

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目ざして

2023年12月期決算説明会資料



TAKEMOTO

竹本容器株式会社
(東証スタンダード市場 4248)
2024年2月15日

資料構成

1. 2023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取組み
4. 中期計画及び2024年12月期見通し
5. 参考資料



1. 2023年12月期トピックス

通期業績総括 ①

【業績】

- 連結売上高は、143億17百万円（前年同期比3.8%減）
- 連結営業利益は、5億22百万円（前年同期比37.6%減）
- EBITDAは、15億18百万円（前年同期比17.1%減）

【特徴】

- 国内は4Qの化粧品容器向けの受注が増加し、通期売上高を押し上げた。また、製品単価見直し等の効果により下期の利益率が改善。一方、中国はゼロコロナ政策解除後も消費が伸びないことに加えて、競合先との競争が激化。インドは前期比で大幅増収
- バイオマス樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器が伸長。新たに追加した区分※を含め資源循環型パッケージング売上は34億49百万円(連結売上高の24.1%) と拡大
 - ※今期より「資源循環が容易に可能な製品」を集計対象に追加しております
- 国内は資源高継続。原材料費及び水道光熱費負担が前年同期比で増加

1. 2023年12月期トピックス

通期業績総括 ②

【日本】

- 売上面では4Qの受注増により増収。売上高は114億3百万円（前年同期比0.1%増）となった
- お客様の環境意識が一層高まり、資源循環型パッケージング売上が引き続き伸長。特に、バイオマス樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器は引き続き需要増
- 利益面では原材料費・水道光熱費の高止まりによるコスト増、展示会開催による広告宣伝費増により、営業利益は8億27百万円（前年同期比10.3%減）と減益になるも、製品単価見直し等の効果もあり、下期の営業利益率は改善傾向

1. 2023年12月期トピックス

通期業績総括 ③

【中国】

- 売上高は24億34百万円(前年同期比で23.1%減)と大幅減収
- ゼロコロナ政策解除後の消費回復が鈍く、お客様の在庫調整が長期化。更に競合先との競争の激化などもあり、受注が低調に推移
- 売上高の減少から工場稼働率が低下し2億74百万円の営業赤字

【インド】

- 売上高は4億11百万円（前年同期比52.1%増）と過去最高を更新
- インド化粧品市場の活況が継続。営業活動を通じ当社の特徴(アイテム数の多さ等)が浸透し、取引顧客数も増加
- 売上増や生産能力向上に伴い粗利ベースで黒字を確保。金型増加により取扱製品数を拡大し、顧客層拡大等の諸施策を実施するなど営業利益黒字化へ向けた取組みを継続

資料構成

1. 2023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取組み
4. 中期計画及び2024年12月期見通し
5. 参考資料



2. 2023年12月期業績概要

2023年12月期連結決算ハイライト

| | 2022年12月期 ¥19.50/RMB ¥131.62/USD | 2023年12月期 ¥19.82/RMB ¥140.67/USD | 前年同期比 | | 2023年計画比 ^(※1) | |
|----------|--|--|-------------|--------|--------------------------|--------|
| | | | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 |
| 売上高 | 百万円 14,885 | 百万円 14,317 | 百万円 ▲568 | ▲3.8% | 百万円 ▲2,605 | ▲15.4% |
| 営業利益 | 836 | 522 | ▲314 | ▲37.6% | ▲809 | ▲60.8% |
| 売上高営業利益率 | 5.6% | 3.6% | ▲2.0P | — | ▲4.2P | — |
| 経常利益 | 908 | 607 | ▲301 | ▲33.1% | ▲755 | ▲55.4% |
| 当期純利益 | 368 | 294 | ▲74 | ▲20.1% | ▲637 | ▲68.4% |

| | | |
|----------|-------|-------|
| 減価償却費 | 995 | 996 |
| 原材料費 | 2,267 | 2,126 |
| 設備投資額 | 792 | 1,409 |
| (うち 金型) | 170 | 297 |
| EBITDA | 1,831 | 1,518 |
| EBITDA比率 | 12.3% | 10.6% |

(※1) 期初に設定した計画との比較

2. 2023年12月期業績概要

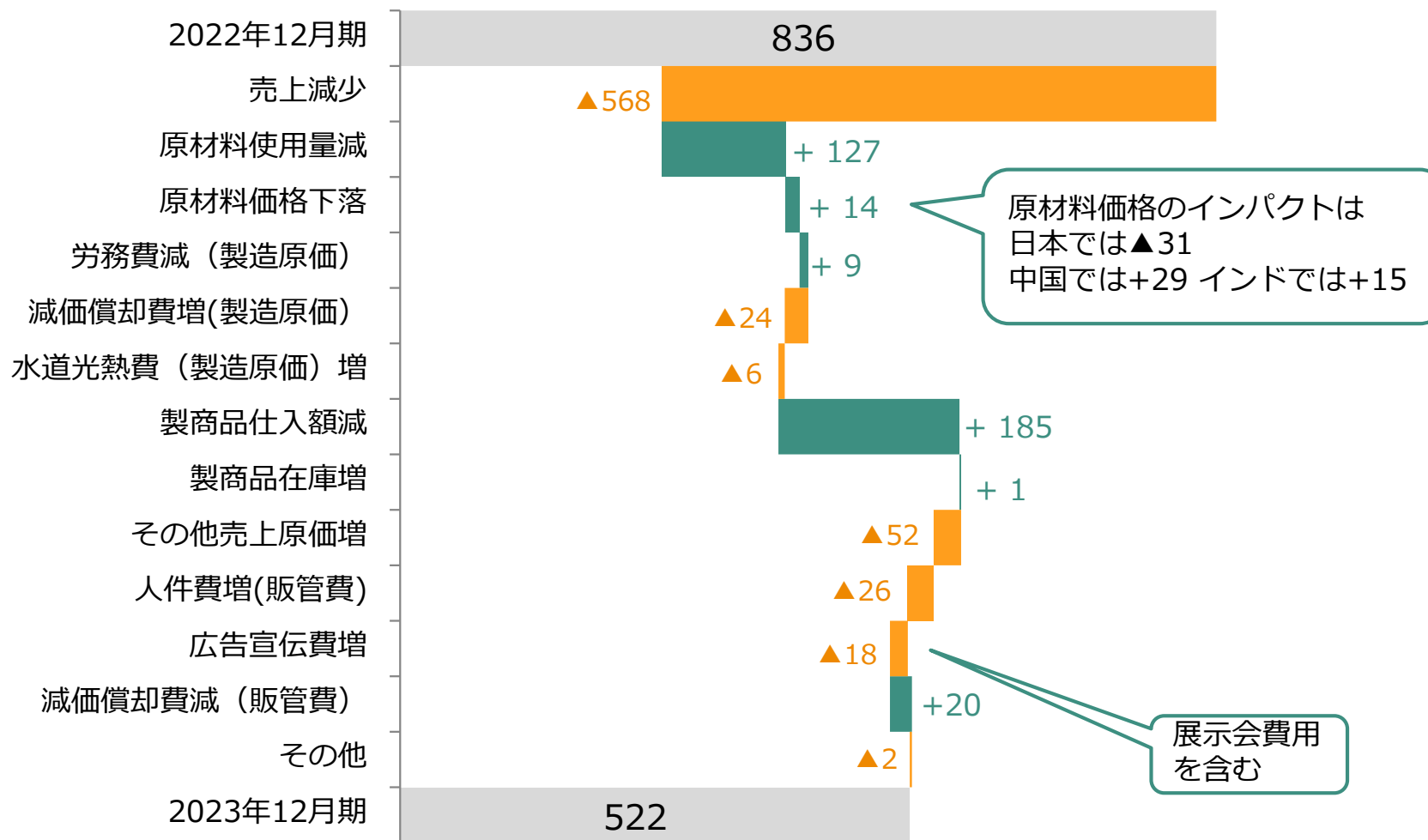
地域別グループ企業業績

| 日本 | 2022年12月期 | 2023年12月期 | 前年同期比 | | 計画比 | | 百万円 |
|--------------------|---|---|---------------|------------------|-----------------|------------------|--|
| | | | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | |
| 売上高 | 11,390 | 11,403 | +12 | +0.1% | ▲1,139 | ▲9.1% | <ul style="list-style-type: none"> 日本は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。受注は4Qで回復傾向に。売上高増加の要因となった 利益面では資源高による負担増が継続。販売価格への転嫁を進めていることもあり、下期の営業利益率は改善傾向 |
| 営業利益 | 922 | 827 | ▲95 | ▲10.3% | ▲447 | ▲35.1% | |
| 営業利益率 | 8.1% | 7.3% | ▲0.8P | — | ▲2.9P | — | |
| 中国 | 2022年12月期 ¥19.50/RMB | 2023年12月期 ¥19.82/RMB | 前年同期比 | | 計画比 | | 百万円 |
| 売上高 | 3,165 (162) | 2,434 (122) | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | |
| | | | ▲731 (▲39) | ▲23.1% ▲24.4% | ▲1,465 (▲72) | ▲37.6% ▲37.0% | |
| | | | ▲59 (▲3) | ▲274 (▲13) | ▲215 (▲10) | — — | |
| 営業利益 | — | — | — | — | ▲13.5P | — | <ul style="list-style-type: none"> 中国は昨年12月のゼロコロナ政策解除後も化粧品需要が回復せず、在庫調整が長期化し売上は低迷 利益面でも売上減少により工場の稼働が低下したことから粗利額が減少し営業利益は大幅赤字に |
| 営業利益率 | — | — | — | — | — | — | |
| ※ () 内はRMBベース:百万円 | | | | | | | |
| その他地域 | 2022年12月期 ¥131.62/US\$ ¥138.14/€ ¥1.68/INR ¥3.75/TB | 2023年12月期 ¥140.67/US\$ ¥152.11/€ ¥1.71/INR ¥4.04/TB | 前年同期比 | | 計画比 | | 百万円 |
| 売上高 | 528 | 725 | 増減 | 増減率 | 増減 | 増減率 | |
| | | | +196 | +37.2% | ▲12 | 0.0% | |
| 営業利益 | ▲34 | ▲39 | ▲4 | — | ▲7 | — | <ul style="list-style-type: none"> アメリカは大口顧客の受注増の影響で売上が計画比、昨年比増で推移 オランダはリピート増により売上が昨年比増で推移。EC在庫販売を開始し販路拡大を狙う インド国内化粧品市場の需要は旺盛。製品拡充効果もあり、新規顧客を取り込み需要増。売上は昨年比増で推移 |

2. 2023年12月期業績概要

2023年12月期 営業利益の変動分析

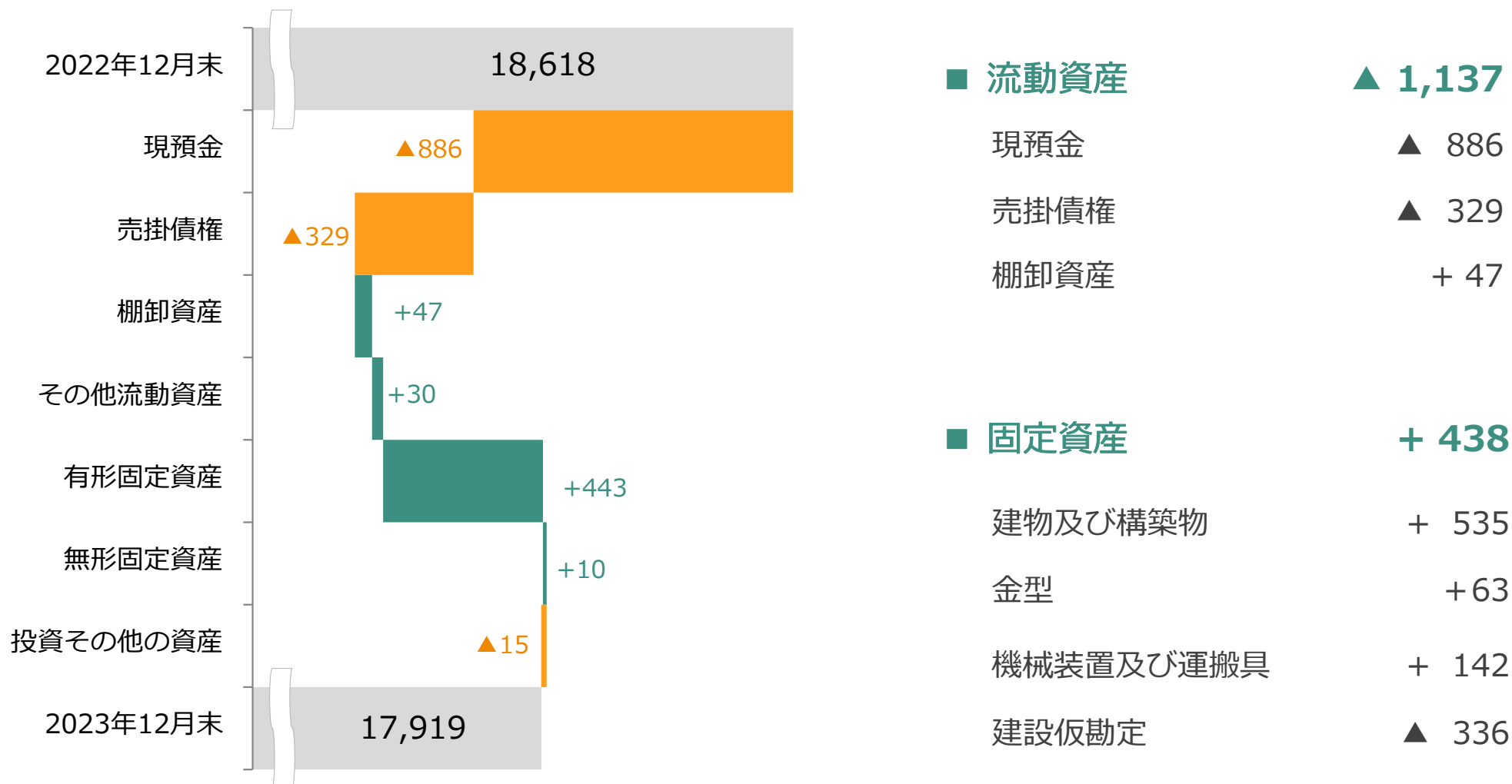
単位：百万円



2. 2023年12月期業績概要

2023年12月期 連結貸借対照表 資産の部

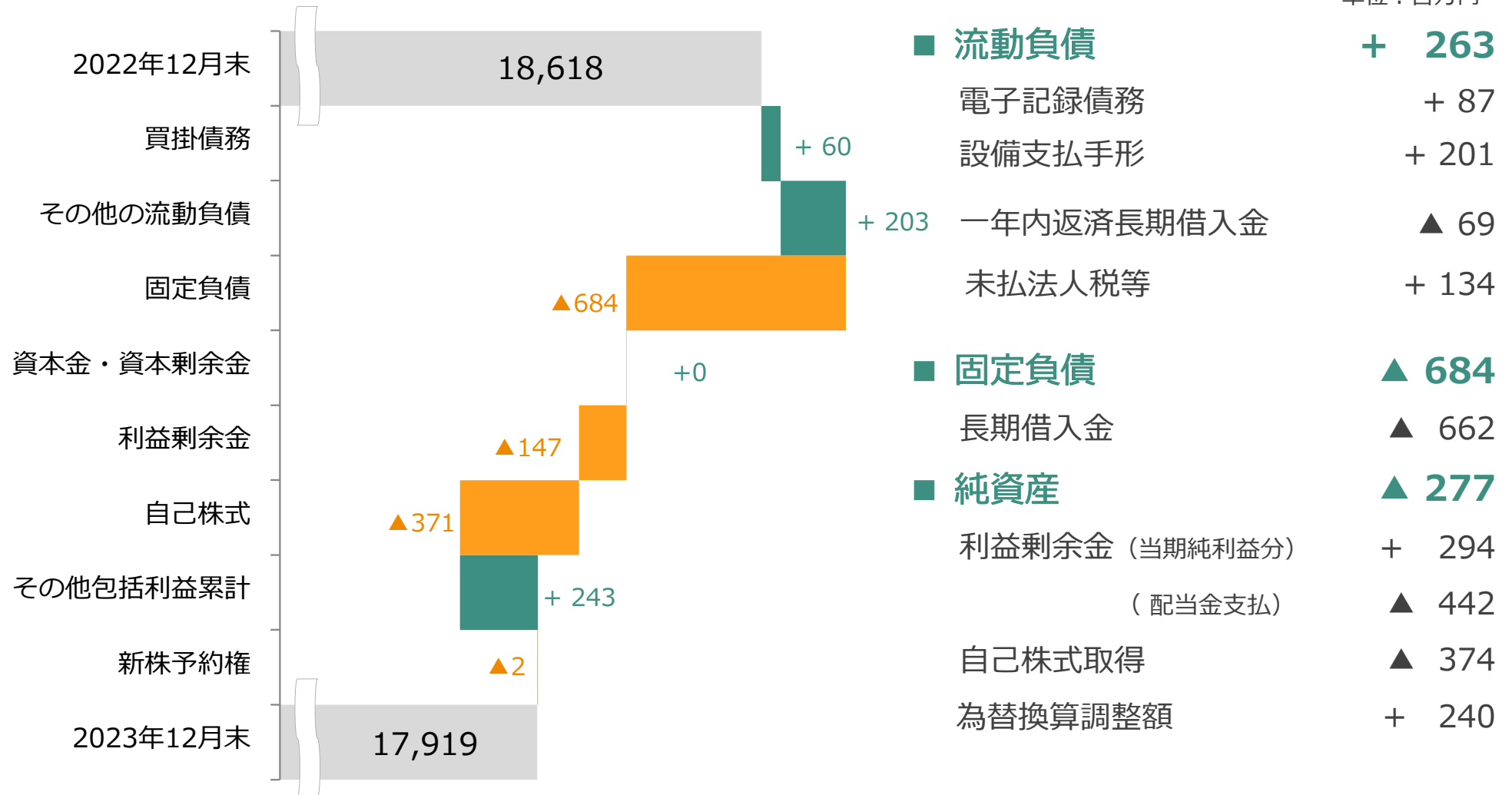
単位：百万円



2. 2023年12月期業績概要

2023年12月期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

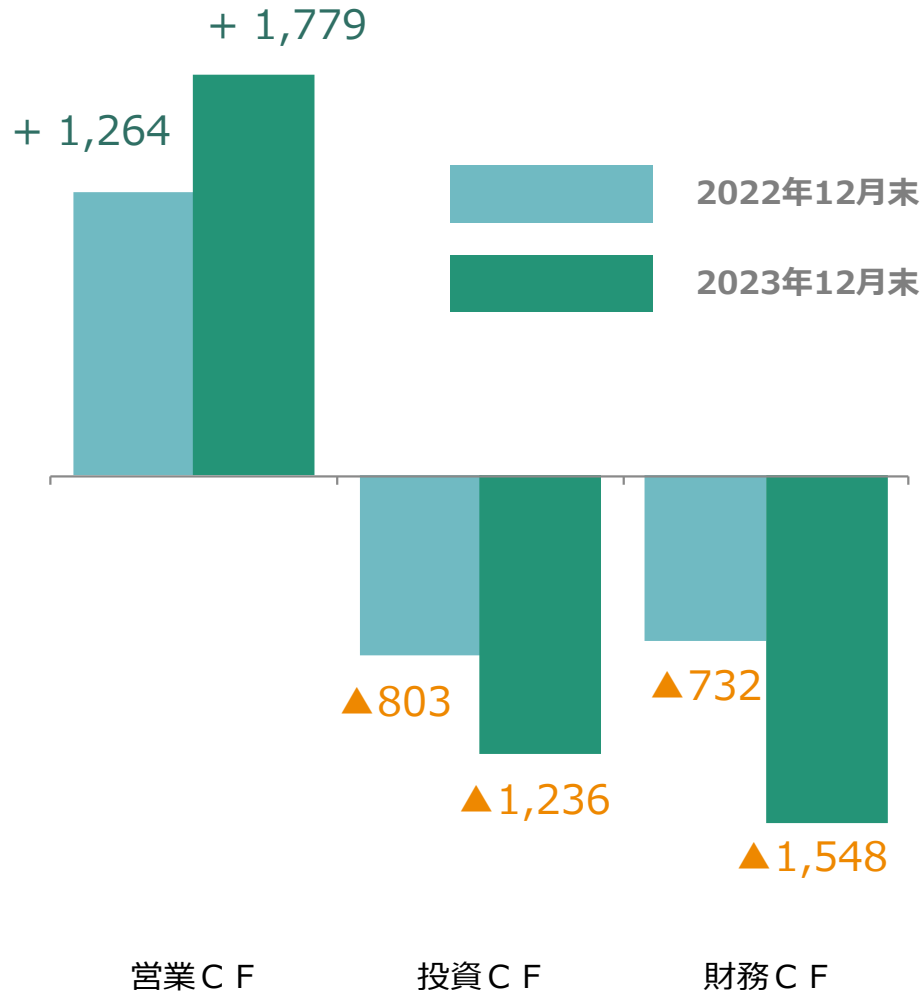
単位：百万円



2. 2023年12月期業績概要

2023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 | + 1,779 |
| 税金等調整前当期純利益 | + 606 |
| 減価償却費 | + 996 |
| 法人税等の支払額 | ▲ 196 |
| ■ 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲ 1,236 |
| 固定資産の取得による支出 | ▲ 1,240 |
| ■ 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲ 1,548 |
| 長期借入金の返済による支出 | ▲ 732 |
| 自己株式の取得 | ▲ 374 |
| 配当金の支払額 | ▲ 442 |
| ■ 換算差額 | + 117 |
| ■ <u>現金及び現金同等物の増減額</u> | <u>▲ 887</u> |
| ■ <u>現金及び現金同等物の期首残高</u> | <u>6,368</u> |
| ■ <u>現金及び現金同等物の期末残高</u> | <u>5,481</u> |

資料構成

1. 2023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取組み
4. 中期計画及び2024年12月期見通し
5. 参考資料



■ Cosmetics Skincare



- Foodstaff
Sports
Pharma



■ Household
Body
Hair



■ Sustainability



Materials



Recycling



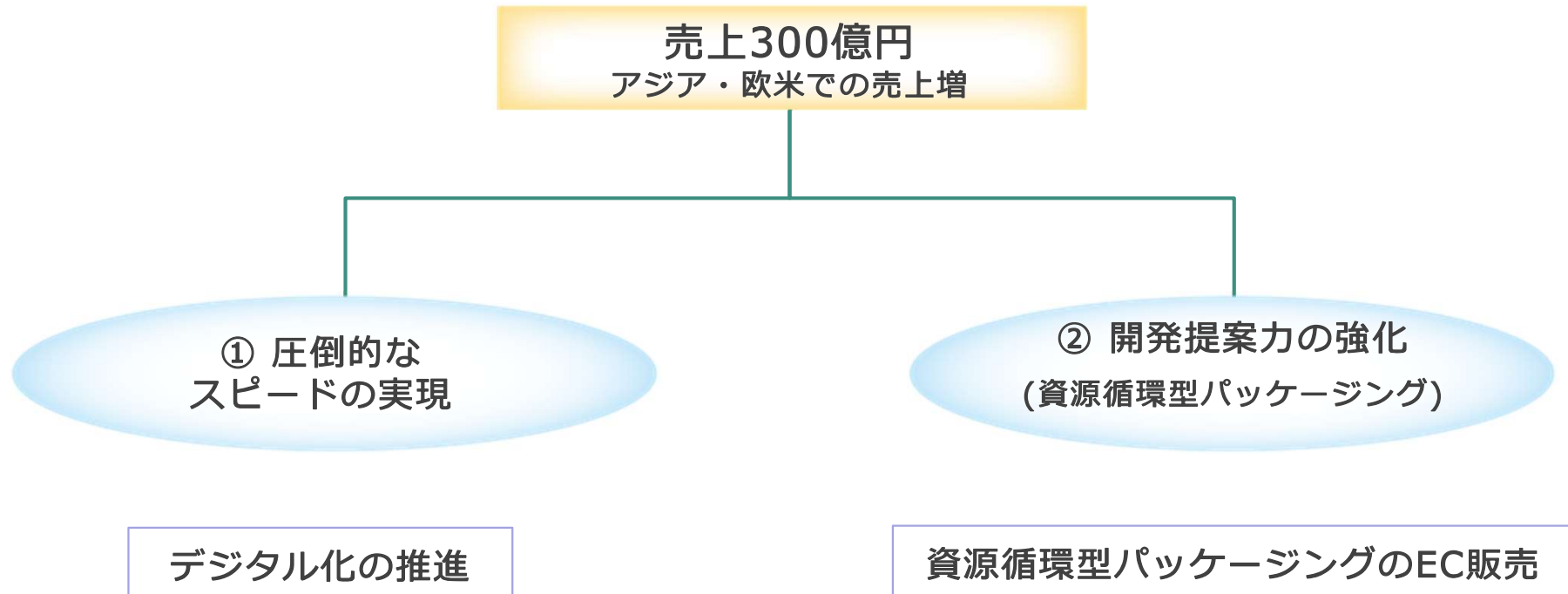
Innovation



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

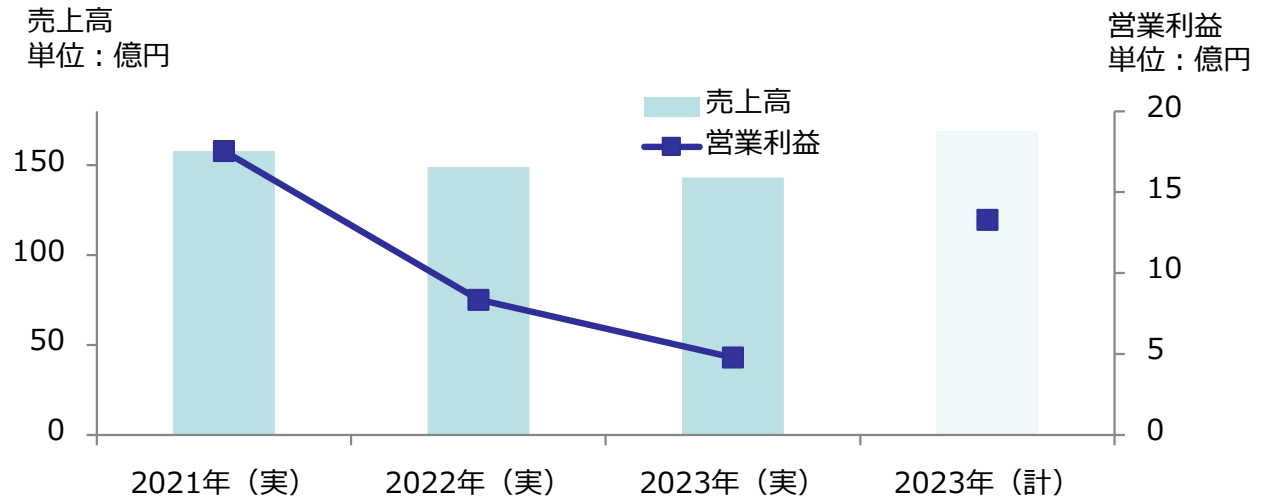


3. 2030年ビジョンに向けた取組み

■ 2023年の振り返り

1. 計画との大幅な乖離

- 計画段階では日本・中国ともにコロナ禍後に市場が回復し連動して売上が拡大することを想定していた



2. 外部環境認識と今後の対応

- 日本市場については、コロナ禍後の立ち上がりが当初想定よりも鈍かった
- 中国市場については、不動産不況や消費マインド後退の影響を受け、当初想定していた市場の伸びが期待しにくい状況になった
- 日本と中国とも、市場規模の拡大を前提にすべき状況ではなくなり競争が激しくなった。2030年ビジョンを達成するためには、当社シェアを拡大する必要があり、今まで以上に強い事業基盤を確立する必要があるものと認識
- インド市場については、通販系化粧品を中心として市場拡大が加速しており、経営リソースを積極的に投入したい

3. 2030年ビジョンに向けた取組み

■ 2023年の振り返り

1. 日本

- 圧倒的なスピードの実現について
 - 開発面：従来より取組んでいたデジタル化によって、開発スピードが向上した
 - 製造面：製造人員の確保が思うように進まず、計画通りにならなかった
- 開発提案力の強化について
 - 資源循環型パッケージングの開発に経営リソースを注ぎ、前年の8倍にあたる39製品の開発実績を上げた
 - 顧客のニーズにマッチしたヒット商品を生み出すなどの成果を上げた

2. 中国

- 競合他社の競争力について
 - 競合他社の生産体制の強化等により、従来より競争が激化している状況
- 稼働率の低下について
 - 受注減少により工場稼働率が低下していることから、営業の立て直しによる受注拡大とコスト見直しの両面に対応中

3. 全社共通

- 急激かつ厳しい外部環境変化や同業他社との競争が激しくなる中で、人材育成の重要性が際立ってきた

3. 2030年ビジョンに向けた2024年の取組み

■ 日本

2024年は売上高121億円（2023年比6.4%増）、営業利益950百万円（同14.9%増）を計画

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）
- スタンダードボトル（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（年内オープン予定）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年ビジョンに向けた2024年の取組み

■ 中国

2024年は売上高23.7億円（2023年比2.4%減）、営業利益▲170百万円（同104百万円改善）を計画

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
- 化粧品業界以外の分野について、新規顧客の開拓を実施する

■ インド

2024年は売上高6億円（2023年比46.0%増）、営業利益15百万円（同50百万円改善）を計画

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する

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
- 2023年は3億円の金型投資を行いました。2030年までの累計で65億円規模の金型投資（**Reuse**や**Reduce**を含む）を行う予定です

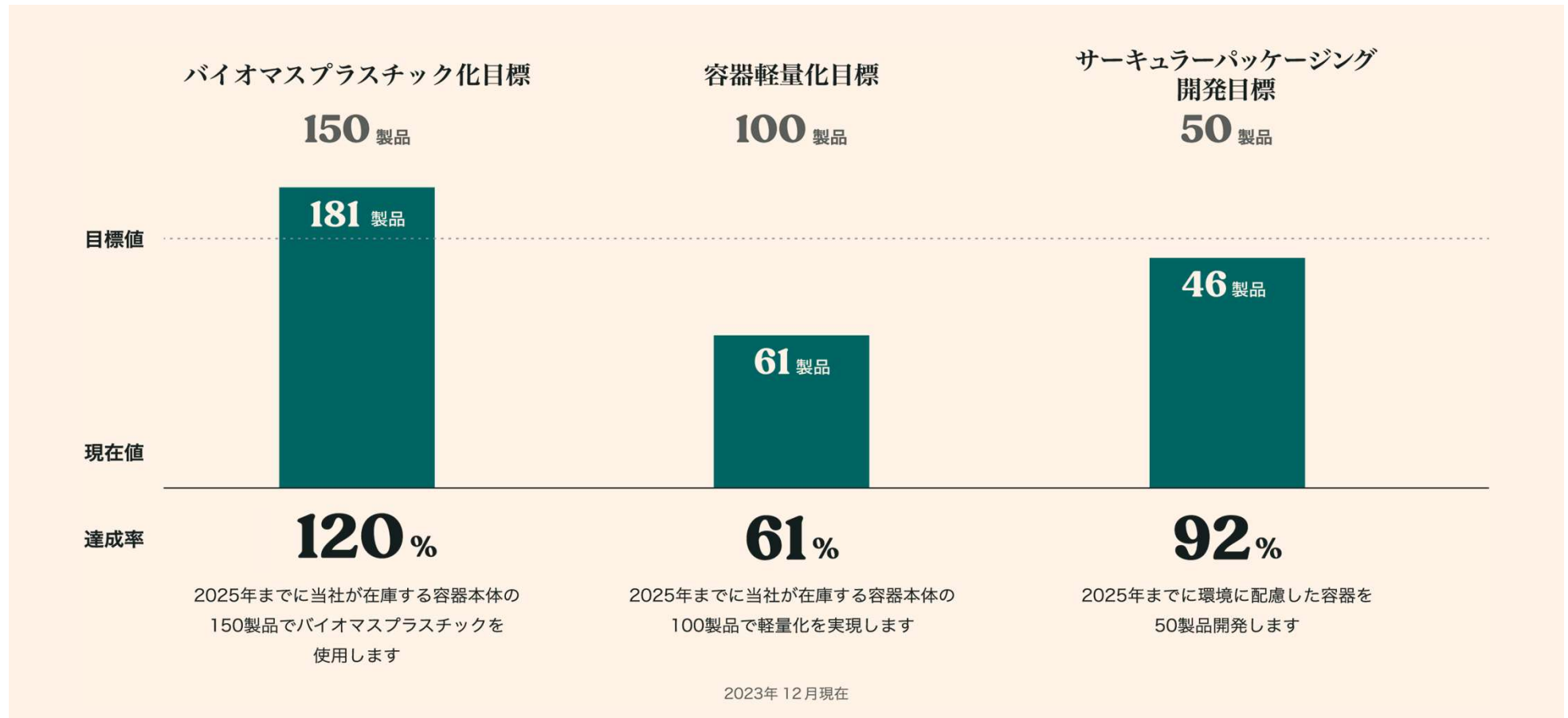


3. 資源循環型 Standout なパッケージング開発



3. 2025年までに約束する3つのマイルストーン

2020年に公表したマイルストーンは、バイオマス化は目標達成済、サーキュラーパッケージング開発目標も計画を上回るペースで進捗しています



目標の150製品は達成済
追加で実績積上げ中

現在、目標達成に向けた
製品開発を行っている

2023年大幅増加
年内に計画クリア見込

3. 資源循環型パッケージングの売上高の推移

2026年時点で資源循環型パッケージング売上を、グループ売上高の1/3程度を占める水準まで高めていく

資源循環型パッケージング売上と占有率の推移（含む計画）

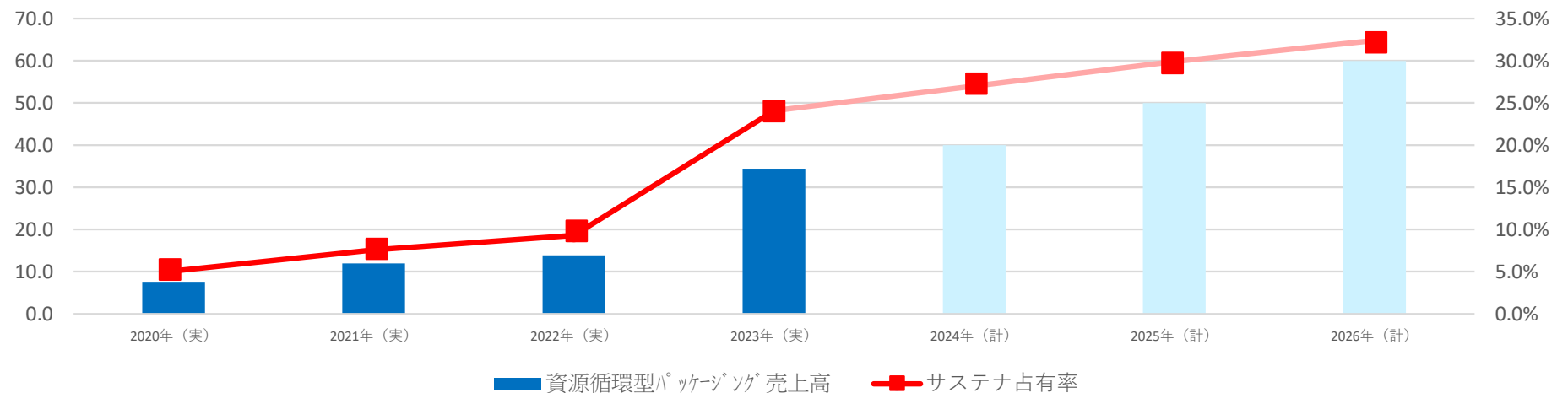
| （単位：億円） | 2020年（実） | 2021年（実） | 2022年（実） | 2023年（実） | 2024年（計） | 2025年（計） | 2026年（計） |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| グループ売上高 | 148.6 | 157.8 | 148.9 | 143.1 | 148.0 | 167.0 | 185.0 |
| サステナ占有率 | 5.1% | 7.6% | 9.3% | 24.1% | 27.0% | 29.9% | 32.4% |
| 資源循環型パッケージング売上高 | 7.6 | 11.9 | 13.9 | 34.4 | 40.0 | 50.0 | 60.0 |

※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

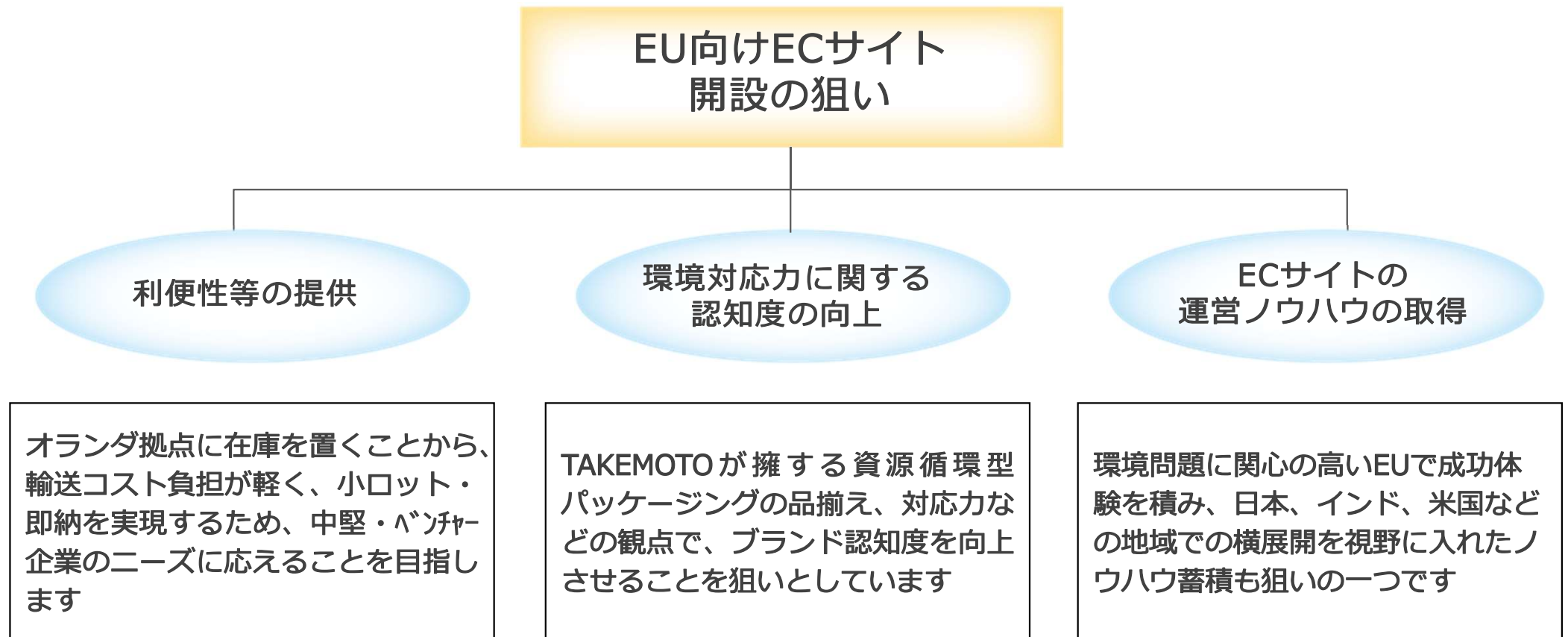
単位：億円

資源循環型パッケージング製品売上推移と占有率



3. EU向けECサイトの取組み

EU向けの資源循環型パッケージング専用ECサイトが2023年11月にオープンしました。ボトル本体とキャップの組み合わせで4,000通りを超える製品を200個単位で販売しています。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. EU向けECサイトの取組み

Welcome to our store

Shop products



Store ストア

About Login Cart

Sustainable packaging solutions **available on demand.**



Shop now, just choose your shape, size and colour.



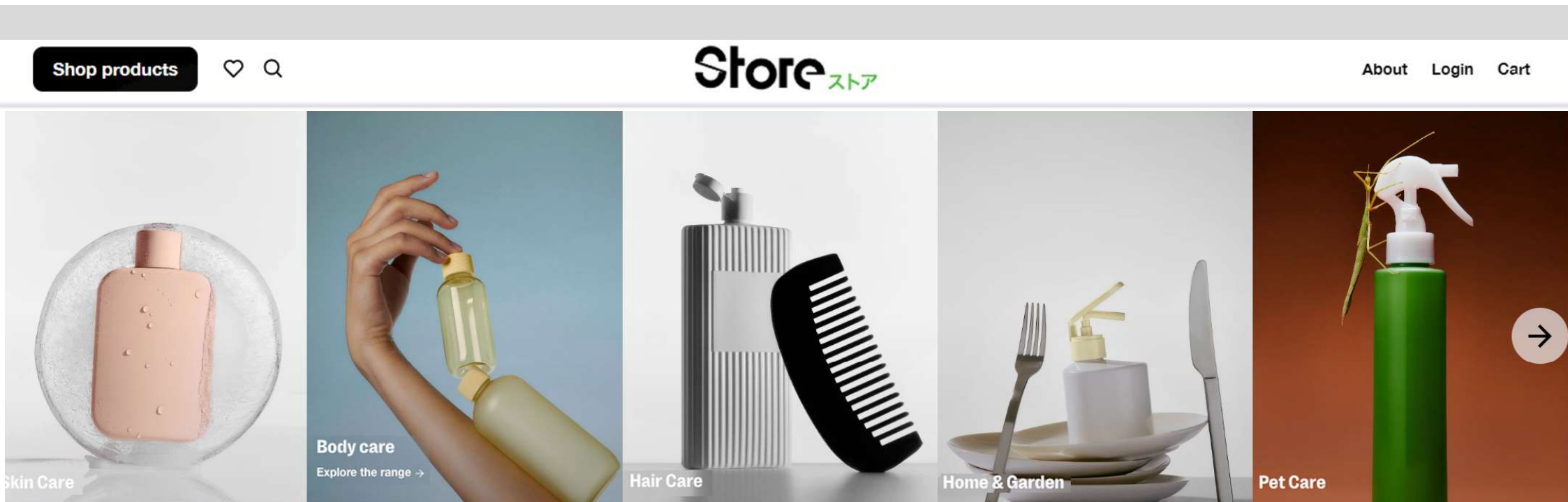
Buy from 200 units hassle free, ready to ship.



Buy up to 10 sample units to test with your product.



3. EU向けECサイトの取組み

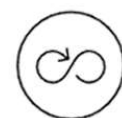


Sustainable approaches for the **circular packaging economy.**

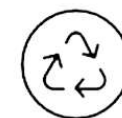
[Learn more about our approaches](#)



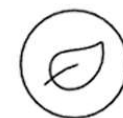
Reduce



Reuse



Recycle



Renewable

3. EU向けECサイトの取組み

Shop products



Store ストア

About Login Cart

Your product, **our package**



Over 4000 container, closure and color combinations ready to ship.



Select your style, size and colours then checkout for instant purchase.



Purchase up to 10 sample units, or full cartons from 200 units on demand.



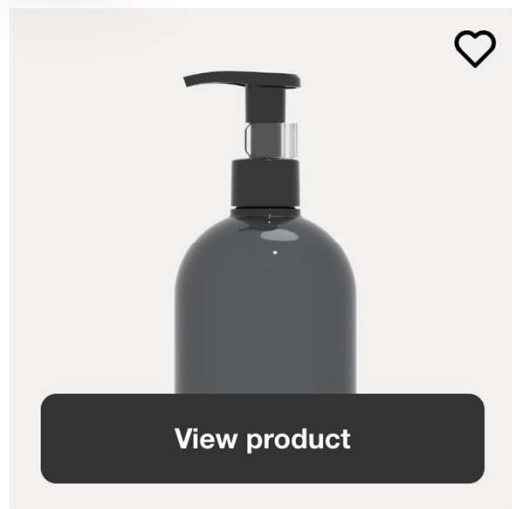
3. EU向けECサイトの取組み

Shop products



Store ストア

About Login Cart



View product

300mL - RECYCLED PET - 1CC PUMP

Container colour



Main component colour



300mL - BIOMASS PE - SCREW CAP

S-PPC-300 + C-80 WCAP (PE)

From €1,75 /unit



OUT OF STOCK

300mL - RECYCLED PET - FLIP TOP CAP

PEPI-300 + PII N FLIP-TOP CAP (4ø)

From €0,58 /unit



120mL - RECYCLED PET - TRIGGER SPRAY

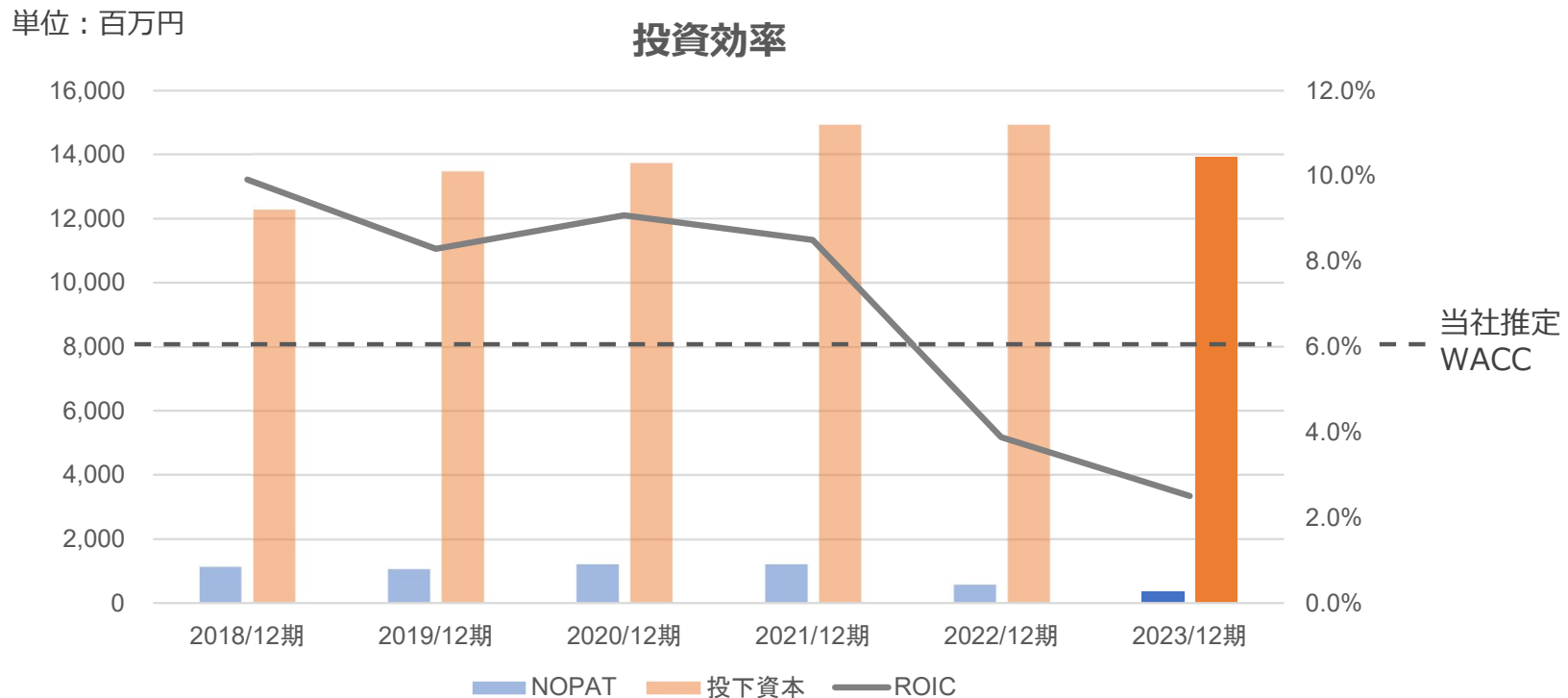
S-PEPIN-120 + TRI MINI SPRAY

From €1,33 /unit



3. 資本コストや株価を意識した経営の実現へ向けた対応

- 当社では、資本コストについて毎年算出を行っており、ハードルレーートを意識した経営を行っております
- 株主資本コストについては8%前後、WACCについては6%前後と認識しております
- ROICベースのリターンでは、2022年12月期以降大きく低下している状況です



3. 資本コストや株価を意識した経営の実現へ向けた対応

ROICベースのリターンが低下しているのは、国内及び中国事業の収益性低下が主要因と認識しています
国内及び中国における現状分析結果に基づき、前年度より開始した改善の取組みを継続すると共に、
株主・投資家との対話についても、順次進めて参ります

I. 現状分析・評価

- 資本コスト及びROICの推移 (P32)
- 資本コスト算定の根拠
- ROIC低下の要因分析

II. 取組みの検討・開示

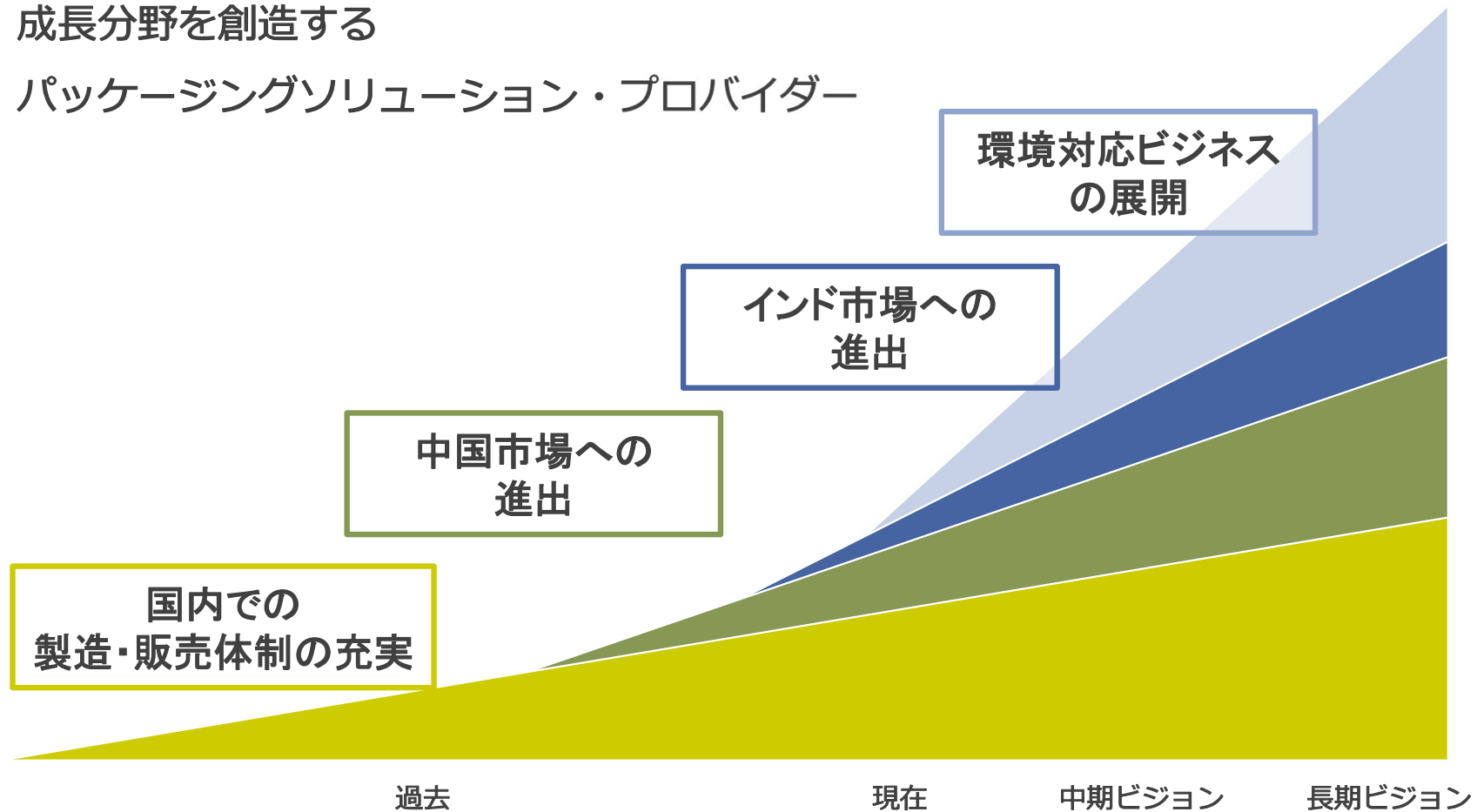
- 日本:事業基盤の強化、投資継続 (P20)
- 中国:収益性の改善、リソース見直し (P21)
- インド:規模の拡大、リソース集中 (P21)
- 共通:人材採用・育成に注力 (P20)

III. 株主・投資家と対話

- 株主還元の状況 (P42)
- 投資家ミーティングの頻度向上
- 投資家の意見収集と対応

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. 2023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取組み
4. 中期計画及び2024年12月期見通し
5. 参考資料



4. 中期計画（2024-26） 前年の中期計画（2023-25）との比較

■ 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 |

■ 2024年1月31日公表値

2024年～2026年中期計画

| | 2023(実績) | 2024(計) | 2025(計) | 2026(計) |
|--------|----------|---------|---------|---------|
| | 百万円 | 百万円 | 百万円 | 百万円 |
| 売上高 | 14,317 | 15,250 | 16,720 | 18,500 |
| 営業利益 | 522 | 820 | 1,270 | 1,670 |
| EBITDA | 1,260 | 1,830 | 2,395 | 2,910 |
| 設備投資額 | 1,409 | 1,270 | 1,050 | 1,160 |

2023年1月時点での想定：

- 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

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、新製品開発、即納体制の加速で需要取込み、新規顧客、新規案件増を狙う。人材投資を積極的に推進
- ② 原材料価格は運搬費高騰の影響を加味。水道光熱費も高止まりを想定
- ③ 人手不足への対応として自動化、ロボット化を継続
- ④ 2024年日本でのE C販売稼働を予定

4. 中期計画数値とポイント（全社）

中期計画（2024～2026）

| | 2024(計) | 2025(計) | 2026(計) |
|--------------|---------|---------|---------|
| | 百万円 | 百万円 | 百万円 |
| 売上高 | 15,250 | 16,720 | 18,500 |
| 営業利益 | 820 | 1,270 | 1,670 |
| 売上高 営業利益率 | 5.4% | 7.6% | 9.0% |
| 経常利益 | 820 | 1,290 | 1,680 |
| 当期純利益 | 500 | 900 | 1,190 |
| 減価償却費 | 1,010 | 1,120 | 1,240 |
| 設備投資額 | 1,270 | 1,050 | 1,160 |
| (うち 金型) | 320 | 260 | 260 |
| EBITDA | 1,830 | 2,390 | 2,910 |
| EBITDA比率 | 12.0% | 14.3% | 15.7% |

前提条件

- 原材料: 2024年以降は2023年末水準を上回る想定（運搬費増加も加味）
- 日本国内の水道光熱費は昨年比同程度を見込む（激変緩和措置の動向注視）
- 為替レート: 19.0円/元、145.0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事業基盤の強化

- 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継続する
- ② TOGETHER LABの活用を促進することで、開発速度の迅速化及び「共創開発」のコンセプトを実現する
- ③ 生産部門の自動化・ロボット化投資を実行し、生産の安定性を高める
- ④ 営業強化により新規顧客、新規案件の増加を狙う。人的投資を積極的に推進し、コア人材の採用、人材育成を強化する
- ⑤ マーケティング・開発・製造・納品をデジタルで繋ぐことで、圧倒的なスピードを実現する

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

2024年～2026年までの中期計画は2030年ビジョン達成に向けた取組みの一環

百万円

| 地域 | | 2023(実績) | 2024(計) | 2025(計) | 2026(計) | |
|----------|----------|----------|----------|---------|---------|--|
| 日本 | 売上高 | 11,403 | 12,130 | 13,200 | 14,350 | 2030年ビジョン（日本）～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 ・ 人材投資、人材育成に積極的に取り組む ・ 自動化、ロボット化の推進で安定生産の実現 |
| | （増減） | +12 | +727 | +1,070 | + 1,150 | |
| | 営業利益 | 827 | 950 | 1,280 | 1,460 | |
| | （利益率） | 7.3% | 7.8% | 9.7% | 10.2% | |
| | EBITDA | 1,520 | 1,680 | 2,010 | 2,180 | |
| | EBITDA比率 | 13.3% | 13.9% | 15.2% | 15.1% | |
| | 中国 | | 2023(実績) | 2024(計) | 2025(計) | |
| 売上高 | 2,434 | 2,375 | 2,470 | 2,950 | | |
| （増減） | ▲731 | ▲59 | +95 | +480 | | |
| 営業利益 | ▲274 | ▲170 | ▲99 | +75 | | |
| （利益率） | - | - | - | 2.5% | | |
| EBITDA | ▲15 | 50 | 160 | 370 | | |
| EBITDA比率 | - | 2.1% | 6.4% | 12.6% | | |
| その他 | | 2023(実績) | 2024(計) | 2025(計) | 2026(計) | ・ 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 ・ インドは知名度の高まりを受け、市場の成長とともに売上を拡大を狙う。グループ内での生産設備、金型の移設で生産能力増強を図る |
| | 売上高 | 725 | 1,020 | 1,280 | 1,530 | |
| | （増減） | +196 | +295 | +260 | +250 | |
| | 営業利益 | ▲39 | 1 | 50 | 95 | |
| | （利益率） | - | 0.1 % | 3.9% | 6.2% | |

※ 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. 2024年12月期業績見通し

2024年12月期 連結利益計画

| | 2023年12月期実績 | 2024年12月期計画 | 前期比 | |
|----------|---------------------------|---------------------------|-------|-------|
| | ¥19.82/RMB ¥140.67/USD | ¥19.00/RMB ¥145.00/USD | 百万円 | % |
| 売上高 | 14,317 | 15,250 | 932 | +6.5 |
| 粗利額 | 3,818 | 4,180 | 361 | +9.5 |
| 粗利率 | 26.7% | 27.4% | 0.7P | - |
| 営業利益 | 522 | 820 | 297 | +57.1 |
| 売上高営業利益率 | 3.6% | 5.4% | 1.8 P | - |
| 経常利益 | 607 | 820 | 212 | +35.0 |
| 当期純利益 | 294 | 500 | 205 | +69.6 |
| 減価償却費 | 996 | 1,010 | | |
| 原材料費 | 2,126 | 2,290 | | |
| 設備投資額 | 1,409 | 1,270 | | |
| (うち 金型) | 297 | 320 | | |
| EBITDA | 1,518 | 1,830 | | |
| EBITDA比率 | 10.6% | 12.0% | | |

単年度計画ポイント

売上高

サーキュラーエコノミーの浸透を受け資源循環型パッケージングの需要がさらに高まる想定
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
- 安定的な生産計画を実現するため、省人化、ロボット化の積極的な推進を図る
- 人材投資、人材育成に積極的な投資を行いコア人材を育成する

営業利益

原材料価格、水道光熱費は高まり、運搬費も上昇する中、将来のコア人材確保のための人的投資も積極的に実施。新規案件の獲得増、販売価格等の見直し、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. 2024年12月期業績見通し

製造原価の内訳について

| | 2022年12月期 | | 2023年12月期 | | 2024年12月期 (計画) | |
|------------|-----------|-------|-----------|-------|-------------------|-------|
| | 百万円 | % | 百万円 | % | 百万円 | % |
| 売上高 | 14,885 | 100.0 | 14,317 | 100.0 | 15,250 | 100.0 |
| 商品及び製品売上高 | 14,847 | 99.7 | 14,302 | 99.9 | 15,150 | 99.3 |
| 商品及び製品売上原価 | 10,729 | 72.1 | 10,449 | 73.0 | 11,000 | 72.1 |
| 商品及び製品仕入高 | 3,808 | 25.6 | 3,607 | 25.2 | 3,865 | 25.3 |
| 製造原価 | 6,921 | 46.5 | 6,841 | 47.8 | 7,130 | 46.7 |
| 材料費 | 2,267 | 15.2 | 2,126 | 14.9 | 2,290 | 15.0 |
| 労務費 | 2,492 | 16.7 | 2,461 | 17.2 | 2,460 | 16.1 |
| 経費 | 2,160 | 14.5 | 2,226 | 15.6 | 2,380 | 15.6 |
| 売上総利益 | 4,107 | 27.6 | 3,818 | 26.7 | 4,180 | 27.4 |

※2024年12月期の材料購入単価は日本国内では運搬費の上昇を見込み2023期末水準を上回る想定
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同程度を想定(ただし激変緩和措置の動向は注視)

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 | 19.0円 | ▲8百万円 |
| 対米ドル | 145.0円 | ▲10百万円 |

- 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. 2024年12月期業績見通し

2024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 |
|----------------------------|--------------|--------------|-----------------|
| 自動化投資、ロボット化投資 | 320 25.2% | 90 7.1% | 410 32.3% |
| 機械装置（成形機、多層機、画像検査装置、自動機など） | 290 22.8% | 60 4.7% | 350 27.6% |
| 金型 | 170 13.4% | 150 11.8% | 320 25.2% |
| その他 | 190 15.0% | - - | 190 15.0% |
| 合 計 | 970 76.4% | 300 23.6% | 1,270 100.0% |

4. 財務戦略 ～ 配当政策

2021年12月に、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%を目途とすることにいたしました

これにより、2024年12月期の年間配当金予想は1株当たり36円00銭（配当性向は86.6%）としております

| | 2023年12月期 | 2024年12月期計画 |
|-----------------|-----------|-------------|
| 中間配当金 | 18.00円 | 18.00円（予定） |
| 期末配当金 | 18.00円 | 18.00円（予定） |
| 年間配当金 | 36.0円 | 36.0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. 2023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取組み
4. 中期計画及び2024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（2021年からの四半期推移）

(百万円)

| 地域 | | 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 | 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 |
|------------|------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 日本 | 売上高 | 2,890 | 3,086 | 3,196 | 2,832 | 2,669 | 2,923 | 2,885 | 2,912 | 2,710 | 2,921 | 2,817 | 2,953 |
| | 粗利額 | 997 | 981 | 1,037 | 925 | 817 | 881 | 828 | 814 | 756 | 822 | 834 | 859 |
| | 営業利益 | 410 | 327 | 451 | 296 | 220 | 267 | 225 | 208 | 154 | 191 | 231 | 250 |
| 中国 | 売上高 | 871 | 911 | 875 | 886 | 850 | 650 | 989 | 675 | 714 | 602 | 586 | 530 |
| | 粗利額 | 254 | 282 | 204 | 230 | 229 | 107 | 182 | 131 | 138 | 77 | 102 | 73 |
| | 営業利益 | 112 | 126 | 35 | 60 | 59 | ▲58 | ▲23 | ▲36 | ▲29 | ▲92 | ▲69 | ▲84 |
| 欧米 | 売上高 | 61 | 105 | 66 | 64 | 70 | 39 | 44 | 51 | 24 | 65 | 79 | 62 |
| | 粗利額 | 13 | 21 | 14 | 12 | 17 | 13 | 13 | 16 | 8 | 14 | 17 | 18 |
| | 営業利益 | 0 | 7 | 1 | ▲6 | 4 | 0 | 0 | 1 | ▲7 | 0 | 0 | 0 |
| その他 アジア | 売上高 | 38 | 48 | 40 | 53 | 75 | 83 | 89 | 73 | 114 | 130 | 133 | 115 |
| | 粗利額 | ▲2 | 3 | 0 | 0 | 11 | 12 | 14 | 16 | 25 | 28 | 22 | 16 |
| | 営業利益 | ▲20 | ▲13 | ▲19 | ▲21 | ▲9 | ▲9 | ▲9 | ▲13 | 2 | ▲2 | ▲13 | ▲18 |
| 連結 | 売上高 | 3,803 | 4,079 | 4,105 | 3,787 | 3,606 | 3,653 | 3,965 | 3,659 | 3,502 | 3,654 | 3,547 | 3,613 |
| | 粗利額 | 1,263 | 1,288 | 1,257 | 1,169 | 1,077 | 1,014 | 1,040 | 976 | 929 | 943 | 975 | 968 |
| | 営業利益 | 503 | 450 | 472 | 328 | 277 | 202 | 195 | 161 | 122 | 98 | 151 | 159 |

5. 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% |

5. 参考資料

区分別販売実績（2021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)

| | 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 | 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 |
|-------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 化粧・美容 | 2,054 | 2,399 | 2,380 | 2,069 | 2,109 | 2,293 | 2,315 | 2,219 | 1,998 | 2,192 | 2,090 | 2,133 |
| 日用・雑貨 | 249 | 232 | 229 | 219 | 217 | 205 | 215 | 206 | 263 | 255 | 237 | 229 |
| 食品・ 健康食品 | 352 | 356 | 389 | 372 | 323 | 326 | 346 | 339 | 337 | 388 | 341 | 320 |
| 化学・医薬 | 243 | 244 | 340 | 267 | 200 | 199 | 217 | 188 | 194 | 180 | 212 | 199 |
| 卸、その他 | 903 | 845 | 765 | 859 | 754 | 628 | 870 | 706 | 707 | 637 | 664 | 730 |
| 合計 | 3,803 | 4,079 | 4,105 | 3,787 | 3,606 | 3,653 | 3,965 | 3,659 | 3,502 | 3,654 | 3,547 | 3,613 |

区分別販売実績（2021年からの製商品の内訳ごとの四半期推移）

(百万円)

| | 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 | 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 |
|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| スタンダード ボトル | 2,791 | 2,980 | 2,993 | 2,920 | 2,769 | 2,759 | 2,974 | 2,743 | 2,677 | 2,848 | 2,716 | 2,723 |
| ビスポーク | 352 | 366 | 417 | 280 | 312 | 292 | 385 | 312 | 333 | 304 | 329 | 337 |
| 他社製品 | 583 | 679 | 634 | 489 | 483 | 589 | 550 | 565 | 465 | 475 | 471 | 524 |
| 材料その他 | 75 | 52 | 60 | 98 | 40 | 12 | 54 | 38 | 25 | 26 | 29 | 27 |
| 合計 | 3,803 | 4,079 | 4,105 | 3,787 | 3,606 | 3,653 | 3,965 | 3,659 | 3,502 | 3,654 | 3,547 | 3,613 |

5. 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年は衛生関連用品需要は一段落したものの、口臭衛生関連は需要増で化学・医薬は伸長。資源循環型パッケージング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前年並み。前年度の口臭衛生関連の需要は一段落し、化学・医薬品は減少。2023年は4Qの化粧品、食品向けの受注増で売上は前年並みを確保。中国は売上大幅減もインドは化粧品向け好調 (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 |

5. 参考資料

受注実績（2021年からの四半期推移）

(百万円)

| | 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 | 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 |
|--------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 国内 | 3,380 | 3,474 | 2,600 | 2,924 | 2,904 | 3,086 | 2,894 | 2,956 | 2,909 | 3,026 | 3,005 | 3,405 |
| 海外 | 996 | 1,006 | 951 | 1,264 | 787 | 926 | 865 | 819 | 797 | 709 | 677 | 749 |
| (うち中国) | 875 | 869 | 872 | 1,070 | 676 | 781 | 735 | 678 | 640 | 525 | 492 | 571 |
| 連結合計 | 4,376 | 4,480 | 3,551 | 4,189 | 3,691 | 4,012 | 3,760 | 3,775 | 3,707 | 3,735 | 3,683 | 4,155 |

受注実績（2019年からの年間推移）

2018年は国内の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減少。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、化粧品需要は本格的な回復に至らず。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。2023年は日本は年度後半から受注回復基調へ。一方中国は景気低迷による消費減から受注が大幅減。インドは化粧品市場の活況が継続し取引顧客層も拡大中

(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% |

5. 参考資料

為替レート (PL使用レート)

| | 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 | 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 |
|-------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 円/元 | 16.38 | 16.67 | 16.79 | 17.04 | 18.31 | 18.97 | 19.38 | 19.50 | 19.35 | 19.46 | 19.62 | 19.82 |
| 円/米ドル | 106.09 | 107.82 | 108.58 | 109.90 | 116.34 | 123.14 | 128.30 | 131.62 | 132.42 | 135.00 | 138.24 | 140.67 |
| 円/ユーロ | 127.81 | 129.89 | 129.87 | 129.91 | 130.40 | 134.39 | 136.05 | 138.14 | 142.16 | 145.93 | 149.77 | 152.11 |
| 円/ルピー | 1.47 | 1.48 | 1.48 | 1.50 | 1.56 | 1.62 | 1.67 | 1.68 | 1.62 | 1.65 | 1.69 | 1.71 |
| 円/バーツ | 3.50 | 3.50 | 3.45 | 3.44 | 3.52 | 3.65 | 3.70 | 3.75 | 3.91 | 3.95 | 4.01 | 4.04 |

5. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

3,946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。2023年に日本の金型の一部をインドへ移動

| | | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 (金型数) |
|-----------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------|
| 日本 | 完成金型数 | 152 | 123 | 59 | 97 | 93 | 65 | 116 |
| | 廃却・移動 | ▲30 | ▲54 | ▲80 | ▲99 | ▲16 | ▲30 | ▲53 |
| | 保有金型数 | 2,273 | 2,342 | 2,321 | 2,319 | 2,396 | 2,431 | 2,494 |
| 中国 | 完成金型数 | 106 | 96 | 74 | 84 | 89 | 32 | 37 |
| | 廃却・移動 | ▲22 | 9 | 7 | ▲159 | ▲8 | ▲19 | ▲15 |
| | 保有金型数 | 998 | 1,103 | 1,184 | 1,109 | 1,190 | 1,203 | 1,225 |
| 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 |
| | 廃却・移動 | - | - | - | - | - | - | 23 |
| | 保有金型数 | - | 18 | 45 | 93 | 138 | 169 | 227 |
| 連結 | 完成金型数合計 | 258 | 237 | 179 | 233 | 227 | 128 | 188 |
| | 保有金型数 | 3,271 | 3,463 | 3,569 | 3,544 | 3,724 | 3,803 | 3,946 |
| | | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 (百万円) |
| 連結取得金額 | | 4,706 | 4,875 | 4,827 | 4,654 | 5,003 | 5,220 | 5,541 |
| 連結減価償却累計額 | | ▲4,048 | ▲4,147 | ▲4,175 | ▲4,163 | ▲4,453 | ▲4,743 | ▲5,113 |
| 連結金型(純額) | | 657 | 727 | 651 | 490 | 550 | 477 | 540 |
| 純額割合 | | 14.0% | 14.9% | 13.5% | 10.3% | 11.0% | 9.1% | 9.8% |



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（2023年12月31日現在）

発行済株式数 12,529,200株（2023年12月31日現在）

単元株主数 9,672名（2023年12月31日現在）

グループ従業員数 826名（2023年12月31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>

Global Network



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