



ザ・パック株式会社

**2024年12月期第2四半期
決算説明資料**

2024年9月2日

目次

トピックス	P. 2
1. 2024年12月期第2四半期 決算実績	P. 3
2. 2024年12月期 業績予想	P.18
3. サステイナブル経営の進捗	P.22
4. 中期経営計画の進捗	P.27
5. 参考資料	P.35

トピックス

- ◆国内消費の回復、底堅い設備投資やインバウンド需要等が景気を下支えする一方で、エネルギー価格の上昇および円安による輸入物価の高騰、さらには賃上げの伸びが物価上昇に追いつかない状況が長引き、今後の消費活動には不透明感が残る
- ◆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を更新。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、食品市場向け商材を中心に売上・利益を牽引
- ◆設備投資や拡販に向けた施策実行、DX研修をはじめとする人材育成プログラムを拡充
- ◆ステークホルダーとのコミュニケーション深化を図るべく、初の統合報告書を発刊

1.2024年12月期第2四半期 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を更新

(単位:百万円)

	2023年12月期 第2四半期	2024年12月期 第2四半期	
	実績	実績	前期比
売上高	44,878	46,617	3.9%
営業利益	2,976	3,525	18.4%
経常利益	3,147	3,662	16.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,133	2,999	40.6%
1株あたり四半期純利益(円)	112.16	157.69	40.6%
1株あたり配当金(円)	35.0	52.0	48.6%

- ◆ 環境対応や機能性を付与した高付加価値商品の提案が功を奏し、利益率を大幅に改善
- ◆ 紙袋・紙器を中心に紙加工品が伸長し、売上・利益ともに牽引
- ◆ 政策保有株の一部売却による特別利益を計上

セグメント別実績

(単位:百万円)

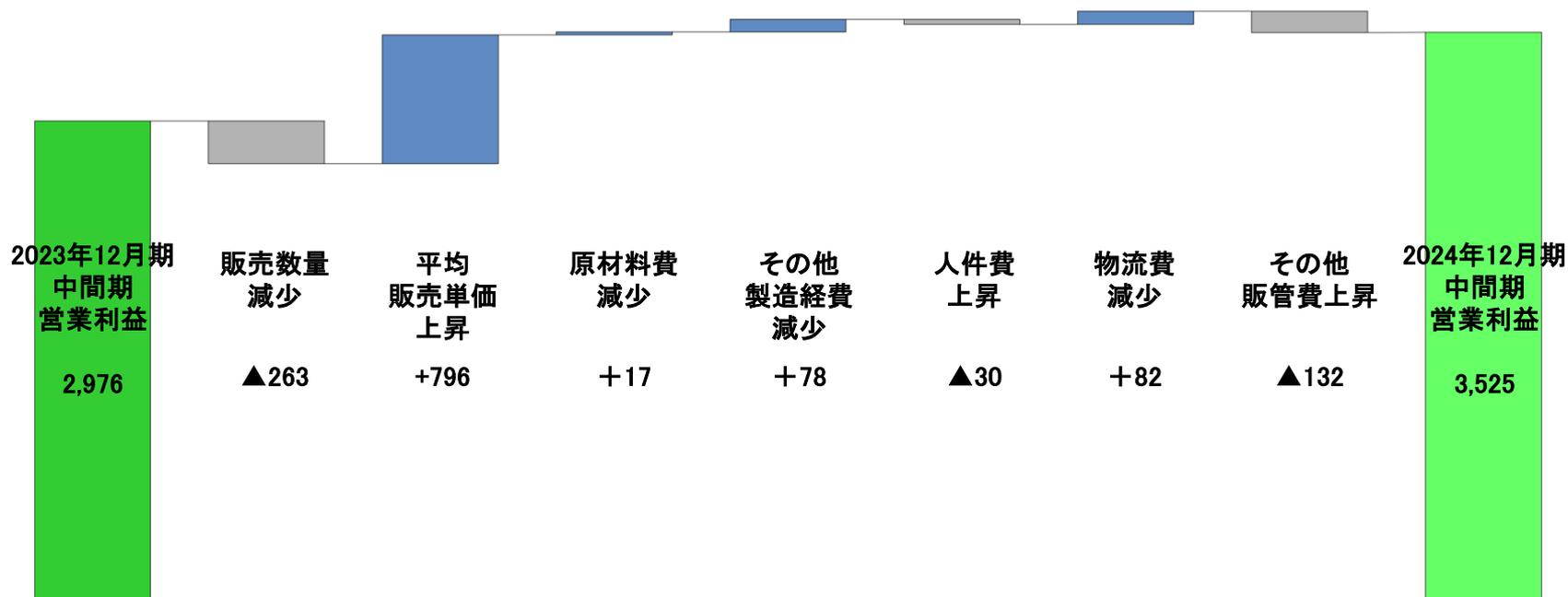
	2023年12月期第2四半期		2024年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	44,878	100.0%	46,617	100.0%	3.9%
紙加工品事業	31,734	70.7%	33,322	71.5%	5.0%
紙袋	12,993	29.0%	14,279	30.6%	9.9%
紙器	11,262	25.1%	12,120	26.0%	7.6%
段ボール	6,343	14.1%	5,926	12.7%	△6.6%
印刷	1,135	2.5%	995	2.2%	△12.3%
化成品事業	6,654	14.8%	6,347	13.6%	△4.6%
その他	6,489	14.5%	6,947	14.9%	7.1%
営業利益	2,976	100.0%	3,525	100.0%	18.4%
紙加工品事業	2,715	91.2%	3,164	89.8%	16.5%
化成品事業	288	9.7%	403	11.5%	39.7%
その他	485	16.3%	519	14.7%	7.1%
調整額	△513	△17.2%	△562	△16.0%	-

- ◆ 紙加工品事業では、紙袋と紙器を中心に食品市場向け商材の販売が好調で増収増益
- ◆ 段ボールは海外向け商品の生産調整や通販市場向けパッケージの他素材への仕様変更により減少
- ◆ その他事業は、ギフトラッピング資材等の高価格帯商品の販売が堅調に推移

営業利益増減要因

平均販売単価上昇により、営業利益増加

(単位:百万円)

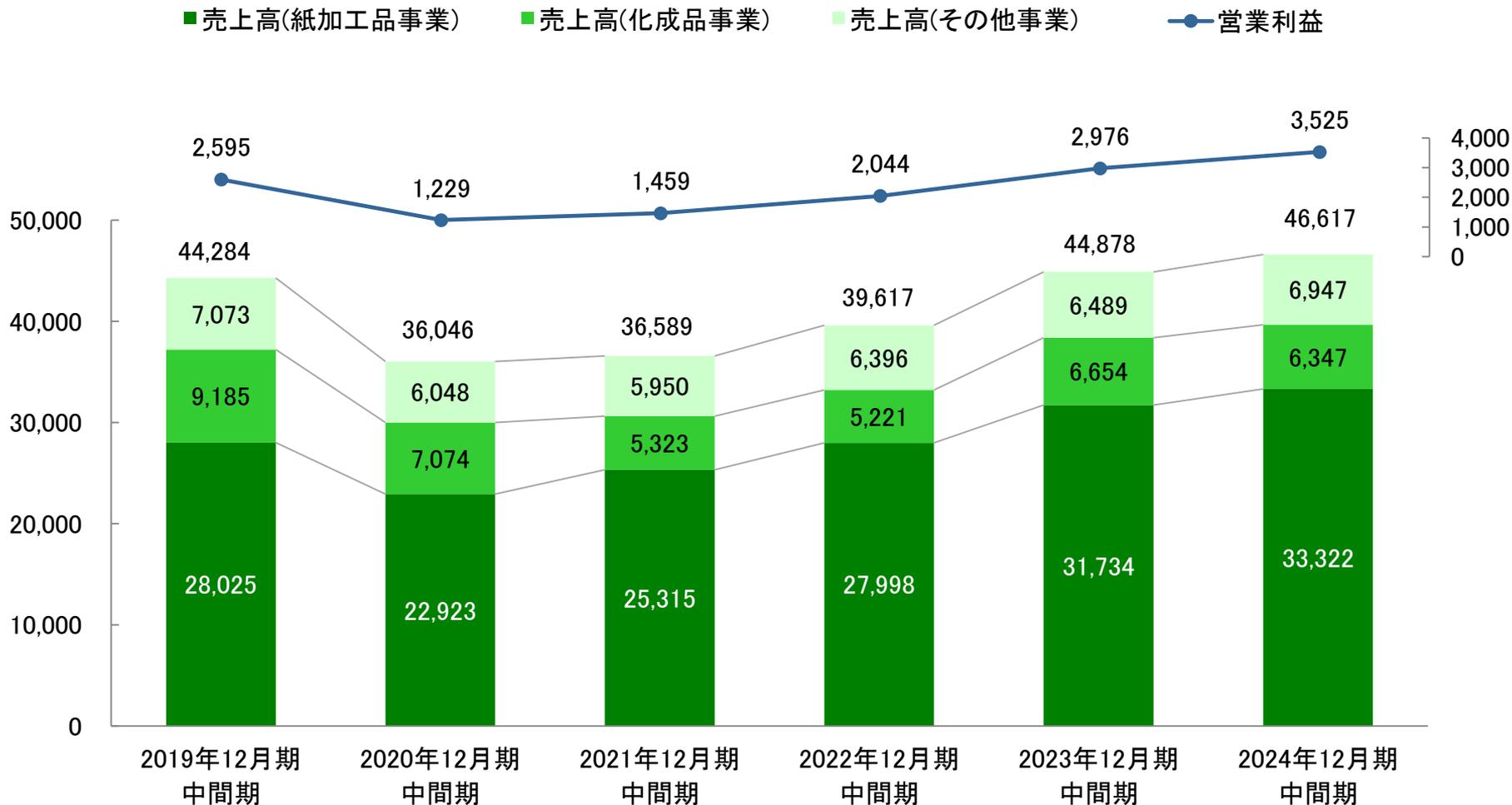


- ◆ 化成品パッケージ等の販売数量が微減
- ◆ 価格の適正化、高付加価値商品の販売推進により平均販売単価が上昇(紙袋は9.5%、紙器は2.7%、段ボールは8.9%、ポリ袋は2.0%上昇)
- ◆ 物流費の減少は、輸送効率改善によるもの
- ◆ その他販管費上昇は人材育成や、試作研究等の営業推進関連費用の増加によるもの

セグメント別実績の推移

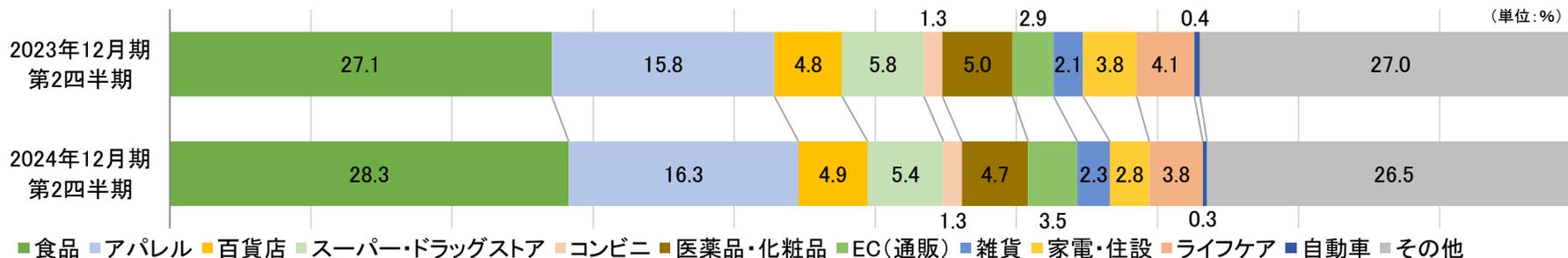
売上高・営業利益は過去最高を更新(中間期)

(単位:百万円)



売上高構成

業種別売上高



	2023年12月期第2四半期		2024年12月期第2四半期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
(単位: 百万円)					
食品	12,156	27.1%	13,201	28.3%	8.6%
アパレル	7,087	15.8%	7,620	16.3%	7.5%
百貨店	2,159	4.8%	2,292	4.9%	6.2%
スーパー・ドラッグストア	2,617	5.8%	2,507	5.4%	△4.2%
コンビニ	564	1.3%	597	1.3%	5.9%
医薬品・化粧品	2,237	5.0%	2,203	4.7%	△1.5%
EC(通販) ※	1,300	2.9%	1,616	3.5%	24.3%
雑貨	926	2.1%	1,058	2.3%	14.3%
家電・住設	1,701	3.8%	1,291	2.8%	△24.1%
ライフケア	1,859	4.1%	1,755	3.8%	△5.6%
自動車	164	0.4%	144	0.3%	△12.2%
その他	12,102	27.0%	12,333	26.5%	1.9%

- ◆ 食品は、土産市場向けパッケージや外食産業のテイクアウト用パッケージの販売が好調
- ◆ アパレルは、リアル店舗向けおよびEC配送用パッケージの販売が好調
- ◆ 百貨店は、個人消費やインバウンド需要の回復を背景に、堅調に推移
- ◆ コンビニは、食品用パッケージの販売が好調
- ◆ ECは、紙製宅配袋、その他配送用パッケージの新規受注により売上が好調
- ◆ 雑貨はギフト用パッケージの販売が好調
- ◆ ライフケアと家電・住設は、海外市場向けパッケージの需要が減少

※「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、入店客数は、28か月連続でプラスインバウンド(免税売上)と高付加価値商材が活況
衣料品、身の回り品、雑貨の売上が牽引
食品では菓子がギフトやインバウンド需要で増加

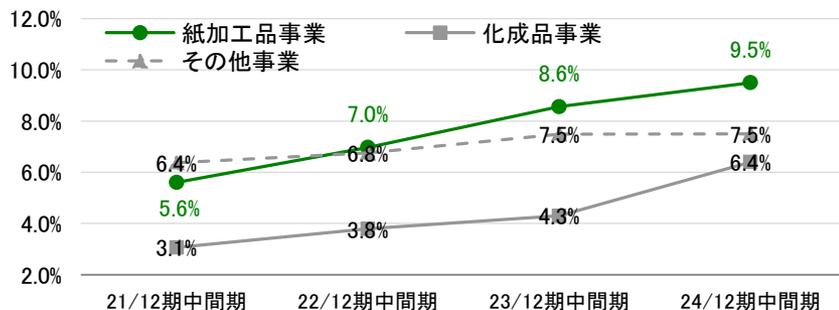
(出典:一般社団法人日本百貨店協会)

- ◆ ネットショッピングの支出額は、二人以上の世帯において1~6月まで連続で対昨年を上回り過去最多
6月単月では5.1%増加 (出典:総務省統計局「家計消費状況調査」)

取り組み

- ◆ 機械設備投資および生産性向上
- ◆ 幅広い市場ニーズをカバーするプロダクトの多様化
- ◆ 環境に配慮した素材や加工方法の提案を積極的に展開
- ◆ 複合販売の強化

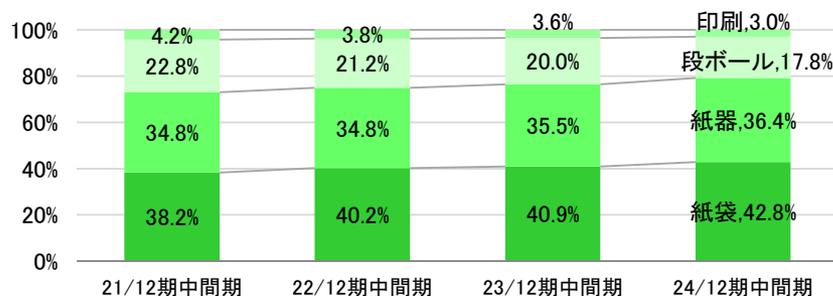
営業利益率の推移



売上高・営業利益の推移



売上高構成比の推移



紙加工品事業(紙袋)

業界環境

- ◆ 業界内の競争激化や消費者マインド低下の懸念から、価値提供力の強化が課題となっている
→高付加価値仕様への移行ニーズが増加
- ◆ 環境対応の社会的要請が強まる
- ◆ 物販系分野のECは浸透。物流の2024年問題を背景に、輸送効率の改善、人材確保が課題となり、物流・梱包システムの見直しが進行

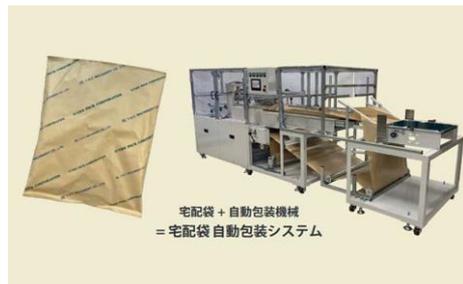
取り組み

- ◆ 自社工場における生産能力・技術の向上、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」

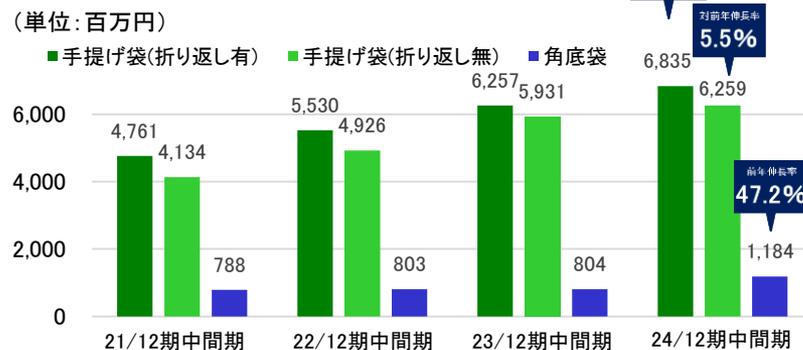


▲自動包装機対応「紙製宅配袋」

売上高・営業利益の推移



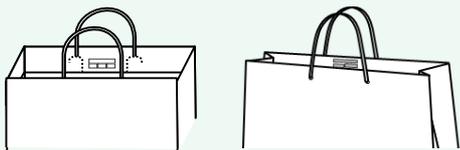
手提げ袋品種別売上高推移



【参考】紙袋の品種一例

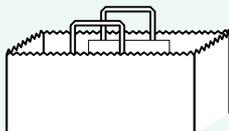
■手提げ袋(折り返し有り)

袋上部が折り返しになっている袋。
折り返すことで袋が丈夫になる為
再利用していただける可能性が高い



■手提げ袋(折り返し無し)

袋上部の天面がギザ刃でカットされている袋。大量生産に向いており、コストメリットが高い



■角底袋・平袋

宅配や食品一次包装用途で使用されることが多い。用途に応じて両面テープを付けることや耐油機能を付与することが可能



紙加工品事業(紙器)

業界環境

- ◆ 本格的な人流の回復に伴い、ファストフードをはじめとした外食産業が好調。各社デリバリーやテイクアウトを強化
- ◆ 人手不足への対応として、紙器の組立や商品セットアップ等の手作業の外部委託が増加
- ◆ 環境対応の社会的要請が強まり、脱プラスチック包装が進行

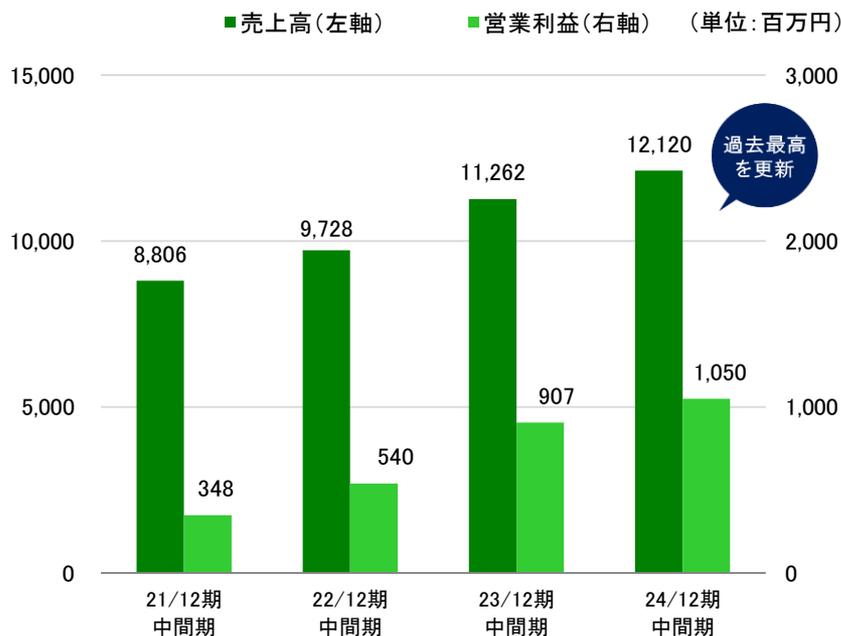
取り組み

- ◆ 中食市場に向け食品用紙製一次容器の拡販、設備投資と併せて商品開発を強化(脱フッ素加工等)
- ◆ パッケージの販売に加え、紙器の組立て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

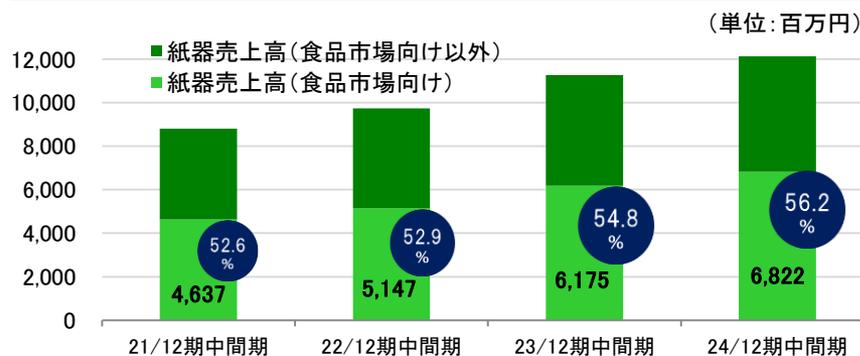
開発製品の一例



売上高・営業利益の推移



食品市場向け売上高・構成比推移



紙加工品事業(段ボール)

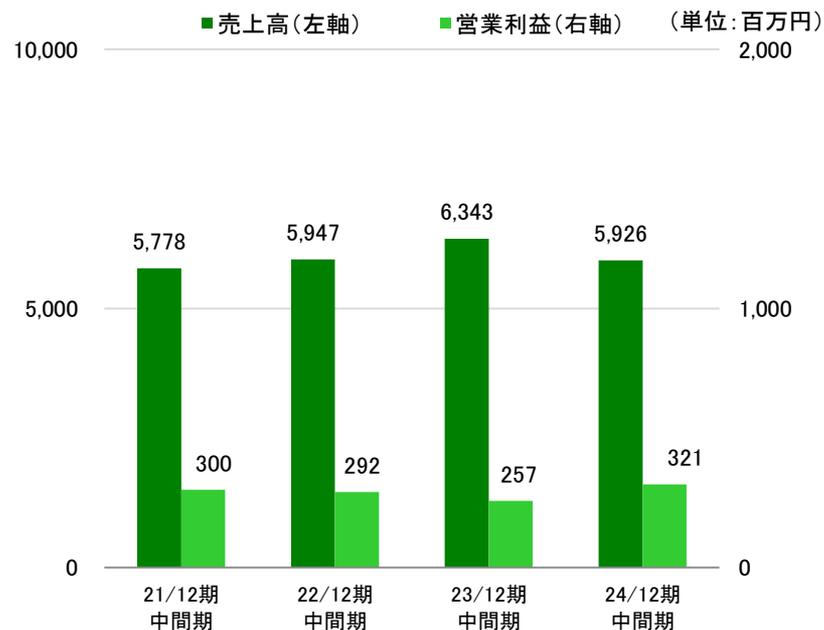
業界環境

- ◆ 人流増に伴い食料品向け段ボールを中心に、需要は回復傾向にあるものの、米国・中国の国内企業保護政策により日本からの輸出減少が続き、2024年1-6月の段ボール業界全体の生産量は前年比97.1%。電気機器・機械器具用の消費は前年比97.9%、通販・宅配・引越用の消費は、98.2%
(出典:全国段ボール工業組合連合会「段ボール統計」)
- ◆ 物流の2024年問題を背景に、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

- ◆ プラスチック製緩衝材の代替となる段ボール製緩衝材の開発、提案を強化
- ◆ 大型サイズに対応等、差別化する自社製造技術の開発
- ◆ 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って印刷した配送段ボール

化成品事業

業界環境

- ◆ 環境対応の社会的要請が強まり、持ち帰り用手提げ袋の脱プラスチック化が進む
- ◆ 紙製衛生用品は、中国を中心としたインバウンド需要が、ローカルブランドの台頭や、人口減少を背景に低迷。国内ではニーズを細分化した高付加価値商品の開発が増加
- ◆ 競争が激化する食品市場では、「健康」や「環境」といったスペシャリティ領域の商品開発が進む

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
- ◆ 紙を基材とした紙製軟包装の開発・拡販に注力

開発製品の一例

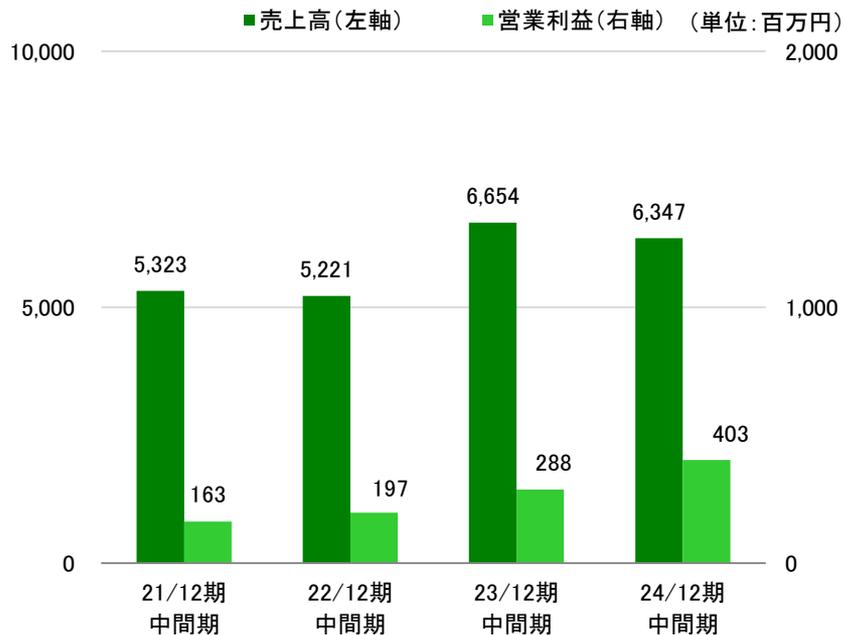


▲卵殻を活用した「エコカラシリーズ」フィルム



▲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



プラスチック製手提げ袋の売上高推移



紙製おむつ用外装袋の売上高推移



その他事業

業界環境

- ◆ ギフト用ラッピング資材や販促用資材の需要が高まる
- ◆ 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高付加価値の縫製パッケージ(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
※用度・消耗品等の一括納品代行システム

環境配慮型縫製商品の一例

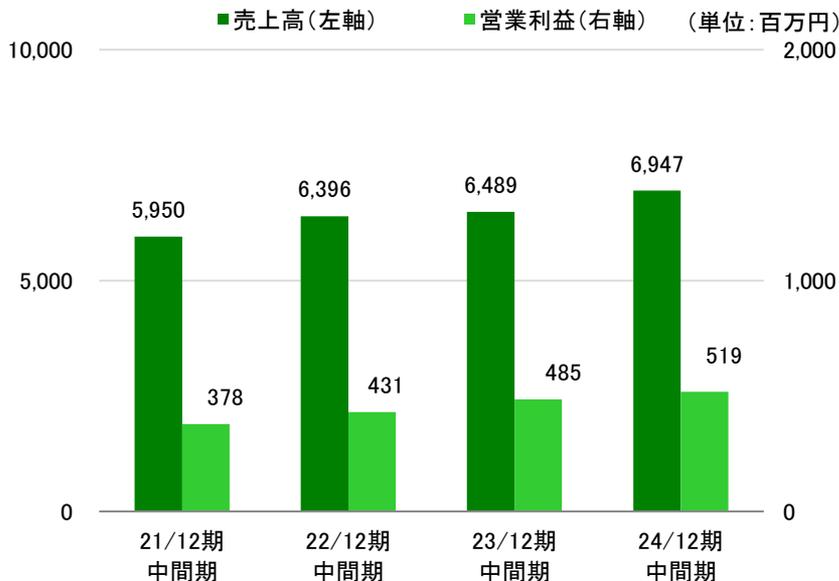


▲工場が発生したコットンやポリエステルを断裁くずなどをリサイクルした素材「リサイクルテロンコットン」

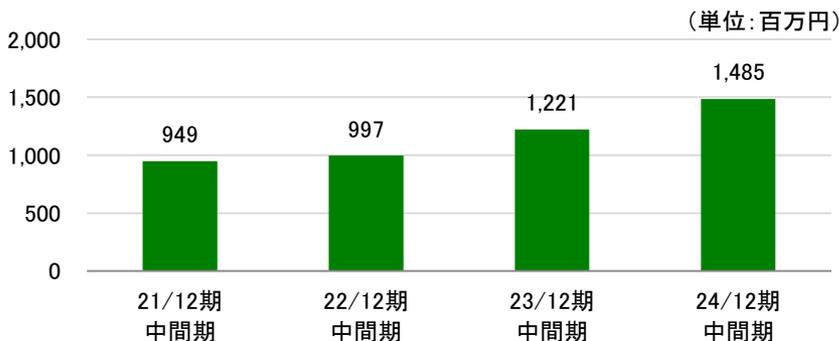


▲3WAYで使える縫製バッグ。ギフト用ラッピングや、トートバッグとして用いることができ、アフターユースを促進

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)

	2023年12月期	2024年12月期第2四半期
	実績	実績
資産	98,847	98,723
流動資産	59,080	57,186
固定資産	39,766	41,537
有形固定資産	27,401	28,488
無形固定資産	2,679	3,290
投資その他の資産	9,685	9,758
負債	27,691	25,771
流動負債	26,605	24,782
固定負債	1,085	988
純資産	71,156	72,952
株主資本	68,092	69,906
その他の包括利益累計額	3,018	3,020
新株予約権	45	25
非支配株主持分	—	—

キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

主な項目	2023年12月期第2四半期	2024年12月期第2四半期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,066	6,301
税金等調整前当期純利益	3,129	4,381
減価償却費	1,014	1,006
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,413	△97
有形固定資産の取得による支出	△4,351	△1,958
無形固定資産の取得による支出	△1,465	△635
投資有価証券の取得による支出	△18	△519
投資有価証券の売却による収入	6	802
財務活動によるキャッシュ・フロー	△703	△2,084
配当金の支払額	△664	△1,046
現金及び現金同等物中間期末残高	17,719	22,210

- ◆ 投資有価証券の売却による収入の増加、固定資産の取得による支出の減少により投資活動によるキャッシュ・フローは減少
- ◆ 自己株式取得のための預託金の増加、自己株式取得により支出額が増加

2.2024年12月期業績予想(修正なし)



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)	90.0	118.0	31.1%

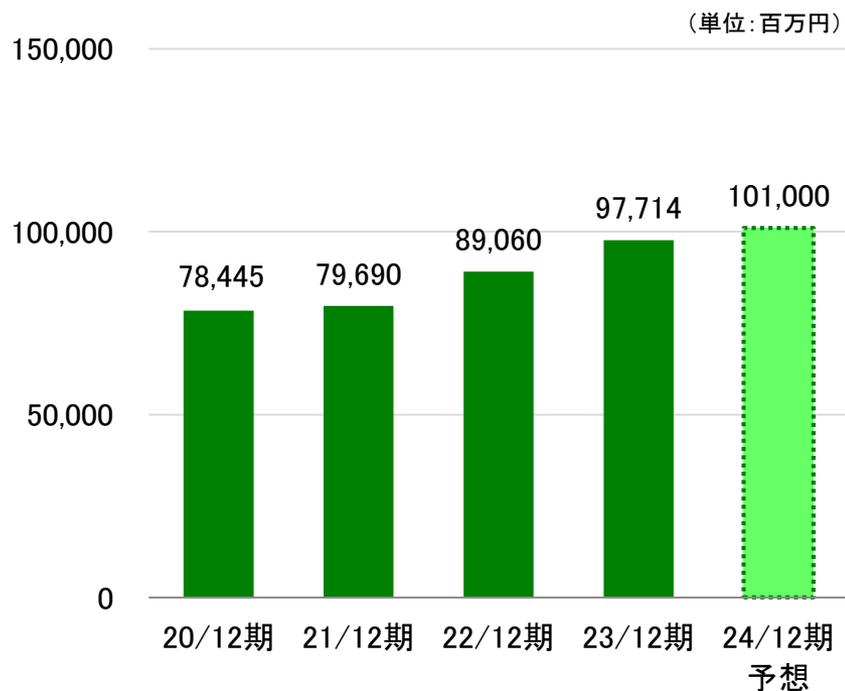
- ◆ 売上高は初めて1,000億円超の達成へ
- ◆ 紙器のラインアップを拡大し、紙袋と共に売上を伸ばす。環境負荷低減や、人手不足などの社会課題を解決する提案を積極的に進め、増収増益を目指す

連結業績推移

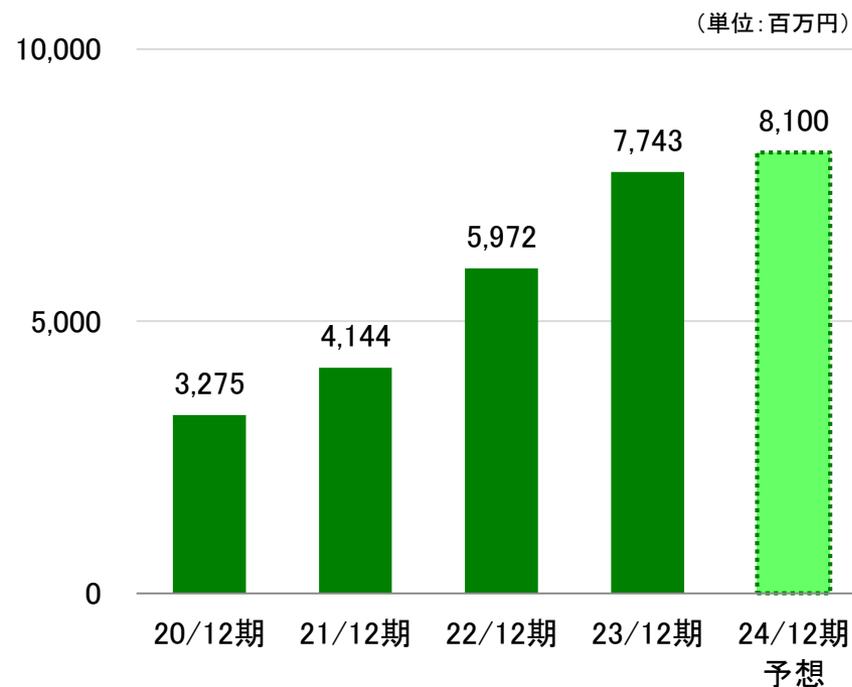
(単位:百万円)

	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



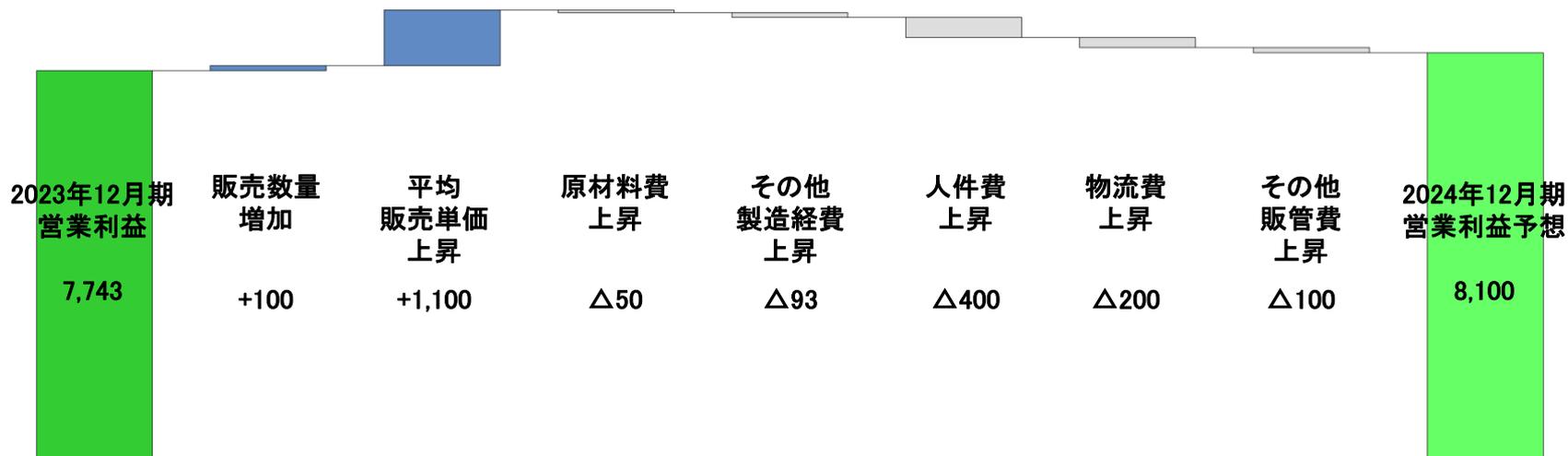
営業利益の推移



営業利益予想増減要因

主に紙加工品の販売強化により増益

(単位: 百万円)



- ◆ 紙加工品を中心とした商品ラインアップの拡充により、新市場・需要を開拓し販売数量は増加
- ◆ 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、平均販売単価は上昇
- ◆ 人員増強や賃上げ等により人件費は増加

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

マテリアリティKPI

◆ 2030年度までの達成を目標として5つのKPIを策定。アクションプランと直近4年間の実績は以下の通り

マテリアリティ	KPIとアクションプラン	2030年度目標と過去4年実績												
<p>環境に配慮した商品企画及び技術開発</p>	<p>◆ 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・パッケージの紙化提案を強化する ・FSC®認証取得サプライヤーの拡充を行う ・紙を基材とした新素材・新製品の開発を加速させる <p>※1売上高 = ザ・パック単体の紙加工品事業全体 (FSC® C020517)</p>	<table border="1"> <caption>FSC商品売上高構成比</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>構成比 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020年度</td> <td>10.8%</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>13.2%</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>17.4%</td> </tr> <tr> <td>2023年度</td> <td>20.2%</td> </tr> <tr> <td>2030年度 (KPI)</td> <td>50.0%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	構成比 (%)	2020年度	10.8%	2021年度	13.2%	2022年度	17.4%	2023年度	20.2%	2030年度 (KPI)	50.0%
年度	構成比 (%)													
2020年度	10.8%													
2021年度	13.2%													
2022年度	17.4%													
2023年度	20.2%													
2030年度 (KPI)	50.0%													
<p>事業活動全体における環境負荷の低減</p>	<p>◆ CO₂排出量 (Scope1+2)を2018年度比で46%削減する (2018年度16,662t→2030年度目標8,997t)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・エネルギー効率の高い機械への切り替えを行う ・使用電力の再エネ化(再エネ購入を含む)を行う ・太陽光パネルの利用を拡大する 	<table border="1"> <caption>CO₂排出量 (Scope 1+2)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>排出量 (t)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020年度</td> <td>14,914</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>14,894</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>15,399</td> </tr> <tr> <td>2023年度</td> <td>16,756</td> </tr> <tr> <td>2030年度 (KPI)</td> <td>8,997</td> </tr> </tbody> </table>	年度	排出量 (t)	2020年度	14,914	2021年度	14,894	2022年度	15,399	2023年度	16,756	2030年度 (KPI)	8,997
年度	排出量 (t)													
2020年度	14,914													
2021年度	14,894													
2022年度	15,399													
2023年度	16,756													
2030年度 (KPI)	8,997													

サステイナブル経営の進捗

マテリアリティKPI

マテリアリティ	KPIとアクションプラン	2030年度目標と過去4年実績																		
<p>自然保護と環境保全への貢献</p>	<p>◆ 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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・活動地の新規開拓により実施可能回数を増やす ・地域住民への周知活動を強化し一般参加者を募集 ・顧客招致活動を強化する 	<p>(単位:回) (単位:人)</p> <table border="1"> <caption>年間活動回数と年間参加人数の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>年間活動回数 (回)</th> <th>年間参加人数 (人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020年度</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>4</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>2023年度</td> <td>9</td> <td>253</td> </tr> <tr> <td>2030年度 (KPI)</td> <td>15</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>	年度	年間活動回数 (回)	年間参加人数 (人)	2020年度	0	0	2021年度	0	0	2022年度	4	111	2023年度	9	253	2030年度 (KPI)	15	500
年度	年間活動回数 (回)	年間参加人数 (人)																		
2020年度	0	0																		
2021年度	0	0																		
2022年度	4	111																		
2023年度	9	253																		
2030年度 (KPI)	15	500																		
<p>社員が活躍できる多様な働き方の推進</p>	<p>◆ 管理職(課長以上)に占める女性の割合を15%以上にする</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規学卒採用に占める女性の割合を35%以上にする ・女性が長く働ける制度や環境を整備していく 	<table border="1"> <caption>管理職(課長以上)に占める女性の割合の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>割合 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020年度</td> <td>5.3%</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>4.9%</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>6.7%</td> </tr> <tr> <td>2023年度</td> <td>6.3%</td> </tr> <tr> <td>2030年度 (KPI)</td> <td>15.0%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	割合 (%)	2020年度	5.3%	2021年度	4.9%	2022年度	6.7%	2023年度	6.3%	2030年度 (KPI)	15.0%						
年度	割合 (%)																			
2020年度	5.3%																			
2021年度	4.9%																			
2022年度	6.7%																			
2023年度	6.3%																			
2030年度 (KPI)	15.0%																			

サステイナブル経営の進捗

マテリアリティKPI

マテリアリティ	KPIとアクションプラン	2030年度目標と過去4年実績												
顧客とのブランド価値の共創	<p>◆ 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</p> <p>・活動紹介ツールの充実を図り、活動に対する賛同を募る</p> <p>※2売上実績のある会社数をカウント</p>	<p>(単位:社)</p> <table border="1"> <caption>過去4年実績と2030年度目標</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>賛同社数 (社)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020年度</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>2021年度</td> <td>67</td> </tr> <tr> <td>2022年度</td> <td>94</td> </tr> <tr> <td>2023年度</td> <td>123</td> </tr> <tr> <td>2030年度 (KPI)</td> <td>300</td> </tr> </tbody> </table>	年度	賛同社数 (社)	2020年度	44	2021年度	67	2022年度	94	2023年度	123	2030年度 (KPI)	300
年度	賛同社数 (社)													
2020年度	44													
2021年度	67													
2022年度	94													
2023年度	123													
2030年度 (KPI)	300													

ステークホルダーのエンゲージメント向上施策

株主・投資家	<ul style="list-style-type: none"> ・IR個別面談、パッケージラボ案内の積極対応 ・英文開示の充実(決算短信・有価証券報告書・決算説明資料 等) ・統合報告書2024発行
お客様	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティレポート2024発行 ・ザ・パックフォレスト®環境基金賛同への提案
協力会社	<ul style="list-style-type: none"> ・協力会社に向けた品質会議、講演会
従業員	<ul style="list-style-type: none"> ・研修の実施(DX研修・階層別研修など) ・継続雇用社員の処遇改善
地域社会	<ul style="list-style-type: none"> ・環境負荷の低減(TCFDに沿った情報開示、再生可能エネルギーへの転換など)

サステイナブル経営の進捗

ステークホルダーのエンゲージメント向上施策

◆ 統合報告書2024 2024年7月発行

株主・投資家をはじめとする幅広いステークホルダーにザ・パックグループの価値創造ストーリーをお伝えすることを目的に編集。
ザ・パックグループの全体像がわかるような構成にしている。

HP掲載場所

- ・日本語版: https://www.thepack.co.jp/dcms_media/other/integratedreport2024.pdf
- ・英語版: https://www.thepack.co.jp/dcms_media/other/integratedreport2024en.pdf



◆ サステイナビリティレポート2024 2024年7月発行

従来発行していたCSRレポートを改称。ステークホルダーに当社が持続可能な社会の実現と自社の企業価値向上のために取り組んでいる内容をお伝えする目的で編集。
特に環境・社会活動の部分にフォーカスしている。

HP掲載場所

- ・日本語版: https://www.thepack.co.jp/dcms_media/other/sustainabilityreport2024.pdf
- ・英語版: https://www.thepack.co.jp/dcms_media/other/sustainabilityreport2024en.pdf



4.中期経営計画の進捗



中期経営計画の数値目標の進捗

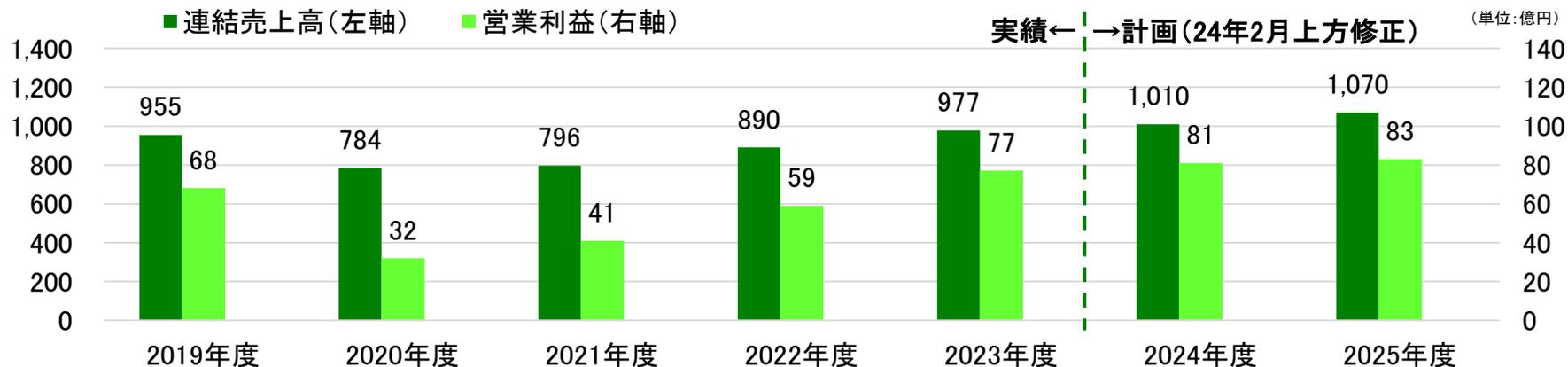
スローガン

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
※24年2月上方修正

連結売上高 1,070億円 営業利益 83億円
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)

	2023年度			2024年度		
	中間期実績	通期実績	中間期時点進捗率	中間期実績	通期計画	中間期時点進捗率
連結売上高	449	977	45.9%	466	1,010	46.1%
営業利益	30	77	38.9%	35	81	43.2%
売上高営業利益率	6.7%	7.9%	-	7.5%	8.0%	-

中期経営計画の数値目標の進捗

概要

- ◆ 2024年度計画値達成に対して順調に推移
 - ◇ 食品市場・紙袋／紙器での伸長が当中間期の業績に寄与
 - ◇ 市場環境・品種別需要に不透明感はあるものの、通期計画としては達成見込み

市場別数値目標

(単位:億円)

	2023年度 中間期 実績	2023年度 通期 実績	中間期時点 進捗率	2024年度 中間期 実績	2024年度 通期 計画	中間期時点 進捗率
食品(*)	121	282	42.9%	133	300	44.3%
EC／通販／物流(*)	70	147	47.6%	74	155	47.7%
一般流通小売他	258	548	47.1%	259	555	46.6%
合計	449	977	46.0%	466	1,010	46.1%

(*) 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

(単位:億円)

	2023年度 中間期 実績	2023年度 通期 実績	中間期時点 進捗率	2024年度 中間期 実績	2024年度 通期 計画	中間期時点 進捗率
紙袋	130	297	43.7%	143	310	46.1%
紙器	113	250	45.2%	121	265	45.6%
段ボール	63	125	50.4%	59	125	47.2%
化成品	67	138	48.6%	63	135	46.7%
その他	76	168	45.2%	80	175	45.7%
合計	449	977	46.0%	466	1,010	46.1%

食品市場向け成長戦略の進捗

定量目標の進捗

(単位: 億円)

2023年度 中間期実績	2024年度		2025年度 目標
	中間期実績	通期計画	
121	133	300	320

進捗の概要

- ◆ 取り組みの順調な進捗により各指標において伸長
 - ◇ 開発商品の拡販と周辺サービス含む複合販売の推進により受注増
 - ◇ 食品市場向け商品を対象とした設備投資も順調に推移

◆ 食品一次容器の拡販、紙製トレー・モールド容器などへの取り組み

(単位: 億円)

	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
食品市場での紙器全体	66.3	73.0	10.1%
内 食品一次容器	34.5	41.7	20.9%
(参考) 食品市場での紙袋	33.5	35.7	6.6%

- ・紙化トレンドを追い風に受注件数の増加、さらなる領域拡大に取り組む
- ・高機能・高品質が要求される案件の取り組みが増加、開発・検証に注力
- ・設備投資は計画通り進捗、早期稼働による業績寄与を目指す

◆ 軟包装の拡販・複合販売

(単位: 億円)

※食品市場向けののみ	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
軟包装	6.5	7.0	7.7%

- ・オリジナル高付加価値商品、デザイン提案、他商品との複合販売で強みを発揮し、売上伸長
- ・営業活動の全国展開、菓子業界以外の食品分野の取り組み

◆ 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)

※食品市場向けののみ	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
FSC®商品	22.7	25.9	14.1%

- ・脱フッ素、脱プラスチック素材や加工開発を継続

◆ 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年に稼働した神奈川県の設定アップ拠点が本格稼働、順調に受注獲得
- ・2024年度中に稼働を目標とする西日本での設定アップ拠点設立を準備中

写真: 神奈川県の設定アップ拠点



展示会出展による顧客・業界内での認知度向上

<ファベックス2024へ出展>

- ・東京ビッグサイト(東京国際展示場)にて開催(2024年4月10日~12日)されたFABEX東京2024に出展
- ・中食・外食業界の業務用商材に関わる企業・バイヤーが集まる場で、当社の食品市場向けパッケージや企画力をアピールすることができ、多くの商談に繋がった



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)

2023年度 中間期実績	2024年度		2025年度 目標
	中間期実績	通期計画	
70	74	154	180

進捗の概要

- ◆ 当社の強みである宅配袋の受注が好調、当市場での成長をけん引
 - ◇ 紙製宅配袋・薄型配送箱の設備投資により、供給能力が拡大
 - ◇ 省人化・自動化・効率化の要請に対する研究開発・営業活動が活発に

◆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)

	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
紙製宅配袋	3.5	5.9	68.6%
その他宅配用資材	3.7	4.4	18.9%

- ・市場ニーズの後押しもあり、大手ユーザー中心に拡販が奏功
- ・東日本での設備投資を実施、高需要エリアでの供給能力向上
- ・海外サプライヤーの開拓、技術面での協業により競争力の向上
- ・多様な商品ラインアップの構築のための設備投資の継続

◆重量物対応の強化段ボールのさらなる拡販

(単位: 億円)

	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
強化段ボール	5.5	4.7	▲14.5%

- ・足元の市場環境で弱含みはあるものの、「自社内での設計提案能力」という強みを活かした販売活動を継続し、拡販を目指す

◆自動梱包向けの素材・加工の開発、および拡販

◆得意先での省人化に貢献できる提案販売の強化

- ・物流業界に留まらず、メーカーからの引き合いも増加
- ・自動梱包における脱プラスチックの取り組みが着実に進展
- ・自動化ラインの設計含めた商品販売でも成果



紙製配送袋
自動包装機



紙製配送袋
仕上がりのイメージ

展示会出展による顧客・業界内での認知度向上

<TOKYO PACK 2024 (東京国際包装展)への出展予定>

- ・東京ビッグサイト(東京国際展示場)にて開催(2024年10月23日～25日)されるTOKYO PACK 2024に出展予定
- ・さまざまな業界で活躍する包装資材・容器・包装機械やサービスに関わる企業・バイヤーが集まる場で当社も脱プラスチック対応の自動包装機の紹介を行い、当市場での事業拡大を目指す



(参考) 2023年に出展したJAPAN PACK
当社ブース

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)

2023年度 中間期実績	2024年度		2025年度 目標
	中間期実績	通期計画	
258	259	556	570

進捗の概要

- ◆市場環境の変化に対して、販売戦略と供給体制が奏功
 - ◇流通小売市場はインバウンド等により好況、イベント品・高付加価値品の増加
 - ◇紙袋設備投資による生産性向上、生産能力向上も順調に推移

◆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	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績	前期比
紙袋	68.0	71.0	4.4%
(参考) 化成品	39.2	36.2	▲7.7%

- ・規模の大小を問わず、紙化案件は当期も継続して発生、受注状況も順調
- ・インバウンドによる需要増に対して十分な商品ラインアップと供給体制が奏功
- ・イベントや販促用紙袋の需要に対し、高付加価値品の販売を推進
- ・高精細印刷機の大型投資により製造能力が向上

◆ASEANにおける販路の開拓

- ・各地域に最適なサプライチェーンの構築
- ・ラグジュアリー業界やアパレル業界を中心にグローバル企業でのアジア市場の商圈獲得への取り組み
- ・日本企業のアジア市場向けパッケージ輸出の支援

◆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年度 実績	2024年度 中間期実績	2030年度 目標
年間活動回数(回)	9	5	15
参加人数(人)	253	124	500
内 お客様人数(人)	65	25	-

- ・得意先における環境、社会貢献意識の高まりから積極的な参加の場へ進化

展示会出展による顧客・業界内での認知度向上

<第13回化粧品開発展 東京へ出展>

- ・東京ビッグサイト(東京国際展示場)にて開催(2024年1月17日~19日)
- ・された第13回化粧品開発展東京に出展
- ・化粧品関連商材に関わる企業、バイヤーが集まる場で当社の高付加価値商品、多彩な紙製パッケージ、企画提案力をアピール
- ・多くの商談と取引に繋がっている



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
 - ◇ 制度改定・賃上げによる処遇の向上
 - ◇ 人材育成プログラムの充実と新設

多様な人材の確保

	2023年度 中間期実績	2024年度 中間期実績
キャリア採用	29	19
リファラル・カムバック採用	8	5

働く環境の整備

- ・非正規雇用者の処遇改善
定年後の継続雇用者向けの賃金規程の改正
全ての世代の従業員のモチベーション向上を目指す

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
2024年中間期実施済の研修
入社前研修・新入社員研修・課長能力研修など

- ◆ 職場改善研修(新)
職場内コミュニケーションの強化とハラスメント防止を目的とし、グループワークによる会話を通じて職場全体で働きやすい環境作りを目指す



- ◆ DX研修(第2期)
2023年度: 非IT専門職のマインド醸成・DX人材の発掘
(約700名対象)
2024年度: 発掘した人材の育成・成果創出の為のプログラムの実施中
(約150名対象)

- ◆ パッケージのトータルソリューション力を育成する取り組み
より複雑化し変化する商品や加工について販売に必要な知識を共有する勉強会の開催やアプリや動画ツールの開発・提供

従業員エンゲージメントの向上

- ・賃上げの継続 2024年度 平均5.50%
(2023年度 平均5.01%)
- ・持株会への加入促進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

人員計画

	2023年度 12月末実績	2024年度 6月末実績	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	1,836名	1,866名	56.1%	1,920名

- ・販売力強化に関連する部門を中心に増員の実施

財務戦略の進捗

概要

- ◆ 成長性と企業価値向上を目指した各施策の実行
 - ◇ 食品市場向け紙器・紙袋を中心とした設備増強計画が順調に推移
 - ◇ 株主還元としての自社株買いが計画通り進行、統合報告書の発刊

設備投資

(単位:億円)

		当初計画 (2023~ 2025年度)	2023年度 実績	2024~ 2025年度 計画	2024年度 中間期 実績
戦略投資	紙器製造能力増強	20.0	7.9	16.6	2.3
	紙袋製造能力増強	30.0	7.8	20.7	11.7
	合理化・省人化	11.0	1.2	9.6	0.8
	省エネ・省資源	2.0	0.4	1.5	0.0
	その他	2.0	0.1	0.8	0.5
戦略投資 計		65.0	17.4	49.2	15.3
工場設備維持他		20.0	5.6	12.0	1.5
土地取得	大阪工場近隣工場用地	-	19.0	-	0.0
	東京工場隣接工場用地	-	3.8	-	0.0
本社建替			10.0	-	-
合計		85.0	55.8	61.2	16.8

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

(単位:億円)

	2024年度 計画	2024年度 中間期実績	2023~2025年度 計画
基幹システム刷新投資額	10	5.4	20

人的投資

- ・人材の採用や継続的な賃上げ、研修などの人材育成に当期も積極的に投資

株主還元

- ・年間10億円を上限とした自社株買い
2024年1~6月実績 約3.3億円実行済
2024年度末まで計画通り行う予定

- ・投資家・株主の皆様との対話
当社へのご理解を頂けるよう、「統合報告書」を発刊

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
事業内容	ペーパーバッグ（紙袋）、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1,206名(単体869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10.98%、日本スタートラスト信託銀行(信託口)7.11%、自社取引先持株会6.63%、ビービーエイチフォーティティ 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)5.55%、日本カステイ銀行(信託口)5.14%、日本カステイ銀行(信託口4)4.62%、日本カステイ銀行(りそな再信託分・北越コーポレーション退職給付信託口)3.73%、大王製紙3.02%、三菱UFJ銀行2.61%

(2024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



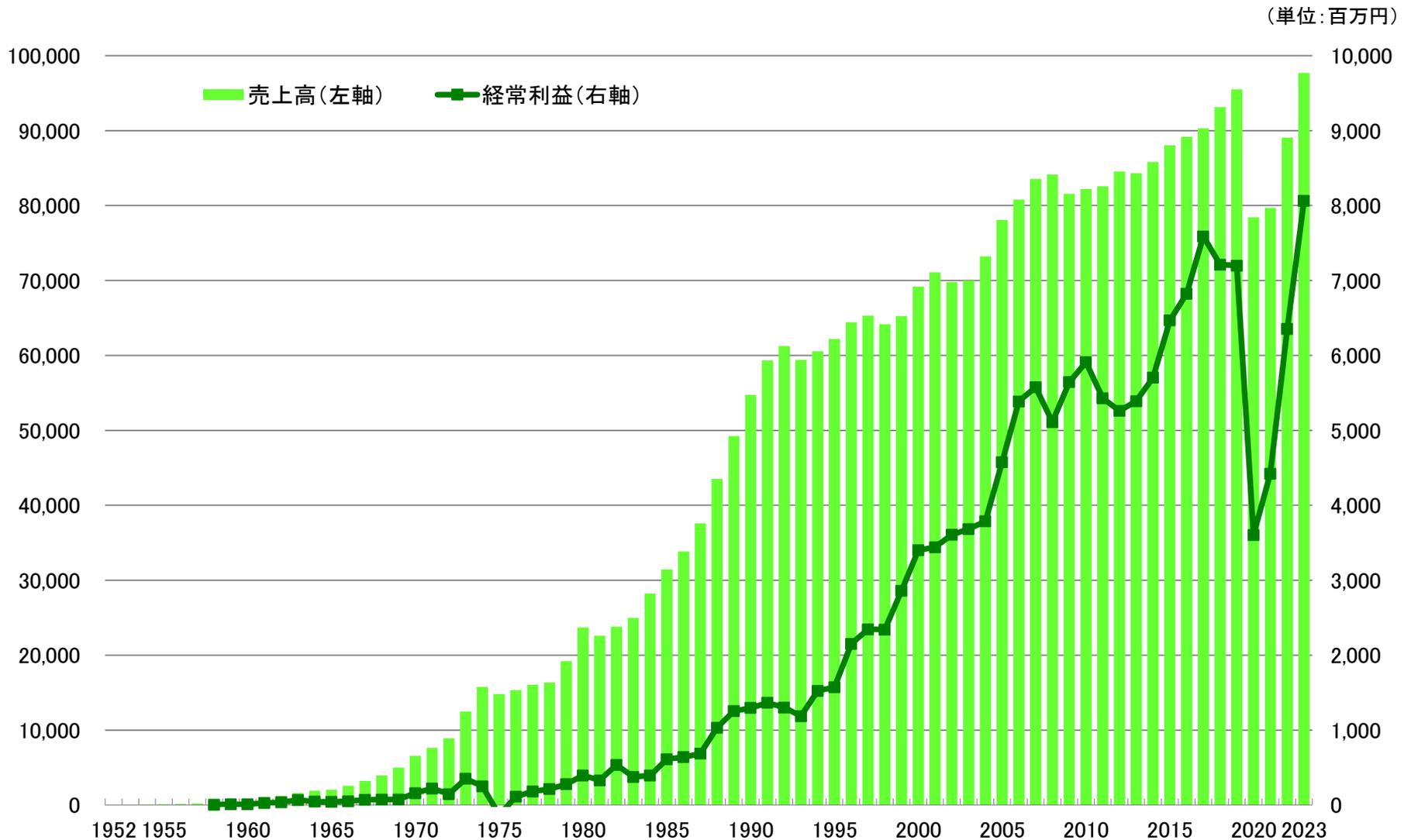
米国連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)



(2024年6月末現在)

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

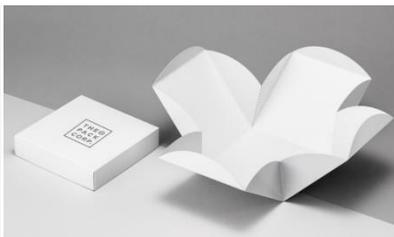


EC(通販)

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

1.幅広い顧客層



アパレル・雑貨



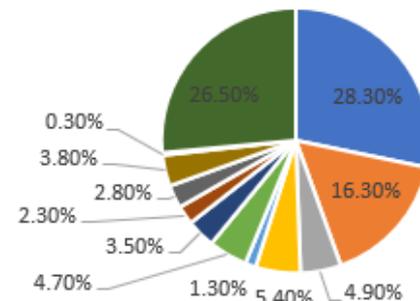
通販

内容

- ◆ 取引社数 約14,000社
食品・アパレル・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 etc.

⇒ 特定の業界不況の影響を受けにくい顧客基盤

(2024年6月末現在)



- 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
- E C(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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ (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 <p>⇒ <u>コンサルティングによるソリューション提供</u></p>



ザ・パックの強み(2)

■パッケージラボ

東京・大阪・福岡の3拠点に、パッケージに特化した
ショールームを常設。

世界のパッケージを収集・展示しており、パッケージのトレンド
把握や、パッケージの仕様決定にお役立て頂ける施設。

年間約1,200企業2,300人のお客様に来訪いただいている



パッケージラボ東京



パッケージラボ大阪



パッケージラボ福岡



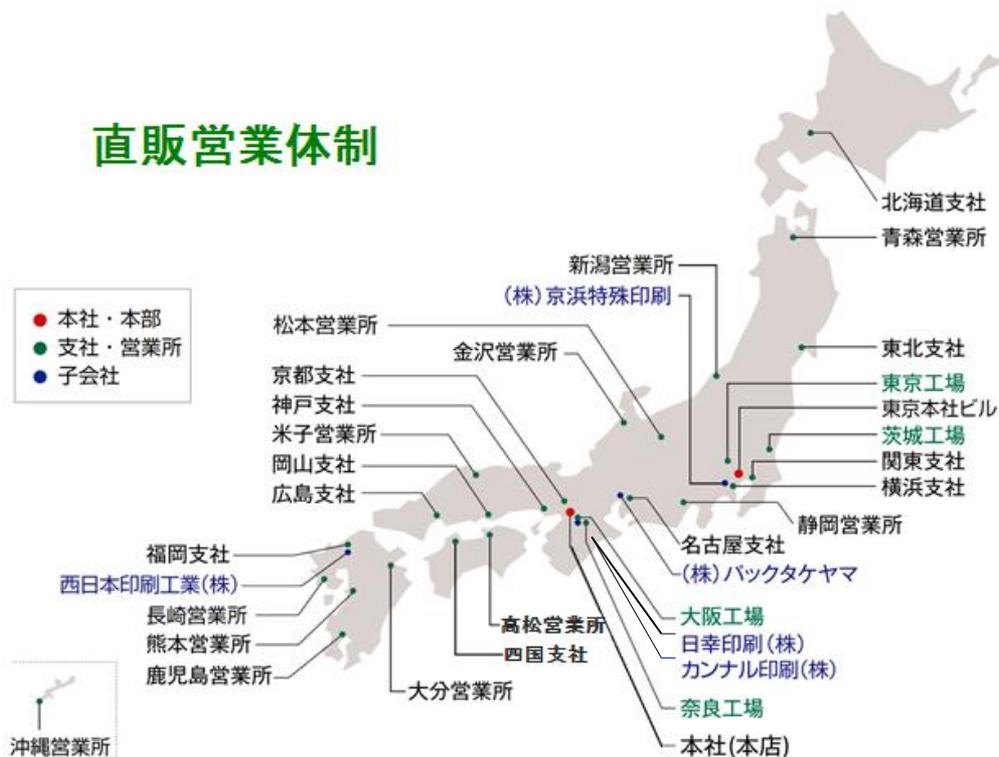
ザ・パックの強み(3)

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

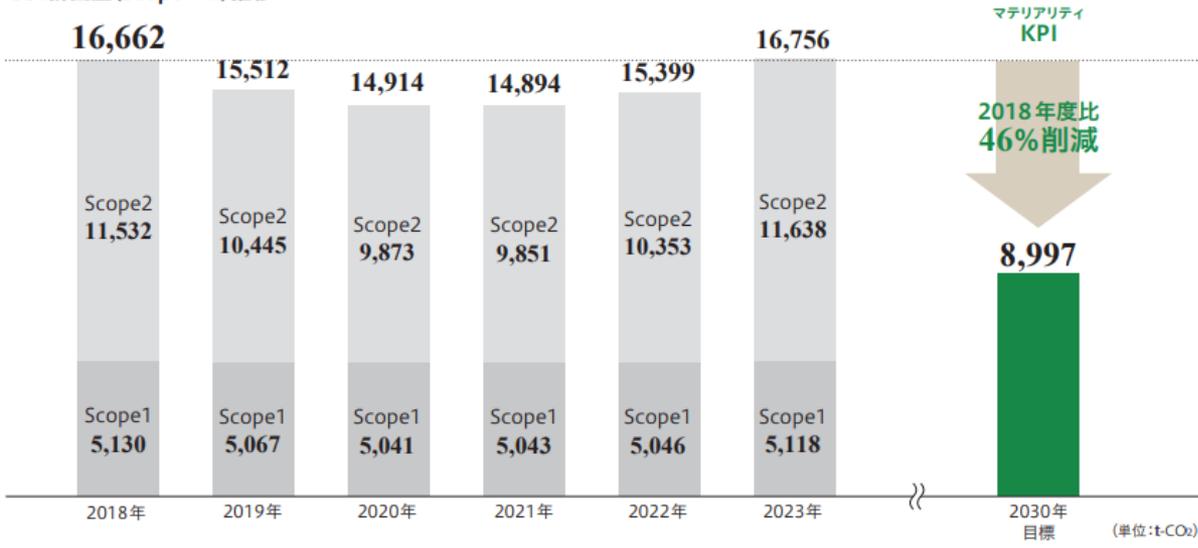
製品

全国各地の顧客

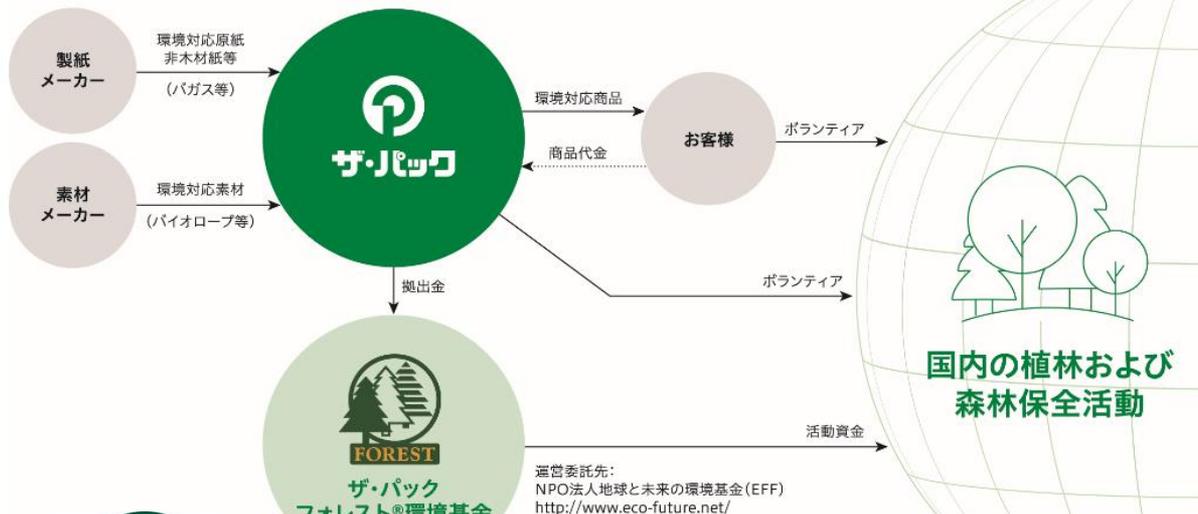
ザ・パックの強み(4)(5)

強み	内容
<p>4.品質管理体制</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 全社にて、品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001認証を取得 ◆ 東京工場・大阪工場にて <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>食品安全マネジメントシステムの国際規格FSSC22000認証を取得</u> ◆ 「品質強化によるCSの向上」の方針のもと、安全・安心な製品の提供、顧客の信頼と満足を得られるように取り組む
<p>5.ITを駆使した顧客とのネットワーク</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 包装資材や備品等をまとめて納品 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>一括納品による物流の合理化でCO₂削減にも貢献</u> ◆ Web発注『Pack-Web』提供 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ <u>顧客の発注業務を合理化</u> <div data-bbox="1251 839 1816 1325" data-label="Diagram"> <p>受発注サービスの例</p> <p>お客様各店舗 (店舗A, 店舗B, 店舗C) がインターネットを通じて当社システムへご注文を行います。お客様本社は商品の登録、改修、発注一覧表を管理し、当社システムへ発注指示を送ります。当社システムは受注状況を確認し、当社物流センターへ発注点管理と補充点管理を行います。最終的に当社 生産工場及び、調達部から各店舗へ配送が行われます。</p> <p>取り扱いアイテム: 包装用品, 事務用品, 備品</p> </div>

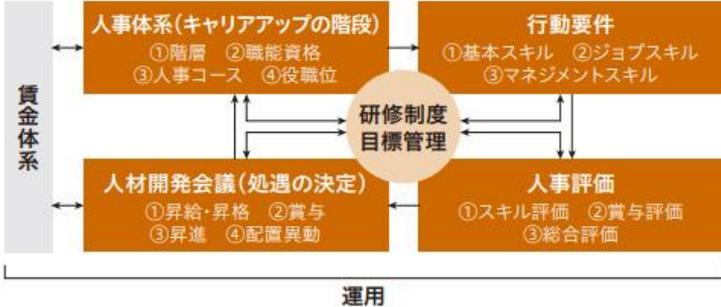
ESGの取り組み(2)

取り組み	内容																																
<p data-bbox="79 287 490 334">2.環境への取り組み</p> <div data-bbox="100 911 251 993">SDGsとの 関連性</div> 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 2006年に国内の全工場・事業所でISO14001の認証取得 ◆ PRTR法対象物質の取扱量や産業廃棄物の削減を推進 ◆ 環境対応商品の開発やFSC®商品の販路拡大に取り組む ◆ 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 ◆ TCFDに沿った情報開示を行い2030年度までのCO₂排出量削減目標を策定 ⇒CO₂排出量 (Scope1+2)を2018年度比で46%削減する <div data-bbox="633 722 908 748">CO₂排出量 (Scope1+2) 推移</div>  <table border="1" data-bbox="633 748 1831 1296"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>Scope1</th> <th>Scope2</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2018年</td> <td>5,130</td> <td>11,532</td> <td>16,662</td> </tr> <tr> <td>2019年</td> <td>5,067</td> <td>10,445</td> <td>15,512</td> </tr> <tr> <td>2020年</td> <td>5,041</td> <td>9,873</td> <td>14,914</td> </tr> <tr> <td>2021年</td> <td>5,043</td> <td>9,851</td> <td>14,894</td> </tr> <tr> <td>2022年</td> <td>5,046</td> <td>10,353</td> <td>15,399</td> </tr> <tr> <td>2023年</td> <td>5,118</td> <td>11,638</td> <td>16,756</td> </tr> <tr> <td>2030年 目標</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>8,997</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1603 748 1719 785">マテリアリティ KPI</p> <p data-bbox="1603 842 1719 899">2018年度比 46%削減</p> <p data-bbox="1738 1256 1831 1285">(単位:t-CO₂)</p>	年	Scope1	Scope2	合計	2018年	5,130	11,532	16,662	2019年	5,067	10,445	15,512	2020年	5,041	9,873	14,914	2021年	5,043	9,851	14,894	2022年	5,046	10,353	15,399	2023年	5,118	11,638	16,756	2030年 目標	-	-	8,997
年	Scope1	Scope2	合計																														
2018年	5,130	11,532	16,662																														
2019年	5,067	10,445	15,512																														
2020年	5,041	9,873	14,914																														
2021年	5,043	9,851	14,894																														
2022年	5,046	10,353	15,399																														
2023年	5,118	11,638	16,756																														
2030年 目標	-	-	8,997																														

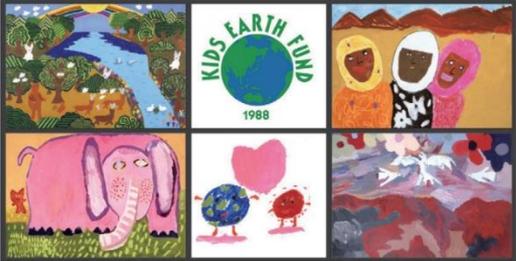
ESGの取り組み(3)

取り組み	内容										
<p>3. ザ・パックフォレスト® 環境基金活動 (森林保全活動)</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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  <p>ザ・パック</p> <p>環境対応紙 非木材紙等 (パガス等)</p> <p>環境対応素材 (バイオロープ等)</p> <p>環境対応商品</p> <p>商品代金</p> <p>お客様</p> <p>ボランティア</p> <p>ボランティア</p> <p>拠出金</p> <p>活動資金</p> <p>国内の植林および森林保全活動</p> <p>運営委託先: NPO法人地球と未来の環境基金(EFF) http://www.eco-future.net/</p> <table border="1" data-bbox="1381 1042 1787 1278"> <tr> <td>拠出基金額</td> <td>1.96億円</td> </tr> <tr> <td>植樹本数</td> <td>22,853本</td> </tr> <tr> <td>参加者合計</td> <td>7,452人</td> </tr> <tr> <td>植樹面積</td> <td>19.03Ha</td> </tr> <tr> <td>CO₂吸収量</td> <td>2,113.67t</td> </tr> </table> <p>(2024年6月末時点累計)</p>  <p>ザ・パック フォレストマーク</p>	拠出基金額	1.96億円	植樹本数	22,853本	参加者合計	7,452人	植樹面積	19.03Ha	CO ₂ 吸収量	2,113.67t
拠出基金額	1.96億円										
植樹本数	22,853本										
参加者合計	7,452人										
植樹面積	19.03Ha										
CO ₂ 吸収量	2,113.67t										

ESGの取り組み(4)

取り組み	内容
<p>4.人材育成と職場づくり</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 社是「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2024」に認定(6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、継続雇用社員の評価制度見直しザ・パックオリジナル出産・育児休暇(男性社員向け)の活用推進、障がい者雇用を目的にした「海南事業所」開設など  

ESGの取り組み(5)

取り組み	内容
<p>5.社会貢献活動</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<p>◆ 「環境教育」の一環として、東大阪市と協働し小学校で「モノづくり体験教室」実施</p> 
	<p>◆ 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</p>
	<p>◆ 子供地球基金への賛同</p>  <p>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。</p>

注意事項

本資料は、2024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2024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 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