

「資源循環型パッケージングカンパニー」を目ざして

2026年12月期第2四半期決算説明会資料

資料構成

1. 2026年12月期第2四半期トピックス

2. 2026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. 2026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、77億39百万円（前年同期比5.9%増）
- 連結営業利益は、6億64百万円（前年同期比32.8%増）
- EBITDAは、11億58百万円（前年同期比17.6%増）

【状況】

- 連結売上高は2Qで日本も増収に転換、海外市場も増収継続し、前年同期比増
- 連結営業利益は中国は原材料価格の上昇で赤字となるも、日本とインドの利益率上昇が貢献し前年同期比増
- 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、詰替え容器など資源循環型パッケージング売上は10億41百万円(Recyclable容器を除く)となり、前年同期比21.4%増

1. 2026年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ②

【日本】

- 主要顧客との接触頻度向上やWEBでの製品紹介など営業活動の強化を継続、第2四半期累計期間の新規案件売上増に貢献。リピート案件売上は微減となったものの、売上高は56億88百万円(前年同期比0.8%増)となった
- 資源循環型パッケージングはバイオマス樹脂やリサイクル樹脂を使用した容器の売上高が増加
- 製品種類別では新規案件売上高の増加、スタンダードボトルの売上増加により粗利額増加、加えて粗利率も上昇し、営業利益は5億円(前年同期比23.0%増)となった

1. 2026年12月期第2四半期トピックス

2Q業績総括 ③

【インド】

- 化粧品市場の活況に加え、デザインや品質への高い評価から取引顧客数が増加、売上高は5億84百万円（前年同期比46.1%増）と四半期ベースでの過去最高額を更新
- 受注機会の拡大を目的とした品揃え強化、生産能力向上に向けた設備投資を継続
- 自社設備の増強を進めており、さらなる供給体制の拡充を図る

【中国】

- 消費者の節約志向が続き、同業他社との競争激化もある中で、化粧品向けを中心に営業強化に注力し、売上高は14億83百万円(前年同期比20.3%増)となった
- 利益面では生産現場での自動化・省力化ラインの範囲を拡張することで、原価低減を継続したが、原材料価格の上昇で営業利益段階で赤字に

1. 2026年12月期第2四半期トピックス

中東情勢の推移による影響

【当社の事業形態】

- 当社は日本、中国、インドに生産拠点を、米国、欧州、タイには販売拠点を構え、包装容器等の製造販売を展開
- 主要な生産拠点（日本・中国・インド）においては、原材料の調達から生産、販売までを現地で行っている

【現状とその影響及び対応策について】

- 中東地域での紛争に伴い上昇した原油価格は一旦下落しているものの、情勢の推移については引き続き注視が必要
- 各拠点における原材料の確保を優先することで製品の安定供給に努めるとともに、市場動向を注視して顧客との対話を強化し、販売価格へも反映を進めていく方針

資料構成

1. 2026年12月期第2四半期トピックス

2. 2026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. 2026年12月期第2四半期業績概要

2026年12月期第2四半期連結決算ハイライト

	2025年第2四半期 (1-6月期) ¥20.44/RMB ¥148.40/USD	2026年第2四半期 (1-6月期) ¥23.07/RMB ¥158.29/USD	前年同期比		2026年計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	百万円 7,306	百万円 7,739	百万円 +433	+5.9%	百万円 ▲210	▲2.6%
営業利益	500	664	+163	+32.8%	+64	+10.7%
売上高営業利益率	6.8%	8.6%	+1.7P	—	+1.0P	—
経常利益	527	661	+133	+25.3%	+41	+6.6%
四半期純利益	398	488	+89	+22.5%	+28	+6.1%

減価償却費	484	494
原材料費	1,177	1,321
設備投資額	399	804
(うち 金型)	161	209
EBITDA	985	1,158
EBITDA比率	13.5%	15.0%

2. 2026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	2025年第2四半期	2026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	5,643	5,688	+45	+0.8%	▲221	▲3.8%
営業利益	406	500	+93	+23.0%	+21	4.6%
営業利益率	7.2%	8.8%	+1.6P	—	+0.7P	—

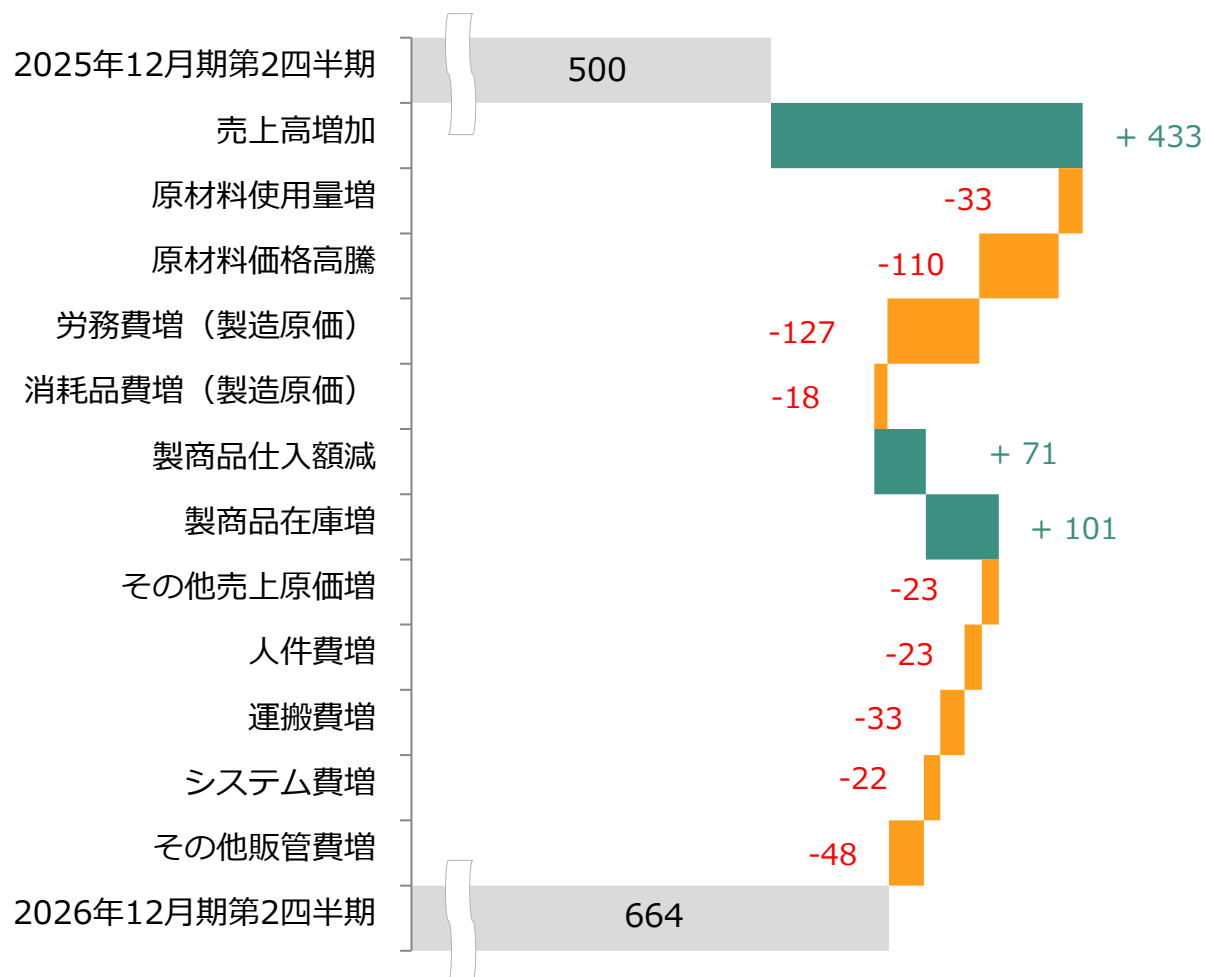
中国	2025年第2四半期 ¥20.44/RMB	2026年第2四半期 ¥23.07/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,233 (60)	1,483 (64)	+250 (+3)	+20.3% +6.6%	▲26 (▲9)	▲1.7% ▲12.7%
営業利益	21 (1)	▲7 (▲0)	▲29 (▲1)	— —	▲26 (▲1)	— —
営業利益率	1.8%	▲0.5%	▲2.3P	—	▲1.8P ※ () 内はRMBベース:百万円	—

その他地域	2025年第2四半期 ¥148.40/US\$ ¥162.25/€ ¥1.73/INR ¥4.43/TB	2026年第2四半期 ¥158.29/US\$ ¥184.55/€ ¥1.73/INR ¥4.93/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	554	781	+227	+41.1%	+42	5.8%
営業利益	67	171	+104	+154.3%	+44	34.8%
営業利益率	12.2%	22.0%	+9.8P	—	+4.7P	—

2. 2026年12月期第2四半期業績概要

2026年12月期第2四半期 営業利益の変動分析

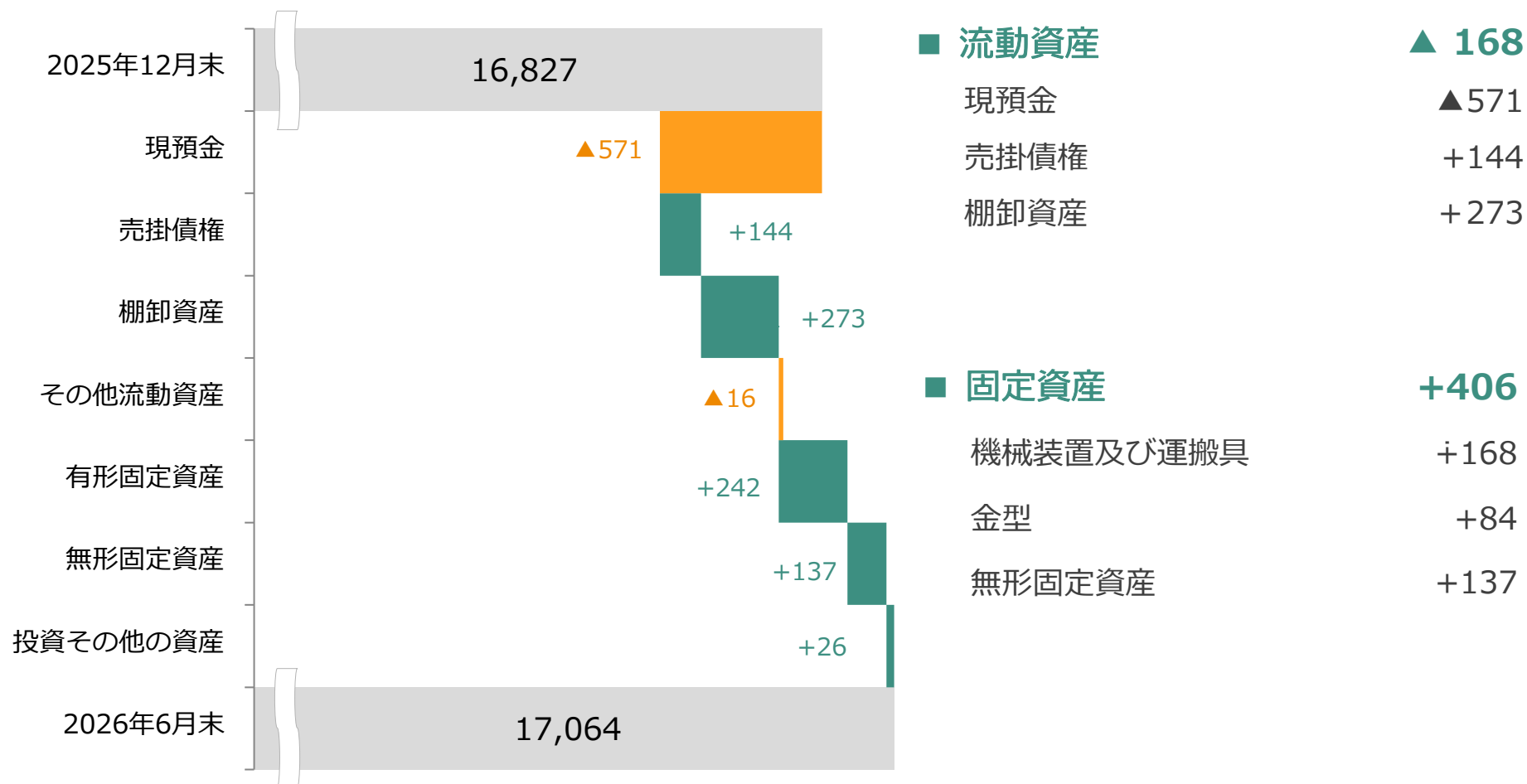
単位：百万円



2. 2026年12月期第2四半期業績概要

2026年12月期第2四半期 連結貸借対照表 資産の部

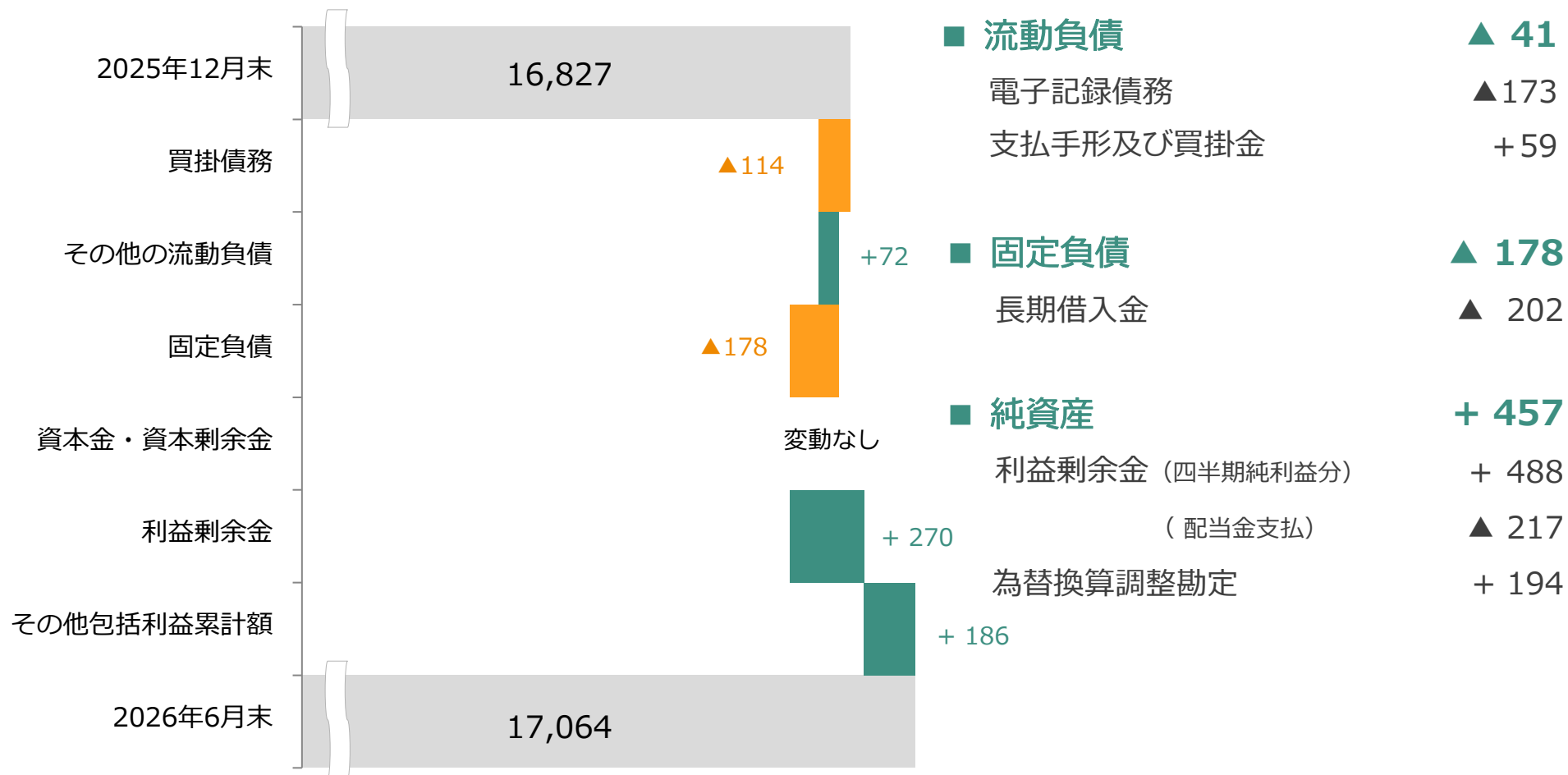
単位：百万円



2. 2026年12月期第2四半期業績概要

2026年12月期第2四半期 連結貸借対照表 負債・純資産の部

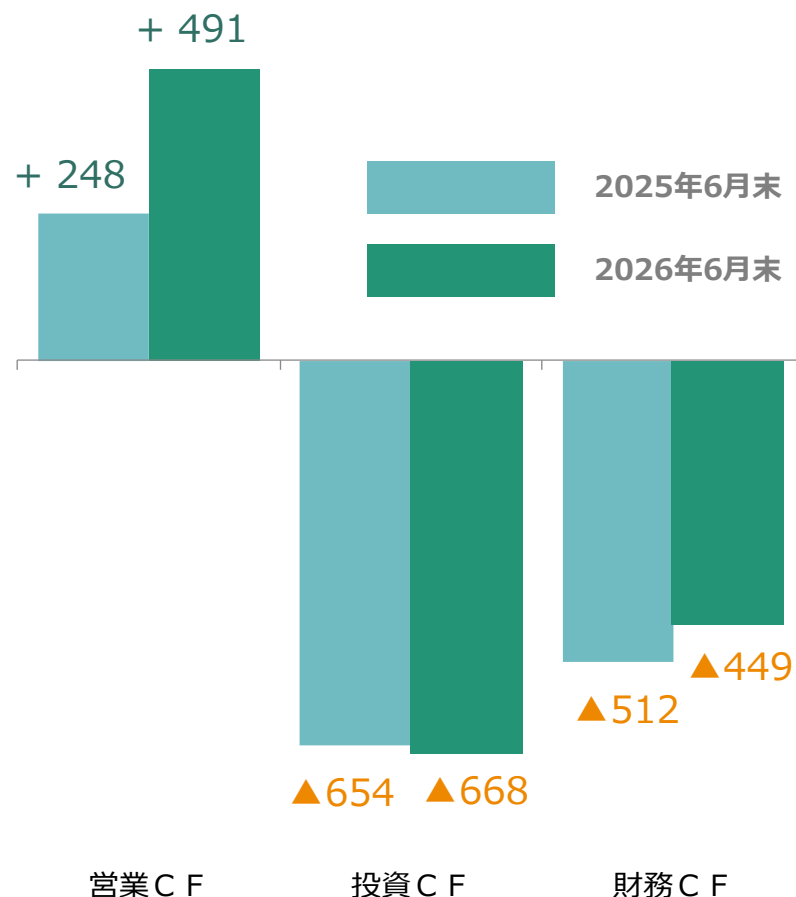
単位：百万円



2. 2026年12月期第2四半期業績概要

2026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	+ 491
税金等調整前当期純利益	+ 669
減価償却費	+ 494
たな卸資産の増加額	▲ 254
仕入債務の減少額	▲ 134
法人税等の支払額	▲ 153
■ 投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 668
定期預金の預入	▲ 243
定期預金の払出	+ 263
固定資産の取得	▲ 674
■ 財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 449
長期借入金の返済による支出	▲ 232
配当金の支払額	▲ 217
■ 換算差額	+ 79
■ 現金及び現金同等物の増減額	▲ 546
■ 現金及び現金同等物の期首残高	4,277
■ 現金及び現金同等物の期末残高	3,730

2. 2026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、為替等の外部要因による変動を除外した株主資本を分母とする株主資本配当率（DOE）4.0%を目途とする方針を継続

これにより、2026年12月期の年間配当金は1株当たり38円00銭（配当性向は50.9%）を計画

	2025年12月期	2026年12月期計画
中間配当金	18.00円	19.00円（今回）
期末配当金	18.00円	19.00円（予定）
年間配当金	36.00円	38.00円（予定）
株主資本配当率 （DOE）	4.3%	4.4%
配当性向	56.3%	50.9%

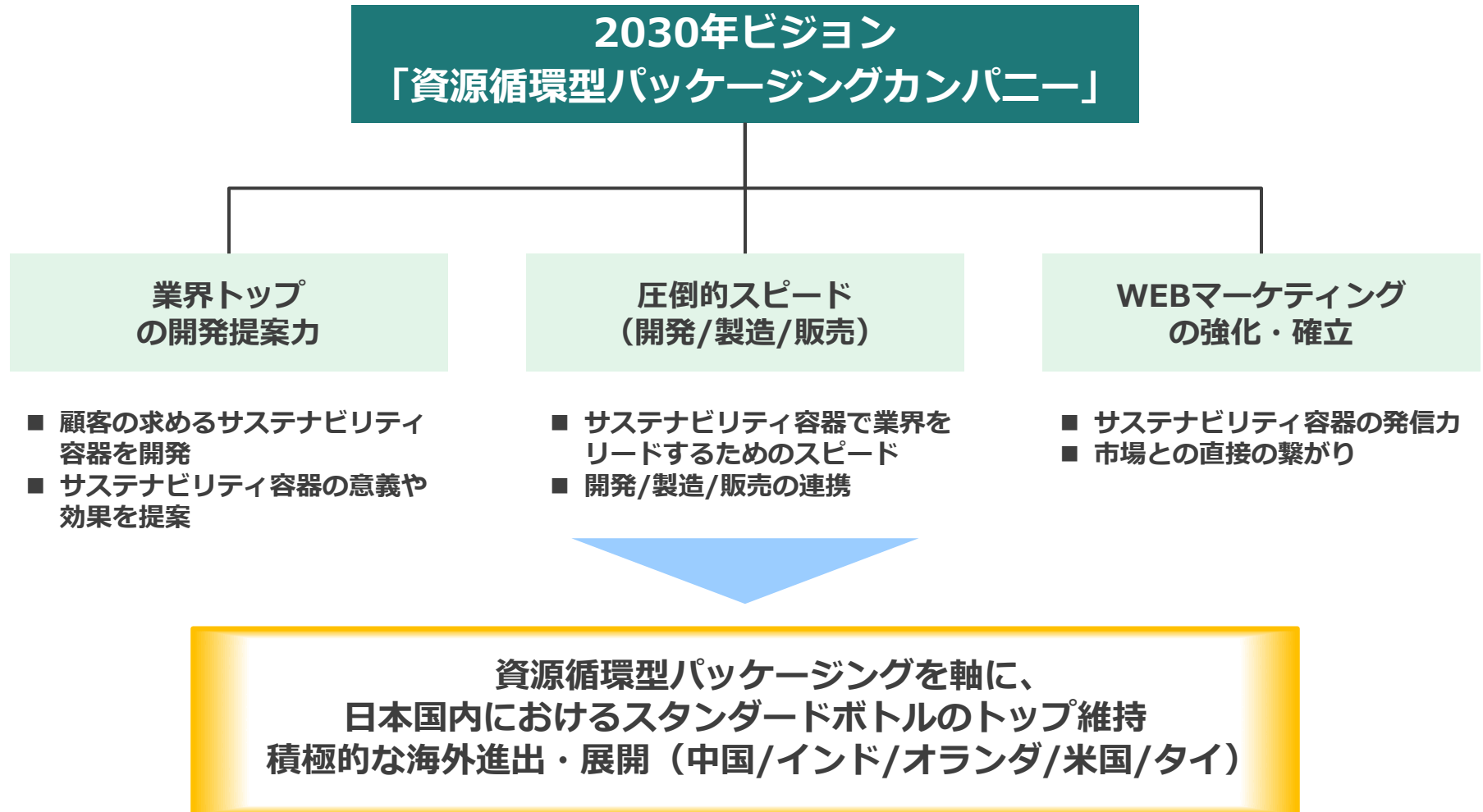
資料構成

1. 2026年12月期第2四半期トピックス
2. 2026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り組み
4. 参考資料



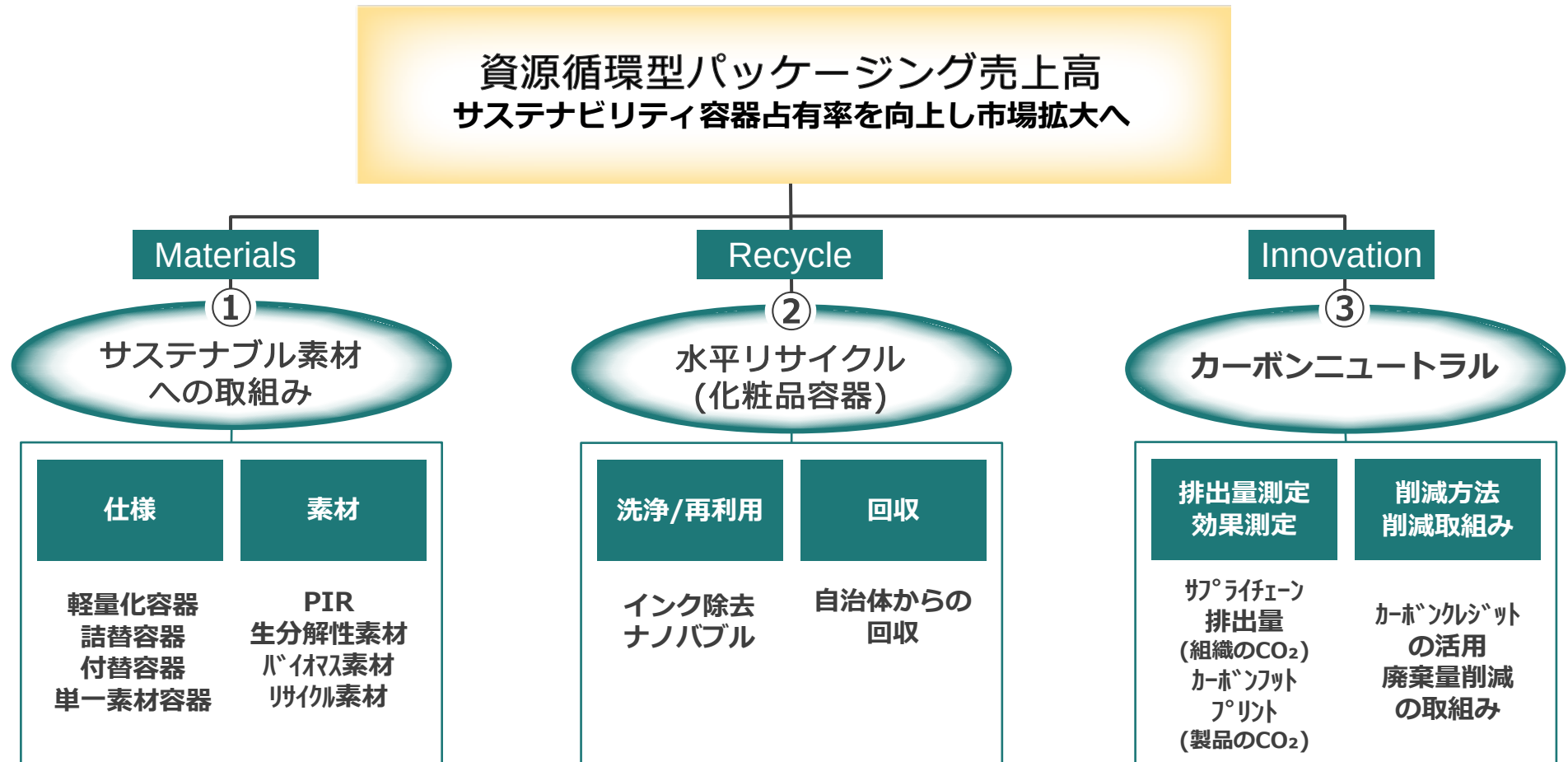
3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

■ 当社の2030年ビジョンの全体像



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

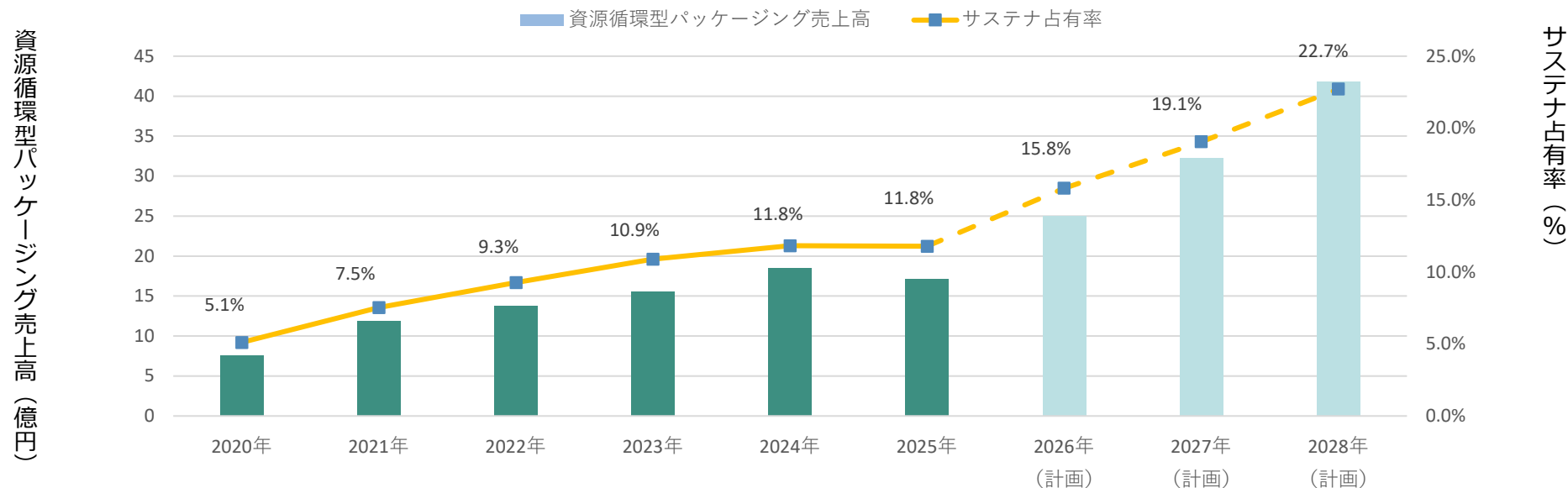
- Materials (原材料) ■ Recycle (リサイクル) ■ Innovation (技術革新) の3つのテーマに重点をおき、
 ①仕様・素材②化粧品容器の水平リサイクル③カーボンニュートラルの具体的な取り組みにより、
 資源循環型パッケージング売上高の増加を目指します



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、2028年までに連結売上高の1/4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	2026年2Q	2026年(計画)
グループ売上高	148.6	157.8	148.9	143.1	156.3	144.9	77.3	158.0
サステナ占有率	5.1%	7.6%	9.3%	10.9%	11.8%	11.8%	13.5%	15.8%
資源循環型パッケージング売上高	7.6	11.9	13.9	15.6	18.5	17.1	10.4	25.0

※2023年から加算していたRecyclableカテゴリーを控除している

※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

■ New products-1



■ New products-2



■ New products-3



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

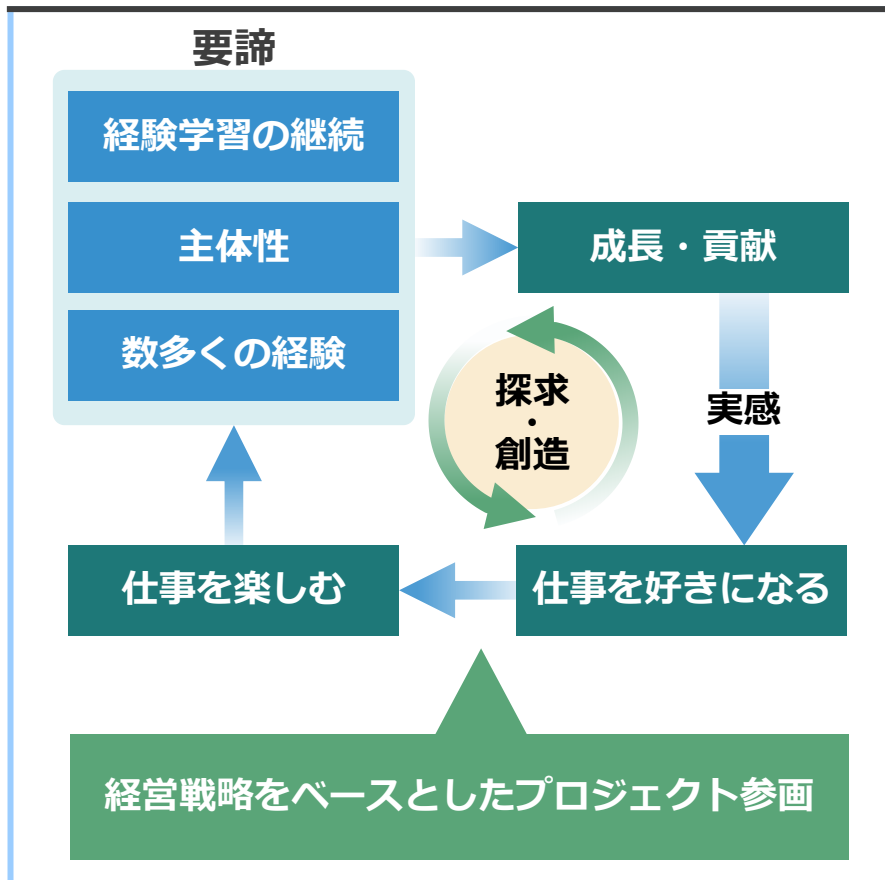
開発	■ サステナビリティへの対応 ■ 革新的な新製品/新機能の創造
生産	■ 各種の生産性向上策 – 機械化/省人化、スキル向上 など ■ サステナビリティ 容器生産能力の増強+人材補強
営業	■ 提案力の向上 ■ EC化による省力化（提案工数の捻出） ■ データ活用による営業管理レベルの向上 ■ 採用による人員数増
人材	■ 人材育成 – 必要スキルの明確化、評価制度の見直し – 研修やOJTによる育成プログラム策定 ■ 人材採用
共通	■ システム投資（ERPの更新、ツール活用による業務効率化・可視化） ■ 原価計算や収益性把握精度の向上 ■ HPへのアクセス数増加策やWEBプロモーションの推進

3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

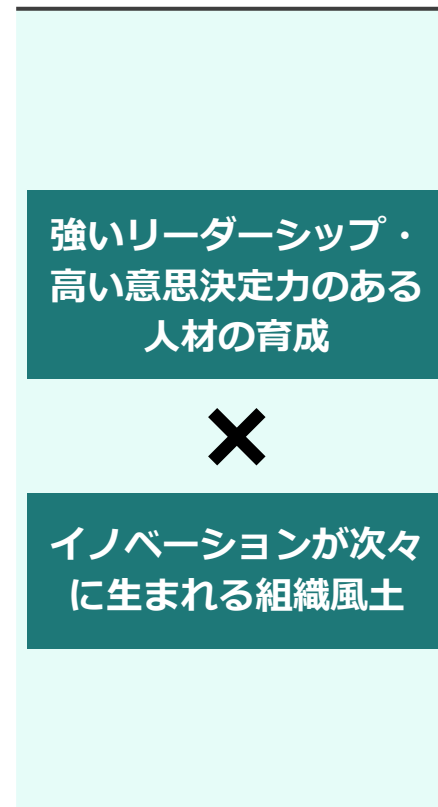
■ 成長のための基本方針

経営戦略をベースとしたプロジェクトへの参画により、経験学習を実践し、成長・貢献の実感を通じてリーダーの育成、イノベーションを創出し、「世界の器文化への貢献」「資源循環型パッケージングカンパニー」を実現

成長の循環



目指す状態

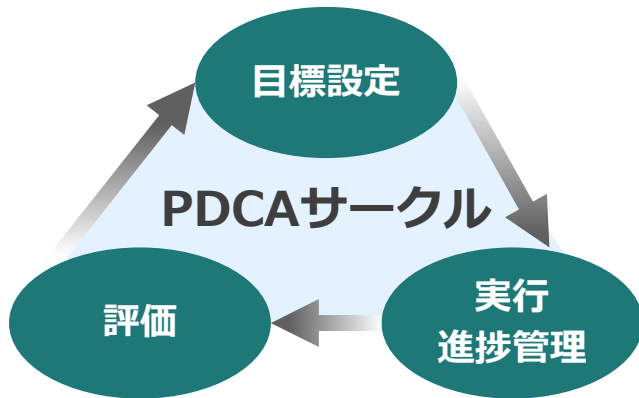


使命・ビジョン

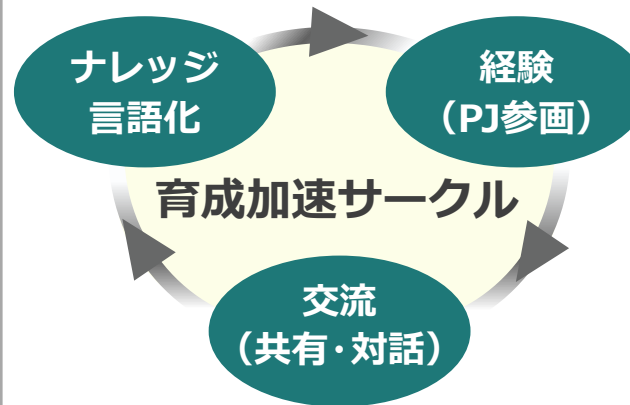


3. 2030年ビジョンに向けた取り組み

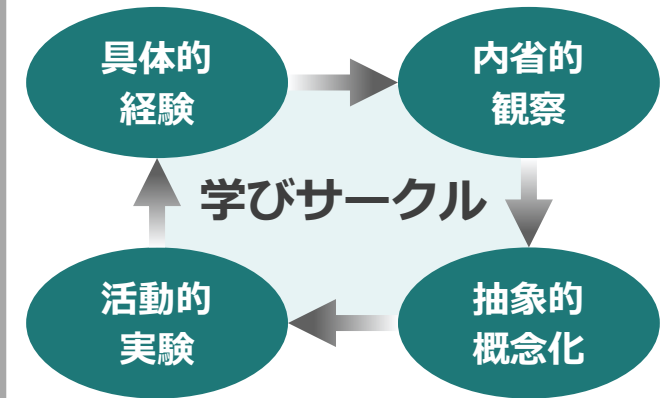
■ 前述の「成長の循環」は、三つのサークルを併走させることで実現させる



- 各自に適切な目標を設定
- 目標達成のための実行を適切に管理
 - 実行のレベルを上げる
 - 評価に向けた観察を行う
- 実行結果を然るべく評価
 - 成果とともに、スキルも測定



- ナレッジ言語化
 - 暗黙知の形式知化
 - ノウハウを標準化する
- 交流（共有・対話）
 - 共有会やフィードバックの場
- 経験（プロジェクト参画）
 - 共有された知識を活用して実行
 - 自分のものにする（内面化）

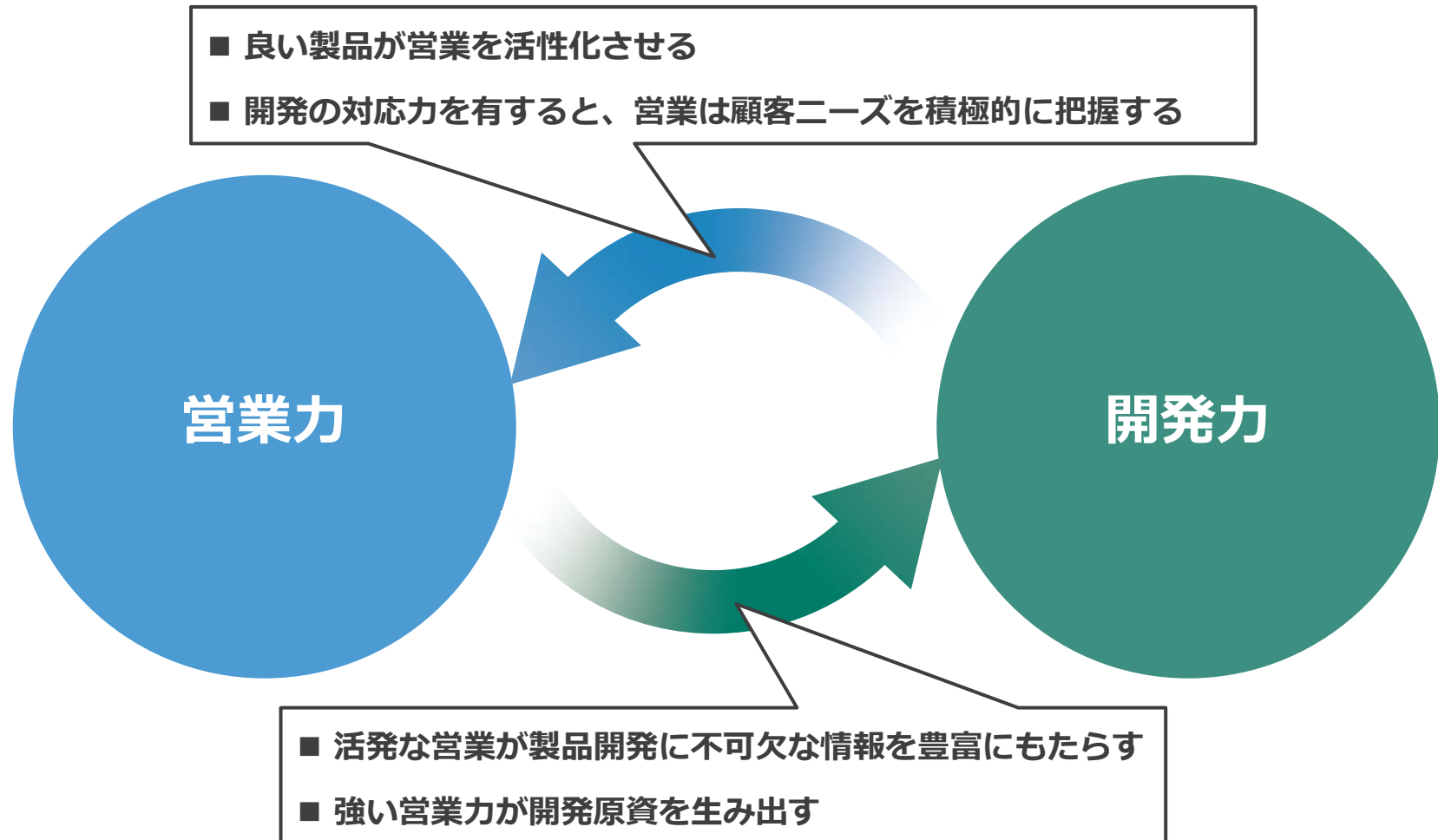


- 経験学習モデル
 - 具体的経験・仕事の体験や経験
 - 内省的観察・経験の振り返り
 - 抽象的概念化
 - ・ 原則や理論として一般化
 - 活動的実験・原則や理論を試す

（出典：ディヴィット・コルブ）

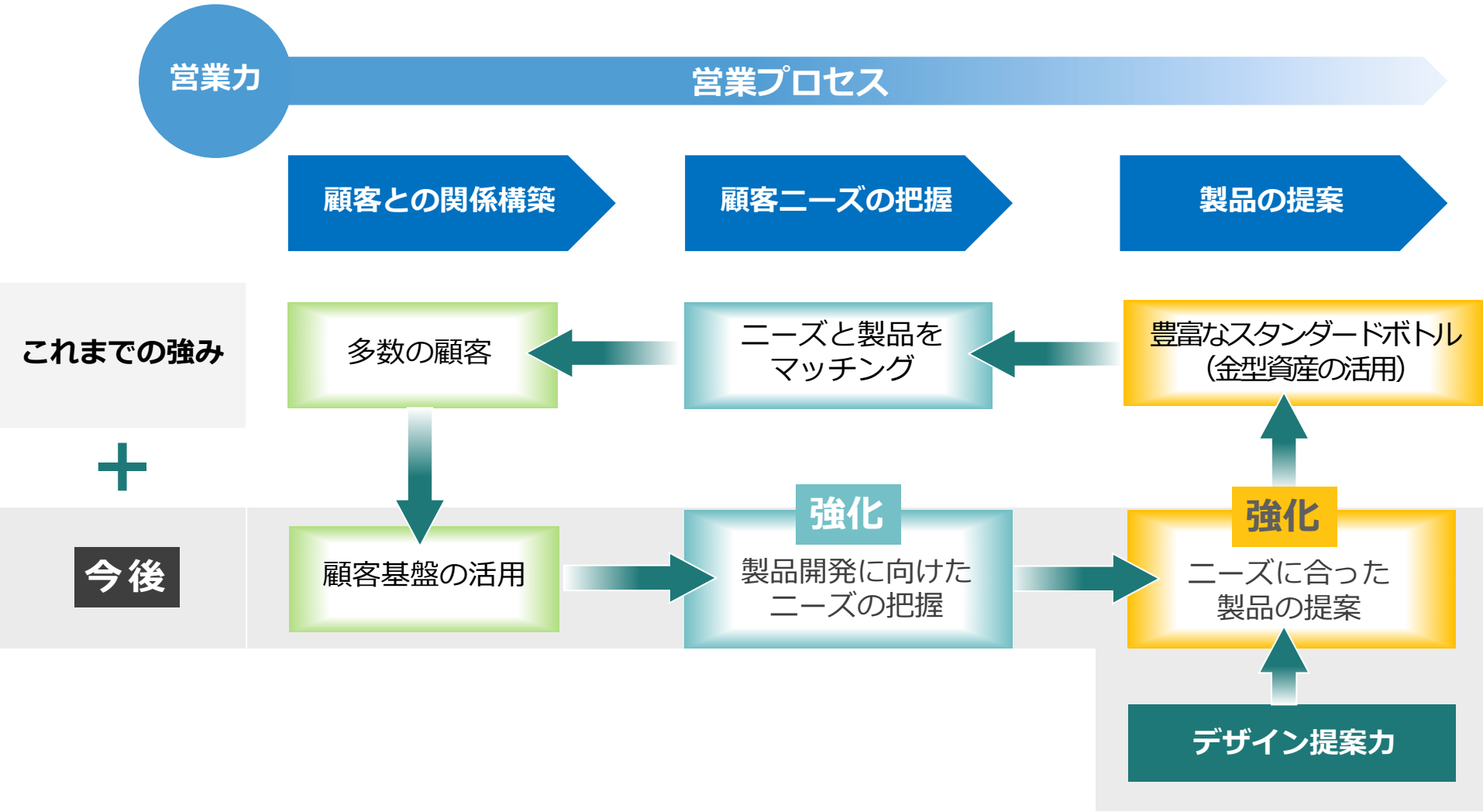
3. 2030年ビジョンに向けた取り組み状況

- 今まで以上に営業と開発の連携を高める
- 好循環化を目指す



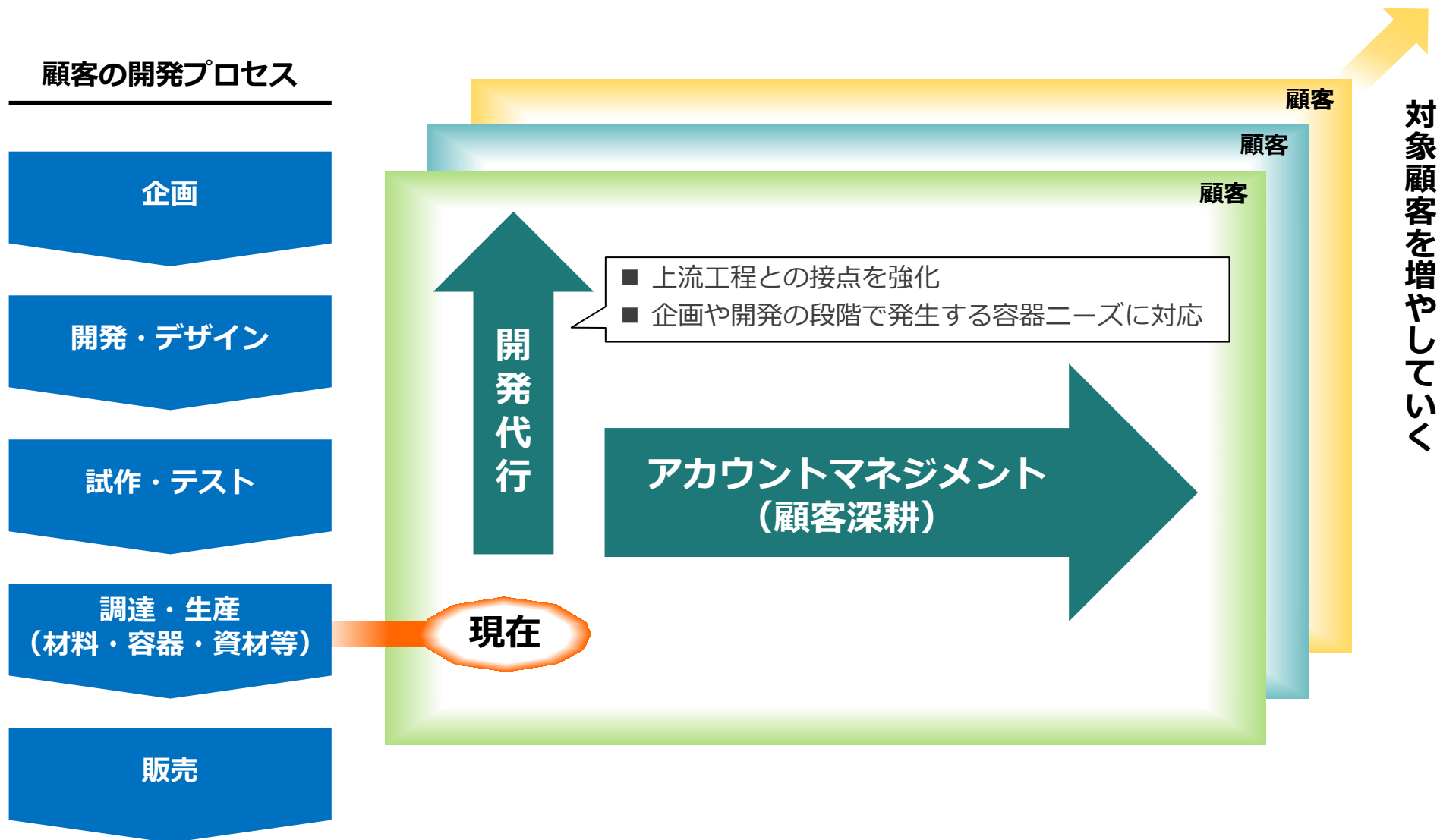
3. 2030年ビジョンに向けた取り組み状況

- 営業担当者の提案スキル向上の方向性
- 顧客ニーズの収集力と対応力を強化



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み状況

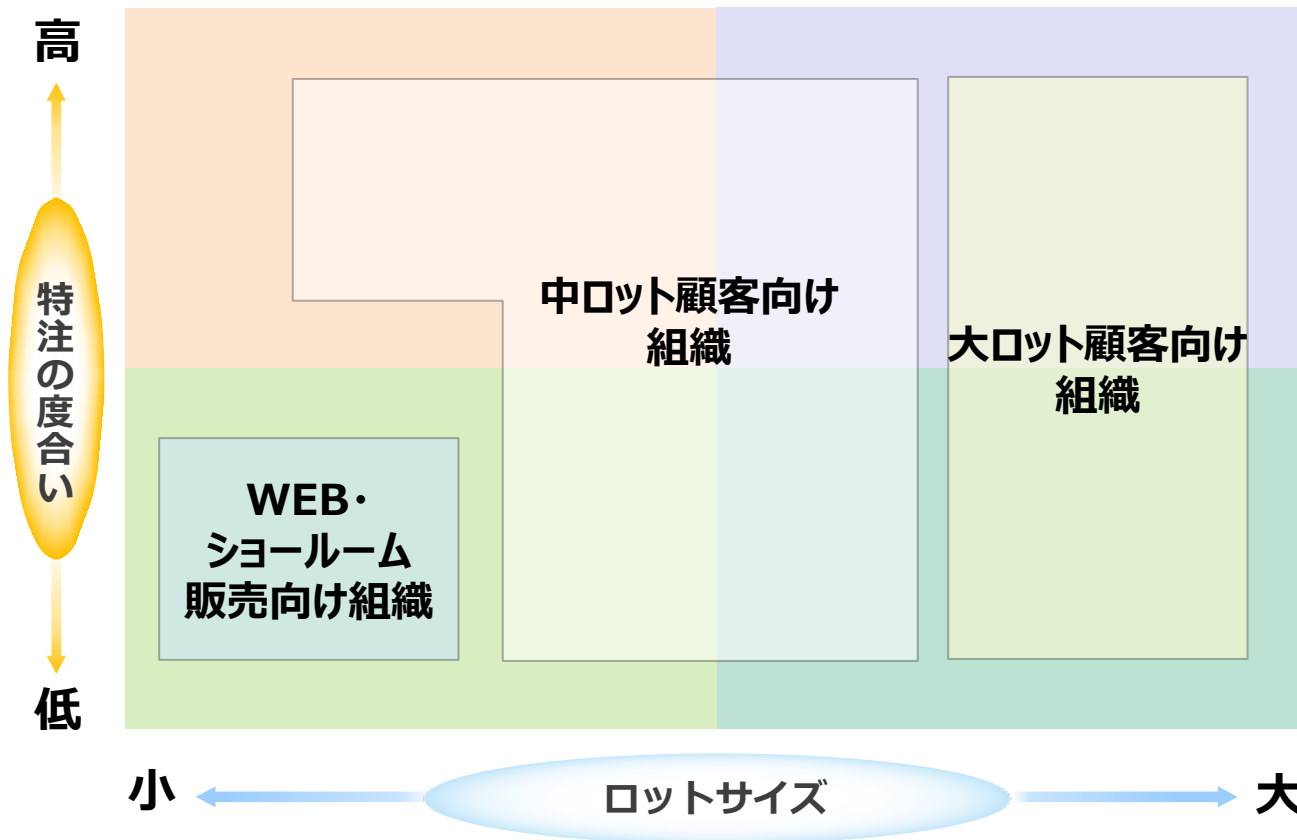
- 顧客の開発を支援する「開発代行」を実現、その後、顧客深耕する「アカウントマネジメント」を実践



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み状況

- 組織（営業・生産）を顧客のタイプに合わせて分割
- 顧客ニーズ対応力の向上を図る

顧客別の組織



内部の組織構造

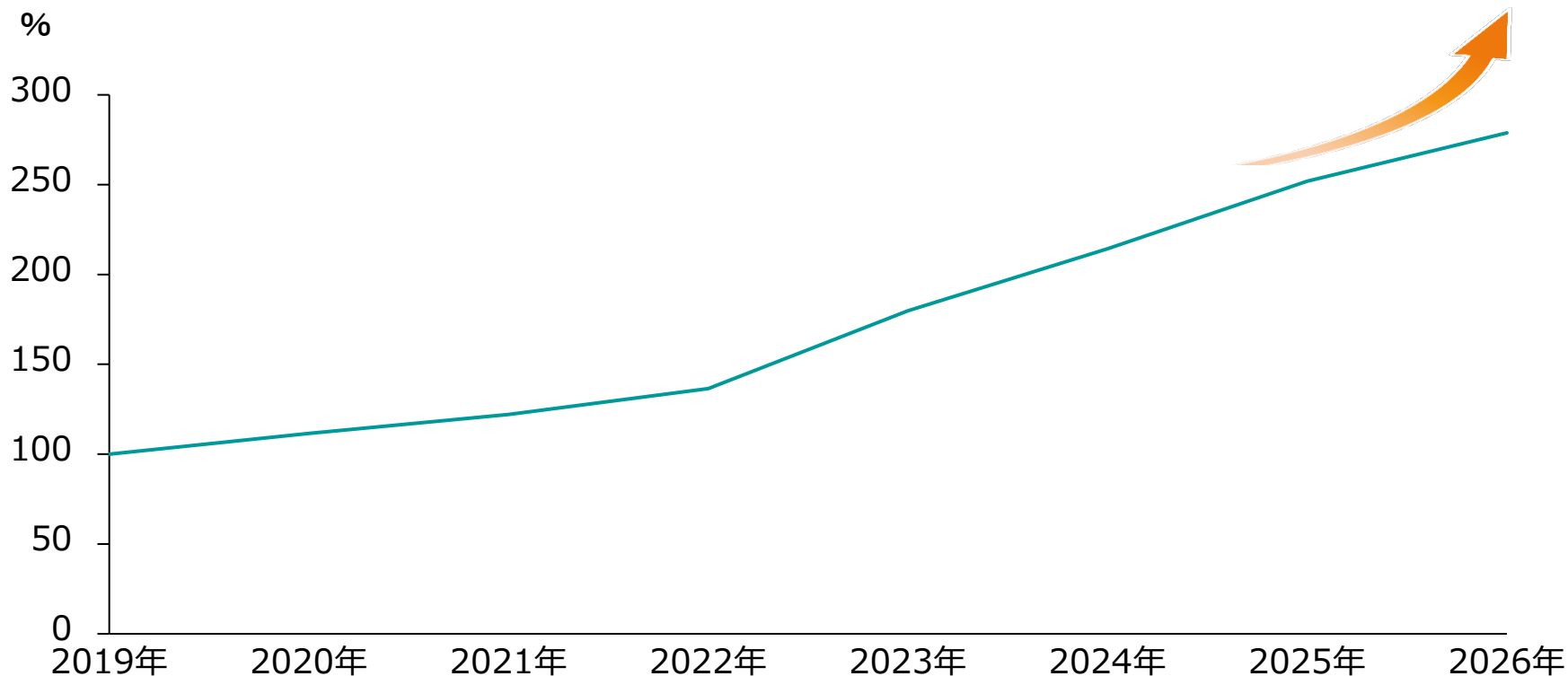
- 顧客タイプに合わせて、営業と生産の両方の組織が連携



3. 2030年ビジョンに向けた取り組み状況

- 開発力や商品力を更に高めるため、知的財産の蓄積にも注力

特許・実用新案・意匠・商標の登録数の合計の推移（2019年を100%）



資料構成

1. 2026年12月期第2四半期トピックス
2. 2026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（2024年からの四半期推移）

（百万円）

地域		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	2025年 第3四半期	2025年 第4四半期	2026年 第1四半期	2026年 第2四半期
日本	売上高	3,066	3,208	3,344	2,899	2,948	2,694	2,640	2,725	2,823	2,864
	粗利額	834	945	920	782	814	848	835	848	866	946
	営業利益	205	303	285	134	181	225	203	190	208	291
中国	売上高	555	665	594	623	606	626	675	583	676	806
	粗利額	149	178	141	176	167	147	159	138	165	172
	営業利益	▲4	6	▲12	28	16	5	6	▲18	6	▲13
欧米	売上高	40	49	85	64	51	48	73	97	55	58
	粗利額	11	12	22	12	15	15	21	31	22	23
	営業利益	▲4	▲3	2	▲5	▲4	0	6	14	7	6
その他 アジア	売上高	152	167	153	185	206	248	273	258	323	344
	粗利額	28	36	27	51	67	72	87	91	121	126
	営業利益	▲3	2	▲7	12	34	38	41	44	75	83
連結	売上高	3,750	4,042	4,110	3,722	3,748	3,558	3,598	3,586	3,787	3,952
	粗利額	1,026	1,169	1,112	1,020	1,065	1,086	1,103	1,107	1,174	1,269
	粗利率	27.4%	28.9%	27.1%	27.4%	28.4%	30.5%	30.7%	30.9%	31.0%	32.1%
	営業利益	197	305	270	172	230	270	257	233	295	368
	利益率	5.3%	7.5%	6.6%	4.6%	6.1%	7.6%	7.1%	6.5%	7.8%	9.3%

4. 参考資料

地域別グループ企業業績（2021年からの年間推移）

(百万円)

地域		2021年		2022年		2023年		2024年		2025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	12,005	+3.0%	11,390	▲5.1%	11,403	+0.1%	12,519	+9.8%	11,009	▲12.1%
	粗利額	3,942	+0.6%	3,341	▲15.2%	3,272	▲2.1%	3,482	+6.4%	3,347	▲3.9%
	営業利益	1,485	+3.9%	922	▲37.9%	827	▲10.3%	928	+12.2%	800	▲13.8%
中国	売上高	3,544	+12.5%	3,165	▲10.7%	2,434	▲23.1%	2,438	+0.2%	2,492	+2.2%
	粗利額	971	▲2.2%	651	▲33.0%	391	▲39.8%	645	+64.7%	612	▲5.1%
	営業利益	335	▲29.0%	▲59	—	▲274	—	18	—	9	▲48.0%
欧米	売上高	297	+61.2%	206	▲30.5%	231	+12.0%	241	+4.4%	270	+12.0%
	粗利額	62	+49.4%	60	▲2.1%	57	▲4.9%	58	+0.8%	83	+42.9%
	営業利益	3	—	7	+147.8%	▲7	—	▲12	—	15	—
その他 アジア	売上高	181	+64.7%	321	+77.6%	493	53.4%	659	+33.5%	986	+49.6%
	粗利額	2	—	55	+2,472%	93	66.9%	143	+53.9%	319	+123.4%
	営業利益	▲74	—	▲41	—	▲31	—	4	—	158	—
連結	売上高	15,776	+6.1%	14,885	▲5.6%	14,317	▲3.8%	15,626	+9.1%	14,491	▲7.3%
	粗利額	4,979	+1.4%	4,107	▲17.5%	3,818	▲7.1%	4,329	+13.4%	4,363	+0.8%
	営業利益	1,754	▲1.3%	836	▲52.4%	522	▲37.6%	945	+81.1%	991	+4.9%

4. 参考資料

区分別販売実績（2024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)

	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	2025年 第3四半期	2025年 第4四半期	2026年 第1四半期	2026年 第2四半期
化粧・美容	2,345	2,593	2,638	2,272	2,330	2,037	2,094	2,127	2,238	2,328
日用・雑貨	257	249	255	241	239	259	242	258	312	269
食品・ 健康食品	348	390	383	328	324	369	368	336	351	377
化学・医薬	239	186	257	235	205	257	250	226	209	287
卸、その他	559	622	576	645	649	633	642	637	675	688
合計	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558	3,598	3,586	3,787	3,952

区分別販売実績（2024年からの製商品の内訳ごとの四半期推移）

(百万円)

	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	2025年 第3四半期	2025年 第4四半期	2026年 第1四半期	2026年 第2四半期
スタンダード ボトル	2,687	3,091	3,063	2,791	2,775	2,853	2,907	2,855	3,112	3,284
ビスポーク	376	363	364	376	410	380	391	399	364	404
他社製品	632	543	653	529	526	298	260	306	285	267
材料その他	54	44	29	24	35	26	39	25	24	29
合計	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558	3,598	3,586	3,787	3,985

4. 参考資料

区分別販売実績（2021年からの販売先の主要事業内容ごとの年間推移）

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ング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。2025年は前年好調だった化粧・美容関係の大口受注、スポット案件が大幅減。中国はデフレ圧力が強く化粧品分野での競争が激しい。一方、インドは化粧品市場が活況で売上高が過去最高を更新

(百万円)

	2021年			2022年			2023年			2024年			2025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	8,904	% 56.4	% 9.3	8,938	% 60.0	% 0.4	8,415	% 58.8	% ▲5.8	9,850	% 63.0	% 17.1	8,590	% 59.3	% ▲12.8
日用・雑貨	930	5.9	▲8.7	845	5.7	▲9.1	986	6.9	16.6	1,002	6.4	1.7	1,001	6.9	▲0.2
食品・健康食品	1,470	9.3	9.1	1,335	9.0	▲9.2	1,389	9.7	4.0	1,450	9.3	4.4	1,398	9.7	▲3.6
化学・医薬	1,096	7.0	20.9	805	5.4	▲26.5	786	5.5	▲2.4	917	5.9	16.7	938	6.5	2.4
卸、その他	3,374	21.4	▲2.0	2,960	19.9	▲12.3	2,740	19.1	▲7.4	2,404	15.4	▲12.2	2,561	17.7	6.5
合計	15,776	100.0	6.1	14,885	100.0	▲5.6	14,317	100.0	▲3.8	15,626	100.0	9.1	14,491	100.0	▲7.3

4. 参考資料

受注実績（2024年からの四半期推移）

(百万円)

	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	2025年 第3四半期	2025年 第4四半期	2026年 第1四半期	2026年 第2四半期
国内	3,253	3,535	3,025	2,950	2,962	2,628	2,761	2,930	3,107	3,881
海外	896	781	794	887	795	1,030	881	988	1,214	1,153
(うち中国)	668	549	566	657	549	691	531	595	788	780
連結合計	4,155	4,310	3,819	3,837	3,757	3,658	3,642	3,919	4,322	5,035

受注実績（2021年からの年間推移）

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年は国内の大口受注案件、スポット案件により大幅増。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し受注増。2025年は国内は大口案件、リピート案件が大幅減少。一方、海外は中国で受注が減少したものの、インドが受注旺盛で海外全体の受注実績は10.0%増と伸長

(百万円)

	2021年		2022年		2023年		2024年		2025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	12,274	▲1.4%	11,841	▲3.5%	12,347	4.2%	12,764	3.4%	11,281	▲11.6%
海外	4,034	12.1%	3,398	▲15.7%	2,934	▲13.7%	3,359	14.5%	3,696	10.0%
(うち中国)	3,504	7.6%	2,871	▲18.1%	2,229	▲22.3%	2,401	7.7%	2,367	▲1.4%
連結合計	16,308	1.6%	15,240	▲6.5%	15,282	2.3%	16,123	5.5%	14,978	▲7.1%

4. 参考資料

為替レート (PL使用レート)

	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	2025年 第3四半期	2025年 第4四半期	2026年 第1四半期	2026年 第2四半期
円／元	20.63	21.07	20.99	21.04	20.94	20.44	20.50	20.81	22.67	23.07
円／米ドル	148.63	152.36	151.46	151.69	152.55	148.40	148.08	149.61	156.96	158.29
円／ユーロ	161.33	164.70	164.56	164.05	160.55	162.25	165.69	169.19	183.65	184.55
円／ルピー	1.80	1.84	1.83	1.82	1.77	1.73	1.72	1.73	1.73	1.71
円／バーツ	4.17	4.21	4.24	4.30	4.49	4.43	4.47	4.56	4.97	4.93

4. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

4,373型の保有金型のうち約9割は償却済み、収益の源泉であり財務効率に優れる。オランダの金型は日本へ移動

		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年2Q (金型数)
日本	完成金型数	97	93	65	116	51	115	48
	廃却・移動	▲99	▲16	▲30	▲53	▲26	▲28	-
	保有金型数	2,319	2,396	2,431	2,494	2,519	2,606	2,654
中国	完成金型数	84	89	32	37	45	67	59
	廃却・移動	▲159	▲8	▲19	▲15	▲8	-	-
	保有金型数	1,109	1,190	1,203	1,225	1,262	1,329	1,388
オランダ	完成金型数	4	-	-	-	-	-	-
	廃却・移動	-	▲23	-	-	-	-	-
	保有金型数	23	-	-	-	-	-	-
インド	完成金型数	48	45	31	35	42	26	8
	廃却・移動	-	-	-	23	13	15	-
	保有金型数	93	138	169	227	282	323	331
連結	完成金型数合計	233	227	128	188	142	204	115
	保有金型数	3,544	3,724	3,803	3,946	4,063	4,258	4,373
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年2Q (百万円)
連結取得金額		4,654	5,003	5,220	5,541	5,825	6,193	6,492
連結減価償却累計額		▲4,163	▲4,453	▲4,743	▲5,113	▲5,333	▲5,585	▲5,799
連結金型(純額)		490	550	477	540	491	607	692
純額割合		10.3%	11.0%	9.1%	9.8%	8.4%	9.8%	10.7%



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（2026年6月30日現在）
発行済株式数	12,529,200株（2026年6月30日現在）
単元株主数	14,525名（2026年6月30日現在）
グループ従業員数	771名（2026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



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