

Q2の売上高は過去最高を更新、粗利率の改善、販管費の抑制が奏功し2ケタ増益

決算サマリー

シモジマ(以下、同社)は11月10日引け後に2026/3期Q2の決算を発表した。大阪・関西万博効果、インバウンド需要の増加もあり売上高が前年同期比4.9%増の30,707百万円、Q2として過去最高の売上高となった。環境配慮型商品の販売が好調なことや、原材料価格が安定したことから売上総利益率が改善した。さらに、販管費の効率的な運用と抑制から売上高販管費比率が低減したことにより、営業利益は同27.5%増の1,357百万円となった。経常利益は1,560百万円(同32.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益(以下、当期純利益)は1,051百万円(同28.0%増)となった。

2026/3期通期業績予想

同社は2026/3期通期決算予想は5月12日に公表した期初予想を据え置いた。売上高63,500百万円(前期比4.6%増)、営業利益3,575百万円(同19.7%増)、経常利益3,800百万円(同15.0%増)、当期純利益2,500百万円(同19.7%増)。通期予想を据え置いた理由として、①包装業界の特性として年末に繁忙期を迎えるためQ3の状況を見極める必要があること、②不安定な世界情勢、為替相場を考慮、を挙げている。

株価インサイト

2026/3期通期の営業利益予想は3,575百万円だが、この利益水準は2025/3期決算に対する同期直前予想3,800百万円に届いていない。この点を踏まえると、2026/3期は“成長ステージ”より“回復ステージ”との位置付けにあると考えられる。

大阪・関西万博によるイベント効果やインバウンド需要の減退、足元の円安の影響などが懸念されるなかで、いかに利益成長を見せるかが重要なポイントとなる。とりわけ、高付加価値の環境配慮型商品やECサイト「シモジマオンラインショップ」などが同社の成長ドライバーとなっていくのか注視したい。また、2027/3期からスタートする次期中期経営計画において、どのような成長戦略が示されるのかにも注目が集まる。

“成長ステージ”への取り組みがより具現化することで、同社の評価が高まり、株価に反映されていくものとSIRでは考える。

| 決算期 | 売上高 (百万円) | YoY (%) | 営業利益 (百万円) | YoY (%) | 経常利益 (百万円) | YoY (%) | 当期純利益 (百万円) | YoY (%) | EPS (円) | DPS (円) |
|-------------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|----------------|------------|------------|------------|
| 2022/3期 | 48,063 | 2.0 | 44 | -84.0 | 380 | -31.2 | 86 | -- | 3.75 | 22.00 |
| 2023/3期 | 55,028 | 14.5 | 2,011 | 4,470.5 | 2,388 | 528.4 | 1,542 | 1693.0 | 66.23 | 22.00 |
| 2024/3期 | 57,794 | 5.0 | 3,262 | 62.2 | 3,623 | 51.7 | 2,372 | 53.8 | 101.74 | 51.00 |
| 2025/3期 | 60,680 | 5.0 | 2,986 | -8.5 | 3,303 | -8.8 | 2,088 | -12.0 | 89.42 | 54.00 |
| 2026/3期(会予) | 63,500 | 4.6 | 3,575 | 19.7 | 3,800 | 15.0 | 2,500 | 19.7 | 107.02 | 54.00 |
| 2025/3期Q2 | 29,265 | 4.0 | 1,065 | -34.2 | 1,178 | -34.9 | 821 | -30.8 | 35.20 | 27.00 |
| 2026/3期Q2 | 30,707 | 4.9 | 1,357 | 27.5 | 1,560 | 32.3 | 1,051 | 28.0 | 45.00 | 27.00 |

出所：決算発表資料よりSIR作成

注：SIRでの財務データ処理は短信規定と異なるため記載数字は会社資料と相違することがある。

Q2 Follow-up



注目点：

紙・プラスチック包装資材、店舗用品などを扱う専門商社。卸販売・直接販売、店舗販売(直営店・FC店)、オンラインサイトなどを通じたマルチチャネルで販売するユニークな事業モデル。

主要指標

| | |
|-----------------|--------|
| 株価(12/16) | 1,350 |
| 年初来高値(5/12) | 1,375 |
| 年初来安値(4/7) | 1,065 |
| 10年間高値(20/9/29) | 1,545 |
| 10年間安値(22/4/13) | 886 |
| 発行済株式数(千株) | 23,648 |
| 時価総額(百万円) | 31,925 |
| 企業価値(百万円) | 23,708 |
| 株主資本比率(実績) | 83.4% |
| 26/3 PER(会予) | 12.6x |
| 25/3 PBR(実績) | 0.89x |
| 25/3 ROE(実績) | 6.0% |
| 26/3 DY(予想) | 4.0% |

株価チャート(1年)



出所：TradingView

アナリスト 大下 敬勇

research@sessapartners.co.jp



本レポートは当該企業からの委託を受けてSESSAパートナーズが作成しました。詳しくは巻末のディスクレーマーをご覧ください。

2026/3期Q2
業績動向

販売チャネル別売上高

- 営業販売部門（二次卸や大手小売業・製造業、FC店「パッケージプラザ」向け販売など）

売上高は22,419百万円（前年同期比7.9%増）。既製品の主力商品拡販と特注品の受注活動に注力。環境配慮型商品の需要も拡大。

- 店舗販売部門（直営店「シモジマ」「east side tokyo」での販売）

売上高は5,630百万円（同3.7%増）。大阪・関西万博による“特需”（海外パビリオンによる大口購入）やインバウンド需要（筆記用具などの事務用品）が寄与。加えて、店舗外商で新規開拓・既存顧客への深耕による既製品・特注品の獲得が奏功した。

- 通信販売（EC）部門（「シモジマオンラインショップ」での販売）

売上高は2,658百万円（同13.1%減）と減収。これは越境EC事業を運営する株式会社グローバルブランドの連結対象外化が要因。この要因を除くと、同10%増。「シモジマオンラインショップ」は、新規掲載商品点数増加、Web広告強化により順調に事業規模が拡大している。2025年9月末時点の登録会員数は938千人、商品掲載数は1,418千SKUである。

商品セグメント別売上高

- 紙製品事業（主力商品：オリジナルブランドの紙袋、包装紙、紙器）

売上高は4,840百万円（同4.2%増）。特注品の販売好調が維持され、新商品の売上も好調。

- 化成品・包装資材事業（主力商品：ポリエチレン袋・PP袋等の化成品、粘着テープ、食品包材・紐リボン）

売上高は19,086百万円（同6.8%増）。コップ、おしぼり、容器、カトラリー等の食品包材が好調。環境配慮型商品販路拡大や特注品受注も増加。

- 店舗用品事業（主力商品：POP用品、事務用品、商店用品、日用雑貨、食材、ハンガー等のアパレル関連資材、園芸関連資材）

売上高は6,780百万円（同0.3%増）。コスト上昇によるオフィス関連商品の需要減少の影響、株式会社グローバルブランドの連結対象外化が影響したが、大阪・関西万博等のイベント需要やインバウンド需要がカバーした。

商品セグメント・販売チャネル別の業績推移（売上高）

| 百万円、% | 2023/3期 | | | 2024/3期 | | | 2025/3期 | | | 2025/3期Q2 | | | 2026/3期Q2 | | |
|------------|---------|------|--------|---------|------|--------|---------|------|--------|-----------|------|--------|-----------|-------|--------|
| | 百万円 | YoY | 構成比 | 百万円 | YoY | 構成比 | 百万円 | YoY | 構成比 | 百万円 | YoY | 構成比 | 百万円 | YoY | 構成比 |
| 売上高 | 55,028 | 14.5 | 100.0% | 57,794 | 5.0 | 100.0% | 60,680 | 5.0 | 100.0% | 29,265 | 4.0 | 100.0% | 30,707 | 4.9 | 100.0% |
| （販売チャネル別） | | | | | | | | | | | | | | | |
| 営業販売 | 38,708 | 12.8 | 70.3% | 40,580 | 4.8 | 70.2% | 42,703 | 5.2 | 70.4% | 20,777 | 4.7 | 71.0% | 22,419 | 7.9 | 73.0% |
| 店舗販売 | 11,315 | 4.4 | 20.6% | 11,362 | 0.4 | 19.7% | 11,435 | 0.6 | 18.8% | 5,432 | -0.8 | 18.6% | 5,630 | 3.7 | 18.3% |
| 通信販売（EC） | 5,005 | 72.2 | 9.1% | 5,852 | 16.9 | 10.1% | 6,542 | 11.8 | 10.8% | 3,056 | 8.8 | 10.4% | 2,658 | -13.1 | 8.7% |
| （商品セグメント別） | | | | | | | | | | | | | | | |
| 紙製品事業 | 9,998 | 10.7 | 18.2% | 10,153 | 1.6 | 17.6% | 9,997 | -1.5 | 16.5% | 4,644 | -2.4 | 15.9% | 4,840 | 4.2 | 15.8% |
| 化成品・包装資材事業 | 31,836 | 18.1 | 57.9% | 34,166 | 7.3 | 59.1% | 36,494 | 6.8 | 60.1% | 17,863 | 6.0 | 61.0% | 19,086 | 6.8 | 62.2% |
| 店舗用品事業 | 13,193 | 9.2 | 24.0% | 13,475 | 2.1 | 23.3% | 14,188 | 5.3 | 23.4% | 6,757 | 3.7 | 23.1% | 6,780 | 0.3 | 22.1% |
| その他 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

注：SIRでの財務データ処理は短信規定と異なるため記載数字は会社資料と相違することがある。
出所：同社有価証券報告書、半期報告書、決算説明会資料よりSIR作成

売上総利益率が改善し増益

環境配慮型商品の販売好調や原材料価格の安定により売上総利益率が改善。販管費の効率的な運用・抑制も奏功し、営業利益は同27.5%増の1,357百万円となった。経常利益は同32.3%増の1,560百万円、当期純利益は同28.0%増の1,051百万円。

商品セグメント・販売チャネル別の業績推移（営業利益）

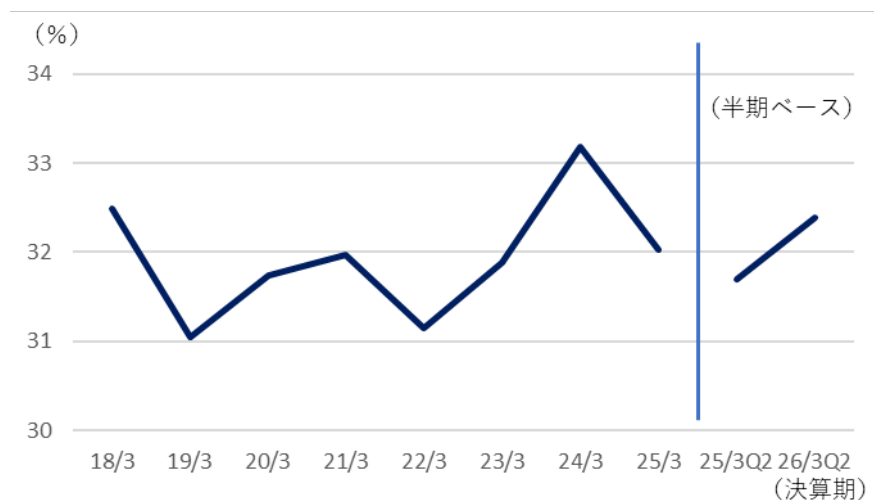
| 百万円、% | 2023/3期 | | | 2024/3期 | | | 2025/3期 | | | 2025/3期Q2 | | | 2026/3期Q2 | | |
|---------------|---------|---------|-------|---------|------|-------|---------|-------|-------|-----------|-------|------|-----------|------|------|
| | 百万円 | YoY | 利益率 | 百万円 | YoY | 利益率 | 百万円 | YoY | 利益率 | 百万円 | YoY | 利益率 | 百万円 | YoY | 利益率 |
| 営業利益(セグメント利益) | 2,011 | 4,413.5 | 3.7% | 3,262 | 62.2 | 5.6% | 2,986 | -8.5 | 4.9% | 1,065 | -34.2 | 3.6% | 1,357 | 27.4 | 4.4% |
| 紙製品事業 | 1,141 | 87.0 | 11.4% | 1,268 | 11.1 | 12.5% | 1,116 | -12.0 | 11.2% | 455 | -21.6 | 9.8% | 462 | 1.5 | 9.5% |
| 化成品・包装資材事業 | 2,298 | 92.6 | 7.2% | 3,201 | 39.3 | 9.4% | 3,063 | -4.3 | 8.4% | 1,365 | -14.5 | 7.6% | 1,671 | 22.4 | 8.8% |
| 店舗用品事業 | 434 | | 3.3% | 629 | 44.9 | 4.7% | 530 | -15.7 | 3.7% | 153 | -46.5 | 2.3% | 186 | 21.6 | 2.7% |
| その他 | 3 | | | 26 | | | 71 | | | 10 | | | 3 | | |
| 調整額 | -1,867 | | | -1,863 | | | -1,795 | | | -919 | | | -966 | | |
| 経常利益 | 2,388 | 527.7 | 4.3% | 3,623 | 51.7 | 6.3% | 3,303 | -8.8 | 5.4% | 1,178 | -34.9 | 4.0% | 1,560 | 32.4 | 5.1% |
| 当期純利益 | 1,542 | 1,666.1 | 2.8% | 2,372 | 53.8 | 4.1% | 2,088 | -12.0 | 3.4% | 821 | -30.8 | 2.8% | 1,051 | 28.0 | 3.4% |

※セグメント利益率は、当該セグメントの売上高に対する利益率。

注：SIRでの財務データ処理は短信規定と異なるため記載数字は会社資料と相違することがある。

出所：同社有価証券報告書、半期報告書、決算説明会資料よりSIR作成

売上総利益率の推移



出所：同社有価証券報告書、半期報告書よりSIR作成

2026/3期業績予想は据え置き

2026/3期通期の業績予想は期初予想を据え置き

2026/3期通期決算予想は5月12日に公表した期初予想を据え置いた。売上高63,500百万円（前期比4.6%増）、営業利益3,575百万円（同19.7%増）、経常利益3,800百万円（同15.0%増）、当期純利益2,500百万円（同19.7%増）。

通期予想修正を据え置いた理由として、①包装業界の特性として年末に繁忙期を迎えることからQ3の状況を見極める必要、②不安定な世界情勢、為替相場を考慮、を挙げている。

環境配慮型商品

ペーパーフードトレイ



PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋



2025年度グッドデザイン賞を受賞

同社は包装用品の専門商社として、SDGs活動の積極的推進と環境配慮型商品の開発及び普及に注力している。そうした取り組みのなかで、同社が開発・販売する環境配慮型商品の「ペーパーフードトレイ」と「PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋」が、2025年度グッドデザイン賞（主催：公益財団法人日本デザイン振興会）を受賞した（2025年10月15日発表）。

● ペーパーフードトレイ（未晒ペーパーフードトレイ）

食品スーパーで使用しているプラスチック容器から紙容器への環境提案商品。未晒クラフトペーパーを使用し、エコが伝わりやすいナチュラル感にこだわることで、食材を引き立てる高級感を演出。適合性の良さや未晒し独特の風合いも評価対象となった。

● PFAS（フッ素化合物）フリー耐油袋

PFASを含まない耐油袋を業界に先駆けて独自開発。身体にも環境にもやさしい商品。市場の要請に迅速に対応した点が評価された。

2030/3期に環境配慮型商品の比率を20%に（オリジナル商品対比）

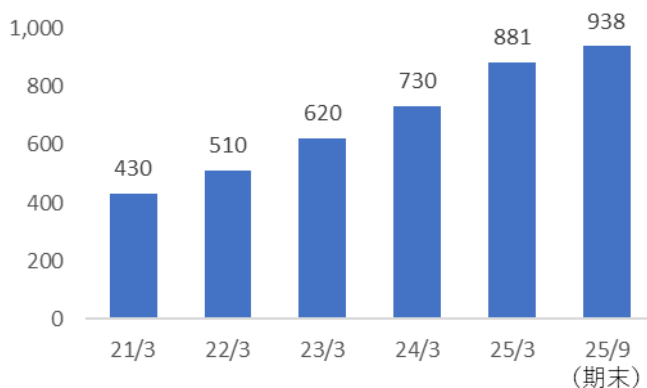
同社ではサステナビリティを解決するための取り組みとして、中期経営計画及び関連するアクションプランのなかで種々の目標を設定、進捗管理する取組みを推進している。その一つとして「2030年までに同社オリジナル商品における環境配慮型商品の販売比率20%」の目標を掲げている（足元の進捗状況は2024/3期16.5%、2025/3期18.2%）。

シモジマオンラインショップ

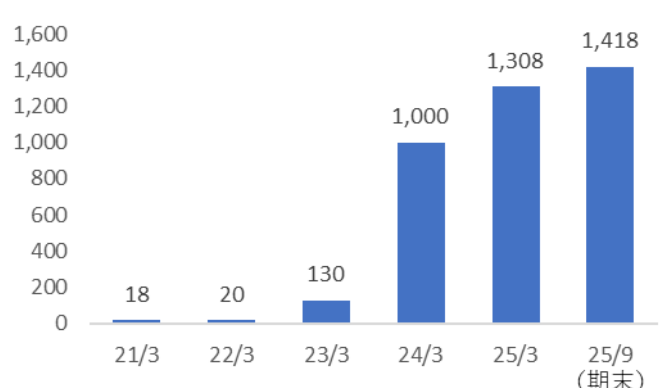
ECサイト「シモジマオンラインショップ」の事業拡大

同社が運営するECサイト「シモジマオンラインショップ」に関して、中期経営計画では登録商品数を100万点、登録会員数100万会員に増やすという「100万×100万プロジェクト」を掲げている。商品数拡大の施策として既存、新規の仕入先の商品掲載の勧誘を図っている。会員数を増やす主な活動としてSEO対策、WEB広告の強化や、全国の店舗に来店した顧客に対しシモジマアプリの勧誘活動を展開している。2025年9月末時点での登録商品数は1,418千SKU、登録会員数は938千会員となっている。

登録会員数の推移（千会員）



商品掲載数の推移（千SKU）



出所：同社統合報告書、決算説明資料よりSIR作成

株価インサイト

株価推移

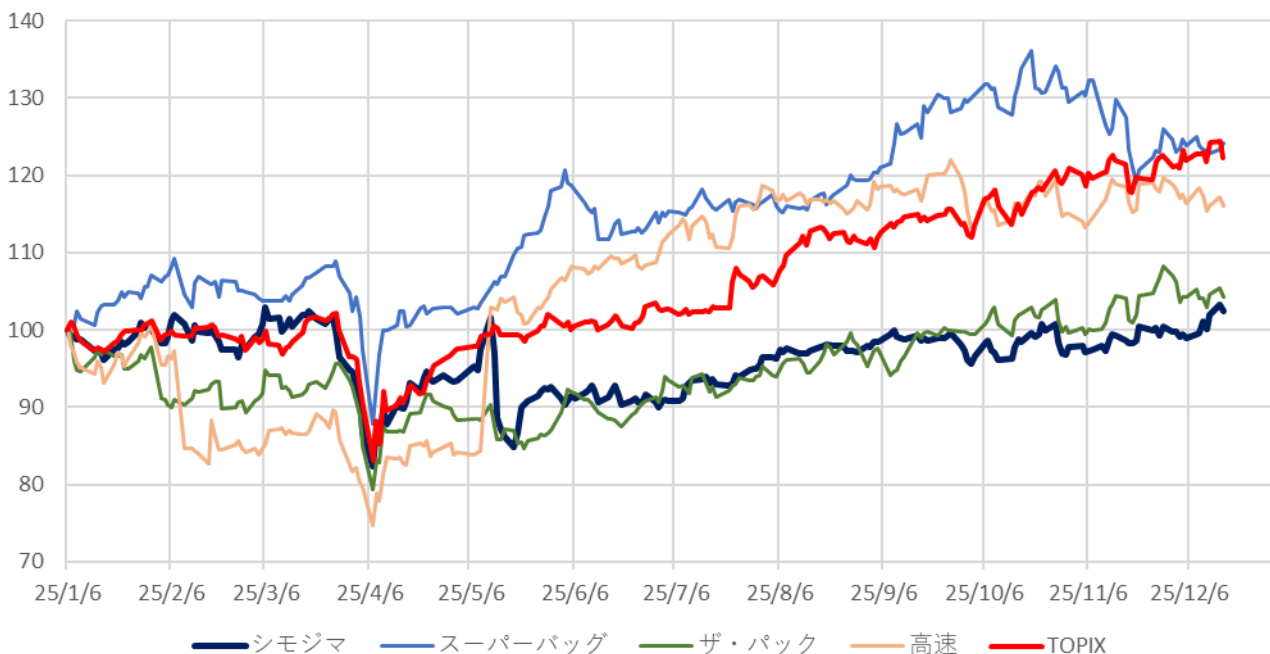
2025年初からの株価推移をみると、同社の株価は同業他社、TOPIXとくらべて上昇トレンドは鈍い（下図参照）。これは、①5月12日に発表された2025/3期通期決算において、従前の増益予想に対して減益の実績となったこと、②翌5月13日に発表された立会外分売に関するプレスリリースで同社株式需給の緩和懸念が広まったこと、で5月19日にかけて株価が大きく下落したことが影響している。

2026/3期通期の営業利益予想は3,575百万円だが、この利益水準は2025/3期決算に対する同期直前予想3,800百万円に届いていない。この点を踏まえると、2026/3期は“成長ステージ”より“回復ステージ”と位置付けられる。

大阪・関西万博によるイベント効果やインバウンド需要の減退、足元の円安の影響などが懸念されるなかで、いかに利益成長を見せるかが重要なポイントとなる。とりわけ、高付加価値の環境配慮型商品やECサイト「シモジマオンラインショップ」などが同社の成長ドライバーとなっていくのが注視したい。また、2027/3期からスタートする次期中期経営計画において、どのような成長戦略が示されるのかにも注目が集まる。

“成長ステージ”への取り組みがより具現化することで、同社の評価が高まり、株価に反映されていくものとSIRでは考える。

シモジマ及び同業他社の株価指数推移(25/1/6終値= 100)



出所：SPEEDAデータよりSIR作成

ディスクレーマー／免責事項

本レポートは対象企業についての情報を提供することを目的としており投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。本レポートに掲載されたデータ・情報は弊社が信頼できると判断したのですが、その信憑性、正確性等について一切保証するものではありません。

本レポートは当該企業からの委託に基づきSESSAパートナーズが作成し、対価として報酬を得ています。SESSAパートナーズの役員・従業員は当該企業の発行する有価証券について売買等の取引を行っているか、または将来行う可能性があります。そのため当レポートに記載された予想や分析は客観性を伴わないことがあります。本レポートの使用に基づいた商取引からの損失についてSESSAパートナーズは一切の責任を負いません。当レポートの著作権はSESSAパートナーズに帰属します。当レポートを修正・加工したり複製物の配布・転送は著作権の侵害に該当し固く禁じられています。



SESSAパートナーズ株式会社

東京都港区麻布十番2-8-14 i-o Azabu 5a
info@sessapartners.co.jp