

2025年3月期 通期 決算説明会資料

特種東海製紙株式会社
(東証PRM3708)

2025.5.19

Finan

財務情報

Infor

通期連結業績

(単位:百万円)	2024年3月期	2025年3月期	前年同期比	
売上高	86,517	94,800	+8,283	+9.6%
営業利益	2,296	3,928	+1,632	+71.0%
経常利益	6,188	6,227	+39	+0.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,590	3,607	▲983	▲21.4%

売上高・営業利益

- 価格改定効果やリサイクル関連企業1社をグループ化したことなどにより、売上高は過去最高、営業利益も増収

経常利益

- 持分法投資利益の減少を営業利益増加で打ち返し、2年連続で過去最高を更新

当期純利益

- 24年3月に閉鎖した岐阜工場の更地化費用やフィブリック事業の撤退に伴う減損損失により減益

セグメント情報

(単位:百万円)		2024年3月期	2025年3月期	前年同期比	
産業素材	売上高	42,455	44,793	+2,338	+5.5%
	営業利益	1,282	1,089	▲193	▲15.0%
特殊素材	売上高	20,427	21,467	+1,040	+5.1%
	営業利益	495	1,638	+1,143	+230.8%

産業素材

- 段ボール原紙・クラフト紙の販売数量は買い控えなどにより減少したが、NTIへの販売価格が上昇したことで売上高自体は増加
- 減益は売電事業において設備トラブルにより1.5か月分電力販売がストップしたことが要因

特殊素材

- 特殊機能紙の製品で需要回復、販売数量が前年比で増加
- 加えて24年10月からの価格改定が寄与し前年比増収増益

セグメント情報

(単位:百万円)		2024年3月期	2025年3月期	前年同期比	
生活商品	売上高	18,151	18,646	+495	+2.7%
	営業利益	567	532	▲35	▲6.0%
環境関連	売上高	11,875	16,783	+4,908	+41.3%
	営業利益	122	529	+407	+333.2%

生活商品

- トイレットペーパーは価格改定効果が通期で寄与、ペーパータオルは価格改定効果は限定的だったものの販売数量が増加し、セグメント売上高は増収
- 主に原料における価格高騰が続き、セグメント利益は微減

環境関連

- グループ会社の増加(PLは9か月分を連結)に加え、マテリアルリサイクルにおける処理量増加やRPF事業の好調などにより増収増益

利益の増減要因(前年同期比)



- 特殊素材・生活商品における価格改定効果に加え、販売数量も総じて堅調であったことから数量・価格要因で+784
- 原燃料価格の高騰が主に生活商品で利益を押し下げ▲200
- 環境関連は順調に伸長しDD費用やのれん償却費を打ち返し+407

(単位:百万円)	2025年3月期	2026年3月期(予想)	前年同期比	
売上高	94,800	99,000	+4,200	+4.4%
営業利益	3,928	5,000	+1,072	+27.3%
経常利益	6,227	7,000	+773	+12.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,607	4,900	+1,293	+35.8%

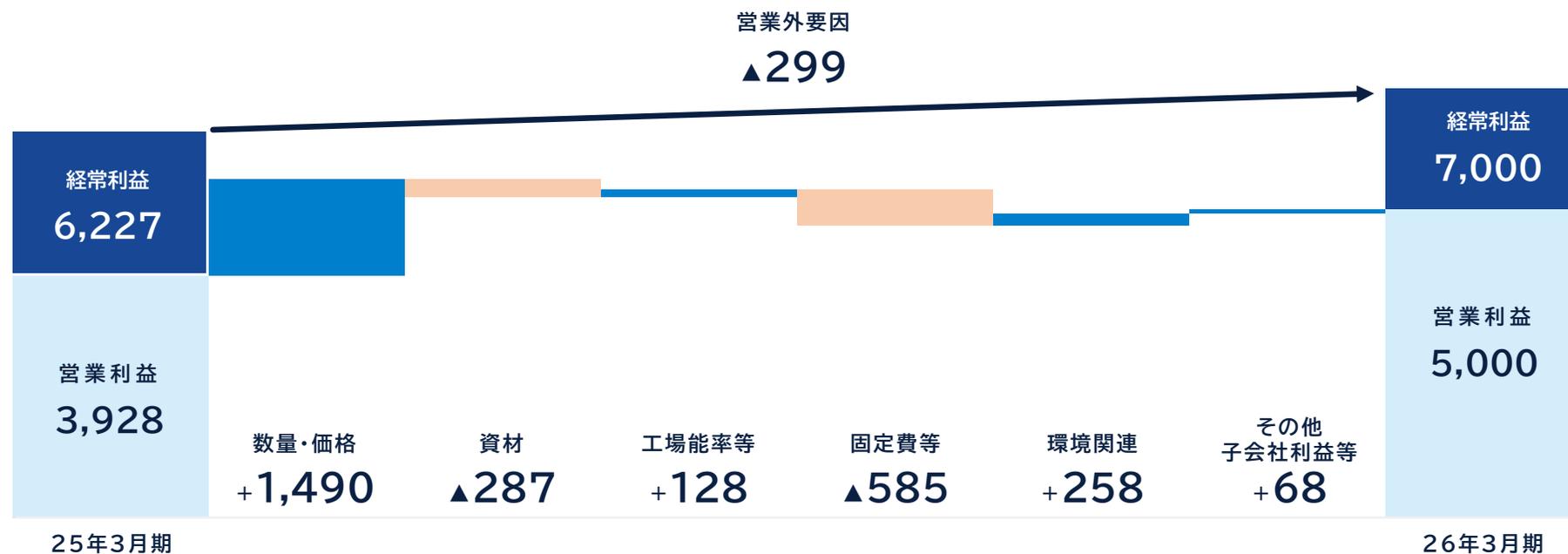
売上・営業利益

- 特殊素材・生活商品における価格改定効果・堅調な販売数量、および環境関連事業の伸長などが見込まれることから増収増益の見通し

経常利益・当期純利益

- 支払利息など営業外費用増加が想定され、増益であるものの営業利益に比べ増加額は限定的となる見込み

通期業績予想 利益の増減要因(前年同期比)



- 特殊素材の価格改定効果が通期で寄与、加えて生活商品における25年4月からの価格改定も浸透を想定し+1,490
- 原燃料価格は古紙や国内パルプを中心に引き続き高騰が続く▲287
- 環境関連の引き続きの成長を見込み+258

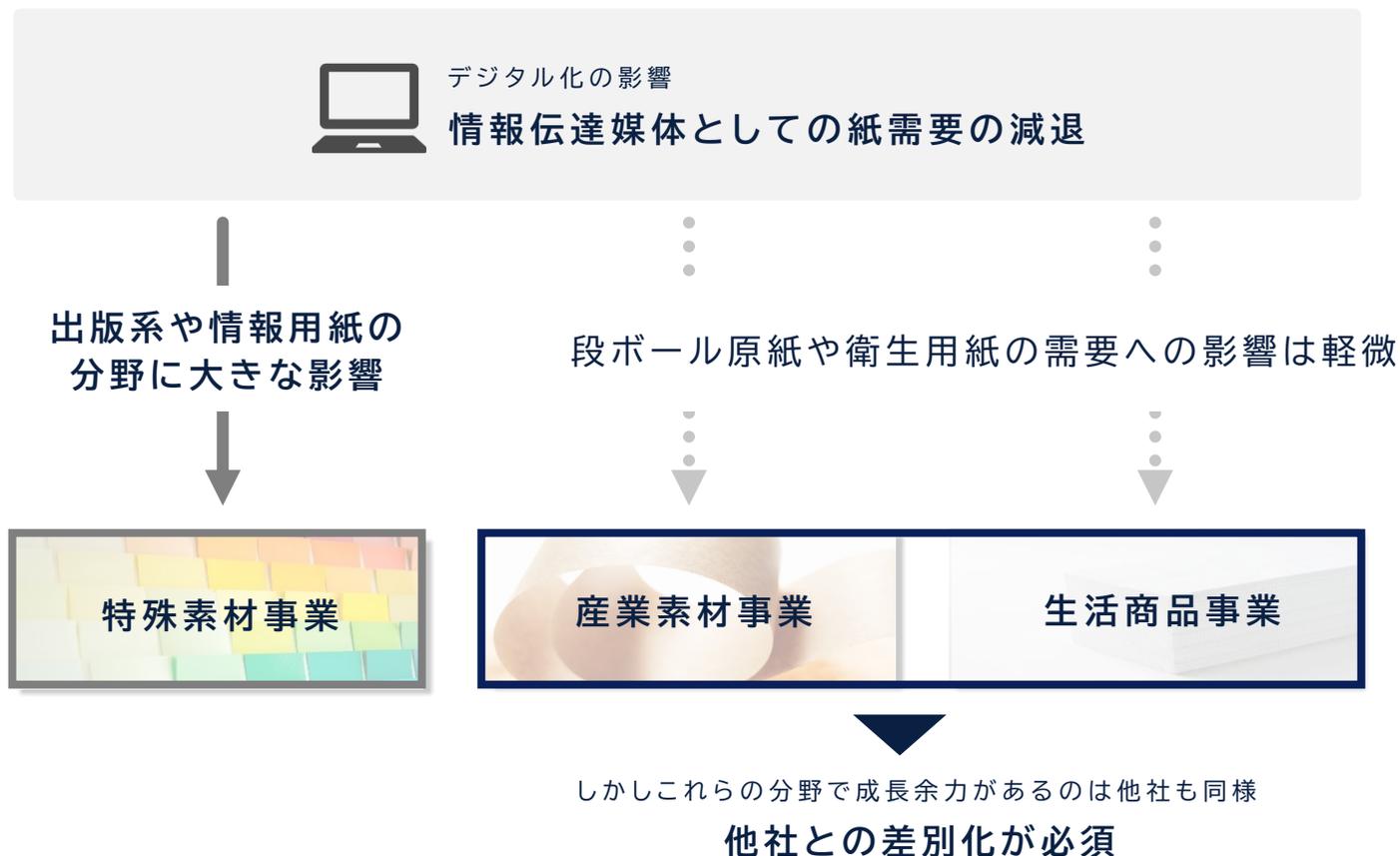
Grow

成長戰略

Strate

2016年以降の経営環境の変化

電子機器の発展に加えリモートワークの拡大も合わせりデジタル化が急速に進展
製紙を取り巻く経営環境は大きく変容



オンリーワンビジネス企業へ

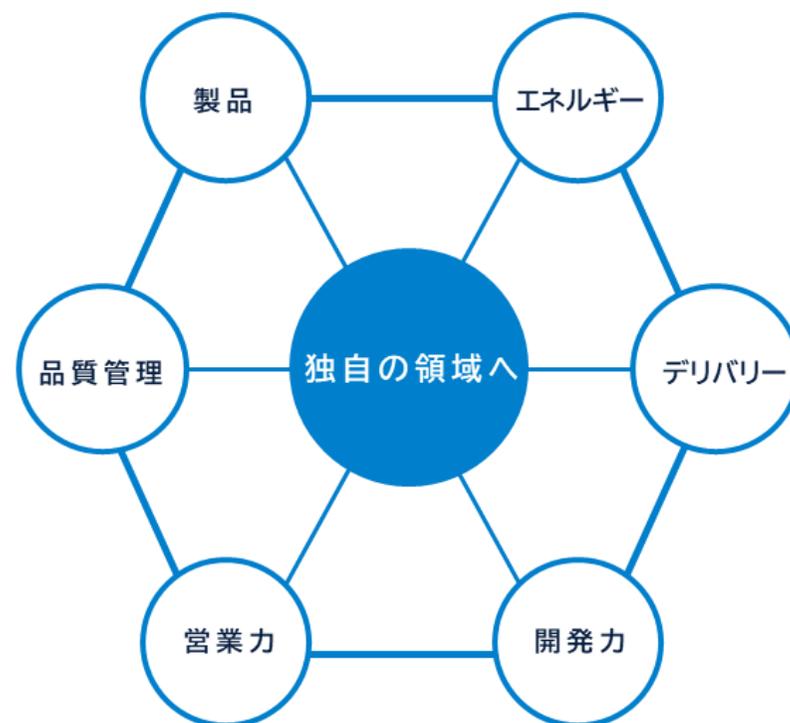
顧客ニーズに寄り添いながらあらゆる側面で差別化を図り
それらの総合力で他社に真似できないビジネス領域を目指す

経営理念

ユニークで存在感のある企業集団として
社会と環境に貢献する

目指すべき企業像

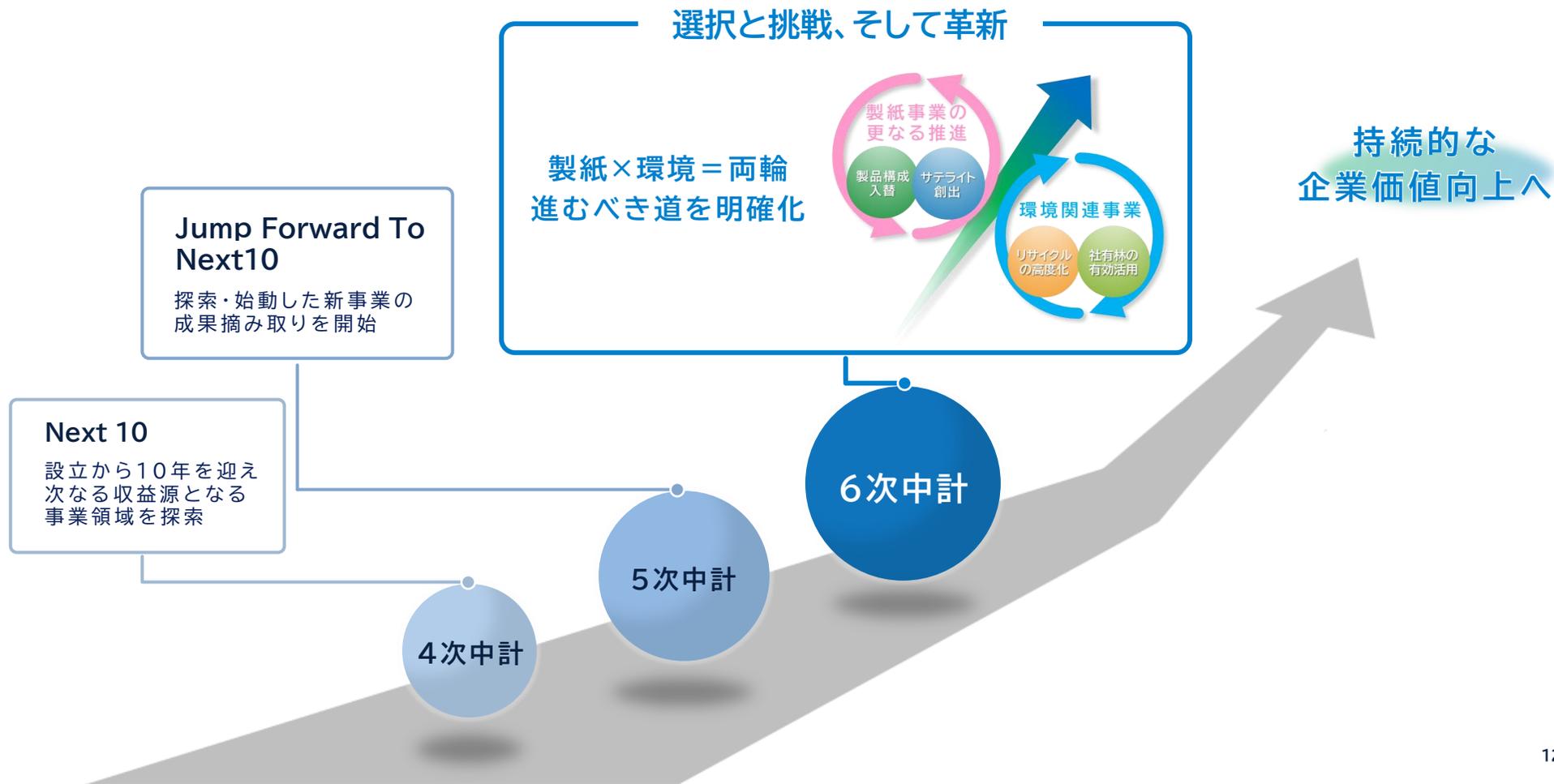
技術と信頼で顧客と共に未来をひらく
オンリーワンビジネス企業



事業ポートフォリオの変革へ

経営環境の変化や当社の独自性を踏まえて

第4次中期経営計画以降、持続的な成長が可能な事業ポートフォリオを構築を推進

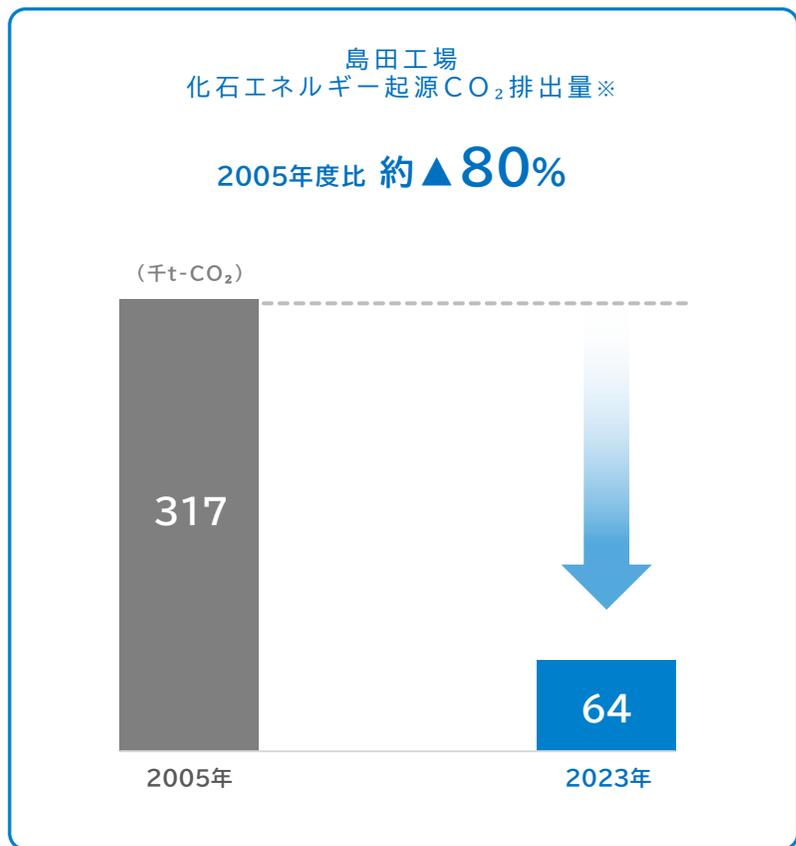


Papere

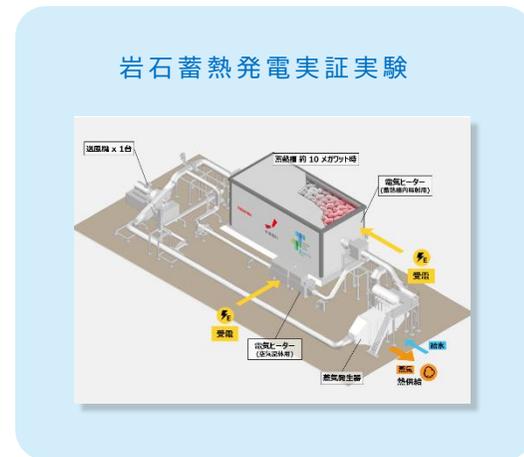
製紙事業の
更なる差別化を目指して

Exper

バイオマスボイラの早期導入により現時点で低炭素操業を実現
カーボンニュートラル実現に向けてグループをけん引



進捗



カーボンニュートラルへの道を明確化していく

※環境省公表の原単位を用いた当社試算

業務用を中心に衛生用紙の堅調な需要を獲得
古紙原料による生産技術により品質とブランド力に更に磨きをかける

課題

「白物古紙」の減少

外部環境

- デジタル化や近年のリモートワーク普及によりコピー用紙や上質紙の古紙(=白物古紙)の発生が減少傾向

リスク

- 白物古紙を用いる白い再生トイレtpーパーなどが原材料不足により製造困難になる可能性

進捗



段ボール古紙を利用した製品を製造

産業用紙製造における原料調達を横展開し
段ボール古紙やUKPを利用した衛生用紙の開発を実施



特殊素材事業

特殊紙の生産拠点・三島工場の「キレイ」な紙を製造できる特長を強化
社会の変化に合わせて成長が見込まれる市場・製品群へシフトしていく

ふたつのキレイ

進捗

Beautiful



ファンシーペーパーは顧客ニーズの
見込まれる地域へ積極的に海外進出

Clean



用途が縮減する情報用紙から
(OCR用紙、通帳用紙、圧着はがき用紙など)
成長が見込まれる工業用機能紙へ
(ノンフッ素耐油紙、アラミド等絶縁紙、無塵紙、滅菌紙など)

Environ

環境関連事業における
オンリーワンビジネスの構築

Relat

自然環境活用事業

森林資源の保護保全と有効活用の両立に向けた事業探索を実施

ウイスキーなどを皮切りに自然価値還元に向けて取組みを活発化させていく

ウイスキーの販売を開始

第1弾
(24年11月発売)



第2弾
(25年5月発売)



井川蒸溜所が目指すレギュラーモデル＝12年物の発売まで半年ごとに展開、20種類以上の生態系をモチーフとした製品をリリース予定



豊かな生態系を育む
南アルプスでしか造れない
ウイスキーを追求

森林由来J-クレジット販売

極めて稀な天然生林由来のクレジットである
「南アルプスカーボンクレジット」2月に販売開始

初年度は全量販売が完了

販売したクレジットは井川社有林の生物多様性の増進など、カーボンニュートラルとネイチャーポジティブの同時達成に向けた取組みに活用

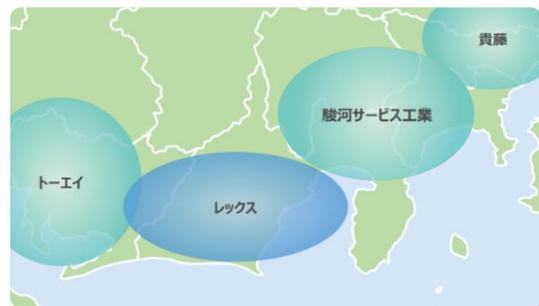


「自然を守り、自然を活かす」
自然資産の利活用と
環境保全の好循環を目指す

資源再活用事業

グループ化を進め廃棄物の外部収集から製紙工場でのエネルギー利用までの一貫体制を構築
一貫して行える体制を構築、固形燃料・RPF製造事業の更なる強化を図っていく

廃プラスチックの安定集荷



廃棄物の収集運搬や中間処理などを行う企業のM & A・アライアンスを3件実施
東京 - 静岡 - 愛知の収集ラインを構築



各社のノウハウや運搬車両を相互活用し収集業務を効率化

増産に向けた体制強化

サーマルリサイクルの内製化を目的に
2003年に開設したレックス金谷工場を
同じく静岡中部の牧之原へ移転予定



勤務体制を2直から3直へ
生産能力向上を見込む

産業廃棄物を製紙事業のエネルギーとしてリサイクルするためのRPF製造事業を更に強化

サーマルリサイクルでのオンリーワンへの挑戦

資源再活用事業

トーエイ(2023年にグループ会社化)を中心にマテリアルリサイクルへ進展
新たな需要を取り込むため再資源化の分野でもオンリーワン化を図っていく

当社グループで現在実施しているマテリアルリサイクルの例

家電・家電由来プラスチック



テレビ



解体・再資源化



洗濯機・
冷蔵庫等由来
プラスチック



プラスチック原料



石



墓石などの
自然石



再生砕石として
路盤材等に活用

小型家電



携帯電話など



金属資源を採取



ガラス



通常は
埋め立てられる
色付きビン



サンドウエーブG



(ガラス造粒砂)

資源再活用事業

25年2月より「プラスチック高純度選別ライン」を稼働開始
従来では対応できなかった顧客ニーズに合わせた幅広い再資源化・精選別が可能に

導入前の課題

プラスチックリサイクルの多様な
ニーズが寄せられる一方、
設備の関係で再資源化に制約



- 販売できなかった
リターン品を原料に戻したい
- 自治体から回収した製品を
プラスチックに戻したい
- 硬質プラスチックを
プラスチックに戻したい

導入後可能になった再資源化



自動車部品やライト付き
バンパーなどリサイクル
困難品の再生処理

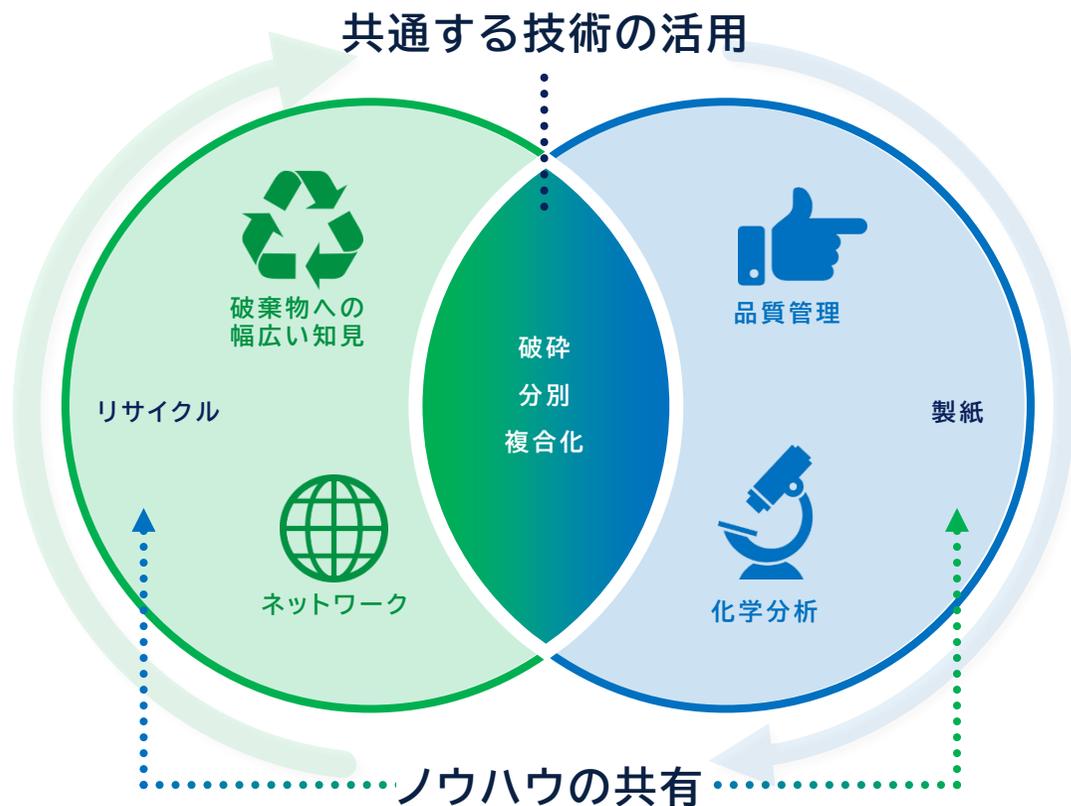


高精度・高純度な
リサイクル材生産



資源再活用事業

グループ内に横串を通し製紙と共通する技術やそれぞれのノウハウを組み合わせ
他社に真似できないリサイクルビジネスの構築を目指す



市場へ参入するだけでは
最終的に価格競争に陥る危険性

製造業とリサイクラー両方の経営資源を活かし
当社でしかできないビジネスモデルを探索

差別化されたリサイクルを目指す

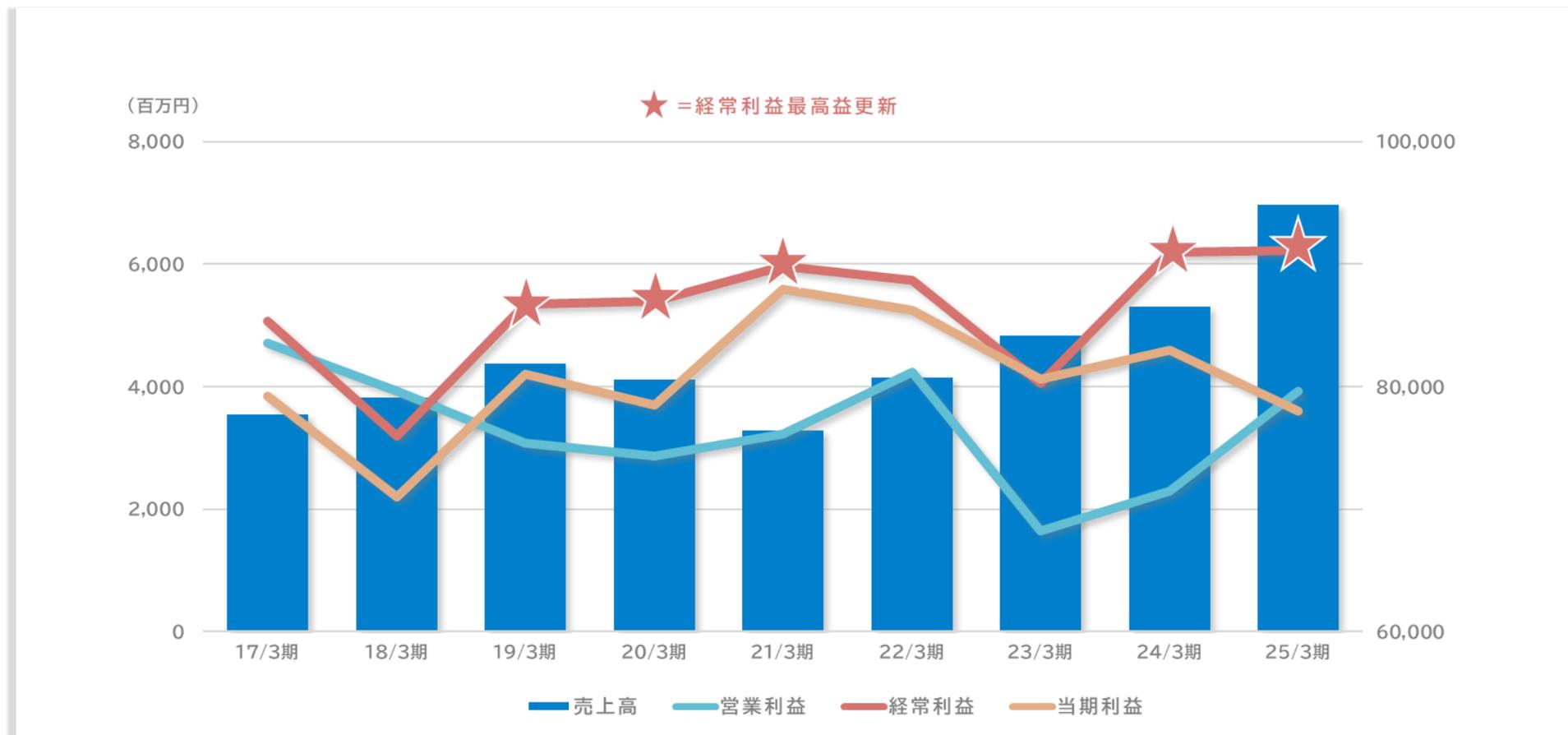
Medi

中長期經營戰略

Long

業績トレンド

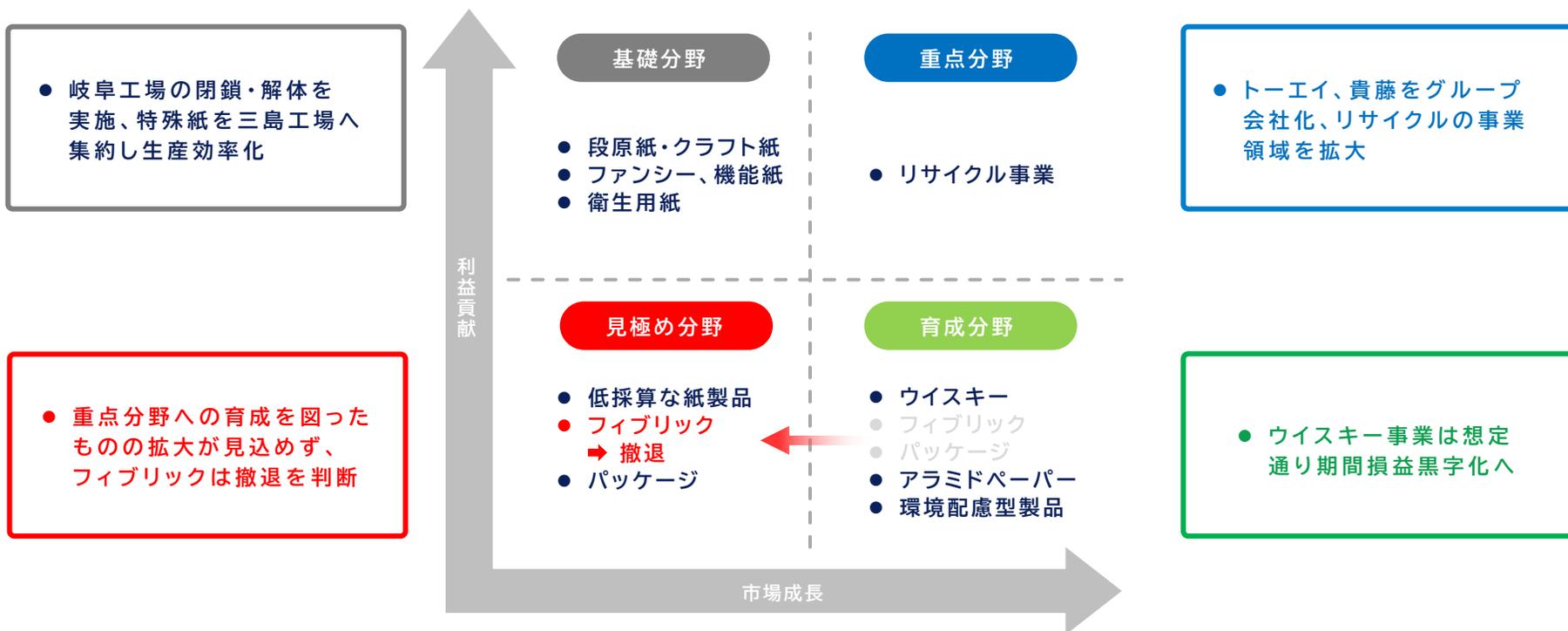
外部環境が厳しさを増すなかでも9年間で連結業績は着実に伸長
 経常利益においては、第4次中計以降5回目・2年連続で最高益を更新



第6次中期経営計画の進捗

重点分野のリサイクルは順調に成長、ウイスキーも3年物を発売
一方で育成に位置付けていたフィブリックは撤退、パッケージは見極めへ

現時点までのポートフォリオマネジメントの進捗



第7次中期経営計画の策定・長期ビジョンの見直し

PBR1倍未満の課題感から25年2月の適時開示資料にて次期中計・長期ビジョンのアウトラインを先行して開示

長期目標を『2030年度にROE8.0%、2034年度にROE9.0%以上』へ上方修正

資本収益性向上策を検討しながら策定・見直しを進める(2026年5月開示予定)

10年間のキャピタルアロケーション※
(単位:億円)



- 成長投資 = 環境関連事業を主な対象としたM & Aやアライアンスを積極的に実施
- 財務安定性とのバランスをとりつつ最大0.6倍程度までレバレッジをかける想定

- 成長投資と並行して株主還元も積極化
- 直近についても減益に対して年間配当金を維持

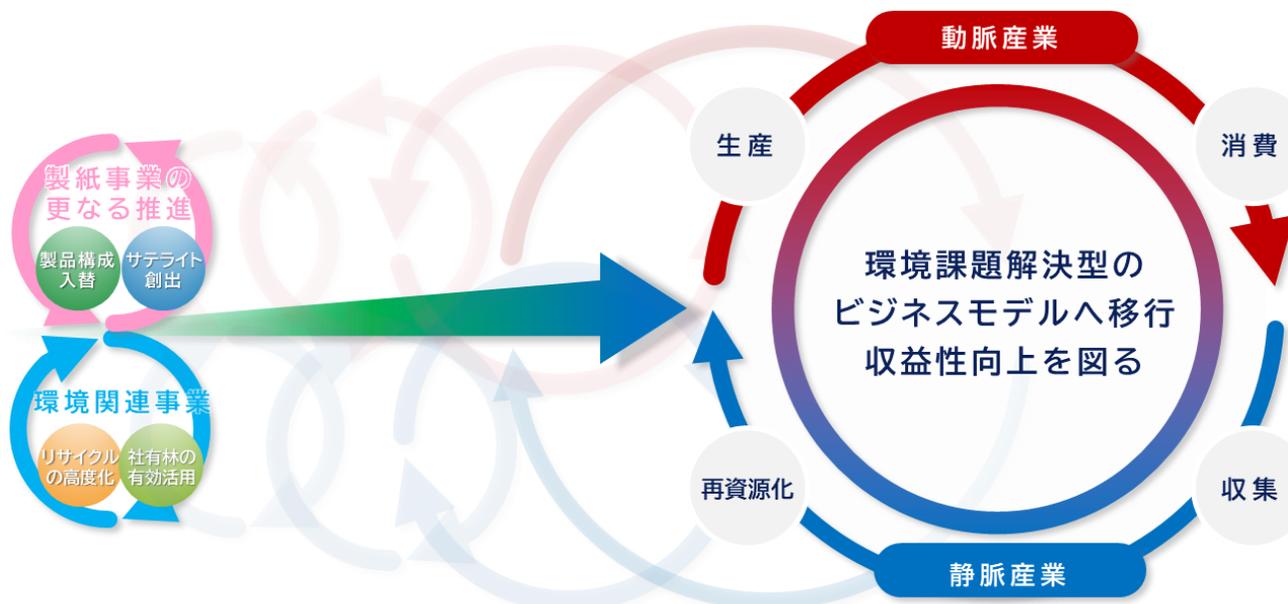
※2026年3月期~2035年3月期

将来に向けた成長ストーリー

すべての事業分野で差別化に挑戦

製紙と環境の両輪を融合させオンリーワンビジネスを追求し続ける

両輪から動脈・静脈産業の循環によるサーキュラーエコノミー企業へ





※ 本資料に掲載しております当社の計画および施策などは発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいております。様々なリスクおよび不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。