

## Q3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、各利益は20%超の増益

## 決算サマリー

シモジマ(以下、同社)の2026/3期Q3決算によると、連結売上高は前年同期比6.2%増の49,529百万円となり、過去最高を更新した。連結営業利益は同22.1%増の3,116百万円、連結経常利益は同23.2%増の3,402百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益(以下、当期純利益)は同22.0%増の2,288百万円となった。増益の主な要因は、①粗利率の高い環境配慮型商品を始めとした当社オリジナル商品および特注品の販売好調に加え、原材料価格の安定により売上総利益が増加、②経費面では管理費の抑制効果、である。

## 2026/3期通期業績予想：期初予想を据え置き、中期経営計画通りの進捗

同社は2026/3期通期決算予想は昨年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)。2026/3期は現行の中期経営計画の最終期であるが、この予想額は2023年11月に修正した2026/3期目標と売上高を除き同額である。売上高予想が目標(65,000百万円)を下回っていることについては、「計画数値はM&A効果を見込んでいたため、この分を除くと計画通りの進捗」との見解である。

## 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”と位置付けられる。

だが、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」の伸長で“成長ステージ”へのステップアップがみえてきた。株価は、今年に入り昨年来高値を更新するなど、投資家の成長期待が高まってきていることを物語っている。その観点からも、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具体的に示されるのか注目される。環境配慮型商品など同社オリジナル商品の開発を通じて、「包装資材の専門商社」から「SPA業態」への進化にも期待したい。

“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Q3	46,654	4.6	2,553	-18.6	2,762	-19.3	1,876	-17.4	80.38	--
2026/3期Q3	49,529	6.2	3,116	22.1	3,402	23.2	2,288	22.0	97.90	--

出所：有価証券報告書、決算短信より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。

## Q3 Follow-up



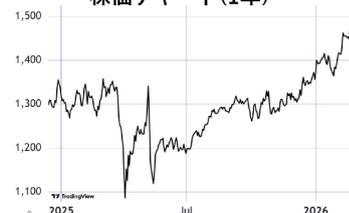
## 注目点：

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(3/3)	1,453
昨年来高値(26/2/27)	1,500
昨年来安値(25/4/7)	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)	34,360
企業価値(百万円)	26,836
株主資本比率(実績)	81.2%
26/3 PER(会予)	13.6x
25/3 PBR(実績)	0.94x
25/3 ROE(実績)	6.0%
26/3 DY(予想)	3.7%

## 株価チャート(1年)



出所：TradingView

## アナリスト 大下 敬勇

[research@sessapartners.co.jp](mailto: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ムをご覧ください。

## 2026/3期Q3 業績動向

### 販売部門（チャンネル）別売上高の状況（売上高は非公表）

- 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）

既製品の主力商品の拡販と特注品の受注活動に注力したことに加えて、環境配慮型商品の需要拡大もあり前年同期比増収。

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

年末に向けたイベント需要が旺盛であったこともあり店頭売上は微増で推移。店舗外商活動において新規開拓・既存深耕による既製品・特注品の獲得により増収。

- 通信販売（EC）部門（「シモジマオンラインショップ」での販売）

「シモジマオンラインショップ」での商品掲載点数増加で売上好調を維持、前年同期比10%程度の増収となった模様。しかしながら、今期から連結対象外となった株式会社グローバルブランドの売上分が剥落したため、部門として減収。

### 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）

食品用袋の需要の堅調に加え、オリジナルブランドの紙袋も売上増加に寄与、連結売上高は8,075百万円(同5.3%増)。

- 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）

既製品のポリ袋、PP袋、食品包装資材関連の販売が大きく伸びたことで、連結売上高は30,251百万円(同7.3%増)。

- 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）

事務用品・衛生用品の販売が好調で連結売上高は11,203百万円（同3.7%増）。

### 商品セグメント別の業績推移

百万円、%	2023/3期			2024/3期			2025/3期			2025/3期Q3			2026/3期Q3		
	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%	46,654	4.6	100.0%	49,529	6.2	100.0%
(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%	7,671	-1.8	16.4%	8,075	5.3	16.3%
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%	28,182	6.9	60.4%	30,251	7.3	61.1%
店舗用品事業	13,193	9.2	24.0%	13,475	2.1	23.3%	14,188	5.3	23.4%	10,799	3.7	23.1%	11,203	3.7	22.6%
その他	-			-			-			-			-		
			利益率			利益率			利益率			利益率			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%	2,553	-18.6	5.5%	3,116	22.1	6.3%
紙製品事業	1,141	87.0	11.4%	1,268	11.1	12.5%	1,116	-12.0	11.2%	886	-15.5	11.5%	915	3.3	11.3%
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%	2,469	-8.4	8.8%	3,021	22.4	10.0%
店舗用品事業	434		3.3%	629	44.9	4.7%	530	-15.7	3.7%	466	-24.4	4.3%	517	10.9	4.6%
その他	3			26			71			68			69		
調整額	-1,867			-1,863			-1,795			-1,337			-1,407		
経常利益	2,388	527.7	4.3%	3,623	51.7	6.3%	3,303	-8.8	5.4%	2,762	-19.3	5.9%	3,402	23.2	6.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,542	1,666.1	2.8%	2,372	53.8	4.1%	2,088	-12.0	3.4%	1,876	-17.4	4.0%	2,288	22.0	4.6%

注：1. 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

2. 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：有価証券報告書、決算短信よりSIR作成

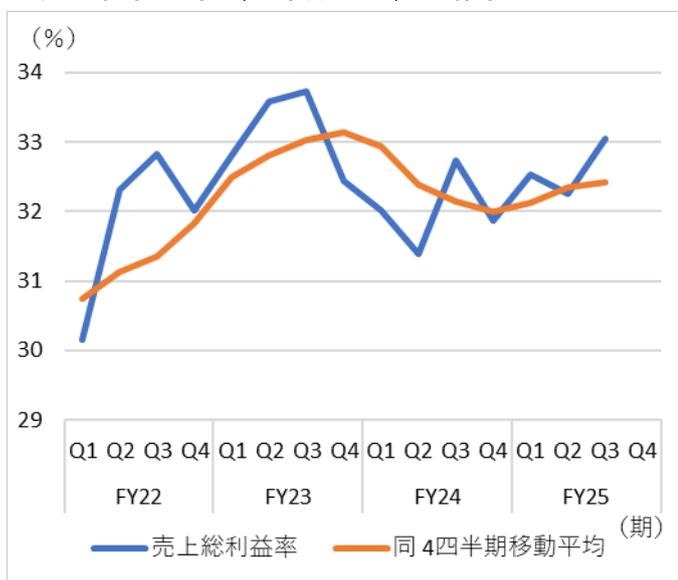
### 利益率が改善し、営業利益、経常利益、当期純利益は20%超の増益

環境配慮型商品を始めたとした当社オリジナル商品および特注品の販売が好調であったことや、原材料価格が安定して推移したことにより、売上総利益は前年同期比8.0%増、売上総利益率は32.6%（前年同期は32.1%）となった。

経費面では、物流費の増加やベースアップに伴う人件費の増加があったものの、他の管理費の抑制に努めた。

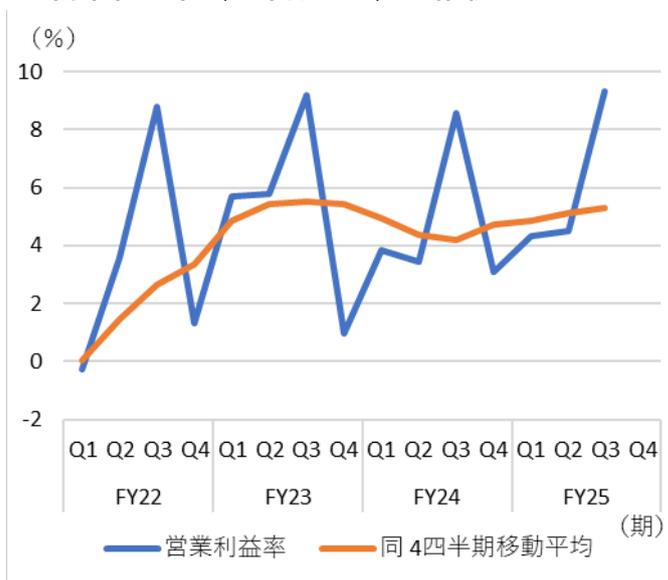
連結売上高は49,529百万円（同6.2%増）と過去最高を更新したほか、連結営業利益は3,116百万円（同22.1%増）、経常利益3,402百万円（同23.2%増）、当期純利益は2,288百万円（同22.0%増）と、いずれも20%超の増益となった。

#### 売上総利益率（四半期ごと）の推移



出所：決算短信よりSIR作成

#### 営業利益率（四半期ごと）の推移



出所：決算短信より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期通期決算予想は昨年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）。

2026/3期は現行の中期経営計画の最終期であるが、この予想額は2023年11月に修正した2026/3期目標と売上高を除いて同額である。売上高予想が目標（65,000百万円）を下回っていることについては、「計画数値はM&A効果を見込んでいたため、この分を除くと計画通りの進捗」との見解である。

このことは、同社の事業展開が計画通りに進捗していることを意味している。それだけに、2027/3期以降の新たな中期経営計画（現時点では構想が公表されている、概要は、2026年1月にリリースしたSIR発行の[フルレポート](#)を参照）で、どのような具体的な成長戦略が示されるのか注目される。

## トピックス

### ペーパーフードトレイ



### PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋



### ショールーム



### ① 2025年度グッドデザイン賞を受賞（2025年10月15日発表）

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およ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。

#### ● 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。

### ② 店舗一体型シモジマショールーム開設（2025年10月23日）

同社初の特注品ショールームを浅草橋本店7階に開設した。特注品は同社の強みの一つであり、そのノウハウと事例を交えて提案を行うほか、創業100年以上にわたる歴史や文化を紹介し、同社の知名度をより高める場とする狙いもある。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スペースの2つに分かれている。各スペースに専門スタッフを随時配置し、顧客の要望に迅速かつ確に対応できる体制を整えている。

#### ● オープンスペース

同社直営店舗やパッケージプラザの店舗で一般販売している紙袋や食品包材などの既製品のほか、企業や店舗で実際に採用されている顧客のロゴマークを印刷したサンプルなどを展示している。誰でも立ち寄ることができる開かれた空間となっている。商品の入れ替えを随時行いながら、常に変化と発見のある“生きたショールーム”を目指している。また、同スペースには、食品包材や環境配慮型商品などの持ち帰り用サンプルも用意している。

#### ● クローズスペース

多種多様な特注品の事例を取扱うスペースとして、秘匿性の高い商談ルームを設けている。デザイナーへの相談も可能で、特注品製作を検討している顧客に具体的なイメージを提供しつつ提案を行う。

### ③ 新物流センター建設に向け、用地取得を決議（2025年12月22日）

同社では関東、関西それぞれ2カ所の物流センターを有している。同社の業容拡大に伴い、これら4カ所に加え、兵庫県加西市に新たな物流センターを建設し、東西物流の最適化を狙う。投資金額は約15,000百万円（土地、建物、機械設備等を含む）を見込んでいる。

なお、新物流センターの用地取得は今年6月中旬、竣工は2028年6月をそれぞれ予定している。

## 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（スーパーバッグ、高速）、TOPIXと比べて上昇トレンドは鈍い（下図参照）。これは、①昨年5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。

だが、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」の伸長で“成長ステージ”へのステップアップがみえてきた。「シモジマオンラインショップ」については、現行の中期経営計画（2022/3期～2026/3期）において、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」を掲げていた。SKUについてはすでに2025/3期に100万SKUを達成したが、登録会員数は今期中に100万会員を突破する見込みで、順調に通信販売の事業を成長させている。

株価は、今年に入り昨年来高値を更新するなど、投資家の成長期待が高まってきていることを物語っている。その観点からも、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具体的に示されるのか注目される。環境配慮型商品など同社オリジナル商品の開発を通じて、「包装資材の専門商社」から「SPA業態」への進化にも期待したい。

“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。

シモジマおよ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](mailto:info@sessapartners.co.jp)