

2019年3月期 上半期決算説明会

おいしさ、ふれあい。  
**IPPO.リマールム**

2018年11月14日

## 目 次

I.2019年3月期 上半期業績総括 (P. 2～P.14)

II.2019年3月期 業績見通し (P.15～P.19)

III.ご参考資料 (P.20～P.32)

# 2019年3月期 上半期業績総括

## 1.2019年3月期上半期業績1

### 【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2018年3月期		2019年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売 上 高	195,406	100.0%	204,867	100.0%	104.8%
加工食品事業本部	133,028	68.1%	139,903	68.3%	105.2%
食肉事業本部	62,181	31.8%	64,724	31.6%	104.1%
その他の	196	0.1%	238	0.1%	121.4%
売上原価	164,768	84.3%	172,892	84.4%	104.9%
売上総利益	30,637	15.7%	31,974	15.6%	104.4%
販 管 費	23,433	12.0%	24,730	12.1%	105.5%
営業利益	7,203	3.7%	7,243	3.5%	100.6%
営業外収益	415	-	539	-	-
営業外費用	146	-	259	-	-
経 常 利 益	7,473	3.8%	7,524	3.7%	100.7%
特 別 利 益	303	-	375	-	-
特 別 損 失	390	-	101	-	-
税金等調整前当期純利益	7,386	3.8%	7,797	3.8%	105.6%
法人税等	2,331	-	2,623	-	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	124	-	417	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,931	2.5%	4,757	2.3%	96.5%

### 【主なポイント】

#### 【商品別売上高】 (百万円)

・ハムソー	45,106 (前期比105%)
・加工食品	35,445 (前期比100%)
・惣菜等	50,088 (前期比108%)
・食 肉	73,990 (前期比105%)
・その他	238 (前期比121%)

#### 【売上原価】

・原材料、仕入品比率	1.1% ダウン
・製造費用比率	1.2% アップ

売上高原価率 ⇨ 0.1% アップ

#### 【販売管理費】

・販管費(人件費比率)	-
・販管費(経 費比率)	0.1% アップ

売上高販管費比率 ⇨ 0.1% アップ

売上高営業利益率 ⇨ 0.2% 悪化

## 1.2019年3月期上半期業績2

### 【セグメント別損益】

(百万円)

	2018年3月期		2019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	133,028		139,903	-	105.2%	97.5%	143,500
食肉事業本部	62,181		64,724	-	104.1%	100.8%	64,200
その他	196		238	-	121.4%	-	90
営業利益							
加工食品事業本部	6,901	5.2%	6,286	4.5%	▲ 615	▲ 1,414	7,700
食肉事業本部	205	0.3%	857	1.3%	652	▲ 13	870
その他	98	-	100	-	2	0	100

### 【個別損益】

(百万円)

	2018年3月期		2019年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差
売上高	151,977	100.0%	154,862	100.0%	101.9%
営業利益	5,234	3.4%	4,933	3.2%	▲ 301
経常利益	6,144	4.0%	5,532	3.6%	▲ 612
税引前当期純利益	6,939	4.6%	5,773	3.7%	▲ 1,166
四半期純利益	4,893	3.2%	4,016	2.6%	▲ 877

### 【個別・子会社損益】

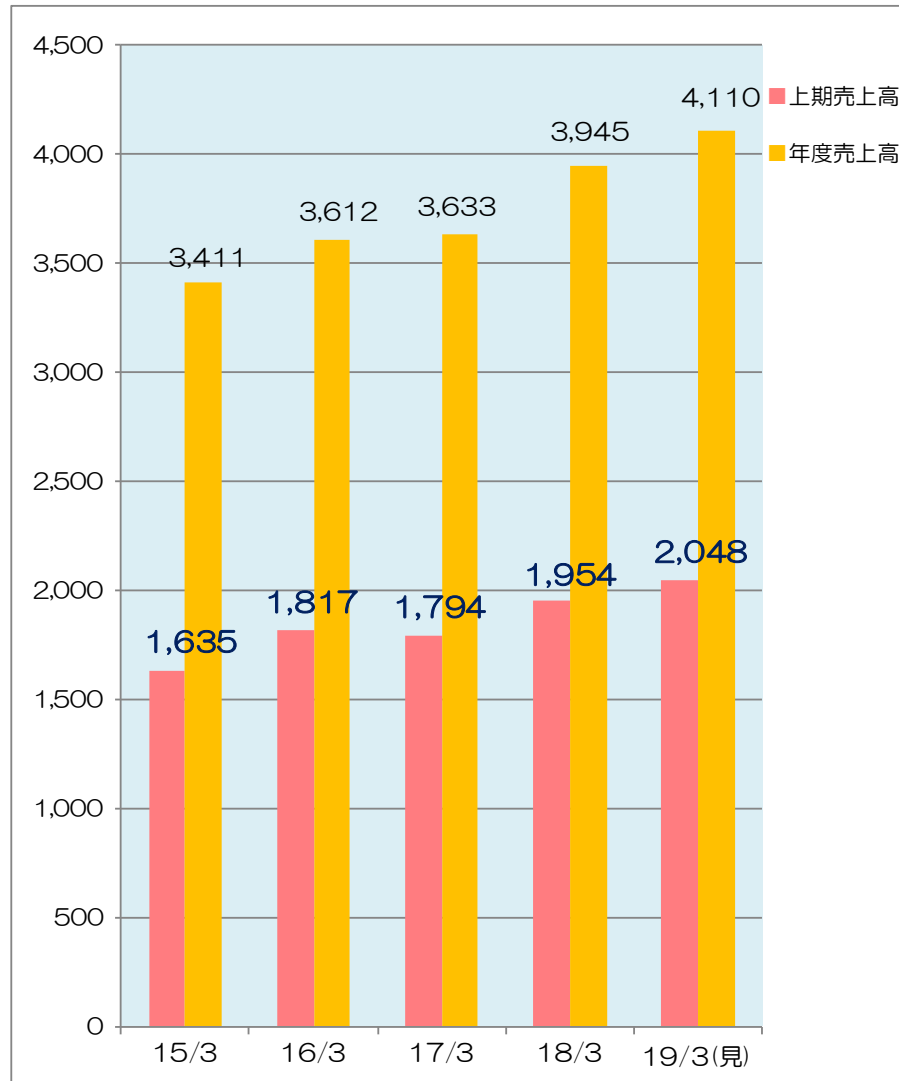
(百万円)

	2018年3月期		2019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	151,977	5,234	154,862	101.9%	4,933	▲ 301	
子会社	ベンダー(1社)	43,667	635	48,104	110.2%	856	221
	その他(連結修正含む)	▲ 238	1,334	1,902	-	1,454	120
連結合計	195,406	7,203	204,867	104.8%	7,243	40	

## 2. 売上高と営業利益の推移

### 売上高

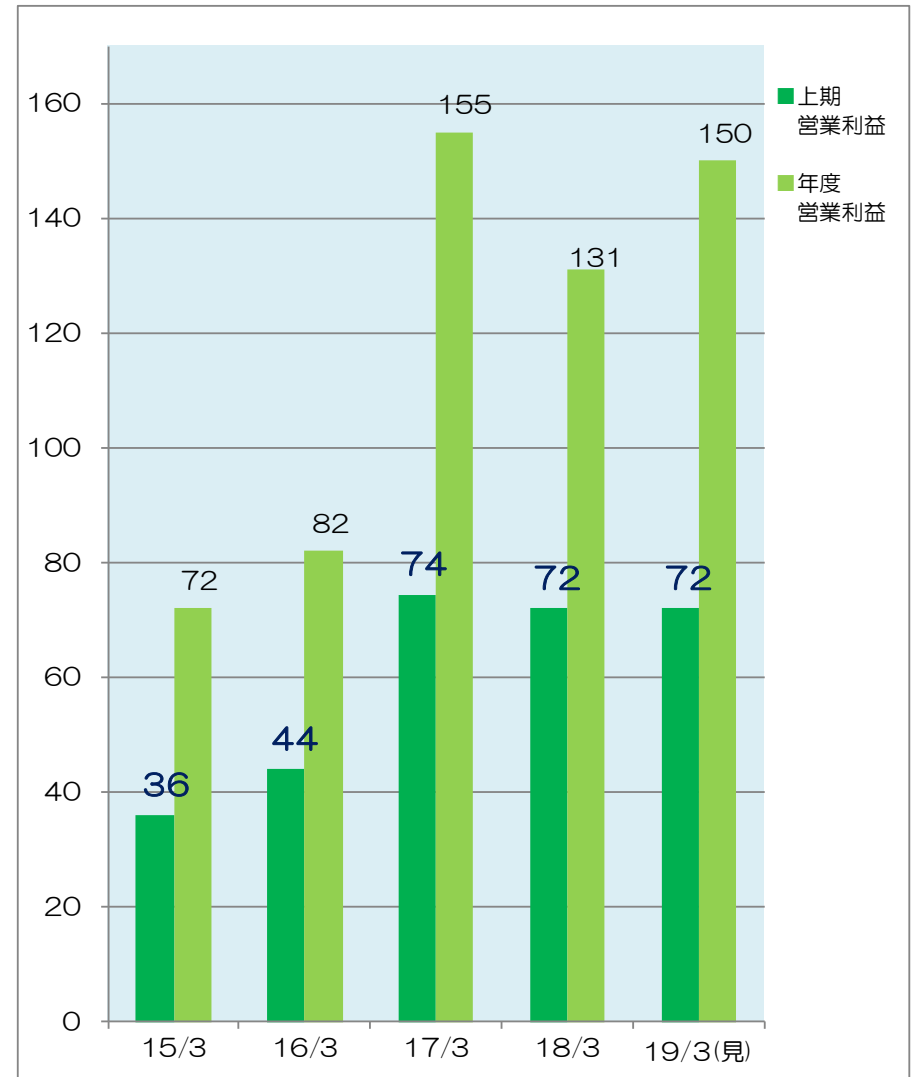
(億円)



(注)1億円未満切り捨て、19/3の年度は見込み

### 営業利益

(億円)



(注)1億円未満切り捨て、19/3の年度は見込み

### 3.2019年3月期 加工食品事業本部の上半期の状況

#### 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
- 慢性的人手不足による雇用環境の悪化
- 全国での自然災害による景気回復動向の鈍化
- 米国発の貿易摩擦による世界経済先行き不安



1,200万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

○生産性向上と生産能力増大

○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73.7%

・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(TDS10月12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

・グループ会社工場へのPI活動の展開

・相模原第二工場の稼働拡大

・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106%



[ コンシューマ105%  
業務用 107% ]

加工食品販売数量

前期比 101%

[ コンシューマ 96%  
業務用 105% ]



前期比(人時生産性)

本体5%、グループ-3%



ベンダー1社売上拡大

前期比 110%

### 3.2018年3月期 加工食品事業本部 参考資料

#### (1) ハム・ソーセージ

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2016年度	2017年度	2018上期	構成比
ハム・ソーセージ計	104%	112%	106%	100%
コンシューマ商品	109%	115%	105%	75%
業務用商品	95%	104%	107%	23%
ギフト	105%	95%	92%	2%

☆コンシューマ主要商品 <販売数量対前年対比>

内 訳	2016年度	2017年度	2018上期
香薫ウインナー	125%	129%	113%
十勝生ハムロース	108%	111%	103%
ロースハム群	115%	111%	103%
ベーコン群	110%	120%	102%



☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018上期
12%	15%	6%	6%	8%	5%

#### (3) ベンダー事業(1社)売上高推移

2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018上期
110%	103%	106%	105%	106%	110%

#### (2) 加工食品

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2016年度	2017年度	2018上期	構成比
加工食品計	106%	121%	101%	100%
コンシューマ商品	107%	110%	96%	34%
業務用商品	110%	135%	105%	40%
調味生肉他	102%	120%	101%	26%

☆コンシューマ主要商品 <販売数量対前年対比>

内 訳	2016年度	2017年度	2018上期
サラダチキン	144%	149%	101%
春巻き	115%	99%	92%
レンジ鍋	180%	234%	217%
生つくね	94%	114%	93%

☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2017年度	2018上期
6%	-3%



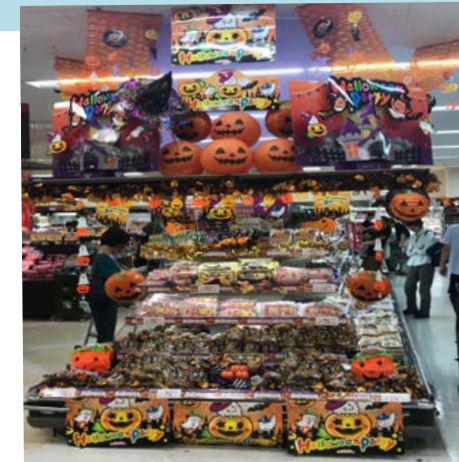
レンジ鍋





### 3.2019年3月期 加工食品事業本部の上半期の状況2

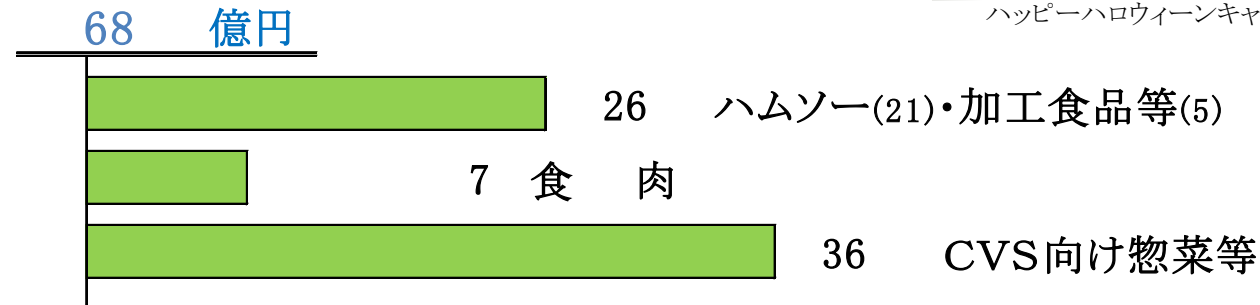
損 益		(百万円)	
	2018年3月期	2019年3月期	前期比
売上高	133,028	139,904	105.2%
営業利益	6,901	6,286	91.1%
売上高営業利益率	5.2%	4.5%	



ハッピーハロウィーンキャンペーン

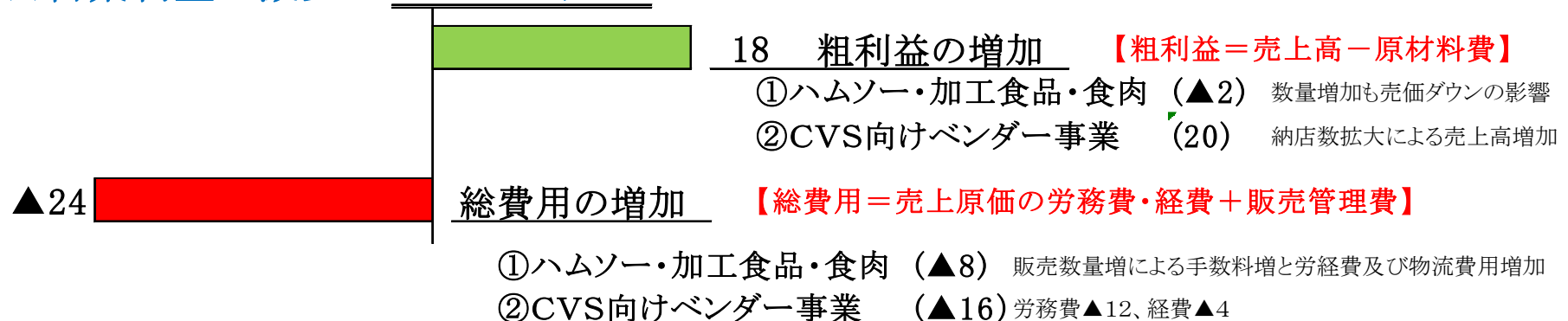
#### 収益の増減要因

##### ★売上高の増加



##### ★営業利益の減少

▲6 億円 (ハムソー0億円、加工食品▲10億円、ベンダー事業4億円)



## 4.2019年3月期 食肉事業本部の上半期の状況

### 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
- 慢性的人手不足による雇用環境の悪化
- 全国での自然災害による景気回復動向の鈍化
- 米国発の貿易摩擦による世界経済先行き不安
- TPP11発効(12月30日)による関税の低減への対応



### 施 策

- 国産豚肉インテグレーションの強化(生産事業の拡充)
- 営業力の強化
  - 1) 収益に対する意識改革
  - 2) 選択と集中によるマーケットシェアと収益の拡大
  - 3) 営業人材の育成、営業スキルの強化
- 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
  - 1) 本社コントロールによる一元管理
  - 2) 幹線物流の集約による効率化とコスト削減

### 成 果

- ・有限牧場会社2社の子会社化
- ・ジャパンミート(株)と(株)ユキザワの買収  
→年間出荷頭数27万頭から42万頭へ
- ・利益責任の明確化による販売強化
- ・オリジナルブランド販売数量  
前年同期比 67%増
- ・海外駐在員の増員、強化
- ・主要供給元との関係強化  
ハイライフ、プライムポーク他
- ・ブランド確立のためのシェア拡大
- ・物流費高騰の抑制

## 4.2019年3月期 食肉事業本部の上半期の状況2

損 益		(百万円)	
	2018年3月期	2019年3月期	前期比
売上高	62,181	64,725	104.1%
営業利益	205	857	418.0%
売上高営業利益率	0.3%	1.3%	

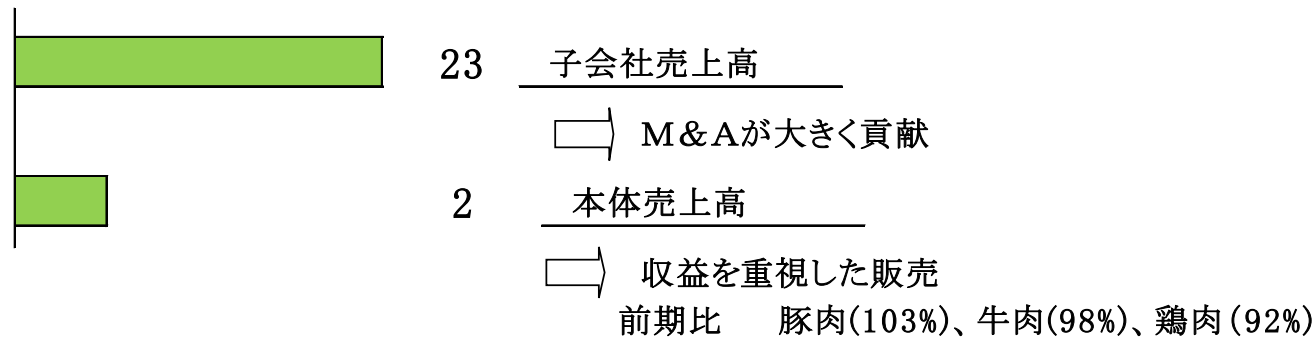


鹿児島県産黒豚ローストポーク

### 収益の増減要因

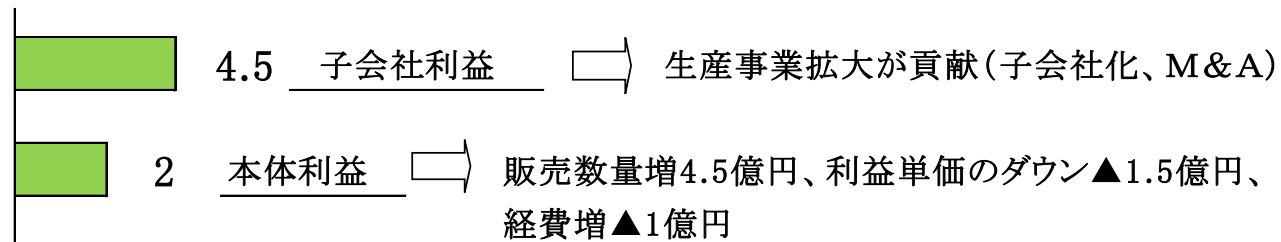
#### ★売上高の増加

25 億円



#### ★営業利益の増加

6.5 億円



## 5.2019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	139,904	143,500	97.5%	133,028	105.2%
事業本部	営業利益	6,286	7,670	▲ 1,384	6,901	▲ 615

### 【ポイント】

- ハムソー、加工食品他事業 ⇒ ハムソー販売数量計画比101%→営業利益▲6億円  
 営業利益計画差▲16億円  
 生産部門で売上原価比率0.3%悪化(原材料1.0%×、労務費0.9%○、経費0.2%×)、販管比率0.2%改善  
 →営業利益率0.05%悪化→▲0億円でほぼ計画通りに推移  
 営業部門での売価ダウン等→営業利益▲6億円  
 加工食品計画比販売数量97.2%→営業利益▲10億円  
 子会社営業利益▲4億円、販売数量減及び売価ダウンにより▲6億円
- CVS向けベンダー事業 ⇒ ベンダー事業①売上高計画比101%、ベンダー事業②売上高計画比115%  
 営業利益計画差+2億円  
 ベンダー事業①営業利益計画差+0.5億円、ベンダー事業②営業利益計画差+1.5億円

(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	64,724	64,200	100.8%	62,181	104.1%
事業本部	営業利益	857	870	▲ 13	205	652

### 【ポイント】

- 食肉事業 ⇒ 販売部門の計画未達分を生産事業が補完する  
 営業利益計画差▲0億円

## 6.2018年9月末 連結貸借対照表

(百万円)

	2018年3月期末	2018年9月末	増 減
流動資産	79,329	91,315	11,986
固定資産	110,422	116,757	6,335
総 資 産	189,751	208,073	18,322
流動負債	64,630	78,588	13,958
固定負債	35,846	36,746	900
負債合計	100,477	115,305	14,828
株主資本	74,714	77,684	2,970
その他の包括利益 累計額	6,466	6,569	103
非支配株主持分	8,094	8,513	419
純資産合計	89,274	92,767	3,493
負債純資産合計	189,751	208,073	18,322

### 【流動資産】

- ・現金及び預金の増加 53億 3百万円
- ・受取手形及び売掛金の増加 39億73百万円
- ・たな卸資産の増加 29億91百万円

### 【固定資産】

- ・有形固定資産の増加 46億19百万円

### 【負債合計】

- ・支払手形及び買掛金の増加 146億61百万円
- ・長期借入金の増加 10億63百万円

### 【純資産合計】

- ・利益剰余金の増加 31億90百万円

## 7.2019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)

	2018年9月期	2019年9月期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	13,124	17,331	4,207
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 8,750	▲ 9,836	▲ 1,086
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 2,854	▲ 2,326	528
現金及び現金同等物の期末残高	21,002	17,350	▲ 3,652



#### 【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  
77億97百万円
- ・減価償却費の計上  
41億12百万円
- ・仕入れ債務の増加  
137億94百万円

#### 【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得  
▲79億11百万円
- ・事業譲受による支出  
▲11億99百万円
- ・子会社株式の取得  
▲10億84百万円

#### 【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・長期借入金の返済  
▲25億51百万円
- ・配当金の支払い  
▲15億 6百万円

### 【各種経営指標】

(百万円、%、倍)

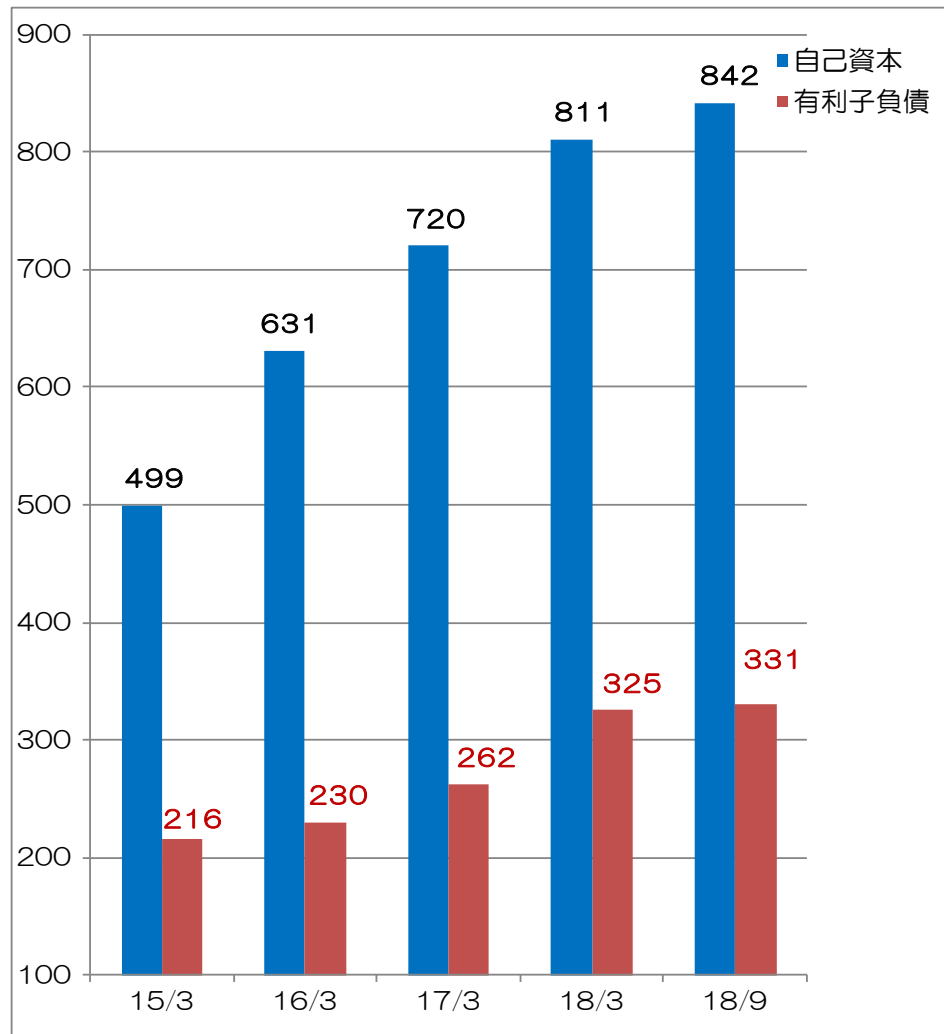
	2018年3月期	2019年9月期	増 減
自 己 資 本	81,180	84,254	3,074
自 己 資 本 比 率	42.8	40.5	▲ 2.3
有 利 子 負 債	32,505	33,129	624
負 債 資 本 倍 率	0.49	0.39	▲ 0.10

\*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

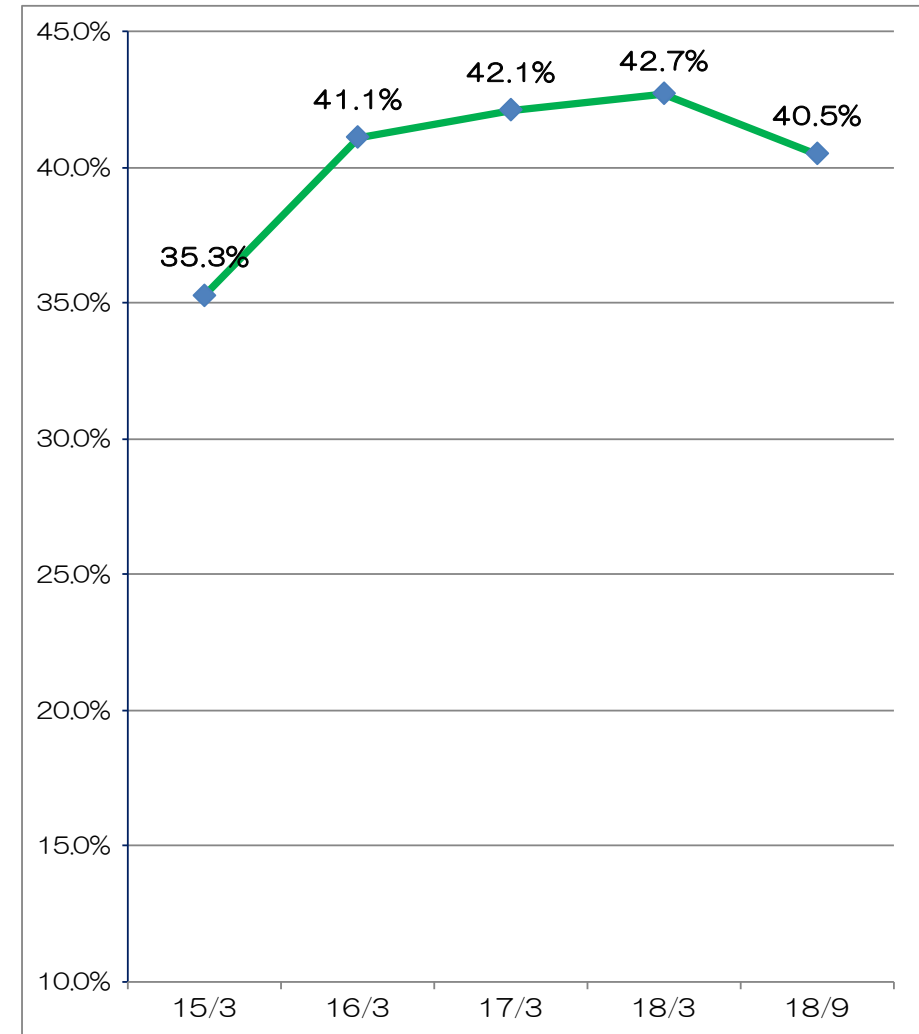
自己資本と有利子負債

(億円)



(注)1億円未満切り捨て

自己資本比率



# 2019年3月期 業績見通し



## 1.2019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>

#### ●消費者の低価格志向に対する競争激化



チャンスは6回! 毎週当たる! **実施中**

**毎週! クリスマスカンパーン**

**Aコース (ハム1枚500g)**  
 東京ディズニーリゾート、パークチケット(ペア)  
 東京ディズニーランド、または東京ディズニーシーのいずれかで1日ご利用いただけるチケットです。  
 50名100名  
 合計300組600名様

**Bコース (ハム1枚400g)**  
 鹿児島県産黒毛和牛ステーキ(200g)×2枚  
 鹿児島県産黒毛和牛ステーキ(200g)×2枚  
 400名150名  
 400名150名

毎週木曜日開始 2018年11月 8日 15日 22日 29日 12月 6日 13日

#### ●歳暮ギフトと第4四半期収益確保

もう一つの喜び **Wプレゼントキャンペーン**

**Aコース**  
 東京ディズニーリゾート、パークチケット(ペア)  
 賞額で200名400名様

**Bコース**  
 鹿児島県産黒毛和牛モモしゃぶしゃぶ用(720g)  
 賞額で400名様

2019年1月10日(木)まで

### <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働拡大

- 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とイメージキャラクター効果も含め前期比110%を目指す

- シーズン需要(秋~冬)のレンジ鍋・鍋商材等の売上拡大



## 2.2019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
  - ・豪州素牛の高値継続
  - ・US内需好調で高値継続
  - ・鍋物アイテムに需要が集中
- TPP11・日欧EPAの発効による変化
- 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
- 調達国の分散による仕入れ価格の低減
- 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

### 3.2019年3月期 年度業績見通し

#### 【連結損益】

(百万円)

	2018年3月期	2019年3月期(修正)	前期比	中期計画
売上高	394,534	411,000	104.2%	418,000
営業利益	13,129	15,000	114.3%	16,400
経常利益	13,646	15,400	112.9%	16,300
親会社株主に帰属する当期純利益	10,413	10,000	96.0%	11,000

(上下期別)

	(百万円)		(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	204,867	206,133	210,300	98.0%
営業利益	7,244	7,756	7,800	▲ 44
経常利益	7,524	7,876	7,700	176
親会社株主に帰属する当期純利益	4,758	5,242	5,400	▲ 158

#### 【セグメント別損益】□

(百万円)

	2018年3月期	2019年3月期(修正)	前期比	中期計画	計画比差	
売上高	加工食品事業本部	269,380	280,900	104.3%	288,600	97.3%
	食肉事業本部	124,663	129,800	104.1%	129,300	100.4%
	その他	491	300	61.1%	100	300.0%
営業利益	加工食品事業本部	11,688	12,900	110.4%	14,300	-1,400
	食肉事業本部	1,207	1,900	157.4%	1,900	0
	その他	236	200	84.7%	200	0

## 4.トピックス

### 1. 持続的成長に向けた投資

#### ①茨城工場新ハム・ベーコンプラント建設

- ・2019年3月の完成を目指す
- ・環境にやさしい、生産性の高い工場を志向

#### ②関東物流センターの増設工事

- ・茨城工場ウイナープラントによる増産継続とハム・ベーコンプラント建設による生産能力増に対応した物流体制構築と更なる効率化の推進



茨城工場〔建設中のハム・ベーコンプラント(左)とウイナープラント(右)〕



増設中の関東物流センター

### 2. 配当性向

→・2015年3月期	7.0%	2018年3月期	24.2%
2016年3月期	15.2%	2019年3月期	見込み
2017年3月期	15.1%		→25.2%

### 3. 単元株式変更と株式併合

2018年10月1日より、単元株式を1,000株→100株へ同時に5株→1株に株式併合を実施

# 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	2017年3月期			2018年3月期			2019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	121,368	123,298	244,666	133,028	136,352	269,380	68,146	71,758	139,904	140,996	280,900
	食肉事業本部	57,927	60,326	118,253	62,181	62,482	124,663	32,430	32,295	64,725	65,075	129,800
	その他事業	142	274	416	196	295	491	113	126	239	61	300
	合 計	179,438	183,898	363,336	195,406	199,128	394,534	100,690	104,177	204,867	206,133	411,000
	売上原価	150,164	153,319	303,483	164,768	168,658	333,426	84,635	88,257	172,892		
	売上総利益	29,274	30,579	59,853	30,637	30,471	61,108	16,055	15,920	31,975		
	販売費及び一般管理費	21,828	22,459	44,287	23,433	24,545	47,978	12,120	12,611	24,731		
	営業利益	7,446	8,119	15,565	7,203	5,926	13,129	3,934	3,310	7,244	7,756	15,000
	営業外損益	266	271	537	269	248	517	164	116	280		
	経常利益	7,712	8,390	16,102	7,473	6,173	13,646	4,097	3,427	7,524	7,876	15,400
	特別損益	12	▲ 777	▲ 765	▲ 87	1,231	1,144	▲ 270	544	274		
	税金等調整前当期(四半期)純利益	7,724	7,613	15,337	7,386	7,404	14,790	4,367	3,431	7,798		
	親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	4,775	5,234	10,009	4,931	5,482	10,413	2,601	2,157	4,758	5,242	10,000

### (ご参照) 商品別の売上高

(百万円)

(百万円)

	商品別	2017年3月期			2018年3月期			2019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	39,416	38,931	78,347	43,024	43,134	86,158			45,106	45,394	90,500
	加工食品他	72,571	76,495	149,066	81,801	84,518	166,319			85,533	92,477	178,010
	食 肉	67,309	68,198	135,507	70,384	71,183	141,567			73,990	68,200	142,190
	そ の 他	142	274	416	197	294	491			238	62	300
	合 計	179,438	183,898	363,336	195,406	199,129	394,535			204,867	206,133	411,000

2019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

(億円)

加工食品事業本部	1,399
食肉事業本部	647
その他	2

商品別売上高

(億円)

加工食品	451
加工食品	353
加工食品他	501
食肉	95
食肉	645
加工食品	2
その他	2

ハム・ソーセージ  
451

加工食品他  
856

食肉  
740

その他  
2

## 連結貸借対照表の推移

### 【連結貸借対照表】

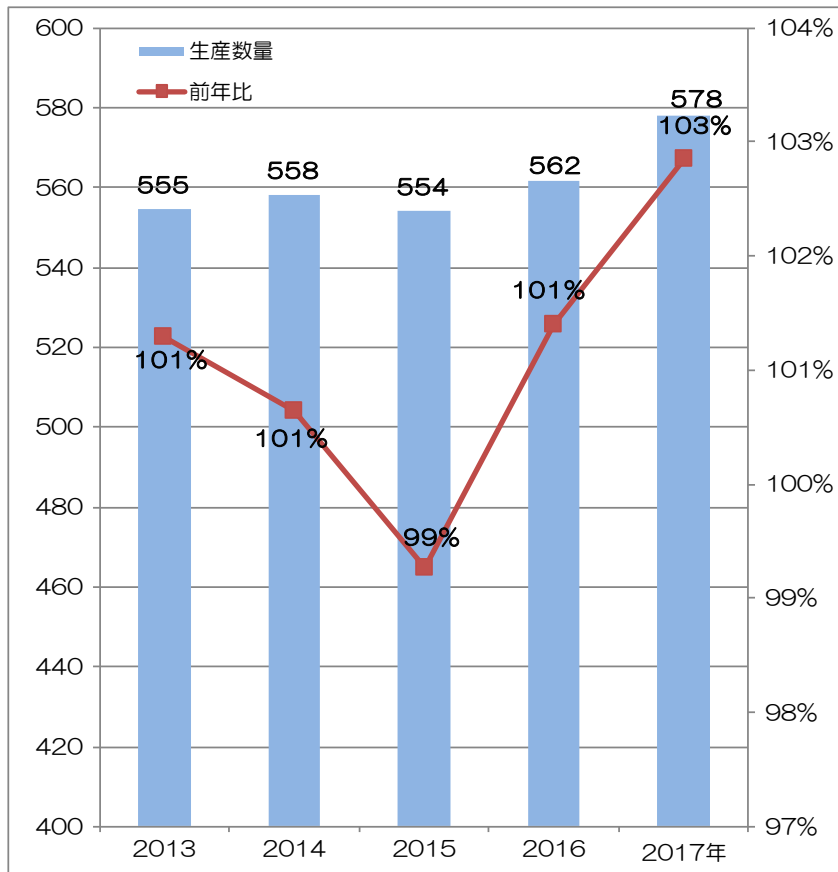
(百万円)

	2016年3月期		2017年3月期		2018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	69,770	69,241	69,030	78,113	69,030	80,212
固定資産	81,946	84,270	88,013	92,806	88,013	109,959
総資産	151,716	153,511	157,043	170,919	157,043	190,171
流動負債	60,423	58,669	55,616	60,413	55,616	64,630
固定負債	23,432	24,812	27,072	31,307	27,072	36,266
負債合計	83,856	83,481	82,689	91,721	82,689	100,897
株主資本	54,201	57,276	61,584	66,335	61,584	74,714
その他の包括利益 累計額	6,925	5,881	5,524	5,683	5,524	6,466
非支配株主持分	6,732	6,871	7,245	7,179	7,245	8,094
純資産合計	67,860	70,030	74,354	79,198	74,354	89,274
負債純資産合計	151,716	153,511	157,043	170,919	157,043	190,171
自己資本	61,127	63,158	67,109	72,019	76,151	81,180
自己資本比率(%)	40.3	41.1	42.7	42.1	40.6	42.7



## 業界動向の資料

(1) ハム・ソーセージ類生産数量(国内)の推移 (千トン)

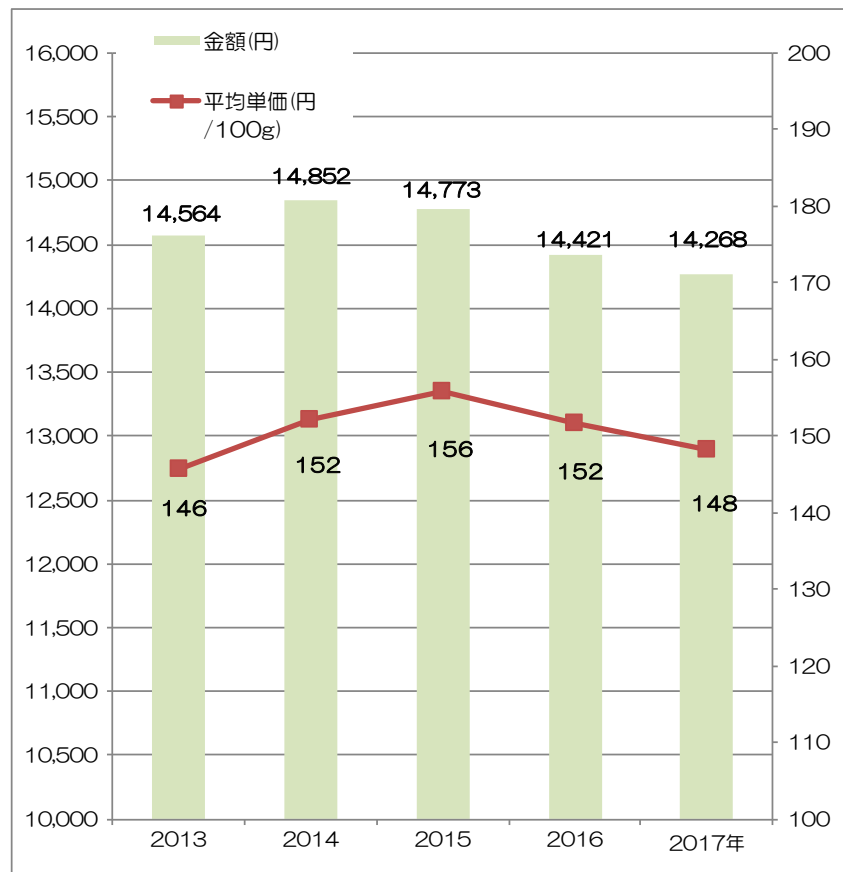


2018年(1-8月)の内訳 (t)

	生産数量	前年比
ソーセージ	209,773	101.9%
ハム	72,349	102.1%
ベーコン	63,231	101.9%
プレスハム	17,886	87.9%
焼き豚	13,558	96.5%

(備考) 日本ハム・ソーセージ工業協同組合による

(2) ハム・ソーセージ類の家計消費金額(年間・税抜き)



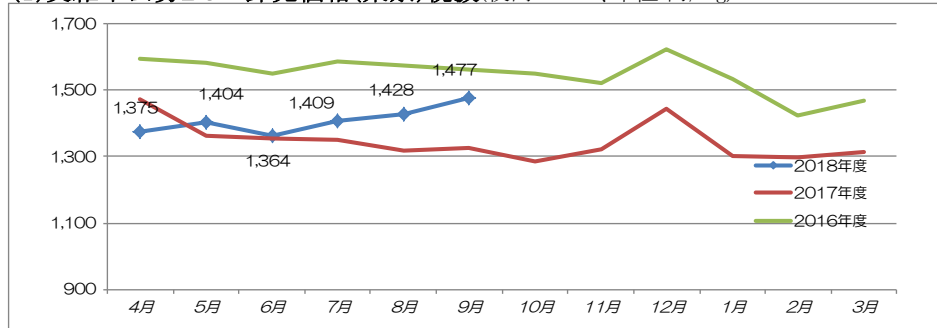
2018年(1-9月)の内訳

	家計消費	前年比
数量 (g)	6,882	99.2%
金額 (円)	9,956	97.8%
平均単価 (円/100g)	144.7	98.6%

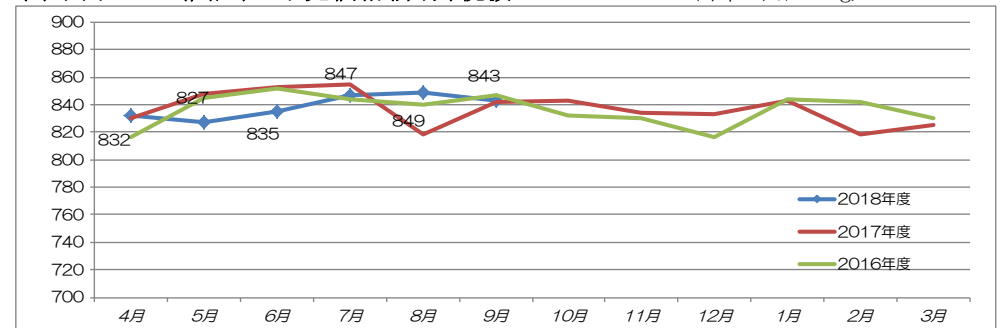
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

## 業界動向の資料2

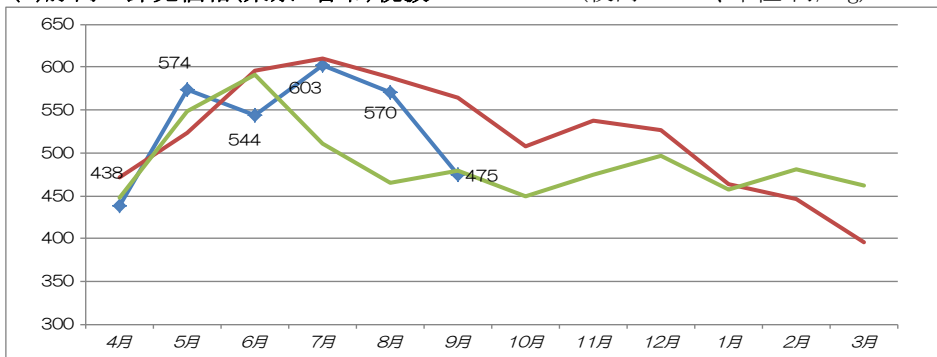
(1)交雑牛去勢B3の卸売価格(東京)税抜(枝肉ベース、単位:円/Kg)



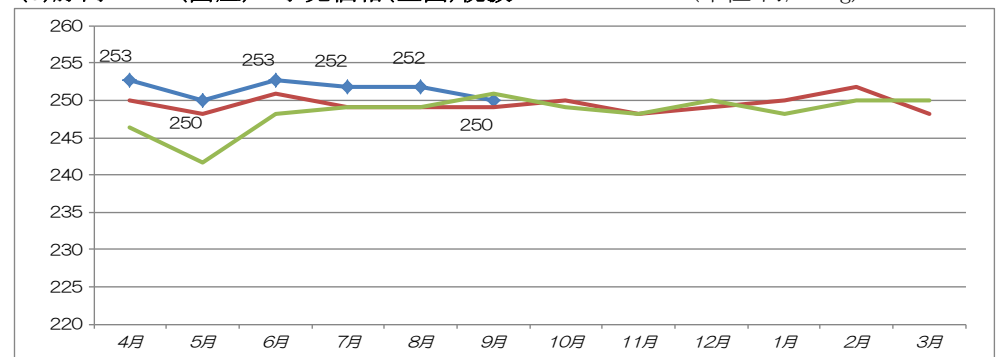
(4)牛肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



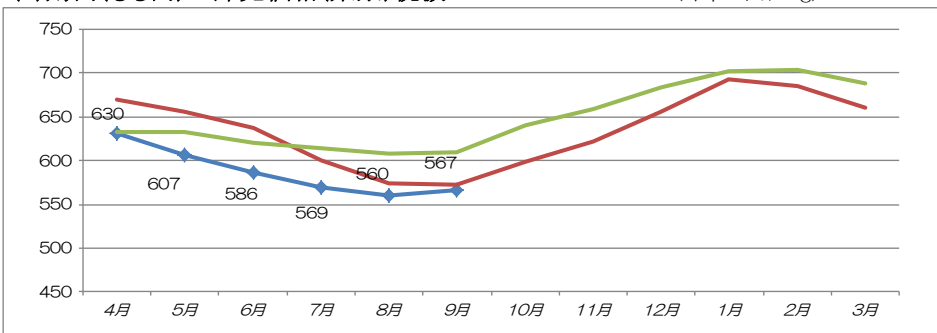
(2)豚肉の卸売価格(東京・省令)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)



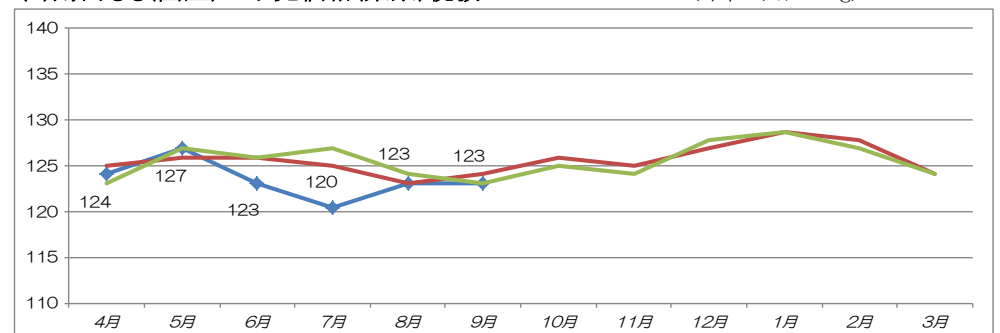
(5)豚肉ロース(国産)の小売価格(全国)税抜 (単位:円/100g)



(3)鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京)税抜 (単位:円/Kg)



(6)鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



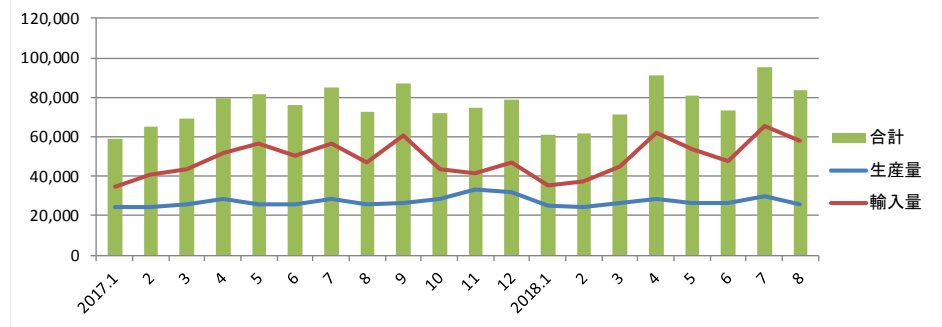
独立行政法人 農畜産業振興機構

独立行政法人 農畜産業振興機構

## 業界動向の資料3

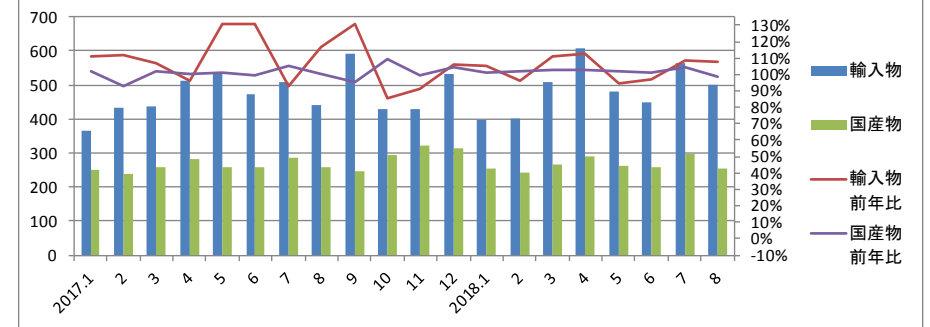
(1)牛肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



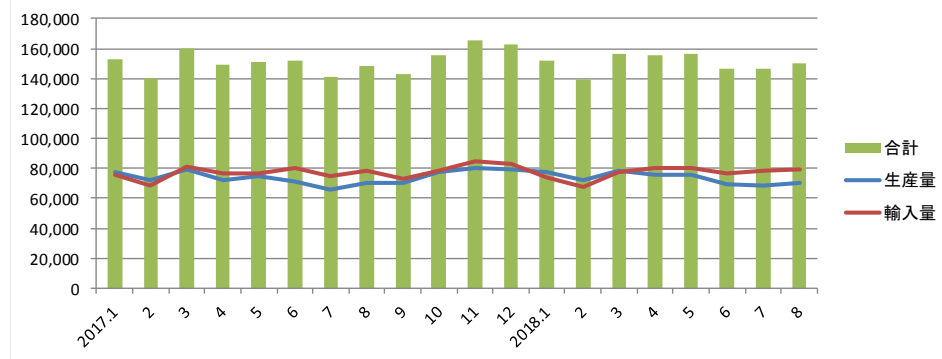
(4)牛肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



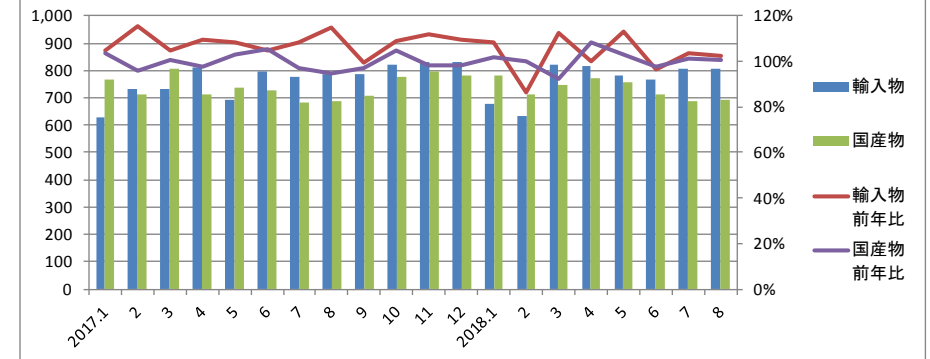
(2)豚肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



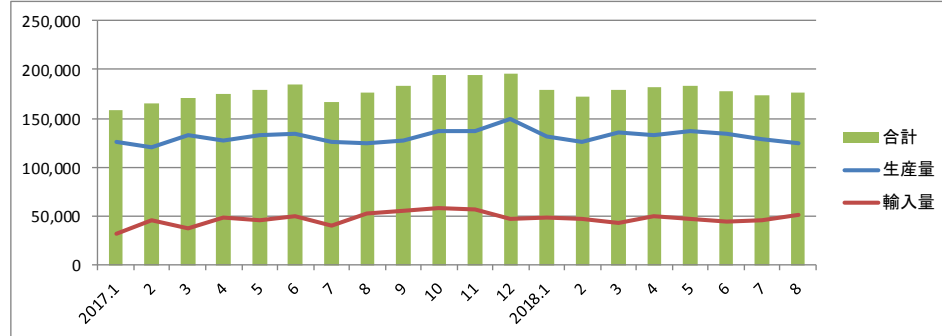
(5)豚肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



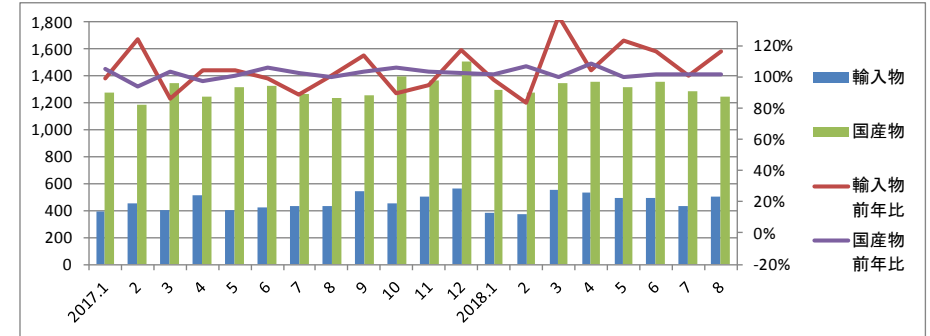
(3)鶏肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



(6)鶏肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



## Profile (2018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 千葉 尚登		
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	1,854 名(40名増)		
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	35 社		
	連結子会社	30 社	
	持分法適用関連会社	5 社	
企業集団従業員数	15,222名(1,025名減)		
グループ拠点	生産拠点	24工場 (国内)	
		4拠点 (海外)	

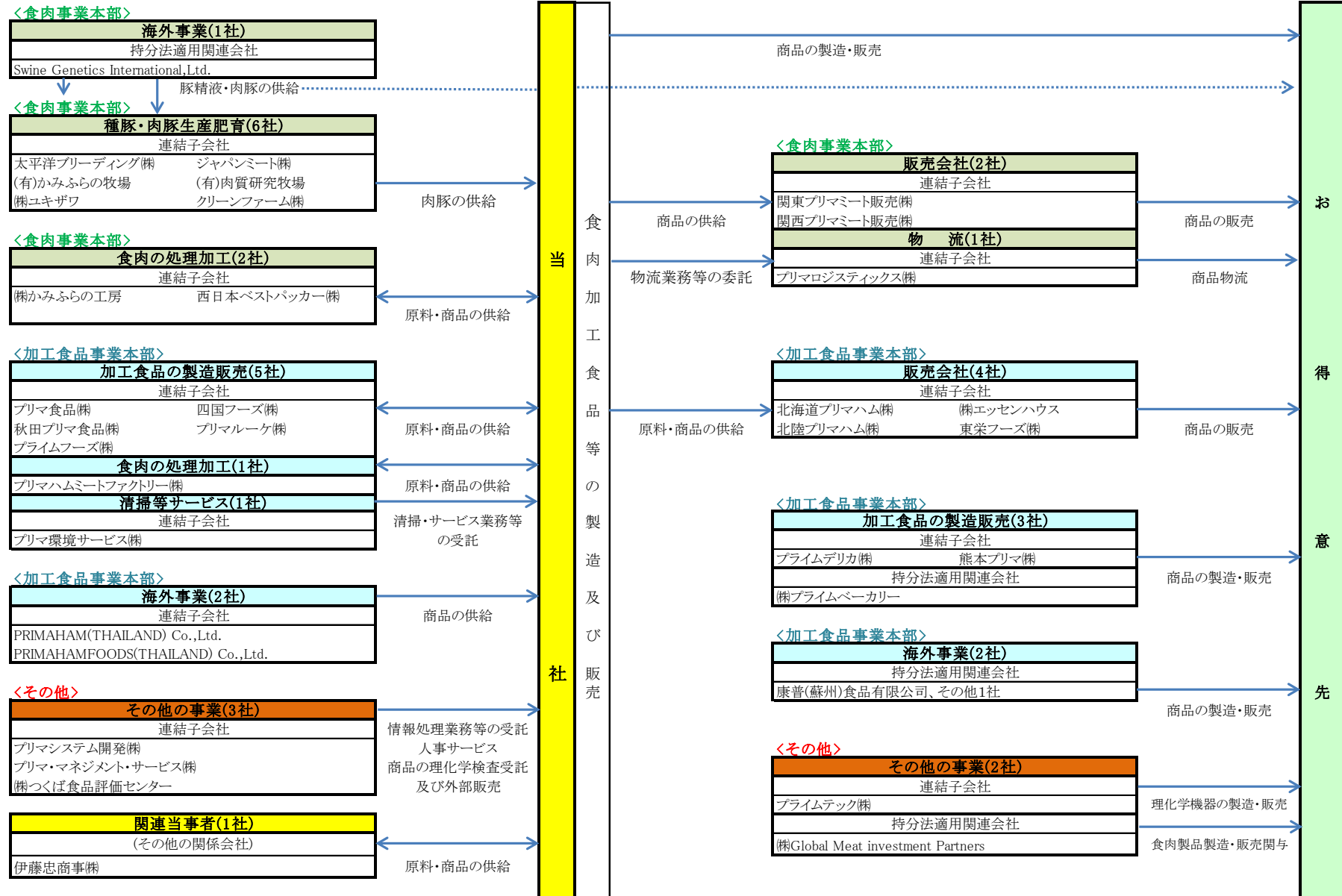
(備 考)

1.増減は前年度末(2018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
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 (2018年9月30日現在)



## プリマハムグループの環境活動①

環境方針：地球環境保全は経営の最重要課題のひとつと認識し、持続可能な社会の実現に向け**地球温暖化対策**、**環境負荷の削減**を実施し、低炭素社会、循環型社会、自然共生社会を目指した環境経営を推進します。

### 茨城工場ウイナープラントECO施設 1

#### ①過冷却製氷システム

充填室・箱詰室(15℃系統)の空調機で使用。電気料金の安い夜間に製氷タンク240tにシャーベット氷を作り、日中冷やした冷水を循環し、昼間の電力を削減。従来設備と比較して**20%省エネ**効果。

環境負荷の低減			地球温暖化対策	
太陽光発電	LED照明	集中制御システム	CO2削減	フロン対策

#### ②ボイラー

燃料はこれまで重油だったものをプロパンガス(LPG)へ変更。重油と比較しボイラー効率の向上。送風機はダンパー式からインバーター式に変更した結果、**消費電力75%削減**。

環境負荷の低減			地球温暖化対策	
太陽光発電	LED照明	集中制御システム	CO2削減	フロン対策



## プリマハムグループの環境活動②

### 茨城工場ウイナープラントECO施設 2

#### ③エコキュート

冷凍機の廃熱を利用し高効率に温水を作る装置。  
 作った温水は工場で使用する温水。  
 タンクへ供給。従来品と比較し**電力使用量30%削減**。

環境負荷の低減			地球温暖化対策	
太陽光 発電	LED照明	集中制御 システム	CO2削減	フロン対策

#### ④冷凍機(ニュートン)

熱処理工程で加熱後の冷却として8台使用。負荷に応じた台数制御運転で1対1の冷却に対して**30%の省エネ効果**。また、**冷凍機以外の補助電力・冷凍機消費電力**は従来品の**35%削減**。

環境負荷の低減			地球温暖化対策	
太陽光 発電	LED照明	集中制御 システム	CO2削減	フロン対策

#### ⑤コンプレッサー

オイルフリースクリューコンプレッサーを選定し、37kw6台を負荷の変動に応じて運転台数を可変する台数制御・補機電力量削減により従来品より**消費電力25%削減**。

環境負荷の低減			地球温暖化対策	
太陽光 発電	LED照明	集中制御 システム	CO2削減	フロン対策



太陽光発電システム導入



## プリマハムグループの社会貢献活動

### 国際連合世界食料計画WFP協会に賛同

日本国内において世界の飢餓問題やWFP国連世界食糧計画の食糧支援活動に関する情報発信を行い、多くの人々が容易に参加できる支援の方法と機会を広く提供し、日本社会からの物心両面の貢献が格段に高まることを団体の目的としていることから、その趣旨に賛同し、各種キャンペーンにも参加。

- ・レッドキャップキャンペーン(国連世界食糧計画)  
 →学校給食支援プログラムとして展開し、弊社商品の販売実績に応じて寄付を実施している。
- ・WFP主催ウォーク・ザ・ワールドに関東、関西で参加  
 →途上国の子どもたちの飢餓をなくすためのチャリティーウォークで、参加費の一部が寄附される。



### 2006年より森作り活動に継続参加

公益社団法人埼玉県農林公社の指導の下、植林から始まり、伐採作業まで行い、森作りを実施している。少しでも気候変動に対する影響に対応できればと継続している。その他も各地で、植樹祭等に参加している。



### 地域エリアとの共生のために清掃活動に継続参加





## 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/>