

2012年3月期 決算説明会

おいしさ、ふれあい。
フコ。リマム

2012年 5月25日

目 次

I.2012年3月期業績	(P.2~P.11)
II.中期経営計画(ローリングプラン) (2012年度~2014年度)	(P.12~P.19)
III.ご参考資料	(P.20~P.27)

2012年3月期業績

1.2012年3月期業績

【連結損益】

(百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	売上比	前期比
売上高	251,005	271,222	100.0%	108.1%
営業利益	6,766	7,327	2.7%	108.3%
経常利益	7,001	7,554	2.8%	107.9%
税金等調整前当期純利益	5,277	6,957	2.6%	131.8%
当期純利益	3,195	4,497	1.7%	140.8%

【セグメント別損益】

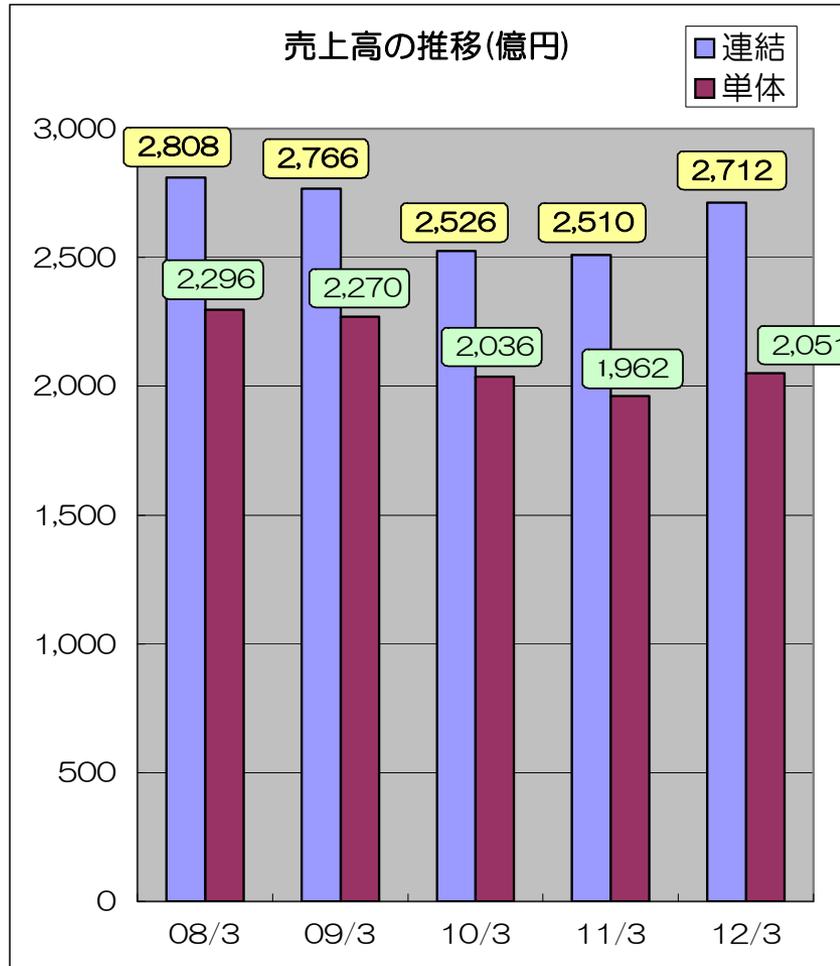
(百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	前期比	
売上高	食肉事業本部	86,714	87,415	100.8%
	加工食品事業本部	163,949	183,404	111.9%
	その他	341	402	-
営業利益	食肉事業本部	2,235	1,749	78.3%
	加工食品事業本部	4,204	5,544	131.9%
	その他	327	33	-

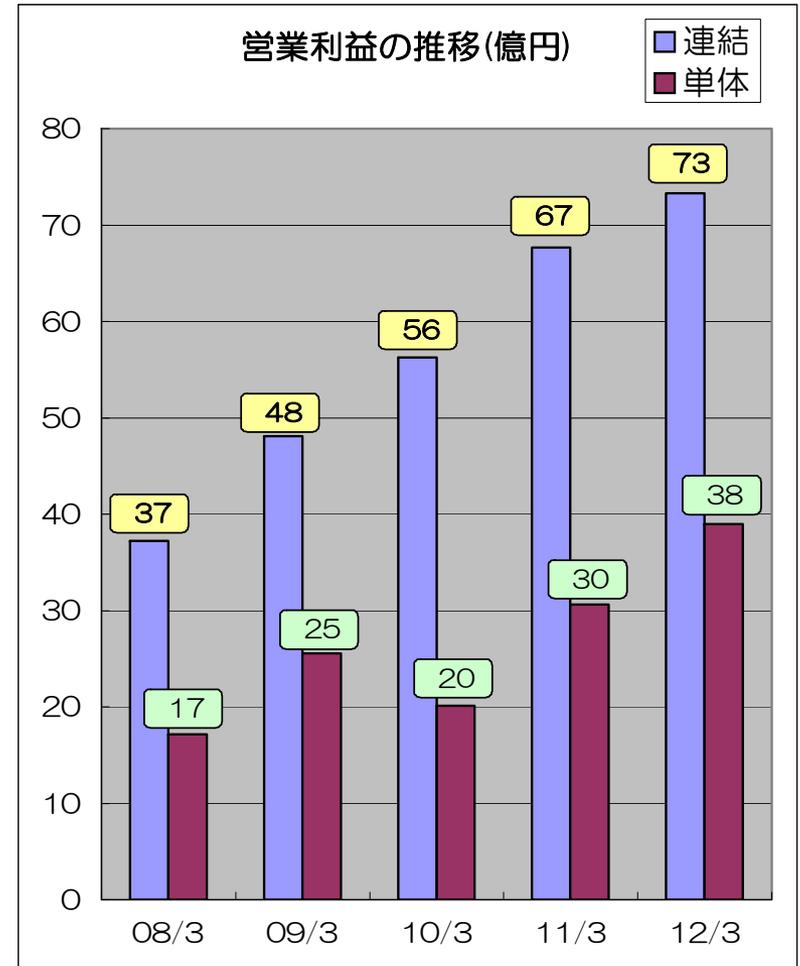
【個別損益】

	2011年3月期	2012年3月期	売上比	前期比
売上高	196,275	205,159	100.0%	104.5%
営業利益	3,062	3,897	1.9%	127.3%
経常利益	3,321	4,086	2.0%	123.0%
税引前当期純利益	2,667	3,778	1.8%	141.7%
当期純利益	2,592	3,374	1.6%	130.2%

2.業績の推移



(注) 1 億円以下切り捨て



(注) 1 億円以下切り捨て

3-(1).2012年3月期 食肉事業本部の状況

事業環境

- 牛肉セシウム汚染問題以降の食肉消費の低迷
- 食肉の現地相場高、為替の豪州ドル高
- 国産豚肉相場の乱高下
- 鶏肉の市場在庫拡大

施 策

成 果

○輸入牛肉・輸入豚肉の拡販

- ・ 輸入牛肉販売数量 昨年比111%
- ・ 輸入豚肉販売数量 昨年比108%

○惣菜チャンネルへの拡販

- ・ チルド対応商品(とんかつ、から揚げ等)の販売拡大

○海外一次加工品(スライス
 済パック)の開発と拡販

- ・ メキシコ産豚一次加工品の販売



店頭での省力化、簡便性を追及

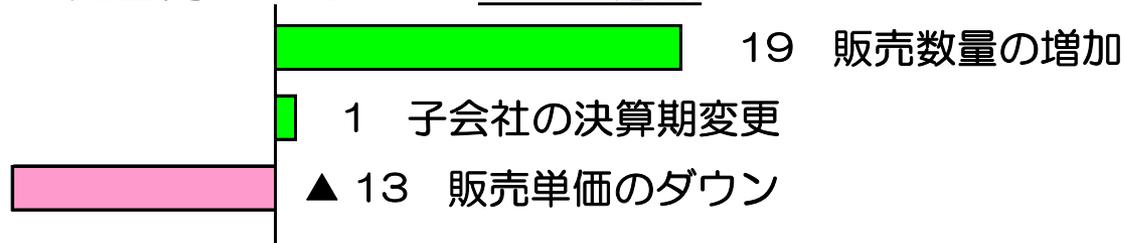
3-(2).2012年3月期 食肉事業本部の状況2

損 益		(百万円)	
	2011年3月期	2012年3月期	前期比
売上高	86,714	87,415	100.8%
営業利益	2,235	1,749	78.3%

収益の増減要因

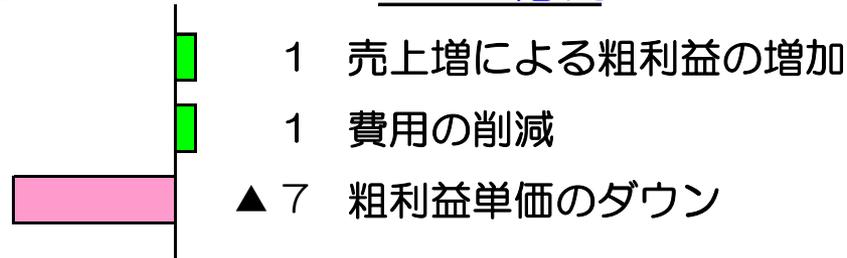
★売上高の増加

7 億円



★営業利益の減少

▲ 5 億円



4-(1).2012年3月期 加工食品事業本部の状況

事業環境

- 節約志向による内食の増加
- 低価格志向による販売価格の低迷
- 重油・包装資材の値上がり、羊腸の不足と価格高騰
- 為替の円高

施 策

- 重点商品を中心に販売活動を集中
- 創業80周年のキャンペーン販売促進策の展開

成 果

- ・販売構成比70%超
- ・商品規格数10%減
- ・新規取引、取引の拡大
- ・TDLプライベートパーティキャンペーン
- ・TVCM、トレインチャンネル

ハムソー販売数量
昨年比108%
 加工食品販売数量
昨年比106%

- 省人化推進と数量拡大

- ・本体4工場の「人・時生産性」

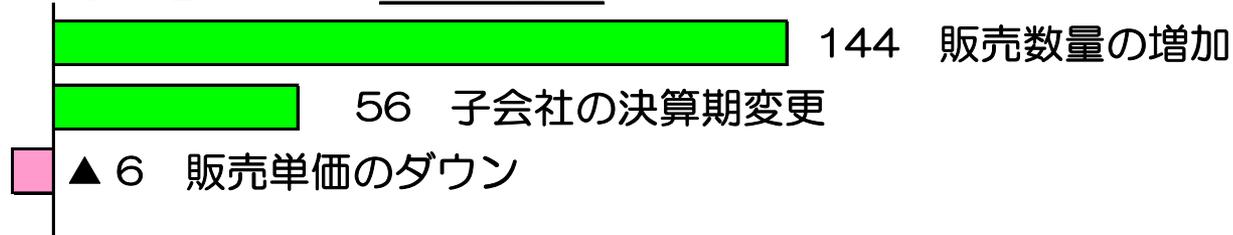
昨年より
9%アップ

4-(2).2012年3月期 加工食品事業本部の状況2

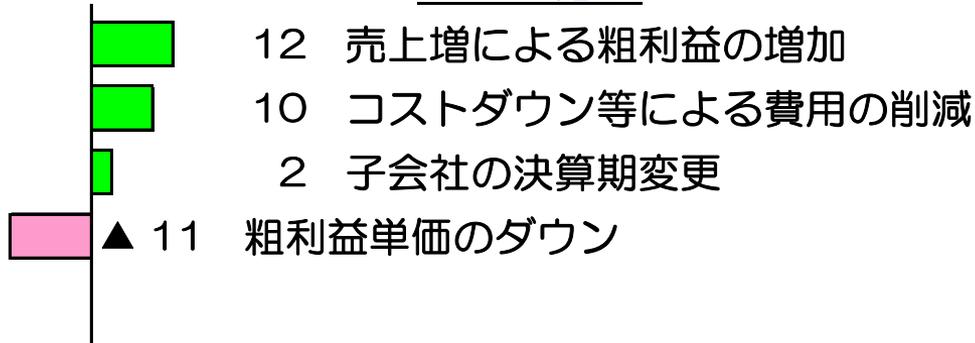
損益		(百万円)	
	2011年3月期	2012年3月期	前期比
売上高	163,949	183,404	111.9%
営業利益	4,204	5,544	131.9%

収益の増減要因

★売上高の増加 194 億円



★営業利益の増加 13 億円



5.2012年3月期末 連結貸借対照表

(百万円)

	2011年3月期末	2012年3月期末	増 減
流動資産	47,065	52,693	5,628
固定資産	50,617	53,781	3,164
総資産	97,682	106,475	8,793
流動負債	43,765	49,031	5,266
固定負債	21,957	20,836	▲ 1,121
負債合計	65,722	69,867	4,145
株主資本	24,377	28,255	3,878
その他の包括利益 累計額	2,314	2,890	576
少数株主持分	5,268	5,461	193
純資産合計	31,960	36,607	4,647
負債純資産合計	97,682	106,475	8,793

【資産の部】

- ・売上債権の増加 50億95百万円
- ・棚卸資産の増加 13億57百万円
- ・有形固定資産の増加 22億73百万円

【負債・資本の部】

- ・仕入債務の増加 48億8百万円
- ・短期借入金の減少 18億80百万円
- ・利益剰余金の増加 38億78百万円

6.2012年3月期 キャッシュ・フロー、各種経営指標

【連結キャッシュ・フロー計算書】

(百万円)

	2011年3月期	2012年3月期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	10,844	9,671	▲ 1,173
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 4,512	▲ 6,801	▲ 2,289
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 5,866	▲ 3,238	2,628
現金及び現金同等物の期末残高	11,098	10,745	▲ 353

【営業活動キャッシュ・フロー】

- ・税金等調整前四半期純利益の計上
69億57百万円
- ・減価償却費の計上
43億 6百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
64億52百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・短期借入金の減少
18億76百万円
- ・長期借入金の調達
38億円
- ・長期借入金の返済
40億29百万円

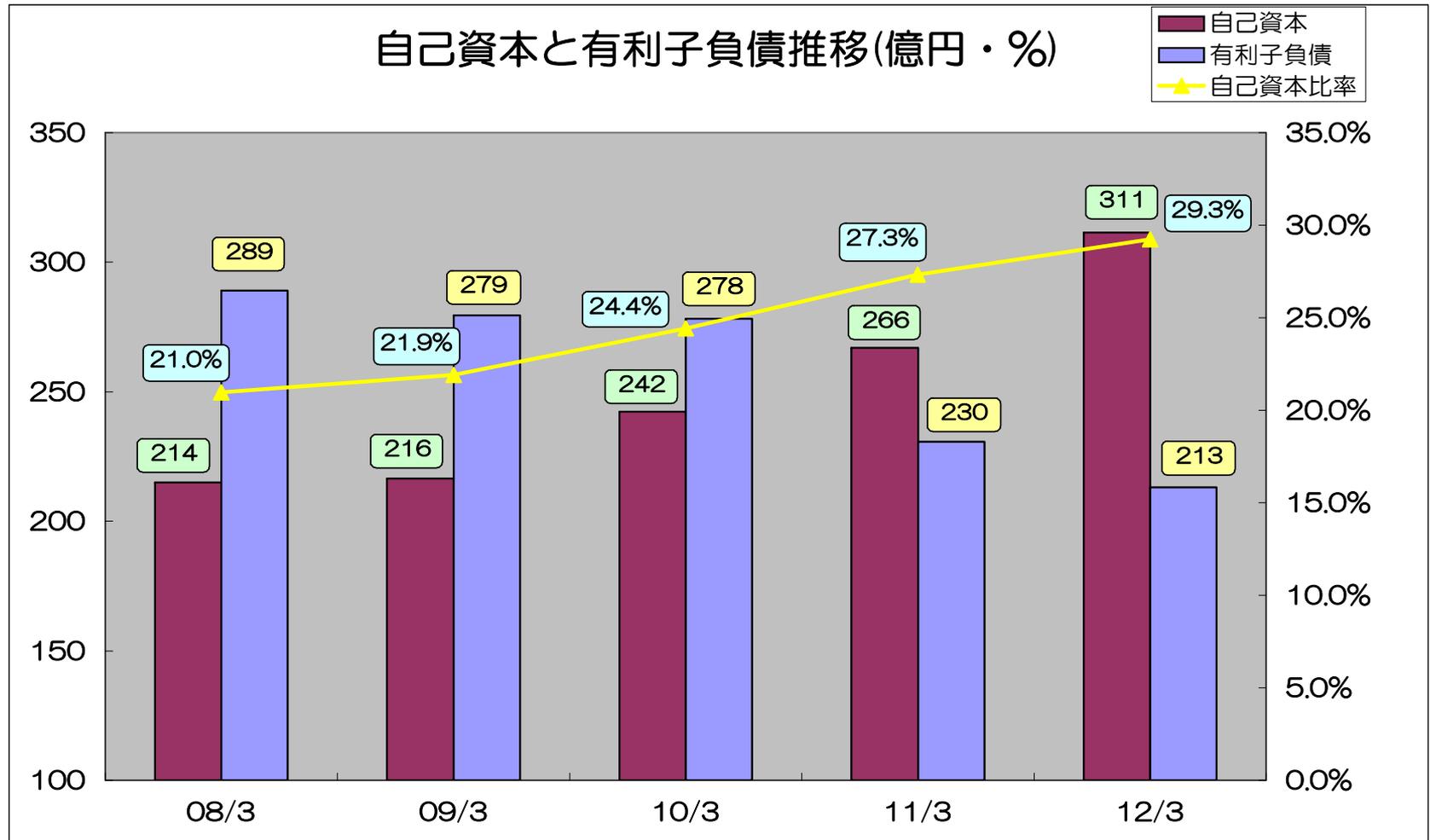
【各種経営指標】

(百万円、%)

	2011年3月期	2012年3月期	増 減
自己資本	26,692	31,146	4,454
自己資本比率	27.33	29.25	1.92
有利子負債	23,640	21,320	▲ 2,320
有利子負債比率	0.89	0.68	▲ 0.21

*純資産合計から少数株主持株分を除いたものを自己資本としています。

7.自己資本と有利子負債の推移

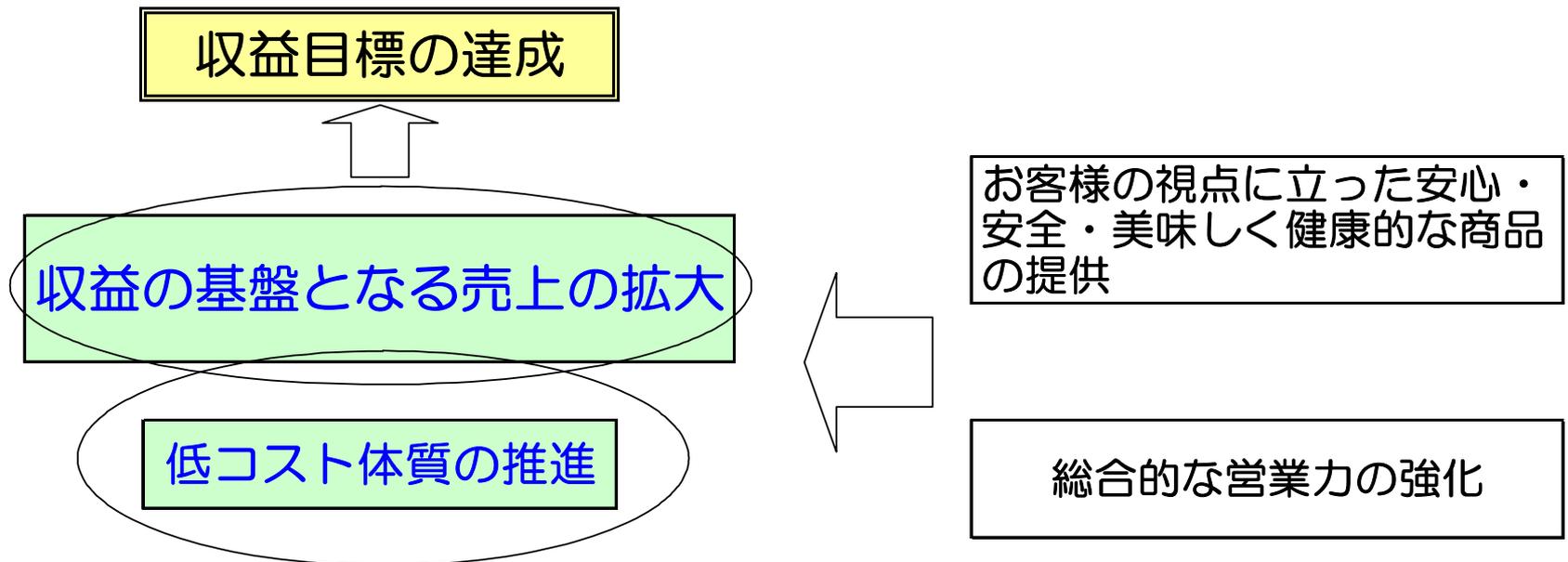


(注) 1 億円以下切り捨て

中期経営計画（ローリングプラン） （2012年度～2014年度）

1. 経営方針

総合的な営業力強化により、収益の基盤となる売上拡大を具現化し、
「なくてはならない会社」を目指し、
将来的に売上高および利益水準を
2010年度比の2倍規模のグループとする
第一ステップ（2011～2013年度計画）のローリングプランとする。



2.連結損益 中期計画(ローリングプラン)

(単位：億円)

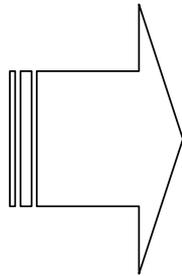
	2012年3月期実績	2013年3月期計画	2014年3月期計画	2015年3月期計画
連結売上高	2,712	2,710	2,790	2,840
見通・前期中計(売上高)	(2,720)	(2,670)	(2,750)	
営業利益	73	61	73	75
見通・前期中計(営業利益)	(65)	(58)	(70)	
経常利益	75	62	74	77
見通・前期中計(経常利益)	(66)	(57)	(70)	
当期純利益	45	41	40	42
見通・前期中計(当期純利益)	(40)	(38)	(36)	

3-(1).事業環境と重点施策(食肉事業本部)

事業環境

- 節約志向、低価格志向による価格競争の激化
- 流通のグループ化・寡占化と店舗の多様化
- 世界的な食糧争奪戦と畜肉相場の乱高下
- 食の安全、安心の確保

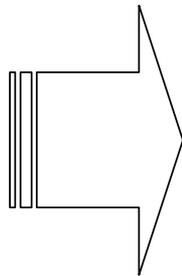
営業力の強化



得意先の変化に合わせた営業体制の構築

- 流通グループ化・寡占化に対応する組織・仕組みの構築
- 外食・中食への取組強化と新興市場(ネット・惣菜等)への参入
- 新規、深耕取組企業の攻略

調達・開発力の強化



グローバルに対応できる調達と商品開発

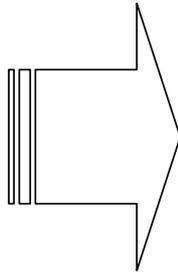
- ハムソー原料・商品のカントリーリスク(疾病、自然災害等)の分散
- 安心・安全の担保された商品の調達
- 安定供給のできるサプライヤーの開拓
- オリジナルブランド、加工生肉の新規商品開発
- 海外での一次加工の開発と拡販

3-(2).事業環境と重点施策(加工食品事業本部)

事業環境

- 節約志向、低価格志向による価格競争の激化
- 流通のグループ化・寡占化と店舗の多様化
- コンビニの出店増とサービス・商品の差別化
- 生産コストの上昇(原材料・補助材料、ユーティリティコスト)

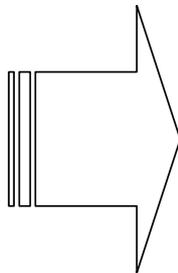
売上の拡大、 シェアアップ



選択と集中で営業力を強化

- コンシューマー、業務用、惣菜チャネルの攻略
 - ↳ 惣菜部の新設
- 重点商品集中販売の継続
- 得意先とのキャンペーンを恒例化し関係強化とシェアアップ

原価低減と コストダウン

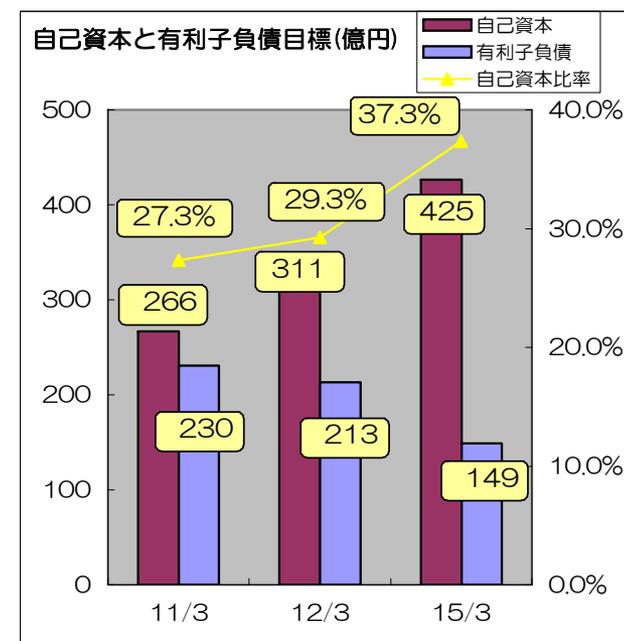


「革新的ものづくり」の継続と生産コスト競争力を強化

- 新技術の開発と工程改革
- 合理化、省人化投資の継続
- 商品数削減による生産効率化
- 生産拠点の整理統合

4.連結貸借対照表 中期計画

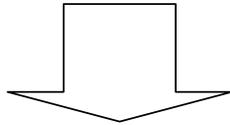
	2012年3月期実績	2015年3月期計画
総資産	106,475	114,300
自己資本	31,146	42,500
自己資本比率	29.3%	37.2%
有利子負債	21,320	14,900
有利子負債比率	0.68	0.35
ROE	14.44	9.88
ROA	4.22	3.67



(注) 1億円以下切り捨て

5.成長戦略

総合的な営業力強化により、収益の基礎となる売上拡大の具現化



中期経営計画

+

成長戦略

伊藤忠グループとのコラボレーションを主とした事業拡大策の進捗、実施状況に応じて中期経営計画の損益計画をローリングさせ、更なる拡大を具現化していく。

5.成長戦略 2

流通サイドへの付加価値を加えたサービスの提供・販売

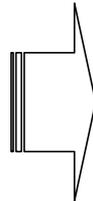


プロセスセンターの拡大

○既存PC 2011年度実績
数量 前年比125%

○食肉事業本部PCセンター構想

伊藤忠グループ内の連携・協業の推進



伊藤忠飼料(株)との業務提携の推進

○豚肉、鶏肉について取引拡大

○種豚の導入テストを実施

相互業務内容の連携による営業・顧客戦略の共有(協業機会の創出)

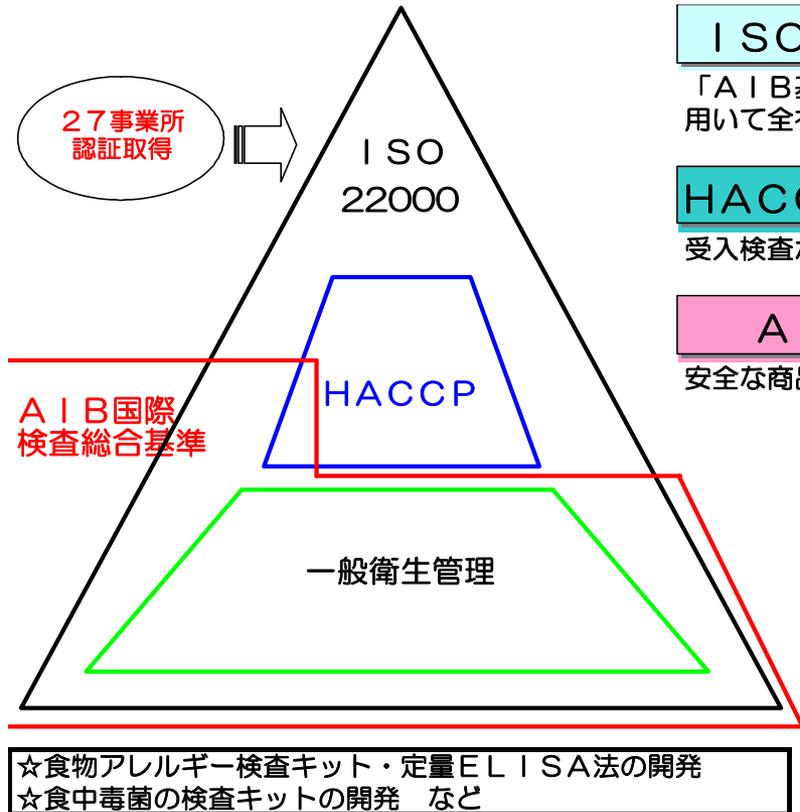
海外におけるハムソー・加食事業の展開

○中国におけるハム・ソーセージ製造販売事業(合弁会社設立)

ご 参 考 資 料

安全・安心な商品の提供(品質管理体制)

健康で豊かな食生活を創造するために
安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく



ISO22000

「AIB基準」、「HACCPシステム」をISO22000の手法を用いて全社的なマネジメントシステムとして運用しています。

HACCPシステム

受入検査から製造工程の状態まで継続的に監視し、安全を確保しています。

AIB基準

安全な商品がつかれるよう製造現場の点検クリーンアップの徹底を図っています。

放射性物質検査体制の整備



「ゲルマニウム半導体検出器」他2種類の検出器を整備

社会と食文化に貢献(環境経営・社会貢献活動)

健康で豊かな食生活を創造するために
 安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく

環境経営

ISO14001による
 環境マネジメントシステムを主軸に展開

省エネ・地球温暖化防止

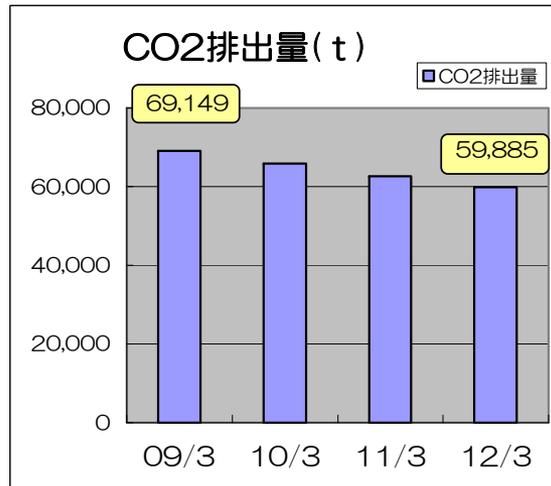
- ★電力使用量の削減
- ★重油使用量の削減
- ★水使用量の削減

廃棄物削減・リサイクル推進

- ☆廃棄物の排出量削減
- ☆廃棄物の再資源化
- ☆OA用紙使用量の削減

その他の活動

- ★環境保全型商品の販売促進
- ★地域環境活動への参画



(対象範囲) グループ11工場

社会貢献活動

国連WFP (世界食糧計画) 協会を支援



一人でも多くの子どもたちに学校給食を届ける

「レッドカップキャンペーン」を応援

東日本大震災に関連して

- 救援物資の提供
- 復興支援キャンペーン
- 義援金



郡山市の子どもたちに
 キャラクターソーセージセットをプレゼント

新商品のご紹介



NEW 燻しシリーズ
 桜のチップで燻した風味豊かな商品



NEW
 ポリュームパックの「味わい造り」に
 フランクフルトが登場



NEW
 洋食屋さんで食べるかのような
 ハンバーグをご家庭に



NEW
 当社のメインブランド「香薫」に
 ベーコンが新たにラインアップ



NEW
 JAS上級のあらびきステーキタイプ
 シューシーな味わいに仕上げました



NEW
 ごはんがすすむじっくり煮込んだ
 やわらか食感

Profile

(2012年3月31日現在)

■ 会社概要

本 社	東京都品川区東品川4丁目12番2号 品川シーサイドウエストタワー	
代 表 者	代表取締役社長 松井 鉄也	
事 業 内 容	ハム・ソーセージ、食肉および 加工食品の製造・販売	
設 立	1948年7月9日	
資 本 金	33億6300万円	
決 算 期	3月31日	
従 業 員 数	2361名(50名減)	
事 業 所	営業拠点 7支店 生産拠点 4工場	43営業所
グループ会社	35社(4社減) 連結子会社 持分法適用関連会社	32社(3社減) 3社(3社減)
企業集団 従業員数	10,694名(438名増)	
グループ拠点	生産拠点 21工場(国内) 6拠点(海外)	

(備 考)
 増減は前年度末(2011年3月31日現在)との比較

■ 会社のあゆみ

1931年9月	金沢市に竹岸ハム商会を開設
1948年7月	高岡市に竹岸畜産工業株式会社を設立
1962年8月	東京、大阪両証券取引所第一部に上場
1965年5月	社名をプリマハム株式会社に変更
1984年3月	東京ディズニーランド公認スポンサーとして参加
2004年4月	三重工場「ISO14001」認証取得
2005年3月	プロ野球「東北楽天ゴールデンイーグルス」 オフィシャルシルバースポンサーとして参加
2005年4月	本社、他生産工場「ISO14001」認証取得
2007年5月	全国4工場(ハム・ソーセージ)「ISO22000」 認証取得
2008年7月	加工食品製造工場、物流部門「ISO22000」 認証取得(計26事業所で認証取得)
2010年4月	プロ野球「東北楽天ゴールデンイーグルス」 オフィシャルゴールドスポンサーとして参加
2011年9月	創業80周年を迎える

経営ビジョン

おいしさ、ふれあい

お客様との絆を大切に、食の「おいしさ」、人との「ふれあい」を通じて楽しく豊かな食の未来を創造する。

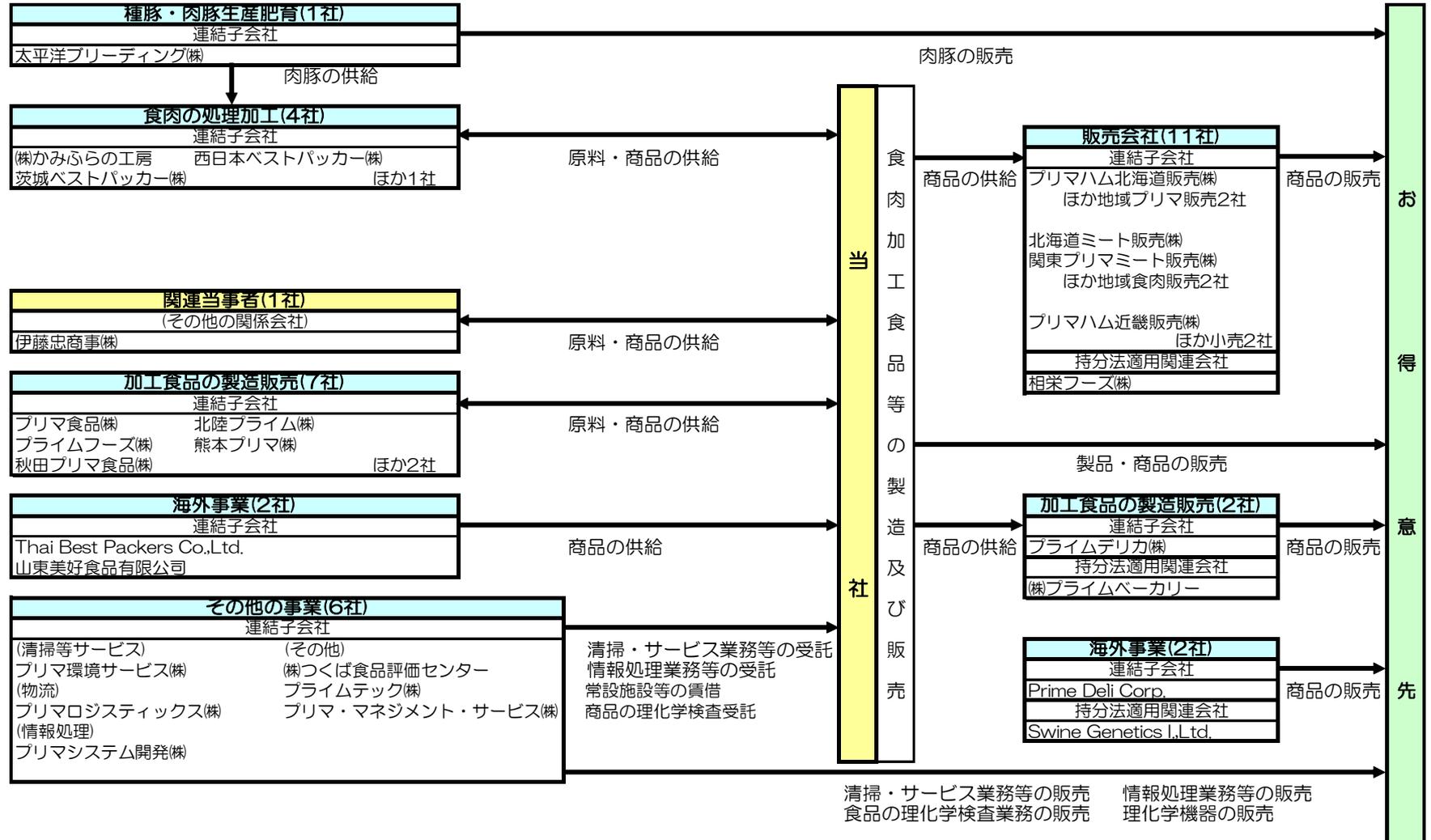
経営理念 —プリマの原点—

- 一、正直で基本に忠実
- 一、商品と品質はプリマの命
- 一、絶えざる革新でお客様に貢献

経営ビジョン

1. 一人一人が想像力、提案力とスピーディーな行動力を発揮し
2. 卓越した商品開発力と技術力を結集して
総合力でお客様に安全でおいしい食品と関連情報を提供し
健康で豊かな食生活に貢献する。
3. 果敢に自己変革して収益力のある総合食品企業に脱皮する。

企業集団の状況 (2012年3月31日現在)



注 意 事 項

本資料における将来の予想等に関する各数値は、現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断や仮定のものであり、リスクおよび不確実性が含まれております。従って実際の業績等は、予想数値と異なる結果となる場合があります。

お問い合わせ先

プリマハム株式会社 総務・広報部

TEL. 03-6386-1800

FAX. 03-5462-1701

ホームページアドレス <http://www.primaham.co.jp/>