

2020年3月期 上半期決算説明会

おいしさ、ふれあい。
アヲコ。リマラム

2019年11月13日

目 次

I .2020年3月期 上半期業績総括 (P. 2～P.14)

II .2020年3月期 業績見通し (P.15～P.19)

III.ご参考資料 (P.20～P.34)

2020年3月期 上半期業績総括

1.2020年3月期上半期業績1

【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2019年3月期		2020年3月期		
	実 績	売上高比	実 績	売上高比	前期比
売 上 高	204,867	100.0%	206,400	100.0%	100.7%
加工食品事業	139,903	68.3%	139,583	67.6%	99.8%
食肉事業	64,724	31.6%	66,548	32.2%	102.8%
その他の	238	0.1%	268	0.1%	112.6%
売上原価	172,892	84.4%	173,813	84.2%	100.5%
売上総利益	31,974	15.6%	32,587	15.8%	101.9%
販 管 費	24,730	12.1%	25,055	12.1%	101.3%
営 業 利 益	7,243	3.5%	7,531	3.6%	104.0%
営業外収益	539	-	558	-	-
営業外費用	259	-	145	-	-
経 常 利 益	7,524	3.7%	7,945	3.8%	105.6%
特別利益	375	-	2,390	-	-
特別損失	101	-	111	-	-
税金等調整前当期純利益	7,797	3.8%	10,224	5.0%	131.1%
法人税等	2,623	-	3,349	-	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	417	-	1,127	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	4,757	2.3%	5,747	2.8%	120.8%

【主なポイント】

【商品別売上高】 (百万円)

- ・ハムソー 44,916 (前期比99.6%)
- ・加工食品 34,599 (前期比 98%)
- ・惣菜等 50,931 (前期比102%)
- ・食 肉 75,684 (前期比102%)
- ・その他 269 (前期比113%)

【売上原価】

- ・原材料、仕入品比率 0.54% ダウン
- ・製造費用比率 0.36% アップ

売上高原価率 ⇨ 0.2% ダウン

【販売管理費】

- ・販管費(人件費比率) 0.04% アップ
- ・販管費(経 費比率) 0.02% アップ

売上高販管費比率 ⇨ 0.1% アップ

売上高営業利益率 ⇨ 0.1% 改善

1.2020年3月期上半期業績2

【セグメント別損益】

(百万円)

	2019年3月期		2020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	139,903		139,583	-	99.8%	94.2%	148,200
加工食品事業	64,724		66,548	-	102.8%	96.4%	69,000
食肉事業	238		268	-	112.6%	-	250
その他							
営業利益	6,286	4.5%	6,763	4.8%	477	353	6,410
加工食品事業	857	1.3%	639	1.0%	▲ 218	▲ 361	1,000
食肉事業	100	-	143	-	43	73	70
その他							

【個別損益】

(百万円)

	2019年3月期		2020年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差
売上高	154,862	100.0%	157,292	100.0%	101.6%
営業利益	4,933	3.2%	4,558	2.9%	▲ 375
経常利益	5,532	3.6%	5,321	3.4%	▲ 211
税引前当期純利益	5,773	3.7%	5,237	3.3%	▲ 536
四半期純利益	4,016	2.6%	3,685	2.3%	▲ 331

【個別・子会社損益】

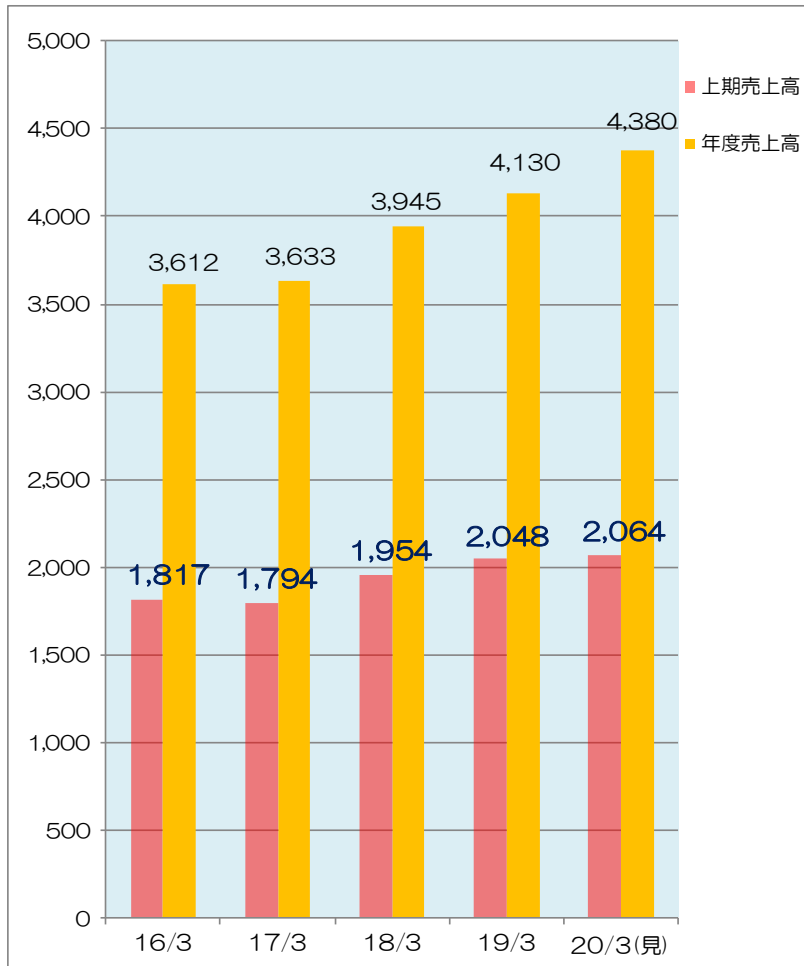
(百万円)

	2019年3月期		2020年3月期				
	売上高	営業利益	売上高	前期比	営業利益	前期差	
プリマム個別	154,862	4,933	157,292	101.6%	4,558	▲ 375	
子会社	ベンダー(1社)	48,104	856	48,985	101.8%	1,326	470
	その他(連結修正含む)	1,902	1,454	123	-	1,647	193
連結合計	204,867	7,243	206,400	100.7%	7,531	288	

2.売上高と営業利益の推移

売上高

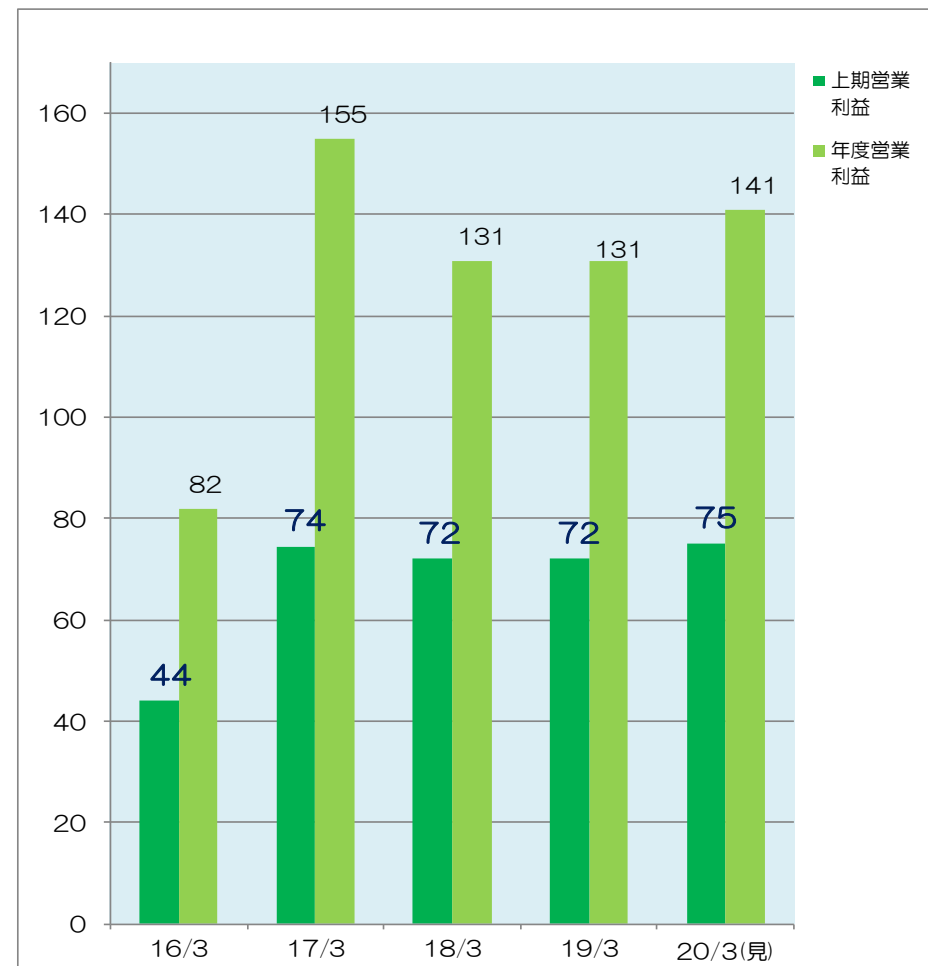
(億円)



(注)1億円未満切り捨て、20/3の年度は見込み

営業利益

(億円)



(注)1億円未満切り捨て、20/3の年度は見込み

3.2020年3月期 加工食品事業の上半期の状況1



1,200万人超のお友だち獲得

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人件費、物流費の上昇
- アフリカ豚コレラの広がりからの原材料先行き不安
- 米中貿易摩擦による世界経済先行き不安

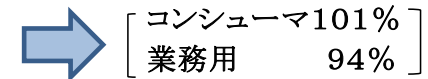
施 策

- 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75.2%
- ・新規顧客の拡大(LINEの活用)
- ・TDRを活用したキャンペーン
 プレシャスナイト(TDS10月4日貸切)ご招待
 プライベートキャンペーン(ダイヤモンドホースシュー)
- ・吉本興業とのタイアップキャンペーンの展開
- ・LEGOLAND® Japan を活用したキャンペーン
- ・土屋太風さん起用CMの展開(香薰、ギフト)
- ・茨城新工場の竣工と「人時生産性」向上
- ・グループ会社工場へのPI活動の展開
- ・長鮮度商品等の実現による納店数の増加
- ・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 99%



[コンシューマ101%
 業務用 94%]

加工食品販売数量
前期比 99%

[コンシューマ102%
 業務用 105%
 調味生肉他 87%]



前期比(人時生産性)
 ハムソー+3%、加工食品▲2%



ベンダー1社売上拡大
前期比 102%

3.2020年3月期 加工食品事業 参考資料

(1) ハム・ソーセージ

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2017年度	2018年度	2019上期	構成比
ハム・ソーセージ計	112%	104%	99%	100%
コンシューマ商品	115%	105%	101%	71%
業務用商品	104%	101%	94%	28%
ギフト	95%	95%	100%	1%

☆コンシューマ主要商品 <販売数量対前年対比>

内 訳	2017年度	2018年度	2019上期
香薫ウインナー	129%	114%	116%
十勝生ハムロース	111%	104%	104%
ロースハム群	111%	103%	89%
ベーコン群	120%	102%	107%



☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019上期
15%	6%	6%	8%	5%	3%

(3) ベンダー事業(1社)売上高推移

2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019上期
110%	103%	106%	105%	107%	102%

(2) 加工食品

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2017年度	2018年度	2019上期	構成比
加工食品計	121%	102%	99%	100%
コンシューマ商品	110%	96%	102%	29%
業務用商品	135%	112%	105%	45%
調味生肉他	120%	96%	87%	26%

☆コンシューマ主要商品 <販売数量対前年対比>

内 訳	2017年度	2018年度	2019上期
サラダチキン	149%	96%	99%
春巻き	99%	92%	92%
レンジ鍋	234%	124%	158%
生つくね	114%	86%	84%

☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2017年度	2018年度	2019上期
6%	1%	▲2%



レンジ鍋



3.2020年3月期 加工食品事業の上半期の状況2

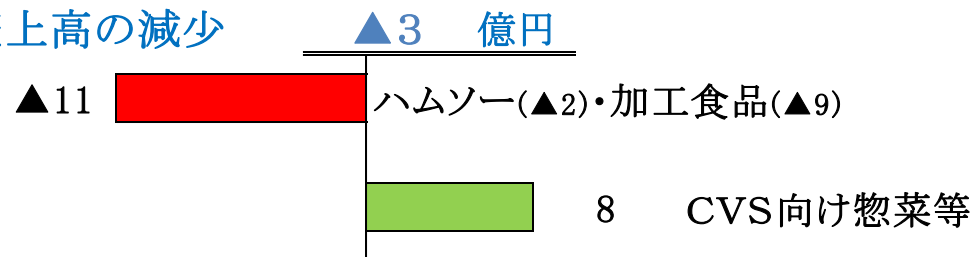
損 益				(百万円)
	2019年3月期	2020年3月期	前期比	
売上高	139,903	139,583	99.8%	
営業利益	6,286	6,763	107.6%	
売上高営業利益率	4.5%	4.8%		



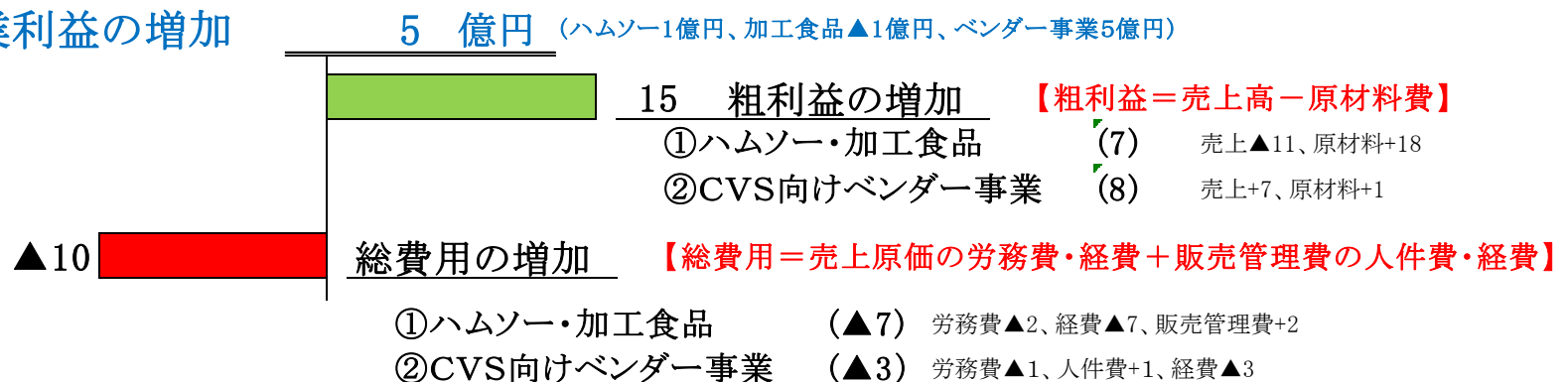
ハッピーハロウィーンキャンペーン

収益の増減要因

★売上高の減少



★営業利益の増加



4.2020年3月期 食肉事業の上半期の状況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
- 慢性的人手不足による人件費、物流費の上昇
- 国内外の豚疾病問題の拡散
- 米中貿易戦争による世界経済先行き不安
- TPP11、日欧EPA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) 最終利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
 - 1) 利益拡大と採算性の向上
※ オリジナルブランド商品の拡販
 - 2) 伊藤忠グループとコラボした国内外事業展開
- 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

- ・グループ全体での効果的な飼料の開発
- ・生産性向上のための種豚の改良
→肥育、出荷頭数の向上の実現
- ・仕入販売事業のマイナス要素の削減
- ・オリジナルブランド販売数量
販売構成比 38%
- ・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

4.2020年3月期 食肉事業の上半期の状況2

損 益		(百万円)	
	2019年3月期	2020年3月期	前期比
売上高	64,724	66,548	102.8%
営業利益	857	639	74.6%
売上高営業利益率	1.3%	1.0%	



収益の増減要因

★売上高の増加

18 億円



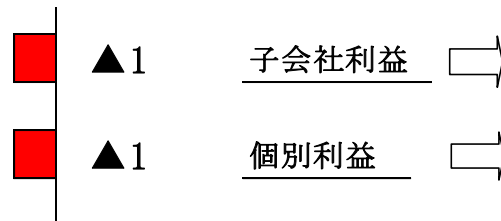
18

牛・豚は前年上回るも鶏はほぼ横ばい

豚111%、牛104%、鶏100%

★営業利益の増加

▲2 億円



▲1

子会社利益



豚出荷頭数及び重量減

▲1

個別利益



粗利益減少▲4億円(相場の乱高下が影響)

総費用減+3億円(運搬費、委託配送費の削減)

5.2020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	前期実績	前期比差
加工食品 事業	売上高	139,583	148,200	94.2%	139,904	99.8%
	営業利益	6,763	6,400	363	6,286	477

【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92%、売上高計画比92%→営業利益▲1.1億円
 営業利益計画差 ▲0.3億円
 1Q ▲3.4億円
 2Q 3.1億円
 加工食品販売数量計画比92%、売上高計画比93%→営業利益+0.8億円
 →売上高未達も、原材料費の安定と生産性向上により労務費経費が大きく削減
 販売数量計画未達による支払手数料等の発生減

- CVS向けベンダー事業 ⇨ ベンダー事業①売上高計画比98%、ベンダー事業②売上高計画比93%
 営業利益計画差 +3.9億円
 1Q 3.3億円
 2Q 0.6億円
 ベンダー事業①営業利益計画差+3.9億円、ベンダー事業②営業利益計画差▲0億円
 →売上高未達も原材料費の安定と労務費コントロールが貢献

(百万円、%)

第2四半期累計		実績	計画	計画比差	前期実績	前期比差
食肉事業	売上高	66,548	69,000	96.4%	64,724	102.8%
	営業利益	639	1,000	▲361	857	▲218

【ポイント】

- 食肉事業 ⇨ 仕入販売事業 ▲4.1億円
 営業利益計画差▲3.6億円
 1Q ▲2.1億円
 2Q ▲1.5億円
 生産事業 +0.5億円
 →相場の乱高下による、粗利単価の計画未達が大きく影響

6.2019年9月末 連結貸借対照表

(百万円)

	2019年3月期末	2019年9月末	増 減
流動資産	82,857	85,529	2,672
固定資産	121,004	114,840	▲ 6,164
総 資 産	203,862	200,369	▲ 3,493
流動負債	74,706	68,705	▲ 6,001
固定負債	34,519	32,397	▲ 2,122
負債合計	109,226	101,102	▲ 8,124
株主資本	80,237	83,942	3,705
その他の包括利益 累計額	5,877	5,682	▲ 195
非支配株主持分	8,521	9,641	1,120
純資産合計	94,635	99,267	4,632
負債純資産合計	203,862	200,369	▲ 3,493

【流動資産】

- ・現金及び預金の増加 25億85百万円
- ・受取手形及び売掛金の減少 ▲32億52百万円
- ・たな卸資産の増加 32億87百万円

【固定資産】

- ・有形固定資産の減少 ▲80億86百万円

【負債合計】

- ・支払手形及び買掛金の減少 ▲19億91百万円
- ・長期借入金の減少 ▲19億12百万円
- ・未払い金含むその他流動負債の減少 ▲52億80百万円

【純資産合計】

- ・利益剰余金の増加 37億33百万円

7.2020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)

	前期上半期	当期上半期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	17,331	8,009	▲ 9,322
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 9,836	▲ 1,063	8,773
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 2,326	▲ 4,630	▲ 2,304
現金及び現金同等物の期末残高	17,350	16,054	▲ 1,296



【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
102億24百万円
- ・減価償却費の計上
46億12百万円
- ・売上債権の減少
32億57百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
▲97億21百万円
- ・有形固定資産の売却
113億20百万円
- ・長期前払費用の取得
▲21億71百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・長期借入金の返済
▲19億13百万円
- ・配当金の支払い
▲20億 9百万円

【各種経営指標】

(百万円、%、倍)

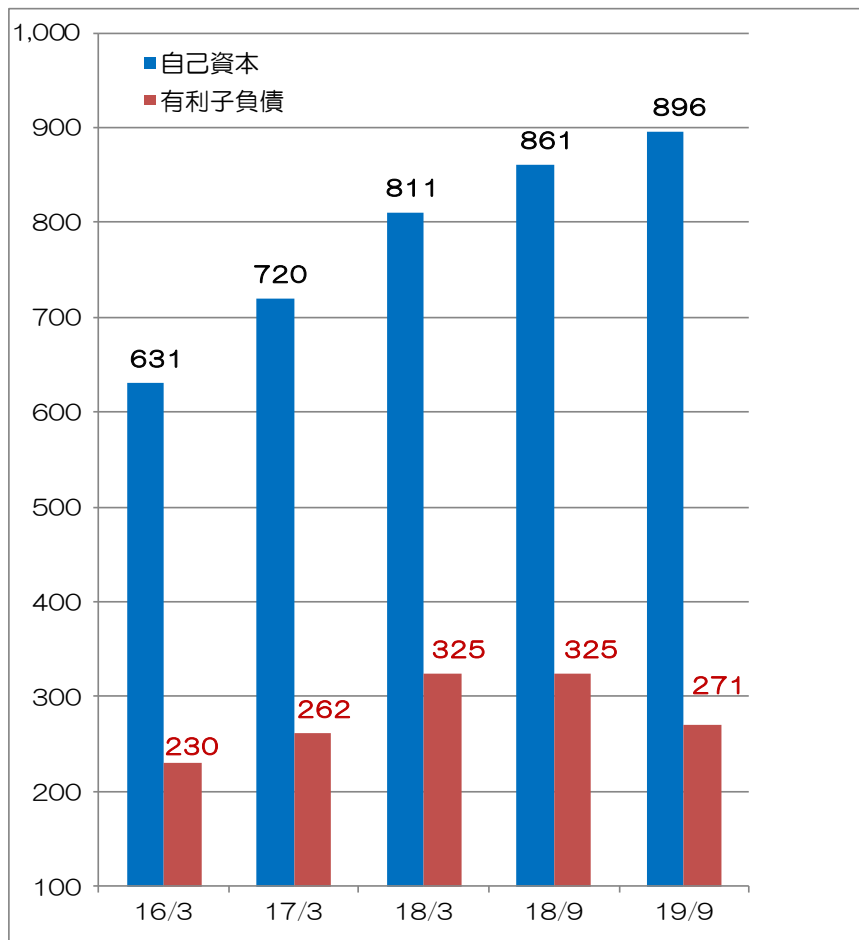
	前期上半期	当期上半期	増 減
自 己 資 本	84,254	89,625	5,371
自 己 資 本 比 率	40.5	44.7	4.2
有 利 子 負 債	33,129	27,125	▲ 6,004
負 債 資 本 倍 率	0.39	0.30	▲ 0.09

*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

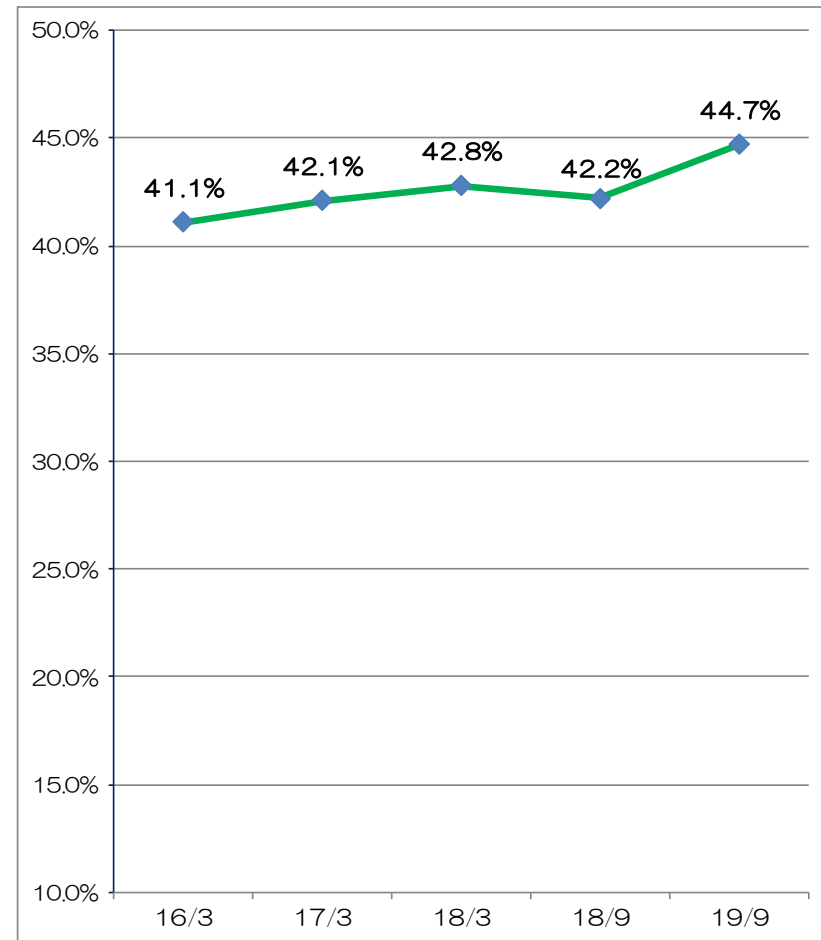
自己資本と有利子負債

(億円)



(注)1億円未満切り捨て

自己資本比率



2020年3月期 業績見通し

1.2020年3月期 加工食品事業の下半期の取組み

<事業の現況・課題>

●消費者の低価格志向に対する競争激化



88周年ロゴ入りバンドルテープ

●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
- 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(香薫ウイナー)の全国放映とLINEによる発信→売場の確保、拡大
- 新テーマパークキャンペーン展開
- 茨城新工場竣工記念商品(4連+1)の拡販
- ベンダー事業における長鮮度商品の拡大

- 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



2.2020年3月期 食肉事業の下半期の取組み

<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
 - ・中国の買い付けに注視必要
- TPP11・日欧EPA・TAGへの対応
- 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
- 各々の優位性を考慮した仕入れ価格の低減
- 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
- 仕入・販売の連携による在庫適正化
- 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

3.2020年3月期 年度業績見通し

【連結損益】

				(百万円)	
		2019年3月期	2020年3月期	前期比	中期計画
売上高	413,023	437,700	106.0%	437,700	
営業利益	13,168	14,100	107.1%	14,100	
経常利益	13,829	14,400	104.1%	14,400	
親会社株主に帰属する当期純利益	8,287	9,200	111.0%	9,200	

(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	206,400	231,300	220,200	105.0%	
営業利益	7,531	6,569	6,660	▲ 91	
経常利益	7,945	6,455	6,790	▲ 335	
親会社株主に帰属する当期純利益	5,747	3,453	4,380	▲ 927	

4.トピックス

1. 持続的成長に向けた投資

①茨城新工場の稼働拡大

→月産4,300t生産体制への挑戦

- ・人時生産性20%向上
- ・ユーティリティー原単位10%削減
- ・IQF(急速冷凍装置)による商品拡大への挑戦

②新製法による需要喚起と環境対策への取り組み

→HPP(High Pressure Processing)
 による賞味期限延長とフードロス
 削減、添加物削減への挑戦



HPP製法のモンシェリー
 賞味期限 35日→55日

③SMALL WORLDS TOKYOへのスポンサー参加

→新たなキャンペーンの展開による【コト消費】の拡大

2. 配当性向30%以上の継続

→・ 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	36.4%
2017年3月期	15.1%		



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	2018年3月期			2019年3月期			2020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	133,028	136,352	269,380	139,903	138,811	278,714	67,345	72,238	139,583	158,417	298,000	
食肉事業	62,181	62,482	124,663	64,724	69,096	133,820	33,587	32,961	66,548	72,652	139,200	
その他事業	196	295	491	238	249	487	125	143	268	232	500	
合計	195,406	199,128	394,534	204,867	208,156	413,023	101,058	105,342	206,400	231,300	437,700	
売上原価	164,768	168,658	333,426	172,892	177,374	350,266	85,254	88,559	173,813			
売上総利益	30,637	30,471	61,108	31,974	30,782	62,756	15,803	16,784	32,587			
販売費及び一般管理費	23,433	24,545	47,978	24,730	24,858	49,588	12,275	12,780	25,055			
営業利益	7,203	5,926	13,129	7,243	5,925	13,168	3,528	4,003	7,531	6,569	14,100	
営業外損益	269	248	517	281	380	661	286	128	414			
経常利益	7,473	6,173	13,646	7,524	6,305	13,829	3,815	4,130	7,945	6,455	14,400	
特別損益	▲ 87	1,231	1,144	273	▲ 158	114	2,324	▲ 45	2,279			
税金等調整前当期(四半期)純利益	7,386	7,404	14,790	7,797	6,147	13,944	6,139	4,085	10,224			
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	4,931	5,482	10,413	4,757	3,530	8,287	3,124	2,623	5,747	3,453	9,200	

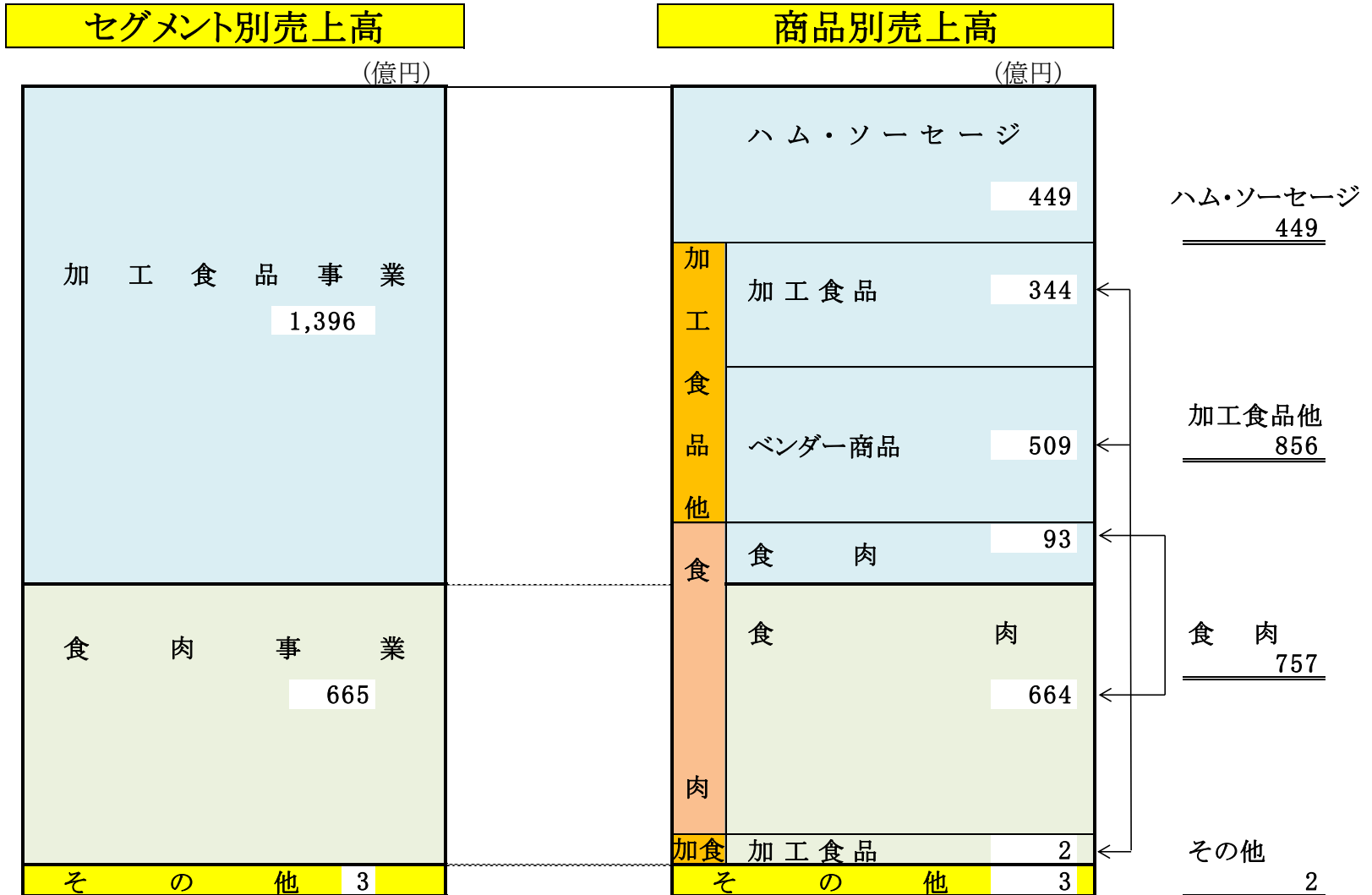
(ご参照) 商品別の売上高

(百万円)

(百万円)

商品別	2018年3月期			2019年3月期			2020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	43,024	43,134	86,158	45,106	43,077	88,183			44,916	50,484	95,400
加工食品他	81,801	84,518	166,319	85,533	87,826	173,359			85,530	98,270	183,800
食肉	70,384	71,183	141,567	73,990	77,000	150,990			75,684	82,316	158,000
その他	197	294	491	238	253	491			268	232	500
合計	195,406	199,129	394,535	195,406	217,617	413,023			206,400	231,300	437,700

5.2020年3月期 売上高比較(セグメント別・商品別)



連結貸借対照表の推移

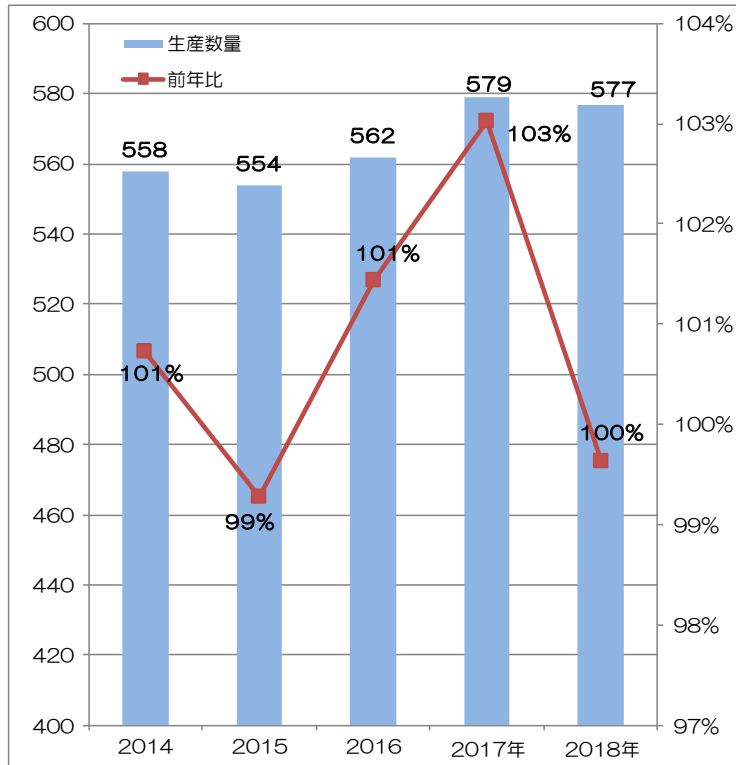
【連結貸借対照表】

(百万円)

	2017年3月期		2018年3月期		2019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	69,030	78,113	69,030	79,329	91,315	82,857
固定資産	88,013	92,806	88,013	110,422	116,757	121,004
総資産	157,043	170,919	157,043	189,751	208,073	203,862
流動負債	55,616	60,413	55,616	64,630	78,588	74,706
固定負債	27,072	31,307	27,072	36,846	36,746	34,519
負債合計	82,689	91,721	82,689	100,477	115,305	109,226
株主資本	61,584	66,335	61,584	74,714	77,684	80,237
その他の包括利益 累計額	5,524	5,683	5,524	6,466	6,569	5,877
非支配株主持分	7,245	7,179	7,245	8,094	8,513	8,521
純資産合計	74,354	79,198	74,354	89,274	92,767	94,635
負債純資産合計	157,043	170,919	157,043	189,751	208,073	203,862
自己資本	67,109	72,019	76,151	81,180	84,254	86,114
自己資本比率(%)	42.7	42.1	40.6	42.8	40.5	42.2

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)

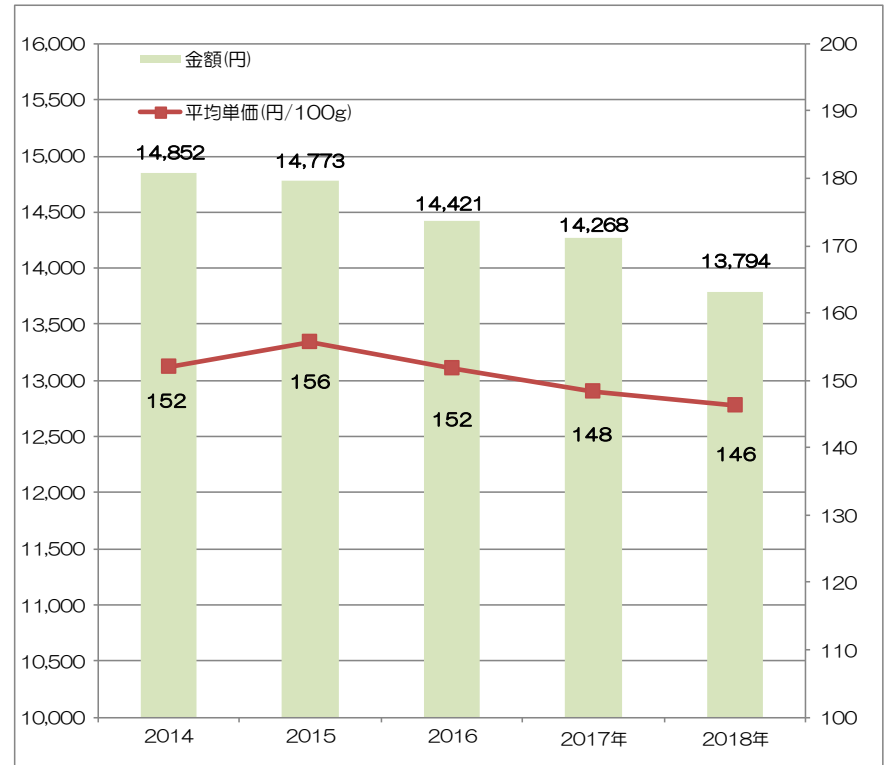


2019年(1-8月)の内訳 (t)

	生産数量	前年比
ソーセージ	206,596	98.5%
ハム	71,968	99.5%
ベーコン	63,571	100.5%
プレスハム	16,327	91.3%
焼き豚	13,034	96.1%

(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)



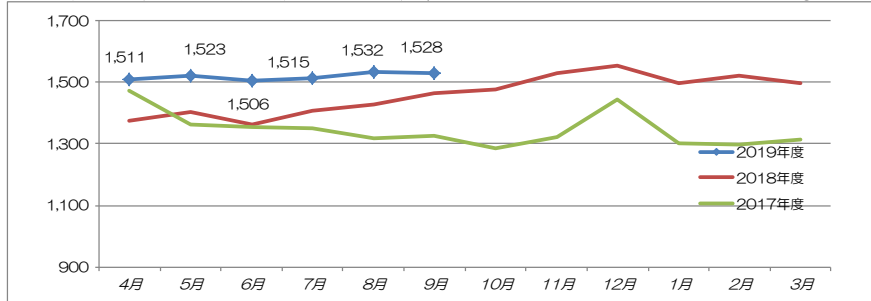
2019年(1-9月)の内訳

	家計消費	前年比
数量 (g)	6,928	100.1%
金額 (円)	9,982	95.8%
平均単価 (円/100g)	144.1	99.6%

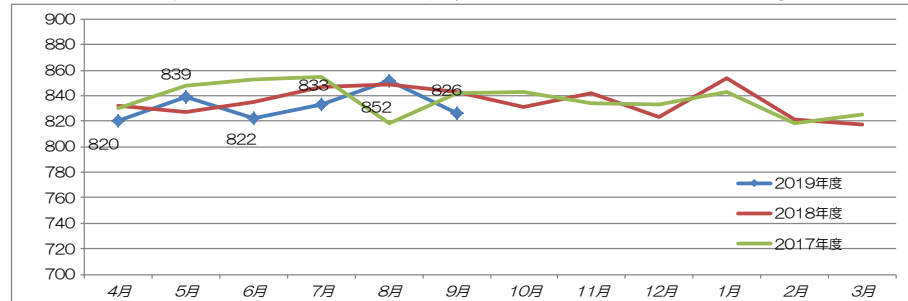
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

業界動向の資料2

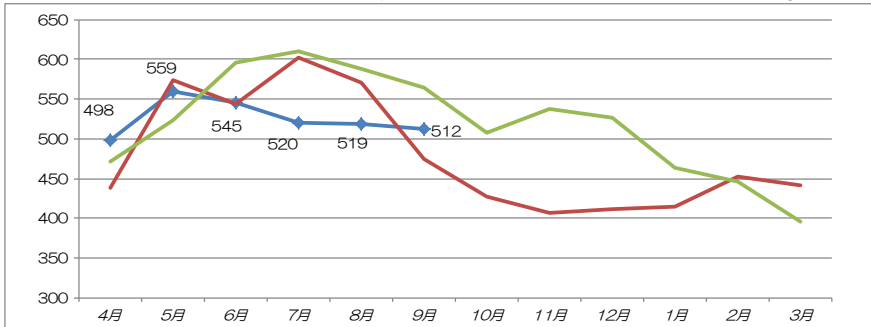
(1) 交雑牛去勢B3の卸売価格(東京)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)



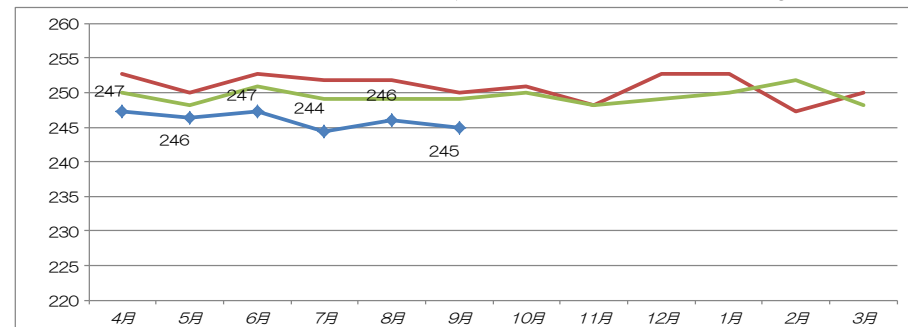
(4) 牛肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



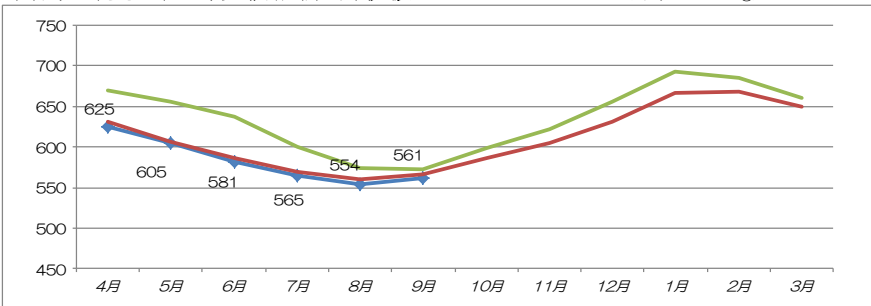
(2) 豚肉の卸売価格(東京・省令)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)



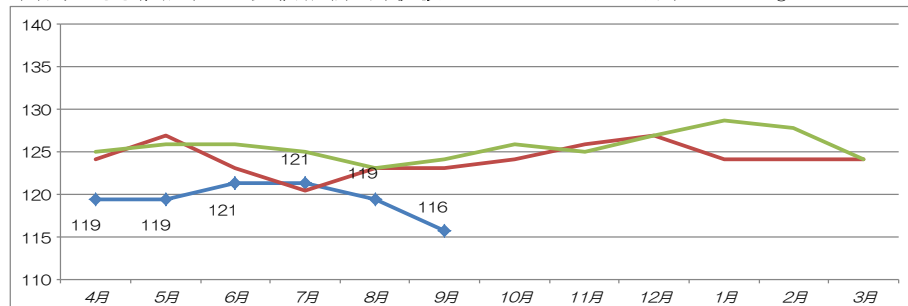
(5) 豚肉ロース(国産)の小売価格(全国)税抜 (単位:円/100g)



(3) 鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京)税抜 (単位:円/Kg)



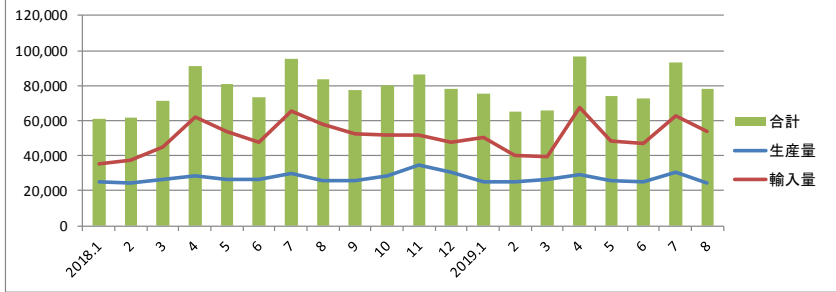
(6) 鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



業界動向の資料3

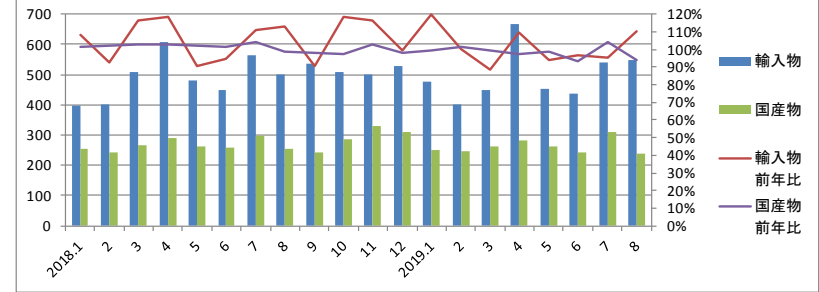
(1)牛肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



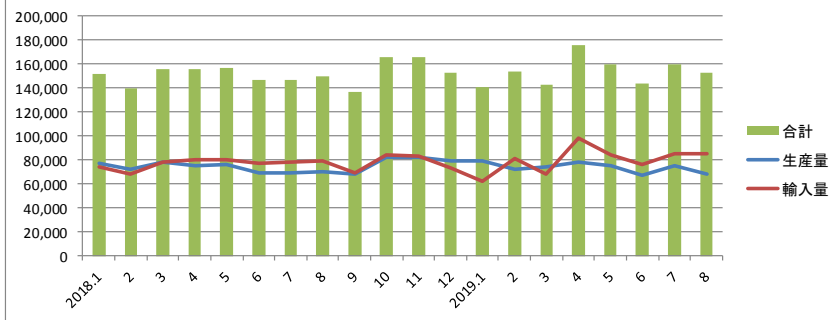
(4)牛肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



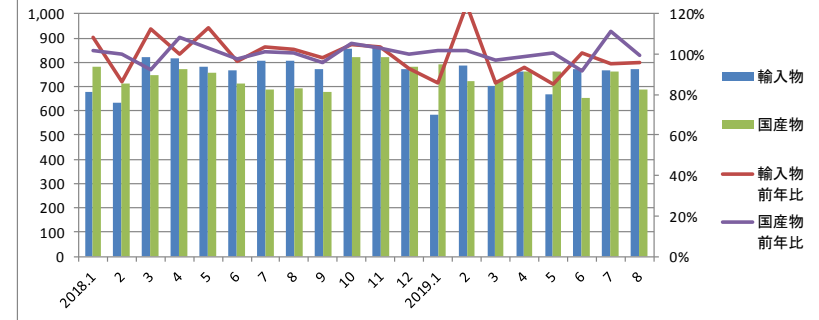
(2)豚肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



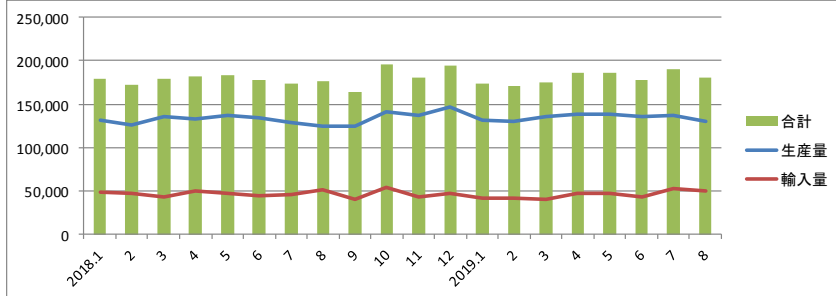
(5)豚肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



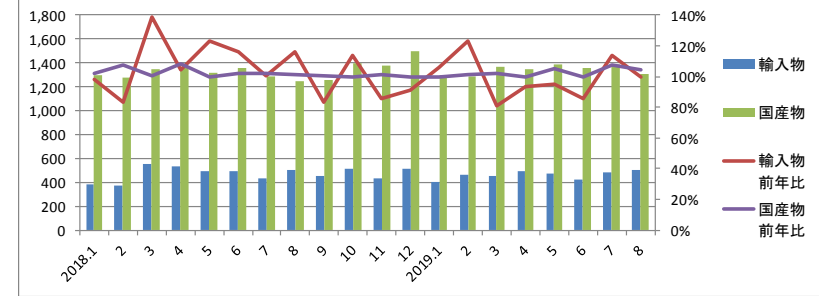
(3)鶏肉需給表(生産量・輸入量)

(トン)



(6)鶏肉の需給動向(推定出回り量)

(百トン/%)



Profile (2019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	1,891 名(50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	15,086名(146名増)	
グループ拠点	生産拠点 24工場 (国内)	
	4拠点 (海外)	

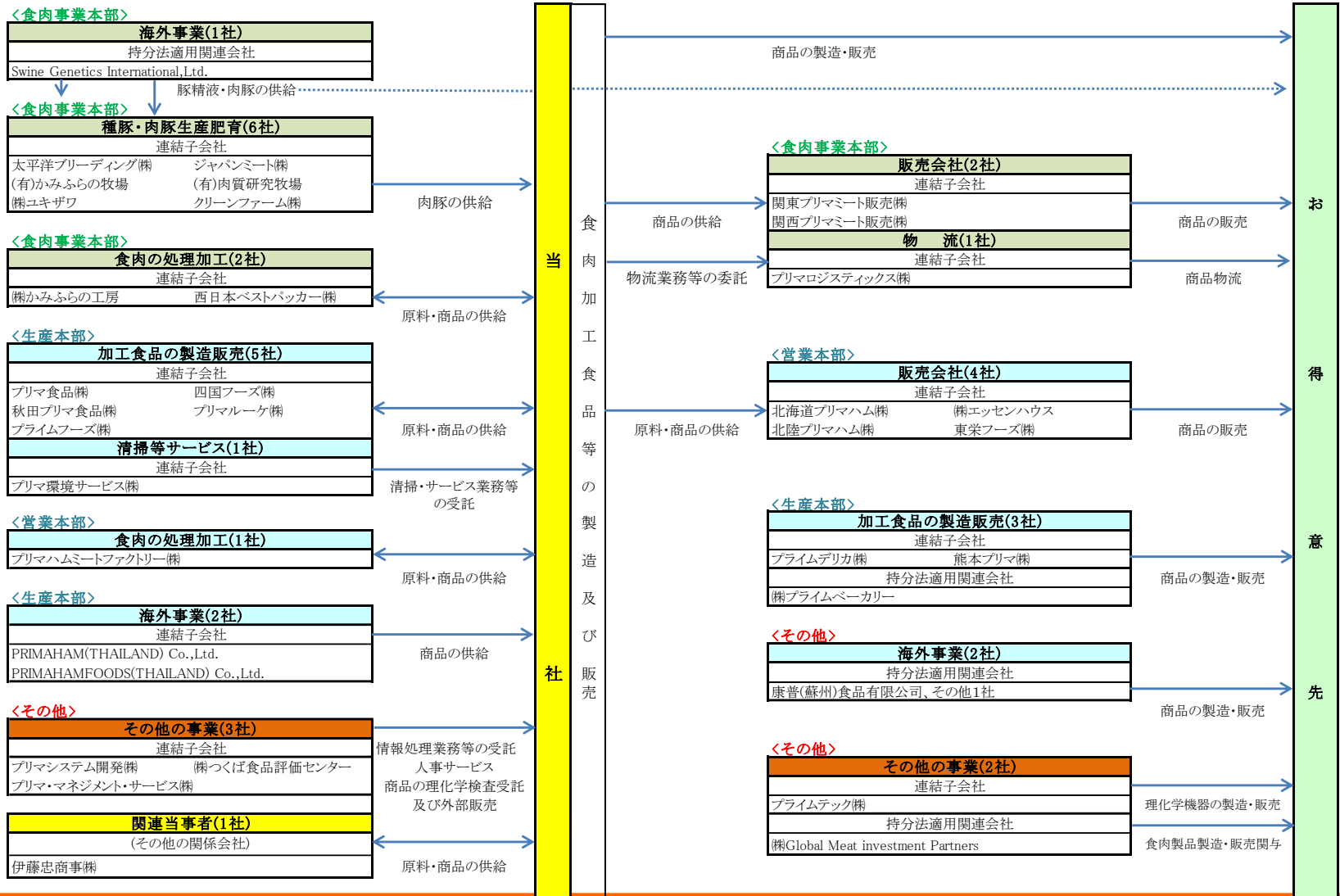
(備 考)

1.増減は前年度末(2019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	茨城工場新ウインナープラント開設
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
2019年3月	茨城工場新ハム・ベーコンプラント開設

企業集団の状況 (2019年4月1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

37kwオイルフリースクルーコンプレッサーを6台設置し、負荷の変動に応じて運転台数を可変する台数制御・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

国際連合世界食糧計画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、参加費の一部が寄付される。



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

目指す姿

健康で豊かな食生活を創造するために
安全・安心な商品を提供し、社会と食文化に貢献していく。

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。

統合報告書



プリマハムグループでは、今年度より統合報告書を発行いたしました。

同報告書では持続的な成長の実現に向けた成長戦略に加え、財務情報や非財務情報など当社グループの事業活動を多面的かつ統合的に明示することを心掛けて作成いたしました。

今後も様々な情報を適切に開示することでステークホルダーの皆さまとの信頼関係を築いていきたいと考えていますので、ぜひご一読ください。

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/>