

紙の可能性を追い求め、進化し続ける紙商

株式会社パーパルは、明治 23 年の創業時から紙の卸売業を中心に成長し続け、現在は年商 50 億円に達する企業である。

近年は、「紙素材を通じて新しい価値を生み出し、豊かで持続可能な社会を実現する」ことを掲げ、再生可能資源である紙の特性を活かし、環境負荷低減と新たな価値創造の両立を進めている。

さらに、食品の未利用資源を活用したアップサイクル（未利用資源に付加価値を与え別の製品として再生すること）の考え方を取り入れた紙として、「kome-kami（米）」、「momi-kami（もみ殻）」、「vegi-kami（野菜）」などの新素材を展開している。

今後も同社は、紙素材の循環性を起点に事業モデルを進化させ、持続可能な素材産業の発展に貢献していく。

持続的成長の源泉

創業から一世紀以上、紙の卸売業として歩んできた株式会社パーパル。成熟産業といわれる紙業界にありながら、同社は右肩上がりの成長を続けている。その理由について、次期後継者である取締役の矢田和也氏は、「歴代の経営者は、単に紙を仕入れて販売するだけでなく、時代に応じて顧客のニーズを捉え、柔軟に事業のあり方を見直してきた」と語る。

近年では、卸売を軸に据えつつ、新素材の開発や海外取引へと事業領域を拡大している。変化を前提とした経営こそが、同社の成長を支える根幹である。

“ダム”としての物流機能

同社の事業基盤にあるのが、ダムとしての役割を果たす物流機能だ。単に紙を卸すのではなく、需要と供給の間に立ち、最適な形で調整する役割を担う。自社倉庫に在庫を確保するだけでなく、「何を置くべきか」を見極め、必要な量・タイミングで、適切な形に加工して届ける。これらの機能が一体となって価値を生み出している。

サプライチェーンの混乱がたびたび起こる現代では、こうした機能への期待は高まっている。同社はこの強みを徹底的に磨き上げることで、物流そのものを競争力へと転換している。

適正予測・物流管理・受注管理の各システムを

自社で開発し、在庫と配送の最適化を実現。自社の断裁・加工現場では、顧客の用途に応じた形に紙を仕上げる体制を築いている。

多くの卸売企業が配送を外部に委託するなか、同社は物流を内製化している。自社ドライバーが顧客へ直接届けることで、柔軟な対応を可能にしている。配達には単なる輸送ではなく、顧客の声を会社へ持ち帰る最前線でもある。

注文が入ると、どのドライバーがいつどこへ向かうかをリアルタイムで判断し、スマートフォンを通じて指示を出す。配送途中で仕入先に立ち寄るなど、効率的な動きも行われている。

こうした仕組みを支えているのは、日々の地道な改善である。「今日は昨日よりも短い時間で仕事を終わらせよう」という意識で現場は仕事をしている。その積み重ねが、判断力と仕事の質を磨いている。



約 17,000㎡の広大な敷地に
建つ自社倉庫の一つ

30 台超の自社便
建つ自社倉庫の一つ

未利用資源を使ったアップサイクル紙

物流機能に加え、同社のもう一つの柱となっているのが新素材の開発である。その象徴が、未利

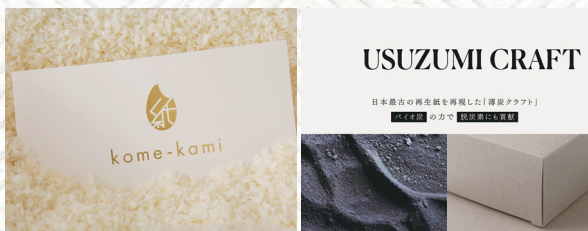
企業訪問 レポート

用資源となる食品を活用した「フードロスペーパー」だ。中でも代表的な製品が、米を原料とした「kome-kami」である。工場や流通過程で食用に適さなくなった米を紙に再生し、売上の一部をフードバンクへ寄付する仕組みを取り入れている。

同社の取り組みには一貫した理念がある。それは、「どうせやるなら誰かの役に立つものを」という考え方だ。「フードロスペーパー」やCO₂削減に寄与する紙製品は、単なる環境配慮にとどまらず、使うほど社会に価値が還元される仕組みとして設計されている。

開発当初は、商品化の見通しも立たなかった。品質の安定化には長い時間を要し、現在の水準に至るまでに数年を費やした。試行錯誤を重ねた結果、環境価値と実用性を兼ね備えた素材として市場に受け入れられた。

同社は「kome-kami」に加え、ビール製造過程の副産物を用いたクラフト紙、コーヒー粕を原料とした紙など、多様な素材を次々と生み出している。さらに、独自に開発した「USUZUMI CRAFT」もその一つである。約1,300年前に使われていた日本最古級の再生紙「宿紙（しゆくし）」を現代に再現した紙として、繊細な色合いや風合いを生かし、主にパッケージやデザイン分野



「kome-kami」

「USUZUMI CRAFT」



本社

での活用が広がっている。

近年では、新素材の認知度向上に伴い、メーカー側からの問い合わせも増加している。開発された素材は、化粧品やお菓子のパッケージ、印刷物などへと展開されている。卸売の営業現場においても、新素材は従来の紙の提案の幅を広げる重要な武器となっている。

「売れるまで」が商品開発

開発の先頭に立つ矢田取締役は、「売れるまでが仕事」と語る。開発した素材を自ら顧客に持ち込み、反応を直接確かめる。そして得られた声をもとに改良を重ねていく。すべてが成功するわけではなく、ヒット率はおよそ3割にとどまるという。それでも開発を続けるのは、「失敗しなければ成長しない」という信念があるからだ。

世の中にない紙を求めて

同社が目指すのは、「まだ誰も見たことのない素材がそろう会社」である。従来の紙を安定的に供給すると同時に、新たな素材を生み出し、自ら市場へ提供する。開発から加工、物流までを一貫して担う体制が、その実現を支えている。

日々多くの紙を手に取り、顧客の声を最前線で受け取る卸売業だからこそ、現場の課題から立ち上がる素材開発が可能となっている。

人口減少やペーパーレス化により、紙業界が構造転換期を迎える中でも、同社は新たな事業分野の可能性を広げ続けている。

（岡村俊幸）

会社概要



矢田和也 取締役

会社名：株式会社パーパル
所在地：奈良県奈良市池田町76-7
電話：0742-62-6211
FAX：0742-62-5506
創業：1890（明治23）年
設立：1991（平成3）年10月
代表者：代表取締役 矢田 武博
資本金：3,000万円
社員：50名

事業内容：紙卸売、新素材開発、オリジナル製品販売

URL：<https://pepal.co.jp/>