

2024年度 決算補足説明資料

2025年5月7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://www.primaham.co.jp)

2024年度 連結損益

(億円 %)

	前年		2024年度			
	通期	売上高比	通期	売上高比	前年比	前年差
売上高	4,484	-	4,584	-	102.2	+99
売上原価	3,983	88.8	4,099	89.4	102.9	△116
売上総利益	501	11.2	485	10.6	96.7	△17
販売管理費	383	8.5	395	8.6	103.2	△12
営業利益	118	2.6	89	2.0	75.7	△29
経常利益	129	2.9	105	2.3	81.5	△24
特別利益	15	0.3	27	0.6	178.2	+12
特別損失	10	0.2	23	0.5	235.1	△13
税金等調整前当期純利益	134	3.0	109	2.4	81.3	△25
当期純利益	84	1.9	71	1.6	85.2	△12
非支配株主帰属 当期純利益	9	0.2	1	0.0	6.4	+8
親会社株主帰属 当期純利益	75	1.7	71	1.5	94.5	△4

[売上高比率]

【原価率】 0.6%pt悪化 (88.8%→89.4%)

原材料・商品仕入 0.4%pt悪化

製造費用比率 0.2%pt悪化

【売上総利益率】 0.6%pt悪化 (11.2%→10.6%)

【販売管理費比率】 0.1%pt悪化 (8.5%→8.6%)

人件費 0.1%pt好転

経費 0.2%pt悪化

【営業利益率】 0.7%pt悪化 (2.6%→2.0%)

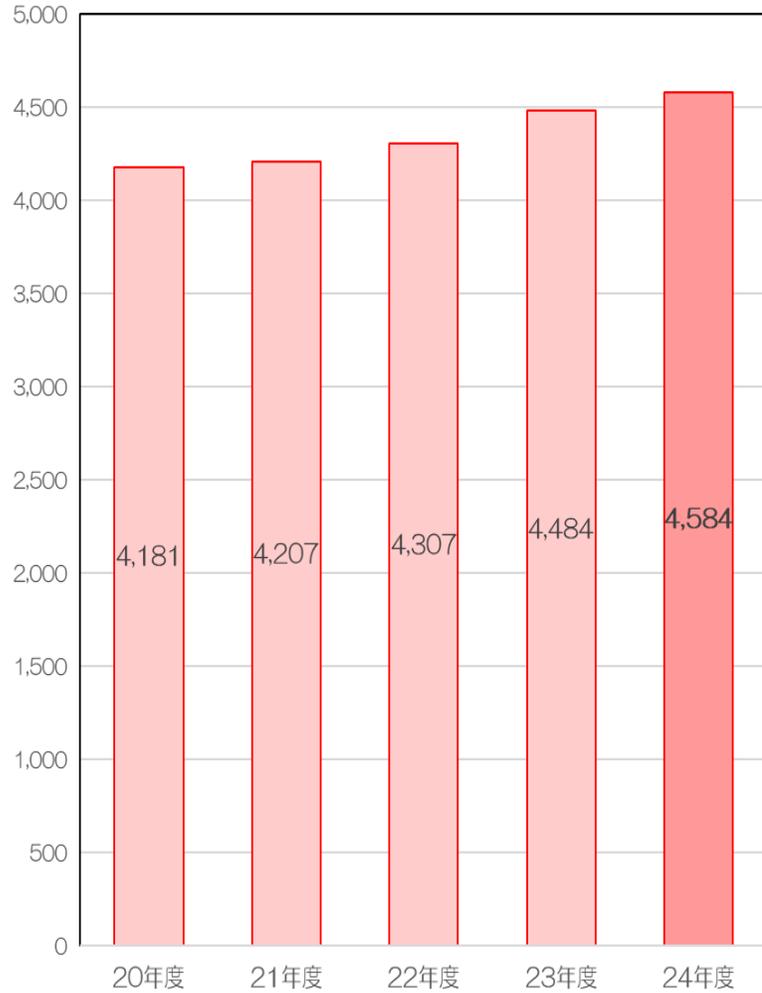
[当期業績予想(2/3公表済) 比較]

(億円)

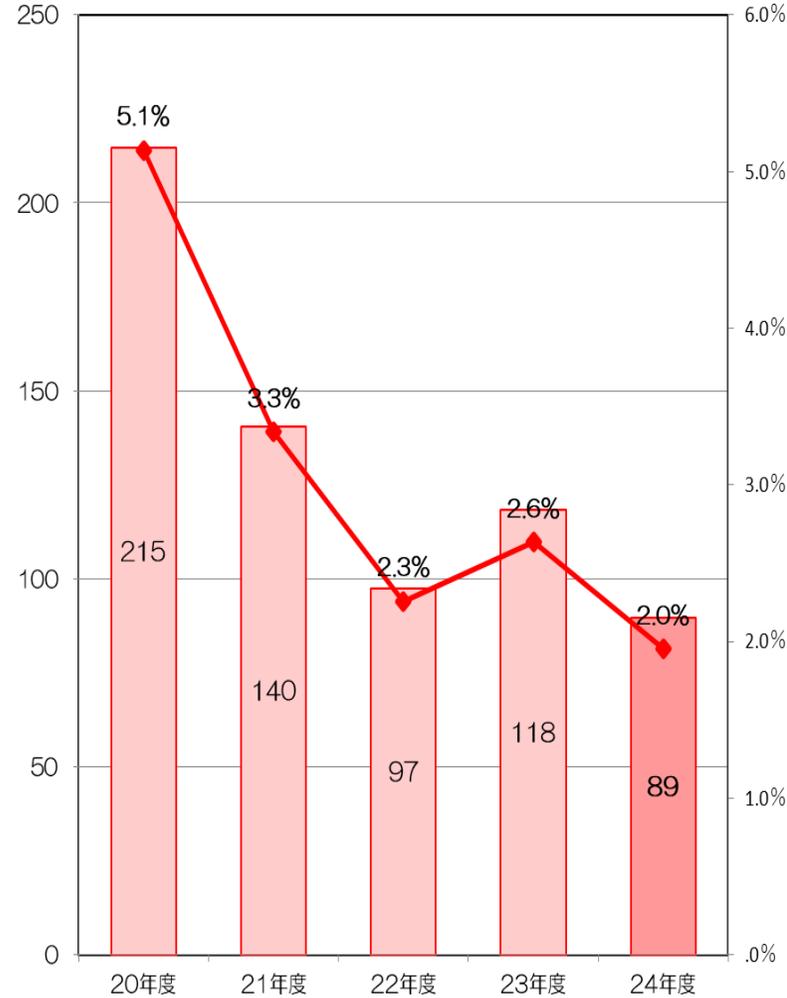
	2/3公表済 業績予想	当期実績	差	増減率(%)
売上高	4,600	4,584	△16	△0.4
営業利益	95	89	△6	△5.8
経常利益	110	105	△5	△4.5
親会社株主帰属当期純利益	80	71	△9	△11.6

連結売上高、営業利益、当期純利益の推移

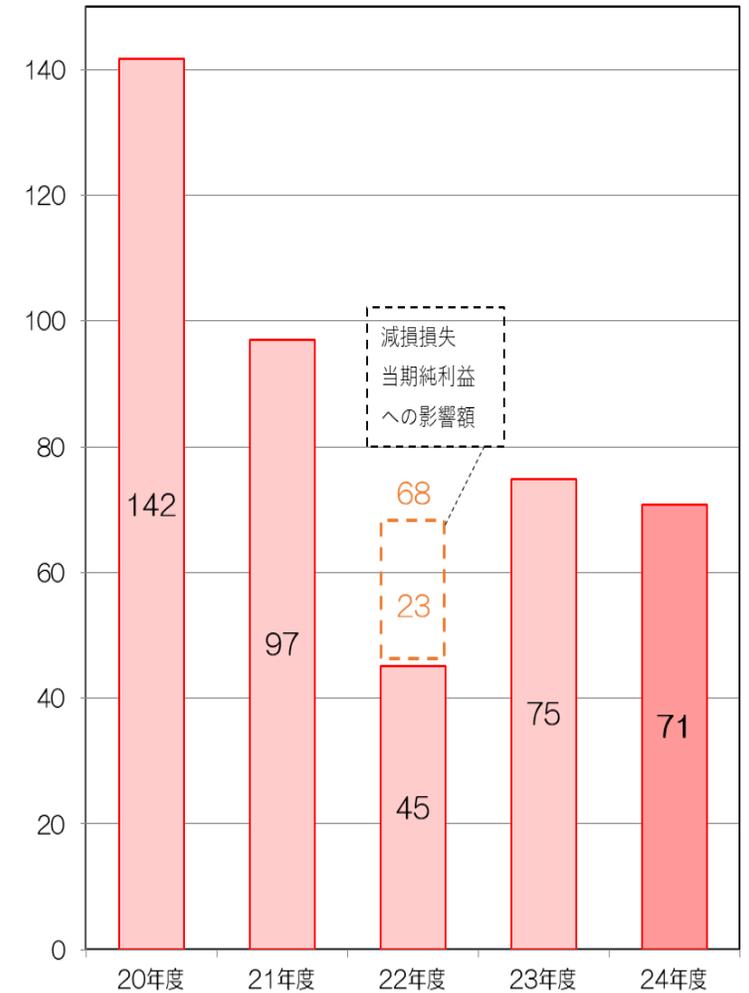
連結売上高 億円



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

※当期純利益 …親会社株主に帰属する当期純利益

2024年度 セグメント別

(億円 %)

		前年実績	2024年度		
			通期	前年比	前年差
加工食品事業部門	売上高	3,122	3,135	100.4	+13
	営業利益	111	79	71.3	△32
	営業利益率 (%)	3.6	2.5	-	△1.0%pt
食肉事業部門	売上高	1,356	1,442	106.3	+85
	営業利益	8	12	142.8	+4
	営業利益率 (%)	0.6	0.8	-	+0.2%pt
その他	売上高	6	7	117.0	+1
	営業利益	3	3	-	+0
※調整額	営業利益	▲4	▲5	118.3	△1
連結合計	売上高	4,484	4,584	102.2	+99
	営業利益	118	89	75.7	△29
	営業利益率 (%)	2.6	2.0	-	△0.7%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		
		通期	前年比	前年差
ハム・ソーセージ	1,121	1,185	105.7	+64
加工食品	768	746	97.1	△22
総菜 (ベンダー子会社)	1,046	1,017	97.3	△29
食肉	1,513	1,607	106.2	+94
合計	4,484	4,584	102.2	+99

※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		
		通期	前年比	前年差
売上高	3,219	3,345	103.9	+126
営業利益	69	62	89.7	△7
営業利益率 (%)	2.1	1.9	-	△0.3%pt

事業環境

- ・ 訪日外国人数の増加などでインバウンド消費は堅調に推移。一方で全国消費者物価指数は同月比プラス3%以上で推移するなど、それ以上の物価上昇が継続し、消費者の節約傾向が続いている。
- ・ 円安による製造コストの上昇が継続し、当業界に限らず様々な業種で複数回の価格改定を実施。
- ・ 食肉業界は現地相場高、飼料価格高、疾病問題など厳しい事業環境が続いている。

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	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	103	77.5
・ 業務用商品	110	102	104	93	21.7
・ ギフト	98	97	83	84	0.8

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
香薫ウインナー	110	107	107	105
ロースハム群	99	99	102	105
ベーコン群	100	96	102	102
十勝生ハム	98	92	97	104

□ コンシューマシェア ハム・ソーセージ

前年差 **1.4%pt** (SCIデータ24年4月-25年3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
ハム・ソーセージ	+4.0%	+0.2%	△2.5%	△1.9%
※量目変更を考慮		+2.0%	△0.7%	△1.1%

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
売上高	103	99	103	97

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	構成比
加工食品計	102	99	100	92	
・ 調食コンシューマ	94	103	97	102	32.8
・ 調食業務用商品	118	100	103	89	46.5
・ 調味生肉	88	95	99	87	20.7

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
ハンバーグ群	103	91	91	88
ミートボール	101	100	75	98
サラダチキン	85	95	101	102
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
加工食品	0.0%	△1.6%	△4.0%	△8.4%
※量目変更を考慮		△1.0%	△1.3%	△7.8%

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



2個束



大袋

◆香薫大袋 **1億パック販売達成**
12月～1月期間限定増量実施

◆24年9月より
2個束 パッケージ更なる縮小化
(内容量はそのまま！)
1商品当たりプラスチック使用量
38.5%削減 (22年3月比)

○「スマイルUP!」TV CM等による認知向上、販売拡大



スマイルUP!キャンペーン

○キャンペーン、イベント、SNS (X、LINE等) を活用したファン層拡大



ホテルニューオータニグルメ
が当たるキャンペーン



東京ディズニーランド貸切

宝塚歌劇 貸切公演

○製造コストや物流コスト上昇を受けてハム・ソーセージ及び加工食品の価格改定

	第5回目	第6回目
価格改定月	24年4月～	24年9月～
対象品目数	約130品目	約200品目
価格改定率	3%～38%	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

生産効率上昇⇒生産ラインの改善の積み上げ
省人化、効率化、自動化の改善により上昇

・ロースハムライン生産増強

ベンダー子会社

○お手頃価格訴求による数量増、利益低下。一方、他の定番商品等の数量減及び利益低下

○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継続

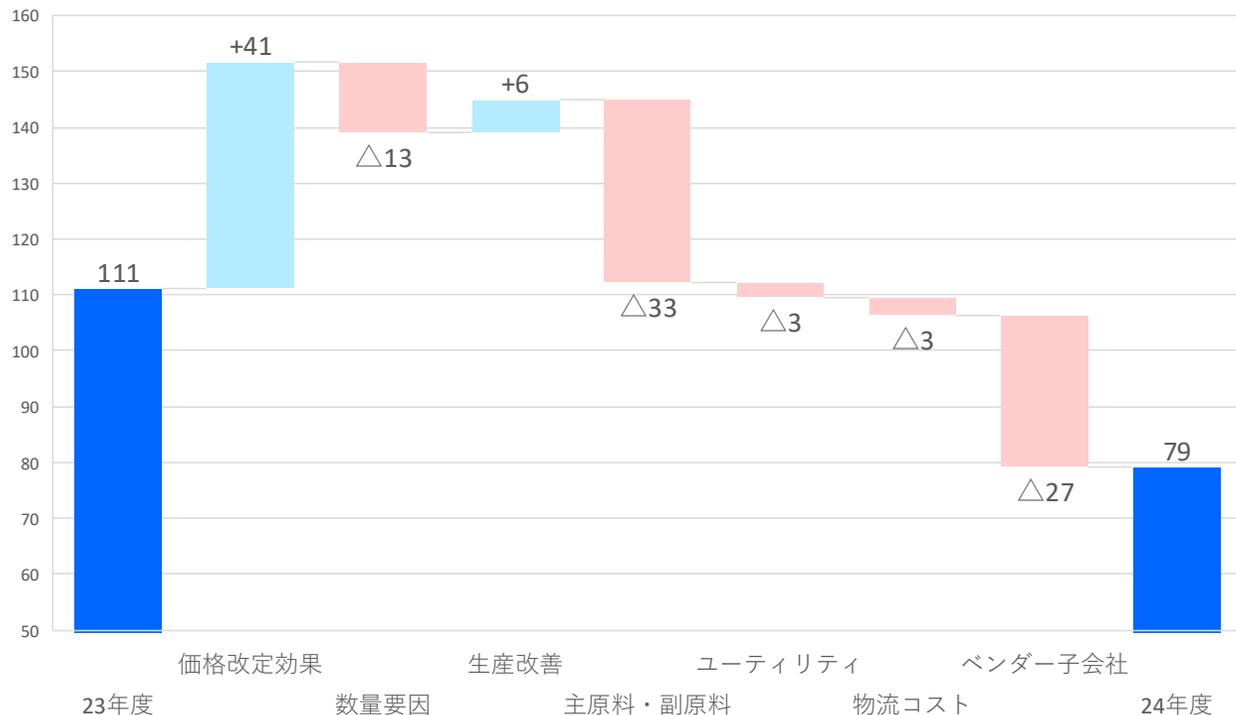
その他

○2024年物流問題への対応 10月:チルド物流研究会発足

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		
		通期	前年比	前年差
売上高	3,122	3,135	100.4	+13
営業利益	111	79	71.3	△32
営業利益率 (%)	3.6	2.5	-	△1.0%pt



○収益改善 **+34億円**
24/4 5回目、24/9 6回目価格改定の着実な実施。
加工食品の数量に課題。

○コストアップ **△39億円**
主原料、副原料などの製造コスト上昇が継続

前年同期差増減要因		通期	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年度営業利益		111	33	30	33	16
収益改善 +34億円	価格改定効果	+41	+11	+9	+9	+11
	数量要因	△13	△6	+0	△1	△6
	生産改善	+6	+1	+1	+3	+1
小計		+34	+5	+11	+11	+7
コストアップ △39億円	主原料・副原料	△33	△4	△9	△14	△6
	ユーティリティ	△3	△0	△1	△1	△1
	物流コスト	△3	△1	△1	△1	△1
小計		△39	△4	△11	△16	△8
ベンダー子会社		△27	△3	△4	△11	△9
2024年度営業利益		79	32	26	16	6
前年差		△32	△2	△4	△17	△10
収益改善 - コストアップ		△5	+1	+0	△5	△1

仕入・販売

○相場連動取引への移行（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

- ・恵味の黒豚：鹿児島県産、プリマハムグループ一貫管理体制
- ・ハーフ三元豚：カナダ産、ハイライフ社（カナダ最大の養豚企業）
- ・味わい葡萄牛：オーストラリア産、ロンググレインフェッドビーフ
- ・ライムストーンコーストブラックアンガス：南オーストラリア産、アンガスビーフ



▶加工食品販売部門との連携・・・ 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）
- ▶ギフト商品への展開



○仕入ロス、在庫管理の徹底

【実績】

[年度 販売数量前年比]

	前年同期比
牛肉	94%
豚肉	106%
鶏肉	107%
合計	104%

[養豚 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	46万頭

24年度合計 昨比101%

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

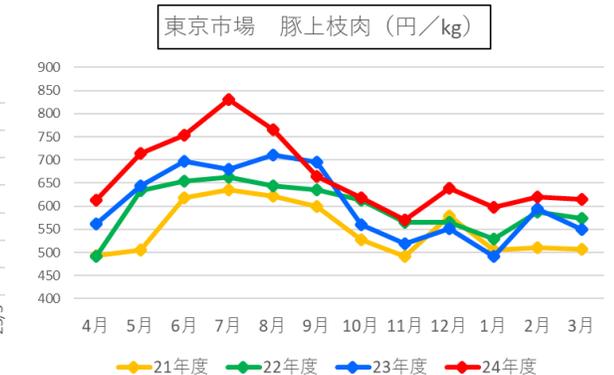
- ・「プリマハムグループアニマルウェルフェアポリシー」制定（24/7）
- ・WOAH指針に沿った自社基準の運用

【外部環境】

○為替



○国産豚肉相場



○飼料価格

JA全農配合飼料価格（全国全畜種平均）

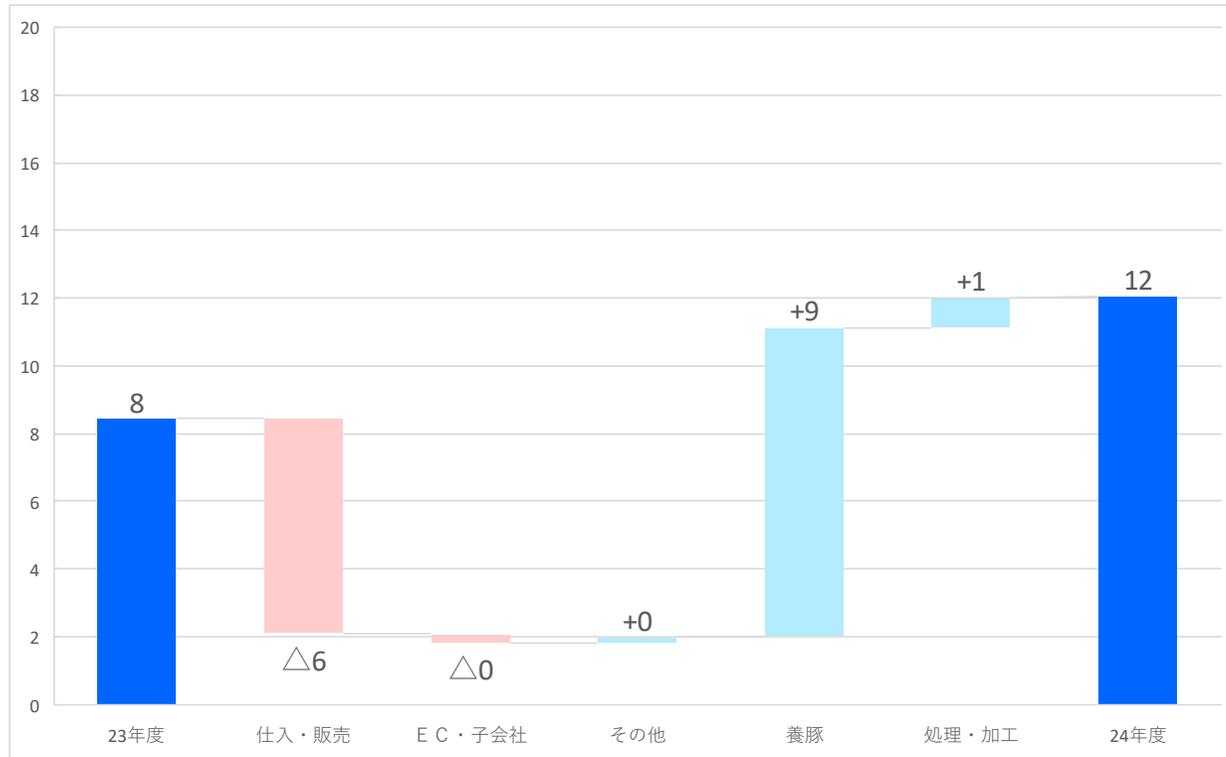
22年度	14,750円値上げ↗
23年度	3,900円値下げ↘
24年度	4,500円値下げ↘

24年度1Q	4,600円値下げ↘
24年度2Q	2,200円値上げ↗
24年度3Q	4,850円値下げ↘
24年度4Q	2,750円値上げ↗

食肉事業部門 営業利益 要因別増減

(億円 %)

	前年実績	2024年度		
		通期	前年比	前年差
売上高	1,356	1,442	106.3	+85
営業利益	8	12	142.8	+4
営業利益率 (%)	0.6	0.8	-	+0.2%pt



○販売 **△ 6億円**
国内豚相場は下期に入り下がっているが前年を上回り、収益は横ばい。販売数量は前年を上回る。

○養豚 **+ 10億円**
飼料価格の高い水準が継続しているが、相場が堅調に推移し、利益は前年を上回る。

前年同期差増減要因		通期
2023年度営業利益		8
販売 △6億円	仕入・販売	△6
	E C・子会社	△0
	その他	+0
	小計	△6
養豚 +10億円	養豚	+9
	処理・加工	+1
	小計	+10
2024年度営業利益		12
前年差		+4

	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年度営業利益	3	3	3	▲ 1
販売	△4	△2	△0	+1
E C・子会社	+0	+0	△0	△0
その他	+0	△1	+0	+1
小計	△4	△3	△0	+1
養豚	+2	+2	+3	+2
処理・加工	+1	+0	△0	△0
小計	+3	+2	+3	+2
2024年度営業利益	2	3	5	2
前年差	△1	△0	+2	+3

連結貸借対照表

(億円)

	23年度 期末	24年度 期末	期末 増減
流動資産	1,032	996	△36
現金及び預金	133	123	△10
預け金	21	1	△20
受取手形及び売掛金	526	484	△42
たな卸資産	320	355	+35
その他	33	33	+0
固定資産	1,416	1,400	△16
有形固定資産	990	970	△20
無形固定資産	124	142	+19
投資その他資産	303	288	△15
資産合計	2,448	2,396	△52

	23年度 期末	24年度 期末	期末 増減
負債合計	1,146	1,094	△52
流動負債	852	817	△34
固定負債	294	277	△18
純資産合計	1,302	1,302	+0
株主資本合計	1,083	1,111	+28
資本金 + 資本準備金	181	181	+0
利益剰余金	906	934	+28
自己株式	▲4	▲4	+0
その他包括利益合計	110	83	△28
非支配株主持分	109	108	△1
負債純資産合計	2,448	2,396	△52

(億円 %)

	23年度 期末	24年度 期末	期末 増減
自己資本比率	48.7	49.8	+1.1

※期末休日要因による増減影響： 有 (24/3末：休日)

	23年度 期末	24年度 期末	期末 増減
有利子負債 (億円)	217	221	+4
ネット有利子負債 (億円)	64	97	+33
ネットDER (倍)	0.05	0.08	+0.03

※有利子負債、ネット有利子負債の増減「△」は減少

(億円)

【セグメント別資産】

	23年度 期末	24年度 期末	増減
加工食品セグメント	1,719	1,709	△10

	23年度 期末	24年度 期末	増減
食肉セグメント	483	425	△58

連結キャッシュフロー計算書

(億円)

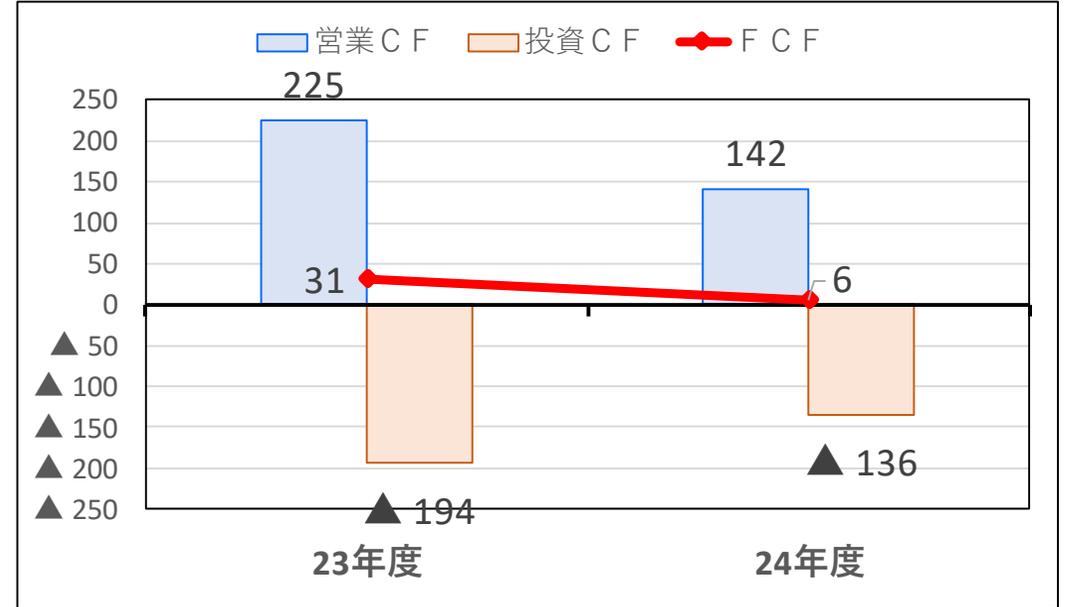
	23年度 通期	24年度 通期	前年同期 増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	225	142	△83
税金等調整前当期純利益	134	109	△25
減価償却費	113	115	+1
売上債権の増減額 「▲」は増加	▲ 61	43	+103
棚卸資産の増減額 「▲」は増加	▲ 50	▲ 34	+16
仕入債務の増減額 「▲」は減少	96	▲ 17	△112
その他	▲ 7	▲ 73	△66
②投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 194	▲ 136	+58
有形固定資産の支出	▲ 104	▲ 92	+13
無形固定資産の支出	▲ 62	▲ 29	+33
その他	▲ 28	▲ 15	+12

①+②フリーキャッシュフロー	31	6	△25
-----------------------	----	---	-----

③財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 76	▲ 42	+34
---------------------------	------	------	-----

④現金及び現金同等物の期末残高	98	63	△35
------------------------	----	----	-----

※期末休日要因による増減影響： 有（24/3末：休日）



設備投資及び減価償却費

	23年度	24年度	
	通期	通期	昨差
設備投資額	147	130	△17
内、DX投資	46	24	△23
減価償却費	113	115	△1

※設備投資額はソフトウェアを含む。

(億円)

24年度期初	
計画	計画差
257	△127
113	△89
115	+0

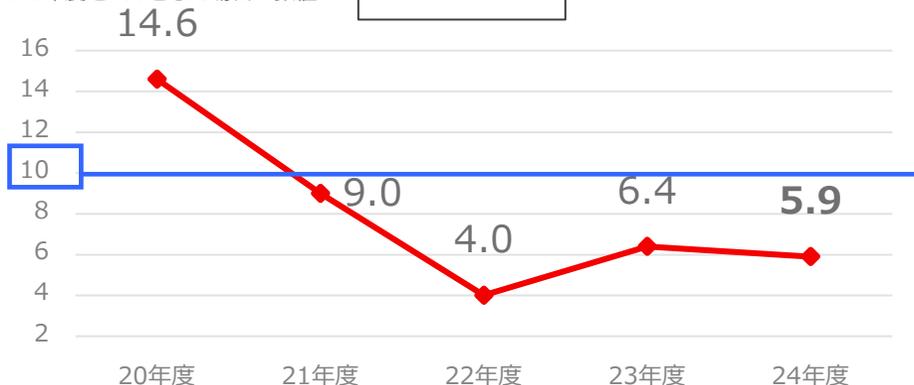
目標指標

ROE 10%以上

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
ROE (%)	14.6	9.0	4.0	6.4	5.9
ROIC (%)	13.2	8.7	3.3	5.9	4.6
ROA (%)	6.9	4.5	2.0	3.2	2.9
株主資本コスト (%)	5.1	4.9	4.9	4.6	5.0
WACC (%)	4.6	4.3	4.0	3.9	4.2
自己資本比率 (%)	48.3	50.5	49.2	48.7	49.8
期末株価 (円)	3,490	2,202	2,201	2,303	2,222
PBR (倍)	1.69	0.99	0.98	0.97	0.94
TSR	146%	96%	99%	105%	105%

※PBRは当期期末株価で計算
※TSRは2019年度を100とした場合の数値

ROEの推移



24年度配当方針

配当性向40%以上、且つ安定的

(円)

		2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
1株当たり 配当金	中間	20	20	20	20	40
	期末	※1 65	45	45	45	40
	年間	85	65	65	65	80
配当性向 (%)		30	34	73	44	57
配当利回り※2 (%)		3.5	1.9	3.0	3.0	3.5
前期期末株価 (円)		2,453	3,490	2,202	2,201	2,303

※1 記念配当 (20円) 含む

※2 配当利回りは前期期末株価で計算

配当金及び配当性向



※配当性向 24年度より引き上げ (30%⇒40%)

2025年度連結業績計画

【連結業績】

(億円 %)

	前期実績	25年度 連結業績予想		
		通期	前期比	前期差
売上高	4,584	4,800	104.7	+216
営業利益	89	120	134.1	+31
経常利益	105	130	123.8	+25
親会社株主帰属 当期純利益	71	80	113.1	+9
営業利益率 (%)	2.0	2.5	-	+0.5%pt

1株当たり配当金予想 (年間：円)	2025年3月期	2026年3月期
		80

※1株当たり配当金は25年連結業績予想を基に算出した予想値

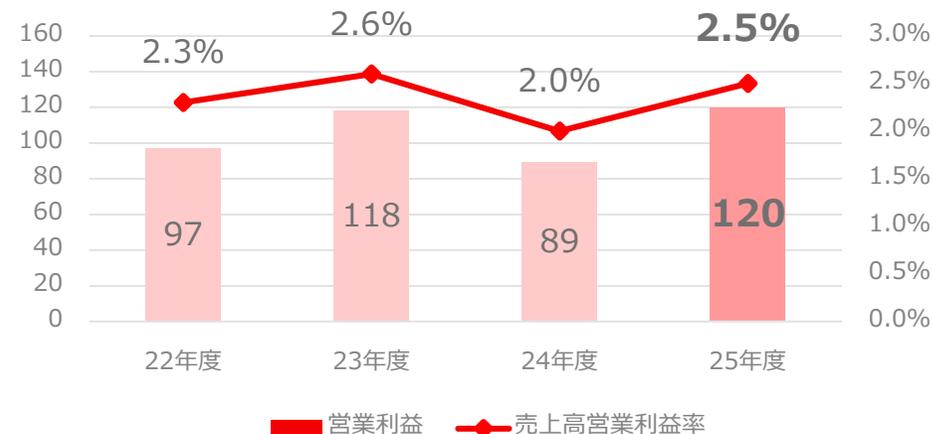
【加工食品セグメント】

(億円 %)

	前期実績	25年度計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	3,135	3,350	106.9	+215
営業利益	79	112	141.4	+33
営業利益率 (%)	2.5	3.3	-	+0.8%pt

	期末	計画	増減
セグメント別資産	1,709	1,773	+64

営業利益及び営業利益率 直近3期との比較 (億円 %)



【食肉セグメント】

(億円 %)

	前期実績	25年度計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	1,442	1,450	100.6	+8
営業利益	12	24	199.3	+12
営業利益率 (%)	0.8	1.7	-	+0.8%pt

	期末	計画	増減
セグメント別資産	425	434	+9

2025~2027年度中期経営計画 連結損益計画①

億円、%

	2024年度	2025年度	前期比	前期差	2026年度	2027年度
売上高	4,584	4,800	104.7	+216	5,100	5,400
前回中期計画	4,700	5,000			5,100	-
営業利益	89	120	134.1	+31	120	150
前回中期計画	160	155			175	-
経常利益	105	130	123.8	+25	130	160
前回中期計画	170	165			185	-
親会社に帰属する当期純利益	71	80	113.1	+9	80	100
前回中期計画	100	100			115	-
売上高営業利益率	2.0%	2.5%	-	+0.5%pt	2.4%	2.8%
設備投資額	130	272	209.7	+142	114	108
内、DX投資	24	119			12	8
前回中期計画	257	123			105	-
減価償却費	115	120	104.8	△5	120	124
前回中期計画	115	133			134	-

販売

○市場シェア拡大

- ▶「香薫あらびきポークウィンナー」数量拡大
- ▶「スマイルUP！」の数量拡大、ブランド育成
- ▶多様化する食ニーズに応える商品開発
 - ・ターゲットを明確にした新商品投入
- ▶冷食、惣菜の強化



ギルティソーセージ

機能性表示食品
(サラダチキンバー)

○収益改善

- ▶価格改定の着実な実行
- ▶生産部門と連携した規格統改廃の更なる推進

○フードサービス事業の強化

- ▶外食向け ⇒ 組織改正による体制強化
 - ・新規開拓、既存取引先との取り組みの深耕
- ▶問屋向け

○TVCM、キャンペーン、SNS等を活用したファン層拡大



TV CM



よしもと劇場貸切公演



SNS当社公式アカウントを
活用した販売促進の拡充

○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

- 【価格改定月】 第7回目 25年4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】 2%～26%

生産

○シェア拡大に対応した商品の安定供給体制の構築

- ▶生産効率の改善、生産能力の増強
- ▶自動化による省人化、品質の改善

○既存商品のブラッシュアップ

- ▶更なる美味しさの追求
- ▶設備改善・入れ替えによる品質アップ、歩留改善

○環境配慮の取り組み

- ▶自然冷媒、代替フロン、再生可能エネルギー等への切り替え

ベンダー子会社

○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

仕入・販売

○相場連動取引への移行（取引改善）

○販売数量の拡大

- ▶オリジナルブランドの開発、拡販
- ▶販路の拡大 外食、問屋向け加工品部門との連携
- ▶副産物の販売強化
- ▶自社グループ国産豚の拡販



○消費者、取引先ニーズに合わせた商品開発

- ▶海外新規パッカーの開拓
- ▶産地パック、個包装の開発
- ▶味付け品などの新商品開発

○得意先、商品別の採算管理徹底

○在庫管理の徹底、販売ロス削減

養豚

○出荷頭数の拡大

○川上から川下事業の連携強化による国産豚インテグレーションの推進

- ▶組織改正により担当部署を設置 連携強化

○既存農場の生産性の向上、品質の向上

○飼料米の効率化

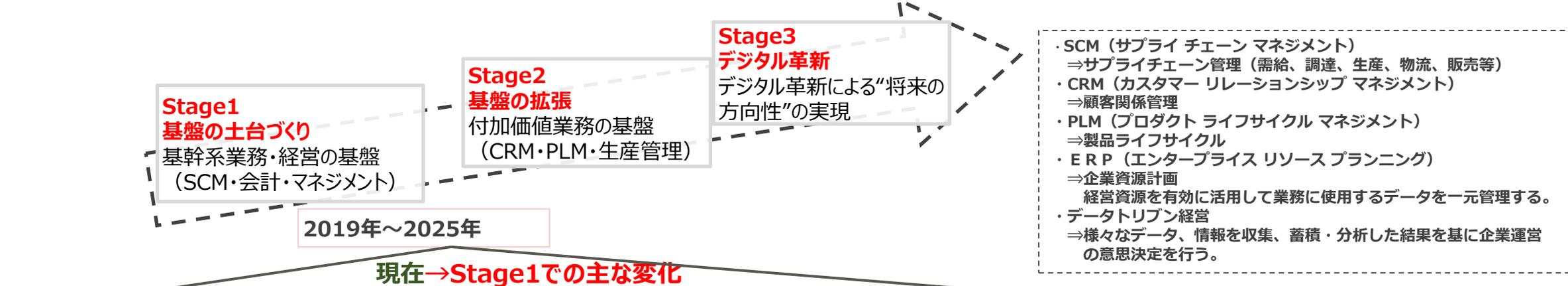
○アニマルウェルフェアへの取り組み推進

- ▶WOAH指針に沿った自社基準の運用

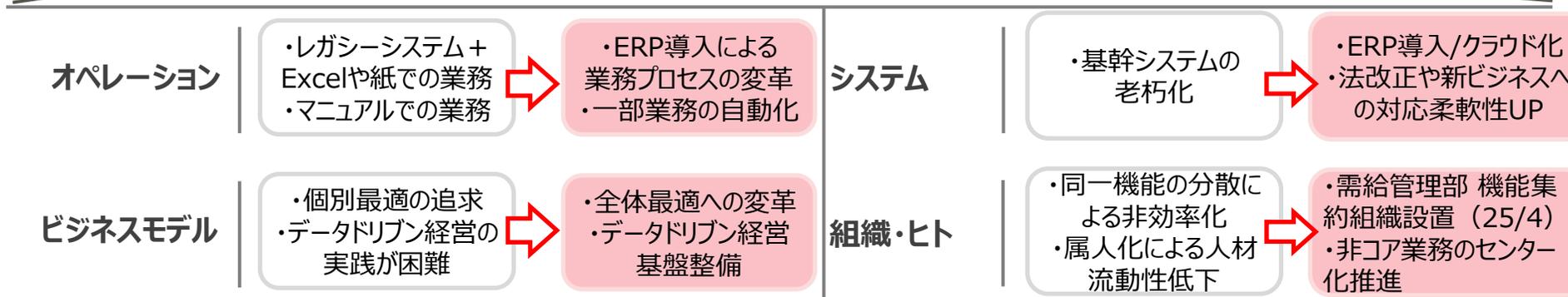


【宮城農場 巨理（繁殖農場）】

- 当社は現在、DX基盤構築プロジェクト (PNP) を推進中
- システムの刷新 と 仕事のやり方を変える業務改革 (業務標準化・共通化)を目指す
エンドユーザートレーニング実施中。2025年度中にStage 1を完了予定



現在→Stage1での主な変化



DX投資金額
250億円
(7年間累計)

PNPの期待効果

- ・オペレーションの集約、自動化により入力工数は削減され、業務効率が向上する
- ・業績管理の粒度が事業を問わず標準化されるため、経営判断が迅速化される
- ・需給調整の高度化により在庫が適正化され、ロス販売の削減ができる
- ・業務機能の集約効果 (例：営業リソースの集中→売上拡大) が期待できる

【参考】連結損益計算書の推移（2020年度～2024年度）

	セグメント	2020年度			2021年度			2022年度			2023年度			2024年度		
		上期	下期	通期												
売上高	加工食品事業部門	1,375	1,423	2,798	1,422	1,434	2,856	1,484	1,522	3,007	1,571	1,551	3,122	1,579	1,556	3,135
	食肉事業部門	669	709	1,378	677	669	1,347	630	665	1,296	653	703	1,356	712	730	1,442
	その他	2	3	5	2	2	5	3	3	5	3	3	6	3	3	7
	合 計	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117	2,190	4,307	2,227	2,257	4,484	2,294	2,289	4,584
	売上原価	1,760	1,842	3,602	1,827	1,853	3,680	1,871	1,959	3,830	1,968	2,015	3,983	2,040	2,058	4,099
	売上総利益	286	293	580	275	252	527	246	232	478	259	242	501	254	231	485
	販売管理費	175	190	365	191	180	371	191	189	380	191	192	383	192	203	395
	営業利益	111	103	215	84	56	140	55	43	97	68	50	118	62	28	89
	営業外損益	3	6	9	4	4	8	4	4	8	6	5	11	6	9	16
	経常利益	115	110	224	89	60	149	58	47	105	74	55	129	68	37	105
	特別損益	▲3	▲2	▲5	1	1	2	▲1	▲45	▲46	▲5	11	5	8	▲4	4
	税金等調整前当期純利益	111	108	219	89	62	151	58	1	59	69	65	134	76	33	109
	親会社株主に帰属する当期純利益	70	72	142	53	44	97	37	8	45	39	36	75	43	28	71
	営業利益率（%）	5.4	4.8	5.1	4.0	2.7	3.3	2.6	1.9	2.3	3.1	2.2	2.6	2.7	1.2	2.0

【参考】商品別売上高の推移（2020年度～2024年度）

億円

	セグメント	2020年度			2021年度			2022年度			2023年度			2024年度		
		上期	下期	通期												
売上高	ハム・ソーセージ	481	493	974	491	488	979	510	529	1,039	559	562	1,121	588	597	1,185
	加工食品 他	315	350	665	336	338	674	364	368	731	387	381	768	366	380	746
	惣菜（ベンダー子会社）	487	510	997	514	508	1,021	506	510	1,016	535	511	1,046	537	480	1,017
	食 肉	745	760	1,505	746	752	1,498	722	759	1,481	728	785	1,513	791	816	1,607
	その他	18	22	40	15	19	34	16	25	41	18	17	36	12	16	28
	合 計	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117	2,190	4,307	2,227	2,257	4,484	2,294	2,289	4,584
ベンダー事業除く売上高合計		1,559	1,626	3,185	1,588	1,598	3,186	1,611	1,680	3,291	1,692	1,746	3,438	1,757	1,809	3,566

【参考】ベンダー子会社（1社）

	2020年度			2021年度			2022年度			2023年度			2024年度		
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	487	510	997	514	508	1,021	506	510	1,016	535	511	1,046	537	480	1,017
営業利益	20	17	36	16	5	21	6	5	11	24	6	30	17	▲14	3
営業利益率（%）	4.0	3.3	3.6	3.2	1.0	2.1	1.2	1.0	1.1	4.5	1.2	2.9	3.2	-	0.3

【参考】 連結貸借対照表の推移（2020年度～2024年度）

(億円)

	2020年度		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度	
	上期末実績	年度末実績								
流動資産	934	987	961	958	989	953	1,052	1,032	999	996
固定資産	1,129	1,158	1,213	1,259	1,308	1,346	1,395	1,416	1,426	1,400
総資産	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425	2,396

流動負債	710	720	744	717	743	749	872	852	799	817
固定負債	288	278	260	275	306	318	308	294	298	277
負債合計	998	998	1,004	992	1,049	1,067	1,179	1,146	1,097	1,094
株主資本	910	972	992	1,028	1,042	1,040	1,056	1,083	1,103	1,111
その他の包括利益 累計額	51	65	60	91	97	91	105	110	112	83
非支配株主持分	104	111	118	107	109	100	107	109	113	108
純資産合計	1,064	1,148	1,170	1,226	1,248	1,232	1,268	1,302	1,328	1,302
負債純資産合計	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425	2,396

自己資本	960	1,036	1,051	1,119	1,139	1,132	1,161	1,193	1,214	1,194
自己資本比率 (%)	46.6%	48.3%	48.4%	50.5%	49.6%	49.2%	46.2%	48.7%	50.1%	49.8%