



ザ・パック株式会社

**2020年12月期
第2四半期決算説明資料**

2020年8月27日

目次

1. 2020年12月期第2四半期 決算実績 P. 3
2. 2020年12月期 業績予想 P. 15
3. 参考資料 P. 17

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、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
- ◆ コロナ禍の影響により、EC市場および飲食店テイクアウト・デリバリー市場は急速に拡大
- ◆ EC市場向けパッケージの販売は堅調に推移し、パッケージだけではなく、省人・省力化のソリューション提案による拡販も継続
- ◆ 食品用紙製一次容器（紙器）の販売は順調で、中期経営計画に掲げている生産能力増強計画にもとづき新設備の導入を開始
- ◆ 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向けて、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、環境を意識し使用量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もある
- ◆ 配当性向ならびに株主への利益還元を配慮し、2020年12月期中間配当は30円を維持



1. 2020年12月期 第2四半期決算実績

実績サマリー

新型コロナウイルス感染症の影響により減収減益

(単位:百万円)

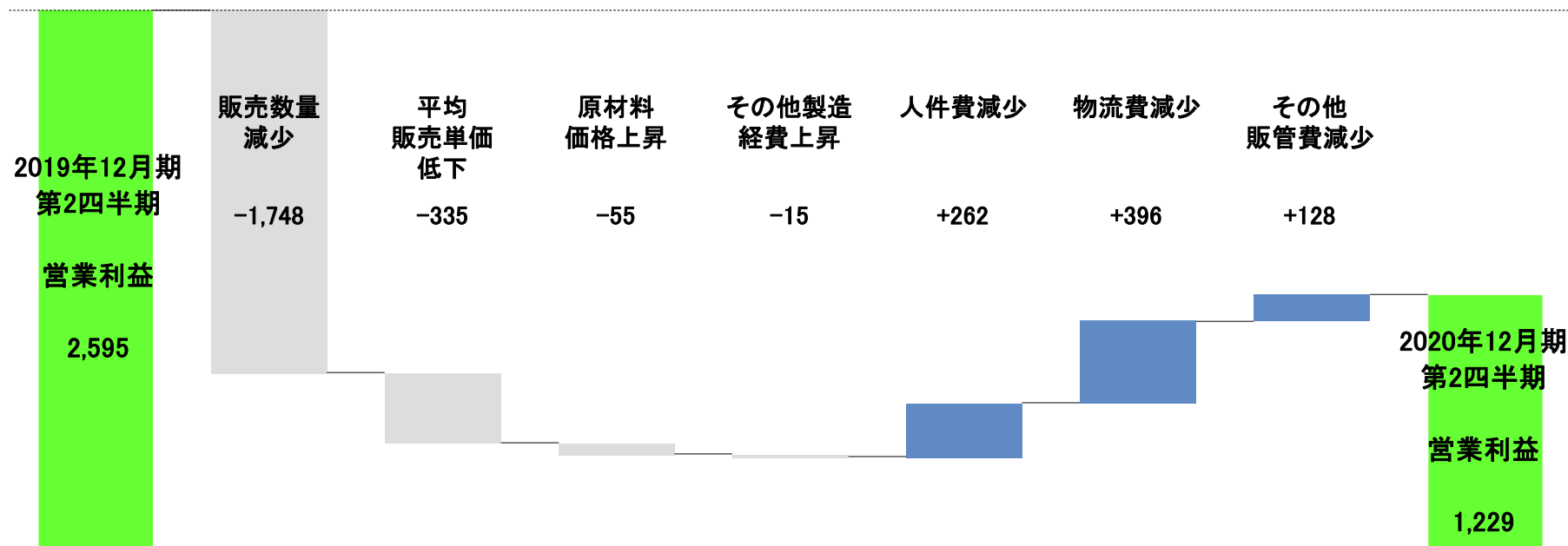
	2019年12月期 第2四半期	2020年12月期 第2四半期	
	実績	実績	前期比
売上高	44,284	36,046	△18.6%
営業利益	2,595	1,229	△52.6%
経常利益	2,754	1,375	△50.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,804	863	△52.1%

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の拡大により、主力得意先の休業などが業績に影響を与える
- ◆ 製造経費・販売管理費ともに減少するものの販売数量減少により減益

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)



- ◆ 紙加工品における販売数量増減は、紙袋が23.4%減少、紙器は5.5%減少、段ボールは13.2%減少
- ◆ 紙加工品の販売商品構成変化、および化成品の仕様変更による平均販売単価の低下
- ◆ 原材料においては、紙加工品の副資材の一部で価格上昇
- ◆ 人件費は製造経費で132百万円減少、販管費で130百万円減少
- ◆ 物流費は販売数量減により配送費が392百万円減少し、商品及び製品の在庫増加により倉庫保管料が11百万円増加
- ◆ その他販管費では、国内外移動自粛により交通費が56百万円減少し、交際費は20百万円減少

セグメント別実績

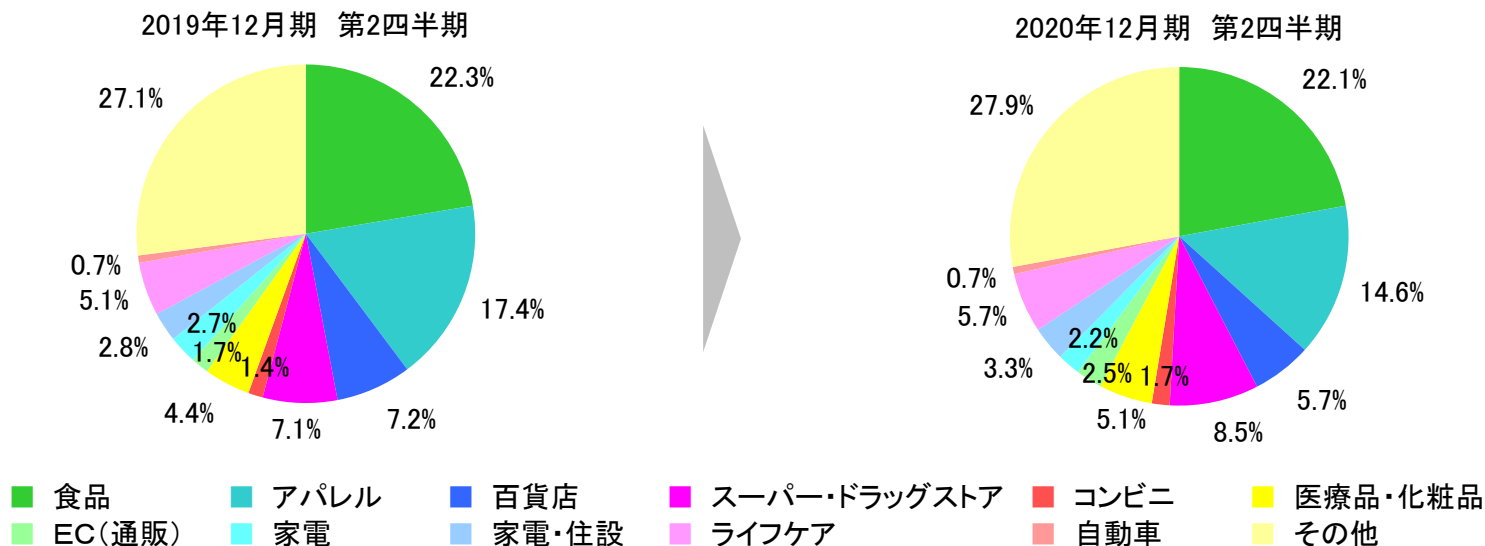
(単位:百万円)

	2019年12月期第2四半期		2020年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	44,284	100.0%	36,046	100.0%	△18.6%
紙加工品事業	28,025	63.3%	22,923	63.6%	△18.2%
紙袋	13,627	30.8%	9,512	26.4%	△30.2%
紙器	8,308	18.8%	7,470	20.7%	△10.1%
段ボール	5,049	11.4%	4,919	13.7%	△2.6%
印刷	1,039	2.3%	1,021	2.8%	△1.8%
化成品事業	9,185	20.7%	7,074	19.6%	△23.0%
その他	7,073	16.0%	6,048	16.8%	△14.5%
営業利益	2,595	100.0%	1,229	100.0%	△52.6%
紙加工品事業	2,028	78.1%	1,194	97.1%	△41.1%
化成品事業	410	15.8%	246	20.0%	△40.1%
その他	585	22.5%	260	21.2%	△55.5%
調整額	△428	△16.4%	△471	△38.3%	-

- ◆ 紙加工品事業は緊急事態宣言による外出自粛や休業要請の影響を受け、売上・営業利益共に減少
紙袋はリアル店舗(アパレル・百貨店・雑貨など)で使用する手提げ袋が大きく減少するも、EC用の宅配紙袋は増加
段ボールもEC用は堅調
- ◆ 化成品事業は海外向けの紙おむつ用外装袋、国内専門店向け手提げ袋の販売が減少

売上高構成

業種別売上高



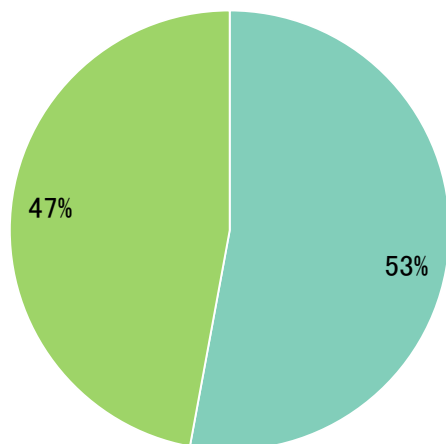
	2019年12月期 第2四半期		2020年12月期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	9,854	22.3%	7,958	22.1%	△19.2%
アパレル	7,725	17.4%	5,274	14.6%	△31.7%
百貨店	3,180	7.2%	2,069	5.7%	△34.9%
スーパー・ドラッグストア	3,154	7.1%	3,065	8.5%	△2.8%
コンビニ	627	1.4%	597	1.7%	△4.8%
医療品・化粧品	1,955	4.4%	1,844	5.1%	△5.7%
EC(通販)	769	1.7%	901	2.5%	17.1%
雑貨	1,211	2.7%	797	2.2%	△34.1%
家電・住設	1,261	2.8%	1,198	3.3%	△5.0%
ライフケア	2,279	5.1%	2,060	5.7%	△9.6%
自動車	306	0.7%	234	0.7%	△23.4%
その他	11,958	27.0%	10,042	27.9%	△18.6%

- ◆ 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、雑貨は休業要請による影響で大きく減少
- ◆ コロナ禍の巣ごもり需要により食品スーパー・ドラッグストアは堅調に推移
- ◆ ECは堅調に推移

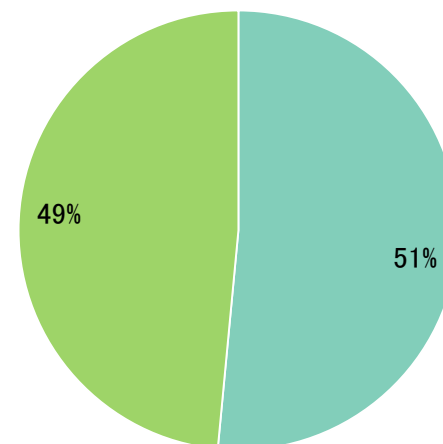
売上高構成

拠点別売上高

2019年12月期 第2四半期



2020年12月期 第2四半期



■ 東日本 ■ 西日本

(単位: 百万円)

	2019年12月期第2四半期		2020年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
東日本	20,608	52.9%	16,066	50.8%	△22.0%
西日本	18,325	47.1%	15,576	49.2%	△15.0%

紙加工品事業

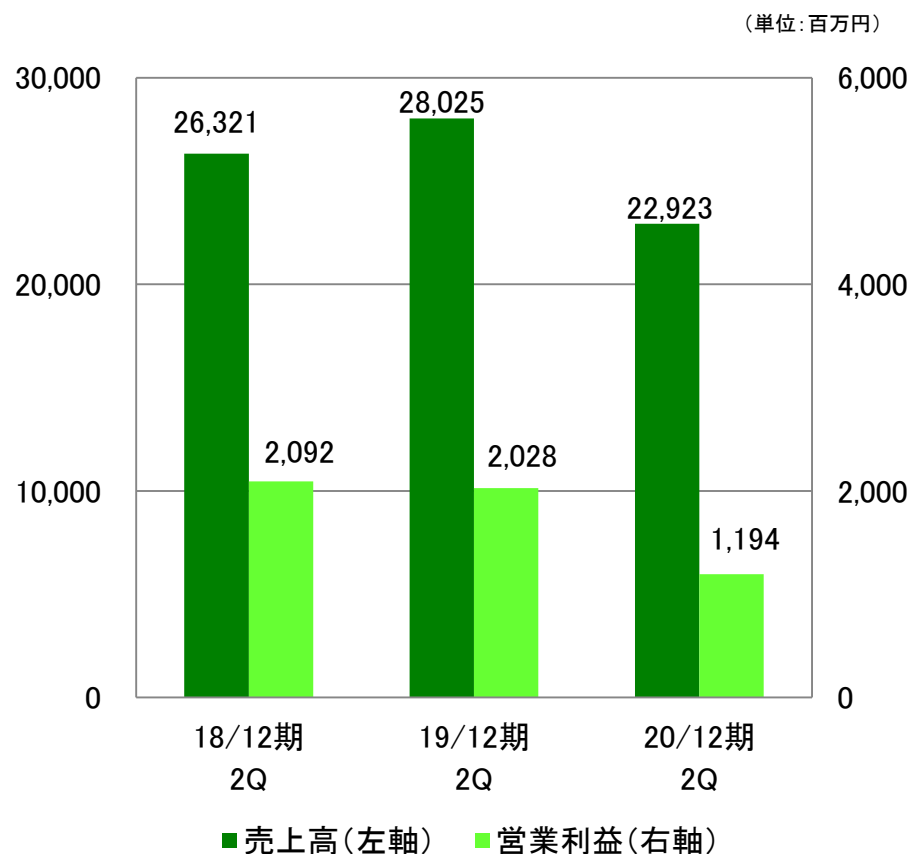
業界環境

- ◆ 緊急事態宣言の休業要請によりアパレル等でEC化が加速 → 手提げ紙袋の使用量が減る一方、宅配紙袋や段ボールは増加
- ◆ 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合せ、一部店舗では制度対象外の紙袋も有料化の動き
- ◆ 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、紙袋の販売増

取組み

- ◆ 食品一次容器販売強化の為、設備投資を進める
- ◆ 紙袋のコスト・機能等、顧客のニーズに合わせた幅広い積極的な提案
- ◆ コンビニ・ファーストフード・食品向け紙器の販売強化
- ◆ EC市場向け紙器・段ボールの販売強化
- ◆ カンナル印刷との人材交流による販売拡大

売上高・営業利益の推移



- ◆ 紙袋の売上高
20/12期 2Q 前期比 -30.2%
19/12期 2Q 前期比 +3.8%

- ◆ 紙器の売上高
20/12期 2Q 前期比 -10.1%
19/12期 2Q 前期比 +14.2%

化成品事業

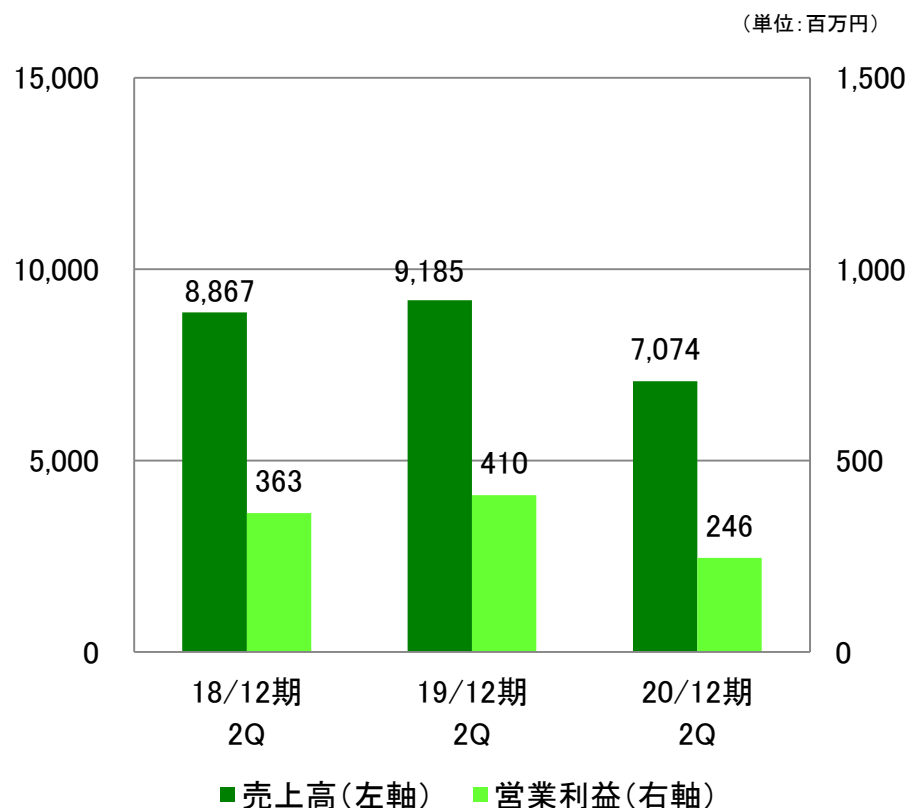
業界環境

- ◆ 紙おむつメーカーの中国・東南アジア向け販売が減少
- ◆ 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先立ち、導入店舗では辞退率が増加しポリ袋の使用量減少
- ◆ アパレルではポリ袋から紙袋への切替えが進む
- ◆ 緊急事態宣言の移動自粛により、土産用菓子の軟包装が減少

取組み

- ◆ バイオマス等の環境対応素材を提案強化
- ◆ 食品市場向けに、紙加工品と軟包装との複合販売を拡大
- ◆ 軟包装では、食品・飲料容器用ラベルなどの新規開拓を強化

売上高・営業利益の推移



◆ 営業利益率の減少

20/12期 2Q 3.4%

19/12期 2Q 4.5%

(海外向けの紙おむつ用外装袋、国内専門店向け手提げ袋の販売が減少)

その他事業

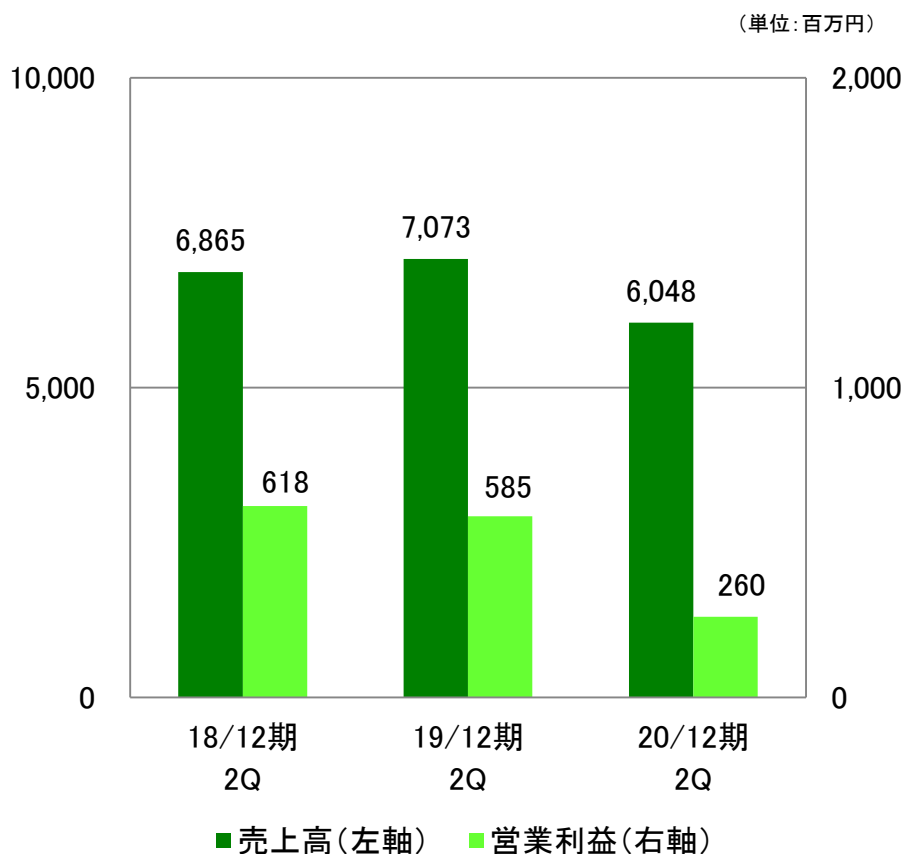
業界環境

- ◆ 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
- ◆ 店舗での業務効率化(セルフレジ等)により値札のIT対応化

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
- ◆ カンナル印刷のグループ化により製薬メーカー市場での販売拡大

売上高・営業利益の推移



- ◆ PAS(用度品)の売上高が 228百万円減少
- ◆ カンナル印刷の製薬メーカー向け販促品の売上高 606百万円(前期比較10百万円増加)を含む

貸借対照表

(単位: 百万円)

	2019年12月期	2020年12月期 第2四半期
	実績	実績
資産	88,446	81,031
流動資産	57,017	48,292
固定資産	31,429	32,739
有形固定資産	20,781	21,960
無形固定資産	169	150
投資その他の資産	10,478	10,628
負債	29,951	22,835
流動負債	25,648	18,814
固定負債	4,302	4,021
純資産	58,495	58,195
株主資本	57,560	57,902
その他の包括利益累計額	811	205
新株予約権	93	65
非支配株主持分	29	23

キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)

主な項目	2019年12月期 第2四半期	2020年12月期 第2四半期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,775	2,903
税金等調整前四半期純利益	2,658	1,305
減価償却費	821	830
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,014	△1,414
有価証券の取得による支出	△2,500	△3,500
有価証券の売却による収入	2,000	4,500
有形固定資産取得による支出	△389	△1,456
投資有価証券取得による支出	△114	△1,014
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,790	△608
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	20,136	19,168

- ◆ 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
- ◆ 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、配当金支払額568百万円等により608百万円の支出を含む

中期経営計画 トピックス

◆ 生産性向上と働き方改革の推進

①業務の効率化に向けた基幹システムの構築

- テレワーク環境の整備やTeams等のシステムを導入
- 社内会議はTV会議やWeb会議を活用し、感染防止・移動時間の削減

②製造ラインの省人・省力化

- 紙器製造設備の改良および装置導入による省人化に向け着手

◆ 投資計画の進捗状況

①紙器製造能力増強 → 印刷機および食品一次容器製函機導入を決定

②本社社屋建替え → 2022年上期の竣工予定

③システム刷新への投資 → 2022年の稼働に向けて業務設計に着手



2. 2020年12月期 業績予想

2020年12月期の業績予想につきましては、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない状況であり、合理的な業績予想の算定が困難なため、「未定」とさせていただきます。

今後、合理的な算定が可能となった時点で速やかに開示いたします。



3. 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1,251名(単体895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11.0%、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） 7.9%、自社取引先持株会 6.9%、日本トラスティ・サービス信託銀行（信託口4）4.6%、日本マスタートラスト信託銀行（信託口） 4.3%、日本トラスティ・サービス信託銀行（りそな再信託分・北越コーポレーション退職給付信託口）3.3%、大王製紙 3.0%、三菱UFJ銀行2.6%、七條紙商事2.4%、ザ・パック社員持株会2.4%

（2020年6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)



(2020年6月現在)

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</u> <u>受けにくい顧客基盤</u></p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;"> ■ 食品 ■ EC(通販) </div> <div style="text-align: center;"> ■ アパレル ■ 家電 </div> <div style="text-align: center;"> ■ 百貨店 ■ 家電・住設 </div> <div style="text-align: center;"> ■ スーパー・ドラッグストア ■ ライフケア </div> <div style="text-align: center;"> ■ コンビニ ■ 自動車 </div> <div style="text-align: center;"> ■ 医療品・化粧品 ■ その他 </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>2020年12月期 第2四半期</p>  <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <caption>2020年12月期 第2四半期 売上構成</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>食品</td><td>22.1%</td></tr> <tr><td>アパレル</td><td>14.6%</td></tr> <tr><td>百貨店</td><td>5.7%</td></tr> <tr><td>スーパー・ドラッグストア</td><td>8.5%</td></tr> <tr><td>コンビニ</td><td>5.7%</td></tr> <tr><td>医療品・化粧品</td><td>27.9%</td></tr> <tr><td>その他</td><td>0.7%</td></tr> <tr><td>EC(通販)</td><td>5.7%</td></tr> <tr><td>家電</td><td>2.2%</td></tr> <tr><td>家電・住設</td><td>3.3%</td></tr> <tr><td>ライフケア</td><td>2.5%</td></tr> <tr><td>自動車</td><td>1.7%</td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>食品産業</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>生活産業</p> </div> </div>	業種	割合	食品	22.1%	アパレル	14.6%	百貨店	5.7%	スーパー・ドラッグストア	8.5%	コンビニ	5.7%	医療品・化粧品	27.9%	その他	0.7%	EC(通販)	5.7%	家電	2.2%	家電・住設	3.3%	ライフケア	2.5%	自動車	1.7%
業種	割合																										
食品	22.1%																										
アパレル	14.6%																										
百貨店	5.7%																										
スーパー・ドラッグストア	8.5%																										
コンビニ	5.7%																										
医療品・化粧品	27.9%																										
その他	0.7%																										
EC(通販)	5.7%																										
家電	2.2%																										
家電・住設	3.3%																										
ライフケア	2.5%																										
自動車	1.7%																										

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="971 782 1955 1373" data-label="Image"></div> <p data-bbox="1328 1379 1597 1422">パッケージラボ</p>

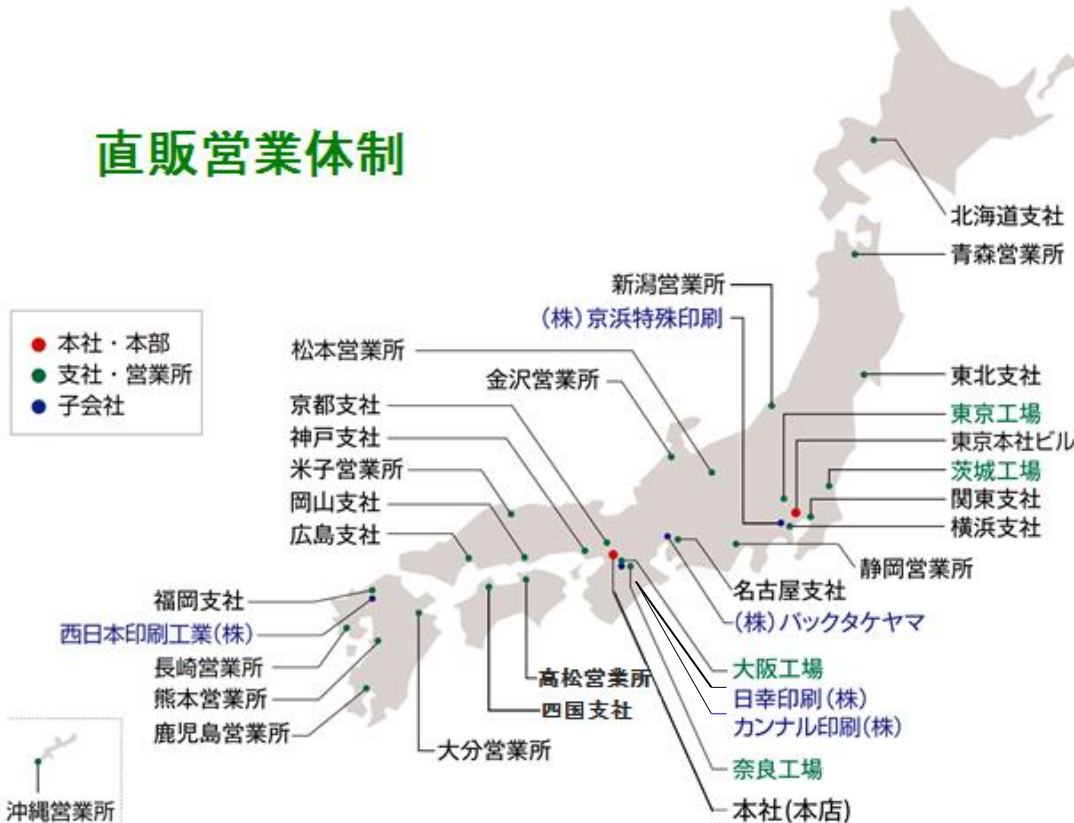
ザ・パックの強み(3)

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






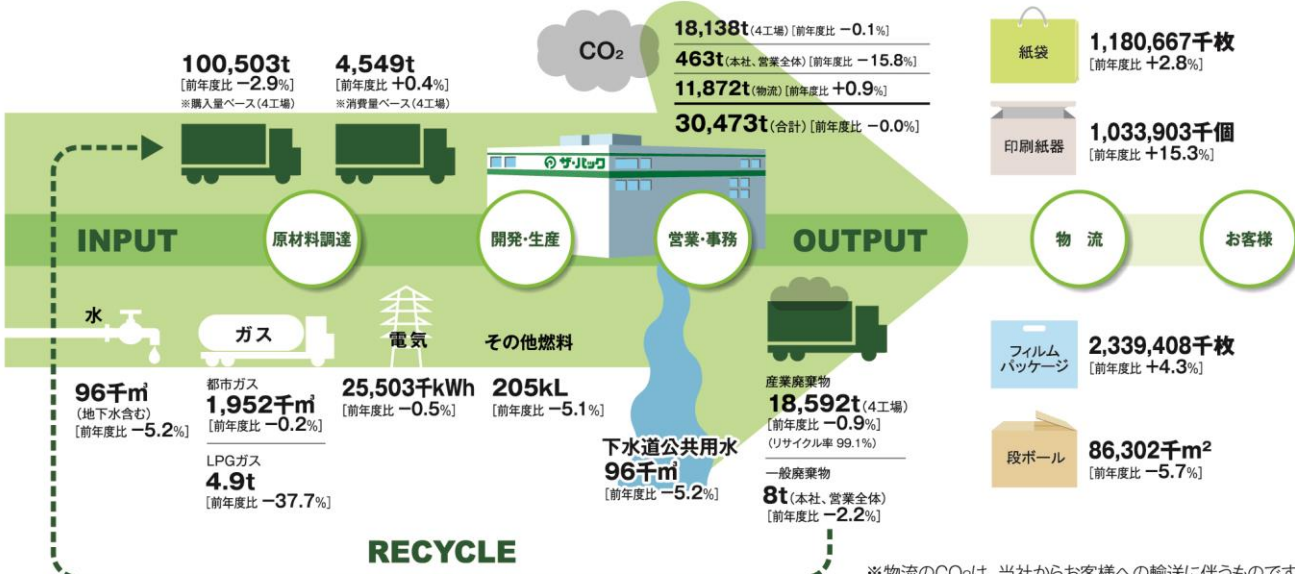
製品

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 ⇒ <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 ⇒ <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 ⇒ <u>顧客の発注業務を合理化</u> <div data-bbox="1367 939 1947 1416" style="text-align: right;"> </div>







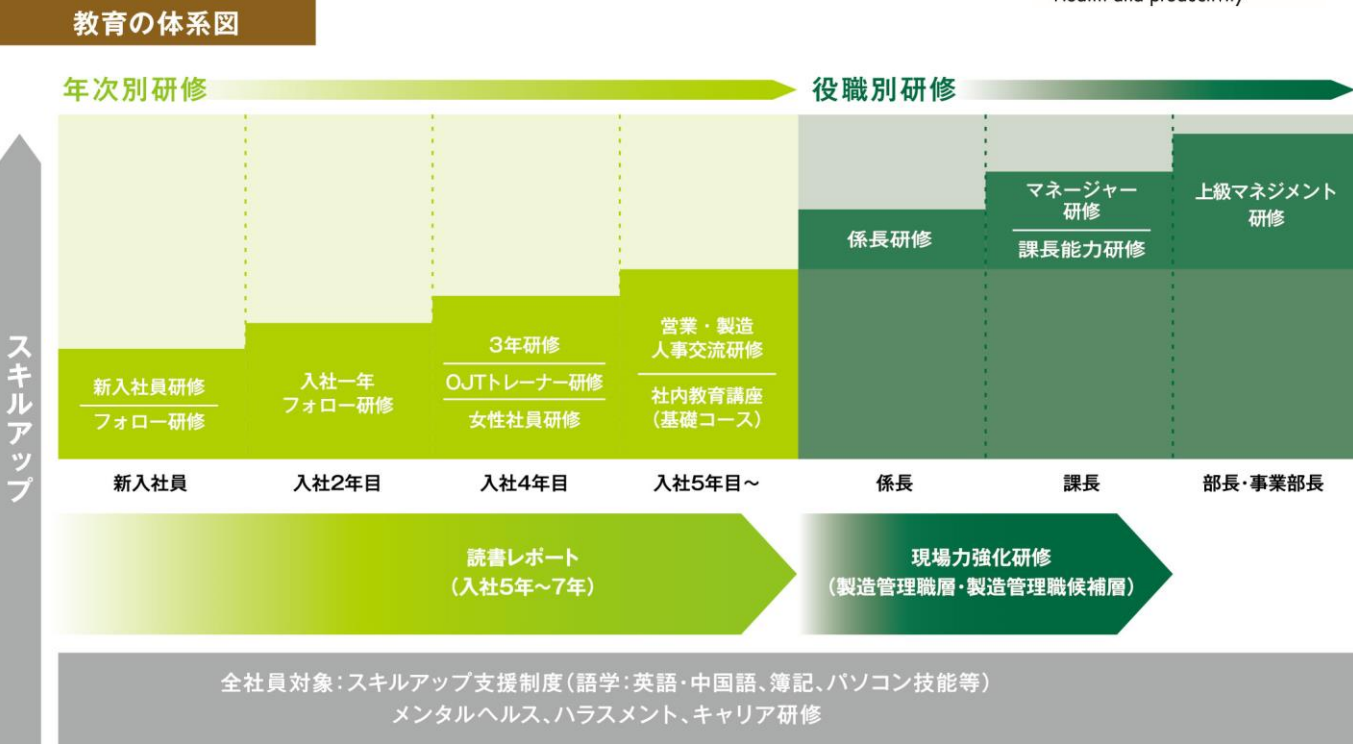
ESGへの取組み(1)

取組み	内容
<p>1.環境への取組み</p> <p>SDGsとの 関連性</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>11 住み続けられるまちづくりを</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>14 海の豊かさを守ろう</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>15 陸の豊かさを守ろう</p>  </div> </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 <p>環境負荷の全体像</p> <p>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。 <small>※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。</small></p>  <p>INPUT</p> <ul style="list-style-type: none"> 100,503t [前年度比 -2.9%] ※購入量ベース(4工場) 4,549t [前年度比 +0.4%] ※消費量ベース(4工場) 水: 96千m³ (地下水含む) [前年度比 -5.2%] 都市ガス: 1,952千m³ [前年度比 -0.2%] LPGガス: 4.9t [前年度比 -37.7%] 電気: 25,503kWh [前年度比 -0.5%] その他燃料: 205kL [前年度比 -5.1%] 下水道公共用水: 96千m³ [前年度比 -5.2%] <p>RECYCLE</p> <ul style="list-style-type: none"> CO₂: 18,138t(4工場) [前年度比 -0.1%] 463t(本社、営業全体) [前年度比 -15.8%] 11,872t(物流) [前年度比 +0.9%] 30,473t(合計) [前年度比 -0.0%] 産業廃棄物: 18,592t(4工場) [前年度比 -0.9%] (リサイクル率 99.1%) 一般廃棄物: 8t(本社、営業全体) [前年度比 -2.2%] <p>OUTPUT</p> <ul style="list-style-type: none"> 紙袋: 1,180,667千枚 [前年度比 +2.8%] 印刷紙器: 1,033,903千個 [前年度比 +15.3%] フィルムパッケージ: 2,339,408千枚 [前年度比 +4.3%] 段ボール: 86,302千m² [前年度比 -5.7%] <p>※物流のCO₂は、当社からお客様への輸送に伴うものです。</p>

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> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>6 安全な水とトイレを世界中に</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>11 住み続けられるまちづくりを</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>13 気候変動に具体的な対策を</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>14 海の豊かさを守ろう</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>15 陸の豊かさも守ろう</p>  </div> </div>	<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;">  <p>全国の植林及び森林保全活動</p> <p>原紙メーカー → 環境対応原紙等 (バガス等) → ザ・パック → 環境配慮商品 → 顧客 → ボランティア → 植林</p> <p>素材メーカー → 環境対応素材 (バイオロープ等) → ザ・パック → 環境配慮商品 → 顧客 → ボランティア → 植林</p> <p>顧客 → 基金 → ザ・パック → 基金 → NPO法人 地球と未来の環境基金 → 基金 → 植林</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <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; 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;"> <tr> <td>拠出基金額</td> <td>1.54億円</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>年間 CO2 吸収量</td> <td>132.7t</td> </tr> </table> <p style="text-align: right; margin-top: 10px;">(2020年 6月末)</p>	拠出基金額	1.54億円	植樹本数	20,465本	参加者合計	6,907人	植樹面積	21.8Ha	年間 CO2 吸収量	132.7t
拠出基金額	1.54億円										
植樹本数	20,465本										
参加者合計	6,907人										
植樹面積	21.8Ha										
年間 CO2 吸収量	132.7t										

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; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>3</p> <p>すべての人に 健康と福祉を</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>4</p> <p>質の高い教育を みんなに</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>5</p> <p>ジェンダー平等を 実現しよう</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>8</p> <p>働きがいも 経済成長も</p>  </div> <div style="width: 33%; text-align: center;"> <p>12</p> <p>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り組む ～ 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り組む <div style="text-align: right;">  <p>2020 健康経営優良法人 Health and productivity</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>教育の体系図</p>  <p>年次別研修 → 役職別研修</p> <p>スキルアップ</p> <p>新入社員 入社2年目 入社4年目 入社5年目～ 係長 課長 部長・事業部長</p> <p>読書レポート (入社5年～7年)</p> <p>現場力強化研修 (製造管理職層・製造管理職候補層)</p> <p>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月期第2四半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6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