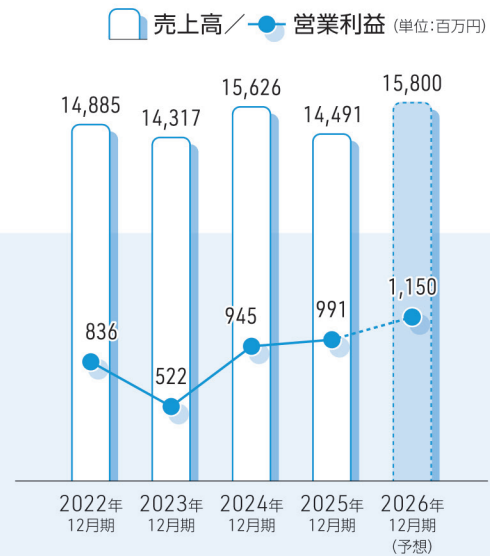


連結業績の推移



2028年計画

【売上高】
18,400百万円

【営業利益】
1,650百万円

【EBITDA】
2,780百万円

【設備投資額】
(3か年合計)
4,280百万円

新中期経営計画 (2026年12月期～2028年12月期)

- 位置づけ**
- 次の長期ビジョンを策定し、経営を新たなステージへと導いていくための準備期間
- 基本方針**
- 国内ビジネスの強化
 - 海外ビジネスの拡大加速
 - 人的資本経営の推進
- 重点戦略**
- 開発提案力の強化
 - 自動化(生産工程等)・省力化
 - 圧倒的なスピードの実現(短納期化、開発スピード向上など)
 - WEBマーケティングの強化
 - 人材の採用・育成



代表取締役社長
竹本 笑子

常務取締役
深澤 隆弘

人的資本の強化を推し進め、「新生・竹本 容器グループ」の創出を目指します。

グローバルな競争激化や商流の変化、海外有力市場の経済発展など、事業環境の変化が国内外の市場に多大な影響を及ぼしております。そうした中、今後の中長期的な成長のカギを握る存在として、海外ビジネスの重要性が益々高まってまいりました。そこで今回のTop Interviewでは、竹本社長に加え、海外ビジネスを管掌する深澤常務取締役を迎えて、トップマネジメント2名から、当期(2025年12月期)の連結業績と今後の戦略についてご説明いたします。

Q 当期の連結業績は、いかがでしたか。

スポット案件等の減少で国内ビジネスが苦戦する中、海外ビジネスが業績を牽引し、減収ながらも増益となりました。

竹本 当期の連結業績は、減収ながらも増益を果たすことができました。売上高が前期比7.3%減の144億91百万円、営業利益が同4.9%増の9億91百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同20.5%増の7億71百万円となりました。主力の国内ビジネスにおいては、当期はスポット案件や大口リピート案件の減少を主な要因として減収減益となりました。一方、海外ビジネスはインド市場での急成長を核に増収増益となり、当社グループの業績を牽引しました。

深澤 海外ビジネスのうち、最も大きく伸長したのがインド市場です。2021年12月期に2億円に満たなかった売上高は、その後、大幅伸長を続け、2025年12月期には前期比56.3%増の8億70百万円となりました。また、利益面でも大きな変化がありました。2024年12月期までは市場開拓のための成長投資が先行し営業赤字が続いておりましたが、2025年12月期において黒字転換を果たし、その額も計画を上回ることができました。化粧品分野を中心に製品のデザインや質感が評価され、「TAKEMOTO」ブランドの認知度が広く高まってきております。

Q 成長著しいインドをはじめとした海外ビジネスの展開状況を教えてください。

インドでは、市場拡大を睨んだ設備投資も奏功し、売上・利益の急拡大が続いています。

竹本 インドには2016年に現地法人を設立し、2018年に生産拠点を設置して、地産地消の事業運営体制の整備・強化を推し進めてきました。インドにおいて当期黒字転換を果たすことができた大きな要因として、この生産拠点を強化してきたことが挙げられます。近年の急成長への対応には設備投資の前倒し実施が必要であると判断し、2025年2月に、当社からインド現地法人への追加資金の貸付けを行いました。この経営判断も成長加速に繋がっていると考えております。

深澤 インド工場では、市場ニーズの変化や市場規模の拡大状況を睨みながら、金型や成形機への設備投資を継続してきたことで、生産能力が着実に向上してきました。この結果、損益分岐点の改善も進み、今後、高収益基盤の構築へと繋げていくことができるものと期待しております。一方、中国は、自動化などの生産性改善により営業黒字は確保したものの営業利益は僅かに9百万円と低水準の状況にあり、今後の抜本的経営改革が必要であると判断しております。

Q 引き続き中長期的な成長の原動力となる新製品開発の状況はいかがですか。

国内・海外ともに、新規案件獲得増に向けた金型開発が着実に進んでいます。

竹本 国内ビジネスについては、当期において減収減益となったものの、新製品開発数は確実に増加しています。引き続き、資源循環型パッケージング製品をはじめとした自社製品の開発・拡販を推し進めることで、「利益ある成長」の回復に努めてまいります。

深澤 新規案件獲得増に向けて、当社グループは国内外で金型投資を拡大しています。2025年12月期に新たに開発した金型数(連結)は204型に及び、そのうち、海外分は89型でした。

竹本 日本は、その差分の115型で、前期の51型の倍以上となっております。これらの新しい金型は、2026年12月期から収益に貢献してまいります。

Q 2026年12月期より新中期経営計画がスタートしました。背景やポイントをお聞かせください。

経営を新たなステージへと導いていくための準備期間と位置づけ、収益基盤の強化に注力してまいります。

竹本 当社グループはこれまで、2021年に策定した「2030年ビジョン」において、「資源循環型パッケージングカンパニー」を「目指す姿」とし、KPI(2030年12月期目標)として、「売上高300億円」、「顧客数7,500社」、「金型保有数5,740型」、「在庫数5,150製品」、「資源循環型パッケージング製品の売上比率90%超」を掲げ、それらの実現に向けた取り組みを続けてまいりました。しかしながら、経営環境がビジョン策定当時の状況から大きく変わってきております。当社グループとして、「資源循環型パッケージングカンパニー」を目指した取り組みを継続していくことに変わりはありませんが、上記の各数値については今回新たに策定した2026年12月期から2028年12月期までの新中期経営計画期間内で見直しを図りたいと考えています。また、この新中期経営計画は3年間固定の計画として、次の長期ビジョンを策定し、経営を新たなステージへと導いていくための準備期間と位置づけております。この位置づけのもと、まずは、収益の基礎である「国内ビジネスの強化」を図っていくことが重要だと認識しております。引き続き、開発提案力の強化、自動化(生産工程等)・省力化、圧倒的なスピードの実現、WEBマーケティングの強化、人材の採用・育成などに注力してまいります。

Q 新中期経営計画では、海外ビジネスをどのような方向性で拡大していくのでしょうか。

インドを核とした成長と、中国におけるビジネスモデルの再構築を推し進め、海外ビジネスの拡大加速を図ります。

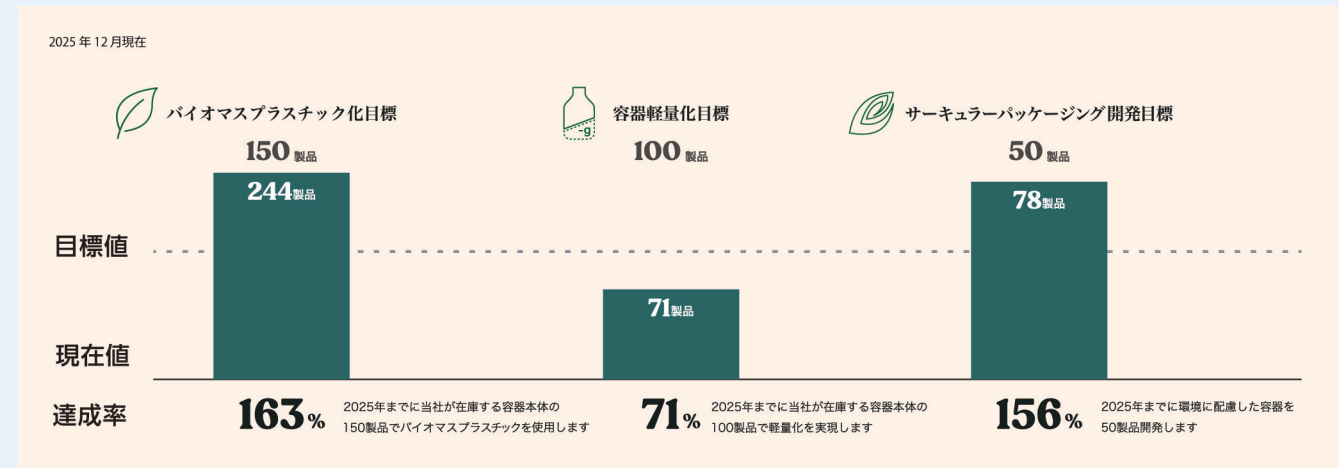
深澤 当社グループの経営を次のステージへと移行していくためのカギを握っているのは、今後の「海外ビジネスの拡大加速」であると考えております。成長著しいインドビジネスについては、引き続き生産設備を増強し、市場の成長と共に売上・利益の拡大を推し進め、3年後の2028年12月期には、2025年12月期の2倍程度まで伸ばしていきたいと考えております。また、インドから周辺地域を見渡すと、日本から見るよりも遥かに、東南アジアや中東・アフリカ等の市場が身近な存在であり、今後、中長期的には、これらの地域へのインドからのアプローチによる市場開拓も検討していく方針です。次に、海外ビジネスの中で売上規模の最も大きい中国ビジネスについては、中国を市場として捉えると同時に、今後は日本をはじめとした世界の市場に向けた供給拠点として捉え、両面からの体制強化を推し進めることで、売上拡大に加え、利益の大幅な改善を図ります。

Q 最後に、株主の皆様へメッセージをお願いします。

経営と現場が一体となって「新生・竹本容器グループ」の創出に取り組んでまいります。

竹本 経営環境の目まぐるしい変化の中、経営を次のステージへと押し上げるために最も重要なのは「人的資本」であると考えております。企業価値の向上には、経営戦略と人材戦略を同期化させることが必要不可欠である、との認識のもと、私たちは、社員が組織横断的に参画する20超のプロジェクトを立上げ、より実践的な人材育成活動を開始しております。テーマは、圧倒的なスピードの実現、業務のスリム化、自動化など、戦略に直結したものから、カテゴリーキラー的な製品開発まで、多岐にわたります。経営と現場が一体となって「新生・竹本容器グループ」の創出に取り組んでまいります。株主の皆様には、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

資源循環型パッケージングカンパニーへの取り組み



当社では、容器が環境に及ぼす影響を考慮し、持続可能な発展を目指す社会に貢献する「資源循環型パッケージングカンパニー」として『2025年までに約束する3つのマイルストーン』の目標を掲げていました。バイオマスプラスチック化目標、サーキュラーパッケージング

開発目標は達成しましたが、容器軽量化目標も含め、この取り組みは、継続して実施してまいります。当社が2025年に開発したバイオマスプラスチック製品、軽量化製品、サーキュラーパッケージング製品は以下の通りです。



■バイオマスプラスチック対応・軽量化製品

バイオマスプラスチック対応製品は、植物（サトウキビ等）からとれる蔗糖蜜を原材料とした樹脂を使用した製品です。

軽量化製品は、従来よりも使用するプラスチックの量をできるだけ削減した製品です。詰め替え用として薄肉仕様のボトルを開発しました。



■サーキュラーパッケージング

サーキュラーパッケージングは、バイオマスプラスチック化・軽量化製品のほか、付け替え容器・詰め替え容器・リサイクルプラスチックの使用・石化代替原料（紙・ガラス・アルミ・生分解性樹脂など）を使用した製品です。チューブタイプの軟包材を当社オリジナル設計にて開発しました。

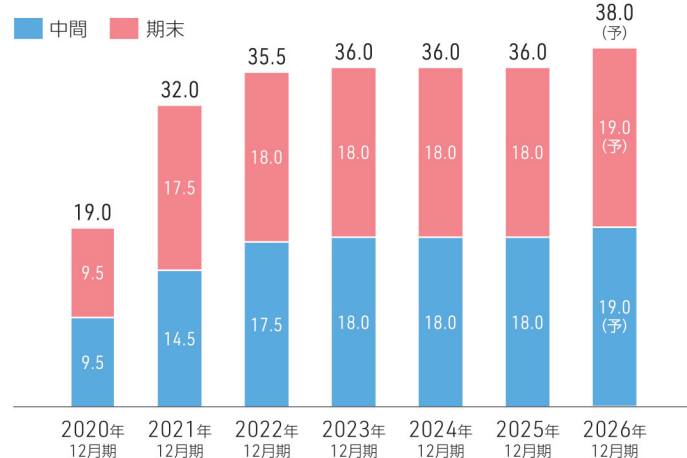
株主の皆さまへの利益還元 の状況 引き続きDOE4.0%を目途に、安定配当を図ってまいります。

【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、2027年までの期間の配当について、「DOE4%」を目途とすることとしております。なお、DOEの計算式につきましては、近年の為替変動に鑑み、為替等の外部要因による変動を含む純資産から、株主資本を分母とする株主資本配当率に変更いたしました。

2025年12月期は、1株当たり年間配当金36円、配当性向56.3%、DOE4.3%となりました。また、2026年12月期は、1株当たり年間配当金38円、配当性向50.9%、DOE4.4%を計画しております。

1株当たり配当金の推移 (単位:円)



第75期 株主通信 2025年1月1日～2025年12月31日



トップインタビュー

人的資本の強化を推し進め、「新生・竹本容器グループ」の創出を目指します

当期の業績

インドを中心とした海外ビジネスの好調な業績拡大が下支えとなり、減収ながらも増益を達成

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56.3%

会社概要／株式の状況 (2025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

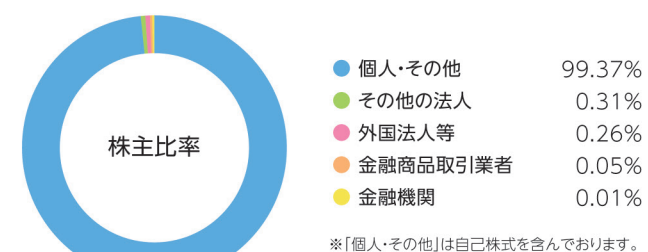
(2026年3月24日現在)

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)	田中 達也
社外取締役(監査等委員)	長南 伸明
社外取締役(監査等委員)	高野 洋一

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	29,933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(%)
一般社団法人笑友会	4,083,600	33.84
竹本容器若竹持株会	600,100	4.97
竹本 雅英	426,000	3.53
竹本 笑子	396,000	3.28
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	222,600	1.84
BNYM RE BNYMLB RE GPP CLIENT MONEY AND ASSETS AC	210,900	1.75
山本 勝人	158,000	1.31
山本 健人	137,000	1.14
松井証券株式会社	130,200	1.08
高橋 宏一	130,000	1.08

(注)持株比率は、自己株式(462,204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(同連絡先)	三菱UFJ信託銀行株式会社 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0120-232-711(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。