

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

株式会社シモジマ（7482）

開催日：2023年11月29日（水）

場所：ミッドランドスクエア オフィスタワー5F 『ミッドランドホール』
（愛知県名古屋市中村区）

説明者：代表取締役社長 笠井 義彦 氏

交代説明者：常務取締役上席執行役員営業統括本部長 川原 利治 氏

1. 会社紹介

1) 会社概要

- ・ 創業は大正9年、今年で創立103年目になります。
- ・ 本社は東京都台東区浅草橋にあります。従業員数はグループ全体で1,190名です（2023年3月現在）。主な事業内容は、オリジナルブランドの紙袋・包装紙・紙器などを扱う紙製品事業、ポリ袋・食品包装資材などを扱う化成品・包装資材事業、「店舗およびオフィスで使用するあらゆるものがそろふ」をコンセプトとした店舗用品事業の3つです。

2) 沿革

- ・ 1920年に包装材料卸問屋下島商店を創業しました。創業以来100年以上にわたり包装資材を中心とした商売を続けています。戦中戦後の苦しい時代を超えて、会社の基礎づくりとして店舗出店や配送センターの増強などを行い、2010年以降はさらなる成長と発展を見据え、シナジー効果を生み出せると判断した企業さまとの間にM&Aを行ってきました。
- ・ 具体的には2010年に株式会社リード商事を子会社化して以降、2017年に株式会社我満商店、2019年にミタチパッケージ株式会社と朝日樹脂工業株式会社、さらに2021年に株式会社グローバルブランドを子会社化しました。今後も当社と共に成長していけるであろう企業さまと、M&Aや業務提携などの形で一緒に取り組んでいきたいと考えています。

3) 受け継がれる シモジマの精神

- ・ 創業当初は主に麻ひも、紙ひも、縄などを販売していたと聞いています。その後、昭和30年代頃から、紙袋を製造販売するようになりました。紙袋などの商品が安定してくると、デザイン性へのこだわりから「ストップペイル柄」の紙袋などを発売するようになりました。ストップペイル柄は昭和レトロブームに乗り、現在は復刻版として再度人気が出ています。昭和の終わりから平成にかけて、現在の当社の代表的な商品である「クリスタルパック」を上市、今でも販売を続けています。近年では再生紙やバイオマス成分を配合したものなど環境に配慮した素材を使用した包装用品の開発販売に力を注いでいます。
- ・ 当社のブランド「平光マーク」には、創業者夫婦の「良心的でないものは作らない・売

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

らない」という思いが込められています。当社が取り扱う商品であることを示すマークで、現在は横文字で HEIKO のマークが当社の紙袋の底面など目立たないところに印刷されています。HEIKO マークは 1983 年に当社の登録商標となりました。

4) 東海三県の店舗（シモジマとパッケージプラザ）と名古屋市における活動

- ・ 当社には直営店のシモジマの他に、フランチャイズ店であるパッケージプラザという屋号の店舗があります。店によって売り場面積の違いはありますが、主に包装資材やご家庭で使用される消耗品などを販売しています。地域の特性に合わせた品ぞろえを意識しており、飲食業界向け商材の品ぞろえを充実させた店舗などもあります。
- ・ 愛知県にはシモジマ名古屋店をはじめ 12 店舗、岐阜県には 4 店舗、三重県には 3 店舗を展開しています。
- ・ 名古屋市内における活動の一例をご紹介します。
- ・ シモジマ名古屋店に「シモジマ A-プライス名古屋店」を当社と A-プライスのコラボ店として展開しています。A-プライスは飲食店向けのプロの食材を販売する店です。食品包装資材を取り扱う当社の店舗内に店舗することで、飲食店が必要とするものは全てワンストップでそろえ、利便性の高い店舗が実現しました。
- ・ 当社は、プロバスケットボールの B1 リーグで活躍するファイティングイーグルス名古屋のダイヤモンドスポンサーになっています（2023 年～2024 年シーズン）。2023 年 1 月 7 日には当社冠試合が行われました。2024 年 1 月 6 日と 7 日にも開催予定で、大いに盛り上がる企画を準備しています。チームは名古屋市内に 2026 年秋に向けてアリーナを開業する予定だと聞いています。パリオリンピックに向けて日本国内でのバスケットボール熱が高まっており、アリーナが完成すればますます盛り上がるだろうと当社も期待しています。

2. 2024 年 3 月期上半期 概況&トピックス

- ・ 新型コロナウイルス対策による行動制限が緩和されたことで、経済活動が緩やかに回復しています。しかし、世界規模でエネルギー価格や原材料価格が不安定に推移していることに加え、金利の振れ幅増大により為替が一定方向に動くなど、今後の景気への影響は不透明な状況です。
- ・ 当社が属する業界においては、脱プラスチックの流れが加速しています。インターネット通販市場の拡大や催事・イベント関連資材の需要が回復するなど、消費行動は引き続き大きく変化しています。
- ・ 当社グループは、「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」と定めた長期ビジョンの実現に向け、中期経営計画に沿った活動を継続しています。また、その達成に寄与するものとして、サステナビリティ委員会のもと、マテリアリティ（重要課題）解決に向けた活動を行っています。
- ・ 上半期のトピックスとして、『未来クリエイター』の発刊と、多業種企業さまとのコラ

大和インベスター・リレーションズ(株)（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

ボレーションについてご説明します。

- ・ 『未来クリエイター』は、プラスチックごみ問題をテーマにした小学校副教材です。プラスチックゴミが環境に与える影響とそれを減らすために私達にできることなどを紹介しています。制作に当たり希望を募り、使用を希望された全国の小学校 771 校に配布しました。愛知県でもご希望いただいた小学校にお配りしています。
- ・ 当社オリジナルのデザインを活用した商品開発を他業種の企業と積極的に行っています。近年の昭和レトロブームを機に、当社オリジナルデザインに注目をいただき、現在も数多くの企業から引き合いをいただいています。コラボ商品は、文具・事務用品、日用雑貨、アパレル、食器など多岐にわたります。今後も知的財産として蓄積されたデザインを有効活用し、新たな価値創造に努めていきたいと考えています。

3. 2024年3月期上半期 決算報告

1) 決算概要

- ・ 2024年3月期上半期の売上高は281億3,000万円、前期比21億1,200万円の増加となりました。売上総利益は93億3,800万円、前期比12億1,100万円の増加、売上総利益率は33.2%、前期比2.0ポイントの上昇となりました。販売管理費は77億1,800万円、前期比2,300万円の増加となり、営業利益は16億2,000万円、前期比11億8,800万円の増加となりました。経常利益は18億900万円、前期比12億1,500万円の増加、親会社株主に帰属する四半期純利益は11億8,700万円、前期比7億5,200万円の増加となりました。

2) 販売ルート別売上高

- ・ 2024年3月期上半期の販売ルート別の売上高は、全てのルートで昨年度実績を上回りました。営業販売部門の連結売上高は198億4,200万円、前期比13億9,900万円の増加、店舗販売部門の連結売上高は54億7,800万円、前期比1億8,000万円の増加、通信販売（EC）部門の連結売上高は28億900万円、前期比5億3,200万円の増加となりました。販売ルート別の売上構成比は、売り上げ増加率が大きい通信販売部門が2022年度の8.7%から10%まで拡大しました。
- ・ 売上増加の要因は、営業販売部門では、既製品の主力商品や環境配慮型商品の拡販と特注品の受注活動に注力したことと、対面営業が活性化したこと。店舗販売部門では、イベントやインバウンド需要の回復に伴い、店舗における商材の品ぞろえを充実させたことが売上増加の要因となりました。通信販売部門では、通販サイトのシモジマオンラインショップの会員数が順調に伸びて、注文単価も上昇したこと、また、登録商品数が増加したことによって売上が増加しました。

3) 商品セグメント別売上高

- ・ 2024年3月期上半期の商品セグメント別の売上高は、全てのセグメントで昨年度実績を上回りました。商品セグメント別の売上構成比は、化成品・包装資材事業が59.9%、

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

店舗用品事業が 23.2%、紙製品事業が 16.9%です。各セグメントにおいて、催事やイベントが復活したことによって関連資材の需要が拡大しました。

- ・ 紙製品事業は、小売業の回復により需要が拡大し、通販資材、脱プラスチックによる環境配慮型商品が好調に推移しました。売り上げ構成比の 6 割を占める化成品・包装資材事業は、レジ袋やゴミ袋などの主力商品に加え、市場と顧客のニーズに適合した環境配慮型商品の開発と拡販に積極的に取り組みました。さらに飲食業の回復により、食品関連資材の販売も好調に推移しました。店舗用品事業につきましては、経済活動の緩やかな回復によって店舗資材の需要が回復傾向にあります。

4) 設備投資の進捗状況

- ・ 2024 年 3 月期通期の設備投資金額は 17 億 2,800 万円を計画しています。上半期終了時点の投資総額は 8 億 8,600 万円、進捗率は 51.3%です。上半期は、物流投資として、配送センターにおける建替工事費、太陽光発電の設置費用、LED 照明の費用などに資本を投下してきました。また、IT 投資として、DX 関連や基幹システム改修に関連する費用などに投資してきました。店舗投資その他として、新店・閉店に関連する費用などに投資してきました。今後は機械設備の改修やシステム開発などへの投資を予定しており、ほぼ計画通りの投資額になると見込んでいます。

5) 配当の状況

- ・ 2023 年 11 月 9 日に、配当の修正予想を公表しました。2024 年 3 月期連結業績予想の上方修正に伴い、2024 年 3 月期の期末配当を 18 円増配、1 株当たり 29 円の予想としました。これによって年間の 1 株当たりの配当額は 40 円となる予定です。
- ・ 今後は資本コストや株価を意識した経営を推進するため、配当政策につきましては、株主還元や企業価値向上などの観点から株主の皆さまのご期待に沿えるように取締役会で検討していきます。
- ・ 2023 年 11 月 20 日付で自己株式消却を行いました。償却株式数は 61 万株で、発行済株式総数の約 2.51%に当たります。
- ・ 株主優待制度として、毎年 3 月 31 日現在の当社株主名簿に記載された保有株式数 100 株以上の株主さまにクオカード 1,000 円分を、保有株式数 1,000 株以上の株主さまに当社取り扱い商品で、希望小売価格約 5,000 円相当の生活用雑貨を贈呈しています。

4. 2024 年 3 月期 通期業績予想

- ・ 2023 年 11 月 9 日に、2024 年 3 月期通期の業績予想を上方修正いたしました。修正後の連結売上高は 580 億円、前期比 29 億 7,200 万円の増加、連結営業利益は 31 億円、前期比 10 億 8,900 万円の増加、連結経常利益は 34 億円、前期比 10 億 1,200 万円の増加、親会社株主に帰属する当期純利益は 22 億円、前期比 6 億 5800 万円の増加を予想しています。
- ・ 前期、2023 年 3 月期に売上高が初めて 500 億円を超え、550 億円まで伸ばすことができ

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

ました。過去十数年、500億円手前で足踏み状態を繰り返してきましたが、前期によりやく超えることができました。当期、2024年3月期につきましては、売上高の予想580億円が実現すれば、2期連続で過去最高売上高を更新することになります。

- ・ 営業利益は、近年、低下傾向で推移してきました。特にコロナ禍においては苦しい状況が続いていましたが、2023年3月期は上昇に転じ、2024年3月期はさらに増加する予想です。過去最高益とまでは行きませんが、中期経営計画最終年度の2026年3月期の目標額である売上高650億円、営業利益35億7,500万円、営業利益率5.5%を目指して今後も全力で邁進していきます。

5. 当社グループの成長と発展に向けて 中期経営計画に対する活動状況

1) 経営計画の修正と達成のための新たな施策

- ・ 2021年に、2026年3月期を最終年度とする中期経営計画を発表しました。コロナ禍であり、見通しは非常に厳しいものと考え、目標数値を設定しました。しかし、2023年3月期の結果および2024年3月期第1四半期の結果を受け、2023年8月10日に営業利益率とROA（総資産経常利益率）の目標数値を上方修正しました。さらに、2024年3月期上半期が終了した時点で、業績が一層上向くことが予想されたため、2023年11月9日に、営業利益率を5.5%、ROAを8.5%に再度上方修正することを発表しました。
- ・ この高い目標を達成するため、当初計画した中期経営計画に加え、新たな施策を立てて実行することにしました。
- ・ 販売力強化に関する施策として、営業販売部門では新規業界の開拓、店舗販売部門では狭小店舗での店舗展開とドミナント戦略による店舗出店、通信販売部門ではWEB広告の増強などの施策を立てています。
- ・ 商品力強化に関する施策として、環境配慮型商品の開発と普及に対してより具体的な方針を打ち出して推進していきます。
- ・ 経費面に大きな影響を与える物流効率化に関する施策として、西日本地区の物流の拡充を進めています。
- ・ 中長期的な発展のために欠かせない人的資本経営に関する施策として、優秀な人材の確保および従業員エンゲージメント向上を目的に人事方針を見直すことにしました。

2) 通信販売（EC）部門「100万×100万プロジェクト」

- ・ 通信販売部門が担う「100万×100万プロジェクト」は、中期経営計画の中核をなす施策です。中期経営計画最終年度の2026年3月期末までに、シモジマオンラインショップに登録されている商品数を100万SKUに拡大するとともに、登録会員数を100万人に増やすことを目標にしています。SKUとはストック・キーピング・ユニットの略称で、在庫管理における最小の品目数を数えるための単位です。
- ・ 登録商品数を増やす施策として、シモジマオンラインショップ内に立ち上げた「シモジマモール」に、包装資材を専門に扱う企業にご参加いただき、自らのプラットフォーム

としてお使いいただくことによって登録商品の数を拡大する活動を行っています。順調に登録商品数を増やしており、開始当初は3万SKUでしたが、2024年3月期目標登録商品数の30万SKUに対して、2023年9月30日現在で26.3万SKUの登録が完了しています。今後はオンラインでの集団説明会を開催するなどして、既存仕入れ先を中心に参加いただく企業数を増やしていきます。

- 登録会員数を増やす施策として、業界ごとのニーズを詳細に把握・分析して、そこで得られた情報を基に会員向けのきめ細かい提案を行うとともに、CRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）データを活用して、業界別にそれぞれ違った販促活動を行ってきました。2024年3月期目標登録会員数75万人に対して、2023年9月30日現在で67万人以上の会員数となり、計画通りに推移しています。
- 今後は、これらの施策に加え、広告宣伝費を増額して、SEO（検索エンジン最適化）対策やリスティング広告などに力を注ぐとともに、勧誘用のチラシを配布することによってさらなる会員数拡大を図ります。

3) 営業販売部門のディーラー向け勉強会

- 当社はディーラーのお客さまに対する勉強会を積極的に行っています。コロナ禍において地道に勉強会を継続したお客さまからの注文は着実に増加しています。
- コロナ禍前の営業活動は、お客さまとの対面営業や店舗での対面接客が最善策であると考え、サンプルや商品をお客さまにお示しして、その良さをわかってもらうスタイルで行ってきました。しかし、新型コロナウイルスの流行によって、お客さまを訪問することやお客さまに店舗に来ていただくことができなくなりました。そこで、思い切って発想を転換して、オンラインでの勉強会を開催し、商品ではなく当社自体を売り込むことに注力することにしました。コロナ禍前から勉強会は実施していましたが、営業活動の補助的な位置づけでした。コロナ禍においては、勉強会を「シモジマってどんな会社？何ができるの？」ということをアピールする場と考え、お客さまに積極的にお声がけをして開催回数を増やしてきました。勉強会の内容は、会社紹介、新商品の紹介、環境配慮型商品の紹介、特注品受注のポイントなど多岐にわたります。
- オンライン勉強会の利点は、一度に数多くのお客さまにご案内ができることです。お客さまの会社の新入社員の方を含め、当社がどのような会社で、どのような商品を扱えるかを知ってもらい、「困ったらシモジマの営業に聞いてみよう」という流れに持っていくことが可能になりました。当社を知らなかった層にまでシモジマという会社を浸透させることに成功したと思います。コロナ禍における行動規制が緩和された今でも勉強会は継続しており、オンラインだけでなく、お客さまの会議室などをお借りするケースなどを含め、コロナ禍前の3倍程度に当たる年間500回前後、開催しています。

6. サステナビリティ活動

- 2022年11月にサステナビリティ委員会を設置し、マテリアリティ（重要課題）を決定

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

しました。ステークホルダーの皆さまにとっての重要課題と当社側から見た重要課題の2軸によって、優先度の高い課題を特定しました。「環境への貢献（シモジマの考える気候変動対策）」「人的資本投資（シモジマらしい自由闊達な社風の醸成）」「責任ある企業として（シモジマの三意精神である誠意・熱意・創意に基づくガバナンス体制の整備）」という3のカテゴリに対して、それぞれ2つのマテリアリティを設定しました。今後その課題解決に取り組んでいきます。

- ・ 当社は、株主・投資家、お客さま、従業員、取引先、地域・社会をステークホルダーと認識しています。当社単独ではなく全てのステークホルダーの皆さまと一緒に持続可能な社会の実現に取り組んでいきます。
- ・ 当社は、環境配慮型商品「ENERFISH（エネルフィッシュ）」を開発しました。この商品のアイデアは、洗足学園高等学校の高校生4人のグループの方から提供いただきました。高校生グループは、海に漂うポリ袋を誤飲して死亡したカメのニュースに接して、何とか海洋生物を助ける方法はないかと考えました。そこで、ポリ袋に「デナトニウム」が入っていれば魚がポリ袋を食べないのではないかと考えつきました。「デナトニウム」はギネスブックにも載っている世界で一番苦い物質であり、幼児の誤飲防止にも活用されています。デナトニウム入りポリ袋の共同開発の提案を受け、当社は早速試作品を作成しました。このポリ袋を餌に混ぜて魚に食べさせる実験を行った結果、魚は餌と思っていったんは口に入れましたが、ポリ袋だけは吐き出しました。この袋は魚の誤飲防止に役立つことが分かりました。
- ・ 当社はこのポリ袋を「ENERFISH」と名付けて商品化しました。「ENERFISH」は海洋生分解性素材を使用しているため、海に入ってから1年前後で水と二酸化炭素に分解されます。生物多様性の保護とともに、環境に優しい商品になっています。
- ・ 当社は包装資材を扱う専門業者として、これからも環境を守る商品を開発していきたいと考えています。
- ・ 2023年6月30日に大阪府東大阪市にシモジマ東大阪配送センターを竣工し、8月16日に稼働しました。当社のマザーセンターである栃木県佐野市の田沼配送センターの負分散と西日本物流のさらなる拡充を目的に、旧西部配送センターを建て替えたものです。
- ・ 新センターの特徴の1つ目は、少量多品種の保管・出荷を念頭に設計されている点です。ケース出荷だけでなくバラ出荷にも対応する設計となっており、延床面積は改築前に比べ約2.5倍拡大しました。特徴の2つ目は、生産性を重視した設備である点です。荷物の積み下ろしから出荷までの一連の業務を効率的に行うために、商品特性にマッチした設備を設置しています。特徴の3つ目は、サステナビリティへの取り組みを考慮した点です。まず、労働環境を整備することで物流部門の人材確保を強化するために、快適な空調設備、働きやすい環境づくりに注力しました。また、再生可能エネルギーを取り入れ、屋根に約500枚の太陽光パネルを設置しました。電力の自家創出によってCO₂直接排出量の抑制に取り組んでいます。

-
- ・ 従業員エンゲージメントの向上も重要な課題と認識しています。永年勤続表彰は勤続年数 10 年、20 年、そして今年から 30 年の従業員を対象として、金一封や景品を贈呈しています。毎年開催される社長賞は、当社の発展や価値向上に大きく貢献した従業員個人あるいはチーム部門に贈られます。従業員の現状を把握して、エンゲージメントを高めることで企業としてさらなる成長を目指していきます。

7. 質疑応答

Q1. 下島家以外で初めての社長なのですが、社長になられるまでの経緯などを教えてください。

A1. 当社は創業から 4 代目まで下島姓の者が社長をしてきましたが、2021 年 4 月に初めてプロパー社員として私が社長に就任しました。ある時、社長室に呼ばれ「社長をやりたい」と命ぜられました。「断る選択肢はありますか」と聞くと、「ない」とはっきり言われてしまいました。帰宅後、妻に相談したところ、大阪の人ですから「やったらええやん」と一言返ってきました。結婚して 40 年近くになりますが、妻いわく、私は、言いたいことを言う、長いものには巻かれない人間だそうです。私が干されてしまった場合は妻が食べさせてくれるとのことでしたので、「それならいいかな」と思ってお引き受けしました。社長に就任してから現在まで、自分ではそこそこできているのではないかと考えております。

Q2. 前期 2023 年 3 月期から急激に業績が回復していますが、特にどのような活動がこの結果につながったのですか。

A2. 2023 年 3 月期は、競合他社も含めて、当社の業界全体が一斉に値上げを実施したことが業績回復の要因の一つです。当社の活動としては、お客さまとの勉強会が大ききな力になったと思います。約 500 回の勉強会開催が受注につながりました。また、昨今の今頃、政府が海外からの渡航を認めたことで、飲食をはじめとする小売店の営業が再開し、当社は卸売業ですので、その関連資材を販売できるようになったことも業績が回復した一因です。

以上