

## 経営説明会での主な質疑応答

---

日時 2025 年 11 月 21 日 10:00-11:00(日本時間)  
場所 東京本社／オンライン  
登壇者 代表取締役会長兼 CEO 大坪 清  
代表取締役社長兼 COO 川本 洋祐

### 主な質疑

---

質問: 国内の板紙・紙加工関連事業における原紙と段ボールのバランスについての考えは？

回答: 現在のバランスは適正であると考えていますが、今後はグループ内での再編も課題になります。「Vision120」の期間中にもスケジュールを立てて取り組むことを検討していきます。

---

質問: 欧州の地政学的リスクや関税問題がグローバル物流ネットワークに与える影響についての認識は？

回答: 欧州ではトライウォール・ヨーロツパ社とトライコー、TPS のシナジーを具体的に発揮する必要があります。地政学的リスクに対応し、早期に改善を図る計画を立てており、現地経営陣とスクラムを組んで取り組んでいます。

---

質問: 軟包装事業の上期の好調をどう捉えているか、また、来期以降の展望についての考えは？

回答: 上期はアールエム東セロの生産が回復し好調です。一貫体制の強化が進んでおり、来期以降は相乗効果によって業績を押し上げる展開を期待しています。川上から川下までのより強固な連携のもと、さらなるシナジー効果を追求します。

---

**質問: インフレ環境における経営についての考えは?**

**回答:** 人件費やコストアップが続いているため、価格転嫁を継続的に考える必要があります。段ボール産業は中小企業が多いため、当社がリーダーシップを発揮して取り組む必要があります。政府の後押しもあり、価格改定を進める環境が整いつつあります。

---

**質問: GHG 排出量削減の進捗と 30 年以降の展望についての考えは?**

**回答:** 2030 年目標に対してはまだ不足している部分があるため、カーボンプライシングも含め、今後追加施策を考える必要があります。当社は、CFP の観点で他社よりも優位なポジションにあるため、これを活かしてさらなる削減を目指します。2050 年のカーボンニュートラルに向けては、他産業とのコラボレーションも図りながら取り組む考えです。

---

**質問: インド市場の成長戦略についての考えは?**

**回答:** インドでは重量物包装事業を独資で展開していますが、インド市場は州によって言語や宗教、法が異なるため、非常に複雑です。また、当社にとっては遠いマーケットであるため、独資で進めるのではなく、現地のパートナーと協力しながら進める必要があります。慎重に進めることで、将来的には連結に入れる考えを持っています。

---

**質問: 段ボールの値上げ交渉について、進捗に遅れが出ているのでは?**

**回答:** 価格改定の進捗が遅れていることを認識していますが、11 月以降は進展が加速しています。現在までで交渉が決着したものは件数ベースで 3 割程度ですが、1 月 1 日からの価格改定に向け、具体的な詰めの交渉を進めています。

---

**質問:** 段ボール業界全体としての値上げに関する今後の変化についての考えは？

**回答:** 価格改定は独自に行うべきであり、他社の動向に左右されるものではありません。各社が ROE を向上させるために価格を上げる必要を認識している中、当社も ROE を高めるために価格改定を進めていく考えです。市場環境を見極めながら、適切なタイミングでの価格改定を実施します。

---

**質問:** 前回の説明会では配当性向 30%を強調していたが、今回の資料では具体的な金額(60 円)が記載されている。この変化の理由について伺いたい。

**回答:** ステークホルダーとの対話を通じて、配当の訴え方を改めて整理しました。配当利回りも意識しており、これまでの対話を通じて学んだことを反映したものです。

---

**質問:** 時価総額と資産価値の関係についての考えは？

**回答:** 時価総額を意識しながら、資産価値との関係を捉え直し、これからは資本政策にも本格的に取り組んでいきます。数字では PBR で 1 倍ということも念頭に経営をしていかなければならないと考えています。PBR や ROE を意識し、株主の皆様にご満足していただけるような形にしていくことを目指しています。

---

**質問:** ROE が安定的に 8%以上となることに期待している。

**回答:** レンゴーは受注に対応するだけのサプライヤーではなく、より創造的なプロバイダーとして、お客様が必要とするあらゆるパッケージを提供しています。総合的なパッケージングを提供するための経営体制のもと、“Less is more.”を念頭に置き、より高い付加価値を提供し続ける「ゼネラル・パッケージング・インダストリー」=GPI レンゴーであるという基本部分をご理解いただければ幸いです。

本文書に含まれる情報の全部又は一部を無断で複製、転載することはご遠慮ください。

本資料に含まれる事業戦略や業績予想等に関する内容については、現時点で知りうる情報をもとに構築されたものです。記載された業績予想数値等は、将来の計画に関して実現を保証するものではありません。