

価値創造ストーリー

- 09 私たちの存在意義
- 10 私たちのあゆみ
- 11 私たちの強み
- 12 価値創造プロセス

私たちの存在意義

目指す姿

おいしさと感動で、 食文化と社会に貢献



おいしく、
しあわせな時間



地球環境保全



簡単・便利な
食品



健康的な
からだづくり



プリマハムグループは、安全・安心でおいしく、お客様に愛される商品とサービスによって健康で豊かな食生活と日々の感動を提供します。そして、ライフスタイルや環境に寄り添った食文化と、活気ある未来の社会に貢献していきます。創業から90年を超えた今、さまざまな領域にチャレンジし、持続的な企業価値の創造を目指します。

五味・五感を
数値化し、
科学的に分析

時代ごとに異なる
“利便性”を追求

健康成分を
“足し算”した商品を
開発

業界全体での
環境保全活動を推進

プリマハムの 挑戦

▶トップメッセージ

私たちのあゆみ

まだ日本人の食肉消費量が少なかった1931年にハム・ソーセージの製造・販売を開始して以来、多くの方々に「おいしさと感動」をお届けするための挑戦が始まりました。

1931~ 豊かな暮らしへの 貢献を目指し事業をスタート

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。このとき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」というものでした。

1970~ 世界レベルでの 食の安全・安心を追求

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。養豚事業にも着手し、国産豚肉のインテグレーションの礎を築きました。

1980~ 暮らしとともに変化する お客様のニーズに対応

コンビニエンスストア向け専用工場、加工食品、海外の生産拠点を設立し、事業領域を拡大。国内生産拠点では食品安全認証を取得し、さらなる経営基盤の構築を図りました。

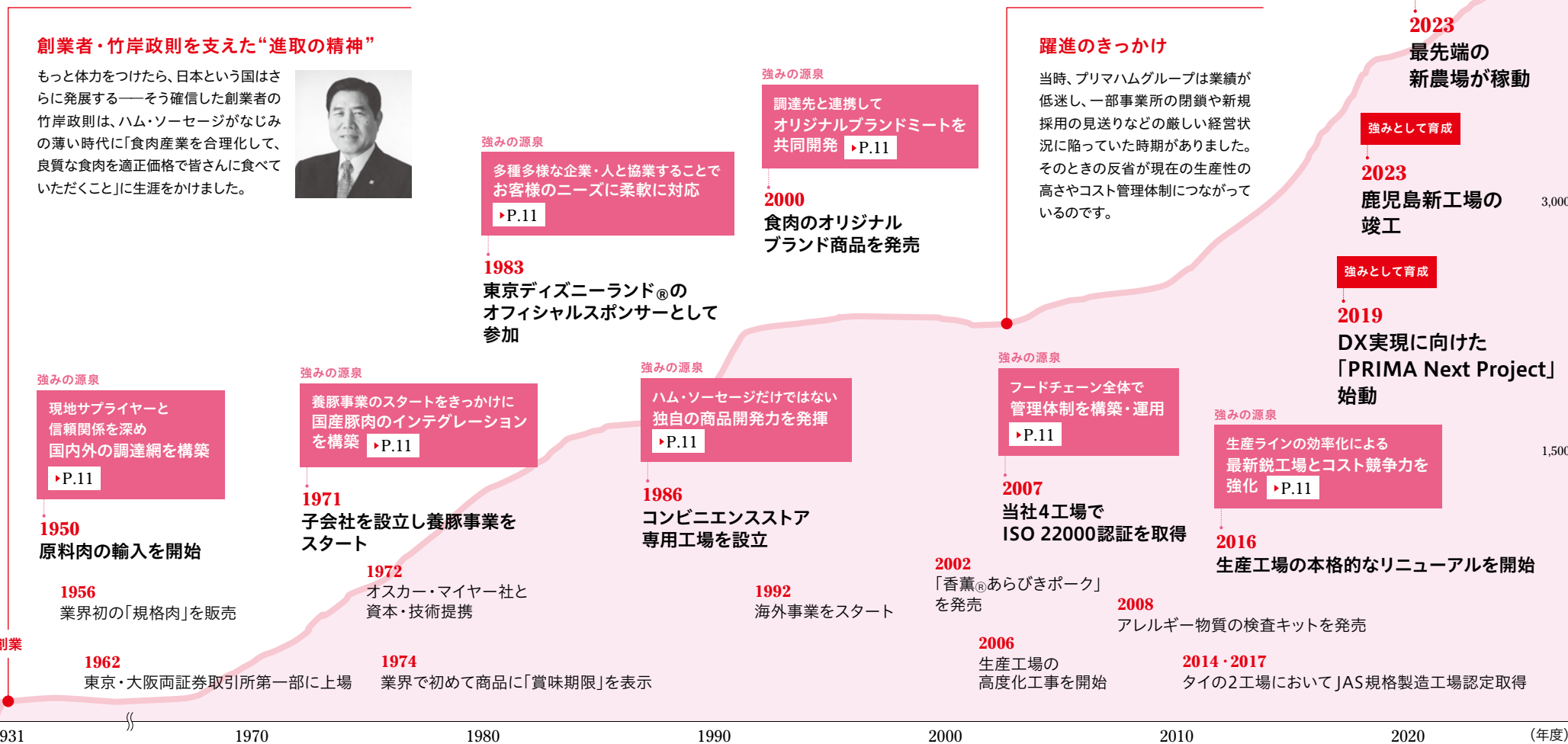
2000~ 事業再建に向けて 徹底した管理体制を構築

厳しい経営環境のなか、当社は一部事業所の閉鎖などの重大な決断を迫られました。経営を再建するために、徹底したコスト管理体制を構築。この取り組みが今日にいたる躍進につながりました。

2020~ 「目指す姿」を実現するために 次なる成長へ

多様化する消費者志向に対応するため、商品ラインアップの拡充を進めるとともに、生産工場の新築や養豚事業の拡大、さらには海外戦略、業務改革と将来の成長のための変革に取り組んでいます。

売上高(億円)



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ら、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「食肉産業界を合理化して、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。



強みの源泉
多種多様な企業・人と協業することで
お客様のニーズに柔軟に対応
▶P.11

強みの源泉
調達先と連携して
オリジナルブランドミートを
共同開発 ▶P.11

躍進のきっかけ

当時、プリマハムグループは業績が低迷し、一部事業所の閉鎖や新規採用の見送りなどの厳しい経営状況に陥っていた時期がありました。そのときの反省が現在の生産性の高さやコスト管理体制につながっているのです。

強みの源泉
フードチェーン全体で
管理体制を構築・運用
▶P.11

強みの源泉
生産ラインの効率化による
最新鋭工場とコスト競争力を
強化 ▶P.11

私たちの強み

90余年にわたる挑戦の歴史のなかで、プリマハムはさまざまな強みを蓄積し、それが“競争力の源泉”となっています。

グループ共通

食の安全管理体制

フードチェーン全体で一貫した管理体制を構築・運用

国際規格であるFSSC 22000、ISO 22000などを取り入れ、商品開発から調達、生産、物流まで一貫した管理体制を構築・運用。また、タイの工場ではJAS規格製造工場認定を取得しています。

認証事業所数
FSSC 22000
16ヶ所

協業による商品・サービスの提供力

多種多様な業種の企業・人と協業してお客様のニーズに柔軟に対応

伊藤忠グループと連携した調達や取引先・調達先との共同開発、外部機関による技術指導、テーマパークへの協賛など、当社グループは多種多様な業種の企業・人と協業し、お客様のニーズに柔軟に対応しています。



国内外の調達網

現地のサプライヤーとの信頼関係によって良質な原料肉を調達

伊藤忠グループの強みをいかし、食肉、ハム・ソーセージ、加工食品などの原料肉を世界各地から調達。調達先と確固たる信頼関係を構築し、当社が要求する品質を満たした原料肉を仕入れています。

海外の調達先
北南米
欧州
アジアなど

加工食品事業



最新鋭工場とコスト競争力

自動化や生産ラインの直線化などによって生産ラインの効率化を実現

茨城工場のウイナープラントとハム・ベーコンプラントは、箱詰め作業の自動化や製造ラインの直線化など生産ラインの効率化を実現するとともに、生産リードタイムも短縮し、高い生産能力を保有。さらに、2023年4月には鹿児島県で新工場が本格稼働しています。



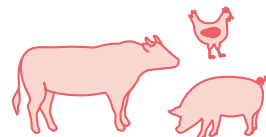
独自の商品開発力

常に市場動向やお客様のご要望を把握してさまざまな生活スタイルや嗜好の変化に対応

ハム・ソーセージ、ハンバーグ、惣菜、調理パン、デザートなど幅広い商品を提供。常に市場動向やお客様のさまざまなニーズに応える高付加価値な商品を開発しています。



食肉事業



国産豚肉のインテグレーション

種豚開発から生産、処理・加工、販売までの一貫体制で「安全・安心・おいしさ」を実現

種豚の開発・繁殖・肥育(生産)から、と畜・解体処理、加工、製品、物流、販売まで、一貫生産体制を構築。さらに2023年夏から出荷を開始した宮城県の養豚農場では、科学的なデータに基づく高い生産性を実現する計画です。

オリジナルブランドミート

日本人の嗜好にあうようなオリジナルの食肉を共同開発

調達先と連携してオリジナルブランドの食肉を提供しており、恵まれた自然環境のなかにある広大な牧場で育った牛・豚・鶏は、お客様からも喜ばれています。例えば、カナダ最大級の養豚企業であるハイライフ社と共同開発した「ハーブ三元豚」は、日本人の嗜好にあうよう3種の品種を掛け合わせ、飼料にはハーブからとれる抽出物を添加しています。



オリジナルブランド数
(2023年9月現在)

14種

価値創造プロセス

当社グループは「おいしさと感動で、食文化と社会に貢献」という目指す姿の実現に向けて、強みをいかした中長期的な戦略に基づき、持続的な成長を追求しています。

企業価値の創出

