



## 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。

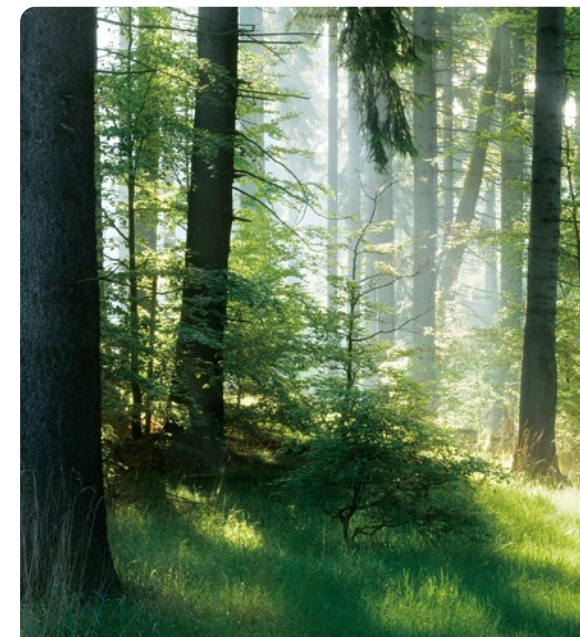
**Create** 多様性を尊重し、世界規模で新たな価値を創造します。

### ■ 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

---

今、世界ではさまざまな社会課題が顕在化し、企業にはその社会課題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)」のもと、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。



## よりよい社会の構築と地球環境に貢献する日本紙パルプ商事グループの取り組み

### 取り組み ①

#### 廃棄されていた「難再生古紙」を再資源化

コアレックスグループは、独自の異物除去技術を用いて、リサイクルが難しい古紙の再資源化を進めており、CO<sub>2</sub>排出量削減を可視化した芯なしトイレットペーパーなどの商品を展開するなど、環境ニーズと顧客ニーズを融合し、新しい価値を創造しています。



### 取り組み ②

#### 紙ビジネスの新しい可能性をECサイトで開拓

「Paper & Green」は、環境貢献型製品のソリューション提案やコンサルティングを行うサイトです。グループ各社のネットワークを活用し、さまざまな環境配慮型製品やオーダーメイド製品を提供し、持続可能な循環型社会の実現に貢献します。



### 取り組み ③

#### 移動式水洗トイレ「トイレトレーラー」

JPホームサプライでは、非常時における迅速な使用や長期利用時の衛生環境維持に配慮した「移動式トイレトレーラー」を販売しています。「トイレトレーラー」は車で牽引可能なことから、遠方の被災地でも利用可能なうえ、平常時は屋外で仮設トイレとしても使用できます。2024年1月に発生した能登半島地震では、各自治体に販売した多くの「トイレトレーラー」が被災地に派遣されました。



### 取り組み ④

#### 出版用紙から介護へ、ビジネスの可能性を広げた「紙おむつ」プロジェクト

当社は、出版コンテンツ事業を展開する学研グループに出版用紙の販売を行っています。また、学研グループは、サービス付き高齢者向け住宅事業や認知症グループホーム事業など医療福祉関連事業を拡大しており、当社は王子ネピアの協力のもと、当該施設に対して「紙おむつ」の販売を行っています。今後も製紙メーカーやユーザー企業と連携し、新たな価値・サービスを提供していきます。



### 取り組み ⑤

#### 高品質な段ボールケースを安定供給し、顧客とともにサステナビリティの取り組みを推進

当社グループは、国内にとどまらず、海外においても、市場・顧客ニーズを先取りした提案・製造による製品価値の向上に取り組んでおり、インドネシアでは、増加する段ボールケースの需要に対応し生産能力の増強を図ると同時に廃材をリユースした段ボールパレットの生産など、社会の要請に対応した事業を推進しています。

## Index

## 01

## イントロダクション

グループ企業理念	1
グループブランド	2
よりよい社会の構築と 地球環境に貢献する 日本紙パルプ商事グループ の取り組み	3
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
日本紙パルプ商事グループの 未来への道筋	14

## 価値創造ストーリー

価値創造のあゆみ	16
価値創造プロセス	17
インプットする資本	18
グループの事業活動、 製品・サービス	20
ステークホルダーへの 提供価値	25
価値創造事例	27

## 02

## 戦略と強み

経営戦略解説 ～OVOL長期ビジョン2030 および中期経営計画	32
財務戦略	37
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

## 03

## 持続的成長の基盤

サステナブルマネジメント	64
マテリアリティ	65
環境	68
社会	75
人材	77
ガバナンス	83

## 04

## データ

連結財務ハイライト	107
グループ国内/ 海外ネットワーク	109
株式情報/会社情報	111

## 統合報告書 編集方針

日本紙パルプ商事グループは、ステークホルダーの皆様にご理解を深めていただくとともに、対話を通じたさらなる企業価値向上を目的に統合報告書を発行しています。本年度は、読みやすさ向上を目的として横型レイアウトに変更、内容を絞り込みながらも、本年度スタートした中期経営計画2026の解説、マテリアリティに対するアクションプラン・KPI、長期的視点からバックキャストした価値創造プロセスなどを新たに掲載しました。経済価値と社会価値をともに実現するサステナブル経営に取り組む当社グループの理解促進の一助となりましたら幸いです。今後も皆様のご意見も反映しながら、当社グループの魅力を分かりやすくお伝え出来るよう努めてまいります。



## 報告対象範囲など

**対象期間：**  
2023年4月1日～2024年3月31日  
(一部、2024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：2025年9月

## 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  
「価値協創ガイダンス」



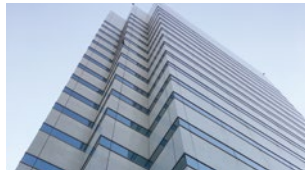
## 将来の見通しに関する注意事項

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。

# 数字で見る日本紙パルプ商事グループ

(2024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

179年

### ■ 東証上場(1972年)以降 黒字継続(経常利益)

52年

### ■ グループ会社

127社

## 連結業績



多角化してきた各セグメントの充実を図るとともに、既存事業との相乗効果の創出に取り組み、グループ全体で安定した収益基盤を構築しています。

### ■ 売上収益

5,342億円

### ■ 経常利益

168億円

### ■ 当期純利益

104億円

### ■ ROE

8.4%

### ■ 配当性向

16.5%

## 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」格付を取得しています。

### ■ ネットD/Eレシオ

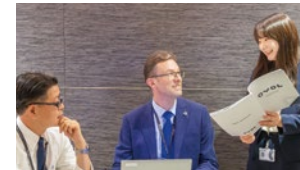
0.59倍

### ■ 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

4,157名

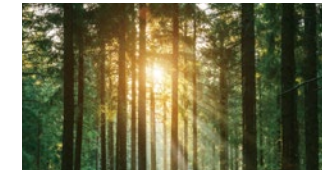
### ■ 連結女性従業員比率

24.3%

### ■ 単体平均勤続年数

20.0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

236億円

### ■ 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 (アブラヤシの木の種殻) 在庫拠点3カ所

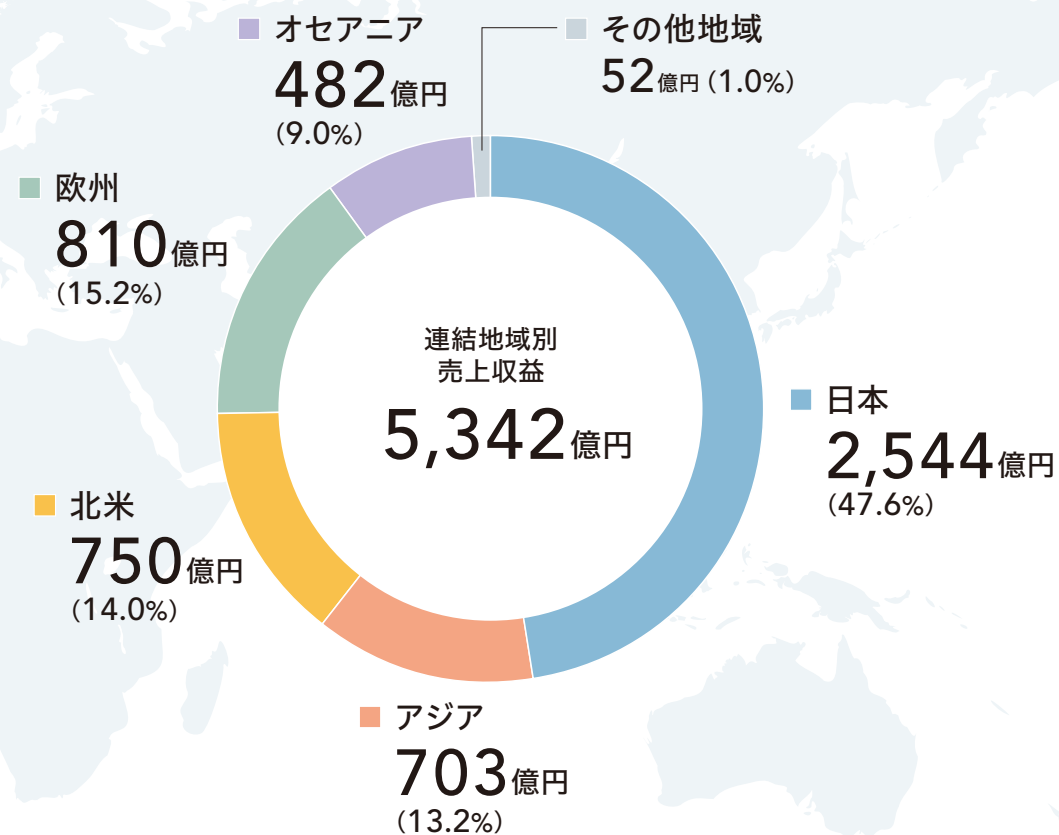
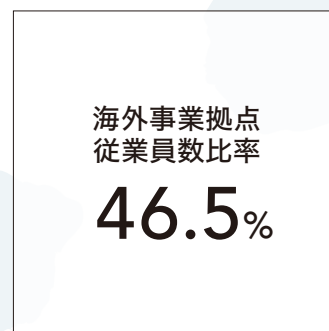
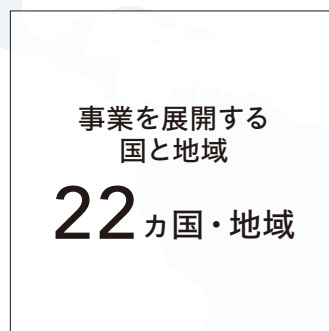
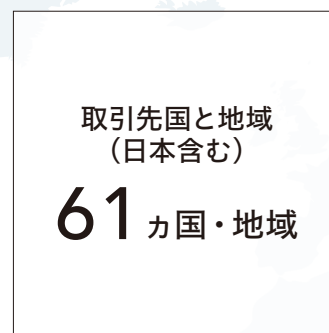
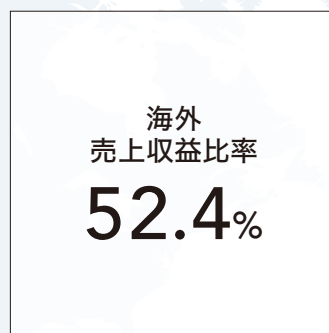
### ■ リサイクル事業拠点

27カ所

古紙ヤード26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、全世界をカバーする調達・供給体制を構築しています。



## トップメッセージ



# 「OVOL長期ビジョン2030」 実現を目指し 「中期経営計画2026」が 新たにスタート

バックキャスト思考で策定した  
「中期経営計画2026」が2024年度からスタートしました。  
目指すのは、「OVOL長期ビジョン2030」の実現です。  
すべてのステークホルダーの皆様から  
信頼される企業グループを目指してまいります。

代表取締役社長 社長執行役員

渡辺 昭彰

日本紙パルプ商事は1845年、京都の和紙商として創業しました。今日では時代とともに変化する社会のニーズを捉え、紙を中核に多角化やグローバル化を進め、循環型社会の構築に向けたビジネスに注力しています。

P.34の「当社グループを取り巻く事業環境」に記載のとおり、昨今、デジタル化の進展などの要因により新聞用紙や印刷・情報用紙などグラフィック用紙の需要が先進国においては減少しているのは周知の事実ですが、パッケージ用紙は、堅調に推移しています。そうした事業環境下、私たちは2021年、「OVOL長期ビジョン2030」(以下、長期ビジョン)を定めました。長期ビジョンでは、当社グループのあるべき姿として以下の3つを掲げています。1つ目は「世界最強の紙流通企業グループ」になること、2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」になること、そして3つ目は「紙

業界の枠を超えたエクセレントカンパニー」になることで、ここに込めた当社グループの意志をあらためてご説明します。1つ目の「世界最強」とは、決して売上規模や従業員数などで世界最大になることを目指すという意味ではなく、B to Bを中心とする紙のサプライチェーンにおいてグローバル規模で、最も機能が豊富で信頼される流通企業グループになることを目指すものです。2つ目の「持続可能な社会と地球環境に一層貢献する」とは、紙の環境性能をより一層有効に活用する国内外の紙卸売事業、古紙再資源化事業や製紙事業に加え、総合リサイクル事業、再生可能エネルギー発電事業の強化などによる循環型社会の実現に向けた当社グループの意志を示したものです。3つ目の「紙業界の枠を超えたエクセレントカンパニー」とは、先に述べた2つのビジョンと、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、179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、紙業界からは一定以上の評価をいただいています。今後は、紙業界のみならず、株主・投資家、お取引先、地域社会、グループ役員など、あらゆるステークホルダーの皆様にご満足いただけるような経済価値と社会価値を創造する「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。

2024年度からは新たに「中期経営計画2026」がスタートし、長期ビジョンに向かって力強く歩み始めています。

今後も経済価値を生み出すとともに、社会価値創造により環境・地域・文化・社会への貢献度も高め、私たち日本紙パルプ商事グループは前進していきます。

## 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、古紙等のリサイクル事業と製紙事業、更には再生可能エネルギー事業等を通じ、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	社会の中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



## 中期経営計画2023を振り返って

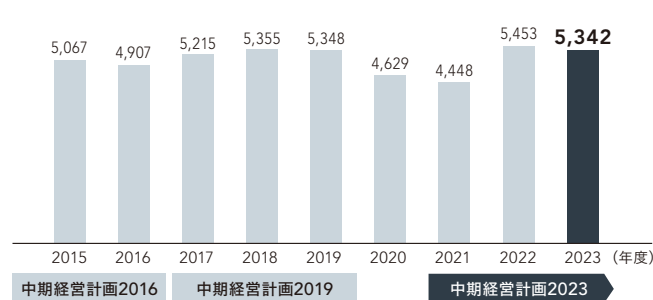
「中期経営計画2023」では、長期ビジョンの実現と紙業界での勝ち残りに向けて、基礎的収益力を固めるための必達目標を設定し、2つの基本方針「New Normal、新たな価値観の中での付加価値の創造」「紙業界の枠を超えたエクセレントカンパニーへの進化」の実践と、連結経常利益150億円の達成を目指し、取り組んでまいりました。中計期間のこの3年間を、まず定量面から振り返りますと、最終年度の利益目標である連結経常利益150億円に対しては、初年度から最終年度までの3年間を通して上回ることができました。結果、3年間累計で519億円のフリー・キャッシュ・フローを生み出し、あわせて発行体格付も従来

のAマイナスからシングルAへと上昇いたしました。

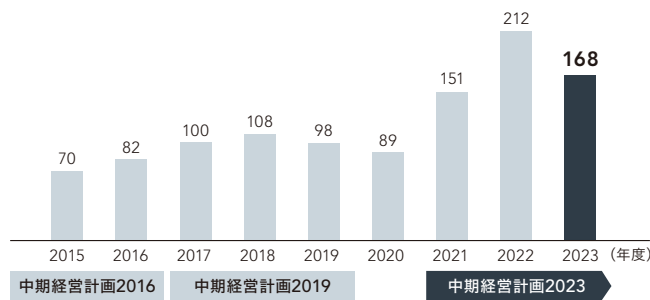
2つの基本方針に基づく取り組み成果としては、国内卸売セグメントにおける第2回卸商フォーラム「OVOL Bridges 2023」の開催に代表される紙需要のすそ野を広げる活動、海外卸売セグメントにおける補完的M&A実行による海外主力市場でのプラットフォーム拡充、製紙加工セグメントにおける生産効率の向上および販売力強化に向けたアライアンス拡大による収益力の向上など、着実な成果をあげることができたと捉えております。一方で、基本方針で掲げた「新たな価値観の中での付加価値の創造」や「エクセレントカンパニーへの進化」については、さまざまな取り組みを実行いたしました。長期ビジョンで掲げる「世界最強」「エクセレントカンパニー」は高い基

準で設定していたため、達成できたとは捉えておりません。例えば申し上げますと、100人のさまざまなステークホルダーに、現在の当社グループが「世界最強」「エクセレントカンパニー」にふさわしいかと質問した場合、「世界最強である」「エクセレントである」との回答はいただけないと私は考えています。私は、当社グループが「世界最強」「エクセレントカンパニー」になるためのアセットや基盤は整いつつあると考えていますが、その実現に向けて必要なことは、グループ役員一人ひとりの意識を大きく変えることだと感じています。意識が変われば、これまで当社グループが積み上げてきたアセットをさらに高い次元で活用し、長期ビジョンを実現できると確信しています。そのため、現在、ワークエンゲージメントを高めていく取り

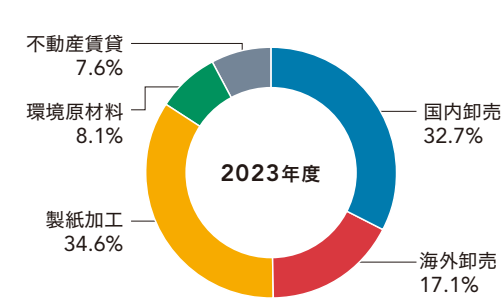
売上収益(億円)※1※2



経常利益(億円)※2



事業セグメント別経常利益構成比※3



※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 各セグメントの経常利益の単純合算で、調整額を除いています。

組みを推進中ですが、まだまだ道半ばであり、この先、長期ビジョンの実現に向けて引き続き注力していく必要があるものと認識しています。

3年間の成果を振り返りましたが、この3年間の実績により、「安定した収益力」「充実した資金力」「国内外に広がるプラットフォーム」の3つのアセットを獲得することができたと認識しており、長期ビジョンにて掲げる「世界最強」「エクセレントカンパニー」の実現に向けて「中期経営計画2026」をはじめとする新たな戦略を実行していくための十分な土台が構築できたものと考えています。

## 「中期経営計画2026」について

### 「中期経営計画2026」の位置づけ

「中期経営計画2026」の策定にあたっては、急激に変わる経営環境も踏まえながら、これまでの積み上げ方式や延長線上の考え方ではなく、長期ビジョンで掲げるあるべき姿からのバックキャスト思考で戦略立案に取り組みました。まず、「中期経営計画2023」の成果も含め、当社グループの現有アセットを整理して、現在位置を確認し、長期ビジョンを当社グループが実現するための必要条件について討議を重ね、「中期経営計画2026」を長期ビジョン実

現のための経済価値と社会価値を創造する「具体的な仕組みづくり・仕掛けづくりの3年間」と位置づけました。今までの延長線上ではなく、まったくやっていないことにチャレンジし、新たな一歩をどう踏み出すのか、何を0から1にするのか、ということに一層こだわって実行していきます。

### 経営環境認識

「中期経営計画2026」期間中の当社グループを取り巻く環境についてご説明いたします。国内においては、人口減少などの構造的要因やデジタル化の進展による紙需要の縮小傾向が今しばらくは続く一方、人手不足や人件費、物流費などの販売コストはさらに上昇していくであろうとみており、過去2~3年で漸く定着してきた「量より質・利益率」という考え方はますます重要になると同時に、一定規模の業界再編が不可避となるものと考えています。海外の市場動向としては、先進国においてはグラフィック用紙の需要減少は続くものの、パッケージング用紙は堅調に推移するとみており、新興国においては人口増加や経済発展による生活水準の向上、工業化による産業構造の変化などがもたらす紙・板紙需要の増加を予想しています。加えて、国内外ともに、気候変動へのさらなる対応やサプライチェーン全体における環境規制の強化など環境・社会のサステナビリティに向けて、



プラスチック製の容器や包装の紙化の促進、CO<sub>2</sub>削減に寄与する製品の販売機会の増加、持続的なサプライチェーン構築などへの対応を注視しています。

### 基本方針に基づく施策・実行により、 長期ビジョンの実現を目指す

長期ビジョンの実現のために必要な条件として、「競争力向上」「収益性向上」「収益規模拡大」の3つであると判断いたしました。これらの条件は長期ビジョンが成立するために必ず必要であるとともに、当社グループが本中計で必ず創出しなければならない成果・提供価値でもあります。1つ目の「競争力向上」

とは、機能・付加価値・サービスなど提供価値向上、他社との差別化による勝ち残り戦略などの実行から得られる成果・提供価値です。2つ目の「収益性向上」とは、これまでとは異なる高い次元で、グループ全体の生産性向上とグループ役職員のワークエンゲージメント向上を実現した際に得られる成果・提供価値です。3つ目の「収益規模拡大」とは、当社グループならではのアセットを活用し、新たなチャレンジを実

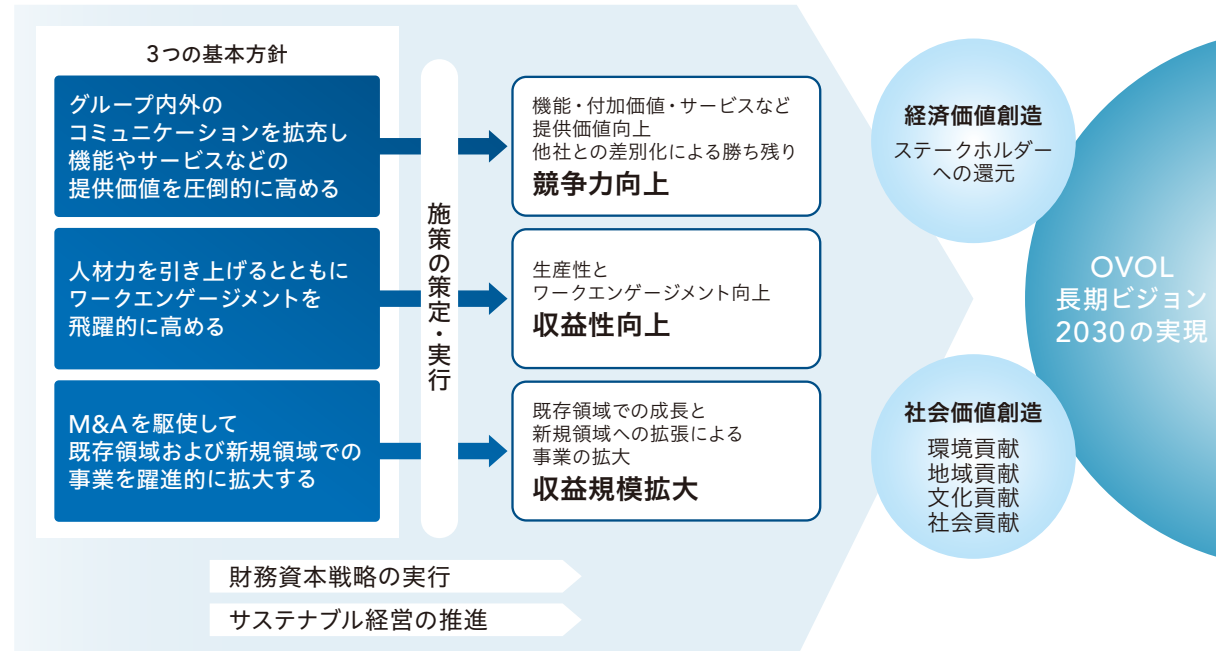
行することで、既存領域での成長と新規領域での事業の拡大から得られる成果・提供価値です。

本中計では、これら長期ビジョンの実現に向けた3つの必要条件「競争力向上」「収益性向上」「収益規模拡大」を実現するための3つの基本方針を定めています。3つの基本方針は、それぞれ「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」です。

「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」においては、お客様のビジネスの向上に貢献する市場動向などの分析情報はもちろんのこと、コミュニケーション活性化のための仕掛けづくりに取り組み、当社グループがこれまで培ってきた製品知識や周辺知識を存分に活かすとともに、全体最適に向けた物流提案や販売した製品の再資源化までをフォローした循環型ビジネスの提案など、お客様の経営に有益な提案に取り組んでいきます。「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」においては、人材力の引き上げのための教育・リスクリングに注力し、教育研修費としても、これまでの3倍以上(当社単体・2023年度比)を投資していきます。「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」においては、既存領域での補完的なM&Aや残存者利益獲得のための戦略投資、さらには新規事業領域進出のための投資機会を積極的に探究していきます。また、基本方針すべてに関する取り組みとして、当社グループのDX化推進や物流改革による、顧客への提供価値向上につながる投資を戦略的に実行していきます。あわせて、財

## OVOL中期経営計画2026



務・資本戦略ならびにサステナブル経営をしっかりと実践していくことにより、株主・投資家、従業員、社会など、あらゆるステークホルダーの皆様からの評価を高め、「競争力向上」「収益性向上」「収益規模拡大」との相乗効果も圧倒的に高まるものと考えています。そして、経済価値創造の成果としてはステークホルダーの皆様への還元を高め、社会価値創造の成果としては環境・地域・文化・社会への貢献も高めていくことで、長期ビジョンで描いた姿を実現し、その先のサステナブルな好循環へと結びつけていくことを思い描いています。

## 定量目標

「中期経営計画2026」の定量目標は、最終年度に連結経常利益220億円としました。この数値目標は、欧米・オセアニア市場で需給・価格動向に牽引され、当初の計画値を大きく超えたレベルで海外卸売セグメントの業績が伸長したことによる“追い風参考記録”と昨年申し上げた2022年度の過去最高益を更新する高い数値目標ですが、バックキャスト思考に基づき、当社グループが達成すべき目標値として設定しています。また、本中計における新たな取り組みと諸施策の着実な実行により、市況の追い風がなくとも実現可能と考えております。

## セグメント別の戦略

まず国内卸売セグメントですが、グラフィック用紙では前年比10%程度の大幅な需要減少が続いています。今後、各種施策の実行により圧倒的な差別化を図り、しっかりと残存者利益を獲得することで、今以上の利益規模を獲得していきます。また、紙製品の機能や訴求力を追求し、さらには紙の環境性能について広く社会に発信していくなど、紙需要のすそ野の拡大を図るとともに、業界イメージの向上にも貢献していきます。

海外卸売セグメントでは、グラフィック用紙の需要減少に対して、周辺商材の販売拡大による収益の確保・拡大に結びつけるために、引き続き補完的なM&Aを実行していきます。同時に東南アジア(タイ・インドネシア・ベトナムなど)においても在庫・加工・配送といった各種機能の充実化に取り組み、グローバル戦略を加速させ、アジアビジネスの規模拡大を目指します。

製紙加工セグメントにおいては、段ボール事業では古紙原料のグループ内調達や設備管理体制強化を含めフル生産・フル販売による収益拡大を目指し、再生家庭紙事業ではブランド力の向上や、さらなるアライアンスの拡充により収益拡大を目指します。環境原材料セグメントでは、古紙事業においては引き続き国内製紙メーカーへの高品質・安定供給を最優先に、古紙の発生減に対応した仕入調達力の強化

に取り組みます。また、総合リサイクル事業ではプラスチック新法<sup>※</sup>の施行を受けて拡大する廃プラスチックリサイクルに対応すべく、エコポート九州にて第2工場の建設を進めます。再生可能エネルギー発電に関しては、燃料となるPKS(アブラヤシの実の種殻)の一層の供給力拡大に向けてマレーシア、もしくはインドネシアでの第3ヤードの設立も検討していきます。

※プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律

## サステナブル経営を通じて価値創造を

当社グループは、前中計期間の2022年度からサステナブル経営に本格的に舵を切り、まず、1年目の取り組みとして、サステナビリティ推進本部の設置、基本方針策定および各種関連方針の再整備を進めるとともに、マテリアリティを特定するなどサステナブル経営の枠組みを構築しました。2年目以降は、基本方針およびマテリアリティに基づく実質的な活動を推進しています。今後はさらに「中期経営計画2026」において取り組みを拡充していきます。また、サステナブル経営の取り組みについて今回の統合報告書で当社グループの現在地と今後の方向性や価値創造プロセスをかなり具体的かつわかりやすく表現することができたのではないかと捉えています。

「中期経営計画2026」におけるサステナブル経営の取り組みとしては、引き続き、当社グループの最大の経営資本である人的資本の強化に注力していきます。現在、真の人的資本経営の実現に向けた経営戦略ならびに中長期課題に対応する人材戦略を策定中であり、本中計期間中に、多様な人材が個性を活かして挑戦し続けられる企業風土の醸成に向けて、ワークエンゲージメントの向上施策や研修・教育などの具体的な仕組みや仕掛けをグループを通して組織ごとに策定し実行していきます。また、環境への取り組みにおいては、温室効果ガス排出量削減に関するグループ中長期目標を設定し、中期目標では2030年度までに2019年度比50%削減、長期目標では

2050年カーボンニュートラルの実現を目指します。その実現のために、①製紙加工セグメントにおけるさらなる生産効率化の追求 ②徹底的な省エネルギーの推進 ③再生可能エネルギーへの転換、の3つの重点施策を定めています。加えて、サステナブル経営を進めるうえで重要であると認識している課題「ビジネスと人権への対応」「環境・労働安全コンプライアンス体制の強化」「リスクマネジメントの強化」については、それぞれ、人権デュー・デリジェンスの実施や管理体制の確立、事業継続計画(BCP)の改定など具体的な施策を実行していきます。

## ステークホルダーの皆様へ

このたび、「OVOL長期ビジョン2030」を実現するために、当社としては初めてバックキャスト思考で新たに「中期経営計画2026」を策定しました。国内における紙需要は2000年代にピークアウトして以降、グラフィック用紙についてはその需要の減少は続いています。繰り返しになりますが、いよいよ紙流通においても業界再編を避けては通れないものと予想されます。こうした厳しい環境と新たな中期経営計画策定のタイミングが合致したことで、顧客・取引先への提供価値を高めることで競争力の向上、差別化、そして勝ち残りのために、むしろ思い切った、これま

での延長線ではない新たな仕組み・仕掛けづくりにチャレンジできるのではないかと感じています。2023年10月に開催した第2回卸商フォーラム「OVOL Bridges 2023」はその一例であり、フォーラム宣言3項目「紙の価値普及に向けた出前教室の全国展開」「全国の紙卸商の皆様と共に紙の新たな可能性を見出すワークショップの定期開催」「紙を通じてできる社会価値について調査研究するための紙の研究会発足」の推進により、ステークホルダーとの協働を通じ、新たなビジネスやビジネスモデルの創造につなげていきたいと考えています。

「中期経営計画2026」で大胆かつ野心的な仕組み・仕掛けをつくり、「OVOL長期ビジョン2030」を実現し、あらゆるステークホルダーの皆様に対して経済価値・社会価値を還元していきます。そのためにもこれまで以上にグループ内での共有・共感を進めると同時に投資家を含めた外部ステークホルダーの方々への発信や対話をより充実させていきたいと考えています。

当社のグループ企業理念では「グループが大切にすべき価値観」を、誠実・公正・調和としています。この企業理念に始まり企業理念に終わるとの意識を徹底し、皆様からの貴重なご助言やご意見を真摯に受け止めてまいりますので、変わらぬご指導とご支援をよろしくお願い申し上げます。



# 日本紙パルプ商事グループの未来への道筋

