

2022年3月期 決算説明会

プリマハム株式会社 2022年 5月18日

目次

- 1、2022年3月期 業績総括
- 2、中期経営計画ローリングプラン
- 3、ご参考資料

2 0 2 2 年 3 月 期
業 績 総 括

2022年3月期 実績(1) 連結損益

【連結損益計算書】

(億円 %)

(参考)

	前期遡及 修正後	売上高比	2022年3月期				前期公表 実績
			実績	売上高比	前期比	前期差	
売上高	4,181	100.0	4,196	100.0	100.3	14	4,336
加工食品事業	2,798	66.9	2,856	68.1	102.1	58	2,933
食肉事業	1,378	33.0	1,335	31.8	96.9	-43	1,397
その他	5	0.1	5	0.1	92.7	-0	5
売上原価	3,602	86.1	3,680	87.7	102.2	78	3,602
売上総利益	580	13.9	516	12.3	89.0	-64	734
販管費	365	8.7	387	9.2	105.9	21	519
営業利益	215	5.1	130	3.1	60.4	-85	215
営業外収益	12		23				12
営業外費用	3		4				3
経常利益	224	5.4	149	3.5	66.4	-75	224
特別利益	6		6				6
特別損失	11		3				11
税金等調整前純利益	219	5.2	151	3.6	68.9	-68	219
親会社に帰属する当期 純利益	142	3.4	97	2.3	68.6	-44	142

【売上高原価率】

- ・ 原材料、商品仕入比率 0.5%UP
- ・ 製造費用比率 1.1%UP
- ◇売上高総原価率 1.6%UP

【販売管理費】

- ・ 人件費率 0.1%UP
- ・ 経費率 0.4%UP
- ◇売上高販管費比率 0.5%UP

◇売上高営業利益率

5.1%→3.1% 2.0%ダウン

注記) 前期遡及修正後 … 収益認識会計基準を遡及適用した前年数値 (当社計算)

2022年3月期 (2) セグメント別

【セグメント別】

(億円 %)

(参考)

		前期遡及 修正後	2022年3月期		
			実績	前期比	前期差
加工食品事業部門	売上高	2,798	2,856	102.1	58
	営業利益	177	141	79.4	-36
食肉事業部門	売上高	1,378	1,335	96.9	-43
	営業利益	36	2	6.0	-34
その他	売上高	5	5	92.7	-0
	営業利益	1	2	161.5	1
※調整額	営業利益		-16		-16
連結合計	売上高	4,181	4,196	100.3	14
	営業利益	215	130	60.4	-85

営業利益前期差

(億円)

	本体・子会社	前期差
加工セグ △36	単体	-10
	その他子会社	-9
	ベンダー子会社	-15
	海外案件他	-3
食肉セグ △34	単体	-17
	子会社	-17
調整額△16	P N P 費用	-16
		-85

前期公表

実績
2,933
177
1,397
36
5
1
4,336
215

注記) ※調整額 … 各セグメントに配分していない全社費用 セグメントに帰属しない一般管理費

事業環境

- 原材料や燃料等 製造コストが上昇 更に急激な円安や世界情勢により一段と先行きが不透明
- 海外の畜肉相場高、海運コンテナの慢性的な遅延、穀物相場高騰等、食肉事業は非常に厳しい環境
- 長期間にわたり緊急事態宣言及びまん延防止措置重点法が発出され、制限を受けた生活様式が続いた
- 家庭内需要は総菜など堅調な一方、居酒屋など外食産業は十分な回復に至らなかった

2022年3月期実績(3) 連結内訳（単体・子会社）

【単体・子会社損益】

(億円 %)

		前期遡及修正後		2022年 3 月期				
		売上高	営業利益	売上高	前期比	営業利益	前期比	前期差
プリマハム単体		3,026	117	2,995	98.9	75	63.8	-42
子会社	ベンダー子会社	997	36	1,021	102.5	21	59.3	-15
	その他子会社	1,086	56	1,116	102.7	31	55.2	-25
※連結調整		-928	5	-936		2		
連結合計		4,181	215	4,196	100.3	130	60.4	-85

前期公表 売上高
3,116
1,051
-
-
4,336

注記) ※連結調整… グループ内の売上を消去

前期遡及修正後 … 収益認識会計基準を遡及適用した前年数値（当社計算）

【単体（個別）損益】

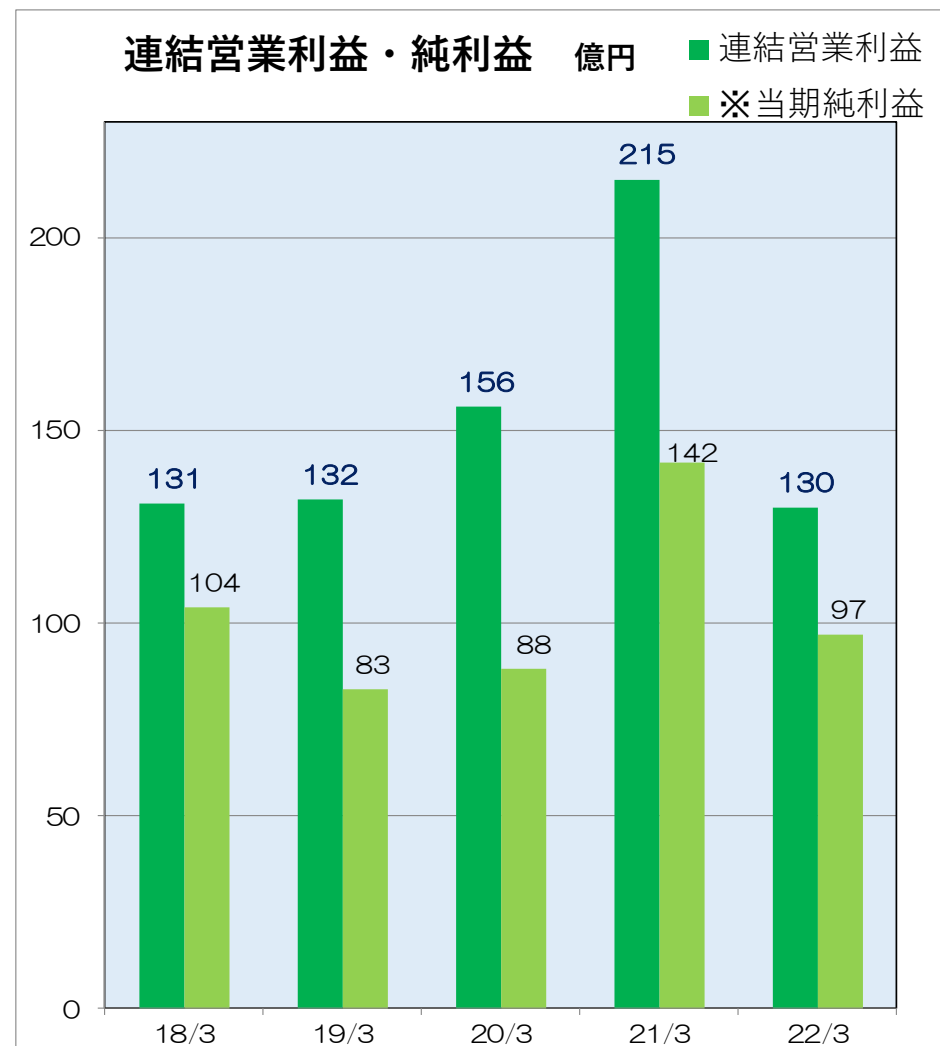
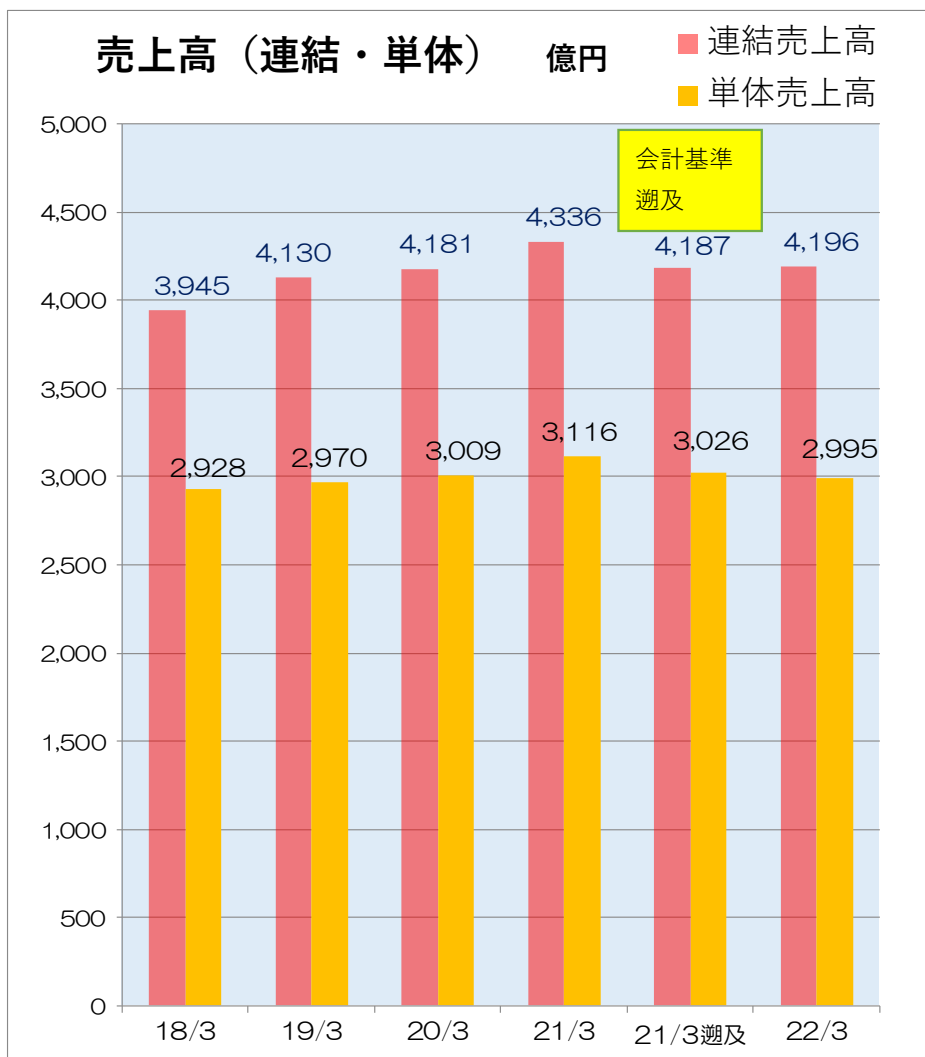
(億円 %)

	前期遡及修正後	売上高比	2022年3月期			
			実績	売上高比	前期比	前期差
売上高	3,026	100.0	2,995	100.0	98.9	-32
営業利益	117	3.9	75	2.5	63.8	-42
経常利益	130	4.3	88	2.9	67.6	-42
当期利益	88	2.9	65	2.2	73.2	-24

(参考)

前期公表 実績
3,116
117
130
88

売上高と営業利益・当期純利益の推移



※当期純利益 … 親会社に帰属する当期純利益

参考) 2022年 3 月期 商品別売上高

(億円)

加工食品セグメント	ハム・ソーセージ	979	ハムソー	979
	加工食品他	672	加工食品他	1,686
	ベンダー商品(惣菜等)	1,013		
	食肉	172	食肉	1,502
食肉セグメント	食肉	1,331		
	加工食品他	1		
他	その他計	28		
	連結合計	4,196		

【商品別売上高】

加工食品セグメント、食肉セグメント内の売上を商品別に切り分けた売上高

(億円 %)

商 品 別	前期遡及 修正後	22年 3 月期		セグメント明細		
		合計	前期比	加工食品	食肉事業	その他
ハム・ソーセージ	974	979	100.6	979	0	
加工食品 総菜他	1,662	1,686	101.4	1,685	1	
食肉	1,505	1,502	99.8	172	1,331	0
その他	40	28	70.6	20	4	5
計	4,181	4,196	100.3	2,856	1,335	5

加工食品 総菜他の ベンダー商品 (惣菜等) は前期比 102.5%

加工食品事業部門の状況

実 施 策 ・ 成 果						
販売	おかげさまで90周年 90th ANNIVERSARY ・プリマハム創業90周年記念商品 ・香薫ウインナー拡大継続とブランド認知のアップ レギュラー2個束 ジッパー付き大袋 ・ハムソー重点商品(オーバー30) 集中販売 ・業務用商品 市場回復と取り組み強化 	○ハムソー販売数量 ◇前期比 104% コンシューマー 103% 業務用 110%				
販売促進	・土屋太鳳さん起用のCM継続 (香薫新バージョン) ・ディズニーキャンペーンの展開 ・公式Twitter LINE アプリ等 幅広い世代へアピール    香薫 CM ディズニーキャンペーン アプリ Family Apps	○加工食品販売数量 ◇前期比 102% 調理食品コンシューマー 94% 調理食品業務用 118% 調味生肉 88% ○コンシューマーシェア ハムソー ◇前年差 0.8%アップ (SCIデーター4-3月)				
生産	・生産性向上、効率化による、コストアップの抑制 ハムソー、加食工場の「人時生産性」向上の継続実施 ・生産能力増強、及び感染対策を講じ商品の安定供給の実行	○人時生産性 <table><tr><td>ハムソー</td><td>加食</td></tr><tr><td>4%改善</td><td>前年同一</td></tr></table>	ハムソー	加食	4%改善	前年同一
ハムソー	加食					
4%改善	前年同一					
ベンダー	・全国12工場稼働による売上・生産数量の拡大 ・生活様式、購買動向の変化に対応した新しい商品開発	○ベンダー事業 売上高 ◇前期比 103% ※収益認識基準を遡及適用				
価格改定	・原材料、エネルギーコスト等の高騰により 2022年2月より価格改定を実施 ハムソーセージ、加工食品 合計 200品					

加工食品事業部門 実績推移

1、ハム・ソーセージ

1) 全体 (販売数量 前年対比) %

	2019年度	2020年度	2021年度	構成比
ハム・ソーセージ	102	110	104	
コンシューマー商品	106	117	103	75.6
業務用商品	95	94	110	23.2
ギフト	99	93	98	0.1

2) コンシューマー主要品 (数量前年比) %

	2019年度	2020年度	2021年度
香薫ウインナー	120	123	110
ロースハム群	93	121	99
ベーコン群	115	122	100
十勝生ハム	115	116	98

※香薫ウインナー連続2桁増

3) 人時生産性改善推移 (対前年対比)

人時生産性	2019年度	2020年度	2021年度
ハムソーセージ	2%改善	6%改善	4%改善

4) ベンダー事業 (1社) 売上高「対前年比」 %

ベンダー事業	2019年度	2020年度	2021年度
売上高	103	106	103

※21年前年比は、会計基準を遡及した前年比



2、加工食品

1) 全体 (販売数量 前年対比) %

	2019年度	2020年度	2021年度	構成比
加工食品計	100	99	102	
調食コンシューマー	108	112	94	28.6
調食業務用商品	101	87	118	45.5
調味生肉	95	105	88	22.5

2) コンシューマー主要品 (数量前年比) %

	2019年度	2020年度	2021年度
ハンバーグ群	117	141	103
サラダチキン	103	107	85
春巻き	91	113	84
生つくね	97	106	108

3) 人時生産性改善推移 (対前年対比)

人時生産性	2019年度	2020年度	2021年度
加工食品	1%改善	4%改善	0%同一



食肉事業部門の状況

取り組み	実績・成果												
○国産豚肉 生産事業の強化 1) 出荷頭数の向上 2) 生産性の向上 各指標 (事故率、飼料率、出産頭数) 3) 品質の向上 4) アニマルウエルフェアの取り組み 5) 農場拡大計画(新農場)の推進	・ 自社出荷頭数 (計画と実績) <table><tr><td></td><td></td><td>出荷頭数</td></tr><tr><td>実績</td><td>2019年</td><td>3 8 万頭</td></tr><tr><td>計画</td><td>2025年</td><td>5 1 万頭(予定)</td></tr><tr><td>計画</td><td>2030年</td><td>6 0 万頭(予定)</td></tr></table> ◇2021年度 前年比111% ・ 可変式クレートテスト導入 鹿児島 ・ 宮城新農場建設工事			出荷頭数	実績	2019年	3 8 万頭	計画	2025年	5 1 万頭(予定)	計画	2030年	6 0 万頭(予定)
		出荷頭数											
実績	2019年	3 8 万頭											
計画	2025年	5 1 万頭(予定)											
計画	2030年	6 0 万頭(予定)											
○営業力の強化 1) 収益性を重視した販売行動 ☆輸入肉高騰に対しての価格転嫁 2) 新規 お得意先との取り組み 3) 営業人材の育成、営業スキルの強化	・ 輸入ビーフ、輸入ポークの価格転嫁遅れ 輸送遅延の影響 ・ 輸入ポーク 98% 売上高前年比 ・ 輸入ポーク 99% 数量前年比 ・ 輸入ビーフ 97% 売上高前年比 ・ 輸入ビーフ 81% 数量前年比												
○商品力の強化 1) オリジナルブランド商品の強化 2) 伊藤忠グループとコラボした 国内外事業展開	・ オリジナルブランド生肉 販売数量 ◇2021年度 101% 国内豚肉 順調に推移 輸入(タイ米どり ハイライフ) 輸入遅延や夏場の停止の影響												

食肉を取り巻く環境

- 海外輸入肉の相場高騰
- 穀物相場高による、飼料価格上昇継続
- 長期化する海運コンテナの輸送遅延
及び海運運賃の高騰
- 前年の反動を受けた国内生肉消費鈍化
及び、回復が遅れる業務用需要

オリジナルブランド

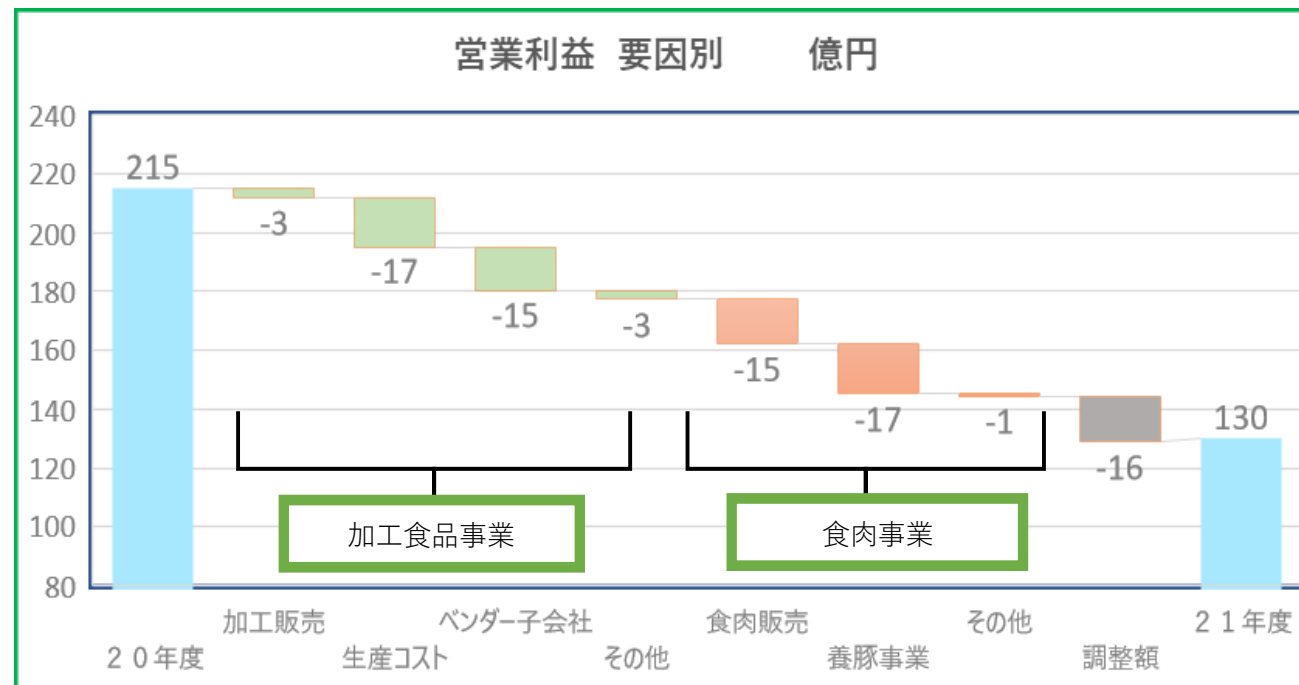
カナダ産ハイライフ 恵味の黒豚



2022年3月期 営業利益要因別増減

(億円 %)

	前期遡及 修正後	2022年3月期			加工食品事業		食肉事業		調整額	2022年3月期	
		実績	前期比	前期差	実績	前期差	実績	前期差		当初計画	計画差
売上高	4,181	4,196	100.3	14	2,856	58	1,378	-43		4,377	-181
営業利益	215	130	60.4	-85	141	-36	2	-34	-16	166	-36



億円

要因	金額	
2020年度 営業利益	215	
加工販売	-3	加工食品
生産コストアップ	-17	セグメント
ベンダー子会社	-15	△36億
その他 シンガポール案件他	-3	
食肉販売	-15	食肉事業
養豚事業	-17	セグメント
その他	-1	△34億
調整額 システム費用	-16	
2021年度 営業利益	130	

2022年3月期 実績 計画差(セグメント別)

【連結損益】

(億円 %)

		2022年3月期		計画 年間	業績予想 修正	2022年3月期			当初		業績予想 修正差
		上期	下期			上期	下期	年間	計画差	計画比	
	売上高	2,206	2,171	4,377	4,197	2,097	2,099	4,196	-181	95.9	-1
	営業利益	81	85	166	141	80	50	130	-36	78.1	-11
	当期純利益	52	53	105	105	53	44	97	-8	92.4	-8

※22.2月に公表した業績予想修正

【加工食品部門】

(億円 %)

		上期	下期	年間		上期	下期	年間	計画差	計画比	
	売上高	1,520	1,454	2,974		1,422	1,434	2,856	-118	96.0	
	営業利益	68	75	143		82	59	141	-2	98.5	
								調整額を考慮後	128	-14	

《営業利益 計画差》

- ハムソー、加工食品他 △13億 ハムソー、加工食品とも売上高は昨年上回るが、原材料、燃料コスト上昇の影響を大きく受けた
- ベンダー1社 △1億 売上高102%で前年を上回ったが。特に下期以降原材料や人件費の上昇により、僅かに計画下回る

【食肉事業部門】

		上期	下期	計画		上期	下期	実績	計画差	計画比	
	売上高	685	714	1,399		673	663	1,335	-64	95.5	
	営業利益	13	10	23		6	-4	2	-21	9.4	
								調整額を考慮後	0	-23	

《営業利益 計画差》

- 生産事業（養豚） △14億 穀物相場高により飼料大幅高騰をうけ、生産コストアップ ※飼料補填金含まず
- 仕入販売 △10億 輸入ビーフ、輸入ポーク高騰の価格転嫁遅れ 及び物流遅延の影響により計画差広がる

2022年3月期 貸借対照表

(億円)

	21年3月期 期末	22年3月期 期末	増減
流動資産	987	958	-29
現金及び預金	130	126	-4
受取手形及び売掛金	434	441	7
たな卸資産	206	234	28
預け金	200	130	-70
その他	17	27	10
固定資産	1,158	1,259	101
有形固定資産	911	972	61
無形固定資産	17	49	32
投資その他資産	231	238	8
資産合計	2,145	2,217	72

	21年3月期 期末	22年3月期 期末	増減
負債合計	998	992	-6
流動負債	720	717	-3
固定負債	278	275	-3
株主資本合計	972	1,028	56
資本金	79	79	0
資本剰余金	86	102	16
利益剰余金	811	851	40
自己株式	-4	-4	0
その他包括利益合計	65	91	26
非支配株主持ち分	111	107	-4
純資産合計	1,148	1,226	78
負債純資産合計	2,145	2,217	72

(億円 %)

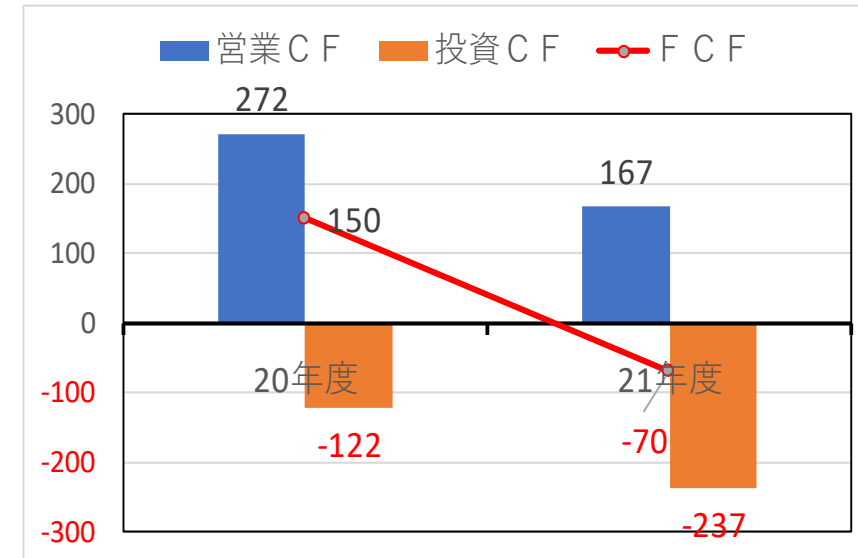
	21年3月期 期末	22年3月期 期末	増減
自己資本	1,036	1,119	82
自己資本比率	48.3	50.5	2.2

	21年3月期 期末	22年3月期 期末	増減
有利子負債	222	206	-15
D/Eレシオ	0.21	0.18	-0.02
ネット有利子負債	-107	-50	57

2022年3月期 キャッシュフロー計算書

(億円)

	2020年度	2021年度	増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	272	167	-105
税金等調整前四半期純利益	219	151	-68
減価償却費	99	105	5
売上債権の増減額 △は増加	-5	-4	1
棚卸資産の増減額 △は増加	-3	-26	-24
仕入債務の増減額 △は減少	23	16	-7
その他	-61	-73	-12
②投資活動による キャッシュ・フロー	-122	-237	-115
有形固定資産の支出	-98	-147	-48
無形固定資産の支出	-6	-9	-4
預け金	0	-50	-50
その他	-18	-31	-13
③財務活動による キャッシュ・フロー	-75	-66	9
④現金及び現金同等物の期末残高	298	162	-135
①+②フリーキャッシュフロー	150	-70	-220



減価償却費及び設備投資

(億円)

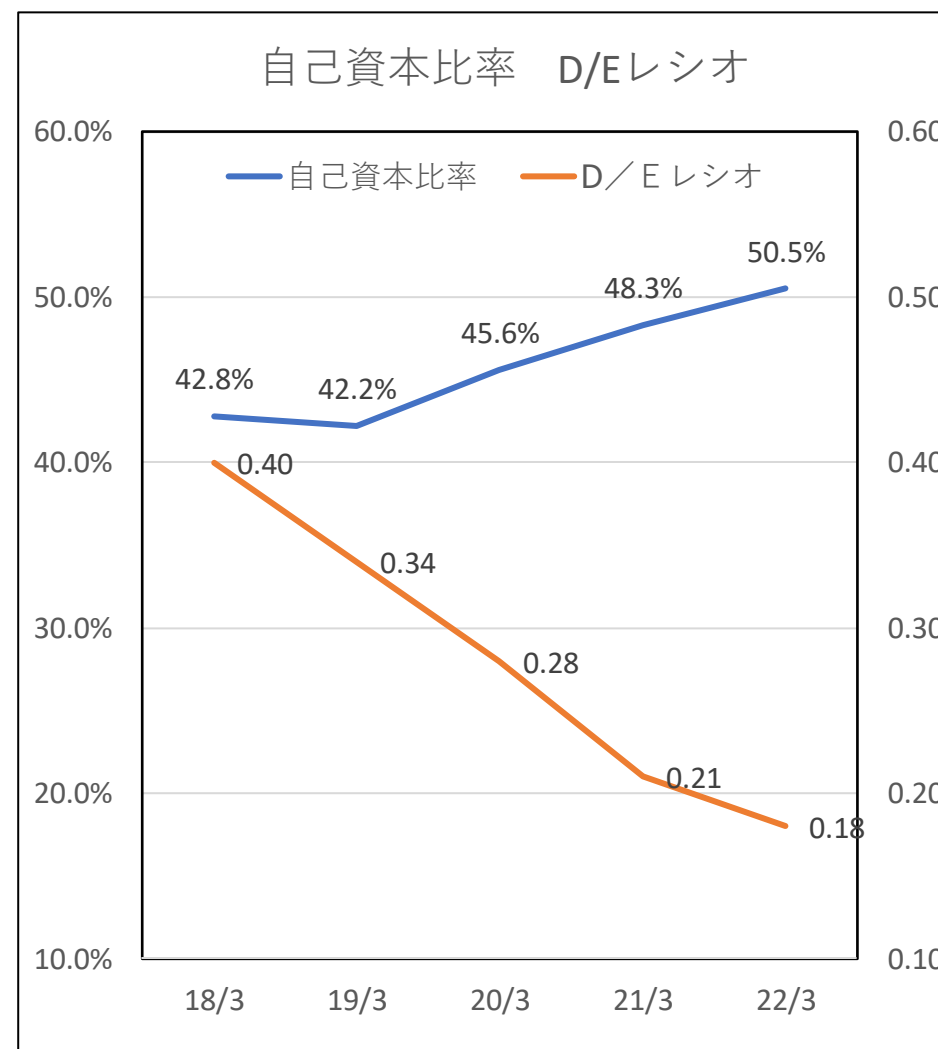
	2021年3月期		2022年3月期		年間計画
	上半期	年間	上半期	年間	
減価償却費	47	99	51	105	103
設備投資額	52	124	85	166	183

計画指標（配当性向・自己資本率・R O E）

計画 指標

- 配当性向 30%以上
- 自己資本率 40%以上
- R O E 10%以上

	％ 億円		
	20年3月期 期末	21年3月期 期末	22年3月期 期末
○配当性向	34.2	30.2	33.6
○自己資本比率	45.6	48.3	50.5
○R O E	10.0	14.6	9.0
自己資本	906	1,036	1,119
有利子負債	250	222	206
D/Eレシオ	0.28	0.21	0.18



中 期 経 営 計 画 度
2 0 2 2 ～ 2 0 2 4 年 度

【目指す姿】 **おいしさと感動で、食文化と社会に貢献**

【中期経営計画基本方針】

営業力・開発力・商品力の強化により、売上と利益の規模と質を高め、ESGを重視した経営を推進し、「いつも、ずっと、お客様に愛され、支持される会社」になる。

1. ESGへの取り組みと持続可能な経営基盤の強化

- 重点課題(マテリアリティ)の解消に向けた取り組み
- 品質保証体制の強化による安全・安心な商品の提供
- 人材育成と働きがいの向上による変革意識の醸成
- 全社グループ経営の強化

2. 既存事業の領域拡大及び収益基盤の更なる強化

- 既存事業の成長戦略の立案・実行
- 顧客視点での商品の提案と市場への定着

3. 成長投資とグローバル展開

- 伊藤忠商事とのコラボレーションを主体とした国内外事業展開
- 新しい事業モデルの構築
- 革新的技術の開発・導入

☆ROE10%以上、ROA5%以上、配当性向30%以上

中期経営計画 損益計画（連結）

単位:億円

	2022年3月 期実績	2023年3月 期計画	2024年3月 期計画	2025年3月 期計画
連 結 売 上 高	4,196	4,410	4,533	4,686
前回中期計画	4,377	4,527	4,689	
営 業 利 益	130	161	177	178
前回中期計画	166	187	190	
経 常 利 益	149	166	181	181
前回中期計画	168	190	192	
当 期 純 利 益	97	106	112	116
前回中期計画	105	117	123	
注) 当期純利益は、「親会社株主に帰属する当期純利益」				
設 備 投 資 額	166	281	256	187
前回中期計画	183	296	246	
減 価 償 却 費	105	110	122	141
前回中期計画	103	112	122	
R O E	9.0%	9.4%	9.3%	9.0%
前回中期計画	10.1%	10.3%	10.0%	
R O A	4.5%	4.7%	4.7%	4.6%
前回中期計画	4.9%	5.3%	5.3%	
R O I C	7.8%	8.5%	8.7%	8.3%
前回中期計画	9.7%	10.4%	9.9%	
資 本 コ ス ト (WACC)	4.3%			
前回中期計画	4.2%			
E B I T D A	234	271	299	319
前回中期計画	269	299	312	

おいしさ、ふれあい。
パンフマール

▲コース

会場
宝塚大劇場
(兵庫県宝塚市)

香薫あらびきボーク(90g)のバーコード1枚または
香薫あらびきボーク(600g)のバーコード2枚で応募

宝塚歌劇 宙組賞切公演
750組1,500名様ご招待(ヘア)
 ご観劇日時:2022年9月3日(土) 15:30開演(予定)



※当賞切は、宝塚歌劇団の公演に限り有効です。当賞切は、宝塚歌劇団の公演に限り有効です。当賞切は、宝塚歌劇団の公演に限り有効です。

small worlds

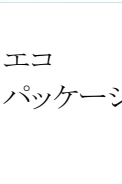
香薫の日

〜ソップリンの香薫補給大作戦〜

コロタクト



エコ
パッケージ





従来品パッケージ

新パッケージ

加工食品事業部門 営業利益計画（2022年度）



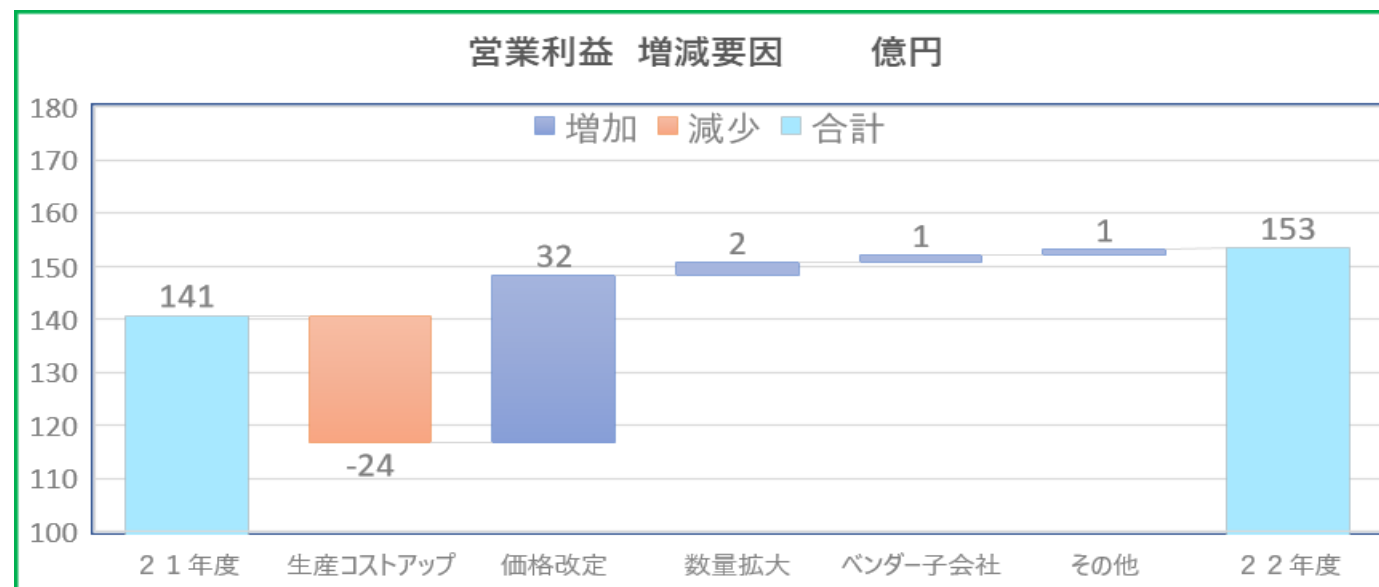
【加工食品事業部門】

（億円 %）

	2020年 年度	2021年 年度
売上高	2,798	2,856
営業利益	177	141

2022年 年度	前年比 前年差
3,126	109
153	13

2022年度	
上期	下期
1,561	1,566
79	75



億円

要因	金額
21年度 営業利益	141
生産コストアップ	-24
価格改定	32
数量拡大	2
ベンダー子会社	1
その他	1
22年度 営業利益	153

《参考 ベンダー子会社計画》 億円 %

	2021年度	2022年度	昨比 昨差
売上高	1,021	1,060	104
営業利益	21.5	22.8	1.4

食肉事業部門の重点施策

事業の現況、課題	●海外畜肉の相場高騰、海運コンテナ遅延、輸送費高騰、円安、厳しい市場環境が続く ●穀物相場高による飼料価格は高値推移 国内の生産事業へのコスト影響大きい ●外食産業やレジャー産業の回復により、業務用向け需要の高まりが見込める
----------	--

販売・仕入れ	・相場変動に対応できる、適正価格の商談強化と社内運用 ・最終利益に対する意識を改めて強化 得意先・商品別管理を実施 ・新規お得意先への取り組み 新規深耕 ・回復が予測される外食産業や、レジャー産業に向けた取り組みを強化
生産・養豚	・自社グループ国産豚肉生産事業の継続的な強化 生産～販売までの連携 ・生産性向上の推進 自社生産出荷頭数の拡大、各指標・品質の向上 ・穀物飼料価格高への抑制策 飼料配合の見直し、配合効率 ・宮城 新農場拡大計画（建設）の実行 ・アニマルウェルフェアの取り組み
商品	・オリジナルブランド商品の強化継続 豚肉、牛肉、鶏肉 ・伊藤忠グループとコラボした国内外事業展開
あらたな取り組み 新領域へ挑戦	・E C サイト 通販サイト 「ミートガイ」 ・産地パック 西日本ベストパッカーへ導入 ・第4の畜種（ラム・マトン）、海外仕入先追加（凍結品 コンテナ遅延対策）などに チャレンジ

食肉事業部門 営業利益計画（2022年度）

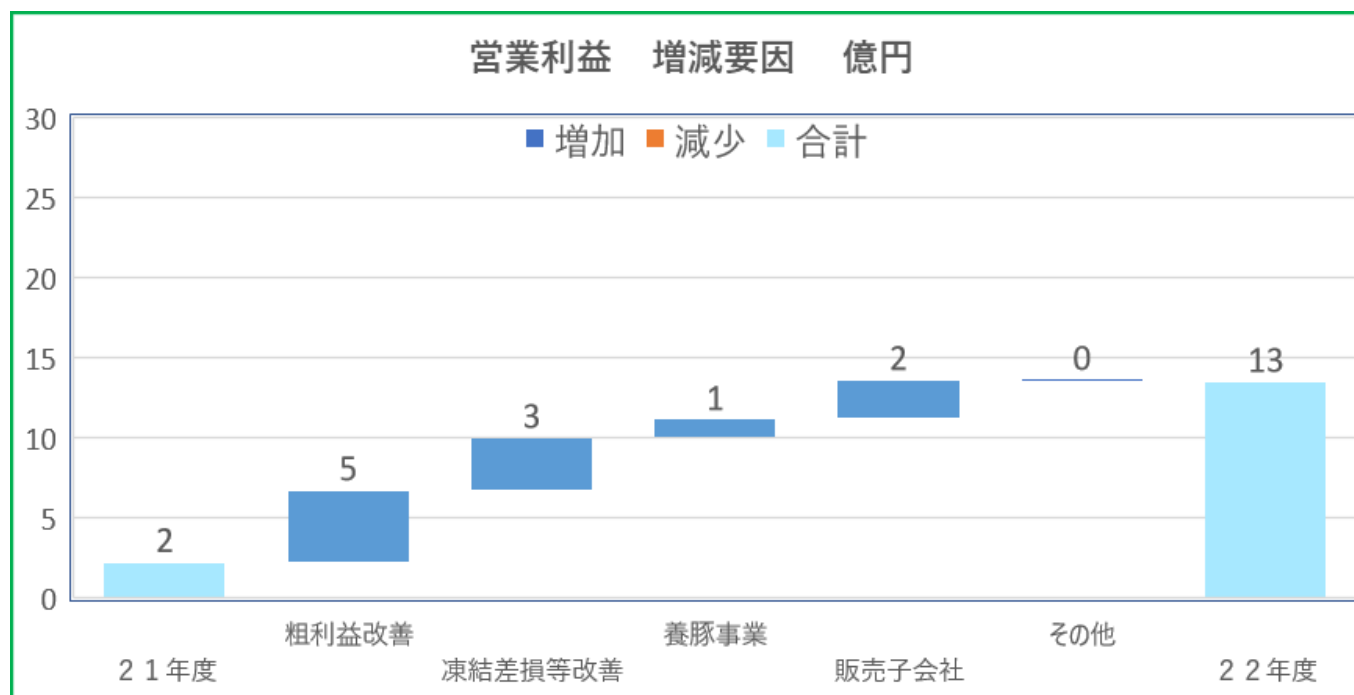
【食肉事業部門】

（億円 %）

	2020年 年度	2021年 年度
売上高	1,378	1,335
営業利益	36	2

2022年 年度	前年比 前年差
1,278	96
13	11

2022年度	
上期	下期
636	642
9	5



要因	金額 億円
21年度 営業利益	2
粗利益改善	5
※ 凍結差損等改善	3
養豚事業	1
販売子会社	2
その他	0
22年度 営業利益	13

※ 凍結差損等改善は食肉販売
飼料相場は現状の相場を前提

宮城新農場・鹿児島新工場の進捗



宮城新農場

工事進行中

2022年 8 月
種豚開始予定

2023年秋年
肉豚出荷予定

繁殖農場と肥育農場 ツーサイト方式



鹿児島新工場

建設工事進行中

2022年12月
完成予定

九州エリア及び
一部中四国
エリアへ補給

太陽光システム茨城工場



環境対策 (CO₂削減)

- ・天然ガス (LNG) エネルギー使用加熱設備
- ・自然冷媒 冷凍機冷媒 脱フロン化
- ・太陽光発電システム導入 等

新たな取り組み(E C通販サイト・海外企業)



食肉通販サイト ミートガイの運営会社
ティーエムジーインターナショナル(株)を
2021年12月子会社化
※D2C(ダイレクトコンシューマー)



シンガポール
ルディーズ Rudi's Fine Food Pte Ltd
ハム・ソーソーセージ製造販売会社
2021年8月企業統合
今年度より駐在派遣スタート



基本方針 当社グループの持続的な成長を通じて、 持続可能な社会の実現に貢献

- ・ 2020年 9月 重要課題（マテリアリティ）を特定
- ・ 2021年 4月 目指す姿を改定
- ・ 2021年10月 サステナビリティ基本方針制定
- ・ 同 10月 サステナビリティ委員会設置
- ・ 同 12月 サステナビリティホームページ開設

10の重要課題を各分科会で課題解消に向け

◇6つの分科会

- ・ 環境 ・ 人材 ・ ガバナンス
- ・ コンプライアンス ・ 調達 ・ 品質、開発



ご 参 考 資 料 編

連結損益計算書の推移

【連結損益計算書】

(億円)

	セグメント	2020年3月期			2021年3月期			前期遡及 ・修正後
		上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	
売上高	加工食品事業	1,396	1,462	2,858	1,441	1,492	2,933	2,798
	食肉事業	665	652	1,317	679	718	1,397	1,378
	その他事業	3	3	5	2	3	5	5
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,122	2,213	4,336	4,181
売上原価		1,738	1,775	3,513	1,760	1,842	3,602	3,602
売上総利益		326	342	668	362	372	734	580
販売費及び一般管理費		251	261	511	251	268	519	365
営業利益		75	81	156	111	103	215	215
営業外損益		4	▲ 1	3	3	6	9	9
経常利益		79	80	160	115	110	224	224
特別損益		23	▲ 29	▲ 6	▲ 3	▲ 2	▲ 5	▲ 5
税金等調整前当期純利益		102	51	153	111	108	219	219
親会社株主に帰属する当期純利益		57	31	88	70	72	142	142

2022年3月期		
上期実績	下期実績	通期実績
1,422	1,434	2,856
673	663	1,335
2	2	5
2,097	2,099	4,196
1,827	1,853	3,680
270	246	516
190	196	387
80	50	130
9	11	19
89	60	149
1	1	2
89	62	151
53	44	97

(ご参照) 商品別の売上高

(億円)

	商品別	2020年3月期			2021年3月期			前期遡及 ・修正後
		上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	
売上高	ハムソーセージ	449	453	902	505	520	1,025	974
	加工食品他	855	904	1,759	847	909	1,756	1,662
	食 肉	757	757	1,514	767	783	1,550	1,505
	そ の 他	3	3	5	2	3	5	40
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,122	2,213	4,336	4,181

2022年3月期		
上期実績	下期実績	通期実績
497	482	979
839	846	1,686
747	755	1,502
13	15	28
2,097	2,099	4,196

連結貸借対照表の推移

【連結貸借対照表】

(億円)

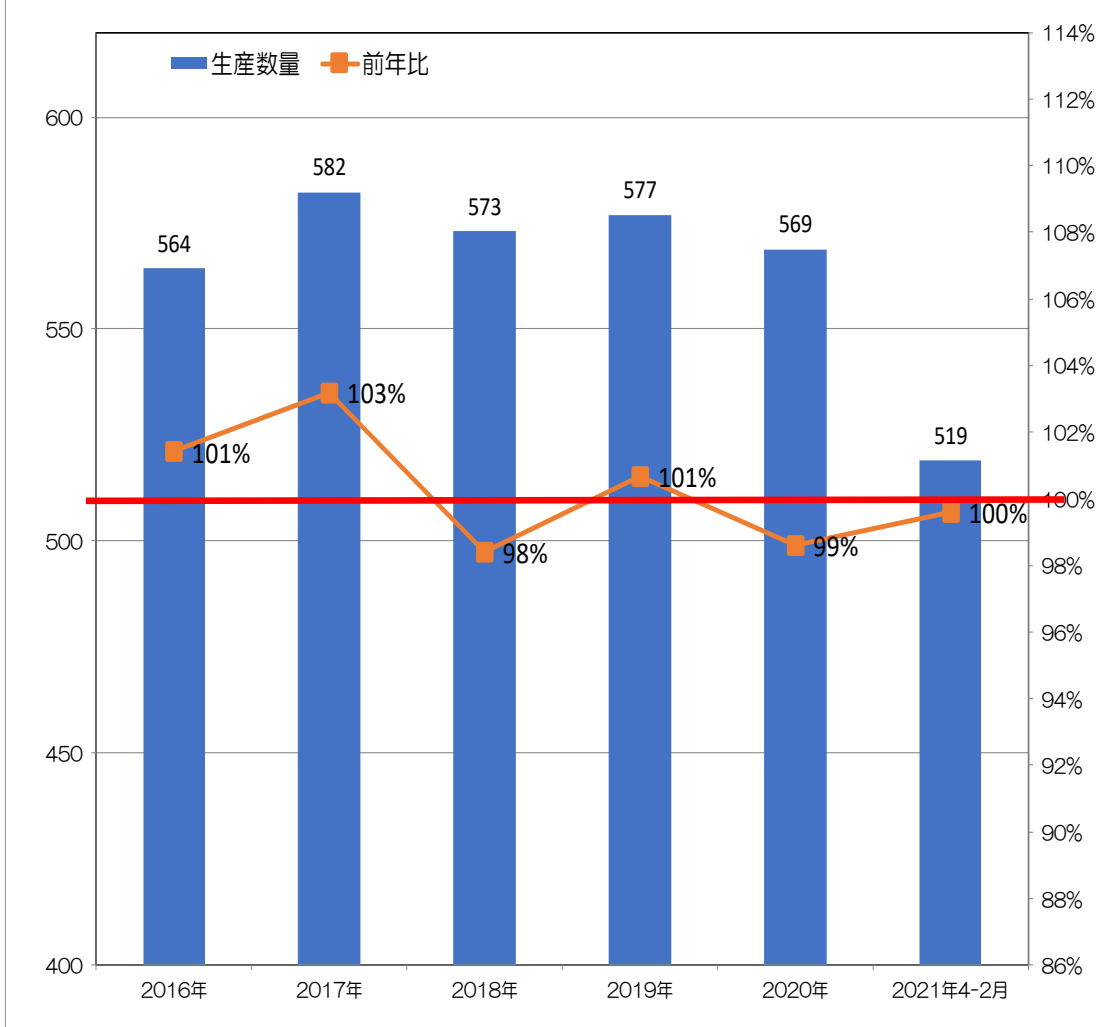
	2019年3月期		2021年3月期		2022年3月期	
	上期末実績	年度末実績	上期末実績	年度末実績	上期末実績	年度末実績
流動資産	855	873	934	987	961	958
固定資産	1,148	1,112	1,129	1,158	1,213	1,259
総資産	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217

流動負債	687	682	710	720	744	717
固定負債	324	302	288	278	260	275
負債合計	1,011	984	998	998	1,004	992
株主資本	839	860	910	972	992	1,028
その他の包括利益 累計額	57	46	51	65	60	91
非支配株主持分	96	96	104	111	118	107
純資産合計	993	1,001	1,064	1,148	1,170	1,226
負債純資産合計	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217

自己資本	896	906	960	1,036	1,051	1,119
自己資本比率 (%)	44.7	45.6	46.6	48.3	48.4	50.5

業界動向の資料 ハム・ソーセージ生産量

(1)業界生産量 ハム・ソーセージ類の国内生産量



業界生産量の内訳

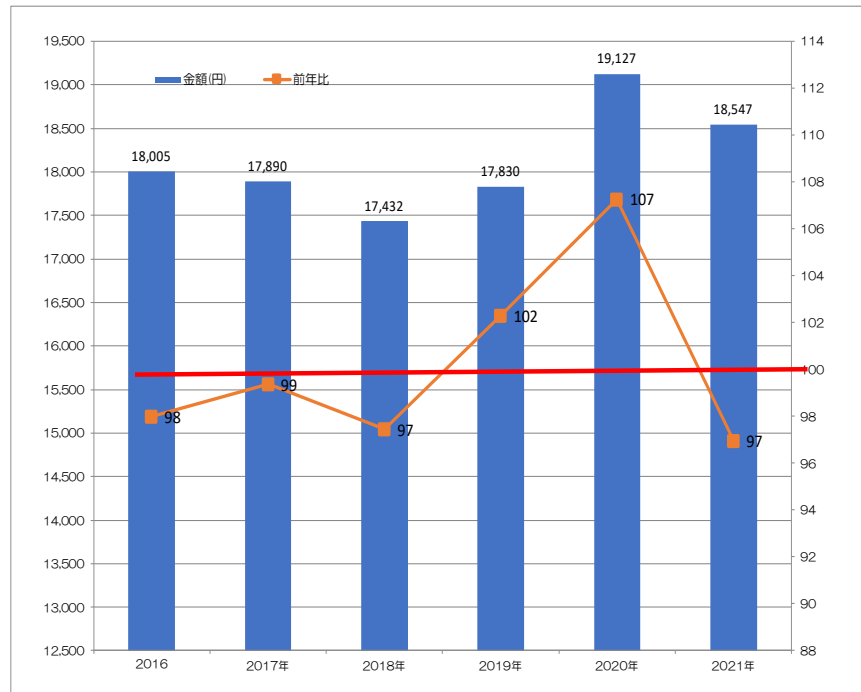
(トン %)

	18年度 生産量	19年度 生産量	前年比	20年度 生産量	前年比	21年度4-2月 生産量	前年比
ハム類	111,717	113,514	101.6	111,494	98.2	104,427	98.5
ロースハム	76,953	78,377	101.8	78,236	99.8	71,138	98.6
ラックスハム	8,592	8,671	100.9	9,127	105.3	8,727	103.6
ベーコン類	96,962	97,302	100.4	97,991	100.7	89,227	99.8
ソーセージ類	316,966	320,211	101.0	317,069	99.0	290,016	100.0
ウインナー	237,415	241,188	101.6	242,350	100.5	215,858	97.4
フランク	35,775	34,606	96.7	30,255	87.4	32,421	117.6
ボロニア	17,657	16,540	93.7	17,314	104.7	16,748	105.4
ドライ	7,028	7,136	101.5	6,823	95.6	6,094	97.8
焼豚	22,100	21,688	98.1	21,687	100.0	20,413	101.8
プレス	10,942	12,104	110.6	10,091	83.4	8,512	92.4
合計	573,058	576,912	100.7	568,857	98.6	519,096	99.6

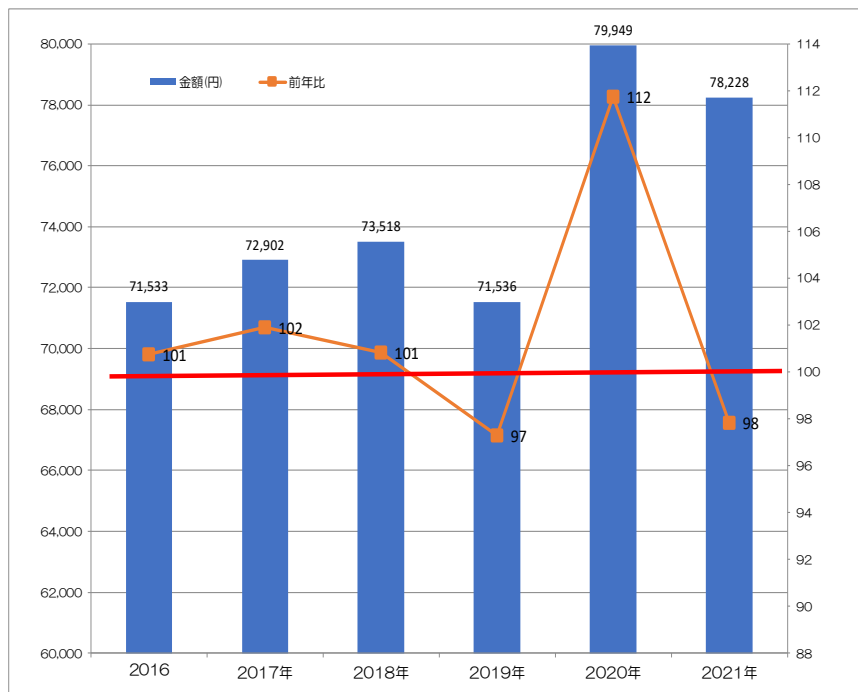
(備考)日本ハム・ソーセージ工業協同組合による

業界動向の資料 家計調査（ハムソー・生鮮肉）

(1)家計調査 加工肉（ハム・ソーセージ類）世帯購入金額(年間) 円



(2)家計調査 生鮮肉世帯購入金額(年間) 円



家計調査 ハム・ベーコン・ソーセージ

(円 %)

	18年1-12月			19年1-12月			20年1-12月			21年1-12月			22年1-3月		
	金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比	
ハム	4,979	93.4		5,092	102.3		5,155	101.2		3,534	99.2		921	93.5	
ベーコン	7,343	98.8		7,359	100.2		7,904	107.4		5,651	96.7		1,820	99.3	
ソーセージ	2,575	99.0		2,582	100.3		2,890	111.9		2,050	95.8		634	93.1	
その他加工肉	2,532	100.2		2,796	110.4		3,173	113.5		3,152	99.3		711	100.0	
加工肉合計	17,432	97.4		17,830	102.3		19,127	107.3		18,547	97.0		4,088	97.1	
食料品合計	952,172	100.6		965,535	101.4		962,375	99.7		952,812	99.0		227,611	100.8	

家計調査 牛肉・豚肉・鶏肉

	18年1-12月			19年1-12月			20年1-12月			21年1-12月			22年1-3月		
	金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比		金額	前年比	
牛肉	21,871	99.6		21,178	96.8		23,677	111.8		23,210	98.0		5,091	93.7	
豚肉	30,591	101.9		29,637	96.9		32,861	110.9		31,892	97.1		8,067	100.2	
鶏肉	15,877	100.4		15,587	98.2		17,281	110.9		16,916	97.9		4,293	101.4	
合いびき肉	2,566	99.3		2,612	101.8		3,080	117.9		2,958	96.0		718	98.2	
その他生鮮肉	2,610	103.9		2,520	96.6		3,048	121.0		3,253	106.7		748	100.4	
生鮮肉	73,518	100.8		71,536	97.3		79,949	111.8		78,228	97.8		18,916	98.5	

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)

業態別動向（SM CVS 百貨店 ドラッグ 外食）



億円 %

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
スーパー	20年	10,044	9,376	10,339	10,162	10,834	10,860	10,807	11,202	10,151	10,487	10,558	12,778
	21年	10,648	9,577	10,906	10,816	11,201	11,095	11,363	11,255	10,510	10,884	10,868	13,010
	22年	11,091	10,172	11,123									
	前年比	104	106	102									
CVS 日本フランチャイズ協会	20年	8,857	8,491	8,775	8,170	8,497	8,793	9,079	9,479	9,060	9,142	8,886	9,379
	21年	8,510	7,965	8,983	8,822	8,924	8,923	9,616	9,344	9,140	9,101	8,775	9,715
	22年	8,739	7,993	9,127									
	前年比	103	100	102									
百貨店 日本百貨店協会	20年	4,704	3,661	3,404	1,209	1,515	3,829	3,913	3,231	3,340	3,754	4,179	5,465
	21年	3,265	3,233	4,077	3,179	2,465	3,716	4,020	2,783	3,188	3,848	4,497	5,921
	22年	3,751	3,172	4,260									
	前年比	115	98	104									
ドラッグストア 経済産業省 商業動態統計	20年	5,683	6,064	6,097	6,180	6,070	6,124	6,203	6,416	5,847	5,817	5,848	6,498
	21年	5,859	5,551	5,947	6,010	6,182	6,175	6,339	6,442	6,033	6,088	5,916	6,587
	22年	6,175	5,802										
	前年比	105	105										

%

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
外食 月間は昨年比のみ 日本フードサービス協会	20年	101.9	104.8	82.7	60.4	67.8	78.1	85.0	84.0	86.0	94.3	92.2	84.5
	21年	79.0	77.7	97.1	136.7	119.8	100.1	102.1	91.4	91.8	99.5	99.8	109.5
	22年	112.2	104.8	105.9									

【年間推移】

億円 %

	18年	19年	20年	21年
スーパー	129,883	124,325	127,597	132,134
	101	96	103	104
CVS	109,646	111,607	106,608	107,816
	102	102	96	101
百貨店	58,870	57,547	42,204	44,183
	99	98	73	105
ドラッグ	64,667	70,096	72,342	73,129
	105	108	103	101

外食市場規模推計

億円 %

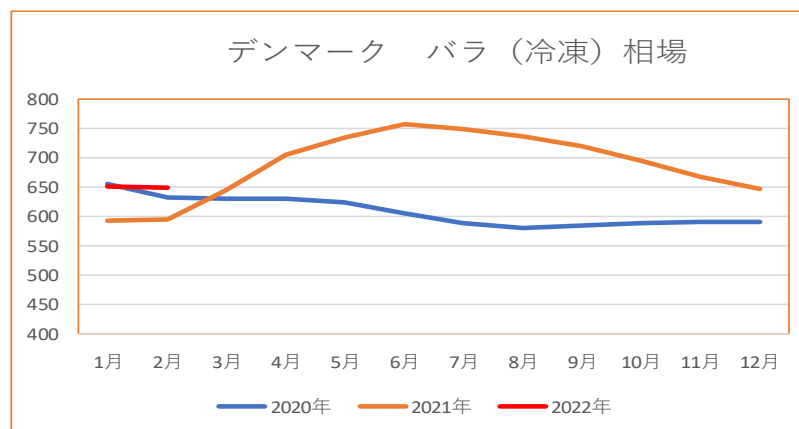
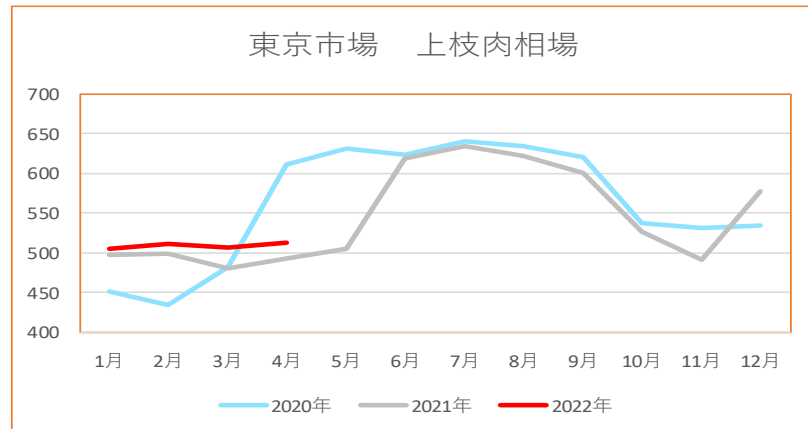
	18年	19年	20年	21年
外食	257,692	262,684	182,005	
	100	102	69	

業界動向の資料 豚肉

豚肉需給推移

		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	1 0 月	1 1 月	1 2 月	年間	
生産量	2 0 年	80,864	73,425	79,535	80,239	71,318	72,535	73,967	68,179	71,876	80,156	79,406	82,555	916,671	
	2 1 年	78,800	73,648	83,976	80,131	72,872	73,971	71,419	71,268	75,182	76,972	82,305	82,143	922,666	
	2 2 年	79,561	73,703	83,139											
		101	100	99											
輸入量	2 0 年	72,280	66,987	67,628	101,568	79,864	79,522	75,011	68,431	65,416	72,415	70,497	71,474	883,985	
	2 1 年	66,620	64,209	68,957	98,642	71,194	75,228	74,607	78,140	74,211	77,876	78,461	74,466	928,994	
	2 2 年	92,518	71,813	71,838											
		124	112	104											
推定 期末在庫	輸入	2 0 年	187,738	185,042	185,075	200,821	214,884	211,865	204,074	200,507	193,386	184,855	175,578	167,897	
		2 1 年	160,131	161,399	157,880	159,043	159,623	162,439	160,643	165,573	165,491	161,448	154,751	145,676	
		2 2 年	154,046	156,035	156,094										
			96	97	99										
	国産	2 0 年	21,474	23,077	25,062	23,124	20,858	23,208	21,378	20,340	19,685	19,333	19,411	20,414	
		2 1 年	24,433	22,875	24,104	25,593	25,852	25,290	23,926	22,888	21,928	21,359	21,604	22,912	
		2 2 年	23,226	23,161	24,001										
			104	101	100										

：農水省 食肉流通統計 財務省 貿易統計 ：農畜産業復興機構



業界動向の資料 牛肉

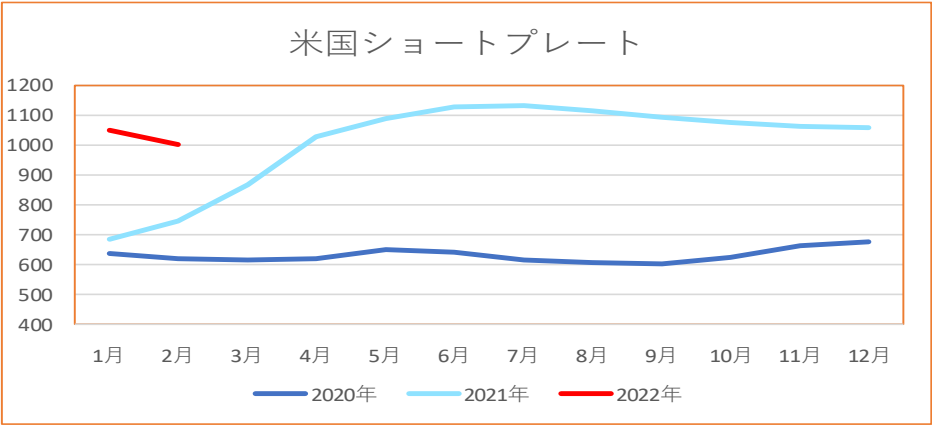


牛肉需給推移

トン %

		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	1 0 月	1 1 月	1 2 月	年間
生産量	2 0 年	25,803	24,758	25,572	27,096	25,244	27,825	30,660	25,688	27,110	29,433	33,750	31,285	335,556
	2 1 年	24,878	24,445	28,145	29,036	25,458	26,733	29,501	25,549	26,717	28,581	34,186	31,355	336,115
	2 2 年	25,761	24,696	28,541										
		104	101	101										
輸入量	2 0 年	47,410	41,826	47,577	69,035	50,040	50,709	52,640	47,207	44,258	50,951	49,409	49,249	590,992
	2 1 年	44,005	37,287	46,198	55,296	49,633	52,219	52,005	53,761	50,566	55,203	42,651	45,695	569,107
	2 2 年	40,397	37,770	33,911										
		92	101	73										
推定 期末在庫	輸入	2 0 年	114,897	111,607	116,128	130,495	136,234	136,878	133,770	132,291	125,263	122,325	116,327	112,403
		2 1 年	114,303	112,517	104,931	104,824	110,378	114,528	116,799	121,091	128,479	132,959	126,186	120,374
		2 2 年	121,305	119,414	114,655									
			106	106	109									
	国産	2 0 年	10,367	10,267	10,715	11,492	11,536	10,575	10,306	10,214	10,771	11,285	12,099	
		2 1 年	12,022	12,550	12,544	12,798	12,855	13,263	13,590	13,684	14,290	14,608	14,162	13,508
		2 2 年	13,210	14,071	13,170									
			110	112	109									

：農水省 食肉流通統計 財務省 貿易統計 ：農畜産業復興機構

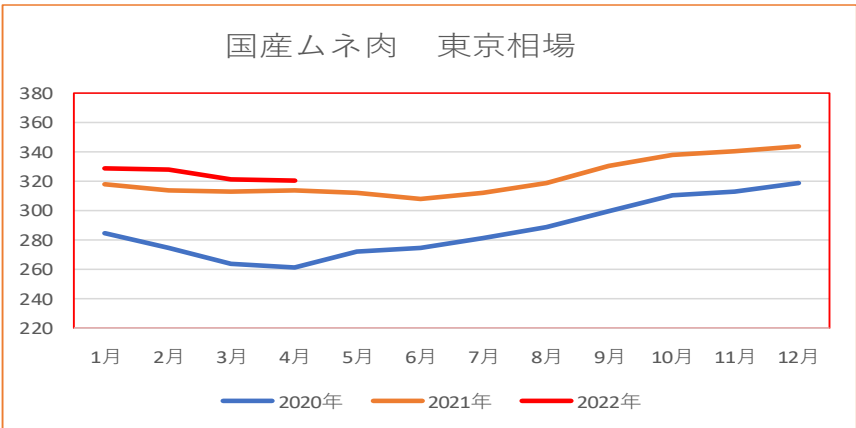
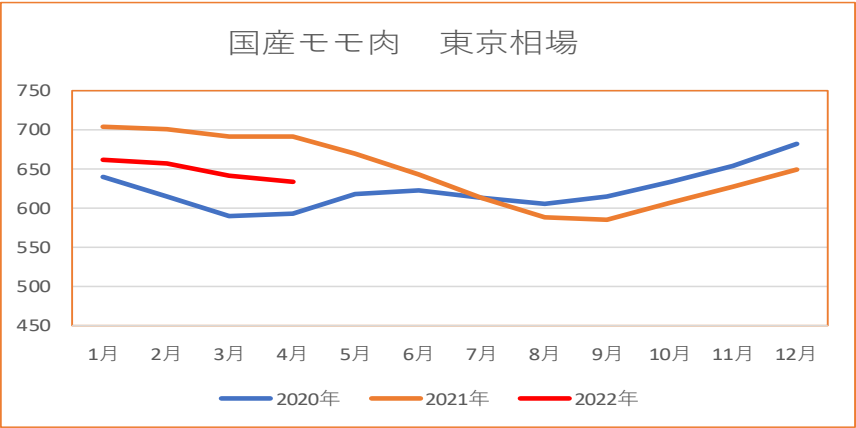


業界動向の資料 鶏肉

鶏肉需給推移

		1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	1 0 月	1 1 月	1 2 月	年間
生産量	2 0 年	137,411	136,700	138,129	141,312	136,238	138,537	138,339	128,060	132,019	145,631	139,264	152,225	1,648,625
	2 1 年	132,289	131,134	140,799	139,841	137,646	138,019	137,138	130,939	136,605	145,516	146,726	156,924	1,685,351
	2 2 年	137,166	135,353	143,478										
		104	103	102										
輸入量	2 0 年	41,620	43,919	46,695	46,706	36,119	50,653	51,578	40,313	41,476	47,895	45,309	42,711	552,832
	2 1 年	48,930	45,514	55,627	50,157	46,229	42,812	44,750	46,934	45,194	51,212	57,772	60,671	594,223
	2 2 年	53,783	49,572	45,135										
		110	108	81										
推定 期末在庫	輸入	2 0 年	136,786	137,930	139,326	144,500	148,263	152,234	140,627	139,153	138,438	134,141	131,274	124,252
		2 1 年	129,519	129,694	135,022	129,756	129,408	121,729	113,731	111,440	107,584	108,208	114,671	114,420
		2 2 年	123,211	129,272	125,160									
			95	100	93									
	国産	2 0 年	29,321	29,780	31,121	27,202	21,105	18,552	29,522	27,979	27,776	26,806	26,426	26,839
		2 1 年	26,512	27,514	28,780	31,656	32,759	34,119	34,539	34,866	33,773	34,669	33,556	35,481
		2 2 年	35,092	33,901	32,493									
			132	123	113									

：農水省 食肉流通統計 財務省 貿易統計 ：農畜産業復興機構



プロフィール (2022年3月31日現在)



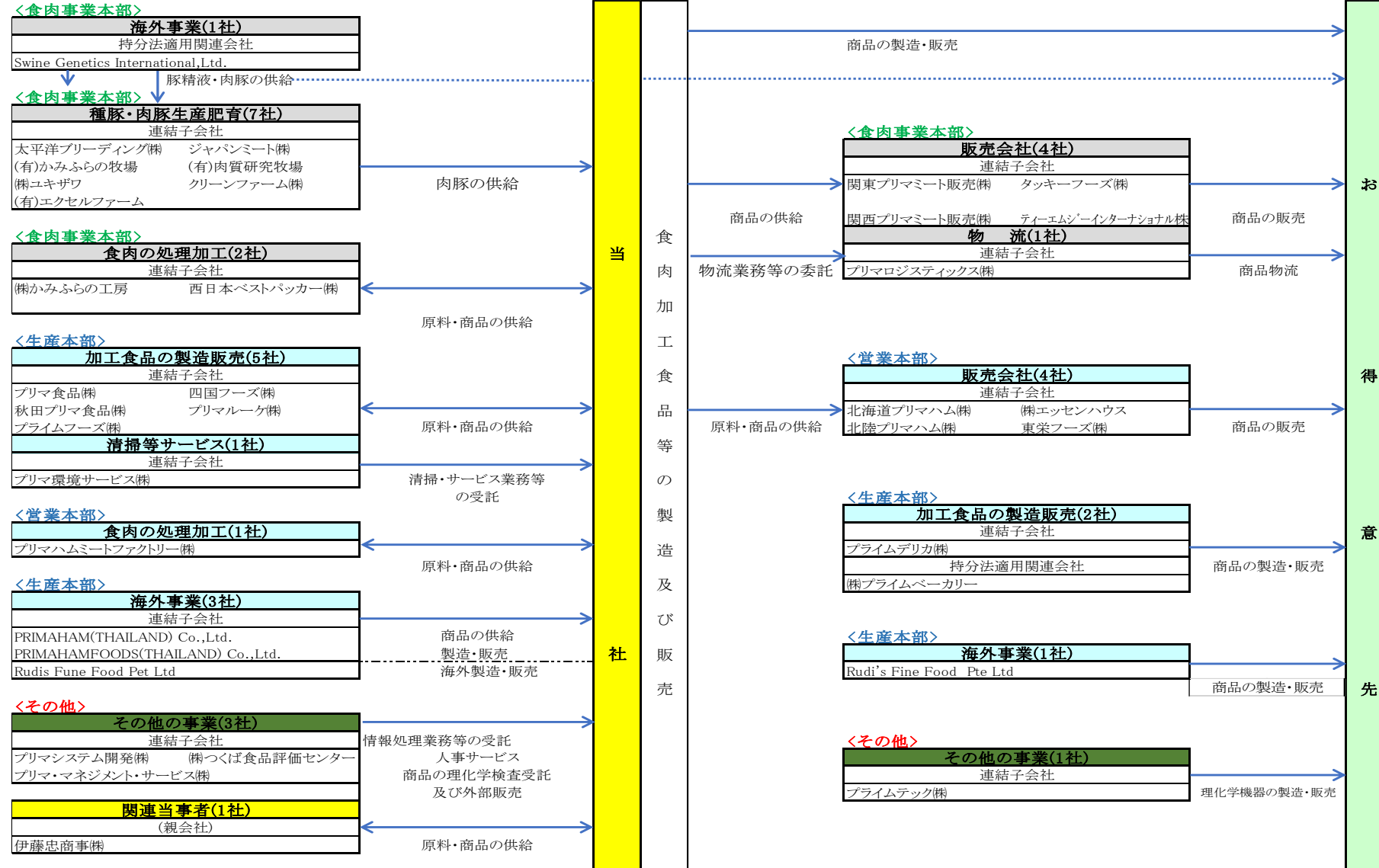
■ 会社概要

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	1,958名(37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		36社	
	連結子会社	34社	
	持分法適用関連会社	2社	
企業集団従業員数	15,389名(54名減)		
グループ拠点	生産拠点	25工場(国内)	
		4拠点(海外)	
(備 考)	1.増減は前年度末(2021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
1983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

プリマハムグループの状況



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/>