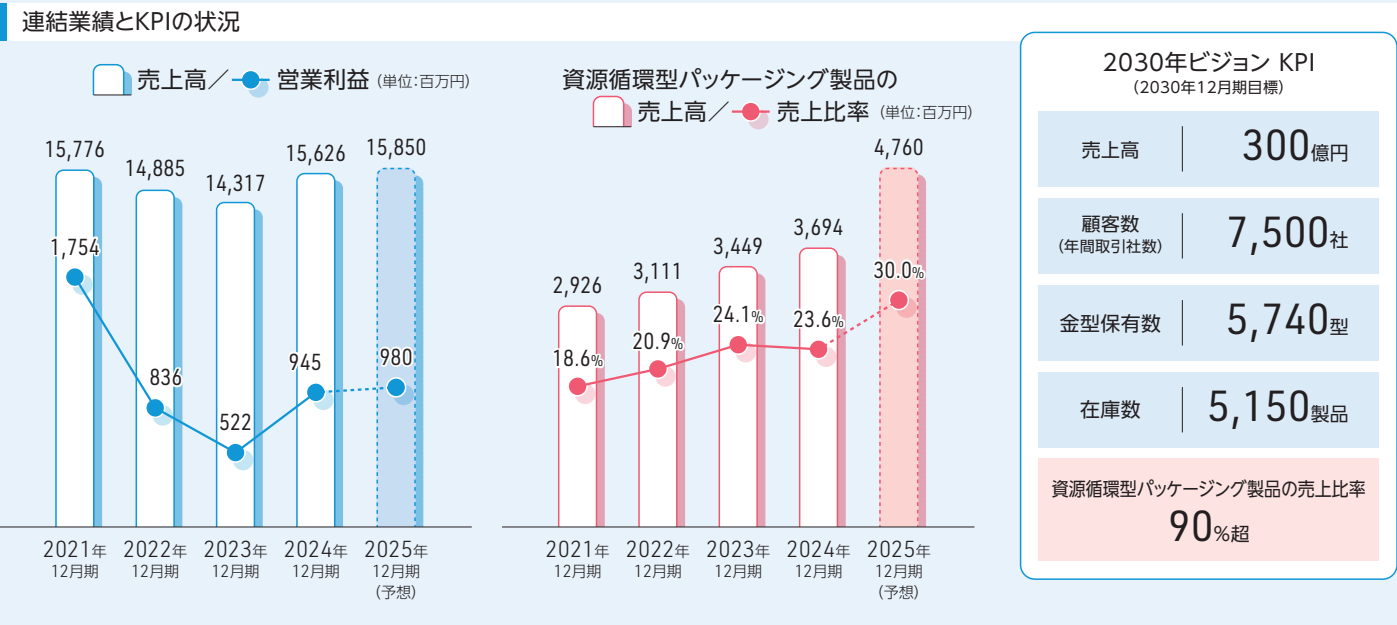


Top Interview



代表取締役社長
竹本 笑子

資源循環型パッケージングの普及を推進し、市場での高いプレゼンスを目指します。

Q 当期の連結業績は増収及び大幅増益となりました。主な要因と次期の見通しをお聞かせください。

国内ビジネスの拡大が増収を牽引し、中国での黒字回復が営業利益の大幅な改善に寄与しました。

当社グループの業績は、前期までの2期連続減収減益の状況を脱し、当期(2024年12月期)より、売上・利益ともに回復・再成長の方向に反転したと考えております。

当期の連結業績は、売上高が前期比9.1%増の156億26百万円、営業利益が同81.1%増の9億45百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同117.1%増の6億39百万円となりました。

増収の要因は、主に国内ビジネスの着実な拡大によります。新規顧客や新規案件の獲得増大に向けた営業活動の強化を継続してきたことで、国内売上高は前期実績を9.8%上回る伸びを示しました。この伸長率は当初計画を上回っており、主に、お客様の事業拡大等を背景に大口のリピート受注やスポット案件の獲得が寄与しました。

また、大幅な営業増益については、国内で増収に伴う営業増益(前期比+1億1百万円)が寄与する中、最も大きな要因となったのは中国ビジネスの黒字転換です。中国市場では、消費者の節約志向が続く中、売上高は現地通貨ベースで減収となったものの、営業利益は、生産の自動化・省力化の推進など原価低減を徹底したことで通期黒字化を果たしました(前期2億74百万円の営業損失から当期18百万円の営業利益の計上へ)。

次期(2025年12月期)は、引き続き増収増益基調を確保する見込みです。

国内景気は緩やかな回復基調にあるものの、原材料価格の

高止まりや物価上昇、国際情勢混乱の長期化や米中貿易摩擦再燃の懸念など、引き続き先行き不透明な状況が想定される中、当社グループが属する業界環境も同業他社との競争激化が続く状況にあります。

こうした極めて不確実性の高い環境下ではありますが、当社グループは、引き続き長期的な目線からの経営が当社グループの企業価値向上につながるものと認識し、「2030年ビジョン」の達成に向けた取り組みを着実に推し進めてまいります。

これにより、次期(2025年12月期)の連結業績見通しは、売上高158億50百万円(前年同期比1.4%増)、営業利益9億80百万円(同3.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益7億20百万円(同12.5%増)を見込んでおります。

Q 「2030年ビジョン」の達成に向けた取り組み状況はいかがですか。

「持続可能な経済成長」の実現に向けた資源循環型の新製品開発をさらに加速していきます。

当社グループは、目指す姿として「資源循環型パッケージングカンパニー」を掲げ、その実現に向けた具体的な戦略・目標として「2030年ビジョン」を2022年に策定・公表し、取り組みを続けております(目標とするKPIは上段の通り)。

この取り組みの核となる「資源循環型パッケージング」製品については、資源循環型社会の定着やお客様の意識の高まりなどを背景に、着実な需要拡大傾向が続いており、当期における同製品の売上高は36億94百万円(前期比7.1%増)と着実な伸びを示し、同製品の売上高に占める割合は23.6%となりました。引き続き、新しく開発する製品については資源循環型パッケージング

製品として「2030年ビジョン」最終年度の資源循環型パッケージング製品の売上比率90%超を目指してまいります。

資源循環型パッケージング製品「90%超」という数字は極めてチャレンジングな目標設定ではありますが、カーボンニュートラルの実現を目指す社会の中、生活上必要不可欠な容器を供給する企業としては達成していかなければならないものと考えています。

「資源循環型パッケージング」製品の売上比率向上に直結するのが、「金型保有数」と考えています。当社が保有する金型数は「2030年ビジョン」スタート前(2021年12月末)の3,724型から2024年12月末の3年間で339型増加し4,063型となりました。新製品開発のペースを加速させ、「資源循環型パッケージング」製品のラインナップをさらに充実させることで、お客様の製品選択がより容易となる環境を整えてまいります。

また、当社開発製品がお客様から選ばれる大きな要因となっているのが、製品の品質の高さや品揃えの多さに加え、きめ細かな「提案型営業」と小ロットの注文にも対応可能な「生産ライン」です。すなわち、当社は、お客様の顕在的及び潜在的ニーズをキャッチし、当社ラボで試作品の制作・提示を行いながら最適な製品開発や希望ロットでの生産へとつなげていく、といったワンストップでのソリューションをお届けしております。これは、商社からスタートし、後にメーカー機能を備えた当社ならではの差別的優位性であり、これからもこの強みにさらに磨きをかけ、スタンダードボトル市場No.1の地位をより確かなものへと押し上げてまいります。

さらに、「2030年ビジョン」では「連結売上高300億円」という目標も掲げており、この実現に向けた成長戦略において重要な

カギを握るのが海外ビジネスです。中国市場の急減速によって当初の計画から大幅なズレが生じてきているものの、海外ビジネス拡大の基本方針に変更はありません。中国では引き続き徹底した原価低減につながる生産ラインの自動化を進めるとともに、化粧品分野に加え食品分野への進出など展開市場の拡大することで顧客基盤の拡大を図ってまいります。次の成長市場として注力しているインドにおいては、売上拡大が着実に進み当期は5億円を超えることができました。生産能力の増強を図り、急拡大している需要を逃さずキャッチしていきたいと考えております。また、巨大な欧米市場の開拓に向けた取り組みでは、「WEBマーケティング」の強化を重点施策と位置づけ、2023年11月に欧州市場向けECサイト「Store」(ストア)を開設し、在庫販売による新規顧客開拓に注力しております。

Q 株主の皆さまへの利益還元を含め、企業価値向上に向けたお考えをお聞かせください。

成長投資と株主還元のバランスの取れた資本政策に加え、人的資本を重視した経営を推し進めてまいります。

「2030年ビジョン」の追求を通して、当社グループは企業価値を中長期的に高めていきたいと考えております。回復へと転じた売上・利益の成長を次期以降も継続させ、成長投資と株主還元のバランスの取れた資本政策につなげてまいります。

また、高いモチベーションを持った社員一人ひとりの尽力の集積こそが企業価値向上に直結するとの確信のもと、積極的な人材投資など人的資本を重視した経営を推し進めてまいります。

株主の皆さまには、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

今後の急成長が期待されるインド市場の開拓に向けて…

ムンバイにて開催された化粧品関連国際展示会「COSMOPROF INDIA 2024」に出展



世界一の人口を持つインド(14億人強、世界人口の18%弱)では、今、化粧品関連市場が大きく拡大しています。インドでは男性の化粧品使用量も多く、近年の海外ブランドの進出や国内ブランドの成長と足並みをそろえ、さらにインターネット販売網の利用も含めて消費が拡大しています。

当社グループでも、中長期的な成長戦略としてインド市場の開拓に注力しており、年率数十%の成長を続けております。

2024年は、インド市場での事業拡大を狙う多くの化粧品関連企業が集う国際展示会「COSMOPROF INDIA 2024」(2024年12月5日～7日、ムンバイ)に出展し、多くの注目・関心を集め、引合いも多数いただきました。2025年においても、インド市場でのさらなる拡大に向け、展示会出展を含めた情報発信力の強化を図ってまいります。

また、インドを含め、グローバル市場の開拓へ向けて世界各地での化粧品関連の展示会への出展を行う予定です。

2025年12月期上期における海外展示会出展予定

開催期間	開催地	展示会名称
3月2日～3月3日	イギリス ロンドン	Professional Beauty London
4月21日～4月23日	サウジアラビア リヤド	Beaty world Saudi Arabia
6月24日～6月26日	中国 上海	中国虹橋美博覧会

株主の皆さまへの利益還元状況

引き続きDOE4.0%を目途に、安定配当を図ってまいります。

【配当方針と配当実績】

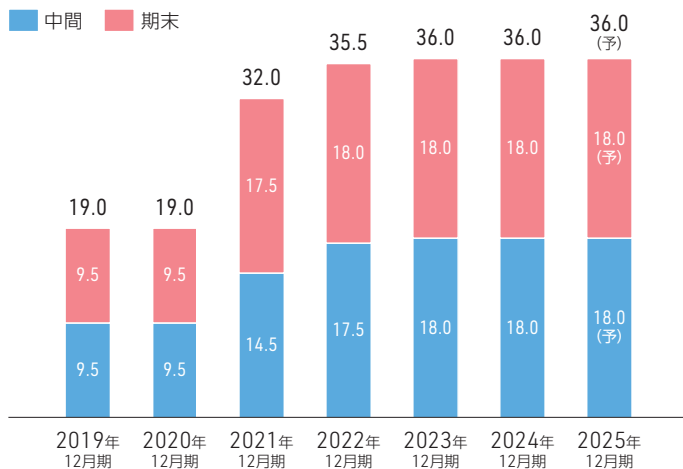
当社は、安定的な株主還元を実現する観点から、2024年までの期間の配当について、純資産配当率(DOE)4.0%を目途とすることとしてまいりました。

この配当方針に基づいて、2024年12月期の1株当たり年間配当は36円(中間18円+期末18円)にて実施させていただきました。

2025年以降の配当政策につきましても、引き続き安定的な株主還元を実施する観点から、2027年までの期間についてDOE4.0%を目途とする方針を継続してまいります。

これにより、2025年12月期の1株当たり年間配当は36円(中間18円+期末18円)を予定しております。

1株当たり配当金の推移 (単位:円)



第74期 株主通信

2024年1月1日～2024年12月31日

トップインタビュー

資源循環型パッケージングの普及を推進し、市場での高いプレゼンスを目指します。

当期の業績

国内ビジネスの拡大が増収を牽引し、中国での黒字回復が営業利益の大幅な改善に寄与しました。

当期の配当金

当期の1株当たり年間配当金は前期と同様の36円、配当性向は67.7%

会社概要／株式の状況

(2024年12月31日現在)

会社概要

商号 竹本容器株式会社
Takemoto Yohki Co., Ltd.
設立 1953年(昭和28年)5月19日
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二丁目21番5号
資本金 8億342万1,725円
事業内容 容器の企画・開発・製造・販売

役員

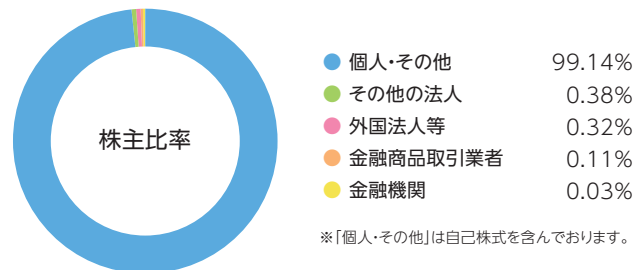
(2025年3月25日現在)

代表取締役社長 竹本 笑子
常務取締役 深澤 隆弘
取締役 柳原 光浩
取締役 中川 正人
取締役 北内 和久
社外取締役(監査等委員) 穴田 信次
社外取締役(監査等委員) 田中 達也
社外取締役(監査等委員) 小川 一夫
社外取締役(監査等委員) 江野澤 哲也

株式情報

発行可能株式総数 40,997,600株
発行済株式の総数 12,529,200株
株主数 22,055名

株式分布状況



大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
竹本 笑子	1,796,000	14.91
一般社団法人笑友会	1,074,000	8.92
竹本容器若竹持株会	660,200	5.48
竹本 えつこ	619,600	5.14
深澤 隆弘	536,100	4.45
竹本 雅英	426,000	3.54
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	352,600	2.93
深澤 英里子	220,000	1.83
竹本 力	200,000	1.66
松井証券株式会社	161,900	1.34

(注)持株比率は、自己株式(482,304株)を控除して計算しております。

株主メモ

事業年度 1月1日から12月31日まで
期末配当金受領株主確定日 12月31日
中間配当金受領株主確定日 6月30日
定時株主総会 毎年3月
株主名簿管理人 三菱UFJ信託銀行株式会社
(同連絡先) 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都府中市日鋼町1-1
電話0120-232-7111(フリーダイヤル)
上場市場 東京証券取引所スタンダード市場
公告の方法 当会社の公告方法は、電子公告としております。
電子公告は当社ホームページに記載しており、そのアドレスは以下のとおりです。
<https://www.takemotokk.jp>
ただし、事故その他やむを得ない事由によって電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。



見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。



この株主通信は地球環境に配慮した植物油インキとFSC®森林認証紙を使用しております。