



ザ・パック株式会社

**2019年12月期
第2四半期決算説明会**

2019年8月26日

1. 2019年12月期第2四半期 決算実績	P. 3
2. 2019年12月期 業績予想	P. 13
3. 成長戦略とその進捗状況	P. 16
4. 参考資料	P. 23

トピックス

- ◆ わが国の経済状況は、雇用環境の改善もあり全体的には景況感は底堅く推移
一方、物流費や原材料価格の高騰によるコストの増加も継続
- ◆ 世界的な海洋汚染問題からプラスチック製品の使用制限の動き
 - プラスチック製品・包装資材の3Rが進展
 - 代替え素材としての紙化・バイオマス化
- ◆ 売上高は堅調に伸長、過去最高額を更新
原材料費・人件費・物流費のコストアップにより減益
- ◆ 利益率は前年比若干低下しているが、足元改善傾向にあり
営業利益率 1Q 5.2% → 2Q 6.5%



1. 2019年12月期 第2四半期決算実績

実績サマリー

売上高 過去最高更新

(単位:百万円)

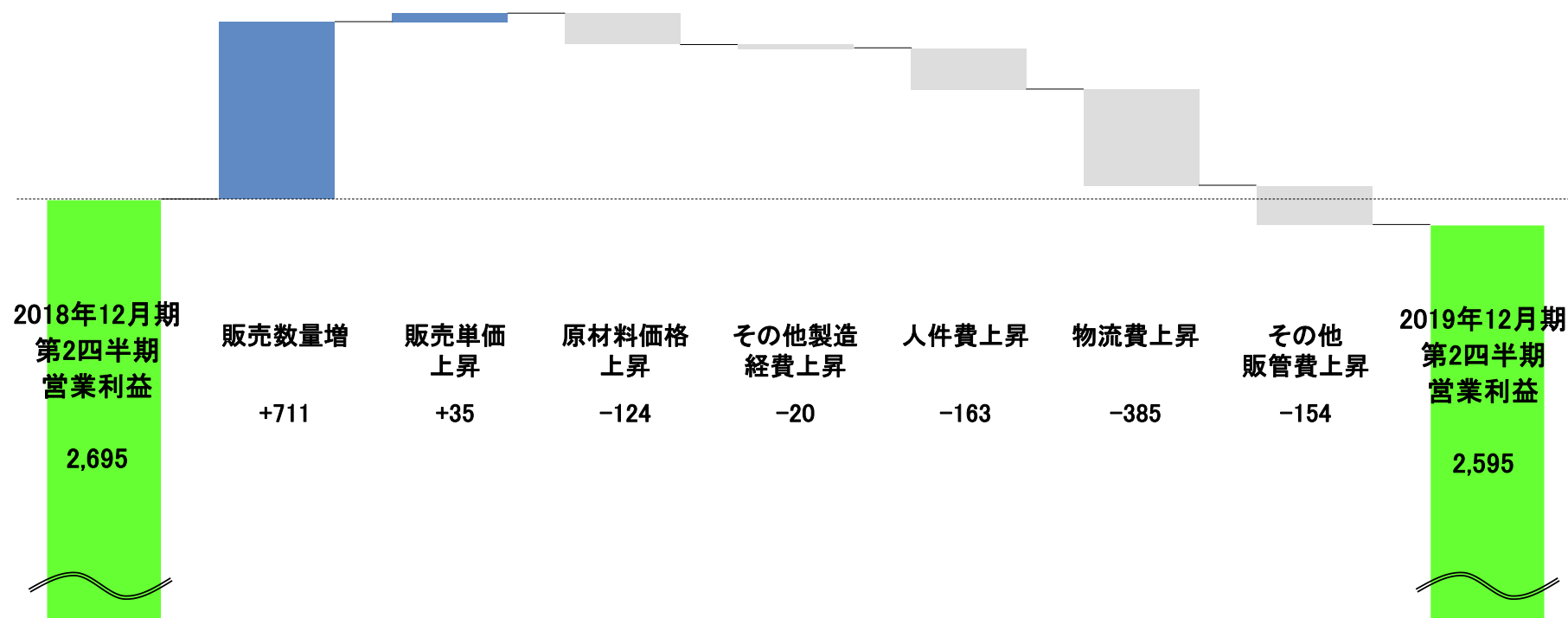
	2018年12月期 第2四半期	2019年12月期 第2四半期			
	実績	実績	前期比	業績予想	業績予想比
売上高	42,054	44,284	5.3%	43,700	101.3%
営業利益	2,695	2,595	△3.7%	2,900	89.5%
経常利益	2,858	2,754	△3.6%	3,100	88.8%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,927	1,788	△7.2%	2,000	89.4%

- ◆ 売上高は過去最高額を更新
- ◆ 各利益は原材料費・物流費の増加により減少
- ◆ 2018年第2四半期の純利益はカンナル印刷(株)統合による負ののれん発生益 54百万円を含む

営業利益増減要因

物流費の大幅増加により営業利益減少

(単位:百万円)



- ◆ 人件費として製造経費で 106百万円、販管経費で 57百万円増加
- ◆ 物流費のうち、運賃が 240百万円増加
- ◆ 棚卸資産増加により倉庫保管料が 145百万円増加
- ◆ その他販管費のうち、本社移転にともなう経費 82百万円を含む

セグメント別実績

(単位: 百万円)

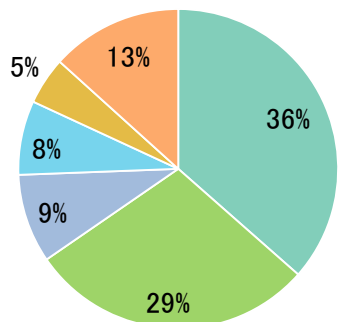
	2018年12月期 第2四半期		2019年12月期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	42,054	100.0%	44,283	100.0%	5.3%
紙加工品事業	26,321	62.6%	28,025	63.3%	6.5%
紙袋	13,134	31.2%	13,627	30.8%	3.8%
紙器	7,275	17.3%	8,308	18.8%	14.2%
段ボール	4,934	11.7%	5,049	11.4%	2.3%
印刷	977	2.3%	1,039	2.3%	6.3%
化成品事業	8,867	21.1%	9,185	20.7%	3.6%
その他	6,865	16.3%	7,073	16.0%	3.0%
営業利益	2,695	100.0%	2,595	100.0%	△3.7%
紙加工品事業	2,092	77.6%	2,028	78.2%	△3.1%
化成品事業	363	13.5%	410	15.8%	12.9%
その他	618	22.9%	585	22.5%	△5.3%
調整額	△378	—	△428	—	—

- ◆ 紙器の売上が14.2%増加（カンナル印刷(株)の製薬メーカー向け売上 550百万円を含む）
- ◆ 化成品事業は、販売単価改定により営業利益率上昇

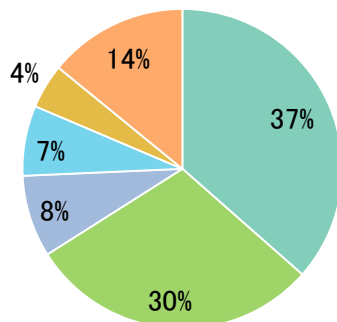
売上高構成

業種別売上高

2018年12月期 第2四半期



2019年12月期 第2四半期



■ メーカー ■ 専門店 ■ 百貨店
■ スーパー ■ 同業・中間業者 ■ その他

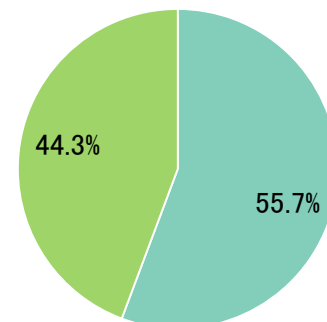
(単位:百万円)

	2018年12月期 第2四半期		2019年12月期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
メーカー	13,729	36.5%	14,207	36.5%	3.5%
専門店	10,890	28.9%	11,479	29.5%	5.4%
百貨店	3,395	9.0%	3,245	8.3%	△4.4%
スーパー	2,807	7.5%	2,747	7.1%	△2.1%
同業・中間業者	1,822	4.8%	1,771	4.5%	△2.8%
その他	4,982	13.3%	5,495	14.1%	10.3%

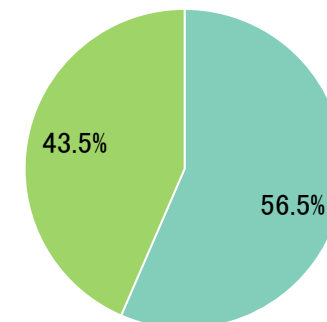
- ◆ メーカー向けは、カンナル印刷(株)の製薬メーカー向け売上と、化成品の紙おむつ向け売上増を含む
- ◆ 専門店向けは、従来の店舗向けに加え、eコマース用の紙器・段ボール売上も増加

拠点別売上高

2018年12月期 第2四半期



2019年12月期 第2四半期



■ 東日本 ■ 西日本

(単位:百万円)

	2018年12月期 第2四半期		2019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	20,991	55.7%	22,030	56.5%	4.9%
西日本	16,664	44.3%	16,945	43.5%	1.8%

- ◆ 「東日本」ではコンビニ・ファーストフード向け紙器の売上が大きく増加

紙加工品事業

業界環境

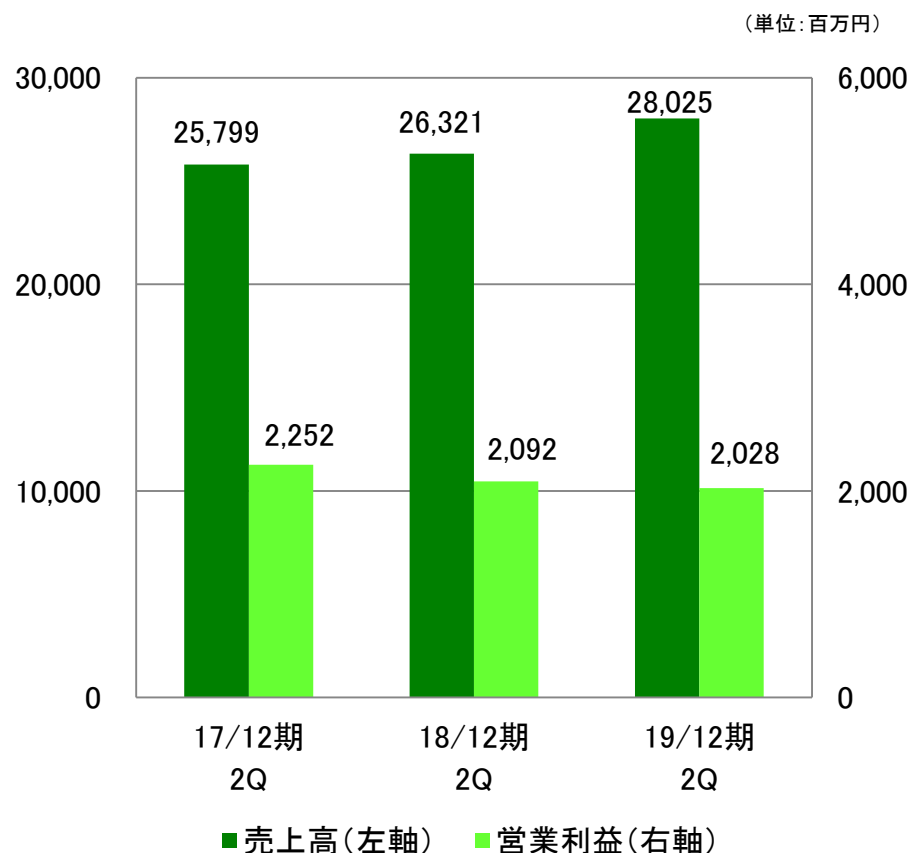
- ◆ eコマースの浸透によるリアル店舗での販売減
→紙袋の使用量減。段ボールの使用量増
- ◆ 脱プラの流れにより、プラスチック製品からの代替候補として紙袋・紙器を採用する企業が増加
→紙袋・紙器の需要増

取組み

- ◆ 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
- ◆ ソリューション開発部(昨年7月新設)の営業支援によるeコマース向け紙器・段ボール販売を強化
- ◆ カンナル印刷(株)のグループ化による製薬メーカーへの紙器販売

- ◆ 紙袋の売上高
19/12期 2Q 前期比 +3.8%
18/12期 2Q 前期比 -1.4%
(脱プラの流れにより紙袋の売上増)

売上高・営業利益の推移



- ◆ 紙器の売上高
19/12期 2Q 前期比 +14.2%
18/12期 2Q 前期比 + 8.6%

化成品事業

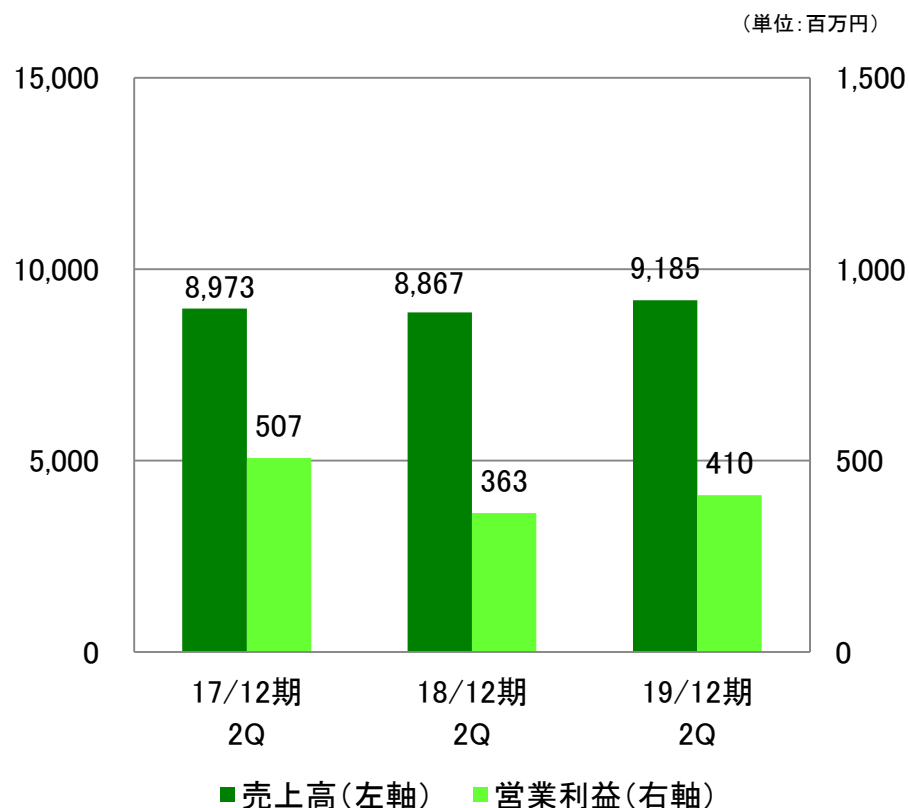
業界環境

- ◆ 紙おむつメーカーの中国・東南アジア向け販売が好調に推移
- ◆ アパレル企業では手提袋をポリ袋から紙袋化＋有料化への動き

取組み

- ◆ 紙おむつの外装袋製造への設備投資により増産体制の整備と生産性向上
- ◆ 品質管理の強化
- ◆ 専門店・スーパー向けポリ袋において販売価格の適正化・改定

売上高・営業利益の推移



- ◆ 紙おむつ用外装袋の販売が好調に推移 (前年同期比+5.8%)
- ◆ 販売価格の適正化・生産性向上により営業利益率の改善
- ◆ 営業利益率の改善
 - 19/12期 2Q 4.5%
 - 18/12期 2Q 4.1%

その他事業

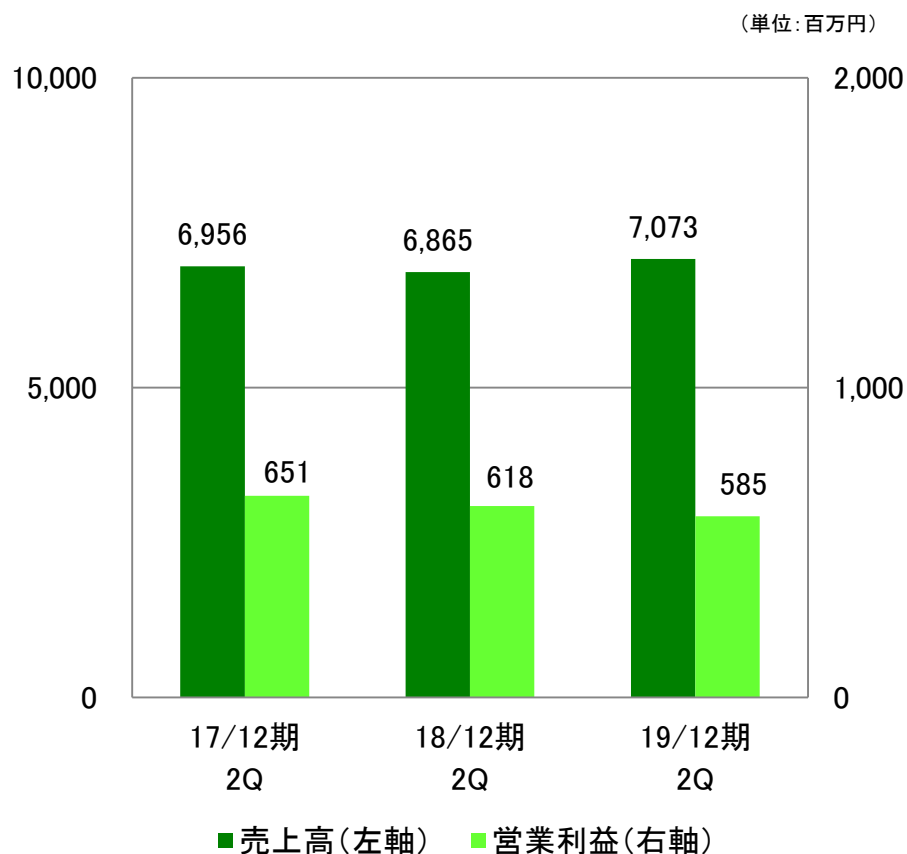
業界環境

- ◆ 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
- ◆ 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・タッグ等付属品・販促品の提案・販売
- ◆ カンナル印刷(株)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 350百万円減少
- ◆ カンナル印刷(株)の製薬メーカー向け販促品の売上高 596百万円(前期比較429百万円増加)を含む

貸借対照表

(単位:百万円)

	2018年12月期 第2四半期末	2018年12月期末	2019年12月期 第2四半期末
	実績	実績	実績
資産	80,797	86,495	82,311
流動資産	48,855	54,455	51,502
固定資産	31,942	32,039	30,809
有形固定資産	21,265	20,746	20,546
無形固定資産	165	162	183
投資その他の資産	10,511	11,130	10,079
負債	25,974	29,719	26,434
流動負債	21,158	25,136	22,146
固定負債	4,816	4,582	4,287
純資産	54,823	56,775	55,876
株主資本	53,316	55,867	55,123
その他の包括利益累計額	1,340	745	609
新株予約権	81	81	93
非支配株主持分	85	81	50

キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)

主な項目	2018年12月期 第2四半期	2019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	5,000	4,775
税金等調整前四半期純利益	2,858	2,658
負ののれん発生益	△54	—
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,171	△1,014
有価証券の取得による支出	△1,300	△2,500
有価証券の売却による収入	2,900	2,000
有形固定資産取得による支出	△613	△389
投資有価証券取得による支出	△4,090	△114
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,572	△2,790
自己株式取得による支出	0	△2,049
現金及び現金同等物期末残高	19,471	20,136

- ◆ 営業活動によるキャッシュ・フローについては、前期にカンナル印刷(株)統合による負ののれん発生益計上
- ◆ 財務活動によるキャッシュ・フローについては、TOBにより65万株を自己株として取得



2. 2019年12月期 業績予想

業績予想

売上高 過去最高 更新予定

(単位:百万円)

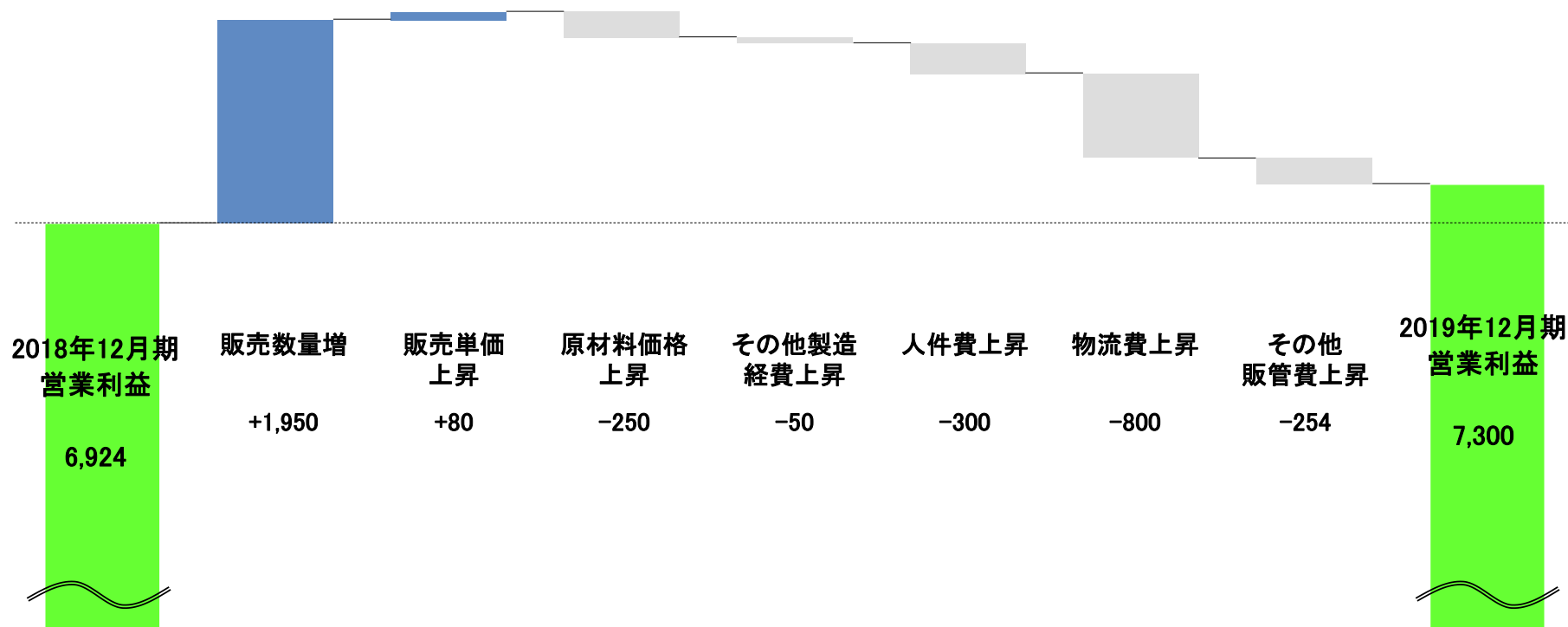
	2018年12月期	2019年12月期	
	実績	業績予想	前期比
売上高	93,126	95,800	2.9%
営業利益	6,924	7,300	5.4%
経常利益	7,212	7,600	5.4%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,968	5,000	0.6%

- ◆ 販売数量・価格ともに上昇し、売上高は過去最高を更新予定
- ◆ 利益率改善により、通期では増益を見込む

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)



- ◆ 引き続き物流費の増加を見込む
- ◆ 紙加工品の売上数量増により増益の見通し



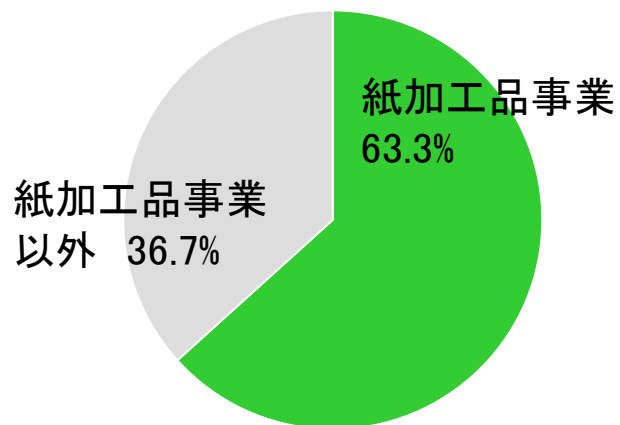
3. 成長戦略と その進捗状況

成長戦略とその進捗(1)

紙化による紙加工品の需要増



2019年12月期 第2四半期
売上高構成比



紙加工品事業の売上は、
全売上高の






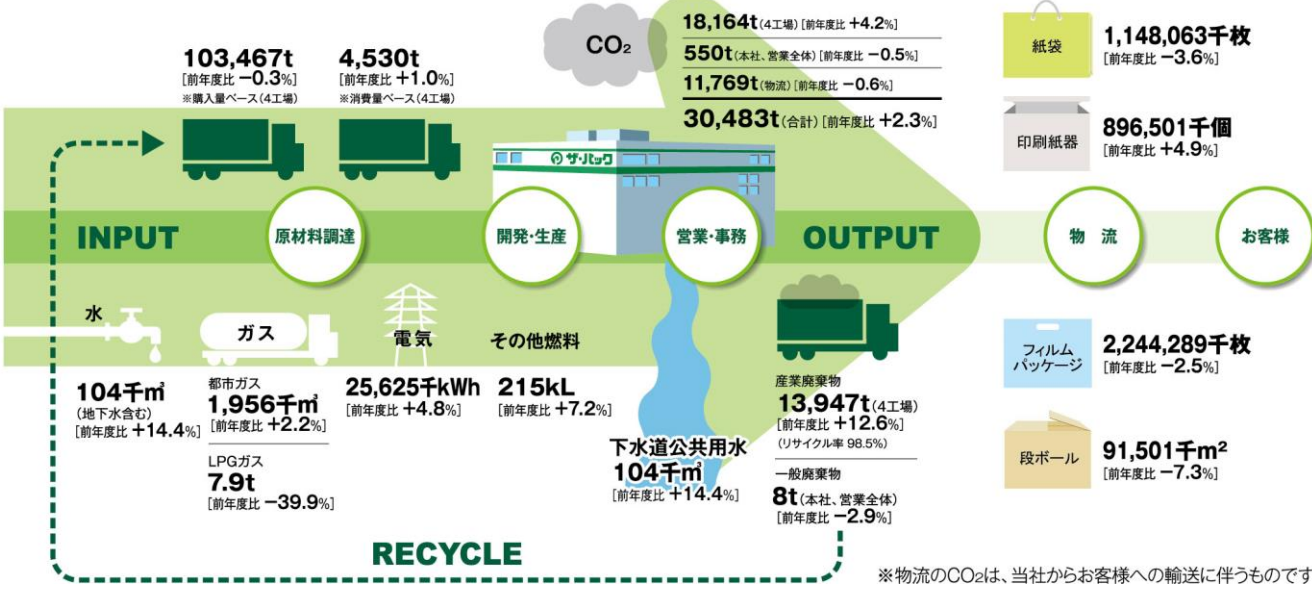
63%

- ◆ 主力事業 紙製品の販売強化
- ◆ 大阪工場・奈良工場の建て替えによる増産体制構築と生産性の向上へ

成長戦略とその進捗(2)

成長戦略	進捗内容														
1.首都圏市場での拡販	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 流通小売業、食品業界への紙製品の販売強化 ◆ 環境・SDGsに関する商品等の提案・販売を今後も継続 ◆ 東日本市場売上高比率増加 <table style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 10px;">19/12期 2Q</td> <td style="padding-right: 10px;">東日本</td> <td style="padding-right: 20px;">56.5%</td> <td style="padding-right: 20px;">西日本</td> <td>43.5%</td> </tr> <tr> <td>18/12期 2Q</td> <td></td> <td>55.7%</td> <td></td> <td>44.3%</td> </tr> </table> ◆ 紙袋業界での販売シェア増加(日本角底製袋工業組合 実績調査報告) <table style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 10px;">19/12期 2Q</td> <td>46.2%</td> </tr> <tr> <td>18/12期 2Q</td> <td>45.7%</td> </tr> </table> 	19/12期 2Q	東日本	56.5%	西日本	43.5%	18/12期 2Q		55.7%		44.3%	19/12期 2Q	46.2%	18/12期 2Q	45.7%
19/12期 2Q	東日本	56.5%	西日本	43.5%											
18/12期 2Q		55.7%		44.3%											
19/12期 2Q	46.2%														
18/12期 2Q	45.7%														
2.eコマース	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ソリューション開発部を新設(昨年7月) <ul style="list-style-type: none"> → 梱包機・包装機+包材のソリューション、提案営業を強化 ◆ 流通小売業の得意先へのeコマース向け包材の販売増 														
3.紙器の拡販	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 食品向け紙器パッケージの新素材・新商品の提案・販売強化 ◆ カンナル印刷(株)の製薬メーカー向け売上も加算 ◆ 新規顧客の開拓を含め、紙器の未取引既存顧客へも提案強化 <table style="margin-left: 20px; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding-right: 10px;">19/12期 2Q</td> <td style="padding-right: 10px;">前期比</td> <td>+14.2%</td> </tr> <tr> <td>18/12期 2Q</td> <td>前期比</td> <td>+ 8.6%</td> </tr> </table> 	19/12期 2Q	前期比	+14.2%	18/12期 2Q	前期比	+ 8.6%								
19/12期 2Q	前期比	+14.2%													
18/12期 2Q	前期比	+ 8.6%													
4.紙化への対応	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 本年8月1日付、『紙袋製造グループ統括室』を新設 <ul style="list-style-type: none"> グループでの紙袋増産体制の構築と生産性向上 ◆ 食品向け紙器の売上増 														
5.医薬品・化粧品市場	<ul style="list-style-type: none"> ◆ カンナル印刷(株)との協業により、当社グループにとって新市場である製薬業界への包装製品の販売開始 <ul style="list-style-type: none"> → さらなるシナジーの追及 														
6.海外での事業拡大	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 本年8月1日付、『ASEAN進出準備室』を新設 <ul style="list-style-type: none"> インドネシアの手提紙袋製造販売合弁会社設立へ向けて調査を開始 														







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 陸の豊かさも守ろう</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実施 <p style="text-align: center;">環境負荷の全体像</p> <p style="text-align: center;">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>  <p>INPUT</p> <ul style="list-style-type: none"> 原材料調達: 103,467t [前年度比 -0.3%] ※購入量ベース(4工場) 開発・生産: 4,530t [前年度比 +1.0%] ※消費量ベース(4工場) 営業・事務: 18,164t(4工場) [前年度比 +4.2%] <p>OUTPUT</p> <ul style="list-style-type: none"> 紙袋: 1,148,063千枚 [前年度比 -3.6%] 印刷紙器: 896,501千個 [前年度比 +4.9%] フィルムパッケージ: 2,244,289千枚 [前年度比 -2.5%] 段ボール: 91,501千m² [前年度比 -7.3%] <p>RECYCLE</p> <ul style="list-style-type: none"> CO₂: 550t(本社、営業全体) [前年度比 -0.5%] 11,769t(物流) [前年度比 -0.6%] 30,483t(合計) [前年度比 +2.3%] 水: 104千m³(地下水含む) [前年度比 +14.4%] ガス: 都市ガス 1,956千m³ [前年度比 +2.2%], LPGガス 7.9t [前年度比 -39.9%] 電気: 25,625千kWh [前年度比 +4.8%] その他燃料: 215kL [前年度比 +7.2%] 下水道公共用水: 104千m³ [前年度比 +14.4%] 産業廃棄物: 13,947t(4工場) [前年度比 +12.6%] (リサイクル率 98.5%) 一般廃棄物: 8t(本社、営業全体) [前年度比 -2.9%] <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 (森林保全活動)</p> <p>SDGsとの 関連性</p> <div data-bbox="128 1105 576 1398"> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2000年に独自の森林保全活動を行う「ザ・パックフォレスト」を設立 ◆ 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・一般の方とボランティア実施 <div data-bbox="700 535 1661 997"> </div> <div data-bbox="1748 418 1926 612"> <p>ザ・パック フォレストマーク</p> </div> <div data-bbox="1769 773 1935 936"> <p>地球と未来の 環境基金</p> </div> <div data-bbox="762 1084 1404 1315"> <p>(活動風景)</p> </div> <div data-bbox="1454 1090 1935 1315"> <table border="1"> <tr> <td>拠出基金額</td> <td>1.48億円</td> </tr> <tr> <td>植樹本数</td> <td>20,465本</td> </tr> <tr> <td>参加者合計</td> <td>6,732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> </div> <p>(2019年6月末)</p>	拠出基金額	1.48億円	植樹本数	20,465本	参加者合計	6,732人	植樹面積	21.8ha	年間CO2吸収量	132.7t
拠出基金額	1.48億円										
植樹本数	20,465本										
参加者合計	6,732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2019～ホワイト500～」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>健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500</p> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <p>教育の体系図</p> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;"> <small>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</small> </p>

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> 



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1,257名(単体893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
大株主	公益財団)森田記念福祉財団10.9%、ビービーエイチフォーフィデリティロープライズストックファンド(プリンシパルオールセクターサブポートフォリオ) 8.1%、自社取引先持株会 6.7%、日本トラスティ・サービス信託銀行(信託口4)4.5%、北越紀州製紙 3.2%、日本マスタートラスト信託銀行(信託口) 3.1%、大王製紙 3.0%

(2019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



フレキシ印刷機

西日本印刷工業(株)



オフセット印刷機

カンナル印刷(株)



海外子会社

中国 連結子会社

ザ・パック常熟(工場)

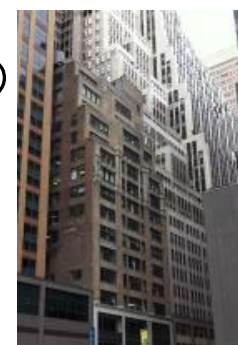


ザ・パック上海



米国 連結子会社

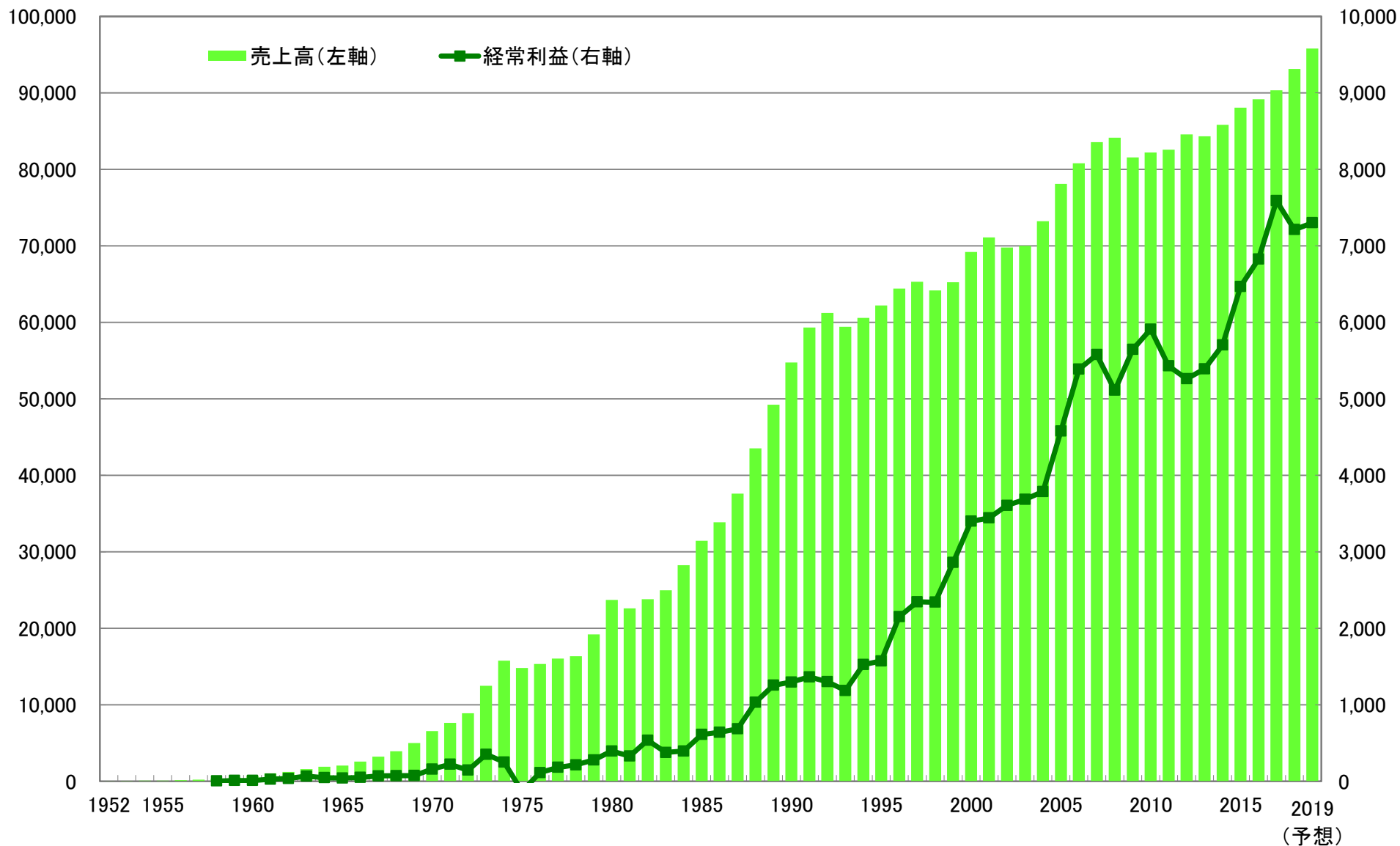
ザ・パックアメリカ(NY)



(2019年6月現在)

売上高・経常利益の推移 (連結) 会社設立(1952年) ~ 2019年

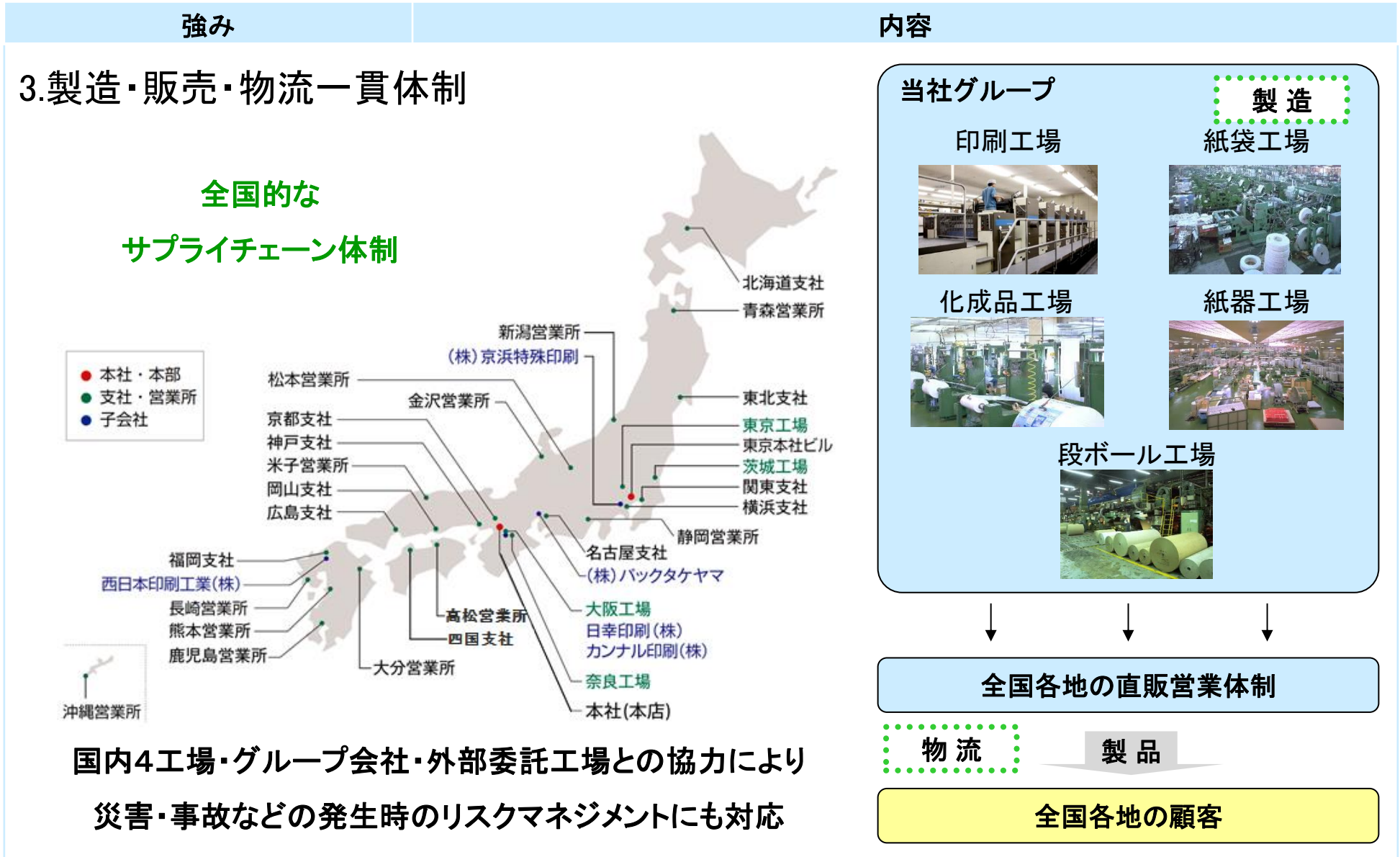
(単位:百万円)



ザ・パックの強み(1)

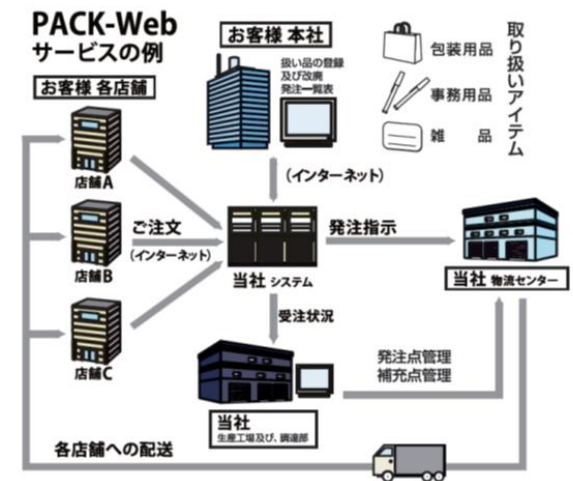
強み	内容														
<p>1.幅広い顧客層</p>	<p>◆ 取引社数 約14,000社 百貨店・量販店・一般小売・ コンビニエンスストア・ファーストフード・ アパレル・食品・家電メーカー・通販・・・</p> <p>⇒ <u>特定の業界不況の影響を 受けにくい顧客基盤</u></p> <div data-bbox="1570 417 1935 729"> <p>2019年12月期 第2四半期</p> <table border="1"> <caption>2019年12月期 第2四半期 顧客基盤の構成</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>メーカー</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>専門店</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>百貨店</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>スーパー</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>同業・中間業者</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table> </div>	業種	割合	メーカー	37%	専門店	30%	百貨店	8%	スーパー	7%	同業・中間業者	4%	その他	14%
業種	割合														
メーカー	37%														
専門店	30%														
百貨店	8%														
スーパー	7%														
同業・中間業者	4%														
その他	14%														
<p>2.トータルパッケージのソリューション提供</p>	<p>◆ (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</p> <p>◆ (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> <p>⇒ <u>顧客の幅広いニーズに応え 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="1483 1025 1984 1325"> </div>														

ザ・パックの強み(2)







ザ・パックの強み(3)

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>



各国の使い捨てプラスチック対策

アイテム	対策		
	◆ 有料化・課税	アジア圏	韓国・ベトナム・インドネシア・イスラエル
		アメリカ圏	コロンビア
		ヨーロッパ圏	ベルギー・ブルガリア・チェコ・デンマーク・ポルトガル・エストニア・ギリシャ・ハンガリー・アイルランド・イタリア・ラトビア・マルタ・オランダ・ポルトガル・ルーマニア・スロバキア・キプロス
		オセアニア圏	フィジー
		アフリカ圏	ボツワナ・チェニジア・ジンバブエ
	◆ 製造・販売・使用等の禁止	アジア圏	バングラデッシュ・ブータン・中国・台湾・インド・モンゴル・スリランカ
		アメリカ圏	アンティグアバーブーダ・ハイチ・パナマ・ベリーズ
		ヨーロッパ圏	フランス
		オセアニア圏	パプアニューギニア・バヌアツ・マーシャル諸島・パラオ
		アフリカ圏	アフリカ 25 カ国（コートジボワール・エチオピア・ケニア・モロッコ・セネガル・南アフリカ等）
	◆ 販売禁止	ヨーロッパ圏	フランス
	◆ 無償提供の禁止	アジア圏	台湾 ※方針発表
	◆ 販売禁止	ヨーロッパ圏	イギリス ※方針発表
	◆ 店舗提供の禁止	アジア圏	台湾 ※方針発表
	◆ 販売禁止	ヨーロッパ圏	フランス

出典：環境省「プラスチックを取巻く国内外の状況」（2018年8月）より抜粋

Copyright© 2019 The Pack Corporation. All Rights Reserved.

注意事項

本資料は、2019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2019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

〒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