UD FONT

レンゴー株式会社

本　　社　〒530-0005 大阪市北区中之島2-2-7 中之島セントラルタワー
TEL. 06-6223-2371 FAX. 06-4706-9909
東京本社　〒108-0075 東京都港区港南1-2-70 品川シーズンテラス
TEL. 03-6716-7300 FAX. 03-6716-7330
https://www.rengo.co.jp

統合報告書 2025

2025年3月期

©レンゴー株式会社

包装で未来を創る

RENGO Integrated Report 2025

レンゴー 統合報告書 2025年3月期

GPI ゼネラル・パッケージング・インダストリー レンゴー

装い、包み、守りぬく。

レンゴーグループは、
グローバルに事業を展開している
国内最大規模の総合包装企業集団です。

パッケージプロバイダー

ヘキサゴン経営

当社グループは「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーを標榜し、あらゆる産業の全ての包装ニーズにソリューションを提供する「パッケージプロバイダー」として製紙、段ボール、紙器、軟包装、重包装、海外の6つの事業を軸としています。お客様の商品の企画段階からその商品の販売促進効果とトータルコストを考え、商品を直接包むフィルム包装の軟包装から紙器、段ボール箱、パレット、包装システム、販売促進企画に至るまで一括してご提案することができます。

「包装で未来を創る」ことをスローガンに掲げ、これからも持続可能な社会の実現と社会的課題の解決に貢献します。

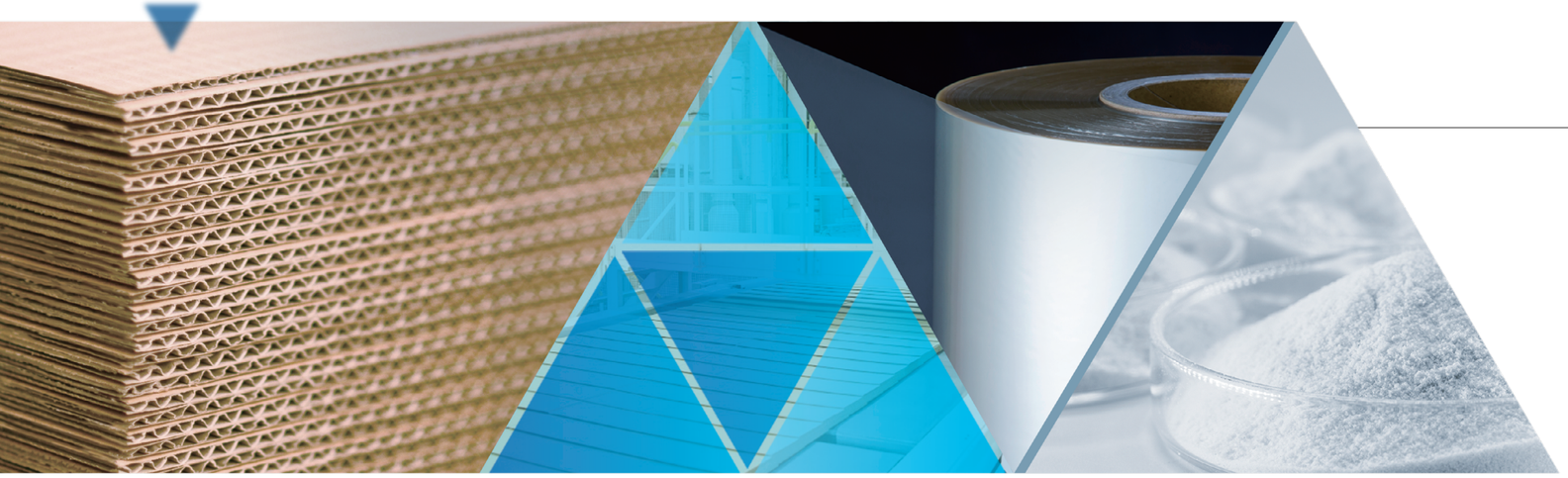
価値創造ストーリー

→P.11–P.28

Vision120　価値創出基盤の強化を図る5年間

2025年5月、当社の創業120周年にあたる2029年度までの5カ年を対象期間とする中期ビジョン「Vision120」を公表しました。「Vision120」は、「Creating the Future through Packaging ／包装で未来を創る」をスローガンに、長期的な視野を持ち、価値創出基盤の強化と事業内容の質的強化を図ることで中長期的な企業価値向上を目指す指針です。2030年3月期の主要な財務目標としては売上高1兆2,000億円、営業利益700億円、経常利益720億円、EBITDA1,350億円、ROE8.5%、D/Eレシオ0.7倍を設定しています。本誌の価値創造ストーリーでは「Vision120」のサマリーのほか、その策定過程、経営層のメッセージをお伝えしています。

● 会長メッセージ　→P.11　● 社長メッセージ　→P.19　● 中期ビジョン「Vision120」　→P.23



事業ポートフォリオ

→P.29–P.52

各事業の強みと「Vision120」における目標

本章では、各事業の強み、2025年3月期の振返り、2026年3月期の見通し、「Vision120」における方針や目標を記載しています。特集では、各事業における近年の重要なトピックを取り上げ、読者の皆さまに当社グループの成長戦略をご理解いただけるよう努めています。また、事業を支える品質保証と安全衛生についての取組みも紹介しています。

● 板紙・紙加工関連事業　→P.31　● 軟包装関連事業　→P.35　● 重包装関連事業　→P.39
● 海外関連事業　→P.43　● その他の事業　→P.47

サステナビリティ

→P.53–P.96

将来を見据えたマテリアリティの改定

当社は、当社グループが取り組む重要課題をマテリアリティとして特定し、2023年6月にその内容を開示しました。さらに、変化する経営環境や社会的要請に対応するため、2025年3月にマテリアリティの改定を実施しました。改定版では、当社グループのマテリアリティを「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出、地球環境との共生、人を中心におく経営、持続的成長に向けた経営基盤の強化の4つとしました。本誌では、改定したマテリアリティを中心とする当社グループのサステナビリティへの取組みやガバナンス体制を紹介しています。今後、マテリアリティの各中期目標の達成に向けた施策を進めていきます。

● ESG経営　→P.53　● レンゴーグループのマテリアリティ（重要課題）　→P.55

レンゴーグループの理念

経営理念

レンゴーグループは、明治42年（1909年）創業者井上貞治郎が日本で初めて段ボールを世に送り出して以来、時勢の変遷に対応して最も優れたパッケージング（包装）を提供することにより、お客様の商品の価値を高め、社会に貢献しつづけてまいりました。

わたしたちは、これからも、あらゆる産業の物流に最適なパッケージング（包装）を総合的に開発し、ゼネラル・パッケージング・インダストリーとして、たゆみない意識改革と技術革新を通じてパッケージング（包装）の新たな価値を創造しつづけるために、次の指針に基づいて行動します。

1. 活力ある事業活動を通じて、お客様の満足と信頼を獲得し、繁栄と夢を実現すること。
2. 高い倫理観を持ち法令遵守を徹底し、常に誠実に行動すること。
3. 積極的かつ正確な情報開示を通じ、広く社会とのコミュニケーションに努めること。
4. 働く者一人一人の価値を尊重し、安全で働きやすい環境づくりに努め、ゆとりと豊かさを実現すること。
5. 地球環境の保全に主体的に取り組むこと。
6. 良き企業市民として社会に貢献すること。
7. グローバル化に対応し、各国・地域の法令を遵守するとともに、文化や慣習にも配慮した事業活動を通じて、当該国・地域の経済社会の発展に貢献すること。

創業者 井上貞治郎の経営哲学
「きんとま」哲学

「**きんとま**」とは、

「**きん**」は お金と、金鉄のように
固い意志を表し、

「 **と** 」は 英語でいう and、

「 **ま** 」は 真心の真と、間を意味します。

この「**間**」という字の上に
「**時**」をつければ「**時間**」、
「**空**」をつければ「**空間**」、
「**人**」をつければ「**人間**」になります。

レンゴーの創業者である井上貞治郎は、苦心惨憺、試行錯誤の末に段ボールをつくり上げました。今では一般的な名称となっているこの「段ボール」という名前を最初に命名したのも井上です。その艱難辛苦の経験の中から、井上は独自の経営哲学を会得します。

「きんとま」とはgold and timing、金鉄の意志・金・真・間の4つを握ったら死んでも離すなという商売の鉄則であり、タイミング、チャンス、商機を逃さず、人・モノ・金と心を大切に経営をせよと説く貞治郎翁の造語です。現代風にいえば「お金と強い意志を持ち、人、時間、モノを大切にしながら真心を込めて事業経営をしなければならない」ということになるでしょうか。レンゴーには、創業以来この「きんとま」哲学という理念、行動基準が脈々と流れています。

目次

レンゴーについて
1 レンゴーとは
3 エグゼクティブサマリー
5 レンゴーグループの理念／目次・編集方針
7 レンゴーの強み

価値創造ストーリー
11 会長メッセージ
15 価値創造の軌跡
17 価値創造プロセス
19 社長メッセージ
23 中期ビジョン「Vision120」

事業ポートフォリオ
29 At a Glance
31 板紙・紙加工関連事業
35 軟包装関連事業
39 重包装関連事業
43 海外関連事業
47 その他の事業

49 製品の品質と安全性の保証
51 安全で働きやすい環境の整備

サステナビリティ
53 ESG経営
55 レンゴーグループのマテリアリティ（重要課題）

■ 環境
57 2050年に向けての環境への取組み
59 レンゴーグループの環境目標
61 持続可能な包装の提供
63 気候変動への対応
65 循環経済の拡大
67 自然資本の保全

■ 社会
69 持続可能な物流の構築
71 人権の尊重
73 ゆとりと豊かさの実現
77 DEIの推進
79 取引先とのパートナーシップの強化

■ ガバナンス
81 役員紹介
83 社外取締役座談会
87 グループガバナンスの強化
95 DXの基盤構築

データ・企業情報
97 11年間の主要連結財務データ
99 財務・非財務ハイライト
101 企業情報

国連グローバル・コンパクト

レンゴーは、2009年に国連グローバル・コンパクトに署名しました。

WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT

環境に優しい包装材である段ボールを起源とする当社は、"Less is more."をキーワードに、人にも環境にも優しいパッケージづくりを通じて社会に貢献してまいりました。あらゆる産業の全ての包装ニーズをイノベーションする「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」＝GPI レンゴーとして、「グローバル・コンパクト」が提唱する10原則を全面的に支持するとともに、これからもその精神を尊重しながら、企業市民として責任を果たしてまいります。

代表取締役会長兼CEO　大坪 清

編集方針

当社は、財務情報ならびにESG（環境・社会・ガバナンス）の取組みを一体として、グループの事業活動の詳細をステークホルダーに説明するため「統合報告書2025」を発行しました。読者の皆さまには本誌のほか、当社Webサイト等の情報もあわせてご覧いただくことで、当社グループの持続可能な社会の実現に向けた取組みへのご理解を深めていただければ幸いです。

本誌では特に断りなく、会計／事業年度を「2025/3」「25/3」のように表すことがあります。また、百分率の内訳は、四捨五入しているため合計が100にならない場合があります。

免責事項

本誌には、当社グループの計画、戦略および判断など将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、本誌発行時点で入手可能な情報に照らした経営者の仮定や判断に基づくものであり、将来における実現を保証するものではありません。

発行年月

2025年10月

参考にしたガイドライン

- IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創ガイダンス2.0」
- 環境省「環境報告ガイドライン（2018年版）」
- TCFD提言　・ISO26000

報告範囲

対象組織	レンゴー株式会社とその子会社を報告対象としています（一部その他関係会社の情報を含む）。
対象期間	2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）を基本としています（一部同期間の前後を含む）。

情報開示

財務関連情報

統合報告書（本編）　当社の持続的な価値創造に向けた戦略、事業活動、ESG（環境・社会・ガバナンス）への取組みなどの財務・非財務情報をステークホルダーへ伝えることを目的に発行しています。

PDF　統合報告書（別冊）　財務データ
財務諸表およびその他注記等を掲載しています。
▶ https://www.rengo.co.jp/financial/ir.html

Webサイト　株主・投資家情報
決算資料、株式情報等を発信しています。
▶ https://www.rengo.co.jp/financial/index.html

PDF　報告書
半期ごとに事業環境と取組み・成果について掲載しています。
▶ https://www.rengo.co.jp/financial/report.html

サステナビリティ

Webサイト　サステナビリティ
サステナビリティの取組みを発信しています。
▶ https://www.rengo.co.jp/sustainability/index.html

PDF
環境データ集
環境に関するさまざまなデータを掲載しています。
環境ブック
事業活動を通じた環境課題への取組みを掲載しています。
▶ https://www.rengo.co.jp/sustainability/info/report/index.html

物流と暮らしを支える総合包装企業

「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」＝GPIレンゴー

パッケージングで、暮らしを支え、未来をつくる

当社は、1909年の創業以来、段ボールの製造・販売を柱に事業の基礎を固めた後、1970年に「総合包装企業」へ方針を転換しました。さらに2011年には「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」を掲げてパッケージ事業の多角化を推し進めました。物流に欠かせない多様な包装資材を国内外で提供することで、社会に貢献しています。「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーは、新たな市場を開拓する「パッケージプロバイダー」として、あらゆる産業の全ての包装ニーズに対し、総合的なソリューションでお応えします。

GPI ゼネラル・パッケージング・インダストリー レンゴー

あらゆる産業の
全ての包装ニーズに対し、
総合的なソリューションで
お応えします。

レンゴーグループの
強みをつくる
4つのP

- **Promotion** 販促
- **Product** 製品
- **Price** 価格
- **Place** 流通

総合提案力

フィルム包装の軟包装から紙器、段ボール箱、パレット、包装システム、販売促進企画に至るまでを一括提案します。

ニーズに応え、可能性を広げる、多彩な製品ラインアップ

- 段ボール
- 板紙
- 紙器
- 軟包装
- 重包装
- SP（セールスプロモーション）
- 機能材
- その他の製品
- 包装機械・包装システム

持続可能性を高める革新力

"Less is more."をコンセプトに、パッケージづくりで培った技術を通じ、持続可能な社会の実現に貢献する新たな付加価値を創出します。

持続可能な価格体系

お客様や取引先を含む全てのステークホルダーと持続可能な利益を共有する価格体系を構築します。

地域密着かつグローバル

国内121社207工場、海外206社217工場を展開。それぞれの地域でさまざまなニーズにきめ細かに対応します。

2025年3月末現在

循環型社会を体現する事業活動

環境に配慮したパッケージづくり

パッケージづくり・環境経営のキーワード

“Less is more.”

レンゴーグループのパッケージづくりのキーワードであり、環境経営のキーワードでもある“Less is more.”―それは、資源を有効活用し、地球環境への負荷を低減しながら、高品質で付加価値の高いパッケージづくりを通じて、より良い社会、持続可能な社会づくりに貢献し、企業としての社会的責任を果たしていきたいという、レンゴーグループがその事業活動の全てにおいて目指す姿勢そのものです。

“Less energy consumption”
エネルギーの消費はできるだけ少なく

“Less carbon emissions”
二酸化炭素の発生はできるだけ少なく

“High quality products with more value-added”
より付加価値の高い高品質な製品づくり

バリューチェーンにおける脱炭素化

SBT※認定の取得

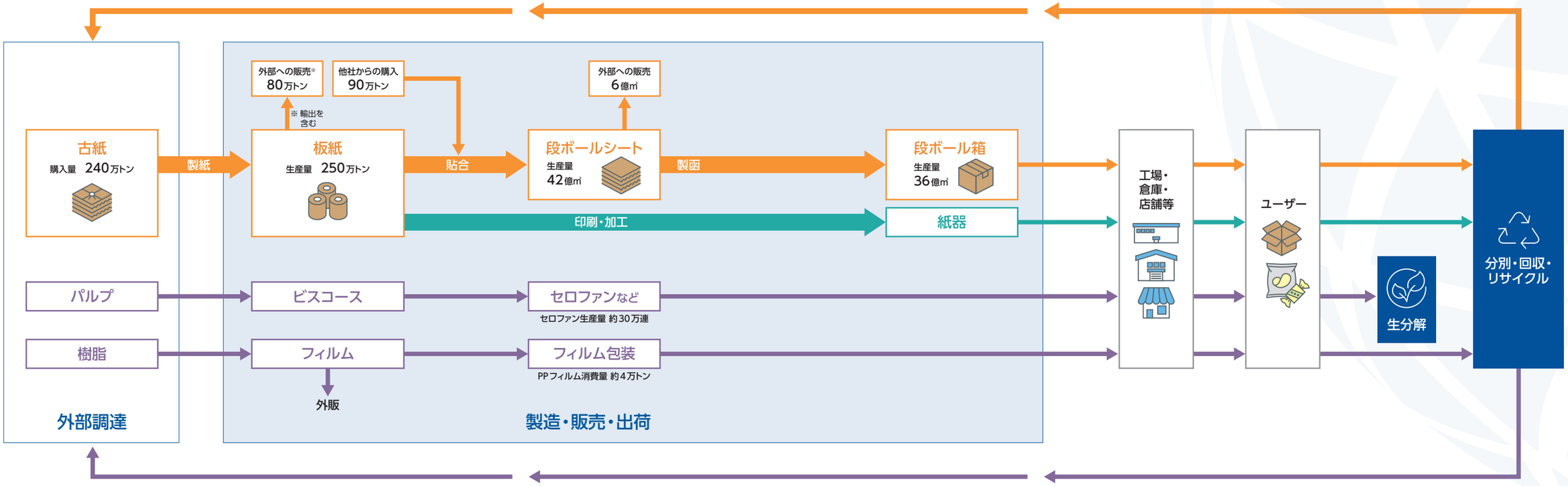
2023年11月、当社グループの温室効果ガス排出量削減目標が、科学的根拠に基づいた目標としてScience Based Targets（SBT）認定を取得しました。プライム市場における国内製紙会社で同認定を取得したのは、当社が初めてとなります。

目標の達成に向け、国内石炭使用の全廃、バイオマスボイラの新設、太陽光発電設備の導入、設備更新に際しての多角的な省エネ等を通じ、引き続きグループ全体で温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいきます。

※ パリ協定が求める水準と整合した、企業が設定する温室効果ガス排出量削減目標。

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

レンゴーグループのバリューチェーン （注）数値はレンゴー単体および国内連結子会社2024年度実績



会長メッセージ

代表取締役会長兼CEO
大坪 清

創業精神を礎に、
中期ビジョン「Vision120」で描く未来へ、挑戦と変革を力に、さらなる価値創造を目指します

当社の経営の根幹にある創業精神と「GPI」戦略

レンゴーグループは、2024年度を最終年度とする中期ビジョン「Vision115」の完遂に全力を傾注するとともに、あらゆる産業の全ての包装ニーズにソリューションを提供する「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」＝GPIレンゴーとして、営業力の強化、積極的な設備投資やM&Aなどを通じ、業容拡大と収益力向上に鋭意取り組んできました。

当社は、1970年に「段ボール一筋」から「総合包装企業」へ事業方針を刷新し、さらに2011年には、次の100年を見据えた新たなコーポレート・ステートメントとして「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」＝GPIレンゴーを掲げました。私は、この「GPI」という言葉で当社が目指す企業像を明確に打ち出したことを起点に、事業の成長と業容の拡大を目指してきました。この過程で、当社グループは製紙、段ボール、紙器、軟包装、重包装、海外という6つのコア事業から成る「ヘキサゴン経営」を構築してきました。M&Aや会社設立で新たな企業がグループに加わった際にも、6つの領域のいずれかに属することによりグループ内での位置付けを明確にし、事業間のシナジー効果を追求する経営が可能となります。

「Vision115」の期間中はM&Aに積極的に取り組み、この「ヘキサゴン経営」のもとで業容拡大が大きく進展しました。「Vision115」の直前期の連結売上高は7,000億円にも満たない状況でしたが、この最終年度には9,933億円にまで成長しました。これは、当社グループの戦略と努力が実を結んだ結果で、今後のさらなる成長の原動力ともなっています。1兆円のマイルストーンに近づいた今、当社は売上高の成長だけではなく、いかなる形で価値を生み出し、社会に提供していくのかに重点を置く必要があると考えています。社会的価値の拡大と提供には、マルチステークホルダーに目配りをした経営を追求し、持続可能な成長を実現していかなければなりません。ゼネラル・パッケージング・インダストリーとしての使命を果たしながら、当社の創業者である井上貞治郎が残した「きんとま」という言葉についても、私は常に心にとどめ、当社グループ全体で共有すべき教えとして伝え続けています。「きんとま」の「きん」は「金」、お金そのものの価値を指すだけでなく、金鉄のように固い意志や強い信念を持つべきであるという意味もあわせもっています。これは企業としての姿勢、個人としてのあり方に深く関わる教えです。「ま」は「真心」の「真」と「間」です。「間（あいだ）」という言葉は、「人間」どうしの関係にとどまらず「時間」や「空間」を含め、あらゆるつながりを象徴するものとしてとらえています。私たちは、人間関係はもちろん、空間・環境といった周囲の要素にも誠実に向き合い、調和を保ちながら、果敢かつ迅速に戦略を実行に移していくことが重要だと考えています。私たちはこれからもこれを正しい道として歩みを進め、世界中のつながりを包み込む企業でありたいと強く願っています。

「人本主義」を礎に、時代を超える企業経営へ

人を大切にすることにおいて、私は創業精神とともに「人本主義（人間中心主義）」の考え方を重視してきました。元々は伊丹敬之先生（一橋大学名誉教授）が提唱された概念であり、人間の尊厳、意思、創造力を尊重し、経営の中心に人を据える考え方です。伊丹先生とはこれまで何度も意見交換を重ねており、当社は「人本主義を本当の意味で企業経営に取り入れている」とご評価いただいています。「Vision120」でも「人本主義」を土台となる価値観として掲げていますが、これからの時代、企業経営において重要なのは、企業内で働く人々のあり方です。また、組織としての価値観や文化も重要な要素となります。どのような人材が育ち、どのような価値を生み出しているのか。そうした要素こそが、企業価値の源泉であると考えています。

当社グループは創業精神を大切に守りつつ、時代の変化を的確に捉え、迅速に対応する企業グループを目指しています。当然のことながら、古い価値観にとらわれていては前進できません。固定観念を打破し、新たな挑戦を通じてこれまでにない価値を創出しなければ、時代に取り残されるおそれがあります。

私たちは引き続き「人本主義」を堅持し、働く人が意欲を

持って仕事に取り組める環境を整え、組織として健全な状態を維持することで、企業としての持続的な成長を追求していきます。このような実践は、当社の経営哲学とも深く結びついています。当社の経営は、アダム・スミスの『道徳感情論』の価値観を踏まえ「哲学・道徳・倫理・共感・感情」の5つの要素を根本に据えています。この価値観を根底に据えるとともに、ケインズの言う「アニマルスピリット」、すなわち、不確実な状況下でも果敢な挑戦を怠らない精神を備えることが、シュンペーターの言う「創造的破壊(creative destruction)」をも可能にする革新の原動力となります。これらの経済学説の核心を取り込み「成長と分配の好循環」を実現するための経営基盤を築き上げることが、企業の長期的な競争力と持続可能性を高めます。この価値観は、単なる精神論にとどまらず、経営判断のあらゆる場面で重要な指針となっています。

当社グループは"Less is more."の理念を掲げ、潜在的なニーズを先取りする革新的なイノベーションを追求しています。その一環として、生分解性をもつ(biodegradable)素材や堆肥化可能(compostable)な素材を用いた持続可能なパッケージの開発に取り組んでいます。また、国内外を合わせた売上高がすでに連結全体の20%に達した軟包装分野では、プラスチックのマテリアルリサイクルを実現し、新たなサーキュラーエコノミーを築き上げることにも挑戦しています。これらのイノベーションを通じて、当社グループは常に包装業界の最前線に立ち、世界でベストワンのパッケージプロバイダーとなることを目指しています。数値目標や効率性のみにとらわれるのではなく、人間として、組織としてのあり方を見失わず、揺るぎない姿勢で進むことが、これからの企業経営に求められると私は考えています。

「挑戦する心」を原動力に、「Vision120」の達成をめざして

時代の転換期においては、勇気を持って挑戦する姿勢が企業の成長と革新を推進する原動力となります。失敗を恐れずに新しいことに取り組むことが重要です。

私が好む言葉の一つに、サミュエル・ウルマンの詩「Youth」の「青春とは人生のある時期ではなく、心の持ちようである(Youth is not a time of life; it is a state of mind)」という一節があります。この考え方に宿る精神は、企業経営にも通じます。失敗を恐れて何もしない、あるいは最初だけ勇ましいことを言って途中で躊躇するようなやり方では、物事は前に進みません。社員一人ひとりの「心の持ちよう」は、生産性に大きな影響を与えます。1959年にローマで開かれたヨーロッパ生産性本部の会議では「生産性とは、何よりも精神の状態であり、既存するものの進歩、不断の改革をめざす精神の状態である」と提唱されました。生産性の向上とは、単に生産量を増やすことではありません。当社は、資本などの量的な投入に加え、生産性に影響を与えるあらゆる側面を考慮し、働く人の心の持ちようを含めたTFP(全要素生産性)の向上を重視しています。生産性とは、昨日よりも今日、今日よりも明日の進歩を目指す心の持ちようにほかなりません。当社はこの基本に立ち返り、TFPの向上を図ることにより生み出される付加価値を従業員に適切に分配し、次の成長につなげる「成長と分配の好循環」を持続的に実現することを目指しています。

従業員の成長を企業の競争力の源泉と捉え、従業員が自らの潜在能力を最大限に発揮できる環境や教育機会を確保することは、市場環境や顧客ニーズの変化を細やかに捉え、柔軟に対応する力を蓄えることにつながります。また、多様性を尊重し、全ての従業員が安心して働ける職場を実現することは、多様な視点を取り込むことにもつながり、組織全体の創造性と革新性を高め、持続可能な成長を促進するうえでも欠かせません。このように、人材育成と能力開発支援に注力するとともに多様性を尊重することは、TFPを持続的に高めるうえで欠かせない「人本主義」のアプローチの核心でもあります。

新たに策定した中期ビジョン「Vision120」については、「やる」と決めたからには、ゴールまで強い意志を持ってやり抜く覚悟が必要です。このビジョンの策定においては、川本社長が中心となり、社内で徹底的に議論を重ねてまとめ上げました。創業から120年という大きな節目を迎えるに当たり、当社がその時点でどのような企業であるべきかを中長期的な視点で描き示しています。

企業の発展は、個々の従業員が体(Body)と心(Mind)を健全に保ち、精神力(Spirit)の向上に努める過程で人間的な成長を果たしていくことによって支えられます。このような成長を促すためには、各人が自分の中にある偏見や誤りを排除し、さまざまな事象に問いを立てながら真理を追究する基本姿勢を持つことが重要です。こうした姿勢で課題に向き合うことが、「Vision120」の実現に向けた道を切り開く力となります。

「Vision120」を達成するためには、各セグメントの利益を着実に伸ばしていく必要があります。特に、海外関連事業の成長は不可欠であり、その実現には人材の重要性が増しています。海外事業を拡大し、日本国内の事業と連携させるためには、これを推進できる人材が求められます。また、私自身が築いてきた国内外の経営トップとの関係を、次世代にしっかりと引き継いでいくことも重要です。

現代の世界は、VUCA(Volatility:変動性、Uncertainty:不確実性、Complexity:複雑性、Ambiguity:曖昧性)の時代に突入しています。これらの要素が絡み合うことで、私たちの経済や社会の先行きはますます不透明になっています。特に、地政学的な問題や国際的な分断の動きが、世界の安定を脅かしています。このような状況においても、当社はグループとしての強みをさらに磨き、足場をより強固なものにするために、不断の努力を続けています。

原燃料の価格動向もまた、企業経営において無視できない要素です。特に原油の動向は、多くの産業に直接的な影響を及ぼします。私は常にNYMEX(ニューヨーク・マーカンタイル取引所)、LME(ロンドン金属取引所)、CBOT(シカゴ商品取引所)を注視し、原油や金属、農産物の価格動向を分析しています。最近では、LMEにおける銅やアルミニウムなどの金属価格が高止まりしており、これが製造コストに影響を与えています。特に銅の価格上昇はグラビア印刷などの製造業におけるコスト構造に影響を及ぼしています。

また、WTI(West Texas Intermediate)を基準とした原油価格の動向も重要です。ドバイ原油だけでなく、ニューヨーク市場の動向を注視することが求められます。さらに、農産物の取引においては、コーン、大豆、小麦などの価格動向にも注意が必要です。これらの外部環境要因は、特にグローバル成長戦略を進めるうえでリスクをもたらす可能性があります。しかし、当社はこれらのリスクを慎重に評価し、適切に管理することで、成長機会を逃さないように努めています。

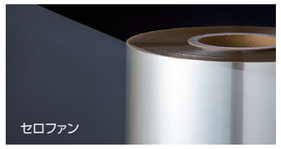
私たちは「Vision120」の公開を、定量目標を社内外に示すことにとどまらず、当社の存在意義と将来像を問い直す絶好の契機であると捉えています。VUCAの時代において、当社グループは市場の変化に柔軟に対応し、グローバルに戦略を推進する中で、リスクを慎重に見極めつつ、成長機会を確実に捉えていきます。2025年度は「Vision120」のもとで足元の数字を着実に積み上げるとともに、「人本主義」を経営の柱に据え、従業員一人ひとりの成長を支えることで、組織全体の活力を高め、中長期の成長を見据えた取組みを加速させていきます。ステークホルダーの皆さまには、引き続きご支援を賜りますようお願い申しあげます。

代表取締役会長兼CEO

大坪 清

価値創造の軌跡

当社は、製紙から段ボールまでの一貫体制に加え、紙器や軟包装などの消費者包装分野、さらに幅広い産業を支える重包装などの事業を展開しています。これらは、大きな相乗効果を発揮しながら多様なパッケージング・ソリューションを生み出し、国内はもちろん海外へも広がっています。ここでは、わが国で段ボール事業を創始した当社が、6つのコアビジネスからなる「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーになる軌跡をご紹介いたします。



1909年～

創業のころ

緩衝材として製品を保護する「段ボール」の誕生

1909年
東京品川に三盛舎を設立し日本初の「段ボール」事業を創始

1914年
「段ボール箱」を製造

1915年
大阪に子会社を2社、名古屋には分工場を設置。東京の本社・工場は移転、新工場を建設

1920年～

基盤の確立

わが国の工業化の進展にともない、「段ボール事業」も発展

1920年
聯合紙器株式会社設立
(本店は東京、工場は東京・川崎・名古屋・大阪)

1926年
本店を東京から大阪に移転

1936年
東洋一の板紙・段ボール箱一貫生産工場完成(淀川工場)

1945年
戦災で国内6工場焼失
全海外資産接収される

1945年～

復興と成長

木箱から段ボール箱への転換ニーズに適応

1949年
株式上場
(資本金1,000万円)

1961年
利根川製紙工場開設
(茨城県岩井市)

1956～65年
段ボール・段ボール箱工場新増設
(札幌・函館・仙台・長野・前橋・川崎・清水・滋賀・京都・和歌山・広島・松山・鳥栖)

1963年
井上貞治郎社長没
(享年82歳)

1965年～

進化と発展

美粧段ボール箱や機能性段ボールの開発

1965年
プレプリント(段ボールの材料である板紙に印刷する)の段ボール箱を開発

1972年
「聯合紙器株式会社」から「レンゴー株式会社」に社名変更

1983年
段ボール箱にオフセット印刷を導入

1985年～

総合化の進展

多様化・高度化するユーザーニーズに応えるべく、段ボール事業の周辺分野へ本格的に参入

1986年
不織布事業に参入

1990年
マレーシアにて段ボール合弁事業に資本参加し、海外事業に進出

1991年
板紙、セロファン生産の福井化学工業株式会社を合併

1998年
軟包装資材の朋和産業株式会社を子会社化し、軟包装事業に進出

1999年
板紙の大手メーカー、セッツ株式会社を合併

2000年～

パッケージング・ソリューション・カンパニー

6つのコア事業を中心とするヘキサゴン体制に

2000年
丸三製紙株式会社を子会社化

2006年
八潮工場にバイオマス焼却発電設備を導入

2007年
葛飾工場と川崎工場を統合、紙器部門の東日本における生産拠点に

2008年
京都工場と桂工場を統合し段ボール・紙器一体型の新京都事業所が発足

2009年
創業100周年
日本マタイ株式会社を子会社化し重包装分野に進出

2010年～

「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーへ

高品質で付加価値の高いパッケージづくりを通じて持続可能な社会に貢献

2010年
昼間の使用電力は全て太陽光発電で賄う福島矢吹工場(福島県矢吹町)を開設

2012年
東日本大震災から1年で新仙台工場(宮城県大和町)を再建・開設

2014年
国内最大級のラック式免震自動倉庫を持つ新名古屋工場(愛知県春日井市)を開設

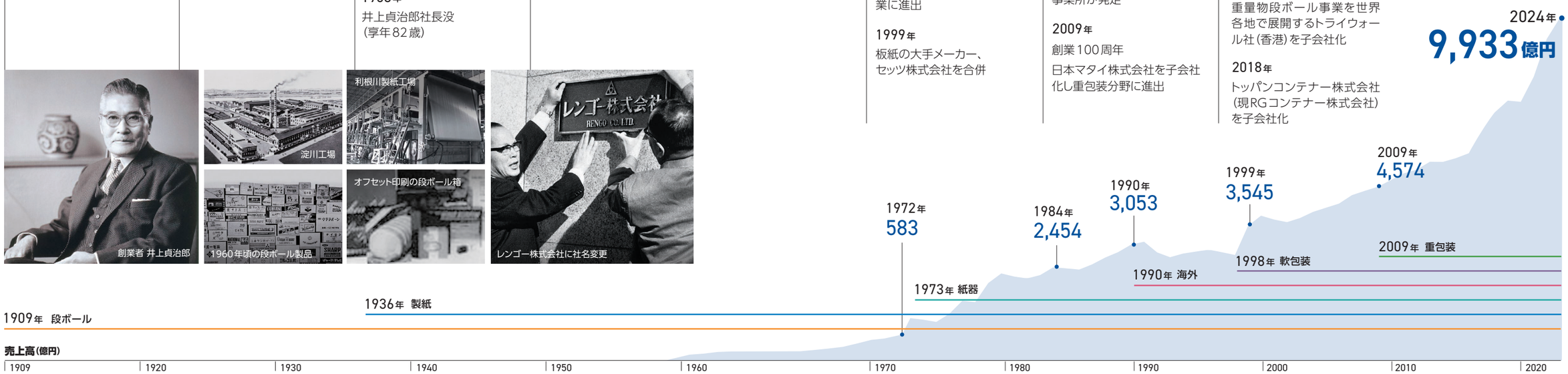
2016年
重量物段ボール事業を世界各地で展開するトライウォール社(香港)を子会社化

2018年
トッパンコンテナー株式会社(現RGコンテナー株式会社)を子会社化

2021年
大興製紙株式会社を子会社化、クラフトパルプおよびクラフト紙の製造・販売事業に進出

2022年
株式会社タキガワ・コーポレーション・ジャパンを含むグループ6社を子会社化

2024年
松山工場を移転し、愛媛東温工場(愛媛県東温市)を開設
アールエム東セロ株式会社を子会社化



価値創造プロセス

レンゴーグループは、「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーを標榜し、あらゆる産業の全ての包装ニーズにソリューションを提供する「パッケージプロバイダー」です。各コア事業をさらに強靭化するとともに、各事業間の水平連携、垂直連携を高めることで包装に関するビジネスチャンスを逃さずつかみます。

当社グループは物流と暮らしを支えるサポーティングインダストリーとしての供給責任を果たすとともに、持続可能な社会の実現にたゆみない努力を続ける、世界でベストワンの総合包装企業集団を目指していきます。

INPUT 2025年3月期

財務資本

総資産	1,243,116百万円
ROA	2.3%

製造資本

国内	121社207工場
海外	206社217工場
設備投資額	99,675百万円

知的資本

研究開発費	3,154百万円

人的資本

連結従業員数	25,011名

内訳

板紙・紙加工関連事業	9,068名
軟包装関連事業	2,967名
重包装関連事業	800名
海外関連事業	9,732名
その他の事業	2,444名

社会・関係資本

- パートナーシップ構築宣言に基づいたステークホルダーとの信頼関係
- 古紙リサイクルシステム
- 出前授業の実施による次世代のリサイクル意識の醸成
- オーケストラ・アンサンブル金沢への支援
- 日本の南極地域観測隊への支援

自然資本

エネルギー使用量	28,434TJ

BUSINESS MODEL

中期ビジョン Vision 120（2025年4月～2030年3月）　**価値創出基盤の強化**

価値創出基盤

ヘキサゴン経営

パッケージプロバイダー

バリューチェーン

- 板紙から段ボール、紙器までの一貫体制
- 軟包装のフィルム原反からフィルム包装までの一貫体制
- 海外においてもバリューチェーンの構築・強化を加速

長年培ってきた包装に関する豊富な知見と人材を活かし、商品の企画段階から販売促進まで、お客様と社会のニーズに応えることで価値を生み出します。

GPI レンゴー 提供する価値

消費者の心をとらえる商品開発
- コンセプト立案
- ブランド施策
- パッケージデザイン

軟包装

美しく包み、鮮度も保持する
- 使いやすく保存もしやすい、商品価値を高める包装
- 青果物の鮮度保持
- バイオマス対応

食品のフィルム包装

ロスレス（鮮度保持パッケージ）

紙器

商品の魅力を伝える
- 多彩な美粧印刷
- 板紙開発から設計・デザインまで含む一貫体制

日用品の紙器

ギフトパッケージ

重包装

産業を支える
- 輸送・保管に最適
- 高機能・高品質・クリーン性

穀物用クラフト紙袋

海外

産業を支える
- 国境を越える長距離重量物輸送の包装を最適化

段ボール

製品を保護し届ける
- リサイクル性とさまざまな機能性を両立
- 内容品に合わせた板紙の選定と段ボール設計

ハイレンコート（耐水・防湿段ボール）

製紙
- 板紙製造から加工までの一貫体制

包装ラインを最適化する
- 組立て・封かん作業の自動化
- 一箱ごとに異なる内容品に合わせた通販用可変包装システム

J-ReXS（国産高さ可変包装機）

段ボール **紙器**

買いたくなる売り場をつくる
- 可変印刷による多様なデザイン展開
- バラエティに富んだSPツール、什器
- キャンペーン企画のプロデュース

販促に適したデジパケ®の段ボール

簡単に売り場ができるディスプレイ

	企画	製造（包装）		梱包・出荷			店頭販売
包装ニーズ	●商品を多くの消費者に認知してほしい ●新商品の販売を企画したい	●中身の鮮度・品質を保持したい ●環境負荷の低い素材を使いたい	●包装で商品の魅力を伝えたい	●粉粒体など重さのあるものを輸送したい	●製品を安全に輸送したい	●出荷作業を自動化したい ●輸送の際の積載効率を高めたい	●省人省力で魅力的な売り場をつくりたい
社会的課題		●マイクロプラスチックによる環境汚染 ●フードロス		●リサイクル困難な包装材使用による環境負荷の増大		●物流要員の不足	●販売要員の不足

OUTPUT 2025年3月期

板紙生産量
2,467千t

段ボール貼合生産量
4,483百万m²

段ボールシート・ケース販売量
4,719百万m²

軟包装（PPフィルム生産量）
約140千t

重包装（レジン消費量）
約31千t

OUTCOME 2025年3月期

経済的価値

売上高
993,251百万円

営業利益
37,408百万円

D/E レシオ
0.97倍

環境・社会的価値

再生可能エネルギー利用率
17.1%

古紙利用率
98.6%

物流
ホワイト物流の取組みによるドライバーの荷待ち時間および荷役作業の削減

社長メッセージ

代表取締役社長兼COO
川本 洋祐

人を中心におく経営を基本に、「Vision120」を通じて価値創出基盤の強化を果たし、収益力の向上を図ります

「Vision115」の振り返り

売上高は１兆円規模に達するも、収益性に課題

当社は、中期ビジョン「Vision115」が2025年３月期をもって最終年度を迎えたのに伴い、新たな中期ビジョン「Vision120（ビジョンイチニーマル）」を策定し、公表しました。創業120周年に当たる2030年３月期までの５年間で価値創出基盤の強化を図るとともに、マテリアリティやグループ経営の進化／深化にも取り組んでいきます。

「Vision115」では、売上高１兆円、経常利益600億円という目標を掲げ、最終的に売上高は9,933億円と１兆円に近い数字に到達しました。一方、利益面は経常利益392億円、利益率にして3.9%という結果にとどまりました。上場企業の製造業の売上高経常利益率の平均が8%とされる中、その半分にも満たない状況です。産業別で見ても、紙パルプ産業の利益率は3%台と低く、当社としてその水準を高めていかなければならないと考えています。

「Vision115」ではヘキサゴン経営を拡充し、次の成長に向けた基盤を着実に構築してきました。一例として、海外事業では2019年にドイツのトライコー社が当社グループに加わりました。当時、私自身が現地の工場を訪問し、設備や組織体制を精査したうえで「レンゴーグループとしてともに取り組めば、シナジーを発揮できる」と判断したことから、M&Aを実現させた経緯があります。同社を買収した後は、PMI（買収後の統合プロセス）に力を注いでいます。2025年度上半期の時点でドイツ経済は好調とは言いがたいものの、「Vision120」の期間中には確実に統合の成果を上げていきます。

同様に、軟包装分野ではアールエム東セロ株式会社をグループに迎え入れました。今後、フィルムから軟包装製品までの一貫体制を確立し、グループとしてのシナジーを追求していきます。セロファンの製造拠点である当社武生工場のリニューアルも「Vision115」の期間中に決定しましたが、2027年には工事が完了する予定です。

グループ企業の大興製紙株式会社では、SAF（持続可能な航空燃料）の原料をつくる挑戦が始まっています。これは、建築廃材などの非可食バイオマスを原料にバイオエタノールを製造する試みで、将来の新たな収益事業にしていくことを目指しています。

「Vision115」では、グループを挙げて売上高１兆円という目標に向かって走ってきました。今後は、１兆円以上という売上高の目線を維持しつつ、より中身の充実に注力していきます。いったんは投資額がかさむことから、2025年3月期と続く2026年3月期のフリー・キャッシュフローはマイナスとなる見込みですが、その後はプラスに転じていく見通しです。「Vision120」では、今まで以上に利益を重視していきます。

新中期ビジョン「Vision120」の策定

従業員とともに描いた未来志向のビジョンを全社で推進

従来の中期ビジョンを振り返ってみると、「Vision115」までは経営企画部が中心となって策定し、社外への公表もしていませんでした。これに対して「Vision120」では、2024年３月に立ち上げた「次期Vision準備委員会」のもと、委員が社内各部門の意見を集約する形で策定作業を進めました。私自身もできるだけ各地の拠点を回って現場での対話を重ね、従業員からの声に耳を傾けました。国内外の関係会社も含め、グループ全体の声が反映された内容となることを目指し、約１年間の策定期間を経て、2025年５月に「Vision120」を公表するに至りました。

「Vision120」における株主還元については、投資家の皆さまからさまざまなご意見を頂戴しています。当社は、配当の原資となる利益を生み出すために必要な資本に対して、いかに「R（Return：収益）」を高め、ひいてはROE（Return on equity：自己資本利益率）を向上させるかを重視しています。「Vision120」の策定でも、今後「R」を高めていく事業展開をどう描くべきかが念頭にありました。私は「至誠通天（誠を尽くせば、天に通じる）」の精神を大切にしており、誠実で真摯な姿勢が企業経営にとって必要だと考えています。今後、投資家の皆さまからご意見を伺いながら、当社の考え方や方向性についてもご理解いただけるように努めていきます。

国内外の市場に対する認識と今後の展開

成長市場への参入と高付加価値製品拡充の取組み

日本国内では人口減少が進み、長期的な需要の増加が期待しにくいと見込まれています。こうした状況においても当社は、付加価値の高い提案と製品づくりを追求しています。私たちが提供する価値をお客さまに認めていただき、その結果が業績の向上に結び付くことになるよう努めて

います。プロモーションツールとして活用できるデジタル印刷段ボール「デジパケ®」の展開はその一例で、現在も一定の需要が継続的に生じていますが、市場へのさらなる浸透を図っていきます。

また、段ボール以外でも付加価値の高い製品づくりを促進しています。マイクロプラスチックビーズに代わる球状セルロース粒子(ビスコパール®)は、海洋や土壌での生分解性(biodegradable)をもち、環境に優しい素材として注目されています。こうした製品の市場を開拓するため、当社では2023年に化学品・セルロース商品開発本部を新設し、お客さまと直接向き合う基本姿勢を徹底した営業活動を展開中です。今後も全国に広がるパッケージの営業網を活用しながら、幅広い分野で事業を拡大していきます。

海外市場においては中国やインド、東南アジア、米国といった人口規模の大きな国々で、数量の拡大とともに利益率の向上も図っていく考えです。中でもインドは、今後10年間で中国のような急成長を遂げると見ており、レンゴーグループの「ヘキサゴン経営」をインドでも確立していくことが今後の大きなテーマです。もっとも、インド市場への参入は容易ではありませんので、当社としてはまず、現地パートナーから学ぶという判断のもと、2023年にヴェルヴィン・コンテナーズ社(現ヴェルヴィン・レンゴー・コンテナーズ社)の株式を取得し、段ボール工場を立ち上げました。同社とは、私が2025年5月まで会長を務めたICCA(国際段ボール協会)を通じて接点を持ちました。現地工場の生産性や安全意識が他のインド企業と比較して際立って高い水準にあり、欧米企業からも評価される体制が整っていることを確認したうえで、信頼に足るパートナーと見極めて連携を開始しました。これを起点に同国の市場を精査しつつ、軟包装、重包装も含む事業展開の可能性を模索していきます。

「Vision120」の5年間において、海外関連事業では売上高を約900億円増やし、2030年3月期にはグループ全体で3,000億円、のれん償却後の営業利益率を5%とする数値目標を掲げています。この目標を達成しても、想定では海外関連事業の売上高が連結全体に占める比率は25%にとどまります。できる限り早期に30%、さらには40%へと、同比率を引き上げていくことも構想の一つです。

サステナビリティへの取組み

ESG経営の推進

当社グループの環境対応について、2027年には製紙工場での石炭ボイラの使用を完全に廃止する予定で、大型のエネルギー転換については一定の区切りが見えてきました。

今後は、製品開発での取組みを進めていきます。段ボールではすでにリサイクル体制が確立されており、当社の古紙利用率も98%台と高く、99%以上を目指すことができる水準にあります。しかし、軟包装フィルムの分野での環境対応はこれからの課題です。当社グループはフィルムの分野においても国内トップクラスのシェアを有しており、環境対応への責任を果たしていく必要があります。そのためには、環境配慮製品の開発や、フィルムリサイクルの推進が不可欠です。現在、フィルム製品の循環型モデルの構築に向けたプロジェクトを社内に立ち上げ、私自身もその会議に参加しています。そこでは循環型ビジネスの仕組みをどのように具体化していくかといったことが議題となりますが、リサイクルの取組みは当社単独で完結できるものではなく、業界全体での連携が必要となります。当社グループとしては他社との協業拡大も視野に、より持続可能な社会の実現に向けて取り組んでいきます。

さらに、環境対応の新たな挑戦として、前述のSAFの取組みが挙げられます。日本政府はSAFの割合を10%とする目標を掲げています。当社グループでは、現時点でSAF用バイオエタノールの供給能力を年間約2万キロリットルとすることを計画しています。まずはこの2万キロリットルを確実なものとし、そのうえで次のスケールアップに取り組んでいきます。ビジネスの現場には、多くの具体的な課題と可能性が存在します。当社グループは、社会的課題の解決を目指しながら、事業としての収益化を図っていきます。

「Vision120」では、土台となる価値観として「人本主義(人間中心主義)」を経営の柱に据えています。これは、他者に対するEmpathy(共感)およびSympathy(惻隠の情)を重んじ、DEI(Diversity, Equity & Inclusion)の考えのもと、従業員の多様な個性を尊重かつ受容し、全要素生産性の向上を図るというものです。従業員が働きがいを感じ、いきいきと仕事ができる組織を目指すことで、会社や仕事に対するエンゲージメントが高まり、生み出される経済的価値もより大きくなります。この過程で生み出される付加価値を従業員に適切に分配するとともに、次の成長につなげる「成長と分配の好循環」を持続的に実現していきます。ただ、労働環境については世の中の水準と比較して改善の余地があり、「Vision120」の期間中にもその改善に努めていきます。

DEIへの取組みは、「DEI推進部」を中心に進めています。米国では近年、ややトーンダウンの動きが見られるものの、当社グループとしては、DEIを引き続き真摯に向き合うべき課題と位置付け、グループ全体で対応を継続していく方針です。

「人本主義」は、社内にとどまらず、お客さまとの取引、ビジネスパートナーとの関係、環境、地域社会など、全てのステークホルダーとの関係において一貫して意識すべきものと捉えており、全てのステークホルダーを大切にし、誠実な姿勢で向き合うことは、相互信頼とフェアな関係性を強化することにつながります。

コーポレート・ガバナンスの強化については、マテリアリティへの取組みの中で「持続的成長に向けた経営基盤の強化」の一環として重視しています。申すまでもなく、コーポレートガバナンス・コードにおける「コンプライ・オア・エクスプレイン」の原則は、名実ともに企業活動に反映すべきものとなっていますが、当社としては形式的に対応するのではなく、実質的なガバナンス体制の強化に向けて誠実に取り組んでいます。

また、業界全体をより良くしていくという視点も重要だと考えます。当社はリーディングカンパニーとして、紙パルプ業界全体の水準を底上げできる事業基盤を有しています。まずは自社が模範となってガバナンスの強化にしっかりと取り組むとともに、社外との関係においてもフェアな取引関係を保ちながら、「パートナーシップ構築宣言」の趣旨に沿って事業活動を実践していきます。

当社グループは「Vision115」の期間において、将来の成長に向けた種まきを着実に進めてきました。「Vision120」以降は、まいた種が育って実を結び、大きな成果として刈り取れるものになるかが問われるフェーズに入っていきます。「Vision120」は、2050年までの長期計画の中では、

2030年に向けた「Phase01」となります。その後、2040年に向けた「Phase02」、2050年に向けた「Phase03」が続き、長期的な視点で当社グループ全体での成長を目指します。私は社内に向けて「THINK 2050」というメッセージを繰り返し伝えています。もちろん、2050年がゴールではなく、その先も見据え、持続的な成長を追求していかなければなりません。今、当社グループで働いている若い世代の従業員が末長く働き続けたいと思えるような、本当に良い会社にしていくこと。そして、2050年にもまた新たな仲間が入社してくるわけですから、「THINK 2050」を念頭に、会社がますます活性化し、広がりを持っていくことが大切です。この5年間でステークホルダーの皆さまの期待に応える成果を上げ、さらにその先の成長に向けて、新たな種をまき続けることで、持続的な成長を追求していきます。当社グループの今後の展開にぜひご期待くださいますよう、心よりお願い申しあげます。

代表取締役社長兼COO

川本洋祐

中期ビジョン「Vision120」

(2025年4月～ 2030年3月)

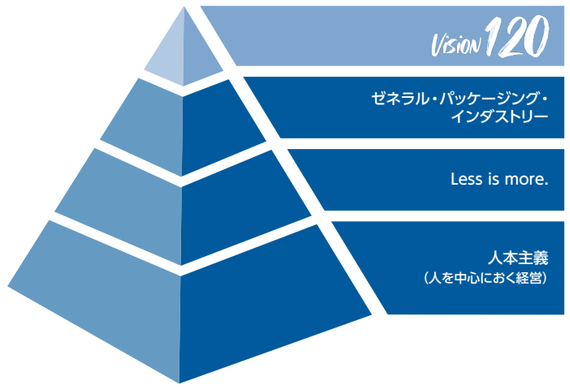
将来の価値創出に向けた基盤固め

2050年の未来にも新たな価値、より大きな価値を提供し続けられるように、2026年3月期を開始年度、創業から120年目となる2030年3月期を最終年度とする中期ビジョン「Vision120」を策定しました。このビジョンを通じて、持続的な成長と社会的な存在価値の向上を実現し、ステークホルダーの期待に応えてまいります。

基本理念 土台となる価値観

パッケージは、消費者の手元へ商品が届くために欠かせないモノです。私たちは、お客様の商品を装い、包み、守ることで社会に貢献しています。

このビジョンは、人本主義(人を中心におく経営)をグループ経営の根幹に据え、環境経営で常に業界をリードしながら、あらゆる包装ニーズに対して総合的なソリューションを提供し、世界の物流と人々の暮らしを支え、明るい未来を創ることを基本理念としています。



2050年の未来においても価値を創出し続けられる、より強固な基盤を形成。

新たな市場を創出するクリエイティブな「パッケージプロバイダー」として、あらゆる産業の全ての包装ニーズに対応。

資源を有効活用し、地球環境への負荷を低減しながら、高品質で付加価値の高いパッケージを提供。

他者に対するEmpathy(共感)およびSympathy(惻隠の情)を重んじ、DEI※の考えのもと、従業員の多様な個性を尊重かつ受容し、全要素生産性の向上を図る。これにより生み出される付加価値を従業員に適切に分配し、次の成長につなげる「成長と分配の好循環」を持続的に実現。

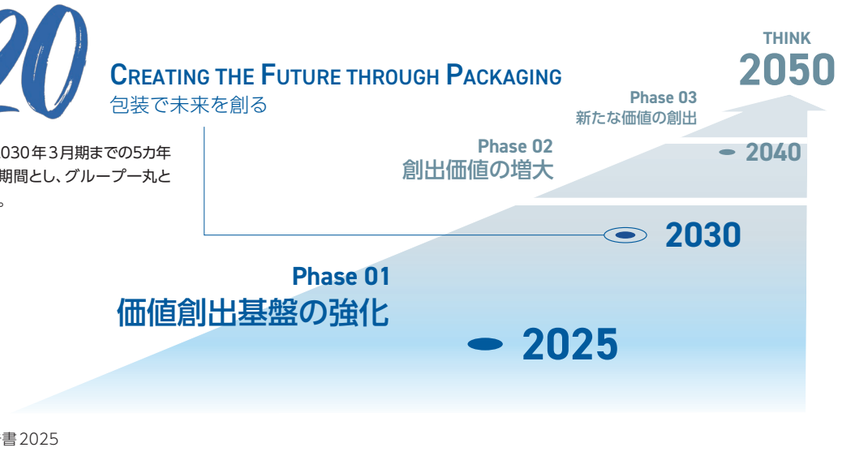
※Diversity(多様性)、Equity(公平性)、Inclusion(包摂性)の頭文字。

5年間のメインテーマ 2025年4月～ 2030年3月

VISION 120

CREATING THE FUTURE THROUGH PACKAGING
包装で未来を創る

創業から120年目となる2030年3月期までの5カ年を価値創出基盤の強化の期間とし、グループ一丸となって邁進してまいります。



価値創出を支える財務戦略

2030年3月期の主な財務指標

売上高	営業利益	経常利益	EBITDA	ROE	D/E レシオ
12,000億円	700億円	720億円	1,350億円	8.5%	0.7倍

キャッシュ・アロケーション

キャッシュ・アロケーションの方針

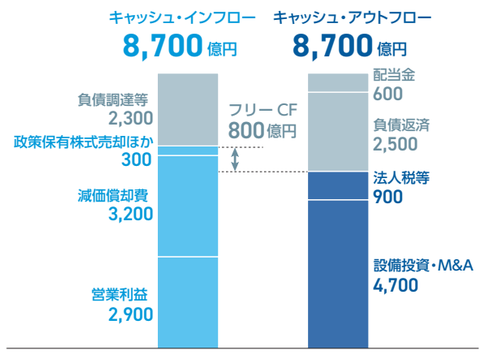
剰余金の配当
利益成長にあわせた増配を目指す累進的な配当

配当性向 30%
(2030/3期末時点)

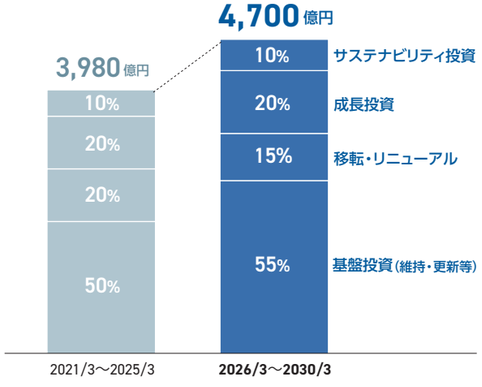
政策保有株式の保有残高

純資産比 10%未満を目指す
(2030/3期末時点)

5カ年累計でのキャッシュ・インフローとアウトフロー
2026/3～2030/3



設備投資・M&Aの内訳 直近5カ年累計との比較



担当役員メッセージ

未来をデザインする新たなステップ:「Vision120」の挑戦

レンゴーグループは、2025年3月期を最終年度とする中期ビジョン「Vision115」の完遂に全力を注ぎ、あらゆる産業の全ての包装ニーズにソリューションを提供する「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーとして、営業力の強化、積極的な設備投資やM&Aを通じて、業容拡大と収益力向上に取り組んできました。

これまでの取組みを礎に、当社は新中期ビジョン「Vision120」を策定し、次なるステップへと第一歩を踏み出しました。未来をデザインし、新たな市場を開拓する「パッケージプロバイダー」としての使命を胸に、価値創出基盤の強化を図りながら事業内容を質的に強化していきます。

事業環境の変化が目まぐるしい中、常に柔軟な対応と革新を追求し続けることで「Vision120」を達成し、ステークホルダーの皆さまの期待に応えていきます。皆さまのご支援を賜りますようお願い申しあげます。

専務執行役員(上席)
西 美純

中期ビジョン「Vision120」

(2025年4月～ 2030年3月)

「Vision120」策定における取締役会の関与

新中期ビジョン「Vision120」策定にあたって、当社取締役会は付議された本ビジョンの内容を詳細に審議し、その妥当性や実現可能性を評価しました。特に社外取締役には、取締役会での審議に先立ち十分な説明を行ったうえで、客観的かつ中立的な立場から意見を頂きました。

本ビジョン策定後も、当社は社外取締役と連携し、進捗状況を定期的に確認しながら、2030年3月期の目標達成および中長期的な企業価値の向上に向けて、社外取締役が積極的に関与できる体制を整えていきます。

「Vision120」の策定フロー

プロジェクトチーム発足	自社の現状分析	ビジョン作成	経営幹部会および取締役会で承認
●代表取締役社長を委員長、本社部門の部長クラスのメンバーで構成される「次期Vision準備委員会」が発足。	●ビジョン期間中の外部環境の変化を勘案し、自社の強みと弱み、リスクと機会を客観的に分析。 ●部門別にアンケートを実施し、若手従業員の意見も反映。	●自社が5年後にありたい姿を念頭に、重点施策と数値計画を策定。 ●同時期に改定したマテリアリティとの整合化。 ●随時、社内各部署と協議し推敲。	●経営幹部会および取締役会に順次付議し、策定案の妥当性を議論。 ●中間報告で方向性が示された後、約1カ月後の会議に改めて付議され、正式に決議。

重点テーマ

1. 各事業の取組み

ターゲットとなる経営成績

製紙・段ボール・紙器に加え、軟包装の分野においても、フィルム製造から印刷・加工までグループを横断する一貫体制を強化することで、付加価値創出に取り組んでいます。お客様、お取引先とのパートナーシップのもとでの安定供給体制を強みとし、開発から供給、販売に至る全てのプロセスで柔軟性と効率性を高めています。業容拡大とともに、潜在的な市場ニーズにいち早くアクセスし、変化への対応力に磨きをかけることで国内外での持続的成長基盤の確立を目指します。

	売上高	営業利益	詳細説明ページ
板紙・紙加工※	5,900 億円	360 億円	→P.31
軟包装	2,100 億円	120 億円	→P.35
重包装	560 億円	30 億円	→P.39
海外	3,000 億円	160 億円	→P.43
その他	440 億円	30 億円	→P.47

※ セグメント情報上は、製紙・段ボール・紙器の各事業を包括し、「板紙・紙加工関連事業」としています。

2. マテリアリティへの取組み

マテリアリティ一覧

	説明	取組みテーマ
「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出	主要事業である板紙・紙加工関連事業において、環境配慮型製品の拡充を中心に新たな価値の創出につながる基盤の強化に注力します。	●持続可能な包装の提供 ●社会的課題を解決する新たな事業や製品の創出 ●持続可能な物流の構築
地球環境との共生	気候変動対策を経営の最重要課題と位置付け、カーボンニュートラルの実現に向けたロードマップのもと、製品ライフサイクル全体での温室効果ガス(GHG)排出量削減を推進します。	●気候変動への対応 ●循環経済の拡大 ●自然資本の保全
人を中心におく経営	人本主義を会社経営の柱に据え、人権の尊重を基本に、安全で働きやすい環境の整備、ゆとりと豊かさの実現、DEIの推進を通じ、持続的な成長と生産性向上を図る「人を中心におく経営」に取り組んでいきます。	●人権の尊重 ●安全で働きやすい環境の整備 ●ゆとりと豊かさの実現 ●DEIの推進
持続的成長に向けた経営基盤の強化	グループガバナンスの強化やDXを推進することで、経営基盤を整備します。加えて、取引先とのパートナーシップ強化に努めるとともに、製品の品質と安全性を確保します。	●グループガバナンスの強化 ●DXの基盤構築 ●取引先とのパートナーシップの強化 ●製品の品質と安全性の保証

「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出

板紙・紙加工関連事業

次世代原紙の開発

事業環境と見通し

環境意識の高まりを受けて、省資源・GHG排出削減につながる、付加価値の高い原紙のニーズがますます大きくなる見込みです。

グループの取組み

LCC原紙※に続く、軽量・高強度な段ボール原紙の開発に取り組んでいきます。

※ LCC原紙:Less Caliper & Carbon containerboard

RFID※による原紙管理システムの普及促進

事業環境と見通し

2024年度からのドライバーの時間外労働時間の上限規制導入に伴い、物流業務の負担軽減などドライバーの労働環境改善は継続的な課題となっています。

※ RFID:Radio Frequency Identification(電波による個体識別)

グループの取組み

製紙・段ボール業界において、RFIDによる原紙管理システムの普及を促進し、物流業務での標準化を図ります。

バイオエタノール事業への参入

事業環境と見通し

航空業界のGHG削減策としてSAF(持続可能な航空燃料)の使用が義務付けられる中、SAFの原料となるバイオエタノールの需要が拡大する見通しです。製紙の前工程のパルプから第二世代バイオエタノール(非可食バイオマス資源を原料としたエタノール)を生産する技術開発が期待されています。

グループの取組み

大興製紙(静岡県富士市)のパルプ生産設備とBiomaterial in Tokyo(福岡県大野城市)のバイオ技術を活用し、第二世代バイオエタノールの生産技術開発、商業生産・事業化を目指します。

中期ビジョン「Vision120」

(2025年4月～2030年3月)

「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出

板紙・紙加工関連事業

環境配慮型製品・社会課題解決型製品のラインアップ強化

事業環境と見通し

環境負荷の低減や、人手不足などの社会課題を解決するパッケージの需要は今後ますます拡大する見通しです。

グループの取組み

リサイクル可能な各種機能性段ボールや、流通現場の作業を効率化するリテールメイトシリーズを、社会のニーズに沿って充実させていきます。

SP事業・CP事業の拡大

SP…セールスプロモーション
CP…コントラクトパッケージング

事業環境と見通し

お客様のさまざまな場面での販売促進を支援するSP事業や、商品の詰め合わせを請け負うCP事業は、付加価値の高いサービスとして成長が期待されます。

グループの取組み

SP・CP事業の業容を拡大し、ワンストップであらゆる包装ニーズに対応できる体制を整えていきます。

その他の事業

包装システムの開発・販売の強化

事業環境と見通し

通販・EC市場の拡大が続くなか、包装工程の自動化・省力化へのニーズはなお伸長する見通しです。

グループの取組み

包装システムのラインアップを拡充するとともに保守サービスの強化に取り組み、グループ内で連携して需要の掘起こし、販売を強化します。

軟包装関連事業

環境配慮型フィルム製品の開発・販売の強化

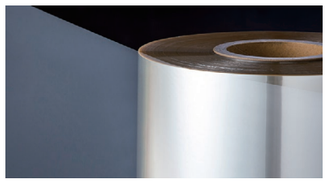
事業環境と見通し

環境意識の高まりを受け、プラスチック包材のバイオマス化や再資源化に対する社会的要請の拡大が見込まれます。

グループの取組み

グループ各社が一貫体制のもとで連携し、バイオマス包材やモノマテリアル(単一素材)包材の開発、プラスチック資源循環の取組みを加速させます。

セロファン生産設備リニューアル



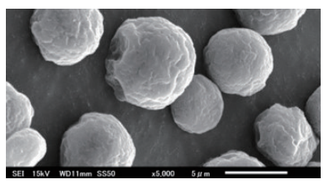
事業環境と見通し

生分解性素材やバイオマス度を向上させたフィルム製品へのニーズの高まりを受け、セロファンやREBIOS®シリーズには底堅い需要が見込まれます。

グループの取組み

当社武生工場を抜本的にリニューアルし、量・質ともに競争力のある生産体制の構築を図ります。

セルロースビーズの用途開発と生産能力強化



事業環境と見通し

土壌生分解性、海洋生分解性の機能を有するセルロースビーズは、プラスチック微粒子からの代替需要が期待されます。

グループの取組み

全社横断的な提案活動により、さまざまな分野への用途開発を進め、生産量の拡大を図ります。

3.グループ経営の進化/深化

一貫体制の進化/深化

軟包装関連事業において、M&Aなどを通じてグループ全体のフィルム製造から印刷・加工までの一貫体制を強化し、バリューチェーン全体の最適化や、他の事業セグメントとの連携を通じた付加価値創造に取り組んでいます。顧客との揺るぎない信頼関係に基づく安定供給体制を基盤に、垂直統合によるシナジーを最大化し、開発から供給、販売に至るまでの全プロセスで柔軟性と効率性を高めています。これにより、変化する市場ニーズに迅速に対応し、持続的な成長と競争優位性の確立を目指します。

Primary Activities

アールエム東セロの子会社化により、
プラスチックフィルムの原反生産から印刷・加工までの一貫体制を強化

フィルム製造

フィルムの出荷と受入れ

印刷・加工

研究開発

品質管理

マーケティング

一貫体制の盤石化とともに、
フィルム包装市場の持続的成長を
リードします。

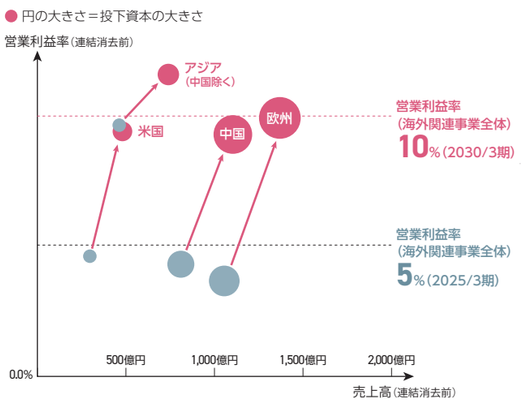
Support Activities

朋和産業にR&Dセンターを新設、フィルムの高機能化などの研究開発を推進するとともに、徹底した品質管理、グループ横断的なマーケティングを通じ付加価値を拡大

グローバル経営の進化/深化

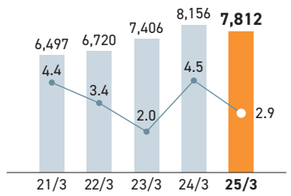
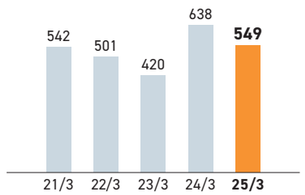
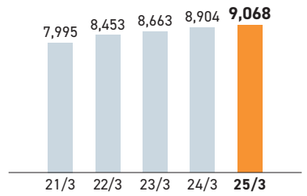
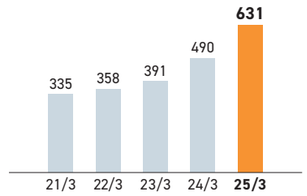
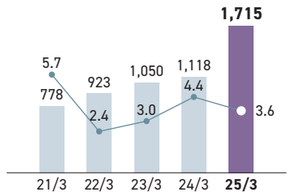
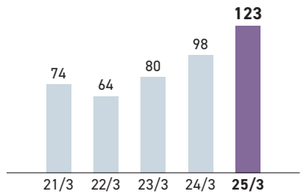
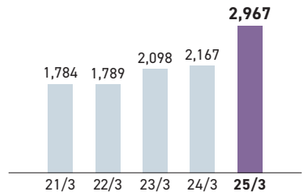
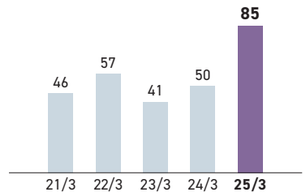
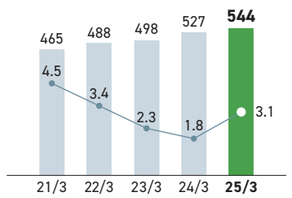
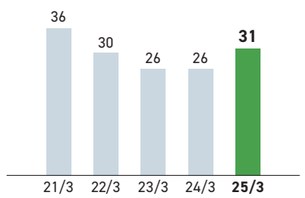
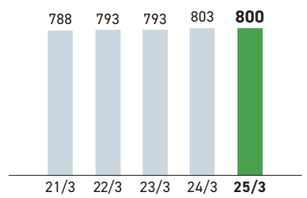
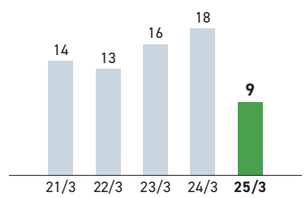
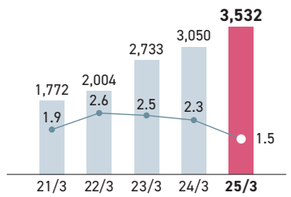
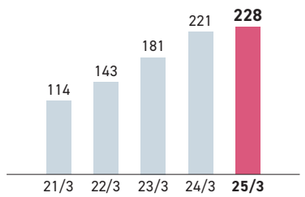
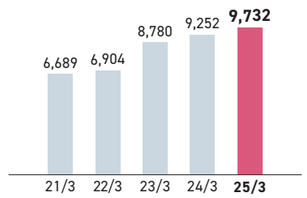
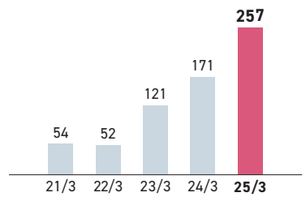
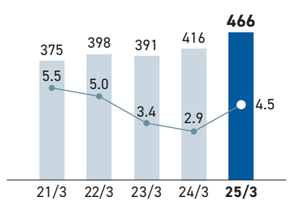
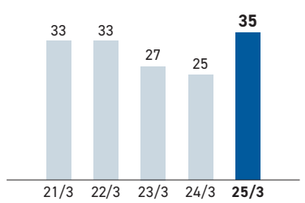
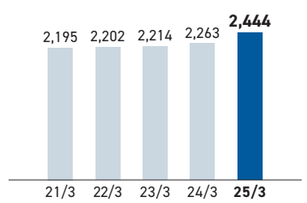
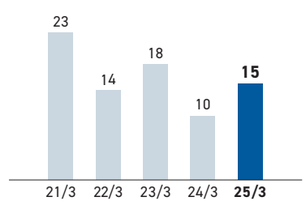
今後5年間で海外関連事業の成長を加速させ、アジア、欧州、米国のそれぞれで事業規模の拡大や収益性の向上を図ってまいります。グローバル人材の拡大やDEIの推進による人的資本の強化、デジタル化などを通じた効率的かつ柔軟な経営体制の整備を通じ、グローバル経営における価値創出基盤の強化を中長期的な成長につなげ、グループとしての持続可能性を高めてまいります。

各事業の成長イメージ



中国	● 重量物包装事業では、業容拡大路線を継続し、利益率の向上を図ります。 ● 軟包装事業では、現地で確立した競争優位性をさらに強化し、利益率の向上を図ります。 ● 段ボール事業では、顧客との信頼関係を強化するとともに、選択と集中により収益性の改善を図ります。
アジア(中国除く)	● 重量物包装事業では、中国と同様に業容拡大と利益率の向上を図ります。 ● 軟包装事業では、既存の高い利益率を維持し、安定した収益を確保します。 ● 段ボール事業では、生産性の改善とコスト低減を通じて収益性の改善を図ります。
欧州	● 重量物包装分野で顧客基盤の多様化を図り、業容拡大を通じて海外関連事業の中長期的な成長を目指します。
米国	● 多くの有力な顧客企業が集積し、世界最大の経済規模を誇る市場においてプレゼンスを高めていくための成長基盤を築きます。

At a Glance

セグメント別情報	主な製品・事業	総資産(億円)／ROA(%)	EBITDA（億円）	従業員数(名)	設備投資額(億円)
板紙・紙加工関連事業 売上高 514,720 百万円 51.8%	**紙・板紙** ● 段ボール原紙 ● クラフト紙 ● 白板紙 ● クラフトパルプ ● 紙管原紙 ● チップボール **段ボール** ● 段ボール ● 段ボール箱 **紙器** ● 紙器 ● 美粧段ボール ● マルチパック				
軟包装関連事業 売上高 181,614 百万円 18.3%	**フィルム** ● OPPフィルム ● CPPフィルム **フィルム包装** ● 平袋 ● ガゼット袋 ● ピロー袋 ● スタンディングパウチ **セルロース関連製品** ● セロファン ● 球状セルロース粒子				
重包装関連事業 売上高 44,977 百万円 4.5%	**重包装製品** ● フレキシブルコンテナ ● ポリエチレン重袋 ● クラフト紙袋 **樹脂加工品** ● ラミネート製品 ● クロスラミネート ● 工業樹脂 ● ネット資材				
海外関連事業 売上高 213,094 百万円 21.5%	製紙 段ボール 軟包装 重包装 不織布				
その他の事業 売上高 38,844 百万円 3.9%	不織布 紙器機械 運送事業				

板紙・紙加工関連事業

事業の強み

1 板紙から段ボール・紙器までの一貫体制

段ボール・紙器の材料となる板紙から生産・販売できる一貫体制が、お客様や社会のニーズとインサイトをタイムリーにくみつつ、バリューチェーン全体を見渡しての課題解決に取り組むことを可能にしています。

2 開発力を武器とした「提案型営業」

お客様の商品を保護し、安全に届ける。一段ボールに求められる機能はこれだけではありません。箱のまま陳列する場面では、情報発信、販売促進、陳列作業の効率化などの機能が求められます。当社ならではの開発力を武器とする「提案型営業」によって、お客様の取り扱う商品、場面ごとに最適な機能を付加した段ボール・紙器を提供しています。

3 「圧倒的に」環境に優しい段ボール

段ボールは古紙を主原料とし、再生可能で環境に優しい循環型の包装材です。一方で、一般的に板紙は製造工程で多くのエネルギーを必要とし、温室効果ガスを多く排出します。そこで当社は、温室効果ガス排出量削減のために燃料転換を進めており、2027年度にはグループ内の抄紙機での石炭使用をなくすことで「圧倒的に」環境に優しい段ボールの提供を目指しています。

2025年3月期の振返り

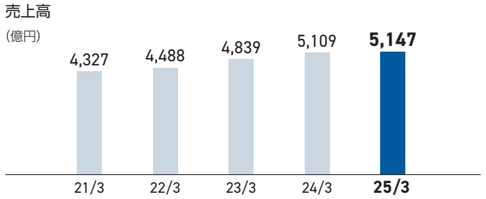
業績概要

価格改定が寄与し増収も、コストアップにより減益

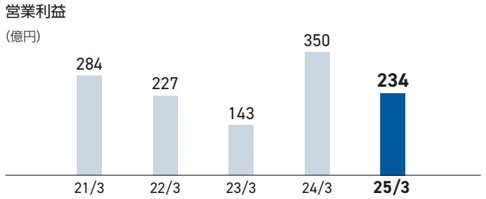
当セグメントの売上高は514,720百万円(前年比100.7%)、営業利益は23,443百万円(同67.0%)となりました。加工食品向けをはじめ、段ボールの需要が堅調に推移したほか、提案型営業が奏功し販売量は増加しました。

価格改定も一定の成果を上げましたが、労務費や物流費の上昇、環境対策や労働環境改善のための設備投資等に伴うコストアップを吸収できず、減益となりました。

売上高
(億円)



営業利益
(億円)



成果

価格改定と付加価値製品提案により増量増収

板紙の値上げを伴わない段ボール・紙器製品のみの価格改定は、これまでにない取組みでしたが、多くのお客様との交渉を通じ、全体として一定の成果を上げることができました。

また、価格改定の取組みと同時に、お客様の製品の販促効果が期待できる付加価値パッケージの提案のほか、昨今の包装資材に対する軽量化、小型化、簡素化などのニーズに応えた、お客様のコストダウンにつながる提案も販売量拡大に寄与しました。

課題

人手不足への対応

段ボール・紙器は受注生産品であるとともに、品目ごとにオーダーメードで対応する加工工程が多岐にわたる労働集約型の製品です。労働人口が減少する中、当社は、段ボール・紙器の製造に携わる従業員のやりがいを支える賃金水準の確保に努めています。また、安心・安全に働くことができる職場づくりを通じた人材確保にも取り組むと同時に、省人・省力化設備の開発・導入も進めています。

Vision120

2030年に向けたビジョン

環境に優しい製品開発と生産性向上で持続可能な未来を実現

板紙・紙加工関連事業は、今後5年間にわたり、持続的な成長のための基盤の強化とイノベーションを追求します。日本の段ボール業界のパイオニアとして、揺るぎない品質を堅持し、環境に配慮した製品開発と生産プロセスの最適化を通じて、省人・省力・省資源化に向けたパッケージの進化をリードしてまいります。また、デジタル技術の導入や新市場の開拓にも積極的に取り組み、収益性の向上と新たな価値創出につなげていきます。

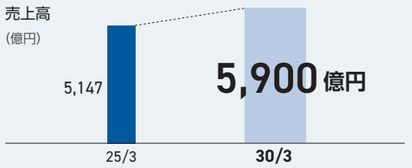
リスクと機会

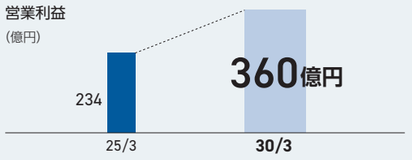
- 製品の差別化が難しく、原材料価格の変動や環境規制の強化といったリスクもあります。
- 消費者の環境意識の高まりによるリサイクル可能な製品の需要拡大や 、技術革新による生産効率の向上と新製品開発の機会も存在します。

方針

- 環境に優しい製品の開発とリサイクルシステムの強化を推進します。
- フルコスト主義のもとで収益性の維持・向上を図ります。
- 技術革新を通じ生産効率を向上させ、コスト削減を図るほか、持続可能な製品の開発と普及を進めることで市場機会を拡大し、競争力を強化します。

ターゲットとなる経営成績





2026年3月期の見通し

当セグメントの2026年3月期の見通しは売上高5,160億円(前年比100.2%)、営業利益283億円(同120.7%)です。全国段ボール工業組合連合会が2024年12月に発表した需要予測では、2025年の国内段ボール生産量の見通しは前年並みとなっていますが、当社グループは強みである「環境に配慮したモノづくり」のさらなる推進と、環境配慮型製品の開発と提案により拡販を進めていくとともに、新分野の開拓とデジタル技術を活用した付加価値製品の提供により、増収と販売量の増加を目指します。

また、労務費や物流費の継続的な上昇に対応するため、2024年度に引き続き、2025年度においても価格改定に取り組み、持続可能な事業基盤の構築を進めていきます。

デジタル技術を活用した付加価値製品「デジパケ®」

板紙・紙加工関連事業

特集 1

新ショールーム、TOKYO ADVANCE GATEWAY

2024年2月14日、当社東京工場構内の新倉庫棟4階に、ショールームTOKYO ADVANCE GATEWAY（以下、TAG）を開設しました。TAGは「お客様と当社がともに前進するための起点となる場所」として位置付けられています。

TOKYO ADVANCE GATEWAYの様子

開設のねらい

社会的課題に応える姿を共有する場の創出

さまざまな社会的課題を解決へと導くことを目指し、6つのテーマに基づく当社の取組みやグループ各社の商品を展示し、新たな提案へとつなげる場としてTAGを設計しました。

社会からの要請に応え、日本経済の発展とともに歩んできたレンゴーの歴史から、現在、そして未来を感じていただくことで、来場者とのより強い結び付きを生む場所でありたいと願っています。

展示内容

体験を通して知る、製品の社会的価値

各コーナーの展示台とサインタワーはトライウォール製、トイレには金羊社のタイルを施工するなど、TAGは当社グループの魅力が集結した場となっています。体験コーナーも設けており、セルロースを混ぜることによるゴム製品の補強効果や、RSDP（レンゴー スマート・ディスプレイ・パッケージング）による小売店舗でのオペレーション効率化などが体験できます。2024年度の社外からの見学者受入れ数は2,500名を超えました。

今後も、最新の情報を発信し続けるショールームとして進化させていきます。

TAGの6つのテーマ

ENVIRONMENT　より良い未来のために

バリューチェーン全体で、より良い未来の実現に貢献していく環境問題や社会課題に対する当社グループの活動を紹介。

SUSTAINABILITY　サステナブルなパッケージを

環境配慮型パッケージと素材を展示。
新たなサステナブル製品の可能性を探る。

E-COMMERCE　通販をスマートに

物流改善から顧客満足度を高めるパッケージまでのソリューションや未来に向けた新構想を紹介。

VALUE ADDED　新たな価値への挑戦

さまざまな課題の解決につながる、耐水・消臭などの機能を付加した製品を展示。

GROUP NETWORK　世界に、ともに

国内・海外におけるグループの総合力とネットワークを活かした総合パッケージメーカーとしての実績を展示。

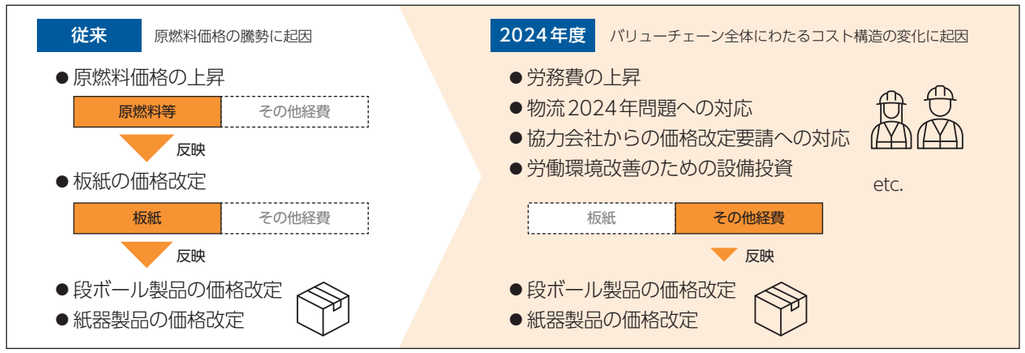
PROMOTION　商品の魅力を最大限に

セールスプロモーションの実績や、販促やブランディングに活用できるデジタル印刷など「売り」につながる組織や技術を紹介。

特集 2

持続可能な事業基盤構築に向けた価格改定

2024年4月から、当社として初めて材料である板紙の値上げを伴わない段ボール・紙器製品のみの価格改定に取り組みました。バリューチェーン全体にわたるコスト構造の変化もあり、時間を要しつつもお客様との相互理解に向けた交渉を続け、一定の成果を上げることができました。



背景

広がる負担に対応する価格改定

これまで、段ボール・紙器製品の価格改定は、主要原材料である板紙の価格改定に起因するものでした。これは、板紙の価格上昇分の転嫁に加え、段ボール・紙器工場での変動費アップを上乗せした取引価格となるようお客様と交渉するものであり、今回のように板紙の価格改定を伴わず、製品単独で価格改定を進めたことはありませんでした。

しかし、物流2024年問題への対応や社会的な賃上げの機運の高まり、協力会社からの価格改定要請への対応、さらには暑さ対策としての設備投資など、これまでにないバリューチェーン全体にわたるコスト構造の変化に直面しました。自社努力のみでコストアップをカバーすることは極めて困難な状況となったことから、段ボール・紙器製品について、再生産可能な価格体系の実現に取り組むこととなりました。

成果

信頼と品質が支えた改定成果

段ボール・紙器製品は取引先も多く、一点一点仕様が異なる受注生産品であるために丁寧な説明を積み重ねて交渉する必要があります。このため、価格改定交渉には時間を要することが当初より予想されましたが、当社グループは提案力や営業担当者の対応のきめ細かさを活かしながら真摯な姿勢で交渉を続けました。コストアップ要因が多くの産業で共通するものであったこともあり、交渉を通じて多くのお客様からご理解をいただくことができました。

今後の方針

産業の持続可能性と提供価値の増大

段ボール業界全体の利益率は、他産業と比べると未だに低い水準にとどまっています。リサイクルシステムの維持や人材確保に努めて産業を持続可能なものとするためには、物流や生産プロセスの最適化に取り組んで収益性を向上させる必要があります。当社グループは今後とも揺るぎない品質を堅持しながら、社会的課題の解決につながる製品開発に努めるとともに、お客様との共創を通じて提供価値の増大を図り、関係を強化していきます。

軟包装関連事業

事業の強み

1 幅広い製品ラインアップに対応する開発力・技術力と生産体制

当社グループでは、原材料メーカーとの一貫体制を土台に、環境対応製品を含む新製品の開発やお客様への提案を行っています。多様な加工技術、ノウハウ、情報を組み合わせることで、独自の価値を提供することが可能です。

2 ブランディングを支えるデザイン性豊かな包材の提案

お客様の企業理念や商品に込められた思いを表現したデザイン性豊かな包材を提案し、市場での競争力向上を支援しています。

3 環境配慮型包材の先進的な提案

環境負荷を低減し、持続可能な社会を実現するため、水性フレキソ印刷やバイオマスフィルム、バイオマスインキ、紙を使用した包材に加え、リサイクル性に優れたモノマテリアル(単一素材)包材の提案を推進しています。

2025年3月期の振返り

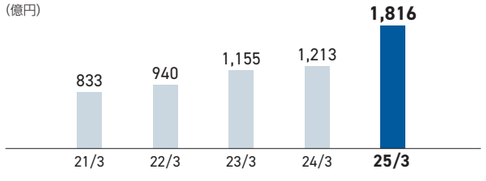
業績概要

コストアップに対応した価格改定の実施

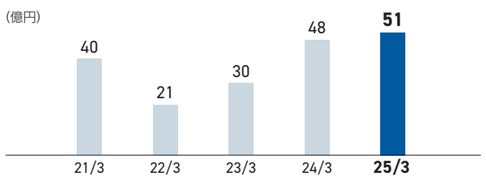
当セグメントの売上高は181,614百万円(前年比149.8%)、営業利益は5,062百万円(同106.1%)となりました。消費者の節約志向の高まりにより、食品用包材の販売が伸び悩んだ一方で、需要が拡大しているペットフード包材は堅調に推移しました。

連結子会社の増加のほか、コストアップに対応した価格改定や生産設備の更新と生産効率の向上により、増収増益となりました。

売上高
(億円)



営業利益
(億円)



成果

アールエム東セロ株式会社を子会社化し、軟包装事業における一貫体制を強化

アールエム東セロでは、統合後のシナジー効果を最大限に引き出すとともに、グループ間の協業を通じた環境配慮型製品の開発に取り組んでいます。

バイオマス原料を石油由来の原料と完全に分けて管理する「セグリゲーション方式」でリサイクル性を高め、環境負荷を低減したOPPフィルムを開発し、大手コンビニエンスストア向け製品への展開も図りました。

原料供給元との連携により、バイオマス樹脂の安定した調達体制を確立し、本格的な販売開始につながりました。

課題

環境に優しい高付加価値製品開発の推進

プラスチック使用量削減という産業界全体の課題に対応するため、2024年10月に竣工した朋和産業株式会社のR&Dセンターを活用し、バリア性包材のモノマテリアル化を実現するための素材開発に注力しています。

また、ユーザーにとって使いやすい包装形態の開発にも重点を置き、コストに対し、より付加価値の高い製品の提供を目指しています。

Vision120

2030年に向けたビジョン

一貫体制の強化による新たな価値の創出

軟包装関連事業は、今後5年間にわたり、持続的な成長と収益性向上を追求します。環境負荷の低い素材の採用とリサイクル技術の向上を通じて、環境に優しい製品のラインアップを拡充し、業界でのプレゼンスを盤石なものとしてまいります。このビジョンを通じて、製品の多様化と付加価値の向上を図るとともに、持続可能な社会の実現に貢献し、ステークホルダーの期待に応えてまいります。

リスクと機会

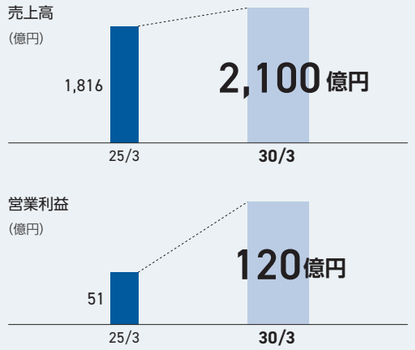
- 原材料価格の変動や環境規制の強化、プラスチック使用規制の強化によるコストアップといったリスクがあります。
- 市場の環境意識の高まりにより、リサイクル可能な素材や生分解性のある素材の需要が拡大しています。
- 技術革新による製品の多機能化が進み、新たな市場機会が生まれています。

方針

- フィルムから製品までの一貫体制を確立し、製造効率と品質を向上させることで競争力を強化するとともに、環境に優しい素材の開発とリサイクル技術の強化を推進します。
- 技術革新を活用して製品の多機能化を進め、顧客の多様なニーズに対応します。
- 持続可能な製品のラインアップを拡充し、市場シェアを拡大することで競争力を強化します。

ターゲットとなる経営成績

売上高
(億円)



営業利益
(億円)

2026年3月期の見通し

当セグメントの2026年3月期の見通しは売上高1,930億円(前年比106.3%)、営業利益62億円(同122.5%)です。物価高に伴う個人消費の低迷により、包材市場の需要には弱さが残る見通しですが、環境配慮型製品への関心はますます高まっています。

このような事業環境のもと、従来品の安定した供給に加え、環境配慮型製品として、セグリゲーション方式のバイオマス原料による製品の拡販や、回収フィルムの脱インキ・再樹脂化によるプラスチック資源循環システムの構築を進めます。また、モノマテリアル包材製品の開発も推進します。

売上高および営業利益は、アールエム東セロ統合後のシナジー効果やグループ間の協業の強化、価格改定の寄与等により、前年を上回る見込みです。

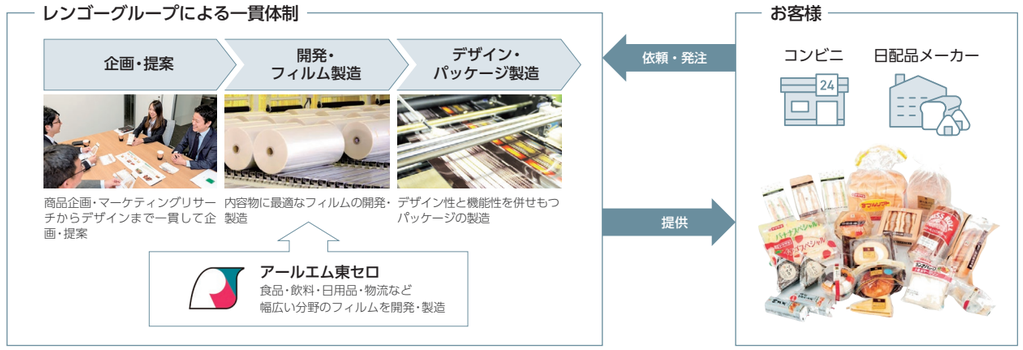
アールエム東セロのフィルム製造

軟包装関連事業

特集 1

顧客ニーズに応える一貫体制の強化

2024年4月にアールエム東セロ株式会社を子会社化したことでフィルム事業が拡大し、加工までの一貫体制が充実しました。製品ラインアップを拡充するとともに、開発能力と供給体制の強化を進めています。



概要

軟包装領域でのシナジー最大化

当社グループは、食品などの繊細な商品を優しく包み保護する軟包装の領域で、素材となるフィルムの開発からパッケージの製造・販売に至る一貫体制を築いています。アールエム東セロは、食品、飲料、日用品などの包装用フィルムを中心に、さまざまな機能をもつ包装資材のラインアップを取り揃えており、ポリオレフィン系フィルムと発泡シートの各市場において国内有数のプレゼンスを持っています。

グループ一貫体制によるシナジーを最大化し、開発から製造、販売に至るまでの全プロセスで柔軟性と効率性を高めていきます。

取組み

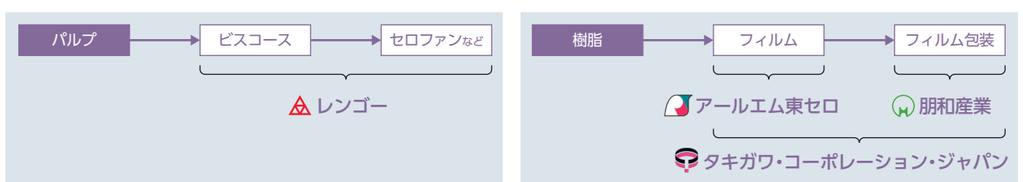
顧客満足につながる安心・安全な製品の提供

当社グループは、各社でISCC PLUS認証（国際持続可能性カーボン認証）を取得し、軟包装分野における原反から製品取扱いまで、マスバランス方式でのトレーサビリティを確保しました※。

今後、同認証のバイオマス原料を割り当てたバイオマスPP、PEフィルムの製造・販売網の展開を通じ、環境配慮型製品の供給体制の一層の充実を図ります。

※ ISCC認証とマスバランス方式について
国際持続可能性カーボン認証は、EUの再生可能エネルギーのガイドラインに準拠した国際認証。マスバランス方式とは、原料から製品への加工工程において、バイオマス由来原料が石油由来原料と混合される場合に、バイオマス由来原料の投入量に応じて、製品の一部にバイオマス由来の割合を割り当てる手法。なお、バイオマスは植物や動物に由来する再生可能資源で、持続的に使用することができる。

軟包装関連事業における当社グループ主要企業の事業範囲



特集 2

社会的課題の解決につながる製品開発体制の強化

環境課題への対応はあらゆる企業にとって喫緊の課題です。当社グループでは、2024年10月に朋和産業株式会社のR&Dセンターが完成しました。環境に配慮した製品の開発をより一層加速させていきます。

R&Dセンター

開設のねらい

従来品のフィルムに代わる素材開発

環境意識の高まりを背景に、プラスチック使用量削減をはじめとした環境負荷低減製品の開発がメーカーにとって必須となっています。当社グループは、近年注目されているモノマテリアル包材と生分解性の素材であるセロファンの研究開発や製品化に取り組んでいます。特に、モノマテリアル包材はプラスチック製品のリサイクルの可能性を高めることができるため、近年注目されています。フィルム開発から接着剤やコート剤の活用まで、グループ全体で開発に注力しています。

取組み

試験用設備の導入で業務を効率化

朋和産業のR&Dセンターでは、印刷、ラミネート、コーティングができる特注のテストコーターを設置し、コーティングによるフィルムの高機能化に取り組んでいます。

R&Dセンターは、当社グループ軟包装各社の開発スタッフにも開放されており、アールエム東セロ、朋和産業、レンゴーの3社で連携し、モノマテリアル包材の開発を推進しています。

現場の声

自社開発体制の強化と重点領域への展開

朋和産業株式会社
営業部門 商品開発部 営業技術グループ
河田 聡志

これまで朋和産業では、印刷・ラミネート分野の開発においてテスト機がなく、生産機にて試験を実施するため、製造を一時停止する必要がありました。

現在のR&Dセンターには、試験用のテストコーターが導入され、自社内で開発・試験・改良までを一貫して行える体制が整いました。これにより、朋和産業主導での開発が可能となり、オリジナリティの強化にもつながっていると感じています。

今後は、輸出用包材や印字対応包材、特殊ヒートシール材などを重点に、さらなる開発を進めていきます。

重包装関連事業

事業の強み

1 長年培った押出加工技術

日本マタイ株式会社は、レンゴーグループの重包装関連事業の中核を担っています。同社は、国内有数のシェアを誇る「重包装袋」分野と、熱可塑性樹脂の溶融押出を核とした「樹脂加工品」分野の2つを柱に、社会的課題の変化に対応するとともに、お客様のニーズを先取りする製品を生み出しています。

2 研究開発体制の充実

日本マタイの研究開発部門では、素材のもつ可能性を引き出し、新たな機能を創造することに取り組んでいます。同社研究所（滋賀県守山市）では、熱可塑性樹脂の押出、ラミネート、コーティング、印刷加工といったコアテクノロジーを駆使し、環境負荷の低減や次世代材料の開発に注力しています。

3 長年の事業活動で確立した広範かつ強固な顧客基盤

日本マタイでは創業以来、既存のお客様への安定供給の維持とともに、高付加価値製品を含むラインアップの拡充を進めてきました。お客様のニーズに応え続けることにより、農業、医療医薬、自動車、半導体、エレクトロニクスをはじめ、幅広い分野でお客様と良好な関係を築いています。

2025年3月期の振返り

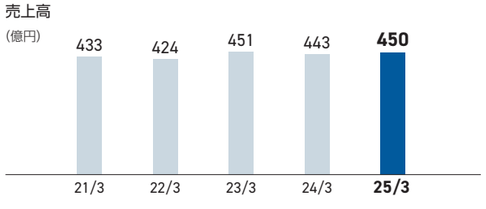
業績概要

工業樹脂製品の受注が回復

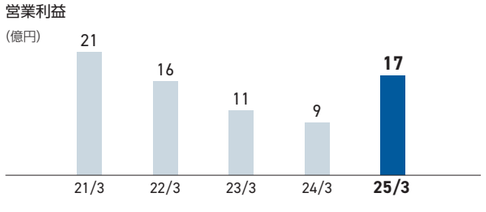
当セグメントの売上高は44,977百万円（前年比101.4%）、営業利益は1,684百万円（同185.9%）となりました。

カイロ用包材、チップテープ、国内石油化学関連製品の販売量は、流通在庫の増加や需要減の影響を受けて減少しました。一方でここ数年市場環境が悪化していた工業樹脂製品の受注が回復し、全体の販売量はおおむね前年並みとなりました。

売上高
（億円）



営業利益
（億円）



成果

コストアップに対応した価格改定を実施し、採算改善につなげる

当セグメントでは、コスト上昇の影響を受けた製品の価格改定に取り組みました。その結果、不採算事業を含む各事業で採算改善に向けた動きがあり、製品の安定供給の維持、ならびにお客様との信頼関係のさらなる深化につながる成果を得ました。

課題

製品の高付加価値化と環境への取組み

「Vision120」の達成に向け、製品ポートフォリオの多様化と高付加価値化を推進し、新たな事業基盤の拡充に努めていきます。また、適切な事業リスク管理と資源配分のもと、戦略的投資およびM&Aによる事業拡大と市場シェアの獲得を図ります。

さらに、製品の環境負荷を低減し、循環型社会の形成に貢献するため、モノマテリアルやリサイクルを意識した包装製品と紙製品の開発・展開にも継続して取り組みます。

Vision120

2030年に向けたビジョン

高付加価値分野へのシフトと持続的な成長の実現

重包装関連事業は、今後5年間にわたり、持続的な成長と新市場の創出を目指します。堅牢で環境に配慮した包装製品と最適なソリューションの提供を通じて、顧客の多様なニーズに応え、業界における競争力を強化します。また、新製品の開発に積極的に取り組み、新たな市場機会を開拓します。

リスクと機会

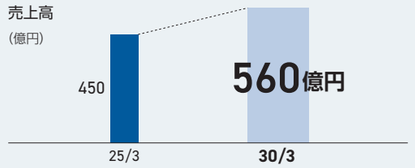
- 従来の主力であった米麦袋等の農産物向け、嵩高品向けの包装市場は中長期的に縮小するリスクがあります。
- 半導体向けなどの高付加価値分野や環境負荷の低い製品の需要が伸長しており、新たな市場機会が広がっています。
- 技術革新による生産効率の向上や新製品開発の機会も存在します。

方針

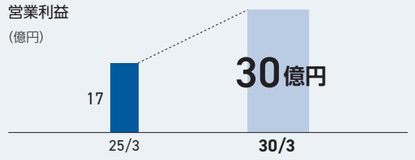
- 需要構造の変化には中長期的観点をもって柔軟に対応し、高付加価値分野へのシフトを推進します。
- 新たな需要動向を迅速に把握し、市場拡大機会を確実に捉えます。
- 研究開発活動の成果を積み重ねることで顧客の潜在需要を先取りするとともに、環境に優しい製品の開発と普及により、競争優位性と持続可能性の向上を図ります。

ターゲットとなる経営成績

売上高
（億円）



営業利益
（億円）



2026年3月期の見通し

当セグメントの2026年3月期の見通しは売上高479億円（前年比106.5%）、営業利益23億円（同136.6%）です。当期は、前年度に浸透した価格改定の効果が年間を通して収益に寄与することが期待されています。また、石油化学関連の需要が振るわず落ち込んでいた受注の持ち直しも想定されます。既存販売先でのシェアアップを図るとともに、開発品の上市を積極的に進めることで新たな市場機会を捉え、売上高の拡大を目指します。

営業利益は、人件費や物流費の上昇が懸念されるものの、売上高の拡大に加え、効率的な生産プロセスの導入やサプライチェーンの最適化を通じた生産性の向上とコストダウンを推し進め、増益を目指します。

重包装関連事業

特集

環境負荷の低減と機能性の両立を目指す新素材の開発

日本マタイ株式会社（以下、同社）は、当社グループのヘキサゴン経営の一角である重包装部門を担う主力企業です。長年にわたり、ポリエチレン重袋やクラフト紙袋、フレキシブルコンテナ等の重包装製品、および機能性フィルム、樹脂加工品、各種ラミネート製品等の製造・販売を行っています。

重包装から広がる持続可能性への貢献

同社は1947年の設立以来、さまざまな製品開発や新規事業開拓に取り組み、技術力を培ってきました。今では、重包装業界において国内有数のシェアを獲得し、国内外のユーザーから高い評価を得ています。

同社は、時代のニーズに合った製品を開発することで、事業ポートフォリオの転換を進めてきました。日本マタイの社名にある「マタイ」は祖業の製品である「麻袋」に由来します。当初は麻袋の回収や販売を手がけ、その後、各種重袋事業への展開が進みましたが、現在は袋以外の売上が過半を占めています。また、同社は「企業活動と地球環境の調和」という基本理念のもと、独自の環境方針に則した体制の強化を進めてきました。現在、全事業所において環境マネジメントシステムの国際規格であるISO 14001（JIS Q 14001）の認証を取得しています。

レンゴーグループとしてのシナジー効果も活かしながら、これからも社会的ニーズの高まりが期待される環境負荷の低い製品、環境問題の解決に貢献する製品の展開に積極的に取り組んでいきます。

日本マタイ（株）本社

取組み 1

PP素材への転換と加飾技術の開発

従来のABS樹脂と塗装を用いた成形・加飾プロセスに代わり、環境負荷の低いポリプロピレン（PP）素材への転換を見据えた技術開発と提案活動に注力しています。ABSは意匠性に優れる一方、塗装工程におけるVOC（揮発性有機化合物）排出などによる環境への影響が懸念されます。これに対し、PPは軽量でリサイクル性に優れ、塗装を施さないフィルム加飾や一体成形プロセスとの高い親和性があります。

同社のこれまでのペイントプロテクションフィルムにおける実績を足がかりに、押出成形や多層ラミネート、コンパウンドなどの技術力を活かし、内外装部品向けの塗装レスフィルムの展開を強化しています。自動車や二輪車に加え、電動カートや小型モビリティなど多岐にわたる用途に応じた設計提案を行っています。

使用イメージ

取組み 2

環境配慮型食品容器の開発

同社では、従来の機能性は損なわず環境負荷を抑えた新たな食品容器の開発に取り組んでいます。これまで、電子レンジやオーブンでの過熱に対応した容器には、石油由来プラスチックであるPPやC-PETが使用されてきましたが、耐熱性が高い一方で、製造時や破棄時における環境負荷の高さが懸念されています。そこで、紙とバイオマスプラスチックを組み合わせた耐熱ハイブリッド容器の開発を進めています。紙の可燃性や軽量性に耐熱性を付加することで、焼却時のCO_2排出量を低減しつつ、従来の加熱調理適性を維持する容器を目指しています。今後、こうした容器が食品パッケージの新たな標準になると期待しています。

環境配慮型食品容器

取組み 3

PLA生分解性土のう袋の開発

環境負荷低減と循環型社会の実現に向けた取組みの一環として、ポリ乳酸（PLA）を用いた生分解性土のう袋を製品化しました。PLAはトウモロコシやサトウキビを原料としたバイオマスプラスチックで、使用後は土壌中で水とCO_2に分解される素材です。

同社の土のう袋は、土壌中で分解されるPLAの環境特性を活かしつつ、従来製品に匹敵する強度や耐久性を備えています。仮設の治水や災害対策、緑化工事での使用を想定しており、使用後の回収が困難な場合でも、自然環境への影響を抑えられる製品として注目されています。

生分解性土のう袋

取組み 4

生分解性リストバンドの開発

同社では、トウモロコシ由来の原料を一部に含む生分解性ポリマーを用いた環境配慮型リストバンドを開発・展開しています。

原料の一部を再生可能資源に置き換えることで、ライフサイクル全体で温室効果ガスの排出量削減に寄与し、焼却時にも化石由来のCO_2排出量を抑制する環境配慮型製品です。

このリストバンドは、フェスティバルやマラソン大会など、参加者の識別が必要となるイベントで利用されます。万が一自然界に散逸した場合でも、土壌中で微生物により水とCO_2に分解される特性があります。耐水性を高めたタイプや、紙素材を使用した自然な風合いのタイプなど、多様な使用シーンに応じたラインアップを取り揃えています。また、適切な分別・回収の啓発活動にも注力しています。

生分解性リストバンド

海外関連事業

事業の強み

1 グローバルニーズに応える拠点展開

多国籍企業の調達ニーズに応えるため、アジア・欧州を中心に戦略的な生産・供給拠点の構築と各拠点の機能強化を進めています。

2 地域ニーズに応えるきめ細かな対応力

地域ごとの市場環境やニーズを的確に捉え、柔軟かつ精緻な対応を通じて、各地で持続可能な顧客基盤を構築しています。

3 各地の有力企業との戦略的な合弁事業

地域を代表する有力企業との合弁事業により、自社とパートナーの経営資源を融合し、現地に密着し競争力を備えた事業基盤を構築しています。

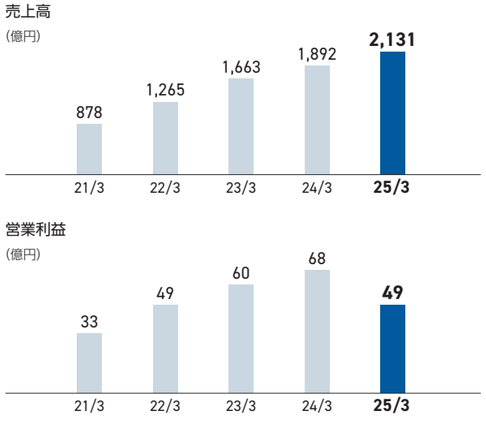
2025年3月期の振返り

業績概要

子会社の増加により増収も、採算悪化により減益

当セグメントの売上高は213,094百万円(前年比112.6%)、営業利益は4,931百万円(同72.7%)で、連結売上高全体に占める構成比は21.5%となっています。

連結子会社の増加をはじめ円安の影響もあり増収となりましたが、欧州における重量物包装事業の採算悪化が影響し、減益となりました。



成果

M&Aによる業容拡大に取り組む

2024年8月、トライウォール社(香港)が米国の重量物包装資材メーカーであるコンセプト・パッケージング社に資本参加しました。さらに同年12月、インドのプロンク・インド社の株式を取得し、2025年3月にはアラブ首長国連邦のプロンク・ドバイ社の持分を取得しました。

軟包装では低密度ポリエチレンフィルムのメーカーであるサイアムトーセロ(タイ)の新規連結もあり、増益となりました。

課題

顧客の多様化と高付加価値化

2025年3月期は増収を確保したものの、原材料費や物流費の上昇に加え、一部地域での需要減少の影響を受け、減益となりました。特に欧州の重量物包装分野では、ドイツにおける自動車関連需要の落ち込みが顕著でした。

今後は、顧客ポートフォリオのより一層の多様化を進めていきます。あわせて、包装資材の提供にとどまらず、梱包設計や物流効率化を含む包括的なソリューションの提案力向上に努めます。

Vision120

2030年に向けたビジョン

積極的な新規展開でグループの成長をけん引

海外関連事業は、今後5年間にわたり、成長を加速させ、グローバル市場でのプレゼンスを強化します。現地パートナーとの協力関係を深耕し、地域ごとの特性に応じたニーズに迅速に対応することで競争力を高めます。また、新興市場への進出にも積極的に取り組み、進出した拠点間の連携によりシナジーを生み出します。これにより、収益基盤の多様化と新たな事業機会の創出を図ります。

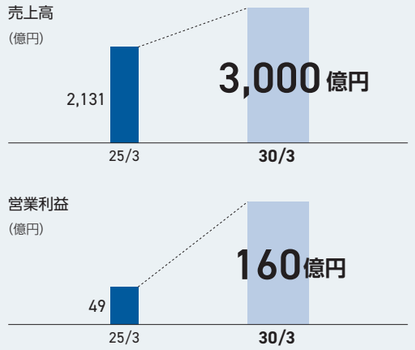
リスクと機会

- グローバルに事業を展開していることに伴う地政学リスク、法規制上の問題や競争環境、為替変動といった市場リスクがあります。
- グローバルな物流需要の増加や新興市場の成長による需要拡大機会が相対的に大きくなっています。
- 人材をはじめとする経営資源の多様化により、国内事業とのシナジーが拡大することも期待されます。

方針

- グローバルな物流需要の増加に対応し、重量物包装分野でのプレゼンスを拡大します。既進出エリアでの事業の強化とともに、新興市場への積極的な進出を図ります。
- インドをはじめとするグローバルサウスや北米での事業拡大を進め、競争力を強化します。これにより、持続的な成長と収益性の向上を目指します。

ターゲットとなる経営成績



2026年3月期の見通し

当セグメントの2026年3月期の見通しは売上高2,087億円(前年比97.9%)、営業利益19億円(同38.5%)です。世界的な景気減速や後退の懸念により、減収減益となる見通しです。

重量物包装は、欧州の自動車関連需要の不振による業績悪化をカバーし切れず減収減益、軟包装は、中国での事業環境悪化により利益率の低下が懸念されることに加え、一部の商流が国内軟包装関連事業に移管される影響で減収減益となる見込みです。段ボールは、米中両国の関税政策により、輸出関連需要の減少が予想されますが、コスト削減等の取組みにより減収増益となる見込みです。

ユニパック

バイウォールパック

海外関連事業

特集 1

レンゴーグループの持続的成長を支えるグローバル展開

2016年に子会社化した香港のトライウォール社は、重量物包装分野に強みを持ち、当社グループの海外関連事業の中核を担っています。2025年3月期も積極的な投資を通じて多国籍企業のグローバル調達ニーズに応える供給体制を構築し、競争力の強化を図ってきました。

トライウォール社の主な投資先（2025年3月期）

基本的戦略

成長基盤の獲得による売上拡大

日本市場が人口減少により中長期的な縮小傾向にある中、海外市場には国内を上回る成長余地があり、売上拡大が期待されています。

こうした環境下、トライウォールグループは、戦略的なM&Aと既存拠点の事業拡充を通じてグローバル展開を加速させ、多国籍企業のニーズに応える供給体制を構築し、競争力の強化を図ってきました。

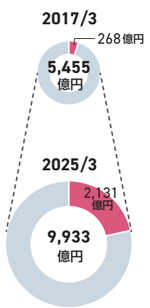
提供サービス

資材とサービスの一体展開

海外各地で蓄積されたノウハウ、顧客ネットワークはグループ全体に展開され、海外関連事業の堅調な成長を下支えする原動力となっています。

さらに、従来の包装資材の供給にとどまらず、梱包・物流などの関連サービスの提供を通じて、事業領域の拡大にも積極的に取り組んでいます。

海外関連事業 売上高の拡大



2016年のトライウォールグループ買収を起点に、各地域での戦略的M&Aと自律的成長を積み重ねた結果、レンゴーグループの海外関連事業売上高は大幅に伸長しています。

グループシナジー

コンセプト・パッケージング社

米国での成長加速に向け、同社の拠点・顧客基盤を活用し、生産体制の強化と販売ネットワークの拡大を図ります。

プロンク・インド社

成長著しいインド市場で、木材梱包を強みとする同社を取り込むことで、製品ラインアップを拡充し、競争優位の確立を図ります。

プロンク・ドバイ社

中東地域で高まる重量物包装需要に対応するため、木材梱包やラッシングサービスを手がける同社を取得し、現地での製造・供給体制を構築します。

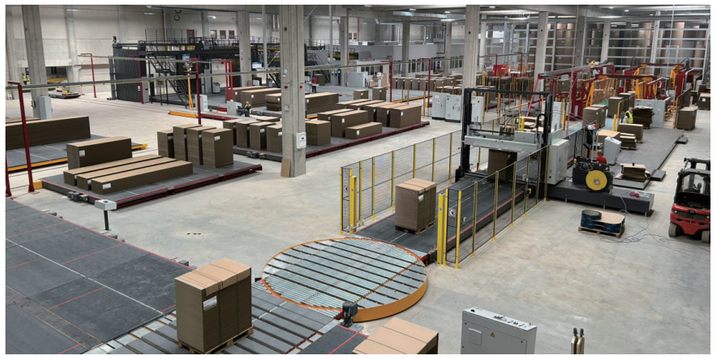
株式会社ジェイパック

包装資材の供給に加えて、梱包・倉庫管理・通関業務を行う同社を取得し、包装と物流を一体で提供する高付加価値型サービスの展開を目指します。

特集 2

ヨーロッパにおけるレンゴーグループの製造・供給体制強化

2019年にトライウォール社がドイツ有数の重量物包装メーカーであるトライコー社を子会社化しました。重量物包装事業にとって重要な顧客である自動車産業が盛んなドイツにおいて、拡大する需要に対応し生産能力を拡大するため、2025年7月に新工場の稼働を開始しました。



新工場のねらい

供給体制の強化と最適化

当社グループは、欧州市場における中長期的な競争力の確保と持続可能な事業運営の実現に向け、トライコー社による新工場建設を進めてきました。新工場はさまざまな分野の産業が集積するドイツ北西部に立地し、自動車関連の顧客が多い南部の本社工場と補完し合うことで、供給網の最適化と物流効率の向上を実現します。

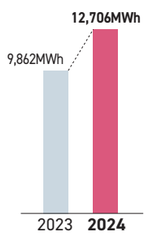
また、2022年に買収したTPS（トライコー・パッケージング・システムズ社）グループへのシート供給拡大も見込んでいます。

新工場の特長

高効率な一貫生産体制を構築

新工場は2棟の自動倉庫を備え、貼合から製函、出荷に至るまでの全工程を一体化した製造プロセスを採用しています。各工程がシームレスに連携することで高度な自動化を実現しており、原材料の受入から製品の出荷までの物流動線が効率的に設計されています。その結果、構内搬送の省力化、生産リードタイムの短縮、スペースの最適活用を同時に実現しています。

再生可能エネルギー由来電力



トライコー社はGHG排出量の削減に努めています。2024年には、購入電力と自家発電による電力を含めた再生可能エネルギー由来電力は前年より2,844MWh増加し、再エネ電力比率は71%となりました。

提供する価値

環境配慮と地域経済への貢献

環境面では、太陽光発電設備や、天然ガスだけでなく水素も燃料として使用できるコジェネレーションシステムなど、環境に配慮した設備を導入しています。

新工場建設は、用地取得や許認可の取得段階から地方自治体による積極的な支援を受けて進められました。今後の運営においても、地域社会との共生を重視していきます。新工場の稼働に伴い、新たな雇用創出も見込んでおり、地元での雇用機会の提供と人材育成を通じて、地域経済の持続的な発展に貢献します。

その他の事業

事業の強み

1 安定した物流ネットワーク

当社グループは物流問題が指摘され始めた初期段階から対応し、各物流センターの整備、デジタル技術の活用による効率化を進めてきました。安定した物流ネットワークが日々の納品を支えています。

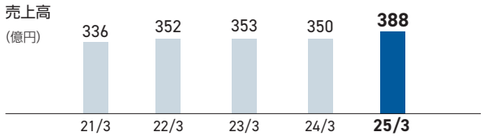
2 全国に広がる段ボールの営業基盤を活かした包装システムの販売

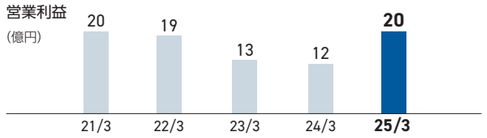
配送センターや工場で使用される包装システムの販売に、全国に広がる段ボールの営業網を活用しています。包装システムと包装機械で使用される段ボールをセットで受注することができます。

2025年3月期の振返り

運賃の改定が寄与し増収増益

当セグメントの売上高は38,844百万円(前年比110.9%)、営業利益は1,963百万円(同168.9%)で増収増益となりました。運送事業は運賃の改定が寄与し、賃上げやDX投資などのコスト増をカバーしました。紙器機械の製造・販売事業では、物価上昇の影響等により増収減益となりました。





中長期的には工場での自動化や省力化のニーズはさらに拡大し、通販市場における需要も堅調に推移することを見込んでいます。当社グループは今後も市場ニーズに沿った製品の開発、販売を進めていきます。

Vision120

2030年に向けたビジョン

効率化と環境対応でより大きな価値を生む

その他の事業は、今後5年間にわたり、運送、包装システムの分野を中心に競争力を強化していきます。運送事業では、ホワイト物流の推進や輸送効率の向上を図り、効率的かつ持続可能な物流ネットワークの確立を目指します。包装システム事業では、当社に蓄積された包装製品に関する知見を踏まえた開発ノウハウを活かし、顧客のニーズにきめ細かく対応することで付加価値を高めていきます。

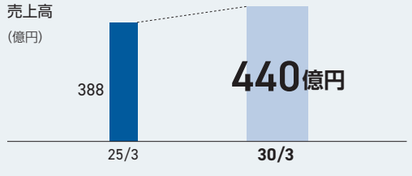
リスクと機会

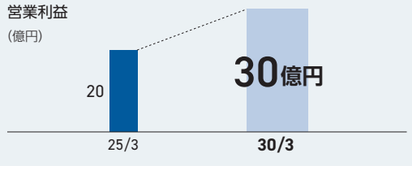
- 運送事業においては、要員確保のコスト、環境対策に伴う費用増等の課題が継続するリスクがあります。
- 物流効率の改善やGHG削減の推進による持続可能性の向上に加え、包装システムの分野で顧客の自動化ニーズの拡大を捉えることも期待されます。

方針

- 運送事業では再生産可能な利益水準の確保、ならびにM&Aも活用した業容拡大を図るとともに、包装システム事業では、顧客の多様なニーズに応える製品を提供していきます。

ターゲットとなる経営成績

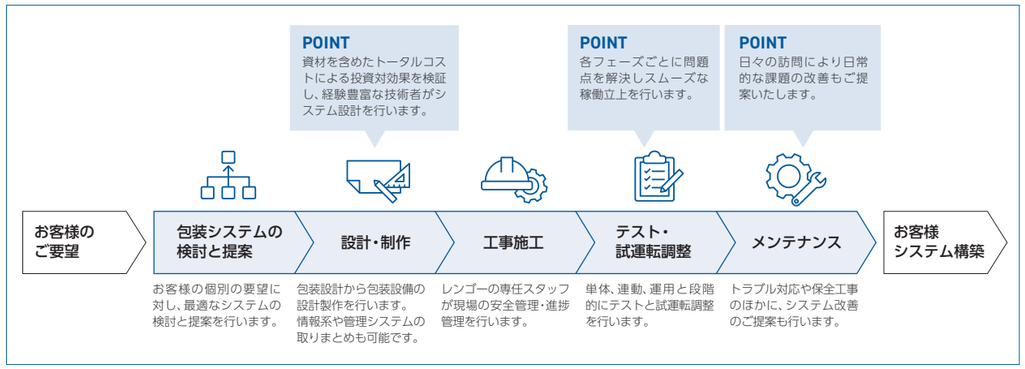




特集

包装システムの開発と販売

当社グループは「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPIレンゴーとして、長年培ってきた技術とノウハウをもとに、包装ラインの自動化・省力化をサポートしています。包装機械、包装システムの開発、販売、メンテナンスを当社グループが担い、機械の製造は協力会社等で行っています。また、当社グループは紙器機械の製造販売も行っています。



事業環境

人手不足による自動化需要の増加

物流問題を含めた人手不足を背景に、省人化・省力化が可能となる包装機械の需要が増加しています。当社グループの包装に関する豊富な知見と人材は、独自の包装システム開発にも活かされています。お客様の包装資材や配送コストの削減、保管スペースの節約や配送効率の向上に貢献しています。

具体的な取組み

通販向けの多様な包装システムの開発

グループ内の機械製造事業を担う企業と、設計や営業を担当する各部署が緊密に連携することで、総合包装企業集団として独自の包装機械と包装システムを開発しています。特に市場が拡大している通販業界向けに、多様な包装システムのラインアップを取り揃えています。

▶通販パッケージ　サポートシステムの詳細は当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/products/mailorder.html

小さく薄い商品の包装でポストインサイズに対応

成果

トータルソリューションの提供：包装資材から包装ラインまで

全国に広がる段ボール工場では、安定した包装資材の供給体制を維持し、お客様との確かな信頼関係を築いています。この信頼関係を基盤に、お客様のニーズを的確に捉えた提案を行い、包装資材と包装機械を含む梱包ライン全体を一貫して提供することが可能です。包装資材の提供にとどまらずトータルソリューションを提供することが、お客様との関係をより一層強固にし、当社の競争力を支えています。

今後は、マーケティング機能とメンテナンス体制の充実を図り、グループ内で連携して需要を掘り起こし、販売を強化します。また、海外展開も視野に入れて検討を進めていきます。

製品の品質と安全性の保証

基本的な考え方　お客様のニーズを満たす商品を提供し、安心してご使用いただけるよう、6S（整理・整頓・清掃・清潔・躾・作法）活動が全ての土台であるという考え方のもと、品質改善に全社をあげて取り組んでいます。

2024年度のCS活動方針　：　れんじんの力を結集しZDによるさらなる飛躍を！

基本理念　　：利潤を追求する経済活動の中で、顧客満足を最大限に向上させる
重点実施項目：①全員参加でCS向上　②声出しによる改善　③ルールを理解し守る　④社内外の連携強化

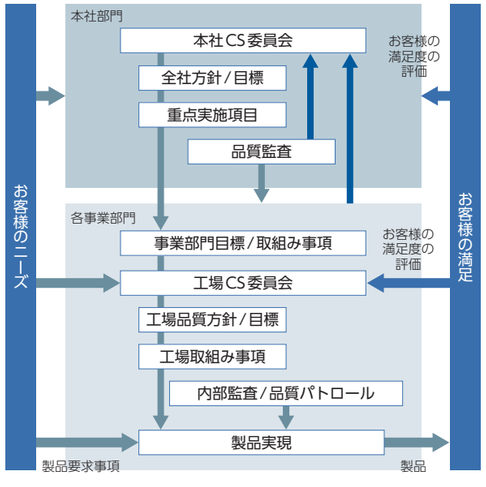
ZD（Zero Defects）の達成

2021年度より、全社統一CS（顧客満足）活動方針である「ZD活動（Zero Defects：不具合ゼロ）」に取り組んでいます。この活動は、製品の不具合（defect）をゼロにすることを目的とする一連の活動です。現場の一人ひとりが決められたルールどおりの仕事を徹底し、不具合ゼロを当たり前とする意識を持つことを基本としています。気付きを声に出し、素直に指摘し合う職場環境のもと、ボトムアップの提案・改善活動を通じ、品質の向上を図っています。

品質保証体制

当社では、CS活動方針のもとで、独自の品質マネジメントシステムを運用し、製品の品質を保証しています。また、品質保証活動を推進するため、全社を統轄する「本社CS委員会」を設置しています。

品質保証体制



年2回の委員会では、製紙部門、パッケージング部門の購入先を含む全社の活動状況を把握するとともに、顧客情報をもとに品質に関するリスクを抽出し、全社の活動方針や重点実施項目等を審議・決定しています。各事業部門では同委員会が決定した活動方針に沿い、取組み事項を決定しています。工場ではより具体的な取組み事項や目標を定め、月例の「工場CS委員会」における品質活動状況の確認や不具合対策の評価を通じ、品質改善に努めています。

2024年度実績（レンゴー単体）

対象	実績
重大不具合	3件（損失100万円以上）
法規制違反等	0件

品質管理活動

■品質パトロールの実施

例年、各事業部では管轄する工場に属する営業部・製造部を対象に品質パトロールを実施しています。他工場や本社品質保証部からのパトローラーによる指摘への対応を通じ、改善活動の水準は年々高まっています。

2024年度は作業環境および帳票類の記述等の確認に加え、ルールに則した作業実地となっているか、過去の不具合対策が形骸化していないかを重点的に監査しました。

品質パトロールの様子

■不具合未然防止の取組み

ルールを確立し、順守すれば不具合は確実にゼロにすることが可能です。2024年度は異品種混入と手配誤りの撲滅活動に重点的に取り組みました。自分事として捉えるために、直近で発生した不具合のケーススタディを全工場で実施しました。結果は本社で取り纏め、再度全社に対して注意喚起を行い、類似不具合の再発防止につなげています。

工場から出た意見や要望は、本社関連部門で行われる定例会議で検討し、未然防止のための教育資料の作成やルール改訂などを実施、周知することで不具合発生防止に取り組みました。

また、計画的な設備更新や改造を通じて品質の安定化を図るとともに、検査装置の理解を深める勉強会を全国で開催して不具合品の流出を防止しています。その結果、お客様にご安心いただけるようにトレーサビリティシステムを確立し、品質不具合の連絡を受けることがあっても迅速な対応が可能となっています。

勉強会の様子

■購入先・外注先の品質強化

購入先への訪問回数を増やし、定例会議を実施するなど関係づくりに努めています。連携を強化することで安定した品質管理体制の構築を図り、品質向上につなげています。

■製紙部門の取組み

当社グループにおけるサプライチェーンの初期段階を担っている製紙部門では、より一層顧客要求を満たす製品をお届けするため、一貫メーカーとしての強みを活かしたCS活動を行っています。具体的には、顧客満足度向上と部門間の連携強化を目的に、製紙部門CS会議を半期ごとに開催し、ZD活動の進捗確認や今後の取組みについて協議しています。

また、ユーザーを定期的に訪問し、原紙の使用状況を実地確認することで顧客の潜在ニーズを把握し、品質の向上に努めています。さらに、グループ会社との連携強化を目的とした「品質交流会」も開催しています。これらの結果、2024年度の不具合件数は前年に比べ4割超削減できました。

製紙部門不具合件数（レンゴー単体）

2023年度	2024年度
不具合件数 204件	不具合件数 116件（前年比4割超削減）

■段ボール・紙器部門の取組み

2021年度より、全社統一CS活動方針であるZD活動を中心に品質保証活動に取り組んでいます。ZD活動の中では「声出し」による改善を最も重視しており、「自工程で発見した上流工程の不具合についての声」「改善につながる声」を拾い上げることで、品質の改善と安定につなげています。

こうした活動の効果が現れ、2024年度は不具合件数を前年比で約1割削減しており、月単位では、不具合ゼロの目標を達成している事業所も増えています。まだ全社での不具合ゼロの目標は達成できていませんが、ZD活動を継続することでさらなる品質の安定と向上を実現していきます。

段ボール・紙器部門不具合件数（レンゴー単体）

2023年度	2024年度
不具合件数 453件	不具合件数 413件（前年比約1割削減）

■軟包装分野での取組み

当社で軟包装を担当する部署は、食品などの内容品に直接触れる一次包装に求められる厳しい品質基準を満たしつつ、安定供給に努めています。

グループ会社をはじめとする製造委託先に対しては品質パトロールなどを通じ、当社のZD活動や品質方針を周知するとともに、顧客の品質方針、他工場での不具合事例などの情報を共有し、不具合防止につなげています。

2015年度からは、当社段ボール工場の営業部と軟包装を担当する部署の新たな連携の取組みとして、全国に広がる段ボールの営業ネットワークを活用した軟包装の拡販を進めてきました。段ボール工場での取組み開始当初は、担当者が軟包装の取扱いに不慣れなこともあり、手配や仕様管理においては多くの課題もありましたが、営業部向けオンラインセミナーや各地での勉強会等を実施し、担当者の理解を深めてきました。2024年度は、重大な流出不具合（回収、社告等）は発生していません。

今後も品質保証部門が管理部門との協働を主導し、全国の段ボール工場で軟包装を担当する部署と同水準の品質保証体制を構築していきます。

軟包装不具合件数（レンゴー単体）

2023年度	2024年度
不具合件数 28件	不具合件数 35件（前年比2割超増加）

安全で働きやすい環境の整備

基本的な考え方　全ての従業員が健康で安心して働くことができる職場づくりを目指し、「安全衛生方針」を掲げ労使一体となって活動しています。死亡災害などの重大な災害を予防することはもちろん、「災害の撲滅」を目指して職場に潜在する危険源を抽出し、本質安全化、転倒予防対策、作業環境改善を推進するとともに、安全衛生教育も継続的に実施しています。

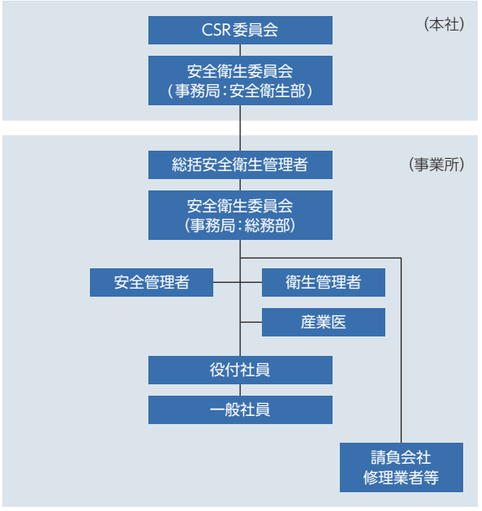
労働安全衛生の確保

安全衛生管理を総合的に推進するために、全社を統括する「安全衛生委員会」を本社に、その傘下には事業所・工場の「安全衛生委員会」を設置しています。本社の安全衛生委員会は年２回開催され、全社の安全衛生方針や安全衛生に関する施策を策定します。各事業所・工場の安全衛生委員会は、全社方針や施策に沿った具体的な安全衛生活動計画を従業員に周知し、その推進に取り組んでいます。

2024年度 安全衛生方針

1. 基本方針
　働く人達の健康と安全の確保は会社経営の基盤であるとの理念のもとに、労使が協力して安全衛生最優先の職場風土を醸成するとともに、職場に潜在する危険、有害要因を排除し、労働災害を撲滅して健康で安全な職場をつくる。
2. 目標　「災害の撲滅」
3. 安全魂　「油断大敵」
4. スローガン
　「意識で変える自分の行動　動いて変わるみんなの意識　みんなで作ろう安全職場」
5. 重点活動項目
(1)災害予防のための重点６項目の推進
　①機械・設備での挟まれ・巻き込まれ防止のための本質安全化の推進
　②命札運用ルールの定着化
　③高年齢従業員が安全に働ける職場環境づくり
　④若年層（10代、20代）への熱中症予防教育の強化
　⑤化学物質へのばく露防止対策の徹底
　⑥段差やステップ等での転倒・転落予防の強化
(2)労働安全衛生マネジメントシステムの強化

安全衛生推進体制



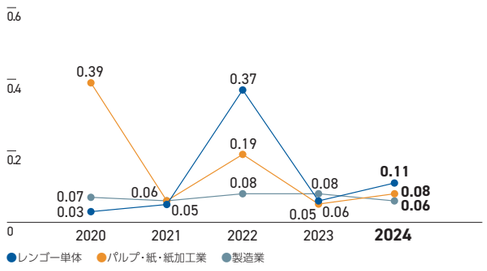
災害発生状況

度数率※（暦年）の推移（レンゴー単体）

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
度数率	0.69	0.90	1.58	0.90	1.34

※ 度数率：100万延べ実労働時間当たりの労働災害による死傷者数（死亡災害および休業１日以上の災害）で、労働災害の頻度を表す

強度率※（暦年）の推移

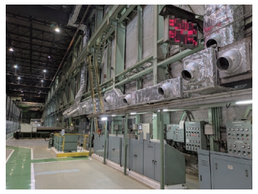


出所：厚生労働省「労働災害動向調査」
※ 強度率：1,000延べ実労働時間当たりの労働損失日数で、災害の重さの程度を表す
（注）レンゴー単体の従業員数はグループ全体の17.5%

働きやすい職場づくりの取組み

■設備面での暑さ対策の実施

夏場の気温は年々上昇しており、熱源が存在する製造現場では熱中症発生リスクがますます高まっています。製紙工場の抄紙機周辺は特に高温多湿な環境であるため、設備面での暑さ対策を進めています。新たにチラーユニットを導入し、チラー冷水と冷却コイルを用いた除湿冷風給気を行っています。設備導入をしたことで、以前より5℃～8℃涼しい風を供給できるようになりました。より働きやすい職場となるよう、引き続き作業環境の改善に取り組んでいきます。


チラーユニットの送風ダクト

■工場のリニューアル

さらなる生産性の向上、倉庫スペース確保と職場環境改善のため、生産設備の更新やレイアウト変更など、事務所棟を含めた工場リニューアルを進めています。作業エリアの拡張や生産設備のレイアウト変更によって作業者同士の意思疎通や歩車分離がしやすくなり、安全で働きやすい職場環境につながっています。また、従業員が休憩中にリフレッシュできるように、食堂や休憩スペースの整備も進めています。

リニューアル中の製函エリア

■グループ会社の安全衛生

主に当社製品の輸送・荷役を手がけるレンゴーロジスティクス株式会社では、全国の事業所ごとにトラック運転手とフォークリフト運転手などを対象として、実技講習会を定期的に実施しています。また、ドライバーコンテストを行い、運転技能と輸送品質の向上を目指しています。

トラックの実技講習の様子

■段ボールシートの搬送自動化

段ボール工場では、段ボールシートを運搬するためにローラーコンベアやトランスファーカーが設置されています。当社では、ローラーコンベアやトランスファーカーをプラスチックモジュールコンベアに置き換えることでシート搬送を自動化するとともに、手動トラバーサの電動化や、段ボールシート受渡しの自動化も進めています。作業の省力化と機械の本質安全化を進めることで、転倒災害を防止しています。

シートを運搬する
プラスチックモジュールコンベア

■歩車分離の対策

新工場の建設や工場リニューアルを行う際には、フォークリフトなど動力運搬車と作業者の接触を防止するため、新たにポリマー（合成樹脂）製の防護バリアを採用しています。区分けを明確にすることで双方の作業者は安心して作業ができます。従来の鋼鉄製安全柵と比較した場合、万が一動力車が衝突してしまった際にも、作業者や機械を保護するだけでなく、柵や床面の損壊が緩和されるため、修理費削減と車両の保護にもつながります。

歩車分離のための防護バリア

TOPIC

令和６年度 安全優良職長厚生労働大臣顕彰を受賞

当社金津工場の施設部環境課係長 伊藤博康は「令和６年度 安全優良職長厚生労働大臣顕彰」を受賞しました。

伊藤係長は入社以降、環境課一筋で業務に携わっており、日々、安全を最優先に心がけて、定常業務はもちろん機械トラブル時もルールを守り・守らせることを職場のメンバーに徹底させています。

金津工場は2019年にIoTモデル工場となり、多くのデジタル技術が導入されています。今後はDX技術を活用して設備安全の向上に努めるとともに、これまでの安全作業の知見やノウハウを後輩社員へ伝承し、より安全な職場環境を目指していきます。

ESG経営

「Vision120」とESG経営

2026年3月期を開始年度、創業から120年目となる2030年3月期を最終年度とする中期ビジョン「Vision120」では、気候変動や人権などのESG課題のうち、特に重要な分野に経営資源を集中させ、着実に成果をあげることを目的に「マテリアリティへの取組み」を進めることを柱の一つとしています。ESG経営は、この取組みを推進するための具体的な行動指針となるもので、環境・社会・ガバナンスの各領域において、全てのステークホルダーにより大きな付加価値を提供できるよう、当社グループの事業活動を方向付けています。

ESG経営の推進を中長期的な企業価値の向上につなげることを念頭に、「Vision120」においては、さまざまな課題に対し、当該5カ年における目標を設定しています。従来継続的に取り組んできたもので、特に優先度が高い施策を、環境・社会・ガバナンスの各領域で推進していきます。

環境課題への取組み

ESG経営における環境への取組みは、“Less is more.”をキーワードに掲げるレンゴーグループとして最も優先すべき課題です。2030年度における温室効果ガス排出量削減目標として掲げる2013年度比46%削減に向け、当社グループは概算700億円の環境投資計画と温室効果ガス排出量削減のロードマップを策定し、再生可能エネルギーの導入をはじめとするエネルギー転換を推進しています。

人本主義

当社は、人本主義（人間中心主義）を企業経営の柱に据え、全要素生産性の向上を図ることにより生み出される付加価値を従業員に適切に分配し、次の成長につなげる「成長と分配の好循環」の持続的な実現を目指しています。人権の尊重を基本に、安全で働きやすい環境の整備、ゆとりと豊かさの実現、DEIの推進に取り組むことで、人的資本基盤の強化と組織全体の競争力強化を図り、中長期的な企業価値の向上につなげます。

また、企業経営においては、株主、従業員、取引先、顧客、債権者、地域社会をはじめとするマルチステークホルダーとの価値協創が重要です。この認識のもと、当社は「マルチステークホルダー方針」を掲げ、多様なステークホルダーとの適切な協働に取り組むとともに、価値協創や生産性向上によって生み出された収益・成果の適切な分配に努めています。

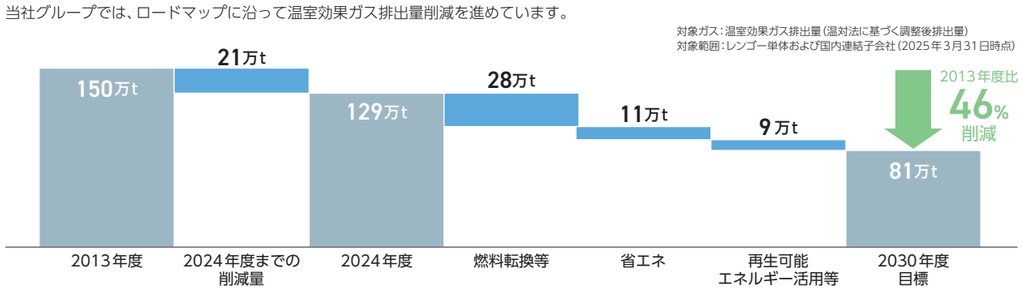
▶マルチステークホルダー方針は
当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/sustainability/policy/stakeholder/index.html

コーポレート・ガバナンス

当社は、グループガバナンスの強化につながるよう、コンプライアンスや経営管理水準の維持・向上を図るとともに、DXの基盤構築、取引先とのパートナーシップの強化、製品の品質と安全性の保証へと取組みの範囲を広げています。

温室効果ガス排出量削減のロードマップ

当社グループでは、ロードマップに沿って温室効果ガス排出量削減を進めています。



マテリアリティの改定

当社は、当社グループが取り組む重要課題をマテリアリティとして特定し、ステークホルダーに対して当社の戦略とその重要性を明確に伝えるため、2023年6月にその内容を開示しました。さらに、変化する経営環境や社会的要請に対応するため、2025年3月にマテリアリティの改定を実施しました。改定版では、当社グループのマテリアリティを「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出、地球環境との共生、人を中心におく経営、持続的成長に向けた経営基盤の強化の4つとし、これらの実現に向けた14項目の取組みテーマと中期目標を設定しました。

マテリアリティと取組みテーマ

特定プロセス

当社は、当社グループへの財務的影響の大きさと、事業活動が環境や社会に与える影響の大きさの双方を考慮してマテリアリティを特定しました。特定プロセスは以下のとおりです。

STEP1 課題の抽出

以下の情報および外部有識者の意見も参考にマテリアリティとなり得る課題を識別しました。
・当社グループ固有の情報および関連業界の動向
・ステークホルダーの意見
・国際的な開示基準
（GRIスタンダード、SASBスタンダードなど）

STEP2 課題の優先順位付け

全社横断のワークショップを実施し、課題について自社への財務的影響と環境や社会への影響を評価しました。この結果を踏まえ、課題の優先順位を決定しました。

STEP3 マテリアリティの特定

経営方針や経営環境に鑑みて特に優先度の高い14の課題を4つの領域に整理しました。これらは、経営幹部会および取締役会における協議と妥当性の確認をもって、マテリアリティとして特定されました。

レンゴーグループのマテリアリティ（重要課題）

マテリアリティ	取組みテーマ	説明	自社への財務的影響	環境や社会への影響	主な施策	中期目標		対象範囲		
								単体	連結子会社 国内	連結子会社 海外
「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出	**持続可能な包装の提供**	社会的課題の解決に資する包装製品の開発と普及を通じ、持続可能な社会の形成に貢献します。	(+) 市場ニーズへの対応による売上の増加 (−) 製品開発に向けた投資支出の増加	(+) 森林資源や化石燃料などの保全	1. 環境配慮型紙製品の開発と普及	(1) 段ボールの平均坪量	前年度比0.5%削減	✓	✓	
						(2) 段ボール原紙のCFP削減※1	−	✓	✓	
					2. 環境配慮型プラスチック製品の普及と推進	環境配慮型プラスチック製品の売上高比率	20%	✓	✓	✓
					3. 低炭素型パッケージの推進	CFP算定対象製品の拡大	−	✓	✓	
	社会的課題を解決する新たな事業や製品の創出	長年にわたり培ってきた技術の応用や、事業の垣根を超えたグループ間の連携を加速させ、旧来の枠組みに捉われない新たな価値を創出します。	(+) 市場ニーズへの対応による売上の増加 (−) 製品開発と生産拡大に向けた投資支出の増加	(+) 森林資源や化石燃料などの保全 (+) セルロース製品の開発を通じたプラスチックごみの低減	1. セルロース製品の生産拡大	(1) セロファンの生産量	2023年度比160%	✓		
						(2) セルロース微粒子の生産量	2023年度比300%	✓		
					2. 新規セルロース製品の開発と普及	CNFの事業化推進	−	✓		
					3. バイオエタノールの開発と普及	SAF用バイオエタノールの生産体制の構築※2	−	✓	✓	
					4. 多様化する社会的ニーズへの対応	デジパケ®の販売推進※1	−	✓	✓	
	持続可能な物流の構築	物流に不可欠なパッケージづくりを担う企業として、調達から出荷、使用および回収に至るバリューチェーン全体の課題解決に取り組みます。	(+) 製品の安定供給による機会損失の防止 (−) 物流改善に向けた投資支出の増加	(+) 製品の安定供給による顧客と消費者の円滑な経済活動の維持	物流従事者の安全確保と負担の軽減	(1) 製品の納品リードタイム改善率	2023年度比10%	✓※3	✓※3	
						(2) RFIDによる原紙受け入れ体制の構築	−	✓	✓	
						(3) パッケージングを通じた社会の物流課題の解決	−	✓	✓	
地球環境との共生	**気候変動への対応**	温室効果ガスの削減など、事業活動による気候変動への影響を抑える「気候変動の緩和」と、自然災害によるサプライチェーンの寸断リスクに備える「気候変動への適応」に取り組みます。	(+) 取引先と顧客からの要請への対応による収益機会の創出 (+) 災害に伴う操業停止や売上減少の回避 (+) 新たな法規制と炭素税による費用の増加の回避 (−) 気候変動への緩和と適応のための投資支出の増加	(+) 温室効果ガス排出量の低減 (+) 気象災害の増大や激甚化などによる影響の抑制 (+) 製品の安定供給による社会と経済基盤のレジリエンス向上	1. 温室効果ガス排出量の削減	温室効果ガス排出量（Scope 1+2）	2013年度比46%削減	✓	✓	
					2. リスクへの適応	水害リスクに備えたモニタリングの継続	−	✓	✓	✓
	循環経済の拡大	すでに確立されている段ボールの古紙リサイクルシステムをより堅固なものにするとともに、プラスチックの資源循環など、新たなシステムの実現に取り組みます。	(+) 原料の安定調達による機会損失の防止 (+) 水費用の削減 (−) 研究開発への投資支出の増加	(+) 森林資源や化石資源などの保全	1. 段ボール資源循環システムの強化	(1) 板紙の古紙利用率	99%以上※2	✓	✓	✓
						(2) 未利用木質資源を原料とする板紙用パルプの利用推進	−	✓	✓	✓
					2. プラスチック資源循環システムの構築	プラスチックリサイクルに向けた取組みの推進	−	✓	✓	✓
					3. 水資源の効率的利用	水使用量原単位	2023年度比22%削減	✓	✓	✓
	自然資本の保全	生産活動に不可欠な自然資本を持続可能なものとするため、製造工程における環境負荷の低減やビオトープなどの自然環境の保全に取り組みます。	(+) 環境負荷物質の排出の抑制による費用の削減	(+) 森林や水などの自然環境の保全 (+) 環境負荷物質の排出抑制	1. 自然共生サイトの管理と活用	生物モニタリング調査の継続	−	✓	✓	
					2. 環境事故と汚染の防止	(1) 環境事故による行政指導件数	年間0件	✓	✓	
						(2) 廃棄物の有効利用率	99%以上	✓	✓	
						(3) 環境負荷物質の適正管理と排出抑制	−	✓	✓	
人を中心におく経営	**人権の尊重**	従業員をはじめ、取引先や顧客など事業に関わる全てのステークホルダーの人権尊重を念頭に、事業活動を通じ企業の社会的責任を果たします。	(+) 人権リスクによる損失の回避 (−) 環境整備などへの費用の増加	(+) 人権侵害の防止	人権デュー・ディリジェンスの実施	実施率	100%	✓	✓	
	安全で働きやすい環境の整備	業務に携わる全ての人の安全衛生を確保するとともに、労働災害の撲滅に取り組みます。	(+) 労働災害による損失の回避 (−) 労働安全衛生対策への投資支出の増加	(+) 業務上の安全確保と労働環境の向上	労働安全衛生の確保	死亡・重篤災害件数	年間0件	✓	✓	
	ゆとりと豊かさの実現	従業員が個々の状況に応じたキャリア形成を目指せる柔軟な制度と環境を整備し、心にゆとりと豊かさを持って働くことがエンゲージメント意識の醸成と全要素生産性（TFP）の向上につながる組織風土を実現します。	(+) 人材の安定確保の実現 (+) 人材の強化による市場競争力の向上 (−) 制度や労働環境の整備などによる費用の増加	(+) ウェルビーイングの向上	1. 従業員エンゲージメントの向上	エンゲージメント調査の実施	100%	✓	✓	
					2. キャリア形成支援	(1) 学習機会、資格取得機会の提供（公開講座開催、社外セミナー派遣、大学への留学支援、資格取得の奨励や支援など）	−	✓	✓	
						(2) グローバル人材の育成	−	✓	✓	
	DEIの推進	性別や年齢などにとらわれず多様な人材が互いを尊重かつ受容しあうことで、一人ひとりの個性や強みが引き出され、シナジーが生み出される組織を目指します。	(+) 人材の安定確保の実現 (+) 多様な人材の活躍による市場競争力の向上 (−) 制度や労働環境の整備などによる費用の増加	(+) 多様な人材の雇用機会創出 (+) 労働環境の向上	1. 多様な人材の活躍推進	(1) 女性採用比率（グループ平均）	30%以上	✓	✓	
						(2) 女性管理職比率（グループ平均）	8%以上	✓	✓	
						(3) 障がい者雇用率（各社）	法定雇用率以上	✓	✓	
					2. 生涯現役を見据えた制度設計	(1) 65歳定年制度導入	100%	✓	✓	
						(2) 70歳までの継続雇用制度導入	100%	✓	✓	
持続的成長に向けた経営基盤の強化	**グループガバナンスの強化**	レンゴーグループのガバナンス強化に取り組み、コンプライアンスと経営管理水準の維持および向上を図ります。	(+) ガバナンス不全による損失の回避	(+) 公正な経済社会の発展	1. レンゴーグループの一体感の醸成	経営理念や経営哲学の浸透	−	✓	✓	✓
					2. コンプライアンスに関する従業員の理解増進	企業倫理や法令遵守に関する研修の継続的な実施	年間4回	✓	✓	
					3. 腐敗行為の発生防止	重大な腐敗行為の発生件数	0件	✓	✓	✓
	DXの基盤構築	デジタル技術とそれを扱う人間の調和を実現させ、データの収集と活用によりさまざまなビジネス課題の解決と社会への貢献を目指します。	(+) 労働生産性の向上 (+) 情報セキュリティリスクの低減 (−) DX推進と情報セキュリティ強化への投資支出の増加	(+) 労働環境の向上 (+) DX活用による物流業界の持続可能性の向上	1. DXの推進	DX人材の育成および推進体制の整備	−	✓	✓	✓
					2. 情報セキュリティの強化	重大な情報セキュリティインシデント発生件数	0件	✓	✓	✓
	取引先とのパートナーシップの強化	環境と社会に配慮した健全な原料調達とパートナーシップ構築宣言に基づく適正な取引の徹底とともに、強靭なパートナーシップの構築により、レンゴーグループと取引先相互の発展を目指します。	(+) 取引先や顧客との関係強化による事業活動の安定 (−) 各種認証取得に伴う費用の増加	(+) 経済社会の健全な発展 (+) 持続可能な調達による環境負荷の低減	持続可能な調達の推進	主要原材料サプライヤーへのCSR調達アセスメントの実施	−	✓	✓	
	製品の品質と安全性の保証	徹底した品質と安全性の確保により顧客のニーズを満たす製品を安定的に供給し、顧客満足度の向上を図ります。	(+) 高品質かつ安全な製品の供給による取引関係の安定 (−) 高度な品質管理に要する費用の増加	(+) 高品質かつ安全な製品の供給による顧客と消費者の円滑な経済活動の維持	ZD（Zero Defects）の達成	重大な製品不具合（損失金額100万円以上）の発生件数	0件	✓	✓	

※1 2025年度を達成年限とする　※2 2027年度を達成年限とする　※3 板紙および段ボール製造拠点

ENVIRONMENT | 環境

2050年に向けての環境への取組み

レンゴーグループの環境経営

当社グループでは、環境に関する経営方針である「レンゴーグループ環境憲章」のもと、環境経営を推進しています。2021年、優先的に取り組むべき環境に関わる6つの重要課題を特定しました。あわせて課題解決に向けた中長期の環境目標として、2050年までに温室効果ガス排出量実質ゼロへの挑戦を掲げた長期目標「レンゴーグループ環境アクション2050」および2030年度までの中期目標「エコチャレンジ2030」を策定しました。

また、経営環境や社会からの要請が一層多様化・高度化する中で、当社グループではマテリアリティを見直し、それに基づいて2025年度「レンゴーグループ環境アクション2050」および「エコチャレンジ2030」を改定しました。

レンゴーグループ環境憲章

基本理念

レンゴーグループは、
事業活動における環境負荷のさらなる低減および環境に配慮した製品の供給を通して、
持続可能な社会の実現に貢献していく。

基本方針

1 **環境法令の遵守と自主基準の設定**
環境関連法令の遵守はもとより、自主管理基準を設定して環境負荷をさらに低減する。

2 **地球温暖化対策の推進**
省エネルギー化と再生可能エネルギーへの転換に積極的に取り組み、温室効果ガスの排出を削減する。

3 **資源の有効利用の推進**
資源の利用を最小限に抑えるとともに、再生材などの環境配慮素材を積極的に利用する。

4 **廃棄物の低減と有効利用の推進**
廃棄物の発生を抑制し、再使用、再資源化により最終処分量を低減する。

5 **環境に配慮した製品の供給**
社会的課題を起点とした研究・開発を行い、より環境に配慮した製品を供給する。

6 **サプライチェーンにおける環境負荷の低減**
環境に配慮した資材の調達、生産および物流の最適化により、サプライチェーン全体の環境負荷を低減する。

7 **ステークホルダーとの協働関係の構築**
環境意識を高めるとともに、環境関連情報の積極的な開示、自然および地域社会との共生の取組みにより、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを図る。

2009年4月12日制定 ／ 2021年4月12日改定

「エコチャレンジ2030」の2024年度実績

2030年度を達成年度とする「エコチャレンジ2030」では、当社グループの6つの重要課題に対応する具体的な指標や目標を設定し、取組みを進めてきました。2024年度は9つの指標のうち7つを達成しました。「温室効果ガス排出量の削減」については、従来化石エネルギー起源CO_2排出量を指標としていましたが、2024年度より対象ガスおよび対象範囲を拡大し、国内グループ会社一体となって取組みを進め、目標を上回る14.0%の削減を実現しました。

中期目標「エコチャレンジ2030」（～2025年3月）

重要課題	項目	指標	2024年度 目標	2024年度 実績	2024年度 評価	対象範囲
脱炭素社会の形成	温室効果ガス排出量の削減	温室効果ガス排出量※1（2013年度比）	13%削減	14.0%削減	○	レンゴー単体および国内連結子会社（事務所、倉庫等の非製造拠点を除く）
エネルギー効率の向上	エネルギーの効率的利用	エネルギー原単位※2（5年平均）	1%/年削減	0.4%削減	×	レンゴー単体および国内連結子会社の「省エネ法」対象企業※5
循環型社会の形成	資源の有効利用	板紙の古紙利用率	98%以上	98.6%	○	レンゴー単体および国内連結子会社の板紙製造拠点
		未利用材の利用拡大	調達する未ざらしパルプを国内未利用材由来とすることを目指す	–	–	レンゴー単体および国内連結子会社の板紙製造拠点
	廃棄物の削減	廃棄物の有効利用率	98%以上	98.9%	○	レンゴー単体および国内連結子会社の製造拠点※5
環境問題や社会課題を解決する製品の創出	生分解性のあるセルロース関連製品の開発・普及	ビスコパール®（セルロース粒子）の生産量	65t/年以上	75.1t	○	レンゴー単体
	パッケージの軽量化	段ボールの平均坪量（1㎡当たりの重量）	0.5%/年削減	0.42%/年削減	×	レンゴー単体および国内連結子会社の段ボールシート製造拠点※5
水リスクの管理	水リスク評価とリスクの低減	水使用量原単位※3（2021年度比）	16%削減	25%削減	○	レンゴー単体および国内連結子会社の製造拠点※5
バリューチェーンマネジメント（下流）	製品輸送の物流効率向上	段ボール輸送のCO_2排出原単位※4（2013年度比）	3.5%削減	4.8%削減	○	レンゴー単体

※1 「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく調整後温室効果ガス排出量
※2 「エネルギーの使用の合理化及び非化石エネルギーへの転換等に関する法律」に基づくエネルギー消費原単位
※3 水使用量÷売上高　※4 トラック輸送におけるCO_2排出量÷販売量　※5 国内連結子会社の子会社を除く

ENVIRONMENT | 環境

レンゴーグループの環境目標

環境目標の見直し

今回の目標の見直しにあたっては、これまで2050年までの長期目標「レンゴーグループ環境アクション2050」に据え注力してきた「気候変動」への対応に加え、近年その重要性が高まっている「循環経済」と「自然資本」への対応を含めた3つの重点項目を柱に、目標と取組みの再整理を行いました。また、2030年度を達成年限とする中期目標「エコチャレンジ2030」では、これらの3項目に加え、パッケージングを担う企業としての責任を踏まえた「持続可能な包装の提供」も新たに掲げ、計4項目で環境目標を再構築しています。今後も新たな目標の達成に向け、着実に取組みを推進していきます。

長期目標「レンゴーグループ環境アクション2050」（2025年4月～）

レンゴーグループは、
パッケージング・イノベーションを通じて環境課題を解決し、
地球環境とともに生きる社会を実現します。

- バリューチェーン全体における温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指します。
- 資源を効率的に循環させ非化石資源や再生材の使用割合の最大化を目指します。
- 自然資本に対する負の影響の最小化を目指します。

中期目標「エコチャレンジ2030」（2025年4月～）

取組みテーマ	主な施策	該当するSDGs	中期目標	2025年度目標	対象範囲 単体	対象範囲 連結子会社 国内	対象範囲 連結子会社 海外	関連ページ
「パッケージプロバイダー」としての新たな価値創出								
持続可能な包装の提供	1.環境配慮型紙製品の開発と普及		(1) 段ボールの平均坪量※1 前年度比0.5%削減	前年度比0.5%削減	✓	✓		→P.61
			(2) 段ボール原紙のCFP削減※2	–	✓	✓		→P.62
	2.環境配慮型プラスチック製品の普及と推進		環境配慮型プラスチック製品の売上高比率20%	16%	✓	✓	✓	→P.62
	3.低炭素型パッケージの推進		CFP算定対象製品の拡大	–	✓	✓		→P.62
地球環境との共生								
気候変動への対応	1.温室効果ガス排出量の削減		温室効果ガス排出量(Scope1+2)※3 2013年度比46%削減	16%削減	✓※4	✓※4		→P.63
	2.リスクへの適応		水害リスクに備えたモニタリングの継続	–	✓	✓	✓	→P.64
循環経済の拡大	1.段ボール資源循環システムの強化		(1) 板紙の古紙利用率99%以上※5	98%以上	✓	✓	✓	→P.65
			(2) 未利用木質資源※6を原料とする板紙用パルプの利用推進	–	✓	✓	✓	→P.66
	2.プラスチック資源循環システムの構築		プラスチックリサイクルに向けた取組みの推進	–	✓	✓	✓	→P.66
	3.水資源の効率的利用		水使用量原単位※7 2023年度比22%削減	2023年度比10%削減	✓	✓	✓	→P.66
自然資本の保全	1.自然共生サイトの管理と活用		生物モニタリング調査の継続	–	✓	✓		→P.67
	2.環境事故と汚染の防止		(1) 環境事故による行政指導件数 年間0件	年間0件	✓	✓		→P.68
			(2) 廃棄物の有効利用率99%以上	98%以上	✓	✓		→P.68
			(3) 環境負荷物質の適正管理と排出抑制	–	✓	✓		→P.68

※1：1㎡当たりの重量　※2：2025年度を達成年限とする　※3：「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく調整後温室効果ガス排出量
※4：事務所や倉庫などの非製造拠点を除く　※5：2027年度を達成年限とする　※6：製材残材や林地残材、古材など　※7：水使用量÷売上高

ENVIRONMENT | 環境

持続可能な包装の提供

基本的な考え方　当社グループは、パッケージングにおける川上から川下までを担う一貫体制を事業の基盤としています。こうした体制のもと、長年にわたり培ってきたパッケージング技術を活用し、環境に配慮した製品の研究や開発に取り組んでいます。

当社グループは、ゼネラル・パッケージング・インダストリーとして、段ボールの軽量化や環境配慮型プラスチック製品の開発と普及を通じたサプライチェーン全体の環境負荷低減を重要な課題と位置付けています。

森林資源や化石燃料の保全に取り組むとともに、紙およびプラスチックの環境課題や社会的課題の解決に資する包装製品の開発と普及を通じ、持続可能な社会の形成に貢献します。

環境配慮型紙製品の開発と普及

段ボールの軽量化

当社グループでは、主力製品である段ボールの軽量化を推進しています。段ボールの強度などの性能を維持しながらいかに軽くするかを課題として取り組んでいます。

取組み内容

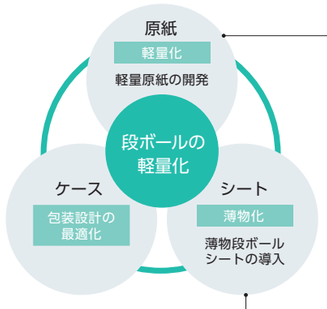
① 段ボール原紙の軽量化
② 段ボールシートの薄物化
③ 段ボールケースの包装設計の最適化

段ボールの軽量化は、原材料使用量の削減のみならず輸送効率の向上にも貢献します。サプライチェーン全体の環境負荷の低減につながることから、今後も軽量化に努めていきます。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	段ボールの平均坪量（1m²当たりの重量） 前年度比**0.5%**削減
2025年度目標	段ボールの平均坪量（1m²当たりの重量） 前年度比**0.5%**削減

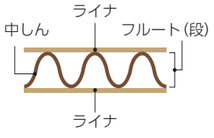
段ボールの軽量化の三つの柱



原紙の軽量化

軽量原紙、軽量強化原紙の開発

段ボールの構造



軽量原紙の種類と坪量

種類	原紙の坪量※	商品名
軽量原紙		
ライナ	120g/m²	ETSL120
中しん	100g/m²	RCM100
軽量強化原紙		
中しん	120g/m² （一般的な160g/m²と同等の強度）	LCC120
中しん	90g/m² （一般的な120g/m²と同等の強度）	LCCX90

※ 原紙1m²当たりの重量

シートの薄物化

Cフルート、デルタフルートの導入

フルートの種類

Eフルート（1.5mm）
DELTA FLUTE（2mm）
Bフルート（3mm）
Cフルート（4mm）
Aフルート（5mm）

Cフルートの特長	Aフルートより厚さを約20%削減
	Aフルートと同等の強度を保持
デルタフルートの特長	Bフルートより中しん使用量を約8%削減
	Bフルートより厚さを約25%削減
	Eフルートより圧縮強さが約35%向上

カーボンフットプリント（CFP※）の算定

段ボールのCFPの算定

サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量削減のため、製品のライフサイクルにおける温室効果ガス排出量データの重要度が高まっています。当社では、板紙および段ボール製造のデータを収集し、2023年より段ボール製品ごとの原料調達から納品までのCO_2排出量を算定できる体制を整え、お客様のCFP開示要請に対応しています。

製品一つ当たりのCO_2排出量に加え、当社が納品した段ボール製品合計でのCO_2排出量を可視化し、よりCO_2排出量の少ない製品を提案することで、お客様の包材にかかるCO_2排出量削減の取組みをサポートしています。今後も迅速なデータ提供の推進を通じ、サプライチェーン全体での温室効果ガス排出量削減に貢献していきます。

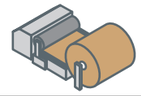
※ 商品やサービスのライフサイクル全体を通して排出される温室効果ガスの排出量をCO_2に換算した数値で表示すること

当社における段ボールのCFPの算定範囲

原料調達（社外）
原材料や副資材などの製造や輸送時に排出されるCO_2

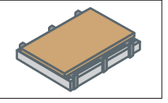
＋

製紙工場（自社）
製品をつくる際に使用するエネルギー、廃棄物の処分、製品の輸送などで排出されるCO_2



＋

段ボール工場（自社）
段ボールのシートや箱の製造、印刷、輸送など工程ごとに排出されるCO_2



段ボール原紙のCFP削減

段ボールのCFPは、原紙が占める割合が大きいため、原紙のCFPを削減することが、段ボール全体のCFP削減にも直結します。当社の製紙工場では、燃料転換やバイオマスボイラの新設など、原紙製造時のCO_2排出量を抑える取組みを進めています。今後も段ボール原紙のCFP削減に努めていきます。

CFP算定対象製品の拡大

当社グループでは、CO_2排出量の少ない低炭素型パッケージの推進に向けて、CFP算定対象製品の拡大を進めています。現在は、段ボールや板紙に加え、紙器、セロファン、プラスチック包装、不織布といった製品もCFPを算定しています。今後は、さらに対象製品を広げ、全ての製品に対するCFP開示要請に応えられる体制を整えていきます。

環境配慮型プラスチック製品の普及と推進

当社グループでは、軟包装関連事業における一貫体制の強化に伴い、製品ラインアップの拡充を進めてきました。プラスチック製品を供給する立場として、環境への取組みに対する社会的要請が一層高まる中、環境配慮型プラスチック製品の普及と推進に向けた新たな目標を掲げています。

環境配慮型プラスチック製品は、当社グループのプラスチック事業におけるフィルムやシート、包材、資材などの製品の中から、バイオマスプラスチックやリサイクルプラスチックを使用したもの、あるいはモノマテリアル（単一素材）構成の製品などを対象としています。今後は、これらの製品の売上拡大を図るとともに、プラスチック製品が抱える環境課題への対応を積極的に進めていきます。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	環境配慮型プラスチック製品の売上高比率 **20%**
2025年度目標	環境配慮型プラスチック製品の売上高比率 **16%**

▲環境配慮型プラスチック製品（フィルム、包材）

ENVIRONMENT | 環境

気候変動への対応

基本的な考え方 当社グループは、バリューチェーン全体における温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指し、気候変動の緩和に取り組むとともに、気候変動がもたらす事業リスクへの適応にも注力し、持続的かつ安定した事業運営を推進していきます。

温室効果ガス排出量の増加に伴う平均気温の上昇は、異常気象の頻発や生態系の変化など、地球環境への深刻な影響を引き起こしています。当社グループは、事業活動において多くのエネルギーを使用し、それに伴い温室効果ガスを排出するため、温室効果ガス排出量の削減による気候変動の緩和と水害リスク等への適応を重要課題と位置付けています。

気候変動の緩和と適応に取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、当社グループの長期的な成長を支える基盤を築きます。

温室効果ガス排出量の削減

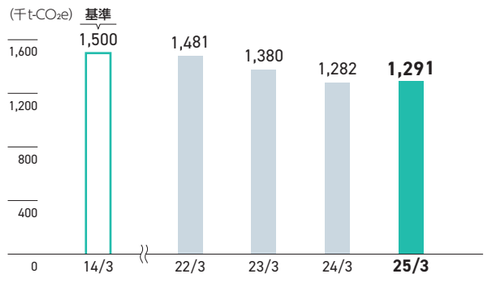
Scope 1+2排出量の削減

当社グループでは、Scope 1[i]とScope 2[ii]の削減に向け、燃料転換や非化石エネルギーの導入拡大、エネルギーの効率的利用などを中心とした、さまざまな温室効果ガス排出量削減の取組みを進めています。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	温室効果ガス排出量(Scope 1+2) 2013年度比**46%**削減
2025年度目標	2013年度比**16%**削減

温室効果ガス排出量(Scope 1+2)※

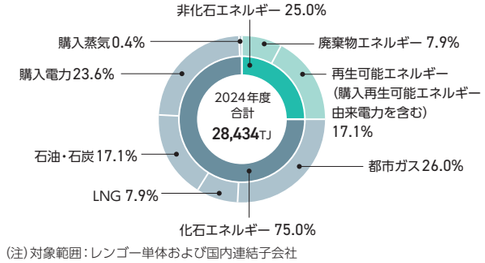


(注)対象範囲:25/3末時点のレンゴー単体および国内連結子会社(事務所や倉庫などの非製造拠点を除く)
※「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく調整後温室効果ガス排出量

■燃料転換および非化石エネルギーの導入拡大

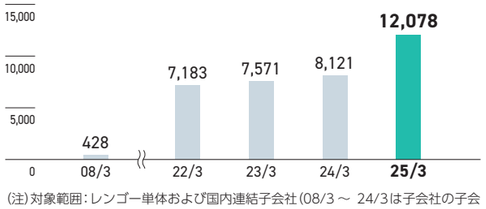
気候変動問題への対応に加え、エネルギー源の多様化や資源の有効利用の観点から、燃料転換と非化石エネルギーの利用拡大に取り組んでいます。工場で使用する燃料を石炭や重油から都市ガスやLNGなど、温室効果ガス排出量の少ない燃料へ転換するとともに、バイオマスや廃棄物などの非化石エネルギーの導入を進めています。2024年度は全エネルギー投入量のうち非化石エネルギーが25.0%を占めました。今後は、2027年度までに国内グループ拠点での石炭の使用を廃止し、LNGやバイオマスの使用を拡大する計画です。また、太陽光発電設備は、地域や工場特性を考慮して2007年度から導入を開始しました。2024年度には26拠点で導入し、総発電量は12,078MWhとなりました。

製造拠点の全エネルギー投入量およびエネルギー種類別比率



(注)対象範囲:レンゴー単体および国内連結子会社

太陽光発電設備の発電量



(注)対象範囲:レンゴー単体および国内連結子会社(08/3 ～ 24/3は子会社の子会社を除く)

■エネルギーの効率的利用

当社グループでは、化石エネルギーや廃棄物エネルギー、再生可能エネルギーなど多種多様なエネルギーを利用しています。温室効果ガス排出量を削減するため、エネルギーの効率的な利用に取り組んでおり、2024年度のエネルギー原単位の対前年度比の5年平均は99.6%となりました。

エネルギー原単位※の対前年度比

	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	5年平均
実績(%)	99.6	98.3	99.0	100.4	100.7	99.6

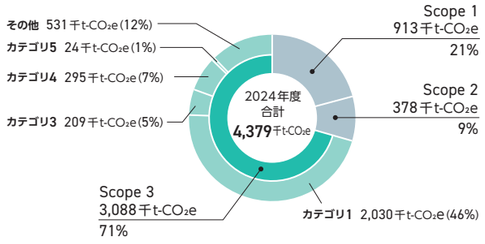
(注)対象範囲:レンゴー単体および国内連結子会社の「省エネ法」対象企業(子会社の子会社を除く)
※ 化石エネルギー、廃棄物エネルギー、再生可能エネルギーを含む総エネルギー÷生産量

Scope 3[iii]排出量の削減

当社グループではScope 3のうち、排出量の割合が多いカテゴリ1(購入した製品・サービス)、3(Scope 1,2に含まれない燃料及びエネルギー活動)、4(輸送、配送(上流))、5(事業から出る廃棄物)の削減に注力しています。中でもカテゴリ1が大半を占めており、その主な内訳は原紙、樹脂原料、樹脂原反などです。Scope 3の削減に向け、サプライチェーン全体における排出量の削減を視野に入れた取組みを進めています。

i) Scope 1:事業者自らによる温室効果ガスの直接排出
(燃料の燃焼、工業プロセス)
ii) Scope 2:他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出
iii) Scope 3:Scope 1、Scope 2 以外の間接排出
(事業者の活動に関連する他社の排出)

温室効果ガス排出量の内訳



(注)対象範囲:レンゴー単体および国内連結子会社

水害リスクへの適応

水リスクの把握

当社グループでは、事業活動を将来にわたり持続可能なものとするため、製造拠点ごとの水の供給や洪水の発生頻度などの水リスクを把握し、適切な対策を立案するための評価を2021年度より継続して行っています。

当社グループの全ての製造拠点に対して、各拠点が立地する地域の水課題を把握するため、流域別水リスク評価ツールWRI「Aqueduct」※を使用し評価しています。

※ Aqueduct(アキダクト):世界資源研究所(WRI)が開発した水リスクを評価するツール

WRI Aqueductによる評価結果

水ストレス度	生産拠点		取水量	
	拠点数	割合(%)	(千㎥)	割合(%)
低い	73	23.0	1,507	3.2
低~中	96	30.3	13,278	28.6
中~高	100	31.5	31,537	68.0
高い	22	6.9	33	0.1
非常に高い	26	8.2	53	0.1
合計	317	100	46,408	100

(注)流域別水リスク評価ツールWRI「Aqueduct」のWater Risk Atlas Baseline Water Stressの5段階評価による。

浸水による財務影響の評価

水リスクのうち、気候変動に伴う洪水による被害が当社グループにとって大きなリスクになると認識しています。そこで、洪水による浸水が発生した場合の損失による影響を評価しました。その結果、当社グループでは、グループ拠点間での連携による早期復旧が可能であり、営業停止に伴う売上高の減少は相当程度カバーされるため、水害リスクによる事業への影響は小さいと判断しています。

▶詳細は当社Webサイトをご覧ください。
TCFDへの対応
https://www.rengo.co.jp/sustainability/environment/tcfd/index.html

ENVIRONMENT | 環境

循環経済の拡大

基本的な考え方 限りある資源の枯渇や、大量生産・大量消費に伴う廃棄物の増加、気候変動問題の深刻化を背景に、当社グループは持続可能な社会の実現に向けて、資源の効率的な循環と、非化石資源や再生材の使用比率の最大化を目指しています。

当社グループの事業活動は、森林資源や水資源をはじめとする自然資源に支えられており、段ボールやプラスチックの資源循環、水資源の効率的な利用など、資源循環の強化や推進を重要課題と位置付けています。

従来推進している段ボールの資源循環に加え、プラスチックの資源循環にも取り組み、さらに水資源をはじめとする自然資源の保全や効率的な利用も推進することで、循環経済の拡大を図ります。

資源の有効利用

板紙の古紙利用率

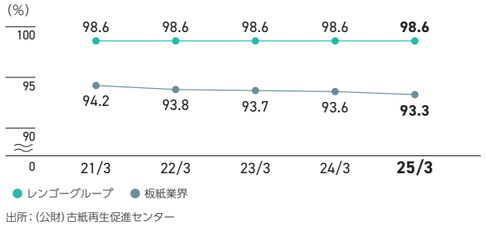
当社グループの段ボール工場では製造工程で発生する段ボールの端材を、製紙工場から段ボール原紙を運んだトラックの帰り便で持ち帰り、製紙原料としてリサイクルしています。また、研究所や製紙工場では、製品の品質を維持しながら古紙の配合率を高める技術開発や、未利用古紙の製紙原料化など、古紙の有効利用を進めています。

2024年度より板紙製造に使用する原料中の古紙利用率について、エコチャレンジ2030の目標数値を従来の「98%以上」から「99%以上」に引き上げました。達成に向け、さらに取組みを推進していきます。

「エコチャレンジ2030」

2027年度目標	板紙の古紙利用率	99%以上
2025年度目標	板紙の古紙利用率	98%以上

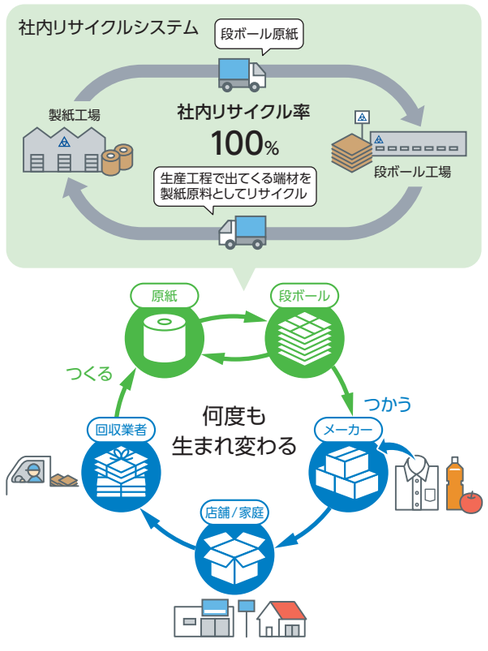
板紙製造における古紙利用率※



出所：(公財)古紙再生促進センター

(注1)対象範囲：レンゴー単体ならびに国内および海外連結子会社
(注2)業界は暦年の実績(25/3は2024年1月－12月)
※ 板紙製品全体の原料に占める古紙の割合

段ボールのリサイクルの輪



段ボールのリサイクルマーク。それはリサイクル可能な段ボールであることを示すものです。現在、日本のリサイクルマークの表示率は90%以上にものぼります。

未利用木質資源を原料とする板紙用パルプの利用推進

当社グループでは、使用するパルプについて、製材残材や林地残材、古材など、国内の未利用木質資源を原料とする板紙用パルプの利用を進めています。サプライヤーの皆さまへの働きかけを含む、サプライチェーン全体での取組みを推進しています。

古紙の品質向上

段ボール原紙製造時に、感熱性発泡紙や昇華転写紙、洗剤や石鹸、線香などの臭いの付いた古紙が混入すると、製品トラブルの原因となります。そのため、これらの混入物(禁忌品)は回収前に取り除く必要があります。禁忌品は板紙製品の品質を著しく低下させるため、Webサイトや出前授業を通じて、適正なリサイクルの推進と禁忌品の混入防止を広く呼びかけています。

TOPIC

製紙工場で活躍する臭気探知犬

当社八潮工場では、2014年から臭気探知犬を採用し、段ボール原紙製造時に臭い移りした古紙の混入を未然に防ぐ取組みを行っています。臭気探知犬の採用以来、臭い付き古紙の混入件数は大幅に減少し、それに伴い製品のトラブルやロスも着実に減少しています。現在、臭気探知犬は八潮工場と利根川事業所で活躍しています。

臭気探知の様子
臭い付き古紙を見つけると前足で知らせます。

水資源の効率的利用

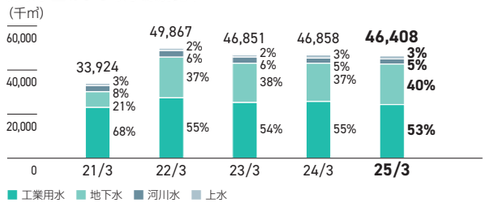
当社グループでは、各拠点において上水、工業用水、地下水、周辺の河川などから取水しています。限りある水資源を有効に活用するため、全体の水使用量の削減に加え、水使用量原単位(水使用量÷売上高)の削減にも取り組んでいます。

また、2025年度からは目標の対象範囲を海外グループ会社にも拡大し、取組みの一層の強化を図っています。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	水使用量原単位 2023年度比 22%削減
2025年度目標	水使用量原単位 2023年度比 10%削減

総取水量および取水源別比率



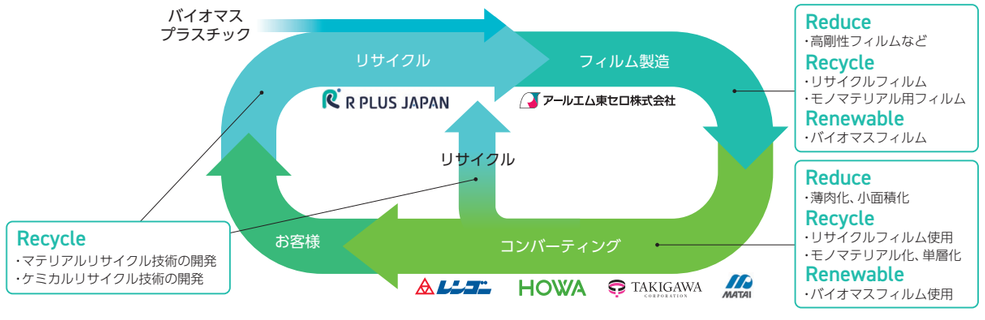
(注)対象範囲：レンゴー単体ならびに国内および海外連結子会社の製造拠点(21/3～23/3は子会社の子会社を除く)

プラスチックの資源循環

当社グループでは、プラスチックフィルム製品や軟包装製品において、「Reduce(発生抑制)」、「Recycle(再資源化)」、「Renewable(再生可能)」に取り組んでいます。フィルムから最終的な軟包装製品に至るまでの一貫体制を持つ当社グループならではの強みを活かし、プラスチック資源循環システムの構築を進めています。

プラスチック包装の多くは耐久性や保存性などの機能を付与するために異なるフィルムを積層していますが、当社ではプラスチック包装のモノマテリアル化(単一素材化)に取り組み、リサイクルしやすい製品の開発を進めています。また、製品開発にとどまらず、マテリアルリサイクルやケミカルリサイクルの技術開発にも注力しています。

レンゴーグループのプラスチック資源循環の取組み



ENVIRONMENT | 環境

自然資本の保全

基本的な考え方 地球上では多種多様な生き物と自然環境がバランスを保ちながら共存しており、私たちの暮らしや事業活動は豊かな生物多様性の恵みに支えられています。豊かな生物多様性を保全し、その恵みを将来にわたり享受できる自然と共生する社会を実現するため、事業活動を通じた自然資本への負の影響の最小化を目指します。

当社グループの事業活動は、豊かな生物多様性の恵みに支えられていると同時に、温室効果ガスの排出など多くの影響や負荷を与えており、森林や水などの自然環境の保全、環境負荷物質の排出抑制を重要な課題と捉えています。製造工程における環境負荷の低減や、ビオトープの整備をはじめとする自然環境保全の取組みを通じて、生産活動に不可欠な自然資本の持続可能性を確保し、地域の自然環境との調和を目指します。

自然共生サイトの管理と活用

ビオトープの管理

当社グループの事業所・工場では、地域社会や地域環境とのつながりの中で事業活動を行っています。特に湧水や保安林、地域固有の動植物など豊かな自然環境に囲まれた当社福島矢吹工場および武生工場では、敷地内にビオトープを造成し、生物の数・種類を把握するモニタリング調査を10年以上継続して実施しています。また、2拠点ともに環境省の「自然共生サイト」※に認定されました。

※ 民間の取組み等によって生物多様性の保全が図られている区域。「30by30（サーティ・バイ・サーティ：2030年までに陸と海の30%以上を健全な生態系として効果的に保全する世界的な目標）」を達成し、ネイチャーポジティブ実現のための取組みの一つ。

■レンゴー福島矢吹工場

周辺の地形と湧水を利用したビオトープを2011年に造成しました。積極的に地域の自然環境を守るため、福島県に生育が見られる種を植栽しています。

■レンゴー武生工場

工場内を流れる清流「治左川」の水を利用したビオトープを2012年に造成しました。ビオトープ内の川では、清流でしか育たないバイカモや淡水魚のトミヨを観測しています。

TOPIC

事業活動と生物多様性との関係を評価

当社グループでは、自社の事業活動が、自然とどのように関わりどのような影響を及ぼしているのかを把握し、生物多様性の保全活動につなげる取組みを進めています。

現在は、主要原料を対象に自社を含むサプライチェーン全体について、TNFDのLEAPアプローチを参考に評価を行っています。

TNFD推奨の環境影響分析ツール「ENCORE」※等を用いて自社と自然との相互関係を分析し、自然への依存と影響の内容を明らかにすることに加え、自社の製造拠点周辺の自然環境の把握にも努めています。

※ Natural Capital Finance Alliance（NCFA）が、世界自然保全モニタリングセンター（UNEP-WCMC）と共同で開発した自然関連リスク分析ツール

▶詳細は当社Webサイトをご覧ください。
レンゴーの自然資本への取組み
https://www.rengo.co.jp/sustainability/environment/biodiversity/index.html

LEAPアプローチの概要と現在の取組み状況

Locate 発見する	レンゴーグループと自然との接点を発見する
Evaluate 診断する	レンゴーグループが自然に対して、どのように依存し影響を及ぼしているか診断する
Assess 評価する	関わっている自然に対するリスクと機会を評価する
Prepare 準備する	リスクの低減や新たな機会の獲得について検討し、対策に向けて準備する

（注）TNFDのLEAPアプローチをもとにレンゴー作成

環境事故と汚染の防止

環境法令および環境事故への対応

■環境法令の遵守状況

当社では、大気汚染防止や水質汚濁防止などの環境法令を遵守し、環境リスクを最小化するため、年2回環境関連法の遵守状況の自己チェックを行っています。自己チェックにより潜在的な環境リスクを洗い出し、異常を早期発見することで法令違反の未然防止に努めています。

■環境事故対策

当社グループでは、油や薬品、排水の漏えいをはじめ周辺地域の環境に影響を及ぼすおそれのある事故や事案を「環境事故」と設定し、その発生件数をゼロにすることに取り組んでいます。発生時の社内報告基準や連絡ルートを明確にし、グループ内での迅速な情報共有と事例の水平展開を行うことで同様事案の未然防止にも努めています。

また、環境事故の発生を想定した緊急事態対応訓練を各事業所・工場で年1回以上実施しています。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	環境事故による行政指導件数	年間0件
2025年度目標	環境事故による行政指導件数	年間0件

廃棄物の削減

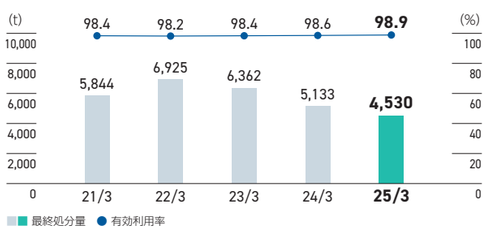
当社グループでは、事業所・工場から発生する廃棄物（副産物）の再資源化や再生利用を行い、社外への排出量の最小化に努めています。

さらに、外部に廃棄物の処理を委託する際には、可能な限りリサイクル処理できる廃棄物処理業者を選定し、廃棄物の有効利用に取り組んでいます。

「エコチャレンジ2030」

2030年度目標	廃棄物の有効利用率	99%以上
2025年度目標	廃棄物の有効利用率	98%以上

最終処分量と有効利用率



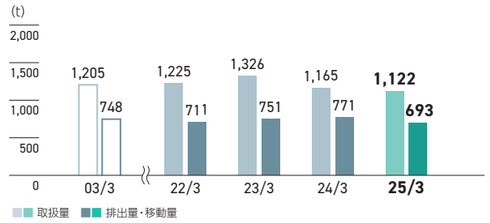
（注）対象範囲：レンゴー単体および国内連結子会社（21/3～24/3は子会社の子会社を除く）

化学物質の管理

■PRTR法対象物質の排出量・移動量の削減

当社では、PRTR法（化学物質排出把握管理促進法）に基づき、PRTR法対象物質の排出量と移動量を把握するとともに、製造工程で排出されるガスの洗浄設備を増強するなど、排出削減の取組みを進めています。

PRTR法対象物質の排出量と移動量の推移

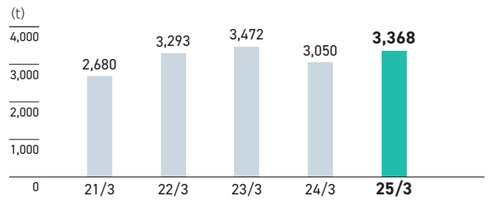


（注）対象範囲：レンゴー単体

■VOC排出量の削減

当社グループでは、板紙やフィルムの印刷・加工工程において、VOC（揮発性有機化合物）を含むインキや加工剤を使用しており、乾燥時にVOCが大気中へ排出されます。VOC排出量を削減するため、低VOC溶剤やノンVOCインキへの切り替えをサプライヤーと連携して進めています。

VOC排出量※の推移



（注）対象範囲：レンゴー単体および国内連結子会社（21/3～24/3は子会社の子会社を除く）
※ 対象は日本製紙連合会会員会社の排出上位5物質（トルエン、メチルエチルケトン、酢酸エチル、イソプロピルアルコール、メタノール）としています。

SOCIAL | 社会

持続可能な物流の構築

基本的な考え方　物流に不可欠なパッケージづくりを担う企業として、直面する足元の課題（長時間労働、運転手不足、運転手の高齢化等）だけでなく、将来にわたる課題（環境問題への対応等）も的確に捉え、改善を進めます。常に現場目線に立ち、ラストワンマイルを支えていただいているドライバーの声を大事にしながら、課題に取り組みます。

当社は着荷主であると同時に発荷主でもあり、物流の課題についてはどちらの立場でも考える必要があります。特に、荷降ろし・積込み待ち時間の発生や運転手による付帯作業の発生、長距離輸送による拘束時間の長時間化が大きな課題です。段ボールの配送業務における荷降ろし時の付帯作業、危険が伴う場所での荷扱い作業は、ドライバーの離職にもつながるおそれがあります。

これらの課題には過去から改善に取り組んでいますが、「物流2024年問題」を受け、ドライバーの声に耳を傾けながら、洗い出された課題への対応を強化しています。着荷主はお客様でもあることから、時間をかけて慎重に対応することもありますが、真摯な姿勢で説明を行い、ドライバーの労働環境改善につなげていきます。

物流従事者の安全確保と負担の軽減

／納品リードタイムの確保

■レンゴーにおけるリードタイムの現状

段ボール製品は、お客様から受注後、工場で生産計画が立案され、製造、出荷のプロセスを経て納品されます。生産計画に合わせ段ボール原紙などの原材料を調達手配することが多く、段ボール原紙のリードタイムへも少なからず影響を及ぼします。理想的な段ボール製品のリードタイムは、一般的な仕様であれば受注した3日後の納品ですが、現在のレンゴーにおける納品リードタイムは受注後2日以内納品も14.4％を占め、食品メーカー向けの段ボール製品を多く扱うために短納期になる傾向があります。この結果、製紙におけるリードタイムは受注後１日～２日、中には当日納品という極端な例もあります。

物資の流通の効率化に関する法律（新物効法）

①**全ての荷主（発着）**と物流事業者に対し**判断基準**に基づく
物流効率化の努力が義務付けられる。
物流効率化指標（荷待ち・荷役・積載効率）について
国が判断基準を策定（省令）

物流効率化

②**「特定事業者（特定荷主）」への指定**
取扱量９万t以上（2025年度）の３千社以上が指定される見込み

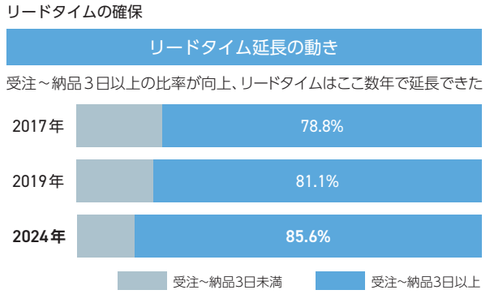
主に**『積載効率の向上』『荷待ち時間の短縮』『荷役等時間の短縮』に取り組まなければならない**

■リードタイムの確保に向けた取組み

消費者ニーズに合わせ、製造の小口化や短納期化が進んできていますが、適正なリードタイムを確保したご注文をいただく必要があります。適正なリードタイムの確保は、2024年５月に公布された改正物流効率化法の取組み事項でもある「積載効率の向上」にも有用な手段と位置付けられています。リードタイムに余裕を持って注文していただくためには、お客様の資材置き場に段ボールを置いておくための十分なスペースが必要となります。お客様によっては、置き場の確保が難しい場合もありますが、丁寧な説明によりお客様の理解を得て、固定式ラックの設置やレイアウト変更によって、置き場を確保いただいた実例もあります。

地道な交渉を続けてきた結果、お客様の理解が進み、注文を早めにいただけることも増えてきました。当社における段ボール製品の納品リードタイムは受注後３日以上の比率が2017年に78.8%、2019年に81.1%、2024年に85.6%と改善しています。影響を受けやすい製紙部門の段ボール原紙納品リードタイムも0.5 ～ 1.0日延びています。

リードタイムの確保



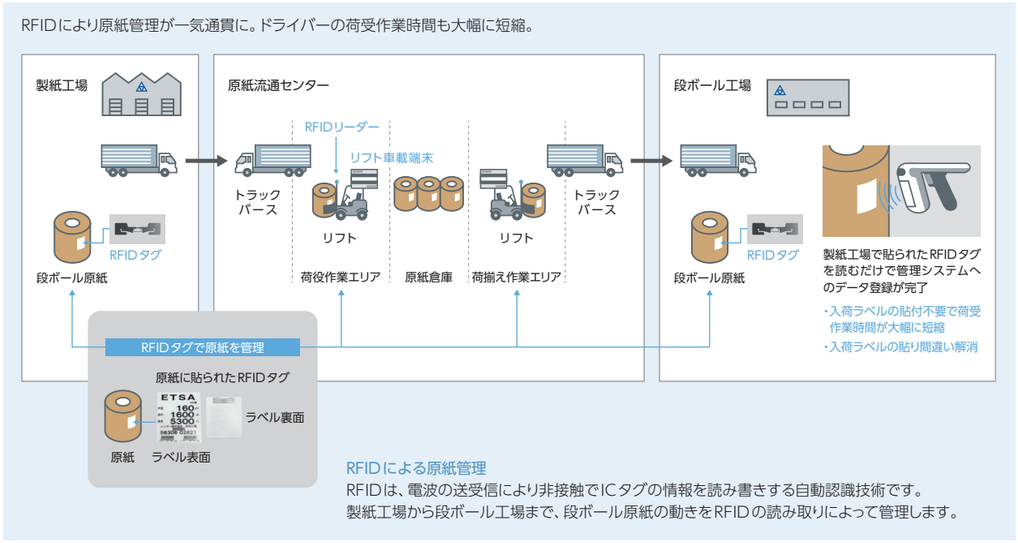
RFID※による一貫した原紙管理

働き方改革関連法を受けてトラックドライバーに時間外労働の上限規制が適用されました。この規制により、物流業界はもちろん、製造業を含む他の業界にも影響が広がっています。板紙・段ボールの製造・運搬も少なからず影響を受けており、運転手が行う付帯作業は廃止もしくは有料化する方向です。当社はこれらへの対応として、グループ企業とともに物流拠点の再編やDXに取り組み、働きやすく生産性の高い「ホワイト物流」を推進しています。

ドライバーの労働環境改善に向けて、製品ラベルにRFIDを活用する取組みも開始しました。これにより、従来は社外のドライバーに委託していたバーコード読み取りによる原紙の出荷照合作業を、社内の荷受担当者（リフトマン）がリフトに乗ったままRFIDタグを読み取ることで実施できるようになりました。さらに段ボール工場でも、入荷明細と現品との照合作業を製紙会社で貼り付けたRFIDタグを読み取ることで完了する仕組みを構築しました。段ボール工場での入荷ラベル貼付作業が不要となったことも、ドライバーの負担軽減と作業時間の短縮につながっています。

※ RFID：Radio Frequency Identification（電波による個体識別）

RFIDによる製紙工場から段ボール工場までの段ボール原紙管理



RFIDによる原紙管理
RFIDは、電波の送受信により非接触でICタグの情報を読み書きする自動認識技術です。
製紙工場から段ボール工場まで、段ボール原紙の動きをRFIDの読み取りによって管理します。

パッケージングを通じた社会の物流課題の解決

当社は、物流現場での課題解決とは別に、トラック輸送における積載効率を高め、より少ないトラック台数で輸送を可能にするためのパッケージ形態や包装システムを提案しています。また、パッケージそのものに限らず、お客様の資材管理を効率化する在庫管理と発注業務のサポートシステムも提供しています。お客様の資材管理の負荷が低減されることは、資材発注のリードタイムを長くしていただくことにもつながります。

2021年から運用を開始した資材共同管理システム「ワスレン」は、お客様と当社の受発注業務のスムーズなやりとりを実現しています。導入いただいたお客様からは、発注業務や在庫管理業務が効率化されたと好評をいただいています。

資材共同管理システム「ワスレン」の導入促進チラシ

SOCIAL | 社会

人権の尊重

基本的な考え方　経営理念に掲げる「働く者一人一人の価値を尊重し、安全で働きやすい環境づくりに努め、ゆとりと豊かさを実現すること」の行動指針に基づき、「レンゴーグループ人権方針」を策定し、人権尊重の環境づくりを推進しています。

レンゴーグループは、従業員をはじめ、取引先や顧客など事業に関わるすべてのステークホルダーの人権尊重を念頭に、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に則り、事業活動を通じて人権尊重への取組みを推進しています。

また、従業員に対する人権教育・研修や、国内工場や協力会社への人権に関する調査を定期的に実施するなどしてリスクの防止・軽減に努めています。

人権方針

レンゴーグループ人権方針

レンゴーグループは、働く者一人ひとりの価値を尊重することを、経営理念に掲げています。レンゴーグループは、企業の社会的責任として人権を尊重し、人権に関する取組みを推進するために、「レンゴーグループ人権方針」をここに定めます。

1. 国際規範と法令の遵守

レンゴーグループは、人権に関する国際的な規範を支持、尊重します。

また、レンゴーグループは、事業活動を行う各国・地域で適用される法令を遵守します。各国・地域の法令と国際的な規範との間に矛盾がある場合は、国際的な規範を尊重するための方法を追求します。

2. 事業活動を通じた人権尊重の責任

(1) レンゴーグループは、事業活動において人権を尊重し、人権侵害に関する問題が起きた場合は速やかかつ適切に対応します。

(2) 個人の人権と人格を尊重し、性別、年齢、障がいの有無、国籍、人種、宗教、信条、性的指向、性自認、社会的身分等を理由とするあらゆる差別およびハラスメントを排除して、公正な処遇がされる職場環境をつくります。

(3) 人身売買、強制労働、児童労働、その他不当な労働慣行とあらゆる差別を禁止し、結社の自由および団体交渉権、最低賃金の確保、適正な労働時間の管理を含め、働く者の人権を保障します。

(4) 一人ひとりが心身ともに健康で、安全かつ安心して、いきいきと働くことができる職場環境を築くとともに、仕事と生活の調和のとれた働き方を推進します。

3. 人権デュー・ディリジェンスの実施

レンゴーグループは、人権の侵害を防止するため、人権デュー・ディリジェンスを継続的に実施していきます。

4. 是正・救済の措置

レンゴーグループは、事業活動によって引き起こされた人権侵害に関わる事案や問題に対する申し出を受けた場合には、適切な対応をすべく是正、救済措置を講じます。

5. 教育・研修の実施

レンゴーグループは、本方針を事業活動全体に定着させ、本方針が正しい理解に基づき実践されるよう、また、人権に関するリスクの予防を目的に、従業員に対して適切な教育・研修を行います。

6. ステークホルダーとの対話・協議

レンゴーグループは、関連するステークホルダーとの対話と協議を行うことにより、人権尊重の取組みの向上と改善に努めます。

7. 情報開示

レンゴーグループは、本方針に基づく人権尊重の取組みについてウェブサイトや報告書を通じて開示します。

8. 適用の範囲

本方針は、レンゴーグループのすべての役員と従業員に適用します。また、自らの事業活動に関係するすべての取引関係者や事業パートナーに対し、本方針への賛同を期待し、ともに人権尊重を含む社会的責任を果たすよう働きかけていきます。

2021年11月2日制定

人権デュー・ディリジェンスの実施

人権方針に掲げる人権デュー・ディリジェンスの実施を一連のサイクルとして次のように行っています。

- 顕在的・潜在的な人権に関するリスクを特定し、現状を把握します。
- リスクを予防・軽減するための適切な措置を実施します。
  具体的には、従業員に対するハラスメントやダイバーシティをテーマとした人権関連の教育・研修・設備・規定・労働慣行などの整備・改善などを行います。
- 取組みを検証するためのモニタリング（追跡調査）を行い、取組みを強化します。
- Webサイトなどを通じて、ステークホルダーに対して情報を公開します。
- 従業員や関連するステークホルダーから、人権関連トラブルについての苦情・相談・通報などを受け付け、対応する仕組みを整備します。
- 倫理委員会によるマネジメント体制を構築し、これらの取組みを評価し改善に努め、実効性を高めていきます。

人権デュー・ディリジェンスのプロセス

人権リスクの特定 → リスクの防止・軽減 → 対応の検証 → 取組み内容の開示

人権を尊重する職場づくり

個人の多様な価値観を認め、個性を尊重することは企業活動の基本です。基本的人権を守るため、国籍、信条、性別または社会的身分などを理由とした一切の差別を行わないことを就業規則に明記しています。

さらに、社内外の通報制度や各種相談窓口を設置し人権侵害防止に努めています。

人権教育・研修の実施

人権に対する正しい理解と認識を深めるため、近年は新入社員を主たる対象とした「人権講演会」を毎年実施しています。受講者からは、「人権を尊重して企業活動に従事することの重要性に気付いた」といった声が出ており、従業員一人ひとりがお互いに人権を尊重し、働きやすい職場づくりを継続的に推進しています。

また、ハラスメント防止の取組みとして、管理職や職制を対象とした研修や、全従業員に配布するグループ報での周知を行っています。

2024年度「人権講演会」のテーマ

①企業活動と人権の関わり
②「人権」の理解
③国際的な人権保障の枠組みと企業
④日本における人権
⑤人を傷つける「差別」とは
⑥無意識の偏見に気付こう
⑦仕事を進めるうえで理解したい人権課題

健全な労使関係の構築

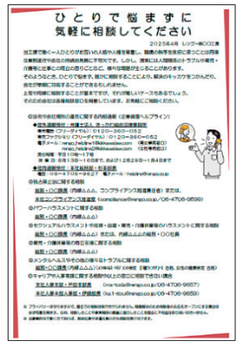
事業所・工場では、労働組合の支部執行部と管理職が労使協議会を毎月開催しています（本部・本社間では年4回開催）。労使協議会は、事業所・工場の運営に関するさまざまなテーマについて、労使間で情報や問題意識を共有し、率直に意見交換を行う大切な機会です。実施回数は全社合計で年間400回以上にも及び、こうした積み重ねがお互いの理解を深め、良好な労使関係を築いています。

労使協議会の様子

相談窓口の設置

職場ではさまざまなトラブルが起きる可能性があります。万一トラブルが発生した場合、従業員が一人で悩まず誰かに相談することによって悩みを解決し、会社が早期に対応できるように、ハラスメントやメンタルヘルスケア、人事考課、育児・介護休業等と仕事の両立など相談内容に応じた窓口を設け、周知徹底を図っています。

社外窓口はグループ会社従業員も利用できるようにしているほか、プライバシー保護を厳守し、不利益な取扱いを受けることのないよう、適正に対応しています。



相談窓口啓発ポスター

SOCIAL | 社会

ゆとりと豊かさの実現

基本的な考え方　従業員が個々の状況に応じたキャリア形成を目指せる柔軟な制度や環境を整備し、心にゆとりと豊かさを持って働くことがエンゲージメント意識の醸成とTFPの向上につながる組織風土を実現していきます。

働く者一人ひとりの成長こそが企業を成長させるとの考えのもと、従業員エンゲージメントの状況を把握し、現状に即したキャリア形成支援を行うことで、一人ひとりが働きがい、やりがいを持ち、いきいきと働ける組織づくりを目指します。

健康経営の推進

2019年4月に導入した「65歳定年」に先立ち、従業員とその家族の健康のさらなる保持・増進を図るため、同年1月「レンゴーはつらつ健康宣言」を策定しました。誰もが生涯を通じて、はつらつと働き、はつらつと生きるために、日々の健康づくりと安全・安心な職場づくりを実践しています。会社・労働組合・健康保険組合で構成する「はつらつ委員会」と、事業所・工場の総務部門長とはつらつリーダー2名(会社・労働組合から各1名)からなる「工場はつらつ委員会」を設置し、宣言に掲げた重点施策を全社で展開しています。

レンゴーはつらつ健康宣言

重点施策

健康増進に向けた取組み
- 禁煙の推進
- 生活習慣病の抑止と重症化予防対策の実施
- 健康づくりを促進するセミナーの開催

こころの健康に向けた取組み
- ストレスチェックの実施と分析結果の活用
- メンタルヘルス教育の実施
- 社内相談窓口の設置

すべての人が働きやすい職場づくりに向けた取組み
- 所定外労働時間の削減
- 年次有給休暇取得の促進
- 機械設備の安全化・省力化、職場環境の整備・改善

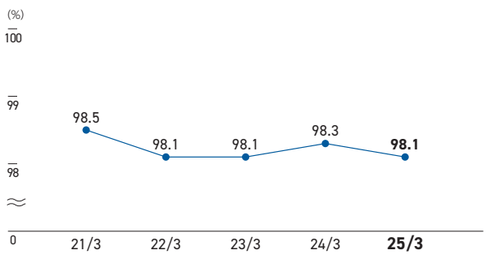
健康増進に向けた取組み

2019年度より全社共通の活動として、専門指導士によるラジオ体操講習と健康づくり講演会を実施しています。また、はつらつリーダーを中心に、正しいラジオ体操の定着に向けた指導・解説、禁煙推進、コミュニケーション活性化のための声かけ・意見聴取などを積極的に行い、各人の健康意識の向上とともに、職場における安全対策や生産性の向上を図っています。2024年度は、女性特有の健康課題について正しい知識を習得し、各種相談へ適切に対応できるようにしていくために、「女性の健康検定®:女性の健康経営推進員」検定を全国事業所総務部課長など約50名が受検しました。

こころの健康に向けた取組み

従業員が心の健康を維持・増進し、快適に働き続けられるように、社内研修の実施や社内外の相談窓口の設置などを通じて、メンタルヘルス対策を推進しています。2010年以降、職場において必要なメンタルケアの知識や対処法を習得する「メンタルヘルス・マネジメント検定Ⅱ種(ラインケアコース)」の受検を労使で推奨し、256名(2025年6月時点)が合格しています。2012年には、当社の取組みを「心の健康づくり計画」として文書化して全社に水平展開したほか、2014年にリハビリ出勤規程を制定し、メンタル不調により休業した場合にもスムーズな職場復帰ができるように配慮しています。また、ストレスチェックの受検率100%を目指すとともに、職場環境改善を通じて従業員エンゲージメントの向上を図っています。

ストレスチェック受検率(レンゴー単体)



従業員エンゲージメントスコア※(レンゴー単体)

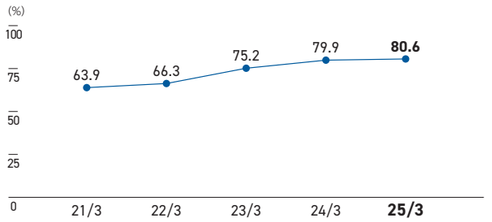
調査年	2021年	2022年	2023年	2024年
ワークエンゲージメント	47.9	48.3	48.4	48.5

※ 第三者(株式会社アドバンテッジリスクマネジメント)が提供するストレスチェックで測定し、偏差値で算出。

すべての人が働きやすい職場づくりに向けた取組み

「働き方改革」による長時間労働是正の動きが国をあげた取組みとなる中、当社では2015年より「全要素生産性(TFP)向上による総実労働時間削減」に取り組んでいます。生産性についてあらゆる要素を分析し、技術革新とともに人の働き方、心のありようも意識しながら生産性を高めることに取り組み、「所定外労働時間削減」と「年次有給休暇取得促進」を労使一体となり推進しています。啓発活動や職場環境の整備を推進した結果、2024年度の年次有給休暇(年休)の取得率は目標とした65%を超えました。年休目標の引き上げも含めて、さらなる総実労働時間削減を進めています。

年次有給休暇取得率(レンゴー単体)



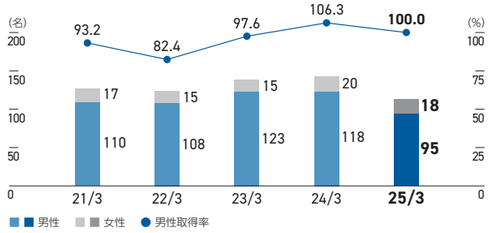
ワーク・ライフ・バランスの実現に向けて

雇用環境の整備

一人ひとりが充実感・満足感を持ち、ライフステージに合わせた多様な働き方ができるよう、育児・介護・不妊治療のための両立支援制度などワーク・ライフ・バランス施策を推進し、雇用環境を整備しています。2018年には厚生労働省大阪労働局より、次世代育成支援対策推進法に基づく基準適合一般事業主として4回目の「くるみん」認定と、さらに、より高い水準の取組みを実践する優良な「子育てサポート企業」として、特例認定である「プラチナくるみん」認定を取得しました。そして、2025年4月には、改正育児・介護休業法への対応に加え、当社独自の法令以上としていた両立支援制度をより一層充実させて改定し、安全かつ安心して働くことができる職場環境を整備しています。

男女ともに育児休業を取得・職場復帰しやすい環境を整備するため、制度説明や体験談を掲載したパンフレットやグループ報を作成して従業員の意識啓発を行っています。特に男性の育児休業の取得促進に注力し、年々取得率が上昇しています。

育児休業制度利用者数・取得率(レンゴー単体)



少子化対策・次世代育成支援

少子化対策と次世代育成支援の一環として、2006年4月より、第3子以降の出産には100万円の祝い金を贈呈し、子育てを制度面と経済面の両方からサポートしています。

制度実施以降は毎年30名前後の受給者が発生し、2024年9月には延べ500名に達しました。

両立支援制度

出生時育児休業	子の出生後8週間以内に4週間まで取得可。
育児休業	子が3歳に達するまで取得可。出生時育児休業と通算して開始から30日間は有給。
育児短時間勤務	子が小学校卒業前(障がいのある子の場合は18歳に達する年度末)まで、 1日の勤務時間を半日、6時間、6時間30分、7時間に短縮可。 フレックスタイム制との併用可。
子の看護等休暇	子が小学校卒業前(障がいのある子の場合は18歳に達する年度末)まで取得可。 子1人につき年5日、2人以上の場合10日以内。
介護休業	要介護者1人につき3回まで取得可。 (注)要介護者1人につき連続する期間としては1年を限度とし、通算2年を限度。
介護短時間勤務	1日の勤務時間を半日、6時間、6時間30分、7時間に短縮可。 フレックスタイム制との併用可。 (注)3年を限度とし、その他の介護のための勤務時間に関する措置を利用した場合はその期間を通算して3年を限度。
介護休暇	要介護者1人につき年5日、2人以上の場合10日以内。
育児・介護のための在宅勤務	勤続3年以上で在宅勤務が可能な業務に従事する者は月5日まで利用可。
その他の育児・介護・不妊治療のための勤務時間に関する措置	フレックスタイム制。時差出勤。
育児・介護サービスの利用補助	福利厚生代行サービスにより利用料を一部補助。
出産祝い金	第1子2万円、第2子5万円、第3子以降100万円を支給。

SOCIAL | 社会

ゆとりと豊かさの実現

人材育成方針・社内環境整備方針

レンゴーグループ　人材育成方針・社内環境整備方針

レンゴーグループは、人本主義（人間中心主義）を会社経営の柱に据えて、働く者一人ひとりの成長こそが企業を成長させるとの考えのもと、以下の人材育成、社内環境整備を行っています。

1. 人材育成に関する方針

自立と自律の気概を持ち、自ら学び、考え、やり抜く人材を育成するため、さまざまな成長の機会を提供します。
生産性とは人間の心の持ちようであるとの基本に立ち返り、全要素生産性（TFP）向上に邁進する人づくりに取り組みます。
そして、全要素生産性の向上を図ることにより生み出される付加価値を従業員に適切に分配し次の成長につなげる「成長と分配の好循環」を中長期的に実現するための取組みを、労使一致協力して推し進めてまいります。

2. 社内環境整備に関する方針

多様な人材が互いに尊重かつ受容し、持てる能力を最大限に発揮して活躍できるよう、DEIに積極的に取り組みます。
生涯現役の考えに基づき、心身ともに健康で、安全かつ安心して、いきいきと働くことができる職場環境を築くとともに、仕事と生活の調和のとれた働き方を推進します。

キャリア形成支援

人材育成に関しては、優秀な人材を確保し適正に配置したうえ、「現場にこそ真理がある」をモットーに、それぞれの持ち場におけるニーズに対応した職種別や階層別教育を計画的に実施するとともに、グローバル人材の育成、自己啓発の支援といった教育制度を整備・拡充し、自己の成長を実感できる取組みを進めています。

自立と自律の気概を持ち、自ら学び、考え、やり抜く人材を育成するため、公開講座の開催、社外セミナーへの派遣、公的資格取得奨励や語学力向上支援など、さまざまな成長の機会を提供します。

階層別キャリア教育の実施

従業員の成長を積極的に支援するため、キャリアに応じた教育研修を充実させています。それぞれの職場において日々の業務を通じて行うOJTのほか、職種別や階層別でも実施し、従業員の能力とモチベーションの向上を図っています。

入社3年目までの従業員の教育研修は特に手厚い体制を整えています。年次に応じて必要となる知識・技能・姿勢を習得させるほか、現場主義の考えに基づき、工場実習を行っています。また、自身の働き方を振り返り、今後のさらなる成長につなげるため、定期的にフォロー研修を実施して、将来を担う若手従業員をサポートしています。

中堅以上の従業員にはより専門性の高い研修を、管理職にはマネジメントに必要な知識やスキル向上を図るための場を提供しています。すべての従業員の自己啓発による能力の開発を援助する制度を設け、成長の機会としています。

階層別キャリア教育内容

対象	新入社員層				中堅社員層	監督者層	管理職層		
	1年目			2年目	3～4年目	5年目～主任、課長代理、係長	課長	部長代理	部長
総合職A	定期採用導入教育	新規入社者研修	1年目フォロー研修	2年目フォロー研修	3年目フォロー研修		新任管理職研修	新任工場長研修	
総合職B	工場定期採用集合研修								
業務職		新規入社者研修							

小集団・改善活動の実施

従業員のさらなる成長と職場の活性化、世界最強の現場づくりを目指した各事業所間の相互啓発と切磋琢磨を促すため、小集団・改善活動を実施しています。

2007年度よりグループ会社を含めた全社発表大会を開催しており、2024年度は当社および国内子会社（非連結含む）から26社、684チーム（6,187名）が活動に参加しました。安全、品質、環境、生産性向上、コストダウン、6S、CS（顧客満足）といった全要素生産性（TFP）の向上に関わるテーマを選定し、創意・工夫を凝らした活動を展開しています。

各職場での改善を全社の課題解決につなげるとともに、「レンゴーグループの現場力」をさらに強固にする取組みとして機能しています。

小集団・改善活動全社発表大会の様子

グローバル人材の育成

海外研修生の選抜は1980年代から行われていましたが、グローバル化が一段と進展する中で、当社グループが持続的に成長するためには語学力や国際感覚を身に付けた人材を計画的に育成する必要があることから、2010年に「グローバル人材育成制度」を整備し、現在に至っています。この制度でこれまで計48名が選抜・派遣され、研修修了後は当社グループの海外事業に関連する業務などに従事し活躍しています。

ほかにも、語学力向上奨励制度を導入し、自己学習で一定の語学レベル（英語・中国語）に達すると、表彰状と10～30万円の奨励金を授与し、人事管理上の記録事項とするなどし、グローバル化に対応できる人材育成に力を入れています。

生産性研修の実施

生産性についてあらゆる要素を分析し、技術革新とともに人の働き方、心のありようも意識しながら全要素生産性を高めることに労使一致協力して取り組んでおり、2022年度からは、「生産性とは人間の心の持ちようである」という基本に立ち返り、「心をみがこう」をスローガンとする人づくりの研修を3事業年度にわたり全社展開しました。

第一弾は製造現場の係長・主任を対象とした全国研修、その後は全国事業所や工場・部門ごと、また階層別・職種別に順次開催して、2025年3月までに全従業員が受講を完了しました。

特に、職場におけるコミュニケーションは、働く人と人を結びつけ、組織力・現場力の源になる重要なものと考えており、さらなる現場力の強化、生産性の向上を図るため、人への投資、人づくりにこれまで以上に力を入れていきます。

生産性研修の実施状況

実施年度	研修回数（回）	参加者数（延べ・人）
2022年度	21	685
2023年度	116	2,844
2024年度	168	3,080

生産性研修の様子

適正な評価制度の運用

公正かつ透明な人事考課のために、評価基準を明示し、評価内容について上司が部下にフィードバックする面談を実施しています。フィードバック面談により、部下は人事考課への納得性が高まり、会社・上司の求める人材像の理解が進みます。一方、上司は部下の目標設定や能力開発の方向付けに役立てています。

また、年に1回実施する自己申告・キャリア面談において、従業員の満足度やニーズを確認するほか、自身のキャリアプランや配属希望を申告する機会を設けています。

SOCIAL | 社会

DEIの推進

基本的な考え方　性別や年齢などにとらわれず多様な人材が互いを尊重かつ受容し合うことで、一人ひとりの個性や強みが引き出され、シナジーが生み出される組織を目指しています。

多様な人材が互いに尊重かつ受容し、個々の能力を最大限に発揮することによってイノベーションが生まれる企業を目指しています。2014年4月に女性活躍推進室を設置して女性が能力をさらに発揮できる企業風土づくりや環境整備に取り組み、2022年4月にはD&I推進室への改称を経て2025年1月にDEI推進部に改組し、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンを推進・強化しています。

多様な人材の活躍推進

女性の活躍推進

2016年3月に「女性の活躍推進に関する行動計画」の策定と「女性の活躍に関する情報」を公表し、同年5月には取組みの実施状況などが優良と評価され、女性活躍推進法に基づく基準適合一般事業主として厚生労働大臣より「えるぼし」企業に認定されました（認定段階2）。

その後、女性の採用促進・積極登用・職域拡大に注力してきたことで、2020年11月にあらためて1ランク上の評価を受けています（認定段階3）。

2016年度から2020年度を計画期間とした行動計画の目標は全て達成し、2021年度から5年間の行動計画には取組みをもう一段加速させる目標を設定しました。全社の女性比率を高めるとともに教育・キャリア形成の強化・充実を図っています。女性の職域拡大に積極的に取り組んでおり、これまで女性比率の低い職場であった営業外勤と製造現場へ女性の採用・配置を進めています。また、職種別に女性の交流会を実施し、課題解決に向けた情報交換やネットワーク構築の機会としています。

さらに、管理職登用にも積極的に取り組み、女性の役員登用につなげていきます。

女性が活躍しています!

行動計画に掲げた目標
計画期間：2021年4月1日から5年間

1. 総合職女性採用比率を3割以上とする
2. 業務職女性採用比率を2割以上とする
3. 女性管理職数を1.5倍以上とする（2020年度40名→60名以上）
4. 男性の育児休業取得率を8割以上とする

高齢者雇用の促進

高齢者の活用をさらに推進するため、2019年4月より定年を60歳から65歳に延長しました。さらに、国の「70歳までの就業機会確保」については、企業の努力義務となることに先駆けて、2020年4月には従来65歳までであった再雇用制度について、再雇用を希望して会社が提示する労働条件に同意すれば最長70歳まで働き続けることができるようにしました。そして、2024年度から発生する「65歳定年者」の継続雇用に関する制度も2022年度中に整備しました。2024年度に65歳定年を迎えた従業員の約7割が継続雇用されています。

全ての従業員が健康とモチベーションを維持しながら、「生涯現役」で意欲と気概を持って働き続けられるよう、さらなる生産性向上と働きやすい職場づくりを進めています。

障がい者雇用の促進

誰もが働きやすい職場環境を整える中で、障がい者の雇用促進や職域拡大に積極的に取り組んでいます。2025年3月時点の障がい者雇用率は2.6%と法定雇用率を満たしています。

また、障がいに関する正しい理解のもと当事者意識を持って行動できる従業員を増やすため、2018年度より「ユニバーサルマナー検定研修」を行っています。研修では、「障がいの定義」「声のかけ方」など、適切なサポートやコミュニケーションのための基礎知識のほか、ケーススタディを通して実際に必要となる具体的なマインドとアクションを学びます。2024年度は管理職や新入社員が順次受講し、同研修の修了者は約800名となりました。今後も障がいの有無にかかわらずいきいきと働き、長く活躍できる職場環境を整備していきます。

（レンゴー単体）

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
従業員数（名）		4,132	4,180	4,251	4,344	4,370
	うち女性（名）	480	513	556	596	610
	女性比率（%）	11.6	12.3	13.1	13.7	14.0
平均年齢（歳）		40.5	40.9	41.3	41.7	41.9
	男性（歳）	40.9	41.4	41.9	42.4	42.6
	女性（歳）	37.7	37.6	37.5	37.4	37.7
平均勤続年数（年）		15.3	15.7	16.1	16.4	16.6
	男性（年）	15.8	16.3	16.8	17.2	17.4
	女性（年）	11.5	11.5	11.5	11.4	11.6
採用者数（総合職）（名）		77	90	84	83	84
	うち女性（名）	20	28	26	25	29
	女性比率（%）	26.0	31.1	31.0	30.1	34.5
採用者数（業務職）（名）		128	122	137	138	115
	うち女性（名）	19	26	40	34	25
	女性比率（%）	14.8	21.3	29.2	24.6	21.7
管理職数（名）		754	764	789	832	863
	うち女性（名）	40	39	46	49	56
	女性比率（%）	5.3	5.1	5.8	5.9	6.5
育児休業取得率（%）	男性（%）	93.2	82.4	97.6	106.3	100.0
	女性（%）	100.0	107.1	88.2	105.3	112.5
中途採用比率（%）		38.0	50.5	54.8	51.6	50.3
障がい者雇用率（%）		2.3	2.3	2.4	2.6	2.6

SOCIAL | 社会

取引先とのパートナーシップの強化

基本的な考え方　資源保護、環境保全、社会との共生に配慮し、取引先の操業停止や人権問題の顕在化リスクを回避するため、責任ある資材調達に努めています。サプライヤーの皆さまとの連携を深め、サプライチェーン全体でサステナビリティ調達を推進していきます。

持続可能な原材料調達

当社グループが地球環境への負荷を低減しながら、高品質で付加価値の高い製品を持続的かつ安定的に提供し、お客様にご満足いただくためには、環境と社会に配慮した資材調達の質の向上が欠かせません。

そのため、サプライヤーとの健全な取引関係の構築を目的として、2017年4月に「レンゴー株式会社社調達基本方針」を制定し、2018年4月には当社グループ会社全てを包括する「レンゴーグループ調達基本方針」を新たに制定しました。

レンゴーグループ調達基本方針

当社グループは、経営理念に基づき、以下の方針により責任ある資材の調達を行います。

1. 法令・社会規範等を遵守します。
2. 経済合理性のみならず、資源保護、環境保全、社会との共生に配慮します。
3. 国内外、取引の有無、新旧を問わず、公平かつ公正にサプライヤーを選定します。
4. 業務上知り得た情報資産（企業秘密情報・個人情報・知的財産など）は、その目的以外に使用せず、適切に管理・保護し、情報流出を防止します。
5. サプライヤーとの信頼関係を築き、相互の発展を目指します。

（2018年4月1日制定）

サプライヤーのご支援・ご協力のもと、調達基本方針に則り、公正かつ透明な取引を徹底します。また、持続可能な社会の実現に向けて、環境面に最大限の注意を払いながら、サプライヤーとの信頼関係強化による長期的なパートナーシップを築き、相互の成長と発展を目指します。

調達活動に伴うリスクを適切に管理することで安定した供給体制の確保に努め、人権の尊重、労働環境の改善、地域社会への貢献など、社会的責任を果たす調達活動も推進します。

サプライヤーとの連携強化

サプライヤーの皆さまへのお願い

お客様に安心で安全な製品を提供し、社会から信頼される企業活動を行うために、「サプライヤーの皆さまへのお願い」の中で、サプライヤーに対して遵守していただきたい9項目を定めています。

▶「サプライヤーの皆さまへのお願い」は当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/sustainability/social/supply/management/index.html

サプライヤー CSRアンケート

「レンゴーグループ調達基本方針」に則した責任ある調達を行うためには、資源保護、環境保全、社会との共生に配慮しない企業の存在によってサプライチェーン内に生じるリスクを回避する必要があります。

当社ではサプライヤーのCSRに関する取組みを把握し、課題を明確にすることにより、サプライチェーン全体でサステナビリティ調達を推進することを目的として、1年に1回、CSRアンケートを実施しています。

2024年度は「原紙」「古紙」「パルプ」「薬品」「燃料」その他のサプライヤー67社に対しアンケートを配布しており、子会社を含めた67社からの回答が集まりました。

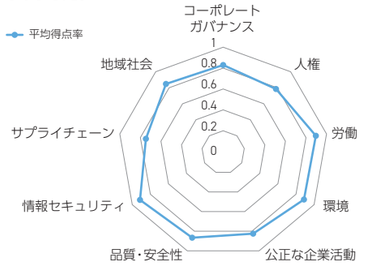
CSRアンケート回収状況　（レンゴー単体）

	2022年度	2023年度	2024年度
サプライヤー数	55社	60社	67社
アンケート回収率	100%	100%	100%
カバー率※	75%	80%	90%

※ 購入金額ベース

2024年度CSRアンケートの結果概要

CSRアンケートには、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンが作成した「CSR調達セルフ・アセスメント質問票」を採用しています。回答いただいた67社の各項目の平均得点率は、「情報セキュリティ」「環境」「労働」の項目の得点率が高く、「サプライチェーン」「人権」の項目の得点率が低い結果となりました。



サプライヤーが回答結果を踏まえた改善活動を通して社会・環境に与える影響やリスクを再確認できるよう、結果のフィードバック、実施状況の確認等を行っています。今後は、カバー率の維持拡大、得点率の向上に取り組んでいきます。

木質原材料の調達

クリーンウッド法への対応

「合法伐採木材等の流通及び利用の促進に関する法律」（通称：クリーンウッド法）が2017年5月に施行され、当社グループは2018年3月に登録木材関連事業者となりました。違法に伐採された木材や木材製品を調達するリスクを最小化するために、合法証明デューディリジェンス（DD）システムマニュアルを作成し、運用しています。当社グループは今後もクリーンウッド法に準拠した取組みを推進していきます。なお、当マニュアルはWebサイトで開示しています。

▶合法証明デューディリジェンス（DD）システムマニュアルは当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/sustainability/social/supply/pulp/pdf/ddsm.pdf

木質原材料の調達方針

当社グループでは、木質原材料（木質チップ・パルプ、木質燃料）を使用し、パルプ・紙・板紙、ならびにセルロース関連製品を生産しています。

これらの製品の原材料となる木質原材料の調達にあたっては、地球環境と生物多様性に配慮するとともに、持続可能な木材資源の有効活用の観点から、違法伐採された木材を使用していないサプライヤーから調達するよう「木質原材料の調達方針」を定めています。

▶木質原材料の調達方針は当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/sustainability/social/supply/pulp/index.html

違法伐採対策

木材パルプは、約9割を国内、約1割を海外から調達しています。当社が調達する木材パルプは全量、第三者機関による森林認証を受けたパルプです。

違法伐採対策の取組みは、調達方針に沿った原料調達が実践できていることを確認するため、日本製紙連合会が実施する「違法伐採対策モニタリング事業」による監査を毎年受けています。2023年度に調達した木質原材料は、2024年9月にモニタリング事業の監査を受けており、全て合法的に伐採された木材を使って製造されたものであることを確認しています。2024年度に調達した木質原材料についても、2025年度中にモニタリング事業の監査を受ける予定です。

購入パルプの原産国構成比（2024年度）

原産国	構成比（%）
日本	89.8
ブラジル	6.2
チリ	3.1
南アフリカ	0.9

FSC® 森林認証製品の供給

当社は、持続可能な調達を推進し、適切に管理された木質原材料を購入するため、FSC森林認証制度を活用するとともに、FSC森林認証製品の普及にも努めています。

FSC森林認証は、適切に管理された森林や、その森林から切り出された木材の適切な加工・流通を証明する国際的な認証制度です。段ボールの場合、段ボール製品に加工する段ボール工場はもちろんのこと、その原材料となる段ボール原紙を製造する製紙工場での取得が必須です。

FSC森林認証（CoC認証）取得実績※

2013年12月　白板紙
2014年　7月　チップボール
2015年　2月　全ての段原紙
2015年　8月　全ての段ボール製品・紙器
2016年　7月　紙管原紙
2020年　9月　武生工場のセルロース関連製品

武生工場での取得をもって、木材パルプを原料とする当社の製品の全てがFSC森林認証製品として供給可能となりました。これからも、原料の調達および製品の製造・供給を通じて責任ある森林管理に貢献します。

※ FSC®C119241、FSC®C126809

紛争鉱物への対応

当社グループは、人権侵害を行う反社会的武装勢力などへの利益供与が起きないよう配慮した取組みを推進しています。2017年4月に紛争鉱物対応方針を制定するとともに、サプライヤーに対し、紛争鉱物の使用回避に関する施策や監査などが行われていることを確認しています。

▶紛争鉱物対応方針は当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/sustainability/social/supply/conflict/index.html

GOVERNANCE | 企業統治

役員紹介

（2025年6月27日現在）（注）所有株式数は2025年3月31日現在

取締役

代表取締役会長兼CEO
大坪 清

1962年 4月 住友商事(株)入社
1992年 6月 同取締役
1996年 6月 同常務取締役
2000年 4月 同代表取締役副社長
2000年 6月 当社代表取締役社長
2014年 4月 同代表取締役会長兼社長
2020年 4月 同代表取締役会長兼CEO
（現任）

所有株式数：176,100株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

代表取締役社長兼COO
川本 洋祐

1978年 4月 当社入社
2007年 4月 同執行役員
2011年 6月 同取締役兼執行役員
2014年 4月 同取締役兼常務執行役員
2019年 4月 同取締役兼専務執行役員
2020年 4月 同代表取締役社長兼COO
（現任）

所有株式数：124,700株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

取締役兼副社長執行役員
三部 廣美

1975年 4月 当社入社
2007年 4月 同執行役員
2009年 6月 同取締役兼執行役員
2011年 4月 同取締役兼常務執行役員
2015年 4月 同取締役兼専務執行役員
2021年 6月 同専務執行役員（上席）
2025年 4月 同副社長執行役員（上席）
2025年 6月 同取締役兼副社長執行役員
（現任）

所有株式数：91,200株

取締役兼副社長執行役員
長谷川 一郎

1976年 4月 住友商事(株)入社
2002年 3月 当社顧問
2002年 6月 同取締役
2003年 6月 同常務取締役
2007年 4月 同取締役兼専務執行役員
2013年 4月 同代表取締役兼副社長執行役員
2021年 4月 同取締役兼副社長執行役員
（現任）

所有株式数：623,800株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

取締役兼副社長執行役員
堀 博史

1981年 4月 当社入社
2013年 4月 同執行役員
2014年 6月 同取締役兼執行役員
2017年 4月 同取締役兼常務執行役員
2020年 6月 同常務執行役員（上席）
2022年 4月 同専務執行役員（上席）
2025年 4月 同副社長執行役員（上席）
2025年 6月 同取締役兼副社長執行役員
（現任）

所有株式数：75,600株

取締役兼副社長執行役員
井上 貞登士

1985年 4月 当社入社
2007年 4月 同執行役員
2012年 6月 同取締役兼執行役員
2014年 4月 同取締役兼常務執行役員
2019年 4月 同取締役兼専務執行役員
2021年 6月 同専務執行役員（上席）
2022年 4月 同副社長執行役員
2022年 6月 同取締役兼副社長執行役員
（現任）

所有株式数：169,533株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

社外取締役
佐藤 義雄

1973年 4月 住友生命保険(相)入社
2000年 7月 同取締役
2002年 4月 同常務取締役嘱常務執行役員
2007年 7月 同代表取締役社長嘱
代表執行役員
2011年 7月 同代表取締役社長
社長執行役員
2014年 4月 同代表取締役会長
2015年 7月 同取締役会長 代表執行役
2018年 6月 当社取締役（現任）
2021年 4月 住友生命保険(相)取締役
2021年 7月 同特別顧問（現任）

所有株式数：0株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

社外取締役
奥 正之

1968年 4月 （株）住友銀行入行
1994年 6月 同取締役
1998年11月 同常務取締役
2001年 1月 同代表取締役専務取締役
2001年 4月 （株）三井住友銀行代表取締役
専務取締役
2002年12月 （株）三井住友フィナンシャル
グループ代表取締役専務取締役
2003年 6月 （株）三井住友銀行
代表取締役副頭取
2005年 6月 （株）三井住友フィナンシャル
グループ代表取締役会長
（株）三井住友銀行代表取締役頭取
2011年 4月 （株）三井住友フィナンシャル
グループ取締役会長
2017年 4月 同取締役
2017年 6月 同名誉顧問（現任）
2019年 6月 当社取締役（現任）

所有株式数：0株
出席状況（2024年度） 取締役会：8回/9回

社外取締役
玉岡 かおる

1989年 6月 神戸文学賞受賞作にて文壇で
作家活動（現在に至る）（受賞作
「夢食い魚のブルー・グッドバイ」）
2008年 4月 大阪芸術大学教授（現任）
2009年10月 織田作之助賞（受賞作「お家さん」）
2012年10月 兵庫県教育委員
2014年 4月 関西大学客員教授（現任）
2018年 4月 （地独）大阪市博物館機構理事
（現任）
2021年 6月 当社取締役（現任）

所有株式数：0株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

社外取締役
住田 功一

1983年 4月 日本放送協会入局
1992年 7月 同東京放送センターアナウンス室
2003年 3月 同大阪放送局編成部
2011年 6月 同エグゼクティブアナウンサー
2020年 1月 同定年退職
2020年 4月 大阪芸術大学教授（現任）
2022年 4月 関西大学客員教授
2023年 6月 当社取締役（現任）

所有株式数：0株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回

監査役

常勤監査役
岡野 幸男

1982年 4月 当社入社
2014年 4月 同執行役員
2015年 6月 同取締役兼執行役員
2019年 4月 同取締役兼常務執行役員
2020年 6月 同常務執行役員（上席）
2022年 4月 同専務執行役員（上席）
2025年 4月 同顧問
2025年 6月 同常勤監査役（現任）

所有株式数：69,100株

常勤監査役
正住 つとむ

1985年 4月 当社入社
2010年 4月 同情報システム部長
2015年 4月 同理事
2016年 4月 同情報システム本部長
2020年 4月 同総務部管掌役員付
2020年 6月 同常勤監査役（現任）

所有株式数：30,000株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回
監査役会：10回/10回

社外監査役
常陰 均

1977年 4月 住友信託銀行(株)入社
2004年 6月 同執行役員
2005年 6月 同取締役兼常務執行役員
2008年 1月 同代表取締役社長
2011年 4月 同代表取締役会長兼社長
三井住友トラスト・ホール
ディングス(株)代表取締役会長
2012年 4月 三井住友信託銀行(株)
代表取締役社長
2017年 4月 同取締役
2017年 6月 同取締役会長
三井住友トラスト・ホール
ディングス(株)取締役
2020年 6月 当社監査役（現任）
2021年 4月 三井住友信託銀行(株)
特別顧問（現任）

所有株式数：0株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回
監査役会：9回/10回

社外監査役
藤野 正純

1981年 3月 公認会計士登録（現在に至る）
1981年 5月 税理士登録（現在に至る）
公認会計士藤野正純事務所開設
（現在に至る）
税理士藤野正純事務所開設
（現在に至る）
2008年 4月 大阪地方裁判所民事調停委員
2010年 4月 大阪市立大学理事
2010年 6月 当社買収防衛策独立委員会委員
2013年 4月 大阪府立大学理事
2022年 6月 当社監査役（現任）

所有株式数：11,800株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回
監査役会：10回/10回

社外監査役
浜本 光浩

2000年10月 弁護士登録（現在に至る）
山田忠史法律事務所入所
2004年10月 きっかわ法律事務所入所
2019年 2月 浜本綜合法律事務所開設
代表弁護士（現在に至る）
2023年 6月 当社監査役（現任）

所有株式数：3,800株
出席状況（2024年度） 取締役会：9回/9回
監査役会：10回/10回

社外取締役座談会
中期ビジョン「Vision120」に対する評価と実行に向けた課題

当社では、2025年5月に公表した中期ビジョン「Vision120」を主題に、4名の社外取締役による座談会を開きました。社外の視点から戦略の妥当性やリスク管理の実効性、当社のこれまでの一貫した企業姿勢との関わりについて議論が交わされました。

「ヘキサゴン経営」と事業ポートフォリオの進化

奥●「ヘキサゴン経営」は当社のコアバリューであり、6つの事業領域の枠組みはレンゴーグループの根幹を成す事業ポートフォリオです。今回、中期ビジョン「Vision120」において、セグメント別に売上高、営業利益の数値目標が示され、6つの事業領域の目指す成長が見えるようになりました。成長を持続していくうえで問われるのは、どこに優先的に人や資本を投下していくかという経営資源の配分です。中長期的な経営方針では、そうした経営の意思決定の背景にある戦略的意図を社内外に明示していくことが重要です。

佐藤●レンゴーグループは、パッケージの分野で世界のベストワンを目指すということをビジネスの軸としています。世界には、インターナショナル・ペーパー社のような巨大企業が存在します。しかし、当社は規模を追うのではなく、多様なパッケージング・ニーズを中心としたソリューションを磨き、そこに経営資源を集中させることでクオリティの高い成長を目指すことが重要だと考えています。「Vision120」の実現に向けては、既存の事業領域の深化だけでなく、新規分野の開拓や海外展開の強化が不可欠です。特に、インドや北米は今後の成長市場であり、積極的に事業を展開すべき地域だと考えます。一方で国際情勢は不透明さを増しており、こうした不確実性への対処や、新規分野の開発においては、柔軟な対応力を持った多様な人材の育成や社内の体制づくりが急務だと思います。

玉岡●企業を動かすのは人間の力であり、人が力を発揮するにはしっかりした経営基盤が必要です。当社には「ヘキサゴン経営」という経営基盤の特色と強みがあるからこそ、それぞれの分野で人材が最大限の能力を発揮できていると感じます。今年は海外を含め、各地の事業所を視察させていただく予定ですが、世界の状況が不安定な今だからこそ、現場を実際に見ることで「ヘキサゴン経営」の本質をより深く理解できると思っています。

住田●私が特に注目しているのは軟包装の領域です。これまではB to B(企業間取引)が中心だったと思いますが、その先には当然「C」、つまり消費者(Customers)がいます。例えば、環境に優しい素材を開発する視点は、単に環境負荷の低い資材を調達することのノウハウからではなく、生活者との接点からこそ得るべきものです。そのような着想ができる人材を増やすうえでも、レンゴーグループがこれまで人を大切に育ててきた歴史を土台に「ヘキサゴン経営」の基盤を安定させることは、今後ますます重要になると思います。

「Vision120」が描く成長戦略の実行と進化への視点

奥●「Vision120」は、前回の「Vision115」と比べて、より進化した内容になっていると感じています。社外取締役が求めてきた数値目標を明示した中期ビジョンを公表したことは、大きな前進です。また、「Vision120」は部門長クラスを巻き込んで1年かけてつくられ、社内の目線合わせと将来像の共有に貢献しています。一方で、「Vision120」は経営計画として見るとこれから肉付けをしていく部分も多いのかな、というのが率直な印象です。経営計画として提示するならば「どこで何をして稼ぐか」「どの事業にリソースを集中するか」といった点を取り入れていかれると良いと考えます。情報開示のあり方については今後、取締役会でさらに議論すべきテーマだと思っています。また、環境やDEIをはじめとするマテリアリティが経営に統合的に組み込まれたことも、当社グループがより強い競争力を獲得するうえで重要な進展になります。財務目標だけで企業価値は語れません。だからこそ、マテリアリティに取組むうえで重要となる指標、例えば、女性採用比率や女性管理職数といった人的資本経営における数値目標や環境関係のKPI等についても、施策の効果をしっかり検証していかなければなりません。計画に掲げられた取組みが着実に進んでいるか、社外取締役の立場から注視しています。

佐藤●当社は革新的な製品を爆発的に広げるタイプの企業ではないかもしれませんが、特に軟包装の分野はここ数年、大きく進化しているように思います。例えば、従来品に比べてのロングライフ化や製品トレーサビリティの高度化を可能にする技術は、パッケージ自体の付加価値を大いに高めています。このような先進的技術から今後、顧客ニーズをいかに先取りしていくかが勝負所になると思います。

今回のビジョンでは、海外とともに軟包装も伸ばしていくことになっています。一貫体制という当社の強みを支えとしながら、パッケージ業界の盟主として新規分野や海外市場のさらなる開拓が不可欠だとしています。

玉岡●レンゴーにはパッケージ業界の盟主としての役割と責任があります。当社が率先して取り組むことで業界全体に良い影響が波及する、当社がやることでパッケージ産業全体の成長や発展を牽引しよう、という意識を会社として持ち続けています。環境問題にしても、当社は資源循環を軸に一貫した姿勢で取り組んでいます。こういったぶれない軸は、企業姿勢としてこれからの時代に欠かせないものです。

住田●皆さんの議論を受けて感じるのは、今、当社が立っているのは、目先のことに流されてはいけない一方で、目先を無視することもできないという難しい局面であるということです。こうした局面では、将来当社があるべき姿をしっかり見据えながらも、現実の変化に対する機敏な対応が不可欠です。パッケージングを事業として115年続けてきた当社の芯の強さにこそ最大の価値を感じますが、時代に応じて変化し続けることでこそ、さらなる価値が生み出されます。最近では、SAF用バイオエタノールの事業化や原料調達における他社との協業といった新規事業、あるいはRFIDによる非接触型の原紙管理システムといったプロセス革新の取組みで芽が出てきています。ほかにも、セルロースビーズ製品「ビスコパール®」は、機能性薬剤の担体、化粧品原料など幅広い用途への展開が進んでいます。新領域への果敢な挑戦が、将来的には収益源の多様化につながっていくと思います。

海外リスクへの対応力と組織の危機感度をどう高めるか

奥●海外事業展開のリスクは、顕在化することを事前に予測して完璧に備えることは非常に難しい。重要なのは、不測の事態に直面した際にどのように対処するかという視点です。そして、最終的な支えとなるのは堅牢な財務基盤です。企業の対応力は、財務的余力の大きさによって大きく左右されます。この余力を高めるには、収益性の向上をはじめとする事業活動の成果を地道に積み上げる努力が不可欠です。

　また、リスクに対する感度を高い水準で維持することも重要です。海外では多様で予測不能な事象が常に起こり得るため、潜在的なリスクに対する高い感度を保つ必要があります。要は、より敏感かつ柔軟に対応できるリスク管理体制の強化を図ることが重要です。

佐藤●国内外問わず何が起きるか予測できないというのは、まさにそのとおりです。私自身、かつて経営トップを務めた会社で財務基盤の脆さから苦しい思いをした経験があります。そうした経験からも、やはり経営の基盤としての堅牢な財務基盤が、リスクへの対応力や投資余力を決定付けるのだという実感があります。

　また、人材基盤の強化も必要で、実際の現場で成功と失敗を積み重ねて育った真の人材を増やさなければなりません。堅牢な財務基盤と、人材基盤、そしてリスクに対する感度を兼ね備えることで、リスクへの対応と持続可能な成長が両立できると、私は考えています。

住田●今お二人が述べたように、海外での事業展開は予測できないリスクの連続であり、それにどう備えるかが企業の命運を左右するという意見に同感です。特に「もしこうなったらどうするか」という最悪のシナリオを常に考えておく感度、アンテナの高さは重要だと思います。

　当社グループには、まさにそうした思考を日常的に持ち、静かに構えながら動いている方々がいます。そこに組織としての強さがにじみ出ているように感じます。

奥●リスクに対処するうえで大切なのは、尽きるところコミュニケーション力です。「太く短いパイプ」、つまり情報が早く、かつ密に届く関係性が経営においてリスクに対する感度を高める鍵になります。組織の中では縦の関係だけでなく、横や斜めといった多方向に開かれた関係性があってこそ、有機的なコミュニケーションが成立します。そうした土壌があって初めて、リスクに立ち向かう判断を恐れずにできるし、それが結果的に組織を正解に導くことになります。

「Vision120」への取組みと実効性向上

奥●「Vision120」における2030年の目標達成に向けて、私たち社外取締役が果たすべき役割は、しっかりと進捗をモニタリングすることです。ROE 8.5%やD/Eレシオ 0.7倍、フリー・キャッシュフロー 800億円といった定量的なKPIをはじめとする数値目標を客観的な立場で継続的に確認していくこと、そして、必要なタイミングで経営に対して適切な問いかけを行うことが、社外取締役に求められる実効性の具体的な内容だと思います。

佐藤●資本コストや株価を意識した経営は言うまでもなく重要ですが、数字を合わせるためのテクニカルな対応はすべきではないというのが当社の考え方の根底にある。事業そのものをしっかりと成長させていくことを基本とし、そのために必要な資金を投下していくべきだという考えが打ち出されています。

玉岡●公平な視点から見ても、キャッシュ・アロケーションの投資配分はバランスが取れており、手堅いと感じます。基盤投資に55%を割り当てていることからも、当社が本業の持続的成長を重視していることがうかがえます。また、当社グループは拡大路線一辺倒ではなく、経済環境の変化を考慮して新工場の建設を見送るなど、成長戦略において慎重かつ柔軟に取捨選択を行っています。成長に向けたアクセルとブレーキを、時機に応じて適切に使い分けているのです。

住田●私が注視しているのは、数字の達成に向けて「見えない隙間」が生まれないかという点です。重大なリスクは、そのような隙間に忍び込むことがあります。現場の最前線にいる社員が「これはおかしい」「このままで大丈夫か」と思ったときに、それがちゃんと経営層に届き、反映されていく仕組みが整ってこそ、「Vision120」が実効性ある経営の羅針盤になると思います。

佐藤●取締役会の実効性の観点では、個別議題の深掘りも大事ですが、より横断的・戦略的なテーマを定期的に振り返ることが、取締役会として取り組むべき役割だと思っています。また、大きな投資や戦略転換があった場合のことも想定し、定期的にレビューする体制づくりが必要です。継続的なモニタリングと情報開示は、企業としての透明性と実行力を担保するものとなります。今後の取締役会において、「Vision120」の数値目標設定の背景やプロセスを評価することは、社外取締役の一つの責務です。当然ながら、投資家の方々からはさまざまな意見が出ると思いますが、企業としてそれを真摯に受けとめつつ、説明責任を果たすことが欠かせません。

玉岡●「Vision120」で5年間のメインテーマが明確に絞り込まれたことは、文筆の仕事をしている私の感覚から言えば非常に意味のあることです。テーマが定まっていない文章や物語には読者も付いて来ませんし、プロットも一貫性を欠いてしまいます。経営においても、こうして明確な方向性が設定されたことにより、企業としてのストーリーが描ける土台が整ったと感じています。今後、このビジョンが5年間を通して実行されていくか、定期的に確認するとともに達成度を評価していきます。単なる振り返りに終わることなく、次の改善につながるものであれば、モニタリング自体が経営の進化のプロセスとなります。

住田●社外取締役の立場として改めて感じるのは、目標として掲げられている数字が、実態を伴っているかどうかを見極める視点の重要性です。

　当社はコミュニケーションが取りやすい風土を持ち、現場には誠実な方々が多いと感じています。だからこそ、社外取締役として、表面的な数字ではなく、それを支える実態に注目し、現場との対話を通じてモニタリングしていきたいと考えています。数字の裏にある本質を見つめる姿勢を通じて、中期ビジョンの実行に貢献していきます。

GOVERNANCE | 企業統治

グループガバナンスの強化

基本的な考え方　当社は、パッケージングを通じた社会的課題の解決を念頭に、社会の確固たる信用と信頼に足る企業であり続けるために、迅速かつ正確な情報開示に努め、健全で透明性の高い経営を目指します。「真理は現場にある」という基本理念のもと、権限の委譲、意思決定の迅速化を図りながら、現在の取締役・監査役制度をより一層強化することで、コーポレート・ガバナンスのさらなる充実を図ります。

レンゴーグループの一体感の醸成

当社は、レンゴーグループの一体感の醸成のために経営理念や経営哲学の浸透に努めています。

創業者 井上貞治郎の思いを受け継ぐ

当社の社員は、創業者である井上貞治郎の創業に至るまでの歴史と、井上の経営哲学である「きんとま」哲学（P.6参照）を新入社員研修で学び、創業以来受け継がれてきた価値観や行動基準について理解を深めます。さらに、グループ経営会議や創立記念式典といった機会には、経営トップの訓示を通じて「きんとま」哲学のグループ内各社への浸透も図っています。

当社は、明治42年（1909年）に井上が日本で初めて段ボールを世に送り出して以来、時勢の変遷に対応して最も優れたパッケージング（包装）を提供することで、お客様の商品の価値を高め、社会に貢献し続けています。

井上が艱難辛苦の末に段ボールの事業化を決意した思いと、これまでの当社の歩みを胸に、当社グループは高品質で高付加価値なものづくりを大切にしています。

経営理念の進化

当社の経営理念は、2006年にCSR経営をさらに推進する観点から制定されました。その後、社会情勢の変化を踏まえ、2013年に当社グループで働く一人一人がこれからの事業活動において拠って立つ指針とできるように改定されたものが現在の経営理念です（P.5参照）。改定の際には、当社の経営理念が創業以来の精神を継承するものであることが明言されています。経営理念は当社グループで働く全員が共有すべきものであると同時に、社外ステークホルダーへの宣言でもあるという意識のもと、全ての事業所にパネル掲示をしているほか、経営層からの訓示、諸規定への反映、社員教育によって浸透が図られています。

経営理念は単に掲げるだけのものではなく、日々の業務遂行においてその精神が実践される必要があります。当社では、例えば「職務権限規程」において経営理念をはじめとする各種方針に反しない限りにおいて職務の遂行に最適と判断した方法で権限を行使することが規定されています。「内部統制システム（会社法）に係る監査の実施基準」では、「共有すべき経営理念、行動基準、対処すべき課題が周知徹底され、それに沿った法令等遵守、損失危険管理及び情報保存管理等に関する基準が定められ、その遵守に向けた適切な啓発活動とモニタリングが実施されているか」が統制上の重要な要点として定められています。

当社グループは経営層と社員との対話や理念研修の継続的な実施を通じて、当社が大切にする価値観の共有を図ります。そして、経営理念で掲げる「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」＝GPIレンゴーの実現に向けて、全社一丸となって邁進していきます。

特製ピンバッジを大阪・関西万博で配布しました

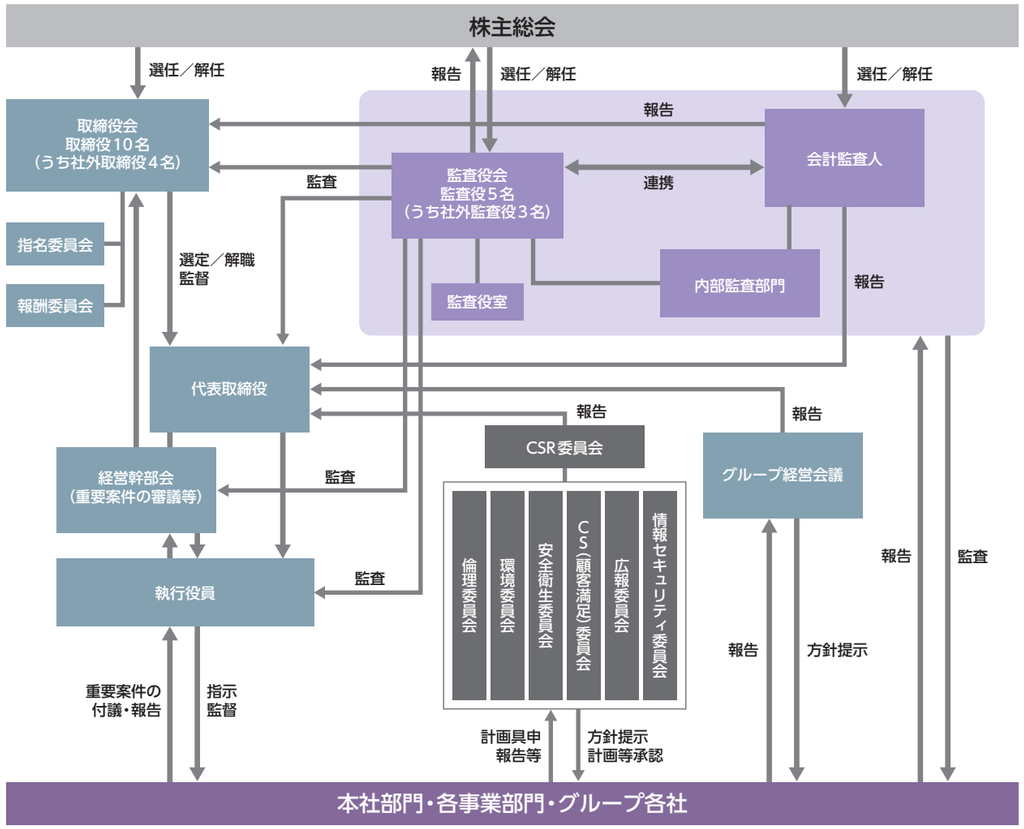
当社は2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）において、特定非営利活動法人ゼリ・ジャパンが出展するBLUE OCEAN DOMEに参加しました。その企業展示「レンゴーウィーク」の期間中に当社ブランディングの一環として、来場者に「きんとま」哲学をはじめとする当社の理念や取組みをモチーフにした特製ピンバッジを配布しました。ピンバッジは好評を頂き、大阪・関西万博を通じて大勢の方々に当社の基本的なスタンスに接していただくことができました。これを弾みに、引き続き当社は自社の認知度向上に努めてまいります。

コーポレート・ガバナンス体制

監査役会設置会社として、経営の透明性の向上と経営監督機能の強化を図っており、監査役会と内部監査部門等が連携し、監査日程や監査体制の確保に努め、外部会計監査人の適正な監査を確保しています。また、監査役監査により、取締役の職務執行ならびに当社および子会社の業務や財政状況を監査しています。

取締役会以外に、原則として、毎月１回以上、経営幹部会、社内役員会（常勤の役員が出席）、部門連絡会等を開催し、迅速な意思決定と重要な情報の共有化により、効率的な職務の執行を行っています。

コーポレート・ガバナンス体制図（2025年6月27日現在）



各会議体および委員会の概要

取締役会	取締役会は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を図るため、株主に対する受託者責任・説明責任を踏まえ、独立社外取締役の役割を重視しつつ、客観的な立場からの業務執行監督機能の実効性確保に努めています。
経営幹部会	経営幹部会は、代表取締役会長、代表取締役社長および常務執行役員（上席）以上の執行役員が出席し、原則として、毎月１回以上開催し、取締役会への付議事項、職務執行に関する重要事項、重要稟議事項等についての協議、決議を行っています。
指名委員会	指名委員会は、取締役会からの諮問に応じ、取締役等の選解任等に関する事項について、定期的に委員会を開催し審議しています。同委員会の構成は、社外取締役４名、代表取締役会長、代表取締役社長の計６名で、委員長は社外取締役が務めています。
報酬委員会	報酬委員会は、取締役会からの諮問に応じ、取締役等の報酬に関する事項について、定期的に委員会を開催し審議しています。同委員会の構成は、社外取締役４名、代表取締役会長、代表取締役社長の計６名で、委員長は社外取締役が務めています。
グループ経営会議	代表取締役会長および代表取締役社長を含む当社役員と当社グループ会社の代表者を構成員とするグループ経営会議を定期的に開催し、当社グループにおける経営上の重要事項およびリスク管理の徹底を図っています。

GOVERNANCE | 企業統治

グループガバナンスの強化

ガバナンスの変遷

1. 執行役員制度の導入

当社は、2007年4月に経営の意思決定・監督機能および業務執行機能の強化を目的として執行役員制度を導入しました。

2. 取締役の員数等

2007年6月開催の定時株主総会における定款変更により、取締役の員数を24名以内から18名以内に変更し、同総会における取締役の選任は15名に減員しました。なお、2025年6月開催の定時株主総会終結時点の取締役総数は10名となっています。

3. 社外取締役の選任

当社は従来から社外取締役を選任していましたが、コーポレートガバナンス・コードの制定を踏まえ、以下のとおり取組みを推進しています。

1. 2017年6月開催の定時株主総会において、独立社外取締役2名を選任
2. 2020年6月開催の定時株主総会において、独立社外取締役3名を選任
3. 2021年6月開催の定時株主総会において、独立社外取締役4名を選任

(注) 上記「3」の定時株主総会では計10名の取締役を選任しました。社外取締役比率を1/3以上とするとともに、女性社外取締役1名の選任により多様性を推進しました。

4. 取締役会の実効性評価、開示

2017年6月30日提出のコーポレート・ガバナンスに関する報告書において、アンケート方式による実効性評価の実施とその概要を開示し、以降、毎年度、継続実施しています。

5. 買収防衛策の廃止

買収防衛策は、2019年6月開催の定時株主総会終結の時をもって、期間満了に伴い廃止しました。

6. 独立した諮問委員会の活用

2019年12月17日付で取締役会の任意の諮問機関として、指名委員会、報酬委員会を設置しました。各委員会では、取締役会からの諮問に応じ審議を行っています。

(注) 各委員会の委員長は、社外取締役を選任しています。

7. スキル・マトリックスの開示

2022年6月開催の定時株主総会における招集通知より、取締役候補者のスキル・マトリックスを開示しました。

取締役および監査役の選任プロセス

取締役・監査役候補者の指名を行うにあたっては、実効的なコーポレート・ガバナンスの実現・持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資する、豊富な経験・高い見識・高度な専門性を有する人物を候補者とし、取締役会の諮問機関である指名委員会の審議を経て、取締役会において十分に審議のうえ指名しています。なお、監査役候補者は、監査役会の同意を得て指名しています。

取締役会の審議内容

当社の取締役会は、定例取締役会のほか、必要に応じ臨時取締役会を開催し、法令で定められた事項や経営に関する重要事項を決定するとともに、業務執行の状況を逐次監督しています。

2024年度は定例取締役会を9回開催し、決議承認事項43件、報告事項38件の審議を行いました。

取締役会において、社外取締役、社外監査役からは、取締役会のさらなる機能向上のための提言がなされており、それらに対する取組みを着実に進めています。

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性については、毎年度、社外役員を含む取締役・監査役にアンケート(自己評価)を実施し、その分析結果を取締役会において報告・議論することで、取締役会の機能向上に努めています。

2024年度のアンケートの結果、取締役会の実効性は、引き続き全体として確保されていることを確認しました。

他方、取締役・監査役から取締役会の構成、役割、運営について、さらなる改善に向けて建設的な意見・提案が示され、課題認識を共有しました。

これらの意見・提案は、実施に向けての検討、取組みを進めています。

今後も、取締役会の実効性についての分析・評価を定期的に実施することにより、継続的に取締役会の機能向上に努めていきます。

スキル・マトリックス

当社が、各取締役の有する知見・経験・能力に基づき、特に期待する分野は次のとおりです。

氏　名	当社における地位	社外	企業経営	営業・マーケティング	財務・会計	ガバナンス	サステナビリティ	グローバル	指名委員会	報酬委員会
大坪　清	代表取締役会長兼CEO		●			●		●	○	○
川本　洋祐	代表取締役社長兼COO		●		●	●			○	○
三部　廣美	取締役兼副社長執行役員					●	●			
長谷川 一郎	取締役兼副社長執行役員			●			●			
堀　博史	取締役兼副社長執行役員			●				●		
井上 貞登士	取締役兼副社長執行役員			●			●			
佐藤　義雄	取締役	○	●			●			○	○
奥　正之	取締役	○	●			●			○ (委員長)	○ (委員長)
玉岡 かおる	取締役	○				●	●		○	○
住田　功一	取締役	○				●	●		○	○

(注) 各取締役に期待する知見・経験・能力について、当社における地位が代表取締役会長、代表取締役社長は3つまで、それ以外の方は2つまで記載しています。上記一覧表は、各取締役の有する全ての知見・経験・能力を表すものではありません。

取締役会の専門性・独立性・多様性の確保

2025年6月27日現在、当社は取締役会を10名で構成しています。取締役の指名については、その経験、見識、専門性などを総合的に評価・判断するとともに、監督の実効性および実質的な議論を確保するため、取締役会全体としてのバランスおよび多様性も考慮して指名しています。

また、独立社外取締役を4名選任しており、取締役会における独立した立場での意見を踏まえた議論を可能にしています。社外取締役は、会社法上の社外性要件に加え、一般の株主と利益相反の生じるおそれがない東京証券取引所の定める独立役員の資格を満たすことを要件とし、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に貢献できる人物を選定しています。

取締役10名のうち1名は女性の社外取締役を選任しており、取締役会の社外取締役比率3分の1以上、ならびにメンバーの多様性について確保しています。

社外監査役は3名選任しており、それぞれ独立した立場で役割・責務を果たし、高い専門知識、豊富な経験などを活かして、取締役会において適切に意見を述べています。

GOVERNANCE | 企業統治

グループガバナンスの強化

役員報酬

当社は、経営陣の報酬は、持続的な成長に向けた健全なインセンティブを与えるため、中長期的な業績に連動する報酬制度を採用しています。また、自社株報酬を実施し、現金報酬と自社株報酬との割合を適切に設定するとともに、役員持株会への加入など自社株式の保有を通じて企業価値の向上を意識した経営を行っています。

取締役の報酬は、株主総会で承認された報酬総額（株式報酬制度における報酬等の額を含む）の範囲内で、取締役の報酬に関する社会的動向、当社の業績、従業員給与との衡平、その他報酬水準の決定に際して斟酌すべき事項を勘案して決定しています。なお、取締役の報酬は基本報酬、業績連動報酬等（賞与）および非金銭報酬等（株式報酬）により構成し、社外取締役の報酬は独立性担保などの観点から基本報酬のみとしています。

基本報酬は、金銭による月例の固定報酬とし、その額は、兼務する執行役員の役位に応じて決定しています。

業績連動報酬は、金銭による賞与とし、その額は、事業年度の業績（主として営業利益、経常利益）などを考慮して、兼務する執行役員の役位に応じて決定しています。支給する場合、当該事業年度の終了後の一定の時期に支給しています。

また、非金銭報酬は、株式交付信託による株式報酬とし、交付する株式数は、株主総会で承認された当社が拠出する金銭の上限額および対象取締役に付与されるポイント数の上限数の範囲内で、兼務する執行役員の役位に応じて付与されるポイント数に相当する当社株式数としています。交付の時期は、対象取締役の退任（引き続き執行役員を継続する場合は執行役員の退任）後の一定の時期としています。

なお、取締役の個人別の報酬等の内容は、取締役会の諮問機関である報酬委員会での審議を経て、取締役会の決議に基づき決定しています。

報酬開示状況	総額※
報酬の額またはその算定方法の決定方針の有無	有

※ 報酬の総額が１億円以上である取締役は個別開示

指名委員会・報酬委員会の活動状況

当社は、取締役会の任意の諮問機関として指名委員会および報酬委員会を設置しています。各委員会は、取締役会の決議により選任された３名以上の取締役で構成し、その過半数は社外取締役とするとともに、それぞれの委員長は社外取締役が務めています。

社外取締役の適切な関与・助言を得て、取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化するため、取締役会からの諮問に応じ、指名委員会は取締役等の選解任等に関する事項について、また、報酬委員会は取締役等の報酬に関する事項について、それぞれ定期的に委員会を開催し審議しています。

政策保有株式

当社は、取引先との安定的・長期的な取引関係の構築および強化等の観点から、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資すると判断した場合は、当該取引先等の株式を取得し保有することができるものとしています。全ての政策保有株式について、中長期的な経済合理性や、取引先との総合的な関係の維持・強化の観点などの保有効果等を検証し、取締役会に報告するとともに、保有状況および検証した保有目的を有価証券報告書に開示しています。なお、検証の過程で保有を継続する意義が失われていると判断される株式は、当該株式の保有に伴う便益やリスクが株主資本コストに見合っているか等を精査し、縮減の対象とします。

サクセッションプラン

当社は、取締役会において経営陣幹部・取締役の選任・指名を通じ、最高経営責任者（CEO）等の後継者計画（プランニング）について主体的に関与するとともに、後継者候補の育成が十分な時間と資源をかけて計画的に行われるよう適切に監督を行っています。

コンプライアンスに関する従業員の理解増進

当社は経営理念に「高い倫理観を持ち法令遵守を徹底し、常に誠実に行動すること」という指針を掲げています。

コンプライアンスとは単に法令の文言を遵守するだけではなく、文言の背後にある法令の趣旨を理解し、社会の期待や要請に応えることと捉え、公正で誠実な経営の実践に努めています。

コンプライアンス推進体制

法令遵守に関しては、倫理委員会にて方針を決定し、法務部・コンプライアンス推進室が実務を担当しています。また各事業所・工場に「コンプライアンス推進責任者」を任命し、適宜連携しながら活動の強化を図っています。さらに、グループ会社においても各社で同様の対応を進めています。

なお、2014年６月に当社および一部のグループ会社が公正取引委員会から受けた独占禁止法違反における排除措置命令および課徴金納付命令に対する審判請求については、2021年２月に請求を棄却する審決を受けましたが、審決取消訴訟を提起し、2025年３月末現在でいまだ係争中です。

内部通報制度

法令違反行為を未然に防ぐために、従業員が上司に相談する業務報告ルートとは別に、コンプライアンスに関する事項を連絡・相談できる通報窓口を社内と社外（弁護士事務所）に設けています。通報は、役員・社員、当社に勤務する派遣社員、請負社員および退職者（退職後１年以内）が利用でき、社外の窓口はグループ会社の従業員も利用できるようにしています。また、匿名の通報も受け付けています。通報に際しては、通報者のプライバシーの保護を厳守するとともに、不利益な取扱いを受けることのないよう、適正に対応しています。

コンプライアンス教育

従業員一人ひとりのコンプライアンス意識向上のために、研修・教育を定期的に実施しています。研修は2012年度より独占禁止法を中心とした内容で、グループ会社の従業員も対象に開催しています。

階層別教育として、新入社員には入社時にコンプライアンスの基本的な考え方などを、管理職昇進時、工場長就任時などの機会にコンプライアンス全般に関する講義を実施しています。また役員・部門長やグループ会社の経営トップが出席する会議の冒頭において、顧問弁護士を講師とした講演会を定期的に開催しています。

2024年度　研修会・階層別教育開催実績

	頻度／時期	主な内容	受講者数
グループ会社を含む全従業員	年２回	・独占禁止法	202
東部各営業本部の従業員等	年２回	・独占禁止法	23
新入社員	入社時１回	・基礎的な関係法令 ・コンプライアンス関係	62
管理職昇進者・工場長就任者	昇進・就任時１回	・各種法令 ・コンプライアンス関係	195
役員・部門長・グループ会社経営トップ	年２回	・独占禁止法	144
段ボール・紙器工場生産管理関係者	年３回	・下請法、価格交渉	32

GOVERNANCE | 企業統治

グループガバナンスの強化

事業所訪問

2017年度から担当者が全国の事業所を順次訪問し、独占禁止法や下請法などの法遵守状況の確認、各種ハラスメントの有無、地域社会との関係性などについて聞き取りや意見交換を行い、コンプライアンスに関する意識の向上と理解の浸透に取り組んでいます。2024年度は、10件の訪問を実施しました。今後も引き続き、グループ会社も含めて順次訪問する予定です。

知的財産の保護

自社の知的財産を保護するとともに、他社の知的財産権を尊重することが重要であるとの認識から、弁理士も所属する専門部署を設置しています。また、自社の知的財産の権利化や、他者の知的財産権への侵害防止等を目的とした調査をはじめ、知的財産権の適正な活用や管理に努めています。さらに、知的財産に関する教育資料や自社技術分野に関わる調査資料などを、イントラネットへ掲載するとともに、営業担当者や研究・開発担当者に対して、別途教育の場を設けています。なお、2024年度において権利侵害警告は受けていません。

リスクマネジメント体制

経営品質の向上と将来のリスクの低減あるいは回避などを目的に、代表取締役会長を委員長とするCSR委員会を設置しています。コンプライアンス、環境、災害、品質、情報などにかかるリスク管理については、各担当部門およびCSR委員会の下部組織である倫理、環境、安全衛生、CS(顧客満足)、広報、情報セキュリティの6つの委員会が協力して社内規程の策定、マニュアルの作成などを行うとともに、全社的状況の監視を行っています。

また、取締役会は、取組み状況について、各部門を管掌・担当する取締役および各委員会の委員長から報告を受けるとともに、必要に応じて改善策などを審議・決定しています。

感染症対策

基本方針

1. 安全最優先
従業員およびその家族の安全確保を最優先に対応する。

2. 感染対策の実施
感染対策は、政府・関係機関の要請も踏まえて計画的に実施する。

3. 企業活動の維持・継続
企業活動を維持・継続することにより、社会的責任(雇用・供給責任等)を果たす。

体制(感染症発生時)

1. 感染状況を踏まえ、当社CEOのもとに「統合対策本部」を設置する。
2. 統合対策本部のもとに、各担当組織を置き、当社グループとして一体的な取組みを推進する。
3. 統合対策本部は基本方針に基づき指針を決定し、各担当組織は指針に従い具体的な対応を実施する。

当社グループは、2020年4月に「レンゴーグループ新型コロナウイルス感染症統合対策本部」を設置し、感染症拡大防止に最大限努めるとともに、事業活動を通じて企業の社会的責任を果たしてきました。

今後も、感染症の発生に備え、感染拡大のレベルに応じた感染予防計画を策定し、準備、啓蒙、情報収集を行っていきます。

自然災害対策

基本方針

1. 安全最優先
従業員およびその家族の安全確保を最優先に対応する。

2. 設備の早期復旧
自社設備の被災状況の把握とその早期復旧に努め、事業継続に最大限の努力をする。

3. 企業活動の維持・継続
企業活動を維持・継続することにより、社会的責任(雇用・供給責任等)を果たす。

体制(災害発生時)

1. 大規模災害が発生した場合は、当社CEOのもとに「統合対策本部」を設置する。
2. 統合対策本部のもとに、必要に応じて各対策本部(現地対策本部含む)を置く。
3. 当社グループ会社が被災した場合は、当社関連事業担当部門が窓口となって支援する。
4. 統合対策本部は基本方針に基づき各対策本部に対し指示を行い、各対策本部は連携して対応する。

地震や台風といった自然災害が頻発している状況を踏まえ、災害発生時の会社の対応を示した基本方針を定めています。東日本大震災を契機に、2011年6月以降、全事業所で食料などの備蓄を実施するとともに、2012年3月には衛星携帯電話を設置しました。

2012年4月からは、自動配信メールによって大規模地震発生時の従業員の安否や被害情報を把握する体制を整えました。以来、半年ごとにテストメールを配信し、有事に備えています。

腐敗行為の発生防止

当社グループは、国連グローバル・コンパクトの趣旨に則り、強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗防止に取り組んでいます。

当社は、経営理念の一つに「高い倫理観を持ち法令遵守を徹底し、常に誠実に行動すること。」を掲げています。この理念に基づき、2025年5月に公表した中期ビジョン「Vision120」において、コンプライアンスと経営管理水準の維持および向上を図ることを取組み課題の一つとして掲げ、グループガバナンスの強化に取り組んでいます。「Vision120」のマテリアリティの取組みにおいて、2030年度における達成目標として、重大な腐敗行為の発生件数を0件とすることを掲げています。

透明性の高い企業活動を行うことを通じて目標を達成するために、当社ではさまざまな取組みを行っています。例えば、外部に対して寄付や会費等の支出を行う場合は、金額に応じた責任者の決裁を事前に受けるとともに、寄付を行った後、本社総務部に報告を行うこととしています。また、接待や物品の贈答を行う場合においても、同様に責任者の決裁を事前に受けて行うものとしています。さらに、寄付や会費の性質が、政治献金や政治資金パーティー券の購入に該当する可能性がある場合は、責任者の決裁の前に法務部の確認を受けることとし、責任者の決裁と合わせて二重のチェックを行っています。

ほかに、新任工場長や新任管理職を対象とした各研修で腐敗防止について説明を行ったり、グループ報において「誌上コンプライアンス研修」として腐敗防止について取り上げたりするなど、腐敗防止に関する教育・情報発信を、状況に応じながら継続的に実施しています。

これらの取組みの結果、2024年度において重大な腐敗行為またはその疑いのある行為は、当社グループにおいては確認されませんでした。

当社は、今後も腐敗防止のための取組みのあり方を見直し、必要に応じて改善していくことにより、引き続き重大な腐敗行為の発生の防止に努めていきます。

GOVERNANCE | 企業統治

DXの基盤構築

基本的な考え方 当社グループでは、2025年度をスタートとする中期ビジョン「Vision120」において、DX推進による経営基盤の強化を掲げています。デジタル技術による業務効率化はもとより、製造・物流・販売プロセスの革新と、新規ビジネスの創出にも取り組み、新たな顧客価値の創造につなげていきます。

DXの推進

レンゴーグループにおけるDX戦略

当社グループでは、「ものづくり」「物流」「環境・エネルギー」「定型業務・働き方」「販売・マーケティング」の5つの領域で、データを活用した課題解決に取り組んでいます。そのための土台として、データ分析人材の育成やデータ基盤の拡大、新興技術の調査やセキュリティの改善といった、人と技術の両面での強化が必要と考えています。

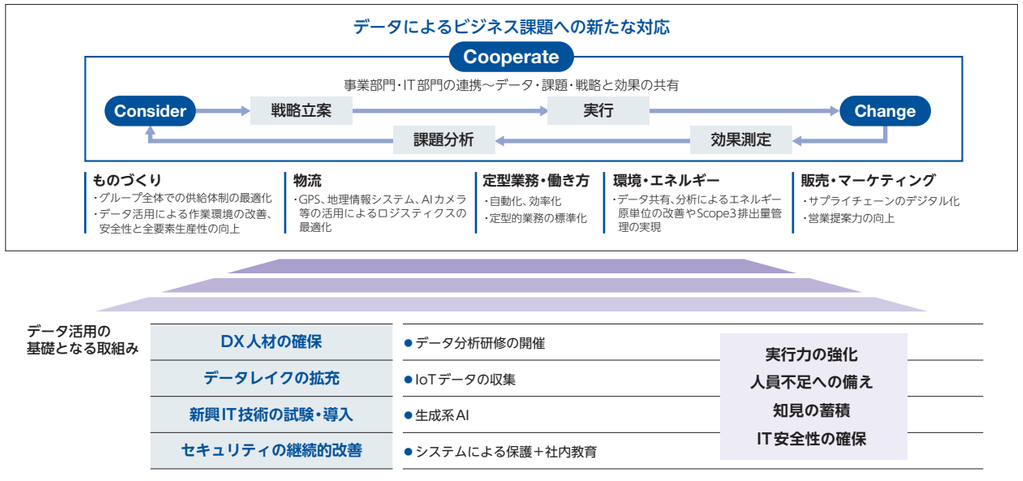
デジタル技術の活用を可能にしているのは、フィジカルな存在である人間の知恵にほかなりません。当社グループはDXを推進する中で、デジタル技術(Cyber)とそれを使う人間(Physical)とが調和する「Cyber-Physical System」の構築を理想としています。これは、現場の知見に優れた部門とデータを主に扱う部門とが、互いに協力し課題解決に挑戦することから実現に向かうものと考えています。

当社グループは3つのC(Cooperate、Consider、Change)を念頭に、「データ」と「現場」の両輪で「Cyber-Physical System」の構築に向けたDX推進に取り組み、ステークホルダーにより大きな価値を提供できるよう努めていきます。

■DX推進テーマ

テーマ	具体的な施策
新規ビジネスモデル創出	● デジタル印刷パッケージの拡充 ● 自社開発デジタルツールの外販 ● 顧客とのデータ連携による自動受発注システムの開発と販売
新たな顧客価値の創造	● センサーを活用したIoT、AI技術を活用した品質およびサービスの向上 ● 調達や生産工程の見える化によるサプライチェーンの最適化 ● 低炭素社会の実現 ● バーチャル技術を活用した提案型営業
既存プロセスの変革	● 配車システムへのAI導入による物流効率化 ● デザインおよび包装設計へのデジタルデータ活用による提案準備時間の短縮化 ● データ保管の安全性向上 ● モバイルネットワーク時代に対応する新たな営業手法、販売チャネルの開拓
社内業務効率化	● 働き方改革の一環としてのペーパーレス化、テレワーク対応 ● デジタル技術を活用した採用活動、社内教育 ● 自社のITエンジニア養成による開発体制強化

レンゴーグループのDX戦略



DX戦略の推進体制

2020年4月、代表取締役社長を委員長とする「DX推進検討委員会」を設置し、全社を挙げて事業プロセスのデジタル化を図るとともに、DX人材の育成および採用にも取り組んでいます。また、2023年8月には、当社製紙部門内に「デジタル推進部」を新設し、製紙工程へのデジタル技術の活用や、物流業務の効率化などの課題に集中的に取り組む体制を整えました。

■DX人材の育成

デジタル技術を駆使して業務変革を推進するDX人材を育てるため、ITスキルアセスメント(参加者数延べ約430名)、RPAハンズオン(同延べ約120名)、BIツールハンズオン(同延べ約140名)、データ分析人材育成研修(同延べ約40名)などを実施しています。データ分析人材育成研修では、データ可視化・分析のためのダッシュボード作成に取り組んでおり、2025年3月現在、約250名の社員が各種ダッシュボードを業務で活用しています。また、ワーク・ライフ・バランス実現のための雇用環境の整備や、テレワークの制度化などにより、働き方改革を推進し、多様性のある人材の採用および定着に努めています。

DX人材の育成および確保に関する指標

- 「情報処理安全確保支援士」資格保持者数:5名
- 「データ分析人材育成研修」受講者数:20名/年

■データレイク※の構築

生産設備のセンシングデータなど社内で発生するさまざまなデータを収集・分析するために、データレイクを構築しました。今後はデータレイクに収集するデータを拡充して、社内のデータ利活用を推進していきます。

※ データレイク:企業活動で生じるさまざまなビッグデータを生データのまま格納できるストレージのこと。

■DX関連予算の確保

毎事業年度、DX推進のテーマ別に設備投資予算を確保しています。

DXによる提供価値の一例

■「デジパケ®」の推進

当社グループは、美粧性に優れ、プロモーション効果の高いデジタル印刷によるパッケージ「デジパケ®」を展開しています。今後もデジタル技術を活用した製品ラインアップの拡充を図るため、積極的な設備投資や研究開発投資を実施していきます。

▶「デジパケ®」は、当社Webサイトをご覧ください。
https://www.rengo.co.jp/products/degipake.html

DX戦略の達成指標

DX戦略の達成指標は、当社グループが目標としている次の重要な経営指標と同一としています。

2030年3月期の目標
- 売上高　1兆2,000億円
- 経常利益　720億円
- ROE(自己資本利益率)　8.5%
- D/Eレシオ　0.7倍

「DX認定事業者」に認定されました

当社は、経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定事業者」に認定されました。DX認定制度とは、「情報処理の促進に関する法律」に基づき、デジタルによってビジネスを変革する準備ができている状態(DX-Ready)にある事業者を国が認定する制度です。

DX認定

情報セキュリティ

社会全体でデジタル化の取組みが進展する中、情報管理の重要性がますます高まっています。

当社は、情報セキュリティ基本方針をはじめとする情報セキュリティポリシーを策定し、情報システム本部管掌役員を委員長とする情報セキュリティ委員会を中心に、リスク管理の徹底と強靭なセキュリティ体制の構築を図っています。

当社グループ各社とは定期的なオンライン会議を開催し、セキュリティ関連情報の共有やセキュリティ対策の改善要請・指導を行い、グループ全体のセキュリティ強化を推進しています。

- 主な情報セキュリティ対策実績
  - EDR※1の導入、SOC※2の設置
  - セキュリティ教育活動
  - 情報資産の棚卸ならびに資産台帳の作成
  - セキュリティ脆弱性診断

※1 EDR:Endpoint Detection and Response
パソコンなどのエンドポイントに対するサイバー攻撃を検出し、通知するシステム
※2 SOC:Security Operation Center
IT環境を監視し、セキュリティインシデントの検出や対応をする組織

11年間の主要連結財務データ

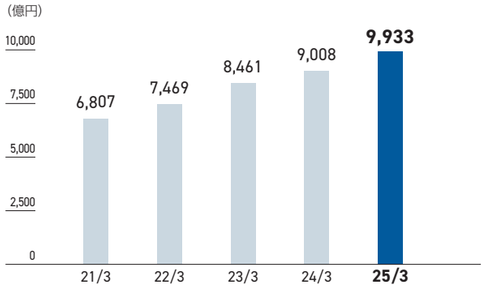
レンゴー株式会社および連結子会社
(2015年3月期～ 2025年3月期)

	2015/3	2016/3	2017/3	2018/3	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3	**2025/3**
年間(百万円)：											
売上高	¥ 522,671	¥ 532,534	¥ 545,489	¥ 605,712	¥ 653,107	¥ 683,780	¥ 680,714	¥ 746,926	¥ 846,080	¥ 900,791	**¥ 993,251**
売上総利益	76,428	87,288	98,586	99,710	111,197	132,461	133,281	135,716	141,918	175,381	**181,790**
営業利益	5,567	15,727	23,642	17,082	25,292	41,227	39,938	33,279	25,957	48,855	**37,408**
税金等調整前当期純利益	12,081	16,268	24,186	23,366	25,075	41,090	41,204	41,437	30,857	50,290	**42,788**
親会社株主に帰属する当期純利益	5,718	9,816	13,876	16,622	17,163	27,790	28,599	28,188	20,425	33,025	**28,979**
研究開発費	1,405	1,441	1,448	1,483	1,531	1,593	1,900	2,151	2,066	2,175	**3,154**
減価償却費	29,611	29,333	29,524	30,776	32,259	35,076	38,114	41,723	44,848	48,761	**55,958**
設備投資	39,982	29,656	30,445	41,527	36,512	38,700	47,143	49,509	58,694	73,833	**99,675**
EBITDA	35,179	46,454	54,372	49,512	59,028	77,662	80,014	77,193	73,560	101,054	**97,052**
期末(百万円)：											
総資産	¥ 655,674	¥ 644,690	¥ 704,826	¥ 747,700	¥ 769,355	¥ 820,109	¥ 869,992	¥ 934,345	¥1,053,138	¥1,172,515	**¥ 1,243,116**
運転資本	(34,146)	(36,801)	(24,288)	(23,760)	(10,142)	(3,041)	14,229	39,411	45,332	91,916	**58,002**
有利子負債	276,906	264,728	283,350	287,322	283,071	323,614	330,645	353,415	404,289	437,669	**448,529**
純資産	222,390	221,733	241,510	262,580	274,697	288,820	324,463	354,289	385,732	438,978	**500,244**
自己資本※1	216,353	215,962	234,241	255,015	263,948	278,254	313,326	341,909	372,795	425,293	**463,968**
1株当たり数値(円)：											
1株当たり当期純利益※2	¥23.09	¥39.64	¥56.04	¥ 67.14	¥ 69.32	¥ 112.24	¥ 115.51	¥ 113.84	¥82.47	¥ 133.33	**¥ 116.94**
潜在株式調整後1株当たり当期純利益	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	**—**
年間配当額	12.00	12.00	12.00	12.00	14.00	20.00	24.00	24.00	24.00	30.00	**30.00**
1株当たり純資産※2	873.60	872.17	946.06	1,029.98	1,066.07	1,123.86	1,265.53	1,380.74	1,505.09	1,716.97	**1,872.24**
比率：											
自己資本利益率(%)	2.8	4.5	6.2	6.8	6.6	10.3	9.7	8.6	5.7	8.3	**6.5**
総資本利益率(%)	0.9	1.5	2.1	2.3	2.3	3.5	3.4	3.1	2.1	3.0	**2.4**
D/Eレシオ(倍)	1.28	1.23	1.21	1.13	1.07	1.16	1.06	1.03	1.08	1.03	**0.97**
自己資本比率(%)	33.0	33.5	33.2	34.1	34.3	33.9	36.0	36.6	35.4	36.3	**37.3**
その他のデータ：											
発行済株式数(千株)	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	271,056	**271,056**
従業員数(名)	14,060	13,999	16,038	16,532	16,968	18,902	19,451	20,141	22,548	23,389	**25,011**
株価(円)：											
高値	¥558	¥619	¥717	¥968	¥1,078	¥1,071	¥1,012	¥990	¥928	¥ 1,209	**¥ 1,208**
安値	443	459	546	603	787	660	776	730	688	825	**786**

※1 自己資本=純資産－非支配株主持分
※2 1株当たり当期純利益および1株当たり純資産は、自己株式を除いて計算しています。なお、1株当たり純資産は自己資本により計算しています。

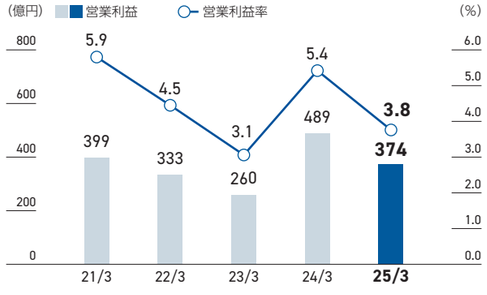
財務ハイライト

売上高



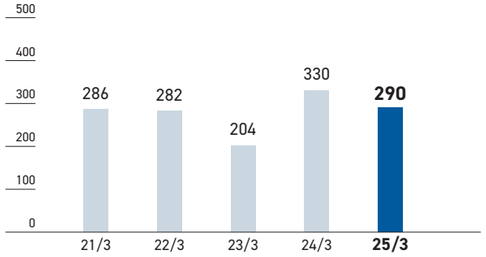
連結子会社の増加と製品価格改定が寄与し、25年3月期は過去最高の売上高を記録しました。特に軟包装関連事業と海外関連事業が大きく貢献しました。

営業利益／営業利益率



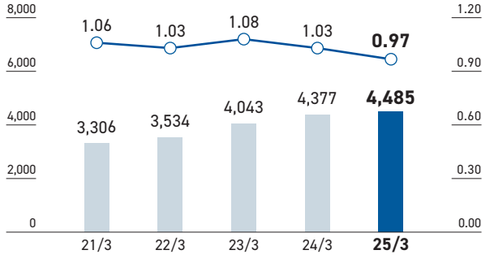
固定費の増加や原燃料価格の高騰に加え、海外の事業環境悪化が影響し、25年3月期は減益となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益



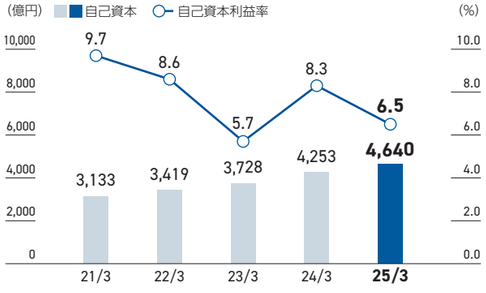
25年3月期は、固定費の増加や原燃料価格の高騰等により減益となりました。負ののれん発生益の計上により減益幅は一部緩和されました。

有利子負債／D/Eレシオ



D/Eレシオは目標（上限）の1.5倍を下回る水準を維持しています。積極的なM&Aや設備投資に伴う負債の増加に対し、資金の効率的な活用で財務規律を堅持しました。

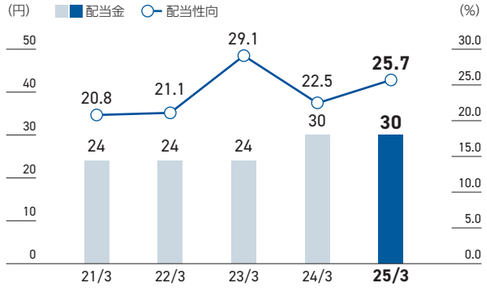
自己資本※1／自己資本利益率※2(ROE)



ROEは26年3月期も低下が見込まれるため、価格改定やコスト競争力の強化、DXの推進などに取り組んでいきます。

※1 自己資本＝純資産－非支配株主持分
※2 自己資本利益率は期中平均自己資本を用いて計算

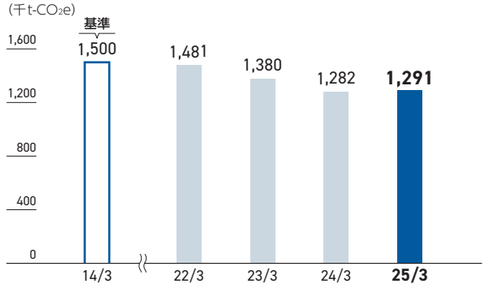
1株当たり配当額／配当性向



業績の動向、財務状況、今後の事業展開等を総合的かつ長期的に勘案して、継続的かつ安定的に配当を行うことを維持しつつ、利益成長にあわせた増配を目指す累進的な配当政策を基本とします。

非財務ハイライト

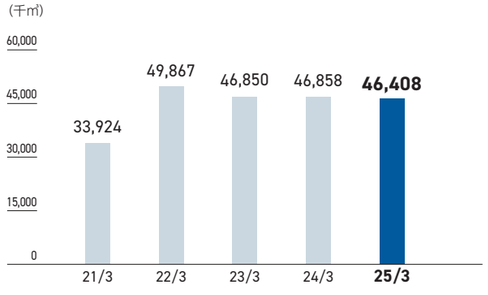
温室効果ガス排出量(Scope 1+2)※1※2



2030年度の2013年度比46%削減目標達成に向け、燃料転換や非化石エネルギーの導入拡大をはじめ脱炭素への取組みを一層推進します。

※1 対象範囲：25/3末時点のレンゴー単体および国内連結子会社（事務所や倉庫などの非製造拠点を除く）
※2「地球温暖化対策の推進に関する法律」に基づく調整後温室効果ガス排出量

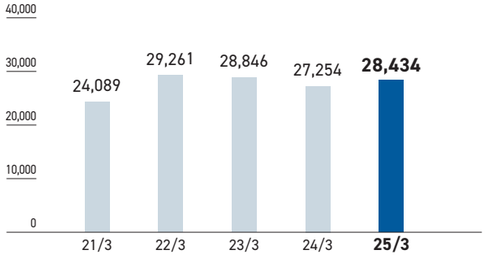
総取水量※



限りある水資源を大切にし、効率的な水の利用を推進しています。

※ 対象範囲：レンゴー単体ならびに国内および海外連結子会社の製造拠点（21/3～23/3は子会社の子会社を除く）

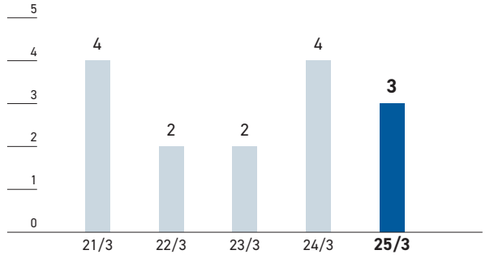
エネルギー使用量※



エネルギーを効率的に利用するため、徹底した省エネルギー活動を進めています。

※ 対象範囲：レンゴー単体および国内連結子会社

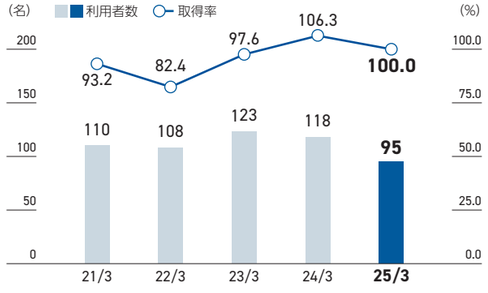
重大な製品不具合の発生件数※1※2



「不具合ゼロ」を目指すZD活動を全社で推進し、品質マネジメント体制を強化しています。

※1 対象範囲：レンゴー単体
※2 損失金額100万円以上

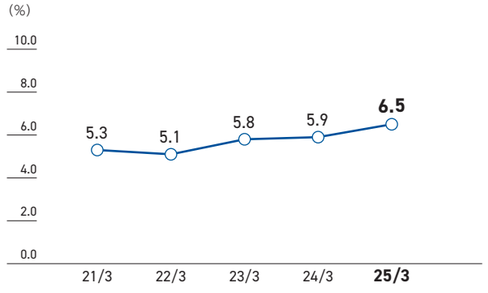
男性育児休業制度利用者数／取得率※



「女性の活躍推進に関する行動計画」に「男性の育児休業取得率を８割以上とする」との目標を掲げ、2年連続して100%以上の取得となり目標を達成しました。

※ 対象範囲：レンゴー単体

女性管理職比率※



2025年度には女性管理職を2020年度比1.5倍以上（60名以上）とすることを目標とし、管理職登用に積極的に取り組んでいます。

※ 対象範囲：レンゴー単体

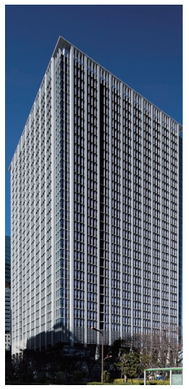
企業情報

2025年3月31日現在

会社概要

社名	レンゴー株式会社
創業	1909年(明治42年)4月12日
設立	1920年(大正9年)5月2日
資本金	31,066百万円
連結対象会社数	197社(親会社および子会社)
持分法適用会社数	18社
従業員数	25,011名(連結)

本社
〒530-0005
大阪市北区中之島2-2-7
中之島セントラルタワー



東京本社
〒108-0075
東京都港区港南1-2-70
品川シーズンテラス

国内

121社207工場

海外

206社217工場

製造拠点内訳

	国内製造拠点	海外製造拠点
製紙	7	3
段ボール・段ボール箱	132	45
紙器	10	4
軟包装	23	10
重包装	14	146
その他	21	9
計	**207**	**217**

(2025年3月末現在)

社外からの評価

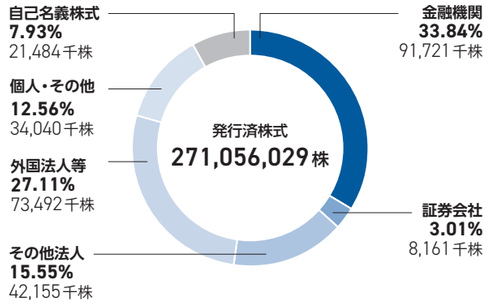
評価/認定名	評価の対象	評価/選定状況
CDP Climate Change	環境経営の取組み	Bスコアを獲得
S&Pダウ・ジョーンズ・インデックス社 S&P/JPXカーボン・エフィシェント指数		構成銘柄に選定
コーポレートナイツ社、As You Sow Carbon Clean 200		122位/200社中
Science Based Targets initiative (SBTi)		「1.5℃水準」のSBTの認定を取得
FTSE Russell社 FTSE Blossom Japan Sector Relative Index	ESG全般に関する取組み	構成銘柄に選定
SOMPOアセットマネジメント株式会社 SOMPOサステナビリティ・インデックス		構成銘柄に選定
MSCI社 MSCI日本株ESGセレクト・リーダーズ指数		構成銘柄に選定
厚生労働省 えるぼし認定	女性の活躍推進に関する取組み	えるぼし3段階目に認定
厚生労働省 くるみん、プラチナくるみん認定	子育てサポートに関する取組み	くるみん、プラチナくるみんに認定
経済産業省／日本健康会議 健康経営優良法人認定制度	健康経営に関する取組み	健康経営優良法人2025 「(大規模法人部門)」に認定

(注1)FTSE Russell(FTSE International Limited と Frank Russell Companyの登録商標)はここに当社が第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Sector Relative Indexはサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。
(注2)当社のMSCIインデックスへの採用、および、MSCIロゴ、商標およびインデックス名の使用に際し、MSCIやその関係会社は当社への資金提供や保証あるいは販売促進を行うものではありません。MSCIインデックスの排他的独占所有権はMSCIにあります。MSCI、MSCIインデックスの名称およびロゴはMSCIまたはその関係会社の商標です。

株式の状況

決算期	3月31日
発行可能株式総数	800,000,000株
発行済株式の総数	271,056,029株 (自己名義株式21,484,483株を含む)
株主数	41,564名
1単元の株式数	100株
株式名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	3941

所有者別分布状況



大株主

株主名	株数(千株)	比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	26,263	10.5
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	20,312	8.1
株式会社三井住友銀行	9,562	3.8
住友生命保険相互会社	6,808	2.7
農林中央金庫	5,965	2.4
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	5,476	2.2
レンゴー社員持株会	4,747	1.9
JP MORGAN CHASE BANK 385632	4,706	1.9
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	4,101	1.6
株式会社ヤクルト本社	3,326	1.3

(注1)当社は自己株式を21,484千株保有しておりますが、上記の大株主からは除外しています。
(注2)比率は自己株式を控除して計算しています。

IRカレンダー

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
決算発表		● 通期決算発表 ● 決算説明会 ● 経営説明会			● 第1四半期決算発表			● 中間期決算発表 ● 決算説明会 ● 経営説明会			● 第3四半期決算発表	
報告書				● 有価証券報告書提出 ● 報告書発行				● 半期報告書提出 ● 統合報告書発行	● 中間報告書発行			
株主総会			● 招集通知発送	● 定時株主総会								