

東証プライム市場上場
証券コード:7482



株式会社シモジマ 会社説明会

2025年11月29日
株式会社シモジマ

株式会社シモジマ 会社紹介

1. 会社概要
2. 沿革
3. 受け継がれる シモジマの精神
4. パーパス
5. 企業理念
6. ビジネスモデル
7. パッケージプラザ事業（九州地区店舗紹介）

1. 会社概要



| | |
|------|---|
| 会社名 | 株式会社シモジマ SHIMOJIMA Co., Ltd. |
| 創業 | 大正9年 |
| 設立 | 昭和37年4月26日 |
| 資本金 | 1,405百万円 |
| 本社 | 東京都台東区浅草橋五丁目29番8号 |
| 代表者 | 代表取締役社長 笠井義彦 代表取締役副社長 下島雅幸 |
| 従業員数 | 連結 842名（2025年3月現在） 単独 634名（2025年3月現在） ※従業員数は就業員数であり、臨時雇用者は含んでおりません。 |
| 事業内容 | 卸売販売 ◇紙製品事業 紙袋・包装紙・紙器 ◇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・その他包装資材 ◇店舗用品事業 POP用品・文具事務用品・店舗雑貨・アパレル関連資材 ・園芸関連資材 |
| 売上高 | 606億80百万円（2025年3月期/連結） |
| 営業利益 | 29億86百万円（2025年3月期/連結） |



シモジマ本社ビル



シモジマ浅草橋本店

| 年月 | 事項 | 年月 | 事項 |
|----------|---|----------|--|
| 1920年1月 | 包装材料卸問屋下島商店創業 | 1994年11月 | シモジマ商事(株)が下島興業(株)を吸収合併 |
| 1943年8月 | (株)下島商店発足 | 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 |
| 1943年9月 | 下島荷具工業(株)に商号変更 | 2000年6月 | 会社、商い支援(株)を設立 |
| 1962年4月 | 下島荷具工業(株)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(株)(現当社)を設立 | 2001年2月 | 東京証券取引所市場第二部上場 |
| 1964年7月 | 下島荷具工業(株)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(株)シモジマを設立し、同社の商事部門を(株)シモジマに移管 | 2002年7月 | (株)シモジマに商号変更 |
| 1967年7月 | (株)シモジマは取引関係強化を目的として(有)彩光社に資本参加 | 2004年9月 | 東京証券取引所市場第一部に指定替え |
| 1972年3月 | (株)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 | 2006年3月 | 子会社、下島(上海)商貿有限公司を設立 |
| 1977年12月 | (株)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 | 2010年4月 | 発行済株式の取得により(株)リード商事を子会社化 |
| 1979年3月 | 下島不動産(株)は下島産業(株)に商号変更 | 2011年8月 | 新基幹システム「フェニックス」本稼働開始 |
| 1981年4月 | 下島荷具工業(株)が下島商事(株)に商号変更 | 2014年4月 | 執行役員制度導入、同年6月より施行 |
| 1981年7月 | 下島商事(株)が下島興業(株)に商号変更 (株)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(株)を設立し、同社の外売部門・本社管理部門をシモジマ商事(株)に移管 | 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 |
| 1989年9月 | シモジマ商事(株)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(株)(シモジマロジスティクス(株))を設立 | 2017年8月 | 子会社、(株)エスパックを設立 |
| 1991年4月 | 下島産業(株)をシモジマ商事(株)に、シモジマ商事(株)をシモジマ(株)にそれぞれ商号変更シモジマ商事(株)(存続会社)がシモジマ(株)と(株)シモジマとを合併、資本金1億725万円となる | 2017年9月 | (株)エスパック、発行済株式の取得により(株)我満商店を子会社化 |
| | | 2019年10月 | ミタチパッケージ(株)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(株)の全株式を取得し、同社を完全子会社化 |
| | | 2021年11月 | (株)グローバルブランドの全株式を取得し、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 | (株)大倉産業の全株式を取得し、同社を完全子会社化 |

3. 受け継がれるシモジマの精神

初期の平光マーク



「平光マーク」に込められた思い

「良心的でないものは作らない・売らない」というのが創業時からの当社の信念。当社が扱う商品であることを示すマーク

「平」＝なだらかに行き渡らせる

「光」＝仏の御心の輝き

正しく、誠の精神に則った商品を世界中に行き渡らせたい
そうした願いが込められている

現在のHEIKOマーク

HEIKO

現在

Green
SHIMOJIMA

環境配慮型商品の拡大

昭和レトロ
「ストップパイル」柄



平成時代



昭和の時代の
手提げ紙袋



再生紙手提げ袋

大正・昭和時代

創業1920年

創業当時の
店舗兼住居

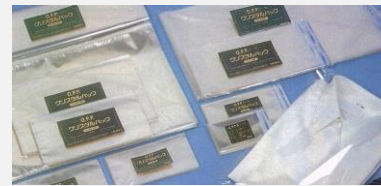


下島商店時代の
カタログ

※既に製造販売を中止している商品も御座います。



平紐



クリスタルパック



木製カトラリー
とクラフトBOX



宅配用資材

夢を包み、心を結ぶ。

当社グループは、創業当初から受け継がれる想いを、価値創造ストーリーの軸となる存在意義（パーパス）として、改めて言語化し、社内に浸透させるため、「夢を包み、心を結ぶ。」と設定しました。

創業以来、受け継がれている想いである「幸せを作って幸せを売る」ことで、商品を通じて人に幸せを送り届けことが、当社グループの提供価値だと考えております。そのためには、従業員自身が夢を持って仕事をするのがステークホルダーの皆さまの夢を実現させることにつながると考え、世の中のニーズに沿った新しいオリジナル商品を創造・開発し、市場拡大に努めてまいりました。

これからも、包装資材で皆さまの夢や想いを真心で包み、人と人の心を結ぶ。ステークホルダーに幸せを提供することが当社グループの存在意義です。



5.企業理念

長期ビジョン

“パッケージ×サービス”でお客様に元気を届けるトータルパートナーを目指す

当社グループのあるべき姿は、既存事業の深化と事業領域を拡大させることで、様々な商品をご提供するだけに留まらず、お客さまに寄り添ったサービスを提供することです。当社グループは、お客さまに寄り添い、お客さまの立場に立って物事を考え、ステークホルダーにとっての“パッケージ×サービス”のトータルパートナーを目指します。

経営理念

- 一、包装用品とこれに関連する事業を通じ快適な社会づくりに貢献する
- 一、常に顧客のニーズに応え創意工夫による市場拡大に努める
- 一、たえず経営の合理化と積極販売に努力し企業の発展を図る
- 一、社員の楽しく健康的な生活を確保する

三意精神 「誠意」・「熱意」・「創意」

創業当時の原点である三意精神、「誠意」・「熱意」・「創意」の三つの「意」を当社グループの揺るぎない価値としてこれからも継承すべき価値観と位置付けました。商いを志した当初からの想いが込められており、真心をもって良質な商品を届けることで、多くの皆さまに幸せを感じてもらうという商いの信条も込められています。

社章



SIMOJIMAの頭文字であるSをモチーフにSの周りに数多くの星(多彩な商品群のイメージ)を配し、拡大拡張を続けるギャラクシー(銀河宇宙)と未来におけるさらなる成長と発展を重ね合わせた意味を持っています。

HEIKOマーク

HEIKO

良心的ではないものは作らない、売らないとの創業当時の信念をイメージし、真心を込めて作られた当社オリジナル商品に表示されています。



※1 e-コマース：電子商取引
※2 SCM：サプライチェーンマネジメント（供給連鎖管理）
※3 CX：Customer Experience（顧客体験価値）顧客が商品やサービスだけでなく、販売から購入後のサポートまでを含む体験を通して感じる価値。
※4 EX：Employee Experience（従業員経験価値）従業員が企業組織の中で経験する価値。

私たちは、お客さまのために何ができるのかを追求します。

当社のあるべきビジネスモデルは、「営業販売」・「店舗販売」・「通信販売(EC)」の融合によるシモジマ型オムニチャネルを促進することで、お客さまの利便性を高めることであると認識しています。

7.パッケージプラザ事業（九州地区店舗紹介）

| 県名 | パッケージプラザ 店舗名 | 住所 |
|------------|-------------------|---------------------|
| 福岡県 9店舗 | エジマヤ | 飯塚市堀池134-6 |
| | サクミ大牟田店 | 大牟田市大字橋1572-1 |
| | カワノ小倉北店 | 北九州市小倉北区船場町4-27 |
| | パックミスミ久留米店 | 久留米市大手町5-3 マルセイビル1 |
| | パックミスミ本店 | 福岡市城南区別府3-4-35 |
| | ツルサキ | 福岡市西区姪の浜6-4-10 |
| | シキ博多店 | 福岡市博多区店屋町4-18 |
| | AC | 福岡市東区馬出2丁目21番24号 |
| | 福津店 | 福津市中央6-20-1 |
| 大分県 | 都留大分店 | 大分市王子中町8-2パークサイド春日1 |
| | トヨフク中津店 | 中津市蛸瀬815-7 |
| | はしまん | 日田市玉川町62-8 |
| | 都留別府店 | 別府市楠町7-32 |
| 熊本県 | キヨナガ瀧田店 | 熊本市北区龍田7丁目1-55 |
| | キヨナガ東バイパス 熊工前店 | 本市中央区上水前寺1丁目12-5 |
| | キヨナガ藤崎宮前店 | 熊本市中央区南坪井9-8 |
| | サクミ | 玉名市築地152-4 |

| 県名 | パッケージプラザ 店舗名 | 住所 |
|------|-----------------|---------------------|
| 長崎県 | 長崎店 | 長崎市中町1-25 MJM中町ビル1F |
| 宮崎県 | マエダ宮崎店 | 宮崎市大橋2-216-5 |
| 鹿児島県 | 奄美店 | 奄美市名瀬長浜町13-11 |
| | ゴトウ荒田店 | 鹿児島市荒田1丁目56-15 |
| | ゴトウいずろ店 | 鹿児島市堀江町18-1 |
| | ミカサ鹿屋店 | 鹿屋市札元2丁目3765-2 |
| 沖縄県 | ダイキ西崎店 | 糸満市西崎町4-16-1 |
| | ダイキ新都心店 | 那覇市銘苅3丁目1-39-1F |
| | ダイキ本店 | 那覇市松尾2-8-37 |

※店舗名は パッケージプラザ〇〇となります。 2025年9月末時点



※パッケージプラザ店頭イメージ

パッケージプラザ
「包装用品のコンビニエンスストア」がコンセプト。
北海道から沖縄県まで全
国250店舗以上を展開す
る、日本最大級の包装用
品販売チェーンストアです。

近年の活動紹介

- | | |
|------------|---|
| 1. M&A | 株式会社大倉産業グループ化 |
| 2. スポンサー活動 | ① プロ野球:阪神タイガース ② バスケットB1:ファイティングイーグルス名古屋 |
| 3. 環境関連活動 | 小学生向け副教材作成&出張授業 |
| 4. 会社方針紹介 | 「シモジマ統合報告書2025」発行 |



株式会社 大倉産業

厳選された安全・衛生・業務用の環境適正製品をご提案

< 株式会社大倉産業の強み >

主力得意先：病院、介護施設、幼稚園等
主力商品：ポリ袋、手袋、ペーパータオルなど
北海道市場でのシェアはトップクラス！！

< グループ化の目的 >

当社とのシナジー効果期待！
グループ全体の企業価値向上と発展に期待！！

2025年1月17日

正式株式譲渡

< 概要 >

住所：北海道札幌市東区

創業：昭和51年

事業内容：ポリエチレン製品、紙製品
など消耗品の卸売り



2. スポンサー活動

① プロ野球:阪神タイガース ・レギュラーパートナー



甲子園球場

・オフィシャルエコパートナー



👉 甲子園球場ベンチ内・社名ロゴ

👉 5月3日シモジマデーの様子



シモジマデー来場者
プレゼントのポリ袋

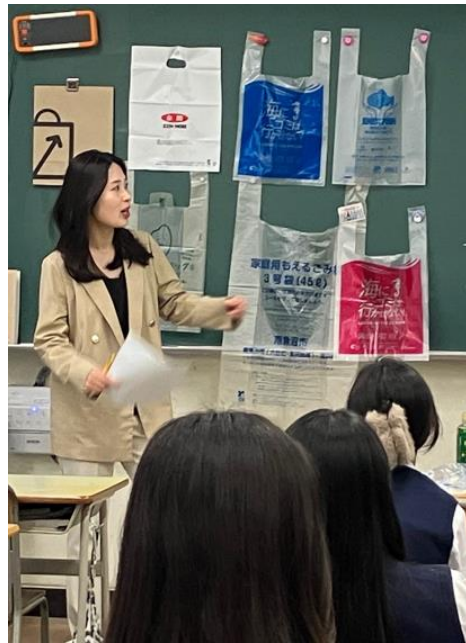
② バスケB1:ファイティングイーグルス名古屋 ・DIAMOND SPONSOR ・SDGs PARTNER



👉 使い捨てプラスチック
カップから球場使用のゴミ袋への循環



3. 環境関連活動 小学生向け副教材作成 & 出張授業



出張授業の様子

小学生向け副教材 「未来の地球のために 3Rでゴミを減らそう！」発行



本年の実績

希望学校数: 全国626校 部数: 91,740冊 (無償配布)

主な内容: 3Rの説明 ・Reuse (再利用) ・Reduce (廃棄物の発生抑制) ・Recycle (再資源化)

《出張授業でアンケート実施》 小学4年生の率直な感想を聞かせて頂きました

Aさん: ゴミを出さないように工夫したい。

Bさん: 全国の人が今の環境を知ったら、みんなが意識すると思う。プラスチックのことや海のことを教えてもらえてよかった。

Cさん: 今日のことを家族に伝えて、家族みんなでプラスチックを出さないようにしていきたいです。

Dさん: 3Rを守っていきたいと思います。そのことで母がペットボトルをリサイクルするときに私がチェックしたいと思います。

4. 会社方針説明 「シモジマ統合報告書2025」発行

シモジマ 統合報告書2025

<概略>

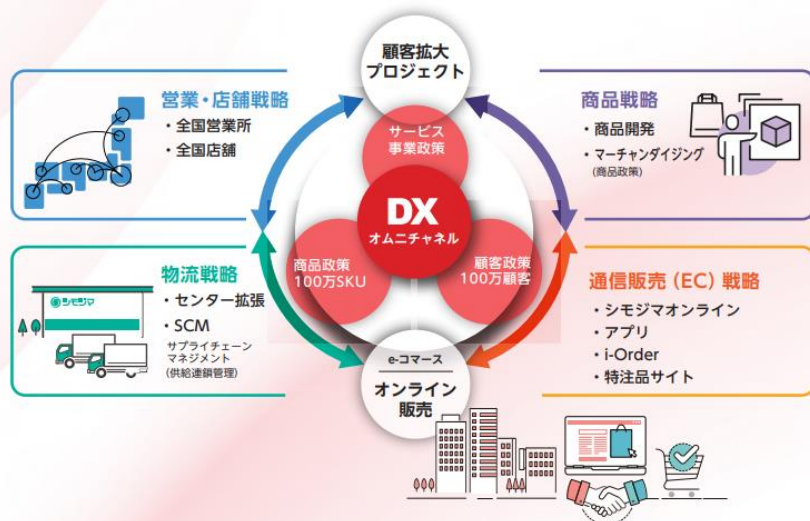
- ・シモジマグループの価値観
- ・シモジマグループの企業価値創造モデル
- ・部門戦略
- ・コーポレートガバナンス体制
- ・データ集/会社情報

URL:<https://www.shimojima.co.jp/ir/library/integratedreport.html>



私たちの強み

こうした外部環境の変化に対して、当社は全国7支社によるサービス体制、BtoB向け専用システム『i-Order』による業務効率化、そして豊富な商品ラインアップを活かしたEC展開など、独自の強みを発揮しています。



私たちの今後の課題と伸びしろ

業界別顧客開拓の推進

対応 時代を牽引する業界へのアプローチ強化

2026年3月期から当社の重点業界として、『花』『食品関連』『農業』『製菓製パン』『介護』『通信販売』『工業』『水産』『ホテル』の9つの業界を特定して、各業界の特性や動向、属する顧客データを一元管理し最適なサービスを提供することにより当該業界での販売拡大に注力しています。



通信販売(EC)のさらなる拡大

対応 顧客利便性をより向上させたサイトの構築

通信販売(EC)は急速に発展している部門で、ECを利用したお客さまの購買活動は今後も拡大していくものと想定しています。登録商品数を今後も伸ばしていくことにより、ひとつのサイトで必要な全ての資材を調達できる環境を作ります。ワンストップショッピングの利便性をアピールしてご利用されるお客さまの支持を増やしていくことを目指します。



環境配慮型商品の開発と販売の強化

対応 シモジマ=環境配慮型商品、と言われる企業を目指す

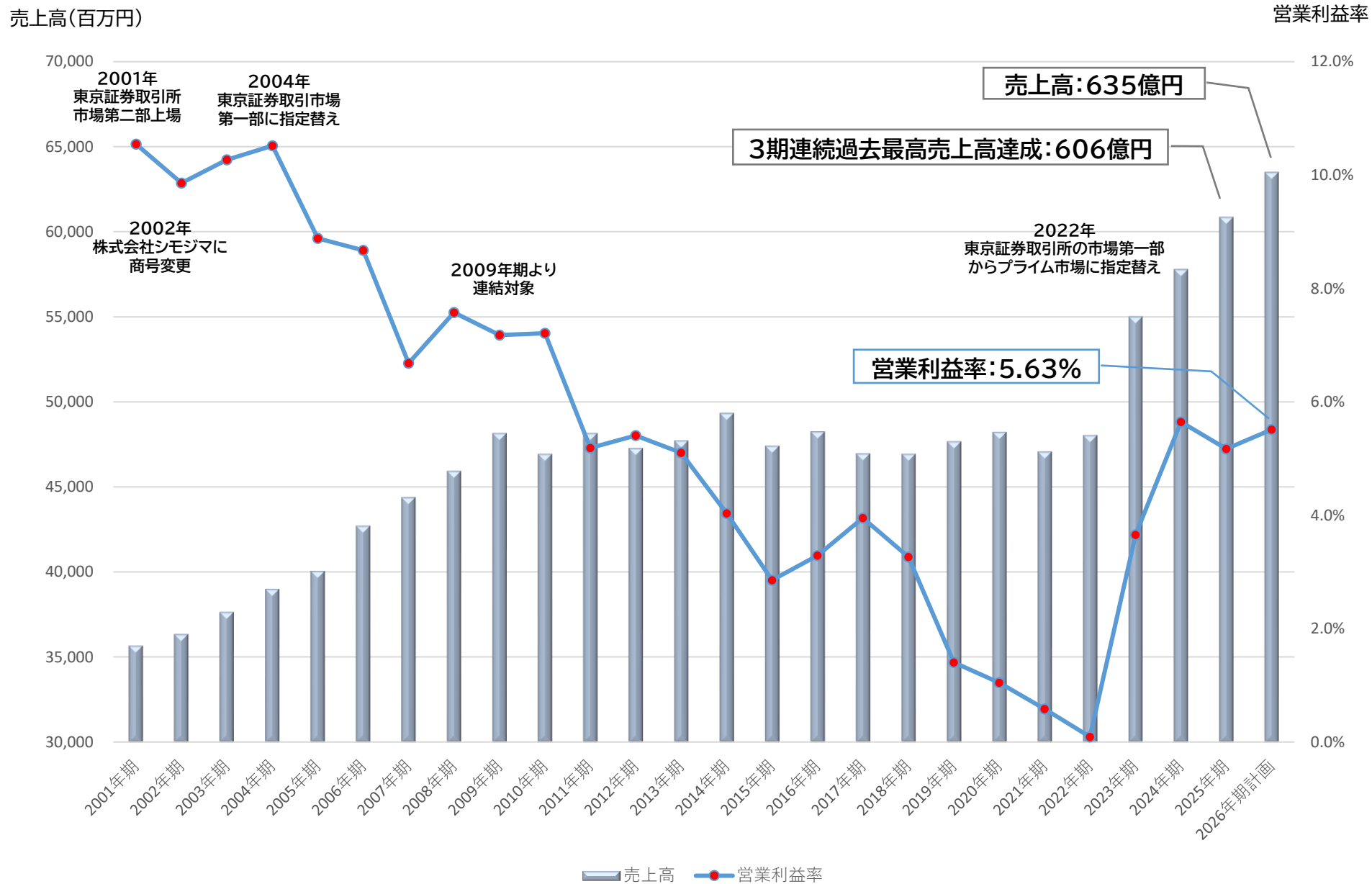
当社は従来より石油以外を原料とする素材や再生した素材などを使用した環境に優しい商品を開発、販売してまいりましたが、それらに対するニーズはますます高まっています。今後も新しい素材の研究開発を進め、リサイクルによって製造する技術を磨くことにより多種多様な環境配慮型商品の開発と販売に注力していきます。2030年には当社オリジナル商品における販売比率を20%まで高めていきます。



業績推移 成長投資計画

1. 業績推移 2001年3月期～2025年3月期実績&2026年3月期予想
2. 成長投資計画 新配送センター構想

1.業績推移 2001年3月期～2025年3月期実績&2026年3月期予想



2. 成長投資計画 新配送センター構想

物流投資計画

- 1 所在地 兵庫県
- 2 竣工時期 2028年6月(予定)
- 3 投資金額 約150億円(予定)
(土地、建物、機械設備等を含む)
- 4 資金計画 自己資金及び借入金

取得の理由

- 業績拡大に伴い、入出荷能力及び在庫保管能力の増強を図るため
- 増加する混載出荷に対応するため
- 現有の配送センターと併せて、全国配送における東西物流の最適化を図るため

新配送センター

西日本を網羅するマザーセンターとして稼働予定です。



配当予想と配当方針

株価・年間配当・配当性向・配当利回り推移

1. 配当実績と予想 配当方針の変更
2. 株価・年間配当・配当性向・配当利回り推移
3. 課題 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

1. 配当実績と予想 配当方針の変更

| | 中間 | 期末 | 年間 | 配当性向 | DOE |
|------------------|-----|-----|------------|--------------|-----------|
| 2023年3月期 (実績) | 11円 | 11円 | 22円 | 33.2% | 1.3% |
| 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 | 27円 | 54円 | 50.5% | －% |

各指標のメリット

配当性向:50%

- 業績に連動して配当額が変動するため、利益が高いと配当も増加
- 株主の利益を最大化しやすい

株主資本配当率(DOE):3%

- 業績に左右されず、安定した配当を提供
- 長期的に持続可能な株主還元

| 配当方針の変更(2025年5月12日・適時開示) | |
|---|--|
| 変更前 | 変更後 |
| 安定的な配当に配慮しつつ毎期の業績や財務状況を勘案し、配当性向50%目途とする。 | 安定的な配当に配慮しつつ毎期の業績や財務状況を勘案しています。 剰余金の配当につきましては、 連結配当性向50%または、連結株主資本配当率(DOE)3%以上を目指し、配当金額を決定します。 |
| 変更の理由 当社は、株主の皆さまへの利益配分を経営上、最重要施策のひとつと位置付けています。配当水準の向上と共により安定した配当とするため、連結株主資本配当率(DOE)を新たな指標として導入し、株主の皆さまに対する利益還元の姿勢をより明確にお示しいたします。 | |

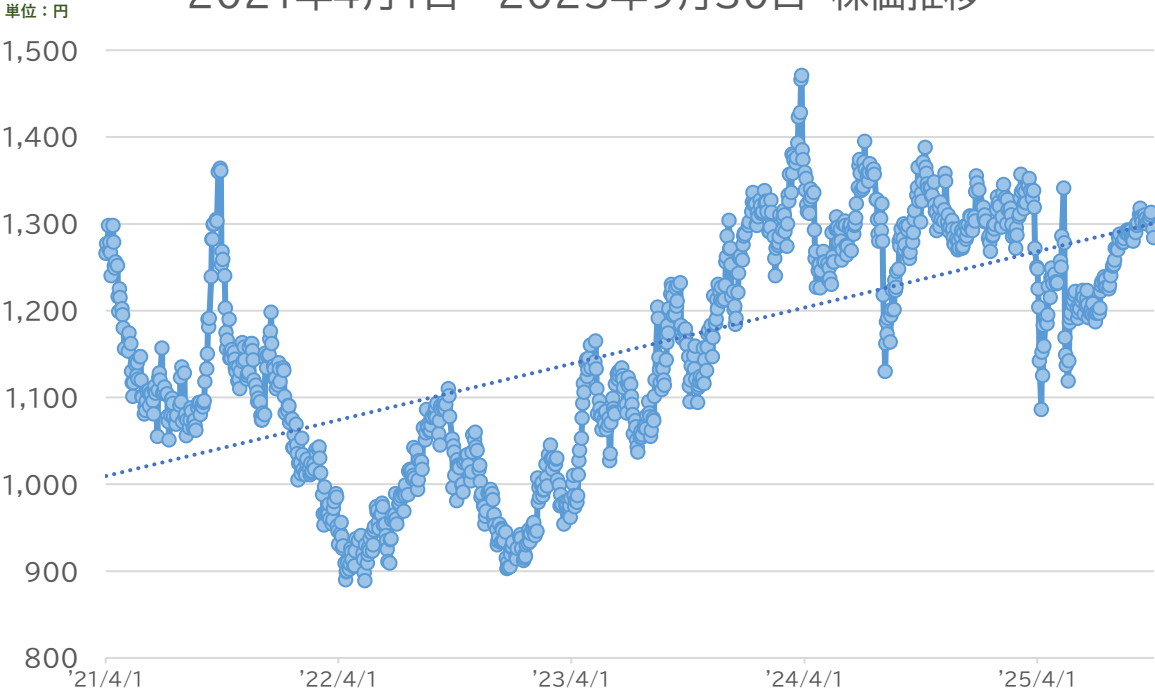
連結株主資本配当率(DOE) = (年間配当総額 ÷ 連結株主資本) × 100

2. 株価・年間配当・配当性向・配当利回り推移

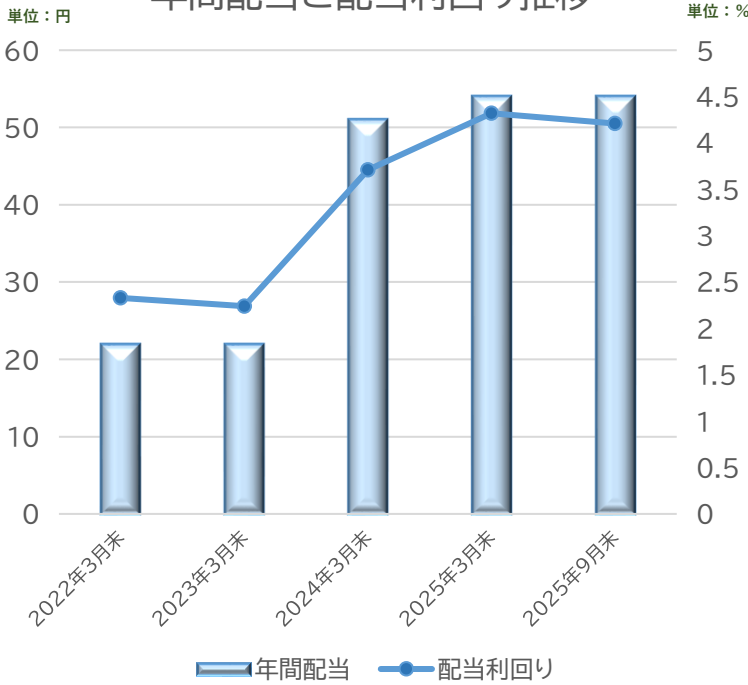


| | 単位 | 2022年3月末 | 2023年3月末 | 2024年3月末 | 2025年3月末 | 2025年9月末 |
|-------|----|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 株価 | 円 | 946 | 984 | 1,374 | 1,250 | 1,284 |
| 年間配当 | 円 | 22 | 22 | 51 | 54 | 54 (26年期予想) |
| 配当性向 | % | 594.6 | 33.2 | 50.1 | 60.4 | 50.5(26年期予想) |
| 配当利回り | % | 2.33 | 2.24 | 3.71 | 4.32 | 4.21 |

2021年4月1日～2025年9月30日 株価推移

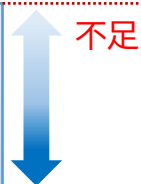


年間配当と配当利回り推移



3. 課題 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

2026年3月期 9/30



不足

2026年3月期 9/30



企業価値

自己資本
356億31百万円

BPS
(1株当たり純資産)
1,523.32円

市場価値

株価
1,284円

PBR
(株価純資産倍率)
0.84倍

市場からの評価不足 改善施策

- ・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の販売)
- ・不採算事業の撤退や閉鎖などで、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)
- ・成長投資＝リターン回収による業績の向上
(DX投資、物流投資、人的資本投資、M&A投資
など)
- ・IR活動強化＝認知度の向上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)
- ・株主の皆様への積極的な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)



当面の目標

ROE8.0%以上×PER12.5倍以上
PBR:1.0倍以上

シモジマグループの成長と発展に向けて

1. 業界動向と当社の状況
2. 販売力強化施策
 - ① シモジマオンラインショップ商品点数・会員数増加施策
 - ② ライセンシービジネス ・ シモジマ レトロコレクション
3. 商品力強化施策
 - ① 環境配慮型商品の開発と普及
 - ② クローズドリサイクル
 - ③ 環境配慮型商品の評価
4. シモジマの森 植林活動 CDPへの回答

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、消費者の動向等

- ・米国政権の関税引上げ政策 : 当社への直接的影響は軽微
- ・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
- ・環境配慮型商品については、一定の優位性を堅持

○ビジネスリスク

- | | |
|---|-------------------------------|
| ・商品価格 | 市場動向を見極めつつ、価格転嫁の決断は、迅速に実施 |
| ・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 | 優秀な人材の確保を通じて、中長期的な企業価値向上に寄与 |
|  | 生産性の向上（受注、仕入れEDIなどデジタル化などを駆使） |

（注）現時点での入手可能な情報に基づき、弊社の考えとしての業界動向です。

「100万×100万プロジェクト」活動



2026年3月期・登録商品数目標
「100万SKU」

2025年9月30日現在

141.8万SKU

2026年3月期・登録会員数目標
「100万会員」

2025年9月30日現在

93.8万会員

※SKU=ストック・キーピング・ユニットの略称
在庫管理における最小の品目数を数えるための単位

※CRM=カスタマー・リレーションシップ・マネジメントの略称
顧客との関係性・コミュニケーションを管理しながら、その関係を長期的に深めて行くマネジメント手法

2. 販売力強化② ライセンシービジネス ・ シモジマ レトロコレクション



シモジマ レトロコレクション フリーザーバッグ



ストップパイル

ライセンス ビジネス

昭和40年代に発売されたシモジマのレトロなデザインで、
様々な企業との共同開発

1,000を超えるコラボレーション商品を発売

＜コラボレーションの一例＞

- | | | |
|---------|---------|-----------|
| ・ポーチ | ・Tシャツ | ・LINEスタンプ |
| ・ブランケット | ・トートバッグ | ・缶バッジ |
| ・靴下 | ・カプセルトイ | ・キャンディー |
| ・巾着 | (文具セット) | などなど |

ライセンスの契約条件は幅広く設定

※第一の目的:シモジマのデザインを多くの皆さまにお届けすること



スターギャル



トレイン

本説明会のノベルティ
【使用上の注意】を
よくお読みになりご使用ください

3. 商品力強化施策① 環境配慮型商品の開発と普及

「環境配慮型商品」の開発

当社は、包装用品の専門商社としての立場から、SDGs活動の積極的推進と環境配慮型商品の開発と普及に注力しています。

環境配慮型商品

i)とうもろこし由来



- ・コップ
- ・皿
- ・弁当容器
- ・カトラリー など

ii)さとうきび由来



- ・バイオ
ハンドハイパー

iii)パームヤシカサ由来



- ・フード
ボックス

iv)竹由来

- ・箸
- ・バンブーカップ など



v)海洋性分解性

- ・レジ袋(エネルフィッシュ)

(特徴)

- 苦み成分(デナトニウム)配合
- 約1年で水と二酸化炭素に分解

3. 商品力強化施策② クローズドリサイクル

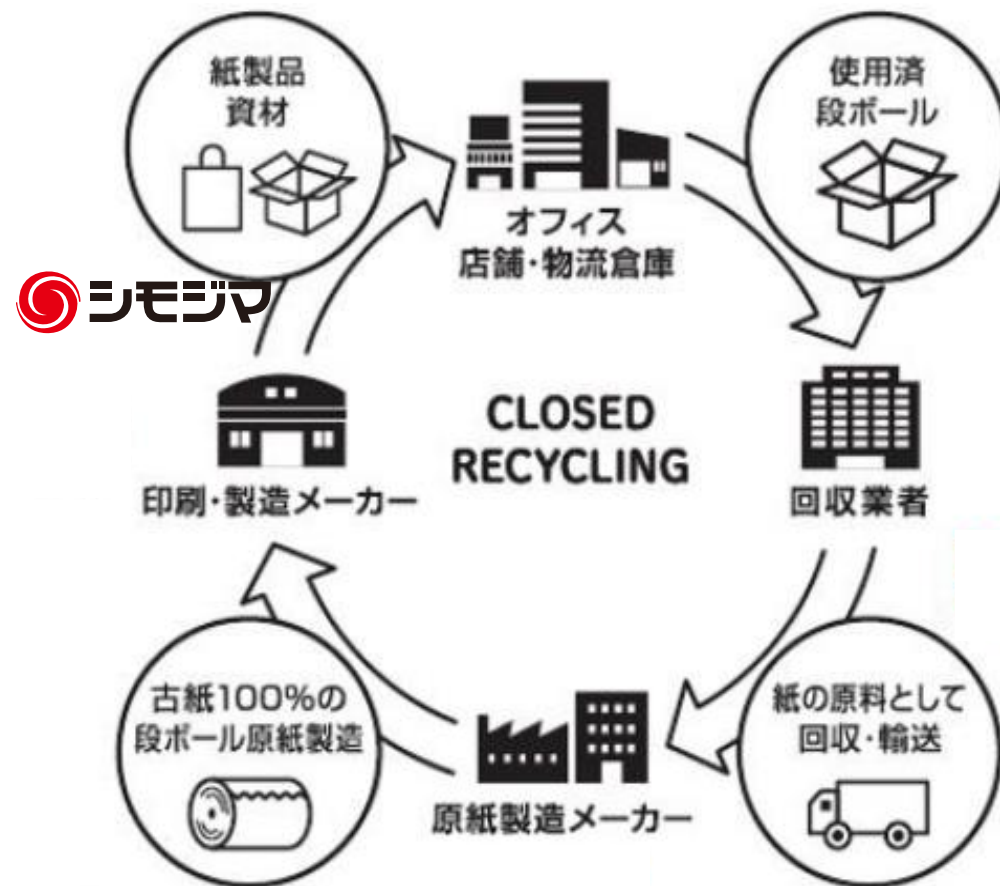
「環境配慮型商品」の仕組み作り

当社は、クローズドリサイクルの推進(*1)により、サーキュラーエコノミー(*2)の発展への貢献を目指しています。

ご要望のあったお客さまが排出した使用済み段ボールを回収し、再資源化を行っています。

当社とコラボレートする企業さまが、使用済み段ボールの回収、原料供給、再生紙の生産・供給を行い、当社が、紙袋や梱包用段ボールといった紙製品を製造します。

段ボールを循環させ、再利用する仕組みを確立しています。



(*1) クローズドリサイクル: 自社で使用済みとなり排出したものを素材(原料)として再利用し同じ用途の自社製品へ循環させるため、環境負荷が少なく資源を効果的に活用する。

(*2) サーキュラーエコノミー(循環型経済): 従来の「使い捨て」型の経済モデルとは異なり、資源を最大限に活用し、廃棄物を極力重視することを目的とした経済モデル。

3. 商品力強化③ 環境配慮型商品の評価

グッドデザイン賞受賞

当社は、包装用品の専門商社としての立場から、SDGs活動の積極的推進と環境配慮型商品の開発と普及に注力しています。

PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋

フッ素化合物を使用しない身体にも環境にも優しい商品

受賞理由

市場の要請に迅速に対応した点が評価されました。

○グッドデザイン賞とは？

日本で唯一総合的なデザイン評価・推奨
創設1957年 現在までの受賞総数約50,000件

○グッドデザイン賞の審査の視点

①人間的視点 ②産業的視点 ③社会的視点 ④時間的視点等から評価

○グッドデザイン賞受賞率

2025年度実績 応募総数:5,225件 受賞数:1,619件 (受賞率約31%)

主催:公益財団法人日本デザイン振興会

未晒ペーパーフードトレイ

食品スーパーの弁当、総菜容器をプラスチックから紙容器への環境提案

受賞理由

適合性の良さや未晒し独特の風合いも評価対象となりました。



GOOD DESIGN AWARD
2025年度受賞



PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋



ペーパーフードトレイ

4. 植林活動とCDPへの回答

| | | | |
|------------|-----|---|-----------------|
| 植林活動 実績 | 第1回 | : | 2023年11月21日～22日 |
| | 第2回 | : | 2024年10月21日～22日 |
| | 第3回 | : | 2025年 5月29日～30日 |
| | 第4回 | : | 2025年10月16日～17日 |

参加者

全役員、全従業員が対象

「シモジマの森」2023年11月から

住所:三重県多気郡大台町

シモジマ & more trees & 大台町役場



第4回植林活動の様子



植林活動を行う社長の笠井



「森」を良く知る勉強会の様子

| 植林の状況 | | 植林本数 | 面積 |
|----------|----|--------|--------|
| 2024年3月末 | 実績 | 990本 | 0.49ha |
| 2025年3月末 | | 1,980本 | 0.98ha |

シモジマは多様性のある森づくりを目指します!



CDPスコア
2024年評価
“B”

株主の皆さまに日頃の感謝を込めて

1. 株主優待について

1.株主優待について

1. 対象

毎年3月31日現在の当社株主名簿に記録された株主さま

2. 優待内容

保有株式数 100株以上1,000株未満
1,000株以上

- ➡ 当社デザインのクオカード1枚（1,000円分）を贈呈
- ➡ 生活用雑貨類詰め合わせ1セット
（希望小売価格 約5,000円相当の当社取扱い商品）を贈呈



当期のクオカードデザイン

※デザインは変更の可能性が御座います。



3. 発送時期

毎年、6月中旬より順次発送

2025年3月期末実績例

- ・ティッシュペーパー ・トイレットペーパー
- ・再生原料ゴミ袋 ・洗って使えるペーパータオル
- ・キッチンポリ ・チャックポリ ・養生テープ
- ・バイオマスレジ袋 ・家庭用ラップ など

(注) 今後の見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、実際は、この見通しと異なる場合があります。

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。

参考資料

2026年3月期 中間期業績データ

2026年3月期 通期業績予想

1. 2026年3月期 中間期 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
4. 財務状況 (1)～(5)
5. 2026年3月期 通期 業績予想

【連結】

単位:百万円

| 科 目 | 2025年3月期・中間期 | | 2026年3月期・中間期 | | |
|-------------------------------|--------------|--------|--------------|-------|--------|
| | 金 額 | 前 期 比 | 金 額 | 増 減 額 | 前 期 比 |
| 売 上 高 | 29,265 | +4.0% | 30,707 | 1,441 | +4.9% |
| 売 上 総 利 益 | 9,275 | ▲0.7% | 9,947 | 671 | +7.2% |
| 売 上 総 利 益 率 | 31.7% | ▲1.5Pt | 32.4% | - | +0.7pt |
| 販 管 費 | 8,210 | +6.4% | 8,589 | 379 | +4.6% |
| 営 業 利 益 | 1,065 | ▲34.2% | 1,357 | 292 | +27.5% |
| 経 常 利 益 | 1,178 | ▲34.9% | 1,560 | 381 | +32.3% |
| 親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 中 間 純 利 益 | 821 | ▲30.8% | 1,051 | 230 | +28.0% |

2. 販売チャネル別 売上高 前年同期比較

【連結】

単位:百万円

○営業販売部門 224億19百万円

前期比: +16億42百万円 +7.9%

売上構成比: 73.0% +2.01pt

○店舗販売部門 56億30百万円

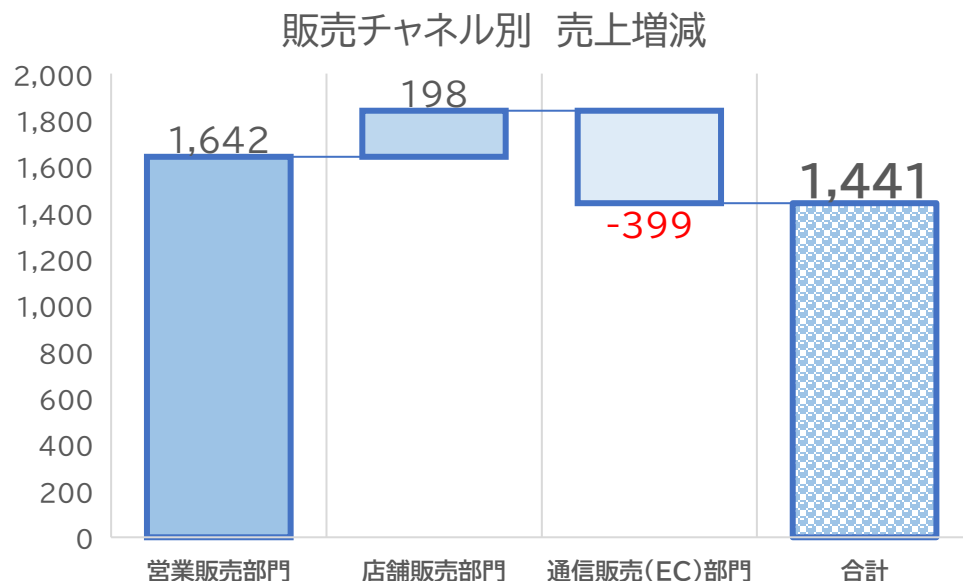
前期比: +1億98百万円 +3.7%

売上構成比: 18.3% ▼0.22pt

○通信販売(EC)部門 26億58百万円

前期比: ▼3億99百万円 ▼13.1%

売上構成比: 8.7% ▼1.79pt



<売上増減要因>

○営業販売部門

- ・既製品の主力商品の拡販、特注品受注活動に注力
- ・環境配慮型商品需要拡大

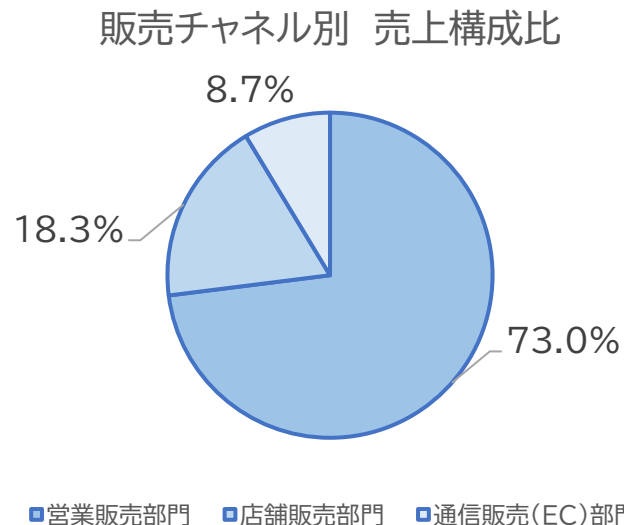
○店舗販売部門

- ・大阪・関西万博など、イベント・インバウンド需要増加
- ・店舗外商活動の新規開拓・既存深耕による既製・特注品獲得

○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

- ・新規掲載商品点数増加・Web広告強化により新規顧客獲得
- 株式会社グローバルブランド連結対象外影響により減少



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

○紙製品事業

48億40百万円

前期比: +1億96百万円 +4.2%

売上構成比: 15.8% ▼0.1pt

- ・特注品販売好調維持
- ・新商品の売上好調

○化成品・包装資材事業

190億86百万円

前期比: +12億23百万円 +6.8%

売上構成比: 62.2% +1.1pt

- ・コップ類、紙容器、カトラリー等の食品包材好調
- ・環境配慮型商品販路拡大、特注品受注増加

○店舗用品事業

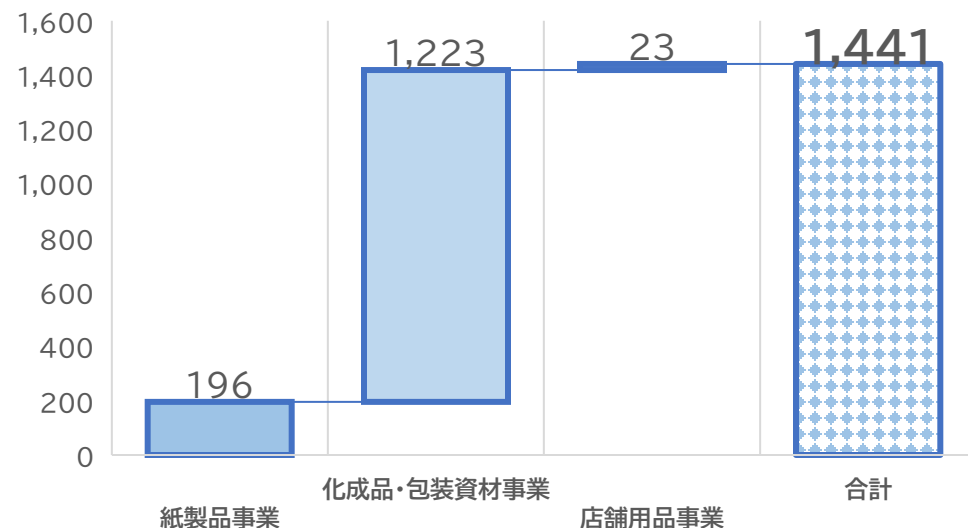
67億80百万円

前期比: +23百万円 +0.3%

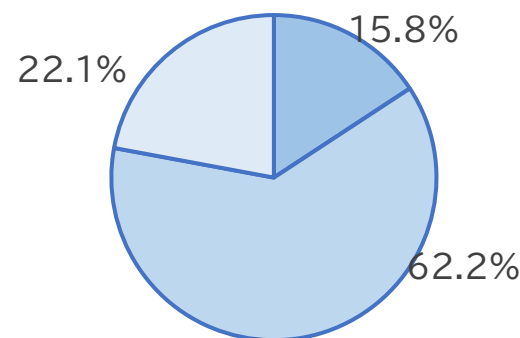
売上構成比: 22.1% ▼1.0pt

- ・大阪・関西万博を始めとしたインバウンド需要増加
- ・株式会社グローバルブランド連結対象外影響により減少

セグメント別 売上増減



商品セグメント別 売上構成比



■紙製品事業 ■化成品・包装資材事業 ■店舗用品事業

4. 財務状況 (1)

損益計算書

単位:百万円

【連結】

売上高:過去最高額

- ・大阪・関西万博効果などインバウンド需要増加

売上総利益:増加

- ・環境配慮型商品販売好調
- ・原材料価格安定水準

販売管理費:増加

- ・物流費の上昇
- ・ベースアップに伴う人件費の増加
- ・販売費及び一般管理費の効率的な運用と抑制

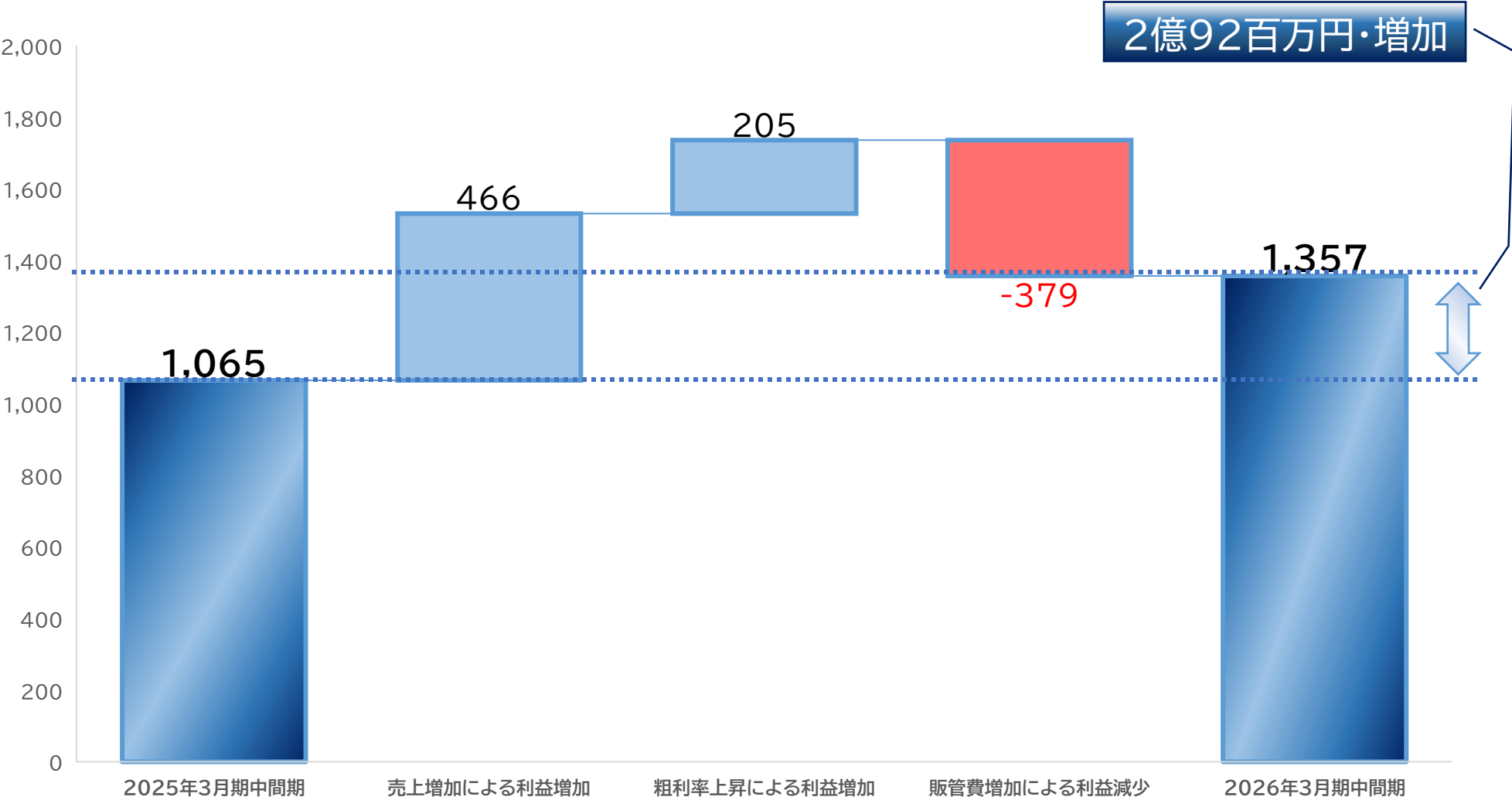
| 勘定科目 | 2025年 3月期 中間期 | 2026年 3月期 中間期 | 増減額 | 前期比 |
|-----------------|------------------|------------------|-------|--------|
| 売上高 | 29,265 | 30,707 | 1,441 | +4.9% |
| 売上原価 | 19,990 | 20,759 | 769 | +3.8% |
| 売上総利益 | 9,275 | 9,947 | 671 | +7.2% |
| 物流費 | 2,277 | 2,434 | 157 | +6.9% |
| 人件費 | 3,495 | 3,716 | 220 | +6.3% |
| 管理費 | 2,437 | 2,438 | 1 | +0.1% |
| 販管費合計 | 8,210 | 8,589 | 379 | +4.6% |
| 営業利益 | 1,065 | 1,357 | 292 | +27.5% |
| 営業外収益 | 164 | 225 | 61 | +37.5% |
| 営業外費用 | 50 | 23 | ▲26 | ▲53.3% |
| 経常利益 | 1,178 | 1,560 | 381 | +32.3% |
| 特別損益 | 70 | - | ▲70 | - |
| 税金等調整前当期純利益 | 1,249 | 1,560 | 311 | +24.9% |
| 親会社株主に帰属する中間純利益 | 821 | 1,051 | 230 | +28.0% |

4. 財務状況（2）

営業利益の増減要因

単位:百万円

【連結】



4. 財務状況 (3)

貸借対照表 ① 抜粋

【連結】

単位:百万円

<資産の部>

受取手形及び売掛金:増加

・売上増加に伴うもの

無形固定資産:増加

・システム投資によるソフトウェアの増加

| 勘定科目 | 2025年 3月末 | 2025年 9月末 | 増減額 |
|----------------|--------------|--------------|------|
| 現金及び預金 | 8,086 | 8,068 | ▲18 |
| 受取手形及び売掛金 | 8,379 | 8,723 | +343 |
| 棚卸資産 | 6,243 | 6,226 | ▲17 |
| 建物・造作設備・機械設備 等 | 6,411 | 6,302 | ▲109 |
| 土地 | 7,760 | 7,760 | - |
| 無形固定資産 | 879 | 1,236 | +356 |
| 保険積立金 | 1,874 | 1,970 | +95 |
| 資産合計 | 41,843 | 42,715 | +871 |

4. 財務状況（4）

貸借対照表 ② 抜粋

【連結】

単位:百万円

<負債の部>

支払い手形及び買掛金:増加

売上増加に伴うもの

未払法人税:増加

前期比利益増加のため

| 勘定科目 | 2025年3月末 | 2025年9月末 | 増減額 |
|----------------|----------|----------|------|
| 支払手形及び買掛金 | 2,942 | 3,051 | +109 |
| 未払法人税 | 393 | 565 | +172 |
| 退職給付に係る負債 | 300 | 333 | +32 |
| 長期リース債務 | 286 | 297 | +11 |
| 土地再評価に係る繰延税金負債 | 285 | 285 | - |
| 負債合計 | 6,665 | 7,016 | +350 |

<純資産の部>

利益剰余金:増加

期間純利益:10億51百万円

配当金支払い:6億30百万円との差

自己資本比率:83.4%
(前年同期比 ▲0.5pt)

| 勘定科目 | 2025年3月末 | 2025年9月末 | 増減額 |
|--------------|----------|----------|------|
| 資本金 | 1,405 | 1,405 | - |
| 利益剰余金 | 38,564 | 38,985 | +421 |
| その他有価証券評価差額金 | 274 | 320 | +46 |
| 土地再評価差額金 | ▲6,203 | ▲6,203 | - |
| 純資産合計 | 35,178 | 35,698 | +520 |
| 負債純資産合計 | 41,843 | 42,715 | +871 |

4. 財務状況（5）

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

仕入債務の増減額:増加

休日による支払日のズレによるもの

投資キャッシュ・フロー

固定資産の取得による支出:増加

ソフトウェアの増加

定期預金の預け入れによる支出:増加

一時的な預金運用

財務キャッシュ・フロー

配当金の支払額変更によるもの

| | 1株当たり配当金 |
|---------------|----------|
| 2025年3月期中間期時点 | 40円 |
| 2026年3月期中間期時点 | 27円 |

| 勘定科目 | 2025年3月期 中間期 | 2026年3月期 中間期 |
|------------------|-----------------|-----------------|
| 税金等調整前当期純利益 | 1,249 | 1,560 |
| 減価償却費 | 492 | 478 |
| 売上債権の増減額(▲は増加) | 147 | ▲343 |
| 棚卸資産の増減額(▲は増加) | ▲245 | 17 |
| 仕入債務の増減額(▲は減少) | ▲1,489 | 109 |
| 法人税等の支払額 | ▲740 | ▲350 |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | ▲997 | 1,354 |
| 固定資産の取得による支出 | ▲381 | ▲682 |
| 定期預金の預け入れによる支出 | 3 | ▲1000 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | ▲215 | ▲1,699 |
| 配当金の支払額 | ▲932 | ▲626 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | ▲949 | ▲672 |
| 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 | 7,477 | 7,007 |

【連結】

単位:百万円

| 科 目 | 2025年3月期 実 績 | 2026年3月期 予想 | | |
|-------------------------------|-----------------|-------------|--------|--------|
| | 金 額 | 金 額 | 増 減 額 | 前 期 比 |
| 売 上 高 | 60,680 | 63,500 | +2,820 | +4.6% |
| 営 業 利 益 | 2,986 | 3,575 | +589 | +19.7% |
| 経 常 利 益 | 3,303 | 3,800 | +497 | +15.0% |
| 親 会 社 株 主 に 帰 属 す る 当 期 純 利 益 | 2,088 | 2,500 | +412 | +19.7% |

- 業績予想は据え置き
 - ・中間期時点では、好調な業績で推移していますが、不安定な世界情勢、為替相場などを考慮
- 包装業界の特性
 - ・業績の季節変動が大きく年末に向けて繁忙期を迎える
 - ・第3四半期にしっかりと業績の足場を固め、通期予想の達成を目指す

(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。

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、ご了承くださいます様、お願い申し上げます。