

2026/3期は過去最高売上高、2030/3期売上高800億円、
営業利益52億円を目標とする新中計スタート

サマリー

シモジマ(以下、同社)の2026/3期通期の連結売上高は前期比6.8%増の64,829百万円となり、過去最高を更新した。連結営業利益は同15.7%増の3,456百万円、経常利益は同17.1%増の3,869百万円、親会社株主に帰属する当期純利益(以下、当期純利益)は同31.1%増の2,738百万円となった。円安および原材料価格の高止まり、物流費や人件費の増加があったものの、増収効果で売上総利益を確保できたことが、増益の要因となった。なお、2026/3期の業績が当初計画を上回ったことから、期末配当を27円から32円(年間配当金は54円から59円)に増額修正した。

■ 2027/3期通期は増収、営業増益予想、2030/3期までの新中計がスタート

2027/3期通期業績予想は、売上高66,000百万円(前期比1.8%増)、営業利益3,700百万円(同7.0%増)、経常利益4,000百万円(同3.4%増)、当期純利益2,600百万円(同5.1%減)。当期純利益の減少要因は、2026/3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減によるものである。

2026/3期決算発表と同時に、同社は2027/3期から2030/3期までの4期間を対象とした「中期経営計画 Dream Action 2030」を公表した。この中期経営計画は、長期ビジョンである「“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」を実現するためのマイルストーンと位置付けている。計画最終期となる2030/3期の業績目標については、売上高80,000百万円、営業利益5,200百万円、ROE8.0%以上としている。

■ 株価インサイト

米国・イラン問題に端を発した石油化学製品の供給懸念による業績への影響を見極めたいとの観点から、同社の足元の株価の動きは軟調な展開となっている。足元の海外情勢による短期的な業績への影響は避けられないものの、マクロ的にみれば、同社の製商品に対する需要トレンドの変化をもたらすものではないと考えられる。現在の情勢のなかで注目されるのが、同社が注力する環境配慮型商品である。脱石油の製品として期待がさらに高まると同時に、高付加価値型商品の提供による収益力の向上にもつながる。

今回の中東情勢を契機に、環境配慮型商品への認知が進み、同社オリジナル商品の開発が進展することで「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。このような業態進化がより具現化することで、中長期的な成長に対する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。

(百万円、%、円)	売上高	YoY	営業利益	YoY	経常利益	YoY	当期利益	YoY	EPS	DPS
FY2024/3	57,794	5.0	3,262	62.2	3,623	51.7	2,372	53.8	101.74	51.00
FY2025/3	60,680	5.0	2,986	-8.5	3,303	-8.8	2,088	-12.0	89.42	54.00
FY2026/3	64,829	6.8	3,456	15.7	3,869	17.1	2,738	31.1	117.12	59.00
FY2027/3 会予	66,000	1.8	3,700	7.0	4,000	3.4	2,600	-5.1	111.16	59.00

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。

Q4 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(6/15)	1,313
52週高値(26/2/27)	1,500
52週安値(25/7/2)	1,184
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(百万株)	23,648
時価総額(十億円)	31,050
企業価値(十億円)	21,965
26/3株主資本比率	81.4%
26/3実績ROE	7.6%
26/3実績PBR	0.83x
27/3予想PER	11.8x
27/3予想EV/EBITDA	4.7x
27/3予想配当利回り	4.5%

株価チャート(1年)



アナリスト 大下 敬勇

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期通期 業績動向

2026/3期は過去最高の売上高、営業増益

2026/3期通期の連結売上高は前期比6.8%増の64,829百万円となり、過去最高を更新した。連結営業利益は同15.7%増の3,456百万円、経常利益は同17.1%増の3,869百万円、親会社株主に帰属する当期純利益（以下、当期純利益）は同31.1%増の2,738百万円となった。円安および原材料価格の高止まり、物流費や人件費の増加があったものの、増収効果で売上利益を確保できたことが、増益の要因となった。

■ 販売部門（チャンネル）別売上高の状況

● 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。加えて、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したこともあり、売上高は前期比10.3%増の47,100百万円となった。

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

イベントおよびインバウンドの需要が売上増加に寄与。店舗外商の新規・深耕開拓が奏功し、売上高は同1.4%増の11,592百万円となった。

● 通信販売（EC）部門（「シモジマオンラインショップ」での販売）

自社ECサイト「シモジマオンラインショップ」において、「シモジマモール」への商品掲載点数が172万点に増加したことで売上は好調を維持している。また、前中期経営計画の目標であった100万会員も達成した。しかし、2025/3期まで連結対象であった株式会社グローバルブランドが連結対象から外れたことで、売上高は同6.2%減の6,136百万円となった。なお、この影響を除けば、同20%増である。

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）

脱プラの流れや食品用袋の需要が堅調だった結果、紙製品事業全体の売上高は前期比6.4%増の10,634百万円となった。セグメント利益（営業利益）は同7.2%増の1,196百万円。

● 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）

同社の中核事業セグメントである。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した結果、受注が拡大。売上高は同8.6%増の39,639百万円となった。セグメント利益は同29.4%増の3,965百万円。

● 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）

「店舗及びオフィスで使用するあらゆるものが揃う」をコンセプトに取り組んでいる。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びた結果、売上高は同2.6%増の14,555百万円となった。セグメント利益は同14.9%増の609百万円。

販売部門別売上高および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			2026/3期		
	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%	64,829	6.8	100.0%
(販売チャネル別)												
営業販売	38,708	12.8	70.3%	40,580	4.8	70.2%	42,703	5.2	70.4%	47,100	10.3	72.7%
店舗販売	11,315	4.4	20.6%	11,362	0.4	19.7%	11,435	0.6	18.8%	11,592	1.4	17.9%
通信販売 (EC)	5,005	72.2	9.1%	5,852	16.9	10.1%	6,542	11.8	10.8%	6,136	-6.2	9.5%
(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%	10,634	6.4	16.4%
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%	39,639	8.6	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%	14,555	2.6	22.5%
その他	-			-			-			-		
			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%	3,456	15.7	5.3%
紙製品事業	1,141	87.0	11.4%	1,268	11.1	12.5%	1,116	-12.0	11.2%	1,196	7.2	11.2%
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%	3,965	29.4	10.0%
店舗用品事業	434		3.3%	629	44.9	4.7%	530	-15.7	3.7%	609	14.9	4.2%
その他	3			26			71			65		
調整額	-1,867			-1,863			-1,795			-2,379		
経常利益	2,388	527.7	4.3%	3,623	51.7	6.3%	3,303	-8.8	5.4%	3,869	17.1	6.0%
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%	2,738	31.1	4.2%

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

2027/3期通期 業績予想

2027/3期の売上高は5期連続過去最高となる見通し

2027/3期通期業績予想については、売上高は66,000百万円（前期比1.8%増）で5期連続で過去最高を更新する見通しとなっている。各利益については、営業利益3,700百万円（同7.0%増）、経常利益4,000百万円（同3.4%増）、当期純利益2,600百万円（同5.1%減）となっている（1ページの表参照）。当期純利益の減少要因は、2026/3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減によるものである。なお、本業績予想については、2月28日の米国・イスラエルのイランへの軍事攻撃による中東情勢悪化の影響を織り込んでいない。

中東情勢悪化による業績への影響、同社の対応策・基本方針

中東情勢悪化により、同社に対して、3月中旬頃から既存取引先を含めてさまざまなユーザーから、ポリエチレン製品を中心に問い合わせが殺到し、4月から大口注文に対する出荷制限を行う状況となった。仕入れに関しては国内外のサプライヤーとの商談を継続的に実施、商品の調達に努めている。4月21日には、ポリエチレン製品の値上げを実施した（その後随時）。中東情勢の悪化に伴う業績への影響については、同社は「短期的な業績への影響は避けられない」としながらも、これはイレギュラーな要因であり、マクロ的にみれば、同社製商品に対する需要トレンドに大きな変化をもたらすものではないと考えられる。事態が改善することで、本来のトレンドに収斂していくことになろう。

中東情勢悪化に関して、同社が考えるシナリオ

- (i) 戦闘終結の協議に早期合意をはたし、⇒ 正常化には数ヵ月から半年程度
その後の紛争がない場合
- (ii) 戦闘終結の協議に早期合意をするが、⇒ 正常化の見通し立たず2次値上げ
紛争の火種が残る場合 可能性高まる
- (iii) 戦闘終結の協議が早期に合意せず： ⇒ 商品供給量不足の可能性高まる

出所：決算説明会資料よりSIR作成

中期経営計画

2030/3期までの新中計がスタート

2026年5月13日、同社は2027/3期から2030/3期までの4期間を対象とした「中期経営計画 Dream Action 2030」を公表した。この中期経営計画は、長期ビジョンである「“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」を実現するためのマイルストーンと位置付けている。計画最終期となる2030/3期の業績目標を、売上高80,000百万円、営業利益5,200百万円、ROE8.0%以上としている。

成長ドライバーのひとつとなる新商品開発施策については、環境配慮型商品の開発促進、低価格帯商品のラインナップ拡充、高機能・高付加価値商品の開発、PB化促進を掲げている。

中期経営計画の目標数値

(百万円)	2026/3期 実績	2030/3期 計画	CAGR
売上高	64,829	80,000	5.4%
営業利益	3,456	5,200	10.8%
営業利益率	5.3%	6.5%	
ROE	7.6%	8.0%以上	
ROIC	6.5%	6.5%~7.2%	
D/Eレシオ	0.2%	50%	

【売上高内訳】

	(百万円)	2026/3期 実績	2026/3期 目標	CAGR
販売チャネル別	営業販売	47,100	59,700	6.1%
	店舗販売	11,592	13,000	2.9%
	通信販売 (EC)	6,136	7,300	4.4%
商品セグメント別	紙製品事業	10,634	11,800	2.6%
	化成品・包装資材事業	39,639	52,200	7.1%
	店舗用品事業	14,555	16,000	2.4%

出所：「第2次中期経営計画 Dream Action 2030」、決算説明会資料よりSIR作成

成長投資に30,500百万円

計画期間における成長投資額は30,500百万円としている。このうち、DX・商品開発・配送センターなどイノベーション投資は25,000百万円、オムニチャネル推進などマーケティング投資に2,500百万円、従業員エンゲージメント向上などサステナビリティ投資に2,000百万円、そのほかの投資に1,000百万円となっている。株主還元策として配当総額5,000百万円を計画している。これらを含めた計画期間のキャッシュアウト総額は35,500百万円である。上記のキャッシュアウト総額の前資として、営業キャッシュフロー15,500百万円、資金調達20,000百万円を想定している。

イノベーション投資の一環として、2028年6月竣工予定で、兵庫県加西市に新配送センターを建設する（投資額15,000百万円）。竣工後は、西日本を網羅するマザーセンターとして稼働する予定となっている。同センター竣工により、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輸送効率の向上を図るとともに、顧客への納入リードタイムの短縮に大きく寄与する見込みである。

キャッシュアロケーション (2027/3期~2030/3期)

	(百万円)	求めるリターン等
成長投資	30,500	企業価値の向上
マーケティング投資	2,500	売上・利益拡大、ROE向上
イノベーション投資	25,000	売上・利益拡大、人手不足解消、物流品質向上、ROE向上
サステナビリティ投資	2,000	従業員エンゲージメント向上、気候変動対策、企業認知度向上
その他の投資	1,000	売上・利益拡大、システムセキュリティ堅牢化
配当金	5,000	配当性向50%またはDOE3%以上を目指す、自己株取得を検討
上記合計	35,500	うち資金調達 20,000百万円

出所：「第2次中期経営計画 Dream Action 2030」よりSIR作成

M&A戦略

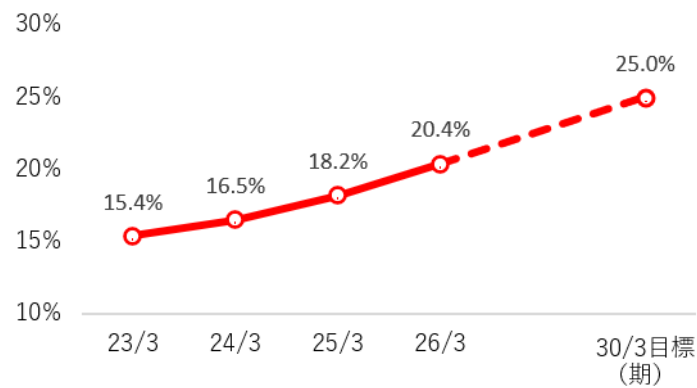
同社は、以前からM&Aについて積極的に取り組んでおり、「M&Aの積極的な推進を通じて売上拡大を図るとともに、効率的な事業運営を推進し、グループ全体の業績向上に努める」としている。M&Aに関する費用については、前ページの成長投資とは別枠で対応、としている。

M&Aの目的として、「既存顧客向け売上げの拡大」「新規重点業界の開拓」「商品開発力の強化」「ECプラットフォームの進化」「物流網の強化」の5分野を挙げている。このうち、「新規重点業界の開拓」については、2019年10月に工場系資材に強みを持つミタチパッケージ株式会社、2025年1月に北海道で医療・介護業界中心に衛生用品等を販売する株式会社大倉産業を完全子会社化している。

環境配慮型商品の開発と普及推進

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。オリジナル商品における環境配慮型商品の販売比率を2026/3期20.4%から2030/3期25.0%に引き上げるとの目標を掲げている。

オリジナル商品における環境配慮型商品の販売比率



出所：「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応の進捗状況並びに今後の取組みについて」よりSIR作成

環境配慮型商品の例

ペーパーフードトレイ	<ul style="list-style-type: none"> ■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（紙製の食品トレイ） ■未晒に加え、印刷された商品も順次展開 ■2025年度グッドデザイン賞受賞
PFASフリー耐油袋	<ul style="list-style-type: none"> ■PFAS（有機フッ素化合物）を含まない耐油袋を業界に先駆けて独自開発 ■2025年度グッドデザイン賞受賞
貝殻を再利用したレジ袋	<ul style="list-style-type: none"> ■生物由来の有機資源（牡蠣殻）を原料としたバイオマス成分を25%含んだレジ袋 ■石油化学由来の原料と比較すると大幅なCO₂の削減に貢献
再生原料	<ul style="list-style-type: none"> ■再生原料を使用して、レジ袋やゴミ袋を製造 ■低コスト・低エネルギー・低CO₂を実現

出所：「第2次中期経営計画 Dream Action 2030」等よりSIR作成

ペーパーフードトレイ



PFAS(フッ素化合物)フリー耐油袋



■ シモジマ型オムニチャンネル

「シモジマ型オムニチャンネル」とは、営業販売部門、店舗販売部門、通信販売（EC）部門の3つの販売チャンネルにおける顧客の購買データを蓄積し、それを有効に統合することにより、顧客ニーズにフィットした商品やサービスを提供していく、同社独自の戦略である。中期経営計画では、「シモジマ型オムニチャンネル」を販売力強化の中心軸に据えている。それぞれのチャンネルにおいて中期の戦略を組み立て、それぞれの戦略を連携させ事業を拡大させていく。

各チャンネルの戦略は下表のとおりである。新規展開として越境EC事業を計画している。同社の子会社であった株式会社グローバルブランドが手がけていたBtoC中心の消費財販売ではなく、主として東南アジアの小規模事業者向けに、同社の得意分野である食品包装資材を販売する予定である。

チャンネルごとの戦略

チャンネル	業 容	戦 略
営業販売	<ul style="list-style-type: none"> ■ 全国17拠点で顧客に直接販売 ■ 「パッケージプラザ」のFC店舗向け販売 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 重点業界への販売強化 <ul style="list-style-type: none"> - 重点8業界（2026年3月末時点）：飲食業、製菓・製パン業、食品加工・水産業、農業・青果加工業、花材・冠婚葬祭業、ホテル・観光業、医療・介護業、梱包・工業資材業 ■ 大手ユーザーとの取り組み強化 <ul style="list-style-type: none"> - 2025年10月、浅草橋本店7階に開設したショールームを有効活用 ■ 営業エリアの拡大 <ul style="list-style-type: none"> - 2026年4月、宇都宮営業所を新設
店舗販売	<ul style="list-style-type: none"> ■ 直営店舗「シモジマ」「パッケージプラザ」「east side tokyo」で全国展開 ■ 外商にも積極的に取り組む 	<ul style="list-style-type: none"> ■ LTV向上施策の推進 <ul style="list-style-type: none"> - リテンションマーケティング、CRM活用による店舗外商活動の活性化 ■ ローコストオペレーションの実施 <ul style="list-style-type: none"> - エリア店長制度の導入、本部機能拡充による店舗業務効率化、店舗スタッフの適正化、スタッフ教育強化による少数精鋭の組織規模を拡大 ■ FC店舗（パッケージプラザ）、特約店の拡充
通信販売（EC）	<ul style="list-style-type: none"> ■ ECサイト「シモジマオンラインショップ」において、172万SKU（2026年3月末時点）の商品を取り扱う 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 取り扱い商品数、会員数等の拡大（2026年3月末⇒2030年3月末） <ul style="list-style-type: none"> - シモジマモール参加企業数：549社 ⇒ 1,000社 - シモジマオンラインショップ公開点数：172万SKU ⇒ 300万SKU - オムニチャンネル会員数：101万会員 ⇒ 130万会員 ■ 越境ECへの挑戦

出所：「第2次中期経営計画 Dream Action 2030」よりSIR作成

株主還元

配当性向50%またはDOE3%以上を目指す

株主還元策として「配当性向50%以上またはDOE（株主資本配当率）3%以上」の目標を掲げている。自己株取得については、「市場動向を見極め検討」としている。

2026/3期の1株当たり年間配当金は59円を予定

2027/3期の年間配当金は1株当たり59円を予定している（中間期末29円、期末30円）。この配当金に基づくと、同期の配当性向は53.1%となる見通しである。

一株当たり年間配当金および配当性向、DOE（株主資本配当率）の推移

	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期	27/3期予
1株当たり年間配当金	22円	51円	54円	59円	59円
配当性向	33.2%	50.1%	60.4%	50.4%	53.1%
DOE(株主資本配当率)	1.33%	2.95%	3.08%	3.25%	

出所：有価証券報告書、統合報告書、決算短信よりSIR作成

株価インサイト

■ 短期的には中東情勢の影響を見極める状況

2026年2月28日の米国・イスラエルのイランへの軍事攻撃による中東情勢悪化をきっかけに、原油やナフサの調達問題が顕在化した。とくに、国内の石油化学コンビナートの心臓部に当たるエチレンプラントが4月に入り、原料調達難から減産に追い込まれたことで、石油由来の化学製品の供給不安が高まった。このため、同社をはじめ、スーパーバッグ（3945）、ザ・パック（3950）、高速（7504）の同業他社の株価は、TOPIXに反して軟調な動きとなっている。

同社の化成品・包装資材事業セグメント※は、売上高のおよそ60%を占める中核事業である。それだけに、投資家からみれば、業績への影響を見極めたいというのが実情だろう。

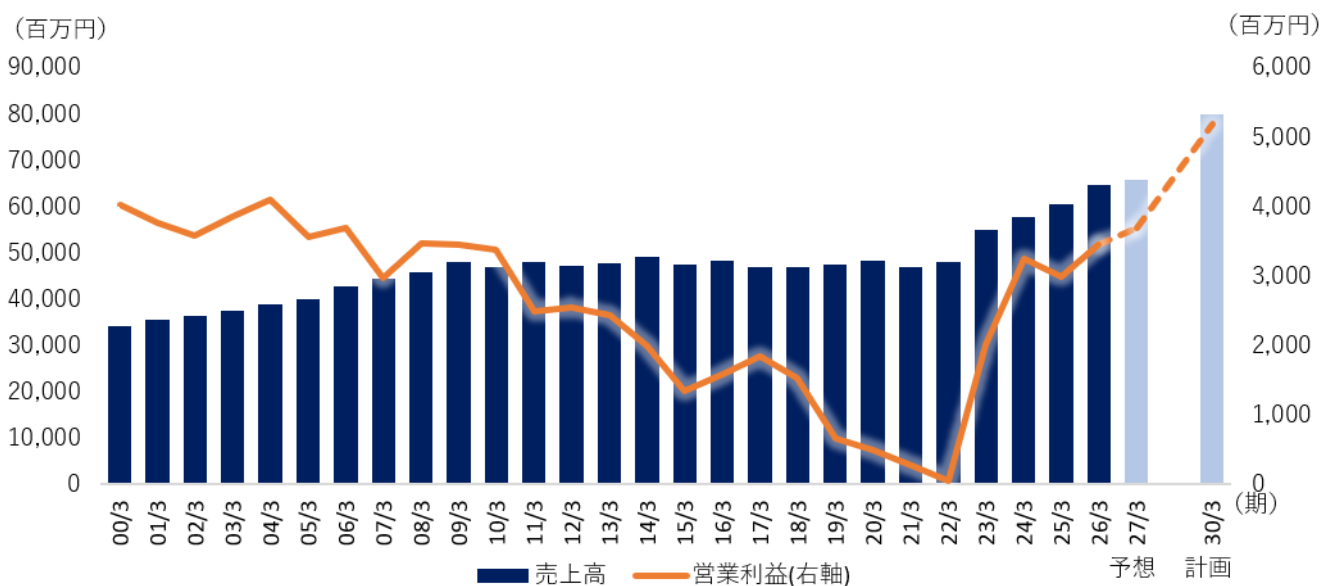
※ 同セグメントに属する商品はポリエチレン袋・PP袋等の化成品だけではなく、食品包材等の化成品以外も含まれている。

■ 高付加価値型環境配慮型商品に対する需要拡大への期待

マクロ的にみれば、同社製商品に対する需要トレンドに大きな変化をもたらすものではない。そうした状況下で、いわゆる“ナフサショック”により、石油化学由来のプラスチック製食品トレーやOPP袋の代替として、紙製の包装資材に注目が集まる。とりわけ、同社が注力する環境配慮型に対する期待が高まる。5ページに記載したように、同社の環境配慮型商品は、足元の問題を解決するための、ひとつの方向性を示唆しているといえる。ユーザー視点で見れば、環境問題への貢献、石油化学由来製品の代替という二面性を持ち、同社視点では、高付加価値型商品の提供による収益力の向上という側面も併せもつ。

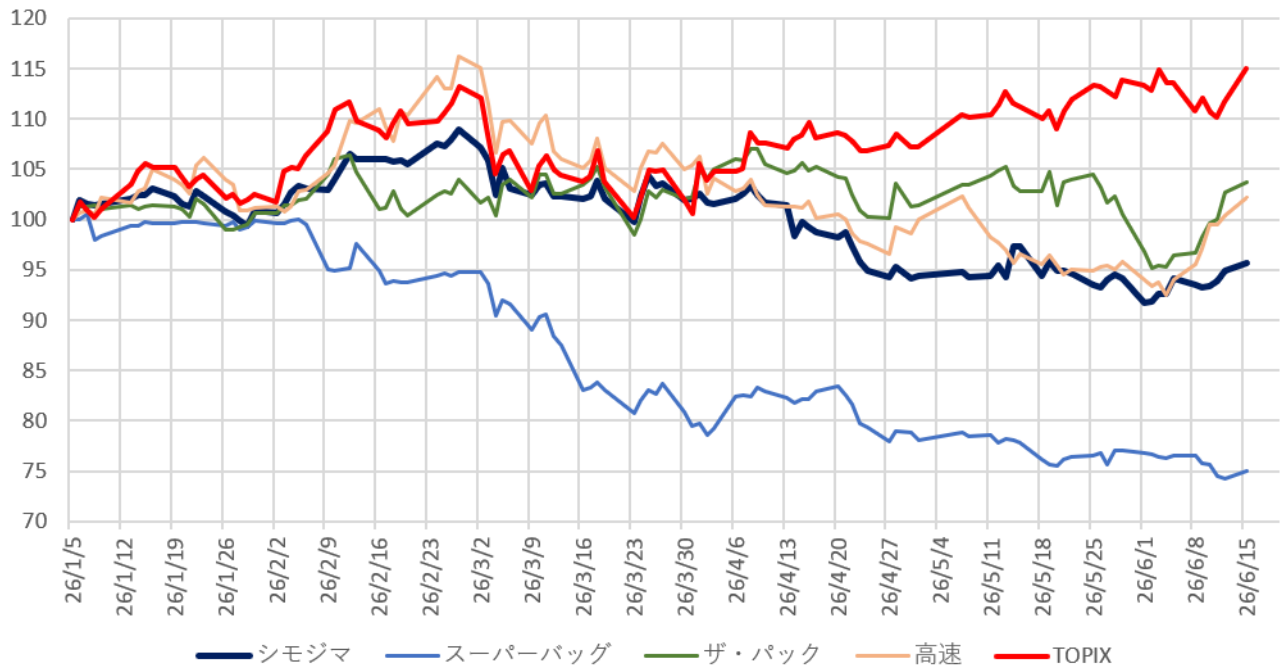
今回の中東情勢を契機に、環境配慮型商品への認知が進み、同社オリジナル商品の開発が進展することで「包装資材の専門商社」から「SPA業態」への進化にも期待したい。中東情勢が収束化することを前提とすれば、同社の業態進化のさらなる具現化による中長期的な成長に対する評価が、株価に反映されていくものとSIRでは考える。

業績の長期推移



出所：有価証券報告書、決算短信「第2次中期経営計画 Dream Action 2030」よりSIR作成

シモジマおよび同業他社の株価指数推移(26/1/5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