



ザ・パック株式会社

2026 年 12 月期第 2 四半期決算説明会

2026 年 9 月 1 日

イベント概要

[企業名]	ザ・パック株式会社		
[企業 ID]	3950		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2026 年 12 月期第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2026 年度 第 2 四半期		
[日程]	2026 年 9 月 1 日		
[ページ数]	31		
[時間]	10:00 - 10:48 (合計：48 分、登壇：39 分、質疑応答：9 分)		
[開催場所]	ザ・パック株式会社東京本社ビルおよびインターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	2 名		
	代表取締役社長	仲村 直樹（以下、仲村）	
	常務取締役コーポレート本部長	下村 郁夫（以下、下村）	

登壇

司会：定刻となりました。ただいまより、ザ・パック株式会社 2026 年 12 月期の第 2 四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はご多用な折、会場の皆様には大変お暑い中、弊社の説明会にご参加いただきまして誠にありがとうございます。

まずは弊社の出席者 2 名をご紹介します。皆様の左手におりますのは、代表取締役社長の仲村直樹でございます。

仲村：仲村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

司会：右手におりますのが、常務取締役コーポレート本部長の下村郁夫でございます。

下村：下村です。

司会：どうぞよろしくお願いいたします。

本日の説明会は、弊社東京本社ビルの会場で開催すると同時に、オンラインのライブ配信をしております。所要時間は 1 時間を予定しており、8 月 31 日に弊社 Web サイトにて開示しました決算説明資料を基にご説明させていただきます。資料の目次に沿い、2026 年度第 2 四半期業績および通期予想を下村より、そして成長戦略の進捗と企業価値向上への取り組みは仲村よりご説明いたします。

その後、質疑応答のお時間とさせていただきます。質疑応答の際には、会場と同じくオンラインでご参加くださっている皆様からのご質問をお受けします。オンラインでのご質問は音声のみとさせていただきますので、お時間となりましたら、画面下にあります手を上げるボタンでお知らせください。順番に音声をつながせていただきます。詳しくは、あらためてご説明いたします。

では、決算説明資料の 3 ページ、2026 年度第 2 四半期業績および通期予想から始めさせていただきます。説明は下村からです。よろしくお願いいたします。

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	②成長戦略の成果	③企業価値向上への取り組み
✓ 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%	✓ 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%	✓ 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

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 4

下村：コーポレート本部の下村でございます。あらためまして、今日はよろしくお願いいたします。まず、2026年度12月期第2四半期の業績につきまして私からご報告いたします。

全体として、業績についてはほぼ計画どおりの着地になっております。ポイントとして三つ挙げております。

まず売上高は、前期比5.8%伸長の501億3,400万円、計画比で若干の上振れになっております。営業利益につきましては、こちらも前期比で3.9%の伸長、29億7,400万円。こちらにつきましては、わずかではありますが、計画値に届かずということになっております。原材料費、また人件費をはじめとしたコストの上昇がございましたけれども、それらを吸収することができた格好となっております。

また、当社が成長戦略として注力しております食品分野、それからEC・輸送包装分野ですが、一つ目は、袋や箱を販売するだけにとどまらず、包装全般における課題解決を提案するソリューション提案。もう一つが、さまざまな包装材、袋・箱・フィルム・段ボール等がございますけれども、これらを1人のセールスがワンストップで提供していく複合販売。これらの施策を推進することで順調に受注を重ねることができました。

三つ目の最後は、企業価値向上への取り組みとして四つ挙げております。一つ目が、自己株式の取得です。こちらにつきましては計画どおりに実施しました。今年の予定が20億円、この上期におきましては約5億円になっております。二つ目は、当社の成長の源である社員の能力開発を継続し

てまいりました。三つ目は、後半にも話が出てまいりますが、サステナブル経営推進のためのさまざまな施策も実行してまいりました。四つ目は、投資家との対話強化を挙げております。これまで機関投資家様が中心でしたけれども、個人投資家様向けの企業説明などの機会も増やしてまいりました。

1. 2026年12月期 第2四半期業績

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 第2四半期	2026年12月期 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
営業利益率	6.04%	5.93%	—		✓ 人的資本・設備投資は計画通りに実施
経 常 利 益	3,038	3,076	+1.2%		※前年度は、政策保有株式の売却益を計上(4.9億円)
親会社株主に帰属する 中 間 純 利 益	2,428	2,038	△16.1%	株 主 還 元	✓ 自己株式取得を実施(5億円)
1株当たり中間純利益 (円)	43.09	36.70	△14.8%		
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。

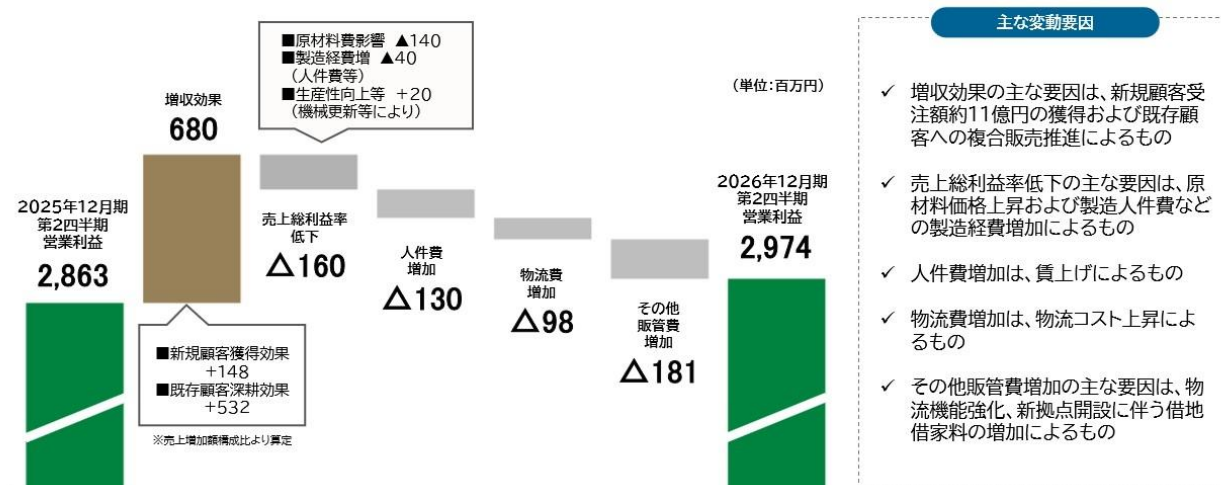
Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 5

実績サマリーをまとめたものとなっております。

先ほど申し上げたとおり、この上半期の業績につきましては、ほぼ計画どおりに推移しております。売上高、営業利益は以下に記載のとおりでございます。純利益では昨年比較で差異 がございますが、こちらにつきましては、昨年に実施した政策保有株式の売却益によるものとなります。

配当ですが、こちらは計画どおりの 17 円とさせていただいております。右に、第 2 四半期の振り返りとしてまとめたものがございますので、こちらもお覧ください。

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



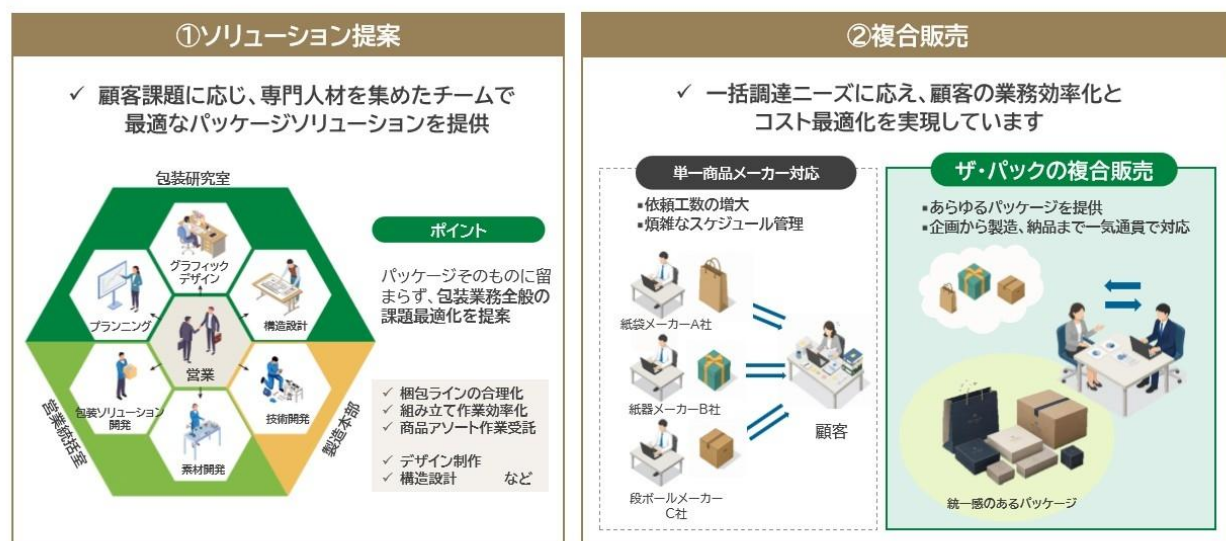
Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 6

こちらは、この上半期の営業利益の増減要因をまとめたものとなっております。

先ほど申し上げましたとおり、原材料をはじめとした、さまざまなコスト上昇圧力がございましたけれども、新たなお取引先様の開拓、もう一つが、複合販売強化による販売効率の向上を進めたことで、これらのコストアップ分をカバーした上半期になっております。

価格改定についても積極的に進めてまいりましたが、この期間においては転嫁まで若干のタイムラグがございました。これが売上総利益率の低下として現れております。もう一つ、業容の拡大に伴い、物流拠点の増加の費用などもございましたが、これらにつきましても、上半期から現れる価格改定効果がございますので、通期においても十分補っていけると考えております。

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



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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 8

若干 PR になりますけれども、先ほど申し上げた当社の特長であるとか、強み、こういったものをアピールする場として、今年は東京ビッグサイトで開催されます TOKYO PACK 2026 に出展いたします。もし機会があればご覧いただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

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 第2四半期	2026年12月期 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%	✓ 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
	紙袋	14,485	14,882	29.7%	+2.7%	
	紙器	12,704	12,759	25.4%	+0.4%	✓ 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
	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%	✓ 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
営業利益	その他事業	6,166	7,002	14.0%	+13.6%	
	紙加工品事業	2,488	2,782	93.5%	+11.8%	✓ 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
	化成品事業	286	333	11.2%	+16.4%	
	その他事業	389	529	17.8%	+35.9%	✓ 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
	調整額	△302	△671	△22.5%	-	

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 9

ここからは、品種別の実績についてご説明いたします。

EC・輸送梱包向けの資材の需要拡大ということで、紙加工品事業を中心に増収増益となっております。当社の場合、売上構成比の7割強を占めるのが紙加工品事業になります。その中でも3割近くを占めるのが紙袋です。こちらにつきましては、前期比で2.7%の伸長ということで、国内外とも堅調な推移でした。

次に割合が高いのが紙器、いわゆるボール紙、板紙でできた箱です。足元では、板紙・ボール紙のような薄い段ボール素材を使用した紙箱の販売が大きく伸びております。当社の分類につきましては、素材別でセグメント分けしております。そんな都合上、これらの実績は次に出てくる段ボールでカウントされております。紙器の伸長率は0.4%の微増となっておりますけれども、受注そのものにつきましては今年も順調に推移しております。

そして、段ボール事業です。先ほど触れましたプラス要因がございますけれども、ECと輸送用梱包材の販売が好調に推移しております。紙器と段ボールの区分けは非常に難しいものがあるんですけれども、これを合算した形でいきますと、9%弱、8.8%の伸長がこの上半期の推移でした。

そして化成品事業です。こちらにつきましては、当社の複合販売の一環として力を入れております。食品向けのフィルム包装に加えまして、各種イベント用の持ち帰り袋の販売が好調でございました。

もう一つは、その他事業です。その他事業といいますのは、ここまで説明したものに含まれていない不織布や布製の縫製品、縫ったものですね、エコバッグなども含まれますが、こういった形の縫製品のバッグ。それから当社がPASシステムと呼んでおります、これは包装資材と備品類をまとめて納品するベンダー事業になりますけれども、これらをまとめたものがその他事業という形で示されております。その他事業の中身、また販売コストやミックスは若干変わってきてはおりますけれども、こちらにつきましても前期比で13.6%ということで順調に推移しております。

食品・アパレル市場を中心に拡販

(単位:百万円)		2025年12月期 第2四半期	2026年12月期 第2四半期		
		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

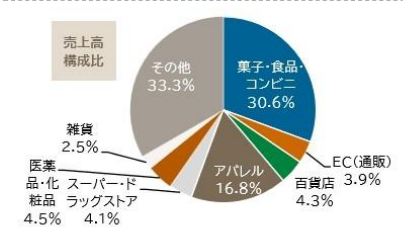
トピックス

【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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 10

ここまで商品別の話をしてまいりました。ここからは、お客様の業種別に概況を説明いたします。

大きく分類しております。まず上段は、菓子・食品・コンビニとしております。ここで申し上げているコンビニというのは、レジ周りのホットスナック、いわゆるポテトとか唐揚げの容器を想像していただければ結構かと思います。このジャンルにつきましては、デパ地下であったり、駅・空港等で売られている土産菓子を中心に販売が好調でした。

それから EC・通販になります。当社としては、EC 用資材全般の受注そのものは非常に順調でございましたけれども、ここで記載されている数字は、モール型 EC、いわゆる EC 専門のお客様を切り出したものとなっております。これにつきましては、スポット的な要因もありまして、この上半期におきましては若干の減収となっております。

以下、記載のとおりとなりますけれども、アパレルや雑貨のジャンルにつきましても安定的に受注を重ねております。また、その他の市場全般におきましても、新規顧客の開拓であったり、複合販売をしっかり進めることができたと評価しております。

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 第2四半期	増減	負債・純資産の部	2025年12月期	2026年12月期 第2四半期	増減
流動資産	61,667	53,521	△8,145	流動負債	25,920	19,828	△6,091
現金・有価証券	26,061	22,004	△4,056	仕入債務	19,607	14,641	△4,966
売上債権	24,809	18,357	△6,452	その他	6,312	5,186	△1,125
棚卸資産	9,445	10,559	+1,114	固定負債	1,294	1,188	△106
その他	1,352	2,599	+1,247	長期借入金	334	265	△69
固定資産	42,544	45,002	+2,457	その他	960	923	△37
有形固定資産	30,352	33,646	+3,294	純資産	76,997	77,507	+509
無形固定資産	4,310	4,558	+247	株主資本	74,186	74,553	+366
投資その他の資産	7,881	6,797	△1,084	その他の包括利益 累計額	2,791	2,935	+143
資産合計	104,212	98,524	△5,688	負債・純資産合計	104,212	98,524	△5,688

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 11

こちらは、財務状況の概況になります。

この上半期につきましては、際立った変化はございません。ただ、現在の中期経営計画でもお示ししているとおり、より高い資本効率の実現を目指しております。成長投資、そして株主還元の充実を両立させながら、適切な財務バランスでの運営を進めてまいります。

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 第2四半期	2026年12月期 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

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 12

こちらは、連結のキャッシュ・フローになります。

変動要因につきましては、ページの右側に記載のとおりでございます。この上半期におきましては、老朽化により建て替えが必要となっている、奈良県にあります段ボール工場の工場用の用地の取得がございました。また、こちらも計画どおりではございますが、自己株式の取得に伴う支出がございました。このページは以上です。

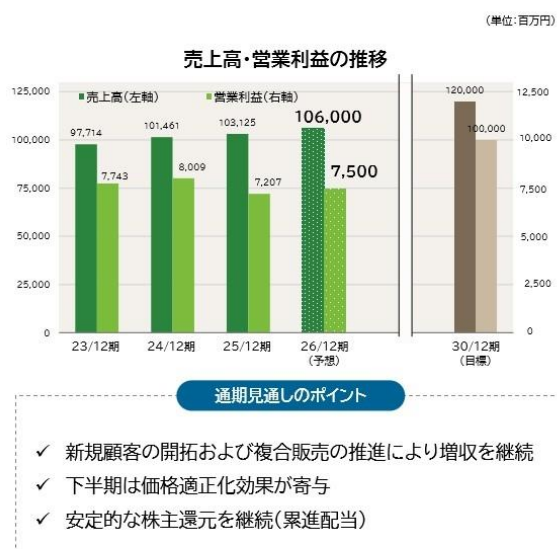
1.2026年12月期 第2四半期業績

通期業績予想



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	—



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 13

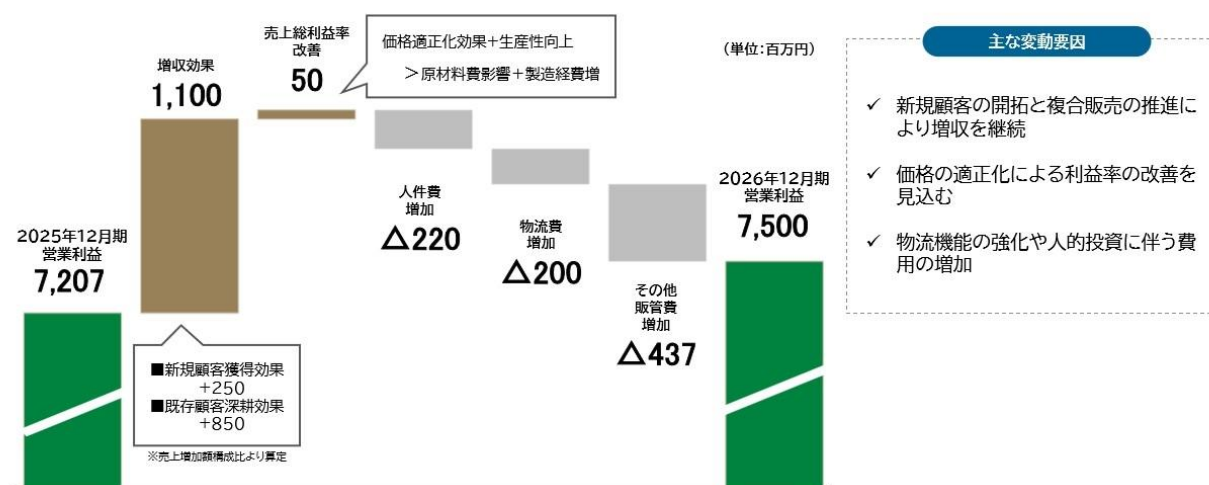
こちらは、本年度通期の業績予想のページとなっております。

現在開示しております通期の業績予想は、売上で1,060億、営業利益で75億円、こちらからの変更は今回ございません。上半期に進めてまいりました価格改定交渉の効果、こういったものがこれから現れてまいりますので、営業利益率の改善も見込んでおります。

また、今期におきましては、前年度ありました政策保有株式の売却益の影響が若干ございますけれども、累進配当ということで、安定的な株主還元を継続してまいります。

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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 14

最後になりますが、通期の営業利益の増減要因についてまとめたものでございます。

引き続き、新しいお客様の開拓、それから既存のお取引先様での販売拡大を継続してまいります。価格改定の効果も出始めますけれども、足元では原材料である原紙価格の二次値上げの動きなどもございます。これらを注視しながら、必要に応じて速やかに価格改定の交渉を続けていくことになろうかと考えております。あわせまして、賃上げによる人件費の増加、社員の教育投資、それから物流コストの増加等も想定しておりますけれども、最終的な営業利益としては計画どおりの着地となることを予想しております。

私からの説明は以上となります。ありがとうございました。

司会：続きまして、資料の15ページ、成長戦略の進捗は仲村よりご説明いたします。よろしくお願いいたします。

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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 16

仲村：あらためまして、仲村でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

中期経営計画で表したものをもう一度再掲してございます。左側のグラフがKPIの部分です。4大商品をそれぞれ大きく成長させることを図ってまいります。2030年の目標として、紙袋で約350億円、印刷紙器で350億円、段ボールで180億円、化成品で150億円、そのような構成で進めてまいります。

この中でポイントとなるところが、オレンジ色で記している紙器の部分でございます。ここで紙袋と紙器の売上を並べるところが当社の大きな目標でございます。従来より、当社の看板商品は紙袋とよく言われるんですけれども、ここで紙器と紙袋を2大看板にしていって、そういうストーリーを描いてございます。

残された市場規模で言うと、紙器の市場規模は約1兆円以上あるかと思うので、今後の成長ドライバーとして大きく期待するものでございます。右側3分の1のところに記してございますのが、市場別の目標値、指標でございます。また後ほど触れてまいりますので、説明は割愛いたします。



品種別の進捗を申し上げます。まず紙袋でございます。

先ほど数字は下村から説明がありましたけれども、過去3年間のグラフをあわせて表現しております。この上期で148億8,200万円ということで、微増収です。若干利益が下がりましたのは、価格改定のタイムラグ等もございまして、こういう姿になっております。

右下は、販売数量と平均単価を記してございます。販売数量で7億5,700万枚でございまして、昨年並みの推移となっております。平均単価は若干上がりまして19円60銭でございまして。下期に価格改定の効果がより現れてくると思いますので、ご期待いただきたいと思います。

内容について、施策等は左に記しているとおりですが、特に宅配袋の需要がより高まっております。今回も増強する計画でございまして。これがまた下期に寄与してくるものと思っております。引き続き、高い占有率を背景にした拡販を努めてまいりたい、そういうジャンルでございまして。

【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			
③角底袋・平袋			
✓ 宅配や食品一次包装など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			

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved.

18

紙袋の品種の一例です。これは毎回つけておりますけれども、後ほどご覧ください。

2.成長戦略の進捗

品種別の進捗②紙器



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved.

19

紙器でございます。

127億5,900万円ということで5,500万円の増収、営業利益は11億5,400万円、1億5,500万円の増益でございました。販売個数でも6億8,500万個と、ドライバーとしては非常に物足りない上期でございました。紙袋と同様、久しぶりに板紙の価格改定がこの春先にございまして、そこに忙

殺されたという背景もあるんですけども、片方で、アッセンブリ、組み立て等の提案が非常に好評に推移しておりまして、下期から反映される受注が非常に多くございます。それもまた後ほどご説明したいと思います。もっと高いレベルで求めていきたいジャンルということでございます。

2.成長戦略の進捗

品種別の進捗③段ボール

ザ・パック株式会社



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 20

続きまして、段ボールでございます。

非常に順調でございました。84 億 300 万円の売上。利益も昨年は厳しかったんですけども、底を打った形となっております。最大の要因は、EC 関係が伸びたこともそうなのですが、大枠で言うと電機関連機器の輸出梱包を含めた梱包材の受注が大きくプラスに寄与してございます。非常に好調な流れで、またしばらく当面はこの流れが続くかと思えます。枚数、販売数量で 1 億 4,000 万ケース、平均単価も昨年より 10 円以上上がっております。



化成品でございます。

63 億 6,400 万円のほぼ横ばいでございます。ここも多様な商品が入っておりますが、右下をご覧くださいとその流れがよく分かるかと思えます。紙製おむつ用外袋、紙おむつの外装体のパッケージでございます。これが少子化であったり、価格のスペックダウンの影響が大きく、グリーンのところですが、毎年下がっているジャンルでございます。

しかしながら片方で、プラスチックバッグ、いわゆるポリ袋ですが、幅広い意味でレジ袋等を含めたプラスチックバッグは逆に昨年から伸長しております。そして、軟包装と記しておりますが、フィルム全般、菓子の個包装の袋であったり、飲料ラベルであったりが堅調に推移した結果、トータルでは化成品部門は横ばいということでございます。これも当社のトータル販売の一つの姿かなと思うんですけれども、マイナスなるものをプラスになるもので補って横ばいに持っていくことが表れたカテゴリーだと思えます。

紙製おむつのパッケージも、ここで下げ止まりの流れに来ておりますので、ここからは軟包装、プラスチックバッグのプラス部分に乗ってくる見込みでございます。プラスチックバッグが増えているというのも、一時期ほどポリ袋に対する環境負荷への嫌悪感が薄まっているような気がいたします。特にキャラクター系のショップであったり、雑貨系のショップさんは、プラスチックバッグのほうに向いていることもありまして、そのジャンルが非常に増えております。あとはテーマパークであったり、そういう需要を取り込んでのプラスということでございます。

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)



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 22

その他でくっておりますが、内容はいろいろなのでご説明申し上げます。

トータルでは77億2,400万ということで、ほぼ横ばいと言っていいかと思います。右下に大どころの内訳を記してございます。

PASシステム、右上に注釈を記してございますが、包材と一緒に消耗品全てをお運びするようなサービスです。これが非常に下がったのが昨年までの流れでございます。これはお客様の合従連衡によって一部商権を失ったということですので、一過性のマイナスでございます。

逆に縫製品、いわゆるトートバッグであったり、巾着袋であったり、そういったものが非常に最近では増えております。特にファッション系のギフト袋であったり、非常にスポットでインパクトのある販促活動される際に最近よく使われるものでして、上昇傾向にございます。引き続き、サイドメニューのような商品の販売に注力してまいりたいと考えております。

前中計での施策の効果が着実に顕在化



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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 23

これは市場別に分けた説明になります。まず、食品市場における進捗をご説明申し上げます。

この上期、左側のグラフの下半分の濃いグリーンのところ、12.5%の伸長と堅調な推移でございました。計画値の330億円には十分手が届く流れではなかろうかと思います。400億円を目指して堅調な推移でございます。

食品といっても非常に幅広いのですが、中央に記しております当市場における取り組みです。食品一次包装の拡販という部分でございます。一次包装というのは、食品に直接触れるパッケージのことを指すんですけれども、当社の得意な紙加工を生かして数年前からこのような商品が仕上がる設備を導入し、堅調に受注が増えてございます。ファストフード様であったり、コンビニのホットコーナーなどでの採用が続いておりまして、このタイプで年間約2億個近い生産量を誇っております。引き続き、紙器の中でもさらにそこでラインアップを増やしていくようなことを繰り返し進めていきたいと思っております。

先ほど少し触れました流通加工、②の部分も非常に堅調に推移してございます。いわゆる箱の組み立て、そして商品のアッセンブリまでできる設備を国内に、今年は5カ所目、札幌に開設済みです。フル操業で、5カ所で約1,000万ケース以上の能力を発揮できる設備でございます。当然、新しいお客様に組み立てとセットで紙器の販売をするということで進めてございますので、売上に大きく貢献するものと考えております。

それから軟包装の拡販です。紙器を拡販しますとフィルムも必然的についてくるケースが少なくございません。新しく商品を企画される時に、デザインから入ることも多くございますので、箱の売上が増えればここも増えてくるということで、大きく期待するものでございます。

右側のグラフは、一次包装の売上高の推移と軟包装の推移を記してございます。堅調に推移してございます。さらに加速させたいと考えております。

2.成長戦略の進捗

EC・物流市場における進捗



EC市場向けでの顧客内シェアが拡大



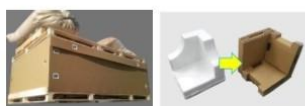
当市場における取り組み

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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 24

続きまして、EC・物流市場における進捗でございます。

上期は16.6%の伸長と順調に推移しております。主にEC用の資材と輸送梱包資材、先ほど触れましたこの二つが大きくこの業績を引っ張ってございます。②の輸送梱包でございますけれども、家電・蓄電池関係資材の受注と記してございます。ご承知のとおり、AI事業でデータセンターというのは非常に大きく伸長しておりますが、そこに納入する資材ということで、これから数年間はこの流れが続くものと考えております。その推移は右側のグラフにあるとおりでございます。

高付加価値化戦略を推進



当市場における取り組み

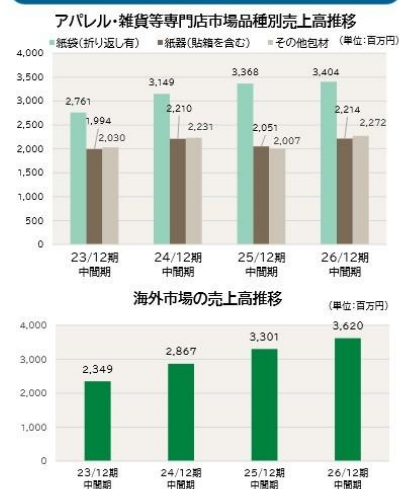
施策①高付加価値商品の拡販

- ✓ 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



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 25

流通小売市場・海外事業の進捗でございます。

上期で若干マイナスとなりました。先ほどベンダー業務のPASシステムのご説明をしましたが、そこが足を引っ張った形でございます。高付加価値商品販売の拡販、施策①のところでございます。そして、海外市場売上高、施策②と代表的なものを記してございます。ここに来て、先ほど縫製製品の販売のところでご説明しましたとおり、パッケージがブランドの世界観を表現するツールであるという認識が、一部の感度の高いお客様に回帰するような動きが見て取れます。

今年のホリデー、いわゆるクリスマスシーズンのパッケージの内容を見ていても、非常に良いものが増えてきそうな流れでございます。どうしてもパッケージというのは消耗品でございますので、経費削減の波に飲み込まれやすいんですけれども、振り子が若干戻ってきたように感じますので、そういうニーズに対しての提案活動を強化しているという流れでございます。

海外市場売上高にも触れてございますが、順調に推移してございます。今年は特に中国の売上が堅調でございまして、ここも流通小売市場ということでカテゴライズしております。まだまだ子会社としては大きい単位ではございませんが、引き続き人員の投入を含め、成長を後押しする流れでございまして。

次世代につなげる事業基盤構築に着手



Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 26

資本配分戦略の全体像ということで、中計に記したものに加筆したものでございます。

左側は変更ございません。デットも活用しながら成長と資本効率の両立を図っていくことを目指してまいります。

そして右側にございます、奈良工場建て替えのための土地取得の完了、この開示を先日行いました。ここから先のことは、また開示できるタイミングありましたら適時開示してまいりますのでご了承いただきたいと思います。いずれにしても、老朽化も進んでおります。新しくするだけではなくて、生産性を高めた最新鋭の工場、そして先日熊本でも起きましたけれども、社員の安全を図る、社員の環境を良くしていくことにも貢献できるような、いい工場にしていきたいと考えております。

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 ・キャリア採用、継続雇用社員 ・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 (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 ・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 2024年全体1%→2025年全体2.8% ・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 ・付加価値創出を重視した評価制度を推進 ・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 ・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 ・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 ・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						

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 28

企業価値向上への取り組みに触れてまいります。

人的資本強化による持続的成長の実現を図ってまいります。中計にも記してございますので、ピックアップして申し上げます。

今年もキャリア採用を進めております。今の世の流れの中で、専門性を持った人材がより必要になってまいりますので、そこは積極的に採用して活躍していただく流れを堅持してまいりたいと考えております。

そして2番目に記しておりますのが、社内研修です。DX研修を3年ぐらいかけてやっておりますけれども、DX人材をより各所において育て上げて、現在も研修の成果として各所でAIの活用等が進んでおります。ここは大きく期待するものでございます。この研修において、同業他社との会社の質での優先的地位をより高めていきたいと考えております。

他施策も随時、時代にあわせて更新しております。一番下、ヘルスケア研修、エフ休暇適用範囲拡大、ウェルネス休暇も今年上期に新設したものでございます。

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	- ウェブ媒体を活用した情報発信を実施 - 経済紙などの取材対応を推進																		
情報開示	- サステナビリティレポート2026・統合報告書2026発刊 - HP中期経営計画ページ改修 - 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																		
理解促進	- 個人投資家との接点拡大 - WEBセミナー 2026年7月実施 視聴者数4,138人 - 会社説明動画をHPに公開 - 理解促進コンテンツの拡充を推進中 - 機関投資家との対話強化<table><tr><td></td><td>2022年</td><td>2023年</td><td>2024年</td><td>2025年</td><td>2026年 (6月末時点)</td></tr><tr><td>個別面談(件)</td><td>19</td><td>39</td><td>29</td><td>29</td><td>22</td></tr><tr><td>ラボ案内(件)</td><td>1</td><td>6</td><td>6</td><td>4</td><td>3</td></tr></table> - IR面談22回実施(2026年1月～6月) - パッケージラボ案内も積極的に実施		2022年	2023年	2024年	2025年	2026年 (6月末時点)	個別面談(件)	19	39	29	29	22	ラボ案内(件)	1	6	6	4	3
		2022年	2023年	2024年	2025年	2026年 (6月末時点)													
個別面談(件)	19	39	29	29	22														
ラボ案内(件)	1	6	6	4	3														
社内へのフィードバック	機関投資家との対話内容を取締役会へ定期報告																		

Copyright© 2026 The Pack Corporation. All Rights Reserved. 29

IR・SR活動の進捗でございます。

認知拡大、情報開示等と記してございますが、3番目の個人投資家との接点拡大ということで、7月末にWebでのセミナーを初めて個人投資家向けに行いました。ライブ視聴者が約2,100名ぐらいただったと思いますが、オンデマンド視聴者と合わせて現時点4,000人を超える視聴者数ということでございます。機関投資家様との対話も強化しておりまして、今年上期の時点で昨年に並ぶ数字となっております。引き続き、IR活動を積極的に行いながら、皆さんの認知度を高めていきたい、ご理解いただきたい、そういう活動を進めてまいります。

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

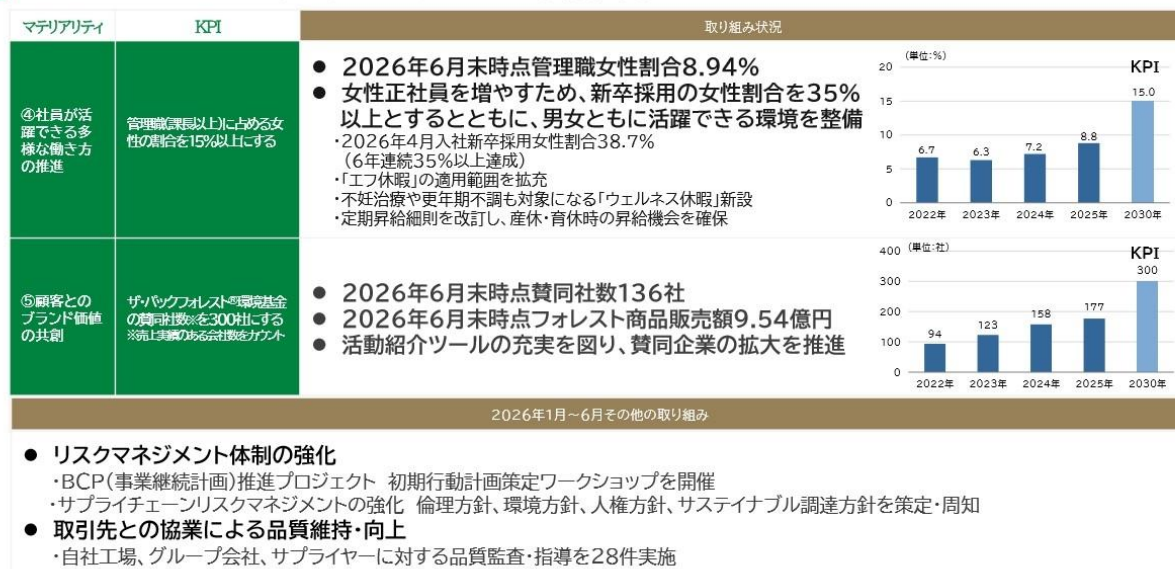


サステナビリティのページでございます。

ここも中計で記しているとおりでございます。FSC、CO₂ 排出量削減、森林保全活動等の進捗を記してございます。遅れがあるものに対しては強く求めていく、そういうことでございます。

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



管理職の女性割合は 8.94%でございます。これは一気にいきませんが、今年の春に入社された方も 38.7%が女性ということで、6 年連続で目標である 35%以上を達成してございます。また、

社員に満足いただけるように、会社の中での制度も充実しながら、長く働いていただける環境をより作り上げていきたいと思っております。

ザ・パックフォレストというのは当社の仕組みでございますけれども、賛同社数も順調に増えております。下の部分は、上期に行いましたさまざま取り組みを記してございます。リスクマネジメント体制の強化、それから取引先との協業による品質維持向上、これも継続して行ってまいりたいと考えております。

以上で説明は終わりますが、最後に途中で触れました組み立て、アッセンブリの動画がございます。非常に短いんですけど、冒頭に下村が説明しました TOKYO PACK 2026 で流す素材が上がってきましたので、その一部をご覧いただこうかと思います。どうぞ。

工場で作った箱をここに持ち込みまして、この姿でこの機械に設置します。これが製函機といわれるもので、組み立てられたものが出てくるという構造の機械でございます。箱の底面に入れる仕切りがなかなか自動化できないので、この形状によってペースは変わるんですけども、従来はお客様がご自身で組んでいたもの、そこを当社がやりますよということでございます。それに加えて、川崎では商品のアッセンブリまで機械で行えることを売りにしてございます。

なんだ、これだけのことかと思うかもしれませんが、これが非常にお客様にとっては手間でございます。それをアウトソースできるということで、非常に好評でございます。そして時代にも合っていると思います。人手がなかなか確保できない、そして機械でやることによって人件費が上がっていくことに対応できることがより響いているのではなかろうかと思います。中小のお客様が多くございますので、機械を入れる場所もスペースもオペレーターもいないということで、非常に大きな反響をいただいております。ここに注力してまいります。

他の動画もいろいろあるので、ぜひ TOKYO PACK 2026 にお越しいただきたいと思います。

以上、私からの発表とご説明を終わらせていただきます。ありがとうございます。

司会：弊社からのご説明は以上となります。

質疑応答

司会 [M]：これからの時間は皆様からのご質問にお答えいたします。まず、会場にてご参加くださっている方よりご質問をお受けします。その後にオンラインでご参加くださっている方へ移りますので、オンラインの方はいったんそのまま少しお待ちいただけますでしょうか。

では、会場にてご参加くださっている方で、ご質問はございますでしょうか。お名前をおっしゃられてからご質問をお願いいたします。

フジワラ [Q]：ご説明ありがとうございました。SOMPO アセットマネジメントのフジワラと申します。三つあります。

まず1 問目が、下期の計画が、ご説明いただいた内容からすると、若干保守的というか弱めに見えます。下期からの価格改定効果ですとか、先ほどご説明いただいたアセンブリの下期からのさらなる貢献とか。あと、昨年は確か下期に EC とか通販の大手のお客様でサイバー攻撃とかシステム障害とか、そういう発射台が低くなることがあったと思いますので、それからすると、引き算した数字が少し弱く見えるんですけども、何か理由があるんですか。

下村 [A]：ご質問ありがとうございます。一つ目が、下期通期の予想がちょっと保守的じゃないかという形ですね。

価格改定の交渉をこの上半期は進めてまいりました。お客様によって、ロットの切り替えからとか、新商品からとか、何月からいろいろあるんですけども、やはり4 月あたりから改定というのが一般的には多かった形です。若干前倒しのような動きも見られたものですから、現時点においては、若干下期は硬めに読んでいるというのが本音のところではございます。また、既に8 月も終わりましたので、3Q なりその辺で何かお示しできるようなものがあれば速やかに出していきたいと考えております。これが一つ目です。

それからスポット要因のところですが、おっしゃるとおり、あまり個別のお話はしないようにしているんですけども、先ほどお客様の EC 専業のところでは若干伸びがという数字がありましたけれども、この部分はその影響が若干入っております。その倉庫さん自身はもう復旧されたりはあるんですけども、そのタイミングで商権の移動とか、エリアで棲み分けもあるものですから、その影響が若干出ているかなと。

ただ一方では、先ほど申し上げたとおり、全般的に EC・通販・輸送包装の梱包の受注は非常に好調でございますので、下期はこのプラスアルファで、より期待に応えられるような成果を出していければと考えております。私からは以上になります。

フジワラ [Q]：23 ページの市場別の食品市場のところは、下期は前年比で言うとも減収になるご計画ですが。23 ページの左側です。

下村 [A]：食品市場のカテゴリズも確かにいろいろあるんですけれども、ここにつきましても、足元の動きとしましては、しっかり計画プラスアルファで推移していけるジャンルかなと思っております。こちらでも現時点で答えを申し上げられることはないんですけれども、しっかりと必要な時点で速やかに開示してまいりたいと考えております。

フジワラ [Q]：ありがとうございます。残りの二つは簡単なので一度にさせていただきます。

二つ目が、奈良工場の用地取得は取ったんですけど、今後の建設の計画の詳細、期間ですとか投資金額についてはいつ頃開示できそうですか。

下村 [A]：先ほど社長の仲村からも、開示できるタイミングであれば速やかにということでしたが、ご承知のとおり、建築コストが今非常に高騰しております。ゼネコンさんと複数、今足元ではいろいろな交渉をしております。当然、造成工事なども始めなければいけないので、いったんこの中計期間中に竣工・稼働を目標にしておりますけれども、その辺の詳細がまだ開示できる段階にはございません。ただ、これが来年、再来年という話ではございませんので、年内のなるべく早いタイミングでお示しできればと考えております。

フジワラ [Q]：ありがとうございます。最後なんですけれども、業績と関係なくて恐縮なんですけど、サイバーセキュリティに関する取り組みで、何か今ご検討中のことはありますか。

下村 [A]：ご多分に漏れず、非常に危機感を持っているところでございます。弊社のお取引先なんかも大きな影響が出ております。それに比べますと、どうしても包装資材の製造販売をしている会社ということで、若干遅れているところがあります。それから、個人情報扱う例が非常に少なかったのも、正直な話、後手後手に回っているところがございました。今年、新たにコンサルさんの力も借りながら、社員 1 人 1 人の教育が一番大事なんですけれども、ソフト関係のアップデートとか、そういったものの計画を立てて進めているところでございます。

フジワラ [M]：ありがとうございました。

下村 [M]：よろしいですか。ありがとうございました。

司会 [M]：会場の方で他にご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。では、ないようでしたら、次にオンラインでご参加くださっている方へ移らせていただきます。質問のある方は、画面の下にあります、手を上げるボタンにてお知らせください。順番にこちらから音声をつながせていただきます。では、ご質問のある方はどうぞよろしくお願いいたします。オンラインでご参加くださっている方、ご質問はないようですが、よろしいでしょうか。では、ご質問がないようですので、以上をもちまして質疑応答を終わらせていただきます。

皆様のご協力により、滞りなく説明会を終わらせていただくことができました。誠にありがとうございます。以上をもちまして、ザ・パック株式会社の 2026 年 12 月期、第 2 四半期決算説明会を終わらせていただきます。誠にありがとうございました。

話者 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：会場にてご参加くださった方は、続けて弊社のパッケージラボ見学会を行いますので、そのままお待ちください。オンラインの方は随時ご退出いただければと思います。

本日は誠にありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。