

平和紙業株式会社
Heiwa Paper Co., Ltd.

本社
〒104-0033
東京都中央区新川 1-22-11
Tel.03-3206-8501
<http://www.heiwapaper.co.jp/>

PAPER COMMUNICATION 2020

平和紙業株式会社
コーポレート・レポート



目次

- 02 トップメッセージ
- 05 財務ハイライト
- 07 トピックス
- 09 SDGsへの取り組み
- 11 PAPER STORY
特集：「紙と環境」
- 13 ESGハイライト
- 15 会社概要
- 17 株式の状況
- 18 事業所一覧

トップメッセージ

Top Message

脱プラスチックの流れによる 新たな商機も捉えながら、 「紙」の持つ可能性を切り拓いていきます

代表取締役社長
清家義雄



2020年3月期を振り返って

2020年3月期の国内紙ハルブ業界は、大型連休や台風等の自然災害、天候不順による需要減に加え、供給不足による品薄等も影響し、紙および板紙の荷動きは低調に推移しました。また、2019年10月の消費税増税後は個人消費を中心とする需要の冷え込みもあり、紙・板紙合計での国内出荷量は前期実績を下回る結果となりました。

このような中で、当社は主力の高付加価値特殊紙の販売拡大に向けて、デザイン・クリエイティブ部門への販売促進活動を強化し、高機能な技術紙や高級パッケージ用途商品の開発・拡販、新規顧客の開拓に注力しました。重点施策の1つであった“攻め”の提案を着実に広げ、SDGsや脱プラスチックの動き等、社会ニーズに合わせた新規提案で新しいニーズの開拓を図りました。

新商品としては、2019年10月に高級印刷紙「グラフィーハンプF」(FSC®森林認証紙 FSC®C005596)を新発売しました。環境対応紙では、同じく高級印刷紙である「エスティムNS」全8アイテムが2019年6月にFSC®森林認証紙に切り替わったほか、同年7月には「エコ間伐紙N」を増規格し、薄物から厚物まで対応する全13アイテムとなりました。さらに、2017年の新発売当初からご好評いただいておりますグレーの階調をテーマにしたファンシーペーパー「トーンF」(FSC®森林認証紙)に4つの新色を追加し、より幅広くご活用いただけるようになりました。

販売促進活動の強化として、東京・大阪・名古屋の当社ギャラリーにおいて、引き続き積極的に展示会活動に取り組みました。特に東京のギャラリーであるペーパーボイス東京は、2019年10月に全面リニューアルを施し、イベント集客率の向上につながりました。また、物流・営業・内勤業

Top Message

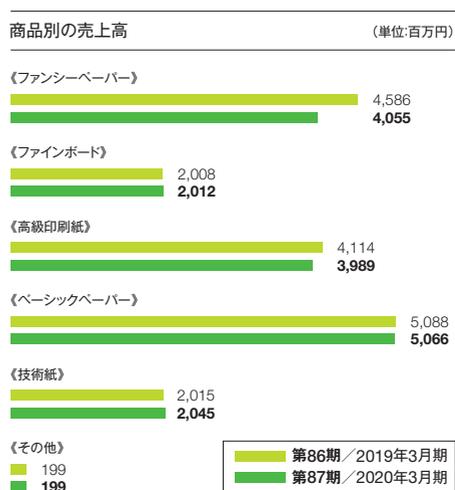
務においても、高効率ローコストオペレーションの取り組みを引き続き進めました。

業績面では、製紙メーカー各社が2019年1月より実施した価格改定の影響を受けて販売金額の増加が見られたほか、消費税増税対策の一環として発行されたプレミアム商品券向けの偽造防止用紙等の需要増がありました。しかしながら2020年に入り、日本においても新型コロナウイルス感染症の拡大が全国的に進み、大型イベントの開催が相次いで延期・中止となる自粛の動きに関連して、パンフレットや写真集向け用紙の急激な需要減に直面しました。こうしたことから、「ファインボード」と「技術紙」においては前期実績を上回りましたが、主力商品である「ファンシーペーパー」では、東アジア向けに大口受注があった前期と比べて販売量が伸び悩みました。

その結果、連結売上高は前期比3.9%減の183億62百万円、営業利益は同40.7%減の1億51百万円、経常利益は同26.9%減の2億49百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同31.5%減の1億54百万円となりました。

商品別概況

商品別では、当社の主力商品である高付加価値特殊紙「ファンシーペーパー」は、デザイン・クリエイティブ部門への継続的な提案活動や各種商品説明会等開催の結果、高級パッケージや製袋用途等が堅調に推移しましたが、商業印刷用途や東アジア向けの輸出が減少し、ファンシーペーパー全体での売上高は前期より減少しました。ファンシーペーパーの厚物（板紙）である「ファインボード」は、紙製品や書籍装丁用途が減少しましたが、医薬化粧品や食品等の高級パッケージ向けの販売量が増加し、売上高は前期より微増となりました。独自の風合いを持ち、通常の印刷用紙より高価格帯の「高級印刷紙」は、パンフレット等の商業印刷物やパッケージ用途が堅調に推移しましたが、



名刺・封筒等の紙製品や書籍装丁用途の販売量が伸び悩み、売上高は前期より減少しました。上質紙、塗工紙、色上質紙の印刷用紙、包装用紙、各種板紙等で構成される「ベーシックペーパー」は、商業印刷物、書籍や紙製品、医療品パッケージ用途の販売が堅調に推移しましたが、一般パッケージや製袋用途等の販売量が減少し、売上高は前期より減少しました。通常の紙にはない特殊機能が付与されている「技術紙」は、合成紙や耐水撥水性機能紙は低調に推移しましたが、各種工業品製造用工程紙や偽造防止用紙等の販売量が増加し、売上高は前期より増加しました。家庭紙、紙加工品、製紙関連資材他で構成される「その他」は、ペーパータオル等家庭紙の販売量は増加しましたが、製紙関連資材や各種紙加工製品の販売量が減少し、売上高は前期より減少しました。

2021年3月期の重点施策

2020年3月期は、脱炭素化の流れからさらなる需要増

が期待できる「技術紙」の販売促進活動の強化と同時に、紙や周辺資材への新規需要の取り込みを重点施策に掲げ、「攻め」の営業姿勢で臨んだことの手ごたえは感じられました。

2020年4月から、潜在需要の高い商品群に経営資源を積極投入していきます。顧客先への積極的な訪問や当社商品をPRする展示会開催等については、新型コロナウイルス感染症拡大による影響で先行き不透明な状況です。この状況が続けば、訪問・対面交渉といった従来の営業手法から、テレワークの推進をはじめ、既設の施策を変更・調整せざるを得ない部分もありますが、来期においては明快に、「新しいこと」への挑戦を重点施策に掲げ、競争力の強化につなげていきます。周囲の環境と需要が大きく変化する中で、これまでの延長線上で物事を考え行動するのではなく、新しい切り口で事業環境を見直し、新しいやり方や新しい仕事に着手します。組織体制では市場開発部を新設し、主に東京地区での新規顧客・新規需要の開拓を進めています。同時に社外パートナーとの連携も図っていきます。既存の営業活動においても、例えば、同じメーカーの同じ商品を違うお客様にご提案する、または、同じお客様に同じメーカーの違う商品をご提案する等、販売先・仕入先・商品の組み合わせのどれか1つを変えることで生まれる変化により、新たな需要や顧客の開拓につなげる営業活動を展開していきます。また、社内管理体制面でも、与信管理・販売管理の強化と同時に、引き続き高効率ローコストオペレーションで付加価値の向上を図ります。

社会課題の解決に向けて

IT化が加速する中で、情報伝達媒体としての紙需要は減少局面にあります。一方で、紙そのものは、人工林の木材を原料とするバイオマス素材で、リサイクルも可能です。焼却時に放出される二酸化炭素は吸収した二酸化炭



素と同量のため、カーボンニュートラルであり、地球環境に危害を与える素材ではありません。

当社は、この持続可能な紙を扱う販売会社として、付加価値の高い商品を小ロットから適正な価格でお客様に供給するという事業を通じて、人々に幸福感をもたらし、暮らしを豊かにすることが存在目的であると考えています。

2020年1月には、国連サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」に対する当社の8つの取り組みを公表しました。環境に配慮した紙の開発ならびに普及・販売や、森林の活性化を通じて「陸の豊かさを守る」ことはもちろん、脱プラスチックの流れの中で、紙製品で代替できる分野を訴求することによって「海の豊かさを守る」ことも含まれています。社会的な側面においても、社員の働きやすさの追求やジェンダーの平等などにより一層踏み込んで推進していきます。

当社は、社会を構成する一企業として、先行き不透明な厳しい経営環境の中でも、社会課題の解決への寄与に努めると同時に、将来の成長に向けた施策を遂行してまいります。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

Financial Highlights

連結

		(単位：百万円)	
売上高	第85期 / 2018年3月期		19,050
	第86期 / 2019年3月期		19,110
	第87期 / 2020年3月期		18,362
営業利益	第85期 / 2018年3月期		210
	第86期 / 2019年3月期		254
	第87期 / 2020年3月期		151
経常利益	第85期 / 2018年3月期		306
	第86期 / 2019年3月期		341
	第87期 / 2020年3月期		249
親会社株主に 帰属する 当期純利益	第85期 / 2018年3月期		288
	第86期 / 2019年3月期		225
	第87期 / 2020年3月期		154
総資産	第85期 / 2018年3月期		17,829
	第86期 / 2019年3月期		17,717
	第87期 / 2020年3月期		16,442
純資産	第85期 / 2018年3月期		8,611
	第86期 / 2019年3月期		8,702
	第87期 / 2020年3月期		8,593

連結貸借対照表
(2020年3月31日現在)

		(単位：千円)	
		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
資 産 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 資 産	13,852,341	12,664,447	
固 定 資 産	3,865,175	3,778,243	
有 形 固 定 資 産	898,342	921,131	
無 形 固 定 資 産	87,064	94,534	
投 資 そ の 他 の 資 産	2,879,769	2,762,577	
資 産 合 計	17,717,517	16,442,691	

		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
負 債 の 部			
流 動 負 債	8,597,686	7,417,597	
固 定 負 債	417,814	431,943	
負 債 合 計	9,015,500	7,849,540	

		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
純 資 産 の 部			
株 主 資 本	8,081,347	8,139,478	
純 資 産	8,702,016	8,593,151	
負 債 純 資 産 合 計	17,717,517	16,442,691	

連結損益計算書
(2019年4月1日から2020年3月31日まで)

		(単位：千円)	
		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
科 目	金 額	金 額	
売 上 高	19,110,850	18,362,694	
売 上 総 利 益	3,524,996	3,425,462	
営 業 利 益	254,734	151,031	
経 常 利 益	341,400	249,726	
親会社株主に帰属する当期純利益	225,826	154,600	

個別貸借対照表
(2020年3月31日現在)

		(単位：千円)	
		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
資 産 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 資 産	12,846,333	11,754,479	
固 定 資 産	4,049,956	3,941,147	
有 形 固 定 資 産	866,916	867,317	
無 形 固 定 資 産	85,755	93,046	
投 資 そ の 他 の 資 産	3,097,284	2,980,784	
資 産 合 計	16,896,289	15,695,627	

		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
負 債 の 部			
流 動 負 債	8,261,560	7,144,629	
固 定 負 債	376,143	380,014	
負 債 合 計	8,637,703	7,524,644	

		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
純 資 産 の 部			
株 主 資 本	7,644,254	7,719,209	
純 資 産	8,258,585	8,170,983	
負 債 純 資 産 合 計	16,896,289	15,695,627	

個別損益計算書
(2019年4月1日から2020年3月31日まで)

		(単位：千円)	
		第86期 / 2019年3月期	第87期 / 2020年3月期
科 目	金 額	金 額	
売 上 高	18,014,713	17,368,481	
売 上 総 利 益	3,156,317	3,099,154	
営 業 利 益	221,912	150,978	
経 常 利 益	320,828	264,523	
当 期 純 利 益	214,076	171,423	

Topics

トピックス



ペーパーボイス東京 リニューアルオープン

2019年10月、「ペーパーボイス東京」を全面改装し、リニューアルオープンしました。従来より、ファンシーペーパーを1枚からお買い求めいただけるショップとして、また、併設するギャラリーでは紙の魅力を伝える展示会やイベントを開催して多くのご来場をいただいていたのですが、新装したショップでは、紙選びのご相談対応はもちろん、以前より多い約3,500アイテムのファンシーペーパーを常時取り揃え、より幅広いご要望に、素早くお応えできる環境になりました。新しくなったギャラリーは、今まで以上に自由度の高いレイアウトを可能とする開放的な空間となり、ファンシーペーパーの魅力をさまざまな角度から発信するとともに、紙とデザインから生まれる新たなコミュニケーションを提案するイベントを開催しています。

紙を通してビジネススタイルやライフスタイルを提案する「ペーパーボイス東京」が、「紙と人がつながる場」「人と人がつながる場」となるよう、これからもさまざまなサービスを提供し、「1枚の紙からうまれる無限のアイデア」「1枚の紙に触れることから広がる新たな世界」を多くの方に体感していただけるよう展開していきます。

ペーパーボイス大阪にて 「PAPER LAB.-Living-」を開催

「不思議な紙の研究所」をコンセプトに、「PAPER LAB.」と題した3回シリーズの社内企画展。最終回となる2019年開催は、「テクスチャー（手触り・質感）」をテーマに、つるつる・ポコポコ・ふわふわ・ザラザラなど、紙そのものの質感の違いはもちろん、印刷加工による仕上がりや質感の違いなど、ファンシーペーパーが持つさまざまな質感の魅力を、見て触って楽しんでいただく展示会となりました。「質感」は、印刷では表現しきれない魅力の1つであり、電子媒体では得られない魅力でもあります。回を重ねるごとに増えた多くのご来場の方々に、これからも紙の魅力を発見していただける展示会を企画開催していきます。



ペーパーボイス ヴェラムにて 物販イベント「平和紙商店」を開店



当社を含め、中部圏にある10社合同での初めての物販イベントとなる「紙モノ商店街」を企画し、当社も商店街の中の1つとして「平和紙商店」を開店しました。出展企業各社の持ち味を活かし、アクセサリーやステーションナリー、インテリアなど、さまざまな技術・技法を用いたバラエティ溢れる、魅力的な商店街オリジナル紙製品を制作・販売しました。2019年11月の2日間だけでの開催でしたが、オープンと同時にたくさんのお客様にご来店いただき、体験ワークショップも盛況で、好評のうちに終了しました。今後も、名古屋発となる新しい企画を実現していきます。

穏やかな表情と飽きのこない白さを兼ね備えた 高級印刷紙を発売

「グラフィーハンブF」

柔らかな紙質でありながら、帆布(HANP)のような穏やかな表情で、触れた指先から独特の存在感を醸し出す高級印刷紙「グラフィーハンブF」を発売しました。

特徴的な毛布マークは、主張しすぎず控えめながら、紙としての高級感を際立てます。非塗工の印刷用紙ですが、印刷仕上がりも良好で、箔押し加工や活版印刷などを施すことで、より一層表現の魅力を発揮します。

また、蛍光塗料を使用せず、パルプ本来の色を活かしながら飽きのこない白さを実現したことで、どの光源の下でも安定した白さを保ちます。

FSC®森林認証紙(FSC®C005596)でもあり、環境面にも十分配慮した、気持ちを穏やかに、心も落ち着く印刷用紙です。3つの厚さで6アイテムを取り揃え、グラフィック用途をはじめ、書籍装丁、貼り箱、ステーションナリーなど、さまざまなシーンで生活に寄り添う紙として、幅広くご利用いただけます。



国連が提唱するSDGs (持続可能な開発目標)とは

SDGsとは「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称です。2015年9月、国連サミットで採択された成果文書「我々の世界を変革する:持続可能な開発のための2030アジェンダ(通称:2030アジェンダ)」の柱として、世界共通の17のゴール(目標)、目標ごとの169のターゲットから構成されています。国連に加盟している193の国・地域が2030年を期限に達成を目指すものです。

SDGsの理念は「誰ひとり取り残さない(No one will be left behind)」で、その中身は、貧困の解決・飢餓の解決・教育などの社会目標、気候変動・エネルギー・生物多様性などの環境目標、雇用・インフラ・生産と消費などの経済目標に加え、不平等の解決・ジェンダーの平等・平和などが、17の目標として体系的に整理されています。

また、17の目標それぞれにカラフルなメッセージアイコンを作成し、誰もが使えるツールとして公開されています。アイコンは、言語の壁、世代の壁、セクターの壁を超えて、あらゆる活動や行動を可視化し、目標を共有する手助けになります。こうしたアプローチは国連として初めてのことです。発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、日本も積極的に取り組んでいます。

平和紙業のSDGsへの取り組みについて

平和紙業は、以下のような考えのもと、社業である紙の販売を通じて持続可能な社会の実現に貢献すべく、8つの目標を掲げてSDGsの目標に向けて取り組んでまいります。

木は成長する過程で二酸化炭素を吸収し、温室効果ガス削減に寄与しています。吸収された二酸化炭素は木の体内に固定化され、その繊維は紙の原料になります。紙は自然の恵みを効率的に利用すると同時に、地球環境に寄り添いながら作られています。

紙は、私たちのもとで使われ、その後は古紙として回収され、再び紙に戻ります。つまり紙は、サステナブル(持続可能)であると同時に循環型素材材だといえることができます。また、焼却されても、カーボンニュートラルの考え方から二酸化炭素の増加にはつながりませんし、自然界に放置されても、いずれ分解し土へと戻ります。

紙は、まさしく環境に配慮した素材といえることができます。今、地球環境に対する警鐘が鳴らされています。地球温暖化に伴う気候変動や、水や資源の濫用、廃棄物や化学物質による汚染、マイクロプラスチックによる海洋汚染など、深刻な状況になりつつあります。こうした中、紙を効果的に使うことは、温暖化や廃棄物、マイクロプラスチックによる海洋汚染などの諸問題に対する一助となるものと考えています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

平和紙業が掲げる8つの目標

1.「紙」という持続可能な素材を社会に提供します。

- 森林認証紙(FSC®、PEFC)の販売活動を通じて森林認証制度の啓発活動を行います。
- 森林認証紙、再生紙、非木材紙、間伐材紙、グリーン電力活用紙、カーボンオフセットを活用した紙、グリーン購入法対応紙などの環境に配慮した紙の販売を通じて、社会に貢献します。
- 環境に配慮した紙の可能性を企業、団体、デザイナー、学生などに向け発信していきます。



2.脱プラスチックを視野に入れた機能素材を積極的に市場展開します。

- 生態系に配慮した環境素材を研究開発し、紙にできる可能性を具体的な商品に出来る限り反映していきます。



3.事業運営に関わる、エネルギー使用の効率化をはかります。

- 環境面でのコンプライアンスを徹底していきます。
- 物流の無駄をなくし、CO₂排出量削減を視野に入れた物流の効率化を行います。
- 社内業務の効率化をはかり、省資源・省エネルギーを推進しCO₂排出量削減に貢献します。



4.環境に配慮した物品購入、公正な調達を行います。

- 社内備品の調達に関しては、極力環境負荷の少ない物品を購入します。
- 事業運営における調達は、関連法規制を順守し、公正な取引のもとで、環境負荷の少ない物品を購入します。



5.誰もが働きやすい職場を作り、ワーク・ライフ・バランスの向上を目指します。

- 誰もが働きがいのある職場環境、家事・育児と仕事を両立させる職場環境を整備します。
- 女性の人材活用を積極的に行い、女性管理職の登用を増やします。



6.学びの機会を増やし、スキルアップを促します。

- 社員のスキル向上に重点をおいた教育を実施します。
- 社員の自己啓発の機会を増やしていきます。
- 身に着けたスキルを最大限活用し、顧客満足度の向上に活かします。



7.社会貢献を視野に入れたESG投資を行っていきます。

- 投資においては、環境問題や国際協力等、社会貢献に取り組む先への投資を優先的に進めていきます。



8.国内外で様々なパートナーシップの輪を広げていきます。

- 国内外の製紙メーカーをはじめ、関連企業、業界団体、デザイン団体、環境団体など幅広いネットワークとともに、パートナーシップの輪を広げていきます。
- 輸出入に関しては関連法規制を順守し、公正な取引を行います。



PAPERSTORY

Story 04 | Paper and Environment

特集：紙と環境

紙1トンを生産するのに、20本の木と100トンの水が使用されており、紙の消費は森林伐採、環境破壊につながる。企業におけるペーパーレス化や、紙使用量の削減といった動きの背景には、こうした紙の消費に対するネガティブなイメージがあるかもしれません。

本特集では、紙を生業とする平和紙業が考える「紙と環境」を、当社の取り組みを織り交ぜながらご紹介します。

■ 紙の原料である「木」を使うことは悪か？

紙は木からできています。ご存知の方も多いこの事実から、「紙と環境」と聞くと、私たちが紙を使うために、高く伸びた木が何本も伐り倒されるシーンを連想される方も多いことでしょう。確かに、世界の森林面積は、アフリカ、南米などの熱帯林を中心に減少を続けています。しかし、ヨーロッパやアジアでは森林面積はわずかに拡大しており、国土の約67%を森林が占める日本においては、林野庁が森林・林業基本計画(2016年)の中で、面積はほぼ同規模としながらも、森林蓄積(森林を構成する樹木の幹の体積)を20年後に約10%増加させることを目標に掲げています。過去45年間の実績を見ても、日本の森林面積はほぼ横ばいで推移しており、その一方で、森林蓄積は人工林を中心に約2.6倍に増えています。

小学校の理科でも勉強するように、植物は、日中は光合成のために酸素を排出し、夜間は呼吸のために二酸化炭素を排出します。森林が二酸化炭素を吸収しているのは、生長過程にある木が光合成をしているためであり、木もひとたび生長が止まれば、ほとんど光合成はせずに呼吸のみが続く状態となります。そのため、生長の止まった老木を伐採しそこに若い木を植えていくことで、森林の活性化が図れ、二酸化炭素の吸収効率が高まることとなります。

木を使う一方にするのではなく、使った分だけ新たに植えて育てる。この循環サイクルは製紙工程に組み込まれており、使う以上に植林を進めようという取り組みの成果は、前述の森林蓄積の増加という形で表れています。また紙は、人工林の木材だけでなく、建築廃材等も利活用して作られています。製紙工程で大量に使用する水についても、基準値以下に浄化して戻しています。このように、紙は自然と調和しながら生産されており、逆にもし木を伐らなければ、老木が増え、森林の新陳代謝は落ちていくことになるのです。

循環サイクルの範囲内の使用量であれば、木を使うということ、紙を生産・消費するということは、エコに反する行為ではなく、むしろ森林活性化に寄与している。紙そのものは、使用された後、古紙として回収され、再び紙に戻る、サステナブル(持続可能)な循環型素材である。

平和紙業は、紙を生業とする一企業として、こうした事実を訴求することで、紙そのものや紙の使用に対するネガティブな既成イメージを払拭していきたいと考えています。

■ 変化する「紙」の役割

急速に進むIT化によって、これまでの紙が果たしてきた役割にも大きな変化が訪れています。手紙がメールに代わり、高速道路の通行券や電車に乗る時の切符がETCやICカードに代わり、電子決済の普及でお札の利用も減り…。ITインフラの整備によって、情報を伝える媒体としての「紙」の役割は減少しており、場合によっては姿を消していくものもあるでしょう。その一方で、紙であることの価値は、「手に残る」価値として、見直されてきています。人の手に残る紙を、いかに大切にしていけるか。これは、ファンシーペーパーを扱う平和紙業が持続的成長を図るうえで

大きなカギを握る部分でもあります。パッケージの意匠性、本の装飾性など、手にする人の感性に訴える紙の価値は、IT化が進む中でも、消えていくものではないからです。

また、環境意識の高まりの中で、紙を使用するならば、より環境に良い紙を使いたいと考えるお客様が、昨今非常に多くなってきました。加えて、脱プラスチックの動きが加速する中で、「紙」の持つさまざまな役割が見直され、例えば商品パッケージを、これまでのプラスチックやスチール缶から紙箱に変えたい、できれば高級感を持たせた紙箱にしたい、といったご要望も最近多く寄せられています。

■ 環境に配慮した紙

平和紙業では、環境問題が取り沙汰され始めた頃から、環境にやさしい紙の開発を進めてきました。また、製紙メーカーが抄造しなくなった古い商品も含めてラインナップに残してきたことから、「環境配慮型の紙なら平和紙業に聞こう」とお客様に想起いただけるようになってきました。

環境に配慮した紙として最も歴史が長いのは「再生紙」です。日本がエコマーク制度を導入した(1989年)後、初めて認証を取得した紙は、平和紙業が販売する再生紙「ガイアA」でした。再生紙もエコマークも、世の中に認知されるまでには時間を要しましたが、東京都のごみ処理問題などを背景に、廃棄物処理に関する法整備が進む中で、再生紙も徐々に普及していきました。

それ以降、ケナフ(栽培植物)やバガス(サトウキビ搾汁後の残渣)などを原料にした「非木材紙」、穀物繊維をうまく使った「シリアルペーパー」など、原料がエコロジーである紙や、植林された森林を健全に育成するために伐採した間伐材を活用した「間伐材紙」も取り扱いを始めました。

環境配慮型の紙は、2008年前後に製紙メーカー各社で

の相次ぐ古紙パルプ配合率の乖離問題が起こったことによって、世間の見方が厳しいものへと転じた時期もありましたが、昨今また、環境意識の高まりの中で注目が高まっています。今、主流となって普及しているのが「森林認証紙」です。森林認証紙は、適切に管理されていると第三者機関が評価・認証した森林資源を活用した紙で、FSC®ロゴマークやPEFCロゴマークで表されています。

さらに、グリーン電力証書を活用し、紙の製造時に使用する電力を、バイオマス発電の電力に置き換えた「グリーン電力用紙」もあります。当社社員の名刺には、このグリーン電力用紙「バガスケントCoC」を使ったものもあり、この名刺にはグリーン電力を利用したことを示す「エナジーグリーンマーク」が印刷されています。そのほかにも、カーボン・オフセットを活用した紙、グリーン購入法対応紙など、当社では数々のエコロジーペーパーを取り揃えています。

■ 最後に

平和紙業は2020年1月、持続可能な社会の実現のための「SDGsへの取り組み」をまとめ、当社ウェブサイト公開しました。詳細は本誌9~10ページでもご紹介していますが、特に「紙と環境」に関係する部分で、当社の考え方のベースであり、今後力を入れて啓発活動をしていきたい内容が、「紙そのものが持続可能性があり、循環型の素材である」ということです。

平和紙業の社業とその果たす役割について、ステークホルダーの皆様にご理解いただき、ご共感いただければ幸いです。

ESGハイライト (2019年4月1日~2020年3月31日)

ESG Highlights

エコロジーペーパーについて

① 普及活動の推進

□ 得意先エコ商品勉強会

(全サイト合計)



□ 仕入先エコ商品勉強会

(全サイト合計)



□ エコイベント

(全サイト合計)



② 販売シェアの把握

目標：エコロジーペーパー販売シェア基準値±3ポイント以内

	2019年度実績	2018年度実績
全サイト合計	基準値0.9ポイント	基準値-0.2ポイント

※基準値とは、前年度の実績を参考に算定した販売シェアの予測値です。
 ※東京・大阪・福岡・仙台にて基準値よりプラスの販売シェアとなりました。名古屋にて基準値よりマイナスの販売シェアとなりました。

③ 在庫シェアの把握

目標：エコロジーペーパー在庫シェア基準値±5ポイント以内

	2019年度実績	2018年度実績
全サイト合計	基準値-1.5ポイント	基準値-2.1ポイント

※基準値とは、前年度の実績を参考に算定した在庫シェアの予測値です。
 ※在庫の管理は全サイト一括管理となっています。全サイト合計で、基準値よりマイナスの在庫シェアとなりました。

エネルギー使用量について

① 電気 (単位：kwh)

	2019年度実績	使用前年度比
全サイト合計	396,729	-15.3%

※すべてのサイトで使用量を削減しました。

② 営業車用ガソリン (単位：リットル)

	2019年度実績	使用前年度比
全サイト合計	32,777	-8.2%

※全サイト合計で使用量が減少しました。
 ※営業車の52%にハイブリッドカーを導入しています。

OA用紙使用量について

□ PPC用紙 (単位：千枚)

	2019年度実績	使用前年度比
全サイト合計	2,721	-0.5%

※全サイト合計で使用量が減少しました。

グリーン購入シェアについて

目標：グリーン文具購入シェア80%以上

	2019年度実績	2018年度実績
全サイト合計	96.2%	96.2%

※すべてのサイトで目標を達成しました。

平和紙業株式会社の
環境問題に対する基本方針

私たち平和紙業は、森林資源という地球の恵みを受け、長年にわたって価値ある紙をつくり、市場に送り届けてきました。地球環境を守ることは私たちの社会の生命線であると認識し、「環境」を経営の基礎として、すべての活動が環境保護につながるよう努力しています。

森林資源や電力問題など、「環境」への意識がますます重要になる中、社員一人ひとりが自らの環境意識を向上させ、環境法規制の順守を徹底することはもちろん、紙の利用と環境保護活動が一体になるような提案を広め、社会と地球環境に貢献する企業として責任を果たしながら、社会が求める持続可能な価値の創造に向けて前進していきます。

環境問題に対する
基本理念、行動方針については
弊社ウェブサイトをご覧ください。


<http://www.heiwapaper.co.jp/environment/plan.html>

紙の情報発信拠点

「ペーパーボイス」の社会貢献活動

平和紙業が運営する「ペーパーボイス」は、ペーパーショップとギャラリー会場として、東京・大阪・名古屋にある紙の情報発信地です。当社の商品や活動を幅広く皆様にお伝えする場であると同時に、クリエイターの方々やデザインを学ぶ学生の方々などが「紙」を通して巡り合う、社会に向けて広く開かれたオープンスペースでもあります。毎年、紙やデザインに関わりのある諸団体の皆様と協力しながら、さまざまな展示会を開催しています。

これからも「ペーパーボイス」は、多くの方々をつなぐ交流の場となり、当社のみならずさまざまな情報発信をしていくことで、「紙」と「文化」の発展に貢献していきます。

■2019年度展示会開催(一例)

2019年 4月 第58回JPC展

(ジャパンパッケージングコンペティション)

7月 JAGDA新人賞展2019

7月 大阪成蹊大学芸術学部 VISUAL DESIGN展

11月 第31回LOVE&PEACE巡回展

12月 小さいカフェのある紙屋さん展

(名古屋芸術大学デザイン学部)

2020年 2月 ASPaC Awards 2019受賞作品展

(日本アジア学生パッケージデザインコンペティション)

 Topics
 CSR

株式の状況 (2020年3月31日現在)

所有者別株主分布状況・重要な子会社の状況

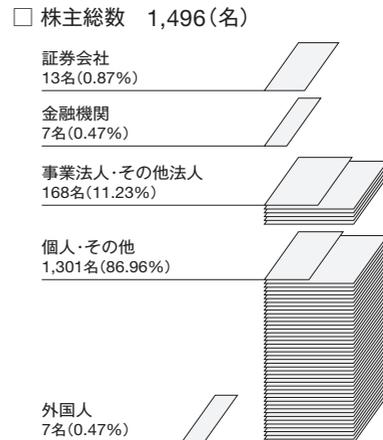
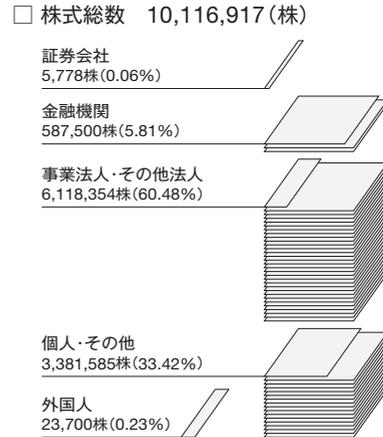
Heiwa Paper Co., Ltd.
平和紙業株式会社

- ①発行可能株式総数 19,908,000(株)
- ②発行済株式の総数 10,116,917(株)
- ③株主数 1,496(名)
- ④大株主の状況 (上位10名)

当社への出資状況

株主名	持株数 (単位:株)	持株比率 (単位:%)
特種東海製紙株式会社	814,100	8.44
王子エフテックス株式会社	745,000	7.73
日本製紙株式会社	383,500	3.98
平和紙業取引先持株会	356,900	3.70
北越コーポレーション株式会社	306,000	3.17
小島勝正	285,643	2.96
富士共和製紙株式会社	282,900	2.93
東京製紙株式会社	253,350	2.63
清家豊雄	221,872	2.30
春日製紙工業株式会社	202,750	2.10

(注)当社は自己株式を474,195株保有しておりますが、上記大株主から除外しております。持株比率は自己株式を控除して計算しております。



会社名	資本金 (単位:百万円)	当社の議決権比率 (単位:%)	主要な事業内容
平和興産株式会社	30	100	倉庫業・紙加工業
株式会社社和	10	100	和紙卸売業
平和紙業(香港)有限公司	10百万HK\$	100	和洋紙卸売業

事業所一覧

□ 本社・本支店

- 本社 〒104-0033 東京都中央区新川1丁目22番11号 Tel: 03-3206-8501
- 東京本店 〒104-0033 東京都中央区新川1丁目22番11号 Tel: 03-3206-8511
- 大阪本店 〒542-0081 大阪市中央区南船場2丁目3番23号 Tel: 06-6262-1212
- 名古屋支店 〒460-0003 名古屋市中区錦1丁目3番7号 Tel: 052-223-2310
- 福岡支店 〒812-0007 福岡市博多区東比恵3丁目23番34号 Tel: 092-474-1812
- 仙台支店 〒984-0015 仙台市若林区卸町3丁目1番7号 Tel: 022-235-0811
- 札幌事業所 〒060-0013 札幌市中央区北13条西17丁目1番41号 Tel: 011-717-3221
- 広島事業所 〒733-0833 広島市西区商工センター6丁目5番9号 Tel: 082-277-6336
- 富士デポ 〒416-0946 富士市五貫島字地神1088 Tel: 0545-63-1175
- 若洲デポ 〒136-0083 東京都江東区若洲2丁目4番18号 Tel: 03-3522-8280
- ペーパードット版 〒577-0005 東大阪市七軒家19番15号 Tel: 06-6744-5572
- 名古屋デポ 〒485-0056 小牧市小木南1丁目1番1号 Tel: 0568-77-5335

□ ペーパーショップ・ギャラリー

- Paper Voice Tokyo 〒104-0033 東京都中央区新川1丁目22番11号 Tel: 03-3206-8541
- Paper Voice Osaka 〒542-0081 大阪市中央区南船場2丁目3番23号 Tel: 06-6262-0902
- Paper Voice Vellum 〒460-0003 名古屋市中区錦1丁目3番7号 Tel: 052-223-2314



表紙: グラフィーハンフF 四六判 Y目 180kg (FSC®森林認証紙)
本文: ペーパーフェイス スーパーホワイト 菊判 T目 76.5kg (FSC®森林認証紙)
印刷: 植物油インキを使用しています。