

2023年3月期 決算説明会

2023年 5月18日
プリマハム株式会社

目次

- 1 2023年3月期 業績総括
- 2 中期経営計画ローリングプラン
- 3 参考資料

2023年3月期 連結損益

(億円 %)

	※前期組替実績		2023年3月期			
	通期	売上高比	通期	売上高比	前期比	前期差
売上高	4,207	-	4,307	-	102.4	100
売上原価	3,680	87.5	3,830	88.9	104.1	△ 150
売上総利益	527	12.5	478	11.1	90.5	△ 50
販売管理費	387	9.2	380	8.8	98.2	7
営業利益	140	3.3	97	2.3	69.3	△ 43
経常利益	149	3.5	105	2.4	70.6	△ 44
特別利益	6	0.1	2	0.1	39.0	△ 3
特別損失	3	0.1	48	1.1	1408.5	△ 45
税金等調整前当期純利益	151	3.6	59	1.4	39.1	△ 92
法人税等	42	1.0	21	0.5	48.6	22
当期純利益	109	2.6	38	0.9	35.4	△ 70
非支配株主に帰属する当期純利益	12	0.3	▲ 7	▲ 0.2	△ 57.5	18
親会社株主に帰属する当期純利益	97	2.3	45	1.0	46.4	△ 52

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

【売上高総利益率】 1.4Pダウン (12.5 %→ 11.1%)
【売上高原価率】 1.4P悪化 (87.5% → 88.9%)
原材料・商品仕入 1.1P悪化
製造費用比率 0.3P悪化
【販売管理費】 0.4P好転 (9.2%→ 8.8%)
人件費 0.04P好転
経費 0.32P好転
【売上高営業利益率】 1.0Pダウン (3.3% → 2.3%)

【特別損失】 48 億円
有形固定資産、のれん等の減損損失

	10/31 修正予想発表値	差
売上高	4,320	△ 13
営業利益	110	△ 13
経常利益	116	△ 11
親会社株主に帰属する当期純利益	73	△ 28

2023年3月期 セグメント別

※組替後

(億円 %)

		前期実績	2023年3月期		
			通期	前期比	前期差
加工食品セグメント	売上高	2,856	3,007	105.3	151
	営業利益	141	102	72.8	△ 38
食肉セグメント	売上高	1,347	1,296	96.2	△ 51
	営業利益	13	▲ 2	－	△ 15
その他	売上高	5	5	110.2	0
	営業利益	2	2	101.8	0
※調整額	営業利益	▲ 16	▲ 6	36.7	10
連結合計	売上高	4,207	4,307	102.4	100
	営業利益	140	97	69.3	△ 43

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】

	通期	前期比
ハム・ソーセージ	1,039	106.1
加工食品 他	731	108.4
総菜（ベンダー子会社）	1,016	99.5
食肉	1,481	98.8
合計	4,307	102.4

※商品別「食肉」には加工食品セグメント食肉販売分を含む

【単体損益】

(億円 %)

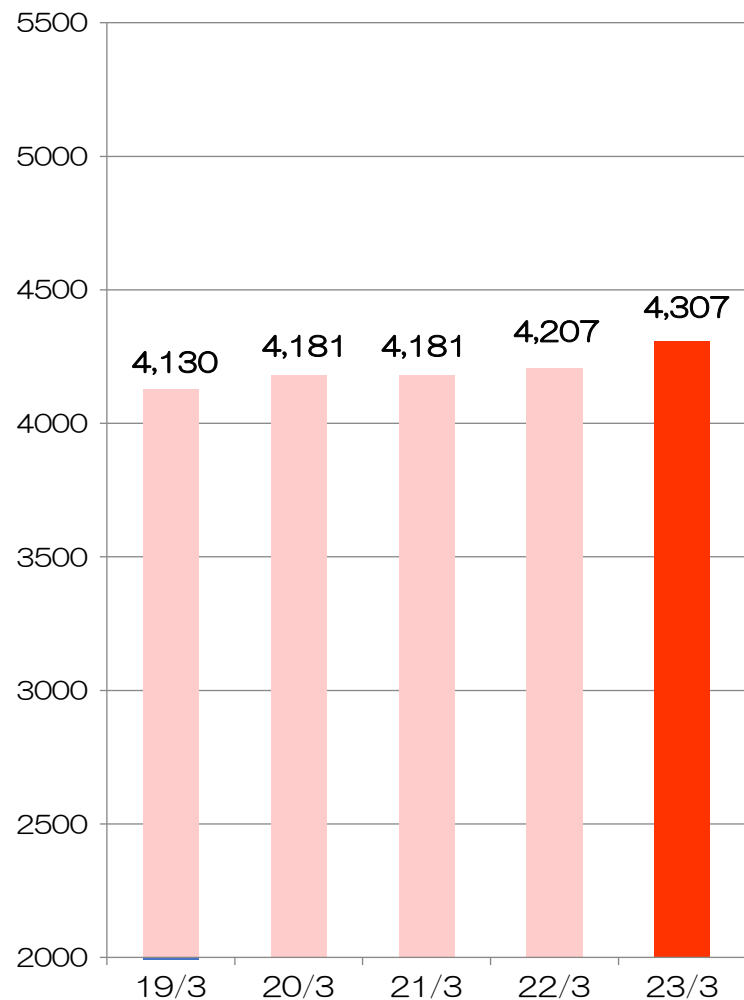
		通期	前期比	前期差
プリマハム単体	売上高	3,074	102.6	79
	営業利益	71	95.6	△ 3

事業環境

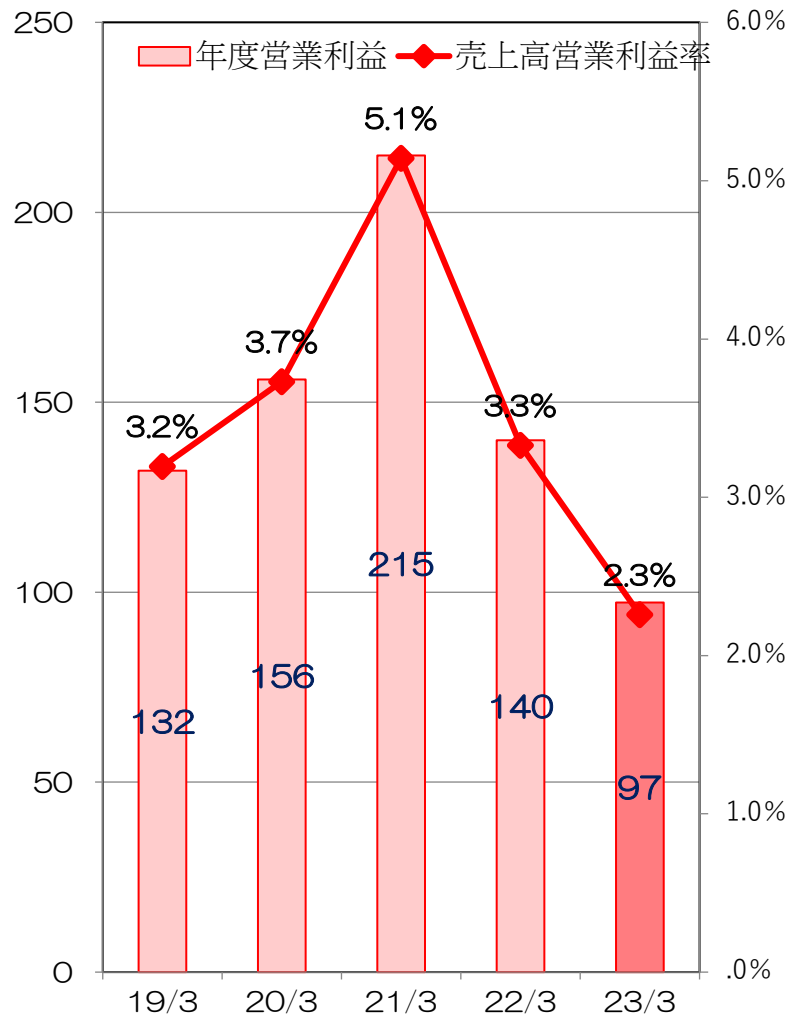
- ▶新型コロナウイルスに対する行動制限や制約の緩和、解除により、経済活動も通常レベルに戻りはじめ、百貨店や外食、観光等制限下で影響を受けた業種も回復傾向。
- ▶原材料やエネルギーコスト等のコストアップにより、数多くの食品会社は、複数回の価格改定を行うものの、製造コストの上昇分のカバーには至っていない。
- ▶飼料価格高騰、円安水準の継続、海外現地相場高、鶏インフルエンザ等畜肉市場が大きく影響を受ける。

連結売上高、営業利益、純利益の推移

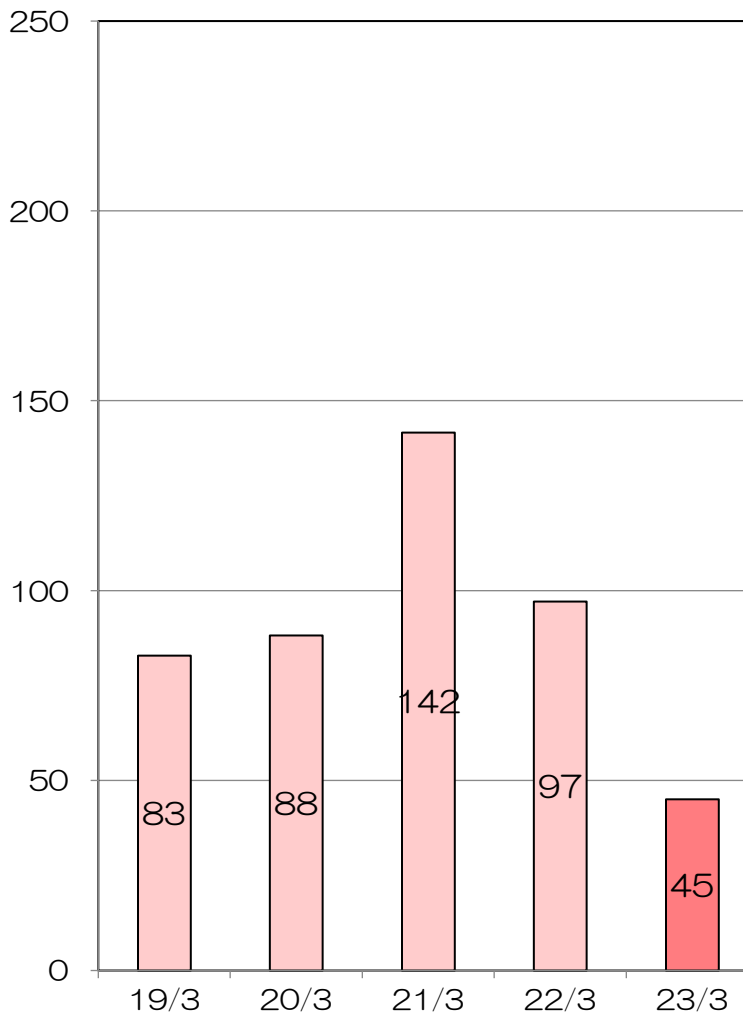
連結売上高 億円



連結営業利益・営業利益率 億円



連結当期純利益 億円



(注) 22年3月期より収益認識会計基準を適用(21年3月遡及適用)

※純利益・親株主に帰属する当期純利益

おいしさ、ふれあい。
ピフ。リマハム

5

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年度	構成比
ハム・ソーセージ計	110	104	101	
コンシューマ商品	117	103	101	75.5
業務用商品	94	110	102	23.3
ギフト	93	98	97	1.2

② コンシューマ主要品（数量前年比）

	2020年度	2021年度	2022年度
香薫ウインナー	123	110	107
ロースハム群	121	99	99
ベーコン群	122	100	96
十勝生ハム	116	98	92

▶ 香薫 2 個束、大袋共に前年を上回る

③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

	2020年度	2021年度	2022年度
ハムソーセージ	6%改善	4%改善	0.2%改善

注）22年度量目変更を考慮すると2%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年度
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年度	構成比
加工食品計	99	102	99	
調食コンシューマ	112	94	103	29.8
調食業務用商品	87	118	100	45.8
調味生肉	105	88	95	21.5

② コンシューマ主要品（数量前年比）

	2020年度	2021年度	2022年度
ハンバーグ群	141	103	91
ミートボール	104	101	100
サラダチキン	107	85	95
フライコンシューマ	108	86	115

③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

	2020年度	2021年度	2022年度
加工食品	4%改善	0%同一	2%悪化

注）22年度量目変更を考慮すると1%悪化



加工食品事業部門 営業利益要因別増減

(億円 %)

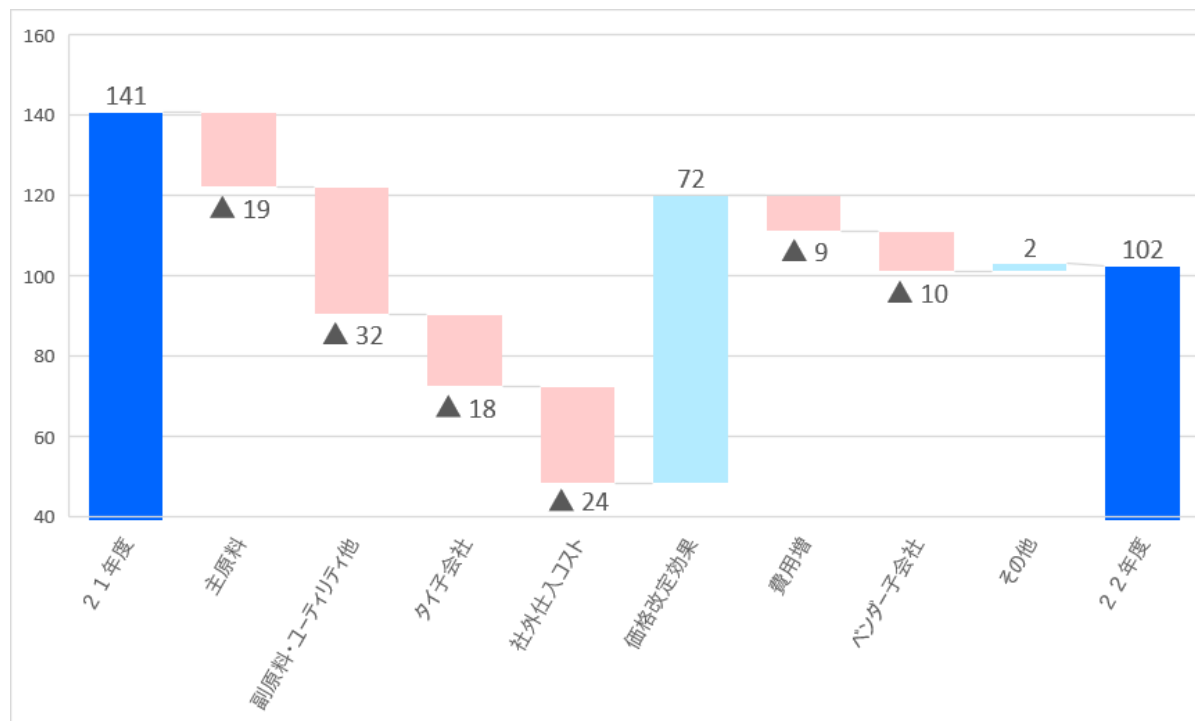
	前期実績	2023年3月期		
		通期	前期比	前期差
売上高	2,856	3,007	105.3	151
営業利益	141	102	73	▲ 38

○コストアップ ▲ 93 億円
(上期35億円,下期57億円)

下期 主原料、副原料、ユーティリティが大幅上昇

○価格改定効果 + 72 億円
(上期21億円,下期51億円)

9月より2回目の価格改定実施 業務用も価格改定進む

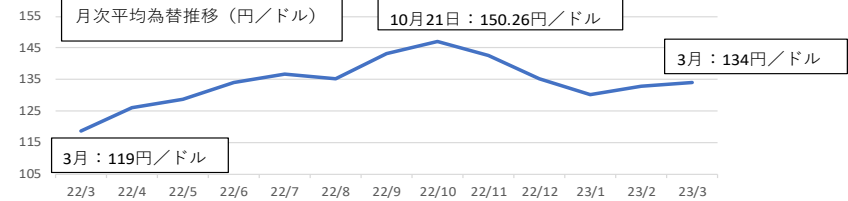


要因		通期	上期	下期
21年度営業利益		141	82	59
コストアップ ▲93億円	主原料	▲19	▲4	▲15
	副原料・ユーティリティ他	▲32	▲11	▲20
	タイ子会社	▲18	▲10	▲8
	社外仕入コスト	▲24	▲10	▲14
販売	価格改定効果	72	21	51
	費用増 他	▲9	-	▲9
ベンダー子会社		▲10	▲10	0
その他		2	3	▲1
22年度営業利益		102	59	44
前期差		▲38	▲23	▲15

食肉事業部門の状況

外部環境

○為替は依然として円安に推移



○生鮮肉需要は牛肉を中心に購入数量が前年を下回る

総務省家計調査 22年4月～23年2月（2人以上の世帯1世帯あたり）

	支出金額 (前年比)	購入数量 (前年比)		支出金額 (前年比)	購入数量 (前年比)
牛肉	97.5	92.3	鶏肉	106.2	97.6
豚肉	102.8	98.1	生鮮肉	101.0	97.2

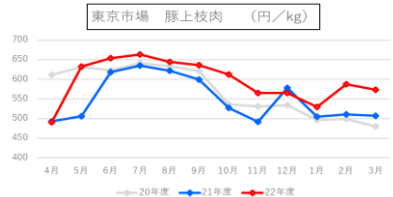
○飼料価格の高騰

	22年4月～6月	22年7月～9月	23年1月～3月
J A全農配合飼料価格 (全国全畜種平均)	4,350円値上げ↑	11,400円値上げ↑	1,000円値下げ↓

○国産豚肉相場は前年超えが継続

(東京市場 豚上枝肉)

2022年3月	507円/kg
2022年7月	663円/kg
2023年3月	574円/kg



○輸入畜肉在庫は在庫過多が継続

※推定月末在庫 出典：農畜産業復興機構

豚肉	22年4月	22年5月	22年6月	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	23年1月	23年2月
(前年比)	106.9	110.9	118.4	124.5	125.6	123.6	121.5	126.4	127.3	122.5	121.2
牛肉	22年4月	22年5月	22年6月	22年7月	22年8月	22年9月	22年10月	22年11月	22年12月	23年1月	23年2月
(前年比)	109.0	107.2	113.2	117.6	121.1	118.5	114.2	118.9	118.7	118.1	119.4

○鳥インフルエンザによる鶏卵価格の高騰（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。

通期販売実績	売上高昨比	数量昨比
輸入牛肉	90%	76%
輸入豚肉	93%	88%

- ・相場と連動した収益性を重視した販売行動
- ・在庫に留意した仕入・販売

○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 44万頭

- ・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

国際獣疫事務局（OIE）の指針に沿った自社基準設定

- ・宮城新農場建設

母豚搬入完了、種付け開始（2022年11月）

子豚出産開始（2023年3月）

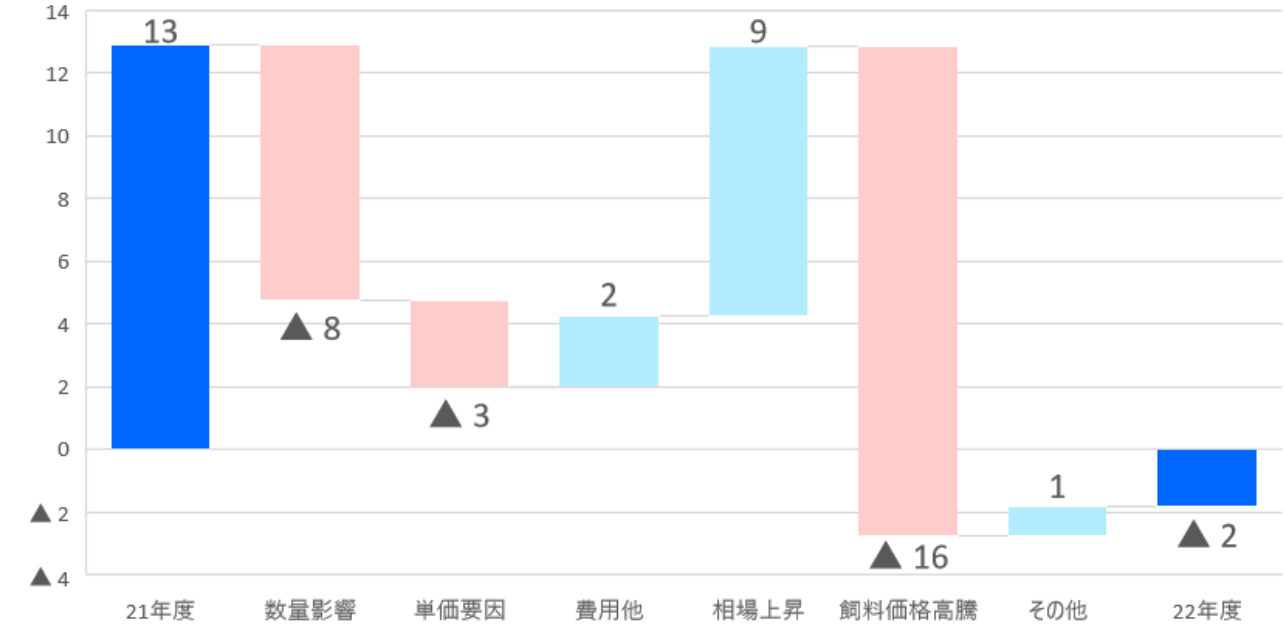
食肉事業部門 営業利益要因別増減

※組替後

(億円 %)

	前期実績	2023年3月期		
		通期	前期比	前期差
売上高	1,347	1,296	96.2	▲ 51
営業利益	13	▲ 2	-	▲ 15

※前期も今期も飼料補填金を売上高に含む



○食肉販売

▲9 億円
(上期▲9億円,下期▲0億円)
数量影響大

○養豚事業

▲7 億円
(上期▲4億円,下期▲3億円)
相場上昇以上に飼料価格が高騰

要因		通期	上期	下期
21年度営業利益		13	10	3
食肉販売 ▲9億円	数量影響	▲ 8	▲ 5	▲ 4
	単価要因	▲ 3	▲ 6	3
	費用他	2	2	▲ 0
養豚事業 ▲7億円	相場上昇	9	4	5
	飼料価格高騰	▲ 16	▲ 8	▲ 8
その他		1	0	1
22年度営業利益		▲ 2	▲ 2	0
前期差		▲ 15	▲ 12	▲ 3

連結貸借対照表

(億円)

	22年3月期 期末	23年3月期 期末	増減
流動資産	958	953	△ 5
現金及び預金	126	109	△ 17
受取手形及び売掛金	441	465	24
たな卸資産	234	270	36
預け金	130	70	△ 60
その他	27	40	12
固定資産	1,259	1,346	87
有形固定資産	972	1,023	51
無形固定資産	49	73	25
投資その他資産	238	250	11
資産合計	2,217	2,299	82

	22年3月期 期末	23年3月期 期末	増減
負債合計	992	1,067	75
流動負債	717	749	32
固定負債	275	318	43
株主資本合計	1,028	1,040	13
資本金	79	79	0
資本準備金	102	102	0
利益剰余金	851	863	12
自己株式	▲ 4	▲ 4	0
その他包括利益合計	91	91	1
非支配株主持ち分	107	100	△ 7
純資産合計	1,226	1,232	6
負債純資産合計	2,217	2,299	82

(億円 %)

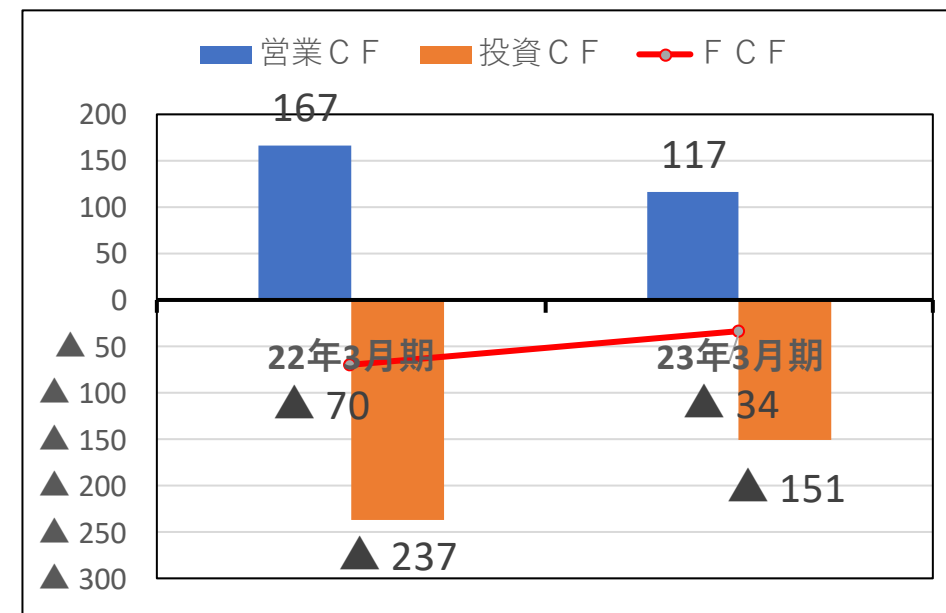
	22年3月期 期末	23年3月期 期末	増減
自己資本比率	50.5	49.2	△ 1.3

	22年3月期 期末	23年3月期 期末	増減
有利子負債	206	254	48
D/Eレシオ	0.18	0.22	0.04
ネット有利子負債	▲ 50	75	125

連結キャッシュフロー計算書

(億円)

	2022年3月期 通期	2023年3月期 通期	増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	167	117	△ 50
税金等調整前四半期純利益	151	59	△ 92
減価償却費	105	110	5
売上債権の増減額 「－」は増加	▲ 4	▲ 23	△ 19
棚卸資産の増減額 「－」は増加	▲ 26	▲ 35	△ 8
仕入債務の増減額 「－」は減少	16	▲ 4	△ 20
その他	▲ 73	11	84
②投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 237	▲ 151	86
有形固定資産の支出	▲ 147	▲ 182	△ 35
無形固定資産の支出	▲ 9	▲ 24	△ 14
預け金	▲ 50	50	100
その他	▲ 31	5	36
③財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 66	12	78
④現金及び現金同等物の期末残高	162	141	△ 21
①+②フリーキャッシュフロー	▲ 70	▲ 34	36



減価償却費及び設備投資

(億円)

	2022年3月期 通期	2023年3月期 通期	昨差	23年3月期 年間計画
減価償却費	105	110	5	110
設備投資額	166	239	73	281

計画指標の推移

計画指標

配当性向 30%以上

ROE 10%以上

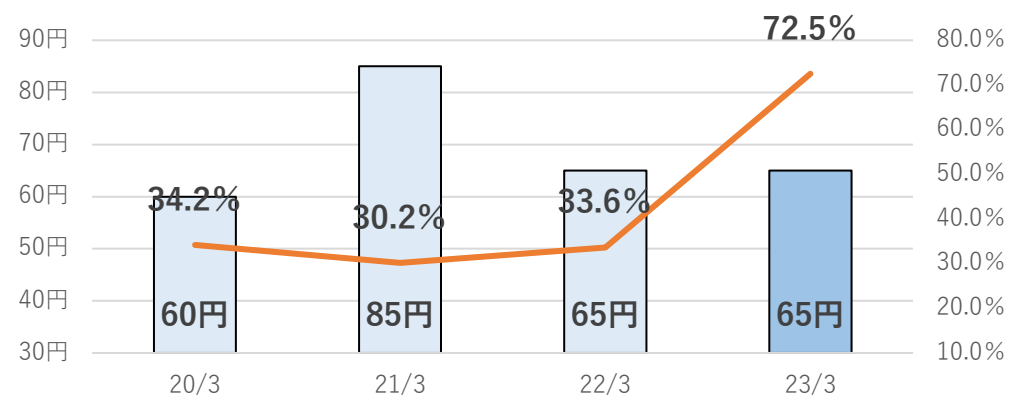
ROA 5%以上

	20年3月期 期末	21年3月期 期末	22年3月期 期末	23年3月期 期末
配当性向	34.2	30.2	33.6	72.5
1株当たり配当金	60	85※	65	65
ROE	10.0	14.6	9.0	4.0
ROA	4.4	6.9	4.5	2.0
PBR	1.36	1.69	0.99	0.98
自己資本比率	45.6	48.3	50.5	49.2

※記念配当（20円）含む

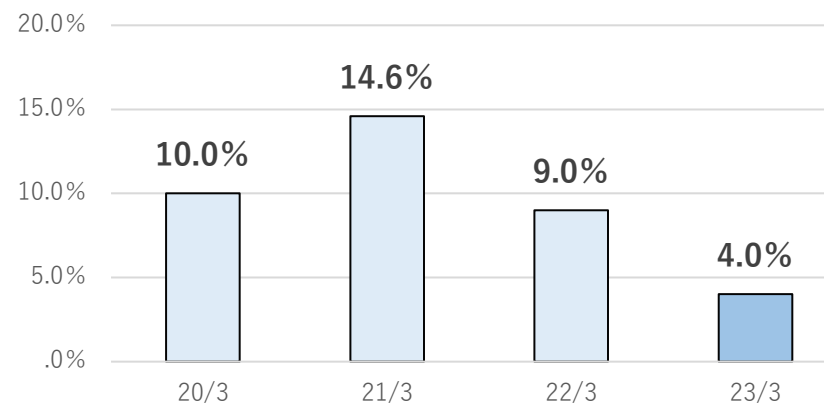
配当金及び配当性向

□ 配当金 — 配当性向



※21/3 記念配当（20円）含む

ROE



目次

- 1 2023年3月期 業績総括
- 2 中期経営計画ローリングプラン**
- 3 参考資料

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（2023～2025年度）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、E S G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。

重点 施策

1. E S Gへの取り組みと持続可能な経営基盤の強化
2. 外部環境の変化に対応した収益基盤の構築
3. 成長投資とグローバル展開

1. ESGへの取り組みと 持続可能な経営基盤の強化

- ▶ 重要課題（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

2. 外部環境の変化に対応した 収益基盤の構築

- ▶ 既存事業の更なる成長戦略の立案・実行
- ▶ 事業環境の変化に対応したリスクとリターンの管理
基盤の見直し
- ▶ 顧客視点での価値ある商品の提案と市場への定着
- ▶ 全社グループ経営の強化

3. 成長投資とグローバル展開

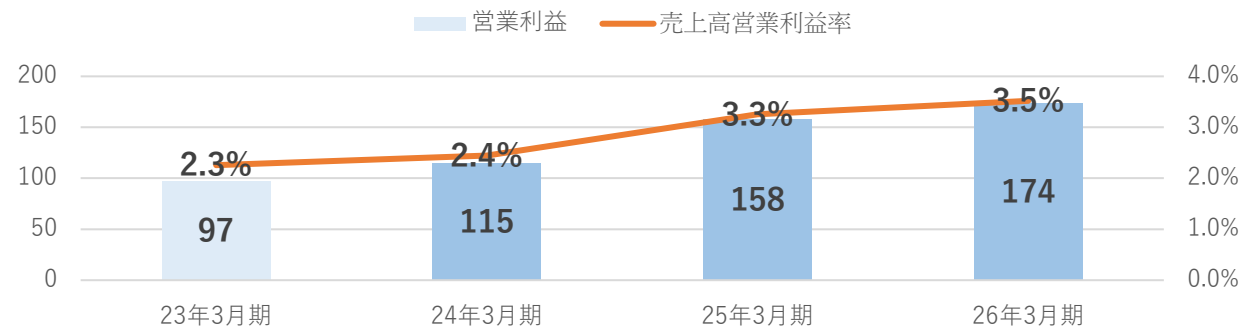
- ▶ 伊藤忠商事とのコラボレーションを主体とした
国内外事業展開
- ▶ 新しい事業モデルの構築
- ▶ 革新的技術の開発・導入

中期経営計画 連結損益計画①

億円

	2023年3月期	2024年3月期	前期比	前期差	2025年3月期	2026年3月期
売上高	4,307	4,703	109.2	+ 396	4,851	4,944
前回中期計画	4,410	4,533			4,686	—
営業利益	97	115	118.3	+ 18	158	174
前回中期計画	161	177			178	—
経常利益	105	120	114.2	+ 15	162	178
前回中期計画	166	181			181	—
親会社に帰属する当期純利益	45	76	168.7	+ 31	100	111
前回中期計画	106	112			116	—
売上高営業利益率	2.3%	2.4%	-	+ 0.2%	3.3%	3.5%

営業利益及び営業利益率計画値の推移（億円 %）



中期経営計画 連結損益計画②

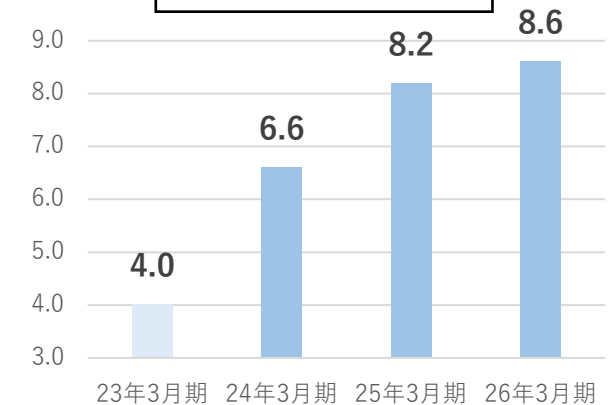
単位：億円

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
設備投資額	239	230	233	90
前回中期計画	281	256	187	—
減価償却費	110	122	129	149
前回中期計画	110	122	141	—
R O E	4.0%	6.6%	8.2%	8.6%
前回中期計画	9.4%	9.3%	9.0%	—
R O A	2.0%	3.2%	4.1%	4.5%
前回中期計画	4.7%	4.7%	4.6%	—
R O I C	3.3%	5.9%	7.7%	8.3%
前回中期計画	8.5%	8.7%	8.3%	—
資本コスト（WACC）	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%
前回中期計画	4.3%	4.3%	4.3%	4.3%
EBITDA	207	237	287	323
前回中期計画	271	299	319	—

経営目標

R O E 10%以上
配当性向 30%以上

ROE計画値（%）



2023年度重点施策（加工食品事業部門）

価格改定	○2023年4月 3回目の価格改定 [・第1回 2022年2月 ・第2回 2022年9月] N B 商品及び P B 商品、業務用商品 得意先毎に商談を実施、確実な実施を進めていく
販売拡大	○シェアアップの取り組み継続 ○香薫ウィナーの販売拡大、ブランド認知向上 ・ 2 個束、大袋（ジッパー付き） ○市場回復が見込める業務用商品への取り組み ○E C 販売、総菜、冷食、ギフトの拡大 [販促] ディズニーリゾート40周年  宝塚貸切公演  ※2022年お知らせ ジブリパーク オフィシャルパートナー  [海外] シンガポール子会社（Rudi's Fine Food Pte Ltd）の販売量拡大
生産体制	○価格競争力の強化と生産性の向上 ・シェア拡大に連動した生産能力増強、商品の安定供給確保 ・鹿児島新工場完成 2022年12月完成、2023年4月本格稼働 香薫ライン増強、地元原料使用の商品等／環境配慮 太陽光発電、LNG（天然ガス） ・人時生産性向上の継続実施
ベンダー子会社	市場ニーズを取り込んだ新商品開発、製造コスト上昇に対応した商品発売

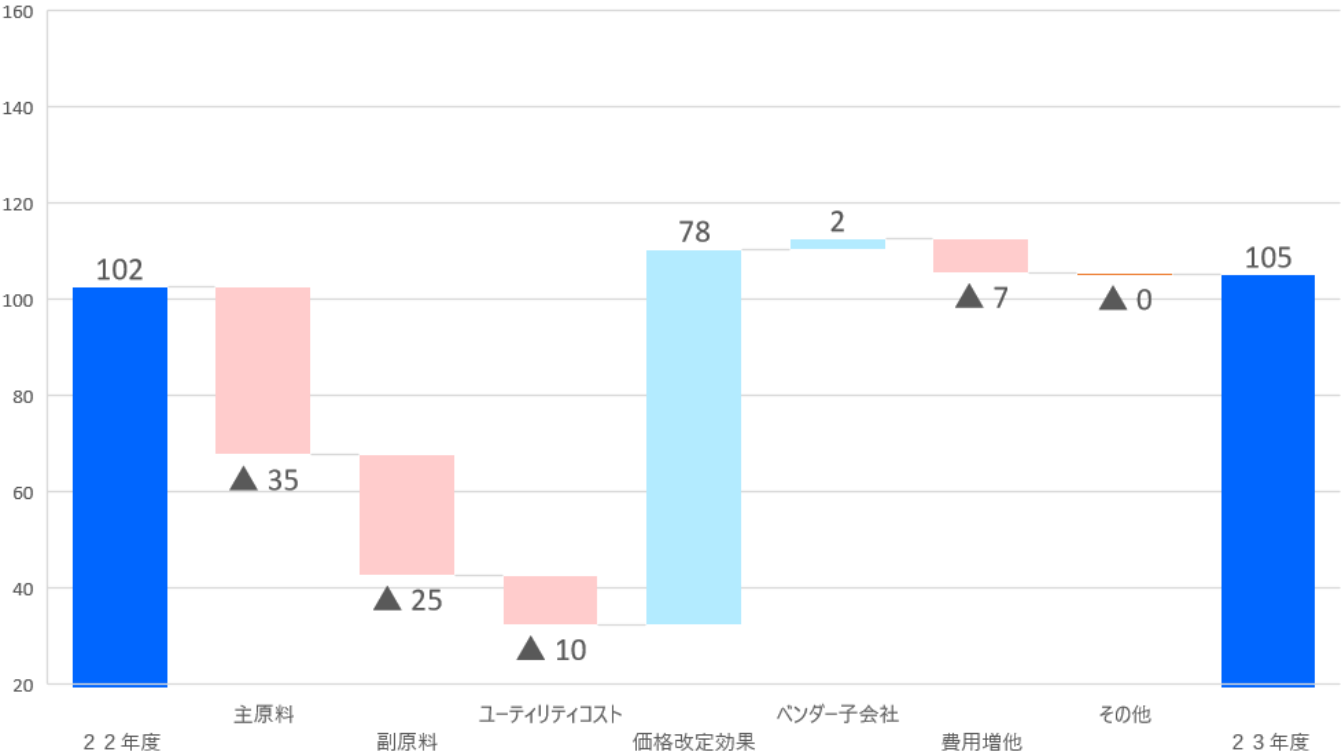
加工食品事業部門 営業利益計画（2024年3月期）



(億円 %)

	前期実績 通期	2024年3月期計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	3,007	3,422	113.8	415
営業利益	102	105	102.5	3

2024年3月期計画	
上期	下期
1,687	1,735
49	56

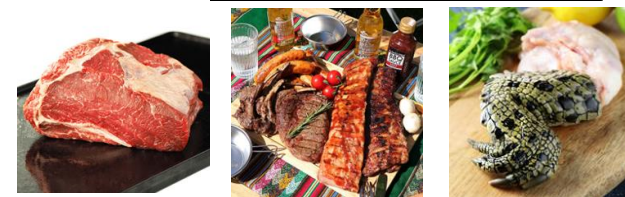


要因		通期計画
22年度営業利益		102
コストアップ	主原料	▲ 35
	副原料	▲ 25
	ユーティリティコスト	▲ 10
▲70億円		
価格改定効果		78
+78億		
費用増他		▲ 7
ベンダー子会社		2
その他		0
23年度営業利益		105
前期差		3

2023年度重点施策（食肉事業部門）

販売

- 収益性を重視した仕入れ、販売 相場連動への移行
- ロス削減、在庫管理の徹底
- 輸入牛肉の回復
前年、為替、現地頭数減・相場高で苦労した輸入チルドビーフ（豪州）の回復
- 食肉E C販売の取り組み強化 食肉通販サイト「ミートガイ」
行動制限の解除、輸入牛肉価格が戻りつつある。
- 得意先の新規開拓、深耕 加工食品の販売部隊との連携
- 自社生産豚、オリジナル商品の拡販



[新規取り組み] 産地パック、海外輸出のトライ、解凍技術（凍結品→チルド納品）

国産豚肉

- ～ 2030年までに 出荷頭数60万頭を目指す ～
- 宮城新農場 2023年秋より肉豚の出荷開始
最新設備、防疫体制、ICT（情報通信技術）導入
 - 既存農場の生産性向上、品質向上 計画的な投資
 - アニマルウェルフェアの取り組み
自社基準の策定、フリーストールの段階的導入

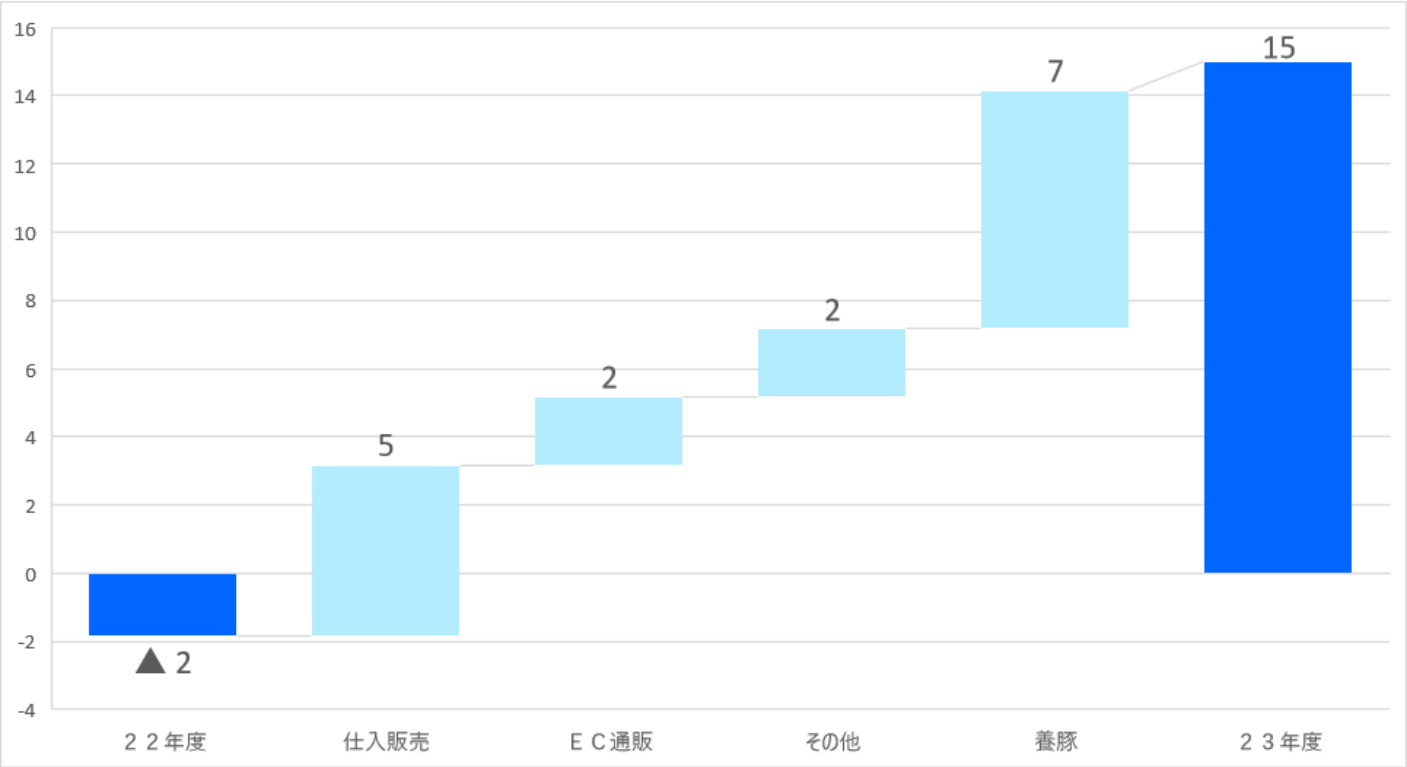
食肉事業部門 営業利益計画（2024年3月期）



(億円 %)

	前期実績 通期	2024年3月期計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	1,296	1,275	98.4	△ 21
営業利益	▲ 2	15	—	17

2024年3月期計画	
上期	下期
629	666
8	7



要因		通期計画
22年度営業利益		▲ 2
販売 + 9億円	仕入販売	5
	E C 通販	2
	その他	2
	養豚 + 7億円	7
23年度営業利益		15
前期差		16

鹿児島新工場の稼働

おいしさふれあい。
フジマハム



所在地 : 鹿児島県いちき串木野市西薩町17番地43
(旧工場の西約2km 西薩中核工業団地内)

本格稼働 : 2023年4月

主な生産商品 : 香薰、サラダチキン、地元原料使用のおつまみ商材等



新工場の主な特長

- ◆製造ラインの合理化（直線化） 香薰生産能力アップ
- ◆A I 検査装置など最新設備導入
- ◆補給エリアの拡大（九州エリア及び一部中四国エリアへも補給）
- ◆太陽光発電設備の設置

地域電力会社「いちき串木野電力」（市や地元企業出資） 第三者所有モデル（PPA）

- ◆天然ガス（LNG）を使用し、CO₂排出削減



天然ガス（LNG）

宮城新農場第一期工事完成

亘理農場
(繁殖農場)



- ▶ 生体、飼料搬入専用自社車両を使用
車両要因の疾病の侵入を防止
- ▶ 敷地内に飼料配合工場を併設
 - ・ 自社において飼料配合
(飼料用米の活用も検討、地域との共存)

2 サイト方式

山元農場
(肥育農場)



- ▶ I C T (情報通信技術) 導入などで
飼養環境情報のデータ化をすすめる

アニマルウェルフェアにも対応 (OIE (国際獣疫事務局) 指針に沿った自社基準を設定)

22年10月 母豚搬入完了
23年 3月 子豚出産開始



23年秋より肉豚出荷開始

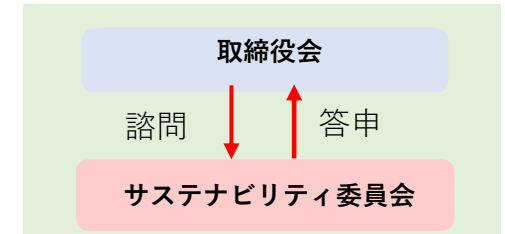
プリマハムグループのサステナビリティ

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
12月 TCFDに基づく情報開示（「ガバナンス」、「リスク管理」、「指標と目標」）
※「戦略」は「統合報告書2022」で先行開示。



1. ガバナンス

取締役会の諮問機関としてサステナビリティ委員会を設置
サステナビリティ委員会から報告された事項の審議・重要課題の進捗確認



2. 戦略

当社グループへの影響が想定されるリスク・機会

- ・移行リスク 炭素税導入、低炭素・脱炭素技術の代替、革新、原材料コストの上昇 等
- ・物理的リスク 感染症のまん延、気温の上昇 等
- ・機会 効率的な生産・流通システム、再生可能エネルギーへシフト 等

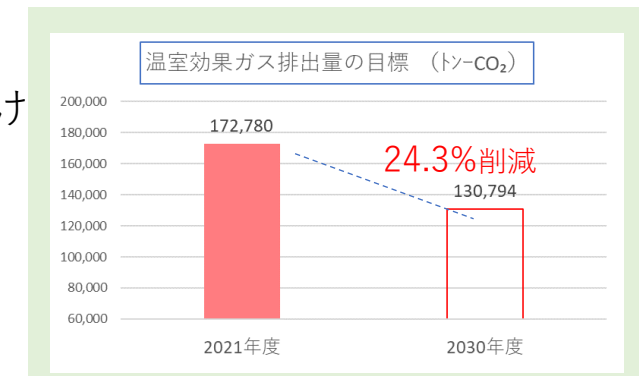
3. リスク管理

サステナビリティ委員会は、気候変動に係るリスクや機会を協議し、取締役会へ報告
取締役会是对応方針や実行計画などを決定していく

4. 指標と目標

「温室効果ガス排出量（Scope1・2）の抑制」を重要課題（マテリアリティ）と位置付け

[目標] 2030年度までに温室効果ガス排出量 24.3%削減（2021年度比）
2021年度 172,780トン-CO₂ → 2030年度 130,794トン-CO₂



プリマハムグループの重要課題（マテリアリティ） 目標・KPI①



マテリアリティ	考え方	目標・KPI
食の安全・安心の確保	商品の安全・安心の確保を通じて、お客様により多くの食の機会を提供します。また、安全・安心を確保するための取組みにより持続可能な生産体制を確保します。	2030年度までに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%
健康に配慮した商品の提案	健康で健全な食を生み出すイノベーションを追求し、健康に配慮した食品を提案することで、お客様の栄養・食生活の改善に貢献します。	健康配慮型商品のラインアップ拡充
温室効果ガス排出量の抑制	中長期を見据えた目標を策定し、温室効果ガス排出量の抑制に向けて取り組みます。効率的かつクリーンなエネルギーを使用することにより気候変動問題への対策を図ります。	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	食料の損失を防ぐため、食品廃棄物の削減に取り組みます。また、プラスチックによる海の汚染を防ぐため、当社グループ内処理やプラスチック使用量の削減を進めます。	●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
持続可能な原材料調達の実現	世界各地から原材料や飼料を調達するうえで、公正な取引を推進するという方針のもと、地球環境の保全を優先した観点による調達を進めます。	●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自主監査 実施率100%

プリマハムグループの重要課題（マテリアリティ） 目標・KPI②

マテリアリティ	考え方	目標・KPI
アニマルウェルフェアへの対応	アニマルウェルフェアへの対応を進め動物福祉に配慮した事業運営を実践します。	●国際基準（OIEコード）に沿った自社養豚事業の飼養管理実施 ●アニマルウェルフェアに配慮した原材料調達
多様な働き方の尊重、推進	多様な人材が働きがいを持って仕事ができる職場環境を整備することで、従業員一人ひとりを尊重します。	●2030年度までに年次有給休暇取得率90%、年間総労働時間削減 ※対象はプリマハムの全従業員 ●2030年度までに男性育休取得率100%、女性採用比率40%以上 ※男性育休取得率は5日以上でカウント／対象はプリマハムの全従業員 ●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2.7%達成※対象はプリマハム（特例子会社含む）
優秀な人材の雇用と育成	従業員が能力を最大限に発揮できる土壌をつくり、事業活動を通じて社会に貢献する人材の育成に取り組みます。	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）社員
心身の健康に配慮した労働安全衛生	従業員の健康に配慮したさまざまな施策を講じて、一人ひとりが心身ともに健康で働ける職場環境を整えます。	従業員および家族が心と体も健康で、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
コーポレートガバナンスの強化	経営の透明性を高め、持続的な成長にむけた体制を整備することで、事業活動の公正な判断と運営を実践し、産業の発展に貢献します。	●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更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

目次

- 1 2023年3月期 業績総括
- 2 中期経営計画ローリングプラン
- 3 参考資料**

【参考】連結損益計算書の推移（20年3月期～23年3月期）

(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	下期	通期
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	1,522	3,007
	食肉事業	665	652	1,317	669	709	1,378	677	669	1,347	630	665	1,296
	その他事業	3	3	5	2	3	5	2	2	5	3	3	5
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117	2,190	4,307
売上原価		1,738	1,775	3,513	1,760	1,842	3,602	1,827	1,853	3,680	1,871	1,959	3,830
売上総利益		326	342	668	286	293	580	275	252	527	246	232	478
販売管理費		251	261	511	175	190	365	191	180	371	191	189	380
営業利益		75	81	156	111	103	215	84	56	140	55	43	97
営業外損益		4	▲ 1	3	3	6	9	4	4	8	4	4	8
経常利益		79	80	160	115	110	224	89	60	149	58	47	105
特別損益		23	▲ 29	▲ 6	▲ 3	▲ 2	▲ 5	1	1	2	▲ 1	▲ 45	▲ 46
税金等調整前当期純利益		102	51	153	111	108	219	89	62	151	58	1	59
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	8	45

注記）※1 2022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）

(億円)

	セグメント	2020年3月期			2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期		
		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	ハムソーセージ	449	453	902	481	493	974	491	488	979	510	529	1,039
	加工食品他	365	404	770	315	350	665	336	338	674	364	368	731
	惣菜（ベンダー子会社）	490	500	989	487	510	997	514	508	1,021	506	510	1,016
	食 肉	757	757	1,514	745	760	1,505	746	752	1,498	722	759	1,481
	そ の 他	3	3	5	18	22	40	15	19	34	16	25	41
	合 計	2,064	2,117	4,181	2,046	2,135	4,181	2,102	2,106	4,207	2,117	2,190	4,307

【参考】 ベンダー子会社（1社）

[実績及び計画]

(億円 %)

	22年3月期	23年3月期	24年3月期	昨比
売上高	1,021	1,016	1,059	104.2
営業利益	21	11	13	119.4

【参考】連結貸借対照表の推移（20年3月～23年3月期）

(億円)

	2020年3月期		2021年3月期		2022年3月期		2023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	上期末実績	年度末実績
流動資産	855	873	934	987	961	958	989	953
固定資産	1,148	1,112	1,129	1,158	1,213	1,259	1,308	1,346
総資産	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296	2,299

流動負債	687	682	710	720	744	717	743	749
固定負債	324	302	288	278	260	275	306	318
負債合計	1,011	984	998	998	1,004	992	1,049	1,067
株主資本	839	860	910	972	992	1,028	1,042	1,040
その他の包括利益 累計額	57	46	51	65	60	91	97	91
非支配株主持分	96	96	104	111	118	107	109	100
純資産合計	993	1,001	1,064	1,148	1,170	1,226	1,248	1,232
負債純資産合計	2,004	1,985	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296	2,299

自己資本	896	906	960	1,036	1,051	1,119	1,139	1,132
自己資本比率（%）	44.7%	45.6%	46.6%	48.3%	48.4%	50.5%	49.6%	49.2%

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 border. At the top, it says 'お問い合わせ先' (Contact Information). Below that, it lists the address: '〒140-8529 東京都品川区東品川4-12-2', the department: 'プリマハム株式会社 総務・広報部', and the phone number: '電話：03-6386-1800'. At the bottom, there is a button that says 'お問い合わせフォームはこちら' (Click here for the contact form) with a red arrow pointing to the right.

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。