

チャレンジ精神に満ちた  
パッケージングソリューション・プロバイダー  
2021年12月期第2四半期決算説明会資料

# 資料構成

1. 2021年12月期第2四半期業績概要

2. 当社の将来ビジョン

3. 参考資料



# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 2Q業績総括

- 連結売上高は78億82百万円(前年同期比6.2%増)
- 営業利益は9億53百万円(前年同期比3.7%減)
- 環境問題への関心の高まりから、バイオマスプラスチックやリサイクル樹脂を使用した容器、軽量化容器、繰り返し使用できる容器などの売上が増加
- 中国では、高級志向の高まりや短納期ニーズに対応し新規案件が増加
- 昨年の中国事業の生産停止・縮小が解消したことにより業績向上
- 原材料価格は国内、海外とも上昇傾向

# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 2021年12月期第2四半期連結決算ハイライト

	2020年 第2四半期 (1-6月期) ¥15.38/RMB ¥108.23/USD	2021年 第2四半期 (1-6月期) ¥16.67/RMB ¥107.82/USD	前年同期比		2021年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 7,419	百万円 7,882	百万円 +463	+6.2%	百万円 +612	+8.4%
営業利益	989	953	▲36	▲3.7%	+183	+23.8%
売上高営業利益率	13.3%	12.1%	▲1.2P	-	+1.5P	-
経常利益	999	1,004	+4	+0.5%	+234	+30.4%
四半期純利益	671	663	▲8	▲1.3%	+133	+25.1%

減価償却費	526	503
原材料費	886	1,015
設備投資額	260	303
(うち 金型)	124	127
EBITDA	1,516	1,456
EBITDAマージン	20.4%	18.5%

# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 地域別グループ企業業績

百万円

日本	2020年 第2四半期	2021年 第2四半期	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	5,856	5,976	+120	+2.1%	+409	+7.3%
営業利益	791	737	▲53	▲6.8%	+110	+17.6%
営業利益率	13.5%	12.3%	▲1.2P	-	+1.1P	-

- ・受注は回復基調
- ・新規案件獲得増やリピート注文増により売上拡大
- ・環境対応容器も売上に寄与
- ・昨年寄与した衛生関連用品減少
- ・利益減少要因  
労務費、人件費関連増

中国	2020年 第2四半期 ¥15.38/RMB	2021年 第2四半期 ¥16.67/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,559 (101)	1,783 (106)	+223 (+5)	+14.3% +5.5%	+181 (+6)	+11.3% +6.8%
営業利益	263 (17)	239 (14)	▲24 (▲2)	▲9.2% ▲16.3%	+67 (+3)	+39.5% +33.9%
営業利益率	16.9%	13.4%	▲3.5P	-	+2.7P	-

- ・新規案件獲得が増加
- ・昨年の生産活動の停止、縮小の影響はなく売上は増加
- ・円安による円換算額増
- ・利益減少要因  
社会保険料軽減措置の撤廃  
原材料価格の上昇

※（）内はRMBベース:百万元

その他地域	2020年 第2四半期 ¥108.23/US\$ ¥119.31/€ ¥1.47/INR ¥3.43/TB	2021年 第2四半期 ¥107.82/US\$ ¥129.89/€ ¥1.48/INR ¥3.50/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	114	253	+139	+121.5%	+167	+194.6%
営業利益	▲68	▲25	+43	-	▲1	-

### アメリカ

- ・既存取引先を中心に販売が好調

### インド

- ・売上は計画を上回る
- ・既製品ラインナップ拡充中

### オランダ

- ・売上は計画通り推移
- ・今後は環境対応容器の拡充、多種即納体制を整備

# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 製造原価の内訳について

	2019年12月期 第2四半期		2020年12月期 第2四半期		2021年12月期 第2四半期	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	7,840	100.0	7,419	100.0	7,882	100.0
商品及び製品売上高	7,778	99.3	7,380	99.5	7,830	98.3
商品及び製品売上原価	5,344	68.2	4,786	64.5	5,287	67.1
商品及び製品仕入高	2,186	27.9	1,848	24.9	2,045	25.9
製造原価	3,157	40.3	2,937	39.6	3,242	41.1
材料費	987	12.6	886	11.9	1,015	12.9
労務費	1,139	14.5	1,094	14.7	1,244	15.8
経費	1,043	13.3	974	13.1	986	12.5
売上総利益	2,428	30.1	2,522	34.0	2,552	32.4

※2021年12月期の材料購入単価は日本国内では2020年並み水準を想定するも、社内生産量増加を想定し材料費全体は増加を見込む

## 為替感応度について

1円円安となった場合の営業利益の影響額

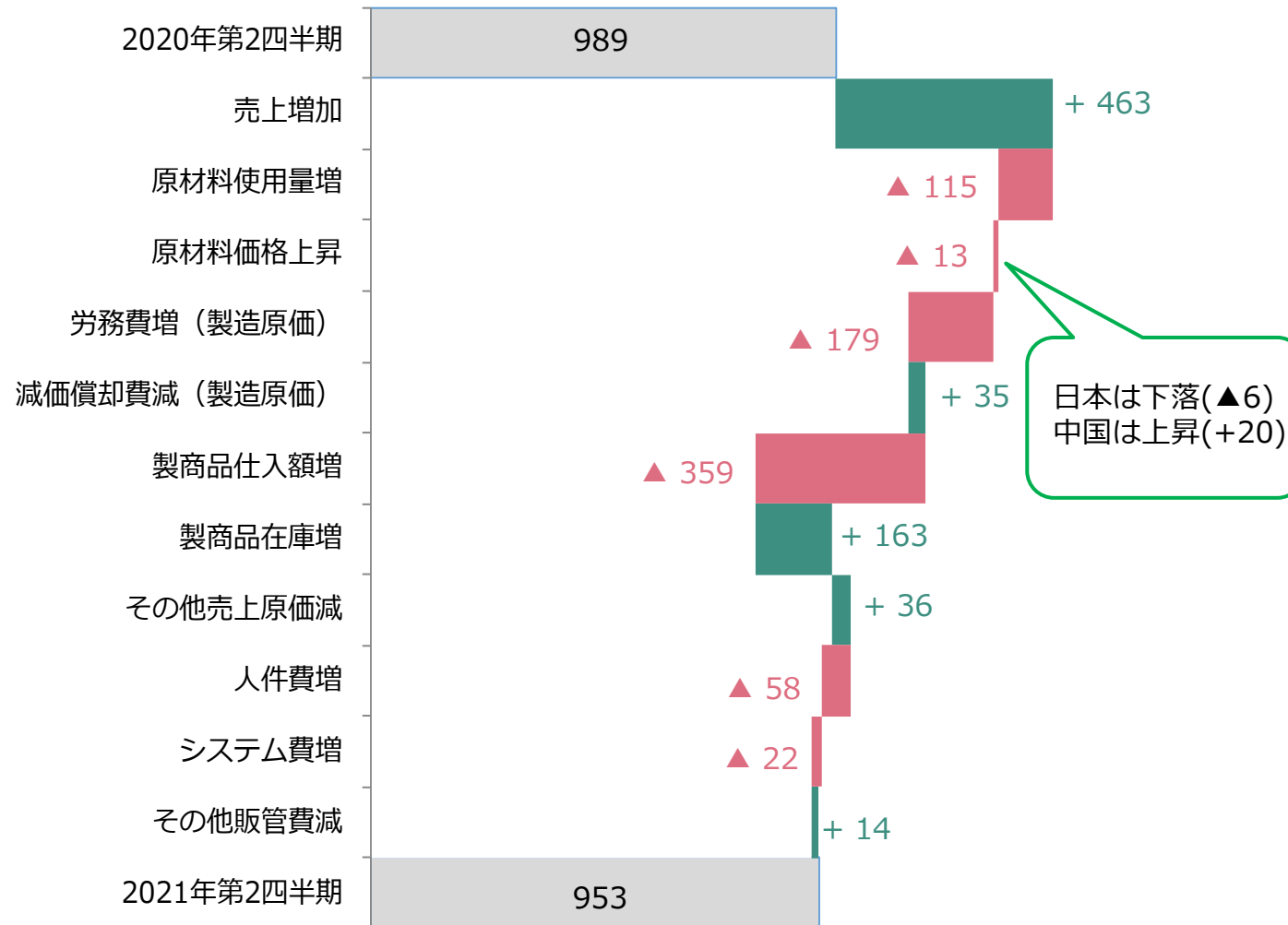
	想定為替レート	営業利益影響額
対人民元	15.0円	+22百万円
対米ドル	105.0円	△11百万円

- 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、米子会社の規模が小さいため、日本での原材料調達額への影響が相対的に大きい

# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 2021年12月期第2四半期 営業利益の変動分析

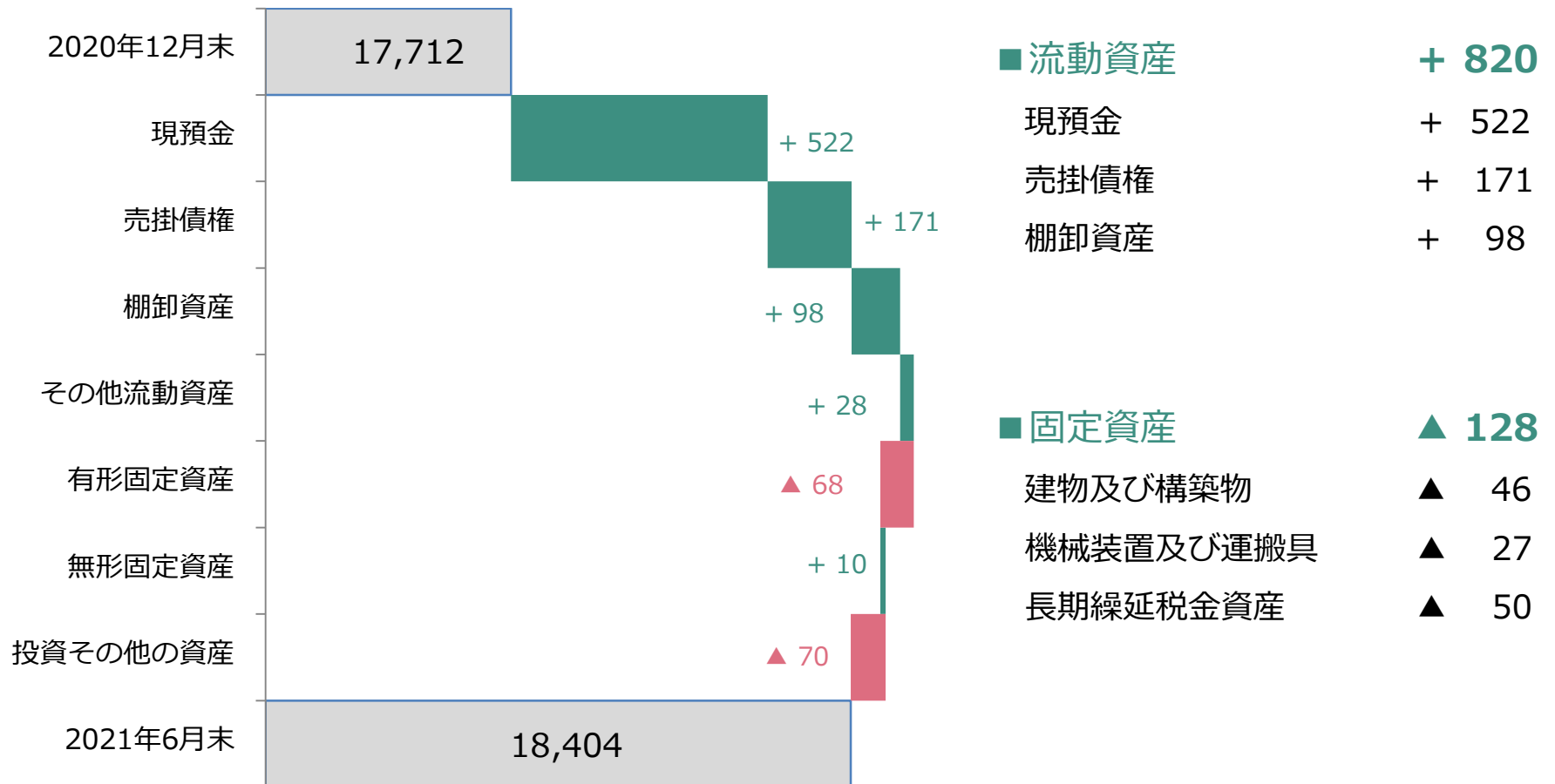
単位：百万円



# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

2021年12月期第2四半期 連結貸借対照表 資産の部

単位：百万円

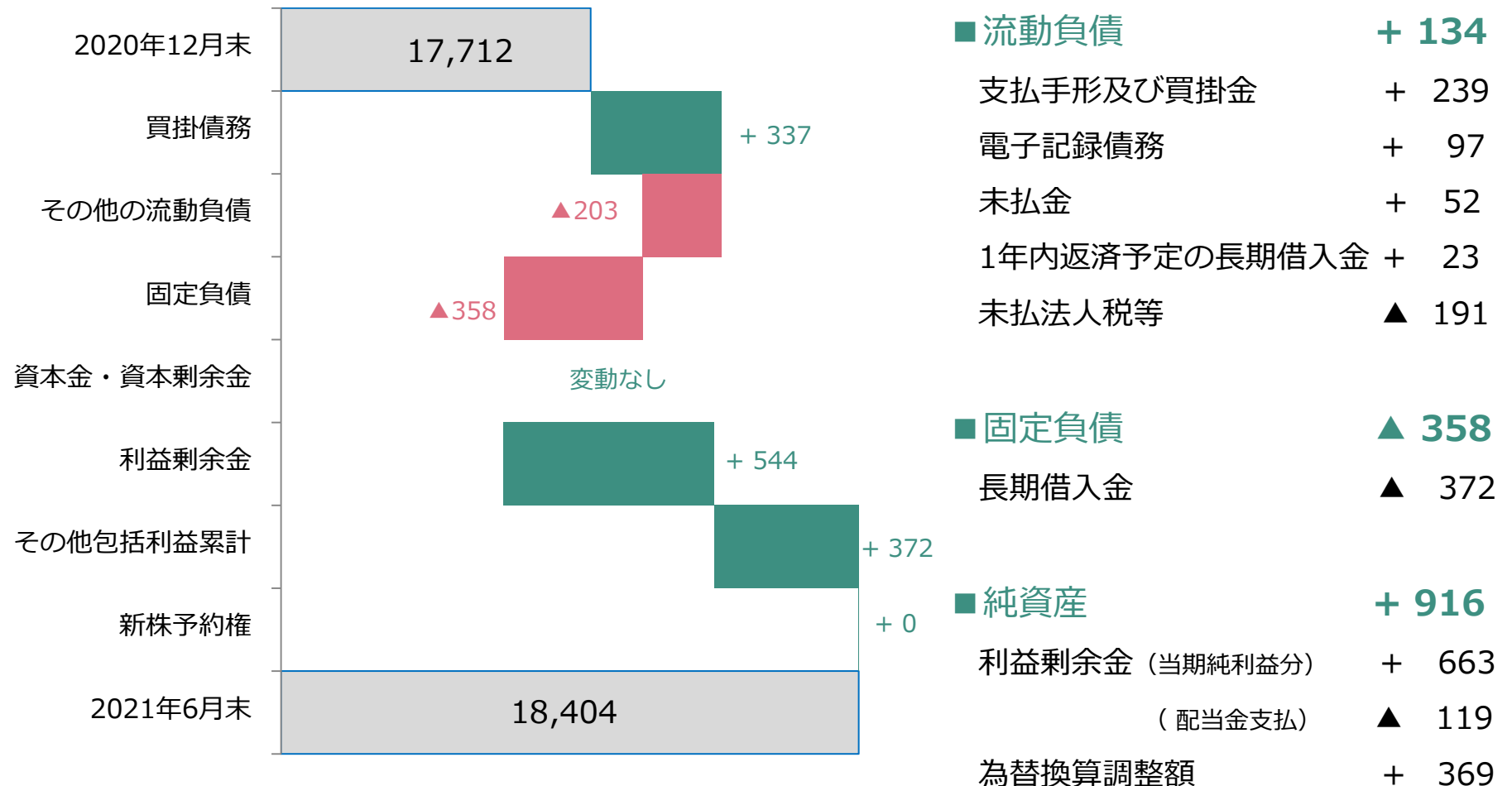




# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

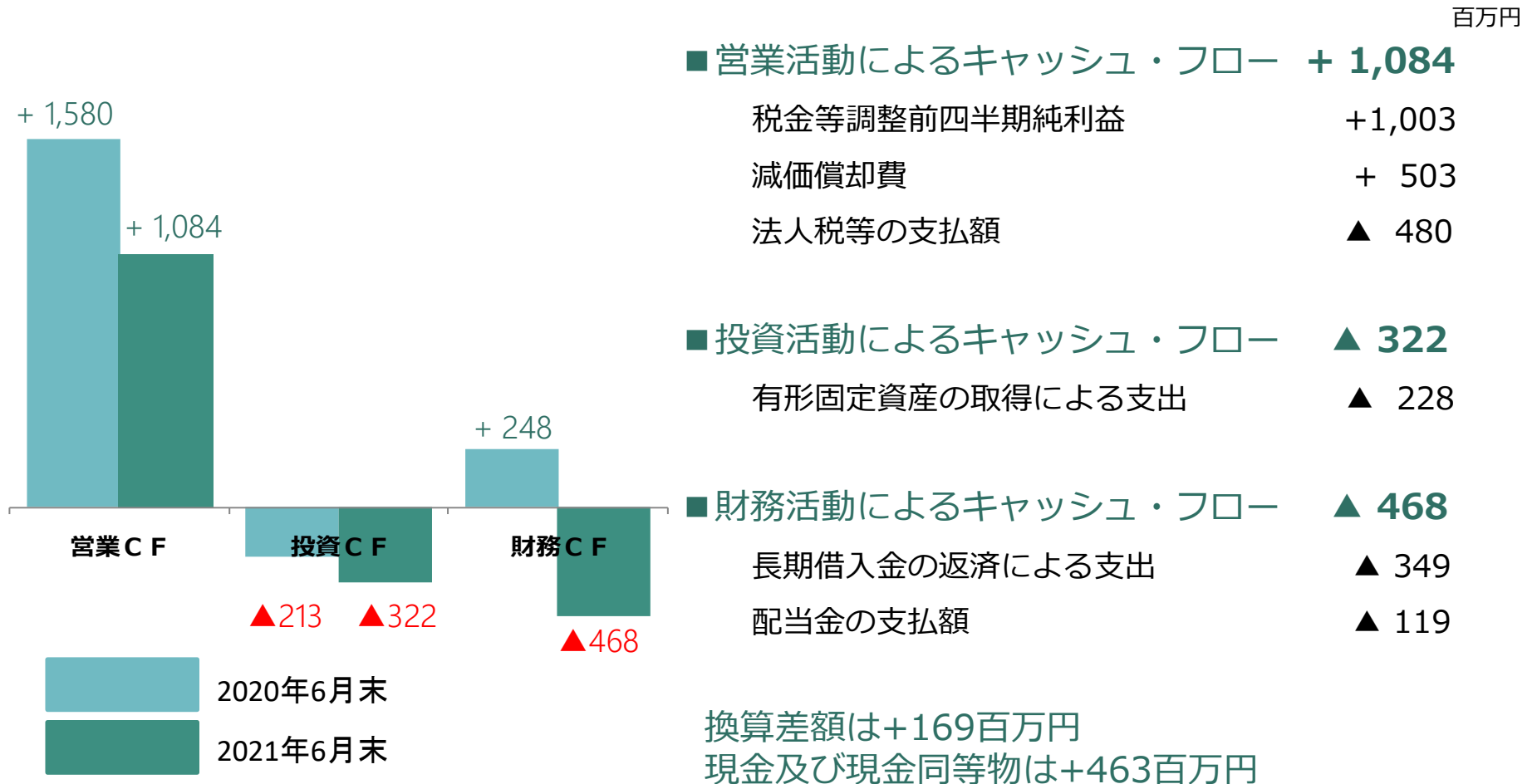
2021年12月期第2四半期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

単位：百万円



# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

2021年12月期第2四半期 連結キャッシュ・フローの増減



# 1. 2021年12月期第2四半期業績概要

## 配当政策

当社は、財務基盤につき一定の安定性を確保したことや株主還元の更なる充実を図る観点から、2021年12月期より**配当性向**を以前の20%以上から**30%以上**とすることを目標として利益還元を実施していくことを新たな方針といたしました

この結果、年間配当金額を10円増配することとし、2021年6月末の株主に対する中間配当金を1株につき14.50円とすることにいたしました

	2020年12月期	2021年12月期計画
中間配当金	9.50円	14.50円（修正）
期末配当金	9.50円	14.50円（修正）
年間配当金	19.00円	29.00円（修正）
親会社株主に帰属する 当期純利益	490百万円	1,130百万円
配当性向	48.5%	32.1%

# 資料構成

1. 2021年12月期第2四半期業績概要

2. 当社の将来ビジョン

3. 参考資料



## 2. 当社の将来ビジョン

### 2030年ビジョン（サマリー）

1. スタンダードボトルを中心に、アジア、欧米で販売を伸長させ、連結で300億円の売上を目指す
2. 化粧品販売を手がけるお客様の容器へのニーズは、ブランドを表現する容器を必要な時に、必要な数だけ調達できることである  
この要望に応えるため、当社の定量的見通しは金型保有数5,740型、在庫数5,500製品(種類)である
3. 環境に配慮した容器へのニーズが高まっている  
カーボンニュートラル、サーキュラーエコノミーに配慮した新製品開発の推進により環境対応容器の売上比率として90%超を想定

## 2. 当社の将来ビジョン

### 竹本容器の使命

生活上必要不可欠な容器

— カタチ（容）あるウツワ（器） —

をつうじて、顧客の商品である内容物の価値を安全に包み、  
さらにその価値と個性化を高め「世界の器文化に貢献」する



（写真は2021年4月にリニューアルオープンした合羽橋ショールーム）

## 2. 当社の将来ビジョン

### 基本戦略

商品ライフサイクルの短命化に伴い、顧客独自の容器開発は制限されている  
 そのような顧客のニーズに応じるため

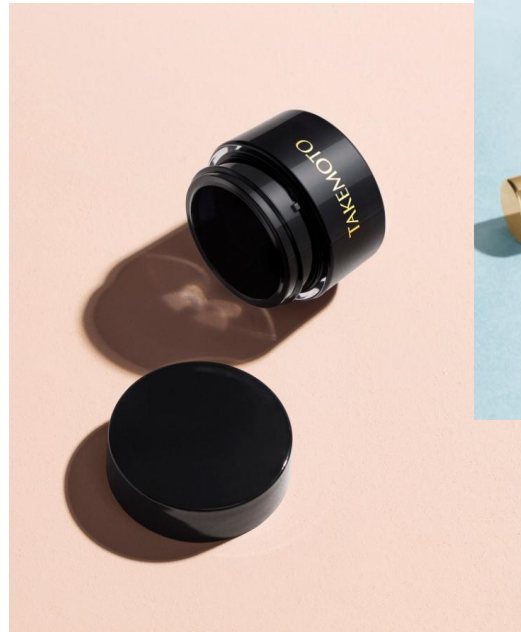
- ① スタンダードボトルの開発
- ② カスタマイズボトル・ファクトリーの拡大
- ③ Standoutなパッケージングソリューションの創造  
 を目指している

当社のKPIとしては、2030年に  
 グループで以下を目標とします

顧客数（年間取引社数）	7,500社
金型保有数	5,740型
在庫数	5,500製品

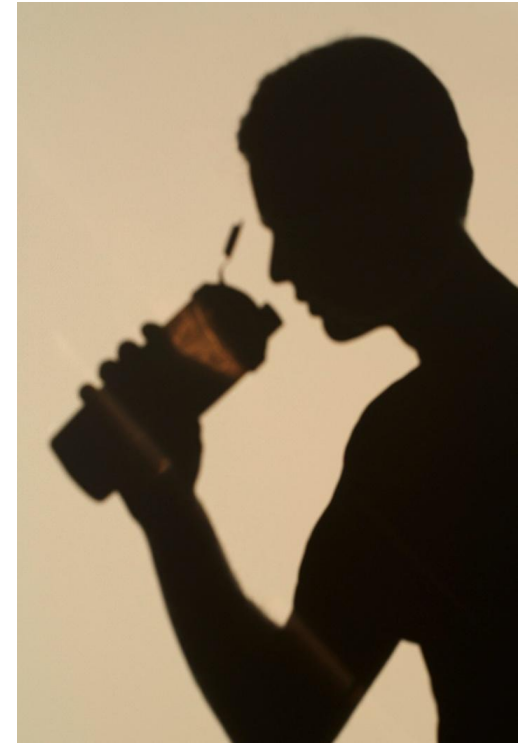
また、カーボンニュートラル、サーキュラーエコノミーに配慮した新製品開発の推進により2030年の環境対応容器の売上比率として90%超を想定

■ 化粧品





■ 食品



■ 日用品



## 2. 当社の将来ビジョン

### 【当社の区分別販売実績】

	区分	2021年第2四半期	
		金額(百万円)	構成比(%)
販売先の 主要事業内容 ごと	化粧・美容	4,454	56.5
	日用・雑貨	481	6.1
	食品・健康食品	708	9.0
	化学・医薬	488	6.2
	卸、その他	1,749	22.2
	合計	7,882	100.0
	製商品の 内訳ごと	スタンダードボトル	5,772
ビスポーク		719	9.1
他社製品		1,262	16.0
材料その他		128	1.7
合計		7,882	100.0
地域別 ごと	日本	5,976	75.8
	中国	1,783	22.6
	欧米	166	2.1
	その他アジア	87	1.1
	連結合計(連結消去後)	7,882	100.0

P36～P37に2019年以降の四半期データを記載しております

## 2. 当社の将来ビジョン

### 日本の化粧品・トイレタリー向け容器市場

- ・お客様ニーズに対応可能なスタンダードボトルの利用は拡大すると想定

化粧品・トイレタリー 向け容器市場		成長率	うち、 スタンダードボトル市場		成長率
2020年	2030年		2020年	2030年	
2,000億円(※)	2,300億円	+15%	440億円	700億円	+59%

(※)2008年から2020年までの成長率は33%の伸び

当社推計

### KPIと売上見通し

- ・WEBを活用した情報発信強化による顧客数増、TOGETHER LAB活用により一顧客当たり案件数増、を図る
- ・お客様のニーズに対応したスタンダードボトルの拡充と短納期のさらなる実現
- ・環境対応製品や機能性製品の拡充で販売増を目指す

KPI	2020年 (現在)	2030年 (目標)	2020年 売上高 (実績)	2030年 売上高 (目標)	成長率
顧客数 (年間取引社数)	3,900社	4,500社	116億円	200億円	+72%
金型保有数	2,319型	3,000型			
在庫数	1,437製品	2,500製品			

## 2. 当社の将来ビジョン

### 中国市場の化粧品市場

化粧品市場規模		成長率
2019年	2024年	
5.0兆円	8.1兆円	+60%

#### 成長著しい中国の化粧品市場での取組み

- ①新たな地域に第三工場設立し商圈を拡大
- ②商圈拡大による顧客基盤拡大(3倍強)
- ③品揃えをさらに拡大(2倍)
- ④在庫販売による多種即納体制

2030年までに売上高は倍増の70億円を目指す

出所) 化粧品市場規模はEUROMONITER INTERNATIONAL2019を元に推計

※ 化粧品市場はスキンケア、サンケア、カラーコスメティクス、フレグランスカテゴリーの合計  
各国、地域の現地通貨ベースを2019年平均レートで円換算

### KPIと売上見通し

KPI	2020年 (現在)	2030年 (目標)	2020年 売上高 (実績)	2030年 売上高 (目標)	成長率
顧客数 (年間取引社数)	463社	1,500社	31億円	70億円	+126%
金型保有数	1,109型	2,040型			
在庫数	—	500製品			

## 2. 当社の将来ビジョン

### 欧米市場の化粧品市場

化粧品市場規模		成長率
2019年	2024年	
11.1兆円	10.6兆円	▲ 4%

#### 巨大な欧米市場での取組み

- ①WEBによる顧客基盤拡大(16倍強)
- ②スタンダードボトルビジネスの展開に必要な品揃えの拡充(金型保有数5倍)
- ③2000品目の在庫による多種即納体制  
2030年までに売上高17億円を目指す

出所) 化粧品市場規模はEUROMONITER INTERNATIONAL2019を元に推計

※ 化粧品市場はスキンケア、サンケア、カラーコスメティクス、フレグランスカテゴリーの合計  
各国、地域の現地通貨ベースを2019年平均レートで円換算

### KPIと売上見通し

KPI	2020年 (現在)	2030年 (目標)	2020年 売上高 (実績)	2030年 売上高 (目標)	成長率
顧客数 (年間取引社数)	49社	800社	1.8億円	17億円	9倍
金型保有数	23型	100型			
在庫数	—	2,000製品			

## 2. 当社の将来ビジョン

### インド市場の化粧品市場

化粧品市場規模		成長率
2019年	2024年	
0.4兆円	0.5兆円	+20%

#### 将来有望なインド市場での取組み

- ①ローカルの顧客基盤拡大(8倍強)
- ②スタンダードボトルビジネスの展開に必要な品揃えの拡充(金型保有数6倍)
- ③在庫販売を開始し多種即納体制を実現  
2030年までに売上高13億円を目指す

出所) 化粧品市場規模はEUROMONITOR INTERNATIONAL2019を元に推計

※ 化粧品市場はスキンケア、サンケア、カラーコスメティクス、フレグランスカテゴリーの合計  
各国、地域の現地通貨ベースを2019年平均レートで円換算

### KPIと売上見通し

KPI	2020年 (現在)	2030年 (目標)	2020年 売上高 (実績)	2030年 売上高 (目標)	成長率
顧客数 (年間取引社数)	82社	700社	0.7億円	13億円	18倍
金型保有数	93型	600型			
在庫数	—	500製品			

## 2. 当社の将来ビジョン サステナビリティの取組み

### 2015年12月パリ協定以降の世界の流れ

気候変動（地球温暖化）の抑制を目的として、温室効果ガス排出量と森林などによる吸収量のバランスが取れたカーボンニュートラルを目指す



SDGsは2015年に国連が掲げた持続可能な開発目標です

### 世界の温室効果ガス排出の約半分がエネルギー由来という現状への対応

化石燃料からのエネルギーを減らし、再生可能エネルギーに置き換えていく  
エネルギー由来以外の領域でカーボンニュートラルを実現するために、  
資源を循環させる仕組みを持った経済に移行

## ➡ 『サーキュラーエコノミー（循環経済）』への転換

### 海外有力メーカーの2030年までのサステナビリティへの目標例：

#### 化粧品

- ・ 温室効果ガス排出量 **50%** 削減、自社製品からの排出量を **25%** 減
- ・ プラスチック容器素材をすべてリサイクルかバイオベースにする
- ・ 容器の質を2019年比 **20%** 削減

#### 化粧品・トイレタリー

- ・ 容器を **100%** リサイクル可能または再利用可能にする
- ・ 化石燃料由来の容器を **50%** 削減
- ・ 温室効果ガス排出量を **50%** 削減

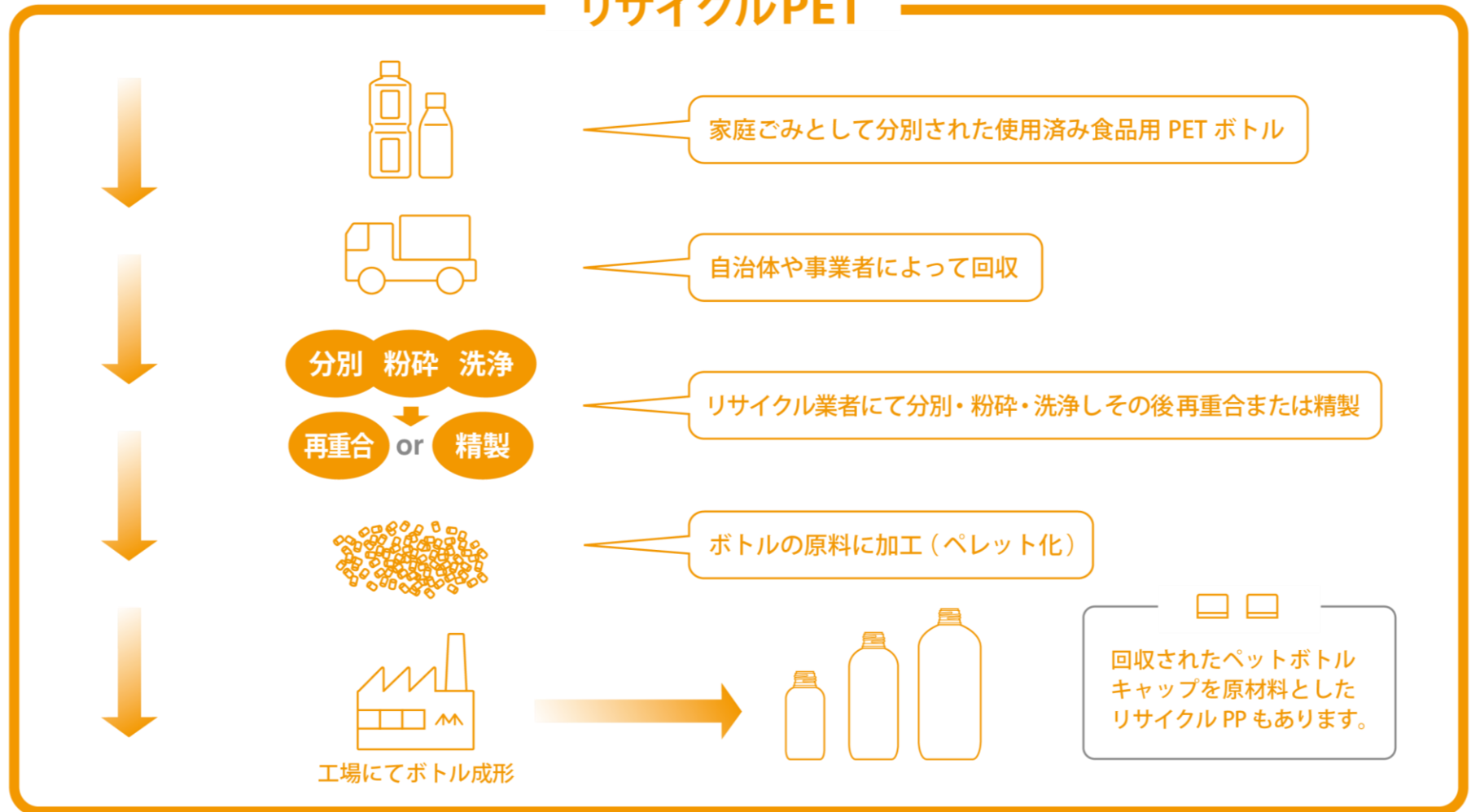


## 2. 当社の将来ビジョン

### プラスチック容器のリサイクルとは

限りある資源を有効活用し、持続可能な循環経済の取組みの一つです

### リサイクルPET



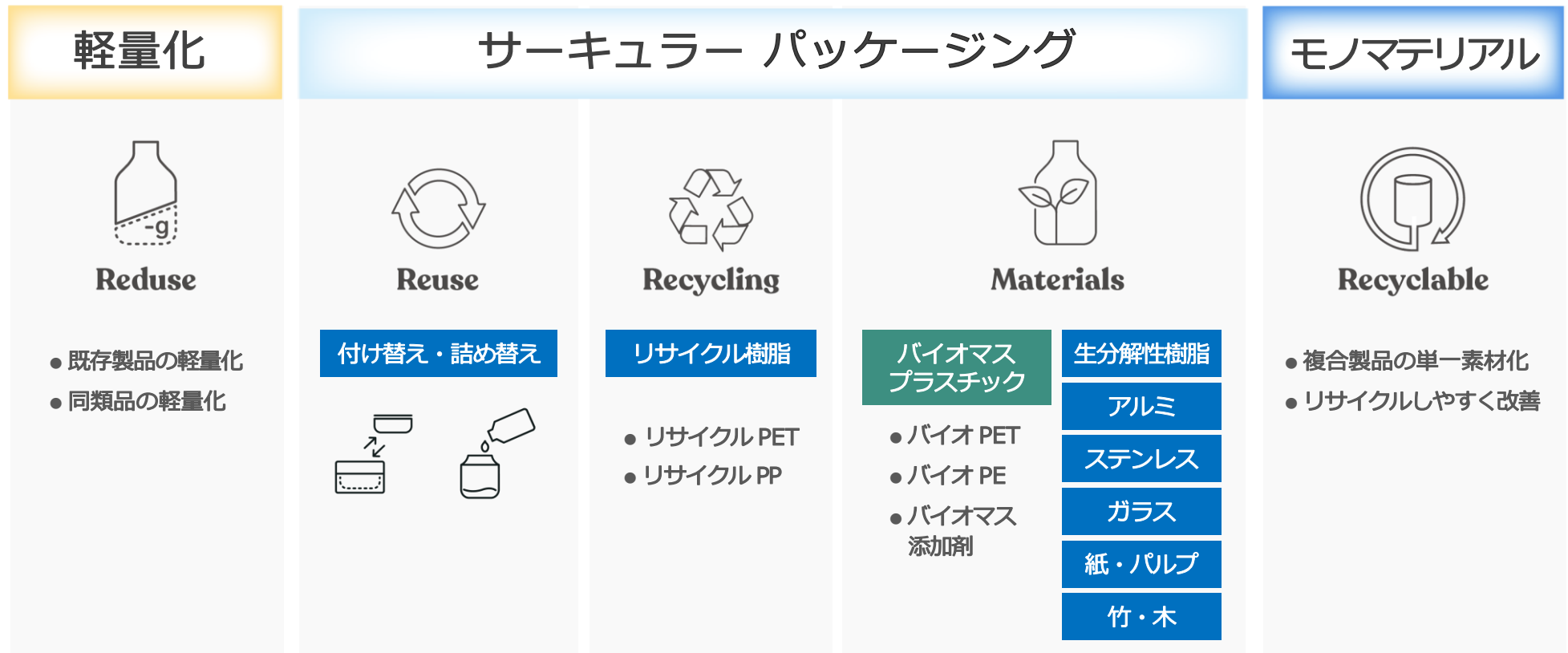
## 2. 当社の将来ビジョン

### サステナビリティの取組み

2030年には環境に配慮した容器の売上比率は90%超に到達すると想定



## Circular packaging



… 軽量化マイルストーン対象

… サーキュラーパッケージングマイルストーン対象

… バイオマス化マイルストーン対象

# 資料構成

1. 2021年12月期第2四半期業績概要

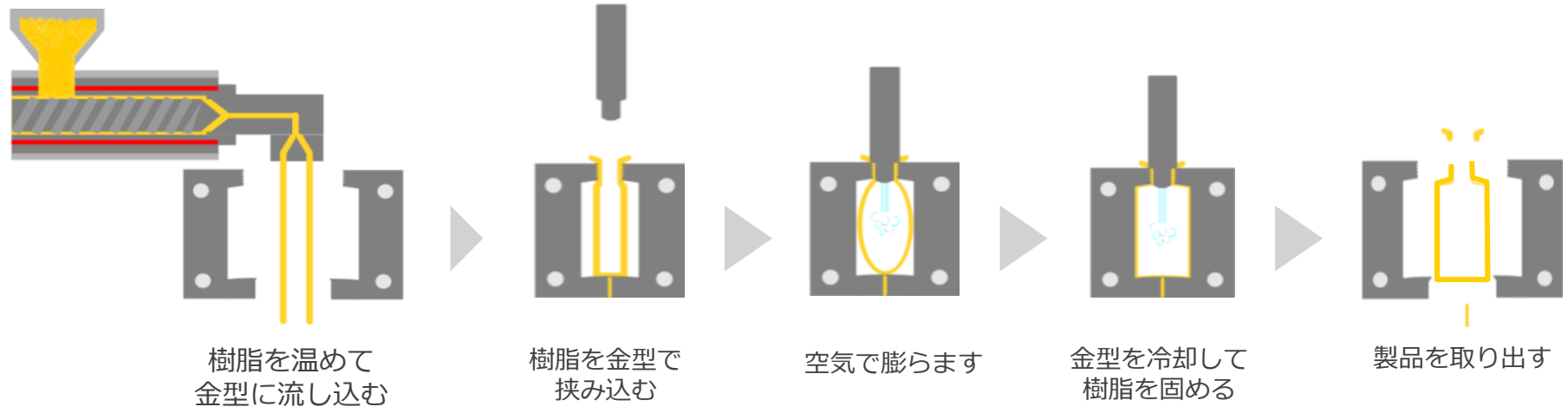
2. 当社の将来ビジョン

3. 参考資料

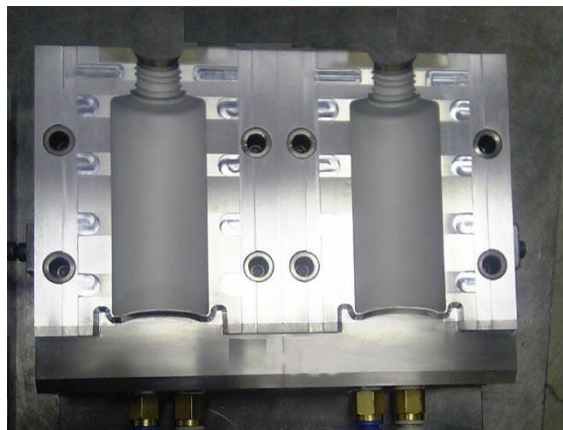


### 3. 参考資料：当社の概要

#### プラスチック製容器の製造工程



#### 金型の実物



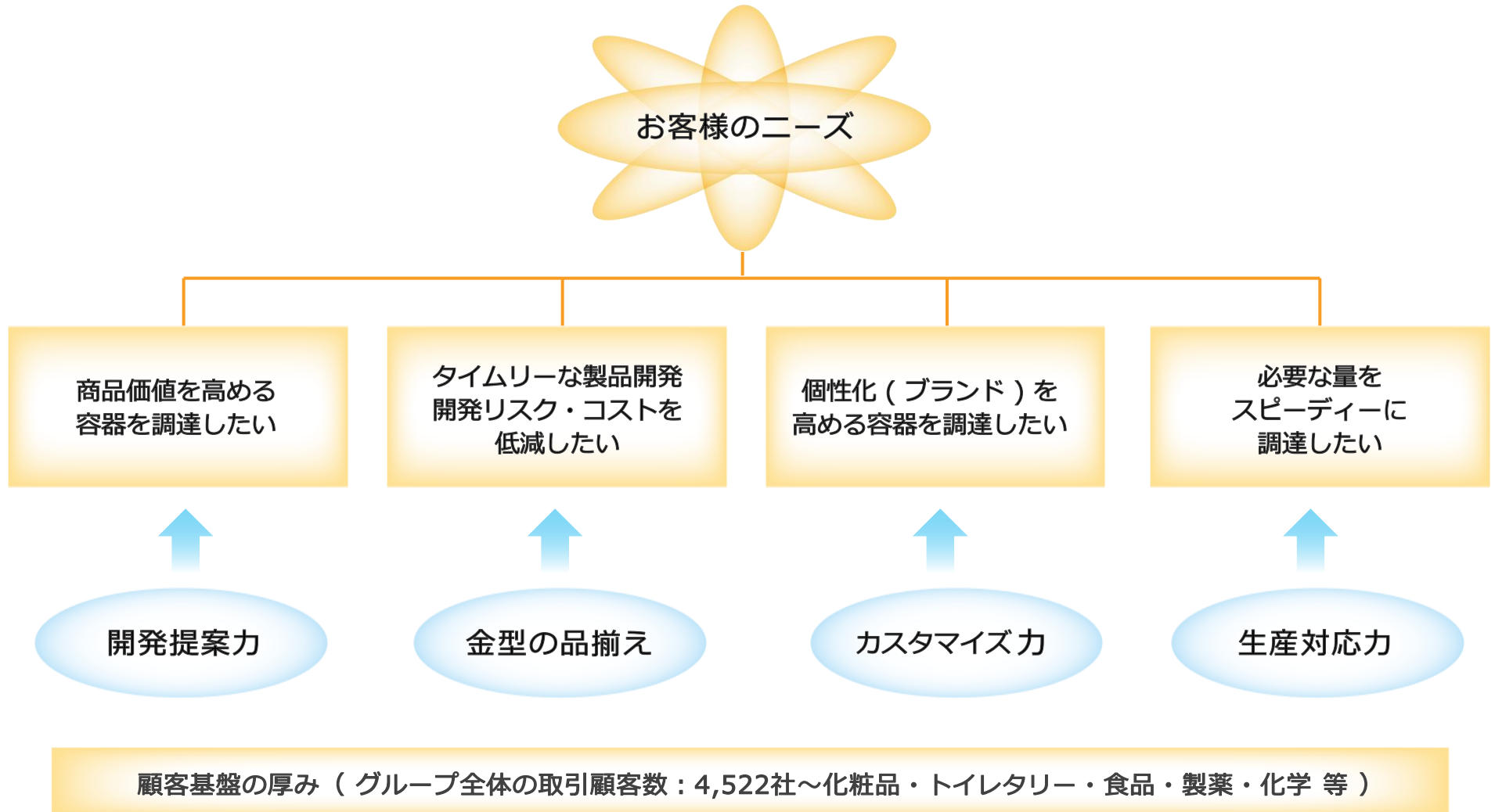
#### 用語の定義

容器の名称	金型の所有者
スタンダードボトル	容器製造会社（竹本容器）
ビスポーク※	お客様（化粧品会社等）

※旧 カスタムボトル

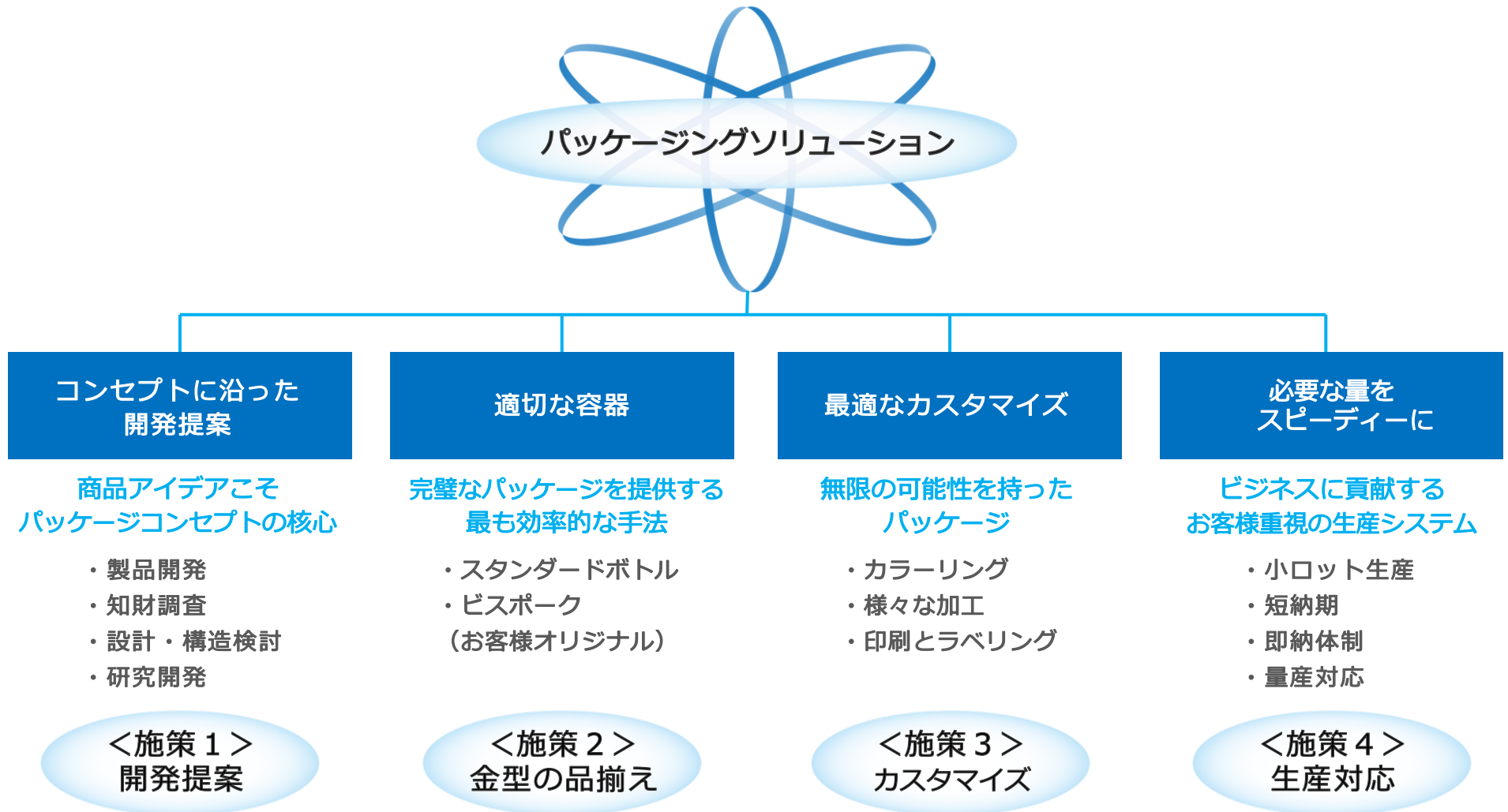
### 3. 参考資料：当社の概要

化粧品メーカー、食品メーカー等のニーズにお応えするために、  
4つの施策を実行しております



### 3. 参考資料：当社の概要

当社はパッケージングソリューション・プロバイダーとして、お客様の商品の価値を高める解決策を提供しています



### 3. 参考資料：当社の概要

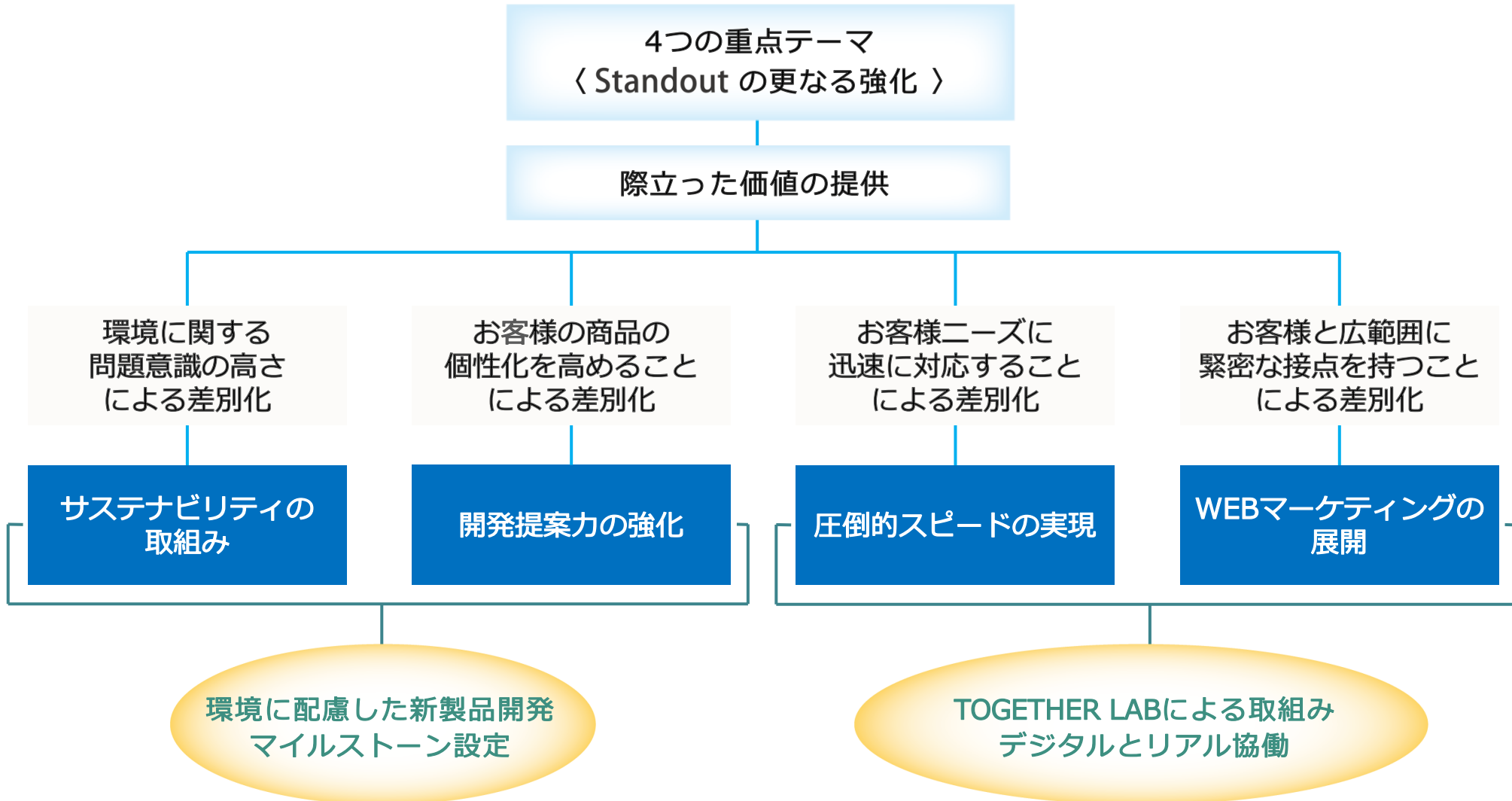
当社の最大の特徴は、4つの施策（差別化戦略）を開発、製造、販売を社内で一貫して行なうことでバリューチェーンを形成していることです  
 市場環境の変化に機敏に対応し、お客様にスピーディー且つ最適なソリューションを提供する体制をさらに強化するための取組みが TOGETHER LABやWEBマーケティングの活用（後述）です



**TOGETHER LAB・WEBマーケティングの活用によって更に強化**

### 3. 参考資料：中期計画 4つの重点テーマ

厳しい外部環境を踏まえ、従来から掲げてきた重点テーマを押し進めることで、他社との差別化要素をさらに強化する方針です





### 3. 参考資料：中期計画 拠点ごとのテーマ

各拠点ごとの取組み（グローバル戦略マトリックス）において  
 中国における環境認識に関する変化を踏まえ「サステナビリティの取組み」を重点テーマに加えました

	主要な重点テーマ				ローカル設定テーマ	
	サステナビリティ の取組み	開発提案力 の強化	圧倒的 スピードの 実現	WEB マーケティング の展開	スタンダード 製品の拡充	多業種への 容器開発
日本	●	●	●	●		●
中国	●	●	●	●		
インド					●	
オランダ USA・タイ	●			●		

### 3. 参考資料

#### 中期計画（2021～2023）

	2021(計)	2022(計)	2023(計)
	百万円	百万円	百万円
売上高	15,080	15,770	16,540
営業利益	1,640	1,740	1,890
売上高 営業利益率	10.9%	11.0%	11.4%
経常利益	1,645	1,740	1,890
当期純利益	1,130	1,190	1,320
減価償却費	1,030	1,156	1,234
設備投資額	1,846	1,088	1,526
(うち 金型)	387	459	459
EBITDA	2,670	2,896	3,124

#### 前提条件

- プラスチック原材料: 2021年は2020年下期をボトムに価格上昇を想定、2020年との通期平均比較では価格横ばい
- 為替レート: 15.0円/元、105円/ドルで想定

#### 中期計画数値のポイント

##### <国内>

- ・ 2021年の日本国内の包装容器需要は2020年と同水準を想定
- ・ 環境ニーズの高まりに対応するためサステナビリティへ向けた容器開発を推進
- ・ Standoutを一層強化するためのTOGETHER LAB設置
- ・ 顧客の利便性を高めるためのWEBマーケティングの強化
- ・ 生産効率を向上させるための自動化などへの投資を継続

##### <中国>

- ・ 化粧品需要は中期的に拡大予想
- ・ 将来的な供給量増加への対応のため、2023年の第三工場立上を想定
- ・ 生産効率を向上させるための自動化などへの投資を継続

##### <欧米、インド>

- ・ アメリカ市場、オランダ市場、インド市場は引き合いのある案件を着実に売上に結び付ける
- ・ 品揃え強化によって既存需要の取込み拡大を図る

### 3. 参考資料

#### 中期計画（2021～2023）地域別グループ企業計画

百万円

	2020(実績)	2021(計)	2022(計)	2023(計)		
日本	売上高	11,651	11,634	12,082	12,584	日本：国内容器需要は拡大を想定 市場変化にも対応しシェア拡大も図る サステナビリティへ向け 機能性やデザイン性を有したスタンダード ボトル開発を継続 2021年は売上横ばいも費用増加で 営業減益
	(増減)	▲90	▲17	+448	+502	
	営業利益	1,429	1,356	1,408	1,497	
	(利益率)	12.3%	11.7%	11.7%	11.9%	
中国	売上高	3,149	3,218	3,469	3,649	中国：中国国内市場の拡大を踏まえ、 営業体制の強化を図り売上伸張を 見込む 2021年は社会保険料軽減策の終了と 原材料価格上昇による費用増により 営業利益は減益を想定
	(増減)	▲289	+69	+251	+180	
	営業利益	472	343	364	386	
	(利益率)	15.0%	10.7%	10.5%	10.6%	
その他	売上高	294	372	478	579	インド：品揃えの充実継続と顧客層 増加により売上金額拡大を計画 2023年に営業利益黒字化を目指す
	(増減)	+60	+78	+106	+101	
	営業利益	▲130	▲53	▲23	15	
	(利益率)	- %	- %	- %	2.6 %	

※ 上記数値は所在地別のグループ会社業績であり、地域別セグメントとは一致しません

### 3. 参考資料

#### 地域別グループ企業業績

(百万円)

地域		2019年 第1四半期	2019年 第2四半期	2019年 第3四半期	2019年 第4四半期	2020年 第1四半期	2020年 第2四半期	2020年 第3四半期	2020年 第4四半期	2021年 第1四半期	2021年 第2四半期
日本	売上高	3,120	3,011	2,982	2,627	2,814	3,042	2,885	2,909	2,890	3,086
	粗利額	919	1,012	961	835	928	1,076	1,001	910	997	981
	営業利益	329	389	353	205	315	475	423	215	410	327
中国	売上高	865	849	923	800	604	954	852	736	871	911
	粗利額	259	242	270	230	177	337	270	208	254	282
	営業利益	121	92	130	89	56	207	132	76	112	126
欧米	売上高	47	36	42	37	50	32	50	50	61	105
	粗利額	12	8	14	6	11	8	9	12	13	21
	営業利益	▲11	▲15	2	▲6	▲3	▲4	▲1	▲0	0	7
その他 アジア	売上高	13	12	28	14	8	22	21	57	38	48
	粗利額	▲8	▲16	▲10	▲14	▲8	▲10	▲13	▲7	▲2	3
	営業利益	▲29	▲37	▲33	▲46	▲30	▲30	▲33	▲25	▲20	▲13
連結	売上高	3,981	3,859	3,919	3,435	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079
	粗利額	1,182	1,246	1,235	1,062	1,110	1,412	1,264	1,125	1,263	1,288
	営業利益	410	428	451	247	340	649	521	267	503	450

### 3. 参考資料

#### 区分別販売実績(販売先の主要事業内容ごと)

(百万円)

	2019年 第1四半期	2019年 第2四半期	2019年 第3四半期	2019年 第4四半期	2020年 第1四半期	2020年 第2四半期	2020年 第3四半期	2020年 第4四半期	2021年 第1四半期	2021年 第2四半期
化粧・美容	2,415	2,221	2,279	1,886	1,955	2,154	2,006	2,031	2,054	2,399
日用・雑貨	189	167	175	172	209	263	250	295	249	232
食品・健康食品	351	339	341	353	280	351	365	349	352	356
化学・医薬	187	194	221	209	187	240	235	243	243	244
卸、その他	837	936	901	814	791	983	890	776	903	845
合計	3,981	3,859	3,919	3,435	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079

#### 区分別販売実績(製商品の内訳ごと)

(百万円)

	2019年 第1四半期	2019年 第2四半期	2019年 第3四半期	2019年 第4四半期	2020年 第1四半期	2020年 第2四半期	2020年 第3四半期	2020年 第4四半期	2021年 第1四半期	2021年 第2四半期
スタンダード ボトル	2,933	2,867	2,933	2,550	2,611	3,014	2,763	2,725	2,791	2,980
ビスポーク	344	398	365	334	288	373	371	357	352	366
他社製品	629	523	537	484	472	551	567	567	583	679
材料その他	73	69	82	65	53	54	44	46	75	52
合計	3,981	3,859	3,919	3,435	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079

### 3. 参考資料

#### 受注実績

(百万円)

	2019年 第1四半期	2019年 第2四半期	2019年 第3四半期	2019年 第4四半期	2020年 第1四半期	2020年 第2四半期	2020年 第3四半期	2020年 第4四半期	2021年 第1四半期	2021年 第2四半期
国内	2,845	2,742	2,588	2,766	3,439	3,184	2,916	3,037	3,380	3,474
海外	986	795	1,194	989	741	1,058	1,008	921	996	1,006
(うち中国)	950	739	1,133	927	656	1,008	922	803	875	869
連結合計	3,832	3,538	3,782	3,755	4,181	4,243	3,924	3,959	4,376	4,480

#### 為替レート(PL使用レート)

	2019年 第1四半期	2019年 第2四半期	2019年 第3四半期	2019年 第4四半期	2020年 第1四半期	2020年 第2四半期	2020年 第3四半期	2020年 第4四半期	2021年 第1四半期	2021年 第2四半期
円/元	16.33	16.20	15.89	15.78	15.59	15.38	15.37	15.48	16.38	16.67
円/米ドル	110.22	110.06	109.12	109.03	108.86	108.23	107.55	106.76	106.09	107.82
円/ユーロ	125.16	124.32	122.62	122.03	120.08	119.31	120.93	121.88	127.81	129.89
円/ルピー	1.57	1.58	1.57	1.56	1.51	1.47	1.46	1.45	1.47	1.48
円/バーツ	3.49	3.49	3.49	3.52	3.48	3.43	3.41	3.42	3.50	3.50

### 3. 参考資料

#### 金型開発状況 金型の資産状況

3,600型の保有金型のうち約9割は償却済み、収益の源泉であり財務効率に優れる

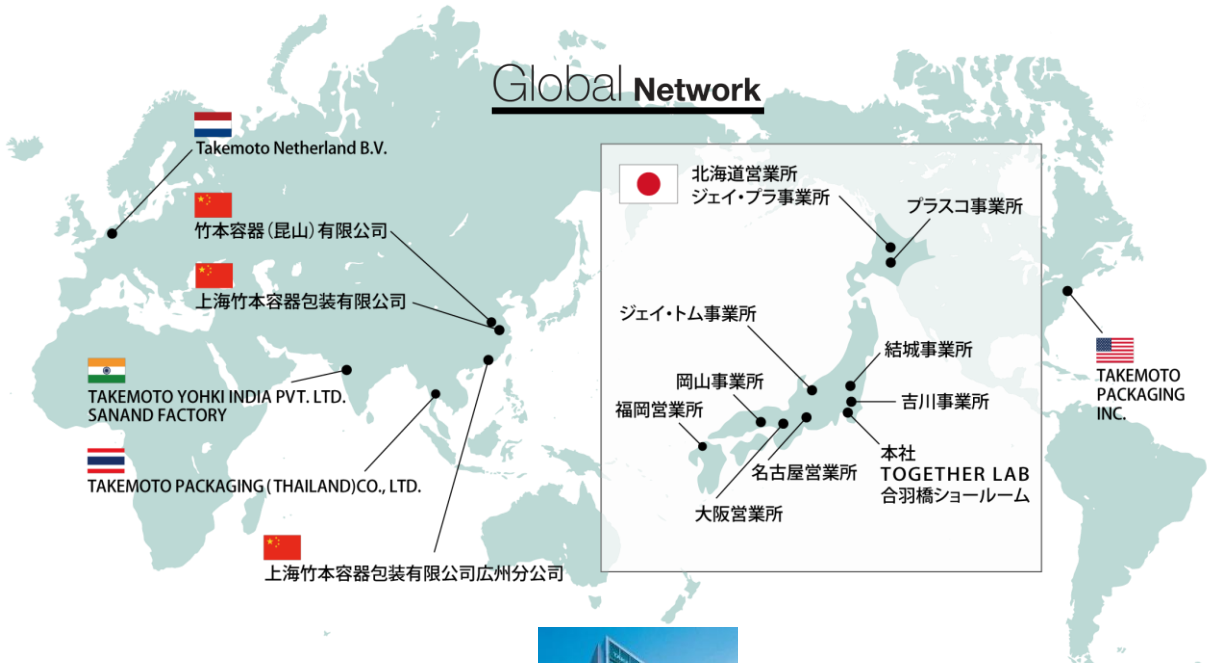
		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年 第2四半期	(金型数)
日本	完成金型数	100	152	123	59	97	36	
	廃却・移動	▲16	▲30	▲54	▲80	▲99	▲24	
	保有金型数	2,151	2,273	2,342	2,321	2,319	2,331	
中国	完成金型数	120	106	96	74	84	30	
	廃却・移動	18	▲22	9	7	▲159	7	
	保有金型数	914	998	1,103	1,184	1,109	1,146	
オランダ	完成金型数	-	-	-	19	4	-	
	廃却・移動	-	-	-	-	-	-	
	保有金型数	-	-	-	19	23	23	
インド	完成金型数	-	-	18	27	48	7	
	廃却・移動	-	-	-	-	-	-	
	保有金型数	-	-	18	45	93	100	
連結	保有金型	3,065	3,271	3,463	3,569	3,544	3,600	

連結	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年 第2四半期	(百万円)
取得金額	4,549	4,706	4,875	4,827	4,767	4,898	
減価償却累計額	▲3,945	▲4,048	▲4,147	▲4,175	▲4,276	▲4,390	
金型(純額)	603	657	727	651	490	508	
純額割合	13.3%	14.0%	14.9%	13.5%	10.3%	10.4%	



竹本容器株式会社  
代表取締役社長  
竹本 笑子



会社名 竹本容器株式会社  
Takemoto Yohki Co., Ltd.

設立年月 1953年5月19日 (昭和28年)

代表者 代表取締役社長 竹本 笑子

所在地 東京都台東区松が谷2丁目21番5号

事業内容 プラスチック製等の包装容器の製造及び販売

資本金 8億342万1,725円 (2021年6月30日現在)

発行済株式数 12,529,200株 (2021年6月30日現在)

単元株主数 8,356名 (2021年6月30日現在)

グループ従業員数 905名 (2021年6月30日現在)

上場市場 東京証券取引所市場第一部

[ 証券コード : 4248 ]

ホームページ <https://www.takemotopkg.com>



JQA-FC0115  
結城事業所  
食品用プラスチック  
容器の製造  
(印刷製品は除く)



JMAQA-F 477  
JMAQA-FC 376  
岡山事業所  
食品用プラスチック  
容器の製造



本社



合羽橋ショールーム



大阪営業所・ショールーム



福岡営業所・ショールーム



名古屋営業所・ショールーム



北海道営業所



TOGETHER LAB



本資料に掲載されている将来に関する記述の部分は、資料作成時において当社が各種情報により判断した情報ではありますが、その内容を当社として保証するものではありません。

予想数字等は、今後の経済情勢、市場動向等の変化による不確実性を含有しております。また、本資料は投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資を行う際は、ご自身のご判断で行って頂きますようお願い申し上げます。

すべては “ Standout ” な  
パッケージングソリューション  
創造のために