

GLOBAL TOPICS

グローバルトピックス | 海外関連の様々な情報。

日本ガラスびん協会海外視察 in 欧州

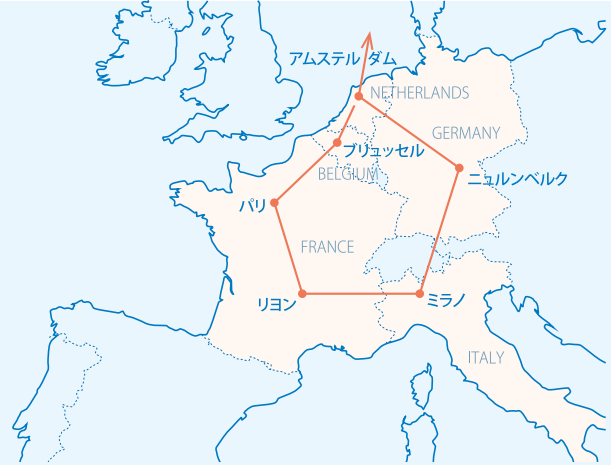
2013年3月、日本ガラスびん協会 技術委員会は、「欧州 省エネルギー事情視察団」を派遣し、欧州各地の工場やガラスびん容器団体を視察しました。ヨーロッパガラス容器連合会“FEVE : Federation Europeenne du Verre d'Emballage”（ベルギー）を訪問し、欧州のガラスびん事情を伺いました。

活況を呈する欧州ガラスびん市場

欧州は古くよりガラスの歴史があり、ガラスの文化が脈々と受け継がれています。現在FEVEには、EU23ヶ国/66社（160場）が加盟、従業員総数は46,000人、総生産は約300億本/年（約2,000万トン）を誇ります。これは、EU27ヶ国のガラス製品生産トン数の62.5%を占める巨大な産業として君臨しています。生産推移では一時、リーマンショックで落込んだものの、その後は堅調に回復し、EU域内需要も伸びています。特に南米など新興国へのガラスびん需要が大きく増え、貢献しているとのことでした。

一方、EU域内での容器間競争は激しさを増しており、FEVEの課題は、市場におけるガラスびんのシェアをいかに維持するかとのことです。ガラスびんの多様化を考えながら、消費者意識調査を熱心に行い、調査結果を参考に、欧州ガラス容器業界の有益なトレンドとして、次の項目を挙げています。

- ・ 持続可能で健康的なライフスタイル
（循環型社会の形成を通じて、健康的な生活を維持）
- ・ 健康、有機食品への関心の高まり：量より質に焦点
- ・ 食品中の化学物質の移行に関する懸念
- ・ 経済発展途上国における、多文化食料消費増加
- ・ 環境問題（海洋ごみ、廃棄物）、リサイクル包装への関心の高まり
- ・ 発展途上国での可処分所得増加とアルコール飲料の消費上昇
- ・ 人口の高齢化による健康維持に関わる製品包装分野の成長
- ・ 新興市場での化粧品や香水の需要増加
- ・ ニッチ市場での増加（例：クラフトビール醸造所の拡大）



<http://www.glassbottle.org>



<http://www.feve.org>

その上で将来の容器包装が持つべき特性として、次の事柄を挙げています。

- ・ 混じりけがなく、安全で消費者の健康を害さない。
- ・ 内容物（商品）が持つ、本来の味を維持する。
- ・ 内容物（商品）に付加価値を与える。
- ・ 消費者によって、積極的に認知される。
- ・ 継続的に妥当な容器：環境的、経済的、社会的

そして、そのキーワードを「環境・健康（安心）」とし、消費者意識の転換に向けて様々な取組みを継続的に実施するとの決意表明がありました。私達ガラスびんに携わる者としては、まさに「思いはひとつ」。定期的な交流を約束し、交流会を終えました。



店舗にあふれるガラスびん商品

スーパーやコンビニといった店舗を見ると、食料品をはじめとしたガラスびんの多様さに圧倒されました。リキュール類では変形びんや印刷を施した商品が多くありました。10ユーロ以下のリーズナブルなワインがあれば、40ユーロするミネラルウォーターやリキュールなどプレミアムな商品も多くみられました。

またスタイリッシュなデザインのお茶が販売されていたり、レストランでは浮世絵調の印刷がされたミネラルウォーターが、テーブルに出されるなど、「ジャパンスタイル」の人気を感じることができました。