



中期経営計画の進捗

2024年12月期 決算説明資料より抜粋

2025年3月3日

中期経営計画の数値目標の進捗

スローガン

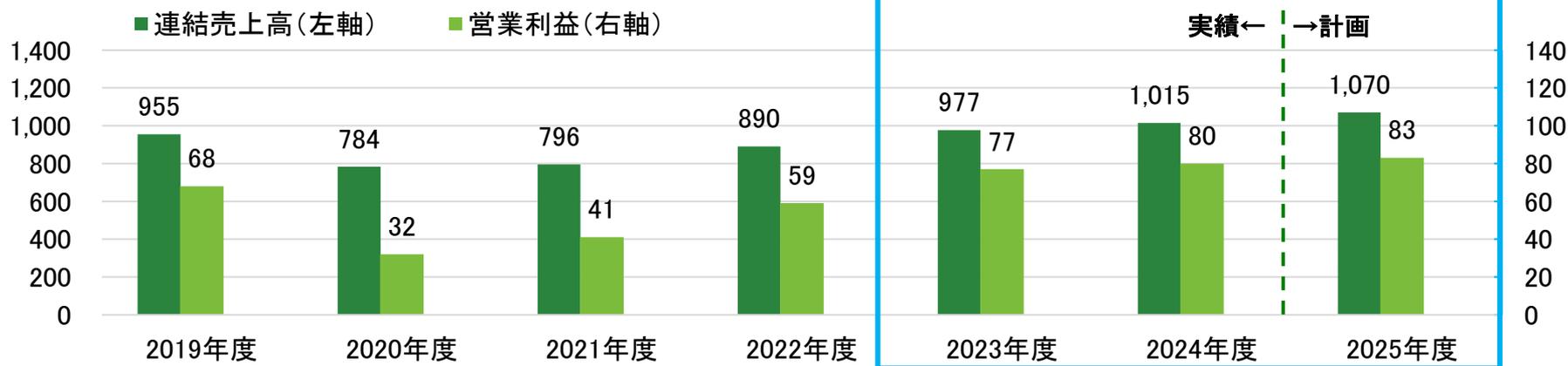
進化 - パーパス経営・サステイナブル経営のスタート -

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



宅配袋 + 自動包装機械
= 宅配袋 自動包装システム

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・成果創出の為のプログラムの実施 (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