



国際紙パルプ商事株式会社  
KOKUSAI PULP&PAPER CO.,LTD.

2020年3月期 第2四半期

# 決算説明会資料

---

2019年12月5日

国際紙パルプ商事株式会社

東証1部

**9274**



**I**

**2020年3月期第2四半期 業績**

**II**

**2020年3月期 業績予想**

**III**

**第2次中期経営計画（2020年3月期～）**



I

## 2020年3月期第2四半期 業績

---



## 2020年3月期第2四半期：増収だが、営業利益30%減益

- 売上高：国内拠点で減収も、海外拠点で増収。販管費の増加により、営業減益。
- 経常減益も、投資有価証券の整理に伴う売却益により四半期純利益は増益。

(単位：百万円)	2019年3月期 第2四半期		2020年3月期 第2四半期				2020年3月期 期初計画
		売上比		売上比	前年同期比	増減率	
売上高	183,619	100.0%	187,655	100.0%	+4,036	+2.2%	387,000
売上総利益	10,628	5.8%	10,574	5.6%	△53	△0.5%	—
販売費及び 一般管理費	9,610	5.2%	9,865	5.3%	+254	+2.7%	—
営業利益	1,017	0.6%	708	0.4%	△308	△30.3%	2,000
経常利益	1,067	0.6%	715	0.5%	△197	△18.5%	2,100
親会社株主帰属 四半期純利益	706	0.4%	983	0.5%	+276	+39.2%	2,200



## 2020年3月期第2四半期 セグメント別概況

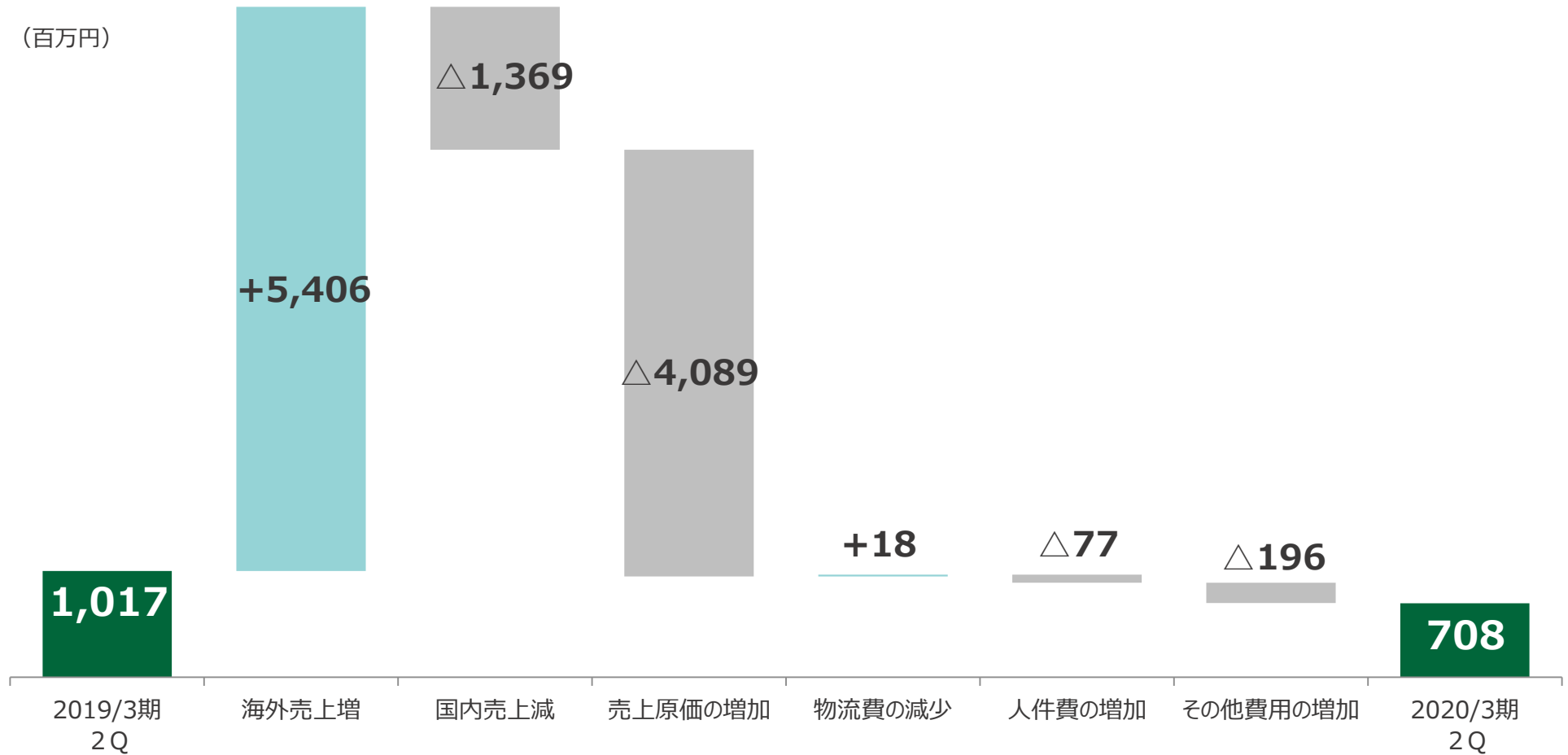
- 国内拠点は減収ながら利益を維持。海外拠点は販管費増加で赤字計上。  
不動産賃貸は前年同期並。

(単位：百万円)		2019年3月期 第2四半期	2020年3月期 第2四半期		2020年3月期 (期初計画)	
			前年同期比	増減率		
国内拠点 紙パルプ等卸売事業	売上高	149,959	148,590	△1,369	△0.9%	312,900
	セグメント利益	2,020	2,009	△10	△0.5%	3,900
	利益率	1.4%	1.4%	±0P	—	1.2%
海外拠点 紙パルプ等卸売事業	売上高	33,059	38,465	+5,406	+16.4%	72,900
	セグメント利益	1	△76	△78	—	100
	利益率	0.005%	—	—	—	0.1%
不動産賃貸事業	売上高	599	599	△0	△0.1%	1,200
	セグメント利益	307	293	△13	△4.5%	600
	利益率	51.3%	49.0%	△2.3P	—	50.0%
合計	売上高	183,619	187,655	+4,036	+2.2%	387,000
	セグメント利益	2,329	2,226	△102	△4.4%	4,600
	調整額	△1,311	△1,517	△206	—	△2,600
	営業利益	1,017	708	△308	△30.3%	2,000
	利益率	0.6%	0.4%	△0.2P	—	0.5%



## 営業利益増減要因（前年同期比比較）

- 香港などで海外は増収も、古紙・パルプの価格下落等により国内は売上減少、粗利益も低下。海外の増収分の売上原価増をカバーできず。





Ⅱ

2020年3月期 業績予想

---



## 2020年3月期 業績予想：期初見通しに変化なし

- 2019年5月15日付の発表内容から変わらず。
- 売上高：香港や中国で紙の販売増、国内で紙・板紙の価格修正効果等を見込む。
- 営業利益：古紙やパルプの価格下落、販管費の増加等を見込み、前期比減益。
- 経常利益：支払利息等の営業外費用増加で、減益見込み。

(単位：百万円)	2019年3月期		2020年3月期			
		売上比		売上比	前期比	増減率
売上高	384,973	100.0%	387,000	100.0%	+2,027	+0.5%
営業利益	2,280	0.6%	2,000	0.5%	△280	△12.3%
経常利益	2,518	0.7%	2,100	0.6%	△418	△16.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,497	0.6%	2,200	0.6%	△297	△11.9%
1株当たり当期純利益	34.74円	—	30.60円	—	△4.14円	—



# 2020年3月期 セグメント別予想



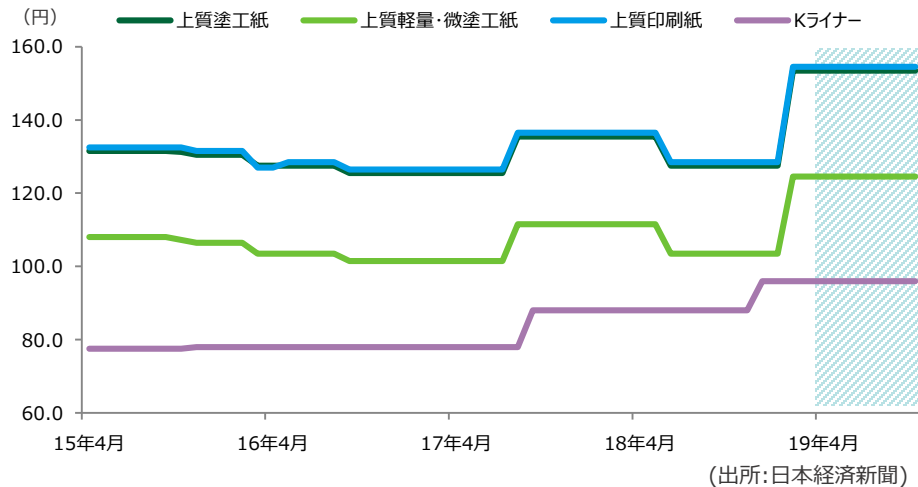
- 国内拠点は板紙等増収も、古紙・パルプの価格下落を見込み減益。
- 海外拠点は香港等を中心に増収増益見込み。不動産賃貸は前年同期並。

(単位：百万円)		2019年3月期	2020年3月期		
				前年同期比	増減率
国内拠点 紙パルプ等卸売事業	売上高	312,301	312,900	+599	+0.2%
	セグメント利益	4,567	3,900	△667	△14.6%
	利益率	1.5%	1.2%	△0.3 P	—
海外拠点 紙パルプ等卸売事業	売上高	71,474	72,900	+1,426	+2.0%
	セグメント利益	30	100	+70	+233.3%
	利益率	0.04%	0.1%	+0.1 P	—
不動産賃貸事業	売上高	1,197	1,200	+3	+0.3%
	セグメント利益	599	600	+1	+0.2%
	利益率	50.1%	50.0%	△0.1 P	—
合計	売上高	384,973	387,000	+2,027	+0.5%
	セグメント利益	5,197	4,600	△597	△11.5%
	調整額	△2,916	△2,600	+316	—
	営業利益	2,280	2,000	△280	△12.3%
	利益率	0.6%	0.5%	△0.1 P	—

# 紙パルプ産業関連指標：紙市況は高止まり、古紙・パルプ価格は大幅下落

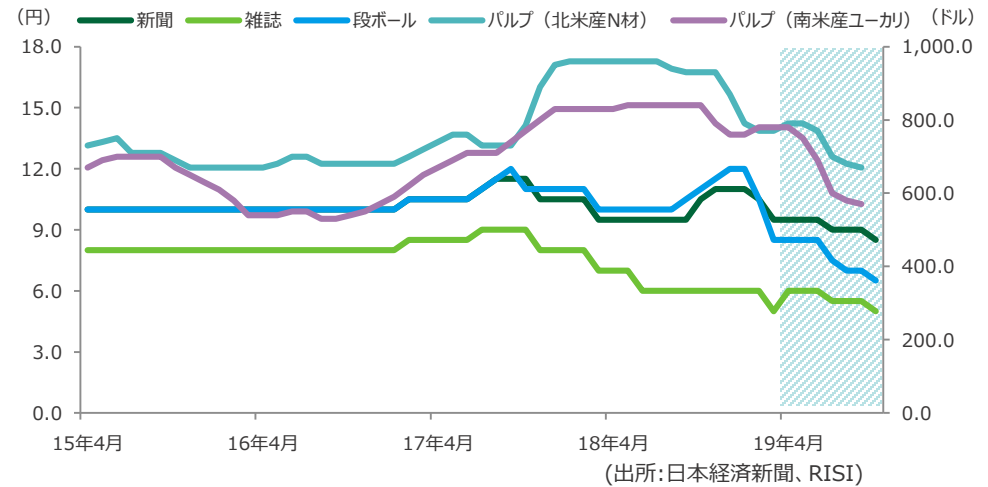


## 市況価格

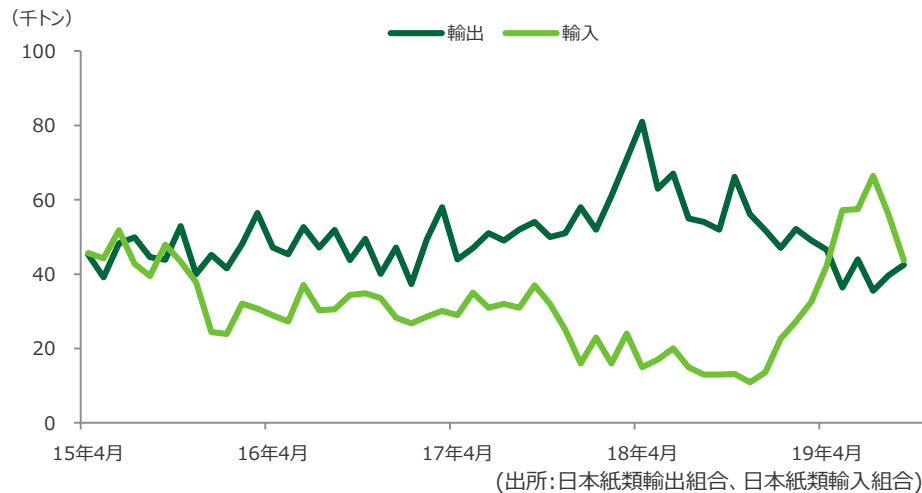


## 古紙・パルプ価格

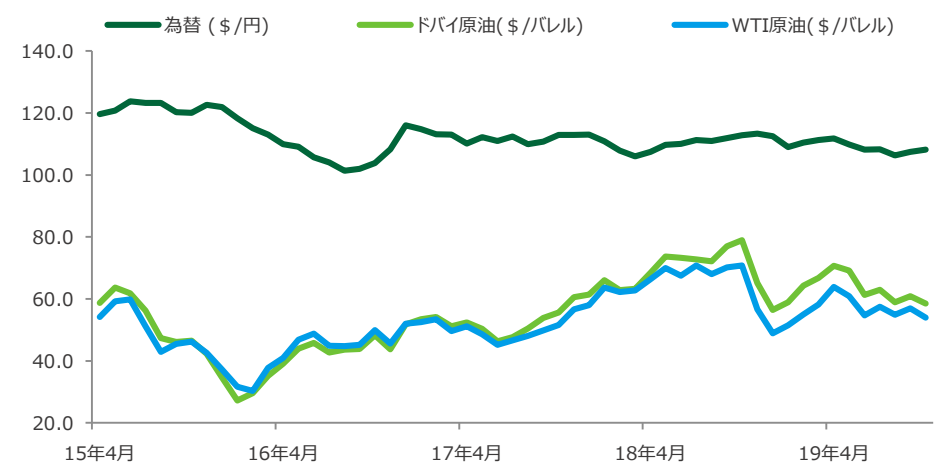
※パルプは右軸



## 塗工紙輸出入



## 為替・原油価格





Ⅲ

**第2次中期経営計画（2020年3月期～2022年3月期）**

---



- 「経営理念」「グループ企業行動指標」「経営ビジョン」の3層から形成され、グループ社員全員が共有し、共通の価値観としてすべての活動の基本となる考え方。

## K P P G R O U P W A Y

### 当社グループの存在意義・ミッション

- グローバル経営の充実と持続的な成長を目指します。
- 社員とその家族の幸福を追求するとともに株主・顧客・取引先・地域社会より信頼される企業を目指します。
- 循環型社会の実現と教育・文化・産業の振興に広く貢献します。

経営理念

### 当社グループが社会的責任を果たすための行動指標

- 「法令等の遵守」
- 「公正・自由・透明な事業活動」
- 「社会や取引先からの信頼の獲得」
- 「社会貢献活動の推進」
- 「積極的な企業情報の開示」
- 「国際社会との共生」
- 「職場環境の充実」
- 「自然環境との調和」
- 「反社会的勢力との関係遮断」

### 当社グループの描く経営ビジョン

#### Globalization

グローバルにビジネスフィールドを展開する

#### Innovation

“創紙力”で未来を開拓する

#### Function

提案力・企画力で付加価値を創造する

#### Trust

ステークホルダーの信頼に応える

- +1 当社グループは、この経営ビジョンのひとつひとつに環境への取組みを+1として加え、環境配慮型商品の提案・古紙回収・再資源化等を通じ『循環型社会』の実現を目指します。

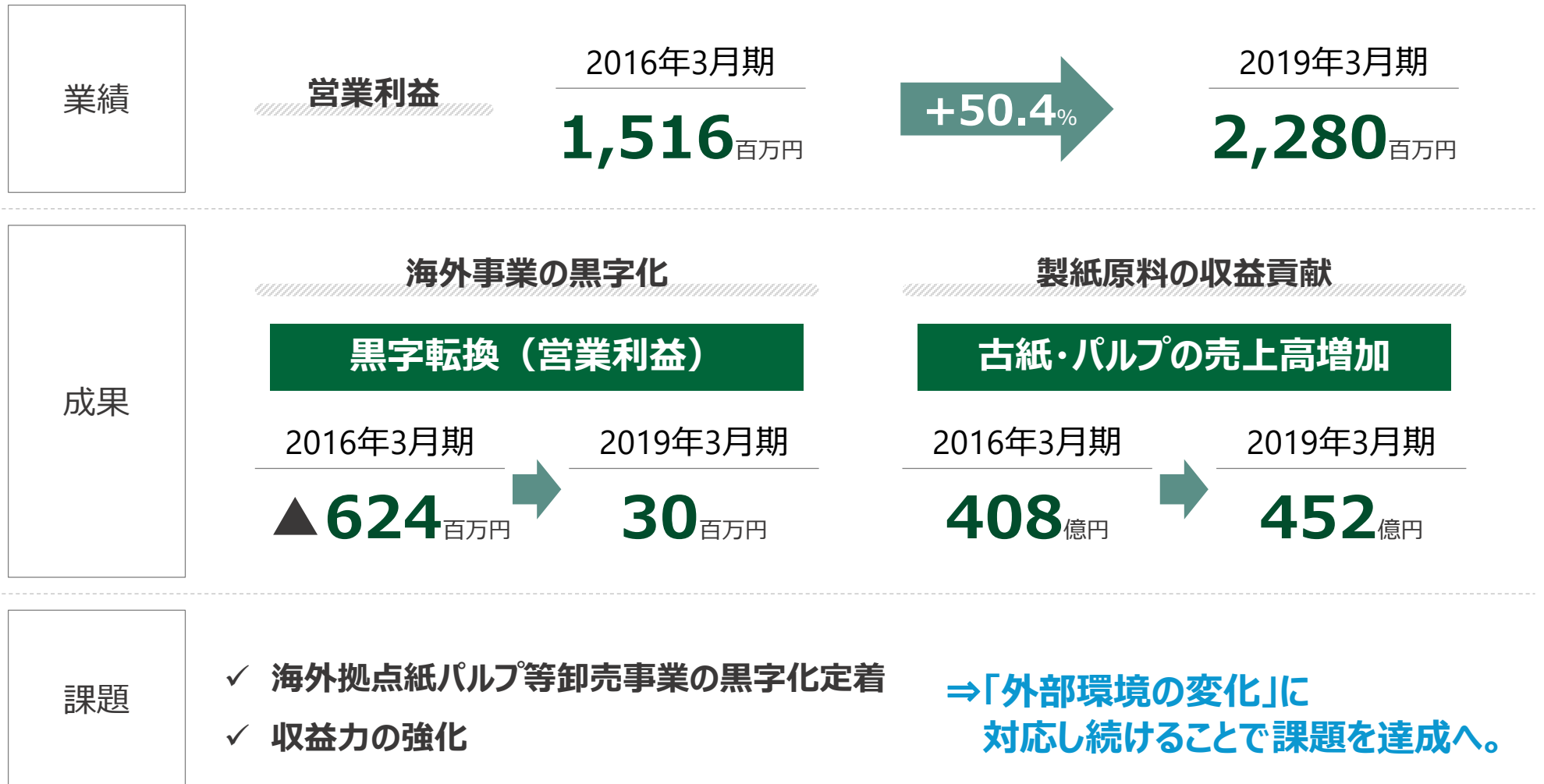
グループ企業行動指標

経営ビジョン

G I F T + 1



- 海外拠点の事業構造改革と、事業ポートフォリオ組み替えにより第2次中期経営計画に向けた基盤整備が完了。また、**2018年6月に東証第一部へ上場。**





# 国内外・紙パルプ市場を取り巻く環境：

## 国内市場

- 人口減少に伴う紙パルプ市場の減速
- 電子媒体シフトによるグラフィック用紙の需要縮小
- EC市場の伸長に伴うパッケージ用紙の需要増加



## 海外市場

- 米中貿易摩擦を機にポスト中国が焦点に
- 先進諸国のグラフィック用途の減速とパッケージ用途の拡大
- 家庭紙、衛生紙市場の拡大によるパルプ需要の増大





# 国内外紙流通市場の特徴とそれに適応した市場戦略を実施

## 国内紙パルプ流通の特徴

- 一次流通（代理店）は、メーカー系、商社系、共通代理店に大別され、当社は共通代理店
- 一次流通・二次流通（卸商）の棲み分けが明確、海外ではそのような棲み分けは存在しない
- 一次流通市場への参入障壁は高い
- 顧客に提供する情報量やサービスで差別化
- 紙の代理店カバー率：85%  
板紙の代理店カバー率：45% } 1,200万トン  
(当社調べ)

## 海外紙パルプ流通の特徴

- 海外ではPaper Merchant（紙商）と一部のTrader（委託買付者）のみが市場に存在
- オーストラリアのように、紙の純輸入国が多く存在する（輸入紙＝紙商の取扱い大）
- EU市場  
印刷用紙（平判）のカバー率：90%  
オフィス用紙のカバー率：70% } 1,070万トン  
(当社調べ)

それぞれの市場環境に適応していく戦略が不可欠



## ● 国内はシェア拡大、海外はボリュームの追求。

### 国内（シェア拡大）

- 市場縮小傾向も取引先との関係強化によるシェアアップ  
「付加価値化による利益の最大化」



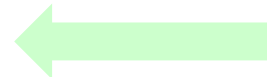
- 紙卸専門商社から欧米型「ペーパーマーチャント」へ
- 「ペーパーアスク」による付加価値提案型ソリューション提供



#### 施策 1

生産性向上（コスト削減）による企業体質の強化

仕入ソースの提供



海外卸売商社の  
ノウハウ導入

### 海外（ボリュームの追求）

- 発展途上国の経済成長で市場は拡大
- 先進国市場ではポストグラフィック事業（パッケージ、サイン&ディスプレイ）が進んでおり、高収益ビジネスモデルを取り込み



#### 施策 2

豪Spicers買収など  
海外卸売商社ノウハウの獲得





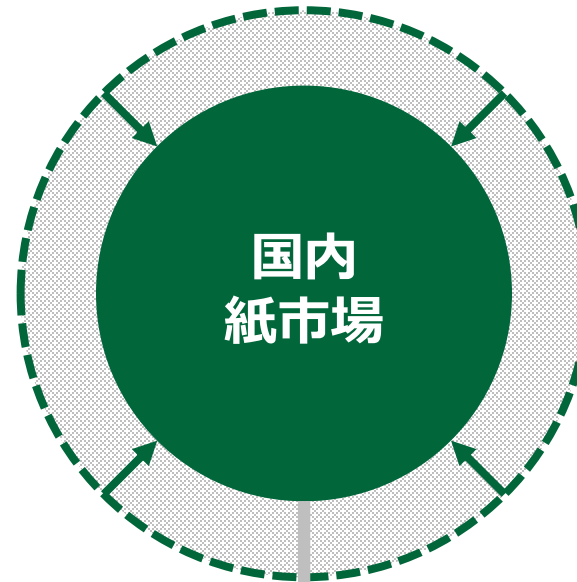
# 国内市場における当社の優位性

- 国内市場では製品の販売と古紙の回収による循環型ビジネスで差別化を図るとともに、ビジネスモデルの再構築を行う

## ペーパーレスによる 市場縮小

- デジタル化・電子化による需要縮小
- 出版物など印刷情報用紙の需要の減少

- 製紙原料事業  
(パルプ製品の多様化と古紙のリサイクル)
- グラフィックコミュニケーション事業  
(情報メディア・教育・文化分野)
- パッケージソリューション事業  
(環境・包装事業)
- ビジュアルコミュニケーション事業  
(視覚伝達市場)



海洋プラスチック汚染問題  
紙化の推進

### 施策3

製紙原料ビジネスの拡大による  
循環型紙市場の拡大



- 内部経営資源（オーガニック）による成長に加え、外部経営資源の獲得（インオーガニック）による成長を取り込み、持続的な成長へ。

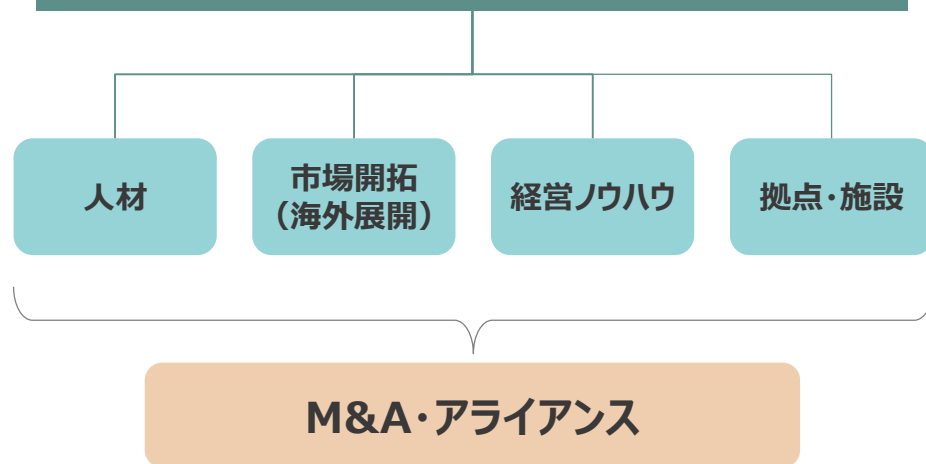
## オーガニック・グロース

= 循環型ビジネスモデルの拡大

1. 紙・板紙卸売事業のシェア拡大・経費削減・利益最大化
2. パルプ事業の強化
3. 古紙事業と製品販売の両立による循環型事業の更なる拡大
4. ソリューション事業の拡大

## インオーガニック・グロース

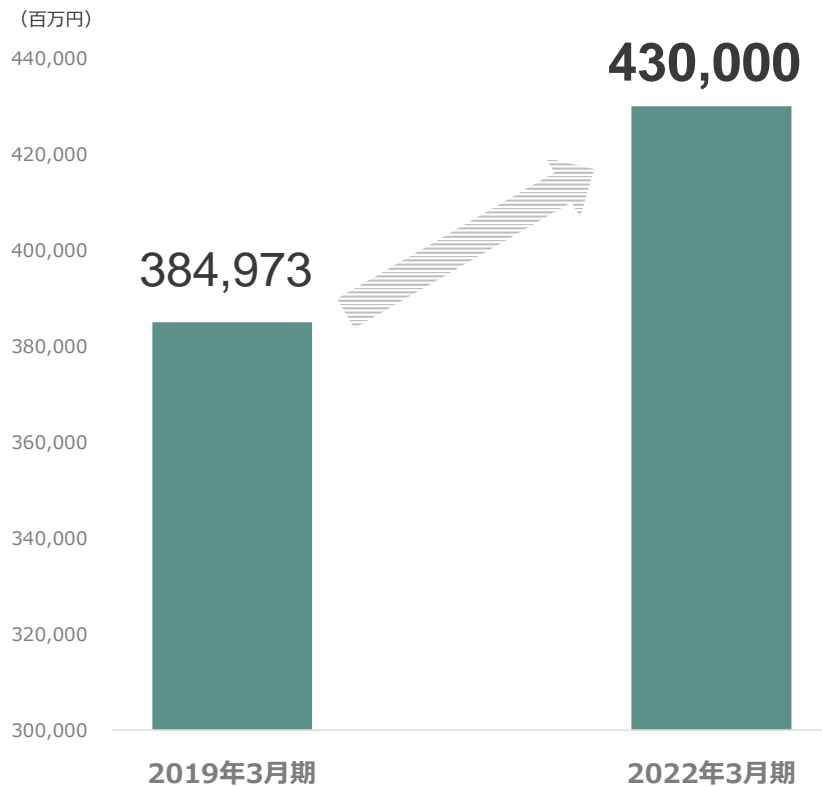
= 外部経営資源の獲得による事業領域の拡大



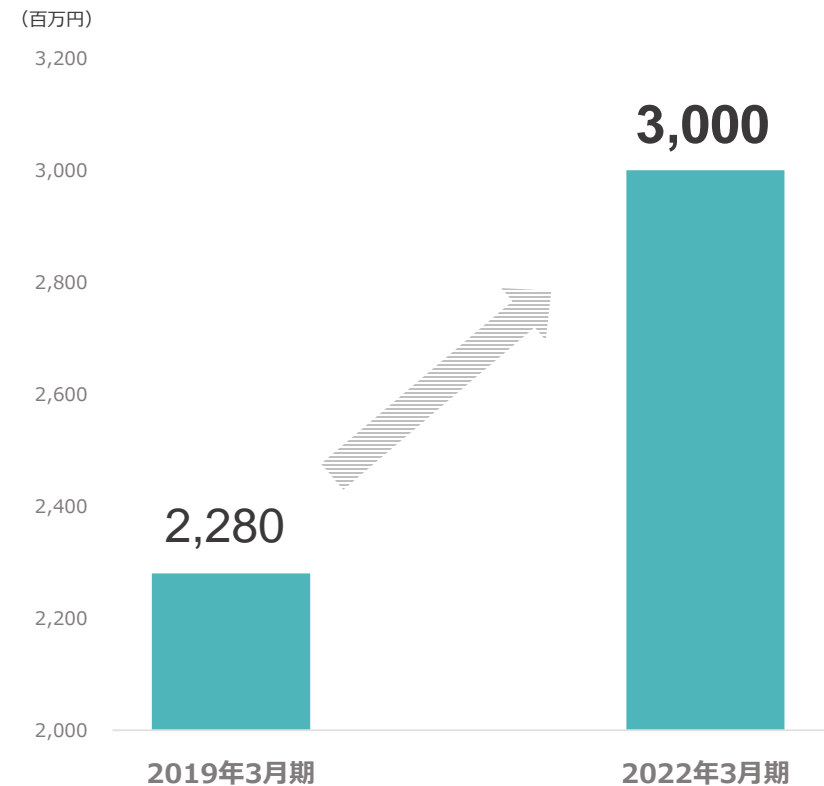
持続的な成長へ



### 売上高



### 営業利益

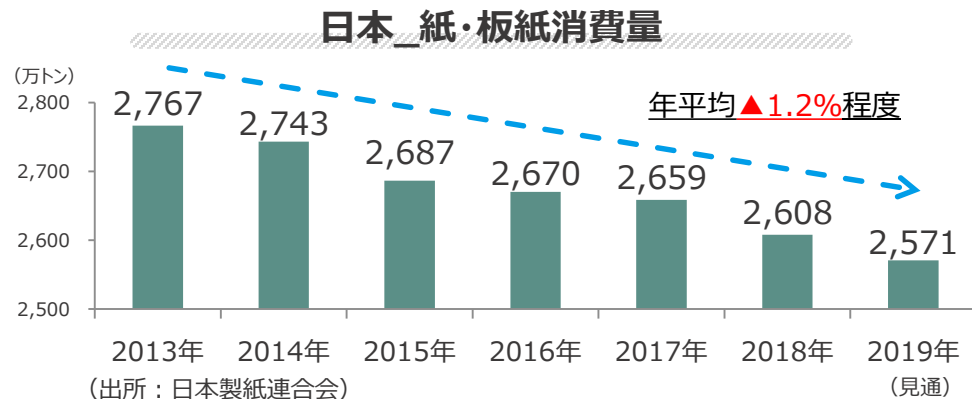


【前提条件】

・為替：米ドル109.00円



## ● 国内需要が落ち込む中、シェア拡大によって利益最大化を目指す。



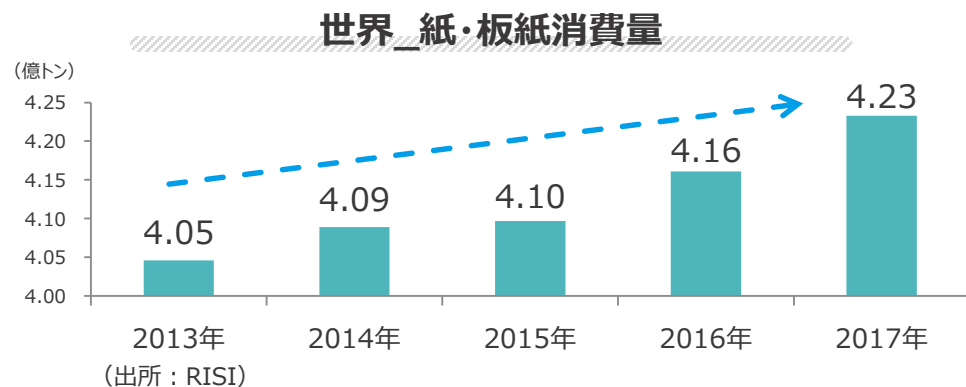
### 当社の強み

1. 豊富な商材による提案力・営業力
2. 出版社・印刷会社・段ボール会社をはじめ、大手小売業から製造業に至るまで厚みのある取引先



**国内シェア拡大による利益最大化**

## ● 輸出拡大によって販売数量増加を目指す



### 紙・板紙 市場

- 世界の紙・板紙消費量は増加傾向
  - 途上国を中心に今後も増加



**輸出販売の拡大**

## ● 物流に関するトータル・オペレーション費用の削減を図る

＜当社施策＞ ・KPPロジスティクス(株) 連結子会社化

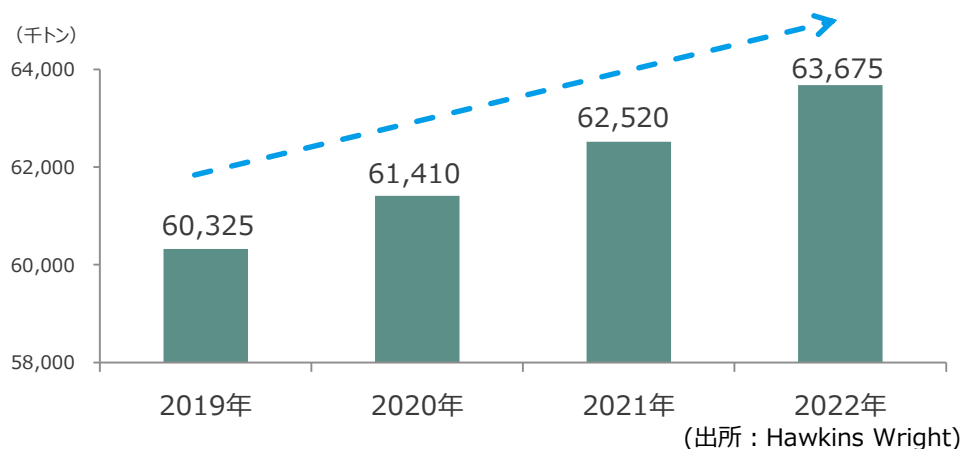


**グループで物流コスト削減**

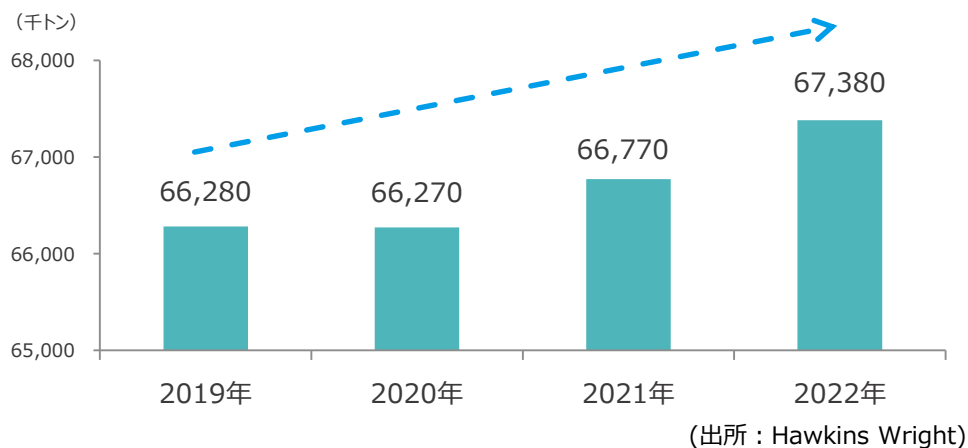


- 中期的に需要拡大が見込まれる衛生用紙や新市場を見据え、原料となるパルプの仕入・販売を強化。

### パルプ市場 需要予測 (晒し化学パルプ)



### パルプ市場 供給能力予測 (晒し化学パルプ)



#### パルプ市場を取り巻く環境

1. 途上国における家庭紙・衛生紙の需要増加
  2. インバウンド効果による家庭紙の需要増加
  3. 高齢化による衛生紙の需要増加
  4. セルローズナノファイバー・セロファン・レーヨン・フラッフパルプ等での幅広い需要
- ⇒パルプ需要は国内外で増加する見通し



#### 当社の強み

1. パルプメーカーとの信頼関係
2. 広範な海外ネットワーク

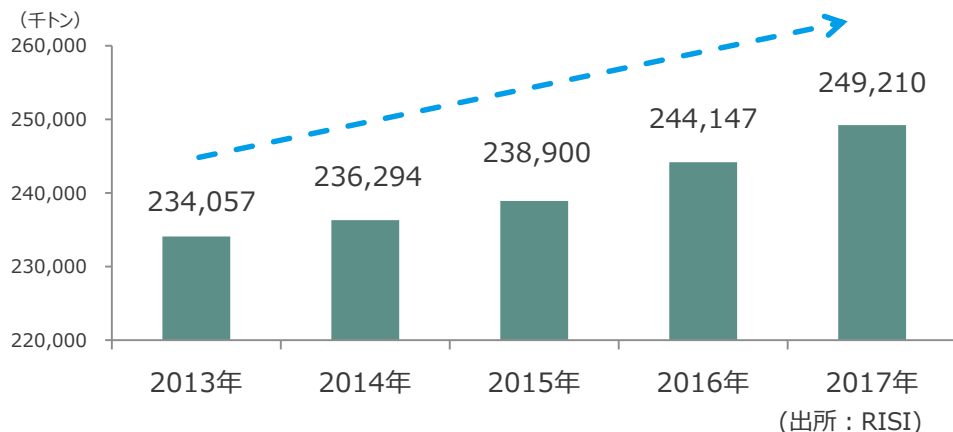


当社の強みを活かし、  
パルプの仕入・販売を強化し、  
同業他社と差別化

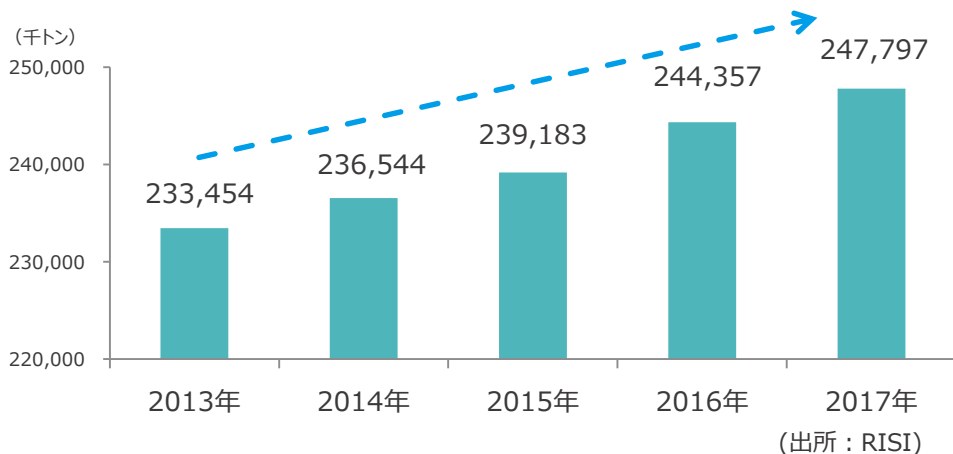


● 循環古紙リサイクルシステムの堅持に向けて古紙販売力を強化。

消費量 推移 (世界古紙)



回収量 推移 (世界古紙)



古紙市場を取り巻く環境

1. 米中貿易摩擦、中国環境規制（古紙輸入制限）に伴う世界的な古紙余剰
2. 余剰古紙の東南アジア諸国への流入、価格の大幅下落
3. 一方で中国国内古紙の価格高止まりと中国製紙メーカーの絶対量の不足
4. リサイクルパルプ（古紙パルプ）の需要増加



当社の強み

1. 国内製紙メーカーとの強い信頼関係
2. 広範な海外ネットワークによる海外製紙メーカーへの古紙販売力
3. 古紙事業子会社運営によるノウハウと、海外ネットワークを通じた迅速な市場動向の把握



- 中国製紙メーカーへの古紙パルプ安定供給
- 日本及び東南アジア製紙メーカーとの段ボール原紙・原料のバーター取引及び中国市場への原紙支給



● バイオマス発電所運転支援システムの実証実験を開始、本格導入に向けた準備が進む。

バイオマス発電所が抱える課題

- 日々変化する燃料品質への対応
- 運転作業の属人化
- 適切な設備保全作業
- 稼働状況の外部からの可視化 等

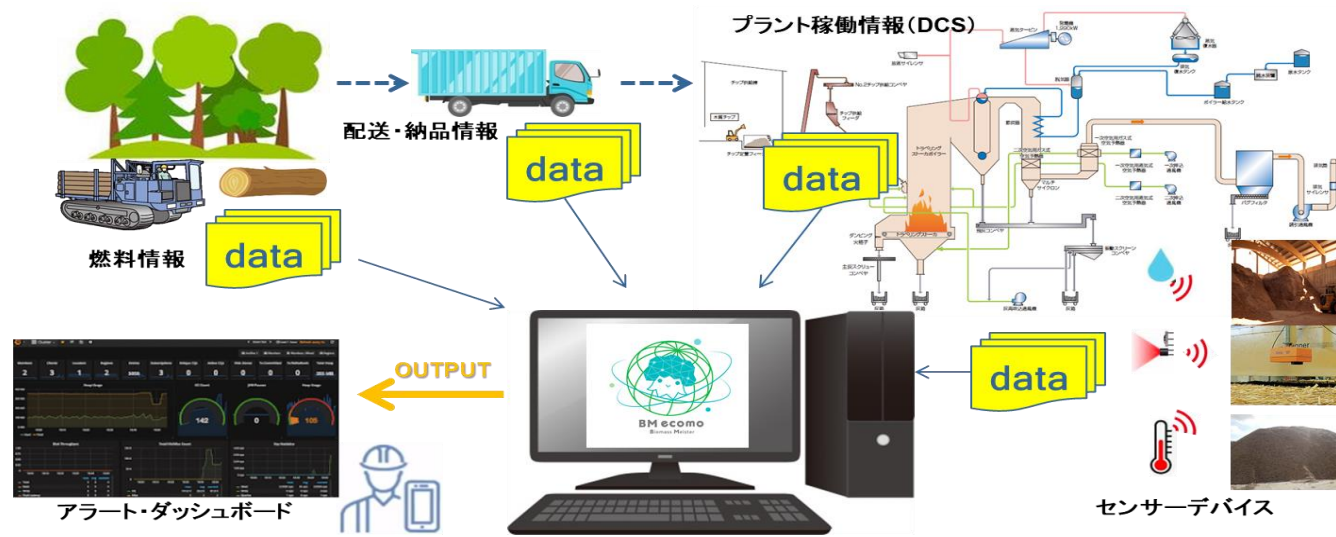
当社のソリューション

バイオマス発電所へ出資・燃料販売活動を進める中で、発電所が抱える諸問題を詳細に把握

バイオマス発電所の諸問題を解決する包括的なシステムの開発に着手、収益化に向けた準備進む

期待される効果

- IoT・AIを駆使した品質管理
- 燃焼効率の向上
- 運転の最適化によるコスト削減
- データ分析による可視化 等



収益・コストの最適化

×

運転技術の最適化・合理化

=

バイオマス発電所  
収益の最大化



## 豪Spicers Limited社 ……豪・NZで紙・包装資材と紙関連製品などの卸売事業を展開

### 1. 買収の目的

- 当社海外市場における事業拡大の「ファースト・ステップ」

### 2. Spicers社の今後の戦略

- 安定した需要が期待できるオーストラリア・NZ市場における紙販売シェアの拡大
- 成長が見込まれるラベル事業、ビジュアルコミュニケーション事業（サイン&ディスプレイ等）の拡大

### 3. 当社とのシナジー

- 当社の強みである豊富な仕入ソースを活用し、顧客提案力を向上
- 当社が財務面からバックアップすることで、ファイナンス機能を強化
- Spicers社の事業運営ノウハウを習得することで、海外M&Aの質を向上、海外拠点運営を効率化

### 4. 当社グループの収益面へのインパクト

- 買収額は74億円。2019年6月期の売上高は約230億円、営業利益は約8億円  
(1豪ドル@75.28円：10月末TTMで換算、当社のM&Aに伴う一時費用を含まない)

⇒2020年3月期には半期分がプラス要因として寄与、2021年3月期から完全連結化





- オセアニア市場の深耕に向け、Spicers Limitedの事業会社であるSpicers Australiaが競合他社のDirect Paperから紙・板紙等の卸売事業を譲り受けることで合意。



## Direct Paper

- 豪州第2位の紙商
- 紙・包装資材・紙関連製品等の卸売を手掛けるリーディングカンパニー
- ビジュアルコミュニケーション事業にも注力

- 豪州の有力紙商
- 商業印刷用紙、包装資材、食品用包装材、コンバーティングなどに注力
- 特にパッケージング分野に強みを持つ



**オーストラリア市場で有力紙商が誕生  
成長が見込まれるパッケージ分野を取り込み、Spicersの事業多角化へ**

事業譲受予定日：2020年3月1日

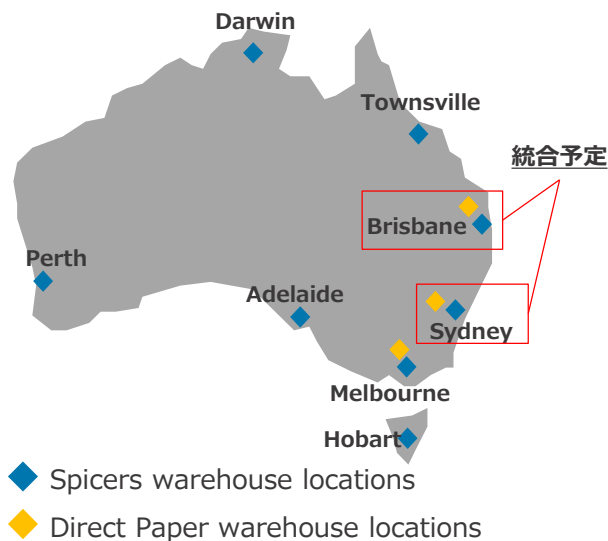
※本件事業譲受につきましては、オーストラリア競争・消費者委員会（Australian Competition and Consumer Commission 以下、「ACCC」という。）による許認可を取得することが要件となっております。



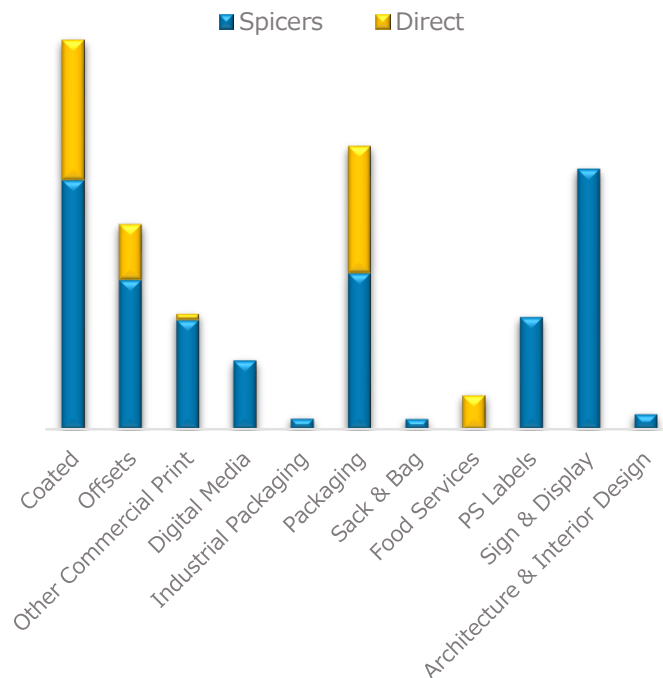
## Direct Paperの概要・特徴

- 豪州の有力紙商
- オーストラリアに**3**拠点を保有
- 紙・包装資材の販売・加工が主たる事業
- 食品用包装材の販売、**コンバーティング**にも注力

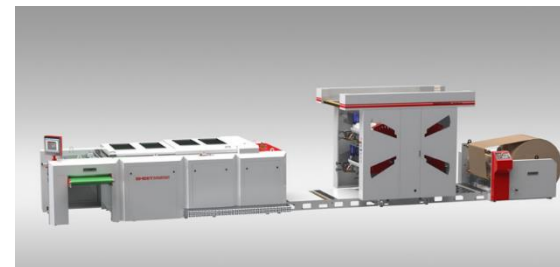
### 拠点



### 販売構成 (+ Spicers)



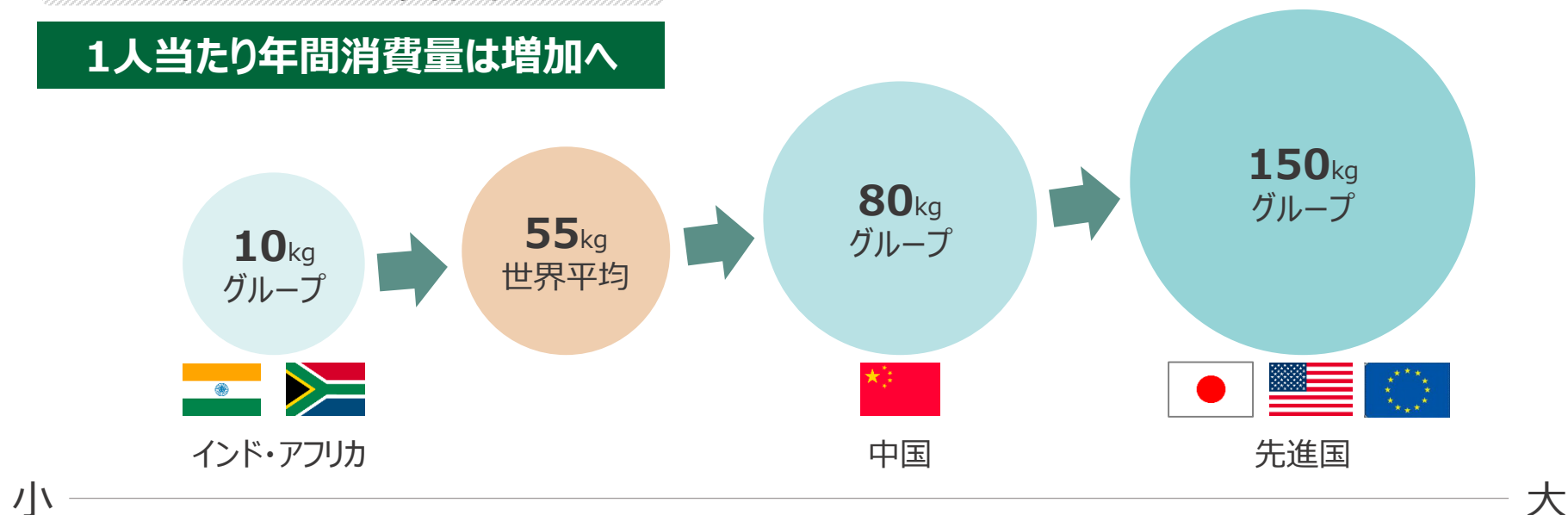
### 食品用包装材





## 紙・板紙の一人当たり年間消費量

1人当たり年間消費量は増加へ



### 取り巻く環境

- 長期的には10kgグループも世界平均まで上がると予想
- 海外では商習慣が異なる（一次・二次流通の棲み分けがない）

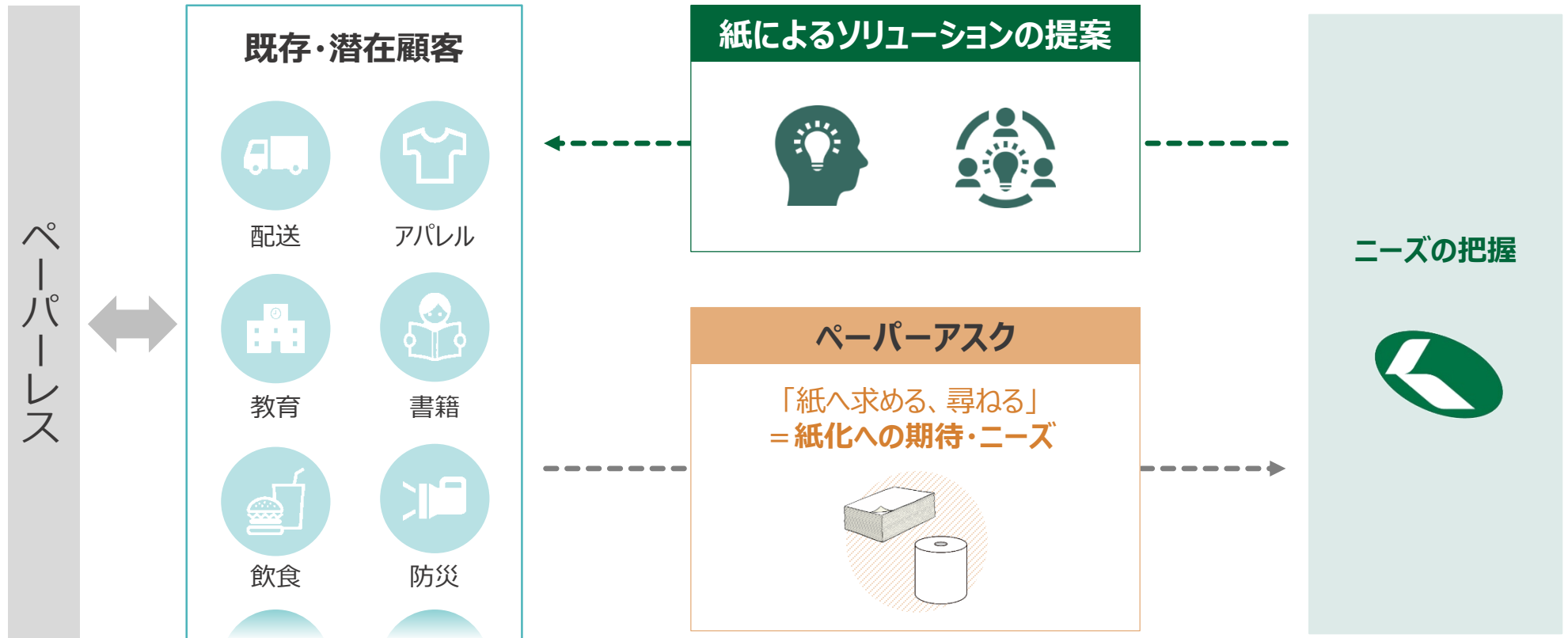
- ・ 従来のトレードビジネスによる海外成長から転換
- ・ Spicers社の子会社化により得たノウハウを用いて、その地域に強みを持つ紙商を取り込み、現地に根差したビジネスを展開



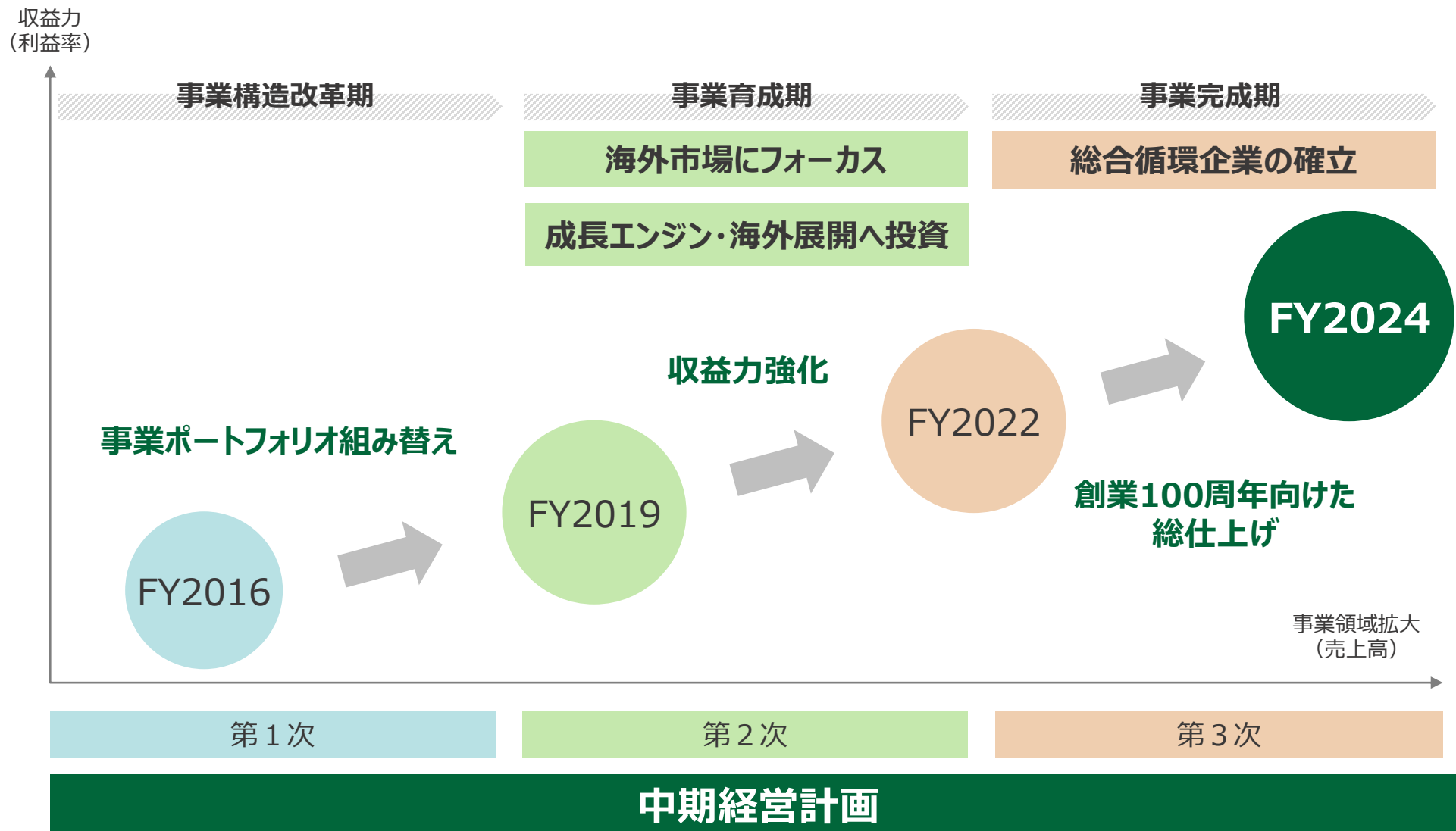
# ペーパーアスクの提唱：新たな価値の提供

## ペーパーアスクとは

- ペーパーアスクとは、「紙へ求める、尋ねる」=紙への期待やニーズのこと（⇔ペーパーレス）。  
IT化や少子高齢化の影響により、ペーパーレスが共通認識
- 一方で紙に求められる機能やニーズ（=ペーパーアスク）は依然として多い（環境問題も背景）
- 当社はペーパーアスクを汲み取り、幅広く紙を通じたソリューションを提案し、顧客に新たな価値を提供



# 中長期成長イメージ：創業100周年に向けた成長軌道



**株主還元：目標配当性向 30%以上**



国際紙パルプ商事株式会社  
KOKUSAI PULP&PAPER CO.,LTD.

## APPENDIX

---



# 会社概要（2019年9月末）

## ● 創立95年の紙卸売代理店

会社名	国際紙パルプ商事株式会社
設立	1924年11月（大正13年）
代表者	代表取締役 社長執行役員CEO 田辺 円
本社所在地	東京都中央区明石町6-24
資本金	4,723百万円
従業員数	1,319名（連結）

大株主	王子ホールディングス株式会社	17.0%
	日本製紙株式会社	9.0%
	株式会社みずほ銀行	3.8%
	国際紙パルプ商事従業員持株会	3.5%
	株式会社三菱UFJ銀行	3.5%
	株式会社三井住友銀行	3.5%
	農林中央金庫	3.5%
	北越コーポレーション株式会社	3.3%
三菱UFJ信託銀行株式会社	2.9%	
三井住友海上火災保険株式会社	2.4%	

## 当社グループ（子会社29社・関連会社10社）の主な関係会社

国内拠点紙パルプ等卸売事業		海外拠点紙パルプ等卸売事業	
<b>連結子会社</b>	<b>持分法適用関連会社</b>	<b>連結子会社</b>	<b>持分法適用関連会社</b>
鳴海屋紙商事（株）	ホウカンTOKYOビジネスサービス（株）	Spicers Limited	MISSION SKY GROUP LIMITED
大同紙販売（株）	（株）グリーン藤川	DaiEi Papers (USA) Corp.	成都新国富包装材料有限公司
桔梗屋紙商事（株）	グリーンリメイク（株）	慶真紙業貿易（上海）有限公司	
岡山紙商事（株）		DaiEi Papers (H.K.) Limited	
九州紙商事（株）		DaiEi Papers Korea Co.,Ltd.	
むさし野紙業（株）		DAIEI PAPERS TRADING INDIA VT.LTD.	
（株）グリーン山愛		DAIEI PAPERS (S) PTE.LTD.	
KPPロジスティックス（株）		DAIEI AUSTRALASIA PTY.LTD.	
		KPP ASIA-PACIFIC PTE. LTD.	



## ● 紙・板紙の販売の一方で製紙原料となる古紙を回収し製紙会社に納入

在庫・配送機能

金融機能

情報提供機能

### 動脈ビジネス



### 静脈ビジネス

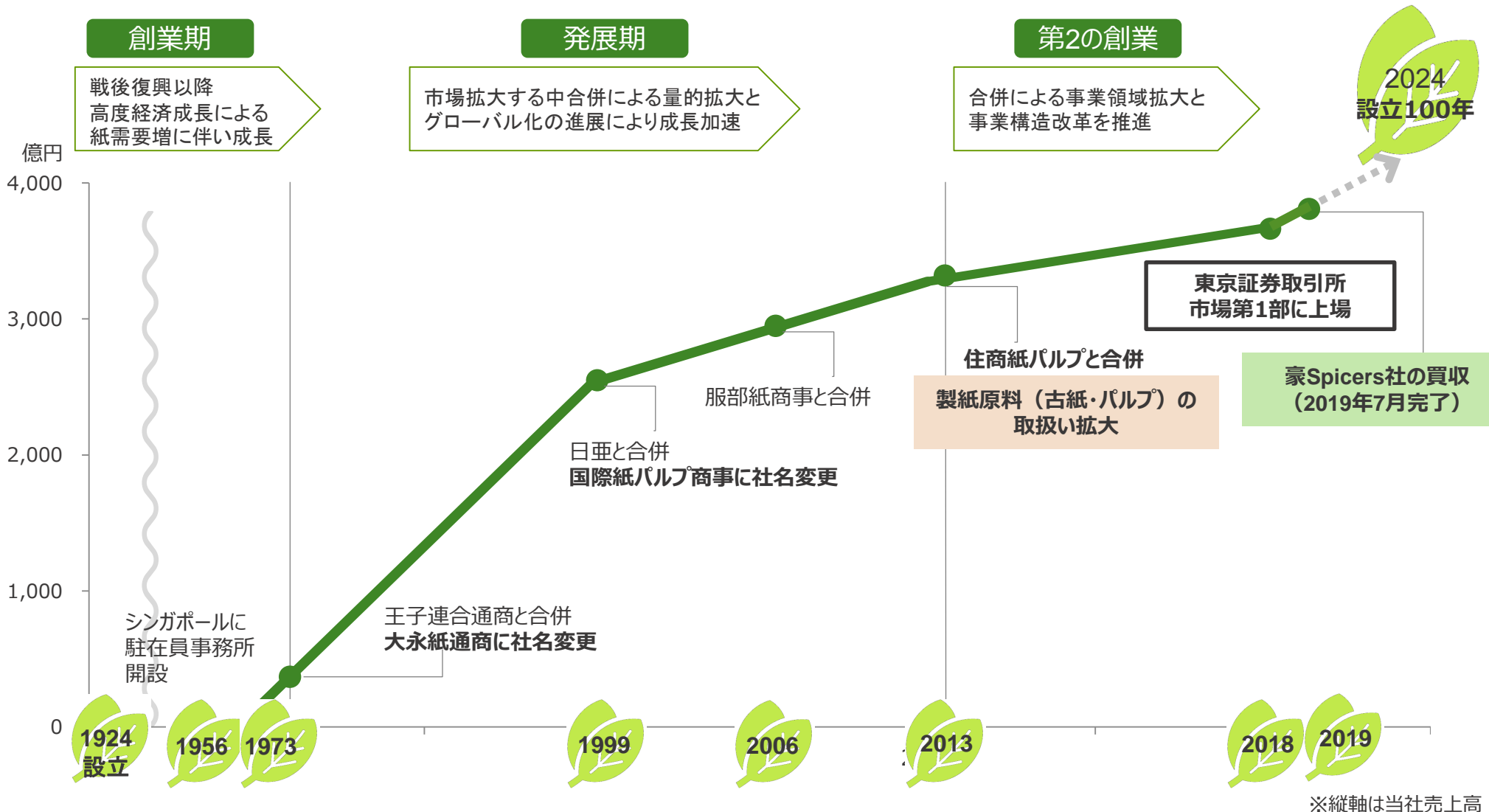






# ターニングポイント

## ● 量的拡大から事業領域拡大を目指す合併に質的变化 新たな戦略推進に向けて第2の創業



# 品種別売上高構成比 (2019年3月期)



**紙**



印刷・筆記用紙等  
(雑誌・書籍・チラシ・PPC・ノート・カタログ等)

**板紙**



段ボール原紙・  
紙器用板紙等  
(段ボール箱/菓子・化粧品・  
薬等の小箱など)

**紙二次加工品**



感熱紙・タック紙等  
(レシート・FAX用紙・  
シール・ラベル等)

**製紙原料**

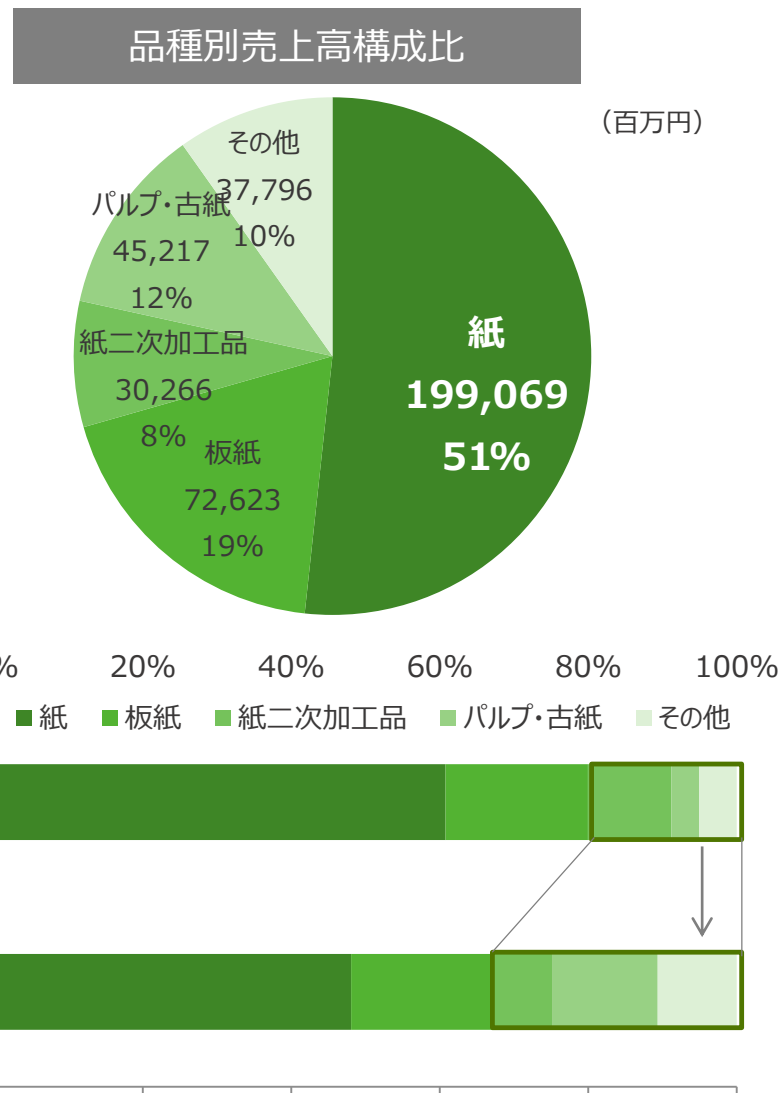


パルプ・古紙等

**その他**



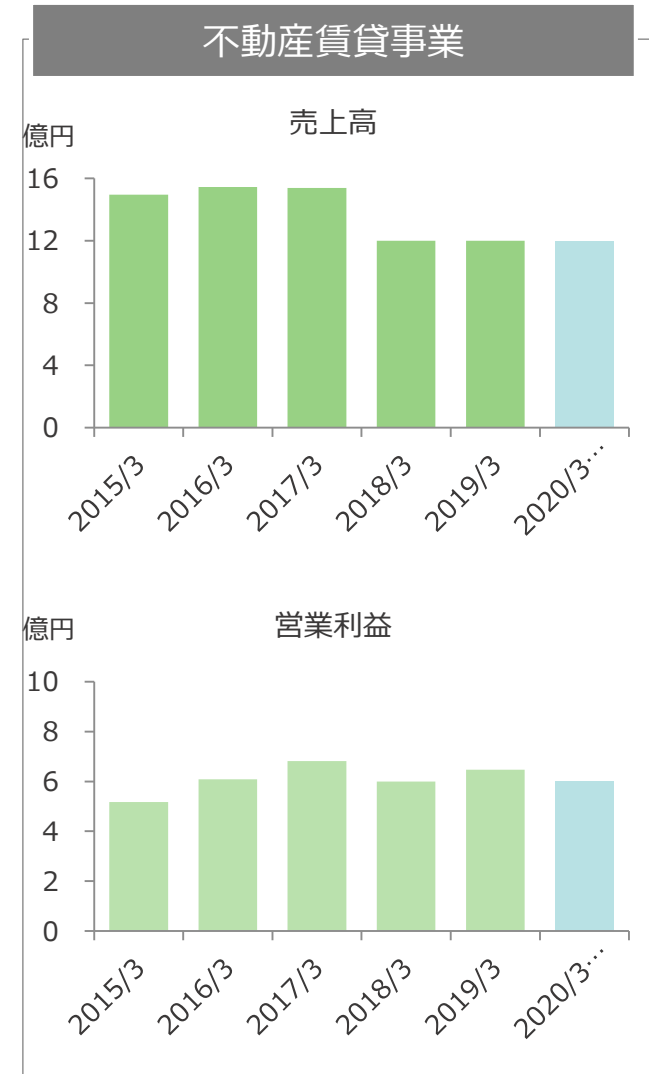
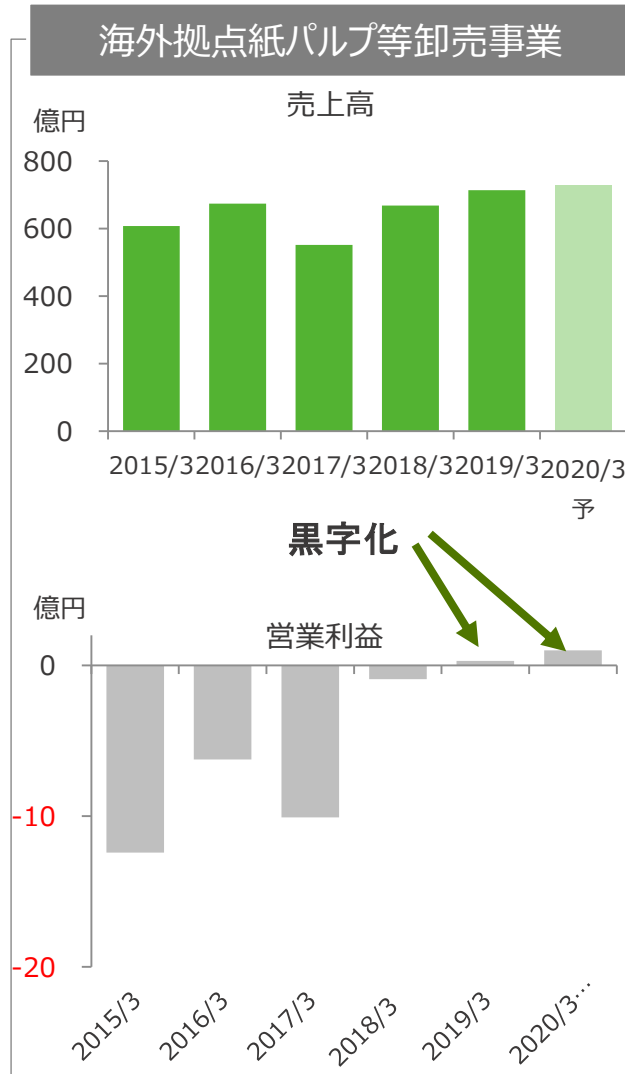
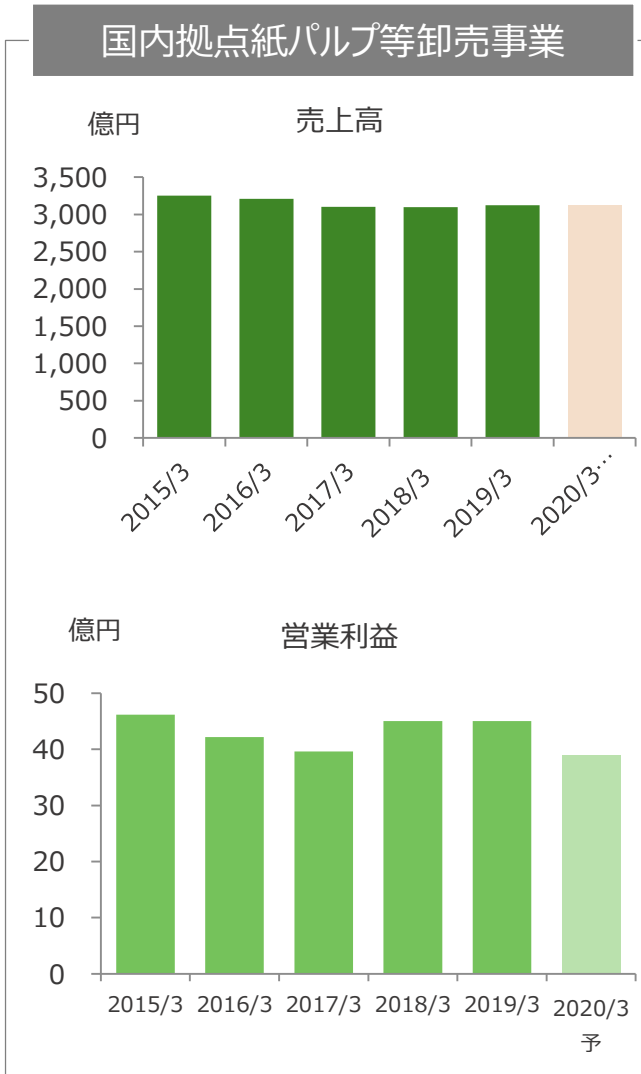
化成品・機能紙等  
(軟包装フィルム・トレー・  
飲料用紙パック原紙等)





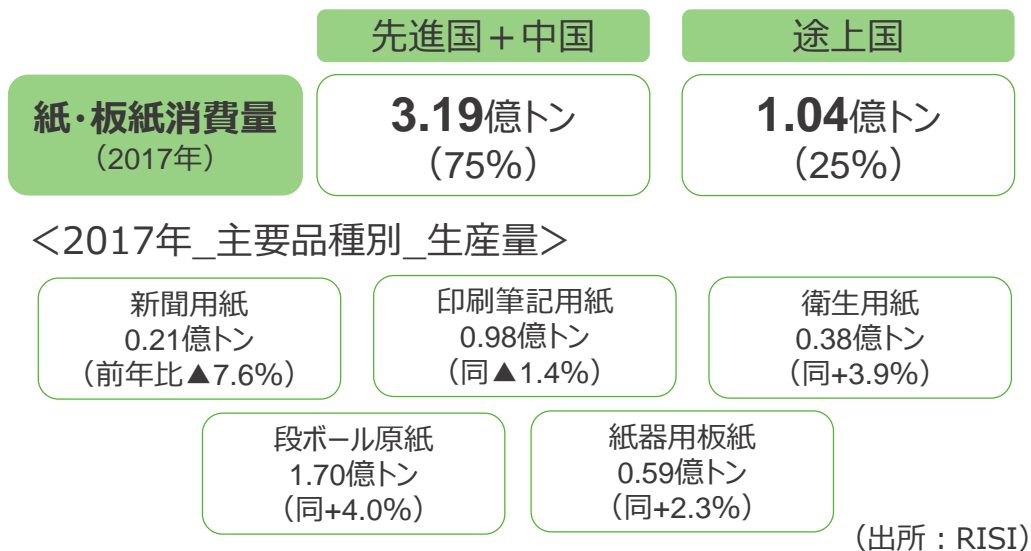
# セグメント別業績動向

## ● 海外事業の黒字転換 不動産賃貸事業が安定収益として下支え





## 1. 世界の紙・板紙市場の潜在需要



- 途上国で紙・板紙市場のポテンシャルは高い。
- 新聞用紙・印刷筆記用紙といったグラフィック用紙が減少。
- 他方、衛生用紙のほか段ボール原紙・紙器用板紙といったパッケージング用紙は増加。

## 2. 日本の紙・板紙市場（消費量）



- 国内も海外同様。
- グラフィック用紙消費量は減少。
- パッケージング用紙は増加。

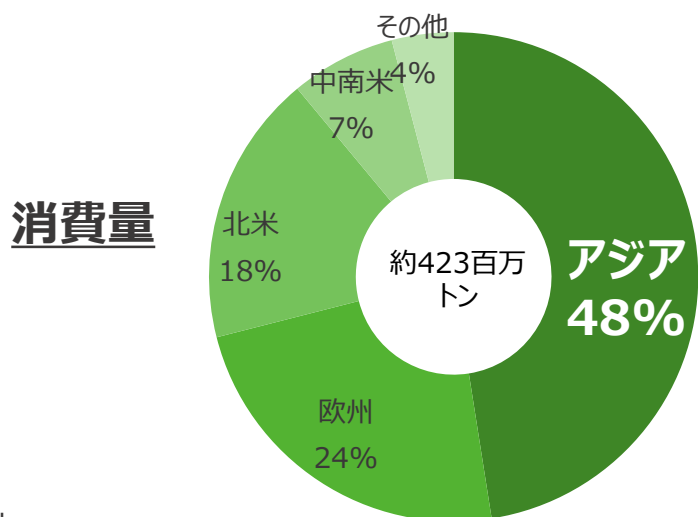
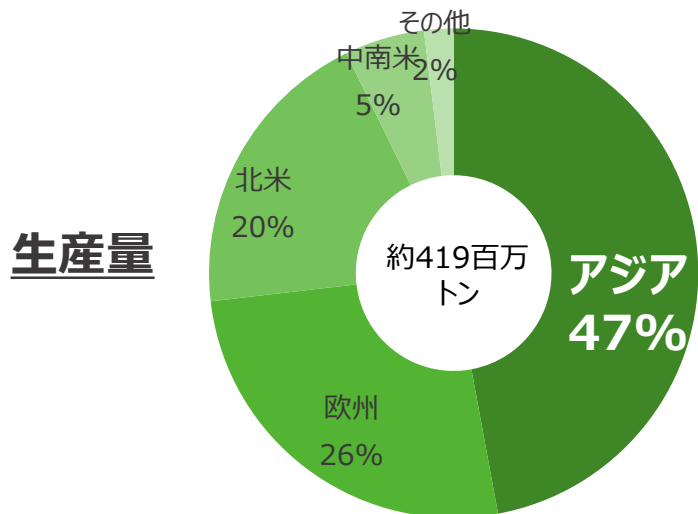
(出所：日本製紙連合会)

「グラフィック用紙」=新聞用紙+印刷・情報用紙

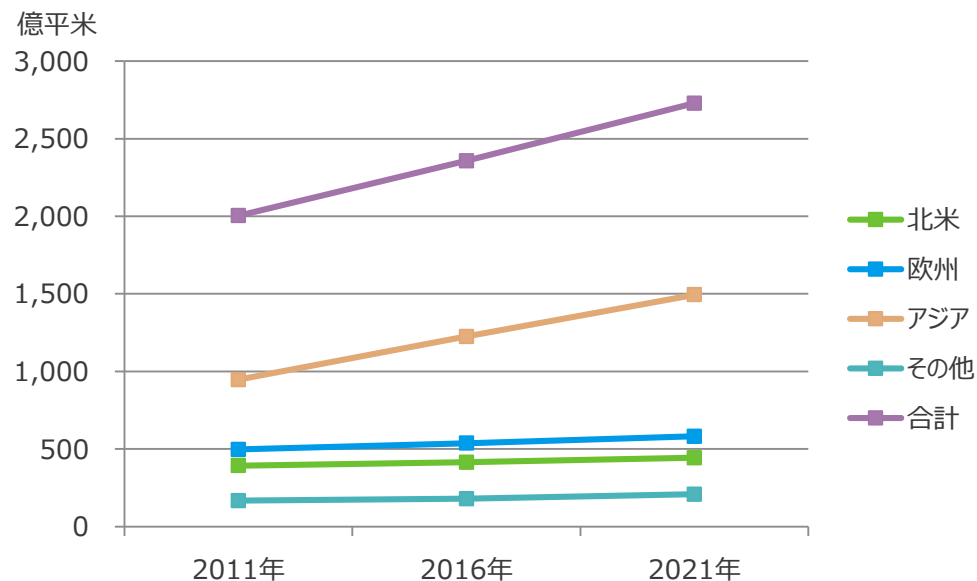
「パッケージング用紙」=包装用紙+段ボール原紙+紙器用板紙+雑種紙+その他の板紙



## 世界の紙・板紙（2017年）



## 世界の段ボール市場規模予測



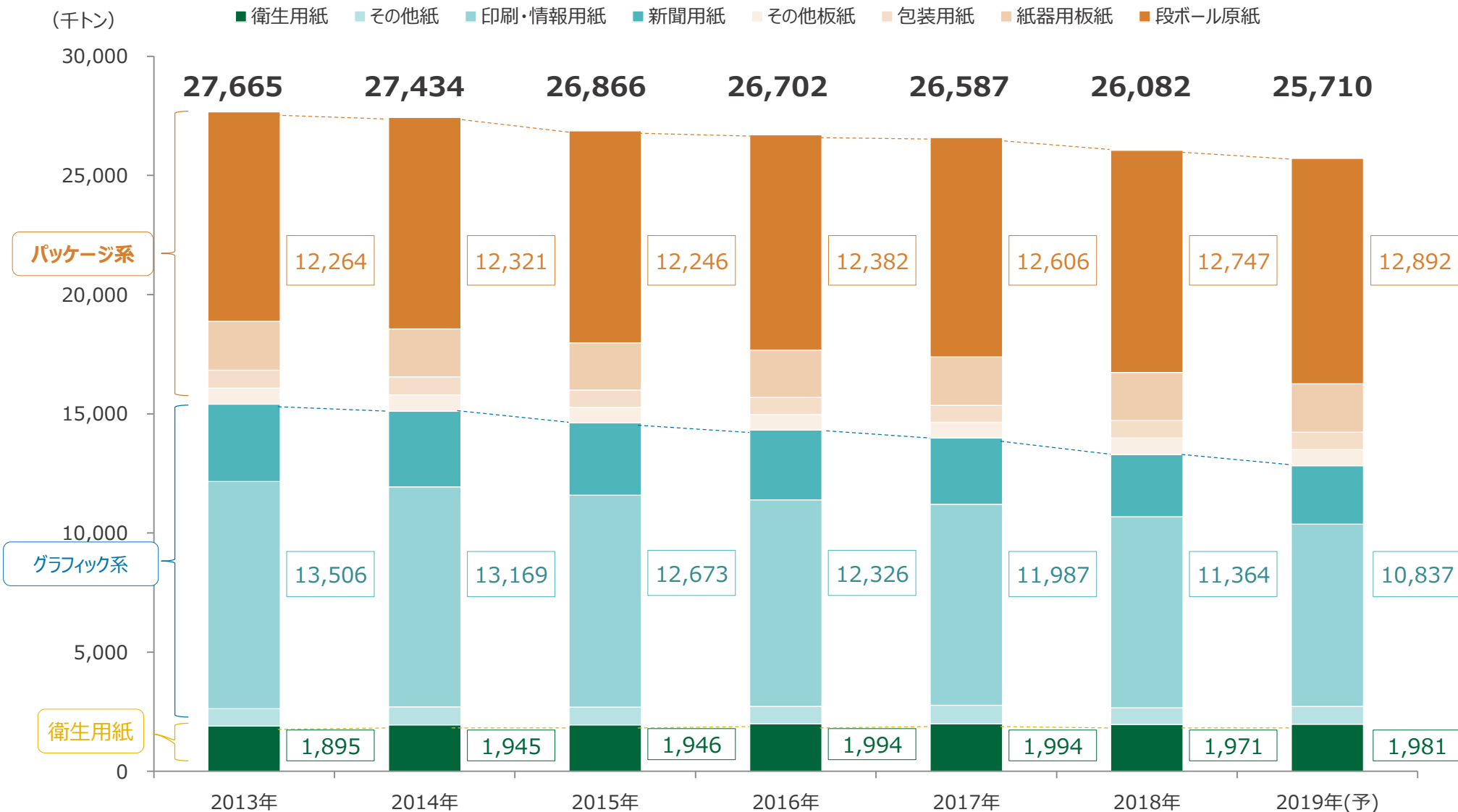
単位：億平米

地域	2011年	2016年	2021年	11年⇒21年
北米	393	415	444	113.0%
欧州	497	537	582	117.1%
アジア	947	1,225	1,494	157.8%
その他	167	180	209	125.1%
合計	2,004	2,357	2,729	136.2%

注記：21年は予測

出所：AF & PA

# 市場は縮小傾向だが増加するパッケージ系用紙



(日本製紙連合会資料より当社作成)



## 3. パルプ市場

	先進国	途上国
2025年人口 予想	12.8億人 (16%)	69.0億人 (84%)

(出所：国連人口統計－中位推計)



- 途上国の人口増・生活水準向上に伴い、トイレtpーパーや紙おむつ等の需要増加を見込む。
- パルプの需要増加に期待。

## 4. 古紙市場

	世界	日本
2017年 消費量	2億4,921万トン	1,711万トン
前年比	+2.1%	+0.5%

(出所：RISI)



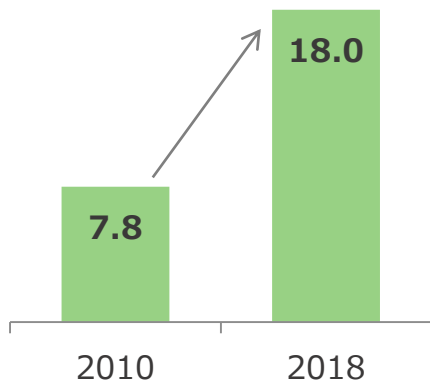
- 資源利用の持続可能性から古紙の消費量は世界全体で増加。
- 各国で古紙優先利用は定着。



## 5. EC市場の拡大

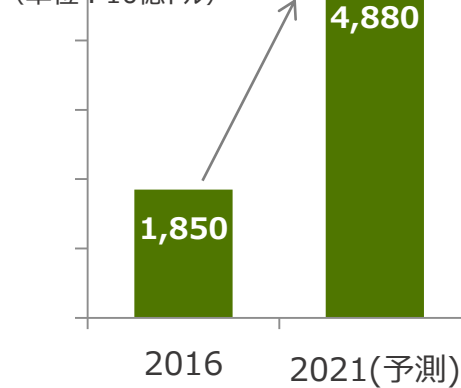
日本のBtoC-EC市場規模

(単位：兆円)



世界のBtoC-EC市場規模

(単位：10億ドル)



(出所：経済産業省)



- EC市場の拡大で、梱包材として段ボール需要は増加。

## 6. 環境問題

- プラスチック製品の海洋汚染  
⇒ 世界的に深刻な問題に
- 2019年のG20の議長国は日本  
⇒ 脱プラスチックの関心が更に向上
- プラスチック製品の代替品  
⇒ ファストファッション・ファストフード業界  
など大量消費企業では、プラスチックから  
紙化への動きあり

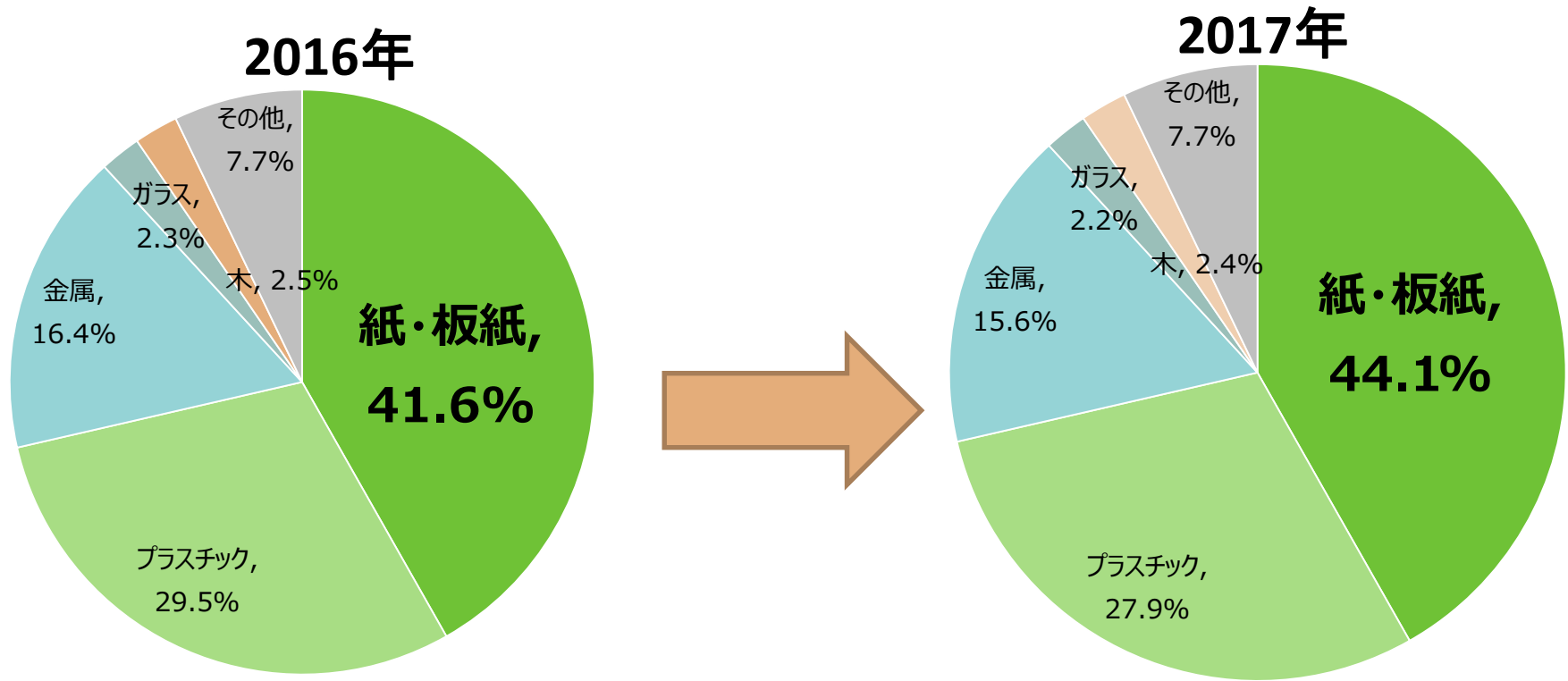


- 脱プラスチックの潮流は商機。
- 環境関連商材の拡販、関連企業買収も視野に新たなビジネスチャンスを探る。





# 紙・板紙の包装材に占める割合は40%以上で増加傾向



包装産業出荷統計

(単位：億円)

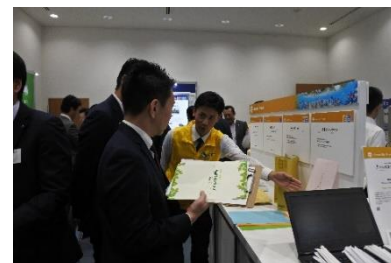
製品材	2016年		2017年		
	出荷額	構成比	出荷額	構成比	前年比
紙・板紙	23,596	41.6%	24,686	44.1%	104.6%
プラスチック	16,745	29.5%	15,622	27.9%	93.3%
金属	9,292	16.4%	8,747	15.6%	94.1%
ガラス	1,282	2.3%	1,248	2.2%	97.3%
木	1,436	2.5%	1,361	2.4%	94.8%
その他	4,376	7.7%	4,304	7.7%	98.3%

(出所：包装技術協会)



## ■ 「KPP展示会～持続可能な社会づくりのために～」を開催

紙・パルプによる環境負荷低減の可能性と社会的便益をもたらしているプラスチック・フィルムに関する取り組みなど、持続可能な社会をなすとげる素材や商品・取り組みを紹介し、環境対応素材の拡販をめざしております。



## ■ 環境関連団体への参画

### 「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」に入会

地球規模の新たな課題である海洋プラスチックごみ問題の解決に向けた取組を世界全体で推進することが求められています。

このような背景のもと「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」が設立され、当社も参画いたしました。

紙の専門商社として培ったネットワークを活かし「クリーン・オーシャン」の実現に向けた取り組みを進めてまいります。



Clean Ocean Material Alliance

### 「プラスチック・スマート」フォーラムに参加

回収されずに河川などを通じて海に流入するプラスチックは長期にわたり海に残存することから、地球規模での環境汚染が懸念されています。この問題解決に向けて、環境省では「プラスチック・スマート」キャンペーンを実施しております。

当社はキャンペーンの趣旨に賛同し、同フォーラムに参加しております。





- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。



## 問合せ先

国際紙パルプ商事株式会社 IR・広報課

TEL03-3542-4169

✉ [investor\\_relations@kppc.co.jp](mailto:investor_relations@kppc.co.jp)