



---

# 2026年3月期 中間期 決算説明会 (2025年4月1日 ~ 2025年9月30日)

2025年12月4日  
株式会社シモジマ

# 2026年3月期 中間期 決算報告

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. 成長投資計画 進捗状況
6. 配当実績と予想 配当方針の変更
7. 株価・年間配当・配当性向・配当利回り推移

【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 売 管 理 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 益 中 間 純 利 益	821	▲30.8%	1,051	230	+28.0%

### 【連結】

#### ○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

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

#### ○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

- ・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 26億58百万円

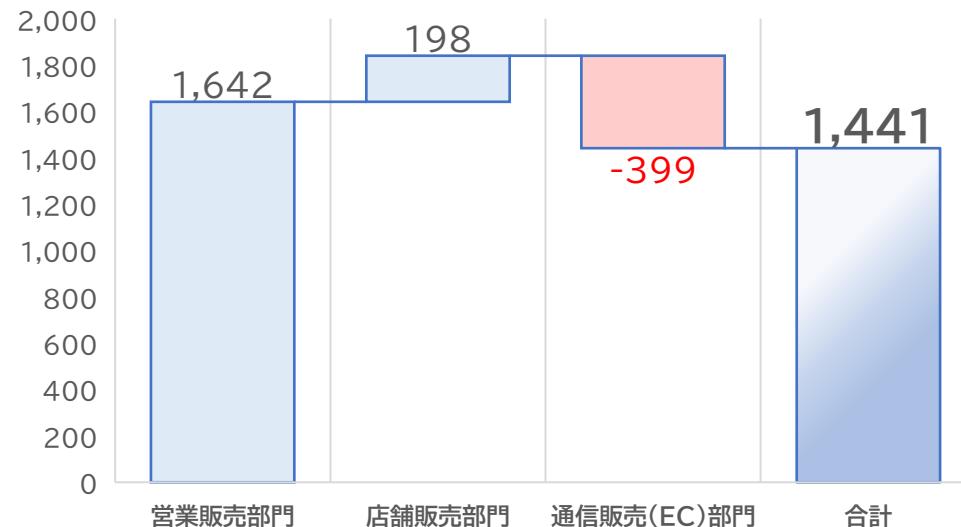
前期比:▼3億99百万円 ▼13.1%

売上構成比:8.7% ▼1.79pt

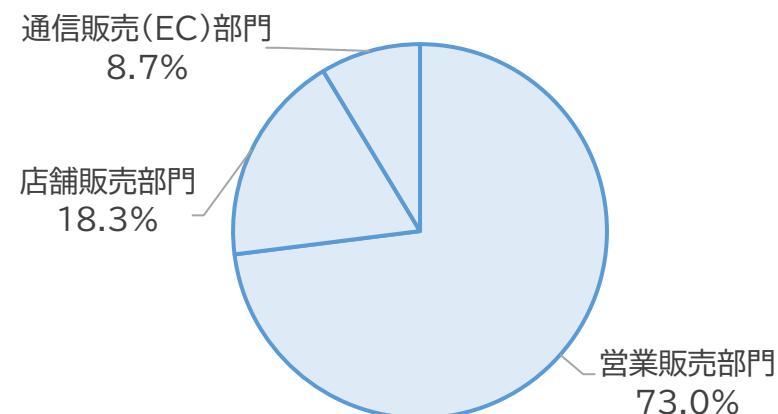
- ・新規掲載商品点数増加・Web広告強化により新規顧客獲得  
※通販サイト(シモジマオンラインショップ)好調
- ・株式会社グループブランド連結対象外影響により減少

単位:百万円

#### 販売チャネル別 売上増減



#### 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 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、おしごり、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

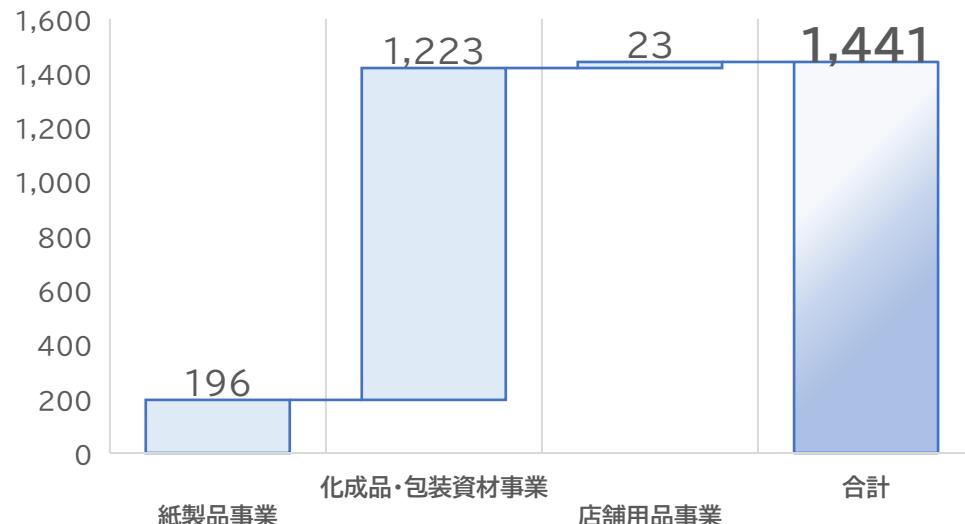
前期比:+23百万円 +0.3%

売上構成比:22.1% ▼1.0pt

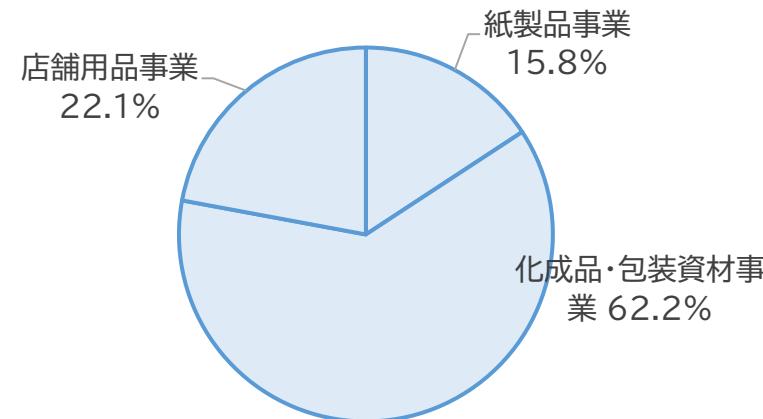
- ・大阪・関西万博を始めとしたインバウンド需要増加
- ・株式会社グループブランド連結対象外影響により減少

単位:百万円

セグメント別 売上増減



商品セグメント別 売上構成比



## 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

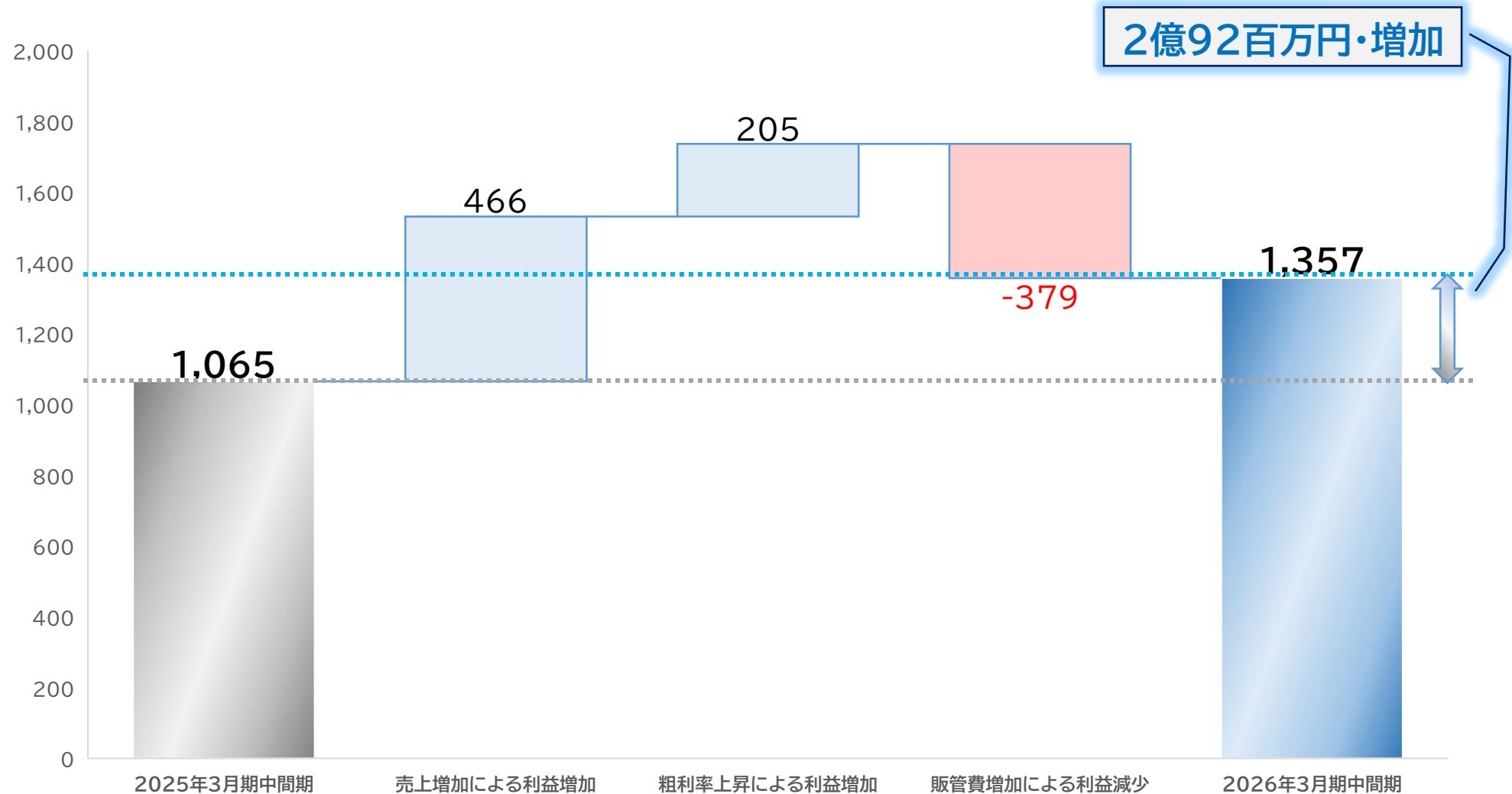
- ・物流費の上昇
- ・ベースアップに伴う人件費の増加
- ・販売費及び一般管理費の効率的な運用と抑制

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%
販売管理費合計	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%

## 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

## &lt;資産の部&gt;

## 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

## 貸借対照表 ② 抜粋

【連結】

単位:百万円

### <負債の部>

#### 支払手形及び買掛金:増加

売上増加に伴うもの

#### 未払法人税:増加

前期末対比利益増加のため

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%  
(前期末対比 ▲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

## 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

## ○2026年3月期・通期投資計画:50億円程度

最も大きな金額となる予定の投資

○物流投資計画（兵庫県内・新配送センター 2028年6月竣工予定）

※2025年5月26日「固定資産の取得に関するお知らせ」開示



契約締結の遅れにより2027年3月期に持ち越される公算

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月期中間期
投資額	億円	9.2	17.1	11.8	9.9	6.2
累計	億円	9.2	26.3	38.1	48.0	54.2
進捗率	%	13.1	37.6	54.5	66.3	77.4

## 6. 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。 剩余金の配当につきましては、 <b>連結配当性向50%、または、連結株主資本配当率(DOE)3%以上</b> を目指し、 <b>配当金額</b> 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。

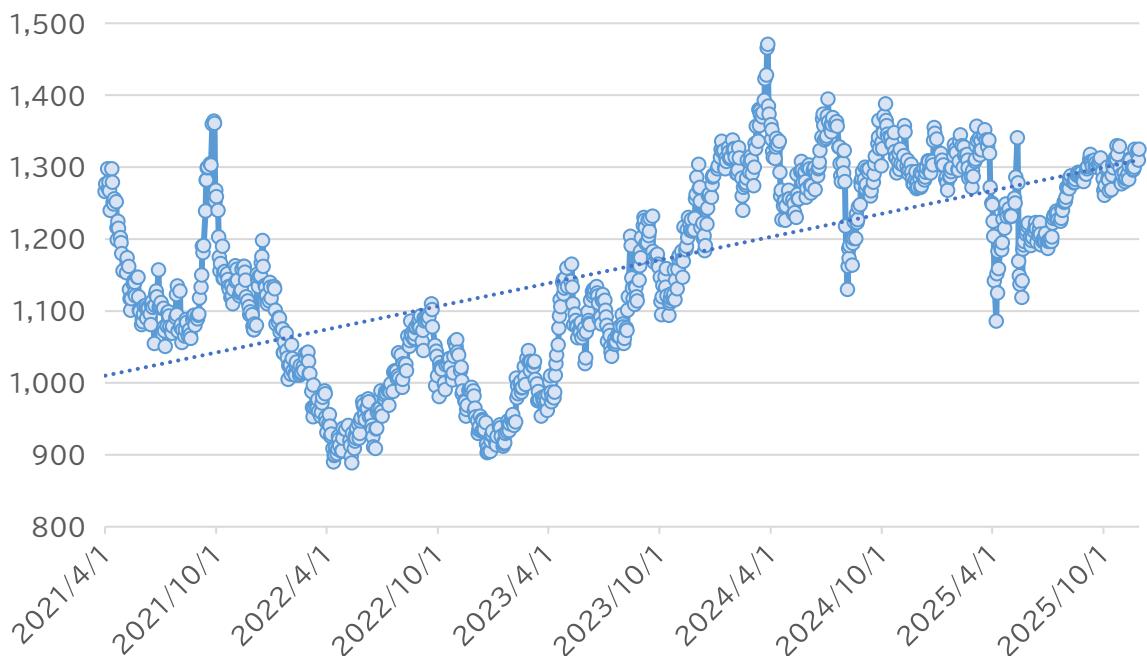
$$\text{連結株主資本配当率(DOE)} = (\text{年間配当総額} \div \text{連結株主資本}) \times 100$$

## 7. 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	2025年11月末
株価	円	946	984	1,374	1,250	1,284	1,325
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	4.07

単位:円

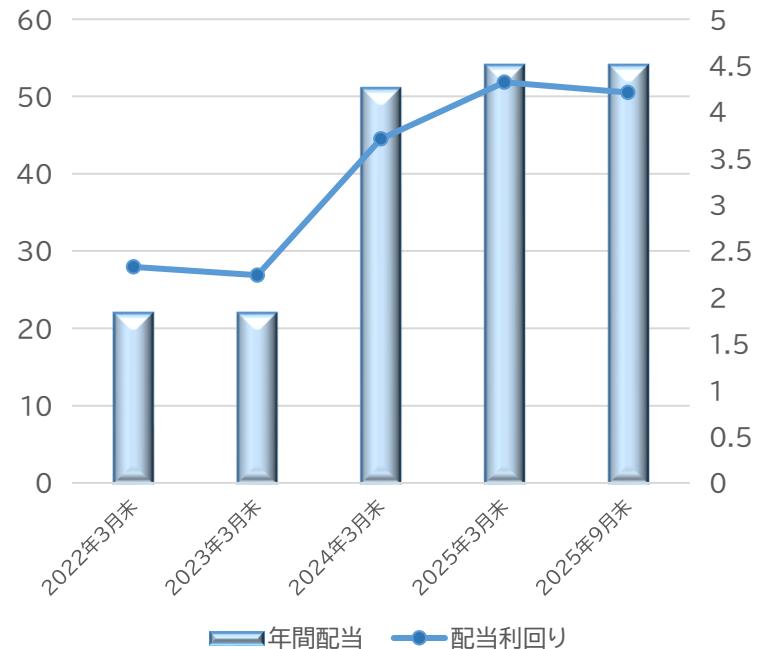
2021年4月1日～2025年11月28日 株価推移



単位:円

年間配当と配当利回り推移

単位:%



---

# 2026年3月期 業界動向 通期業績予想

1. 業界動向と当社の状況
2. 2026年3月期 通期業績予想

## 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（デジタル化を駆使するなど）

(注) 現時点での入手可能な情報に基づき、弊社の考え方としての業界動向です。

## 【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。

# シモジマグループの成長と発展に向けて

1. 販売力強化 シモジマオンラインショップ「100万×100万プロジェクト」
2. 商品力強化 環境配慮型商品の評価
3. 「DX認定事業者」に認定

## 商品点数・会員数増加施策



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

### 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。

#### 未晒ペーパーフードトレー

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

嵌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。

#### ○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

 GOOD DESIGN AWARD  
2025年度受賞



ペーパーフードトレー

PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋



## 認定のポイント

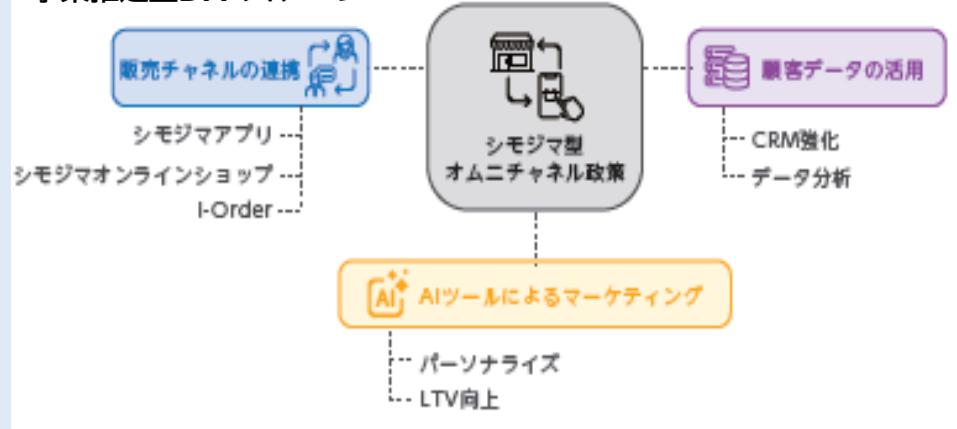
- ・事業推進型と生産性向上型 DX の企業戦略
- ・EC、アプリ会員数とEC サイトの商品登録数の拡大
- ・デジタル技術の活用による業務効率化
- ・DX人材の育成

## 事業推進型

### シモジマ型オムニチャネル政策を軸

- ・販売チャネルの連携
- ・顧客データの活用
- ・AIツールによるマーケティング

### 事業推進型DXのイメージ



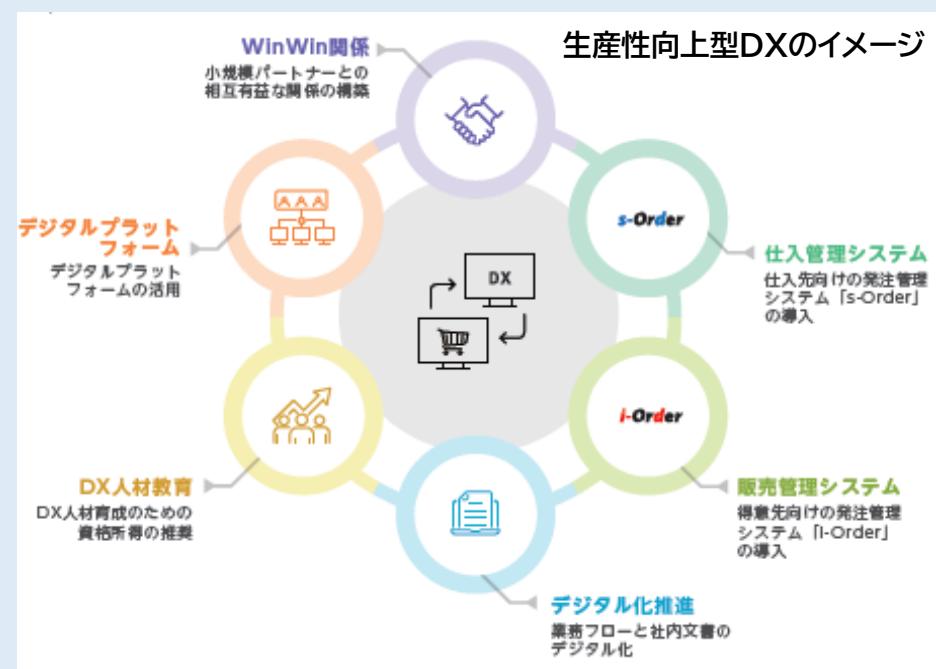
本年 5 月に経済産業省「DX 認定事業者」の認定を取得（「DX 認定制度」とは、「情報処理の促進に関する法律」に基づき、「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応する企業を国が認定する制度。）

## 生産性向上型

### DXのより一層の推進

- ・ペーパーレス化
- ・業務プロセスの見直し
- ・業務の自動化(RPA・AI の活用)
- ・企業間電子商取引(WEB-EDI)を導入
- ・電子契約の導入推進

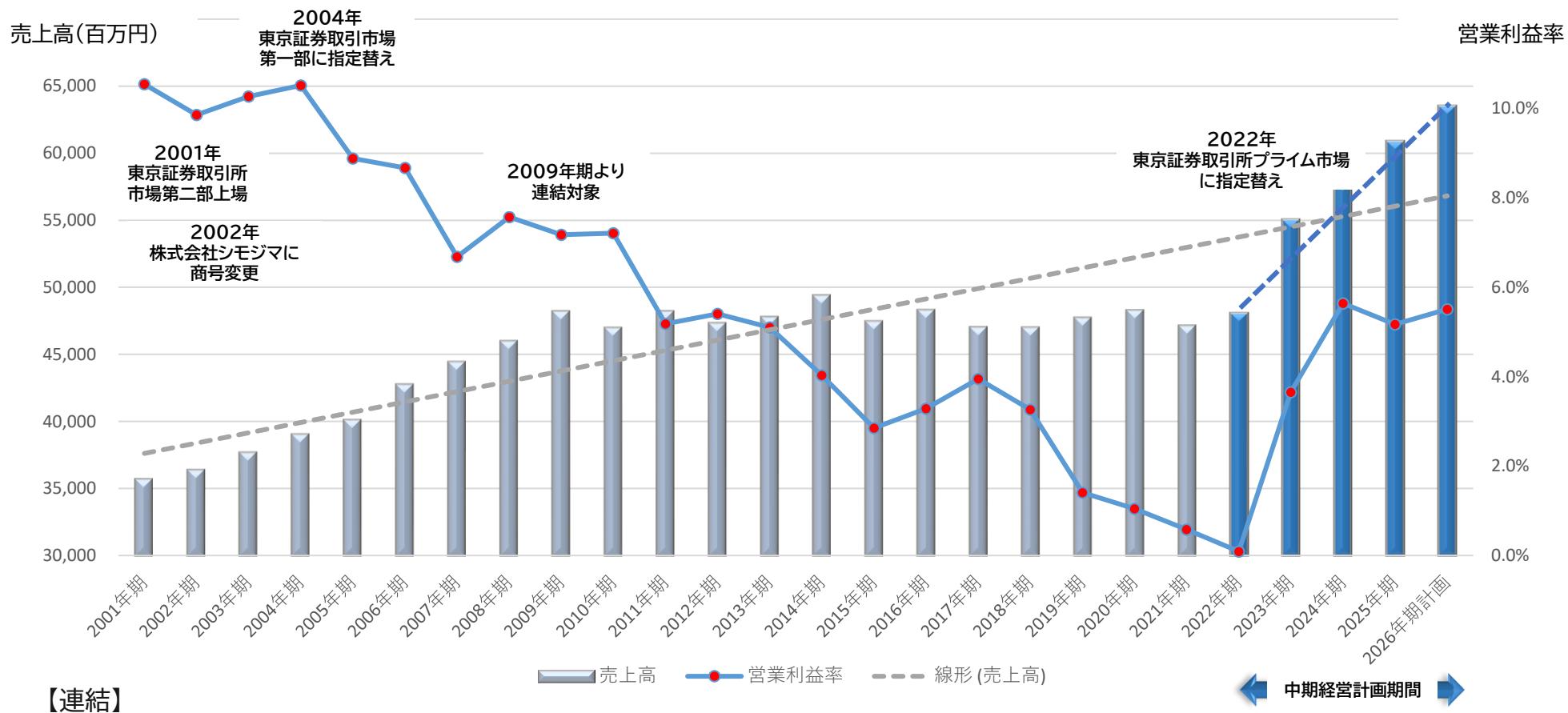
### 生産性向上型DXのイメージ



# 当社の現在地及び次期中期経営計画構想

1. 業績推移 中期経営計画発表後
2. “るべき”姿につながる当社の現在地と次期中期経営計画構想
3. シモジマ型オムニチャネル政策成功への鍵 体制整備 支社制導入
4. 6つの財務方針とキャッシュアロケーション

# 1. 業績推移 中期経営計画発表後



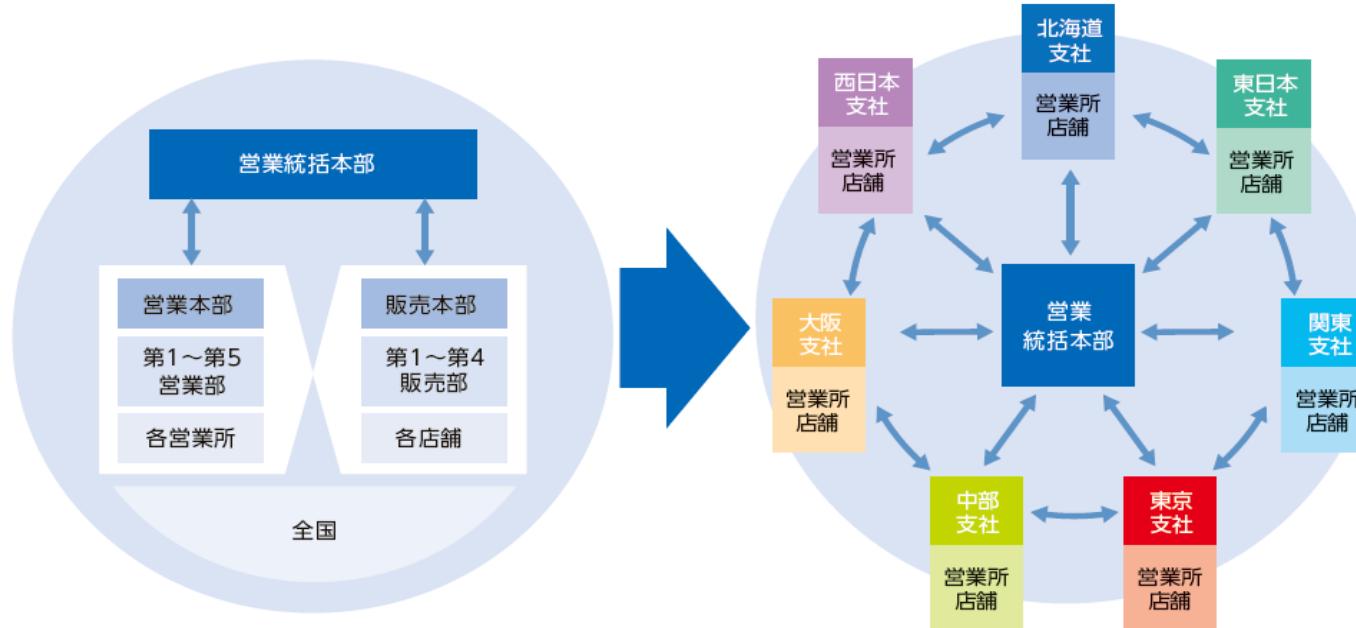
	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期・計画	CAGR 年平均成長率
売上高	48,063	55,028	57,794	60,680	63,500	+7.21%
営業利益	44	2,011	3,262	2,986	3,575	+200.23%
営業利益率	0.1%	3.7%	5.6%	4.9%	5.6%	-

## 2. “るべき”姿につながる当社の現在地と次期中期経営計画構想



具体例 (一部)	百年の序章 (中期経営計画発表前)	現・中期経営計画期間実績	次期・中期経営計画期間	“るべき”姿
サステナビリティ	・環境方針策定 ・ISO14001取得	○サステナビリティ委員会設置 ・マテリアリティ特定 ・人材育成、社内環境整備、ダイバーシティなどの方針策定 ・「シモジマの森」での植林活動 他	・Scope3(連結)の発表 ・マテリアリティの改訂 ・女性管理職比率、男女間賃金格差、男性の育児休暇取得率の向上 ・環境保全活動の充実	
財務・資本政策	・安定配当 ・配当性向30% ・内部留保確保	・安定配当 ・配当性向50%またはDOE3%以上を目指す	キヤツシユアロケーション ○キヤツシユイン ・営業キヤツシユフロー:165億円 ・資金調達:200億円 ○キヤツシユアウト ・成長投資:305億円 ・株主還元:60億円	パーパス 「夢を包み、心を結ぶ。」  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」
戦略	・シモジマ型オムニチャネル始動 ・重点業界営業始動 ・M&A ・DX委員会設置	・支社制導入 ・環境配慮型商品の充実 ・M&A継続 ・DX認定事業者に認定	・環境配慮型商品の販売構成比向上 ・シモジマオンラインショッピング機能充実 ・AIの利活用拡大	常時意識する会社像 「従業員が活き活きと働ける会社」
コーポレートガバナンス	・東証市場一部上場 ・監査役会設置会社 ・執行役員制度導入	・東証プライム市場移行 ・コーポレートガバナンスコード対応 ・資本コストと株価を意識した経営着手	・社外役員比率の向上 ・女性役員比率の向上 ・スキルマトリックスの見直し ・事業ポートフォリオ分析の精度向上	

## 縦割り管理から地域密着型へ移行



従来チャネル	新規チャネル	支社制へ移行後				
営業販売 店舗販売	通信販売(EC)	・北海道支社 ・中部支社 ・特販営業部(重点業界営業)	・東日本支社 ・大阪支社 ・直販営業部(ユーザー営業)	・関東支社 ・西日本支社	・東京支社	
営業・店舗販売の従来チャネルに加え、新規に通信販売(EC)が加わることになり、より地域に密着し、お客様のニーズに親身にお応えすることを踏まえ、体制を移行しました。						

# 4. 6つの財務方針とキャッシュアロケーション

## 6つの財務方針

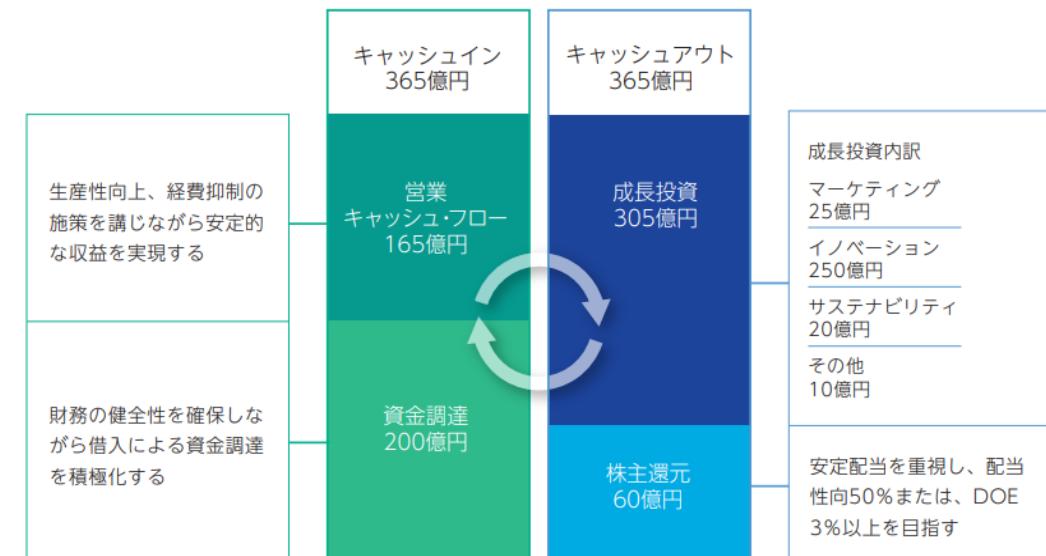
1	収益体质の強化	(1)マーケティング投資 ・オムニチャネル戦略 (2)イノベーション投資 ・配送センター ・DX ・商品開発 (3)サステナビリティ投資 ・人的資本 ・IR活動 ・環境保全活動	3	資本構造の改善	(1)エクイティスプレッドの改善 (2)財務レバレッジの改善 (3)キャッシュアロケーションの最適化
			4	サステナビリティ経営の高度化	(1)マテリアリティ(重要課題)の解決に向けたKPIとPDCA管理
			5	株主還元の強化	(1)DOEの導入 (2)自己株取得の検討
2	資産効率性の向上	(1)手元資金の積極活用 (2)適正在庫水準の実現 (3)固定資産の有効活用	6	資本市場との対話促進	(1)開示の充実 (2)投資家との対話の充実

## キャッシュアロケーションの最適化 (2027年3月期～2030年3月期)

キャッシュイン	営業キャッシュ・フロー:165億円 資金調達:200億円
キャッシュアウト	成長投資:305億円 配当:60億円

## 成長投資の内訳

マーケティング投資	25億円	オムニチャネル政策 (通販Web広告など)
イノベーション投資	250億円	DX・商品開発・配送センターなど
サステナビリティ投資	20億円	人的資本投資・IR・環境関連など



# 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. 参考 「統合報告書2025」発行

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	下島荷工具業(株)に商号変更	2000年6月	会社、商い支援株を設立
1962年4月	下島荷工具業(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	下島荷工具業(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	下島荷工具業(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、同時に物流子会社ヘイコーハンドリング(株)(現・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



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。

昭和レトロ  
「ストップペイル」柄



平成時代



大正・昭和時代



昭和の時代の  
手提げ紙袋



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

現在



環境配慮型商品の拡大

## シモジマ 統合報告書2025

統合報告書  
2025

夢を包み、心を結ぶ。



シモジマ

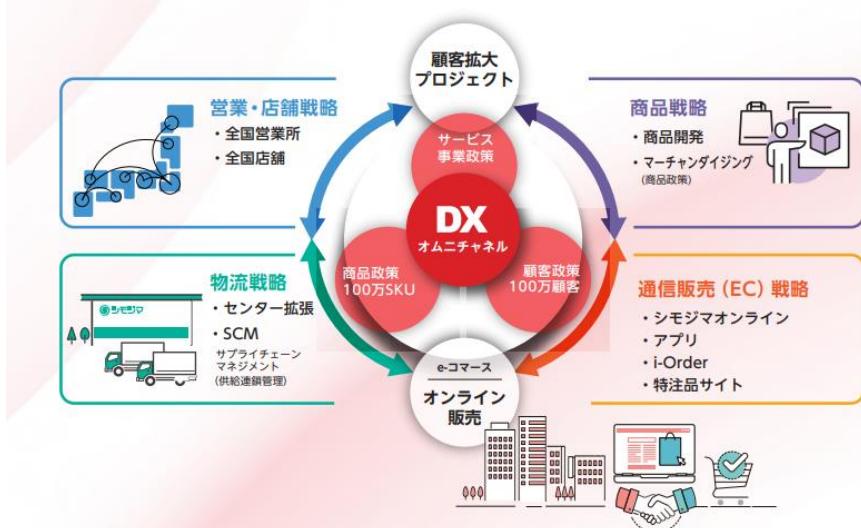
### <概略>

- ・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

当社は從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。

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。