



<https://www.thepack.co.jp/>

本社	〒537-8911 大阪府大阪市東成区東小橋2丁目9-3 TEL:06-4967-1221
東京本社ビル	〒151-0063 東京都渋谷区富ヶ谷2丁目8-4 TEL:03-3469-1221
創業年	1878年(明治11年)
設立年月日	1952年(昭和27年)5月10日
資本金	25億5,350万5,600円
代表者	代表取締役社長 仲村 直樹
社員数	1,196名(連結2024年12月) 862名(単体2024年12月)
年商	1,014億円(連結2024年12月)
市場区分	東京証券取引所プライム市場(証券コード3950)
事業内容	紙袋、紙器、段ボール製品、 化成製品パッケージ等の企画・製造・販売
事業所	本社 / 大阪 本部 / 東京本社ビル 支社 / 北海道、東北、関東、横浜、名古屋、京都、神戸、 岡山、広島、四国、福岡 営業所 / 青森、新潟、静岡、金沢、松本、米子、高松、大分、 熊本、鹿児島、長崎、沖縄 工場 / 大阪、奈良、東京、茨城
国内子会社	株式会社京浜特殊印刷 日幸印刷 株式会社 株式会社 パックタケヤマ 西日本印刷工業 株式会社 カンナル印刷 株式会社 株式会社 光ボックス石川
海外子会社	ザ・パックアメリカコーポレーション 特百嘉包装品貿易(上海)有限公司 特百嘉包装制品(常熟)有限公司

ホームページ



公式ホームページ
<https://www.thepack.co.jp/>



IR情報
<https://www.thepack.co.jp/ir.html>



ザ・パック株式会社

ザ・パックグループ
統合報告書 2025

ザ・パックグループ
統合報告書 2025



ザ・バックグループ
統合報告書

2025

ザ・バックとは

- 02 ザ・バックグループの理念体系
- 03 トップメッセージ
- 05 財務・非財務ハイライト
- 07 事業概況
- 09 沿革

価値創造ストーリー

- 11 価値創造プロセスの概要
- 13 経営資本
- 14 ビジネスモデル
- 15 製品紹介
- 17 ザ・バックのトータルソリューション
- 19 提供価値

戦略

- 21 中期経営計画(2023年度～2025年度)

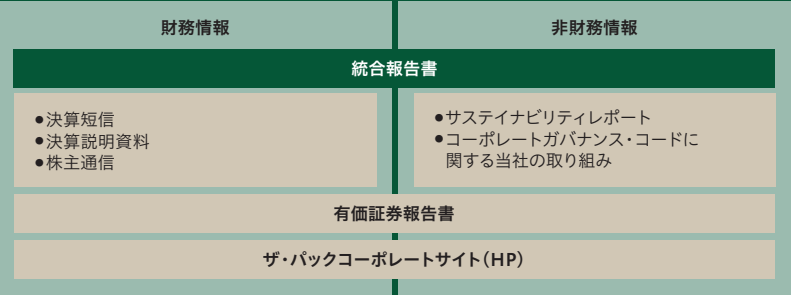
サステナビリティ(ESG)の取り組み

- 25 サステイナブル経営の基本方針／推進体制
- 26 外部環境(リスクと機会)
- 27 マテリアリティ特定のプロセス/マテリアリティー一覧
- 29 マテリアリティ KPI
- 30 財務・非財務KPI実現に向けた成長ドライバーへの投資
- 31 特集 ザ・バックの強みの源泉
- 37 ESGの取り組み
 - 37 E 環境
 - 42 S 社会
 - 45 G ガバナンス

グループデータ

- 53 財務・非財務データ
- 55 会社概要・株式情報

情報開示体系



ザ・バックグループの理念体系

社是「愛し愛され」は、創業社長森田重成がつくった言葉です。

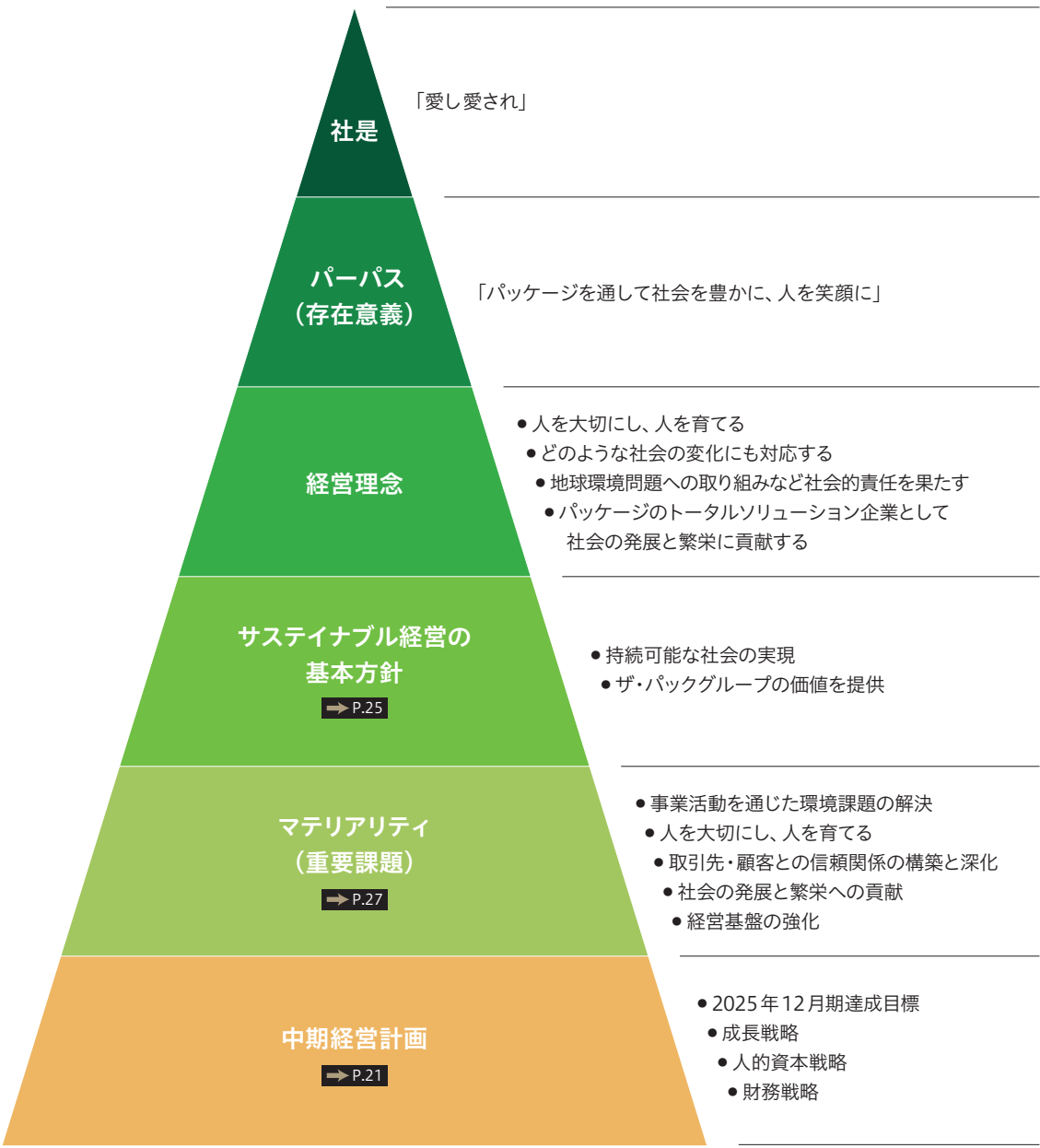
森田は「会社は社員を幸せにするためにある」と社員の幸福を心から願う経営者でした。

この社是は、設立から70年以上経つ現在も社内に広く浸透しており、多くの社員にとって働く上での信条になっています。

ザ・バックグループは社是を根底にし、「人を大切にし、人を育てる」から始まる経営理念、

2022年にサステイナブル経営を目指して設定したパーパス、

サステイナブル経営の基本方針のあわせて4つを理念体系にしています。



編集方針

本統合報告書は、株主・投資家をはじめとする幅広いステークホルダーの皆さまに、当社グループの価値創造ストーリーをお伝えすることを目的としています。本報告書を通じて、ステークホルダーの皆さまとのコミュニケーションを深化させ、さらなる企業価値向上を目指します。

報告対象

ザ・バック株式会社およびグループ会社
ESGデータは、グループ会社の情報を含みません。

報告期間

2024年度(2024年1月1日～2024年12月31日)を基本としています。一部に対象期間前後の情報を含みます。

公表数値

端数処理の関係で合計と内訳が一致しない場合があります。

参照ガイドライン

本統合報告書は、以下のフレームワークおよびガイドラインを参考にしています。
●IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
●経済産業省「価値協創ガイダンス」
●「気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)最終報告書」

将来の見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等はさまざまな要因により大きく異なる可能性があります。

2025年3月26日より、ザ・バックの代表取締役社長に就任いたしました。社業発展のために全力を尽くしますのでご支援の程よろしく申し上げます。

2024年の振り返り

2024年度は、連結売上高101,461百万円(前年同期比3.8%増)、営業利益8,009百万円(同3.4%増)と過去最高の業績を達成しました。これは市場環境の変化に伴うお客様の多様なニーズに対し、全社を挙げて対応し続けた成果であり、当社にとって大きな自信となりました。この躍進は2023年にスタートした中期経営計画「成長戦略」に基づく取り組みが着実に実を結んだ結果であり、特に、食品市場とEC市場向けのパッケージが業績を牽引しました。

前年同期比7.4%増となった食品市場では、食品一次容器の紙化という大きな流れの中で、当社が進めた紙器への設備投資が奏功し、販売数量を大きく伸ばしました。特に、従来から注力してきたFSC®商品に加え、紙製食品トレイ、紙器の水性フレキソ印刷といった環境配慮型の製品・技術をご提供することで、お客様のご支持をいただきました。これらを実現できたのは、製造部門を中心に、品質管理、技術開発、素材開発部門が総力を挙げ、高品質な製品を安定供給出来る体制を構築したことによるものです。さらに、人手不足という課題を抱える菓子製造業のニーズに応えるべく、紙器の組み立てや個包装された商品の箱詰めを行う「アソートセンター」を首都圏に立ち上げました。この拠点の設立により、パッケージそのものの製造・供給に加え、周辺サービスをワンストップでご提供できるようになり、お客様の生産性向上をサポートすることが可能になりました。2025年には近畿圏に2か所目のアソートセンターを本格稼働する予定で、総合パッケージメーカーならではのサービスとして他商材の取り込みも進めてまいります。競争力をさらに高めるため、2024年度には約13億円を投じて紙器製造能力を増強しました。2025年にはさらなる設備投資を計画しており、今後も食品市場におけるお客様のニーズに迅速かつ確にに応える体制を強化してまいります。

次に、前年同期比10.9%増となったEC市場では、紙製宅配袋や薄型配送資材の販売が大幅に伸長しました。近年、環境対応意識の高まりや輸送効率向上のニーズを背景

に、プラスチック製宅配袋や段ボール箱の使用が減少し、紙製宅配袋や薄型配送資材への切り替えが加速しています。当社は、この変化に対応すべく東日本での生産設備を増強し、高需要エリアでの供給体制を強化しました。その結果、紙製宅配袋の売り上げは前期比約67%増を記録しました。さらに、梱包現場が抱える人手不足という課題に対応するため、機械メーカーと協業し、紙製宅配袋の自動包装システムを開発しました。このシステムは、商品をコンベアに載せるだけで、自動的に紙包装が行われるもので、省人化と業務効率化に貢献するソリューションとしてお客様にご提案しております。当社は、従来から提案力に高い評価をいただいておりますが、このような幅広い輸送用パッケージのラインアップと安定供給体制に対して、これまで以上に信頼をいただいていると実感しています。

課題認識と今後の展望

2024年は順調な業績を収めることができましたが、持続可能な成長を続けていくためには、依然として多くの課題に取り組む必要があります。当社を取り巻く経営環境は、世界経済の減速懸念、資源価格の変動、気候変動問題の深刻化、人手不足など、国内外で様々なリスクが顕在化しています。このような不確実性の高い環境下においても、リスクを的確に把握し成長へ向けた舵取りを行うことが私の重要な責務であると認識しています。2025年度、特に注力していく事としては、引き続きターゲット市場でのシェア拡大を目指すこと、サステナブル経営推進の一環として人的資本の強化を図ることです。

ーターゲット市場でのシェア拡大ー

当社の最も重要なターゲット市場の1つである食品市場では、特に中食産業と外食産業でのシェア拡大を目指します。中食産業では、環境意識の高まりを背景に紙製容器への切り替えニーズが高まっており、当社も取り扱い商品の拡充を通じて幅広い分野での拡販を図ります。外食産業では、環境対応が既に必須の段階となっており、プラスアルファの要素として機能性やコストなどが重視されています。このようなニーズに対応する一例として、当社は2025年にPFAS規制に対応したプラスチックフリーの耐油コーティング「カイソナル®加工」を開発しました。このコーティング技術は、安全性の高い自然

由来の素材を用いながら、高い耐油性を実現する画期的なものです。今後、この技術を紙製テイクアウトパッケージに展開し、食品市場における競争力をさらに高めていきます。

また、メーカーとしてより安全・安定した供給体制の構築を目指すと同時に、生産プロセスの効率化を進め、コスト競争力の向上と利益増加を図っていきます。

これらの取り組みを遂行するには、過去の成功体験にとらわれることなく、業務プロセスや組織体制をゼロベースで見直し、非効率性を排除していくことが不可欠です。2025年度には、販売、開発、品質管理部門の人員を増強しており、収益基盤のさらなる強化へとつなげていきます。

ー人的資本の強化ー

当社では、3年前からサステナブル経営を掲げ、その理念を事業活動に反映させてまいりました。マテリアリティ策定のプロセスを通じて、改めて「人材」こそが最大の経営資本である事を確認し、人的資本の強化を優先課題として取り組んでいます。2025年度も、この取り組みをさらに加速させてまいります。

まず、多様な採用方法を活用し、優れた人材を積極的に迎え入れています。また、若手社員から継続雇用社員まで、全ての従業員が最大限の能力を発揮できるよう、評価制度の見直しを進めるとともに、成長意欲を引き出す仕組みづくりを推進しています。

次に人材育成においては、3期目を迎えたDX研修や階層別の研修をさらに拡充し、デジタル技術の活用や市場変化に迅速に対応できる人材の育成に注力していきます。

加えて、エンゲージメントサーベイの活用を通じて、従業員の声を反映しながら、柔軟な働き方の実現や職場環境の改善を推進していきます。

「人を大切にし、人を育てる」という当社の企業理念のもと、これらの取り組みを通じて、持続可能な成長を支える強固な基盤を築いていく所存です。

2026年度から始まる新中期経営計画では、「資本効率の向上」、「株主還元」を意識し、ターゲット市場での成長戦略や人的資本への取り組みを示すことで企業価値を追求してまいります。不確実性が高まる時代においても持続的な成長を実現できるよう、全社一丸になって取り組める環境を構築いたします。

ステークホルダーへのメッセージ

当社は、パッケージを通じて社会に貢献するというパーパスを掲げ、ステークホルダーの皆様との良好な関係構築に努めてまいります。株主の皆様には、企業価値の向上を通じて、更なる成長をご期待いただけるよう尽力し、従業員の皆様には、働きがいのある職場環境を提供し、個々の能力を最大限に発揮できるよう支援いたします。取引先の皆様とは、公正で透明性の高い取引を通じて、共に成長できる関係を築き、地域社会には、責任ある企業市民として社会貢献活動に積極的に取り組んでまいります。

ステークホルダーの皆様との信頼関係を深めるため、財務情報のみならず、非財務情報についても積極的に開示し、当社の理念や事業活動への理解を広げてまいります。取締役会は常に長期的な企業価値の向上に資する意思決定を行い、経営の健全性と透明性を高めることに注力していきます。

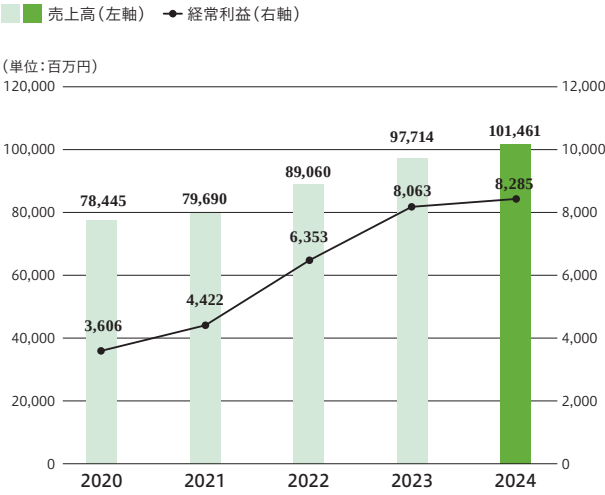
私は、これらの取り組みを確実に実行し代表取締役としての責任を果たすとともに、どのような変化の中でも挑戦を続ける姿勢を貫いてまいります。当社は企業価値の向上と持続的な成長を実現し、皆様のご期待に応えてまいります。今後とも、末永いご支援を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長

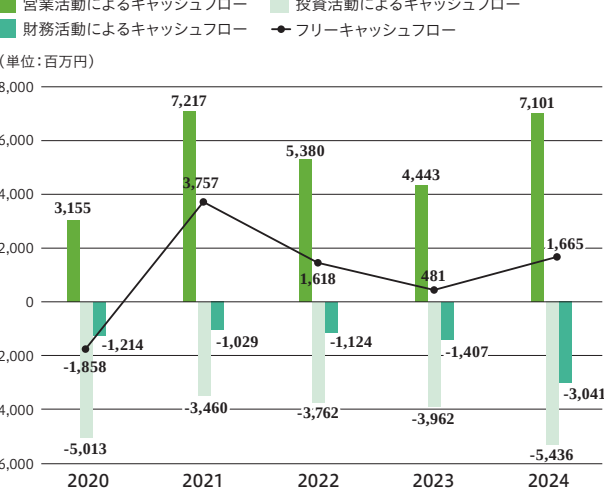
仲村 直樹



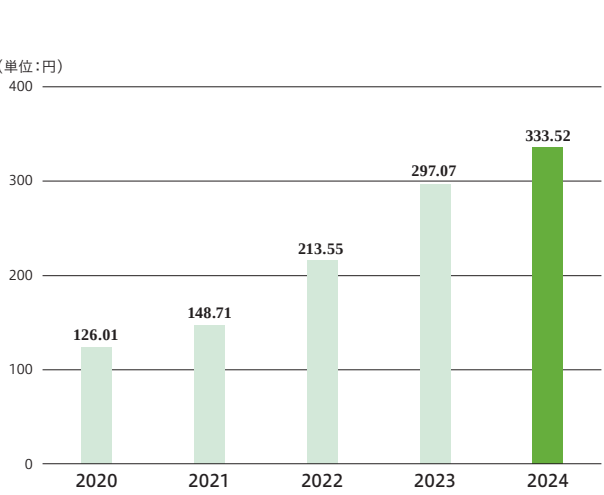
売上高・経常利益の推移 連結



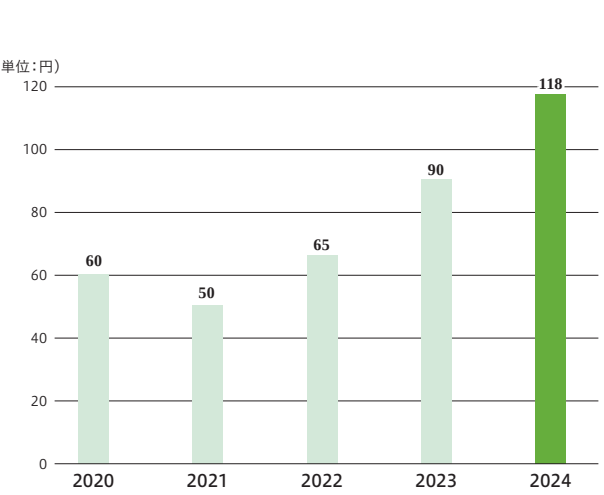
キャッシュフローの推移 連結



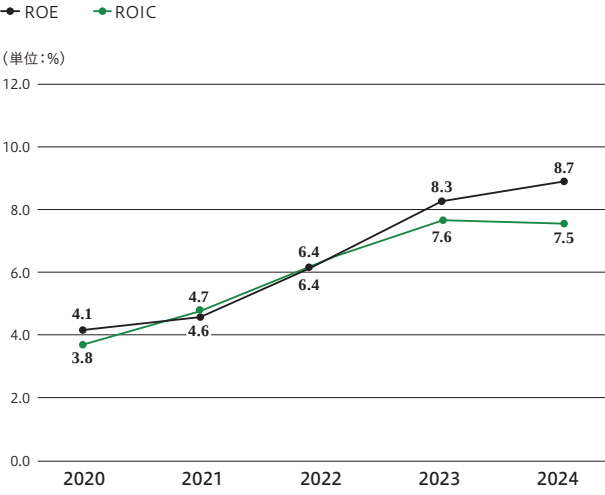
1株当たり当期純利益(EPS) 連結



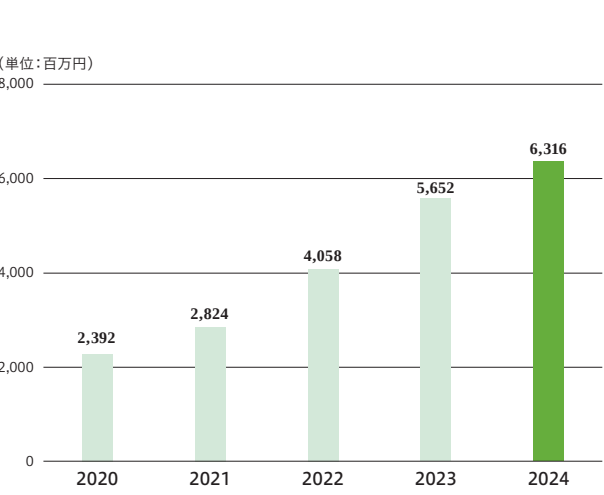
1株当たり配当額 連結



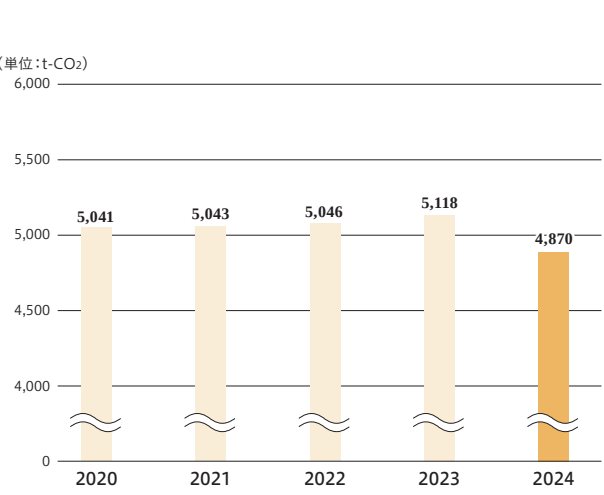
ROE・ROICの推移 連結



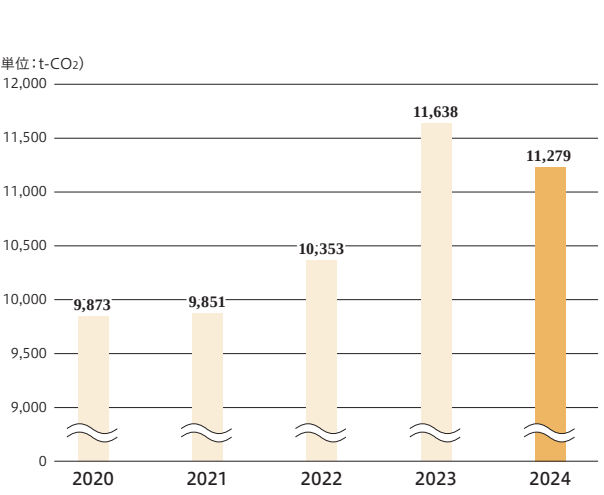
親会社株主に帰属する当期純利益 連結



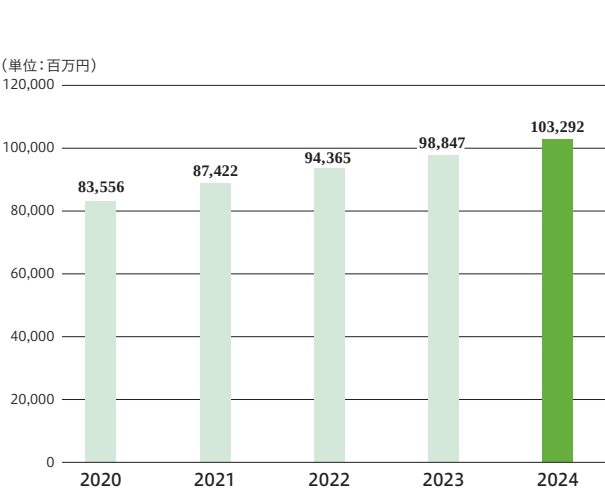
CO2排出量(Scope1) 単体



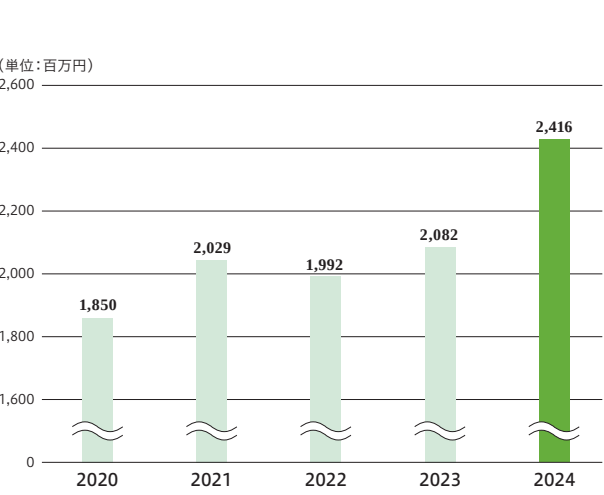
CO2排出量(Scope2) 単体



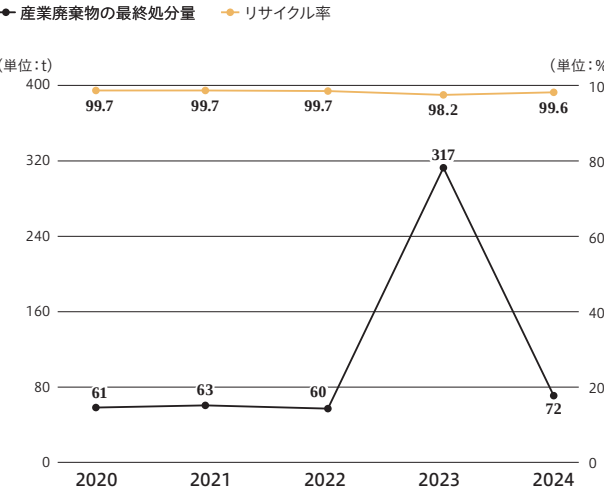
総資産 連結



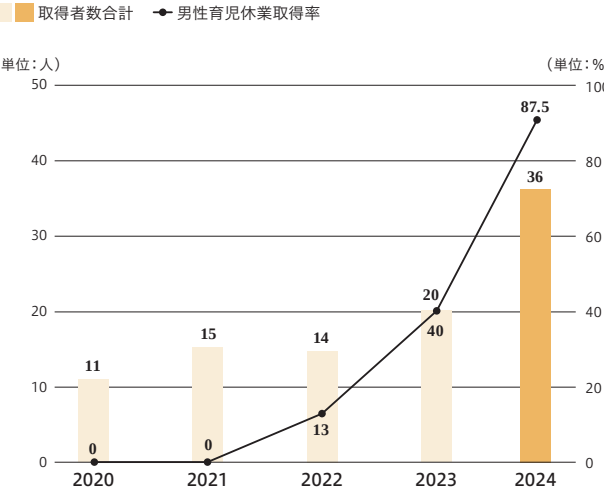
減価償却費 連結



産業廃棄物の最終処分量・リサイクル率 単体



育児休業等取得者数・男性育児休業取得率 単体



※1 自己資本比率は、連結ベースの財務諸表数値を用いて、自己資本/ 総資産の計算式により計算しております。
※2 営業キャッシュ・フローおよび利払いは、連結キャッシュ・フロー計算書に計上されている「営業活動によるキャッシュ・フロー」および「利息の支払額」を用いております。

パッケージのトータルソリューション企業

紙袋、紙器、段ボール等の紙製パッケージをはじめ、化成品パッケージ、その他素材を使ったラッピング資材等の包装資材を取り扱う総合パッケージメーカーです。

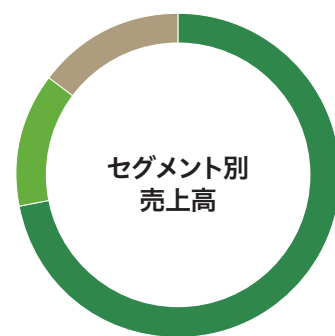
セグメント別売上高／営業利益(2024年12月期)

売上高／営業利益 売上高 営業利益 単位:百万円

売上高
101,461 百万円

営業利益
8,049 百万円

※調整額を含む

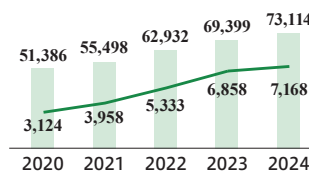


■ 紙加工品事業 **72.1%**
■ 化成品事業 **13.3%**
■ その他事業 **14.6%**

※セグメント利益の調整額△1,239百万円には、各報告セグメントに配分していないセグメント間取引消去12百万円および全社費用△1,251百万円が含まれています。全社費用は、主に親会社の管理部門に係る費用です。

紙加工品事業

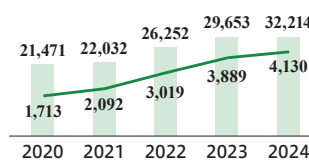
72.1%
73,114 百万円
7,168 百万円



紙袋



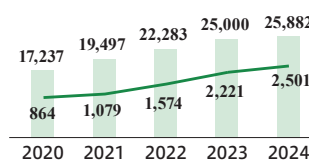
32,214 百万円
4,130 百万円



紙器



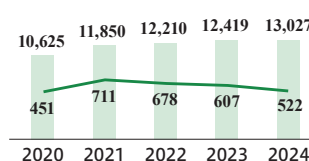
25,882 百万円
2,501 百万円



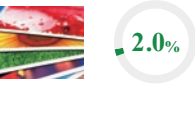
段ボール



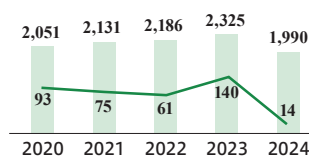
13,027 百万円
522 百万円



印刷

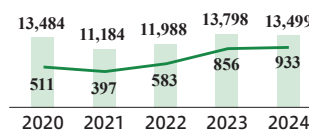


1,990 百万円
14 百万円



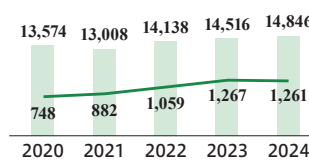
化成品事業

13.3%
13,499 百万円
933 百万円



その他事業

14.6%
14,846 百万円
1,261 百万円



ザ・パックの多種多様な顧客層

ザ・パックグループが取り扱うパッケージは、アパレルの手提げ袋から、食品飲料や日用品・衛生用品のパッケージ、企業・学校の紙袋、宅配用包装資材まで、まさに多種多様。ひとつの市場に特化せず、さまざまな業種・業界のパッケージを提案できることが特長です。



業種別売上高構成比

■ 食品 **28.7%**
■ アパレル **17.1%**
■ 百貨店 **5.0%**
■ スーパー・ドラッグストア **5.0%**
■ 医薬品・化粧品 **4.6%**
■ EC(通販)* **3.6%**
■ ライフケア **3.4%**
■ 家電・住設 **2.7%**
■ 雑貨 **2.1%**
■ コンビニ **1.3%**
■ 自動車 **0.3%**
■ その他 **26.2%**

※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しています。

食品市場

和洋菓子の箱や手提げ袋、ギフト包装、個包装フィルムの取り扱いがあります。コンビニエンスストアや外食産業における食品を直入れできるテイクアウトパッケージにも豊富な実績があります。

アパレル・雑貨市場

百貨店やアパレル、雑貨ブランドの手提げ袋や、ラッピング資材、販促用ノベルティ等、ブランド価値向上に貢献するパッケージを提供しています。

生活用品市場

衛生用品の外装、家電の梱包材、化粧品・医薬品の商品パッケージ等、暮らしのなかで使われる多種多様なアイテムのパッケージ製造実績があります。

EC(通販)市場

紙製・ポリ製の宅配袋、段ボール製配送箱等、通販市場で用いられる配送資材の豊富なラインアップを持ち、実績を増やしています。



変化する時代の潮流、お客様の求めるニーズを形にすることに注力し、数多くのパッケージやパッケージにまつわるサービスを開発してきました。ザ・バックグループの躍進はたゆまぬ商品開発の成果であり、まさに「ザ・バックの歴史はお客様のニーズに合わせた商品開発の歴史」といえます。

業界ニーズ

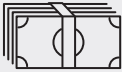


1950 戦後の経済復興を背景に設立から急成長を遂げる	1960 全国に営業所を開設し販路を拡大	1970 製袋業界のパイオニアとして製造設備の増強を図る	1980 新社名「ザ・バック」のもとに第二のスタート	1990 上場企業にふさわしい組織文化・体制へ	2000 環境・品質・コストNo.1の会社へ	2010 中期目標達成へグループ力の強化	2020 サステナブル経営の推進
1952年 森田重成が大阪府大阪市に「日本ケース株式会社」を設立。衣装箱・洋服箱を製造販売する 1953年 カラー洋服箱「洋新」を武器に全国に販路を広げる 1955年 大阪府東大阪市に花園工場を新設し、段ボールや洋服箱の自社一貫生産を開始 1957年 紙製手提袋の生産を開始 1959年 大阪府東大阪市に鴻池工場（現・大阪工場）を新設し、製造設備の拡大を図り、総合パッケージメーカーへ変貌を遂げる	1961年 東京都千代田区に東京支社（現・東京本社ビル）を開設 1969年 奈良県大和郡山市に段ボール専門工場として奈良工場を新設 東京市場に対応すべく、埼玉県浦和市に関東初となる浦和工場を新設	1971年 コンピューターシステムを導入し、顧客・商品情報をデジタル管理し始める 1974年 大阪工場に巻取自動製袋機を導入、紙袋の量産体制を確立 1979年 東日本の市場に対応すべく、埼玉県坂戸市に関東工場（のち埼玉県に改称/現・東京工場）を新設	1981年 鴻池工場（現・大阪工場）に包装資料館（現・パッケージラボ大阪）を開館 1983年 社名をザ・バック株式会社に変更 1984年 PASシステムを開発 1987年 米国にザ・バックアメリカコーポレーション（現・連結子会社）を設立	1991年 茨城県日立市にポリ袋生産工場として茨城工場を新設 大阪証券取引所市場第二部に上場 1998年 大阪工場新1号館を竣工、新包装資料館（現・パッケージラボ大阪）を開館 1999年 本社および茨城工場でISO14001の認証取得	2001年 大阪・埼玉（現・東京）・茨城工場でISO9001（品質）認証取得 2003年 東京・大阪証券取引所市場第一部に上場株式会社京浜特殊印刷を設立 2006年 中国上海市に特百嘉包装品貿易（上海）有限公司を設立 2007年 日幸印刷株式会社を子会社化中国常熟市に特百嘉包装制品（常熟）有限公司を設立 大阪・埼玉（現・東京）工場の関連部門において「FSC®CoC認証」を取得（FSC®C020517） 2009年 株式会社バックタケヤマを設立	2011年 埼玉県日高市に東京工場を新設 2014年 西日本印刷工業株式会社を子会社化 2018年 カンナル印刷株式会社を子会社化 大阪・東京工場の関連部門において「FSSC22000」（食品安全）認証を取得	2021年 国内全工場の関連部門にて「FSC®CoC認証」を取得 2022年 東京証券取引所プライム市場に移行 2023年 大阪本社新社屋竣工 2025年 株式会社光バックス石川を子会社化

サステイナブル経営の実現に向けてパーパスと基本方針を設定し、グループの理念として体系化しました。外部環境の変化に対応し、事業活動を通じた製品・サービスおよびステークホルダーへの価値を提供し、「パッケージを通して社会を豊かに、人を笑顔に」を実現します。



6つの経営資本をビジネスモデルに投入（投資）することで、アウトプット、アウトカムを経て、新たな経営資本を創造します。安定した財務基盤、創造的な人材とノウハウ、多くの顧客基盤、製造における外部委託先との協力体制、森林とその保全活動が、当社グループの特に重要な経営資本です。

財務資本 	安定した財務基盤と成長を促す投資 当社グループは手提げ紙袋において国内シェアNo.1の実績を持ち、紙加工品、化成品パッケージの製造・販売を主とし、成長してまいりました。紙器・紙袋を中心に設備を増強することで会社の成長力を高め、自己資本利益率や投下資本利益率の向上、安定的な配当に努めてまいります。 自己資本利益率 2024年度実績8.7 % 投下資本利益率 2024年度7.5 %
人的資本 	専門知識と経験を兼ね備えた人材 各自が能力を最大限発揮できるように、階層に応じた研修プログラムや評価・支援制度を取り入れています。幅広いパッケージの知識を持つ営業部門、デザイン・構造設計・プランニングを行うクリエイティブ部門がお客様に最適なパッケージを企画提案しています。また、高品質かつ多種多様なパッケージの提供を支える製造部門・品質管理部門・購買部門では、日々そのスキルを磨いております。 社員数 2024年度末時点1,196 名 DX研修 受講者数延べ830 名
知的資本 	情報発信基地かつ研究所であるパッケージラボ、提案データベース 東京、大阪、福岡のパッケージラボは、情報発信および研究を目的に、合計約10万点のパッケージ資料を収集・展示し、各部門が協働で最新パッケージの研究・開発を行っています。パッケージの最新情報を営業活動に活かすために、全社で共有できる提案データベースを構築しています。 パッケージ収集事例 2024年度末時点約10 万点 特許権保有件数 2024年度末時点59 件 意匠権保有件数 2024年度末時点48 件
社会関係資本 	さまざまな業種にわたる顧客基盤 当社グループは約15,000社にも及ぶ企業と取り引きがあり、幅広い顧客基盤を持っています。あらゆる顧客ニーズに対応するために、自社工場はもちろんのこと、国内外の多数のサプライヤーと協業し、アパレルの手提げ袋から、食品・衛生用品パッケージ、配送用・販促用資材まで、多種多様なパッケージを提供しています。また、自治体、地域、NPO法人との連携により各種CSR活動を実現しています。 取引先企業 2024年度実績約15,000 社
製造資本 	国内外工場と外部委託工場との連携、全国に物流拠点 国内外11工場と外部委託工場の連携により、お客様の多種多様なニーズにお応えできる製造基盤をもっています。また、災害・事故など発生時のリスクマネジメントにも対応し、商品の安定供給を実現する体制を整えています。国内4工場に併設された物流センターをはじめとする全国に広がる物流拠点から、効率的な配送が可能です。 国内外工場数(グループ含む) 2025年4月1日時点11 カ所 国内物流拠点数(グループ含む) 2025年4月1日時点全国21 カ所
自然資本 	自然資源の有効活用と森林保全活動 当社グループのビジネスは、木材(紙パルプ)、水、石油(プラスチック)といった自然資源によって成り立っていることから、資源の有効活用や廃棄物発生抑制、リサイクル推進などの環境負荷低減に取り組んでいます。また、2001年から森林保全活動を継続しており、木質資源の循環利用に貢献しています。 森林保全活動 2024年度実績8 回 植樹本数 2024年度実績947 本

当社グループは、お客様のニーズに基づいた「企画提案」と市場動向を踏まえた「商品開発」に特長があります。パッケージづくりのプロ集団として、メーカーならではの高い技術と豊富なノウハウを駆使し、企画から製造・物流まで含めたトータルプロデュースを提供します。

1 企画提案

営業

営業企画

パッケージラボ

お客様の課題を解決する パッケージを企画提案

- 全国に広がる事業所ネットワークにより、パッケージのあらゆるご相談にスピーディに対応
- 幅広い製品知識、豊富な経験を持った営業社員が、パッケージのトータルソリューションを提供
- 情報発信基地かつ研究所であるパッケージラボを保有
- パッケージのトレンドや製品知識に精通した社員がお客様ごとに最適なパッケージを企画提案

2 商品開発

グラフィックデザイン

構造設計

素材開発

パッケージづくりのプロ集団

- 全国合計で東西約75名のグラフィックデザイナー、構造設計者、プランナーが在籍
- 幅広い業種・業界の傾向を熟知したパッケージ開発のプロ集団が、クオリティの高いものづくりを提供
- 環境配慮等、時代とともに変化するニーズに対応する新たな素材を研究・開発

3 調達・生産

購買

生産管理

生産技術

国内外11工場と 外部委託工場の協業による 万全な生産体制

※2025年4月1日

- 国内外に広がる自社工場と外部委託工場ネットワークにより災害・事故発生時のリスクマネジメントに対応
- 納期対応・物流費削減を可能とする生産拠点を確保
- 各工場の技術・ノウハウの共有、協働により多種多様なニーズに対応

4 品質管理

品質保証・品質管理

高品質製品の安定供給

- 製品規格に基づく生産工程管理、最終製品の品質確認・改善活動により、高い品質レベルを維持・向上
- ISO9001(品質)やFSSC22000(食品安全)認証を取得し、国際認証規格に沿った運営を実践。メイドインジャパンの高品質な製品を提供

5 配送・納品

物流

販売サービス

日本全国をカバーする 物流ネットワーク

- 国内4工場に併設された物流センターにより、製造から出荷までを一元管理し、効率的な配送を実現
- 全国21カ所に広がる物流拠点をもち、効率的な全国配送が可能
- 販売サービスと製造・物流部門との連携による保有在庫とデリバリータイミングの最適化が可能

紙袋をはじめ、紙器、段ボール製品・化成品パッケージ、ラッピング資材等、パッケージに関する製品を幅広く取り扱っていることがザ・パックグループの特長です。全国に広がる製造拠点により、バックアップ体制も万全です。

製造拠点と製品ラインアップ (2025年4月1日時点)

グループ企業 国内 **6** 社 海外 **3** 社

製造拠点 国内 **10** 工場 海外 **1** 工場



カンナ印刷(株) グループ会社
(紙器) ※医薬品対応



西日本印刷工業(株) グループ会社
(紙袋・包装紙)



大阪工場
(紙袋・紙器・化成品パッケージ)
※食品対応 FSSC22000 (関連部門)

日幸印刷(株) グループ会社
(オフセット印刷)
※大阪工場内

(株)光パックス石川

茨城工場

(株)バック
タケヤマ

カンナ印刷(株)
大阪工場・日幸印刷(株)

西日本印刷
工業(株)

奈良工場

海外



特百嘉包装製品(常熟)有限公司
グループ会社
(紙袋)



奈良工場
(段ボール製品)



茨城工場
(化成品パッケージ)



東京工場
(紙袋・紙器)
※食品対応 FSSC22000 (関連部門)



(株)バックタケヤマ グループ会社
(紙袋) ※食品対応 FSSC22000 (関連部門)



(株)光パックス石川 グループ会社
(紙器・包装用品)

紙袋

- 手提げ袋
- 宅配袋
- 食品包装用紙袋
- ラッピング用袋



紙器

- 食品一次容器
- 商品パッケージ
- ギフトボックス



段ボール製品

- 配送用段ボール箱
- 大型段ボール
- 段ボール化粧箱
- 強化段ボール
- 緩衝材



化成品パッケージ

- 衛生用品パッケージ
- 持ち帰り袋
- 軟包装



販促品

- エコバッグ
- ギフト用ラッピングバッグ
- 包装紙、リボン、シール
- ガーメントバッグ



環境対応製品

各製品カテゴリーにおいて、
環境対応製品の企画提案・
製造ができます。

- エコカラ®
- CC-PACK®
- パルプモールド
- クラフト軟包装



当社グループは、これまでお客様との対話を重視し、そこから見えてくるお客様が抱えるパッケージにまつわる課題の解決に向け、真摯に向き合い取り組んできました。素材・加工選定・構造設計・グラフィックデザイン等のパッケージそのもののアプローチに加え、商品充填や包装ライン等のパッケージが使われるシーンにおけるソリューション提案も強化し、実績・ノウハウを蓄積してまいりました。ここでは、当社がパッケージのトータルソリューション企業として提供している一部の実例をご紹介します。

パッケージ使用フェーズ ソリューション

お客様の生産性向上、パッケージ使用時のストレス軽減のため、作業効率の向上に貢献する豊富なパッケージアイデアをご用意しています。

- ワンタッチで組み立て可能なパッケージ形状を提案
- 箱の組み立て作業を簡単にする治具を提案
- 組み立てた状態で箱を納品することを提案(箱の組み立て作業を当社で受託)

箱の組み立て作業から商品の充填作業まで、人員確保が必要となる作業を受託可能です。当社がパッケージの製造から商品充填までワンストップで請け負うことで、お客様の煩雑な在庫管理や、納期調整の課題解決に貢献します。

梱包・物流作業現場における作業効率向上、省人化の課題に対し、パッケージと併せ機械導入を含めた梱包ラインの合理化提案を行います。お客様の作業現場レイアウトや、作業フロー、条件を考慮しながら、最適な梱包ラインをコーディネートします。

原材料価格・物流費・人件費等のコスト上昇課題に対し、さまざまな側面からコスト抑制につながるパッケージ施策をご提案します。

- パッケージのコストを抑制する形状・素材を提案
- 配送コストを抑制する宅配用資材の小型化や輸送費の料金体系を考慮した形状を提案
- 梱包作業費を抑制する組み立て作業効率の良いパッケージを提案

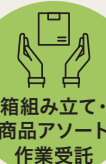


ポストイン
薄型配送箱

包装に トータル まつわる ソリューション



作業
効率化



箱組み立て・
商品アソート
作業受託



梱包ラインの
合理化



コスト
ダウン



作業
効率化



コスト
ダウン



素材・
加工選定

内容物や用途・ニーズに合わせ、パッケージに必要な機能を満たす素材や加工を提案します。

- 油分が出る食品直入れ容器に、耐油紙や耐油コーティング加工を提案
- 食品軟包装の環境対応ニーズに、クラフト軟包装を提案
- 高級感の演出が求められるパッケージに、特殊紙や表面加工を提案



最適な製造場所・
方法選定

国内外の自社工場と外部委託工場からなるサプライチェーンネットワークにより、生産ロットや仕様などの諸条件にあわせて、最適な製造場所・製造方法を提案可能です。



構造設計

商品保護等の機能性に加え、見た目の美しさ、利便性の課題に応じたきめ細かな構造設計を提供します。



グラフィック
デザイン

幅広い顧客層のパッケージを手がけ、ノウハウを蓄積したグラフィックデザイナーがお客様のブランド価値向上に貢献します。

- パッケージデザイン
- 店頭什器/ディスプレイ製作
- 商品企画やブランディングの支援



パッケージ製作フェーズ ソリューション



パッケージラボ

パッケージラボ (東京・大阪・福岡)

国内外のさまざまなパッケージを資料として収集、パッケージ研究の場・情報発信の場として活用しています。



ザ・バックグループは企業経営において多様なステークホルダーとの信頼関係構築が重要だと認識しています。各ステークホルダーの立場を理解し、適切な協働、配慮に取り組み、環境・社会・経済それぞれの価値を提供していきます。社員全員がパーパスを共有し、パッケージを通して社会に貢献していきます。

株主・投資家	安定した財務と配当(性向)の維持 当社グループは、安定した配当の維持に留意するとともに、内部留保の充実に努めて配当を決定しております。内部留保金は、財務体質の強化および生産設備・研究開発等の資金需要に備えるものであり、将来の利益に貢献することで、株主への安定的かつ漸増的な配当に寄与していくものと考えております。
従業員	従業員エンゲージメントの最大化(働きがい・キャリアの実現) 多様な人材が活躍できる場を広げていくため、働く環境・勤務形態と制度の整備を進めるほか、タレントマネジメントシステム等を有効活用した人材配置の適正化を実施していきます。また、研修等を通じたスキルアップ・リスクリングの機会を提供することで、個人・会社の成長と活性化を促していきます。
サプライヤー	連携・共存共栄体制の実現・維持 当社グループはサプライチェーン全体の共存共栄と連携を強化するため、2022年7月に「パートナーシップ構築宣言」を公表しました。宣言内容を社内外に周知するとともに、円滑な実施に努め、サプライチェーン全体の価値向上に取り組んでいます。
販売先	ブランド価値の共創 パッケージづくりのプロ集団として、お客様へ最適なパッケージを提供します。また、パッケージそのものだけでなく、パッケージにまつわるお客様のニーズや課題を把握しソリューションを提供します。更に、環境対応商品の提供を通してお客様の環境への取り組みをサポートするほか、商品企画の一部や販売方法などにも携わり、お客様のブランド価値を共創しています。
一般消費者	パッケージによる機能的・情緒的価値の提供 当社グループは、時代とともに変化するニーズにあわせた商品やサービスを開発しており、最終消費者が求めるパッケージの役割・価値を踏まえた企画提案をしています。商品を安全に運ぶことができる手提げ袋、開封・廃棄がしやすい紙器や段ボール製品など消費者のストレスを軽減する機能的価値をもったパッケージを提供します。また、デザインや素材、形式のオリジナリティを付加し、商品やブランド価値を高めるパッケージを提供することにより、消費者の購買行動における満足度を高め、情緒的な価値を生みだしています。
地球環境	事業活動を通じた環境保護 環境理念『私たちは 人と自然を愛し 夢のある未来をみつめ かけがえのない地球を大切に 広く社会に貢献します』のもと、生産活動における環境負荷の低減に取り組んでまいりました。社会から求められる「環境対応」を、環境対応製品の開発・販売やザ・バックフォレスト®環境基金を通した森林保全活動により実現します。

ザ・パックグループは「パーパス」、「サステイナブル経営の基本方針」に基づいたサステイナブル経営を実践し、2025年12月期までに達成すべき数値目標を設定しました。軸となる3つの重要戦略はマテリアリティへの対応と連動しており、持続的な成長を通じて当社グループならではの価値を社会に提供していきます。

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

売上高 **1,070** 億円

営業利益 **83** 億円

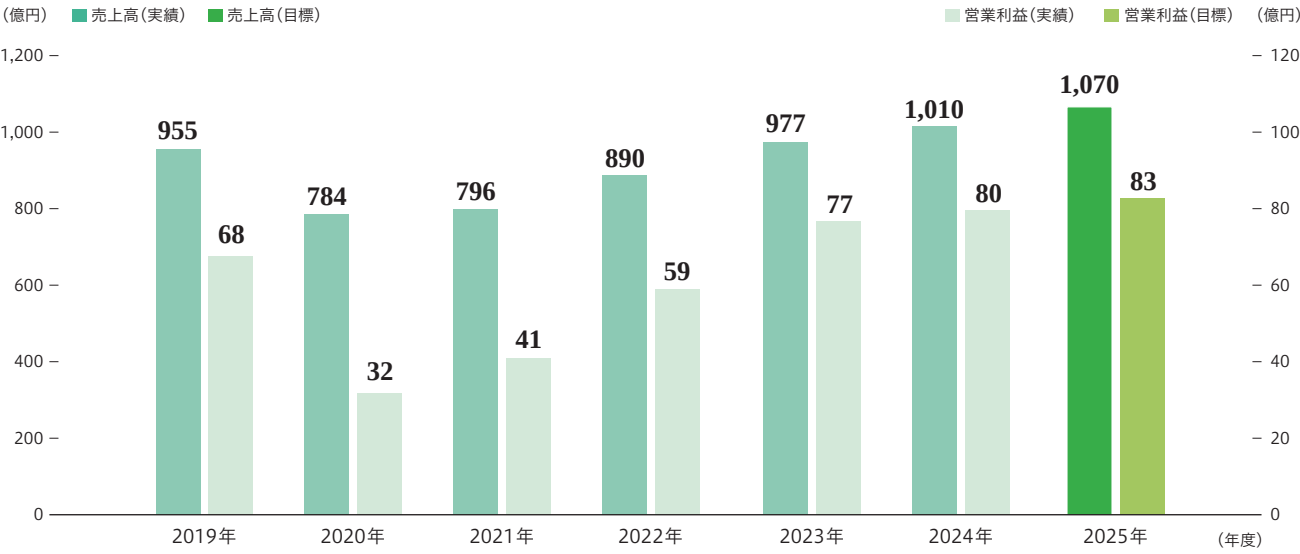
ROE **8**%以上

ROIC **8**%以上

数値目標達成プロセス

売上高1,070億円を達成目標に、3つの重要戦略に沿った事業活動を展開していきます。また、当社グループが、お取引先、株主、従業員等のステークホルダーと安定的な関係を継続できるように、自己資本利益率(ROE)と投下資本利益率(ROIC)の向上に努めていきます。

当社グループは2023年度12月期の業績が当初の目標を上回ったことを踏まえ、本中期経営計画の数値目標の上方修正をするとともに、更なる企業価値向上に向けて、株主還元方針の変更を行うこととしました。資本収益性指標として、ROEとROICは8%以上の維持を目指すとともに、株主還元としては配当性向を引き上げ、自社株買いを実施することで総還元性向50%を目指します。



2024年度の成果と課題

成果

設備投資や成長戦略の実施が功を奏し、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しました。また、計画に基づき、株主還元に努めました。配当は約22億円で決定し、配当性向は35.4%、計画どおり10億円の自社株買いを実行した結果、総還元性向は51%となりました。

課題

賃金の伸びが物価上昇に追いつかない状況が長引くなか、消費者マインドの低迷が続き景気への影響について不透明な状況が続いています。2025年度、2026年度は、不確実性が高まるなかでも市場の要求に対応していくため、各種施策を実行していきます。

成長戦略

ターゲット市場に注力

現在のトレンドを踏まえて、ターゲットとなる市場を選定し、重点的な取り組みをしています。ファーストフード・コンビニ店向け等の「食品市場」においては、品質リスク抑制のためのテスト、大口ロットおよびデリバリーニーズへの対応、現場・店舗における梱包や保管の容易性等を提案することにより採用実績が増加しています。「EC / 通販市場 / 物流業界」では、お客様の作業現場の生産性向上を目的に、包装ライン全体を改善する提案を行っています。効率化につながるパッケージのほか、省人化を実現する自動包装システムを複合提案するなど、トータルソリューション企業の強みを活かして販売を拡大しています。



当社の強みと戦略の実行により売上を拡大

ポイント

● 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

定量目標

2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	前期比	2025年度 目標
250 億円	282 億円	303 億円	7.4%	320 億円

主な取り組み

1. 食品一次容器の拡販、紙製トレイ・モールド容器などへの取り組み	当市場内食品一次容器売上高 2024年度 87.5 億円	前期比 13.3% ↑
2. 軟包装の拡販・複合販売	当市場向け軟包装売上高 2024年度 14.8 億円	前期比 11.3% ↑
3. 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)	当市場向けFSC®商品売上高 2024年度 55.1 億円	前期比 9.5% ↑
4. 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		

ピックアップ

ロボットを活用した「食品(個包装)アソートセンター」が本格稼働

2024年に神奈川県川崎市に「食品(個包装)アソートセンター」を設立。カメラによるリアルタイムでの商品撮影と画像処理によって、高精度なロボットアームが自動でアソート作業を行っている。これにより、労働力不足による生産性の低下を防ぎ、お客様への安定した商品供給を可能にしている。パッケージの製造・供給と、このシステムを活用したアソート作業をワンストップで請け負うことで、食品業界での業績拡大を目指している。

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

ポイント	● 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				
定量目標	2022年度 実績 140 億円	2023年度 実績 147 億円	2024年度 実績 163 億円	前期比 10.9 %	2025年度 目標 180 億円
主な取り組み	1. 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			当市場向け紙製宅配袋売上高 2024年度 16.4 億円 前期比 67.3 % ↑	
	2. 重量物対応の強化段ボールの更なる拡販			当市場向け強化段ボール売上高 2024年度 9.2 億円 前期比 -6.1 % ↓	
	3. 自動梱包向けの素材・加工の開発および拡販				
	4. 得意先での省人化に貢献できる提案販売の強化				
ピックアップ	TOKYO PACK 2024（東京国際包装展）への出展 2024年10月23日～25日に、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。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、当社は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機				

当社グループの基盤事業として外部環境が変化するなか、底堅く成長

ポイント	● 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				
定量目標	2022年度 実績 500 億円	2023年度 実績 548 億円	2024年度 実績 549 億円	前期比 0.2 %	2025年度 目標 570 億円
主な取り組み	1. 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			当市場向け紙袋売上高 2024年度 160.0 億円 前期比 4.6 % ↑	
	2. 3R(Recycle,Reuse,Reduce)に合致した商品販売			当市場向け縫製バッグ・ギフト資材売上高 2024年度 33.1 億円 前期比 16.1 % ↑	
	3. お客様とともに社会貢献を推進(ザ・バックフォレスト® 環境基金活動)				
	4. ASEANにおける販路の開拓				
ピックアップ	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、シェアを拡大。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した。中国・米国のグループ会社との連携で対応エリアを拡大中。 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している。				

人的資本戦略

個人と会社の成長と活性化

多様な人材を確保、育成し、働く環境の整備を進めています。また、従業員エンゲージメントの向上に取り組むことで、成長を支える人材の確保と価値最大化を目指しています。

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

ポイント	● 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				
定量目標		2022年度 実績	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 目標
	正社員、契約社員、パート含む全従業員数	1,797名	1,836名	1,836名	1,920名
	正社員に占める女性の割合	21.2%	22.9%	24.4%	25.0%
	管理職(課長以上)に占める女性の割合	7.6%	8.8%	9.7%	10.0%
主な取り組み	人材確保につなげる施策				
	1. キャリア採用の強化 2024年度：キャリア採用実績：27名採用		3. 継続雇用者の賃金規定および賞与評価見直し		
	2. 採用機会の拡大 2024年度：リファラル採用実績：9名採用		4. 賃上げの継続 2024年度：平均5.50%		
			5. 「働きがい・満足度調査」実施と改善の試み		
	人材育成の取り組み詳細 ➡ P.33～36				

財務戦略

最適な資金使途計画により継続的、効率的な成長を支える

成長性と企業価値向上を目指して、積極的な設備投資を進めています。また、株主還元として、総還元性向で50%を目指します。

成長性と企業価値向上を目指した各施策を実行

ポイント	- 食品・EC市場向け設備増強計画を実行、需要に合わせ追加投資も行う - 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	当初計画 (23～25年)	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 計画	合計
紙器製造能力増強(億円)	20.0	7.9	12.5	2.5	22.9
紙袋製造能力増強(億円)	30.0	7.8	19.5	16.5	43.8
合理化・省人化(億円)	11.0	1.2	1.1	10.0	12.3
省エネ・省資源(億円)	2.0	0.4	0.1	0.3	0.8
その他(億円)	2.0	0.1	2.0	1.3	3.4
設備投資計(億円)	65.0	17.4	35.2	30.6	83.2
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					
戦略投資	当初計画 (23～25年)	2023年度 実績	2024年度 実績		
基幹システム刷新(億円)	20.0	13.0	8.4		
人的投資(億円)	20.0	9.8	2.9		
株主還元	2023年度 実績	修正計画(24～25年)		2024年度 実績	
自社株買い	—	年間10億円を上限とする自社株買い		約10億円	
配当性向	30%	35%以上を維持		35.4%	
総還元性向	配当約17億円 総還元性向30%	80億円	・2024年度：配当22億円 ・2025年度：配当22億円	総還元性向50% 総還元性向50%	配当約22億円 総還元性向51%

サステイナブル経営の基本方針

2023年より、社会環境・事業環境を反映させた新しい経営方針「サステイナブル経営の基本方針」を策定しました。
持続可能で笑顔あふれる豊かな社会を実現し、環境・社会・経済に対して当社グループならではの価値を提供していきます。

サステイナブル経営の基本方針

当社グループは「愛し愛され」の社是のもと、パーパス(存在意義)を「パッケージを通して社会を豊かに、人を笑顔に」と定め、サステイナブル経営を実践します。パッケージのトータルソリューション企業として、パッケージの新たな価値を創造することで、ステークホルダーのさまざまな課題を解決し、持続可能で笑顔あふれる豊かな社会を実現します。そのために、どのような社会の変化にも対応できるような体制を整え、持続的に成長することで、環境・社会・経済に対して当社グループならではの価値を提供していきます。

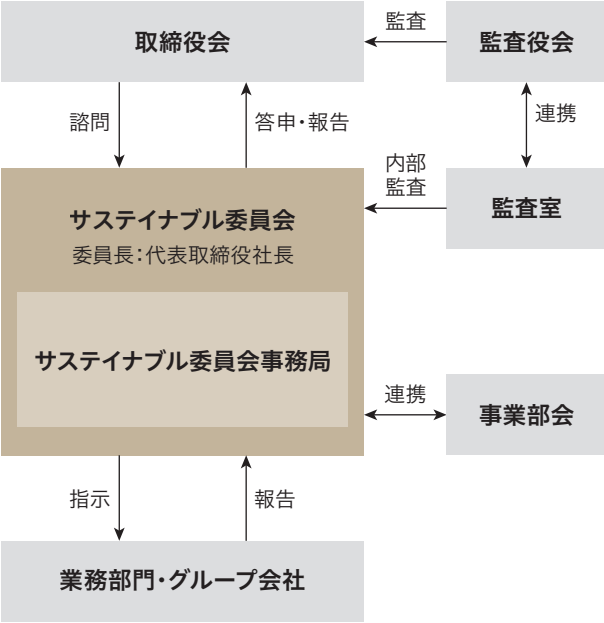
推進体制

サステイナブル委員会(委員長:代表取締役社長)を設置し、当社グループにおけるサステイナブル経営推進について対応していきます。

サステイナブル委員会

当社では、取締役会のもと、2023年1月にサステイナブル委員会を設置し、当社グループにおけるサステイナブル経営推進について対応しています。サステイナブル委員会とその業務執行組織であるサステイナブル委員会事務局は、事業部会、業務部門・グループ会社と連携し、サステイナブル経営の運営・推進および重要テーマに関する方針の策定、取り組みの進捗管理、中期経営計画への反映等について、審議、決定します。サステイナブル委員会事務局は、業務部門・グループ会社と連携して、アクションプランの推進、KPIの管理等を行います。

取締役会は、サステイナブル委員会に諮問し、方針の決定、監督を実施します。事業部会はサステイナブル委員会と連携して、情報共有を行います。業務部門・グループ会社は、各種施策を実行し、その結果やデータ等を提供します。監査役会および監査室は、これらの取り組みを補助的に監査します。



外部環境(リスクと機会)

「どのような社会の変化にも対応」するため、直面すると想定されるリスク・機会を抽出しました。また、リスク・機会に対応するマテリアリティは下記の通りです。

○: リスク・機会に対応するマテリアリティ

外部要因	No.	リスク／機会	事項	マテリアリティ											
				環境			社会							ガバナンス	
				商品企画および技術開発 環境に配慮した	事業活動全体における 環境負荷の低減	自然保護と環境保全への貢献	社員の健康増進と安全の確保	パッケージのトータル ソリューション力の育成と醸成	社員が活躍できる 多様な働き方の推進	顧客とのブランド価値の共創	取引先との協業による 品質維持・向上	次世代育成への貢献と 環境意識の啓蒙	多様化する社会課題の解決	経営の健全性・透明性・ 効率性を確保	サプライチェーン リスクマネジメントの推進
政治	1	リスク	紛争または安全保障政策により原材料の輸入が寸断、または輸入コストが増加												○
	2	機会	日本・米国・中国にまたがる強靱な既存サプライチェーンを活かした地産地消ビジネスの確立							○	○				○
	3	機会	諸法令・国際規範等に対応しESGの取り組みを強化することにより機関投資家が増加	○				○					○	○	
経済	4	機会	新商材・サービス・ビジネスモデルの誕生	○	○	○		○		○	○		○		
	5	リスク	原材料・製造・配送コストの負担増		○										○
	6	リスク	原材料調達へのヘッジコスト上昇												○
社会	7	機会	省エネサプライチェーンの構築		○	○									○
	8	リスク	多様な人材・取引先の確保が困難				○	○	○		○		○		○
	9	機会	多様な人材の育成・労働生産性向上				○	○	○				○		
技術	10	機会	新たなパッケージ利用の需要拡大	○						○	○				
	11	機会	安心・安全を重視した商品・サービスの創造	○						○	○	○			
	12	リスク	新技術の普及・浸透に伴い、リアル店舗における購買が減少、情報漏洩リスクの高まりと対応コストの増加												○
環境	13	機会	新技術・サービスの登場によりオペレーションコストを削減					○		○			○		○
	14	リスク	炭素税導入等による税負担の増加	○	○	○				○		○			○
	15	リスク	森林資源の植生変化による調達コスト増加	○	○	○				○		○			○
法	16	リスク	自然災害増加に伴うサプライチェーン寸断・生産停止												○
	17	機会	脱プラスチックによるビジネス機会の増加	○	○	○		○		○		○			○
	18	リスク	法令・規制・訴訟リスク対応へのコスト増加											○	○
法	19	機会	ガバナンス強化による企業価値向上											○	○
	20	機会	法令・規制強化による新たな事業機会の誕生	○						○					○

2022年に5つの主要テーマと12のマテリアリティを特定しました。具体的な取り組みは下記の通りです。これらの活動を推進・強化することで、持続可能で豊かな社会の実現に貢献していきます。

特定プロセス

2022年1月に設置されたサステイナブル経営推進室を中心としたプロジェクトメンバーによって「マテリアリティ」を特定しました。2022年7月には取締役会の承認を得て、確定しました。

2023年9月には、5つのマテリアリティKPIを設定し、2030年度までの達成を目指し取り組みを推進しています。PDCAサイクルを回しながら、マテリアリティおよびKPIの進捗確認、評価、更新を実施し、持続的に企業価値を向上させていきます。

Step 1 サステイナブル経営推進室がマテリアリティ特定のプロジェクトメンバーとなり、勉強会を実施

営業、品質管理、財務、法務、人事、総務、事業戦略等の部署から各1名以上がプロジェクトチームに所属し、勉強会を複数回実施。役員を対象とした勉強会も実施し、サステイナブル経営・価値創造ストーリー・TCFDへの取り組みについて理解促進・議論を行いました。

Step 2 バリューチェーンを整理し、自社の経営資本(強み)を把握

自社のバリューチェーンを詳細化し、他社との差別化要因や当社の独自性を把握しました。それに沿って、「経営資本(財務資本、製造資本、人的資本、知的資本、社会・関係資本、自然資本)」を洗い出しました。

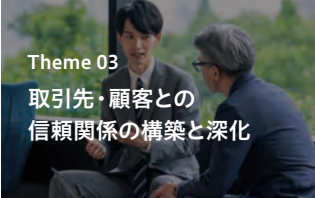
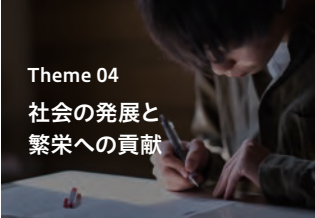
Step 3 経営資本を維持、拡大するための主要テーマごとの課題を列挙し、各課題における取り組みを定義

6つの資本から構成される経営資本をどのように維持・拡大していくかを検討し、その上で課題となることを洗い出しました。さらに、環境、顧客、人・労働、地域・社会、経営の各課題における取り組みを定義しました。

Step 4 「ステークホルダー」および「当社」における重要性を考慮して、「マテリアリティ」を決定

Step 5 サステイナブル委員会から取締役会に答申し承認

ESG観点で整理したマテリアリティー一覧

	主要テーマ	マテリアリティ	取り組み	SDGsとの関連	
E	 Theme 01 事業活動を通じた 環境課題の解決	環境に配慮した商品企画 および技術開発	● 森林認証紙・混抄紙など環境に配慮した原材料の 開発・調達・提供 ● 原材料使用量が少ないパッケージの提案 ● パッケージ使用時の作業効率化を提案	● プラスチックラミネートに代わる表面加工技術の提案 ● プラスチックパッケージに代わる紙製パッケージの開発 ● アフターユースのできるパッケージの開発 ● 環境対応プラスチックパッケージの開発	12 つくばる責任 つくる責任 13 気候変動に 具体的な対策を 14 海の豊かさ を守ろう 15 陸の豊かさ も守ろう
		事業活動全体における 環境負荷の低減	● 製造工程で利用した水を浄化・再利用 ● CO2排出量(原単位)の削減	● 再生可能エネルギーへの転換 ● 産業廃棄物の適正管理と排出量削減、リサイクルの推進	6 安全な水とトイレ を世界中に 7 再生可能エネルギー 12 つくばる責任 つくる責任 13 気候変動に 具体的な対策を
		自然保護と環境保全 への貢献	● 森林・山地の保全・回復への取り組み ● 生態系に配慮した樹木を植樹	● 海岸や河川の保全・回復など新しい環境基金の設立 ● 自然保護と環境保全につながる投資	7 再生可能エネルギー を世界中に 13 気候変動に 具体的な対策を 14 海の豊かさ を守ろう 15 陸の豊かさ も守ろう
S	 Theme 02 人を大切にし、人を育てる	社員の健康増進と安全の確保	● 健康経営宣言による従業員と家族の健康維持・増進 ● 製造現場の安全施策	● 自然災害発生時の社員安全確保のための防災備蓄品の充実	3 持続可能なエネルギー 5 ジェンダー平等を 促進する 8 働きがいも 経済成長も
		パッケージのトータル ソリューション力の育成と醸成	● パッケージラボを通じて「パッケージの トータルソリューション企業」を支える専門集団の醸成 ● パッケージノウハウのデータベース化と活用	● DXによる業務効率化と提案力強化 ● 現場参画の各種研究会による商品開発	10 人や国の不平等 をなくそう 16 平和と公正な 社会を築こう
	 Theme 03 取引先・顧客との 信頼関係の構築と深化	社員が活躍できる 多様な働き方の推進	● ライフスタイルにあわせた働き方の環境整備 ● 女性活躍推進のための行動計画の推進 ● 安心して働ける処遇、定年後も見据えた制度設計の実施	● テレワーク環境の整備やコミュニケーションツールの導入 ● ジョブローテーションによる社員の能力開発、人材配置の適正化 ● よりオープンな人事評価制度の構築	4 質の高い教育を みんなに 9 産業と地域経済の 循環成長を 10 人や国の不平等 をなくそう
		顧客とのブランド価値の共創	● 顧客課題を把握・分析し、課題解決のための ソリューションを提供 ● 国内外のパッケージ収集と市場動向・トレンドの発信	● 省人・省力・機械化への流通・物流ソリューションの複合提案 ● 森林保全につながるザ・バックフォレスト®環境基金 参画への提案	11 住み続けられる まちづくりを 12 つくばる責任 つくる責任 15 陸の豊かさ も守ろう
 Theme 04 社会の発展と 繁栄への貢献	次世代育成への貢献と 環境意識の啓蒙	● 小学生向けのものづくり体験教室を開催 ● オンラインを含む教育系コンテンツへの参画	● 次世代育成につながる投資 ● 環境意識の啓蒙につながる活動への参画、賛同	4 質の高い教育を みんなに 9 産業と地域経済の 循環成長を 10 人や国の不平等 をなくそう	
	多様化する社会課題の解決	● PASシステムの推進による省人・省力・省CO2化 ● 人手不足の問題解決につながるパッケージの開発 ● パッケージと梱包・物流設備を組み合わせた トータルソリューションを提案	● 障がい者の雇用創出や 自立・就労支援につながる活動への賛同 ● 子どもの環境保護支援活動への賛同	11 住み続けられる まちづくりを 12 つくばる責任 つくる責任	
G	 Theme 05 経営基盤の強化	経営の健全性・透明性・ 効率性を確保	● コーポレート・ガバナンス体制の整備 ● コーポレートガバナンス・コードの全原則に関する 取り組み状況を開示 ● Cライン(コンプライアンス・ライン／内部通報制度)による 経営の健全性を強化	● 経営陣の指名における決定プロセスの 公正性・客観性を担保する運用 ● 株主を含むステークホルダーへの情報開示の充実 ● 取締役会の多様性確保	16 平和と公正な 社会を築こう
		サプライチェーン リスクマネジメントの推進	● 調達・生産・販売におけるさまざまなリスクに対応する サプライチェーンの強化	● レジリエンス(復旧力)強化による事業継続計画の適正運用 ● サイバーリスクによる情報漏えい、システム障害への対策	

2023年9月、5つのマテリアリティにKPIを定めました。達成に向けたマネジメント体制を構築し、2030年度までの達成を目指します。

今後は、PDCAサイクルをまわしながら、進捗確認・評価・改善をしていきます。

マテリアリティ KPIと過去5年実績

主要テーマ	マテリアリティ	KPI・アクションプラン	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
Theme 01 事業活動を通じた環境課題の解決	環境に配慮した商品企画および技術開発	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 ●パッケージの紙化提案を強化する ●FSC®認証取得サプライヤーの拡充を行う。 ●紙を基材とした新素材・新製品の開発を加速させる。	10.8%	13.2%	17.4%	20.2%	21.1%
	事業活動全体における環境負荷の低減	CO2排出量(Scope1+2)を2018年度比で46%削減する(8,997t 目標) ●エネルギー効率の高い機械への切替えを行う。 ●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。	10.5% (14,914t)	10.6% (14,894t)	7.6% (15,399t)	-0.6% (16,756t)	3.1% (16,149t)
	自然保護と環境保全への貢献	ザ・バックフォレスト®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 ●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。	0回 0名	0回 0名	4回 111名	9回 253名	8回 230名
Theme 02 人を大切にし、人を育てる	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 ●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。	5.3%	4.9%	6.7%	6.3%	7.2%
Theme 03 取引先・顧客との信頼関係の構築と深化	顧客とのブランド価値の共創	ザ・バックフォレスト®環境基金の賛同社数※2を300社にする ●活動紹介ツールの充実を図り、活動に対する賛同を募る。	44社	67社	94社	123社	158社

※1 売上高 = ザ・バック単体の紙加工品事業全体 ※2 売上実績のある会社数をカウント

KPIマネジメント

サステナブル委員会とその業務執行組織であるサステイナブル委員会事務局は、マテリアリティ達成に向けてKPIを設定し、管理しています。サステナブル委員会事務局は、半期に一度、業務部門・グループ会社と連携してKPI達成の進捗状況を把握しサステナブル委員会へ報告しています。また、年に1度、結果に対する評価、次年度の改善策、KPIの新規設定・内容更新について検討しています。

サステナブル委員会は事業部会とも連携して、各業務部門におけるKPIの具体的な取り組みを推進していきます。

各業務部門がPDCAを繰り返すことで、組織全体の生産性を向上させ、KPI達成を目指していきます。

またマネジメント体制を構築し、KPIの進捗管理・推進状況を把握することで、各業務部門の公平な評価につなげていきます。



マテリアリティの実現を目指した非財務KPIと財務KPIの両方の達成に向けて、「成長ドライバー（成長のための推進力・原動力）」へ、長期視点での投資・推進をしています。また、非財務KPIの達成が財務KPIの実現にも寄与できるように設定・検証しています。

2023年度～2025年度中期経営計画においても、重要戦略として当社の強みの源泉である人的資本、知的資本、製造資本への投資を実施し、各施策を推進してまいります。

重要戦略 現状の中期経営計画における重点戦略

実現に向けた成長ドライバーへの投資・推進

投資方針

人的資本 **重要戦略**

●採用と育成
●多様な働き方の推進

●採用機会・方法の拡大
●適正な賃金体系・福利厚生の実施

知的資本

●市場・販売情報の収集・蓄積・共有
●パッケージ事例情報の充実化

●DXの推進による市場・販売情報を社内ですぐ共有
●リアル(パッケージラボ、情包会議)とデジタル(提案データベース、動画)の充実化

製造資本

●製造施設・設備の増強
●サプライチェーンの強化

●既存工場における紙袋・紙器製造能力増強
●省人化・合理化・省エネ化・省資源化

×

推進方針

ターゲット市場 **重要戦略**

●エリア・事業領域拡大
●新市場の調査・分析

●食品市場、EC / 通販市場 / 物流業界に注力
●ASEANにおける販路の拡大

製品サービス

●製品ラインアップの拡充
●周辺事業への拡大

●食品一次容器・宅配袋・環境対応製品の開発に注力
●自動梱包機・組み立て・アソート業務の事業化

ビジネスモデル

●企画提案型営業
●課題解決型営業

●顧客のブランド価値向上策を含む提案活動
●環境対応・人員不足への解決

KPI 達成に寄与

マテリアリティ・非財務 KPI	財務 KPI
2030年度目標 事業活動を通じた環境課題の解決 ●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 ●CO2排出量(Scope1+2)を2018年度比で46%削減する ●ザ・バックフォレスト®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	2025年度目標
人を大切にし、人を育てる ●管理職(課長以上)に占める女性の割合を15%以上にする	売上高 1,070 億円 営業利益 83 億円
取引先・顧客との信頼関係の構築と深化 ●ザ・バックフォレスト®環境基金の賛同社数を300社にする	ROE 8 % 以上 ROIC 8 % 以上

企画提案力を高める協働体制

当社の強みはそれぞれのお客様に最適なパッケージソリューションを提供する企画提案力です。

営業部門、商品開発部門、製造部門がそれぞれの専門性を活かし、多様なニーズに応じた新商品やサービスを生み出しています。

総合パッケージメーカーとして直販体制を活かした迅速で柔軟な対応を通じ、お客様の信頼を築いています。



営業

お客様と直接コミュニケーションを取り、丁寧なヒアリングを行う。引き出したニーズをもとに、各部門と連携して最適な企画を提案する。全国約250名が在籍。

包装研究室

紙加工品の構造設計やグラフィックデザインを担うクリエイティブ部門と、最新のマーケット情報や社内の情報を取りまとめ、提案のサポートを行うプランニング部門からなる組織。全国約75名が在籍。

製造本部

技術開発は、市場ニーズに応じたパッケージを自社工場で提供できる体制を構築。

営業統括室

素材開発は、市場の動向を踏まえながら素材メーカーや研究機関と連携し、ニーズに合う機能や特性を持った新素材開発に取り組む。包装ソリューション開発は、顧客の包装ラインにおける課題を分析し、効率化・合理化を実現する最適なパッケージソリューションを提案。

営業を中心に、お客様のニーズを迅速に共有

事例紹介



環境

緩衝材が不要なオリジナル輸送包装材の開発

EC市場での環境対応や梱包・配送効率向上を望むお客様の声に応え、薄紙の特徴を活かした柔らかさとクッション性を兼ね備えたシートおよび、そのシートを使った封筒「CC-PACK®」を開発しました。このパッケージは内容物の厚みに沿って形を変えられるうえ、緩衝材要らずのため、梱包時の作業性や環境面でも大きなメリットがあり、多くのお客様から好評をいただいています。



環境

環境に優しい次世代型の耐油コーティングを開発

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耐油コーティング「カインソナル®加工」を開発しました。紙製トレーの内側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をもつPFAS・プラスチックフリーの紙製一次容器を実現します。



社会

お客様の人手不足をフォローする「アソートセンター」を稼働

労働力が減少する中、食品市場の梱包作業現場においても人手不足問題が発生しています。この課題を解決するために、商品のアソート作業を請け負うサービスを開始し、当社はパッケージの製造からアソートまでをワンストップで請け負う体制を整えました。包装ソリューション開発は、アソート作業現場にロボットアームを採用するなど、包装ライン全体の省人化・効率化につながるシステムを導入しました。



環境

紙器の水性フレキシソ印刷技術を構築

食品市場での環境意識の高まりに対応するため、紙器の水性フレキシソ印刷技術を構築しました。印刷機や乾燥装置の最適化、原紙との相性検証を通じ、安定した品質を実現。使用する水性インキは有機溶剤の含有量が限りなくゼロに近く、VOCの排出量が少ないため、環境負荷低減や、作業者や消費者の安全性向上にも寄与します。



社会

紙製絞り容器の量産化を支える生産技術の開発

食品市場にて環境対応を求めるお客様が増加していることから、技術開発が中心となり、紙製絞り容器の生産技術を開発しました。自社工場で量産体制を構築し、冷凍保存からレンジ加熱調理に対応できる紙製絞り容器の製造を可能にしました。主に中食産業向け、プラスチック製トレーを代替するアイテムとして提案に活用されています。



プロジェクト詳細
<https://www.thepack.co.jp/blog/cases/a147>



社会

TABLE FOR TWO アワード 2024 受賞

包装研究のクリエイティブ部門は、パッケージのグラフィックデザインや構造設計を企画提案し、お客様のブランド価値向上に寄与しています。ちぎり清水商店株式会社様には、TABLE FOR TWO (以下、TFT) プログラム※に参加する商品パッケージを営業部アシスタントが企画。そのコンセプトに沿ったデザイン・構造設計をクリエイティブ部門が連携し提案、採用いただきました。「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は、プログラムと商品のコンセプトを表現するグラフィックデザインとして、TABLE FOR TWOアワード2024でルーキー部門大賞を受賞しました。

※ 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たちの給食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。

企画提案力の強化に つながる人づくり

創業時より「人を育てる」文化が受け継がれている当社では、人材こそが成長原動力と捉えてきました。マテリアリティの特定プロセスでもそれが明確となり、中期経営計画においても、人的資本の強化を重要戦略に掲げています。特に強みである企画提案型営業を支える人材マネジメントを重視し、人的資本への投資を進めています。



人材育成

全社員の育成活動

階層別教育研修体系

階層に応じた教育プログラムを用意し、各階層ごとに高いパフォーマンスを発揮できる人材を育成しています。教育プログラムは社内の変化や社内の成果によって、毎年見直しを行っています。半年に1度行われる各部門での目標管理においても、スキルアップを目標設定・評価対象としており、高いモチベーションを保てる仕組みを整備しています。

	研修	レポート・試験	制度
経営幹部	● 上級マネジメント研修		
管理職	● 課長能力研修 ● 評価者研修 ● 7つの習慣研修 ● 係長研修 ● 現場力強化研修	● 課長能力試験	● スキルアップ支援制度
中堅	● 社内教育講座	● 読書レポート	
若手	● 3年目研修 ● フォロー研修		
新入社員	● 新人研修		

リーダーシップ育成 チームワーク強化

7つの習慣研修

リーダーシップの育成、個人と組織全体の成長を目的としてフランクリン・R・コヴィー氏の著書にもとづいた「7つの習慣研修」を2021年より開始しました。職場でのコミュニケーションを深め、チームワークの強化とお互いがwin-winになる関係を意識し実践できることを目指しています。管理職を研修対象とし、初年度は18名、以降は毎年約50～60名が受講しています。2024年は56名が参加しました。

DXリテラシー向上 業務効率化

DX研修

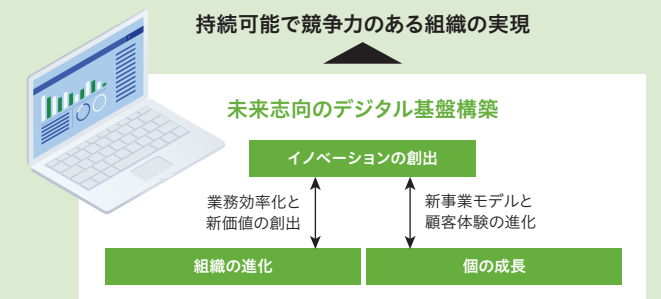
組織の競争力を強化していくために、DXの推進は不可欠と考えています。中期経営計画「人的資本戦略」の「人材育成」の一環として2023年からDX研修を実施しています。2023年は約700名を対象に半年間のeラーニングを実施し知識の底上げを行いました。2024年は前年のアセスメント結果を元に約130名のDX推進メンバーを選抜し、DXリテラシーやスキル、各自の業務に活かせる内容を学びました。2025年も引き続きDX研修を展開し、業務の効率化とDX推進人材の育成を進めていきます。

スキルアップ 自己啓発

スキルアップ支援制度

社員の自己啓発を促すため、語学習得、資格取得などの経済的支援を行うスキルアップ支援制度を設けています。英語・中国語は全国展開する大手語学学校と法人契約を結び、英語に関してはオンラインレッスンも選択できるようにしています。2024年は20名が制度を利用しました。

持続可能で競争力のある組織の実現



営業・クリエイティブ・製造
(パッケージの企画・
製造担当)の育成

研究会を通じたノウハウの蓄積

部門連係

企画提案力向上

新商品の開発を目的に、営業・クリエイティブ・製造部門などからメンバーを選出し、「紙器」「製袋」「輸送包装」の3つのセグメントに関する研究会を設置しています。この研究会では、市場動向やお客様のニーズ、社会課題といった多角的な視点から研究テーマを決定し、商品開発に取り組んでいます。

各部署の枠組みを超えてメンバーが連携し合うことで、異なる視点で研究・議論が可能となり、より実践的な成果を生み出しています。

クリエイティブ部門は、包装技術の専門資格を保有している人材が知識を活かした貢献をしています。研究を進める中で企画提案時に必要なノウハウが蓄積され、企画提案力の強化につながっています。

包装管理士
資格取得者人数

2024年

24名

包装専士資格
取得者人数

2024年

14名

営業
(パッケージの販売担当)
の育成

提案力向上を目的とした勉強会

製品理解向上

営業力向上

営業部門の提案力向上を目的として、若手営業職を中心に定期的な勉強会を開催しています。この勉強会では、営業活動に必要なスキル習得を目的に、多岐にわたる商品の特徴やそれぞれの提案ポイントを具体的に学んでいます。また、ニーズを的確に捉えた提案方法や、業務全体の流れを深く理解することで、実務に直結する提案力と顧客対応力の強化を図っています。

ツールを活用した営業力の底上げ

営業力向上

提案情報収集

営業部門全体の提案力向上とナレッジの浸透を目的に、提案業務に特化した専門チームが全国の営業担当者へ提案活動に有用な情報を提供しています。製品別の提案資料や市場情報など、営業現場で必要な情報を一元化し迅速に配信することで、提案力向上と業務の効率化を実現しています。また、地域や個人間でばらつきがちな知識やノウハウを共有・標準化することで、スキルの平準化と全体的な底上げにも貢献しています。



キャリア採用の人数

2020年

9名

2024年

27名

継続雇用社員数(年度の12/31現在)

2020年

31名

2024年

74名

多様な人材の確保・活用

多様な人材を確保し、その個性と能力を遺憾なく発揮できるよう、環境の整備を進めています。性別や年齢、ライフステージを問わず、全ての社員が安心して働けるよう、勤務制度や各種休暇制度を整えています。

キャリア採用の推進

実務経験や専門知識を持つ優秀な人材を確保するため、新卒採用だけでなく、キャリア採用にも力を入れています。

継続雇用社員の活躍推進

当社は65歳までの継続雇用制度を導入しています。年々増えている継続雇用社員は、会社の発展を支える重要な戦力です。豊富な経験と知識を活かし、次世代への技術継承に貢献しています。モチベーションを高く働き続けられるよう2020年から順次雇用細則の見直しを行っています。

多様な働き方を支援(包括短時間勤務制度)

子どもの養育や、介護、通院治療、家族のサポート等の事情がある社員が、6時間勤務、7時間勤務、時差出勤から就労形態を選択できる包括短時間勤務制度を設けています。通常の勤務時間の就業が困難な事情を包括的に考慮し、多様性のある働き方を応援することを目的に制定しました。

包括短時間勤務制度利用者数

2020年

7名

2024年

10名

人を育てる評価制度・適正配置

当社は人が育つ職場をつくることを目的にした人事制度を導入しています。賃金体系においては、昇給・昇格要件を明確にしています。評価制度においては、人材の一元管理を行う「タレントマネジメントシステム」を活用しており、評価会議である「人材開発会議」にもとづいたオープンで正しい評価に努めています。

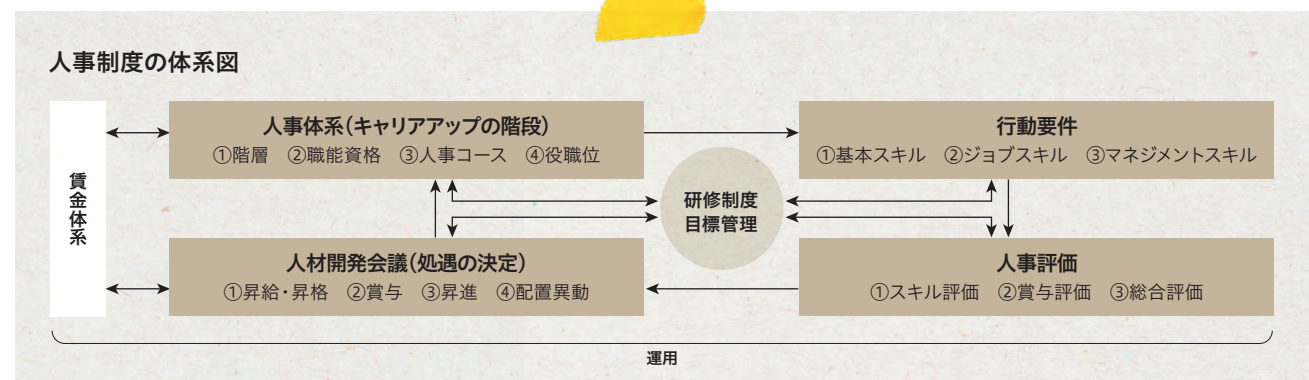


タレントマネジメントシステム

2022年に導入したタレントマネジメントシステムは、個人情報、保有資格、異動履歴、受賞履歴、研修受講履歴、人事評価、目標管理などの社員情報を一元管理し、人材の適正配置や育成に活用しています。

人材開発会議

人事評価の結果に基づき、全社で人材開発会議を実施しています。会議では、優秀な人材の情報を全社で共有するとともに、社員が公平で適切な評価をされるよう議論しています。



働きがいを感じてもらうための環境づくり

エンゲージメントサーベイを活用した環境改善

従業員のエンゲージメントを高めることが会社の発展に結びつくと考え、2023年から年1度パート社員を含む全従業員を対象にエンゲージメントサーベイを実施しています。業務面、職場人間関係など、5つのカテゴリーの設問をもうけ、その結果をもとにエンゲージメント向上施策を展開しています。調査結果の分析より、2024年は一部の事業所でより心理的安全性の高い職場環境を構築する必要があると判断し、約260名にグループワーク研修を実施しました。



主要テーマ 事業活動を通じた環境課題の解決

TCFD提言に沿った情報開示

当社は、気候変動が当社やステークホルダーに大きな影響をもたらすと認識し、マテリアリティの1つに「事業活動全体における環境負荷の低減」を定めています。このたび、TCFD提言に沿った情報を開示しました。これまでの取り組みをよりいっそう加速させていくとともに、開示内容を拡充させていき、ステークホルダーに対する適切な情報開示に努めていきます。

ガバナンス

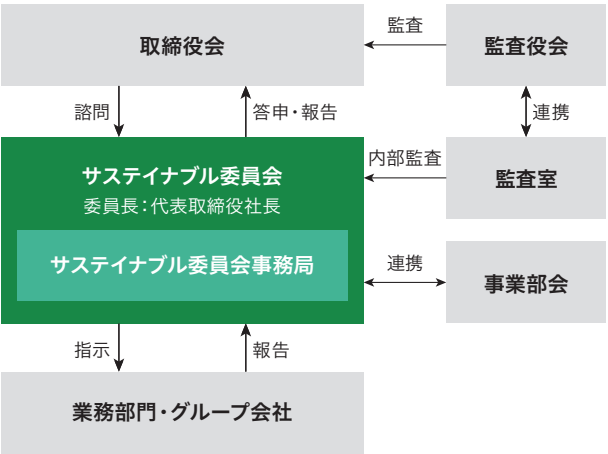
気候変動に関する対応については、取締役会のもとサステイナブル委員会(委員長:代表取締役社長)を設置し、管理・推進しています。サステイナブル委員会とその業務執行組織であるサステイナブル委員会事務局は、事業部会、業務部門・グループ会社と連携し、気候変動に関するリスクと機会を把握し、目標の立案、取り組み状況の確認・評価を行っています。その結果については、年2回取締役会へ答申・報告しています。サステイナブル委員会は、年2回の開催を原則としますが、重要性、緊急性の高い案件がある場合は委員長の判断により臨時的に開催します。

取締役会は、サステイナブル委員会に諮問し、目標の決定、監督を実施します。

サステイナブル委員会事務局は、執行組織の取りまとめ部門として、想定される気候変動に関するリスク・機会の洗い出し、その特定と重要度の評価、評価の見直しを実施します。あわせて、実行計画・対応策を検討し、定期的に実行状況を点検、フォローします。

事業部会はサステイナブル委員会と連携して、情報共有を行います。業務部門・グループ会社は、各種施策を実行し、気候変動にかかるデータ等を提供します。

監査役会および監査室は、これらの取り組みを監査します。



リスク管理

気候変動に関連するリスクと機会の管理のため、サステイナブル委員会はリスクと機会の評価の見直しを毎年実施しています。リスクと機会のそれぞれを発生可能性、影響度、対応策の有無等で評価し、重要度を決定しています。リスクと機会の評価の見直しにあたっては、IEA、IPCC等の各種シナリオを参照し、必要に応じて関連する事業部にヒアリングを実施しています。気候変動に関連するリスクと機会のうち、重要度が高いものについては、サステイナブル委員会を通して取締役会に報告しています。サステイナブル委員会ではリスクと機会に対する対応策を立案し、設定した指標により対応策の進捗を管理しています。

戦略

対象範囲をザ・パック株式会社、対象年を2030年と設定し、2℃シナリオと、4℃シナリオの2つを検討しました。検討にあたっては、IEAが発行する「World Energy Outlook」の各シナリオ、IPCCが採用するSSP(共有社会経済経路)シナリオ、およびRCP(代表的濃度経路)シナリオ、日本政府等が発行した各種の将来予測や計画を参照しました。各事象に対しては「発生可能性」と「影響度」の2軸で分析し、事業リスクと機会を大・中・小の3段階で評価しました。明確化された主な事業リスクと機会を踏まえ、最適な取り組みを推進することで、事業活動のレジリエンスを高めていきます。

主な事業リスクと機会

項目	事象	潜在的な影響	事業インパクト	評価
移行	政策的	炭素税の導入	炭素税が創設され、排出量に応じた新たな納税負担が発生すると想定される	大
		CO ₂ 排出量規制の強化・省エネ規制の強化	優良物流会社との連携、自社の物流システムの効率化が進み、排出原単位が削減されると想定	小
	市場	低炭素製品の需要拡大	炭素負荷の大きい既存製品については、販売先、消費者から選択されなくなり、炭素排出の少ない製品が優先的に選択されることが想定される	小 大
		プラスチック製品の紙化促進	消費者の環境意識の高まりにより、プラスチック製品の紙化が進み環境に配慮した素材へ切り替わる動きが進む	大
		リサイクル原料の需要拡大	リサイクル原料の需要が増加することにより、古紙などの市場価格が上昇し製造コストの増加につながるものが想定される	中
	評判	環境対応が不十分な企業のブランド価値低下	気候変動に対応しないことにより、機関投資家を中心として投資対象銘柄への組み込みがされなくなり、金融機関の融資条件の相対的悪化が想定される 資金調達に支障が出る可能性があるものの、情報開示の強化、気候変動への対応策の実施により影響度のコントロールが可能	小
物理	急性	気象災害の発生頻度増加と規模の拡大	気象災害の発生によって、物流が止まり原材料の調達、物理製品の配送などに影響が出ることが想定される	小
	慢性	猛暑日の増加	猛暑日の増加に伴う電力需要の増大に伴い、停電等による事業継続への影響が想定される	小
		環境対応に伴う事業の持続可能性の向上	気候変動への対応により事業の継続性が高まり、製品の安定供給、販売先における欠品の回避が図られることで、他社との差別化が進むと想定される	小

主な機会に対する強み・取り組み

事象	強みと取り組み
CO ₂ 排出量規制の強化・省エネ規制の強化	●機械導入時のガイドラインを設定し、高効率を重視した採用の徹底 ●太陽光発電設備等の環境負荷低減に繋がる設備の導入および増設 ●効率的な物流システムの構築を推進 ●再生可能エネルギー由来のCO₂フリー電気への契約の推進 ●非化石証書等の購入によるカーボンオフセットの検討 ●照明・空調設備・ボイラー等の設備の高効率化
低炭素製品の需要拡大 プラスチック製品の紙化促進	●FSC®商品、フォレスト商品の販売を拡大するとともに、その他紙加工商品の積極提案、ラインアップの拡充 ●環境対応商品の開発を推進し、プラスチック製品の代替として提案
環境対応に伴う事業の持続可能性の向上	●国内4工場、グループ会社、外部委託工場との協力により、製品の安定供給、有事のリスクマネジメントに対応 ●新規サプライヤーの開拓および既存サプライヤーとの関係を強化し、サプライチェーンの強靱化を推進

指標と目標

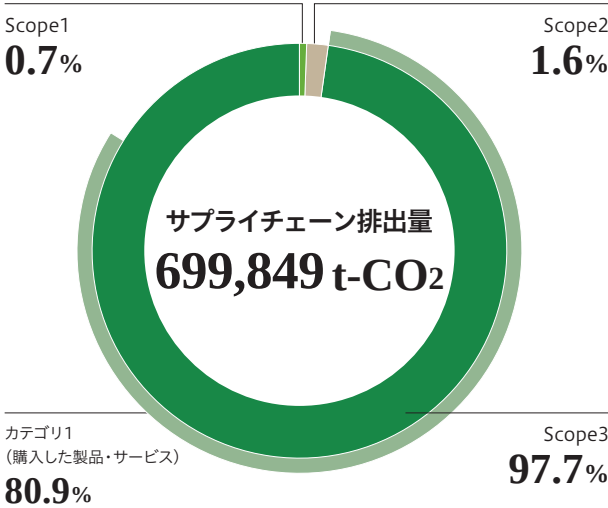
当社が設定した指標と目標は下記の通りです。サステナブル委員会のマネジメントのもと、目標達成に向けて各業務部門にて取り組みを進めていきます。

サプライチェーンCO₂排出量実績

サプライチェーン全体におけるCO₂排出量においては、Scope3のカテゴリ1（購入した製品・サービス）が全体の80.9%を占めることが判明しました。今後、サプライチェーン全体の排出量削減についても、検討を進めていきます。

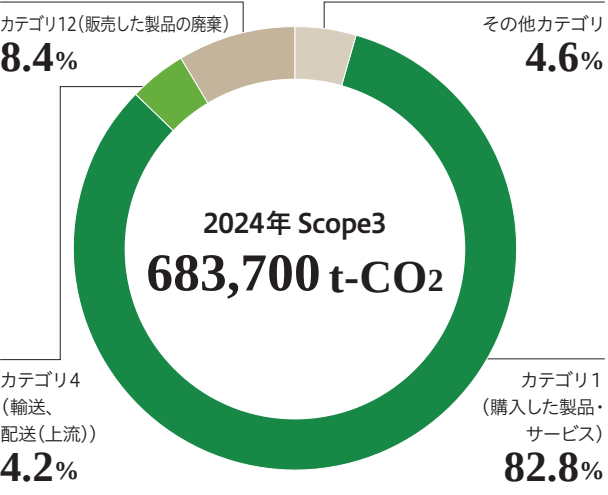
Scope別排出量

Scope	排出量 (t-CO ₂)	構成比
Scope1	4,870	0.7%
Scope2	11,279	1.6%
Scope3	683,700	97.7%
サプライチェーン排出量	699,849	100.0%



Scope3排出量内訳

カテゴリ	排出量 (t-CO ₂)	Scope3 構成比
1 購入した製品・サービス	566,381	82.8%
2 資本財	19,877	2.9%
3 Scope1、2に含まれない燃料 およびエネルギー関連活動	3,100	0.5%
4 輸送、配送(上流)	28,752	4.2%
5 事業から出る廃棄物	837	0.1%
6 出張	443	0.1%
7 雇用者の通勤	1,339	0.2%
8 リース資産(上流)	－	－
9 輸送、配送(下流)	5,216	0.8%
10 販売した製品の加工	271	0.0%
11 販売した製品の使用	－	－
12 販売した製品の廃棄	57,484	8.4%
13 リース資産(下流)	－	－
14 フランチャイズ	－	－
15 投資	－	－
Scope3 合計	683,700	100.0%



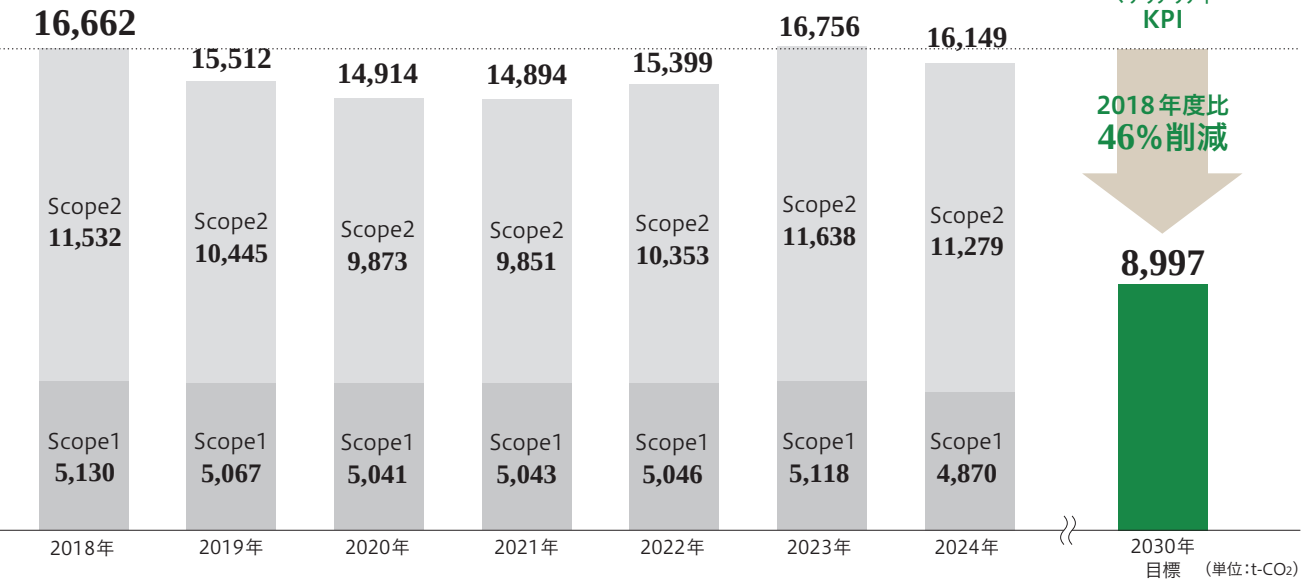
CO₂排出量(Scope1+2)の削減目標

〔目標〕CO₂排出量(Scope1+2)の削減：2030年までに、2018年度比で46%削減を目指します。

〔Scope1+2の実績〕2024年は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、対前年で3.6%の減少となりました。

2025年以降も、高効率化につながる機械設備への投資や省エネ活動を継続していきます。また、CO₂フリー電気の利用拡大を検討するなど、様々な側面からCO₂削減を推進していきます。

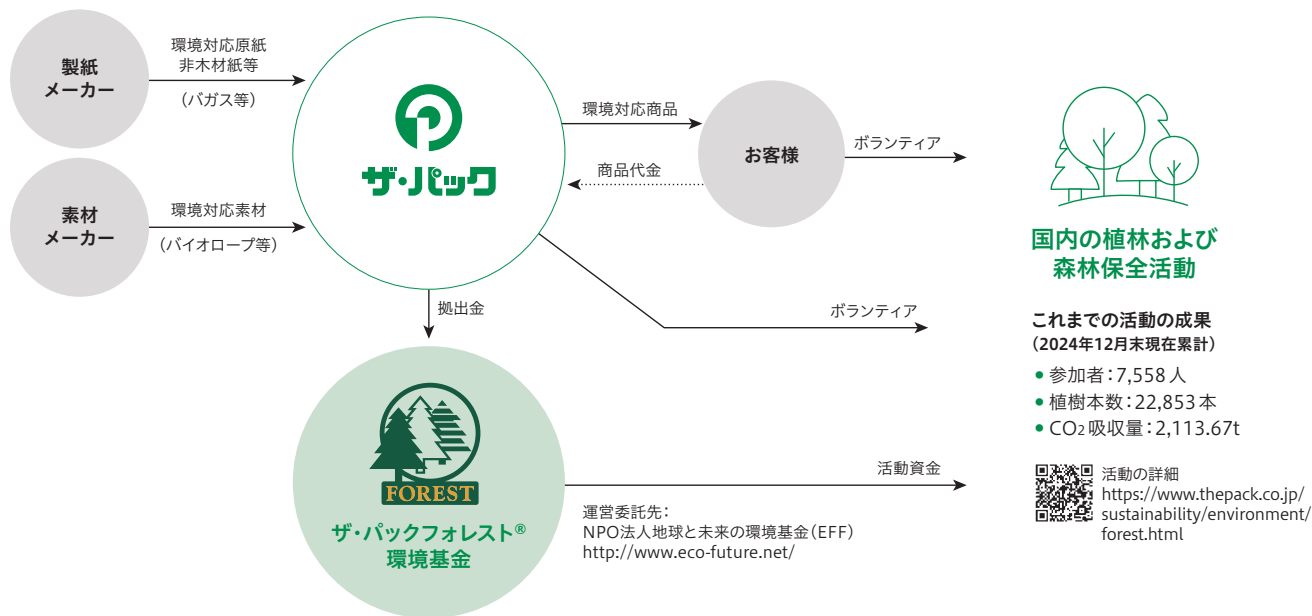
CO₂排出量(Scope1+2)推移



ザ・パックフォレスト®環境基金活動

1993年から環境対応商品を開発し、販売額の一部を森林保全活動費用として拠出しています。2000年には独自の「ザ・パックフォレスト®環境基金」を設立し、継続して森林保全活動費用を拠出するほか、植林地にて植樹や間伐を行うボランティア活動を開始しました。基金の一部を苗木などの購入費用に充て、委託先であるNPO法人「地球と未来の環境基金(EFF)」と協働で、年に数回活動を行っています。現在、全国9カ所に植林地があり、当社社員だけではなく、お客様、行政、NPO、一般の方々にも活動に参加していただいています。この活動は、環境対応商品を採用されたお客様にとっても、パッケージを通して森林保全へ貢献できる仕組みになっています。2023年にマテリアリティ KPIとして、2030年度までに「年間活動回数を15回、年間参加人数を500名にする」「ザ・パックフォレスト®環境基金の賛同社数を300社にする」を定めました。今後も新たな植林地を増やしながら、活動を推進・拡大していきます。

ザ・パックフォレスト®環境基金の仕組み



活動実績推移

	2020年※	2021年※	2022年	2023年	2024年	2030年目標
年間活動回数(回)	0	0	4	9	8	15
年間参加人数(人)	0	0	111	253	230	500

※ コロナ禍のため自粛

FSC®商品(紙袋・紙器・段ボール)の売上高構成比と目標

当社はFSC®認証材および管理原材料を使用した紙や紙製品に与えられるFSC®CoC認証を取得しています。これにより、当社のお客様は適切に管理されたFSC®認証林からの原材料および再生資源をパッケージに採用していただくことができます。2023年にマテリアリティKPIとして「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」を定めました。

FSC®商品(紙袋・紙器・段ボール)の売上高構成比						マテリアリティ KPI
	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2030年目標
構成比(%)	10.8	13.2	17.4	20.2	21.2	50%以上

※1 売上高=ザ・パック単体の紙加工品事業全体

主要テーマ

人を大切にし、人を育てる

多様な人材の活用

多様な人材が個性と能力を遺憾なく発揮できるよう、人材育成に努め、誰もが働きやすい環境を整備しています。今後も社会の変化に対応し、魅力ある制度を整えていきます。

女性の活躍推進

女性が活躍できる環境は、全ての従業員にとって働きやすい環境だと考えています。長く安心して勤められる職場環境をつくるため、当社の課題を分析し、2021年に今後の達成目標を定めました。

女性活躍推進のための行動計画

- 計画期間：2021年4月1日～2026年3月31日
- 目標：(1)正社員に占める女性の割合を25%以上にする。
(2)正社員(新規学卒)採用に占める女性の割合を35%以上にする。
(3)管理職(課長以上)に占める女性の割合を10%以上にする。
- 課題と取り組み内容：当社の課題は女性が少なく、そのため管理職に占める女性の割合も少ないことです。引き続き、新規学卒者の割合を意識した採用を行うほか、多様性、ジェンダー、アンコンシャスバイアスを理解するための研修の実施を予定しています。

正社員に占める女性の割合(年度の12/31現在)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2026年目標
全正社員数(名)	881	841	835	840	862	—
うち女性(名)	176	167	171	181	198	—
女性比率(%)	20.0	19.9	20.5	21.5	23.0	25%以上

正社員(新規学卒)採用に占める女性の割合(年度の4/1現在)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2026年目標
全正社員採用者数(名)	13	20	28	28	42	—
うち女性(名)	6	7	14	14	15	—
女性比率(%)	46.2	35.0	50.0	50.0	35.7	35%以上

管理職(課長以上)に占める女性の割合(年度の12/31現在)

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2026年目標	マテリアリティ KPI
全管理職数(名)	208	206	209	206	194	—	—
うち女性(名)	11	10	14	13	14	—	—
女性比率(%)	5.3	4.9	6.7	6.3	7.2	10%以上	15%以上

男女間賃金格差

当社では、男女同一の給与体系を適用しています。男女間の賃金差異の主な要因は、平均年齢、管理職比率、男性比率の高い製造現業職の時間外・交代制・深夜勤務等の手当によるものです。今後、差異を無くしていくため、性別に関係なく能力を重視し、総合職の新卒採用において女性の採用比率を高めるとともに、優れた能力を持つ女性を管理職に登用していく方針です。

男性の賃金に対する女性の賃金の割合(年度の12/31現在)

	2023年	2024年
正規(%)	75.1	73.7
非正規(%)	64.5	59.6
全ての労働者(%)	55.8	56.6

対象期間：1月1日～12月31日
正規：正社員(社外への出向者を含む) 非正規：契約社員、継続雇用社員、パート社員
賃金：通勤手当を含む

ザ・バックオリジナルの出産・育児休暇

男性が育児休暇を取得しやすい仕組みとして2022年4月に、当社オリジナルの「出産・育児休暇」を新設しました。配偶者の出産のサポートと育児のため、出産予定日の1週間前～養育する子の2歳の誕生日前日まで、20日の有給休暇を1日単位で取得できます。育児休業とあわせ、より取得しやすい環境を整備しています。

育休等取得者数、取得率(年度の12/31現在) ※ 対象：パート社員を除く全従業員

		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
育休取得者数(名)	女性	11	15	11	10	15
取得率(%)		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
育休等取得者数(名)	男性	0	0	3	10	21
取得率(%)		0	0	13.0	40.0	87.5

取引先・顧客との信頼関係の構築と深化

品質管理

高品質な製品を確保していくために、品質管理組織を設置し、品質や安全に関する活動・教育、クレームや異常発生時の改善を継続しています。品質を統括・監視する部門として、その独立性を確保するため、社長直轄の品質管理統括部を設置し、製造の品質管理部門と連携して品質改善を行っています。2023年からは品質管理統括部に、品質管理部と品質保証部を設置しました。「買い手視点」である品質保証と、「作り手視点」の品質管理の両側の視点から、顧客のニーズと製造現場の改善を通じて、広い視野で品質向上に努めています。

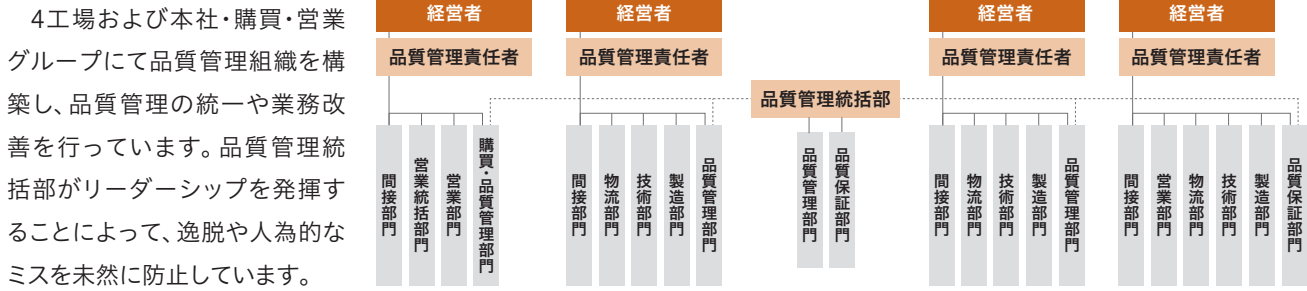
品質方針「品質強化による、CS(顧客満足)の向上」

当社は、主力事業である包装資材を主とした製品の設計、開発、製造、販売、サービスにおいて、お客様に安全・安心で高品質な製品を提供し、顧客満足度の向上に努めます。この品質方針は品質改善活動の根幹であり、全ての取り組みは品質方針に基づき実施しています。法令や規制要求事項の遵守はもちろん、顧客要求事項を満たすことの重要性を組織全体に浸透させています。

品質に対する考え方

- 当社は、全てのお客様にご満足いただける品質を追求しています。製品の高い品質を保証するために、以下の3点を実践しています。
- 製品開発と生産において、常に品質を最優先に考える
 - 顧客満足度と機能性の向上、安定した供給を目指す
 - 品質管理システムの構築・維持・向上に努める
- 製造委託先においても、協働で製品品質の継続的改善に取り組んでいます。品質逸脱が発見された場合には調査を行い、製品品質への影響およびその影響範囲等を確認し、発生原因を徹底的に調べます。また、根本原因を特定し、是正措置を行い、再発防止に努めています。納品後にクレームや異常が発生した際は、全社に即時情報共有するための速報が発行される仕組みを構築しています。

品質管理体制図



トレーサビリティ

当社工場では、トレーサビリティの根幹として管理規則・手順に従い、以下の管理を徹底しています。

- ①各種情報を追跡できる原材料の使用
- ②各製造工程での詳細な情報の記録・保管
- ③原材料受け入れから各製造工程における適良品・不適合品の識別

また、品質問題発生時には、初動対応や原因究明・対策を迅速に行う為、以下の体制を整えています。

- ①全社へ即時情報共有のできる速報システムの使用
- ②原因を究明できる高レベルの分析機器・技術の保有

これらの管理体制により、原材料受け入れから各製造工程・保管・販売・消費に至る各場面で発見した品質問題に対し、容易に原因究明ができ、回収作業を最小限に抑える仕組みを構築しています。

得意先・顧客との共創

物流のWebトラック予約受付サービス

当社は、物流2024問題を重要な課題と捉えており、政府ガイドラインを参考に、納品ドライバーや物流現場の負担軽減、効率化をはかる取り組みを強化しています。

その一つとして、埼玉県入間郡の物流センターでWebトラック予約受付サービスを導入しました。本サービスは、納品トラックが効率的に荷卸しできるよう、Webを介して荷卸日時を予約するものです。本サービスによって、ドライバーの物流センターでの荷卸し順番待ち時間が大幅に削減され、平均構内滞在時間は、1時間程度になりました。また、倉庫側も貨物情報の5W1Hを事前に把握することが可能となり、より荷役作業が効率的になりました。

ザ・バックフォレスト®環境基金参同への提案

2023年にマテリアリティ KPIとして「基金の賛同社数を300社にする」を指標に定め、パッケージを通して、賛同されたお客様とともに森林保全に貢献する輪を広げています。2024年は158社に賛同いただき、66名のお客様が森林保全活動にご参加されました。今後も、賛同企業の拡大に努め、この活動を通して顧客のブランド価値の共創、また、社会の環境問題への意識醸成に努めていきます。

ザ・バックフォレスト®環境基金参同社数						マテリアリティ KPI
	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2030年目標
賛同社数(社)※1	44	67	94	123	158	300

※1 売上実績のある会社をカウント

主要テーマ 経営基盤の強化

コーポレート・ガバナンスに対する基本的な考え方

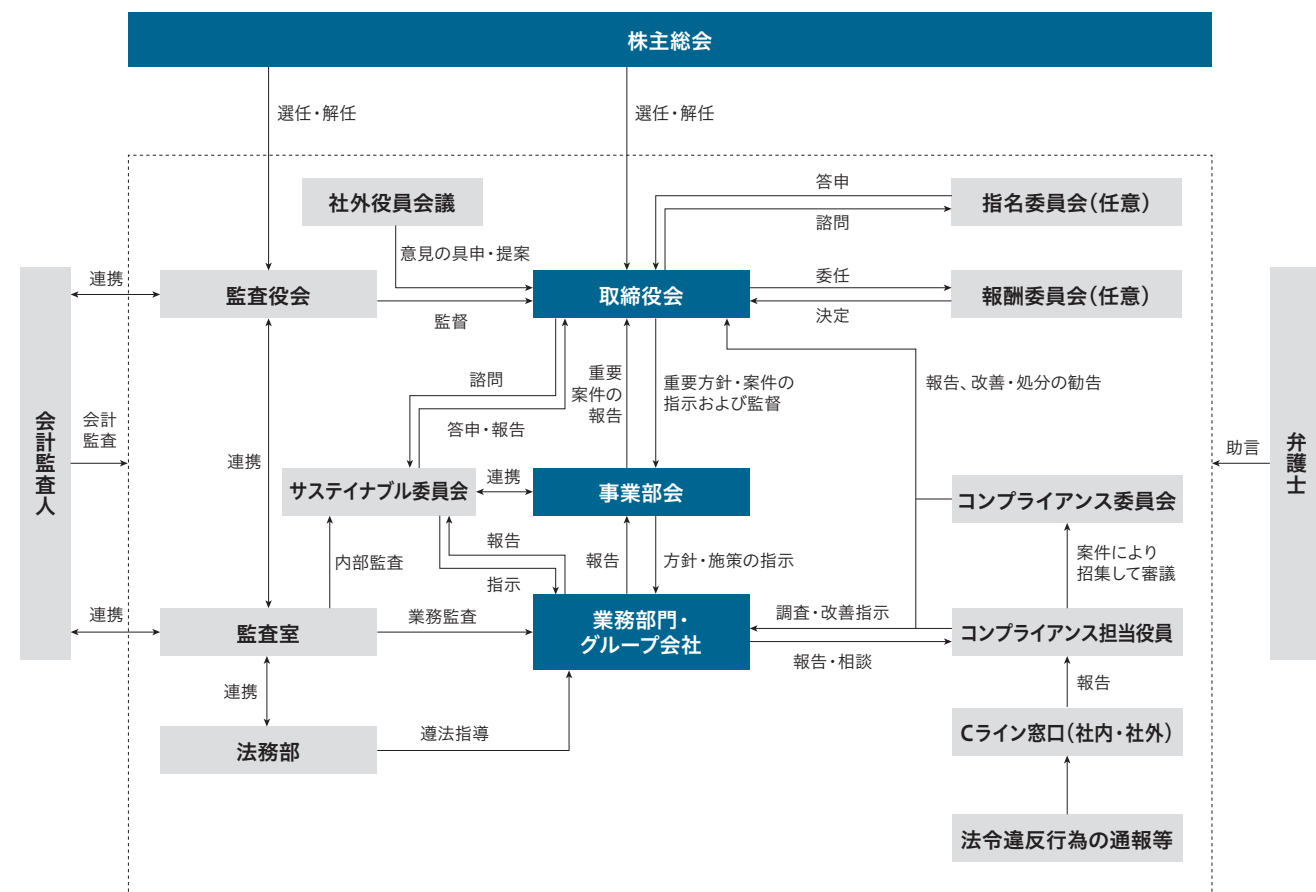
当社は、コーポレート・ガバナンスの重要性について強く認識し、経営効率の向上、企業倫理の確立をはかるとともに、経営活動が適正に実施されるよう監視できる体制を整え、かつ株主共同の利益に資する重要な情報について、迅速に開示することを基本方針としています。

当社は、監査役会設置会社であり、独立した監査役および監査役会により取締役会の職務執行を監査し、経営の健全性・透明性を確保しています。

取締役および執行役員の指名ならびに報酬等の決定にかかる手続きの公正性・透明性・客観性を確保する目的で、任意の指名委員会および報酬委員会を設置しています。

いずれの委員会も、取締役会の決議により選任された取締役により構成されており、社外取締役が過半数を占め、かつ議長も務めています。指名委員会においては、取締役および執行役員の指名に関する事項について審議を行い、取締役会からの諮問に対し答申しています。報酬委員会においては、取締役会から委任されたうえ、取締役および執行役員の報酬に関する事項について審議を行い決定しています。

このほか、経営の効率化と機動的な意思決定による業務遂行を目的とした執行役員制度の導入、取締役会の監視機能強化の目的で社外取締役・社外監査役が意見交換および取締役会への提言を行う社外役員会議を設置し、コーポレート・ガバナンス体制の充実を図っています。



各種組織の役割

	役割	人数構成	2024年度開催実績	内容
取締役会	経営上の重要事項の決定および業務執行の監督	8名 (社外3名含む)	18回	社内取締役の当社における豊富な業務経験と社外取締役の客観的かつ専門的な視点により、適切な意思決定および経営監督を行っている。
監査役会	取締役の業務執行および取締役会における意思決定プロセスの監視・監督	4名 (社外2名含む)	13回	常勤監査役の当社における業務経験に基づく視点と社外監査役の客観的かつ専門的な視点から経営の健全性を確保している。
社外役員会議	独立社外役員間における情報交換および認識共有	社外取締役3名 社外監査役2名	5回	独立社外役員間における情報交換および認識共有を行うことにより、それぞれ独立した客観的な立場から経営陣に対する実効性の高い監督を行っている。
指名委員会	取締役および執行役員の選解任に関する事項の審議・答申	取締役5名 (社外3名含む)	2回	独立社外役員が過半数を占め、かつ議長も務める構成のもと、取締役の選解任議案および代表取締役・役付取締役の選定案等について審議を行い、取締役会からの諮問に対し答申している。
報酬委員会	取締役および執行役員の報酬に関する事項の審議・決定	取締役5名 (社外3名含む)	5回	独立社外役員が過半数を占め、かつ議長も務める構成のもと、取締役および執行役員の報酬について審議を行い、決定している。

コーポレート・ガバナンスの取り組み沿革

当社は法令、東京証券取引所の要請に応じて、ガバナンスの個別の取り組みを強化しています。

年度	コーポレート・ガバナンスの取り組み(一部)
2006	Cライン(内部通報制度)の導入
2010	全取締役および全監査役の報酬総額上限の改定
2015	株式報酬型ストックオプションの導入 社外取締役制度の導入
2016	社外役員会議の設置
2019	社内取締役の人数削減(10名から7名へ)
2020	「当社株式の大規模買付行為に関する対応策(買収防衛策)」の廃止 株式報酬型ストックオプションに代わり、譲渡制限付株式報酬制度の導入
2021	役員の報酬等の決定に関する方針の決議 任意の指名委員会および報酬委員会の設置
2022	サステイナブル経営推進室の新設 株主電子投票制度および議決権電子行使プラットフォームの導入(インターネットによる議決権行使) パートナーシップ構築宣言(取引先との共存共栄と取引条件のしわ寄せ防止) 有価証券報告書の英文化の対応 スキル・マトリックスを定時株主総会招集通知より掲載 女性取締役の登用・社外取締役3分の1以上選任
2023	サステイナブル委員会の設置

社外役員による監督体制

当社は社外取締役3名、社外監査役2名を選任しています。5 名とも当社との間に、人的関係、資金的関係、取引関係が無く、完全に独立した立場にあります。社外取締役の独立性に関しては、会社法に定める要件および東京証券取引所が定める基準に従っています。

社外取締役はその専門知識と経験を活かし客観的、中立的な立場からの監督により、当社のコーポレート・ガバナンスの実効性を高める機能を担っています。選任している3名の内、1名は公認会計士および税理士の資格を有し、その分野に関する専門的な知見を持っています。1名は当社とは異なる業界の東証プライム上場企業にて豊富なビジネス経験と見識を有しています。残り1名は金融業界で培われた豊富な経験と見識を有しています。

取締役のスキルおよび多様性

当社は、取締役会が業務の監督および重要な意思決定を行う機関であることに鑑み、多様な経験に基づく幅広い視点と高度なスキルを持った人員で構成されるべきであると考えており、下記の選任基準を定めています。

- ① 当社グループの経営理念および経営方針に基づき、持続的な成長と中長期的な企業価値向上の実現に向け最善を尽くすことができること
- ② 取締役にあふさわしい優れた人格、見識および高い倫理観を有していること
- ③ 取締役の職務を誠実に遂行する意思と能力が備わっていること
- ④ 社外取締役については、企業経営・法律・財務会計等の分野に関する知見と豊富な経験を有し、会社法第2条第15号に定める社外取締役の要件および当社の定める独立性基準を満たすこと
- ⑤ 役付取締役（代表取締役、会長、社長、副社長、専務および常務）については、選任された取締役の中でも当社を代表するにふさわしい経歴、能力、リーダーシップ、中長期的視野および高い倫理観を持っていること
- ⑥ 法令上求められる取締役の欠格事由に該当しないこと

取締役候補者は、上記基準を満たす人員から選定され、任意の指名委員会での審議を経たうえで取締役会において決定されます。

取締役会の実効性評価

取締役会の実効性を高めるため、毎年全ての取締役・監査役を対象とした自己評価アンケートを実施しています。

評価の方法	毎年12月の取締役会において、取締役会の実効性に関するアンケートを全ての取締役、監査役に配布し、回収したアンケートの集計結果に基づき、翌年1月の取締役会において実効性の分析・評価を行い、改善に努めています。
回答方法	点数評価、自由回答欄あり
回答方式	記名方式

役員報酬の構成

当社役員の報酬制度は、業界における競争力を維持するとともに、業績向上を図り継続的に企業価値を高め、株主と利害を共有できる、職責や成果を反映した体系となっております。

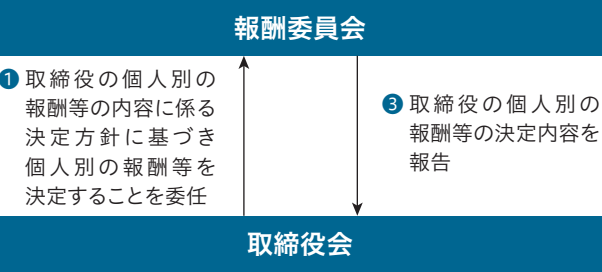
報酬制度	内容
固定報酬	固定報酬は、職務執行の対価として役位、職責に応じてあらかじめ決められた基準報酬を月例の金銭報酬として支払います。
賞与（業績連動報酬）	賞与は、短期的な業績向上と企業価値向上へのインセンティブであることから、単年度の連結営業利益を指標とし、その一定比率を支給原資としています。各取締役の担当事業への貢献度を勘案のうえ、報酬委員会において決定し、毎年一定の時期に支払います。当該指標を選択した理由は、経営陣としての成果および責任を客観的に確認できるためです。
株式報酬型ストックオプション（業績連動報酬）	株式報酬型ストックオプションは、株価変動のメリットとリスクを株主と共有し、中長期的な業績向上や企業価値向上に向けた取締役の動機を高めることを目的とし、当社株式の新株予約権を取締役に付与するものです。 新株予約権を割り当てられた年度の連結業績伸長率（売上高・営業利益額）が前年度に対し100%以上の場合のみ、当該年度に割り当てられた新株予約権を全て行使することができ、100%未満の場合には、その度合いに応じ当該年度に割り当てられた新株予約権の一部しか行使できないこととしております。なお、ストックオプションは、譲渡制限付株式報酬制度の導入に伴い、すでに付与済みのものを除き廃止し、以後、新たに発行しないこととしております。
譲渡制限付株式報酬制度	譲渡制限付株式報酬制度は、株主との更なる価値共有や中長期的な企業価値向上を目的として上記の株式報酬型ストックオプションに代えて導入された報酬制度です。 当社取締役会決議に基づき、譲渡制限付株式に関する報酬として毎事業年度において金銭報酬債権を支給し、各取締役は当該金銭報酬債権の全部を現物出資の方法で払い込むことにより、当社普通株式の割当を受けます。その後、取締役が退任した場合に、本割当株式の譲渡制限が解除されます。

役員報酬の決定プロセス

取締役の報酬は、2022年12月26日開催の取締役会において、取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針（以下「決定方針」といいます）を決議しております。取締役会は、当該決定方針および当該決定方針を具体化した所定の規則にしたがって当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等を決定することを報酬委員会に委任し、報酬委員会は、当該決定方針および所定の規則との整合性を確認しつつ、取締役の個人別の報酬等を決定しています。

取締役会は、取締役の個人別の報酬等の決定方法および決定された報酬等の内容が、当該決定方針に整合していることを確認しており、当該決定方針に沿うものであると判断しております。

- ② 取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針、当該方針を具体化した所定の規則に基づき、取締役の個人別の報酬等を決定



- ④ 報酬委員会によって決定された取締役の個人別の報酬等に関し、その決定方法および決定された報酬等の内容が、当該決定方針に整合していること、当該決定方針に沿うものであることを確認
- ➡ 詳細は有価証券報告書またはコーポレート・ガバナンスに関する報告書をご参照ください。

政策保有株式に関する方針・検証・議決権行使基準

当社は、取引先との連携による事業の持続的成長および取引関係が強化される場合を除き、政策保有株式は保有しないことを基本方針としています。保有の合理性を検証するため、四半期毎に取締役会で個別銘柄の精査をしており、経済的価値と保有コストとの見合いや戦略的な関係性・重要性等の観点に合致しないと判断された株式は縮減するよう努めております。

また、政策保有株式に係る議決権行使については、議案内容が株主価値の向上に資するかを判断した上で、原則としてすべての議案に対して適切に行使します。

株主・投資家との対話

当社は事業活動や経営戦略、ESGの取り組みなどの理解を深めていただくため、決算説明会の開催や、個別の機関投資家面談などを実施しています。これらの対話を通じて得られた株主や投資家の皆様のご意見を経営に活かし、企業価値の向上を図っていきます。

コンプライアンスの体制

法的な課題については、内部体制の充実を図るとともに、案件により必要に応じて外部の顧問弁護士に相談し、検討を行っています。コーポレート本部内の法務部では、法令・社会規範・取引先との契約などについて、管理や教育の体制強化を図っています。

Cライン(内部通報制度)

社内の法令違反等の通報・相談の窓口として、「Cライン(コンプライアンス・ライン)」を設置しています。これは、コンプライアンスに対する全従業員の意識を高め、法令違反等の不正行為を予防し、不正や問題点を早期発見して是正することにより、公正で健全な会社経営の実現を目的とするものです。通報先は社内窓口と弁護士につながる社外窓口を設けており、電話・メール・面談等で受け付けています。

通報者が会社から不利益な扱いを受けないよう、プライバシーの保護に努め、相談案件は機密情報として厳重に取り扱っています。

個人情報保護

個人情報の利用目的、利用方法、管理方法等について定めた「個人情報保護方針」および「個人情報取扱いのガイドライン」を制定しています。

コンプライアンス教育・意識啓発

社内イントラネットなどを利用し、社内の遵法教育および法律知識・情報の提供を目的とした情報発信を行っています。そのほか、法務に関する社内教育講座など研修・教育の場を適宜設けながら、コンプライアンス教育・意識啓発に努めています。

コーポレート本部長は、当社グループのコンプライアンス管理を統括しその体制を整備しています。コンプライアンス委員会は、当社および子会社のコンプライアンス推進を目的とし、コーポレート本部長が指揮する委員会をいい、委員はコーポレート本部長が指名します。また、定期的に、ハラスメント防止、メンタルヘルスケア維持、情報セキュリティ保護等の規程を整備するとともに、研修を定期的 to 実施し、関係者の意識向上を図っています。

リスク管理体制

リスク管理体制につきましては、リスクを未然に予防することを含め各業務部門における業務・経営・市場・信用等のあらゆる面のリスクを捉え、自然災害から人為的なリスク、社内外でのリスク等を正確に把握、分析、対処していく体系的なリスク管理体制の整備に取り組んでおります。

また、法令遵守に関しましては、「ザ・バックグループ行動規範」を制定し、当社グループ会社の役員および社員が守るべき行動や判断の基準となる原則を定めております。

➡ 行動規範
<https://www.thepack.co.jp/company/codeofconduct.html>

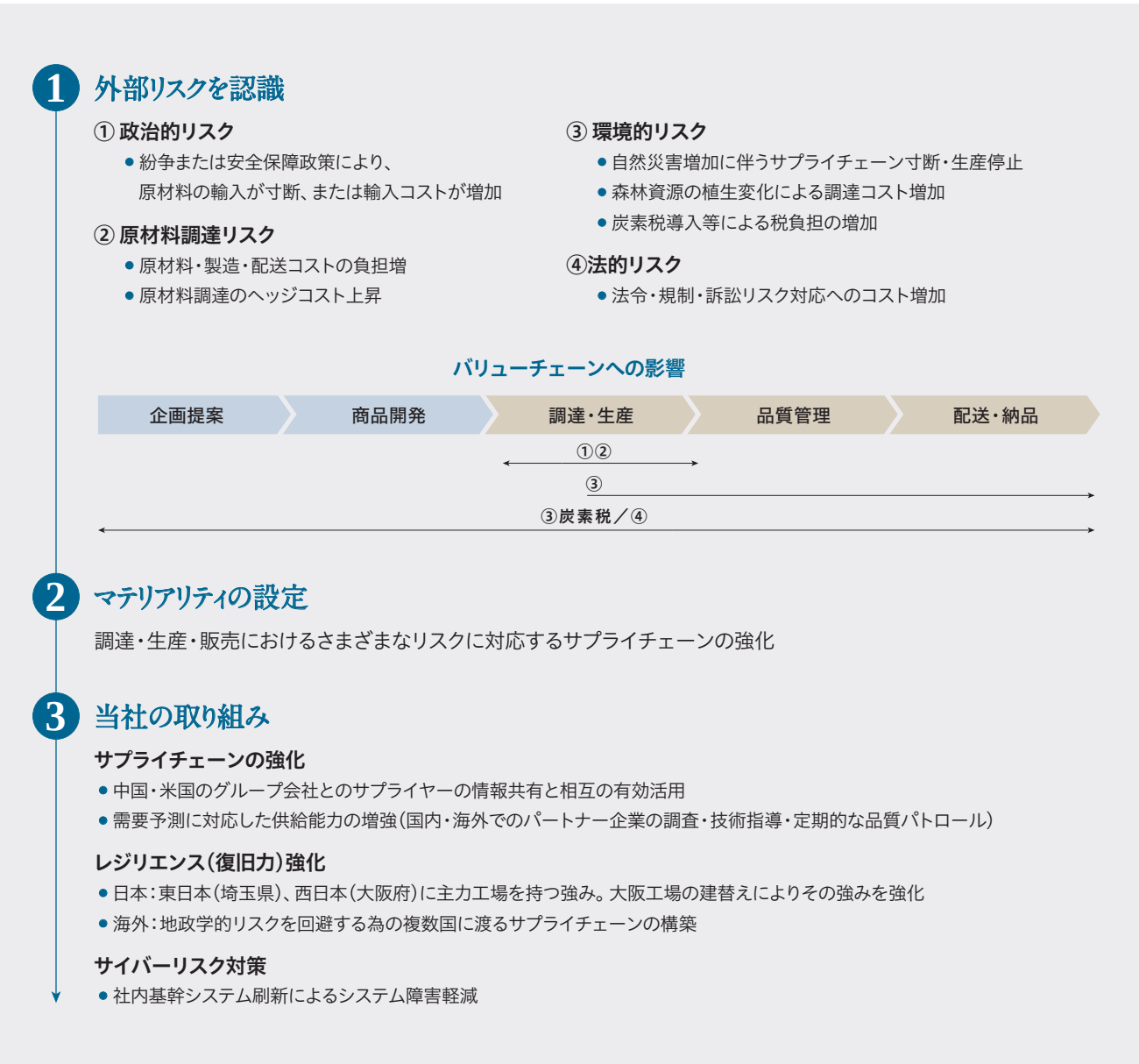
内部統制

会社法および会社法施行規則に基づき、当社および当社グループ会社が業務の適正を確保し、効率的経営を行うために必要な内部統制体制を整備しています。

➡ 内部統制基本方針
<https://www.thepack.co.jp/company/internalcontrol.html>

サプライチェーンリスクマネジメントの推進

不安定で予測不能な環境において生産ラインとサプライチェーンを継続させることは重要な課題となります。当社では、サプライチェーンの継続を脅かす外部リスクとバリューチェーンへの影響を認識し、重要課題であるマテリアリティにも反映致しました。社内体制の整備と、サプライチェーンリスクマネジメントの推進を以下のように取り組んでおります。





代表取締役会長
瀧之上 輝生

略歴
1984年 4月 当社入社
2008年 1月 大阪製造事業部長
2011年 3月 取締役就任
2012年 1月 製造本部副本部長
2014年 4月 生産事業本部長
2015年 3月 常務取締役就任
2017年 1月 製造本部長
2018年 3月 専務取締役就任
2022年 3月 代表取締役副社長就任
2025年 3月 代表取締役会長就任（現）



代表取締役社長
仲村 直樹

略歴
1989年 4月 当社入社
2008年 1月 東京第一事業部二部部长
2013年 1月 中四国事業部長
2017年 1月 執行役員就任
2017年 1月 関西第二事業部長
2019年 1月 常務執行役員就任
2019年 1月 西日本事業本部長
2024年 3月 常務取締役就任
2025年 3月 代表取締役社長就任（現）



常勤監査役
高木 康宏

略歴
1987年 4月 当社入社
2010年 1月 購買事業部東京購買部部长
2012年 1月 購買事業部管理部部长
2016年 1月 購買事業部長
2024年 3月 常勤監査役就任（現）



常勤監査役
伊藤 晴康

略歴
1984年 4月 当社入社
2016年 1月 東京第二事業部二部部长
2019年 1月 カンナル印刷株式会社
常務取締役
カンナル印刷株式会社
代表取締役社長
取締役就任
2022年 3月 製造本部副本部長
2023年 1月 品質管理統括部担当
2024年 3月 奈良製造事業部長
2025年 3月 監査役就任（現）



常務取締役
製造本部長
芦田 則男

略歴
1986年 4月 当社入社
2011年 1月 東京第四事業部長
2015年 1月 執行役員就任
2019年 1月 常務執行役員就任
2019年 1月 東日本事業本部長
2020年 3月 常務取締役就任（現）
2024年 3月 営業本部長
2025年 3月 製造本部長（現）



常務取締役
営業本部長
渡辺 龍一

略歴
1987年 4月 当社入社
2016年 1月 執行役員就任
2016年 1月 東京第一事業部長
2019年 1月 営業統括室長（現）
2021年 1月 東京第二事業部長
2022年 3月 常務執行役員就任
2022年 3月 東日本事業本部長
2025年 3月 常務取締役就任（現）
2025年 3月 営業本部長（現）



社外監査役
玉越 久義

略歴
1992年 4月 弁護士登録
1998年 8月 玉越法律事務所開設（現）
2013年 6月 トモシアホールディングス
株式会社社外監査役（現）
監査役就任（現）
2015年 3月



社外監査役
岩瀬 哲正

略歴
1983年 4月 日新監査法人入所
1986年 3月 公認会計士登録
1989年11月 税理士登録
1992年 5月 岩瀬公認会計士・
税理士事務所開設（現）
監査役就任（現）
2018年 3月



取締役
コーポレート本部長
下村 郁夫

略歴
1989年 4月 当社入社
2009年 1月 東京第三事業部三部部长
2016年 1月 東京第二事業部長
2021年 1月 執行役員就任
2023年 1月 コーポレート本部副本部長
2024年 3月 取締役就任（現）
2024年 3月 コーポレート本部長（現）



社外取締役
西尾 宇一郎

略歴
1982年 3月 公認会計士登録
1983年12月 税理士登録
1999年 7月 監査法人誠和会計事務所代表社員
2002年 7月 監査法人トーマツ代表社員
2005年 4月 関西学院大学専門職大学院
経営戦略研究科教授
監査役就任
2015年 3月 新家工業株式会社社外取締役（現）
2015年 6月 ケイミュー株式会社社外監査役（現）
2016年 6月
2018年 3月 取締役就任（現）



社外取締役
笠原 かほる

略歴
1989年 3月 ビジョン株式会社入社
2010年 2月 ビジョンウィル株式会社
代表取締役社長
2014年 2月 ビジョン株式会社執行役員
国内ベビー・ママ事業副本部長
2015年 2月 ビジョン株式会社執行役員
開発本部長
2019年 2月 ビジョンマニファクチャリング
茨城株式会社取締役
取締役就任（現）
2022年 3月 モロゾフ株式会社
2023年 4月 社外取締役（現）



社外取締役
堂本 玲二

略歴
1986年 4月 株式会社住友銀行入行
2011年 4月 SMBC日興証券株式会社
近畿法人本部部长
2013年 4月 株式会社三井住友銀行船場法人
営業部長
2015年 4月 株式会社三井住友銀行執行役員
2019年 8月 SMBC日興証券株式会社執行役員
2021年 3月 SMBC日興証券株式会社
常務執行役員
2024年 8月 Two Wheelsコンサルティング
株式会社設立
代表取締役（現）
2025年 3月 取締役就任（現）

スキル・マトリックス

氏名	現在の地位	独立性	性別	企業経営	経営企画・M&A	営業・マーケティング	製造・技術開発	財務・会計	人事・人材開発	法務・リスク管理	海外事業・国際経験	サステイナビリティ
瀧之上 輝生	代表取締役会長		男	●			●			●		●
仲村 直樹	代表取締役社長		男	●		●				●		●
芦田 則男	常務取締役		男	●		●					●	●
渡辺 龍一	常務取締役		男	●		●					●	●
下村 郁夫	取締役		男	●	●	●		●	●	●		●
西尾 宇一郎	社外取締役	●	男		●			●		●		●
笠原 かほる	社外取締役	●	女	●		●	●		●			●
堂本 玲二	社外取締役	●	男	●	●	●		●				●

各項目の定義

企業経営	多様に変化する経営環境を見極め、企業価値を高めるための適切な戦略・経営方針の策定および経営を行う。
経営企画・M&A	市場・競合他社に関する知識またはM&Aに関する知見を有し、中長期の経営計画の策定・管理を行う。
営業・マーケティング	製品および市場に関する豊富な知識を有し、顧客のニーズを的確に見定め、売上拡大・利益確保のための販売戦略を策定し実行する。
製造・技術開発	製品知識および生産ノウハウを有し、生産性の向上、品質維持の監督および研究・技術開発の促進を行う。
財務・会計	財務・会計・税務等に関する幅広い知識を有し、会社の経営状況を把握して課題の解決および財務戦略の策定を行う。
人事・人材開発	組織開発や人材教育・人材育成に関する経験が豊富であり、人的資本の増強を促進する。
法務・リスク管理	法務・ガバナンス・コンプライアンスの知識を有し、取締役会における経営監督の実効性向上のために適切なガバナンス体制の確立を推進する。
海外事業・国際経験	海外勤務経験や海外知識を有し、国際事業戦略の策定や監督を行う。
サステイナビリティ	企業を持続的に発展・成長させるために不可欠なサステイナビリティ経営の視点を備えている。

財務データ(連結)

単位		2015年12月期	2016年12月期	2017年12月期	2018年12月期		2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
経営成績	売上高	百万円	88,043	89,174	90,313	93,126	95,502	78,445	79,690	89,060	97,714	101,461
	営業利益	百万円	6,232	6,484	7,273	6,924	6,850	3,275	4,144	5,972	7,743	8,009
	経常利益	百万円	6,468	6,825	7,589	7,212	7,199	3,606	4,422	6,353	8,063	8,285
	親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	4,067	4,540	5,209	4,968	4,700	2,392	2,824	4,058	5,652	6,316
	自己資本利益率(ROE)	%	9.2	9.7	10.2	9.0	8.2	4.1	4.6	6.4	8.3	8.7
	投下資本利益率(ROIC)	%	8.9	9.0	9.4	8.4	8.2	3.8	4.7	6.4	7.6	7.5
財政状態	総資産	百万円	73,142	76,291	81,928	86,495	88,446	83,556	87,422	94,365	98,847	103,292
	純資産	百万円	45,412	48,603	53,457	56,775	58,495	59,739	62,032	65,371	71,156	74,485
	自己資本比率※1	%	62.0	63.6	65.1	65.4	66.0	71.4	70.9	69.2	71.9	72.1
	有利子負債※2	百万円	0	0	0	315	79	30	85	60	34	83
	設備投資額	百万円	1,657	1,124	1,543	1,218	1,933	3,748	2,637	3,605	7,406	6,123
	減価償却費	百万円	1,777	1,784	1,645	1,761	1,713	1,850	2,029	1,992	2,082	2,416
キャッシュ・フロー	営業活動によるキャッシュ・フロー※3	百万円	4,882	6,597	6,873	6,742	6,599	3,155	7,217	5,380	4,443	7,101
	投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-2,840	-4,144	452	-4,705	-4,136	-5,013	-3,460	-3,762	-3,962	-5,436
	財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	-1,744	-995	-992	-2,059	-3,319	-1,214	-1,029	-1,124	-1,407	-3,041
	現金および現金同等物の期末残高	百万円	11,451	12,900	19,228	19,181	18,307	15,224	18,067	18,653	17,812	16,656
1株当たり情報	1株当たり純資産額(BPS)	円	2,312.73	2,474.25	2,720.34	2,885.27	3,076.27	3,141.09	3,261.64	3,436.46	3,736.44	3,964.51
	1株当たり当期純利益(EPS)	円	205.94	231.47	265.56	253.25	243.89	126.01	148.71	213.55	297.07	333.52
	1株当たり配当額	円	50.00	50.00	50.00	50.00	55.00	60.00	50.00	65.00	90.00	118.00

非財務データ(単体)

	単位	2020年 12月期	2021年 12月期	2022年 12月期	2023年 12月期	2024年 12月期	
環境	CO2排出量 (Scope1)	t-CO2	5,041	5,043	5,046	5,118	4,870
	CO2排出量 (Scope2)	t-CO2	9,873	9,851	10,353	11,638	11,279
	CO2排出量 (Scope3)	t-CO2	—	611,310	676,931	693,899	683,700
	CO2排出原単位 (4工場)	g-CO2/円	1.99	2.02	2.08	1.68	1.70
	電気使用量	千kWh	23,644	24,232	26,543	26,739	27,635
	都市ガス使用量	千m³	1,978	1,998	1,978	2,010	2,017
	LPGガス使用量	t	4.8	7.3	12.7	13.0	56.2
	その他燃料使用量 (4工場灯油・フォークリフト軽油・ガソリン)	kL	179	177	172	170	85
	再生可能エネルギー使用量	千kWh	313.304	307.426	556.663	661.811	662.236
	水使用量	千m³	74	79	69	74	85
	産業廃棄物等排出量	t	17,653	18,407	17,973	17,461	17,335
	リサイクル量	t	17,592	18,344	17,913	17,144	17,263
	リサイクル率	%	99.7	99.7	99.7	98.2	99.6
	フォレスト商品売上高	百万円	1,276	1,606	2,105	2,574	2,791
	FSC®商品売上高	百万円	4,851	6,630	9,421	12,155	13,351
	森林保全活動参加人数	名	0	0	111	253	230
	森林保全活動活動回数	回	0	0	4	9	8

※1 自己資本比率は、連結ベースの財務諸表数値を用いて、自己資本/総資産の計算式により計算しております。
※2 有利子負債は、連結貸借対照表に計上されている負債のうち、利子を支払っている全ての負債を対象としております。
※3 営業キャッシュ・フローおよび利払いは、連結キャッシュ・フロー計算書に計上されている「営業活動によるキャッシュ・フロー」および「利息の支払額」を用いております。

※1 年度の3/31現在 ※2 当年4/1～翌年3/31を受診期間として

	単位	2020年 12月期	2021年 12月期	2022年 12月期	2023年 12月期	2024年 12月期	
社会	正社員数(うち女性)	人	881(176)	841(167)	835(171)	840(181)	862(198)
	女性正社員比率	%	20.0	19.9	20.5	21.5	23.0
	管理職数(うち女性)	人	208(11)	206(10)	209(14)	206(13)	194(14)
	女性管理職比率	%	5.3	4.9	6.7	6.3	7.2
	男女間賃金格差(正規)	%	73.9	71.0	74.7	75.1	73.7
	障がい者雇用率※1	%	1.8	1.8	1.6	2.1	1.9
	有給休暇取得率	%	57.3	46.0	58.3	56.5	62.7
	定期健康診断受診率※2	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	ストレスチェック受検率	%	97.2	97.4	96.9	96.0	98.6
	スキルアップ支援制度利用者数(延べ)	人	10	9	23	21	20
	包括短時間勤務利用者数	人	7	10	9	12	10
	育児休業等取得者数(うち男性)	人	11(0)	15(0)	14(3)	20(10)	36(21)
	男性育児休業等取得率	%	0	0	13.0	40.0	87.5
	モノづくり体験教室参加生徒数	人	541	267	431	309	274

単位		2020年 12月期	2021年 12月期	2022年 12月期	2023年 12月期	2024年 12月期	
ガバナンス	取締役数(うち女性)	人	9(0)	9(1)	9(1)	8(1)	
	女性取締役比率	%	—	11.1	11.1	11.1	12.5
	社外取締役数	人	2	2	3	3	3
	社外取締役比率	%	22.2	22.2	33.3	33.3	37.5

会社概要

社名	ザ・バック株式会社
代表者	代表取締役社長 仲村 直樹
本社	大阪府大阪市東成区東小橋2丁目9-3
創立	1878年(明治11年)
設立	1952年(昭和27年)5月10日
資本金	25億5,350万5,600円
社員数	1,196名(連結) 862名(単体)
事業内容	紙袋、紙器、段ボール製品、化成品パッケージ等の企画・製造・販売

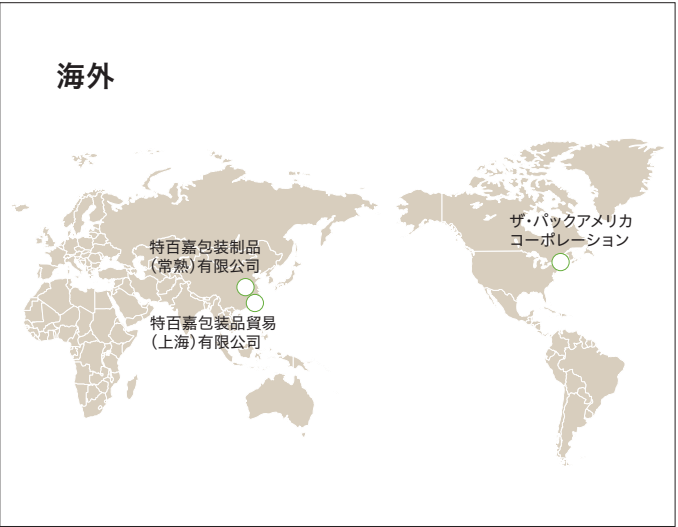
拠点・グループ会社

- ザ・バック(株)本社/東京本社ビル
- グループ会社

国内



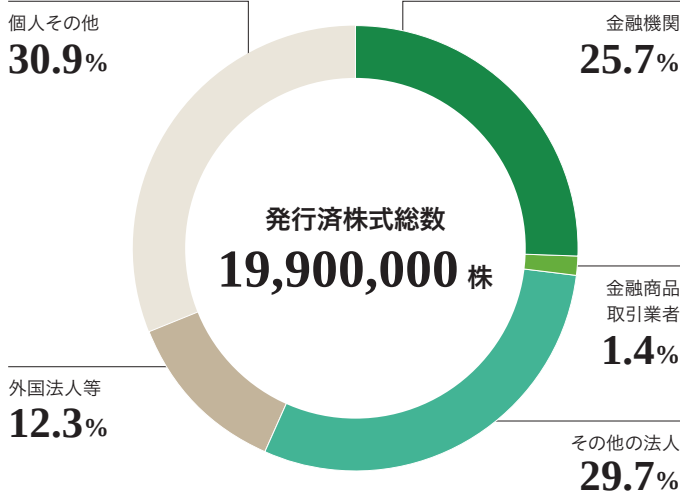
海外



株式情報

上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
証券コード	3950
発行可能株式総数	77,000,000株
発行済株式総数	19,900,000(※ 自己株式1,118,364株を含む)
株主数	15,235名
基準日	毎年12月31日
単元株式数	100株

所有者別分布状況



大株主の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
公益財団法人森田記念福祉財団	2,081	11.08
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,361	7.25
ザ・バック取引先持株会	1,261	6.71
ビービーエイチ フォー フィ デリテイ ロープライズド ストック フアンド (プリンシパル オールセクター サポート フオリオ)(常任代理人 株式会社三菱UFJ 銀行)	1,232	6.56
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,039	5.53
株式会社日本カストディ銀行(りそな銀行再信託分・北越コーポレーション株式会社退職給付信託口)	729	3.88
株式会社日本カストディ銀行(信託口4)	710	3.78
大王製紙株式会社	573	3.05
株式会社三菱UFJ 銀行	494	2.63
七條紙商事株式会社	474	2.52
計	9,959	53.03

※1 株式数は、千株未満を切り捨てて表示しております。
※2 当社は、自己株式1,118,364株を保有しておりますが、上記大株主から除いております。また、持株比率は自己株式を控除して計算しております。
※3 所有者別分布状況においては、「個人その他」に自己株式を含めております。