



# 会社説明会資料

竹本容器株式会社  
2015年6月29日

# コーポレートメッセージ



Standard Bottles × Customized Bottles × Custom Bottles

## Leading custom bottle innovation

カスタムボトル・イノベーションをお客様へ

必要なボトルを、必要なときに、必要なだけお届けする。これがスタンダード・ボトル(既製品容器)メーカーの使命です。  
スタンダード・ボトルのパイオニアとして時代を創ってきたTAKEMOTOでは、お客様の「品質・機能・個性化」のカスタマイズニーズにお応えする  
カスタマイズ・ボトル・ファクトリーの構築、そしてカスタムボトル・イノベーションへと進化していくことで、  
お客様にスタンダード・ボトルの無限の可能性をお届けしてまいります。

1. 当社の経営理念・ビジネスの特長
2. 会社概要
3. 事業環境
4. 2015年第1四半期業績概要
5. 2015年業績見通し
6. 中期事業計画
7. 当社株価推移と株主還元

# 日本と世界の器文化に貢献する

## 理 念

生活上必要不可欠な容器

–カタチ(容)あるウツワ(器)–を通じて、  
顧客の商品である内容物の価値を安全に包み、  
更にその価値と個性化を高めることである。

## 社 是

使う人の心でボトルをつくる

# 1. 当社の経営理念・ビジネスの特長

当社は**化粧品**、**食品**、**医薬品**向けなどに**スタンダードボトル**（自社で容器の企画、設計を行い、金型を自社所有している容器）を**製造販売**している会社です。2015年3月時点では**2,742型の金型**を所有。

化粧品向け容器



食品向け容器



日用・雑貨向け容器



医薬品向け容器



押し出しチューブ



ガラス容器



キャップ

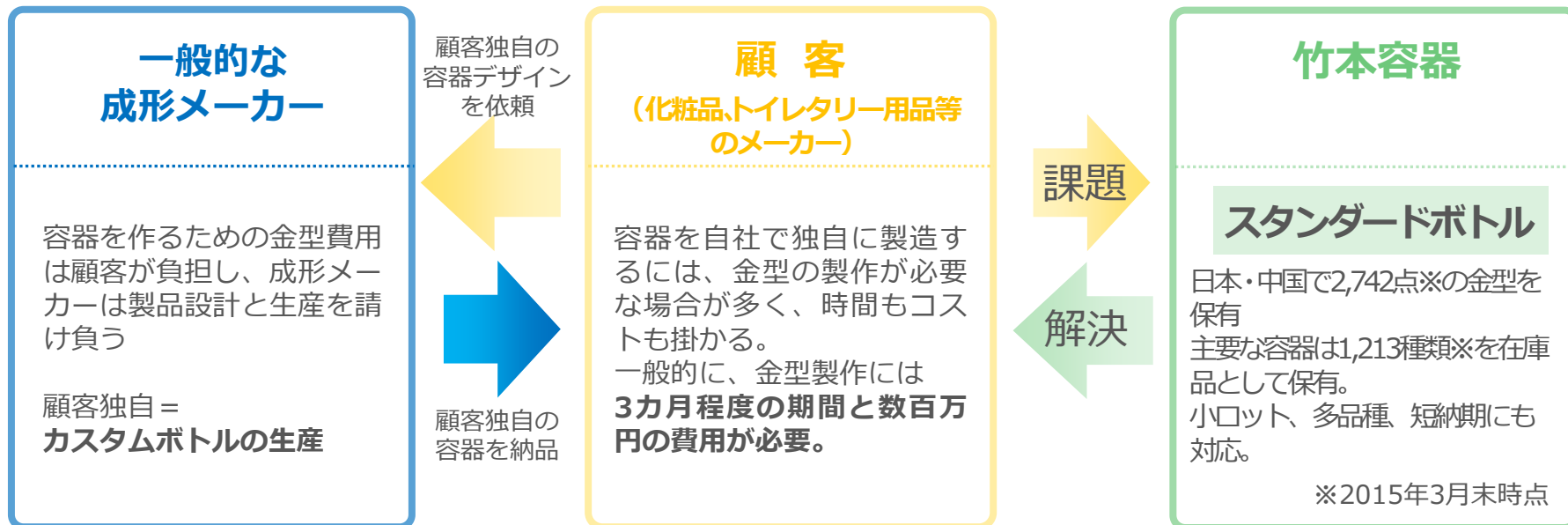


ディスペンサー



当社グループ販売地域は日本、中国、アメリカなど世界に広がっており、2014年12月期の販売先数は**グループ全体で4,603社**となっています。

## スタンダードボトルを利用する背景



## 顧客のメリット

顧客は自社オリジナルの包装容器を、自前で金型製作するよりも  
短期間かつ開発コストを抑えて調達できる。

「お客様」が必要とする容器を必要な数だけ提供するのがスタンダードボトルの使命

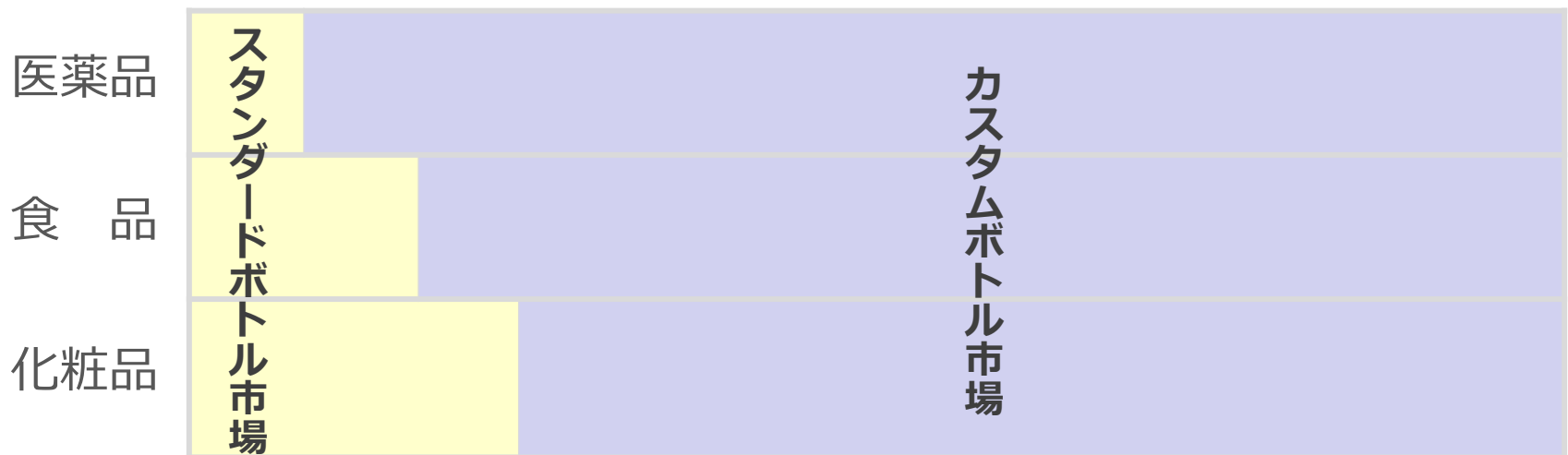
メーカーで、スタンダードボトルを2,742型所有する会社はない模様

**= 竹本容器の特長!!**

カスタムボトル市場の方が大きいから、スタンダードボトル開発を企業ドメインにしている会社はないと思われる。

**= 竹本容器はニッチプレーヤー**

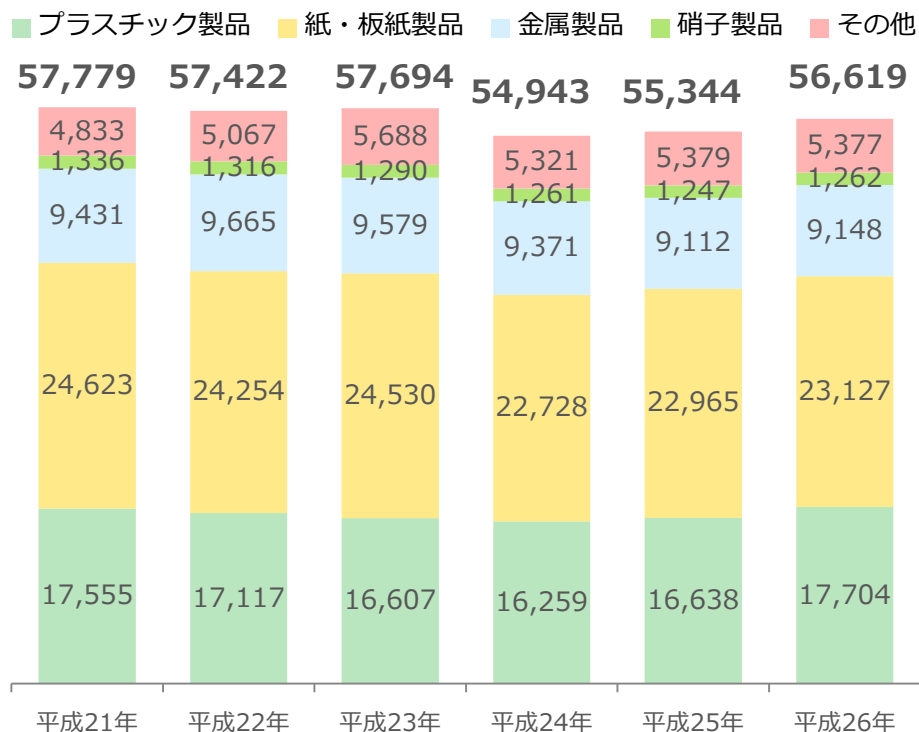
イメージ図



## 事業環境（国内）

容器の出荷金額は横ばい、プラスチック製品の出荷金額は1兆7,000億円台

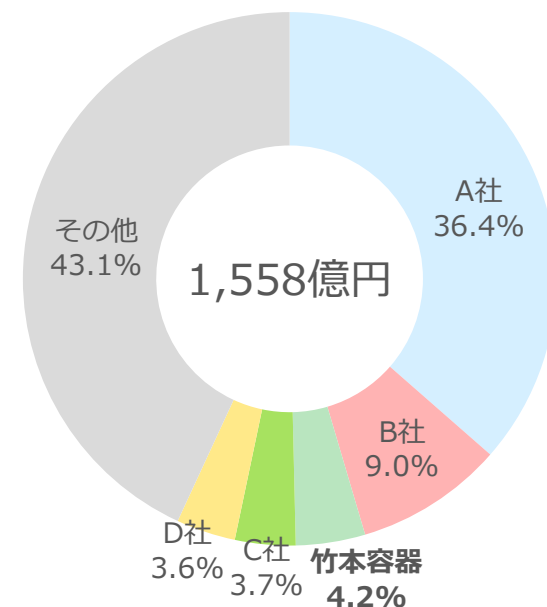
包装・容器出荷金額の推移（億円）



（出所）公益社団法人日本包装技術協会 平成27年調査

化粧品・トイレタリー市場での竹本容器シェアは4.2%。スタンダードボトル市場は下のグラフのうち20~30%と推定

化粧品・トイレタリー容器の市場シェア（2008年度、金額ベース）



（出所）プラスチックパッケージ成形加工メーカー年鑑 2010年版



## スタンダードボトル開発会社が少ないもう一つの理由

スタンダードボトルを開発していくのは、カスタムボトルを作るより容器メーカーにとって負担が大きい

機械投資と金型投資両方の負担

多くの販売先を見つけなければならない負担

何を作るべきか企画検討する負担

スタンダードボトルを開発してもすべて平準化して売れない  
心理的負担

## スタンダードボトルビジネスを支える3つの要素



### 顧客

(営業・開発)

- 幅広い顧客基盤 (4,603社)
- 国内外で販売
- 提案開発力
- マーケティング力

### 金型

(開発・技術)

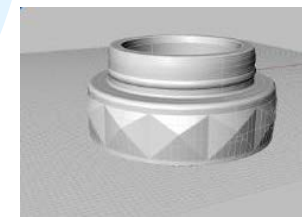
- 豊富なストック (2,742型)
- 金型の標準化、共通化、小型化
- 品揃えの拡充
- デザイン・機能性に留意した容器開発



### 製品供給体制

(技術・生産)

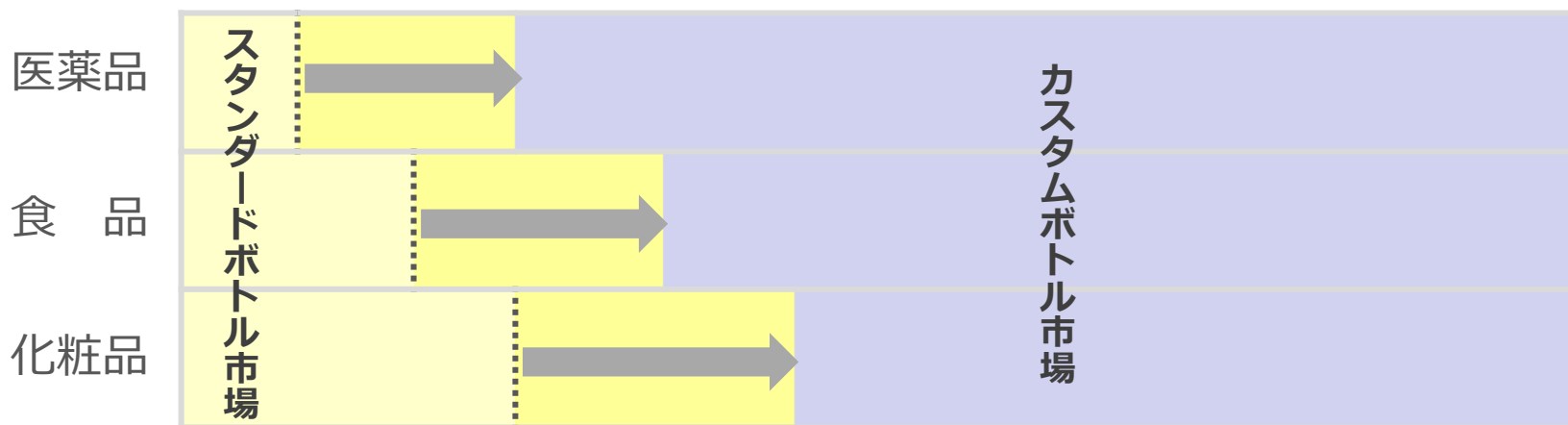
- 高品質、小ロット、多品種、短納期
- 国内外で生産
- カスタマイズ
- 技術開発



化粧品やトイレタリー用品などでは商品ライフサイクル短縮化を背景に、多品種少量生産が進展、短納期・小ロット対応の需要は拡大



スタンダードボトル市場自体の拡大と  
スタンダードボトルの開発基盤、金型基盤、お客様基盤により  
カスタム・ボトル市場へ開発提案、活動領域を拡大



## 日本と世界において、

1. スタンダードボトルの開発
2. カスタマイズボトルファクトリーの構築
3. カスタムボトル・イノベーションの推進



**開発提案型ボトルパッケージングメーカー**

# 1. 当社の経営理念・ビジネスの特長

—スタンダードボトルの領域は無限に広がる



分野 **化粧品・美容** **食品** **医薬品** **日用品・雑貨**

代表例

**樹脂容器**

チューブ、アルミチューブ

キャップ

アルミ容器

ガラス容器

メイキャップ、器具

ディスペンサー

パウチ

**樹脂容器**

キャップ、セキュリティキャップ

アルミチューブ、王冠

ガラス容器

紙管

パウチ

ウォーターサーバー容器

**樹脂容器**

ディスペンサー

キャップ

ガラス容器、バイアル瓶

**樹脂容器**

シェイカー、スポーツボトル、タンブラー

ガラス容器

紙管

パウチ

## 2. 会社概要

会 社 名	竹本容器株式会社
事 業 内 容	プラスチック製容器等の製造・販売
設 立 年 月 日	1953年(昭和28年)5月19日
代 表 者 名	代表取締役社長 竹本 笑子
本 社 所 在 地	東京都台東区松が谷二丁目21-5
グループ従業員数	889名(2014年12月末現在)
竹本容器従業員数	335名(2014年12月末現在)

## 2. 会社概要 (沿革)



### 国内

- 1953年 5月 東京都台東区に竹本容器株式会社を設立  
硝子容器の販売を開始 → 「**商社**」としてスタート
- 1960年 4月 同区内の通称「合羽橋道具街」に店舗を開設  
(現「合羽橋ショールーム」)
- 1963年 5月 プラスチック容器の販売を開始 → **スタンダードボトル誕生**
- 1980年 1月 大阪府大阪市に大阪営業所を開設
- 1984年 4月 埼玉県吉川町(現埼玉県吉川市)に吉川工場を開設  
プラスチック容器の印刷及び加工を開始  
→ 「**商社**」 + 「**メーカー**」に
- 1988年 3月 福岡県福岡市に福岡営業所を開設
- 1989年 6月 茨城県結城市に結城事業所を開設、結城事業所に  
吉川工場のプラスチック容器製造部門を移転
- 1997年 1月 北海道旭川市に株式会社ジェイ・ブラを設立
- 2000年 9月 株式会社ユニプリントを吸収合併し茨城県結城市に  
結城印刷所を開設
- 2004年 12月 竹本笑子が社長就任(現任)
- 2005年 5月 富山県富山市に株式会社ジェイ・トムを設立(現 ジェイ・トム  
事業所)し、株式会社富山陽成社のチューブ事業を譲受ける
- 2009年 11月 株式会社プラスコを北海道空知郡上富良野町に設立
- 2011年 6月 西日本における生産拠点として大阪府大阪市に  
大阪ブロー成型株式会社を設立  
(同年12月に吸収合併し、大阪ブロー工場とする)
- 2013年 7月 株式会社ジェイ・ブラ、株式会社プラスコを吸収合併し、  
ジェイ・ブラ事業所、プラスコ事業所を開設
- 2014年 12月 東京証券取引所市場第二部に上場
- 2015年 5月 ジェイ・トム事業所を富山県中新川郡立山町に移転

### 海外

- 1996年 1月 中華人民共和国に上海竹本容器包装有限公司を  
設立 → **海外進出(グローバル化)**
- 2004年 5月 中華人民共和国に竹本容器(昆山)有限公司を設立
- 2005年 4月 米国にTakemoto Packaging Inc.を設立
- 2013年 6月 タイ国バンコク市にタイ駐在員事務所を開設

## 2. 会社概要 (事業所展開)



### 竹本容器 営業ネットワーク



合羽橋ショールーム



大阪営業所



名古屋営業所



福岡営業所



東京本社



北海道営業所



上海竹本容器包装有限公司

アメリカ Takemoto Packaging Inc

中国広州営業所

タイ駐在事務所



## 2. 会社概要 (事業所展開)

### 竹本容器 生産ネットワーク 国内7拠点／海外2拠点



上海竹本容器包装有限公司



ジェイ・プラ事業所



プラスコ事業所



ジェイ・トム事業所



竹本容器(昆山)有限公司



### 結城事業所

製造部(IJ・IB・B)・技術部・品質保証部・購買部・倉庫・物流拠点

外注生産  
協力メーカー

転売仕入  
(ポンプ・ディスプレイ等)

(株)共栄プラスコ  
物流受託



吉川事業所



結城印刷所



大阪フロー工場

### 製品の特長

デザイン、機能、バリア性、安全、環境に留意した製品が多い

最近の開発事例

#### RHFシリーズ

容器本体の付け替えが可能



#### EOPIシリーズ

硝子のような高級感と厚みがあり内容物の付加価値を高める



### 最近の開発事例

#### 2ccポンプ

国内で希少な2ccポンプを開発。  
防水タイプで、トイレタリー、化粧品向けに  
幅広く対応。  
今後、容器展開も行っていく。



#### エアレス

基礎化粧品(美容液)向けに開発。  
酸化防止・高粘度対応・残量軽減に加え、  
アダプター仕様になり、衛生面・リピート時コストダウン  
のメリット有。



### 最近の開発事例

#### コーム

毛染め剤等に開発。  
機能付CAPの為、内容物を出しながら  
直接髪に塗布することが可能。



#### デラミ

内袋が潰れる高粘度・酸素バリア性  
に優れた容器。  
ブロー成形なので、形状の自由度有。



### 環境への4つの取組み

使った資源をさらに再利用するために。  
〈リサイクルPET〉

使用済みボトルを原料とした容器を製造し再生品化へ。



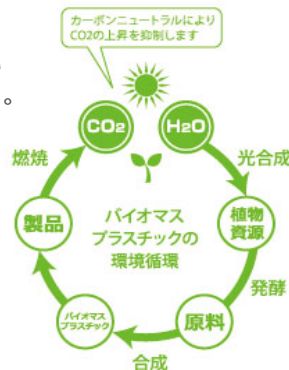
資源の消費を抑えるために。  
〈付け替え・詰め替え容器〉

繰り返し使用可能な容器や廃棄時の減容化が可能な容器の開発。



限りある石油資源の消費を抑えるために。  
〈バイオマスプラスチック〉  
(バイオポリエチレン・バイオPET)

石油資源を原料としない原料の使用。



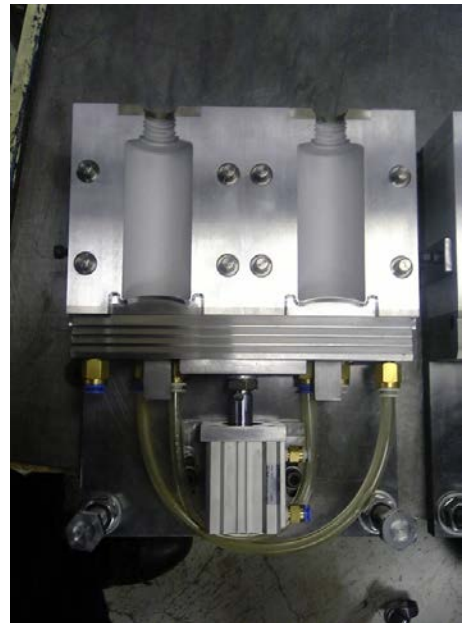
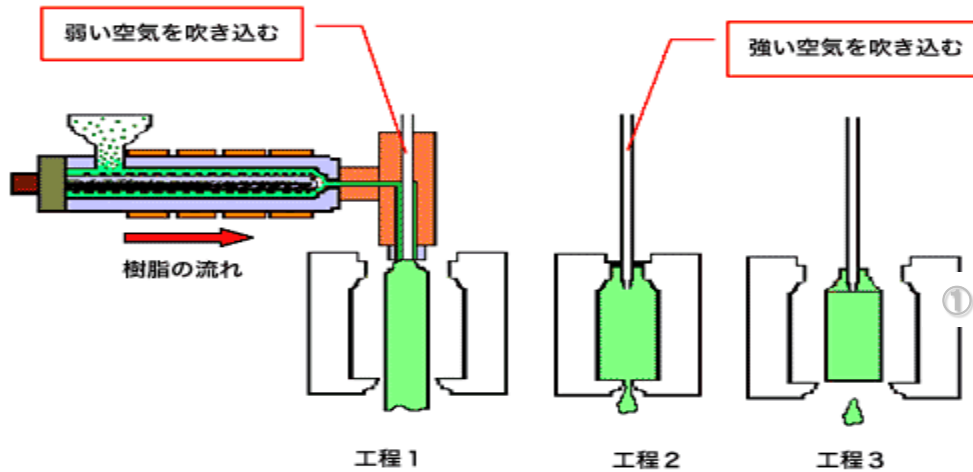
温室効果ガスCO2の発生を少なくするために。  
〈ECO2〉

代替え原材料の起用や焼却時のCO2排出量を削減出来る容器の開発。



### 成形方法【ダイレクトブロー(中空)成形】

- 樹脂を高温で溶かし、筒状(パリソン)にして押出す。
- パリソンを金型で挟んで底部を潰し、口部から空気を送り込み膨らみます。



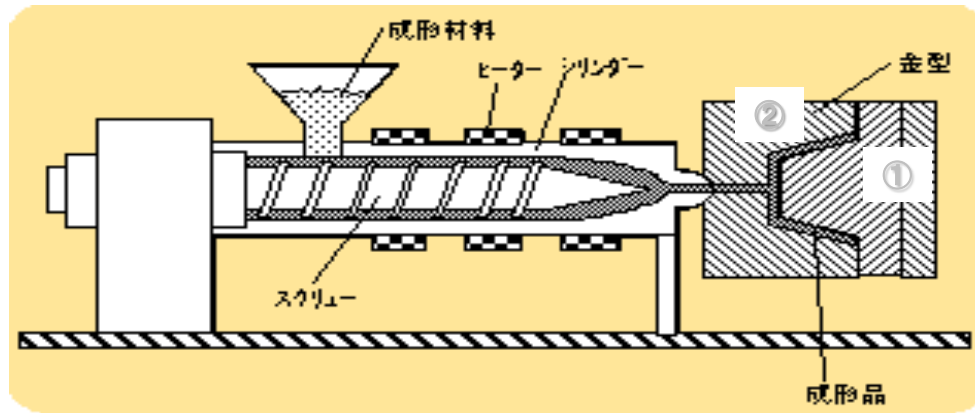
①金型片面

金型代は安価／外側で形状を作る

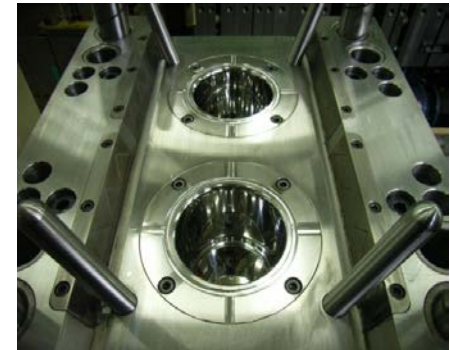
## 2. 会社概要 (製品について)

### 成形方法【インジェクション(射出)成形】

- 高温で溶解した樹脂を高圧で金型に送り込み冷却固化



①コア

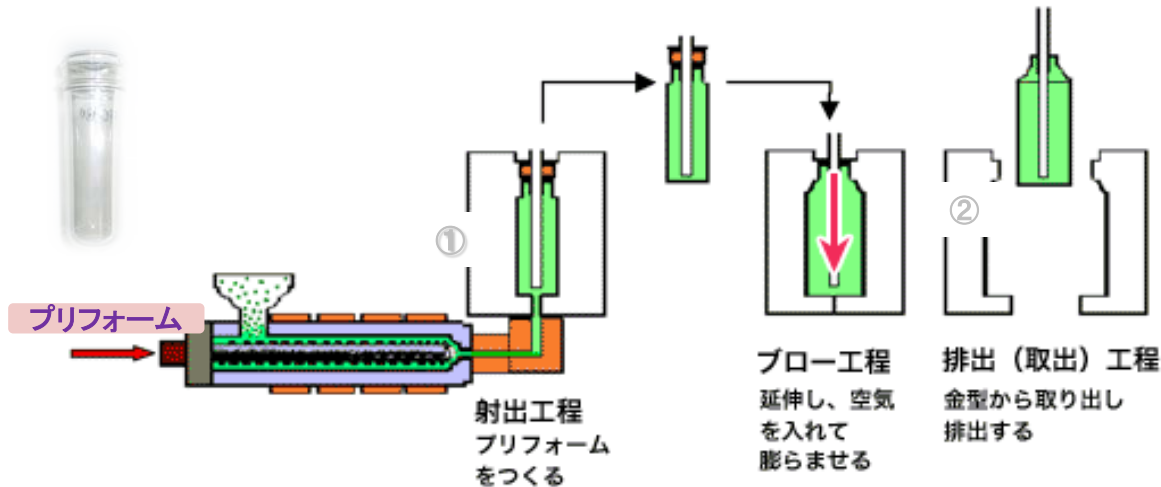


②キャビティ

多数個取りが可能 / 金型代は高価 / 寸法精度が高い

# 成形方法【インジェクション・ブロー(射出・二軸延伸ブロー)成形】

- インジェクションとブローを組合せた成型方法。
- 射出成形でプリフォーム(試験管状)の原型を作る。
- プリフォームに高圧空気を送り込み、延伸(縦)しながら膨らます(横)「2軸延伸」。



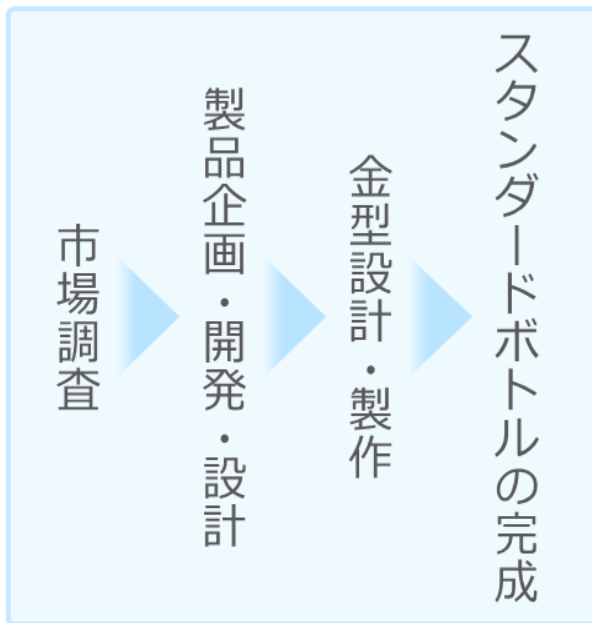
多数個取りが可能／金型代は高価／口部の寸法精度が高い



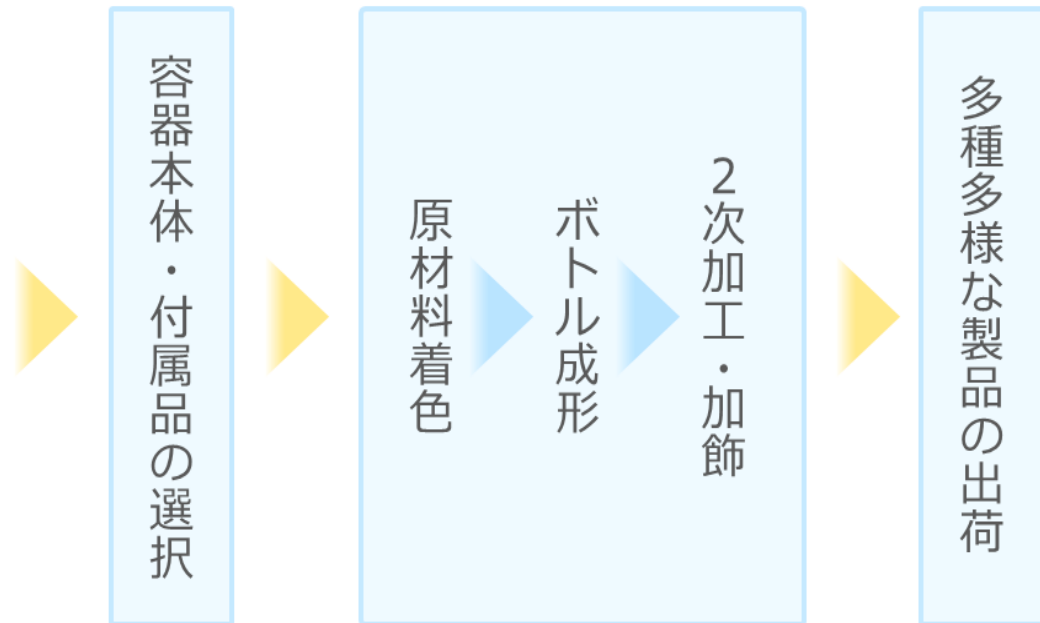


当社で企画研究開発したスタンダードボトルは着色や印刷を施し、キャップなどの付属品と組み合わせることで、様々な顧客ニーズに応えることができます。

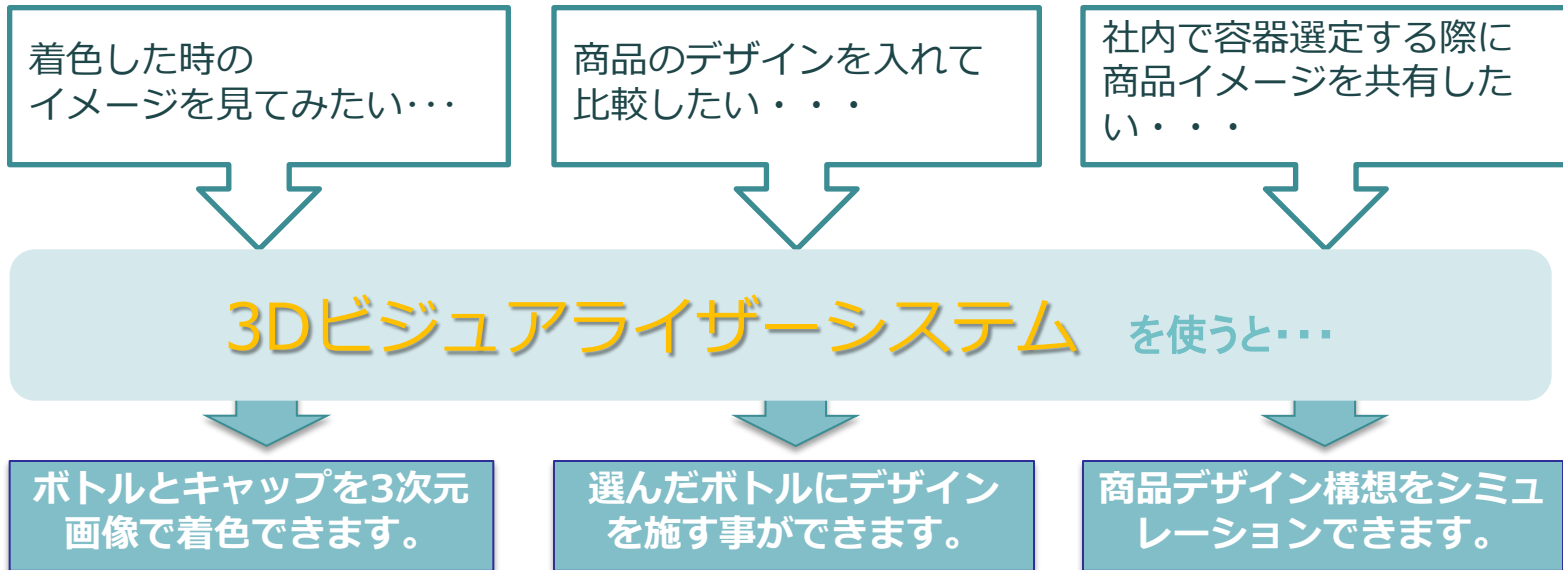
### スタンダードボトル開発



### カスタマイズ



### お客様の望む容器を選定しやすくする為に・・・



化粧品などの商品を想定した着色や印刷などを自由自在に、即座に、イメージするデザインを容器に合わせ制作することができる3次元立体シミュレーションシステムです。

**現物に近い商品シミュレーションが可能になるため、より商品イメージの具体性が強くなります。**

## (国内)

消費市場の成熟化、消費者の嗜好の多様化、ネット販売の拡大

商品ライフサイクルの短命化  
「大量生産大量販売」から「**少量多品種販売**」へ

製品開発期間の短縮化、経費削減ニーズの高まり

化粧品・トイレタリー用品メーカーは自社での  
容器開発を抑制する傾向を**益々強める**

必要な容器を必要なタイミングに必要な数量だけ供給できる  
**スタンダードボトル**の事業機会は**広がっている**※

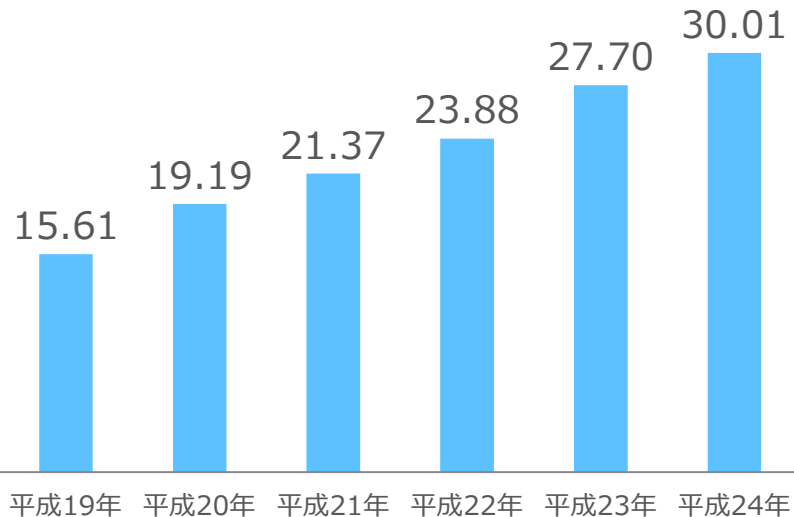
※当社のマクロ環境分析によります。

## (海外)

中国市場の年平均成長率は14%  
経済成長を背景に、低価格容器から高品質な容器へ需要がシフト

### 中国の化粧品・トイレタリー市場規模の推移

(10億ドル)



(注1) 化粧品・トイレタリー市場には、ベビー・子ども用品、バス用品、デオドラント、香水、ヘアケア、ひげそり、口腔ケア、脱毛用品、日焼け止め、スキンケア、化粧品（カラー化粧品）が含まれる。

(注2) 平成24年の数値は平成23年時点の予測値 (出所) Euromonitor

### 顧客（容器ユーザー）の需要の変化

単なる「容れ物」に過ぎない低価格な容器

容器は商品の価値を高め、  
販売を促進する重要なアイテム

デザイン性や機能性に優れ、内容物に  
付加価値を与える高品質な容器

スタンダードボトルのコンセプトが市場の  
ニーズに合致、需要の拡大が見込まれる

## 4. 2015年第1四半期業績概要



### 2015年第1四半期連結決算ハイライト

	2015年第1四半期		2014年12月期 (通期)	
	百万円	%	百万円	%
売上高	2,892	100.0	11,062	100.0
営業利益	285	9.9	877	7.9
営業外損益	4	0.2	2	0.1
経常利益	289	10.0	879	8.0
特別損失	0	0.0	9	0.1
税金等調整前 当期純利益	288	10.0	889	8.0
当期純利益	181	6.3	581	5.3
減価償却費	140		723	
設備投資額	136		1,360	
(うち 金型)	70		438	
ROE	-		13.1%	

#### 売上高

日本国内は新規受注が引き続き順調でほぼ計画通り推移。中国は春節後から受注が好調。受注残も多く抱え、人民元ベースでも計画クリア。 百万円

地域別セグメント	2015/1Q	2014/12
日本	2,179	8,568
中国	661	2,312
その他	51	180

#### 営業利益

樹脂原材料の価格低減は見込み通り日本でも2月から寄与。中国での生産効率向上効果あり、利益率up

地域別セグメント	2015/1Q	2014/12
日本	194	630
中国	82	214
その他	7	32

#### 四半期純利益

営業利益率upにより純利益率も上昇

※当社は今期より四半期連結財務諸表を作成しているため、前年同期との比較は行っていません。

【参考】平均為替レート

	2015年 第1四半期	2014年12月期
対人民元	19.08 円	17.19 円
対米ドル	119.16 円	105.79 円

## 区分別販売実績

販売先の主要事業内容ごとの販売実績

区分	2015年第1四半期		2014年12月期（通期）	
	金額	構成比	金額	構成比
	百万円	%	百万円	%
化粧・美容	1,729	59.8	6,472	58.5
日用・雑貨	125	4.3	681	6.2
食品・健康食品	239	8.3	972	8.8
化学・医薬	129	4.5	502	4.5
卸、その他	667	23.1	2,433	22.0
合 計	2,892	100.0	11,062	100.0

※ 上記区分は販売先の主要事業内容により分類したものであり、  
販売先における実際の用途と上記区分名称は異なる場合があります。

## 区分別販売実績

製商品の内訳ごとの販売実績

区分	2015年第1四半期		2014年12月期（通期）	
	金額	構成比	金額	構成比
	百万円	%	百万円	%
自社製品 （スタンダードボトル）	2,122	73.4	8,019	72.5
顧客金型製品 （カスタムボトル）	329	11.4	1,213	11.0
他社製品	319	11.1	1,527	13.8
材料その他	120	4.1	300	2.7
合計	2,892	100.0	11,062	100.0

※上記区分は以下により分類しています

**自社製品**：当社所有の金型を用いて生産した製品（スタンダードボトル）

**顧客金型製品**：顧客が金型費用を負担している製品（カスタムボトル）

**他社製品**：顧客の要望等により他社から仕入れた品物

**材料その他**：協力メーカーへの原材料を販売した物等

## 金型の減価償却について

(単位：百万円)

	2015年第1四半期 (連結)
金型(純額)	521
金型	4,518
減価償却累計額	△3,996
その他の有形固定資産	4,257
有形固定資産合計	4,778

金型の減価償却は、日本 2年、中国 5年となっております。



## 2015年12月期 損益進捗状況

計画予想に対し順調な進捗

単位：百万円	2015年第1四半期		進捗率 (対通期予想)	2015年第2四半期予想	2015年12月期予想
		%	%		
売上高	2,892	100.0	24.9	5,785	11,605
営業利益	285	9.9	27.4	508	1,040
経常利益	289	10.0	28.4	496	1,017
当期純利益	181	6.3	26.9	329	672

※第1四半期実績為替  
レートは右表の通り

## 2015年第1四半期

対人民元	19.08 円
対米ドル	119.16 円

## 為替感応度について

2015年12月期計画の想定為替レートを前提とした場合の1円の円安による営業利益増減額は、以下の通り。

	想定為替レート	営業利益影響額
対 人 民 元	18.50円	+14百万円
対 米 ド ル	117.00円	△ 7百万円

現状では日本国内⇔海外の製商品の取引はごく少量で  
売上金額への影響は限定的  
人民元に関しては、中国子会社の円換算の影響度が大きい  
米ドルに関しては、米子会社の規模小さく、  
日本での原材料調達額への影響が相対的に大きい

## 中期計画（2015～2017）

〔中期スローガン〕

開発提案型ボトルパッケージングメーカーとして、世界で最も顧客に必要とされ、チャレンジングで活気ある企業になる

	2015年12月期		2016年12月期		2017年12月期	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	11,605	100	12,690	100	13,720	100
営業利益	1,040	9.0	1,140	9.0	1,260	9.2
経常利益	1,017	8.8	1,120	8.8	1,240	9.0
当期純利益	672	5.8	745	5.8	820	6.0
減価償却費	695		870		1,048	
設備投資額	1,538		2,247		1,450	
(うち 金型)	501		800		1,000	
EBITDA	1,735		2,012		2,310	

※想定為替レートは右表の通り

	2014年12月期 実績	中期計画期間
対人民元	17.19 円	18.50 円
対米ドル	105.79 円	117.00 円

### 中期計画ポイント

#### 売上高

日本、中国とも、新規金型の積極的投資により売上は成長  
すでに進出している米国、タイのほか、インド及びヨーロッパへも拠点展開し長期的視野で市場開拓を開始

#### 営業利益

将来の売上拡大への対応として、生産体制の増強を企図した設備投資と人材育成投資を実施する一方、営業利益率は9%台維持を目標

#### 金型投資

日本、中国での積極的な製品展開のための金型投資のほか、米国・タイ等その他の市場向け金型投資も実施予定

#### 数値目標

経営指標として長期的にはROE15%超を目指す  
当中期計画では投資を優先するため、12.5%を目標として設定

### 中期計画まとめ

- 開発提案型営業推進
  - スタンダードボトル
  - カスタマイズボトル
  - カスタムボトル } 提案
- スタンダードボトルの開発推進  
〔200型/年 ⇒ 500型/年を実現する体制〕
- 日本、中国、アメリカから東南アジア、ヨーロッパ、インドへ、海外展開推進

# 6. 中期事業計画

## 地域別の売上目標値

(百万円)  
25000  
20000  
15000  
10000  
5000  
0

- その他
- 中国
- 日本

2014/12期  
11,062百万円

- ・ 2014年は203型開発した体制を2017年までに500型/年開発する体制へ
- ・ 金型の標準化・共通化・小型化により、顧客金型製品の受注を拡大させる  
(カスタムボトル)

2015年3月末  
2,742金型

金型数

6000  
5000  
4000  
3000  
2000  
1000  
0

自社製品  
売上比率  
(スタンダードボトル)

72%



62%

## 7. 当社株価推移と株主還元



### 配当政策

	2014年12月期	2015年12月期 計画
中間配当金	—	12円
期末配当金	19円	12円
年間配当金	19円	24円
当期純利益	581百万円	672百万円
配当性向	18.6%	20.3%

- ・ 2015年12月期より中間配当を開始
- ・ 利益還元策は配当性向20%を目標として実施していきます

# 「挑戦」なくして進化なし

本資料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及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。