

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目ざして

2022年12月期決算説明会資料



竹本容器株式会社

(東証プライム市場 4248)

2023年2月16日

資料構成

1. 2022年12月期トピックス

2. 2022年12月期業績概要

3. 2030年ビジョンに向けた事業戦略

4. 中期計画及び2023年12月期見通し

5. 参考資料



1. 2022年12月期トピックス

通期業績総括 ①

【業績】

- 連結売上高は、148億85百万円（前年同期比5.6%減）
- 連結営業利益は、8億36百万円（前年同期比52.4%減）
- EBITDAは、18億31百万円（前年同期比33.8%減）

【特徴】

- 日本は、新型コロナまん延防止措置による影響、第7波、第8波による感染者数増加の影響などから、不透明感の払しょくに至らず、受注に勢いが出なかったことから売上高減少
- 中国は、ゼロコロナ政策に伴う3月下旬からのロックダウンの影響を受け、売上高が大幅に減少。下期も受注が低調に推移しており売上高の挽回に至らず
- インドは、化粧品市場のネット販売が急拡大した影響を受け、売上高は2億70百万円（前年同期比86.3%増）と拡大
- 資源循環型パッケージングは、リサイクルに適した素材の容器や付替・詰替容器の伸びが牽引し、売上高が13億85百万円(連結売上高の9.3%)と前年同期比16.0%増に拡大

1. 2022年12月期トピックス

通期業績総括 ②

【日本】

- 売上高については、新型コロナウイルス感染症による影響を、新製品提案や新規顧客の開拓等で補うことが出来ず、113億90百万円となり前年同期比5.1%減少
- 一方で、顧客の環境に関する問題意識の一層の高まりに加えて、当社の資源循環型パッケージングのラインナップ・品揃えの充実により、環境関連売上高が続伸
- 特に、リサイクル素材容器、バイオマス原料を活用した容器、軽量化容器、付替・詰替容器は、前年同期比19.9%増（国内ベース）
- コスト面では、資源高の影響から原材料費及び水道光熱費が増加し、原価率が前年同期比3.5ポイント上昇
- 営業利益については、諸経費の見直しなど販管費の抑制に取り組むも、粗利額減少の影響が大きく、9億22百万円(前年同期比37.9%減少)と減益に

1. 2022年12月期トピックス

通期業績総括 ③

【中国】

- 上海・昆山工場は3月下旬からロックダウンしていたが、5月上旬に昆山工場で生産を再開、6月に上海で営業活動の制限が緩和された。12月初旬のゼロコロナ政策解除後も消費行動が回復しなかったことから売上高挽回には至らず
- 昨年実施された化粧品条例の経過措置終了(※)に向けて、化粧品会社が既存在庫商品の販売に注力しており容器受注が減少
(※) 化粧品条例では成分表示等を厳格化しており、経過措置期間終了後は条例不適合の商品が販売禁止となる
- 売上高は、31億65百万円（人民元ベースの売上高で前年同期比21.9%減少、円安効果を加味した円換算ベースでも前年同期比10.7%減少）。また、生産量の減少から、工場稼働率が低下し、粗利が悪化。営業損失となる

【インド】

- 化粧品のネット販売が急拡大した影響に加えて、営業活動の推進により、当社の特徴（アイテム数の多さ等）が浸透したことから新規顧客数は大幅増に。売上高も2億70百万円と拡大
- 好景気に伴う労務費上昇、原材料価格値上がりもあるも、売上増による収益性の改善効果がこれをカバーしたことで、粗利額が黒字に転換

資料構成

1. 2022年12月期トピックス

2. 2022年12月期業績概要

3. 2030年ビジョンに向けた事業戦略

4. 中期計画及び2023年12月期見通し

5. 参考資料



2. 2022年12月期 業績概要

2022年12月期連結決算ハイライト

	2021年12月期 ¥17.04/RMB ¥109.90/USD	2022年12月期 ¥19.50/RMB ¥131.62/USD (※2)	前年同期比		2022年計画比 (※1)	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 15,776	百万円 14,885	百万円 ▲890	▲5.6%	百万円 ▲1,640	▲9.9%
営業利益	1,754	836	▲918	▲52.4%	▲932	▲52.7%
売上高営業利益率	11.1%	5.6%	▲5.5P	—	▲5.1P	—
経常利益	1,837	908	▲928	▲50.5%	▲887	▲49.4%
当期純利益	1,193	368 (※3)	▲824	▲69.1%	▲864	▲70.1%
減価償却費	1,009	995				
原材料費	2,116	2,267				
設備投資額 (うち 金型)	567 303	792 170				
EBITDA	2,764	1,831				
EBITDA比率	17.5%	12.3%				

(※1) 2022年計画比の数値は、期初に設定したもの

(※2) 収益認識基準の変更に伴い、2022年第1四半期から有償支給に係る収益は認識しない方法に変更済

(※3) 繰延税金負債約1.8億円を計上した影響

2. 2022年12月期 業績概要

地域別グループ企業業績

百万円

日本	2021年12月期	2022年12月期	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	12,005	11,390	▲614	▲5.1%	▲414	▲2.7%
営業利益	1,485	922	▲562	▲37.9%	▲113	▲12.0%
営業利益率	12.4%	8.1%	▲4.3P	—	▲0.6P	—

<日本>

- ・リピート受注減、新型コロナまん延防止の行動制限等の影響に加え、第7波、第8波による新規感染者数の増加により、お客様の需要が回復せず。資源循環型パッケージングの売上高は伸びるも売上高、営業利益とも昨年比・計画比減少

中国	2021年12月期 ¥17.04/RMB	2022年12月期 ¥19.50/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	3,544 (207)	3,165 (162)	▲378 (▲45)	▲10.7% ▲21.9%	▲676 (▲63)	▲17.6% ▲28.2%
営業利益	335 (19)	▲59 (▲3)	▲394 (▲22)	▲117.7% ▲115.4%	▲420 (▲24)	▲116.4% ▲114.3%
営業利益率	9.5%	—	▲11.3P	—	▲11.3P	—

<中国>

- ・ゼロコロナ政策継続により不安感が先行、消費者の購買意欲の低下で顧客需要も低調に推移
- ・3月下旬以降の上海、昆山などの行動制限では資材調達、製品輸送に影響あり。5月初旬には昆山、6月には上海でロックダウン解除も、生産量、販売額とも挽回に至らず低調に推移
- ・12月のゼロコロナ政策解除後は新規感染者拡大で消費低迷

※（）内はRMBベース:百万円

その他地域	2021年12月期 ¥109.90/US\$ ¥129.91/€ ¥1.50/INR ¥3.44/TB	2022年12月期 ¥131.62/US\$ ¥138.14/€ ¥1.68/INR ¥3.75/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	478	528	+49	+10.4%	▲42	▲7.5%
営業利益	▲71	▲34	+37	—	+18	—

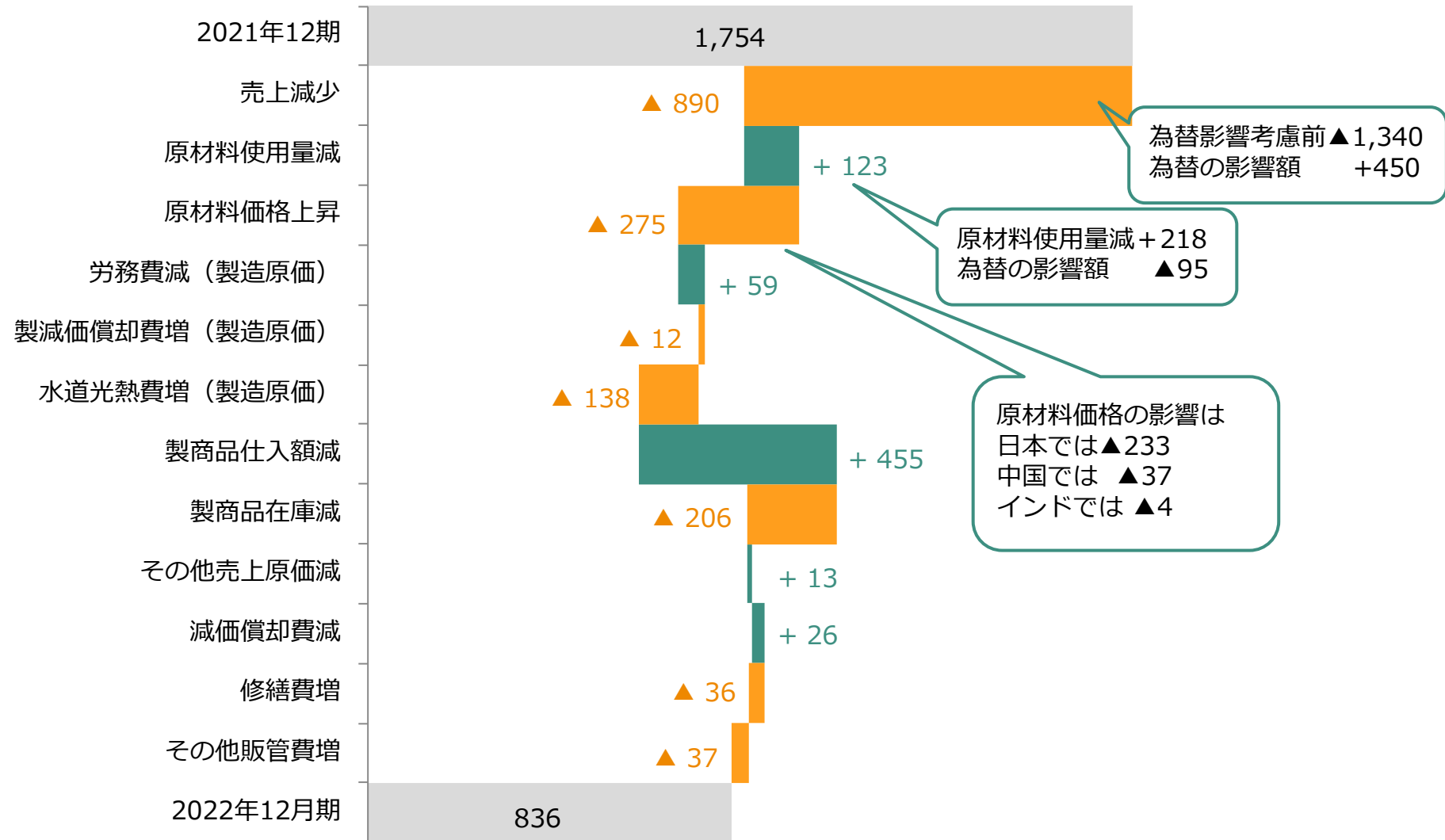
<その他地域>

- ・アメリカは売上高が計画比・昨年比減で推移。大口顧客の受注減が影響
- ・オランダは売上、営業利益とも計画比・昨年比減で推移。運送費の高騰が受注に影響し売上高が伸び悩み
- ・インド国内化粧品市場が活況、製品拡充効果もあり、新規顧客を取込み、需要増。売上高は計画比・昨年比増で推移し、粗利額も黒字に転換

2. 2022年12月期 業績概要

2022年12月期 営業利益の変動分析

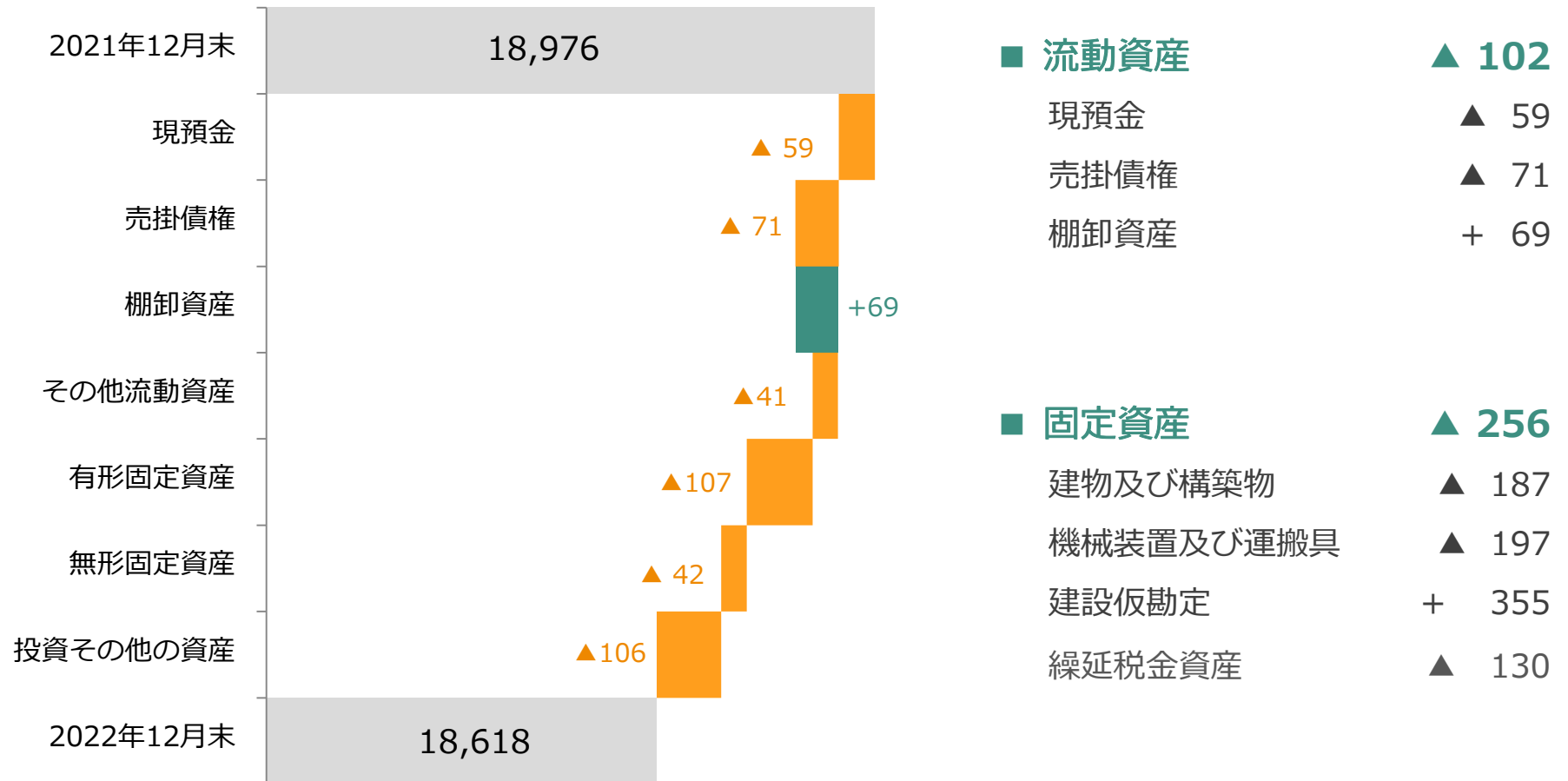
単位：百万円



2. 2022年12月期 業績概要

2022年12月期 連結貸借対照表 資産の部

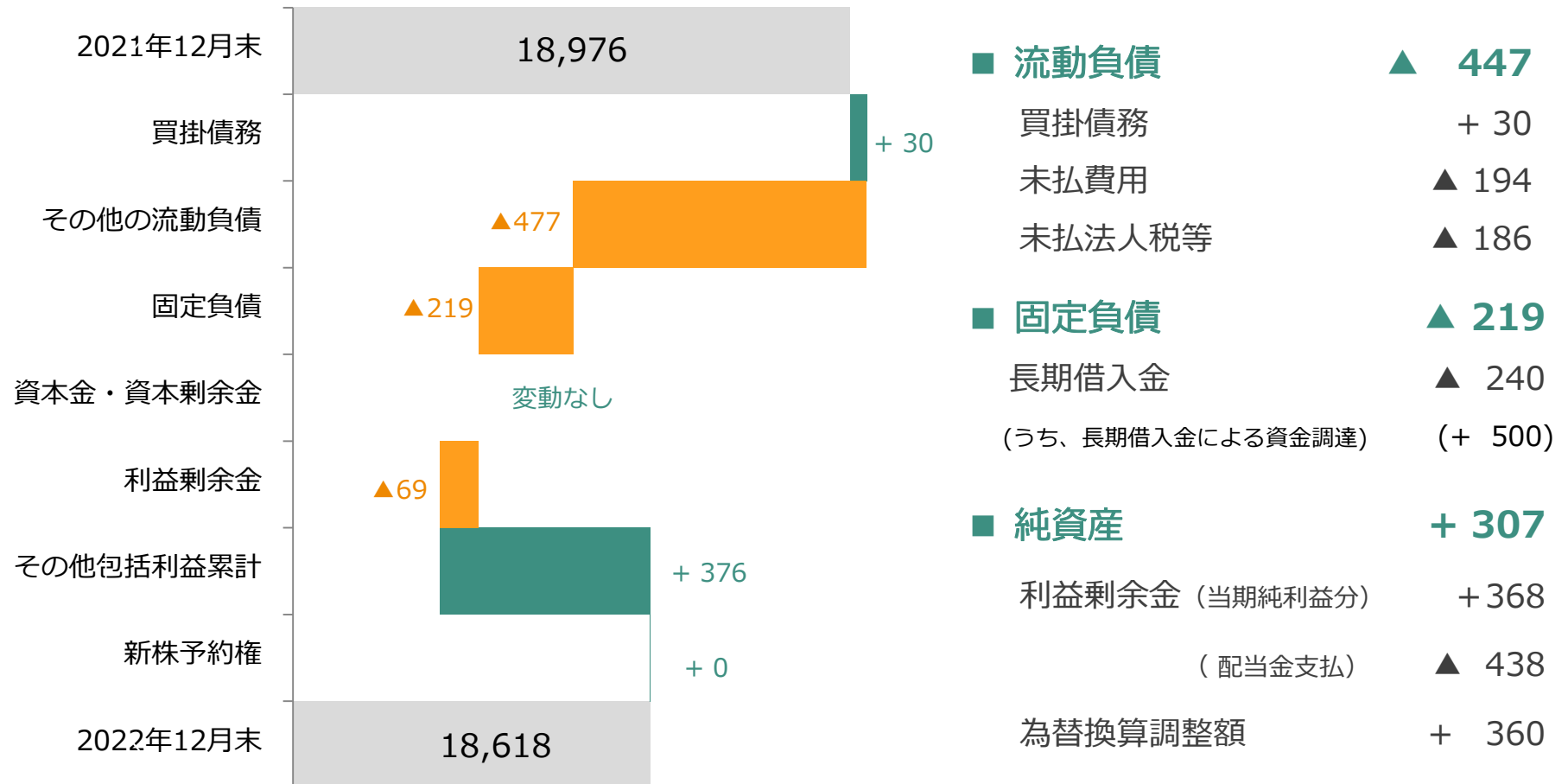
単位：百万円



2. 2022年12月期 業績概要

2022年12月期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

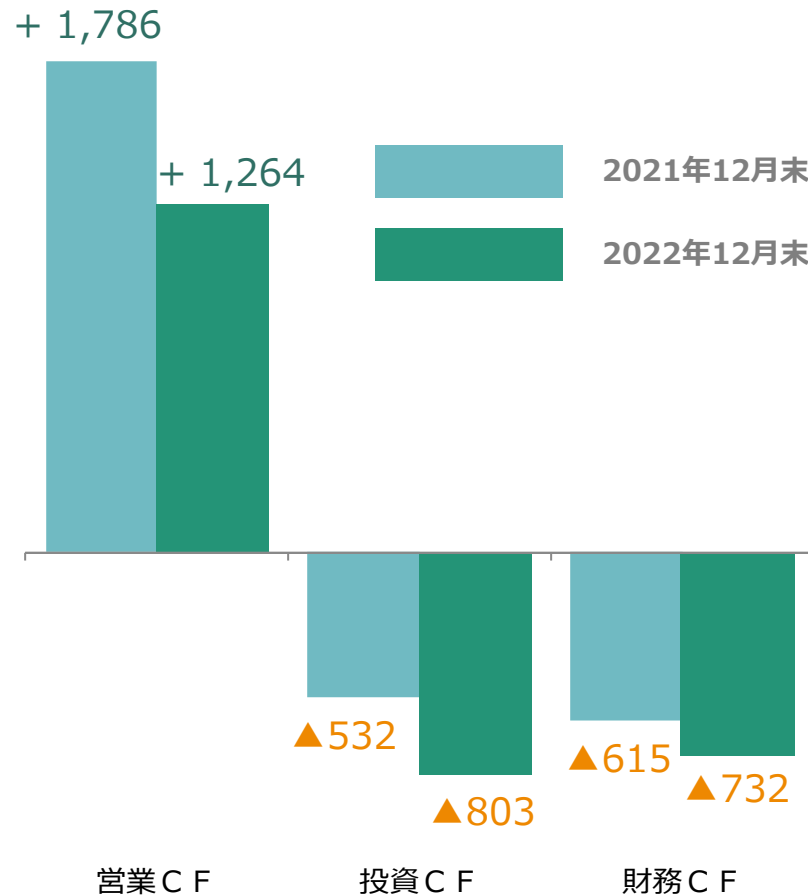
単位：百万円



2. 2022年12月期業績概要

2022年12月期連結キャッシュ・フローの増減

単位：百万円



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー	+ 1,264
税金等調整前当期純利益	+ 907
減価償却費	+ 995
法人税等の支払額	▲ 574
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 803
固定資産の取得による支出	▲ 822
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 732
長期借入金による収入	+ 500
長期借入金の返済による支出	▲ 793
配当金の支払額	▲ 438
■ 換算差額	+ 227
■ 現金及び現金同等物の増減額	▲ 44
■ 現金及び現金同等物の期首残高	6,412
■ 現金及び現金同等物の期末残高	6,368

資料構成

1. 2022年12月期トピックス
2. 2022年12月期業績概要
3. 2030年ビジョンに向けた事業戦略
4. 中期計画及び2023年12月期見通し
5. 参考資料



■ 化粧品



■ 食品



■ 日用品



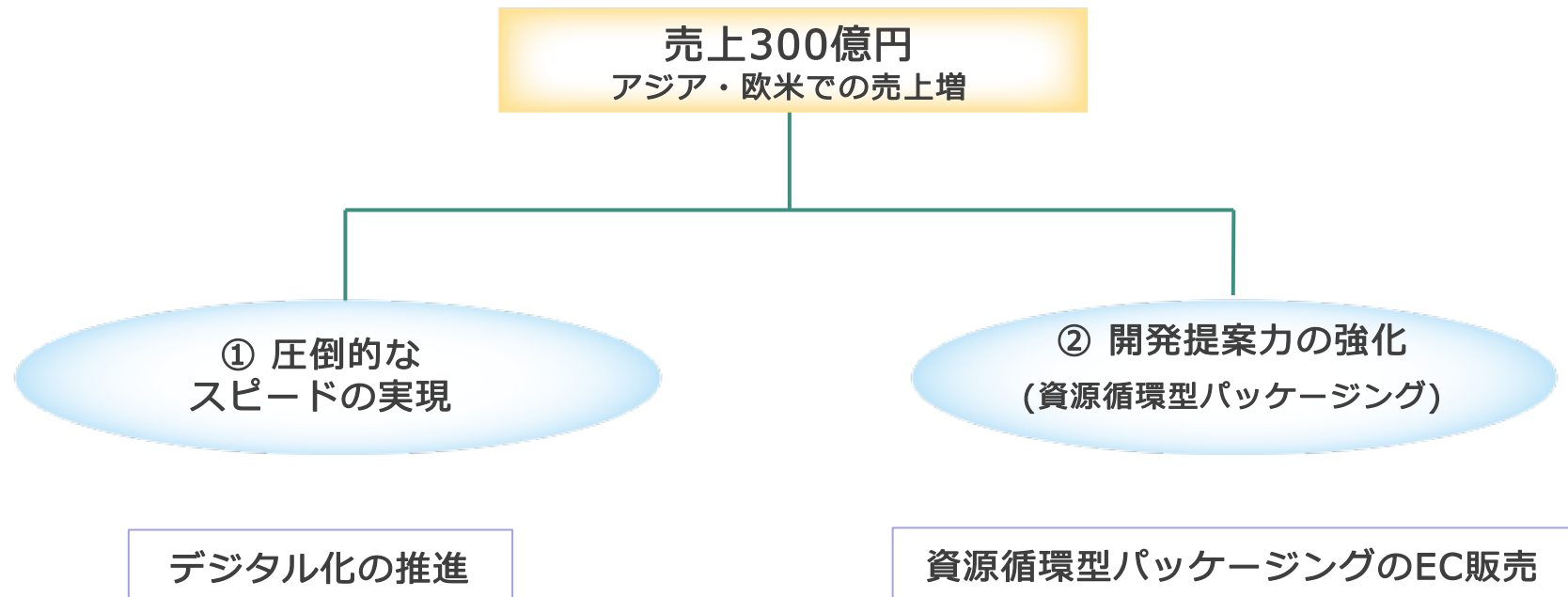
■ サステナビリティ



3. 2030年ビジョンの概要

当社の将来ビジョンの全体像

- コンセプト 「資源循環型パッケージングカンパニー」を目指す
- 数値目標 欧米で販売を伸長させ、数値目標として売上高300億円を目指す
- 具体策
- ① 圧倒的なスピードを実現する
 - ② 開発提案力の強化によって、資源循環型パッケージングの開発を推進



3. 2030年ビジョンの概要

資源循環型パッケージングの開発例

当社グループの使命は「世界の器文化への貢献」です。
当社では30年以上前から資源循環型パッケージングの開発に取り組んでまいりました。

1991年

生分解性樹脂を使用した容器開発



2000年

軽量化容器の開発



2004年

付け替えシリーズの開発



2011年

リサイクルPET・リサイクルPPを使用した容器開発



2012年

バイオPET・バイオPEの使用



2020年

3つの環境マイルストーン設定



3. 2030年ビジョンの概要

資源循環型パッケージングの開発

資源循環を軸としたMaterials (Renewable、Recycling、Replace) を積極的に使用し、Reuse、Reduceなどのイノベティブなコンセプトを取り入れて、資源循環型パッケージングの開発に取り組んでおります。

Circular packaging

Materials



Renewable

再生可能原料

植物由来原料 (バイオ、パルプ)



Recycling

リサイクル原料

メカニカルリサイクル/
ケミカルリサイクル



Replace

石化代替原料

アルミ / ガラス / 石灰石



Reuse

付け替え・詰め替え



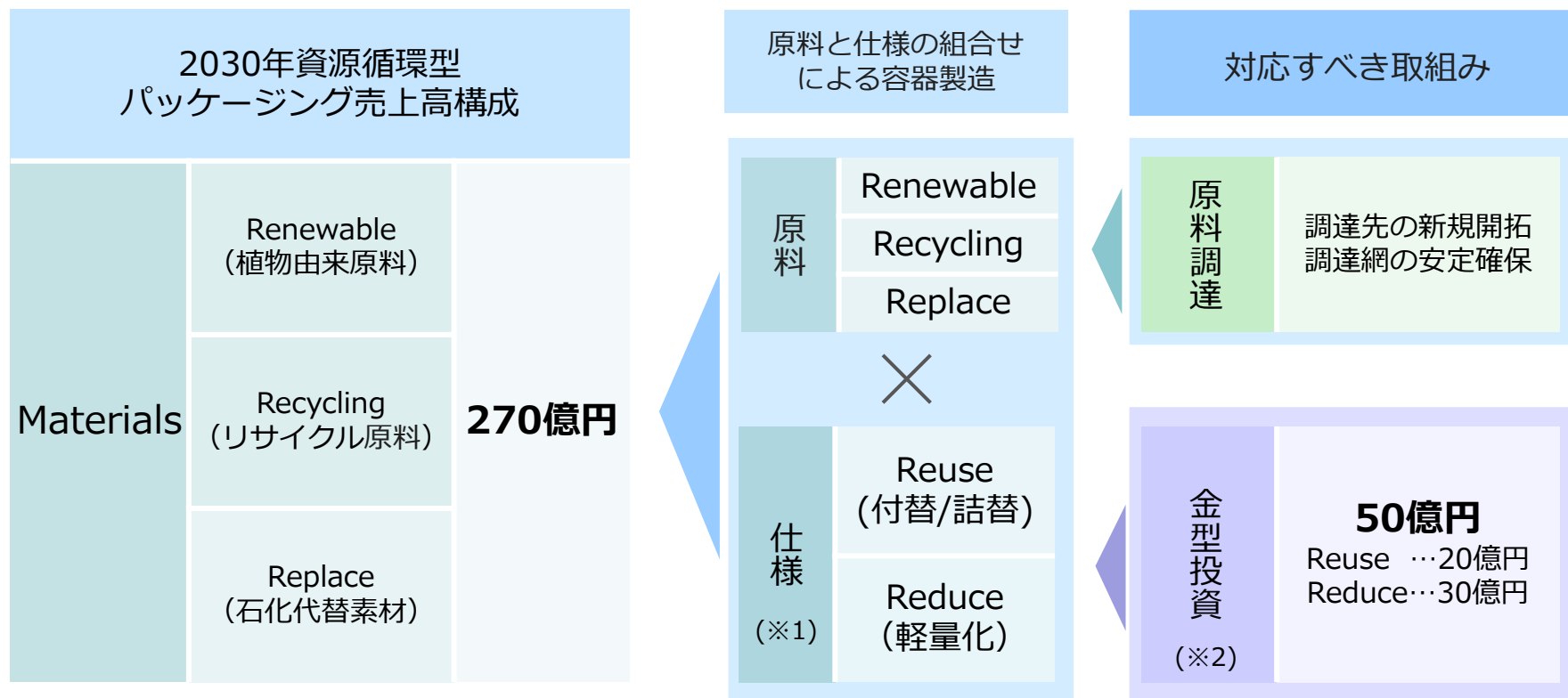
Reduce

軽量化・簡易包装

3. 2030年ビジョンの概要

2030年に想定する売上構成と対応すべき取組み

カーボンニュートラル、サーキュラーエコノミーの浸透により2030年資源循環型パッケージング売上高比率は9割を超える想定。原料の安定的な確保と積極的な金型投資を背景に、Materialsに軸足を置き、原料とReuseやReduceといった仕様を組み合わせ、創意工夫することにより様々なお客様ニーズに対応してまいります。2030年までには以下のような売上構成とすることを計画しています。



(※1) ReuseとReduceで計80億円の売上を見込む

(※2) 2030年までの累計金額

3. 2030年ビジョンの概要

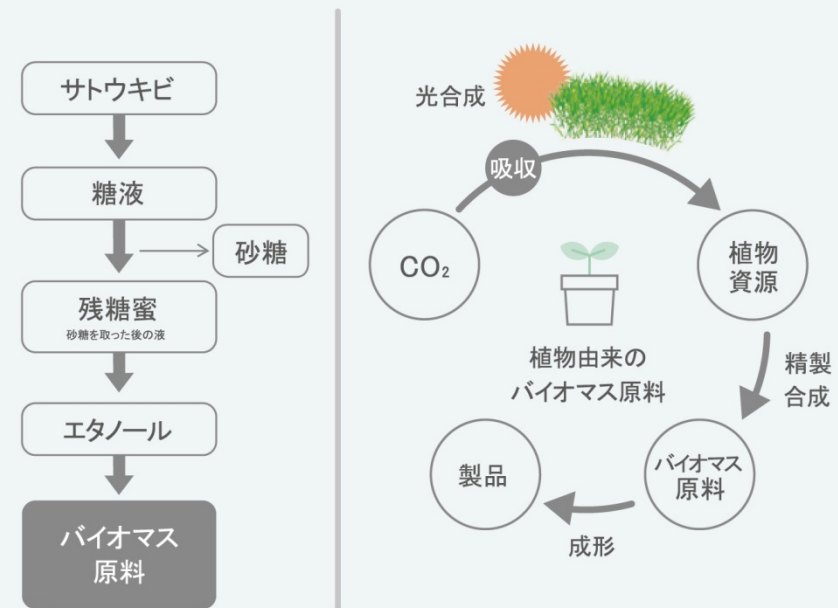
Renewable（再生可能原料）の使用

当社では、植物由来の材料を積極的に利用するなど、再生可能原料をメインとした生産体制を構築して参ります。2030年ビジョン達成に向けて、調達体制の整備、材料の検討などに取り組んでおります。



バイオマス原料 (バイオ PE・バイオ PET)

サトウキビから砂糖を抽出した後の残糖蜜を使用した植物由来原料です。



3. 2030年ビジョンの概要

Recyclingの取り組み

当社では、お客様のニーズに応じて、リサイクル原料を使用した容器を製造しております。また、ボトルtoボトルという水平リサイクルの実現に向けて、外部パートナーと連携して実用化を進めています。



メカニカルリサイクル（物理的再生法）

方法

回収された使用済み PET ボトルを選別、粉碎、洗浄して表面の汚れ、異物を十分に取り除いた後に高温下にて、樹脂内部に留まっている汚染物質を拡散させ除染を行う。

外観



何度も熱をかけることで黄ばむ傾向

ケミカルリサイクル（化学的再生法）

方法

回収された使用済み PET ボトルを選別、粉碎、洗浄して異物を取り除いた後に、解重合を行うことにより PET 樹脂の原料または中間原料まで分解、精製したものを重合して新たな PET 樹脂とするもの。

外観



分子レベルまで分解しているのでバージンPETと遜色ない透明感

3. 2030年ビジョンの概要

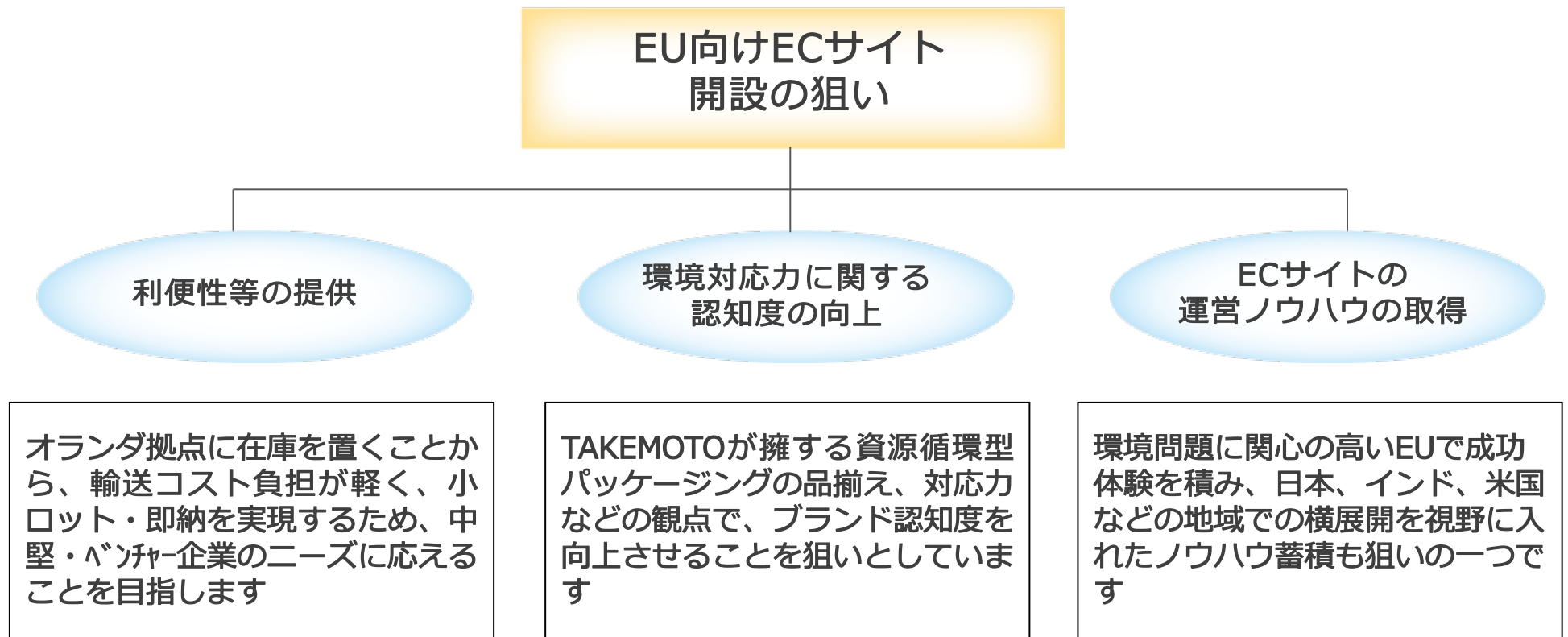
Replace、Reuse、Reduceの取り組み

当社では、石化由来の原料の使用量を減らすために、石化代替原料の使用や、容器の軽量化、繰り返し使用する容器の開発を積極的に行っています。2030年には、ReuseとReduceで計80億円の売上規模を目指しており、金型が必要となるReuseやReduceには将来を見据え、ReuseやReduceを含めて今後8年間で65億円規模の積極的な投資を行って参ります。



3. 2030年ビジョンの概要～EU向けECサイト

当社では、EU向けに資源循環型パッケージング専用のECサイトを本年4月に開設する予定で準備を進めております。日本では小ロット注文顧客から、受注量が増えるケースが多く、エントリー（顧客間口の拡大）としての機能も有しています。



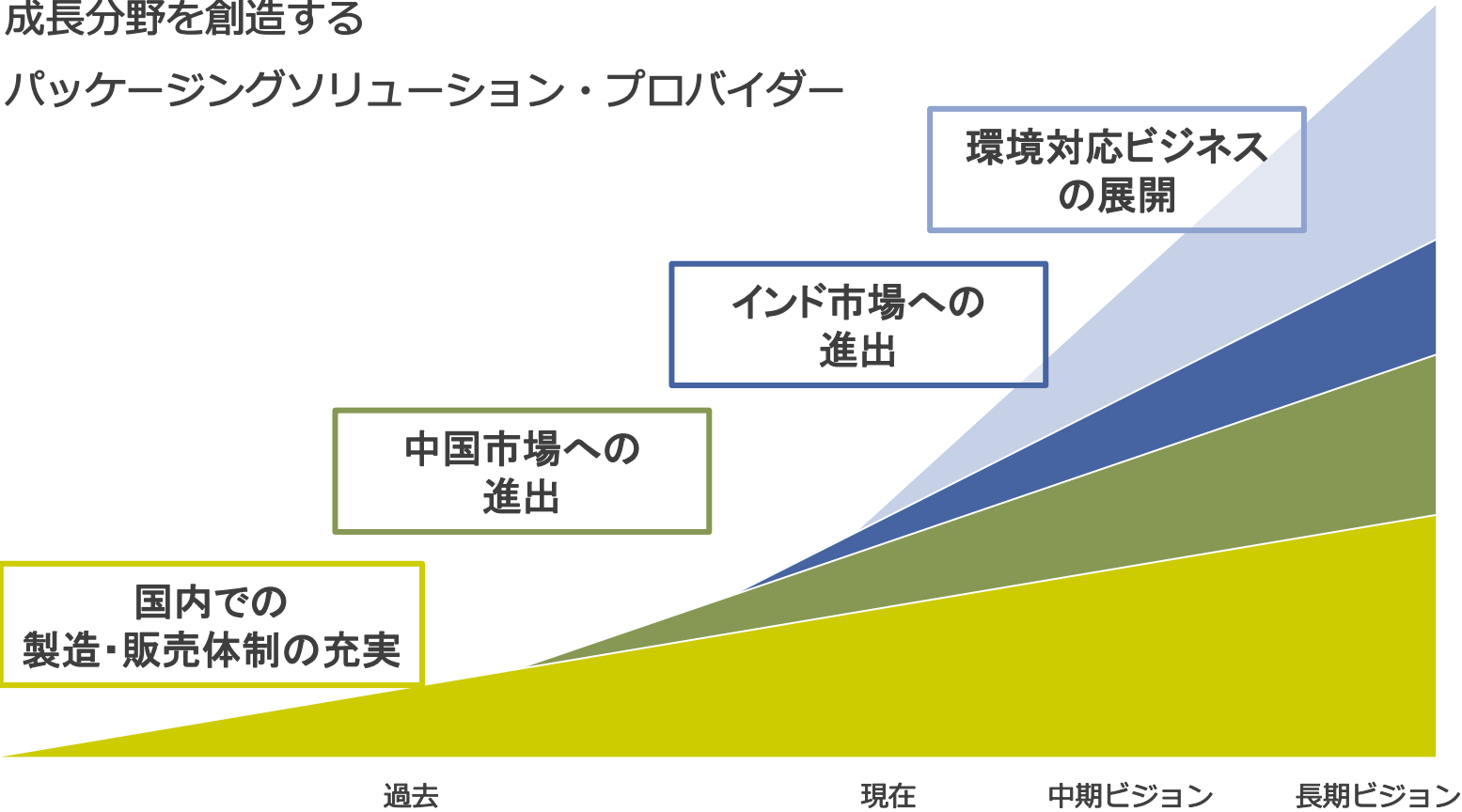
3. 2030年ビジョン達成のKPI

圧倒的なスピードを実現するKPIとして「在庫」を、開発提案力強化のKPIとして「金型数」を、これらをデジタルで繋ぐことで「顧客数」を増やし、売上300億円を実現する計画

	2030年	2022年時点のKPI			2025年時点のKPI			2030年時点のKPI		
	売上目標	金型数	顧客数	在庫	金型数	顧客数	在庫	金型数	顧客数	在庫
日本	200億円	2,431型	3,724社	1,754製品	2,705型	4,121社	2,160製品	3,100型	4,500社	2,500製品
中国	70億円	1,203型	445社	80製品	1,540型	850社	250製品	2,040型	1,524社	500製品
インド	13億円	169型	139社	－	350型	320社	260製品	600型	700社	550製品
欧米他	17億円	－	53社	－	－	320社	810製品	－	780社	1,600製品
全体	300億円	3,803型	4,401社	1,834製品	4,595型	5,611社	3,480製品	5,740型	7,504社	5,150製品

3. 2030年ビジョンのイメージ

独自のビジネスモデルで
 成長市場に進出し
 成長分野を創造する
 パッケージングソリューション・プロバイダー



「資源循環型パッケージングカンパニー」へ

資料構成

1. 2022年12月期トピックス
2. 2022年12月期業績概要
3. 2030年ビジョンに向けた事業戦略
4. 中期計画及び2023年12月期見通し
5. 参考資料



4. 中期計画（2023-25） 前年の中期計画（2022-24）との比較

■ 2022年1月31日公表値

2022年～2024年中期計画

	2021(実績)	2022(計)	2023(計)	2024(計)
	百万円	百万円	百万円	百万円
売上高	15,776	16,500	17,700	18,400
営業利益	1,754	1,770	2,000	2,250
EBITDA	2,764	2,795	3,000	3,300
設備投資額	566	1,700	1,200	700

2022年1月時点での想定：
（withコロナ）

- ① 化粧品向け容器需要は資源循環型パッケージングを軸に拡大、原材料価格は2021年比上昇を想定
- ② 金型投資の拡大、資源循環型パッケージングの新製品開発、即納体制の加速
- ③ DX推進による業務効率改善、スピード向上
- ④ 2022年結城事業所の生産棟更新し生産能力向上へ取り組む

■ 2023年2月6日公表値

2023年～2025年中期計画

	2022(実績)	2023(計)	2024(計)	2025(計)
	百万円	百万円	百万円	百万円
売上高	14,885	16,900	18,400	19,800
営業利益	836	1,330	1,600	1,980
EBITDA	1,831	2,395	2,830	3,270
設備投資額	792	2,250	1,040	1,060

今回計画策定時の想定：

- ① 化粧品向け容器需要は資源循環型パッケージングを軸に拡大想定、原材料価格は2022年末比下落基調も水道光熱費上昇想定
- ② 金型投資の拡大、資源循環型パッケージングの新製品開発、即納体制の加速で需要取込み
- ③ 2023年3月結城事業所のブロー棟本格稼働し生産能力向上を図る
- ④ DX推進による業務効率改善、スピード向上、2023年4月欧州でのE C販売稼働予定

4. 中期計画数値とポイント（全社）

中期計画（2023～2025）

	2023(計)	2024(計)	2025(計)
	百万円	百万円	百万円
売上高	16,900	18,400	19,800
営業利益	1,330	1,600	1,980
売上高 営業利益率	7.9%	8.7%	10.0%
経常利益	1,360	1,640	2,000
当期純利益	930	1,100	1,390
減価償却費	1,065	1,230	1,290
設備投資額	2,250	1,040	1,060
(うち 金型)	540	600	700
EBITDA	2,395	2,830	3,270
EBITDA%	14.2%	15.4%	16.5%

前提条件

- 原材料: 2023年の価格は2022年末水準を下回る想定
- 日本国内の水道光熱費は昨年比1.5倍程度増加する想定
- 為替レート: 20.0円/元、130円/ドルで想定

中期計画数値のポイント

2030年ビジョン達成に向けた取り組みを加速

- ① 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資源循環型パッケージングの新製品開発を促進し、スタンダードボトルの金型開発強化と開発投資拡大（金型投資は3年で18.4億円）
- ② 結城ブロー棟の増設による供給能力向上とともに一貫生産体制の連携強化と製品即納体制を充実することで更なる短納期の実現に取り組む
- ③ 「共創開発拠点」である TOGETHER LABの活用を推進し迅速な製品開発機能を提供
- ④ デジタル戦略を推進しマーケティング、開発、製造、納品をデジタルで繋ぐことで利便性を向上するとともに圧倒的なスピードを実現する。欧州でのEC販売により顧客数、取引量増加を企図

4. 中期計画数値とポイント（地域別）

地域別グループ企業計画

2023年～2025年までの中期計画は2030年ビジョン達成に向けた取り組みの一環

百万円

地域		2022(実績)	2023(計)	2024(計)	2025(計)
日本	売上高	11,390	12,500	13,400	14,300
	(増減)	▲615	+1,110	+900	+900
	営業利益	922	1,270	1,390	1,590
	(利益率)	8.1%	10.2%	10.4%	11.1%
	EBITDA	1,610	2,010	2,280	2,560
	EBITDA%	14.1%	16.1%	17.0%	17.9%
	中国	売上高	3,165	3,900	4,180
(増減)		▲379	+735	+280	+290
営業利益		▲59	90	160	250
(利益率)		-	2.3%	3.8%	5.6%
EBITDA		246	360	420	520
EBITDA%		7.8%	9.2%	10.0%	11.6%
その他		売上高	528	720	980
	(増減)	+50	+192	+260	+140
	営業利益	▲34	▲30	50	120
	(利益率)	-	- %	5.1%	9.7%

2030年ビジョン（日本）

2022年の売上高113億円を2030年までに200億円に

- 資源循環型パッケージング開発を主軸として取り組む
- WEBを活用しコンタクト数増加、LAB活用で迅速な製品開発を提供
- 在庫品即納体制の拡充

2030年ビジョン（中国）

2022年の売上高31億円を2030年までに70億円に

- 今後のニーズが高まることが予測される資源循環型パッケージング関連に注力
- 新製品開発の加速
- 小ロット対応とSNSの活用により顧客層を広げる

2030年ビジョン（欧米、インド）

欧米、インドの売上高は2030年までに30億円に

- 欧米は資源循環型パッケージングの充実、WEBマーケティング強化、欧州はWEBによる在庫販売開始
- インドは在庫販売、小ロット対応を開始

※ 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

4. 2023年12月期業績見通し

2023年12月期 連結利益計画

	2022年12月期実績	2023年12月期計画	前期比	
	¥19.50/RMB ¥131.62/USD	¥20.00/RMB ¥130.00/USD	百万円	%
	百万円	百万円	百万円	%
売上高	14,885	16,900	2,015	+13.5
粗利額	4,107	4,740	633	+15.4
粗利率	27.6%	28.0%	+0.5P	-
営業利益	836	1,330	494	+59.1
売上高営業利益率	5.6%	7.9%	+2.3P	-
経常利益	908	1,360	452	+49.8
当期純利益	368	930	562	+152.7
減価償却費	995	1,065		
原材料費	2,267	2,650		
設備投資額	792	2,250		
(うち 金型)	170	540		
EBITDA	1,831	2,395		
EBITDAマージン	12.3%	14.2%		

単年度計画ポイント

売上高

コロナ禍の影響は2023年も継続を想定
一方で資源循環型パッケージングの需要が高まる想定
以下の施策により販売金額増加を目指す

- 資源循環型パッケージングの新製品開発を加速し多様なニーズに対応
- 欧米、インド向けでも短納期での製品提供を可能とする即納体制の構築
- WEBマーケティング強化により幅広い顧客との接触機会の確保

営業利益

水道光熱費の急騰や設備投資額拡大による償却負担が増加する一方で、売上高の増加、内製率の向上等により、粗利額は増加。営業利益は増益を見込む

4. 2023年12月期業績見通し

製造原価の内訳について

	2021年12月期		2022年12月期		2023年12月期 (計画)	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	15,776	100.0	14,885	100.0	16,900	100.0
商品及び製品売上高	15,632	99.1	14,847	99.7	16,700	98.8
商品及び製品売上原価	10,684	67.7	10,729	72.1	12,160	72.0
商品及び製品仕入高	4,025	25.5	3,808	25.6	4,190	24.8
製造原価	6,659	42.2	6,921	46.5	7,970	47.2
材料費	2,116	13.4	2,267	15.2	2,650	15.7
労務費	2,515	15.9	2,492	16.7	2,720	16.1
経費	2,043	13.0	2,160	14.5	2,600	15.4
売上総利益	4,979	31.6	4,107	27.6	4,740	28.0

※2023年12月期の材料購入単価は日本国内では2022年期末水準を下回る想定
 社内生産量の増加に取組むため、全体の材料費は増加を見込む
 日本国内の水道光熱費は昨年比1.5倍程度増加する想定

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	20.0円	+4百万円
対米ドル	130.0円	△12百万円

- 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

4. 2023年12月期業績見通し

2023年12月期設備投資計画について

お客様の求める商品価値の創造とより高い満足を目指し、Standoutなパッケージングソリューションを提供するための容器開発、生産能力・生産効率の向上、海外市場での品揃え強化などを目的とした設備投資を計画

百万円

	国内	海外	合計
結城事業所生産棟更新	790 35.1%	— —	790 35.1%
機械装置（成形機、多層機、画像検査装置、自動機など）	480 21.3%	210 9.3%	690 30.7%
金型	420 18.7%	120 5.3%	540 24.0%
その他	220 9.8%	10 0.4%	230 10.2%
合 計	1,920 84.9%	340 15.1%	2,250 100.0%

4. 財務戦略 ～ 配当政策

株主還元策として2024年までの中期経営計画期間中について純資産配当率(DOE) 4.0%を目途として配当を実施する方針です。

これにより、2023年12月期の年間配当金は1株当たり36円00銭(配当性向は48.5%)を予定しております。

	2022年12月期	2023年12月期計画
中間配当金	17.50円	18.00円(予定)
期末配当金	18.00円(予定)	18.00円(予定)
年間配当金	35.50円	36.0円
純資産配当率 (DOE)	4.0%	4.0%
配当性向	120.6%	48.5%

資料構成

1. 2022年12月期トピックス
2. 2023年12月期業績概要
3. 2030年ビジョンに向けた事業戦略
4. 中期計画及び2023年12月期見通し
5. 参考資料



5. 参考資料

地域別グループ企業業績（2020年からの四半期推移）

（百万円）

地域		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	2021年 第3四半期	2021年 第4四半期	2022年 第1四半期	2022年 第2四半期	2022年 第3四半期	2022年 第4四半期
日本	売上高	2,814	3,042	2,885	2,909	2,890	3,086	3,196	2,832	2,669	2,923	2,885	2,912
	粗利額	928	1,076	1,001	910	997	981	1,037	925	817	881	828	814
	営業利益	315	475	423	215	410	327	451	296	220	267	225	208
中国	売上高	604	954	852	736	871	911	875	886	850	650	989	675
	粗利額	177	337	270	208	254	282	204	230	229	107	182	131
	営業利益	56	207	132	76	112	126	35	60	59	▲58	▲23	▲36
欧米	売上高	50	32	50	50	61	105	66	64	70	39	44	51
	粗利額	11	8	9	12	13	21	14	12	17	13	13	16
	営業利益	▲3	▲4	▲1	▲0	0	7	1	▲6	4	0	0	1
その他 アジア	売上高	8	22	21	57	38	48	40	53	75	83	89	73
	粗利額	▲8	▲10	▲13	▲7	▲2	3	0	0	11	12	14	16
	営業利益	▲30	▲30	▲33	▲25	▲20	▲13	▲19	▲21	▲9	▲9	▲9	▲13
連結	売上高	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079	4,105	3,787	3,606	3,653	3,965	3,659
	粗利額	1,110	1,412	1,264	1,125	1,263	1,288	1,257	1,169	1,077	1,014	1,040	976
	営業利益	340	649	521	267	503	450	472	328	277	202	195	161

5. 参考資料

地域別グループ企業業績（2018年からの年間推移）

(百万円)

地域		2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
		金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率	金額	増減率
日本	売上高	12,063	+9.5%	11,741	▲2.7%	11,651	▲0.8%	12,005	+3.0%	11,390	▲5.1%
	粗利額	3,669	+9.7%	3,730	+1.7%	3,917	+5.0%	3,942	+0.6%	3,341	▲15.2%
	営業利益	1,242	+15.3%	1,277	+2.8%	1,429	+11.9%	1,485	+3.9%	922	▲37.9%
中国	売上高	3,921	+26.7%	3,438	▲12.3%	3,149	▲8.4%	3,544	+12.5%	3,165	▲10.7%
	粗利額	1,102	+27.8%	1,003	▲9.0%	993	▲1.0%	971	▲2.2%	651	▲33.0%
	営業利益	515	+52.9%	433	▲15.8%	472	+8.9%	335	▲29.0%	▲59	—
欧米	売上高	289	▲17.5%	164	▲43.0%	184	+12.0%	297	+61.2%	206	▲30.5%
	粗利額	69	▲16.1%	40	▲40.8%	41	+1.7%	62	+49.4%	60	▲2.1%
	営業利益	▲8	—	▲31	—	▲10	—	3	—	7	+147.8%
その他アジア	売上高	33	+23.4%	69	+106.5%	109	+57.7%	181	+64.7%	321	+77.6%
	粗利額	▲25	—	▲49	—	▲39	—	2	—	55	+2,472%
	営業利益	▲119	—	▲147	—	▲119	—	▲74	—	▲41	—
連結	売上高	16,022	+12.8%	15,196	▲5.2%	14,863	▲2.2%	15,776	+6.1%	14,885	▲5.6%
	粗利額	4,817	+12.0%	4,726	▲1.9%	4,912	+3.9%	4,979	+1.4%	4,107	▲17.5%
	営業利益	1,630	+15.5%	1,538	▲5.7%	1,778	+15.6%	1,754	▲1.3%	836	▲52.4%

5. 参考資料

区分別販売実績（2020年からの販売先の主要事業内容ごとの四半期推移）

(百万円)

	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	2021年 第3四半期	2021年 第4四半期	2022年 第1四半期	2022年 第2四半期	2022年 第3四半期	2022年 第4四半期
化粧・美容	1,955	2,154	2,006	2,031	2,054	2,399	2,380	2,069	2,109	2,293	2,315	2,219
日用・雑貨	209	263	250	295	249	232	229	219	217	205	215	206
食品・ 健康食品	280	351	365	349	352	356	389	372	323	326	346	339
化学・医薬	187	240	235	243	243	244	340	267	200	199	217	188
卸、その他	791	983	890	776	903	845	765	859	754	628	870	706
合計	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079	4,105	3,787	3,606	3,653	3,965	3,659

区分別販売実績（2020年からの製商品の内訳ごとの四半期推移）

(百万円)

	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	2021年 第3四半期	2021年 第4四半期	2022年 第1四半期	2022年 第2四半期	2022年 第3四半期	2022年 第4四半期
スタンダード ボトル	2,611	3,014	2,763	2,725	2,791	2,980	2,993	2,920	2,769	2,759	2,974	2,743
ビスポーク	288	373	371	357	352	366	417	280	312	292	385	312
他社製品	472	551	567	567	583	679	634	489	483	589	550	565
材料その他	53	54	44	46	75	52	60	98	40	12	54	38
合計	3,425	3,993	3,747	3,696	3,803	4,079	4,105	3,787	3,606	3,653	3,965	3,659

5. 参考資料

区分別販売実績（2018年からの販売先の主要事業内容ごとの年間推移）

2018年はインバウンド需要もあり売上高は過去最高を記録。2019年は中国のEC規制がきっかけとなり化粧品需要が減少。さらに容器不足に起因する先行調達の反動もあり売上高は大幅減少。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響もあり、外出機会の減少による化粧品向け需要が減少。一方、衛生関連用品の需要は増加。2021年は資源循環型パッケージの伸びも後押しし化粧品向けを中心に売上が拡大。2022年は3月までの行動制限の影響や下期の第7波、8波と繰り返される感染者数増加の影響もあり、化粧品需要が本格的に回復するまでには至らず。中国では3月下旬からのロックダウンの影響や12月のゼロコロナ政策解除により新規感染者数が拡大し消費が低迷。インドは需要が旺盛で売上は拡大中

(百万円)

	2018年			2019年			2020年			2021年			2022年		
	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率	金額	構成比	増減率
化粧・美容	9,651	60.2%	13.4%	8,802	57.9%	▲8.8%	8,147	54.8%	▲7.4%	8,904	56.4%	9.3%	8,938	56.7%	0.4%
日用・雑貨	697	4.4%	1.8%	705	4.6%	1.0%	1,019	6.9%	44.5%	930	5.9%	▲8.7%	845	5.4%	▲9.1%
食品・健康食品	1,310	8.2%	7.3%	1,385	9.1%	5.7%	1,347	9.1%	▲2.8%	1,470	9.3%	9.1%	1,335	58.5%	▲9.2%
化学・医薬	838	5.2%	26.6%	812	5.3%	▲3.1%	906	6.1%	11.7%	1,096	7.0%	20.9%	805	5.1%	▲26.5%
卸、その他	3,523	22.0%	13.0%	3,490	23.0%	▲1.0%	3,442	23.2%	▲1.4%	3,374	21.4%	▲2.0%	2,960	18.8%	▲12.3%
合計	16,022	100.0%	12.8%	15,196	100.0%	▲5.2%	14,863	100.0%	▲2.2%	15,776	100.0%	6.1%	14,885	100.0%	▲5.6%

5. 参考資料

受注実績（2020年からの四半期推移）

（百万円）

	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	2021年 第3四半期	2021年 第4四半期	2022年 第1四半期	2022年 第2四半期	2022年 第3四半期	2022年 第4四半期
国内	3,439	3,184	2,916	3,037	3,380	3,474	2,600	2,924	2,904	3,086	2,894	2,956
海外	741	1,058	1,008	921	996	1,006	951	1,264	787	926	865	819
(うち 中国)	656	1,008	922	803	875	869	872	1,070	676	781	735	678
連結合計	4,181	4,243	3,924	3,959	4,376	4,480	3,551	4,189	3,691	4,012	3,760	3,775

受注実績（2018年からの年間推移）

2018年はインバウンド需要もあり容器需要が旺盛で受注は増加。2019年は容器不足に起因する先行調達の反動と中国のEC規制の影響で受注は大きく低迷。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響により外出機会が減少し、化粧品向け需要が減少するも衛生関連用品の需要が増加。2021年は資源循環型パッケージングの需要増あり。年度後半は第5波の影響もあり国内受注が減少。2022年は国内は3月までの行動制限の影響や下期の第7波、8波の影響もあり、化粧品需要が本格的に回復するまでには至っていない状況。中国はゼロコロナ政策による移動制限の影響で需要が停滞。12月にはゼロコロナ政策撤廃の影響で感染者数が拡大し消費停滞、受注は大幅減

（百万円）

	2018年		2019年		2020年		2021年		2022年	
	受注高	増減率	受注高	増減率	受注高	増減率	受注高	増減率	受注高	増減率
国内	13,608	15.6%	10,815	▲20.5%	12,454	15.2%	12,274	▲1.4%	11,841	▲3.5%
海外	3,875	6.3%	3,812	▲1.6%	3,597	▲5.6%	4,034	12.1%	3,398	▲15.7%
(うち中国)	3,610	9.0%	3,598	▲0.3%	3,258	▲9.5%	3,504	7.6%	2,871	▲18.1%
連結合計	17,484	13.4%	14,627	▲16.3%	16,051	9.7%	16,308	1.6%	15,240	▲6.5%

5. 参考資料

為替レート (PL使用レート)

	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	2021年 第3四半期	2021年 第4四半期	2022年 第1四半期	2022年 第2四半期	2022年 第3四半期	2022年 第4四半期
円/元	15.59	15.38	15.37	15.48	16.38	16.67	16.79	17.04	18.31	18.97	19.38	19.50
円/米ドル	108.86	108.23	107.55	106.76	106.09	107.82	108.58	109.90	116.34	123.14	128.30	131.62
円/ユーロ	120.08	119.31	120.93	121.88	127.81	129.89	129.87	129.91	130.40	134.39	136.05	138.14
円/ルピー	1.51	1.47	1.46	1.45	1.47	1.48	1.48	1.50	1.56	1.62	1.67	1.68
円/バーツ	3.48	3.43	3.41	3.42	3.50	3.50	3.45	3.44	3.52	3.65	3.70	3.75

5. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

3,803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。オランダの金型は日本へ移動

		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	(金型数)
日本	完成金型数	152	123	59	97	93	65	
	廃却・移動	▲30	▲54	▲80	▲99	▲16	▲30	
	保有金型数	2,273	2,342	2,321	2,319	2,396	2,431	
中国	完成金型数	106	96	74	84	89	32	
	廃却・移動	▲22	9	7	▲159	▲8	▲19	
	保有金型数	998	1,103	1,184	1,109	1,190	1,203	
オランダ	完成金型数	-	-	19	4	-	-	
	廃却・移動	-	-	-	-	▲23	-	
	保有金型数	-	-	19	23	-	-	
インド	完成金型数	-	18	27	48	45	31	
	廃却・移動	-	-	-	-	-	-	
	保有金型数	-	18	45	93	138	169	
連結	完成金型数合計	258	237	179	233	227	128	
	保有金型数	3,271	3,463	3,569	3,544	3,724	3,803	
		2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	(百万円)
連結取得金額		4,706	4,875	4,827	4,654	5,003	5,220	
連結減価償却累計額		▲4,048	▲4,147	▲4,175	▲4,163	▲4,453	▲4,743	
連結金型(純額)		657	727	651	490	550	477	
純額割合		14.0%	14.9%	13.5%	10.3%	11.0%	9.1%	



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 容器の企画・開発・製造・販売

資本金 8億342万1,725円（2022年12月31日現在）

発行済株式数 12,529,200株（2022年12月31日現在）

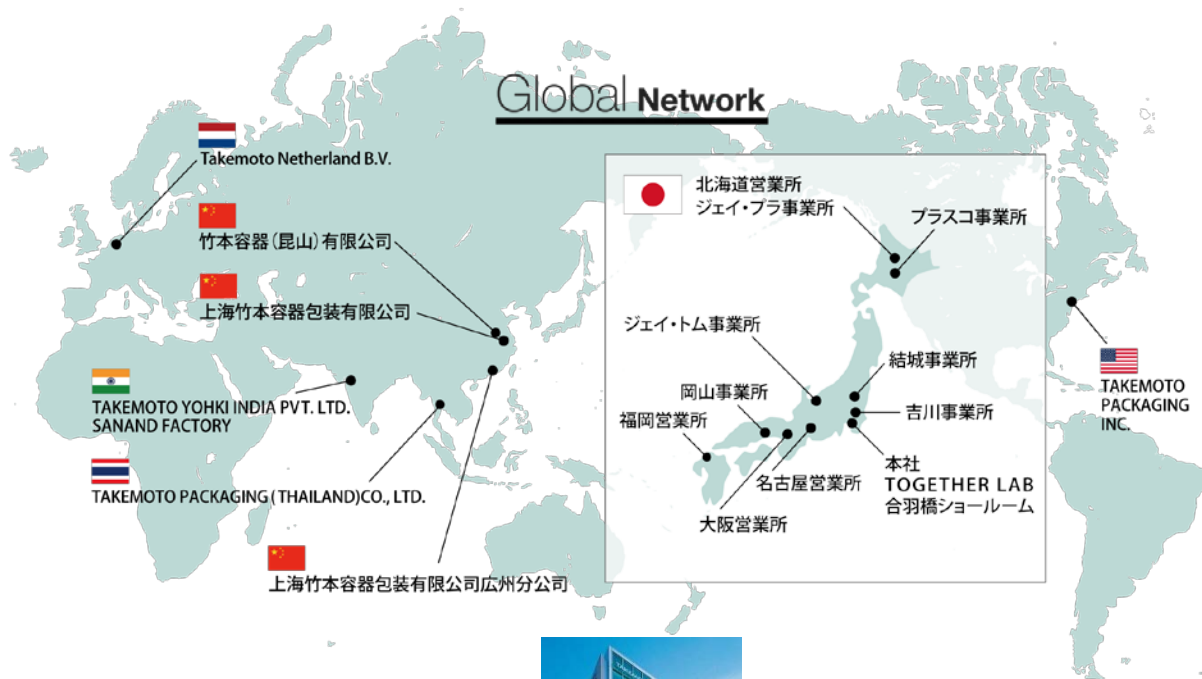
単元株主数 8,899名（2022年12月31日現在）

グループ従業員数 879名（2022年12月31日現在）

上場市場 東京証券取引所プライム市場

[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