

2024年度 上期 決算説明会資料

(アナリスト・機関投資家向け)

2024年11月15日
プリマハム株式会社
(東証プライム市場：2281)

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】

〒140-8529

東京都品川区東品川4-12-2 品川シーサイドウエストタワー

プリマハム株式会社 総務・広報部

TEL：03-6386-1800

当社HPからお問い合わせが可能です。 ※以下をクリックしてアクセスしてください。

[プリマハム | IR・投資家情報 | IRに関するお問い合わせ \(primaham.co.jp\)](https://primaham.co.jp)

1 2024年度 上期 業績総括

2 2024年度 通期見通し

3 ご参考資料（業績推移）

2024年度上期 連結損益

(億円 %)

	前年		2024年度			
	上期	売上高比	上期	売上高比	前年比	前年差
売上高	2,227	-	2,294	-	103.0	+67
売上原価	1,968	88.4	2,040	88.9	103.7	△72
売上総利益	259	11.6	254	11.1	98.0	△5
販売管理費	191	8.6	192	8.4	100.6	△1
営業利益	68	3.1	62	2.7	90.6	△6
経常利益	74	3.3	68	3.0	91.7	△6
特別利益	0	0.0	12	0.5	-	+12
特別損失	6	0.3	4	0.2	74.3	+1
税金等調整前四半期純利益	69	3.1	76	3.3	110.9	+7
四半期純利益	46	2.1	48	2.1	103.9	+2
非支配株主帰属 四半期純利益	7	0.3	5	0.2	-	+2
親会社株主帰属 四半期純利益	39	1.7	43	1.9	110.3	+4

[売上高比率]

【原価率】 0.5%pt悪化 (88.4%→88.9%)

原材料・商品仕入 0.3%pt悪化

製造費用比率 0.3%pt悪化

【売上総利益率】 0.5%pt悪化 (11.6%→11.1%)

【販売管理費比率】 0.2%pt好転 (8.6%→8.4%)

人件費 0.1%pt好転

経費 0.1%pt好転

【営業利益率】 0.4%pt悪化 (3.1%→2.7%)

[上期業績予想比較] (億円 %)

	期初公表 業績予想	上期実績	差	比率
売上高	2,350	2,294	△56	97.6
営業利益	85	62	△23	72.8
経常利益	89	68	△21	76.5
親会社株主帰属四半期純利益	51	43	△8	83.5

2024年度上期 セグメント別

(億円 %)

		前年実績	2024年度		
			上期	前年比	前年差
加工食品事業部門	売上高	1,571	1,579	100.5	+8
	営業利益	63	58	91.4	△5
	営業利益率 (%)	4.0	3.6	-	△0.4%pt
食肉事業部門	売上高	653	712	109.0	+59
	営業利益	6	5	81.8	△1
	営業利益率 (%)	1.0	0.7	-	△0.3%pt
その他	売上高	3	3	126.6	+1
	営業利益	1	1	144.6	+0
※調整額	営業利益	▲2	▲2	116.1	△0
連結合計	売上高	2,227	2,294	103.0	+67
	営業利益	68	62	90.6	△6
	営業利益率 (%)	3.1	2.7	-	△0.4%pt

注記) ※調整額・・・各セグメントに帰属しない全社費用

【商品別売上高】

(億円 %)

	前年実績	2024年度		
		上期	前年比	前年差
ハム・ソーセージ	559	588	105.2	+29
加工食品	387	366	94.7	△21
総菜 (ベンダー子会社)	535	537	100.4	+2
食肉	728	791	108.6	+63
合計	2,227	2,294	103.0	+67

※商品別「食肉」には加工食品セグメントの食肉販売分を含む

【単体損益 (プリマハム単体)】

(億円 %)

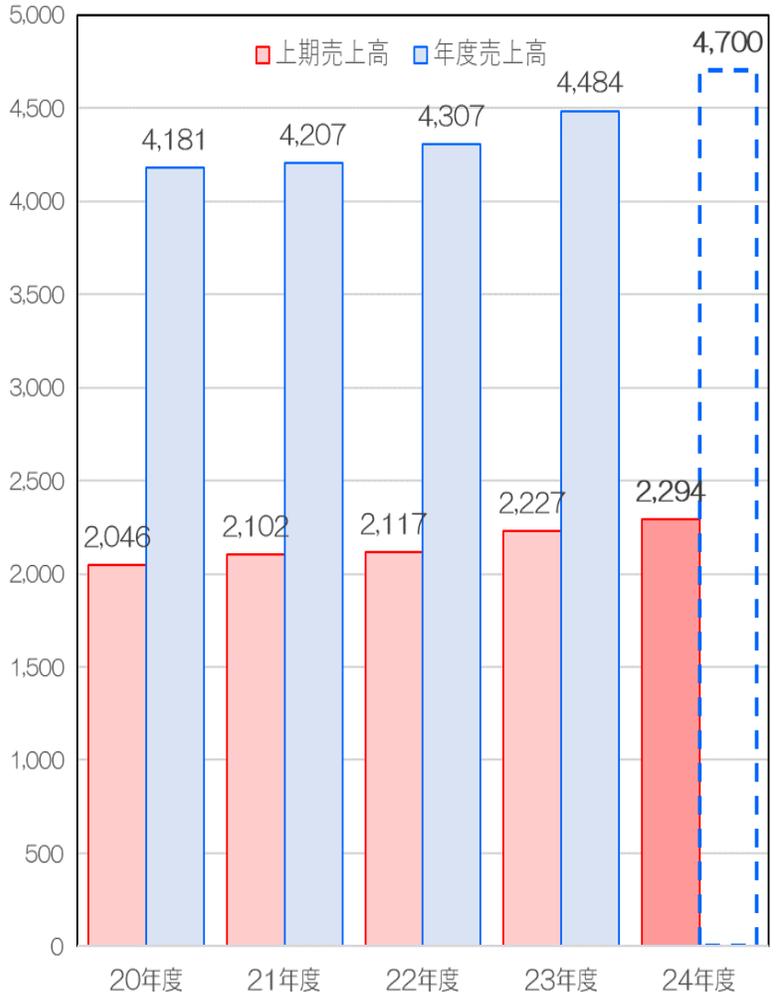
	前年実績	2024年度		
		上期	前年比	前年差
売上高	1,586	1,651	104.1	+64
営業利益	32	28	87.5	△4
営業利益率 (%)	2.0	1.7	-	△0.3%pt

事業環境

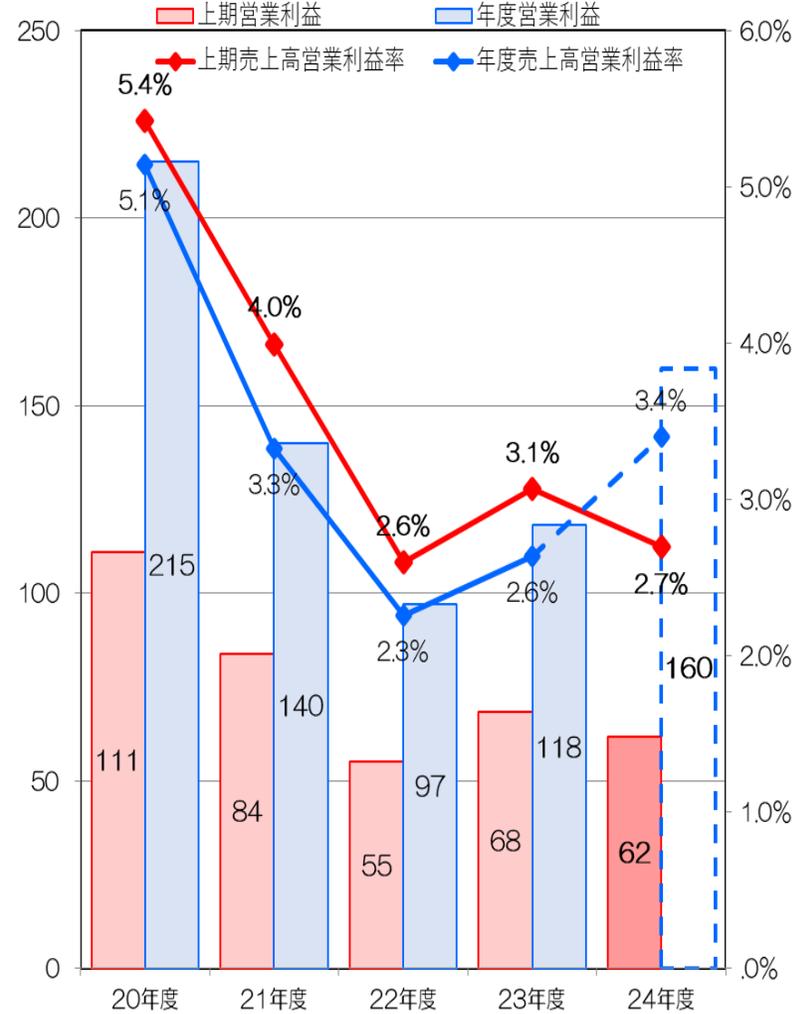
- ・国内消費はインバウンド消費が牽引し外食が好調、スーパー等の流通業の売上も堅調な一方で、物価高の影響で消費者の節約傾向は続いており予断を許さない状況。
- ・円安による原材料費などの製造コスト上昇が続く、当業界に限らず様々な業種で複数回の値上げを実施。
- ・食肉業界は、現地相場高、飼料価格高、疾病問題などで厳しい事業環境が継続している。

連結売上高、営業利益、四半期純利益の推移

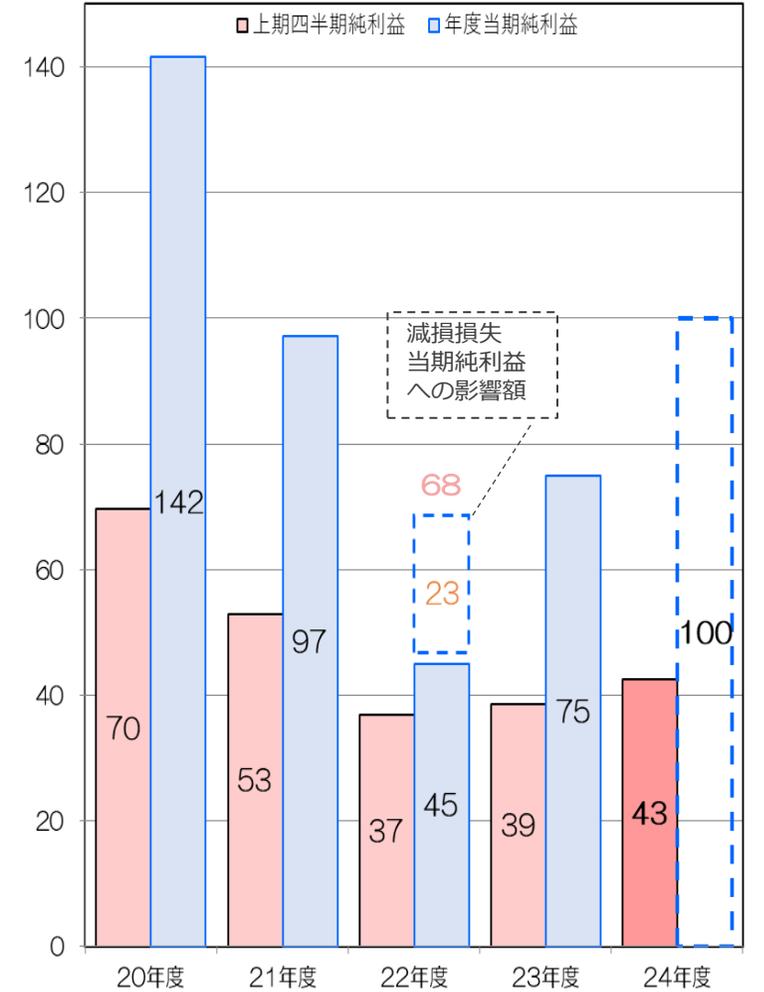
連結売上高 億円



連結営業利益・売上高営業利益率 億円



連結四半期純利益、当期純利益 億円



(注) ・21年度から収益認識会計基準（2020年度遡及）及び配合飼料価格安定制度に係る収入及び費用の表示方法の変更を適用。
以下ページも同様

※四半期純利益・・・親会社株主に帰属する四半期純利益
当期純利益・・・親会社株主に帰属する当期純利益

.....2024年度通期業績予想値

1. ハム・ソーセージ

① 全体（販売数量 前年比）

%

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期	構成比
ハム・ソーセージ計	104	101	103	101	
・ コンシューマ商品	103	101	103	104	77.5
・ 業務用商品	110	102	104	91	22.0
・ ギフト	98	97	83	88	0.5

② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期
香薫ウインナー	110	107	107	104
ローズハム群	99	99	102	105
ベーコン群	100	96	102	103
十勝生ハム	98	92	97	107

□ コンシューマシェア ハム・ソーセージ

前年差 **1.3%pt** (SCIデータ24年4月-9月)

③ 人時生産性 前年比増減率推移

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期
ハム・ソーセージ	+4.0%	+0.2%	△2.5%	△1.8%
※量目変更を考慮		+2.0%	△0.7%	△0.7%

④ ベンダー事業（1社）売上高「対前年比」

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期
売上高	103	99	103	100

2. 加工食品

① 全体（販売数量 前年比）

%

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期	構成比
加工食品計	102	99	100	90	
・ 調食コンシューマ	94	103	97	98	33.7
・ 調食業務用商品	118	100	103	85	47.3
・ 調味生肉	88	95	99	87	19.0

② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期
ハンバーグ群	103	91	91	86
ミートボール	101	100	75	83
サラダチキン	85	95	101	100
フライコンシューマ	86	115	105	111

③ 人時生産性 前年比増減率推移

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度上期
加工食品	0.0%	△1.6%	△4.0%	△6.8%
※量目変更を考慮		△1.0%	△1.3%	△6.1%

ハム・ソーセージ



加工食品



販売、販売促進

○香薫あらびきポークウィンナー認知向上、販売拡大



24年9月より
2個束 パッケージ縮小化
(内容量はそのまま!)
プラスチック使用量
38.5%削減 (22年3月比)

○「スマイルUP!」TVCM等による認知向上、販売拡大



○キャンペーン、SNS (X (旧Twitter) 等) を活用したファン層拡大



東京ディズニーシー貸切キャンペーン



「香薫の日」イベント



中元ギフト (著名シェフ監修ギフト)

○製造コストや物流コスト上昇によるハム・ソーセージ及び加工食品の価格改定

【価格改定日】 第6回目 24年9月～
【対象商品】 ハム・ソーセージ、加工食品
約200品 (家庭用、業務用)
【価格改定率】 3%～28%

生産

○シェア拡大に対応した商品の安定供給体制の構築
・生産効率向上の取り組み ・ロースハムライン生産増強

○環境配慮の取り組み
・本社工場における再生可能エネルギーへの切り替え

バンダー子会社

○お客様の要望に応えた新商品開発と積極的な市場への供給を継続
○好調なスモージーラインの生産増強

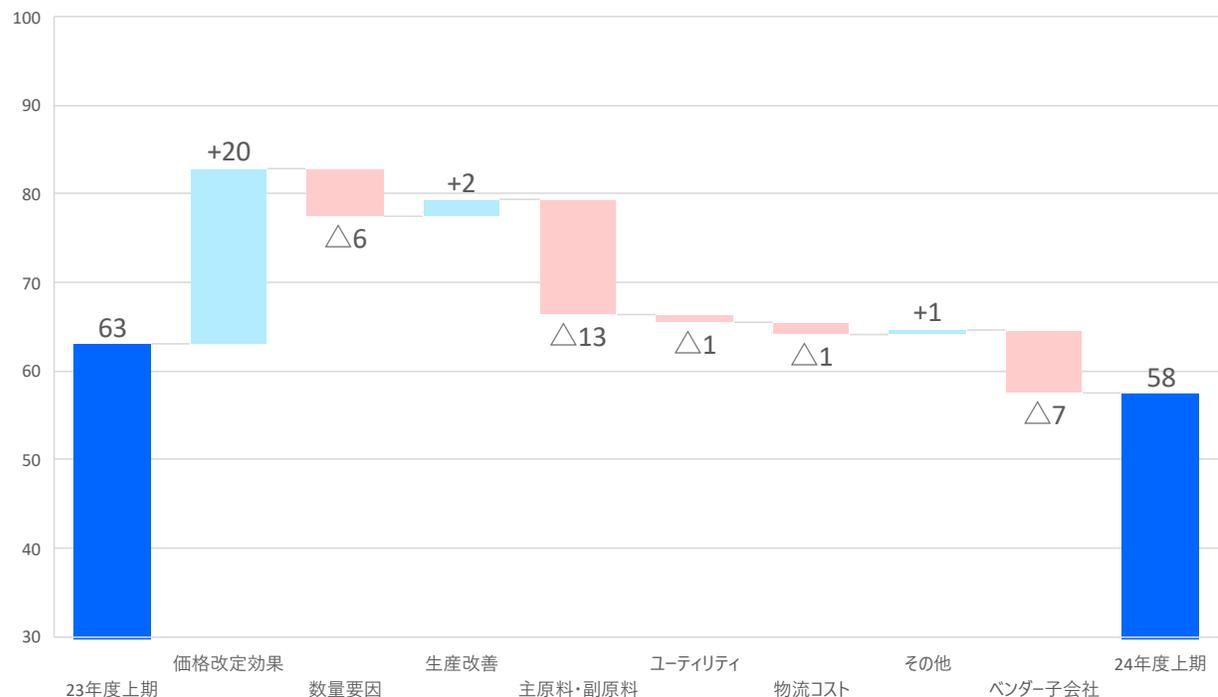
その他

○2024年物流問題への対応

加工食品事業部門 営業利益 要因別増減

(億円%)

	前年実績	2024年度		
		上期	前年比	前年差
売上高	1,571	1,579	100.5	+8
営業利益	63	58	91.4	△5
営業利益率 (%)	4.0	3.6	-	△0.4%pt



○収益改善 **+16億円**
24/4の5回目、24/9の6回目価格改定交渉継続

○コストアップ **△15億円**
主原料・副原料などの製造コスト上昇が継続

要因		上期	1Q	2Q
2023年度上期営業利益		63	33	30
収益改善 +16億円	価格改定効果	+20	+11	+9
	数量要因	△6	△6	+0
	生産改善	+2	+1	+1
	小計	+16	+5	+11
コストアップ △15億円	主原料・副原料	△13	△4	△9
	ユーティリティ	△1	△0	△1
	物流コスト	△1	△1	△1
	小計	△15	△4	△11
その他	+1	+0	+0	
ベンダー子会社	△7	△3	△4	
2024年度上期営業利益		58	32	26
前年差		△5	△2	△4
収益改善 - コストアップ		+1	+1	+0

加工食品事業部門 価格改定の状況(ベンダー子会社除く)

	21年度	2022年度				2023年度				2024年度				対象	品目数	改定幅
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q			
1回	→													家庭用 業務用	約200品	5%~12%
2回		→												家庭用 業務用	約400品	家庭用：5%~20% 業務用：5%~30%
3回			→											家庭用 業務用	約400品	家庭用：5%~15% 業務用：5%~20%
4回				→										家庭用 業務用	約200品	3%~20%
5回						→								家庭用 業務用	約130品	3%~38%
6回											→			家庭用 業務用	約200品	3%~28%

	2022年度	2023年度	2024年度		22年度~24年度上期 合計
			計画	上期実績	
収益改善	+ 63 億円	+ 70 億円	+ 55 億円	+ 16 億円	+ 149 億円
コストアップ	△ 93 億円	△ 77 億円	△ 30 億円	△ 15 億円	△ 185 億円
差	△ 30 億円	△ 7 億円	+ 25 億円	+ 1 億円	△ 36 億円
累計	△ 30 億円	△ 37 億円	△ 12 億円	△ 36 億円	△ 36 億円
累計価格 転嫁率	68%	78%	94%	81%	81%
年度平均 為替レート	136円/\$	145円/\$	145円/\$	153円/\$	-

仕入・販売

○相場連動取引への取引改善

○販売数量拡大に向けた取り組み

- ・オリジナルブランドの拡販、育成
- ・加工食品販売部隊との連携・・・ 外食向け
- ・販路の新規開拓



○消費者、取引先ニーズに合わせた仕入れ、商品開発

- ・幅広い仕入れ先の確保（新規の産地、パッカー開拓）
- ・中元ギフト商品への展開



秋田牛_中元ギフト展開

○仕入ロス、在庫管理の徹底

○食肉ECサイト「ミートガイ」

- ・SNSやイベントによるファン拡大にむけた取り組み



【実績】

[上期販売数量前年比]

	前年同期比
牛肉	98%
豚肉	110%
鶏肉	109%

養豚

○出荷頭数の拡大

○既存農場の生産性の向上、品質の向上

○アニマルウェルフェアの取り組み

- ・24年7月「プリマハムグループアニマルウェルフェアポリシー」制定
- ・WOAH指針に沿った自社基準の運用

【実績】

[出荷頭数実績]

年度	出荷頭数
22年度	44万頭
23年度	46万頭

24年度上期合計 昨比106.8%

【外部環境】

○為替

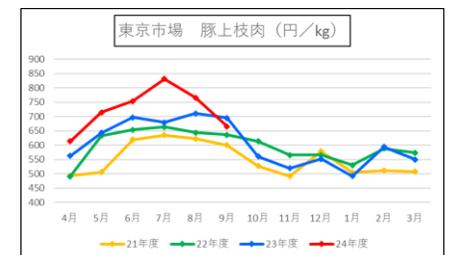


○飼料価格

22年度	14,750円値上げ↗
23年度	3,900円値下げ↘
24年4月～6月	4,600円値下げ↘
24年7月～9月	2,200円値上げ↗
24年10月～12月	4,850円値下げ↘

J A 全農配合飼料価格
(全国全畜種平均)

○国産豚肉相場

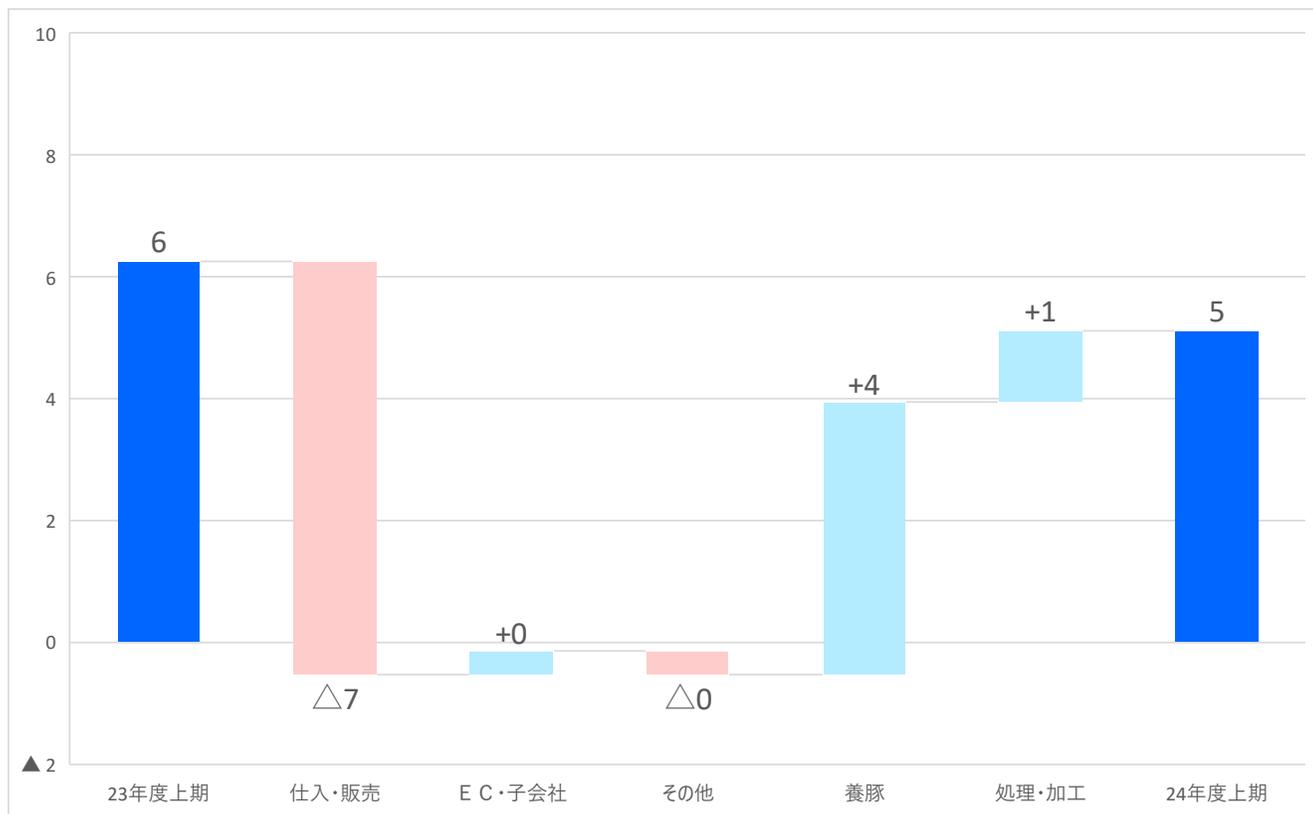


食肉事業部門 営業利益 要因別増減

(億円 %)

	前年実績	2024年度		
		上期	前年比	前年差
売上高	653	712	109.0	+59
営業利益	6	5	81.8	△1
営業利益率 (%)	1.0	0.7	-	△0.3%pt

- 販売 **△7億円**
相場連動取引への移行を進めるも現地相場高や円安による仕入れコスト上昇を吸収できず。
- 養豚 **+6億円**
飼料価格は高止まりが継続するものの国産豚肉相場が堅調に推移し利益は前年を上回る。



要因		上期	1Q	2Q
2023年度上期営業利益		6	3	3
販売 △7億円	仕入・販売	△7	△4	△2
	E C・子会社	+0	+0	+0
	その他	△0	+0	△1
	小計	△7	△4	△3
養豚 +6億円	養豚	+4	+2	+2
	処理・加工	+1	+1	+0
	小計	+6	+3	+2
2024年度上期営業利益		5	2	3
前年差		△1	△1	△0

連結貸借対照表

(億円)

	23年度 期末	24年度 2Q末	増減
流動資産	1,032	999	△32
現金及び預金	133	137	+5
預け金	21	21	△0
受取手形及び売掛金	526	476	△50
たな卸資産	320	337	+17
その他	33	28	△4
固定資産	1,416	1,426	+10
有形固定資産	990	984	△6
無形固定資産	124	137	+13
投資その他資産	303	305	+2
資産合計	2,448	2,425	△23

	23年度 期末	24年度 2Q末	増減
負債合計	1,146	1,097	△48
流動負債	852	799	△52
固定負債	294	298	+4
純資産合計	1,302	1,328	+25
株主資本合計	1,083	1,103	+20
資本金 + 資本準備金	181	181	±0
利益剰余金	906	925	+20
自己株式	△4	△4	+0
その他包括利益合計	110	112	+1
非支配株主持ち分	109	113	+4
負債純資産合計	2,448	2,425	△23

(億円 %)

	23年度 期末	24年度 2Q末	増減
自己資本比率	48.7	50.1	+1.3

	23年度 期末	24年度 2Q末	増減
有利子負債 (億円)	217	223	+6
ネット有利子負債 (億円)	64	66	+2
ネットD E R (倍)	0.05	0.05	±0.00

※有利子負債、ネット有利子負債の増減「△」は減少

連結キャッシュフロー計算書

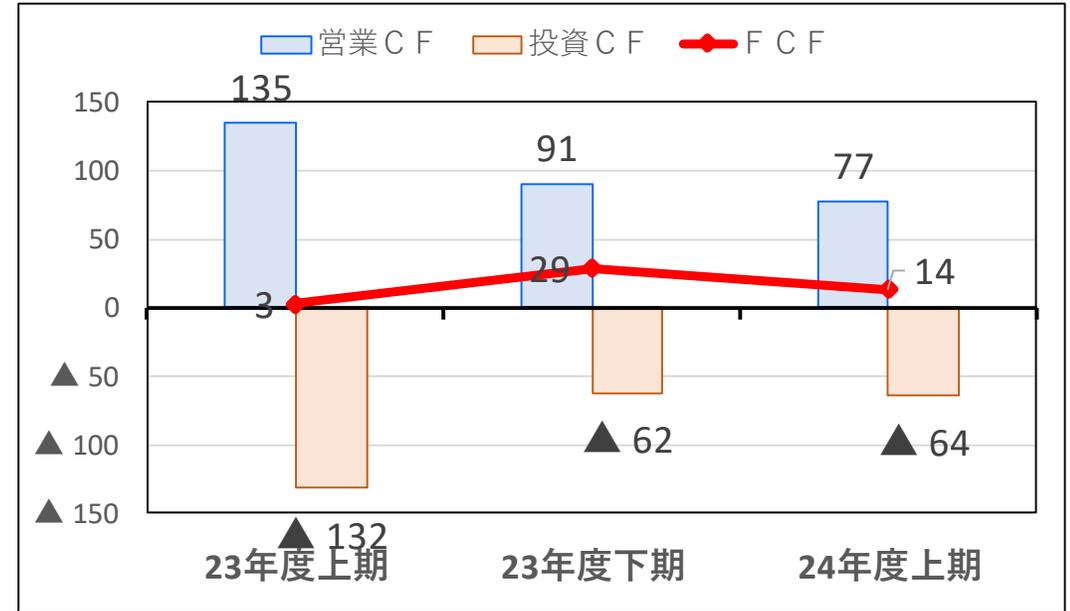
(億円)

	23年度 上期	23年度 下期	24年度 上期	前年同期 増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	135	91	77	△57
税金等調整前四半期純利益	69	65	76	+7
減価償却費	55	58	56	+1
売上債権の増減額 「▲」は増加	▲75	14	50	+126
棚卸資産の増減額 「▲」は増加	▲62	12	▲16	+46
仕入債務の増減額 「▲」は減少	127	▲31	▲41	△168
その他	22	▲28	▲47	△69
②投資活動による キャッシュ・フロー	▲132	▲62	▲64	+68
有形固定資産の支出	▲73	▲31	▲40	+34
無形固定資産の支出	▲34	▲28	▲13	+22
その他	▲24	▲3	▲11	+13

①+②フリーキャッシュフロー	3	29	14	+11
-----------------------	---	----	----	-----

③財務活動による キャッシュ・フロー	▲44	▲31	▲18	+26
---------------------------	-----	-----	-----	-----

④現金及び現金同等物の期末残高	100	98	94	△7
------------------------	-----	----	----	----



減価償却費及び設備投資

	23年度		24年度		24年度 通期計画
	上期	下期	上期	前年差	
減価償却費	55	58	56	△1	115
設備投資額	83	64	63	+20	257

※設備投資額はソフトウェアを含む。

(億円)

1

2024年度 上期 業績総括

2

2024年度 通期見通し

3

ご参考資料（業績推移）

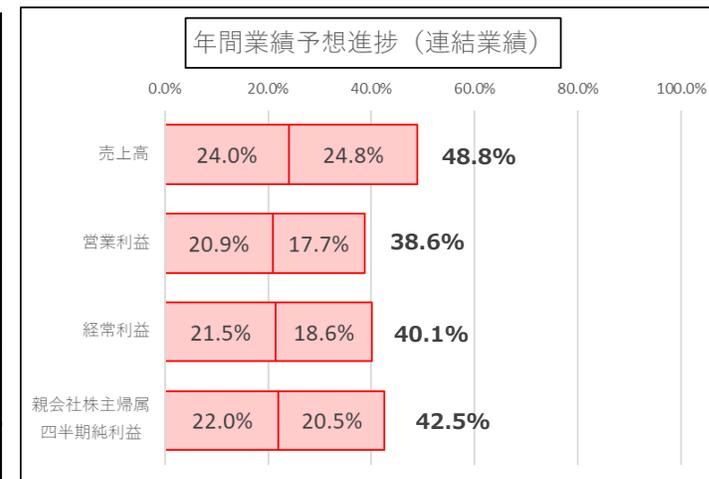
2024年度連結業績予想

【連結業績】

(億円 %)

	前年実績			2024年度				下期見込
	上期	下期	通期	上期実績	前年比	前年差	通期	
売上高	2,227	2,257	4,484	2,294	103.0	+67	4,700	2,406
営業利益	68	50	118	62	90.6	△6	160	98
経常利益	74	55	129	68	91.7	△6	170	102
親会社株主帰属 当期純利益	39	36	75	43	110.3	+4	100	57
営業利益率 (%)	3.1	2.2	2.6	2.7	-	-	3.4	4.1

	1Q	2Q
売上高	1,129	1,166
営業利益	33	28
経常利益	37	32
親会社株主帰属 四半期純利益	22	21
営業利益率 (%)	3.0%	2.4%



2024年度業績予想は5/7発表の連結業績予想数値から修正なし

【加工食品事業部門】

(億円 %)

	前年実績			2024年度				下期見込
	上期	下期	通期	上期実績	前年比	前年差	通期	
売上高	1,571	1,551	3,122	1,579	100.5	+8	3,300	1,721
営業利益	63	48	111	58	91.4	△5	143	85
営業利益率 (%)	4.0	3.1	3.6	3.6	-	-	4.3	5.0

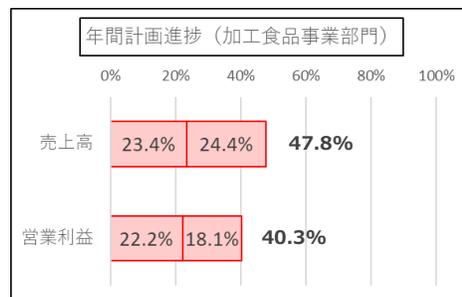
【食肉事業部門】

(億円 %)

	前年実績			2024年度				下期見込
	上期	下期	通期	上期実績	前年比	前年差	通期	
売上高	653	703	1,356	712	109.0	+59	1,380	668
営業利益	6	2	8	5	81.8	△1	21	16
営業利益率 (%)	1.0	0.3	0.6	0.7	-	-	1.5	2.4

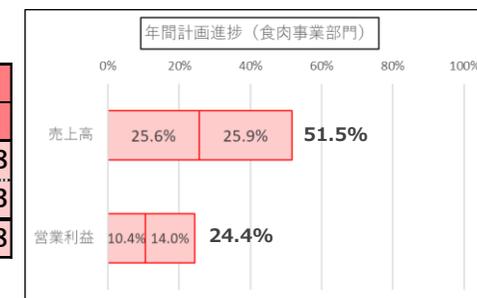
【加工食品事業部門 四半期推移】

	前年実績			2024年度	
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q
売上高	771	800	1,571	773	806
営業利益	33	30	63	32	26
営業利益率 (%)	4.3	3.7	4.0	4.1	3.2



【食肉事業部門 四半期推移】

	前年実績			2024年度	
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q
売上高	320	333	653	354	358
営業利益	3	3	6	2	3
営業利益率 (%)	0.9	1.0	1.0	0.6	0.8



下期の重点施策（加工食品事業部門）

販売施策

[市場シェア拡大の取組継続]

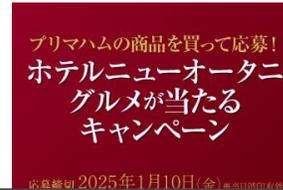
- 香薫あらびきポークウィンナー認知向上、販売拡大
- 「スマイルUP!シリーズ」のTVCM等による認知向上、販売拡大
- TVCM、キャンペーン、SNS（X（旧Twitter）等）を活用したファン層の拡大



東京ディズニーランド® ザ・ダイヤモンドホースシュー貸切ご招待



宝塚歌劇貸切公演



ホテルニューオータニグルメキャンペーン

- 業務用商品取り組み強化・・・ 外食、問屋向け
- 成長市場への取組（E C事業、海外事業）

生産

- 生産能力増強による商品の安定供給と価格競争力強化
 - ・設備の高速化、自動化
 - ・AI技術活用
- 脱炭素・循環型社会の実現に向けた取り組み

ベンダー

- お客様の要望に応えた新商品開発の継続、積極的な市場への供給

その他

- 2024年物流問題への対応・・・チルド食品9社による「チルド物流研究会」発足

○差別化商品の提案
～歳暮ギフト～



本場ドイツ“食肉マイスター”資格を持つ当社社員が開発。冷凍商品 Meister Valley（マイスターバレー）



当社の鹿児島県産「恵味の黒豚」を使用した中華料理著名シェフ監修ギフト

下期の重点施策（食肉事業部門）

仕入・販売

- 相場連動取引への取引改善
- 販売数量拡大に向けた取り組み
 - ・オリジナルブランドの拡販
 - ・加工食品販売部隊との連携
- 消費者、取引先ニーズに合わせた仕入れ、商品開発
 - ・新規の産地、パッカー開拓
 - ・内臓等副産物の有効活用、拡販
 - ・産地パック
- 販路の新規開拓（外食、卸問屋）



養豚

- 豚出荷頭数の拡大
- 既存農場の生産性、品質の向上、設備への投資
- アニマルウェルフェアの取り組み
 - ・WOAH指針に沿った自社基準の運用



【宮城 巨理農場（繁殖農場）】

プリマハムグループのサステナビリティの取り組み

👉 2024年4月「サプライヤー行動規範」の制定

当社グループの持続的な成長を遂げるだけでなく、持続可能な社会の実現に貢献するため、サプライチェーンにおけるすべての取引関係者等との信頼関係を構築し、共存共栄を基本に安全・安心かつ、環境や社会に配慮した原材料、資材、商品の調達に努めています。サプライヤーの皆様と持続可能な責任あるサプライチェーンの構築を目指し制定しました。



👉 2024年7月「プリマハムグループアニマルウェルフェアポリシー」制定・開示

当社グループはアニマルウェルフェアを重要課題として位置付けています。世界の動物の保健向上を目的とする機関である国際獣疫事務局（WOAH）が指針として示している5つの自由に沿った適正な飼育管理を行うことが、良好なアニマルウェルフェアに繋がることから、その理念に基づいた活動を進めることを目標とした方針を定めました。



👉 2024年9月 TCFD提言に基づく情報開示（2023年度版）

- ・ 2022年度に特定した気候変動による主要リスクと機会について、その後の環境変化や外部有識者の意見及び現在までのシナリオ分析結果を踏まえ見直しを実施。
- ・ 2023年度単体のScope3の温室効果ガス排出量を開示。



👉 2024年9月 サステナビリティページESGデータ集 2023年度実績を開示

- ・ GRIスタンダードを参照し、情報開示の拡充を図りました。

プリマハムグループの重要課題（マテリアリティ） 目標・KPIの進捗（23年度）

マテリアリティ	2023年度実績	目標・KPI（2030年度までに）
食の安全・安心の確保	食品安全マネジメントシステム導入率 93%	主要な生産工場及び農場における食品安全マネジメントシステム導入率100%
温室効果ガス排出量の抑制	温室効果ガス排出量 11.0%削減	温室効果ガス排出量24.3%削減（2021年度比） <small>※化石燃料由来温暖化ガス、海外拠点・豚生体由来は除く</small>
廃棄物排出量の削減	廃プラスチック 4.0%削減 食品廃棄物 7.1%削減 リサイクル率 96.4%	●廃棄物排出量（廃プラスチック・食品廃棄物）各5%削減（2021年度比） <small>※製造数量あたりの原単位</small> ●リサイクル率（食品廃棄物）98%以上 <small>※排出量ベース</small>
水使用量の削減	水使用量 1.6%増加	水使用量3%削減（2021年度比） <small>※製造数量あたりの原単位</small>
多様な働き方の尊重、推進	年次有給休暇取得率 64%	年次有給休暇取得率90% <small>※対象はプリマハム（株）の全従業員</small>
	男性育休取得率 55.6% <small>※男性育休取得率は5日以上でカウント 対象はプリマハム（株）の全従業員</small>	男性育休取得率100% <small>※男性育休取得率は5日以上でカウント／対象はプリマハム（株）の全従業員</small>
	女性採用比率 47% <small>※2024年度入社実績</small>	女性採用比率40%以上 <small>対象はプリマハム（株）の社員</small>
	障がい者雇用率 2.3%	障がい者雇用率2.7%達成 <small>※対象はプリマハム（株）（特例子会社含む）</small>
優秀な人材の雇用と育成	管理職に占める女性比率 4.7%	管理職に占める女性比率10% <small>※対象はプリマハム（株）社員</small>

▶ 2024年9月発行



【統合報告書2024の特長】

- 👉 サステナビリティ情報の開示を拡充
 - ・サステナビリティ委員会管下の各分科会（開発、調達、環境、人材）の取り組み状況、今後の取り組みを開示。
 - ・アニマルウェルフェアの取り組みを新たに開示。
- 👉 成長市場のEC事業及び海外事業の取り組み及び開発本部で進めている“おいしさの見える化”を特集。

～【参考】統合報告書概要（2022年度以降）～



2023年度

- ・完成した「鹿児島新工場」、
「宮城新農場」を特集
- ・重要課題（マテリアリティ）の
2022年度進捗を報告



2022年度

- ・TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への対応を開示
- ・重要課題（マテリアリティ）の目標・KPIを開示

1

2024年度 上期 業績総括

2

2024年度 通期見通し

3

ご参考資料（業績推移）

【参考】連結損益計算書の推移（2021年度～2024年度上期）

億円

	セグメント	2021年度				2022年度				2023年度				2024年度	
		1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	加工食品事業部門	708	1,422	1,434	2,856	734	1,484	1,522	3,007	771	1,571	1,551	3,122	773	1,579
	食肉事業部門	338	677	669	1,347	309	630	665	1,296	320	653	703	1,356	354	712
	その他	1	2	2	5	1	3	3	5	1	3	3	6	2	3
	合 計	1,047	2,102	2,106	4,207	1,045	2,117	2,190	4,307	1,093	2,227	2,257	4,484	1,129	2,294
	売上原価	904	1,827	1,853	3,680	915	1,871	1,959	3,830	964	1,968	2,015	3,983	1,001	2,040
	売上総利益	142	275	252	527	129	246	232	478	129	259	242	501	128	254
	販売管理費	94	191	180	371	95	191	189	380	93	191	192	383	95	192
	営業利益	48	84	56	140	34	55	43	97	36	68	50	118	33	62
	営業外損益	3	4	4	8	2	4	4	8	3	6	5	11	3	6
	経常利益	51	89	60	149	37	58	47	105	39	74	55	129	37	68
	特別損益	▲ 0	1	1	2	▲ 0	▲ 1	▲ 45	▲ 46	▲ 1	▲ 5	11	5	5	8
	税金等調整前当期純利益	50	89	62	151	36	58	1	59	38	69	65	134	42	76
	親会社株主に帰属する当期純利益	30	53	44	97	22	37	8	45	22	39	36	75	22	43
	営業利益率 (%)	4.6	4.0	2.7	3.3	3.3	2.6	1.9	2.3	3.3	3.1	2.2	2.6	3.0	2.7

【参考】商品別売上高の推移（2021年度～2024年度上期）

億円

	セグメント	2021年度				2022年度				2023年度				2024年度	
		1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	ハム・ソーセージ	256	491	488	979	252	510	529	1,039	278	559	562	1,121	291	588
	加工食品	169	336	338	674	182	364	368	731	194	387	381	768	178	366
	惣菜（ベンダー子会社）	250	514	508	1,021	250	506	510	1,016	257	535	511	1,046	261	537
	食肉	364	746	752	1,498	355	722	759	1,481	355	728	785	1,513	393	791
	その他	8	15	19	34	7	16	25	41	9	18	17	36	5	12
	合計	1,047	2,102	2,106	4,207	1,045	2,117	2,190	4,307	1,093	2,227	2,257	4,484	1,129	2,294
ベンダー事業除く売上高合計		797	1,588	1,598	3,186	795	1,611	1,680	3,291	836	1,692	1,746	3,438	868	1,757

【参考】ベンダー子会社（1社）

	2021年度				2022年度				2023年度				2024年度	
	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	250	514	508	1,021	250	506	510	1,016	257	535	511	1,046	261	537
営業利益	11	16	5	21	5	6	5	11	13	24	6	30	10	17
営業利益率（%）	4.2	3.2	1.0	2.1	2.2	1.2	1.0	1.1	4.9	4.5	1.2	2.9	3.7	3.2
ベンダー事業 除く営業利益	37	68	51	119	29	48	37	86	23	44	44	88	24	45

【参考】連結貸借対照表の推移（2021年度～2024年度上期）

(億円)

	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
	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	上期末実績
流動資産	961	958	989	953	1,052	1,032	999
固定資産	1,213	1,259	1,308	1,346	1,395	1,416	1,426
総資産	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425

流動負債	744	717	743	749	872	852	799
固定負債	260	275	306	318	308	294	298
負債合計	1,004	992	1,049	1,067	1,179	1,146	1,097
株主資本	992	1,028	1,042	1,040	1,056	1,083	1,103
その他の包括利益 累計額	60	91	97	91	105	110	112
非支配株主持分	118	107	109	100	107	109	113
純資産合計	1,170	1,226	1,248	1,232	1,268	1,302	1,328
負債純資産合計	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425

自己資本	1,051	1,119	1,139	1,132	1,161	1,193	1,214
自己資本比率 (%)	48.4%	50.5%	49.6%	49.2%	46.2%	48.7%	50.1%