコンパクトになる傾向もあり、そのような量の情報を伝えるのは難しくなっていることは事実です。そのような背景から、「インタラクティブ・パッケージング」の重要性がますます高まってきます。QR コードはもちろん、[欧州印刷業界ニュース](#)に伝えましたように「拡張現実」(AR)の利用によって、顧客はスマホなどの通信技術を使えば追加情報が簡単に得られるという利点を包装産業も活用しています。

出典：2014 年 5 月 6 日付け Mittelstandswiki サイト、www.interpack.de サイト

トレンド：デュアル・システムは限界に

環境保護の先進国として知られているドイツは、1991 年にゴミ分別とリサイクル率を上げるため、「デュアル・システム」を導入し、世界から注目を浴びてきました。基本を簡単に言うと、消費者が購入価格に含まれる料金を通して、間接的にリサイクルあるいはゴミ分別の料金を払うことです。しかしながら、このシステムは限界に達しています。その主な理由は、二つあります。

- * 一つは、消費者が(容器に分かりやすくするために特定のシンボルが印刷されているにもかかわらず)、ゴミ分別が十分になされていないことです。というのは、せっかく容器を適切に回収する目的でゴミ箱が準備されていても、消費者が容器を違ったゴミ箱に入れたり、デュアル・システムに関係していないゴミを投入したりします。

- * もう一つの理由は、小売業者の関わり方です。消費者には店舗で買い物をし、不要な容器(段ボール箱、プラスチックなど)を持ち帰らないで店舗が用意するゴミ箱に捨てる権利があります。店舗はそれをきちんと分別する義務がありますが、経済的な理由から一般ごみとして捨てる傾向があります。

上の二つの理由が「デュアル・システム」の効果にし、システムの将来性が問われています。

出典:2014年4月15日付け Packaktuell 誌

トレンド: 容器の個性化



顧客の注目を集めることは、POS のもっとも重要な課題で、今や小売業界のチャレンジとなりました。個性のない製品より、なにか特徴があるものの方が、もちろん効果的です。印刷業界と包装業界において、一つのイノベーションがずいぶん話題になっています。それは、ドイツの KHS 社が開発してきた技術で、飲み物販売に不可欠な PET ボトルに、ラベルなしに直接デジタルで印刷することが可能になったことです。その技術は、(ラベルが不要になるため、利用される素材が減ることによって)環境保護に貢献するだけでなく、最新情報(例えば、前日のサッカーの試合の結果や、お祝いのメッセージをなど)をボトルに臨機応変に印刷し、消費者の関心を惹くことによって、売上増

加にも貢献すると期待されます。

写真の出典:KHS ウェブサイト、2014年4月4日付け KHS プレス・リリース、www.interpack.de サイト

専門家に聞く:Smurfit Kappa グループ最高執行責任者(COO)、スムルフィット氏が指摘するトレンド

Packaging Europe 誌が、Smurfit Kappa グループ最高執行責任者(COO)の T. スムルフィット氏に、包装産業におけるトレンドについてインタビューを行いました。同氏は特にトレンドについて次のように語りました:

- 包装業界とリテール(小売)業界において、重要性が増加しているのは、(おそらく、日本以外の国でしょうか)「display-ready packaging」です。つまり、リテール業者の従業員が商品を卸売用のケースから取り出し、店舗にある棚に一個一個並べることをせず、ケースを開けたまま置く方式です。もっともディスカウントショップでよく使われる方式ですが、今後は(コスト削減のため)リテール業界にどんどん普及すると予想しています。
- e コマースの成長によって、包装のデザイン性への要求・期待が高まってきます。つまり、ネット(あるいはスマホ)で注文した製品が、デリバリーされた時点で消費者が初めて見たり、触ったりするので、「ファースト・コンタクト」の時点でパッケージが魅力的でなければ失望する可能性もあります。商品を包装する容器のデザイン性がよく、メッセージをうまく伝えることがなければ、消費者は失望し、次の注文をしない可能性が高いため、包装産業がこの分野でチャレンジするべきだ、と述べています。

出典:2014年8月7日付け Packaging Europe 誌

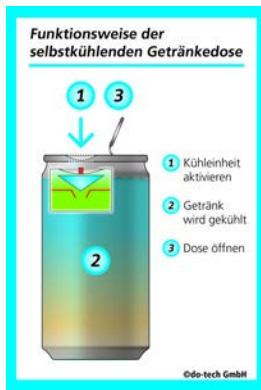
トレンド:タバコ販売とタバコ箱

欧州共同体において、タバコの販売に関する規制がますます厳しくなります。2016 年からは、タバコの箱を統一したデザインにし、ブランドの特徴を出さないようにすることや、タバコの消費によって発生が予想される疾病に関する情報写真を記載し販売することはすでに決定済みです。最近、イギリスの包装業者の連盟が、それに対して反対運動を起しています。彼らが主張するのは、容器に警告が印刷するのは効果がないことと、タバコを販売する小売業に多大な悪影響があることです。イギリスだけでも、規制の実施によって、関係する小売業の売上高が 5 億ポンド程度(855 億円に相当)減少すると見込まれています。事例としてあげられるのは、オーストラリアです。オーストラリアは、同様の規制が導入されて、タバコの販売が 3.4%減少したとされています。イギリスのガス・スタンド営業者団体が規制導入に対して強く反対の意見も述べましたし、BAT 社(ブリティッシュ・アメリカン・タバコ社)がこの法規の導入によって、包装関連のコストが 2 億ポンド程度上がると見込んでいます。

2014年8月8日5月1日・4月1日付け Packaging News 誌

トレンド: コンビニエンスと環境保護

顧客の利便性に関して、日本ほど発達している国がないと思われます。どこにでもコンビニがあり、(飲み物の)自動販売



機が富士山の登山道にあっても不思議に思われないなど状況を説明する例は多く挙げられます。便利さは、一方では利用エネルギーの増加などの反面も伴っています。一つの例を挙げますと、当たり前だと思われる飲み物の自動販売機はかなりのエネルギーを消費しています。ドイツやヨーロッパの他の国々では、エネルギー消費がかなり話題になっているので、日本のように飲み物の自動販売機がどこにでもあることが想像できません。しかし、消費者はもちろん便利さを求めています。そのバランスを維持するために、デュッセルドルフに本社がある Do-Tech 社は、新しい技術を開発してきました。通常の飲み物の缶に、冷却剤が入っている部分を加え、消費者が缶を開けると冷却剤の科学反応によって飲み物の温度が 1 分で約 10 度下がる技術です。これにより冷蔵している自動販売機が不要になり、環境保護も配慮できることとなります。

図の出典: <http://www.do-tech.com/news/>

出典: 2014 年 5 月 6 日付け *Mittelstandswiki* サイト、*www.interpack.de* サイト

第 2 部：産業情報

プラスチック製の包装

2013 年に、ドイツにおいてのプラスチック製の包装は、大きく成長しました。ドイツプラスチック包装協会の分析によりますと、ドイツでは生産量が 2.4%増加し、430 万トンに達しました。売り上げは、新記録を達成し、3.5%成長で 136 億ユーロ(1 兆 8644 億円に相当)になりました。今後、生分解性のプラスチックの包装のシェアが伸び、TechScie Research という調査会社の調べによりますと、一年間の成長率が 12%になると予想されています。特にファースト・フード容器と飲料用ボトルが著しい成長性を示すと見込まれています。

2014 年 8 月 6 日付け *Packaktuell* 誌、2014 年 7 月 30 日付け *Verpackungsrundschau* 誌

ドイツの包装機械メーカーが、輸出に依存

ドイツ機械工業連盟 VDMA の統計によりますと、ドイツの食品機械・包装機械産業が 2013 年度は、生産が約 120 億ユーロ(1 兆 7338 億円に相当)に達し、生産の 85%を 100 ヶ国以上の国々に輸出したとしています。輸出先のうち、ヨーロッパが 44%、アジアが 22%、北米が 13%のシェアを占めます。2014 年の前半には、あらためて輸出依存度の高さが明らかになりました: 2013 年前半に比べて、機械受注が 8%増加を示しましたが、国内の受注が 3%減少し、外国からの受注が 14%増加したので、ポジティブな数字となりました。

出典: 2014 年 7 月 31 日付け *Verpackungsrundschau* 誌、2014 年 5 月 26 日付け *it-production* 誌

ポッシュ: 薬品包装と食品包装に期待

ポッシュ社は *interpack* の会期中に 2020 年までの戦略を公表しました。発表内容は次のようにまとめられます。同社が 2015 年の年度末まで、売上高を 12 億ユーロ(現時点 2054 億円に相当)までの増加を見込み、特に成長性の高い分野は薬品包装と食品包装(機械)です。技術の高いレベルを維持するために、同社は、売上の 4.5%程度を研究開発に投資する予定であると述べました。

出典: 2014 年 5 月 21 日付け *Healthcarepackaging* 誌

スムルフィツ・カップ・グループの成長

アイルランドのダブリンに本社を持つ、段ボール生産大手スムルフィツ・カップ・グループは 2014 年の前半に 39 億 4700 万ユーロ(5407 億円に相当)の売上高に達成し、これは 2013 年前半に比較して約 1%の増加です。しかし、為替レートの悪影響を差し引いて計算しますと、5%の成長となります。同社は、秋に入ってから段ボールの値上げを計画していると公表しました。

出典: 2014 年 7 月 30 日付け *Packaktuell* 誌

印刷機械メーカーハイデルベルグ社は組織再編成

包装印刷を成長性のある分野として認める、ドイツの印刷機械最大のメーカーであるハイデルベルグ社は、リストラ([欧州印刷業界ニュース 2014 年 2 号も参照](#))を継続し、組織の再編成を公表しました。同社は、包装関連の印刷後の工程(ポストプレス・パッケージング)の製品・ソリューションをこれから中国のパートナー企業マスターワーク社に委託する、としています。ポストプレス・コマーシャルの分野を今後停止し、既存の機械のサービスをスイスのミューラー・マルティニ社に委託するそうです。生産キャパの減少に伴い、従業員のリストラとライプチヒ工場の閉鎖も予定しています。

出典:2014年8月7日付け *Verpackungsrundschau* 誌、2014年8月6日付け *Neue Verpackung* 誌

第3部：メッセ情報

東京パック

東京パックはヨーロッパのメディアにも取り上げられ、会場は満杯になっていると報道されました。出展者の数が 2012 年に比較して、7%も増加したということに、はかなりの注目を集めています。メッセ・デュッセルドルフ・ジャパンは、今回の東京パック展にもブースを設置し、メッセ・デュッセルドルフ・グループが世界中に展開する包装産業展、及び関係している印刷機械展などについてプレゼンし、欧州産業の最新情報も紹介します。ブースの位置は、東 5 号館(コマ番号 5-60)となります。会期中は弊社のスタッフが常駐しますので、是非お立ち寄りください！

出典:2014年8月5日付け *Verpackungsrundschau* 誌

Packaging Inspiration Forum が 2015 年 3 月開催

interpack 会期中にかなりの注目を集めた、包装関連企業同盟「Print City Alliance」(ジャパン・パピリオンと隣接した、11 号館 B04)は、包装業界の最新の動きを扱う「Packaging Inspiration Forum」を、2015 年 3 月 24・25 日に、北ドイツのハンブルグで開催する計画を公表しました。今回の主なテーマは、包装の高級化です。詳細情報(英語)は [⇒こちら](#)。

典:2014年8月8日付け *Neue Verpackung* 誌

2015 年 11 月:上海で SWOP-Shanghai World of Packaging

インターパックのコンセプトをベースに、メッセ・デュッセルドルフ本社と中国の子会社メッセ・デュッセルドルフ上海は 2015 年の 11 月に上海で、「上海ワールド・オブ・パッケージング」展を開催するようになりました。既存の Chinapharm と併催で国際包装資材製造・加工展 PacPro Asia、国際食品加工・包装産業展 FoodPEX と国際バルク包装技術・機器展 BulkPEX を開催します。簡単な英語の説明は [⇒こちらから](#) ごらんいただけます。日本語の説明は、弊社の [インターパック日本語サイトの包装産業メッセカレンダー](#) に間もなく搭載します。メッセ・デュッセルドルフ・ジャパンは、出展参加を容易にかつ有効にするために、ジャパン・パピリオンを設置することにしています。 [お問い合わせは、弊社までどうぞお気軽に](#)。

【発行】(株)メッセ・デュッセルドルフ・ジャパン 【編集担当】メルケ 【メッセ担当】山本・橋木

info@messe-dus.co.jp // <http://interpack.messe-dus.co.jp> // <http://www.messe-dus.co.jp>

