

企業ニュース 森永製菓

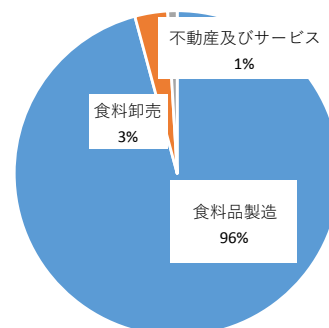
(東証1部: 2201) <https://www.morinaga.co.jp>

作成者: 兵藤三郎

国内大手製菓メーカー

1899年、日本初の洋菓子専門工場、森永西洋菓子製造所を創設。1910年、森永商店設立、1912年森永製菓に改称。1949年、乳業部門を分離し、森永乳業に譲渡。菓子の製造販売を中心とした食料品製造が中核セグメント、その他業務用食品の卸を行う食料卸売、不動産賃貸業やゴルフ場経営を行っている不動産及びサービスのセグメントを持つ。主力ブランドでは「チョコボール」、「ハイチュウ」、「森永ビスケット」、「ダース」、「カレ・ド・ショコラ」、「甘酒」(以上菓子食品)、「ジャンボ」グループ(冷菓)、「inゼリー」(健康)などがある。市場が拡大しているゼリー飲料では、厳しい競争環境の中圧倒的なシェアを持つ。現在進行中の中期経営計画で現在9カ所ある生産拠点の統廃合を進め、高崎(群馬県)工場に製造ラインを新設するなど生産効率化・供給体制強化を図る。

◇19.3期売上高構成比



(出所) 森永製菓資料よりCAM作成

ウェルネス領域などの成長が業績をけん引

19.3期の連結業績は売上高が2,054億円、前期比横ばい、営業利益が202億円、同2%増。食料品製造事業の健康部門が伸長し業績をけん引した。健康需要の高まりなどにより市場が拡大、「inゼリー」シリーズは前期比3%増収、「inBAR」は2桁伸長となった。同部門の伸長で、インドネシア事業の合弁解消(菓子食品部門の減収要因)、乳原料価格上昇(冷菓部門の減益要因)、戦略的な広告費投下・物流費増の影響(減益要因)を補った。

20.3期連結業績の会社計画は売上高が2,070億円、同1%増、営業利益が210億円、同4%増。主力ブランド(上記参照)への注力、ウェルネス領域(「inゼリー」や「inBAR」シリーズなど)の規模拡大を図る。原材料費や物流費などの高騰に伴う減益要因は、商品規格見直しや主力ブランド集中による収益性向上でカバーする。2019年3月にアイスの値上げを実施、ほぼ計画線で値上げが浸透している模様。値上げ効果にプロダクトミックス改善などを加えた商品規格見直し等による増益効果は21.8億円の計画。

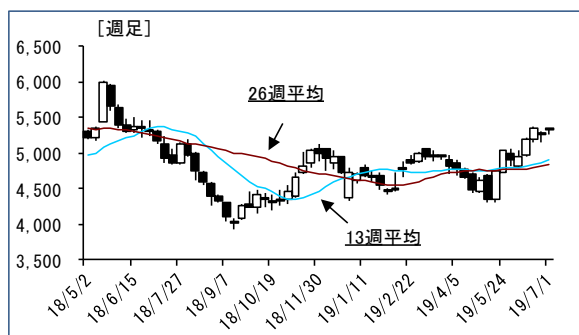
[株価動向・投資判断]

付加価値品などによる増収効果で、戦略的広告費などを含む経費増を吸収した商品力を評価したい。生産性効率化投資の業績貢献も期待できよう。海外成長が次のカタリストとなろう。

<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
18.3	205,022 (3)	19,751 (12)	20,422 (11)	10,289 (▲7)	197.8	50.00
19.3	205,368 (0)	20,217 (2)	20,767 (2)	12,816 (25)	247.2	66.00
20.3 予	207,000 (1)	21,000 (4)	21,400 (3)	14,500 (13)	288.3	66.00



[主要株価指標] (売買単位: 100株)	
株価(2019/7/1)	5,340 円
年初来高値(高値日)	5,370 円(19/6/20)
同 安値(安値日)	4,305 円(19/5/14)
予想 P E R (20.3 予)	18.5 倍
1株株主資本(PBR算出用)	1,917.2 円
P B R	2.79 倍
予想配当利回り	1.24 %
(1株当たり配当金年66.00円)	
R O E (19.3)	13.2 %
発行済み株式数	5,419 万株