

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 2019

平和紙業株式会社
コーポレート・レポート

 HEIWA PAPER

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 PAPER STORY
特集：「紙と色」
- 12 環境問題に対する基本方針
- 13 環境ハイライト
- 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

脱炭素化の流れの中で、 “攻め”の提案でニーズ喚起を図る

代表取締役社長
清家義雄



2019年3月期を振り返って

2019年3月期の国内紙パルプ業界を振り返りますと、段ボール原紙、パッケージ用等の板紙の国内出荷量が、食品、通販等の好調な需要に支えられて堅調に推移した一方で、ICT化の進展に伴う印刷用紙の構造的な需要減少トレンドは変わらず、洋紙全体の国内出荷量は引き続き前年割れとなるなど、非常に厳しい事業環境が続きました。特に2019年3月期の第4四半期は、製紙メーカー各社が同年1月出荷分より、印刷用紙では約2割増、情報用紙においても約1割増の価格改定を行ったほか、4月1日の新元号公表前にはカレンダー等の印刷物の企画がやや抑制気味となるなどの特殊要因が、当社の販売にも影響を与えました。

このような中で、当社では、主力としている高付加価値の高級特殊紙であるファンシーペーパー、ファインボードの販売拡大や、デザイン・クリエイティブ部門への商品提案活動に注力すると同時に、新規顧客開拓や新商材の開発、さらには高効率ローコストオペレーションの着実な実行に取り組みました。その結果、市場の構造的な要因によるマイナス影響や自然災害の多発による一時的な需要減少の影響は受けたものの、主力のファンシーペーパーとベーシックペーパーは、前期実績を上回りました。

その結果、売上高は前期比0.3%増の191億10百万円、営業利益は同20.8%増の2億54百万円、経常利益は同11.3%増の3億41百万円の増収増益となりました。なお、親会社株主に帰属する当期純利益は同21.8%減の2億25百万円となりました。

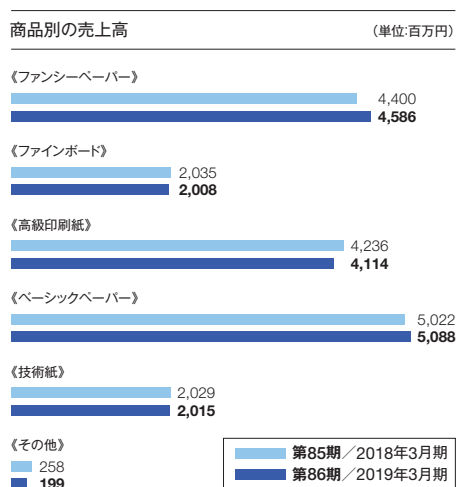
また当期は、2018年4月に「エコ間伐紙N」、9月に「ピアンコネロF」といった後継商品を新発売したほか、

Top Message

10月には1991年の発売以来ご愛顧をいただいている「フリッター」に新色5色を追加してリニューアル発売し、東京・大阪・名古屋の当社ギャラリーを活用した展示会活動にも積極的に取り組みました。

商品別概況

商品別では、当社の主力商品「ファンシーペーパー」において、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展示会の開催、さらには新商品の投入効果もあり、書籍や高級パッケージ向けの販売量が増加しました。また、東アジア向けの輸出も好調に推移し、ファンシーペーパー全体での売上高は増加しました。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、高級化粧品・高級贈答品のパッケージ向けや書籍表紙等が堅調に推移しました。しかしながら、カレンダー台紙等の商業印刷物需要に停滞感があり、売上高は減少しました。「高級印刷紙」は、封筒・名刺等の紙製品が堅調に推移しましたが、カタログ・パンフレット等の商業印刷物や書籍用途の



販売量が伸び悩んだことから、売上高は減少しました。「ベーシックペーパー」は、商業印刷物用途は減少したものの、書籍向けや海外向け販売量が堅調に推移し、売上高は増加しました。通常の紙にはない特殊機能が付与されている「技術紙」は、耐水撥水性機能紙が好調に推移したものの、合成紙および各種工業品製造用工程紙の販売が減少し、売上高は減少しました。「その他」では、ペーパータオル等家庭紙の販売量は若干増加しましたが、製紙関連資材や各種紙加工製品の販売量が減少し、売上高は減少しました。

当社のESG(環境・社会・ガバナンス)経営

当社では、紙の流通を担う企業の使命として、「環境と共生できる紙」を「エコロジーペーパー」と位置づけ、再生紙や非木材紙、森林認証紙や間伐材紙、グリーン電力用紙など、さまざまな環境対応紙の開発ならびに普及・販売に努めてきました。当社の主力商品は、森林認証紙を

はじめとした環境対応紙であり、今後の新商品のほとんどを環境対応紙とすることで、環境対応紙比率をさらに高めるべく取り組んでいます。当期においても、2018年4月に「エコ間伐紙N」を販売開始していますが、こうした間伐材の利用・促進によって、日本国内の森林の維持・活性化への貢献を図っています。

また昨年は、脱炭素化に向けた動きが世界中で大きな社会的うねりとなって表れた一年でもありました。プラスチック素材から紙素材への移行という視点から、耐水・耐油性の包材等の需要は上向いてきており、こうした脱プラスチック化の動きを取り込むべく、紙そのものに加えて紙周辺商材に関しても、新規仕入先や取引先の開拓、営業活動、商品開発を積極的に進めています。当社では、本業の事業活動を通じて、国連サミットで採択された17の「持続可能な開発目標(SDGs)」の中の、「陸の豊かさを守る」「海の豊かさを守る」といった項目にも、今後より一層寄与していきたいと考えています。

また、一企業市民として、引き続き、各種コンプライアンスの徹底やコーポレート・ガバナンスの構築・強化にも努めています。特にコーポレート・ガバナンスに関しては、形式的な部分でまだ完全にはコーポレートガバナンス・コードの要求を満たさしてはいませんが、その求めるところの本質的な考え方に沿って、当社の企業規模に合った形で有効となりうる企業運営を追求したいと考えています。

2020年3月期の重点施策

当社では引き続き、負債を含めた資産の効率的な運用に努め、ROA(総資産利益率)を意識した経営を実行していきます。来期においては、主力のファンシーペーパーや高級印刷紙に加え、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についても、販売体制をさらに強化して訴求していきます。デザイン事務所や広告代理店等、当

社の紙を選んでいただけるデザイン・クリエイティブ部門には、これまで以上に積極的に足を運び、“待ち”ではなく“攻め”の姿勢で営業を強化していきます。直接的なお取引先を担当する営業部に加え、デザイン・クリエイティブ部門に対して商品・企画提案を行う販売推進部をすでに増強しており、既存の商品に加え、プラスチック素材から紙素材への移行の中で、紙や周辺商材に関する新規開拓にも注力していきます。

今後の持続的成長に向けて

当社の主力のファンシーペーパーは、単なる情報媒体としての紙とは異なり、贈り手の“気持ちを伝える紙”だと捉えています。そうした素材が届くことは、エンドユーザーの幸せにつながり、そこにこそ当社の存在目的があると考えています。

昨年度の『PAPER COMMUNICATION』でも申し上げましたように、当社の成長を支える強みには、市場ニーズに合致した新商品の開発力や、少量ロットでの受注にも対応できる当社の在庫機能などがあると考えます。また、他社が容易に参入しえない事業を70年以上にわたって継続してきた実績は、見方を変えれば、販売先・仕入先の双方において、特定の数社に偏ることなく小口分散された事業ポートフォリオを有していることに支えられているようにも考えられます。市況やトレンドで激しいアップダウンをくり返しながら成長するのではなく、長期的に安定した事業成長を果たしながら、お客様、仕入先、従業員、株主の皆様など、すべてのステークホルダーにとって常にバランスの良い企業運営を志しています。ステークホルダーの皆様におかれましては、今後も変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



財務ハイライト

連結

		(単位：百万円)	
売上高	第84期 / 2017年3月期		19,577
	第85期 / 2018年3月期		19,050
	第86期 / 2019年3月期		19,110
営業利益	第84期 / 2017年3月期		199
	第85期 / 2018年3月期		210
	第86期 / 2019年3月期		254
経常利益	第84期 / 2017年3月期		266
	第85期 / 2018年3月期		306
	第86期 / 2019年3月期		341
親会社株主に 帰属する 当期純利益	第84期 / 2017年3月期		172
	第85期 / 2018年3月期		288
	第86期 / 2019年3月期		225
総資産	第84期 / 2017年3月期		17,084
	第85期 / 2018年3月期		17,829
	第86期 / 2019年3月期		17,717
純資産	第84期 / 2017年3月期		8,475
	第85期 / 2018年3月期		8,611
	第86期 / 2019年3月期		8,702

Financial Highlights

連結貸借対照表
(2019年3月31日現在)

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
資 産 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 資 産	14,122,100	13,852,341	
固 定 資 産	3,706,930	3,865,175	
有 形 固 定 資 産	815,921	898,342	
無 形 固 定 資 産	19,093	87,064	
投 資 そ の 他 の 資 産	2,871,914	2,879,769	
資 産 合 計	17,829,030	17,717,517	

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
負 債 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 負 債	8,798,973	8,597,686	
固 定 負 債	418,662	417,814	
負 債 合 計	9,217,635	9,015,500	

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
純 資 産 の 部			
株 主 資 本	7,984,079	8,081,347	
純 資 産 合 計	8,611,395	8,702,016	
負 債 純 資 産 合 計	17,829,030	17,717,517	

連結損益計算書
(2018年4月1日から2019年3月31日まで)

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
科 目	金 額	金 額	
売 上 高	19,050,247	19,110,850	
売 上 総 利 益	3,510,736	3,524,996	
営 業 利 益	210,938	254,734	
経 常 利 益	306,876	341,400	
親会社株主に帰属する当期純利益	288,853	225,826	

個別貸借対照表
(2019年3月31日現在)

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
資 産 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 資 産	13,008,997	12,846,333	
固 定 資 産	3,890,220	4,049,956	
有 形 固 定 資 産	782,385	866,916	
無 形 固 定 資 産	17,785	85,755	
投 資 そ の 他 の 資 産	3,090,049	3,097,284	
資 産 合 計	16,899,218	16,896,289	

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
負 債 の 部			
科 目	金 額	金 額	
流 動 負 債	8,314,721	8,261,560	
固 定 負 債	380,418	376,143	
負 債 合 計	8,695,140	8,637,703	

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
純 資 産 の 部			
株 主 資 本	7,558,736	7,644,254	
純 資 産 合 計	8,204,077	8,258,585	
負 債 純 資 産 合 計	16,899,218	16,896,289	

個別損益計算書
(2018年4月1日から2019年3月31日まで)

		(単位：千円)	
		第85期 / 2018年3月期	第86期 / 2019年3月期
科 目	金 額	金 額	
売 上 高	17,983,028	18,014,713	
売 上 総 利 益	3,159,123	3,156,317	
営 業 利 益	195,544	221,912	
経 常 利 益	296,956	320,828	
当 期 純 利 益	82,367	214,076	

注：「[税効果会計に係る会計基準]の一部改正」(企業会計基準第28号 平成30年2月16日)を当連結会計年度の期首から適用しており、前連結会計年度(第85期)の総資産の金額については、当該会計基準を遡って適用した場合の金額となっております。

Topics



「PAPER LAB. -Playing-」大阪会場

ペーパーボイス大阪にて

「PAPER LAB. -Playing-」を開催

毎年11月に大阪本店「ペーパーボイス大阪」で開催している社内企画展。2017年開催に続き、「不思議な紙の研究所」をコンセプトに「PAPER LAB.」と題した2018年の展示会は、「色のついた紙」をテーマにした「Playing」。研究所に見立てて設備を白一色に統一した会場の中で、カラフルな色合いが映える色ファンシーペーパーの華やかさと色バリエーションの豊富さを体感していただく展示会となりました。

「PAPER LAB.」第1弾は、「白い紙」をテーマにした「Beginning」。「白い紙」とひとくりにされる白色の紙も、質感や色味が異なれば与える印象が変わることを体感



「PAPER LAB. -Beginning-」名古屋会場

していただく展示会で、2017年11月の大阪開催後、2018年9月から10月にかけて名古屋支店「ペーパーボイスヴェラム」にて巡回展を開催しました。

白い紙に印刷して表現する楽しさも、色のついた紙で表現する楽しさも、どちらも表現の可能性を感じる紙の魅力です。ファンシーペーパーが持つさまざまな魅力を発信する展示会を、これからも企画開催していきます。

独特の凸凹感が人気のファンシーペーパーを
リニューアル発売

「フリッター」

ふわふわ・モコモコした独特の凸凹感が人気の「フリッター」に新色5色を加え、新たな規格構成でリニューアル発売しました。

リニューアルにあたり、1991年発売以降、時代のニーズに合わせて増規格や改廃を行った商品規格を整備するとともに、新色の選定には2名のブックデザイナーの方々にご協力いただきながら、手に取る人が元気になるような、明るく爽やかな色合いの5色を実現しました。

新色ならびに増規格商品はFSC®森林認証紙（FSC® C005596）であり、既存規格商品についても2018年8月生産分より順次FSC®森林認証紙に切り替えています。

色バリエーションと規格が増えたことにより、より幅広くご利用いただきやすいラインナップとなりました。出版物の装丁やステーショナリー、商品タグやカード、パッケージなど、さまざまな用途にご活用いただけます。

環境マネジメントシステムが
新規格 (ISO14001:2015) に移行

2018年4月1日をもって、平和紙業環境マネジメントシステム (HEMS) は旧規格から新規格 (ISO 14001:2015) へ移行しました。

特徴的なのは、新規格の内容が、今まで以上に環境マネジメントシステムと事業経営との一体化を要求していることです。具体的には、利害関係者の幅広いニーズと期待とを明確にしてそれを事業計画化するとともに、想定されるリスクと機会を決定した上で、それに取り組む重要性が強調されています。これに伴い環境マニュアルの内容も、旧版から大幅に変わりました。主な変更箇所は、環境方針の中に環境保護への積極的なコミットメントを明記したことです。さらに、環境に大きな影響を与える可能性のある事業やサービスを特定するため、そこにライフサイクルの視点への考慮を新たに盛り込んでいます。

当社の社会的使命の柱のひとつが、地球環境に配慮した紙「エコロジーペーパー」の開発と販売およびその普及のための啓発活動です。「エコロジーペーパー」はライフサイクルを考慮した商品であり、営業的にもきわめて重要な位置にあります。このように、環境マネジメントシステムの新規格への移行は、「エコロジーペーパー」の拡販という従来からの事業のあり方を環境面からも強力にサポートする内容になっています。

特集：紙と色

緋色、紅色、茜色……。 「赤」系統を表すだけでもいろいろな「赤」があります。今回の特集では、「紙」のイメージを大きく左右する「色」について平和紙業がご紹介します。

■ 紙にとって「色」とは

カードや包装紙、本の表紙やメモ帳など、私たちが普段さまざまな紙を手取る時、その紙の色から、モノそのものの印象が大きく左右されることはありませんか。紙にとっての色とは、その商品の性格や方向性を決める大きなファクターであり、色には、商品そのものの方向性や、伝えたいこと・モノを表現する役割があります。

平和紙業の主力商品であるファンシーペーパーでも、求められるものは何といっても色揃えです。無限にある色を、すべて作り出していくことは現実的ではありませんから、それぞれの商品の世界観やコンセプトに沿って、作る色を選定し、お客様にご満足いただける色揃えをご用意することが重要になってきます。

では、そうした紙の「色」は、どのようにして決められていくのでしょうか。紙の作り手の視点から、「色」の決められ方を追って見ていきましょう。

■ 「色」を決める

色の決め方は実はさまざまです。流行を追えば、その流



行が廃れた時に、その色自体も流行から外れてしまいます。一方で、ベーシックな色揃えだけにしてしまえば、それは意匠性に欠けてしまいます。

色揃えの基本となるのが、赤・青・黄の3原色に、白・黒・茶を加えた6色です。これらに、3原色をスムーズにつなぐオレンジ、緑、紫といった中間色を加えた計9色が、基本ラインナップとなります。同時に、紙の持つ触感やイメージなど、商品のコンセプトを反映させて、色の濃度や色の方向性を決めていきます。落ち着いたトーンでまとめるのか、目に鮮やかなビビッドな方向へと仕向けるのか、はたまたシックな色合いで統一するのか……。その紙の特長を最大限引き出す色の構成を考えなければなりません。

そのためには、まず商品である紙が何を表現しようとしているのか、どんな用途で使ってほしいのかを、紙を使う人の目線を大切にしながら、コンセプトを確立する必要があります。紙の色の選定には、しっかりした商品コンセプトが欠かせません。どのような過程を経て紙の色が決まっていくのか、特種東海製紙株式会社と共同で開発し

た平和紙業のファンシーペーパー「ICHIMATSU」を例に見ていきましょう。

■ 「ICHIMATSU」の色が決まるまで

2017年7月に発売された「ICHIMATSU」は、実は企画から約1年半もの時間をかけて誕生しました。そもそもの企画は、当時平和紙業には少なかった和柄のファンシーペーパーを作ろうという視点でプロジェクトがスタートしました。和柄の代表的な例として、「鯨」「あられ」「市松」「唐草」といった江戸小紋柄を候補に絞り、それぞれ試作サンプルを作って検討を進めていきました。社内で「市松」柄に絞り込んだその直後に、奇しくも、2020年東京オリンピック・パラリンピックのエンブレムに市松文様をモチーフにしたデザインが採用され、本商品の開発は加速化していくように思えました。しかし、ここで一度、敢えて立ち止まって、プロジェクトを広い視点から見直します。日本人には市松柄として愛着のあるこの幾何学模様は、果たして日本独自の柄なのだろうか？ こうした疑問から世界の模様にも目を向けてみると、洋の東西を問わず、

Environmental Policy

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る。

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く。

□ 基本理念

平和紙業株式会社は、その事業活動が環境に与える影響を認識し、「平和紙業株式会社の環境問題に対する基本方針」を踏まえ、下記行動指針に沿って会社・社員一丸となり、地道にかつ継続的に地域社会および地球規模での環境保護に積極的に取り組んでいきます。

□ 行動指針

① 省資源・省エネルギーの推進

紙・電力等エネルギー使用量および廃棄物の削減・リサイクルを推進するとともに、グリーン購入を積極的におこない、環境負荷低減ならびに環境汚染防止に努めていく。

② 環境関連法規等の順守

国および関連自治体の環境関連法規等を順守していく。

③ 環境保護活動の継続と改善

環境目標を具体的に定めて取り組みを展開し、環境マネジメントシステム監査を定期的を実施し、環境保護活動ならびに環境マネジメントシステムの継続的な向上に努めていく。

④ 啓発活動の推進

当社の特徴である「エコロジーペーパー」の販売を推進するとともに、販売推進活動、エコロジーイベント、環境教育および情報収集活動を通じ、一般生活者ならびに社員一人ひとりが環境保護活動に対する認識を深め、環境保護に対する具体的な行動をおこなっていくための啓発活動を継続的に推進していく。

⑤ 情報の公開

この環境方針は、当社のホームページに掲載し、広く社会に公開していく。

改訂日 2018年4月1日

制定日 1999年3月1日

チェッカーフラッグやチェス盤、さらには高級ブランドのバッグなどにも、この正方形をくり返した幾何学模様が使われています。和柄として訴求することで、かえて商品の用途に制約を与えてしまいかねない。そうした判断から、「和でも洋でも使える商品に」と方向性が固まり、それにふさわしい「色」の選定が始まりました。

洋の東西を問わず使われてきた伝統的な柄を日本というフィルターを通すことで新たな雰囲気の柄に進化させる――。このコンセプトに合わせるために、彩度を上げながら明度を落とし、日本の伝統的な色を思わせながら洋を感じる色を選んでいきました。

最初に提案した色は全10色。そこから試作サンプルを制作し、その都度、色の方向性を検討しながら、再び試作サンプルを制作……。この作業を何度もくり返しなが、全体としての色のバランスや、個々の色の個性を十分に発揮できる色を選定していきました。同じ色でも、和風の色合いや洋風の色合い、和洋双方で使いたい色合いなど、さまざまあります。「ICHIMATSU」においては、この色の選定作業だけで実に半年もの時間がかかりました。また、当初の10色の色揃えでは、お客様にご提案する時に色の系統がハッキリと分割されて違和感を与えかねないとの懸念から、色と色をつなぐもう1色を加え、全11色の色揃えを最終形としてご用意することにしました。

色が定まった後も、実際に紙を抄く機械で、その色を再現するためのテストを何度も実施し、微調整をくり返しなが満足いく色をのせた商品へと作りこんでいきました。

■ 「色」の名前

色を作りこむのと同時並行で、色の名前も決めていきます。商品や色の名前から、用途イメージが誘導されてしまうことは多々あります。「ICHIMATSU」においては、



和風の色名をつけてしまうと用途が和に限定され、商品の使われる領域を狭めかねないと考え、色名は敢えて洋風の方向に振り、ホホワイト、オフホホワイト、ナチュラル、ライトオーカー、グラスグリーン、マンゴーオレンジ、サンライズレッド、マゼランブルー、ソリッドグレー、クリアブラック、ビターブラウンとしました。

「マンゴーオレンジ」は、柿渋の色というよりは、赤みの強いオレンジで、台湾マンゴーのような南国の元気なビタミンカラー。「グラスグリーン」も、抹茶の色というよりは、地平線まで緑の広がるモンゴルの草原を思い起こす、爽やかな風の吹き抜ける優しい緑の広がりから、生命力のある緑色を表現。「サンライズレッド」は、朝日や朝焼け、日の丸をイメージした赤々しい赤を取り入れ、日本を象徴する強いレッドに。「マゼランブルー」は、沈んだ青ではなく、南洋の深く青い海をイメージした、印象的で濃く明るいブルーを目指しました。

エンドユーザーが手に取るだけで、ワクワクしたり、うれしくなるような「紙」を目指して、平和紙業では「紙」、そして「色」や「色の名前」についても、とことんこだわっています。

環境ハイライト (2018年4月1日~2019年3月31日)

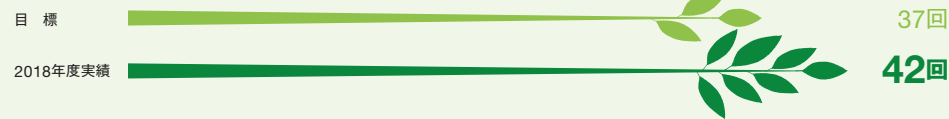
Environmental Highlights

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)



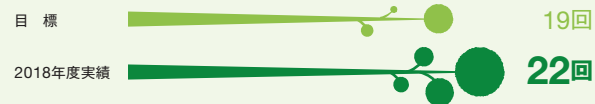
□ 仕入先エコ商品勉強会

(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

	2018年度実績	2017年度実績
全サイト合計	基準値-0.2ポイント	基準値+0.8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。
 ※大阪・仙台にて基準値よりプラスの販売シェアとなりました。東京・名古屋・福岡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

	2018年度実績	2017年度実績
全サイト合計	基準値-2.1ポイント	基準値-1.9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)

	2018年度実績	使用前年度比
東京	186,005	+0.5%
大阪	178,536	-4.4%
名古屋	62,793	-2.7%
福岡	20,037	-18.4%
仙台	20,828	-13.7%
全サイト合計	468,199	-3.5%

※全サイト合計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)

	2018年度実績	使用前年度比
東京	9,114	-9.8%
大阪	12,214	+0.8%
名古屋	8,224	-8.8%
福岡	4,391	-10.4%
仙台	1,749	+14.3%
全サイト合計	35,692	-5.2%

※全サイト合計で使用量が減少しました。
 ※営業車の50%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)

	2018年度実績	使用前年度比
東京	1,038	-7.7%
大阪	764	-0.1%
名古屋	618	-3.0%
福岡	188	-5.3%
仙台	128	-0.8%
全サイト合計	2,736	-4.1%

※全てのサイト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

	2018年度実績	2017年度実績
東京	92.9%	96.6%
大阪	98.7%	99.4%
名古屋	95.2%	98.4%
福岡	99.3%	100.0%
仙台	98.7%	99.9%
全サイト合計	96.2%	98.1%

※全てのサイトで目標を達成しました。

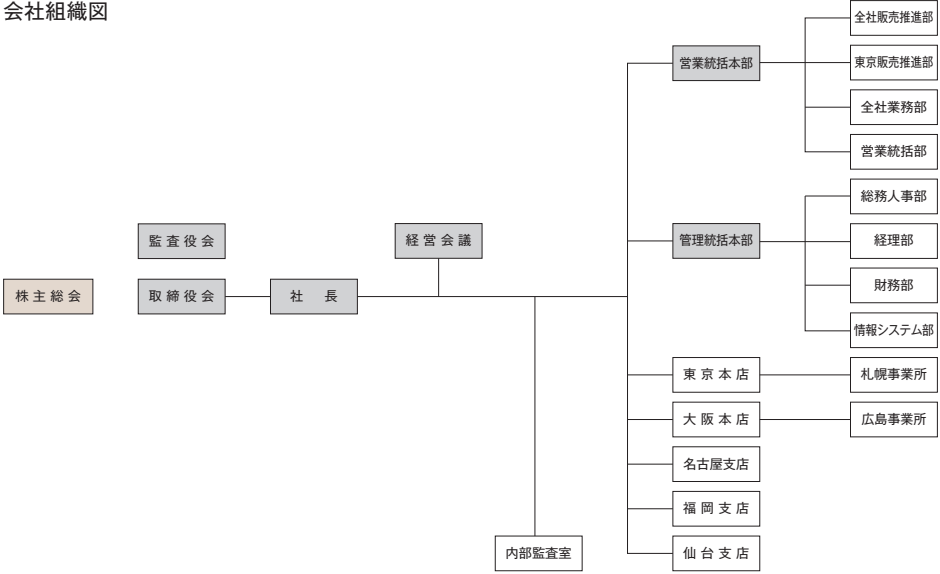
会社概要 (2019年3月31日現在)

Company Overview

概要	創立	1946年3月
	資本金	21億784万3,845円
	上場証券取引所	東京証券取引所市場第2部
	従業員数	159名
	事業内容	1. 特殊紙、高級紙、技術紙をはじめ、各種紙素材の開発、販売、輸出入 2. 紙を素材とする新商品開発と商品化 3. これらに付帯する一切の事業
	関係会社	平和興産株式会社 株式会社 辻和 平和紙業(香港)有限公司
	取引銀行	三井住友銀行 三菱UFJ銀行 みずほ銀行 三井住友信託銀行
	ホームページ	http://www.heiwapaper.co.jp/

役員紹介 (2019年 6月27日現在)	代表取締役会長	小島 勝 正
	取締役副会長	小島 清 雄
	代表取締役社長	清 家 義 雄
	取締役	高 玉 浩
	取締役	西 田 和 正
	取締役	藤 井 信
	取締役	高 木 修
	取締役	坂 野 一 俊
	社外取締役	柴 田 貢
	常勤監査役	高 塚 清
	常勤監査役	土 井 重 和 (新任)
	社外監査役	富 田 一 夫
社外監査役	松 岡 幸 秀	

会社組織図



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで	<input type="checkbox"/> 住所変更、単元未満株式の買取・買増等のお申出先について 株主様の口座のある証券会社にお申出ください。なお、証券会社に口座がないため特別口座が開設されました株主様は、特別口座の口座管理機関である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
定時株主総会	毎年6月	
基準日	定時株主総会の議決権 毎年3月31日 期末配当金 毎年3月31日 中間配当金 毎年9月30日	
株主名簿管理人 (特別口座の口座管理機関)	〒100-8233 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社	<input type="checkbox"/> 特別口座から一般口座への振替申請手続きについて 特別口座に記録されている株式の振替手続きにつきましては、特別口座管理機関である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
郵便物送付先・電話照会先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社証券代行部 電話 0120-782-031 (フリーダイヤル)	
公告方法	電子公告といたします。 (http://www.heiwapaper.co.jp/ir/brief.html) ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、東京都において発行する日本経済新聞に掲載して行います。	<input type="checkbox"/> 未払配当金の支払について 株主名簿管理人である三井住友信託銀行株式会社にお申出ください。
上場証券取引所	東京証券取引所市場第2部	

株式の状況 (2019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

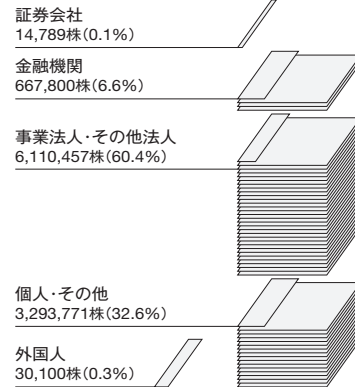
- ①発行可能株式総数 19,908,000(株)
 ②発行済株式の総数 10,116,917(株)
 ③株主数 1,413(名)
 ④大株主の状況(上位10名)

当社への出資状況

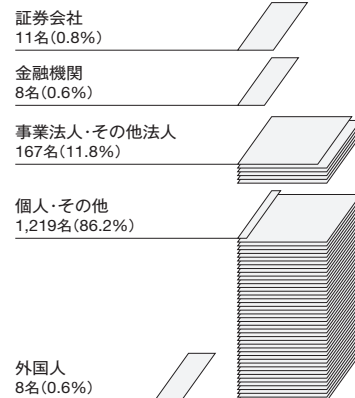
株主名	持株数 (単位:株)	持株比率 (単位:%)
特種東海製紙株式会社	814,100	8.44
王子エフテックス株式会社	745,000	7.73
日本製紙株式会社	383,500	3.98
平和紙業取引先持株会	310,600	3.22
北越コーポレーション株式会社	306,000	3.17
小島勝正	285,643	2.96
富士共和製紙株式会社	282,900	2.93
東京製紙株式会社	253,350	2.63
清家豊雄	221,872	2.30
春日製紙工業株式会社	202,750	2.10

(注)当社は自己株式を474,099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。

□ 株式総数 10,116,917(株)



□ 株主総数 1,413(名)



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

Heiwa Paper Co., Ltd.
平和紙業株式会社

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
ペーパード大阪	〒577-0005 大阪府七軒家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
欧州駐在員事務所	Winkelfelder Strasse 30 40477 Düsseldorf, F.R. Germany	Tel: 49-211-46959501

□ 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: 五感紙 荒目 水 四六判 Y目 160kg (非木材パルプ10%以上)
 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。