

シュンビン(203A)

「ブランド戦略検討会」を通して顧客のブランド・アイデンティティを確立。中小企業の人手不足が追い風

TOKYO PRO Market | 専門職サービス | 会社紹介

BLOOMBERG 203A:JP | REUTERS 203A.T

- 「中小企業の企画部を代行し、お客様の売上を上げる」ミッションのもと、独自の「ブランド戦略検討会」を通して顧客のブランドを確立。
- 中小企業の人手不足という時代の潮流が、新商品開発のブランディングのほか社員定着に係る「インナー・ブランディング」需要の追い風へ。
- 同社ミッションは優れたデザインの提供と売上貢献の実績を基盤に同社のブランドイメージとして確立。取引先からの顧客紹介も増加の傾向。

同社の事業について

同社事業は、主として、①ブランディング受注生産サービス、②オリジナル瓶在庫販売サービスから構成される。2023/3期売上構成比では、①75.4%、②24.0%と、ブランディング受注生産サービスを主力とする。同社事業の特徴・強みとして以下の点が挙げられる。

第1に、「ブランド戦略検討会」という同社独自のワークショップを通してコンセプト（ブランド・アイデンティティ）を確立する点である。ブランド・アイデンティティを基盤として企業全体の「コーポレート・アイデンティティ」や企業の視覚的な展開を統一させる「ビジュアル・アイデンティティ」のデザインを一貫して提供でき、企業価値の向上から個別の新商品・サービスの売上向上に至るまで幅広さと深さを伴った総合的な支援が可能となる。

第2に、中小企業の人手不足という時代の潮流が同社事業への追い風となっている点である。日本の全企業数99%を占める中小企業はリソース面で新規事業や新ブランドの企画開発に経営資源を十分に割けられない。更に、会社のブランドが確立されていないために人手不足の中で社員も定着しにくい傾向が加速している。同社事業はこのような中小企業の難題に答えようとするものであり、潜在的需要は大きい。

第3に、「中小企業の企画部を代行し、お客様の売上を上げる」という同社自身のミッションが明確な点である。伝統のある社歴の中で祖業に関連した酒類製造業の顧客を中心に優れたデザインを提供し、売上に貢献する実績と信頼を積み重ねてきた。明確なブランドイメージの基盤があることが取引先から同社への顧客企業の紹介増加にも繋がっている。

業績と見通し

2024/3通期実績は、売上高が前期比2.6%減の9.61億円、営業利益が同11.7%減の6.0百万円。ブランディングを起点とする高付加価値事業へのシフト進行を受けて粗利益率が改善した一方、オリジナル瓶在庫販売サービスにおける仕入れコスト高騰等により売上高販管費率が悪化した。

2025/3通期会社計画は、売上高が前期比4.6%増の10.6億円、営業利益が同366%増の28.3百万円。高付加価値商品開発に係るブランディングにとどまらず、中堅・中小企業の人手不足深刻化を背景として顧客企業の社員のロイヤルティを高める「インナー・ブランディング」サービスの拡大に取り組むとしている。

業績推移

事業年度	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3F
売上高(百万円)	963	987	961	1,006
経常利益(百万円)	3	9	13	26
当期利益(百万円)	2	8	8	17
EPS(円)	1.17	4.18	3.73	7.68
PER(倍)	136.75	38.28	42.90	20.83
BPS(円)	115.89	108.27	113.68	-
PBR(倍)	1.38	1.48	1.41	-
配当(円)	0.50	0.50	0.50	-
配当利回り(%)	0.31	0.31	0.31	-

(※)2023/12/25付で普通株式1株を10株とする株式分割を実施。2022/3期期首に当該株式分割が行われたと仮定してEPS、BPS、配当を計算している。(出所:会社公表資料をもとにフィリップ証券作成、F=会社予想)

配当予想(円) - (会社予想)
株価(円) 160 2024/6/27(終値)

会社概要

酒蔵向けに清酒用和樽の製造販売を目的として、津村朝吉が大正時代後期に京都市伏見区にて個人商店「津村製樽店」を創業。

主たる事業が清酒用和樽の製造販売から、一升瓶の回収洗浄・販売、オリジナルデザインの瓶の製造販売、瓶以外の包装や箱等パッケージ・デザインと、変遷。社名は「旬な瓶」に由来する。

現在は単にパッケージだけでなく「中小企業の企画部を代行し、お客様の売上を上げる」というミッションのもと、企業そのものも対象としてブランディング及び商品開発デザイン事業を展開。2024年6月27日にTOKYO PRO Marketへ新規上場した。

主力の「ブランディング受注生産サービス」の基盤を成すのは「ブランド戦略検討会」と呼ばれるワークショップであり、コーポレート・アイデンティティ(CI)やビジュアル・アイデンティティ(VI)のデザインを一貫して提供することでブランドイメージ向上に寄与する。

ブランド戦略検討会をベースに、市場調査やインタビュー等を通じて言語化やデザインに落とし込む「らしきブランディング」、商品パッケージのデザインから資料提供までを一貫して行う「商品パッケージデザイン・商品開発支援」、「Web製作IT運用コンサルティング」、および「空間・建築デザイン、イベント支援」も行う。

また、「オリジナル瓶在庫販売サービス」として、同社でデザイン・設計し、製造委託したオリジナル瓶にパッケージデザインも合わせたトータルパッケージとして企画立案できる強みを有する。

企業データ

主要株主(2024/5/24)	(%)
1.津村 元英	52.16
2.シュンビン株式会社持株会	19.85
3.株式会社北川本家	5.44
4.倉谷 知子	5.35

(出所:会社公表資料をもとにフィリップ証券作成)

リサーチ部

笹木 和弘

kazuhiro.sasaki@phillip.co.jp

+81 3 3666 6980

【レポートにおける免責・注意事項】

本レポートの発行元: フィリップ証券株式会社 〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町4番2号

TEL:03-3666-2101 URL: <http://www.phillip.co.jp/>

本レポートの作成者: 公益社団法人 日本証券アナリスト協会検定会員、国際公認投資アナリスト 笹木和弘

当資料は、情報提供を目的としており、金融商品に係る売買を勧誘するものではありません。当資料に記載されている内容は投資判断の参考として筆者の見解をお伝えするもので、内容の正確性、完全性を保証するものではありません。投資に関する最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。また、当資料の一部または全てを利用することにより生じたいかなる損失・損害についても責任を負いません。当資料の一切の権利はフィリップ証券株式会社に帰属しており、無断で複製、転送、転載を禁じます。

<日本証券業協会自主規制規則「アナリスト・レポートの取扱い等に関する規則 平 14.1.25」に基づく告知事項>

1. 本レポートの作成者であるアナリストと対象会社との間に重大な利益相反関係はありません。
2. 当社は、東京証券取引所の定める「特定上場有価証券に関する上場規程の特例」(以下「特例」)第102条の規定に基づき、発行会社の担当 J-Adviser に就任する旨の契約を締結いたしております。また、当社は、「特例」第135条に定める流動性プロバイダーであり、発行会社株式の円滑な流通の確保に努めるほか、流動性プロバイダーとしての義務を負っていません。