

2026年8月期 決算説明資料 第1四半期

2026年1月14日

当社のヴィジョン

世界で誰もが知っている企業を創る

第二の創業期と位置付け、かろうじて上場しているスタートアップとして復活を遂げる

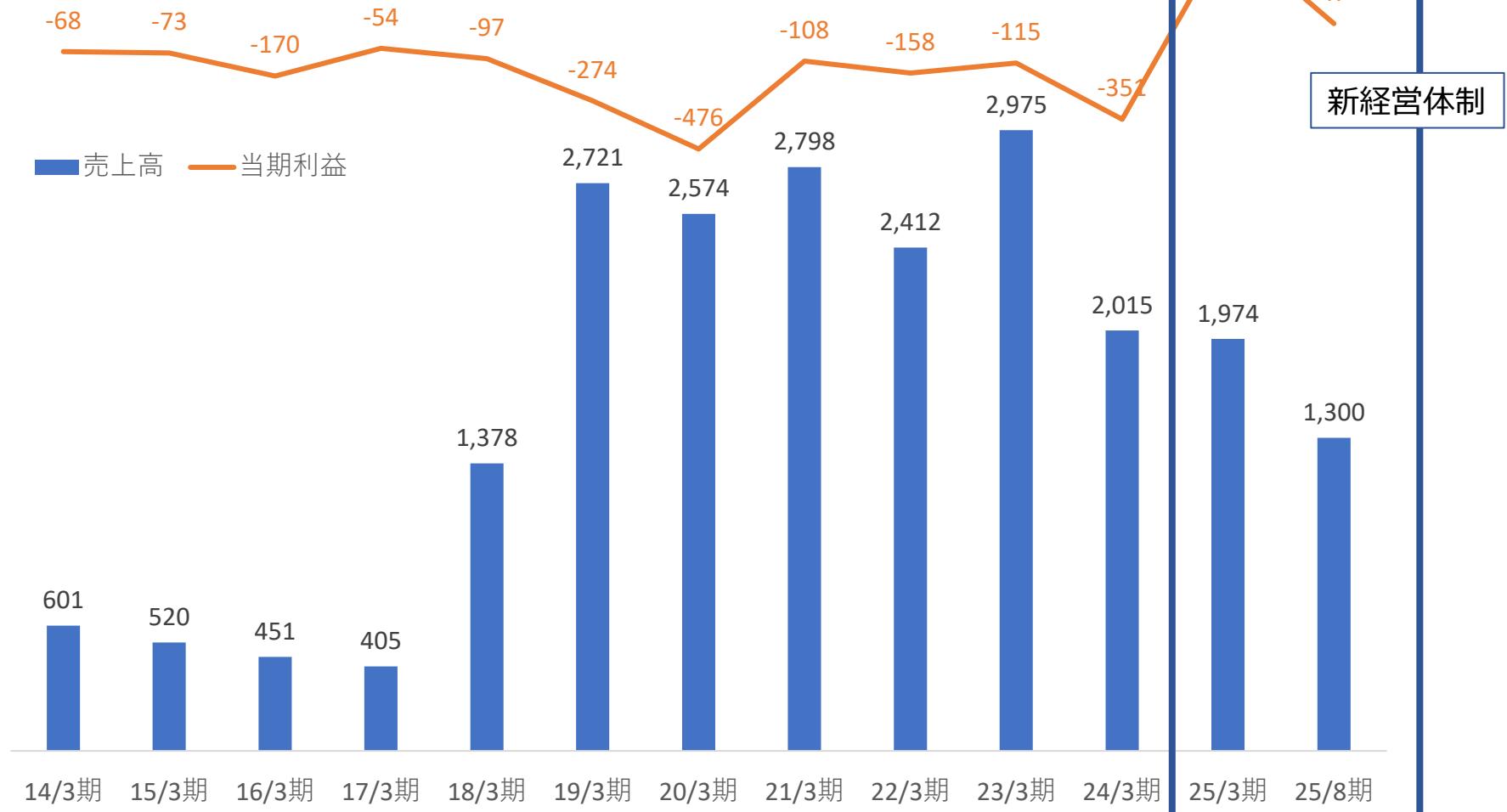
国外への市場へと目を向け、そのために国内でキャッシュフロー基盤を創る

上記を達成するために一致団結して新商品を効率良く開発する

これまでの歩み

スピーディな経営改革で短期黒字化成長へ

(単位: 百万円)



EBITDA / 連結売上収益

過去最高水準

2.36億円 / 19.74億円

全ての事業領域が大きく伸長し、黒字化達成
営業利益は前年同期比 +3.2億円は上場來
最大の成長額

財務 & キャッシュフロー

現金及び現金同等価額

10.7億円 (前期2.1億円)

営業キャッシュフロー、投資キャッシュフロー
共に大きくプラスへ転換

コーポレートガバナンス強化の取り組みと
運用体制の開示

- 投資委員会の設定と運用の開始
- 経営会議による短期的なPDCAの確立
- GCの解除及び上場維持基準適合見込み

市場への透明性を確保し、株主の皆様及び
ステークホルダーの皆様に対して信頼を高めて
いくことへ注力

ビジネスドメインの最適化
構造改革の推進

- 経営体制の刷新
- ウェルネス分野とコスメ分野への経営資源の投下
- 法人営業を強化したことでの収益基盤を確立
- To C 向けサービスの準備を開始
 - 完全調理冷凍食品メーカーとの提携
 - 多くの会員を持つ企業の買収及び提携
 - 厚生労働省認可調理学校との連携に関する提携
 - 完全調理品工場及び物流センターへの投資^{*1}

*1 : 2025年4月30日適時開示

- 1. サマリー**
- 2. 決算説明**
- 3. 経営指標・財務バランス**

1. サマリー

2. 決算説明

3. 経営指標・財務バランス

EBITDA / 連結売上収益

過去最高水準を継続

0.9億円 / 8.56億円

事業拡大を継続的なモノにするため
組織体制を強化
人員・システムを増強中

財務状態

自己資本比率

86.1% (前年同四半期85.4%)

財務状態は継続して良好
のれんを吸収し、財務バランスは自己資本
比率が向上中

コーポレートガバナンス強化の取り組みと
運用体制の開示

- 経営管理体制・業績管理体制の改善
- IR・決算業務体制の強化

旧経営陣時代の運用ルールを刷新し、事業
規模拡大を見据えたガバナンス体制構築
フェーズへ

四半期包括利益

+0.6百万円

(前年同四半期△30百万円)

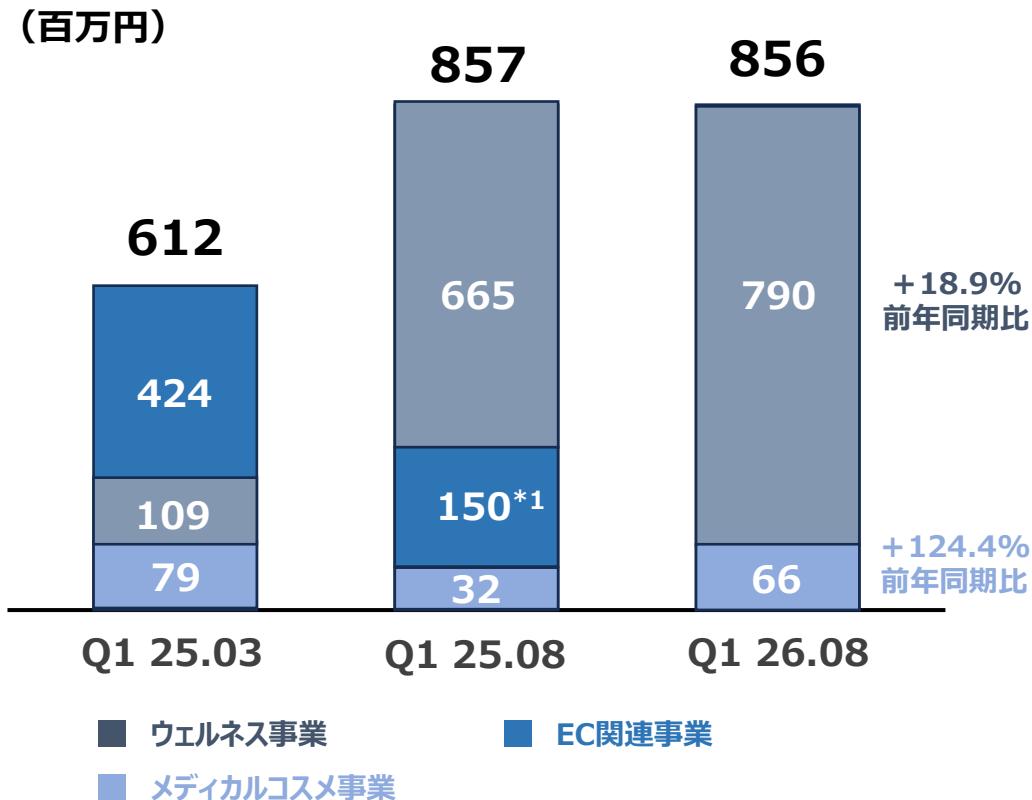
税前当期利益はプラス
繰越欠損金の資産化をまだしていないため、
税後当期利益は**若干のマイナス**
親会社に帰属する最終包括利益は**プラス**

1. サマリー

2. 決算説明

3. 経営指標・財務バランス

連結売上収益



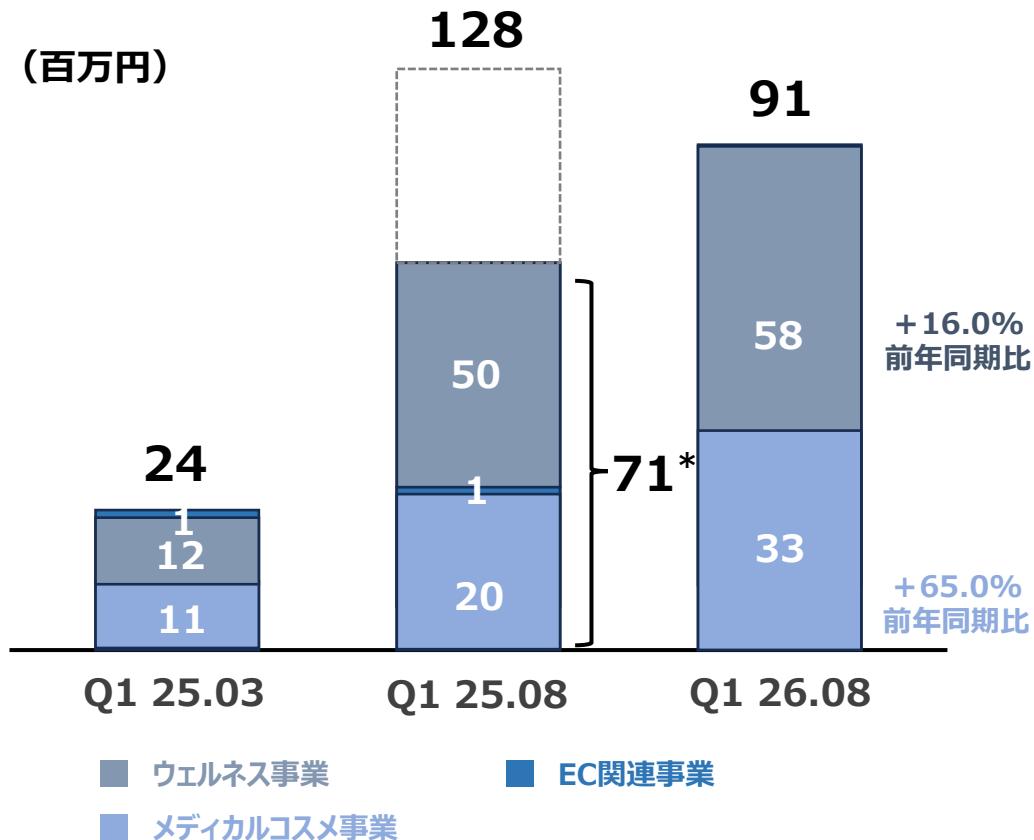
- 前期までに旧石垣食品株式会社時代の負の資産を減損
- EC関連企業を売却し、経営資源の効率化を実現した結果、減損や売却による減収を上回る成長を確保

全セグメント 2桁以上增收

今期よりマーケティングデータに基づいたTo Cビジネスを段階的に構築していく

*1: ハーバーリンクス社のECによるコスメ販売

Non-GAAP営業利益 (EBITDA)



- 不採算プロジェクトの整理が前期までに完了
- 再建フェーズから拡大フェーズへ移行中

経営指標EBITDA オーガニック成長継続

のれんを上回る相乗効果を確立可能なM & Aに集中

*1 : ハーバーリンクス社のEC事業利益及び今期買収を発表した企業関連の食品コンサルティング利益を除く

- 1. サマリー**
- 2. 決算説明**
- 3. 経営指標・財務バランス**

ハイライト

2026年8月期
第1四半期決算

包括利益の黒字化（前年同四半期は若干のマイナス）

経営指標であるEBITDAは0.9億円とプラスを継続

プロダクト管理
M&A

To B向けTo C向けの管理体制を最適化するために新設分社化し、石垣食
品という名前を復活

IMG社を買収・ACA Next社の株式取得継続

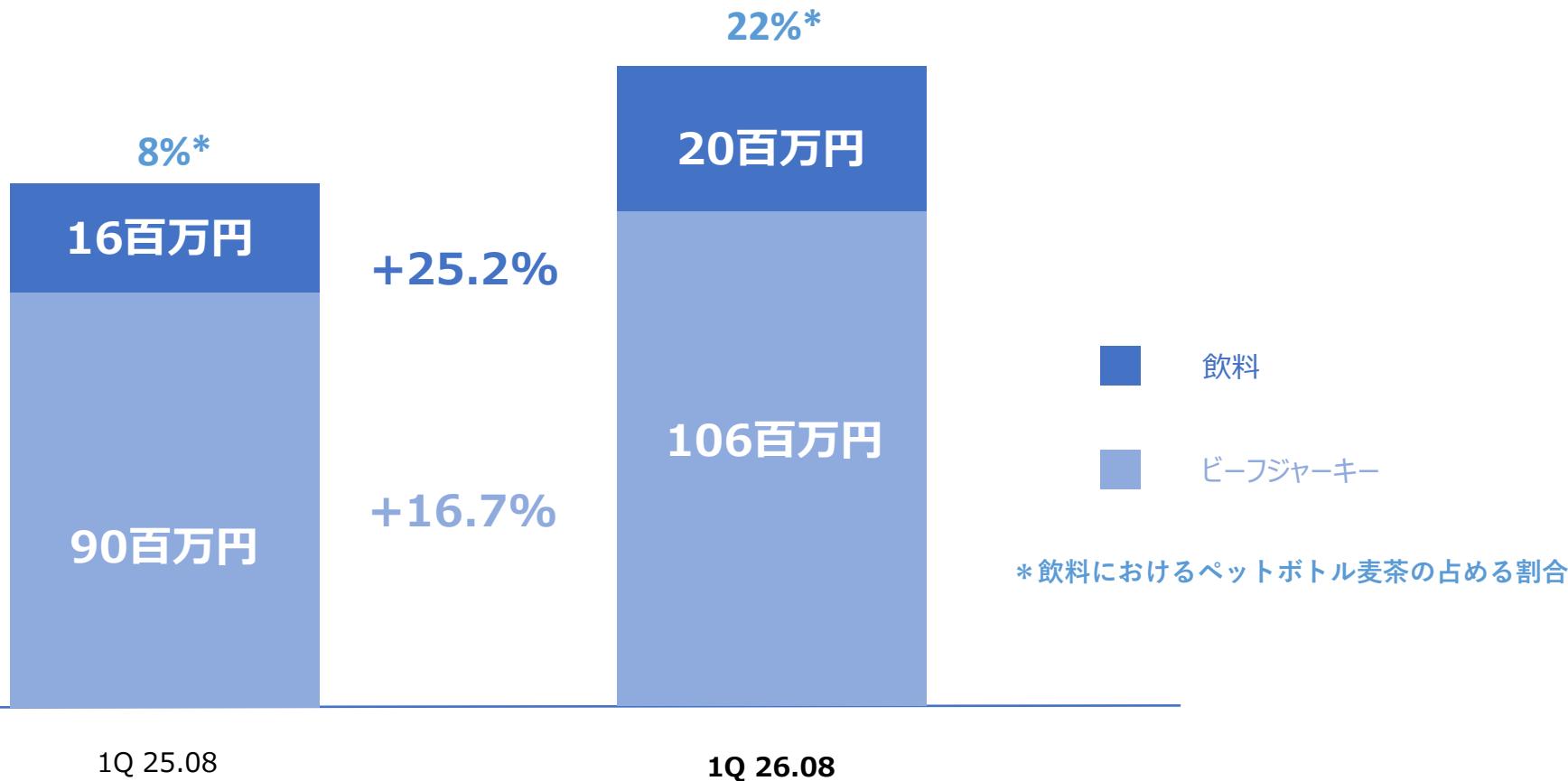
財務状態
株主還元

連結純資産は33.2億円（前年同四半期 +3.13%）

配当4.0円へ

セグメント事業別（ウェルネス事業）

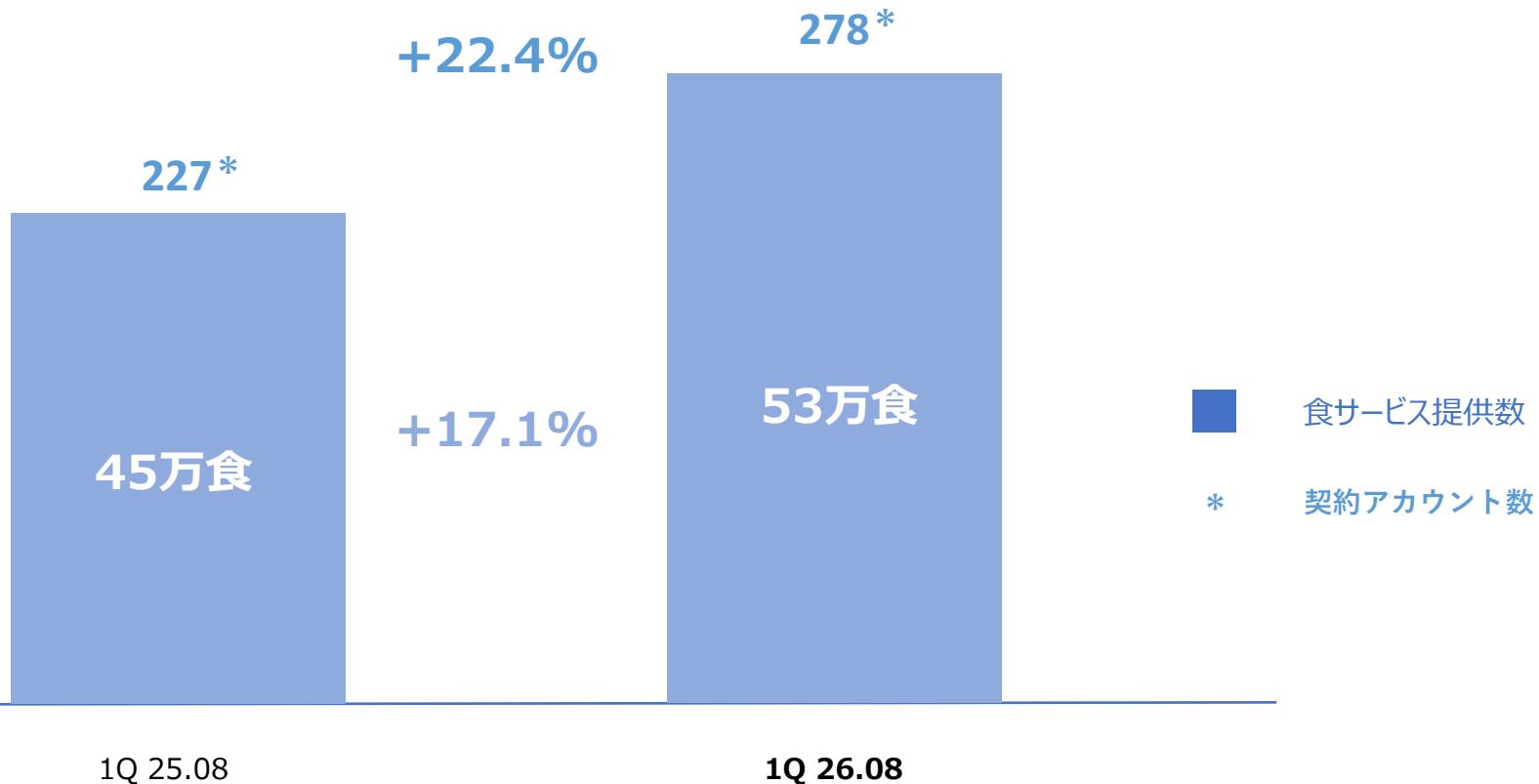
飲料・ビーフジャーキー売上収益の推移



セグメント事業別（ウェルネス事業）

食サービス提供数・医療/社会福祉法人アカウント数の推移

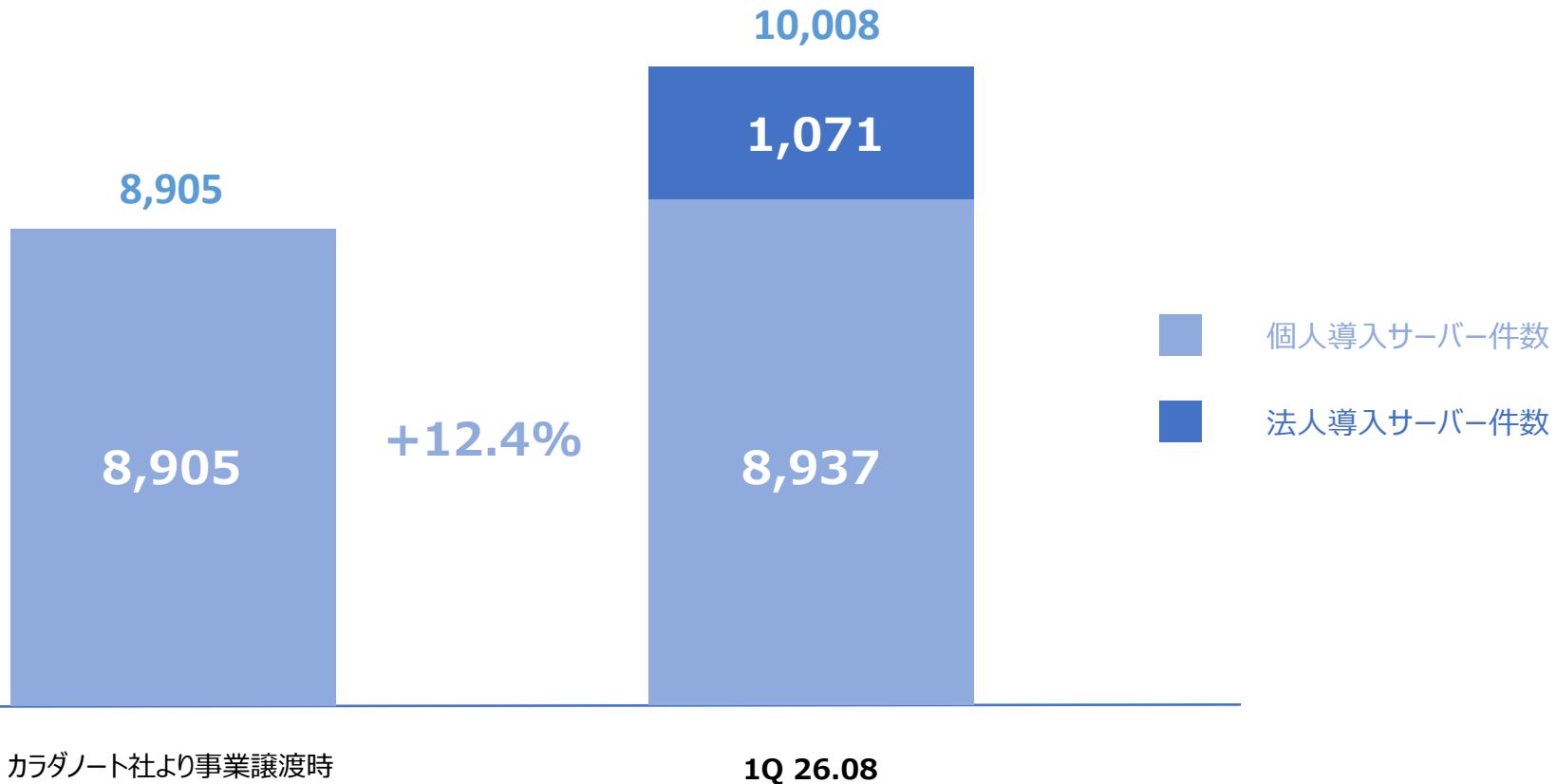
法人向け事業は引き続き順調に拡大継続



セグメント事業別（ウェルネス事業）

導入ウォーターサーバー数の推移

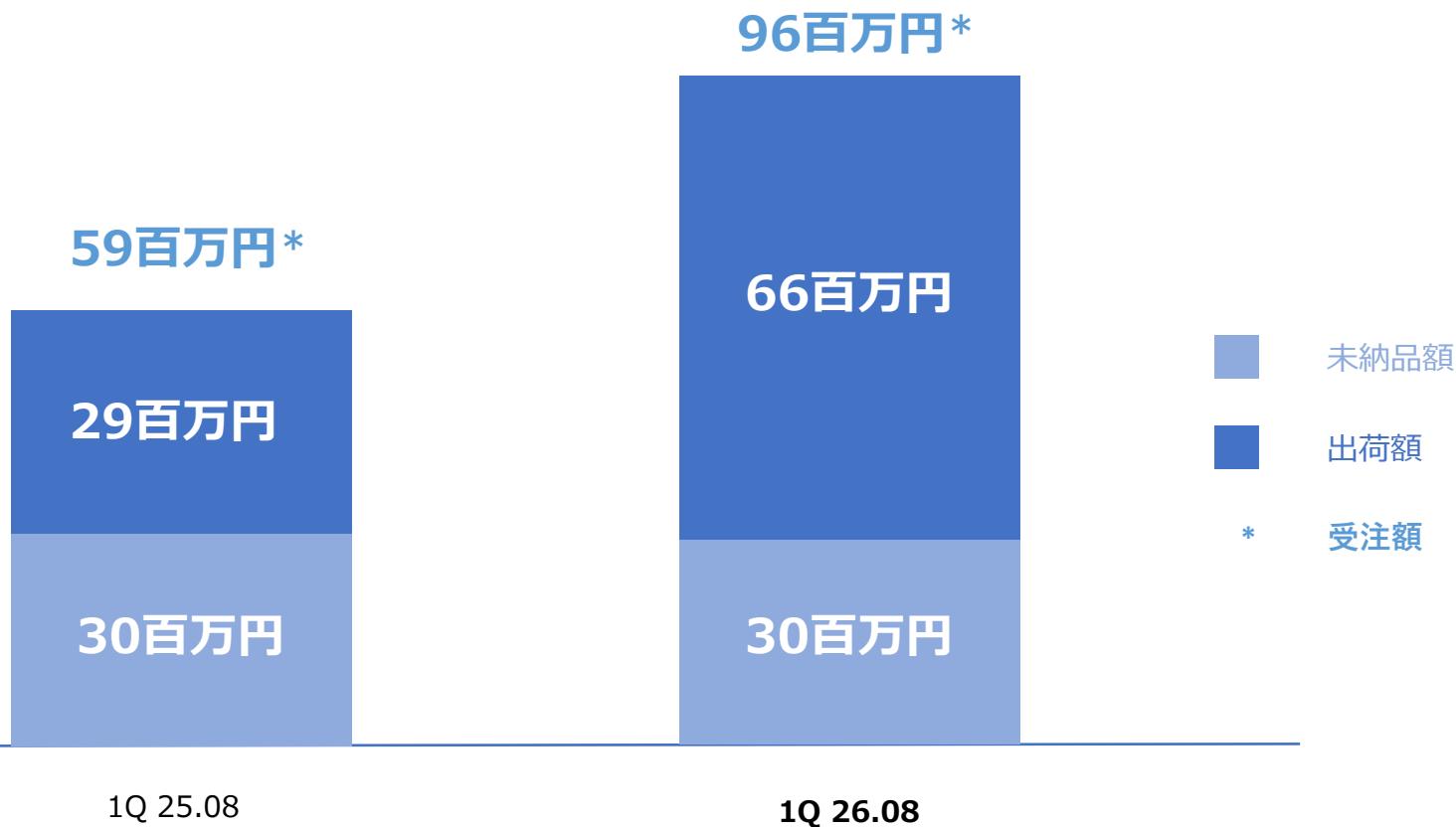
クロスセルを開始し、法人導入を加速



セグメント事業別（メディカルコスメ事業）

メディアートコスメ商品受注額・出荷額・未納品額の推移

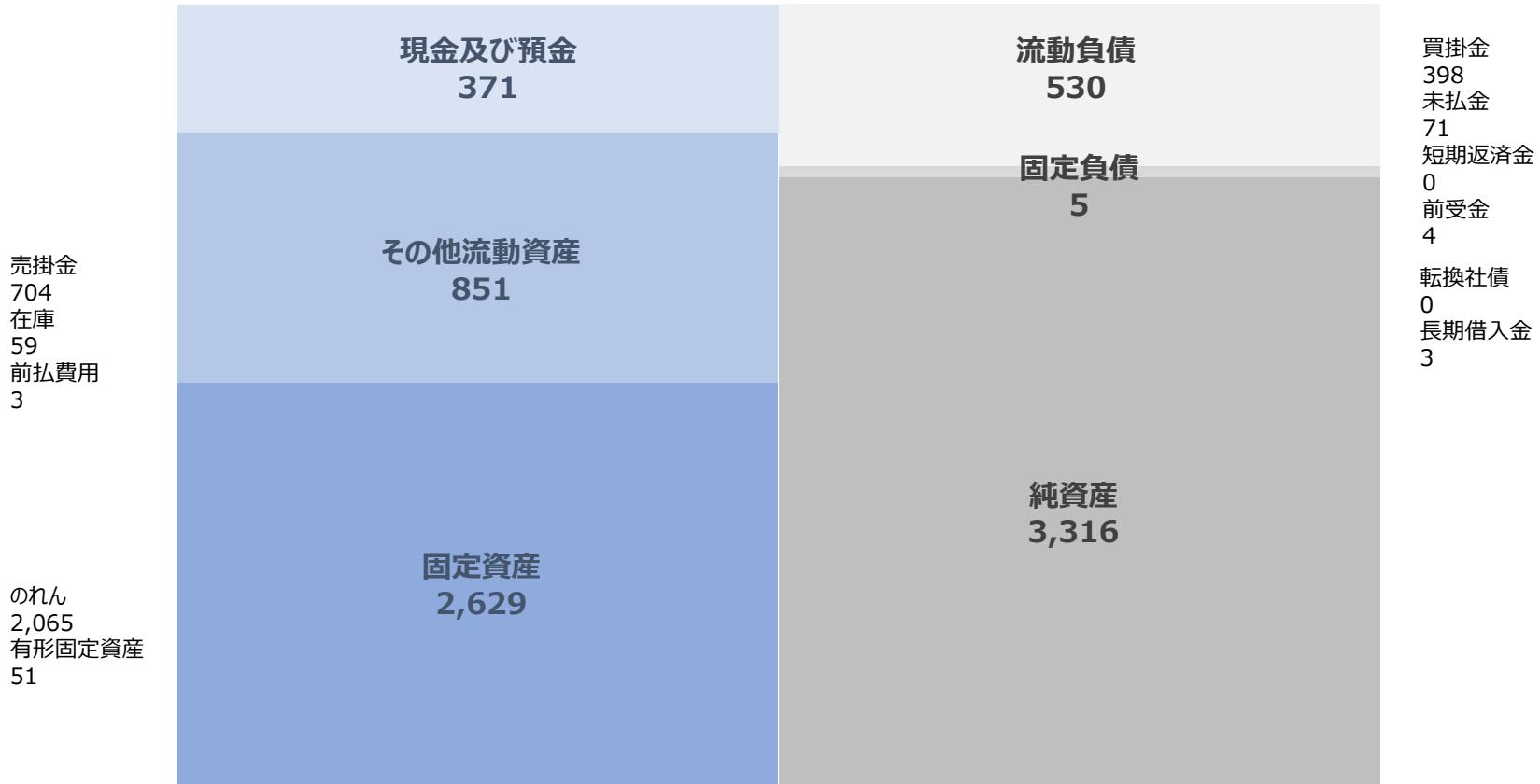
課題となっていた生産効率を60%以上改善
一般消費者向け代理店の増加準備、新商品も開発中



バランスシートの状況

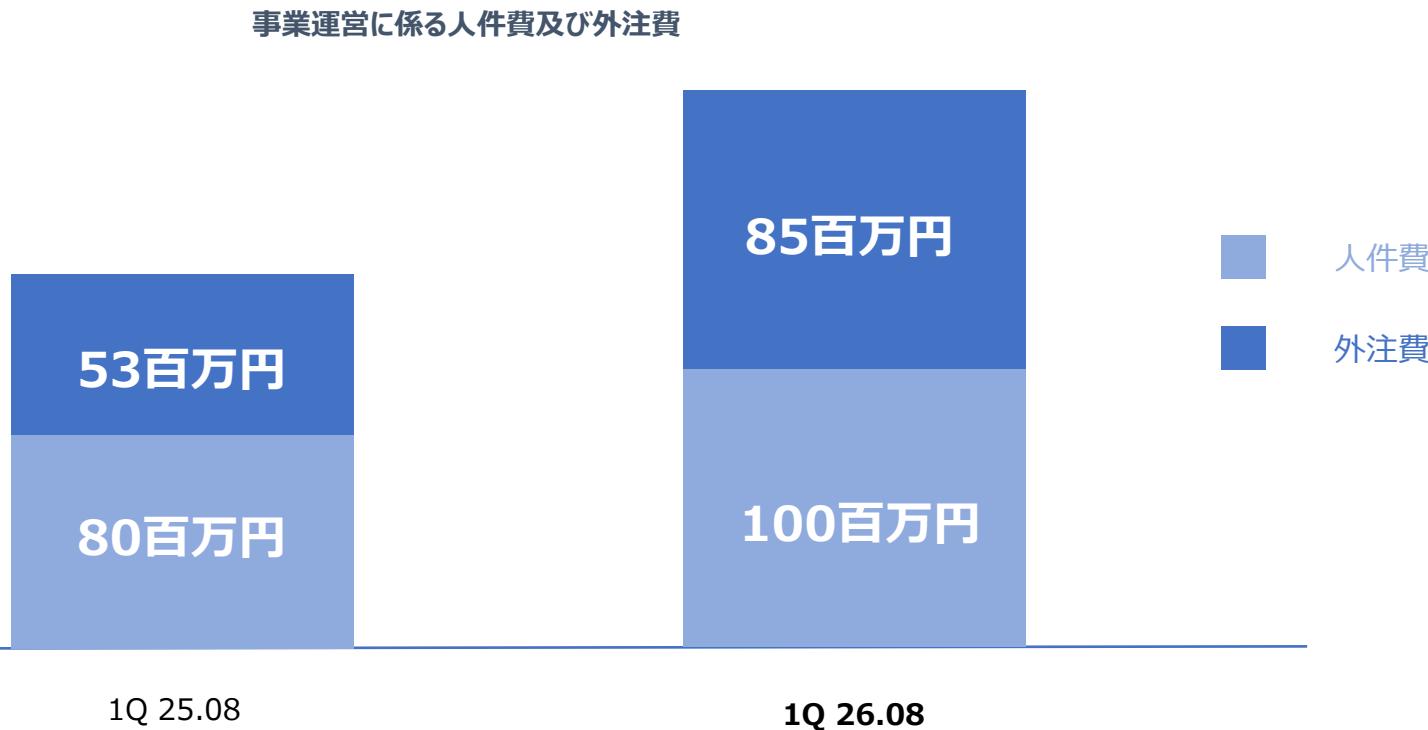
売掛金と買掛金のバランスの通り、Net Positive
ほぼ自己資本比率は100%に近い状態
のれん償却をこなし、純資産が徐々に増加継続中

数字単位：百万円



事業拡大に伴う人財及び体制構築への先行投資

- 人財に対する先行投資を2Qまで実施し、3Q以降事業拡大のスピードに合わせた組織体制を構築し、内製化を徐々に行うことで外注費を抑えていく
- 業績の精度化は組織体制構築後2Qを目処に実施予定



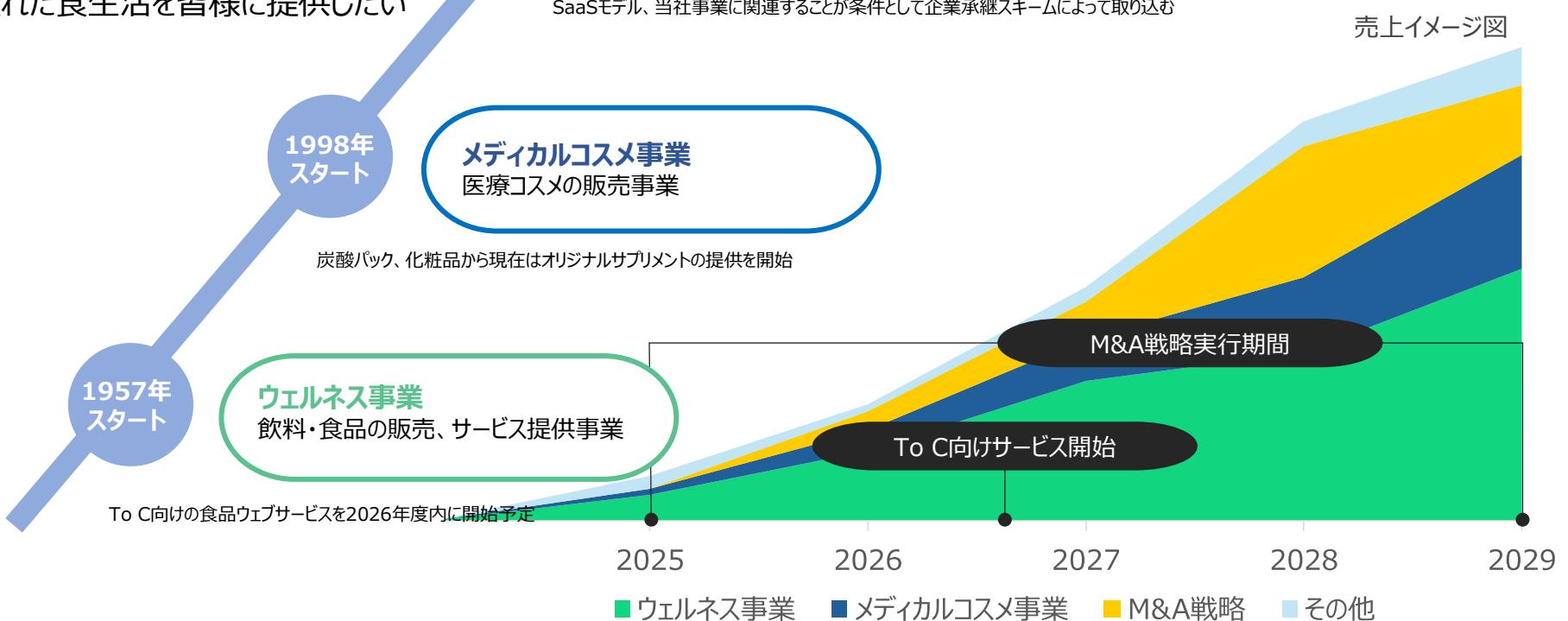
Appendix

経営戦略イメージ

私たちは

「安全」
「品質」
「健康」

に優れた食生活を皆様に提供したい



成長戦略の基本方針

成長戦略の基本方針

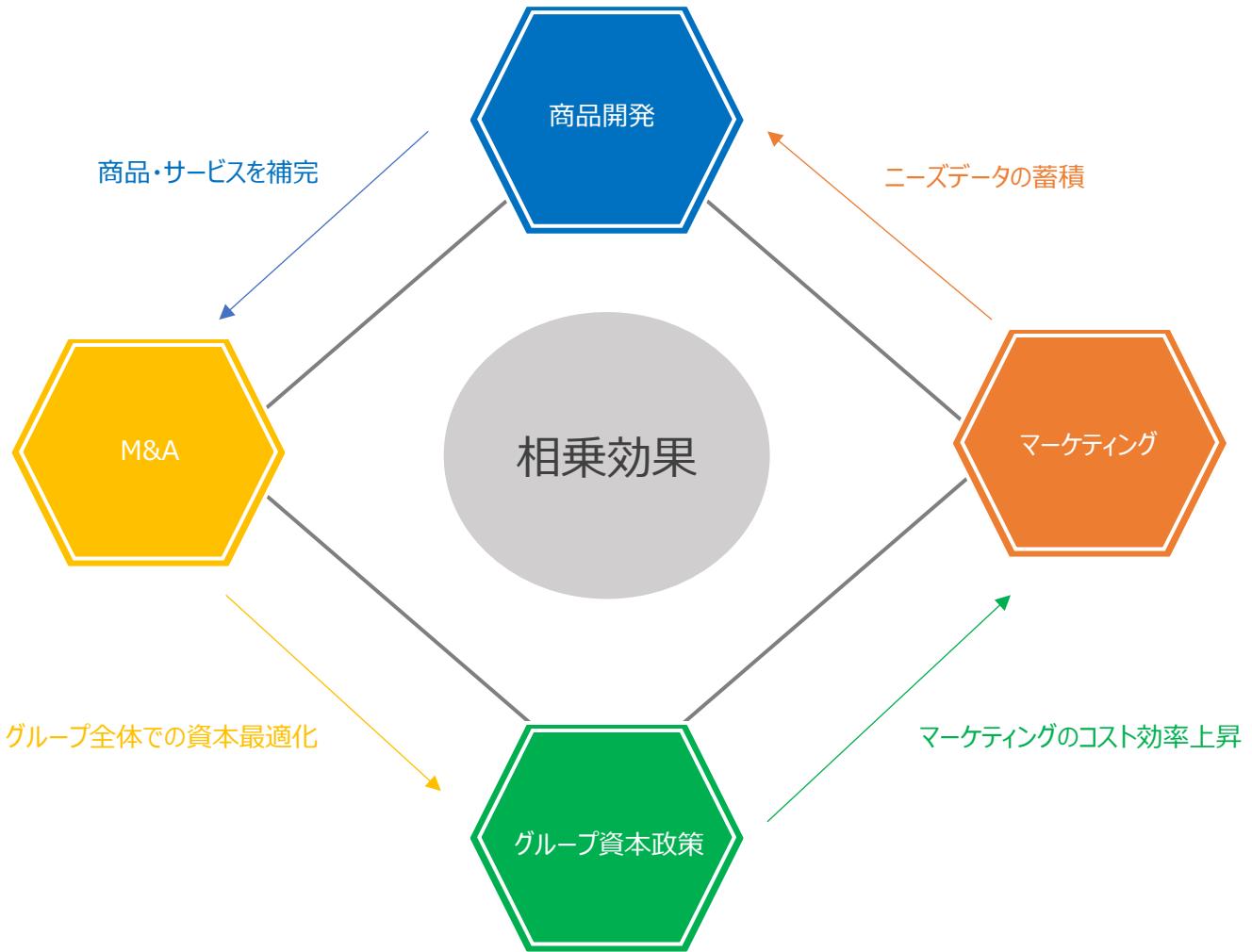
① プロダクトマーケティング

② 商品開発

③ シナジー M&A

④ 資本政策

サステイナブルなエコシステムの確立



実現のための重点項目

ヒトが生きていくために必要なモノに注力することで持続社会を支える存在でありたい

| 重点項目 | 具体的な施策 | KPI |
|-------------|--|----------------------------------|
| ①ウェルネスプロダクト | <ul style="list-style-type: none"> 新商品の企画、開発と製造 M&Aによる事業承継 他分野企業との提携強化 国内だけでなく海外への販売チャネル拡大 社内技術の研磨 積極的なマーケティング活動 | 商品数 出荷件数 |
| ②ウェルネスサービス | <ul style="list-style-type: none"> 取引先施設の開拓・拡大 他社商品の取り扱い数拡大 現場ニーズに合わせたサービスの構築 行政との安定契約 医療・福祉施設との連携及び運営会社のM&A | 連携施設数 会員数 |
| ③メディカルコスメ | <ul style="list-style-type: none"> 医療現場との連携を強化し、商品へ還元 生きる力の支えとなる美の追求のために美容医療との連携強化 積極的なマーケティング活動 To Cへの拡大・プロモーション実施 | 出荷件数 マーケティングデータ |

組織体制

