

健康で豊かな食生活を 創造するために

人々の食卓の風景が時代とともに移り変わるなか、プリマハムグループは
絶えざる革新によって安全・安心でおいしい商品をお客さまに提供し続けてきました。
創業88周年を迎えた今、「いつも、ずっと、お客さまに愛され、支持される会社」で
あり続けるために、私たちは新たな成長ステージへ挑み始めています。



CONTENTS

イントロダクション

- 3 プリマハムの「あゆみ」
- 5 プリマハムの「今」
- 7 価値創造プロセス

マネジメントメッセージ

- 9 社長インタビュー
- 13 財務担当役員インタビュー

成長戦略

- 15 中期経営計画
- 17 食肉事業
- 21 加工食品事業

財務・非財務ハイライト

競争力を支える源泉

- 29 品質管理
- 31 調達ネットワーク
- 33 技術開発
- 35 顧客基盤
- 37 人材基盤
- 39 環境マネジメント

事業を支える基盤

- 45 コーポレートガバナンス
- 47 役員一覧
- 49 社外取締役インタビュー
- 51 内部統制・コンプライアンス
- 54 情報セキュリティ
- 55 リスク管理
- 57 財務データ
- 63 会社情報・株式情報

編集方針

株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆さまにプリマハムグループの価値創造の姿をよりわかりやすく伝えるため、初の「統合報告書」を作成しました。当社グループの競争優位性や現在のリスク、持続的な企業価値向上に向けた取り組みなどを記載しています。なお、本報告書の作成にあたっては、国際統合報告評議会(IIRC)の開示フレームワークを意識しました。

報告対象範囲など

対象期間：2018年4月1日～2019年3月31日
(一部に対象期間外の内容を含みます)
対象組織：プリマハム(株)およびプリマハムグループ会社
統合報告書に関するお問い合わせ
代表：03-6386-1800

見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載されているデータや将来予測は、本報告書の発行日現在において入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により影響を受けることがありますので、実際の業績は見通しから大きく異なる可能性があることをご承知おきください。また、当社は新しい情報、将来の出来事などに基づき、これらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。

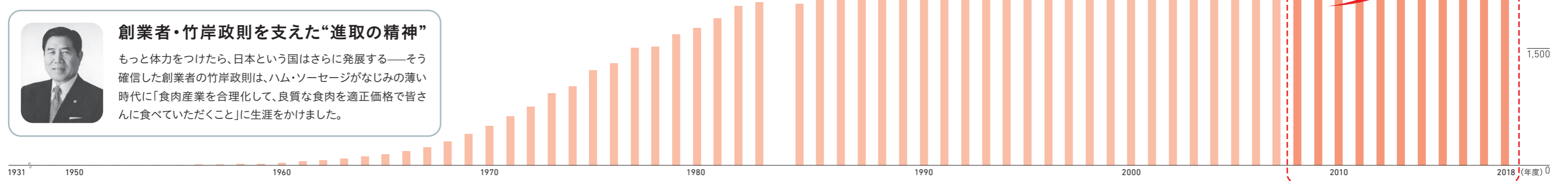
商品と品質はプリマの命

まだ日本人の食肉消費量が少なかった昭和6年(1931年)、創業者である竹岸政則はハム・ソーセージの製造・販売を始めました。以降、「商品と品質を第一」に常に新しいものづくりに挑戦し、食肉事業、加工食品事業へ食の領域を拡大してきました。さらに、国内だけでなく、海外へも事業を広げ、これからも安全・安心でおいしい商品やサービスを皆さまにお届けしていきます。



創業者・竹岸政則を支えた“進取の精神”

もっと体力をつけたい、日本という国はさらに発展する—そう確信した創業者の竹岸政則は、ハム・ソーセージがなじみの薄い時代に「食肉産業を合理化して、良質な食肉を適正価格で皆さんに食べていただくこと」に生涯をかけました。



1931~ 「商品と品質はプリマの命」の原点

地方ではなじみの薄いハム・ソーセージの製造・販売を開始。

1950~ 「売るもつくるもマークはひとつ」

日本の食肉産業界で初めて規格肉の販売を開始した当社は、流通経路を工夫するなど、製造だけでなく、販売も強化。この時の社内標語で選ばれたのが「売るもつくるもマークはひとつ。われらのプリマはわれらで売ろう」というものだった。

1970~ 事業拡大と安全・安心の担保

品質管理で先行する海外企業との提携を基礎として、独自の品質管理体制を構築し、安全・安心かつ斬新なヒット商品を次々と開発。1990年代には海外へ事業を拡大し、原料調達から安全・安心を担保できるネットワークを確立。

2000~ 多様化する顧客ニーズへの対応

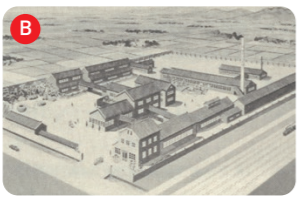
主力商品となる「香薫あらびきポークウインナー」の販売を開始。健康志向商品や簡便性商品など、多様化する消費者志向に対応するため、商品ラインナップの拡充を進めるとともに食の安全を担保するISO国際規格を次々と導入。

- 1931年 金沢市で「竹岸ハム商会」を創業 写真A**
農家出身の竹岸政則は、農家を豊かにするためにも、安くおいしい食肉がたくさん食べられる世の中になろうと決心。ハム製造販売会社など、いくつかの企業で経験を積んだあと、生肉より保存性の高いハム・ソーセージを製造し、委託方式での販売を開始した。
- 1948年 高岡市で「竹岸畜産工業株式会社」を設立 写真B**
戦後の食糧事情が悪いなか、高岡工場(1940年~)で価格を抑え、良質な商品の製造・販売に努める。高岡工場の増設、大阪出張所の開設の後、資本金100万円で株式会社として改めて発足した。

- 1950年 原料肉の輸入を開始**
- 1956年 業界初の規格肉を発売 写真C**
豚枝肉での流通が主流だった時代に、部位ごとにカットした規格肉を発売。流通コストの低減や食肉小売店の作業負担を軽減することに貢献した。
- 1956年 東京出張所を開設**
京都・福井・神戸出張所、大阪工場の開設を経て東京へ進出。
- 1964年 新東京工場(現茨城工場)開設 写真D**
北海道、東京(品川区)、鹿児島、秋田に続き、新東京工場を開設。塩漬工程の改善によって、製造リードタイムの短縮化、品質の向上に貢献。独自の塩漬技術はミート・テクノロジーの先導的役割を向上。
- 1965年 社名を「プリマハム株式会社」に変更**
- 1965年 世界初の冷凍食肉運搬船「プリマ丸」就航**
- 1966年 プリチャンソーセージを発売**
従来高級品のイメージがあった畜肉ソーセージを、幅広い層に向けて発売。1日平均5万本出荷する爆発的人気商品に。

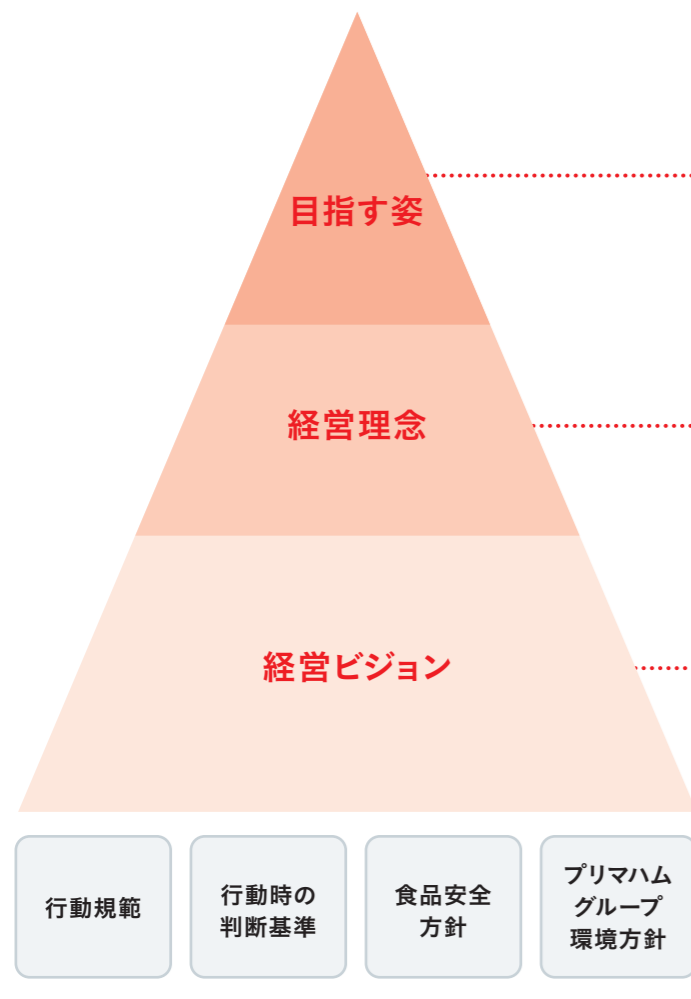
- 1972年 オスカー・マイヤー社(アメリカ)と資本並びに技術提携**
オスカー・マイヤー社の最新鋭の製造技術と徹底した衛生品質管理技術を全国の生産拠点に採り入れる。
- 1974年 「オーフレッシュ」発売 写真E**
オスカー・マイヤー社の革新的な包装技術を組み込んだ日本食肉業界初の本格的なコンシューマパック商品を発売。保存料不使用ながら、鮮度保持に優れ、フレッシュデイト(賞味期限)も業界で初めて商品に表示。
- 1978年 「ジーンズカルパス」発売**
そのまま丸かじりできるファッション性が受け、ヒット商品となる。
- 1980年 三重工場開設**
- 1986年 プライムデリカ(株)を設立**
- 1988年 ティーズ・オーストラリア社に出資**
原料肉の仕入れ体制を強化するため、海外拠点を新設。良質なオリジナルブランド牛を共同開発していく。
- 1989年 プリマ食品(株)を設立 写真F**
ハンバーグから揚げなどコンシューマ向け加工食品を生産開始。
- 1992年 タイと中国に工場を建設、生産子会社を設立**
- 1998年 国内生産拠点でHACCPシステムの認証取得**

- 2002年 「香薫あらびきポークウインナー」発売**
- 2004年 「新鮮!使い切りハーフベーコン」がベーコンカテゴリーで年間売上NO.1に 写真G**
※インテージSCI調べ。ベーコンカテゴリー購入金額シェア(新鮮!使い切りブランド計)
- 2006年 食品安全方針を制定**
- 2007年 ISO22000認証取得**
国内のハム・ソーセージ生産拠点全4工場で取得。以降、加工食品製造工場および物流部門に範囲を広げ認証を取得。
- 2008年 アレルゲンアイ®イムノクロマトシリーズを発売**
工場をはじめ幅広い食品関連事業者で活用。
- 2010年 ジョンソンヴィル社(アメリカ)と販売代理店契約を締結**
- 2014年 プリマハム(タイランド)社 JAS規格製造工場認定取得 写真H**
タイ国内販売向けJAS規格商品の生産を開始。その後プリマハムフーズ(タイランド)社でも認定を取得。
- 2018年 ハイライフポーク、米どりの食肉×加工食品のトータルブランド戦略開始**



社会と食文化への貢献を目指して 食肉・加工食品事業を展開

プリマハムグループは、牛・豚・鶏などの食肉、ハム・ソーセージ、ハンバーグなどに加え、サラダ、スイーツなどのコンビニエンスストア向け商品まで、幅広い商品やサービスを提供することで、社会と食文化への貢献を目指しています。



目指す姿

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。

経営理念

- 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

- 一人一人が創造力、提案力とスピーディーな行動力を発揮し
- 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。
- 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。

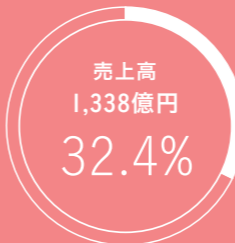
WEB 行動規範
<https://www.primaham.co.jp/company/conduct.html>
 食品安全方針
<https://www.primaham.co.jp/quality/policy.html>
 プリマハムグループ環境方針
<https://www.primaham.co.jp/company/csr/environment.html>

コンプライアンスについては
▶P51

食の安全・安心については
▶P29

環境の保全については
▶P39

食肉事業



養豚関連事業

当社グループ会社および国内協力養豚農場を通じて安全・安心で高品質な種豚・肉豚を生産しています。



食肉の生産・販売

国内外の当社グループ農場やサプライヤーから安全・安心で高品質な食肉を調達し、皆さまへお届けしています。



加工食品事業



ハム・ソーセージの製造・販売

主力商品の「香薫」シリーズのほか、健康志向に対応した「プリマヘルシー」シリーズなど、バラエティ豊かな商品をラインナップしています。



加工食品の製造・販売

ヒットした「サラダチキン」、人気商品の「直火焼ハンバーグ」や「スパイススティック」に加え、レンジで温めてすぐに食べられる「ひと皿のごちそう」シリーズなど、さまざまなシーンに対応した商品を取り揃えています。



コンビニエンスストア向け商品の製造・販売

調理パン、スイーツ、サラダ、軽食、惣菜など、さまざまな商品を、新鮮な状態でお届けしています。



その他

総合人材サービス 人事・総務業務の受託、保険などの販売

情報システム システムの開発、管理、運営、情報セキュリティの確保、維持

研究・技術開発 食品の検査・安全性の確保と検査キットなどの販売
 マイクロコンピュータ関連機器の開発、製造・販売など

持続可能な成長の実現へ

プリマハムグループは、価値の高い商品やサービスを提供するとともに、さまざまな社会課題の解決に取り組みます。
そして、価値創造プロセスの循環により、持続的な成長を続けて、健康で豊かな食生活の実現に貢献します。



健康で豊かな食生活の創造



(2019年3月末現在)

財務資本
総資産
2,038億円

製造資本
生産拠点数
52カ所

人的資本
従業員数
14,940名

知的資本
権利保有特許件数
80件

社会関係資本
取引先総数
3,546件

提供する価値

- 安全・安心な商品
- おいしさ、幸せな時間
- 健康的な身体づくり
- 食品ロス削減
- 環境負荷低減
- 持続安定した株主還元
- 地域社会との共生
- 従業員の自己実現機会

創出した価値の循環による、継続的な資本増強と 企業価値の向上