



2026年10月期 第2四半期（中間期）

# 決算補足資料

正栄食品工業株式会社  
(証券コード 8079 東証プライム市場)

I. 2026年10月期 第2四半期（中間期）業績報告

II. 中期経営計画の進捗

# 業績ハイライト (11-4月)

- ◆ 当社グループでは、海外産地や仕入先の多様化の推進による商品ラインナップの拡充と自社工場を活用した商品の提供により、食品専門商社とメーカーという2つの事業モデルの強化に努めてまいりました。
- ◆ 売上高につきましては、原料価格上昇に対応した価格引上げ等もあり、日本、米国、中国すべてのセグメントで増収となり、また品目別でもすべての品目で増収となったことから、前年同期比6.8%増となりました。
- ◆ 利益につきましては、販売価格の上昇等により売上総利益が増加したことから、予想を大きく上回る増益となりました。

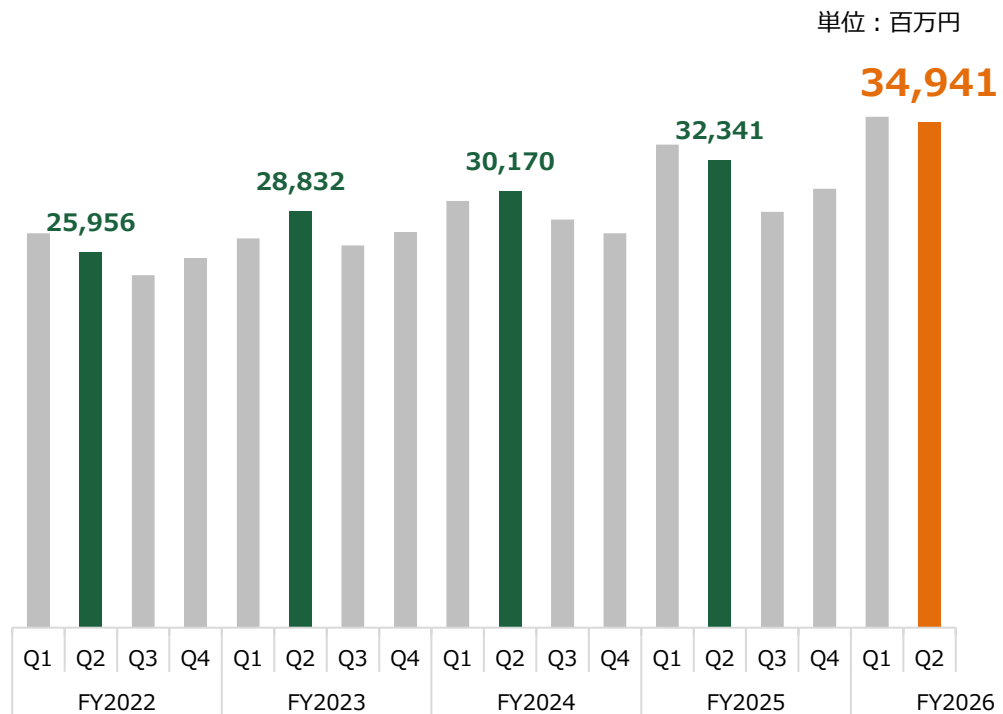
単位：百万円

	FY25/2Q	FY26/2Q		前年同期比	期初予想比	FY26	
	実績	期初予想	実績			期初予想	修正予想
売上高	65,764	68,000	70,290	+6.8%	+3.3%	130,000	130,000
売上総利益	10,192	—	11,078	+8.6%	—	—	—
営業利益	2,913	3,000	3,730	+28.0%	+24.3%	5,100	5,800
経常利益	2,941	3,030	3,771	+28.2%	+24.4%	5,150	5,800
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,731	1,900	2,546	+47.0%	+34.0%	3,400	4,000
売上高営業利益率	4.4%	4.4%	5.3%	—	達成	3.9%	4.5%

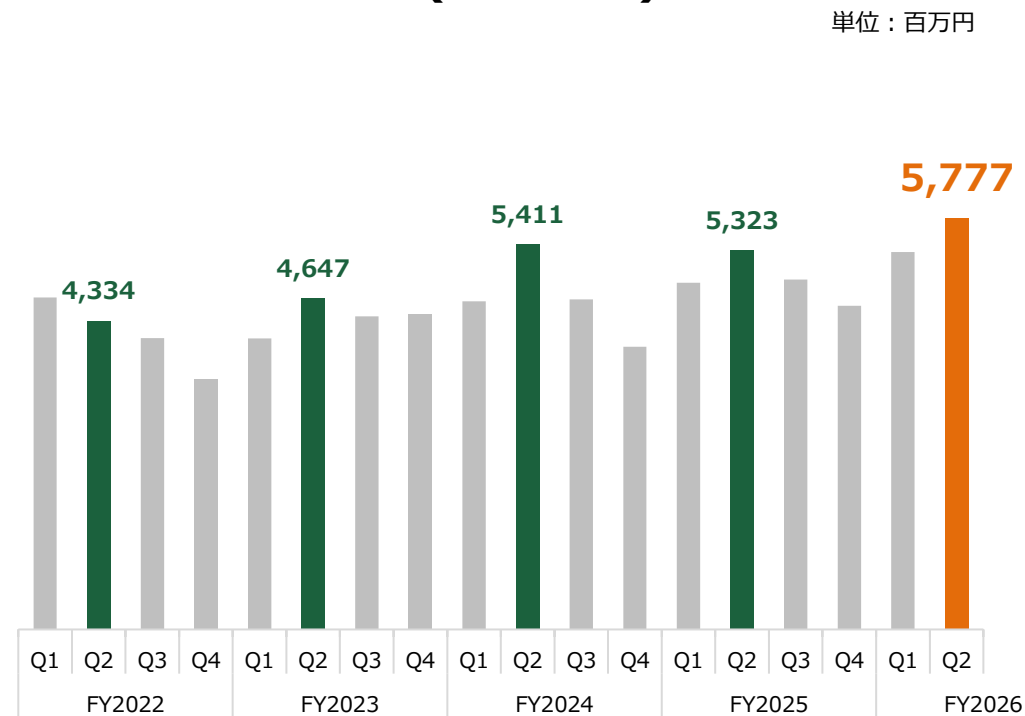
為替レート	: 米ドル	149.52円	159.88円
	: 中国元	20.59円	23.11円
	: 香港ドル	19.22円	20.40円

- ◆ 売上高（2-4月）は増加し、同四半期比過去最高を更新しました。
- ◆ 売上総利益（2-4月）も同様に同四半期比過去最高を更新しました。

### 売上高推移(四半期別)



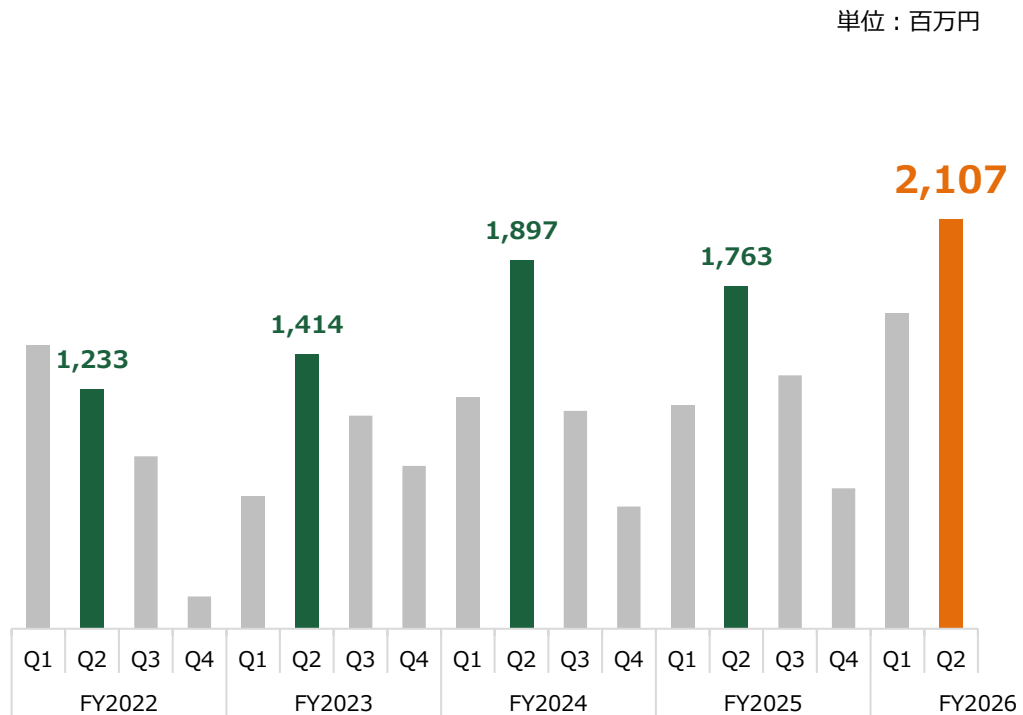
### 売上総利益推移(四半期別)



- ◆ 営業利益（2-4月）は、前年同四半期比で19.5%の増益となり、過去最高を更新しました。
- ◆ 累計でも増収と原価率の低下の影響が大きく、+817百万円の増益を達成しました。

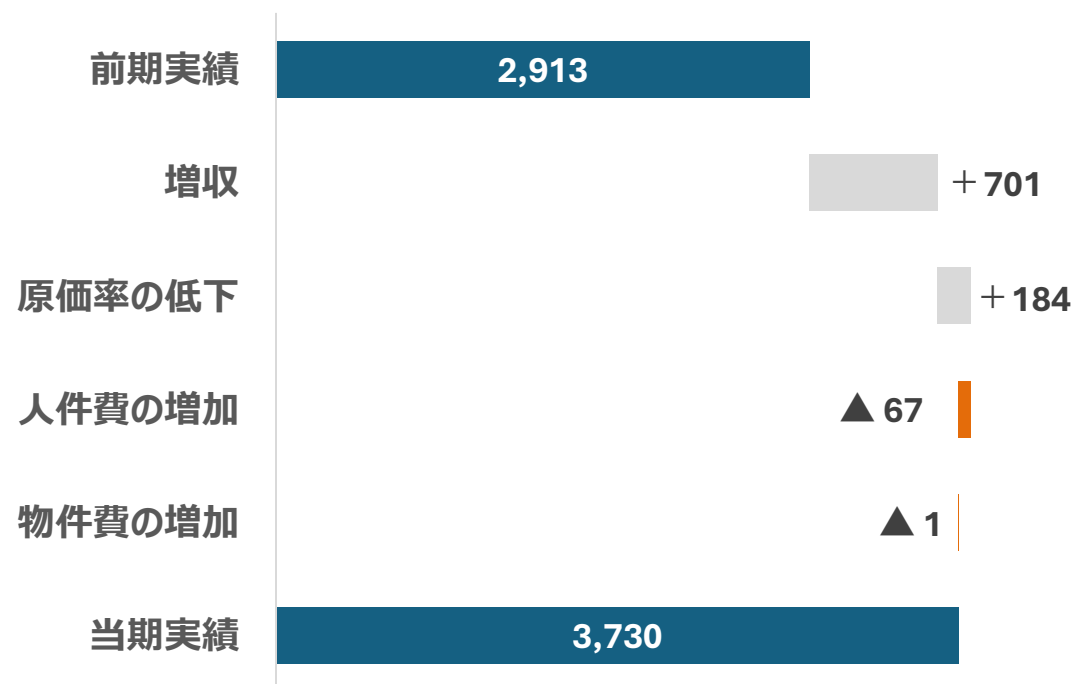
## 営業利益推移(四半期別)

単位：百万円



## 営業利益増減要因（11-4月）

単位：百万円



# セグメント別事業内容

# ShoEi

日本

製菓・製パン業界を中心とした食品業界向けの食品原材料（乳製品、油脂、製菓材料、乾果実、缶詰、外食用食材等）の仕入れ、加工・製造、販売を主要業務としているほか、菓子類や乾果実類（ナッツ、ドライフルーツ）のリテール商品を製造して販売。国内に7工場を所有。

米国

## ShoEi Foods (U.S.A.),Inc.

- ① クルミを農家から仕入れ、殻付きまたは剥き身に加工して主に輸出
- ② プルーンの仕入と販売
- ③ 乾果実類を米国内で仕入れ、日本（当社）へ輸出
- ④ プルーン・クルミ・アーモンド農園経営
- ⑤ 乾果実類を輸入し米国内で販売

中国

## 青島秀愛食品有限公司

## 延吉秀愛食品有限公司

- ① 製菓原材料類、乾果実類の加工・製造
- ② 加工品、製造品の日本や欧州等への輸出
- ③ 上海秀愛国際貿易有限公司や香港正栄国際貿易有限公司経由で中国・香港内での販売

## 上海秀愛国際貿易有限公司

## 香港正栄国際貿易有限公司

- ① 主に乾果実類を輸入し、中国・香港で販売
- ② 青島秀愛食品有限公司、延吉秀愛食品有限公司で加工・製造した製品を中国・香港内で販売



# セグメント別業績 (11-4月)

ShoEi

単位：百万円

	売上高				セグメント利益			
	FY25/Q2	FY26/Q2	増減額	増減率	FY25/Q2	FY26/Q2	増減額	増減率
日本	56,501	59,716	+3,214	+5.6%	2,719	3,150	+431	+15.8%
米国	5,886	7,459	+1,572	+26.7%	265	565	+300	+113.2%
中国	5,934	6,252	+318	+5.3%	123	238	+115	+93.7%
調整額	▲ 2,558	▲ 3,137	▲ 579	-	▲ 195	▲ 224	▲ 29	-
	65,764	70,290	+4,525	+6.8%	2,913	3,730	+817	+28.0%

## 日本

- ◆ 売上高は、原料価格上昇に対応した販売価格の上昇に加え、チョコレート加工品、製菓用焼き菓子、外食用デザート食材、リテール用ナッツ小袋品等の売上が増加したことから、前年同期比5.6%増の597億16百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、販売価格の上昇により売上総利益が増加したことから、前年同期比15.8%増の31億50百万円となりました。

## 米国

- ◆ 売上高は、主力のクルミについて価格は前年同期比で低下しましたが、豊作により受入量・販売量が増加したことから、前年同期比26.7%増の74億59百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、クルミ事業において殻付・剥き身クルミの両方の販売量が増加したことから増益となり、農園事業についてもクルミの収穫量増加により採算が改善したことから、前年同期比113.2%増の5億65百万円となりました。

## 中国

- ◆ 売上高は、輸入品の国内販売については減収となりましたが、中国産シード類の輸出が増加し、中国内自社工場加工品についてはアーモンド加工品などが増加しました。この結果、前年同期比5.3%増の62億52百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、国内販売については減益となりましたが、輸出採算の改善と前年実施した物流や拠点間の役割分担の見直しなど採算改善に向けた取り組みにより販売費及び一般管理費が減少した結果、前年同期比93.7%増の2億38百万円となりました。

# 品目別の主要商品

大分類	中分類	主な商品
乳製品・油脂類	乳製品	バター、粉乳、練乳、液状乳製品、チーズ、乳糖、ホエイ
	油脂類	製菓・冷菓・製パン用油脂（マーガリン類、ショートニング等）
製菓原材料類	製菓材料	チョコレート加工品、製菓用焼き菓子、フルーツ洋酒漬（ラムレーズン他）、ピール加工品、フルーツフィリング
	栗製品	マロンペースト、栗甘露煮、マロングラッセ
	和菓子材料	さつまいも、杏仁霜、柏葉、桜漬葉
	製パン材料	上新粉、餅粉
	仕入商品	膨張剤・ゼリー、チョコ・ココア、蜂蜜・糖類、洋酒（リキュール類他）、抹茶、胡麻
乾果実・缶詰類	ナッツ&シード類	アーモンド、クルミ、マカデミアナッツ、ココナッツ、ピスタチオ、カシューナッツ、ヘーゼルナッツ、松の実、パンプキンシード
	ドライフルーツ	レーズン、プルーン、クランベリー、ブルーベリー、パイン
	フルーツ加工品	リンゴ加工品、マンゴー加工品、黄桃缶詰、パイン缶詰
	業務用食材	パスタ、スイートコーン、トマト加工品、オリーブオイル、デザート食材、冷凍フルーツピューレ
菓子・リテール商品類	菓子	チョコレート菓子、ビスケット
	リテール商品	ナッツ小袋、プルーン小袋、その他ドライフルーツ小袋、野菜加工品

# 品目別売上構成 (11-4月)

単位：百万円

	FY25/Q2		FY26/Q2		前年同期比	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率
乳製品・油脂類	20,456	31.1%	21,062	30.0%	+605	+2.9%
製菓原材料類	10,497	16.0%	11,107	15.8%	+609	+5.8%
乾果実・缶詰類	23,309	35.4%	26,456	37.6%	+3,147	+13.5%
菓子・リテール商品類	11,492	17.5%	11,655	16.6%	+163	+1.4%
その他	7	0.0%	8	0.0%	+0	+11.7%
合計	65,764	100.0%	70,290	100.0%	+4,525	+6.8%

## 乳製品・油脂類

価格上昇もあり、練乳類、液状乳製品等乳製品や油脂類の売上が増加しました。また、国内生産子会社での余乳加工処理収入が増加したこともあり、乳製品・油脂類売上高は前年同期比2.9%増となりました。

## 製菓原材料類

マロンペーストなどの菓製品の売上は減少となりましたが、チョコレート加工品、製菓用焼き菓子、フルーツ洋酒漬など自社加工製品やチョコレートなどの国内仕入品の売上が増加となりました。この結果、製菓原材料類売上高は前年同期比5.8%増となりました。

## 乾果実・缶詰類

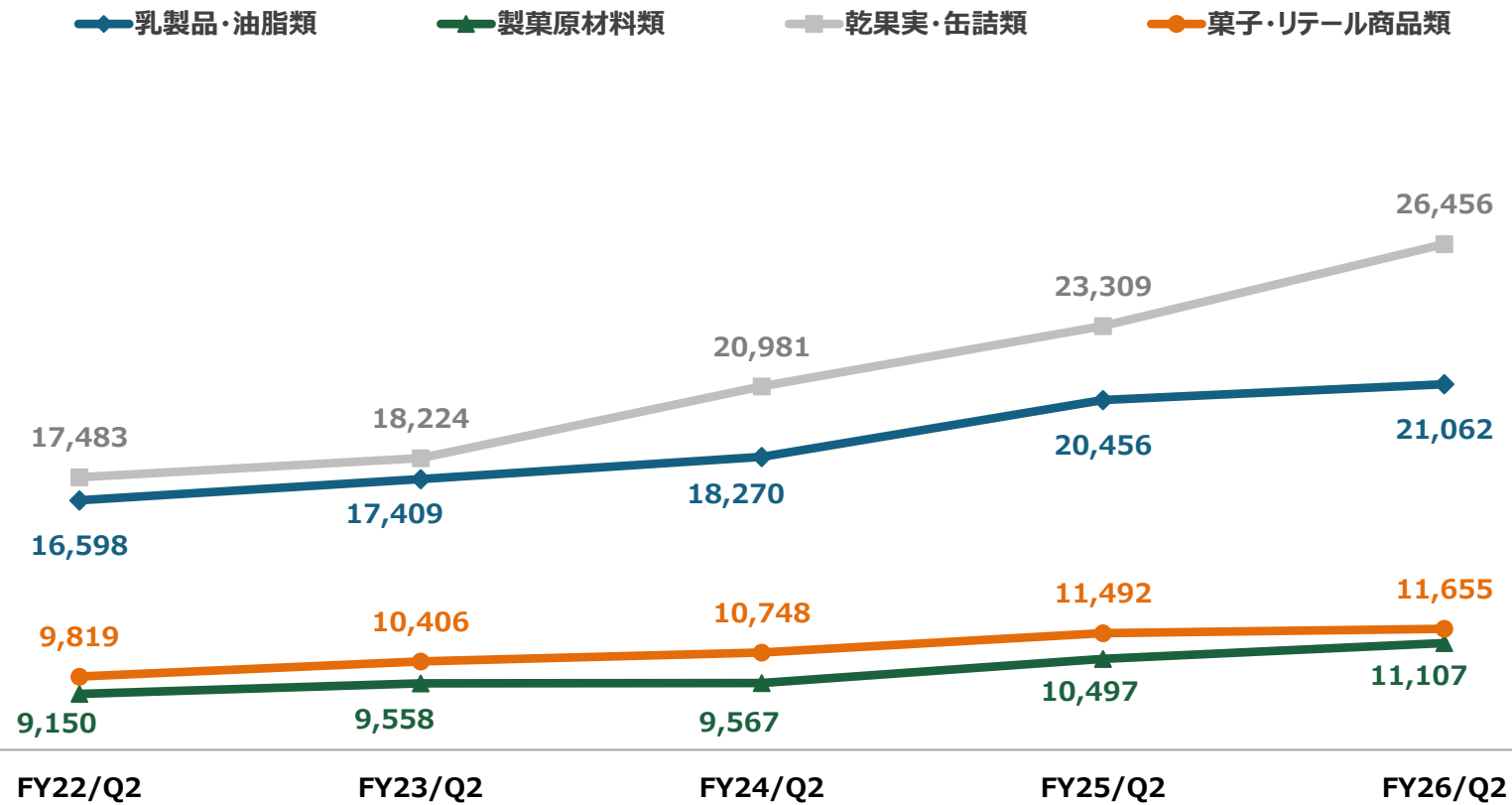
単価の上昇を反映し、アーモンド、クルミ、ココナッツ、レーズン等の日本での売上が増加しました。また、米国では単価の上昇に加え、主力のクルミが豊作のため販売量が増加しました。この結果、乾果実・缶詰類売上高は前年同期比13.5%増となりました。

## 菓子・リテール商品類

カカオ原料価格の上昇による販売価格の上昇もあり、PB商品を中心にチョコレート・ビスケット等の売上が増加し、ナッツ小袋などのリテール商品も売上増となりました。これらの結果、菓子・リテール商品類売上高は前年同期比1.4%増となりました。

# 品目別売上構成 (11-4月)

単位：百万円



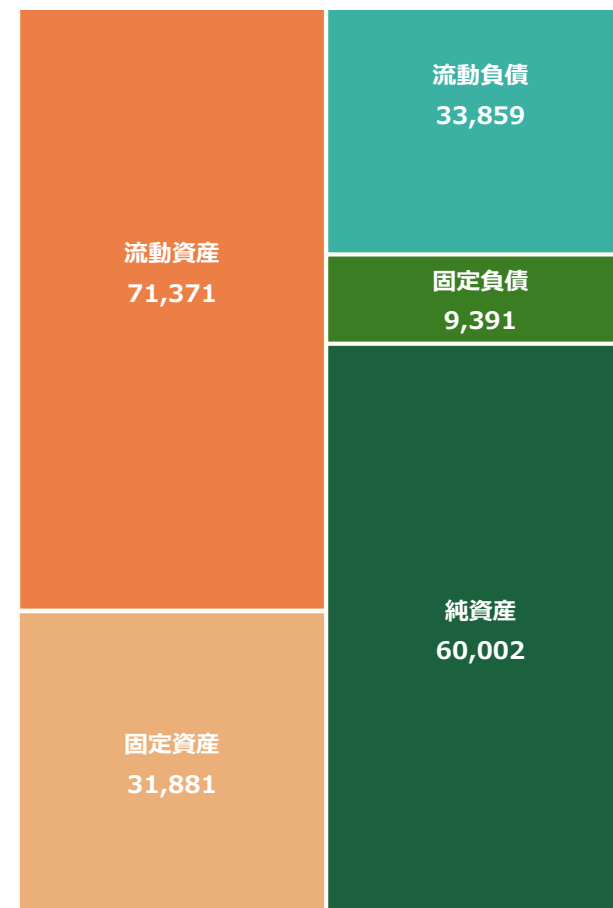
販売価格の引上げもあり、すべての品目で増収基調となっております。

# 連結財政状況

- ◆ 受取手形及び売掛金、棚卸資産の増加により流動資産が増加し、資産合計は増加となりました。
- ◆ 長期借入金の増加により、固定負債が増加し、負債合計は増加しました。
- ◆ 利益の内部留保による株主資本の増加およびその他の包括利益累計額の増加により純資産は増加しました。

単位：百万円

		FY25	FY26/Q2	増減額	
資産	流動資産	現金及び預金	11,505	11,172	▲332
		受取手形及び売掛金	23,753	26,937	+3,184
		棚卸資産	28,652	31,870	+3,217
		その他流動資産	1,852	1,389	▲462
		小計	65,764	71,371	+5,607
	固定資産	有形固定資産	22,792	22,896	+103
		無形固定資産	491	500	+9
		投資その他の資産	7,538	8,484	+945
		小計	30,822	31,881	+1,058
	資産合計		96,586	103,252	+6,665
負債	流動負債	33,770	33,859	+88	
	固定負債	6,884	9,391	+2,506	
	負債合計	40,655	43,250	+2,594	
純資産	株主資本	48,268	50,337	+2,068	
	その他の包括利益累計額	6,559	8,494	+1,934	
	非支配持分	1,103	1,170	+67	
	純資産合計	55,931	60,002	+4,070	
負債・純資産合計		96,586	103,252	+6,665	
有利子負債		22,319	22,102	▲217	

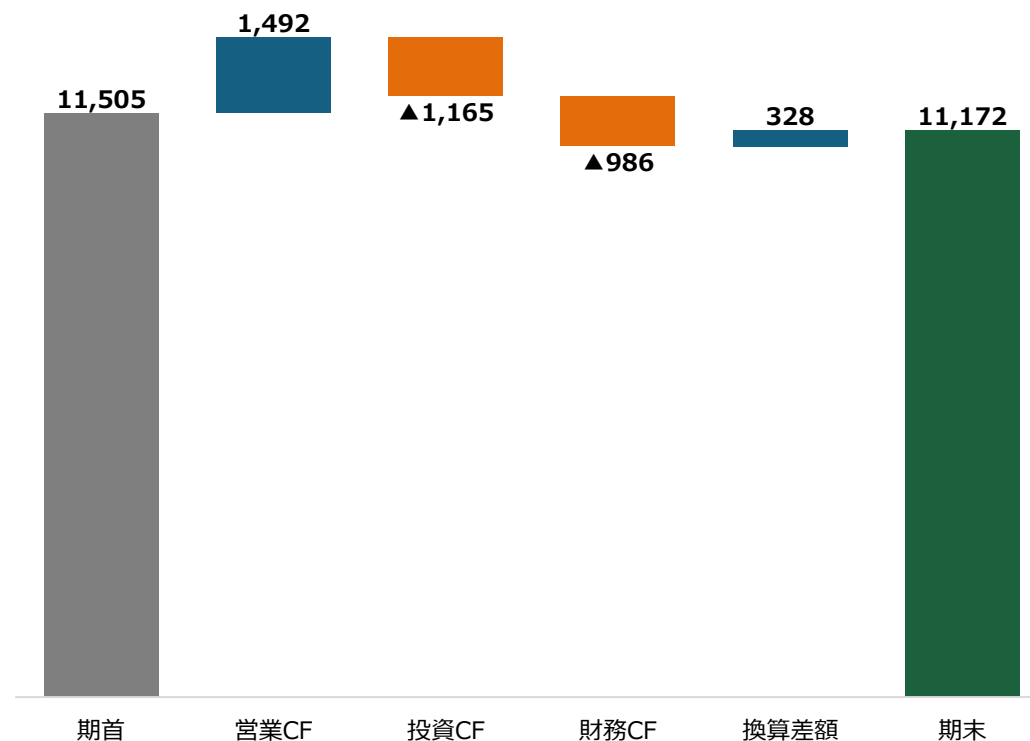


# キャッシュ・フローの状況（11-4月）

- ◆ 営業キャッシュ・フローは、中間純利益が好調であることに加え、仕入債務の増加によりプラスとなりました。
- ◆ 投資活動によるキャッシュ・フローは設備投資の実施によりマイナスとなりました。
- ◆ 財務キャッシュ・フローは、短期借入金の減少や配当金の支払によりマイナスとなりました。
- ◆ 現金及び現金同等物は減少となりました。

単位：百万円

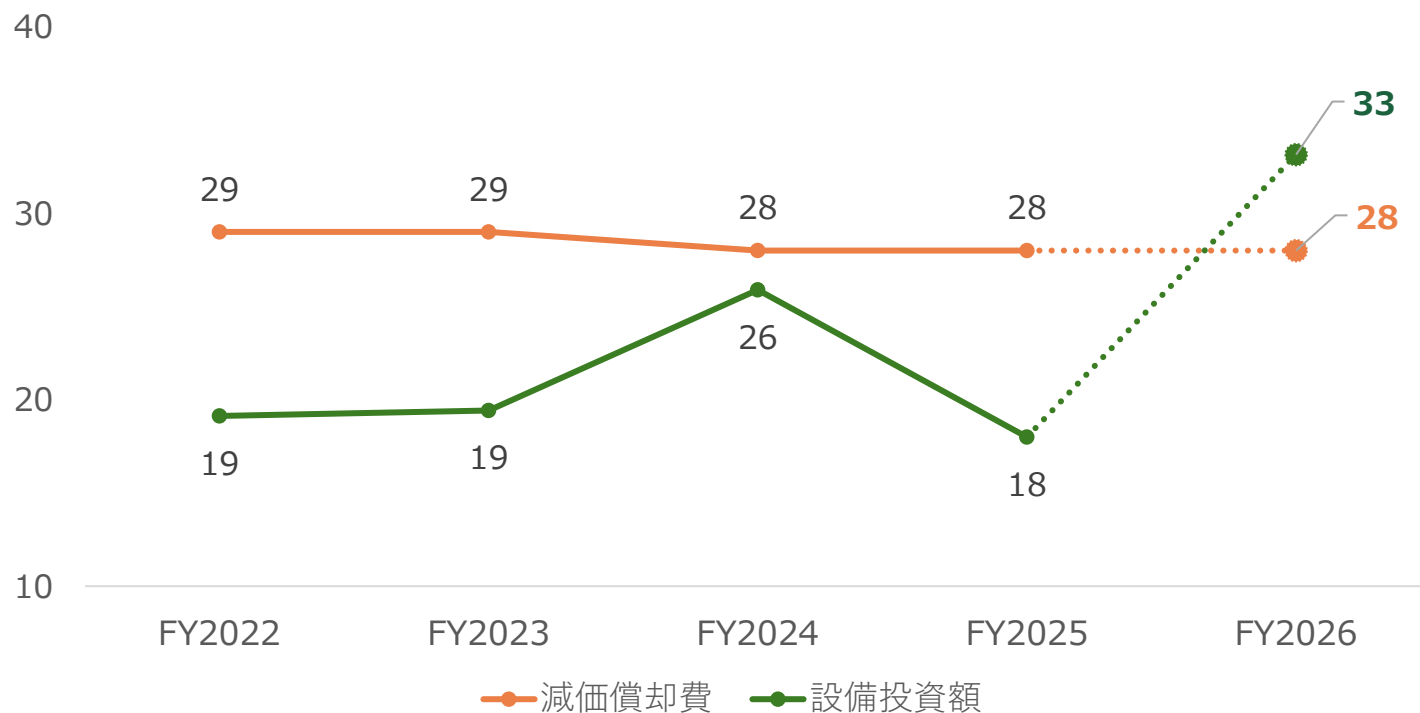
	FY25/Q2	FY26/Q2	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	▲3,634	1,492	+5,126
投資活動による キャッシュ・フロー	▲562	▲1,165	▲603
財務活動による キャッシュ・フロー	3,058	▲986	▲4,045
現金及び現金同等物に 係る換算差額	148	328	+179
現金及び現金同等物の 増減額	▲989	▲332	+657
現金及び現金同等物の 期首残高	11,194	11,505	+310
現金及び現金同等物の 期末残高	10,205	11,172	+967



# 設備投資計画の進捗状況

◆ 2026年10月期における設備投資額は期初開示（33億円）通りを予定しております。

単位：億円



## 〈設備投資内訳〉

有形固定資産	27億円
無形固定資産	6億円
合計	33億円

I. 2026年10月期 第2四半期（中間期）業績報告

II. 中期経営計画の進捗

## 経営理念

私たちは、お客様に常に国内及び海外から厳選された安全・安心な食品を提供することで、新たな食文化を創造し、社会に貢献することを目指します。

## 新ビジョン

### 素材を超え、新しい価値を！

食への熱意と絶えない挑戦により素材の可能性を追求することで  
人々の健康と幸せな未来を切り拓く



食文化の創造に熱意を持ち、未来の正栄を支える誠実でチャレンジ精神旺盛な人材



## 独自の購買機能

- 商品別での専属担当者を配置。多様な海外産地をカバーする幅広い購買体制
- 農産物の現地作柄を定期的にモニタリングし、価格変動リスクや欠品リスクにタイムリーに対応可能
- 輸入調達、在庫管理、生産管理、販売まで一貫し、物量及び価格のトータルマネジメントが可能
- 強固な信頼・協力関係に基づく国内外サプライチェーンによる幅広い仕入体制

## 付加価値創造のグループ工場生産機能

- 国内外10工場による付加価値商品の製造で差別化
- 得意先要望に柔軟に対応可能
- 得意先が開発段階から参加して提案活動実施
- 厳しい品質管理基準による安心・安全な素材を提供する自社品質保証体制

## 強い顧客基盤に基づく販売機能

- 食品専門商社として幅広い原料を取扱いしており、その取扱い品目は1,000種類以上
- 創業120周年を迎えた長い歴史の中で構築した強い顧客基盤
- 在庫リスクを持った安定供給・相場変動に強い販売体制

## 食品専門商社 としての 成長戦略

- 商圏維持と拡大
- 新分野への挑戦
- 成長領域の深堀
- 産地リスクの分散

## 食品メーカー としての 成長戦略

- 成長事業の拡大
- 生産機能の強化
- 合理化推進
- 安心安全への取組み

## 経営基盤 の拡充

- DX推進
- 人的資本経営の強化
- 物流の見直し
- コーポレートガバナンス強化
- IR/広報機能の拡充
- サステナビリティ推進

# 食品専門商社としての成長戦略の取組み

## International Nut and Dried Fruit Council (国際ナッツドライフルーツ協議会) 総会

2026年5月12日～14日の三日間、第43回目の国際ナッツドライフルーツ協議会年次総会が中国マカオにて開催されました。64か国以上の国から約1,300名が参加しました。

当社本多社長は当協議会の役員を務めており、業界動向・サステナビリティ・品質基準などに関する国際的な情報共有・議論に参画しております。

これにより、グローバルな市場動向やサステナビリティ課題への理解深化に加え、海外サプライヤー・業界関係者とのネットワーク強化にもつながっており、当社では原料調達力の強化、持続可能かつ安定的なサプライチェーンの体制強化を図っております。



# 食品専門商社としての成長戦略の取組みー産地リスクの分散 ShoEi



## サプライヤー多様化推進



## 輸入原料の 多産地購買体制の構築



## トルコ産ヘーゼルナッツ 新規サプライヤー取扱い開始



トルコ産ヘーゼルナッツにおいて、作柄の変動に伴う相場変動リスクへの対応および安定供給体制の強化を目的に、新規サプライヤーとの取引を開始いたしました。

サプライヤーの多様化を推進することで、競争力のある原料調達と安定供給を図ってまいります。

## 中国産冷凍コーン取扱い開始による商品ラインアップの拡充



従来から取扱いのあるタイ産に加え、新たに中国産の冷凍コーンの取り扱いを開始いたしました。中国産冷凍コーンは価格競争力に優れるほか、安定した供給体制を有していることから、調達リスク分散にも寄与しております。

今後も複数産地からの調達を推進することで、安定供給体制の強化と市場環境変化への対応力向上に取り組んでまいります。



開発機能の強化による  
付加価値商品群の拡充

## 「おうちで簡単」シリーズの拡充 ポテトサラダ



毎日の料理において、時短ニーズは年々高まっています。本製品によりじゃがいもの皮をむく、ゆでる、つぶすといった手間を省けるため、手軽に調理が可能になります。あとひとつ、副菜が欲しい食シーンに活躍します。「おうちで簡単チョコバナナ」に続くシリーズ商品として、「おいしさ」だけでなく、「親子の思い出作り」や「おうちでの楽しい体験」を提案しております。



### コンセプト

おうちで簡単ポテトサラダ!  
商品キャラクター  
ポテールさん



簡単につくる

あなたと家族の  
時間をつくる

未来をつくる  
子どもと一緒に時間!





## 成長市場向け自社加工品の育成

## 独自の製法×水分調整 こだわりのやわらかさを実現

- 種を抜いてから12時間以内にパッキングし、独自の製法と緻密な水分調整により、「ふっくら、しっとり」としたこだわりの食感を実現した「新しいおいしさ」の提案です。
- 食物繊維やミネラルを豊富に含み、無添加の自然由来素材であることから、高まる健康食品・ヘルシー食品市場向けに「毎日健康習慣」、「健康・美容」をサポートする新たな価値を提案する商品となります。

### POINT① 種抜き後、12時間以内にパック

- 一般的な製品は、海外の産地側で種抜き・日本への輸送中の保存性を確保するための乾燥・冷却などの加工がされ、日本でさらにパッケージングが行なわれるのに対し、本製品では種抜きからパッケージングまでを海外の産地側で連続した工程で行っておりますので、果実のダメージを最小限におさえることが可能になっています。

### POINT② 徹底した水分調整

- プルーンを含め農産物は固さや水分値等、個体差があります。一般的なプルーン製品では、原料の状態に関わらず一定量の水を加える製法が採用されています。
- 本製品は1時間毎に原料の水分値を測定し、そのデータに基づいた最適な加水調整を行っています。この加水コントロールにより均一した美味しさと品質を実現しています。





## 優位性商品の強化・販売拡大



### チョコジローとは…

チョコデール山に住む食いしん坊な珍獣です。  
言葉の後に「チョコ」がつくのがちぐせです。



## ヤマ ジロー サク山チョコ次郎® 10周年を迎えました!!

「サク山チョコ次郎」はグループ会社(株)正栄デリシイの筑西工場生産しています。  
チョコレート、ビスケットの両方を生産できる強みを活かした商品として2017年に発売し、以降多くのファンの皆様に支持いただいている人気商品です！

ミルククリーム入りのチョコレートと  
サクサク食感のビスケットを  
合わせたひと口サイズのチョコビスケット

ビスケット面には  
チョコジロー語などをプリント

チョコ面は商品キャラクターの  
チョコジローの表情



チョコレート  
ミルククリーム  
サクサクビスケット

おいしさと楽しさがある コミュニケーション菓子となっております！



## 優位性商品の強化・販売拡大

# ヤマ ジョー サク山チョコ次郎<sup>®</sup> なのに!?!シリーズ発売

「サク山チョコ次郎」の購買層は主に30～40代女性となっておりますが、更なる購買層拡大を目的として、今年3月にZ世代やお子様をターゲットとした「サク山チョコ次郎なのに!?!」シリーズの「グミ」と「たまごパン（プレーン・メープル）」を発売しました。



認知度拡大のため、SNS（主にX）を活用しフォロワー数は12.1万人（4/30現在）となっており、商品と共にキャラクターの人気も高まっています。

更なる、売上向上や認知拡大を目指してまいります♪



3月26日（サク山チョコ次郎の日）に  
チョコジローとMyMコラボ楽曲「LIL BIT」発表イベント開催

# 社会貢献活動への取り組み



## WFPウォーク・ザ・ワールド2026への協賛・参加

認定NPO法人国際連合世界食糧計画WFP協会(国連WFP協会) 主催のチャリティーイベントであるウォーク・ザ・ワールドが2026年5月10日(日)に横浜みなとみらい地区にて開催され、当社は初協賛・参加いたしました。

当日は社員とその家族を含め、総勢40名が参加する盛況なイベントとなりました。



本イベントは、途上国の子どもたちの飢餓をなくすことを目的にしたチャリティーイベントで、参加費の一部は国連 WFP が途上国で実施する「学校給食支援」に寄付されます。

「食」のビジネスを展開する当社事業との親和性も高く、  
今後も社会貢献活動の一貫として継続的に取り組んでまいります。



# 「第1回 災害食アワード2026」優秀賞受賞！

ShoEi

当社製品「鉄+プルーン」が、

日本食糧新聞社主催「第1回災害食アワード」において、

果物・菓子・飲料部門で優秀賞を受賞いたしました。



本アワードは、“おいしく・安心して・届く” 災害食・災害食関連品の開発・普及に取り組む企業・団体を応援し、災害時でも誰もが安心して口にできる優れた製品を表彰するものです。

今後もプルーンの持つ可能性を活かした商品を通じて、

皆様の健やかな生活に貢献してまいります。



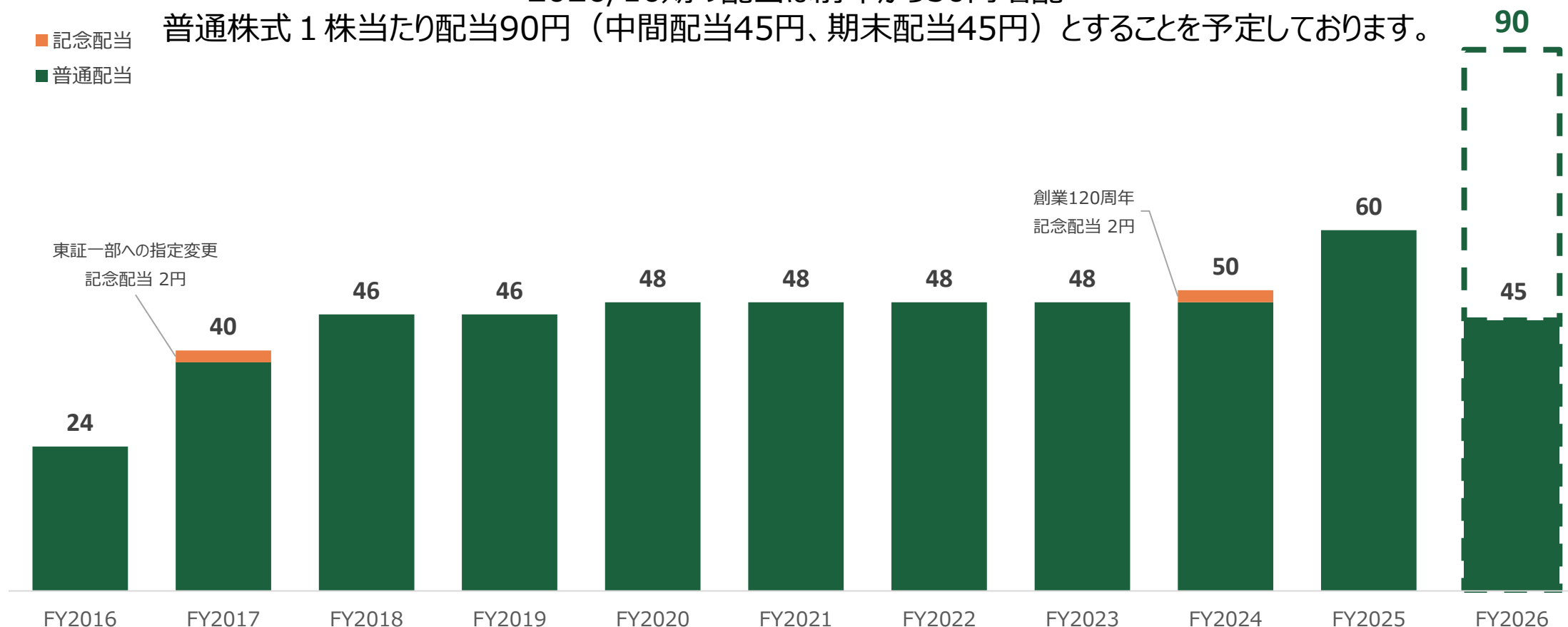
# 株主還元方針

- ◆ 利益配分につきましては、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と位置付け、安定的な配当を維持することを基本方針とし、また、中長期的な成長を実現するための事業投資と、内部留保の水準などを考慮した総合判断のうえ、中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を行うこととしております。

2026/10期の配当は前年から30円増配

普通株式 1株当たり配当90円（中間配当45円、期末配当45円）とすることを予定しております。

■ 記念配当  
■ 普通配当



# ※将来見通し等に関する注意事項

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の将来予想と異なる結果になることがある点をご認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できるといわれる各種データに基づいて作成されておりますが、その正確性、完全性を当社が保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。