



ザ・パック株式会社 2023年12月期決算説明資料

2024年2月29日

目次

トピックス	P. 2
1. 2023年12月期 決算実績	P. 3
2. 2024年12月期 業績予想	P.17
3. サステイナブル経営の進捗	P.21
4. 中期経営計画の進捗	P.25
5. 参考資料	P.34

トピックス

- ◆ 行動制限の緩和により、外食・宿泊需要が増加。インバウンド需要の回復、賃金上昇等に伴い景気が回復基調となる一方、長期に渡るエネルギー価格の高騰、為替相場の変動の影響により物価上昇がみられ、先行きは不透明感が残る
- ◆ 当社の業績は、売上高・営業利益・経常利益・当期純利益ともに過去最高。環境を意識した高付加価値商品やソリューション提案、拡販努力により、食品向けパッケージを中心に販売数量が増加。原材料価格の上昇に伴う価格修正も実施
- ◆ 配当金は、年初予想の70円を90円へ増配（前期比較25円増額）
- ◆ 現・中期経営計画の2024年度・2025年度については、目標数値を上方修正するとともに、株主還元方針の変更を行った。変更後は配当性向35%以上を維持、年間10億円を上限とする自社株買いを行い、総還元性向50%を目指す
- ◆ サステイナブル委員会を設置し、サステイナブル経営を推進中

1.2023年12月期 決算実績



実績サマリー

売上高・営業利益・経常利益・当期純利益ともに過去最高

(単位:百万円)

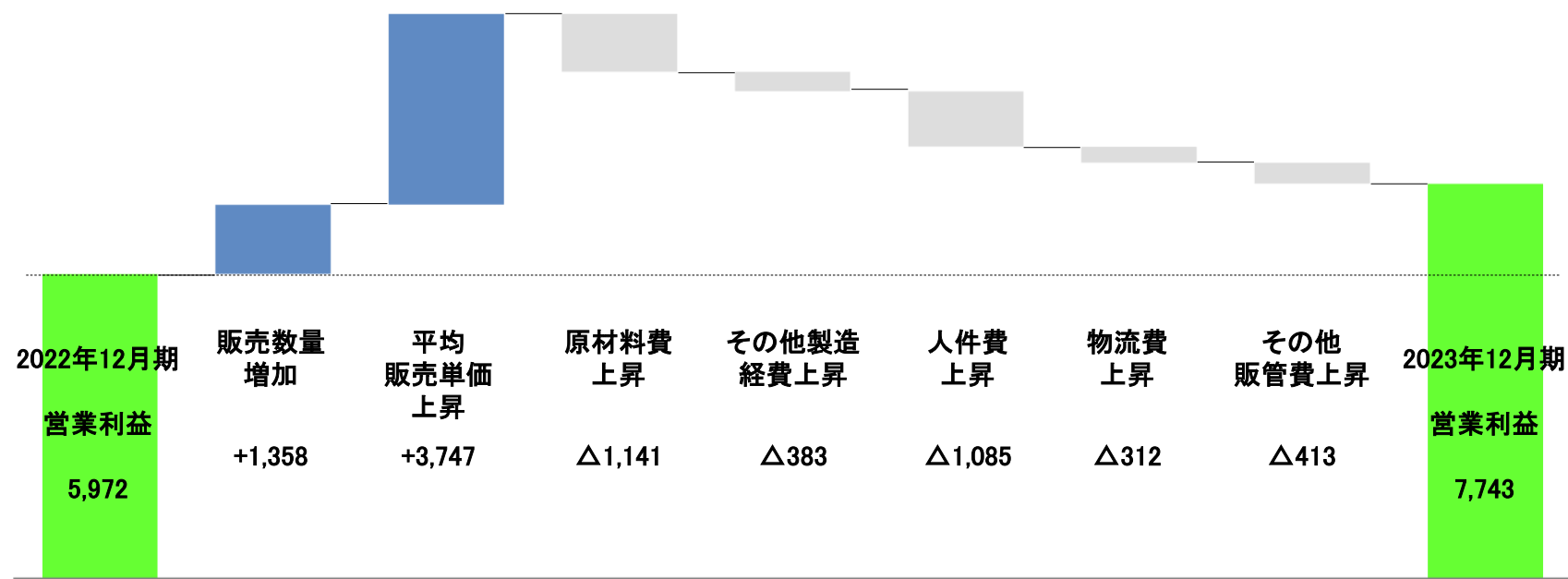
	2022年12月期	2023年12月期	
	実績	実績	前期比
売上高	89,060	97,714	9.7%
営業利益	5,972	7,743	29.7%
経常利益	6,353	8,063	26.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,058	5,652	39.3%
1株あたり当期純利益(円)	213.55	297.07	39.1%
1株あたり配当金(円)	65.00	90.00	38.5%

- ◆ 行動制限の緩和により、土産物、観光およびインバウンド需要が増加し、個人消費も回復
- ◆ コスト増はありつつも、高付加価値商品の提案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(5.5%増)を中心に増加
- ◆ 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11.0%、紙器は6.5%、段ボールは12.5%、ポリ袋は14.8%上昇)
- ◆ 原材料費の上昇は、主に原材料の高騰による
- ◆ 人件費の上昇は、人員増強および平均5.01%の賃上げを実現させたため
- ◆ その他販管費上昇は、本社建替えの関連費用や基幹システム刷新に伴う諸費用

セグメント別実績

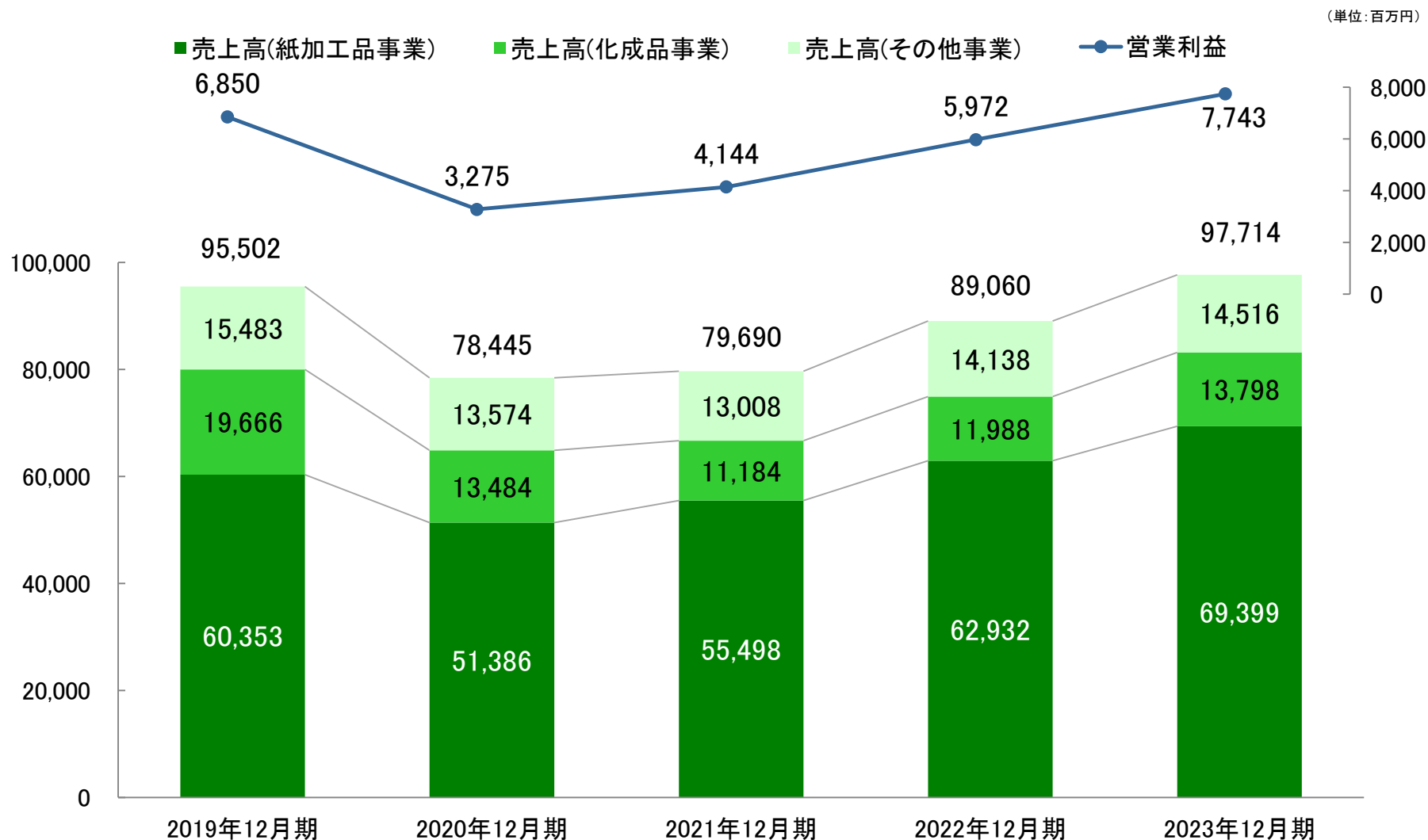
(単位: 百万円)

		2022年12月期		2023年12月期		
		実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	紙加工品事業	89,060	100.0%	97,714	100.0%	9.7%
	紙袋	62,932	70.7%	69,399	71.0%	10.3%
	紙器	26,252	29.5%	29,653	30.3%	13.0%
	紙器	22,283	25.0%	25,000	25.6%	12.2%
	段ボール	12,210	13.7%	12,419	12.7%	1.7%
	印刷	2,186	2.5%	2,325	2.4%	6.4%
	化成品事業	11,988	13.4%	13,798	14.1%	15.1%
	その他	14,138	15.9%	14,516	14.9%	2.7%
営業利益	紙加工品事業	5,972	100.0%	7,743	100.0%	29.7%
	紙加工品事業	5,333	89.3%	6,858	88.6%	28.6%
	化成品事業	583	9.8%	856	11.1%	46.7%
	その他	1,059	17.7%	1,267	16.4%	19.7%
	調整額	△1,004	△16.8%	△1,239	△16.0%	—

- ◆ 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、食品向けパッケージ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引き続き好調に推移
- ◆ その他事業は、コットンや不織布等のエコバッグやギフトラッピング資材が好調に推移

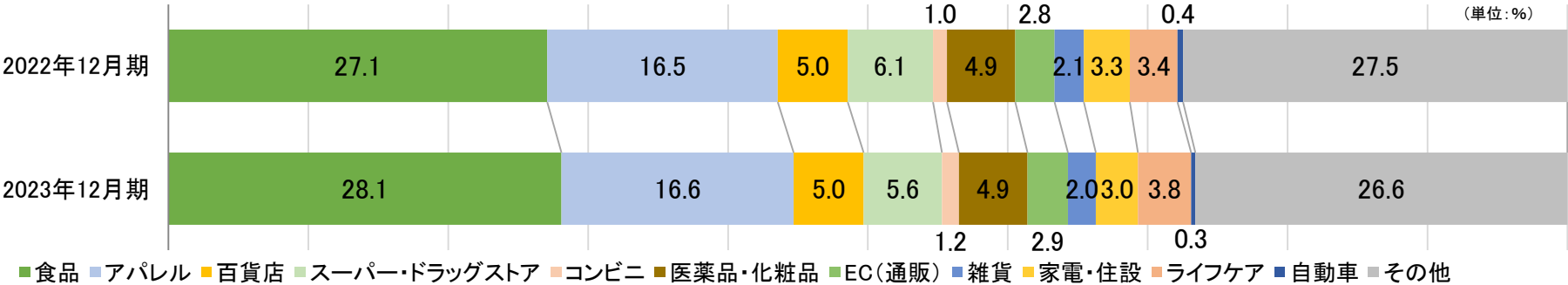
セグメント別実績の推移

紙加工品の売上高・営業利益は過去最高



売上高構成

業種別売上高



(単位: 百万円)	2022年12月期		2023年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	24,149	27.1%	27,438	28.1%	13.6%
アパレル	14,709	16.5%	16,187	16.6%	10.0%
百貨店	4,449	5.0%	4,910	5.0%	10.3%
スーパー・ドラッグストア	5,390	6.1%	5,502	5.6%	2.1%
コンビニ	890	1.0%	1,184	1.2%	33.0%
医薬品・化粧品	4,331	4.9%	4,743	4.9%	9.5%
EC(通販) ※	2,520	2.8%	2,834	2.9%	12.5%
雑貨	1,859	2.1%	1,939	2.0%	4.3%
家電・住設	2,982	3.3%	2,888	3.0%	△3.2%
ライフケア	2,985	3.4%	3,744	3.8%	25.4%
自動車	327	0.4%	330	0.3%	0.7%
その他	24,461	27.5%	26,014	26.6%	6.3%

- ◆ 食品は、消費活動の活性化に伴い土産市場向けパッケージやテイクアウトパッケージの売上が増加
- ◆ アパレルは、行動制限の緩和によりリアル店舗向けパッケージの売上が回復
- ◆ 百貨店は、個人消費やインバウンド需要の回復に伴い、売上が好調に推移
- ◆ コンビニは、製造能力増によるシェア拡大と当社設計力を活かした紙製容器の提案による新規受注により売上が増加
- ◆ 医薬品・化粧品は、個人消費やインバウンド需要の回復により、売上が増加
- ◆ ECは、段ボールに加え紙製宅配袋、その他宅配用パッケージの新規受注により売上が好調
- ◆ 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

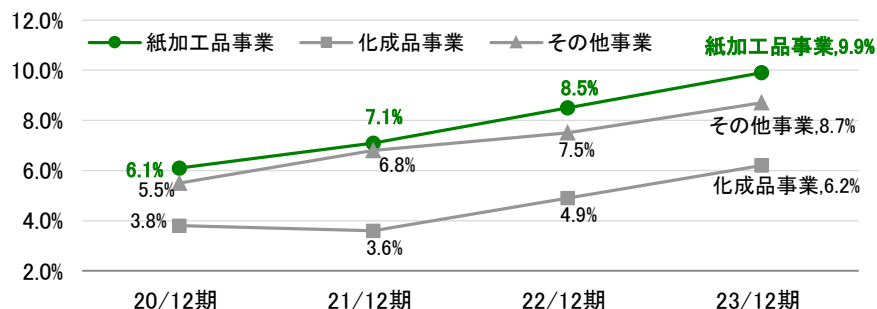
業界環境

- ◆ 全国百貨店売上は、22か月連続でプラス。なかでもラグジュアリーブランドを中心とした身の回り品と雑貨、化粧品が昨年比で二桁伸長。菓子はギフト需要が好調
(出典：一般社団法人日本百貨店協会)
- ◆ 日本人国内旅行消費額はコロナ禍以前に近づく
また訪日外国人数も回復傾向
- 2023年日本人国内旅行消費額(速報)
7-9月期 6兆2,899億円(2019年比△6.0% 前年比+15.7%)
(出典：国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」)

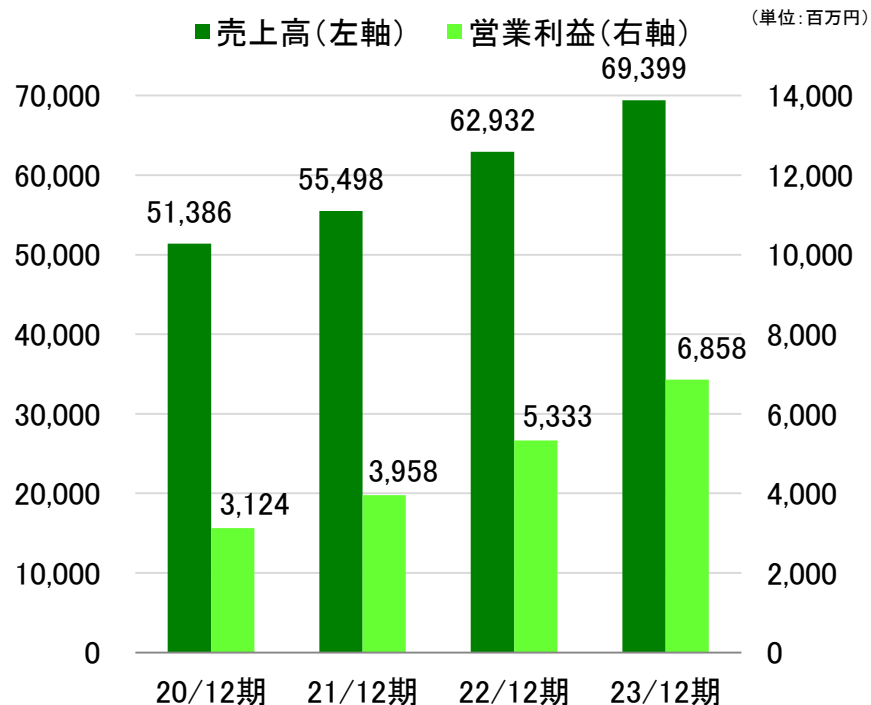
取り組み

- ◆ 機械設備投資および生産性向上による製造能力強化
- ◆ 環境に配慮した素材や加工方法の提案を積極的に展開

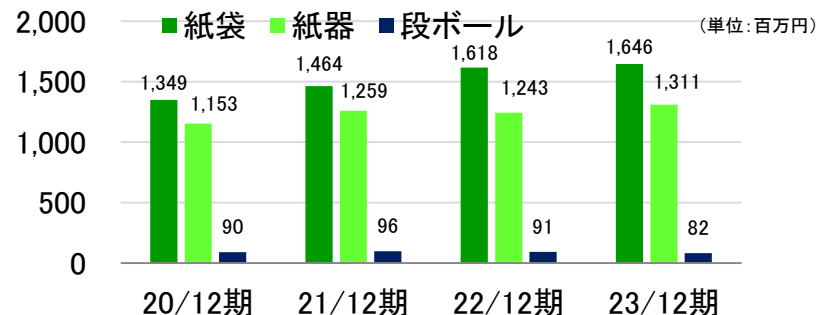
営業利益率の推移



売上高・営業利益の推移



品種別売上数量の推移



紙加工品事業(紙袋)

業界環境

- ◆ リアル店舗消費やイベントの復活により、持ち帰り袋の需要が回復
- ◆ 趣味・嗜好に関連する高価格帯商品向け紙袋のニーズが増加
- ◆ 環境意識の高まりを背景に、紙製手提げ袋のニーズが拡大
- ◆ EC市場では輸送効率の改善が課題となり、包装形態の多様化が進む

取り組み

- ◆ 自社工場における製造能力の向上、サプライチェーンの強化による安定供給
- ◆ 環境対応商品を中心とした高付加価値商品の提案強化
- ◆ 輸送効率や作業効率を改善する紙製宅配袋の開発および拡販に注力

開発製品の一例

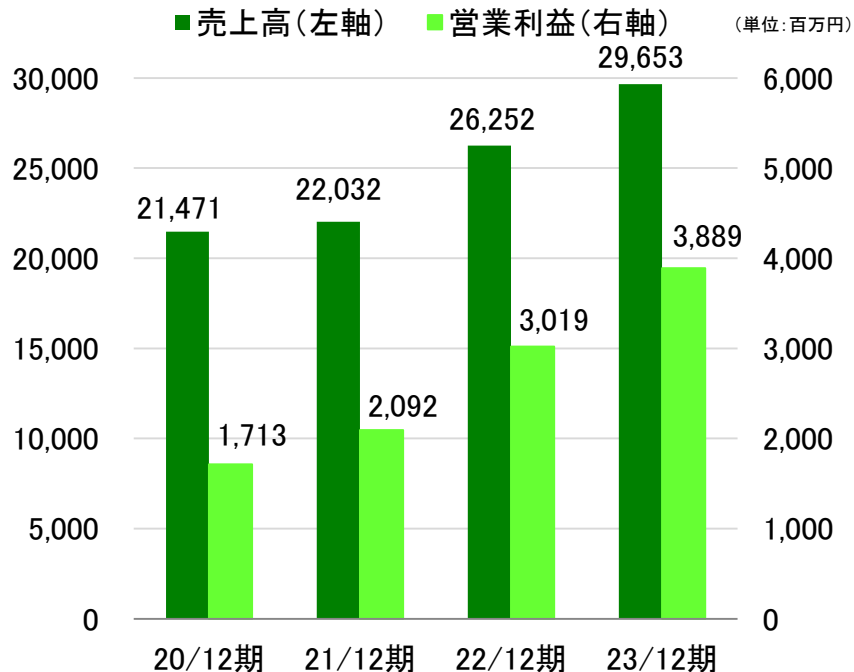


▲不要になった服を
混ぜ込んだ「古着混抄紙」

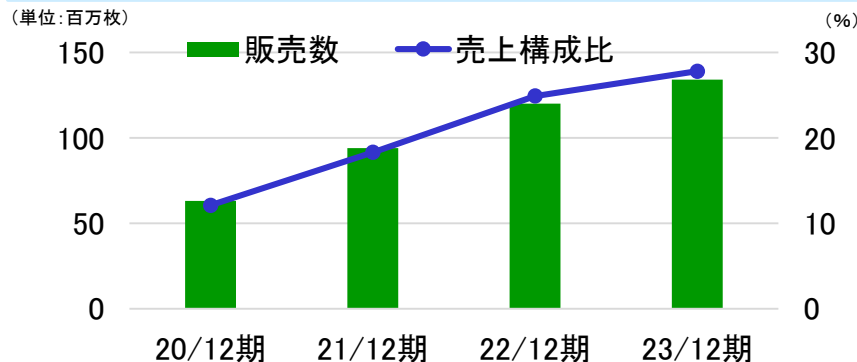


▲自動包装機対応「紙製宅配袋」

売上高・営業利益の推移



FSC®紙袋の販売数量と全紙袋に占める売上構成比推移



紙加工品事業(紙器)

業界環境

- ◆ 消費活動の活性化に伴い土産市場や食品市場での紙器の需要が増加
- ◆ イベント等の期間限定品やギフト需要に対応する高付加価値商品の紙器需要が高まる
- ◆ 人手不足を背景に、手作業の軽減や外部委託のニーズが増加
- ◆ 環境意識の高まりにより、紙製容器の需要が増大

取り組み

- ◆ 食品用紙製一次容器の拡販に向け、設備投資と併せて商品開発を強化
- ◆ パッケージの販売に加え、紙器の組立や商品詰め作業等の顧客の人手不足を補うサービスと併せた複合提案に注力
- ◆ 環境負荷が少ないプラスチックフリー実現のための加工方法を開発

開発製品の一例

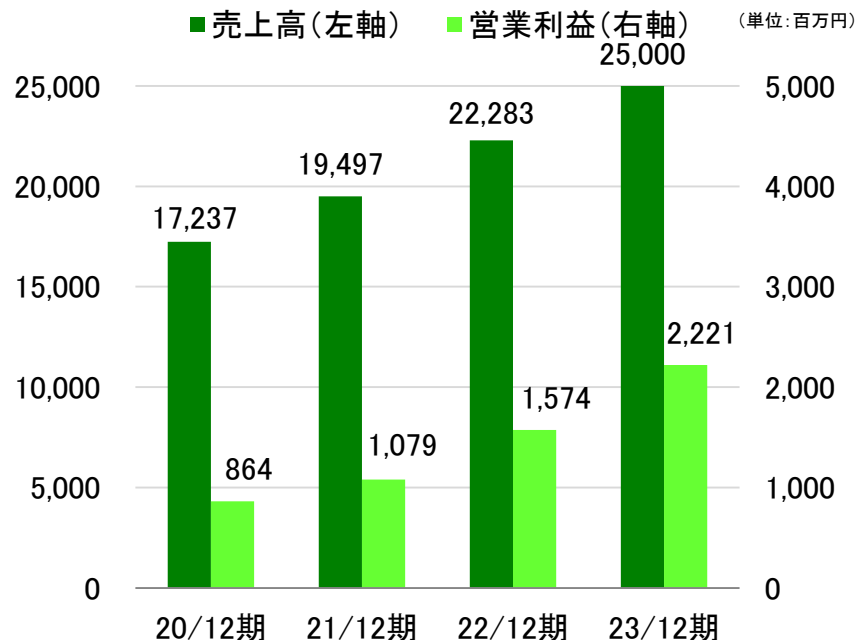
▶プラトレイ代替となる紙製トレイ。特殊構造により、トレイ形状を保持



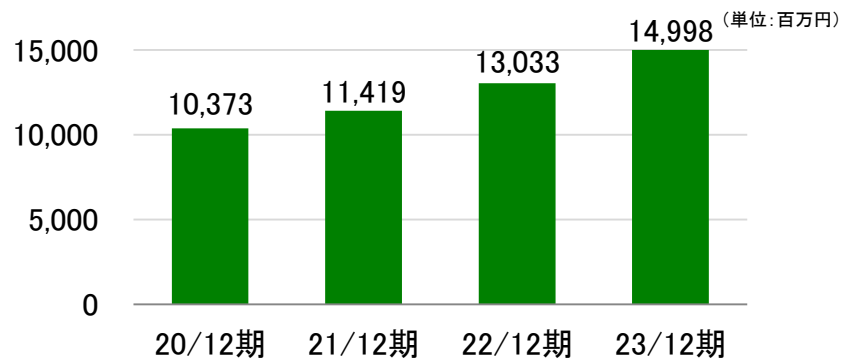
▶モールドのトレイに紙製のフタ材を貼り付けたパッケージ



売上高・営業利益の推移



食品市場向け紙器の売上推移



紙加工品事業(段ボール)

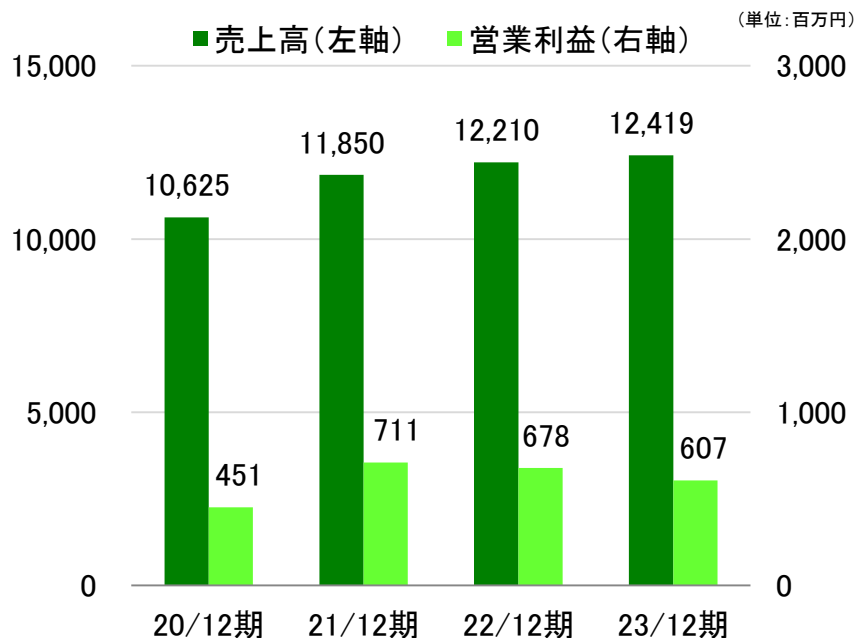
業界環境

- ◆ 大型家電等の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1-11月段ボール業界全体の生産量は前年比96.9%、電気機器・機械器具用は93.7%
(出典: 全国段ボール工業組合連合会「段ボール統計」)
- ◆ EC市場の拡大により、梱包現場における省人化や輸送効率改善に向けた提案ニーズが高まる

取り組み

- ◆ 配送効率改善に貢献するポスト投函可能な薄型配送箱の開発・提案を強化
- ◆ 強化段ボールや当社設計力を駆使した段ボール製緩衝材の提案・販売に注力
- ◆ フレキシ高精密印刷機を使った高付加価値商品の提案強化

売上高・営業利益の推移



▲国内最大級の段ボール加工商品
「超大型段ボール」



▲特殊な素材構成で、柔軟性と緩衝性を備えた
ALL紙製クッション付き封筒「CC-PACK®」



▲プラスチック製緩衝材に代わる
設計力を駆使し設計された段ボール製パッド



▲高精密フレキシ印刷機を使用し
印刷した配送段ボール

化成品事業

業界環境

- ◆ ライフケア市場において、フィルムの薄膜化、リサイクル、バイオマス材料の利用など環境対応パッケージの提案・開発要望が増加
- ◆ 環境意識の高まりにより、食品市場においてプラスチック使用量を削減する紙製軟包装への移行が進む

取り組み

- ◆ 環境負荷が低い最新の高精細フレキソ印刷機を導入し、美粧性の優れたパッケージを提供
- ◆ 当社独自の加工技術、蓄積したノウハウを駆使し、ライフケア市場・ペット用品市場に向けた提案を強化
- ◆ 紙を基材とした紙製軟包装の開発・拡販に注力
→2023年の売上は、前年比112.5%伸長

開発製品の一例

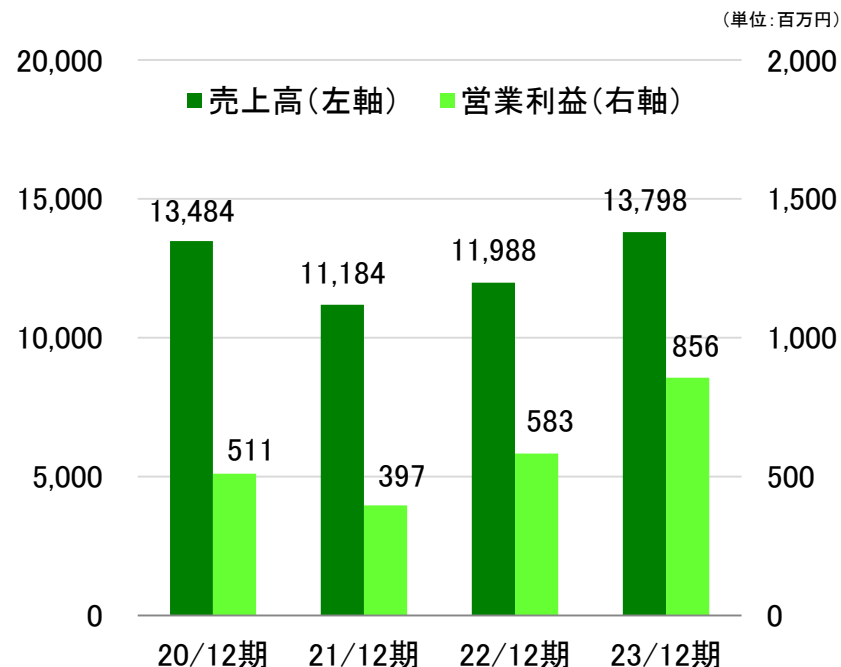


▲卵殻を活用した「エコカラシリーズ」フィルム

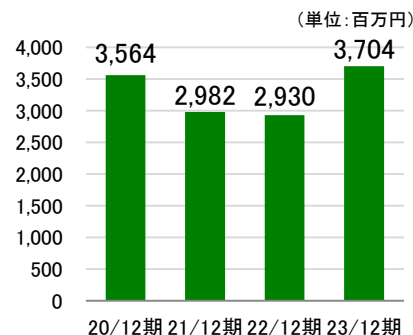


▲完全フィルムレスの
バリア機能付き紙製軟包装

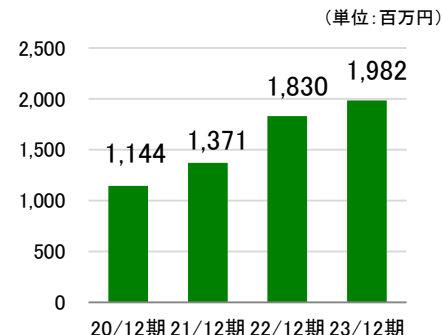
売上高・営業利益の推移



紙おむつ用外装袋の売上推移



軟包装の売上推移



その他事業

業界環境

- ◆ リアル店舗における消費が回復したことにより、ギフト用ラッピング資材のリニューアルが進む
- ◆ 環境意識の高まりを受け、リユース・アフターユース可能な縫製パッケージ(エコバッグやギフトラッピング)の導入が増加
- ◆ 百貨店の売上回復により、店舗で使用される用度品・事務用品の需要も回復

取り組み

- ◆ 再生素材や自然由来の素材を使用した環境負荷の低い縫製商品の提案を強化
- ◆ 百貨店・専門店向けPAS(Pack Assortment Service System)においては、物流効率を改善

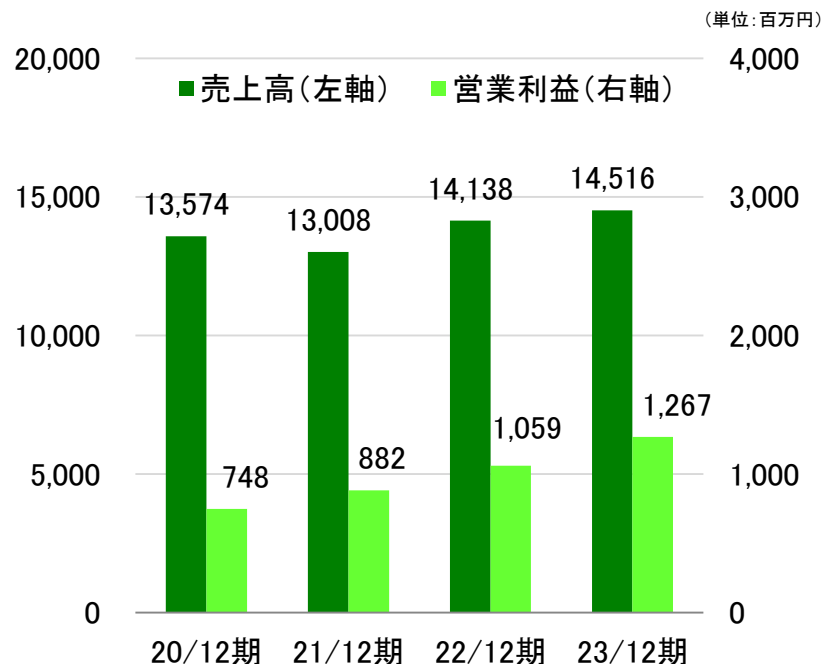
環境配慮型縫製商品の一例



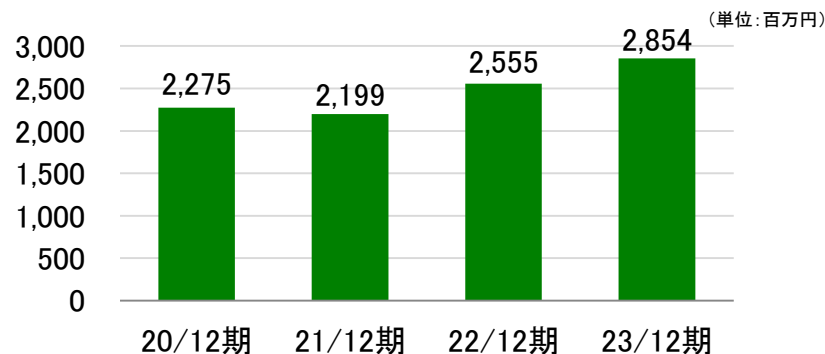
▲工場で発生したコットンやポリエステルなどの断裁くずなどをリサイクルした素材「リサイクルテロンコットン」

▲(中央)耐久性に優れ、洗えるクラフト紙を縫製したギフト資材
(右)紙の中に糸を折り込んだ特殊紙を縫製したギフト資材

売上高・営業利益の推移



縫製商品の売上高推移



貸借対照表

(単位:百万円)

		2022年12月期	2023年12月期
		実績	実績
資産		94,365	98,847
	流動資産	61,484	59,080
	固定資産	32,881	39,766
	有形固定資産	23,729	27,401
	無形固定資産	1,044	2,679
	投資その他の資産	8,106	9,685
負債		28,994	27,691
	流動負債	26,054	26,605
	固定負債	2,939	1,085
純資産		65,371	71,156
	株主資本	63,713	68,092
	その他の包括利益累計額	1,611	3,018
	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	2023年12月期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,380	4,443
税金等調整前当期純利益	5,925	7,941
減価償却費及び減損損失	2,315	2,082
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,762	△3,962
有形固定資産の取得による支出	△3,109	△5,581
無形固定資産の取得による支出	△433	△1,702
投資有価証券の取得による支出	△2,357	△36
投資有価証券の売却による収入	204	1
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,124	△1,407
配当金の支払額	△1,043	△1,334
現金及び現金同等物期末残高	18,653	17,812

- ◆ 退職一時金に備え退職給付信託を設定したことによる支出が発生
- ◆ 有形固定資産の取得による支出の増加は、本社の建替えおよび土地の取得を含む
- ◆ 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

2.2024年12月期業績予想



業績予想

過去最高の売上高、利益をさらに更新へ

(単位:百万円)

	2023年12月期	2024年12月期	
	実績	業績予想	前期比予想
売上高	97,714	101,000	3.4%
営業利益	7,743	8,100	4.6%
経常利益	8,063	8,400	4.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,652	6,400	13.2%
1株当たり当期純利益(円)	297.07	336.27	13.2%
1株あたり配当金(円)	90.00	118.00	31.1%

- ◆ 売上高は初めて1,000億円超の達成へ
- ◆ 紙器のラインアップを拡大し、紙袋と共に販売数量を伸ばしていく。環境負荷低減や、自然保護、人手不足などの社会課題を解決する提案を積極的に進め、増収増益を目指す

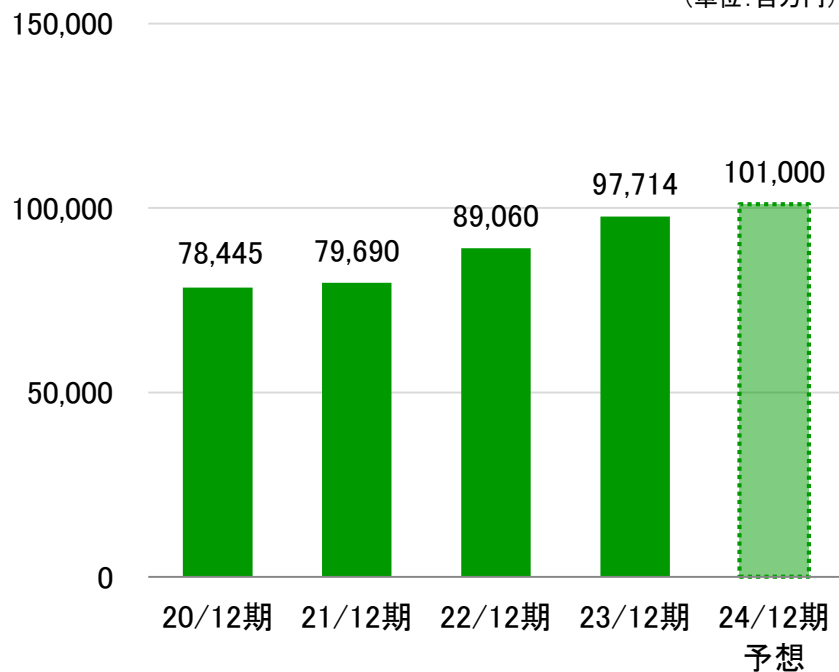
連結業績推移

(単位: 百万円)

	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期 予想
売上高	78,445	79,690	89,060	97,714	101,000
営業利益	3,275	4,144	5,972	7,743	8,100

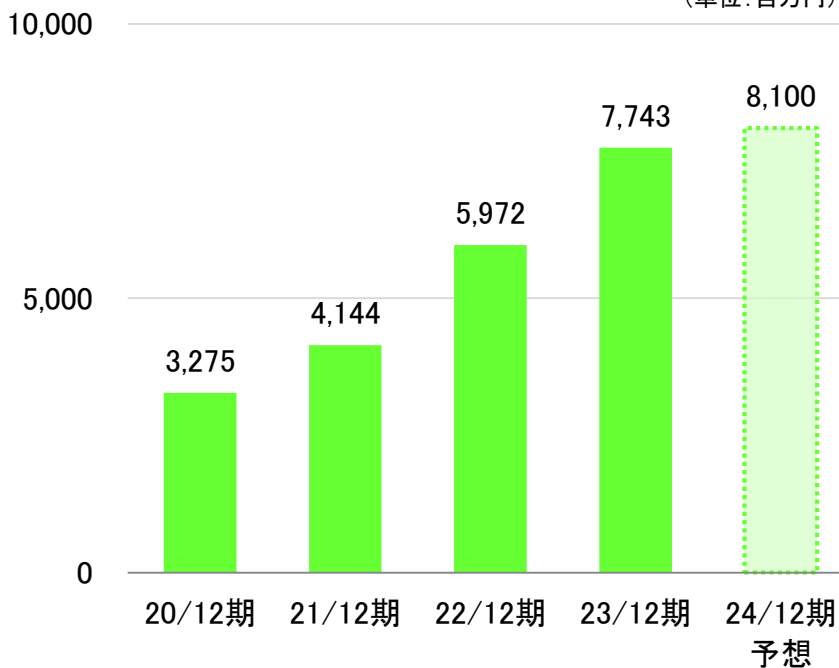
売上高の推移

(単位: 百万円)



営業利益の推移

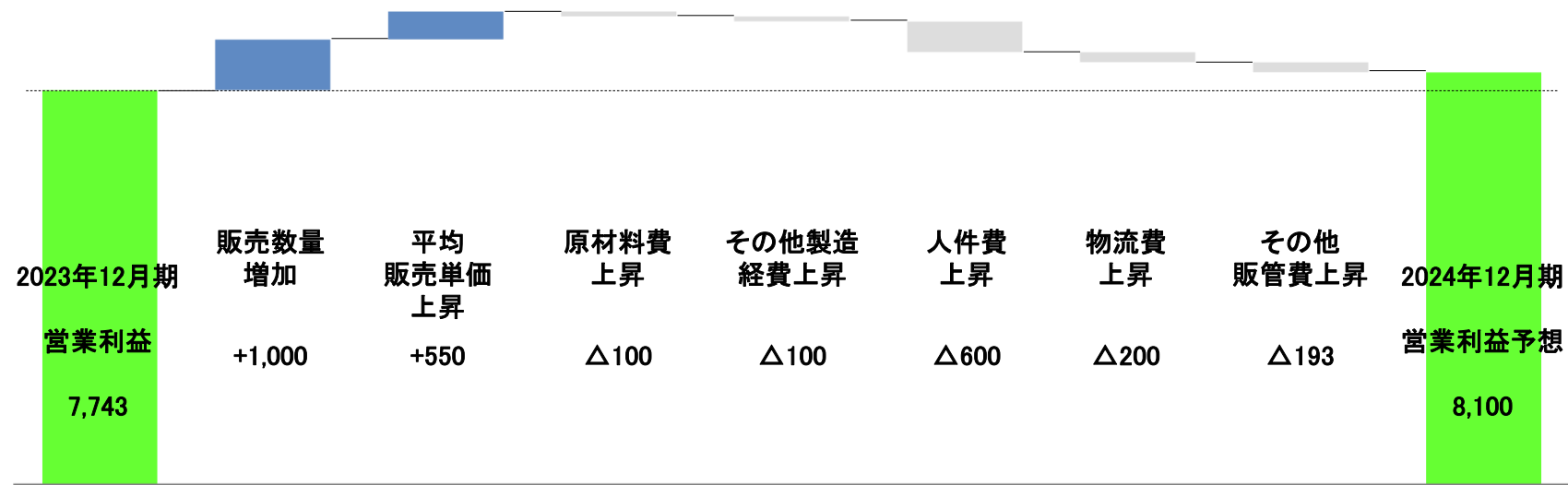
(単位: 百万円)



営業利益予想増減要因

主に紙加工品の販売数量増加により増益

(単位: 百万円)



- ◆ 提案型営業の強化により、紙加工品を中心とした販売数量が増加
- ◆ 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により、平均販売単価が上昇
- ◆ 人員の増強により人件費が増加

3.サステイナブル経営の進捗



サステイナブル経営の進捗

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
	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

2023年・2024年12月期の取り組み内容

2023年3月	新本社社屋の竣工
2023年4月～	サステナビリティ委員会を発足(◆委員長:代表取締役社長 山下英昭 ◆人員構成:4名 ◆2023年の開催回数:8) 【審議内容】サステナビリティ委員規程作成/TCFDに沿った開示の最終確認/CFP取り組みについての進捗確認/統合報告書の監督、サステナビリティ評価機関の対応/ザ・パックフォレスト®環境基金活動の拡大 等
2023年6月～	サステナビリティ情報・中期経営計画の社内浸透を目的に全従業員に冊子SHINKAを発刊(Vol.1～Vol.3まで発行済み) 社内コミュニケーションの活性化および社員への浸透度合いを計るためのアンケート機能を付け、現場の意見や理解度を把握するよう努めている
2023年9月	マテリアリティKPI策定
2024年3月(予定)	TCFDに沿った情報開示
2024年5月～6月(予定)	統合報告書・サステナビリティレポートの発行



サステイナブル経営の進捗

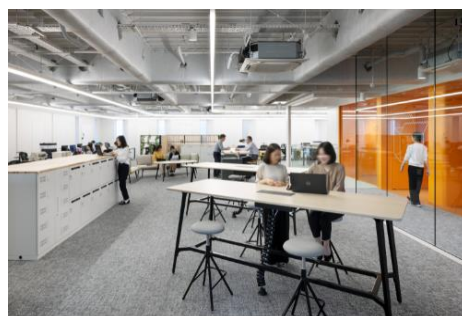
◆2023年3月、創業の地に本社社屋を竣工。脱炭素社会に向けた高い環境性能の確保と、周辺住宅地への配慮、ワークプレイスの快適性を重視して建築計画を実施。サステナビリティ経営を象徴する建物を実現

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 Sランク(最高評価)、CASBEEウェルネスオフィス Sランク(自主登録)>

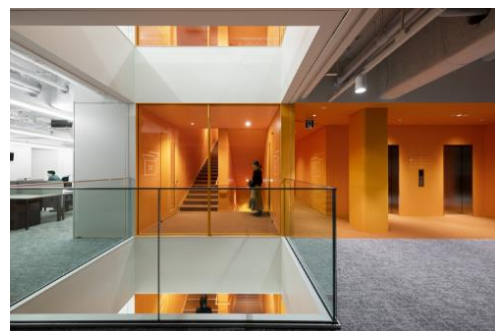
表彰履歴

- ・令和5年度おおさか環境にやさしい建築賞 事務所部門賞 受賞
- ・第57回日本サインデザイン賞(SDA) 銀賞 招待審査員賞(ボー・リンネマン賞) 受賞



環境配慮技術の採用

- ・「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照明の自動減光
- ・人員の増減(CO2濃度)に追従した全熱交換機の風量制御



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
- ・フリーアドレス、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

サステイナブル経営の進捗

「人を大切にし、人を育てる」人事施策

◆ 長期的な企業価値向上の視点から、社員の多様な働き方を支援し、モチベーション・エンゲージメントを高める各種人事施策を実施している

研修実施
(入社年、階層別、全社員向け)

タレントマネジメントシステム
運用拡大

定期昇給、ベースアップ、賞与増

社員持株会向け譲渡制限付株式
インセンティブ制度導入

女性活躍推進

男性育児休業等の取得推進

エンゲージメントサーベイ導入

社員の交流とコミュニケーションを
活性化させるサポート

※詳細はP.31 人的資本戦略の進捗をご確認ください

マテリアリティKPI策定

◆ 2023年9月にマテリアリティKPIを策定。2030年度までに達成する目標として、各部門で取り組みを継続中。 2023年の実績は以下の通り

主要テーマ	マテリアリティ	KPI	2023年実績
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	FSC®商品(紙袋・紙器・段ボール)の売上高※1 構成比を50%以上にする	12,155百万円 14.2%
	事業活動全体における環境負荷の低減	CO ₂ 排出量(Scope1+2)を 2018年度比で46%削減する	2024年5~6月頃発表予定
	自然保護と環境保全への貢献	ザ・パックフォレスト®環境基金活動の年間活動 回数を15回、参加人数を500人にする	年間活動回数9回、 参加人数253人
人を大切にし、人を育てる	社員が活躍できる多様な働き 方の推進	管理職(課長以上)に占める女性の割合を15% 以上にする	6.5%
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	ザ・パックフォレスト®環境基金の賛同社数※2を 300社にする	123社

※1売上高 = ザ・パック単体の紙加工品事業全体

※2売上実績のある会社数をカウント

(FSC® C020517)

4.中期経営計画の進捗



中期経営計画の上方修正について

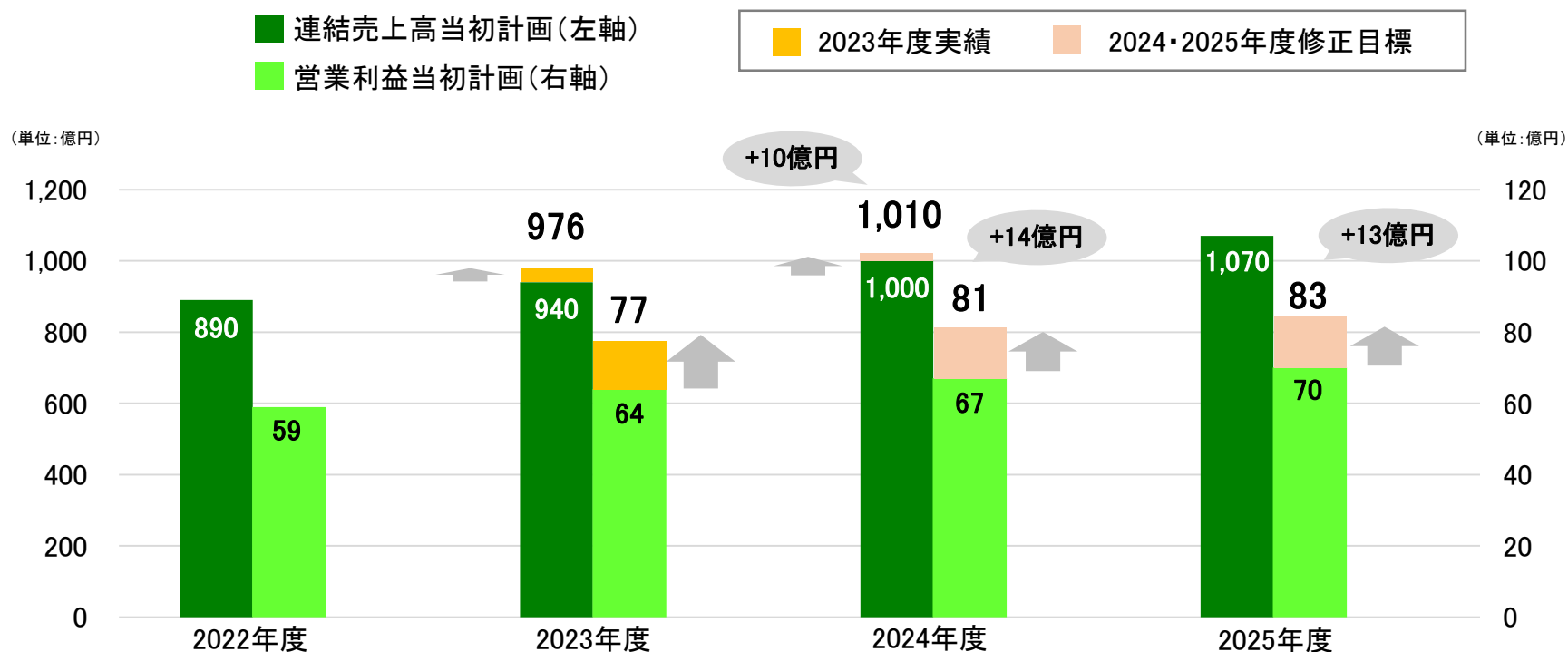
修正の背景

- ◆ 2023年12月期において下記の取り組みにより、2025年12月期営業利益目標を達成
 - ◇ 中期経営計画に掲げる各戦略・施策の実行により利益率を向上
 - ◇ 売上原価の上昇に対して、販売価格の適正化により利益の大幅な伸長

上方修正内容

2025年12月期目標 連結売上高 1,070億円 営業利益 83億円

中期経営計画目標(2023年度-2025年度)



中期経営計画の数値目標の進捗

概要

- ◆ 中期経営計画初年度は全市場・全品種において昨年度を上回る売上伸長
- ◇ 食品市場、一般流通小売他市場では2023年9月時の通期予想を超え拡大
- ◇ 主力品種の紙袋と紙器において大幅な増収

市場別数値目標(2023年度-2025年度)

(単位:億円)

	2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標	2023年度末 時点の進捗率
食品(*)	250	282	320	45.7%
EC／通販／物流(*)	140	147	180	17.5%
一般流通小売他	500	548	570	68.6%
合計	890	977	1,070	48.3%

(*) 中期経営計画における「食品」、「EC／通販／物流」市場は、顧客の業種に加え、商品の用途も考慮し区分

品種別数値目標(2023年度-2025年度)

(単位:億円)

	2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標	2023年度末 時点の進捗率
紙袋	265	297	315	64.0%
紙器	222	250	270	58.3%
段ボール	122	124	150	7.1%
化成品	119	138	145	73.1%
その他	162	168	190	21.4%
合計	890	977	1,070	48.3%

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年度実績	前期比
250	282	12.8%

進捗の概要

- ◆ 紙製容器の大きな需要に対し、開発力と提案力により新規開拓を中心に売上拡大
 - ◇ 商品ラインアップの拡充、製造能力と商品開発力の強化
 - ◇ 課題解決型のビジネスモデルを積極的に展開

◆ 食品一次容器の拡販、紙製トレイ・モールド容器などへの取り組み

(単位: 億円)

	2022年度実績	2023年度実績	前期比
食品市場での紙器全体	130.3	150.0	15.1%
内 食品一次容器	69.1	77.2	11.7%
食品市場での紙袋	66.3	76.9	16.0%

<食品一次容器の成長要因>

- ・地域や事業規模問わず全国的に拡販
- ・プラスチック容器から紙製容器への提案による新規受注の増加
- ・製造設備の増強および生産性改善による製造能力の向上

◆ 軟包装の拡販・複合販売

(単位: 億円)

※食品市場向けのみ	2022年度実績	2023年度実績	前期比
軟包装	12.0	13.3	10.8%

<軟包装の成長要因>

- ・複合販売としての軟包装需要の取り込み
- ・全国的な販売・供給体制の強化

完全フィルムレスのバリア機能付き紙製軟包装



◆ 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)

(単位: 億円)

※食品市場向けのみ	2022年度実績	2023年度実績	前期比
FSC®商品	40.6	50.3	23.9%
フォレスト対象商品	2.5	2.9	16.0%

◆ 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

- ・顧客拠点内の作業効率化への貢献
包装ライン作業改善と包装資材の改善との複合提案を推進
- ・サービスのワンストップ化の取り組み
包装資材に加え、箱の組立てや食品アソート作業など顧客の人員不足問題に向けたサービス提案を推進
2023年10月 神奈川県にセットアップ拠点稼働
→2024年度～ 生産性向上やエリア拡大を通じて事業化へ

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年度実績	前期比
140	147	5.0%

進捗の概要

- ◆ 多様化する需要に対応し、様々な製品・サービスで販売拡大
 - ◇ 商品ラインアップの拡充、製造能力と設計能力を強化
 - ◇ パッケージ販売に加え、自動化・省人化による課題解決への積極的な提案

◆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

(単位: 億円)

	2022年度実績	2023年度実績	前期比
紙製宅配袋	8.8	9.8	11.4%
その他宅配用資材	2.8	4.5	60.7%
(参考) 段ボール	122.1	124.2	1.7%

- ・EC(通販)市場において、従来の段ボールに加え紙製宅配袋、その
他宅配用資材(薄型配送箱等)の新規受注増
- ・物流2024年問題や梱包作業効率を背景に宅配袋の需要は高まると
見込まれ、製造能力の拡大を推進

◆重量物対応の強化段ボールのさらなる拡販

(単位: 億円)

	2022年度実績	2023年度実績	前期比
強化段ボール	9.7	9.8	1.0%

2023年度1-6月と同様、輸出需要鈍化、原材料価格上昇の中での競争激化という状況下で、「自社内での設計提案能力」の価値を活かした販売活動により、市場別売上を維持

◆自動梱包向けの素材・加工の開発、および拡販

- ・顧客の環境に合わせた自動梱包システムの積極的な提案
- ・顧客のニーズに合わせた自動梱包機および素材の開発
プラスチックフィルムを使用しない熱シールコーティングの開発中



紙製配送袋 自動包装機



紙製配送袋 仕上がりイメージ

◆得意先での省人化に貢献できる提案販売の強化

- ・包装ラインの自動化設備・作業改善提案
を推進
- ・箱組作業の時間短縮を可能にする
「ジグクイック」の開発(商標出願済)



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年度実績	前期比
500	548	9.6%

進捗の概要

- ◆市場における需要増や事業環境の変化に対応した提案型営業が奏功
 - ◇紙袋において大幅な売上伸長
 - ◇アパレル市場・ライフケア市場での売上拡大

◆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

(単位: 億円)

一般流通小売市場、 他市場	2022年度実績	2023年度実績	前期比
紙袋	131.0	153.0	16.8%
化成品	70.8	81.6	15.3%

<紙袋の成長要因>

- ・専門店大手・量販店において持ち帰り袋の紙化が進行
- ・サプライチェーンの整備、製造能力向上による受注およびシェア拡大
- ・様々な顧客ニーズに対し、最適な仕様を提案

◆3R(Recycle Reuse Reduce)に合致した商品販売

- ・顧客由来の廃棄物をパッケージへ再利用する取り組み
 - 紙製品 オリジナルの混抄紙の開発・紙袋への利用
 - プラスチック製品 廃棄物からプラスチックバッグの製造



不要になった服生地を混ぜ込んだ「古着混抄紙」

- ・リユースを促進する縫製商品の積極提案・販売拡大

◆ASEANにおける販路の開拓

- ・グローバル企業の顧客とアジア地域の商権獲得を推進
- ・各地域に最適なサプライチェーンの構築

◆お客様とともに社会貢献を推進

ザ・パックフォレスト®環境基金活動

2023年の実績:

- ・森林保全活動=9件実施 内6件はお客様との協働
(参加いただいたお客様: のべ9社 65名様)
植林本数828本、CO2吸収量(概算)5.2トン

- ・新しい植林地として長野県の活動地の契約を締結し、森林保全活動(植樹)を実施



今後の計画:

- ・マテリアリティKPIの2030年目標「ザ・パックフォレスト®環境基金活動の年間活動回数を15回、参加人数を500人」の達成に向け2024年、2025年に各1か所の植林地の追加
- ・海岸や河川の保全・回復の視点から、河川でのゴミ拾い活動も検討

人的資本戦略の進捗

概要

- ◆ 成長を支える人材の確保と価値最大化を目指した各施策の実施
 - ◇ マテリアリティ(重要課題)・KPIとの連動
 - ◇ ストレスチェックやエンゲージメントサーベイの活用

多様な人材の確保

- ・キャリア採用の強化
2022年度 23名採用 → 2023年度 35名採用
- ・採用機会の拡大
リファラル・カムバック採用 2023年度 15名採用
- ・女性活躍推進

	2022年度 実績	2023年度 実績	2025年度 目標
正社員に占める 女性の割合	22.2%	22.9%	25.0%
管理職(課長以上) に占める女性の割合	9.6%	8.8%	10.0%

※中期経営計画での目標数値は連結ベース

働く環境の整備

- ・テレワークを平時にも導入するための規程の改定
- ・男性育児休業等の取得推進 2023年度 10名の取得者

従業員エンゲージメントの向上

- ・適正な賃金体系、福利厚生の実施
平均5.01%の賃上げの実現
- ・持株会への加入による経営参画意識の向上
社員持株会向け譲渡制限付株式インセンティブの実施
- ・社員の交流とコミュニケーションの活性化
社内コミュニケーション推進のため、社員同士の親睦会を支援
- ・ストレスチェック、エンゲージメントサーベイの実施
調査結果を基に、2024年度に高ストレスの軽減や働きがいを高める施策を実施

人材育成

- ・新たに導入した研修を含む、様々な階層に応じた教育プログラムの実施
- ・全役員・全社員(700人)向けDX研修の実施
2023年度実績: 非IT専門職のマインド醸成・DX人材の発掘プログラム
→2024年度は、発掘人材の育成・成果創出の為のプログラムを開始

人員計画

	2022年度 実績	2023年度 実績	2023年度末 時点の進捗率	2025年度 計画
正社員・契約社員・パート 含む全従業員数	1,797名	1,836名	31.7%	1,920名

製造部門のオペレーター増員が製造能力拡大に寄与
→2024年度以降は全部門に対して増員を計画

財務戦略の進捗①「積極的な投資」

概要

- ◆ 成長性と企業価値向上を目指した各施策の実行
 - ◇ 紙器・紙袋を中心とした設備増強
 - ◇ 企業価値の向上への投資

設備投資

(単位: 億円)

		当初計画 (23~25年)	2023年度 実績	2024~ 2025年度 計画
戦略投資	紙器製造能力増強	20.0	7.9	16.6
	紙袋製造能力増強	30.0	7.8	20.7
	合理化・省人化	11.0	1.2	9.6
	省エネ・省資源	2.0	0.4	1.5
	その他	2.0	0.1	0.8
	戦略投資 計	65.0	17.4	49.2
工場設備維持他		20.0	5.6	12.0
土地取得	大阪工場近隣工場用地	-	19.0	-
	東京工場隣接工場用地	-	3.8	-
本社建替			10.0	-
合計		85.0	55.8	61.2

・2023年度 戦略投資 実績

紙器 食品容器製造能力向上
EC用資材ラインアップ拡大
紙袋 製造能力向上
合理化・省人化

・2024~25年度 戦略投資 計画

紙器 紙器全般製造能力向上
商品ラインアップ拡大
合理化・省人化
紙袋 製造能力向上

M&A

・コアビジネスの拡充、事業領域の拡大の両面で調査・検討中

基幹システム刷新

・2025年度の基幹システム刷新に向けた投資
業務や経営の効率化とともに経営資源の最適化を推進

2023年度投資実績 13億円
2024年度投資計画 10億円

・2024年以降、マネジメントやサービス品質の向上を目的とした営業
活動支援システム構築開始

人的投資

・2023年度実績 9.8億円
・人材育成＋採用 0.6億円
・増員＋賃上げ 9.2億円

・2024年度も積極的に人的投資を行う計画

財務戦略の進捗②「株主還元のさらなる充実」

概要

- ◆投資家・株主との対話、および取締役会等における継続的な検討を通して、より一層の企業価値向上を目指す
- ◆資本収益性指標として、引き続きROEとROICの8%以上を維持するとともに、株主還元としては配当性向を引き上げ、自社株買いを実施することで総還元性向50%を目指す

当初計画

修正計画

◆配当性向

30%以上を維持

2023年度実績 30%
2024年度～2025年度 35%以上を維持

◆自社株買い

機動的な自社株買い

2023年度実績 無し
2024年度～2025年度 各々年間10億円を
上限とする自社株買い

◆総還元額 および 総還元性向

40億円
(2023年度～2025年度合計)

80億円	【内訳】	【配当】	【自社株買い】	【総還元性向】
	2023年度実績	17億円	無し	30%
	2024年度	22億円	上限10億円	50%
	2025年度	22億円	上限10億円	50%

5.参考資料



会社概要

商号	ザ・パック株式会社（英文: THEPACKCORPORATION）
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1,183名（単体840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ァイデリティ 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）6.61%、自社取引先持株会6.56%、日本カस्टディ銀行（信託 口）4.73%、日本カस्टディ銀行（信託口4）4.60%、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）3.26%、大王製紙3.01%、三菱UFJ銀行2.60%

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

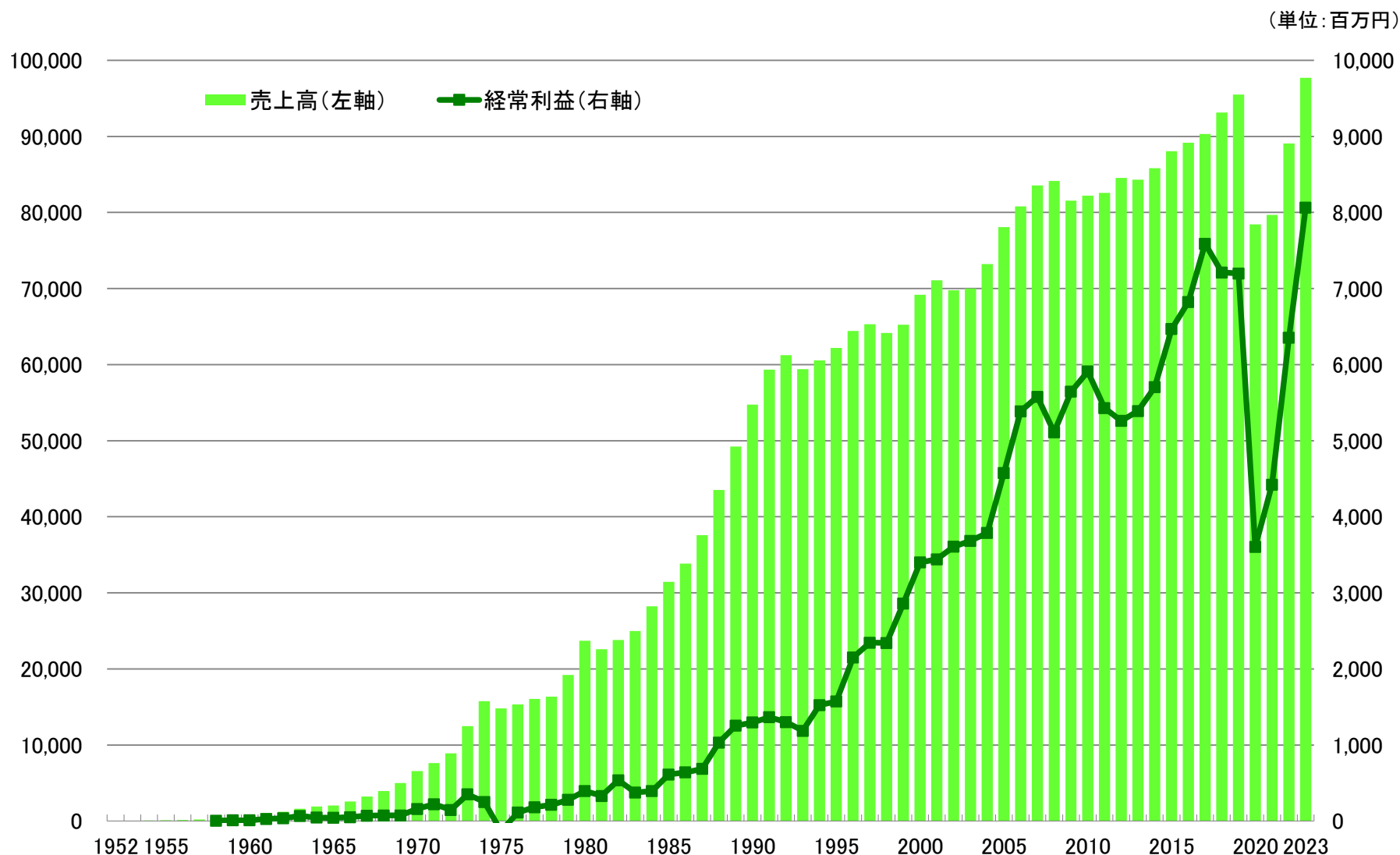


米国連結子会社

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)-2023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

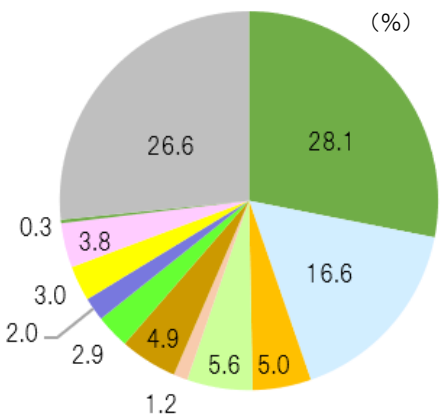


糊

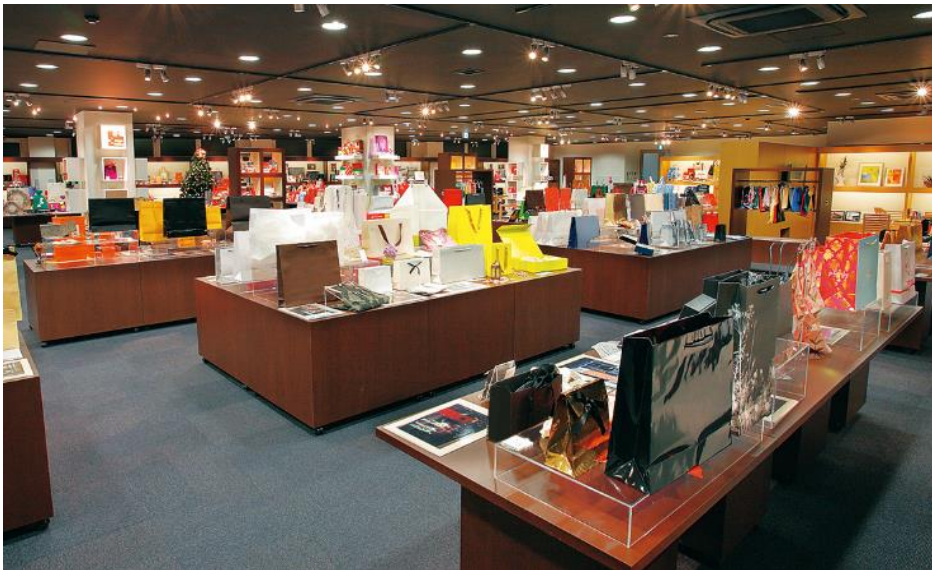
その他
部材

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 ■ スーパー・ドラッグストア ■ 医薬品・化粧品 ■ ライフケア ■ アパレル ■ コンビニ ■ EC(通販) ■ 自動車 ■ 百貨店 ■ 医薬品・化粧品 ■ 雑貨 ■ その他  食品産業  生活産業 2023年12月期 (%)  <table border="1"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>割合 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>食品</td> <td>28.1</td> </tr> <tr> <td>スーパー・ドラッグストア</td> <td>16.6</td> </tr> <tr> <td>医薬品・化粧品</td> <td>26.6</td> </tr> <tr> <td>ライフケア</td> <td>3.8</td> </tr> <tr> <td>自動車</td> <td>5.6</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>2.0</td> </tr> <tr> <td>アパレル</td> <td>3.0</td> </tr> <tr> <td>コンビニ</td> <td>2.9</td> </tr> <tr> <td>EC(通販)</td> <td>4.9</td> </tr> <tr> <td>百貨店</td> <td>1.2</td> </tr> <tr> <td>医薬品・化粧品</td> <td>5.0</td> </tr> <tr> <td>雑貨</td> <td>0.3</td> </tr> </tbody> </table>	業種	割合 (%)	食品	28.1	スーパー・ドラッグストア	16.6	医薬品・化粧品	26.6	ライフケア	3.8	自動車	5.6	その他	2.0	アパレル	3.0	コンビニ	2.9	EC(通販)	4.9	百貨店	1.2	医薬品・化粧品	5.0	雑貨	0.3
業種	割合 (%)																										
食品	28.1																										
スーパー・ドラッグストア	16.6																										
医薬品・化粧品	26.6																										
ライフケア	3.8																										
自動車	5.6																										
その他	2.0																										
アパレル	3.0																										
コンビニ	2.9																										
EC(通販)	4.9																										
百貨店	1.2																										
医薬品・化粧品	5.0																										
雑貨	0.3																										

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

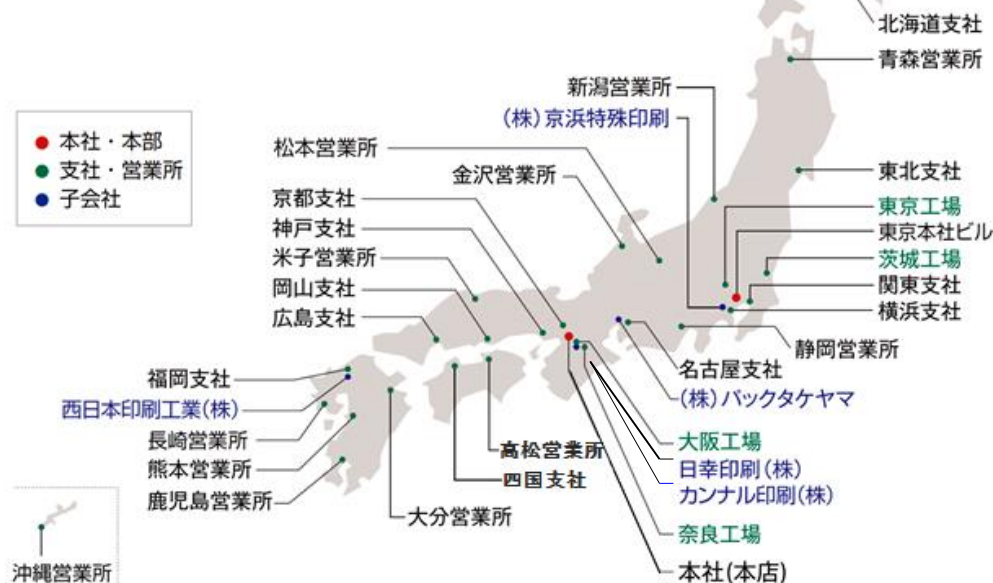
ザ・パックの強み(3)

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

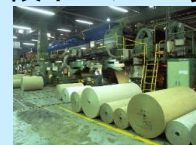
印刷工場



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>

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(大原工場、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%] 本社・営業全体 445t [前年度比±0%] 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%] 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><tr><td></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

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

※2022年実績

※2022年実績

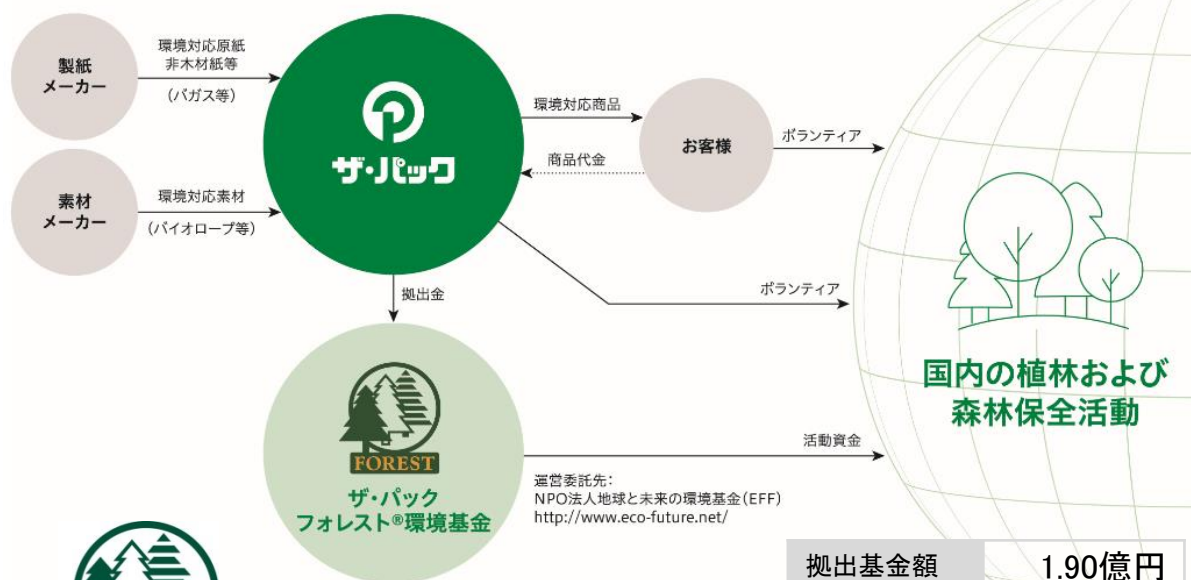
ESGへの取り組み(2)

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	1.90億円
植樹本数	21,906本
参加者合計	7,328人
植樹面積	18.51Ha
CO ₂ 吸収量	1,973.47t

(2023年12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

- ◆ 「環境教育」の一環として、東大阪市と協働し小学校で「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可能

SDGsとの 関連性

注意事項

本資料は、2023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2023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