

2026年3月期 通期 決算説明会

(2025年4月1日 ~ 2026年3月31日)

2026年3月期 通期 決算概要

1. 2026年3月期 通期 決算概要
2. 販売チャネル別 売上高 前年同期比較
3. 商品セグメント別 売上高 前年同期比較

【連結】

単位:百万円

科 目	2025年3月期・通期		2026年3月期・通期		
	金 額	前 期 比	金 額	増 減 額	前 期 比
売 上 高	60,680	+5.0%	64,829	4,149	+6.8%
売 上 総 利 益	19,436	+1.4%	21,105	1,669	+8.6%
売 上 総 利 益 率	32.0%	▲1.2%	32.6%	-	+0.6pt
販 売 管 理 費	16,449	+3.4%	17,648	1,199	+7.3%
営 業 利 益	2,986	▲8.5%	3,456	470	+15.7%
経 常 利 益	3,303	▲8.8%	3,869	566	+17.1%
親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 利 益	2,088	▲12.0%	2,738	650	+31.1%

2. 販売チャネル別 売上高 前年同期比較

【連結】

○営業販売部門

471億円

前期比 +43億98百万円 +10.3%
 売上構成比 72.7% +2.28pt

○店舗販売部門

115億92百万円

前期比 +1億57百万円 +1.4%
 売上構成比 17.9% ▼0.96pt

○通信販売(EC)部門

61億36百万円

前期比 ▼4億6百万円 ▼6.2%
 売上構成比 9.5% ▼1.32pt

<売上増減要因>

○営業販売部門

・カーボンニュートラルや循環型社会を意識した環境配慮型商品の需要が拡大

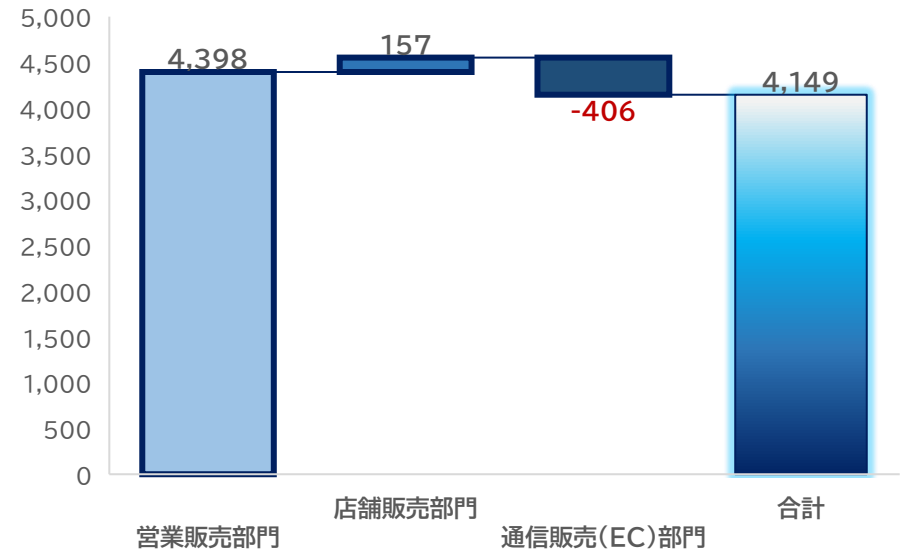
○店舗販売部門

・イベント及びインバウンドの需要が売上増加に寄与
 ・大阪・関西万博関連の需要

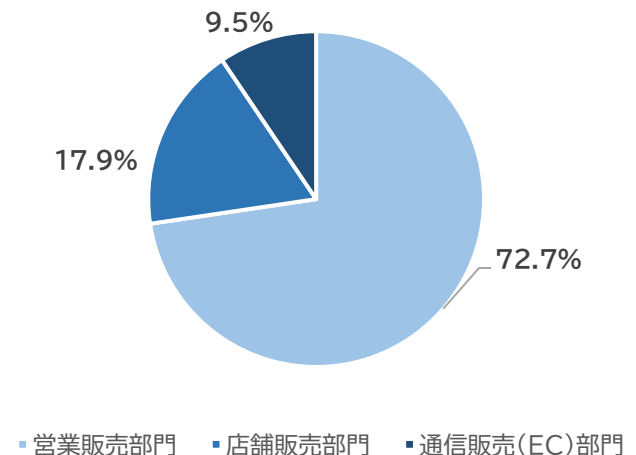
○通信販売(EC)部門

通販サイト(シモジマオンラインショップ)好調
 ・商品掲載数172万SKU ・登録会員数:101万IDまで増加
 ・株式会社グローバルブランド連結対象外影響により売上減少

販売チャネル別 売上増減 単位:百万円



販売チャネル別 売上構成比



3. 商品セグメント別 売上高 前年同期比較

【連結】

○紙製品事業

106億円34百万円

前期比 +6億37百万円 +6.4%
 売上構成比 16.4% ▼0.07pt

○化成品・包装資材事業

396億39百万円

前期比 +31億45百万円 +8.6%
 売上構成比 61.1% +1.00pt

○店舗用品事業

145億55百万円

前期比 +3億67百万円 +2.6%
 売上構成比 22.5% ▼0.93pt

<売上増減要因>

○紙製品事業

・脱プラの流れや食品用袋の需要が堅調

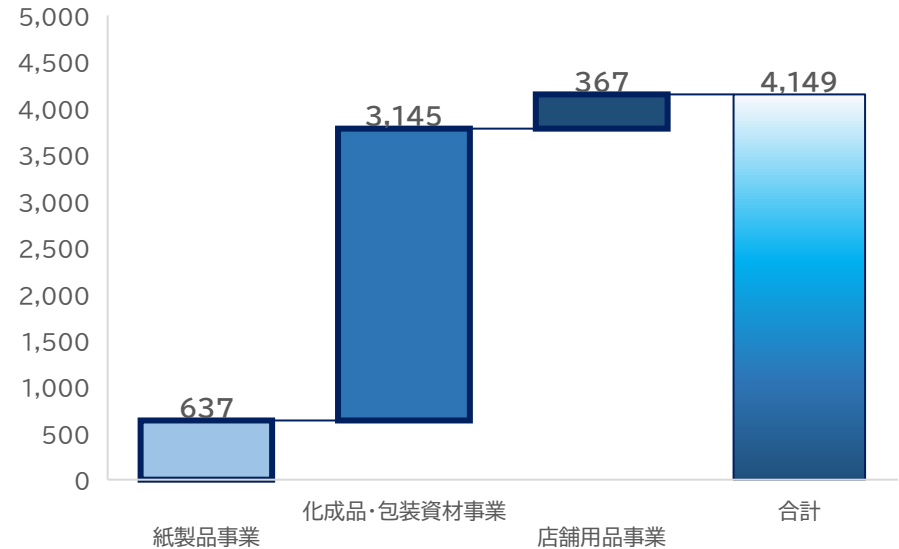
○化成品・包装資材事業

・特にコップや容器などの食品包装資材で、市場ニーズに適合した環境配慮型の新商品開発を推進

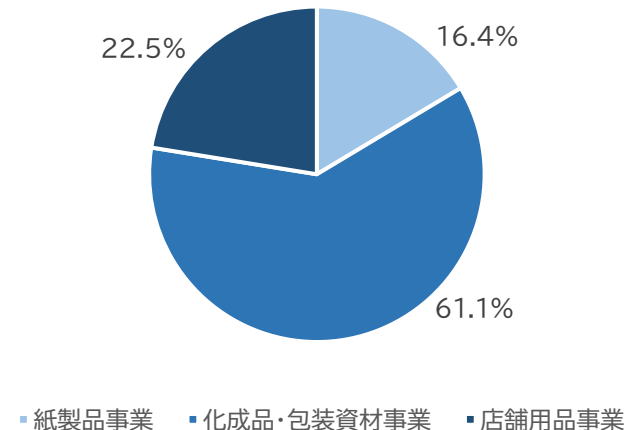
○店舗用品事業

ペーパータオルや手袋などの衛生用品を軸とした販売が大きく伸長

商品セグメント別 売上増減 単位:百万円



商品セグメント別 売上構成比



2026年3月期 通期 財務状況

1. 損益計算書
2. 営業利益の増減要因
3. 貸借対照表 ① ②
4. キャッシュ・フロー計算書
5. 第1次中期経営計画 成長投資結果
6. 配当実績と予想

1. 損益計算書

単位:百万円

【連結】

売上高:過去最高額

- ・環境配慮型商品の売上好調
- ・中東問題発生による一定数のお客様さまによる仮需も影響

売上総利益:増加

- ・仕入れ努力による原価抑制

販売管理費:増加

- ・物流費、ベースアップによる人件費増加

勘定科目	2025年 3月期 通期	2026年 3月期 通期	増減額	前期比
売上高	60,680	64,829	4,149	+6.8%
売上原価	41,243	43,723	2,479	+6.0%
売上総利益	19,436	21,105	1,669	+8.6%
物流費	4,601	5,114	512	+11.1%
人件費	6,956	7,608	651	+9.4%
管理費	4,890	4,926	35	+0.7%
販管費合計	16,449	17,648	1,199	+7.3%
営業利益	2,986	3,456	470	+15.7%
営業外収益	406	477	70	+17.3%
営業外費用	89	65	▲24	▲27.3%
経常利益	3,303	3,869	565	+17.1%
特別損益	▲275	▲1	273	+99.5%
税金等調整前当期純利益	3,028	3,867	838	+27.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,088	2,738	650	+31.1%

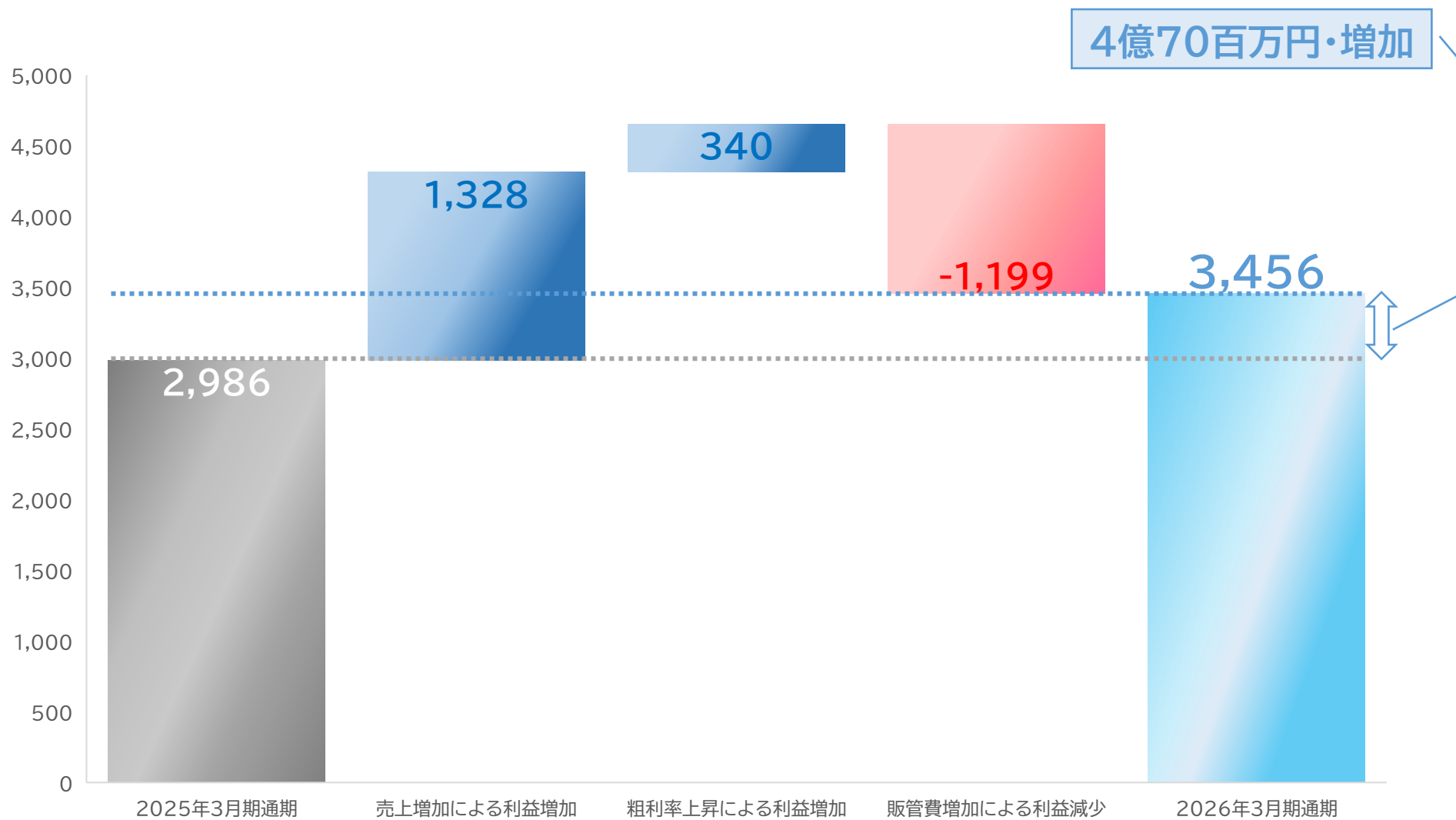
	24/3期	25/3期	26/3期
平均ベースアップ率	7.9%	5.0%	5.0%

- ・売上高に伴う粗利益の確保により各利益増加

2. 営業利益の増減要因

単位:百万円

【連結】



3. 貸借対照表 ①

抜粋

【連結】

<資産の部>

単位:百万円

現金及び預金:増加

好業績に伴う当期純利益の増加

無形固定資産:増加

システム投資によるソフトウェア増加

基幹システム・会計システム増強



成長投資

勘定科目	2025年 3月末	2026年 3月末	増減額
現金及び預金	8,086	9,268	1,181
受取手形及び売掛金	8,379	9,377	997
棚卸資産	6,243	5,983	▲259
建物・造作設備・機械設備 等	6,411	6,491	80
土地	7,760	7,760	-
無形固定資産	879	2,010	1,130
保険積立金	1,874	2,010	136
資産合計	41,843	45,305	3,461

3. 貸借対照表 ②

抜粋

単位:百万円

【連結】

<負債の部>

未払金:増加

基幹システム更新

勘定科目	2025年3月末	2026年3月末	増減額
支払手形及び買掛金	2,942	3,229	286
退職給付に係る負債	300	273	▲26
長期リース債務	286	238	▲47
土地再評価に係る繰延税金負債	285	285	-
その他	1,344	2,391	1,047
(内訳:未払金)	(847)	(1,689)	(842)
負債合計	6,665	8,357	1,691

<純資産の部>

利益剰余金:増加

前期比で利益増加

勘定科目	2025年3月末	2026年3月末	増減額
資本金	1,405	1,405	-
利益剰余金	38,564	40,040	1,476
その他有価証券評価差額金	274	293	18
土地再評価差額金	▲6,203	▲6,203	-
純資産合計	35,178	36,947	1,769
負債純資産合計	41,843	45,305	3,461

自己資本比率
81.4% ▼2.5pt

4. キャッシュ・フロー計算書

単位:百万円

【連結】

営業キャッシュ・フロー

仕入債務:増加

売上の増加に伴うもの

投資キャッシュ・フロー

固定資産の取得による支出:増加

システム投資によるソフトウェア増加

定期預金:減少

一時的な預金運用の為

財務キャッシュ・フロー

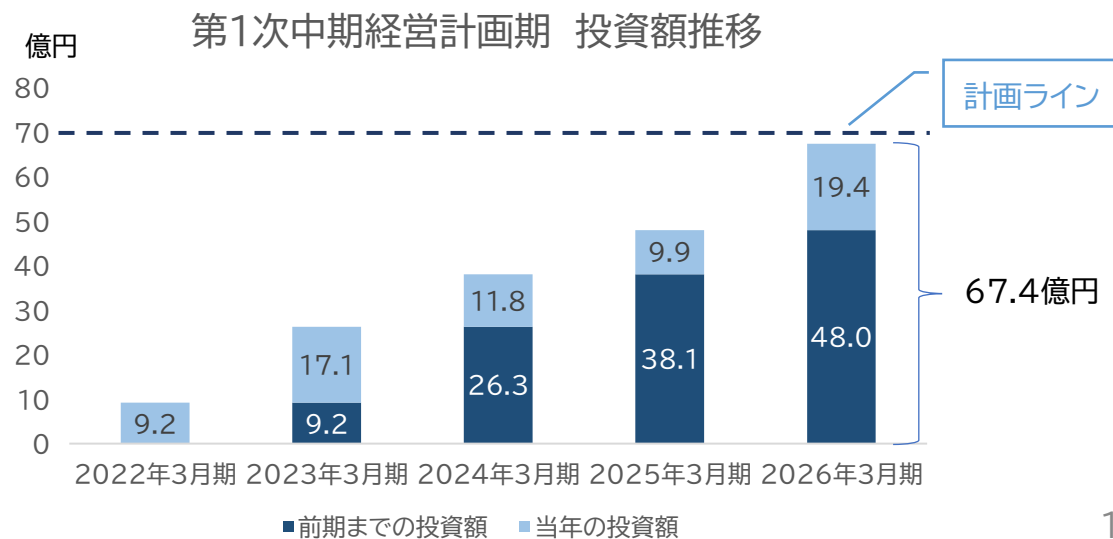
1株当たり配当金 支払額	6月	12月	合計
2025年3月期	40円	27円	67円
2026年3月期	27円	27円	54円

勘定科目	2025年3月期 通期	2026年3月期 通期
税金等調整前当期純利益	3,028	3,867
減価償却費	1,013	948
売上債権の増減額(▲は増加)	▲21	▲997
棚卸資産の増減額(▲は増加)	▲472	259
仕入債務の増減額(▲は減少)	▲1,383	286
法人税等の支払額	▲1,313	▲798
営業活動によるキャッシュ・フロー	923	3,849
定期預金の純増減額	2	▲972
固定資産の取得による支出	▲925	▲1,443
保険積立金の解約による収入	249	44
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲864	▲2,182
配当金の支払額	▲1,549	▲1,274
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,685	▲1,457
現金及び現金同等物の期首残高	9,651	8,024
現金及び現金同等物の期末残高	8,024	8,234

5. 第1次中期経営計画 成長投資結果

中期経営計画2022年3月期～2026年3月期 設備投資計画:総額 70 億円程度						
	(単位)	実績				
		2022年 3月期	2023年 3月期	2024年 3月期	2025年 3月期	2026年 3月期
投資額	億円	9.2	17.1	11.8	9.9	19.4
累計	億円	9.2	26.3	38.1	48.0	67.4
進捗率	%	13.1	37.6	54.5	66.3	96.3

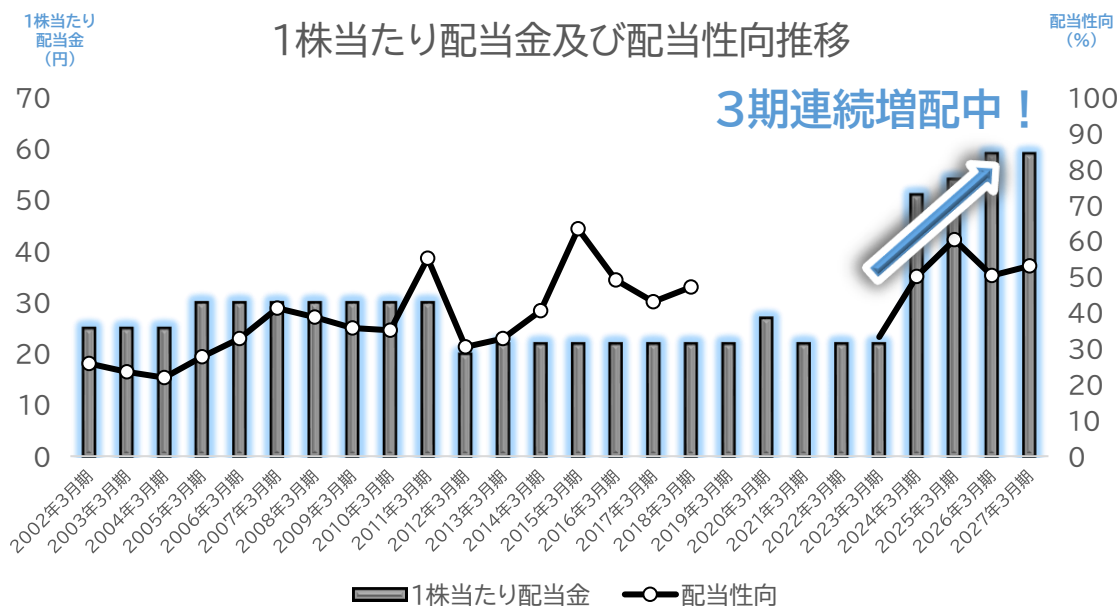
- IT投資 : 2026年3月期に前倒し
- 物流投資 : 2027年3月期に持ち越し



6. 配当実績と予想

	中間	期末	年間	配当性向	DOE
2024年3月期 (実績)	11円	40円	51円	50.1%	2.9%
2025年3月期 (実績)	27円	27円	54円	60.4%	3.1%
2026年3月期 (予想)	27円	32円	59円	50.4%	3.8%
2027年3月期 (予想)	29円	30円	59円	53.1%	-

連結株主資本配当率(DOE) = (年間配当総額 ÷ 連結株主資本) × 100



	1株当たり 配当金 (単位:円)	配当性向 (単位:%)		1株当たり 配当金 (単位:円)	配当性向 (単位:%)
02/3	25	25.8	15/3	22	63.4
03/3	25	23.5	16/3	22	49.1
04/3	25	21.9	17/3	22	43.1
05/3	30 ※1	27.7	18/3	22	47.2
06/3	30	32.8	19/3	22	100.3
07/3	30	41.3	20/3	27 ※2	189.3
08/3	30	38.8	21/3	22	-154.2
09/3	30	35.7	22/3	22	594.6
10/3	30	35.1	23/3	22	33.2
11/3	20	55.2	24/3	51	50.1
12/3	22	30.5	25/3	54	60.4
13/3	22	32.8	26/3 (予想)	59	50.4
14/3	22	40.6	27/3 (予想)	59	53.1

※1: 2005年3月期: 東証1部上場記念配当5円含む
 ※2: 2020年3月期: 創業100周年記念配当5円含む
 2019年～2022年3月期の配当性向は、グラフ内に入りきらないため折れ線グラフを非表示にしています。

第1次中期経営計画の振り返り (2022年3月期～2026年3月期)

1. 業績推移
2. 第1次中期経営計画の数値結果と社内評価
3. 第1次中期経営計画期間内の主な新たな取組み

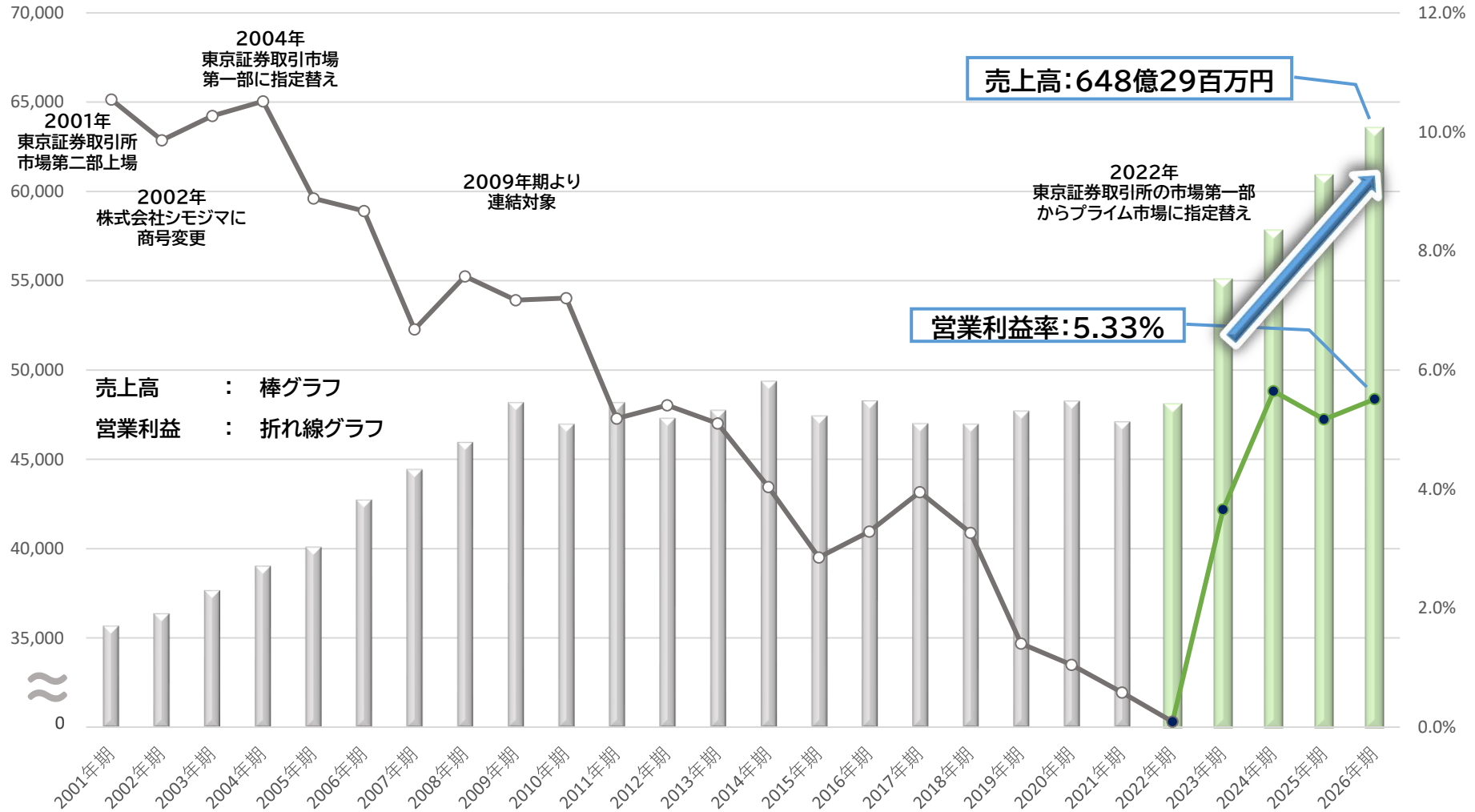
1. 業績推移

4期連続 過去最高売上高更新中！

売上高(百万円)

【連結】

営業利益率



売上高 : 棒グラフ
営業利益 : 折れ線グラフ

売上高: 648億29百万円

営業利益率: 5.33%

※売上高の軸を一部省略しています。

第1次中期経営計画

2. 第1次中期経営計画の数値結果と社内評価

【連結】

単位:百万円

計画項目	単位	発表前年	中期経営計画		結果	CAGR (年平均成長率)	社内評価	増減の主な要因
		21年3月期	発表時	修正後				
売上高	百万円	47,100	65,000	-	64,829	+6.6%	△	(株)グローバルブランドが連結対象除外となった
営業利益	百万円	275	1,950	3,575	3,456	+65.9%	△	売上増加・粗利率向上
営業利益率	%	0.58	3.0	5.5	5.3	-	△	生産性の向上
配当性向	%	30	30	50	50.4	-	○	安定的に増加した業績
100万×100万プロジェクト (商品点数SKU×会員数ID)	万SKU	18	100	-	172	57.1%	○	シモジマモールへの商品登録希望社数が想定以上に拡大
	万ID	43	100	-	101	18.6%		
ROA(総資産経常利益率)	%	1.4	5.0	8.5	8.9	-	◎	業績拡大により経常利益が大きく増加

※2030年3月期に当社オリジナル商品における環境配慮型商品の販売比率を20%にする目標は、25%に上方修正しました。

3. 第1次中期経営計画期間内の主な新たな取組み

No.	時期	カテゴリ	取組み	目的・効果など
1	2021年4月	組織	支社制の導入	シモジマ型オムニチャネル推進 → 業績向上
2	2021年11月	経営方針	第1次中期経営計画策定・発表	目標明確化・メッセージ発信
3	2021年12月	IR	機関及び個人投資家向け説明会開催	中期経営計画の進捗状況発表・企業認知度向上
4	2022年11月	サステナビリティ	サステナビリティ委員会設置	マテリアリティ(重要課題)の特定・各種方針策定
5	2023年7月	環境	環境問題をテーマとした小学生向け副教材無償配布開始 24年からは出張授業実施	未来を担う子供たちへの環境問題に関する啓もう活動
6	2023年8月	物流	東大阪配送センター稼働	西日本物流のさらなる品質向上
7	2023年11月	人的資本	「新卒初任給の引上げ及び人事制度改革」発表	優秀な人材確保・従業員エンゲージメント向上
8	2023年12月	環境	シモジマの森 植林活動開始	環境問題への具体的活動・従業員の環境問題への意識向上
9	2024年4月	資本政策	「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」発表	上場企業として市場に対する責任
10	2024年11月	経営方針	第1回統合報告書発行（パーパス制定）	会社方針(存在意義)の明確化・IR活動の一環
11	2025年1月	M&A	株式会社大倉産業グループ化	シナジー効果期待 → 業績の向上
12	2025年2月	環境	CDP(カーボン・ディスロージャー・プロジェクト)初回答	スコア“B”を取得（気候変動対策でマネジメントレベル評価）
13	2025年5月	資本政策	配当方針の変更・DOE採用	積極的な株主還元姿勢の明確化
14	2025年5月	物流	「固定資産の取得・新配送センター設置計画」発表	物流品質の全体最適化
15	2025年5月	DX	「DX認定事業者」に認定	事業推進型と生産性向上型 DX の企業戦略 などが評価
16	2025年10月	売上増	シモジマショールーム開設	浅草橋本店7階にショールームを開設→特注品の受注増を目指す
17	2025年10月	環境配慮型商品	グッドデザイン賞受賞	環境配慮型商品として、性能、上市スピード などが評価

2027年3月期 通期業績予想

業界動向 中東問題の影響

1. 2027年3月期 通期業績予想
2. 業界動向と当社の状況
3. 中東情勢悪化による影響
4. イスラエル・アメリカによるイラン攻撃後の当社株価推移 ～5月29日

【連結】

単位:百万円

科 目	2026年3月期 実 績	2027年3月期 予想		
	金 額	金 額	増 減 額	前 期 比
売 上 高	64,829	66,000	1,171	+1.8%
営 業 利 益	3,456	3,700	244	+7.0%
経 常 利 益	3,869	4,000	131	+3.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,738	2,600	▲138	▲5.1%

・前期において法人税負担が一時的に軽減された影響の反動により、親会社株主に帰属する当期純利益は減益となる見込みですが、営業利益および経常利益は本業の成長により増益を見込んでおります。

(注)業績予想につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績は、当該予想数値と異なる場合があります。

2. 業界動向と当社の状況

シモジマグループは包装用品を取扱う専門商社

○国内の経済環境、消費者の動向など

- ・地政学的リスク : 中東情勢の不安定状態の長期化による業績影響を危惧
- ・企業業績 : 収益改善傾向
- ・賃上げ効果 : 個人所得は拡大
- ・物価高 : 消費マインド冷込み

○同業他社や他業態との競合

- ・業界再編の潮流が加速
- ・環境配慮型商品の需要拡大 当社は優位性を堅持

※石油由来の商品だけでなく紙製、木製などの商品ラインナップを拡充し、中東問題に対応

○ビジネスリスク

- ・商品価格 ホルムズ海峡の封鎖が長引けば、価格転嫁は避けられない状況
- ・物流コスト 物流会社からの値上げ交渉増加 効率化を見越した物流投資
- ・人件費の高騰 当期の賃上げ率はおよそ5% 3期連続で大幅に改善



生産性向上施策（AI活用、受注・仕入れEDI、請求書、納品書、契約書などを電子化）

3. 中東情勢悪化による影響

○時系列

- 2/28 イスラエル・アメリカによるイラン攻撃開始
- 3/3 イラン ホルムズ海峡封鎖を宣言
- 3/22 トランプ氏、48時間以内ホルムズ海峡解除要求 → イラン反発
- 随時 当社、東南アジア各国のサプライヤーとWeb会議実施
- 3/23～ 当社、仕入れ担当者 中国・東南アジアに状況の調査・商談 継続的に仕入責任者のサプライヤーへの出張
- 4/21～ 当社、一部商品価格改定実施 その後 随時

○値上げ対象商品

- ・ストレッチフィルム ・ニトリルグローブ(衛生用品) ・PP袋 ・ボードンパック ・家庭用,業務用ラップ ・粘着テープ類 (ポリ製品全般) など

○基本的考え方及び方針

- ・中東情勢悪化に伴う業績への影響は避けられないと想定
- ・商品供給を最優先と考え、通常仕入れ価格以上でも供給責任を果たし、市場の混乱の緩和に努める
- ・出荷制限による調整で、お客さまの不公平感を軽減
- ・企業努力で賄えない部分は価格転嫁を実施 (既に一部商品では、実施済みです)

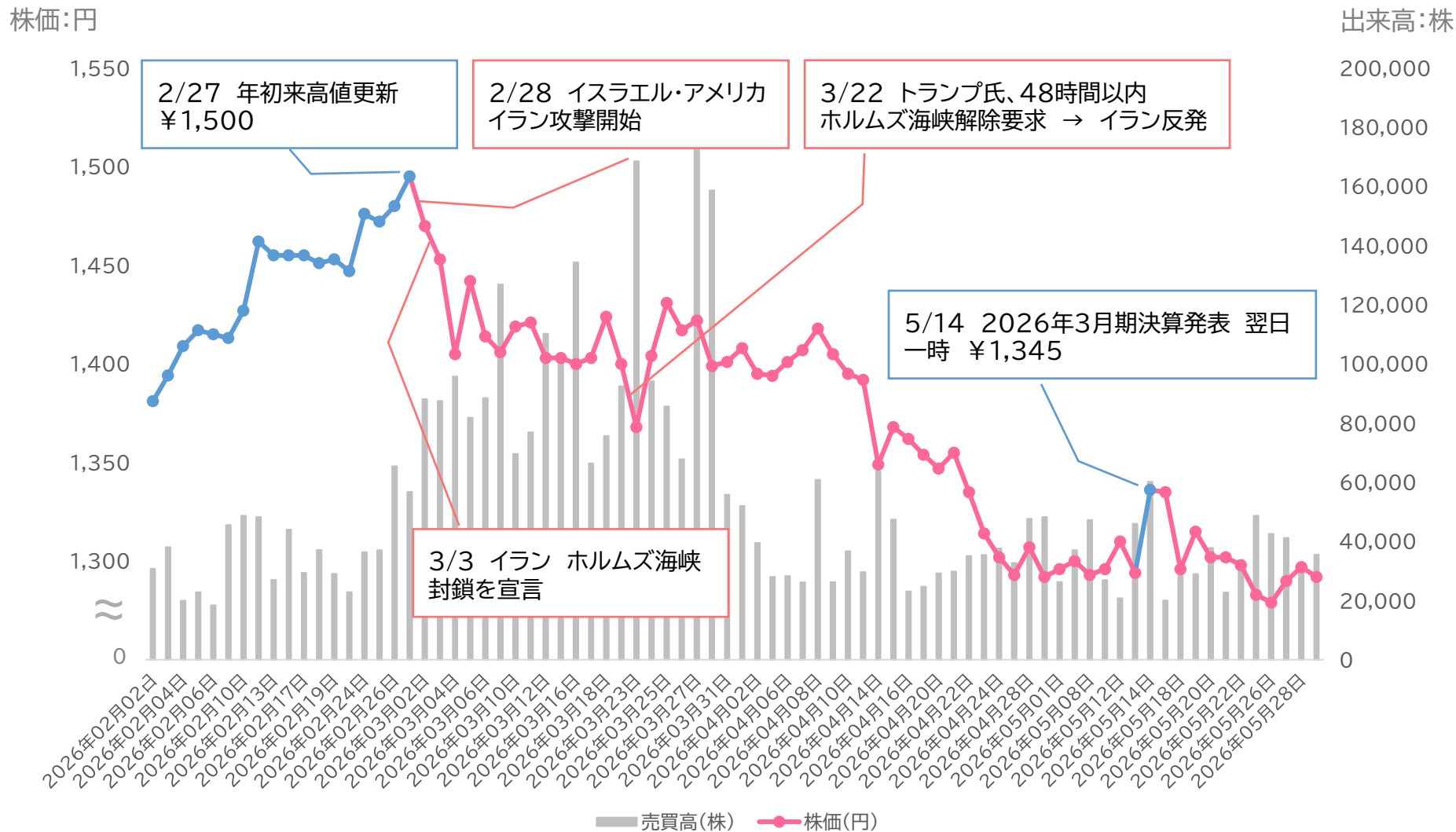
○今後の見通し

- ・戦闘終結の時期により、商品供給及び業績への影響度合いに変化が生じると見込む

当社の考えるシナリオ

i)	戦闘終結の協議に早期合意をはたし、その後の紛争がない場合	:	正常化には数か月から半年程度
ii)	戦闘終結の協議に早期合意をするが、紛争の火種が残る場合	:	正常化の見通し立たず 2次値上げの可能性高まる
iii)	戦闘終結の協議が早期に合意せず	:	商品供給量不足の可能性高まる

4. イスラエル・アメリカによるイラン攻撃後の当社株価推移 ~5月29日



2/27に当社株は一時、年初来高値の1,500円 しかし、イスラエル・アメリカによるイラン攻撃以降急低下
 3月末終値:1,401円 4月末終値:1,292円 5月末終値:1,292円 (年初来高値からの下落率:13.8%)

第2次中期経営計画 Dream Action 2030 概要

(2027年3月期～2030年3月期)

1. 業績目標と位置づけ
2. マテリアリティ(重要課題)の改訂 戦略及びKPI
3. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について
4. キャッシュアロケーション (2027年3月期～2030年3月期)
5. 監査等委員会設置会社への移行
6. 販売力強化戦略
7. 商品力強化戦略

1. 業績目標と位置づけ

第2次中期経営計画は長期ビジョン達成のためのマイルストーン

中期経営計画の位置づけ 及び タイトル「Dream Action 2030」

中期経営計画の具体的な施策を着実に実行し、「夢を包み、心を結ぶ。」としたパーパスのもと、長期ビジョンである“パッケージ×サービス”でお客さまに元気を届けるトータルパートナーを目指してまいります。タイトルを「Dream Action 2030」と名付け、当社グループで働く全従業員が“夢”を持ち、また従業員以外のステークホルダーの皆さまには、“夢”を感じていただけるようなAction planを立てることを目指し作成しました。



【連結】

	第1次中期経営計画 (2026年3月期実績)	第2次中期経営計画 (2030年3月期)	長期ビジョン
売上高	648億29百万円	800億円 CAGR:5.4%	1,500億円 (M&A視野)
営業利益 (率)	34億56百万円 (5.3%)	52億円 (6.5%)	150億円以上 (10%以上)
ROE	7.6%	8.0%	10%以上

2. マテリアリティ(重要課題)の改訂 戦略及びKPI

マテリアリティ(重要課題) 社会的課題や社会からの要請	戦略	KPI 2030年3月期
1.顧客満足・顧客体験の向上 人口減少や高齢化、情報社会の進展により顧客の期待水準が高度化している現在、全てのステークホルダーの皆さまから信頼され、選ばれる企業であることが求められています。	i) シモジマ型オムニチャネルの拡大 ・営業販売 ・店舗販売 ・通信販売(EC)	KPI 2030年3月期 59,700百万円 連結売上高 13,000百万円 7,300百万円 連結売上高合計 80,000百万円 ・掲載商品点数: 300万SKU ・登録会員数: 130万ID ・顧客満足度調査の実施
2.責任ある調達活動の推進 サプライチェーンを強化することで、安心・安全な商品をお客さまにご提供することが求められています。	i) 生産拠点の分散化による安定供給体制の強化とコスト最適化の実現 ii) 中長期価値創出を目指したサステナビリティ調査の実施と対話 iii) 最適な物流網の構築	・自社商品手配サプライヤーに対するサステナビリティ調査実施比率: 100% (各社実施回数: 1回/年) ・在庫回転日数: 45日 ・欠品率: 1.4%
3.カーボンニュートラルへの移行 地球温暖化による気候変動が加速しており、リスクの抑制と対応が課題となっています。	i) GHG排出量の削減 ii) 再生エネルギー活用 iii) 森林保全活動の強化 iv) 環境配慮型商品の開発と普及 v) 循環型商品開発の仕組み作り vi) 地域・社会と連携した環境問題対策	・GHG排出量 (Scope1+2) 【連結】削減 2023年3月期比: 50% ・CDPスコア“B”以上維持 ・植林面積: 3.2ha ・植林本数: 6,500本 ・当社オリジナル商品における環境配慮型商品の販売比率拡大: 25% (2022年発表の20%から上方修正) ・地方創生プロジェクト投資: 10百万円以上/年
4.循環型社会の実現 有限な天然資源枯渇のリスクを回避し、資源の循環利用促進が課題となっています。		
5.生き活きとした企業風土の醸成 従業員エンゲージメントを向上させることで人的資本を最大限に活用し、ステークホルダーの皆さまとの信頼関係を強化することが求められています。また多様性のある企業であることが要請されています。	i) 従業員エンゲージメントの向上 ii) ダイバーシティ&インクルージョンの推進 iii) 生産性の向上	・エンゲージメントサーベイ: 2024年度比+10pt ・エンゲージメントアンケート回答率: 90% ・人事制度改革、報酬制度改革 ・女性管理職比率: 10%以上 ・男性育休取得率: 60%以上 ・男女間賃金格差: 75%以上 ・社内専用AI活用率: 100% ・受注EDI比率 : 90% ・電子契約書比率: 60% ・電子請求書比率: 90% ・仕入EDI比率 : 70% ・電子納品書比率: 50% ・定型業務削減率: 30%
6. 迅速で透明性・公平性の高い財務・非財務情報の開示 企業価値向上に資する、財務・非財務を含めた透明性と公平性を有した開示を迅速に行うことが求められています。	i) IR/PR活動の充実 ii) 機関投資家との積極的な面談 iii) 財務健全化と投資戦略	・IR説明会開催: 4回以上/年 ・統合報告書発行: 1回/年 ・2027年~2030年3月期 総投資額: 305億円 ・ROIC: 6.5%~7.2% ・D/Eレシオ: 50% ・TSR: 毎季112%以上 ・PBR: 1.0倍以上

3. 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について

経営意識のアップデート

実績：2026年3月末		PBR目標：早期実現・遅くとも2030年3月期までに	
企業価値	BPS(1株当たり純資産) : 1,576円	ROE(自己資本利益率)	: 8.0%以上
市場価値	PBR(株価純資産倍率) : 0.89倍	PER(株価収益率)	: 12.5倍以上
現状:市場からの評価が不足		PBR(株価純資産倍率)	: 1.0倍以上

改善施策

- 1.オリジナル商品の販売比率拡大 = **粗利率の改善** (特に環境配慮型商品)
- 2.不採算事業の撤退・閉鎖などで、適正な販売チャネル整備 = **生産性向上による販売管理費抑制** (事業ポートフォリオの精査)
- 3.成長投資 = **リターン回収による業績の向上** (マーケティング投資・イノベーション投資・サステナビリティ投資など)
- 4.IR活動強化 = **認知度の拡大による企業価値向上** (会社説明会、積極的な1on1ミーティング実施)
- 5.積極的な株主還元と安定配当姿勢明確化 = **安定的な成長を支える株主層の形成** (配当方針の変更 2025年5月発表)

当社の資本政策方針

当社は、持続的な企業価値向上に向けて、株主および債権者から求められる資本コスト(WACC)を上回る収益性の確保を重要な経営課題と認識しています。

2026年3月期においては、ROE7.6%、PER11.96倍であり、PBRは1倍を下回る状況となっております。これは当社の収益力や成長性に対する市場からの評価が十分でないことの表れであると受け止めています。

こうした課題認識のもと、当社は「稼ぐ力」と「成長期待」の両面から企業価値の向上に取り組んでいます。

当社は、物流投資をはじめとする戦略投資により収益基盤を強化するとともに、資本効率の向上と株主還元の充実を通じて、資本コストを上回る収益性を実現し、市場から適正な評価を得られる企業を目指してまいります。

4. キャッシュアロケーション (2027年3月期~2030年3月期)

CASH IN

資金調達 約200億円	<ul style="list-style-type: none"> ・最適な資本構成の追求 ・資本コストを意識した負債活用 ・D/Eレシオ:50%
営業CF 約155億円	<ul style="list-style-type: none"> ・キャッシュ創出力の強化 ・2030年3月期 目標営業利益:52億円

運転資金等

CASH OUT

成長投資 約305億円~	・収益性を意識した投資 マーケティング投資 : 25億円 <small>・オムニチャネル ・営業販売 ・店舗販売 ・通信販売(EC) 戦略</small>
	イノベーション投資 : 250億円 <small>・DX ・商品 ・物流 戦略</small>
	サステナビリティ投資 : 20億円 <small>・人的資本 ・IR ・環境 戦略</small>
	その他の投資 : 10億円 <small>・セキュリティ対策 など</small>
	<hr/> 総額 305億円
+	
M&A: 枠外で検討 →ROIC : 6.5~7.2%	
株主還元 約50億円	<ul style="list-style-type: none"> ・配当金:50億円 (配当性向50%またはDOE3%以上) ・TSR:112%以上

運転資金等

5. 監査等委員会設置会社への移行

全てのステークホルダーの皆さまからの信頼に応える

監査等委員会設置会社へ移行

(2026年6月25日開催予定の第65回株主総会のご承認後)

監査等委員設置会社の特徴

① 監督機能の強化

- ・監査等委員会の過半数は社外取締役が占める
- ・各監査等委員は取締役会の議決権を保有
- ・監査等委員会は取締役の選解任等や報酬について意見を述べる権限を保有

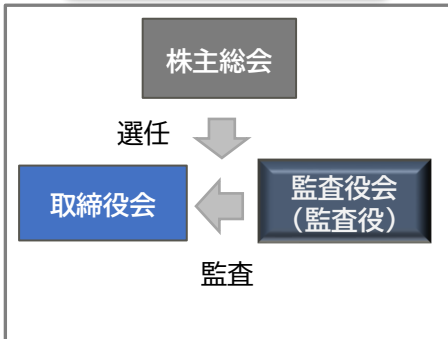
経営の透明性の向上

② 重要な業務執行決定の委任

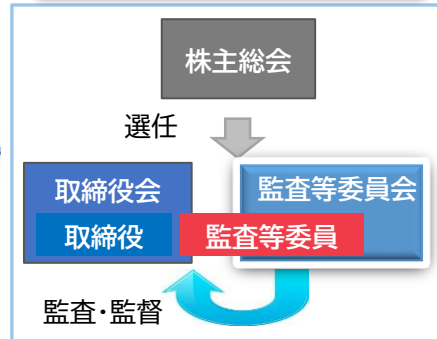
- ・取締役会は、定款の定めにより、重要な業務執行の決定を取締役に委任

意思決定の迅速化

監査役会設置会社



監査等委員会設置会社



① 取締役会の監督機能の強化

② 意思決定の迅速化

経営の透明性の向上、迅速・果敢な意思決定を行う体制の整備を図る

移行の目的

1. 経営の透明性の向上
2. 意思決定の迅速化

全てのステークホルダーの皆さまからの信頼に応える

6.販売力強化戦略

【連結】

マーケットサイズと販売エリアの拡大

	単位:百万円	2026年3月期 実績	2030年3月期 目標	CAGR
売上高	営業販売	47,100	59,700	6.11%
	店舗販売	11,592	13,000	2.91%
	通信販売(EC)	6,136	7,300	4.44%

営業販売

1. 重点業界への販売強化
(2026年3月期時点の当社が定める8つの重点業界)

- 飲食業
- 食品加工・水産業
- 花材・冠婚葬祭業
- 医療・介護業
- 製菓・製パン業
- 農業・青果加工業
- ホテル・観光業
- 梱包・工業資材業

- ① 各業界に特化した環境配慮型商品を始めとした商品開発を推進
- ② それぞれの業界情報を全国の営業拠点・店舗で共有し販売活動に活用

2. 大手ユーザーさまとの取組み強化

: 特注品受注の仕組み構築

3. 営業エリアの拡大

: 新規の営業所設置を検討 まず2026年4月に宇都宮営業所開設

店舗販売

1. LTV向上施策の推進

- ① リテンションマーケティングによるLTV向上
- ② CRM活用による店舗外商活動活性化

2. ローコストオペレーションの実施

- ① エリア店長制導
- ② 店舗スタッフ数適正化
- ③ スタッフ教育強化

3. FC(フランチャイズ)のパッケージプラザ・特約店づくり

: 当社商品を購入できる“場“の拡充

通信販売(EC)

1. 大規模サイトの確立

: 商品登録数、会員数のさらなる拡大

2. 越境ECへの挑戦

- ① シモジマオンラインショップでの世界各国からの受注体制構築
- ② 世界各国のECモールへの出店

7.商品力強化戦略

HEIKOブランドを国内外に行き渡らせる不断の努力

【連結】

新商品開発施策

1. 環境配慮型商品の開発を促進

PFASフリー商品など、世界(特に欧州の動向を注視)の潮流を掴み、素材開発に取り組めます。

※PFASフリー商品:耐油袋、食品向けの包装用品などで商品化しています。注目度の高い商品です。

2. 低価格帯商品のラインナップ拡充

汎用タイプ商品の軽量化、パッケージの簡素化など、物価高時代に対応します。

3. 高機能・高付加価値商品の開発

① 物流・ECに対応できる機能を有する衝撃吸収性を強化した商品や食品ロス削減機能として、高バリア性能を持たせた商品開発のほか、幅広い温度帯に対応可能な商品などを開発します。

② 高齢化が進む社会環境に対応するためユニバーサルデザインの考え方に基づき、人に優しい機能と分かりやすい表示を重視した商品開発を推進します。

4. PB(プライベートブランド)化促進

多数の仕入先さまとの連携においてPB(プライベートブランド)化商品の開発を促進し、お客さまに受け入れられやすい価格帯の商品開発を行います。

	単位:百万円	2026年3月期 実績	2030年3月期 目標	CAGR
売上高	紙製品事業	10,634	11,800	2.64%
	化成品・ 包装資材事業	39,670	52,200	7.10%
	店舗用品事業	14,555	16,000	2.39%

海外サプライヤーとの連携強化

1. 既存サプライヤーとの関係強化

サステナビリティの観点からも既存サプライヤーとの連携を深め、安心して、安定的な取引を継続し、Win-Winの関係性を構築してまいります。

2. 海外調達先の拡大

アジア以外の各国にも視野を広げ、調達先の検討を進めていく方針です。2030年までに現地駐在員の配置も検討しています。生産拠点の分散化や複数の仕入先さまを開拓することで、より安定した供給網を構築します。



会社紹介

1. 会社概要
2. 沿革
3. トピックス 2026年3月期下半期（2025年10月～2026年3月）

1.会社概要

会社名 株式会社シモジマ SHIMOJIMA.,Ltd.

創業 大正9年（西暦1920年）

設立 昭和37年（西暦1962年4月26日）

資本金 1,405百万円

決算期 毎年3月末日

本社 東京都台東区浅草橋5-29-8

代表者 代表取締役社長 笠井義彦

従業員数 連結:867名 単体:655名
 ※従業員数は就業人員であり、臨時雇用者は含んでおりません。

卸売り販売

<紙製品事業>
 紙袋・包装紙・紙器

事業内容 <化成品・包装資材事業>
 ポリ袋・粘着テープ・食品包材・紐・リボン

<店舗用品事業>
 POP用品・文具事務用品・店舗雑貨

※2026年3月31日現在の情報です



昭和40年代発売の紙袋



現代の環境に配慮した食品包装資材

年月	事項
1920年1月	包装材料卸問屋下島商店創業
1943年8月	㈱下島商店発足
1943年9月	下島荷具工業㈱に商号変更
1962年4月	下島荷具工業㈱は不動産の管理を目的として、資本金300万円で下島不動産㈱(現当社)を設立
1964年7月	下島荷具工業㈱は製造部門と商事部門の利益管理を明確にするため、資本金1,800万円で㈱シモジマを設立し、同社の商事部門を㈱シモジマに移管
1967年7月	㈱シモジマは取引関係強化を目的として㈲彩光社に資本参加
1972年3月	㈱シモジマは外商得意先への商品全国配送網確立を目的として、埼玉県浦和市(現さいたま市)に東部配送センターを設置
1977年12月	㈱シモジマは関西地区各店及び得意先への配送体制充実を目的として、東大阪市に西部配送センターを設置
1979年3月	下島不動産㈱は下島産業㈱に商号変更
1981年4月	下島荷具工業㈱が下島商事㈱に商号変更
1981年7月	下島商事㈱が下島興業㈱に商号変更 ㈱シモジマは店舗販売と外商それぞれの利益管理を明確にするため、資本金3,000万円でシモジマ商事㈱を設立し、同社の外売部門・本社管理部門をシモジマ商事㈱に移管
1989年9月	シモジマ商事㈱は将来の配送業務拡大に対応するため、栃木県安蘇郡田沼町(現佐野市)に田沼倉庫を設置、同時に物流子会社ハイコーハンドリング㈱(現シモジマロジスティクス㈱)を設立
1991年4月	下島産業㈱をシモジマ商事㈱に、シモジマ商事㈱をシモジマ㈱にそれぞれ商号変更 シモジマ商事㈱(存続会社)がシモジマ㈱と㈱シモジマとを合併、資本金1億725万円となる

年月	事項
1994年11月	シモジマ商事㈱が下島興業㈱を吸収合併
1995年12月	日本証券業協会に株式を店頭登録 資本金14億507万円
2000年6月	子会社、商い支援㈱を設立
2001年2月	東京証券取引所市場第二部上場
2002年7月	㈱シモジマに商号変更
2004年9月	東京証券取引所市場第一部に指定替え
2006年3月	子会社、下島(上海)商貿有限公司を設立
2010年4月	発行済株式の取得により㈱リード商事を子会社化
2011年8月	新基幹システム「フェニックス」本稼働開始
2014年4月	執行役員制度導入、同年6月より施行
2014年8月	西日本地区の物流効率化を図るため、大阪南港物流センターを開設
2017年8月	子会社、㈱エスパックを設立
2017年9月	㈱エスパック、発行済株式の取得により㈱我満商店を子会社化
2019年10月	ミタチパッケージ㈱の全株式を取得し、同社を完全子会社化
2019年12月	朝日樹脂工業㈱の全株式を取得し、同社を完全子会社化
2022年4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所の市場第一部からプライム市場に移行
2023年8月	東大阪配送センター稼働開始
2025年1月	㈱大倉産業の全株式を取得し、同社を完全子会社化

シモジマショールームOPEN

当社は、2025年10月23日に浅草橋本店でシモジマショールームをOPENしました。シモジマの強みの一つである特注品(お客さまのご要望に合わせてお作りする商品)のノウハウと事例を交えてご提案を行うとともに、創業100年以上にわたる歴史や文化をご紹介します、シモジマをより多くの方に知っていただく場として誕生いたしました。

ショールーム内は、予約不要のオープンスペースと、完全予約制のクローズドスペースの2つに分かれております。各スペースに専門スタッフを随時配置し、お客さまのご要望に迅速かつ的確に対応できる体制を整えております。

オープンスペース (どなたでもお気軽に立ち寄れます)



トレンドに合わせて随時入れ替えを行いながら、常に変化と発見のある“生きたショールーム”を目指しています。また、同スペースには、食品包材や環境配慮型商品などのお持ち帰り用サンプルもご用意しています。

クローズドスペース (あなただけの包装用品を作らせてください)

これまで手がけてきた多種多様な特注品の事例をメインに取扱うスペースとして、商談ルームを設けており、秘匿性の高い事例をご覧ください。デザイナーへの相談も可能となっています。



※予約制です。事前のご連絡をお願い致します。

スーパーマーケット・トレードショー2026出展

当社は、2026年2月18日~2月20日 幕張メッセ全館にて開催された「第60回スーパーマーケット・トレードショー2026」に出展いたしました。
(スーパーマーケットを中心とする流通業界に最新情報を発信する展示会 / 主催: 一般社団法人 全国スーパーマーケット協会)

今回の展示会では、サステナブルな社会の実現を目指し、環境負荷を低減した包装資材や業界初のアイテムなど、4つの商品群を軸にご提案し、お客さまから大きな反響を得ました。

1.耐熱ペーパーフードカップ

「紙」の常識が変わる。焼成(高温加熱)可能な紙製フードカップ新登場!



2. PFASフリー耐油紙

有機フッ素化合物を含まない、環境にも人にも優しい耐油袋を続々と商品化!



3. バイオシェルハンドハイパー

生物由来の有機資源である牡蠣殻が原料のバイオマス成分を25%含んだレジ袋が登場!



4. IPPスタンドパック

舟底タイプの自立式防曇加工付き透明IPP袋が業界初登場!



ご清聴ありがとうございました。



お忙しいところ、弊社決算説明会に
お集まり頂き、誠にありがとうございました。

本資料につきましては、情報提供を目的としたものであり、株式売買の勧誘を目的としたものではありません。

また、本資料に掲載されております計画や見通し、戦略等は、本資料の発表日現在において入手可能な情報及び不確実な要因の仮定を前提とし、当社が独自に判断した予想であるため、実際の業績等は、今後の経済情勢、原料価格、為替レートなど様々な要因により、これらの計画とは変動する場合がございます。

従いまして、本資料の掲載内容について情報の誤りが生じた場合においては、当社は一切責任を負うものではありませんので、ご了承いただきます様、お願い申し上げます。