

ザ・パック株式会社  
**2026年12月期第2四半期  
決算説明資料**

2026年9月1日



|    |                         |      |
|----|-------------------------|------|
| 01 | 2026年12月期第2四半期業績および通期予想 | P.3  |
| 02 | 成長戦略の進捗                 | P.15 |
| 03 | 企業価値向上への取り組み            | P.27 |
| 04 | 参考資料                    | P.32 |

01

# 2026年12月期第2四半期業績 および通期予想

## 注力市場での販売拡大により、業績は計画通りに推移

### 事業環境

- ・ 物価高対策により景気は緩やかに回復
- ・ 娯楽関連を中心にサービス消費は堅調に推移
- ・ 中東情勢の不透明感や円安進行による物価上昇への懸念が、消費マインドを下押し

### ①2026年12月期第2四半期業績



コスト上昇分を吸収し、増収増益を確保

- 売上高50,134百万円を達成  
-前年同期比 +5.8%  
-計画比 +2.3%
- 営業利益2,974百万円を確保  
-前年同期比 +3.9%  
-計画比 ▲0.9%

### ②成長戦略の成果



注力市場においてソリューション提案や複合販売が進展

- 食品市場売上高153億円  
-前年同期比 +12.5%
- EC・輸送梱包市場売上高98億円  
-前年同期比 +16.6%

### ③企業価値向上への取り組み



人的資本・株主還元・ESGにおける各施策を推進

- 自己株式取得5億円を実施
- 人的資本投資を継続
- サステイナブル経営を推進
- 投資家との対話強化



実績サマリー

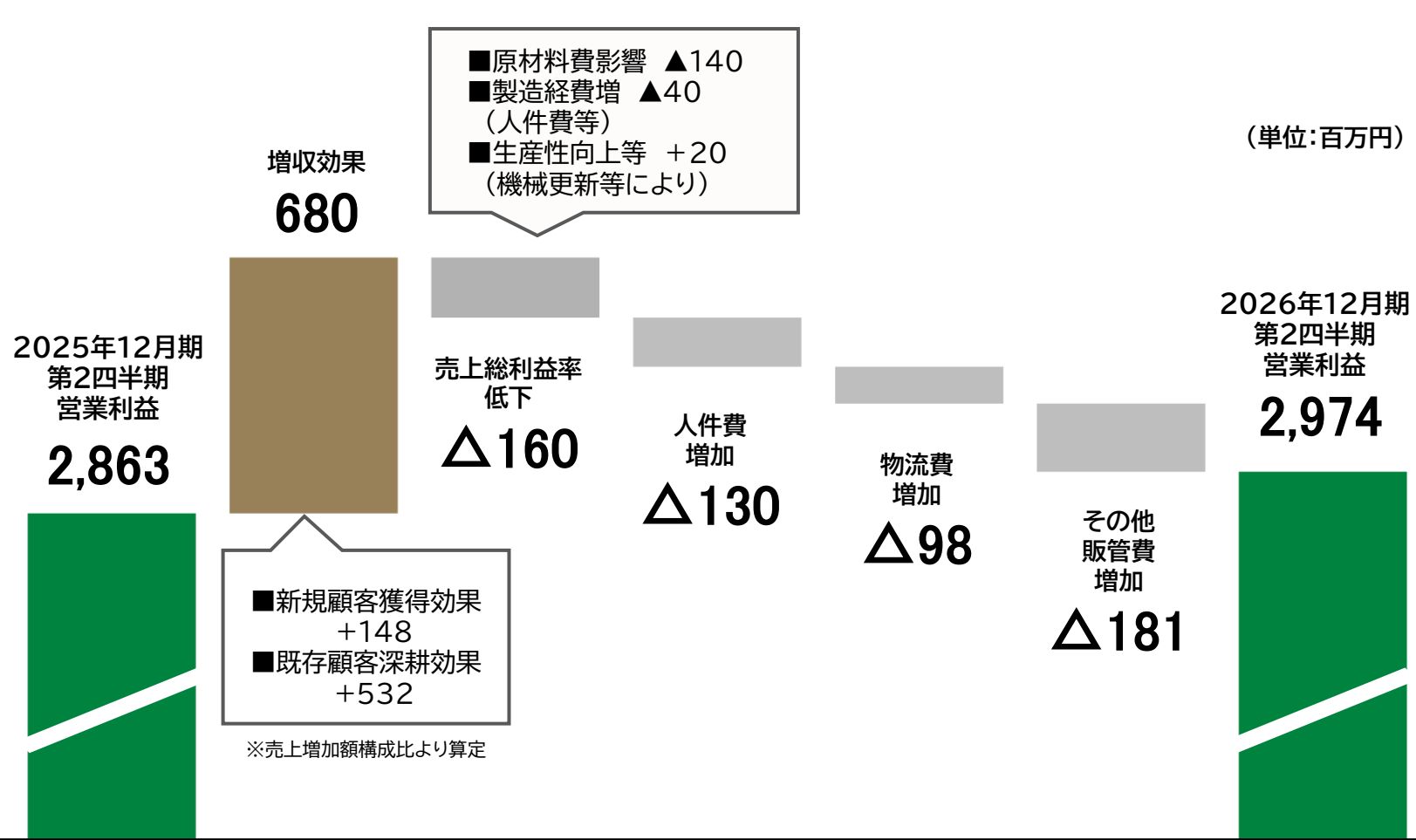


業績は計画通りに推移

| (単位:百万円)                | 2025年12月期<br>第2四半期 | 2026年12月期<br>第2四半期 |        | 第2四半期の振り返り |                                            |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------|------------|--------------------------------------------|
|                         | 実績                 | 実績                 | 前期比    |            |                                            |
| 連 結 売 上 高               | 47,385             | 50,134             | + 5.8% | 売 上 高      | ✓ 注力市場である食品市場、EC・輸送梱包市場で販売拡大               |
| 営 業 利 益                 | 2,863              | 2,974              | + 3.9% | 営 業 利 益    | ✓ 増収および複合販売の推進により増益<br>✓ 人的資本・設備投資は計画通りに実施 |
| 営業利益率                   | 6.04%              | 5.93%              | —      |            | ※前年度は、政策保有株式の売却益を計上(4.9億円)                 |
| 経 常 利 益                 | 3,038              | 3,076              | + 1.2% |            |                                            |
| 親会社株主に帰属する<br>中 間 純 利 益 | 2,428              | 2,038              | △16.1% |            |                                            |
| 1株当たり中間純利益<br>(円)       | 43.09              | 36.70              | △14.8% | 株 主 還 元    | ✓ 自己株式取得を実施(5億円)                           |
| 1株あたり配当金(円)※            | 19.33              | 17.00              | —      |            |                                            |

※当社は、2025年7月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。  
2025年12月期の第2四半期末配当金については、株式分割を考慮した場合の金額を記載しています。

新規顧客開拓と複合販売推進により、コスト増加を吸収し増益を確保



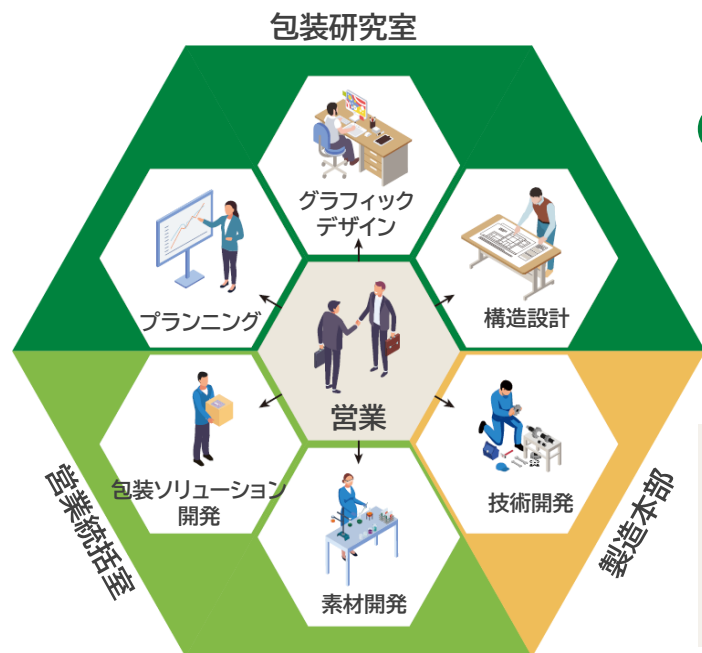
主な変動要因

- ✓ 増収効果の主な要因は、新規顧客受注額約11億円の獲得および既存顧客への複合販売推進によるもの
- ✓ 売上総利益率低下の主な要因は、原材料価格上昇および製造人件費などの製造経費増加によるもの
- ✓ 人件費増加は、賃上げによるもの
- ✓ 物流費増加は、物流コスト上昇によるもの
- ✓ その他販管費増加の主な要因は、物流機能強化、新拠点開設に伴う借地借家料の増加によるもの

## 専門性と総合力を兼ね備えた「ハイブリッドな販売体制」が当社の競争優位性

### ①ソリューション提案

- ✓ 顧客課題に応じ、専門人材を集めたチームで最適なパッケージソリューションを提供



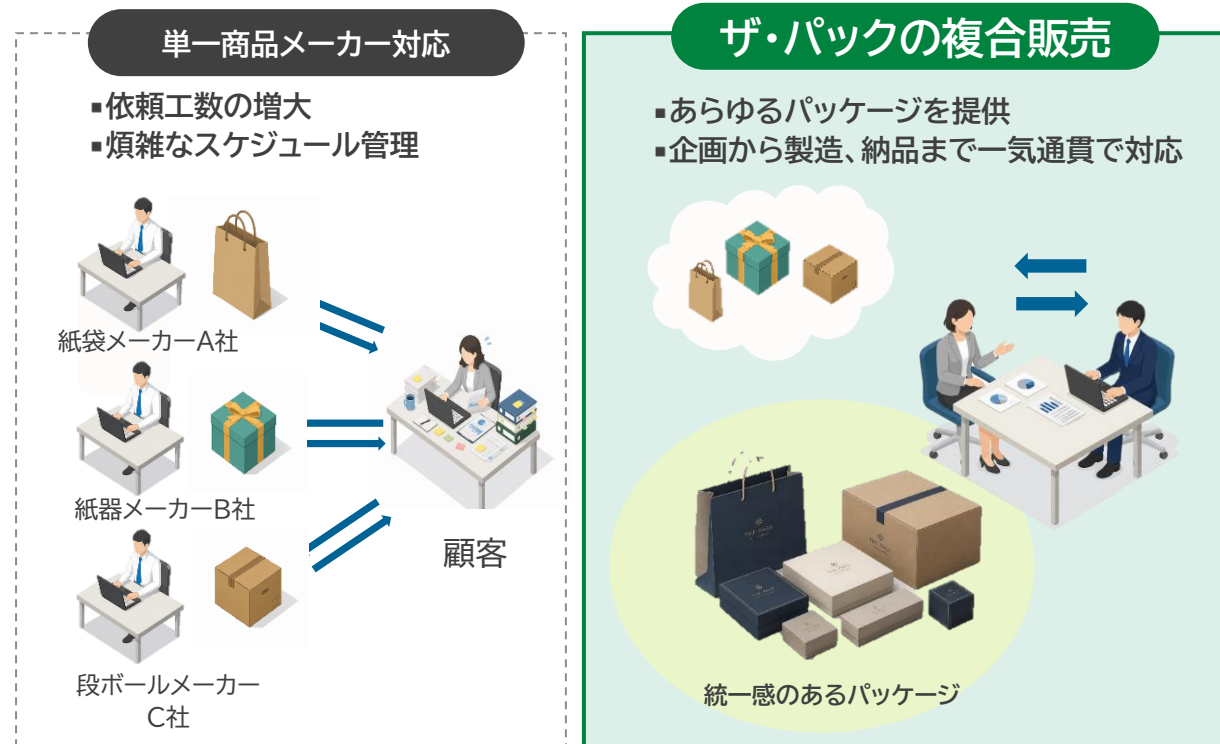
#### ポイント

パッケージそのものに留まらず、包装業務全般の課題最適化を提案

- ✓ 梱包ラインの合理化
- ✓ 組み立て作業効率化
- ✓ 商品アソート作業受託
- ✓ デザイン制作
- ✓ 構造設計 など

### ②複合販売

- ✓ 一括調達ニーズに応え、顧客の業務効率化とコスト最適化を実現しています



## TOKYO PACK 2026(東京国際包装展)へ出展

- 10月14～16日に東京ビッグサイトで開催される TOKYO PACK 2026 に出展。
- 包装資材・容器・包装機械を中心に、調達から生産・販売・消費・廃棄・リサイクル・マテハン・物流に至るまでのあらゆる分野を網羅した国際総合包装展で当社の総合力と専門性を広く発信し、企業認知の向上を図る
- 営業プロセスの入口を大幅に拡大する施策として、今後の成長につながる新たな顧客接点・営業機会を創出し、業績拡大につなげる





EC・輸送梱包向け資材の需要拡大により、紙加工品事業を中心に増収増益

|          |        | 2025年12月期<br>第2四半期 | 2026年12月期<br>第2四半期 |        |        | トピックス                                                                                                                                                                        |
|----------|--------|--------------------|--------------------|--------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (単位:百万円) |        | 実績                 | 実績                 | 構成比    | 前期比    |                                                                                                                                                                              |
| 売上高      | 紙加工品事業 | 34,881             | 36,767             | 73.3%  | +5.4%  | <div>✓ 紙袋は、国内向け販売が順調に推移した他、米国・中国を中心とした海外販売が増加</div> <div>✓ 紙器は、土産菓子に加え、食品一次容器やテイクアウト用パッケージの販売が底堅く推移</div> <div>✓ 段ボールは、EC・輸送梱包用途パッケージや、テイクアウト用途をはじめとする食品容器の販売拡大により大幅伸長</div> |
|          | 紙袋     | 14,485             | 14,882             | 29.7%  | +2.7%  |                                                                                                                                                                              |
|          | 紙器     | 12,704             | 12,759             | 25.4%  | +0.4%  |                                                                                                                                                                              |
|          | 段ボール   | 6,745              | 8,403              | 16.8%  | +24.6% |                                                                                                                                                                              |
|          | 印刷     | 945                | 721                | 1.4%   | △23.7% |                                                                                                                                                                              |
|          | 化成品事業  | 6,337              | 6,364              | 12.7%  | +0.4%  |                                                                                                                                                                              |
|          | その他事業  | 6,166              | 7,002              | 14.0%  | +13.6% |                                                                                                                                                                              |
| 営業利益     | 紙加工品事業 | 2,488              | 2,782              | 93.5%  | +11.8% | <div>✓ 化成品は、食品包装用途(軟包装)の拡販や、イベント用途の需要が増加し増収</div> <div>✓ その他は、娯楽施設向けやギフト向け縫製品販売の増加により成長</div>                                                                                |
|          | 化成品事業  | 286                | 333                | 11.2%  | +16.4% |                                                                                                                                                                              |
|          | その他事業  | 389                | 529                | 17.8%  | +35.9% |                                                                                                                                                                              |
|          | 調整額    | △302               | △671               | △22.5% | -      |                                                                                                                                                                              |

注力市場別実績の概況



食品・アパレル市場を中心に拡販

|          |              | 2025年12月期<br>第2四半期 | 2026年12月期<br>第2四半期 |       |        |
|----------|--------------|--------------------|--------------------|-------|--------|
| (単位:百万円) |              | 実績                 | 実績                 | 構成比   | 前期比    |
| 食品       | 菓子・食品・コンビニ   | 14,536             | 15,363             | 30.6% | +5.7%  |
| EC       | EC(通販)※      | 2,025              | 1,943              | 3.9%  | △4.1%  |
| 流通小売     | 百貨店          | 2,203              | 2,174              | 4.3%  | △1.3%  |
|          | アパレル         | 7,821              | 8,400              | 16.8% | +7.4%  |
|          | スーパー・ドラッグストア | 1,806              | 2,033              | 4.1%  | +12.5% |
|          | 医薬品・化粧品      | 2,271              | 2,235              | 4.5%  | △1.6%  |
|          | 雑貨           | 1,020              | 1,251              | 2.5%  | +22.6% |
| その他      | その他          | 15,703             | 16,735             | 33.3% | +6.5%  |
| 合計       |              | 47,385             | 50,134             | 100%  | —      |

※「EC(通販)」はモール型EC顧客を対象としており、自社サイト型のECについては、それぞれの顧客業種の売上に計上  
※その他は、家電・自動車関連・ライフケア・中間業者などの市場が含まれる

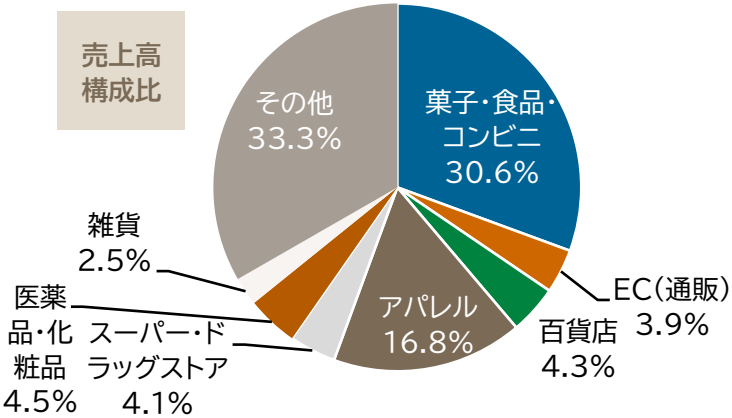
トピックス

【食品】土産菓子市場への包装資材のソリューション提案と複合販売強化による拡販

【EC(通販)】EC専門顧客の売上は減少したものの、各市場におけるEC・輸送梱包用途パッケージの販売は好調に推移

【流通小売】アパレル市場を中心に、高付加価値品の販売が増加

【その他】新規顧客の開拓や複合販売の推進による拡販



成長投資および株主還元の充実によるBSマネジメントを推進

(単位:百万円)

| 資産の部     | 2025年12月期 | 2026年12月期<br>第2四半期 | 増減     |
|----------|-----------|--------------------|--------|
| 流動資産     | 61,667    | 53,521             | △8,145 |
| 現預金・有価証券 | 26,061    | 22,004             | △4,056 |
| 売上債権     | 24,809    | 18,357             | △6,452 |
| 棚卸資産     | 9,445     | 10,559             | +1,114 |
| その他      | 1,352     | 2,599              | +1,247 |
| 固定資産     | 42,544    | 45,002             | +2,457 |
| 有形固定資産   | 30,352    | 33,646             | +3,294 |
| 無形固定資産   | 4,310     | 4,558              | +247   |
| 投資その他の資産 | 7,881     | 6,797              | △1,084 |
| 資産合計     | 104,212   | 98,524             | △5,688 |

| 負債・純資産の部        | 2025年12月期 | 2026年12月期<br>第2四半期 | 増減     |
|-----------------|-----------|--------------------|--------|
| 流動負債            | 25,920    | 19,828             | △6,091 |
| 仕入債務            | 19,607    | 14,641             | △4,966 |
| その他             | 6,312     | 5,186              | △1,125 |
| 固定負債            | 1,294     | 1,188              | △106   |
| 長期借入金           | 334       | 265                | △69    |
| その他             | 960       | 923                | △37    |
| 純資産             | 76,997    | 77,507             | +509   |
| 株主資本            | 74,186    | 74,553             | +366   |
| その他の包括利益<br>累計額 | 2,791     | 2,935              | +143   |
| 負債・純資産合計        | 104,212   | 98,524             | △5,688 |

連結キャッシュ・フロー計算書



成長投資および運転資本増加によりキャッシュは減少

| (単位:百万円)         | 2025年12月期<br>第2四半期 | 2026年12月期<br>第2四半期 |        |
|------------------|--------------------|--------------------|--------|
|                  | 実績                 | 実績                 | 増減額    |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 5,435              | 3,649              | △1,786 |
| 税金等調整前当期純利益      | 3,524              | 3,006              | △518   |
| 減価償却費            | 1,403              | 1,404              | +1     |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | 884                | △4,653             | △5,569 |
| 有形固定資産の取得による支出   | △1,530             | △5,106             | △3,576 |
| 無形固定資産の取得による支出   | △607               | △534               | +73    |
| 投資有価証券取得による支出    | △13                | △42                | △29    |
| 投資有価証券の売却による収入   | 779                | 0                  | △779   |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △1,378             | △3,243             | △1,865 |
| 配当金の支払額          | △1,239             | △1,222             | +17    |
| 現金及び現金同等物中間期末残高  | 21,399             | 19,494             | △1,905 |

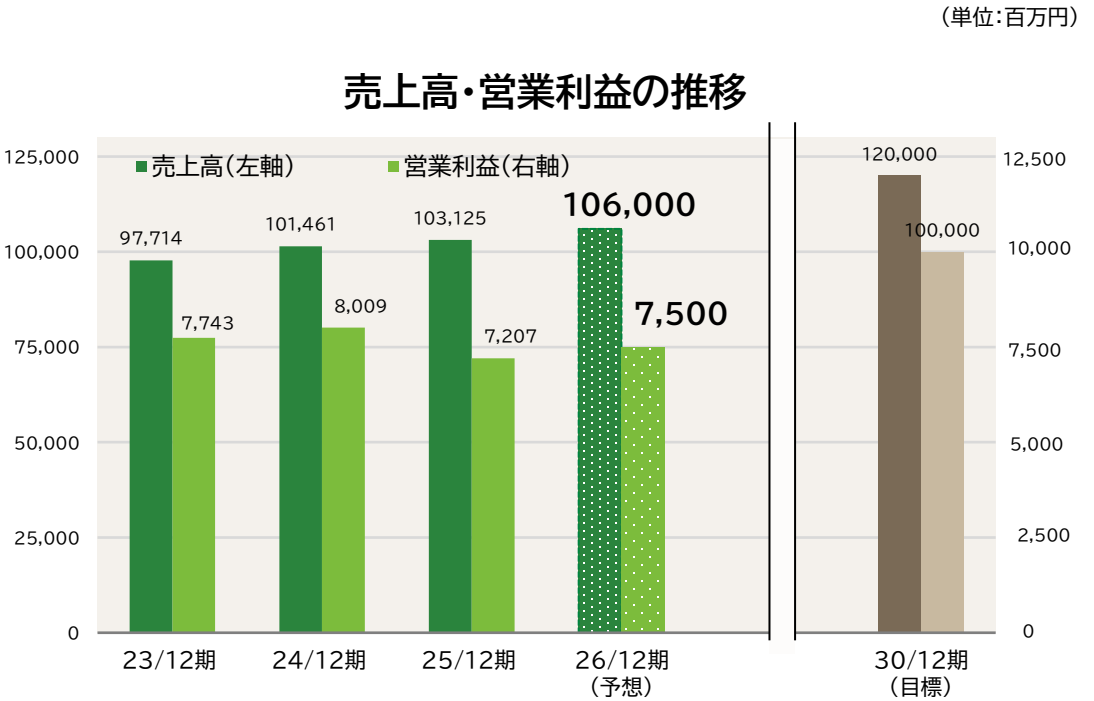
主な変動要因

- ✓ 売上拡大に伴う棚卸資産の増加や、昨年度の売上債権回収サイト短縮の反動により営業CFは減少
- ✓ 生産能力の増強と奈良工場用地の取得により投資が増加
- ✓ 自己株式の取得に伴い支出は増加



価格の適正化により営業利益率の改善を見込む

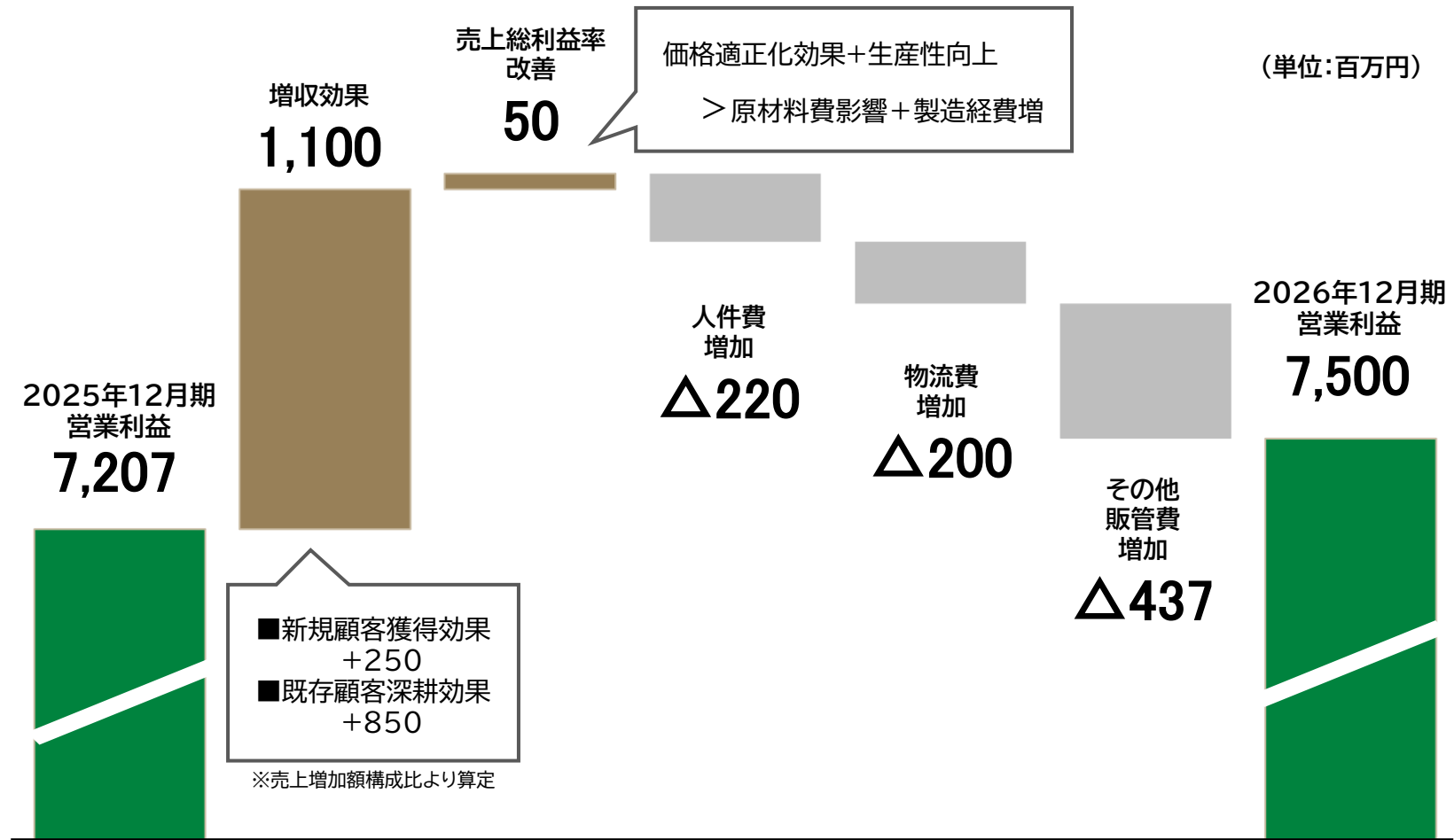
|                 | 2025年12月期 | 2026年12月期(8月7日開示) |         |
|-----------------|-----------|-------------------|---------|
| (単位:百万円)        | 実績        | 業績(予想)            | 前期比(予想) |
| 連結売上高           | 103,125   | 106,000           | 2.8%    |
| 営業利益            | 7,207     | 7,500             | 4.1%    |
| 営業利益率           | 6.99%     | 7.08%             | —       |
| 経常利益            | 7,532     | 7,700             | 2.2%    |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 6,024     | 5,300             | △12.0%  |
| 1株当たり当期純利益(円)   | 107.13    | 95.35             | △11.0%  |
| 1株あたり配当金(円)     | 41.33     | 42.00             | —       |



- 通期見通しのポイント
- ✓ 新規顧客の開拓および複合販売の推進により増収を継続
  - ✓ 下半期は価格適正化効果が寄与
  - ✓ 安定的な株主還元を継続(累進配当)

# 営業利益予想増減要因

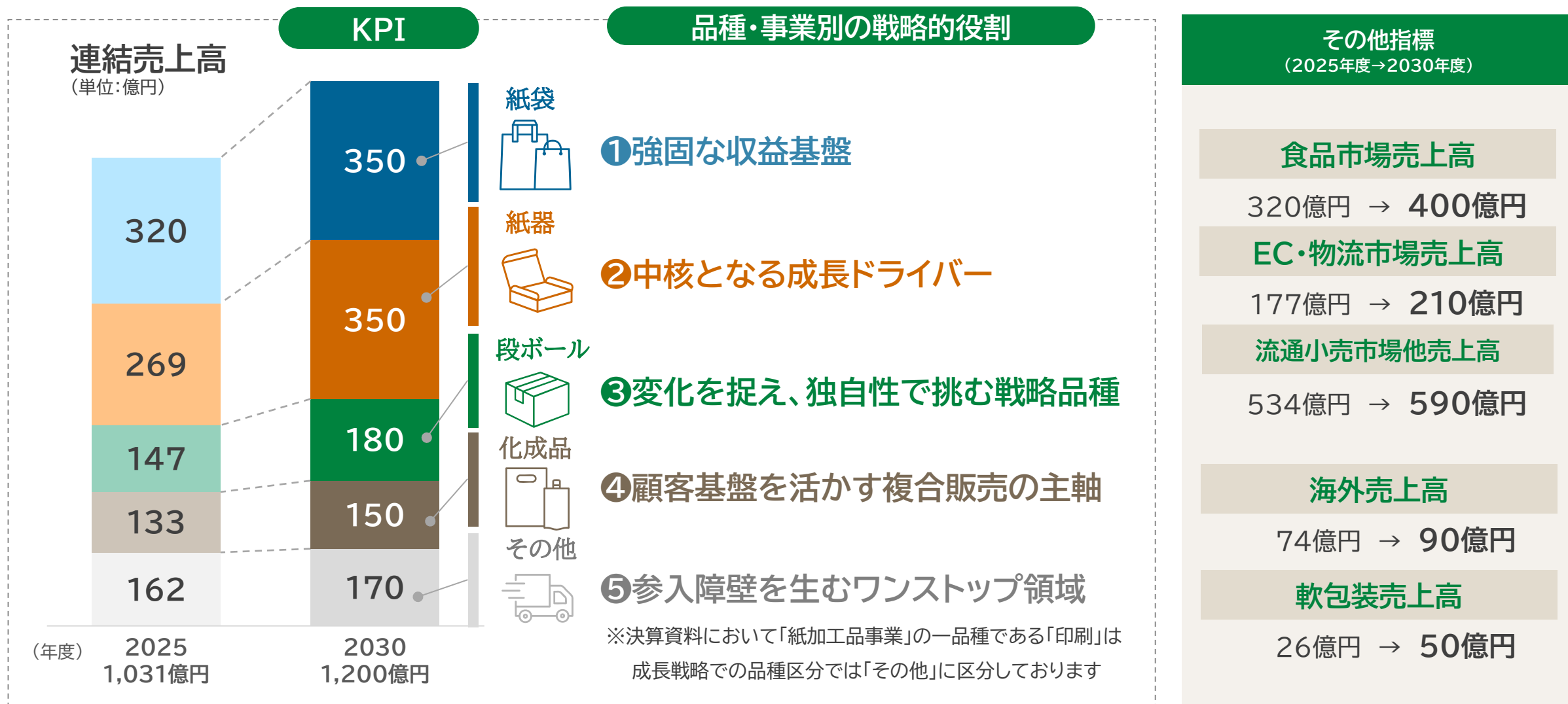
## 新規顧客の開拓と複合販売を推進、価格の適正化も継続



- 主な変動要因
- ✓ 新規顧客の開拓と複合販売の推進により増収を継続
  - ✓ 価格の適正化による利益率の改善を見込む
  - ✓ 物流機能の強化や人的投資に伴う費用の増加

# 02 成長戦略の進捗

強固な事業基盤を軸に各セグメントを強化し、確実な目標達成を図ります



戦略的役割

安定した収益基盤

事業環境

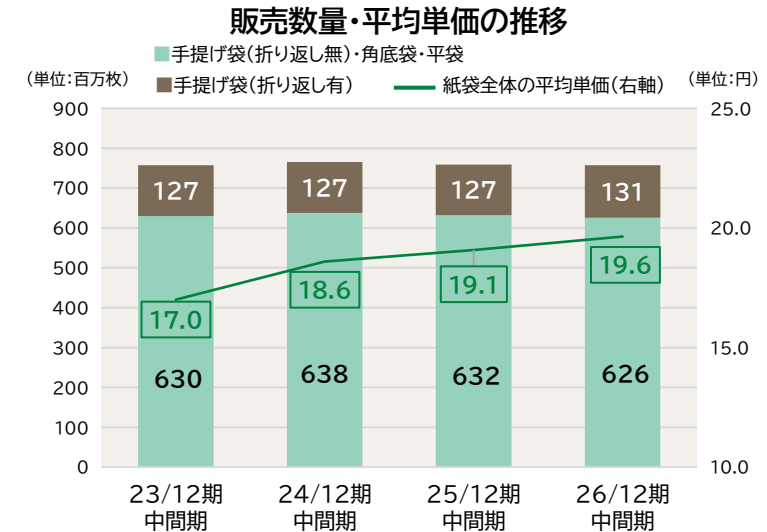
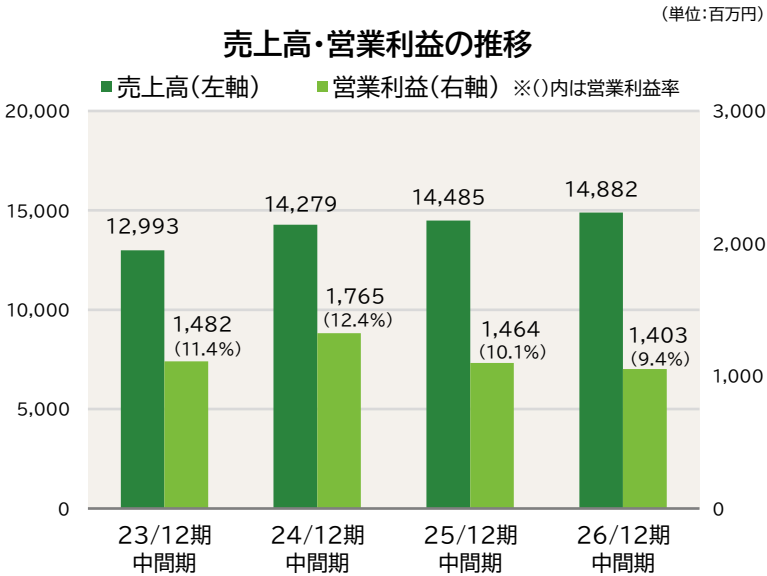
- ✓ 物価高による消費マインドの低下
- ✓ 円安を背景としたインバウンドの拡大により高価格帯商品の販売は好調
- ✓ テイクアウト需要は堅調なものの、包装資材のコスト抑制思考が強まる
- ✓ 製紙各社の原紙値上げを受け、製品価格の改定交渉が本格化

施策

- ✓ 食品・EC・小売市場の販路を拡大
- ✓ 生産性・効率性の追求
- ✓ 海外市場に向けた人員・拠点の増加による販売体制強化

施策の進捗

- ✓ 紙製宅配袋の生産能力増強により、EC大手におけるシェアが拡大
- ✓ 有料化・コスト抑制ニーズに対して仕様変更提案で収益確保
- ✓ 価格の適正化に向けた交渉は予定通りに推移

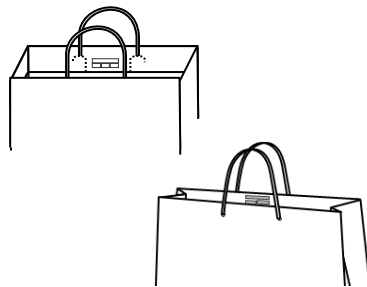




## 【参考資料】紙袋の品種一例

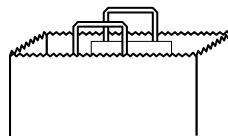
### ①手提げ袋(折り返し有)

- ✓ 袋上部の紙が折り返されており、2重になっている袋
- ✓ 袋上部の紙が2重になっているため丈夫で、再利用される可能性が高い



### ②手提げ袋(折り返し無)

- ✓ 袋上部の紙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



### ②角底袋・平袋

- ✓ 宅配や食品一次包装よとで使用されることが多い形式
- ✓ 用途の応じて両面テープをつけることや耐油機能を付加することができる



戦略的役割

本中計最大の成長ドライバー

事業環境

- ✓ 物価高を背景に、一般流通食品向け等紙器の使用量は微減
- ✓ 食品業界のプレミアム戦略に伴い、高付加価値パッケージの需要は拡大
- ✓ 土産物は観光需要を背景に堅調に推移
- ✓ 製紙各社の原紙値上げを受け、製品価格の改定交渉が本格化

施策

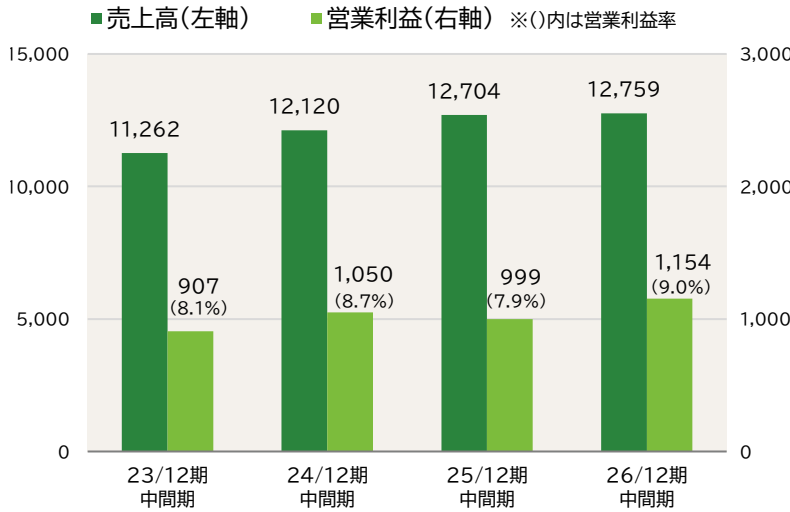
- ✓ 流通加工事業を通じた紙器拡販の加速
- ✓ 水性フレキソ印刷機の活用範囲の拡大
- ✓ 食品一次容器の拡販

施策の進捗

- ✓ 流通加工事業により大手和洋菓子専門店でのシェア拡大
- ✓ 環境負荷の低い水性フレキソ印刷の採用が拡大
- ✓ 価格の適正化に向けた交渉は予定通りに推移

売上高・営業利益の推移

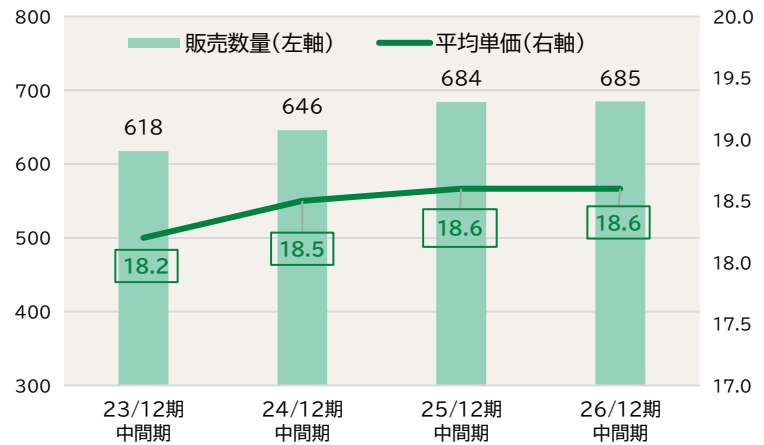
(単位:百万円)



販売数量・平均販売単価の推移

(単位:百万個)

(単位:円)



品種別の進捗③段ボール



戦略的役割

変化を捉え、独自性で挑む戦略品種

事業環境

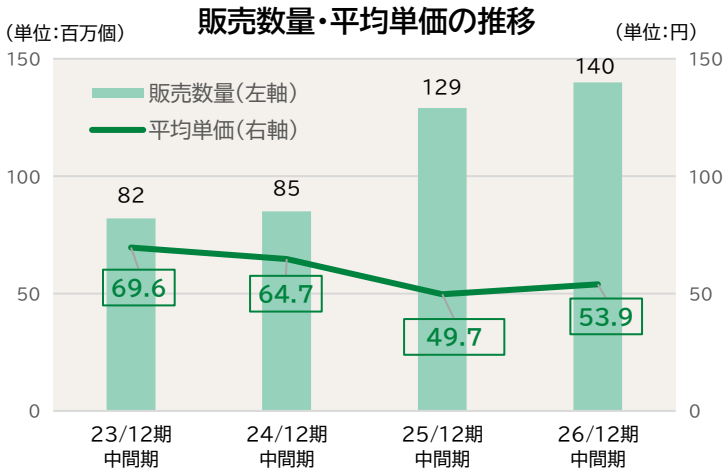
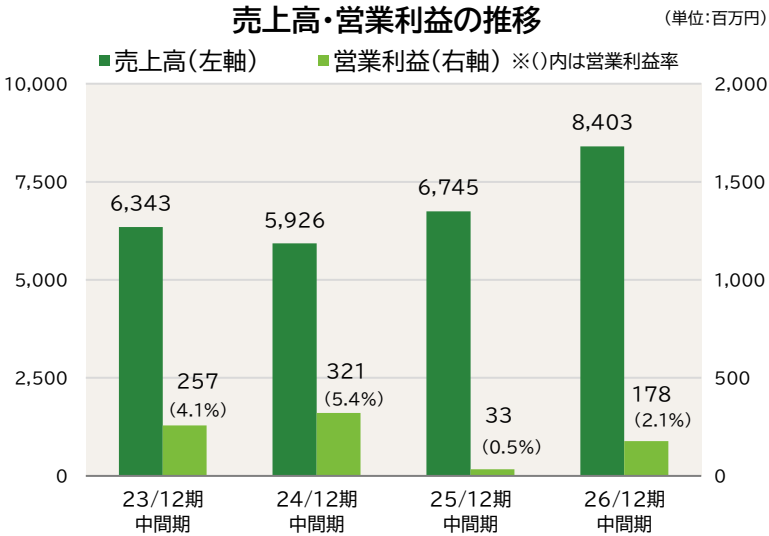
- ✓ 2月から3年ぶりの原紙価格値上げが浸透
- ✓ 国内電機・半導体分野などの製品出荷額が大幅に増加
- ✓ ECプラットフォーム型、専門店のEC事業はともに好調を維持

施策

- ✓ ECと輸送梱包分野での販路拡大
- ✓ 省人・省力化による生産性向上
- ✓ 既存顧客における複合販売の推進

施策の進捗

- ✓ 国内外の製造・調達能力が評価されEC各社でシェア拡大
- ✓ 設計力を活かし家電・エネルギー関連機器の梱包材の受注が拡大
- ✓ 利益率改善に向けた提案活動を推進。上半期中にはほぼ改定が完了



戦略的役割

顧客基盤を活かした複合販売の軸

事業環境

- ✓ 中東情勢により原材料確保・コスト高騰で市場が混乱
- ✓ 流通食品分野では高機能の軟包装の需要が高まる
- ✓ 衛生用品市場は成熟傾向。付加価値化がトレンドに

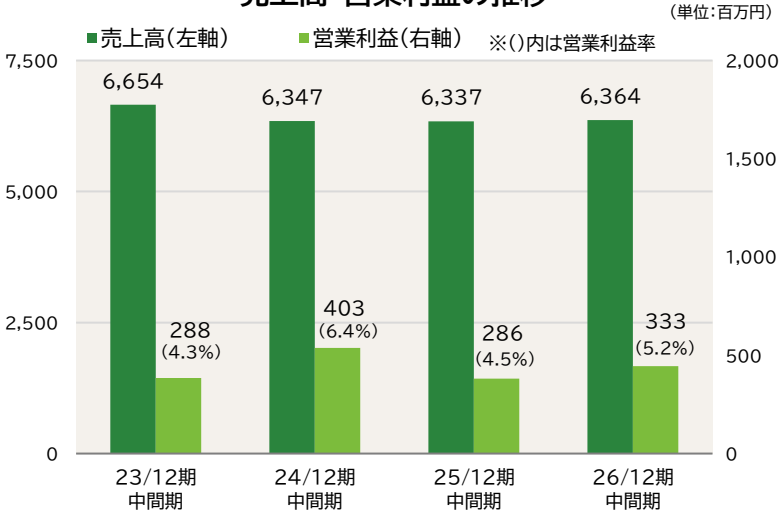
施策

- ✓ 流通加工事業を通じた軟包装拡販の加速
- ✓ 水性フレキソ印刷機の活用範囲の拡大
- ✓ 低環境負荷素材や商品の開発推進

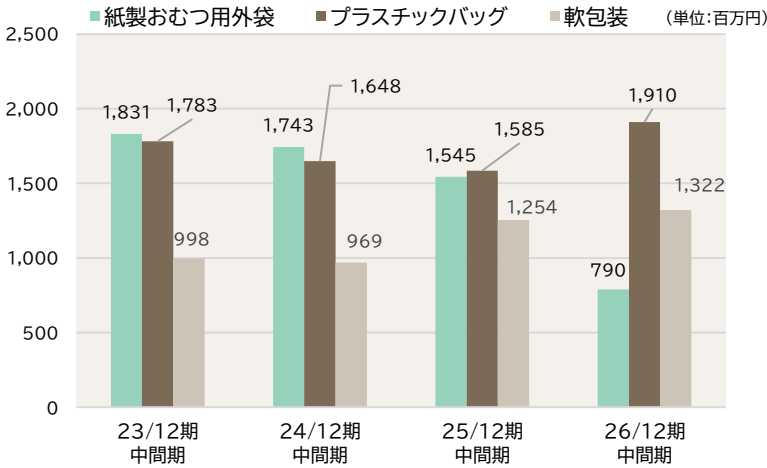
施策の進捗

- ✓ 和洋菓子・土産菓子市場での軟包装の取り込みが順調に推移
- ✓ 衛生用品市場は、国内外の調達網を強化し業績回復を目指す
- ✓ 流通小売市場ではキャラクター・イベント向け商品販売が好調

売上高・営業利益の推移



主要品目の売上高推移



品種別の進捗⑤その他(印刷/縫製品/PASシステム※など)

※PASシステム:包装資材と合わせて備品等をまとめて納品するバンダー業務(P.41参照)

戦略的役割

参入障壁を生むワンストップ領域

事業環境

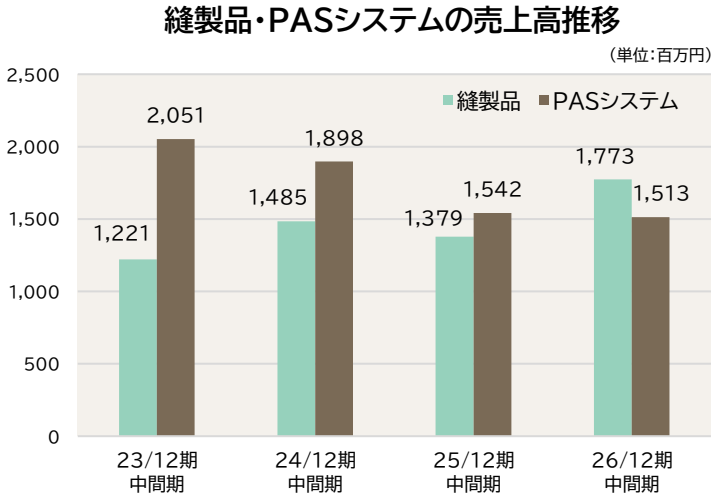
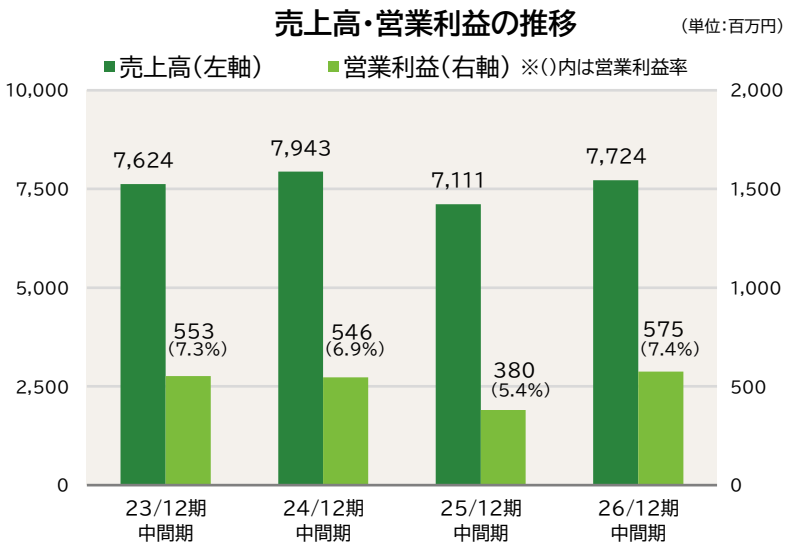
- ✓ 中東情勢により原材料確保・コスト高騰で市場が混乱
- ✓ 改正物流効率化法の施行(4月)
- ✓ 印刷・コーティング技術によるプラスチック使用削減へ大きな期待

施策

- ✓ 物流・受発注システムの強化
- ✓ 顧客の業務負担軽減のサービス構築
- ✓ 印刷事業の新市場開拓

施策の進捗

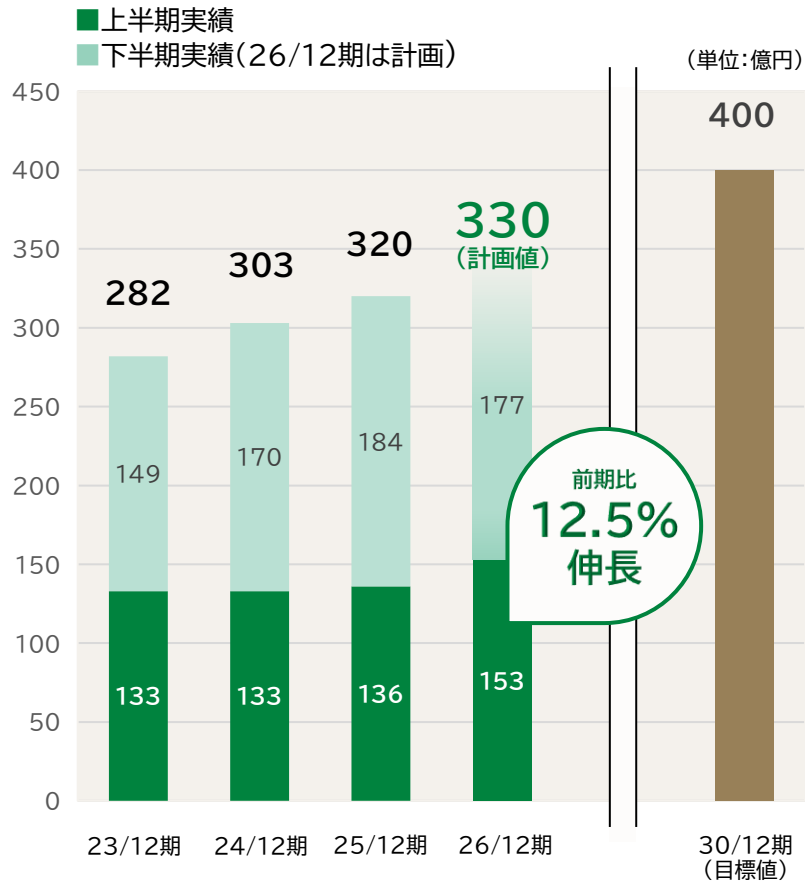
- ✓ 自社Web受発注システムの利便性を向上
- ✓ PASシステム事業は顧客の事業環境の変化による減少も、底打ちへ
- ✓ 縫製バッグでは、高価格化トレンドへの対応により平均単価向上
- ✓ 食品一次容器におけるグラビア・オフセット輪転等の印刷需要が好調



# 食品市場における進捗

## 前中計での施策の効果が着実に顕在化

### 食品市場の売上高実績・目標



### 当市場における取り組み

#### 施策①食品一次包装の拡販

- ✓ コスト高騰という市場課題に対して仕様変更や新商品・プロモーション施策への対応で貢献し、成長

#### 施策②流通加工事業を通じた紙器の拡販

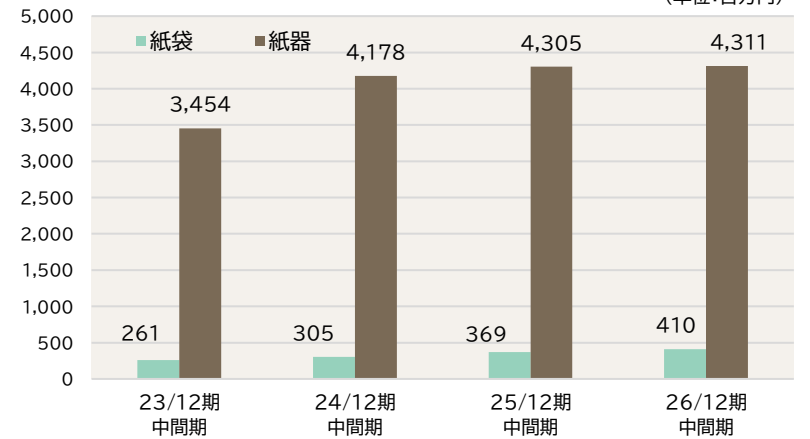
- ✓ 流通加工事業の自社拠点拡大(25年2か所→26年6月時点5か所)
- ✓ 当拠点の効果で2026年6月末時点で3.4億円/年の新規商権を獲得

#### 施策③軟包装の拡販

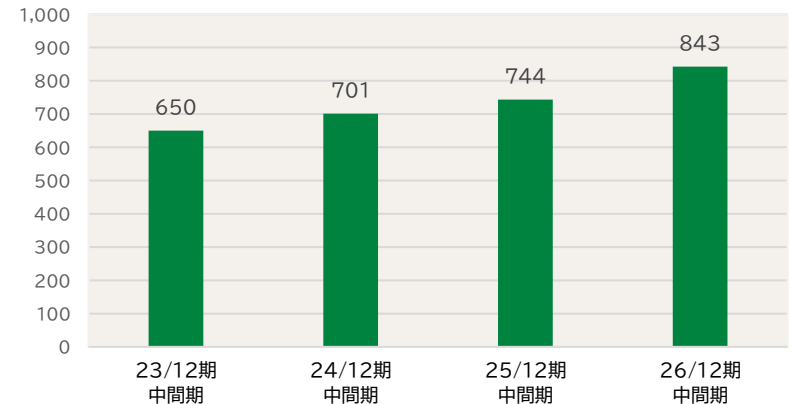
- ✓ 複合販売が奏功し高成長を達成
- ✓ 前年差+99百万円(+13.4%)

### 指標

#### 食品一次包装の売上高推移 (単位:百万円)



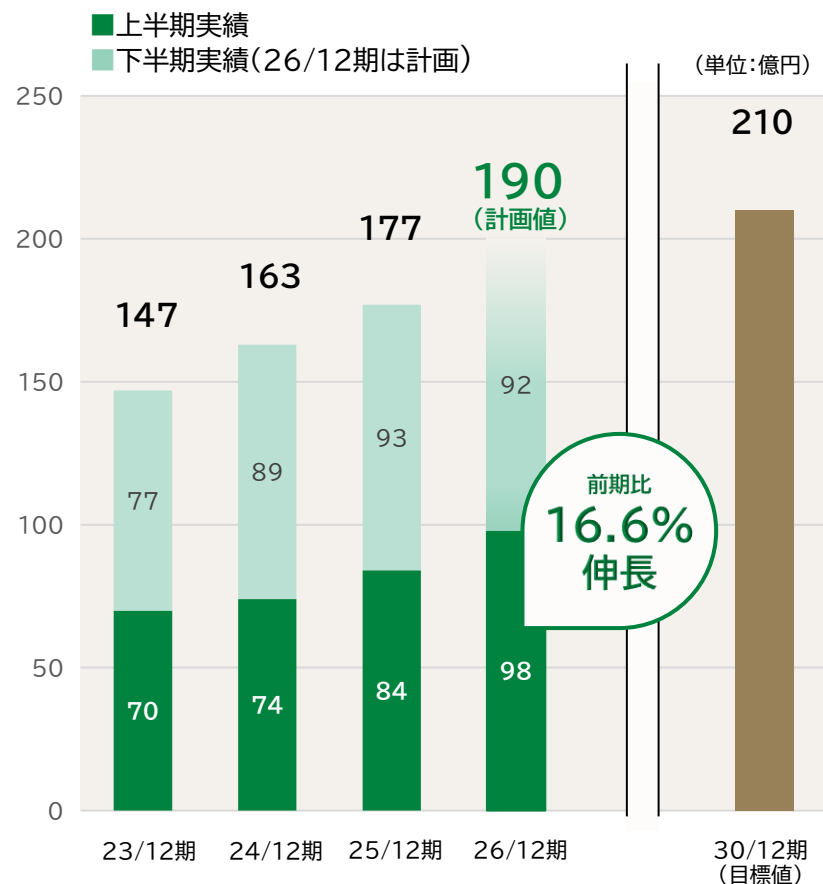
#### 食品市場向け軟包装の売上高推移 (単位:百万円)





## EC市場向けでの顧客内シェアが拡大

EC・輸送梱包市場の売上高実績・目標



当市場における取り組み

## 施策①EC用資材拡販

- ✓ 前中計期での設備投資等によりEC各社でのシェア拡大(業績への寄与は下半期より)
- ✓ 特に段ボール製薄型配送資材の拡販が貢献

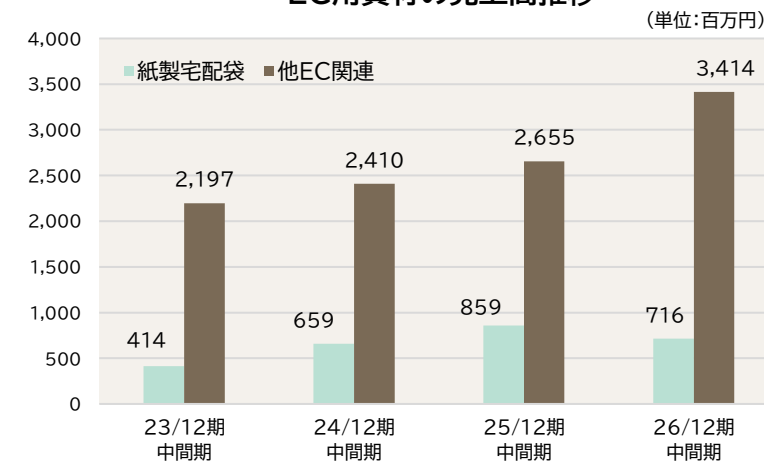
## 施策②輸送梱包資材の拡販

- ✓ 家電・蓄電池関係資材の受注が好調に推移

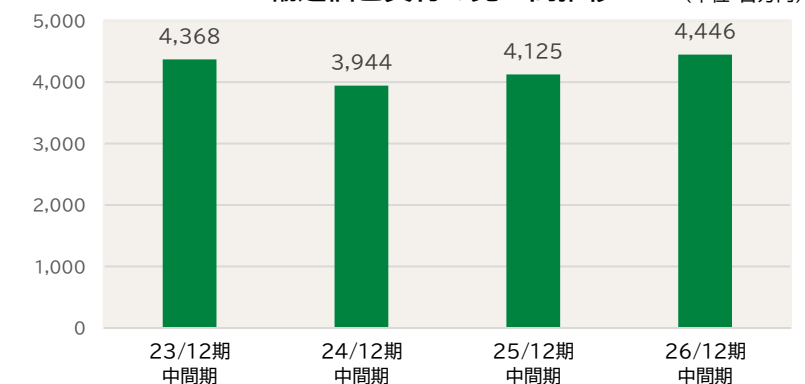


指標

## EC用資材の売上高推移

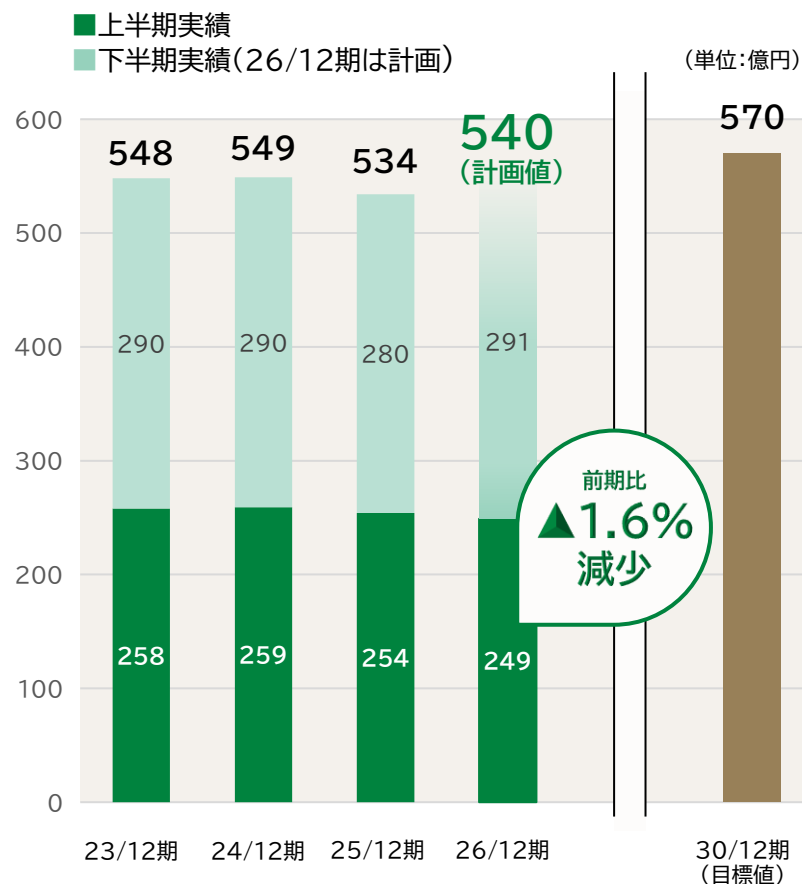


## 輸送梱包資材の売上高推移



## 高付加価値化戦略を推進

## 流通小売市場の売上高実績・目標



## 当市場における取り組み

## 施策①高付加価値商品の拡販

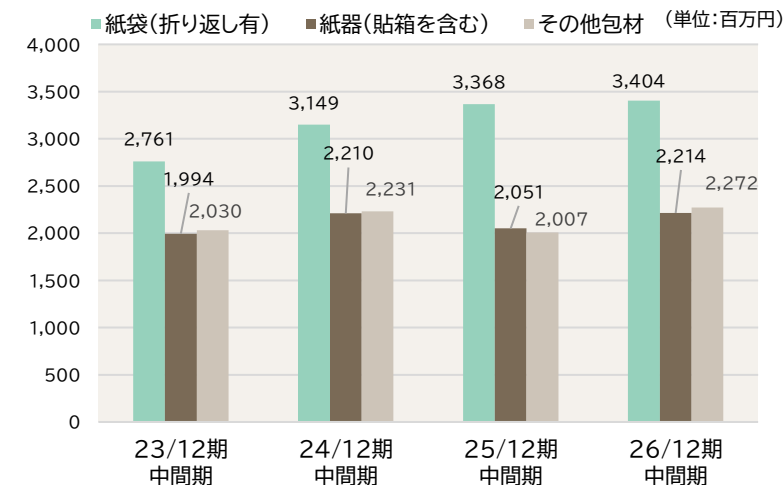
- ✓ 有料化に適した高価格帯紙袋(折り返し有)の販売促進
- ✓ 製造・調達能力の向上による貼箱の拡販
- ✓ 環境配慮に加え、高価格化や高級化ニーズを背景に縫製バッグの提案強化

## 施策②海外市場売上高

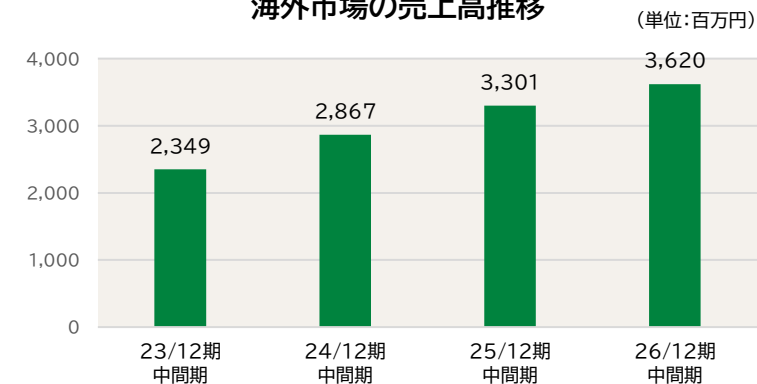
- ✓ 海外子会社の営業力強化(増員)による新規顧客獲得増加

## 指標

## アパレル・雑貨等専門店市場品種別売上高推移



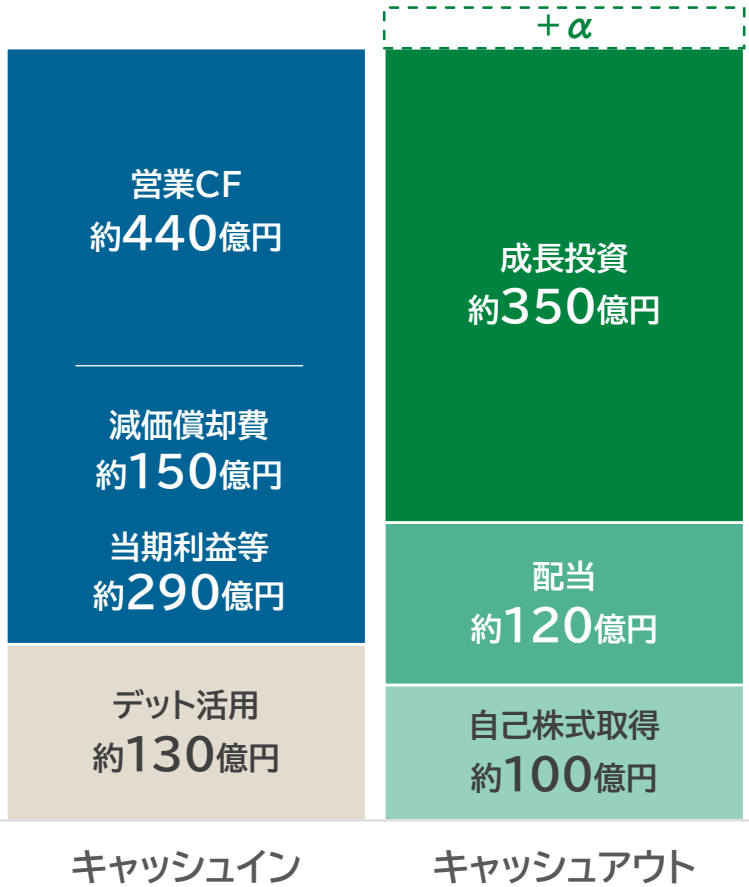
## 海外市場の売上高推移



# 資本配分戦略の全体像

## 次世代につなげる事業基盤構築に着手

### 新・中期経営計画期間(2026-2030)



### 2026年中間期 設備・戦略投資実績

| 成長投資       |         |
|------------|---------|
| 紙器製造能力増強   | 0.29億円  |
| 紙袋製造能力増強   | 0.20億円  |
| 合理化・省人化    | 0.17億円  |
| 土地取得(工場用地) | 38.41億円 |
| 人的資本投資     | 0.52億円  |
| その他        | 1.63億円  |
| 合計         | 41.22億円 |

◆奈良工場建て替えの為の土地取得を完了(6月)

現奈良工場は、築後 50 年以上が経過しており、今後の生産能力強化、作業環境の改善および工場内自動化等による省人・省力化を図る目的



# 03 企業価値向上への取り組み

人的資本強化による持続的成長の実現

|        | 取り組み状況                                                                                                                    |           |       |       |       |       |                  |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-------|-------|-------|-------|------------------|
| ①採用・配置 | ● 人材の安定確保と適材適所の深化<br>・キャリア採用、継続雇用社員<br>・タレントマネジメントシステムによる適正配置                                                             | 単体        | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 2026年<br>(6月末時点) |
|        |                                                                                                                           | キャリア採用(名) | 28    | 39    | 27    | 16    | 9                |
|        |                                                                                                                           | 継続雇用社員(名) | 58    | 67    | 74    | 104   | 106              |
| ②能力開発  | ● 変革をリードする人材の育成<br>・DX研修 牽引人材であるビジネスアーキテクト到達者5%を目標に、研修を継続中<br>2024年全体1%→2025年全体2.8%<br>・スキルアップ支援制度 DX推奨資格の奨励              |           |       |       |       |       |                  |
| ③活躍    | ● 多様な人材が活躍できる制度・環境を整備<br>・付加価値創出を重視した評価制度を推進<br>・男女ともに活躍できる職場環境を整備 男性育児休業等の推進、女性活躍推進<br>・キャリアデザイン研修によるキャリア形成支援            |           |       |       |       |       |                  |
| ④働きやすさ | ● ウェルビーイング向上に向けた取り組みの推進<br>・処遇改善 定期昇給細則・各種手当の見直し、賃上げ(2026年度5.09%)、持ち株会奨励金UP<br>・健康経営 適切な労働管理、ヘルスケア研修、エフ休暇適用範囲拡大、ウェルネス休暇新設 |           |       |       |       |       |                  |

株主・投資家との対話を通じて、市場からの適正評価を目指す

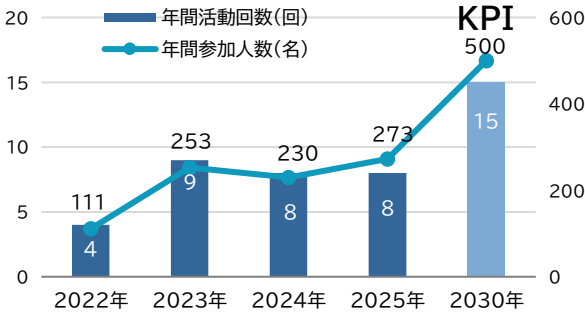
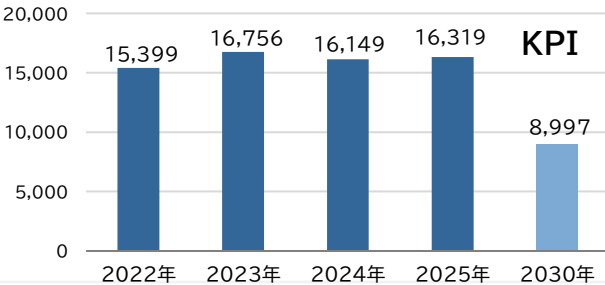
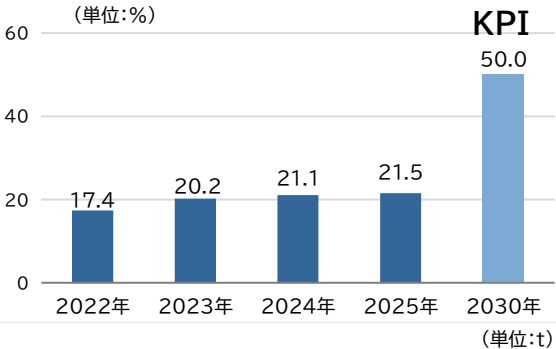
|             | 取り組み状況                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |       |       |       |       |                  |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|------------------|
| 認知拡大        | <ul style="list-style-type: none"><li>ウェブ媒体を活用した情報発信を実施</li><li>経済紙などの取材対応を推進</li></ul>                                                                                                                                                                                                                 |       |       |       |       |                  |
| 情報開示        | <ul style="list-style-type: none"><li>サステナビリティレポート2026・統合報告書2026発刊</li><li>HP中期経営計画ページ改修</li><li>IR情報配信サービスを通じた積極的な情報開示 決算説明会資料および書き起こしの配信</li></ul>                                                                                                                                                    |       |       |       |       |                  |
| 理解促進        | <ul style="list-style-type: none"><li>個人投資家との接点拡大<ul style="list-style-type: none"><li>WEBセミナー 2026年7月実施 視聴者数4,138人</li><li>会社説明動画をHPに公開</li><li>理解促進コンテンツの拡充を推進中</li></ul></li><li>機関投資家との対話強化<ul style="list-style-type: none"><li>IR面談22回実施(2026年1月～6月)</li><li>パッケージラボ案内も積極的に実施</li></ul></li></ul> |       |       |       |       |                  |
|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 2026年<br>(6月末時点) |
|             | 個別面談(件)                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 19    | 39    | 29    | 29    | 22               |
| 社内へのフィードバック | ラボ案内(件)                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 1     | 6     | 6     | 4     | 3                |
|             | <ul style="list-style-type: none"><li>機関投資家との対話内容を取締役会へ定期報告</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                   |       |       |       |       |                  |



サステナビリティ向上の取り組み

マテリアリティへの取り組みを通じた企業価値向上

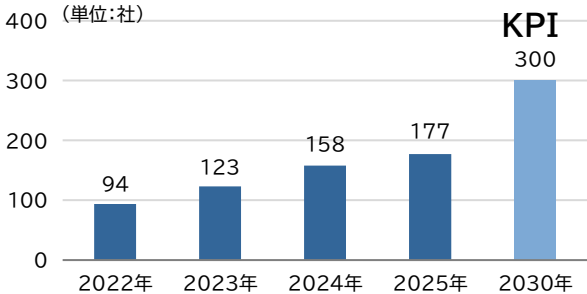
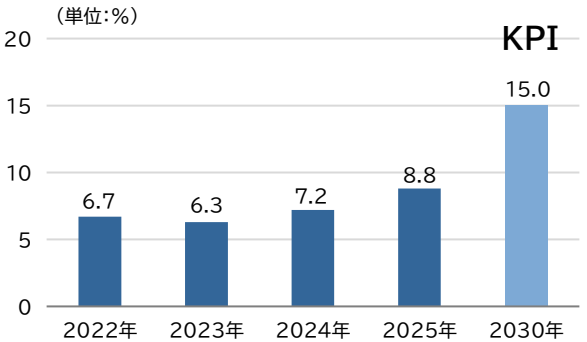
| マテリアリティ            | KPI                                                           | 取り組み状況                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①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※構成比を50%以上にする<br>※売上高=ザ・パック単体の紙加工品事業全体  | <ul style="list-style-type: none"><li>2026年6月末時点FSC®商品販売額62.7億円(前期比1.03%増)</li><li>サプライチェーン全体でFSC®認証製品の供給体制強化を推進(FSC® C020517)</li><li>パッケージの紙化提案強化を継続</li></ul>                                                                         |
| ②事業活動全体における環境負荷低減  | CO <sub>2</sub> 排出量(Scope1+2)を2018年度比で46%削減する(2030年度目標8,997t) | <ul style="list-style-type: none"><li>2026年6月末時点Scope1+2=8,540t</li><li>工場建て替えを見据えた省エネ施策を継続<ul style="list-style-type: none"><li>大阪工場、東京工場の真空ポンプの集中化プロジェクト開始</li><li>奈良工場、大阪工場のLED化継続</li><li>東京工場の太陽光発電設備増設プロジェクト開始</li></ul></li></ul> |
| ③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                     | <ul style="list-style-type: none"><li>2026年6月末時点森林保全活動実績<ul style="list-style-type: none"><li>活動回数5回</li><li>10号植林地和歌山県紀の川市にて初回活動実施</li><li>参加者161名(お客様20名、一般参加者49名含む)</li></ul></li><li>11号植林地の開拓に向けて視察を実施</li></ul>                    |



サステナビリティ向上の取り組み

マテリアリティへの取り組みを通じた企業価値向上

| マテリアリティ            | KPI                                               | 取り組み状況                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ④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                       | <ul style="list-style-type: none"><li>2026年6月末時点管理職女性割合8.94%</li><li>女性正社員を増やすため、新卒採用の女性割合を35%以上とするとともに、男女ともに活躍できる環境を整備<ul style="list-style-type: none"><li>2026年4月入社新卒採用女性割合38.7% (6年連続35%以上達成)</li><li>「エフ休暇」の適用範囲を拡充</li><li>不妊治療や更年期不調も対象になる「ウェルネス休暇」新設</li><li>定期昇給細則を改訂し、産休・育休時の昇給機会を確保</li></ul></li></ul> |
| ⑤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※を300社にする<br>※売上実績のある会社数をカウント | <ul style="list-style-type: none"><li>2026年6月末時点賛同社数136社</li><li>2026年6月末時点フォレスト商品販売額9.54億円</li><li>活動紹介ツールの充実を図り、賛同企業の拡大を推進</li></ul>                                                                                                                                                                             |



2026年1月～6月その他の取り組み

- リスクマネジメント体制の強化
  - ・BCP(事業継続計画)推進プロジェクト 初期行動計画策定ワークショップを開催
  - ・サプライチェーンリスクマネジメントの強化 倫理方針、環境方針、人権方針、サステナブル調達方針を策定・周知
- 取引先との協業による品質維持・向上
  - ・自社工場、グループ会社、サプライヤーに対する品質監査・指導を28件実施

# 04 参考資料

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 仲村直樹 他取締役7名(社外3名) 監査役4名(社外2名)                                                                                                                                                                                                                          |
| 従業員数   | 連結1,233名(単体888名)                                                                                                                                                                                                                                               |
| グループ企業 | 連結子会社9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11.30%、自社取引先持株会6.86%、BBH FOR FIDELITY LOW-PRICED STOCK FUND(常任代理人株式会社三菱UFJ銀行)6.56%、NIPPON ACTIVE VALUE FUND PLC5.63%、NAVF SELECT LLC5.13%、日本マスタートラスト信託銀行(その他信託口)4.58%、日本カストディ銀行(りそな再信託分・北越コーポレーション退職給付信託口)3.96%、大王製紙3.11%、七條紙商事株式会社2.58%、森田商事株式会社2.25% |

※2026年6月末現在

# ザ・パックグループ（連結子会社9社）

※2026年6月末現在



## ザ・パック株式会社

（国内4工場においてISO9001、ISO14001認証取得済）

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



## 国内子会社

(株)京浜特殊印刷



(株)パックタケヤマ



西日本印刷工業(株)



カンナル印刷(株)



(株)光パックス石川



## 海外子会社

中国連結子会社

特百嘉包装（上海）  
有限公司



中国連結子会社

特百嘉包装制品  
（常熟）有限公司



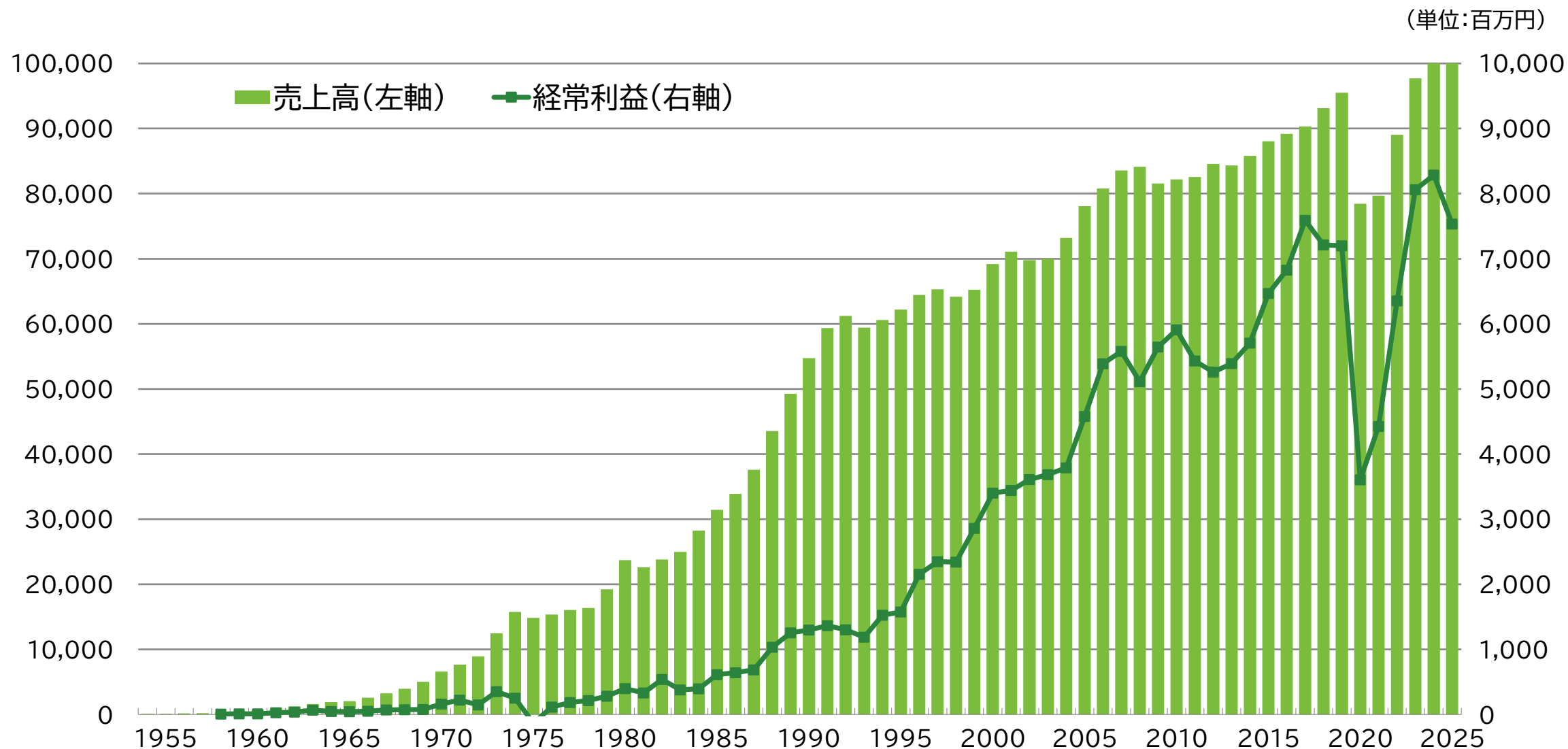
米国連結子会社

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)-2025年



※2026年6月末現在



# 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.

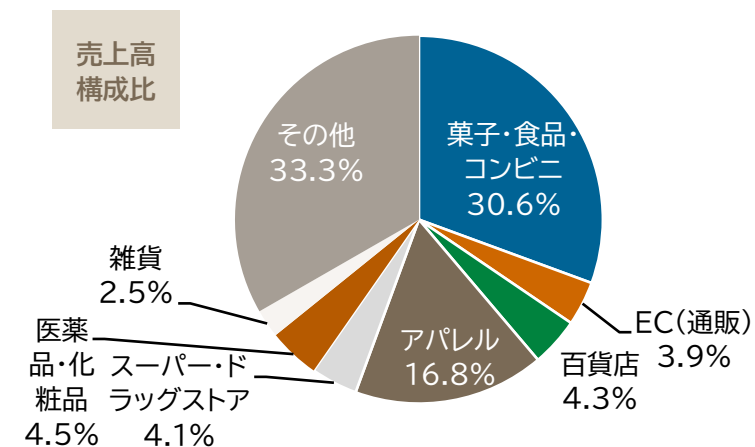
## 強み

## 内容

### 1.幅広い顧客層

- ◆ 取引社数 約15,000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



(2026年6月末現在)

### 製品例



アパレル・百貨店



EC(通販)



菓子・食品・コンビニ



その他

| 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"> <li>◆ (サポート体制の充実)<br/>営業・リサーチ企画部門・設計やデザイン部門が協同提案</li> <li>◆ (ノウハウ・情報量の充実)<br/>国内最大規模のパッケージラボを運営</li> </ul> <p>⇒ <u>総合パッケージメーカーならではのソリューションを提供</u></p> |



| 強み                    | 内容                                                                                                                       |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.パッケージのトータルソリューション提供 | <p>◆<u>パッケージラボ</u></p> <p>東京・福岡の2拠点に、社員向け研修施設パッケージラボを設けている。<br/>国内外の多様なパッケージを収集・展示しており、パッケージのトレンド把握や仕様の研究などに活用されている。</p> |

※パッケージラボ大阪は、大阪工場建て替えに伴い2026年9月から休館中



パッケージラボ東京(881㎡)



パッケージラボ福岡(89㎡)

# ザ・パックの強み(3)

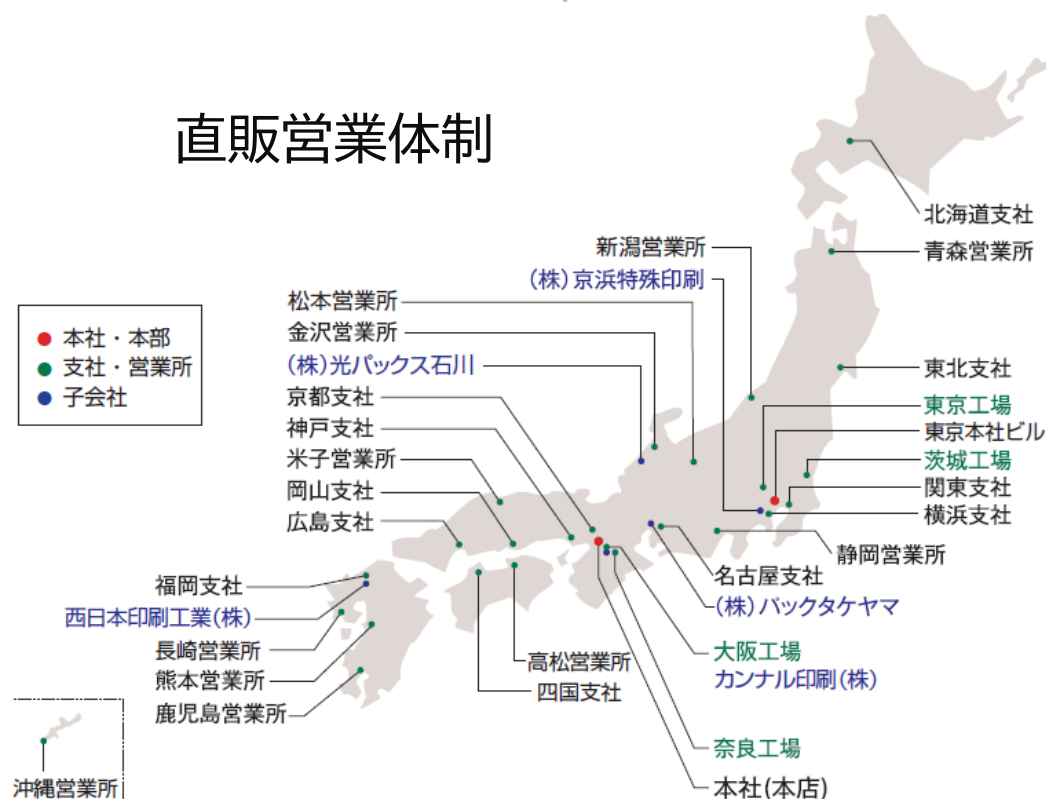
強み

内容

## 3.製造・販売・ 物流一貫体制

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

### 直販営業体制



### 当社グループ

#### 製造

#### 紙袋工場



#### 紙器工場



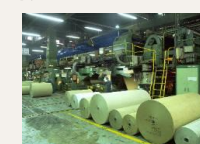
#### 印刷工場



#### 化成品工場



#### 段ボール工場



### 全国各地の直販営業体制

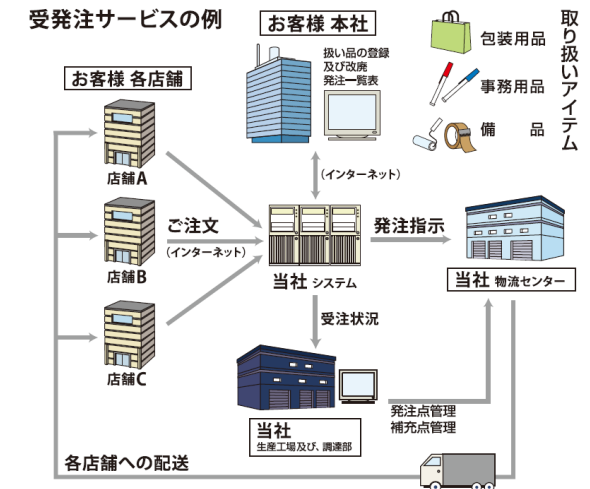
#### 物流

#### 製品

### 全国各地の顧客



| 強み                  | 内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.品質管理体制            | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 国内4工場にて、品質マネジメントシステムの国際規格ISO9001認証を取得</li> <li>◆ 東京工場・大阪工場にて               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <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></li> </ul> </li> <li>◆ 品質方針「品質強化によるCSの向上」の組織浸透</li> <li>◆ 協力会社、グループ会社との品質会議を実施。サプライチェーン全体で品質強化に取り組んでいる。</li> </ul> |
| 5.ITを駆使した顧客とのネットワーク | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 包装資材や備品等をまとめて納品(PASシステム)               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>一括納品による物流の合理化でCO<sub>2</sub>削減にも貢献</u></li> </ul> </li> <li>◆ Web発注『Pack-Web』提供               <ul style="list-style-type: none"> <li>⇒ <u>顧客の発注業務を合理化</u></li> </ul> </li> </ul>             |





| 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> <div data-bbox="129 1215 257 1340"> <p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>  </div> <div data-bbox="277 1215 405 1340"> <p>12 つくる責任 つかう責任</p>  </div> | <p>◆ 環境に優しい次世代型の耐油コーティング「カイソナル®加工」の販売開始</p> <p>食品テイクアウトパッケージの需要増と環境負荷低減のニーズに対応すべく、海藻由来の原料を使用したコーティング剤を開発。紙製トレーにコーティングすることで、従来品と同等レベルの耐油性効果がある、PFAS・プラスチックフリーの紙製一次容器を実現。プラスチック製食品テイクアウトパッケージの代替品として、食品市場のニーズに応じていく。</p> <div data-bbox="802 705 1544 1173">  </div> <p>&lt;製品の特長&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・安全性が高い海藻由来の原料を使用</li> <li>・プラスチックフリー &amp; 生分解性</li> <li>・PFAS・スチレン・アクリルフリー</li> <li>・従来の耐油トレーと同等レベルの耐油性を有す</li> </ul> <p>※製品の詳細はブログにてご確認いただけます<br/> <a href="https://www.thepack.co.jp/blog/products/a197">https://www.thepack.co.jp/blog/products/a197</a></p> <div data-bbox="1951 1222 2068 1336">  </div> |

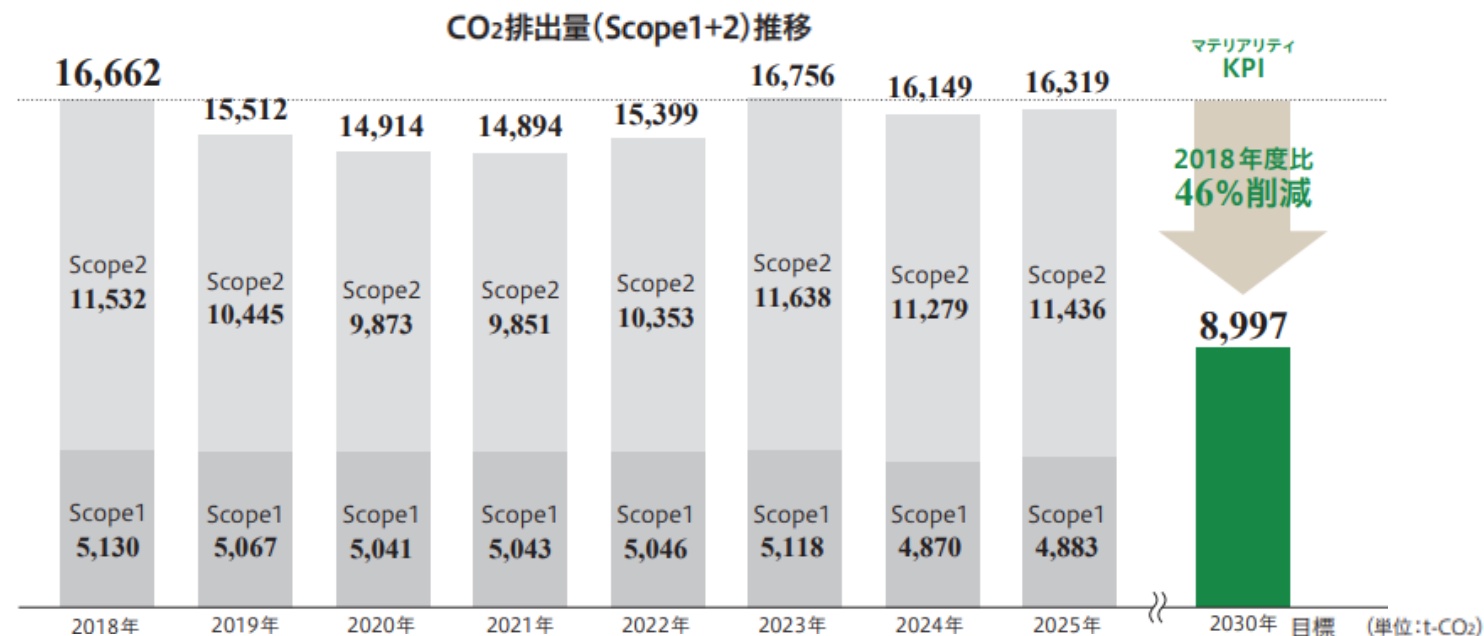
## 強み

## 内容

### 2.環境への取り組み

- ◆ 国内4工場にてISO14001の認証を取得
- ◆ 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製品の開発と普及を促進する「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CO<sub>2</sub>排出量削減目標を策定  
⇒CO<sub>2</sub>排出量(Scope1+2)を2018年度比で46%削減する

### SDGsとの関連性

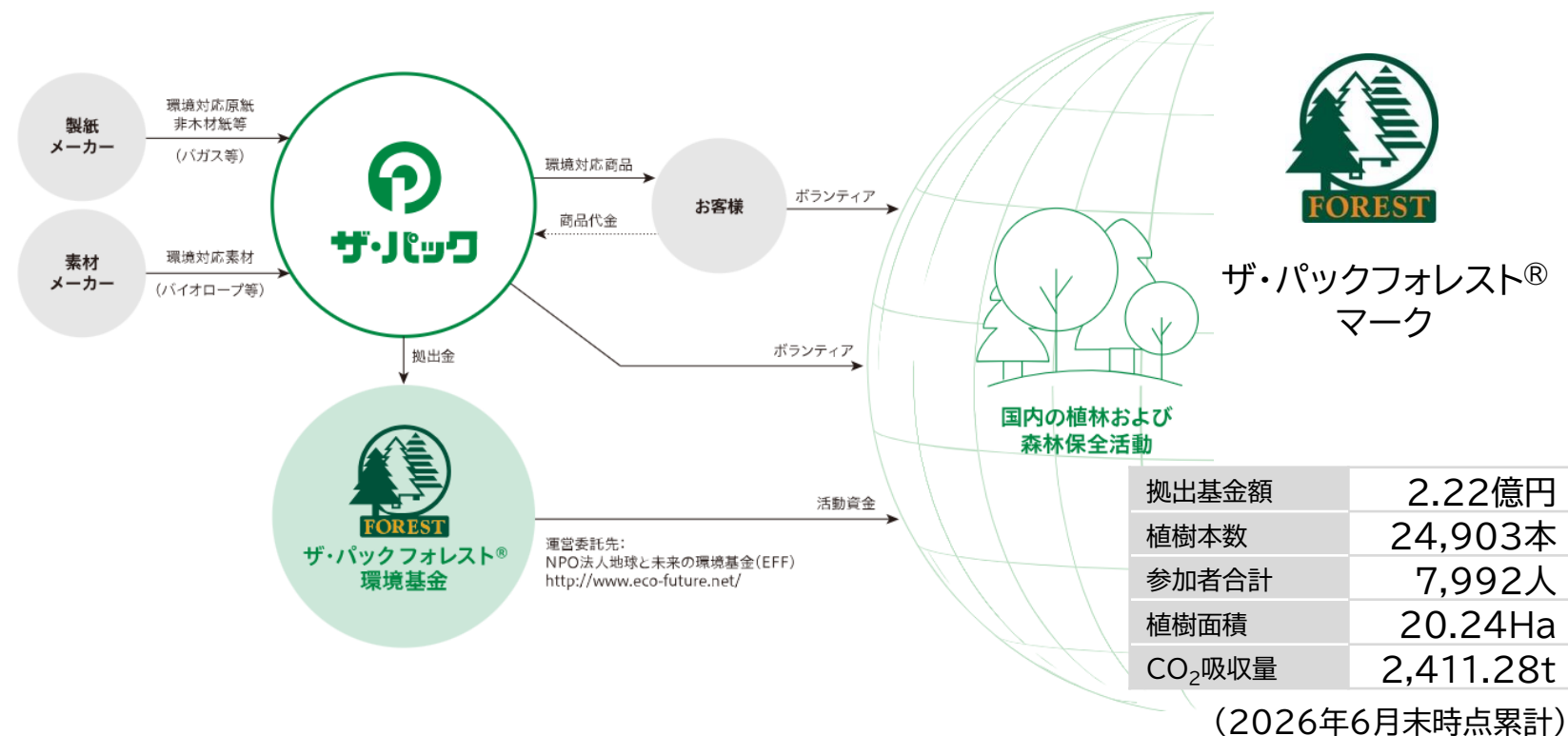


## 取り組み

## 内容

### 3. ザ・パックフォレスト® 環境基金活動 (森林保全活動)

- ◆ 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10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

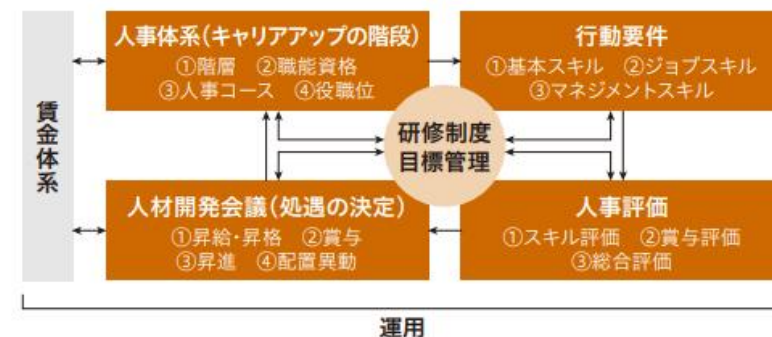


## 取り組み

## 内容

### 4.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2026」に認定(8年連続認定)  
健康診断・二次検診の徹底、禁煙チャレンジ、ヘルスケア研修・ストレスチェックの運用など
- ◆ スキルアップにつながる評価・支援制度の導入・運用  
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、キャリアデザイン研修、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



### SDGsとの関連性





| 取り組み                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 内容                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>5.社会貢献活動</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> <div data-bbox="845 382 1304 728">  </div> <div data-bbox="1391 382 1852 728">  </div> <div data-bbox="1956 382 2418 728">  </div> <p>◆ 公益財団法人関西フィルハーモニー管弦楽団の後援<br/>         ◆ 吉野山保勝会への寄付<br/>         ◆ 子供地球基金への賛同<br/>         ◆ 中学生職場体験学習への協力</p> |
| <p>SDGsとの関連性</p> <div data-bbox="107 1216 236 1342">  </div> <div data-bbox="259 1216 389 1342">  </div> <div data-bbox="412 1216 542 1342">  </div> | <p>◆ おしごとフェアへの講師派遣</p> <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> <div data-bbox="2061 1079 2418 1342">  </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## 注意事項

本資料は、2026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2026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