



2026年6月5日

各 位

会 社 名 石井食品株式会社  
代表者名 代表取締役社長執行役員 石井 智康  
(コード番号 2894 東証スタンダード)  
問合せ先 執行役員コーポレート部経理グループ  
マネージャー 村上 樹生  
(TEL 047-774-8748)

(訂正) 「2026年3月期通期決算説明資料」の一部訂正について

2026年5月14日に公表いたしました「2026年3月期通期決算説明資料」の記載内容に一部訂正すべき事項がありましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 訂正の理由及び内容

「2026年3月期決算短信〔日本基準〕(連結)」の発表後、当社の連結財務諸表の作成過程において、収益の計上区分や引当金計上などに誤りがあることが判明したため、提出済みの決算説明資料を訂正するものであります。

2. 訂正箇所

訂正の箇所には\_\_\_\_を付して表示しております。

以上

## 2026年3月期-連結業績



- 売上高は109億円で約1.1億円の増収。
- 製造コストの増加に対しては残業削減や省エネ施策を講じることで一定の成果が得られた。
- 営業利益は新規事業・設備への投資、引当等将来費用の計上を増加要因として、昨年比大幅減益。
- 特別損失として、事業再構築中の惣菜ラインへの投資及び電話加入権等資産の評価見直しによる減損損失を計上。

(単位:百万円)

	25/3期	26/3期	前差
売上高	10,869	10,979	+110
売上総利益	3,627	3,562	△65
営業利益	267	6	△261
経常利益	309	4	△305
当期純利益	287	△124	△412
EBITDA	657	537	△119

5

## 2026年3月期-財務状況



- 営業CFは過去2期平均と同等の6.8億円を確保できており、本業によるキャッシュ創出は順調。
- 投資CFは例年と同水準の5億円規模の設備投資を実施しているものの、設備投資に伴う補助金受取などがあり、3.4億円の支出となった。
- 純資産は前期比同水準の38億円。自己資本比率は46.6%。

(単位:百万円)

	24/3期	25/3期	26/3期	前差
資産合計	8,095	7,657	8,200	+543
負債合計	4,673	3,805	4,380	+574
純資産合計	3,421	3,851	3,819	△31
流動比率	112.5%	121.0%	111.4%	△9.7%
自己資本比率	42.3%	50.3%	46.6%	△3.7%
現預金等	2,458	1,912	2,064	+151
営業CF	1,247	117	683	+566
投資CF	△611	△665	△346	+319
財務CF	△122	△97	△87	+10

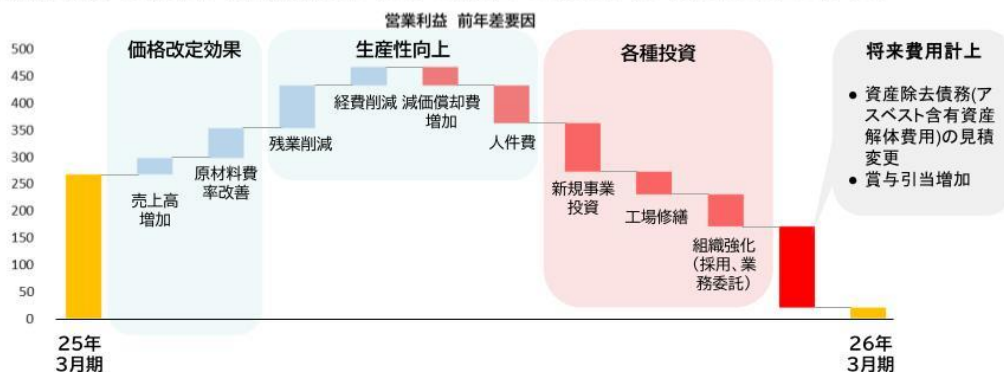
※2024年3月期営業CFは当期純利益及び減価償却費の増加のほか、期末の曜日回りの影響もあり大幅に増加。  
2期平均の営業CFは682百万円。

6

## 2026年3月期-営業利益



- 前期営業利益267百万円から、当期は6百万円と261百万円の減益。
- 価格改定後も売上高は前年を超えて堅調に推移、原材料費は各種高騰あったが売上高比率では改善。
- 生産計画の最適化・機械化・生産性向上に取り組み、残業を大幅に削減、水道光熱費も前年比で削減効果があった。
- 新規事業への投資は計画的に進行中。第4四半期では各工場での修繕を重点的に実施。
- 資産除去債務の見積変更に伴う減価償却費の増加など、会計上の見積変更に伴う将来費用の計上を行った。

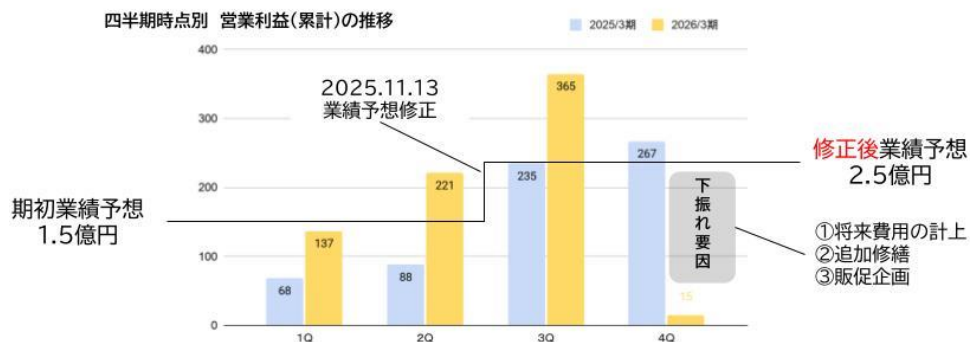


7

## 2026年3月期-営業利益(下方修正の内訳)



- 第3四半期までは営業利益3.6億円。下期に修繕費増加や人的投資を計画しており、通期の業績予想は2.5億円で報告。
- しかしながら、第4四半期において、以下の主な事象が発生し営業利益が大幅減少
  - ①新任監査法人との議論により、資産除去債務の見積り変更など将来費用の計上(1.5億円)
  - ②安全性確保や労働環境整備に向けた工場内改善を行ったが、想定を超えて修繕が発生(0.5億円)
  - ③来期以降の売り場を確保するため販売促進企画を実行したが、予測よりも販売に対するインセンティブが増加(0.4億円)



8

## 2026年3月期-商品群別実績



- 全体では+1.1億円(前年比101.0%)の増収
  - 食肉加工品(ミートボール・チキンハンバーグ・とりそばろ)は、顧客ニーズや食シーンに合わせた営業活動・販売促進施策により堅調に推移、売上高は増加。とりそばろは2年続けて前年比105%で伸長。
  - 惣菜はごぼうサラダで微減も、栗商品は前年の不作から収量が回復。
  - 地域商品は、一部商品で不作により販売数が減ったことが影響し売上減少。新たな地域との取組みは増加。
  - 正月料理は、一人用おせちや食塩不使用・アレルギー配慮食などお客さまに合わせた商品が好調で売上高は増加。

(単位:百万円)

	25/3期	26/3期	前年比	前年差
ミートボール	7,882	8,017	101.7%	+134
チキンハンバーグ	1,016	982	96.7%	△33
とりそばろ	463	488	105.5%	+25
惣菜	502	490	97.7%	△11
地域商品	368	347	94.3%	△20
正月料理	253	275	108.4%	+21
その他	383	378	98.6%	△5
合計	10,869	10,979	101.0%	+110

10

## 2027年3月期-通期業績予想



- 売上高については、主力の食肉加工品のリピーター獲得に向けた販売施策、常温品拡大に向けた販促活動、業務改革による効率化を推進。
- 原材料費・エネルギーコストについては、物価上昇及び不安定な国際情勢をふまえさらなる高騰を織り込む。
- 業績については今後も様々な要因で変動する可能性があるため、修正が必要となる場合は速やかに開示予定。

(単位:百万円)

	26/3期	27/3期	前差
売上高	10,979	11,199	+219
営業利益	6	150	+143
経常利益	4	155	+150
当期純利益	△124	70	+194
EBITDA	537	634	+96

15