

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

2026年6月20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. 環境配慮型商品の開発と普及



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

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

現在のHEIKOマーク



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



再生紙手提げ袋

大正・昭和時代



昭和の時代の
手提げ紙袋

創業1920年

創業当時の
店舗兼住居

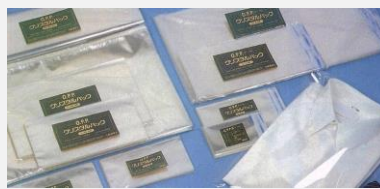


下島商店時代の
カタログ

※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、「夢を包み、心を結ぶ。」と言語化し、存在意義（パーパス）として設定しました。

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ることが、当社グループの提供価値だと考えています。そのためには、従業員自身が夢を持って仕事をすること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、包装用品で皆さまの夢や想いを真心で包み、人と人の心を結ぶ。ステークホルダーの皆さまに幸せをご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

～10年後のあるべき姿～

“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ご提供することです。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、ステークホルダーの皆さまにとっての“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。当社が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。

シンボルマーク



SHIMOJIMA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・膨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もっています。

オリジナルブランドマーク

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。

6. ビジネスモデル

私たちの強み

当社は、全国7支社がそれぞれ管轄する営業所・店舗で、キメの細かいご提案を行う「営業・店舗戦略」を推進しています。その活動を通して得た情報を活用し、お客さまのニーズに沿った商品開発を行う「商品戦略」を展開しています。また、当社独自のECサイト「シモジマオンラインショップ」やBtoB向け専用システム「i-Order」による業務効率化を実現しています。さらに、荷合わせ出荷など他社との差別化を図る「物流戦略」で、お客さまのご要望にお応えしています。今後は西日本の物流サービスをさらに向上させる計画を立てています。それぞれの分野への投資を拡充し、当社のビジネスモデルの強みを一層高めていく考えです。



私たちは、お客さまのために何ができるのかを常に追求し続けます。

7.環境配慮型商品の開発と普及

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

脱石油由来素材で環境対策

① トウモロコシ由来

・コップ ・皿 ・弁当容器 ・カトラリー
など



② さとうきび由来

・バイオハンドハイパー
(レジ袋)

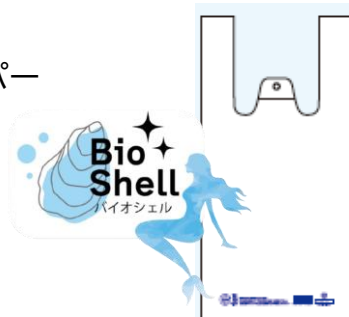
③ 竹由来

・弁当容器
など



④ 貝殻由来

・バイオシェルハンドハイパー
(レジ袋)



仕組み作りで環境対策

① クローズドリサイクル

使用済み段ボール → 段ボール・紙袋



② マテリアルリサイクル

廃棄プラスチック素材 → レジ袋・ゴミ袋

③ 水平リサイクル

使用済みストレッチフィルム → ストレッチフィルム

近年の主な活動紹介

1. グッドデザイン賞受賞 環境配慮型商品の評価
2. シモジマショールームOPEN
3. 環境関連活動 ① バンダイナムコグループさまとの取組み
4. // ② 小学生向け副教材作成 & 出張授業
5. // ③ シモジマの森での植林活動 と CDPへの回答
6. スポンサー活動 阪神甲子園球場シモジマデー(冠協賛試合)開催

1. グッドデザイン賞受賞 環境配慮型商品の評価

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

2.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。



これまで当社が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いただけます。デザイナーへの相談も可能となっております。

※予約制です。事前のご連絡をお願い致します。

クローズドスペース (あなただけの包装用品を作るため)

3. 環境関連活動 ①バンダイナムコグループさまとの取り組み

使用済み段ボールのクローズドリサイクルによる 梱包用段ボール・紙袋の提供開始について

当社は、丸紅フォレストリンクス株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:増野浩一、以下丸紅 フォレストリンクス)と共に、バンダイナムコグループの物流を担う株式会社バンダイロジパル(本社:東京都葛飾区、代表取締役社長:山本泰治、以下バンダイロジパル)へ、サーキュラーエコノミーモデル(*1)の提供を開始いたしました。



今回の取り組みは、バンダイロジパルの拠点で排出された使用済み段ボールをリサイクルし、梱包用段ボールとして再利用します。丸紅グループ2社(丸紅フォレストリンクス、興亜工業株式会社)は使用済み段ボールの回収、再生紙の生産・供給を行い、シモジマは梱包用段ボールの製品化を行っています。この取り組みで生まれた段ボールは、バンダイナムコグループ公式通販サイト「PREMIUM BANDAI(プレミアム バンダイ)」で提供が開始されています。また、バンダイナムコグループ各社で使用している紙袋も、同スキームで生産された製品に順次変更いたします。

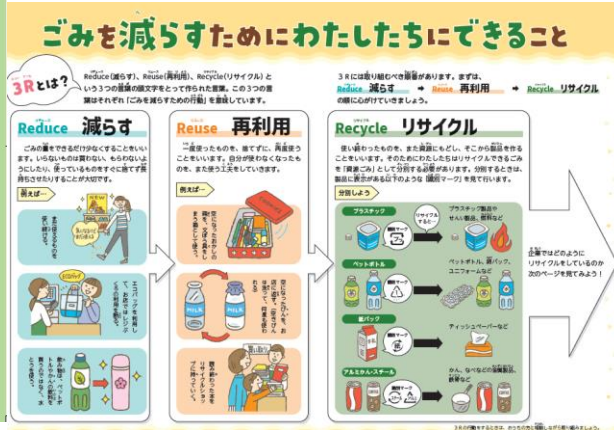
シモジマ、バンダイロジパル、丸紅フォレストリンクスは、今後も互いのシナジーを活かし消費者の循環型社会への関心を促すと共に、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

4. 環境関連活動 ②小学生向け副教材作成 & 出張授業

小学生向け副教材 「ごみを減らそう！ わたしたちに今できること」発行



副教材



出張授業の様子

2026年3月期実績

・副教材の配布

希望学校数: 全国626校 部数: 91,740冊 (無償配布)

・出張授業

首都圏の小学校10校 高校1校で実施 延べ19コマ 約800名の生徒が参加

<副教材・出張授業の主な内容>

- ① 3Rの説明 ・Reuse (再利用) ・Reduce (廃棄物の発生抑制) ・Recycle (再資源化)
- ② 海洋ゴミ問題について、海に流出するプラスチックゴミの現状や発生要因
- ③ ペットボトルキャップの回収リサイクルを紹介し、再資源化の流れを学ぶ機会を提供

5. 環境関連活動 ③シモジマの森での植林活動 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
	第 5 回 :	2026年	5月14日	~ 15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5回植林活動の様子



植林活動を行う社長の笠井



「森」をよ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
2026年3月末		2,610本	1.50ha

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
2025年
評価 **“B”**

6. スポンサー活動 阪神甲子園球場シモジマデー(冠協賛試合)開催

○阪神タイガース
・レギュラーパートナー



阪神甲子園球場ベンチ内社名ロゴ

5/3 シモジマデー この後雨が降ってきました

○阪神甲子園球場
・オフィシャルエコパートナー



シモジマデー来場者プレゼント
2026年版ポリ袋
環境対応素材Re PET's使用



阪神タイガース
マスコットキャラクター
「ラッキー」・
「キー太」と、
当社オリジナル
キャラクターの
「メメ」ちゃん

シモジマデー 過去戦績 なんと5連勝中！		
2022年5月5日	対 東京ヤクルト	3×-2
2023年5月3日	対 中日ドラゴンズ	8×-7
2024年9月14日	対 広島カープ	4×-3
2025年5月3日	対 東京ヤクルト	7-1
2026年5月3日	対 読売ジャイアンツ	3-0
※7回 降雨コールドゲーム		

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

業績推移と成長投資計画 及び 配当の状況

1. 業績推移
2. 成長投資計画 新配送センター構想
3. キャッシュアロケーション（2027年3月期～2030年3月期）
4. 配当実績と予想 及び 配当方針

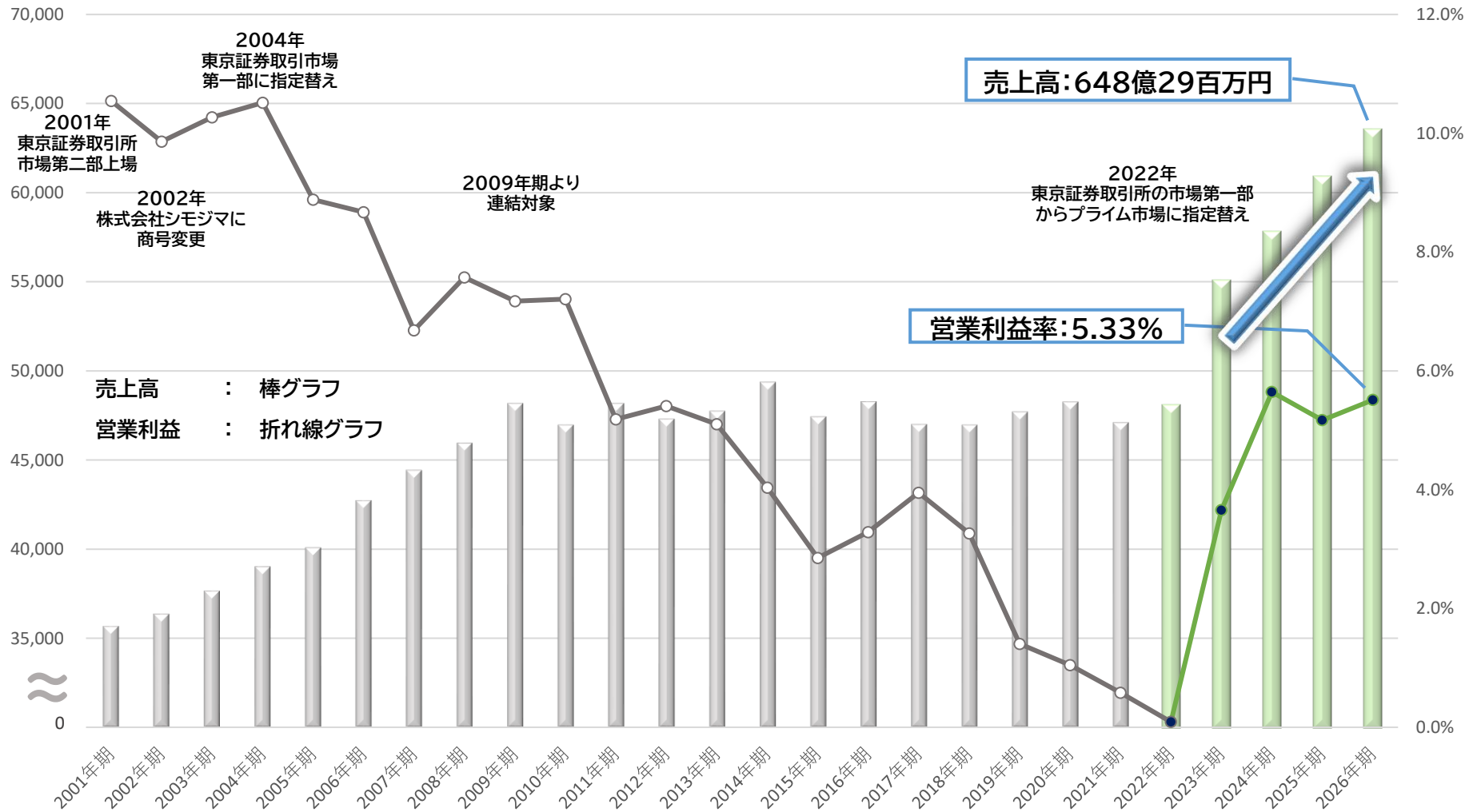
1. 業績推移

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: 648億29百万円

営業利益率: 5.33%

売上高 : 棒グラフ
営業利益 : 折れ線グラフ

※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. 成長投資計画 新配送センター構想

物流品質の高度化を見据えた積極的投資

物流投資計画

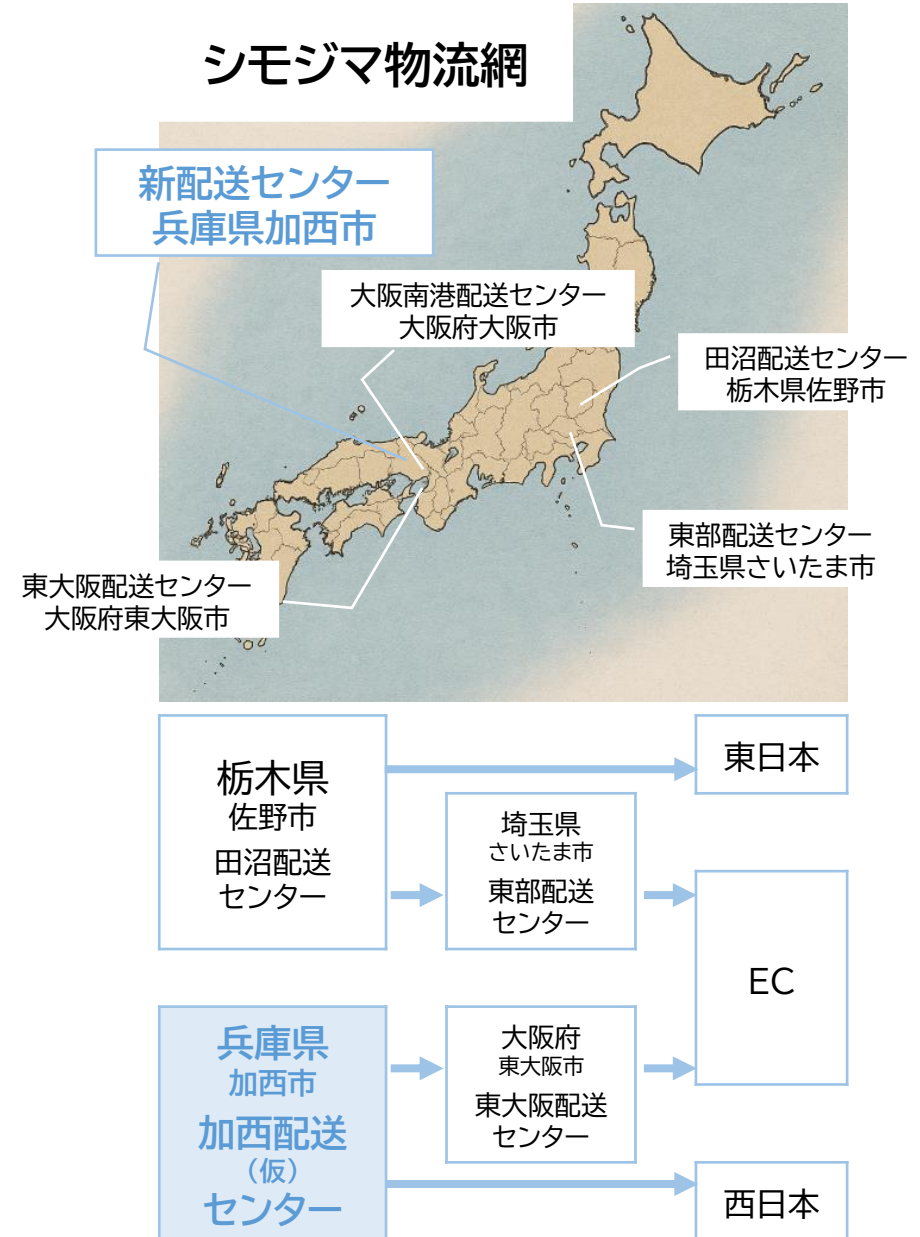
1. 所在地 兵庫県加西市殿原町
(加西インター産業団地内)
2. 竣工時期 2028年6月(予定)
3. 投資金額 約150億円(予定)
(土地、建物、機械設備などを含む)
4. 敷地面積 22180.05㎡
5. 資金計画 自己資金及び借入金

取得の目的

- 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
- 東西それぞれに、マザーセンターとEC専用センターを配置し効率化を図るため

新(加西)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



3. キャッシュアロケーション (2027年3月期~2030年3月期)

CASH IN		CASH OUT		
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% 	成長投資 約305億円~	<ul style="list-style-type: none"> ・収益性を意識した投資 マーケティング投資 : 25億円 <ul style="list-style-type: none"> ・オムニチャネル ・営業販売 ・店舗販売 ・通信販売(EC) 戦略 イノベーション投資 : 250億円 <ul style="list-style-type: none"> ・DX ・商品 ・物流 戦略 サステナビリティ投資 : 20億円 <ul style="list-style-type: none"> ・人的資本 ・IR ・環境 戦略 その他の投資 : 10億円 <ul style="list-style-type: none"> ・セキュリティ対策 など 	
	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 	<p style="text-align: right;">総額 305億円</p> <p style="text-align: center;">+</p> <p style="text-align: center;">M&A: 枠外で検討</p> <p>→ROIC : 6.5~7.2%</p>
			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
運転資金など			運転資金など	

※第1次中期経営計画期間(5年間)の設備投資計画と実績
計画:総額70億円程度 実績:67.4億円

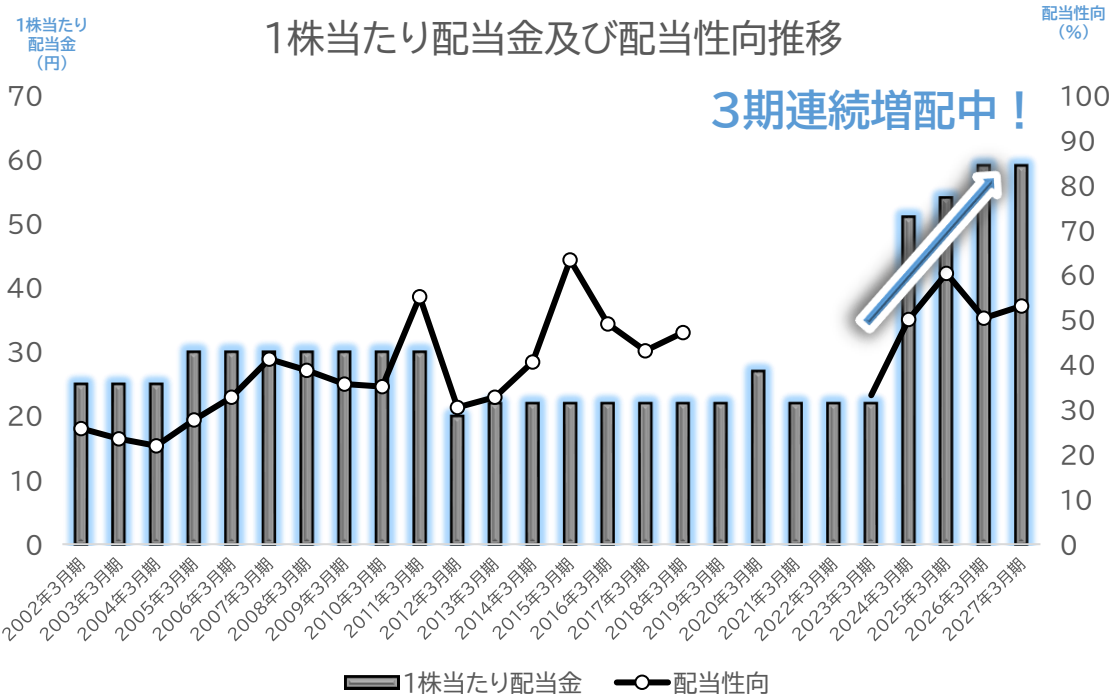


第2次中期経営計画(4年間)
305億円 大幅増加!

4. 配当実績と予想 及び 配当方針

	中間	期末	年間	配当性向	DOE
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:%)
11/3	20	55.2	18/3	22	47.2
12/3	22	30.5	19/3	22	100.3
13/3	22	32.8	20/3	27 ※	189.3
14/3	22	40.6	21/3	22	-154.2
15/3	22	63.4	22/3	22	594.6
16/3	22	49.1	23/3	22	33.2
17/3	22	43.1	24/3	51	50.1

※: 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。

配当方針(2025年5月12日・適時開示)

安定多岐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。

各指標のメリット	
配当性向	DOE
<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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

業界動向 中東問題の影響

1. 業界動向と当社の状況
2. イラン攻撃後の当社株価推移と中東問題に対する基本的考え方及び方針

1. 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

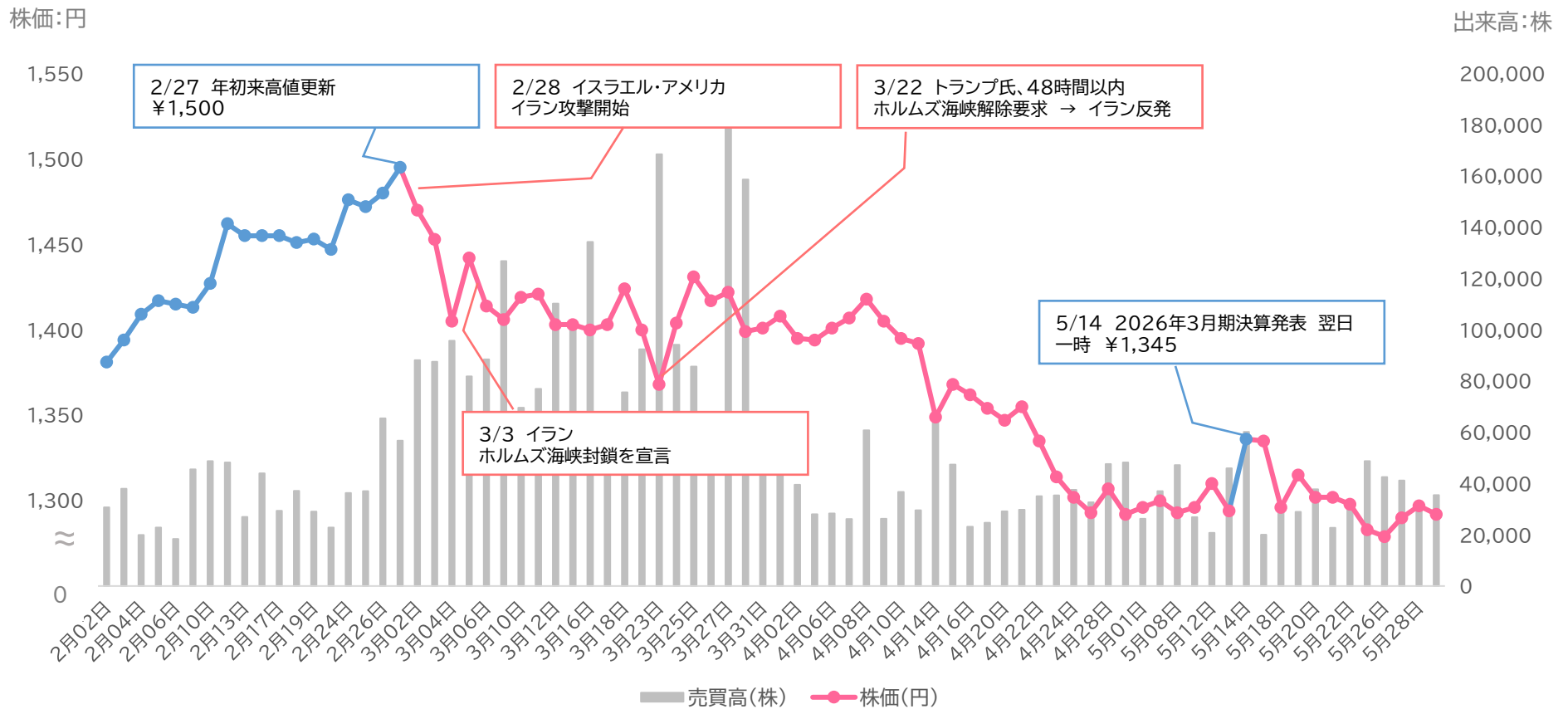
○ビジネスリスク

- ・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）

2. イラン攻撃後の当社株価推移と中東問題に対する基本的考え方及び方針



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%)

○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)

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. グループ全体の業績指標・目標
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
3. // ② ライセンスビジネス
4. DX戦略からAX戦略への進化
5. 商品力強化施策

1.グループ全体の業績指標・目標

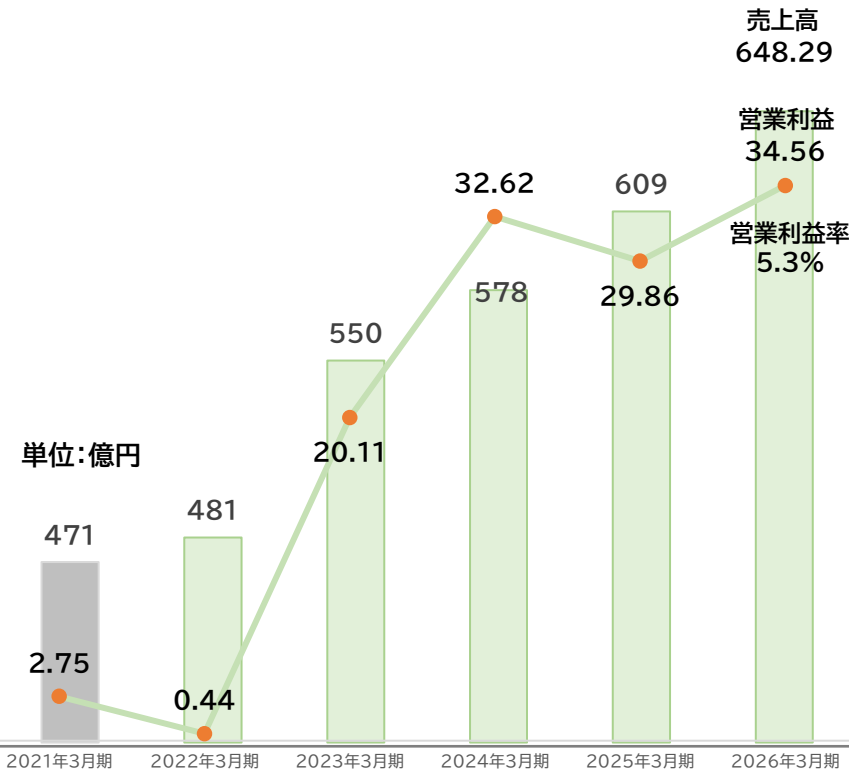
その先のシモジマを目指して！

【連結】

第1次中期経営計画時の実績

売上高 : 棒グラフ

営業利益 : 折れ線グラフ



成長戦略

第2次中期経営計画

- ①全社方針
- ②全社戦略
- ③財務方針/資本政策
- ④チャネル戦略
- ⑤セグメント戦略
- ⑥DX戦略からAX戦略へ

売上高
800億円
(CAGR +5.4%)

営業利益
52億円

営業利益率6.5%

Dream Action 2030

2030年3月期

売上高
1,500億円
(M&A視野)

営業利益
150億円以上

営業利益率10%以上

“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
目指す

～10年後のあるべき姿～

← 第1次中期経営計画 →

← 第2次中期経営計画 →

長期ビジョン

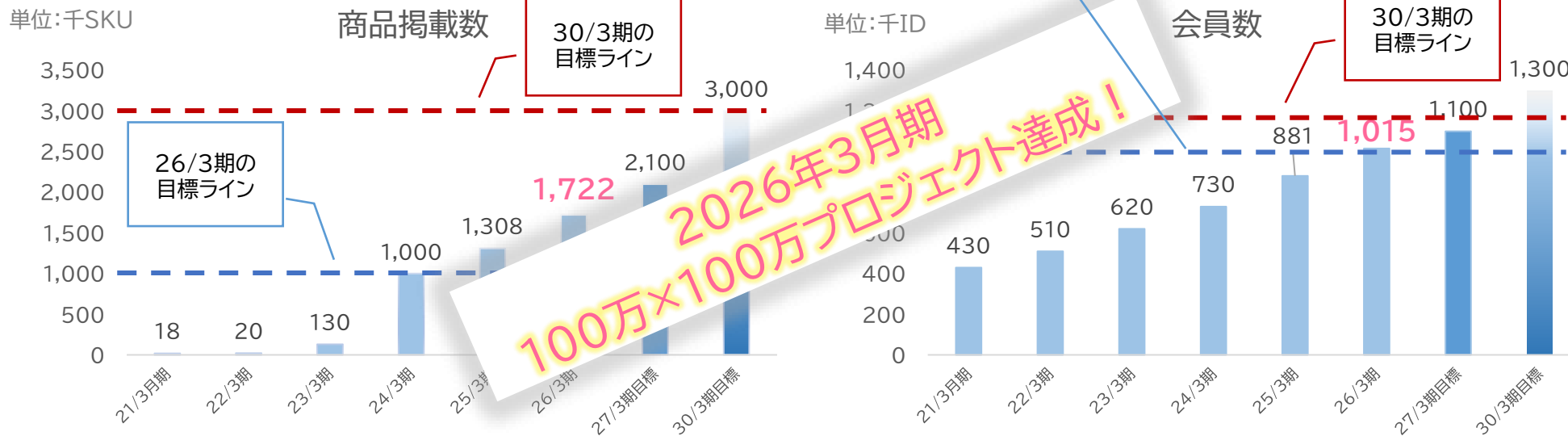
2. 販売力強化施策 ①シモジマオンラインショップ商品点数・会員数

包装用品販売のプラットフォーム



26/3期の
目標ライン

30/3期の
目標ライン



※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

3.販売力強化施策 ②ライセンスビジネス

IP(知的財産)を持続的成長へ

LINEスタンプ「ストップペイル メッセージ」



シモジマのレトロな包装紙柄LINEスタンプが追加発売!

シモジマ人気レトロ柄「ストップペイル」のLINEスタンプ(40種類)が、2月2日(月)に追加配信されました!

敬語表現で気持ちや言葉をさりげなく代弁してくれる、使い勝手の良いLINEスタンプです。季節を問わないデザインのため、日々のコミュニケーションに幅広くご活用いただけます♪

当社のIP(知的財産)

当社は、古くからIP(知的財産)として保有してきたデザインを「シモジマレトロコレクション」として活用し、様々な企業さまとのコラボレーションを実現しています。今後もライセンスとしての発信力を活かし、新しい世代や市場に向けて商品開発に取り組めます。



当社オリジナルキャラクター ストップペイル柄の“メメ”ちゃん と「シモジマレトロコレクション」デザインのフリーザーバック

4. DX戦略からAX戦略への進化

AX(AI・トランスフォーメーション)による企業価値革新への挑戦



シモジマ型オムニチャネル及びDX戦略で培ったデータを基盤とし、AIと融合させることでAX(AI・トランスフォーメーション)戦略へと進化させます。従業員(人)とAIの最適な役割分担と協働を通じて、企業価値の革新に挑戦します。

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」

第2次中期経営計画
2027年～2030年
シモジマAX推進

「Real × Tech Company」
↓ イノベティブ成長機会創出
↓ 定型業務30%削減 → 付加価値業務への移行推進

第1次中期経営計画
2021年～2026年
シモジマDX推進

↓ 100万SKU×100万会員プロジェクト達成
↓ 受注・仕入EDI促進,RPA活用
↓ DX認定取得 

百年の序章
2018年～
シモジマ型オムニチャネル始動

↓ APP,EC,i-Order,s-Order構築
顧客タッチポイントのデジタル化

1. 経営 × AI

【シモジマAI構想確立】

- ↓ AIガバナンス定義
- ↓ AI投資
 - ・統合AIデータ基盤構築
 - ・LLM機械学習エンジン稼働
- ↓ AI人材育成
- ↓ 各セクションAIモデル整備
- ↓ 各AIエージェント用DB蓄積

想定するAIエージェント(AIイメージ)

2. 事業成長 × AI

- 【営業】 LTV向上…営業サポートAG
- 【店舗】 顧客単価向上…各種セールAG・品揃え自動補充AG
- 【通信販売(EC)】 アクティブ率向上…WebマーケティングAG

3. 生産性向上 × AI

- 【総務系】 リーガルチェックAG
- 【人事系】 採用AG
- 【経理系】 仕訳AG
- 【商品在庫管理系】 適正在庫AG
- 【業務系】 コールセンターAG
- 【経営企画系】 IRAG

5.商品力強化施策

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つき、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。



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

東証プライム市場上場
証券コード:7482



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。



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

3. 発送時期

毎年、6月中旬より順次発送

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。



2026年3月期 通期 財務状況 2027年3月期 通期 業績予想

1. 2026年3月期 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. 損益計算書
5. 営業利益の増減要因
6. 貸借対照表 ① ②
7. キャッシュ・フロー計算書
8. 2027年3月期 通期業績予想

【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

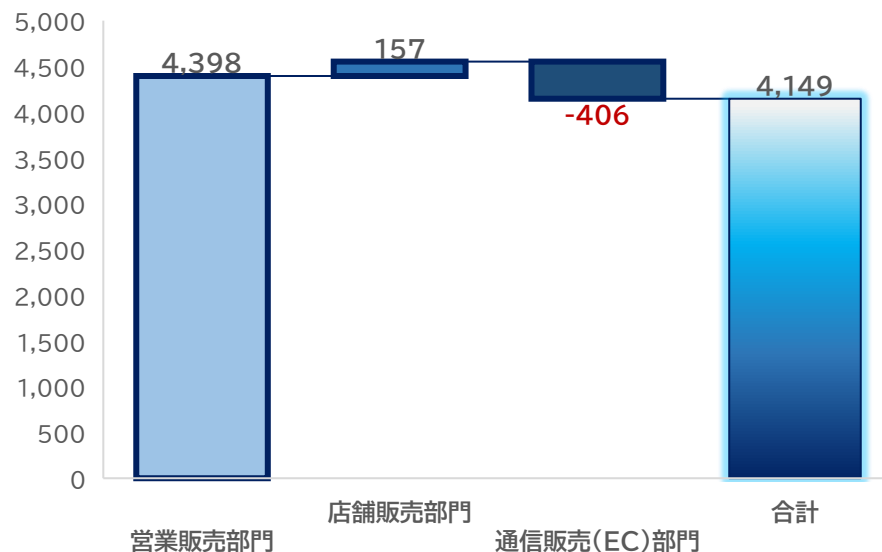
○店舗販売部門

・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

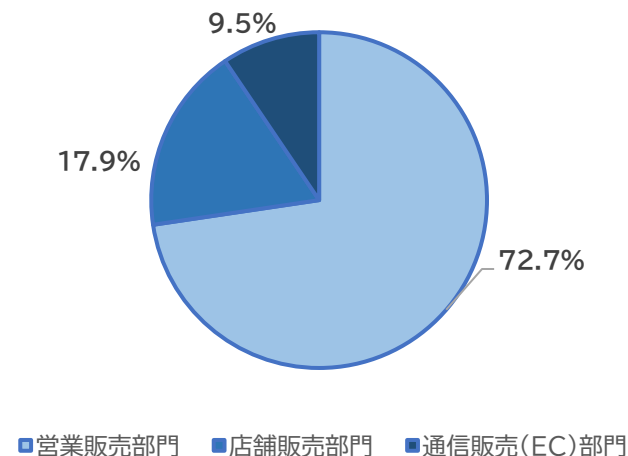
○通信販売(EC)部門

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

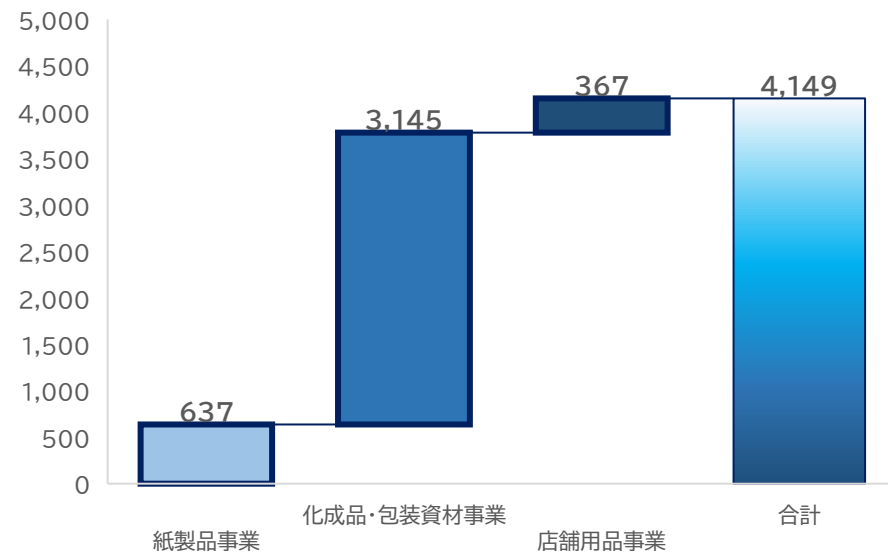
○化成品・包装資材事業

・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

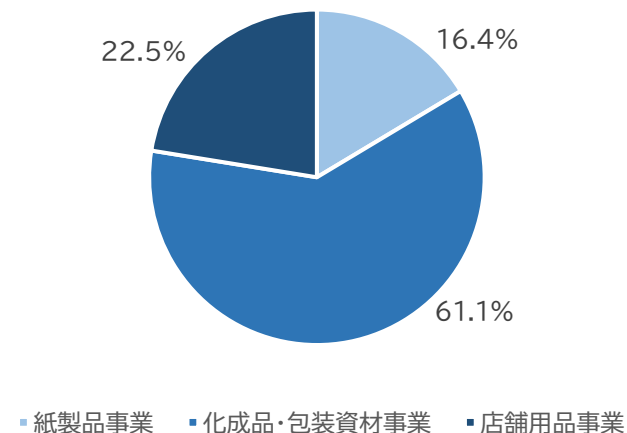
○店舗用品事業

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



4. 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%

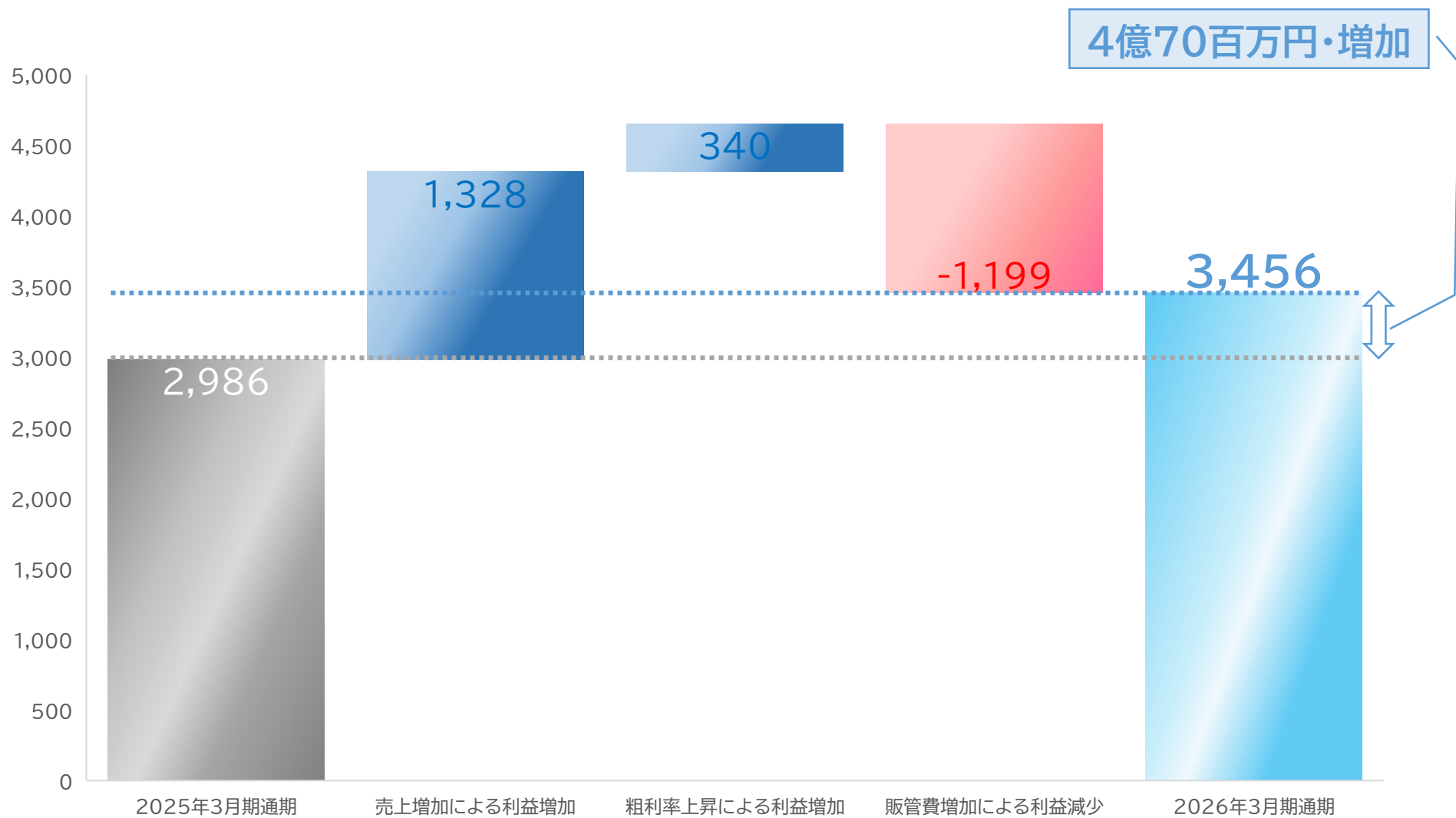
	24/3期	25/3期	26/3期
平均ベース アップ率	7.9%	5.0%	5.0%

- ・売上高に伴う粗利益の確保により各利益増加

5. 営業利益の増減要因

単位:百万円

【連結】



6. 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

6. 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

7. 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

8. 2027年3月期 通期業績予想

【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。

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。