

ビヨンドミート (BYND)

【セクター】 食品

【市場】 NASDAQ

【企業概要】

2009年にカリフォルニア州で創業した、植物由来のタンパク質で作る「代替肉」を手がけています。味や食感、香りなどを牛肉、豚肉、鶏肉に似せた代替肉を製造。主力製品は「Beyond Burger」で、食品スーパーのコストコやウォルマート、レストランのTGI FRIDAYSやダンキンドーナツなどを含め、米国だけでも約26,000店の取扱店があります。海外展開も積極的に行い、中国やブラジルなどに進出しています。

【業績】 (単位：売上高、純利益は百万ドル、EPS、1株配当、BPSはドル、ROE、自己資本比率は%、純利益、EPSは調整後ベース)

決算期	売上高	純利益	EPS	1株配当	BPS	ROE	自己資本比率
18.12期	88	-	-	0.00	-17.5	-	58.2
19.12期	298	0	0.01	0.00	6.2	-	85.0
20.12期 (予)	423	-22	-0.29	0.00	6.2	-4.5	-

※EPS：1株当たり利益、BPS：1株当たり純資産、ROE：株主資本利益率

(出所) BloombergのデータよりSBI証券作成

【主要指標】

「ビヨンドミート」を使ったハンバーガー



(出所) 会社資料より抜粋

食肉市場の規模：グローバル、米国 (2017年)



(出所) 会社資料、Fitch SolutionsのデータよりSBI証券作成

【会社の見方】

食肉市場は2017年に米国で2,700億ドル (約29兆円) 規模、グローバルでは1.4兆ドル (約150兆円) 規模となり、このうちの一部でも植物由来の製品にシフトすれば大きな市場になる可能性があります。消費者の健康意識の高まりなどから、植物由来の「肉」に対する消費者の需要は今後高まっていくと期待されています。米国の「ミルク」市場では、豆乳など植物由来の「ミルク」が約1割を占めるようになっており、同社は食肉市場でも同様の変化が起こりうるとしています。

【見通し・注目点】

7-9月期の売上高は前年同期比3%増となり、4-6月期の同69%増から急減速しました。4-6月期はレストラン向けが低迷する一方で小売り向けが好調となったものの、7-9月期は小売り向けも不調となり、前年同期比で売上高は横ばいとなりました。また、経営陣は今後の見通しについて「一般消費者の動向は予測不能」であるなどとコメントしています。

(SBI証券 投資情報部 中川 潤一)

(更新日 2020/11/19)

本資料は投資判断の参考となる情報提供のみを目的として作成されたもので、個々の投資家の特定の投資目的、または要望を考慮しているものではありません。投資に関する最終決定は投資家ご自身の判断と責任でなされるようお願いいたします。万一、本資料に基づいてお客様が損害を被ったとしても当社及び情報発信元は一切その責任を負うものではありません。本資料は著作権によって保護されており、無断で転用、複製又は販売等を行うことは固く禁じます。本資料の内容は作成時点のものであり、信頼できると判断した情報源からの情報に基づいて作成したものです。正確性、完全性を保証するものではありません。本資料に記載の情報、意見等は予告なく変更される可能性があります。