終了報告書

暮らしの包装商品展 2023

2023年10月26日(木)・27日(金)2日間　11:00～17:00　入場無料

KITTE 1階アトリウム・地下1階パフォーマンスゾーン

（東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー）



https://www.jpi-expo.jp/

知ってなっとく！ 包装容器の新事実！

～身近な製品からみる包装の知られざる機能やひみつを紹介します～

主催：公益社団法人日本包装技術協会　後援：経済産業省

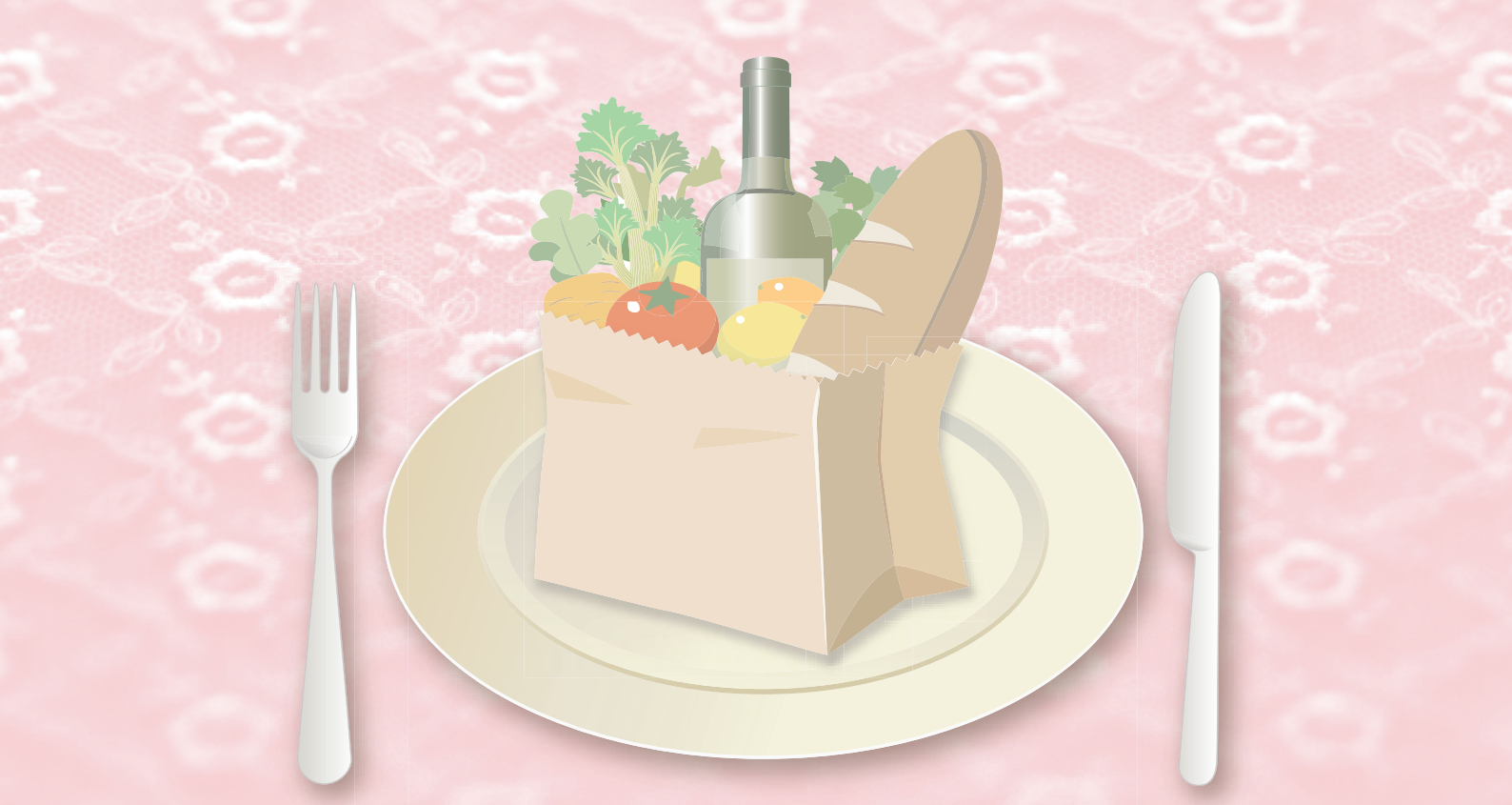
はじめに

日本包装技術協会が主催する「暮らしの包装商品展2023」は、10日26日（木）～10月27日（金）の2日間、東京丸の内の「KITTE」1階アトリウムと地下1階東京シティアイパフォーマンスゾーンの2つの会場を使用し開催しました。「KITTE」は東京駅の目の前に位置していることから各方面からの交通アクセスも良く、また約80もの店舗が入居しており、本展のターゲットとしている一般消費者の来場が多く見込まれる立地ということもあり、本展の会場として選定しました。

新型コロナウイルスの影響で、前回（2021年）は、出展社を募らず、当協会で主催するグッドパッケージング展、木下賞受賞作品展のみの開催となりましたが、今回は4年ぶりに出展社を募り開催し、多くの来場者にお越しいただけました。

東京駅と地下で直結している地下1階東京シティアイパフォーマンスゾーンでは、日本パッケージングコンテストの入賞作品を一堂に展示する”2023グッドパッケージング展”とパッケージに関する研究開発・改善合理化・新規創出の分野において顕著な業績をあげた作品を表彰する”第47回木下賞受賞作品展“を同時開催しました。

「KITTE」1階アトリウムでは、15社・団体（共同出展・JPIを含む）によるブース展示を行い、各ブースでは、消費者が普段何気なく使用している包装が果たす役割や重要性、使いやすさ（ユーザビリティ）、環境配慮、鮮度保持といった「知ってなっとく!包装容器の新事実!」をコンセプトに、包装商品の機能やひみつについて、楽しくわかりやすくご紹介いただきました。また出展社・来場者それぞれが包装について共に考え、理解を深めることを目的に実施したクイズラリーは、会期中多くの方にご参加いただき大変好評でした。以下にその概況についてご報告します。



開催要領

名　　称：暮らしの包装商品展2023
会　　期：2023年 10月 26日(木) ～10月27日(金)
開場時間：11：00 ～ 17：00
会　　場：KITTE1Fアトリウム・東京シティアイ地下1Fパフォーマンスゾーン
コンセプト：知ってなっとく！包装容器の新事実！
～身近な製品からみる包装の知られざる機能やひみつを紹介します～
目　　的：国民生活の中における包装の役割及び最新の包装技術の動向と企業の取り組み、並びに循環型社会の構築に向けての消費者と包装業界の役割等について、広く一般に啓発することを目的とする。
入　　場：一般公開　入場無料
併催企画：2023グッドパッケージング展、第47回木下賞受賞作品展、クイズラリー
主　　催：経済産業省
後　　援：公益社団法人日本包装技術協会

来場者数

日　付	天候	来場者数
10月26日(木)	晴	3,096名
10月27日(金)	晴	3,490名
		計　6,586名

出展社リスト

順不同・法人格省略

味の素	TOPPAN
味の素AGF	日本コカ・コーラ
味の素冷凍食品	福島印刷工業
イオン	睦化学工業
花王	雪印メグミルク
小林製薬	ライオン
資生堂	日本包装技術協会
東都成型	

過去出展社数・来場者数

開 催 年	2015年	2017年	2019年	2021年	2023年
出展社数 (共同出展者を含む)	31	10	16	新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から企業ブースの展示は実施しませんでした。	15
来場者数 (総計)	11,046	9,543	9,601	2,948	6,586
来場者数 (日単位)	3,682 (会期3日間)	4,772 (会期2日間)	4,801 (会期2日間)	1,474 (会期2日間)	3,293 (会期2日間)
会　　場	ららぽーと TOKYO-BAY	KITTE	KITTE	KITTE	KITTE

会場マップ

■KITTE 1階 アトリウム

暮らしの包装商品展2023メイン会場

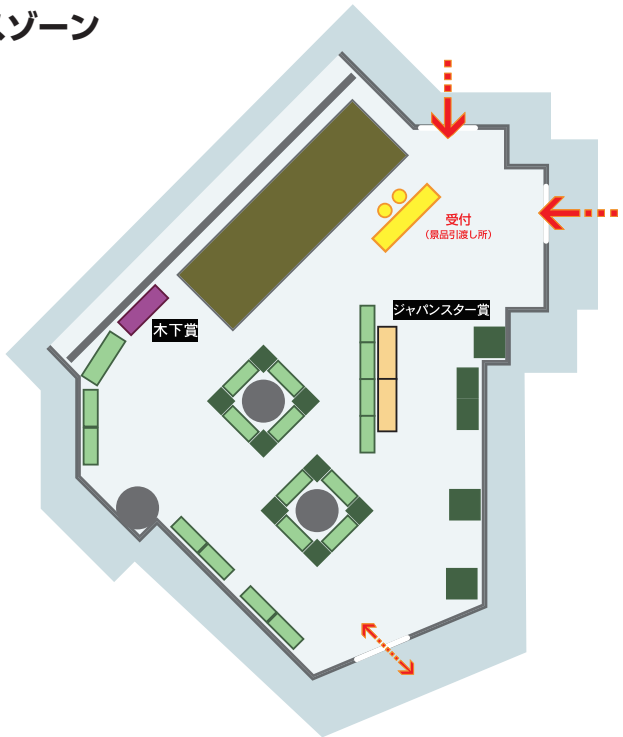




■東京シティアイ 地下1階 パフォーマンスゾーン

2023グッドパッケージング展
第47回木下賞受賞作品展





併催行事・企画



2023グッドパッケージング展
[地下1Fパフォーマンスゾーン]

日本包装技術協会の主催で毎年開催している日本パッケージングコンテストの2023年入賞作品、計100点以上のパッケージを一堂に展示しました。すべての作品には、受賞者名・受賞作品名とその特徴が記された説明プレートを配置し、個々のパッケージの優れている点が分かるように展示されており、多くの一般消費者の方も身近な製品からみる包装の驚きの機能やひみつについて、高い関心を持ってご覧いただきました。

クイズラリー [1Fアトリウム]

全出展社から出題される3択式のクイズラリーを開催し、幅広い層の来場者にご参加いただきました。各ブースの脇にクイズラリーのパネルが設置され、参加された多くの方は、クイズに答えるだけでなく各出展社が展示する包装商品を手にとって体験するなど、企業と消費者とのコミュニケーションの場としてもご活用いただきました。

また、クイズラリーに参加された方に景品をプレゼントしました。本趣旨にご理解賜り多くの景品をご協賛いただいた各社に対し、この場をお借りして御礼申し上げます。





第47回木下賞受賞作品展
[地下1Fパフォーマンスゾーン]

日本包装技術協会の主催で毎年開催している木下賞の第47回(2023年)の入賞作品全7点を展示しました。



■クイズラリー景品協賛会社（五十音順・敬称略）

- 味の素(株)
- (株)イオン
- (株)エス・アイ・シー
- (株)オパス
- (株)オリエント総業
- 小林製薬(株)
- (株)シーボン
- (株)資生堂
- ダイナパック(株)
- 東都成型(株)
- TOPPAN(株)
- 日本化工機材(株)
- 日本コカ・コーラ(株)
- (株)日本デキシー
- パナソニックエナジー(株)
- 廣川(株)
- (株)ブルボン
- 丸東産業(株)
- 三菱商事パッケージング(株)
- 睦化学工業(株)
- 雪印メグミルク(株)
- ライオン(株)



クイズラリー 出題と解答



ライオン株式会社



日本コカ・コーラ株式会社



株式会社 資生堂



イオン株式会社



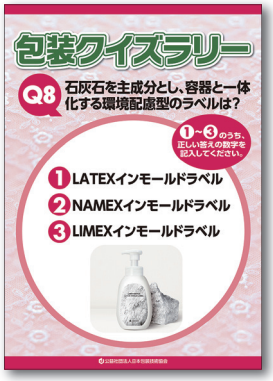
睦化学工業株式会社



小林製薬株式会社



雪印メグミルク株式会社



福島印刷工業株式会社



東都成型株式会社



花王株式会社



味の素グループ



TOPPAN 株式会社



公益社団法人日本包装技術協会

クイズラリー 出題と解答

Q1 ボトル1本のプラスチック量は詰替え用袋何枚と同じでしょうか？

ライオン株式会社

① 6枚	② 9枚	③ 12枚

解説：本体ボトル1本のプラスチック量が73gなのに対し、詰替え用パウチ袋のプラスチック量は6.2gで約12倍の違いがあります。詰替え用を利用することでプラスチック使用を少なくすることができ、環境負荷を低減できます。

正解 ③

Q2 い・ろ・は・す の採水地は、国内で、何箇所でしょうか？

日本コカ・コーラ株式会社

① 5箇所	② 7箇所	③ 10箇所

解説：毎日の飲用に適した「おいしい水」にこだわり、日本生まれの軟水を使用しています。
自然に育まれた、全国各地の名水地から採れる天然水を採用しています。

正解 ②

Q3 BeauRingで回収する使用済み容器の特徴は？

株式会社 資生堂

① 小さなサイズの容器のみ投入できる	② 材質の分別不要、中味の洗浄不要	③ スポンジやチップは投入できない

解説：中味を洗う必要はなく、容器を分解や分別する必要もありません。
使い終わったらそのまま「BeauRingBOX」へお持ちください。

正解 ②

Q4 つぎの商品のうち、本当に販売されているトップバリュ商品はどれでしょう？

イオン株式会社

① 荷物用のフィルムからつくった袋	② 野菜の皮を隠し味に使ったスープ	③ 花から堆肥をつくるコンポスト

解説：商品輸送時の荷崩れを防ぐために、透明なストレッチフィルムを使用していましたが、汚れや不純物が少なくリサイクルに適していることから、そのフィルムを一部に使用し、有効活用した商品です。

正解 ①

Q5 次のうち、炒飯の吸水紙として適しているものは？

睦化学工業株式会社

① キッチンペーパー	② プラスチックフィルム	③ 魔法のシート

解説：魔法のシートは「吸水紙・PE・不織布」の積層品です。
食材に当たる不織布（光沢面側）がご飯との「くっつき」を防ぎ、パラパラとご飯が離れます。
諦めていた炒飯などの吸水紙としても最適です。

正解 ③

Q6 ハナノア専用洗浄液のラベルレスボトルは何秒で印字している？

小林製薬株式会社

① 約2秒	② 約10秒	③ 約20秒

解説：印字時間は約２秒です。ロゴや文字の面積に比例して印字時間がかかるので、必要な表示量にしぼって経済的に生産しています。ラベルやインキも使わず、単一素材のボトルのまま環境配慮商品を提供しています。

正解 ①

Q7 学校給食用に○○牛乳パックを導入しました ○○に入る言葉は？

雪印メグミルク株式会社

① ストローレス	② キャッシュレス	③ プライスレス

解説：学校給食用「おいしい雪印メグミルク牛乳」の容器を「ストローレス容器」へ変更しました。
ストローレス容器とする事によりストローを使わず直接飲むことが可能になり、プラスチックごみの削減効果が期待できます。

正解 ①

クイズラリー 出題と解答

Q8 石灰石を主成分とし、容器と一体化する環境配慮型のラベルは？

福島印刷工業株式会社

① LATEXインモールドラベル	② NAMEXインモールドラベル	③ LIMEXインモールドラベル

解説：LIMEX(ライメックス)は、主原料が石灰石である為、石油資源の保全や温室効果ガス抑制に貢献できます。ボトルとインモールドラベルをLIMEXで一体成形することで、プラスチック使用量削減に繋がります。

正解 ③

Q9 このボトルには飲料用キャップを約何個使っているでしょうか？

東都成型株式会社

① 約5個	② 約12個	③ 約27個

解説：飲料ペットボトル用キャップ約12個とバイオマスプラスチックを使用し、環境に配慮した容器となっています。

正解 ②

Q10 持続可能な社会の実現に貢献するための花王の取り組みは？

花王株式会社

① かわいい子犬を、ほっとけない。	② 落ち込んでいる友達を、ほっとけない。	③ もったいないを、ほっとけない。

解説：花王は、日々の生活の中での「もったいない」ことに目を向け、「もったいないを、ほっとけない。」を呼びかけ、生活者のみなさまにも社会にもお役立ちしたいと考えています。

正解 ③

Q11 ピュアセレクト®マヨネーズ新鮮キープボトルの鮮度保持の秘密は？

味の素グループ

① ラベルがボトルを覆っているから	② ボトルが2層になっているから	③ 中身が特別だから

解説：「ピュアセレクト®マヨネーズ新鮮キープボトル」は中身を酸素から守る2重構造のボトルをマヨネーズで初めて導入し、「とれて3日以内の国産新鮮卵」から作られたおいしさをできたての風味のまま楽しめます。

正解 ②

Q12 中身の品質を守るTOPPANのフィルムは○○BARRIER？

TOPPAN株式会社

① OL BARRIER	② GL BARRIER	③ SL BARRIER

解説：「GL BARRIER」は、TOPPANが開発した、世界最高水準のバリア性能を持つ透明バリアフィルムです。酸素や水蒸気などの侵入をシャットアウトし、食品などの鮮度・品質を長期間維持できます。

正解 ②

Q13 このマークの意味は次のどれでしょう

公益社団法人日本包装技術協会

① これはプレゼントです	② 取り扱いに注意してください	③ 環境に配慮した素材です

解説：「取扱注意」のケアマークです。ケアマークとはJIS規格(日本産業規格)で定められたもので、荷物の破損を防止し、運搬する人の安全を確保するため、輸送時の荷物の取り扱い方を指示するマークです。

正解 ②

出展社情報

■味の素グループ

味の素グループは、アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献することを志（パーパス）として、2030年までに、
①10億人の健康寿命を延伸する。
②2030年までに、事業を成長させながら、環境負荷を50%削減する。
ことを目標として、事業活動に取り組んでいます。
包装容器においては、お客様が商品をご購入された後、商品は台所、食卓、地球（リサイクル）へとまわっていきます。
それぞれのシーンでの使われ方を検証し、より快適に、そして地球環境に負担をかけないお客様視点での開発を行っています。
今回、味の素グループの包装容器が「使いやすさ」「鮮度保持」「環境」の観点でどのように工夫させているか分かりやすくご紹介しました。



■イオン株式会社

イオンは、「持続可能な社会の実現」と「グループの成長」の両立を目指す「イオンサステナビリティ基本方針」のもと、お客さまとともに、環境・社会の取り組みを進めています。
イオンのブランド「トップバリュ」は、資源循環型のくらしの実現、使い捨てプラスチックの削減に向け、2025年までに全てのトップバリュ商品を環境に配慮したものにすることを目標として掲げています。
今回の展示では、お客さまに身近な商品を通して、トップバリュの容器・包装の工夫やサステナビリティの取り組みをわかりやすくご紹介しました。



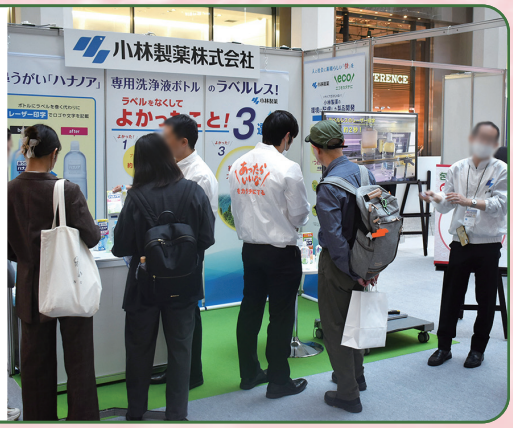
■花王株式会社

容器包装は、運搬時における中身の保護や品質の保持、使用時のさまざまな情報提供など中身を使い切るまでは製品の一部としての重要な役割・機能を担っています。花王は、こうした容器包装の役割・機能を実現するためにいろいろな技術と知恵を結集して、より多くのお客さまに使いやすく、接しやすく、安心して使える製品をお届けするための努力を行っています。
ブースでは、ユニバーサルデザインや環境対応を推進している容器包装を紹介しました。



■小林製薬株式会社

小林製薬の鼻うがい「ハナノア」専用洗浄液ボトルのラベルレス！飲料ペットボトルでラベルレス商品は増えていますが、ヘルスケア関連商品では業界先駆けての取り組みです。ボトルにラベルを巻く代わりに、レーザー印字でロゴや文字を記載しています。その印字時間は約2秒！従来の製造ラインの生産速度を落とさず、経済的に環境配慮商品を提供しています。2021年秋から導入しており、プラスチック樹脂使用量削減、GHG排出量削減に貢献しています。出展ブースでは、知ってなっとく！ラベルレスボトルができる瞬間の生産工場のひみつ動画も紹介しました。また、小林製薬の他のサステナブルの取り組みも展示しました。



出展社情報

■株式会社 資生堂

資生堂は化粧品の容器、包装を通じて、持続可能な地球環境への配慮、つまりサステナビリティと、使いやすさ、美しいデザイン性、心地よさといったプレミアムという二つの価値の実現を目指しています。最小限のプラで構成されたレフィル製品と、繰り返し使う本体容器を組み合わせることで、美しいデザインとCO_2の削減を両立させます。BeauRing、使用済容器回収の取り組みでは、中味洗浄不要、分別不要という簡便性と、再生材料の活用による循環型社会への貢献を目指します。



■東都成型株式会社

私たち東都成型は、お客様の多種多様なニーズに合ったデザイン性・機能性・安全性を重視した製品設計・金型設計・製造設備設計をしております。また、人と環境にやさしい高付加価値製品のご提供と持続可能な製造プロセスを追求します。



■TOPPAN株式会社

トッパンは、サステナブル=持続可能な社会の実現に向け、優れた機能を持つ製品を市場に提供しています。なかでも、生活に不可欠な食品や日用品向けのパッケージについては、フィルムや紙製の包材など普段皆さんが目にされている製品の多くに採用頂いています。今回の展示会では、トッパンが開発した、世界最高水準のバリア性能を持つ透明バリアフィルム「GL BA R RIER」を活用した、『食品などの鮮度・品質を長期間維持する』『電子レンジでそのまま調理ができる』『地球温暖化防止やリサイク性向上など地球環境に貢献する』などの特長をもつ最新のパッケージを多数紹介しました。



■日本コカ・コーラ株式会社

❶2020年4月から、主に通販チャネルで発売した“い・ろ・は・す天然水ラベルレスPETボトル”をきっかけに、ラベルレスボトルの人気が高まっています。環境に配慮しラベルが無く、デザイン性に優れているという新しい飲料PETボトルの“カタチ”、更に、“おいしそう”、“みずみずしい”など、ボトルを通して感じでもらえることをコンセプトに造り上げました。
❷このラベルレスボトルの成功を経て、一般の販売チャネル向けに、ラベルレスPETボトルのデザイン性を活かした”い・ろ・は・す天然水新PETボトル”を開発し、2022年12月5より全国発売を開始しました。このボトルのコンセプトは、“飲んで心地よく、平たくたためる、快適な新しい水のカタチ”です。



出展社情報

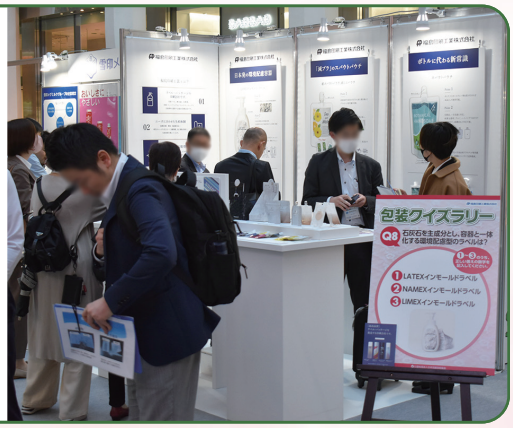
■福島印刷工業株式会社

福島印刷工業は、サスティナブル&高級感をテーマに新たなパッケージをご紹介しました。環境への負荷を軽減する革新的な素材や印刷方法と、高級感のあるパッケージデザインが結びついた製品ラインナップになっております。印刷のプロが製品サンプルをお見せしながらご紹介しました。

①LXシリーズ
→シュリンク・パウチでの高級感の演出

②環境に配慮したパッケージ製品
→LIMEXボトル&インモールドラベル、紙製パウチ製品など

③デジタル印刷パッケージ製品
→デジタル印刷を活用したパッケージの多品種/小ロット生産



■睦化学工業株式会社

サンドイッチ袋の「紙」パッケージ。
従来の常識として、サンドイッチ袋=オールフィルム(「プラ」マーク)製品であった。
その業界の常識を覆す「減プラ」を追求した製品の開発をシノブフーズ株式会社様と共同で取り組み、度重なるテストや試行錯誤を繰り返した結果、「紙」マーク表示が可能な業界初の紙サンドイッチ袋の開発に成功、シノブフーズ株式会社様の「環境に配慮した包装容器」のニーズを睦化学工業株式会社の「減プラ・紙ラミ技術」が上手くマッチングしたパッケージが誕生しました。
また従来の常識であった1・2・3の手順が常識であった開封方法を改善、より消費者が食べやすくなった「ワンステップ開封」を紹介しました。



■雪印メグミルク株式会社

雪印メグミルクは、「未来は、ミルクの中にある。」というコーポレートスローガンのもと、安全で安心していただける牛乳、ヨーグルト、バター、チーズなどをお届けしている会社です。
当社は中身だけでなく、容器包装を専門的に設計する部署があります。もちろん主役は中身なのですが、よりおいしく、より使いやすく、より環境にやさしくするために、様々な容器包装の開発に取り組んでいます。本展示会では、普段皆さんがよく目にする商品の容器包装について、知っているようで知らない驚きの機能をご紹介しました。



■ライオン株式会社

ライオンは「健康な生活習慣づくり」、「サステナブルな地球環境への取り組み推進」を重要課題として、人々の心と身体のヘルスケアの実現、サステナブルな社会の実現に対して、より良い習慣づくりを通じて貢献したいと考えております。
今回の展示では「使いやすさ向上」「安心安全への配慮」「資源循環型社会の実現」をテーマとして挙げ、泡ポンプやスプレーの機能、菌を増やさない抗菌ボトル・ポンプヘッドの採用、包装材料の3R(Reduce/使用量の削減、Reuse/再利用、Recycle/再資源化)+ Renewable(持続可能な資源の活用)への取り組みについて各容器の事例紹介をいたしました。



出展社情報

■公益社団法人日本包装技術協会

「包装」は、私たちの豊かな暮らしを身近なところからサポートしています。暮らしの包装商品展2023では、暮らしの中で何気なく使用している包装がいかに重要で、どんな役割を果たしているのかを消費者の方に楽しくわかりやすく理解を深めていただくことを目的に開催しました。出展社による展示ゾーンの他、本年度の我が国最高水準のパッケージが一堂に集うグッドパッケージング展・木下賞受賞作品展も開催しました。また、全出展社から出題されるクイズラリーに参加された方に景品をプレゼントしました。







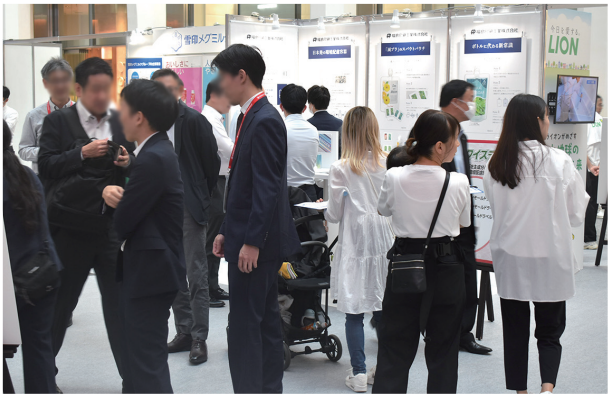


会場風景

















プロモーション活動

1.公式ウェブサイト

2022年11月より公式ウェブサイトをオープンし、出展募集のみならず、出展社情報の公開や併催行事企画の案内を掲載し、来場者の誘致に努めました。

2.メールマガジン

当協会主催展示会「TOKYO PACK」来場者やJPIメールマガジン登録者（計約8万6千名）に対し、会期直前を含め、複数回にわたって本展への来場案内を掲載したメールマガジンを配信しました。

3.facebook

「TOKYO PACK 2024」で使用しているFacebookのアカウントで、本展への来場案内や出展社の出展情報を投稿しました。また、出展各社にもご協力いただき、SNSによる来場者の誘致に取り組みました。

4.来場案内状の作成・配布

本展の来場案内状を作成し、出展社へ配布した他、当協会の会員企業や関連団体などに対し、DM発送を行い、来場促進活動を実施しました。

5.メディアへの宣伝広告

会場である商業施設KITTEと東京シティアイのホームページに本展の紹介を掲載いただきました。また、KITTEの館内サイネージにおいても本展開催の14日前から本展の開催についての案内文を掲載させていただきました。

