

2018年3月期 上半期決算説明会

おいしさ、ふれあい。
アピコ。リマハム

2017年11月13日

目 次

I.2018年3月期 上半期業績総括 (P. 2～P.12)

II.2018年3月期 業績見通し (P.13～P.17)

III.ご参考資料 (P.18～P.29)

2018年3月期 上半期業績総括

1-(1).2018年3月期上半期業績1

【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2017年3月期		2018年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売上高	179,438	100.0%	195,406	100.0%	108.9%
加工食品事業本部	121,137	67.5%	133,028	68.1%	109.8%
食肉事業本部	58,098	32.4%	62,181	31.8%	107.0%
その他	202	0.1%	196	0.1%	97.0%
売上原価	150,164	83.7%	164,768	84.3%	109.7%
売上総利益	29,274	16.3%	30,637	15.7%	104.7%
販管費	21,828	12.2%	23,433	12.0%	107.4%
営業利益	7,446	4.1%	7,203	3.7%	96.7%
営業外収益	421	-	415	-	-
営業外費用	155	-	146	-	-
経常利益	7,712	4.3%	7,473	3.8%	96.9%
特別利益	106	-	303	-	-
特別損失	94	-	390	-	-
税金等調整前当期純利益	7,724	4.3%	7,386	3.8%	95.6%
法人税等	2,381	-	2,331	-	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	567	-	124	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,775	2.7%	4,931	2.5%	103.3%

【主なポイント】

【商品別売上高】 (百万円)

・ハムソー	43,024 (前期比109%)
・加工食品	35,305 (前期比123%)
・惣菜等	46,497 (前期比106%)
・食肉	70,384 (前期比105%)
・その他	196 (前期比 97%)

【売上原価】

・原材料、仕入品比率	0.3% アップ
・製造費用比率	0.3% アップ
売上高原価率	⇒ 0.6% アップ

【販売管理費】

・販管費(人件費比率)	0.2% ダウン
・販管費(経費比率)	-
売上高販管費比率	⇒ 0.2% ダウン

売上高営業利益率 ⇒ 0.4% 悪化

1-(2).2018年3月期上半期業績2

【セグメント別損益】

(百万円)

	2017年3月期		2018年3月期			中期計画 比差	中期計画
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差		
売上高							
加工食品事業本部	121,137		133,028	-	109.8%	103.4%	128,600
食肉事業本部	58,098		62,181	-	107.0%	105.8%	58,800
その他	202		196	-	97.0%	-	100
営業利益							
加工食品事業本部	7,437	6.1%	6,901	5.2%	▲ 536	1,401	5,500
食肉事業本部	▲ 115	-0.2%	205	0.3%	320	▲ 495	700
その他	125	-	98	-	▲ 27	48	50

【個別損益】

(百万円)

	2017年3月期		2018年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差
売上高	133,632	100.0%	151,977	100.0%	113.7%
営業利益	4,414	3.3%	5,234	3.4%	820
経常利益	5,023	3.8%	6,144	4.0%	1,121
税引前当期純利益	5,001	3.7%	6,939	4.6%	1,938
四半期純利益	3,591	2.7%	4,893	3.2%	1,302

【個別・子会社損益】

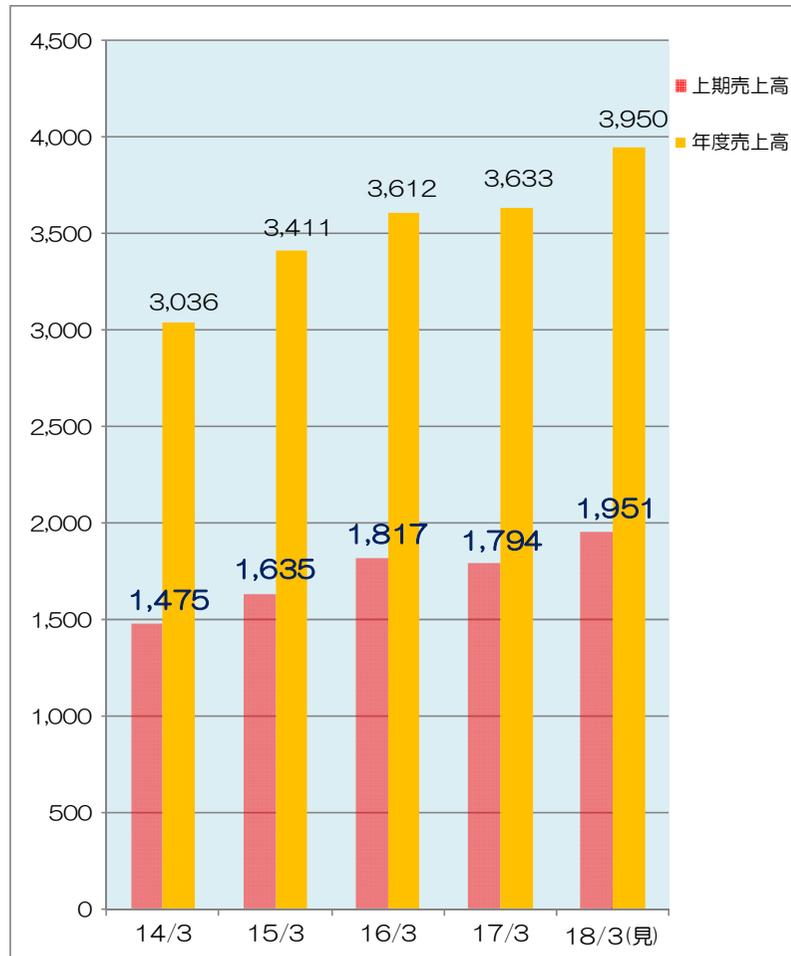
(百万円)

	2017年3月期		2018年3月期				
	売上高	営業利益	売上高	前期比	営業利益	前期差	
プリマハム個別	133,632	4,414	151,977	113.7%	5,234	820	
子会社	バンダー(1社)	41,436	1,640	43,667	105.4%	635	▲ 1,005
	その他(連結修正含む)	4,370	1,392	▲ 238	-5.4%	1,334	▲ 58
連結合計	179,438	7,446	195,406	108.9%	7,203	▲ 243	

2.売上高と営業利益の推移

売上高

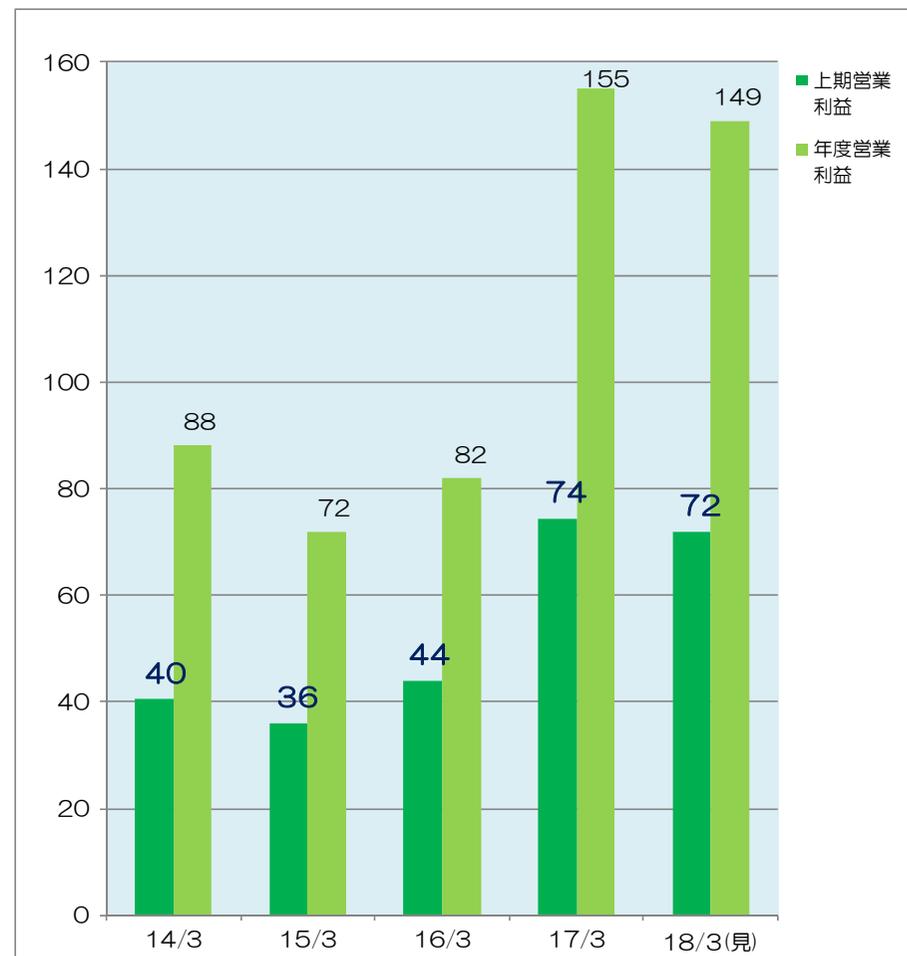
(億円)



(注)1億円未満切り捨て、18/3の年度は見込み

営業利益

(億円)



(注)1億円未満切り捨て、18/3の年度は見込み

3.2018年3月期 加工食品事業本部の上半期の状況1

事業環境

- 個人消費→節約層の増加
- 消費環境を反映した低価格戦略の増加
- 円高→円安へと原材料価格の高騰
- 雇用環境の変化(賃金上昇不足、人手不足)
- 天候不順による野菜不足から一部価格高騰



1,072万人超のお友だち獲得

施策

- 重点商品を中心に販売活動を集中
- 販売促進策の展開強化
- 生産性向上と数量拡大
- ベンダー工場の生産基盤拡充と生産性の向上

成果

- ・重点商品の販売構成比72.7%
- ・新規消費者の拡大(LINEの活用)
- ・スペシャルプレゼントキャンペーン
 プレシャスナイト(TDL10月6日貸切)ご招待
- ・TDLダイヤモンドホースシュー
 プライベートキャンペーン
- ・本体4工場の「人時生産性」向上
- ・茨城工場新プラント稼動による効果
- ・相模原第二工場の稼動
- ・革新的設備の導入による品質衛生管理と生産性の向上

ハムソー販売数量
前期比112%

→ [コンシューマ118%
 業務用 101%]

加工食品販売数量
前期比 120%

[コンシューマ112%
 業務用 134%]

→ 前期比(人時生産性)
 8%アップ

→ PD売上拡大
 前期比 105%

3.2018年3月期 加工食品事業本部の上半期の状況2

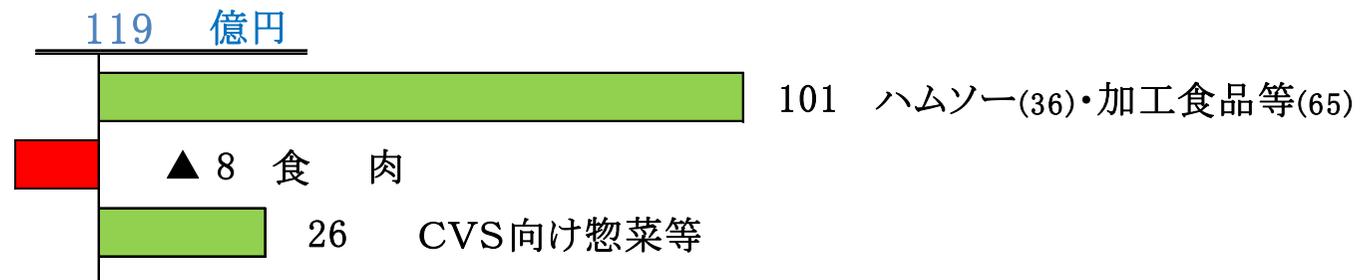
損 益		(百万円)	
	2017年3月期	2018年3月期	前期比
売上高	121,137	133,028	109.8%
営業利益	7,437	6,901	92.8%
売上高営業利益率	6.1%	5.2%	



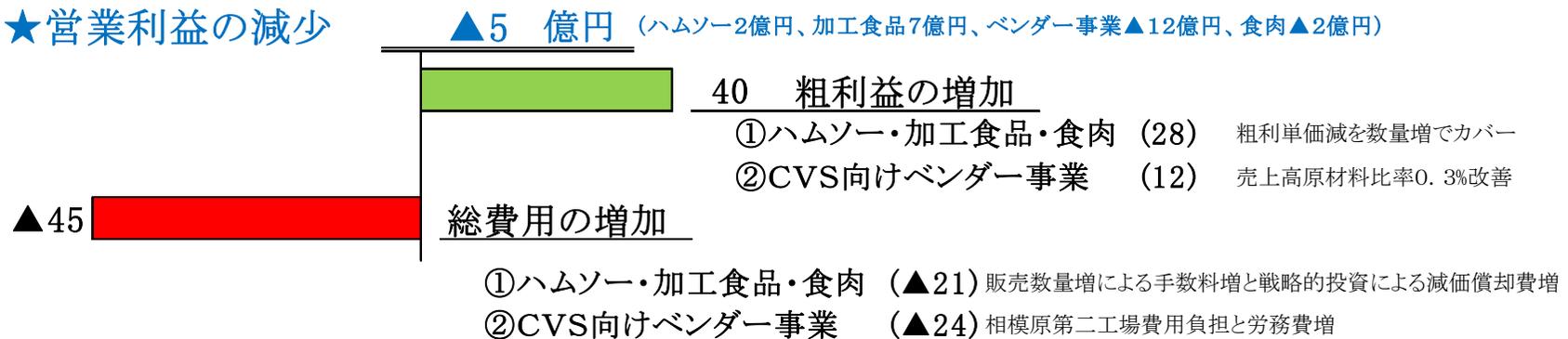
☆販売数量 前年同期比139%

収益の増減要因

★売上高の増加



★営業利益の減少



4.2018年3月期 食肉事業本部の上半期の状況1

事業環境

- 個人消費→節約層の増加
- 円高→円安へと原材料価格の高騰
- 国産牛肉・豚肉・鶏肉の相場高
- 国産牛肉の供給減少
- 輸入冷凍牛肉SG発動



オリジナルブランド「オレガノビーフ」を使ったローストビーフ

施 策

- 営業力の強化
 - 1) ナショナルチェーンへの組織対応・全国対応強化
 - 2) リージョナル得意先への営業強化
 - 3) 新規得意先の開拓
- 商品力の強化
 - ※ オリジナルブランド商品の拡販
- 管理・物流の改善
 - ※ 販売数量増加への対応

成 果

- ・ 大口取引先5社計で前年同期比10%増収
- ・ 重点54社計で前年同期比13%増収
- ・ 新規得意先8社と取引開始
- ・ 出荷量が減少した国産豚肉・牛肉を除く主力5品目で前年比43%数量増
- ・ 利益面では、競合激化で伸び悩み。
- ・ 数量増により運送費負担も増加。
- ・ 下期より物流改革に取り組む

4.2018年3月期 食肉事業本部の上半期の状況2

損 益	(百万円)		
	2017年3月期	2018年3月期	前期比
売上高	58,098	62,181	107.0%
営業利益	▲ 115	205	-
売上高営業利益率	-0.2%	0.3%	

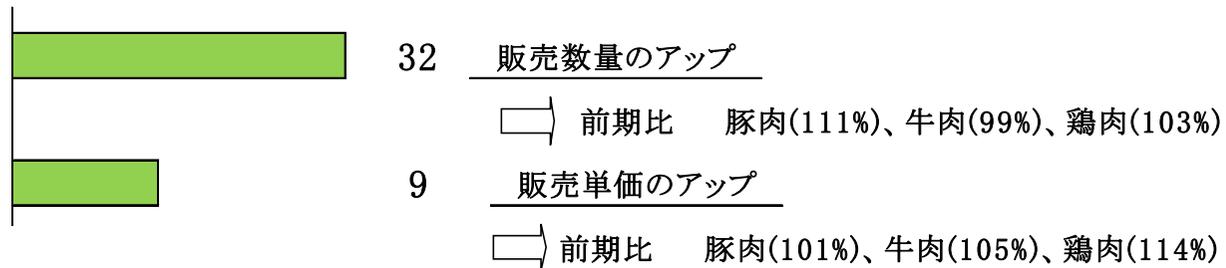


オリジナルブランド「ハーブ三元豚」味噌漬け焼き

収益の増減要因

★売上高の増加

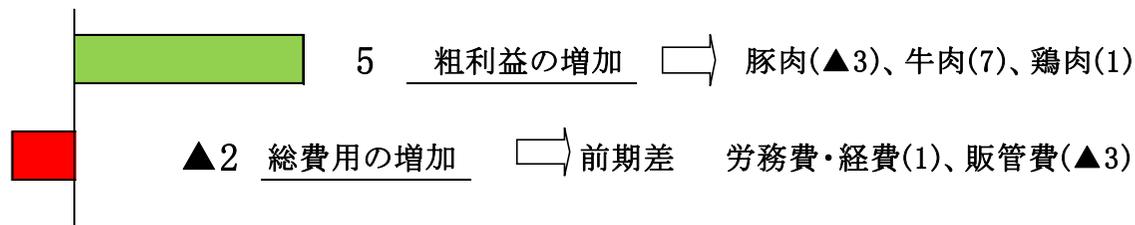
41 億円



★営業利益の増加

3 億円

(利益単価の増加1.5億円、販売数量増2.5億円、経費増▲2億円、子会社利益1億円)



5.2018年3月期 上半期計画差異

(百万円、%)

第2四半期累計		実績	計画	計画比差	昨年実績	昨年同期比差
加工食品	売上高	133,028	128,600	103.4%	121,137	109.8%
事業本部	営業利益	6,901	5,500	1,401	7,437	▲ 536

【ポイント】

- ハムソー、加工食品他事業
営業利益計画差+11億円
 - ⇒ ハムソー計画比販売数量105%、売上104%→営業利益+2億円
生産部門で売上原価比率0.8%改善(原材料0.4%×、労務費0.2%○、経費1.0%○)、販管比率0.6%改善
→営業利益率1.4%改善→7億円
営業部門で、計画を上回る数量増起因による手数料、運搬費等の増、販売促進費増→営業利益▲5億円
加工食品計画比販売数量116%、売上119%→営業利益+10億円、子会社▲1億円
食肉利益単価ダウン▲4億円
連結修正4億円
- CVS向けベンダー事業
営業利益計画差+3億円
 - ⇒ プライムデリカ売上16億円未達(96%)、売上原価16億円減(96%)により、総利益額62億円は計画通り。
計画数量未達のため、数量起因の費用である支払手数料、物流運搬費等で+5億円
熊本プリマ、プライムデリCOで▲2億円

(百万円、%)

第2四半期累計		実績	計画	計画比差	昨年実績	昨年同期比差
食肉	売上高	62,181	58,800	105.8%	58,098	107.0%
事業本部	営業利益	205	700	▲ 495	▲ 115	320

【ポイント】

- 食肉事業
営業利益計画差▲5億円
 - ⇒ 相場高による仕入コスト増を転嫁しきれず総利益額減少→▲4億円
販売数量増による支払手数料及び物流費等増による経費増→▲2億円
子会社利益増加→1億円

6.2017年9月末 連結貸借対照表

(百万円)

	2017年3月期末	2017年9月末	増 減
流動資産	78,113	90,369	12,256
固定資産	92,806	97,406	4,600
総 資 産	170,919	187,775	16,856
流動負債	60,413	74,368	13,955
固定負債	31,307	30,024	▲ 1,283
負債合計	91,721	104,392	12,671
株 主 資 本	66,335	70,261	3,926
その他の包括利益 累 計 額	5,683	5,890	207
非支配株主持分	7,179	7,231	52
純 資 産 合 計	79,198	83,383	4,185
負債純資産合計	170,919	187,775	16,856

【流動資産】

- ・現金及び預金の増加 19億92百万円
- ・受取手形及び売掛金の増加 86億42百万円
- ・たな卸資産の増加 25億44百万円

【固定資産】

- ・有形固定資産の増加 40億 6百万円

【負債合計】

- ・支払手形及び買掛金の増加 132億57百万円
- ・長期借入金の減少 12億39百万円

【純資産合計】

- ・利益剰余金の増加 39億30百万円

7.2018年3月期 上半期キャッシュ・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)

	2016年9月期	2017年9月期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	13,184	13,124	▲ 60
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 7,072	▲ 8,750	▲ 1,678
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 1,355	▲ 2,854	▲ 1,499
現金及び現金同等物の期末残高	11,611	21,002	9,391



【営業活動キャッシュ・フロー】

- ・税金等調整前四半期純利益の計上
73億86百万円
- ・減価償却費の計上
40億47百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
▲78億83百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・長期借入金の返済
▲12億50百万円
- ・配当金の支払い
▲10億 4百万円

【各種経営指標】

(百万円、%、倍)

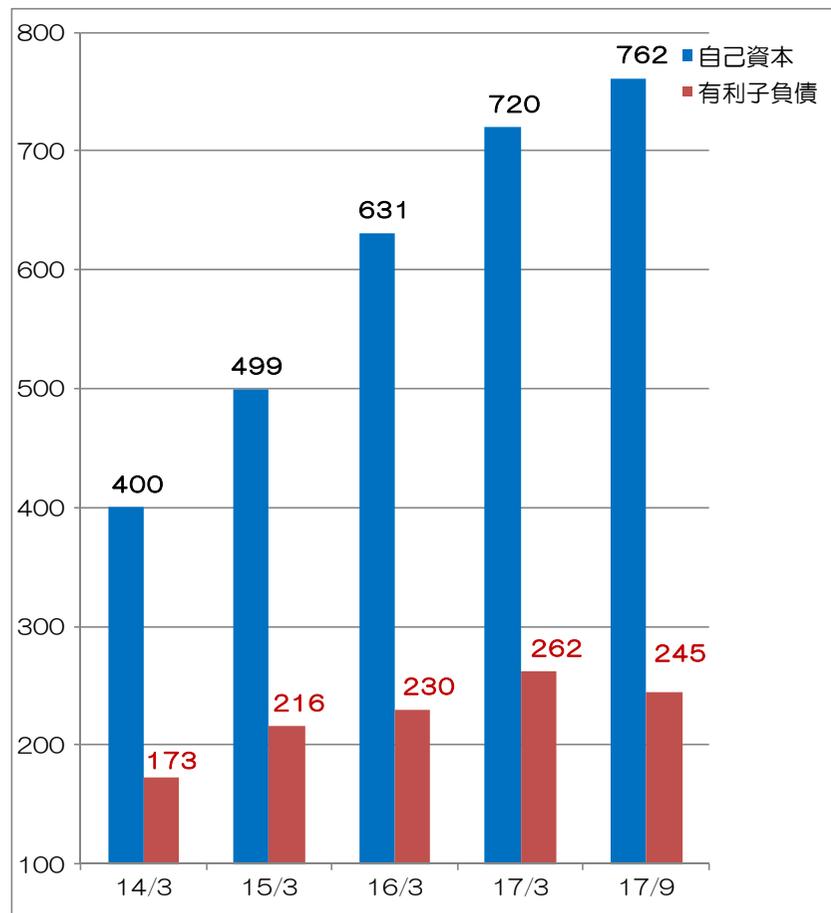
	2017年3月期	2017年9月期	増 減
自 己 資 本	72,019	76,151	4,132
自 己 資 本 比 率	42.1	40.6	▲ 1.5
有 利 子 負 債	25,733	24,523	▲ 1,210
負 債 資 本 倍 率	0.357	0.322	▲ 0.04

*純資産合計から少数株主持分を除いたものを自己資本としています。

8. 自己資本・有利子負債と自己資本比率の推移

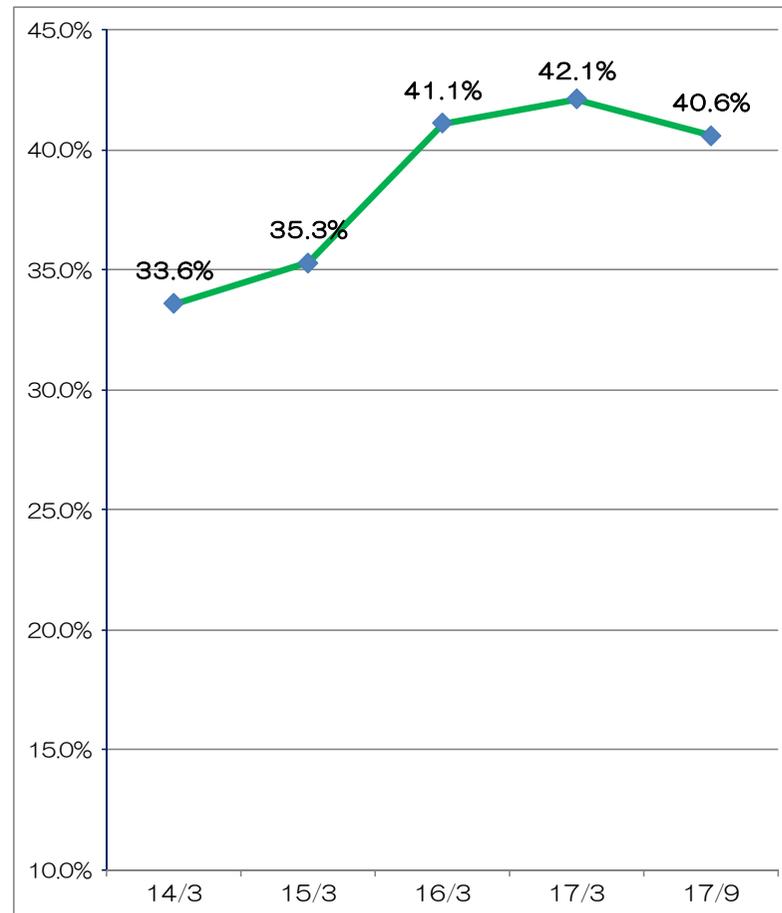
自己資本と有利子負債

(億円)



(注)1億円未満切り捨て

自己資本比率



2018年3月期 業績見通し

1.2018年3月期 加工食品事業本部の下半期の取組み

<事業の現況・課題>

●個人消費の低価格傾向に対する競争激化



●歳暮ギフトと第4四半期収益確保



<施策・対応>

- 主力商品を中心に販売活動を集中し、取扱店舗、売場展開の拡大を推進
- 積極的な提案営業により売上拡大
- コストダウンと効率化の継続
- 人時生産性の更なる向上
- TVCM(香薫ウインナー)の全国放映とLINEによる発信→売場の確保、拡大
- キャンペーンの毎月展開(ハロウィンパーティー等)
- 健康志向商品糖質ゼロの拡充(プリマヘルシー)
- 相模原第二工場の稼動拡大

- 歳暮ギフトは「匠の膳・匠逸品シリーズ」「こだわり逸品」の更なる充実で品揃え強化、前期比102%以上を目指す
- シーズン需要(秋～冬)の「鍋商材」等の売上拡大

レンジ鍋



2.2018年3月期 食肉事業本部の下半期の取組み

〈事業の現況・課題〉

- 仕入れ価格の高値継続
 - ・国産豚肉・鶏肉の相場高
 - ・輸入食肉への円安の影響
- 販売競争の激化による利幅縮小
- 国内畜産業の縮小傾向継続

〈施策・対応〉

- 自社グループ製品、オリジナルブランド商品、付加価値商品の販売に注力
- 協力会社と一体になって生産コスト引下げに取り組む
- 差別化された自社グループ製品、オリジナルブランド商品取り扱いによる利益確保
- 副産物の加工度レベルアップ、販売ルート開拓に取り組む
- 物流改革による効率化とコスト節減
- 業務効率化による間接経費のコントロール
- 自社グループ生産事業の拡充
- 協力会社との関係強化による安定供給の確保

3.2018年3月期 年度業績見通し

【連結損益】

			2017年3月期	2018年3月期	前期比	年度計画
売上高			363,336	395,000	108.7%	381,300
営業利益			15,565	14,900	95.7%	13,000
経常利益			16,102	15,400	95.6%	13,100
当期純利益			10,009	10,500	104.9%	9,000

(上下期別)

			2018年3月期 (百万円)		2018年3月期 (百万円)	
			上半期(実績)	下半期(見通)	下半期(計画)	計画比差
売上高			195,406	199,594	193,700	103.0%
営業利益			7,203	7,697	6,700	997
経常利益			7,473	7,927	6,700	1,227
当期純利益			4,931	5,569	5,000	569

【セグメント別損益】

			2017年3月期	2018年3月期	前期比	年度計画	計画比差
売上高	加工食品事業本部		244,667	268,700	109.8%	261,800	102.6%
	食肉事業本部		118,254	126,000	106.6%	119,200	105.7%
	その他		416	300	72.1%	300	100.0%
営業利益	加工食品事業本部		14,512	13,400	92.3%	11,400	2,000
	食肉事業本部		789	1,300	164.8%	1,500	▲ 200
	その他		265	200	75.5%	100	100

4.トピックス

1. 持続的成長に向けた投資

- ①プライムデリカ㈱相模原第二工場2017年2月竣工
 - ・革新的設備の導入による品質衛生管理と生産性の向上
 - ・首都圏地区での効率運営、シェア拡大、収益向上

- ②茨城工場新ハム・ベーコンプラント建設準備始動
 - ・2019年3月の完成を目指す
 - ・環境にやさしい、生産性の高い工場建設を志向



プライムデリカ相模原第二工場

2. 平成30年3月期配当増配

- ・株主重視の方針のもと、中間配当を2円増配し4円、
期末配当4円とし、計8円の配当を予定する。

3. コーポレートガバナンス・コードへの対応

7月10日に改訂版をTDnet、ホームページにて開示。

ご参考資料

連結損益計算書の推移

【連結損益計算書】

(百万円)

	セグメント	2016年3月期			2017年3月期			2018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	1Q	2Q	上期実績	下期見込	通期見込
売上高	加工食品事業本部	119,350	120,279	239,629	121,137	123,530	244,667	63,326	69,702	133,028	135,672	268,700
	食肉事業本部	62,285	59,021	121,306	58,098	60,156	118,254	31,150	31,031	62,181	63,819	126,000
	その他事業	129	159	288	202	214	416	105	91	196	104	300
	合計	181,763	179,460	361,223	179,438	183,898	363,336	94,582	100,824	195,406	199,594	395,000
売上原価		156,404	154,467	310,871	150,164	153,319	303,483	79,521	85,247	164,768		
売上総利益		25,358	24,993	50,351	29,274	30,579	59,853	15,061	15,576	30,637		
販売費及び一般管理費		20,955	21,149	42,104	21,828	22,459	44,287	11,334	12,099	23,433		
営業利益		4,403	3,844	8,247	7,446	8,119	15,565	3,726	3,477	7,203	7,697	14,900
営業外損益		298	231	529	266	271	537	102	167	269		
経常利益		4,701	4,075	8,776	7,712	8,390	16,102	3,828	3,645	7,473	7,927	15,400
特別損益		306	947	1,253	12	▲ 777	▲ 765	▲ 58	▲ 29	▲ 87		
税金等調整前当期(四半期)純利益		5,007	5,022	10,029	7,724	7,613	15,337	3,770	3,616	7,386		
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益		2,847	3,582	6,429	4,775	5,234	10,009	2,496	2,435	4,931	5,569	10,500

(ご参照) 商品別の売上高

(百万円)

	商品別	2016年3月期			2017年3月期			2018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	下期見込	通期見込
売上高	ハムソー	39,763	36,429	76,192	39,416	38,931	78,347			43,024	43,976	87,000
	加工食品他	70,169	72,527	142,696	72,571	76,616	149,187			81,801	82,899	164,700
	食肉	71,703	70,344	142,047	67,309	68,198	135,507			70,384	72,616	143,000
	その他	129	159	288	142	153	295			197	103	300
	合計	181,763	179,460	361,223	179,438	183,898	363,336			195,406	199,594	395,000

2018年3月期 売上高比較(セグメント別・商品別)

セグメント別売上高		商品別売上高			
(億円)		(億円)			
加工食品事業本部 1,330		加工食品他	ハム・ソーセージ	430	ハム・ソーセージ 430
			加工食品	348	加工食品他 818
			バンダー商品	465	
			食肉	87	食肉 704
食肉事業本部 622		肉	食肉	617	
			加工食品	5	その他 2
その他	2	その他	2		

連結貸借対照表の推移

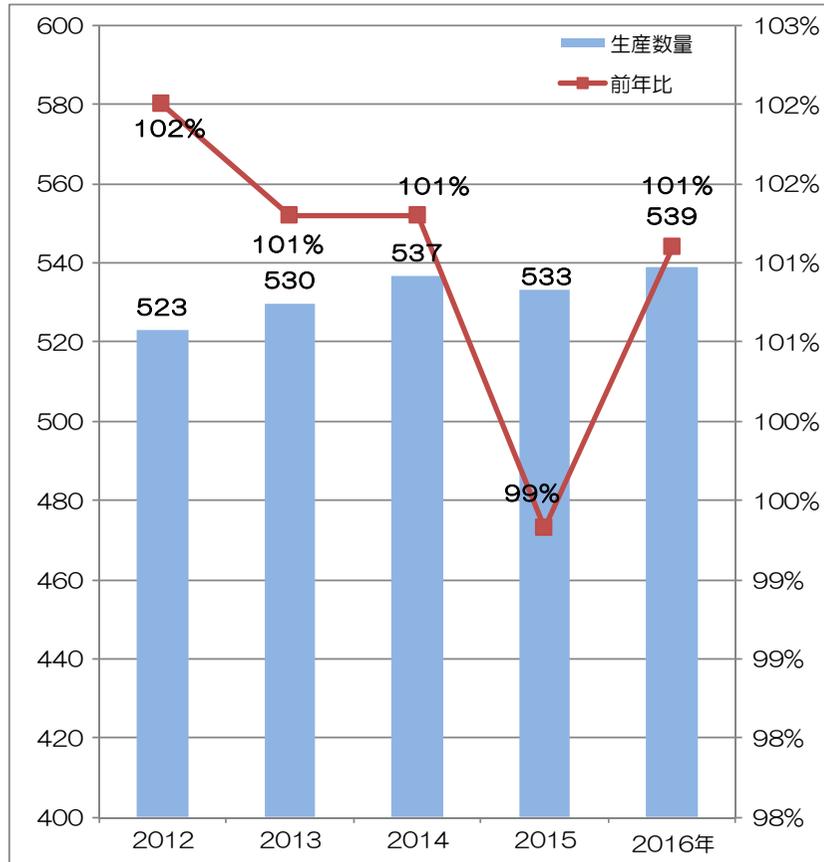
【連結貸借対照表】

(百万円)

	2015年3月期		2016年3月期		2017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	57,728	61,088	69,770	69,241	69,030	78,113
固定資産	75,682	80,572	81,946	84,270	88,013	92,806
総資産	133,411	141,661	151,716	153,511	157,043	170,919
流動負債	58,744	60,350	60,423	58,669	55,616	60,413
固定負債	24,619	24,783	23,432	24,812	27,072	31,307
負債合計	83,363	85,134	83,856	83,481	82,689	91,721
株主資本	38,349	42,686	54,201	57,276	61,584	66,335
その他の包括利益 累計額	4,507	7,261	6,925	5,881	5,524	5,683
非支配株主持分	7,190	6,578	6,732	6,871	7,245	7,179
純資産合計	50,047	56,526	67,860	70,030	74,354	79,198
負債純資産合計	133,411	141,661	151,716	153,511	157,043	170,919
自己資本	42,856	49,948	61,127	63,158	67,109	72,019
自己資本比率(%)	32.1	35.3	40.3	41.1	42.7	42.1

業界動向の資料1

(1)ハム・ソーセージ類生産数量(国内)の推移 (千トン)

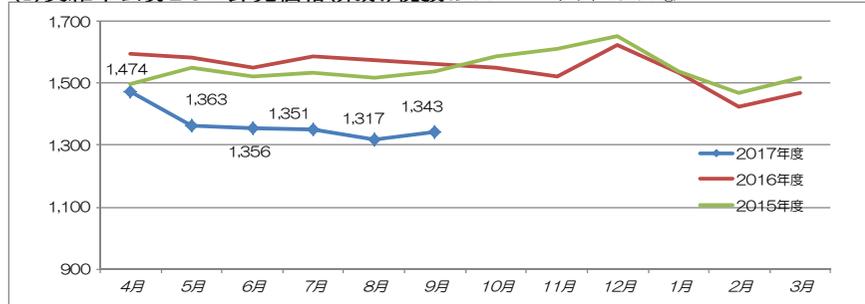


(2)ハム・ソーセージ類の家計消費金額(年間・税抜き)



業界動向の資料2

(1) 交雑牛去勢B3の卸売価格(東京)税抜(枝肉ベース、単位:円/Kg)



(2) 豚肉の卸売価格(東京・省令)税抜(枝肉ベース、単位:円/Kg)

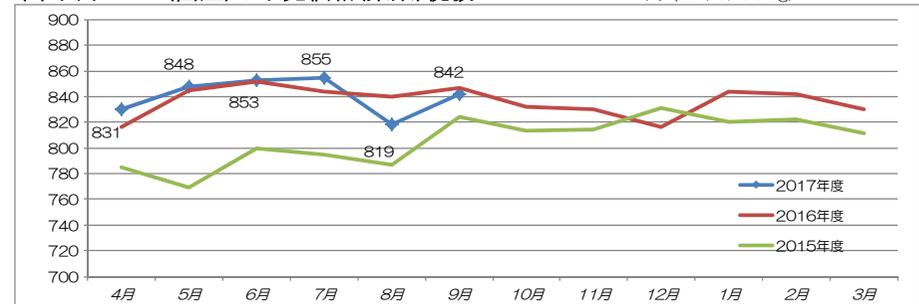


(3) 鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京)税抜(単位:円/Kg)

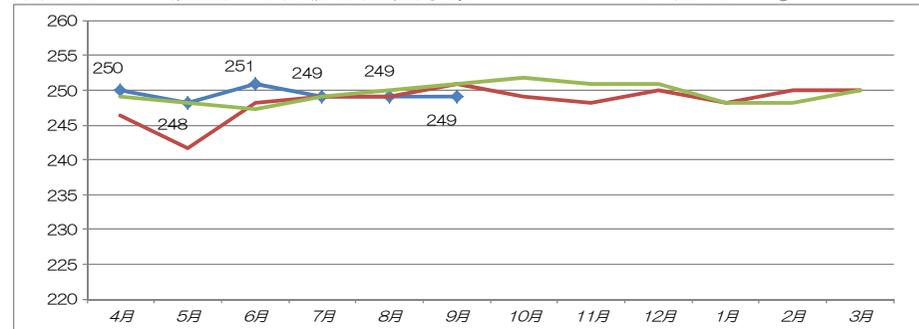


農林水産省(食肉流通統計)

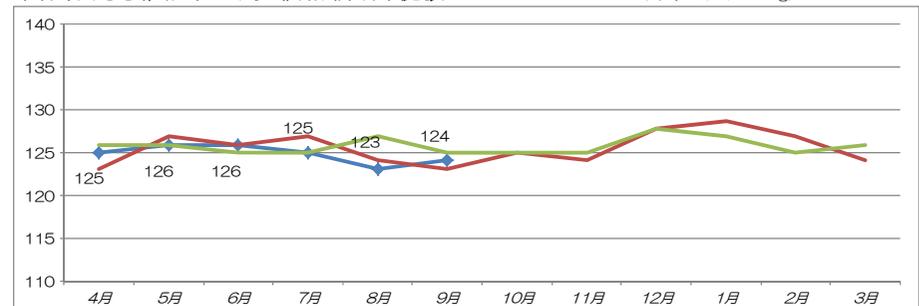
(4) 牛肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜(単位:円/100g)



(5) 豚肉ロース(国産)の小売価格(全国)税抜(単位:円/100g)



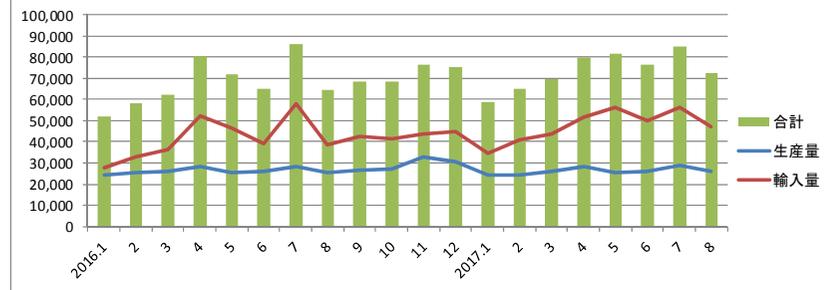
(6) 鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜(単位:円/100g)



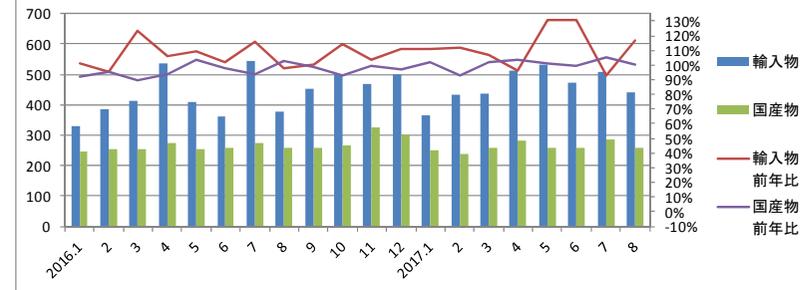
総務省(小売物価統計調査報告)

業界動向の資料3

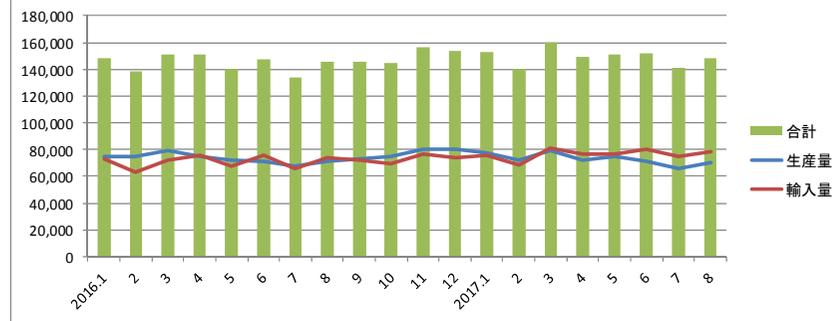
(1)牛肉需給表(生産量・輸入量) (トン)



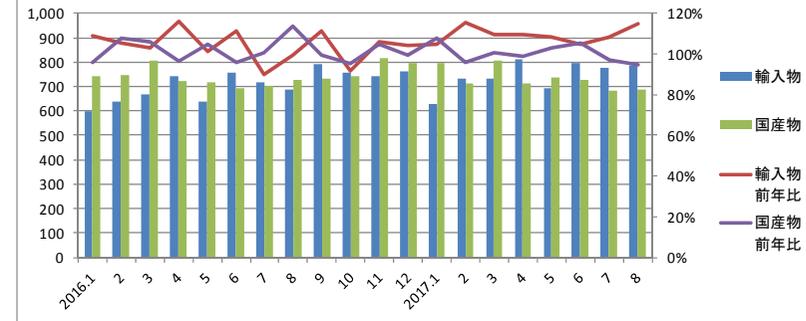
(4)牛肉の需給動向(推定出回り量) (百トン/%)



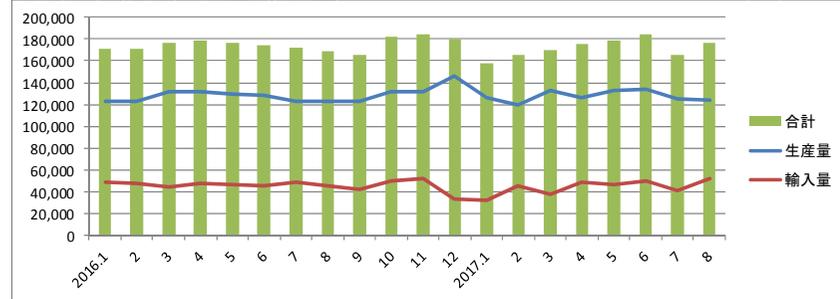
(2)豚肉需給表(生産量・輸入量) (トン)



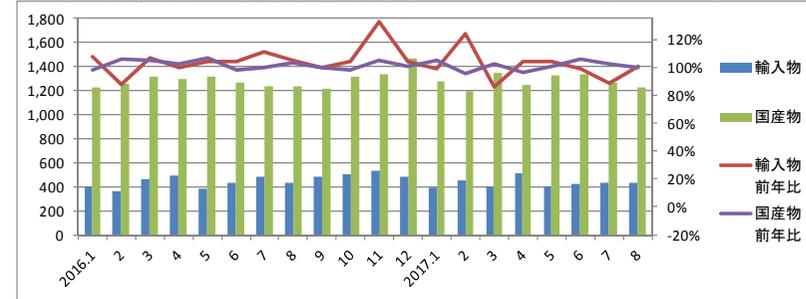
(5)豚肉の需給動向(推定出回り量) (百トン/%)



(3)鶏肉需給表(生産量・輸入量) (トン)



(6)鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



独立行政法人 畜産産業振興機構

農林水産省(食肉流通統計)、財務省(日本貿易月表)、(独)農畜産業振興機構

Profile (2017年9月30日現在)

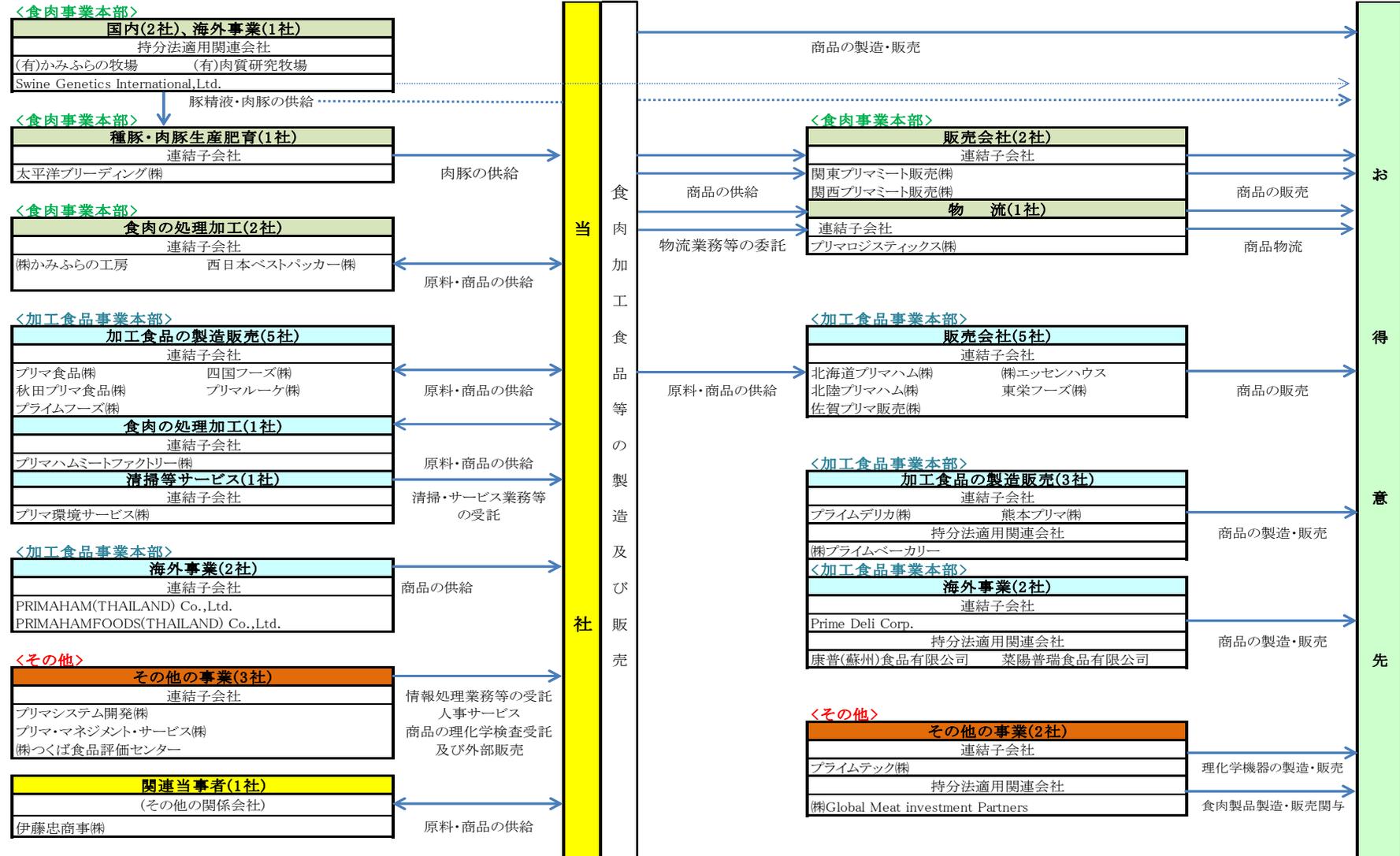
■ 会社概要

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	79億882万円
決 算 期	3月31日
従 業 員 数	1,822 名(115名減)
事 業 所	営業拠点 6支店 25営業所 生産拠点 4工場
グループ会社	34 社 連結子会社 27 社 持分法適用関連会社 7 社
企業集団従業員数	13,809名(697名減)
グループ拠点	生産拠点 25工場 (国内) 5拠点 (海外)
(備 考)	
1.増減は前年度末(2017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會を開設
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
2015年6月	公募増資及び第三者割当増資
2016年6月	茨城工場新ウイナープラント開設
2016年12月	LEGOLAND® Japan 株式会社とオフィシャル マーケティングパートナー契約を締結

企業集団の状況 (2017年9月30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 ープリマの原点ー

- 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。

お問合せ先

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/>