

2021年3月期 上半期決算説明会

おいしさ、ふれあい。
IPPO リマム

2020年11月20日

目 次

I.2021年3月期 上半期業績総括 (P. 2～P.15)

II.2021年3月期 業績見通し (P.16～P.20)

III.ご参考資料 (P.21～P.31)

2021年3月期 上半期業績総括

1.2021年3月期上半期業績1

【連結損益計算書】

(百万円)

科 目	2020年3月期		2021年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比
売上高	206,400	100.0%	212,226	100.0%	102.8%
加工食品事業	139,583	67.6%	144,112	67.9%	103.2%
食肉事業	66,548	32.2%	67,876	32.0%	102.0%
その他の	268	0.1%	237	0.1%	88.4%
売上原価	173,813	84.2%	175,983	82.9%	101.2%
売上総利益	32,587	15.8%	36,243	17.1%	111.2%
販管費	25,055	12.1%	25,094	11.8%	100.2%
営業利益	7,531	3.6%	11,148	5.3%	148.0%
営業外収益	558	-	457	-	-
営業外費用	145	-	154	-	-
経常利益	7,945	3.8%	11,451	5.4%	144.1%
特別利益	2,390	-	193	-	-
特別損失	111	-	498	-	-
税金等調整前当期純利益	10,224	5.0%	11,147	5.3%	109.0%
法人税等	3,349	-	3,349	-	-
非支配株主に帰属する四半期純利益	1,127	-	840	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,747	2.8%	6,957	3.3%	121.1%

【主なポイント】

【商品別売上高】 (百万円)

- ・ハムソー 50,544 (前期比113%)
- ・加工食品 33,697 (前期比 97%)
- ・惣菜等 51,005 (前期比100%)
- ・食肉 76,742 (前期比101%)
- ・その他 238 (前期比 88%)

【売上原価】

- ・原材料、仕入品比率 1.3% ダウン
- ・製造費用比率 0.0% ダウン
- 売上高原価率 ⇨ 1.3% ダウン
- 売上総利益率 ⇨ 1.3% アップ

【販売管理費】

- ・販管費(人件費比率) 0.0% アップ
- ・販管費(経費比率) 0.3% ダウン
- 売上高販管費比率 ⇨ 0.3% ダウン

売上高営業利益率 ⇨ 1.6% 改善

1.2021年3月期上半期業績2

【個別損益】

(百万円)

	2020年3月期		2021年3月期		
	実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差
売上高	157,291	100.0%	162,318	100.0%	103.2%
営業利益	4,558	2.9%	6,321	3.9%	1,763
経常利益	5,321	3.4%	7,109	4.4%	1,788
税引前当期純利益	5,237	3.3%	6,653	4.1%	1,416
四半期純利益	3,685	2.3%	4,705	2.9%	1,020

【有償支給売上高修正後の個別・子会社損益】

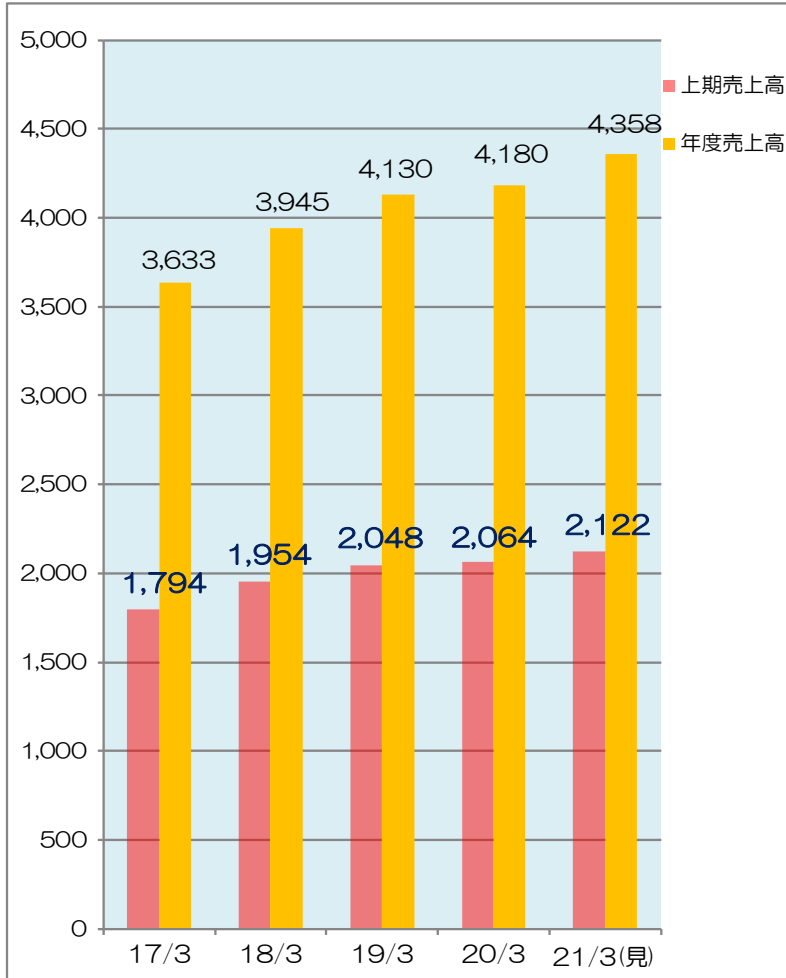
(百万円)

	2020年3月期		2021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	148,465	4,558	153,269	103.2%	6,321	1,763	
子会社	バンダー(1社)	48,985	1,326	51,005	104.1%	1,953	627
	その他(連結修正含む)	8,950	1,647	7,952	88.8%	2,874	1,227
連結合計	206,400	7,531	212,226	102.8%	11,148	3,617	

2.売上高と営業利益の推移

売上高

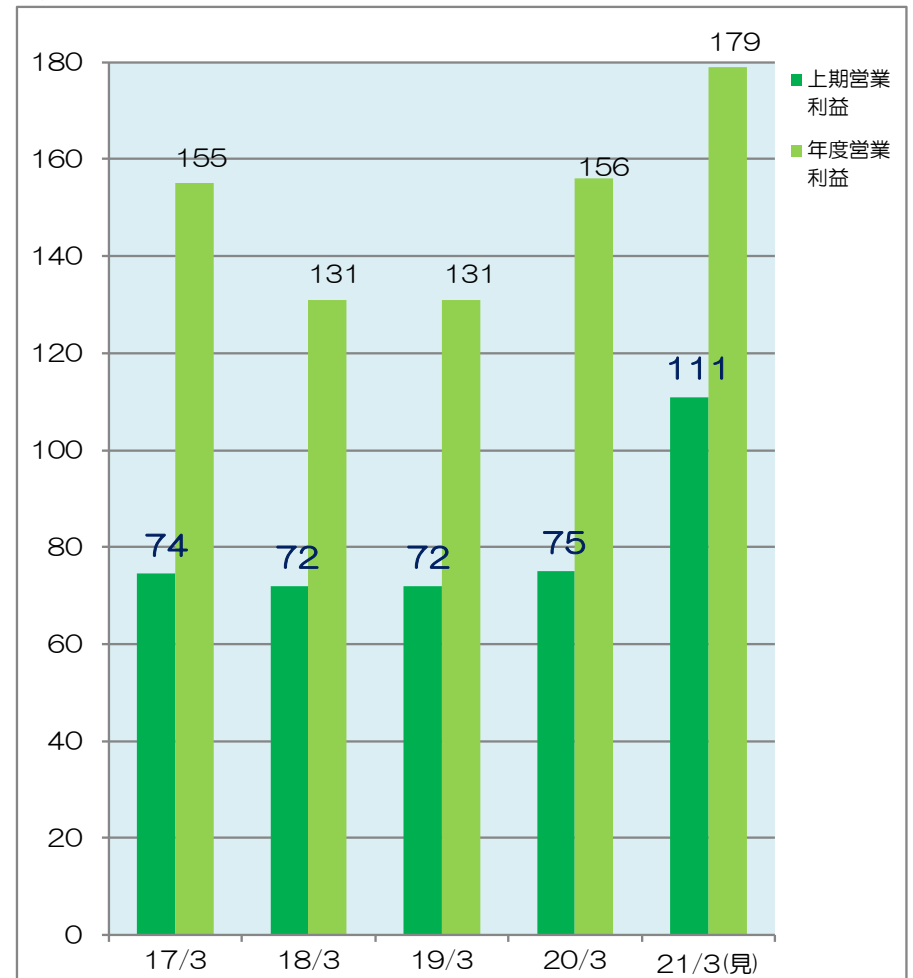
(億円)



(注)1億円未満切り捨て、21/3の年度は見込み

営業利益

(億円)



(注)1億円未満切り捨て、21/3の年度は見込み

1.2021年3月期上半期セグメント別業績

当社を取り巻く事業環境

事業環境

- 新型コロナウイルス感染症拡大による消費動向の変化及び原材料供給不安
- 個人消費→節約層の増加
- 消費環境を反映した商品・価格戦略の増加
- 慢性的な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懸念
- 米中貿易摩擦やコロナ禍における世界経済先行き不安

セグメント別業績結果





【セグメント別損益】

(百万円)

		2020年3月期		2021年3月期			中期計画	中期計画
		実績	売上高比	実績	売上高比	前期比差	比差	中期計画
売上高	加工食品事業部門	139,583		144,112	-	103.2%	95.1%	151,500
	食肉事業部門	66,548		67,876	-	102.0%	101.3%	67,000
	その他	268		237	-	88.4%	-	280
営業利益	加工食品事業部門	6,763	4.8%	9,121	6.3%	2,358	2,561	6,560
	食肉事業部門	639	1.0%	1,964	2.9%	1,325	904	1,060
	その他	143	-	63	-	▲ 80	13	50

3.2021年3月期 加工食品事業部門の上半期の状況1

・加工食品事業部門の取り組み

施 策	成 果
<p>○重点商品を中心に販売活動を集中</p>	<p>・ハムソーNB重点商品販売数量 昨比19%増 ・コロナ禍における新たな営業方式への変化</p> <p>ハムソー販売数量 <u>前期比111%</u></p>
<p>○販売促進策の展開強化</p>	<p>・土屋太鳳さん起用CMの展開(香薰、ギフト) </p> <p>・コロナ禍におけるキャンペーン対応展開</p> <p>TDRを活用したキャンペーンの中止または延期 加工食品販売数量 <u>前期比100%</u></p> <p>吉本興業とのタイアップキャンペーンの中止</p> <p>→LINEによる販売促進(LEDで光るPIICA等) 商品詰め合わせプレゼントキャンペーン 選べるプレゼントキャンペーン 等を展開</p> <p> [コンシューマ120% 業務用 89%] </p> <p> [コンシューマ115% 業務用 85% 調味生肉他 109%] </p>
	
<p>1,400万人超のお友だち獲得</p>	
<p>○生産性向上と生産能力増大</p>	<p>・茨城ハム・ベーコンプラントのフル生産対応 </p> <p>・コロナ禍における生産体制維持</p> <p>前期比(人時生産性) <u>ハムソー+6%、加工食品▲1%</u></p>
<p>○ベンダー工場の生産基盤拡充と生産性の向上</p>	<p>・長鮮度商品等の実現による納店数の増加 </p> <p>・革新的設備の導入による品質衛生管理と生産性の向上</p> <p>・新商品のヒット</p> <p>ベンダー事業売上拡大 <u>前期比105%</u> (前期比100%)熊本プリマ含む</p>

3.2021年3月期 加工食品事業部門 参考資料

(1) ハム・ソーセージ

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2018年度	2019年度	2020上期	構成比
ハム・ソーセージ	104%	102%	111%	100%
コンシューマ商品	105%	106%	120%	77%
業務用商品	101%	95%	89%	22%
ギフト	95%	99%	95%	1%

☆コンシューマ主要商品<販売数量対前年対比>

内 訳	2018年度	2019年度	2020上期
香薫ウインナー	114%	120%	126%
十勝生ハムロース	104%	104%	112%
ロースハム群	103%	93%	125%
ベーコン群	102%	115%	133%



☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020上期
6%	6%	8%	5%	2%	6%

(3) ベンダー事業(1社)売上高推移

2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020上期
106%	105%	106%	107%	103%	105%

(2) 加工食品

☆全体 <販売数量 前年対比>

内 訳	2018年度	2019年度	2020上期	構成比
加工食品計	102%	100%	100%	100%
コンシューマ商品	96%	108%	115%	38%
業務用商品	112%	101%	85%	38%
調味生肉他	96%	95%	109%	24%

☆コンシューマ主要商品<販売数量対前年対比>

内 訳	2018年度	2019年度	2020上期
サラダチキン	96%	103%	107%
春巻	92%	91%	116%
生つくね	86%	97%	98%
ハンバーグ群	107%	117%	159%

☆人時生産性改善推移(対前年改善比)

2018年度	2019年度	2020上期
6%	1%	-1%



3.2021年3月期 加工食品事業部門の上半期の状況2

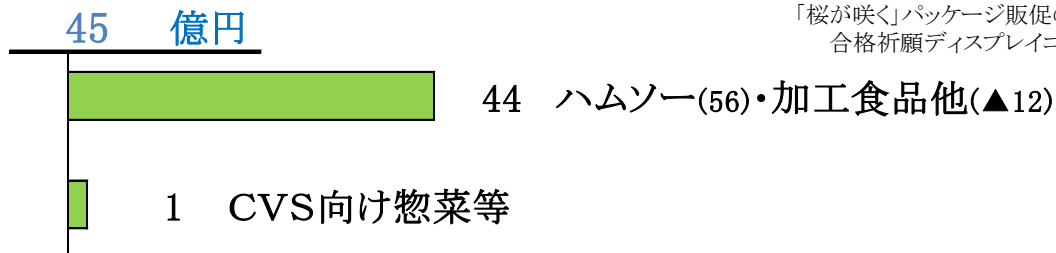
損 益		(百万円)	
	2020年3月期	2021年3月期	前期比
売上高	139,583	144,112	103.2%
営業利益	6,763	9,121	134.9%
売上高営業利益率	4.8%	6.3%	



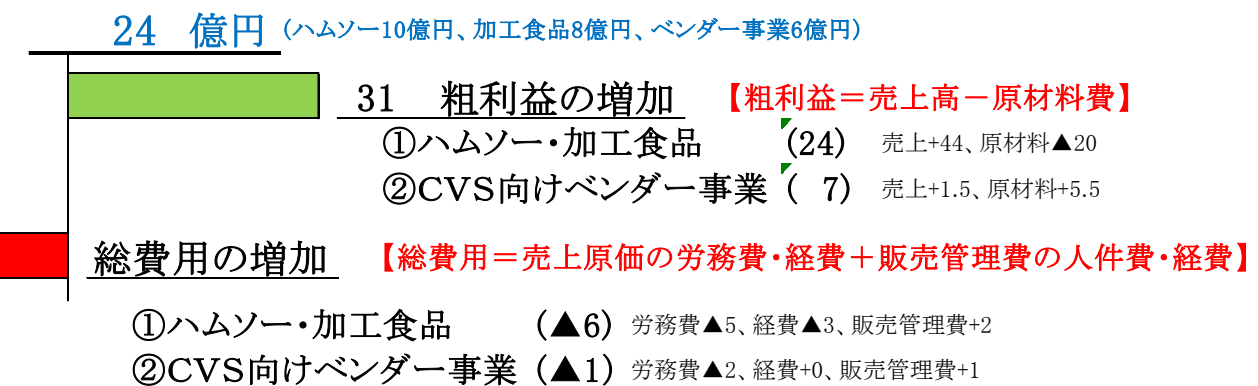
「桜が咲く」パッケージ販促の支援策として
合格祈願ディスプレイコンテスト

収益の増減要因

★売上高の増加



★営業利益の増加



4.2021年3月期 食肉事業部門の上半期の状況1

・食肉事業部門の取り組み

施 策

成 果

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ●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 <ul style="list-style-type: none"> 1) 最終利益に対する意識改革 2) 営業人材の育成、営業スキルの強化
 ●商品力の強化 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・グループ全体での効果的な飼料の活用 ・生産性向上の為の種豚の改良と事故率の低下 ・生産農場拡大計画の推進
 ・仕入販売事業の得意先別収益管理の徹底 ・オリジナルブランド販売数量
 販売構成比 45%(+6%) ・戦略的社内ローテーションの強化 ・人材の適材適所への配置
 ・主要供給元との関係強化
 ハイライフ、プライムポーク他 ・オリジナルブランド、牧場の拡大
 ・物流費高騰の抑制 |
|--|---|



4.2021年3月期 食肉事業部門の上半期の状況2

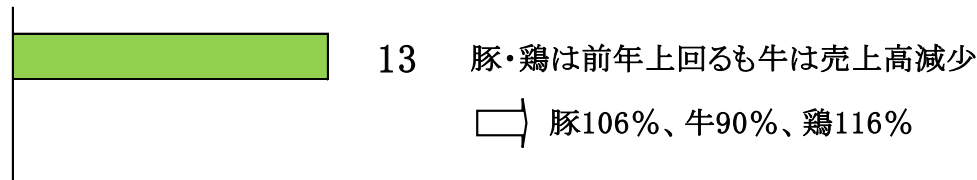
損 益		(百万円)	
	2020年3月期	2021年3月期	前期比
売上高	66,548	67,876	102.0%
営業利益	639	1,964	307.4%
売上高営業利益率	1.0%	2.9%	



収益の増減要因

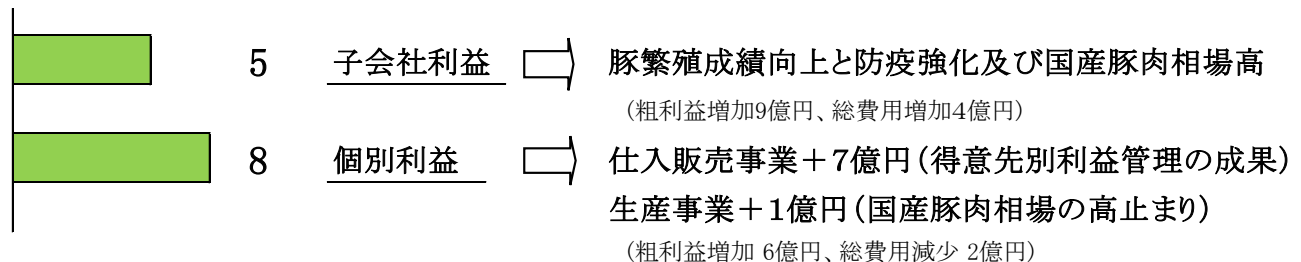
★売上高の増加

13 億円



★営業利益の増加

13 億円



5.2021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	144,112	151,500	95.1%	139,583	103.2%
	営業利益	9,121	6,560	2,561	6,763	2,358

【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103%、売上高計画比101%→営業利益+8.0億円
 - 営業利益計画差 +17.1億円
 - 1Q +9.5億円
 - 2Q +7.6億円
- ⇨ ハムソー販売数量計画比92%、売上高計画比87%→営業利益+9.1億円
- 家庭用商品が好調で利益単価を押し上げる。数量増の影響で加工食品製造子会社の利益も向上。
- 業務用商品の不振をカバー。

- CVS向けバンダ―事業 ⇨
 - バンダ―事業 売上高計画比97.5%
 - 営業利益計画差 +8.5億円
 - 1Q 4.2億円
 - 2Q 4.3億円
- ⇨ バンダ―事業 営業利益計画差+8.5億円
- 売上高13億円未達も原材料費▲15億円で粗利益2億円貢献。
- 労務費コントロールで+1億円、生産性向上による経費削減により+5億円

(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	67,876	67,000	101.3%	66,548	102.0%
	営業利益	1,964	1,060	904	639	1,325

【ポイント】

- 食肉事業 ⇨
 - 仕入販売事業 +3億円
 - 営業利益計画差+9.0億円
 - 1Q +4.3億円
 - 2Q +4.7億円
- ⇨ 生産事業及び子会社農場 +6億円
- 仕入販売事業では量販店向け、豚・鶏の販売が好調、豚・牛の粗利単価の上昇が大きく貢献。
- 生産事業では子会社農場も含め、国産豚肉相場の高止まりや生産性の向上が計画差に貢献。

6.2020年9月末 連結貸借対照表

	2020年3月期末	2020年9月末	(百万円) 増 減
流動資産	87,310	93,370	6,060
固定資産	111,220	112,909	1,689
総資産	198,530	206,280	7,749
流動負債	68,171	71,042	2,871
固定負債	30,225	28,807	▲ 1,418
負債合計	98,396	99,849	1,453
株主資本	86,010	90,953	4,943
その他の包括利益 累計額	4,562	5,086	524
非支配株主持分	9,561	10,390	829
純資産合計	100,134	106,430	6,296
負債純資産合計	198,530	206,280	7,749

【流動資産】

- ・現金及び預金の増加 11億67百万円
- ・受取手形及び売掛金の増加 11億82百万円
- ・たな卸資産の増加 16億47百万円

【固定資産】

- ・有形固定資産の増加 5億16百万円

【負債合計】

- ・支払手形及び買掛金の増加 31億69百万円
- ・長期借入金の減少 ▲15億66百万円
- ・未払い金含むその他流動負債の減少 ▲7億48百万円

【純資産合計】

- ・利益剰余金の増加 49億43百万円

7.2021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】

	前期上半期	当期上半期	増 減
営業活動キャッシュ・フロー	8,009	12,980	4,971
投資活動キャッシュ・フロー	▲ 1,063	▲ 6,137	▲ 5,074
財務活動キャッシュ・フロー	▲ 4,630	▲ 4,279	351
現金及び現金同等物の期末残高	16,054	24,778	8,724

(百万円)

【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
111億47百万円
- ・減価償却費の計上
46億63百万円
- ・仕入債務の増加
26億99百万円

【投資活動キャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得
▲48億81百万円
- ・無形固定資産の取得
▲ 3億58百万円
- ・定期預金の増加
▲ 6億17百万円

【財務活動キャッシュ・フロー】

- ・長期借入金の返済
▲17億36百万円
- ・配当金の支払い
▲20億 9百万円

【各種経営指標】

	前期上半期	当期上半期	増 減
自 己 資 本	89,625	96,040	6,415
自己資本比率	44.7	46.6	1.9
有利子負債	27,125	23,465	▲ 3,660
負債資本倍率	0.30	0.24	▲ 0.06

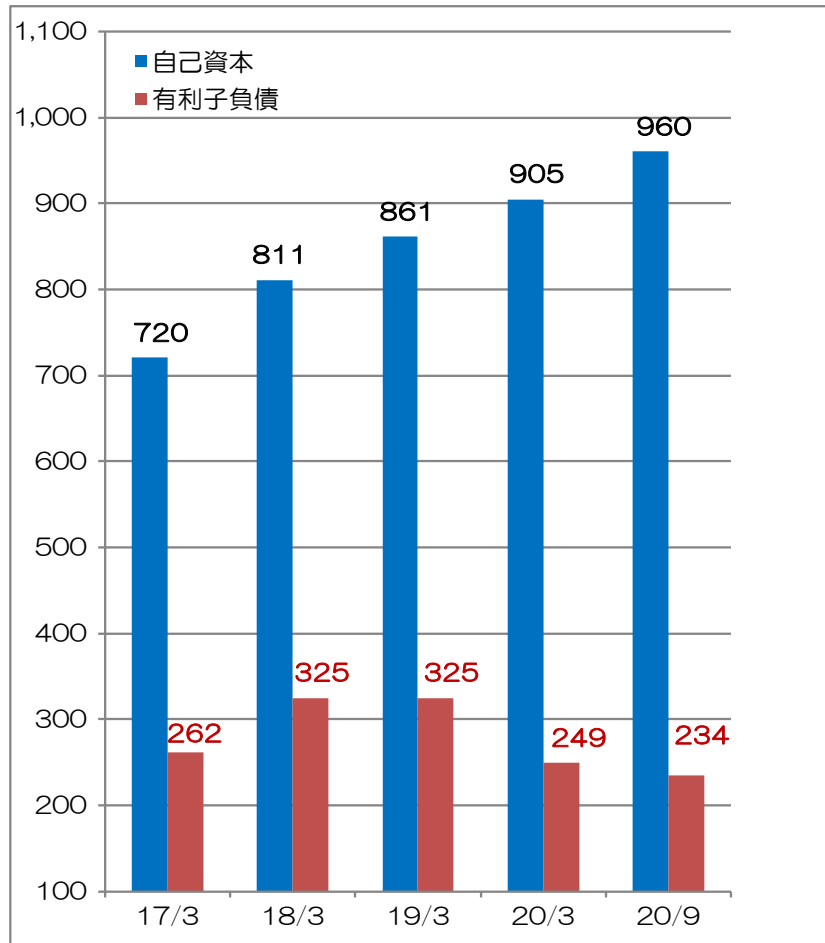
(百万円、%、倍)

*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。

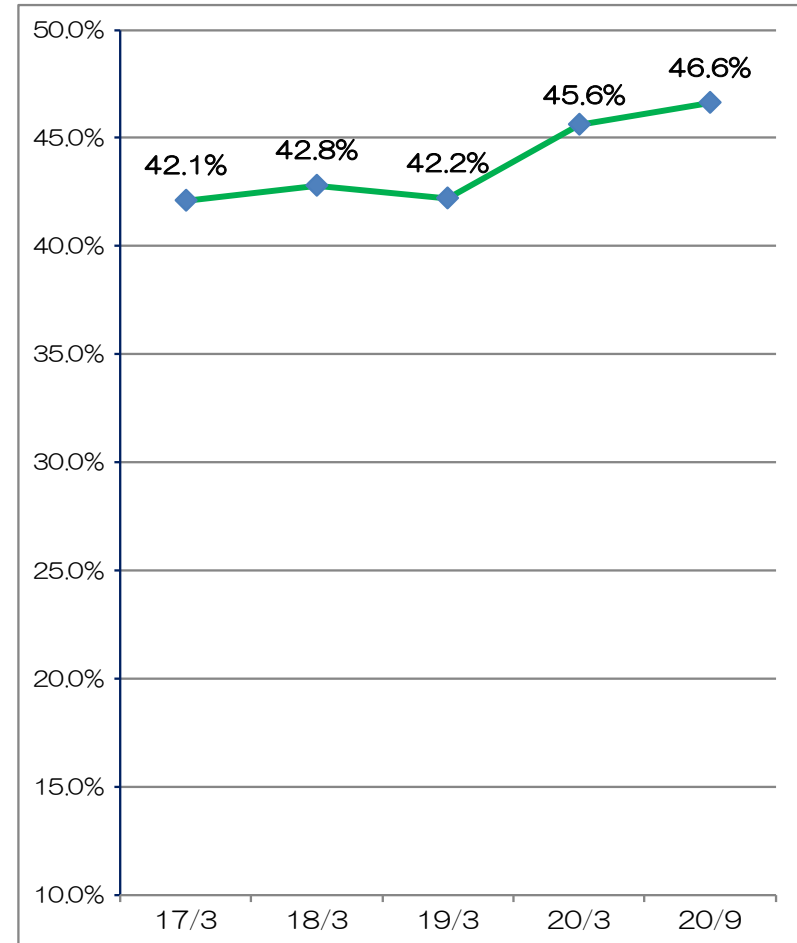
8. 自己資本・有利子負債と自己資本比率の推移

自己資本と有利子負債

(億円)



自己資本比率



(注)1億円未満切り捨て

2021年3月期 業績見通し

1.2021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＞

●コロナ禍における消費動向変化への対応



●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、種々キャンペーンによる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(香薫ウインナー)の全国放映とSNSによる発信→売場の確保、拡大
- Web活用キャンペーン展開
- ベンダー事業における長鮮度商品の拡大
- 新型コロナウイルス感染予防対策の徹底

- 歳暮ギフトは「ありがとうございます、贈ります」、そんな感謝のきもちを感じていただける商品をラインアップ
- もう一つの喜びWプレゼントキャンペーンを引き続き実施。贈られた方、贈る方にもうれしいキャンペーン
- HPP商品及びIQF商品を投入しフードロス削減へ



2.2021年3月期 食肉事業の下半期の取組み

〈事業の現況・課題〉

- コロナ拡大による生産体制不安
 - ・飼料価格の高騰
 - ・中国の買い付けに注視必要
 - ・畜肉疾病問題不安
- TPP11・日欧EPA・TAGへの対応
- 販売競争の激化の中での利益確保
- 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、付加価値商品の安定仕入れ先の確保
- 協力会社との取り組みによる優先的商品確保の推進
- 各々の優位性を考慮した仕入価格の低減
- 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
- 業務効率化による間接経費のコントロール
- 得意先別・商品別管理による利益マインドの醸成
- 自社グループ国産豚肉生産事業の拡充
- 協力会社との関係強化による安定供給先の確保

3.2021年3月期 年度業績見通し

【連結損益】

		2020年3月期	2021年3月期(修正)	前期比	中期計画
売上高		418,060	435,800	104.2%	441,400
営業利益		15,636	17,900	114.5%	14,500
経常利益		15,959	18,200	114.0%	14,600
親会社株主に帰属する当期純利益		8,823	11,300	128.1%	8,900

(上下期別)

		上半期(実績)	下半期(見通)	下半期(当初計画)
売上高		212,226	223,574	222,700
営業利益		11,148	6,752	6,800
経常利益		11,451	6,749	6,900
親会社株主に帰属する当期純利益		6,957	4,343	4,400

【セグメント別損益】□

		2020年3月期	2021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	300,000	111.4%	307,400	97.6%
	食肉事業本部	124,663	135,300	108.5%	133,500	101.3%
	その他	491	500	101.8%	500	100.0%
営業利益	加工食品事業本部	11,688	15,100	129.2%	12,620	2,480
	食肉事業本部	1,207	2,700	223.7%	1,750	950
	その他	236	100	42.4%	130	-30

4.トピックス

1. 持続的成長に向けた投資

- ①DX(デジタルトランスフォーメーション)実現に向けて
 プロジェクトチームが活動を展開
 → ・社内システムの刷新
 ・業務や組織を見直し、再設計
 ・改革の導入と定着に向けた従業員の支援

- ②ESGを重視した事業展開の推進
 →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

 →アニマルウェルフェアと環境対策、地域社会への
 貢献を目指した新農場への挑戦

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%	2020年3月期	34.2%



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	2019年3月期			2020年3月期			2021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	139,903	138,811	278,714	139,583	146,212	285,795	70,736	73,376	144,112	155,888	300,000	
食肉事業	64,724	69,096	133,820	66,548	65,171	131,719	33,054	34,822	67,876	67,424	135,300	
その他事業	238	249	487	268	277	545	127	110	237	263	500	
合計	204,867	208,156	413,023	206,400	211,660	418,060	103,558	108,668	212,226	223,574	435,800	
売上原価	172,892	177,374	350,266	173,813	177,477	351,290	85,786	90,197	175,983			
売上総利益	31,974	30,782	62,756	32,587	34,182	66,769	17,771	18,472	36,243			
販売費及び一般管理費	24,730	24,858	49,588	25,055	26,077	51,132	12,194	12,900	25,094			
営業利益	7,243	5,925	13,168	7,531	8,105	15,636	5,576	5,572	11,148	6,752	17,900	
営業外損益	281	380	661	414	▲ 91	323	214	89	303			
経常利益	7,524	6,305	13,829	7,945	8,014	15,959	5,790	5,661	11,451	6,749	18,200	
特別損益	273	▲ 158	114	2,279	▲ 2,900	▲ 621	▲ 241	▲ 63	▲ 304			
税金等調整前当期(四半期)純利益	7,797	6,147	13,944	10,224	5,114	15,338	5,549	5,598	11,147			
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	4,757	3,530	8,287	5,747	3,076	8,823	3,461	3,496	6,957	4,343	11,300	

(ご参照) 商品別の売上高

(百万円)

商品別	2019年3月期			2020年3月期			2021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	45,106	43,077	88,183	44,916	45,273	90,189			50,544	49,956	100,500
加工食品他	85,533	87,826	173,359	85,530	90,365	175,895			84,702	96,898	181,600
食肉	73,990	77,000	150,990	75,684	75,747	151,431			76,742	76,458	153,200
その他	238	253	491	268	277	545			238	262	500
合計	195,406	217,617	413,023	206,400	211,660	418,060			212,226	223,574	435,800

5.2021年3月期 上半期 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 1,441		ハム・ソーセージ 505	ハム・ソーセージ 505
		加工食品 337	加工食品他 847
食肉事業 679		バンダー商品 510	食肉 767
		食肉 89	
その他の他 2		加工食品 0	その他 2
		その他の他 2	

連結貸借対照表の推移

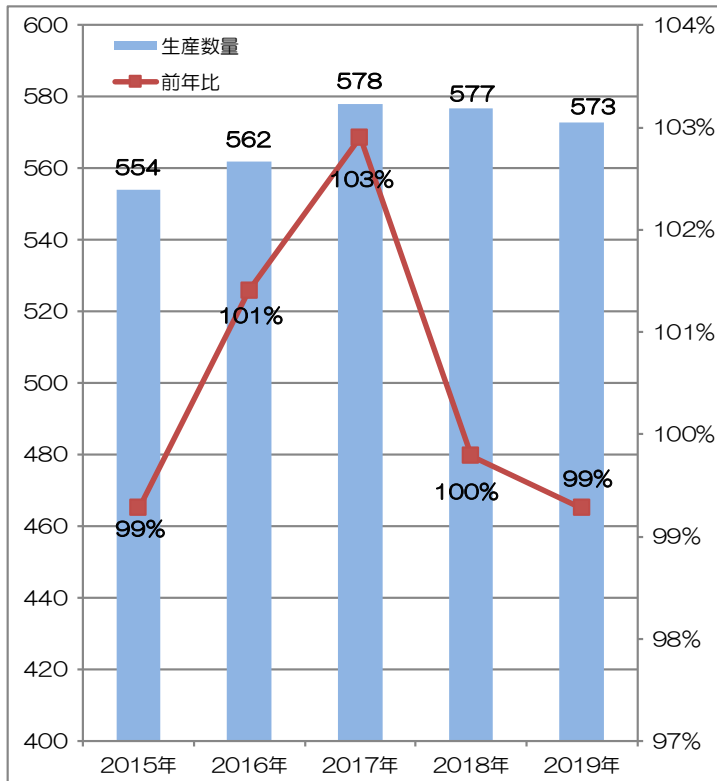
【連結貸借対照表】

(百万円)

	2018年3月期		2019年3月期		2020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	79,329	91,315	82,857	85,529	87,310
固定資産	88,013	110,422	116,757	121,004	114,840	111,220
総資産	157,043	189,751	208,073	203,862	200,369	198,530
流動負債	55,616	64,630	78,588	74,706	68,705	68,171
固定負債	27,072	36,846	36,746	34,519	32,397	30,225
負債合計	82,689	100,477	115,305	109,226	101,102	98,396
株主資本	61,584	74,714	77,684	80,237	83,942	86,010
その他の包括利益 累計額	5,524	6,466	6,569	5,877	5,682	4,562
非支配株主持分	7,245	8,094	8,513	8,521	9,641	9,561
純資産合計	74,354	89,274	92,767	94,635	99,267	100,134
負債純資産合計	157,043	189,751	208,073	203,862	200,369	198,530
自己資本	76,151	81,180	84,254	86,114	89,625	90,573
自己資本比率(%)	40.6	42.8	40.5	42.2	44.7	45.6

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)

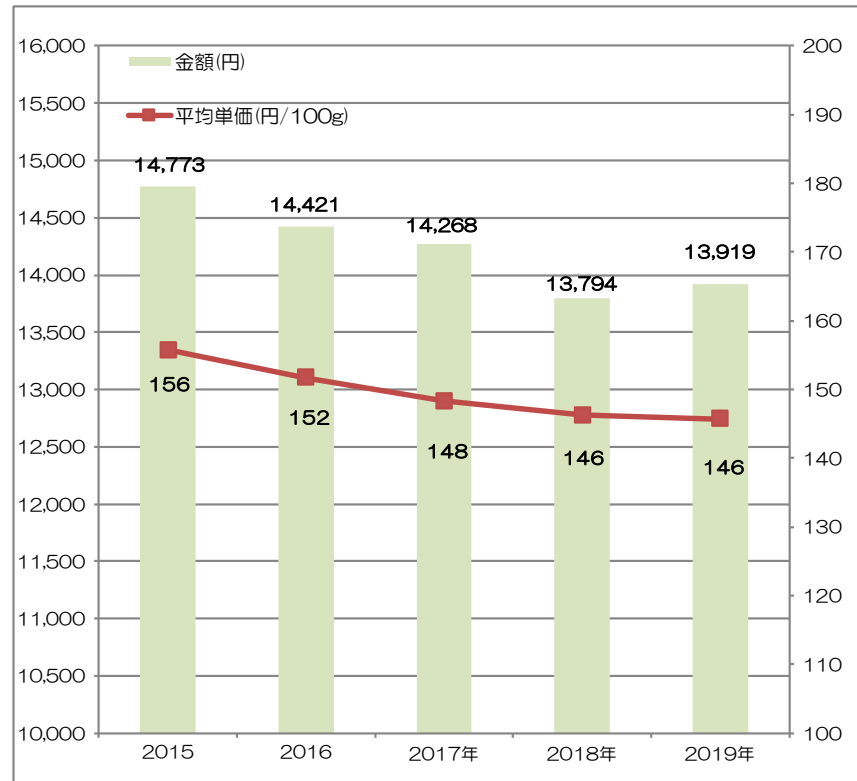


2020年(1-8月)の内訳 (t)

	生産数量	前年比
ソーセージ	209,925	101.6%
ハム	72,948	101.4%
ベーコン	65,090	102.4%
プレスハム	14,279	87.5%
焼き豚	12,979	99.6%

(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)



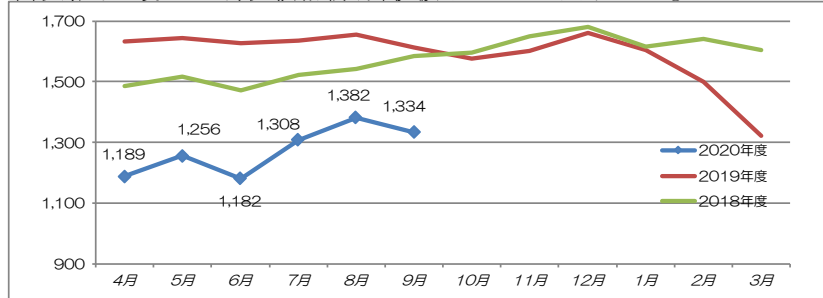
2020年(1-9月)の内訳

	家計消費	前年比
数量 (g)	7,487	108.1%
金額 (円)	10,690	107.1%
平均単価 (円/100g)	142.8	99.1%

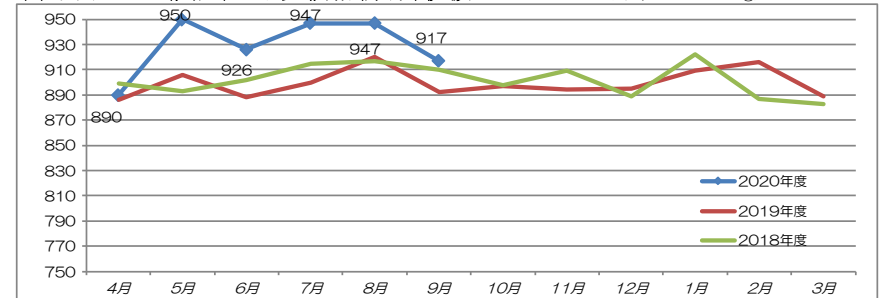
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

業界動向の資料2

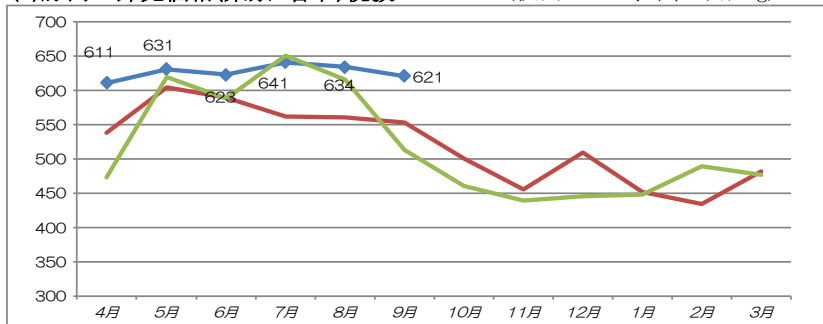
(1)交雑牛去勢B3の卸売価格(東京)税抜(枝肉ベース、単位:円/Kg)



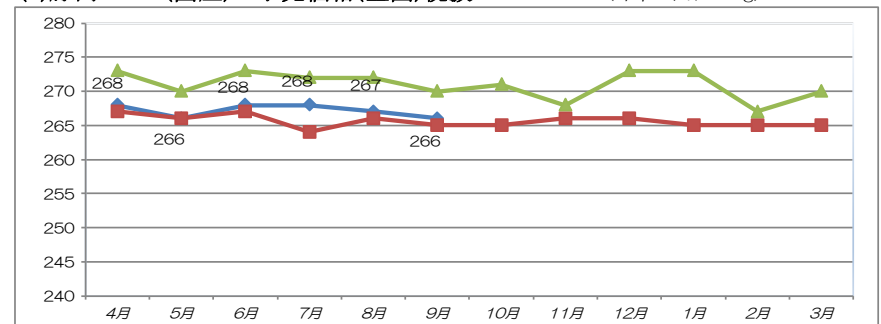
(4)牛肉ロース(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)



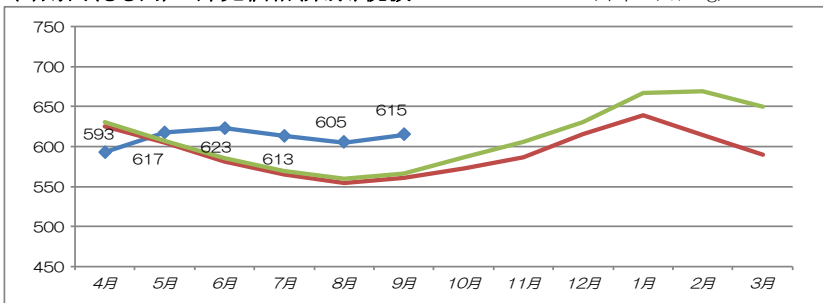
(2)豚肉の卸売価格(東京・省令)税抜 (枝肉ベース、単位:円/Kg)



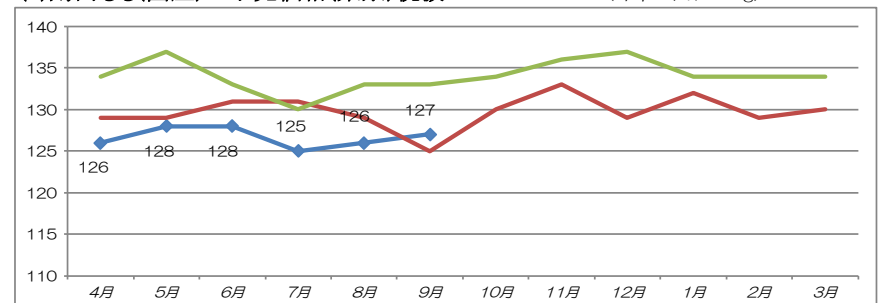
(5)豚肉ロース(国産)の小売価格(全国)税抜 (単位:円/100g)



(3)鶏肉(もも肉)の卸売価格(東京)税抜 (単位:円/Kg)

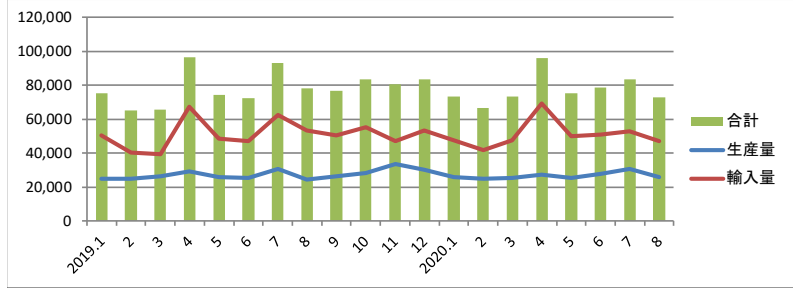


(6)鶏肉もも(国産)の小売価格(東京)税抜 (単位:円/100g)

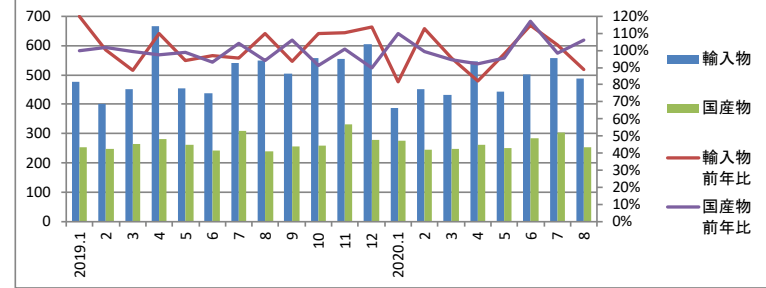


業界動向の資料3

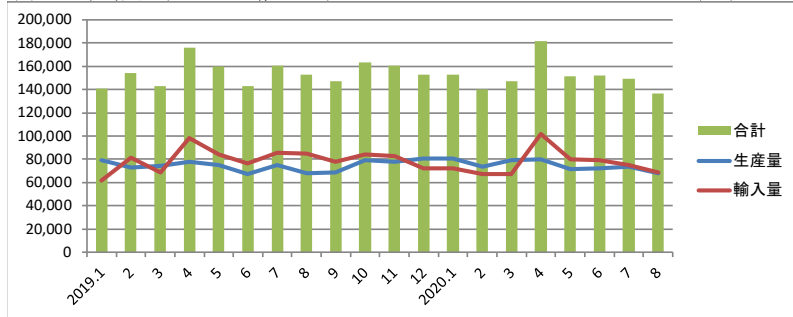
(1)牛肉需給表(生産量・輸入量) (トン)



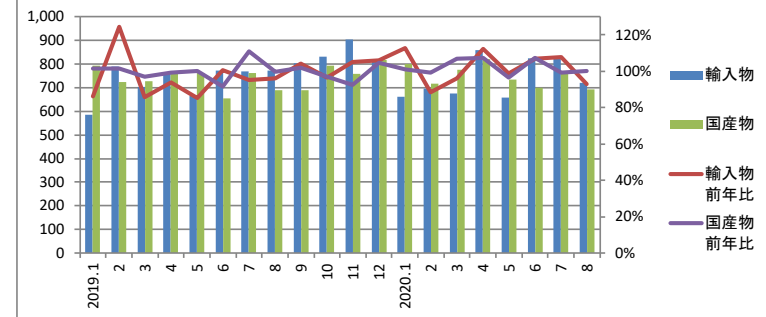
(4)牛肉の需給動向(推定出回り量) (百トン/%)



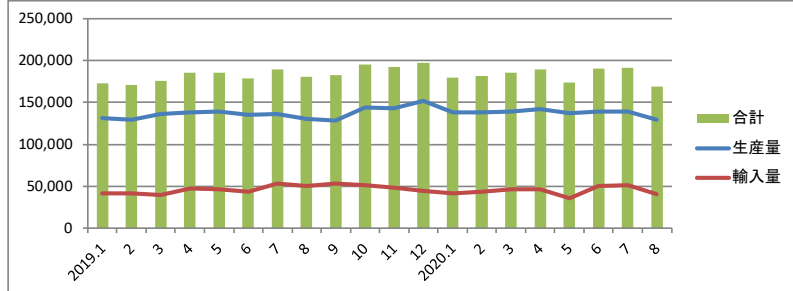
(2)豚肉需給表(生産量・輸入量) (トン)



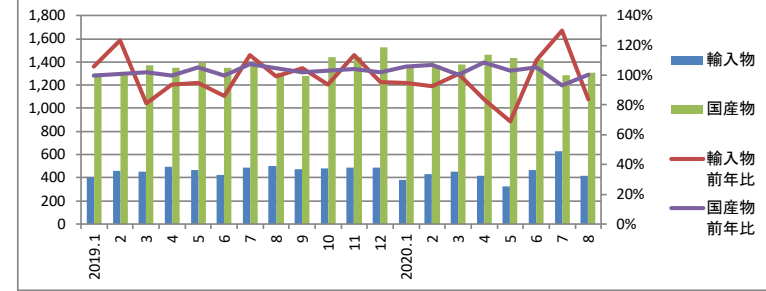
(5)豚肉の需給動向(推定出回り量) (百トン/%)



(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/%)



独立行政法人 畜産産業振興機構 統計資料

Profile (2020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 社長執行役員	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	79億08百万円		
決 算 期	3月31日		
従 業 員 数	1,925 名(30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	34 社		
	連結子会社	31 社	
	持分法適用関連会社	3 社	
企業集団従業員数	15,295名(145名増)		
グループ拠点	生産拠点	25工場 (国内)	
		3拠点 (海外)	

(備 考)

1.増減は前年度末(2020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4月	茨城工場新ハム・ベーコンプラント開設
2019年4月	スモールワールズ東京とオフィシャルパートナー契約を締結

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。

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 <https://www.primaham.co.jp/>