



ザ・パック株式会社

**2023年12月期第2四半期
決算説明資料**

2023年9月4日

目次

トピックス	P. 2
1. 2023年12月期第2四半期 決算実績	P. 3
2. 2023年12月期 業績予想	P.17
3. サステイナブル経営の推進	P.21
4. 中期経営計画の進捗	P.24
5. 参考資料	P.30

トピックス

- ◆新型コロナウイルス感染症による行動規制が緩和される中、飲食、レジャー、宿泊関連は回復傾向にある一方、エネルギー価格の高騰、資材価格の上昇に伴う物価高、為替相場の変動の影響もあり、先行きは不透明感が残る
- ◆当社の業績は、全セグメントで増収増益。個人消費の回復ならびに顧客の課題解決に寄与する提案および拡販努力により販売数量が増加。売上原価の上昇はあるものの販売価格の適正化に努め、各利益は大幅に伸長
- ◆通期業績の上方修正とともに、期末配当予想を修正。年間配当金は78円を予定（前期比較13円の増配）
- ◆サステイナブル委員会を始動させ、サステイナブル経営を推進

1.2023年12月期第2四半期 決算実績



実績サマリー

市場の回復および販売数量増・販売単価の適正化により、大幅に増収増益

(単位:百万円)

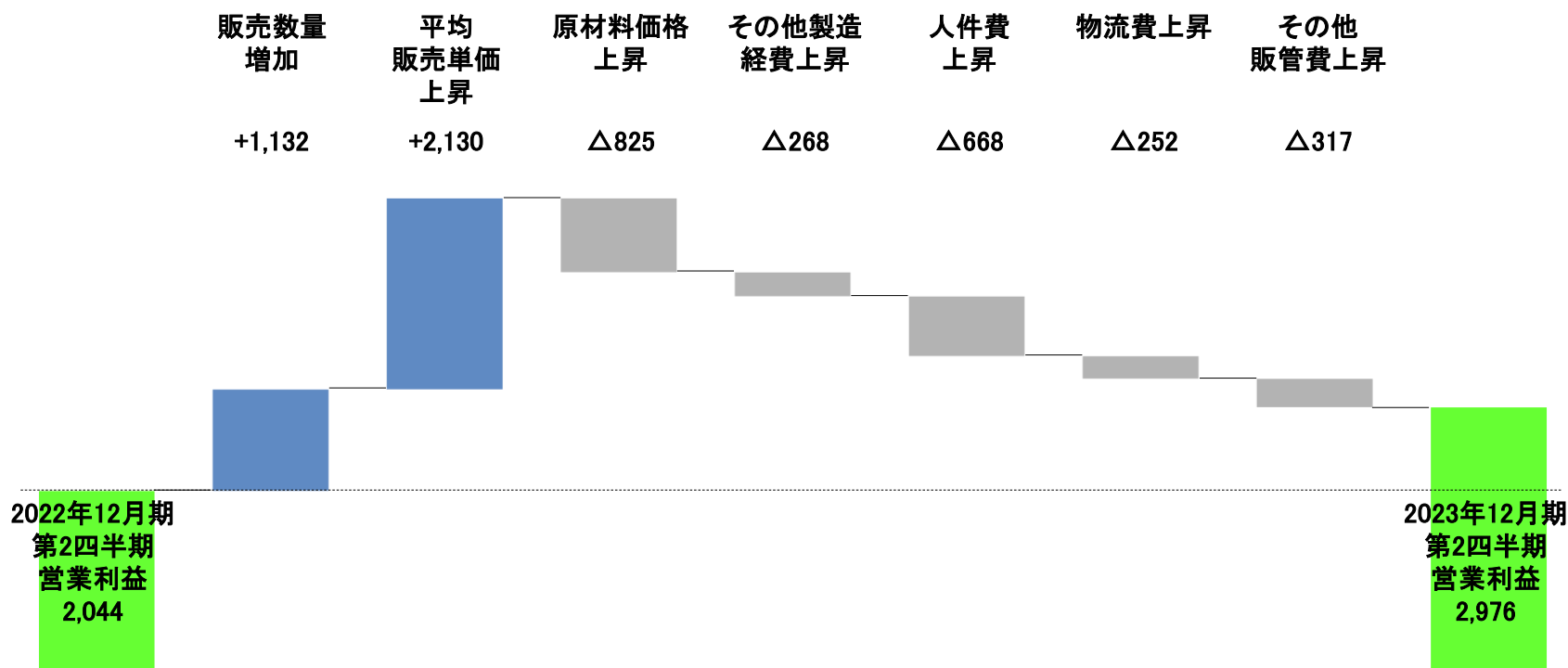
	2022年12月期 第2四半期	2023年12月期 第2四半期	
	実績	実績	前期比
売上高	39,617	44,878	13.3%
営業利益	2,044	2,976	45.6%
経常利益	2,298	3,147	36.9%
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	1,422	2,133	50.0%

- ◆ 行動制限の全面解除による人出の増加、インバウンド需要の増加、個人消費が回復
- ◆ コスト増はありつつも、販売数量増加および価格適正化による平均販売単価上昇から、営業利益は大幅に伸長
- ◆ 特に、紙袋、紙器、化成品が売上・利益ともに牽引

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器(9.3%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11.6%、紙器は6.0%、段ボールは16.1%、ポリ袋は23.0%上昇)
- ◆ 原材料価格の上昇は、主に原材料の値上げと生産数増加に伴う原材料仕入額の増加(1,668百万円)による
- ◆ その他製造経費の上昇は、主にエネルギー価格の高騰に伴う水道光熱費・動力費の増加(131百万円)による
- ◆ 人件費の上昇は、主に製造部門の人員増加および賃上げに伴う給与・賞与の増加(264百万円)による

セグメント別実績

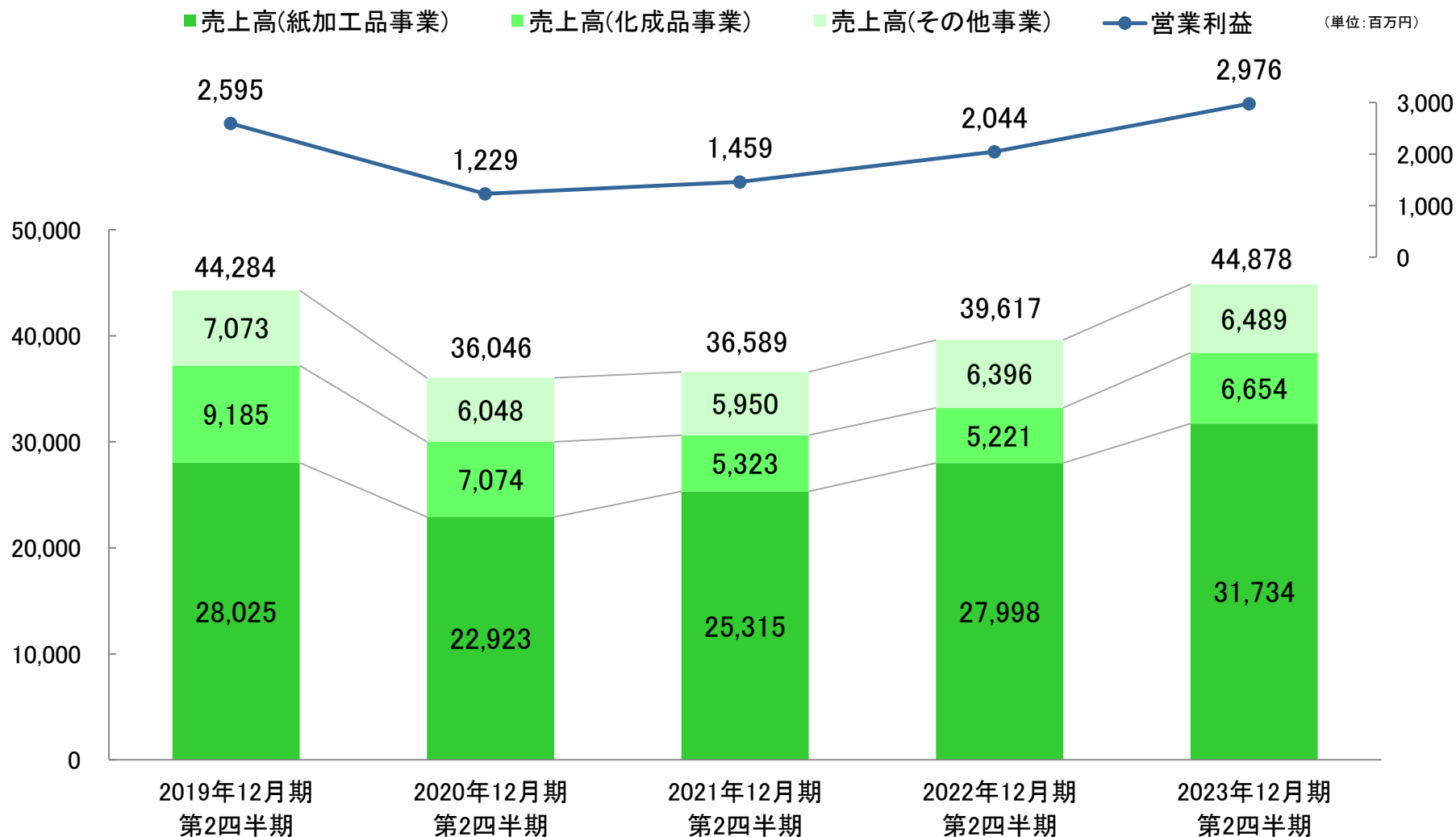
(単位:百万円)

	2022年12月期第2四半期		2023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	39,617	100.0%	44,878	100.0%	13.3%
紙加工品事業	27,998	70.7%	31,734	70.7%	13.3%
紙袋	11,259	28.4%	12,993	29.0%	15.4%
紙器	9,728	24.6%	11,262	25.1%	15.8%
段ボール	5,947	15.0%	6,343	14.1%	6.7%
印刷	1,063	2.7%	1,135	2.5%	6.7%
化成品事業	5,221	13.2%	6,654	14.8%	27.4%
その他	6,396	16.1%	6,489	14.5%	1.4%
営業利益	2,044	100.0%	2,976	100.0%	45.6%
紙加工品事業	1,952	95.5%	2,715	91.2%	39.1%
化成品事業	197	9.7%	288	9.7%	46.1%
その他	431	21.1%	485	16.3%	12.5%
調整額	△537	△26.3%	△513	△17.2%	—

- ◆ 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、テイクアウト用食品向けの紙器の販売が好調で増収増益
- ◆ 化成品事業は、紙おむつ用外装袋と食品向け軟包装の販売が好調に推移
- ◆ その他事業は、ソフトバッグの販売が好調に推移

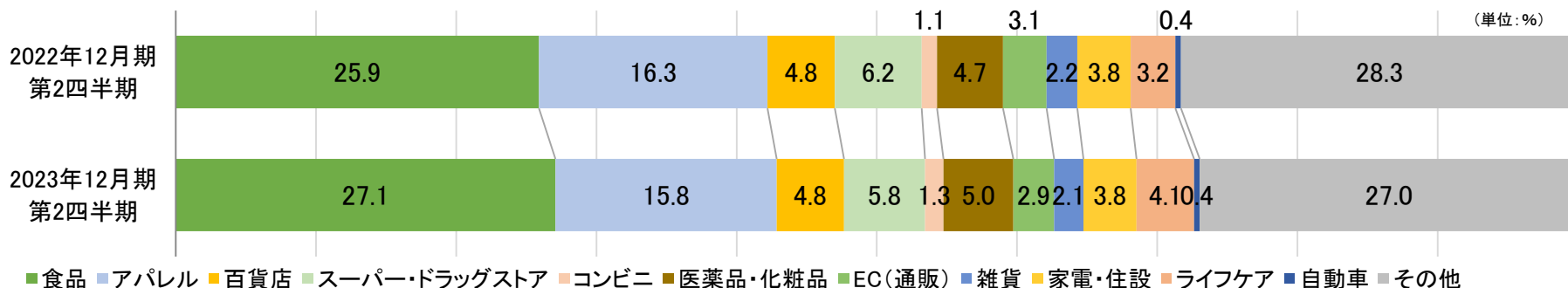
セグメント別実績の推移

コロナ禍前の売上高・利益水準を上回る



売上高構成

業種別売上高



(単位: 百万円)

	2022年12月期第2四半期		2023年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	10,266	25.9%	12,156	27.1%	18.4%
アパレル	6,442	16.3%	7,087	15.8%	10.0%
百貨店	1,907	4.8%	2,159	4.8%	13.3%
スーパー・ドラッグストア	2,463	6.2%	2,617	5.8%	6.3%
コンビニ	428	1.1%	564	1.3%	31.8%
医薬品・化粧品	1,870	4.7%	2,237	5.0%	19.6%
EC(通販) ※	1,242	3.1%	1,300	2.9%	4.6%
雑貨	864	2.2%	926	2.1%	7.2%
家電・住設	1,490	3.8%	1,701	3.8%	14.2%
ライフケア	1,266	3.2%	1,859	4.1%	46.7%
自動車	158	0.4%	164	0.4%	4.0%
その他	11,215	28.3%	12,102	27.0%	7.9%

- ◆ 食品は、宅配・テイクアウト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
- ◆ アパレルは、店舗への客足が回復傾向にあり売上が増加
- ◆ 百貨店は、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売上が堅調に推移
- ◆ コンビニは、シェア拡大と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)の使用量が増加
- ◆ 医薬品・化粧品は、個人消費の回復により売上が増加
- ◆ ECは、販売数量は増加しているものの、配送箱から宅配袋への商品構成の変化により売上は緩やかに増加
- ◆ 家電・住設は、メーカー生産量の増加により段ボールが伸長
- ◆ ライフケアは、紙おむつ用外装袋が大幅に伸長

※「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

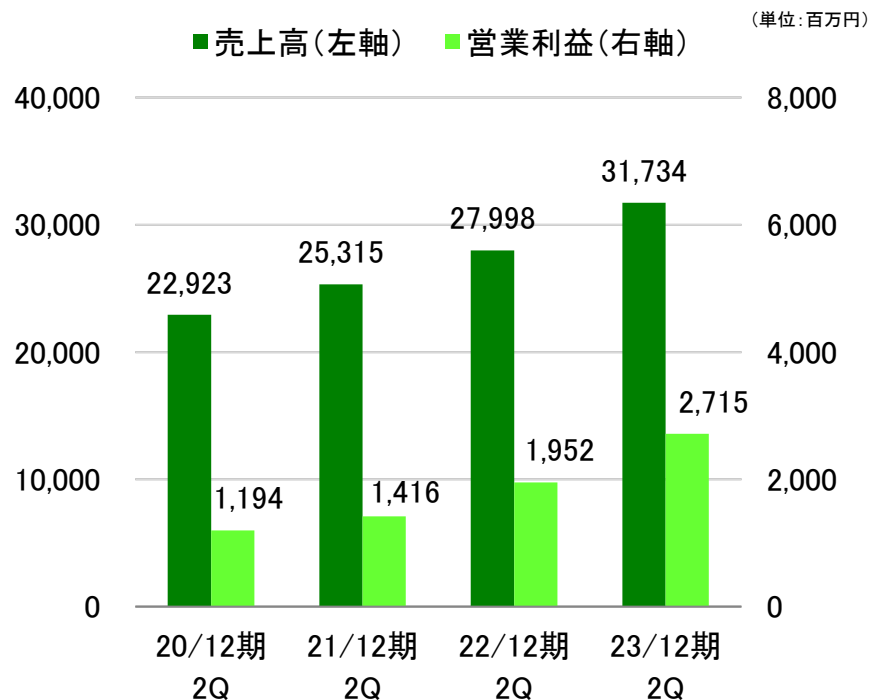
事業環境

- ◆ 全国百貨店売上は16か月連続のプラス(出典:日本百貨店協会)
- ◆ 日本人国内旅行消費額はコロナ禍前に近づく
-2023年日本人国内旅行消費額(速報)
1-3月期 4兆2,331億円(2019年比+0.5% 前年比+80.2%)
4-6月期 5兆5,963億円(2019年比△6.6% 前年比+27.7%)
(出典:国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」)
- ◆ 訪日外国人の増加
→外出機運の高まりやインバウンドにより、土産市場・
アパレル・化粧品等のパッケージ需要が高まる

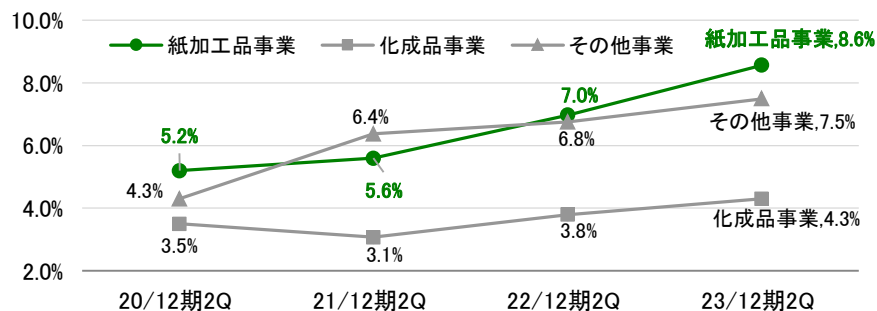
取り組み

- ◆ 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

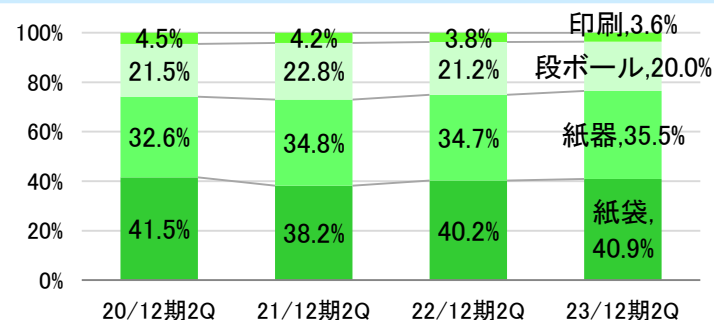
売上高・営業利益の推移



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)

事業環境

- ◆ 個人消費・観光・インバウンドなどの回復で、持ち帰り用紙袋の需要が回復
- ◆ 環境意識の高まりにより、紙袋の需要増
→ 輸送時の二酸化炭素排出量削減の観点から、海外生産から国内生産へ切り替える動きも
- ◆ EC市場は、配達用段ボールに加え宅配袋の活用も増える

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」

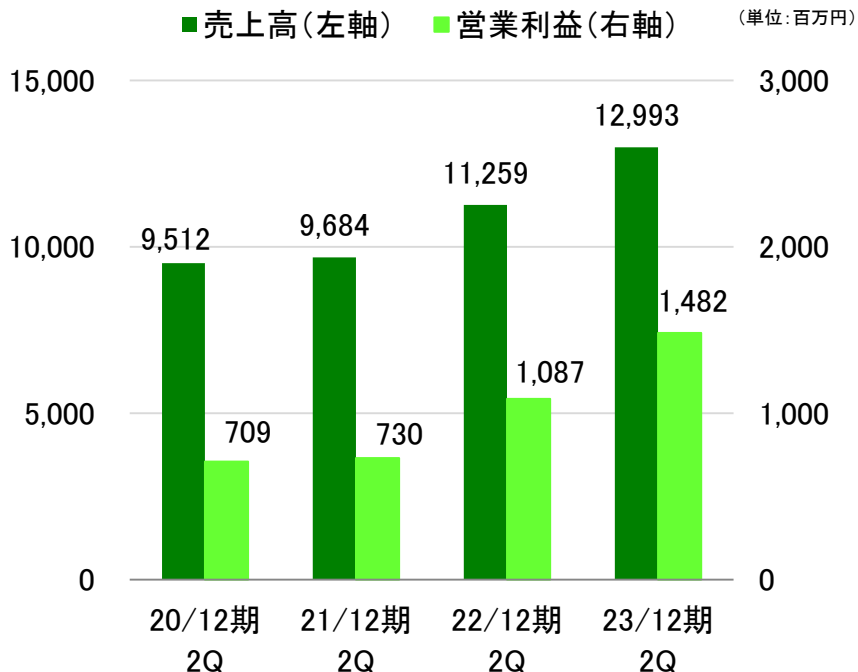


▲ 当社オリジナルの原紙 100%再生紙

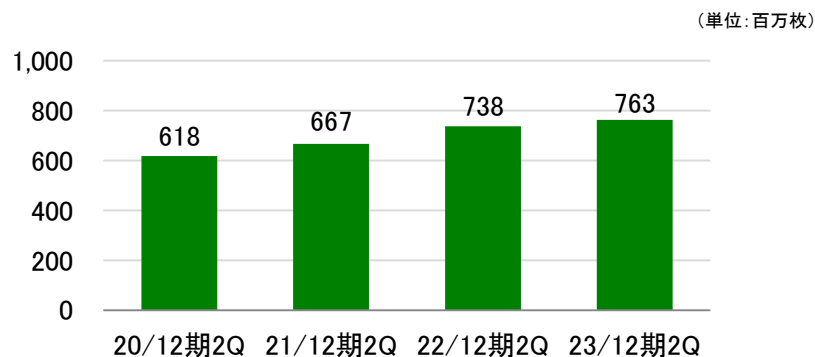


▲ 自動包装機対応「紙製宅配袋」

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)

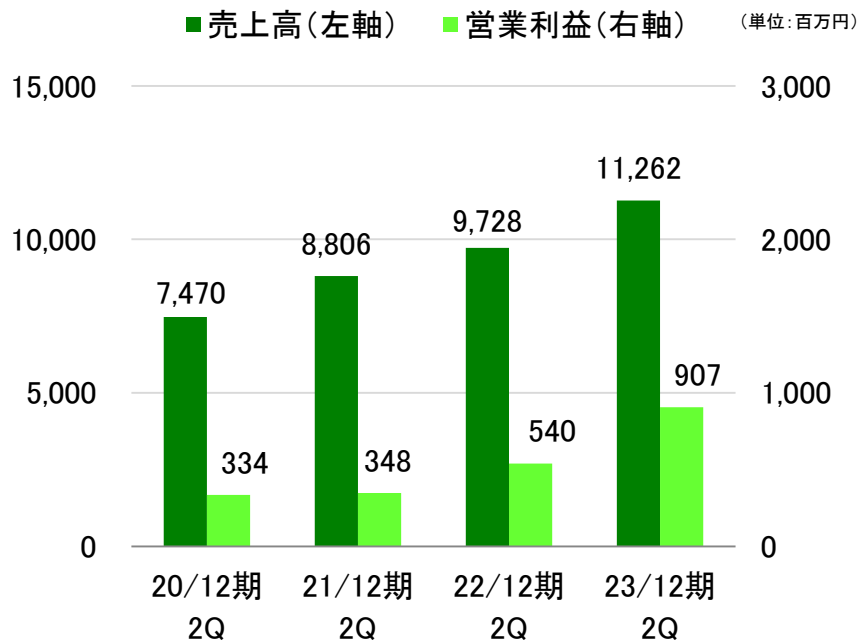
事業環境

- ◆ 中食市場の拡大および環境意識の高まりにより、食品、コンビニ、ファーストフード向け紙製一次容器の需要増
- ◆ 観光、インバウンド、出張、帰省など社会活動の活性化に伴い土産市場向けの紙器の販売も好調

取り組み

- ◆ 食品用紙製一次容器の販売拡大のため、設備投資および新商品開発への取り組みを強化
- ◆ 組み立て納品やアソートなど、顧客の人出不足解消へ向けた提案に注力
- ◆ 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推進

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」

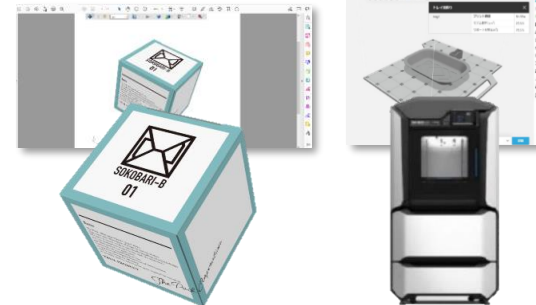


▲モールドのトレイに
紙製のフタ材を貼り付けたパッケージ



▲缶の代替パッケージ例として提案
している、シルバーインキをコーティ
ングした紙箱

◆ 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)

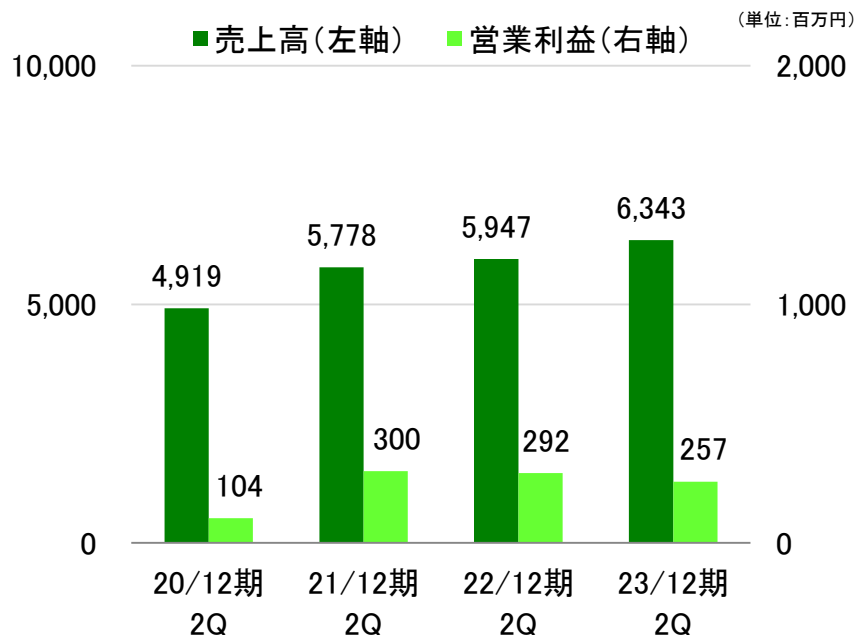
事業環境

- ◆ 値上げに伴う買い控えや、米国・中国の国内企業保護政策による日本からの輸出減少に伴い段ボール需要減。
2023年上期の段ボール業界全体の生産量は前年比98.4%、
通販・宅配・引越用段ボールは前年比99.9%
(出典: 全国段ボール工業組合連合会「段ボール統計」)
- ◆ 家電・住設向け段ボールは半導体不足によりメーカー生産量が落ち込み出荷量が低迷していたが、現在は回復傾向
- ◆ 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、省人化に向けた機械化のニーズが増加

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
→大型物流センター内で使用するオリジナル段ボール製
什器を設計から提案

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®」



▲カッターを使わず簡単に開封できる
「OK!BOX」

化成品事業

事業環境

- ◆ 環境意識の高まりから、減プラ・リサイクル・紙化等の環境対応パッケージへの提案要望が増加
- ◆ 中食・個食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
- ◆ 個人消費の回復により、持ち帰り用プラスチックバッグの需要が増加

取り組み

- ◆ 新市場開拓として、食品・飲料市場に軟包装の拡販
- ◆ 最新のフレキシソ10色印刷機を導入し、国内市場最高レベルのフレキシソ印刷技術にて、フィルム印刷商品を提供
- ◆ 環境対応新素材の開発や商品化

◆ 開発製品の例



▲中身が見える紙製軟包装
「CRAFTCLEAR®」

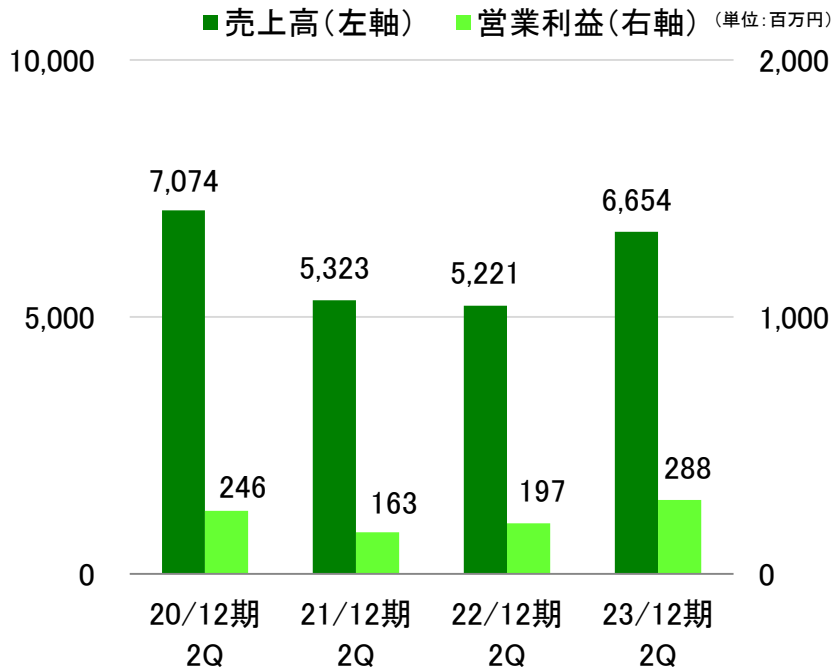


▲遮光性・高バリア性を有する
紙製軟包装「クラフトVMバリア」

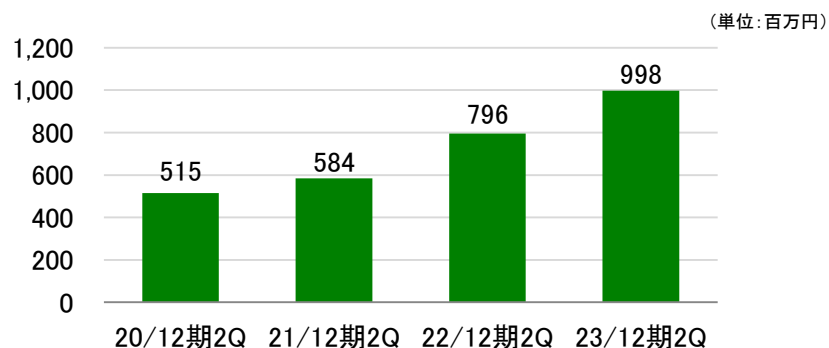


▲ポイル対応が可能なパウチ
「紙製耐水クラフトパウチ」

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

事業環境

- ◆ 百貨店の売上回復により、百貨店で使用される用度品・事務用品の需要も回復
- ◆ 店舗へ客足が戻ってきたことにより、ノベルティなどのキャンペーンが回復傾向に。環境を意識した、繰り返し利用可能なソフトバッグ(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グ)の需要が増加

取り組み

- ◆ 百貨店・専門店向けPAS(Pack Assortment Service System)取引の増加
- ◆ 環境対応素材を使用した食品用トレーや、再生素材を使用したソフトバッグの開発及び提案を強化

◆ 開発製品の例

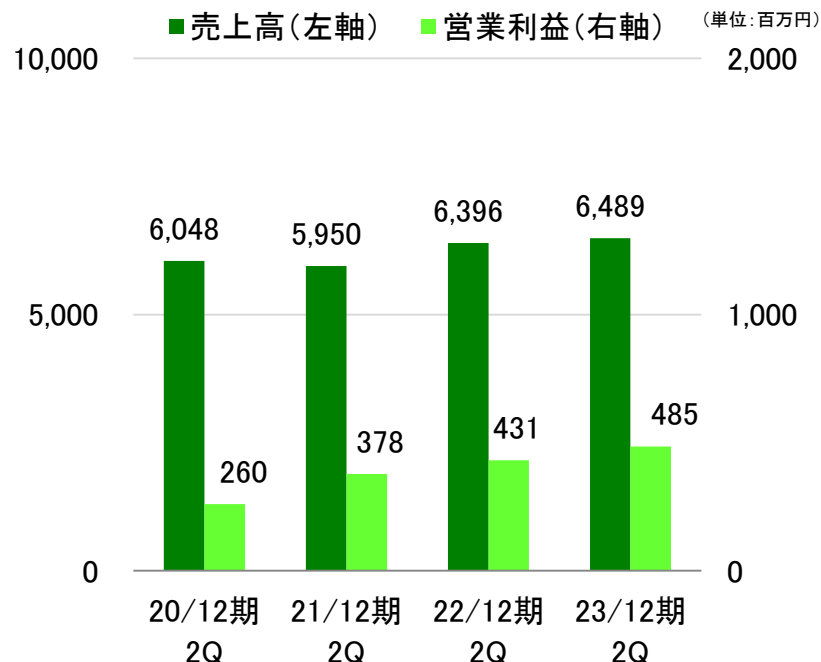


▲卵殻を配合したバイオマストレー「エコカラトレー」

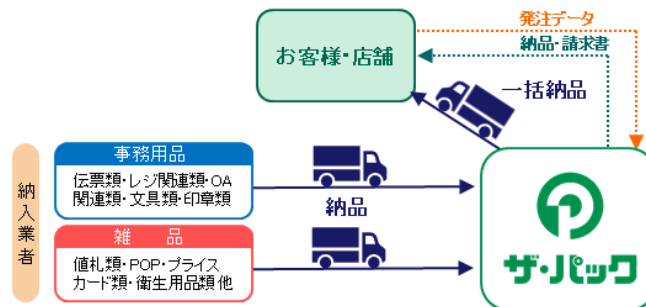


▲工場で発生したコットンやポリエステルの断裁くずなどをリサイクルした素材「リサイクルテトロンコットン」

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)

		2022年12月期	2023年12月期第2四半期
		実績	実績
資産		94,365	93,831
	流動資産	61,484	55,565
	固定資産	32,881	38,266
	有形固定資産	23,729	27,011
	無形固定資産	1,044	2,462
	投資その他の資産	8,106	8,792
負債		28,994	26,125
	流動負債	26,054	23,306
	固定負債	2,939	2,818
純資産		65,371	67,705
	株主資本	63,713	65,240
	その他の包括利益累計額	1,611	2,420
	新株予約権	46	45
	非支配株主持分	—	—

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

主な項目	2022年12月期第2四半期	2023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	4,449	5,066
税金等調整前四半期純利益	2,060	3,129
減価償却費及び減損損失	1,133	1,014
投資活動によるキャッシュ・フロー	△2,065	△5,413
有形固定資産の取得による支出	△1,323	△4,351
無形固定資産の取得による支出	△184	△1,465
投資有価証券の取得による支出	△154	△18
投資有価証券の売却による収入	60	6
財務活動によるキャッシュ・フロー	△514	△703
配当金の支払額	△473	△664
現金及び現金同等物四半期末残高	20,101	17,719

- ◆ 本社の建替えにともない、有形固定資産の取得による支出が増加
- ◆ 株主還元として配当性向30%以上を維持し、配当の支払額が増加

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	従来予想(2/6公表)	修正予想	前期比予想
売上高	89,060	94,000	97,000	8.9%
営業利益	5,972	6,400	7,100	18.9%
経常利益	6,353	6,800	7,500	18.1%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	4,058	4,400	4,900	20.7%

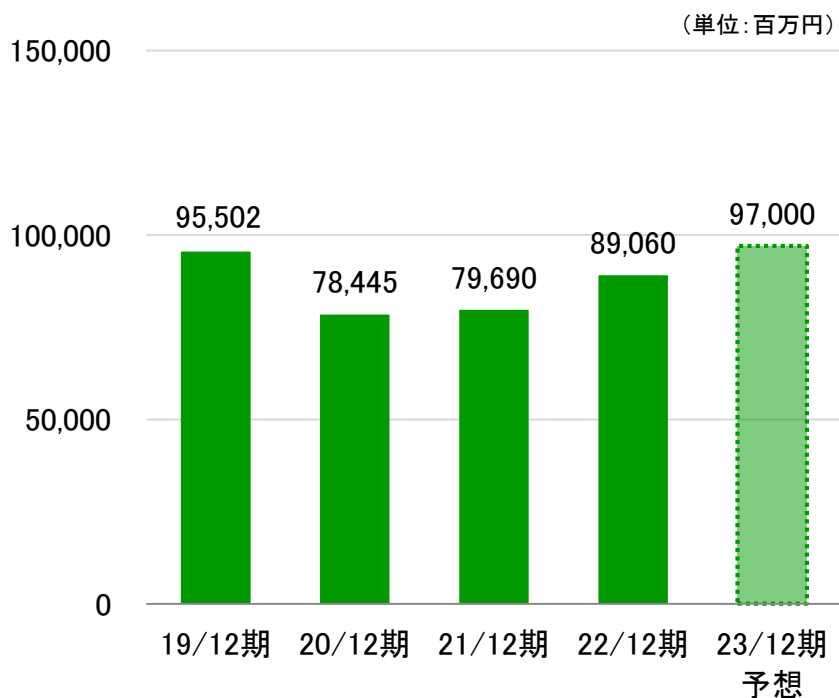
- ◆ 第2四半期の経営成績が好調に推移していることから、2023年2月6日発表の業績予想より修正
- ◆ EC市場、食品のテイクアウト市場は今後も拡大が続くと予想され、個人消費も堅調な伸びが見込まれる
- ◆ パッケージのトータルソリューション企業として、顧客が抱える課題や社会課題の解決に向けた、パッケージの「環境対応化」や「省人・省力・機械化」の積極提案により、増収増益を目指す

連結業績推移

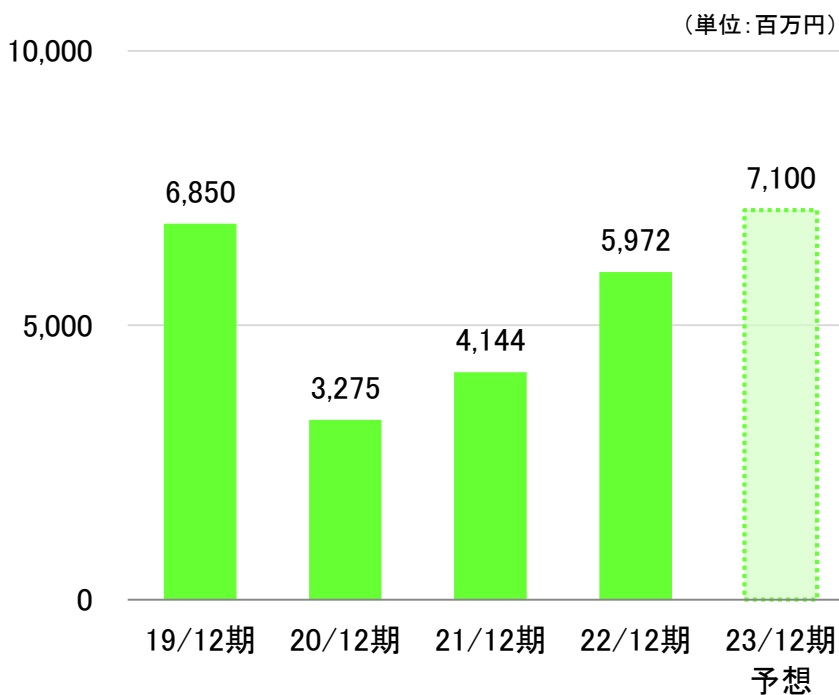
(単位: 百万円)

	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 修正予想
売上高	95,502	78,445	79,690	89,060	97,000
営業利益	6,850	3,275	4,144	5,972	7,100

売上高の推移

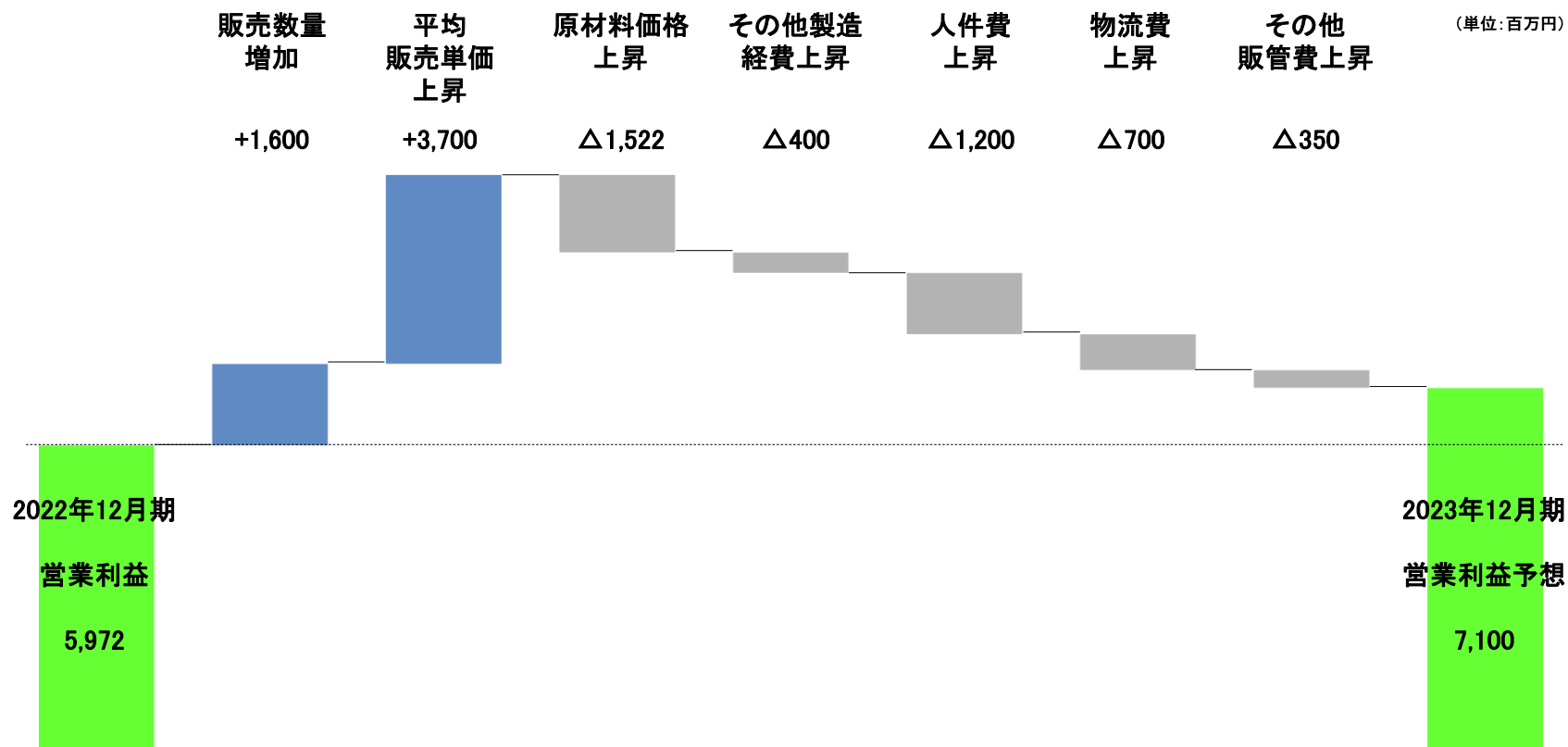


営業利益の推移



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



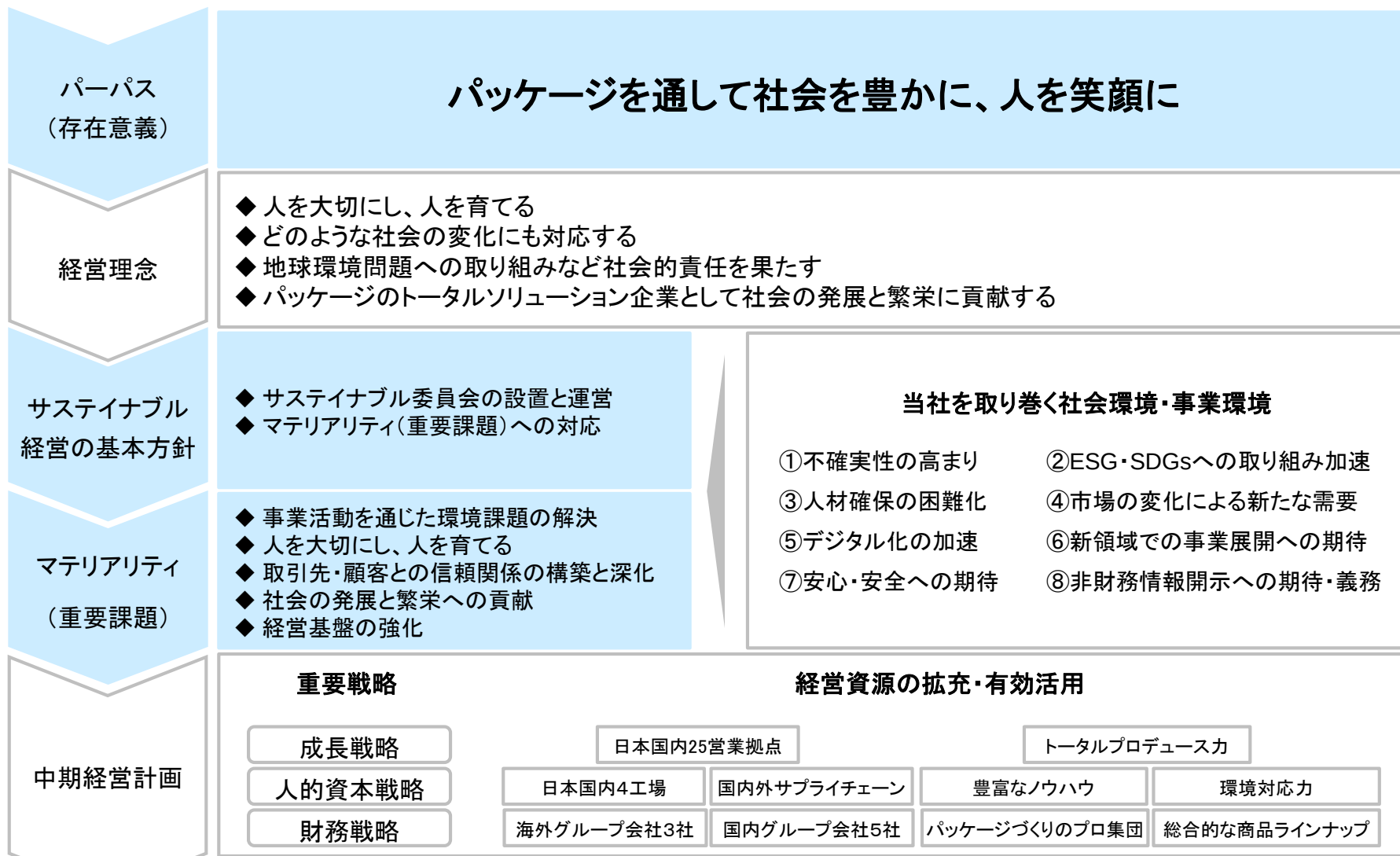
- ◆ 個人消費の回復で、紙袋や紙器を中心に販売数量が増加
- ◆ 紙素材をはじめとする環境対応商品や高付加価値商品の積極提案、価格の適正化により平均販売単価は上昇
- ◆ 原材料価格・物流費は引き続き上昇の見込み。仕様変更提案等による販売単価の適正化で対応
- ◆ 人件費は人員および給与・賞与の増加により、下期も上昇する見込み

3.サステイナブル経営の推進



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。



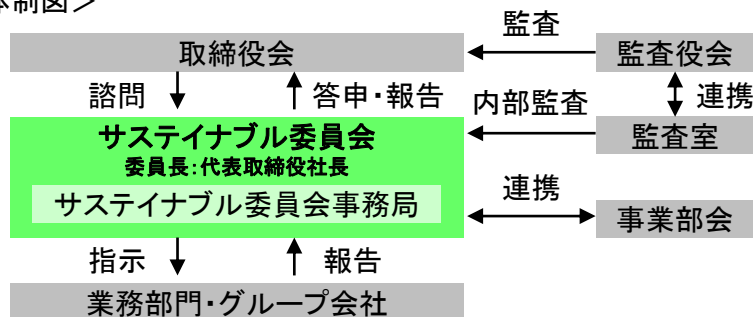
サステイナブル経営の推進

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

<体制図>



<討議内容 1～6月>

サステイナブル経営に関するKPI設定の検討、社内外への情報発信の他、下記についても検討中

- ・TCFDへの取組みについて
- ・フォレスト環境基金活動における新たな取組みについて

5つのテーマと12のマテリアリティ設定

	5つのテーマ	12のマテリアリティ
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
Governance (ガバナンス)	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
	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

今までの取り組み

- ・コーポレートサイトのリニューアル
- ・全従業員に向けて、サステナビリティの社内浸透を促す冊子を配布



今後の取り組み

- ・マテリアリティのKPI設定(2023年度内)
- ・マネージャー向けワークショップの実施(2023年度内)
- ・統合報告書の発行(2024年度)

4.中期経営計画の進捗



中期経営計画(2023年度～2025年度)の概要

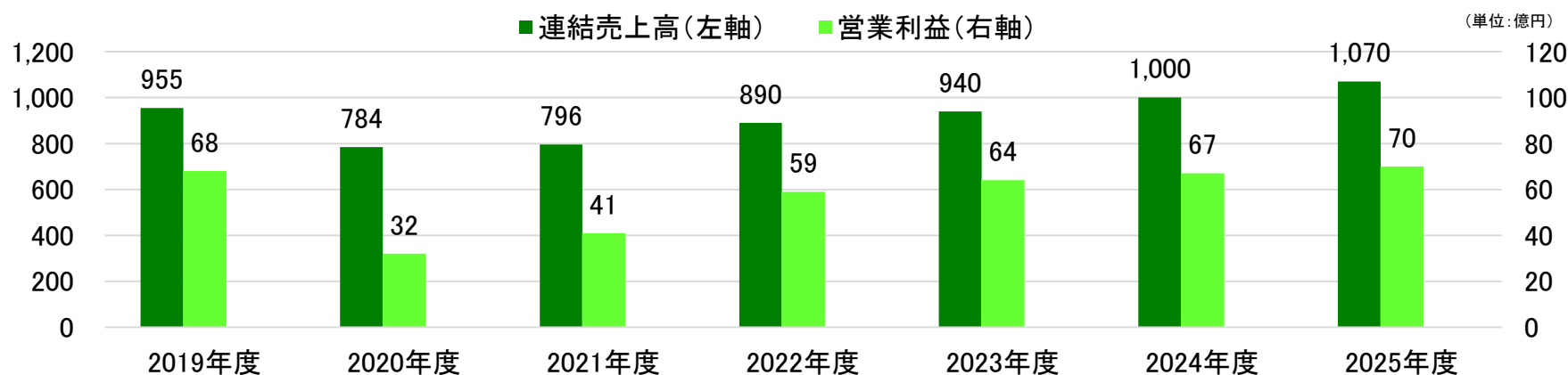
スローガン

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)



(単位:億円)

(単位:億円)

	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		
			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%

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

* 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

食品市場向け成長戦略の進捗

定量目標の進捗

(単位: 億円)

2022年度 実績	2023年度		2025年度 目標
	2Q実績	通期予想	
250	121	280	320

施策の進捗評価

◆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	○

進捗状況

◆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)

・積極的な営業活動と顧客の環境意識の高まりを背景に販売額増加

(単位: 億円)

食品市場向け販売額	2022年12月期 1-6月	2023年12月期 1-6月	昨年比
FSC商品	17.1	22.7	133%
フォレスト対象商品	1.0	1.4	140%



FSC®認証マーク



ザ・パックフォレスト®
環境基金活動ロゴマーク

◆ラベル／フィルム(軟包装)の拡販

・販売拡大により売上額が昨年比125%に

◆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

- ・2023年度中に食品用セットアップ新拠点の稼働開始
- ・自社提案による得意先拠点内での自動化設備稼働開始、販売拡大へ期待
- ・新規提案活動も全国で積極的に展開

◆紙製トレー・モールド容器などへの取り組み

- ・紙製トレー生産能力増強 2023年6月時点で2022年12月比で約10%増強
- ・各種紙製トレーの生産性向上に向けた取り組み
- ・食品一次容器全体の販売増加



▲食品用トレー

EC／通販市場／物流業界向け成長戦略の進捗

定量目標の進捗

(単位: 億円)

2022年度 実績	2023年度		2025年度 目標
	2Q実績	通期予想	
140	70	150	180

施策の進捗評価

◆得意先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	○

進捗状況

- ◆得意先の輸送効率向上に貢献できる宅配袋の販売強化
 - ・生産能力増強 2024年上半期に機械増設予定
 - ・段ボールに加え、宅配袋の拡販に注力
- ◆得意先での省人化に貢献できる提案販売の強化
 - ・作業の自動化、作業時間短縮を目指す提案が増加
- ◆自動梱包機向け素材・加工の開発、および拡販
 - ・作業自動化・減量・脱プラ・幅広い商品に対応、という課題に対して機械の改良・素材や加工の開発が順調に進捗

紙製配送袋 自動包装機



仕上がりイメージ



- ◆重量物対応の強化段ボールのさらなる拡販
 - ・需要鈍化、原材料価格上昇により競争激化の中、設計力を活かした提案という強味を活かして販売に注力

(単位: 億円)

	2022年12月期 第2四半期	2023年12月期 第2四半期
重量物対応の強化 段ボール販売実績	5.2	5.4

強化段ボール 販売事例



一般流通小売市場、他市場向け成長戦略の進捗

定量目標の進捗

(単位:億円)

2022年度 実績	2023年度		2025年度 目標
	2Q実績	通期予想	
500	258	540	570

施策の進捗評価

◆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	◎

進捗状況

◆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

- ・原材料値上げの中、仕様変更提案を通して得意先の紙化を推進
- ・販売額では2022年度1-6月との比較で15%伸長(+17.3億円)と成長に貢献

◆ASEANにおける販路の開拓

- ・日系・外資系得意先へのアジア商権の商談が増加【取組み】

- ①アジア地区でのサプライチェーン強化・品質強化
- ②得意先のASEAN事業のサポート体制強化に向けて海外グループ会社(中国・米国)との協業

◆お客様とともに社会貢献を推進

- ・森林保全活動4件実施のうち、2件はお客様との協働が実現
- ・2023年12月期では合計10件の活動、うち6件はお客様との協働を計画
- ・新たな活動地(長野県)での森林保全活動の開始、次年度以降はお客様との協働を検討

【2023年4月に広島県竹原市で行われたフォレスト基金活動】
当社のお客様15名にご参加いただきました



人的資本戦略・財務戦略の進捗

人的資本戦略

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

進捗状況

◆ 多様な人材の確保

- ・キャリア採用 2022年度23名 2023年 1-6月 29名
- ・リファラル・カムバック採用 2023年 1-6月 8名

◆ 研修制度の充実

- ・全役員・全社員(700名)向けDX研修の開始

◆ 働く環境整備・従業員エンゲージメントの最大化

- ・テレワークを平時にも導入できるよう、規程の改定
- ・男性の出産育児休暇の取得推進
- ・ベースアップを含む賃上げの実施

財務戦略

成長投資	◆ 成長の為の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

キャッシュアウト計画

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
計65億円	合理化・省人化	11億円
	省エネ・省資源	2億円
	その他	2億円
戦略投資	M&A	100億円
	基幹システム刷新	20億円
計140億円	人的投資	20億円

進捗状況

◆ 設備投資

- ・計画通りに推移、下半期も予定に変更無し

(単位:億円)

	2023年1-6月実績	2023年7-12月予定
紙器製造能力増強	5.2	8.0
紙袋製造能力増強	4.6	5.5
合理化・省人化	0.6	—
省エネ・省資源	0.1	—

◆ 株主還元

- ・当初計画に基づき、配当性向30%以上を維持し株主への利益還元の充実化を図るべく、2023年12月通期連結業績予想の修正を踏まえ、期末配当予想を修正

5.参考資料



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	大阪府大阪市東成区東小橋2丁目9-3 ※2023年5月移転
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1,198名（単体852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10.93%、日本マスタートラスト信託銀行（信託口）8.25%、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）6.70%、自社取引先持株会6.61%、日本カストディ銀行（信託 口）4.94%、日本カストディ銀行（信託口4）4.60%、日本カストディ銀行（リソナ再信託分・北越コーポレーション退職給 付信託口）3.27%、大王製紙3.01%、三菱UFJ銀行2.60%

（2023年6月末現在）

新本社社屋



新住所

大阪府大阪市東成区東小橋2-9-3

新社屋概要

敷地面積: 1,689.89㎡ 建蔽/容積率: 60/300
 建築面積: 1,066.05㎡ 延床面積: 5,514.55㎡
 構造・規模: S造 7F

建物評価

ZEB認証評価結果(ZEB Ready達成、BELS最高評価)
 CASBEE認証評価結果(CASBEE認証 Sランク(最高評価))

その他

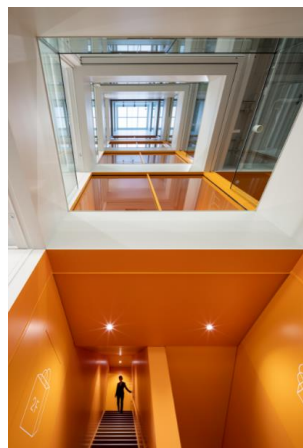
国土交通省実施「令和4年度サステナブル建築物等先導事業(省CO2先導型)」プロジェクトに採択

環境への取り組み

- ・「エコボイド」を活用した自然換気・自然採光
- ・太陽光パネル設置による太陽光発電
- ・外壁は空調負荷を軽減する高断熱外壁とLow-Eガラスを採用
- ・執務室は照度センサー連動でLED証明照明の自動減光

生産性向上への取り組み

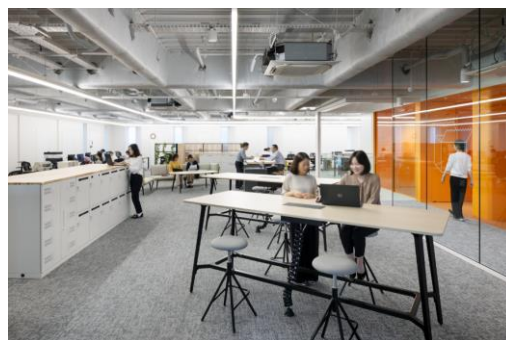
- ・大型モニターを設置した応接室
- ・リモートワーク、ペーパーレス化、オンラインミーティングといった新しい働き方に対応したレイアウト
- ・コミュニケーションを活発にする共有スペース



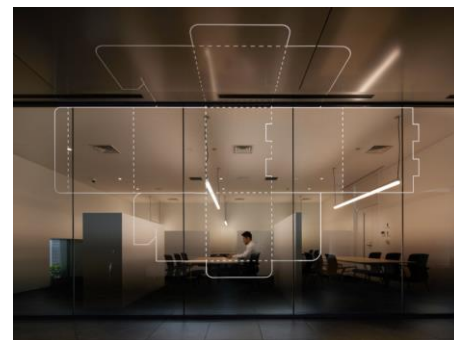
←吹き抜け「エコボイド」



↑屋上に設置した太陽光パネル



↑新しい働き方に対応したレイアウト



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

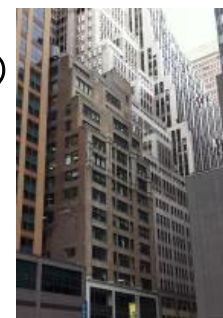


特百嘉包装品
貿易(上海)
有限公司

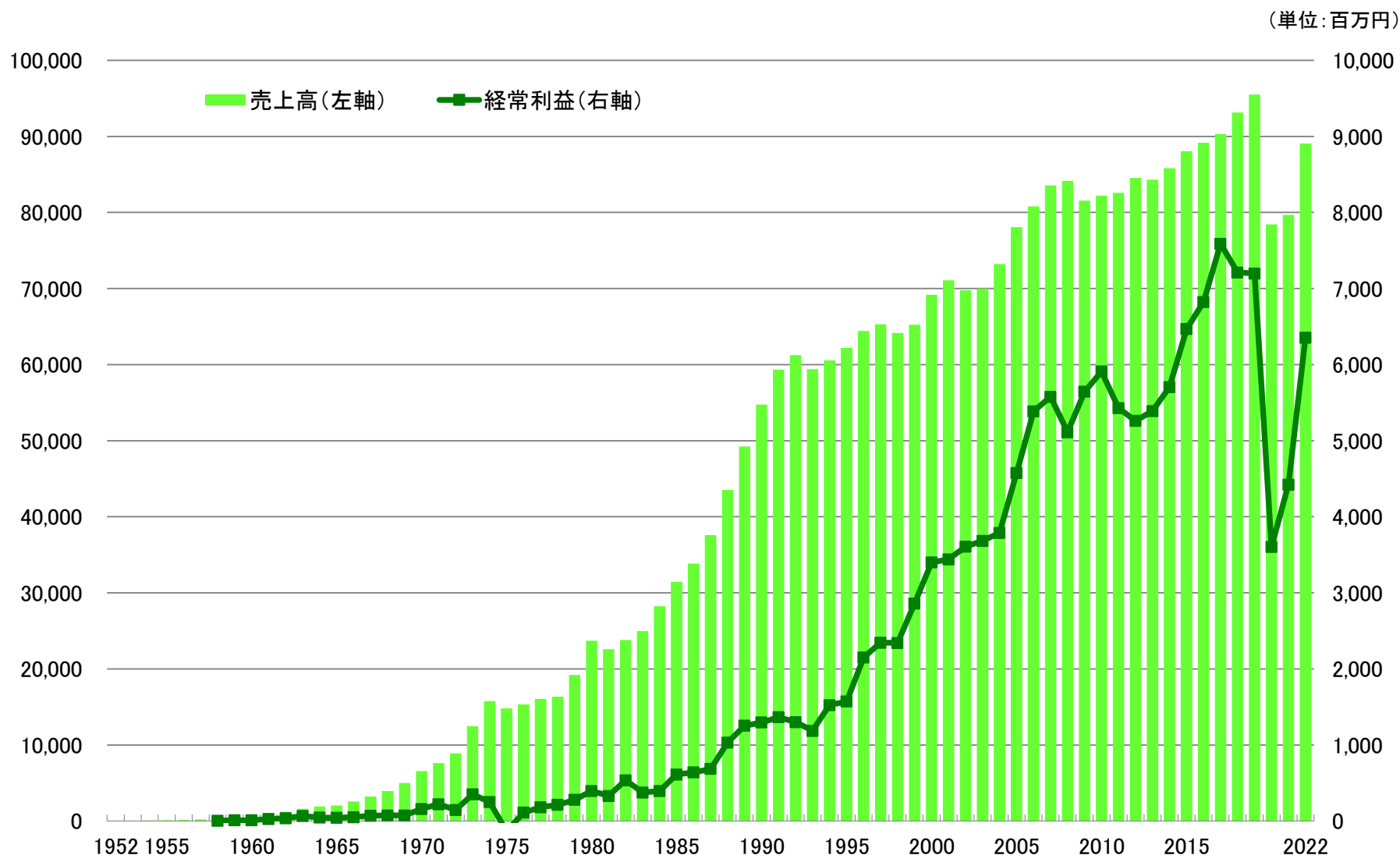


米国連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)



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

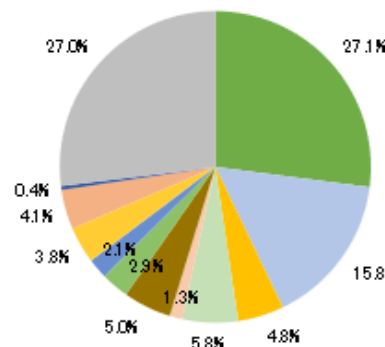


糊

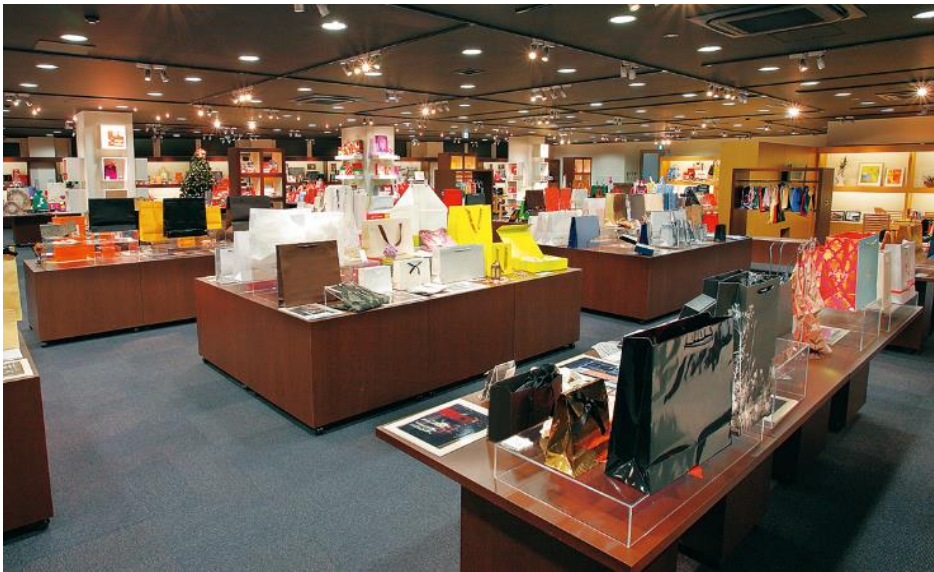
その他
部材

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</u> <u>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   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

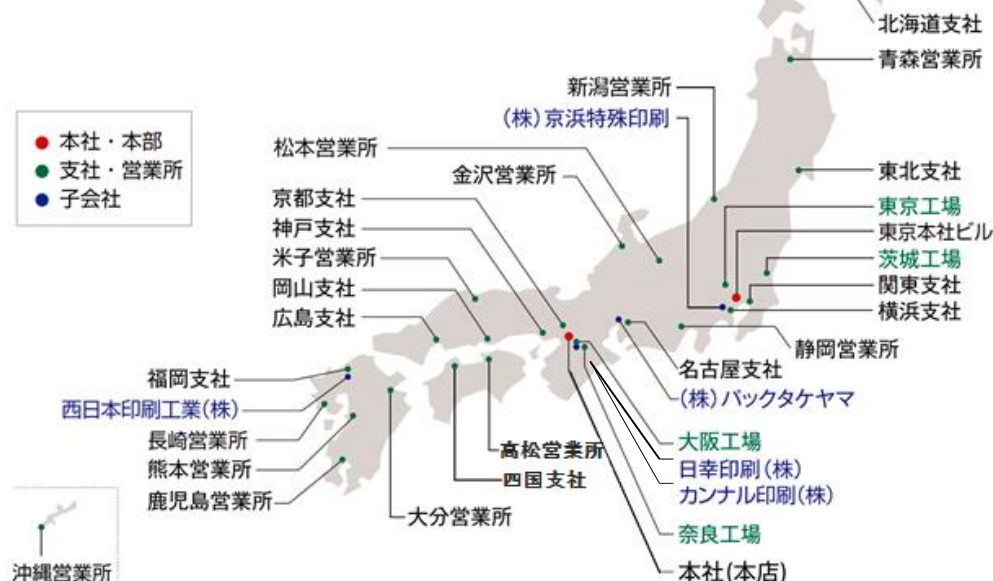
ザ・パックの強み(3)

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

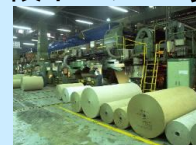
印刷工場



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> 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 ◆ 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。 (注) 4工場(大阪工場、奈良工場、東京工場、茨城工場)および本社・営業グループのデータを記載しています。 INPUT <table><tr><td>原材料 97,832t^{※1} [前年度比+4.9%]</td><td>補助材料 4,314t^{※2} [前年度比+17.4%]</td></tr><tr><td>水(地下水含む) 69 千m³ [前年度比-11.7%]</td><td>電気 26,543千kWh [前年度比+9.5%]</td></tr><tr><td>ガス 都市ガス 1,978 千m³ [前年度比-1.0%]</td><td>LPGガス 12.7t [前年度比+73.4%]</td></tr><tr><td>その他燃料 172kL [前年度比-2.7%]</td><td></td></tr></table> OUTPUT <table><tr><td>下水道公共用水 69 千m³ [前年度比-11.7%]</td><td rowspan="4">合計 30,025t [前年度比+11.7%]</td></tr><tr><td>CO₂ 4工場 20,360t [前年度比+16.5%]</td></tr><tr><td>本社・営業全体 445t [前年度比±0%]</td></tr><tr><td>物流^{※3} 9,220t [前年度比+3.0%]</td></tr><tr><td>廃棄物 産業廃棄物(4工場) 17,973t [前年度比-2.3%]</td><td>リサイクル率 99.7% 一般廃棄物(本社・営業全体) 8.6t [前年度比+9.6%]</td></tr></table> 販売数 <table><tr><td>印刷紙器 1,155,774 千個 [前年度比-1.6%]</td><td>紙袋 1,025,813 千枚 [前年度比+11.7%]</td><td>化成品パッケージ 1,071,668 千枚 [前年度比+5.7%]</td><td>段ボール製品 91,433 千m³ [前年度比-5.3%]</td></tr></table> ※1 購入量ベース(4工場) ※2 消費量ベース(4工場) ※3 物流のCO₂は、当社からお客様への輸送に伴うものです。	原材料 97,832t ^{※1} [前年度比+4.9%]	補助材料 4,314t ^{※2} [前年度比+17.4%]	水(地下水含む) 69 千m ³ [前年度比-11.7%]	電気 26,543千kWh [前年度比+9.5%]	ガス 都市ガス 1,978 千m ³ [前年度比-1.0%]	LPGガス 12.7t [前年度比+73.4%]	その他燃料 172kL [前年度比-2.7%]		下水道公共用水 69 千m ³ [前年度比-11.7%]	合計 30,025t [前年度比+11.7%]	CO ₂ 4工場 20,360t [前年度比+16.5%]	本社・営業全体 445t [前年度比±0%]	物流 ^{※3} 9,220t [前年度比+3.0%]	廃棄物 産業廃棄物(4工場) 17,973t [前年度比-2.3%]	リサイクル率 99.7% 一般廃棄物(本社・営業全体) 8.6t [前年度比+9.6%]	印刷紙器 1,155,774 千個 [前年度比-1.6%]	紙袋 1,025,813 千枚 [前年度比+11.7%]	化成品パッケージ 1,071,668 千枚 [前年度比+5.7%]	段ボール製品 91,433 千m ³ [前年度比-5.3%]
原材料 97,832t ^{※1} [前年度比+4.9%]	補助材料 4,314t ^{※2} [前年度比+17.4%]																			
水(地下水含む) 69 千m ³ [前年度比-11.7%]	電気 26,543千kWh [前年度比+9.5%]																			
ガス 都市ガス 1,978 千m ³ [前年度比-1.0%]	LPGガス 12.7t [前年度比+73.4%]																			
その他燃料 172kL [前年度比-2.7%]																				
下水道公共用水 69 千m ³ [前年度比-11.7%]	合計 30,025t [前年度比+11.7%]																			
CO ₂ 4工場 20,360t [前年度比+16.5%]																				
本社・営業全体 445t [前年度比±0%]																				
物流 ^{※3} 9,220t [前年度比+3.0%]																				
廃棄物 産業廃棄物(4工場) 17,973t [前年度比-2.3%]	リサイクル率 99.7% 一般廃棄物(本社・営業全体) 8.6t [前年度比+9.6%]																			
印刷紙器 1,155,774 千個 [前年度比-1.6%]	紙袋 1,025,813 千枚 [前年度比+11.7%]	化成品パッケージ 1,071,668 千枚 [前年度比+5.7%]	段ボール製品 91,433 千m ³ [前年度比-5.3%]																	
SDGsとの 関連性																				

※2022年実績

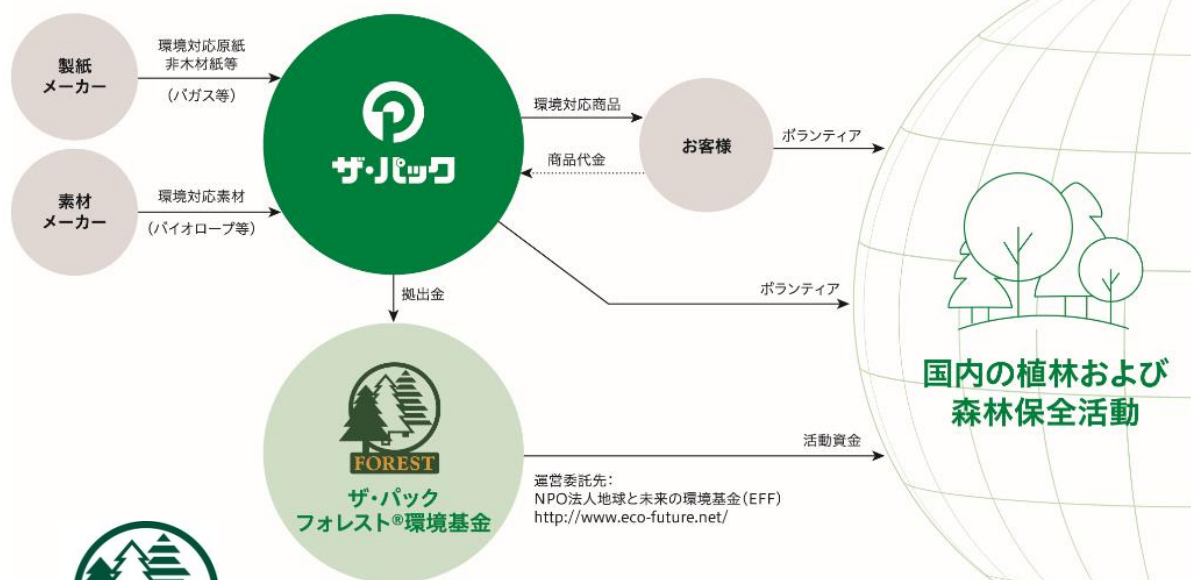
ESGへの取り組み(2)

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「ザ・パックフォレスト®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。現在、植林地は全国に9カ所。
- ◆ 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



SDGsとの 関連性



ザ・パック
フォレストマーク

拠出基金額	1.82億円
植樹本数	21,906本
参加者合計	7,192人
植樹面積	18.51Ha
CO ₂ 吸収量	1,973.47t

(2023年6月末時点累計)

ESGへの取り組み(2)

取り組み	内容
2. ザ・パックフォレスト® 環境基金活動 (森林保全活動) SDGsとの 関連性 6 安全な水とトイレ を世界中に  9 産業と技術革新の 基盤をつくらう  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 陸の豊かさも 守ろう 	◆ 2023年から活動を開始したザ・パック9号目植林地 『長野県富士見町』 長野県が推進する「森林の里親促進事業」に賛同し、長野県諏訪郡富士見町の土地1.8haを「ザ・パックフォレスト富士見の森」と命名。 土地の特徴に合わせて、カラマツの植樹と保全活動を中心に活動していく。 2023年6月実施 第1回活動の実績 参加人数・・・30名 植樹本数・・・カラマツ700本  集合写真 社員、社員の家族が ボランティアとして参加  活動風景 専用器具で穴を掘った後に コンテナ苗を植えている

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

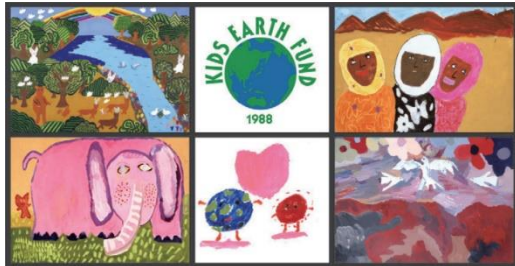
- ◆ 「健康経営優良法人2023」に認定(5年連続認定)
健康診断・二次検診の徹底、禁煙チャレンジ、
ストレスチェックの運用、健康研修の実施など

- ◆ スキルアップにつながる評価・支援制度の導入・運用
2020年に新たな人事制度を導入、タレントマネジメントシステムによる社員情報の一元管理、人材開発会議による公平で適切な評価、スキルアップ支援制度による資格取得の経済的支援など

- ◆ 多様な人材の活用
女性活躍推進、包括短時間勤務制度、
ザ・バックオリジナル出産・育児休暇(男性社員向け)の新設、
障がい者雇用を目的にした「海南事業所」開設など

SDGsとの 関連性

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 ◆ 吉野山保勝会への寄付 ◆ 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。 ◆ 独立行政法人日本学生支援機構の奨学金事業を支援 ◆ 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、2023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2023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