

2014年3月期 決算説明会

おいしさ、ふれあい。
アピコ。リマラム

2014年5月23日

目 次

I.2014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) (2014年度~2016年度)	(P.13~P.21)
III.ご参考資料	(P.22~P.30)

I.2014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）
（2014年度～2016年度） (P.13~P.21)

III.ご参考資料 (P.22~P.30)

1-(1).2014年3月期業績

【連結損益】

(百万円)

	2013年3月期		2014年3月期			中期計画比	中期計画
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比		
売上高	275,647	100.0%	303,600	100.0%	110.1%	106.5%	285,000
営業利益	7,259	2.6%	8,813	2.9%	121.4%	119.1%	7,400
経常利益	7,923	2.9%	9,298	3.1%	117.4%	124.0%	7,500
税金等調整前当期純利益	7,906	2.9%	8,794	2.9%	111.2%	118.8%	7,400
当期純利益	4,359	1.6%	4,192	1.4%	96.2%	104.8%	4,000

【セグメント別損益】

(百万円)

	2013年3月期		2014年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売上高	加工食品事業本部	195,397	201,591	-	103.2%
	食肉事業本部	79,914	101,677	-	127.2%
	その他	336	332	-	98.8%
営業利益	加工食品事業本部	6,827	8,270	4.1%	121.1%
	食肉事業本部	558	504	0.5%	90.3%
	その他	▲126	38	-	-

【個別損益】

(百万円)

	2013年3月期		2014年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売上高	203,212	100.0%	223,516	100.0%	110.0%
営業利益	3,450	1.7%	4,012	1.8%	116.3%
経常利益	4,033	2.0%	4,901	2.2%	121.5%
税引前当期純利益	3,453	1.7%	3,934	1.8%	113.9%
当期純利益	2,810	1.4%	2,435	1.1%	86.7%

1-(2).2014年3月期業績2

【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2013年3月期		2014年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売 上 高	275,647	100.0%	303,600	100.0%	110.1%
加工食品事業本部	195,397	70.9%	201,591	66.4%	103.2%
食肉事業本部	79,914	29.0%	101,677	33.5%	127.2%
その他の	336	0.1%	332	0.1%	98.8%
売 上 原 価	230,056	83.5%	256,169	84.4%	111.4%
売 上 総 利 益	45,591	16.5%	47,431	15.6%	104.0%
販 管 費	38,331	13.9%	38,618	12.7%	100.7%
営 業 利 益	7,259	2.6%	8,813	2.9%	121.4%
営業外収益	1,154	-	995	-	-
営業外費用	491	-	510	-	-
経 常 利 益	7,923	2.9%	9,298	3.1%	117.4%
特別利益	943	-	904	-	-
特別損失	959	-	1,408	-	-
税金等調整前当期純利益	7,906	2.9%	8,794	2.9%	111.2%
法人税等	2,565	-	3,692	-	-
少数株主利益	982	-	909	-	-
当 期 純 利 益	4,359	1.6%	4,192	1.4%	96.2%

【主なポイント】

【商品別売上高】

(百万円)

- ・ハムソー 65,410 (前期比107%)
- ・加工食品他 124,866 (前期比108%)
- ・食 肉 113,322 (前期比115%)

【売上総利益】

- ・原材料、仕入品比率 2.1% アップ
- ・製造経費比率 1.2% ダウン
- 売上高総利益率 ⇨ 0.9% 悪化

【営業利益】

- ・販管費(人件費比率) 0.6% ダウン
- ・販管費(経費比率) 0.6% ダウン
- 1.2% ダウン
- 売上高営業利益率 ⇨ 0.3% 改善

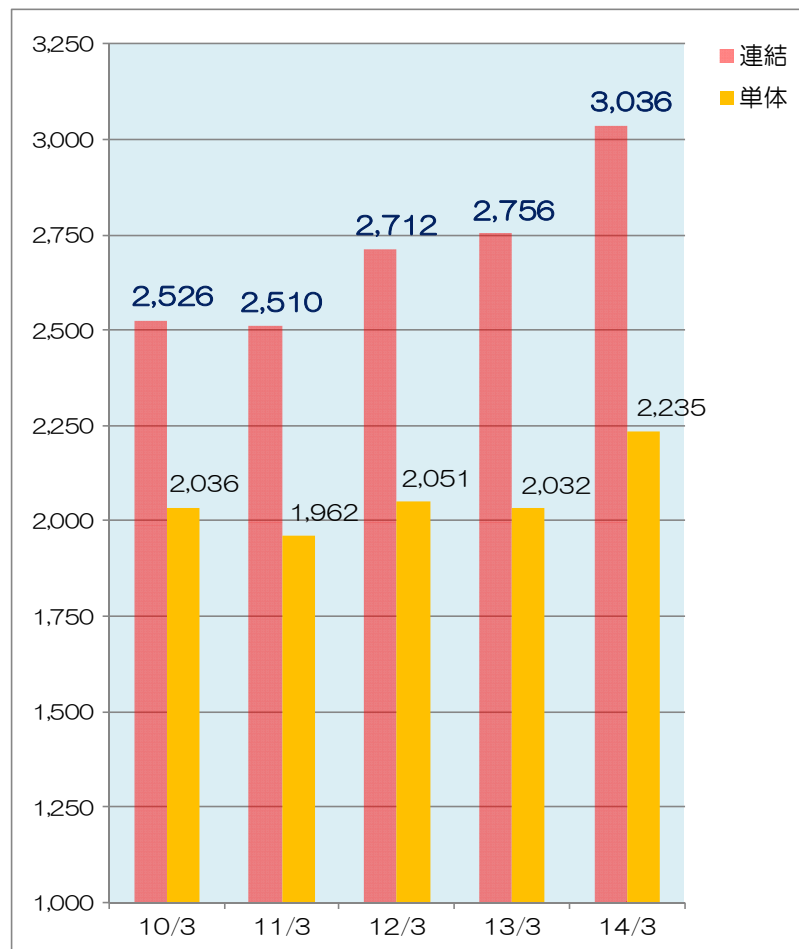
【特別損失】

- ・製品自主回収関連費用 693百万円
- ・退職給付制度改定損 272百万円

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).2014年3月期 加工食品事業本部の状況

事業環境

- 低価格志向による販売価格の低迷
- 調理食品の拡大による内食の増加
- 急激な為替変動による、海外輸入商品、原材料、資材価格の高騰
- 流通業界の再編、CVS出店の拡大と流通のオムニチャネル化

施 策	成 果
●重点商品を中心に販売活動を集中	<ul style="list-style-type: none"> ・販売構成比 70%超 ・商品規格数 13%減 (3月末前期比)
●販売促進策の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・新規取引、取引の拡大 ・TDLプライベートパーティキャンペーン ・TVCM、トレインチャンネル
●省人化推進と数量拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・本体4工場の「人・時生産性」向上
●CVS向商品の生産基盤拡充と商品開発力の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・自社商品開発に注力 ・機械設備の更新と増設工場の生産安定化

ハムソー販売数量
前期比107%
 加工食品販売数量
前期比108%

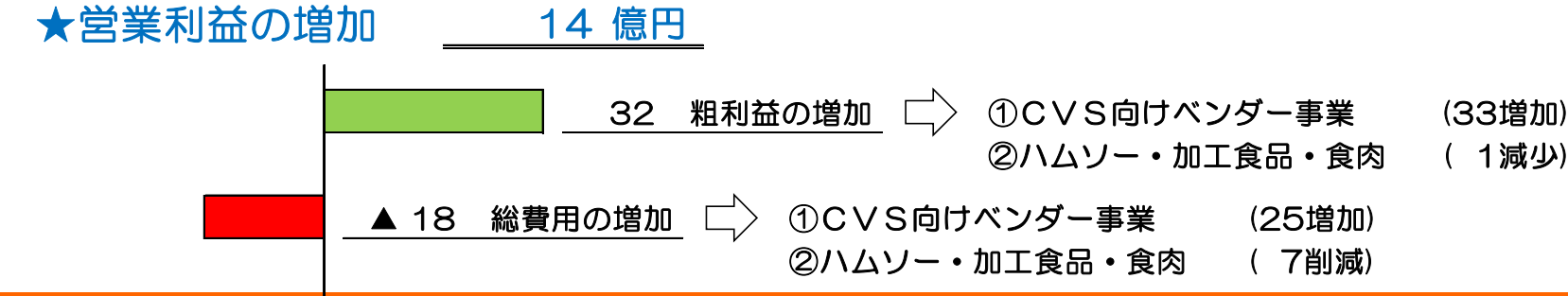
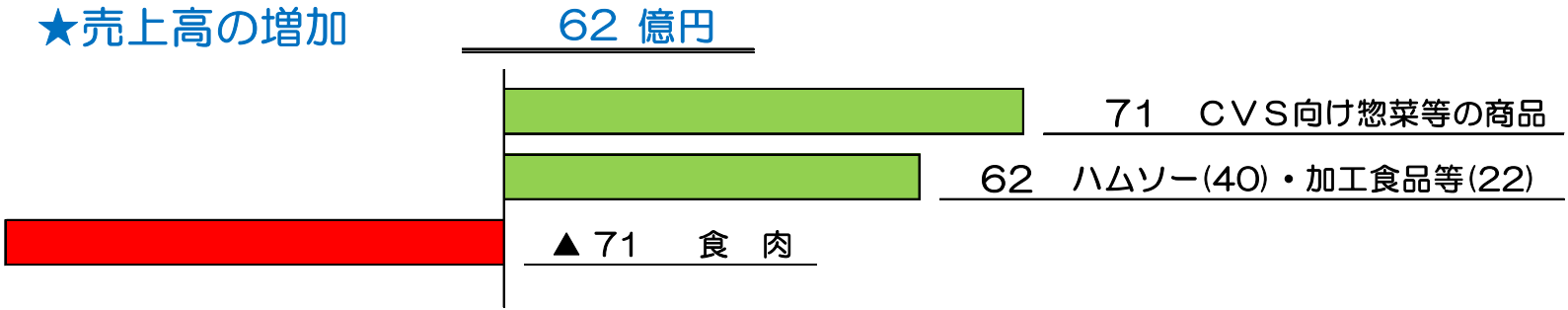
前期比
13%のアップ

売上高
前期比111%

3-(2).2014年3月期 加工食品事業本部の状況2

損 益		(百万円)	
	2013年3月期	2014年3月期	前期比
売上高	195,397	201,591	103.2%
営業利益	6,827	8,270	121.1%
売上高営業利益率	3.5%	4.1%	

収益の増減要因



4-(1).2014年3月期 食肉事業本部の状況

事業環境

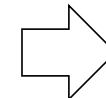
- 店頭売価の低迷とデフレマーケットの継続
- 食肉の現地相場高、輸入食肉の高値推移
- 国産豚肉相場の高値推移
- 世界規模での家畜疾病の発生
 - 米国、カナダ、メキシコ、日本→PED（豚流行性下痢）
 - 東欧→アフリカ豚コレラ
 - 韓国→鳥インフルエンザ
- 円 安

施 策

成 果

●国産豚肉の拡販

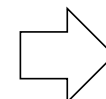
- ・国産豚肉販売数量
- ・国産豚肉粗利益



前期比134%
 前期比 90%

●輸入牛肉・輸入豚肉の拡販

- ・輸入牛肉販売数量
- ・輸入豚肉販売数量



前期比107%
 前期比123%

4-(2).2014年3月期 食肉事業本部の状況2

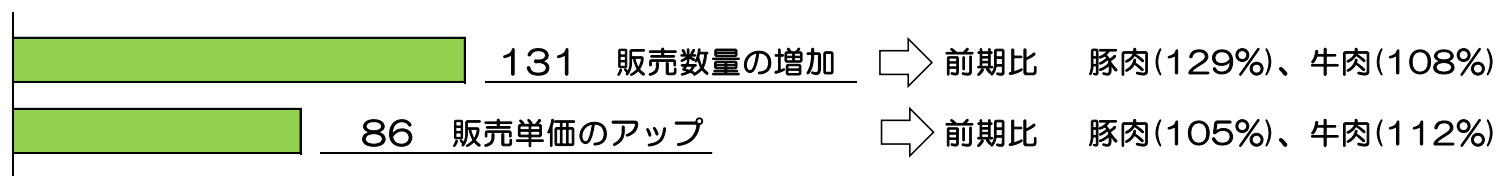
損 益		(百万円)	
	2013年3月期	2014年3月期	前期比
売上高	79,914	101,677	127.2%
営業利益	558	504	90.3%
売上高営業利益率	0.7%	0.5%	

収益の増減要因

★売上高の増加

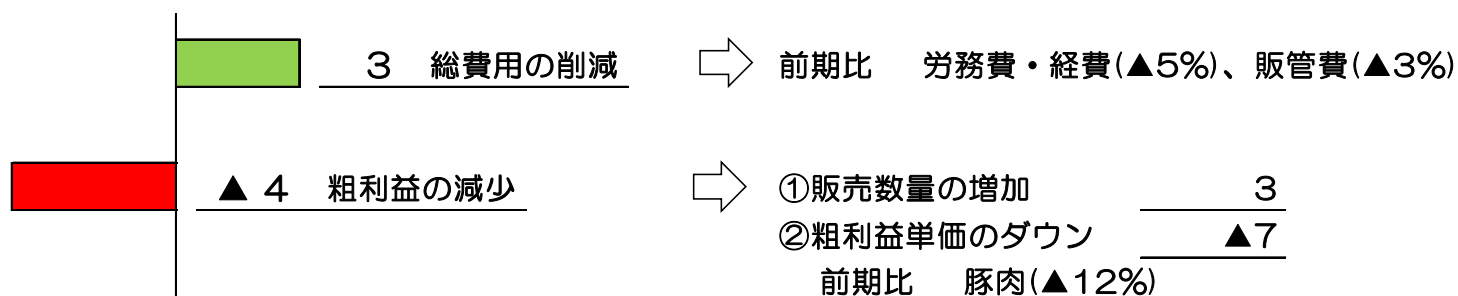
217 億円

★主な要因



★営業利益の減少

▲ 1 億円



5.2014年3月期末 連結貸借対照表

(百万円)

	2013年3月期末	2014年3月期末	増 減
流動資産	53,352	51,814	▲ 1,538
固定資産	57,285	67,447	10,162
総 資 産	110,637	119,261	8,624
流動負債	49,677	50,275	598
固定負債	18,708	21,678	2,970
負債合計	68,386	71,953	3,567
株 主 資 本	32,330	36,178	3,848
その他の包括利益 累 計 額	3,405	3,908	503
少 数 株 主 持 分	6,515	7,220	705
純 資 産 合 計	42,251	47,307	5,056
負債純資産合計	110,637	119,261	8,624

(備考)2013年3月期末は日曜日、2014年3月期末は月曜日

【流動資産】

- ・短期貸付金の減少 15億69百万円

【固定資産】

- ・有形固定資産の増加 54億19百万円
(建物・構築物 23億17百万円、建設仮勘定:21億66百万円など)
- ・長期貸付金の増加 20億60百万円
- ・退職給付に係わる資産の増加 19億8百万円

【負債合計】

- ・仕入債務の増加 15億5百万円
- ・長短借入金の増加 10億5百万円

【純資産合計】

- ・利益剰余金の増加 38億55百万円
- ・少数株主持分の増加 7億5百万円

6.2014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)

	2013年3月期	2014年3月期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	10,018	10,689	671
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 6,436	▲ 10,976	▲ 4,540
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 5,876	▲ 36	5,840
現金及び現金同等物の期末残高	8,535	8,240	▲ 295

【営業活動キャッシュ・フロー】

- ・税金等調整前四半期純利益
87億94百万円
- ・減価償却費の計上
47億29百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
91億1百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・短期借入金の減少
3億42百万円
- ・長期借入金の調達
57億90百万円
- ・長期借入金の返済
44億41百万円

長短借入金
10億7百万円増

【各種経営指標】

(百万円、%)

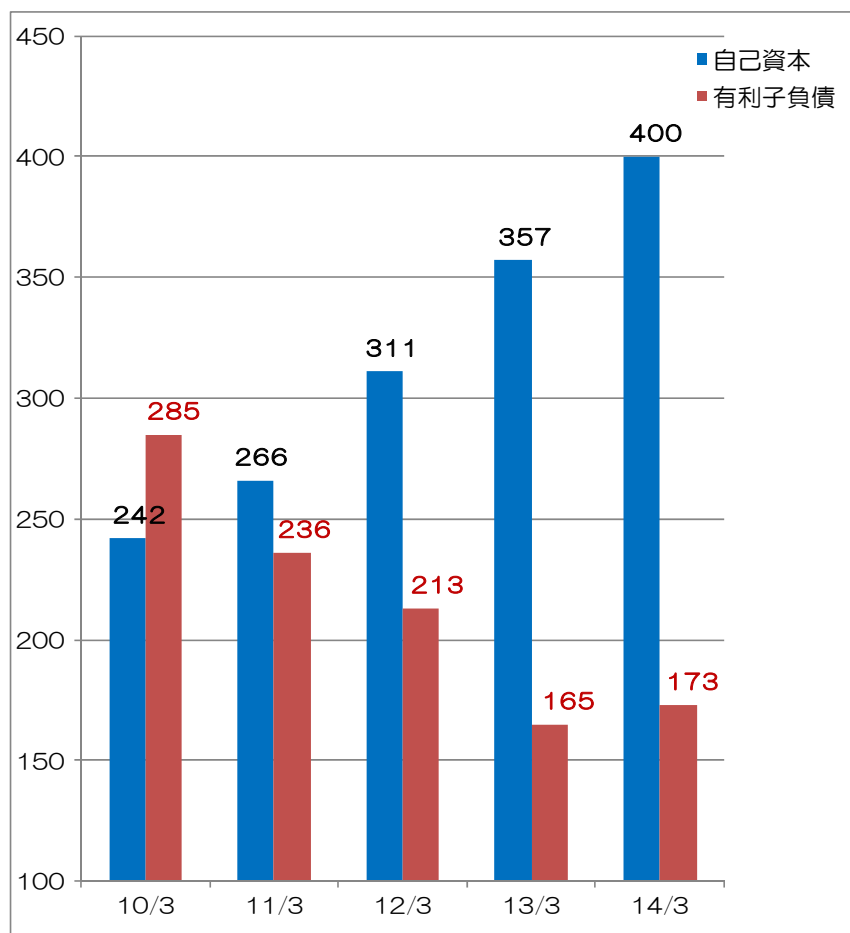
	2013年3月期	2014年3月期	増 減
自己資本	35,736	40,086	4,350
自己資本比率	32.30	33.60	1.30
有利子負債	16,586	17,316	730
負債資本倍率	0.46	0.43	▲ 0.03

*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。

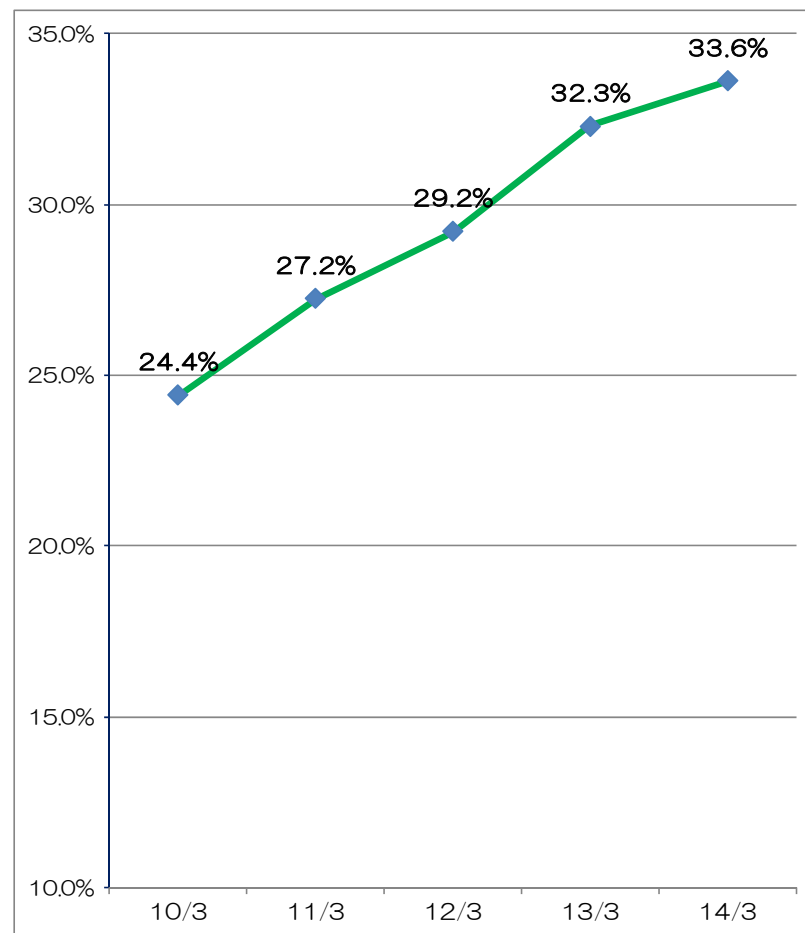
7.自己資本・有利子負債と自己資本比率の推移

自己資本と有利子負債

(億円)



自己資本比率



(注) 1 億円未満切り捨て

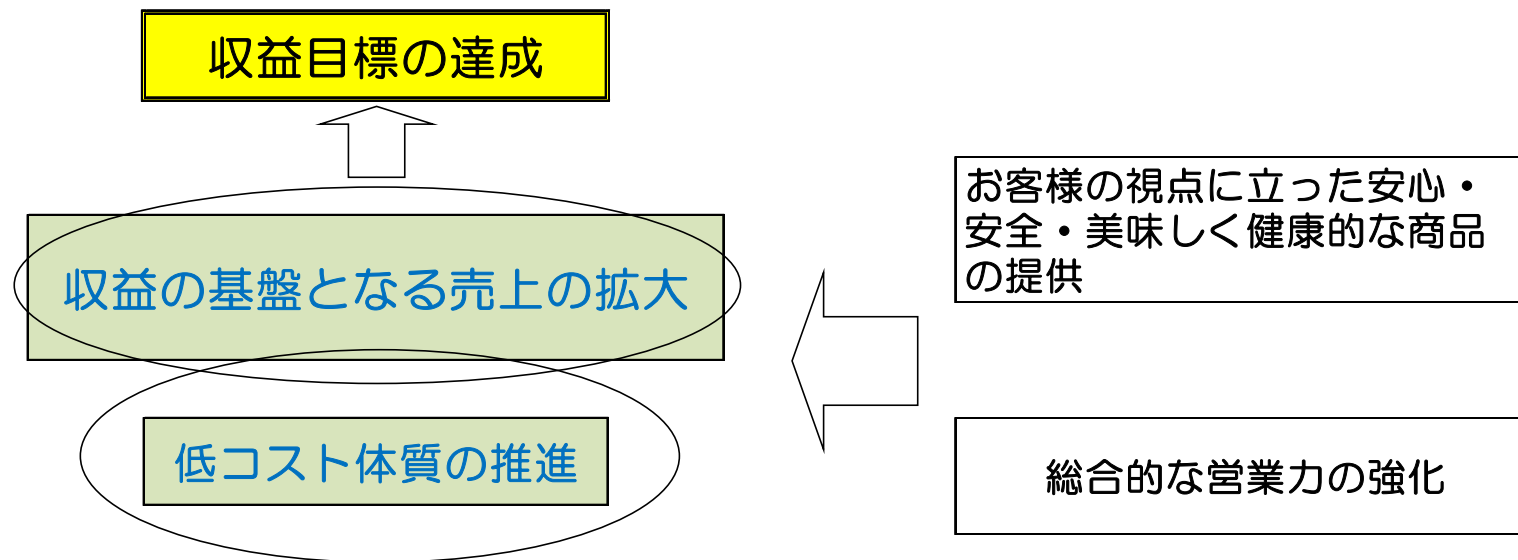
I.2014年3月期業績 (P.2~P.12)

II.中期経営計画（ローリングプラン） (P.13~P.21)
(2014年度~2016年度)

III.ご参考資料 (P.22~P.30)

1. 経営方針

総合的な営業力強化により、収益の基盤となる売上拡大を具現化し、
「なくてはならない会社」を目指し、
将来的に売上高および利益水準を
2010年度比の2倍規模のグループとする
第一ステップ（2011～2013年度計画）のローリングプランとする。



2.連結損益 中期計画(ローリングプラン)

(単位：億円)

	2014年3月期実績	2015年3月期計画	2016年3月期計画	2017年3月期計画
連結売上高	3,036	3,070	3,160	3,240
見通・前回中期計画	2,850	2,930	2,980	
営業利益	88	82	94	104
見通・前回中期計画	74	76	87	
経常利益	93	86	96	106
見通・前回中期計画	75	77	88	
当期純利益	42	40	55	59
見通・前回中期計画	40	42	51	

3.2015年3月期(2014年度)の見通し

		2014年3月期実績		2015年3月期見通し		
		第2四半期累計	通 期	第2四半期累計	通 期	前期比
加工食品 事業本部	売 上 高	97,891	201,591	106,000	216,000	107.1%
	営 業 利 益	4,107	8,270	3,500	7,600	91.9%

【ポイント】

- 原材料、包装資材、ユーティリティコストの上昇 ⇨ 特に豚肉(輸入・国産とも)価格が高騰
- CVS向け新工場の稼働 ⇨ 初期費用発生、減価償却費の増加
- ハムソー、加工食品、パンダー商品とも数量、売上は引き続き拡大

		第2四半期累計	通 期	第2四半期累計	通 期	前期比
食 肉 事業本部	売 上 高	49,493	101,677	45,000	91,000	89.5%
	営 業 利 益	▲ 53	504	300	600	119.0%

【ポイント】

- 外食チャネル得意先をFS事業部へ移管
- 食肉相場の高止まり ⇨ 粗利益を得にくい環境が継続

4-(1).事業環境と重点施策(加工食品事業本部)

事業環境

- 節約志向、低価格志向による価格競争の激化
- 流通のグループ化・寡占化と店舗・販売形態の多様化
- コンビニエンスストアの出店増とサービス・商品の差別化
- 生産・仕入コスト上昇(原材料・補助材料、海外輸入商品、ユーティリティコスト)

売上の拡大、 シェアアップ

選択と集中で営業力を強化

- 重点商品集中販売の継続
- 営業、生産が一丸となった取組み
(エリア&インスタマーチャンダイジングの活用)
- 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、TDSの貸切イベント実施)
- 多様化する顧客ニーズへの対応
- 既存工場の更なる能力拡充

コストダウン による 原価低減

「革新的ものづくり」の継続と、低コスト体質の更なる推進

- 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と販売力の強化
- 更なるコストダウンによる原価の低減

4-(2).事業環境と重点施策(食肉事業本部)

事業環境

- 疾病(PED)による国産豚肉の出荷減少
- 世界規模での畜肉のコストアップ
- 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

- オリジナルブランドの有効活用
- 流通グループ化・寡占化に対応する組織・仕組みの構築
- 西日本エリアでの販売強化

調達・開発力の強化

グローバルに対応できる調達と商品開発

- ハムソー原料・商品のカントリーリスク(疾病、自然災害等)の分散
- TPP・FTA・EPAによる変化への対応
- 安心・安全の担保された商品の調達
- 安定供給のできるサプライヤーの新規拡大(国内・海外)
- オリジナルブランド、加工生肉の新規商品開発
- 生肉コンシューマーパック商品の開発

5.2014年度(2015年3月期)の取組み

食肉加工拠点の整備



食肉加工の新工場建設(鹿児島)
処理頭数が1.5倍規模に増加
2015年4月稼動(予定)

茨城工場の生産性向上



「超合理化・高度衛生化」を継続して推進
北海道、鹿児島工場にも展開

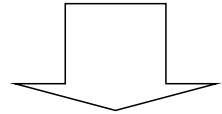
プライムデリカ(株)の生産規模拡大



四国の新工場が稼動(2014年4月)
豊田第二工場を建設(今年度中に稼動)

6-(1).成長戦略

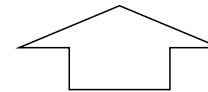
総合的な営業力強化により、収益の基礎となる売上拡大の具現化



中期経営計画

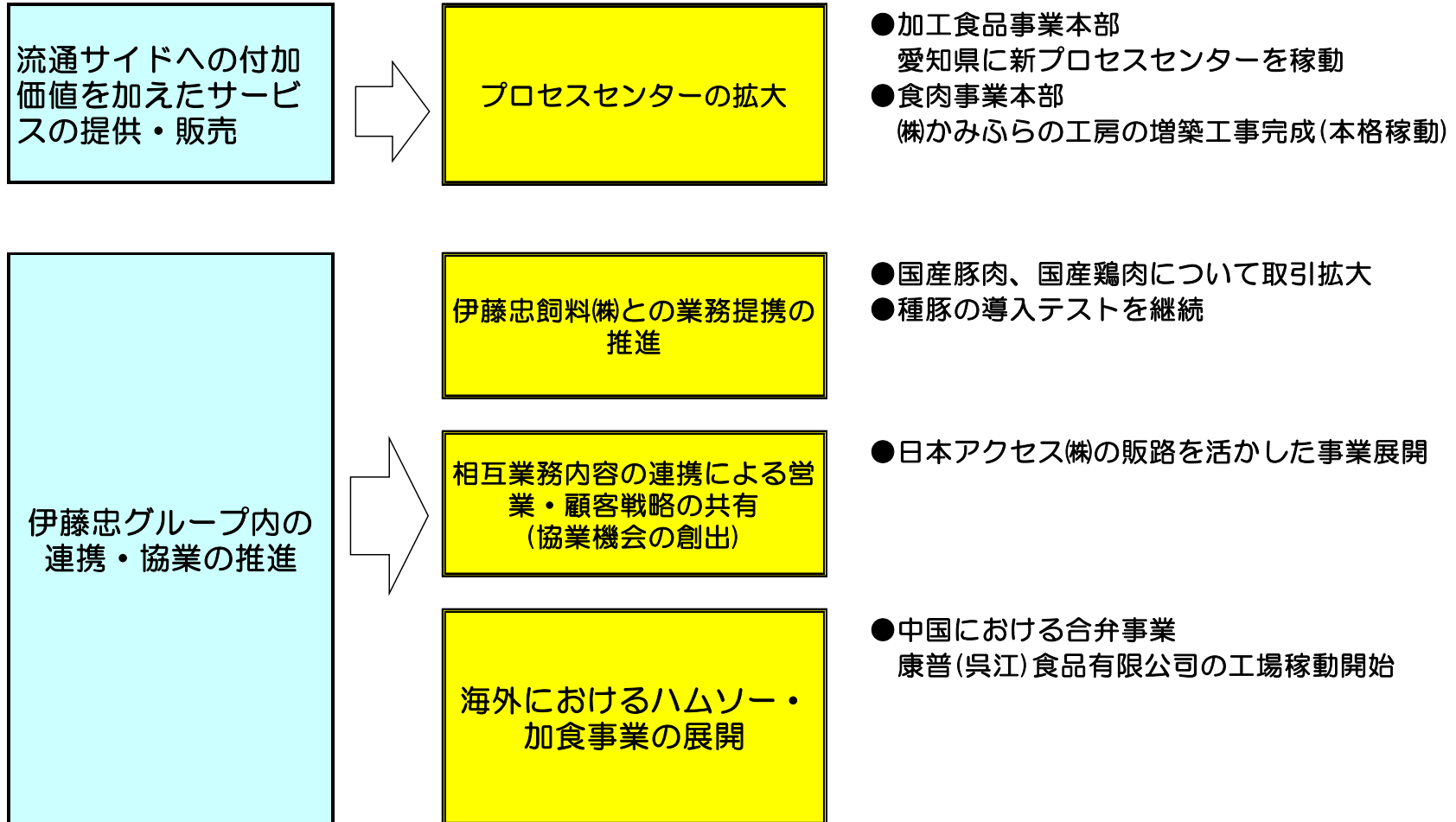
+

成長戦略



伊藤忠グループとのコラボレーションを主とした事業拡大策の進捗、実施状況に応じて中期経営計画の損益計画をローリングさせ、更なる拡大を具現化していく。

6-(2).成長戦略



I. 2014年3月期業績

(P.2~P.11)

II. 中期経営計画（ローリングプラン）
（2014年度～2016年度）

(P.12~P.20)

III. ご参考資料

(P.22~P.30)

連結損益の推移

【連結損益計算書】

(百万円)

	セグメント	2012年3月期			2013年3月期			2014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	90,841	92,563	183,404	96,017	99,380	195,397	97,891	103,700	201,591
	食肉事業本部	44,758	42,657	87,415	38,351	41,563	79,914	49,493	52,184	101,677
	その他事業	168	234	402	157	179	336	151	181	332
	合計	135,768	135,454	271,222	134,526	141,121	275,647	147,536	156,064	303,600
	売上原価	112,726	112,309	225,035	111,916	118,140	230,056	124,437	131,732	256,169
	売上総利益	23,042	23,145	46,187	22,610	22,981	45,591	23,099	24,332	47,431
	販売費及び一般管理費	19,302	19,557	38,859	18,954	19,377	38,331	19,051	19,567	38,618
	営業利益	3,740	3,587	7,327	3,655	3,604	7,259	4,047	4,766	8,813
	営業外損益	261	▲ 34	227	388	275	663	420	65	485
	経常利益	4,001	3,553	7,554	4,044	3,879	7,923	4,467	4,831	9,298
	特別損益	55	▲ 652	▲ 597	398	▲ 414	▲ 16	▲ 667	163	▲ 504
	税金等調整前当期純利益	4,056	2,901	6,957	4,442	3,464	7,906	3,799	4,995	8,794
	当期純利益	2,565	1,932	4,497	2,318	2,041	4,359	1,488	2,704	4,192

（ご参照）商品別の売上高

(百万円)

	商品別	2012年3月期			2013年3月期			2014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	29,393	28,319	57,712	30,691	30,635	61,326	32,264	33,146	65,410
	加工食品他	52,523	54,333	106,856	54,526	61,126	115,652	59,560	65,306	124,866
	食肉	53,853	52,801	106,654	49,307	49,362	98,669	55,712	57,610	113,322
	合計	135,769	135,453	271,222	134,526	141,121	275,647	147,536	156,064	303,600

連結貸借対照表の推移

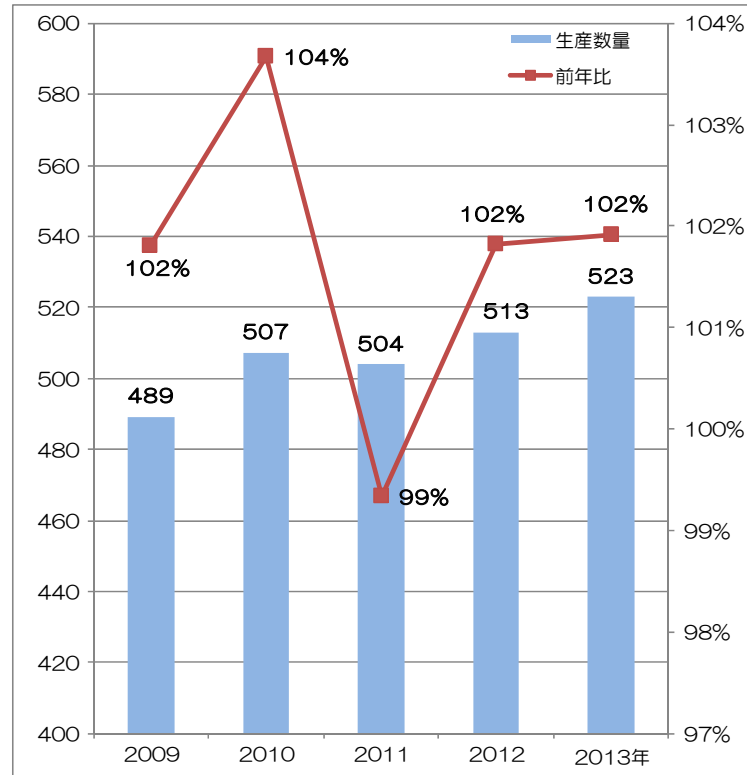
【連結貸借対照表】

(百万円)

	2012年3月期		2013年3月期		2014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	51,571	52,693	52,443	53,352	51,832	51,814
固定資産	51,189	53,781	54,806	57,285	60,033	67,447
総資産	102,760	106,475	107,250	110,637	111,865	119,261
流動負債	48,868	49,031	48,490	49,677	49,511	50,275
固定負債	19,959	20,836	20,037	18,708	18,336	21,678
負債合計	68,828	69,867	68,527	68,386	67,848	71,953
株主資本	26,334	28,255	30,199	32,330	33,375	36,178
その他の包括利益 累計額	2,346	2,890	2,622	3,405	3,523	3,908
少数株主持分	5,251	5,461	5,901	6,515	7,118	7,220
純資産合計	33,931	36,607	38,722	42,251	44,017	47,307
負債純資産合計	102,760	106,475	107,250	110,637	111,865	119,261

業界動向の資料

(1) ハム・ソーセージ生産数量(国内)の推移 (千トン)



2013年の内訳 (t)

	生産数量	前年比
ソーセージ	301,421	101.8%
ハム	107,702	101.5%
ベーコン	86,436	102.9%
プレスハム	27,379	102.4%

(備考) 日本ハム・ソーセージ工業協同組合による

(2) ソーセージの家計消費金額(年間)



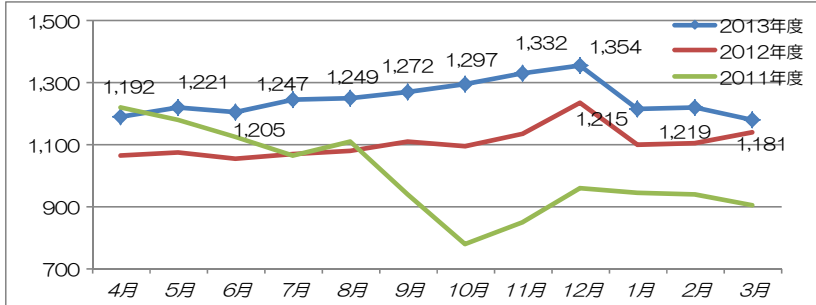
(3) ハムの家計消費金額(年間)



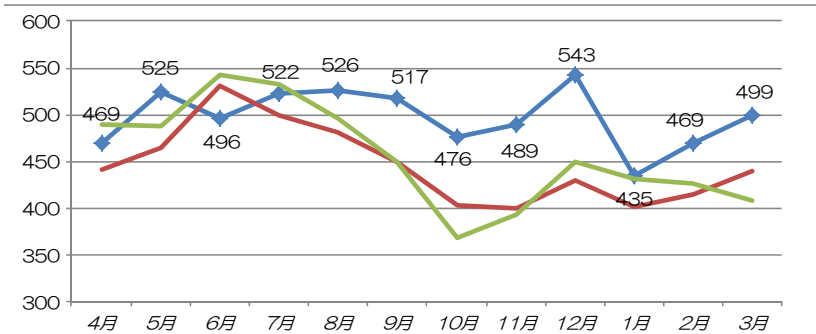
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

業界動向の資料 2

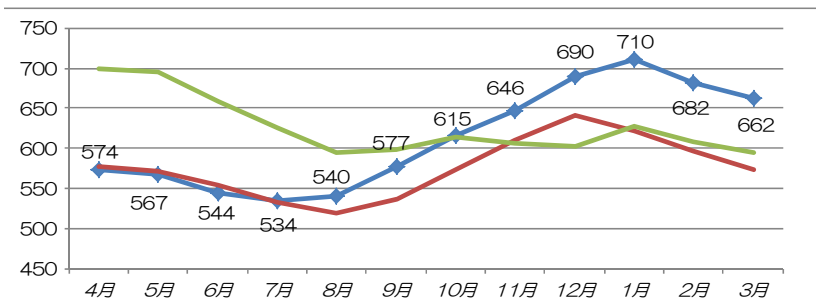
(1) 交雑牛去勢B3の卸売価格(東京) (枝肉ベース、単位:円/Kg)



(2) 豚肉の卸売価格(東京・省令) (枝肉ベース、単位:円/Kg)

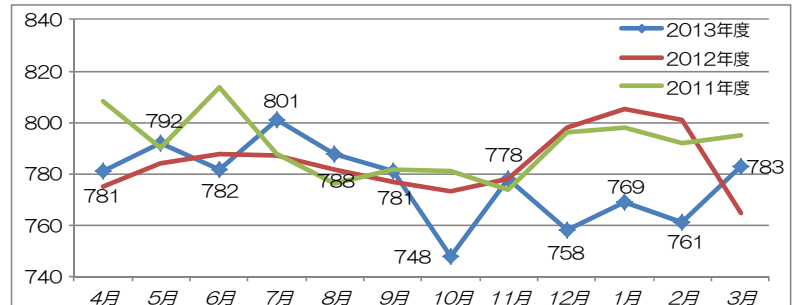


(3) 鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京) (単位:円/Kg)

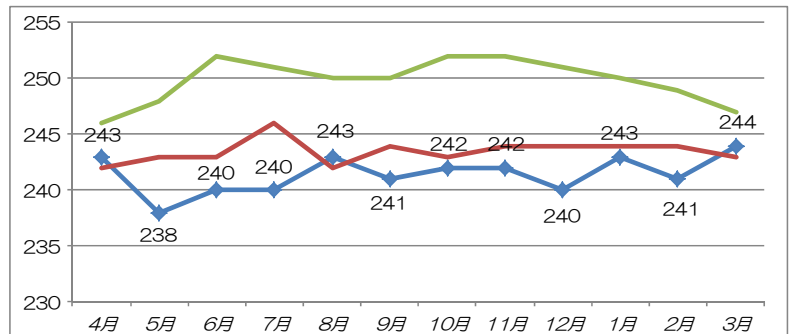


農林水産省(食肉流通統計)

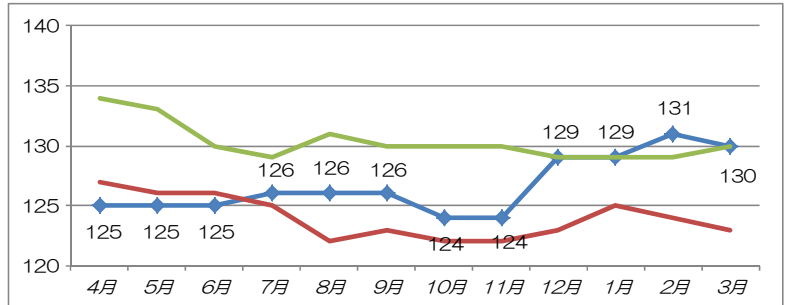
(4) 牛肉ロース(国産)の小売価格(東京) (単位:円/100g)



(5) 豚肉ロース(国産)の小売価格(東京) (単位:円/100g)



(6) 鶏肉もも(国産)の小売価格(東京) (単位:円/100g)



総務省(小売物価統計調査報告)

Profile

(2014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	33億6300万円		
決 算 期	3月31日		
従 業 員 数	2,122名(93名減)		
事 業 所 (注)	営業拠点 生産拠点	6支店 4工場	26営業所
グループ会社 (注)	31社		
	連結子会社	28社	
	持分法適用関連会社	3社	
企業集団従業員数	12,109名(384名増)		
グループ拠点	生産拠点	21工場(国内) 5拠点(海外)	

(備 考)

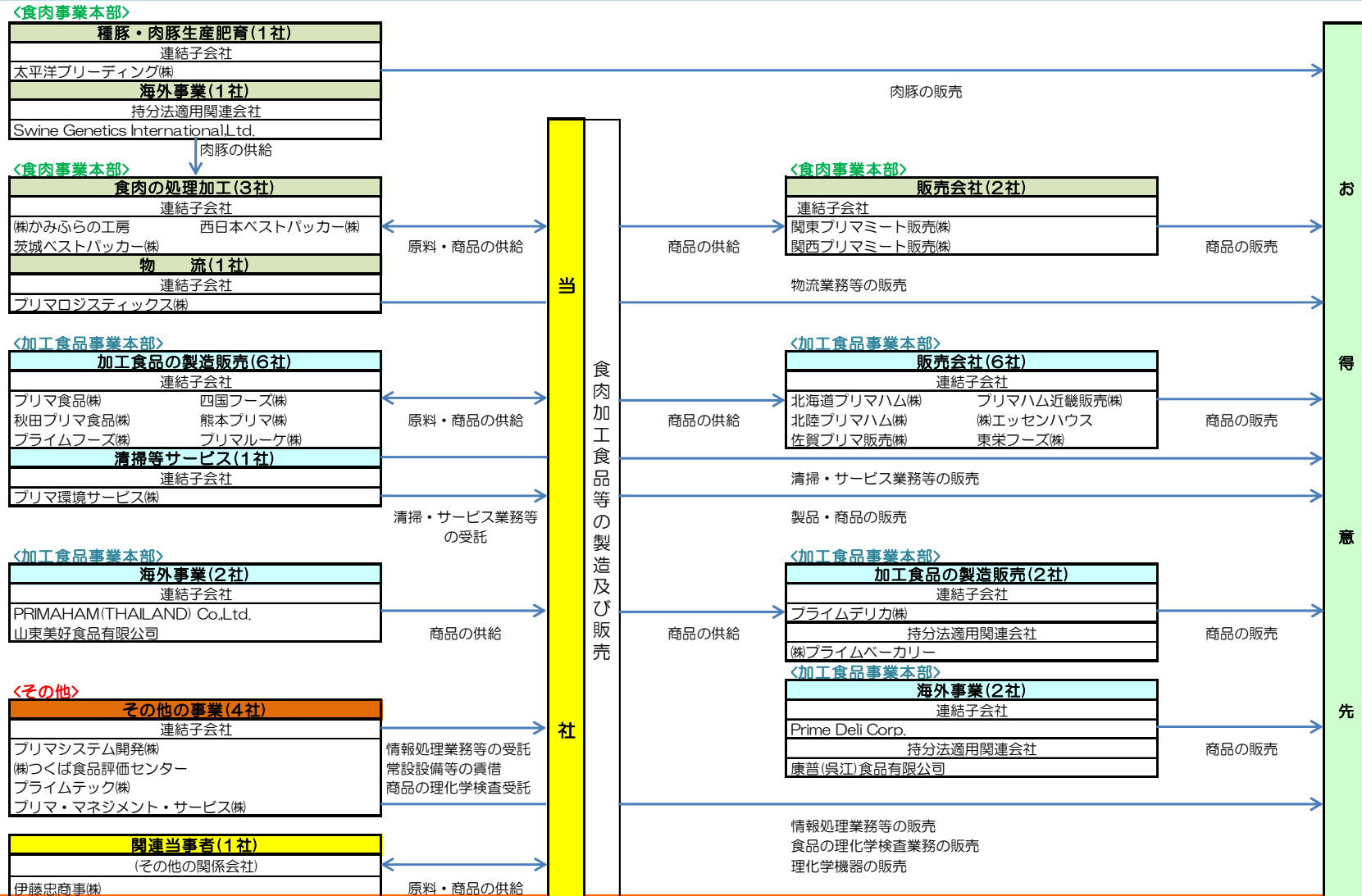
1.増減は前年度末(2013年3月31日現在)との比較

■ 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

企業集団の状況

(2014年3月31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 —プリマの原点—

- 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/>