

2023年3月期上半期 決算説明会

2022年 11月21日
プリマハム株式会社

おいしさと感動で、食文化と社会に貢献

おいしさ、ふれあい。
プリマハム

目次

- 1 2023年3月期 上半期 業績総括**
- 2 2023年3月期 通期見通し
- 3 ご参考資料
- 4 外部環境データ

2023年3月期上半期 連結損益

(億円 %)

(参考)

	※前期 組替実績	売上高比	2023年3月期				前期組替前 実績
			上半期	売上高比	前期比	前期差	
売上高	2,102	100.0	2,117	100.0	100.7	16	2,097
加工食品事業	1,422	67.7	1,484	70.1	104.4	62	1,422
食肉事業	677	32.2	630	29.8	93.1	-47	673
その他	2	0.1	3	0.1	106.7	0	2
売上原価	1,827	86.9	1,871	88.4	102.4	44	1,827
売上総利益	275	13.1	246	11.6	89.5	-29	270
販売管理費	191	9.1	191	9.0	100.3	1	190
営業利益	84	4.0	55	2.6	65.1	-29	80
経常利益	89	4.2	58	2.8	65.9	-30	89
税金等調整前四半期純利益	89	4.3	58	2.7	64.4	-32	89
非支配株主に帰属する四半期純利益	7	0.3	2	0.1	25.2	-5	7
親会社株主に帰属する四半期純利益	53	2.5	37	1.7	69.8	-16	53

注記) ※前期組替実績・・・配合飼料価格安定制度に係る収入及び費用について今期より採用した表示方法の変更に基づく組替えを行った数値

※公表値

【売上高総利益率】 1.5%ダウン
(13.1 %→11.6%)

【売上高原価率】 1.5%悪化
(86.9 %→88.4%)

原材料・商品仕入 +0.9%

製造費用比率 +0.6%

【販売管理費】 0.04%好転
(9.06%→9.02%)

人件費 +0.07%

経費 -0.11%

【売上高営業利益率】 1.4%ダウン
(4.0 %→2.6 %)

2023年3月期上半期 セグメント別

※組替後

(億円 %)

営業利益前期差

(参考)

		前期実績	2023年3月期		
			上半期	前期比	前期差
加工食品セグメント	売上高	1,422	1,484	104.4	62
	営業利益	82	59	71.9	-23
食肉セグメント	売上高	677	630	93.1	-47
	営業利益	10	-2	-19.9	-12
その他	売上高	2	3	106.7	0
	営業利益	1	1	100.0	0
※調整額	営業利益	-9	-3	37.7	5
連結合計	売上高	2,102	2,117	100.7	16
	営業利益	84	55	65.1	-29

	単体・子会社	前期差
加工セグ △23億円	単体	-1
	子会社	-12
	ベンダー子会社	-10
食肉セグ △12億円	単体	-3
	子会社	-9
調整額		5
合計		-29

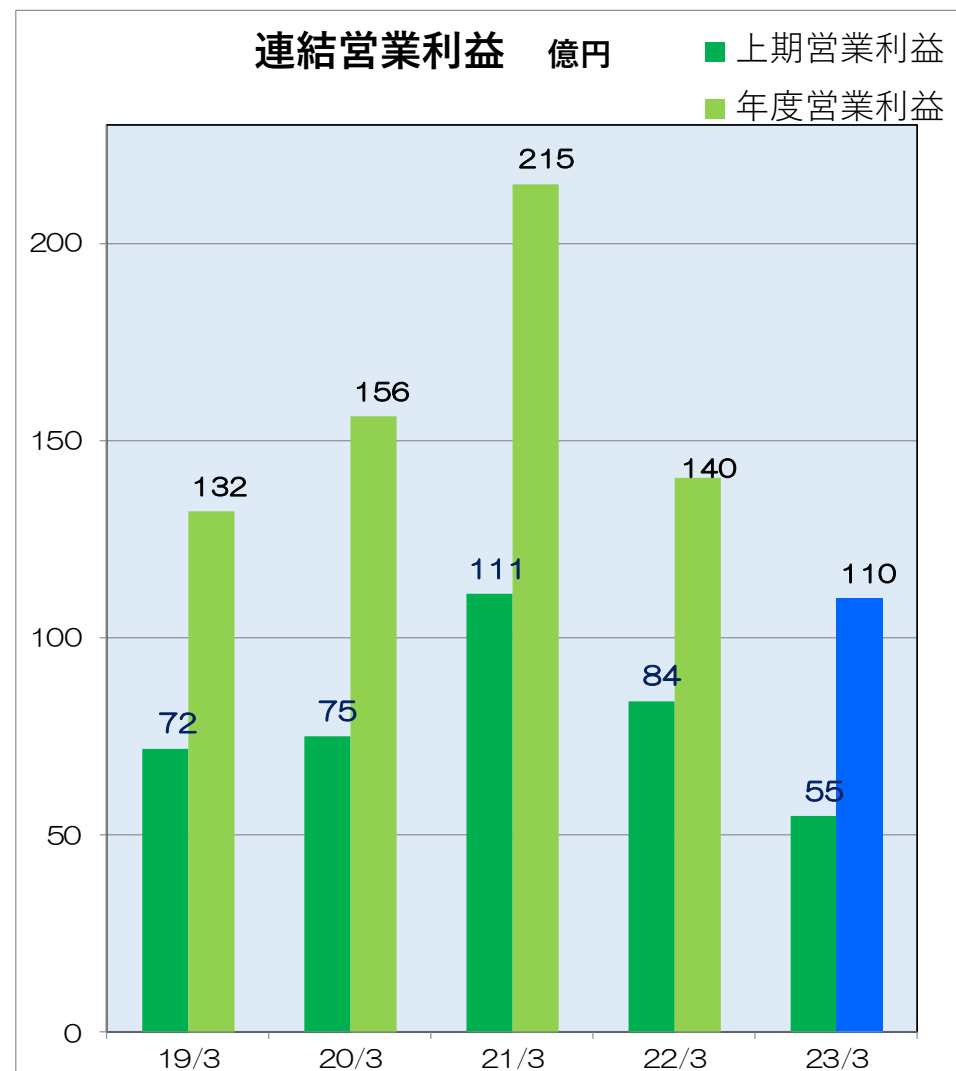
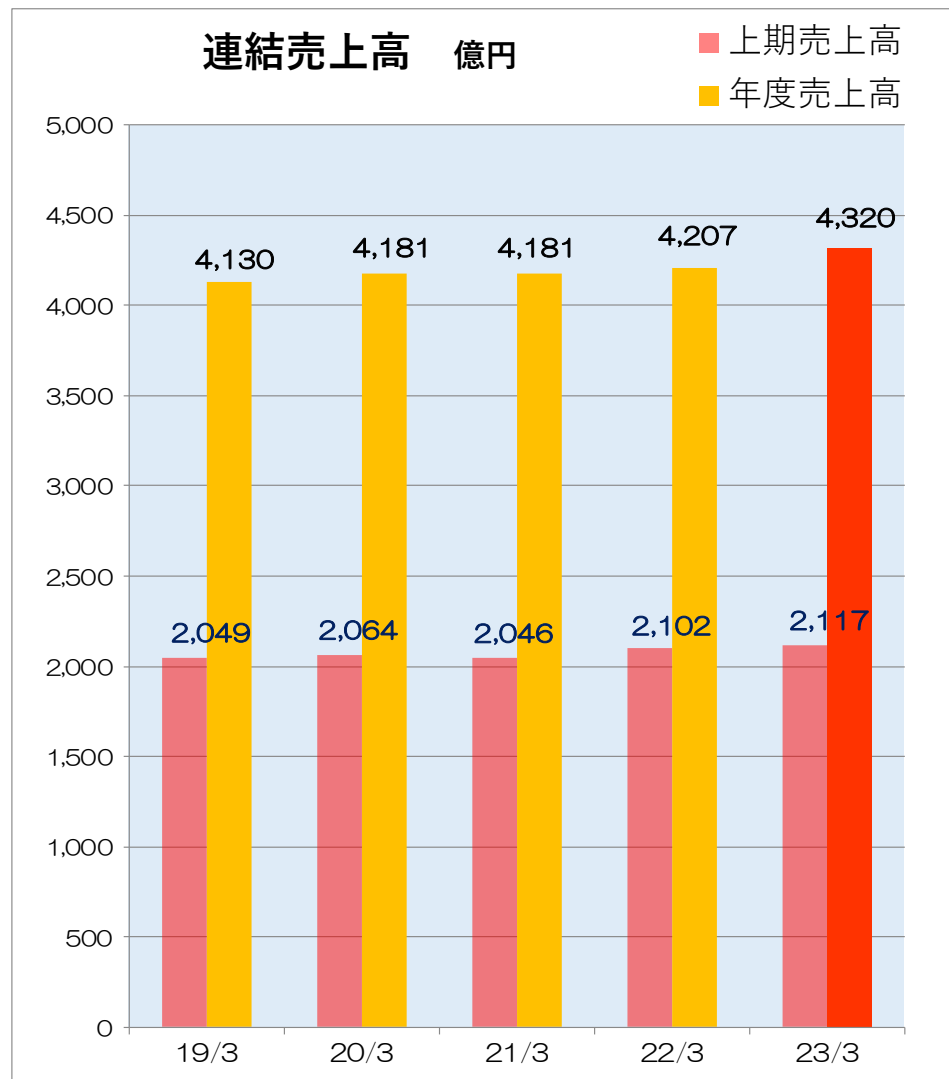
前期組替前 実績
1,422
82
673
6
2
1
-9
2,097
80

注記) ※調整額・・・各セグメントに帰属しない全社費用

※公表値

事業環境	●急激な円安、原油高が進み、原材料やエネルギーコストなど製造コストが大幅上昇。
	●当業界に限らず幅広い業種において製品価格の値上げを実施するも、コスト増に 対しての転嫁が不十分で、複数回の値上げを多くの企業が実施。
	●畜肉相場高や飼料価格の更なる高騰、急速な円安による輸入仕入コストの上昇など 食肉事業は極めて厳しい環境にある。

連結売上高と連結営業利益の推移



(注) 21年3月期より収益認識会計基準を適用 (2021年3月期遡及)

23年3月期通期売上高及び営業利益は10/31に公表した通期業績予想の修正値

加工食品事業部門 上半期の状況

	取り組み	実績												
価格改定	○主原料やエネルギーコスト等の高騰によりハムソー及び加工食品を値上げ <table><tr><td></td><td>【1回目】</td><td>【2回目】</td></tr><tr><td>価格改定日</td><td>2月1日～</td><td>9月1日～</td></tr><tr><td>対象商品</td><td>ハムソー・加工食品 合計200品 (家庭用 164品、業務用36品)</td><td>ハムソー・加工食品商品約400品 (家庭用・業務用)</td></tr><tr><td>価格改定内容</td><td>5%～12%</td><td>[家庭用]5%～20% [業務用]5%～30%</td></tr></table>		【1回目】	【2回目】	価格改定日	2月1日～	9月1日～	対象商品	ハムソー・加工食品 合計200品 (家庭用 164品、業務用36品)	ハムソー・加工食品商品約400品 (家庭用・業務用)	価格改定内容	5%～12%	[家庭用]5%～20% [業務用]5%～30%	○ハムソー売上高 ◇前期比 1 0 4 % ○加工食品売上高 ◇前期比 1 0 8 %
	【1回目】	【2回目】												
価格改定日	2月1日～	9月1日～												
対象商品	ハムソー・加工食品 合計200品 (家庭用 164品、業務用36品)	ハムソー・加工食品商品約400品 (家庭用・業務用)												
価格改定内容	5%～12%	[家庭用]5%～20% [業務用]5%～30%												
販売	○シェア拡大継続実施 ○香薫ブランド認知度アップ ・香薫発売20周年キャンペーン ○キャンペーン、イベントの展開 ・ディズニー、宝塚歌劇団宙組貸し切り公演、香薫の日 ○SNS（公式Twitter、LINE）等を活用したファン層の拡大	○ハムソー販売数量 ◇前期比 1 0 0 % <table><tr><td>コンシューマ</td><td>99%</td></tr><tr><td>業務用</td><td>101%</td></tr></table> ○加工食品販売数量 ◇前期比 1 0 0 % <table><tr><td>調理食品コンシューマ</td><td>99%</td></tr><tr><td>調理食品業務用</td><td>108%</td></tr><tr><td>調味生肉</td><td>88%</td></tr></table> ○コンシューマシェア ハムソー ◇前年差 0. 8 %UP↑ (S C I データー4 - 9 月)	コンシューマ	99%	業務用	101%	調理食品コンシューマ	99%	調理食品業務用	108%	調味生肉	88%		
コンシューマ	99%													
業務用	101%													
調理食品コンシューマ	99%													
調理食品業務用	108%													
調味生肉	88%													
販売促進	 													
生産	○コスト競争力の向上と生産能力の拡大 ・既存工場の増産体制構築 ・人時生産性アップの取り組み継続、原材料コスト上昇を抑制 ・鹿児島新工場建設中	○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>1%悪化</td></tr></table>	ハムソー	加食	4 %改善	1%悪化								
ハムソー	加食													
4 %改善	1%悪化													
ベンダー	○原材料、人件費等の製造コスト大幅上昇で収益を圧迫 ○新商品は従来通り投入したものの、ヒット商品に結びつかなかった。	○ベンダー事業 売上高 ◇前期比 9 9 %												

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 前年比）

%

	2020年度	2021年度	2022上半期	構成比
ハム・ソーセージ計	110	104	100	
コンシューマ商品	117	103	99	76.0
業務用商品	94	110	101	23.3
ギフト	93	98	99	0.7

② コンシューマ主要品（数量前年比）

	2020年度	2021年度	2022上半期
香薫ウインナー	123	110	106
ロースハム群	121	99	97
ベーコン群	122	100	92
十勝生ハム	116	98	90



▶ 香薫 2 個束、大袋共に好調

③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

	2020年度	2021年度	2022上半期
ハムソーセージ	6%改善	4%改善	4%改善

④ ベンダー事業（1社）売上高「対前年比」

	2020年度	2021年度	2022上半期
売上高	106	103	99

2. 加工食品

① 全体（販売数量 前年比）

%

	2020年度	2021年度	2022上半期	構成比
加工食品計	99	102	100	
調食コンシューマ	112	94	99	30.1
調食業務用商品	87	118	108	48.5
調味生肉	105	88	88	18.2

② コンシューマ主要品（数量前年比）

	2020年度	2021年度	2022上半期
ハンバーグ群	141	103	86
ミートボール	104	101	97
サラダチキン	107	85	93
生つくね	106	108	96

③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

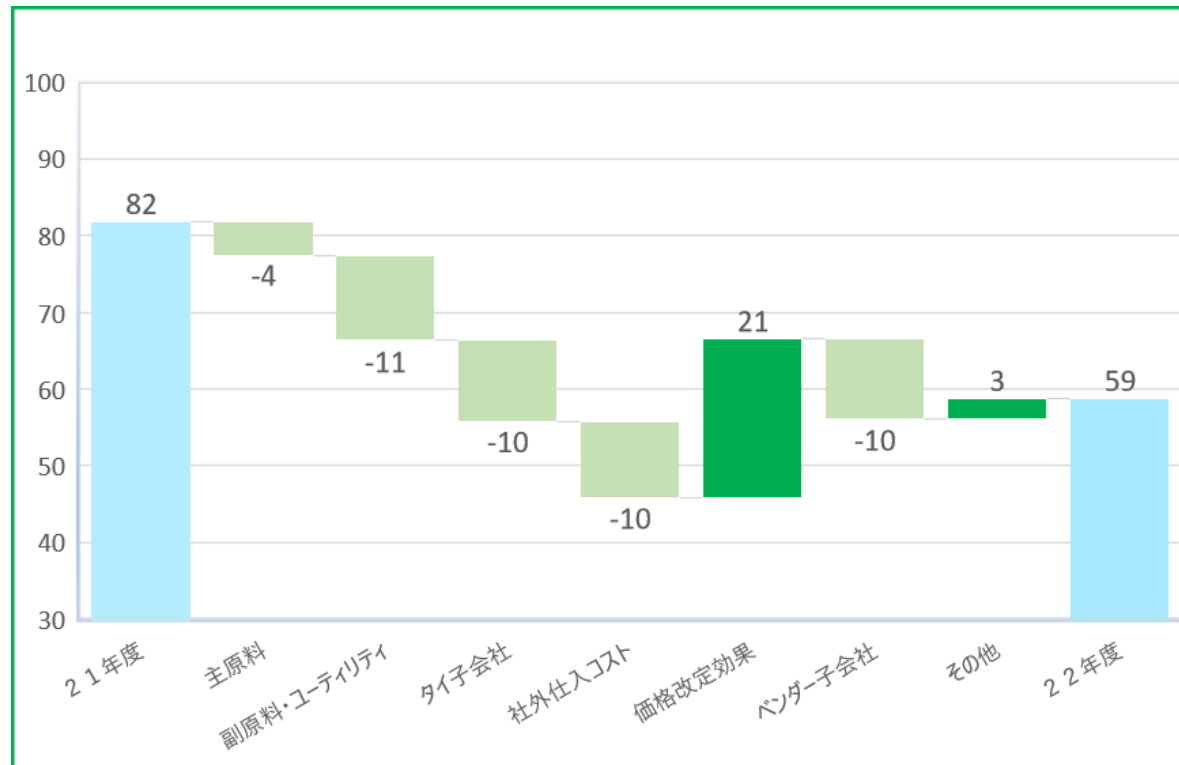
	2020年度	2021年度	2022上半期
加工食品	4%改善	0%同一	1%悪化



加工食品事業部門 営業利益要因別増減

(億円 %)

	前期実績	2023年3月期		
		上半期	前期比	前期差
売上高	1,422	1,484	104.4	62
営業利益	82	59	71.9	-23



○コストアップ **△36億円** 原材料やユーティリティ費用増に加えてタイ子会社、社外仕入のコストアップの影響大

○価格改定効果 **+21億円**

ハム・ソーセージは、価格改定で概ねコスト増を吸収

要因		金額
21年度上半期営業利益		82
コストアップ △36億円	主原料	-4
	副原料・ユーティリティ	-11
	タイ子会社	-10
	社外仕入コスト	-10
価格改定効果 +21億円		21
ベンダー子会社		-10
その他		3
22年度上半期営業利益		59

食肉事業部門 上半期の状況

外部環境

○為替が急速に円安に推移

3月平均119円/ドル → 9月平均143円/ドル

○海外畜肉相場の高値継続

○国内食肉需要の低迷 特に牛肉の減少が激しい

総務省家計調査 22年4月～9月合計額（2人以上の世帯1世帯あたり）

支出金額（昨比）	%
牛肉	94.0
豚肉	100.5
鶏肉	100.7
生鮮肉	98.1
その他生鮮肉	91.4

購入数量（昨比）	%
牛肉	90.5
豚肉	97.2
鶏肉	97.2
生鮮肉	96.1
その他生鮮肉	86.6

○飼料価格の高騰

	期間	金額
J A 全農配合飼料価格 (全国全畜種平均)	22年1月～3月	2,900円値上げ
	22年4月～6月	4,350円値上げ
	22年7月～9月	11,400円値上げ

過去最高を更新



当社

○食肉販売

- ・コスト上昇に対しての価格転嫁の遅れ
- ・コスト高や需要減も重なり、特にチルドの輸入牛肉、輸入豚肉の販売数量減少により売上高も前年を下回る

上期販売実績	数量昨比	売上高昨比
輸入牛肉	70%	88%
輸入豚肉	87%	90%

- ・収益性を重視した販売行動

○養豚事業

- ・豚肉出荷頭数の向上推進 2030年までに出荷頭数60万頭を目指す

年度	出荷頭数
2019年度	38万頭
2020年度	42万頭
2021年度	44万頭

2022年度上半期 昨比99%

- ・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
(有) 肉質研究牧場に可動式分娩クレートを導入（2022年3月）
- ・宮城新農場建設
繁殖農場に母豚搬入スタート（2022年7月）

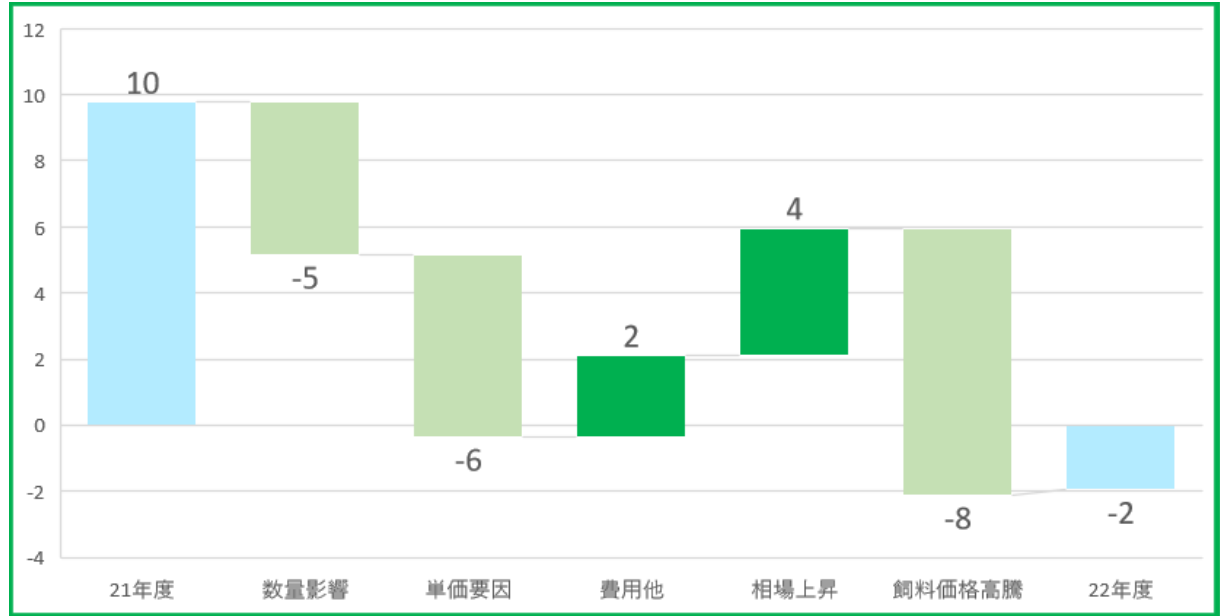
食肉事業部門 営業利益要因別増減

※組替後

(億円 %)

	前期実績	2023年3月期		
		上半期	前期比	前期差
売上高	677	630	93.1	-47
営業利益	10	-2	-19.9	-12

※前期も今期も飼料補填金を売上高に含む



食肉販売 △8億円
販売数量減△5億、価格転嫁遅れ△6億
費用他 + 3億

養豚事業 △4億円
国産豚肉相場が高値推移 + 4 億
飼料価格高騰 △ 8 億

要因		金額
21年度上半期営業利益		10
食肉販売 △8億円	数量影響	-5
	単価要因	-6
	費用他	2
養豚事業 △4億円	相場上昇	4
	飼料価格高騰	-8
22年度上半期営業利益		-2

【参考】配合飼料価格安定制度に係る表示方法の変更

収入 (補填金)	従来	変更後
費用 (積立金)	営業外収益	売上高
	営業外費用	販売費及び一般管理費

連結貸借対照表

(億円)

	22年3月期 期末	23年3月期 9月末	増減
流動資産	958	989	30
現金及び預金	126	116	-10
受取手形及び売掛金	441	446	5
たな卸資産	234	307	73
預け金	130	90	-40
その他	27	29	2
固定資産	1,259	1,308	49
有形固定資産	972	1,008	36
無形固定資産	49	59	11
投資その他資産	238	240	2
資産合計	2,217	2,296	79

	22年3月期 期末	23年3月期 9月末	増減
負債合計	992	1,049	57
流動負債	717	743	26
固定負債	275	306	31
株主資本合計	1,028	1,042	14
資本金	79	79	0
資本準備金	102	102	0
利益剰余金	851	865	14
自己株式	-4	-4	0
その他包括利益合計	91	97	6
非支配株主持ち分	107	109	2
純資産合計	1,226	1,248	22
負債純資産合計	2,217	2,296	79

	22年3月期 期末	23年3月期 9月末	増減
自己資本比率	50.5	49.6	-0.9

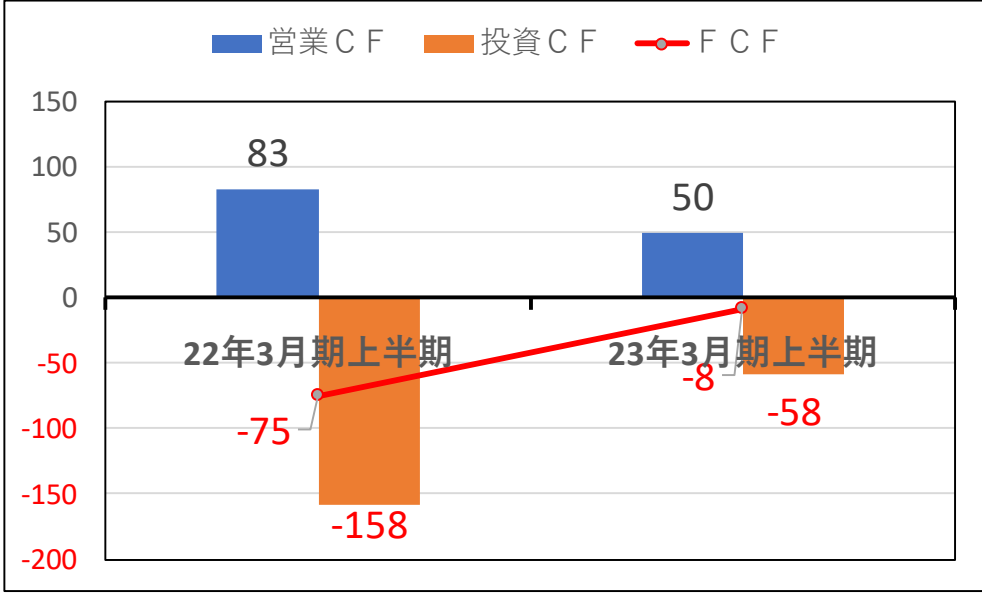
(億円 %)

	22年3月期 期末	23年3月期 9月末	増減
有利子負債	206	236	30
D/Eレシオ	0.18	0.21	0.03
ネット有利子負債	-50	30	79

連結キャッシュフロー計算書

(億円)

	2022年3月期 上半期	2023年3月期 上半期	増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	83	50	-34
税金等調整前四半期純利益	89	58	-32
減価償却費	51	53	2
売上債権の増減額 「-」は増加	2	-5	-7
棚卸資産の増減額 「-」は増加	-52	-73	-21
仕入債務の増減額 「-」は減少	22	25	3
その他	-29	-8	21
②投資活動による キャッシュ・フロー	-158	-58	100
有形固定資産の支出	-75	-98	-22
無形固定資産の支出	-8	-10	-2
預け金	-50	50	100
その他	-25	-0	25
③財務活動による キャッシュ・フロー	-59	7	66
④現金及び現金同等物の期末残高	164	161	-3
①+②フリーキャッシュフロー	-75	-8	66

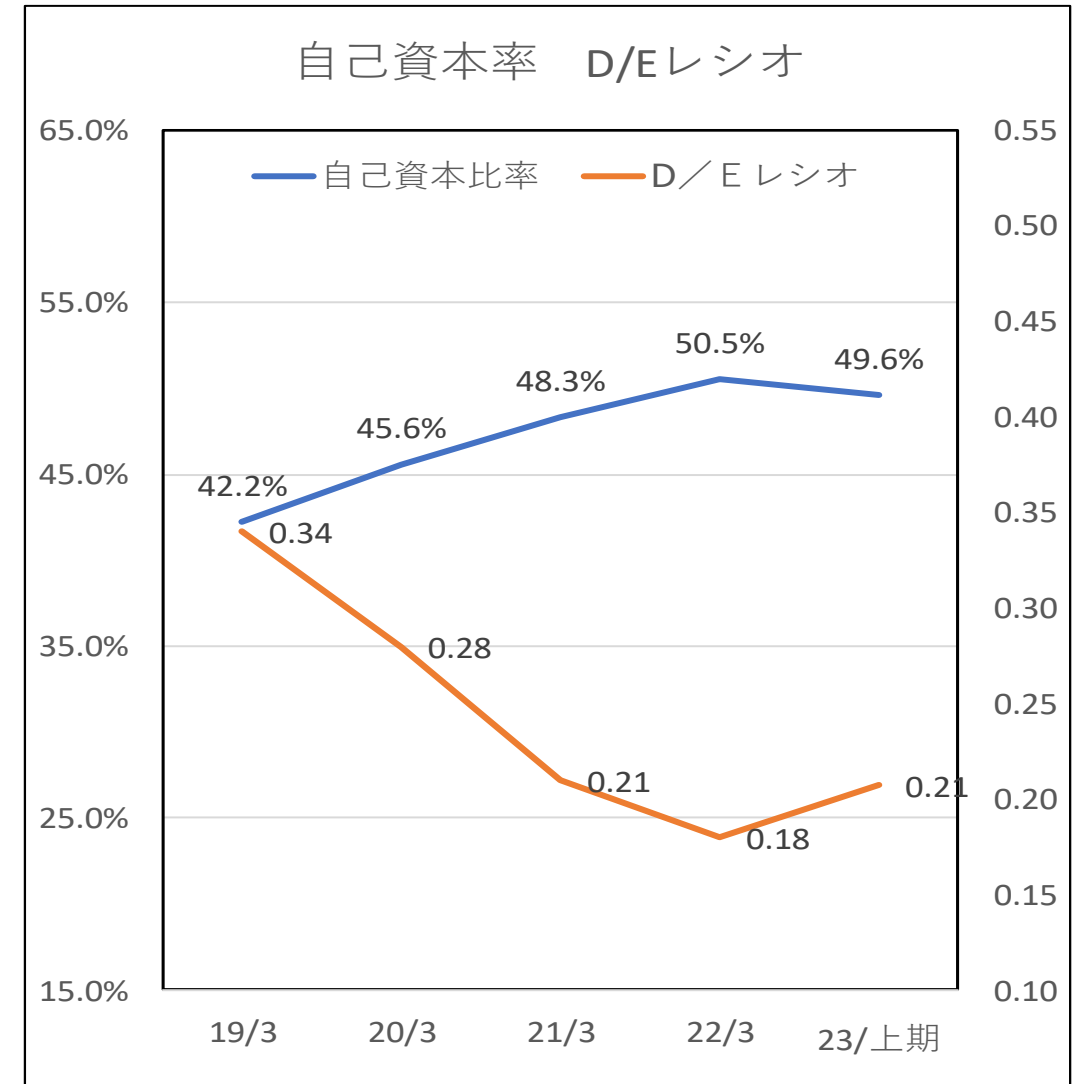
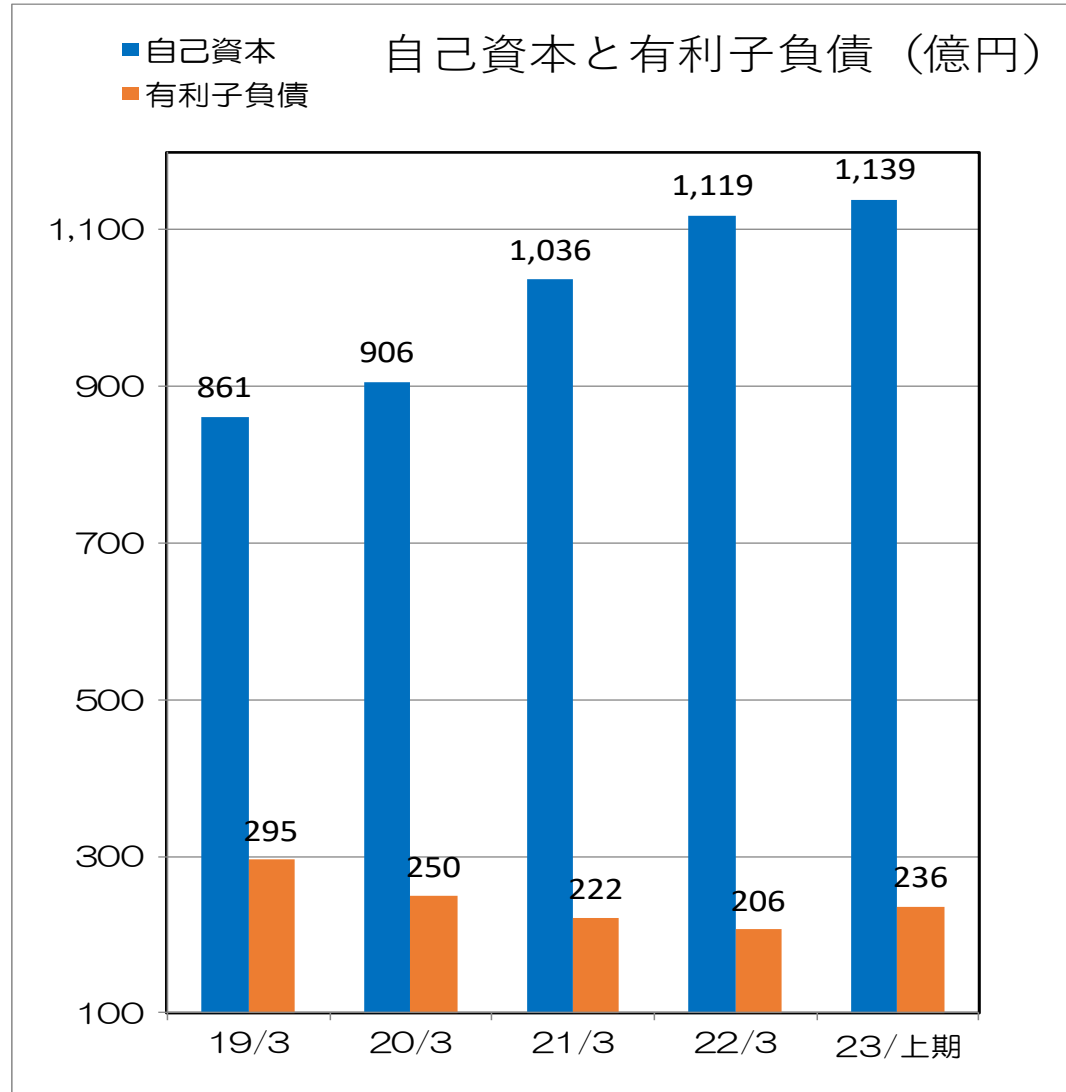


減価償却費及び設備投資

(億円)

	2022年3月期		2023年3月期		
	上半期	年間	上半期	前年差	計画
減価償却費	51	105	53	2	110
設備投資額	85	166	95	10	281

自己資本と有利子負債、各指標の推移



目次

- 1 2023年3月期 上半期 業績総括
- 2 2023年3月期 通期見通し**
- 3 ご参考資料
- 4 外部環境データ

2023年3月期 連結通期業績予想

【通期】

※組替後

(億円 %)

	前期実績	10/31 修正予想※	前期差	前期比	当初公表 見通し
売上高	4,207	4,320	113	103	4,410
営業利益	140	110	-30	78	161
経常利益	149	116	-33	78	166
親会社株主に帰属する当期純利益	97	73	-24	75	106

※10/31に公表した通期業績予想の修正値

【上期】

	前期実績	上期実績	前期差	前期比
売上高	2,102	2,117	16	100.7
営業利益	84	55	-29	65.1
経常利益	89	58	-30	65.9
親会社株主に帰属する当期純利益	53	37	-16	69.8

【下期】

前期実績	下期予想	前期差	前期比
2,106	2,203	97	104.6
56	55	-1	98.1
60	58	-3	95.6
44	36	-8	81.5

※前期実績は組替後数値

○加工食品セグメント

第2回目の価格改定の推進 PB商品も価格見直し
上期からのコスト上昇分をカバーしていく

○食肉セグメント

前年ベースの営業利益を確保

(前期下期セグメント別実績) 億円

	売上高	営業利益
加工食品	1,434	59
食肉	669	3
他・調整	2	-6
合計	2,106	56

下半期の重点施策

【加工食品事業部門】

▶販売拡大（シェアアップ）の取り組み継続

◇S C I（ハムソー）11年連続シェア拡大

※2019年度までモニターの対象15歳～69歳、2020年度より15歳～79歳

- ・香薫ブランド（2個束、大袋）の認知アップ、キャンペーン等を活用したファン層の拡大

▶2回目価格改定（9／1～）の実施

- ・P B商品も取引先との商談を継続し価格改定を実行していく

▶生産能力アップ シェアアップに安定供給できる生産能力

- ・既存工場 稼働日の増加
- ・鹿児島新工場 23年1月より順次ライン移設実施。来春より本格稼働予定

▶ベンダー子会社

- ・新規商品開発の継続
- ・コスト上昇分を順次、新規商品でカバーしていく

【食肉事業部門】

▶食肉販売（仕入・販売）

- ・仕入価格上昇分の価格転嫁の継続
- ・収益性を重視した販売、商談（相場連動へ）
- ・懸念される市場在庫過多に留意したロス削減強化
- ・新産地の取り組み E Uから冷凍肉の輸入検討準備（チルド解凍の納品とセット）

▶養豚

- ・生産性向上、品質向上
- ・アニマルウェルフェア
- ・宮城新農場スタート 種付け～出産 来秋より肉豚の出荷開始

鹿児島新工場、宮城新農場建設の進捗

◇鹿児島新工場の進捗



2022年12月
完成予定

2023年1月～
順次現工場より
ライン移設

2023年春
本格稼働予定

- ・香薰等生産能力アップ
- ・最新 A I 検査装置など最新生産設備導入
- ・環境対策CO₂削減（天然ガス加熱設備、自然冷媒、太陽光発電等）
- ・おつまみ商品対応設備（地産地消）

◇宮城新農場の進捗



1期繁殖農場（亘理町）
完成

1期肥育農場（山元町）
22年度中完成

2022年7月
母豚搬入開始

年末
種付け開始

2023年秋季
肉豚出荷予定

- ・ICT（情報通信技術）導入などで、飼育環境情報をデータ化
- ・自社においての飼料配合の取り組み（飼料用米も活用）
- ・アニマルウェルフェア（OIE（国際獣疫事務局）指針に沿った自社基準を設定）
- ・地域との共存

◇グローバル展開（シンガポールへの進出 Rudi's Fine Food Pte Ltd）



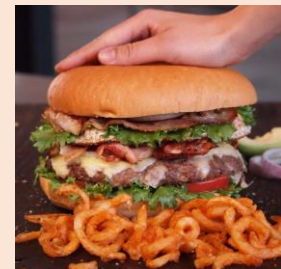
- ▶ 欧州式の高品質なハム・ソーセージ等の食肉加工品を製造・販売。主要顧客は、現地主要スーパーや五つ星等の高級ホテル。現地スーパーを新規開拓。
- ▶ 将来的にはPRIMAHAM (THAILAND) CO., LTDと連携し、東南アジア市場への進出も視野にしている。



◇E Cビジネスの取り組み（食肉通信サイト「ミートガイ」）

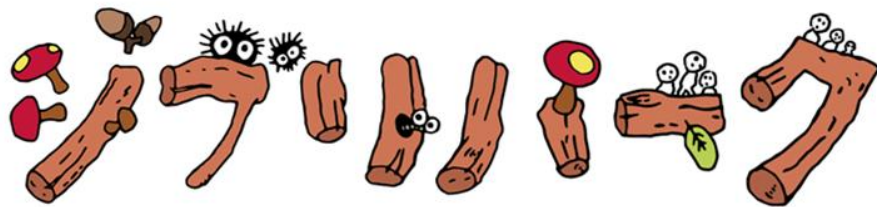


- ▶ 牛肉は放牧により牧草を食べて育った健康的で赤身肉が多いグラスフェッドビーフが中心。
- ▶ 無添加、ホルモンフリーなど健康・安全にもこだわり。400種類の豊富な品揃え。
- ▶ 自社工場では自家製の生ソーセージなどオリジナル性の高い製品を製造。



ジブリパークのオフィシャルパートナーに

株式会社ジブリパークは「100年後も愛されるジブリパークを創ろう。」
を企業スローガンに掲げ、子どもから大人まで幅広い来園者や地域に
愛されながら成長し、持続可能な社会に貢献することを目指しています。
当社はジブリパークの理念に賛同し、オフィシャルパートナーになりました。

プリマハムは  を応援しています。

© Studio Ghibli

2022 11 / 1 開園（愛知県長久手市）

プリマハムグループ統合報告書2022の発行

2022年9月発行 11月英語版開示
環境負荷低減のため、紙媒体の発行を廃止。
web版（PDF）で、当社ホームページに掲載。



<統合報告書2022の主な内容>

- ① トップメッセージ
- ② 価値創造ストーリー
- ③ 中期経営計画
- ④ サステナビリティマネジメント
- ⑤ 事業概況
- ⑥ コーポレートガバナンス



プリマハムグループ統合報告書 2022 の発行

▶ 2022年8月 優先的に取り組むべき重要課題（マテリアリティ）の目標・KPIを決定。統合報告書2022で開示。

重要課題（マテリアリティ）と目標・KPI			
カテゴリー	重要課題	目標・KPI	関連するSDGs
健康で豊かな食生活を創造する	食の安全・安心の確保	※2030年度までに主要な生産工場およ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%	SDG 12 持続可能な消費
	健康に配慮した商品の提案	※健康配慮型商品のラインアップ拡大	SDG 3 健康と福祉
地球環境の保全に貢献する	温室効果ガス排出量の抑制	※2030年度までにCO ₂ 排出量24.3%削減(2021年度比) ※化石燃料由来温暖化ガス ※海外拠点・豚生体由来は除く	SDG 13 気候変動
	廃棄物排出量の削減	※2030年度までに廃棄物排出量(廃プラスチック・食品廃棄物)5%削減(2021年度比) ※製造数量あたりの原単位 ※リサイクル率(食品廃棄物)98%以上 ※排出量ベース	SDG 12 持続可能な消費
サプライチェーン・マネジメントを強化する	持続可能な原材料調達の実現	※安定的な原材料調達に向けた調達方針の決定 ※重要一次食肉サプライヤーの倫理監査実施率100%	SDG 12 持続可能な消費
	アニマルウェルフェアへの対応	※国際基準(OIEコード)に合った自給養豚事業の獣医療管理実施 ※アニマルウェルフェアに配慮した原材料調達	SDG 12 持続可能な消費
働きがいのある職場環境をつくる	多様な働き方の尊重、推進	※2030年度までに年間新卒採用率90%、年間実働労働時間の削減 ※対象はプリマハム(株)の全従業員 ※2030年度までに女性休職率100%、女性定率比率40%以上 ※女性休職率は5日以上で休職としてカウント ※対象はプリマハム(株)の社員 ※2030年度までに人権に関する従業員教育実施率100%、人権デューデリジェンスの実施(年1回) ※対象は全グループ会社 ※2030年度までに障がい者雇用率2%の達成 ※対象はプリマハム(株)の全従業員	SDG 8 働きがいと経済成長
	優秀な人材の雇用と育成	※2030年度までに管理職に占める女性比率10% ※対象はプリマハム(株)の社員	SDG 5 ジェンダー平等
	心身の健康に配慮した労働安全衛生	※従業員および家族が心と体を健康で、充実した生活をおくるため、健康維持・健康増進の活動を推進	SDG 3 健康と福祉
経営基盤を強化する	コーポレートガバナンスの強化	※公正、透明、自由な競争ならびに適正な取引の遂行 ※従業員一人ひとりのコンプライアンス意識のさらなる醸成に向けた取り組みを推進 ※ステークホルダーへの適切な情報開示とESG評価機関の評価向上 ※2022年度中にTCFD提言に沿った情報開示	SDG 17 パートナーシップ

目標・KPIの一例

重要課題	目標・KPI
温室効果ガス排出量の抑制	2030年度までにCO ₂ 排出量24.3%削減(2021年度比) ※化石燃料由来温暖化ガス※海外拠点・豚生体由来は除く
廃棄物排出量の削減	2030年度までに廃棄物排出量(廃プラスチック・食品廃棄物)5%削減(2021年度比) ※製造数量あたりの原単位 リサイクル率(食品廃棄物)98%以上 ※排出量ベース
優秀な人材の雇用と育成	2030年度までに管理職に占める女性比率10% ※対象はプリマハム(株)の社員

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
サステナビリティ委員会設置
- ・ 2021年12月 サステナビリティホームページ開設



- ・ **2022年 8月 重要課題（マテリアリティ）の目標・KPIを決定**
- ・ **2022年 9月 TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への賛同を表明**

目次

- 1 2023年3月期 上半期 業績総括
- 2 2023年3月期 通期見通し
- 3 ご参考資料**
- 4 外部環境データ

【参考】商品別売上高（2023年3月期上半期）

※組替後

（億円 %）

商 品 別	前期実績	2023年3月期	
		上半期	前期比
ハム・ソーセージ	491	510	103.9
加工食品 他	336	364	108.1
総菜（ベンダー子会社）	514	506	98.5
食肉	746	722	96.7
その他	15	16	105.8
計	2,102	2,117	100.7

セグメント明細		
加工食品	食肉事業	その他
510	0	0
363	1	0
506	0	0
99	622	0
6	7	3
1,484	630	3

ハムソー売上高 前期比 103.9%

▶価格改定効果、香薫が順調に推移した

加工食品売上高 前期比 108.1%

▶価格改定により売上高増になるもコスト
上昇が追い付かず

食肉売上高 前期比 96.7%

▶価格転嫁遅れや、購買需要の減少もあり
販売量が前年を下回る

【参考】

（億円 %）

	前期実績	2023年3月期 2 Q（累計）		
		売上高	前年比	営業利益
ベンダー子会社（1社）	514	506	98.5	6

連結損益計算書の推移

(億円)

		2020年3月期			2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期
	セグメント	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期
売上高	加工食品事業	1,396	1,462	2,858	1,375	1,423	2,798	1,422	1,434	2,856	1,484
	食肉事業	665	652	1,317	669	709	1,378	677	669	1,347	630
	その他事業	3	3	5	2	3	5	2	2	5	3
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117
売上原価		1,738	1,775	3,513	1,760	1,842	3,602	1,827	1,853	3,680	1,871
売上総利益		326	342	668	286	293	580	275	252	527	246
販売管理費		251	261	511	175	190	365	191	180	371	191
営業利益		75	81	156	111	103	215	84	56	140	55
営業外損益		4	-1	3	3	6	9	4	4	8	4
経常利益		79	80	160	115	110	224	89	60	149	58
特別損益		23	-29	-6	-3	-2	-5	1	1	2	-1
税金等調整前当期純利益		102	51	153	111	108	219	89	62	151	58
親会社株主に帰属する当期純利益		57	31	88	70	72	142	53	44	97	37

注記) ※1 2021年3月期より収益認識会計基準を適用 (2021年3月期遡及)

※2 2022年3月期より配合飼料補填金の表示方法の変更に基づく組替えを行った数値

【参考】商品別売上高の推移 (20年3月期～23年3月期上期)

(億円)

		2020年3月期			2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期
	セグメント	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期
売上高	ハムソーセージ	449	453	902	481	493	974	491	488	979	510
	加工食品・総菜他	855	904	1,759	802	860	1,662	850	846	1,696	364
	食 肉	757	757	1,514	745	760	1,505	746	752	1,498	722
	そ の 他	3	3	5	18	22	40	15	19	34	16
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117

連結貸借対照表の推移

(億円)

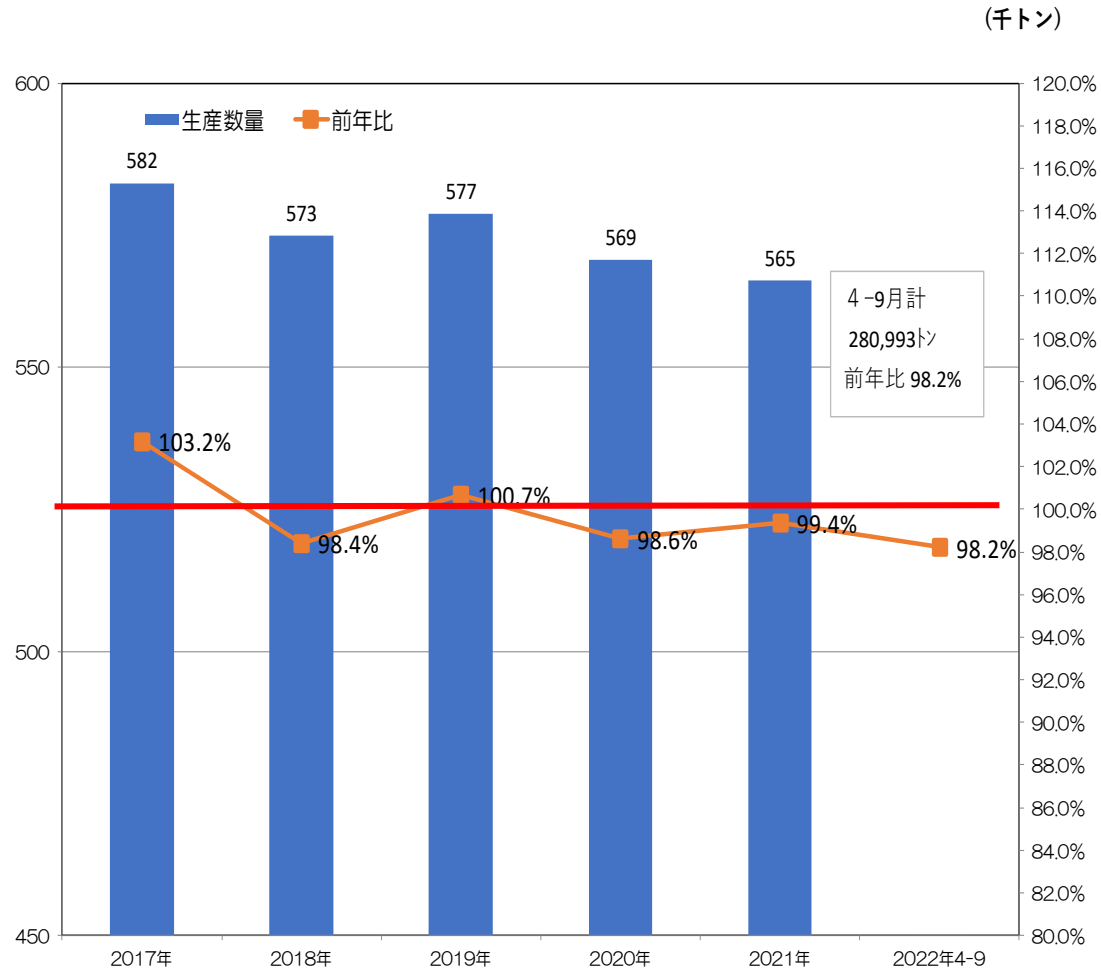
	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		2023年3月期
	上期	年度末実績	上期	年度末実績	上期	年度末実績	上期
流動資産	855	873	934	987	961	958	989
固定資産	1,148	1,112	1,129	1,158	1,213	1,259	1,308
総資産	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296

流動負債	687	682	710	720	744	717	743
固定負債	324	302	288	278	260	275	306
負債合計	1,011	984	998	998	1,004	992	1,049
株主資本	839	860	910	972	992	1,028	1,042
その他の包括利益 累計額	57	46	51	65	60	91	97
非支配株主持分	96	96	104	111	118	107	109
純資産合計	993	1,001	1,064	1,148	1,170	1,226	1,248
負債純資産合計	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296

自己資本	896	906	960	1,036	1,051	1,119	1,139
自己資本比率 (%)	44.7%	45.6%	46.6%	48.3%	48.4%	50.5%	49.6%

目次

- 1 2023年3月期 上半期 業績総括
- 2 2023年3月期 通期見通し
- 3 ご参考資料
- 4 外部環境データ**



【業界生産量の内訳】

(トン %)

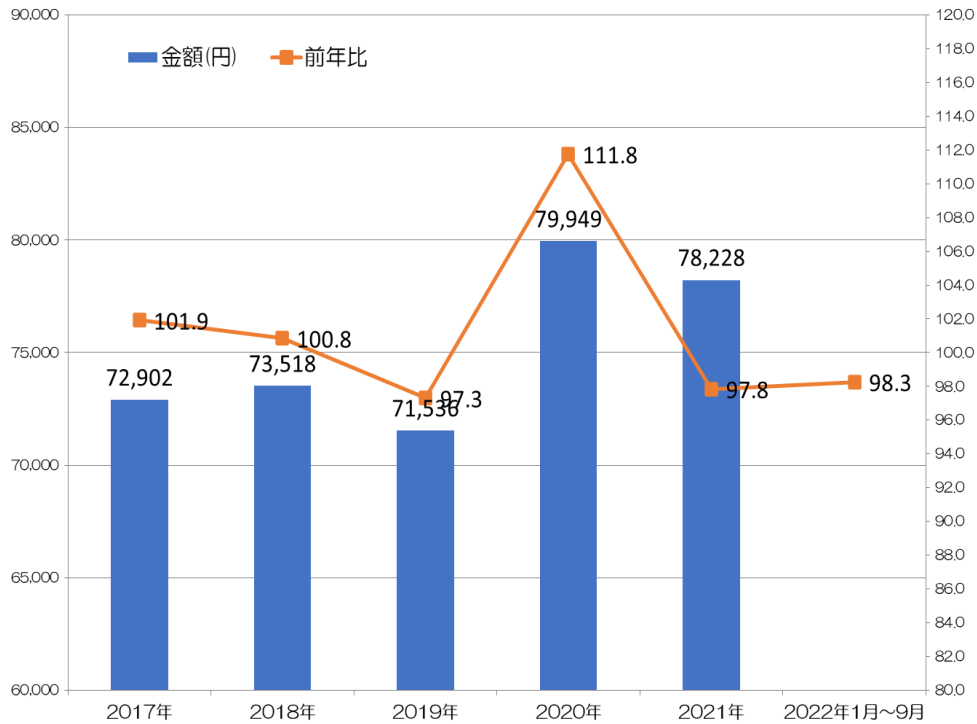
	19年度 生産量	20年度 生産量	前年比	21年度 生産量	前年比	22年度4月-9月 生産量	前年比
ハム類	113,514	111,494	98.2	109,829	98.5	56,460	98.3
ロースハム	78,377	78,236	101.8	76,967	98.4	39,740	97.3
ラックスハム	8,671	9,127	100.9	9,481	103.9	4,889	102.4
ベーコン類	97,302	97,991	100.7	97,591	99.6	48,161	98.7
ソーセージ類	320,211	317,069	99.0	315,984	99.7	154,004	97.0
ウインナー	241,188	242,350	100.5	235,219	97.1	112,510	95.5
フランク	34,606	30,255	87.4	35,384	117.0	18,888	102.5
ポロニア	16,540	17,314	104.7	18,081	104.4	8,684	96.6
ドライ	7,136	6,823	95.6	6,676	97.9	3,359	102.6
焼豚	21,688	21,687	100.0	22,157	102.2	10,872	100.3
プレス	12,104	10,091	83.4	9,278	91.9	5,335	108.9
合計	576,912	568,857	98.6	565,188	99.4	280,993	98.2

(備考)日本ハム・ソーセージ工業協同組合による

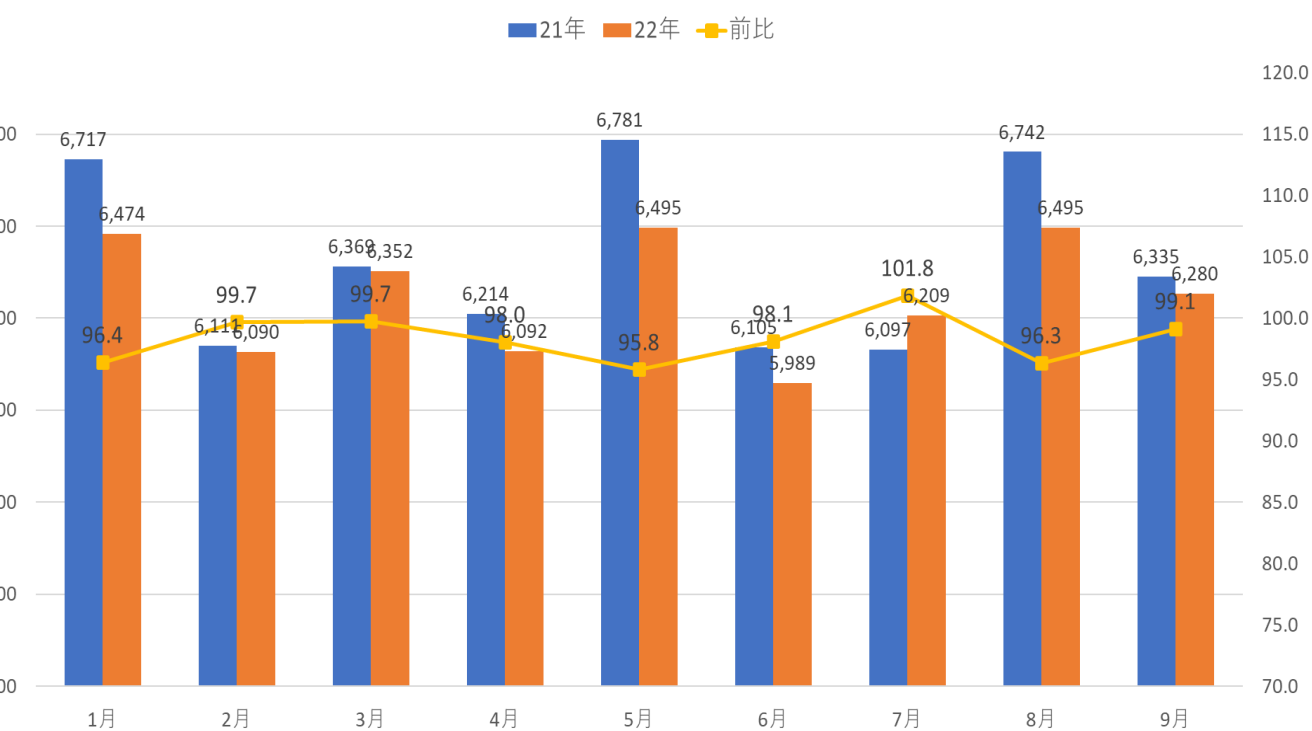
外部環境データ②
家計調査（生鮮肉）



生鮮肉の世帯購入金額(年間) 円



生鮮肉の世帯購入金額(月額) 円



	19年1-12月		20年1-12月		21年1-12月		22年1-9月	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
牛肉	21,178	96.8	23,677	111.8	23,210	98.0	15,761	93.9
豚肉	29,637	96.9	32,861	110.9	31,892	97.1	23,816	100.4
鶏肉	15,587	98.2	17,281	110.9	16,916	97.9	12,479	101.0
合いびき肉	2,612	101.8	3,080	117.9	2,958	96.0	2,244	98.1
その他生鮮肉	2,520	96.6	3,048	121.0	3,253	106.7	2,177	94.3
生鮮肉	71,536	97.3	79,949	111.8	78,228	97.8	56,476	98.3

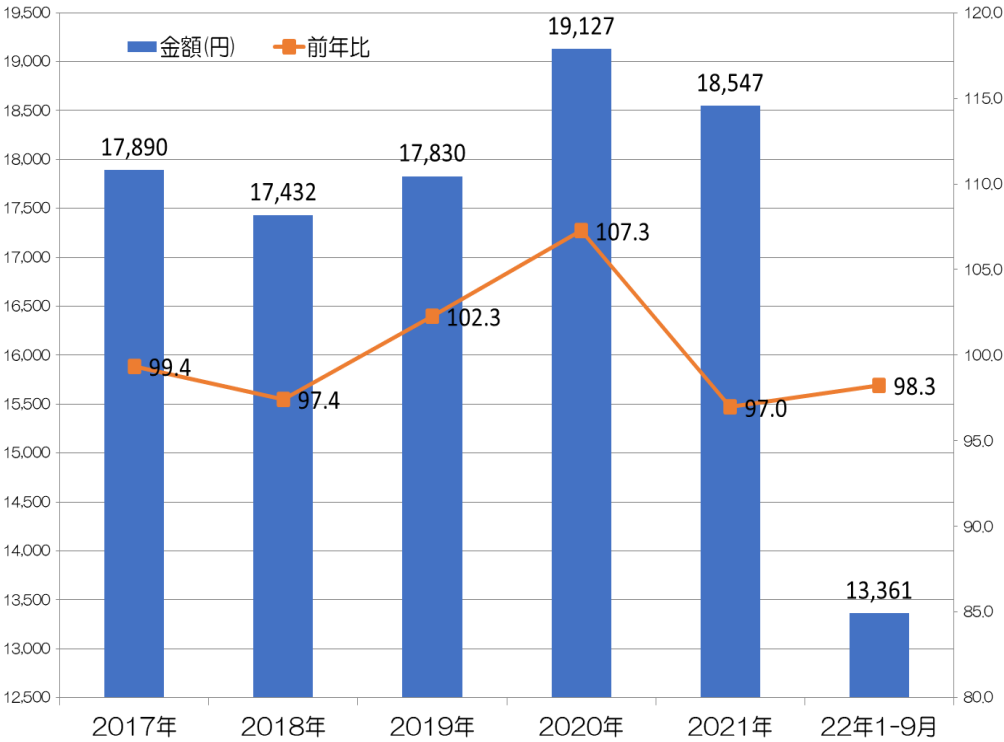
総務省統計局 家計調査報告(全国・二人以上の世帯1世帯あたり)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
牛肉	21年	1,920	1,670	1,845	1,759	2,096	1,765	1,813	2,113	1,811			
	22年	1,781	1,571	1,739	1,654	1,904	1,643	1,789	1,958	1,722			
豚肉	21年	2,817	2,594	2,641	2,594	2,701	2,506	2,527	2,705	2,639			
	22年	2,755	2,640	2,672	2,590	2,657	2,511	2,590	2,691	2,710			
鶏肉	21年	1,469	1,359	1,406	1,384	1,426	1,328	1,265	1,341	1,383			
	22年	1,450	1,404	1,439	1,368	1,403	1,375	1,345	1,309	1,386			
合いびき肉	21年	240	233	258	248	267	263	257	271	250			
	22年	232	233	253	245	257	252	264	258	250			
その他生鮮肉	21年	271	255	219	230	291	242	236	312	253			
	22年	256	242	250	236	274	207	221	279	212			
生鮮肉	21年	6,717	6,111	6,369	6,214	6,781	6,105	6,097	6,742	6,335			
	22年	6,474	6,090	6,352	6,092	6,495	5,989	6,209	6,495	6,280			
	前比	96.4	99.7	99.7	98.0	95.8	98.1	101.8	96.3	99.1			

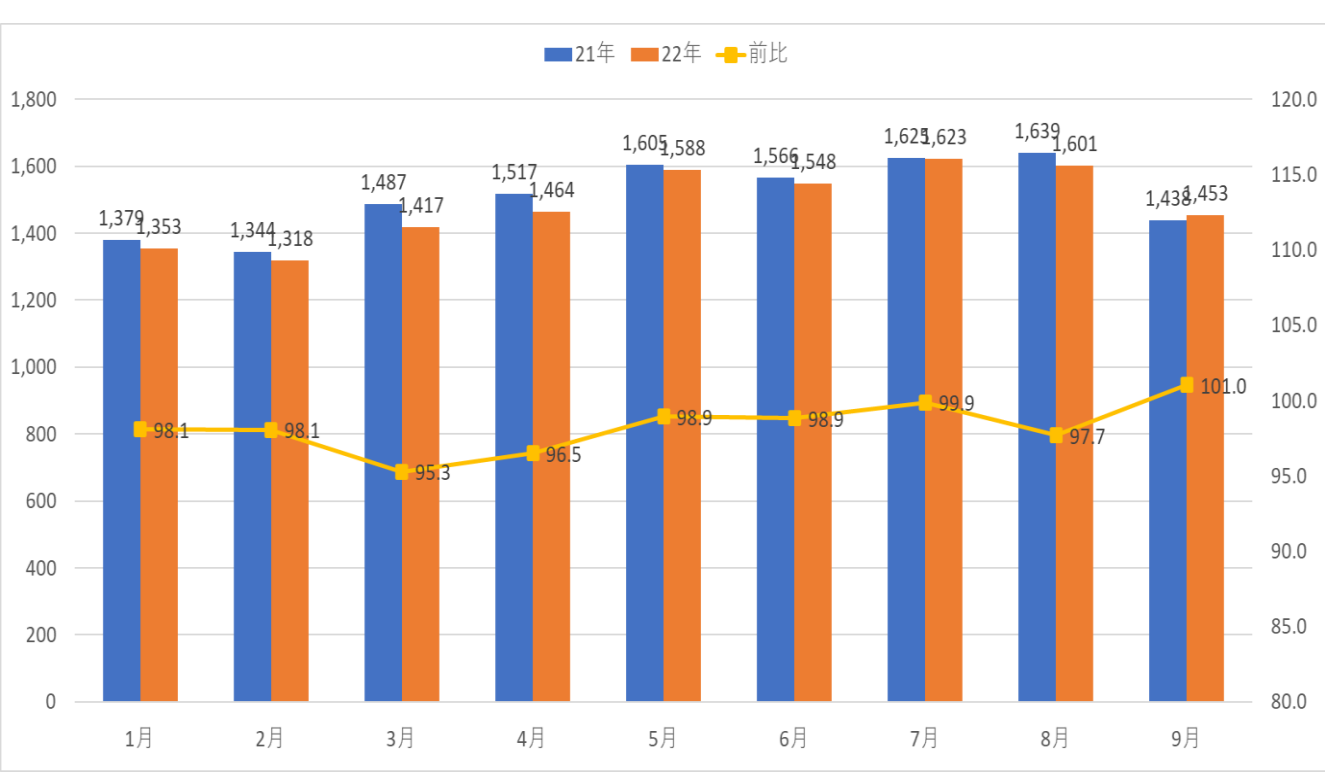
外部環境データ③
家計調査（ハムソー）



ハム・ソーセージ類の世帯購入金額(年間) 円



ハム・ソーセージ類の世帯購入金額(月額) 円

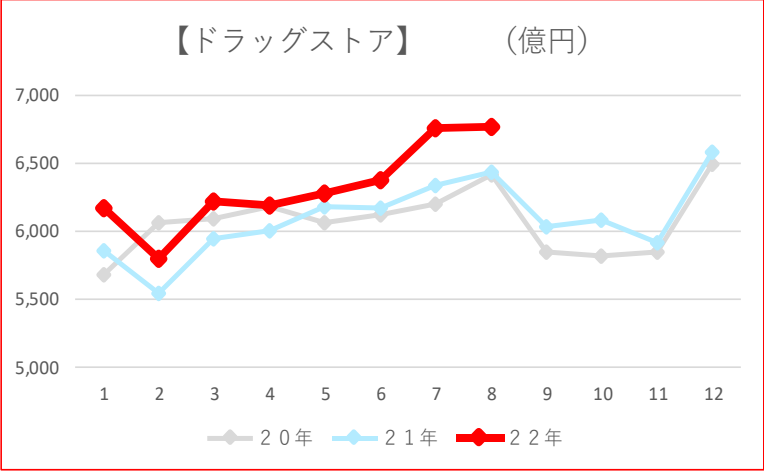
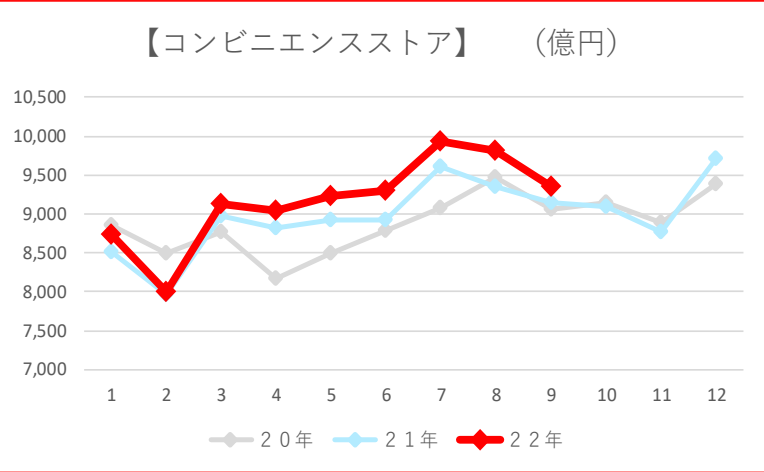
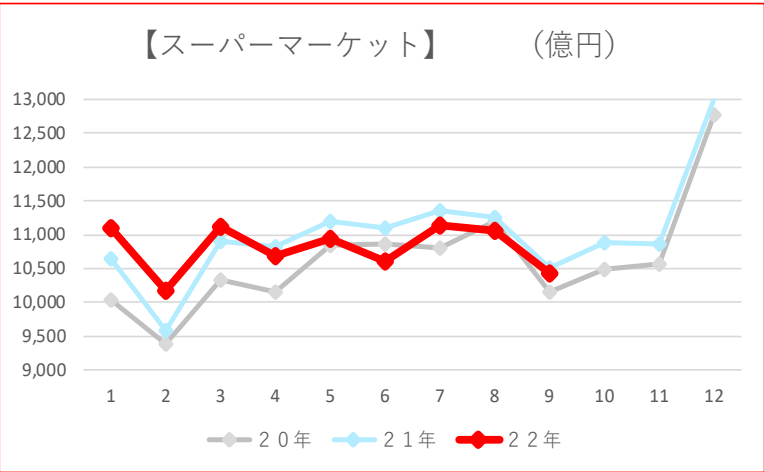


	19年1-12月		20年1-12月		21年1-12月		22年1-9月	
	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比	金額	前年比
ハム	5,092	102.3	5,155	101.2	5,036	97.7	3,296	93.3
ベーコン	7,359	100.2	7,904	107.4	7,612	96.3	1,930	94.1
ソーセージ	2,582	100.3	2,890	111.9	2,744	94.9	5,664	100.2
その他加工肉	2,796	110.4	3,173	113.5	3,152	99.3	2,471	104.6
加工肉合計	17,830	102.3	19,127	107.3	18,547	97.0	13,361	98.3

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)

		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ハム	21年	316	313	356	360	405	477	516	438	353			
	22年	325	282	314	332	384	440	455	414	350			
ベーコン	21年	220	223	238	236	241	220	215	228	229			
	22年	204	207	223	211	222	219	209	218	217			
ソーセージ	21年	608	590	635	652	668	621	614	656	607			
	22年	591	600	629	643	662	622	647	636	634			
その他加工肉	21年	235	218	258	269	291	247	279	317	249			
	22年	233	228	250	277	320	267	311	333	252			
加工肉合計	21年	1,379	1,344	1,487	1,517	1,605	1,566	1,625	1,639	1,438			
	22年	1,353	1,318	1,417	1,464	1,588	1,548	1,623	1,601	1,453			
	前比	98.1	98.1	95.3	96.5	98.9	98.9	99.9	97.7	101.0			

外部環境データ④
業態別動向（SM・CVS・ドラッグ）



		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
スーパーマーケット 総販売額	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	10,688	10,950	10,605	11,148	11,056	10,428			
出所：日本チェーンストア協会		前年比	104	106	102	99	98	96	98	98	99		
コンビニエンスストア 店舗売上高（全店ベース）	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	9,049	9,235	9,293	9,937	9,820	9,351			
出所：日本フランチャイズ協会		前年比	103	100	102	103	103	104	103	105	102		
ドラッグストア 商品販売額	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	6,225	6,189	6,284	6,378	6,764	6,774				
出所：経済産業省 商業動態統計		前年比	105	105	105	103	102	103	107	105			

億円 %

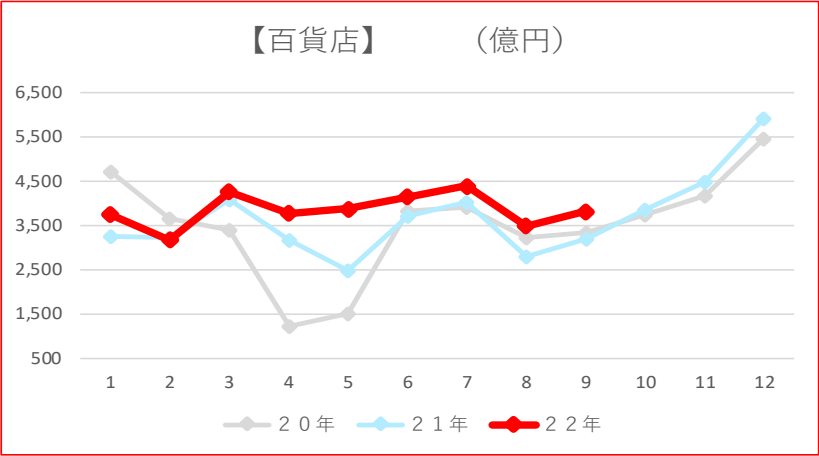
【年間推移】

億円 %

	18年	19年	20年	21年
スーパー マーケット	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
ドラッグ	64,667	70,096	72,342	73,129
	105	108	103	101

外部環境データ⑤

業態別動向（百貨店・外食）



【年間推移】

	17年	18年	19年	20年	21年
百貨店	59,533	58,870	57,547	42,204	44,183
		99	98	73	105

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
百貨店	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
売上高総額	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	3,778	3,883	4,143	4,391	3,494	3,813			
出所：日本百貨店協会	前年比	115	98	104	119	157	112	109	126	120			

【年間推移】

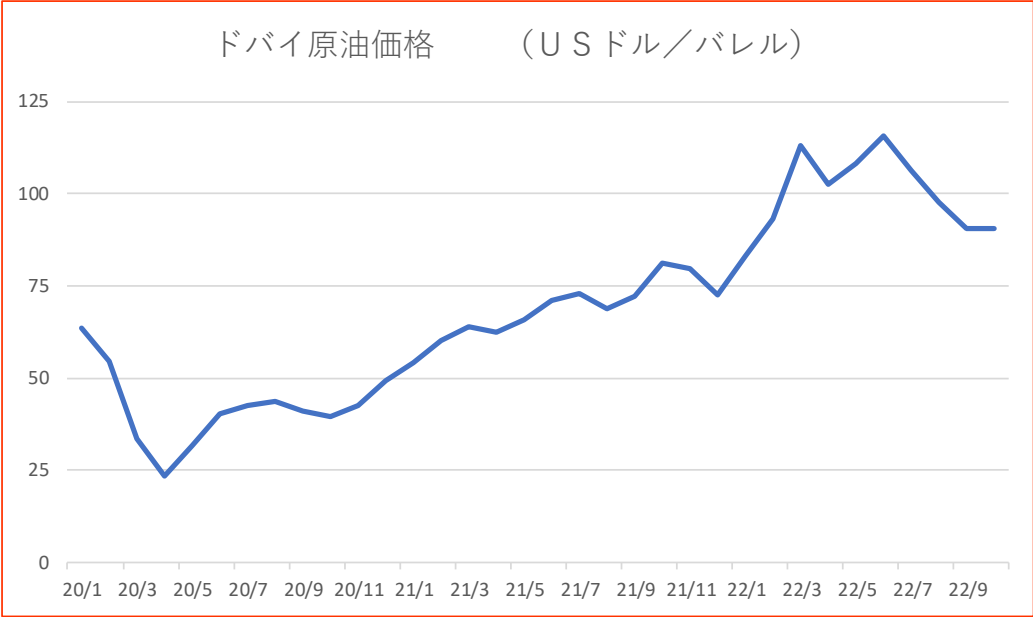
	17年	18年	19年	20年	21年
外食	256,804	257,692	262,684	182,005	
		100	102	69	

※数値は前年比（％）

％

		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	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
売上高前年比	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	113.5	120.4	119.9	114.5	118.0	119.7			
出所：日本フードサービス協会	19年同月比	88.5	84.5	86.3	91.9	95.4	93.1	98.5	90.6	94.1			

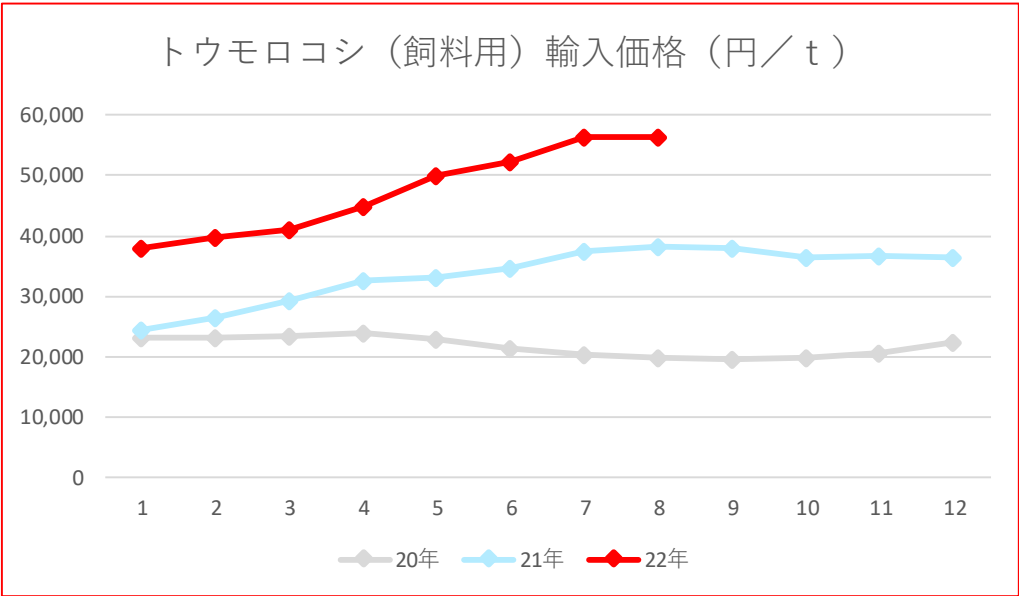
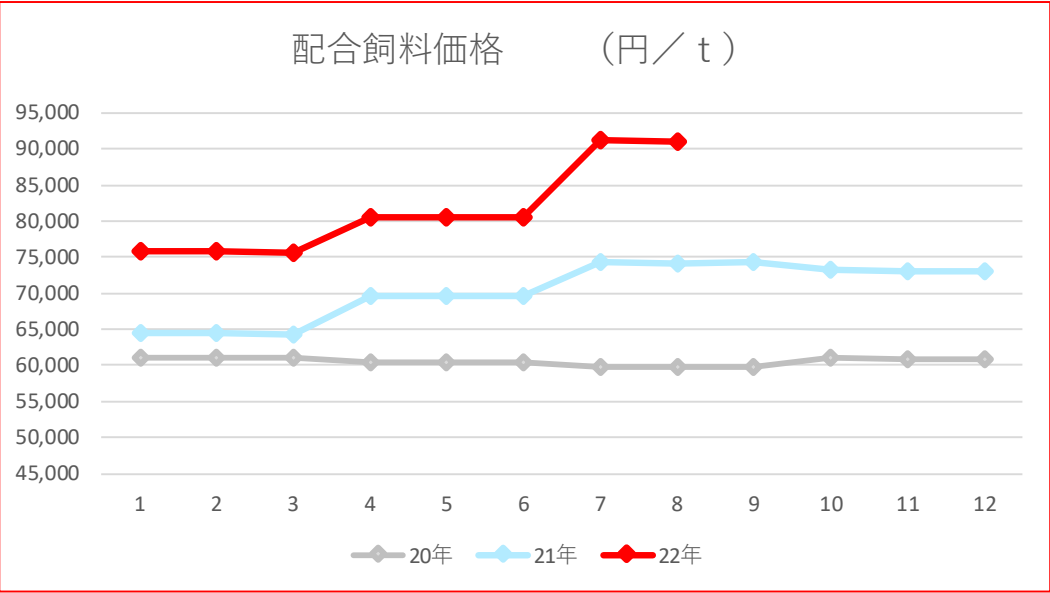
外部環境データ⑥ 為替相場、原油価格



		円/ドル											
為替相場		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
※月次平均	20年	109	110	108	108	107	108	107	106	106	105	104	104
	21年	104	105	109	109	109	110	110	110	110	113	114	114
	22年	115	115	119	126	129	134	137	135	143	147		
出所：みずほ銀行為替情報ヒストリカルデータ													

		U S ドル／バレル											
原油価格（ドバイ）		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
※月間の平均価格	20年	63.8	54.5	33.8	23.3	31.6	40.1	42.6	43.7	41.1	39.7	42.6	49.3
	21年	54.2	60.4	64.0	62.4	66.0	71.0	73.0	68.9	72.2	81.2	79.8	72.8
	22年	83.1	93.1	113.1	102.7	108.3	115.7	106.5	97.8	90.6	90.6		
出所：World Bank – Commodity Markets													

外部環境データ⑦
配合飼料価格・トウモロコシ輸入価格

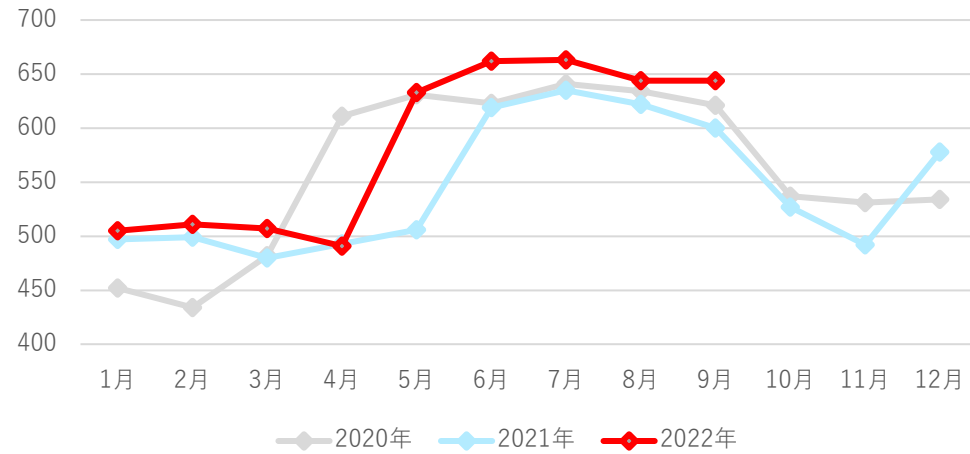


円／t													
配合飼料価格		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
(工場渡価格；全畜種加重平均)	20年	61,065	61,046	61,075	60,455	60,515	60,497	59,686	59,676	59,691	61,042	60,868	60,780
	21年	64,456	64,441	64,354	69,549	69,655	69,591	74,279	74,220	74,248	73,165	73,144	73,026
	22年	75,801	75,748	75,638	80,517	80,635	80,481	91,125	91,078				
トウモロコシ（飼料用）	20年	23,234	23,329	23,466	23,853	22,861	21,375	20,473	19,955	19,665	19,830	20,774	22,466
輸入価格	21年	24,595	26,602	29,236	32,713	33,169	34,653	37,504	38,297	37,959	36,389	36,603	36,505
	22年	38,060	39,698	41,069	44,770	49,888	52,330	56,409	56,477				

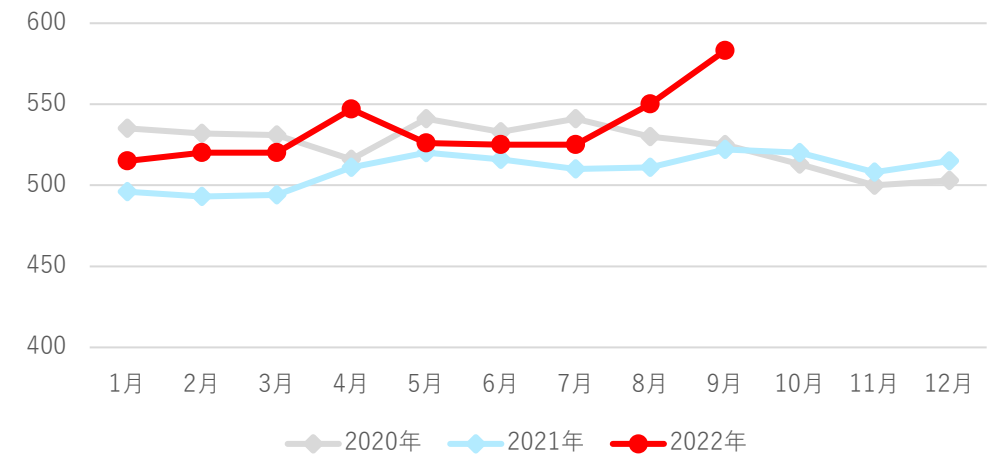
出所：農畜産業振興機構

外部環境データ⑧ 原料相場動向（豚）

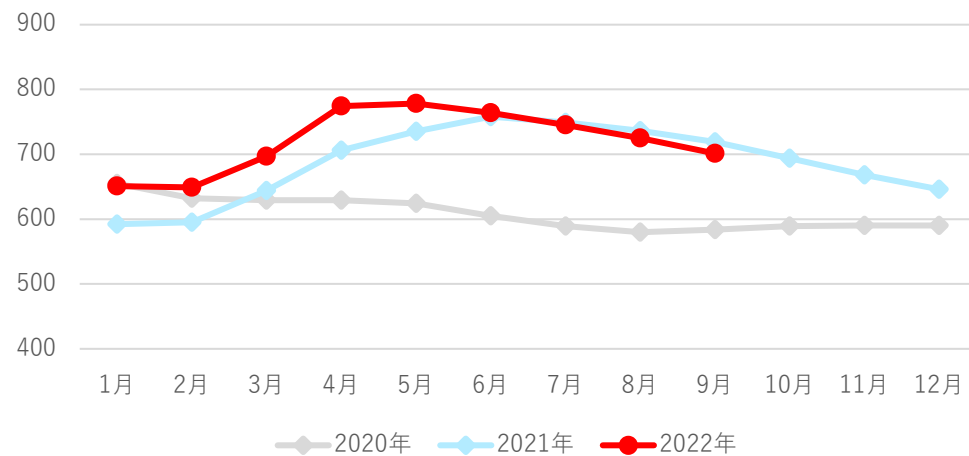
東京市場 豚上枝肉 (円/kg)



米国 豚ロース (冷凍) (円/kg)



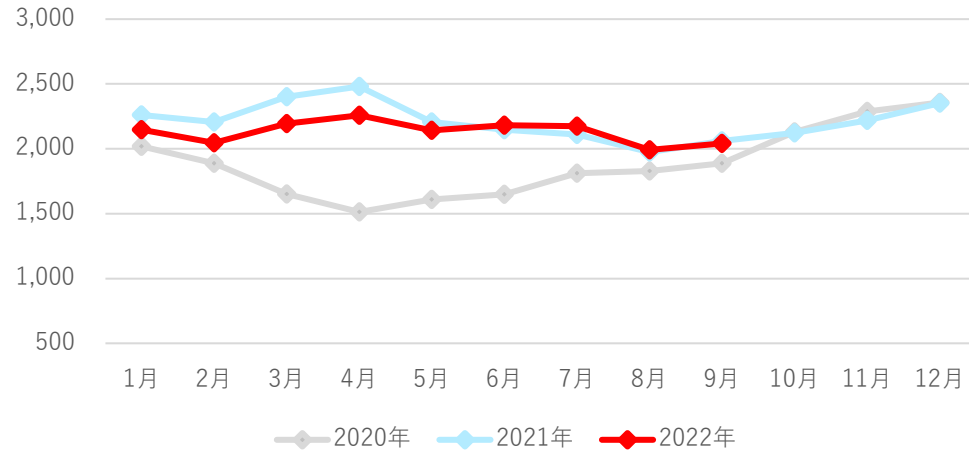
デンマーク バラ (冷凍) (円/kg)



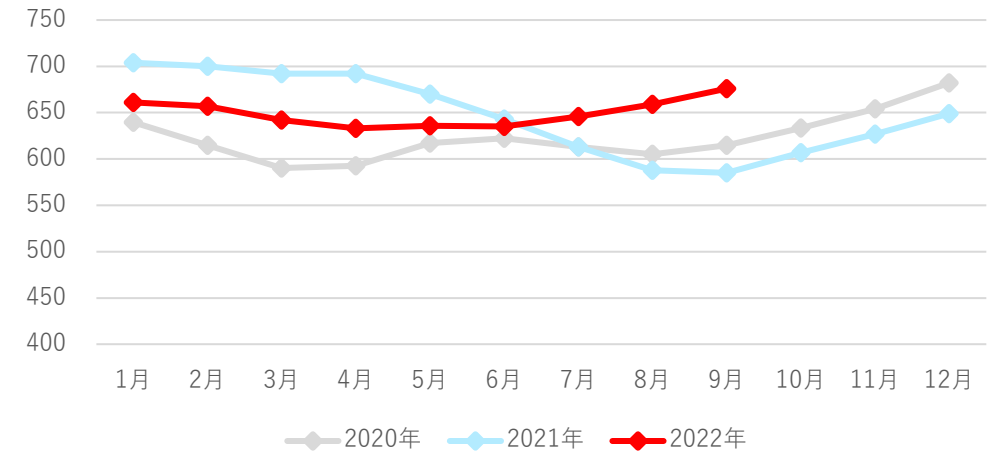
出所；農畜産業振興機構

外部環境データ⑨ 原料相場動向（牛・鶏）

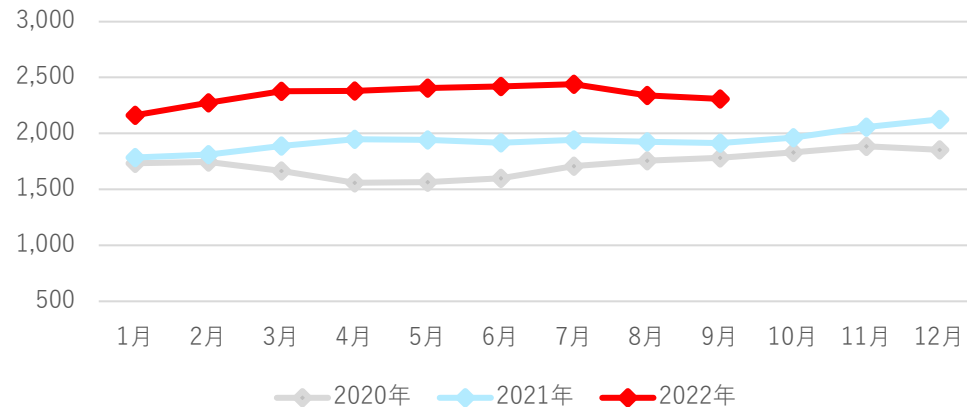
東京市場 和牛去勢牛A-3（円/kg）



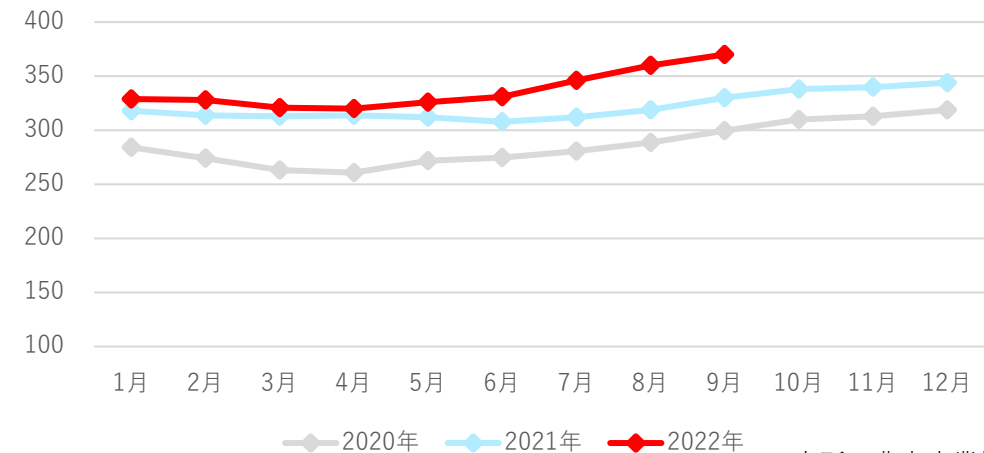
東京市場 国産鶏モモ（円/kg）



豪州 チルドビーフ（グレインフェッド）
ストリップロイン（円/kg）

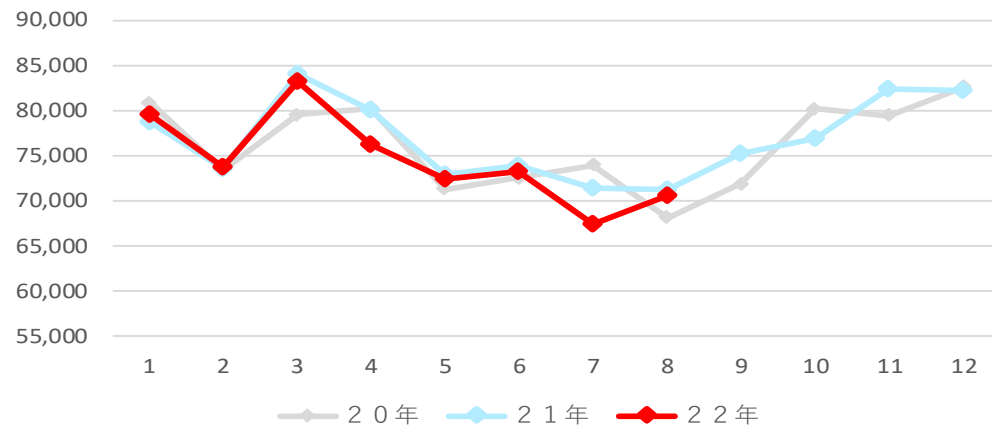


東京市場 国産鶏ムネ（円/kg）

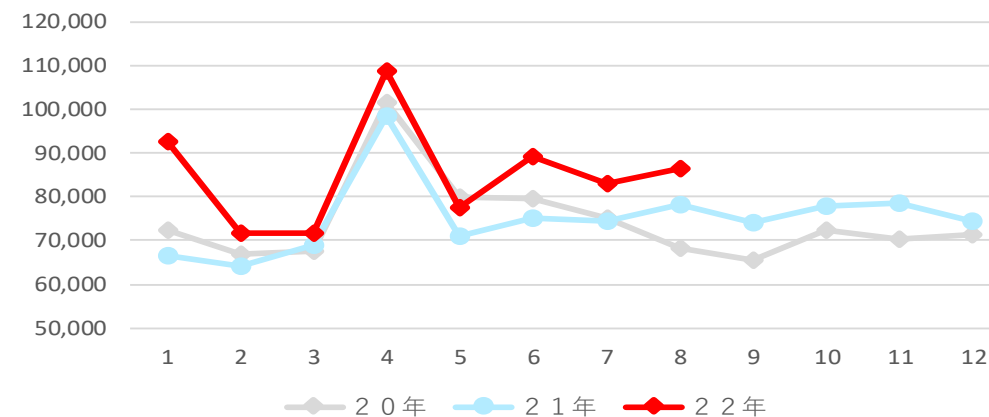


外部環境データ⑩ 豚肉需給動向

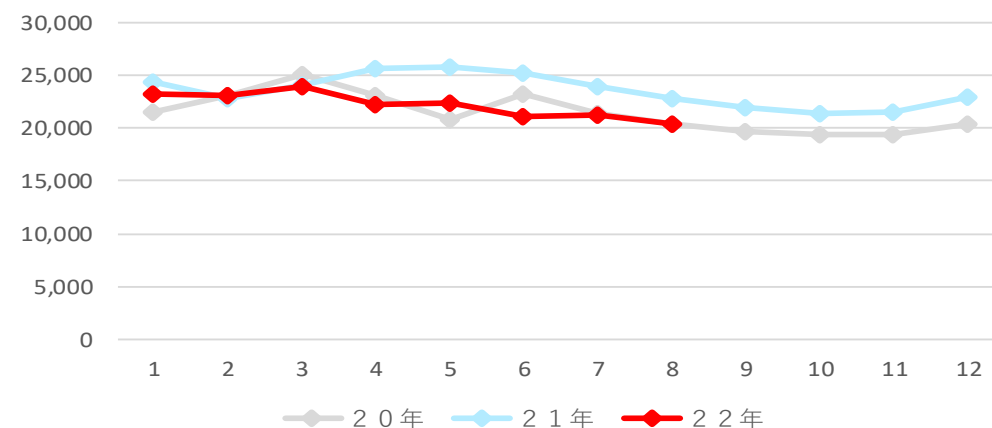
国内豚肉生産量 (t)



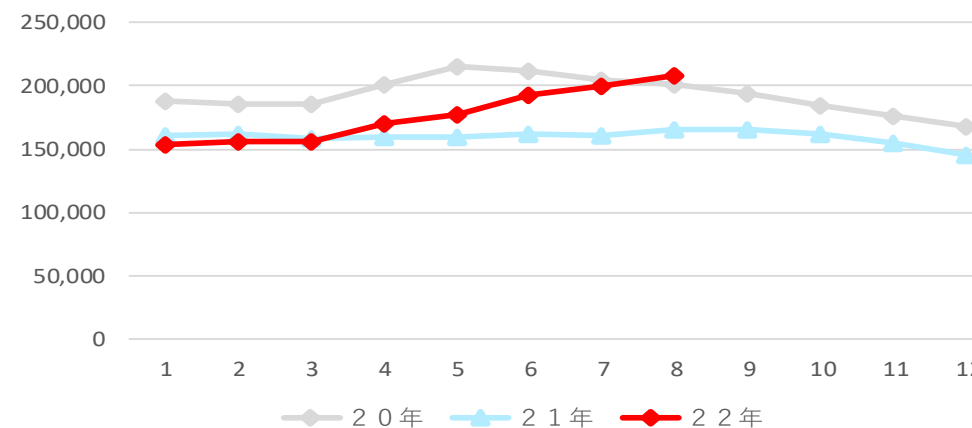
豚肉輸入量 (t)



推定期末在庫(国産) (t)

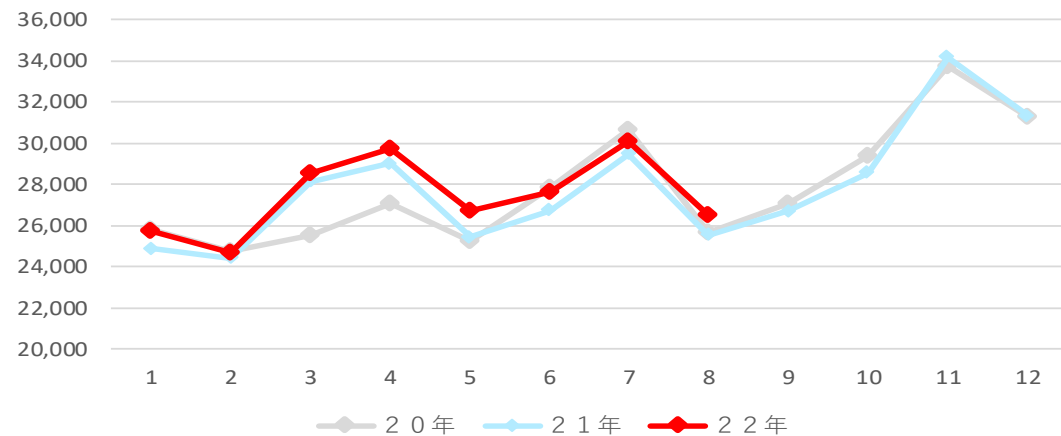


推定期末在庫(輸入) (t)

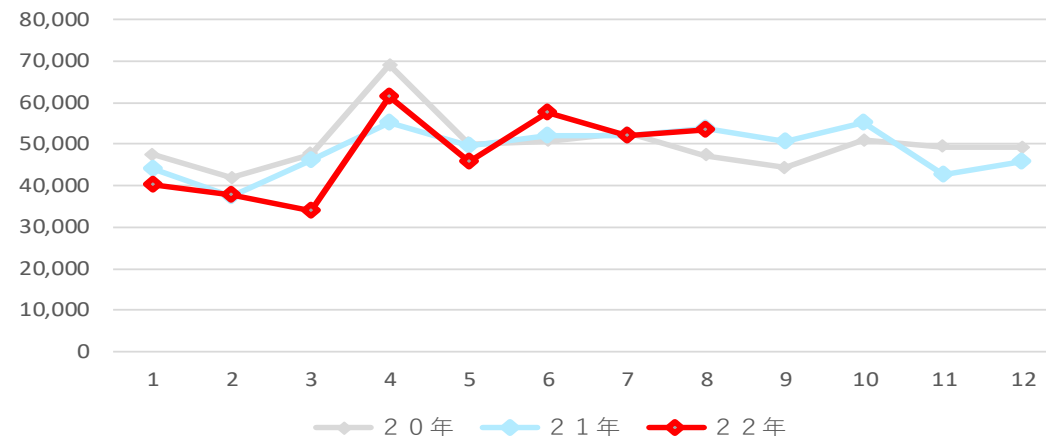


外部環境データ⑪ 牛肉需給動向

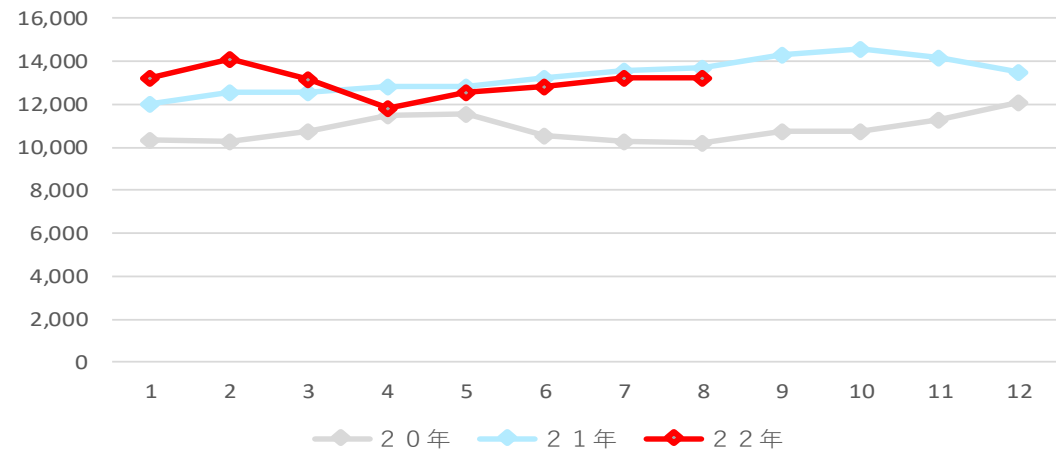
国内牛肉生産量 (t)



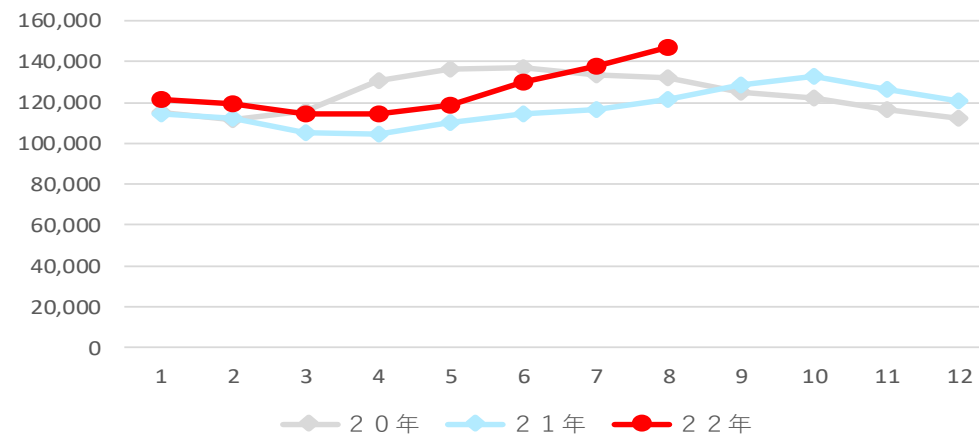
牛肉輸入量 (t)



期末推定在庫 (国産) (t)

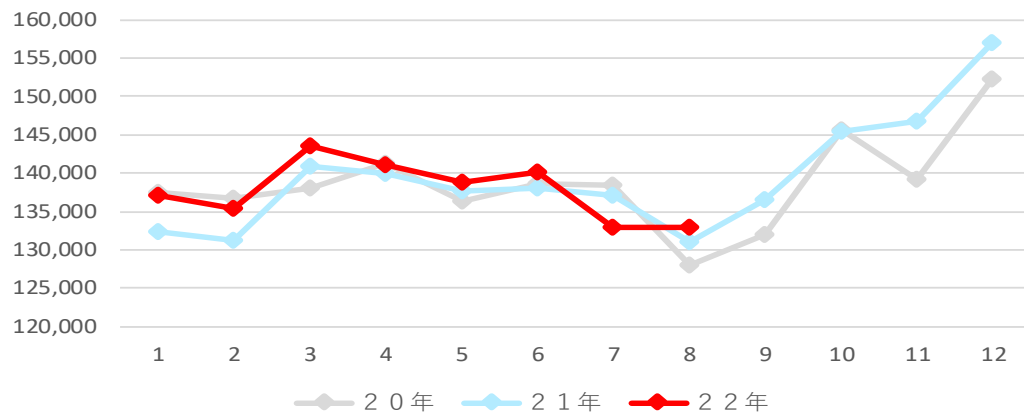


期末推定在庫 (輸入) (t)

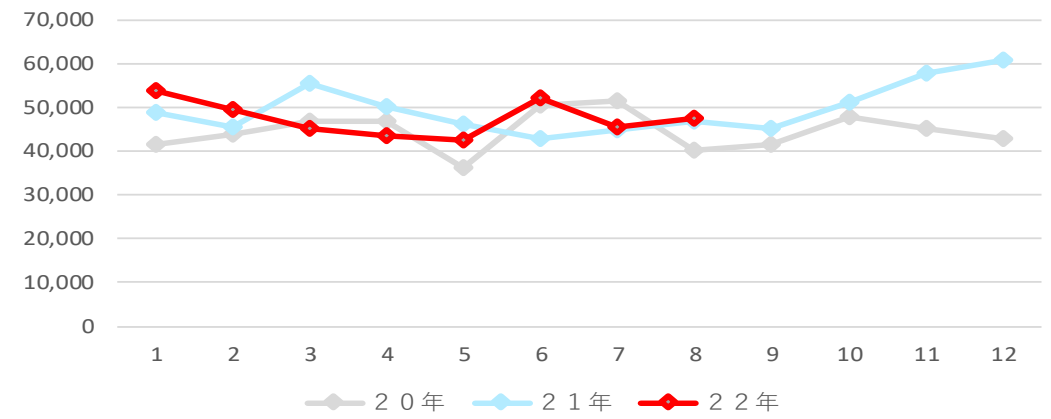


外部環境データ⑫ 鶏肉需給動向

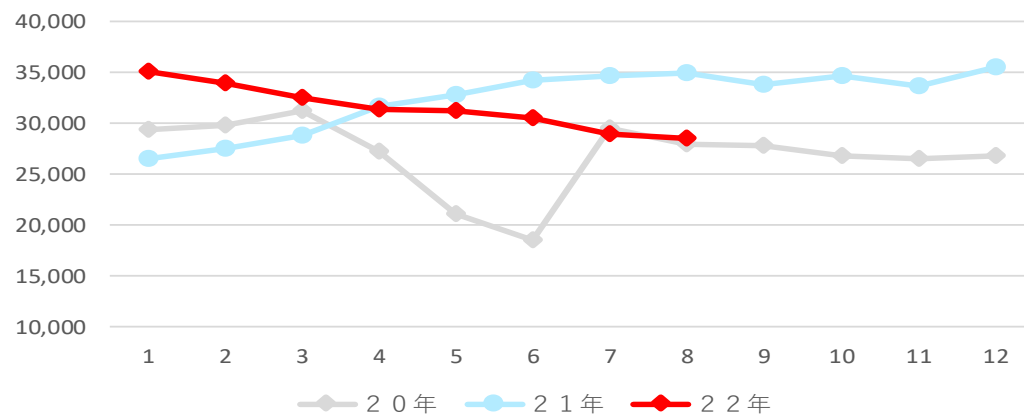
国内鶏肉生産量（t）



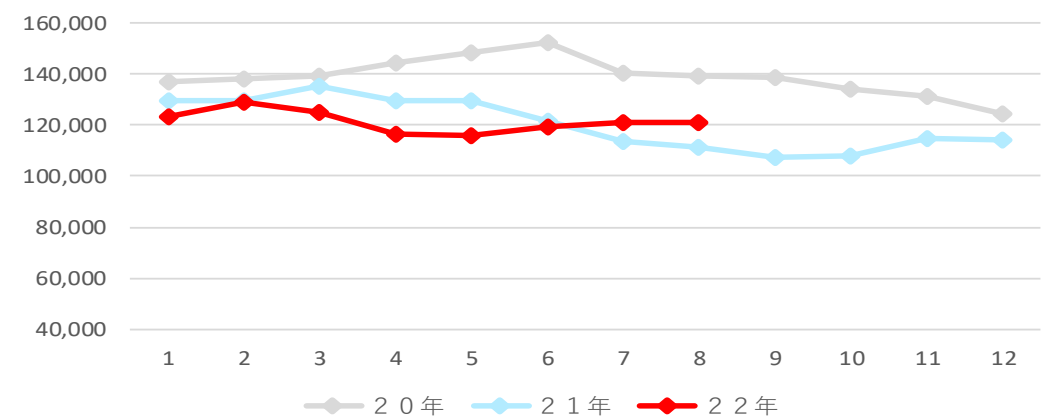
鶏肉輸入量（t）



推定期末在庫（国産）（t）



推定期末在庫（輸入）（t）



出所；農畜産業振興機構

I Rに関するお問い合わせ

【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

T E L

03－6386－1800

I Rに関するお問い合わせについては、メールでも承ります。

ご不明な点等ございましたら、当社ホームページのI Rサイトにある
「I Rに関するお問い合わせフォーム」よりご連絡ください。

The screenshot shows a web page with a red-bordered box containing the following text:

お問い合わせ先

〒140-8529 東京都品川区東品川4-12-2
プリマハム株式会社 総務・広報部
電話：03-6386-1800

Below this box is a button with the text: お問い合わせフォームはこちら

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。