

Section 1

価値創造ストーリー

- 08 私たちのパーパス(存在意義)
- 09 私たちのあゆみ
- 10 私たちの強み
- 11 価値創造プロセス

私たちのパーパス(存在意義)

プリマハムグループは、経営理念に基づいた活動を通じて企業価値を高めてきました。変化の激しい時代のなかにおいても食文化を通じた価値を提供し続けるために、私たちは絶えざる革新を続け、社会・環境に寄り添った“豊かな未来づくり”に貢献します。

経営理念 -プリマの原点-

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

健康成分を “足し算”した商品を開発

塩分や糖分を減らす“引き算”だけでなく、たんぱく質や栄養機能を“足し算”する商品の開発を推進。ゆくゆくは当社グループ初の機能性表示食品の開発も検討しています。

▶P.31

環境保全活動を 推進

プリマハムグループは、温室効果ガス排出量の抑制や廃棄物排出量の削減はもちろん、水使用量の削減、プラスチック使用量の削減、生物多様性の保全などに取り組んでいきます。

▶P.33

経営理念の実践を通じて

五味・五感を 数値化し、科学的に分析

官能評価と機器分析を使って、人々が食品を食べて感じる要素である「食感」「風味」「見た目」を数値化し、定量的に評価する“おいしさの見える化”に取り組んでいます。

▶P.20

時代ごとに異なる “利便性”を追求

従来の販売チャネルだけでなく、直接お客様に商品を届ける「ECサイト」の運営を本格化するなど、より多様なニーズにお応えしています。

▶P.18

健康な からだづくり



地球環境保全

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

簡単・便利な 食品



売上高(億円)
4,500

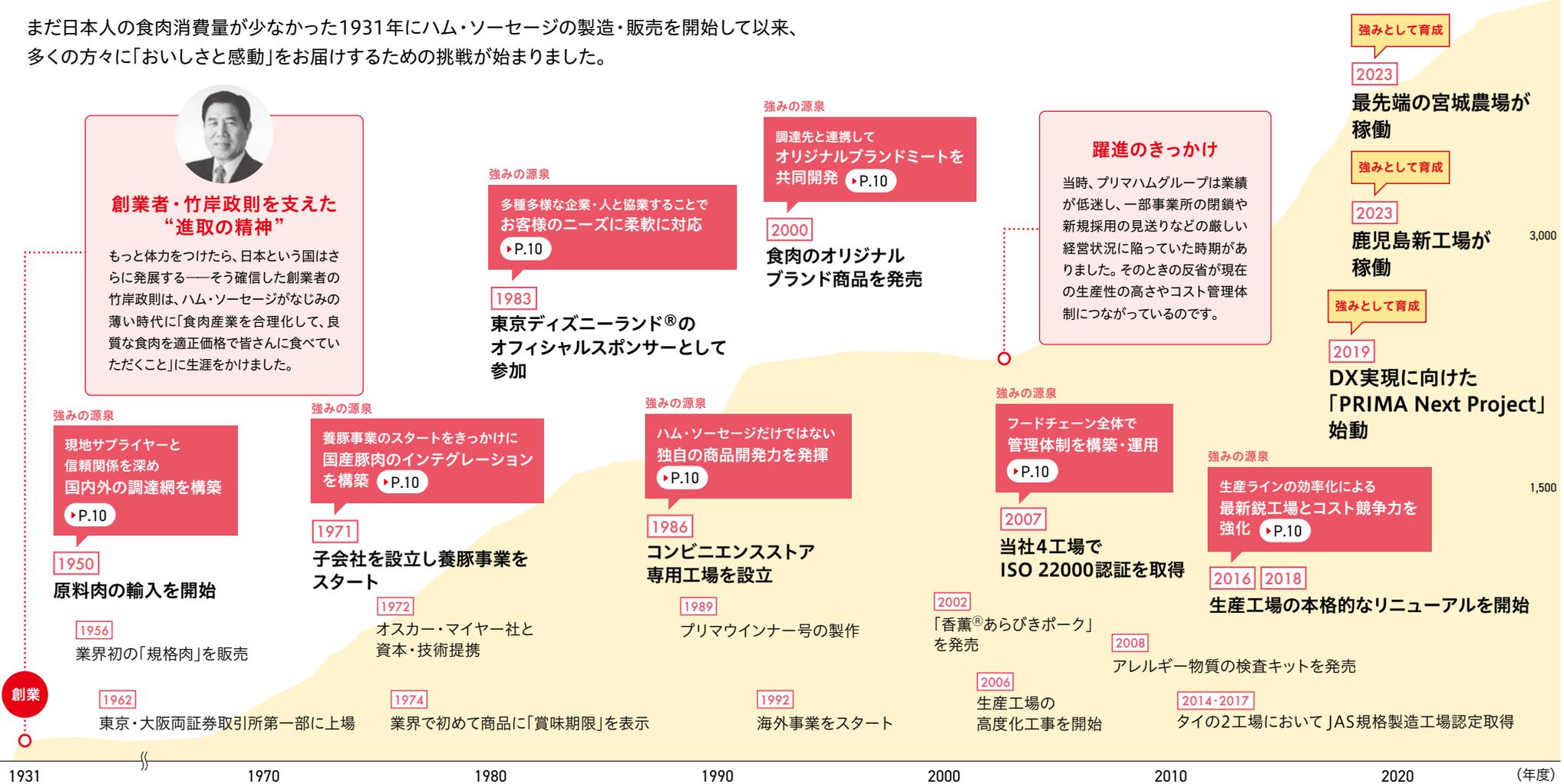
私たちのあゆみ

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。



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。



創業

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、加工食品の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。

トップメッセージ

価値創造ストーリー

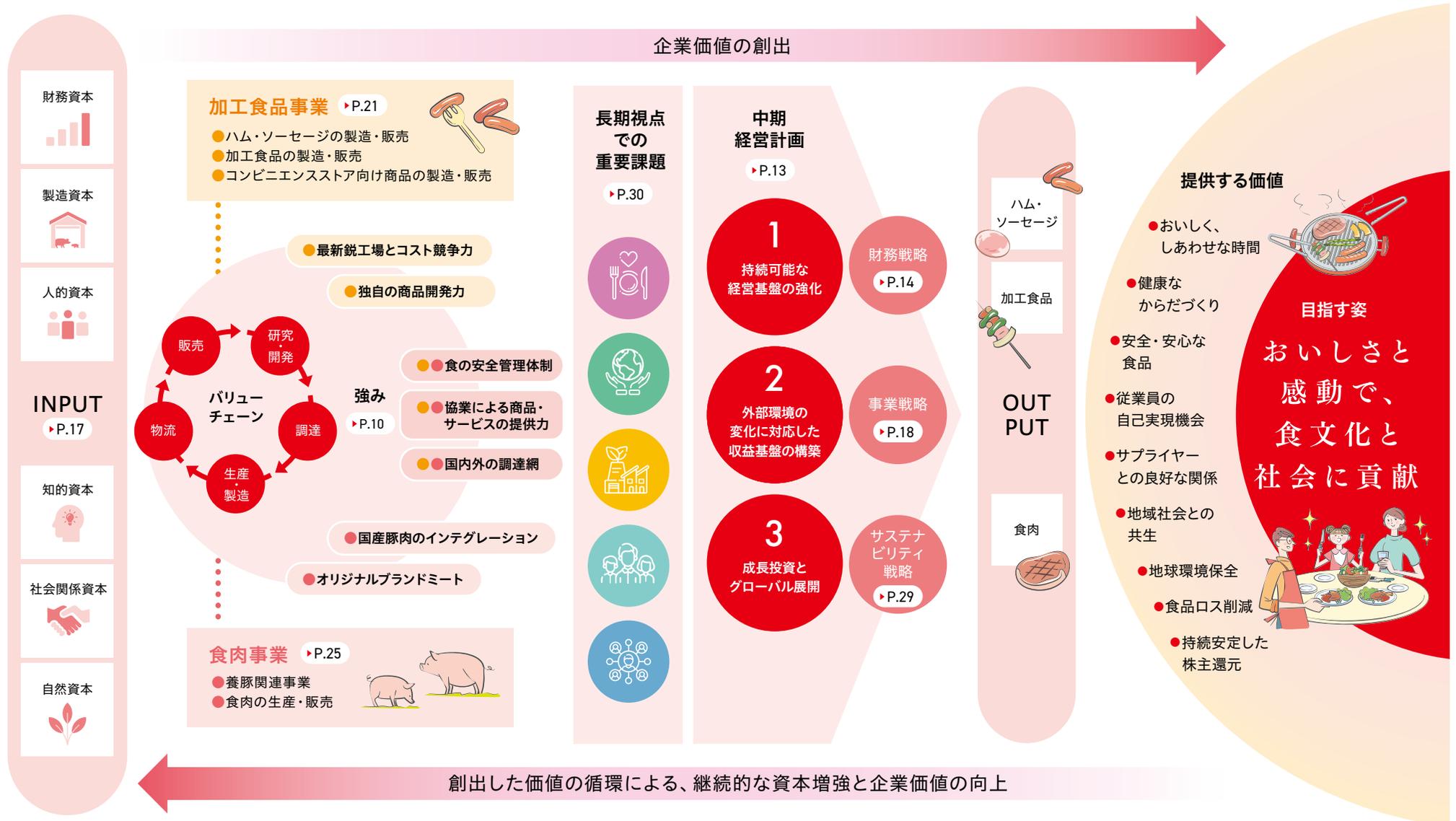
成長戦略

コーポレートガバナンス

データ編

価値創造プロセス

中長期的な戦略によって強みを磨き、食品メーカーとしての持続的な成長を追求しています。



プリマハムグループは、豊富な経営資本と歴史のなかで培ってきた多彩な強みを活かしながら、長年にわたって「加工食品事業」と「食肉事業」を展開してきました。近年、社会情勢や世界的な社会課題がめまぐるしく変化するなか、私たちが今後も持続的な成長を遂げるためには、中長期的な視点でリスク・機会を把握することが

重要です。そこで、当社グループでは「プリマハムグループの重要課題(マテリアリティ)」を特定するとともに、財務戦略や事業戦略、サステナビリティ戦略からなる中期的な経営計画を立案、PDCAを回しながら、さまざまなステークホルダーに価値を提供し続け、目指す姿を実現することを目指しています。

トップメッセージ

価値創造ストーリー

成長戦略

コーポレートガバナンス

データ編