

「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1四半期決算説明資料



竹本容器株式会社
(東証スタンダード市場 4248)
2024年4月30日

資料構成

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

2. 2024年12月期第1四半期業績概要

3. 参考資料



1. 2024年12月期第1四半期トピックス

1Q業績総括 ①

【業績】

- 連結売上高は、37億50百万円（前年同期比7.1%増）
- 連結営業利益は、1億97百万円（前年同期比61.5%増）
- EBITDAは、4億58百万円（前年同期比26.3%増）

【特徴】

- お客様の新製品投入を受注に結び付け売上が増加。リピート受注も後押し。また、お客様の環境意識の高まりから資源循環型パッケージング売上也増加したことから、国内売上は増収
- インドは受注が好調で売上増加。一方、中国は消費マインド冷え込みが依然として回復せず減収するも、主に営業面の見直しを図ったことから受注が増加へと転換
- 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、詰替え容器が伸長。資源循環型パッケージング売上は9億85百万円（連結売上高の26.2%）と拡大

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

1Q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るとともに、リピート注文も後押ししたことで売上が増加。また、お客様の環境意識が一層高まっていることから資源循環型パッケージング売上が引き続き伸長。国内売上は30億66百万円(前年同期比13.1%増)と増収に
- 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、詰替え容器については引き続き伸長
- コスト面では、原材料費負担が増加するも、政府の激変緩和措置継続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2億5百万円(前年同期比33.1%増)と増益に

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

1Q業績総括 ③

【中国】

- 消費マインドの冷え込みが依然として回復しないことに加えて、競合他社との競争激化により、売上高は5億55百万円(前年同期比で22.3 %減)となった。一方で主に営業面の見直しを図ったことから受注は増加へと転換
- 売上高の減少から工場稼働が低下するも、残業時間等をコントロールしたことで経費を削減し、営業赤字幅が縮小

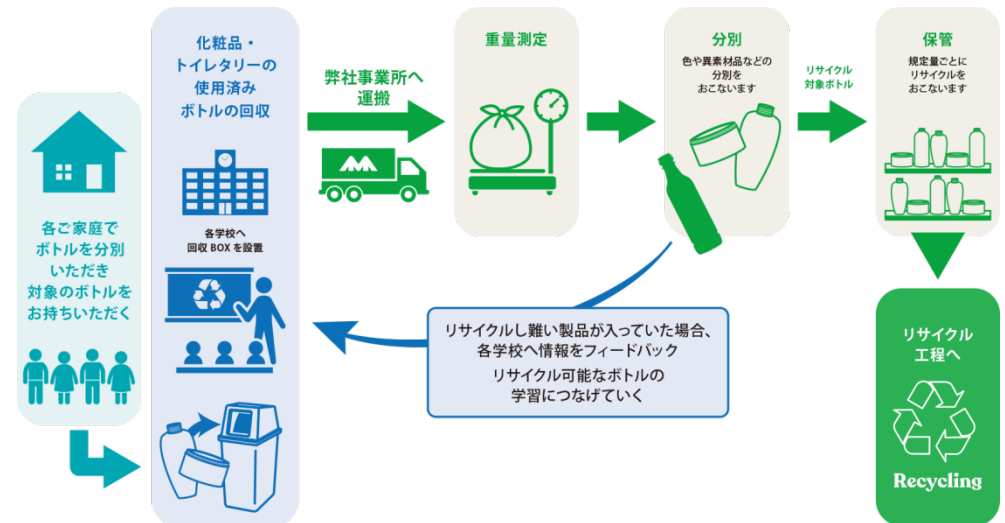
【インド】

- 売上高は1億36百万円（前年同期比41.8%増）と四半期単位の最高額を更新
- 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拡大し、新規顧客開拓を実施。さらに生産能力向上により粗利額を増加させることで、営業利益の黒字化を目指す

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

水平リサイクル実証実験

- 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することになりました
- 当社の提案する水平リサイクルは化粧品の『ボトル to ボトル』により使用済みボトルを再生する取り組みです



1. 2024年12月期第1四半期トピックス

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



資料構成

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

2. 2024年12月期第1四半期業績概要

3. 参考資料



2. 2024年12月期第1四半期業績概要

2024年12月期第1四半期連結決算ハイライト

	2023年第1四半期 (1-3月期) ¥19.35/RMB ¥132.42/USD	2024年第1四半期 (1-3月期) ¥20.63/RMB ¥148.63/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 3,502	百万円 3,750	百万円 +248	+7.1%	百万円 +120	+3.3%
営業利益	122	197	+75	+61.5%	+41	+26.7%
売上高営業利益率	3.5%	5.3%	+1.8P	—	+1.0P	—
経常利益	133	190	+56	+42.1%	+35	+23.1%
四半期純利益	84	106	+22	+27.1%	+19	+22.9%

減価償却費	240	261
原材料費	541	581
設備投資額	683	138
(うち 金型)	41	70
EBITDA	362	458
EBITDA比率	10.4%	12.2%

2. 2024年12月期第1四半期業績概要

地域別グループ企業業績

百万円

日本	2023年第1四半期	2024年第1四半期	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	2,710	3,066	+355	+13.1%	+168	5.8%
営業利益	154	205	+51	+33.1%	▲12	-
営業利益率	5.7%	6.7%	+1.0P	-	▲0.8P	-

- 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、リピート注文も後押しし売上が増加。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したことで、営業利益率は6.7%と1.0P上昇

中国	2023年第1四半期 ¥19.35/RMB	2024年第1四半期 ¥20.63/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	714 (36)	555 (26)	▲160 (▲10)	▲22.3% ▲27.1%	▲18 (▲3)	▲3.2% ▲10.8%
営業利益	▲29 (▲1)	▲4 (▲0)	+24 (+1)	- -	+50 (+2)	- -
営業利益率	▲4.1%	▲0.8%	+3.3P	-	8.9P	-

- 中国は、消費マインドの冷え込みが依然として回復しないことに加えて、競合との競争激化。売上高は大幅減少
- 利益面では売上高の減少から工場稼働が低下するも、残業時間等をコントロールすることで経費を削減し赤字幅は縮小

※（）内はRMBベース:百万円

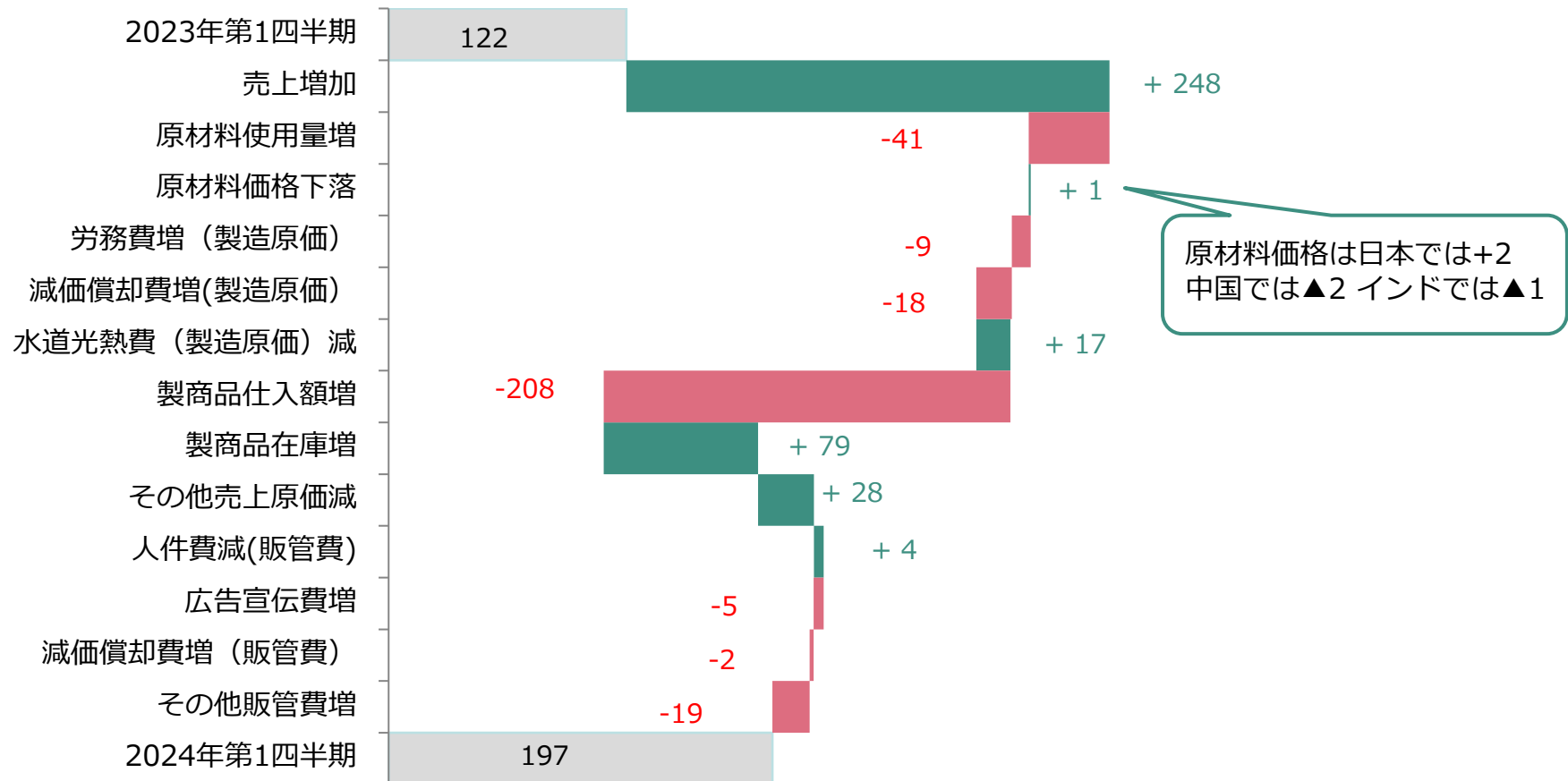
その他地域	2023年第1四半期 ¥132.42/US\$ ¥142.16/€ ¥1.62/INR ¥3.91/TB	2024年第1四半期 ¥148.63/US\$ ¥161.33/€ ¥1.80/INR ¥4.17/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	139	193	53	+38.7%	▲16	▲7.9%
営業利益	▲5	▲7	▲1	-	+10	-

- アメリカは売上が計画比減、昨年比増で推移。問い合わせは急増も運賃が課題
- オランダは売上が計画比、昨年比減で推移もEC在庫からのサンプル売上は増加傾向
- 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。売上は昨年比増で推移

2. 2024年12月期第1四半期業績概要

2024年12月期第1四半期 営業利益の変動分析

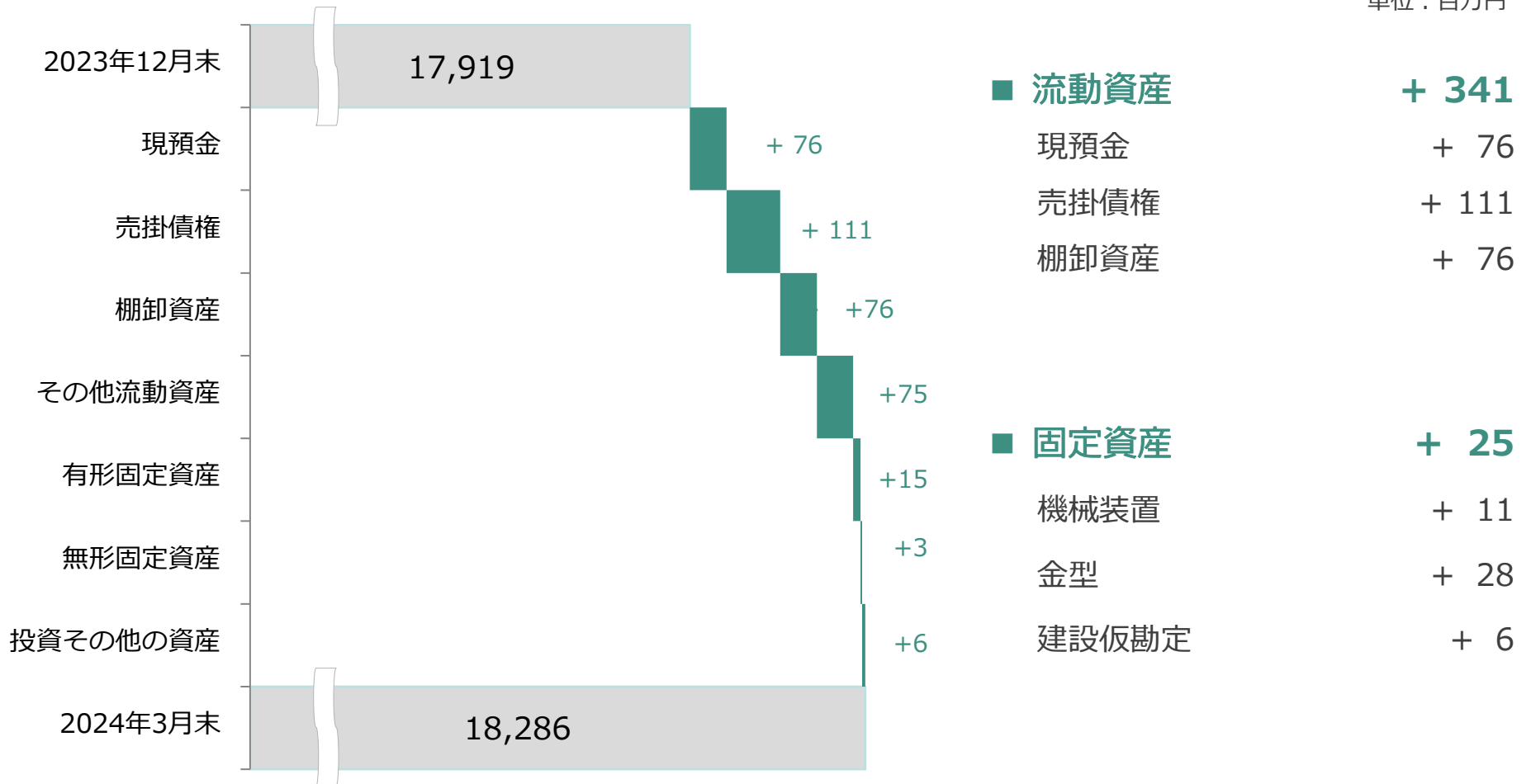
単位：百万円



2. 2024年12月期第1四半期業績概要

2024年12月期第1四半期 連結貸借対照表 資産の部

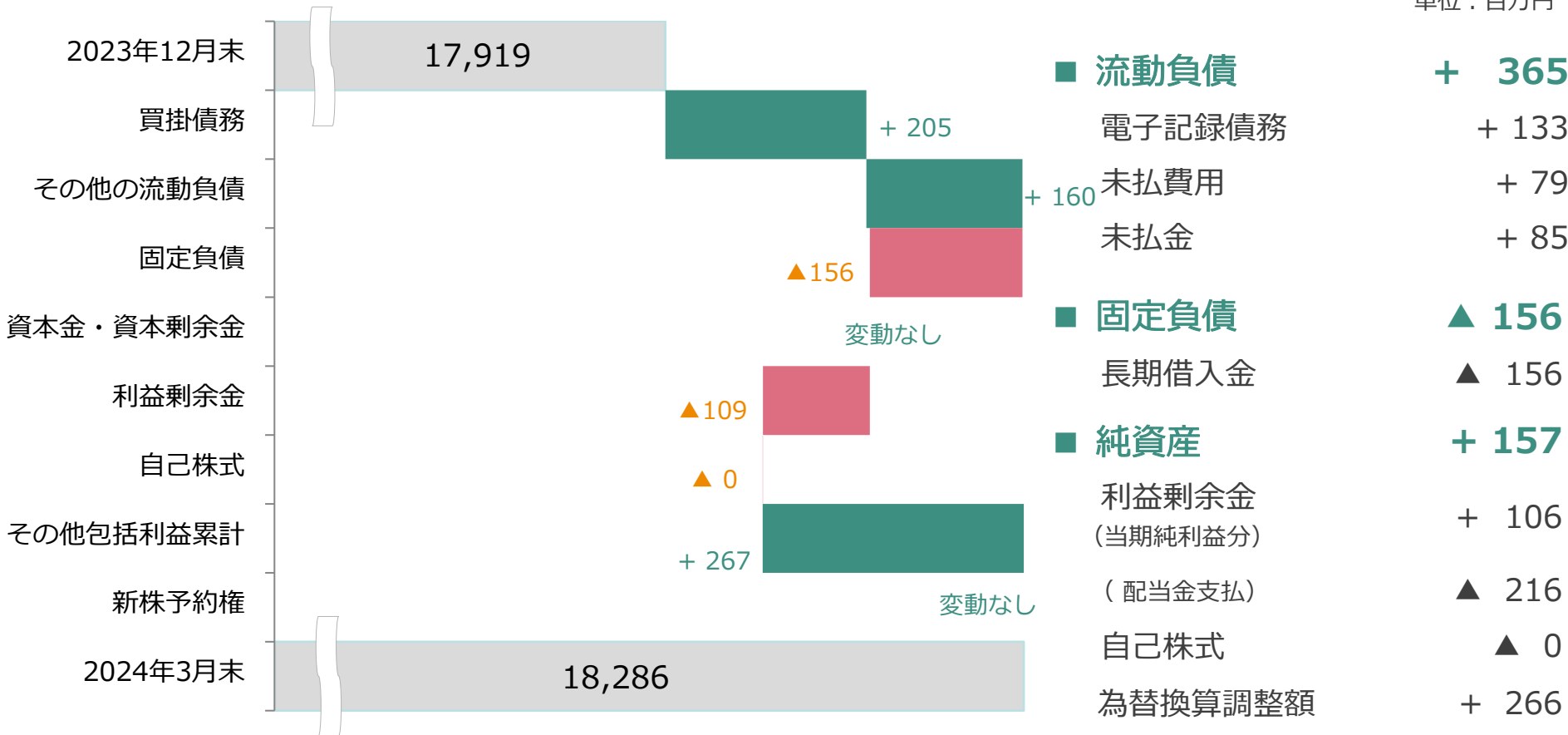
単位：百万円



2. 2024年12月期第1四半期業績概要

2024年12月期第1四半期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

単位：百万円



資料構成

1. 2024年12月期第1四半期トピックス

2. 2024年12月期第1四半期業績概要

3. 参考資料



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

3. 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%

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

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
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
ビスポーク	312	292	385	312	333	304	329	337	376
他社製品	483	589	550	565	465	475	471	524	632
材料その他	40	12	54	38	25	26	29	27	54
合計	3,606	3,653	3,965	3,659	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750

3. 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

3. 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
国内	2,904	3,086	2,894	2,956	2,909	3,026	3,005	3,405	3,253
海外	787	926	865	819	797	709	677	749	901
(うち中国)	676	781	735	678	640	525	492	571	668
連結合計	3,691	4,012	3,760	3,775	3,707	3,735	3,683	4,155	4,155

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%

3. 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
円／元	18.31	18.97	19.38	19.50	19.35	19.46	19.62	19.82	20.63
円／米ドル	116.34	123.14	128.30	131.62	132.42	135.00	138.24	140.67	148.63
円／ユーロ	130.40	134.39	136.05	138.14	142.16	145.93	149.77	152.11	161.33
円／ルピー	1.56	1.62	1.67	1.68	1.62	1.65	1.69	1.71	1.80
円／バーツ	3.52	3.65	3.70	3.75	3.91	3.95	4.01	4.04	4.17

3. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

4,016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

		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年1Q (金型数)
日本	完成金型数	123	59	97	93	65	116	36
	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	2,530
中国	完成金型数	96	74	84	89	32	37	14
	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	1,239
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	20
	廃却・移動	-	-	-	-	-	23	-
	保有金型数	18	45	93	138	169	227	247
連結	完成金型数合計	237	179	233	227	128	188	-
	保有金型数	3,463	3,569	3,544	3,724	3,803	3,946	4,016
		2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年1Q (百万円)
連結取得金額		4,875	4,827	4,654	5,003	5,220	5,541	5,694
連結減価償却累計額		▲4,147	▲4,175	▲4,163	▲4,453	▲4,743	▲5,113	▲5,125
連結金型(純額)		727	651	490	550	477	540	569
純額割合		14.9%	13.5%	10.3%	11.0%	9.1%	9.8%	10.0%



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）

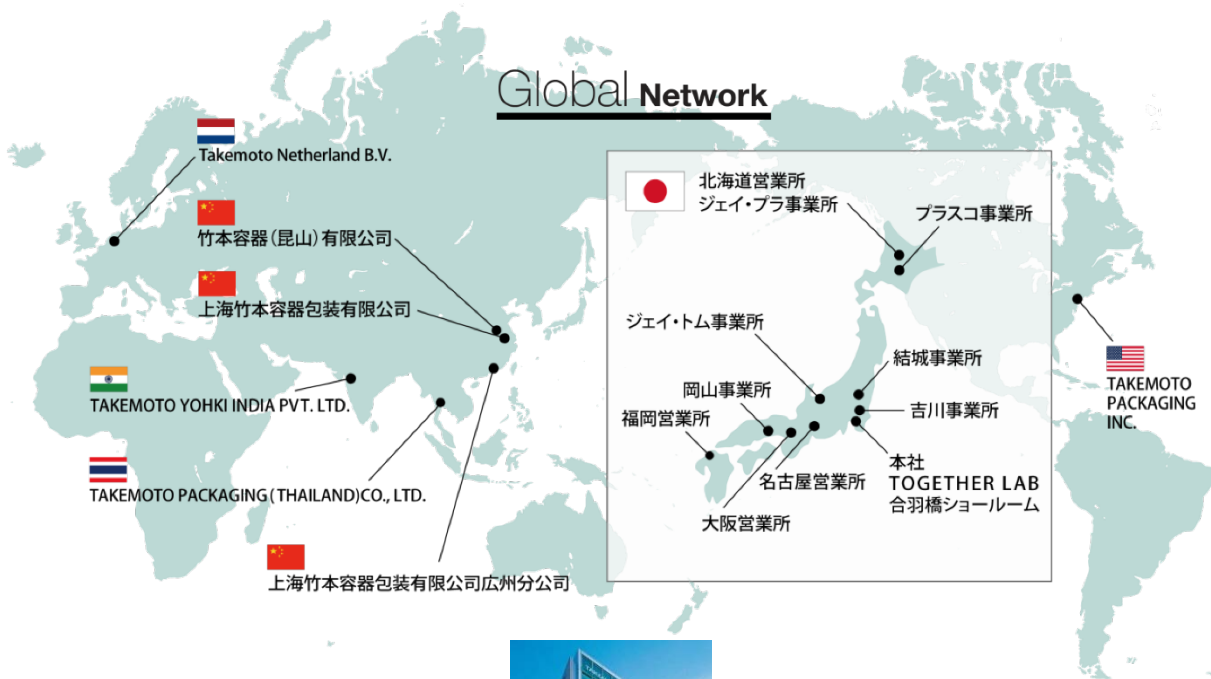
発行済株式数 12,529,200株（2023年12月31日現在）

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>



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