



ザ・パック株式会社

**2022年12月期
第2四半期決算説明資料**

2022年9月2日

目次

トピックス	P. 2
1. 2022年12月期第2四半期 決算実績	P. 3
2. 2022年12月期 業績予想	P. 17
3. 中期経営計画の進捗	P. 21
4. 参考資料	P. 33

トピックス

決算実績

- 個人消費が回復、業績は全体として好調に推移
 - － リアル店舗での購入も増加し、特に紙袋の売上が大きく伸長
- EC市場向けパッケージ(主に段ボールや宅配袋)、食品テイクアウト・デリバリー市場向けパッケージ(主に食品一次容器)の販売が堅調に推移
 - － コロナ禍によるライフスタイルの変化の影響で、市場の拡大が継続

市場環境と経営方針

- 紙素材をはじめとする環境対応素材への切り替えが継続
 - － 脱プラスチックや減プラスチックの流れ
- 海外生産から国内生産へ切り替える動き
 - － 輸送時のCO₂削減やサプライチェーン最適化の観点
- 化成品事業への対応
 - － 紙おむつ用外装袋の需要減少が続くものの、食品や日用品向けの軟包装の需要は拡大傾向
- EC市場対応
 - － 顧客での省人・省力・機械化のソリューション提案による拡販を継続

中長期的な経営戦略

- 「サステイナブル経営への取り組みに関する基本方針」を策定
- 新中期経営計画(2023年度～)を、2022年度中に策定予定



1. 2022年12月期 第2四半期決算実績

実績サマリー

人出の増加や個人消費の回復により、全体として順調に回復

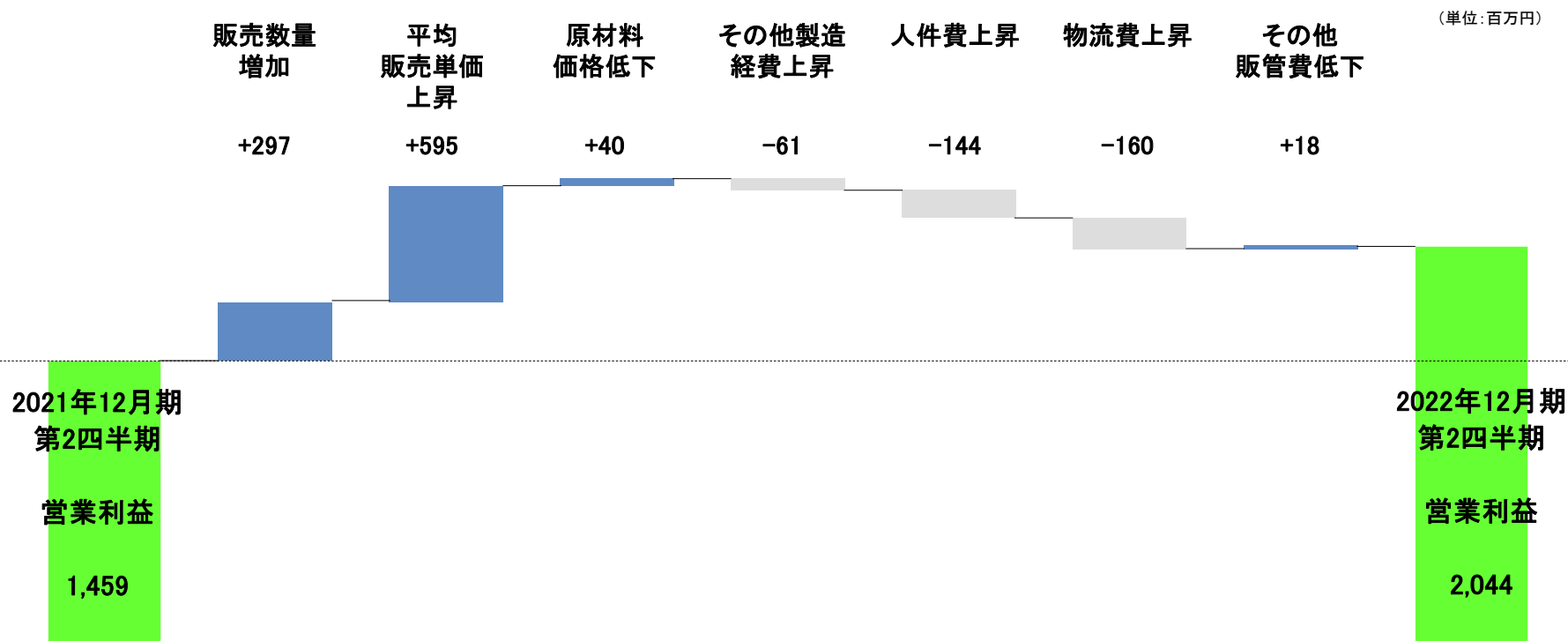
(単位: 百万円)

	2021年12月期 第2四半期	2022年12月期 第2四半期	
	実績	実績	前期比
売上高	36,589	39,617	8.3%
営業利益	1,459	2,044	40.1%
経常利益	1,600	2,298	43.6%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,069	1,422	33.0%

- ◆ 3年ぶりの行動制限のない大型連休などによる人出の増加に伴い、個人消費が回復
- ◆ 販売数量増加および平均販売単価の上昇により、営業利益は大幅に伸長

営業利益増減要因

販売数量増加および平均販売単価上昇により、営業利益増加



- ◆ 販売数量は、紙器が△8.3%、段ボールが△2.3%と減少する一方、紙袋は10.6%、ポリ袋は3.0%(内、軟包装は53.2%)増加
- ◆ 商品構成の変化や高付加価値商品の提案販売により平均販売単価が上昇
- ◆ 製造経費の上昇は、主に電気代や重油の値上がりに伴う、水道光熱費・動力費の増加(105百万円)による
- ◆ 物流費の上昇は、主に、製造量および出荷量増加に伴う倉庫保管料(75百万円)、運賃(82百万円)の増加による

セグメント別実績

(単位:百万円)

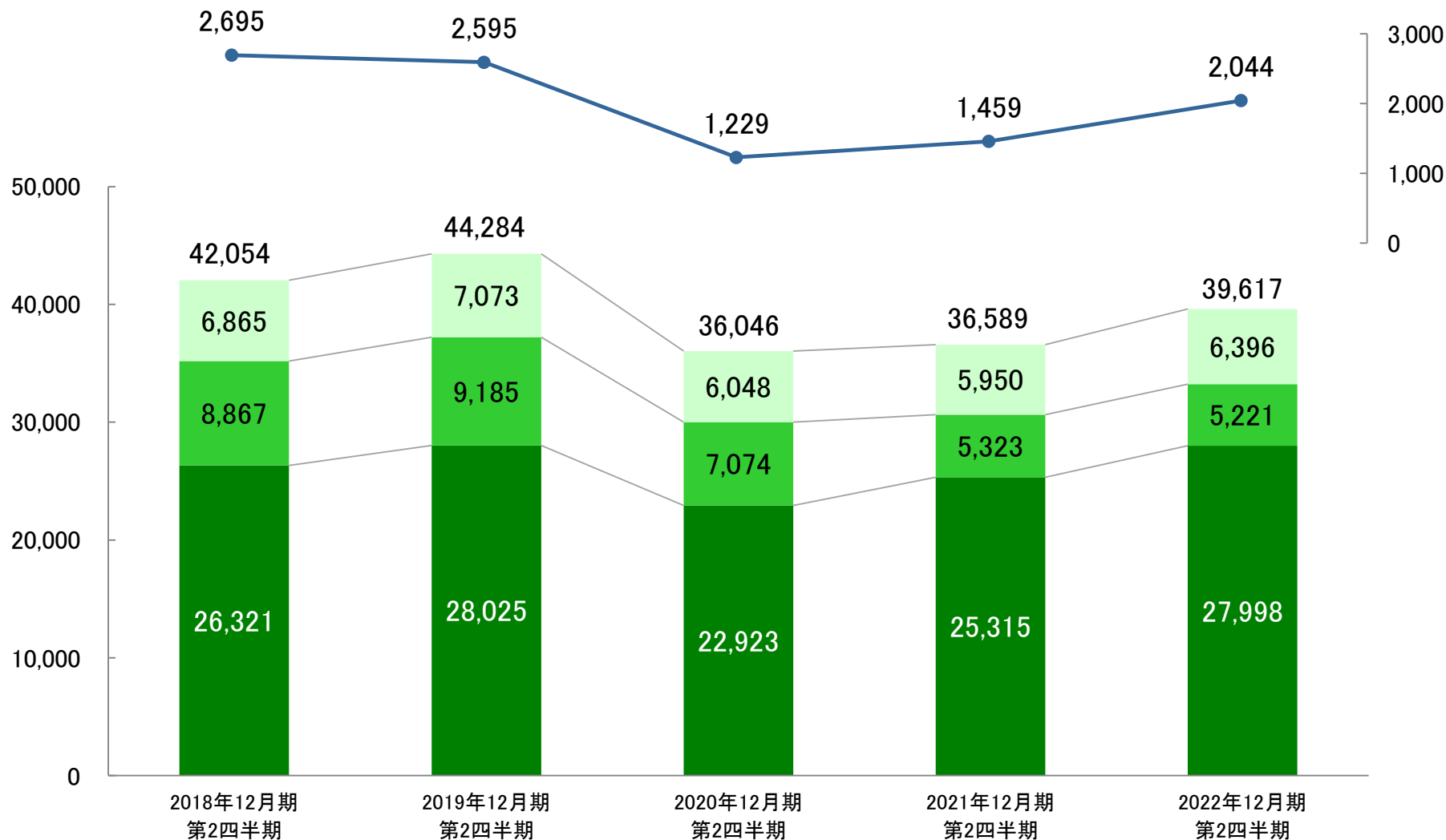
	2021年12月期第2四半期		2022年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	36,589	100.0%	39,617	100.0%	8.3%
紙加工品事業	25,315	69.2%	27,998	70.7%	10.6%
紙袋	9,684	26.5%	11,259	28.4%	16.3%
紙器	8,806	24.1%	9,728	24.6%	10.5%
段ボール	5,778	15.8%	5,947	15.0%	2.9%
印刷	1,046	2.8%	1,063	2.7%	1.7%
化成品事業	5,323	14.5%	5,221	13.2%	△1.9%
その他	5,950	16.3%	6,396	16.1%	7.5%
営業利益	1,459	100.0%	2,044	100.0%	40.1%
紙加工品事業	1,416	97.0%	1,952	95.5%	37.8%
化成品事業	163	11.2%	197	9.7%	21.0%
その他	378	26.0%	431	21.1%	14.0%
調整額	△499	△34.2%	△537	△26.3%	－

- ◆ 紙加工品事業は、国内における個人消費が回復したこととザ・パックアメリカコーポレーションで紙袋の売上が好調に推移したことに加え、テイクアウト・デリバリー市場向けの紙器、EC市場向けの紙器や段ボールの販売が好調で増収増益
- ◆ 化成品事業は、紙おむつ用外装袋の販売が減少したものの、食品用軟包装の販売が好調に推移し、営業利益は増加

セグメント別実績の推移(第2四半期)

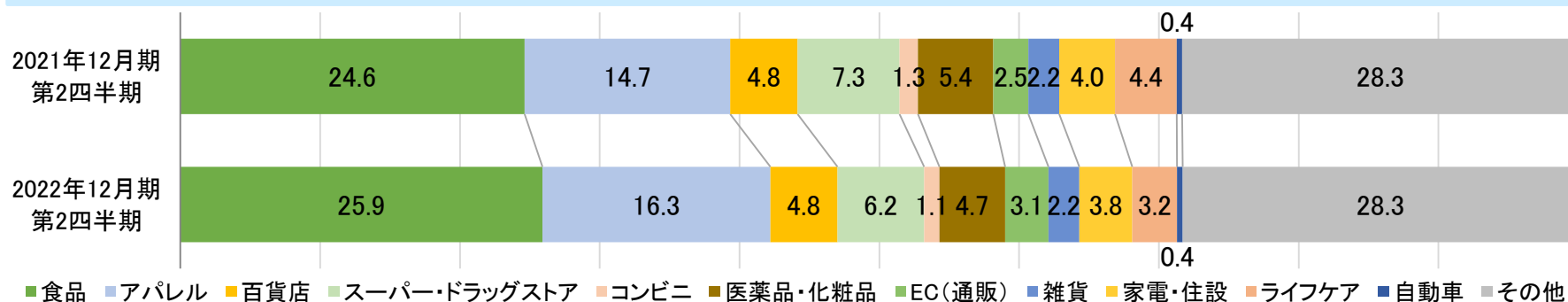
■売上高(紙加工品事業) ■売上高(化成品事業) ■売上高(その他事業) ●営業利益

(単位:百万円)



売上高構成

業種別売上高



(単位: 百万円)	2021年12月期 第2四半期		2022年12月期 第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	9,067	24.6%	10,266	25.9%	13.2%
アパレル	5,425	14.7%	6,442	16.3%	18.7%
百貨店	1,768	4.8%	1,907	4.8%	7.9%
スーパー・ドラッグストア	2,699	7.3%	2,463	6.2%	△8.8%
コンビニ	486	1.3%	428	1.1%	△12.0%
医薬品・化粧品	1,990	5.4%	1,870	4.7%	△6.1%
EC(通販) ※	916	2.5%	1,242	3.1%	35.6%
雑貨	814	2.2%	864	2.2%	6.2%
家電・住設	1,472	4.0%	1,490	3.8%	1.2%
ライフケア	1,638	4.4%	1,266	3.2%	△22.7%
自動車	152	0.4%	158	0.4%	3.8%
その他	10,410	28.3%	11,215	28.3%	7.7%

- ◆ 食品は、コロナ禍の影響でテイクアウト・デリバリー市場向けパッケージの売上が堅調に推移したほか、土産市場向けパッケージの売上も回復傾向
- ◆ 個人消費の回復やEC化率の上昇で、アパレル・雑貨関連の売上が増加
- ◆ 人出の増加に伴い、百貨店の売上は回復傾向
- ◆ スーパー・ドラッグストアは、巣籠り需要の減少や物価高で伸び悩む
- ◆ コンビニでは、新商品投入やプロモーションのサイクルの影響で、当社供給アイテム(主に紙製一次容器)の使用量が一部減少
- ◆ EC市場の拡大に伴い、EC(通販)の売上は大幅に伸長
- ◆ 半導体の供給不足により、自動車や家電・住設は微増に留まる
- ◆ ライフケアでは、紙おむつ用外装袋の減少が続くものの、一巡した見込み

※「EC(通販)」はモール型ECを対象としており、自社サイト型のECについてはそれぞれの業種の売上に計上

紙加工品事業

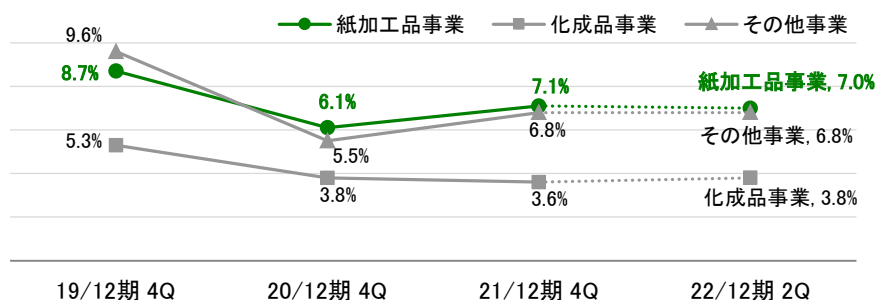
業界環境

- ◆ 個人消費の増加により、紙袋の需要増
- ◆ コロナ禍の影響で、食品やアパレル、化粧品等のさまざまな業種でEC化率上昇が続く
- ◆ 食品テイクアウト・デリバリー市場の拡大により、紙器（主に紙製一次容器）および関連アイテムの需要増
- ◆ 環境意識の高まりにより、高機能紙素材の開発が進み、紙製パッケージの用途の幅が広がる

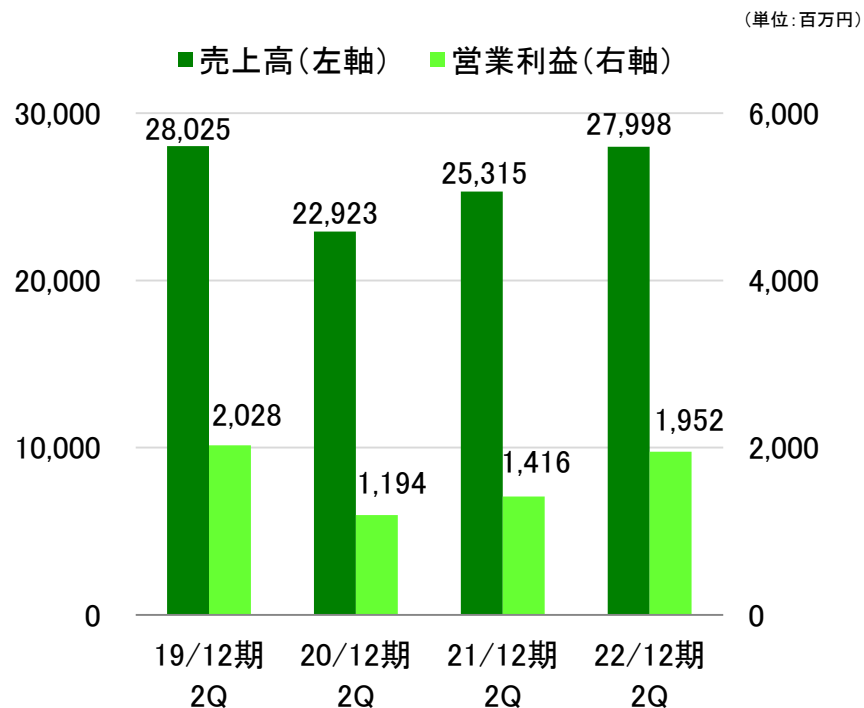
取り組み

- ◆ EC市場、食品テイクアウト・デリバリー市場向けパッケージの紙化および環境対応化を、引き続き積極提案
- ◆ 梱包資材の形式・仕様の改善提案、作業ラインの自動化へ向けた省人・省力・機械化のソリューション提案

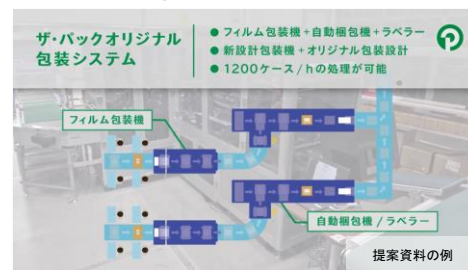
営業利益率の推移



売上高・営業利益の推移



◆ ソリューション提案



▲ 機械やシステムの開発を含むソリューション提案を実施し、顧客の課題解決に貢献

紙加工品事業(紙袋)

業界環境

- ◆ 環境意識の高まりにより、プラスチック製袋の紙化が進み、より環境に配慮した素材へ切り替える動きも
- ◆ 紙袋は購買行動の満足度への影響が大きく、需要は底堅い
- ◆ EC市場の拡大により、配送用紙袋の使用量が増加

取り組み

- ◆ よりニーズに合った提案を行うため、「第2回 紙袋に関する生活者調査」を実施
- ◆ 環境配慮型の新素材や加工、高機能紙素材の開発への取り組みを強化

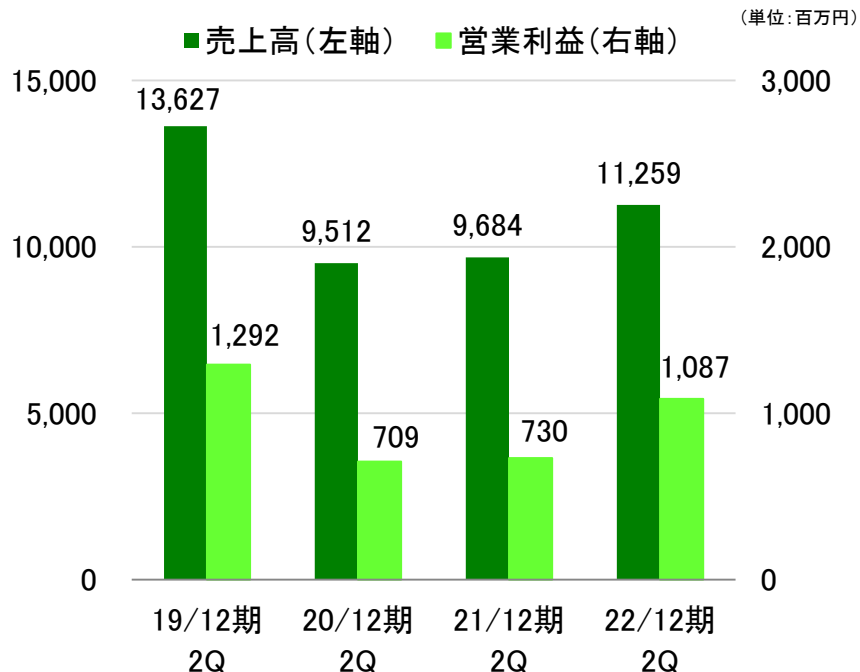
◆ 開発製品の例



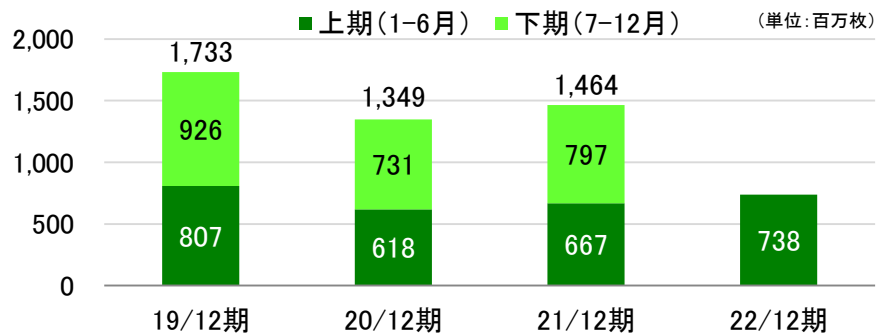
▲ 不要になった服を混ぜ込んだ「古着混抄紙」

▲ 雨用カバーに代わる「撥水ニス」

売上高・営業利益の推移



販売数量の推移



紙加工品事業(紙器)

業界環境

- ◆ 食品テイクアウト・デリバリー市場の拡大により、紙製一次容器の需要増
- ◆ コロナ禍による行動制限で縮小が続いていたレジャーならびに旅行関連の消費は回復傾向
→土産市場向けパッケージの売上も回復

取り組み

- ◆ 拡大が期待できるEC市場、食品テイクアウト・デリバリー市場向けパッケージの紙化および環境対応化を、引き続き積極提案
- ◆ 食品一次容器販売強化のため、設備投資を進める
- ◆ 環境配慮型の新素材や加工、高機能紙素材の開発への取り組みを強化

◆ 開発製品の例

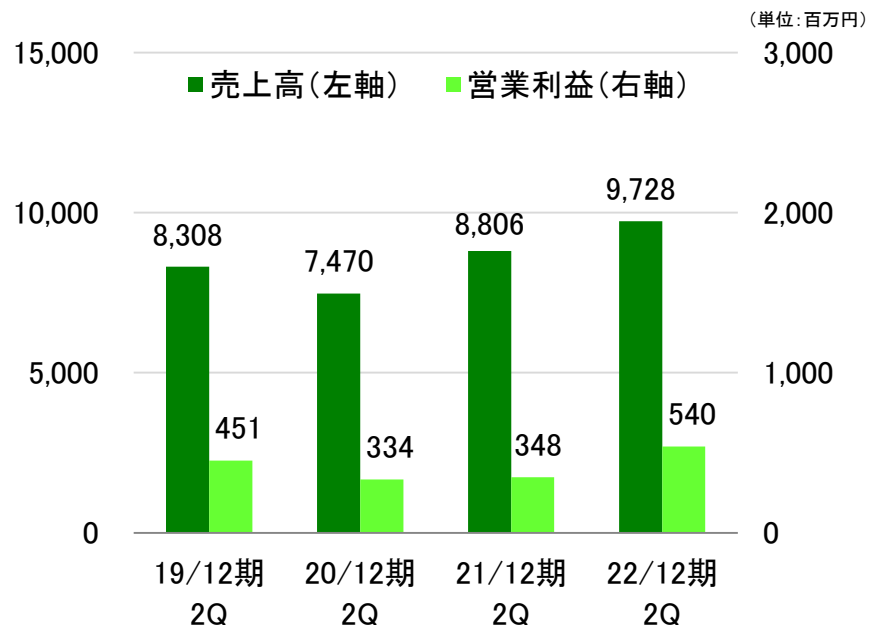


▲株式会社ペーパールと共同開発した
廃棄米を活用した板紙「kome-kami TP-FS」

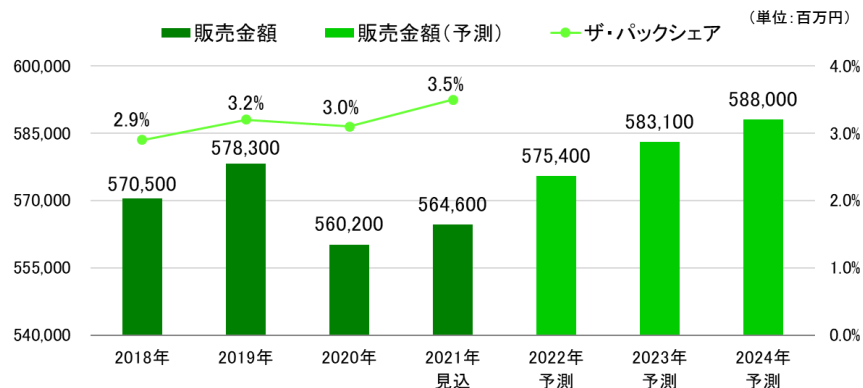


▲モールドのトレーに
紙製のフタ材を貼り付けたパッケージ

売上高・営業利益の推移



紙器の市場規模とザ・パックシェア推移および予測



紙加工品事業(段ボール)

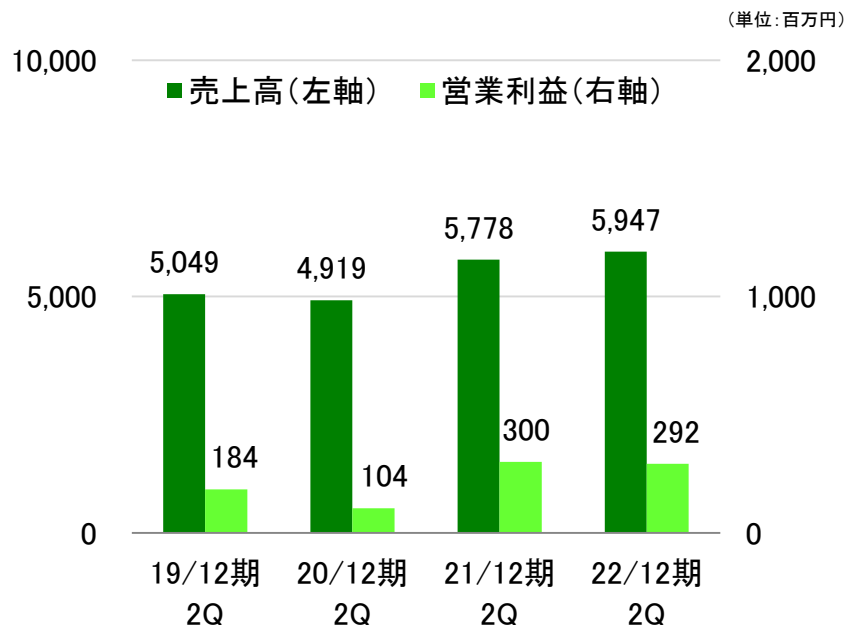
業界環境

- ◆ EC市場の拡大により、食品市場、アパレル市場向け配送用段ボールの需要増
→置き配やコンビニ受け取りなど、荷物の受け取り方も多様化し、消費者が自分のライフスタイルに合わせてECを活用
- ◆ ECギフトの市場も拡大傾向

取り組み

- ◆ 拡大が期待できるEC市場向けパッケージの環境対応提案や、消費者のニーズに合った製品の提案
- ◆ 顧客での省人・省力・機械化のソリューション提案

売上高・営業利益の推移



◆ 開発製品の例



▲段ボール什器
「エコラック」



▲国内最大級の段ボール加工商品
「超大型段ボール」



▲素材に厚みを持たせることで柔軟性、緩衝性を持たせたクッション付きパッケージ「CC-PACK」



▲開けたときにPOPが飛び出してくる、動きのある配送箱「WOW BOX」

化成品事業

業界環境

- ◆ 海外では、現地の紙おむつメーカーの台頭により、国内紙おむつメーカーの輸出が減少
- ◆ 中食市場の拡大により、電子レンジ対応製品や長期保存食品の需要が増加し、バリア性を有する素材のニーズが高まる
- ◆ 環境意識の高まりを受けて、紙製軟包装の需要増

取り組み

- ◆ 拡大が見込まれる食品市場、飲料市場、EC市場に対し、軟包装、紙器、段ボールの複合販売に注力
- ◆ 今年10月に最新のフレキシソ10色印刷機を導入予定
→環境に優しい多色印刷を武器に拡販を進める
- ◆ 紙製軟包装をはじめとする環境対応製品の開発

◆ 開発製品の例



▲海洋生分解性紙製軟包装
「クラフトバイオマリン」

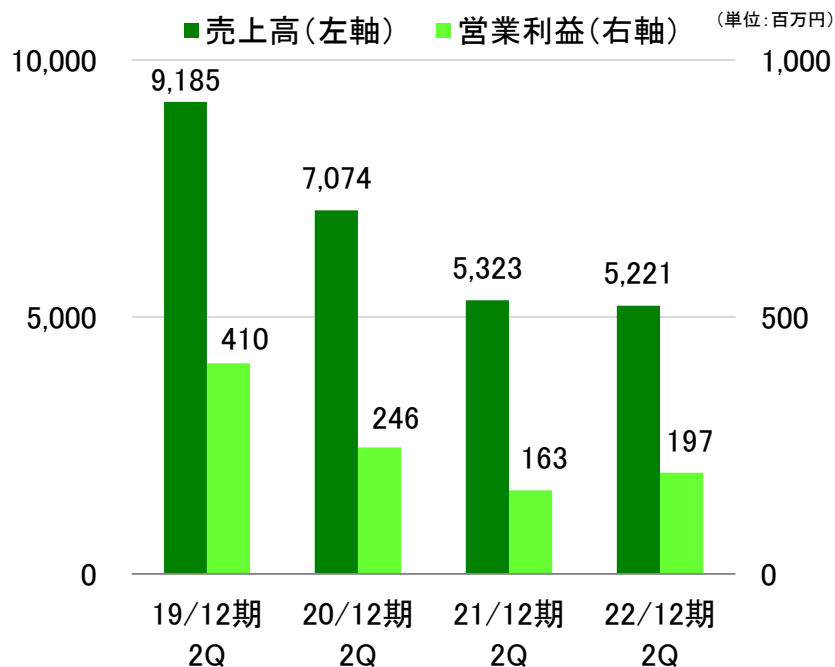


▲卵殻を配合したバイオマスパッケージ
「卵殻配合バイオマスフィルム」

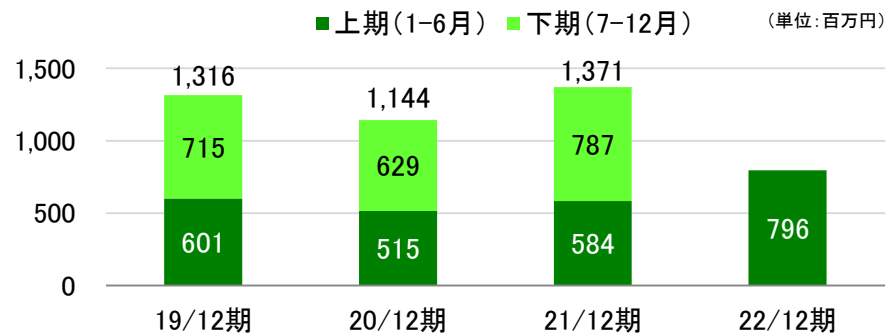


▲ポイル対応が可能なパウチ
「紙製耐水クラフトパウチ」

売上高・営業利益の推移



軟包装の売上高の推移



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や事務用品の需要は減少傾向
→コロナ禍に起因する売上減少からは回復基調
- ◆ 繰り返し利用可能なソフトバック(コットンやポリエステル、不織布などの素材を使用したバック)の需要が増加
- ◆ ギフトラッピング用資材でも環境対応化が進む

取り組み

- ◆ 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・タグ等の付属品や販促品の提案販売
- ◆ 環境対応素材を使用した食品用トレイなど、新商品の開発への取り組みを強化

◆ 開発製品の例

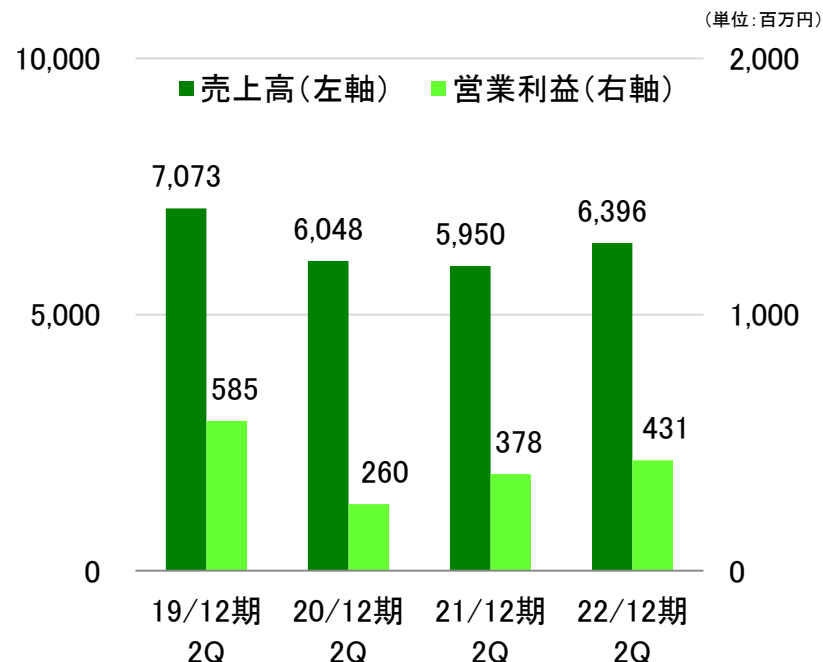


▲卵殻を配合したバイオマストレー「エコカラトレー」

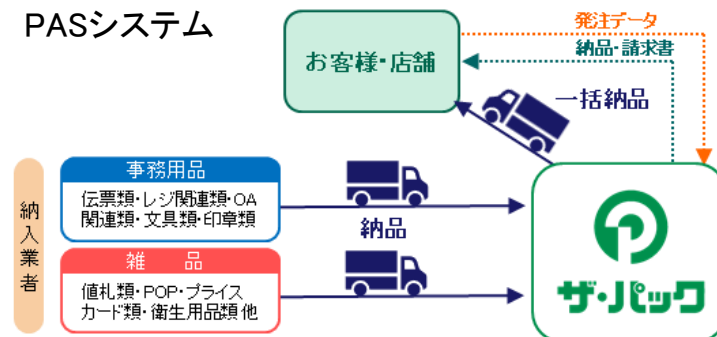


▲工場で発生したコットンやポリエステルの断裁くずなどをリサイクルした素材「リサイクルテトロンコットン」

売上高・営業利益の推移



◆ PASシステム



▲一括納品による物流の合理化でCO₂削減にも貢献

貸借対照表

(単位:百万円)

		2021年12月期	2022年12月期 第2四半期
		実績	実績
資産		87,422	86,565
	流動資産	55,438	56,219
	固定資産	31,984	30,345
	有形固定資産	22,658	22,781
	無形固定資産	643	841
	投資その他の資産	8,682	6,722
負債		25,390	23,241
	流動負債	22,279	20,329
	固定負債	3,110	2,911
純資産		62,032	63,323
	株主資本	60,654	61,641
	その他の包括利益累計額	1,300	1,621
	新株予約権	63	46
	非支配株主持分	13	14

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

主な項目	2021年12月期 第2四半期	2022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	6,143	4,449
税金等調整前四半期純利益	1,595	2,060
減価償却費及び減損損失	1,007	1,133
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,764	△2,065
有形固定資産の取得による支出	△1,801	△1,323
無形固定資産の取得による支出	△434	△184
投資有価証券の取得による支出	△42	△154
投資有価証券の売却による収入	7	60
財務活動によるキャッシュ・フロー	△523	△514
配当金の支払額	△569	△473
現金及び現金同等物四半期末残高	18,151	20,101

- ◆ 減価償却費および減損損失は、東京工場の固定資産に係る減損損失188百万円を含む
- ◆ 長期の運用債券ならびに投資事業組合に出資をしたため、投資有価証券取得による支出が増加
- ◆ 持合い株式解消により、投資有価証券売却損を計上するとともに、投資有価証券の売却による収入が増加



2. 2022年12月期 業績予想

業績予想

市場の変化に対応し、環境対応提案で増収増益

(単位:百万円)

	2021年12月期	2022年12月期	
	実績	業績予想	前期比予想
売上高	79,690	83,000	4.2%
営業利益	4,144	4,700	13.4%
経常利益	4,422	5,000	13.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,824	3,500	23.9%

- ◆ 新型コロナウイルス感染症拡大により低迷していた個人消費は、今後さらに回復に向かうと予想
- ◆ EC市場、食品テイクアウト・デリバリー市場は今後も拡大が続くと予想され、関連商材においては堅調に推移する見込み
- ◆ 高付加価値を有する環境対応素材の積極提案と販売強化により、増収増益を目指す

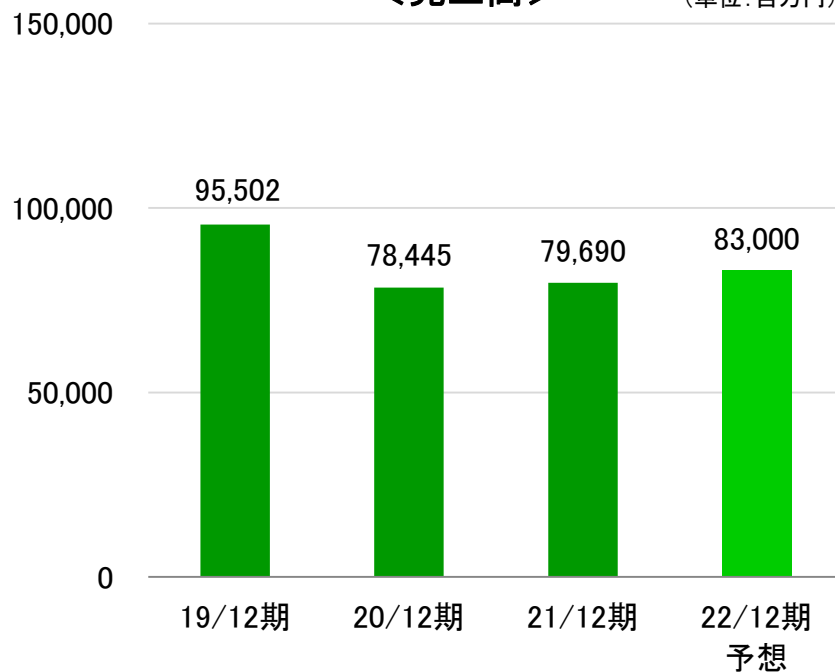
連結業績推移

(単位: 百万円)

	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期 予想
売上高	95,502	78,445	79,690	83,000
営業利益	6,850	3,275	4,144	4,700

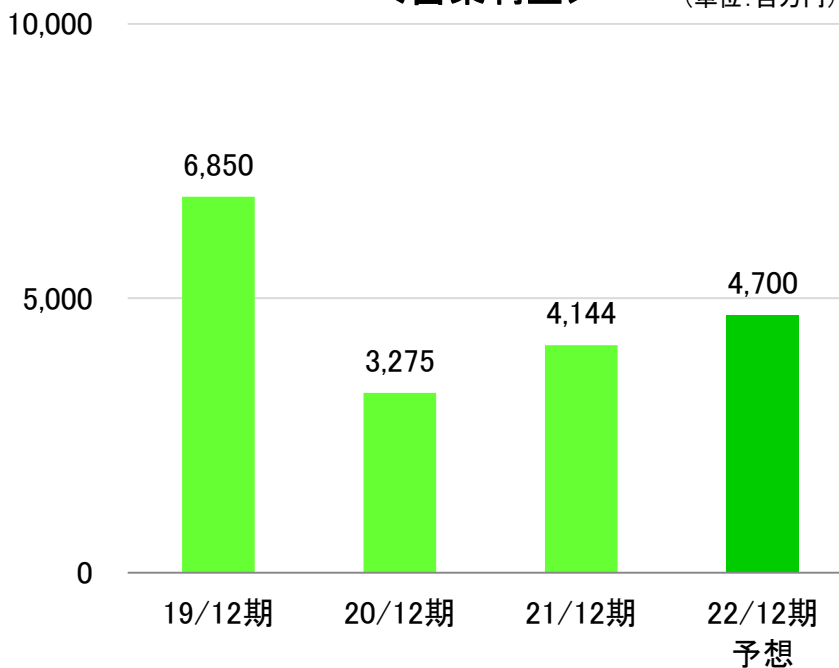
<売上高>

(単位: 百万円)



<営業利益>

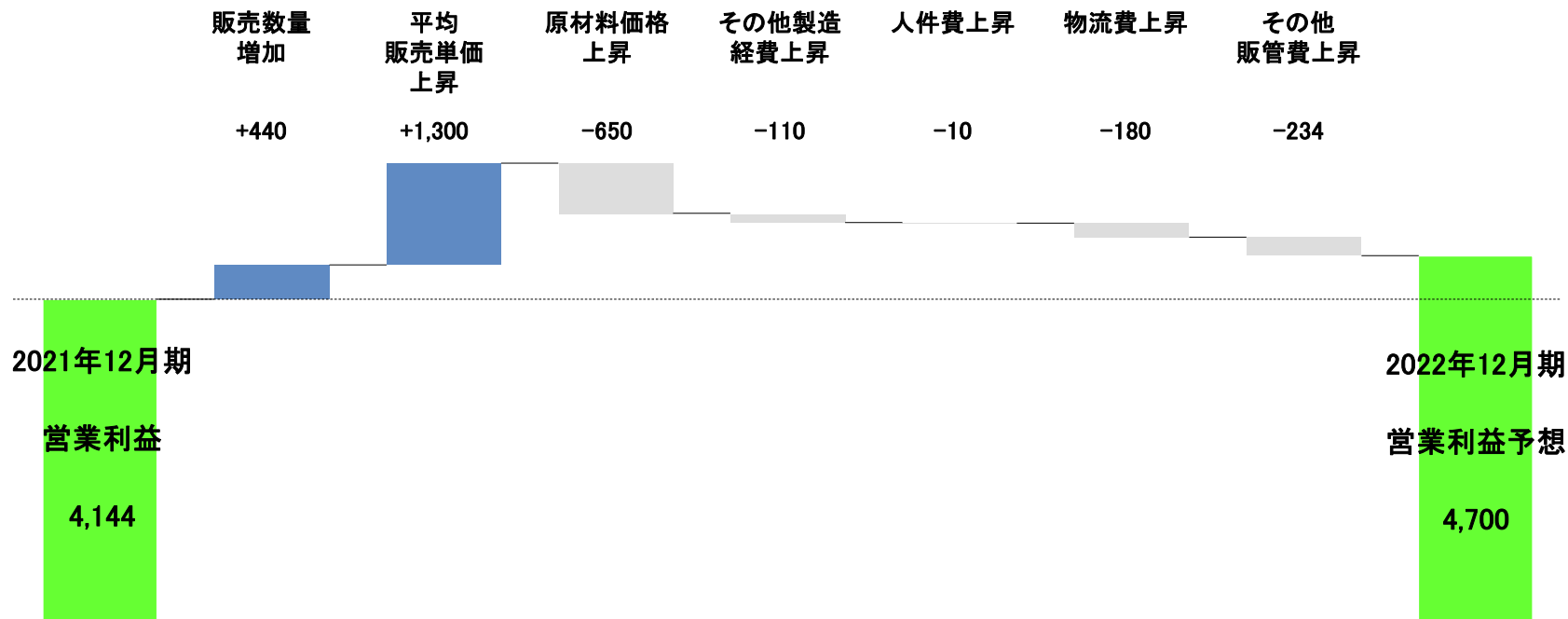
(単位: 百万円)



営業利益予想増減要因

紙加工品の販売数量増加、高付加価値商品の販売強化により増益

(単位: 百万円)



- ◆ 行動制限の緩和によるリアル店舗での購入増加および環境意識の高まりによる紙化で、紙袋の販売数量が増加
- ◆ 拡大が続くEC市場、食品テイクアウト・デリバリー市場向けの段ボールや紙器の販売数量が増加
- ◆ 紙素材を含む環境対応素材を使用した商品の積極提案や、価格の適正化により平均販売単価は上昇
- ◆ 今期予想される原材料価格の上昇については、物流費等のコスト削減およびアイテムの仕様変更提案等による販売単価への転嫁で対応



3. 中期経営計画の進捗

「環境対応を見据えた経営」

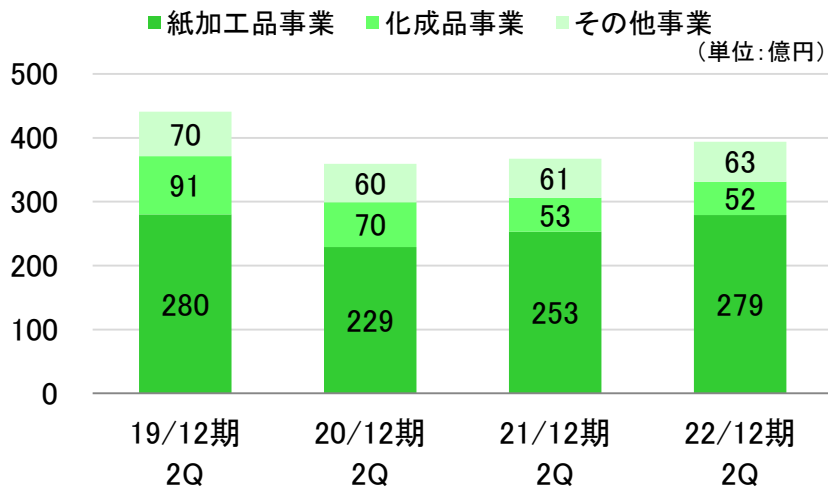
「環境対応」とは、自然環境のみならず、社会環境、職場環境など幅広い分野に対応することを意味しております

成長戦略

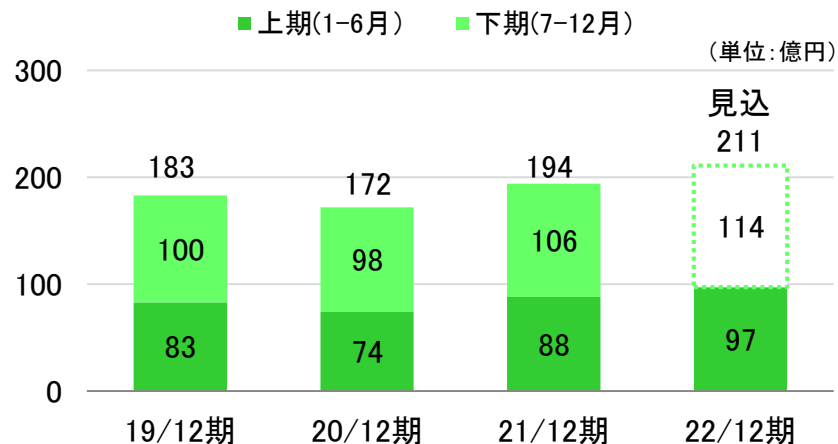
- 紙化への取り組み
- 紙器の販売強化
- 食品、医薬品・化粧品、EC市場への拡販
- 事業領域の拡大
- 生産性向上と働き方改革の推進

● 紙化への取り組み／紙器の販売強化

品目別売上高



紙器販売実績



戦略

紙化への取り組み

- ◆ SDGs(持続可能な開発目標)への取り組み
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

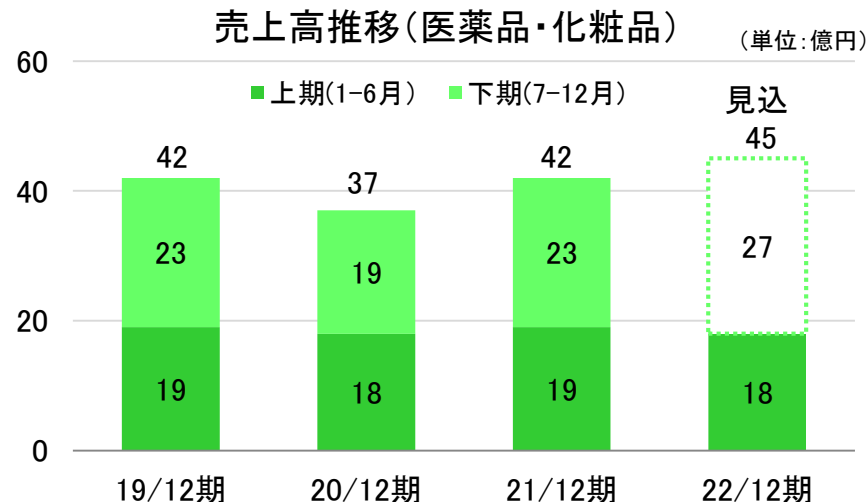
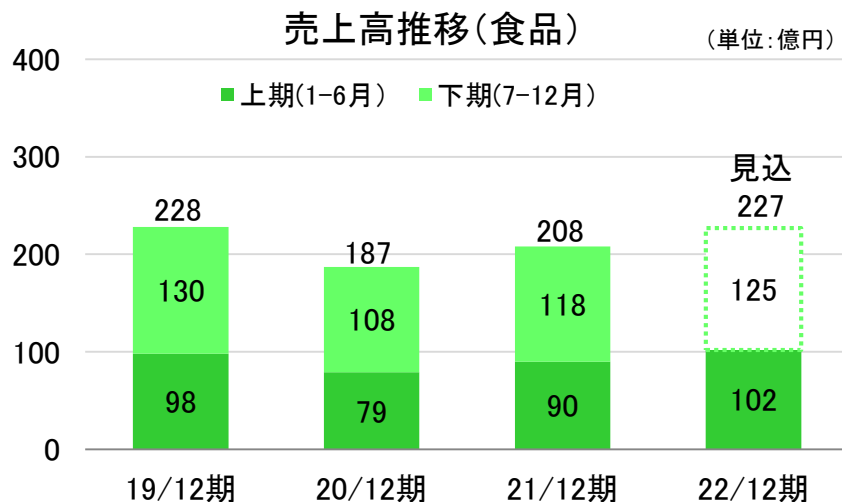
紙器の販売強化

- ◆ 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
- ◆ 食品向け
紙製一次容器の販売強化

進捗

- ◆ 環境対応かつ高付加価値を有する紙製パッケージの提案により、販売が堅調に推移
- ◆ 紙器の販売強化と紙袋の販売回復により、紙加工品事業の売上構成比は2019年度比較で7.4ポイント上昇(2019年度:63.3% → 2022年度:70.7%)
- ◆ 個人消費の回復が進み、新規開拓による紙器の販売が継続して増加
- ◆ 拡大しているEC市場や食品テイクアウト・デリバリー市場への販売強化や、高付加価値を有する環境対応商品の提案により、2019年度比較でも増加

● 食品、医薬品・化粧品、EC市場への拡販



戦略	進捗
◆ 食品 食品向けパッケージの販売強化 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)業界への販路もさらに拡大	◆ 個人消費の回復と新規顧客の開拓により、紙器、軟包装の販売が順調に増加 ◆ 食品用紙製一次容器(紙器)の販売は好調に推移
◆ 医薬品・化粧品・健康食品 高齢化社会で需要が見込める市場へ注力 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	◆ 国内では、医療機関向け用度品の販売が増加 ◆ 中国では、ロックダウンの影響により、化粧品パッケージの売上が大幅に減少

● 事業領域の拡大 ／生産性の向上と働き方改革の推進

戦略	進捗
事業領域の拡大 ◆ 海外展開 - 中国市場での拡販 - ASEAN市場への進出	◆ 中国市場では大手通販会社からの注文増加により、EC関連商品の販売が増加 ◆ 現在停止しているASEAN市場進出についての検討は、新型コロナウイルスの収束後に再開予定
生産性の向上と働き方改革の推進 ◆ 業務の効率化に向けた基幹システムの構築 ◆ 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 ◆ 製造ラインの省人・省力・機械化	◆ 顧客管理・営業支援システム、経費精算システム、買掛請求EDIシステムの導入による業務の効率化 ◆ FAX注文書電子化、コミュニケーションツールのシステム導入によるテレワーク環境の整備 ◆ 会議のオンライン移行(Web会議・TV会議の活用)により、会議に集まるための移動時間削減、業務の効率化、勤務時間の適正化を推進、働き方の多様化に対応 ◆ 紙器製造において資材自動搬送装置の運用を開始

投資計画と進捗(1)

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

- ⇒ 紙器の新設備導入については現時点で21.6億円の費用をかけて増強
コロナ禍の影響もあり、新設備導入・稼働が遅延
大阪工場の建替えとともに設備増強を継続

2. 新規事業への投資（60億円）

商品群・販売事業領域の拡大

- ⇒ M&A・業務提携については、国内に視点を置き有益となる案件について引き続き検討

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

- ⇒ 業務変革プロジェクト遂行により、新・基幹システムは2023年度に稼働予定

4. 本社社屋の建替え（16億円）

再生可能エネルギーの利用促進と営業・開発部門による共創力の強化

- ⇒ 自然採光・自然換気を促進し、健康・再エネ・省エネ・省CO₂に配慮した新本社ビルを
2023年3月に竣工予定
国交省のサステイナブル建築物等先導事業（省エネ・省CO₂先導型）として採択

投資計画と進捗(2)

5か年計画

5. 大阪工場(大阪府東大阪市)の建替え

現・敷地内でのスクラップ&ビルドによる工場建替えと同時に、近隣の別敷地に一部生産機能の移転も検討

現在、外部コンサルタントと建設基本計画を策定中

今後、ゼネコンの選定、申請・認可ののち、解体工事着工へ

具体的な工期、投資金額、および今後の業績に与える影響等は確定次第速やかに開示予定
環境負荷の低減と、省人・省力・機械化による生産効率の改善を図る

6. 奈良工場(奈良県大和郡山市)のリニューアル

リニューアルプランを複数策定

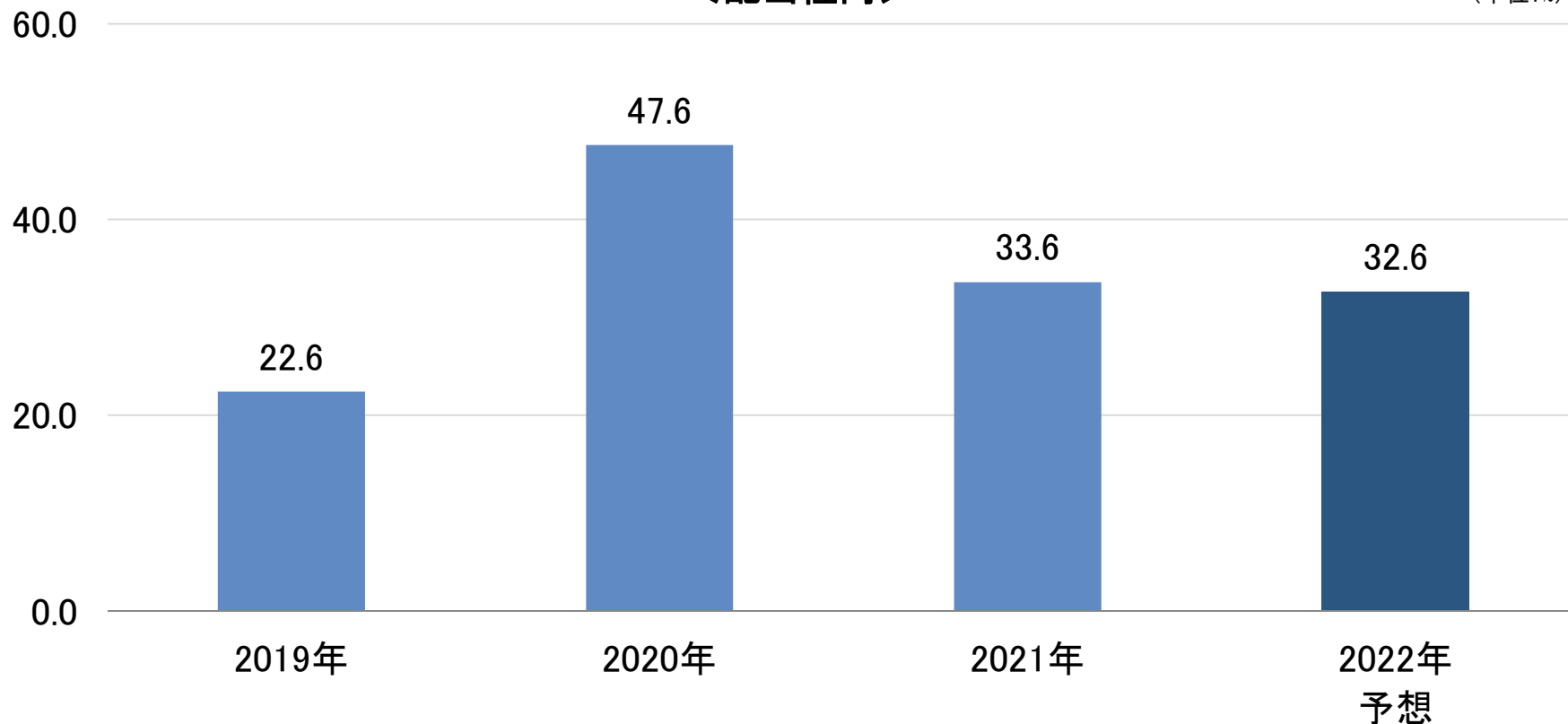
導入設備および投資収益性の精査を含め、内容を検証中

株主還元

配当性向 25%以上を維持

＜配当性向＞

(単位: %)



◆株主還元と戦略的な成長投資のバランスを考慮し、2022年の配当金は年間60円を予定

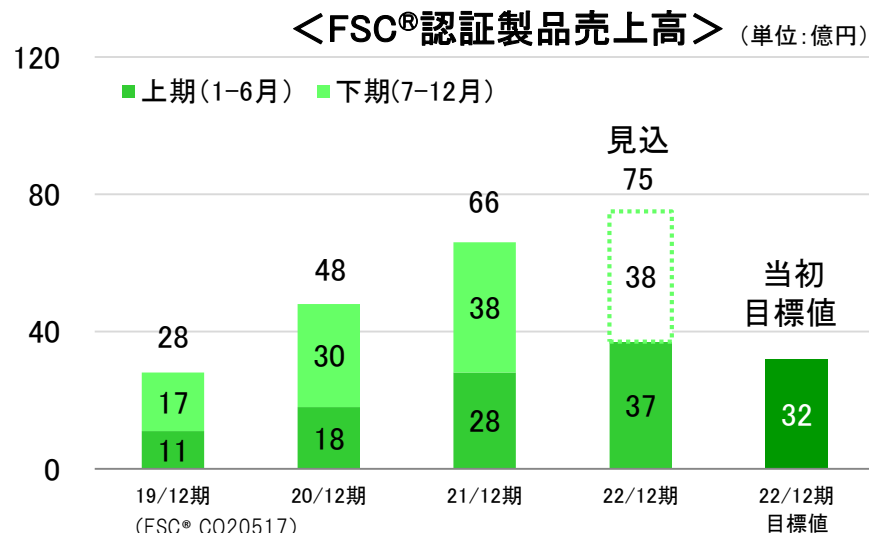
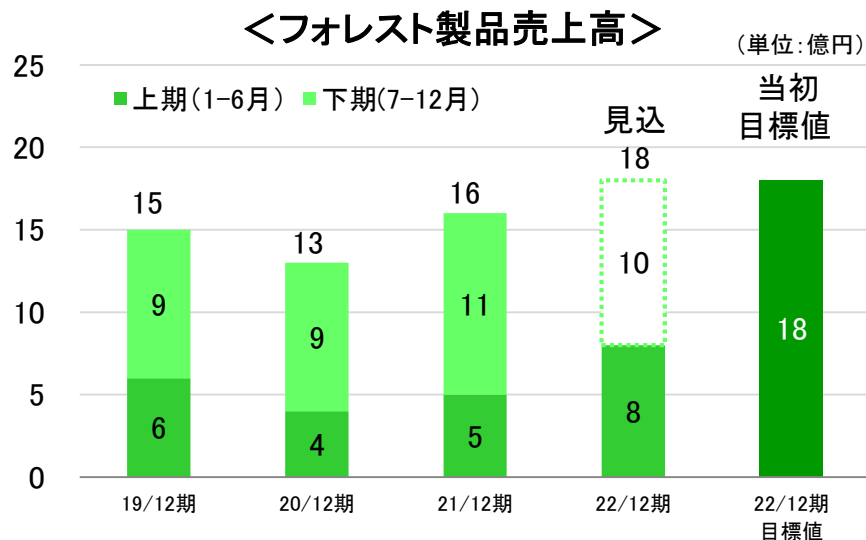
SDGs(持続可能な開発目標)への取り組み(1)

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®認証製品の販売強化

森林保全に貢献



- ◆ 環境対応素材の販売促進により、フォレスト製品の販売額は堅調に推移
- ◆ 消費者の環境意識の高まりとFSC®認証マークの認知度向上により、FSC®認証製品の販売額は2020年当時の目標値(32億円)を大きく上回る推移で増加

SDGs（持続可能な開発目標）への取り組み(2)

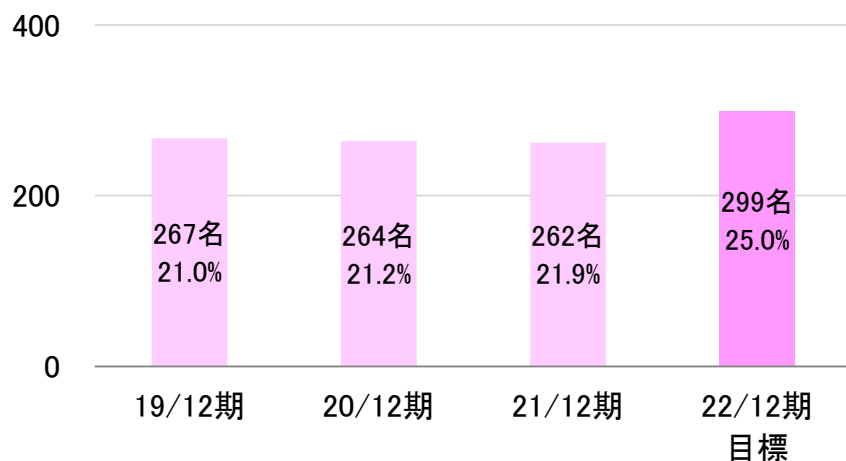
3. CO₂削減への取り組み

省エネ・省CO₂に配慮した新本社ビルを2023年に竣工予定
大阪工場の建替え時に環境負荷の低減を考慮し再生可能エネルギーの活用を進める

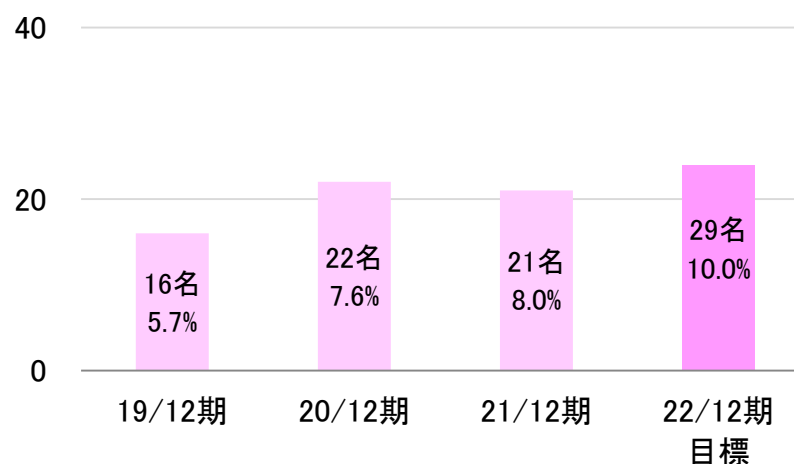
4. 女性活躍推進のための行動計画

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

＜女性正社員数・比率＞



＜女性管理職数・比率＞



◆ 2022年6月期実績は人数・比率ともに増加（女性正社員数：265名・22.3%、女性管理職数：25名・9.2%）

ESGへの取り組み

1. サステイナブル経営推進室を新設

サステイナブル経営の基本方針、重要課題(マテリアリティ)リストを策定
TCFD対応については、推進体制を整備し、シナリオ分析(想定される気候変動に関するリスク・機会の洗い出し、その特定と重要度の評価)、GHG排出量削減目標・KPIを2022年度中に策定する予定

2. ESGへの投資

サステイナブル経営の施策の一つとして、経営方針および中核事業に関連するESG案件への投資を推進
2022年実績：日本学生支援機構(ソーシャルボンド)
Zエナジー(カーボンニュートラルファンド)

3. ガバナンス強化

プライム市場への移行に伴い、CGコードにおいて求められるガバナンスを整備
社外取締役1名増により社外取締役比率3分の1へ

新たな中期経営計画について

サステイナブル経営の基本方針に連動する、
2023年度を初年度とする新たな中期経営計画を
2022年度中に策定予定



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：2022年4月東証プライム市場）
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）、印刷紙器、段ボール製品、化成品パッケージの企画・製造・販売
役員	代表取締役社長 山下 英昭 他取締役8名（社外3名） 監査役 4名（社外2名）
従業員数	連結1,186名（単体838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 10.95%、ビー・ビー・エイチ フォー フィデリティ ロー プライスト スtock 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）7.77%、日本マスタートラスト信託銀行（信託口）7.19%、自社取引先持株会 6.52%、日本カस्टディ銀行（信託口）4.89%、日本カस्टディ銀行（信託口4）4.63%、日本カस्टディ銀行（りそな再信託分・北越コーポレーション退職給付信託口）3.27%、大王製紙 3.02%、三菱UFJ銀行 2.60%、七條紙商事 2.50%

（2022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)



(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



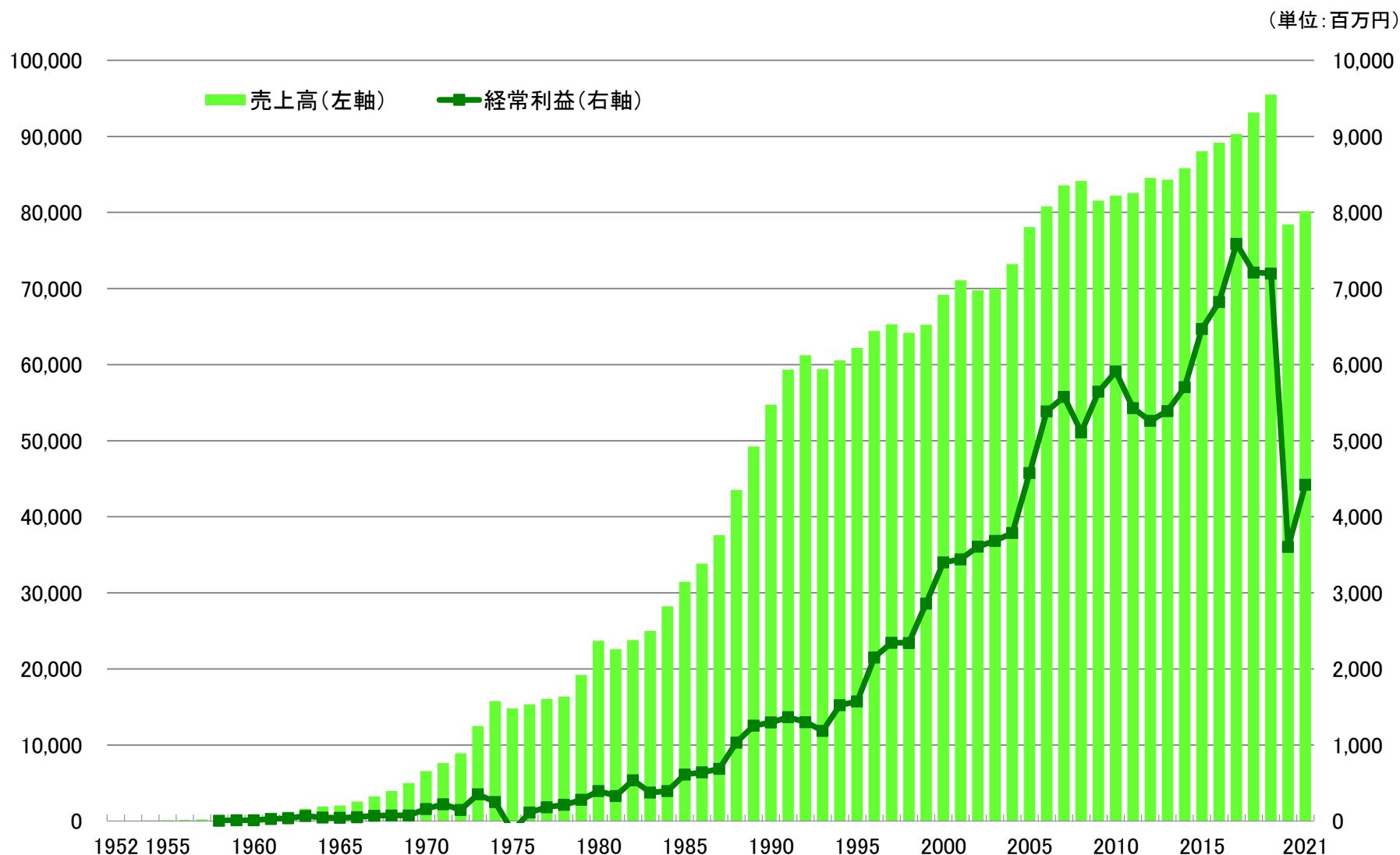
米国 連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)



（2022年6月現在）

売上高・経常利益の推移 (連結) 会社設立(1952年) - 2021年



主な取り扱い製品の流通構造

消費者

主な販売先



百貨店



コンビニ



スーパー・
ドラッグストア



アパレル



医薬品・化粧品



雑貨



食品



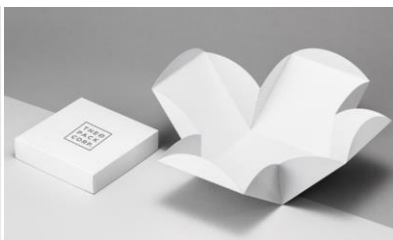
家電・住設



EC(通販)

etc.

 ザ・パック株式会社



原材料メーカー



原紙・原反



インク

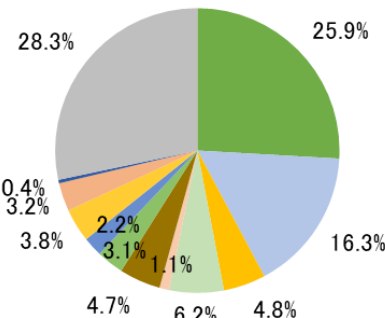


糊

その他
部材

etc.

ザ・パックの強み(1)

強み	内容																										
1. 幅広い顧客層  アパレル・雑貨  通販	◆ 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・・・ ⇒ <u>特定の業界不況の影響を 受けにくい顧客基盤</u> ■ 食品 ■ アパレル ■ コンビニ ■ 医薬品・化粧品 ■ 家電・住設 ■ ライフケア  食品産業  生活産業 2022年12月期 第2四半期  <table border="1"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食品</td> <td>25.9%</td> </tr> <tr> <td>アパレル</td> <td>16.3%</td> </tr> <tr> <td>百貨店</td> <td>4.8%</td> </tr> <tr> <td>スーパー・ドラッグストア</td> <td>6.2%</td> </tr> <tr> <td>EC(通販)</td> <td>28.3%</td> </tr> <tr> <td>雑貨</td> <td>3.8%</td> </tr> <tr> <td>自動車</td> <td>0.4%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>2.2%</td> </tr> <tr> <td>コンビニ</td> <td>3.1%</td> </tr> <tr> <td>家電・住設</td> <td>1.1%</td> </tr> <tr> <td>医薬品・化粧品</td> <td>3.2%</td> </tr> <tr> <td>ライフケア</td> <td>4.7%</td> </tr> </tbody> </table>	業種	割合	食品	25.9%	アパレル	16.3%	百貨店	4.8%	スーパー・ドラッグストア	6.2%	EC(通販)	28.3%	雑貨	3.8%	自動車	0.4%	その他	2.2%	コンビニ	3.1%	家電・住設	1.1%	医薬品・化粧品	3.2%	ライフケア	4.7%
業種	割合																										
食品	25.9%																										
アパレル	16.3%																										
百貨店	4.8%																										
スーパー・ドラッグストア	6.2%																										
EC(通販)	28.3%																										
雑貨	3.8%																										
自動車	0.4%																										
その他	2.2%																										
コンビニ	3.1%																										
家電・住設	1.1%																										
医薬品・化粧品	3.2%																										
ライフケア	4.7%																										

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	◆ (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 ⇒ <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>



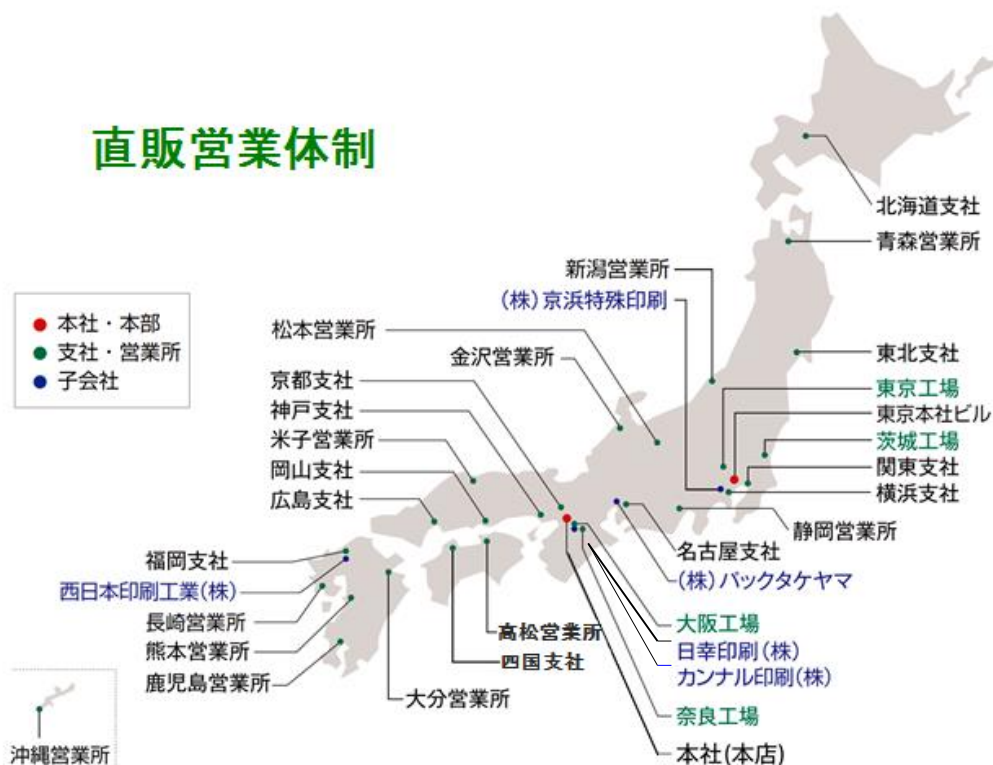
パッケージラボ

ザ・パックの強み(3)

強み

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

内容

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

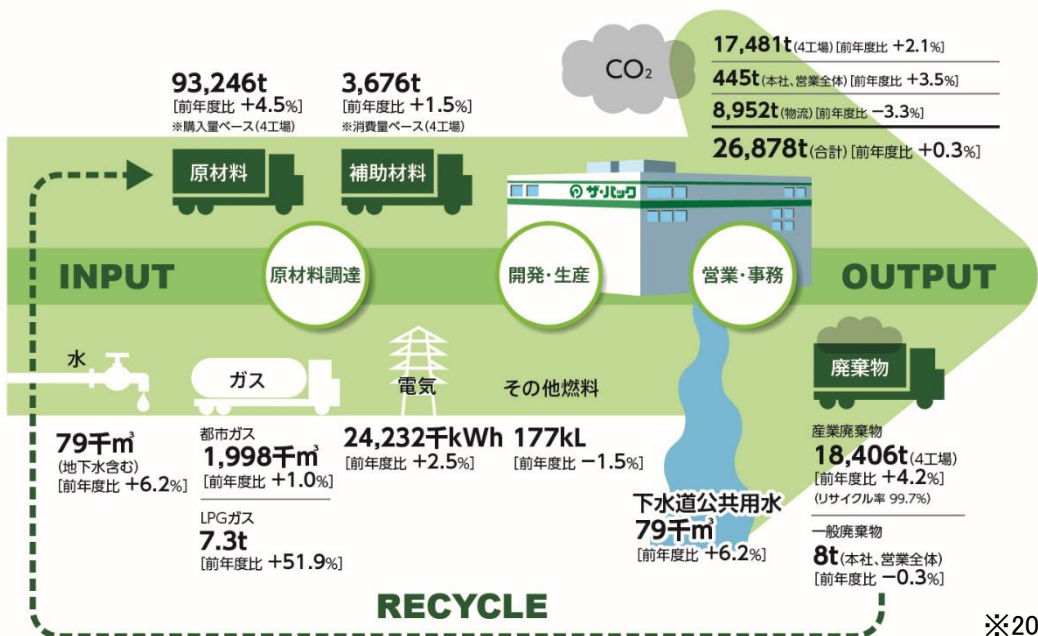
製品

全国各地の顧客

ザ・パックの強み(4)

強み	内容
4. 品質管理体制	◆ 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り組む
5. ITを駆使した顧客とのネットワーク	◆ 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> 受発注サービスの例

ESGへの取り組み(1)

取り組み	内容																																																
1. 環境への取り組み	◆ 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等さまざまな取り組みを実施 ◆ 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																																																
	環境負荷の全体像 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り組んでいます。 ※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。  <table><tr><th>項目</th><th>2021年実績</th><th>前年度比</th></tr><tr><td>原材料</td><td>93,246t</td><td>+4.5%</td></tr><tr><td>補助材料</td><td>3,676t</td><td>+1.5%</td></tr><tr><td>CO₂</td><td>17,481t (4工場)</td><td>+2.1%</td></tr><tr><td></td><td>445t (本社・営業全体)</td><td>+3.5%</td></tr><tr><td></td><td>8,952t (物流)</td><td>-3.3%</td></tr><tr><td>合計</td><td>26,878t</td><td>+0.3%</td></tr><tr><td>水</td><td>79千m³ (地下水含む)</td><td>+6.2%</td></tr><tr><td>都市ガス</td><td>1,998千m³</td><td>+1.0%</td></tr><tr><td>LPGガス</td><td>7.3t</td><td>+51.9%</td></tr><tr><td>電気</td><td>24,232千kWh</td><td>+2.5%</td></tr><tr><td>その他燃料</td><td>177kL</td><td>-1.5%</td></tr><tr><td>下水道公共用水</td><td>79千m³</td><td>+6.2%</td></tr><tr><td>産業廃棄物</td><td>18,406t (4工場)</td><td>+4.2%</td></tr><tr><td></td><td>(リサイクル率 99.7%)</td><td></td></tr><tr><td>一般廃棄物</td><td>8t (本社・営業全体)</td><td>-0.3%</td></tr></table>	項目	2021年実績	前年度比	原材料	93,246t	+4.5%	補助材料	3,676t	+1.5%	CO ₂	17,481t (4工場)	+2.1%		445t (本社・営業全体)	+3.5%		8,952t (物流)	-3.3%	合計	26,878t	+0.3%	水	79千m ³ (地下水含む)	+6.2%	都市ガス	1,998千m ³	+1.0%	LPGガス	7.3t	+51.9%	電気	24,232千kWh	+2.5%	その他燃料	177kL	-1.5%	下水道公共用水	79千m ³	+6.2%	産業廃棄物	18,406t (4工場)	+4.2%		(リサイクル率 99.7%)		一般廃棄物	8t (本社・営業全体)	-0.3%
項目	2021年実績	前年度比																																															
原材料	93,246t	+4.5%																																															
補助材料	3,676t	+1.5%																																															
CO ₂	17,481t (4工場)	+2.1%																																															
	445t (本社・営業全体)	+3.5%																																															
	8,952t (物流)	-3.3%																																															
合計	26,878t	+0.3%																																															
水	79千m ³ (地下水含む)	+6.2%																																															
都市ガス	1,998千m ³	+1.0%																																															
LPGガス	7.3t	+51.9%																																															
電気	24,232千kWh	+2.5%																																															
その他燃料	177kL	-1.5%																																															
下水道公共用水	79千m ³	+6.2%																																															
産業廃棄物	18,406t (4工場)	+4.2%																																															
	(リサイクル率 99.7%)																																																
一般廃棄物	8t (本社・営業全体)	-0.3%																																															
SDGsとの 関連性	9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさを守ろう																																																
	※2021年実績																																																

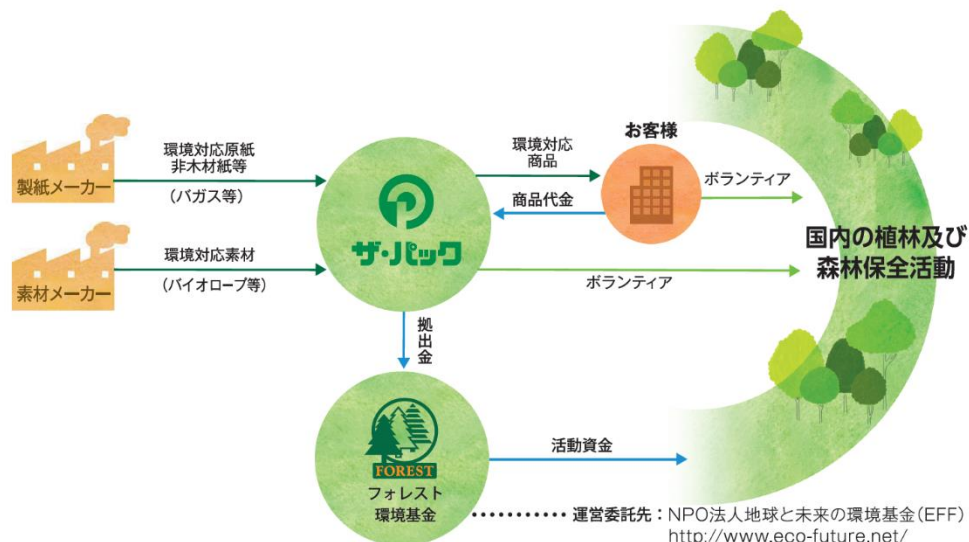
ESGへの取り組み(2)

取り組み

2. ザ・パックフォレスト環境基金活動 (森林保全活動)

内容

- ◆ 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、顧客や一般の方と協働で森林保全活動を実施



ザ・パック
フォレストマーク



地球と未来の
環境基金

SDGsとの 関連性

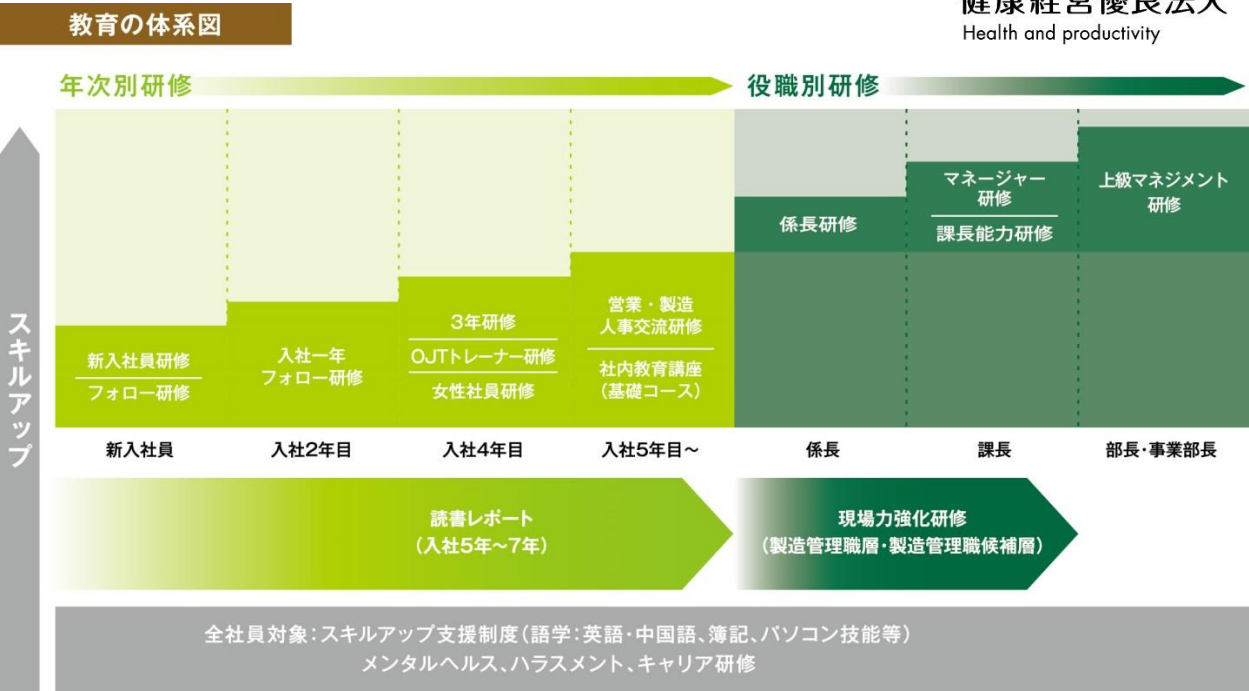


(活動風景)

拠出基金額	1.71億円
植樹本数	20,465本
参加者合計	6,907人
植樹面積	21.8Ha
CO ₂ 吸収量	1,702.08t

(2022年6月末時点累計)

ESGへの取り組み(3)

取り組み	内容
3. 人材育成と 職場づくり	◆ 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2022」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  2022 健康経営優良法人 Health and productivity 教育の体系図  SDGsとの 関連性 3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 12 つくる責任つかう責任 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

ESGへの取り組み(4)

取り組み	内容
4. 環境教育 SDGsとの 関連性 3 すべての人に健康と福祉を 4 質の高い教育をみんなに 5 ジェンダー平等を実現しよう 8 働きがいも経済成長も 12 つくる責任つかう責任	◆ 「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   
5. 地域貢献活動 SDGsとの 関連性 11 住み続けられるまちづくりを	◆ 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 ◆ 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 ◆ 事業所周辺の清掃活動  ◆ 児童書の贈呈 

注意事項

本資料は、2022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2022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