



ザ・パック株式会社 2024年12月期 決算説明資料

2025年3月3日

目次

トピックス	P. 3
1. 2024年12月期 決算実績	P. 4
2. 2025年12月期 業績予想	P.19
3. サステイナブル経営の進捗	P.23
4. 中期経営計画の進捗	P.27
5. 参考資料	P.35

トピックス

- ◆ インバウンド消費や底堅い設備投資により、日本経済は緩やかに回復する一方で、エネルギー価格や円安による物価上昇の逆風、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、今後の消費活動は不透明な状況が続く
- ◆ 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。顧客の課題を解決する提案型営業により、付加価値を高めた受注活動を実践し、紙加工商品を拡販、売上・利益を牽引
- ◆ 配当金は118円へ増配(前期比較28円増額)
- ◆ 23年～25年中期経営計画の数値目標達成に向け、ほぼ予定通りに推移

1.2024年12月期 決算実績



実績サマリー

連結売上高1,000億円に到達、過去最高益を更新

(単位:百万円)

	2023年12月期	2024年12月期	
	実績	実績	前期比
売上高	97,714	101,461	3.8%
営業利益	7,743	8,009	3.4%
経常利益	8,063	8,285	2.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,652	6,316	11.7%
1株あたり当期純利益(円)	297.07	333.52	12.3%
1株あたり配当金(円)	90.00	118.00	31.1%

- ◆ 提案型営業と複合販売の推進により、連結売上高1,000億円を達成
- ◆ 価格の適正化と高付加価値商品の販売強化により、コスト増加分を吸収
- ◆ 政策保有株式の縮減を実施

セグメント別実績

(単位:百万円)

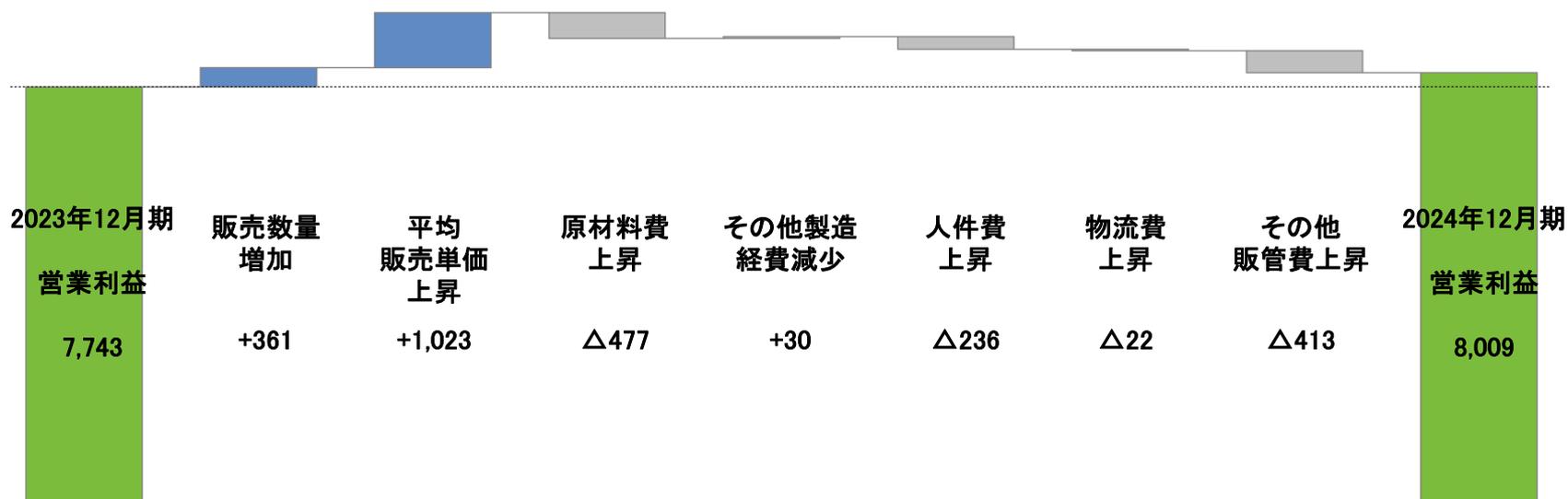
	2023年12月期		2024年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	97,714	100.0%	101,461	100.0%	3.8%
紙加工品事業	69,399	71.0%	73,114	72.1%	5.4%
紙袋	29,653	30.3%	32,214	31.8%	8.6%
紙器	25,000	25.6%	25,882	25.5%	3.5%
段ボール	12,419	12.7%	13,027	12.8%	4.9%
印刷	2,325	2.4%	1,990	2.0%	△14.4%
化成品事業	13,798	14.1%	13,499	13.3%	△2.2%
その他	14,516	14.9%	14,846	14.6%	2.3%
営業利益	7,743	100.0%	8,009	100.0%	3.4%
紙加工品事業	6,858	88.6%	7,168	89.5%	4.5%
化成品事業	856	11.0%	933	11.7%	9.0%
その他	1,267	16.4%	1,261	15.7%	△0.5%
調整額	△1,239	△16.0%	△1,354	△16.9%	-

- ◆ 紙加工品事業では、インバウンド需要と個人向け消費の回復を背景に、食品市場向け紙器や小売業向け紙袋の販売が好調で増収増益
- ◆ 段ボールは輸送梱包用資材の販売復調により伸長
- ◆ 化成品は環境対応による使用量の減少などがある一方、生産性の向上により利益は増加

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

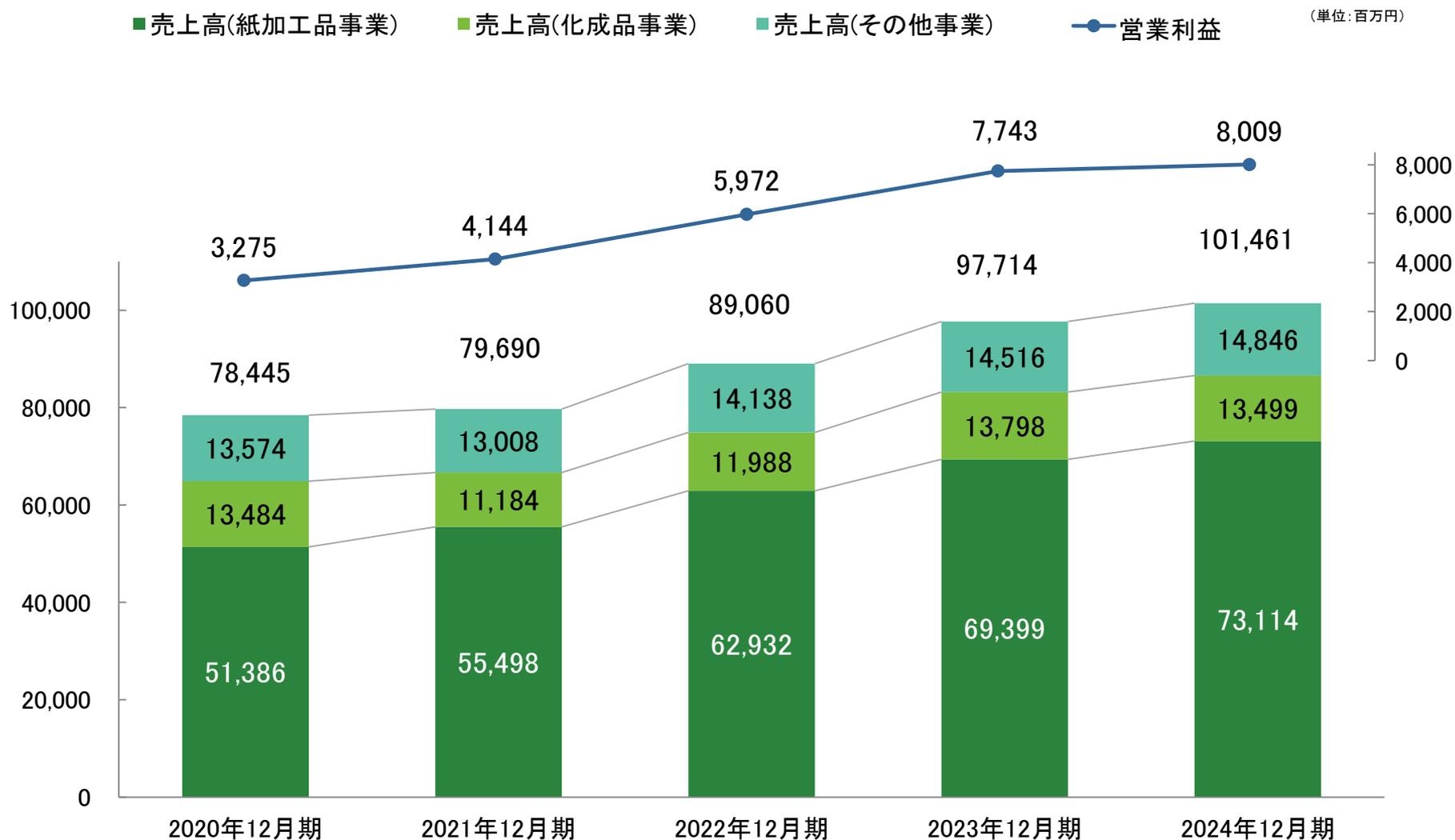
(単位: 百万円)



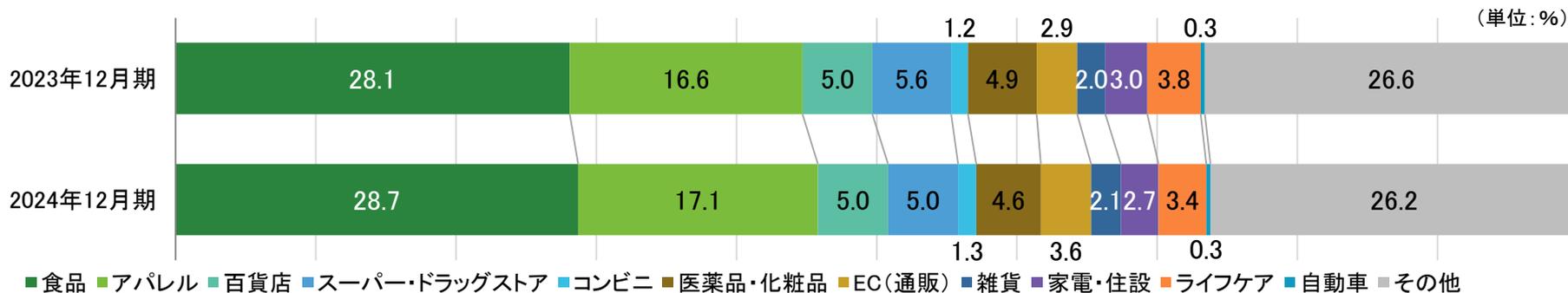
- ◆ 堅調な個人消費により販売数量が増加
- ◆ 価格の適正化と高付加価値商品の販売により、平均販売単価が上昇
- ◆ 生産効率の改善に向けた設備投資が増加

セグメント別実績の推移

紙加工品が売上高・営業利益を牽引



業種別売上高構成



(単位: 百万円)	2023年12月期		2024年12月期		
	実績	構成比	実績	構成比	前期比
食品	27,438	28.1%	29,160	28.7%	6.3%
アパレル	16,187	16.6%	17,390	17.1%	7.4%
百貨店	4,910	5.0%	5,103	5.0%	4.0%
スーパー・ドラッグストア	5,502	5.6%	5,089	5.0%	△7.5%
コンビニ	1,184	1.2%	1,158	1.3%	△2.2%
医薬品・化粧品	4,743	4.9%	4,632	4.6%	△2.3%
EC(通販) ※	2,834	2.9%	3,663	3.6%	29.3%
雑貨	1,939	2.0%	2,151	2.1%	10.9%
家電・住設	2,888	3.0%	2,778	2.7%	△3.8%
ライフケア	3,744	3.8%	3,454	3.4%	△7.7%
自動車	330	0.3%	298	0.3%	△9.7%
その他	26,014	26.6%	26,578	26.2%	2.2%

- ◆ 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、リアル店舗用紙袋および高付加価値紙袋の販売が好調
- ◆ 百貨店は、個人消費やインバウンド需要の好調を背景に、堅調に推移
- ◆ 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高付加価値化が進み販売が好調
- ◆ ライフケアでは、特定ユーザーの海外市場向け商品の販売低調により減少

※「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

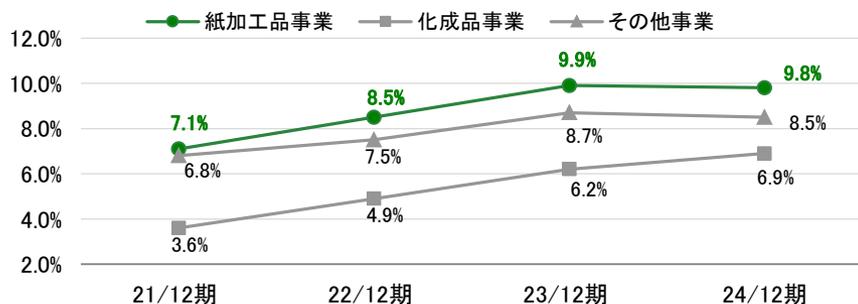
業界環境

- ◆ 2024年の全国百貨店売上高は前年比6.8%増となり、4年連続で前年超え。免税の購買客数は74.3%増で過去最高を更新し、高付加価値商材の売上を牽引。食料品では物価高により一部買い控えがみられたものの、菓子はギフトやインバウンド需要により微増（出典：一般社団法人日本百貨店協会「全国百貨店 売上高速報 2024年1月～2024年12月」）
- ◆ ネットショッピングの二人以上の世帯における月間支出額は、12か月連続で対前年を上回り過去最多
（出典：総務省統計局「家計消費状況調査」）

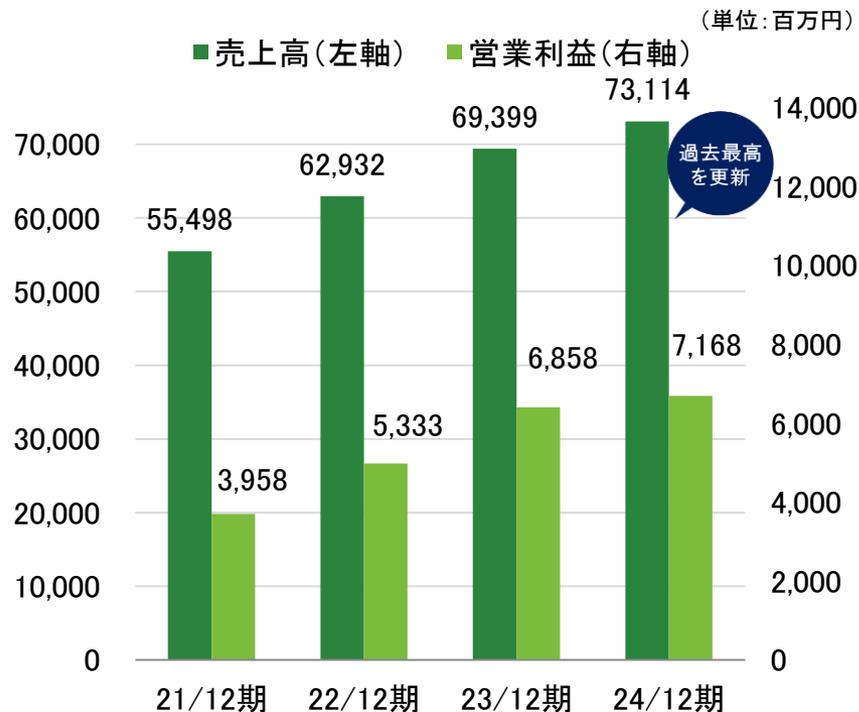
取り組み

- ◆ 設備投資による生産性の向上を推進
- ◆ 幅広い市場ニーズをカバーするプロダクトの多様化
- ◆ 環境配慮や人手不足などの課題を解決する商品およびサービスへの注力
- ◆ 複合販売の強化

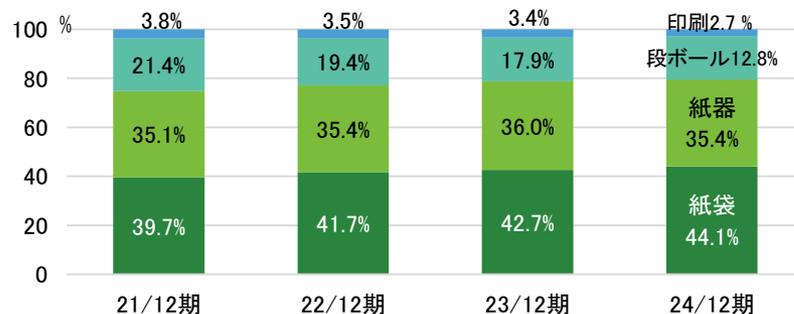
営業利益率の推移



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

- ◆ 円安により、訪日客向けの高付加価値商品の販売が好調
- ◆ 国内市場での消費者マインド低下、業界内の競争激化の背景から、小売業ではブランド価値向上に向けた施策が進行→高付加価値仕様パッケージへの移行ニーズが増加
- ◆ 環境対応への社会的要請が高まる
- ◆ 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

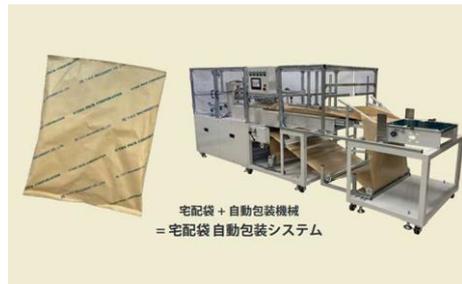
取り組み

- ◆ 設備投資による生産性および能力の増強
- ◆ 国内外サプライチェーンの構築による供給体制の強化
- ◆ 環境対応商品を中心とした高付加価値商品の提案に注力
- ◆ 輸送効率や作業効率を改善する紙製宅配袋の開発と、梱包現場におけるソリューション提案を強化

開発製品の一例



▲再生紙100%のオリジナル原紙



▲自動包装機対応「紙製宅配袋」

売上高・営業利益の推移



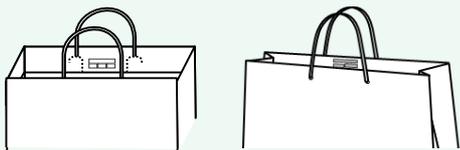
品種別売上高推移



【参考】紙袋の品種一例

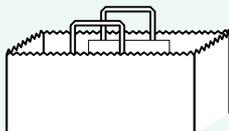
■手提げ袋(折り返し有り)

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加することが可能



紙加工品事業(紙器)

業界環境

- ◆ インバウンドの増加により、国内観光需要が盛況
- ◆ 土産市場やファストフードをはじめとした外食産業が好調
- ◆ 人手不足問題の深刻化により、紙器の組立や商品セットアップなどの手作業の外部委託ニーズが増加
- ◆ 環境対応の社会的要請が高まり、脱プラスチック化が進行

取り組み

- ◆ 中食市場やテイクアウト市場をターゲットとした、紙製一次容器の商品ラインアップを拡充
- ◆ 脱フッ素加工の開発に注力(PFAS規制対応)
- ◆ 紙器の組み立てや商品詰め作業などの顧客の人手不足を補う サービスを付加した複合提案に注力
- ◆ 環境負荷が少ない省資源化、パッケージの紙化に注力

開発製品の一例



▲プラスチック成型容器の代替となる「曇らない」窓付き紙製食品容器

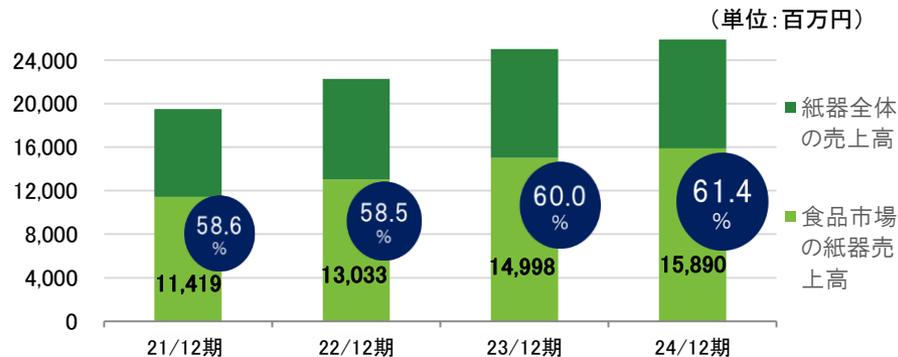


▲プラスチック製トレーの代替となる「紙紋リトレー」

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

- ◆ 2024年の段ボール業界全体の生産量は、前年比98.9%
- ◆ 電気機器・機械器具用の部門別消費動向は、前年比100.4%となり回復傾向。通販・宅配・引越用は、99.0%

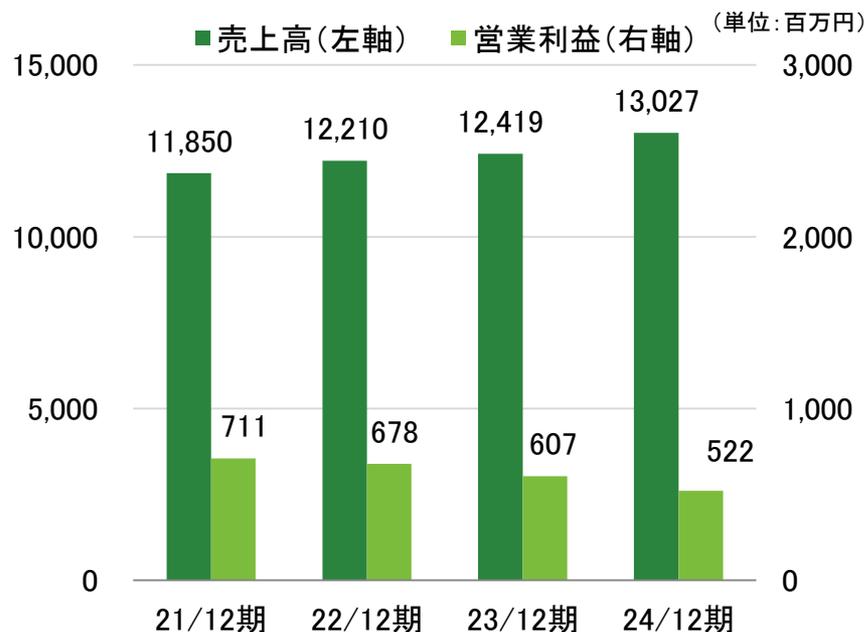
(出典元: 全国段ボール工業組合連合会「段ボール統計」)

- ◆ 欧州におけるプラスチック梱包材の使用規制が、段階的に進む
→ 段ボール製緩衝材および輸送梱包材の需要が高まる

取り組み

- ◆ 段ボール製緩衝材および輸送梱包材の開発、提案を強化
- ◆ 大型サイズの対応など、差別化する自社製造技術の開発
- ◆ 梱包ライン改善を含むトータルソリューション提案に注力
- ◆ 品質・技術力の更なる向上

売上高・営業利益の推移



▲段ボール製大型重量物梱包材



▲発泡スチロール製緩衝材の代替となる段ボール製緩衝材



▲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®」



▲高精細フレキソ印刷機を使って印刷した配送用段ボール

化成品事業

業界環境

- ◆ 環境対応への社会的要請が高まり、持ち帰り用手提げ袋の脱プラスチック化が進む
- ◆ ベビー用紙製おむつは、中国を中心とした海外需要が、ローカルブランドの台頭や、少子化を背景に減少。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
- ◆ 欧州における、プラスチック使用規制が強化され、リサイクル可能材料の使用が求められる

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
- ◆ 原反サプライヤーと協業し、リサイクル原反の開発に注力
- ◆ 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

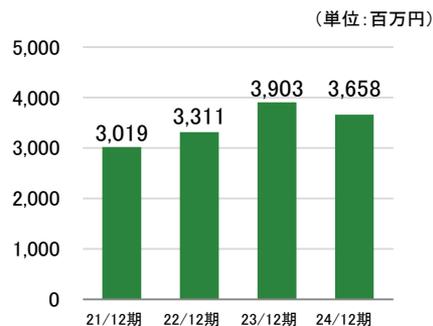


▲完全フィルムレスの
バリア機能付き紙製軟包装

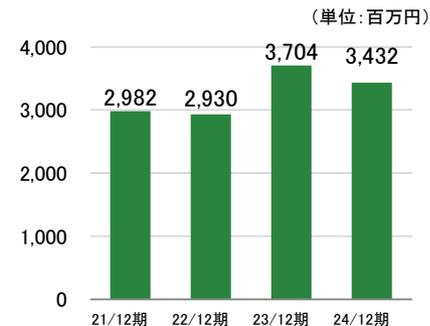
売上高・営業利益の推移



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

- ◆ 集客を目的とした販促イベントが盛況
→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
- ◆ 好調な百貨店の売上に伴い、店舗で使用される用度品・事務用品の需要も増加

取り組み

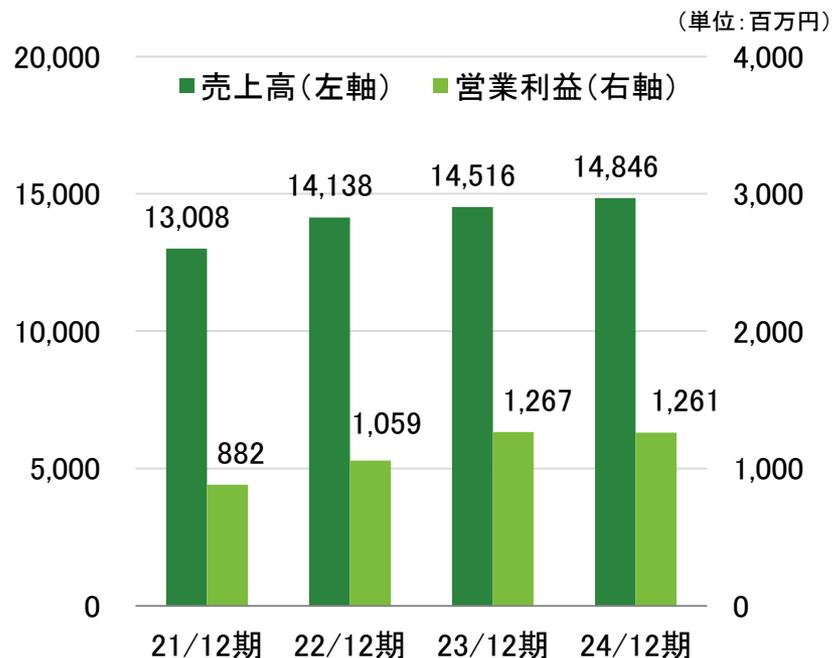
- ◆ 環境負荷の低い縫製商品の販売を推進
- ◆ アイデアとデザイン力を駆使した企画提案を強化
- ◆ 百貨店・専門店向けPAS(Pack Assortment Service System※)においては、物流効率を改善
※用度・消耗品等の一括納品代行システム

環境配慮型縫製商品の一例

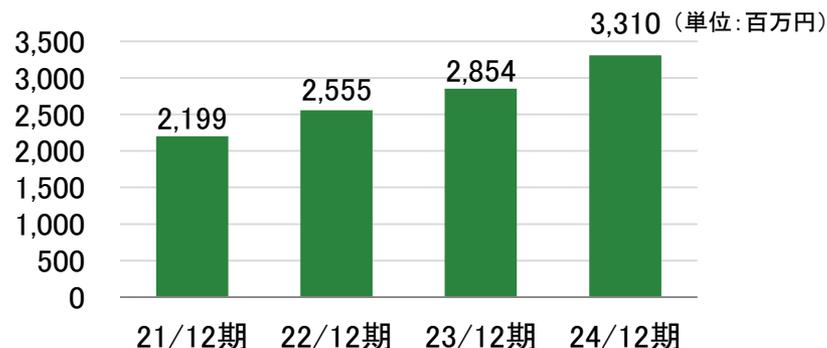


- ▲工場が発生したコットンやポリエステルを断裁くずなど
をリサイクルした素材「リサイクルレトロンコットン」
- ▲3WAYで使える縫製バッグ。ギフト用ラッピングや、
トートバッグとして用いることができ、アフターユースを促進

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
	実績	実績
資産	98,847	103,292
流動資産	59,080	60,043
固定資産	39,766	43,248
有形固定資産	27,401	30,166
無形固定資産	2,679	3,384
投資その他の資産	9,685	9,697
負債	27,691	28,806
流動負債	26,605	27,766
固定負債	1,085	1,040
純資産	71,156	74,485
株主資本	68,092	71,437
その他の包括利益累計額	3,018	3,022
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	2024年12月期
	実績	実績
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,443	7,101
税金等調整前当期純利益	7,941	9,160
減価償却費及び減損損失	2,082	2,416
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,962	△5,436
有形固定資産の取得による支出	△5,581	△4,768
無形固定資産の取得による支出	△1,702	△919
投資有価証券の取得による支出	△36	△609
投資有価証券の売却による収入	1	988
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,407	△3,041
配当金の支払額	△1,334	△2,032
自己株式の取得による支出	△0	△1,013
現金及び現金同等物期末残高	17,812	16,656

- ◆ 積極的に設備投資を実施(製造機械の購入、東京工場隣接地の取得、京浜特殊印刷の社屋建て替え)
- ◆ 前年より本業の活動による営業キャッシュ・フローが確保できたため、株主還元増加
- ◆ 自己株式の取得を実行

2.2025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)

	2024年12月期	2025年12月期	
	実績	業績予想	前期比予想
売上高	101,461	105,000	3.5%
営業利益	8,009	8,300	3.6%
経常利益	8,285	8,600	3.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,316	6,500	2.9%
1株当たり当期純利益(円)	333.52	346.08	3.8%
1株あたり配当金(円)	118.00	122.00	3.4%

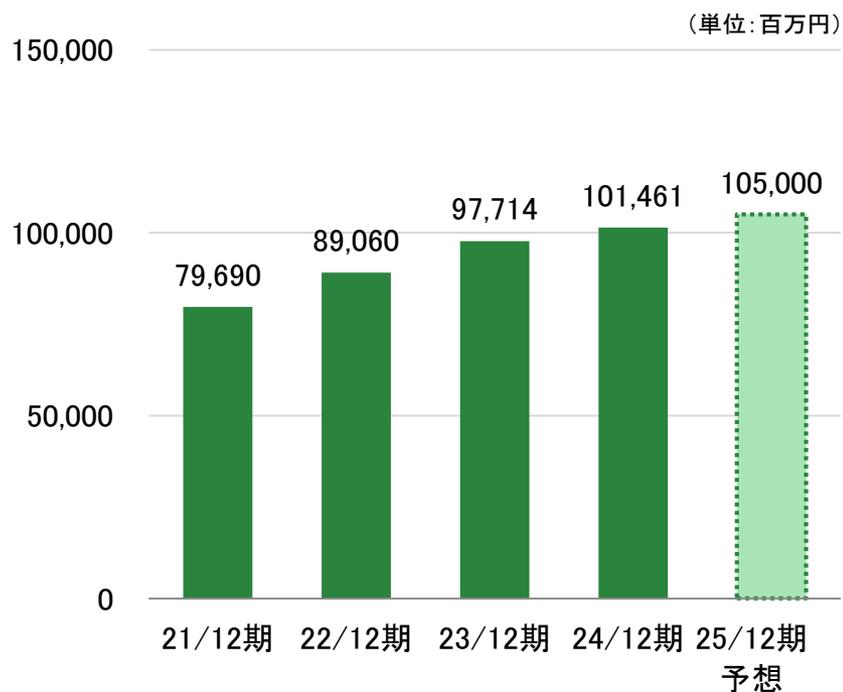
- ◆ 取扱商品の更なる拡充と、顧客の課題を解決する提案型営業の推進により、増収増益を継続
- ◆ 営業利益、経常利益ともに過去最高をさらに更新
- ◆ 配当金は122円へ増配

連結業績推移

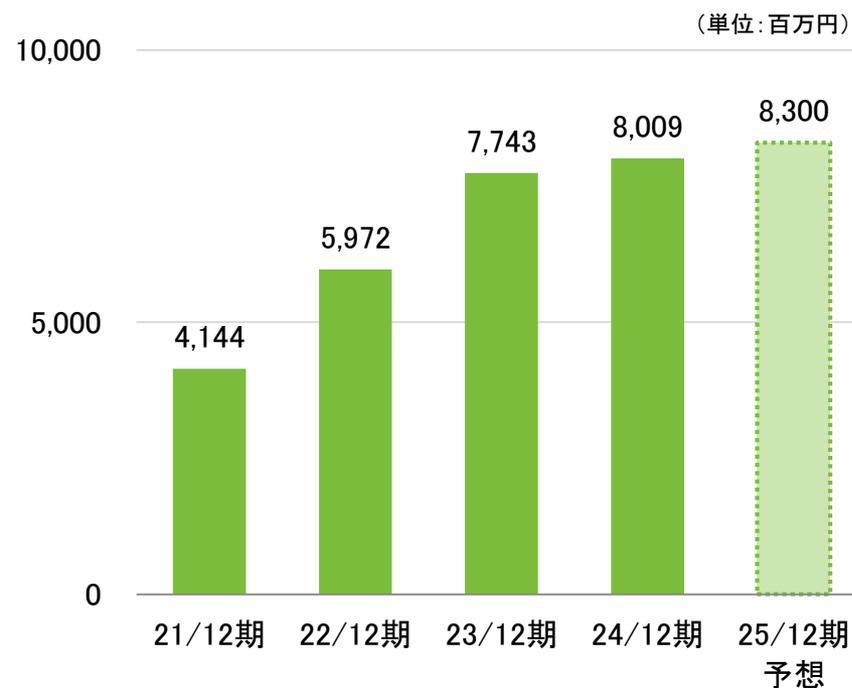
(単位:百万円)

	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期 予想
売上高	79,690	89,060	97,714	101,461	105,000
営業利益	4,144	5,972	7,743	8,009	8,300

売上高の推移



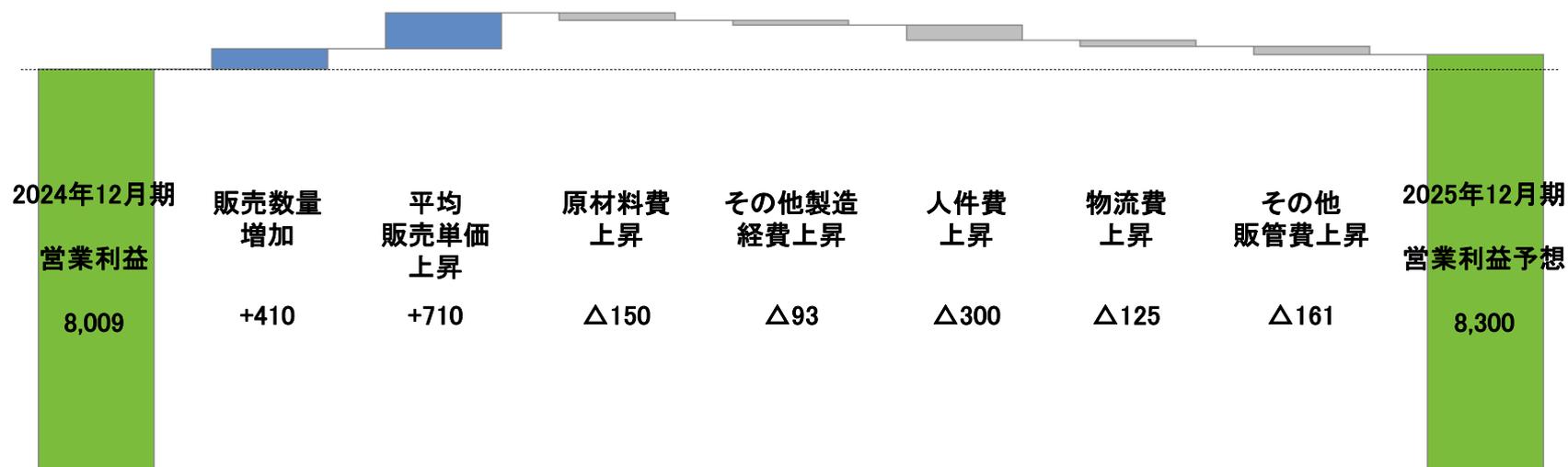
営業利益の推移



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)



- ◆ 商品ラインアップの拡充と複合提案の効果により、新市場開拓・シェアが拡大し販売数量は増加
- ◆ 環境対応商品や顧客課題の解決に貢献する高付加価値商品の提案により、平均販売単価は上昇
- ◆ 人員増強や賃上げなどにより人件費は増加
- ◆ 生産性向上のための機械設備投資が増加

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

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および技術開発</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や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> <p><2024年度実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ・FSC®商品販売額は前期比9.8% ・食品市場向け販売額は前期比9.7% 	<table border="1"> <caption>FSC®商品売上高構成比</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>構成比 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021年</td> <td>13.2%</td> </tr> <tr> <td>2022年</td> <td>17.4%</td> </tr> <tr> <td>2023年</td> <td>20.2%</td> </tr> <tr> <td>2024年</td> <td>21.1%</td> </tr> <tr> <td>2030年 (KPI)</td> <td>50.0%</td> </tr> </tbody> </table>	年	構成比 (%)	2021年	13.2%	2022年	17.4%	2023年	20.2%	2024年	21.1%	2030年 (KPI)	50.0%
年	構成比 (%)													
2021年	13.2%													
2022年	17.4%													
2023年	20.2%													
2024年	21.1%													
2030年 (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 <p><2024年度実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ・過去最高の売上高の中、事務所のLED化、工場設備の高効率化などにより、CO₂排出量 (Scope1+2)は前期比△3.62% 	<table border="1"> <caption>CO₂排出量 (Scope 1+2)</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>排出量 (t)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021年</td> <td>14,894</td> </tr> <tr> <td>2022年</td> <td>15,399</td> </tr> <tr> <td>2023年</td> <td>16,756</td> </tr> <tr> <td>2024年</td> <td>16,149</td> </tr> <tr> <td>2030年 (KPI)</td> <td>8,997</td> </tr> </tbody> </table> <p>(単位:t)</p>	年	排出量 (t)	2021年	14,894	2022年	15,399	2023年	16,756	2024年	16,149	2030年 (KPI)	8,997
年	排出量 (t)													
2021年	14,894													
2022年	15,399													
2023年	16,756													
2024年	16,149													
2030年 (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へ募集をかける ・顧客招致活動を強化する <p><2024年度実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ・8回実施(雨天により1回中止) ・一般参加者の募集を拡大(45人参加) 	<table border="1"> <caption>年間活動回数と年間参加人数</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>年間活動回数</th> <th>年間参加人数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021年</td> <td>0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>2022年</td> <td>4</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>2023年</td> <td>9</td> <td>253</td> </tr> <tr> <td>2024年</td> <td>8</td> <td>230</td> </tr> <tr> <td>2030年 (KPI)</td> <td>15</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>	年	年間活動回数	年間参加人数	2021年	0	0	2022年	4	11	2023年	9	253	2024年	8	230	2030年 (KPI)	15	500
年	年間活動回数	年間参加人数																		
2021年	0	0																		
2022年	4	11																		
2023年	9	253																		
2024年	8	230																		
2030年 (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 <p><2024年度実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ・新規学卒採用の女性比率35.7%(5年連続35%以上) ・正社員に占める女性割合23.0%(4年連続増加) 	<table border="1"> <caption>管理職(課長以上)に占める女性の割合</caption> <thead> <tr> <th>年</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2021年</td> <td>4.9%</td> </tr> <tr> <td>2022年</td> <td>6.7%</td> </tr> <tr> <td>2023年</td> <td>6.3%</td> </tr> <tr> <td>2024年</td> <td>7.2%</td> </tr> <tr> <td>2030年 (KPI)</td> <td>15.0%</td> </tr> </tbody> </table>	年	割合	2021年	4.9%	2022年	6.7%	2023年	6.3%	2024年	7.2%	2030年 (KPI)	15.0%						
年	割合																			
2021年	4.9%																			
2022年	6.7%																			
2023年	6.3%																			
2024年	7.2%																			
2030年 (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><2024年度実績></p> <p>・賛同社数過去最高を更新 2019年24社→2024年158社</p>	<p>350 300 250 200 150 100 50 0</p> <p>67 94 123 158</p> <p>2021年 2022年 2023年 2024年 2030年</p> <p>KPI (単位:社) 300</p>

サステナビリティ経営の理念浸透および理念に沿った活動実績

◆ 当社およびグループ会社、協力会社に対し、サステナビリティ経営の理念浸透を継続し、理念に基づいた各種活動を実践しています

【理念浸透】

サステナビリティ浸透冊子
SHINKAの発行

サステナビリティレポート・
統合報告書の発行

社内向け動画配信
(行動規範・汚職と腐敗禁止)

QCサークル活動を通じた理念浸透
(マテリアリティに沿ったテーマ設定)

【活動実績】

研修実施
(入社年、階層別、全社員向け)

エンゲージメントサーベイ結果に
基づく改善(職場改善研修実施)

従業員の処遇改善
(ベースアップ、休暇・手当追加)

男性育児休業等の取得推進
(取得実績87.5%)

健康経営の推進
(予防接種費用補助・二次検診の推進)

労働安全衛生の強化
(製造現場向けマニュアルの策定)

多様な採用制度の活用
(紹介採用制度により7名採用)

サプライチェーンにおける品質強化
(国内グループ会社品質会議および
協力会社合同品質会議の実施)

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

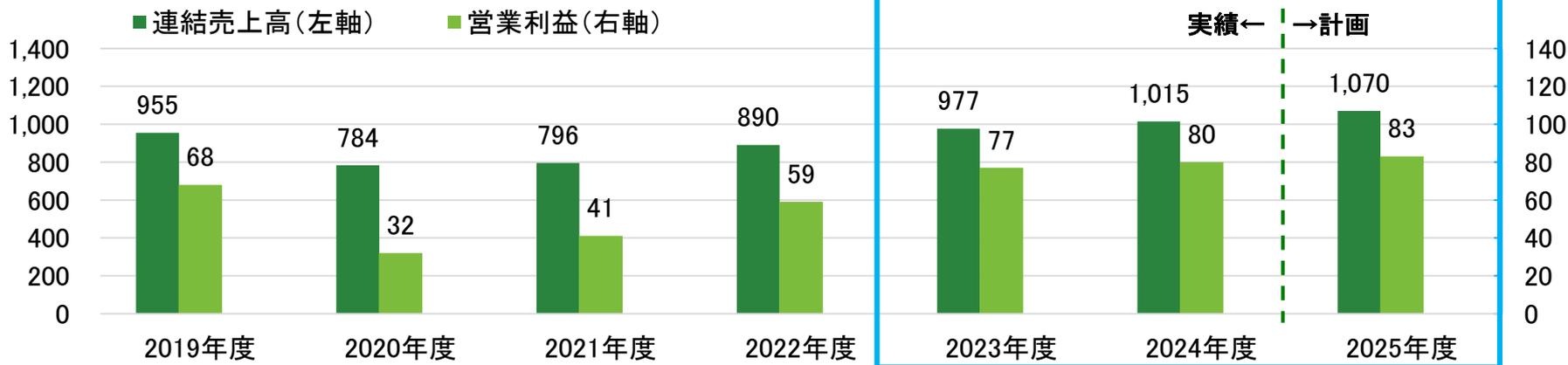
進化 - パーパス経営・サステイナブル経営のスタート -

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)



(単位:億円)

	2023年度		2024年度		
	通期実績	通期計画	通期実績	計画達成率	前期比
連結売上高	977	1,010	1,015	100.5%	3.8%
営業利益	77	81	80	98.8%	3.4%
売上高営業利益率	7.9%	8.0%	7.9%		
ROE	8.3%	8.0%	8.7%		
ROIC	7.6%	8.0%	7.5%		

中期経営計画の数値目標の進捗

概要

- ◆ 成長市場である食品市場、EC市場で大きな成長を達成
 - ◇ 設備投資、営業活動により成長に繋がる
 - ◇ 紙袋はEC向け宅配袋、小売市場向け手提げ袋が好調

市場別数値目標

(単位: 億円)

	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	前期比	2025年度 目標
食品(*)	250	282	303	7.4%	320
EC/通販/物流(*)	140	147	163	10.9%	180
一般流通小売他	500	548	549	0.2%	570
合計	890	977	1,015		1,070

(*) 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)

	2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	前期比	2025年度 目標
紙袋	265	297	322	8.4%	315
紙器	222	250	259	3.6%	270
段ボール	122	124	130	4.8%	150
化成品	119	138	135	△2.2%	145
その他	162	168	169	0.6%	190
合計	890	977	1,015	3.9%	1,070

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年度実績	2024年度実績	2025年度目標	前期比
282	303	320	7.4%

進捗の概要

- ◆ 当社の強みと戦略の実行により売上を拡大
 - ◇ 既存顧客の販売好調、および営業活動によるシェア拡大により、販売数増加
 - ◇ 設備投資や商品開発による多様な展開で新規商品数増加

◆ 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)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
当市場での紙器全体	130.3	150.0	159.4	6.3%
内 食品一次容器	69.1	77.2	87.5	13.3%
(参考) 当市場での紙袋全体	66.3	76.9	81.2	5.6%

- ・食品一次容器の販売拡大が業績を牽引
- ・土産菓子・外食・中食各市場が持つ課題への取り組みが奏功
 - 安定供給→設備投資、サプライチェーン強化により供給能力の向上
 - 付加価値→商品ラインアップの多様化、デザイン・設計提案推進
 - 環境対応→紙化・脱フッ素・低環境負荷印刷

◆ 軟包装の拡販・複合販売

(単位: 億円)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
軟包装	12.0	13.3	14.8	11.3%

- ・紙器、紙袋との複合販売提案による受注増加
- ・紙製軟包装をはじめとした開発商品による付加価値提案が奏功
- ・食品一次包装に限らない、食品市場の多様な需要への展開を目指す

◆ 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)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
FSC®商品	40.6	50.3	55.1	9.5%

- ・顧客の高い環境意識を背景に、販売数増加
- ・脱フッ素、脱プラスチック素材や加工の開発強化

◆ 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

- ・食品セットアップ事業が順調に推移、人材不足問題に貢献
- ・東日本拠点に加え、2025年1月から西日本でも新拠点が稼働開始、引き続き複数拠点の設置を推進中
- ・菓子を中心とした食品パッケージにおいてワンストップ化を目指し、他商材の受注により業績拡大を目指す



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年度実績	2024年度実績	2025年度目標	前期比
147	163	180	10.9%

進捗の概要

- ◆ 市場の成長・ニーズに対応した各種施策が奏功し、大きく成長
 - ◇ 紙製宅配袋・薄型配送資材の供給能力拡大によるシェア拡大
 - ◇ 自動化への対応では顧客とともに開発を継続

◆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)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
紙製宅配袋	8.8	9.8	16.4	67.3%
その他宅配用資材	2.8	4.5	6.6	46.7%

- ・市場ニーズの後押しもあり、大手ユーザー中心に宅配袋の販売が増加
- ・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
- ・プラスチック製宅配袋は減少したものの、紙製薄型宅配資材の販売が増加
- ・デザイン、設計力を活かした付加価値と作業性向上の提案が多数採用

◆重量物対応の強化段ボールの更なる拡販

(単位: 億円)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
強化段ボール	9.7	9.8	9.2	△6.1%

- ・市場環境の影響をうけつつも、「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、新規商品の受注は増加
- ・重量物に対応した、大型梱包材の製造能力向上による商機拡大

◆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

- ・資材にとどまらない提案が新規顧客獲得、既存顧客でのシェア拡大に貢献
- ・機械と商品両方の設計能力を強みに、顧客との協業を継続

<TOKYO PACK 2024 (東京国際包装展)への出展>

- ・東京ビッグサイト(東京国際展示場)にて開催されたTOKYO PACK 2024に出展(2024年10月23日～25日)
- ・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および配送袋を紹介し、多くの商談に繋がった

紙製宅配袋 自動包装システムのご提案



商品をコンベアに載せるだけで連続的に紙包装を実現

- Point 1 これまで紙系素材での対応が難しかった、宅配袋の自動包装が可能です
- Point 2 商品の長さを自動で検知し最適なサイズで包装(正面幅は固定)
- Point 3 オートラベラーによる送り状の貼付が可能です(別途ラベル発行システムが必要です)

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年度実績	2024年度実績	2025年度目標	前期比
548	549	570	0.2%

進捗の概要

- ◆ 当社グループの基盤事業として外部環境が変化中、底堅く成長
 - ◇ 流通小売市場はインバウンドなどにより引き続き好調、紙化による売上増も寄与
 - ◇ 紙袋設備投資による生産性向上、生産能力向上がシェア拡大に貢献

◆ 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)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
紙袋	131.0	153.0	160.0	4.6%
(参考) 化成品	70.8	81.6	77.7	△4.8%

- ・当市場での脱プラ、紙化は継続。プラスチック袋の減少を紙袋の拡販が上回った
- ・インバウンドなど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増加に対し、高付加価値品の販売が好調

◆ 3R(Recycle Reuse Reduce)に合致した商品販売

- ・エコバッグなどリユースを促進する縫製バッグや高付加価値なギフト資材の販売が引き続き好調

(単位: 億円)

当市場向け売上高	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	前期比
縫製バッグ・ギフト資材など	25.6	28.5	33.1	16.1%

◆ 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)

	2030年度目標	2023年度実績	2024年度実績
年間活動回数(回)	15	9	8
参加人数(人)	500	253	230
賛同社数(社)	300	123	158

- ・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変化
- ・協働による新たなビジネスチャンスの創出

◆ ASEANにおける販路の開拓

- ・グローバル企業でのASEAN商圏シェア拡大
 - 日本市場での製造・物流・品質管理能力の強化により、シェア拡大
 - サプライチェーンの強化により、他国市場の販売実績が増加
 - 中国・米国のグループ会社との連携で対応エリアを拡大

- ・輸出の取り組み
 - 日本市場で培った品質、サービスの提供で顧客の海外事業をサポート
 - 海外店舗、海外工場向け資材の拡販が進展

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を継続
 - ◇ 制度改定・賃上げによる処遇の改善
 - ◇ 人材育成プログラムの充実

多様な人材の確保

	2023年度実績	2024年度実績
キャリア採用(名)	35	27
リファラル・カムバック採用(名)	15	9

	2023年度実績	2024年度実績	2025年度目標
正社員に占める女性の割合	22.9%	24.4%	25.0%
管理職(課長以上)に占める女性の割合	8.8%	9.7%	10.0%

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

- ◆ 入社前研修・新入社員研修・課長能力研修
キャリアデザイン研修(55歳)・キャリアアドバンス研修(58歳)
取締役を対象とした研修 など

- ◆ 職場改善研修

- ◆ DX研修(第2期)
前年度の第1期研修で発掘した人材の育成・成果創出の為に
プログラムの実施 (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
勉強会の開催や商品データベース、動画ツールの開発および提供

働く環境の整備

- ・継続雇用者向けの賃金規程の改正
- ・福利厚生の充実(予防接種、人間ドックの費用補助など)
- ・当社オリジナル出産育児休暇の正式導入(2022年より試験導入)

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 12月末 実績	2025年度 計画
正社員・契約社員・パート含む全従業員数(名)	1,836	1,836	1,920

- ・全部門に対して増員を継続

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を実行
 - ◇ 食品・EC市場向け設備増強計画を実行、需要に合わせて追加投資も行う
 - ◇ 株主還元策は計画通り実行、統合報告書発行で情報発信も強化

設備投資

(単位:億円)

		当初計画 (23-25年)	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 計画	合計
戦略投資	紙器製造能力増強	20.0	7.9	12.5	2.5	22.9
	紙袋製造能力増強	30.0	7.8	19.5	16.5	43.8
	合理化・省人化	11.0	1.2	1.1	10.0	12.3
	省エネ・省資源	2.0	0.4	0.1	0.3	0.8
	その他	2.0	0.1	2.0	1.3	3.4
戦略投資 計		65.0	17.4	35.2	30.6	83.2
工場設備維持他		20.0	5.6	4.1	10.6	20.3
土地取得	大阪工場近隣工場用地	-	19.0	0.0	-	19.0
	東京工場隣接工場用地	-	3.8	3.6	-	7.4
本社建替			10.0	0.0	0.0	10.0
合計		85.0	55.8	42.9	41.2	139.9

2024年度主な設備投資実績

紙器 食品市場向け設備
紙袋 環境対応印刷機
EC市場向け設備

2025年度主な設備投資計画

紙器 EC市場向け設備
紙袋 省人省力化設備
流通市場向け設備
環境対応印刷機

基幹システム刷新

(単位:億円)

	2024年度 計画	2024年度 実績	2023年度～ 2025年度 計画
基幹システム刷新投資額	10	8.4	20

人的投資

2024年実績 2.9億円
人材育成+採用
賃上げ

0.8億円
2.1億円

株主還元

	2024年度 計画	2024年度 実績
自社株買い	年間10億円を上限	約10億円を実行
配当性向	35%を維持	35.4%
総還元性向	配当 22億円 総還元性向 50%	配当 約22億円 総還元性向 51%

・2025年度も計画通り実施する予定

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	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1,196名(単体862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11.8%、日本マスター trusts 信託銀行(信託口)7.25%、自社取引先持株会6.71%、ビービーエイチフォーティティ ロープライストックファンド(プリンシパルオールセクターサブポートフォリオ)6.56%、日本カステイ銀行(信託口)5.53%、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)3.88%、日本カステイ銀行(信託口4)3.78%、大王製紙3.05%、三菱UFJ銀行2.63%

(2024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)



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

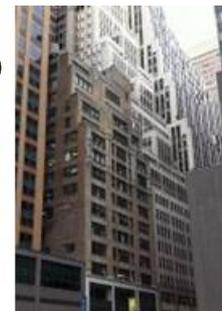


特百嘉包装品
貿易(上海)
有限公司



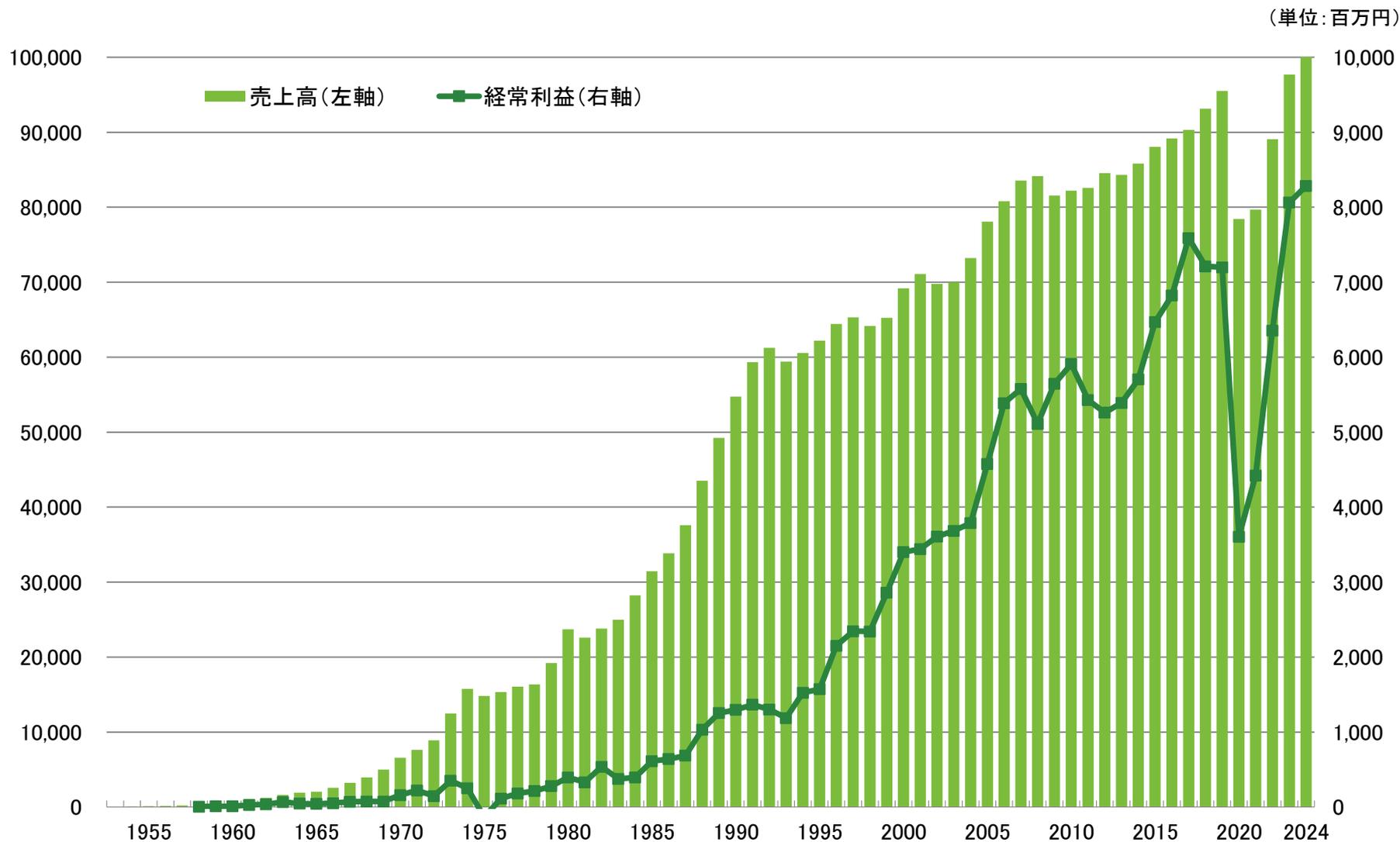
米国連結子会社

ザ・パックアメリカ(NY)



(2024年12月末現在)

売上高・経常利益の推移(連結) 会社設立(1952年)-2024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



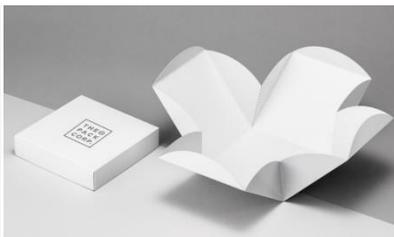
家電・住設



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



食品産業



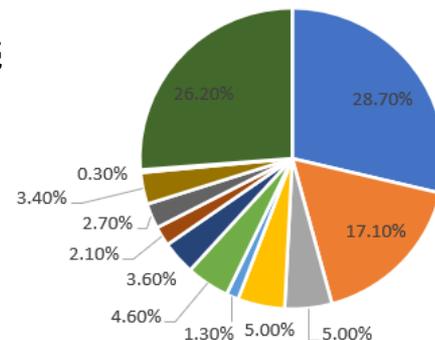
生活産業

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12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
- EC(通販) ※
- 雑貨
- 家電・住設
- ライフケア
- 自動車
- その他

ザ・パックの強み(2)

強み	内容
<p>2.パッケージの トータルソリューション 提供</p>	<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



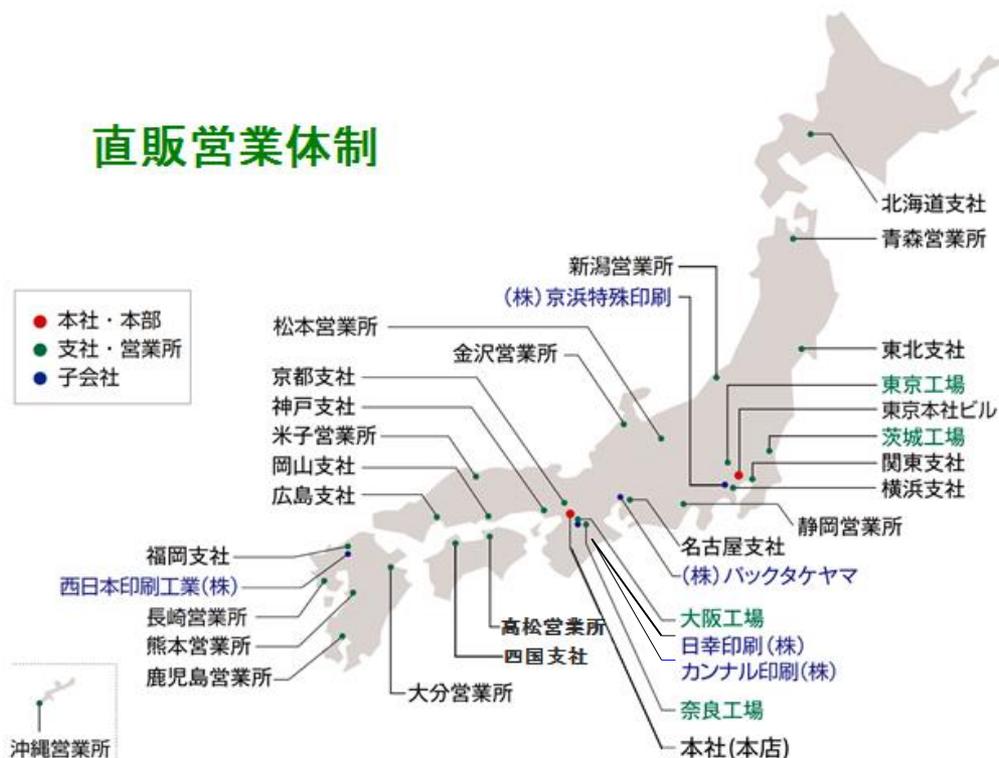
ザ・パックの強み(3)

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

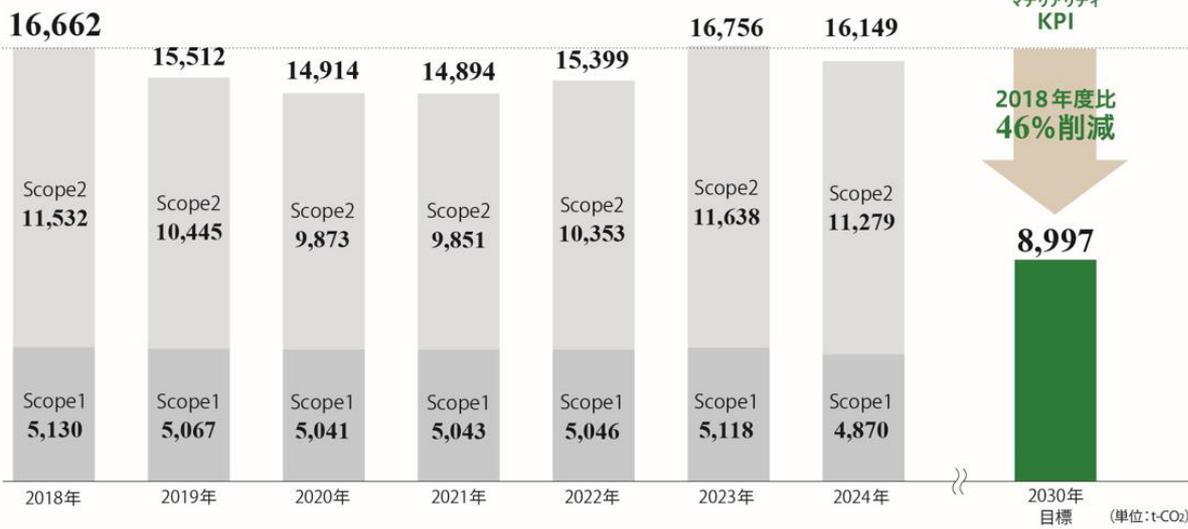
ザ・パックの強み(4)(5)

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 1320" data-label="Diagram"> </div>

ESGへの取り組み(1)

取り組み	内容
<p>1. 社会貢献活動を支援するパッケージ企画提案</p> <p>SDGsとの 関連性</p> 	<p>◆ <u>開発チームによるパッケージ企画提案でクライアントの社会貢献活動を支援</u> ～ちきり清水商店様 だしギフト「TFT*コラボパッケージ」企画提案事例～</p> <p>※NPO 法人TABLE FOR TWO International</p> <p>クライアントの新商品開発にあたり、当社プランナーとデザイナーがパッケージの企画とデザインを担当。</p> <p>パッケージと合わせ、商品代金の一部をアフリカやアジアの子どもたちへ給食1食分として寄付する「TFTプログラム」に参画することを提案。クライアントの社会貢献活動を支援</p> <p>「TABLE FOR TWOアワード2024」ルーキー部門大賞を受賞</p>  <p>▲「大人の手が持つ箸から派生した線は、やがて子どもの持つスプーンへ届いていく」という想いを込めたデザイン</p> <p>T TABLE FOR TWO</p> <p>TABLE FOR TWOプログラムとは、特定非営利活動法人 TABLE FOR TWO International (https://jp.tablefor2.org/) が提供しているプログラム。対象になっている商品を購入すると、商品代金のうち20円が飢えに苦しむ世界の子どもへの給食1食分として寄付される仕組み。東アフリカと東南アジアの5カ国(ケニア、タンザニア、ルワンダ、ウガンダ、フィリピン)を中心に、学校給食の提供、そして菜園・生産性向上プログラムの支援に役立てられている。</p>

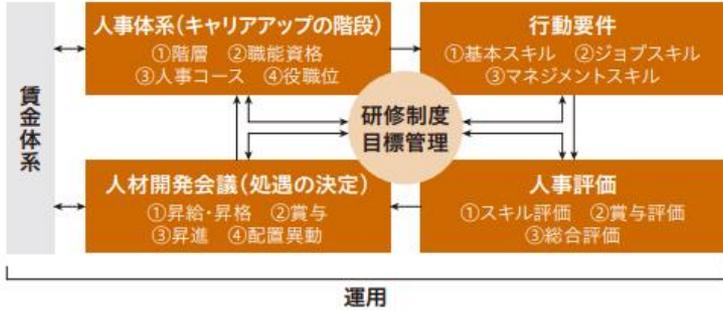
ESGへの取り組み(2)

取り組み	内容																																				
<h2 data-bbox="79 282 492 331">2.環境への取り組み</h2> <div data-bbox="102 906 251 992">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法対象物質の取扱い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="637 721 908 749">CO₂排出量 (Scope1+2) 推移</div>  <table border="1" data-bbox="637 756 1825 1285"> <thead> <tr> <th>年</th> <th>Scope1 (t-CO₂)</th> <th>Scope2 (t-CO₂)</th> <th>合計 (t-CO₂)</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>2024年</td> <td>4,870</td> <td>11,279</td> <td>16,149</td> </tr> <tr> <td>2030年 目標</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>8,997</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="1622 749 1758 899">マテリアリティ KPI 2018年度比 46%削減</p> <p data-bbox="1738 1256 1825 1285">(単位:t-CO₂)</p>	年	Scope1 (t-CO ₂)	Scope2 (t-CO ₂)	合計 (t-CO ₂)	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	2024年	4,870	11,279	16,149	2030年 目標	-	-	8,997
年	Scope1 (t-CO ₂)	Scope2 (t-CO ₂)	合計 (t-CO ₂)																																		
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																																		
2024年	4,870	11,279	16,149																																		
2030年 目標	-	-	8,997																																		

ESGへの取り組み(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>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 1035 1787 1270"> <tr> <td>拠出基金額</td> <td>2.04億円</td> </tr> <tr> <td>植樹本数</td> <td>22,853本</td> </tr> <tr> <td>参加者合計</td> <td>7,558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12月末時点累計)</p>	拠出基金額	2.04億円	植樹本数	22,853本	参加者合計	7,558人	植樹面積	19.03Ha	CO ₂ 吸収量	2,113.67t
拠出基金額	2.04億円										
植樹本数	22,853本										
参加者合計	7,558人										
植樹面積	19.03Ha										
CO ₂ 吸収量	2,113.67t										

ESGへの取り組み(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、予防接種費用補助の実施など ◆ 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、DX研修、階層別研修の実施、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・パート社員の処遇改善 男性社員への育児休業など取得の推進、障がい者雇用を目的にした「海南事業所」開設、紹介採用制度の導入など  

ESGへの取り組み(5)

取り組み	内容
<p>5.社会貢献活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 「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 <div data-bbox="645 368 1775 644" data-label="Image"> </div> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 ◆ 「令和6年能登半島地震」への災害義援金拠出
<p>SDGsとの 関連性</p> <div data-bbox="125 1139 539 1268" data-label="Image"> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ おしごとフェアへの講師派遣 <div data-bbox="653 978 1093 1305" data-label="Image"> </div> <p>おしごとフェアは奈良県内の里親家庭、ファミリーホーム、児童養護施設で暮らす中学生を対象としたイベント。働く大人の話を通して、自分にあった進路や職業を見つけるきっかけにすることを目的としている</p>

注意事項

本資料は、2024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2024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 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