2026年度 第2四半期
決算説明会資料

2026年 11月 6日(金)

王子ホールディングス株式会社

大島でございます。26年度第２四半期の決算の説明を行います。

決算説明会資料

CEOメッセージ



2026年11月6日
王子ホールディングス㈱
社長執行役員CEO　磯野 裕之

2026年度上期の**営業利益は155億円**と前年同期から▲12億円の減益となった一方、
純利益は117億円にて＋8億円の増益となりました。

2026年度通期については、中東情勢影響の想定以上の長期化やパルプ市況回復鈍化等により、
営業利益見通しを**450億円**に下方修正しました。一方、保有株式の売却等で減益幅を圧縮し、
当期純利益は当初見通しの**350億円**を維持しており、26年度**配当予想36円/株**にも変更は
ありません。

中東情勢やパルプ市況等の事業環境は厳しく、それらに業績が左右される部分はありますが、
中期経営計画でも掲げている高付加価値製品へのシフトや着実な価格転嫁、そして我々の自助努力で
達成できる安定操業やコストダウンにより、中期経営計画の2027年度数値目標の達成を目指します。

中期経営計画2027および長期ビジョン2035の達成に向けた取り組みの進捗を第3章に掲載しています。
記載のとおり、資産のスリム化（P30）、低収益性事業の構造改革（P31）では、新たな案件も継続して検討・実施しております。また、木質バイオマスビジネスのM&Aや研究開発の取組み（P32～34）、サステナブル製品の事業拡大（P35）も、着実に進展しております。

中期経営計画最終年度とその先を見据え、これらの取り組みを深めて企業価値の最大化に邁進してまいります。

2

まずは２ページ目でございます。CEOメッセージということで、前回から見開きのところでこのメッセージを記載しております。まず簡単にこの内容を読ませていただきます。

この上期、営業利益は155億円、前年同期からは▲12億円の減益となっております。純利益は117億ということで、８億の増益となりました。また、通期の業績予想につきましては、中東情勢影響の想定以上の長期化やパルプ市況回復鈍化等により、営業利益見通しを450億円に▲150億円下方修正しております。一方、保有株式の売却等で減益幅を圧縮し、当期純利益は当初見通しの350億円を維持しております。なお、26年度配当予想につきましても36円ということで変更はございません。

中東情勢やパルプ市況等事業環境は厳しく、それらに業績が左右される部分がありますが、中期経営計画でも掲げている高付加価値製品へのシフト、着実な価格転嫁、そして我々の自助努力で達成できる安定操業やコストダウンなどにより、市況外の部分につきましては精いっぱい努力をし、中期経営計画2027年度数値目標の達成を目指してまいります。なお、2027年度及び長期ビジョンにつきましては次ページ以降で後ほど説明をさせていただきます。

決算説明会資料

エグゼクティブサマリー

01 2026年度 第2四半期 決算概要

	2026年度 2Q累計実績	対前年同期
連結営業利益	155億円	▲12億円
中間純利益	117億円	+8億円

- 価格修正や生産体制再構築の効果があった一方、中東情勢による原材料価格の高騰や物流費・人件費の上昇等が営業利益を下押し
- 営業外損益では外貨建債権債務の評価替えによる為替差益の発生が増益要因となり、中間純利益は増加

02 2026年度 業績予想

	2026年度 見通し	対当初予想
連結営業利益	450億円	▲150億円
当期純利益	350億円	-
ROE	3.2%	▲0.1%pt

- 中東情勢影響の長期化による原燃料価格の上昇、パルプ市況の回復鈍化等により、営業利益見通しを下方修正
- 一方で、保有株式の売却等で減益幅を圧縮する事により、当期純利益は見通しを維持

03 中期経営計画2027フォローアップ

2027年度の目標達成に向けた各施策の進捗状況を財務戦略、事業戦略からピックアップして紹介

＜株主還元＞

- **1株当配当金：36円/株の見通を維持**
- **自己株式取得：**5月に26年度累計目標1,000億円を達成、27年度末までの累計目標1,500億円は維持

3

３ページ目、エグゼクティブサマリーです。

冒頭申し上げましたとおり、連結の営業利益155億、中間純利益は117億。この数字は、当初の上期の予想は営業利益120億、中間純利益が60億でしたので、おのおの35億、57億増益です。予想につきましては、26年度の見通しは450億と350億、ROEは3.2%ということで、当初の3.3%から0.1%下落している状況です。
３番目は、先ほど申しました配当並びに自己株の取得を記載しております。本年５月までに1,000億を達成しております。残りの500億は、27年度までに達成する予定になっています。

決算説明会資料

目次

01 2026年度 第2四半期 決算概要

①	2026年度2Q累計 連結業績概要	7
②	セグメント別売上高・営業利益 (2025年度2Q累計 対 2026年度2Q累計)	10
③	セグメント別利益増減分析	
	生活産業資材セグメント	11
	機能材セグメント	12
	資源環境ビジネスセグメント	13
	印刷情報メディアセグメント	14

02 2026年度 業績予想

①	2026年度 連結業績予想	16
②	セグメント別売上高・営業利益 （2026年度予想）	19
③	セグメント別利益増減	20
④	外部環境の変動による影響	21
⑤	2026年度当初予想との比較	22

03 中期経営計画2027 フォローアップ

①	2026年度・2027年度の見通し	28
②	財務戦略 – 株主還元	29
③	財務戦略 – 資産のスリム化	30
④	事業戦略 – 低収益性事業の構造改革	31
	事業戦略 – 木質バイオマスビジネス	32
	事業戦略 – サステナブル製品	35
⑤	サステナビリティ戦略 – サーキュラーエコノミー	36
	サステナビリティ戦略 – 社外からのESG評価	37

04 参考資料

セグメント別売上高推移　ほか　39

本資料は、金融商品取引法上のディスクロージャー資料ではなく、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、本資料に掲載された将来の予測等は、説明会の時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、不確定要素を含んでおります。
従いまして、本資料のみに準拠して投資判断されますことをお控えくださいますようお願い致します。
本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。

01

2026年度 第2四半期 決算概要

それでは中身を具体的に見てまいります。

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

① 2026年度2Q累計連結業績概要

(単位：億円)

	2025年度 2Q累計実績	2026年度 2Q累計実績	増減
売上高	9,150	9,580	430
営業利益	167	155	▲12
(うち国内事業会社)	(181)	(199)	(18)
(うち海外事業会社)	(▲14)	(▲44)	(▲30)
経常利益	88	115	27
親会社株主に帰属する中間純利益	109	117	8
減価償却費	441	468	27
為替レート [期中平均・円/US$]	146.0	159.5	13.5
連結子会社 国内	94社	94社	-
海外	122社	120社	▲2社
合計	216社	214社	▲2社

国内 ： 増減なし

海外 ： ベトナムパッケージング関連+1、オーストリアバイオリファイナリー関連+3、海外植林関連+1、ヨーロッパ関連+1
マレーシア印刷関連▲1、オーストラリアパッケージング関連▲7

他に、持分法適用関連会社+1社（海外+2社、海外▲1社）

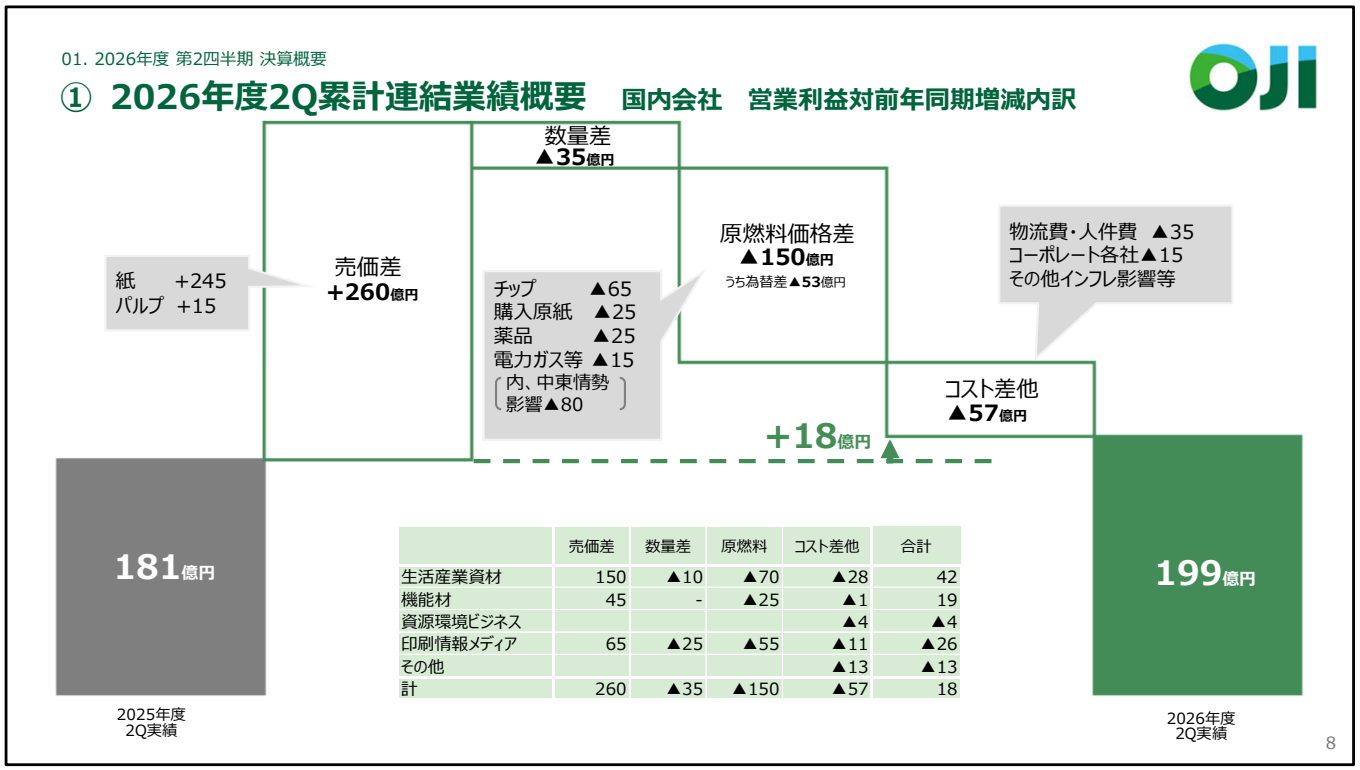
7

７ページ、26年度売上高につきましては、第２Q9,580億ということで、前年同期比＋430億の増収で終わっております。国内で＋158億、海外で＋272億、おのおの増収です。国内につきましては、主に昨年度から実施しております値上げの効果、海外におきましては今年度より新たに連結に取り込みましたAustroCel、並びに東南アジアへの拡販等々が寄与しまして、国内外とも増収です。

営業利益につきましては155億、先ほど申しました対前年同期比▲12億の減益。国内は＋18億の増益、しかし海外の方が▲30億の減益です。この中身につきましては、後ほど説明させていただきます。

経常利益は115億で、＋27億の対前年同期比増益になっております。営業利益は▲12億の減益に対しまして、経常利益は＋27億の増益です。その差39億につきましては為替差損益、円安、外貨高といったところで、為替差損益が対前年同期に比べて76億改善しております。一方でデリバティブの評価損益は▲35億、損失が増加しております。といった要因で、差し引き経常利益は＋27億の増益です。

純利益につきましては117億ということで＋８億の増益です。経常利益＋27億の増益に加えまして、昨年度実施いたしましたキンレース工場の板紙事業の撤退等々による事業構造改善費用、これが今期はないということで＋80億。それに対しまして前上期実施いたしました退職給付信託株式の戻し入れ、これを今上期は実施しておりません、その影響が▲95億ということで、差し引きいたしまして最終的に＋８億程度の増益で終わった結果です。為替のことを申しておきますと、下の欄に書いておりますけれども、昨年同期は146円で終わりました。それが約13円50銭円安方向に当中間期は振れておるといった状況です。



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	150	▲10	▲70	▲28	42
機能材	45	-	▲25	▲1	19
資源環境ビジネス				▲4	▲4
印刷情報メディア	65	▲25	▲55	▲11	▲26
その他				▲13	▲13
計	260	▲35	▲150	▲57	18

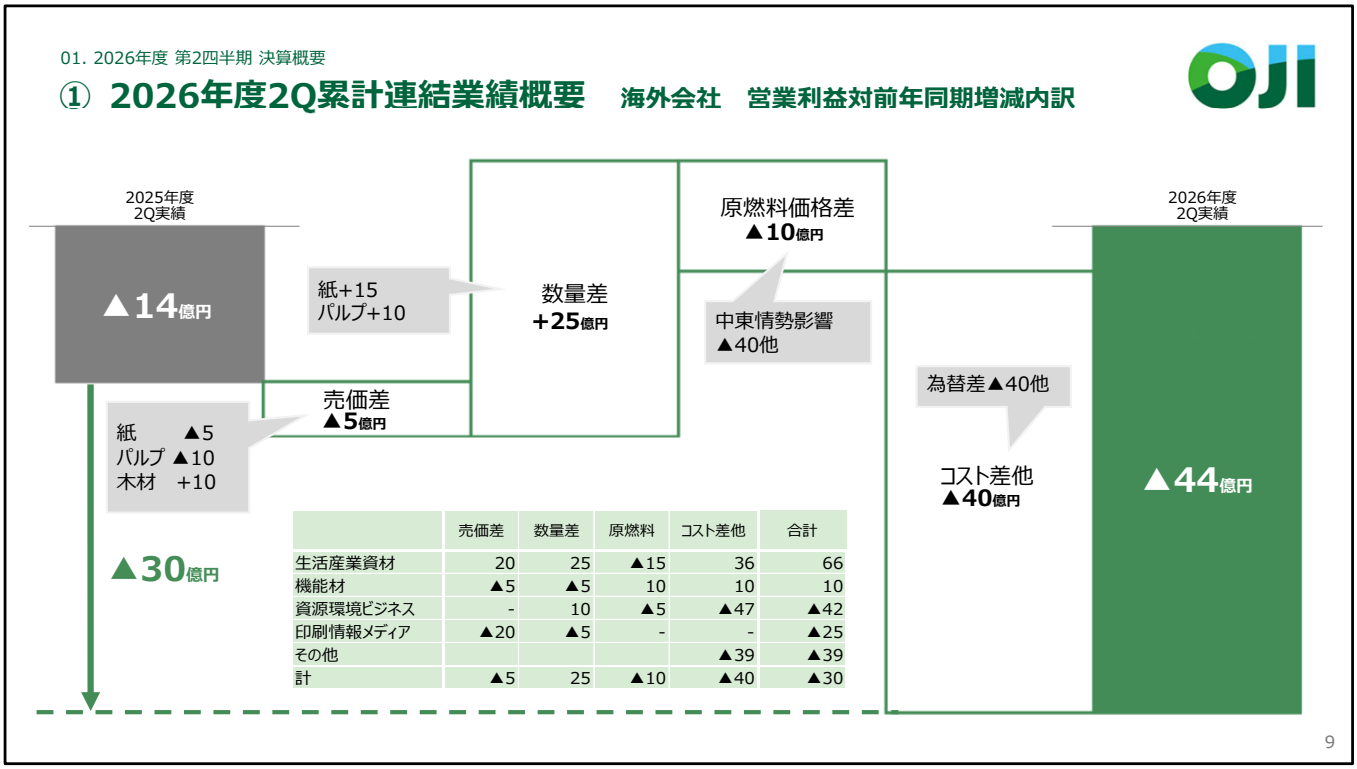
８ページ、国内外別に今申しました増減益の要因を分析しております。国内181億が199億ということで、＋18億の増益です。

中身を見てまいりますと、トータルで言いますと売価差、これがトータル＋260億です。上の吹き出しの左に書いておりますが、紙で＋245億、パルプで＋15億といったところです。紙の＋245億の中には当然当年度実施分も含まれております。30億程度が当年度実施分、残りが前年度実施分の通期効果です。真ん中の表に戻っていただきますと、生活産業資材、機能材、印刷情報メディアといった値上げを実施した各セグメントでもって増益要因になっております。

数量につきましては、トータルで▲35億の減益です。大きなところでは、印刷情報メディアです。需要減並びに値上げ影響による一部シェア移動があったということで▲35億の減益。原燃料につきましては▲150億という大きな数字になっております。

上のところに原燃料価格差▲150億となっております。うち為替が▲53億、さらにその左下、中東情勢影響が▲80億ということでして、150億のうち約半分は中東情勢の影響といったところです。大きく原燃料で出ておりますのが、生活産業資材です。原紙、チップ、古紙、パルプ等々各原燃料ともに高仕上がりといった状況です。印刷情報メディアの方も大きく▲55億という減益要因になっておりまして、これは原木関係、特に中東情勢によるバンカーオイルの上昇、これが大きくマイナス。それに加えまして、昨年の秋口以降上昇しております東南アジアのアカシアのFOBアップ、これが相まって原木で大きなマイナスになっておるところです。

コスト差他につきましてはトータルで▲57億です。右上の吹き出しに記載しておりますけれども、▲57億のうち物流費・人件費で▲35億、コーポレート各社▲15億と書いておりますが、昨年王子エンジニアリング、王子不動産等々が比較的堅調、不動産につきましては昨年賃貸用不動産を売却しておりますので、賃貸収益がなくなっているといったところでトータル▲15億ほど減益になっております。ということで▲57億のうち物流費・人件費、コーポレート各社でもって▲15億ということで、ほとんどがこの要因で説明がつくといったところです。



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	20	25	▲15	36	66
機能材	▲5	▲5	10	10	10
資源環境ビジネス	-	10	▲5	▲47	▲42
印刷情報メディア	▲20	▲5	-	-	▲25
その他				▲39	▲39
計	▲5	25	▲10	▲40	▲30

続きまして９ページ、海外です。海外は▲14億の赤字が▲44億の赤字ということで、30億赤字幅が拡大しております。

中身を見ていきますと、売価差はトータルでは▲５億ということでそれほど大きな数字にはなっておりません。ただ、見ていきますと、セグメント別には生活産業資材の方が＋20億ということで、Oji Fibre Solutionsで購入原紙に切りかえたことによる原紙価格のアップ分を価格転嫁しております。この効果でもってプラスが大きく出ておりますが、一方、印刷情報メディアの方では中国国内における市況の下落、これにつきましても値上げが容易にはできない、市況品といったところでマイナス。これが打ち消し合って、トータル▲５億といった状況です。

数量差は、全体では＋25億です。東南アジアの段ボールパッケージング系で＋15億、あとWalkiでもプラスが出ております。東南アジアの方は、まだマレーシアを中心にフル生産をして販売していく方針をとっております。その関係上、数量については大きく伸ばしているといったところです。資源環境ビジネスの方も数量はプラスになっております。これはOji Fibre Solutionsで板紙マシン停機に伴いまして、自家使用しておりましたパルプが外販分に回るところ、そういった影響で数量ではトータル＋25億です。

原燃料は▲10億です。大きくは出ておりませんけれども、原燃料のところで言いますと、生活産業資材は先ほど申しましたOji Fibre Solutionsの原紙高の影響が、この▲15億のうちのほとんどです。一方、一部には東南アジアでは古紙の価格は下がっておりますが、全体では▲15億。機能材は、パルプや用役関係で単価が下がっているということでプラスが出ております。ということで、全体では▲10億の減益要因。

コスト差他の方は▲40億です。生活産業資材で＋36億と大きく出ておりますが、この中には昨年撤退いたしましたOji Fibre Solutions関係の再編効果が＋50億入っております。その他は、インフレ等々によりまして固定費等々がアップしており、差し引き＋36億の増益要因です。資源環境ビジネスで、逆に大きく▲47億の減益要因となっております。この要因は、一言で言いますとセニブラです。セニブラにおきまして為替の影響、レアル高によって約▲40億の減益要因。並びにセニブラでは、第１Ｑの決算でも説明しておりますけれども、今年の１月、

昨年は実施をしなかった長期のシャットダウン、長期修繕が今年度実施されております。ということで昨年度と比較しますとそのSDの費用、これが30億程度今年は多くかかっていると。そういったセニブラの為替影響、長期の修繕影響でもって大きくマイナスになっておると。その他のところは▲39億と大きなマイナスですけれども、これはのれんの償却が大きく、AustroCelの部分でマイナスといったところです。

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

② セグメント別売上高・営業利益（2025年度2Q累計 対 2026年度2Q累計）

(単位：億円)

	2025年度2Q累計実績		2026年度2Q累計実績		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
生活産業資材	4,620	52	4,788	160	168	108
機能材	1,155	54	1,189	83	33	29
資源環境ビジネス	1,909	53	2,070	7	161	▲46
印刷情報メディア	1,362	35	1,317	▲16	▲45	▲51
その他	104	▲27	216	▲79	112	▲52
連結合計	9,150	167	9,580	155	430	▲12

※1 売上高にはセグメント間売上を含む　※2 その他には調整額を含む

10

10ページは今申しましたセグメント別の数字、売り上げ、営業利益がそれぞれ国内、海外、トータルでもって記載されておりますので、ご覧いただければと思います。

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

③ セグメント別利益増減分析

■生活産業資材　国内はコスト増も価格修正により増益、海外は事業構造改革効果等により増益

営業利益　増減額

＋108 億円

2026年度2Q累計

売上高	営業利益
4,788 億円	**160 億円** 国内136 億円 海外24 億円

⬆

2025年度2Q累計

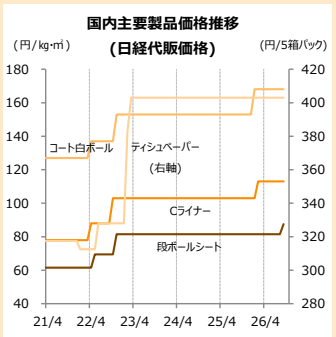
売上高	営業利益
4,620 億円	**52 億円** 国内94 億円 海外▲42 億円

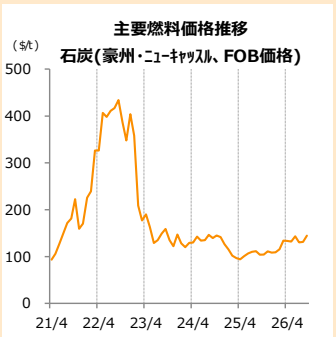
国内事業　+42億円

販売・市況要因	+140億円
原燃料価格差 (うち中東情勢影響	▲70億円 ▲25)
他	

海外事業　+66億円

販売・市況要因	+45億円
その他コスト要因	+36億円
他	





主要製品売上高実績(注)		2025年度2Q累計 販売数量 (千t・百万㎡)	販売単価 (円/kg・㎡)	販売金額 (億円)	2026年度2Q累計 販売数量 (千t・百万㎡)	販売単価 (円/kg・㎡)	販売金額 (億円)	増減 販売数量 (千t・百万㎡)	対前年比 (%)	販売単価 (円/kg・㎡)	販売金額 (億円)
板紙	国内計	1,419	85.34	1,211	1,393	88.15	1,228	▲25	98.2%	2.81	18
段ボール (百万㎡)	国内計	1,499	78.55	1,177	1,482	81.93	1,214	▲17	98.9%	3.37	37

(注) 連結グループ内生産会社の合算値、グループ内消費を含む

11

11ページからは、今の表を若干ビジュアルに記載しております。11ページは、生活産業資材の対前年同期の内訳です。

繰り返しになりますけれども、国内は＋42億の増益。販売・市況要因で＋140億の増益要因、一方、中東情勢を含む原燃料価格で▲70億の減益要因です。海外事業につきましては＋66億で、販売市況要因で＋45億、その他コスト要因では＋36億が主立った要因になっているところです。

一番下、数字が載っております。販売数量のところですが板紙関係、国内トータルで一番右です、対前年比、当社が98.2%という数字です。業界は99%ですので、若干業界よりも下ぶれしている状況になっております。段ボールにつきましては当社98.9%、業界99.7%ですから、これも若干業界平均よりも下ぶれです。

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

③ セグメント別利益増減分析

■機能材　国内は価格修正により増益、海外はコストダウン等により増益

営業利益　増減額

＋29 億円

2026年度2Q累計	
売上高	営業利益
1,189 億円	**83 億円** 国内70 億円 海外13 億円

⬆

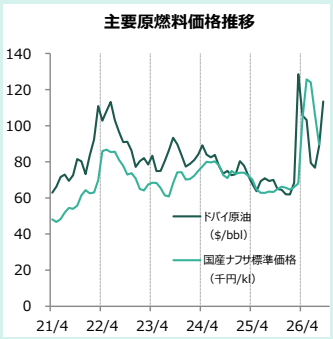
2025年度2Q累計	
売上高	営業利益
1,155 億円	**54 億円** 国内51 億円 海外3 億円

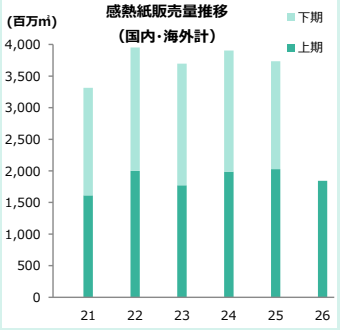
国内事業　+19億円

販売・市況要因	+45億円
原燃料価格差	▲25億円
他	

海外事業　+10億円

その他コスト要因	+10億円
他	





主要製品売上高実績(注)		2025年度2Q累計 販売数量 (百万㎡)	2025年度2Q累計 販売単価 (円/㎡)	2025年度2Q累計 販売金額 (億円)	2026年度2Q累計 販売数量 (百万㎡)	2026年度2Q累計 販売単価 (円/㎡)	2026年度2Q累計 販売金額 (億円)	増減 販売数量 (百万㎡)	増減 対前年比 (%)	増減 販売単価 (円/㎡)	増減 販売金額 (億円)
感熱紙（百万㎡）	国内・海外計	2,027	22.54	457	1,842	24.36	449	▲185	90.9%	1.83	▲8

(注) 連結グループ内生産会社の出貨値、グループ内消費を含む

12

12ページは機能材です。トータルでは＋29億の増益で、国内で＋19億、海外で＋10億です。

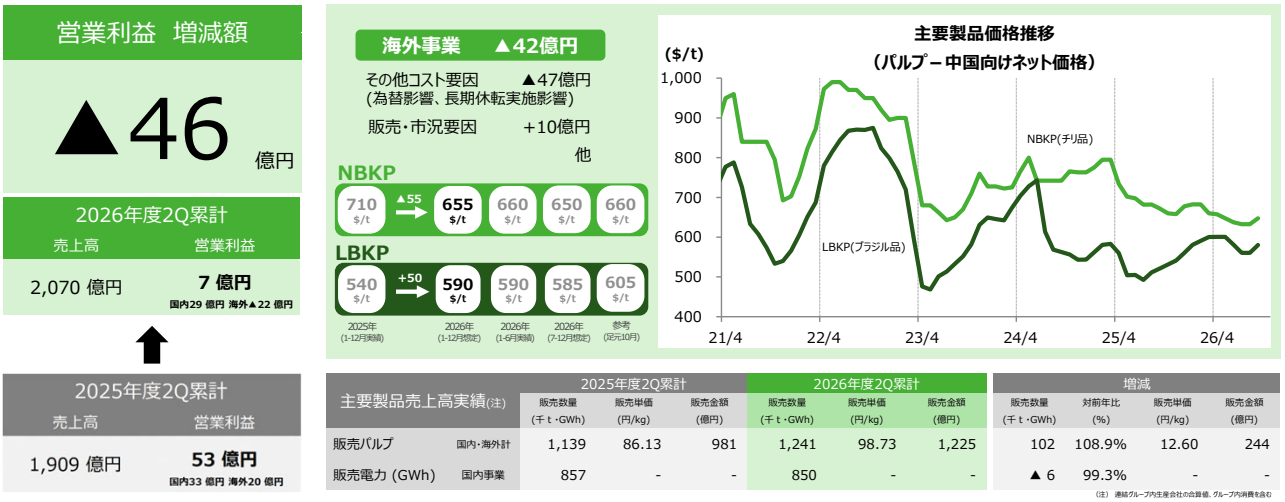
販売・市況要因で＋45億、原燃料でもって▲25億。海外につきましては、その他のコスト要因で＋10億です。販売・市況要因につきましては先ほど説明いたしましたように▲10億はございますが、原燃料関係で＋10億ということで打ち消し合いまして、その他コスト要因の＋10億を残しているといったところです。

その下、感熱紙の数量も記載しております。全体で対前年同期に比べまして１億8,500万平米の減販と数量を落としております。対前年90.9%、これは国内外トータルです。主立った要因はブラジルの感熱紙の事業会社、これは関税影響で北米の輸出ができなくなっていることと、一部アメリカの感熱の事業会社でもって入札に漏れたといった要因です。

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

③ セグメント別利益増減分析

■資源環境ビジネス　為替影響や長期休転等によるコスト増により減益



主要製品売上高実績(注)		2025年度2Q累計 販売数量 (千ｔ・GWh)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)	2026年度2Q累計 販売数量 (千ｔ・GWh)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)	増減 販売数量 (千ｔ・GWh)	対前年比 (%)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)
販売パルプ	国内・海外計	1,139	86.13	981	1,241	98.73	1,225	102	108.9%	12.60	244
販売電力 (GWh)	国内事業	857	-	-	850	-	-	▲ 6	99.3%	-	-

(注) 連結グループ内生産会社の合算値、グループ内消費を含む

13

13ページ、資源環境です。▲46億のトータル減益。これはほとんどが海外です。

海外でその他コスト要因ということで▲47億、先ほど申しましたセニブラの為替、それから長期の修繕影響です。

販売・市況要因につきましては＋10億です。その下に、皆様からよく聞かれますパルプの価格の前提を置いております。実績も含めまして記載をしております。ちょうど左から２つ目です。今年の１月から12月の想定ですけれども、NBKPは655ドル、これは当初５月の決算説明会の時点では710ドルと見ていましたので、55ドルの下ぶれ(※)。一方、LBKPにつきましては590ドルと予想しております。春の決算の説明会のときには615ドルと言っておりましたので、25ドルほど下ぶれといったところです。その一番右、足元の状況で行きますとNBKPは660ドル、LBKPは605ドルです。Ｌにつきましては、直近の情報では９月に20ドルアップ、さらに10月も20ドルアップでどうも成約しそうだという情報がございます。ということで我々が想定しておりましたように、秋口以降価格は上昇基調に転じるという想定、これについては、市場はそのように動いているわけですけれども、やはり夏場に下がった部分、これが我々の当初の見立てよりも平均価格でもって下ぶれ要因に影響を与えていると認識をしております。

(※)NBKPの26年1-12月想定価格につきまして、上記説明に誤りがございましたので訂正させていただきます。
（説明時／誤）当初(5月決算説明会時)：710ドル → 今回見直し：655ドル（▲55ドル）
（正）　　当初(5月決算説明会時)：**670ドル** → 今回見直し：655ドル（**▲15ドル**）

01. 2026年度 第2四半期 決算概要

③ セグメント別利益増減分析

■印刷情報メディア　国内は価格修正を進めるもコスト増により減益、海外は市況悪化により減益

営業利益　増減額

▲51 億円

2026年度2Q累計	
売上高	営業利益
1,317 億円	**▲16 億円** 国内▲2 億円 海外▲14 億円

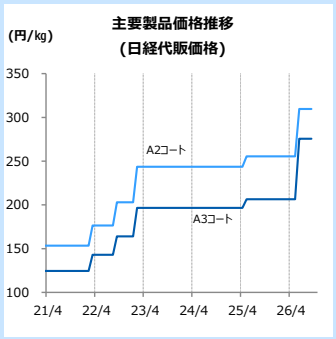
2025年度2Q累計	
売上高	営業利益
1,362 億円	**35 億円** 国内24 億円 海外11 億円

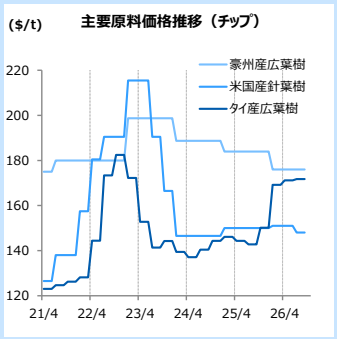
国内事業　▲26億円

原燃料価格差	▲55億円
販売・市況要因	+40億円
他	

海外事業　▲25億円

販売・市況要因	▲25億円
他	





主要製品売上高実績(注)		2025年度2Q累計 販売数量 (千t)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)	2026年度2Q累計 販売数量 (千t)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)	増減 販売数量 (千t)	対前年比 (%)	販売単価 (円/kg)	販売金額 (億円)
新聞・印刷情報用紙	国内事業	746	127.80	953	669	135.22	905	▲77	89.7%	7.42	▲48

(注) 連結グループ内生産会社の合算値、グループ内消費を含む

14

14ページ、印刷情報メディアは国内外合わせまして▲51億の減益、国内で▲26億、海外で▲25億といったところです。

国内につきましては販売・市況要因で＋40億。値上げの通期効果等々もありますが、一部数量を落としている影響で販売・市況要因は＋40億。一方、先ほど申しましたバンカーオイルのアップ等に起因する原木費のコストアップがございまして、トータルで▲26億の減益です。海外につきましては、販売・市況要因で中国国内の価格並びに需要、これの盛り上がりがないというところから▲25億の減益です。

その下、数量を記載しております。新聞と印刷情報用紙をトータルいたしまして、国内の事業で７万7,000トンの減販です。需要減と一部値上げ影響によるシェア移動が含まれていると認識しているところです。

02

2026年度業績予想

続きまして、26年度の業績予想です。

02.2026年度業績予想

① 2026年度連結業績予想

(単位：億円)

	2025年度	2026年度予想	増減
売上高	18,617	19,600	983
営業利益	346	450	104
(うち国内事業会社)	(399)	(440)	(41)
(うち海外事業会社)	(▲53)	(10)	(63)
経常利益	405	300	▲105
親会社株主に帰属する当期純利益	556	350	▲206
ROE	5.0%	3.2%	▲1.8%pt
減価償却費	928	921	▲7
為替レート [期中平均・円/US$]	150.7	159.7	9.1

2026年度予想前提条件

◆前提
- ・為替レート ：160円/USドル（下期想定レート）
- ・チップ ：現行契約ベース＋中東情勢影響織込み
- ・古紙 ：現行価格レベル横ばい
- ・石炭 ：豪州一般炭価格:145USドル/t（下期想定）
- ・重油 ：ドバイ原油価格:113USドル/bbl（下期想定）

◆営業利益への変動影響（年間）
- ・為替レート [円] ：対USドル1%変動につき±約6.6億円（USドル高－）
- [ブラジルレアル] ：対USドル1%変動につき±約6.5億円（USドル高＋）
- [NZドル] ：対USドル1%変動につき±約6.1億円（USドル高＋）
- [ユーロ] ：対USドル1%変動につき±約1.2億円（USドル高＋）
- ・パルプ価格 ：1USドル/t 変動につき±約3.6億円（パルプ高＋）
- ・チップ価格 ：1USドル/t 変動につき±約4.8億円（チップ高－）
- ・古紙価格 ：1円/kg変動につき±約33.8億円
- ・石炭価格 ：1USドル/t変動につき±約1.0億円
- ・ドバイ原油価格 ：1USドル/bbl変動につき±約2.9億円
（重油、バンカーオイル 他）

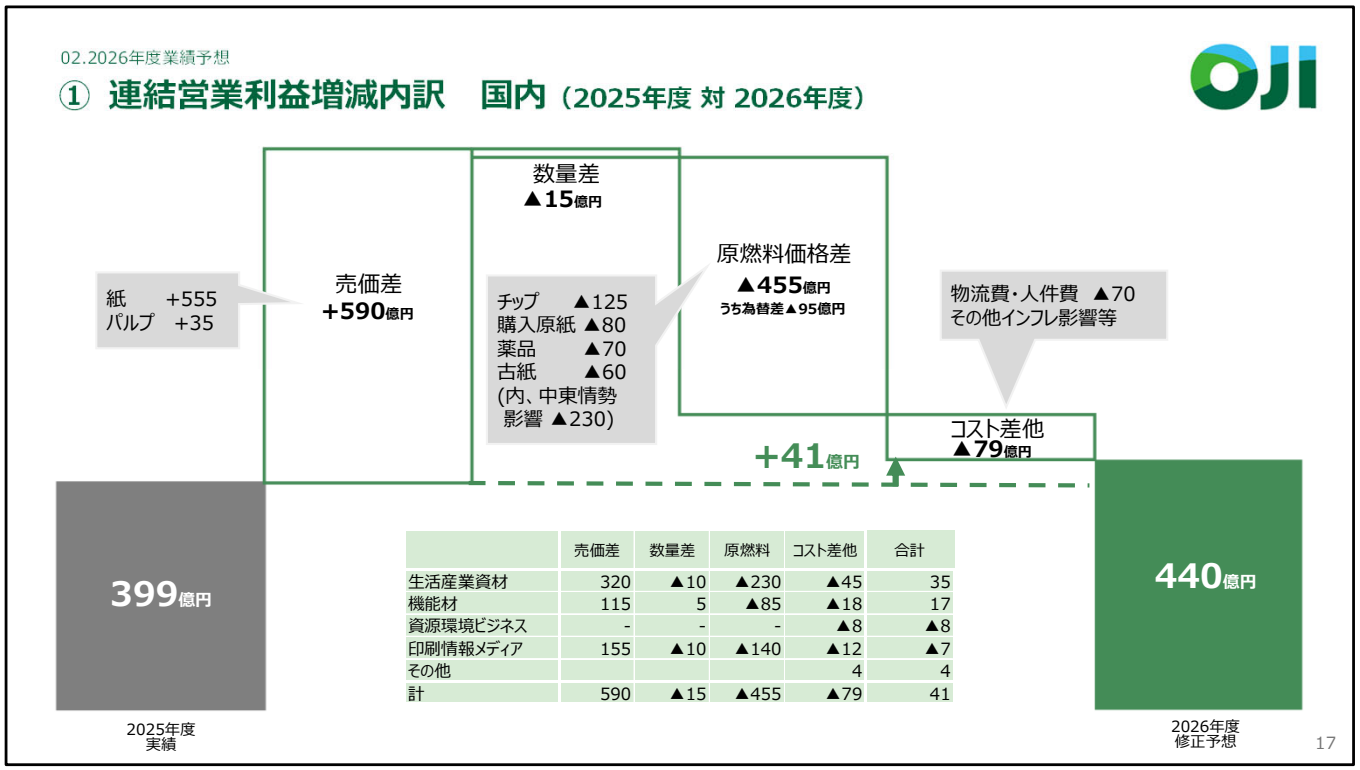
16

16ページ、売上高は１兆9,600億円です。対前年では＋983億の増収、当初の予想に対しては＋200億の増収という見立てにしております。＋983億の増収ですけれども、国内外とも増収になっております。国内で＋685億、海外で＋298億という増収です。

営業利益につきましては450億と、対前年比で見ますと＋104億の増益となっております。これにつきましては、後ほど説明させていただきます。

経常利益は300億で、対前年比は▲105億の減益です。営業利益は＋104億の増益で見込んでおりますけれども、それに対しまして金融収支で▲78億の収支悪化並びにデリバティブの評価損益のマイナス等がありまして、＋104億の増益に対して▲105億の減益といったところです。

一方、当期純利益は350億で、昨年は556億でしたので、それに対しては▲206億と大幅な減益です。経常利益▲105億の減益に加えまして、固定資産の売却益が▲349億と、約▲350億減少しております。昨年は固定資産の売却を進めましたけれども、今年度上期も、後ほど出てまいりますが関西地区で一部売却しておりますが、年度トータルで見ますと昨年のような大型物件、青山のマンション２棟等々がございませんので、その固定資産の売却益が減になること。一方、事業構造改善費用も多額費用を昨年は計上しておりましたけれども、それは逆にプラス方向に効いてきまして、＋200億ほどのプラス要因ということで、それぞれ経常利益のマイナスとプラスマイナスしまして▲206億の減益という状況で見立てております。その内訳につきまして、簡単に17ページ以降で説明いたします。



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	320	▲10	▲230	▲45	35
機能材	115	5	▲85	▲18	17
資源環境ビジネス	-	-	-	▲8	▲8
印刷情報メディア	155	▲10	▲140	▲12	▲7
その他				4	4
計	590	▲15	▲455	▲79	41

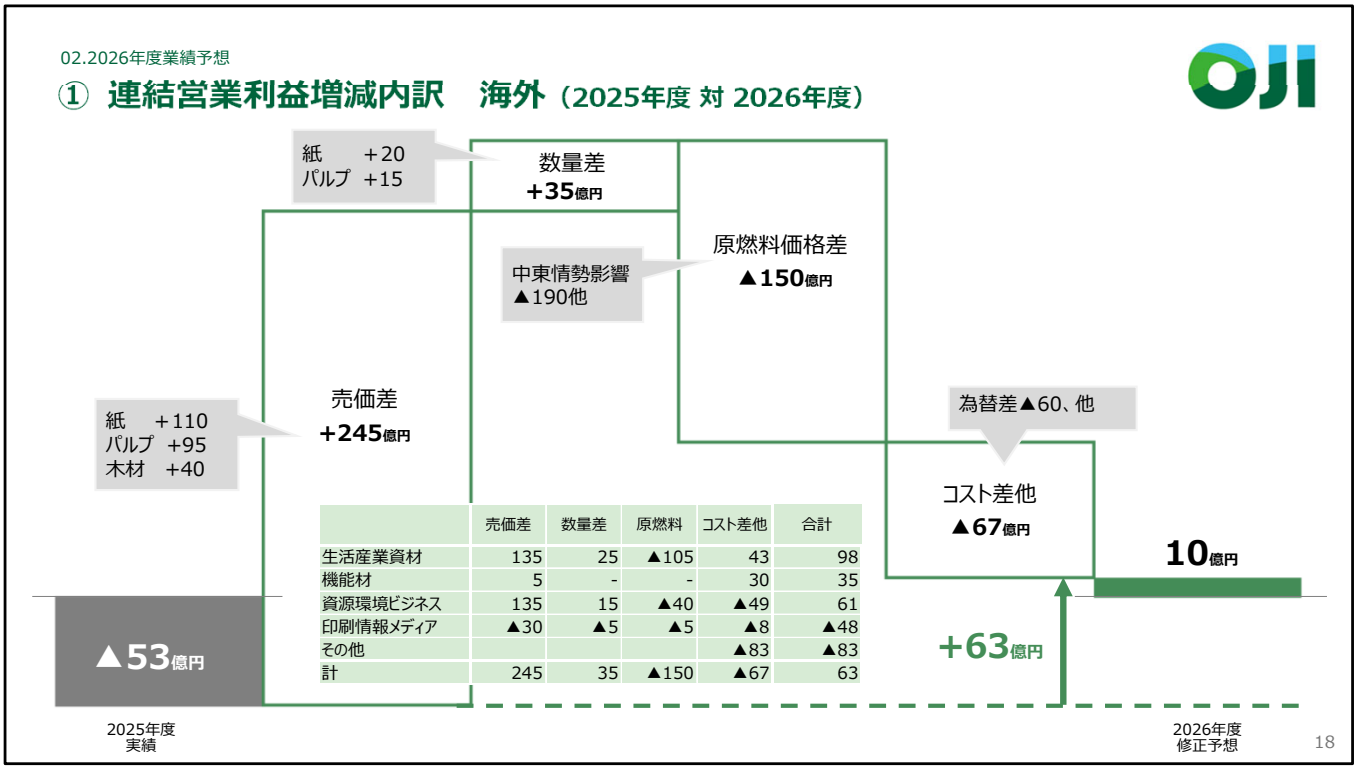
国内につきましては、全体では＋41億の増益です。

大きなところでは売価差＋590億ということで、昨年度からの値上げ分、並びに今年度の新たな取り組み、これを含めまして＋590億という数字になっております。内訳、なかなか精度高くはできないですけれども、我々の一定の前提で試算をいたしますと、25年度の値上げのフル効果は370億程度ではないかと。そして今年度の新たな値上げの効果は、185億程度という見積もりを立てているところです。

数量差は▲15億の減益で、それほど大きな減益要因にはなっておりません。

原燃料は▲455億の減益要因ということで、上のところ、吹き出しで中東情勢影響が約半分、230億含まれております。というようなところで原燃料のコストアップが▲455億ということで、なかなかこれが高止まりした状態で推移すると見ております。

一方、コスト差は▲79億の減益で、右上吹き出しにございますけれども、物流費・人件費で▲70億ですので、ほぼこういったインフレ影響と言えるかと思っております。



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	135	25	▲105	43	98
機能材	5	-	-	30	35
資源環境ビジネス	135	15	▲40	▲49	61
印刷情報メディア	▲30	▲5	▲5	▲8	▲48
その他				▲83	▲83
計	245	35	▲150	▲67	63

続きまして海外です。海外は▲53億の赤字、これに対しまして＋10億の黒字で、＋63億の増益です。

売価で＋245億です。生活産業、資源環境でプラスが出ております。生活産業の方では、ヨーロッパ、Walkiとか東南アジア、Oji Fibre Solutions等々で中東情勢の影響による価格転嫁を含めまして、各地域で値上げが実行できているといったところです。一方、資源環境ビジネスにつきましては＋135億で、パルプ価格は昨年に比べますと上昇しているということで、パルプと木材双方合わせまして＋135億の増益要因です。一方その下、印刷情報メディアは中国の市況が回復しないということで、対前年も▲30億ほどの減益要因です。

数量差は＋35億の増益で、生活産業資材、資源環境ではそれぞれ増益を見ております。

一方、原燃料は▲150億の減益要因です。吹き出しに書いておりますように、上のところでトータル▲150億のうち、中東情勢はそれを飛び越えて▲190億の減益要因と見ております。その差、他にプラス要因があるわけですけれども、これはニュージーランドのPan Pacの電力費安と東南アジアにおける古紙安等々がプラス要因として含まれています。中東情勢のマイナスにそのプラス要因を合わせまして、トータル▲150億の減益要因です。

コスト差他につきましては▲67億の減益です。生活産業の＋43億、この中にはOji Fibre Solutionsの再編による効果が60億程度含まれております。機能材の方はコストダウンを推進してしております。あと資源環境ビジネスは、先ほど申しましたセニブラのレアル高、それに大SDの影響等々。一方、コストダウンによっては＋40億ぐらいのプラスがありますけれども、あまりにもレアル高とSDの影響が大きいということで、マイナスを打ち消すことができずに▲50億近い減益要因となっております。その下のその他▲83億がございますけれども、このうち70億強がAustroCelですが、これにつきましてはもともとあったのれん、それと我々の買収に伴うのれん、これを両方合わせましてのれんが大部分を占めているという見方をしております。以上が、25年度対26年度の業績予想に対する差異の分析の概要でした。

02.2026年度業績予想

② セグメント別売上高・営業利益（2026年度予想）

（単位：億円）

	2025年度実績		2026年度予想		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
生活産業資材	9,433	197	9,680	330	247	133
機能材	2,360	108	2,400	160	40	52
資源環境ビジネス	3,897	67	4,350	120	453	53
印刷情報メディア	2,721	75	2,740	20	19	▲55
その他	207	▲101	430	▲180	224	▲79
連結合計	18,617	346	19,600	450	983	104

※1 売上高にはセグメント間売上を含む　※2 その他には調整額を含む

19

19ページは今申しました数字それぞれが、セグメントごとに国内外トータルで記載をされております。

02.2026年度業績予想

③ セグメント別利益増減

生活産業資材セグメント

	2025年度	2026年度
売上高	9,433	9,680
営業利益	197	330
(うち国内)	(255)	(290)
(うち海外)	(▲58)	(40)
営業利益率	2.1%	3.4%

営業利益 **+133億円**

国内事業 +35億円

海外事業 +98億円

機能材セグメント

	2025年度	2026年度
売上高	2,360	2,400
営業利益	108	160
(うち国内)	(108)	(125)
(うち海外)	(0)	(35)
営業利益率	4.6%	6.6%

営業利益 **+52億円**

国内事業 +17億円

海外事業 +35億円

資源環境ビジネスセグメント

	2025年度	2026年度
売上高	3,897	4,350
営業利益	67	120
(うち国内)	(73)	(65)
(うち海外)	(▲6)	(55)
営業利益率	1.7%	2.8%

営業利益 **+53億円**

国内事業 ▲8億円

海外事業 +61億円

印刷情報メディアセグメント

	2025年度	2026年度
売上高	2,721	2,740
営業利益	75	20
(うち国内)	(62)	(55)
(うち海外)	(13)	(▲35)
営業利益率	2.8%	0.7%

営業利益 **▲55億円**

国内事業 ▲7億円

海外事業 ▲48億円

20

20ページはその内容を、逆にセグメントごとに国内外で記載しております。

02.2026年度業績予想

④ 外部環境の変動による影響

（億円/年）

◆営業利益への為替変動影響			2026年度下期想定レート	生活産業資材	機能材	資源環境ビジネス	印刷情報メディア	その他	影響額合計
米ドル建損益・取引影響（米ドル10%高）	円 （※）		160.00 円/USD	﹀	﹀		﹀﹀		﹀﹀ ▲ 66
	ブラジルレアル	(BRL)	5.30 BRL/USD			﹀﹀			﹀﹀ + 65
	ニュージーランドドル	(NZD)	1.75 NZD/USD			﹀﹀			﹀﹀ + 61
	ユーロ	(EUR)	0.89 EUR/USD					﹀	﹀ + 12

（※）米ドル建て損益の円換算影響を含む

◆営業利益への価格変動影響	生活産業資材	機能材	資源環境ビジネス	印刷情報メディア	その他	影響額合計
パルプ販売・購入影響(10USドル/t 高)	﹀	﹀﹀	﹀﹀	﹀		﹀﹀ + 36
ドバイ原油購入影響(10USドル/bbl 高) (重油、バンカーオイル 他)						﹀﹀ ▲ 29

21

21ページは外部環境による変動影響です。上は為替影響で、米ドルが10%高になった場合の影響金額を年換算で、一番右に億円で記載しております。今回から一番下、為替のところで、ユーロの影響も大きいということでユーロも感応度の方に記載しているところです。その下はパルプ、それからドバイの原油価格の影響です。

02.2026年度業績予想

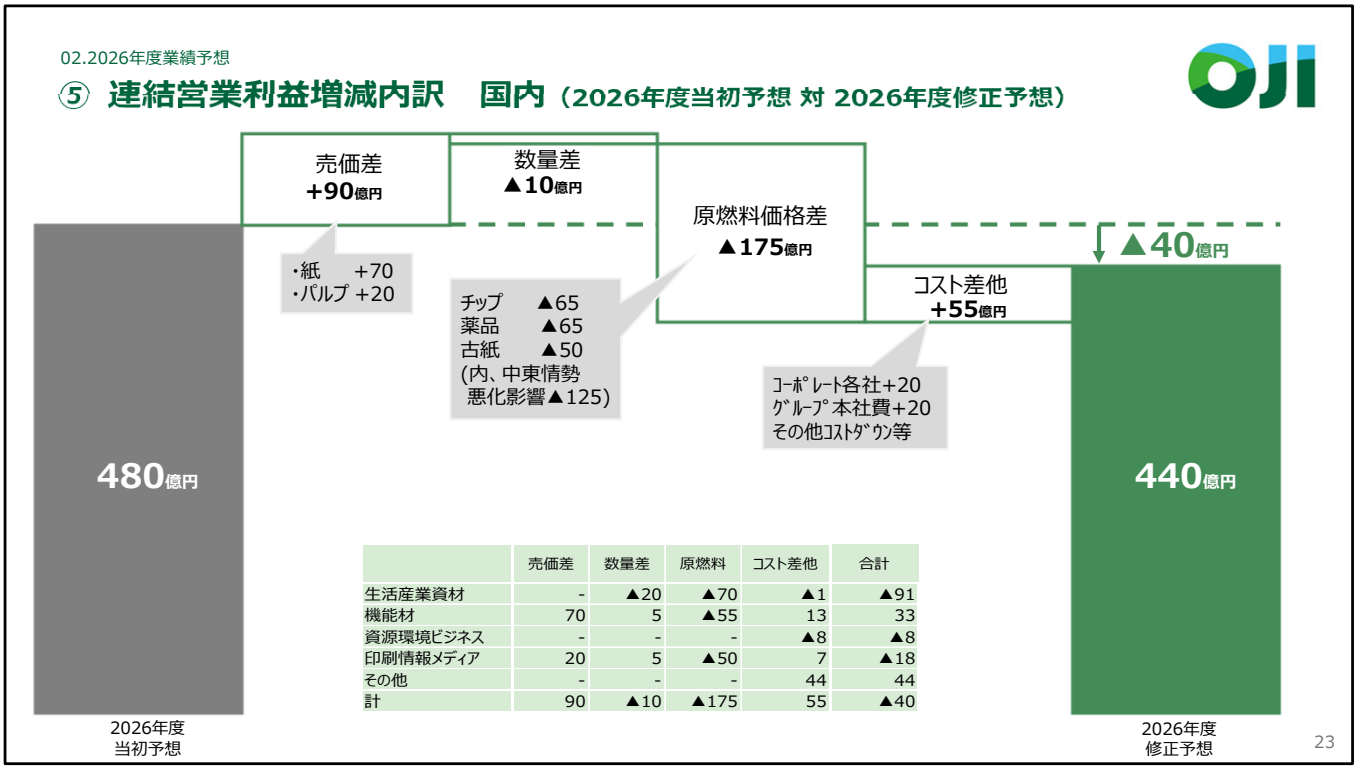
⑤ 2026年度当初予想との比較

(単位：億円)

	2026年度予想 (当初)	2026年度予想 (修正)	増減
売上高	19,400	19,600	200
営業利益	600	450	▲150
(うち国内事業会社)	(480)	(440)	(▲40)
(うち海外事業会社)	(120)	(10)	(▲110)
経常利益	450	300	▲150
親会社株主に帰属する当期純利益	350	350	-
ROE	3.3%	3.2%	▲0.1%pt
減価償却費	891	921	30
為替レート［期中平均・円/US$］	155.0	159.7	4.7

22

22ページ、26年度の当初に対し減益修正を営業利益、経常利益はしております。その数字、先ほど申しました数字が22ページです。その内容につきまして、簡単に23ページ以降で説明いたします。



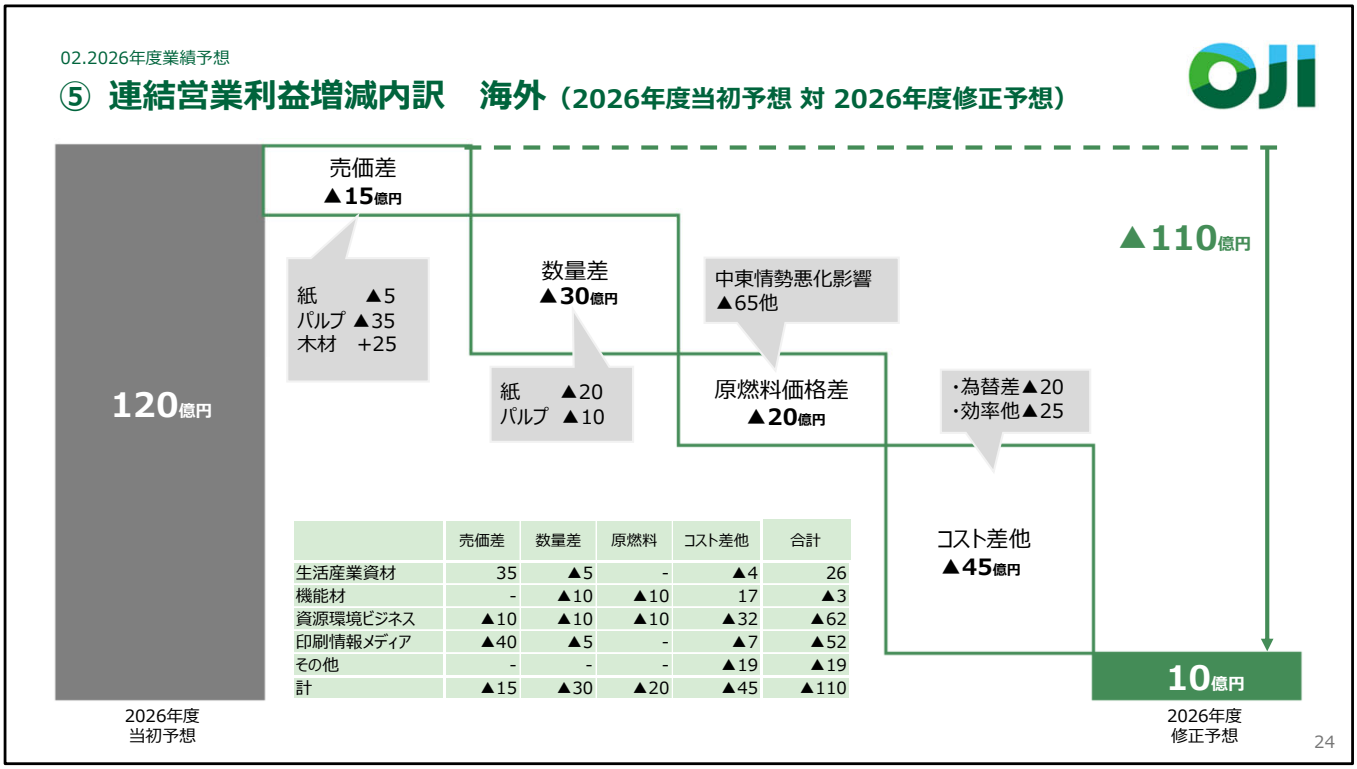
	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	-	▲20	▲70	▲1	▲91
機能材	70	5	▲55	13	33
資源環境ビジネス	-	-	-	▲8	▲8
印刷情報メディア	20	5	▲50	7	▲18
その他	-	-	-	44	44
計	90	▲10	▲175	55	▲40

国内は当初480億で見ておりましたけれども、440億ということで▲40億の減益で見ざるを得ない状況です。

売価差は＋90億のプラスで、機能材は中東情勢の影響分を的確に売価に転嫁を進めていっています。

その横の原燃料につきましては、やはり中東情勢の長期化を含めまして▲175億という、大きな当初に対してマイナス要因になるといったところです。

一方、コスト削減も実施しておりまして、コーポレート各社等々で増益を図り、その他のところで＋44億の増益を見ておりますけれども、トータルいたしますと、やはり国内では中東情勢の悪化等々のコストアップ分をカバーすることができず、▲40億の減益で見ざるを得ない状況です。



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	35	▲5	-	▲4	26
機能材	-	▲10	▲10	17	▲3
資源環境ビジネス	▲10	▲10	▲10	▲32	▲62
印刷情報メディア	▲40	▲5	-	▲7	▲52
その他	-	-	-	▲19	▲19
計	▲15	▲30	▲20	▲45	▲110

一方、海外が24ページです。120億の当初の数字に対しまして10億ということで、ぎりぎり黒字を確保するということで、▲110億の減益になります。

中身を見ていきますと、売価差、それぞれ生活産業プラス、その他資源環境、印刷情報マイナスがありますが、全体では▲15億の減益要因です。

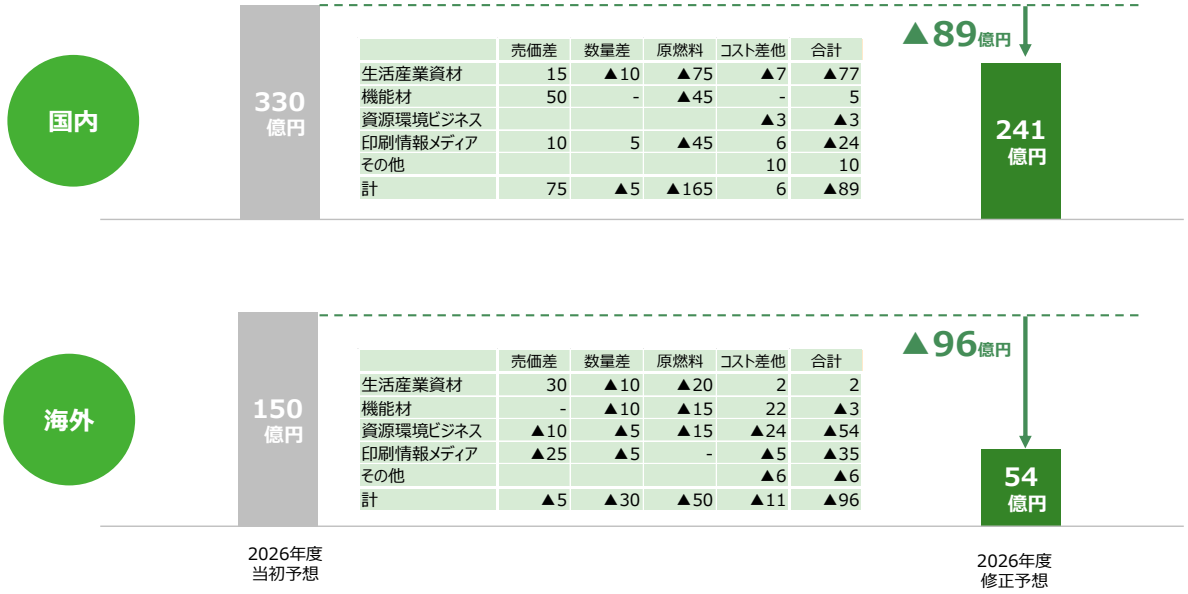
一方、数量差が▲30億ということで、機能材、それから資源環境で▲10億程度のマイナスをおのおの見ざるを得ないということです。機能材は先ほどの感熱のところの販売数量でも申しましたけれども、海外のOPE、アメリカの事業、これらで当初の見立てほど数量が伸びないというところです。関税につきましては、一時関税率が下がるという報道がありまして戻るような見立てをしておりましたけれども、またその関税の幅の圧縮がなされずにもとに戻っておりますので、実際には北米の輸出ができない状況。資源環境は▲10億ですけれども、これにつきましてはOji Fibre Solutions・江蘇王子でもって当初の販売数量より若干下ぶれするというところです。

原燃料は▲20億です。吹き出しに書いておりますように、トータルでは▲20億ですけれども、先ほどのニュージーランドの電力安とか東南アジアの古紙安がございまして、中東情勢は▲65億となっております。それを一部打ち返しておりますけれども、最終的には▲20億のマイナスが残るといったところです。

コスト差他は▲45億の減益要因です。大きなところでは資源環境ビジネス、これはレアル高です。先ほど申しましたセニブラの長期のSDに関しましては当初から計画されておりますので、当初のこの予想数値にも織り込んでおりますけれども、為替の影響だけは見ておりません。ということで、レアル高の影響が大きくマイナスで入り込んでいるといったところ。それとその他でも▲20億弱出ておりますけれども、これはAustroCelで若干減益になっております。木材価格が上昇している影響を一部受けているということです。

02.2026年度業績予想

⑤ 連結営業利益増減内訳　下期比較（2026年度当初予想 対 2026年度修正予想）



	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	15	▲10	▲75	▲7	▲77
機能材	50	-	▲45	-	5
資源環境ビジネス				▲3	▲3
印刷情報メディア	10	5	▲45	6	▲24
その他				10	10
計	75	▲5	▲165	6	▲89

	売価差	数量差	原燃料	コスト差他	合計
生活産業資材	30	▲10	▲20	2	2
機能材	-	▲10	▲15	22	▲3
資源環境ビジネス	▲10	▲5	▲15	▲24	▲54
印刷情報メディア	▲25	▲5	-	▲5	▲35
その他				▲6	▲6
計	▲5	▲30	▲50	▲11	▲96

25

続きまして25ページです。今までの説明を総合的に判断しますと、上期は増益、年間で減益ということになれば、当初の下期に対して今回の見通しで下期が大きくマイナスに振れるような計算結果にはなります。その内容を簡単に記載しております。

下期、当初国内は330億で見ておりましたが、これが241億で▲89億の減益。海外は150億で見ておりましたが▲96億の減益で54億という見立てになっております。おのおのここに分析を書いておりますが、今まで話をしておりましたことが全て要因としては表れてきているということで、１つには中東情勢の長期化。それと中国市況、パルプ市況といったところが我々の市況品でもって価格コントロールができない部分、これの市況影響。それと段ボール古紙の価格が夏場以降に輸出価格を中心に上昇し始めた。そういった要因が相まって、国内外でこのような結果になっているところです。細かな内容については割愛させていただきます。

02.2026年度業績予想

⑤ セグメント別売上高・営業利益（2026年度修正予想）

（単位：億円）

	2026年度予想(当初)		2026年度予想(修正)		増減	
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	売上高	営業利益
生活産業資材	9,710	395	9,680	330	▲30	▲65
機能材	2,370	130	2,400	160	30	30
資源環境ビジネス	4,210	190	4,350	120	140	▲70
印刷情報メディア	2,740	90	2,740	20	-	▲70
その他	370	▲205	430	▲180	60	25
連結合計	19,400	600	19,600	450	200	▲150

※1 売上高にはセグメント間売上を含む　※2 その他には調整額を含む

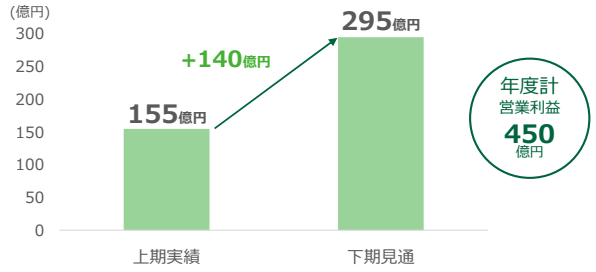
03

中期経営計画2027 フォローアップ

03.中期経営計画2027 フォローアップ

① 2026年度・2027年度の見通し

2026年度上期 対 下期　営業利益



主な増益要因

国内	SD時期影響+50	SD実施日数が上期＞下期
	中東情勢コスト増▲70	中東情勢長期化によりコスト上昇
	その他原燃料価格▲50	購入原紙・古紙価格上昇
	値上げ+125	値上げの上下差（中東情勢値上げ分含む）
海外	SD時期影響+50	SD実施日数が上期＞下期
	パルプ価格+15	主に秋需影響により市況上昇
	増販+40	稼働日数増による増販および各社拡販

2027年度の見通し

中期経営計画目標数値を維持	
ROE	8%
営業利益	1,200億円
当期純利益	800億円

中東情勢の長期化など、厳しい事業環境の継続が予想されるが、引き続き価格転嫁・安定操業・コスト削減に取り組み、中計利益目標の達成を目指す

28

28ページは、上期から下期に対してどういった要因で数字が良くなるかというところです。左側、上期155億に対して下期は295億で140億増益になるといったところの内訳、これは第１Ｑでも同じような記載をしておりました。

大きく変わっておりますのは、国内の方では値上げの影響で値上げの上下差、上期実行しているものが下期通期に効いてくるものが今回新たに一部追加になっておるところ。あとは、SD時期の影響等々については第１Ｑと同じような要因になっております。ということで、上期から下期に対して140億ほどの増益を見込めると判断しております。その右は27年度の見通しということで、中期経営計画最終年度になりますけれども、現時点においては、我々としてはこの目標に対して邁進していくということで、現時点において、この中期経営計画のKPIの変更は考えておりません。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

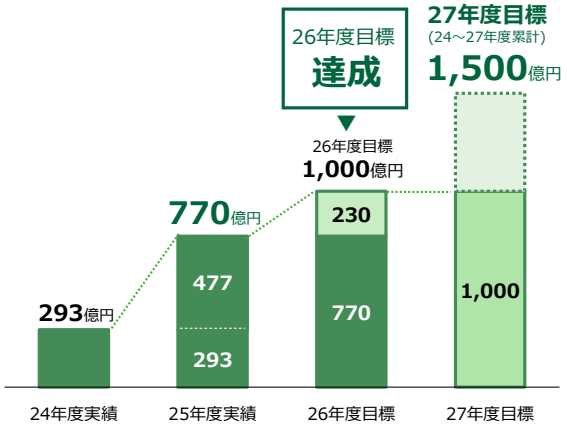
② 財務戦略－株主還元

■2026年度の配当予想

配当予想は当初予想から**変更なし**

中期経営計画方針	
配当性向	**50%**
配当下限	**年間24円/株**
2026年度配当予想	
年間36円/株	

■自己株式取得状況（累計）

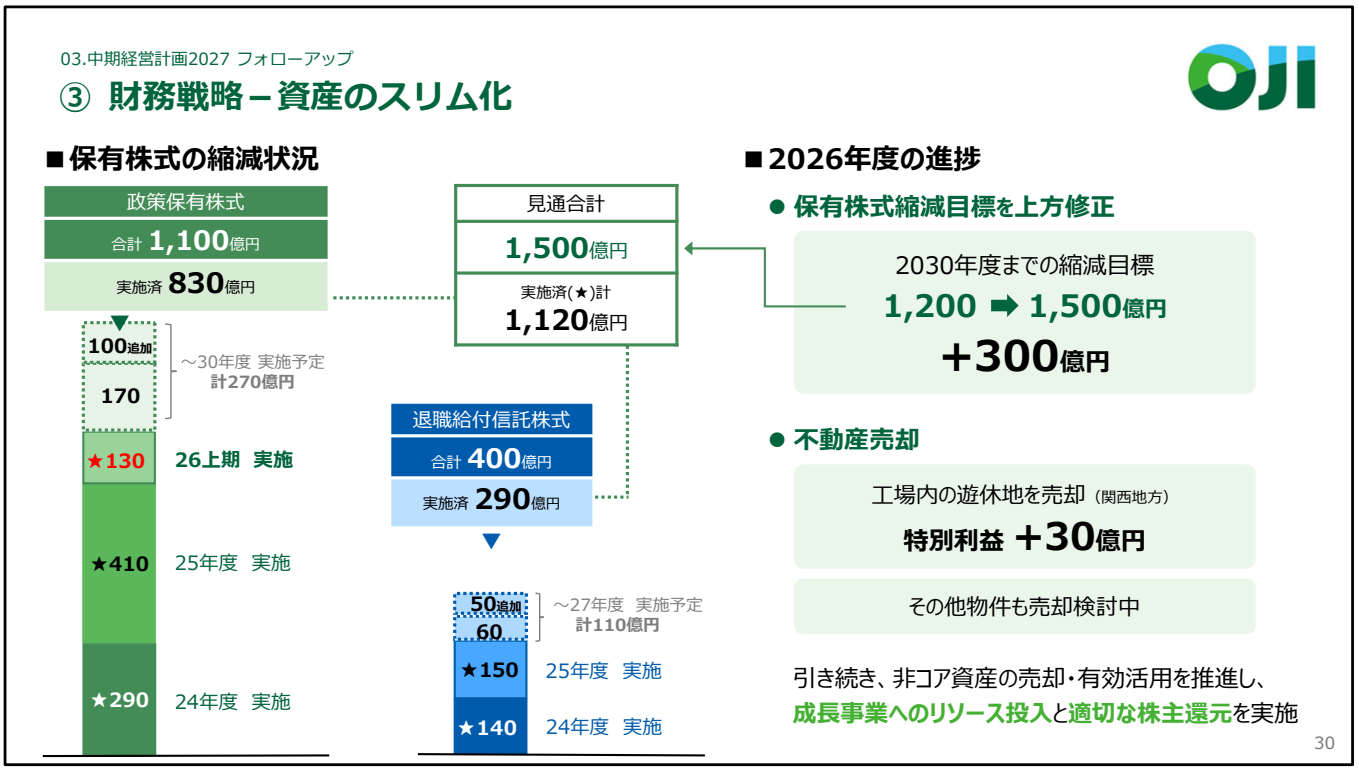


26年度上期 ▶ **26年度累計目標を達成済**、5月に消却も実施

～27年度 ▶ 残りの**500億円**を着実に実行

29

29ページ、株主還元です。配当につきましては、冒頭申しましたように36円の配当を維持するといったところ。自己株につきましても、残りの500億円は27年度までに着実に実行することを考えております。



30ページは資産のスリム化ということで、ずっと政策保有株式を含めた退給信の株式と保有株式の縮減を進めていっております。今般、それも一部見直しをしております。

第１Ｑでも一部見直しをいたしましたが、第２Ｑで政策保有株式の縮減につきましては100億追加しておりまして、トータル1,100億。退職給付信託の株式につきましても50億追加しておりましてトータル400億ということで、1,500億の保有株式の縮減を実施したいと考えております。最終的には30年度までというところです。ということで、当初中期経営計画の段階で発表しておりました2030年度までの縮減目標1,200億に対して、トータルで300億増加させ、1,500億で計画しております。

その下は不動産の売却です。この上期、関西地方で工場内の遊休地を売却しておりまして、30億程度の売却益を計上しているところです。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

④ 事業戦略－低収益性事業の構造改革

低収益性事業からの撤退を継続して検討・実施し、構造改革を断行

2025年度 取組案件

オセアニア事業再編	国内家庭紙・大人おむつ 生産体制再構築	国内新聞用紙 生産体制再構築	国内段ボール事業 生産体制再構築
NZ板紙事業撤退 AU段ボール事業売却	王子ネピア/苫小牧・江戸川・富士宮工場閉鎖	王子製紙/苫小牧工場/N4マシン停機	四国　一部貼合機停止

2026年度 取組案件

マレーシア印刷・発送サービス 事業売却	**欧州包装資材事業生産体制再構築** Walki/ガースタン工場(イギリス)閉鎖	**国内製材事業生産体制再構築** 王子与志本製材/5工場から3工場への集約
マレーシア南部段ボール事業 生産拠点集約	**NZ板紙加工工場閉鎖** OjiFS/ハミルトン工場閉鎖	**ミャンマー段ボール 事業売却**

構造改革プラン検討・推進中の事業数　＋ 9件

（上記掲載案件および小規模事業除く。撤退案件に限らない。）

31

31ページは低収益性事業の構造改革ということで、上の段につきましては、既に第１Ｑでほとんど説明をさせていただいているものです。

下の26年度の取り組みというところに、６項目ほど書いております。全体的には、これはほとんど取り組み案件ということで実行が終わっております。その他に９件ほど、規模の小さくないものに関して今構造改革プランの検討、推進をしております。当然個別の案件につきましては、現時点では開示できる状況ではないということですのでご容赦いただきたいと思います。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

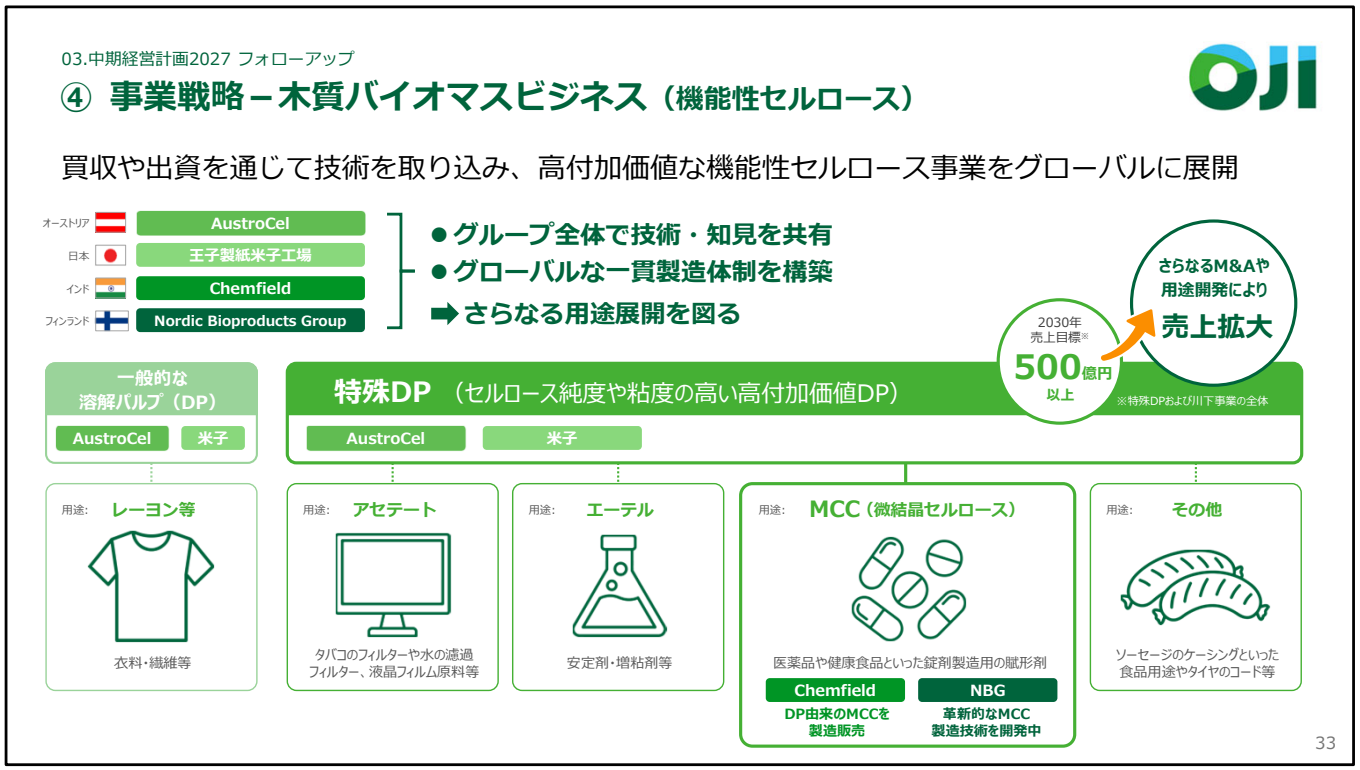
④ 事業戦略－木質バイオマスビジネス

森林資源の価値を最大化し、次世代の素材、化学品、エネルギー事業へ



32

32ページ以降は、我々が取り組んでおりますポートフォリオの変更に伴うそれぞれの事業の取り組みになります。まず32ページは木質バイオマスビジネスで、木材から出てくる３成分、セルロース、ヘミセルロース、リグニン、これらを用いましてこのページにありますようなそれぞれ新たなアウトプット、これの事業化、開発等々を今進めているところです。



続きまして33ページ、その中の機能性のセルロースです。これには、今年買収いたしましたAustroCel、それから王子製紙の米子工場、Chemfield、それからNBG等々を通じてグローバル全体で技術知見を共有しながら、用途展開を図っていきたいといったところです。それぞれの会社において、下に記載しておりますような内容の開発等々を進めているところです。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

④ 事業戦略－木質バイオマスビジネス（研究開発）

社会実装に向け、バイオものづくり、半導体、医薬・ヘルスケアの各分野で研究開発と事業化を加速



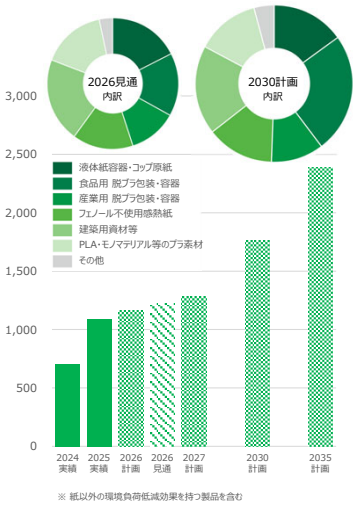
34ページ、これはもともとのベースのメインとなっていたものです。１つは医薬品関係、バイオマスレジスト、それから糖液、エタノールです。右の方に、2030年度及び2035年度の売り上げ目標を記載しております。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

④ 事業戦略－サステナブル製品

包装規制を事業機会と捉え、紙化ソリューションとグループ連携を拡大

サステナブル製品※ 売上高（億円）



※ 紙以外の環境負荷低減効果を持つ製品を含む

【背景】
- 欧州では2026年8月からPPWR*の一般適用が開始　*Packaging and Packaging Waste Regulation (包装・包装廃棄物規則)
- インドでもプラスチック廃棄物管理規則が施行されるなど、他地域でも規制強化の流れ

➡ **規制に適合する紙・板紙などへの需要拡大が見込まれる**

OJI4U TOTAL PACKAGING SOLUTION

OJI4U （東南アジアでのトータルパッケージングソリューションの取組み）

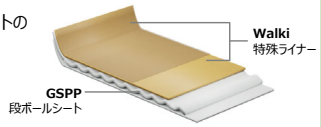
- 東南アジアで王子グループの総合力を生かし、**包装デザイン・資材をワンストップで提供**
- Walki社の耐擦傷材やバリア紙などを組み合わせ、**顧客の環境規制対応や機能面のニーズに対応**

Walki社・GSPP社(※)製品の活用例

発泡スチロール緩衝材 を Walki/ライナー + GSPP/段ボールシートの
ハイブリッド紙製緩衝材により代替

→顧客のPPWR対応、輸送時の擦傷防止のニーズに応える
→外装箱にもGSPPの段ボールが採用

※マレーシアグループ拠点

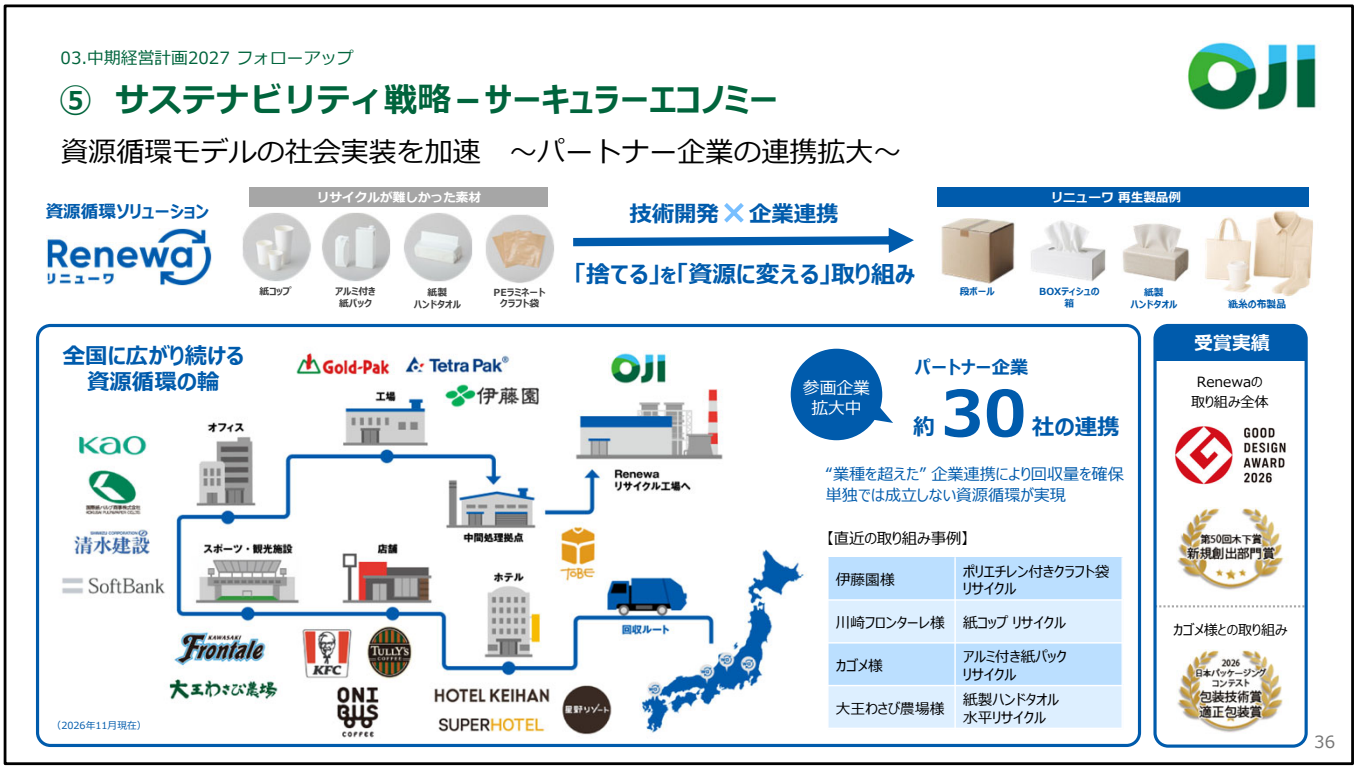


→成形デザインも含め顧客に提案

➡ **各国の規制・顧客ニーズに応じた紙化ソリューションをグローバルに展開**

35ページはサステナブル製品の販売です。この左下の棒グラフですけれども、26年度計画ということで1,200億程度のレベルで見ておりますが、これを2030年度では1,800億近く、2035年では2,400億近くまで持ち上げていこうというところです。

右に書いておりますけれども、背景としまして欧州ではここに来て26年、この８月からPPWRの一般適用が開始されているということで、2030年度からは強制適用といった動きになっております。インドでもプラスチック廃棄物管理規制が施行されるなど、紙、板紙への需要拡大が見込まれるところで、我々はその波に乗って進めていきたいです。東南アジアではOJI4Uという、包装、資材等々をワンストップで提供する取り組みも進めているといったところです。



36ページはRenewaということで、新たなブランドで資源循環のソリューションを進めております。右に書いておりますようにそれぞれ共感を得まして、今現在パートナー企業としては30社程度の企業とタイアップしながら進めておるところです。まだまだ参画の企業さんは拡大中ですので、日本国内においてもこういった、今までなかなかリサイクルできなかった、そういった難離解的な材料につきましてもリサイクルを進めているところです。

03.中期経営計画2027 フォローアップ

⑤ サステナビリティ戦略－社外からのESG評価

王子グループのサステナビリティへの取組や適切な情報開示は、社外から高評価を獲得しています

MSCI ESGレーティング

「AA」評価　獲得

（2026年8月）



➡ 従来の「BBB」から**2段階アップ**

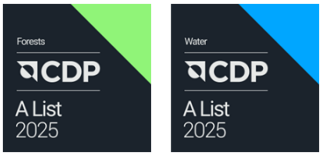
MSCI:
国際的に広く活用されるESG評価指標

MSCIに関する免責事項は当社ウェブサイトをご参照ください。
https://www.ojiholdings.co.jp/sustainability/evaluations/

CDP

最高評価**「Aリスト企業」**に選定

（2026年2月）



➡ フォレスト(木材)分野　：**4年連続**
➡ 水セキュリティ分野　：**2年連続**

CDP:
企業の情報開示を促し、気候変動・水資源・森林に関する企業の取り組みを評価

その他の評価団体

王子の自然資本(生物多様性)の
取り組み・適切な開示が**高評価**

World Benchmarking Alliance

Natureセクター750社中 **4位**
トップパフォーマー企業の1社に選定
（2026年1月）

Nature Action100

高い評価結果を受領
（2026年10月）

50項目中26項目でスコア獲得
（100社中３番目）

37

37ページが社外からのESG評価ということで、一番左がMSCIのESGトレーディングでAAを獲得しております。前回まではBBBでしたので、２段階アップ。CDPのＡリスト企業にも選定されておりまして、フォレスト、水セキュリティは４年、２年、それぞれ連続して評価を得ております。それから一番右にもWorld Benchmarking Allianceというところでネイチャーセクターの750社中４位。それからNature Action100、これにつきましては、100社中一応我々の評価では３番目といった評価を得まして、社外からも高い評価を最近得ているといったところです。

長くなりましたが、説明は以上で終わらせていただきます。

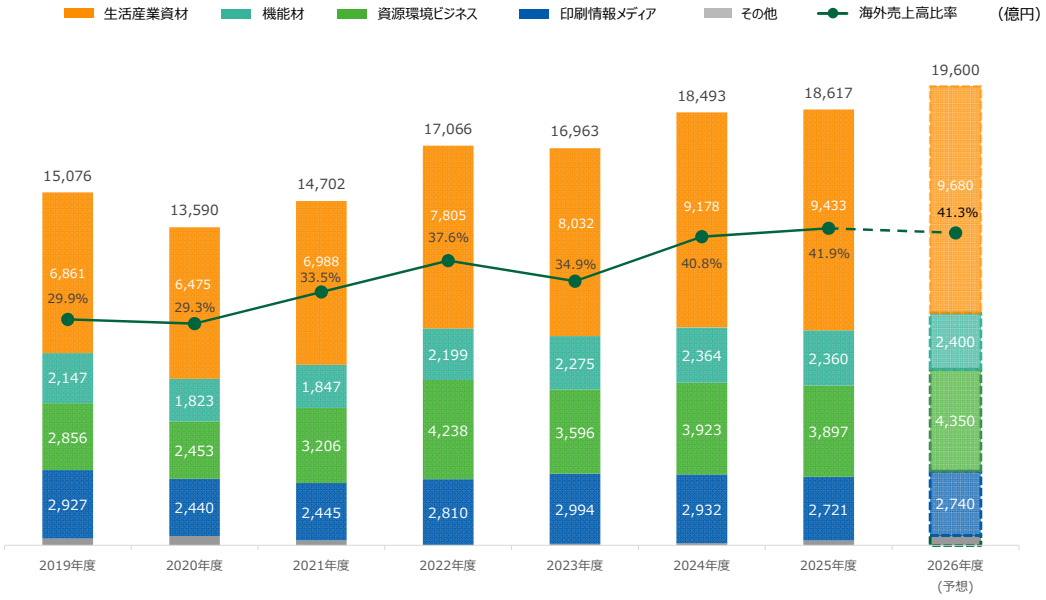
04

参考資料

04.参考資料

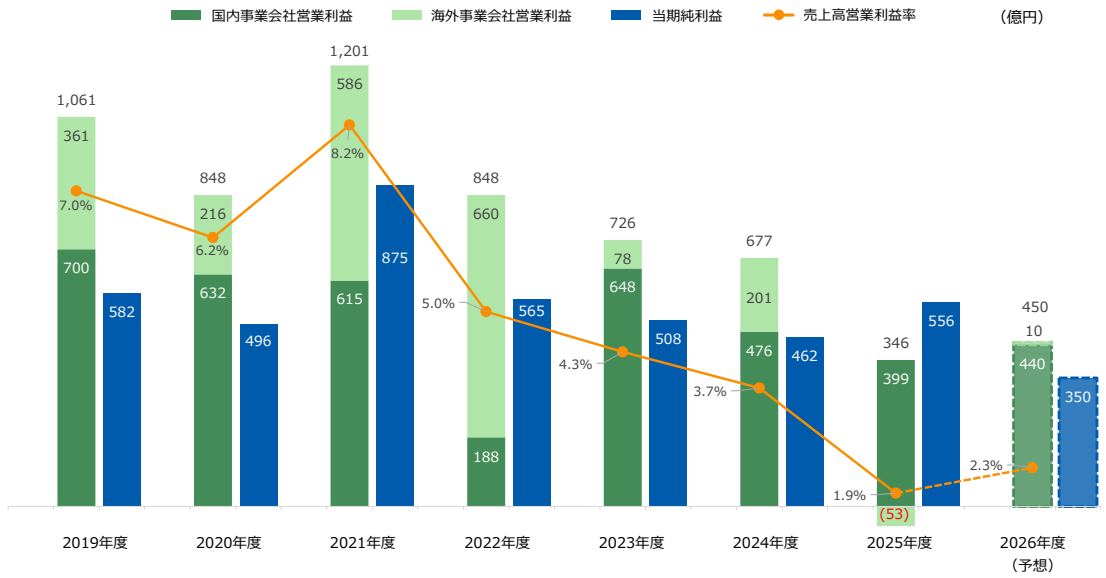
セグメント別売上高推移

2025年度より、Walki社・IPI社を「その他」セグメントから「生活産業資材」セグメントへ変更しました。
上記に伴い、過去（2023年度および2024年度）のセグメント業績についても、この変更を反映したものに組み替えて表示しております。



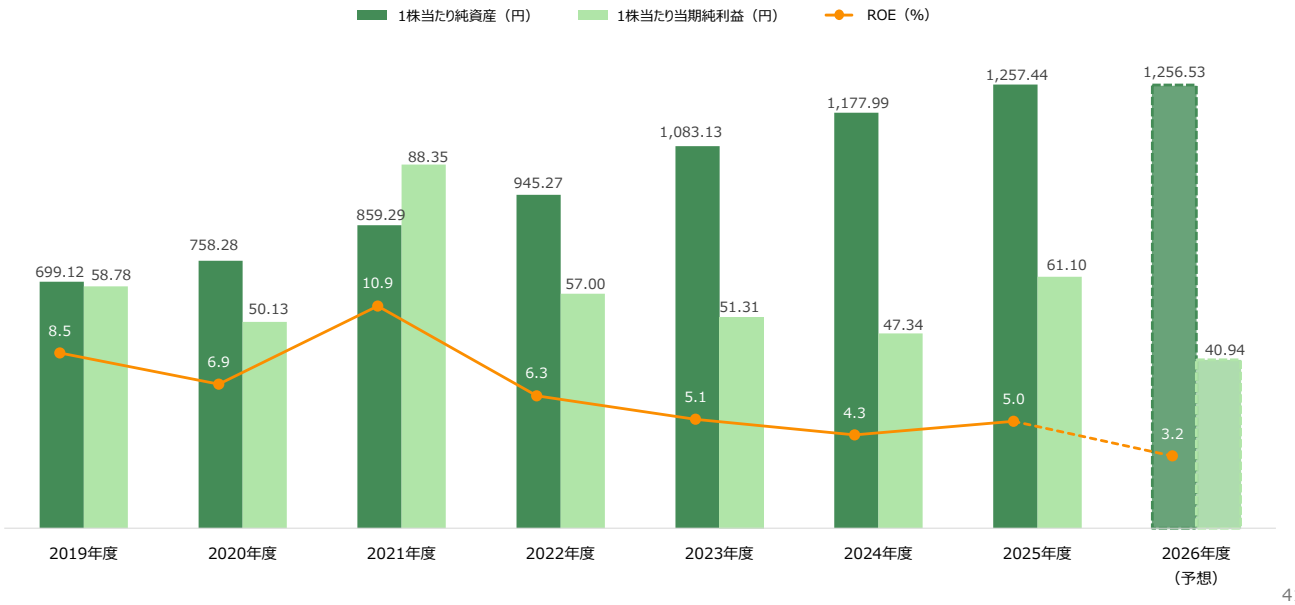
04.参考資料

連結営業利益推移



04.参考資料

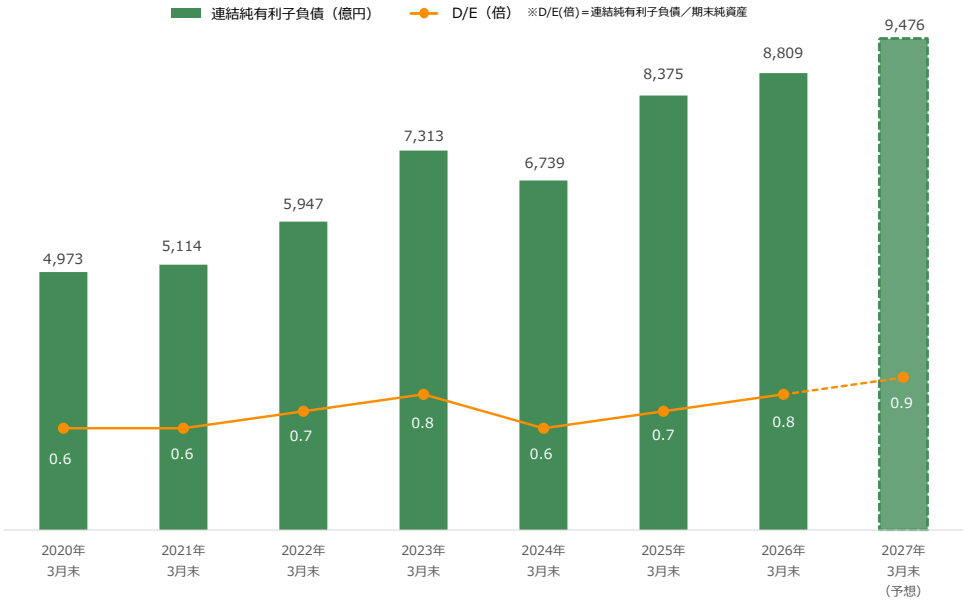
自己資本利益率(ROE)推移



41

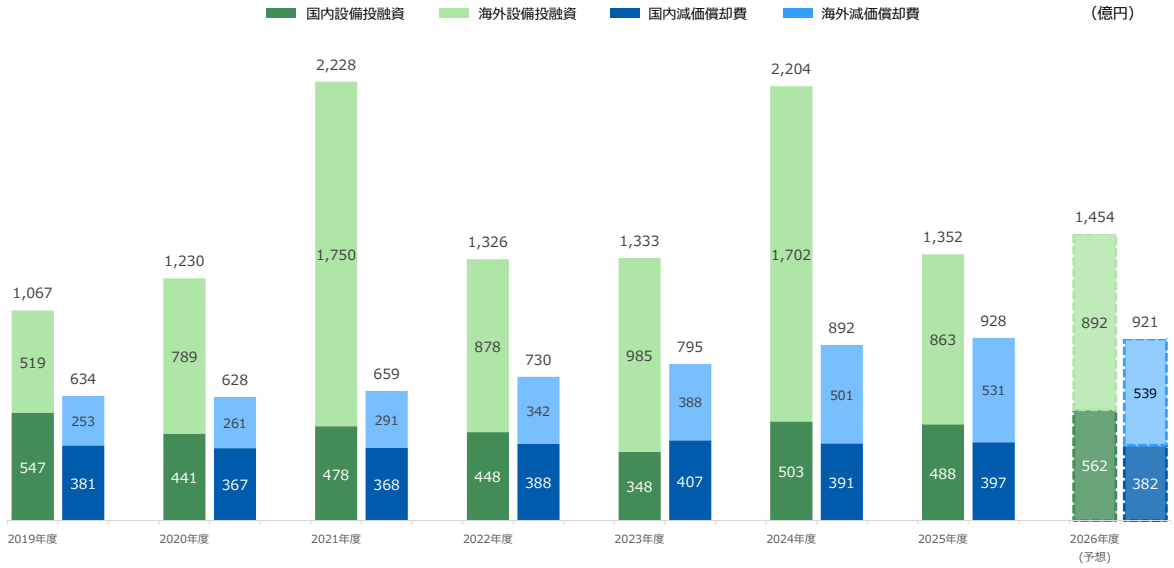
04.参考資料

連結純有利子負債残高推移



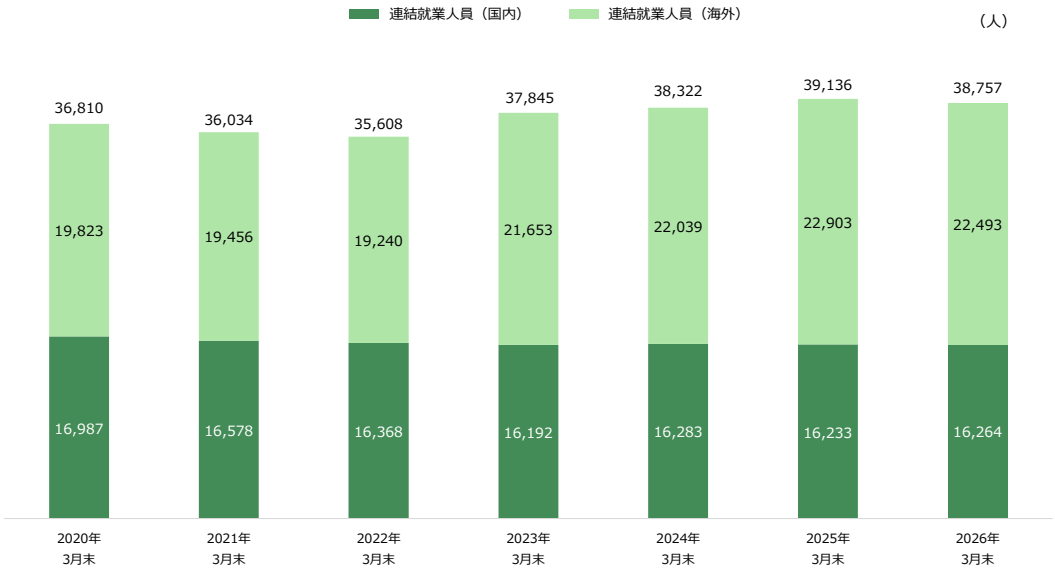
04.参考資料

連結投融資・減価償却費推移



04.参考資料

連結就業人員推移



04.参考資料

2026年度2Q累計 業界需要動向

(単位：千t)

		国内出荷高	前年比	輸入紙（通関）※1	前年比	合計	前年比
板紙	段ボール原紙	4,300	99.8%	9	59.6%	4,309	99.6%
	紙器用板紙	691	97.0%	83	91.6%	774	96.4%
	その他の板紙	274	98.6%	8	66.6%	282	97.3%
小計（板紙）		**5,265**	**99.4%**	**100**	**85.0%**	**5,365**	**99.0%**
紙	衛生用紙	907	99.6%	151	115.5%※2	1,057	101.6%
	包装用紙	292	99.2%	5	72.6%	297	98.5%
	新聞用紙	618	90.8%	0	57.3%	618	90.8%
	印刷・情報用紙	2,057	94.5%	273	102.5%	2,330	95.3%
	雑種紙他	279	102.6%	12	113.7%	291	103.0%
小計（紙）		**4,152**	**95.8%**	**441**	**106.3%**	**4,593**	**96.7%**
合計（板紙＋紙）		**9,417**	**97.8%**	**541**	**101.6%**	**9,958**	**98.0%**

(単位：百万㎡)

段ボール ※3		**7,025**	**99.7%**	——	——	**7,025**	**99.7%**

出典：「日本製紙連合会紙・板紙需給統計」、「財務省貿易統計」、「全国段ボール工業組合連合会段ボール生産量」
※ 1：輸入紙（通関）の実績は2026年4月～9月（速報）の実績
※ 2：衛生用紙の輸入紙（通関）に二次製品（加工品）を含む
※ 3：段ボールの数量は生産量（貼合されたシートの総量）


Dedicated to Sustainability