

各位

上場会社名 石垣食品株式会社
 代表者 代表取締役社長 石垣 裕義
 (コード番号 2901)
 問合せ先責任者 経理部経理課 課長 小西 一幸
 (TEL 03-3263-4444)

業績予想の修正に関するお知らせ

最近の業績動向を踏まえ、平成27年5月15日に公表した業績予想を下記の通り修正いたしましたのでお知らせいたします。

記

● 業績予想の修正について

平成28年3月期第2四半期(累計)連結業績予想数値の修正(平成27年4月1日～平成27年9月30日)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	1株当たり四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	377	8	7	7	2.18
今回修正予想(B)	254	△36	△35	△36	△10.63
増減額(B-A)	△122	△44	△43	△43	
増減率(%)	△32.5	—	—	—	
(ご参考)前期第2四半期実績 (平成27年3月期第2四半期)	301	△27	△26	△27	△7.99

平成28年3月期通期連結業績予想数値の修正(平成27年4月1日～平成28年3月31日)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	666	2	1	1	0.41
今回修正予想(B)	502	△54	△54	△55	△16.48
増減額(B-A)	△163	△56	△56	△57	
増減率(%)	△24.6	—	—	—	
(ご参考)前期実績 (平成27年3月期)	520	△74	△73	△74	△21.87

平成28年3月期第2四半期(累計)個別業績予想数値の修正(平成27年4月1日～平成27年9月30日)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益	1株当たり四半期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	376	12	12	11	3.49
今回修正予想(B)	253	△15	△16	△16	△4.81
増減額(B-A)	△123	△27	△28	△28	
増減率(%)	△32.7	—	—	—	
(ご参考)前期第2四半期実績 (平成27年3月期第2四半期)	300	△7	△7	△7	△2.26

平成28年3月期通期個別業績予想数値の修正(平成27年4月1日～平成28年3月31日)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株当たり当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想(A)	664	7	6	5	1.71
今回修正予想(B)	500	△24	△25	△26	△7.80
増減額(B-A)	△163	△31	△31	△32	
増減率(%)	△24.7	—	—	—	
(ご参考)前期実績 (平成27年3月期)	517	△30	△31	△85	△25.28

修正の理由

(1)連結

主力のビーフジャーキーについて、円安や主要原料である牛肉価格の世界的な高騰から赤字が続いており、今期は7月に商品値上げを行うことで業績の改善を見込んでおりましたが、値上げ商品への切替えによる一時的な出荷抑制時期が想定より長引いたこと、値上げにより商品の販売先減少があったこと、また大手コンビニエンスストアチェーンへ導入された商品が不発に終わり見込んだ売上高を確保できなかったことから、売上高が想定を大幅に下回ることとなりました。また値上げ商品への切替えが想定より遅れていることが採算を悪化させていることに加え、前述の売上減少が工場稼働率の低下を招いたことから、損益が大幅に悪化し、赤字を計上することとなりました。

通期の業績につきましては、大手総合スーパーマーケット系列のミニスーパーでの商品取扱いが決定したことや、OEM商品について新商品の投入が決定していること、値上げ品への切替えが完了することに加え、為替相場や牛肉価格の高騰がようやく落ち着きを見せていることもあり、売上高、損益ともに改善に向かうことが見込まれるものの、第3四半期までは採算の悪い状態が続く見込みであることから、赤字を計上する見込みであります。

(2)単独

主力の麦茶について、最盛期である夏季において、記録的な猛暑日が続いたお盆前だけは好調な出荷が続いたものの、全体的には他社競合商品の激しい価格競争に巻き込まれる形で売上高が減少、特にお盆明け後に急速に気温が低下し、涼しい日が続いたことから、低調であった昨年を更に下回る売上高となりました。その他健康茶類では、ごぼう茶は定番商品としての地位を確保したことから堅調な売上高を計上しましたが、烏龍茶、杜仲茶が下げ止まらず、麦茶の不振を補うには至りませんでした。

これら売上高の減少が、本年も工場稼働率を低下させるに至り、単独決算も赤字を計上する見込みとなりました。通期の業績につきましては、秋冬のごぼう茶の販促キャンペーンを行うほか、春夏商戦に向けた新商品の投入を行う予定であるものの業績を反転させるには至らないことから、赤字を計上する見込みであります。