

アイデンティティとあゆみ



大倉喜八郎創立。 産業界を支える屋台骨

約24,430haにおよぶ山林*の購入を契機に、1907年、明治を代表する実業家・大倉喜八郎男爵(1837-1928)によって「東海紙料株式会社」が創立されました。広大な南アルプスの森林資源と大井川の豊かな水資源を活用した水力発電を動力源として紙の原料であるパルプの製造を開始、日本の製紙業の黎明期を支えました。終戦後は現在の主力事業である製紙事業に進出し、社名を「東海パルプ株式会社」へ変更。段ボール原紙、クラフト紙、クラフトパルプの生産設備を拡充していき、1970年には単一工場の生産量として当時の世界的規模に到達しました。



赤松水力発電所



※井川山林 約24,430ha:JR山手線の内径の約4倍



佐伯勝太郎創立。 特殊紙のパイオニア

輸入に頼っていた特殊紙を自分たちの手でつくりたいという想いから、1926年、工学博士でもある佐伯勝太郎博士(1871-1934)によって「特種製紙株式会社」が創立されました。大蔵省印刷局抄紙部長を務めた経歴を持つ佐伯博士は、試行錯誤の末に革新的な技術をもって特殊紙の国産化を実現。研究・技術開発に対する創業者の情熱は後代に脈々と受け継がれ、皮革の肌感を紙で再現したファンシーペーパーや時代の流れに応じて必要とされる様々な機能紙など、5,000種を超える特殊紙を世に送り出すに至りました。



滅菌紙



偽造防止用紙

ファンシーペーパー

1907年
東海紙料

1926年
特種製紙

1943年
東海事業

1951年
東海パルプ

2007年
特種東海ホールディングス設立
東証第1部上場

段ボール原紙

高級印刷用紙

特種東海製紙の今

変わりゆく業界環境の中で一層存在感を高めていくため、2007年、それぞれ静岡にルーツを持ち、長年にわたって製紙事業に力を注いできた2社が手を取り合い「特種東海ホールディングス株式会社」が誕生、2010年には現在の姿である「特種東海製紙株式会社」がスタートしました。佐伯博士が情熱を注いだ「技術=Technology」と大倉男爵の信条である「信頼=Trust」のイニシャルである「TT」をロゴマークに掲げ、「産業素材事業」、「特殊素材事業」、「生活商品事業」の3つの基盤事業で紙素材の可能性を追求、高品質な製品製造・販売を行うとともに、2020年には紙以外の事業領域である「環境関連事業」を立ち上げ、オンリーワンビジネス企業の実現に向けてチャレンジを続けています。



2002年
RPFの製造を開始



2016年

段ボール原紙・クラフト紙事業において
日本製紙株式会社と協業

・
島田工場を会社組織化し、
新東海製紙株式会社
設立



・
日本製紙株式会社と販売機能を統合させた
日本東海インダストリアルペーパーサプライ株式会社
設立



2020年

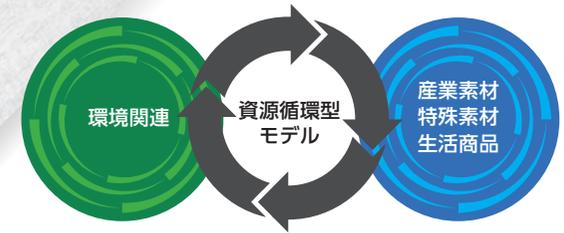
環境関連事業をセグメント化



ユニークなビジネスモデルで、
持続可能な社会の実現に貢献し成長を図る

特種東海製紙の未来

特種東海製紙グループが目指すのは「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」です。100年以上続く歴史の中で培ってきた製紙に関する幅広いノウハウはもちろん、製造業でありながらリサイクラーとしての顔も持つ特異なポジションは、循環型経済への移行が進みゆくこれからの社会において大きなメリットです。創業からの想いを継承しながら、過去の方法論や経験則にとらわれることなく自由な発想で動脈産業と静脈産業の両面で新たなチャレンジを続けていくことで、ステークホルダーの皆様と共にこれまでに例のないビジネスモデルを作り上げていきます。



2025年3月期ハイライト

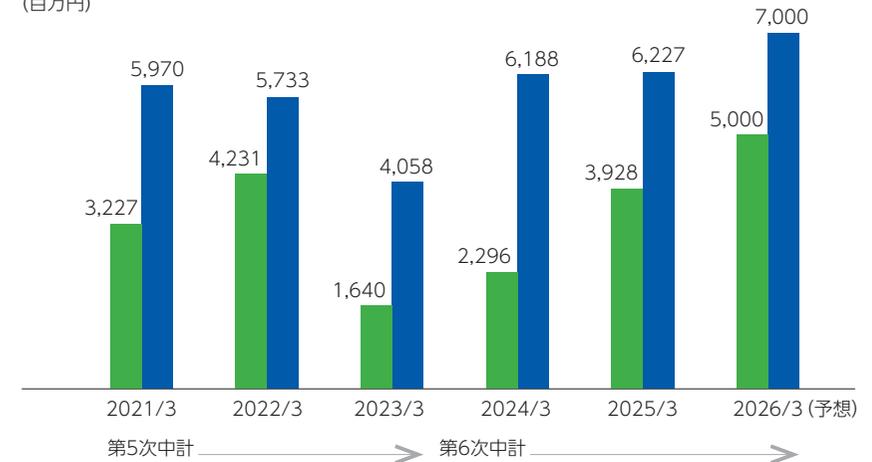
経常利益は2期連続で過去最高を更新

売上高は過去最高、営業利益も前期比71%増となるも、減損損失や事業構造改善費用などの計上により当期純利益は減益

売上高	前年同期比	経常利益	前年同期比
94,800百万円	9.6%↑	6,227百万円	0.6%↑
営業利益	前年同期比	親会社株主に帰属する 当期純利益	前年同期比
3,928百万円	71.0%↑	3,607百万円	21.4%↓

営業利益/経常利益の推移

■営業利益 ■経常利益
(百万円)



セグメント別の概況

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ものの、NTIへの販売価格が上昇したことで売上高は増収
- セグメント利益は、赤松水力発電所の設備トラブルで1.5か月分電力販売がストップしたため減益

売上高	前年同期比	セグメント利益	前年同期比
44,793百万円	5.5%↑	1,089百万円	15.0%↓

特殊素材

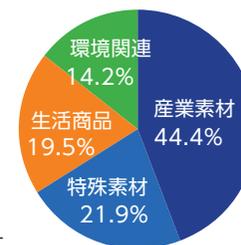
- 売上高は、特殊機能紙の製品で需要回復、販売数量が前年比で増加したこと、および2024年10月からの価格改定が寄与したことから増収
- セグメント利益は、価格改定が寄与したことから増益

売上高	前年同期比	セグメント利益	前年同期比
21,467百万円	5.1%↑	1,638百万円	230.8%↑

段ボール原紙

クラフト紙

売上高構成比



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し、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、売上高は増収
- セグメント利益は、主に原料における価格高騰が続き微減

売上高	前年同期比	セグメント利益	前年同期比
18,646百万円	2.7%↑	532百万円	6.0%↓

環境関連

- 売上高は、貴藤ホールディングスの株式取得(子会社化)によるグループ会社の増加(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
- セグメント利益も増収により増益

売上高	前年同期比	セグメント利益	前年同期比
16,783百万円	41.3%↑	529百万円	333.2%↑



衛生用紙

ノンフッ素耐油紙

