



2024年3月期(83期)
通期決算および
中期経営計画進捗報告
説明資料

2024年5月14日

石井食品株式会社
(東証スタンダード:2894)





2024年3月期
通期決算および中期経営計画進捗報告
説明資料

目次

- 01 会社概要
- 02 2024年3月期通期決算
- 03 中期経営計画進捗報告



2024年3月期
通期決算および中期経営計画進捗報告
説明資料

01

会社概要

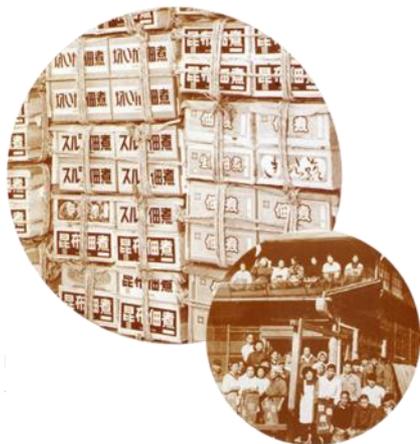
会社概要



社名	石井食品株式会社
代表者	代表取締役社長 執行役員 石井智康
設立年月日	1945年(昭和20年)5月14日
本社所在地	千葉県船橋市本町2-7-17
資本金	9億1960万円 ※2024年3月31日時点
役員構成	代表取締役社長 執行役員 石井智康 取締役 執行役員 久保啓介 社外取締役 知識賢治 社外取締役 中村朱美
事業内容	畜産物および農産物を原料とした調理済み食品の製造販売
売上規模	104億9202万円(2024年3月期)
従業員数	388名 ※2024年3月31日時点
拠点	(本社) 船橋本社(千葉) (営業所) 東日本、名古屋、大阪、九州・中四国 (工場) 八千代工場(千葉)、京丹波工場(京都)、唐津工場(佐賀)
子会社	株式会社ダイレクトイシイ(弊社製品等の通信販売会社)

私たち、石井食品は
その時代の課題に合わせてビジネスをつくる

「食」の実験企業です



すべてを失い、 ゼロからスタート 創業は佃煮メーカー



第一
創業期
佃煮・煮豆

- 1945年(昭和20年) 創業者 石井毅一、富士電器研究所を開業。電気ドリル製造に着手
- 1946年(昭和21年) 失火により工場を焼失
 - ― 戦後、佃煮メーカーとして営業開始
 - ― 食べるものがない時代に“保存が効く食べ物”として船橋の海産物を使った佃煮の製造を行う
- 1962年(昭和37年) 煮豆の製造を開始。真空包装煮豆の製造・販売を行う
- 1958年(昭和33年) 東京証券取引所二部に上場

業界初の調理済み 「チキンハンバーグ」を発売

お弁当のおかず
「イシイのおべんとクン ミートボール」も
誕生



第二
創業期
チルド

1970年(昭和45年)

● 業界初の調理済みハンバーグ「チキンハンバーグ」を発売
チルド製造にシフトする

1974年(昭和49年)

● 「ミートボール」を発売

└─ 1979年「イシイのおべんとクン ミートボール」にリニューアル

「食」の安全性を追求する時代へ

商品づくりの手法を一新。
全ての情報をオープンに
食のトレーサビリティを確立



OPEN
ISHII

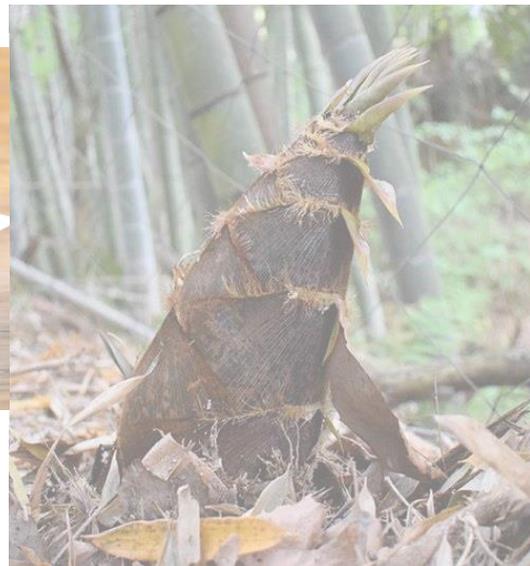
第三
創業期
無添加調理

- 1992年(平成4年) ● 創業からの佃煮の技術を生かし「生詰おせち」を発売
- 1997年(平成9年) ● 食品添加物を使用しない「無添加調理」の取り組みを開始
- 2000年(平成12年) ● 原材料履歴管理システム(トレーサビリティ)を導入
- 2001年(平成13年) ● ISO9001・2004年ISO14001を認証取得



地域と共に循環型 ビジネスモデルを構築

商品サステナブルな食品企業へ



第4期 地域と旬

2016年(平成28年)

● **地域の味・旬の味を届ける「地域と旬」の商品づくりを開始**

└ 1つ目の取り組みとして、山梨県大月市産の玉ねぎを使った「ハンバーグ」を開発

2017年(平成29年)

● 栗ごはんを国産化へ。6地域※の栗を使い商品化(※2017年スタート当初、現在は4地域)

2020年(令和2年)

● 神奈川県三浦市のキャベツを使ったハンバーグの登場により、1年を通して提供できるハンバーグシリーズとして拡大
└ 翌年2021年には、関西エリアの食材を使った地域と旬のハンバーグ2商品の登場

2023年(令和5年)

● 『イシイのおべんとクン ミートボール』、オーガニックの先駆者アルチエネロ(イタリア)の有機トマトペーストの使用を本格スタート

● **TBM社とともに環境配慮素材LIMEX を使用した世界初の食品包材用シーラントフィルムを開発**

真(ほんとう)に美味しいものをつくる ～身体にも心にも未来にも～

味覚だけではない、地球環境にも良いおいしさとは何なのか、
その時代の社会や技術、自然環境によって、おいしさをどのようにつくるかは変わっていきます。

次の未来につながるおいしさを〈創る〉
真のおいしさを追求することが、地球環境を維持し、
わたしたちの本質的な豊かさを支えることにつながると信じています。

日本一、生産者と地域に貢献する食品会社になる

「地域と旬」 MAP 2024

京都府 KYOTO

【京丹波町】 炊き込み ごはんの素 京都京丹波の栗 栗ごはん

- 【亀岡市】京都亀岡市曾我部町の特産品◎玉ねぎを使ったハンバーグ オニオンソース
- 【亀岡市】京都亀岡市の京葱SAMURAI九条ねぎを使ったハンバーグ 和風しょうゆソース
- 【丹波地域】炊き込みごはんの素 京丹波の丹波黒豆ごはん
- 【丹波地域】京都丹波筍ごはん まぜごはんの素
- 【丹波地域】京都丹波の筍の煮物
- 【丹波地域】京都丹波の筍の山椒煮



滋賀県 SHIGA

【東近江市】 滋賀東近江の キャベツを使った ハンバーグ 甘辛みそソース



茨城県 IBARAKI

【筑西市】 茨城筑西市の 館玉ねぎを使った ハンバーグ デミグラスソース



千葉県 CHIBA

【白子町】

- 【市原市】千葉市原市の姉崎たいごんを使ったハンバーグ おろしソース
- 【市原市】炊き込みごはんの素 千葉市原の栗 栗ごはん
- 【成田市】炊き込みごはんの素 千葉成田の栗 栗ごはん
- 【大宮町】千葉大宮町 筍ごはん まぜごはんの素



神奈川県 KANAGAWA

【三浦市】 神奈川三浦市の キャベツを使った ハンバーグ トマトソース ロールキャベツ風



- まるかじりちば 千葉県産有機ミニトマト入りパスタソース
- 有機玄米でつくったリゾット 千葉の有機にんじん入り

愛知県 AICHI

【大府市】 愛知大府市産 知多3号玉ねぎ使用 ハンバーグ たまり醤油の オニオンソース



- 【大府市】木之山五寸にんじんを味わうスープ

山梨県 YAMANASHI

【大月市】 山梨大月市の 新玉ねぎを使った ハンバーグ オニオン トマトソース



- 【北杜市】北杜市明野町で育った大根おろしの煮込みハンバーグ 甘辛おろしソース

兵庫県 HYOGO

【神戸市】 炊き込みごはんの素 兵庫神戸市産 とうもろこしごはん



岐阜県 GIFU

【山県市】 炊き込みごはんの素 岐阜山県市の栗 栗ごはん



熊本県 KUMAMOTO

【長洲町】

舌平目(クッソコ)のまるごと煮

- 【山江村】炊き込みごはんの素 熊本やまへ村の栗 栗ごはん

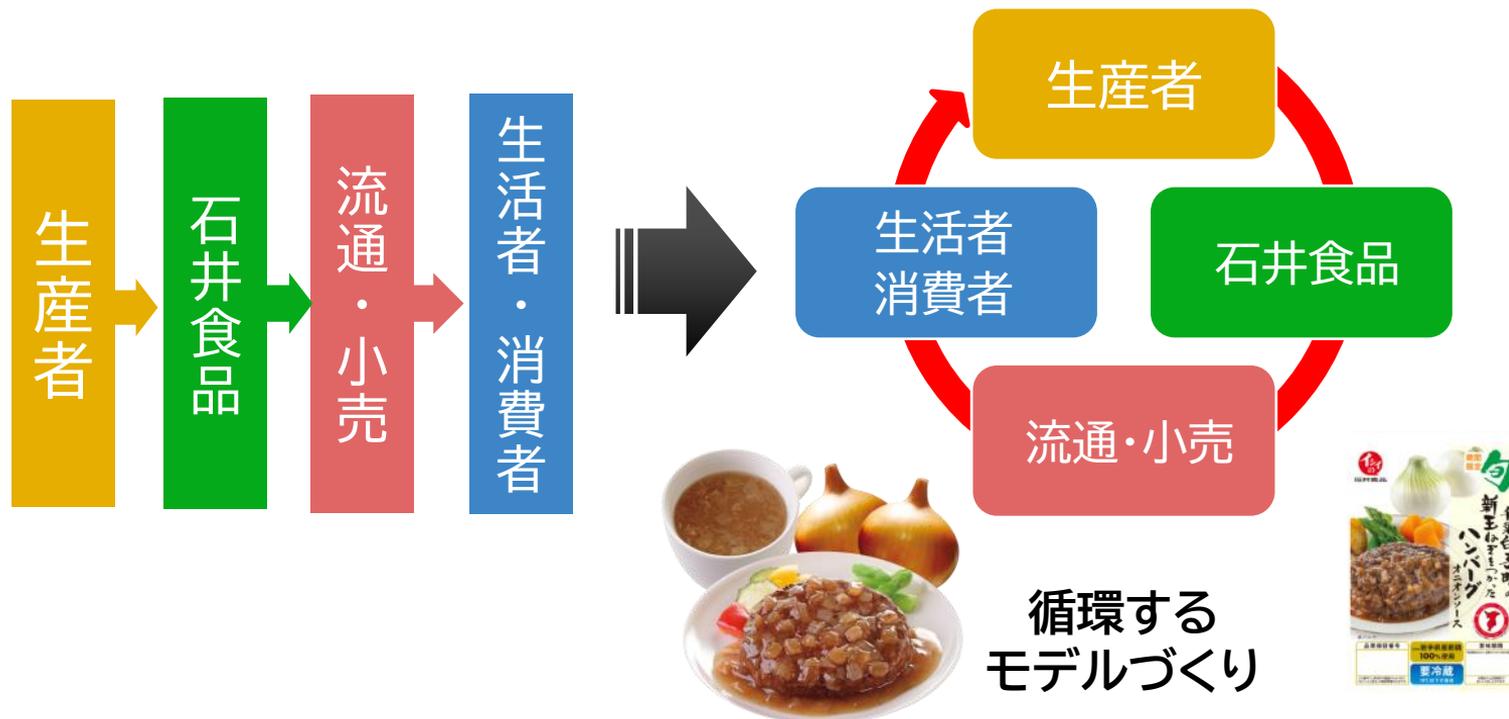
佐賀県 SAGA

【佐賀市】 佐賀唐津 筍ごはん まぜごはんの素



第4創業期で目指す循環モデル

「日本一、生産者と地域に貢献する食品会社になる」を目標に、生産者と消費者が循環するモデルづくりに取り組みます。



ミートボールなど食肉加工品



おべんとクンシリーズのミートボールやとりそぼろ、チキンハンバーグを中心とした食肉加工品

地域と旬



日本の地域ごとにある伝統的な食文化に習い、地域の旬の食材を使った、商品群

正月料理



おせちを作り続け79年。伝統のお正月料理だけではなく、年末年始幅広く「食」をたのしむ、冬季限定商品を展開

非常食



非常時だけではなく、日々の食卓でも活躍できる商品ラインアップから、ローリングストックとしても需要拡大

食物アレルギー配慮食



日本でも屈指の、アレルギー配慮に徹底された製造環境をもち、石井食品ならではの商品展開



2024年3月期
通期決算および中期経営計画進捗報告
説明資料

02

2024年3月期通期決算

期初予測を大幅に上回り、売上高104億、営業利益4億 また、製造設備等への積極的な投資フェーズへ

当期は、新型コロナウイルス感染症拡大による行動制限の緩和が進み、個人消費持ち直しの動きが見られました。一方で、物価上昇の継続や、原材料・エネルギー価格はさらなる高騰が見込まれるなど、先行き不透明な経営環境が続いております。

このような中、様々な販売促進企画やプライベートブランド商品の利益率改善により、売上高は好調に推移いたしました。中でも、ミートボールは、2024年に販売開始50周年を迎えたことを記念し、積極的な営業活動を展開いたしました。

また、基幹工場である八千代工場の主要設備(フライヤー)の刷新を行ったほか、基幹システム(ソフトウェア)の本格稼働など、積極的な投資を行っております。

上記投資による減価償却費の増加のほか、人的資本投資としての人件費増加及び原材料高騰によるコスト増加影響は受けながらも、通期の結果としては、期初の予測を上回る黒字を達成することができました。

2024年3月期-連結業績

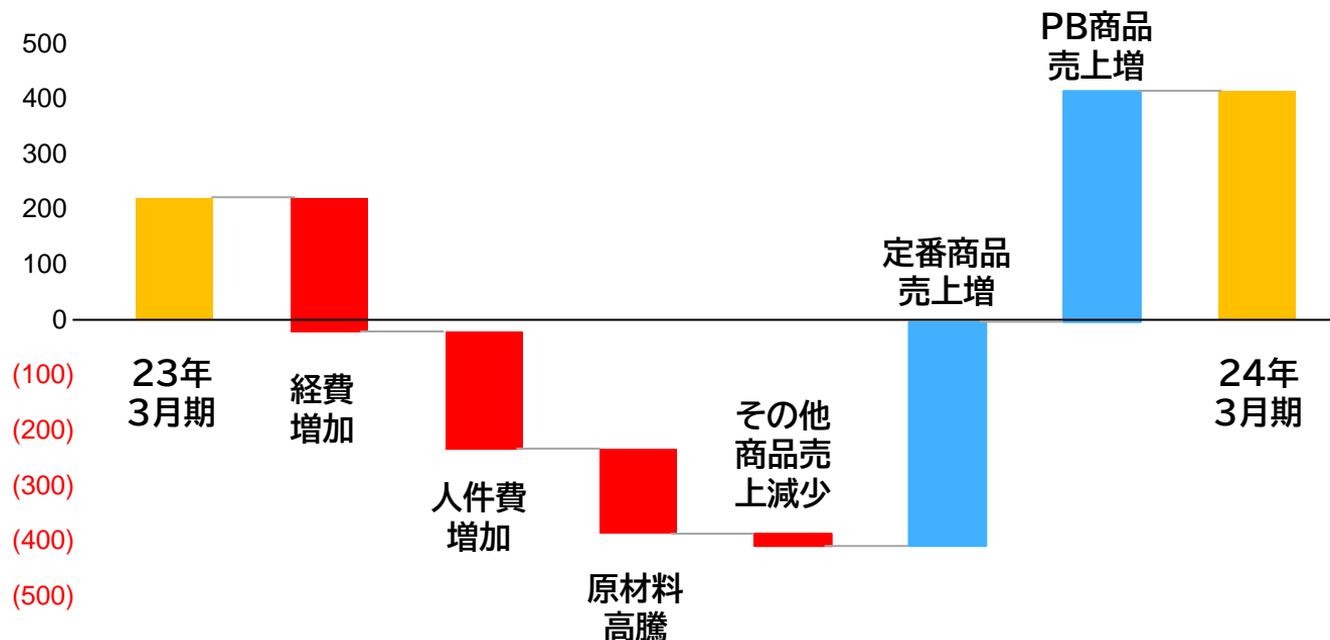
- (1) 売上高は104億円で約9億円の増収。
- (2) 売上総利益は35億円、製造コストの増加がありながら約5億円の増益。
- (3) 当期純利益は食品原材料調達安定化対策事業の補助金収入があり、期初予測を上回る4億円で着地。

(単位:百万円)

	23/3期	24/3期	前差
売上高	9,549	10,492	+942
売上総利益	3,021	3,548	+527
営業利益	219	413	+194
経常利益	256	457	+200
当期純利益	308	471	+162
EBITDA	411	675	+264

2024年3月期-営業利益

- (1) 前期営業利益219百万円から、今期は413百万円と194百万円の増益。
- (2) お弁当需要に合わせた販売施策の展開により売り場を確保・活性化。価格改定効果もあり、増収。
- (3) プライベートブランド商品についても価格改定を実施し利益率が改善。
- (4) 成長のための積極的な人財獲得および2期続けてのベースアップにより、人件費は増加。
- (5) 基幹システムや生産設備への投資、お客様獲得のための積極的な販売促進費の投入等により、経費は増加。



2024年3月期-商品群別実績

ミートボール

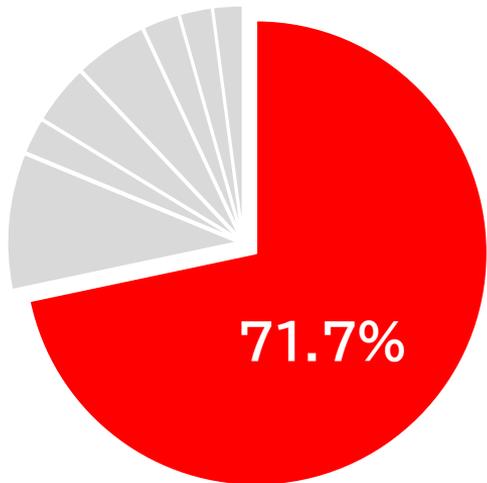
(単位:百万円)



	23/3期	24/3期	前年比	前差
売上高	6,638	7,527	113.4%	+889

トピックス

- これまで苦戦していた夏場のお弁当需要の獲得に注力。物価上昇に伴うランチからの転換等、お弁当ニーズの高まりを捉え、価格改定後においても売り場を確保。
- 「ミートボール50th」「イシイのミートボール×うたのおねえさん小野あつこさんお料理応援キャンペーン」など、販売促進施策の積極的な展開。
- プライベートブランドも価格改定後、利益率改善を講じつつ販売数量も堅調に推移。



イシイのミートボール
50th



2024年3月期-商品群別実績 地域ハンバーグ

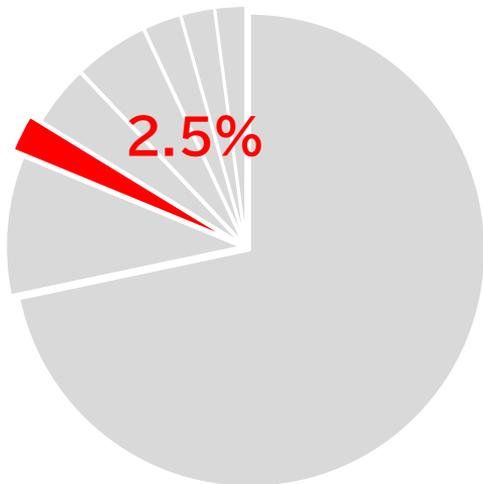
(単位:百万円)



	23/3期	24/3期	前年比	前差
売上高	224	263	117.4%	+39

■トピックス

- 各地域の旬の素材を活かしたハンバーグシリーズを中心に、地域交流イベントに参加し、生産者と一体となって販売を促進。また、主力商品と併せた商品導入の推進し、新規取扱店が増加。
- 環境配慮素材「LIMEX」を使用した包材の開発に株式会社TBMと取り組み、本格的に市場での採用を開始。



2024年3月期-商品群別実績 正月料理

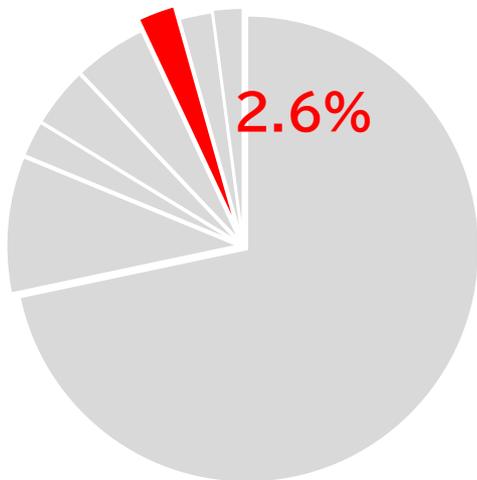
(単位:百万円)



	23/3期	24/3期	前年比	前差
売上高	299	268	89.6%	△31

■トピックス

- ・ 年末年始のライフスタイルの多様化に合わせて、お重だけではなく個食タイプのお重おせち「迎春小箱」や栗きんとん・黒豆などの単品商品を展開。
- ・ 多様化への対応を試みたものの、原価高騰による価格上昇が影響し売上高は減少。
- ・ 「農と食卓をつなぐ」をテーマとして、生産者とのつながりが見える素材の厳選とストーリーの表現、お正月の体験を演出するなど、新たな付加価値づくりを促進。



2024年3月期-商品群別実績 非常食/配慮食(食物アレルギー・減塩他)

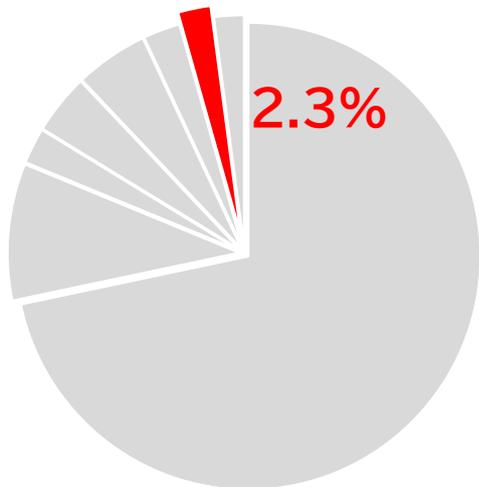
(単位:百万円)



	23/3期	24/3期	前年比	前差
売上高	250	241	96.4%	△9

■トピックス

- ・ 食物アレルギー配慮食「いっしょがいいね」シリーズはラインナップを見直し。
- ・ 非常食は長期保存・簡便化が進む外部要因を受け、売上高は減少。地域との連携の中で、地域食材を使用した非常食の開発のほか、非常食に閉じない様々な非常時の課題解決を含んだビジネスモデルへの転換を図る。



- (1) 純資産は約5億円増加。自己資本比率は40%台を維持。
- (2) 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。
(曜日回りの影響を除いた営業CFは約6億円と推定、前年比較で約3億円の増加)
- (3) 投資CFは主に固定資産(機械装置及びソフトウェア)の取得による支出。

(単位:百万円)

	23/3期	24/3期	前差
現預金等	1,944	2,458	+513
資産合計	6,707	8,095	+1,387
有利子負債	1,922	1,946	+23
負債合計	3,831	4,673	+842
流動比率	116.5%	112.5%	△4.0%
純資産合計	2,876	3,421	+545
自己資本比率	42.9%	42.3%	△0.6%
営業CF	341	1,247	+906
投資CF	△545	△611	△65
財務CF	125	△122	△247

2025年3月期-通期業績予想

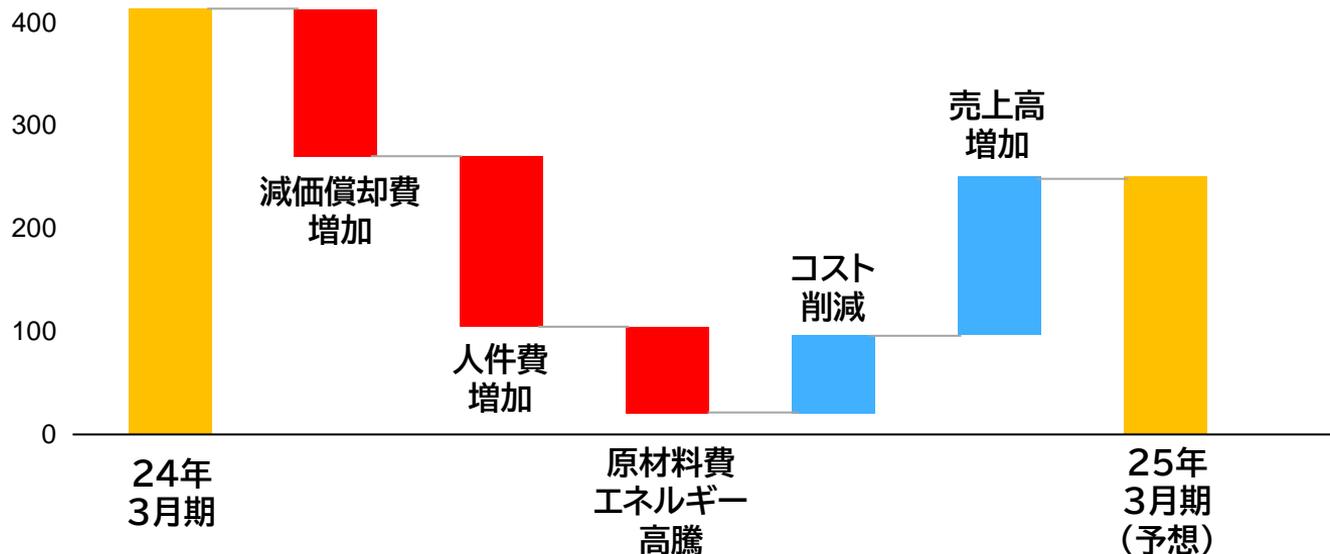
- (1) 売上高については、MB50周年に伴う主力商品の販促施策展開や常温品の販路拡大を図ることにより、増収見込み。
- (2) コスト面については、人件費の底上げ、減価償却費、原材料・エネルギー費用の再高騰により増加する見通しで、2024年3月期比較では減益となる見込み。
- (3) 製造コスト増加に対しては、「地域と旬」推進による高付加価値化のほか、生産計画の効率化、生産時間の集約、機械投資による省人化を推し進め、利益率改善を図る。
- (4) 今後も様々な要因で変動する可能性があるため、業績予想について修正が必要となる場合は速やかに開示予定。

(単位:百万円)

	24/3期(実績)	25/3期	前差
売上高	10,492	10,710	+217
営業利益	413	250	△163
経常利益	457	280	△177
当期純利益	471	165	△306

2025年3月期-通期業績予想

- (1) 「ミートボール50th」を軸とした販促施策の推進、新商品「いつでもミートボール」などの常温品の販路拡大に注力。
- (2) 物価上昇や為替変動のほか金融政策の見通しも含めた景気への影響要素が先行き不透明な状況であるなか、原材料費及びエネルギー費用のさらなる高騰を見込む。
- (3) 設備の更新投資を進めたこと及びソフトウェアの本格稼働により減価償却費が増加する見込み。
- (4) 刷新した製造設備及びシステムの活用のほか、製販一体となった生産計画の構築等による生産性向上に取り組む。

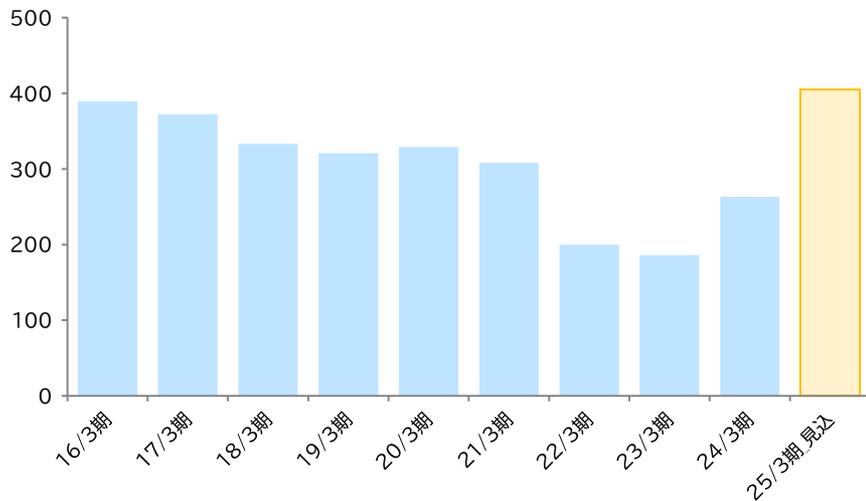


2025年3月期-通期業績予想

- (1) 投資及び減価償却費は減少傾向であったが、基幹システムの刷新に着手した2022年3月期から設備投資は増加。
- (2) 減価償却費は2023年3月期を底として、2024年3月期から増加基調。
- (3) 引き続き財務状況を鑑みながら、老朽化した設備の更新に加え、生産効率化・新技術などの成長投資を行っていく方針。

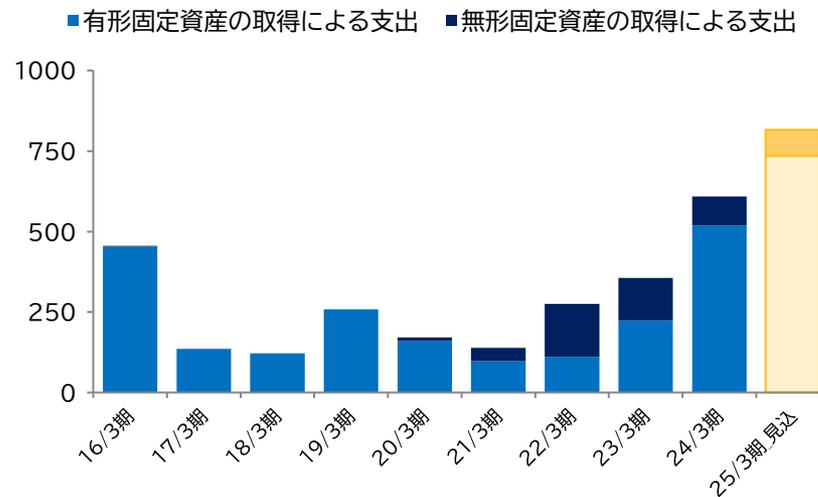
減価償却費の推移

(単位:百万円)



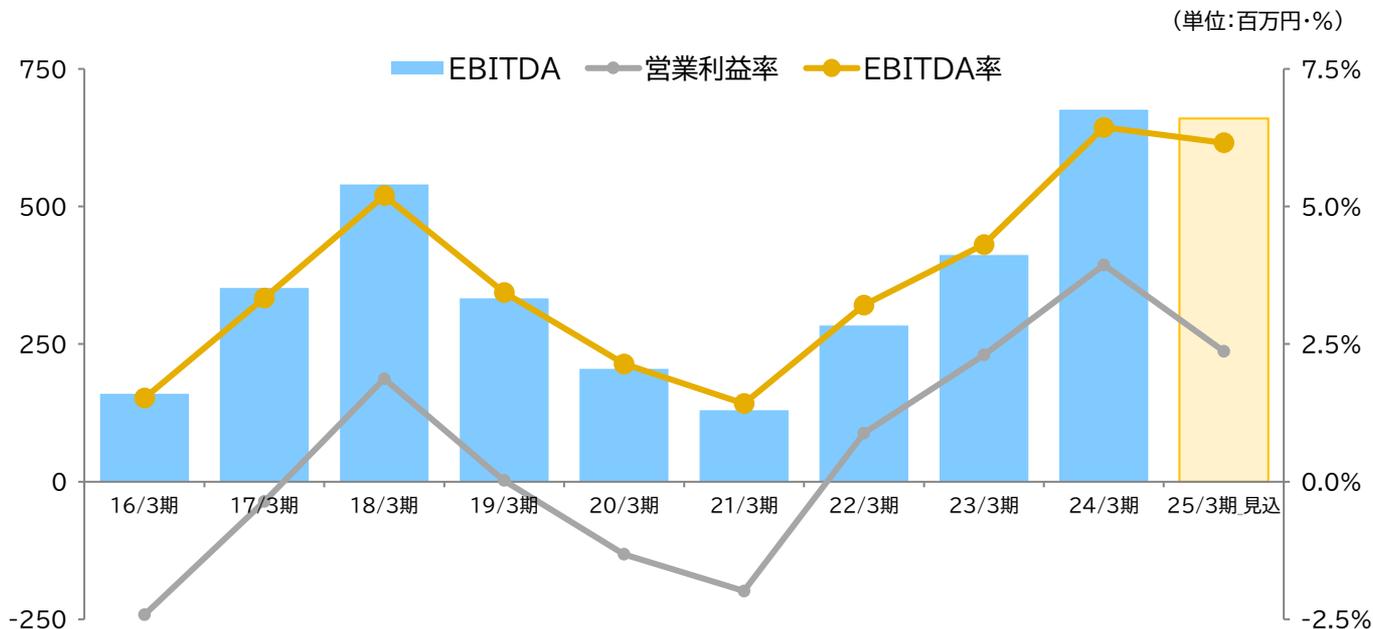
投資CF(一部抜粋)の推移

(単位:百万円)



2025年3月期-通期業績予想:EBITDA等の推移

- (1) EBITDAはプラス維持で償却前利益は確保。2022年3月期以降は、営業利益率もプラスに転じ、既存領域を中心とした収益性改善による安定的な経営基盤の構築を進めている。
- (2) 2025年3月期は減益予想であるが、投資増強による減価償却費増加を勘案したEBITDAベースでは前期比同水準を確保できる見通し。



- (1) 期初の配当予想は1株当たり3円、中間決算発表時に増益予想と併せて1円増配し、4円に上方修正。
- (2) 今後は、EBITDAなどを指標として、株主還元、成長投資・人的投資及び高騰する製造コストに対応するための内部留保への配分を決定する方針。





2024年3月期
通期決算および中期経営計画進捗報告
説明資料

03

2022年-2026年

中期経営計画進捗報告

創業から一貫して安心で安全、それでいておいしい
便利 かつ 高品質な食を世の中に提供してきました。

これから先の未来へ、ほんとうにおいしいものをつくるために
産地から食卓へ、子どもたちに本物を届けます。

子どもの舌は正直です。

子どもが喜ぶと子育てが楽になり、社会にゆとりが生まれます。

そのゆとりは未来をつくっていきます。

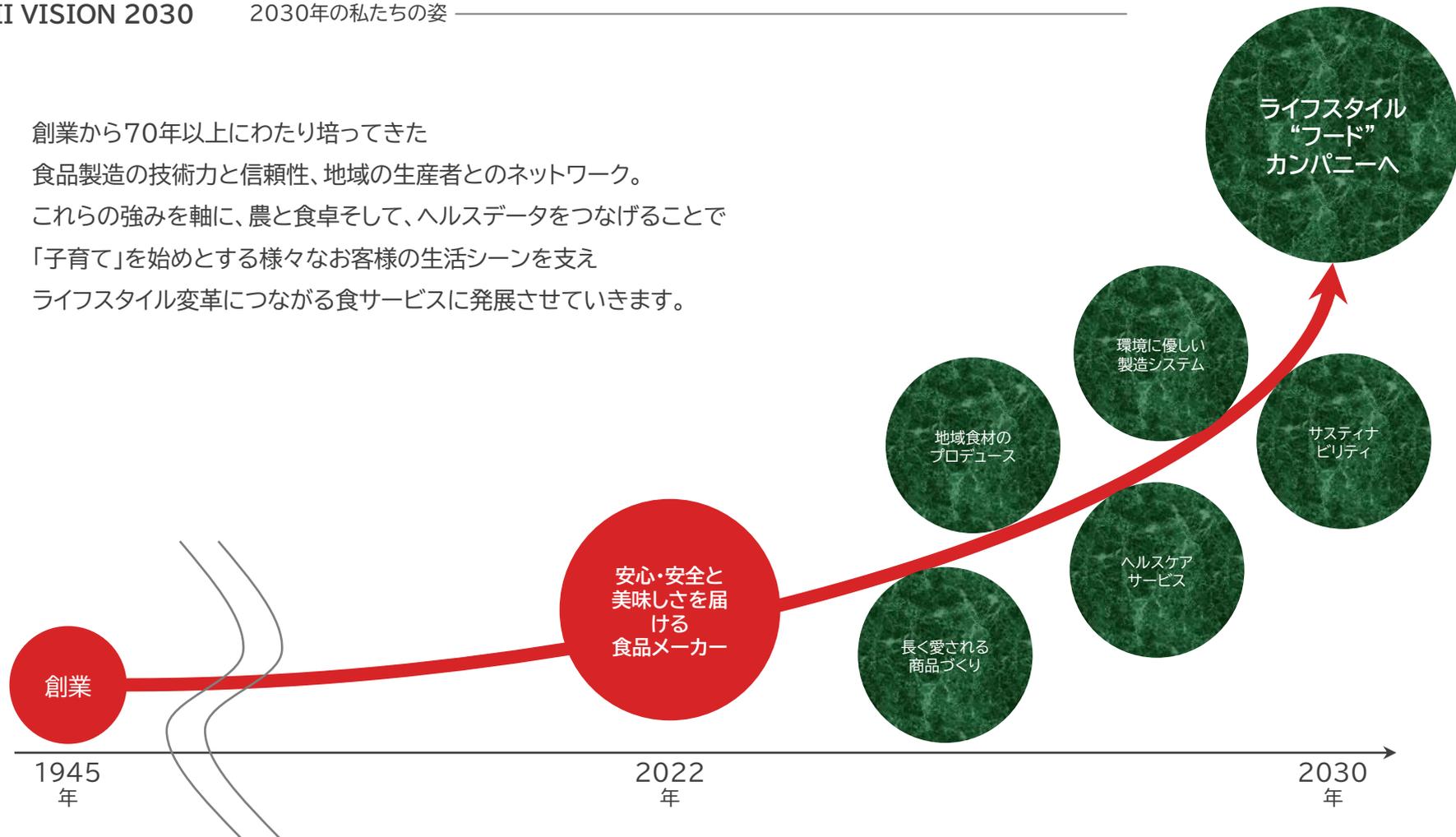
私たちはこれからも地球のために、

今の子どもと未来の子どもの幸せを想い

食の領域で生産者と生活者をつなげる活動をしてまいります。

農と食卓をつなぎ
子育てを応援する企業に

創業から70年以上にわたり培ってきた
食品製造の技術力と信頼性、地域の生産者とのネットワーク。
これらの強みを軸に、農と食卓そして、ヘルスデータをつなげることで
「子育て」を始めとする様々なお客様の生活シーンを支え
ライフスタイル変革につながる食サービスに発展させていきます。



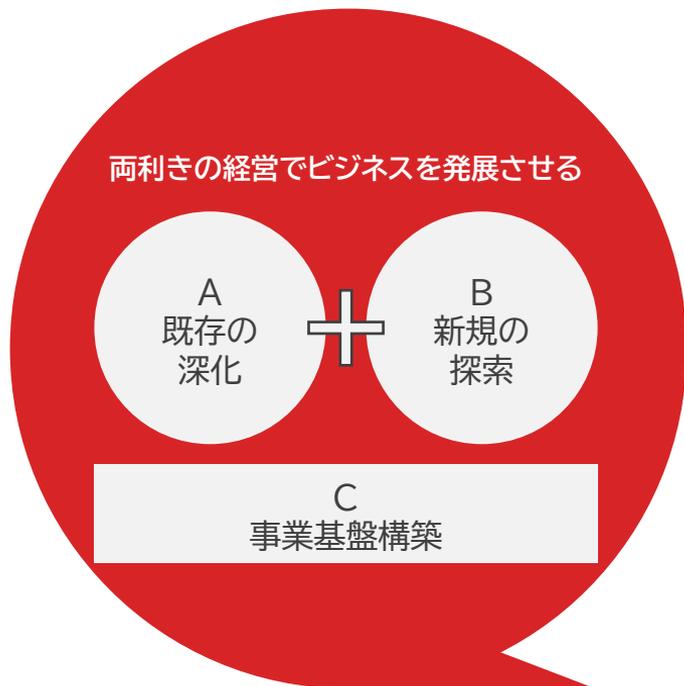
中期経営計画の位置づけ

企業理念の実現に向け、中期的に当社が目指す方向性を「ISHII VISION 2030」として現在の経営目標の先に掲げます。
そのための中間到達目標を今回の中期経営計画 [2022-2026]として位置づけます。



2022年5月に2026年までの中期経営計画を発表。2023年度においては、次の6つの重点テーマのうち「新規の探索」分野である、「新たな販売チャネルとビジネスモデル開発」、「事業基盤構築」分野である、「IT・システムインフラの整備」において進捗。

取り組みの全体像



- | | | |
|-----------|---|---|
| A
既存 | 1 | 既存領域における収益性改善と提供価値の向上 |
| | 2 | ブランディング・マーケティング活動の強化
(子育て応援を軸としたコミュニケーション) |
| B
新規 | 3 | 地域食材のプロデュース活動強化
(モノをつくらない食品メーカー) |
| | 4 | 新たな販売チャネルとビジネスモデル開発 |
| C
基盤構築 | 5 | 生産体制の抜本的な見直し |
| | 6 | IT・システムインフラの整備と外販展開 |

新たな販売チャネルとビジネスモデル開発

石井食品公式「イシイのオンラインストア」での成長基盤が整い、2020年のリニューアル時対比で、3倍の売上を達成。



新たな販売チャネル

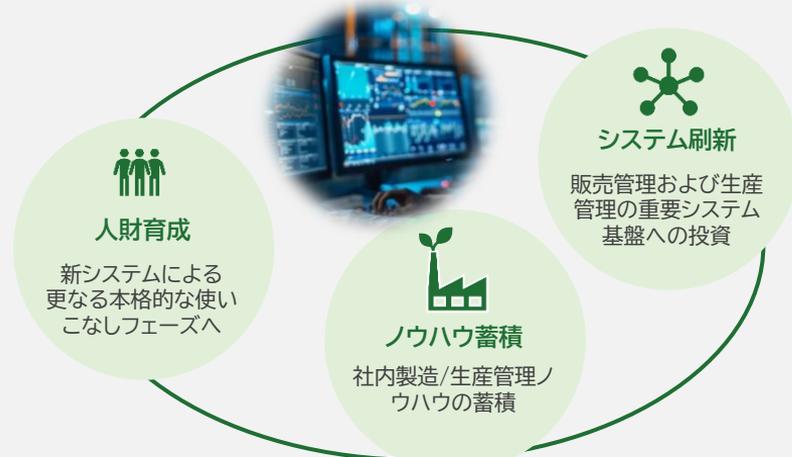
- ・特にコロナ禍～以降より、消費者の購買行動の変化からECでの、販売機会は増加傾向にある。
- ・直営のECのみならず、楽天やAmazon等モールでの販売基盤も整え、積極的な新規顧客開拓を進行。

顧客リレーション強化

- ・利用者増に伴い、ファンイベントやプライベート工場見学など独自施策の実施から、更にファンの定着が進む。
- ・特に備蓄商材である非常/常備食を中心とした利用頻度の向上から、再訪を意識した、定期的な施策を強化。

IT・システムインフラの整備

販売管理のシステム刷新が一段落。コスト削減に向けた基盤が整う。次の生産管理刷新に向けた準備を開始。



既存システムの刷新

- ・長きにわたり課題となっていた基幹システムの老朽化に対応するために基幹の刷新を行ってきたが、今回、販売管理システムについて一段落となった。
- ・今後は販売管理システムの使いこなしによるコスト削減を目指すと共に生産管理システムの刷新に取り組む。

IT人材の育成

- ・IT戦略部の社員と外部のパートナーで一丸となってチームを結成し、基幹業務とシステムに関するノウハウを蓄積。
- ・ITパスポート取得の仕組みづくり等も進み、社内全体においてITリテラシーのベースアップが進む。

- ・ 利益率の高い非製造による事業を5年後に10%の割合に引き上げ、安定的に営業利益率5%以上を確保できる構造に改革します。

2026年度経営目標

売上高

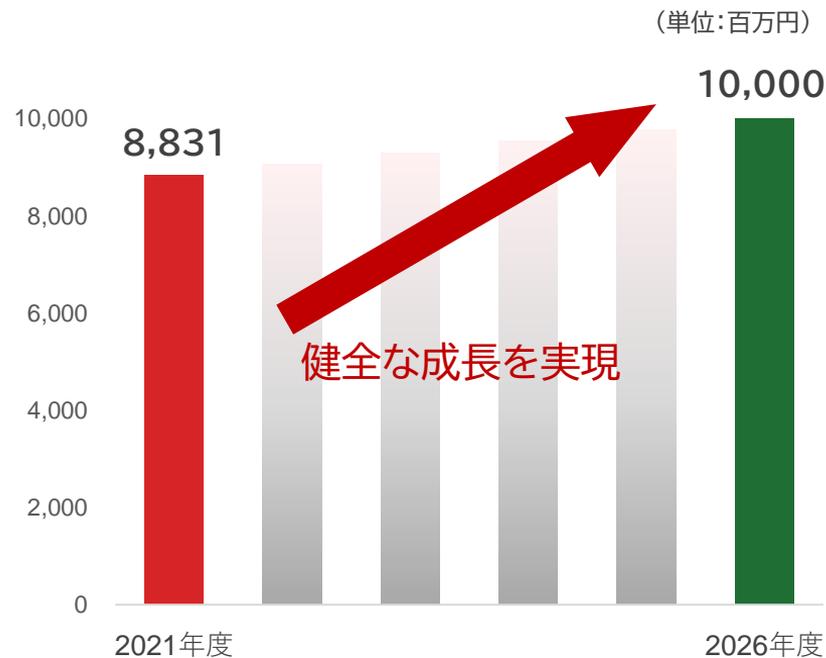
100億円

→うち非食品製造による売上高割合 10%

営業利益(営業利益率)

5億円(5%)

売上成長のイメージ



- 5カ年で戦略的な領域への投資を50億円程度計画しております。

5カ年の投資計画



工場設備投資

- 新しいコンセプトの「次世代型工場」建設
- 生産性改善のための設備刷新

事業開発投資

- 新しいエリアの市場開拓
- 新規事業立ち上げに伴う初期投資、人員採用

システム投資

- 基幹システムの刷新、生産性改善のためのシステム導入
- 外販向け生産管理システムの開発

マーケティング・ブランディング投資

- 既存ナショナルブランドの認知向上、シェア拡大のための投資
- コーポレート・地域食材を使用した商品群のブランディング

原則として、本業から獲得する営業キャッシュフロー
およびデッドキャパシティの水準を見ながら詳細の投資
を決定してまいります

中期経営計画-5か年売上高および営業利益進捗

- ・ 中期経営計画財務目標で掲げている売上高(100億)については、前倒しの達成。
- ・ 営業利益率5%に向けては、順調に進捗している。
- ・ 引き続き、売上高の質の改善を継続、営業利益率を注視していく。
- ・ 2024年度においても、より積極的な設備投資フェーズに入る。

(単位:百万円)



中期経営計画期間中の主な活動計画

- 5カ年を3つのフェーズに分け、活動を推進してまいります。

5カ年マイルストーン

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
フェーズ	基盤再構築 		再成長期 	次なる成長 フェーズへの布石 	
主な活動	<ul style="list-style-type: none">既存領域のブラッシュアップコスト構造改革(物流費・取引条件の適正化など)投資加速		<ul style="list-style-type: none">分散型工場の本格稼働新規事業立ち上がり安定的な営業CF創出		<ul style="list-style-type: none">次世代型工場が稼働営業利益率5%達成

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(業績予想を含む)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ます。