

2025年3月期 中間期決算説明会 (2024年4月1日～2024年9月30日)

2024年12月5日
株式会社シモジマ

2025年3月期 中間期 決算報告

1. 2025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
5. 成長投資 進捗状況
6. 配当実績と予想

1. 2025年3月期 中間期 決算概要

【連結】

単位：百万円

科 目	2024年3月期・中間期		2025年3月期・中間期		
	金 額	前 期 比	金 額	増 減 額	前 期 比
売 上 高	28,130	+8.1%	29,265	1,135	+4.0%
売 上 総 利 益	9,338	+14.9%	9,275	▲62	▲0.7%
売 上 総 利 益 率	33.2%	-	31.7%	▲1.5pt	-
販 管 費	7,718	+0.3%	8,210	492	+6.4%
営 業 利 益	1,620	+275.6%	1,065	▲554	▲34.2%
経 常 利 益	1,809	+204.4%	1,178	▲630	▲34.9%
親会社株主に帰属する 中間期純利益	1,187	+173.1%	821	▲365	▲30.8%

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 207億77百万円

前期比：+9億34百万円 +4.7%

売上構成比：71.0%

○店舗販売部門 54億32百万円

前期比：▲46百万円 ▲0.8%

売上構成比：18.6%

○通信販売（EC）部門 30億56百万円

前期比：+2億47百万円 +8.8%

売上構成比：10.4%

<売上増減要因>

○営業販売部門

- ・環境配慮型商品や既製品の主力商品の拡販
- ・特注品受注活動に注力

○店舗販売部門

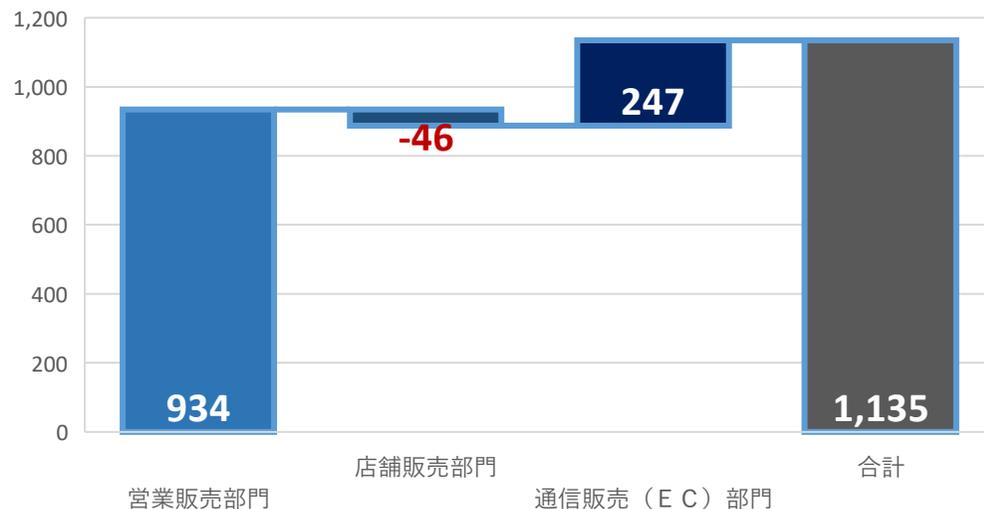
- ・インバウンド需要増加
- ・飲食店、小売店の業績伸び悩み

○通信販売（EC）部門

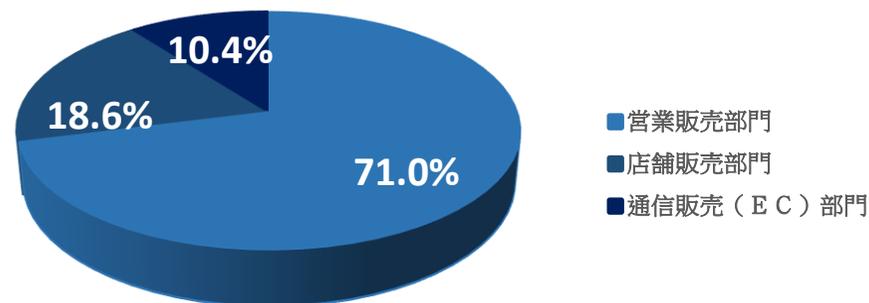
通販サイト（シモジマオンラインショップ）

- ・新規掲載商品点数増加

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】

単位：百万円

○**紙製品事業** 46億44百万円

前期比：▲1億13百万円 ▲2.4%

売上構成比：15.9%

○**化成品・包装資材事業** 178億63百万円

前期比：+10億9百万円 +6.0%

売上構成比：61.0%

○**店舗用品事業** 67億57百万円

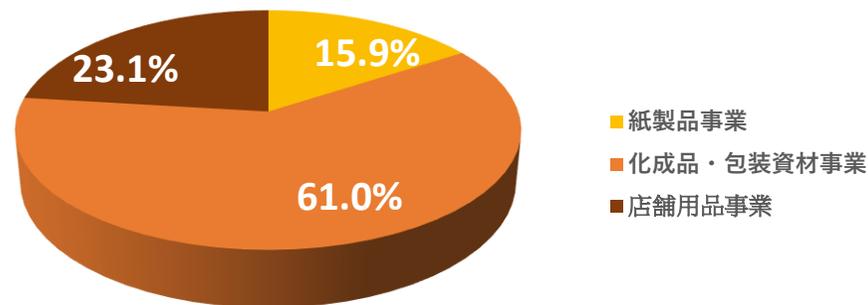
前期比：+2億39百万円 +3.7%

売上構成比：23.1%

商品セグメント別 売上増減



商品セグメント別 売上構成比



<売上増減要因>

○**紙製品事業**

- ・紙袋有料化の影響に伴う既製品の需要減少
- ・環境配慮型商品は販売好調維持

○**化成品・包装資材事業**

- ・主力商品（ゴミ袋、ポリ袋）拡販
- ・特注品の販売伸長
- ・コップ類、紙容器、カトラリー等の食品包材好調

○**店舗用品事業**

- ・インバウンド需要回復による文具事務用品増加
- ・夏のイベント需要が旺盛

4. 財務状況 (1)

■ 損益計算書 【連結】

単位：百万円

勘定科目	2024年3月期 中間期	2025年3月期 中間期	増減額	前期比
売上高	28,130	29,265	1,135	+4.0%
売上原価	18,791	19,990	1,198	+6.4%
売上総利益	9,338	9,275	▲62	▲0.7%
物流費	2,182	2,277	94	+4.4%
人件費	3,264	3,495	231	+7.1%
管理費	2,271	2,437	165	+7.3%
販管費合計	7,718	8,210	492	+6.4%
営業利益	1,620	1,065	▲554	▲34.2%
営業外収益	210	164	▲45	▲21.8%
営業外費用	20	50	30	+150.2%
経常利益	1,809	1,178	▲630	▲34.9%
特別損益	1	70	69	+6104.8%
税金等調整前中間純利益	1,810	1,249	▲561	▲31.0%
親会社株主に帰属する中間純利益	1,187	821	▲365	▲30.8%

ベースアップによる増加

保険解約益あり

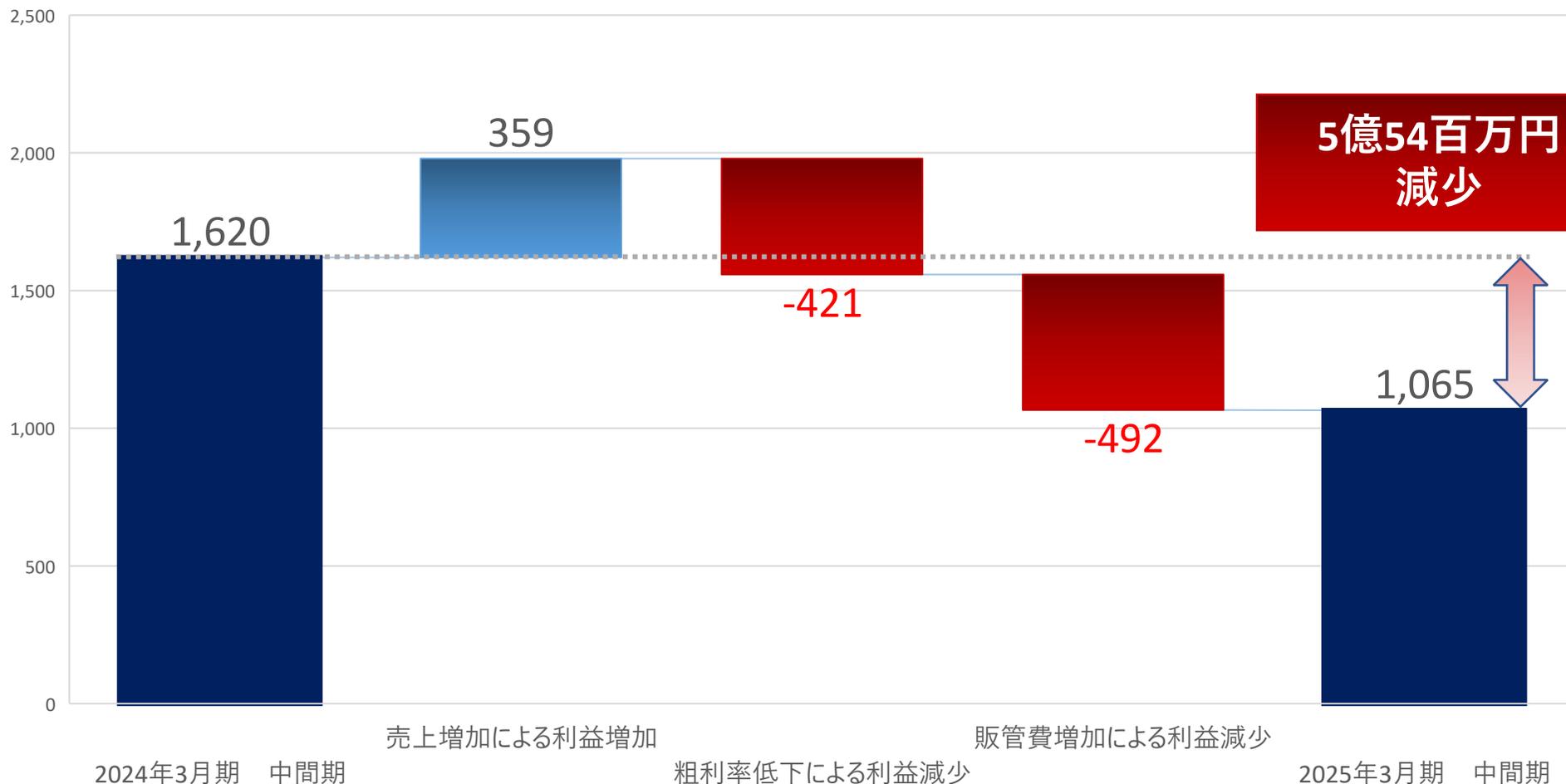
4. 財務状況 (2)

■ 営業利益の増減要因

【連結】

単位：百万円

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



4. 財務状況 (3)

■貸借対照表 ① 抜粋

【連結】

<資産の部>

単位：百万円

勘定科目	2024年 3月末	2024年 9月末	増減額
現金及び預金	9,681	7,504	▲2,177
受取手形及び売掛金	8,415	8,268	▲147
棚卸資産	5,763	6,008	245
建物・造作設備・機械設備 等	6,382	6,324	▲58
土地	7,760	7,760	-
無形固定資産	1,324	1,175	▲148
保険積立金	1,814	1,778	▲35
資産合計	43,407	41,167	▲2,240

前期：
月末休日による支払日のズレ

減価償却
(のれん・ソフトウェア)

4. 財務状況 (4)

■貸借対照表 ② 抜粋

【連結】

<負債の部>

単位：百万円

勘定科目	2024年3月末	2024年9月末	増減額
支払手形及び買掛金	4,355	2,865	▲1,489
未払金	1,177	795	▲382
退職給付に係る負債	288	280	▲7
長期リース債務	258	281	22
土地再評価に係る繰延税金負債	277	277	-
負債合計	8,651	6,623	▲2,027

前期：
月末休日による支払日のズレ

<純資産の部>

単位：百万円

勘定科目	2024年3月末	2024年9月末	増減額
資本金	1,405	1,405	-
利益剰余金	38,039	37,928	▲111
その他有価証券評価差額金	378	316	▲61
土地再評価差額金	▲6,195	▲6,195	-
純資産合計	34,756	34,543	▲212
負債純資産合計	43,407	41,167	▲2,240

期間純利益 822百万円
配当金 ▲933百万円

自己資本比率 83.8%
(前年同期比 3.9pt)

4. 財務状況 (5)

■ キャッシュ・フロー計算書 (抜粋)

【連結】

単位：百万円

勘定科目	2024年3月期 中間期	2025年3月期 中間期
税金等調整前中間純利益	1,810	1,249
減価償却費	463	492
売上債権の増減額(▲は増加)	▲91	147
棚卸資産の増減額(▲は増加)	▲345	▲245
仕入債務の増減額(▲は減少)	1,554	▲1,489
法人税等の支払額	▲776	▲740
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,314	▲997
固定資産の取得による支出	▲1,082	▲381
保険積立金の解約による収入	31	219
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,196	▲215
配当金の支払額	▲253	▲932
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲280	▲949
現金及び現金同等物の期首残高	7,111	9,651
現金及び現金同等物の中間期末残高	7,948	7,477

前期：
月末休日による支払日のズレ

保険解約益あり

配当金増加によるもの

5. 成長投資 進捗状況

○2025年3月期通期設備投資計画
13億91百万円

○中間期投資額
7億90百万円

○中間期終了時点の当期進捗率
56.8%

中期経営計画

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	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
		実績	実績	実績	計画	予想
投資額	億円	9.2	17.1	11.8	13.9	18
累計	億円	9.2	26.3	38.1	52.0	70
進捗率	%	13.1	37.6	54.5	74.3	100

2025年3月期中間期 主な設備投資

< IT投資 >

- ・シモジマ型オムニチャネル増強
- ・基幹システム改修
- ・会計システム改修
- ・各種インフラ増強

< 物流投資 >

- ・田沼配送センター ソーター管理改修

< 店舗投資その他 >

- ・新店出店
(パッケージプラザ3店舗)
- ・浅草橋本店 改修
- ・名古屋ビル 改修
- ・本社ビル 改修
- ・east side tokyoビル 改修

6. 配当実績と予想

1 株 当 た り 配 当 金				
	中間	期末	年間	配当性向
2023年3月期 (実績)	11円	11円	22円	33.2%
2024年3月期 (実績)	11円	40円	51円 29円増配	50.1%
2025年3月期 (実績)	27円	—	54円	50.4%
2025年3月期 (予想)	—	27円		

2025年3月期 通期業績予想 業界動向

1. 2025年3月期 通期業績予想
2. 売上高・営業利益推移(2025年3月期予想)
3. 業界動向と当社の状況

1. 2025年3月期 通期業績予想

単位：百万円

【連結】

科 目	2024年3月期 実 績	2025年3月期 予想		
	金 額	金 額	増 減 額	前 期 比
売 上 高	57,794	61,800	+4,006	106.9%
営 業 利 益	3,262	3,800	+538	116.5%
経 常 利 益	3,623	4,000	+377	110.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,372	2,500	+128	105.4%

(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。

2. 売上高・営業利益推移 (2025年3月期予想)

業績推移 【連結】

中期経営計画最終年2026年3月期目標
 売上高：650億円
 営業利益：35億75百万円
 営業利益率：5.5%

(単位：百万円)

売上高

※2009年3月期より連結対象

営業利益



3. 業界動向と当社の状況

シモジマグループは包装資材を扱う専門商社

国内の経済環境、消費者の動向等の国内市場動向

- ▶ コロナ特需は一巡 催事・イベント需要は堅調に推移
- ▶ インバウンド需要はさらに活性化

同業他社や他業態との競合

- ▶ 大きな変化なし 相見積もりは増加傾向
- ▶ 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: 為替相場不安定による影響大
市場動向を見極めた精緻な価格設定が求められる
- ▶ 物流コスト: 2024年問題や原料価格の上昇
物流の更なる効率化が求められる
- ▶ 人件費の高騰: 賃上げ(弊社平均 前期比7.9%上昇)
優秀な人材の確保を通じて、将来にわたる当社の発展に寄与



シモジマグループの成長と発展に向けて

長期方針と中期経営計画

<事業の拡大>

(1) 販売力強化

- ① 100万×100万プロジェクト進捗状況
- ② パッケージプラザ3店舗 OPEN!

(2) 商品力強化

- ① 環境配慮型商品の開発と普及

<経営基盤の強化>

(1) M&A戦略

<経営体制の強化>

(1) 人的資本

- ① 従業員エンゲージメントの向上: 研修制度
- ② 福利厚生: 5年振り互助会親睦パーティ開催 社長賞表彰

(2) CSR活動

- ① 小学生向け副教材発行
- ② 第2回植林活動とCDPへの回答

長期方針と中期経営計画

長期方針	長期方針を達成するための 中期経営計画	本日の説明
<事業の拡大>	販売力強化	①100万×100万プロジェクト進捗状況 ②パッケージプラザ3店舗 OPEN
	商品力強化	①環境配慮型商品の開発と普及
<経営基盤の強化>	物流効率化	(23年8月東大阪配送センター稼働)
	M&A戦略	(シナジーの観点から模索中)
<経営体制の強化>	IR活動の充実	(24年11月：統合報告書発刊) ※参考
	TCFD提言に基づく開示	(2030年3月期目標) ・オリジナル商品における環境配慮型商品販売比率：20% ・GHG排出量23年3月期比：50%削減
	人的資本強化	①従業員エンゲージメントの向上 研修制度 (DX研修...MOS認定制度の推奨) ②福利厚生 互助会親睦パーティ開催 (社長賞表彰)
	CSR活動	①小学生向け副教材発行 ②第2回植林活動とCDPへの回答

資本コストや株価を
意識した経営の実現
(2024年5月・適時開示)

- ・ 弊社想定資本コスト：6.5%
- ・ ROE現段階目標値：8.0%
- ・ PER維持目標：12.5倍以上
- ・ PBR目標値：1.0倍以上
- 配当方針：24年3月期以降 配当性向30%→50%目途に修正**

シモジマオンラインショップ



2026年3月期・登録商品数目標
「100万SKU」

2026年3月期・登録会員数目標
「100万会員」

2025年3月期 目標登録商品数	2024年9月30日・現在
130万SKU	118.0万SKU

2025年3月期 目標会員数	2024年9月30日・現在
92万会員	81.1万会員

※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



<事業の拡大> (1)販売力強化 ②パッケージプラザ3店舗 OPEN!



パッケージプラザ天六店

4月3日 大阪市北区にOPEN!
 堺筋線「天神橋筋六丁目駅」からすぐ
 天神橋筋商店街側
 アクセスが良く賑わいのある立地



パッケージプラザ川崎店

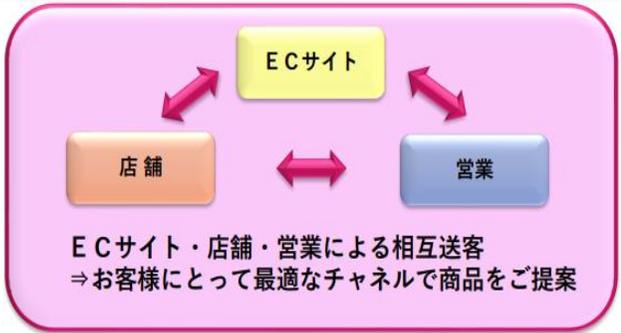
5月14日 川崎市幸区にOPEN!
 JR川崎駅西口約10分
 近隣に川崎大師や繁華街が備わる



パッケージプラザ保谷店

8月20日 東京都西東京市にOPEN!
 西武池袋線保谷駅から徒歩約8分
 地域性を考え、農業資材や食品包材などを豊富に取り揃え

シモジマ型オムニチャネル政策



中期経営計画でも紹介している
 シモジマ型オムニチャネル政策

<事業の拡大> (2)商品力強化 ①環境配慮型商品の開発と普及

商品構成4分割

	オリジナル品	仕入れ品
既製品	A 環境配慮型商品の比率 17.9% → 20.0% <small>(当中間期) → (2030年目標)</small>	C
特注品	B	D

利益率

既製品 > 特注品
 オリジナル > 仕入れ

※当社内で最も利益率が高いカテゴリ
 ※特に環境配慮型商品は、汎用品に比べ、競争が少ないため、結果として高利益率

○環境配慮型商品の定義

当社独自のアセスメントに合致した商品

○マテリアリティ

カーボンニュートラルの取組強化

○取組み/戦略

環境配慮型商品の開発と普及

○指標と目標

2030年までに既製品且つオリジナルブランド商品における環境配慮型商品の販売比率を20%とする

(環境にやさしい素材)

- ・トウモロコシ由来 (コーンスターチ)
 コップ、皿、弁当容器、カトラリーなど
- ・サトウキビ由来 (バイオマス)
 レジ袋 (ハンドハイパー)
- ・ユーカリ由来
 ユーカリフードパック
- ・竹由来 (エコバンブー)
 竹丸箸、バンブーカップなど

(再生材活用)

- ・クローズドリサイクル
 使用済み段ボール→段ボール、紙袋
- ・マテリアルリサイクル
 廃棄されたプラスチック素材→レジ袋、ゴミ袋
- ・水平リサイクル
 ストレッチフィルム→ストレッチフィルム



様々な素材の利用、様々な仕組みを構築

2024年11月25日 適時開示



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

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

<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

北海道内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寄与するものと判断



MOS合格認定証



研修制度

※参考

2025年3月期賃上げ率：平均7.9%

研修名
新人研修
商品フォローアップ研修
OJTリーダー研修
マネジメント研修
情報セキュリティ研修
DX研修
ISMS研修

DX研修 (デジタル人材育成プログラム)	
内容	<ul style="list-style-type: none"> 社内システム研修 (ジョブローテーション) MOS Excelエキスパート、MOS PowerPointエキスパート資格取得 ITパスポート取得
対象者	<ul style="list-style-type: none"> 各部署からの推薦
頻度/時期	<ul style="list-style-type: none"> 約3か月間
研修の狙い (目指す人材)	<ul style="list-style-type: none"> 様々な社内システムを理解し、自部門にて展開 業務効率化 ITスキル向上による販売活動レベルの向上



5年ぶり 互助会親睦パーティー開催



関東地区互助会パーティーには総勢600名以上が参加しました。



関東地区互助会
パーティーでの
社長賞表彰者

社長賞(2024年)

受賞部署	受賞理由
<ul style="list-style-type: none"> ・ EC運営課 ・ マスター管理課 ・ MD部 	シモジマオンラインショップの目標である商品登録数100万SKUを2年前倒して達成
<ul style="list-style-type: none"> ・ シモジマ加工紙 (株) ・ 朝日樹脂工業 (株) ・ 商品部 	再生ストレッチフィルムを製品化 循環型サステナビリティに貢献
<ul style="list-style-type: none"> ・ シモジマ加工紙 (株) ・ SCM部 ・ 情報システム部 ・ 総務部 	東大阪配送センター建替えと稼働対応
<ul style="list-style-type: none"> ・ 横浜営業所 	CRMを活用した新規深耕開拓及びEC卸売りディーラー開拓
<ul style="list-style-type: none"> ・ 東京営業所 	継続したOJTによる中堅、若手社員の成長促進

<経営体制の強化> (2) CSR活動 ①小学生向け副教材発行

未来の地球のために **3R**でゴミを減らそう！

希望学校数：全国597校
部数：約90,000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。



↑ 副教材の表紙と内容

← 弊社従業員による副教材を利用した出張授業の様子

第2回 植林活動

参加者

全役員、全従業員が対象



↑ 森に関する勉強会も実施

「シモジマの森」2023年11月から

三重県多気郡大台町



今後の植林計画

- ・2025年3月末までに:約2,000本
 - ・2026年3月末までに:約2,800本
- 多様性のある森づくりを目指す



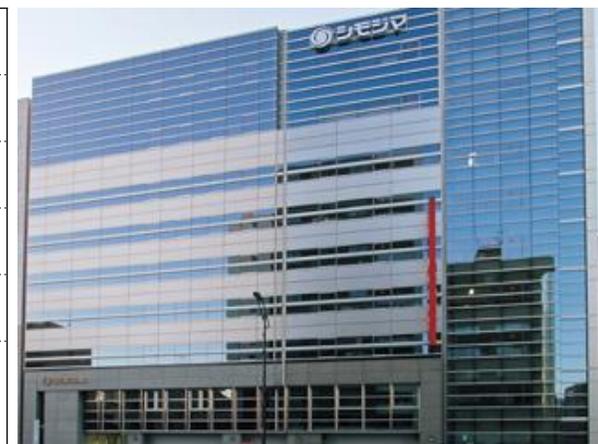
2024年から
CDP質問票に
回答しています

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2024」 発刊

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 812名 (2024年3月現在) 単独 618名 (2024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	577億94百万円	(2024年3月期/連結)
営業利益	32億62百万円	(2024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	沿革
1920年1月	包装材料卸問屋下島商店創業
1943年8月	(株)下島商店発足
1943年9月	下島荷具工業(株)に商号変更
1964年7月	(株)シモジマを設立
1967年7月	(有)彩光社に資本参加
1972年3月	浦和市（現さいたま市）に東部配送センター設置
1977年12月	東大阪市に西部配送センター設置
1989年9月	栃木県安蘇郡田沼町（現佐野市）に田沼倉庫設置。物流子会社ヘイコーハンドリング(株)（現シモジマ加工紙(株)）を設立
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
1996年9月	当社最大店舗の浅草橋5号館（現浅草橋本店）を新築オープン
2001年2月	東京証券取引所市場第二部上場
2001年9月	名古屋市中区に同地区最大規模の名古屋店をオープン

年月	沿革
2003年10月	東京浅草橋に浅草橋6号館（現east side tokyo）をオープン
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	(株)リード商事を子会社化
2014年4月	執行役員制度導入
2014年8月	大阪南港物流センター開設
2017年8月	子会社、(株)エスパックを設立
2017年9月	(株)我満商店をグループ化
2019年10月	ミタチパッケージ(株)を子会社化
2019年12月	朝日樹脂工業(株)を子会社化
2021年11月	(株)グローバルブランドを子会社化
2022年4月	東京証券取引所の市場区分見直しによりプライム市場へ移行
2023年8月	東大阪配送センター稼働開始

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



現在



環境配慮型商品の拡大

平成時代
(変革期)



再生紙手提げ袋

大正・昭和時代
(発展～拡大期)



昭和の時代の
手提げ紙袋

創業1920年
(黎明期)



下島商店時代の
カタログ



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

※既に製造販売を中止している商品も御座います。

シモジマ 統合報告書2024 発刊

統合報告書
2024



○全体テーマ “夢”

・トップメッセージ

・Section1 価値創造の軌跡

・Section2 価値創造ストーリー

・Section3 価値創造の事業戦略

・Section4 価値創造を支えるガバナンス



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。



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。