

PR

どの業界が伸びしろなのか!?

業界別!! 注目企業2選

今、なぜこの業界が注目されるのか。その真相を探るべく、各代表ともいえる企業に話を聞いてみた。

環境パッケージ代表

環境という付加価値をつけてさらなる需要拡大へ

1905年の創業以来、明治から令和までの時流にあった製品を作り続けてきた老舗トータルパッケージメーカー。社内にデザイン部門を有しており、企画・デザインから、製造、販売、納品に至るまでをトータルプロデュースしている。国内外に14の事業拠点があり、幅広い業種・業態との取引実績をもつ。

代表取締役社長 樋口 謙氏

数あるソリューションの中でも特筆すべきなのが、環境にやさしい水性インキを使用する「フレキシ印刷」。同印刷技術を用いた有名喫茶店チェーンやお茶専門ブランドの季節限定シヨッパーはSNSでたびたび話題になった。有機化合物やCO2排出を抑えられるというメリットがある一方で、凸版印刷であるために精巧な表現が難しいとされる技法だが、最新設備の導入はもちろん、経

世界に認められた印刷技術で差別化

「この先、安定供給や品質だけでは選ばれなくなる。環境対応力を磨かなければ成長はない」と語る、樋口代表。その言葉どおり、今期からの第二次中期経営計画では、成長戦略の追求と環境基盤の構築を柱に据えた。具体的な取り組みのひとつが環境対応の舵取りを担う「環境マネジメント部」の発足で、経営統括部

DATA

注:データは2024年9月6日時点

〈業績の推移〉売上高 営業利益 経常利益

期	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)
2020/3期	31,895	4,174	1,476
2021/3期	26,253	1,137	1,150
2022/3期	25,134	456	503
2023/3期	25,253	450	472
2024/3期	26,837	1,034	1,076
2025/3期予想	27,700	1,070	1,120

株価 **2,371円** / 配当利回り **3.80%** (今期予想)

POINT
2023年3月期には2期連続赤字を脱し、2024年3月期には売上高26億8億、連結経常利益10.7億円を記録。配当金は長年1株60円であったが、最高益更新を受けて90円に増配された。これには2020年以降のレジ袋有料化に伴う危機的状況下を支えてくれた株主への感謝が込められている。今後も株主還元にはしっかり取り組んでいく予定で、優待制度の導入も検討しつつ、将来的な配当性向の目標値は30%を目指している。

DATA

スーパーバッグ株式会社 (東ス・3945)

東京都豊島区西池袋 5-18-11

詳しくはこちら

地球に優しい製品で人々を笑顔に

「この先、安定供給や品質だけでは選ばれなくなる。環境対応力を磨かなければ成長はない」と語る、樋口代表。その言葉どおり、今期からの第二次中期経営計画では、成長戦略の追求と環境基盤の構築を柱に据えた。具体的な取り組みのひとつが環境対応の舵取りを担う「環境マネジメント部」の発足で、経営統括部

門と同じ管轄に置くことで企業としての社会的責任と経済的責任を一体的に運用する方針だ。宅配袋や紙器の強化に加えて、サステナブルな紙袋、インバンド需要に応える免税袋、プラスチック使用量を減らす紙軟包装など、時流に対応した製品を生み出すことは経営面においても選択肢拡大に貢献する。売上高310億円、営業利益15.5億円を次なる目標に掲げ、社会と消費者のニーズと変化に挑戦しながら、環境パッケージのフロントランナーを目指す。

デジタルマーケティング代表

高収益事業で国内トップのデジタルマーケ企業へ

2024年10月1日付けで商号変更がなされ、新たなスタートを切ったZETA株式会社(旧サイニア株式会社)。順調な成長を支えるカギは、カスタマーエクスペリエンスの向上によって透明性の高いマーケティングの実践をサポートするEコマース向けソリューション「ZETA VOICE」シリーズだ。

代表取締役社長 山崎 徳之氏

昨今マーケティング業界で大きな関心を集めている「リテールメディア広告」に、いち早く着目していた代表の山崎氏。ポテンシャルの高さを見込み、他企業に先駆け、2015年にサイト内検索クエリを分析して広告を最適化する「ZETA AD」をリリースした。購買意欲の高い消費者への訴求力をもつという特性上、同施策の効果を最大化するため

次なるブルーオーシャンに期待大

同シリーズの主軸製品であり、売上の半分を占めているのがEC商品検索・サイト内検索エンジン「ZETA SEARCH」だ。集中的なアクセスに耐えるだけのトラフィックを有していること、在庫や価格といった店舗情報連携が可能な点などから、デジタルマーケへの関心がとりわけ高いアパレル業界を中心に、家電やホームセンター、総合系サイトなどの大手企業で多数導入されている。堅実な成長に付随するかたちで、レビュー・口コミ・Q&Aエンジン「ZETA VOICE」、ハッシュタグ活用エンジン「ZETA HASHTAG」の売上も伸びた。2024年6月にGoogleがリリースした、日本独自のハッシュタグ検索機能も今後さらなる追い風になるだろう。各ソリューションの相互性の高さも魅力で、実際に約半数の企業が複数のソリューションを導入している。

ハイエンドニーズを満たす相乗効果

には、広告出稿されやすい大手ECサイトの存在と高精度な検索機能との連携が欠かせない。同社が「ZETA VOICE」の開始当初からハイエンド企業をターゲットにしてきた背景にはこうした狙いもあったのだ。リテールメディア広告市場は今後1〜2兆円規模の成長が期待されるが、すでに堅実な成長を重ねるソリューションを有しているからこそ、同社にとっては言うなれば二度目のマネタイズ。ある種、固執しなくてよいことも、経営資源分散という観点で大きなアドバンテージになるだろう。

商号変更でPR、PR効果を高める

DATA

ZETA 株式会社 (東グ・6031)

東京都世田谷区三軒茶屋 2-11-22
サンタワーズセンタービル 17F

詳しくはこちら

DATA

注:データは2024年9月6日時点

〈業績の推移〉売上高 営業利益 経常利益

期	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)	経常利益 (百万円)
2020/6月期	1,029	101	99
2021/6月期	1,393	44	43
2022/6月期	2,595	363	354
2023/6月期	2,437	380	376
2024/6月期	4,984	1,739	1,484
2024/12月期予想	800	45	45

株価 **539円** / 配当予想 **0.65%** (今期予想)

POINT
直近3年間の業績推移は大変好調で、2024年6月期には売上17億3900万円、営業利益は4億9800万円と過去最高を記録した。高収益のストックビジネスであるからこそ株主還元にも積極的な姿勢。2024年6月期末配当は1株あたり6円に増配され、2023年8月に発表した中期経営計画で掲げていた配当性向20%も前倒しで達成。2024年9月には、株式の流動性向上と投資家層の拡大を図るために株式分割も実施した。