

チャレンジ精神に満ちた  
パッケージングソリューション・プロバイダー

日本証券アナリスト協会 会社説明会資料



竹本容器株式会社

(東証1部 4248)

2020年2月20日

# 資料構成

1. 2019年12月期トピックス
2. 2019年12月期業績概要
3. 当社の概要
4. 中期計画及び2020年12月期見通し
5. 参考資料



# 1. 2019年12月期トピックス

## 2019年12月期 振り返り（1）

### 通期業績

2018年の化粧品容器の品不足状況に起因する先行調達への反動に加えて、中国国内でのEC規制による需要減や米中貿易摩擦問題の影響から、売上高は151億96百万円（前年同期比5.2%減少）、営業利益は15億38百万円（前年同期比5.7%減少）となりました。

### 配当方針

当社では、剰余金処分につきまして、将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続して実施していくことを定めており、配当性向20%を目標とすることを基本方針としております。

2019年12月期につきましても、この基本方針に基づき期末配当金9.5円（年間配当金19円）とする方針です。この配当金額から算出される配当性向は22.8%です。

# 1. 2019年12月期トピックス

## 2019年12月期 振り返り（2）

### 中期計画の見直し

2020年の容器需要は緩やかに拡大すると見込むものの、国内年間売り上げは2019年並みの水準を想定しています。サステナビリティな発展に貢献する容器開発や生産性の向上に関する投資は継続するものの、生産拠点の拡大に関する投資については当面見送る方針とするなど、環境変化を踏まえ中期計画を大幅に見直しています。

### TOGETHER LAB開設

お客様ニーズへの対応力、提案力の強化は、中長期的な成長へ向けた重要な課題と認識しています。当社では、試作・検討・立会などを、都内で、その場で体験出来るラボを4月に開設します。デジタル技術を駆使することで開発期間の短縮も目指しており、中期計画の象徴的な取組みとして位置付けています。

# 資料構成

1. 2019年12月期トピックス
2. 2019年12月期業績概要
3. 当社の概要
4. 中期計画及び2020年12月期見通し
5. 参考資料



## 2. 2019年12月期 業績概要

### 2019年12月期 連結決算ハイライト

- ・ 国内市場の売上は前年の化粧品向け需要増の反動とインバウンド需要の減少により計画比大幅未達。
- ・ E C規制の強化、米中貿易摩擦の影響、新市場での新製品立上に時間を要したため海外売上は前期比、計画比とも未達。
- ・ 営業利益は転売品の仕入減や原材料価格上昇が想定内に収まるも、売上減少幅大きく前期比減。

	2018年12月期 ¥16.71/RMB ¥110.44/USD	2019年12月期 ¥15.78/RMB ¥109.03/USD	前年同期比		2019年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 16,022	百万円 15,196	百万円 ▲ 826	▲5.2%	百万円 ▲1,738	▲10.3%
営業利益	1,630	1,538	▲ 92	▲5.7%	▲140	▲8.4%
売上高営業利益率	10.2%	10.1%	▲0.1P	—	+0.2P	—
経常利益	1,762	1,575	▲ 187	▲10.6%	▲131	▲7.7%
当期純利益	1,211	1,043	▲ 168	▲13.9%	▲132	▲11.3%
減価償却費	1,021	1,077				
設備投資額	1,946	1,401				
(うち 金型)	476	289				
EBITDA	2,651	2,615				

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 地域別グループ企業業績

日本

百万円

	2018年12月期	2019年12月期	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	12,063	11,741	▲321	▲2.7%	▲690	▲5.6%
営業利益	1,242	1,277	+35	+2.8%	+83	+7.0%

#### 売上変動要因

- ① 2018年に発生した化粧品容器の品不足感に伴う先行調達の反動が起き、リピート注文が減少
- ② 中国で施行されたEC規制の影響で、インバウンド向け需要も第2～第4四半期で減少。
- ③ 開発提案型営業の展開により新規案件売上は増えたものの、上記要因により通期売上は前期比減少、計画未達。

#### 利益変動要因

- ① 製品売上（スタンダードボトル、カスタムボトル）の販売額が伸び、売上総利益額、率とも増加。
- ② プラスチック原材料仕入価格は前年同期比10%増を想定したが上昇は1.4%にとどまる（11百万円負担増）。
- ③ 利益率の上昇による売上総利益の増加で、展示会出展費用、研究開発費、物流費の増加を吸収。営業利益は前期比、計画比とも増加。

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 地域別グループ企業業績

中国 ※ ( ) 内はRMBベース 百万円  
(百万元)

	2018年12月期 ¥16.71/RMB	2019年12月期 ¥15.78/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	3,921 (234)	3,438 (217)	▲482 (▲16)	▲12.3% ▲7.1%	▲769 (▲45)	▲18.3% ▲17.1%
営業利益	515 (30)	434 (27)	▲80 (▲3)	▲15.7% ▲10.7%	▲152 (▲9)	▲25.9% ▲24.9%

#### 売上変動要因

- ① 2019年1月施行のEC規制の影響で中国大手顧客向け売上が減少。
- ② 米国向けの販売額も前期比で31百万円の減少。
- ③ 上記要因と為替換算の影響によりスタンダードボトル、カスタムボトルとも前期比で売上減少。

#### 利益変動要因

- ① 売上金額の減少により売上総利益額も減少。
- ② 費用増加は抑制したものの、売上総利益額の減少により、営業利益率は0.5ポイント低下し12.6%に。
- ③ プラスチック原材料仕入価格は下落、前期比で50百万円の費用減少。



## 2. 2019年12月期 業績概要

### 地域別グループ企業業績

#### その他 地域

百万円

	2018年12月期 ¥110.44/US\$ ¥130.35/€ ¥1.63/INR ¥3.42/THB	2019年12月期 ¥109.03/US\$ ¥122.03/€ ¥1.56/INR ¥3.52/THB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	322	234	▲88	▲27.4%	▲385	▲62.2%
営業利益	▲128	▲178	▲50	－ %	▲77	－ %

#### 投資の状況（B/S関連）

- ① インドの工場は2018年7月より本格稼働開始し、工場、生産機械の償却開始。日本と中国から金型を移動。
- ② オランダでの現地生産委託体制は構築済。既存の金型を移動したほか現地でも新規金型製作中。

#### 外部環境（現状、今後の見通しなど）

- ① インドは顧客金型による受注が先行、金型製作進めるが本格売上計上に至らず。新規取引先増加中も費用先行。
- ② オランダは展示会出展効果で増加した引合い対応を進めるも小口案件多く、生産委託先活用案件も少なく計画未達。現地採用者の教育を行いつつ、環境問題に関する情報収集を行いグループ会社の製品開発に貢献。
- ③ アメリカは引合いはあるものの、前期貢献した大口案件減少し売上金額は半減。

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 区分別販売実績

#### 販売先の主要事業内容ごとの販売実績

- ・主力の化粧・美容区分が日本、中国共に大きく減少。日用・雑貨と食品・健康食品区分以外で売上が減少。
- ・食品・健康食品区分の増加は実質化粧品用途向けが中心で、食品用途向けは販促進めるもほぼ横ばい水準。

区分	2018年12月期		2019年12月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	比率
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
化粧・美容	9,651	60.2	8,802	57.9	▲848	▲8.8
日用・雑貨	697	4.4	705	4.6	+7	+1.0
食品・健康食品	1,310	8.2	1,385	9.1	+74	+5.7
化学・医薬	838	5.2	812	5.3	▲26	▲3.1
卸、その他	3,523	22.0	3,490	23.0	▲33	▲1.0
合計	16,022	100.0	15,196	100.0	▲826	▲5.2

※ 上記区分は販売先の主要事業内容により分類したものであり、販売先における実際の用途と上記区分名称は異なる場合があります。

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 区分別販売実績

#### 製商品の内訳ごとの販売実績

- ・スタンダードボトルは化粧品向けを中心に国内で売上が増加したものの中国での売上減少し全体では減少。
- ・カスタムボトルは国内では増加するも、大口案件の多い中国での売上が減少し全体では減少。
- ・他社製品売上は国内での取扱いが大幅減少。

区分	2018年12月期		2019年12月期		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	比率
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
自社製品 (スタンダードボトル)	11,515	71.9	11,284	74.3	▲231	▲2.0
顧客金型製品 (カスタムボトル)	1,636	10.2	1,444	9.5	▲192	▲11.7
他社製品	2,532	15.8	2,175	14.3	▲357	▲14.1
材料その他	336	2.1	291	1.9	▲45	▲13.4
合 計	16,022	100.0	15,196	100.0	▲826	▲5.2

※ 上記区分は以下により分類しています

自社製品：当社所有の金型を用いて生産した製品（スタンダードボトル）

顧客金型製品：顧客が金型費用を負担している製品（カスタムボトル）

他社製品：顧客の要望等により他社から仕入れた品物

材料その他：協力メーカーへ販売した原材料等

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 金型（新製品）開発状況

当社はパッケージソリューション・プロバイダーとしてより多くの顧客に利用いただけるボトルや付属品の品揃えを充実させ、さらに顧客商品の価値を高めるカスタマイズ（着色、印刷などの加飾）を行うことで世界の器文化に貢献しています。このためスタンダードボトル容器の成形に不可欠な総金型数及び年間の金型製作数はKPIの一つとして重要視しています。現在進行中の中期経営計画においては、内容物の価値と個性化を高めるデザイン、優れた機能性、技術、そして高い信頼性を備えたボトルパッケージを顧客に提供していく「Standoutな価値創造」を目指した開発にも注力することとしています。2019年12月期の金型製作の進捗状況（新規製品の増加の状況）は下表のとおりです。インド、オランダの自社金型は日本基準で品質管理し慎重に製作を進めています。

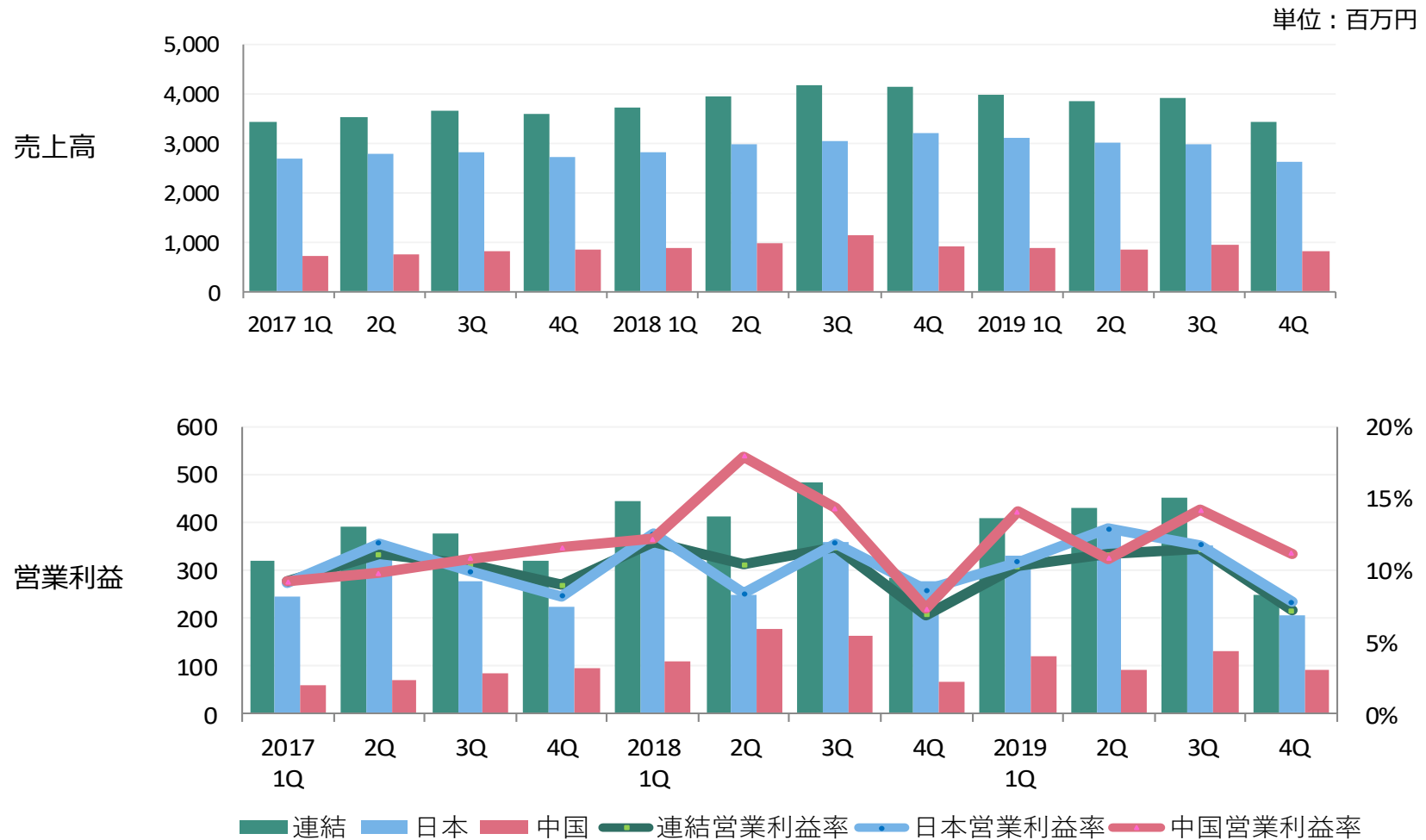
	金型数		
	2019年12月期 完成金型数	2019年12月期 保有金型累計数	製作中
日本	76 (20)	2,321	38 (11)
中国	60 (14)	1,184	46 (12)
インド	14 (1)	45	37 (14)
オランダ	8 (2)	19	17 (-)
合計	158 (37)	3,569	138 (37)

※表の（ ）はカスタムボトル用金型（外数表示）

2019年12月末時点での自社金型数は**3,569型**となっている。

## 2. 2019年12月期 業績概要

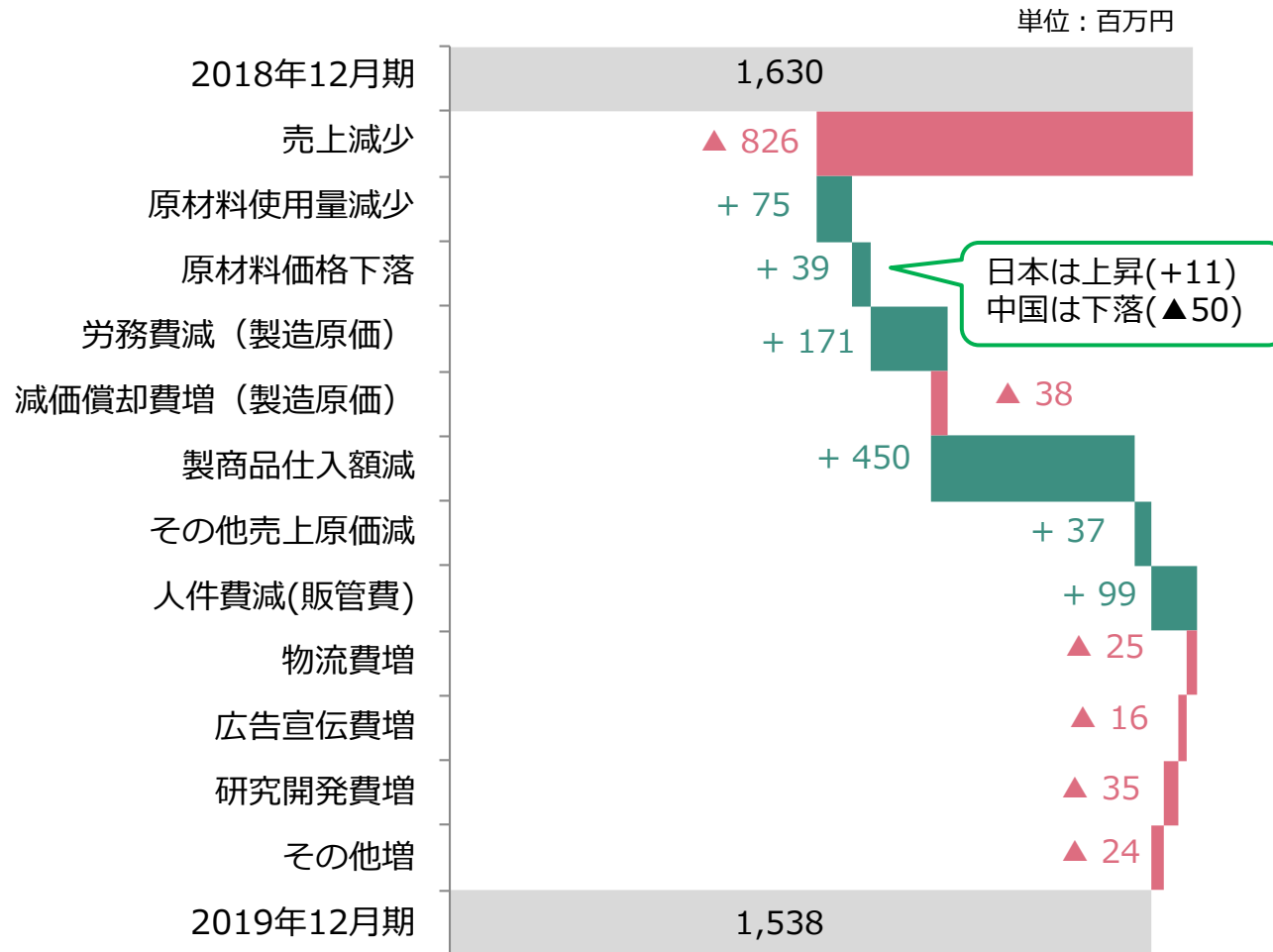
### 2017年以降の四半期業績の推移



※日本、中国はそれぞれ当該地域のグループ企業業績を示している

## 2. 2019年12月期 業績概要

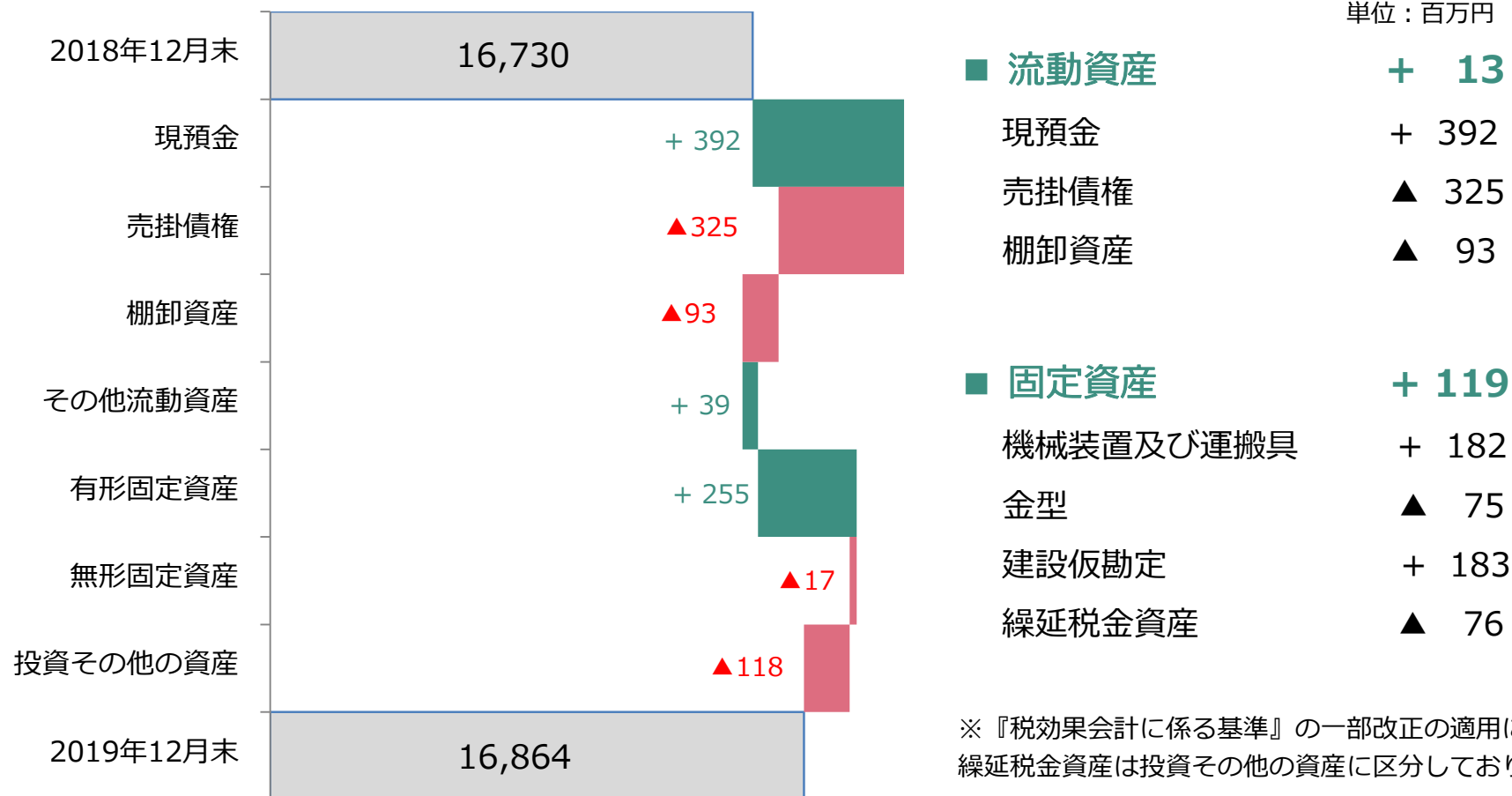
### 2019年12月期 営業利益の変動分析



## 2. 2019年12月期 業績概要

### 2019年12月期 連結貸借対照表 資産の部

単位：百万円

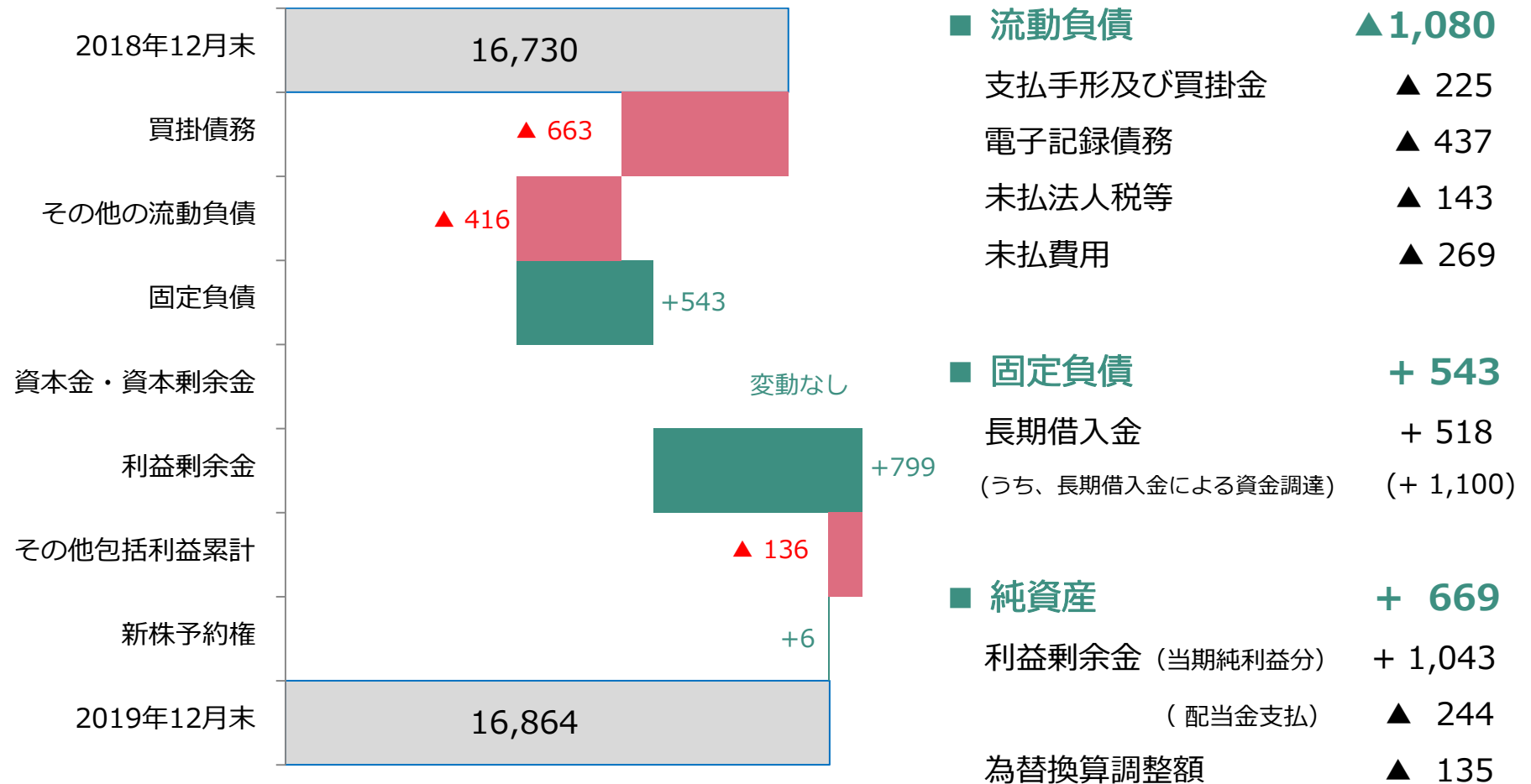


※『税効果会計に係る基準』の一部改正の適用により繰延税金資産は投資その他の資産に区分しております。

## 2. 2019年12月期 業績概要

### 2019年12月期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

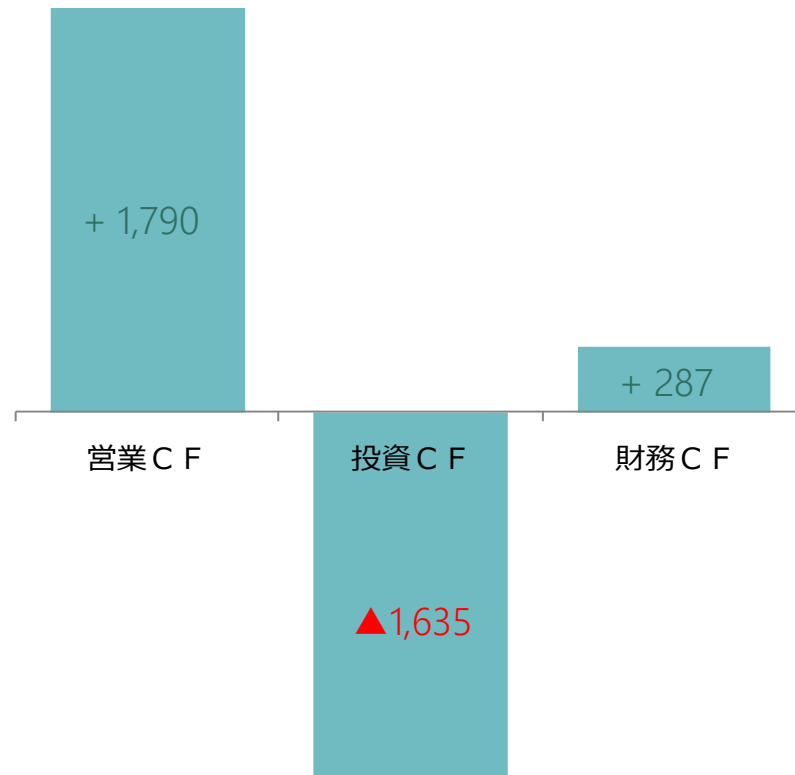
単位：百万円





## 2. 2019年12月期 業績概要

### 2019年12月期 連結キャッシュ・フローの増減



換算差額は ▲39百万円  
現金及び現金同等物は+403百万円

百万円

■ 営業活動によるキャッシュ・フロー	+ 1,790
税金等調整前当期純利益	+ 1,569
減価償却費	+ 1,077
法人税等の支払額	▲ 590
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 1,635
有形固定資産の取得による支出	▲ 1,592
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー	+ 287
長期借入れによる収入	+ 1,100
長期借入金の返済による支出	▲ 567
配当金の支払額	▲ 244

## 資料構成

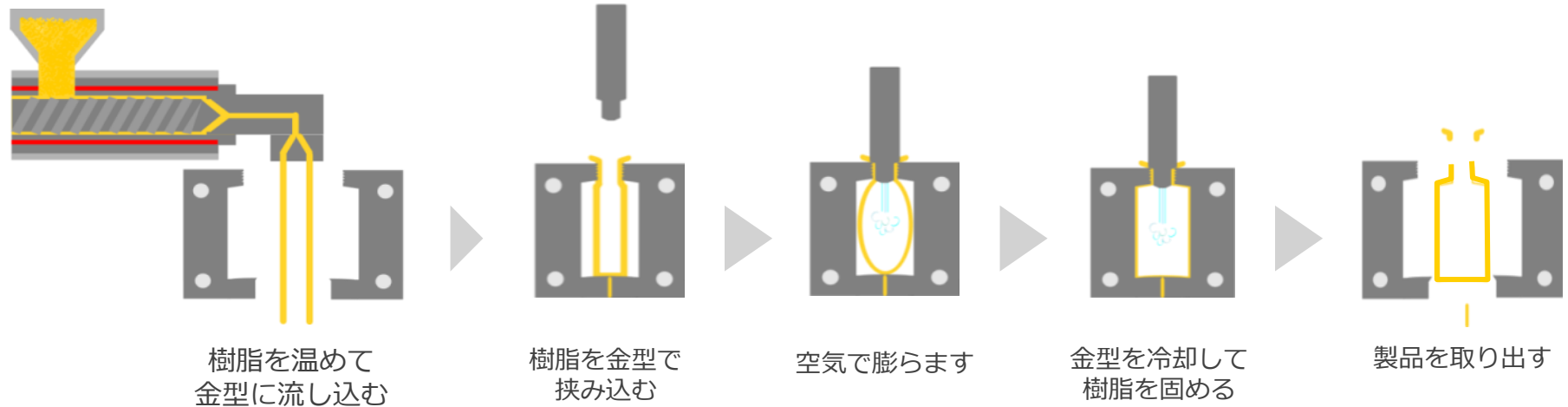
1. 2019年12月期トピックス
2. 2019年12月期業績概要
3. 当社の概要
4. 中期計画及び2020年12月期見通し
5. 参考資料



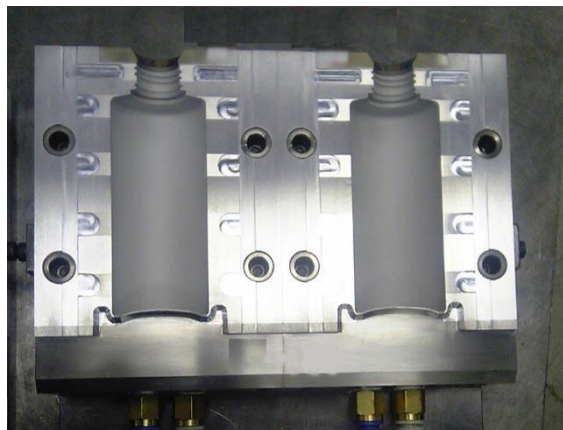


### 3. 当社の概要：はじめに

#### プラスチック製容器の製造工程



#### 金型の実物

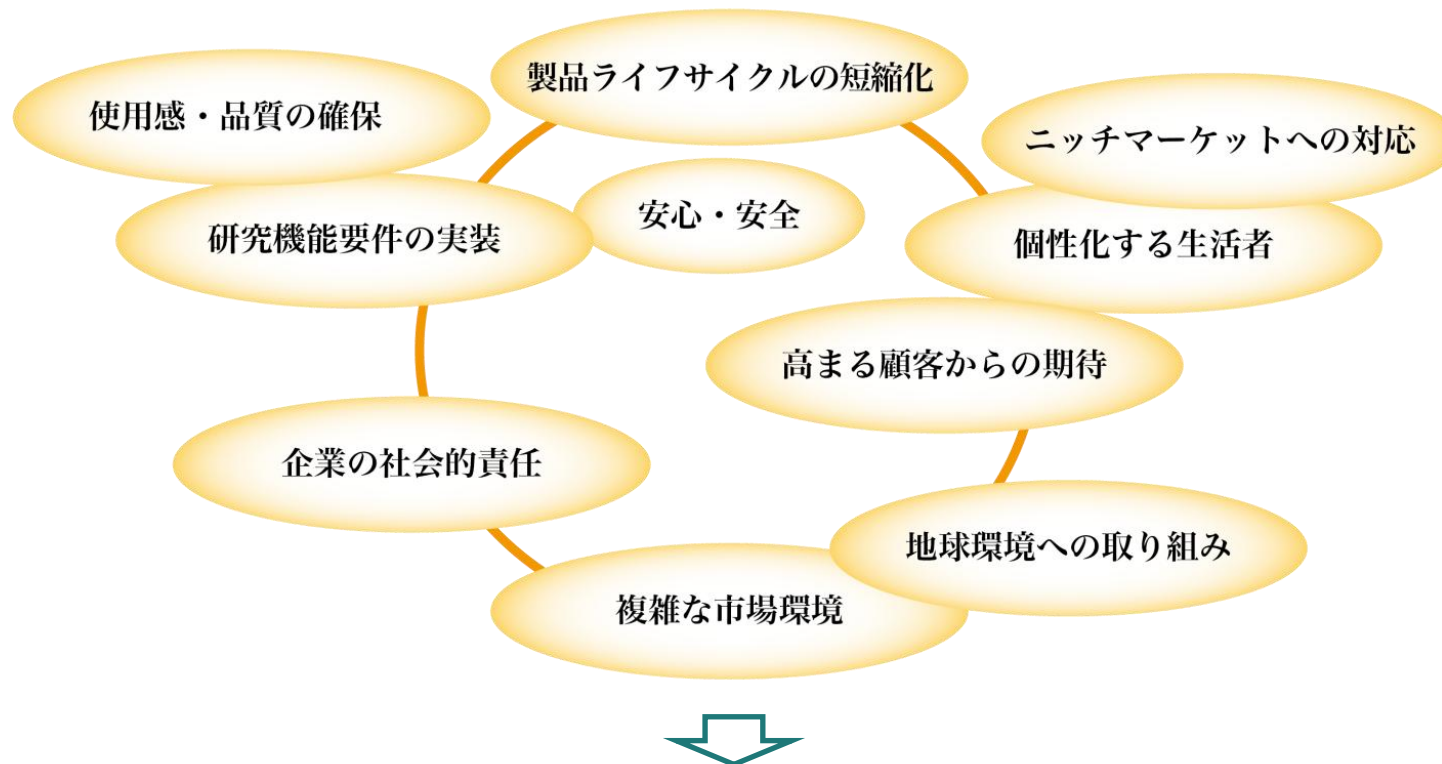


#### 用語の定義

	金型の所有者
スタンダードボトル	容器製造会社（竹本容器）
カスタムボトル	お客様（化粧品会社等）

### 3. 当社の概要：当社の使命

生活上必要不可欠な容器 –カタチ（容）あるウツワ（器）–を通じて、  
 お客様の商品である内容物の価値を安全に包み、  
 さらにその価値と個性化を高め「世界の器文化に貢献」すること。

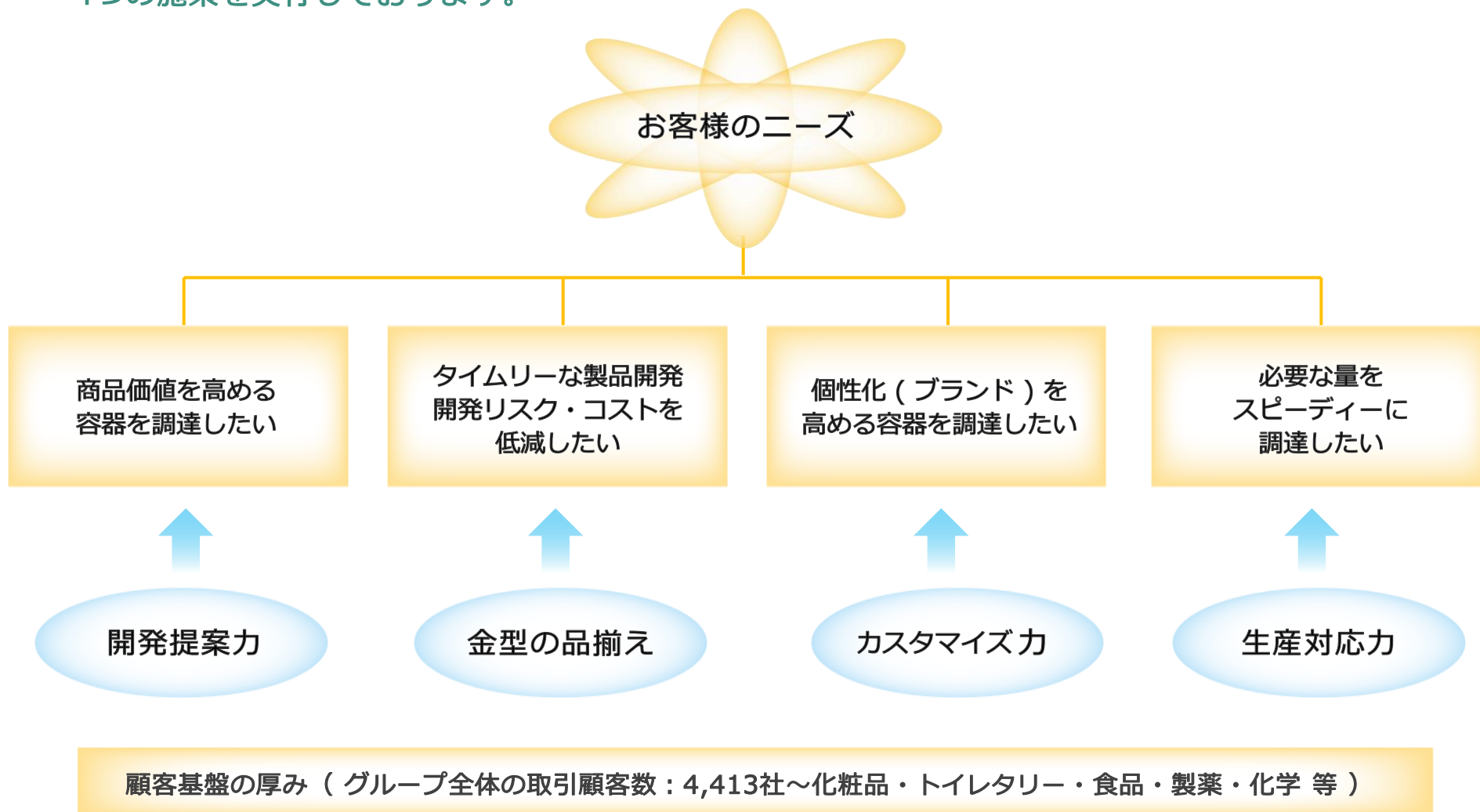


パッケージはブランド構築の重要要素です  
 今こそ必要なのは、お客様の商品をよりStandout※にする容器が求められています。

※ Standout とは、際立つ・優れたの意味

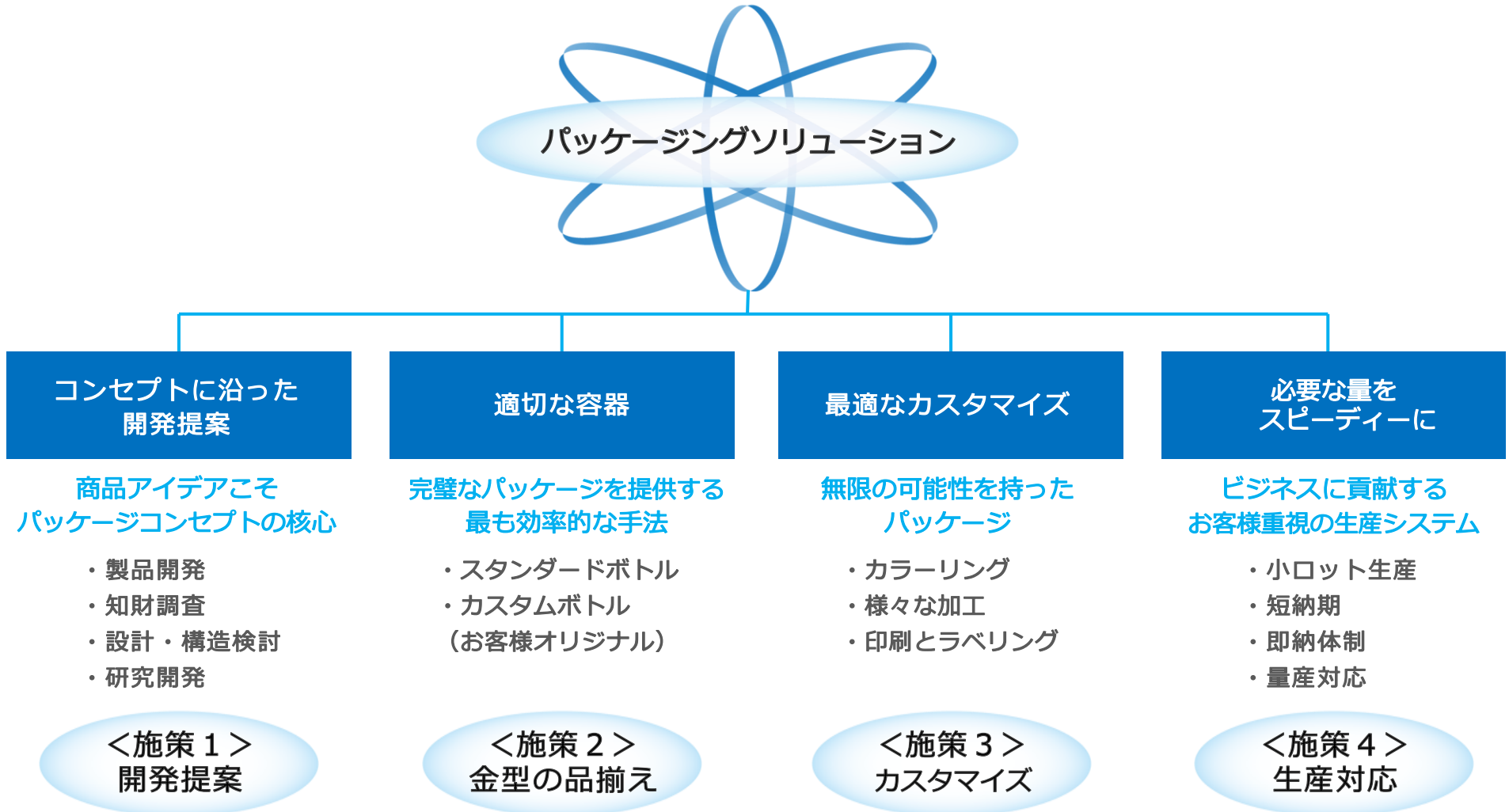
### 3. 当社の概要：事業内容

化粧品メーカー、食品メーカー等のニーズにお応えするために、4つの施策を実行しております。



### 3. 当社の概要：事業内容

当社はパッケージングソリューション・プロバイダーとして、お客様の商品の価値を高める解決策を提供しています。



### 3. 当社の概要：施策1) 商品開発

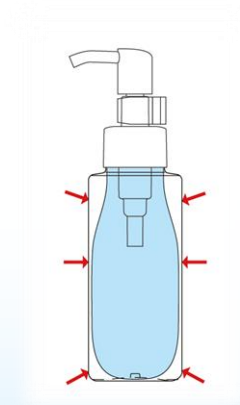
お客様のブランドに Standout<sup>\*</sup>（際立つ・優れた）な商品価値を与える容器を提案しています

デザイン面での Standout<sup>\*</sup>



Designed by Container

機能面での Standout  
— 酸化防止デラミ、ポンプの商品開発 —





### 3. 当社の概要：施策2）金型の品揃え

当社が金型を保有するスタンダードボトルは、  
お客様にさまざまなメリットを提供しています



#### スタンダードボトルのメリット（お客様）

- ・コスト削減
- ・期間短縮

#### 多数の金型を保有するメリット（お客様）

- ・形状に関するニーズ対応
- ・サイズに関するニーズ対応

#### 多数の金型を保有するメリット(当社)

- ・金型の品揃えによる差別化
- ・相談（引合い）件数の多さ
- ・印刷や装飾面でのノウハウ蓄積

### 3. 当社の概要：施策3) カスタマイズ

当社は、印刷・ラベリング、カラーリング、加工に関するノウハウや設備を有しており、一つの金型から、お客様のニーズに合わせた様々な容器を産み出すことが可能です

#### ■ 印刷とラベリング



#### ■ 様々な加工

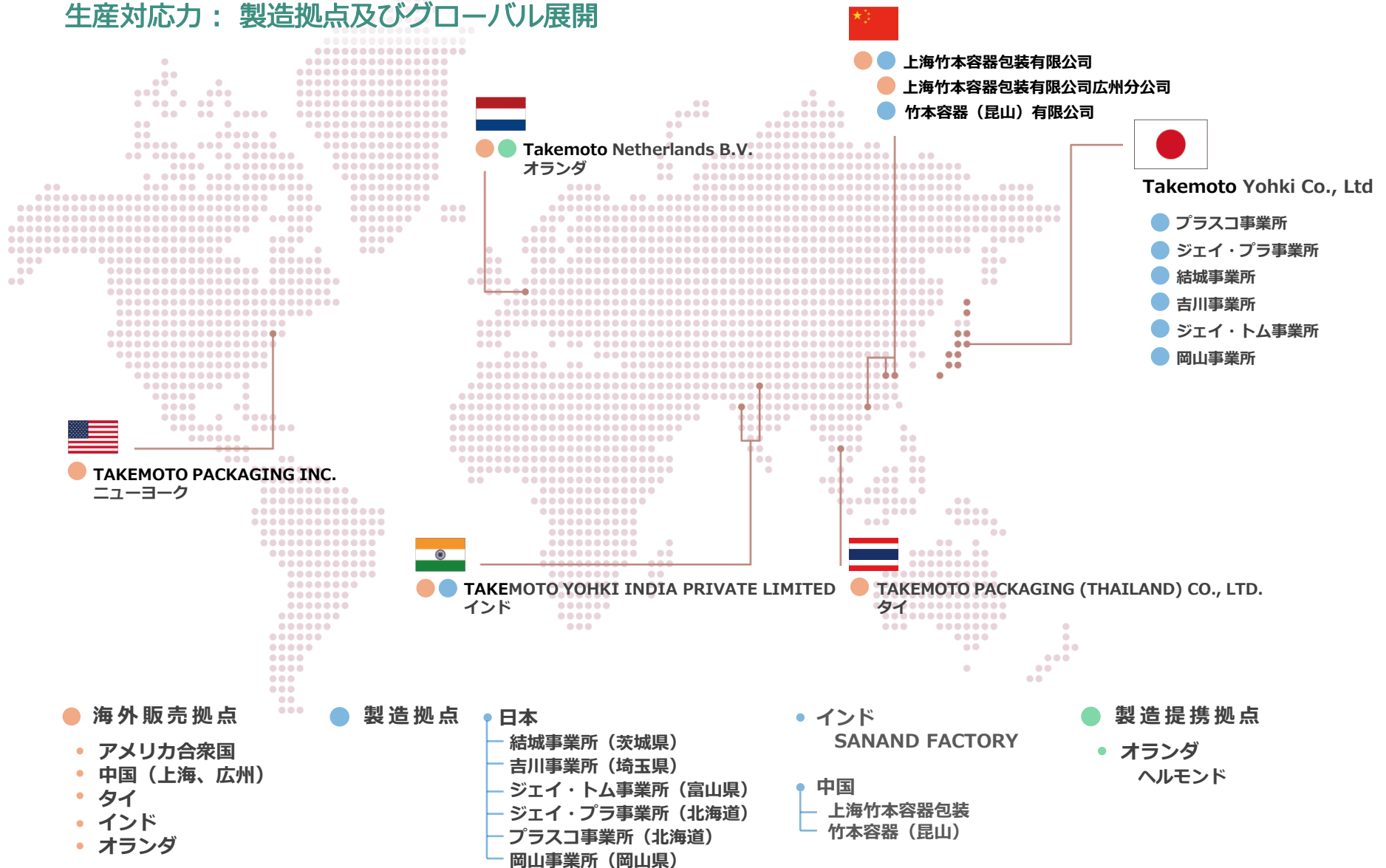


#### ■ カラーリング



### 3. 当社の概要：施策4) 生産対応

生産対応力：製造拠点及びグローバル展開



### 3. 当社の概要：施策1～4）一貫体制

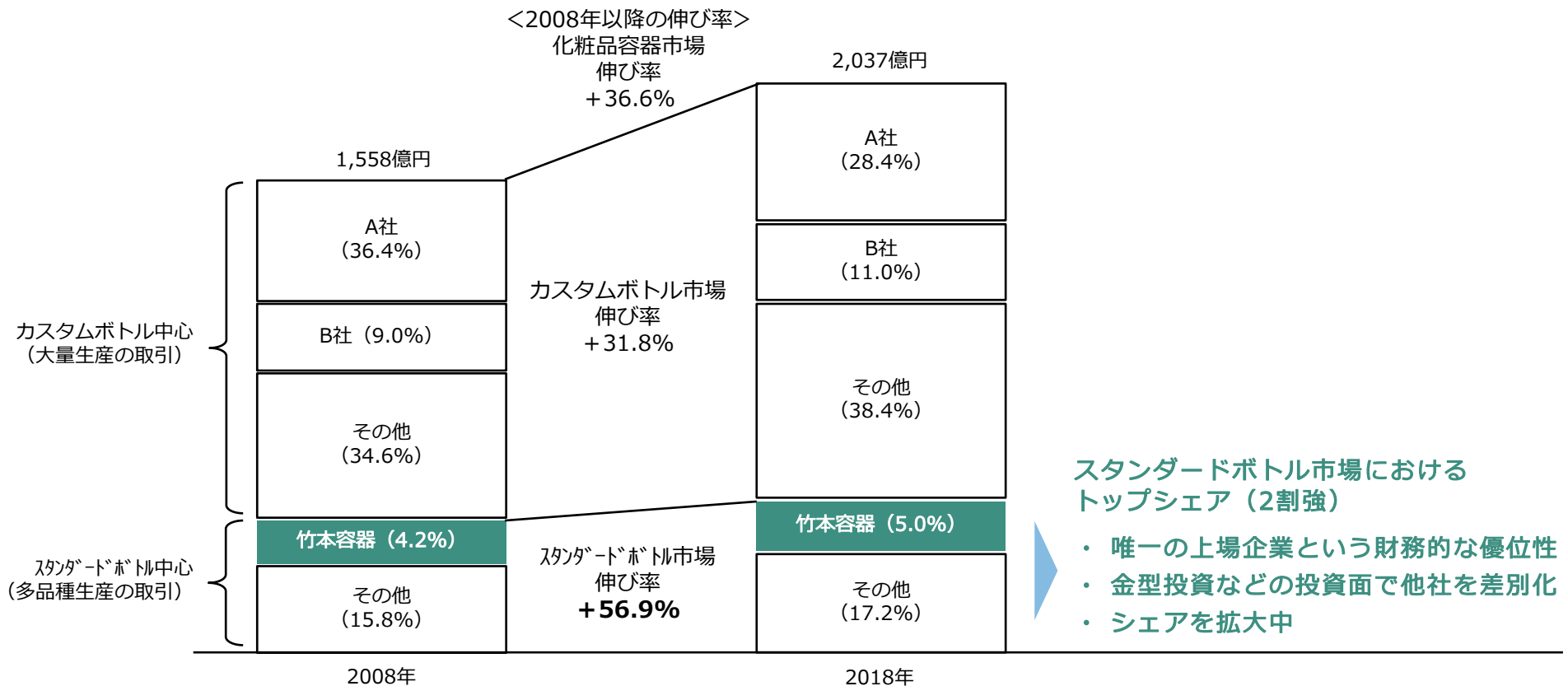
当社の最大の特徴は、4つの施策（差別化戦略）を開発、製造、販売を社内で一貫して行なうことでバリューチェーンを形成していることです  
 市場環境の変化に機敏に対応し、お客様にスピーディー且つ最適なソリューションを提供する体制を更に強化するための取組みが TOGETHER LAB（後述）です



### 3. 当社の概要：国内の業界構造

当社は、化粧品・トイレタリー容器のスタンダードボトル市場におけるトップランナーです

- ・ プラスチック製の化粧品・トイレタリー容器市場は過去10年で約37%と順調に拡大しており、特にスタンダードボトル市場は利便性や認知度の向上により、10年で約57%拡大しています
- ・ プラスチック製の化粧品・トイレタリー容器市場業界では、カスタムボトルを中心とするA社・B社（未上場）が1位と2位で、当社は3番手の位置付けです

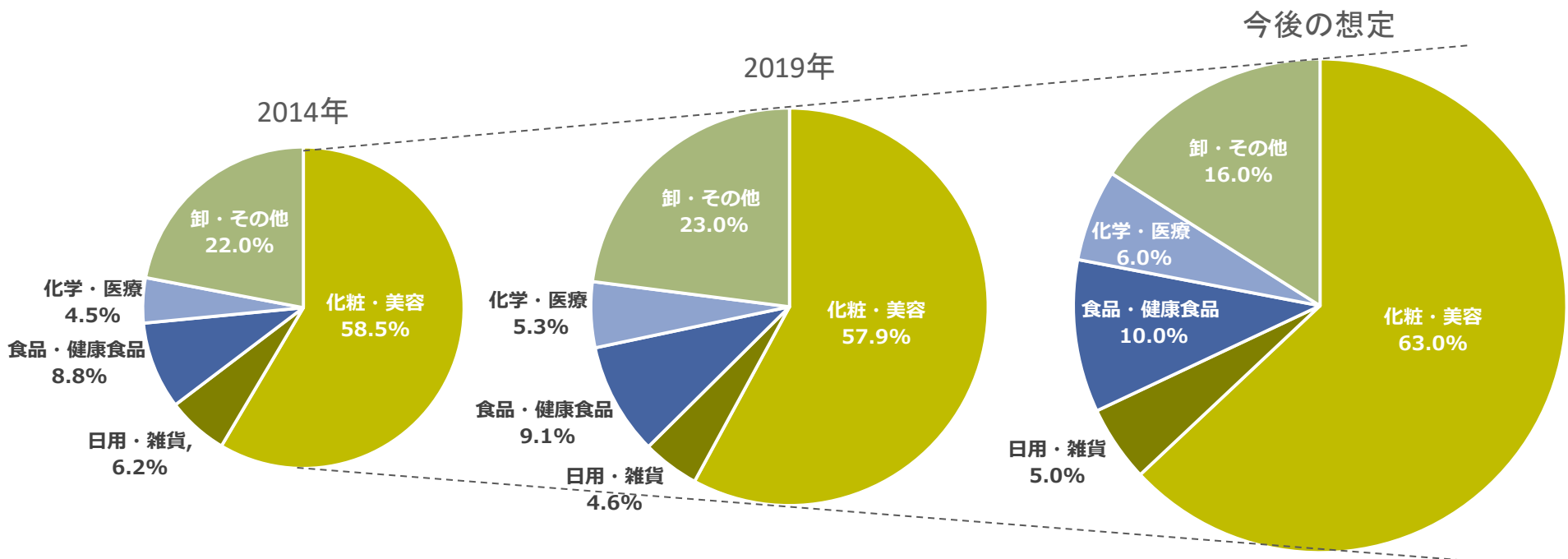


出所) プラスチックパッケージ成形加工メーカー年鑑 2010年版、帝国データバンク、東京商工リサーチ等の資料を元に竹本容器作成

### 3. 当社の概要

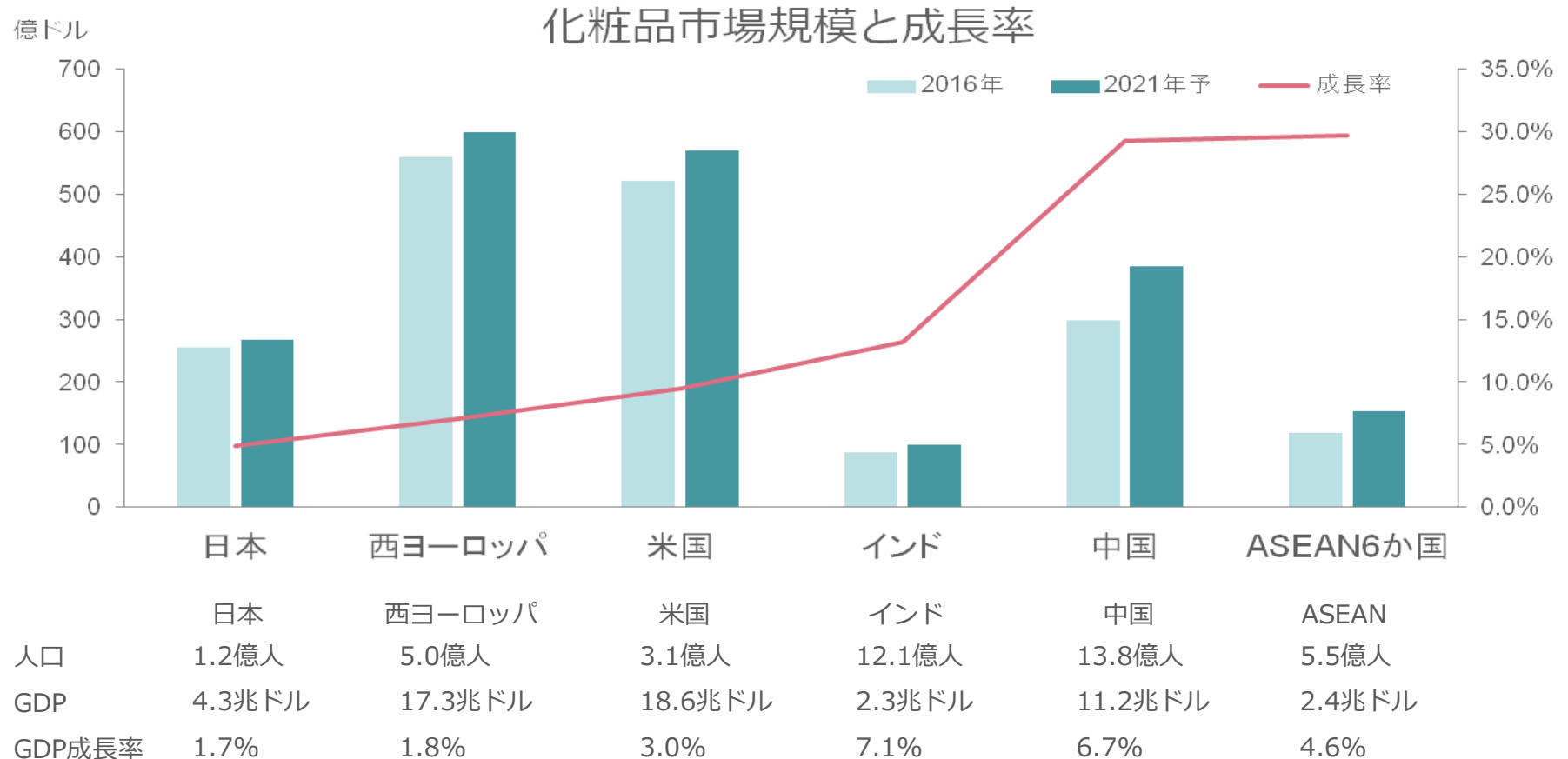
化粧品・美容部門は、5年間で4割近くの伸び率を示しており、今後も更なる市場拡大が見込めるものと考えております

	2014年 (百万円)	2019年 (百万円)	伸び率 (5年間)
化粧・美容	6,472	8,802	36.0%
日用・雑貨	681	705	3.5%
食品・健康食品	972	1,385	42.5%
化学・医薬	502	812	61.8%
卸・その他	2,433	3,490	43.4%
合計	11,062	15,196	37.4%



### 3. 当社の概要：海外市場

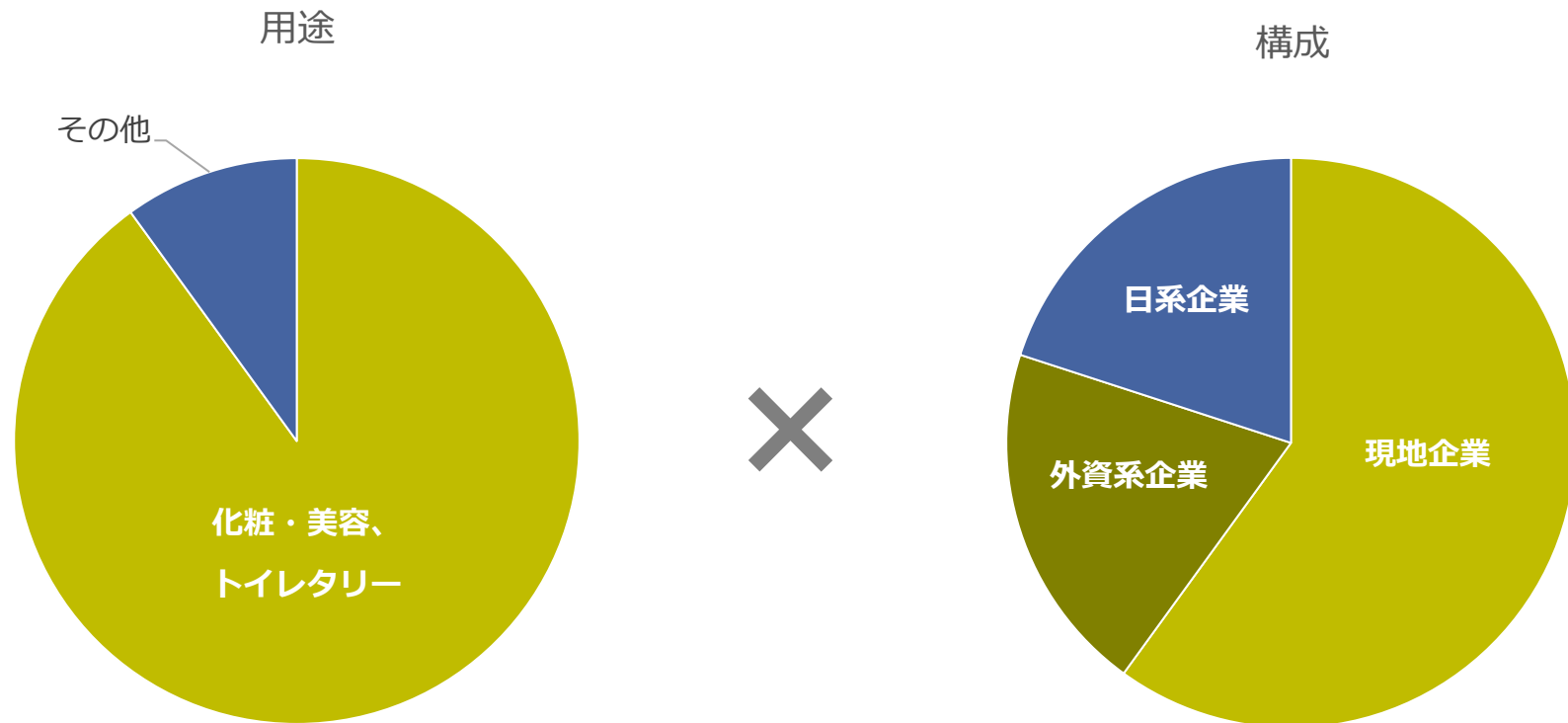
アジアを中心とする新興国では既に化粧品市場が急拡大しており、  
巨大な市場になることが想定されます



出所) MDB「世界化粧品市場レポート」、外務省・内閣府HPのデータより当社作成

### 3. 当社の概要：海外市場

海外におけるターゲット市場（用途）と顧客構成



海外市場は化粧品・美容、トイレットリー向けが中心

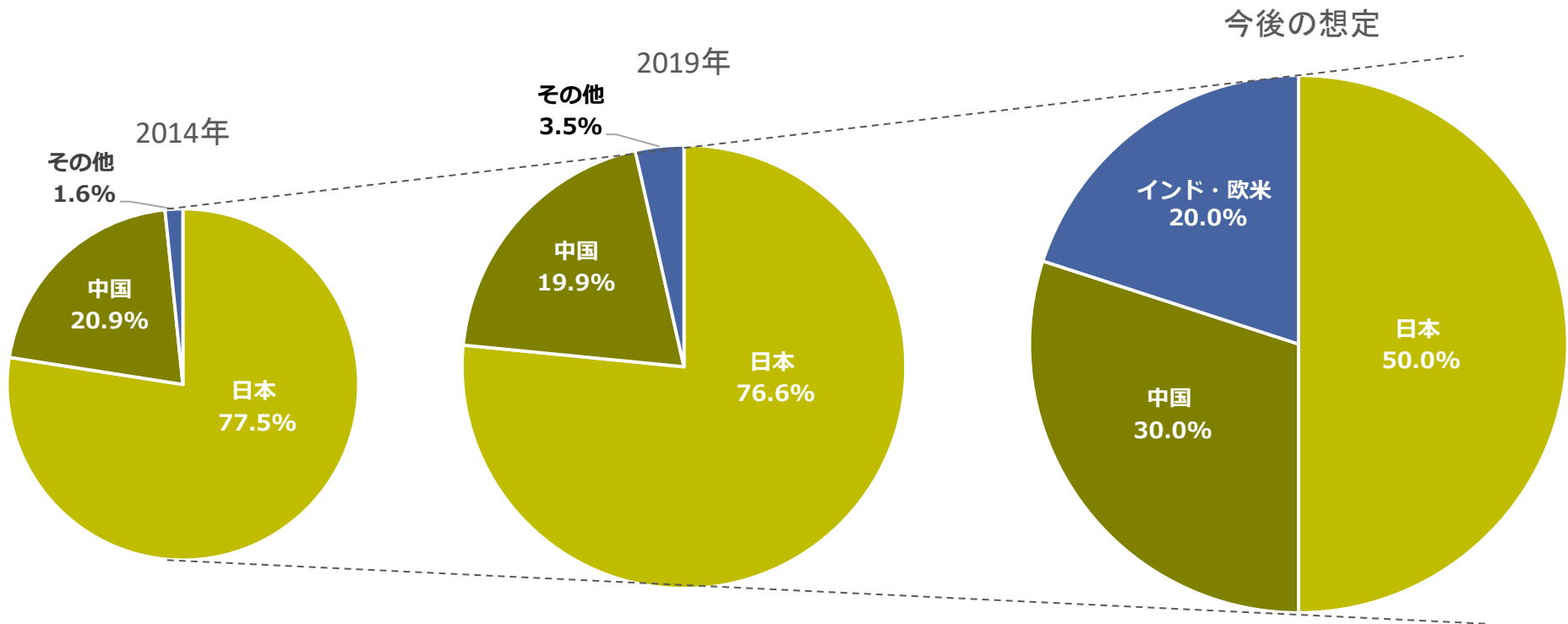
基本は進出地に所在する顧客への販売であり、現地ローカル企業、グローバル企業、日系企業のニーズに対応



### 3. 当社の概要：グローバル展開

日本、中国ともに大きな伸び率を示しています  
進出余地のある欧米市場への展開、  
成長著しいインド市場への展開が今後の課題で  
あると認識しています

地域ごとの売上高 (地域別セグメント)	2014年 (百万円)	2019年 (百万円)	伸び率 (5年間)
日本	8,568	11,633	35.8%
中国	2,312	3,025	30.8%
その他	180	537	197.7%
合計	11,062	15,196	37.4%



## 資料構成

1. 2019年12月期トピックス
2. 2019年12月期業績概要
3. 当社の概要
4. 中期計画及び2020年12月期見通し
5. 参考資料



## 4. 中期計画（2020-22） 前年の中期計画（2019-21）との比較

### 前年開示した中期計画（2019～2021）との比較

#### ■ 2019年1月31日公表値

##### 2019年～2021年中期計画

	2018(実績)	2019(計)	2020(計)	2021(計)
	百万円	百万円	百万円	百万円
売上高	16,022	16,934	17,952	19,173
営業利益	1,630	1,678	1,712	1,830
EBITDA	2,651	2,876	3,267	3,655
設備投資額	1,946	3,585	3,189	2,410

2019年12月期計画時の想定：  
 ①2018年実績から需要は更に拡大すると想定し、生産能力も増強  
 ②環境問題への対応のための新規事業立上

#### ■ 2020年1月31日公表値

##### 2020年～2022年中期計画

	2019(実績)	2020(計)	2021(計)	2022(計)
	百万円	百万円	百万円	百万円
売上高	15,196	15,500	16,400	17,400
営業利益	1,538	1,600	1,750	1,850
EBITDA	2,615	2,740	2,970	3,180
設備投資額	1,401	1,650	1,600	1,850

今回計画策定時の想定：  
 ①日本の容器需要は緩やかな伸びに留まる  
 ②新規事業は市場動向の変化確認のため見送り  
 ③中国新工場設置は2022年

## 4. 中期計画のポイント： グローバル展開における重点テーマ

※ Standout とは、際立つ・優れたの意味



## 4. 中期計画のポイント：サステナビリティ

### EUの環境政策

#### 2021年より市場全体でシングルユースプラスチック製品を禁止する規制

禁止対象：食器、ナイフやフォーク等、ストロー、風船の柄など

#### 循環経済への移行へ向けた廃棄物再利用に関する政策目標

- ・ 2025年までに全容器包装廃棄物の65%を再利用（製品・物質への再加工）  
（うち、プラスチック製は50%、ガラス製は70%、紙・板紙は75%再利用）
- ・ 2030年全プラスチック容器包装材を再使用可能もしくはリサイクル可能とし、  
欧州発生廃プラスチックの半分以上をリサイクルに

### 日本のプラスチック資源循環戦略

#### プラスチック資源循環戦略 基本原則「3R + Renewable」

##### リデュース

- ・ 2030年までに  
ワンウェイプラスチック  
を累積25%排出抑制

##### リサイクル / リユース

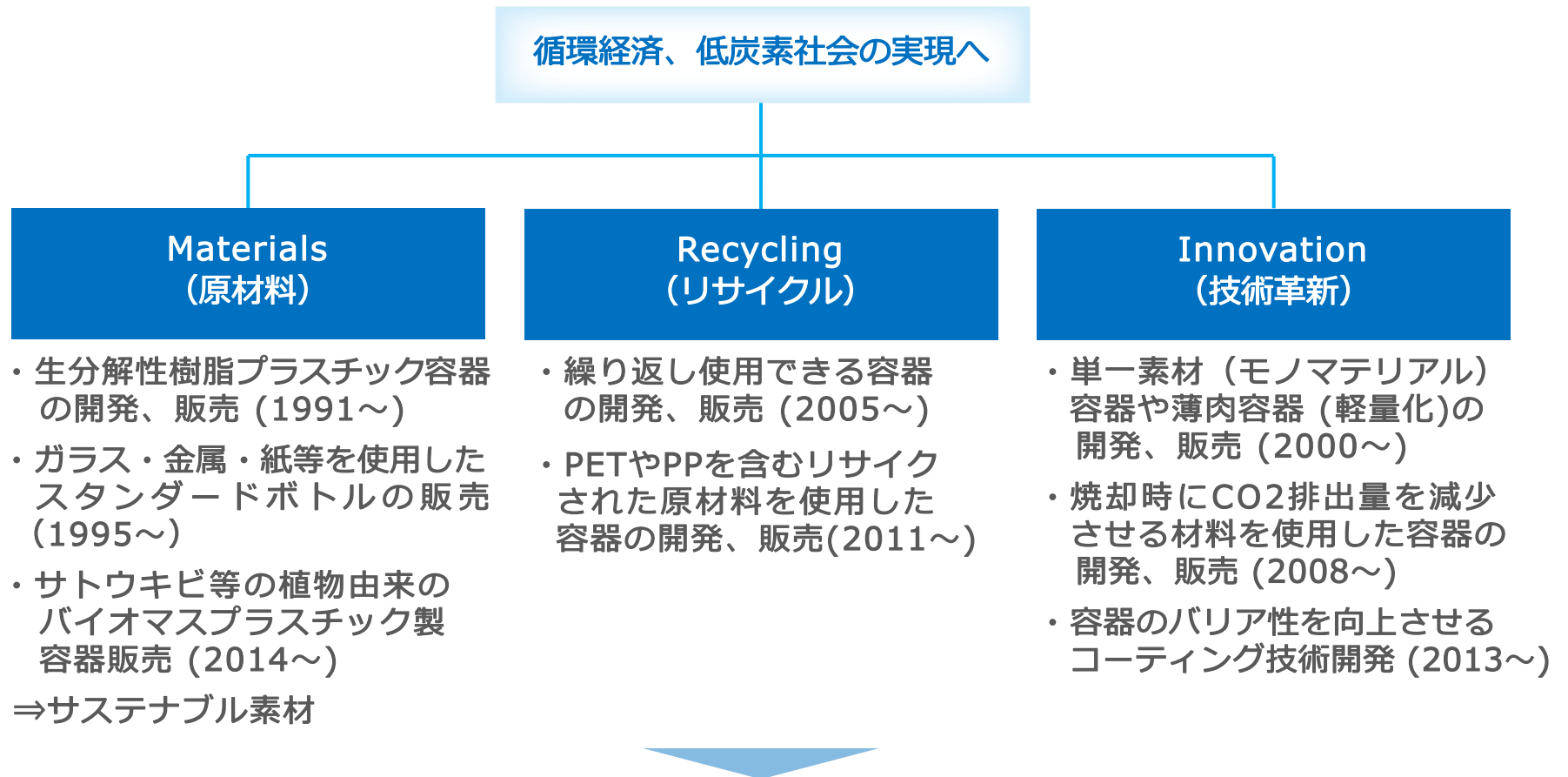
- ・ 2025年までにリユース、リサイクル  
可能なデザインに
- ・ 2030年までに容器包装の6割を  
リサイクル・リユース

##### リニューアブル

- ・ 2030年までに再生利用を  
倍増
- ・ バイオマスプラスチックの  
導入

## 4. 中期計画のポイント：サステナビリティ

当社はパッケージングソリューション・プロバイダーとして、サステナビリティに関する以下の取り組みを継続して実施し、新たな課題にもチャレンジしていきます



**新たな課題認識：プロダクトライフサイクル全体に配慮した、新たなサプライチェーンの構築が必要**

- 当社は、再生PET100%~20%配合の製品を用意しております。
- また、植物由来PET、PEも対応し、地球環境に優しい製品をそろえております。



- 付け替え、詰め替え容器も数多く開発しております。

竹本カラー：植物由来のバイオPET





## 4. 中期計画のポイント：サステナビリティ

### < 当社の使命 >

生活上必要不可欠な容器 –カタチ（容）あるウツワ（器）–を通じて、  
 お客様の商品である内容物の価値を安全に包み、  
 さらにその価値と個性化を高め「世界の器文化に貢献」すること。



未来にわたって持続可能（サステナビリティ）な発展を目指す社会の実現を目指すことは、当社の使命だと捉えています

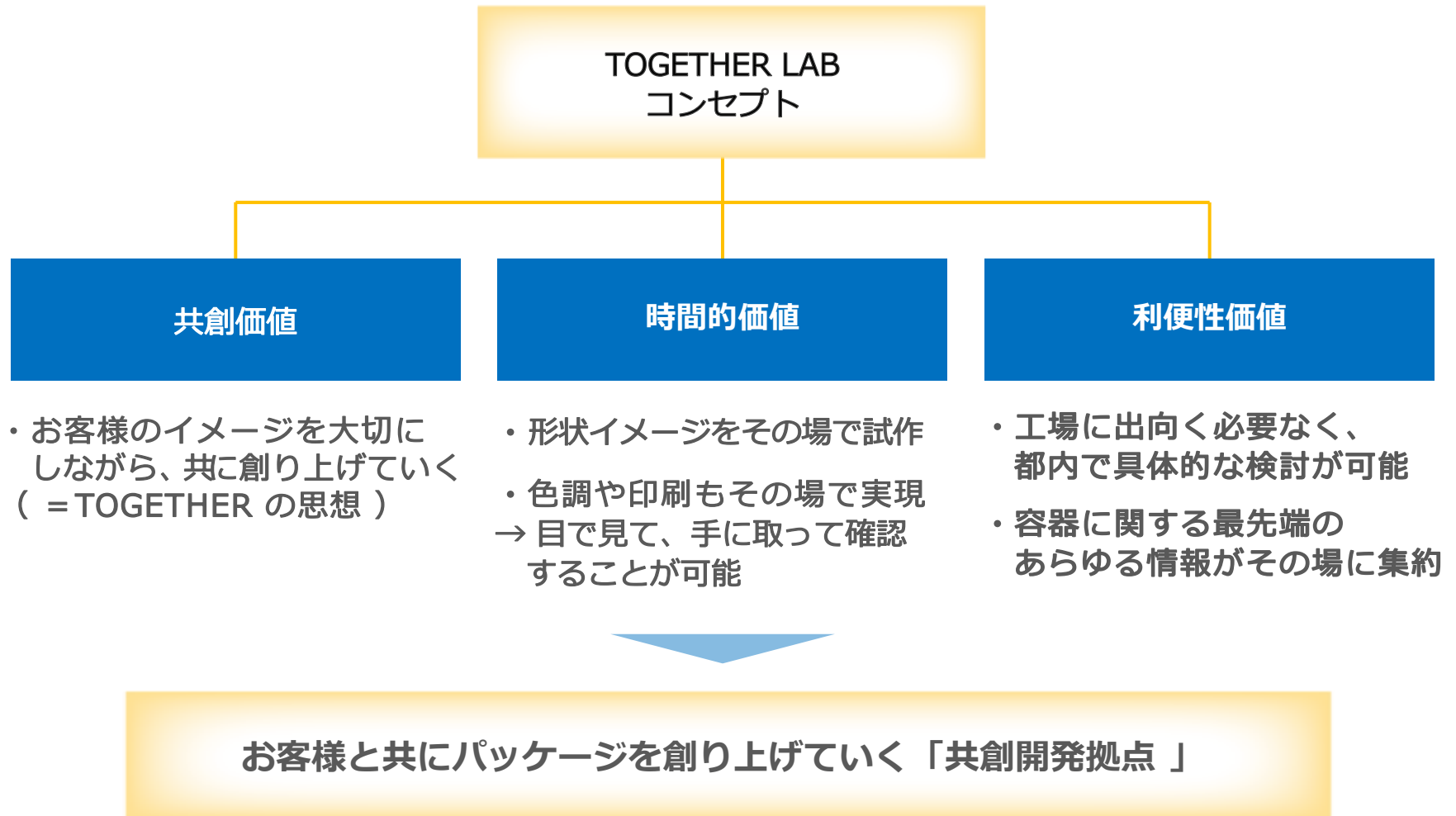
当社は、容器が環境に及ぼす影響をつねに考慮し、それを最小限に抑える取組みを行うことで、世界の器文化に貢献して参ります

SDGsは2015年に国連が掲げた持続可能な開発目標です



## 4. 中期計画のポイント：TOGETHER LAB

本年4月、東上野（東京都台東区）に、TOGETHER LABをオープン予定  
 — TOGETHER LABを通して、3つの新たな価値を創造します —



## 4. 中期計画のポイント：TOGETHER LAB

### TOGETHER LABの概要

— 開発から製品化のプロセスを「デジタルとリアルで協働」 —



#### 6F < 展示エリア >

- ・ 製品開発の歴史、開発製品やアイデアなどの模型展示

#### 3F < ラボエリア >

- ・ 減圧試験やトルク測定
- ・ 摩擦、膜厚、粘度、phなどの測定
- ・ その他各種測定器を設置

#### 2F < ショールームエリア >

- ・ 3,500種以上の既製品の中よりセレクトした製品に触れて体験できるショールーム
- ・ カラーソリューションのご提案

#### 1F < 試作エリア：作業場 >

- ・ CADを用いて作成したデータから、3Dプリンターで模型を作成、その場で手にとって形状の確認が可能
- ・ ボトルやCAPへの印刷に対応
- ・ 調色プレートの作成
- ・ ボトルのカラーイメージの確認が可能

## 4. 中期計画のポイント：TOGETHER LAB

### TOGETHER LAB

— バーチャルイメージ（企画開発工程のデジタル化）—

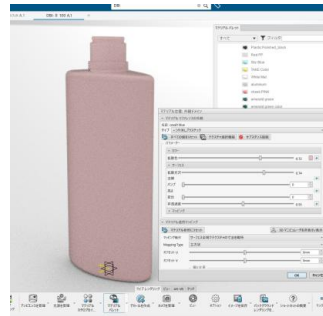
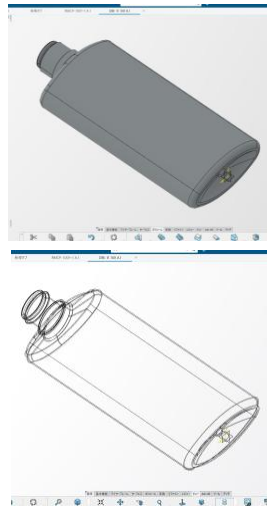
アイデア  
スケッチ

3Dデータ化

質感・色・加飾  
を付与

製品の  
3D画像を出力

店頭陳列  
イメージ  
を提案



- ・ ハイクオリティ3D CADを用いて、上記のようにアイデアスケッチから店頭陳列イメージまで、様々なシミュレーションを画像で提示することで、お客様の開発思想に沿った製品開発が可能です。
- ・ 上記の3Dデータは、金型設計図にも連動しており、**製品開発時間が大幅に短縮**できます。

## 4. 中期計画数値とポイント（全社）

### 中期計画（2020～2022）

	2020(計)	2021(計)	2022(計)
	百万円	百万円	百万円
売上高	15,500	16,400	17,400
営業利益	1,600	1,750	1,850
売上高 営業利益率	10.3%	10.7%	10.6%
経常利益	1,600	1,750	1,850
当期純利益	1,100	1,200	1,275
減価償却費	1,140	1,220	1,330
設備投資額	1,650	1,600	1,850
(うち 金型)	630	720	550
EBITDA	2,740	2,970	3,180

#### 前提条件

- プラスチック原材料: 2020年上期は2019年比価格微減、下期は微増で通期横ばいを想定。
- 為替レート: 15.0円/元、105円/ドルで想定

### 中期計画数値のポイント

- ・ TOGETHER LAB設置、Standoutの更なる強化を目指す
- ・ 2019年の日本国内の包装容器需要は、2018年中の化粧品向け容器の品不足感に起因する先行調達への反動と、中国国内のEC規制の制定による需要減少により、特に年後半では受注獲得金額が減少した。2020年の容器需要は緩やかに拡大すると見込むものの、国内年間売上は2019年並みにとどまる見通し。生産拠点の拡大については当面見送る一方で、サステナビリティへ向けた容器開発、海外での品揃え強化、生産効率向上に資する自動化などへの投資を継続していく。
- ・ 中国国内においては2019年前半はEC規制の影響による在庫調整が生じた。米中貿易問題の影響が残り、2020年は2019年並みの売上金額を見込むものの、新規案件獲得増を図ることで、中期では販売増加を計画し、さらなる需要増への対応のため、2022年の第三工場立上を想定している。
- ・ アメリカ市場、インド市場、オランダ市場は足元を固め、引き合いのある案件を着実に売上に結び付けていくことを想定。安定かつ品質の高い製品供給を継続する体制強化を図る。

## 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

百万円

	2019(実績)	2020(計)	2021(計)	2022(計)	
日本	売上高	11,741	11,800	12,100	12,800
	(増減)	▲321	+59	+300	+700
	営業利益	1,277	1,300	1,270	1,450
	(利益率)	10.9%	11.0%	10.5%	11.4%
中国	売上高	3,438	3,500	3,700	3,900
	(増減)	▲482	+62	+200	+200
	営業利益	434	440	480	385
	(利益率)	12.6%	12.6%	13.0%	9.9%
その他	売上高	234	410	780	940
	(増減)	▲88	+176	+370	+160
	営業利益	▲178	▲130	0	30
	(利益率)	- %	- %	0.0%	3.2%

日本：国内容器需要は緩やかながら拡大を想定し、サステナビリティへ向け機能性やデザイン性を有したスタンダードボトル開発を継続。2021年は微増収も費用増加により減益。

中国：米中貿易問題の解決は不透明ながら、中国国内需要はEC法制定によるマイナス影響を脱却し需要拡大を見込む。2022年は新工場設立に伴い償却負担が増加し、減益を想定。

インド：顧客金型の製作に時間を要し、売上本格化が遅れていたが、自社金型品揃えを強化し、スタンダードボトルを軸とした営業活動を展開することで2021年での営業利益の黒字計上を目指す。

※ 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. 2020年12月期業績見通し

### 2020年12月期 連結利益計画

	2019年12月期実績		2020年12月期計画		前期比	
	¥15.78/RMB ¥109.03/USD		¥15.00/RMB ¥105.00/USD			
	百万円	百万円	百万円	百万円	%	
売上高	15,196	15,500	+304	+2.0		
営業利益	1,538	1,600	+62	+4.0		
売上高営業利益率	10.1%	10.3%	-	-		
経常利益	1,575	1,600	+25	+1.6		
当期純利益	1,043	1,100	+56	+5.4		
減価償却費	1,077	1,140				
設備投資額	1,401	1,650				
(うち 金型)	289	630				
EBITDA	2,615	2,740				

### 単年度計画ポイント

#### 売上高

- ・スタンダードボトルニーズは引き続き拡大
  - 消費者ニーズの多様化
  - 商品サイクルの短縮化により開発コスト削減
  - 開発期間短縮の要望増加
  - サステナビリティへの対応
- ・2018年の先行調達の反動残り年前半は低調に推移することを想定
- ・海外その他市場ではインドが売上本格化を想定

#### 営業利益

コスト：設備投資計画の見直しで大型投資先送りとなり、減価償却費の増加は抑制。原材料価格は横ばいを想定しているが、顧客からのリサイクル樹脂への需要が高まると想定外の負担増の可能性あり。

営業利益：販管費の抑制に努め増益を見込む。

## 4. 2020年12月期業績見通し

### 製造原価の内訳について

	2018年12月期		2019年12月期		2020年12月期 (計画)	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
売上高	16,022	100.0	15,196	100.0	15,500	100.0
商品及び製品売上高	15,914	99.3	15,117	99.5	15,400	99.4
商品及び製品売上原価	11,075	69.1	10,358	68.2	10,600	68.4
商品及び製品仕入高	4,762	29.7	4,022	26.5	4,000	25.8
製造原価	6,523	40.7	6,255	41.2	6,600	42.6
材料費	2,006	12.5	1,891	12.4	2,100	13.5
労務費	2,501	15.6	2,264	14.9	2,350	15.2
経費	2,015	12.6	2,100	13.8	2,150	13.9
売上総利益	4,817	30.1	4,726	31.1	4,800	31.0

※2020年12月期の材料購入単価は日本国内では2019年並み水準を想定するも、社内生産量増加を想定し材料費全体は増加を見込む。

### 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	15.0円	+30百万円
対米ドル	105.0円	△13百万円

- 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. 2020年12月期業績見通し

2020年12月期設備投資計画について  
 お客様の商品へ際立った価値を提供するStandoutな容器開発、海外市場での品揃え強化、  
 生産効率の向上などを目的とした設備投資を計画

	百万円		
	国内	海外	合計
TOGETHER LAB関連	60 3.6%	— —	60 3.6%
機械装置（成形機、多層機、画像検査装置、自動機など）	370 22.4%	350 21.2%	720 43.6%
金型	270 16.4%	360 21.8%	630 38.2%
その他	230 13.9%	10 0.6%	240 14.5%
合 計	930 56.4%	720 43.6%	1,650 100.0%

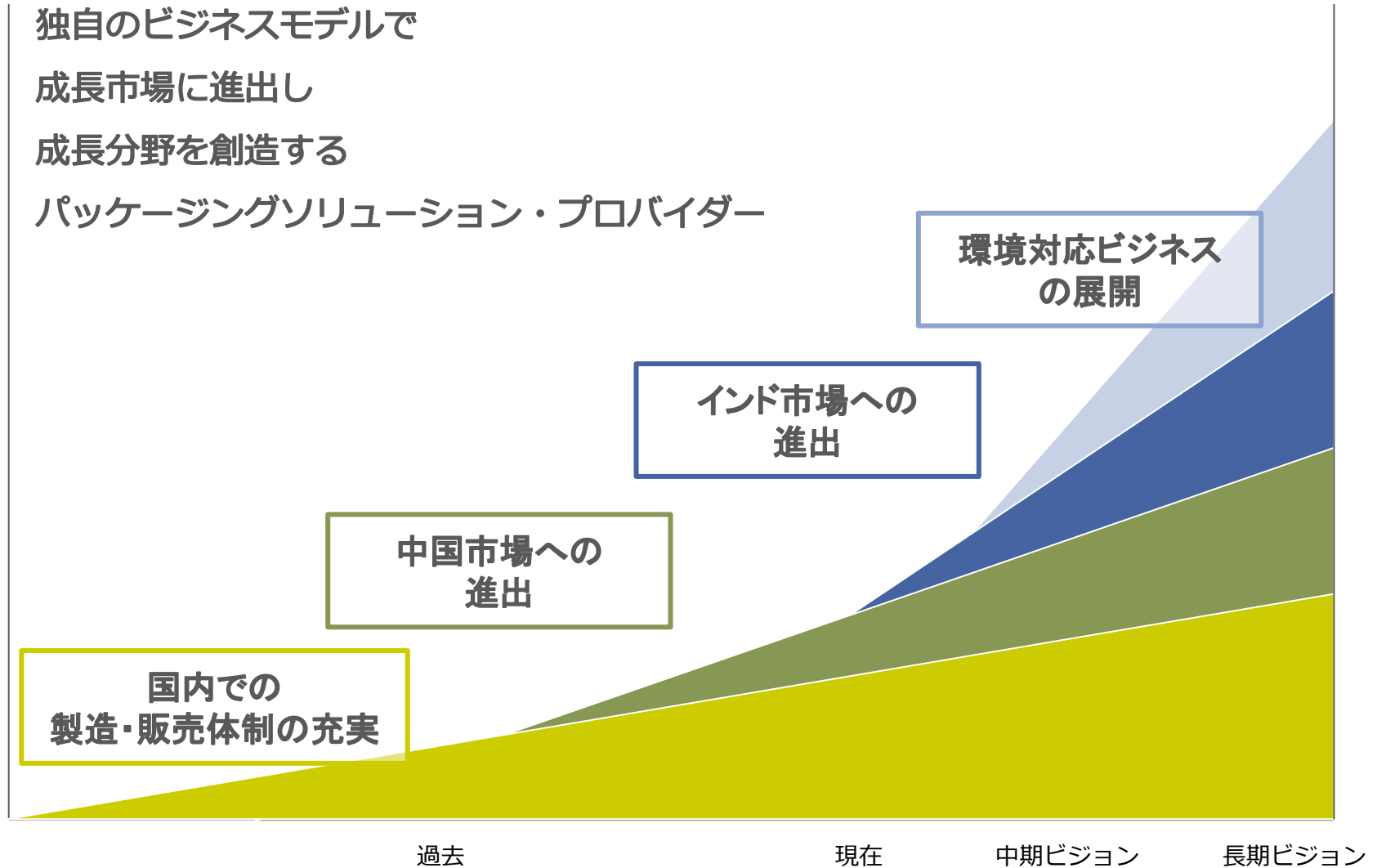
## 4. 2020年12月期業績見通し

### 配当政策

	2019年12月期	2020年12月期計画
中間配当金	9.50円	9.50円
期末配当金	9.50円（予定）	9.50円
年間配当金	19.00円	19.00円
当期純利益	1,043百万円	1,100百万円
配当性向	22.8%	21.6%

利益還元は当社の配当方針に従い、配当性向20%を目標として実施する予定です。

## 4. 中期計画 ~ 将来ビジョン





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

プラスチック製等の包装容器の製造及び販売

資本金

8億314万4,725円

発行済株式数

12,528,400株（2019年12月31日現在）



単元株主数

11,676名（2019年12月31日現在）

グループ従業員数

952名（2019年12月31日現在）



上場市場

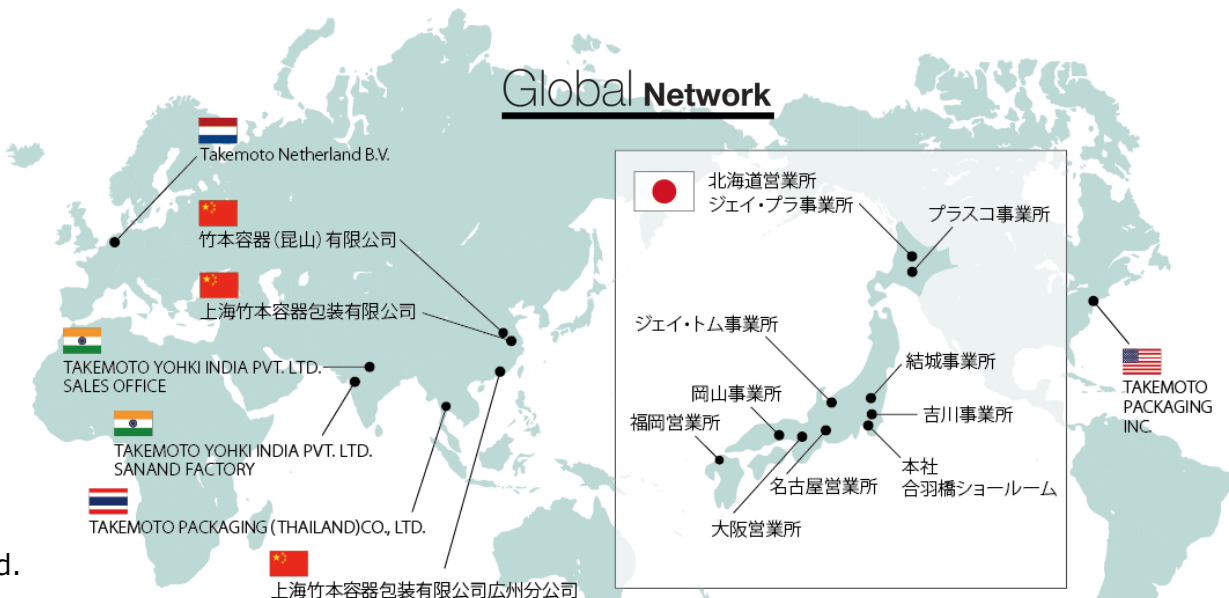
東京証券取引所市場第一部

[ 証券コード：4248 ]

JQA-FC0115  
結城事業所  
食品用プラスチック  
包装容器の製造  
(印刷製品は除く)

ホームページ

<http://www.takemotokk.co.jp>



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。

# “Standout”な価値創造