

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

2020年12月期第2四半期決算説明会資料

資料構成

1. 2020年12月期第2四半期決算サマリー
2. 2020年12月期第2四半期業績概要
3. 今後の経営方針
4. 参考資料



1. 2020年12月期第2四半期決算サマリー

2Q業績

【売上について】

2018年中の化粧品容器の品不足懸念に起因する先行調達への反動による影響が残るものの、国内では新規案件獲得の増加とリピート需要の回復に加え新型コロナウイルス感染症予防対策として衛生関連向けの需要が増加しました。一方で2~3月にかけて中国国内での事業活動停止・縮小の影響があったことから、連結売上高は74億19百万円（前年同期比5.4%減少）となりました。

【損益について】

費用面では樹脂原材料価格の低下、中国国内での労務費、社会保険料免除などの施策により製造原価、販管費が抑制されたこと、予定していた設備投資実施時期の先送りもあり、連結営業利益は9億89百万円（前年同期比17.9%増加）となりました。

通期見通し

2020年7月時点で、当社が策定した2020年通期事業計画に変更はなく、引き続きお客様の求める商品価値の創造とより高い満足を目指しStandoutなパッケージングソリューションを提供する活動を展開していく方針です。日本、中国、インドの各拠点での生産活動は支障なく稼働しており、当社製品の供給は継続しております。費用面では樹脂原材料価格の低下傾向の継続、中国国内での社会保険料免除期間の延長などの要素はあるものの、引き続き新型コロナウイルス感染症の脅威が世界規模で存在しており、先行きの不安は払拭されていないこと、当社グループの品目別売上高の比率の高い化粧品業界では店頭販売の抑制や生活者の外出機会の減少による需要の変化が懸念されていることなど、不確実性が多く、現段階で通期業績見通しについては変更しておりません。

今後、通期業績見通しの修正が必要となる場合には、速やかに開示いたします。

資料構成

1. 2020年12月期第2四半期決算サマリー
2. 2020年12月期第2四半期業績概要
3. 今後の経営方針
4. 参考資料



2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2020年12月期第2四半期連結決算ハイライト

- ・ 昨年上期までの化粧品向け容器需要増に対する反動減の影響が残るも1Qより減収幅が縮小。
- ・ 感染予防対策による衛生関連需要が増加。国内の全区分で新規案件獲得が増加、リピート需要も回復基調に。
- ・ 一方、中国での事業活動停止期間の影響が残り売上高は前年比及び計画比で未達。
- ・ 内製化努力等による生産性向上、原材料費減少、人件費関連費用の減少、償却負担の減少等により営業利益増益。

	2019年第2四半期 (1-6月期) ¥16.20/RMB ¥110.06/USD	2020年第2四半期 (1-6月期) ¥15.38/RMB ¥108.23/USD	前年同期比		2020年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
	百万円	百万円	百万円		百万円	
売上高	7,840	7,419	▲ 421	▲5.4%	▲ 30	▲0.4%
営業利益	839	989	+ 150	+17.9%	+ 289	+41.4%
売上高営業利益率	10.7%	13.3%	+2.6P	—	+3.9P	—
経常利益	859	999	+ 140	+16.3%	+ 299	+42.8%
四半期純利益	565	671	+ 106	+18.9%	+ 191	+40.0%
減価償却費	540	526				
設備投資額	938	260				
(うち 金型)	236	124				
EBITDA	1,379	1,516				

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

地域別グループ企業業績

日本

百万円

	2019年第2四半期	2020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	6,131	5,856	▲274	▲4.5%	+196	+3.5%
営業利益	718	791	+72	+10.1%	+233	+41.8%

売上変動要因

- ① 前年上期までの化粧品向け容器需要増に対する反動減の影響が残るも、新規案件の増加やリピート受注が回復基調となり、前年比では減収幅が縮小。
- ② 新型コロナウイルス感染症予防対策で衛生関連需要が増加。

利益変動要因

- ① 内製化努力等による生産性向上で粗利益率上昇。
- ② 樹脂原材料価格は、原油価格の下落により想定以下で推移し前年同期比で16百万円負担減。
- ③ 予定していた設備投資時期の先送りにより償却負担が減少。

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

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)

	2019年第2四半期 ¥16.20/RMB	2020年第2四半期 ¥15.38/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,714 (105)	1,559 (101)	▲154 (▲4)	▲9.0% ▲4.1%	▲180 (▲7)	▲10.4% ▲6.8%
営業利益	213 (13)	263 (17)	+49 (+3)	+23.3% +29.9%	+33 (+2)	+14.6% +19.2%

売上変動要因

- ① 新型コロナウイルス感染症の影響で2月上旬の営業活動と生産活動が停止し、1Qの売上高が大幅減少。
- ② 営業活動再開後、経済活動停止の反動による需要増や衛生関連用品の需要増の影響で前期比及び計画比とも減収幅が縮小。

利益変動要因

- ① 中国政府の政策により社会保険料負担が約30百万円軽減され利益増の要因となる。
- ② 樹脂原材料価格は原油価格の低下により前年同期比で22百万円負担減となり利益増の要因となる。

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

地域別グループ企業業績

その他 地域

百万円

	2019年第2四半期 ¥110.06/US\$ ¥124.32/€ ¥1.58/INR ¥3.49/TB	2020年第2四半期 ¥108.23/US\$ ¥119.31/€ ¥1.47/INR ¥3.43/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	110	114	+3	+3.5%	▲66	▲36.7%
営業利益	▲94	▲68	+26	- %	+11	- %

現状、今後の見通しなど

- ① インドは自社金型の品揃え強化による売上確保方針に方向転換するも、中国からの輸入制限等による金型輸送の影響あり。生産体制については、新型コロナウイルス感染症は未収束ながら、6月中旬から通常生産に戻る。売上は計画比未達も、販売単価の引き上げや小ロットをターゲットに営業を展開し利益率向上に努める。
- ② オランダは売上が計画比未達も顧客からの引合が増加。新規顧客も増えつつあり、受注額もリピートを含め増加。WEBを使った営業戦略を実施予定。環境問題に関する情報収集活動と生産委託先の生産体制は維持。
- ③ アメリカは大口顧客への販売確保し受注増によるリピート需要を取り込み、売上は計画通り進捗。

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

区分別販売実績

販売先の主要事業内容ごとの販売実績

- ・前期比の売上減少は化粧・美容区分が中心。
- ・食品・健康食品区分も実質化粧品向け需要の減少による影響大。
- ・衛生関連用途向け需要により、日用・雑貨、化学・医薬区分で売上増加。

区分	2019年第2四半期		2020年第2四半期		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	4,636	59.1	4,110	55.4	▲526	▲11.4
日用・雑貨	357	4.6	473	6.4	+116	+32.5
食品・健康食品	691	8.8	632	8.5	▲58	▲8.4
化学・医薬	381	4.9	428	5.8	+46	+12.1
卸、その他	1,773	22.6	1,775	23.9	+1	+0.1
合計	7,840	100.0	7,419	100.0	▲421	▲5.4

※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. 2020年12月期第2四半期業績概要

区分別販売実績

製商品の内訳ごとの販売実績

- ・国内、海外ともに全体的な売上金額減少はあるものの、スタンダードボトル構成比は上昇
- ・中国では大口のカスタムボトル需要が強く、前期並みの売上金額を確保。

区分	2019年第2四半期		2020年第2四半期		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)	5,800	74.0	5,625	75.8	▲175	▲3.0
顧客金型製品 (カスタムボトル)	743	9.5	662	8.9	▲81	▲10.9
他社製品	1,153	14.7	1,024	13.8	▲128	▲11.2
材料その他	143	1.8	108	1.5	▲35	▲24.7
合 計	7,840	100.0	7,419	100.0	▲421	▲5.4

※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 : 顧客が金型費用を負担している製品 (カスタムボトル)
- 品 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 : 協力メーカーへの原材料を販売した物等

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

金型（新製品）開発状況

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 なパッケージングソリューションの創造」を目指した開発にも注力することとしています。2020年第2四半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。

	金型数		
	2020年第2四半期 完成金型数	2020年第2四半期 保有金型累計数	製作中
日本	31 (11)	2,326	43 (8)
中国	18 (11)	1,066	57 (15)
インド	3 (7)	54	43 (7)
オランダ	- (-)	23	18 (-)
合計	52 (29)	3,469	161 (30)

※製作数の（ ）はカスタムボトル用金型（外数表示）

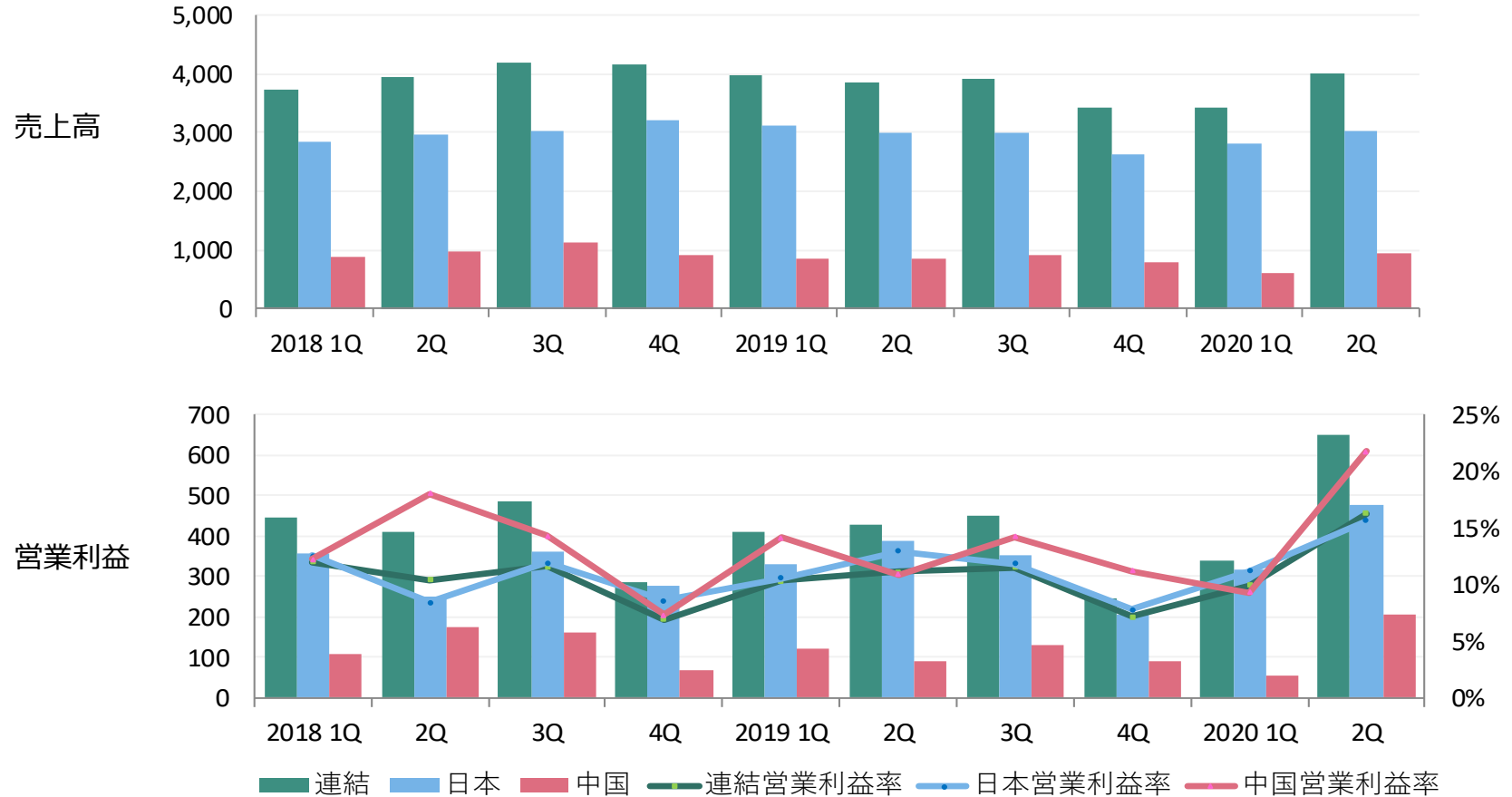
※自社保有金型数から、顧客限定金型は控除しました。

2020年6月末時点での自社金型数は**3,469型**となっている。

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2018年以降の四半期業績の推移

単位：百万円

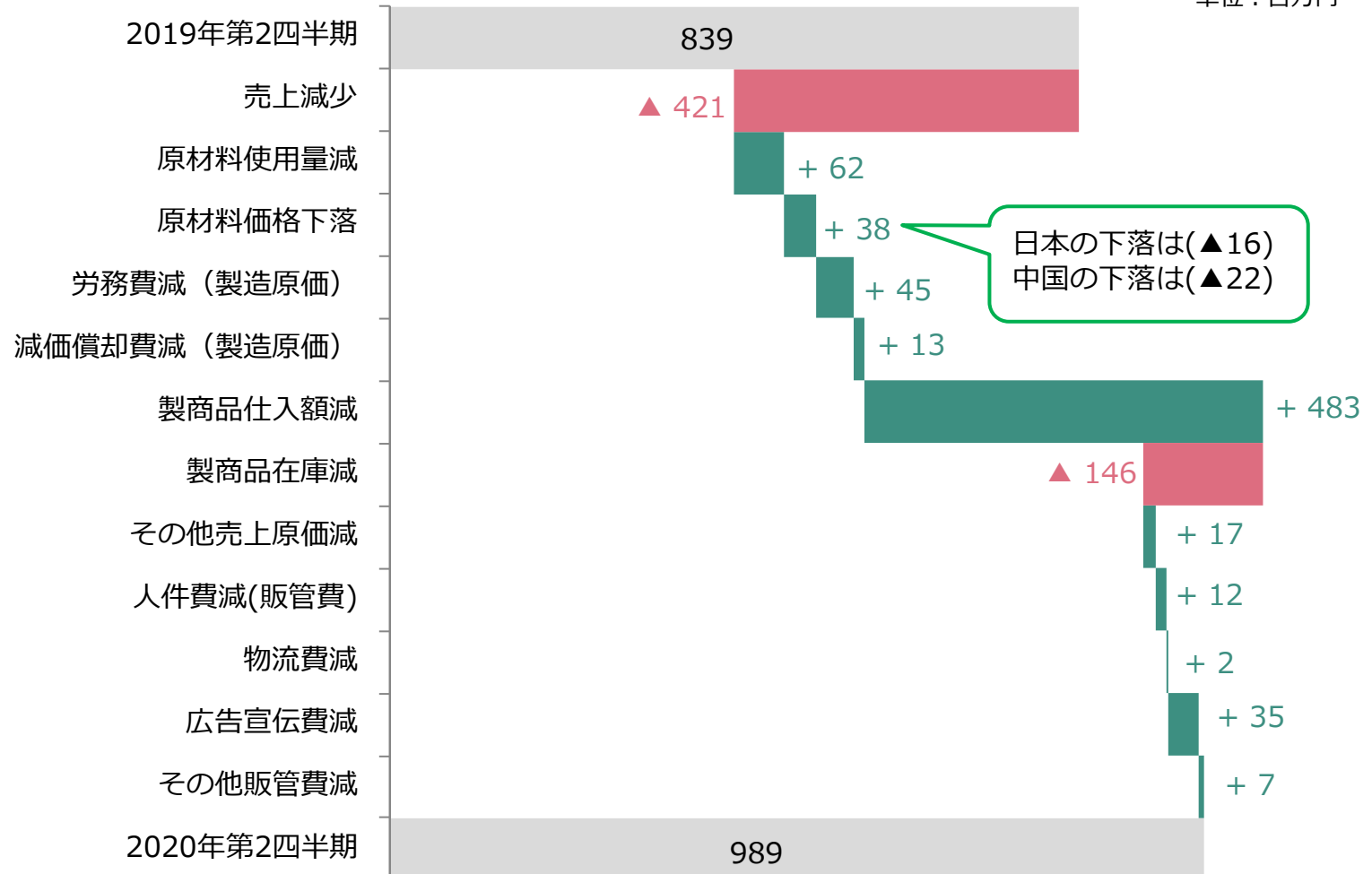


※日本、中国はそれぞれ当該地域のグループ企業業績を示している

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2020年12月期第2四半期 営業利益の変動分析

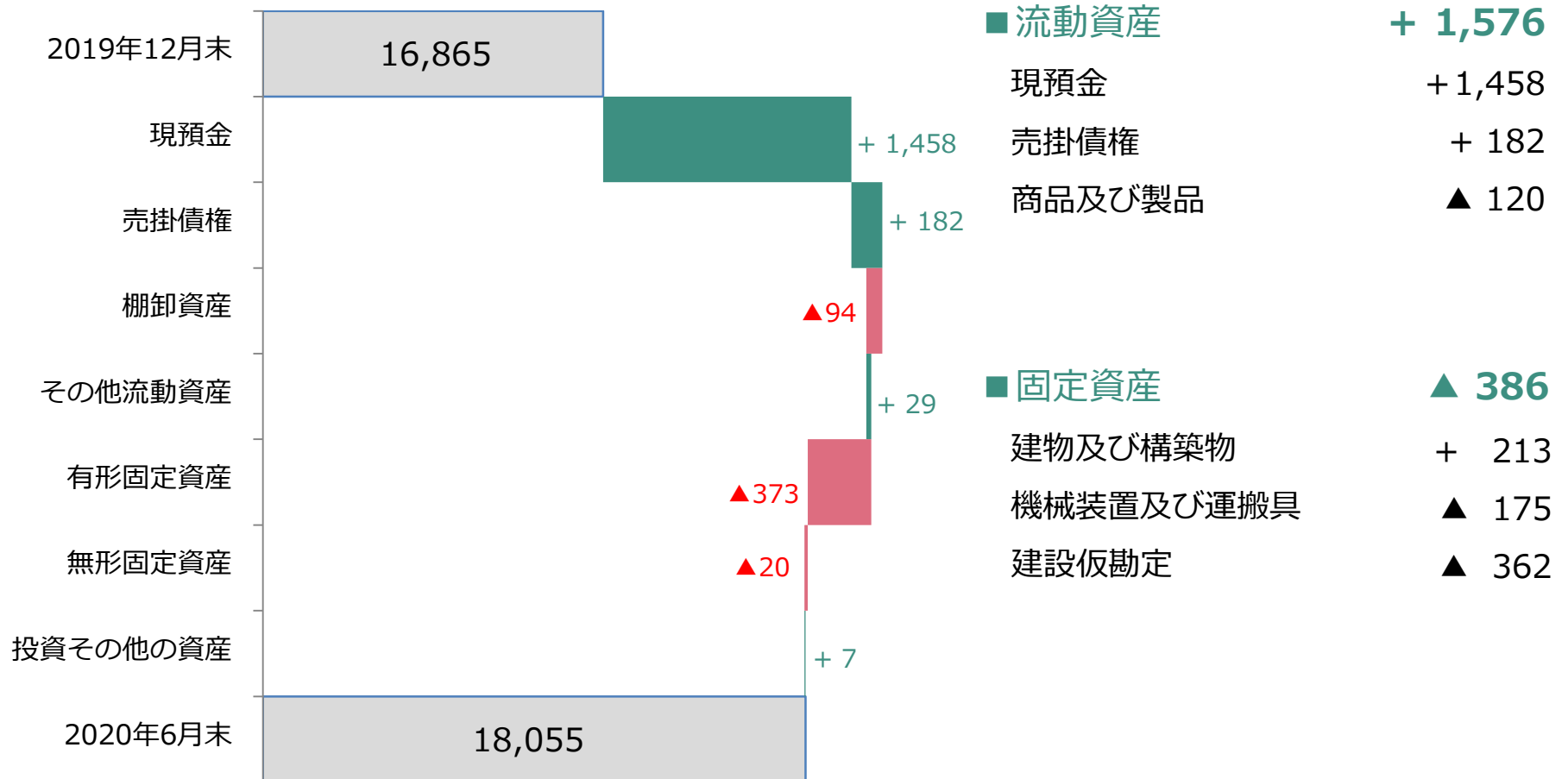
単位：百万円



2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2020年12月期第2四半期 連結貸借対照表 資産の部

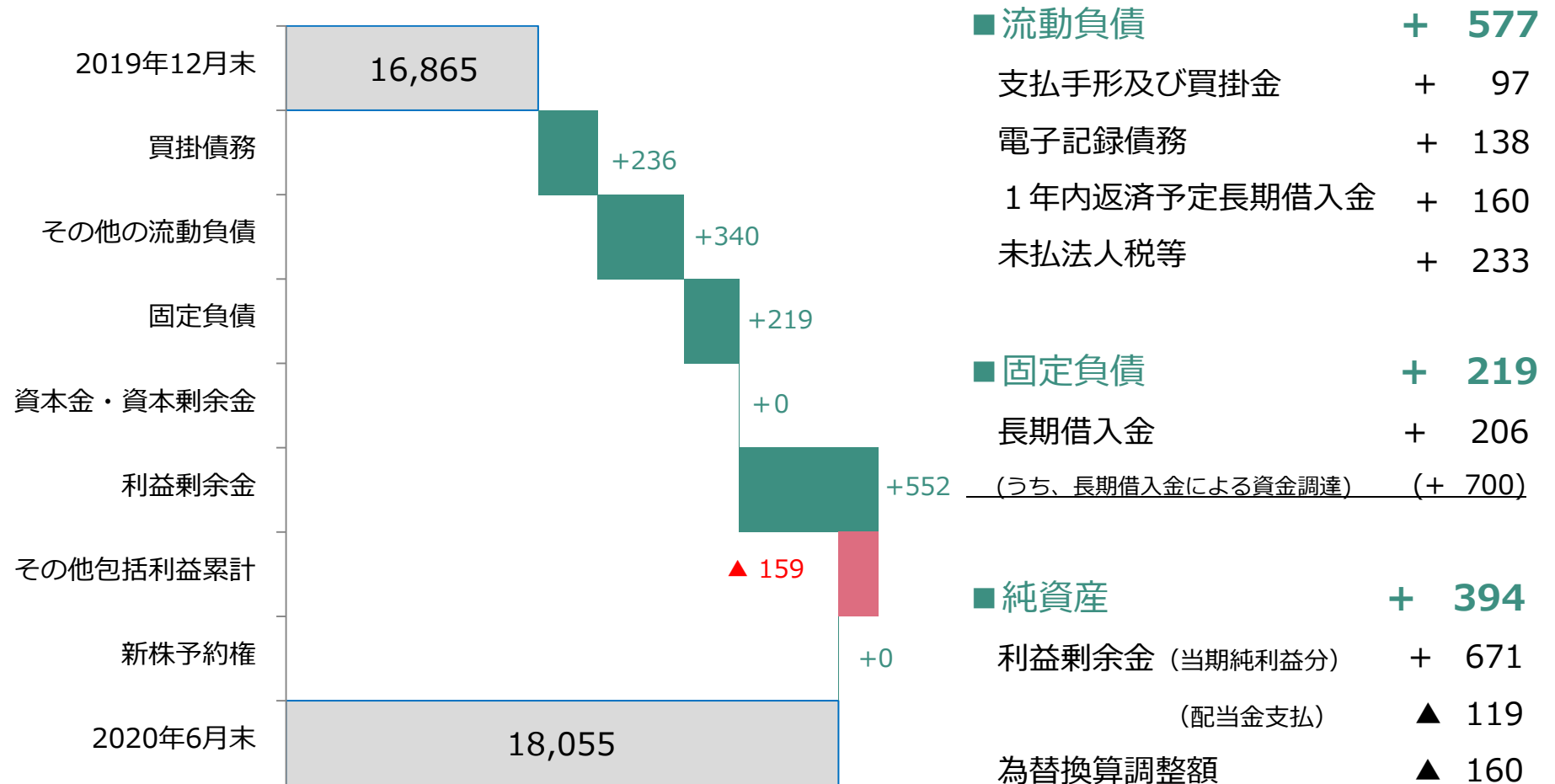
単位：百万円



2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2020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



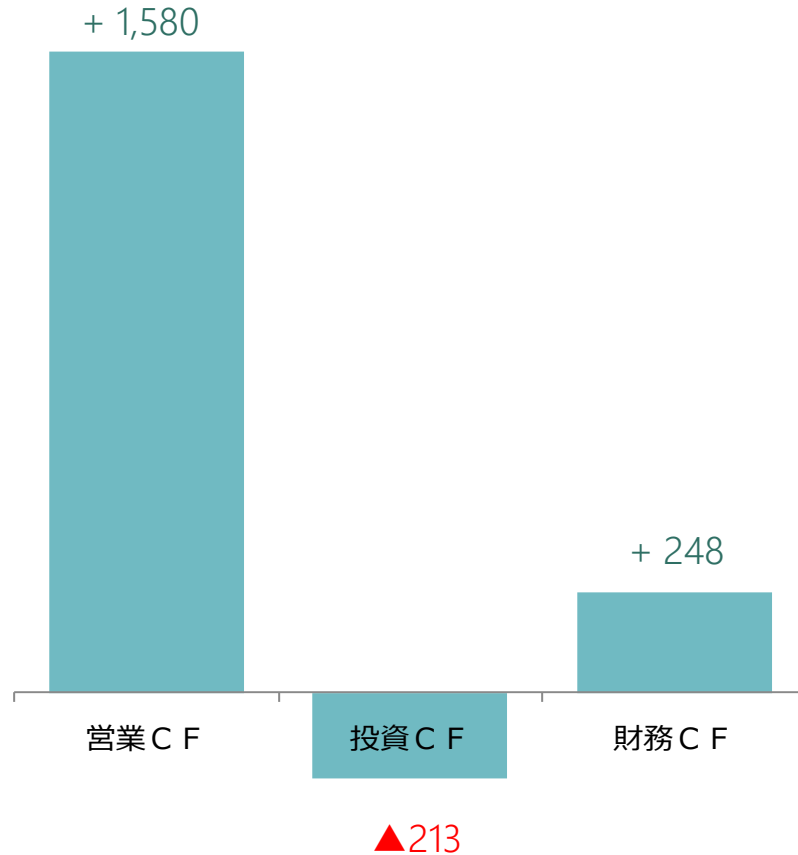
2. 2020年12月期第2四半期業績概要

2020年12月期第2四半期 連結キャッシュ・フローの増減

換算差額は▲45百万円

現金及び現金同等物は+1,569百万円

百万円



■ 営業活動によるキャッシュ・フロー + 1,580

税金等調整前四半期純利益	+ 997
減価償却費	+ 526
法人税等の支払額	▲ 131

■ 投資活動によるキャッシュ・フロー ▲ 213

有形固定資産の取得による支出	▲ 304
----------------	-------

■ 財務活動によるキャッシュ・フロー + 248

長期借入れによる収入	+ 700
長期借入金の返済による支出	▲ 332
配当金の支払額	▲ 119

2. 2020年12月期第2四半期業績概要

配当政策（変更なし）

	2019年12月期実績	2020年12月期計画
中間配当金	9.50円	9.50円（今回）
期末配当金	9.50円	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。

資料構成

1. 2020年12月期第2四半期決算サマリー
2. 2020年12月期第2四半期業績概要
3. 今後の経営方針
4. 参考資料



3. 今後の経営方針

現時点でお伝えしたい「3つのメッセージ」

① コロナ禍における事業方針

- 骨格となる事業方針

② 具体的な事業戦略

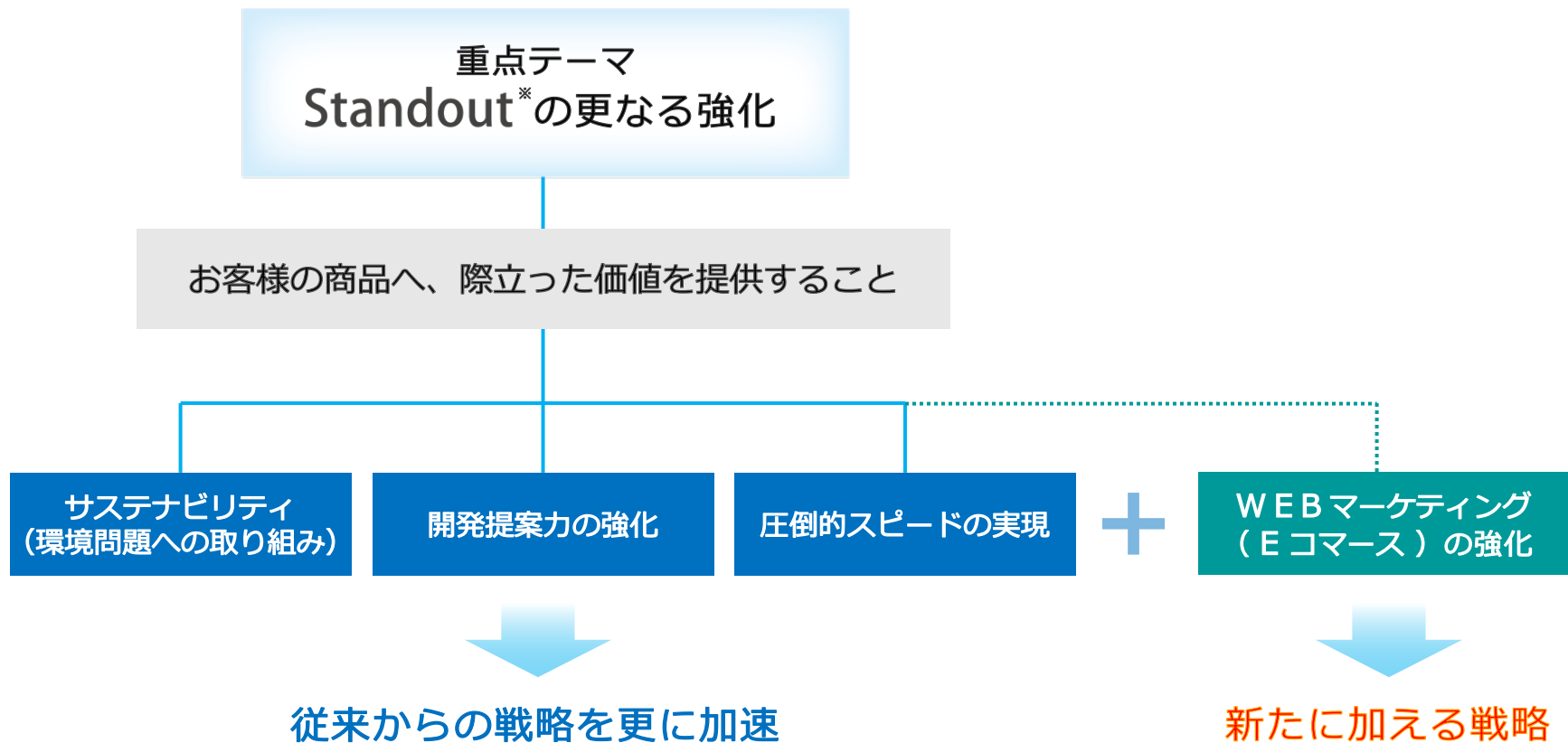
- WEBとLABのシナジー戦略
- サステナビリティのマイルストーン設定
- 開発提案の事例

③ 拠点ごとのテーマ(分類)

- グローバル戦略マトリックス

① コロナ禍における事業方針

コロナ禍による影響で、当社を取巻く環境は厳しいものがある。
 そのような環境変化の中で当社としては2019年の重点テーマを一層加速させることに加え、
 「WEBマーケティング（Eコマース）の強化」を重点課題として追加。



※ Standout とは、際立つ・優れたの意味

② 具体的な事業戦略 ～ WEBとLABのシナジー戦略

リソースの特徴を活かした両極の取組み

	WEBマーケティング戦略	TOGETHER LAB
コンセプト	「ローカル・グローバルと幅広い接点」を有し利便性を兼ね備えた販売機能	スピーディーな製品開発によって、顧客と共に価値を産出す「共創開発拠点」の位置付け
事業ドメイン	カスタマイズのパターン化の活用によって容器調達の利便性を追求	デジタル技術とリアル技術の融合によって理想的な容器を追求
製品の傾向	既製品在庫品 マスカスタマイゼーション	カスタマイズ ビスポーク（カスタム）
数量・納期	1ケースから（少量可）・即納	大量・6週間～（金型製作等を含む）

主として新規のお客様の活用を想定

お客様のアイデアの実現、試作から量産の相談に応じる価値創造拠点

相乗効果

「デジタル」と「リアル」の技術を融合することで、容器提供までのプロセスを最短化

② 具体的な事業戦略 ～ TOGETHER LAB

理想の容器をスピード感をもって実現するための開発拠点
お客様の企画、試作から量産のご相談まで、全てが行えるLABです



6F | 展示ルーム
竹本Standout

5F | オフィス2

4F | オフィス1

3F | 実験・測定・工作

2F | 展示ルーム

1F | プロトタイプ

TOGETHER LABでできること

プロトタイプ

- ・デザインデジタルツール
- ・3Dプリンター
- ・カラーイメージブース
- ・印刷

カラーソリューション

- ・カラーサンプル
- ・調色立会い

本生産に向けた試作立会い

- ・印刷

WEB マーケティング戦略を補完する LABの「デジタル」と「リアル」

「デジタル」3D容器シミュレーション

- ・2万通り以上のボトルとキャップの組み合わせによる3Dイメージ
- ・豊富なカラーや印刷パターンを画面上でシミュレートすることで、お客様のイメージを具現化

「リアル」プロトタイプ製作

- ・1500種のサンプルによるエアースプレー着彩で、製品カラーイメージを確認
- ・実物容器で、手に取って触って使用感の確認が可能

スピーディーな製品開発



アイデアスケッチ



3Dイメージ



3Dプリンター

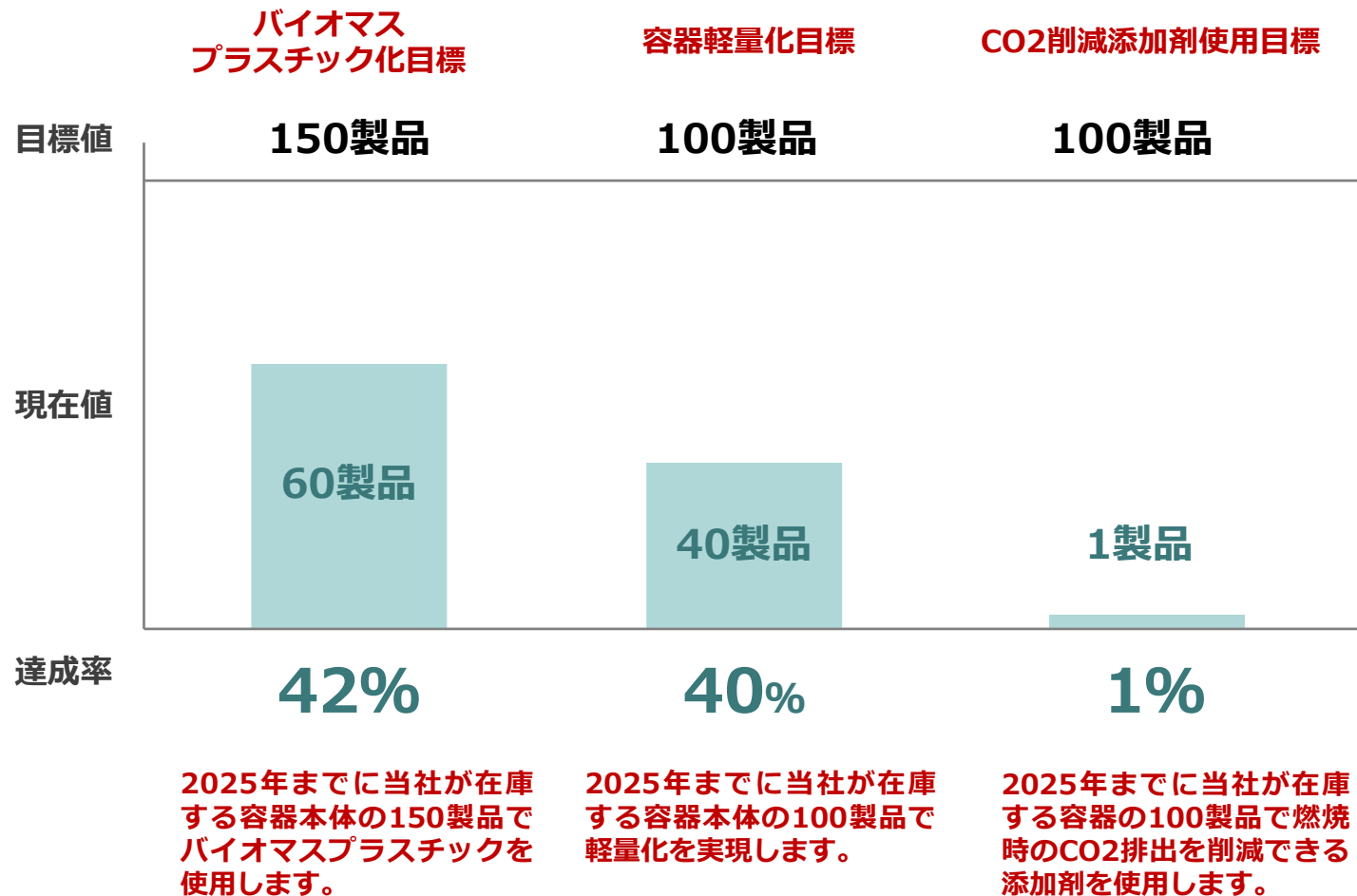
② 具体的な事業戦略 ～ サステナビリティ



パッケージングソリューション・プロバイダーとして、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に取り組んでいく方針です

② 具体的な事業戦略 ～ サステナビリティ

環境問題への具体的な取組みとして、3つのマイルストーンを設定



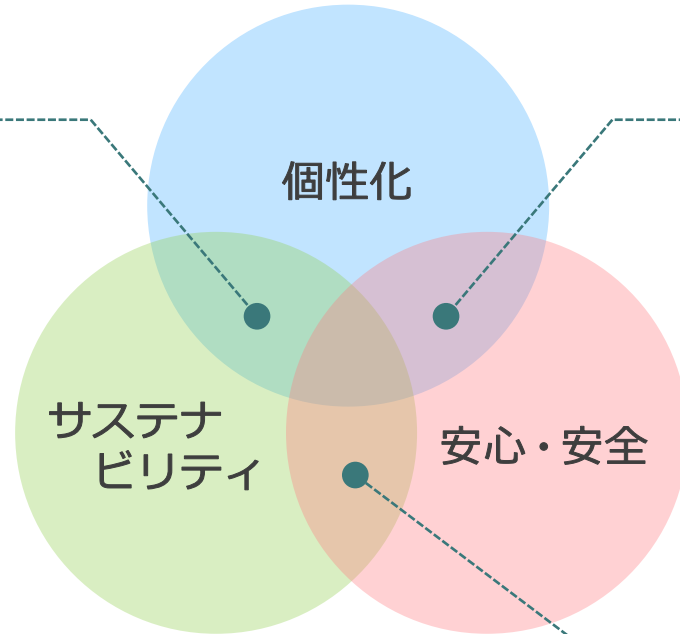
(2020年7月現在)

② 具体的な事業戦略 ～ 開発提案力の強化

3つのテーマに沿って、お客様ニーズを先取りする開発提案力を磨き続けています



付け替え容器「REI-120 II」
 スキンケア商品向けにケースとディスペンサー部分を連続利用し、内側の容器を付け替えて使用する容器です。付け替え型とすることで、内容物の保護と廃棄される樹脂の削減を目指して開発した容器です。



「レバーポンプ」
 テコの原理を利用したレバー形状とすることにより、片手でも内容物を取り出すことができるポンプを開発しました。ハンドソープやボディケア、スキンケアなど、両手で操作できない場面での利便性を考えたポンプです。



耐熱容器「FPC-200H」
 ドレッシング、液体容器向けの新しい耐熱容器です。通常の容器よりも高い温度で内容物を充填することで殺菌効果が期待できます。常温販売の販路が広がり、賞味期限も長くなるので商品廃棄量の削減にも貢献できる容器です。

③ 拠点ごとのテーマ（分類）

各拠点ごとの取組み（グローバル戦略マトリックス）を以下のように設定しています。

	主要な重点テーマ				ローカル設定テーマ	
	サステナビリティ	開発提案力の強化	圧倒的スピードの実現	WEBマーケティングの強化	スタンダード製品の拡充	多業種への容器開発
日本	●	●	●	●		●
中国		●	●	●		
インド					●	
オランダ USA・タイ	●			●		

資料構成

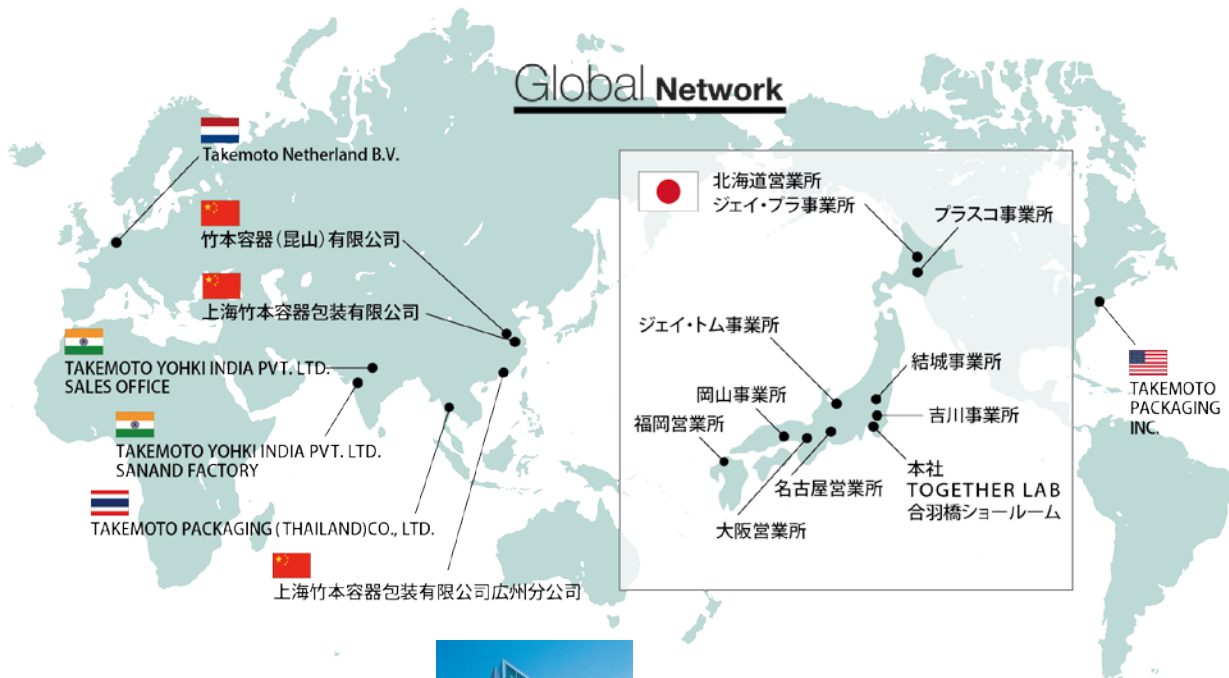
1. 2020年12月期第2四半期決算サマリー
2. 2020年12月期第2四半期業績概要
3. 今後の経営方針
4. 参考資料





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

8億342万1,725円 (2020年6月30日現在)

発行済株式数

12,529,200株 (2020年6月30日現在)

単元株主数

9,602名 (2020年6月30日現在)

グループ従業員数

955名 (2020年6月30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]

ホームページ

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



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)



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

数字で見る竹本容器 (2020年6月30日時点)

4,413社

【お客様社数】

化粧品、食品、日用雑貨等の事業者を主なお客様としており、世界中で4,413社(2019年度実績)ものお客様とお取引をさせて頂いております。

70年

【創業】

1950年3月に創業しました。以来お客様のニーズにお応えすることで、信頼を積み重ねながら、現在に至っています。

3,469型

【自社金型数】

保有する金型の多さが、お客様の満足度向上に繋がるものと考えております。世界中で比類ない数の金型を保有しています。(※当社調べ)

21箇所

【拠点・事業所】

国内の6工場に加えて、全世界の1/3の人口を占める中国・インドに工場があります。販売拠点を含め21拠点でグローバル展開しています。

1,301名

【従業員・パート人数】

当社の経営の中心にあるのは「人財」です。1,301名全員が一丸となって、日々の業務に取り組んでいます。

289台

【生産機械台数】

要望に応える、安定した品質を構築する、新しい課題にチャレンジするために、成形・押出・印刷など、多種多様な生産設備を有しています。

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