2027年3月期（86期）第2四半期
決算説明資料

2026年11月12日

石井食品株式会社
（東証スタンダード：2894）

© Ishii Food CO.,Ltd. All Rights Reserved.

2027年3月期第2四半期-決算業績ハイライト

物価高騰に伴う節約志向の高まりで売上堅調も、原材料費の高騰と将来投資によりコストが増加。

市場環境に関して、雇用・所得環境の改善により緩やかな回復基調が続く一方、物価上昇や海外情勢への懸念から先行きは不透明な状況が続いております。食品業界では節約志向の高まりとともに価格と価値のバランスが重視され、原材料・物流費・人件費の上昇に加え、中東情勢に伴う包装材料費やエネルギー費の高騰への対応が重要な課題となっております。

このような環境の中、当期はお弁当ニーズや中食・惣菜市場拡大の追い風を捉え、売上高は引き続き堅調に推移いたしました。食肉惣菜はミートボールやとりそぼろを中心に、夏場の学童保育や社会人のお弁当需要を喚起したほか、大人向け新商品「ミートボール覚醒の麻辣」により新規顧客を開拓しました。常温惣菜は防災意識の高まりを受け「非常食セット」や新商品「常温保存てりやきミートボール」などが伸長を牽引いたしました。また、幼児食におけるPB展開や地域企業と連携した地域商品も順調に拡大しております。なお、生産制約により減少した生協向けサラダ群については製販連携による回復を図ってまいります。

コスト面では、中東情勢の影響による包材の値上がりや円安に伴う原材料費の高騰が続いております。エネルギーコストについては、足元では電気代の抑制がガス代の上昇を打ち消していますが、今後の見通しは不透明な状況です。人件費につきましては物価高騰に対応したベースアップの実施により増加いたしました。利益確保に向け、各種コストの増加抑制に引き続き努めてまいります。

2027年3月期第2四半期-連結業績

- 売上高：ミートボール・常温惣菜が引き続き好調で前年同期比で約185百万円の増収。
- 営業利益：原材料価格の高騰や人件費の上昇等により同53百万円の減少。
- EBITDA：過去3年平均と比較すると15百万円増加しており、過去水準を上回る数値となっている。

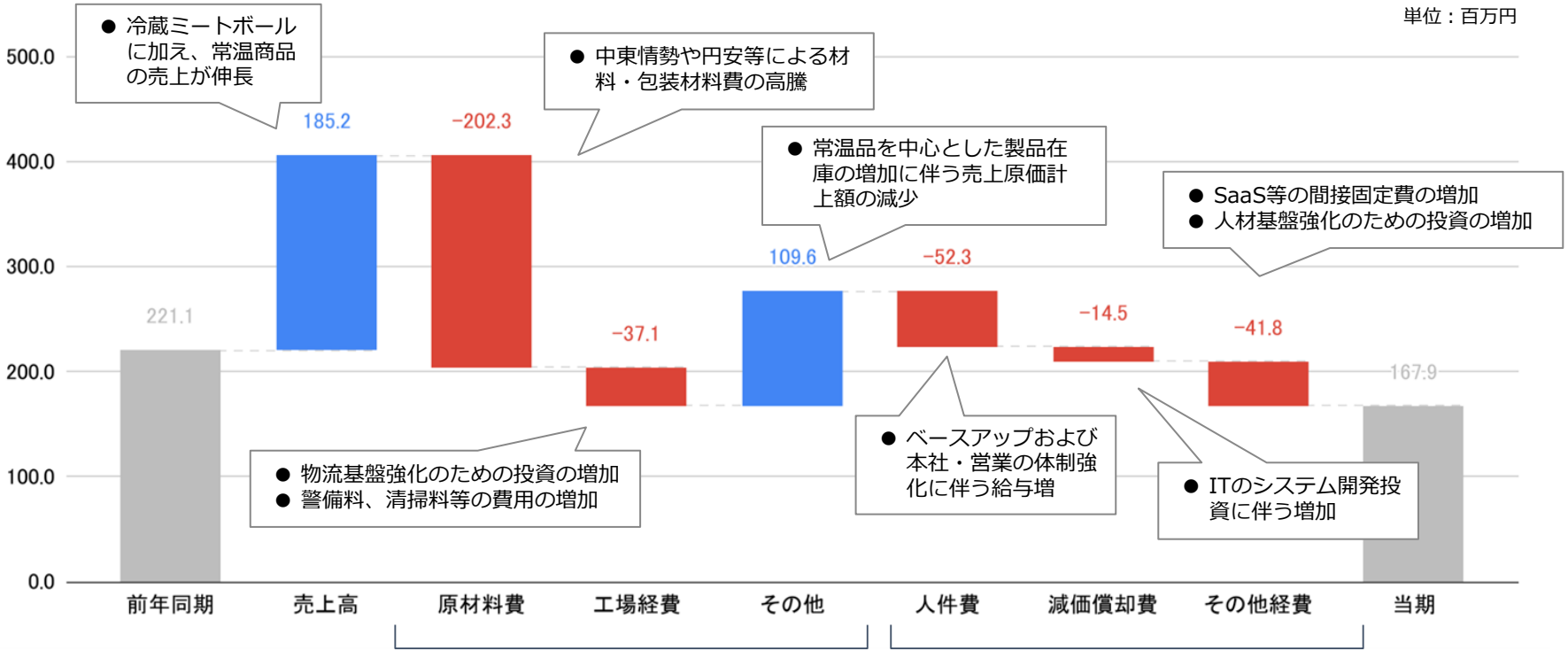
（単位：百万円）

	24／3期2Q	25／3期2Q	26／3期2Q	**27／3期2Q**	前差	過去3年平均差
売上高	5,152	5,403	5,440	**5,625**	+185	+293
売上総利益	1,838	1,773	1,925	**1,980**	+55	+134
営業利益	338	88	221	**167**	△53	△48
経常利益	357	98	218	**173**	△45	△51
当期純利益	190	34	151	**100**	△51	△25
EBITDA	437	270	422	**392**	△30	+15

2027年3月期第2四半期-累計営業利益（前年同期比）

- 売上高は、冷蔵ミートボール、常温商品を中心に増加。
- 費用は、原材料費の高騰や、今後の利益拡大および事業基盤の強化のための各種投資により増加。
- 結果、営業利益は前期対比で減少するも、1.6億円を確保。

単位：百万円



※金額は10万円未満を四捨五入して計算

2027年3月期第2四半期-財務状況

- 積極的な投資活動の継続： 工場におけるロボット投資の実行に伴い、現預金は3.8億円減少。
- 健全な財務基盤を維持： 保有有価証券の含み益増により純資産は前年同期並みを確保。自己資本比率は48.3%と、引き続き安全性の高い水準を維持。

（単位：百万円）

	26／3期2Q	27／3期2Q	前年同期差
現預金等	2,008	**1,626**	△382
資産合計	7,965	**8,333**	+368
有利子負債	1,982	**1,966**	△16
負債合計	3,940	**4,304**	+364
流動比率	123.1%	**111.6%**	△11.5pt
純資産合計	4,024	**4,029**	+4
自己資本比率	50.5%	**48.3%**	△2.2pt
営業CF	+359	**+35**	△324
投資CF	△186	**△396**	△210
財務CF	△76	**△76**	0

2027年3月期第2四半期の活動トピックス

【ブランド戦略×販促】人気キャラクターとのタイアップで、主力商品の新たな需要を開拓

- 「野原ひろし 昼メシの流儀」とコラボした「おつまみの流儀キャンペーン」を9月から全国で展開。
- ミートボールの新たな利用シーンとして「おつまみ」を提案。従来のお弁当需要に加え、大人向け需要の獲得と購入機会の拡大を推進。
- 店頭販促に加え、SNS告知やメディア掲載など、多面的な情報発信により認知拡大と購買促進を図り、主力商品の売上拡大につなげる。





©臼井儀人・塚原洋一／「野原ひろし 昼メシの流儀」製作委員会

※写真はイメージです

2027年3月期第2四半期の活動トピックス

【地域と旬】熊本の生産者とつくる、創業以来初の「地域共創おせち」

➢ 熊本の生産者と約1年をかけて開発した「すごい熊本酒肴箱」を8月より予約販売開始。熊本県産の食材を生かし、地域の魅力を商品価値へとつなげる新たな取り組み。
➢8月21日にメディア向け発表・試食会を開催。地域共創の取り組みや商品価値を発信し、認知拡大と販売促進を図る。
➢自社メディア「おいしいの種」で生産者や食文化を紹介。商品販売と情報発信を通じ、地域共創型の商品開発モデルの確立を目指す。







▲ おいしいの種
掲載記事はこちら

『おいしいの種 熊本』
#1～#7公開中

※2026年11月12日時点

2027年3月期第2四半期の活動トピックス

【DX×人材育成】現場主導の業務改革が「日本ノーコード大賞」優秀賞を受賞

➢3工場の品質保障部がノーコードツールを活用し、検査記録や報告業務を電子化。
　現場主導のDX推進が外部から評価され、優秀賞を受賞。
➢IT部門でない社員自らがアプリを開発し、業務の効率化と情報のリアルタイム共有を実現。品質管理の高度化を推進。
➢3工場間で改善ノウハウを共有し、デジタル人材の育成と業務改善の横展開を進めることで、生産性向上を目指す。





▲ おいしいの種
掲載記事はこちら

『創業80年の食品工場が、
自分たちでアプリをつくる』

将来見通しによる注意事項

本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。
本資料は、現時点で入手可能な信頼できる情報と、合理的であると判断する一定の前提に基づいて弊社が作成したものでありますが、実際の業績等は、さまざまな要因により大きく異なることが起こりえます。