

「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3四半期決算説明資料

資料構成

1. 2025年12月期第3 四半期トピックス

2. 2025年12月期第3 四半期業績概要

3. 参考資料



1. 2025年12月期第3四半期トピックス

3Q業績総括 ①

【業績】

- 連結売上高は、109億4百万円 (前年同期比8.4%減)
- 連結営業利益は、7億57百万円 (前年同期比2.0%減)
- EBITDAは、14億80百万円 (前年同期比4.4%減)

【特徴】

- 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、新製品開発数の増加と営業活動の強化などにより売上高の挽回を図る
- インドは受注が好調で売上が大幅増加し黒字幅を拡大。連結利益の押し上げに寄与
- 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
- 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売上は27億22百万円(連結売上高の25.0%)

1. 2025年12月期第3四半期トピックス

3Q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82億84百万円(前年同期比13.9%減)と減収、計画比減。新規顧客・新規案件獲得増に向けて金型投資を拡大し、新製品開発数を増加中。営業活動の強化にも取り組むことで売上高の挽回を図る
- 販売価格の見直し効果の浸透と原材料価格が下落基調になったこと、歩留まり改善策の実行などにより原材料費負担が軽減することなどで粗利率は上昇
- 営業利益については、販売価格の見直し効果やコスト低減により粗利率が上昇するものの、売上高減少に伴う絶対額の減少により6億10百万円(前年同期比23.2%減)と減益に

1. 2025年12月期第3四半期トピックス

3Q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19億9百万円(前年同期比で5.2%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28百万円と増加

【インド】

- 売上高は6億30百万円（前年同期比52.5%増）と第3四半期累計の最高額を更新
- 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、取引顧客数も増加し受注増へ
- 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

資料構成

1. 2025年12月期第3 四半期トピックス

2. 2025年12月期第3 四半期業績概要

3. 参考資料



2. 2025年12月期第3四半期業績概要

2025年12月期第3四半期連結決算ハイライト

	2024年第3四半期 (1-9月期) ¥20.99/RMB ¥151.46/USD	2025年第3四半期 (1-9月期) ¥20.50/RMB ¥148.08/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 11,903	百万円 10,904	百万円 ▲998	▲8.4%	百万円 ▲1,185	▲9.8%
営業利益	773	757	▲15	▲2.0%	▲108	▲12.6%
売上高営業利益率	6.5%	6.9%	+0.4P	—	▲0.2P	—
経常利益	785	795	+9	+1.2%	▲88	▲10.1%
四半期純利益	507	583	+76	+15.1%	▲50	▲7.9%

減価償却費	774	723
原材料費	1,790	1,778
設備投資額	434	765
(うち 金型)	130	259
EBITDA	1,548	1,480
EBITDA比率	13.0%	13.6%

2. 2025年12月期第3四半期業績概要

地域別グループ企業業績

百万円

日本	2024年第3四半期	2025年第3四半期	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	9,619	8,284	▲1,335	▲13.9%	▲1,183	▲12.5%
営業利益	794	610	▲184	▲23.2%	▲178	▲22.6%
営業利益率	8.3%	7.4%	▲0.9P	—	▲1.0P	—

中国	2024年第3四半期 ¥20.99/RMB	2025年第3四半期 ¥20.50/RMB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,815 (86)	1,909 (93)	+93 (+6)	+5.2% (+7.7%)	▲58 (▲5)	▲3.0% (▲5.3%)
営業利益	▲10 (▲0)	+28 (1)	+38 (+1)	— (—)	▲9 (▲0)	▲25.1% (▲26.9%)
営業利益率	—	1.5%	—	—	—	—

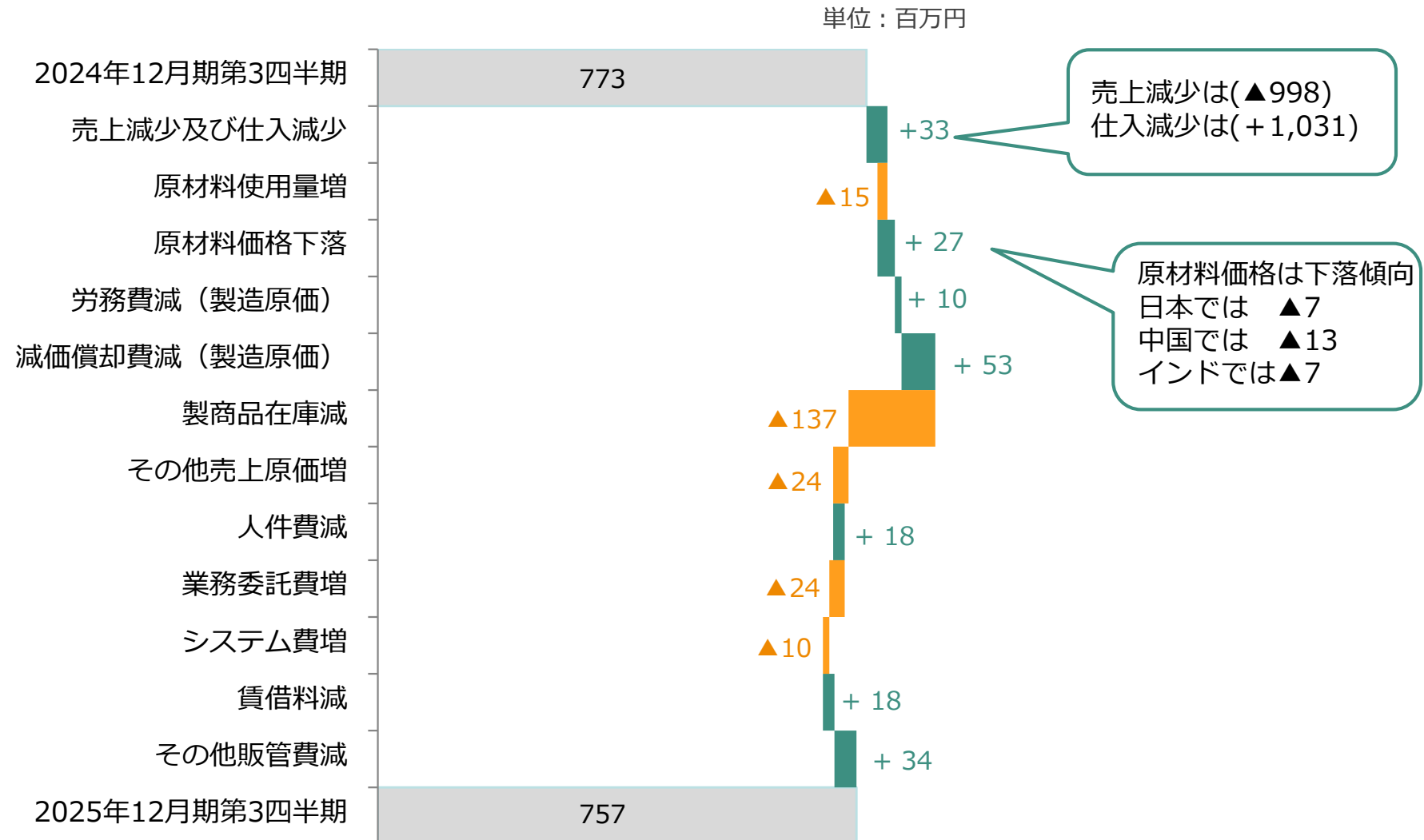
※（ ）内はRMBベース:百万円

その他地域	2024年第3四半期 ¥151.46/US\$ ¥164.56/€ ¥1.83/INR ¥4.24/TB	2025年第3四半期 ¥148.08/US\$ ¥165.69/€ ¥1.72/INR ¥4.47/TB	前年同期比		計画比	
			増減	増減率	増減	増減率
売上高	650	900	+250	+38.6%	+87	10.7%
営業利益	▲15	115	+130	—	+75	187.8%
営業利益率	—	12.8%	—	—	+7.9P	—

- ・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
- ・タイの売上高は前年同期比増で推移中

2. 2025年12月期第3四半期業績概要

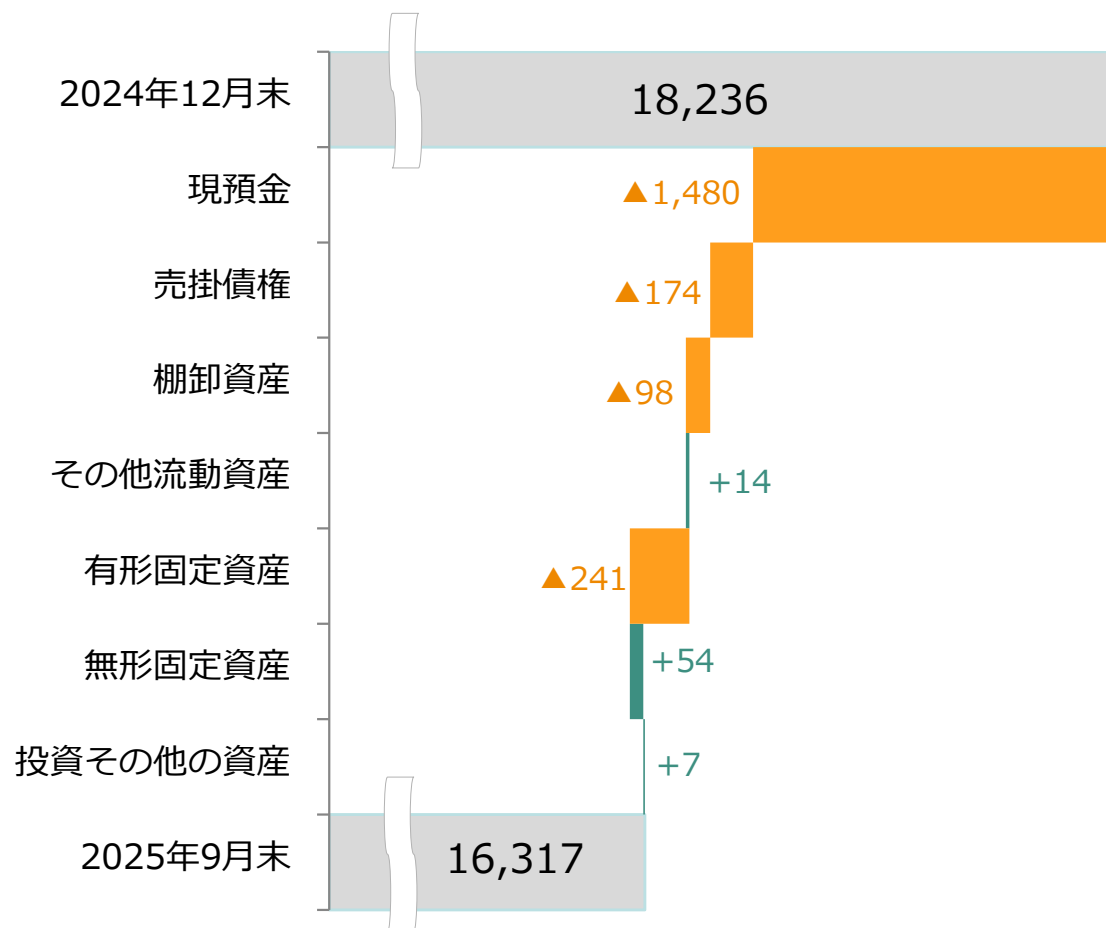
2025年12月期第3四半期 営業利益の変動分析



2. 2025年12月期第3四半期業績概要

2025年12月期第3四半期 連結貸借対照表 資産の部

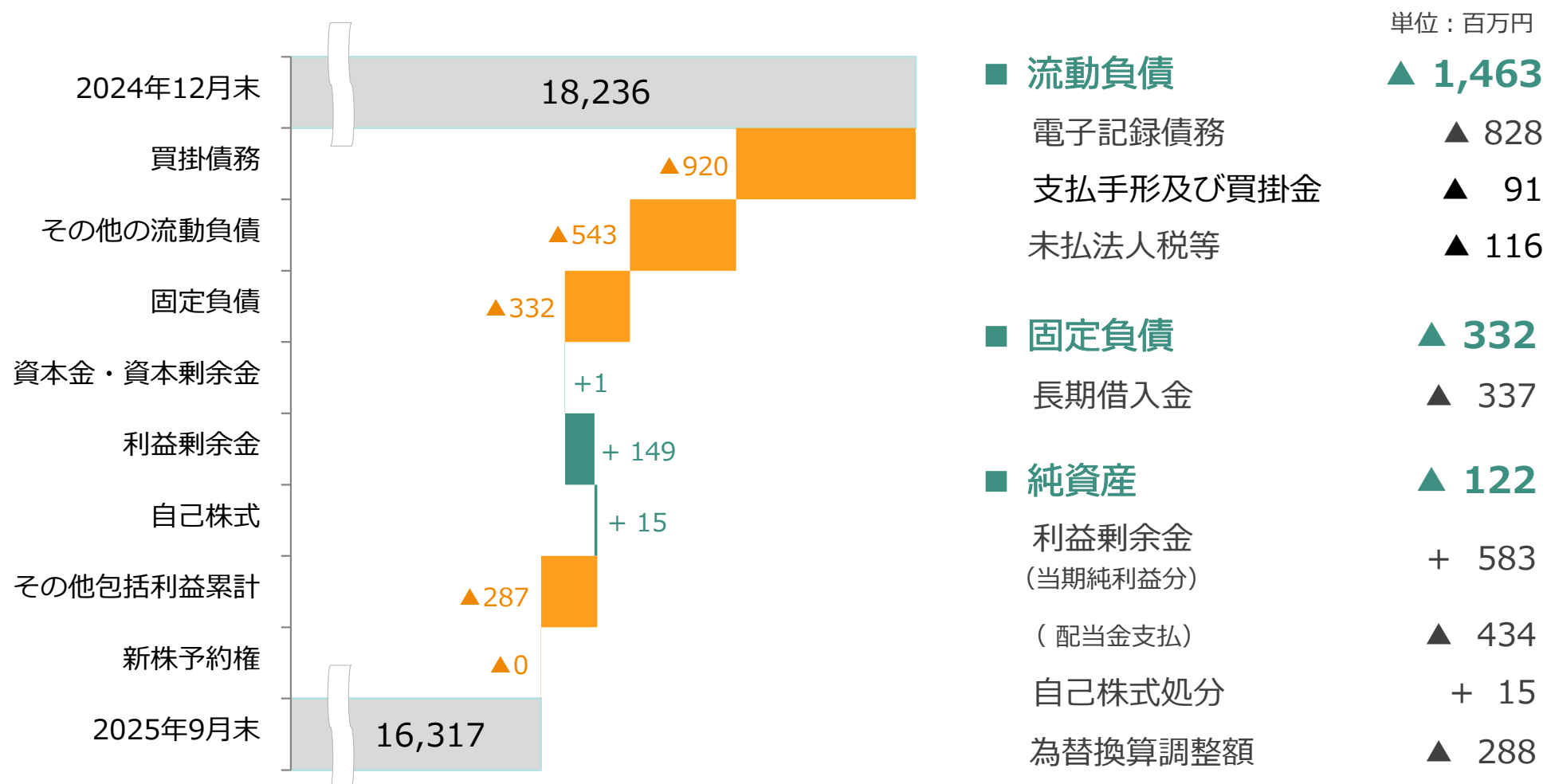
単位：百万円



■ 流動資産	▲ 1,739
現預金	▲ 1,480
売掛債権	▲ 174
棚卸資産	▲ 98
■ 固定資産	▲ 179
建物及び構築物	▲ 249
機械装置及び運搬具	▲ 126
金型	+ 57
建設仮勘定	+ 96

2. 2025年12月期第3四半期業績概要

2025年12月期第3四半期 連結貸借対照表 負債・純資産の部



資料構成

1. 2025年12月期第3四半期トピックス

2. 2025年12月期第3四半期業績概要

3. 参考資料



3. 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	2025年 第3四半期
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	2,640
	粗利額	756	822	834	859	834	945	920	782	814	848	835
	営業利益	154	191	231	250	205	303	285	134	181	225	203
中国	売上高	714	602	586	530	555	665	594	623	606	626	675
	粗利額	138	77	102	73	149	178	141	176	167	147	159
	営業利益	▲29	▲92	▲69	▲84	▲4	6	▲12	28	16	5	6
欧米	売上高	24	65	79	62	40	49	85	64	51	48	73
	粗利額	8	14	17	18	11	12	22	12	15	15	21
	営業利益	▲7	0	0	0	▲4	▲3	2	▲5	▲4	0	6
その他 アジア	売上高	114	130	133	115	152	167	153	185	206	248	273
	粗利額	25	28	22	16	28	36	27	51	67	72	87
	営業利益	2	▲2	▲13	▲18	▲3	2	▲7	12	34	38	41
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	3,598
	粗利額	929	943	975	968	1,026	1,169	1,112	1,020	1,065	1,086	1,103
	営業利益	122	98	151	159	197	305	270	172	230	270	257

3. 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%

3. 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	2025年 第3四半期
化粧・美容	1,998	2,192	2,090	2,133	2,345	2,593	2,638	2,272	2,330	2,037	2,094
日用・雑貨	263	255	237	229	257	249	255	241	239	259	242
食品・ 健康食品	337	388	341	320	348	390	383	328	324	369	368
化学・医薬	194	180	212	199	239	186	257	235	205	257	250
卸、その他	707	637	664	730	559	622	576	645	649	633	642
合計	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558	3,598

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	2025年 第3四半期
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	2,907
ビスポーク	333	304	329	337	376	363	364	376	410	380	391
他社製品	465	475	471	524	632	543	653	529	526	298	260
材料その他	25	26	29	27	54	44	29	24	35	26	39
合計	3,502	3,654	3,547	3,613	3,750	4,042	4,110	3,723	3,748	3,558	3,598

3. 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）

2019年は旺盛なインバウンド需要後、中国EC規制がきっかけとなり化粧品需要が減少。さらに容器不足に起因する先行調達の反動もあり売上高は大幅減少。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年は資源循環型パッケージングの伸びが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感染者数増加の影響もあり、化粧品需要が本格的に回復せず。中国では3月下旬からのロックダウンの影響や12月のゼロコロナ政策解除により新規感染者数が拡大し消費が低迷。2023年は国内売上は4Qの受注が増加が寄与し増収に。一方中国はゼロコロナ解除後も消費回復が鈍く在庫調整が長期化。2024年も中国国内での競争も激化が継続。一方、インドは化粧品向けを中心に需要が旺盛で売上高は順調に拡大中。

(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

3. 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	2025年 第3四半期
国内	2,909	3,026	3,005	3,405	3,253	3,535	3,025	2,950	2,962	2,628	2,761
海外	797	709	677	749	896	781	794	887	795	1,030	881
（うち中国）	640	525	492	571	668	549	566	657	549	691	531
連結合計	3,707	3,735	3,683	4,155	4,155	4,310	3,819	3,837	3,757	3,658	3,642

受注実績（2020年からの年間推移）

2019年はインバウンド需要による受注増加後、容器不足に起因する先行調達の反動と中国のEC規制の影響で受注は大きく低迷。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り。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、化粧品需要が本格的に回復するまでには至っていない状況。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。12月にはゼロコロナ政策撤廃も先行き懸念残り消費停滞、受注は大幅減。2023年は国内のインバウンド需要を背景に4Qの受注が増加。一方中国はゼロコロナ政策解除後も消費回復が鈍く在庫調整が長期化。2024年も中国国内での競争も激化し受注は低迷継続。一方、2024年からインドは需要が旺盛で受注増で推移

（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%

3. 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	2025年 第 3 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	20.50
円／米ドル	132.42	135.00	138.24	140.67	148.63	152.36	151.46	151.69	152.55	148.40	148.08
円／ユーロ	142.16	145.93	149.77	152.11	161.33	164.70	164.56	164.05	160.55	162.25	165.69
円／ルピー	1.62	1.65	1.69	1.71	1.80	1.84	1.83	1.82	1.77	1.73	1.72
円／バーツ	3.91	3.95	4.01	4.04	4.17	4.21	4.24	4.30	4.49	4.43	4.47

3. 参考資料

金型開発状況 金型の資産状況

4,217型の保有金型のうち9割は償却済み、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3Q (金型数)
日本	完成金型数	59	97	93	65	116	51	78
	廃却・移動	▲80	▲99	▲16	▲30	▲53	▲26	▲12
	保有金型数	2,321	2,319	2,396	2,431	2,494	2,519	2,585
中国	完成金型数	74	84	89	32	37	45	49
	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	1,311
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	32
	廃却・移動	-	-	-	-	23	9	7
	保有金型数	45	93	138	169	227	282	321
連結	完成金型数合計	179	233	227	128	188	142	159
	保有金型数	3,569	3,544	3,724	3,803	3,946	4,063	4,217
		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年3Q (百万円)
連結取得金額		4,827	4,654	5,003	5,220	5,541	5,825	5,971
連結減価償却累計額		▲4,175	▲4,163	▲4,453	▲4,743	▲5,113	▲5,333	▲5,422
連結金型(純額)		651	490	550	477	540	491	549
純額割合		13.5%	10.3%	11.0%	9.1%	9.8%	8.4%	9.2%



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9月30日現在）

発行済株式数 12,529,200株（2025年9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>



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