



シモジマ
代表取締役社長
下島 和光氏

昨年は結果から申し上げますと一昨年と同様の結果となりました。年初では増収増益を達成できる雰囲気ではありましたが、月を重ねるごとに予想を超えるような逆風に見舞われた二年となりました。消費税増税による消費低迷、ポリ袋など主力商品関連の輸入品のコストアップ、急激な円安による三つの外的要因により想定していた結果を残せませんでした。

困難な状況が多い一年でしたが、今年は売り上げと利益の回復を必須課題として取り組みます。具体的には事業拡大と経営基盤の強化を掲げております。

事業の拡大については主に三つあります。まずはシェア拡大に向け、当社の中心事業である業務用の包装資材の拡販を目指します。今期も飲食店事業などの営業成績の伸長と販売先の強化や販売チャネルの拡大を目指します。当社も現在、注目されている「オムニチャネル化」を推進します。当社の持っている店舗販売と今後強化する通信販売をコラボさせ、有店舗通信販売チャ

ネルを追求します。現状、会社全体としてはまだ通販の売上規模は大きくありませんが、伸長率は高く毎年「桁」の売り上げを記録しています。さらなる業績アップには、デリバリー体制の見直しや物流の合理化を行う必要があり

ます。中期的な考えを申し上げますと、通販だけでも採算が望める体制を構築する方針です。三つ目は、当社が対象とするマーケットの拡大です。創業以来、当社は主に小売店、店舗など使用する包装資材を提供してきました。しかし、今後の市場動向を考えた際には、飽和状態になると予想されます。新しい市場として一般消費者市場への参入を考案しています。一般市場参入の足掛かりとして、昨年は新業態店を店舗出店しました。新業態店舗は当社としても期待を寄せている分野で

売り上げ・利益の回復 事業拡大と経営基盤の強化

経営基盤の強化面では、当社はグループ内でメーカー部門、卸売部門、小売部門として完結できるのサブプライチエー・マネジメントを行える環境が整っています。今年にはサブプライチエー・マネジメントを生かせる強みに焦点をあて、経営基盤の強化に励みます。

すので、今年は基礎となる「フォーマット作り」に注力します。また昨年、話題となりました訪日外国人向け製品の販路拡大や海外市場の開拓を視野に入れています。以前から海外進出には興味があり、模索してきていました。現在は台湾、上海に現地法人を持つておりますが、米国など新しい海外市場の進出も考えています。