

2021年2月25日修正



ザ・パック株式会社

**2020年12月期
決算説明資料**

2021年2月22日



目次

- | | |
|--------------------------|--------------|
| 1. 2020年12月期 決算実績 | P. 3 |
| 2. 中期経営計画の進捗 | P. 14 |
| 3. 2021年12月期 業績予想 | P. 30 |
| 4. 参考資料 | P. 33 |

トピックス

- ◆ 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言により、百貨店やアパレル等小売店の休業や時短営業、および移動自粛による観光・土産市場の縮小が影響し、売上・利益ともに減少
- ◆ 経済活動は段階的に再開したものの、ECなどリアル店舗以外で購買を行う傾向が継続し、リアル店舗で使用するお持ち帰り用紙袋やポリ袋等は減少
- ◆ コロナ禍の影響により、飲食店のテイクアウト・デリバリー市場が急速に拡大。さらに、お取り寄せや宅配の拡大により、食品市場でもEC化が加速
- ◆ 2020年7月1日からのプラスチック製買物袋有料化制度開始により、有料化対象外の環境対応素材や紙袋への切り替えが進む一方で、環境を意識し使用量(ゴミ)削減のために環境対応素材や紙袋もあえて有料にする動きにより辞退率が増加。様々な業種で繰り返し使用可能なエコバッグを導入する動きが拡大
- ◆ 配当性向ならびに株主への利益還元を配慮し、2020年12月期期末配当は30円を維持



1. 2020年12月期 決算実績

実績サマリー

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により減収減益

(単位:百万円)

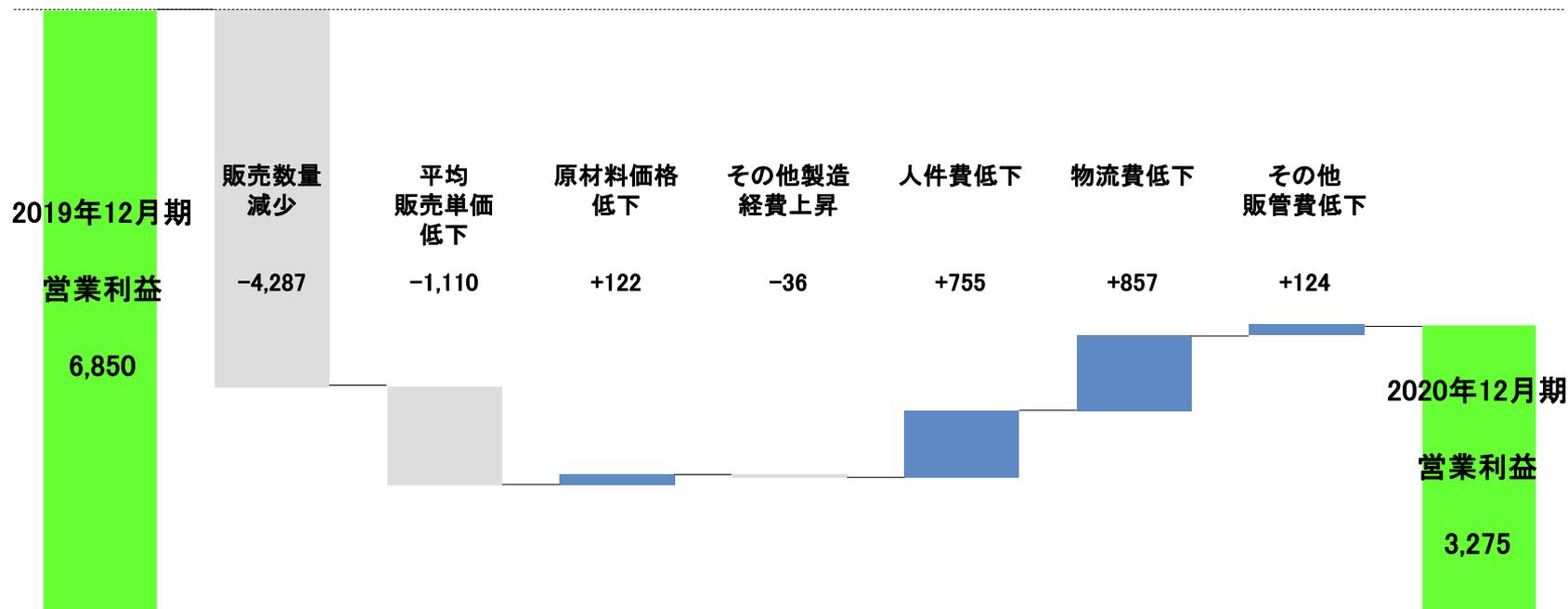
	2019年12月期	2020年12月期	
	実績	実績	前期比
売上高	95,502	78,445	△17.9%
営業利益	6,850	3,275	△52.2%
経常利益	7,199	3,606	△49.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,700	2,392	△49.1%

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の拡大による、主力得意先の休業・営業時間短縮などが業績に影響を与える
- ◆ 段階的な経済活動の再開はみられたものの、新型コロナウイルス感染症の再拡大の影響で個人消費は持ち直しの動きが鈍り、減収

営業利益増減要因

販売数量の大幅減少により営業利益減少

(単位:百万円)



- ◆ 販売数量は、紙器が3%増加、段ボールは5.4%増加したものの、紙袋が22.1%減少、化成品は33.4%減少
- ◆ 紙加工品における商品構成変化による平均販売単価の低下
- ◆ プラスチック製のレジ袋は環境対応仕様への変更により、平均販売単価が15.1%増
- ◆ 人件費は人員配置の見直し等により総額で755百万円減少(うち製造経費504百万円、販管経費251百万円)
- ◆ 物流費は販売数量減により配送費が849百万円減少し、商品及び製品の在庫増加により倉庫保管料が8百万円増加

セグメント別実績

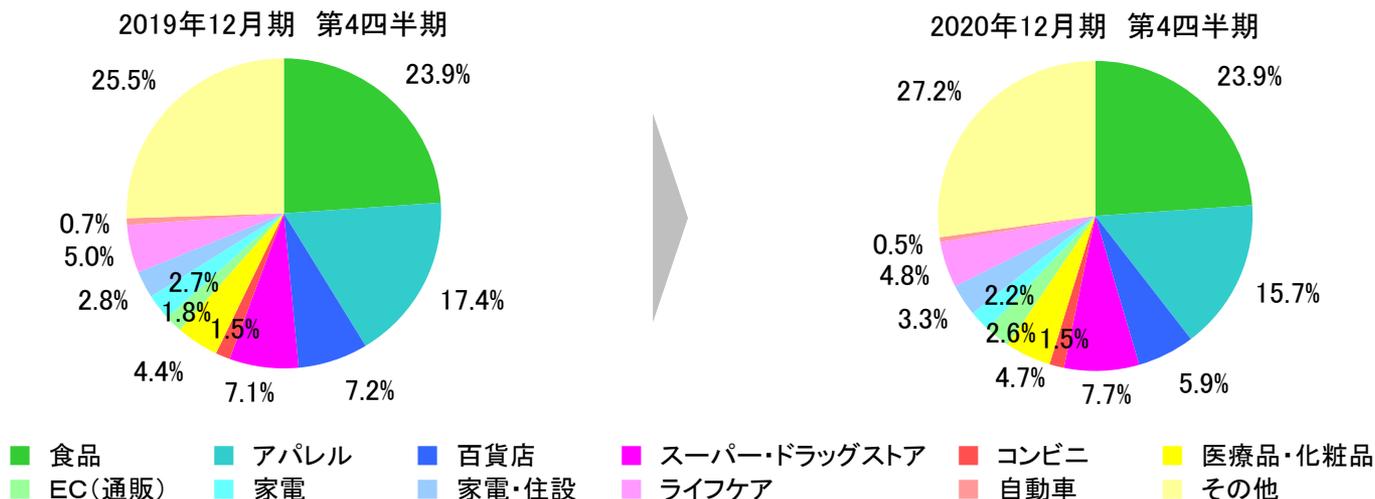
(単位:百万円)

	2019年12月期		2020年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	95,502	100.0%	78,445	100.0%	△17.9%
紙加工品事業	60,353	63.2%	51,386	65.5%	△14.9%
紙袋	29,264	30.7%	21,471	27.4%	△26.6%
紙器	18,361	19.2%	17,237	22.0%	△6.1%
段ボール	10,514	11.0%	10,625	13.5%	1.1%
印刷	2,213	2.3%	2,051	2.6%	△7.3%
化成品事業	19,666	20.6%	13,484	17.2%	△31.4%
その他	15,483	16.2%	13,574	17.3%	△12.3%
営業利益	6,850	100.0%	3,275	100.0%	△52.2%
紙加工品事業	5,265	76.9%	3,124	95.4%	△40.7%
化成品事業	1,042	15.2%	511	15.6%	△50.9%
その他	1,492	21.8%	748	22.9%	△49.8%
調整額	△949	△13.9%	△1,109	△33.9%	△16.8%

- ◆ テイクアウト用の食品パッケージやEC市場向けの売上は堅調に推移したものの、新型コロナウイルス感染症拡大による個人消費の減少により、リアル店舗で使用する手提げ袋等の売上は減少
- ◆ レジ袋有料化の影響でポリ袋の売上は大幅に減少(7~12月のレジ袋売上は54.6%減)
- ◆ 段ボールはEC市場向け販売が堅調で、数量は5.4%、売上は1.1%伸長

売上高構成

業種別売上高



(単位:百万円)

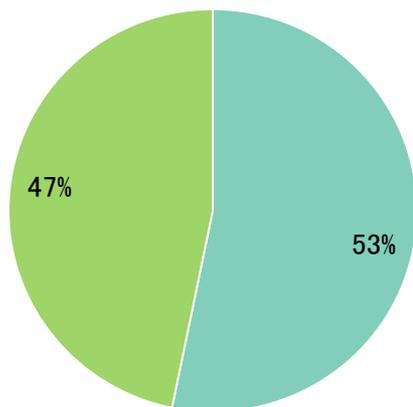
	2019年12月期		2020年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	22,824	23.9%	18,736	23.9%	△17.9%
アパレル	16,649	17.4%	12,295	15.7%	△26.2%
百貨店	6,852	7.2%	4,611	5.9%	△32.7%
スーパー・ドラッグストア	6,809	7.1%	6,019	7.7%	△11.6%
コンビニ	1,452	1.5%	1,181	1.5%	△18.7%
医療品・化粧品	4,200	4.4%	3,711	4.7%	△11.6%
EC(通販)	1,704	1.8%	2,018	2.6%	18.4%
雑貨	2,534	2.7%	1,734	2.2%	△31.6%
家電・住設	2,647	2.8%	2,550	3.3%	△3.7%
ライフケア	4,760	5.0%	3,730	4.8%	△21.6%
自動車	623	0.7%	407	0.5%	△34.7%
その他	24,448	25.5%	21,453	27.2%	△12.3%

- ◆ 食品は紙製一次容器やテイクアウト用パッケージは増加するが、空港・駅・百貨店・テーマパーク等のリアル店舗で販売される土産用パッケージは大きく減少
- ◆ アパレル、百貨店、雑貨は外出自粛や個人消費減速により大きく減少
- ◆ レジ袋有料化による辞退率の増加により、小売店全般で化成品の売上が減少
- ◆ ライフケアでは、紙おむつ用外装袋が減少
- ◆ ECは堅調に推移

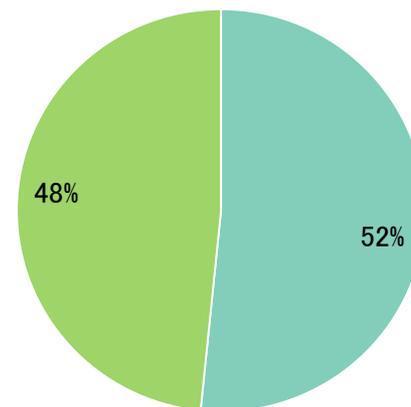
売上高構成

拠点別売上高

2019年12月期



2020年12月期



■ 東日本 ■ 西日本

(単位:百万円)

	2019年12月期		2020年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
東日本	45,010	53.2%	35,600	51.6%	△20.9%
西日本	39,590	46.8%	33,455	48.4%	△15.5%

紙加工品事業

業界環境

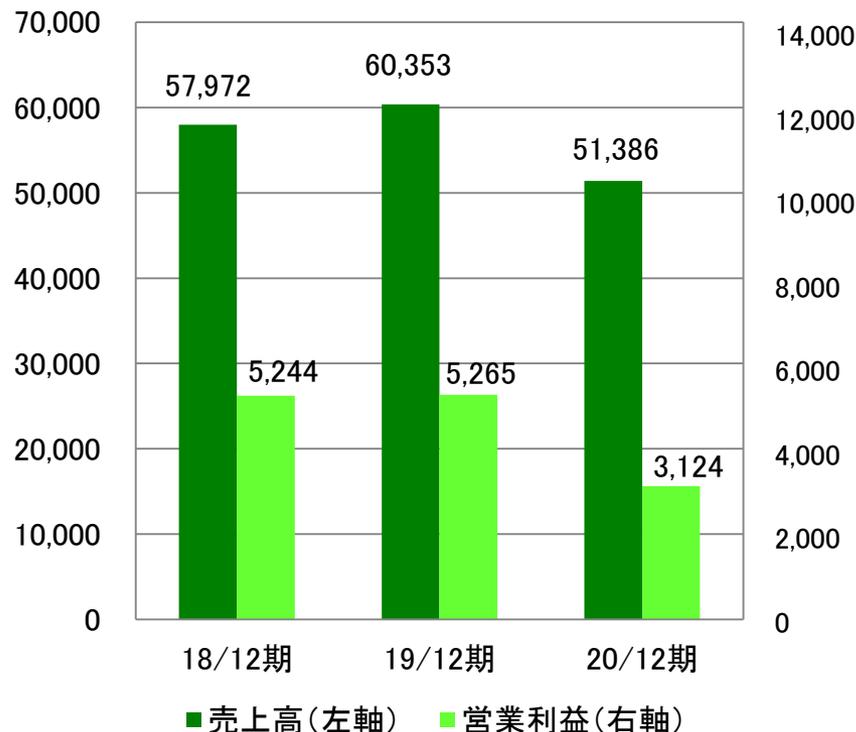
- ◆ 新型コロナウイルスの感染拡大により、アパレル等のさまざまな業種でEC化加速が継続
→ 手提げ紙袋の使用量が減る一方、宅配袋や段ボールは増加するが、消費低迷により総量は減少
- ◆ 飲食のテイクアウトやデリバリー増により、紙製一次容器及び関連アイテムの需要増
- ◆ 2020年7月1日からのプラスチック製買物袋有料化制度導入にあわせ、制度対象外である紙袋も有料化する動きがあり、辞退率が増加

取組み

- ◆ 市場の拡大が期待できるEC関連資材やテイクアウト用容器の紙化・環境対応を積極提案
- ◆ 食品一次容器販売強化の為、設備投資を進める
- ◆ 環境対応かつ高付加価値を有する紙器の提案
- ◆ 外部機関に委託し「紙袋に対する意識調査」を実施
→ 調査結果をもとに、一般消費者の意見や客観的根拠に基づく提案を強化

売上高・営業利益の推移

(単位:百万円)



◆ 紙袋の売上高

20/12期	前期比	-26.6%
19/12期	前期比	+0.9%

◆ 紙器の売上高

20/12期	前期比	-6.1%
19/12期	前期比	+12.1%

化成品事業

業界環境

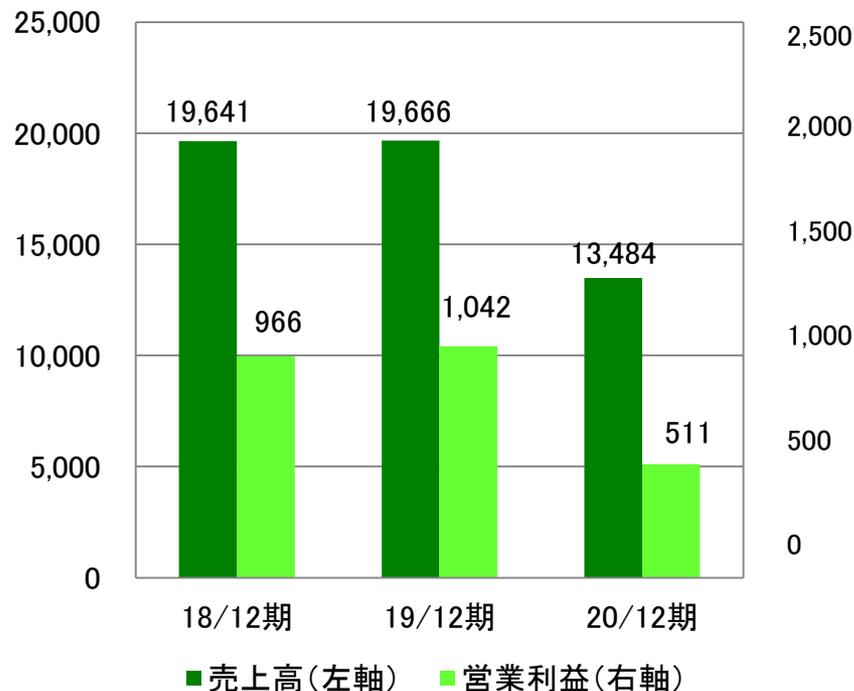
- ◆ 中国製品の品質向上により日本製品の人気に陰り
→ 紙おむつメーカーのアジア向け輸出が減少
- ◆ 2020年7月1日プラスチック製買物袋有料化が開始
→ ポリ袋の有料化による辞退率増加や紙化により、ポリ袋の使用量減少
- ◆ 新型コロナウイルス感染拡大の影響によるインバウンド需要減少や移動自粛により、土産用菓子の軟包装が減少
- ◆ 市場には、「脱プラスチック」や「減プラスチック」の食品用軟包装を使用した商品が増加傾向

取組み

- ◆ 主力得意先であるおむつ関連製造企業に対し、環境対応の印刷インク、フィルム等の開発、提案
- ◆ 代替素材の使用や薄肉化等、プラスチックの使用量削減(=減プラスチック)による環境対応を積極提案
- ◆ 食品市場のフィルム、紙器等の複合販売

売上高・営業利益の推移

(単位:百万円)



- ◆ レジ袋の売上高
20/12期 前期比 -37.4%
19/12期 前期比 -4.2%

- ◆ アパレル等の持ち帰り用ポリ袋の売上高
20/12期 前期比 -42.5%
19/12期 前期比 -3.0%

その他事業

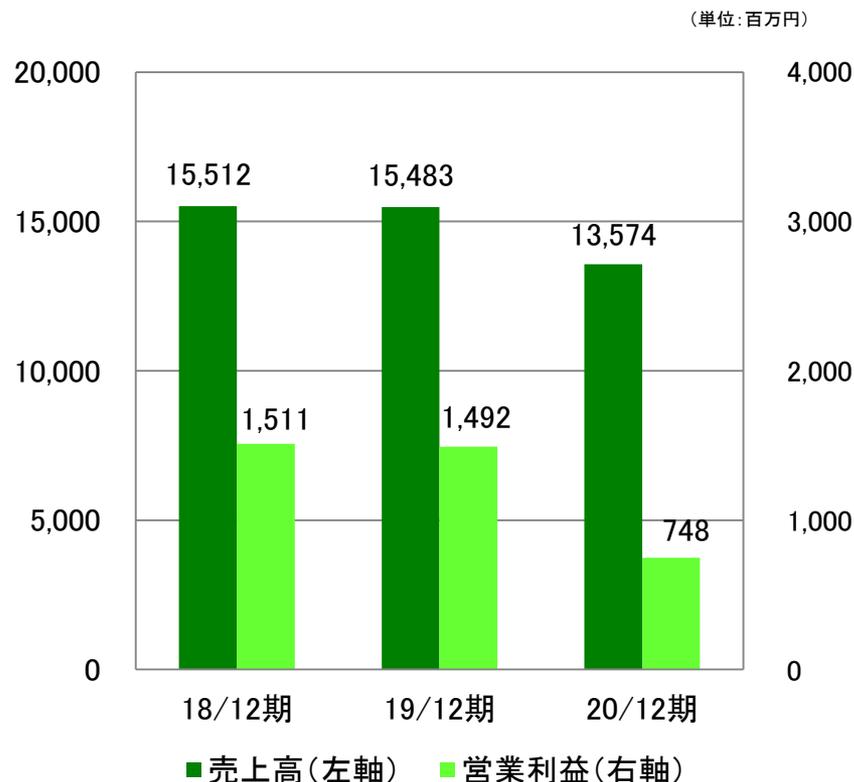
業界環境

- ◆ 百貨店業界の統廃合により、百貨店内で使用する用度品・事務用品の需要減
- ◆ 緊急事態宣言による百貨店等の休業により、店舗の用度品使用量が減少
- ◆ レジ袋有料化に伴ない、エコバッグを販売・販促品として配布する店舗が増加
- ◆ ギフトラッピング用資材でも環境対応化が進む

取組み

- ◆ PAS(Pack Assortment Service System)の取引内容・商品の見直しと合理化
- ◆ 市場のニーズに合った値札・タグ等付属品・販促品の提案・販売
- ◆ 環境対応素材を使用したソフトバッグ(紙・プラスチック以外の素材を使用したバッグ)・ギフトラッピング用資材の提案

売上高・営業利益の推移



- ◆ PAS(用度品)の売上高が 324百万円減少
- ◆ コロナ禍により、アパレル等のソフトバッグ(紙・プラスチック以外の素材を使用したバッグ)の使用量も減少傾向

貸借対照表

(単位:百万円)

	2019年12月期	2020年12月期
	実績	実績
資産	88,446	83,556
流動資産	57,017	50,160
固定資産	31,429	33,395
有形固定資産	20,781	22,547
無形固定資産	169	190
投資その他の資産	10,478	10,657
負債	29,951	23,816
流動負債	25,648	20,356
固定負債	4,302	3,459
純資産	58,495	59,739
株主資本	57,560	58,861
その他の包括利益累計額	811	790
新株予約権	93	65
非支配株主持分	29	22

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

主な項目	2019年12月期	2020年12月期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,599	3,158
税金等調整前当期純利益	6,899	3,566
減価償却費	1,713	1,850
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,136	△5,013
有価証券の取得による支出	△7,500	△8,099
有価証券の売却による収入	4,000	6,999
有形固定資産取得による支出	△1,492	△2,939
投資有価証券取得による支出	△160	△1,029
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,319	△1,214
自己株式取得による支出	△2,049	-
現金及び現金同等物期末残高	18,307	15,228

- ◆ 有価証券の取得による支出には、主に譲渡性預金・コマーシャルペーパー等の短期運用
- ◆ 中期経営計画に沿った印刷ならびに紙器製造能力増強のため、固定資産取得支出増
- ◆ 財務活動によるキャッシュ・フローは、主に配当金支払額1,136百万円



2. 中期経営計画の進捗

「環境対応を見据えた経営」

「環境対応」とは、
自然環境のみならず、社会環境、職場環境など
幅広い分野に対応することを意味しております

◆ 紙化への取組み

◆ 食品、医薬品・化粧品、EC市場への拡販

◆ 紙器の販売強化

◆ 事業領域の拡大

◆ 生産性向上と働き方改革の推進

投資計画

3か年計画

1. 紙器製造能力の増強（70億円）

紙製一次容器対応工場の増強と紙器受注増による生産能力の拡大

2. 新規事業への投資（60億円）

商品群・販売事業領域の拡大

3. システム刷新への投資（20億円）

業務の効率化に向けた基幹システムの構築

4. 本社工屋の建替え（16億円）

再生可能エネルギーの利用促進と営業・開発部門による供創力の強化

5か年計画

5. 大阪工場の建替え

6. 奈良工場の増改築

紙化への取組み

戦略	進捗
<p>◆SDGs(持続可能な開発目標)への取組み リサイクルしやすい紙製パッケージの販売強化 地球環境に配慮した製品への需要の高まり</p>	<p>◆ 外出自粛や休業要請の影響を受け販売は大きく減少</p> <p>◆ 紙製パッケージの販売強化により、紙加工品事業の売上構成比は2.3ポイント上昇</p>
<p>◆紙化を含む環境対応製品の販売促進 ザ・パックフォレスト製品の販売強化 販売額の一部をフォレスト環境基金として拠出 FSC(森林管理協議会)認証製品の販売強化 森林保全に貢献</p>	<p>◆ 環境対応製品の販売促進により、紙器関連が多いFSC製品の販売は増加</p> <p>◆ 紙袋関連が多いフォレスト製品は減少</p>

①品目別売上高

(単位:百万円)

品目	2019年	2019年構成比	2020年	2020年構成比	前年差	前年比
紙加工品事業	60,353	63.2%	51,387	65.5%	△8,966	△14.9%
化成品事業	19,666	20.6%	13,484	17.2%	△6,182	△31.4%
その他事業	15,483	16.2%	13,574	17.3%	△1,909	△12.3%
合計	95,502	100.0%	78,445	100.0%	△17,057	△17.9%

②フォレスト・FSC製品売上高

製品	2019年	2019年構成比	2020年	2020年構成比	前年差	前年比
フォレスト製品	1,516	1.6%	1,276	1.6%	△240	△15.8%
FSC製品	2,884	3.0%	4,852	6.2%	1,968	68.2%
合計	4,400	4.6%	6,128	7.8%	1,728	39.3%
売上高(連結)	95,502		78,445			

食品、医薬品・化粧品、EC市場への拡販

戦略	進捗
<p>◆食品</p> <p>食品向けパッケージの販売強化</p> <p>これまで主力としてきた和洋菓子向けパッケージに加え、弁当・惣菜等の中食およびコンビニ・ファストフード等の外食(テイクアウト含む)業界への販路も更に拡大</p>	<p>◆ EC用・テイクアウト用パッケージの販売は増加</p> <p>◆ 空港・駅・百貨店等に販路を持つ土産菓子向けパッケージの販売は減少</p>
<p>◆医薬品・化粧品・健康食品</p> <p>高齢化社会で需要が見込める市場へ注力</p> <p>健康志向の高まりもあり、安定した成長が見込まれる消費者向け一般医薬品・化粧品・健康食品市場へ注力</p>	<p>◆ 百貨店・専門店で販路を持つ化粧品向けの販売は減少</p> <p>◆ 医薬品向けは横ばいで推移</p>
<p>◆EC市場</p> <p>省人・省力化へのソリューション提供</p> <p>自社ECサイトでの直接販売を行う得意先に対し、省人・省力化のソリューション提案の推進</p>	<p>◆ リアル店舗からEC化への販売形態の変化に対する新規開拓(宅配箱・宅配袋)により、EC市場への販売は増加</p>

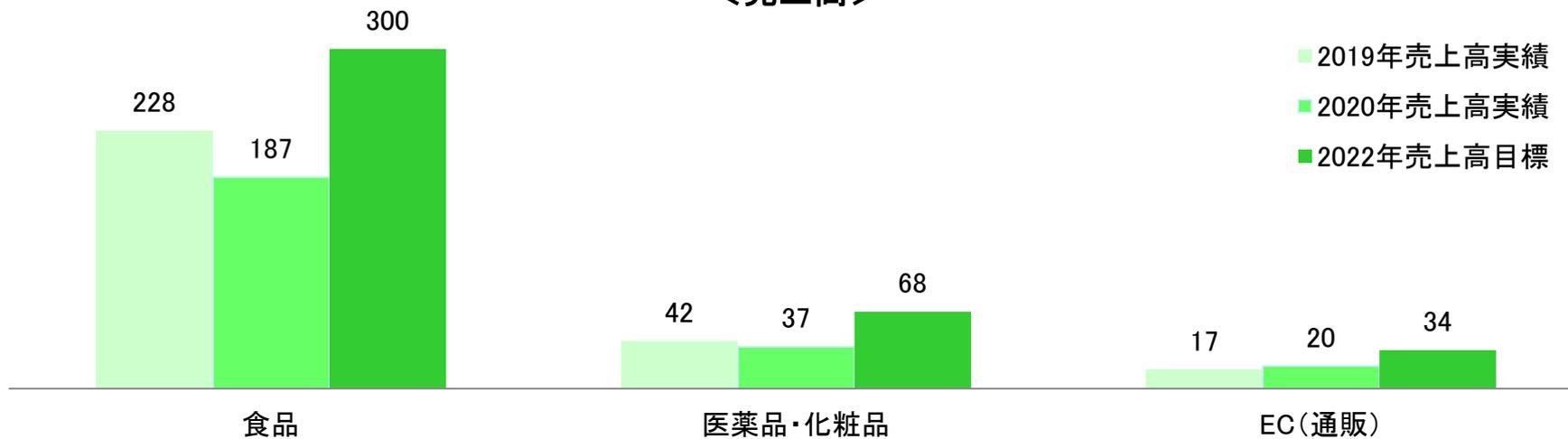
食品、医薬品・化粧品、EC市場への拡販

(単位:億円)

業界	2019年12月期	2020年12月期	2022年12月期		
	売上高実績	売上高実績	売上高目標	対2020年変化額	対2020年変化率
食品	228	187	300	113	60.4%
医薬品・化粧品	42	37	68	31	83.8%
EC(通販)	17	20	34	14	70.0%

<売上高>

(単位:億円)



紙器の販売強化

戦略	進捗
<p>◆販売形態の変化(リアル店舗→EC化)に対応 ショッピングバッグから紙器に注力</p>	<p><紙器></p> <ul style="list-style-type: none">◆ EC用・テイクアウト用パッケージの販売は増加◆ 空港・駅・百貨店等に販路を持つ土産菓子パッケージの販売は減少
<p>◆提案型営業 設計力・デザイン力・情報力を駆使した提案型営業 提案型営業が評価され、紙器の販売は2019年まで9年連続で増加 商品パッケージはEC化が進んでも引き続き利用される 環境への意識が浸透することで紙化による需要の底上げが期待できる</p>	<p><紙袋></p> <ul style="list-style-type: none">◆ 宅配袋の販売増加◆ 百貨店・専門店等リアル店舗用の紙袋の販売は大きく減少
<p>◆食品向け 紙製一次容器の販売強化 東京・大阪工場の食品用紙器製造ラインでは、食品安全マネジメントシステムの国際規格であるFSSC22000認証を取得済 品質においても優位性がある紙製一次容器では、ファストフードやコンビニ業界にも進出しており、更なる販路の拡大および販売強化に努める</p>	<p><軟包装フィルム></p> <ul style="list-style-type: none">◆ 既存の得意先へフィルムパッケージの新規提案で売上が増加◆ 空港・駅・百貨店等に販路を持つ従来から取引のある土産菓子個装フィルムの販売は減少

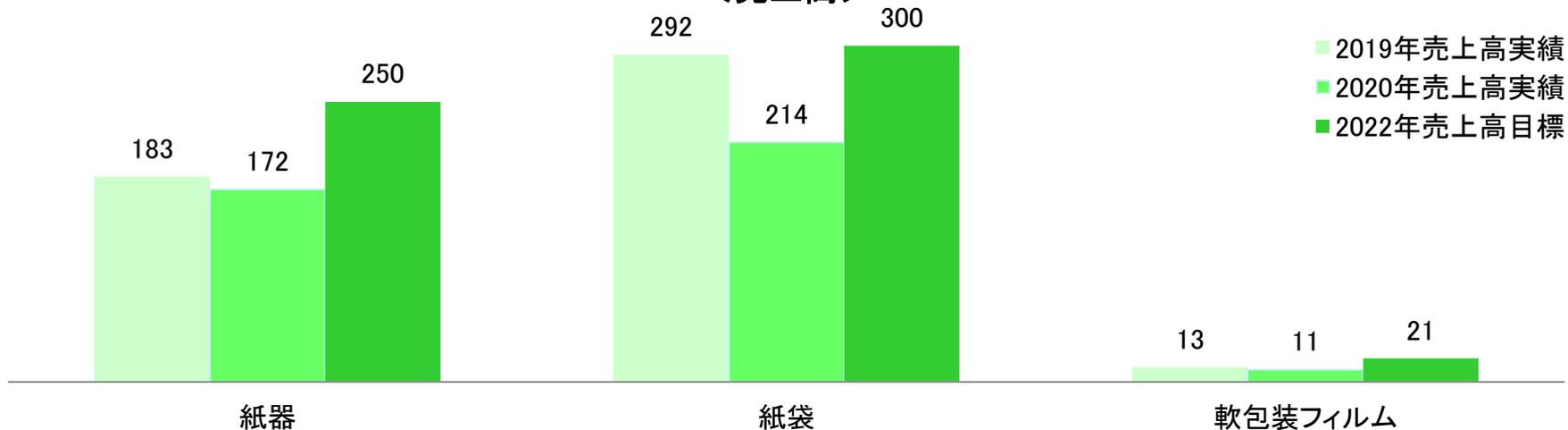
紙器の販売強化

(単位: 億円)

業界	2019年12月期	2020年12月期	2022年12月期		
	売上高実績	売上高実績	売上高目標	対2020年変化額	対2020年変化率
紙器	183	172	250	78	45.3%
紙袋	292	214	300	86	40.2%
軟包装フィルム	13	11	21	10	90.9%

<売上高>

(単位: 億円)



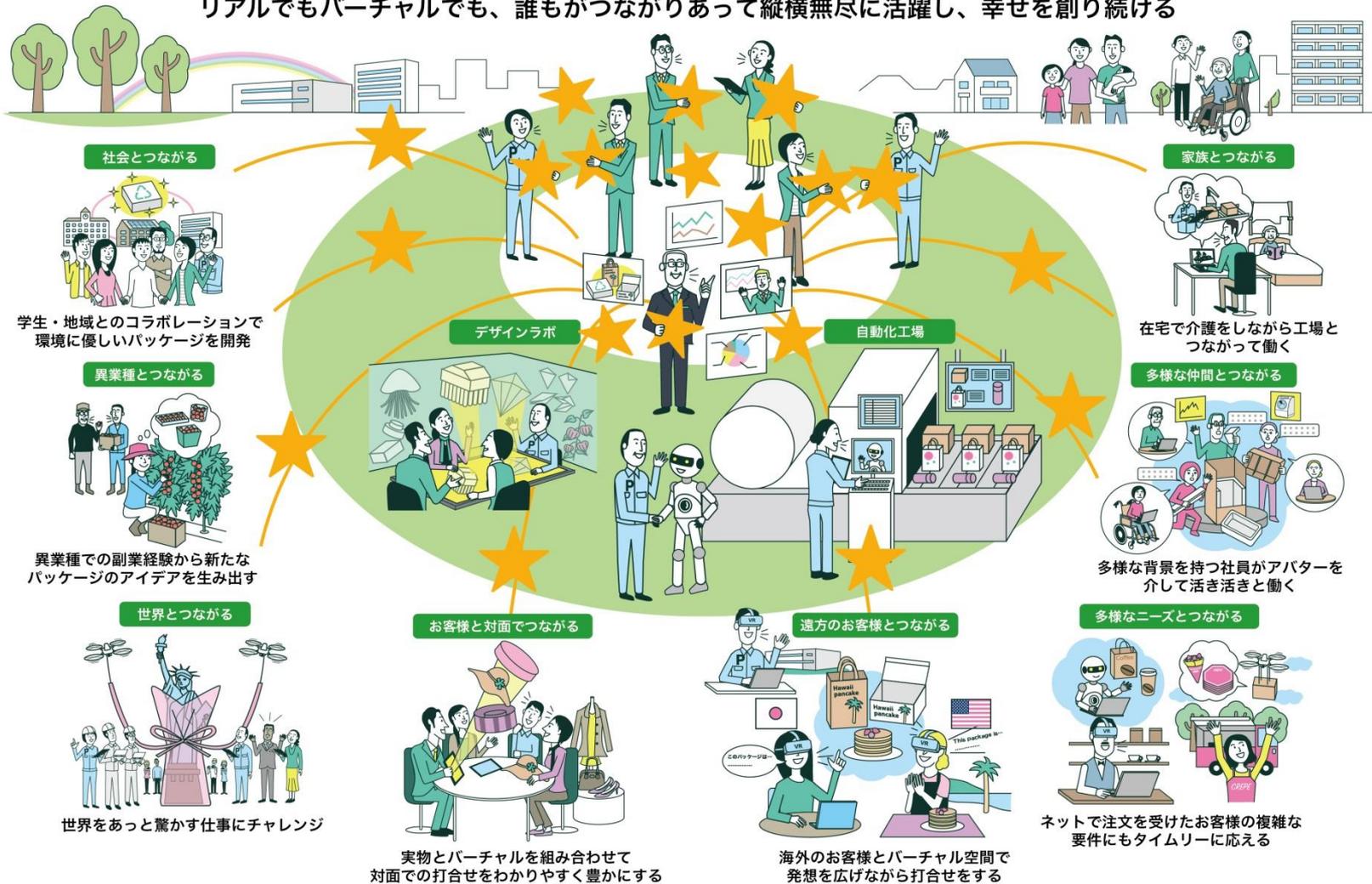
事業領域の拡大

戦略	進捗
<p>◆新規事業への取組み</p> <p>M&A・業務提携・新設備導入等による商品群・販売事業領域の拡大</p>	<p><M&A・業務提携案件について></p> <p>◆有益となる案件について検討中</p> <p><新設備導入について></p> <p>◆紙器設備導入計画 合計金額21.6億円(2020年～2021年)</p> <p>東京工場紙器関連 総額19.6億円</p> <p>大阪工場紙器関連 総額 2.0億円</p>
<p>◆海外展開</p> <p>中国市場での拡販</p> <p>ASEAN市場への進出</p>	<p>◆ 中国市場で食品向けパッケージの販売強化</p> <p>◆ 新型コロナウイルスの世界規模の感染拡大により、ASEAN市場への進出については進展停止の状況</p>

生産性の向上と働き方改革の推進

THE PACK WORKSTYLE VISION 2030

リアルでもバーチャルでも、誰もがつながりあって縦横無尽に活躍し、幸せを創り続ける



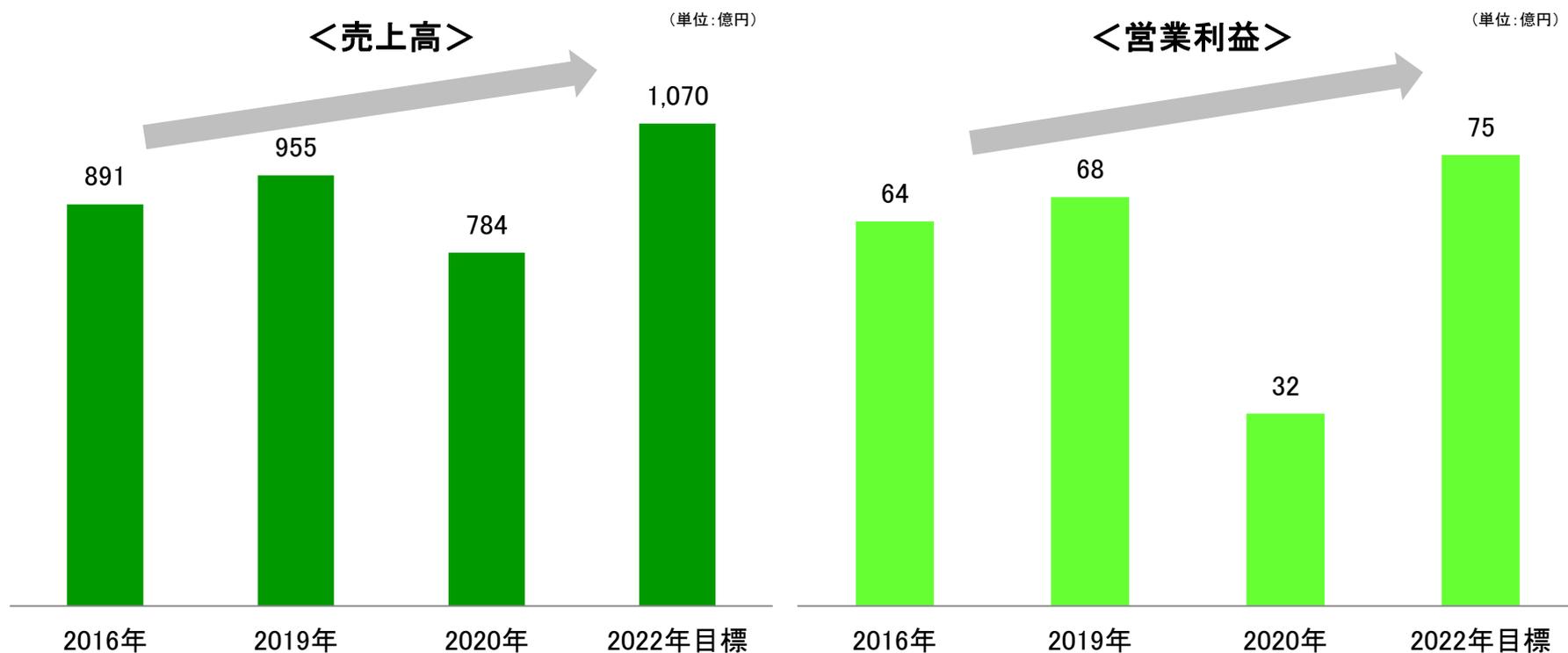
生産性の向上と働き方改革の推進

戦略	進捗
◆業務の効率化に向けた基幹システムの構築	<p>◆システム刷新</p> <p>次期基幹システム導入・ICT化(FAX注文書電子化)・構築支援 総費用 20億円(2020年~2022年)</p> <p>2022年の稼働に向けて業務設計に着手</p>
◆製造ラインの省人・省力化	<p>◆東京・大阪・奈良工場で新設備導入等による 省人化を図る</p> <p>省人化効果 69百万円/年(2021年)</p>
◆ワークライフバランスに配慮した人員配置と勤務時間の適正化	<p>◆テレワーク環境の整備やTeams等のシステムを 導入</p> <p>社内の会議はTV会議やWeb会議を活用し、会議に集まるための 移動時間の削減等、業務の効率化、勤務時間の適正化にも繋げて いく</p>

中期経営計画 達成目標

2022年度目標数値(連結)

売上高 1,070億円
営業利益 75億円

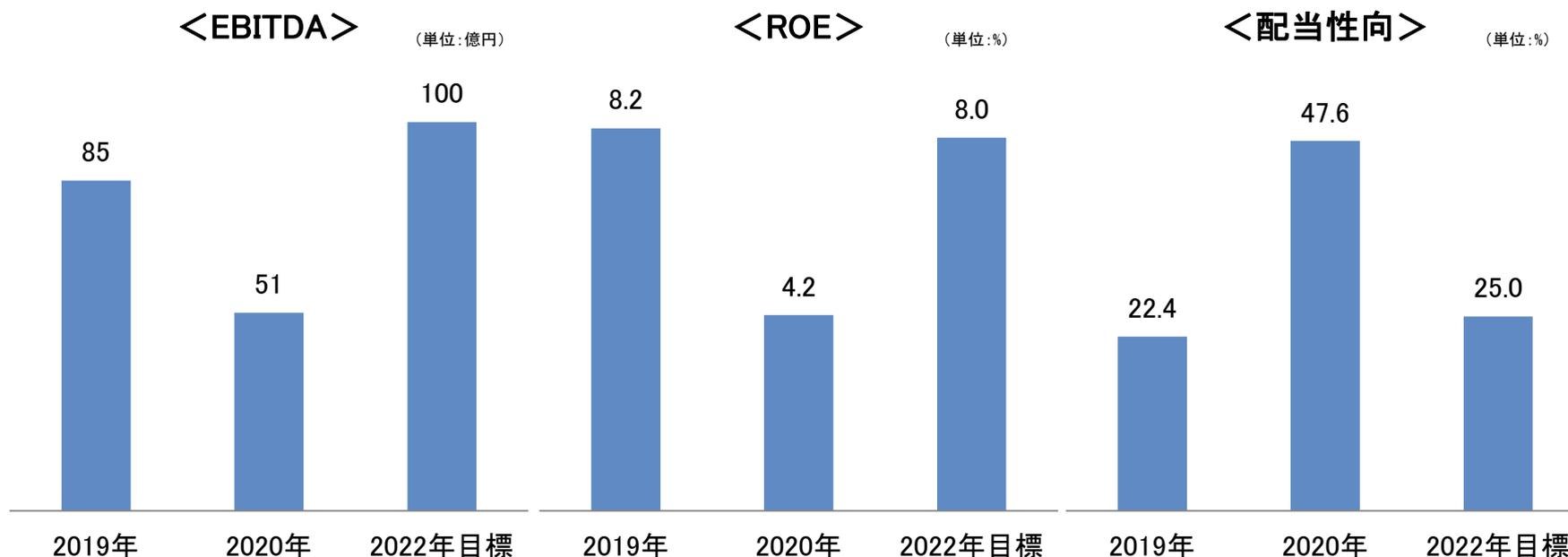


財務戦略

1. EBITDA 100億円を達成

2. ROE 8%以上を維持

3. 配当性向 25%以上を目指す



- ◆ 個人消費減少の影響を受け、売上高とともに営業利益が減少したことで、EBITDA、ROEの数値が低下
- ◆ トータルパッケージのソリューション企業として顧客満足度と業績のさらなる向上を目指す

SDGs(持続可能な開発目標)への取り組み

1. フォレスト製品販売強化

販売額の一部をフォレスト環境基金として拠出
お客様と一緒に地球環境保護活動に取り組む

2. FSC(森林管理協議会)認証製品の販売強化

森林保全に貢献

＜フォレスト製品売上高＞

(単位:億円)

18

15

13

2019年

2020年

2022年目標

＜FSC製品売上高＞

(単位:億円)

48

29

32

2019年

2020年

2022年目標

- ◆ 紙袋関連が多いフォレスト製品は減少したものの、環境対応製品の販売促進により、紙器関連が多いFSC製品の販売は増加
- ◆ FSC製品では紙袋の販売も増加

SDGs(持続可能な開発目標)への取り組み

3. CO₂削減への取り組み

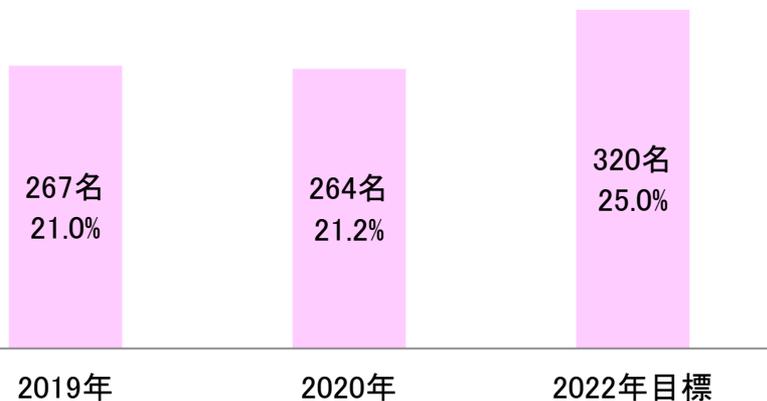
本社社屋・大阪工場の建替え時に再生可能エネルギーへの転換を図る



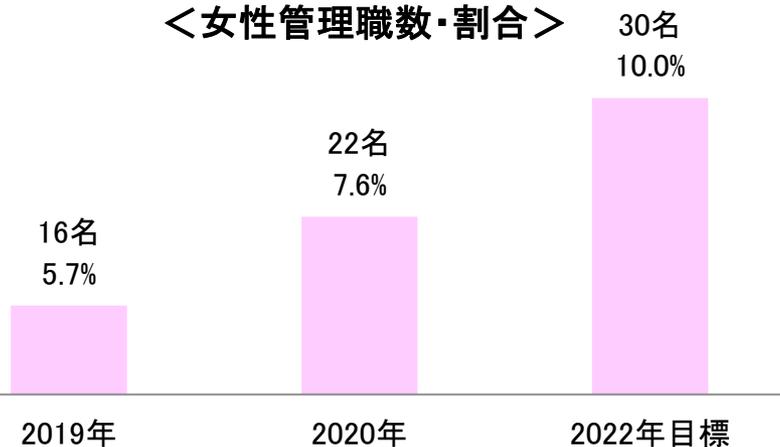
4. 女性活躍推進のための行動計画

- ① 正社員に占める女性の割合を25%以上にする
- ② 管理職(課長以上)に占める女性の割合を10%以上にする

<女性正社員数・割合>



<女性管理職数・割合>



◆ 本体では女性正社員数・女性管理職者数ともに人数と割合が増加



3. 2021年12月期 業績予想

業績予想

「環境対応を見据えた経営」のスローガンのもと、業績のさらなる向上を目指す

(単位:百万円)

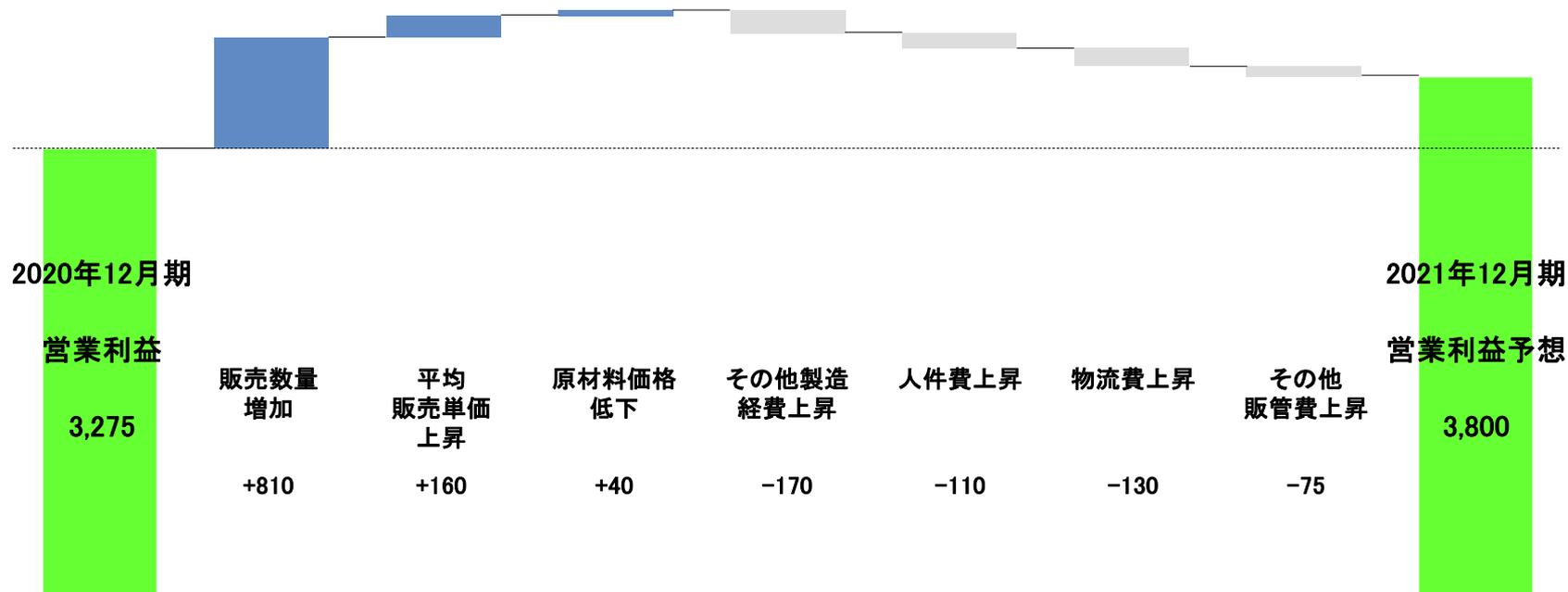
	2020年12月期	2021年12月期	
	実績	業績予想	前期比予想
売上高	78,445	81,000	3.3%
営業利益	3,275	3,800	16.0%
経常利益	3,606	4,000	10.9%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,392	2,700	12.9%

- ◆ 新型コロナウイルス感染症に有効なワクチン接種が2021年前半から進めば、収束状況次第で経済活動の正常化が見込まれ、景気は回復基調をたどることが予想されるものの、引き続き不透明な外部環境
- ◆ コロナ禍による外出自粛により、EC市場は今後も増加が見込まれ、関連商材においては堅調に推移する見込み

営業利益予想増減要因

紙加工品の売上増により増益

(単位:百万円)



- ◆ 個人消費や観光需要の回復によりリアル店舗での持ち帰り用紙袋やポリ袋の使用量が増加
- ◆ 紙袋の有料化による資源使用量削減という動きもあったが、販促効果や広告媒体としての価値が見直され、無料配布に戻す動きもあり
- ◆ 食品用の紙製一次容器や紙製軟包装は継続して増加



4. 参考資料

会社概要

商号	ザ・パック株式会社（英文：THE PACK CORPORATION）
設立	1952年5月（1991年9月上場：2003年6月東証一部）
本社所在地	大阪市北区天満橋1丁目8番30号 OAPタワー20階
事業内容	ペーパーバッグ（紙袋）、フィルムパッケージ、印刷紙器、段ボール製品の企画・製造・販売
役員	代表取締役社長 稲田 光男 他取締役8名(社外2名) 監査役 4名(社外2名)
従業員数	連結1,240名(単体881名)
グループ企業	連結子会社8社(国内、米国、中国)
取引銀行	三菱UFJ銀行、三井住友銀行、三菱UFJ信託銀行、三井住友信託銀行、みずほ銀行
主要株主	森田記念福祉財団10.96%、ビー・ビー・エイチ フォー フィデリティ ロー プライスト ストック ファンド（プリンシパル オール セクター サブポートフォリオ） 7.88%、自社取引先持株会 6.95%、日本カステイ銀行（信託口4）4.62%、日本マスタートラスト信託銀行（信託口） 4.17%、日本カステイ銀行（りそな再信託分・北越コーポレーション退職給付信託口）3.28%、大王製紙 3.02%、三菱UFJ銀行2.61%、ザ・パック社員持株会2.45%、七條紙商事2.41%

（2020年12月末現在）

ザ・パックグループ（連結子会社8社）

ザ・パック株式会社

本社(大阪)



東京本社ビル



大阪工場



奈良工場



東京工場



茨城工場



(全事業所においてISO9001、ISO14001認証取得済)

国内子会社

(株)京浜特殊印刷



日幸印刷(株)



オフセット印刷機

(株)パックタケヤマ



西日本印刷工業(株)



カンナル印刷(株)



海外子会社

中国 連結子会社

特百嘉包装制品(常熟)有限公司

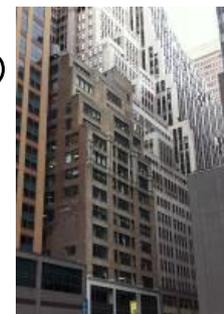


特百嘉包装品
貿易(上海)
有限公司



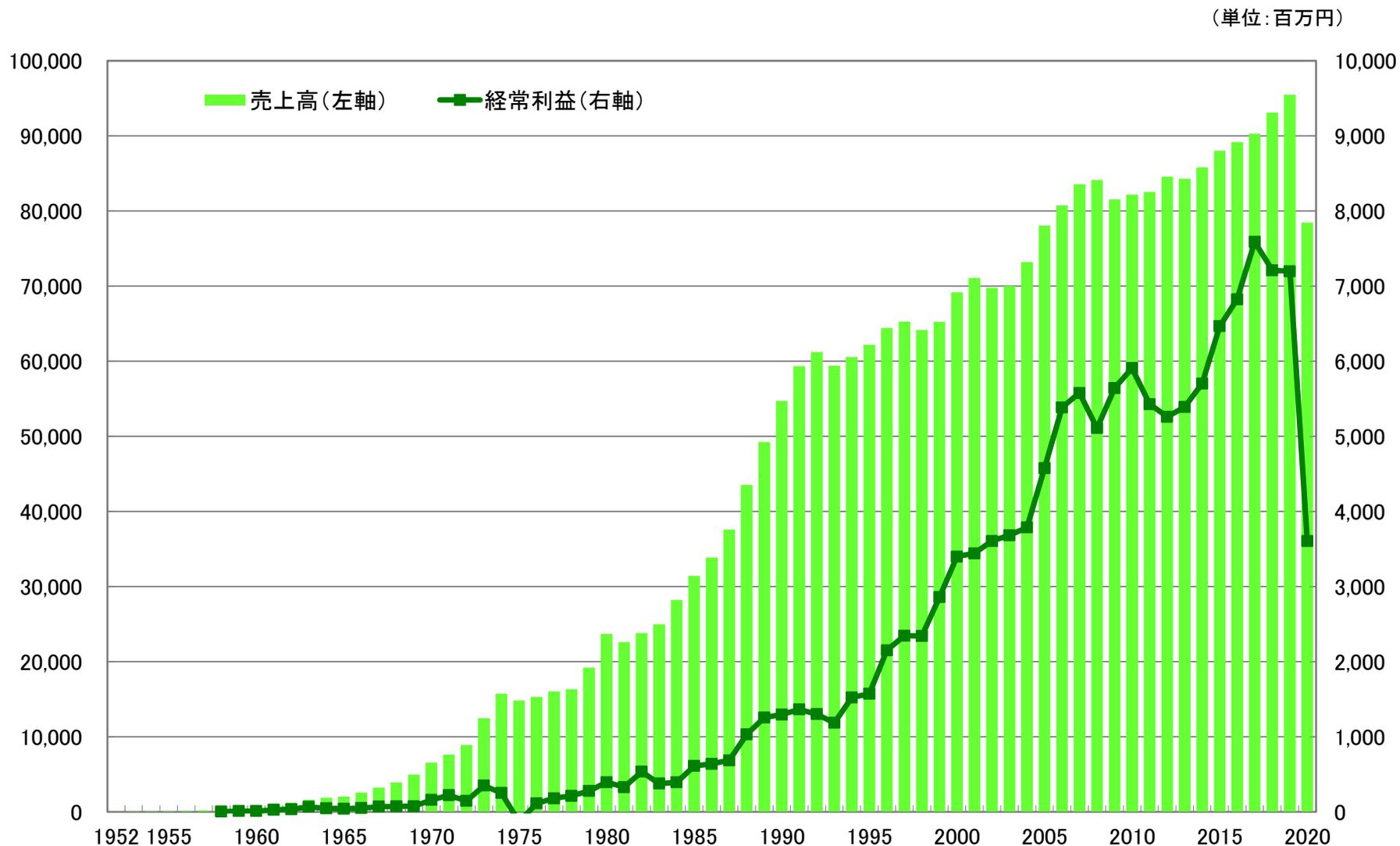
米国 連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)

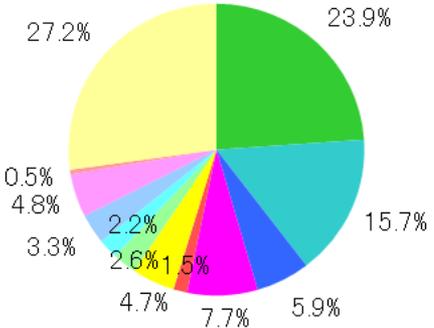


(2021年2月現在)

売上高・経常利益の推移 (連結) 会社設立(1952年) ~ 2020年



ザ・パックの強み(1)

強み	内容																										
<p>1.幅広い顧客層</p>  <p>アパレル</p>	<p>◆ 取引社数 約14,000社 食品・百貨店・専門店・量販店・一般小売・ コンビニエンスストア・ファーストフード・ アパレル・家電メーカー・通販・・・</p> <p>⇒ <u>特定の業界不況の影響を 受けにくい顧客基盤</u></p>  <p>2020年12月期 第4四半期</p> <table border="1"> <caption>2020年12月期 第4四半期 売上構成</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>食品</td><td>23.9%</td></tr> <tr><td>アパレル</td><td>15.7%</td></tr> <tr><td>百貨店</td><td>7.7%</td></tr> <tr><td>スーパー・ドラッグストア</td><td>5.9%</td></tr> <tr><td>コンビニ</td><td>4.7%</td></tr> <tr><td>医療品・化粧品</td><td>4.8%</td></tr> <tr><td>EC(通販)</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>家電</td><td>2.6%</td></tr> <tr><td>家電・住設</td><td>2.2%</td></tr> <tr><td>ライフケア</td><td>1.5%</td></tr> <tr><td>自動車</td><td>0.5%</td></tr> <tr><td>その他</td><td>27.2%</td></tr> </tbody> </table> <p> ■ 食品 ■ アパレル ■ 百貨店 ■ スーパー・ドラッグストア ■ コンビニ ■ 医療品・化粧品 ■ EC(通販) ■ 家電 ■ 家電・住設 ■ ライフケア ■ 自動車 ■ その他 </p>  <p>食品産業</p>  <p>生活産業</p>	業種	割合	食品	23.9%	アパレル	15.7%	百貨店	7.7%	スーパー・ドラッグストア	5.9%	コンビニ	4.7%	医療品・化粧品	4.8%	EC(通販)	3.3%	家電	2.6%	家電・住設	2.2%	ライフケア	1.5%	自動車	0.5%	その他	27.2%
業種	割合																										
食品	23.9%																										
アパレル	15.7%																										
百貨店	7.7%																										
スーパー・ドラッグストア	5.9%																										
コンビニ	4.7%																										
医療品・化粧品	4.8%																										
EC(通販)	3.3%																										
家電	2.6%																										
家電・住設	2.2%																										
ライフケア	1.5%																										
自動車	0.5%																										
その他	27.2%																										

ザ・パックの強み(2)

強み	内容
2.トータルパッケージのソリューション提供	<ul style="list-style-type: none">◆ (サポート体制の充実) 営業・リサーチ企画部門・設計やデザイン部門が協同提案◆ (ノウハウ・情報量の充実) 国内最大規模のパッケージラボを運営 <p>⇒ <u>顧客の幅広いニーズに応え</u> <u>コンサルティングによるソリューション提供</u></p> <div data-bbox="909 725 1823 1275" data-label="Image"></div> <p data-bbox="1238 1279 1493 1318">パッケージラボ</p>

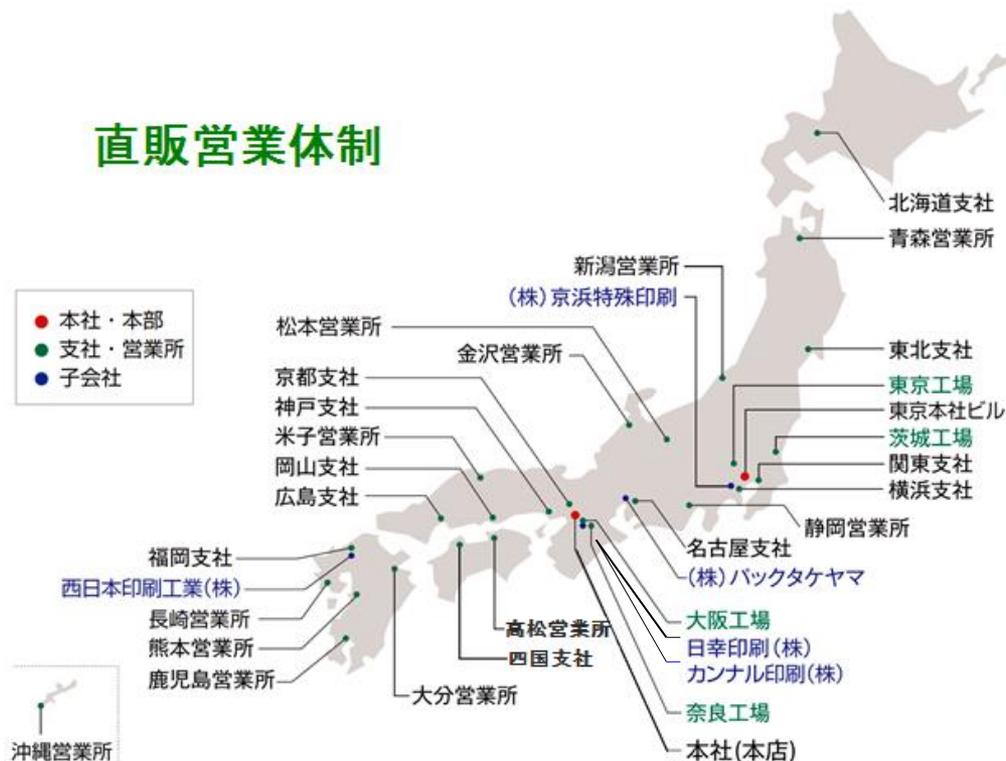
ザ・パックの強み(3)

強み

内容

3.製造・販売・物流一貫体制

直販営業体制



国内4工場・グループ会社・外部委託工場との協力により
災害・事故などの発生時のリスクマネジメントにも対応

当社グループ

印刷工場



化成品工場



段ボール工場



製造

紙袋工場



紙器工場



全国各地の直販営業体制

物流

製品

全国各地の顧客

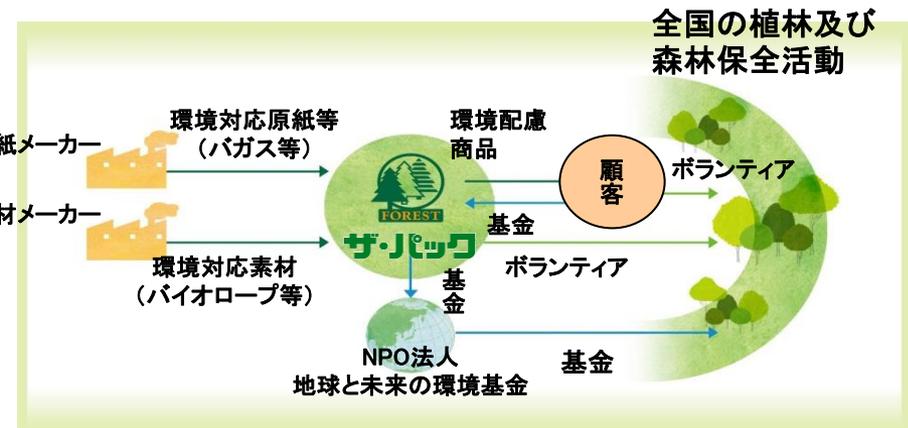
ザ・パックの強み(4)

強み	内容
<p>4.品質管理体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 全社にて、品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001認証を取得 ◆ 東京工場・大阪工場にて <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>食品安全マネジメントシステムの国際規格FSSC22000認証を取得</u> ◆ 「品質強化によるCSの向上」の方針のもと、安全・安心な製品の提供、顧客の信頼と満足を得られるように取り組む
<p>5.ITを駆使した顧客とのネットワーク</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 包装資材や備品等をまとめて納品 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>一括納品による物流の合理化でCO₂削減にも貢献</u> ◆ Web発注『Pack-Web』提供 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>顧客の発注業務を合理化</u> <div data-bbox="1275 871 1816 1313" data-label="Diagram"> <p>The diagram illustrates the PACK-Web service flow. It shows a flow from 'Customer Stores' (各店舗) to 'Pack-Web Service' (PACK-Web サービスの例) via the Internet. The service involves 'Ordering' (ご注文) and 'Issuing Instructions' (発注指示) to the 'Company System' (当社システム). The system then provides 'Order Status' (受注状況) and 'Order Point Management / Replenishment Point Management' (発注点管理 補充点管理) to the 'Company' (当社). The company then handles 'Distribution to Stores' (各店舗への配送) through a 'Company Logistics Center' (当社物流センター).</p> </div>

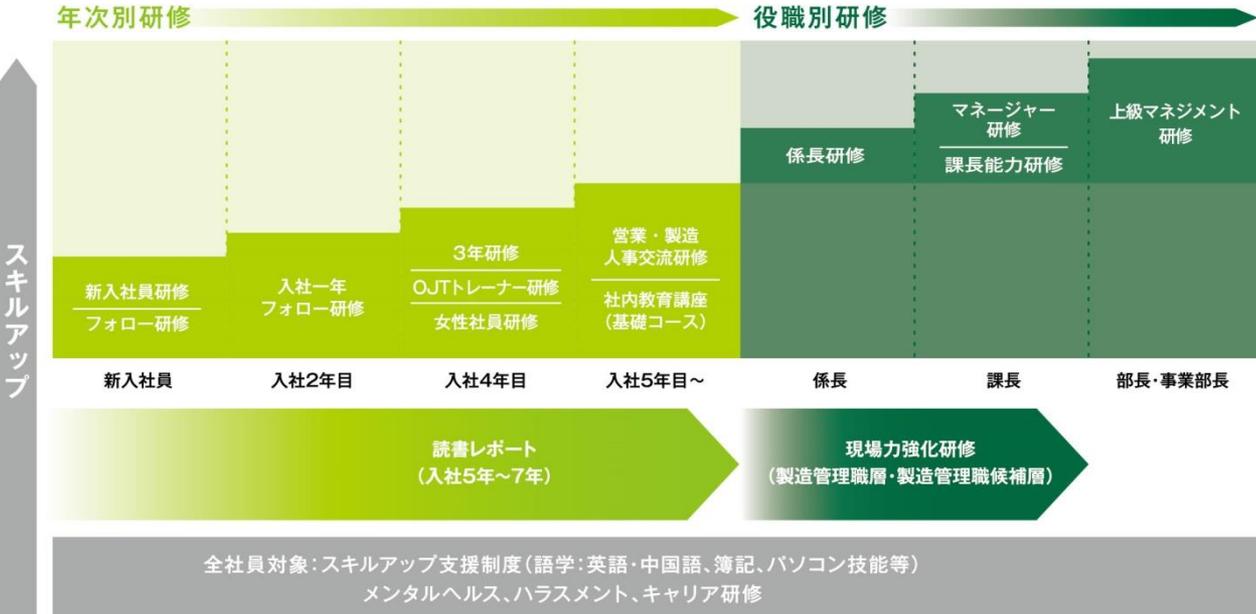
ESGへの取組み(1)

取組み	内容																																																									
<p>1.環境への取組み</p> <div data-bbox="92 1035 241 1120"> <p>SDGsとの 関連性</p> </div> <div data-bbox="266 1028 537 1299"> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2006年に国内の全工場・事業所でISO14001の認証取得 ◆ CO₂排出量や廃棄物の削減、環境対応商品の開発など様々な取組みを実施 ◆ 海洋プラスチックごみの削減につながる革新的な代替品の開発と普及を促進する経済界全体として官民一体となった活動を行う「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス」の幹事会員として活動 <div data-bbox="614 525 950 564" style="background-color: #006633; color: white; padding: 5px;"> <p>環境負荷の全体像</p> </div> <p data-bbox="975 525 1796 578">生産活動全体における環境負荷を把握し、負荷の低減に向けて取組んでいます。 ※4工場(大阪工場、奈良工場、東京工場、茨城工場)及び本社・営業グループのデータを記載しています。</p> <table border="1" data-bbox="614 614 1816 1142"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>数値</th> <th>前年度比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>CO₂ (4工場)</td> <td>18,138t</td> <td>-0.1%</td> </tr> <tr> <td>CO₂ (本社、営業全体)</td> <td>463t</td> <td>-15.8%</td> </tr> <tr> <td>CO₂ (物流)</td> <td>11,872t</td> <td>+0.9%</td> </tr> <tr> <td>CO₂ (合計)</td> <td>30,473t</td> <td>-0.0%</td> </tr> <tr> <td>紙袋</td> <td>1,180,667千枚</td> <td>+2.8%</td> </tr> <tr> <td>印刷紙器</td> <td>1,033,903千個</td> <td>+15.3%</td> </tr> <tr> <td>フィルムパッケージ</td> <td>2,339,408千枚</td> <td>+4.3%</td> </tr> <tr> <td>段ボール</td> <td>86,302千m²</td> <td>-5.7%</td> </tr> <tr> <td>産業廃棄物 (4工場)</td> <td>18,592t</td> <td>-0.9%</td> </tr> <tr> <td>一般廃棄物 (本社、営業全体)</td> <td>8t</td> <td>-2.2%</td> </tr> <tr> <td>都市ガス</td> <td>1,952千m³</td> <td>-0.2%</td> </tr> <tr> <td>LPGガス</td> <td>4.9t</td> <td>-37.7%</td> </tr> <tr> <td>電気</td> <td>25,503千kWh</td> <td>-0.5%</td> </tr> <tr> <td>その他燃料</td> <td>205kL</td> <td>-5.1%</td> </tr> <tr> <td>水 (地下水含む)</td> <td>96千m³</td> <td>-5.2%</td> </tr> <tr> <td>下水道公共用水</td> <td>96千m³</td> <td>-5.2%</td> </tr> <tr> <td>原材調達</td> <td>100,503t</td> <td>-2.9%</td> </tr> <tr> <td>開発・生産</td> <td>4,549t</td> <td>+0.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1410 1128 1825 1149">※物流のCO₂は、当社からお客様への輸送に伴うものです。</p>	項目	数値	前年度比	CO ₂ (4工場)	18,138t	-0.1%	CO ₂ (本社、営業全体)	463t	-15.8%	CO ₂ (物流)	11,872t	+0.9%	CO ₂ (合計)	30,473t	-0.0%	紙袋	1,180,667千枚	+2.8%	印刷紙器	1,033,903千個	+15.3%	フィルムパッケージ	2,339,408千枚	+4.3%	段ボール	86,302千m ²	-5.7%	産業廃棄物 (4工場)	18,592t	-0.9%	一般廃棄物 (本社、営業全体)	8t	-2.2%	都市ガス	1,952千m ³	-0.2%	LPGガス	4.9t	-37.7%	電気	25,503千kWh	-0.5%	その他燃料	205kL	-5.1%	水 (地下水含む)	96千m ³	-5.2%	下水道公共用水	96千m ³	-5.2%	原材調達	100,503t	-2.9%	開発・生産	4,549t	+0.4%
項目	数値	前年度比																																																								
CO ₂ (4工場)	18,138t	-0.1%																																																								
CO ₂ (本社、営業全体)	463t	-15.8%																																																								
CO ₂ (物流)	11,872t	+0.9%																																																								
CO ₂ (合計)	30,473t	-0.0%																																																								
紙袋	1,180,667千枚	+2.8%																																																								
印刷紙器	1,033,903千個	+15.3%																																																								
フィルムパッケージ	2,339,408千枚	+4.3%																																																								
段ボール	86,302千m ²	-5.7%																																																								
産業廃棄物 (4工場)	18,592t	-0.9%																																																								
一般廃棄物 (本社、営業全体)	8t	-2.2%																																																								
都市ガス	1,952千m ³	-0.2%																																																								
LPGガス	4.9t	-37.7%																																																								
電気	25,503千kWh	-0.5%																																																								
その他燃料	205kL	-5.1%																																																								
水 (地下水含む)	96千m ³	-5.2%																																																								
下水道公共用水	96千m ³	-5.2%																																																								
原材調達	100,503t	-2.9%																																																								
開発・生産	4,549t	+0.4%																																																								

ESGへの取組み(2)

取組み	内容										
<p>2.ザ・パックフォレスト環境基金活動 (森林保全活動)</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2000年に独自の「フォレスト環境基金」を設立し、植林地にて植樹や間伐を行うボランティア活動を開始 ◆ 環境対応商品の販売額の一部をフォレスト環境基金として拠出 ◆ 運営はNPO法人「地球と未来の環境基金(EFF)」に委託 ◆ 社員だけでなく・顧客・一般の方と協働で森林保全活動を実施 <div style="text-align: center;">  </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>ザ・パック フォレストマーク</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>地球と未来の 環境基金</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <p>(活動風景)</p> </div> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; margin-top: 20px;"> <tbody> <tr> <td>拠出基金額</td> <td>1.58億円</td> </tr> <tr> <td>植樹本数</td> <td>20,465本</td> </tr> <tr> <td>参加者合計</td> <td>6,907人</td> </tr> <tr> <td>植樹面積</td> <td>21.8Ha</td> </tr> <tr> <td>CO2 吸収量</td> <td>1,576.66t</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;">(2020年12月末時点累計)</p>	拠出基金額	1.58億円	植樹本数	20,465本	参加者合計	6,907人	植樹面積	21.8Ha	CO2 吸収量	1,576.66t
拠出基金額	1.58億円										
植樹本数	20,465本										
参加者合計	6,907人										
植樹面積	21.8Ha										
CO2 吸収量	1,576.66t										

ESGへの取組み(3)

取組み	内容
<p>3.人材育成と 職場づくり</p> <p>SDGsとの 関連性</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>3 すべての人に 健康と福祉を</p>  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>4 質の高い教育を みんなに</p>  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>5 ジェンダー平等を 実現しよう</p>  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>8 働きがいも 経済成長も</p>  </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>12 つくる責任 つかう責任</p>  </div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 社は「愛し愛され」、経営理念「人を大切に 人を育てる経営」の考えに則り、人材育成、育児・介護支援、雇用の安定、その他社員の福利厚生に取組む ～ 年次別研修、役職別研修、現場力強化研修など人材育成制度の充実化 ◆ 「健康経営優良法人2020」に認定 社員の健康維持・増進と、個々の健康意識向上に取組む <div style="text-align: right; margin-top: 20px;">  <p>2020 健康経営優良法人 Health and productivity</p> </div> <div style="margin-top: 20px;"> <p style="text-align: center; background-color: #8B4513; color: white; padding: 5px;">教育の体系図</p>  <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">全社員対象：スキルアップ支援制度（語学：英語・中国語、簿記、パソコン技能等） メンタルヘルス、ハラスメント、キャリア研修</p> </div>

ESGへの取組み(4)

取組み	内容	
<p>4.環境教育</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<p>◆ 「環境教育」の一環として、東大阪市と協同し小学校で「もの作り体験教室」実施</p> 	
<p>5.地域貢献活動</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<p>◆ 社員一人ひとりが地域社会とつながり、地域貢献ができる仕組みづくり</p> <p>◆ 社員の自主的参加により社会貢献へのモチベーション向上、能力開発援助へ</p> <p>◆ 事業所周辺の清掃活動</p> 	<p>◆ 児童書の贈呈</p> 

注意事項

本資料は、2020年12月期決算の業績および経営方針に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。又、本資料は2020年12月末日現在のデータを基に作成しております。

本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性・完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後予告なしに変更することがあります。

IRに関するお問い合わせ先

ザ・パック株式会社 総務部 IR広報室

〒151-0063 東京都渋谷区富ヶ谷2-8-4

TEL: 03-3469-1221 FAX: 03-3469-1353 メールアドレス: koho@thepack.co.jp