

その箱、まだ高いかもしれません

-パッケージコストを10%下げる実践ガイド-

はじめに

～パッケージのコスト、正しく理解していますか？～

「初めて発注するけど、いくらかかるか全く見当がつかない」「毎回同じ業者に頼んでいるけど、適正価格がわからない」「見積書が複雑すぎて、どこが高いのか判断できない」

パッケージ制作において、こんなお悩みは多く聞かれます。初めての方も、すでに発注経験がある方も、パッケージのコストに対して「なんとなく不安」を感じているケースは非常に多いです。

実はこれ、当然のことです。パッケージのコストは

- ・素材
- ・加工
- ・ロット
- ・発注方法

などが複雑に絡み合うため、何が適正なのかを判断するのが非常に難しい構造になっているためです。

実はこの判断は、経験がある方でも難しく、仕様によってはプロでも見極めに時間がかかる領域です。

しかし見方を変えれば、こうした構造を理解するだけで、

- ・最初から無駄なコストを避ける
- ・今の仕様に見直し余地があるか気づく

といった判断ができるようになります。

ただし、パッケージのコストは仕様によって大きく変わるため、「これが正解」と言い切れるものではありません。

だからこそ、どこに見直し余地があるのかという視点が重要になります。

本資料が、その判断のヒントになれば幸いです。

目次

1. なぜパッケージのコストは見えにくいのか

2. コストの内訳を正しく知る

3. やってしまいがちな失敗5選

4. 見積チェックシート

5. おわりに

1.なぜパッケージのコストは見えにくいのか

■パッケージのコストが分かりづらいと感じるのは、決して特別なことではありません。むしろ、見えにくくて当然の構造になっています。その理由は、大きく3つあります。

①複数の要素が組み合わさっている

パッケージの価格は、単純な「箱代」ではありません。

- ・紙の種類や厚み
- ・加工の有無
- ・形状
- ・ロット
- ・納品形態

など様々な要素が掛け合わさって最終コストが決まります。

厄介なのは、この5つが必ずしも独立していないことです。例えば形状が変われば使う紙のサイズが変わり、紙のサイズが変われば印刷代が変わる——という連鎖が起きます。1つ変えると全体が動くため、「何がいくらなのか」が直感的にわかりにくい構造になっています。

パッケージコスト



紙|加工|形状|ロット|納品形態
※これらの組み合わせでコスト変わります



最終コスト

1.なぜパッケージのコストはみえにくいのか

②初期費用と単価が分かれている

パッケージの見積りが分かりづらい理由のひとつに、コストが大きく以下の2種類に分かれていることがあります。

- ・初期費用（最初だけかかる費用）
 - 抜型代 →箱の形に打ち抜く専用の型
 - 製版代 →入稿データの調整
 - 各種版代 →箔押し・シルク印刷などの版
- ・ランニングコスト（発注ごとに発生）
 - 箱自体の単価

■知っておくべき重要なポイント

初期費用は、同じ仕様であれば 2 回目以降の発注では不要になるケースが一般的です。

((注：型や版については保管期限がございます))

そのため、発注を重ねるほど 1箱あたりのトータルコストは下がっていきます。

例：発注を重ねるとコストはどう変わるか

初期費用：5万円

ランニングコスト：100円/個

累計発注数	1箱当たりコスト (初期費用含んで算出)
初回1000個	150円/個
累計3000個	約117円/個
累計5000個	110円/個

どの水準で初期費用を回収できるかは、発注計画によって異なります。判断が難しい場合は、ご相談ください。

1.なぜパッケージのコストはみえにくいのか

③同じように見えても中身が違う

■ 「似ている箱」が、なぜ価格が全然違うのか

展示会や競合商品で見かけた箱と「ほぼ同じサイズ・同じ素材」に見えるのに、見積りを取ったら価格が大きく違った—そんな経験はありませんか？ これは「ぼったくり」でも「安かろう悪かろう」でもありません。見た目には現れない要素が、コスト構造を大きく左右しているからです。

■ コストを左右する「見えない要素」

要素① 設計（展開サイズ）と面付

・設計

似たような完成サイズの箱でも、展開図の設計が異なれば使う紙のサイズが変わります

→1枚の紙から取れる箱の数（面付け）が変わり、コストに直結します。

例：完成サイズがほぼ同じ箱でも

A社設計：1枚の用紙から4面取り→単価150円

B社設計：1枚の用紙から6面取り→単価130円

→見た目は同じでもランニングコストは約15%変わることがあります。

※あくまで一例です

・面付け

面付けとは1枚の紙に何個分の展開図を配置するかを指し、発注者からは見積書を見ても判断できないことが多いです。

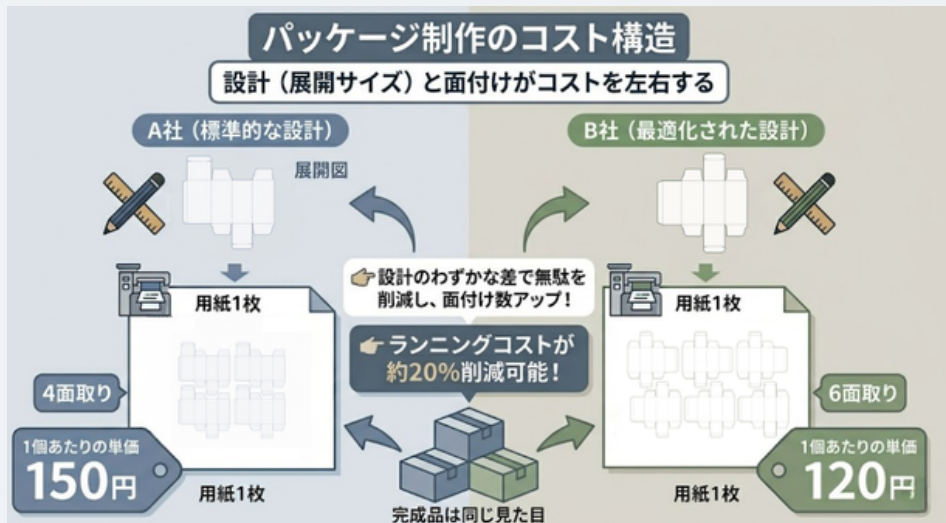
ポイント

- ・面付数は印刷会社の設計力と経験に依存します。同じ発注内容でも、会社によって面付けの効率が異なるため、見積り金額に差が生まれることがあります。
- ・面付数を増やすとランニングコストは下がる傾向にあります。すがその分抜型代（初期費用）は上がる傾向にあります

→単価でなくトータルコストでの判断が必要になります

1.なぜパッケージのコストはみえにくいのか

前ページの内容を図で示すと以下の通りです



要素②加工方法

パッケージの印象を大きく左右する「加工」ですが、似た仕上がりに見えても、コストは大きく異なるケースがあります。例えば、パッケージの発注で最も多いご要望のひとつが「高級感を出したい」という一言です。しかしこの一言が、意図せずコストを押し上げる原因になるケースが少なくありません。なぜなら「高級感」の実現方法は一つではなく、選ぶ加工によってコストが大きく変わるからです。

- 似ているようで全然違う、加工のコスト構造よく使われる加工を例に見てみましょう。

加工の組み合わせ	仕上り印象	コスト傾向
箔押し+マットPP	高級感・重厚感	高、箔版代もあり
マットPP	シンプルな高級感	中～低
ノーコート紙+ニス	ナチュラル	低、紙質感活かす

1.なぜパッケージのコストはみえにくいのか

ポイントは

「複数の加工を重ねるほど、それぞれに加工費、版代が発生する」点です。仕上がりの印象が似ていても、工程数が増えるほどコストは積み上がっていきます。

■ よくある「意図せずコストが上がる」パターン

パターン① とりあえず箔押しを入れる

箔押しは高級感を演出する定番加工ですが、専用の版代が発生します。「ロゴだけに箔を入れたい」という小さな要望でも、版代は同様にかかります。本当に必要かどうか、費用対効果を事前に確認することが重要です。

パターン② PP加工と箔押しを両方指定する

それぞれ単独では有効な加工ですが、コストが大きくなる傾向にあります。

パターン③ 前回と同じ加工をそのまま踏襲する

「前回もこの加工だったから」という理由で毎回同じ加工を指定するケースです。材料費や加工費は市況によって変動するため、定期的に見直すことでコスト削減の余地が生まれることがあります。

■ 加工選びの基本的な考え方

加工を選ぶ際に意識したいのは「目的から逆算する」ことです。「高級感を出したい」→なぜ高級感が必要か→どの売り場・どの客層に向けてか→その目的を達成できる最もコストの良い加工はどれか

この順番で考えることで、オーバースペックな加工を避けられます。見た目の印象を落とさずにコストを下げるのが、加工選びのプロの仕事です。

1.なぜパッケージのコストはみえにくいのか

ここまでの内容を踏まえご自身の状況をチェックしてみてください。

【チェックリスト】

- 見積書の内訳（初期費用と単価）を正しく理解していますか？
- 見た目だけで仕様を判断していませんか？
- 展開サイズや面付けを比較、相談したことがありますか？
- 発注数量と初期費用込みの1箱あたりの単価の関係を考慮に入れてますか？
- 同じ印象を別の方法で実現できる可能性を検討しましたか？
- 「なぜこの加工なのか」を印刷会社から説明してもらったことがありますか？

・全部チェックできた方

→素晴らしいです。第2章ではさらに具体的なコストの構造をさらに理解していきます

・3～6個の方

→見直しの余地がありそうです。第2章以降が特に参考になるはずです

・2個以下の方

→大丈夫です。知らなかっただけで、これから整理すれば十分間に合います

・上記を考慮に入れずなんとなく不安”な状況進めてしまうことを避けるべきです

・現在の見積が適正かどうかだけでも確認できます

→少しでも不安があればお気軽にお問い合わせください

2.コストの内訳を正しく知る

■「高い」「安い」の前に、まず構造を知る

見積書を受け取ったとき、金額だけを見て「高い」「安い」と判断していませんか？実はパッケージのコストには明確な構造があります。この構造を知るだけで、見積書の見方が大きく変わります。

■コストは「2つに分かれている」

第1章でふれた通り、パッケージのコストは2つに分かれています

- ・初期費用：初回のみ発生
 - ・ランニングコスト：製造ごとに発生、紙代、印刷その他加工など
- ※ただし実際の見積書ではランニングコストは製品単価としてまとめて記載されるのが一般的です

区分	内容	見積書での扱い
初期費用	抜型代・製版代・各種版代・各種校正代	別途計上
ランニングコスト	紙代・印刷代その他加工	製品単価に含まれる

例えば、

- ・初期費用は高いが製品単価は安い
- ・初期費用は安いが製品単価が高い

といった違いは良くあります。ここで念頭に入れておくべきなのは

初期費用は発注を重ねることで分散される

同じ仕様で発注を続ける場合、

- ・初回 → 初期費用込み
- ・2回目以降 → 単価のみ

となるため、長期的には1箱あたりのコストは下がっていきます。

2.コストの内訳を正しく知る

その一方で、単価はロットや仕様によって変動します。

- ロットが増える → 単価は下がる傾向
- 加工が増える → 単価は上がる

ただし、どの水準が最適かは条件に依ります。

よくある誤解に単価だけで判断してしまうケースがあります

- 単価が安そう → よさそう
- 初期費用が高い → 高いと感じる

というのは一見正しそうですが実際には
発注回数や総数量によって、最適な選択は変わります。

見るべきは「単価」ではなく「トータルコスト」です。

実際は、

- 発注頻度
- 商品のライフサイクル
- 在庫リスク

などによって前提が異なるため、多面的な判断が必要になります。

■トータルコストはこう計算される

トータルコスト = 初期費用 + (製品単価 × 発注数)

この式から見えてくる重要な事実が2つあります。

事実① 発注数が増えるほど1個あたりのコストは下がる

例：初期費用5万円、製品単価100円の場合

1,000個発注：1個あたり150円

3,000個発注：1個あたり117円

5,000個発注：1個あたり110円

2回目以降：1個あたり100円

事実② 初期費用は長く使うほど「薄まる」

同じ仕様で発注を重ねるほど、初期費用の1個あたりの負担は小さくなっていきます。つまりパッケージは長期的な視点でコストを考えるべきものです。

2.コストの内訳を正しく知る

■ よくある誤解3つ

誤解①「初回見積りが高いからやめよう」

初期費用込みの金額だけを見て判断するのは早計です。2回目以降の製品単価ベースで長期コストを試算してから判断することをお勧めします。

誤解②「製品単価が安ければ得だ」

製品単価は紙代・印刷代・加工費等の合算です。単価が安い場合、どこかの仕様が落ちている可能性もあります。仕様の整理が確認必要です。

誤解③「毎回少量発注の方がリスクが低い」

少量発注を繰り返すと製品単価は高止まりします。在庫リスクとのバランスは必要ですが、適切なロット設計がコスト最適化の鍵になります。

■ここで一度確認してみてください

- 初期費用と単価を分けて理解していますか？
- 見積書の「製品単価」の中身を意識できていますか？
- 発注回数や総数量まで踏まえて考えていますか？
- この見積りが最適だと判断できますか？

判断に迷えば 見直しの余地がある可能性があります

■ ただし、ここで一つ正直にお伝えします

コストの内訳は理解できても、自分の見積書が適正かどうかを判断するのは別の話です。

製品単価の中の紙代・印刷代・加工費がそれぞれいくらなのか、印刷会社から明示されることはほとんどありません。また展開設計や面付けの最適化が反映されているのかも、見積書の数字からは読み取れません。

「仕組みは分かった。でも自分の見積書が適正かは分からない」それが正直なところ。だからこそ第3章以降で、具体的な見直しのポイントをお伝えします。

3. やってしまいがちな失敗5選

前章までで、パッケージコストの構造について整理してきました。では実際に、どのような点でコスト差が生まれているのでしょうか。ここでは、実際の現場でよく見られる**コストが変わりやすい5つのポイント**をご紹介します。

失敗① 単価だけで判断している

見積書の「1個あたりの価格」だけを見て判断していませんか？
一見安くても、

- 初期費用が高い
- 発注回数が少ない

といった条件によってはトータルで割高になるケースもあります。
→「安いと思って選んだのに、結果的に高くついていた」というケースも少なくありません。

→スポット/リピートを考慮にいったトータルのコスト評価が必要です

失敗② サイズを“なんとなく”決めている

「だいたいこのくらいのサイズで」と完成サイズを先に決めてしまっていないですか？

完成サイズを先に固定してしまうと、展開設計の最適化余地が狭まります。「中身のサイズ」から設計を始めることが重要です。

数ミリの調整で面付け数が変わり、単価が大きく変動する可能性があることは第1章でお伝えした通りです。その違いは蓋の差し込みやのりしろなど、外観に影響を与えない部分の調整で生じることもしばしばあります。

※ただし例外もあります。**棚のスペースや輸送効率など、完成サイズに制約がある場合はその限りではありません。

→サイズや形状は本当に最適ですか？と確認することが大切です

3. やってしまいがちな失敗5選

失敗③ 加工を盛りすぎている

「高級感を出したい」という理由で加工を組み合わせせていませんか？

→加工は増えるほど、コストも積み上がります。

例えば、

- 箔押し+グロスPP → 高級感は強いがコストも高い
- 箔押し+UVコートまたはプレスコート → 光沢感は若干落ちる程度でコスト落とせる

といったケースがあります。

また、高級感をどのように求めるか、という観点でそもそも光沢、マット加工よりも風合いのある原紙を選択する、ということも考えられます。

同じ目的でも、“どう表現するか”でコストは変わります。
加工は「足す」ではなく「置き換える」視点が重要です。

※実際には、加工適性や表面強度（耐摩擦性）なども考慮して仕様を検討する必要があります。

失敗④ 前回仕様をそのまま使っている

一度作成したパッケージを、

そのまま継続して使っていないですか？

当時は最適でも、

- ロットの変化
- 販売状況の変化
- 原材料の変動

によって、以前の最適が現在も最適とは限りません。

見直すだけでコストが変わるケースも少なくありません

→最後にコスト見直しをしたのはいつですか？

※ただし、初期費用との兼ね合い（流用可否）は考慮するポイントとなります。

3. やってしまいがちな失敗5選

失敗⑤ 配送コストを切り離して考えている

「箱のサイズは“中身が入れればいい”で決めていませんか？」
箱のサイズを決める際に配送規格を考慮していないと、送料で大きく損をしているケースがあります。

例えば、

- 宅配便のサイズ区分
- 梱包後の外寸

これらによって、送料は大きく変わります。

特に注意したいのが、「あと少しで収まるのに」というケースです。数mmサイズが大きくなっただけで、送料が1段階上がることもあります。

その結果、設計時には気づきにくく、結果的にコスト増につながるケースがあります。

■よくあるケース

- 外箱に入れた瞬間にサイズ区分が変わる
- 初回設計時に配送条件を考慮していない
- 緩衝材、パッドのせいでサイズが大きくなっている

パッケージは「作るコスト」ではなく「届けるコスト」まで含めて設計する

配送方法も含めて共有いただけると、設計段階での最適化につながります

※ただし、

- 販売チャネル
- 配送方法
- 梱包形態

によって最適な設計は異なるため、一概に正解はありません。

4. 見積チェックシート

ここまでで、パッケージコストの構造や見直しポイントについて整理してきました。では実際に、現在の見積書に見直し余地があるかを確認してみましょう。直感で構いませんので、あてはまるものにチェックをつけてみてください。

【チェックリスト】

■基本理解

- 初期費用と単価を分けて理解している
- 製品単価に何が含まれているか把握している
- 見積書の内訳について説明を受けている

■設計・仕様

- 展開サイズや面付けについて確認している
- サイズが最適化されているか検討したことがある
- 加工の必要性について検討している

■発注・運用

- 発注回数や総数量を踏まえて検討している
- 現在の仕様を見直したことがある
- 配送方法（サイズ制限）を考慮している

■結果の見方

・ 8～9個チェックがついた方

現時点では、大きな見直し余地は少ない可能性があります。ただし、条件が変わることで最適解も変わるため、定期的な見直しが重要です。

・ 4～7個の方

見直しによるコスト改善余地があるケースが多いゾーンです。「なんとなくこの仕様で続けている」場合、見直すだけでコストが変わる可能性があります。

・ 3個以下の方

大丈夫です。知らなかっただけで、これから整理すれば十分間に合います。まずは現在の見積書をお持ちのうえ、お気軽にご相談ください。

チェックが少ないほど、見直し余地がある可能性があります

5.おわりに

■最後に

ここまでお読みいただきありがとうございます。
パッケージのコストは、なんとなくで決まってしまうケースも少なくありません。

ただし、

- どこに見直し余地があるのか
- どの程度コストが変わるのか

は条件によって異なるため、見積書だけで判断するのは難しいのが実情です。

■こんな方は一度ご確認ください

- 現在の見積りが適正か分からない
- どこにコストがかかっているか整理したい
- 見直し余地があるかだけ知りたい

現在の見積り内容の整理・確認だけでも可能です。見積書をお送りいただければ、その場で確認も可能です

どこに見直し余地があるかから一緒に確認できます。

発注前でなくても、現状の確認だけでも問題ありません。

よくあるご質問

Q. 見積りだけでも相談できますか？

A. もちろんです。まずはお気軽にWEBフォームからご連絡ください。

Q. 今の業者から切り替えるつもりはないのですが

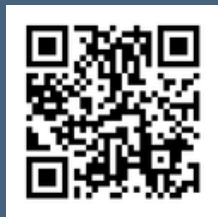
A. 問題ありません。現状のコストが適正かどうかの確認だけでも対応しています。

Q. 発注から納品までどのくらいかかりますか？

A. 初回は形状設計から約5～6週間が目安です。お急ぎの場合はご相談ください。

▼無料相談はWEBフォームから（2営業日以内にご返信）

無料で相談する→
(WEBフォームから)



お急ぎの方はお電話でも：080-4375-2953

株式会社ゴードー

〒169-0075東京都新宿区高田馬場2-14-5キクチビル1F