

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目ざして

2024年12月期第2四半期決算説明会資料

資料構成

1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2. 2024年12月期第2四半期業績概要

3. 2030年ビジョンに向けた取組み

4. 参考資料



1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ①

【業績】

- 連結売上高は、77億92百万円 (前年同期比8.9%増)
- 連結営業利益は、5億2百万円 (前年同期比128.1%増)
- EBITDAは、10億24百万円 (前年同期比44.4%増)

【特徴】

- 日本ではお客様の新製品投入を受注に結び付け売上が増加。需要が旺盛でリピート受注も後押しし売上・利益は増収増益に
- 中国は消費者の節約志向が強まっており減収に。一方、生産面では労務費を抑制するなどコストコントロールを徹底し営業利益はプラスに
- インドは化粧品市場が拡大し受注好調で売上増加
- お客様のご要望に対応したバイオマス樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器、軽量化容器、Recyclable容器が伸長。資源循環型パッケージング売上は18億49百万円(連結売上高の23.7%) と拡大

1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ②

【日本】

- 売上については、お客様の新製品投入を受注に結び付け新規案件が増加。旺盛な需要によりリピート注文が増え売上増を後押し。顧客の購買傾向にきめ細やかに対応した営業を展開し、売上高は62億75百万円（前年同期比11.4%増）と増収に
- お客様の環境意識が一層高まっていることからバイオマス樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器、軽量化容器、Recyclable容器など、資源循環型パッケージング売上が引き続き伸長
- コスト面では、売上増加に伴い原材料費・労務費の負担が増加するも、政府の激変緩和措置により水道光熱費負担は減少
- 営業利益については、売上増加に伴う粗利額の増加により5億8百万円（前年同期比47.1%増）と増益に

1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ③

【中国】

- 消費者の節約志向が強まっていることに加えて、競合他社との競争激化等により、売上高は12億20百万円(前年同期比で7.4 %減)となった。現在、品質向上や価格競争力強化など生産面での施策に加えて営業面の見直しを図り受注増に向けて営業を強化中
- 売上高の減少から工場稼働が低下するも、残業時間等を抑制するなどコストコントロールを徹底したことで、営業黒字に転換

【インド】

- 売上高は2億81百万円（前年同期比39.5%増）と第2四半期の最高額を更新
- インド化粧品市場が引き続き活況であることに加えて、営業活動を通じて当社の特徴(アイテム数の多さ、印刷等)が浸透し、取引顧客数も増加
- 売上続伸により粗利額で黒字を確保。金型増加により取扱製品数を増やし、新規顧客開拓を継続。今後、生産能力向上により粗利額を増加させる方針。営業利益の黒字化目前の状況

資料構成

1. 2024年12月期第2四半期トピックス
2. 2024年12月期第2四半期業績概要
3. 2030年ビジョンに向けた取組み
4. 参考資料



2. 2024年12月期第2四半期業績概要

2024年12月期第2四半期連結決算ハイライト

	2023年第2四半期 (1-6月期) ¥19.46/RMB ¥135.00/USD	2024年第2四半期 (1-6月期) ¥21.07/RMB ¥152.36/USD	前年同期比		2024年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 7,156	百万円 7,792	百万円 +636	8.9%	百万円 +235	3.1%
営業利益	220	502	+282	128.1%	+97	24.0%
売上高営業利益率	3.1%	6.5%	+3.4P	—	+1.1P	—
経常利益	287	495	+207	72.2%	+90	22.4%
中間純利益	131	300	+169	129.2%	+48	19.4%

減価償却費	489	521
原材料費	1,071	1,194
設備投資額	891	288
(うち 金型)	144	97
EBITDA	709	1,024
EBITDA比率	9.8%	13.1%

2. 2024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	2023年第2四半期	2024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	5,632	6,275	+642	+11.4%	+254	4.2%
営業利益	345	508	+163	47.1%	+17	3.5%
営業利益率	6.1%	8.1%	+2.0P	-	▲0.1P	-

中国	2023年第2四半期 ¥19.46/RMB	2024年第2四半期 ¥21.07/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,317 (67)	1,220 (57)	▲96 (▲9)	▲7.4% ▲14.4%	+45 (▲3)	3.9% ▲6.3%
営業利益	▲121 (▲6)	2 (0)	+123 (+6)	- -	+94 (+4)	- -
営業利益率	▲9.2%	0.2%	+9.4P	-	8.0P	-

- 日本はお客様の新製品投入を受注に結び付けるとともに、旺盛な需要によりリピート注文も後押し。顧客の購買傾向に応じたきめ細かな営業展開も寄与し売上が増加。お客様の環境意識の一層の高まりから資源循環型パッケージング売上が引き続き伸長

- 利益面では売上増に伴う粗利額増加に加え、原価上昇を販売価格へ転嫁。営業利益率は8.1%と2.0P上昇

- 中国は、消費者の節約志向が強まっていることに加えて、競合との競争激化。売上高は減少

- 利益面では売上高の減少から工場稼働が低下するも、残業時間等を抑制するなどコストコントロールを徹底し営業利益は黒字回復

※ () 内はRMBベース:百万円

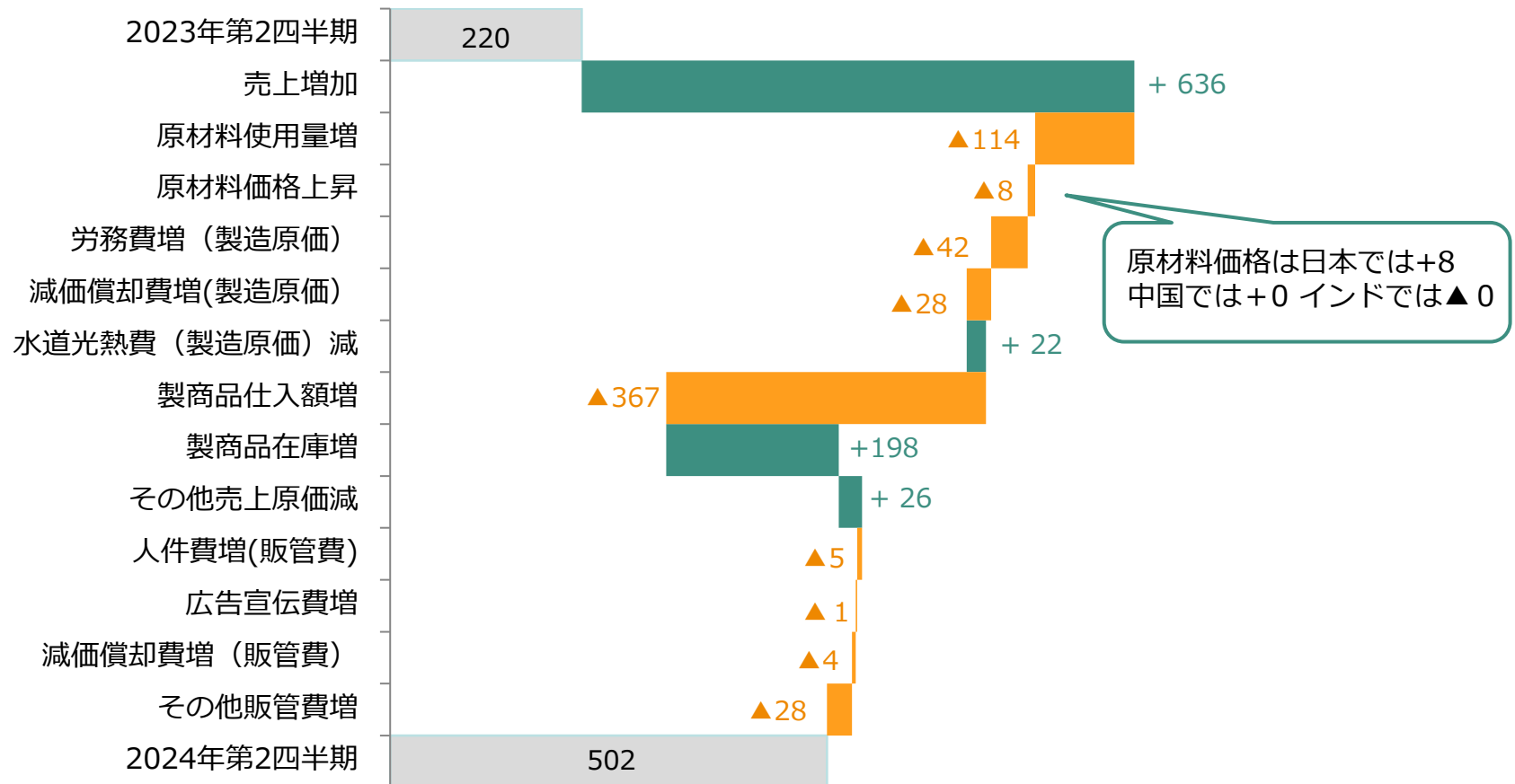
その他地域	2023年第2四半期 ¥135.00/US\$ ¥145.93/€ ¥1.65/INR ¥3.95/TB	2024年第2四半期 ¥152.36/US\$ ¥164.70/€ ¥1.84/INR ¥4.21/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	334	411	+76	+22.8%	▲3	▲1.2%
営業利益	▲7	▲9	▲2	-	▲14	-

- アメリカは売上が計画比・昨年比減で推移するも受注は増加で推移
- オランダは売上が計画比、昨年比減で推移も、コスモプロフ展示会からの商談継続中で今後の受注増に期待
- インド国内化粧品市場の需要は旺盛。金型増により製品拡充効果があり、新規顧客を取込み需要増。売上は計画比は若干未達も昨年比増で推移、営業利益も黒字化目前。生産能力向上のため外注メーカー活用を検討中

2. 2024年12月期第2四半期業績概要

2024年12月期第2四半期 営業利益の変動分析

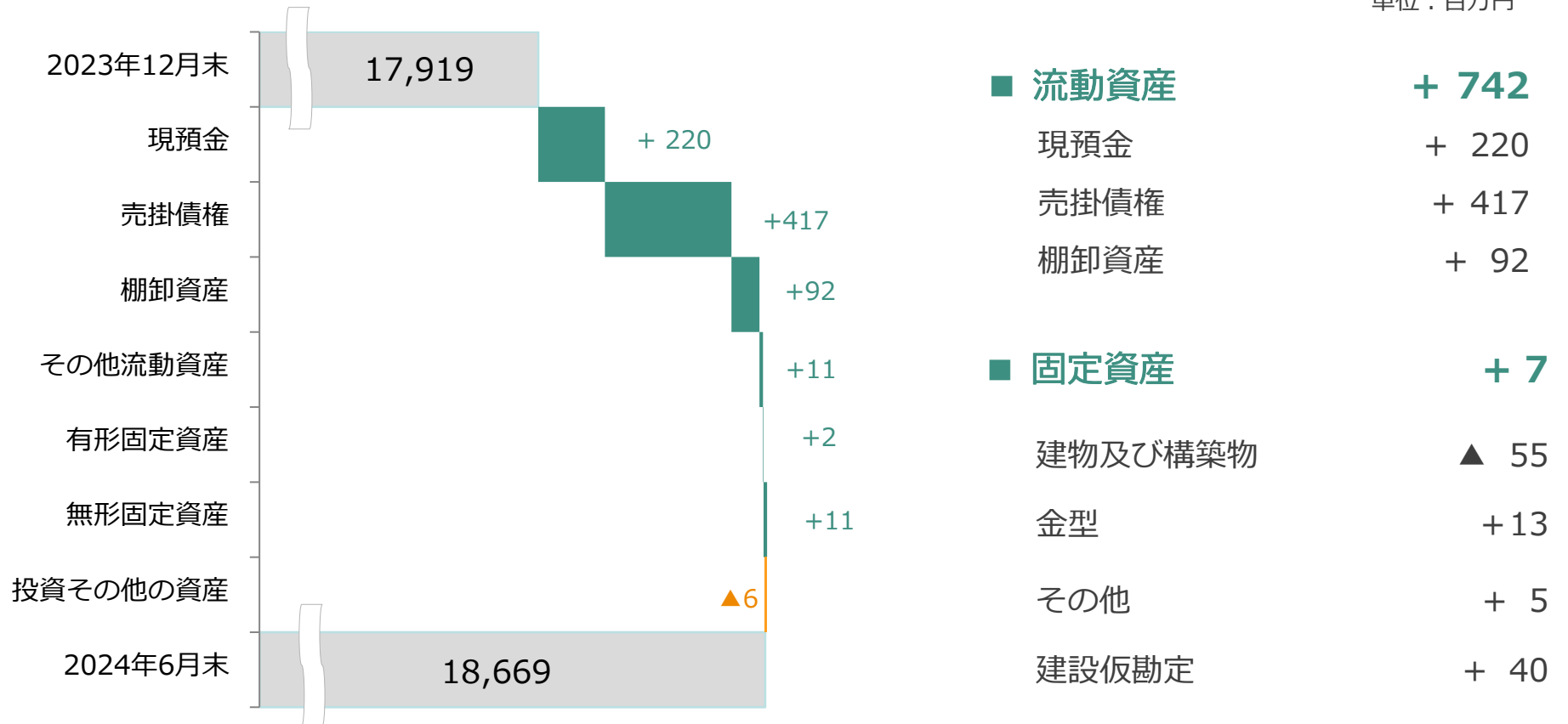
単位：百万円



2. 2024年12月期第2四半期業績概要

2024年12月期第2四半期 連結貸借対照表 資産の部

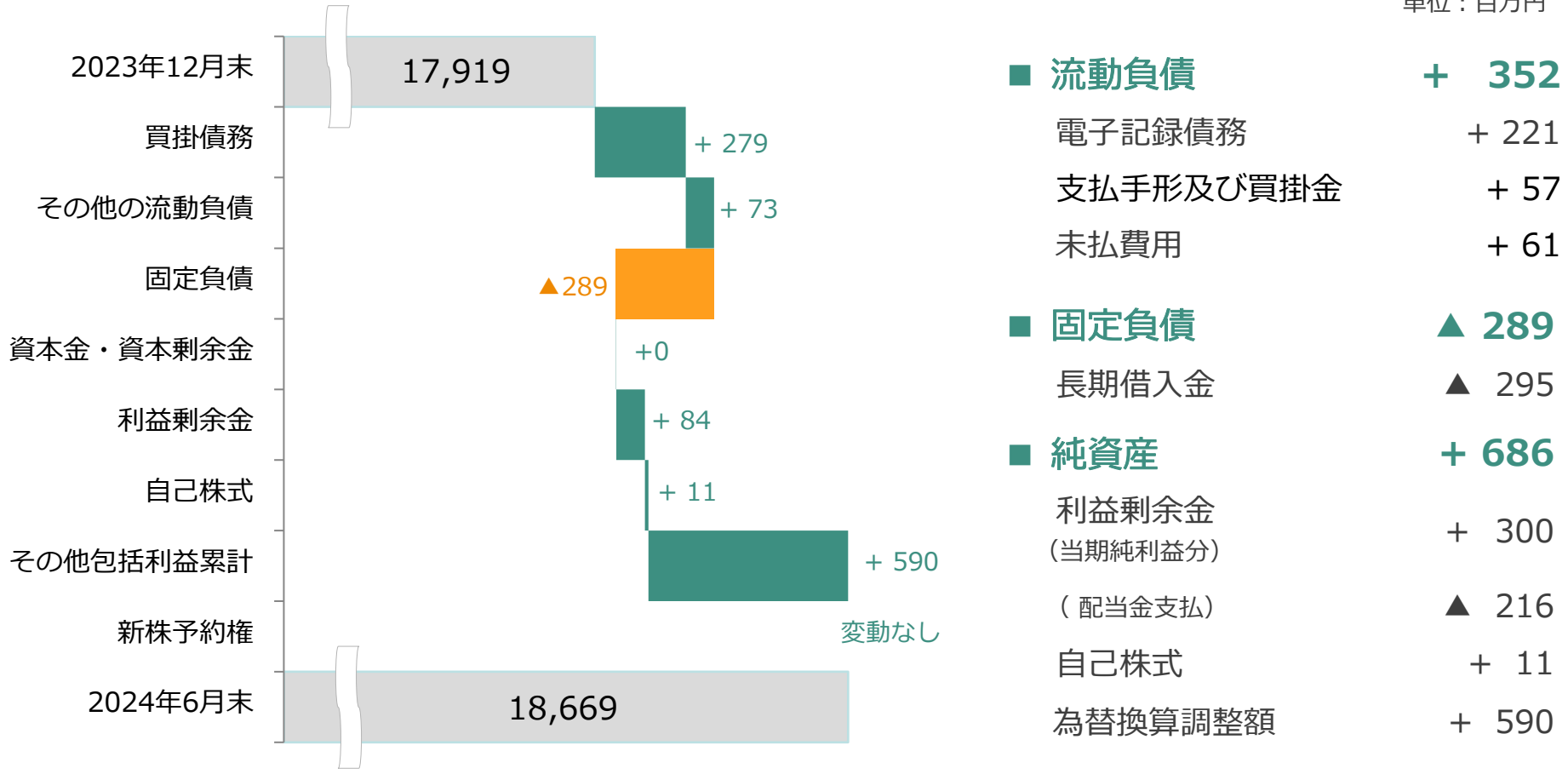
単位：百万円



2. 2024年12月期第2四半期業績概要

2024年12月期第2四半期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

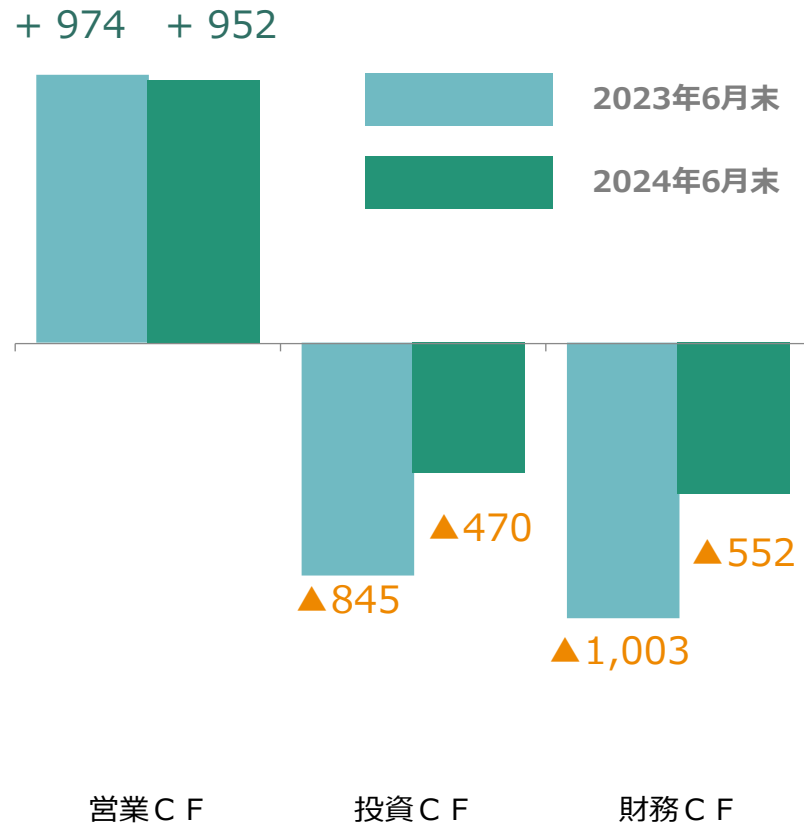
単位：百万円



2. 2024年12月期第2四半期業績概要

2024年12月期第2四半期 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	+ 952
税金等調整前当期純利益	+ 494
減価償却費	+ 521
売上債権の増加額	▲ 340
仕入債務の増加額	+ 242
法人税等の支払額	▲ 169
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 470
固定資産の取得による支出	▲ 434
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 552
長期借入金の返済による支出	▲ 335
配当金の支払額	▲ 216
■ 換算差額	+ 251
■ <u>現金及び現金同等物の増減額</u>	<u>+ 181</u>
■ <u>現金及び現金同等物の期首残高</u>	<u>5,481</u>
■ <u>現金及び現金同等物の期末残高</u>	<u>5,662</u>

2. 2024年12月期第2四半期業績概要

財務戦略：配当政策

当社は、株主還元策として2024年までの期間について純資産配当率（DOE）4.0%を目途とする配当方針としております
 これにより2024年6月末の株主に対する中間配当金は1株につき18.00円としております

	2023年12月期	2024年12月期
中間配当金	18.00円	18.00円（今回）
期末配当金	18.00円	18.00円（予定）
年間配当金	36.00円	36.00円
純資産配当率 （DOE）	4.0%	4.0%
配当性向	147.5%	86.6%

資料構成

1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2. 2024年12月期第2四半期業績概要

3. 2030年ビジョンに向けた取組み

4. 参考資料



■ Cosmetics Skincare



- Foodstuff
- Sports
- Pharma



■ Household
Body
Hair



■ Sustainability



Recycling



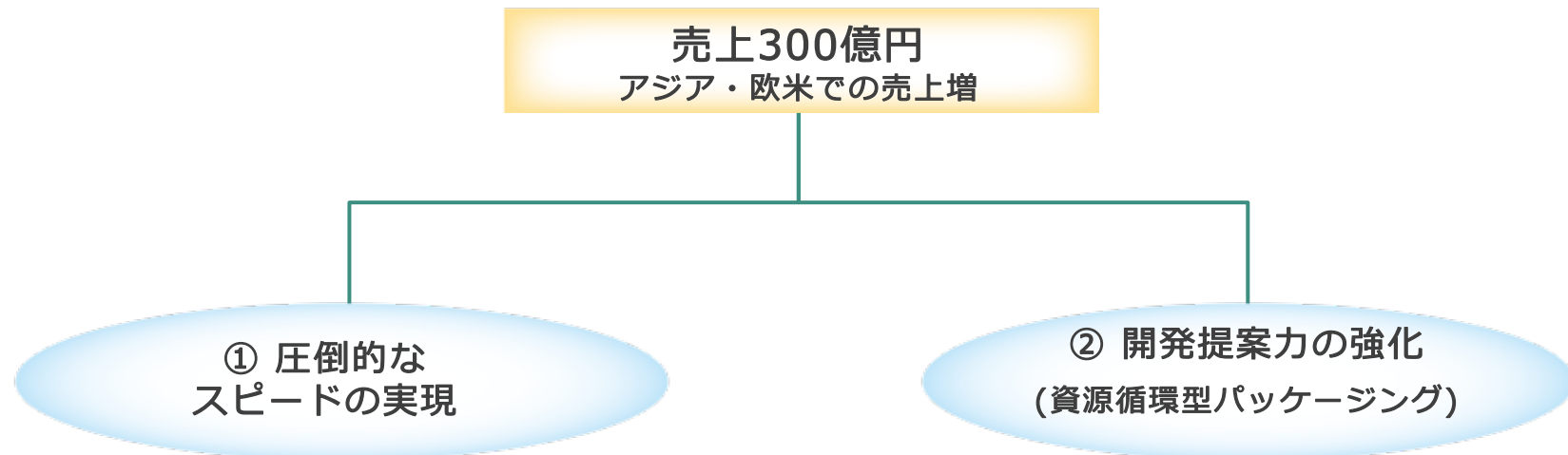
Innovation



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 アジア・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年ビジョンへ向けた2024年の取組み状況と進捗

■ 日本

2024年売上高121億円(昨年比6.4%増) 営業利益950百万円(同14.9%増)を計画

上期計画：売上高は60.2億円 営業利益491百万円に対して

上期実績：売上高は62.7億円(計画比4.2%増) 営業利益508百万円(計画比3.5%増)

※ 以下の取組みを継続して実施中

1. 開発戦略

- 資源循環型パッケージング製品の拡充は、引き続き注力。金型投資は既存金型を活用し、お客様の求める容器開発に取り組む方針(=コラボ提案の強化)
- スタンドボトル(金型所有者は当社)に加えて、ビスポーク(金型所有者は顧客)についても従来以上に積極的に取り組んで行く
- サステナブルな容器開発において、大学や研究機関と連携

2. 生産戦略

- 今後も人員確保が難しい状況が続くことを前提に、自動化・ロボット化のための設備投資を実施し安定供給に努める
- 金型開発や試作のスピードアップを図り、当社の差別化要素である圧倒的なスピードを実現する

3. 営業戦略

- 顧客とのコミュニケーション量を増やすと共に、提案の質を高めることで、営業力を強化する
- ECサイトの活用やショールームの展示充実やイベント開催など、新規顧客との接点を増やし、新規顧客の増加に繋げていく

4. 人材戦略

- 経営理念(ビジョン、ミッション、ストラテジー、ゴール、バリュー)の再構築、自発的で推進力のある組織への転換を図っていく

3. 2030年ビジョンへ向けた2024年の取組み状況と進捗

■ 中国

2024年売上高23.7億円(昨年比2.4%減)営業利益▲170百万円(同104百万円改善)を計画

上期計画：売上高は11.7億円 営業利益▲92百万円に対して

上期実績：売上高は12.2億円(計画比3.9%増) 営業利益2百万円(同94百万円改善)

1. 開発戦略

- 日本で評判の高い資源循環型パッケージング製品、販促ツールを全面的に推進することで、当社の開発面での優位性を発揮する

2. 生産戦略

- 検査、梱包の自動化、ロボット化を推進し、無人の生産ラインを導入する
- 生産スピード（リードタイム）の改善を行っていく

3. 営業戦略

- 訪問件数やWEB面談の増加、顧客分析力の向上などの営業スキルを見直す
- 展示会開催をきっかけとして新規顧客の開拓(化粧品以外の分野も含む)を実施する

■ インド

2024年売上高6億円（昨年比46.0%増）営業利益15百万円（同50百万円改善）を計画

上期計画：売上高は2.8億円 営業利益▲0百万円に対して

上期実績：売上高は2.8億円(計画比1.2%減)営業利益▲3百万円(同3百万円未達)

1. 営業戦略

- 展示会等を通じた広報活動の成果も有り、知名度が高まってきており、当社の特徴をより浸透させていく

2. 生産戦略

- インド事業所の生産能力の増強を図るべく、グループ内の生産設備を移送すると共に、日本から技術者を派遣し、成型・印刷技術の指導を行うなど、グループの経営リソースを積極的に投入

3. 資源循環型パッケージングに関する取組み

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目指すなかで、

- Materials（原材料）
 - Recycle（リサイクル）
 - Innovation（技術革新）
- の3つのテーマに重点を置いております

資源循環型パッケージングカンパニー
を目指す3つの具体的な取組み

①

サステナブル素材
への取組み

②

水平リサイクルの実証実験
への取組み

③

CO₂ 排出量削減
への取組み

3. 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**などのイノベー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
- 2030年までの累計で60億円規模の金型投資（**Reuse**や**Reduce**を含む）を行う予定です



3. 資源循環型 Standout なパッケージング開発

キャップレスパウチチューブは、ハサミを使って、好きな位置で自由にカットして使用する新しいチューブです

化粧品やトイレタリー向けの詰め替え用として、小ロットから購入可能です。素材にはバイオマスPEを採用し、二酸化炭素排出量と石化由来の原料の使用量の削減に貢献する製品です



3. 資源循環型パッケージング／展示会出展

コスモプロフボローニャ展示会出展

当社は2024年3月21日～24日にイタリア・ボローニャで開催された展示会（コスモプロフボローニャ 2024）に出展しました

化粧品向けの資源循環型パッケージングとして、シンプルでも際立つ特徴がある製品、付替・詰替により繰り返し使用できる製品や、2023年秋に開設した欧州でのECサイト（Store）を紹介、来場者から展示内容を高く評価いただきました

来場いただいたお客様へ継続的な接触を行うなど、欧州地区でのさらなる売上増加へ取り組みを進めてまいります



3. 資源循環型パッケージング／展示会出展

中国美容博覧会出展

当社は2024年5月22日～24日に中国・上海で開催された中国美容博覧会（チャイナビューティ2024）に出展しました

お客様との価値創造を共創とサステナビリティをテーマとして化粧品顧客にむけて新製品やリサイクル材料を使用した製品を紹介しました

中国経済の回復が遅れている中でも、新規参入手続きの簡素化等で化粧品事業者数は増加しており、本展示会にご来場いただいた新しいお客様との商談も進めています



3.水平リサイクルの実証実験への取り組み

水平リサイクル実証実験

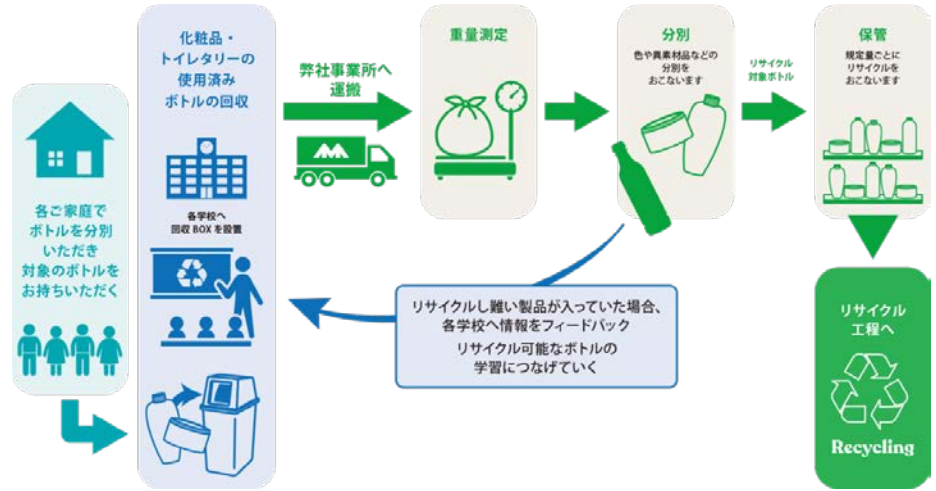
循環型社会の実現に向けた取組みの一つとして使用済みの化粧品容器をリサイクルし、容器の原材料として利用する水平リサイクル（Bottle to Bottle）を実現するための実証実験を段階的に進めています

第一段階（現段階）
 使用済み容器の回収
 ：お客様企業や地方自治体との連携

第二段階（現段階）
 使用済み容器の再資源化
 ：リサイクル事業者との連携

第三段階
 リサイクル材料を使用した容器の製造

早期のBottle to Bottleの実現へ向け、回収した容器をリサイクル原材料として使用する際の成形条件、製品品質への影響などの確認・検証作業を進めています

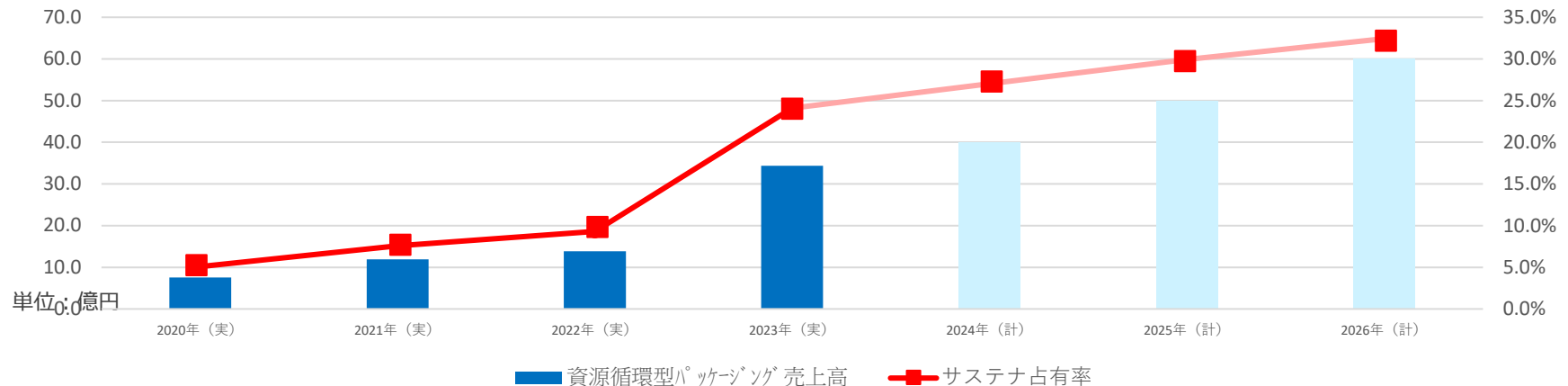


当社が行っている水平リサイクルの実証実験に関連して、富山県立山町のご協力をいただき、使用済み化粧品PETボトル容器の回収ボックスを富山県立山町内の小学校に設置し、現在容器の回収を行っています

3. 資源循環型パッケージングの売上高の推移

原料(植物由来原料、リサイクル原料、石化代替素材等)と仕様(付替/詰替、軽量化)の組み合わせによる容器製造を加速し、連結売上高の1/3程度を占める水準まで資源循環型パッケージング売上を高めてまいります

資源循環型パッケージング製品売上推移と占有率



資源循環型パッケージング売上と占有率の推移 (2024年計画及び実績)

(単位：億円)	2020年 (実)	2021年 (実)	2022年 (実)	2023年 (実)	2024年2Q (実)	2024年4Q (計)
グループ売上高	148.6	157.8	148.9	143.1	77.9	152.5
サステナ占有率	5.1%	7.6%	9.3%	24.1%	23.7%	26.2%
資源循環型パッケージング売上高	7.6	11.9	13.9	34.4	18.5	40.0

※2023年からサステナ売上にrecyclableカテゴリー19.4億円を加算して集計している (2023年の従来値は15.0億円)

※サステナ占有率 = 資源循環型パッケージング売上高 ÷ グループ売上高

資料構成

1. 2024年12月期第2四半期トピックス

2. 2024年12月期第2四半期業績概要

3. 2030年ビジョンに向けた取組み

4. 参考資料



4. 参考資料

地域別グループ企業業績（2022年からの四半期推移）

(百万円)

地域		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	2023年 第1四半期	2023年 第2四半期	2023年 第3四半期	2023年 第4四半期	2024年 第1四半期	2024年 第2四半期
日本	売上高	2,669	2,923	2,885	2,912	2,710	2,921	2,817	2,953	3,066	3,208
	粗利額	817	881	828	814	756	822	834	859	834	945
	営業利益	220	267	225	208	154	191	231	250	205	303
中国	売上高	850	650	989	675	714	602	586	530	555	665
	粗利額	229	107	182	131	138	77	102	73	149	178
	営業利益	59	▲58	▲23	▲36	▲29	▲92	▲69	▲84	▲4	6
欧米	売上高	70	39	44	51	24	65	79	62	40	49
	粗利額	17	13	13	16	8	14	17	18	11	12
	営業利益	4	0	0	1	▲7	0	0	0	▲4	▲3
その他 アジア	売上高	75	83	89	73	114	130	133	115	152	167
	粗利額	11	12	14	16	25	28	22	16	28	36
	営業利益	▲9	▲9	▲9	▲13	2	▲2	▲13	▲18	▲3	2
連結	売上高	3,606	3,653	3,965	3,659	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042
	粗利額	1,077	1,014	1,040	976	929	943	975	968	1,026	1,169
	営業利益	277	202	195	161	122	98	151	159	197	305

4. 参考資料

地域別グループ企業業績（2019年からの年間推移）

(百万円)

地域		2019年		2020年		2021年		2022年		2023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	11,741	▲2.7%	11,651	▲0.8%	12,005	+3.0%	11,390	▲5.1%	11,403	+0.1%
	粗利額	3,730	+1.7%	3,917	+5.0%	3,942	+0.6%	3,341	▲15.2%	3,272	▲2.1%
	営業利益	1,277	+2.8%	1,429	+11.9%	1,485	+3.9%	922	▲37.9%	827	▲10.3%
中国	売上高	3,438	▲12.3%	3,149	▲8.4%	3,544	+12.5%	3,165	▲10.7%	2,434	▲23.1%
	粗利額	1,003	▲9.0%	993	▲1.0%	971	▲2.2%	651	▲33.0%	391	▲39.8%
	営業利益	433	▲15.8%	472	+8.9%	335	▲29.0%	▲59	—	▲274	—
欧米	売上高	164	▲43.0%	184	+12.0%	297	+61.2%	206	▲30.5%	231	+12.0%
	粗利額	40	▲40.8%	41	+1.7%	62	+49.4%	60	▲2.1%	57	▲4.9%
	営業利益	▲31	—	▲10	—	3	—	7	+147.8%	▲7	—
その他 アジア	売上高	69	+106.5%	109	+57.7%	181	+64.7%	321	+77.6%	493	53.4%
	粗利額	▲49	—	▲39	—	2	—	55	+2,472%	93	66.9%
	営業利益	▲147	—	▲119	—	▲74	—	▲41	—	▲31	—
連結	売上高	15,196	▲5.2%	14,863	▲2.2%	15,776	+6.1%	14,885	▲5.6%	14,317	▲3.8%
	粗利額	4,726	▲1.9%	4,912	+3.9%	4,979	+1.4%	4,107	▲17.5%	3,818	▲7.1%
	営業利益	1,538	▲5.7%	1,778	+15.6%	1,754	▲1.3%	836	▲52.4%	522	▲37.6%

4. 参考資料

区分別販売実績（2022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)

	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	2023年 第1四半期	2023年 第2四半期	2023年 第3四半期	2023年 第4四半期	2024年 第1四半期	2024年 第2四半期
化粧・美容	2,109	2,293	2,315	2,219	1,998	2,192	2,090	2,133	2,345	2,593
日用・雑貨	217	205	215	206	263	255	237	229	257	249
食品・ 健康食品	323	326	346	339	337	388	341	320	348	390
化学・医薬	200	199	217	188	194	180	212	199	239	186
卸、その他	754	628	870	706	707	637	664	730	559	622
合計	3,606	3,653	3,965	3,659	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042

区分別販売実績（2022年からの製商品の内訳ごとの四半期推移）

(百万円)

	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	2023年 第1四半期	2023年 第2四半期	2023年 第3四半期	2023年 第4四半期	2024年 第1四半期	2024年 第2四半期
スタンダード ボトル	2,769	2,759	2,974	2,743	2,677	2,848	2,716	2,723	2,687	3,091
ビスポーク	312	292	385	312	333	304	329	337	376	363
他社製品	483	589	550	565	465	475	471	524	632	543
材料その他	40	12	54	38	25	26	29	27	54	44
合計	3,606	3,653	3,965	3,659	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042

4. 参考資料

区分別販売実績（2019年からの販売先の主要事業内容ごとの年間推移）

2019年は旺盛なインバウンド需要後、中国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が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感染者数増加の影響もあり、化粧品需要が本格的に回復せず。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。2023年は国内売上は4Qの受注が増加が寄与し増収に。一方中国はゼロコロナ解除後も消費回復が鈍く在庫調整が長期化。中国国内での競争も激化。インドは需要が旺盛で売上高は順調に拡大中

(百万円)

	2019年			2020年			2021年			2022年			2023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	8,802	57.9	▲8.8	8,147	54.8	▲7.4	8,904	56.4	9.3	8,938	60.0	0.4	8,415	58.8	▲5.8
日用・雑貨	705	4.6	1.0	1,019	6.9	44.5	930	5.9	▲8.7	845	5.7	▲9.1	986	6.9	16.6
食品・健康食品	1,385	9.1	5.7	1,347	9.1	▲2.8	1,470	9.3	9.1	1,335	9.0	▲9.2	1,389	9.7	4.0
化学・医薬	812	5.3	▲3.1	906	6.1	11.7	1,096	7.0	20.9	805	5.4	▲26.5	786	5.5	▲2.4
卸、その他	3,490	23.0	▲1.0	3,442	23.2	▲1.4	3,374	21.4	▲2.0	2,960	19.9	▲12.3	2,740	19.1	▲7.4
合計	15,196	100.0	▲5.2	14,863	100.0	▲2.2	15,776	100.0	6.1	14,885	100.0	▲5.6	14,317	100.0	▲3.8

4. 参考資料

受注実績（2022年からの四半期推移）

(百万円)

	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	2023年 第1四半期	2023年 第2四半期	2023年 第3四半期	2023年 第4四半期	2024年 第1四半期	2024年 第2四半期
国内	2,904	3,086	2,894	2,956	2,909	3,026	3,005	3,405	3,253	3,535
海外	787	926	865	819	797	709	677	749	896	781
(うち中国)	676	781	735	678	640	525	492	571	668	549
連結合計	3,691	4,012	3,760	3,775	3,707	3,735	3,683	4,155	4,155	4,310

受注実績（2019年からの年間推移）

2019年はインバウンド需要による受注増加後、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も先行き懸念残り消費停滞、受注は大幅減。2023年は国内のインバウンド需要を背景に4Qの受注が増加。一方中国はゼロコロナ政策解除後も消費回復が鈍く在庫調整が長期化。中国国内での競争も激化し受注は低迷。インドは需要が旺盛で受注増で推移

(百万円)

	2019年		2020年		2021年		2022年		2023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	10,815	▲20.5%	12,454	15.2%	12,274	▲1.4%	11,841	▲3.5%	12,347	4.2%
海外	3,812	▲1.6%	3,597	▲5.6%	4,034	12.1%	3,398	▲15.7%	2,934	▲13.7%
(うち中国)	3,598	▲0.3%	3,258	▲9.5%	3,504	7.6%	2,871	▲18.1%	2,229	▲22.3%
連結合計	14,627	▲16.3%	16,051	9.7%	16,308	1.6%	15,240	▲6.5%	15,282	2.3%

4. 参考資料

為替レート (PL使用レート)

	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	2023年 第1四半期	2023年 第2四半期	2023年 第3四半期	2023年 第4四半期	2024年 第1四半期	2024年 第2四半期
円／元	18.31	18.97	19.38	19.50	19.35	19.46	19.62	19.82	20.63	21.07
円／米ドル	116.34	123.14	128.30	131.62	132.42	135.00	138.24	140.67	148.63	152.36
円／ユーロ	130.40	134.39	136.05	138.14	142.16	145.93	149.77	152.11	161.33	164.70
円／ルピー	1.56	1.62	1.67	1.68	1.62	1.65	1.69	1.71	1.80	1.84
円／バーツ	3.52	3.65	3.70	3.75	3.91	3.95	4.01	4.04	4.17	4.21

4. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

4,038型の保有金型のうち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

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年2Q (金型数)
日本	完成金型数	123	59	97	93	65	116	44
	廃却・移動	▲54	▲80	▲99	▲16	▲30	▲53	-
	保有金型数	2,342	2,321	2,319	2,396	2,431	2,494	2,538
中国	完成金型数	96	74	84	89	32	37	21
	廃却・移動	9	7	▲159	▲8	▲19	▲15	-
	保有金型数	1,103	1,184	1,109	1,190	1,203	1,225	1,246
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	35	27
	廃却・移動	-	-	-	-	-	23	-
	保有金型数	18	45	93	138	169	227	254
連結	完成金型数合計	237	179	233	227	128	188	92
	保有金型数	3,463	3,569	3,544	3,724	3,803	3,946	4,038
		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年2Q (百万円)
連結取得金額		4,875	4,827	4,654	5,003	5,220	5,541	5,824
連結減価償却累計額		▲4,147	▲4,175	▲4,163	▲4,453	▲4,743	▲5,113	▲5,270
連結金型(純額)		727	651	490	550	477	540	554
純額割合		14.9%	13.5%	10.3%	11.0%	9.1%	9.8%	9.5%



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（2024年6月30日現在）

発行済株式数 12,529,200株（2024年6月30日現在）

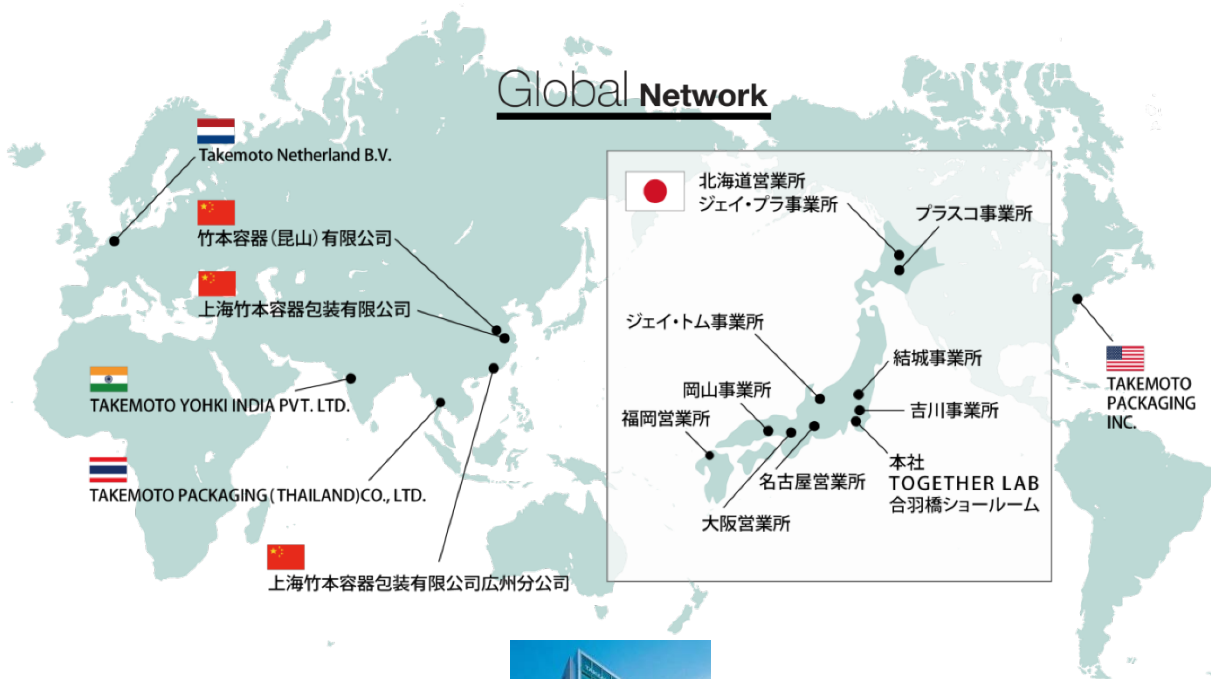
単元株主数 11,013名（2024年6月30日現在）

グループ従業員数 798名（2024年6月30日現在）

上場市場 東京証券取引所スタンダード市場

[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