

企業ニュース 森永製菓

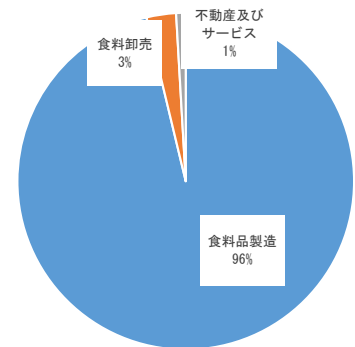
(東証1部: 2201) <https://www.morinaga.co.jp>

作成者: 兵藤三郎

ロングセラーブランドを多く持つ菓子メーカー

1910年、森永商店として設立。1912年、森永製菓に改称、1943年、森永食糧工業に改称した。1949年に乳業部門を分離し森永乳業に譲渡、現社名に復称した。食料品製造を中心に事業展開、食料卸売り事業なども行っている。食料品製造は社名が示すように菓子食品を中心にアイスなどの冷菓事業、「i nゼリー」などの健康事業、通販事業などを行っている。海外事業では米国や中国などで「ハイチュー (H I - C H E W)」を中心に事業拡大を進めている。菓子食品では「ミルクキャラメル」、「森永ビスケット」、「チョコボール」、「ダース」、「ハイチュウ」、「森永ココア」、「森永ホットケーキミックス」などロングセラーブランドを持つ。冷菓では「チョコモナカジャンボ」が業界トップクラスの商品となっている。「i nゼリー」もゼリー飲料のトップシェア商品。

◇21. 3期売上高構成比



(出所) 森永製菓資料よりCAM作成

定番商品の伸長に加え、「i nゼリー」回復が業績をけん引

22. 3期・第1四半期 (4-6月) の連結業績は、売上高が446億円、前年同期比11%増、営業利益が63億円、同18%増。菓子食品では、菓ごもり需要が落ちついたこともあり「森永ホットケーキミックス」が前年同期実績を下回ったが、「森永ビスケット」、「ハイチュウ」などの伸長で補い国内全体では増収を確保した。健康も「i nゼリー」がけん引し大きく伸長、21. 3期における売上大幅減少の反動増に加え、在宅ワークにおける間食需要も取り込んだ。

22. 3期連結業績の会社計画は、売上高が1, 750億円、前期比4%増、営業利益が170億円、同11%減。期初計画は据え置かれた。工場稼働などに伴う減価償却費増が年間27億円の減益要因となるほか、販促費、広告宣伝費、物流費などの増加も見込んでいる。通期では減益計画の中、第1四半期は2桁増益を確保、通期計画に対して37%の進捗率となっている。新型コロナの影響を受けていない20. 3期比でも小幅ながら増益を確保している。第1四半期の業績説明会が開催されないため、詳細は不明だが、第1四半期の進捗は良好と考えられよう。

[株価動向・投資判断]

決算発表を受け株価は上昇したが、会社計画における予想P E Rで16倍台の水準。業績の進捗状況や今後の業績予想の上方修正の可能性を勘案すれば、株価にはさらなる上昇余地がある。

<2201 森永 業績: 日本基準>

[今期予想の配当金は発行会社予想]

	売上高	営業利益	経常利益	当期利益	1株利益	1株配当
	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	百万円 (伸び率)	円	円
20. 3	208, 878 (2)	21, 230 (5)	21, 950 (6)	10, 824 (▲ 16)	215. 2	72. 00
21. 3	199, 990 (▲ 4)	19, 162 (▲ 10)	19, 767 (▲ 10)	13, 405 (24)	266. 5	80. 00
22. 3 予	175, 000 (4)	17, 000 (▲ 11)	17, 400 (▲ 12)	11, 700 (▲ 13)	232. 6	80. 00

(注) 22. 3期より「収益認識に関する会計基準」等を適用。22. 3期の伸び率は21. 3期に当該会計基準を適用したと仮定して算定した数値



[主要株価指標] (売買単位: 100株)	
株価 (2021/8/27)	3, 895 円
年初来高値 (高値日)	4, 470 円 (21/2/10)
同 安値 (安値日)	3, 290 円 (21/6/2)
予想P E R (22. 3予)	16. 7 倍
1株株主資本 (PBR算出用)	2, 463. 1 円
P B R	1. 58 倍
予想配当利回り	2. 05 %
(1株当たり配当金年80. 00円)	
R O E (21. 3)	11. 8 %
発行済み株式数	5, 419 万株