

一昨年は東日本大震災による自粛ムードにより、多くのイベントが中止となりました。そのためイベント関連商品を多数取り扱う当社にとっても大きな影響を受けました。しかし、昨年は自粛ムードも薄れ、お客様との取引量の増加が見られ、単体において増収増益となりました。特にイベント需要による小売部門や、農業資材やアパレル関連部門が伸びました。

では減益という結果になってしまいました。が、積極的な生産拡大に向けた体制が整備されました。これにより、当社の主力製品である紙袋の一層の拡販に努めたいと考えております。

「エイコパックの新工場では新しい製造設備の導入により、いくらかということが大きな課題となります。この目標を達成させるために、企画部の中に営業をサポートする部署を立ち上げました。これにより特注品の受注のサポート体制が確立されました。近年当社が

者の嗜好を知る上で、マーケティング的な側面の強い店舗です。また昨年11月に「渋谷PARCO APT内にも「WRAP PLE」ショップ」という店舗をオープンいたしました。

とで、新しい物販の在り方を考えます。そして、最後にこのような立地で当社の扱う包装用品がどれほど販売できるのかという点です。以上を調査するということから始めました。

農業資材、アパレル関連部門が好調

多角的な視点で事業展開を考える

しかしながら、昨年子会社であるエイコパックの新工場竣工に伴い建設等諸費用が掛かり、連結

付加価値を持たせた製品作りが可能になりました。そのため今年には本格生産に入る同工場の製品を、どのように販売して

取り組んでいる「east side okyo（イーストサイドオキョー）」をはじめとする新業態店は現状にはまだ満足しておりま

条件で採算性のある店舗運営ができるのかという点で、二つ目は女性の手作り、ものづくり志向に適合させるために、どのような方法を取り

今年には主力製品の紙袋のより一層の拡販を目指し、投資回収に注力することと、通販、海外での事業展開を考えています。



シモジマ 代表取締役社長

下島 和光氏

これらの店舗は当社にとって新しい試みであり、一般消費

は当社にとって新しい試みであり、一般消費

は当社にとって新しい試みであり、一般消費