

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目ざして

2025年12月期第2四半期決算説明会資料



資料構成

1. 2025年12月期第2四半期トピックス

2. 2025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. 2025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、73億6百万円（前年同期比6.2%減）
- 連結営業利益は、5億円（前年同期比0.5%減）
- EBITDAは、9億85百万円（前年同期比3.8%減）

【特徴】

- 日本は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が寄与したものの、スポット案件の減少に加え、大口リピート案件が減少し国内売上は減収、計画比減で推移。新規顧客・新規案件獲得増に向けて営業活動を強化し売上高の挽回を図る
- インドは受注が好調で売上が増加し黒字を継続。連結利益を押し上げ
- 中国は消費者の節約志向が継続。同業者間の激しい競争が継続している中、新規案件獲得数増が寄与し増収。利益面では生産の自動化を推進するなど原価低減の効果もあり黒字を確保
- 資源循環型パッケージング（サステナビリティ容器）売上は、17億95百万円（連結売上高の24.6%）

1. 2025年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ②

【日本】

- 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、詰替え容器、Recyclable容器など資源循環型パッケージングは売上高に寄与
- 資源循環型パッケージング売上が寄与するも、スポット案件の減少に加え、大口リピート案件が減少し、売上高は56億43百万円(前年同期比10.1%減)と減収、計画比減
新規顧客・新規案件獲得増に向けて営業活動の強化を継続し売上高の挽回を図る
- 水道光熱費の負担は増加するものの、歩留まり改善策の実行など原材料費負担を軽減し、コスト負担は全般的に低減。他社製品の仕入が減少し粗利率は上昇
- 営業利益については、販売価格の見直し効果の浸透や原材料費などのコスト低減を図り、粗利率が増加するものの、売上高減少に伴う絶対額の減少により4億6百万円(前年同期比20.1%減)と減益に

1. 2025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依然として継続。化粧品分野で同業他社との激しい競争は継続しているものの、営業活動の強化による新規案件獲得増なども寄与し、売上高は12億33百万円(前年同期比で1.0%増)と増収に
- 売上高に見合った生産体制を構築済み。さらに生産の自動化・省力化の範囲を拡張することで原価低減を継続中で営業利益は21百万円と増加

【インド】

- 売上高は3億99百万円（前年同期比42.1%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
- 旺盛な需要増に対応するため品揃え強化、生産能力向上に向けて設備増加などの施策を継続中。売上拡大と粗利額増により営業利益の黒字化を達成、連結利益の押し上げに寄与

1. 2025年12月期第2四半期トピックス

米国関税政策による影響

【当社の事業特性】

- 当社は日本、中国及びインドに生産拠点、米国、欧州、タイには販売拠点を持ち、包装容器等の製造販売事業を行う
- 生産拠点のある日本、中国、インドでは現地で生産し現地を中心に販売する事業形態
- 欧州、米国、タイは販社で生産拠点がいないため、貿易により事業を行うものの、連結売上高に占める3拠点の売上割合は2024年実績で2.2%

【影響についての考察】

- <米国での影響> 米国（当社販売拠点）での販売金額は、2024年実績で1億90百万円であり、関税引上げに伴う連結売上高への影響は極めて限定的
- <日本での影響> 中国の容器会社が米国に輸出していた商流が米国から日本国内に向くことが考えられるため、安価品の流通量増加等容器市場の競争が従来以上に厳しくなる可能性がある
- <中国での影響> 中国の容器会社が米国に輸出していた商流が米国から中国国内に向くことが考えられるため、中国国内での供給過多、値下げ圧力増加等中国容器市場での競争が従来以上に厳しくなる可能性がある

資料構成

1. 2025年12月期第2四半期トピックス

2. 2025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. 2025年12月期第2四半期業績概要

2025年12月期第2四半期連結決算ハイライト

	2024年第2四半期 (1-6月期) ¥21.07/RMB ¥152.36/USD	2025年第2四半期 (1-6月期) ¥20.44/RMB ¥148.40/USD	前年同期比		2025年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 7,792	百万円 7,306	百万円 ▲486	▲6.2%	百万円 ▲593	▲7.5%
営業利益	502	500	▲2	▲0.5%	+0	+0.1%
売上高営業利益率	6.5%	6.8%	+0.4P	—	+0.5P	—
経常利益	495	527	+31	+6.4%	+7	+1.5%
中間純利益	300	398	+97	+32.4%	+28	+7.6%

減価償却費	521	484
原材料費	1,194	1,177
設備投資額	288	399
(うち 金型)	97	161
EBITDA	1,024	985
EBITDA比率	13.1%	13.5%

2. 2025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	2024年第2四半期	2025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	6,275	5,643	▲632	▲10.1%	▲560	▲9.0%
営業利益	508	406	▲102	▲20.1%	▲78	▲16.2%
営業利益率	8.1%	7.2%	▲0.9P	—	▲0.6P	—
中国	2024年第2四半期 ¥21.07/RMB	2025年第2四半期 ¥20.44/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,220 (57)	1,233 (60)	+12 (+2)	+1.0% +4.2%	▲42 (▲3)	▲3.3% ▲5.4%
営業利益	2 (0)	21 (1)	+19 (+0)	+894.2% +924.9%	+17 (+0)	+371.9% +361.8%
営業利益率	0.2%	1.8%	+1.6P	—	+1.4P	—

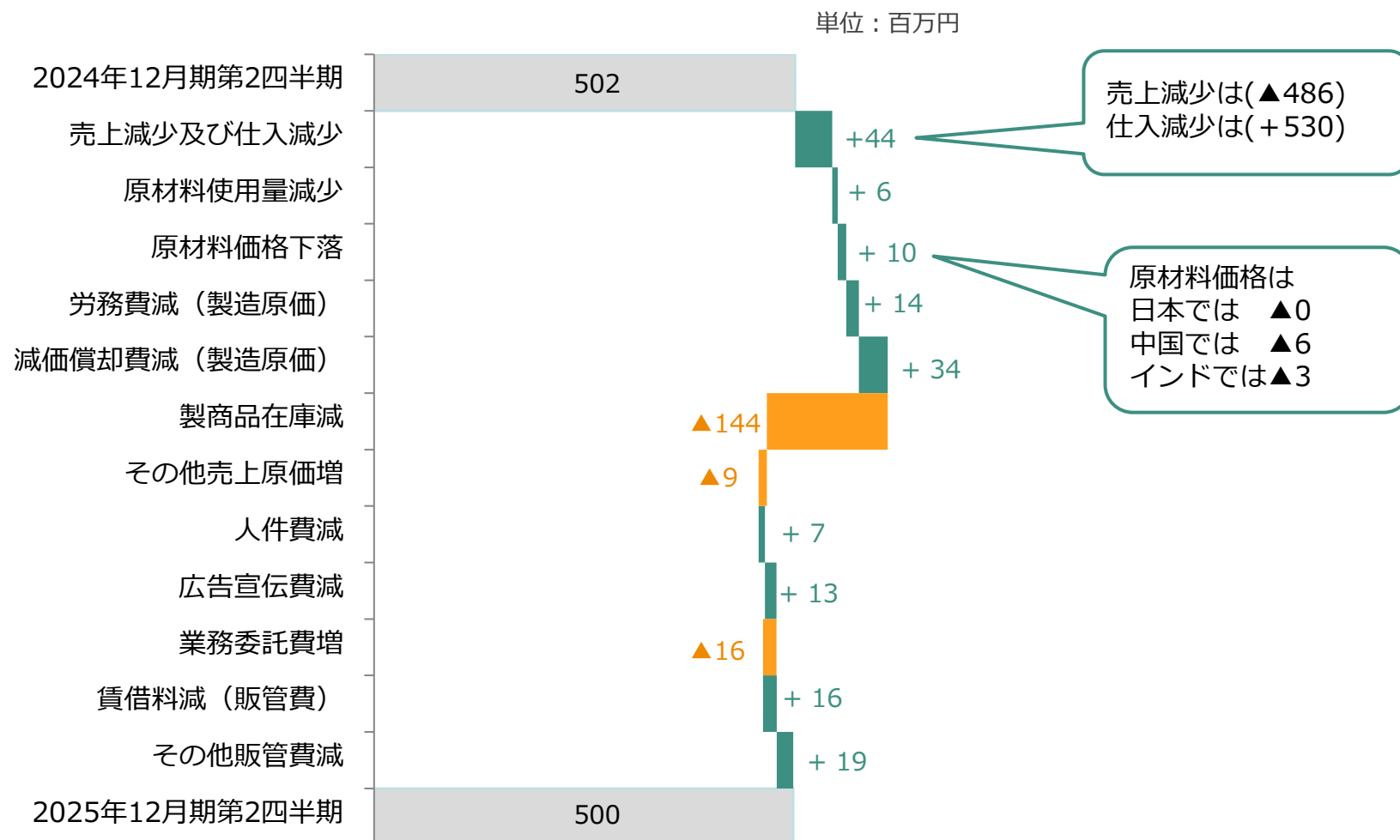
※（ ）内はRMBベース:百万円

その他地域	2025年第2四半期 ¥152.36/US\$ ¥164.70/€ ¥1.84/INR ¥4.21/TB	2025年第2四半期 ¥148.40/US\$ ¥162.25/€ ¥1.73/INR ¥4.43/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	411	554	+142	+34.7%	+12	+2.3%
営業利益	▲9	67	+77	—	+42	+166.7%
営業利益率	▲2.4%	12.2%	+14.6P	—	+7.5P	—

- ・その他の地域はインドの売上及び利益の伸びが貢献し、売上高・営業利益・営業利益率が大幅改善
- ・アメリカは売上・利益ともに、前年同期比並みで推移
- ・オランダ、タイの売上高は前年同期比増で推移中

2. 2025年12月期第2四半期業績概要

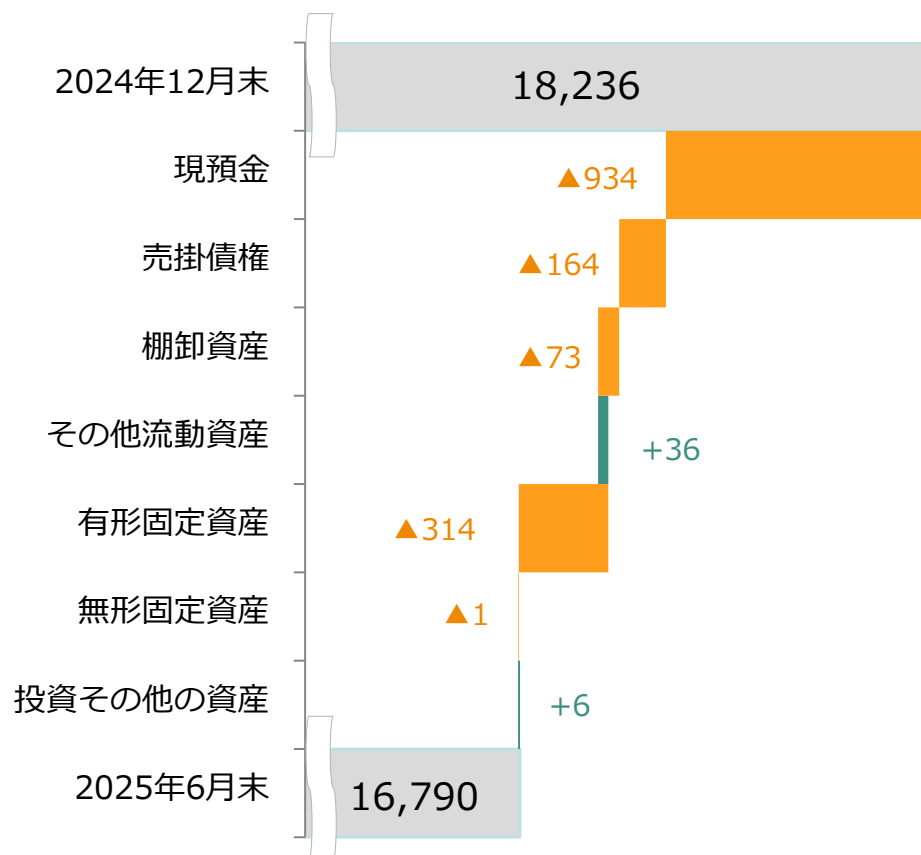
2025年12月期第2四半期 営業利益の変動分析



2. 2025年12月期第2四半期業績概要

2025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

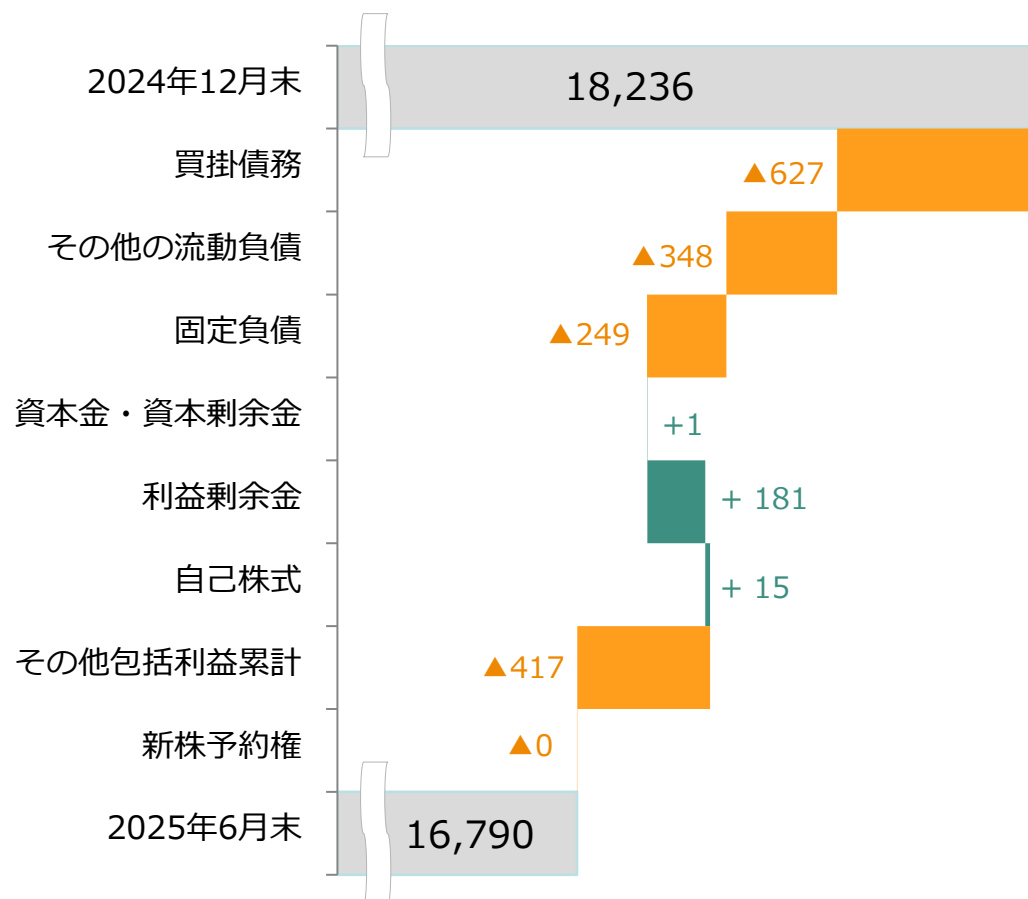


■ 流動資産	▲ 1,136
現預金	▲ 934
売掛債権	▲ 164
棚卸資産	▲ 73
■ 固定資産	▲ 310
建物及び構築物	▲ 186
機械装置及び運搬具	▲ 118
金型	+ 15
建設仮勘定	▲ 10

2. 2025年12月期第2四半期業績概要

2025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

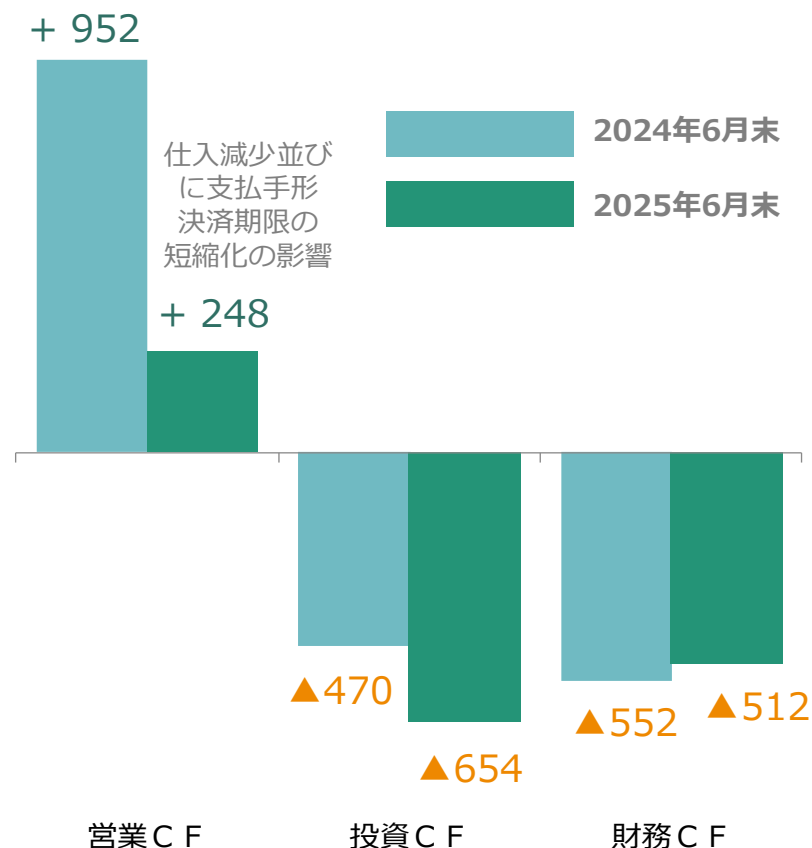


流動負債	▲ 976
電子記録債務	▲ 623
1年内返済長期借入金	▲ 63
未払消費税	▲ 156
固定負債	▲ 249
長期借入金	▲ 232
純資産	▲ 220
利益剰余金 (当期純利益分)	+ 398
(配当金支払)	▲ 216
自己株式処分	+ 15
為替換算調整額	▲ 418

2. 2025年12月期第2四半期業績概要

2025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	+ 248
税金等調整前当期純利益	+ 527
減価償却費	+ 484
売上債権の減少額	+ 106
仕入債務の減少額	▲ 604
法人税等の支払額	▲ 160
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 654
定期預金の預入	▲ 176
固定資産の取得による支出	▲ 477
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 512
長期借入金の返済による支出	▲ 295
配当金の支払額	▲ 216
■ 換算差額	▲ 188
■ 現金及び現金同等物の増減額	▲ 1,107
■ 現金及び現金同等物の期首残高	6,023
■ 現金及び現金同等物の期末残高	4,916

2. 2025年12月期第2四半期業績概要

財務戦略：配当政策

当社は、株主への安定的な利益還元の継続が重要との認識から2027年までの期間について、純資産配当率(DOE) 4.0%を目途とする方針を継続
これにより、2025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60.2%）

	2024年12月期	2025年12月期計画
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（予定）
純資産配当率 (DOE)	3.8%	4.0%
配当性向	67.7%	60.2%

資料構成

1. 2025年12月期第2四半期トピックス
2. 2025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



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■背景、狙い及び当社の役割について

2030年ビジョン 「資源循環型パッケージングカンパニー」

サステナビリティ容器比率90%超

時代背景と我々の狙い

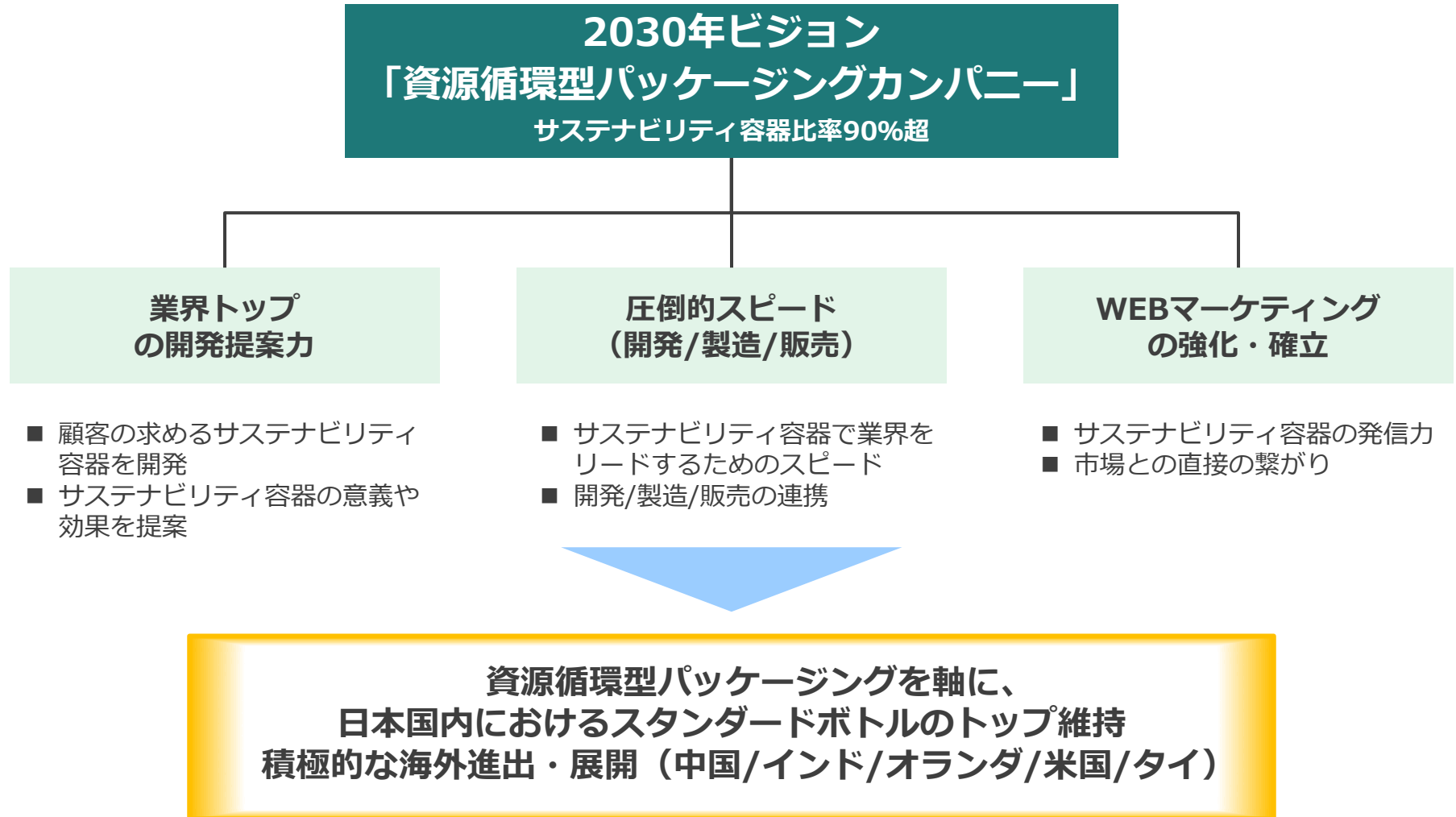
- これからの時代、メーカーとして地球環境保全に配慮し、持続可能な経済成長の追求を両立させることは不可欠
- 当社は、豊かで楽しい生活の創造を通じて「世界の器文化への貢献」を目指す
- 変化する時代ニーズと的確な情報を収集しながら、新しい世界基準に合わせたサステナビリティな発展に貢献する容器開発を継続的に進める

市場における当社の役割

- ともすると、環境に配慮した製品開発はコストが嵩み収益化が困難だと思われがち
- 一方で、環境を配慮した製品でないと市場に受け入れられない時代も近い
- 当社は積極的に資源循環型製品の開発・製造を進め、これを効果的に発信し、容器業界を牽引していく所存

3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■ 当社の2030年ビジョンの全体像



■ New products-1



■ New products-2

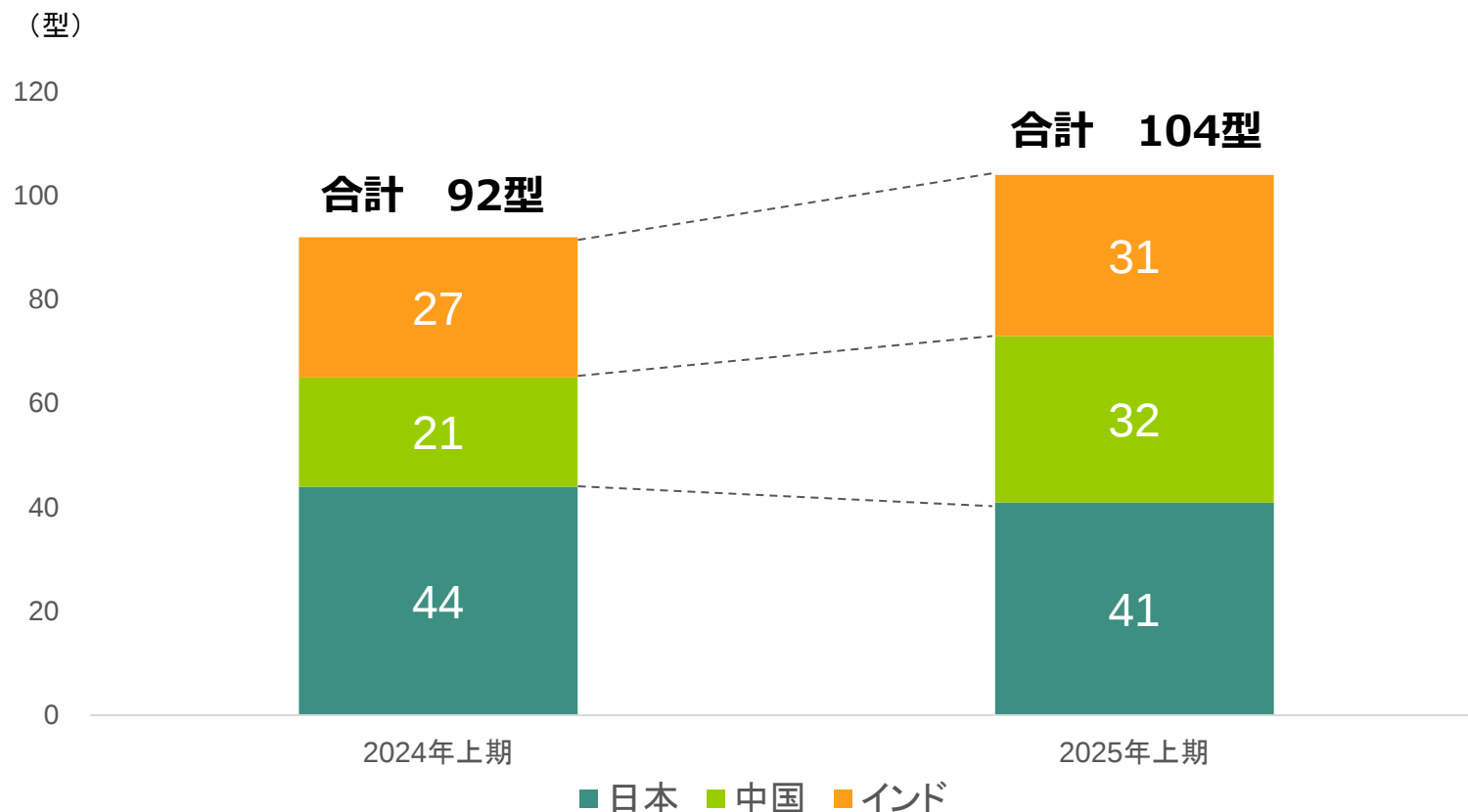


3. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■ 上期新規完成金型数の前年比較

当社は、自社で金型を開発保有するスタンダードボトルの品揃えを充実させるため、新規金型開発に注力しています

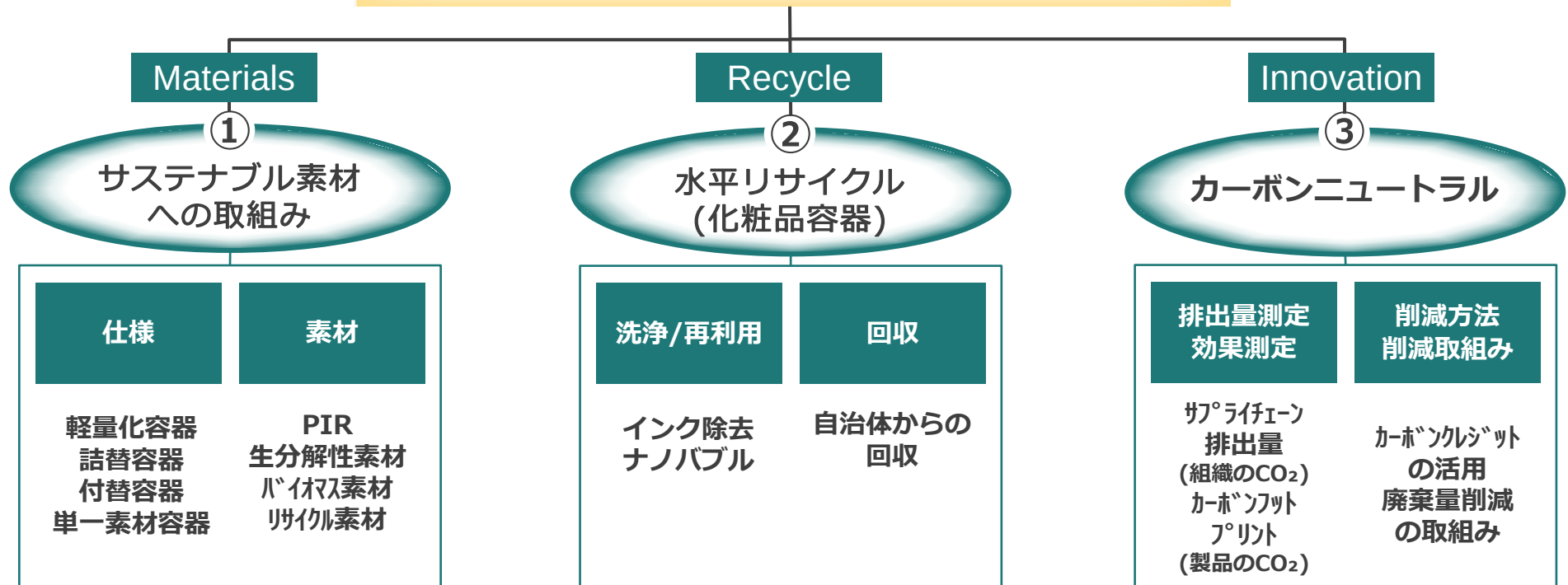
2025年上期では中国・インドでの新規金型開発数が増加し、合計で104型となりました
日本における2025年通期金型開発数は100型超となる予定です



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

- 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おき、
 ①仕様・素材②化粧品容器の水平リサイクル③カーボンニュートラルの具体的な取り組みにより、
 資源循環型パッケージング売上高の増加を目指します

資源循環型パッケージング売上高 サステナビリティ容器比率90%超



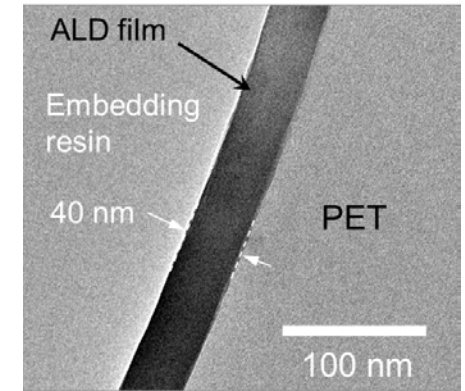
3. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■大学や研究機関との連携でサステナブルな容器開発

研究開発の進捗

1. 最新成膜技術による高ガスバリア性容器の開発

- 原子層堆積法（ALD；Atomic Layer deposition）によりPETボトル表面に極薄シリコン酸化膜を堆積し、ガスバリア性の高い容器を実現（東北大との共同研究）
- 国際学術誌に成果発表（Applied Surface Science 712(2025)164151）
- 耐水性に優れた高ガスバリア性薄膜の成膜技術を開発中（東北大、成膜装置メーカーとの共同研究）

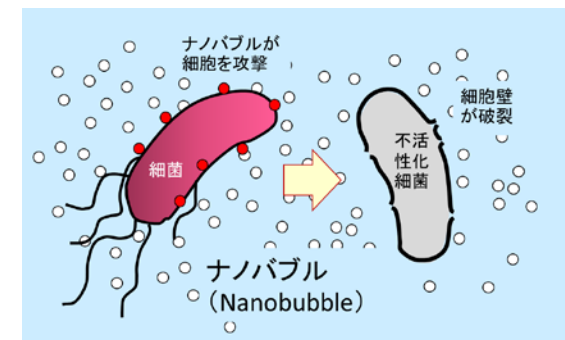


PETボトル表面に堆積したALD膜の電子顕微鏡像

2. ナノバブルによる容器洗浄法の開発

- 超音波照射による高濃度ナノバブル水（バブル粒径～100nm※）の生成技術を実現（東北大との共同開発）
- 二酸化炭素内包ナノバブルの抗菌効果を実証
- 国際学術誌に成果発表（Ultrasonics Sonochemistry 103(2024)106809）
- ナノバブルによるプラスチック容器の除菌・洗浄技術を開発中（東北大との共同研究）

※1nm(ナノメートル)は10億分の1メートル

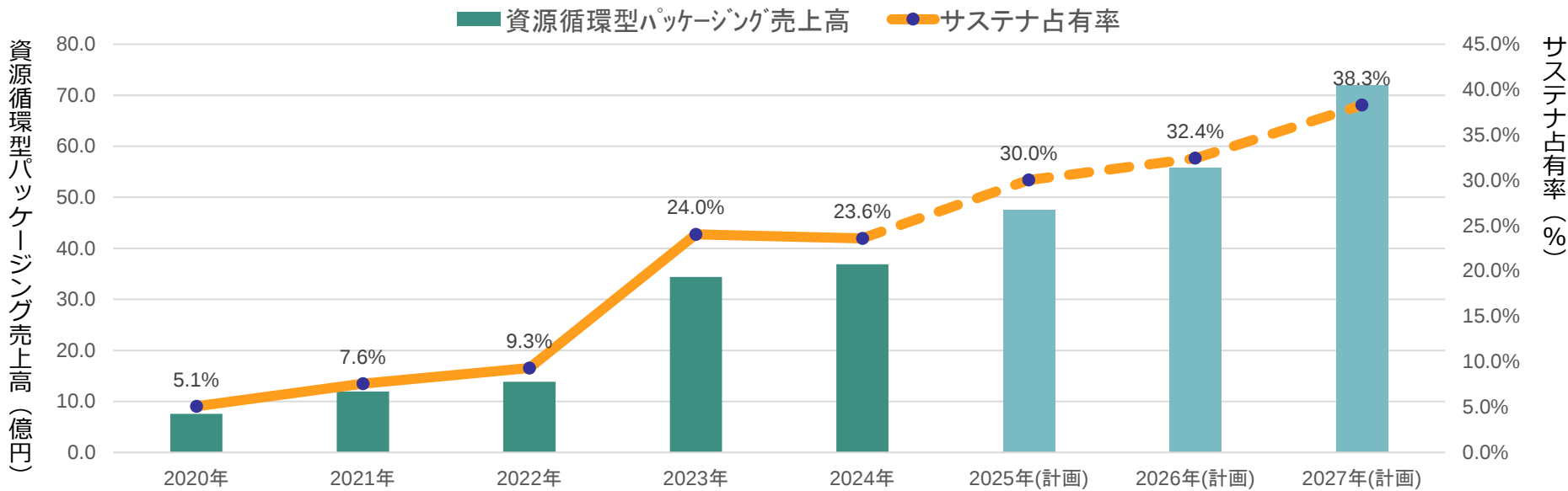


ナノバブルの殺菌作用

3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■実績と数値計画：資源循環型パッケージング製品の売上高の推移と占有率

素材(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、2027年までに連結売上高の4割程度まで資源循環型パッケージング売上高を高めてまいります



(単位：億円)	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年2Q	2025年(計画)
グループ売上高	148.6	157.8	148.9	143.1	156.3	73.0	158.5
サステナ占有率	5.1%	7.6%	9.3%	24.1%	23.6%	24.6%	30.0%
資源循環型パッケージング売上高	7.6	11.9	13.9	34.4	36.9	17.9	47.6

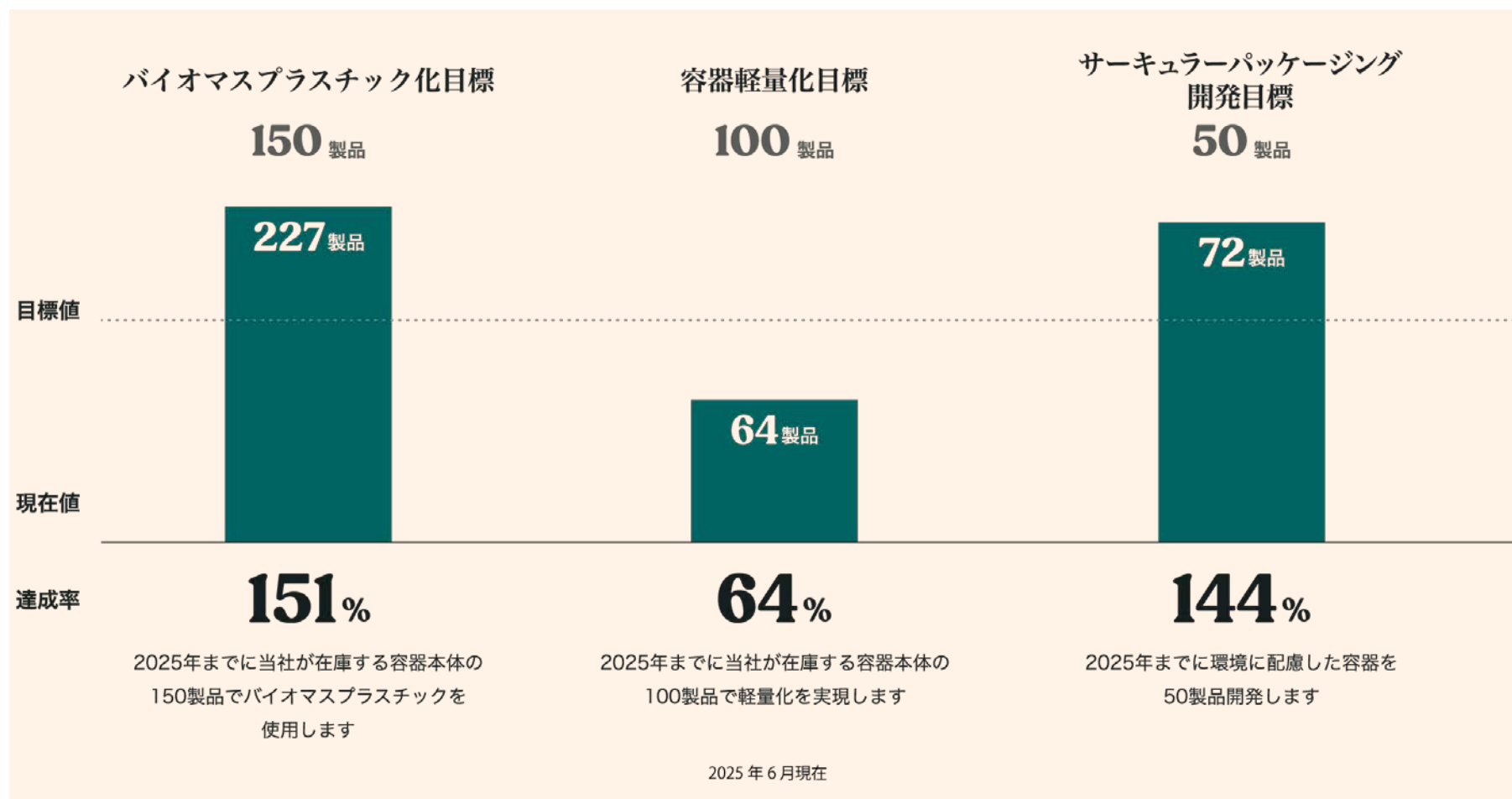
※2023年からサステナ売上にrecyclableカテゴリー19.4億円を加算して集計している（2023年の従来値は15.0億円）

※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

3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■ 2025年までに約束する3つのマイルストーン

当社では容器が環境に及ぼす影響を考慮し、カーボンニュートラル、サーキュラーエコノミーを実現していくために、「2025年までに約束する3つのマイルストーン」とした目標を掲げ、その達成に取り組んでいます。バイオマスプラスチック化とサーキュラーパッケージング開発は目標をすでに達成済み。容器軽量化も目標達成に向けて取り組みを加速中。



3. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■日本

2025年売上高123億円(昨年比1.2%減) 営業利益890百万円(昨年比4.1%減)を計画

上期計画：売上高は62億円 営業利益484百万円に対して

上期実績：売上高は56億円(計画比9.0%減) 営業利益406百万円(計画比16.2%減)

※ 以下の取組みを継続して実施中

1. 営業戦略

- 活動内容や活動量のデータ化・可視化を強化。営業管理レベルを強化しターゲット層を明確にしたうえで、訪問件数・活動量を増加し、新規顧客、新規案件獲得増に向けて積極的に取り組み中
- 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、発信力を高めることで新規顧客の増加に繋げていく

2. 開発戦略

- 資源循環型パッケージング製品の拡充に注力しサステナ占有比率を高めていく。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
- 新製品開発は社内規格品を起点にした営業による要望収集が鍵。営業によるニーズ把握の質と量を増やす取組みを開始
- 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

3. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■ 日本

3. 生産戦略

- 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

4. デジタル戦略

- 業務効率化・利益管理の視点でERPリプレイスに向けてプロジェクトを開始中
- HPへのアクセス数増加策やWEBプロモーションを推進中

3. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■ 中国

2025年売上高25.9億円(昨年比6.2%増)営業利益36百万円(昨年比200%増)を計画

上期計画：売上高は12.7億円 営業利益4百万円に対して

上期実績：売上高は12.3億円(計画比3.3%減) 営業利益21百万円(計画比525%増)

※ 以下の取組みを継続して実施中

1. 営業戦略

- 同行営業を含めた訪問件数を増加、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

2. 開発戦略

- 新製品開発を強化し、魅力ある製品を提供し新規顧客を獲得する
- 日本で評判の高い新製品の積極提案、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

3. 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. 2030年ビジョンへ向けて2025年の取組みと進捗状況

■インド

2025年売上高7.1億円（昨年比28.5%増）営業利益37百万円（同48百万円改善）を計画

上期計画：売上高は3.5億円 営業利益18百万円に対して

上期実績：売上高は3.9億円(計画比12.7%増)営業利益63百万円(計画比344%増)

※ 以下の取組みを継続して実施中

1. 営業戦略

- 展示会等を通じた広報活動の成果もあり知名度が高まっている。当社の特徴をより浸透させ主要ブランドへのシェアや近隣諸国への販路を拡大する

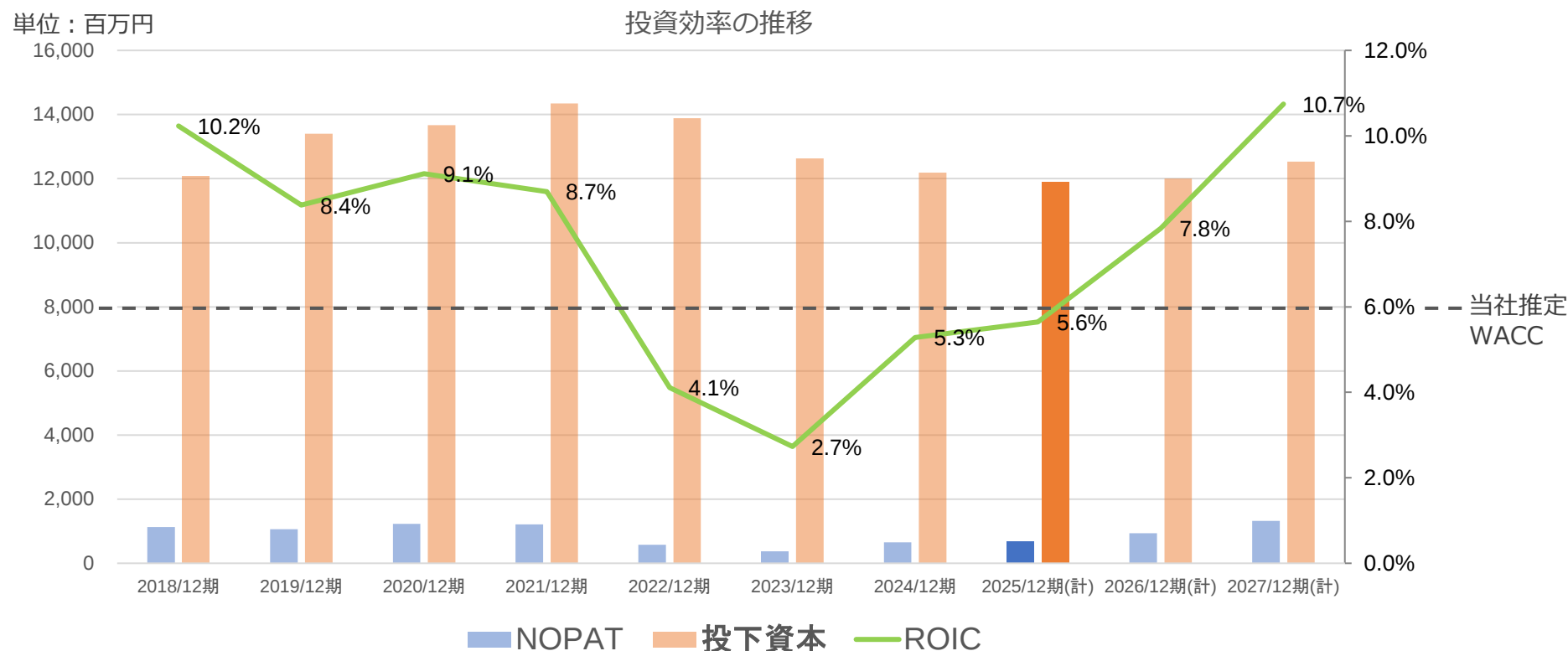
2. 生産戦略

- 旺盛な需要に対応するために、インド事業所の生産能力の増強を早期に図るべく、積極的な設備投資に加え、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することで、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中

3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■ 資本コストや株価を意識した経営の実現へ向けた対応

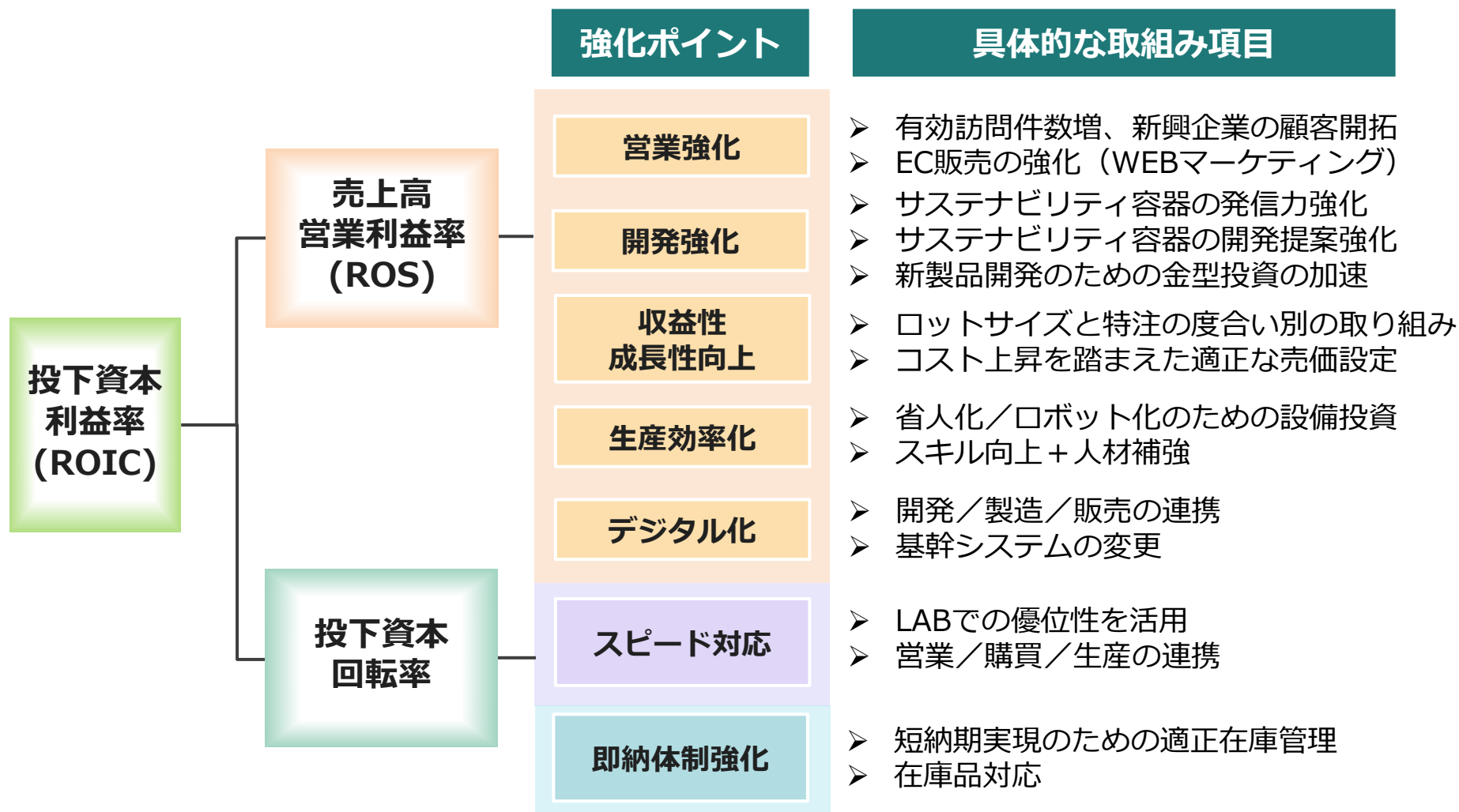
- 当社では、毎年CAPMを用いて資本コストを算出し、事業運営や投資採算については、このハードルレートを意識した経営判断を行っています
- 従来の算出結果によれば、株主資本コストが8%前後、WACCが6%前後の水準であるものと認識しています
- ROICをヒストリカルにみると、2021年以前はハードルレートを上回って推移していましたが、2022~23年に資源高等の影響があり下降した後、収益改善の取り組みを継続的に実施しました。この結果、2024年から収益性が改善しWACCに近い水準まで回復している状況で、今後はハードルレートを上回る見込みです



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■ 資本コストや株価を意識した経営の実現へ向けた対応

当社は、ROICを利益率と回転率に細分化し、強化ポイントとリンクした取組みを実施することで収益性と投下資本の効率性を高め、投下資本利益率の向上に努めてまいります



資料構成

1. 2025年12月期第2四半期トピックス
2. 2025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（2023年からの四半期推移）

（百万円）

地域		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	2024年 第3四半期	2024年 第4四半期	2025年 第1四半期	2025年 第2四半期
日本	売上高	2,710	2,921	2,817	2,953	3,066	3,208	3,344	2,899	2,948	2,694
	粗利額	756	822	834	859	834	945	920	782	814	848
	営業利益	154	191	231	250	205	303	285	134	181	225
中国	売上高	714	602	586	530	555	665	594	623	606	626
	粗利額	138	77	102	73	149	178	141	176	167	147
	営業利益	▲29	▲92	▲69	▲84	▲4	6	▲12	28	16	5
欧米	売上高	24	65	79	62	40	49	85	64	51	48
	粗利額	8	14	17	18	11	12	22	12	15	15
	営業利益	▲7	0	0	0	▲4	▲3	2	▲5	▲4	0
その他 アジア	売上高	114	130	133	115	152	167	153	185	206	248
	粗利額	25	28	22	16	28	36	27	51	67	72
	営業利益	2	▲2	▲13	▲18	▲3	2	▲7	12	34	38
連結	売上高	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042	4,110	3,722	3,748	3,558
	粗利額	929	943	975	968	1,026	1,169	1,112	1,020	1,065	1,086
	営業利益	122	98	151	159	197	305	270	172	230	270

4. 参考資料

地域別グループ企業業績（2020年からの年間推移）

(百万円)

地域		2020年		2021年		2022年		2023年		2024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	11,651	▲0.8%	12,005	+3.0%	11,390	▲5.1%	11,403	+0.1%	12,519	+9.8%
	粗利額	3,917	+5.0%	3,942	+0.6%	3,341	▲15.2%	3,272	▲2.1%	3,482	+6.4%
	営業利益	1,429	+11.9%	1,485	+3.9%	922	▲37.9%	827	▲10.3%	928	+12.2%
中国	売上高	3,149	▲8.4%	3,544	+12.5%	3,165	▲10.7%	2,434	▲23.1%	2,438	+0.2%
	粗利額	993	▲1.0%	971	▲2.2%	651	▲33.0%	391	▲39.8%	645	+64.7%
	営業利益	472	+8.9%	335	▲29.0%	▲59	—	▲274	—	18	—
欧米	売上高	184	+12.0%	297	+61.2%	206	▲30.5%	231	+12.0%	241	+4.4%
	粗利額	41	+1.7%	62	+49.4%	60	▲2.1%	57	▲4.9%	58	+0.8%
	営業利益	▲10	—	3	—	7	+147.8%	▲7	—	▲12	—
その他 アジア	売上高	109	+57.7%	181	+64.7%	321	+77.6%	493	53.4%	659	+33.5%
	粗利額	▲39	—	2	—	55	+2,472%	93	66.9%	143	+53.9%
	営業利益	▲119	—	▲74	—	▲41	—	▲31	—	4	—
連結	売上高	14,863	▲2.2%	15,776	+6.1%	14,885	▲5.6%	14,317	▲3.8%	15,626	+9.1%
	粗利額	4,912	+3.9%	4,979	+1.4%	4,107	▲17.5%	3,818	▲7.1%	4,329	+13.4%
	営業利益	1,778	+15.6%	1,754	▲1.3%	836	▲52.4%	522	▲37.6%	945	+81.1%

4. 参考資料

区分別販売実績（2023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)

	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	2024年 第3四半期	2024年 第4四半期	2025年 第1四半期	2025年 第2四半期
化粧・美容	1,998	2,192	2,090	2,133	2,345	2,593	2,638	2,272	2,330	2,037
日用・雑貨	263	255	237	229	257	249	255	241	239	259
食品・ 健康食品	337	388	341	320	348	390	383	328	324	369
化学・医薬	194	180	212	199	239	186	257	235	205	257
卸、その他	707	637	664	730	559	622	576	645	649	633
合計	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558

区分別販売実績（2023年からの製商品の内訳ごとの四半期推移）

(百万円)

	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	2024年 第3四半期	2024年 第4四半期	2025年 第1四半期	2025年 第2四半期
スタンダード ボトル	2,677	2,848	2,716	2,723	2,687	3,091	3,063	2,791	2,775	2,853
ビスポーク	333	304	329	337	376	363	364	376	410	380
他社製品	465	475	471	524	632	543	653	529	526	298
材料その他	25	26	29	27	54	44	29	24	35	26
合計	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558

4. 参考資料

区分別販売実績（2020年からの販売先の主要事業内容ごとの年間推移）

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
2024年は大型の受注案件増により化粧・美容関係が大幅増。中国は消費者の節約志向や競争激化によりほぼ前年並み (百万円)

	2020年			2021年			2022年			2023年			2024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	8,147	% 54.8	% ▲7.4	8,904	% 56.4	% 9.3	8,938	% 60.0	% 0.4	8,415	% 58.8	% ▲5.8	9,850	% 63.0	% 17.1
日用・雑貨	1,019	6.9	44.5	930	5.9	▲8.7	845	5.7	▲9.1	986	6.9	16.6	1,002	6.4	1.7
食品・健康食品	1,347	9.1	▲2.8	1,470	9.3	9.1	1,335	9.0	▲9.2	1,389	9.7	4.0	1,450	9.3	4.4
化学・医薬	906	6.1	11.7	1,096	7.0	20.9	805	5.4	▲26.5	786	5.5	▲2.4	917	5.9	16.7
卸、その他	3,442	23.2	▲1.4	3,374	21.4	▲2.0	2,960	19.9	▲12.3	2,740	19.1	▲7.4	2,404	15.4	▲12.2
合計	14,863	100.0	▲2.2	15,776	100.0	6.1	14,885	100.0	▲5.6	14,317	100.0	▲3.8	15,626	100.0	9.1

4. 参考資料

受注実績（2023年からの四半期推移）

（百万円）

	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	2024年 第3四半期	2024年 第4四半期	2025年 第1四半期	2025年 第2四半期
国内	2,909	3,026	3,005	3,405	3,253	3,535	3,025	2,950	2,962	2,628
海外	797	709	677	749	896	781	794	887	795	1,030
（うち中国）	640	525	492	571	668	549	566	657	549	691
連結合計	3,707	3,735	3,683	4,155	4,155	4,310	3,819	3,837	3,757	3,658

受注実績（2020年からの年間推移）

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るも年度後半は第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。2024年日本は大型の受注案件により大幅増。中国は消費者の節約志向や競争激化の中でも営業活動の取り組みを強化し受注増となる。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）

	2020年		2021年		2022年		2023年		2024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	12,454	15.2%	12,274	▲1.4%	11,841	▲3.5%	12,347	4.2%	12,764	3.4%
海外	3,597	▲5.6%	4,034	12.1%	3,398	▲15.7%	2,934	▲13.7%	3,359	14.5%
（うち中国）	3,258	▲9.5%	3,504	7.6%	2,871	▲18.1%	2,229	▲22.3%	2,401	7.7%
連結合計	16,051	9.7%	16,308	1.6%	15,240	▲6.5%	15,282	2.3%	16,123	5.5%

4. 参考資料

為替レート（PL使用レート）

	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	2024年 第3四半期	2024年 第4四半期	2025年 第1四半期	2025年 第2四半期
円／元	19.35	19.46	19.62	19.82	20.63	21.07	20.99	21.04	20.94	20.44
円／米ドル	132.42	135.00	138.24	140.67	148.63	152.36	151.46	151.69	152.55	148.40
円／ユーロ	142.16	145.93	149.77	152.11	161.33	164.70	164.56	164.05	160.55	162.25
円／ルピー	1.62	1.65	1.69	1.71	1.80	1.84	1.83	1.82	1.77	1.73
円／バーツ	3.91	3.95	4.01	4.04	4.17	4.21	4.24	4.30	4.49	4.43

4. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

4,164型の保有金型のうち9割超は償却済み、収益の源泉であり財務効率に優れる。日本からインドへ中古金型を融通

		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年2Q (金型数)
日本	完成金型数	59	97	93	65	116	51	41
	廃却・移動	▲80	▲99	▲16	▲30	▲53	▲26	▲10
	保有金型数	2,321	2,319	2,396	2,431	2,494	2,519	2,550
中国	完成金型数	74	84	89	32	37	45	32
	廃却・移動	7	▲159	▲8	▲19	▲15	▲8	-
	保有金型数	1,184	1,109	1,190	1,203	1,225	1,262	1,294
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	27	48	45	31	35	46	31
	廃却・移動	-	-	-	-	23	9	7
	保有金型数	45	93	138	169	227	282	320
連結	完成金型数合計	179	233	227	128	188	142	104
	保有金型数	3,569	3,544	3,724	3,803	3,946	4,063	4,164
		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年2Q (百万円)
連結取得金額		4,827	4,654	5,003	5,220	5,541	5,825	5,853
連結減価償却累計額		▲4,175	▲4,163	▲4,453	▲4,743	▲5,113	▲5,333	▲5,346
連結金型(純額)		651	490	550	477	540	491	507
純額割合		13.5%	10.3%	11.0%	9.1%	9.8%	8.4%	8.7%



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（2025年6月30日現在）

発行済株式数

12,529,200株（2025年6月30日現在）

単元株主数

13,704名（2025年6月30日現在）

グループ従業員数

774名（2025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

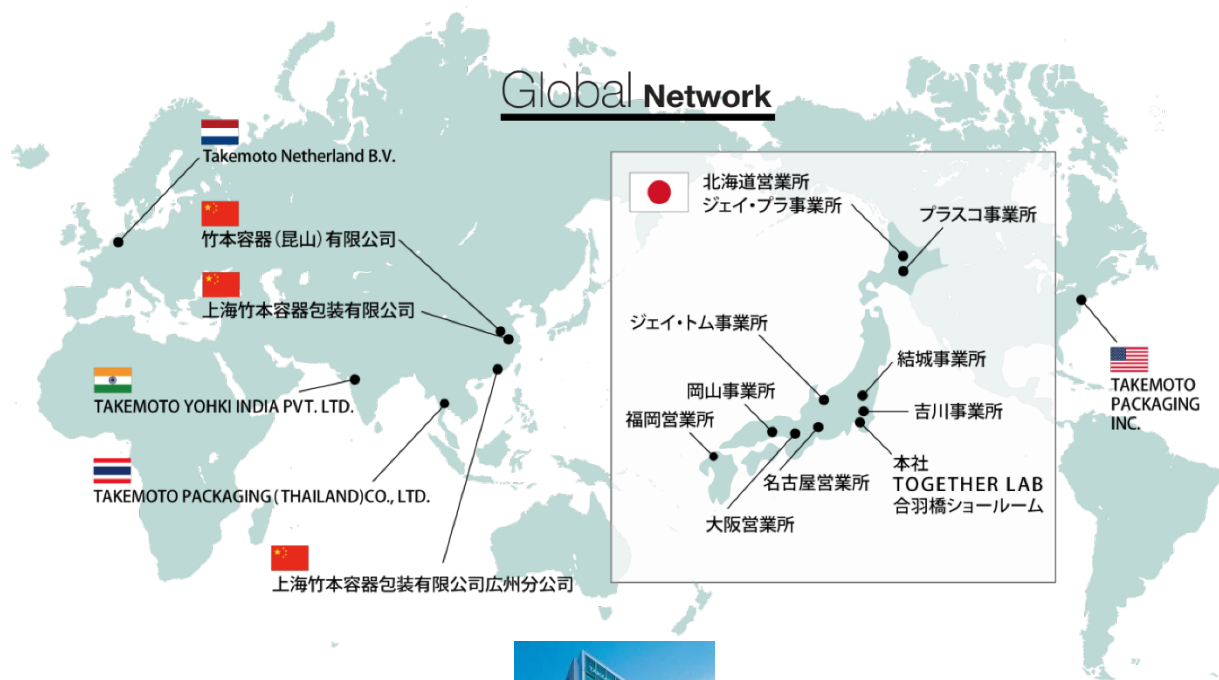
<https://www.takemotopkg.com>



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

Global Network



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