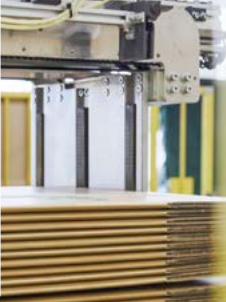
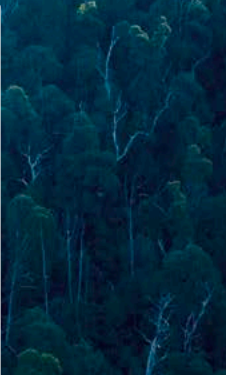




**Our Mission**

# 社会と地球環境の よりよい未来を 拓きます。



## グループ企業理念

### ■ Our Corporate Spirit (グループが大切にすべき価値観)

誠実をもって人の礎とし、公正をもって信頼を築き、  
調和をもって社会に貢献する。

### ■ Our Mission (グループの使命)

社会と地球環境のよりよい未来を拓きます。

### ■ Our Principles (グループ役職員が積極的に実践すべきこと)

**Change** 社会の変化を的確に捉え、迅速果断に自らを**変革**します。

**Challenge** 強い信念、高邁な向上心をもって、新たな領域に**挑戦**します。

**Create** 多様性を尊重し、世界規模で新たな価値を**創造**します。

### ■ Corporate Slogan (コーポレートスローガン)

紙、そしてその向こうに  
**Paper, and beyond**

私たちのそばにいつもある紙。そしてその向こうにある限りない可能性。当社グループは、社会課題の解決に取り組むとともに、紙の限りない可能性を追求し、新たな価値の創出に挑戦しています。また、社会と地球環境のよりよい未来を拓くことを使命とし、すべてのステークホルダーの皆様から信頼される企業を目指していきます。

## グループブランド

The logo for OVOL consists of four characters: 'O', 'V', 'O', and 'L'. The first 'O' is a solid dark grey circle. The 'V' is a dark grey chevron shape pointing downwards. The second 'O' is a solid dark grey circle. The 'L' is a dark grey L-shaped character. All characters are rendered in a bold, sans-serif font.

今、世界ではさまざまな社会課題が顕在化し、企業にはその解決が求められるなか、私たち日本紙パルプ商事グループは、一つひとつ社会課題の解決に取り組み、経済価値・社会価値をともに実現するサステナブル経営を推進しています。そのグループの方向性をステークホルダーの皆様と共有し、業態や人材の多様化が進展するグループ役職員の一体感を高め、グループ成長戦略をより加速していくため、グループブランドの「OVOL (オヴォール)」を導入し、長期ビジョンの実現に向け、新たなステージに向けて踏み出しています。

### ブランドロゴに込められた意味

「OVOL (オヴォール)」の2つの“O”は、当社グループのグローバル展開をシンボリックに表したものです。“OVAL (楕円)”や天体軌道を想起させる印象的な形状に加え、“O”を繰り返し配置することで、滑らかで滞ることのない連続性、自然や親しみやすさ、さらにはグローバル化に向けたグループの方向性を、視覚的かつ音の響きとして特徴的に表現しています。ロゴに含まれる“VOL”とは、フランス語をはじめ、ラテン語を起源とする言語において、“飛翔”をモチーフとした言葉であり、「OVOL」の4文字には、“未来に向かって飛び立つ力”という意味合いとともに、新たに始まる物語の可能性を込めています。ロゴカラーの“グレー”は、他の色彩との調和性が高く、周囲の色を引き立てる協調の色です。各色のあらゆる色彩要素を含んでいることから、高い協調性によって相手を引き立てる力・取りまとめる能力に優れた色として採用しました。

# 日本紙パルプ商事グループの未来への道筋

2025年、当社は創業180周年という節目を迎えました。統合報告書2025では、これまで築いてきた「信頼」と「強み」を活かしながら、「OVOL長期ビジョン2030」の実現と「中期経営計画2026」の達成に向けた道筋を解説しています。あわせて、当社グループが重要と捉えるマテリアリティに基づき、経済価値と社会価値の両立を目指すサステナブル経営の取り組みも詳しくご紹介しています。本報告書が皆様とともに持続可能な未来を考える一助となれば幸いです。



## お伝えしたいこと ③ マテリアリティ

環境	社会	人材	ガバナンス
<ul style="list-style-type: none"> <li>気候変動</li> <li>資源循環</li> <li>生物多様性</li> <li>環境負荷</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サプライチェーン</li> <li>デジタル化</li> <li>地域社会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>労働環境</li> <li>ダイバーシティ&amp;インクルージョン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コーポレートガバナンス</li> <li>コンプライアンス</li> <li>ステークホルダーエンゲージメント</li> </ul>

# Index

## イントロダクション

本セクションでお伝えしたいこと

① 短中期視点

② 長期視点

Our Mission	1
グループ企業理念、 グループブランド	2
日本紙パルプ商事グループの 未来への道筋	3
Index	4
数字で見る日本紙パルプ商事グループ	5
トップメッセージ	7

統合報告書2025で  
お伝えしたいこと



### 報告対象範囲など

**対象期間**：2024年4月1日～2025年3月31日  
(一部、2025年4月以降の活動内容を含みます)

**対象組織**：日本紙パルプ商事単体およびグループ会社  
次回発行予定：2026年9月

### Section

## 1 価値創造 ストーリー

本セクションでお伝えしたいこと

② 長期視点

③ マテリアリティ

価値創造のあゆみ	15
価値創造プロセス	16
マテリアリティ起点の 資本強化と提供価値	17
インプットする資本	18
3つの強み	20
グループの事業活動、製品・サービス	21
社会と地球環境の よりよい未来を拓くために	22
ステークホルダーへの提供価値	23
<b>【特集】価値創造事例</b>	
①大阪・関西万博から世界へー 紙の価値・可能性を再発信	25
②オリジナリティあふれる 「紙化」提案で、紙の新たな 需要を創出する	27

### 参考にしたガイドライン



- IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創ガイドンス」

### Section

## 2 戦略と 強み

本セクションでお伝えしたいこと

① 短中期視点

経営戦略解説 ～OVOL長期ビジョン2030 および中期経営計画	30
財務・資本戦略	35
事業概況	42
事業セグメント	
国内卸売	43
海外卸売	47
製紙加工	53
環境原材料	57
不動産賃貸	61
TOPICS 紙の機能・価値の発信について 「人」を中心に据えたDXへの取り組み	63

### 将来の見通しに関する注意事項

本報告書は、現在当社が入手している情報に基づいて、当社が本報告書の作成時点において行った予測などをもとに記載しています。これらの記述は将来の業績を保証するものではなく、一定のリスクや不確実性を内包しています。したがって、将来の実績が本報告書に記載された見通しや予測と大きく異なる可能性がある点をあらかじめご了承ください。

### Section

## 3 持続的成長の 基盤

本セクションでお伝えしたいこと

③ マテリアリティ

サステナブルマネジメント	66
マテリアリティ	67
マテリアリティ特定プロセス	69
環境	70
社会	77
人材	80
ガバナンス	85

### Section

## 4 データ

連結財務ハイライト	109
グループ会社(国内)	111
グループ会社(海外)	112
株式情報 / 会社情報	113

# 数字で見る日本紙パルプ商事グループ (2025年3月31日現在)

## あゆみと基盤

1845年の創業以来、紙の卸売を中心に事業の多角化を図り、紙の可能性を広げ、提供価値を拡大してきました。

創業・事業継続年数

180年

東証上場(1972年)以降  
黒字継続(経常利益)

53年

グループ会社

133社

## 連結業績

当社グループは、事業全体の多角化を戦略的に推進し、形成された各セグメントの競争力強化に継続的に取り組んでいます。これにより、既存事業との相乗効果を創出し、グループ全体として持続可能かつ安定的な収益基盤の確立を目指しています。

売上収益

5,545億円

経常利益

158億円

当期純利益

76億円

ROE

5.8%

配当性向

40.7%

## 財務健全性

安定した収益と有利子負債の適正管理による財務の健全性を維持しており、格付機関から「A 安定的」格付を取得しています。

ネットD/Eレシオ

0.60倍

発行体格付

格付投資情報センター  
(R&I) **A**

日本格付研究所  
(JCR) **A**

## 人的資本

グループブランド「OVOL」のもと、グループの結束力を高め、グループ内の多様な人材を活用し、成長戦略を加速させています。

連結従業員数

4,831名

連結女性従業員比率

26.9%

単体平均勤続年数

20.4年

## 環境関連事業

古紙再資源化をはじめとするリサイクル事業や再生可能エネルギーによる発電事業などの環境関連事業を展開し、持続可能な社会と地球環境への貢献を目指します。

環境原材料セグメントの  
売上収益

227億円

古紙を原料とした  
製造拠点

6カ所

再生可能エネルギー  
関連事業拠点

6カ所

再生可能エネルギーによる発電拠点3カ所  
PKS(アブラヤシの葉の種殻)在庫拠点3カ所

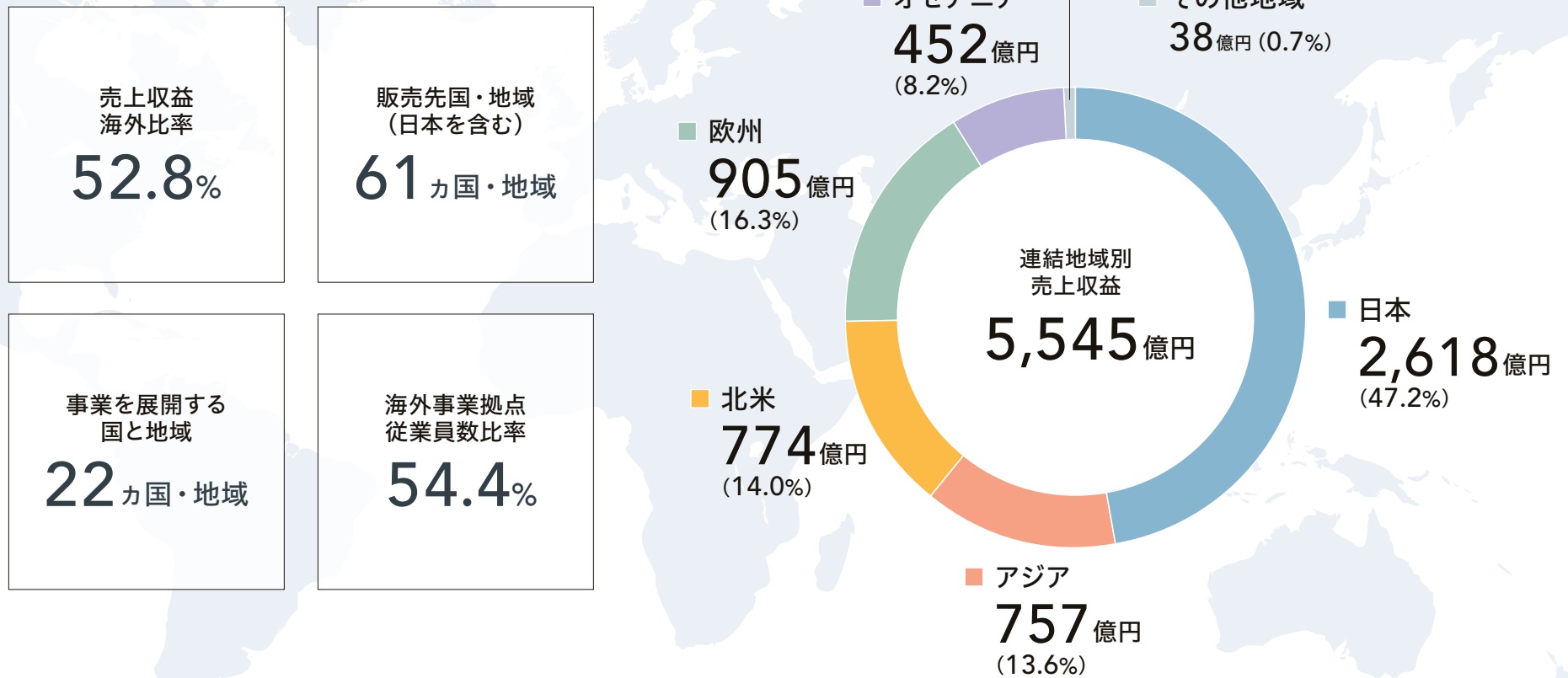
リサイクル  
事業拠点

24カ所

古紙ヤード23カ所  
総合リサイクル事業拠点1カ所

## グローバル

世界有数の紙流通企業として、グローバルな調達・供給体制を構築しています。



## トップメッセージ



信頼と挑戦で  
OVOL長期ビジョン2030と  
サステナブルな企業集団を実現

代表取締役社長 社長執行役員

渡辺 昭彦

## 創業180年、 信頼の力が未来を拓く

2025年、当社は創業180周年という節目を迎えました。180年という年月は、決して平坦なものではありませんでした。時代の変化に対応し、数々の経済危機や産業構造の転換を乗り越え、常に顧客やパートナーとの信頼を積み重ねてきた結果として、今の私たち日本紙パルプ商事グループがあります。この「信頼」こそが、私たちグループの最大の資産であると、私は確信しています。近年、私たちはさまざまな形でこの「信頼」の価値を再認識する機会に恵まれました。例えば、あるユーザー様が使用する紙を変更するにあたり、「製紙メーカーから直接調達することも可能だが、御社経由のほうが安心なので、御社にお任せしたい」とのお言葉をいただきました。また、当社が主要取引先でない企業様からM&Aの相談を

受けることも増えています。これは、単なる取引の枠を超えた信頼関係が構築されている証と捉えています。

## “エクセレントカンパニー”とは

こうした信頼を維持し、次世代へと引き継ぐには、人材力の強化が不可欠です。私たちは、グループ社員全員が、誇りと自信を持って「自社は“エクセレントカンパニー”である」と語れるような企業を目指しています。“エクセレントカンパニー”とは、私たち自身が「いい会社だよ」と自然に思える、誇りと納得を持って働ける会社のことです。言い換えれば、“エクセレントカンパニー”とは理想論ではなく、日々の業務のなかで実感できる“よい会社”の姿であり、それをグループの役職員全員が心から自覚・自認できることこそが、目指すゴールであると私は考えています。

## 長期ビジョン2030と 3つのあるべき姿

当社グループは、「長期ビジョン2030」において、3つのあるべき姿「世界最強の紙流通企業グループ」「持続可能な社会と地球環境に一層貢献する企業グループ」「紙業界の枠を超えて広く評価されるエクセレントカンパニー」を掲げています。“エクセレントカンパニー”こそが当社グループが目指す究極の姿であり、これを実現するために、「世界最強の紙流通企業グループ」と「持続可能な社会と地球環境に一層貢献する企業グループ」であることを目指しています。つまり、グローバルな紙流通企業としての圧倒的な競争力と、サステナビリティに真摯に向き合う企業姿勢の両立があつてこそ、当社グループは「紙業界の枠を超えて広く評価されるエクセレントカンパニー」として、ステークホルダーから認められるのです。

### OVOL長期ビジョン2030における3つのあるべき姿

#### 世界最強の 紙流通企業グループ

170有余年の実績を持つ  
紙・板紙卸売事業の  
ノウハウ・ネットワークを磨き上げ、  
自他ともに認める世界最強の  
紙流通企業グループになります

#### 持続可能な社会と地球環境に 一層貢献する企業グループ

コアビジネスである紙・板紙卸売事業に加え、  
古紙などのリサイクル事業と製紙事業、  
さらには再生可能エネルギー事業などを通じ、  
SDGsを強く意識し、持続可能な社会と  
地球環境に一層貢献する企業グループになります

#### 紙業界の枠を超えた エクセレントカンパニー

社会のなかで広く認知され評価される  
エクセレントカンパニーになります

## トップメッセージ

これにより、業績・財務基盤・人的資本・環境・社会との調和が好循環（スパイラルアップ）を生み出し、長期的な価値創造を継続できると考えています。「サステナブルな企業集団」とはその先にある、当社グループが最終的に目指す姿であり、真に持続可能な企業体としての進化の象徴でもあります。

“エクセレントカンパニー”を自覚・自認するためには、まず「世界最強の紙流通企業グループ」となることが必要と考えていますが、昨年、投資家の皆様から「世界最強の紙流通企業グループ」とはどのような状態を指しているのか、抽象的過ぎるとのご指摘をいただきましたので、今回あらためて説明させていただきます。

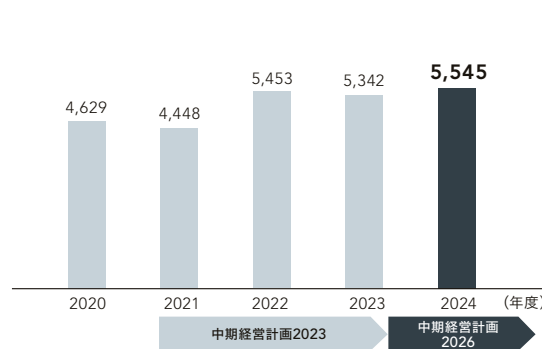
「世界最強」とは単に売上規模のことではありません。当社グループは現在、紙流通業において世界

第3位～4位の規模を誇っています。第1位、第2位はともに米国籍の企業ですが、活動範囲が概ね北米内に限定されていたり、事業がトレードビジネスに偏っていたりと、決して当社グループが目指す“世界最強”のビジネスモデルではありません。当社グループは、世界の主要市場において、現地に根差した在庫・配送・金融機能を備えたマーチャントグループを志向しており、そのうえで、グローバルなネットワークを活かしながら、商品・サービス・情報といった提供価値のあらゆる面において、顧客や仕入先から最も信頼され、頼りにされる紙流通企業グループとなることを目指しています。すでに、当社グループは、グローバルネットワークとローカル機能を両立するマーチャントモデルを採用しており、各国・地域の実情に応じた商品・サービスの提供が可能です。すな

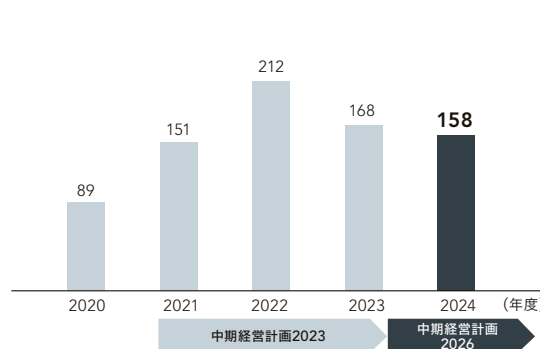
わち、地に足のついたグローバル企業としてのポジショニングこそが、“世界最強”の本質です。この“世界最強”を社内外に対して自信を持って発信できる状態を確立するためには、次頁のような施策の実行と定量・定性両面での具体的成果が求められます。

現在、「世界最強の紙流通企業グループ」は視野に入ってきた段階にあります。進捗度で言えば、6合目まで到達し、8合目までの道筋も見えています。その実現に向けて注力している課題は、「競争力の深化」「収益力の持続的向上」「収益規模の戦略的拡大」の3つであり、これらに対しては、現在進行中の「中期経営計画2026」において、組織横断的な仕組みづくり・仕掛けづくりを着実に進めており、戦略実行を通じて“世界最強”の実現に向けたステージを一段押し上げていきます。

売上収益(億円)※1※2

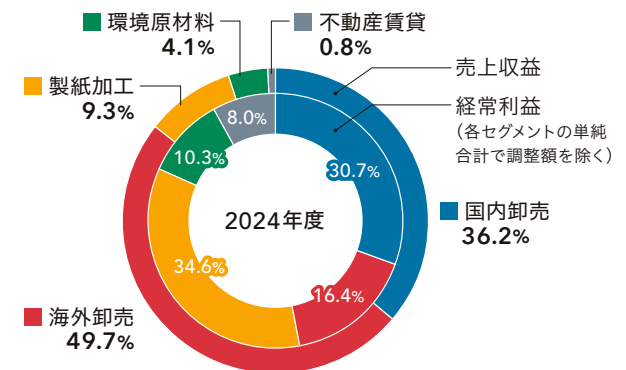


経常利益(億円)※2



事業セグメント別

外部顧客への売上収益および経常利益構成比



※1 「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準29号)等を2021年度の期首から適用したことに伴い、「売上高」の表示を「売上収益」に変更しています。なお、2021年度の「売上収益」は前年比減となりましたが、旧基準の「売上高」ベースでは588億円増の5,217億円(前年同期比112.7%)となりました。 ※2 新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、「中期経営計画2023」は2021年度よりスタートしました。 ※3 比率は小数第2位を四捨五入して表示しています。

2つ目のあるべき姿「持続可能な社会と地球環境に一層貢献する企業グループ」も、当社グループにとって欠かすことのできない重要な価値観です。真に“エクセレントカンパニー”であると自覚・自認し、社内外においてそのように認められるためには、単なる収益性や効率性だけでなく、社会課題の解決にどう向き合うか、地球環境にどのような姿勢で臨むかが、これまで以上に問われています。ガバナンス体制の確立と同様に、サステナビリティの観点からも着実な取り組みを継続することが長期的な企業価値向上の源泉となり、次世代への責任でもあると捉えており、環境対応、資源循環など、サステナビリティの推進に力を入れています。

3つ目の「紙業界の枠を超えて広く評価されるエク

セレントカンパニー」とは、先に述べた2つのあるべき姿と、価値創造の源泉である人的資本への積極的な投資を掛け合わせることで次世代のイノベーションを起こし、当社グループが名実ともに“エクセレントカンパニー”になる決意を込めたビジョンです。これまで、180年間にわたって一貫して紙を扱ってきた当社グループは、紙業界においては常に国内紙流通のリーディングカンパニーとして、誠実な姿勢を貫きながら事業を展開してまいりました。その積み重ねが、紙業界内外において一定の信頼と評価をいただいているものと自負しております。こうした評価は、現在の発行体信用格付「A」というかたちにも表れており、当社グループにとって最大の財産・強みは、「信頼」なのです。今後は、国内紙市場の縮小や人口減少に伴う労



働力不足、さらには事業の多角化・グローバル化への対応、生産コストの上昇といった課題にも直面していきますが、これらに的確に対処し、持続的な成長を遂げていくためには、生産性の向上や、人的資本の中心にある「ワークエンゲージメント」のさらなる向上が不可欠です。こうした認識のもと、私たちは紙業界という枠組みにとらわれることなく、社会全体から広く、そして高く評価される“エクセレントカンパニー”となることを目指す当社グループの意志を3つ目に込めています。

繰り返しになりますが、“エクセレントカンパニー”が究極のテーマであり、私たちが目指す「サステナブルな企業集団」の姿につながっていきます。“エクセレントカンパニー”の自覚・自認を可能にする企業グループであることが、業績や財務基盤、株価、人的資本投資、サステナブル経営といった要素と互いに連関しながら好循環を生み出し、持続的にスパイラルアップしていく状態＝私たちが目指す「サステナブルな企業集団」なのです。

## “世界最強”と私が自認できる条件

▶ ドイツ・フランス買収事業の回復	買収前の規模である売上収益1,000～1,200億円まで回復させ、売上規模で世界2位の水準が射程になる。
▶ 補完的M&Aの継続	既存のマーチャント機能に周辺商材のバリューチェーンを組み合わせ、収益源の多角化と機能拡張を図る。
▶ 東南アジア市場 (タイ・インドネシア・ベトナム)での グローバル戦略の強化	すでに進出している地域においてもローカリゼーション戦略を推進し、事業基盤を強化する。
▶ インド事業の強靱化	組織強化、グループ内での取引関係拡大などにより、収益性向上を図る。
▶ 海外グループ会社の全面黒字化	グローバル収益体制の確立に取り組む(不採算事業整理を含む)。
▶ 国内卸売での圧倒的地位の確保	国内紙流通におけるリーディングカンパニーとしての地位を維持・強化する。

## トップメッセージ

## 「中期経営計画2026」 初年度を振り返って

「中期経営計画2026」は、「長期ビジョン2030」の実現に向け、現在の当社グループに何が不足しており、何が必要なかをバックカスティングで考え、そのギャップを埋めるための仕組みと仕掛けづくりを行う3年間と位置づけています。

これまで着手していなかった分野も含め、さまざまな挑戦を進めていますが、初年度となる2024年度の業績は、海外市況が想定を大きく上回る長期低迷に陥ったこと、大型M&Aに伴う先行費用の影響を受けたことから、当社グループにとっては厳しい

船出となりました。

2025年度も厳しい外部環境が継続する見通しですが、3つの基本方針「グループ内外のコミュニケーションを拡充し機能やサービスなどの提供価値を圧倒的に高める」「人材力を引き上げるとともにワークエンゲージメントを飛躍的に高める」「M&Aを駆使して既存領域および新規領域での事業を躍進的に拡大する」に沿った施策を各所で着実に実行しています。また、役員全体会議にて各部門トップから所信を表明したことを契機に、組織全体で実行スピードが一段と加速していることを実感しています。

「中期経営計画2026」で掲げた定量目標は、いかなる環境下でも達成すべき責任ある目標として位置

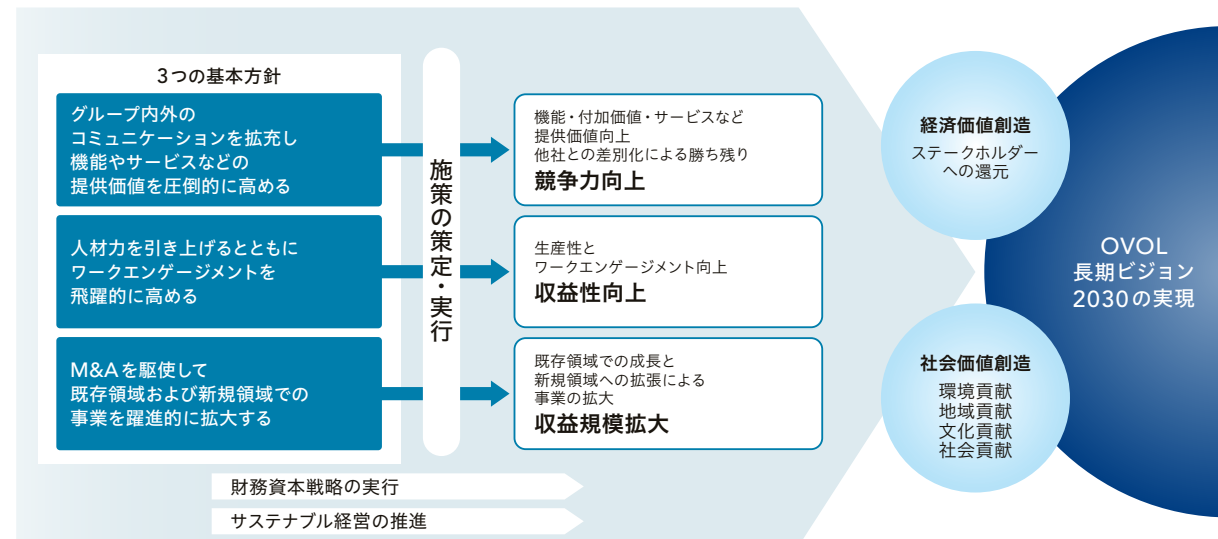
づけています。ただし、外部環境そのものを変えることはできず、数字合わせの対応には陥るべきではありません。それよりも、当社は「長期ビジョン2030」の実現を見据え、新たな仕組みや仕掛けづくり、戦略的な投資を継続すべきと考えています。足元では米国の関税引き上げが懸念材料となり、多くの地域で需給悪化や世界的な景気下振れなどのリスクも想定されますが、短期的な変動に一喜一憂せず、長期視点に立ってやるべきことを着実に実行してまいります。

## 成長に向けた投資について

「中期経営計画2026」では、海外および国内双方での持続的な成長を見据え、3年間で総額800億円規模の成長に向けた投資を計画しています。現在までに、ドイツ・フランスを中心とした欧州での戦略的M&Aをはじめ、さまざまな施策により約260億円の投資を実行済みであり、今後に向けてもなお大きな投資余力を確保しています。2024年度には、欧州3カ国(ドイツ・フランス・ポルトガル)で計6社のグループ化を進め、欧州域内におけるサプライチェーンの強化と物流拠点ネットワークの構築を進めました。これに加え、オセアニア・アジア地域での補完的なM&A案件、また国内でも重要性の高い投資案件に対して選択的に対応を進めています。

海外における大型M&Aは、2024年度までの取り組みをもって一段落と捉えており、今後は欧米・オ

### OVOL中期経営計画2026



セアニア・アジアにおける補完的・戦略的投資へと軸足を移していく方針です。海外市場においても、M&Aに関するファーストコールが当社にいただける案件が多いことは、当社に対する信頼の証と自負しています。

一方で、投資の対象は海外にとどまらず、国内においても積極的な検討を進めています。特に、卸売業界においては将来的な業界再編の可能性も視野に入れ、柔軟な姿勢での投資をしていきます。加えて、家庭紙・段ボールといった需要の安定した領域においても、M&Aやアライアンスを通じた事業基盤の強化や合理化を進めていく考えです。

## 本質的な企業価値向上に向けた資本効率改善

当社では、PBR（株価純資産倍率）の1倍割れ状態について、早期に解消すべき重要な課題と捉えています。一方で、小手先の株価対策だけに依存することには慎重な立場を取っています。自社株買いなど資本政策の重要性は、十分に認識していますが、それ以上に重視すべきは、本質的な企業価値向上策との適切なバランスを保つことだと考えています。

実際、これまでも、本社ビルを売却するなどの資産効率化を進めてきましたが、好立地の保有不動産が安定的な収益源として、当社への信頼感・安心感にもつながっており、採用活動においても志望動機

に挙げる学生もいるなど、“エクセレントカンパニー”の象徴として機能している側面もあります。このため、資産効率化への取り組みとして、保有不動産をただ単に削減すればよいという判断ではなく、経済合理性とのバランスを図りながら見直していく方針です。また、政策保有株式についても同様に、縮減の方向性で取り組みを進めています。保有する自己株については、できるだけ早期にM&Aなど成長投資に活用することも検討しています。

足元の業績は依然として厳しい状況にありますが、「長期ビジョン2030」の実現に向け、収益体質の強靱化に向けた取り組みを粛々と推進しています。「中期経営計画2026」策定時には織り込まれていなかったドイツおよびフランスでの大型M&Aも実行しており、販売の回復を経てそれぞれの事業が巡航速度に戻ること、相応の収益水準を実現できるものと期待しています。

## DX戦略の進捗状況

DXは、「中期経営計画2026」において資本効率改善の柱の一つとして位置づけており、国内市場の縮小や人件費・物流費などのコスト上昇といった外部環境のなかで、持続的に利益を確保していくための重要な施策と捉えています。

2023年度にはDX推進専任組織を立ち上げ、2025年度には本部へ格上げしました。今後は、全社横断

型のDX推進体制をより強化し、現場ニーズに即した具体的な改善策を迅速に展開していきます。

当社グループにおけるDXは、「守りのDX」と「攻めのDX」という2つの側面で推進しています。具体的には、経営トップ自らプロジェクトに参画し、まずはブランドデザインの策定に着手し、「守りのDX」領域における全社的な最適化と実行体制の整備を進めています。「攻めのDX」については今後本格的な展開を予定しており、営業最前線で経験を積んだ人材をリーダーに据え、営業部門との連携によるシステム設計、AI・データを活用した需給予測の高度化、物流効率の改善など、業務効率化と新たな価値創出の両立を目指した施策を推進していきます。これにより、顧客提供価値の高度化と業務プロセスの革新を図ります。また、DXは業務効率だけでなく、従業員のエンゲージメント向上や組織活性化にも寄与する重要な手段としても注目しており、組織施策としても積極的に取り組んでいきます。

## サステナブル経営の推進

当社グループでは、「中期経営計画2026」の重要な柱の一つとして、サステナブル経営の推進に取り組んでいます。とりわけ、当社の最大の経営資本である「人的資本の強化」に注力しており、人材力とワークエンゲージメントの向上に向けた施策を継続的に進めています。

## トップメッセージ

その一環として、2年前より定期的にエンゲージメントサーベイを実施し、都度の結果分析とフォローアップを着実に積み重ねてきました。その成果として、2024年12月に実施した調査では、当初の中計目標を2年前倒しで達成する「BBB」スコアを獲得。今後もさらに高い水準を目指し、施策の継続・深化を図ってまいります。また、人的資本強化の具体策として、従業員持株会を通じた株式インセンティブ制度の導入や、本社移転プロジェクトなど、従業員のエンゲージメントや企業帰属意識を高める取り組みも進行しています。

環境対応の面では、温室効果ガス排出量削減<sup>\*</sup>に向け、中期目標である2030年度までに2019年度比で50%削減の実現に向け、グループ一体となり取り組みを進めています。カーボンニュートラルへの取り組みはグループ内のみならず業界内にも広げており、その一環として、紙卸商様に向けて環境関連の

勉強会を開催しています。当社のサステナビリティ推進本部が蓄積してきた知見を共有することで、お取引先各社が印刷会社やエンドユーザーからの環境配慮に関する要請に的確に応えられるようお手伝いさせていただきます。

※当社+連結子会社におけるScope1・2

さらに、「ビジネスと人権」への対応といった、社会的責任に関わる取り組みも粛々と推進中です。足元ではサステナビリティの流れに対して、一部揺り戻しの動きも見られますが、当社としてはこの潮流が本質的には変わらないと捉えており、取り組みの姿勢を緩めるつもりはありません。むしろ、こうした取り組みを通じて、「エクセレントカンパニー」としての礎を確実に築いていきます。

## 紙の機能・価値の発信

「紙」という素材が持つ社会的意義や文化的価値を、これからの世代にどのように継承していくかも、私たちの重要な使命だと考えています。

2024年から、全国の紙卸商の皆様を対象にワークショップ「OVOL CREATIVE WORKSHOP SERIES」を開催し、紙のさらなる可能性を模索すると同時に参加者の間での永続的な関係構築を図り、業界全体の活性化を目指しています。また、大阪・関西万博のフューチャーライフエクスペリエンスに参加。4,000名以上の来場者に、『「未来の暮らし」～紙

の大いなる可能性と価値創造～』をテーマにした展示と6つのワークショップに参加していただきました。

このように、私たちはステークホルダーとの協働を通じて、紙が本来持つ機能や魅力を広く伝え、紙需要の底上げや業界プレゼンスの向上を図っていきたいと考えています。一方で、足元の業績や「中期経営計画2026」で掲げた定量目標の達成については、依然として厳しい状況が続いております。しかしながら、あくまで当社グループが目指すのは「長期ビジョン2030」の実現であり、そのための仕組みと仕掛けづくりは着実に進んでいます。今後も、0から1を生み出す新たな取り組みを継続的に積み重ねてまいります。

「長期ビジョン2030」を実現することにより、その先には「サステナブルな企業集団」としての“好循環”が生まれると確信しています。私たちが“エクセレントカンパニー”であることを自覚・自認し、従業員一人ひとりのエンゲージメントやモチベーションを高めることで、生産性や業務品質が向上し、競争力を高め、結果として収益性や事業規模が拡大します。その成果をステークホルダーの皆様還元することが、さらに次のエンゲージメント向上へとつながる——こうした持続的成長のサイクルを確実に構築してまいります。

今後も、皆様からの貴重なご助言・ご意見を真摯に受け止め、長期ビジョンの実現に取り組んでまいりますので、変わらぬご指導とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

