

株主還元強化の波到来 東証1部の有望株を狙え!



全国500万人の個人投資家の財産づくりを応援!!

株主手帳

235社の
有力情報掲載

2019年
月号

定価 700円

2019年7月1日発行 毎月1回1日発行/通巻784号 昭和33年8月6日第3種郵便物認可 昭和32年12月26日国鉄東局特別扱承認雑誌第199号

特集

株主還元強化の波到来

東証1部の 有望株を狙え!



強力連載陣も絶好調!



杉村富生の **マーケットレター**

証券経済アナリスト 清水洋介の **辛口放談**



丸山隆之の **勝率9割の株式投資**



IFA原田茂行の **テーマ株大捜査線**



百戦錬磨・中西文行に聞く **今月の相場格言**

増井麻里子の **ズバリ! 業界分析**

相場の福の神 藤本誠之の **会社探訪**

佐藤元治の **株式投資 温故知新**

Top interview



藤澤 一郎
ダイダ
代表取締役社長

病院、研究所など空調・給排水・電気の設備工事大手
再生医療とZEBで事業創出、営業利益100億円へ

令和に羽ばたく

2019年上半期 IPO特集

日本ホスピスホールディングス
NATTY SWANKY
gooddaysホールディングス
ギークス
サーバーワークス
識学

株主手帳が探します!!
国内市場の良い会社

[我が社の戦略] パートナーエージェント

[連続増収増益] 日本創発グループ

[追い風] シルバーライフ

編集部注目の
業界研究

加工食品メーカーランキング特集

有力企業の成長戦略
をチェック!!

3月期決算レポート

成長続く高齢者向け配食市場 全国1位のF C店舗数を拡大中

高齢者向け配食サービスのフランチャイズ（以下F C）運営を手掛けるシルバーライフが好調だ。高齢者市場の成長を背景に創業以来業績を拡大させており、今期も売上、営業利益2桁成長を達成する見通しだ。

同社は、主に後期高齢者（75歳以上）の個人宅に食事を届ける配食事業を「まごころ弁当」「配食のふれ愛」の2つのブランドでF C展開している。「まごころ弁当」は400店、「配食のふれ愛」には271店舗が加盟し、店舗数では業界1位を誇る。

ビジネスモデルは、本部から届く調理済み食材を加盟店が弁当箱に盛り付け、高齢者宅に配送する。加盟店の売上に比例して同社の食材販売売上が伸びる仕組みだ。2019年7月期の売上高は前期比17・9%増の77億1600万円、営業利益は同14・7%増の6億8700万円を見込む。



清水貴久社長
プロフィール ● しみず・たかひさ
1974年生まれ。98年警視庁入庁。99年ベンチャーリンク入社。2002年マーケット・イン設立、代表取締役。09年シルバーライフ入社、FC開発部長。12年同社代表取締役社長に就任（現任）。

高齢者配食サービス市場（個人宅向け）は2016年で1190億円、2020年には1470億円の拡大が見込まれている（矢野経済研究所調べ）。他社の参入が相次ぐ中、同社は店舗数を着実に伸ばしており、今期は680店舗を達成する見通し。成長が続く理由の1つは清水社長自ら作り上げた店舗経営のノウハウにある。

同社長は元々、大手チェーンが運営する高齢者向け配食サービスのフランチャイズに加盟してF C店を経営した経験の持ち主。当時、全国300店舗中の売上1位と2位の店を作り上げた経験を生かし、加盟店が利益の出せる事業モデルを提供している。

基礎データ		
直近株価	5,210円	(19.5/30終値)
年初来高値	6,330円	(19.1/7)
年初来安値	3,780円	(19.4/18)
■2019年7月期 業績予想		
売上高	77億1600万円	17.9%増
営業利益	6億8700万円	14.7%増
経常利益	7億3900万円	9.1%増
純利益	4億6300万円	7.4%増

2つめの要因は、配食サービスに特化した自社工場にある。通常の食品工場がコストを抑えるために単一

「この業界に参入するのは比較的簡単ですが、入った後に『壁』があります。需要があるので売上は立つのですが、配送コストが高く付くので、かなり綿密なオペレーションをしないと利益を出すのが難しく、店舗を継続していくことが難しい。対策として、売上や利益に優れた店舗のノウハウをその店だけにとどめず、吸い上げて分解して、何のためのノウハウなのか、例えば新規顧客を取るためのなのか、生産性を上げるためのかを他の店舗でも実施できるかたちにして情報提供しています」（清水貴久社長）

商品群を生産するのに対し、同社の自社工場は日替わり惣菜を低価格で提供する多品種ランダム生産ラインを持つ。

「このタイプの工場は非常に効率が悪いので、他社はやろうとしません。当社は業界1位の店舗網を持ちスケールメリットを確立している。そのため他社では不可能な、1000品目の中から毎日違うメニューを提供することができ、お客様の継続率も高い」（同氏）

メーカー機能強化し シェア獲得へ

75歳以上の後期高齢者の人口は2055年まで増え続けると予想されている。需要増を背景に、同社は10～15年後のF C加盟店1500店舗達成を目指すとともに、高齢者施設向け販売の強化、OEM販売先の新規獲得などの成長戦略を行っていく。

また、冷凍弁当のネット通販に新規参入。19年4月からアマゾンで栄養バランスに配慮した冷凍弁当の販売を開始し売上拡大を図っている。

中期的には、メーカー機能を強化し製造シェアを広げていきたい、と清水社長は話す。

「この業界は製造を握った会社が最終的には勝つので、将来的にはもっと製造に軸足を置き、同業他社等に供給するマザー工場的な会社になつていきたい」（同氏）