

2017年3月期 決算説明会

おいしさ、ふれあい。
アピコ。リマラム

2017年5月24日

目 次

I .2017年3月期業績	(P.2～P.12)
II .中期経営計画(ローリングプラン) (2017年度～2019年度)	(P.13～P.19)
III .ご参考資料	(P.20～P. 29)

I. 2017年3月期業績

(P.2～P.12)

II. 中期経営計画(ローリングプラン)
(2017年度～2019年度)

(P.13～P.19)

III. ご参考資料

(P.20～P. 29)

1-(1).2017年3月期業績1

【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2016年3月期		2017年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売 上 高	361,223	100.0%	363,336	100.0%	100.6%
加工食品事業本部	239,628	66.3%	245,104	67.5%	102.3%
食肉事業本部	121,306	33.6%	117,936	32.5%	97.2%
その他の	288	0.1%	294	0.1%	102.1%
売上原価	310,871	86.1%	303,483	83.5%	97.6%
売上総利益	50,351	13.9%	59,853	16.5%	118.9%
販管費	42,104	11.7%	44,287	12.2%	105.2%
営業利益	8,247	2.3%	15,565	4.3%	188.7%
営業外収益	930	-	859	-	-
営業外費用	401	-	322	-	-
経常利益	8,776	2.4%	16,102	4.4%	183.5%
特別利益	1,703	-	834	-	-
特別損失	450	-	1,599	-	-
税金等調整前当期純利益	10,029	2.8%	15,337	4.2%	152.9%
法人税等	3,275	-	4,803	-	-
非支配株主に帰属する当期純利益	324	-	525	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	6,429	1.8%	10,009	2.8%	155.7%

【主なポイント】

【商品別売上高】 (百万円)

・ハムソー	78,347 (前期比103%)
・加工食品他	59,292 (前期比103%)
・惣菜等	89,896 (前期比105%)
・食肉	135,507 (前期比95%)
・その他	295 (前期比102%)

【売上原価】

・原材料、仕入品比率	2.6% ダウン
・製造費用比率	0.1% アップ
売上高原価率	⇒ 2.5% ダウン

【販売管理費】

・販管費(人件費比率)	0.0% アップ
・販管費(経費比率)	0.5% アップ
売上高販管費比率	⇒ 0.5% アップ

売上高営業利益率 ⇒ **2.0% 増加**

※2016年3月期 事業分量配当金283百万円を考慮

1-(2).2017年3月期業績2

【セグメント別損益】

(百万円)

	2016年3月期		2017年3月期			期首中期計画 比差	期首中期計画
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差		
売上高	加工食品事業本部	239,628	-	245,104	-	102.3%	253,000
	食肉事業本部	121,306	-	117,936	-	97.2%	128,000
	その他	288	-	294	-	102.1%	-
営業利益	加工食品事業本部	10,437	4.4%	14,493	5.9%	4,056	7,500
	食肉事業本部	▲ 2,289	-1.9%	874	0.7%	3,163	1,500
	その他	99	34.4%	198	67.3%	99	-

【個別損益】

(百万円)

	2016年3月期		2017年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差
売上高	272,006	100.0%	269,551	100.0%	99.1%
営業利益	5,583	2.1%	9,744	3.6%	4,161
経常利益	7,145	2.6%	10,657	4.0%	3,512
税引前当期純利益	7,115	2.6%	10,188	3.8%	3,073
当期純利益	4,974	1.8%	7,146	2.7%	2,172

【個別・子会社損益】

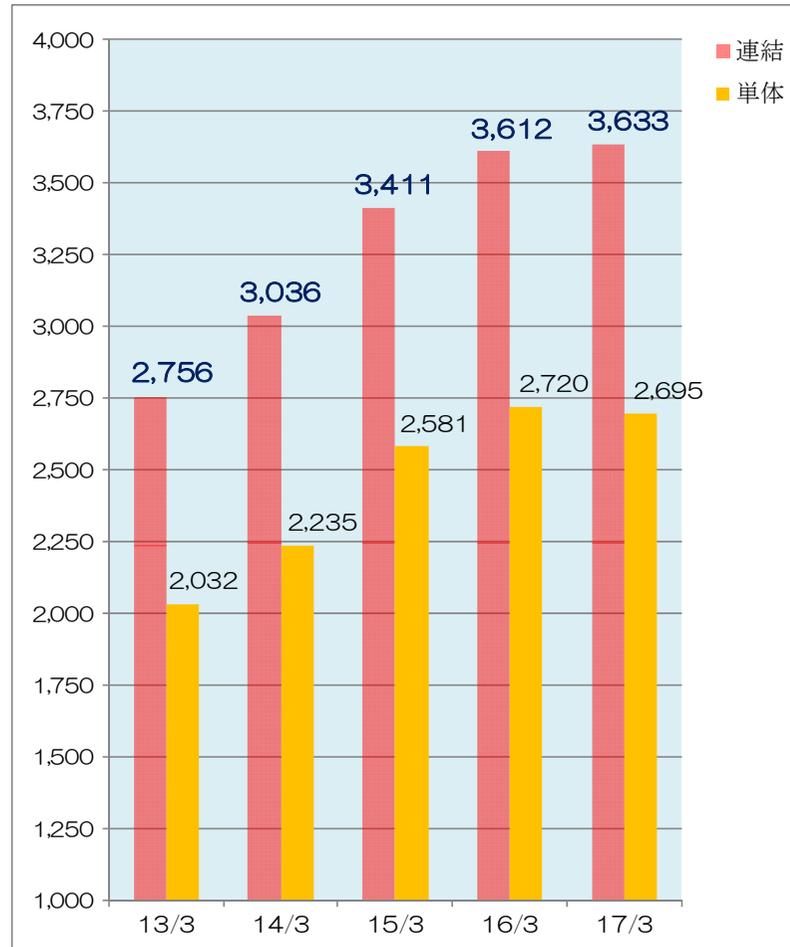
(百万円)

	2016年3月期		2017年3月期				
	売上高	営業利益	売上高	前期比	営業利益	前期差	
プリマハム個別	272,006	5,583	269,551	99.1%	9,744	4,161	
子会社	バンダー(1社)	80,079	405	84,456	105.5%	2,349	1,944
	その他(連結修正含む)	9,138	2,259	9,329	102.1%	3,472	1,213
連結合計	361,223	8,247	363,336	100.6%	15,565	7,318	

2.売上高と営業利益の推移

売上高

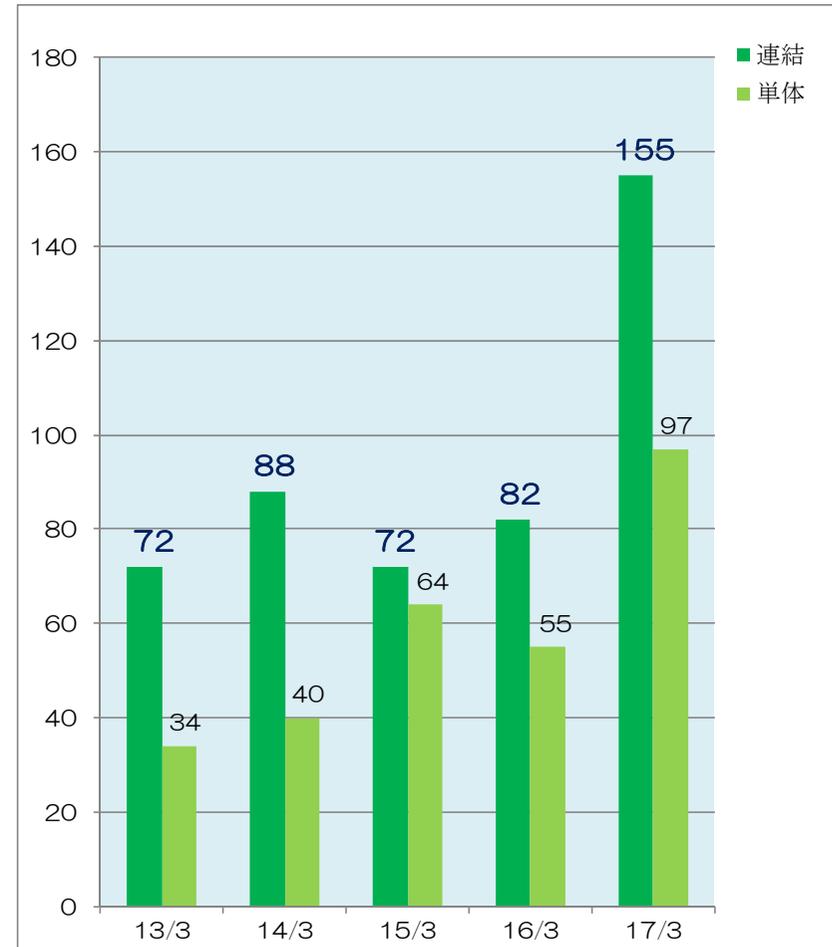
(億円)



(注)1億円未満切り捨て

営業利益

(億円)



(注)1億円未満切り捨て

3-(1).2017年3月期 加工食品事業本部の状況

事業環境

- 将来不安による個人消費の節約層の増加
- 消費動向低迷と食品価格改定
- 円高→輸入商品・原材料・包装資材等の安定
- 雇用環境の変化(賃金上昇、人手不足)
- 健康志向の商品群が好調



ソップリンと
チビップリン

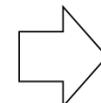
お友だち1,000万人突破！

施 策

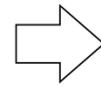
- 重点商品を中心に販売活動を集中
- 販売促進策の展開強化
- 省人化推進と数量拡大
- ベンダー工場の生産基盤拡充と生産性の向上

成 果

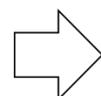
- ・ 重点商品の販売構成比75.8%
- ・ 商品規格数の適正管理
- ・ LINEの活用等、各年代の認知度拡大
- ・ TDL貸し切りプレシャスナイト
- ・ TDLダイヤモンドホースシュープライベートパーティー
- ・ 吉本興業とのタイアップキャンペーン
- ・ LEGOLAND® Japan 株式会社とのパートナー契約
- ・ 本体4工場の「人時生産性」向上
- ・ 茨城ウイナープラントの稼働貢献
- ・ 全国11工場稼働による生産数量拡大と収益の改善
- ・ 相模原第二工場立ち上げと厚木工場からの移管



ハムソー販売数量
前期比104%
加工食品販売数量
前期比106%



前期比6%アップ
茨城11月以降生産性26%、
生産数量36%アップ



売上拡大
前期比105%

3-(2).2017年3月期 加工食品事業本部の状況2

損益		(百万円)		
	2016年3月期	2017年3月期	前期比	前期差
売上高	239,628	245,104	102.3%	5,476
営業利益	10,437	14,493	138.9%	4,056
売上高営業利益率	4.4%	5.9%		



☆販売数量 前年比125%

収益の増減要因

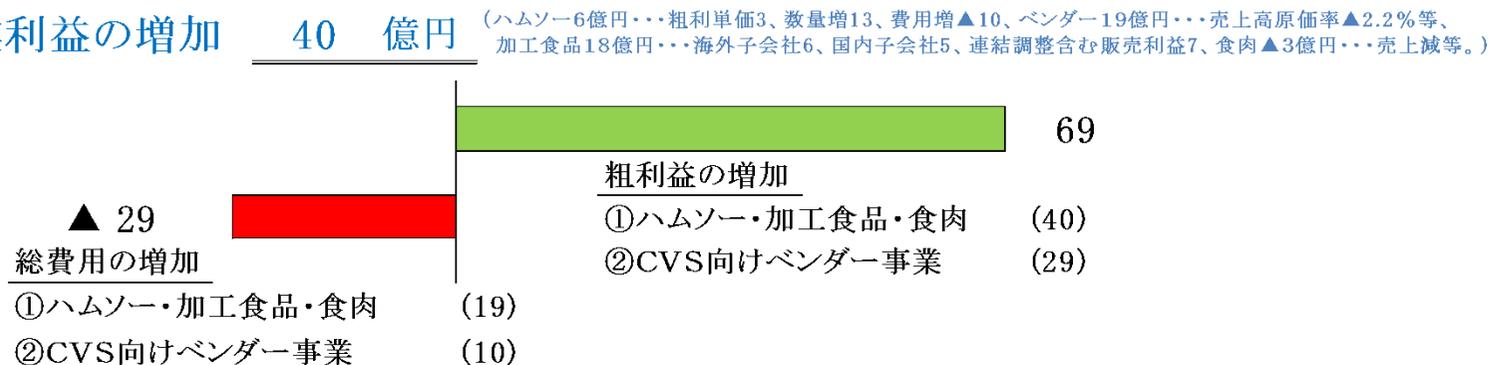
★売上高の増加

55 億円



★営業利益の増加

40 億円



4-(1).2017年3月期 食肉事業本部の状況

事業環境

- 将来不安による個人消費の節約層の増加
- 円高等による販売価格の伸び悩み
- 高値が続いてきた国産豚肉・鶏肉相場の安定
- 国産牛肉供給減少傾向続く
- 輸入プロイラー輸入が不安定に



施 策

成 果

● 営業力の強化

- 1) ナショナルチェーンへの組織対応・全国対応強化
- 2) リージョナル得意先への営業強化
- 3) 新規得意先の開拓

・大口取引先5社計で前年比5%増収

● 商品力の強化

※ オリジナルブランド商品の拡販

・和牛、タイ産米どり等の取扱増

・ハープ三元豚の更なる拡販

● 管理・物流の改善

※ 物流経費の圧縮

・運送費、保管関連経費を5億円節減

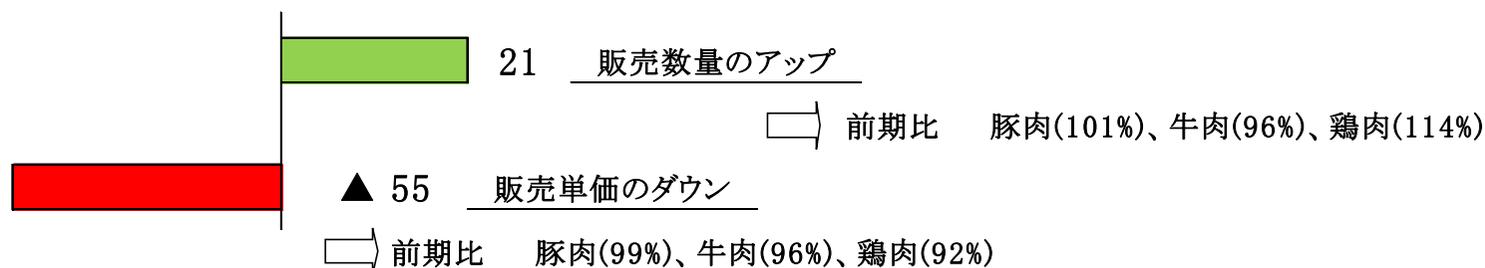
4-(2).2017年3月期 食肉事業本部の状況2

損 益		(百万円)		
	2016年3月期	2017年3月期	前期比	前期差
売上高	121,306	117,936	97.2%	▲ 3,370
営業利益	▲ 2,289	874	-38.2%	3,163
売上高営業利益率	-1.9%	0.7%		

収益の増減要因

★売上高の減少

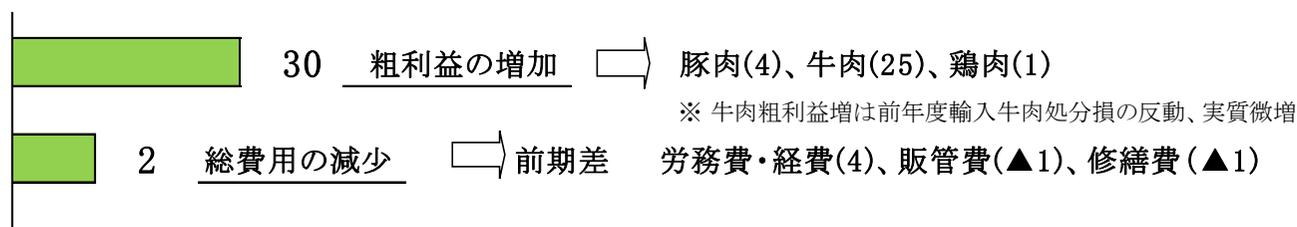
▲ 34 億円



★営業利益の増加

32 億円

(利益単価の増加16億円、販売数量増9億円、保管料等経費削減5億円、子会社利益2億円)



5.2017年3月期末 連結貸借対照表

(百万円)

	2016年3月期末	2017年3月期末	増 減
流動資産	69,241	78,113	8,871
固定資産	84,270	92,806	8,536
総 資 産	153,511	170,919	17,408
流動負債	58,669	60,413	1,744
固定負債	24,812	31,307	6,495
負債合計	83,481	91,721	8,239
株主資本	57,276	66,335	9,059
その他の包括利益 累計額	5,881	5,683	▲ 198
非支配株主持分	6,871	7,179	308
純資産合計	70,030	79,198	9,168
負債純資産合計	153,511	170,919	17,408

【流動資産】

・現金及び預金	130億62百万円
・受取手形及び売掛金	13億58百万円
・棚卸資産の減少	▲64億92百万円

【固定資産】

・有形固定資産の増加	76億21百万円
------------	----------

【負債合計】

・長期借入金の増加	67億13百万円
・支払手形及び買掛金の増加	20億86百万円
・短期借入金の減少	▲35億45百万円

【純資産合計】

・利益剰余金の増加	90億 7百万円
-----------	----------

6.2017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)

	2016年3月期末	2017年3月期末	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	5,209	26,003	20,794
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 12,617	▲ 14,790	▲ 2,173
財務活動キャッシュ・フロー	9,347	1,335	▲ 8,012
現金及び現金同等物の期末残高	6,927	19,468	12,541

【営業活動キャッシュ・フロー】

- ・税金等調整前当期純利益
153億37百万円
- ・減価償却費の計上
70億 1百万円
- ・棚卸資産の減少
64億92百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
133億 5百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・長期借入金の調達
90億
- ・短期借入金の減少
35億円50百万円
- ・長期借入金の返済
22億93百万円

【各種経営指標】

(百万円、%)

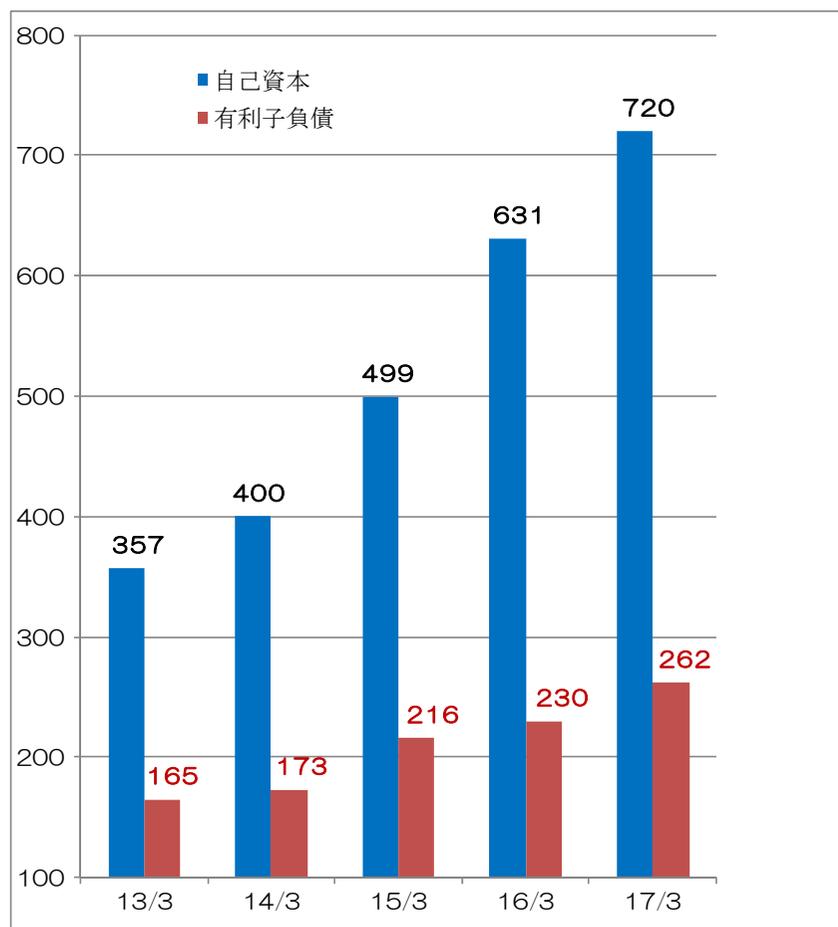
	2016年3月期末	2017年3月期末	増 減
自 己 資 本	63,158	72,019	8,861
自 己 資 本 比 率	41.1	42.1	1.0
有 利 子 負 債	23,025	26,204	3,179
負 債 資 本 倍 率	0.36	0.36	0.00

*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・有利子負債と自己資本比率の推移

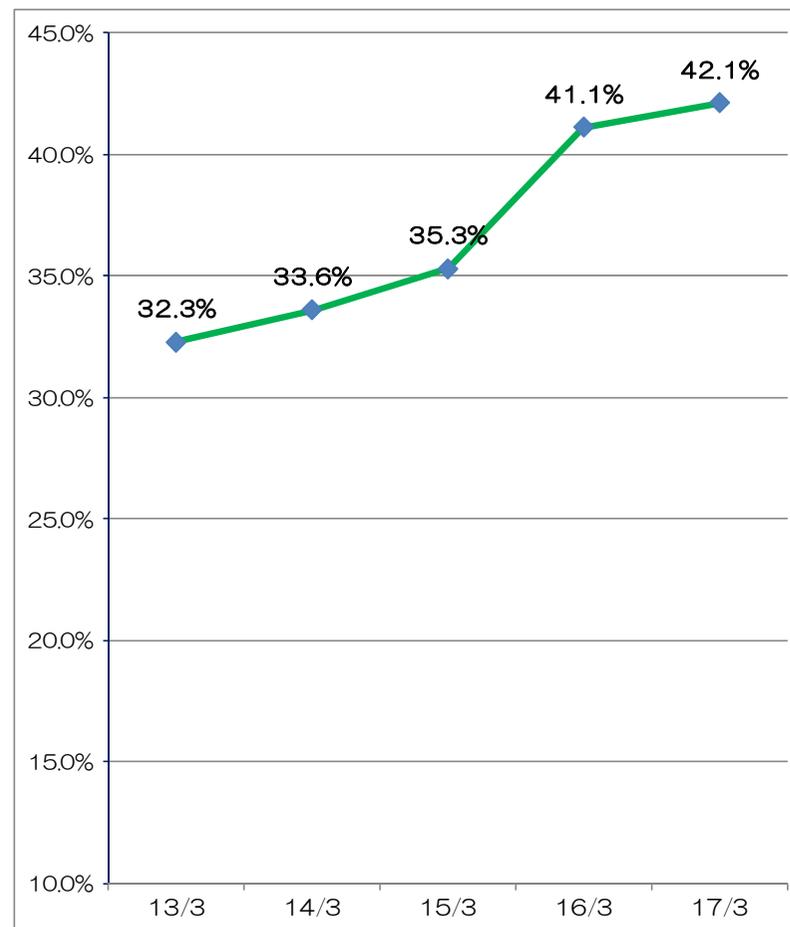
自己資本と有利子負債

(億円)



(注)1億円未満切り捨て

自己資本比率



I .2017年3月期業績

(P.2～P.12)

II .中期経営計画(ローリングプラン)
(2017年度～2019年度)

(P.13～P.19)

III.ご参考資料

(P.20～P. 29)

1.経営方針

総合的な営業力・開発力の強化により、収益の基盤となる売上拡大を具現化し、お客様に必要とされる「なくてはならない会社」を目指す。

将来的に継続した発展をなし得るために、積極的な設備投資による強固な体制を構築し、目標に掲げるローリングプランを達成する。

○基本方針

コーポレートガバナンス強化とCSR推進による継続的な経営革新

品質保証体制の強化継続
人材育成・法令順守・環境保全・内部統制

既存2大事業の領域拡大及び収益基盤の更なる強化

コスト構造改革
営業力強化
消費者視点での商品政策(安心・安全・美味しい・健康)

成長市場に向けた事業創造とグローバル展開

伊藤忠商事とのコラボレーションを主体とした国内外事業展開
革新的生産技術開発
グループ会社との連結経営強化

☆自己資本比率の維持とROE及び配当性向重視の経営

2.連結損益 中期計画(ローリングプラン)

(単位:億円)

	2017年3月期実績	2018年3月期計画	2019年3月期計画	2020年3月期計画
連結売上高	3,633	3,813	4,040	4,250
前回中期計画	3,810	4,010	4,120	
営業利益	155	130	141	145
前回中期計画	90	99	117	
経常利益	161	131	140	145
前回中期計画	86	97	117	
当期純利益	100	90	91	92
前回中期計画	54	60	75	
注) 当期純利益は、「親会社株式に帰属する当期純利益」				
設備投資額	171	154	96	158
前回中期計画	239	123	78	
減価償却費	70	79	86	102
前回中期計画	79	89	86	

3.2018年3月期(2017年度)の見通し

		2017年3月期実績		2018年3月期見通し		前期比差
		第2四半期累計	通 期	第2四半期累計	通 期	
加工食品	売上高	121,369	245,104	128,600	261,800	106.8%
	営業利益	7,421	14,493	5,500	11,400	▲ 3,093

(百万円、%)

【ポイント】

- ハムソー、加工食品事業 ⇨ 更なる販売数量の拡大によるシェアアップと生産性向上による総費用増の抑制
加工食品子会社へのPI(プライマイノベーション)導入による生産性の向上推進
- CVS向けベンダー事業 ⇨ 相模原第二工場の更なる進化(自動化)による生産性向上
機械化による省人化推進と要員の安定確保
設備投資による減価償却費の負担増加

		2017年3月期実績		2018年3月期見通し		前期比差
		第2四半期累計	通 期	第2四半期累計	通 期	
食 肉	売上高	57,927	117,936	58,800	119,200	101.1%
	営業利益	▲ 66	874	700	1,500	626

(百万円、%)

【ポイント】

- 食肉事業の収益改善 ⇨ 商品別採算管理とグループを含めたトータル管理の徹底
得意先と連携した調達から店頭販売までの仕組み構築

4-(1).2018年3月期 事業環境と重点施策(加工食品事業本部)

事業環境

- 高付加価値志向、健康志向、利便性志向の強まりと根強い低価格志向の混在
- 流通のグループ化・寡占化とドラッグストアの伸長
- コンビニエンスストア業界の競争激化によるサービス・商品・質の差別化の深耕
- ますます高まる安全・安心志向と人口構成変化による消費の変化

売上の拡大、 シェアアップ

継続的な数量拡大と収益拡大の実践

- 攻略チャネルの選択と集中
- お得意先様とのキャンペーン恒例化による関係強化
(TDRの活用、TDLの貸切イベント実施とレゴランドジャパンの新たな活用)
- ベンダー事業における開発力強化と生産性の向上
- 全社利益最優先を基本とした販売戦略による売上・数量の拡大
- 販売促進策強化によるメーカーブランド構築

絶対品質確保と ブランド価値の 信頼性構築

「革新的ものづくり」の継続と安心安全が担保できる生産体制の構築

- 新技術の開発と工程改革
- 合理化、省人化投資の継続
- 商品数削減による効率化の推進
- 加食工場へのPI活動導入による安全、品質、コストの改善
- 既存工場能力拡充

4-(2).2018年3月期 事業環境と重点施策(食肉事業本部)

事業環境

- 国産食肉相場は牛肉を筆頭に堅調
- 国際的な仕入れ競争激化によるコストバランス変動
- 消費国としての中国の台頭等、世界規模での畜肉の需給バランス・商流の変化
- 流通のグループ化・寡占化と店舗・販売形態の多様化



営業力の強化

得意先の変化に合わせた営業体制の構築

- 得意先と連携した産地から店頭までのインテグレーションの構築
- 営業本部と連携した食肉販路の拡大
- 伊藤忠グループと連携した営業活動の展開
- 一貫取扱体制の構築・実行によるマーケットシェアの拡大
- 商品知識、情報を活用した提案営業が出来る人材の育成

商品力の強化

環境変化に対応できる調達と商品開発

- 国産食肉、輸入食肉の供給元との連携強化
- 食肉加工事業における副産物の付加価値商品化と拡販
- 自社及び協力産地での産直ギフトの開発推進と新規事業の推進
- グローバルな変化や関税制度変化への対応

5.2017年度(2018年3月期)の取組み

食肉加工拠点の戦略的活用



- ⇒ 農場から店頭まで食肉の生産・加工・供給一貫取扱体制
(インテグレーション)の中核としての機能強化
- ・国内肉豚生産事業の拡充に合わせた加工数量拡大
 - ・注文に応じたカット、包装加工や副産物の付加価値商品化

ハムソー・加食工場の生産性向上



- ⇒ 茨城工場二期工事に向けた準備の徹底
- ・2019年3月の竣工を目指したスケジュール管理の徹底
- 効率化製造の最適化に向けた工場間の生産移管
加食工場へのPI活動の本格導入と定着

ベンダー事業の拡大



- ⇒ 相模原第二工場の更なる進化
- ・省人化を目的とした自動化ラインの確立
 - ・関東地方での販売領域の拡大
- スクラップ&ビルドによる生産能力の維持・向上
熊本プリマ(株)のベンダー事業への業態変更

海外での販売拡大

- ⇒ タイ、中国及び周辺国における販売事業の拡大

I .2017年3月期業績 (P.2～P.12)

II .中期経営計画(ローリングプラン)
(2017年度～2019年度) (P.13～P.19)

III .ご参考資料 (P.20～P.29)

連結損益の推移

【連結損益計算書】

(百万円)

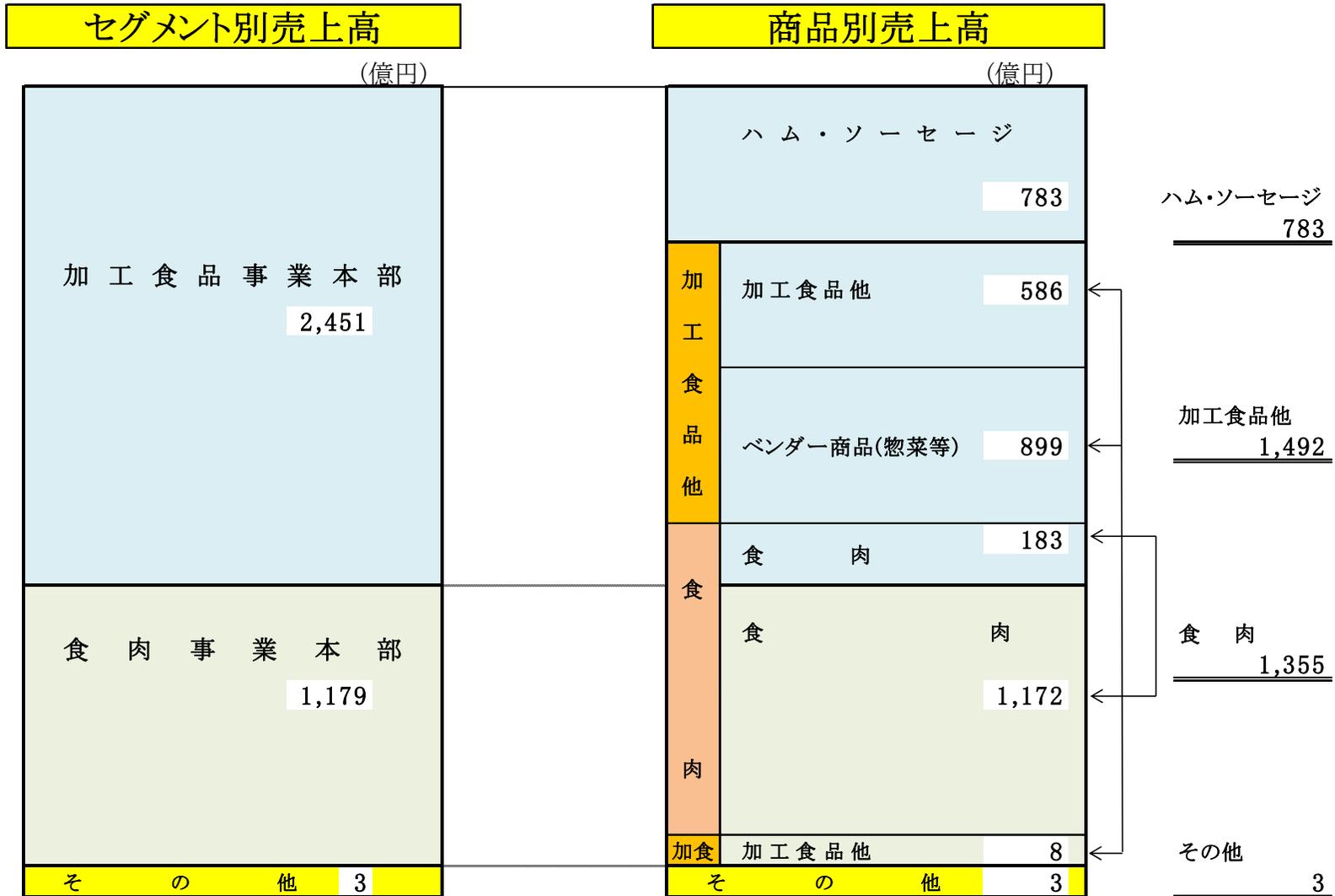
	セグメント	2015年3月期			2016年3月期			2017年3月期		
		上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績
売上高	加工食品事業本部	109,872	117,526	227,398	119,349	120,279	239,628	121,368	123,736	245,104
	食肉事業本部	53,548	59,959	113,507	62,284	59,022	121,306	57,927	60,009	117,936
	その他事業	128	149	277	129	159	288	142	152	294
	合計	163,549	177,634	341,183	181,763	179,460	361,223	179,438	183,898	363,336
売上原価		139,724	153,548	293,272	156,404	154,467	310,871	150,164	153,319	303,483
売上総利益		23,824	24,087	47,911	24,848	25,503	50,351	29,274	30,579	59,853
販売費及び一般管理費		3,676	37,022	40,698	20,955	21,149	42,104	21,828	22,459	44,287
営業利益		3,676	3,537	7,213	4,403	3,844	8,247	7,446	8,119	15,565
営業外損益		388	134	522	298	231	529	266	271	537
経常利益		4,064	3,671	7,735	4,701	4,075	8,776	7,712	8,390	16,102
特別損益		▲ 20	324	304	306	947	1,253	12	▲ 777	▲ 765
税金等調整前当期純利益		4,044	3,995	8,039	5,007	5,022	10,029	7,724	7,613	15,337
親会社株主に帰属する当期純利益		2,188	4,204	6,392	2,847	3,582	6,429	4,775	5,234	10,009

(ご参照) 商品別の売上高

(百万円)

	商品別	2015年3月期			2016年3月期			2017年3月期		
		上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績
売上高	ハムソー	35,996	36,542	72,538	39,763	36,429	76,192	39,416	38,931	78,347
	加工食品他	64,881	67,331	132,212	70,169	72,527	142,696	72,571	76,616	149,187
	食肉	62,544	73,611	136,155	71,703	70,344	142,047	67,309	68,198	135,507
	その他	128	149	277	129	159	288	142	153	295
	合計	163,549	177,634	341,183	181,763	179,460	361,223	179,438	183,898	363,336

5.2017年3月期 売上高比較(セグメント別・商品別)



連結貸借対照表の推移

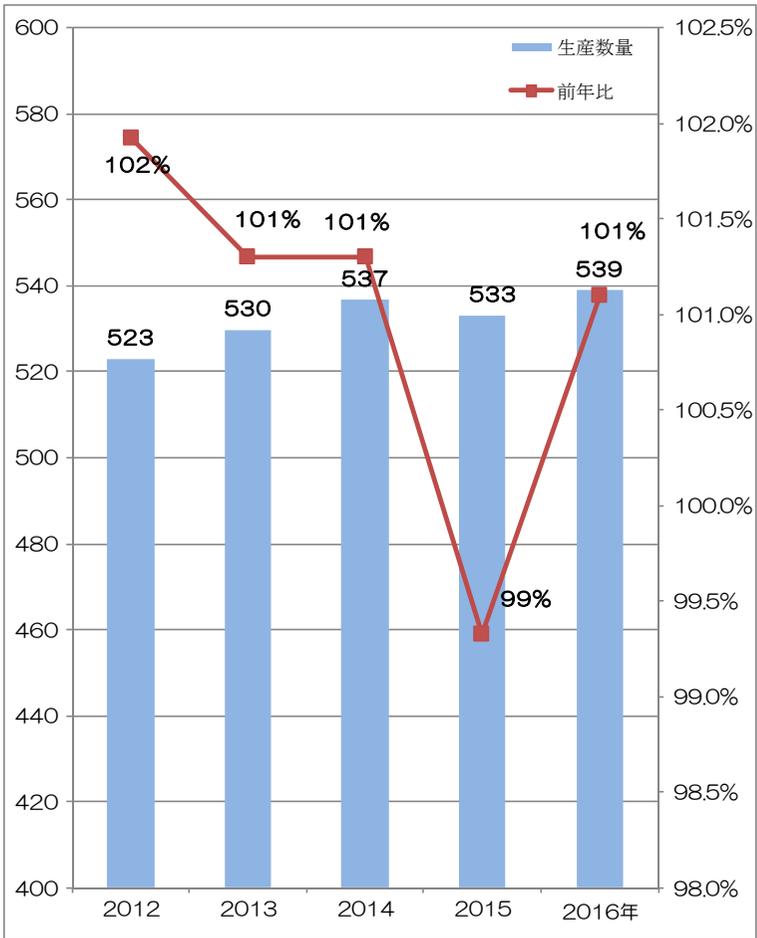
【連結貸借対照表】

(百万円)

	2015年3月期		2016年3月期		2017年3月期	
	上期末実績	年度末実績	上期末実績	年度末実績	上期末実績	年度末実績
流動資産	57,728	61,088	69,770	69,241	69,030	78,113
固定資産	75,682	80,572	81,946	84,270	88,013	92,806
総資産	133,411	141,661	151,716	153,511	157,043	170,919
流動負債	58,744	60,350	60,423	58,669	55,616	60,413
固定負債	24,619	24,783	23,432	24,812	27,072	31,307
負債合計	83,363	85,134	83,856	83,481	82,689	91,721
株主資本	38,349	42,686	54,201	57,276	61,584	66,335
その他の包括利益 累計額	4,507	7,261	6,925	5,881	5,524	5,683
非支配株主持分	7,190	6,578	6,732	6,871	7,245	7,179
純資産合計	50,047	56,526	67,860	70,030	74,354	79,198
負債純資産合計	133,411	141,661	151,716	153,511	157,043	170,919
自己資本	42,856	49,948	61,127	63,158	67,109	72,019
自己資本比率(%)	32.1	35.3	40.3	41.1	42.7	42.1

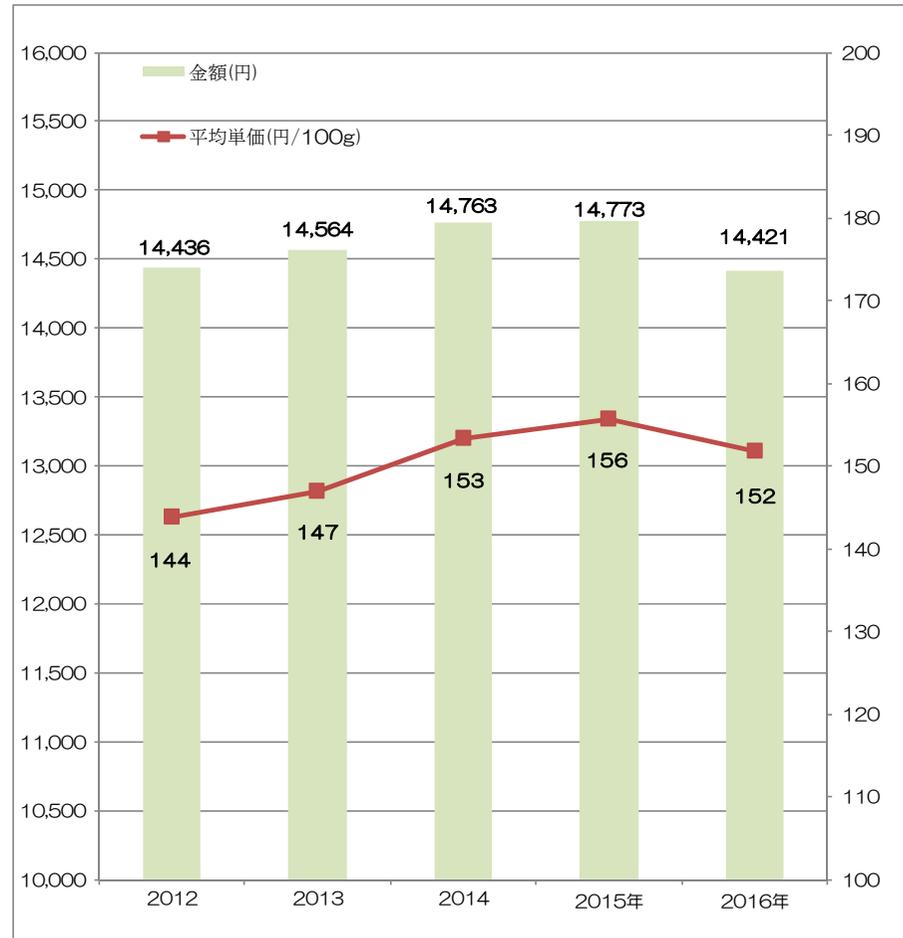
業界動向の資料

(1)ハム・ソーセージ類生産数量(国内)の推移 (千トン)



(備考)日本ハム・ソーセージ工業協同組合による

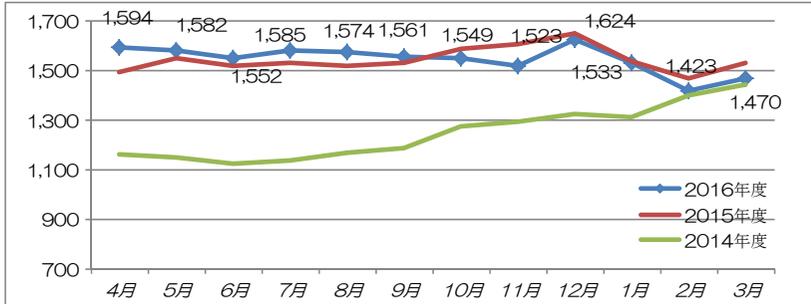
(2)ハム・ソーセージ類の家計消費金額(年間・税抜き)



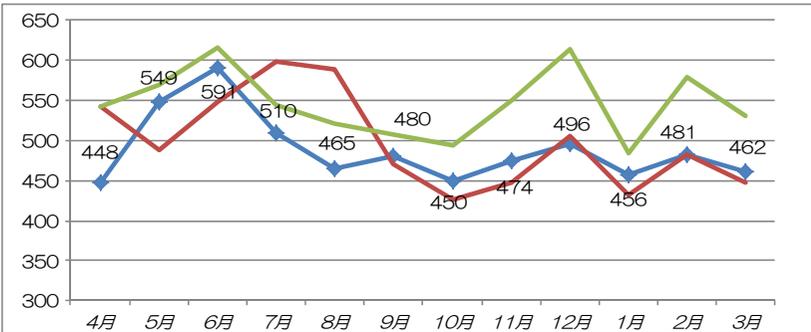
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

業界動向の資料2

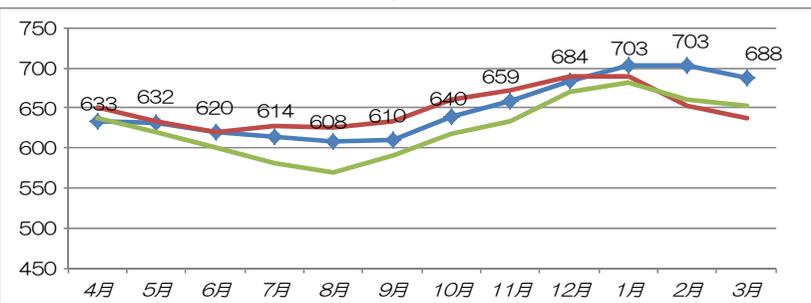
(1) 交雑牛去勢B3の卸売価格(東京)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)



(2) 豚肉の卸売価格(東京・省令)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)

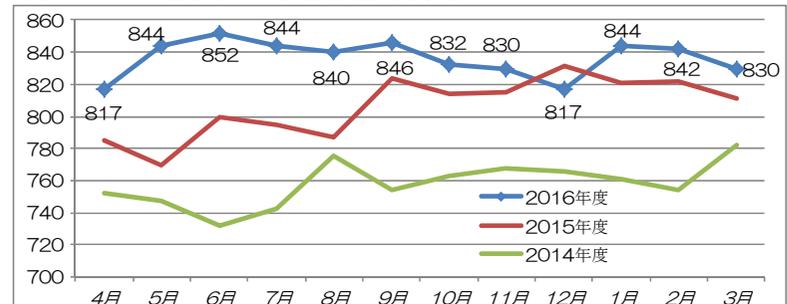


(3) 鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京)税抜 (単位:円/Kg)

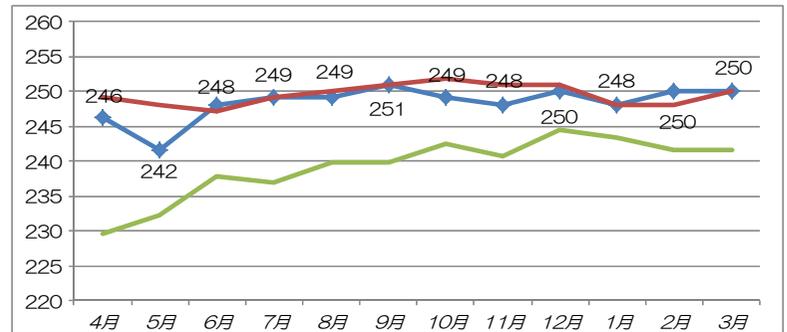


農林水産省(食肉流通統計)

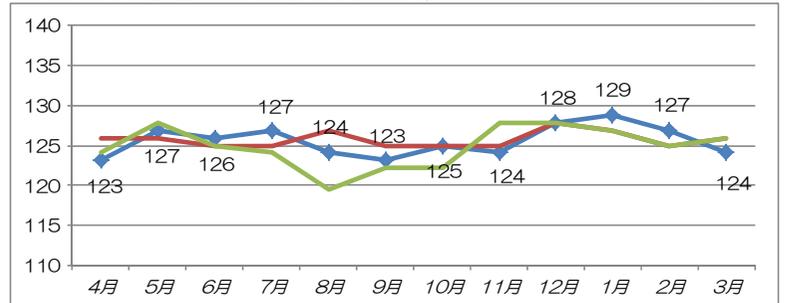
(4) 牛肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



(5) 豚肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



(6) 鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



総務省(小売物価統計調査報告)

Profile

(2017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	79億800万円
決 算 期	3月31日
従 業 員 数	1,937 名(80名減)
事 業 所 (注)	営業拠点 6支店 25営業所 生産拠点 4工場
グループ会社 (注)	35 社 連結子会社 28 社 持分法適用関連会社 7 社
企業集団従業員数	13,112 名(522名減)
グループ拠点	生産拠点 25工場 (国内) 5拠点 (海外)

(備 考)

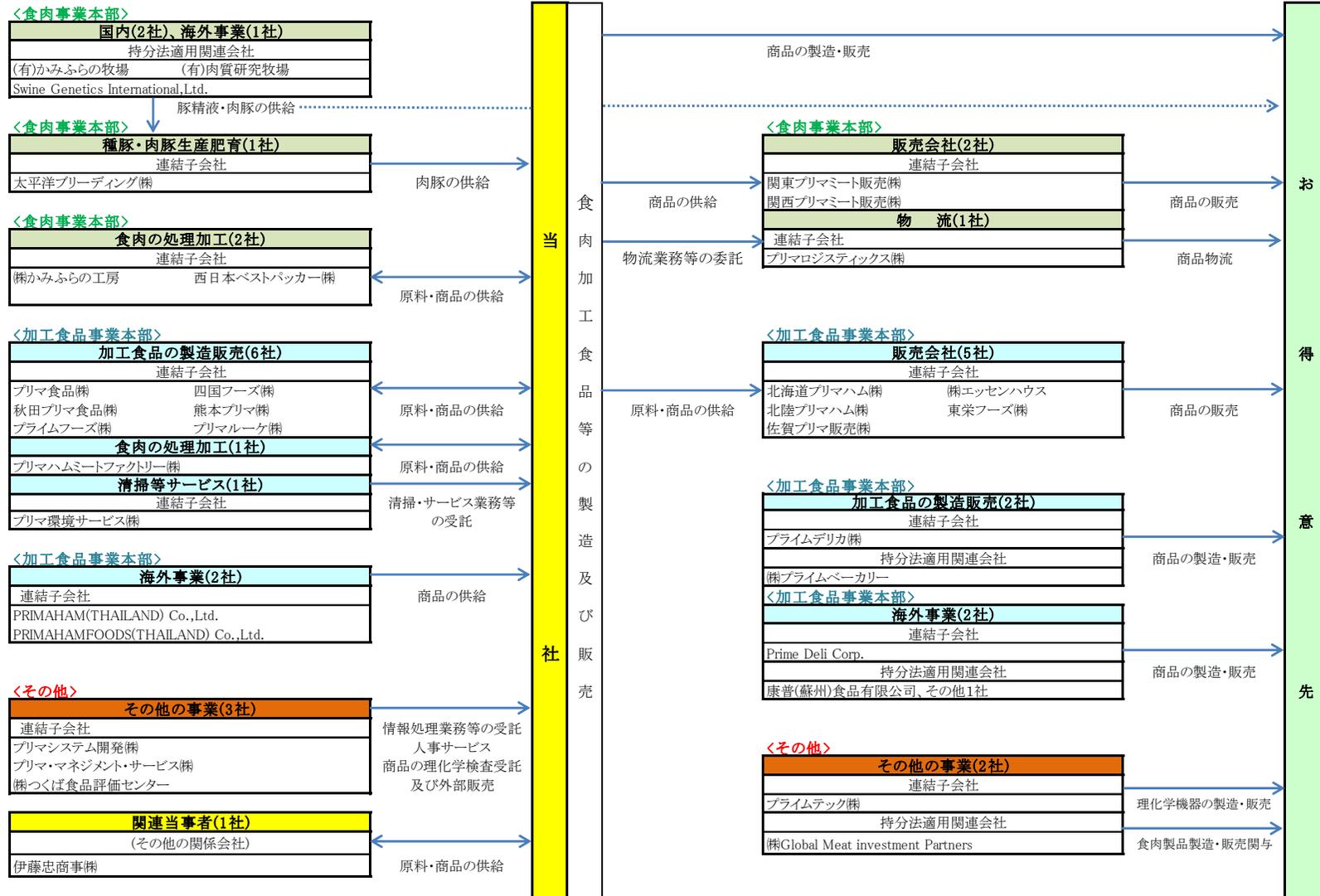
1.増減は前年度末(2016年3月31日現在)との比較

■ 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
2016年12月	LEGOLAND® Japan 株式会社とオフィシャル マーケティングパートナー契約を締結

企業集団の状況

(2017年4月1日現在)



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 ープリマの原点ー

- 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。

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/>