

**日本紙パルプ商事株式会社 2025 年 3 月期第 2 四半期決算**  
**および「OVOL 長期ビジョン 2030 概要、OVOL 中期経営計画 2026 概要と進捗状況」説明内容**

日 時：2024 年 11月20 日（水）16:00～17:00

方 式：対面・オンラインハイブリッド

出席者：代表取締役社長 社長執行役員 渡辺 昭彦

代表取締役専務執行役員 管理全般管掌 勝田 千尋

常務執行役員 管理企画・サステナビリティ統括 武井 康志

執行役員 管理本部本部長 藤井 賢一郎

<ご留意事項>

本資料は、決算説明会に参加されなかった方々の便宜のため、参考として掲載しております。

説明会でお話したこと全てをそのまま書き起こしたのではなく、当社の判断で簡潔にまとめたものであることをご了承ください。

また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があることをご了承ください。

<執行役員 管理本部本部長 藤井による説明>

2025 年 3 月期第 2 四半期決算の概要、2025 年 3 月期の業績予想、および配当実績・予想

◎2025 年 3 月期第 2 四半期決算概要

【決算説明資料 3 ページ:2025 年 3 月期第 2 四半期 決算ハイライト】

2025 年 3 月期第 2 四半期の連結損益の概況について、ご説明いたします。

売上収益は、環境原材料セグメントは前年同期比微減となりましたが、その他のセグメントで増収となりました。また為替換算の影響が売上収益を引き上げました。

増収でありましたが、経常利益は人件費などの経費の増加があり減益となりました。

親会社株主に帰属する中間純利益は、固定資産売却益など特別利益の計上があったことにより、前年同期比増益の結果となりました。

【決算説明資料 4 ページ：連結業績概要】

売上収益は 2,784 億円、前年同期比 102.6%となりました。売上総利益は 459 億円、前年同期比 105.3%となりました。

営業利益は 82 億円、92.3%となりました。売上の増加により運賃、倉庫料や販売手数料などの販売直接費が増加したほか、給与などの人件費の増加など経費が前年同期比増加しました。

経常利益は、営業利益の減益が影響いたしまして、83 億円、92.6%となりました。

親会社株主に帰属する中間純利益につきましては、固定資産売却益ほか特別利益が前年同期比増加したことから増益となり 57 億円、107.3%となりました。

#### 【決算説明資料 5 ページ：セグメント業績】

5 ページには、セグメント別の業績を一覧で記載しております。  
6 ページ以降で各セグメントの業績概要についてご説明してまいります。

#### 【決算説明資料 6 ページ：国内卸売セグメント①】

国内卸売セグメントは増収減益となりました。

主要な品種ごとの販売の概況をご説明しますと、紙については、デジタル化の進行、また出版向け、チラシ、カタログ向けの販売数量が前年同期比減少したことから売上収益は減収となりました。板紙については、物価高による買い控えの影響や、工業製品向けの段ボール原紙の需要回復は遅れているものの、飲料向けやインバウンド需要の回復に加え、トレーディングカード用途の販売が増加したことにより、売上収益は前年同期比増収となりました。

機能材料製品は需要回復傾向がみられ、販売数量は増加いたしました。

紙の販売の落ち込みを板紙、機能材の販売増加が補い、セグメント全体として増収となりました。

経常利益については、売上収益の増加はありましたが、人件費など販売費及び一般管理費の増加があり、減益となりました。

#### 【決算説明資料 7 ページ：国内卸売セグメント②】

国内卸売セグメントの売上収益のおおよそ 8 割を占めております当社単体の業績について、主力品種である紙と板紙の販売数量と売上収益の前期比較を記載しております。

販売数量については紙が前年同期比 98%、板紙は前年同期比 101%の結果となりました。

売上収益につきましては、紙が前年同期比 99%、板紙は前年同期比 109.6%となりました。

#### 【決算説明資料 8 ページ：海外卸売セグメント①】

海外卸売セグメントですが、前年同期比増収減益となりました。

主要拠点であります米国、英国、豪州の市場の概況についてですが、デジタル化の進行などによる需要の減少が継続し、また販売競争の激化により単価も下落傾向で推移しました。

一方、前年度に発生した顧客における在庫調整が収束したことにより、販売数量は主に米国で回復し、前年同期と比較して増加しました。

日本からの輸出については、中国、東南アジア向けの紙の販売が増加しました。

また売上収益の増収については為替換算による効果が大きく影響いたしました。

経常利益は、粗利の減少に加えて人件費などの費用の増加により、前年同期比減益となりました。

#### 【決算説明資料 9 ページ：海外卸売セグメント②】

左側の表ではセグメント内での当社単体及び各事業別の売上収益及び経常利益の前期比較を記載しております。

売上収益については当社及び各事業地域ともに増収となりました。

経常利益については当社及び米国事業で増益となりましたが、その他地域では減益の結果となりました。

右側の表は主要事業地域である米国、欧州、オセアニアの各事業における販売数量の前年同期比較を記載しております。ご覧の通り、米国では販売数量が増加いたしました。欧州及びオセアニアでは減少いたしました。

なお、注書きに記載の通り、記載しております販売数量は、各地域における主要子会社の単純合算数値であり、左側の表の売上収益及び経常利益とは集計対象が同一ではありません。

#### 【決算説明資料 10 ページ：製紙加工セグメント概要①】

製紙加工セグメントについては、前年同期比増収増益の結果となりました。

各事業の概況になりますが、まず段ボール事業については、販売数量はほぼ前年並みとなり、売上収益は増収となりました。再生家庭紙事業の販売数量は微減となり、これに合わせて売上収益も微減となりました。

経常利益については、原燃料費、物流費などの経費は高止まりが継続しましたが、生産効率化による製造コストの低減を実現したことに加え、再生家庭紙事業においては販売単価が上昇、また不採算であったベトナムの再生家庭紙製造会社の売却を実施したことなどにより前年同期比増益となりました。

#### 【決算説明資料 11 ページ：製紙加工セグメント概要②】

左下の表では、セグメント内の事業別の数量を記載しております。

段ボール事業については、段ボール原紙事業の販売数量は微減、段ボール加工事業の数量は前年同期を上回りました。再生家庭紙事業については、生産数量を記載しておりますが、前期と比べて減少いたしました。

右側の表は、セグメント内の事業別の売上収益及び経常利益の前年同期比較となります。段ボール事業の売上収益は増加、再生家庭紙事業は微減となりました。

経常利益については、段ボール事業が減益、再生家庭紙事業は前年を大きく上回りました。

#### 【決算説明資料 12 ページ：環境原材料セグメント①】

環境原材料セグメントについては減収増益となりました。

まず古紙の販売については、国内及び米国ともに古紙の発生減による販売数量の減少があり、また米国の事業拠点 2 か所を閉鎖したことから売上収益は前年同期比減収となりました。

パルプの販売についても、海外製紙メーカー向けの数量が減少いたしました。

再生可能エネルギー事業のうち、北海道 釧路などで展開する太陽光発電事業は順調に推移する一方で、岩手県で展開する木質バイオマス発電事業については苦戦いたしました。木質バイオマス発電所向けの燃料、PKS の販売については数量が増加し、売上及び利益の底上げに貢献いたしました。

最後に熊本で展開しております総合リサイクル事業については、当期においても引き続き堅調に推移いたしました。

以上の通り、扱い品種や事業によって浮き沈みはありましたが、セグメント全体の売上収益は微減の結果となりました。

経常利益については、苦戦する事業もありましたが、好調であった木質バイオマス発電所向けの燃料販売による利益が牽引し増益となりました。

#### 【決算説明資料 13 ページ：環境原材料セグメント②】

左の円グラフは当社及びグループ会社が展開する事業ごとの売上収益と経常利益のセグメント内構成比となりまして、右側の表でそれぞれの金額の前年同期比較を記載しています。

#### 【決算説明資料 14 ページ：不動産賃貸セグメント】

不動産賃貸セグメント、主要物件の高稼働が継続しており増収増益となりました。

トピックスとして記載しておりますが、当社が保有しております京都のオフィスビルについて、保有資産の今後の有効活用を見据え、解体工事に着手いたしました。

【決算説明資料 15～16 ページ：経常利益 増減益分析】

セグメントごとの業績概要について、経常利益に絞ってグラフの形で増減益分析を記載しております。

◎ 2025 年 3 月期 業績予想

【決算説明資料 18 ページ：2025 年 3 月期 連結業績予想】

本年 5 月に開示した予想からの修正は行っておりません。

各段階利益の予想は、営業利益が 180 億円で前期比 103.4%、経常利益も同じく 180 億円で前期比 107.4%、また親会社株主に帰属する当期純利益に関しましては 100 億円で前期比 96.6%を予想しています。

【決算説明資料 19 ページ：連結業績予想の前提】

予想している連結経常利益の達成に向けて、当中間期までの状況を踏まえました各セグメントで想定される見通しについて記載しております。

国内卸売セグメントは、引き続き紙の需要減少が見込まれるものの、板紙は需要の回復が期待されております。経費面では運賃など物流費の増加や人件費の増加が見込まれております。

海外卸売セグメントは、前期からの顧客による在庫調整は収束し、販売数量の回復が見られるものの、競争激化により販売価格は下落傾向が予想されます。また人件費などの経費の増加も見込まれます。

製紙加工セグメントは、販売数量は前年並みを予想し、再生家庭紙事業は販売価格が上昇傾向で推移すると見立てております。一方、原燃料価格や物流費などの上昇により製造コストが増加し、利益を圧迫する懸念があります。

環境原材料セグメントは、紙・板紙の需要減少に伴う古紙発生量の減少が継続することが見込まれます。当中間期において好調に推移した木質バイオマス発電所向けの燃料販売は下半期も好調に推移すると見込んでおります。

【決算説明資料 20 ページ：2025 年 3 月期 セグメント別予想】

各セグメントの見通しを踏まえた、セグメント別の経常利益予想は記載の通りとなります。

足元の状況及び今後の見通しを踏まえました利益予想になります。当初の利益予想を下回るセグメントもございますが、各セグメントにおいて、更なる利益の積み上げに資する施策を鋭意進めて参ります。

なお参考といたしまして、点線にて当期を初年度とする「中期経営計画2026」での最終年度目標について記載しております。

◎ 配当（実績および予想）

【決算説明資料 21 ページ：株主還元方針】

配当につきましては、安定的な配当を継続して行うことを基本方針とし、連結業績の動向も勘案することとしております。

当年度よりスタートしております中期経営計画の期間におきましては、市場の期待に応える積極的な株主還元策として「連結配当性向を 30%以上とする累進配当」を実施する方針としております。この方針に従いまして、当中間期末の配当につきましては、1 株当たり 12.5 円とし、期末も同額の年間 25 円を予想しております。

最後になりますが、要約した連結貸借対照表については、資料の 43 ページに記載しておりますのでご参照いただければと存じます。

<代表取締役社長 社長執行役員 渡辺による説明>

OVOL 中期経営計画 2026 の位置付けと基本方針

私から 2020 年時点で策定をしました「OVOL 長期ビジョン 2030」の骨子の再確認、「OVOL 中期経営計画 2026」の概要、進捗状況のご説明をします。

【決算説明資料 23 ページ：「OVOL 長期ビジョン 2030 Paper, and beyond」】

「OVOL 長期ビジョン 2030」では 2030 年度経常利益 250 億円を定量目標にしていますが、それ以上に重要なものとして 3 つのビジョン、あるべき姿を設定しており、一つ目は「世界最強の紙流通企業グループ」、二つ目は「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」、三つ目は「紙業界の枠を超えたエクセレントカンパニー」としています。「紙業界の枠を超えたエクセレントカンパニー」に関しては、紙業界の枠を超えてほかの業界に出ていくという意味を含めたわけではなく、紙業界の枠を超えて広く高く評価されるエクセレントカンパニーになるという意味であることを改めてご理解いただければと思います。

【決算説明資料 24 ページ：「OVOL 中期経営計画 2026」の位置づけ】

昨年度まで進めてきた前中計 2023 では、3 つの大きなアセットを獲得できました。3 つの大きなアセットとは、180 年近い長い歴史の中で蓄えてきた信頼という我々の財産を基盤とした、「安定した収益力」、「充実した資金力」、「国内外に広がるビジネスプラットフォーム」です。ですが、中計 2023 で獲得した 3 つのアセットを有している当社の現時点での立ち位置と「OVOL 長期ビジョン 2030」で描いた当社のありたい姿の間に大きなギャップがあります。そのギャップを埋めるためには、圧倒的な「競争力」・「収益性」・「収益規模」の向上・拡大が必要であり、この 3 つ必要条件を実現するための具体的な仕組みづくり・仕掛けづくりの 3 年間でこの 4 月からスタートした「OVOL 中期経営計画 2026」です。

当社の過去の中計は年度予算の積み上げで策定することが多かったのですが、「OVOL 中期経営計画 2026」における具体的な仕組みづくり・仕掛けづくりとは、「長期ビジョンを実現するために何をなすべきかをバックキャスト思考で策定したものであり」、今までの延長線上ではない全く新たな取り組み、新たな一歩を踏み出す施策を講じるということです。

【決算説明資料 25 ページ：「OVOL 中期経営計画 2026」基本方針】

「OVOL 中期経営計画 2026」における仕組み・仕掛けを作るための 3 つの基本方針を作成しました。一つ目は「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」です。二つ目は、「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」、三つ目は「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」です。

この三つの基本方針を踏まえて今年の 4 月からスタートした「OVOL 中期経営計画 2026」の進捗を具体的にご説明します。

【決算説明資料 33 ページ：グループ内外のコミュニケーションの拡充①】

「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」に基づいて、実践した具体的事例を説明します。

一つ目は、CREATIVE WORKSHOP SERIES の開催です。2023 年 10 月に開催したフォーラム、OVOL Bridges 2023 ~The 2nd Paper Merchants Forum~にて紙の価値普及に向けた 3 つの取り組み、「出前教室の全国展開」・「ワークショップの定期開催」・「紙の価値普及に向けた研究会の発足」を実行することを表明しました。その第一弾として、当社のビジネスパートナーである紙卸商の皆様と一緒に CREATIVE WORKSHOP を開催しました。専門家によるセッションや参加者によるグループワークによって教育・知育の未来と、永年にわたり教育と文化を支えてきた紙・紙流通業の可能性を探り、チャレンジングな

アイデアを発想し共有しました。また全国の紙卸商の中堅・若手社員約 100 名の方と共有・共感・共働・共創の体験をし、紙業界の新たなムーブメントを起こすことができるネットワークと意識改革を達成できたのではないかと自負しています。

ご参考：[『卸商経営の今後の課題』と『紙の価値を再認識する』をテーマとするフォーラム「OVOL Bridges 2023」を開催しました](#)

二つ目の提供価値拡大に結び付く取り組みとして、当社が運営するサービスサイト「Paper & Green」が提案する包装材「紙エール デザインウインドウ」の 2024 日本パッケージングコンテストにてジャパンスター賞（経済産業大臣賞）受賞についてご説明します。これはあくまでも一つの例であり、当社は脱プラスチック、減プラスチックに寄与する紙化ソリューションの提案を全社において推し進めています。

ご参考：[窓付き包装袋『紙エール デザインウインドウ』が「2024 日本パッケージングコンテスト」でジャパンスター賞（経済産業大臣賞）を受賞しました](#)

#### 【決算説明資料 34 ページ：グループ内外のコミュニケーションの拡充②】

三つ目として、各種展示会の出展についてご説明します。紙・素材に特化した従来の展示会のみならずサステナブルファッション EXPO などにも出展し、従来はあまりお付き合いのなかった業界、企業と接点を持てたことが大きかったと考えています。

#### 【決算説明資料 35 ページ：グループ内外のコミュニケーションの拡充③】

グループ内外のコミュニケーションの拡充における四つ目の事例は DX への取り組みです。

2023 年度に DX 推進室を新設し、今年 4 月以降はデジタルトランスフォーメーションとデジタル最適化の両輪で進めています。デジタル最適化については、社内の業務棚卸調査に基づいて従来の手順などにとられない業務変革に取り組んでいます。生成 AI については当社専用の ChatGPT 環境をつくり、当社営業部門と企画部門を中心に 278 名が活用中です。IT 統制・IT セキュリティの推進について、「IT ガバナンス基本方針」と「情報セキュリティ基本方針」を年度内策定に向け作業中、グループ全体を対象に 2026 年度までに IT 統制監査を実施予定です。

#### 【決算説明資料 36 ページ：人材力の引き上げ】

二つ目の基本方針「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」について、具体的取組をご説明します。

エンゲージメント向上の取組として、2026 年エンゲージメントレーティングの目標を「BBB」としており、2024 年 6 月に実施した結果は「B」から「BB」に向上しました。目標達成へまだ道りは長いと考えていますが、次回は 12 月に実施予定です。また、経営と現場をつなぐ「結節機能」の強化を図り、本部長・支社長および部長を対象にセミナーを開催しました、また経営層からの発信と共有の場として、社長と部長による「経営との対話会」を 2 回開催しました。このセミナー・対話会に関しては「OVOL 長期ビジョン 2030」、「OVOL 中期経営計画 2026」のビジョン・ゴールなどの実現・達成に向けては役職員の中での共有・共感が最も重要であると考え、実施しました。

二つ目は健康経営の取組で、健康経営優良法人 2024 認定取得、新たな有給休暇制度の導入、ウォーキングラリーを開催など具体的な取り組みを進めています。

三つ目は人材への投資です。2026 年度の教育研修費を 2023 年度比 3 倍とする目標を中計 2026 で掲げていますが、全役職員を対象にオンライン動画研修サービス「Udemy Business」の導入、全グレードごとに研修ラインナップの整備を進め、自ら社外派遣型研修などを選択し受講できる制度も新設しました。採用活動においては、2024 年度上期における総合職採用の女性比率 27.3%となりました。こちら KPI では 30%なので引き続き取り組みを続けてまいります。また、2025 年入社新卒総合職（内定者ベース）を 2024 年比 1.6 倍に増加させております。海外との実践的なコミュニケーション力を有する人材育

成を目的とした「海外研修制度」を引き続き積極的に運用しており、2024 年上半期派遣の実績はアメリカ 1 名、中国 2 名の計 3 名となっています。

#### 【決算説明資料 37 ページ：M&A の推進①】

「OVOL 中期経営計画 2026」では、「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こと」を基本方針とし、既存領域での成長と新規領域への拡張による事業の拡大を通じた収益規模拡大を目標としています。

まず、前中計 2023 から引き続き実施している補完的 M&A の事例をご説明します。前中計 2023 で獲得した国内外に広がるプラットフォームで、海外のいわゆる紙商のネットワークはほぼ基盤ができたと考えていますが、その基盤と紙商の機能を有効活用し、先進国で需要が減少している紙の卸売を補完する周辺商材の取り扱い拡大を目的とし、軟包装材料、サイン&ディスプレイといった分野での M&A をシンガポール、ニュージーランド、オーストラリアで追加実施しました。マレーシアでは紙商の OVOL Malaysia と当社がグループ会社化した紙商 Mutiara Paper、サイン&ディスプレイの Compedo Media3 社の本社機能と倉庫を今年 7 月に統合し、シナジー発現を目指しています。

一方、Divestment では、北米において、紙卸商の Gould Paper 傘下にあったナッツ種殻収穫機械製造事業の Weiss McNair を売却しました。そして同じくアメリカの西海岸で JRS Resources も事業を停止しました。ベトナムの再生家庭紙製造事業をしている JP CORELEX (Vietnam) を昨年 12 月に事業売却をしました。

#### 【決算説明資料 38 ページ：M&A の推進②】

10 月に開示したドイツおよびフランスの事例は、37 ページでご説明した補完的 M&A と比較すると大規模な案件となります。開示文書にも記載の通り、最終的なディールのクロージングは 11 月末を予定しているため、本日も説明できる内容としては開示済みの内容となることをご了承ください。

この 2 案件は補完的 M&A とは異なり、基礎的なプラットフォーム及び収益規模そのものの拡大を目指した事業あるいは株式の取得です。過去 10 年ほど実施してきた海外での紙商の買収でのターゲットは、アイソレート（隔離）されたマーケットであること、その会社の所在地のエリアで有力な製紙会社が存在していないこと、マーケットにおける紙流通企業の存在感が大きいことなどの特徴をもった企業であり、イギリスやオーストラリア・ニュージーランド、シンガポール、マレーシアなどで進めてきました。

今回のドイツ・フランスの M&A は、基礎的なプラットフォーム及び収益規模そのものの拡大を目指すという目的であり、欧州大陸の中にあるのでアイソレートされていないし、製紙メーカーのマーケット直販シェアも大きいなど、市場性も従来の事例とは異なります。

ドイツは世界 4 位、フランスは世界 10 位の紙・板紙市場規模であり、世界的に見れば紙の大市場であるうえに、両国とも紙商の淘汰がかなり進んでおり、勝ち残った企業が残存者利益を享受することが可能であるマーケットとみています。この 2 案件については経営破綻したタイミングに巡り合い、我々が資金を投入しリストラを進めていくことで残存者利益を確実なものにできると考え、買収に至りました。

欧州についてドイツでは Japan Pulp & Paper GmbH、フランスでは、アメリカの Gould 傘下の Gould France、EFP-Chavassieu、イギリスでは Gould UK、有力紙商である Premier Paper、アイルランドでは Premier Paper 傘下で同国最大紙商の GPMI が既に当社グループとして事業を行っています。こうした既存のヨーロッパのオペレーションとは、ヨーロッパメーカーからの仕入強化などのシナジー、日本の当社とは価格面で存在感のあるアジアメーカーの取り扱いについてのシナジー発現を期待しています。

**【決算説明資料 41 ページ：財務・資本戦略の実行 サステナブル経営の推進】**

「OVOL 中期経営計画 2026」における財務・資本戦略、サステナブル経営についてご説明します。

ビジネスと人権への対応として、ビジネスと人権に関する研修を当社・国内グループ会社にて 2024 年度上期実施しました。海外グループについては 2024 年度下期に予定しています。また 2024 年度下期より人権デュー・デリジェンスに着手する予定です。

気候変動への対応としては「日本紙パルプ商事グループ温室効果ガス排出量削減に関する中長期目標」を策定しました。中長期目標については資料をご確認ください。

「OVOL 中期経営計画 2026」のなかで既に実施したことについては以上ですが、今後も 3 つの基本方針に沿った取り組みを進めてまいります。

少しだけ紹介しますと、OVOL Bridges 2023～The 2nd Paper Merchants Forum～で宣言した三つのテーマについては今年度実施のワークショップの来年度以降の 2 回目 3 回目の継続実施を予定しており、出前教室や紙の価値研究会は実行委員会を作ってすでに具体的に準備を進めているところです。来年の大阪万博においてはブースを出し、出前教室なども行いながら紙の価値の訴求も進めてまいります。ワークエンゲージメントの向上や人的投資については、粛々と継続的に進めていきます。三番目のインベストメント・ダイベストメントについては、開示しております九州熊本のエコポート九州の第 2 工場建設に向けて準備を進めており、また、好調に推移している PKS については、マレーシアでの第三ヤード設立も検討しています。

以上

## <質疑応答要旨>

Q. 上期から下期の業績の見方についてお伺いしたい。

上期の実績では、環境原材料セグメントが好調である一方、海外卸売セグメントは価格競争、コスト増がリスクとのことだが、通期業績予想を見ると、下期は環境原材料セグメントが上期 13 億から下期 7 億に減益、海外卸売セグメントは上期 19 億から下期 27 億に持ちなおすということになっている。環境原材料セグメントの見込みは保守的に見ているのか、海外はどういった要因で回復するのか伺いたい。

A. 海外マーケットはどの地域もよくないのは事実ですが、その中でも米国市場は比較的堅調に推移しています。米国事業では先ほど説明したカリフォルニアのナッツ収穫機械の会社がかかなり足を引っ張っており、売却によりその負担がなくなることで、紙の販売数量・利益が夏以降は上振れています。そういったことから期待を含めて伸ばしていけると考えています。環境原材料セグメントについては、好調であるとお説明した PKS の国内の需給バランス、サプライサイドのマレーシアでの状況により需給のアンバランスが一時的にあり、上半期は想定よりも利益率が上振れていました。下期に関してはそれが正常の範囲内に戻る見込みで慎重に予想しています。

Q. ドイツ・フランスの買収について収益貢献はいつからか。リストラが必要とのことだが統合の費用発生はリスクと見た方が良いか。

A. 11 月末に想定通りのクロージングできたという前提で申し上げれば実際の収益貢献は 2025 年度からになります。親会社が 7 月末～8 月頭に破綻したことから仕入先からの信用が落ち、足元では実力よりも販売数量・金額が下回っている状況です。これをクロージング後に一日も早く戻さなければならぬと考えており、ドイツは初年度の半年以降ぐらいから収益に貢献し、フランスは今日時点でも利益が出ているので、楽観的かもしれませんが、来年の Day1 から一定の収益貢献を見込めるのではないかと期待しています。

Q. 製紙加工セグメントが上期 33 億、下期 35 億と微増益となっている。再生家庭紙については採算性が向上しているとのことだが、段ボールについては各社 3 月以降に値上げを打ち出しているが浸透していないと認識しているが、段ボールの値上げをどのように見込んでいるか伺いたい。

A. 段ボール事業の今後の価格修正の見通しについては、鋭意進めているが進捗していない状況です。グラフィック用紙とは状況が異なり、現段階では具体的な見通しが立てられるような情報は入手できていません。

Q. 決算説明資料 P27 では、中計の経常利益目標を 2026 年度 220 億円としているが、2023 年度比で海外卸売セグメントは 45 億円の増益となり大幅な拡大を見込んでいる。24 年度も半分経過し、オセアニア、ドイツ、フランスで着々と M&A を行っている。これらで中計達成のための基盤は整い、今後は今ある基盤を伸ばしていくのか、それとも今後もそれなりの規模の M&A を検討していくのか、お考えを伺いたい。

A. 海外の M&A に関しては、基礎的なプラットフォームあるいは収益規模拡大を目的としたものについては、現段階でドイツ・フランス以外では見当たるものはありませんので、今まで進めてきた補完的 M&A をドイツ・フランスでも進めて骨太にしていきたいと思います。海外卸売セグメントでのそのほかの方向性としては、東南アジア、特にインドネシア、タイ、ベトナムでのグローカリゼーションといえる事業を進めていきたいと考えております。3 か国については従来型のトレーディングに特化していましたが、流通業に対する外資規制がタイを中心に緩んできたため、今後はグローカリゼーションを進めてまいります。こういった様々な取り組みを組み合わせることで、海外卸売セグメントの中計達成は十分に可能だと考えています。

以上