

価値創造ストーリー

INDEX

07 | プリマハムが大切にしていること

08 | 成長戦略のロードマップ

09 | 私たちのあゆみ

10 | ビジネスモデルと強み

12 | 価値創造プロセス

13 | 経営資本と成長戦略の関係

Section 1 のポイント

● プリマハムが大切にしていること

創業以来受け継いできた理念や使命、価値観を紹介します。当社グループが事業活動を通じて実現したい社会と存在意義をお伝えします。

● 成長戦略のロードマップ

2030年に向けて当社グループが目指す方向性を示すとともに、それを背景にした中期経営計画との関連性をご報告します。

● 私たちのあゆみ

創業から現在までのあゆみを振り返りながら、時代の変化に対応しながら成長を続けてきた歴史と挑戦の軌跡を紹介します。

● ビジネスモデルと強み

原材料調達から販売までのバリューチェーンと競争優位性を整理し、当社グループならではの強みをご説明します。

● 価値創造プロセス

事業活動を通じてどのような価値を生み出し、社会課題の解決と企業価値向上につなげているのかを示します。

● 経営資本と成長戦略の関係

人的資本や製造資本などの経営資本をどのように活用し、成長戦略の推進と企業価値向上につなげていくのかを示します。

INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

07 プリマハムが大切にしていること

08 成長戦略のロードマップ

09 私たちのあゆみ

10 ビジネスモデルと強み

12 価値創造プロセス

13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

15 中期経営計画

▶ 財務戦略

17 財務担当役員メッセージ

▶ 事業戦略

19 本部長メッセージ

21 **Highlight 1**

加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」

23 加工食品事業

25 **Highlight 2**

食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」

27 食肉事業

▶ 人材戦略

29 人材強化に向けた目標と取り組み

▶ サステナビリティ戦略

31 **Sustainability Issues**

宮城農場から始まる資源循環

33 プリマハムグループのサステナビリティ

34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み

35 健康で豊かな食生活を創造する／

地球環境の保全に貢献する

36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／

人権デュー・ディリジェンス

37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み

38 環境負荷の全体像

39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

41 社外取締役メッセージ

43 企業統治体制の全体像

47 役員一覧

51 リスクマネジメント

Appendix データ編

53 11年間の連結財務サマリー

55 サステナビリティデータハイライト

56 会社情報／株式情報

プリマハムが大切にしていること

私たちは何のために存在し、どんな価値を創造していくのか――。

プリマハムグループは、創業以来受け継いできた価値観を、ひとつの理念体系として掲げています。

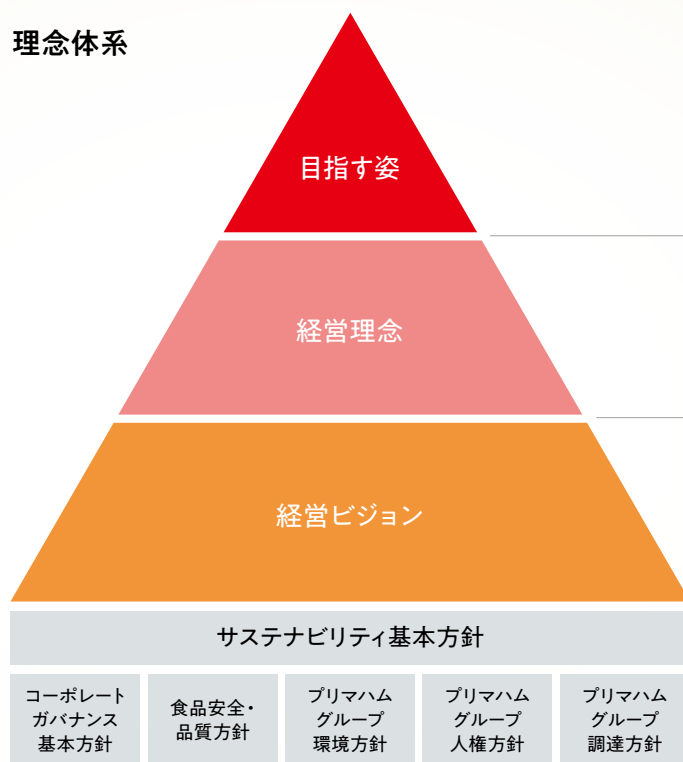
プリマハムグループの価値創造は、この想いを礎としています。

「食」は、人の生命を支え、暮らしに喜びをもたらします。プリマハムグループのあゆみは、この食と真摯に向き合うことから始まりました。

「もっと体力をつけたら、日本はさらに発展する」。食肉消費がまだ一般的でなかった1931年、創業者・竹岸政則はそう確信し、良質な食肉を適正価格で届ける事業を興しました。前例にとらわれず自ら道を切り拓く“進取の精神”――それが、創業以来受け継がれてきた私たちの原点です。

この創業者の想いは、「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」という経営理念として、今も脈々と受け継がれています。時代が移り変わっても揺らがない価値観を未来へつなぐために、私たちは目指す姿・経営理念・経営ビジョン、そしてサステナビリティ基本方針をひとつの理念体系として整理しています。この体系を基盤に、プリマハムグループは社会課題の解決と企業価値の向上を両立する価値創造を進めています。

理念体系



おいしさと感動で、食文化と社会に貢献

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

1. 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

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。

INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

07 プリマハムが大切にしていること

08 成長戦略のロードマップ

09 私たちのあゆみ

10 ビジネスモデルと強み

12 価値創造プロセス

13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

15 中期経営計画

▶財務戦略

17 財務担当役員メッセージ

▶事業戦略

19 本部長メッセージ

21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」

23 加工食品事業

25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」

27 食肉事業

▶人材戦略

29 人材強化に向けた目標と取り組み

▶サステナビリティ戦略

31 **Sustainability Issues**

宮城農場から始まる資源循環

33 プリマハムグループのサステナビリティ

34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み

35 健康で豊かな食生活を創造する／

地球環境の保全に貢献する

36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／

人権デュー・ディリジェンス

37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み

38 環境負荷の全体像

39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

41 社外取締役メッセージ

43 企業統治体制の全体像

47 役員一覧

51 リスクマネジメント

Appendix データ編

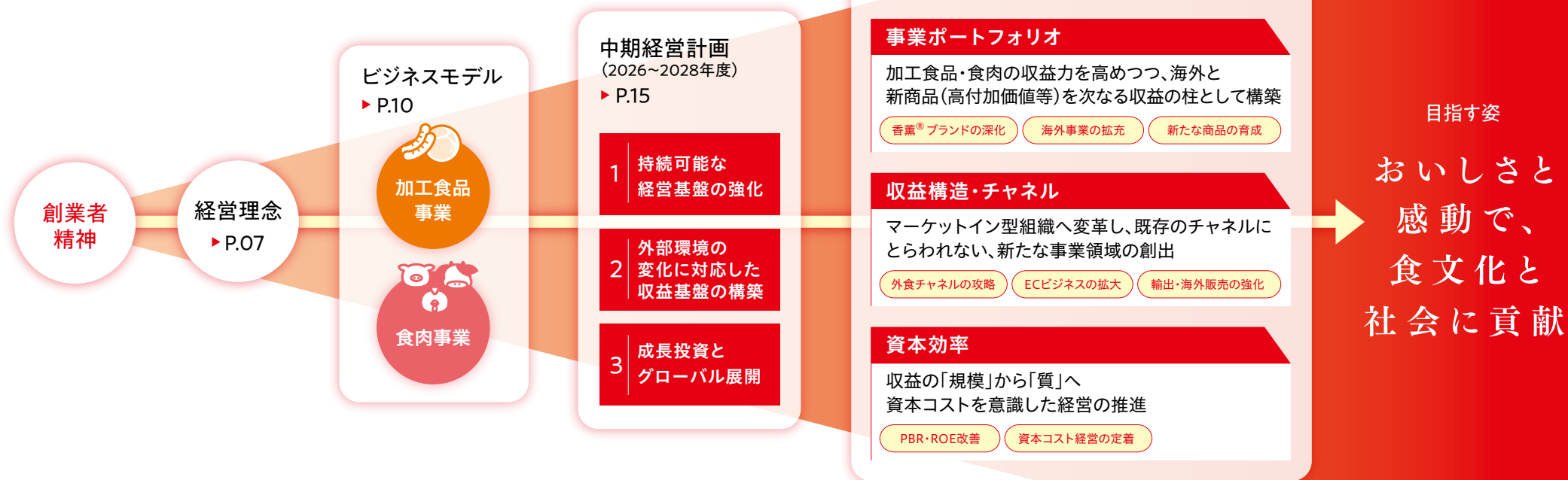
53 11年間の連結財務サマリー

55 サステナビリティデータハイライト

56 会社情報／株式情報

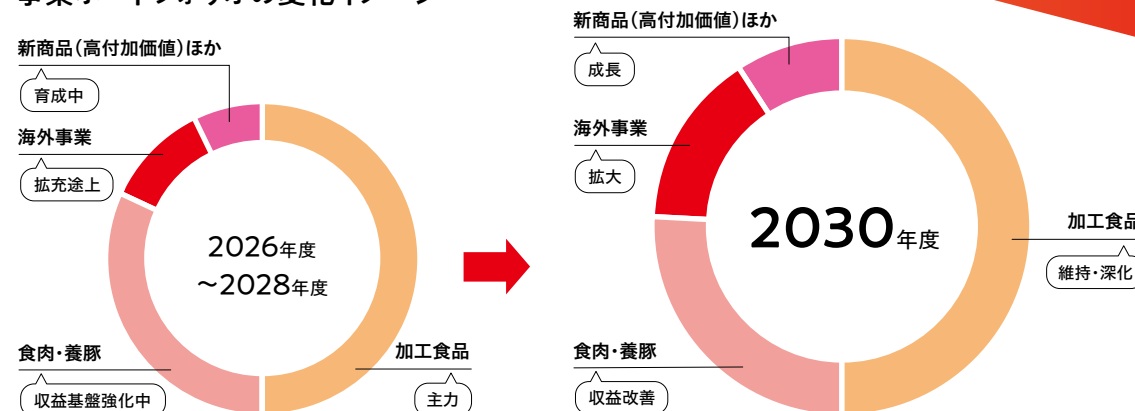
成長戦略のロードマップ

既存の二本柱（加工食品・食肉）の徹底的な収益力強化と、当社独自の戦略による新たな事業領域への挑戦。それが2030年に向けたプリマハムの方向性です。



事業ポートフォリオの質的転換、資本効率の改善、本質的なサステナビリティの実践、そして変革を牽引する自発的な人材の育成。これらはいずれも、3年間の中期経営計画の枠を超え、私たちが持続的に取り組むべき経営の根幹です。中計で打つ一撃は、単に目先の数値を追うためのものではありません。現在の当社の実力を見極め、設定した数値を確実にクリアしながら、事業の構造そのものを変革し、2030年の「あるべき姿」へと繋げる確かな布石です。「いつも、ずっと、お客様に愛され、支持される会社」であり続けるために。私たちは、中期経営計画を通じて、皆様に「目に見えて本当に変わっていくプリマハム」をお示します。

事業ポートフォリオの変化イメージ



INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶ 財務戦略
 - 17 財務担当役員メッセージ
- ▶ 事業戦略
 - 19 本部長メッセージ
 - 21 **Highlight 1** 加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
 - 23 加工食品事業
 - 25 **Highlight 2** 食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
 - 27 食肉事業
- ▶ 人材戦略
 - 29 人材強化に向けた目標と取り組み
- ▶ サステナビリティ戦略
 - 31 **Sustainability Issues** 宮城農場から始まる資源循環
 - 33 プリマハムグループのサステナビリティ
 - 34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み
 - 35 健康で豊かな食生活を創造する／地球環境の保全に貢献する
 - 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／人権デュー・ディリジェンス
 - 37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み
 - 38 環境負荷の全体像
 - 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

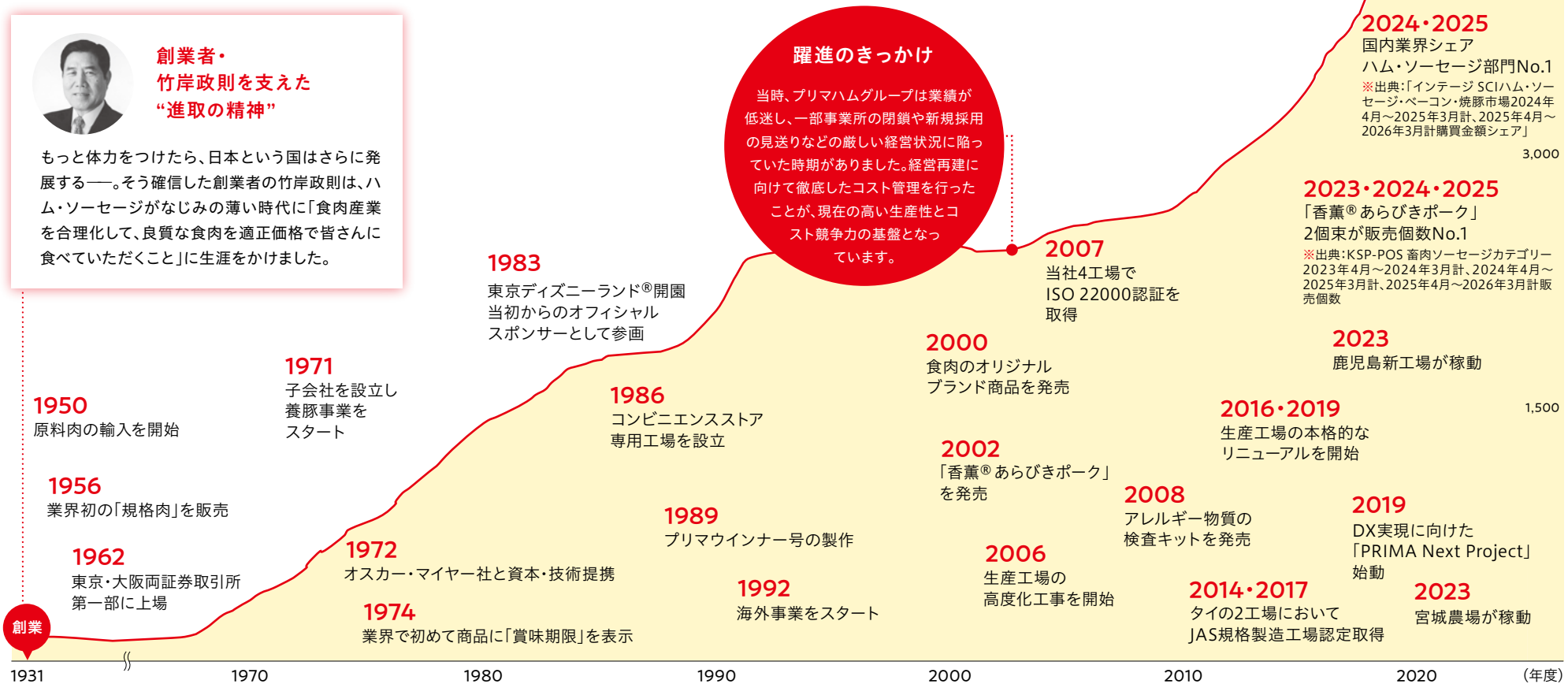
- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報／株式情報

私たちのあゆみ

業界初の規格肉の発売や国産豚肉インテグレーションの確立など、常に革新的な取り組みで業界をリードしてきたプリマハム。時代の変化に応じて事業領域を拡大しながら、より多くの方に「おいしさと感動」をお届けするための挑戦を続けています。



1931 ~	1970 ~	1980 ~	2000 ~	2020 ~
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。	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。	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。	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。	「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。

INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶ **財務戦略**
- 17 財務担当役員メッセージ
- ▶ **事業戦略**
- 19 本部長メッセージ
- 21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
- 23 加工食品事業
- 25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
- 27 食肉事業
- ▶ **人材戦略**
- 29 人材強化に向けた目標と取り組み
- ▶ **サステナビリティ戦略**
- 31 **Sustainability Issues**
宮城農場から始まる資源循環
- 33 プリマハムグループのサステナビリティ
- 34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み
- 35 健康で豊かな食生活を創造する／地球環境の保全に貢献する
- 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／人権デュー・ディリジェンス
- 37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み
- 38 環境負荷の全体像
- 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報／株式情報

ビジネスモデルと強み

プリマハムは、おもな事業の柱として「加工食品事業」と「食肉事業」の二つを展開。

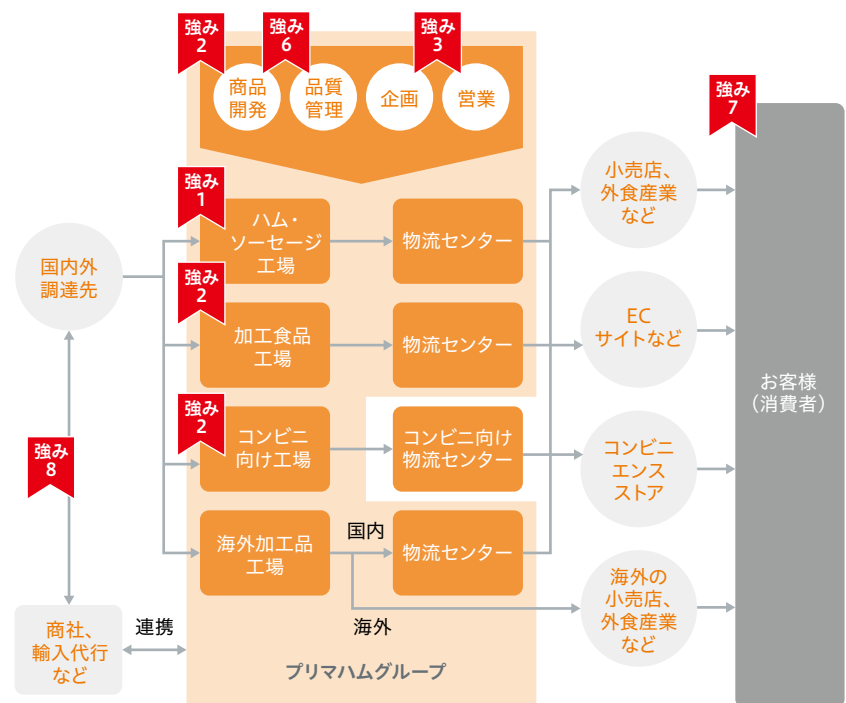
長年培ってきた技術力とブランド力をいかし、安全・安心で高品質な商品を提供することで、お客様の多様なニーズにお応えしています。



加工食品事業

確かな技術力と強固なブランドを基盤に
ハム・ソーセージをはじめとする加工食品を提供

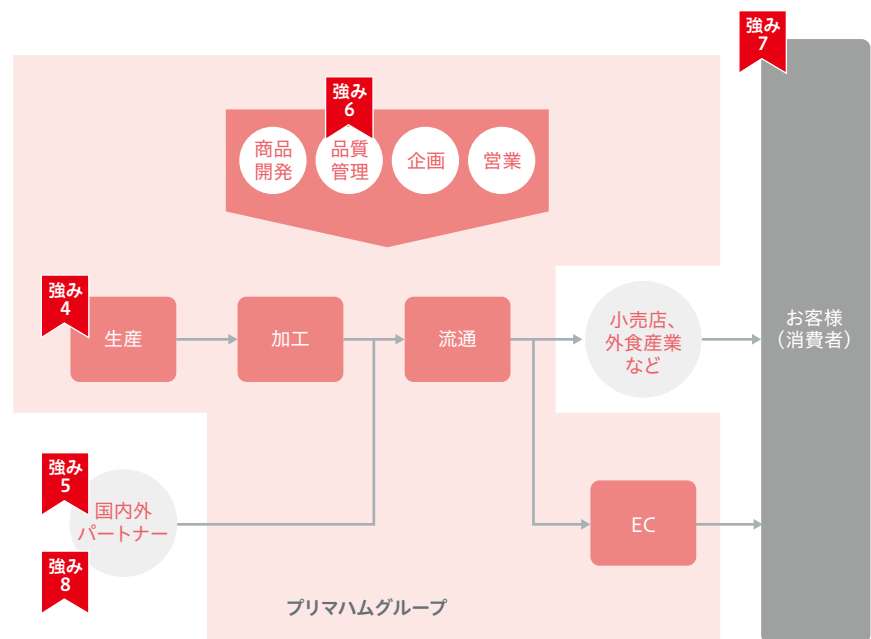
ハム・ソーセージを中心とした加工食品事業では、長年にわたって蓄積してきた製造技術と品質管理ノウハウを基盤に、消費者の嗜好変化や健康志向に対応した商品を開発。全国に展開する製造拠点と効率的な物流網によって高品質な商品を安定的に供給しています。また、プリマハムブランドの高い認知度と信頼性をいかし、小売店から業務用（外食産業、コンビニエンスストア向けなど）まで幅広い販売チャネルを通じて市場シェアを拡大しています。



食肉事業

国内外調達先と連携し、安全・安心で高品質な食肉の
安定調達のネットワークを構築し、効率的な流通システムを実現

食肉事業では、国内外の調達ネットワークを活用し、豚肉、牛肉、鶏肉を中心とした食肉の調達・加工・販売を進めています。産地との長期的なパートナーシップによって安全で高品質な食肉を開発、安定調達するとともに、国産豚肉の養豚事業も展開。また、効率的な流通システムによって小売店や外食産業などへ安全・安心で高品質な食肉の安定供給を実現し、日本の食肉流通における重要な役割を担っています。



INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶ 財務戦略
 - 17 財務担当役員メッセージ
- ▶ 事業戦略
 - 19 本部長メッセージ
 - 21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
 - 23 加工食品事業
 - 25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
 - 27 食肉事業
- ▶ 人材戦略
 - 29 人材強化に向けた目標と取り組み
- ▶ サステナビリティ戦略
 - 31 **Sustainability Issues**
宮城農場から始まる資源循環
 - 33 プリマハムグループのサステナビリティ
 - 34 重要課題（マテリアリティ）への取り組み
 - 35 健康で豊かな食生活を創造する／地球環境の保全に貢献する
 - 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／人権デュー・ディリジェンス
 - 37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み
 - 38 環境負荷の全体像
 - 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報／株式情報



加工食品事業

強み
1

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

箱詰め作業の自動化や生産ラインの直線化、設備の高速化など、生産ラインの効率化を徹底するとともに、生産リードタイムも短縮し、高い生産能力を保有しています。



強み
2

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。



強み
3

ファン拡大を牽引する販売促進力

キャンペーンやSNS活用によって
“プリマ”のブランド力を向上

CMやSNSでの積極的な広報・宣伝活動に加え、東京ディズニーリゾート®の貸切イベントをはじめとしたさまざまな販売促進施策により、お客様に“おいしさの体験価値”を提供し、ブランド力向上を図っています。



プリマハムは東京ディズニーランド®、東京ディズニーシー®のオフィシャルスポンサーです©Disney



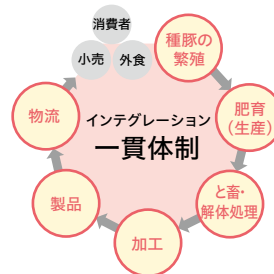
食肉事業

強み
4

国産豚肉のインテグレーション

繁殖から生産、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

繁殖・肥育から、と畜・解体処理、加工、製品、物流、販売まで一貫体制を構築。さらに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しています。



強み
5

オリジナルブランドミート

日本人の嗜好にあうオリジナルの食肉を共同開発

長年取引を行い関係を構築した調達先(パートナー)と連携して日本人の嗜好にあうオリジナルブランドの食肉を開発しており、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。また、社内の他部門と連携して、オリジナルブランドの原料を使った商品の製造、販売にも取り組んでいます。

オリジナルブランド数
(2026年7月現在)

14 種



グループ共通

強み
6

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

19ヶ所

強み
7

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。



強み
8

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

INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶財務戦略
- 17 財務担当役員メッセージ
- ▶事業戦略
- 19 本部長メッセージ
- 21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
- 23 加工食品事業
- 25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
- 27 食肉事業

▶人材戦略

- 29 人材強化に向けた目標と取り組み

▶サステナビリティ戦略

- 31 **Sustainability Issues**
宮城農場から始まる資源循環
- 33 プリマハムグループのサステナビリティ
- 34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み
- 35 健康で豊かな食生活を創造する/
地球環境の保全に貢献する
- 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する/
人権デュー・ディリジェンス
- 37 アニマルウェルフェア/食育の取り組み
- 38 環境負荷の全体像
- 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報/株式情報

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いかしなが、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、人材戦略、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し、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。

INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶財務戦略
- 17 財務担当役員メッセージ
- ▶事業戦略
- 19 本部長メッセージ
- 21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
- 23 加工食品事業
- 25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
- 27 食肉事業
- ▶人材戦略
- 29 人材強化に向けた目標と取り組み
- ▶サステナビリティ戦略
- 31 **Sustainability Issues**
宮城農場から始まる資源循環
- 33 プリマハムグループのサステナビリティ
- 34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み
- 35 健康で豊かな食生活を創造する／地球環境の保全に貢献する
- 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／人権デュー・ディリジェンス
- 37 アニマルウェルフェア／食育の取り組み
- 38 環境負荷の全体像
- 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

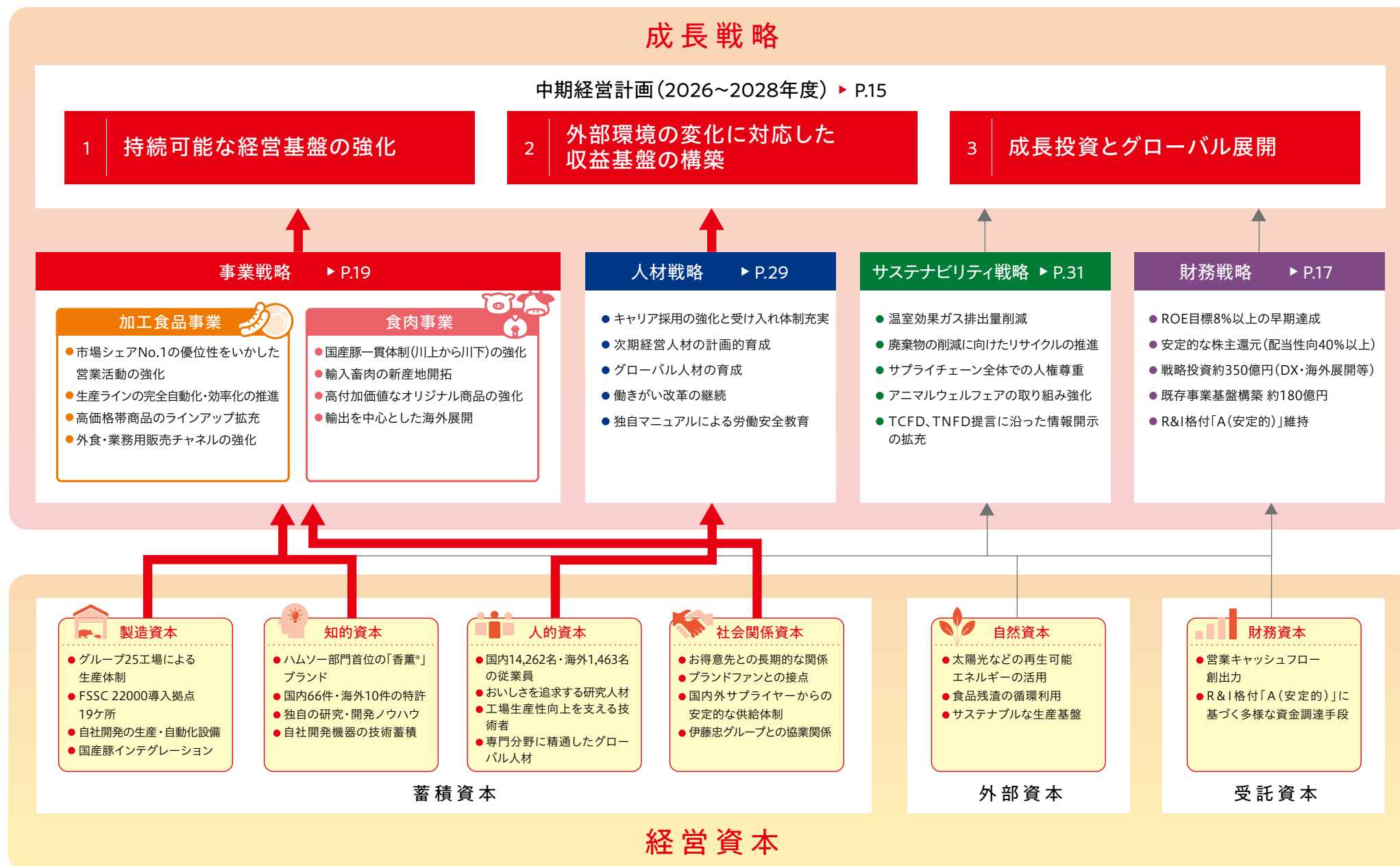
- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報／株式情報

経営資本と成長戦略の関係

プリマハムの成長戦略は、経営資本の蓄積に裏づけられています。特に製造・知的・人的資本の強化を優先的に進めることで、中期経営計画の実行基盤を確かなものにしていきます。



INDEX

02 トップメッセージ

Section 1 価値創造ストーリー

- 07 プリマハムが大切にしていること
- 08 成長戦略のロードマップ
- 09 私たちのあゆみ
- 10 ビジネスモデルと強み
- 12 価値創造プロセス
- 13 経営資本と成長戦略の関係

Section 2 成長戦略

- 15 中期経営計画
- ▶ **財務戦略**
- 17 財務担当役員メッセージ
- ▶ **事業戦略**
- 19 本部長メッセージ
- 21 **Highlight 1**
加工食品事業の競争力を支える「挑戦力」と「収益力」
- 23 加工食品事業
- 25 **Highlight 2**
食肉事業の新たな競争力を築く「変革力」と「成長力」
- 27 食肉事業
- ▶ **人材戦略**
- 29 人材強化に向けた目標と取り組み
- ▶ **サステナビリティ戦略**
- 31 **Sustainability Issues**
宮城農場から始まる資源循環
- 33 プリマハムグループのサステナビリティ
- 34 重要課題(マテリアリティ)への取り組み
- 35 健康で豊かな食生活を創造する／地球環境の保全に貢献する
- 36 サプライチェーン・マネジメントを強化する／人権デュー・ディリジェンス
- 37 アニマルウェルフェア/食育の取り組み
- 38 環境負荷の全体像
- 39 気候変動・自然関連課題への対応

Section 3 コーポレートガバナンス

- 41 社外取締役メッセージ
- 43 企業統治体制の全体像
- 47 役員一覧
- 51 リスクマネジメント

Appendix データ編

- 53 11年間の連結財務サマリー
- 55 サステナビリティデータハイライト
- 56 会社情報/株式情報