

TSE Standard: 9385

2026年3月期 個人投資家向け説明会

株式会社ショーエイコーポレーション

代表取締役社長 芝原 英司

経営企画部 矢野 隼人

2026.05.24



本日お話しさせて頂きたいこと

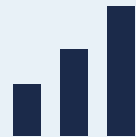
Agenda



01

会社・事業概要

事業の全体像をご紹介



02

通期業績報告

2026年3月期の結果



03

成長戦略・展望

今後の戦略と打ち手



04

株主の皆さまへ

還元方針・まとめ

SECTION 01

会社・事業概要

ショーエイコーポレーション — 概要

サマリ

売上高

190 億円

営業利益

13.3 億円

従業員数

579 名

配当

35 円/株

「メーカー機能を持った、企画制作型企业」

「包む」という事業を中核に、企画・包装・物流・OEM・検品・商品供給をワンストップで提供

事業の全体像 – 2つのセグメント

ショーエイコーポレーションの主要事業

営業促進支援

売上 101 億円

前年比 +6.6%

「包む」を中核に企画から物流まで一括対応

全ての企業向けB2B受託

商品販売

売上 91 億円

前年比 ▲6.0%

1,000品目超の生活消費財を量販店に供給

100円ショップ・量販店向けB2B量販

営業促進支援 – 「包む」を中核に、企画から配送までの一気通貫で価値を提供

事業内容：営業促進支援



商品販売 — 生活を支える 1,000品目を100円ショップ・量販各社へ安定供給

事業内容：商品販売

主要チャネルへの安定供給

- 100円ショップ大手
食品保存袋、ラップ、雑貨
- ドラッグストア
日用消耗品、衛生品
- ホームセンター・量販店
キッチン・日用雑貨
- 総合ディスカウント大手
商品 + 配送の包括提供
- EC
既存商品 + 新商品のテストマーケティング

供給商品の一例

ペーパータオル



鮮度保持袋



おむつ用消臭袋



国内11拠点 (営業 5・生産 6) と海外2拠点で推進

拠点

国内 11 拠点 (営業 5・生産 6)

営業拠点 本社(大阪) / 東京本社 / 名古屋支店 / 日本橋支店 / 西日本営業所(福岡)

生産拠点 大阪センター / 大阪第2センター(GMP) / 神奈川センター / 泉大津センター / 岸和田センター / 成田工場

※ 大阪第2センターは化粧品GMP (ISO 22716) 認証取得。成田工場・日本橋支店は化粧品・医薬部外品の製造拠点



タイ拠点 - Shoei Plastic (Thailand) Co., Ltd.

- **ポリエチレン製品の自社工場** 商品販売事業の主要生産拠点
- **為替・原材料変動の調整機能** 海外調達のパルプとして機能
- **約 5,000 坪のスペース** 配送・生産センター化を検討

上海拠点 - 上海ショーエイ

- **中国製造の管理・品質担保** 現地スタッフによる工場監査
- **世界の流行・素材情報の前線基地** 商品企画の起点として活用
- **地政学下の安定調達** 独自ネットワークで継続受注

SECTION 02

通期業績報告

2026年3月期の売上は横ばい、利益は拡大

通期業績報告

■ 前期 (FY25/3) ■ 当期 (FY26/3)

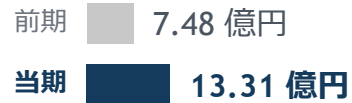
前年同期比

売上高



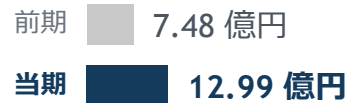
+0.1 %

営業利益



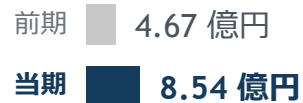
+78.1 %

経常利益



+73.7 %

親会社株主純利益



+82.7 %

営業利益率

3.9 % → 7.0 %

ROE

11.6 % → 18.1 %

営業促進は売上・利益の両立、商品販売は利益改善。一方でトップラインは途上

セグメント別結果



営業促進支援

売上高

101 億円

+6.6 %

セグメント利益 +146.9 %

8.7 億円



商品販売

売上高

91 億円

▲6.0 %

セグメント利益 +16.1 %

4.6 億円

高付加価値商品の拡大とOEM/ODMの伸長で、利益が約2.5倍に

営業促進支援 — 躍進の3つの理由

01

高付加価値商品の拡大

- 資材・販促キャンペーンを軸とする販売で、高付加価値商品のリピートが順調
- 新規市場開拓も推進

02

OEM/ODM の伸長

- 自社工場を活用した雑貨・化粧品のパッケージ・アセンブリ作業が順調
- エンドユーザーへの複合販売も強化

03

原価低減

- サプライヤーの多角化を継続的に推進
- 仕入調達ルートを増やし、原価を体質的に低減

結果：セグメント利益 3.5 億円 → 8.7 億円 (+146.9%)

足元の事業見直しで利益は前年比+16%、トップラインは途上

商品販売 — 現状認識

結果 — 利益は改善

+16.1 %

- 付加価値の高い商品の投入
- サプライヤー多角化で原価低減

課題 — トップラインは未達

▲6.0 %

- 定番商品で価格競争の影響
- 新商品ヒットの「再現性」が不十分

当社の狙い

目指したのは
「利益とトップラインの両立」

利益確保は実現したが、
両立はまだ途上にある

次の打ち手 — 「数」だけでなく「打率」を上げることが必要

中東情勢・為替変動下においても、平時からの備えで安定供給を継続

外部環境への対応

1. 影響

- 原油・ナフサ価格の不確実性
- ポリエチレン等の原材料高止まり
- 為替（円安／タイバーツ高）
- 輸送・通関のリードタイム変動

2. 平時からの備え

- 原材料調達ルートの特線化
- 適正水準の在庫の継続保有
- 海外生産拠点（タイ・上海）の使い分け
- 為替対応（予算織込／先買い）
- 国内×海外の最適配分

3. 開示の姿勢

- 供給責任は経営の根幹をなす使命
- 業績や供給体制に重要な影響が見込まれる場合には、適切なタイミングで開示
(2026/4/30リリース済)

為替・地政学リスクを「海外2拠点の使い分け × 国内生産との最適配分」で吸収するモデル

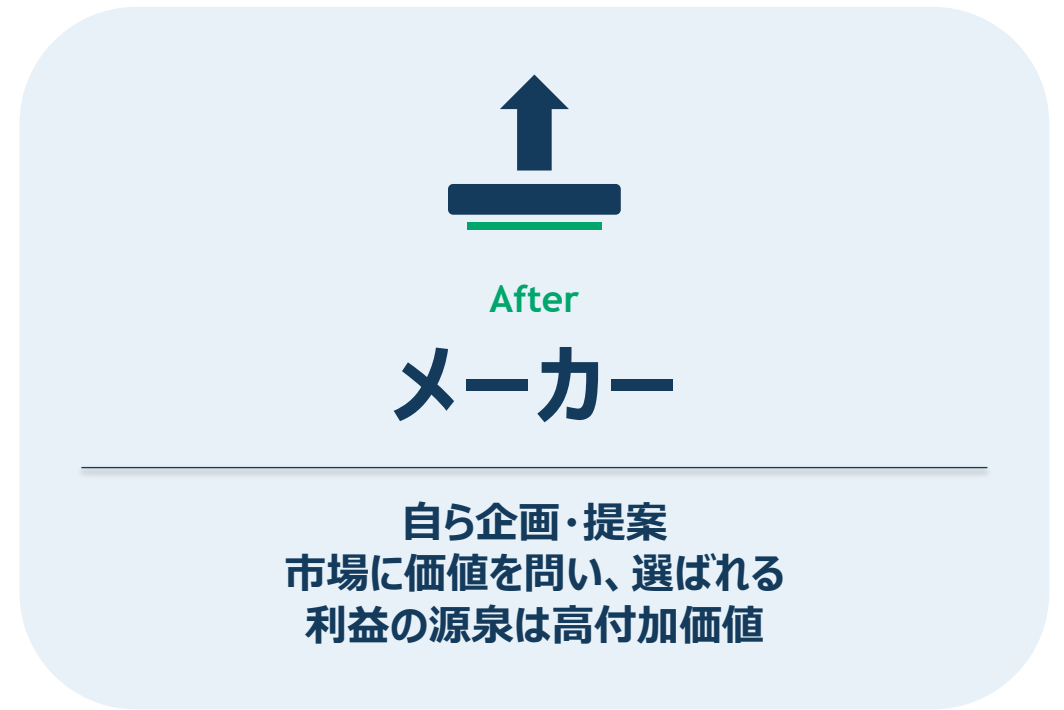
SECTION 03

成長戦略・展望

受託加工で磨いた強みを土台に、自ら企画し、自ら商品を生み出す会社へ

成長戦略・展望 | 根幹

街工場から、メーカーへ



人・設備・対応力の3つを並行で鍛える

進化・変化を支えるために、会社に必要な要素

PEOPLE

01

人的資本

- 専門人材の採用・育成
- 資格取得の促進
- 営業力／開発力の底上げ

FACILITIES

02

設備投資

- メーカーらしい工場づくり
- R&D設備の刷新
- タイSPT余剰スペースの活用

CAPABILITY

03

対応力の総合化

- 複雑な要望への対応力UP
- クレーム対応の高度化
- 複合販売・束ね売り体制

成長戦略の全体像

2本柱を、M&A・業務提携で加速

Pillar 1

営業促進支援の 高収益化

- 複合販売の継続深化
- 化粧品OEM → ODM(企画提案型)
- ラストワンマイル(配送)提供

Pillar 2

商品販売の 利益・売上の両立

- ヒット商品の構造分析と再現性
- 上海拠点のアンテナ機能の活用
- 商品企画・開発・マーケティング強化

Accelerator

M&A・業務提携 — 2本柱の成長を加速する起爆剤として推進

「包む」を中核に、上流(企画)と下流(配送)までをより積極的に推進

Pillar 1 — 営業促進支援の高収益化

01

複合販売の継続深化

- エンドユーザーへの直接複合販売を継続
- 前期の利益率改善要因を、通期で定着させる

02

化粧品OEM → ODM

- ファインケメティックス合併（2026/4/1）にて企画提案型のODM事業を一体運営

03

ラストワンマイル提供

- 包装1枚10円 → 配送まで担えば1個50-100円規模へ、提供価値の幅を広げる

→上記に加え、国内での生産力強化による需要増への対応を推進

打席に立つ数だけでなく、商品企画・開発・マーケティングで「打率」を上げる

Pillar 2 – 商品販売の利益・売上両立

01

ヒット商品の構造分析

- 前期に伸びた商材を構造的に分析
- 何が当たり要因かを言語化し、次の商品企画に反映する

02

上海拠点のアンテナ機能活用

- 「世界の工場」で最新トレンド・素材情報を捕捉
- 日本市場の商品企画に直結させる前線基地として活用

03

企画・開発・マーケティングの強化

- 力技ではなく「技」を磨く
- 商品企画・開発・マーケティング機能に人と投資を本格的に振り向ける

前期に伸びた商材例

市場トレンドに乗ったヒット商品
シールバインダー

付加価値の高いPE製品
消臭袋・鮮度保持袋

サステナ素材を活かした商品群
環境対応型ラップ

2本柱を、横(領域拡張)にも縦(高度化)にも加速する起爆剤として推進

Accelerator — M&A・業務提携

横の加速

事業領域の拡張

- 隣接領域への進出
- 新たな顧客接点・チャネル獲得

縦の加速

機能の高度化

- パートナーの技術・開発力取込
- 既存事業の収益性・差別化強化

実例

ファインケメティックス

- 2022年子会社化 → 2026/4/1 合併
- 化粧品OEMの「横」への展開

今後の方向性

- **対象領域** 既存事業の隣接領域に限定（無関係多角化は避ける）し、国内での生産力/販売チャネル強化を目的とした対象を選定
- **投資規律** EV/EBITDA目線、PMI体制を社内で明確化
- **業務提携** 資本/業務提携の幅広い枠組みで並行検討中

SECTION 04

株主の皆さまへ

株主還元 — 業績連動型で配当金の見直しを実施

1株当たり年間配当金

35 円

前期比 +75 % 増配

還元方針

- 安定的・継続的還元** 利益成長と連動した配当水準の向上
- DOE導入の検討** 中長期的な安定配当指標の策定
- 累進配当の検討** 減配せず、持続的な成長を還元
- FY27/3予想** 年間配当 35円を継続予定

売上 203億円・営業利益 14.4億円 – 増収増益を計画

2027年3月期 業績予想



業績予想を支える 3つの前提

- **営業促進支援** ファインケメティックス統合効果と複合販売の深化で、利益体質を継続
- **商品販売** ヒット商品の再現性向上と新チャネル開拓で、トップラインの回復を目指す
- **外部環境** 中東情勢・為替の不確実性は前提。平時の備えで吸収

本日のまとめ

4つのポイントで振り返り



01

私たちは何の会社か

- 1968年創業、売上190億円規模の総合支援メーカー
- 主たる事業は営業促進支援と商品販売の2セグメント



02

前期は何が起きたか

- 売上ほぼ横ばいの中、営業利益+78%、純利益+83%の増益
- 利益構造の改善が成せた



03

これからの方向性

- 「街工場から、メーカーへ」
- 2本柱を磨きつつ、商品販売は「打率」を上げる施策を実装



04

株主の皆さまへ

- 配当 20→35円(+75%)
- FY27/3は売上203億・営業利益14.4億円を計画

この後、皆さまからのご質問にお答えしてまいります

| QA



ご清聴ありがとうございました

ご質問・お問い合わせは経営企画部まで

<https://www.shoei-corp.co.jp/ir/>

