

ザ・パック株式会社

**2022年12月期決算および
新・中期経営計画説明資料**
(2023年度～2025年度)

2023年2月27日

目次

トピックス	P. 2
1. 2022年12月期 決算実績	P. 3
2. 2023年12月期 業績予想	P.17
3. 新・中期経営計画(2023年度～2025年度)	P.21
4. 参考資料	P.32

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を当連結会計年度の期首から適用しており
2021年12月期に係る各数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。
2020年12月期以前に係る各数値については、当該会計基準等を適用しておりません。

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が増加し、観光・インバウンド需要も回復傾向
- EC市場向けパッケージ(主に段ボールや宅配袋)、食品の宅配・テイクアウト市場向けパッケージ(主に食品一次容器)の販売が好調
 - － 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

- 脱プラスチックや減プラスチックの流れが続く
 - － 紙素材をはじめとする環境対応素材の開発、積極提案
- 輸送時のCO₂削減やサプライチェーン最適化の観点からパッケージを見直す動き
 - － 輸送効率化に貢献する提案の強化
 - － 海外生産から国内生産への切り替えに対応
- 紙おむつ用外装袋の需要減少は底を打ち、食品や日用品向けの軟包装の需要は拡大
 - － 廃材の活用や紙化などの環境対応提案で顧客深耕、環境に優しい軟包装の開発
- EC市場は引き続き拡大傾向
 - － 顧客における省人・省力・機械化などのソリューション提案をおこなうことで持続的に販売拡大

中長期的な経営戦略

- 新・中期経営計画(2023年度～2025年度)を策定

1.2022年12月期決算実績



実績サマリー

個人消費・経済活動の回復もあり、大幅に増収増益

(単位:百万円)

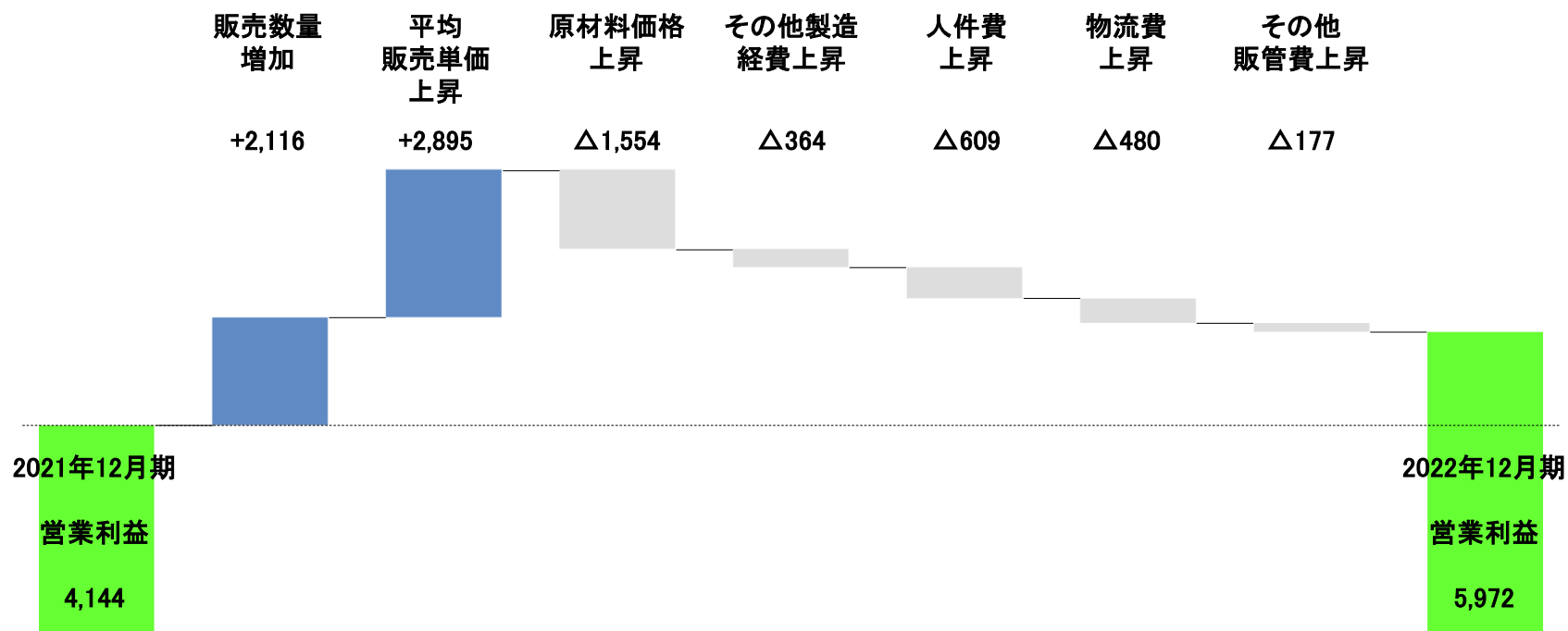
	2021年12月期	2022年12月期	
	実績	実績	前期比
売上高	79,690	89,060	11.8%
営業利益	4,144	5,972	44.1%
経常利益	4,422	6,353	43.6%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	2,824	4,058	43.7%

- ◆ 行動制限の全面解除による人出の増加に伴い、個人消費が回復
- ◆ 環境対応商品の開発・拡販やソリューション提案による受注増も功を奏し、売上が増加
- ◆ コスト増はありつつも、販売数量増加および平均販売単価上昇により、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

(単位: 百万円)



- ◆ 販売数量は、個人消費の回復により、紙袋(10.5%増)を中心に増加
- ◆ 商品構成の変化や価格の適正化、高付加価値商品の提案販売により平均販売単価が上昇(紙袋は7.8%、紙器は15.8%、段ボールは8.8%、ポリ袋は2.1%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(352百万円)による
- ◆ 物流費の上昇は、主に製造量・荷量増加に伴う、倉庫保管料(211百万円)、運賃(265百万円)の増加による

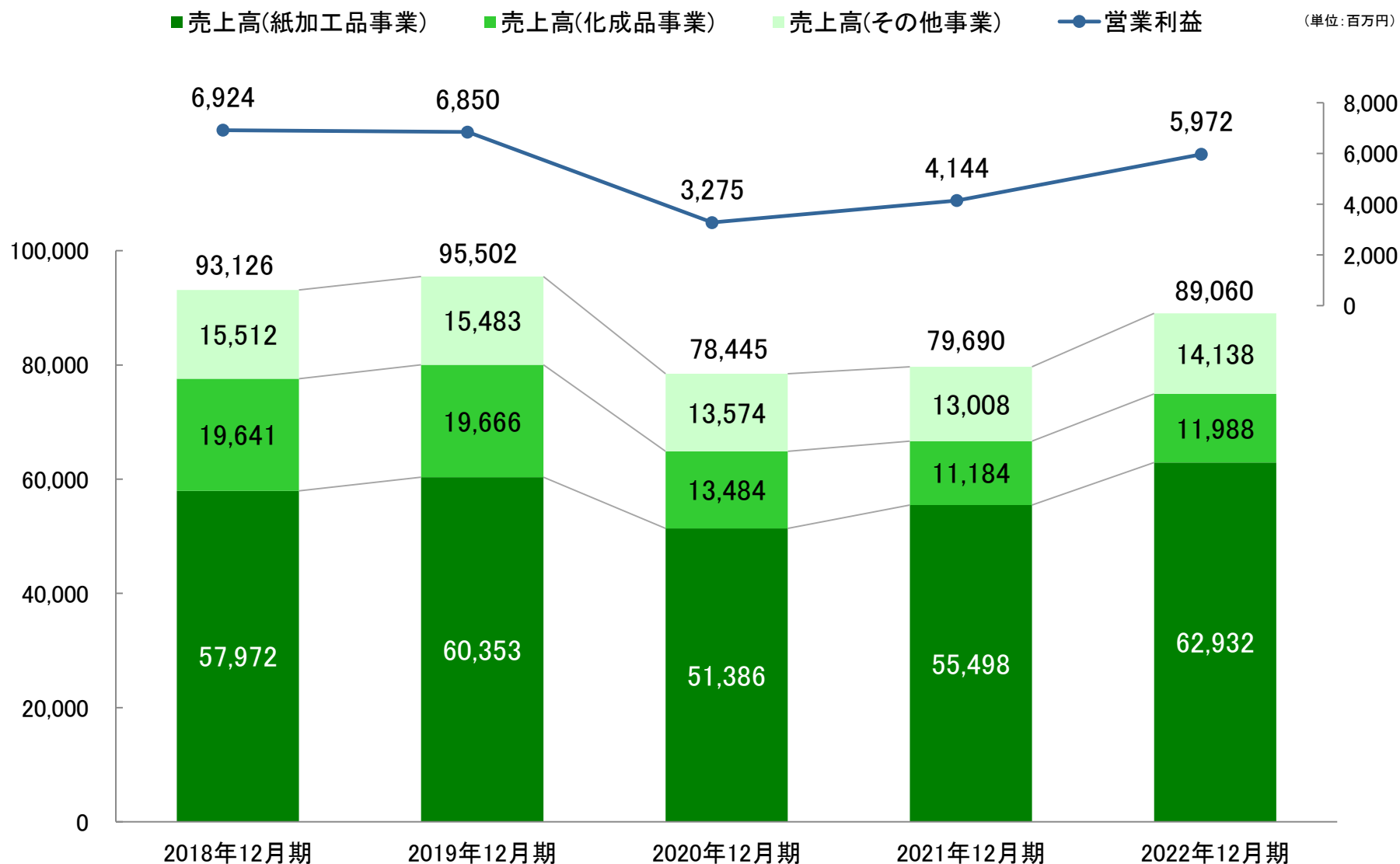
セグメント別実績

(単位: 百万円)

		2021年12月期		2022年12月期	
		実績	構成比	実績	前期比
売上高		79,690	100.0%	89,060	11.8%
	紙加工品事業	55,498	69.7%	62,932	13.4%
	紙袋	22,032	27.7%	26,252	19.2%
	紙器	19,497	24.5%	22,283	14.3%
	段ボール	11,850	14.9%	12,210	3.0%
	印刷	2,117	2.7%	2,186	3.2%
	化成品事業	11,184	14.0%	11,988	7.2%
	その他	13,008	16.3%	14,138	8.7%
営業利益		4,144	100.0%	5,972	44.1%
	紙加工品事業	3,958	95.5%	5,333	34.7%
	化成品事業	397	9.6%	583	47.0%
	その他	882	21.3%	1,059	20.0%
	調整額	△1,093	△26.4%	△1,004	—

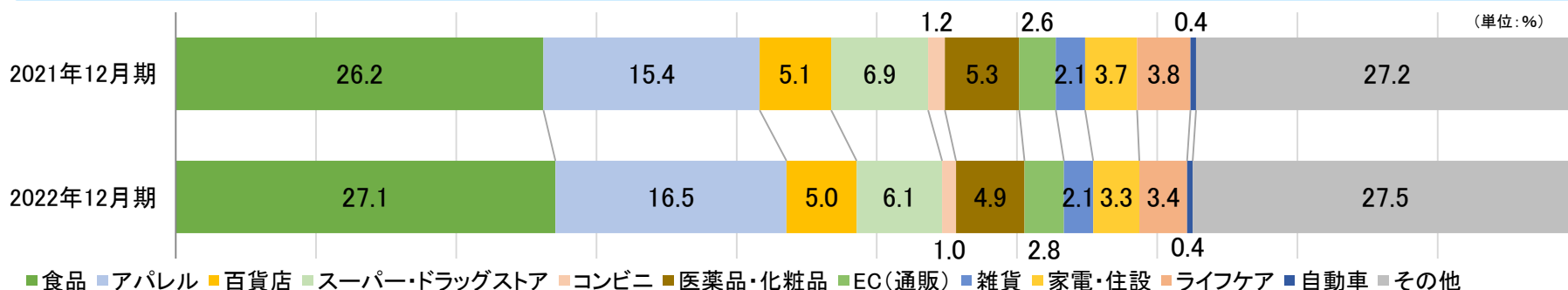
- ◆ 紙加工品事業は、個人消費や観光需要が回復したことに加え、宅配・テイクアウト用食品向けの紙器、EC市場向けの紙器・段ボールの販売が好調で増収増益
- ◆ 海外グループ会社では、紙袋の売上が好調に推移
- ◆ 化成品事業は、食品向け軟包装の積極販売、既存顧客の深耕、価格改定の効果で増収増益

セグメント別実績の推移



売上高構成

業種別売上高



(単位: 百万円)	2021年12月期		2022年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	20,869	26.2%	24,149	27.1%	15.7%
アパレル	12,293	15.4%	14,709	16.5%	19.7%
百貨店	4,060	5.1%	4,449	5.0%	9.6%
スーパー・ドラッグストア	5,484	6.9%	5,390	6.1%	△1.7%
コンビニ	976	1.2%	890	1.0%	△8.8%
医薬品・化粧品	4,234	5.3%	4,331	4.9%	2.3%
EC(通販) ※	2,060	2.6%	2,520	2.8%	22.3%
雑貨	1,696	2.1%	1,859	2.1%	9.6%
家電・住設	2,961	3.7%	2,982	3.3%	0.7%
ライフケア	3,035	3.8%	2,985	3.4%	△1.6%
自動車	312	0.4%	327	0.4%	4.8%
その他	21,704	27.2%	24,461	27.5%	10.2%

- ◆ 食品は、中食市場拡大の影響で宅配・テイクアウト食品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
- ◆ 行動制限の解除による個人消費の回復や、EC化率の上昇で、アパレル・雑貨関連の売上が増加
- ◆ 人出の増加やインバウンド需要が回復傾向にあることに伴い、百貨店の売上は堅調に推移
- ◆ スーパー・ドラッグストアは、コロナ特需の反動や物価高により、当社供給アイテムの売上が伸び悩む
- ◆ 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
- ◆ ライフケアでは、紙おむつ用外装袋の減少が一巡

※「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

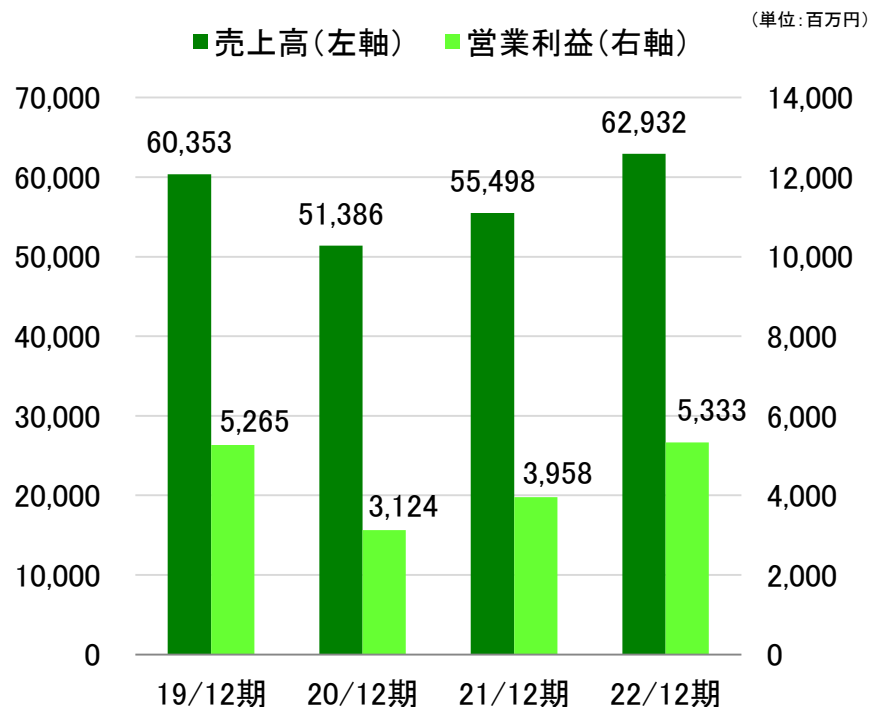
業界環境

- ◆ 行動制限の解除による人出の増加で、店舗で使用するパッケージの需要増
- ◆ アパレルや食品、化粧品等、さまざまな業種でEC化率上昇が続き、EC市場向けパッケージの需要が高まる
- ◆ 中食市場の拡大が続き、宅配・テイクアウト食品向けパッケージの需要増
- ◆ 環境意識の高まりを受けて、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

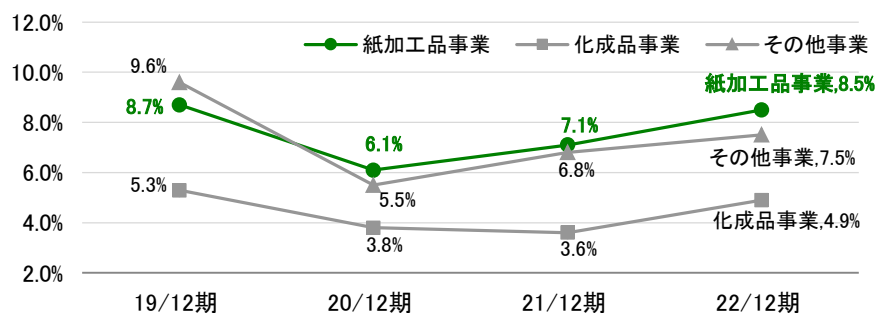
取り組み

- ◆ EC市場、食品の宅配・テイクアウト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、作業ライン自動化へ向けた省人・省力・機械化のソリューション提案
- ◆ 環境配慮型の新素材や加工、高機能を有する紙素材の開発への取り組みを強化

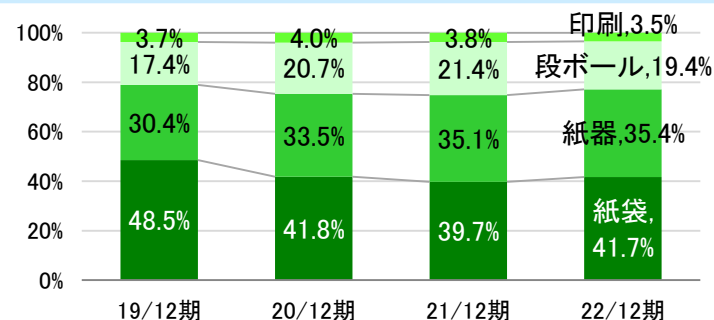
売上高・営業利益の推移



営業利益率の推移



紙加工品事業 売上構成比の推移



紙加工品事業(紙袋)

業界環境

- ◆ 人出が増加し、持ち帰り用紙袋の需要回復
- ◆ 環境意識の高まりにより、紙袋の需要増
→従来使用している素材を、より環境に配慮した素材に変更する事例も増加傾向
- ◆ EC市場の拡大により、宅配袋の使用量も増加

取り組み

- ◆ 宅配袋を中心に、新形状の開発や、顧客での省人・省力・機械化に向けた提案
- ◆ 環境対応商品を中心に高付加価値商品の提案強化
→顧客の商品製造過程で発生する廃棄物を有効活用する等、顧客の事業内容やニーズに合わせた提案

◆ 開発製品の例

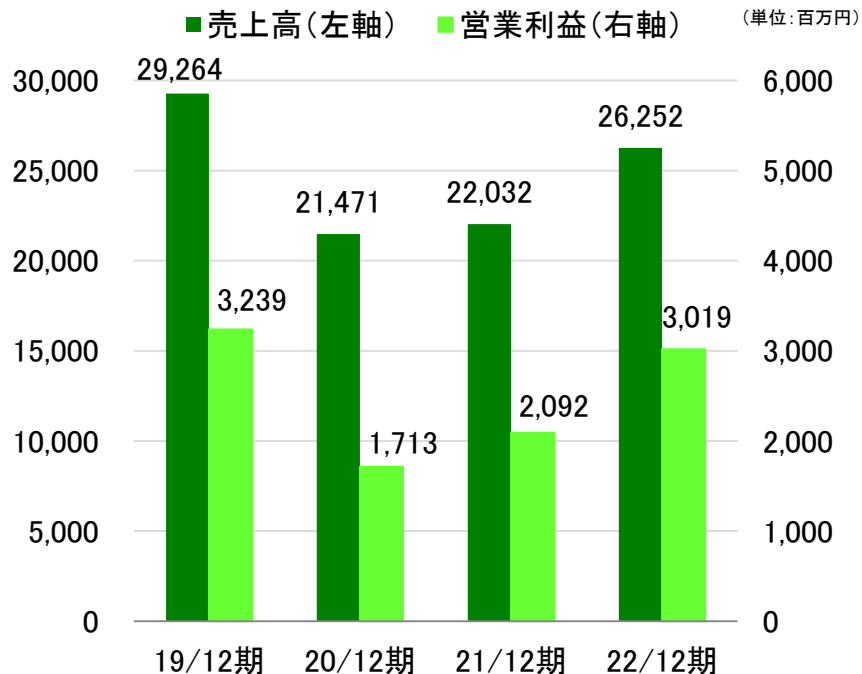


▲ 不要になった服を混ぜ込んだ「古着混抄紙」

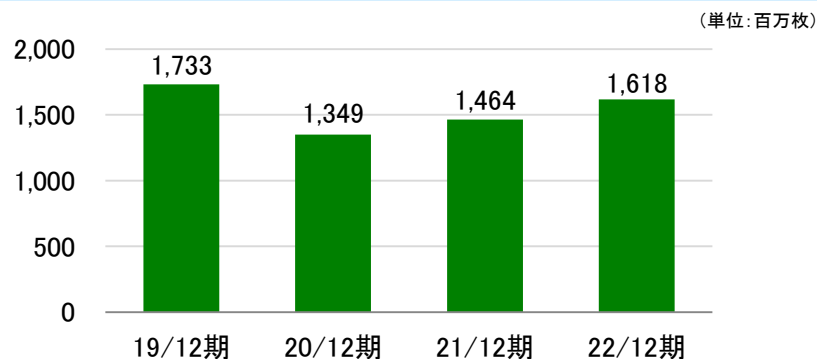


▲ 自動包装機対応「紙製宅配袋」

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)

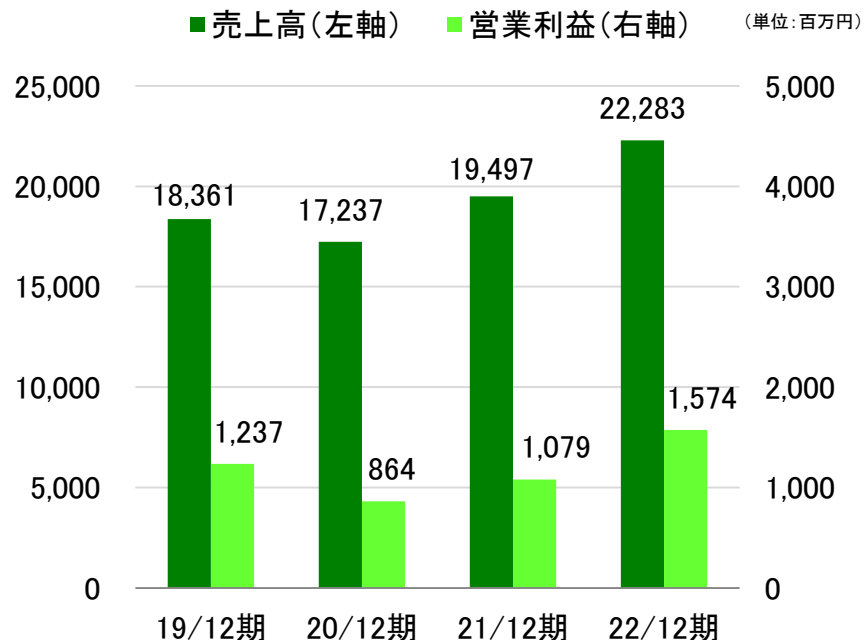
業界環境

- ◆ 中食市場の拡大および環境意識の高まりにより、食品向け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、旅行やレジャー関連の消費が回復し、インバウンド需要も回復基調
→土産市場向けの紙器の売上が好調

取り組み

- ◆ 食品用紙製一次容器の販売強化のため、設備投資および新商品開発への取り組みを強化
- ◆ 3Dプリンターや3DCG等の技術を活用し、紙器の設計・デザイン提案やモールド容器の形状提案を強化

売上高・営業利益の推移



◆ 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-kamiTP-FS」

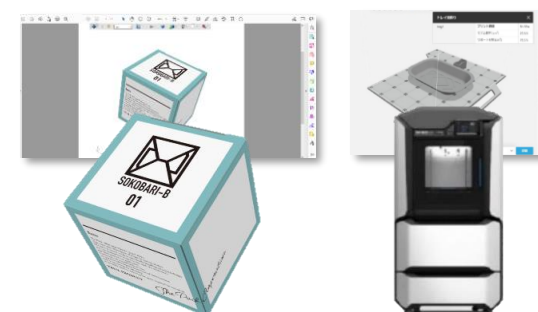


▲モールドのトレーに
紙製のフタ材を貼り付けたパッケージ



▲紙製絞りトレー

◆ 提案時に活用している技術の例



▲3DCGによるデザイン・形式提案ツール ▲3Dプリンター

紙加工品事業(段ボール)

業界環境

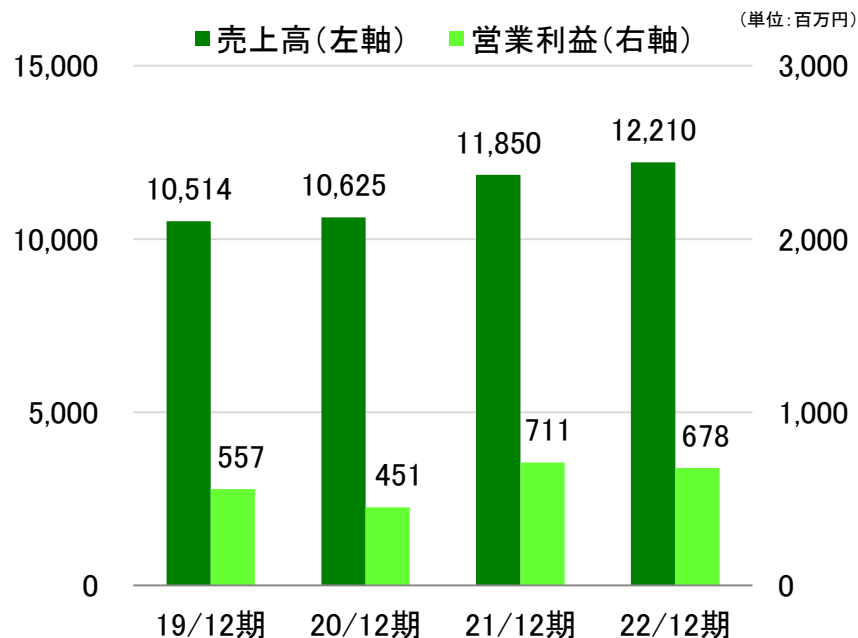
- ◆ 段ボール業界全体の生産量は微増(前年比0.3%増)※
→用途別に見ると、「通販・宅配・引越用」の消費量は前年比2.6%増※
- ◆ EC市場の拡大により、配送用段ボールの需要増
→ポストイン対応サイズの配送箱や、梱包・開封・廃棄が容易な配送箱のニーズ高
→ECギフト市場も拡大傾向

※参照: 全国段ボール工業組合連合会「段ボール統計」

取り組み

- ◆ 特殊な強化段ボール素材、大型印刷機、美粧印刷機、設計力を駆使した付加価値提案
→段ボール関連資材での特許・意匠出願件数:
特許7件、意匠5件(2019~2022年累計)

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」



▲カッターを使わず簡単に開封できる
「OK!BOX」

化成品事業

業界環境

- ◆ 子ども用おむつの使用数は減少傾向にあるものの、大人用おむつは高齢化の影響で増加傾向
→ おむつ業界全体の生産数は増加の見込み
- ◆ 電子レンジ対応食品や長期保存食品の需要が増加
→ 高機能素材(バリア性を有する等)のニーズ高まる
- ◆ 環境対応に関する提案要望が増加
(工場端材のリサイクル、環境対応素材、CO₂削減等)

取り組み

- ◆ 食品、飲料、EC市場に対し、環境に優しい軟包装を積極提案。紙器、段ボールの複合販売に注力
- ◆ 最新のフレキシ10色印刷機(2022年度導入)を活用し、環境に優しいフレキシ多色印刷を武器に拡販
- ◆ 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



▲ 中身が見える紙製軟包装
「クラフトクリア」

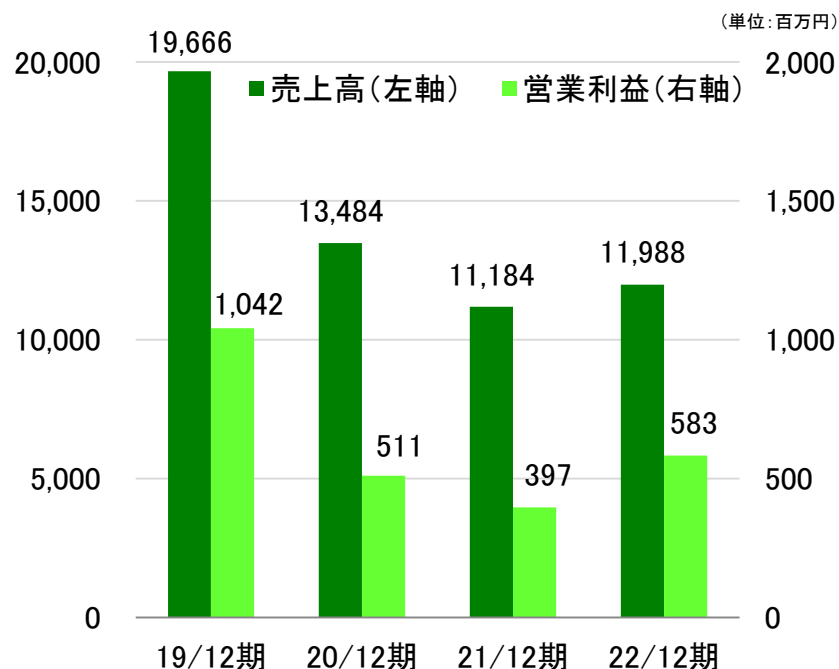


▲ 遮光性・高バリア性を有する
紙製軟包装「クラフトVMバリア」

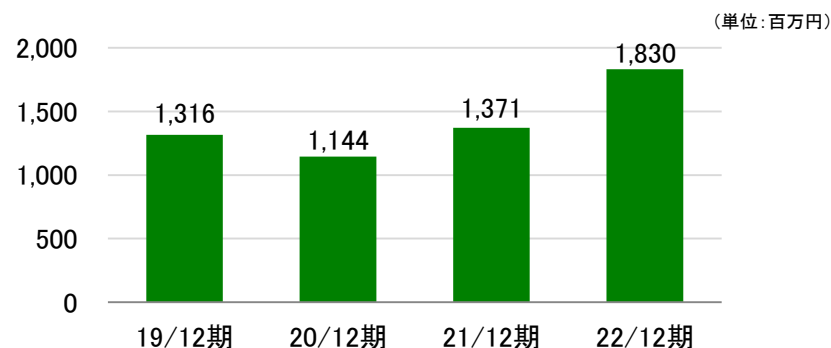


▲ ポイル対応が可能なパウチ
「紙製耐水クラフトパウチ」

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

- ◆ 百貨店業界の業態変化により、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ル、不織布などの素材を使用したバック)の需要が増加
- ◆ プラスチック製パッケージ(食品用トレイ等)の環境対応化のニーズ増

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、再生素材を使用したソフトバック等、新商品開発への取り組みを強化

◆ 開発製品の例

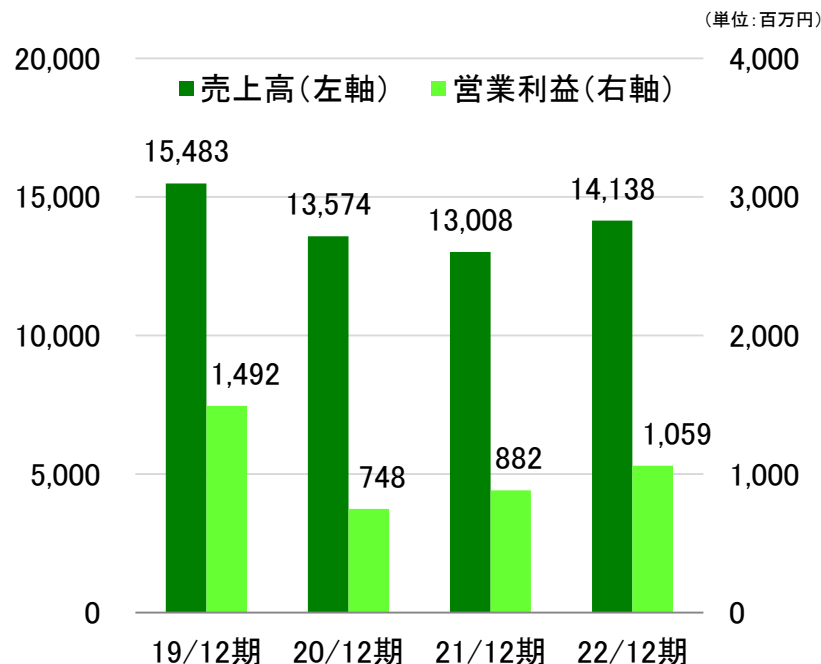


▲卵殻を配合したバイオマストレー「エコカラトレー」

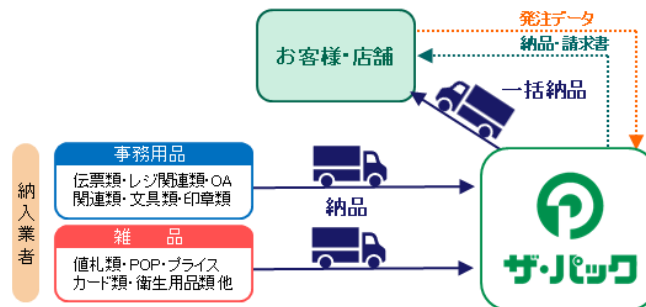


▲工場で発生したコットンやポリエステルの断裁くずなどをリサイクルした素材「リサイクルテトロンコットン」

売上高・営業利益の推移



◆ PAS(Pack Assortment Service System)



▲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
		実績	実績
資産		87,422	94,365
	流動資産	55,438	61,484
	固定資産	31,984	32,881
	有形固定資産	22,658	23,729
	無形固定資産	643	1,044
	投資その他の資産	8,682	8,106
負債		25,390	28,994
	流動負債	22,279	26,054
	固定負債	3,110	2,939
純資産		62,032	65,371
	株主資本	60,654	63,713
	その他の包括利益累計額	1,300	1,611
	新株予約権	63	46
	非支配株主持分	13	—

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

主な項目	2021年12月期	2022年12月期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	7,217	5,380
税金等調整前当期純利益	4,214	5,925
減価償却費及び減損損失	2,138	2,315
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,460	△3,762
有形固定資産の取得による支出	△3,219	△3,109
無形固定資産の取得による支出	△514	△433
投資有価証券の取得による支出	△136	△2,357
投資有価証券の売却による収入	135	204
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,029	△1,124
配当金の支払額	△1,045	△1,043
現金及び現金同等物期末残高	18,067	18,653

- ◆ 減価償却費および減損損失は、東京工場と特百嘉包装製品(常熟)有限公司の固定資産に係る減損損失323百万円を含む
- ◆ 長期の運用債券ならびに再エネファンドへの出資を含め、投資有価証券取得による支出が増加

2.2023年12月期業績予想



業績予想

市場の変化に対応し、環境・社会・経済に対する価値提供で増収増益

(単位:百万円)

	2022年12月期	2023年12月期	
	実績	業績予想	前期比予想
売上高	89,060	94,000	5.5%
営業利益	5,972	6,400	7.2%
経常利益	6,353	6,800	7.0%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,058	4,400	8.4%

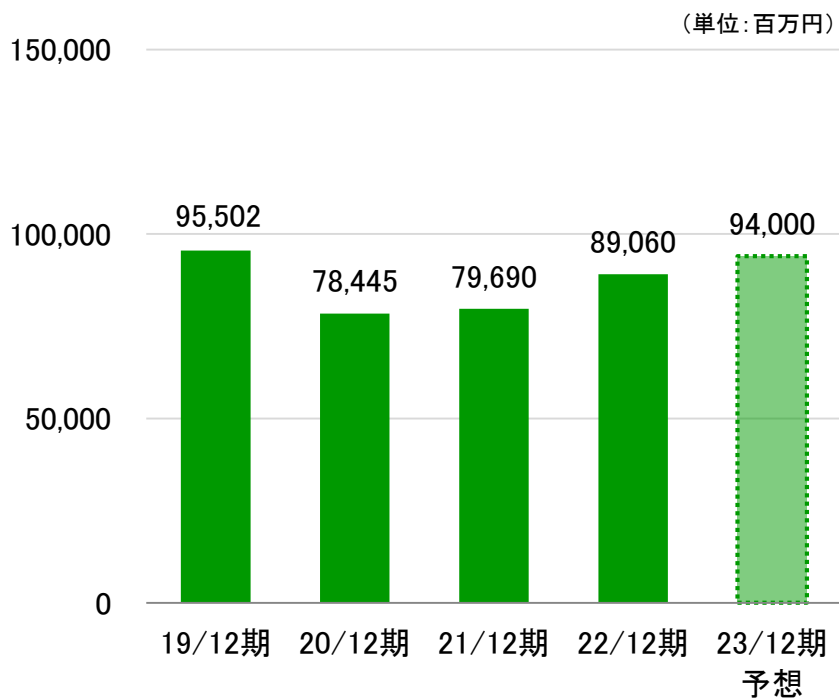
- ◆ 2023年度は、「ウィズコロナ」として新型コロナウイルス感染症の影響は残りつつ、経済活動の両立が進むと予想
- ◆ EC市場、食品の宅配・テイクアウト市場は今後も拡大が続くと予想され、関連商材においては堅調に推移する見込み
- ◆ パッケージのトータルソリューション企業として、顧客が抱える課題や社会課題の解決に向けた、パッケージの「環境対応化」や「省人・省力・機械化」の積極提案により、増収増益を目指す

連結業績推移

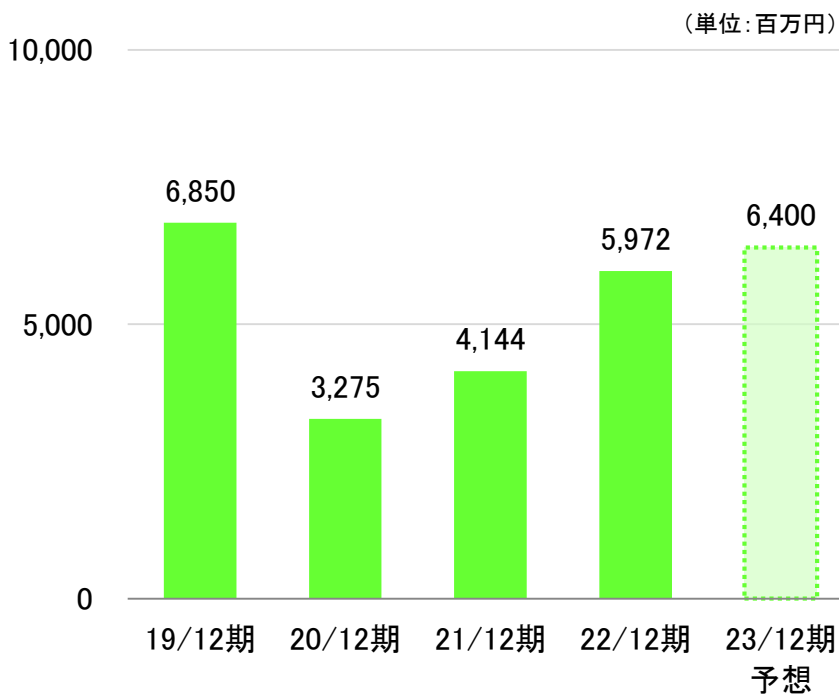
(単位: 百万円)

	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期 予想
売上高	95,502	78,445	79,690	89,060	94,000
営業利益	6,850	3,275	4,144	5,972	6,400

売上高の推移



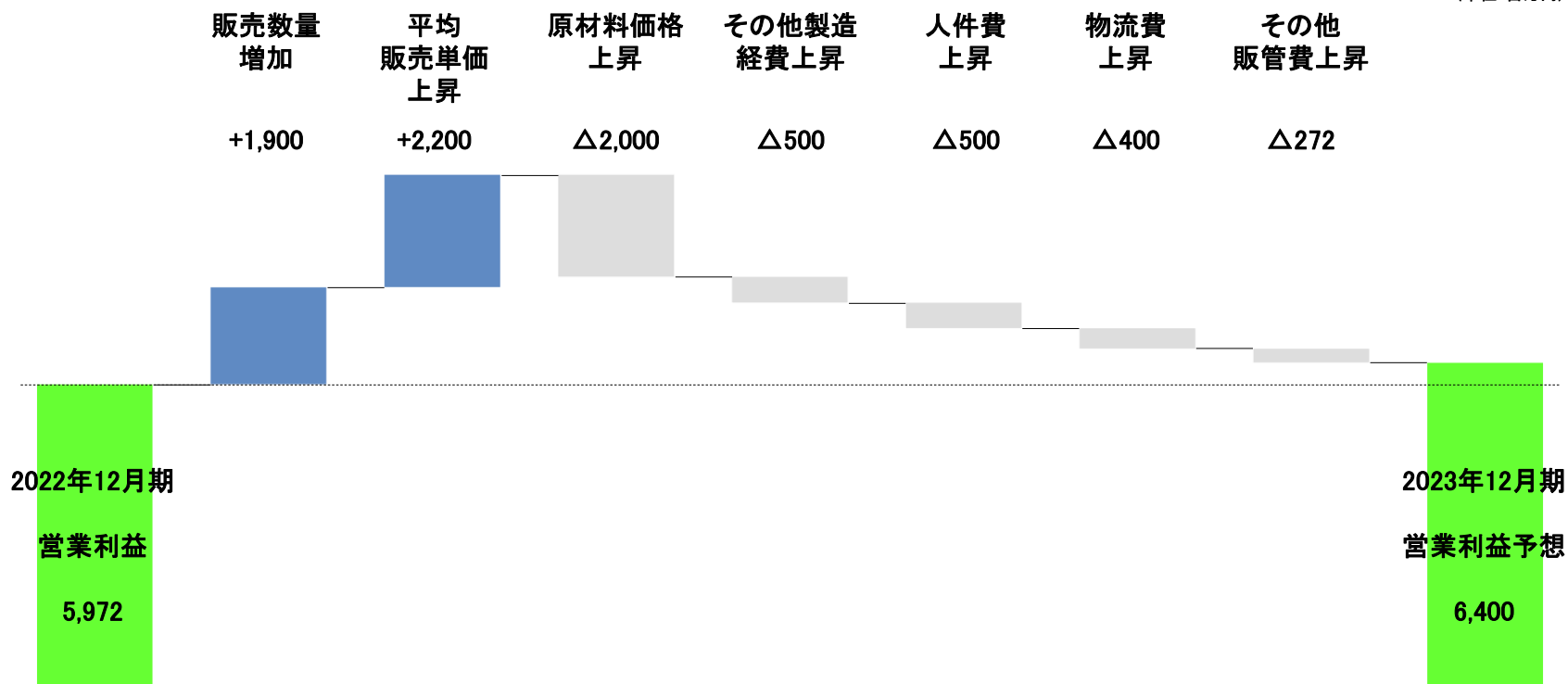
営業利益の推移



営業利益予想増減要因

主に紙加工品の販売数量増加、収益改善により増益

(単位: 百万円)



- ◆ インバウンド需要およびレジャー・旅行関連の消費回復で、紙袋や紙器を中心に販売数量が増加
- ◆ 拡大が続くEC市場、食品の宅配・デリバリー市場向けの段ボールや紙器、関連商品の販売数量が増加
- ◆ 紙素材をはじめとする環境対応商品や高付加価値商品の積極提案、価格の適正化により平均販売単価は上昇
- ◆ 原材料価格の上昇には、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.新・中期経営計画(2023年度～2025年度)

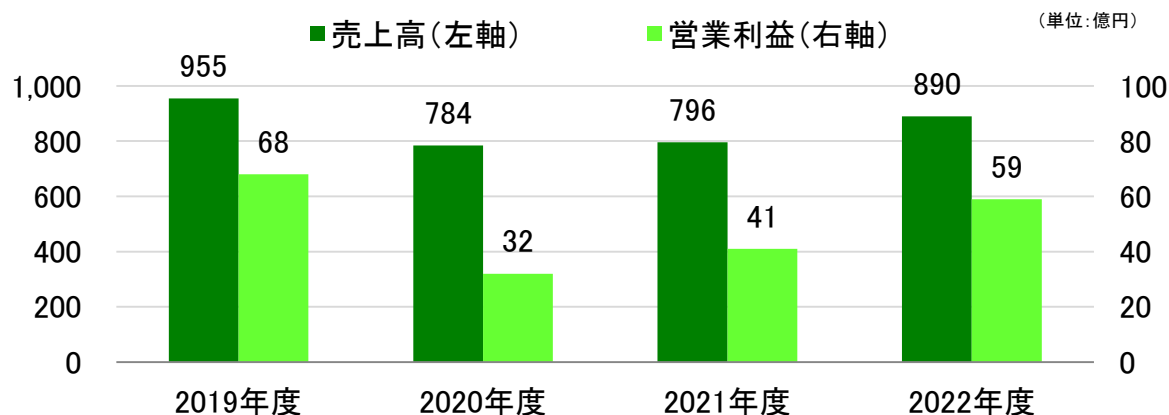


前・中期経営計画(2020年度～2022年度)の振り返り

	戦 略		評価	成 果
紙器	◆紙器の販売強化 リアル店舗⇒ECに対応 提案型営業推進	●注力すべき市場 食品市場 医薬品市場 化粧品市場 健康食品市場 EC市場	◎	◆注力市場である食品市場における売上増加 ◆新規顧客の獲得と新たな需要への取り組みによる売上増加 ◆紙化に伴う新規受注増 ◆環境配慮型商品の開発・販売増加 ◆EC用紙製宅配袋受注増加、関連資材の販売拡大 ◆ソリューション提案による受注増 ◆配当性向 25%以上を実現 ◆投資関係 ・紙器能力増強投資額(25億円) ・新・本社社屋竣工 2023年3月 ・新システム稼働 2024年7月予定 ・製品/半製品の無人搬送システムの導入(1億円)
紙袋	◆紙化への取り組み リサイクルし易い商品拡販 フォレスト・FSC®商品拡販		○	
段ボール	◆販売強化 リアル店舗⇒ECに対応 提案型営業推進		◎	
その他	◆事業領域の拡大 新規事業への取り組み ASEAN進出・中国市場の拡販		△	
	◆生産性の向上 基幹システム+製造ライン省人省力化		△	
	◆株主還元 配当性向25%以上を目指す		○	
	◆成長投資 紙器製造能力増強(70億円) システム刷新(15億円) 新規事業(60億円) (5か年計画) 本社社屋建替え(16億円) 大阪工場建替え 奈良工場増改築		△	

前・中期経営計画(2020年度～2022年度)の振り返り

売上高・営業利益の推移

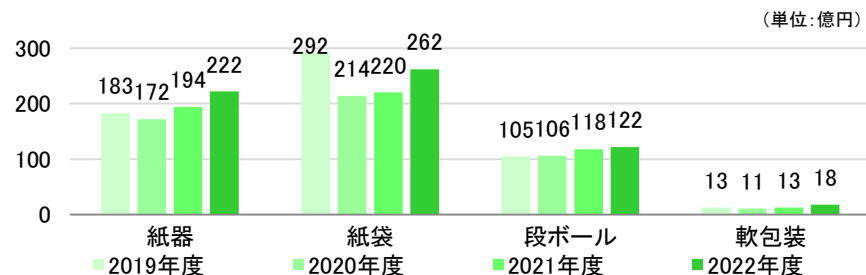


◆ 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言・外出自粛要請等の影響で主要顧客であった流通小売業の業績悪化の影響を受けたが、段階的な経済活動の再開により順調に回復

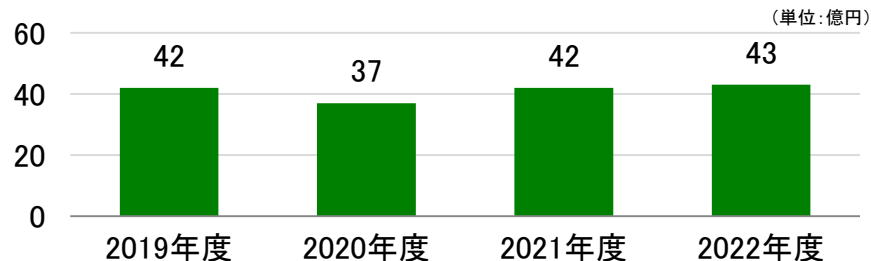
◆ ライフスタイルの変化に合わせた新しい市場向けの商品販売、ソリューション提案でのビジネス拡大が業績に貢献

注: 前・中期経営計画の2022年12月期の数値目標のうち、連結売上高・営業利益・EBITDA・ROEにつきましては2021年8月30日開催の取締役会において取り下げを決議いたしました。

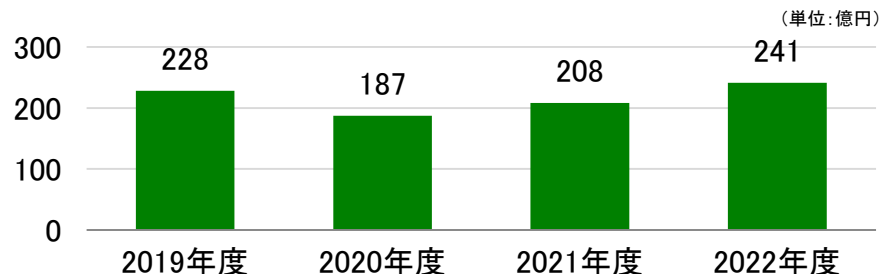
品別売上高



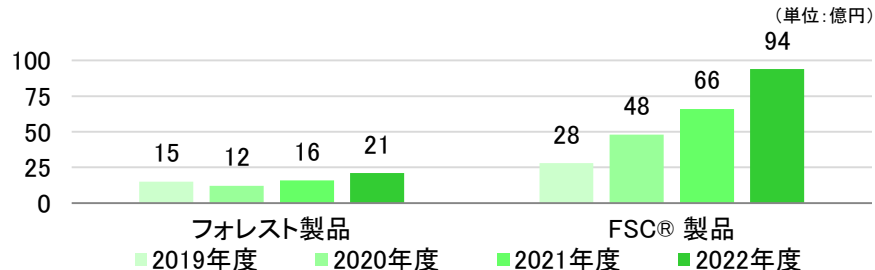
医薬品・化粧品市場への販売額



食品市場への販売額

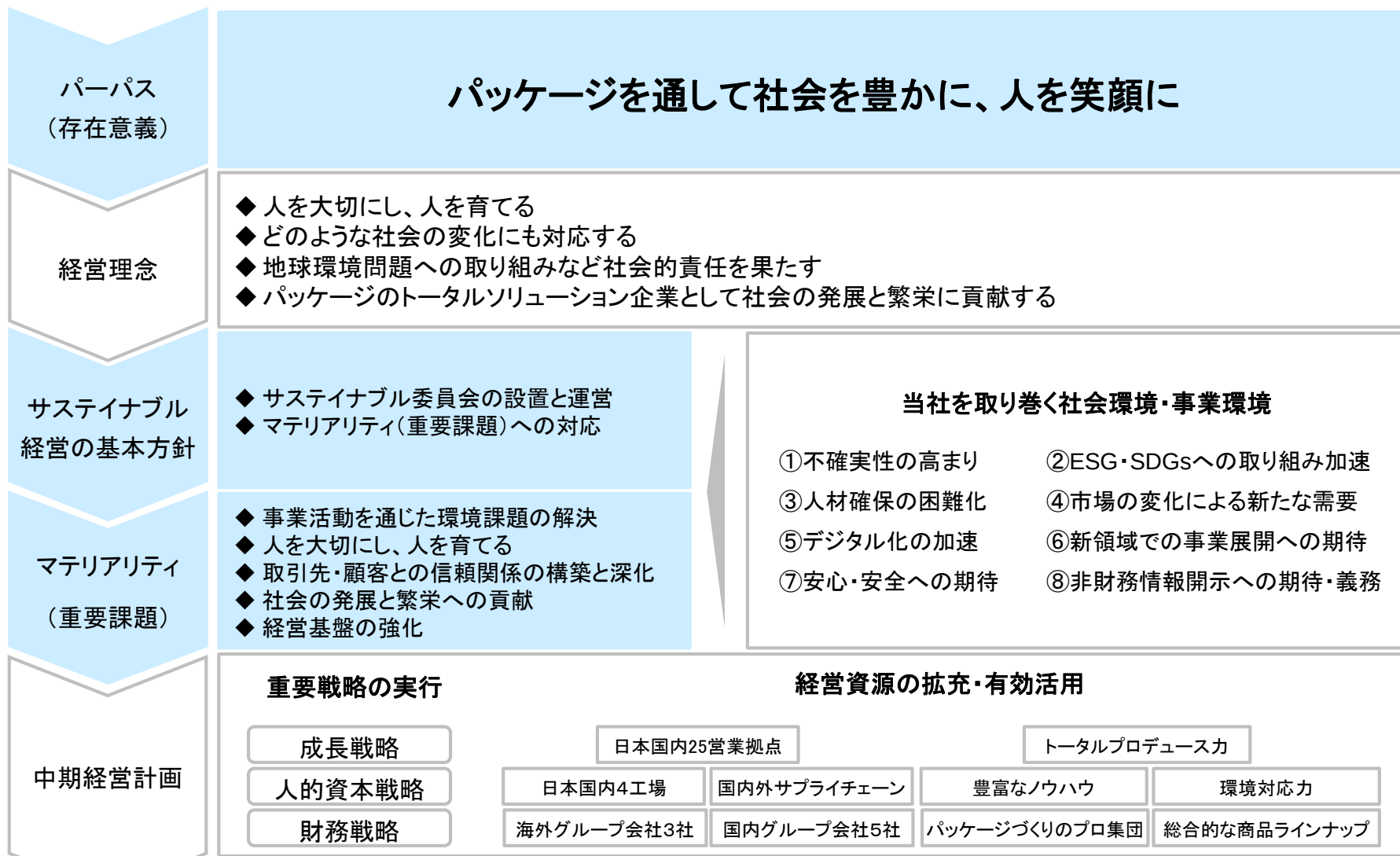


環境対応素材の販売額



ザ・パックグループの経営方針

2023年より「パーパス(存在意義)」、「サステイナブル経営の基本方針」を定め、社会環境・事業環境を反映させた新しい経営方針を策定いたしました。



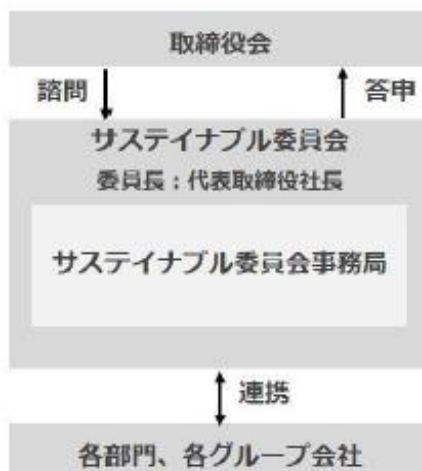
サステイナブル経営の推進

サステイナブル経営の基本方針

当社グループは「愛し愛され」の社是のもと、存在意義パーパスを「パッケージを通して社会を豊かに、人を笑顔に」と定め、サステイナブル経営を実践します。パッケージのトータルソリューション企業として、パッケージの新たな価値を創造することで、ステークホルダーのさまざまな課題を解決し、持続可能で笑顔あふれる豊かな社会を実現します。そのために、どのような社会の変化にも対応できるような体制を整え、持続的に成長することで、環境-社会-経済に対して当社グループならではの価値を提供していきます。

サステイナブル委員会の設置と運営

当社グループにおけるサステイナブル経営推進において、サステイナブル委員会(委員長:代表取締役社長)を設置する。同委員会では、サステイナブル経営の運営・推進及び重要テーマに関する方針の策定、取り組みの進捗管理、中期経営計画への反映等について、審議、決定します。同委員会事務局は、各部門、各グループ会社と連携して、アクションプランの推進、KPIの管理等をおこないます。



マテリアリティ(重要課題)への対応

Environment(環境)

事業活動を通じた環境課題の解決

- ◆ 環境に配慮した商品企画及び技術開発
- ◆ 事業活動全体における環境負荷の低減
- ◆ 自然保護と環境保全への貢献

Social(社会)

人を大切にし、人を育てる

- ◆ 社員の健康増進と安全の確保
- ◆ パッケージのトータルソリューション力の育成と醸成
- ◆ 社員が活躍できる多様な働き方の推進

取引先・顧客との信頼関係の構築と深化

- ◆ 顧客とのブランド価値の共創
- ◆ 取引先との協業による品質維持・向上

社会の発展と繁栄の貢献

- ◆ 次世代育成への貢献と環境意識の啓蒙
- ◆ 多様化する社会課題の解決

Governance(ガバナンス)

経営基盤の強化

- ◆ 経営の健全性・透明性・効率性を確保
- ◆ サプライチェーンリスクマネジメントの推進

新・中期経営計画(2023年度～2025年度)の概要

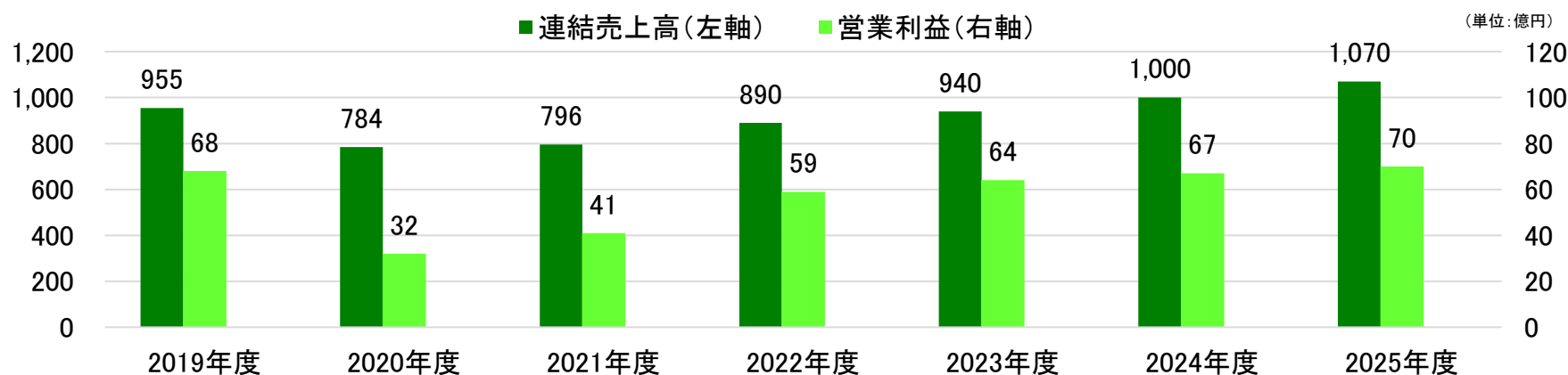
スローガン

進化 - パーパス経営・サステイナブル経営のスタート -

2025年度目標

連結売上高 1,070億円 営業利益 70億円
ROE 8%以上 ROIC 8%以上

新・中期経営計画目標(2023年度-2025年度)



	2022年度実績	2025年度目標		
			2022年度差	2022年度比
食品(*)	250	320	+ 70	28.0%
EC・通販・物流	140	180	+ 40	28.6%
一般流通小売他	500	570	+ 70	14.0%
合計	890	1,070	+ 180	20.2%

	2022年度実績	2025年度目標
ROE	6.4%	8%以上
ROIC	6.4%	8%以上

	2022年度実績	2025年度目標		
			2022年度差	2022年度比
紙袋	262	315	+ 53	20.2%
紙器	222	270	+ 48	21.6%
段ボール	122	150	+ 28	23.0%
化成品	119	145	+ 26	21.8%
その他	162	190	+ 28	17.3%
合計	890	1,070	+180	20.2%

* 食品のカテゴリーにはコンビニ・スーパー等の食品用パッケージを含む

成長戦略

食品市場(コンビニ・ファストフード含む)

- ◆ 食品一次容器の拡販
- ◆ 環境負荷低減に貢献する素材・加工の開発、FSC®商品の拡販(FSC® C020517)
- ◆ 紙袋・紙器とともに、ラベル／フィルム(軟包装)などとの複合販売
- ◆ 得意先の省人化・効率化・自動化に貢献するソリューション提案の推進
- ◆ 紙器商品のラインアップ拡大
- ◆ トレー・モールド容器などへの取り組み



▲中身が見える紙製軟包装
「クラフトクリア」



▲遮光性・高バリア性を有する
紙製軟包装「クラフトVMバリア」



▲ボイル対応が可能なパウチ
「紙製耐水クラフトパウチ」



▲食品用トレー

成長戦略

EC／通販市場／物流業界

- ◆ 得意先での輸送効率向上に貢献できる宅配袋の販売強化
- ◆ 得意先での省人化に貢献できる提案販売の強化
 - ・作業時間短縮が可能な商品設計提案
 - ・作業の自動化を図るソリューション提案
- ◆ 自動梱包向けの素材・加工の開発、および拡販
- ◆ 重量物対応の強化段ボールのさらなる拡販



▲EC用宅配袋



▲自動包装機対応「紙製宅配袋」と自動包装機



▲重量物対応の強化段ボール

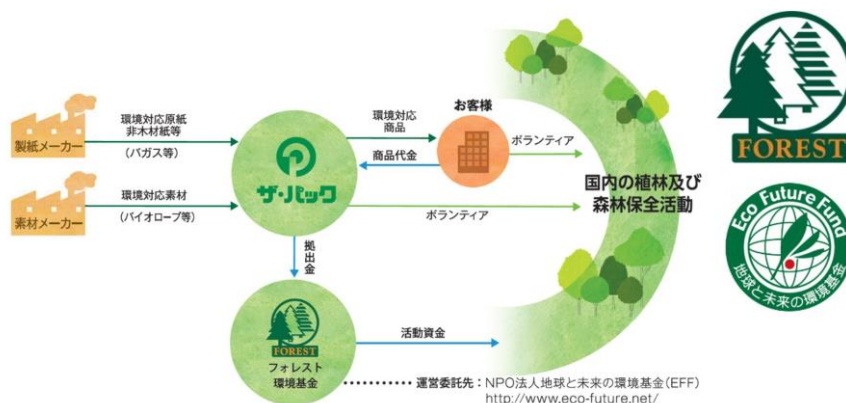
成長戦略

一般流通小売市場、他市場

- ◆ 紙袋シェアの拡大、および紙化を推進する更なる提案販売
- ◆ 商品の販売に加え、組み立て・セットアップ業務との複合販売
- ◆ ASEANにおける販路の開拓
- ◆ 3R(Recycle Reuse Reduce)に合致した商品販売
 - ・環境紙 アップサイクル素材 FSC®原紙の拡販
 - ・エコバッグ モノマテリアル商品の拡販
 - ・再生素材100%のオリジナル原紙・フィルムの開発
- ◆ お客様とともに社会貢献を推進
 - ・環境対応商品の販売額の一部をNPOを通じて「ザ・パックフォレスト環境基金」として森林保全活動に役立てています



▲環境紙 アップサイクル素材(不要になった服を混ぜ込んだ「古着混抄紙」)



▲ザ・パックフォレスト環境基金の流れ

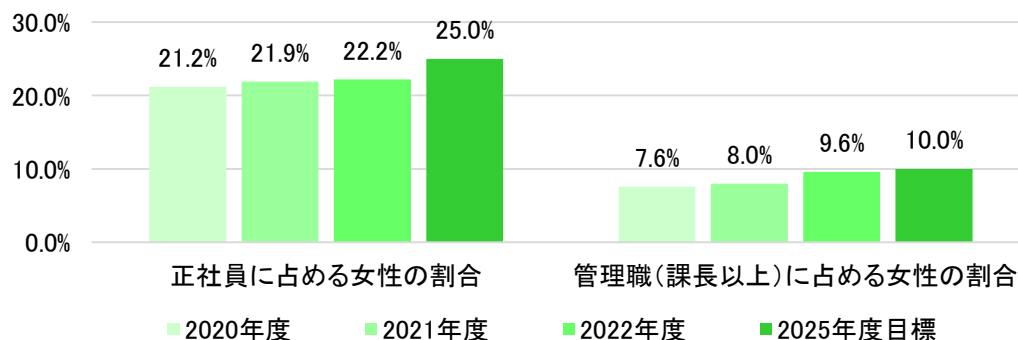
人的資本戦略

個人・会社の成長と活性化

多様な人材の確保	◆ キャリア採用の強化 ◆ 女性活躍推進(正社員および管理職比率) ◆ 障がい者雇用の拡大
人材育成	◆ 研修制度の充実 ◆ 自発的なスキルアップおよびリスキリング支援
人員配置の適正化	◆ タレントマネジメントシステムの有効活用 ◆ 採用機会の拡大(リファラル・カムバック採用)
働く環境の整備	◆ 多様な勤務形態と制度の充実 ◆ ウェルビーイング(健康経営の推進)
従業員エンゲージメントの最大化	◆ 適正な賃金体系、福利厚生の実施 ◆ 持株会への加入による経営参画意識の向上 ◆ 社員の交流とコミュニケーションの活性化 ◆ エンゲージメントサーベイの実施

人員計画(連結)

2022年度実績	1,797名 ※正社員・契約社員・パート含む
2025年度計画	1,920名(+123名)



財務戦略

最適な資金使途計画により継続的・効率的な成長を支える

成長投資	◆ 成長の為に投資へ優先的に資金を配分 ①設備投資 ②新規事業への投資 ③人的投資 ④システム刷新への投資 ⑤研究開発
株主還元	◆ 配当性向30%以上を維持 ◆ 機動的な自社株買い

◆奈良工場の建替え

・奈良県内に新たな土地を取得し、段ボール工場を新築する計画

◆大阪工場の建替え

・現・大阪工場内でのS&Bによる建て替えを進める計画

資金使途計画(2023年度～2025年度合計)

キャッシュイン	キャッシュアウト		
手元資金	設備投資	紙器製造能力増強 20億円 紙袋製造能力増強 30億円 合理化・省人化 11億円 省エネ・省資源 2億円 その他 2億円	65億円
営業CF	戦略投資	M&A 100億円 基幹システム刷新 20億円 人的投資 20億円	140億円
200億円	株主還元		40億円

4.参考資料



会社概要

商号	ザ・パック株式会社（英文: THEPACK 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1,183名（単体835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%、日本マスタートラスト信託銀行（信託口）7.85%、ビー・ビー・エイチフォーフィデリティ ロープライスト ストックファント（プリンシパルオールセクターサブポートフォリオ）6.60%、自社取引先持株会6.56%、日本カस्टディ銀行（信託口 4）4.61%、日本カस्टディ銀行（信託口）4.61%、日本カस्टディ銀行（リソナ再信託分・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2.60%、七條紙商事2.49%

（2022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)



※2023年5月新社屋へ移転

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

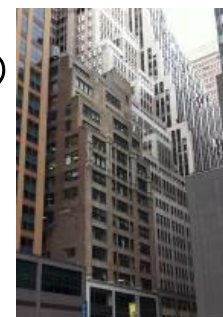


特百嘉包装品
貿易(上海)
有限公司

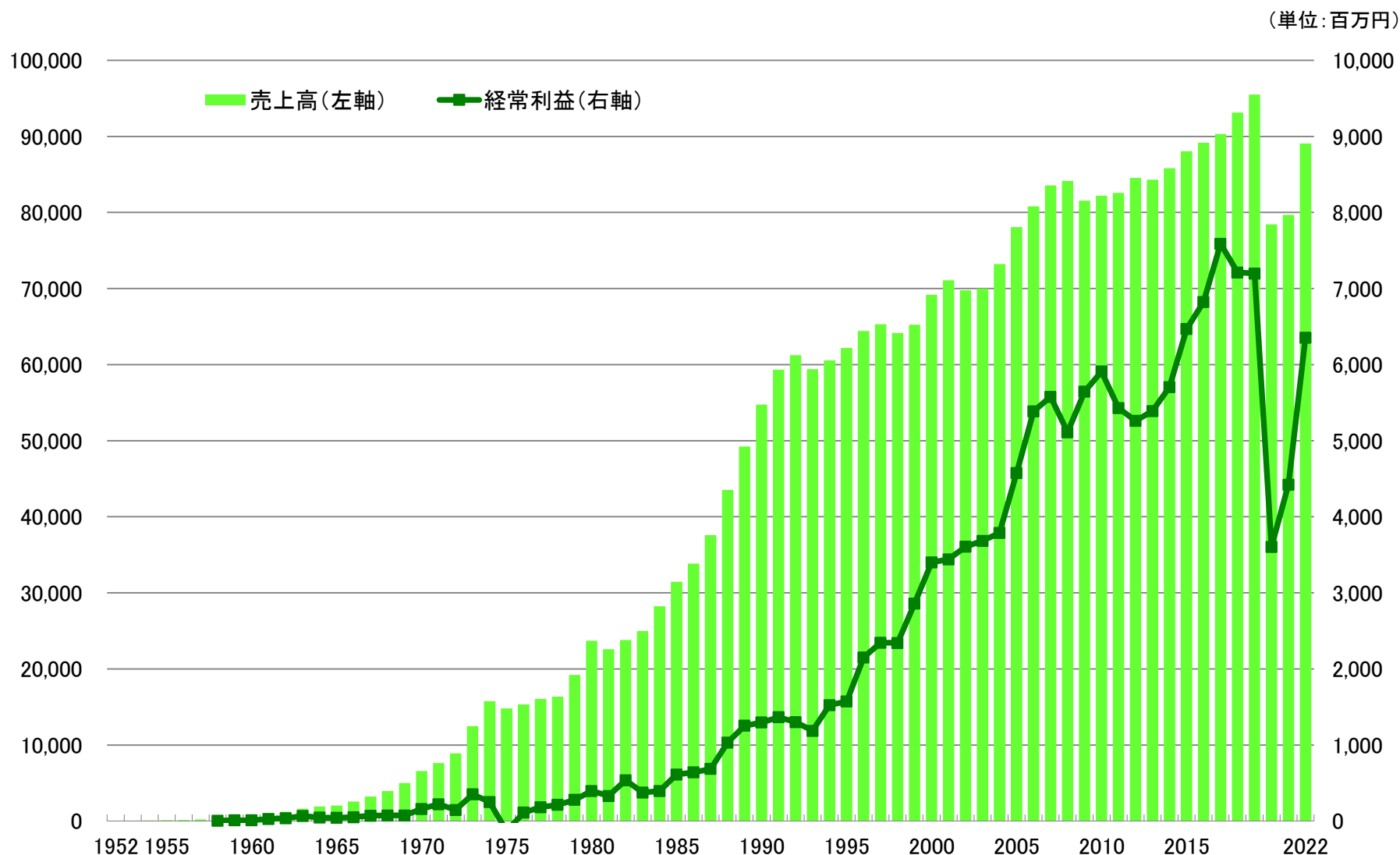


米国連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)



売上高・経常利益の推移(連結) 会社設立(1952年)-2022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

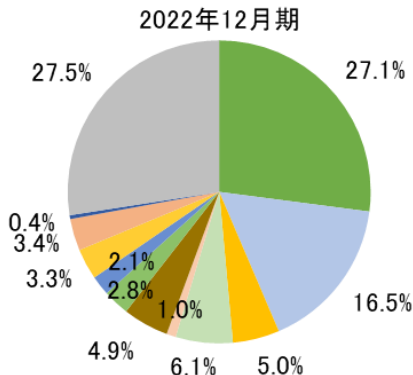


糊

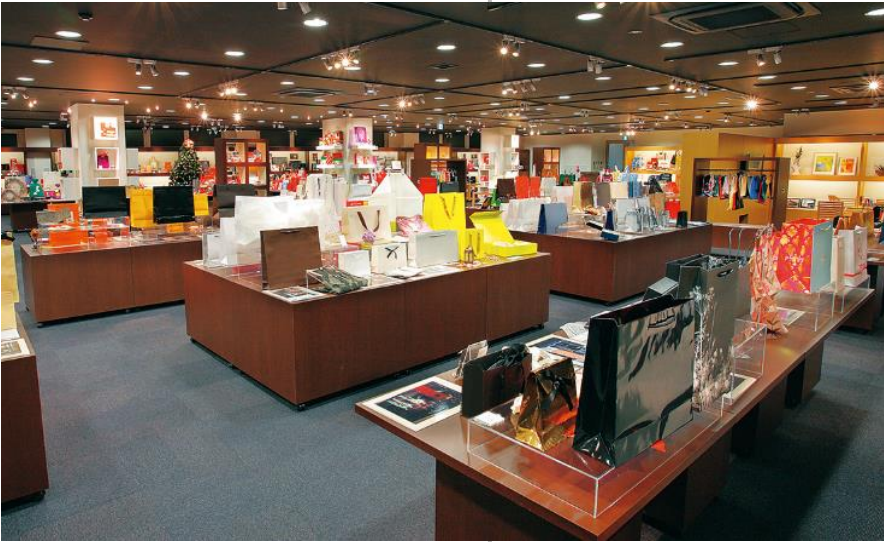
その他
部材

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 ■ 百貨店 ■ スーパー・ドラッグストア ■ コンビニ ■ 医薬品・化粧品 ■ EC(通販) ■ 雑貨 ■ 家電・住設 ■ ライフケア ■ 自動車 ■ その他  2022年12月期  食品産業  生活産業

ザ・パックの強み(2)

強み	内容
2.パッケージの トータルソリューション 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 	WEBパッケージラボ 360° 3Dカメラにてパッケージラボを撮影し、3Dデータ化。 3D空間を歩き回れる、「WEBパッケージラボ」。   WEB 専用サイトへアクセス フロアを選択できる (1F・2F) 進みたい方向の 「O」をタップしながら 進んでいく オンラインパッケージラボ 御社オフィスとパッケージラボを中継。 リアルタイムで、現地スタッフが撮影しながらご案内します。  zoom リアルタイム中継

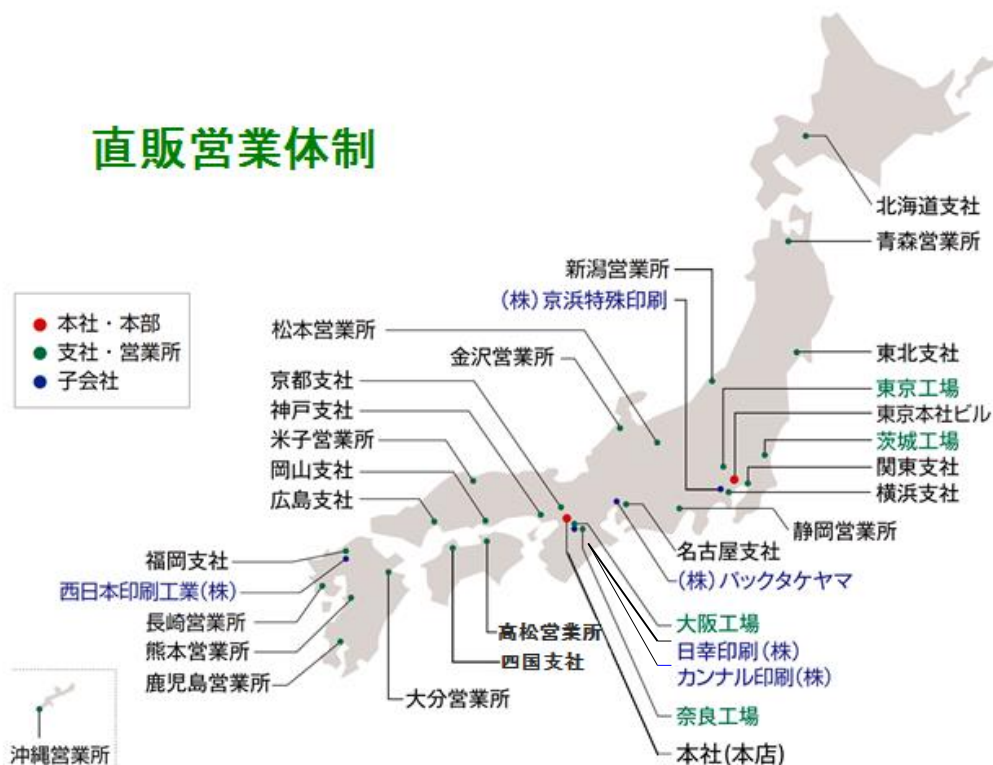
ザ・パックの強み(3)

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

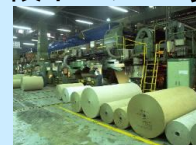
印刷工場



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
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>

ESGへの取り組み(1)

取り組み	内容
1.環境への取り組み SDGsとの 関連性 6 安全な水とトイレを世界中に 7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに 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 12 つくる責任 つかう責任 13 気候変動に具体的な対策を 14 海の豊かさを守ろう 15 陸の豊かさも守ろう	◆ 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 ◆ 再エネファンドへの出資により、再エネの普及・拡大を後押し 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。 INPUT - 原材料: 93,246t [前年度比 +4.5%] ※購入量ベース(4工場) - 補助材料: 3,676t [前年度比 +1.5%] ※消費量ベース(4工場) - 水: 79千m³ (地下水含む) [前年度比 +6.2%] - 都市ガス: 1,998千m³ [前年度比 +1.0%] - LPGガス: 7.3t [前年度比 +51.9%] - 電気: 24,232千kWh [前年度比 +2.5%] - その他燃料: 177kl [前年度比 -1.5%] RECYCLE - 下水道公共用水: 79千m³ [前年度比 +6.2%] OUTPUT - CO₂: 17,481t(4工場) [前年度比 +2.1%] 445t(本社、営業全体) [前年度比 +3.5%] 8,952t(物流) [前年度比 -3.3%] 26,878t(合計) [前年度比 +0.3%] - 紙袋: 918,145千枚 [前年度比 +3.3%] - 印刷紙器: 1,174,364千個 [前年度比 +9.4%] - 廃棄物: 産業廃棄物 18,406t(4工場) [前年度比 +4.2%] (リサイクル率 99.7%) 一般廃棄物 8t(本社、営業全体) [前年度比 -0.3%] - 物流: 1,013,504千枚 [前年度比 -34.8%] - お客様: 96,584千m² [前年度比 +6.1%] ※物流のCO₂は、当社からお客様への輸送に伴うものです。 ※2021年実績

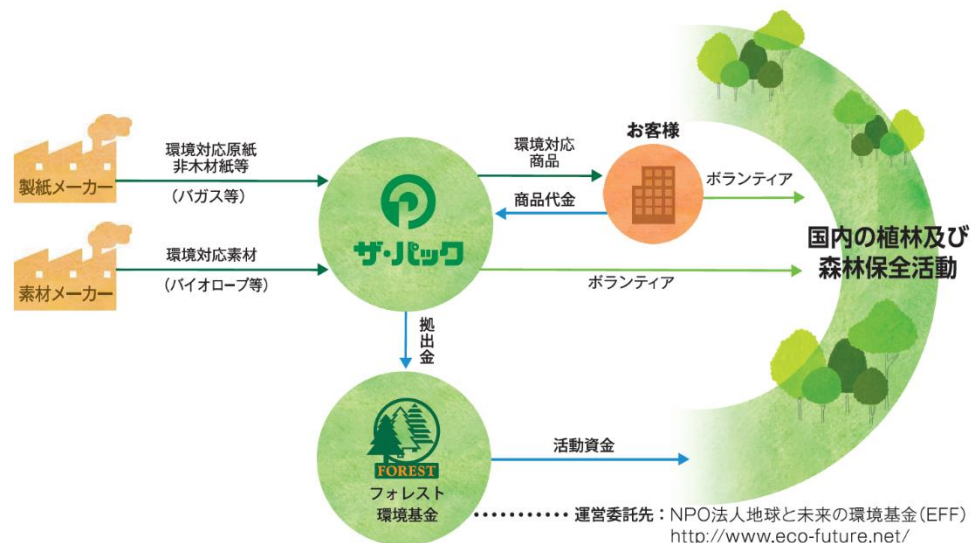
ESGへの取り組み(2)

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	1.77億円
植樹本数	21,078本
参加者合計	7,075人
植樹面積	17.99Ha
CO ₂ 吸収量	1,838.91t

(2022年12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

The diagram illustrates the career progression and associated training programs for employees. It is divided into two main sections: '年次別研修' (Annual Training) and '役職別研修' (Role-based Training).

年次別研修 (Annual Training):

- 新入社員 (New Employee):** 新入社員研修 / フォロー研修
- 入社2年目 (2nd Year):** 入社一年フォロー研修
- 入社4年目 (4th Year):** 3年研修, OJTトレーナー研修, 女性社員研修
- 入社5年目～ (5th Year and beyond):** 営業・製造 人事交流研修, 社内教育講座 (基礎コース)

役職別研修 (Role-based Training):

- 係長 (Section Chief):** 係長研修
- 課長 (Section Chief):** マネージャー研修, 課長能力研修
- 部長・事業部長 (Department/Division Chief):** 上級マネジメント研修

読書レポート (入社5年～7年): A horizontal bar indicating a reading report requirement for employees from their 5th to 7th year.

現場力強化研修 (製造管理職層・製造管理職候補層): A horizontal bar indicating on-site strength reinforcement training for manufacturing management staff and candidates.

スキルアップ (Skill Up): A vertical bar on the left side of the diagram, indicating the overall goal of skill improvement.

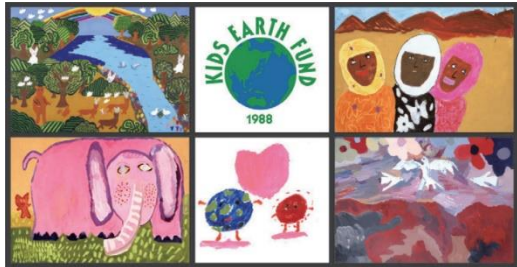
全社員対象: スキルアップ支援制度 (語学: 英語・中国語、簿記、パソコン技能等) メンタルヘルス、ハラスメント、キャリア研修

SDGsとの 関連性

Three SDG icons are displayed:

- SDG 3: すべての人に健康と福祉を** (Health and Well-being for all)
- SDG 4: 質の高い教育をみんなに** (Quality education for all)
- SDG 8: 働きがいも経済成長も** (Decent work and economic growth)

ESGへの取り組み(4)

取り組み	内容
4.社会貢献活動 SDGsとの 関連性 4 質の高い教育を みんなに 10 人や国の不平等を なくそう 11 住み続けられる まちづくりを	◆ 「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  ◆ 公益財団法人関西フィルハーモニー管弦楽団の後援 ◆ 独立行政法人日本学生支援機構の奨学金事業を支援 ◆ 子供地球基金への賛同  心に傷を負った世界中の子どもたちへの支援活動をおこなっている子供地球基金。当社は法人会員として登録しており、お客様が希望される場合、子供地球基金の絵をパッケージのグラフィックデザインに採用いただくことができます。 ◆ 未来を担う人材育成への貢献  「kome-kamiTPFS」を使った展示 (三井アウトレットパーク大阪鶴見) オンライン社会科見学 『シゴトのトビラ』 (学研キッズネット)

注意事項

本資料は、2022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2022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