

**2024年3月期  
決算説明会資料  
(アナリスト・機関投資家向け)**

**2024年5月17日  
プリマハム株式会社  
(東証プライム市場：2281)**

おいしさ、ふれあい。  
**プリマハム**

1

2024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（業績推移）

# 24年3月期 連結損益

(億円 %)

	前期		2024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	4,307	-	4,484	-	104.1	+177
売上原価	3,830	88.9	3,983	88.8	104.0	△153
売上総利益	478	11.1	501	11.2	105.0	+24
販売管理費	380	8.8	383	8.5	100.8	△3
営業利益	97	2.3	118	2.6	121.5	+21
経常利益	105	2.4	129	2.9	122.6	+24
特別利益	2	0.1	15	0.3	682.4	+13
特別損失	48	1.1	10	0.2	20.0	+39
税金等調整前当期純利益	59	1.4	134	3.0	227.6	+75
当期純利益	38	0.9	84	1.9	217.9	+45
非支配株主帰属 当期純利益	▲7	-0.2	9	0.2	-	△15
親会社株主帰属 当期純利益	45	1.0	75	1.7	166.2	+30

【売上高総利益率】 0.1P好転 (11.1% →11.2%)

【売上高原価率】 0.1P好転 (88.9% →88.8%)

原材料・商品仕入 0.4P悪化

製造費用比率 0.5P好転

【販売管理費】 0.3P好転 ( 8.8%→8.5%)

人件費 0.1P好転

経費 0.2P好転

【売上高営業利益率】 0.3P好転 ( 2.3% →2.6%)

[当期業績予想比較]

(億円)

	5/8公表 業績予想	通期実績	差
売上高	4,703	4,484	△219
営業利益	115	118	+3
経常利益	120	129	+9
親会社株主帰属当期純利益	76	75	△1

# 24年3月期 セグメント別

(億円 %)

		前期実績	2024年3月期		
			通期	前期比	前期差
加工食品セグメント	売上高	3,007	3,122	103.8	+116
	営業利益	102	111	108.5	+9
	営業利益率 (%)	3.4	3.6	-	+0.2
食肉セグメント	売上高	1,296	1,356	104.7	+61
	営業利益	▲2	8	-	+10
	営業利益率 (%)	-	0.6	-	-
その他	売上高	5	6	109.3	+0
	営業利益	2	3	115.5	+0
※調整額	営業利益	▲6	▲4	71.2	+2
連結合計	売上高	4,307	4,484	104.1	+177
	営業利益	97	118	121.5	+21
	営業利益率 (%)	2.3	2.6	-	+0.3

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	1,121	107.9
加工食品	768	105.1
総菜 (ベンダー子会社)	1,046	102.9
食肉	1,513	102.2
合計	4,484	104.1

※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】

(億円 %)

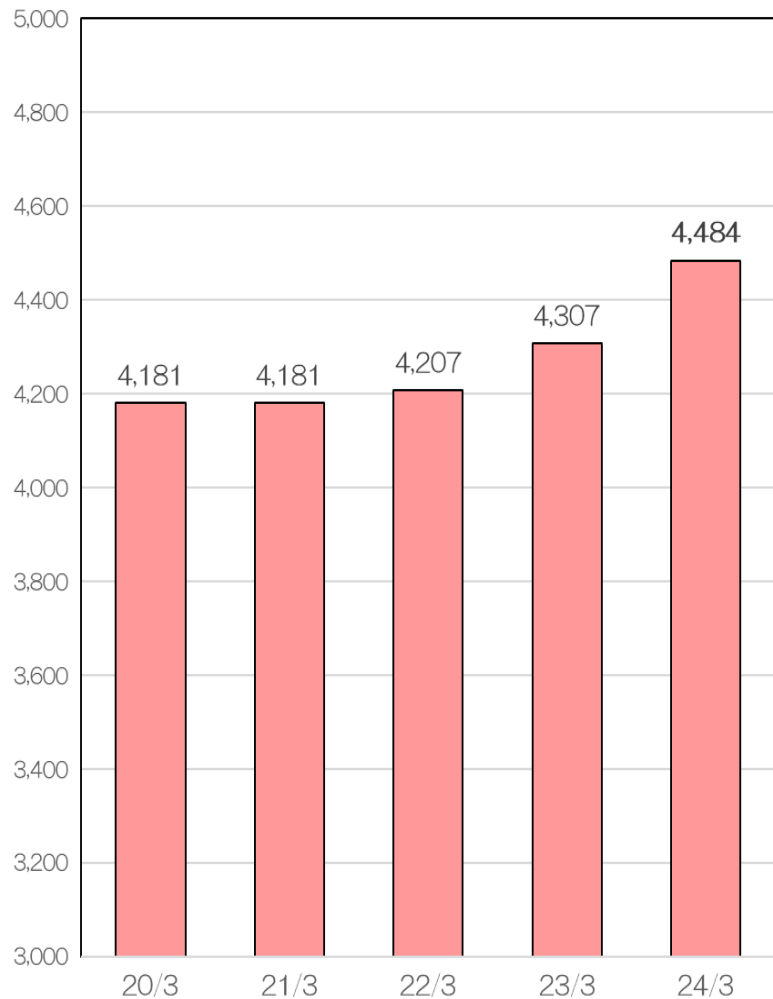
		通期	前期比	前期差
プリマハム単体	売上高	3,219	104.7	+145
	営業利益	69	96.9	△2
	営業利益率 (%)	2.1	-	△0.2P

## 事業環境

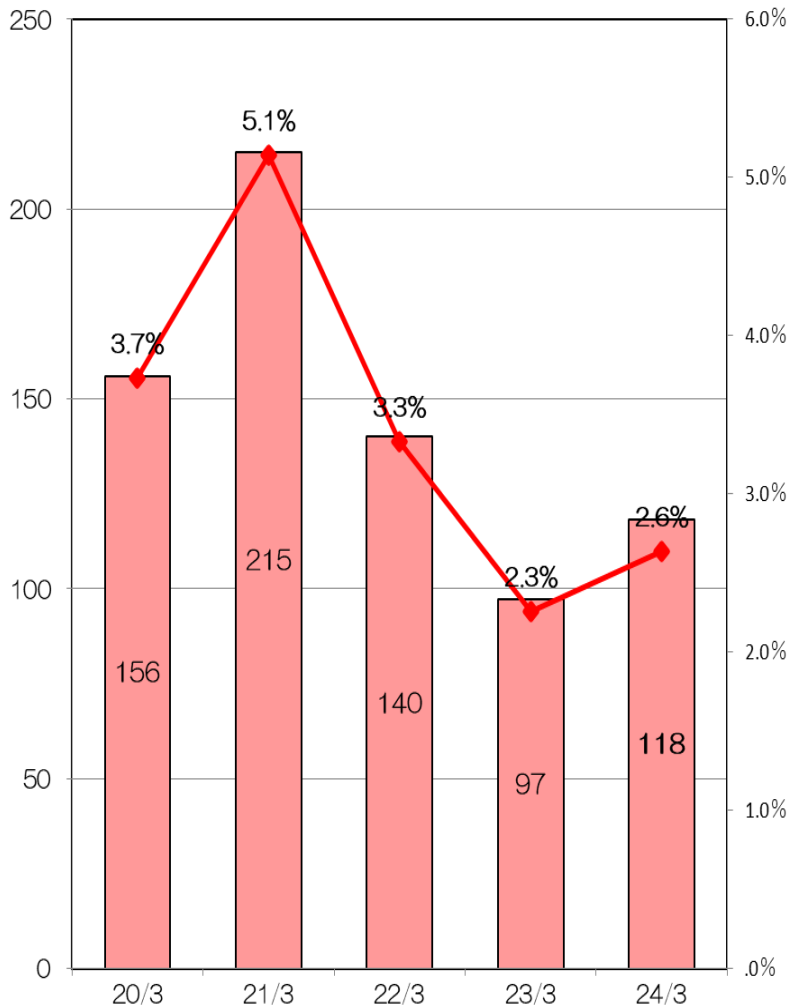
- ①国内消費はインバウンド消費等が牽引し、外食や観光需要が大幅に回復するなど明るい兆しが見える一方で、物価高による実質賃金の減少により消費者の生活防衛意識が根強く予断を許さない状況。
- ②仕入れコストの上昇や畜肉の現地相場高、疾病問題など当業界は厳しい事業環境が継続している。加えて円安の更なる進行により原材料などの製造コストは高い水準が継続し、当業界に限らず多くの企業が複数回の価格改定を実施。

# 連結売上高、営業利益、当期純利益の推移

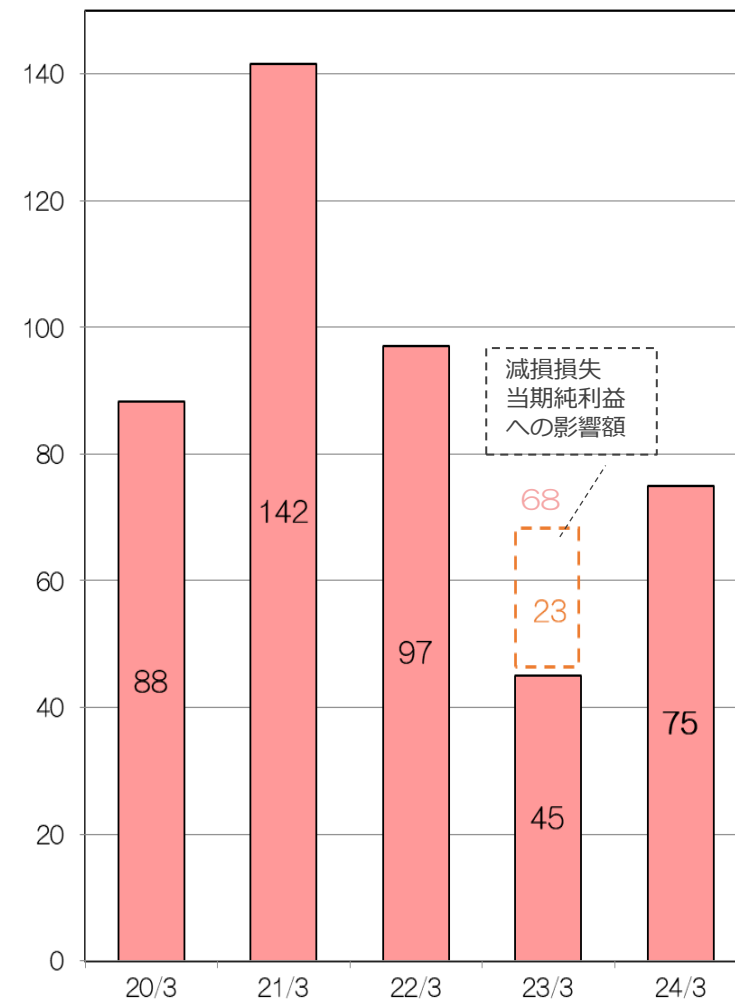
連結売上高 億円



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) ・22年3月期から収益認識会計基準（2021年3月期遡及）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

	取り組み	実績									
価格改定	<p>○原材料コストなどの製造コストの上昇によるハムソー及び加工食品を値上げ</p> <p>価格改定日 第4回目 23年10月1日～ [・第1回目 2022年2月 ・第2回目2022年9月 ・第3回目2023年4月]</p> <p>対象商品 ハムソー・加工食品 合計200品 (家庭用・業務用)</p> <p>価格改定内容 3%～20%</p>	<p>○ハムソー売上高</p> <p>◇前期比 108%</p> <p>○加工食品売上高</p> <p>◇前期比 105%</p>									
販売	<p>○シェア拡大の取り組み継続</p> <p>○「香薫®あらびぎポーク」販売拡大、ブランド認知向上</p> <p>○連ロース、連ベーコン ブランド「家族でおいしくスマイルUP!®シリーズ」の認知向上</p> <p>○業務用商品への取組 (問屋、外食向け)</p> <p>○Eコマース取り組み・・・自社ECサイトの開設～竹岸ハム商会®～</p> <p>○海外 (シンガポール) Rudi's Fine Food Pte Ltd 現地新規取引の拡大</p> <p>○TVCM、キャンペーン、イベント、SNS (X (旧Twitter)、LINE) を活用したファン層の拡大</p>	<p>○ハムソー販売数量 ◇前期比 103%</p> <p>コンシューマ 103%</p> <p>業務用 104%</p> <p>○加工食品販売数量 ◇前期比 100%</p> <p>調理食品コンシューマ 97%</p> <p>調理食品業務用 103%</p> <p>調味生肉 99%</p>									
販売促進	   <p>宝塚歌劇団 星組貸切公演</p> <p>ホテルニューオータニ ビュッフェ</p> <p>スマイルUP! キャンペーン</p>	<p>○コンシューマシェア ハムソー</p> <p>◇前年差 0.9 P ↑</p> <p>(SCIDデータ 23年4月～24年3月)</p>									
生産	<p>○シェア拡大に対応した商品の安定供給体制の構築</p> <p>・生産能力増強・・・鹿児島工場 ライン増設</p> <p>○生産効率向上の取り組み</p> <p>○環境配慮の取り組み・・・鹿児島工場 太陽光発電、コージェネレーションシステム</p>	<p>○人時生産性 (2023年度)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>ハムソー</th> <th>加食</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>2.5P悪化</td> <td>4.0P悪化</td> </tr> <tr> <td>注) 量目変更分を考慮</td> <td>0.7P悪化</td> <td>1.3P悪化</td> </tr> </tbody> </table>		ハムソー	加食		2.5P悪化	4.0P悪化	注) 量目変更分を考慮	0.7P悪化	1.3P悪化
	ハムソー	加食									
	2.5P悪化	4.0P悪化									
注) 量目変更分を考慮	0.7P悪化	1.3P悪化									
ベンダー	<p>○お客様の要望に応えた新商品を開発、積極的な市場供給を継続</p> <p>スムージー、カップデリ等好調</p>	<p>○ベンダー事業 売上高</p> <p>◇前期比 103%</p>									
その他	<p>○2024年物流問題への対応 2023年12月1日 ハムソーメーカー4社による『SDGsへの貢献と持続可能な物流のための食肉加工業界取り組み宣言』発表</p>										

## 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	2023年度	構成比
ハム・ソーセージ計	110	104	101	<b>103</b>	
・ コンシューマ商品	117	103	101	<b>103</b>	75.6
・ 業務用商品	94	110	102	<b>104</b>	23.4
・ ギフト	93	98	97	<b>83</b>	0.9

### ② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
香薫ウインナー	123	110	107	<b>107</b>
ローズハム群	121	99	99	<b>102</b>
ベーコン群	122	100	96	<b>102</b>
十勝生ハム	116	98	92	<b>97</b>

▶ 香薫好調に推移 ローズハム群、ベーコン群も前年を上回る

### ③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
ハムソーセージ	6P改善	4P改善	0.2P改善	2.5P悪化
	※量目変更を考慮		2.0P改善	0.7P悪化

### 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	2023年度
売上高	106	103	99	<b>103</b>

## 2. 加工食品

### ① 全体（販売数量 前年比）

%

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	構成比
加工食品計	99	102	99	<b>100</b>	
・ 調食コンシューマ	112	94	103	<b>97</b>	29.1
・ 調食業務用商品	87	118	100	<b>103</b>	47.2
・ 調味生肉	105	88	95	<b>99</b>	21.4

### ② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
ハンバーグ群	141	103	91	<b>91</b>
ミートボール	104	101	100	<b>75</b>
サラダチキン（ハムソーを含む）	107	85	95	<b>101</b>
フライコンシューマ	108	86	115	<b>105</b>

### ③ 人時生産性改善推移（対前年対比）

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
加工食品	4P改善	0P同一	1.6P悪化	4.0P悪化
	※量目変更を考慮		1.0P悪化	1.3P悪化

ハム・ソーセージ



加工食品



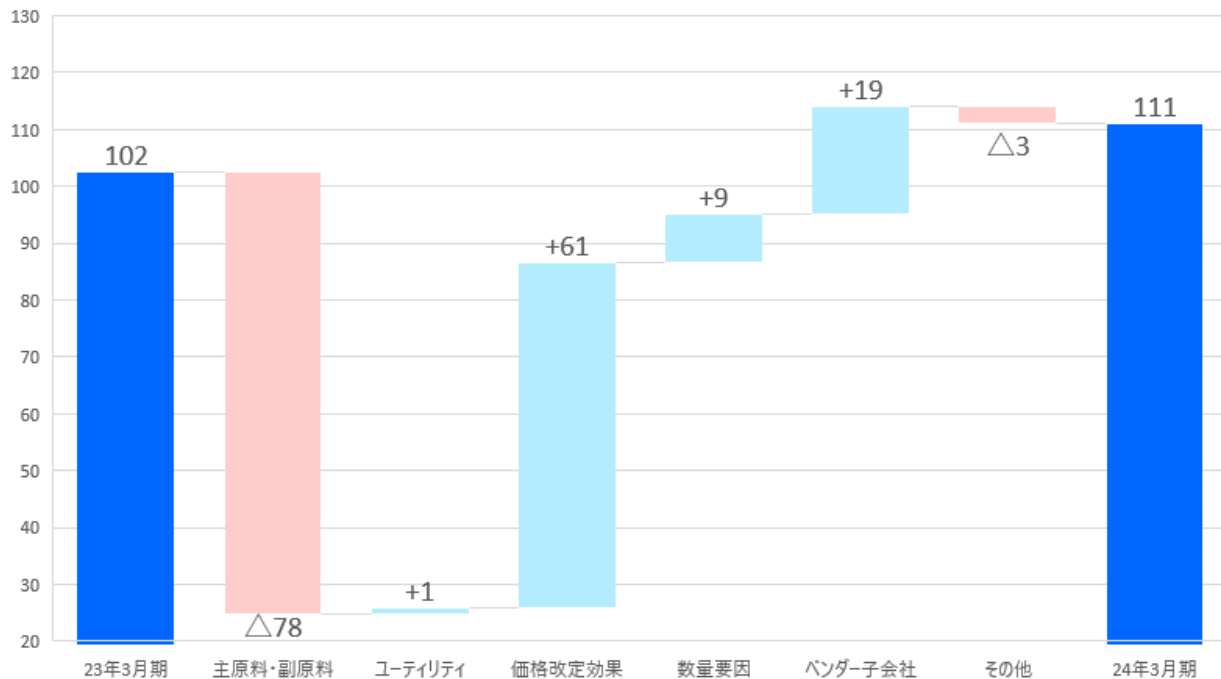
# 加工食品事業部門 営業利益 要因別増減

(億円 %)

	前期実績	2024年3月期		
		通期	前期比	前期差
売上高	3,007	3,122	103.8	+116
<b>営業利益</b>	<b>102</b>	<b>111</b>	<b>108.5</b>	<b>+9</b>
営業利益率 (%)	3.4	3.6	-	+0.2

○コストアップ △77億円  
主原料・副原料コストは高い水準だが前期差が縮小

○販売 +70億円  
(価格改定効果+61億円、数量要因+9億円)  
価格改定効果は段階的にコストアップとの差が縮まり、  
4Qは価格改定効果がコストアップを上回る。



要因		通期	1Q	2Q	3Q	4Q
23年3月期営業利益		102	37	22	32	11
コストアップ △77億円	主原料・副原料	△78	△29	△21	△15	△13
	ユーティリティ	+1	△1	+0	+2	+0
	小計	△77	△30	△21	△13	△13
販売 +70億円	価格改定効果	+61	+15	+17	+12	+17
	数量要因	+9	+3	+2	△0	+4
	小計	+70	+18	+19	+12	+21
ベンダー子会社		+19	+7	+11	+2	△2
その他		△3	+1	△1	△0	△2
24年3月期営業利益		111	33	30	33	16
前期差		+9	△4	+8	+0	+4
販売 - コストアップ		△7	△12	△2	△1	+8



	取り組み	実績																				
仕入・販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>○採算性の改善                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕入れコスト上昇に対しての価格転嫁</li> <li>・相場と連動した取引、施策の実行</li> </ul> </li> <li>○オリジナルブランドの拡販・・・ 輸入チルドビーフ／輸入チルドポーク</li> <li>○食肉E C販売 ミートガイの取り組み強化</li> <li>○新商品取り組み …… 産地パック</li> <li>○仕入ロス、在庫管理の徹底</li> </ul>	<p>[通期売上高前年比]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>前年同期比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>牛肉</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>豚肉</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>鶏肉</td> <td>107%</td> </tr> </tbody> </table> <p>需要は牛肉から豚肉・鶏肉へシフト (総務省家計調査23年4月～24年3月前年比)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>支出金額</th> <th>購入数量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>牛肉</td> <td>97%</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>豚肉</td> <td>103%</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>鶏肉</td> <td>105%</td> <td>102%</td> </tr> </tbody> </table>		前年同期比	牛肉	97%	豚肉	95%	鶏肉	107%		支出金額	購入数量	牛肉	97%	95%	豚肉	103%	100%	鶏肉	105%	102%
	前年同期比																					
牛肉	97%																					
豚肉	95%																					
鶏肉	107%																					
	支出金額	購入数量																				
牛肉	97%	95%																				
豚肉	103%	100%																				
鶏肉	105%	102%																				
養豚	<ul style="list-style-type: none"> <li>○豚出荷頭数の拡大</li> <li>○宮城農場 ⇒ 出荷頭数が順調に推移</li> <li>○既存農場の生産性の向上、品質の向上</li> <li>○アニマルウェルフェアの取り組み                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・O I E 指針に沿った自社基準の運用</li> </ul> </li> </ul> <p>※O I E：国際獣疫事務局</p>	<p>[出荷頭数実績]</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>出荷頭数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>22年度</td> <td>44万頭</td> </tr> <tr> <td>23年度</td> <td>46万頭 (前年比105%)</td> </tr> </tbody> </table>	年度	出荷頭数	22年度	44万頭	23年度	46万頭 (前年比105%)														
年度	出荷頭数																					
22年度	44万頭																					
23年度	46万頭 (前年比105%)																					



【宮城農場山元（肥育農場）】

外部環境																																																																																																																																		
○飼料価格は22年度14,750円上がり23年度も依然高い水準が継続																																																																																																																																		
J A 全農配合飼料価格 (全国全畜種平均)	<table border="1"> <tbody> <tr> <td>23年4月～6月</td> <td>2,000円値下げ↓</td> </tr> <tr> <td>23年7月～9月</td> <td>2,000円値下げ↓</td> </tr> <tr> <td>23年10月～12月</td> <td>2,700円値下げ↓</td> </tr> <tr> <td>24年1月～3月</td> <td>2,800円値上げ↑</td> </tr> </tbody> </table>	23年4月～6月	2,000円値下げ↓	23年7月～9月	2,000円値下げ↓	23年10月～12月	2,700円値下げ↓	24年1月～3月	2,800円値上げ↑																																																																																																																									
23年4月～6月	2,000円値下げ↓																																																																																																																																	
23年7月～9月	2,000円値下げ↓																																																																																																																																	
23年10月～12月	2,700円値下げ↓																																																																																																																																	
24年1月～3月	2,800円値上げ↑																																																																																																																																	
○国産豚肉相場は上期上昇も下期に入り下がり前年に近い水準で推移																																																																																																																																		
[東京市場 豚上枝肉]																																																																																																																																		
23年3月574円/kg→9月695円/kg→24年3月549円/kg																																																																																																																																		
○輸入畜肉在庫は下期に入り前年を下回る。																																																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">[推定期末在庫(輸入)]</th> <th colspan="12">出典：農畜産振興機構</th> <th colspan="2">t、%</th> </tr> <tr> <th></th> <th></th> <th>4月</th> <th>5月</th> <th>6月</th> <th>7月</th> <th>8月</th> <th>9月</th> <th>10月</th> <th>11月</th> <th>12月</th> <th>1月</th> <th>2月</th> <th>3月</th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>牛肉</td> <td></td> <td>147,784</td> <td>148,317</td> <td>148,065</td> <td>146,616</td> <td>148,038</td> <td>143,424</td> <td>137,851</td> <td>125,976</td> <td>117,207</td> <td>122,238</td> <td>117,666</td> <td>111,229</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>豚肉</td> <td></td> <td>204,045</td> <td>223,902</td> <td>225,208</td> <td>220,067</td> <td>217,704</td> <td>203,477</td> <td>192,812</td> <td>184,253</td> <td>170,120</td> <td>173,712</td> <td>165,686</td> <td>166,119</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>鶏肉</td> <td></td> <td>119,503</td> <td>127,502</td> <td>133,613</td> <td>129,613</td> <td>133,334</td> <td>132,497</td> <td>130,926</td> <td>119,960</td> <td>115,660</td> <td>125,877</td> <td>124,137</td> <td>129,110</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>昨比</td> <td></td> <td>129.4</td> <td>125.4</td> <td>114.2</td> <td>106.7</td> <td>101.0</td> <td>94.2</td> <td>90.8</td> <td>84.0</td> <td>82.0</td> <td>85.3</td> <td>82.5</td> <td>81.1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>昨比</td> <td></td> <td>120.0</td> <td>126.5</td> <td>117.1</td> <td>110.0</td> <td>104.7</td> <td>99.5</td> <td>98.3</td> <td>94.2</td> <td>91.8</td> <td>92.1</td> <td>87.6</td> <td>87.6</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>昨比</td> <td></td> <td>102.8</td> <td>110.2</td> <td>112.2</td> <td>107.0</td> <td>110.0</td> <td>109.3</td> <td>102.7</td> <td>92.3</td> <td>93.1</td> <td>100.2</td> <td>96.9</td> <td>101.8</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			[推定期末在庫(輸入)]		出典：農畜産振興機構												t、%				4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月			牛肉		147,784	148,317	148,065	146,616	148,038	143,424	137,851	125,976	117,207	122,238	117,666	111,229			豚肉		204,045	223,902	225,208	220,067	217,704	203,477	192,812	184,253	170,120	173,712	165,686	166,119			鶏肉		119,503	127,502	133,613	129,613	133,334	132,497	130,926	119,960	115,660	125,877	124,137	129,110			昨比		129.4	125.4	114.2	106.7	101.0	94.2	90.8	84.0	82.0	85.3	82.5	81.1			昨比		120.0	126.5	117.1	110.0	104.7	99.5	98.3	94.2	91.8	92.1	87.6	87.6			昨比		102.8	110.2	112.2	107.0	110.0	109.3	102.7	92.3	93.1	100.2	96.9	101.8		
[推定期末在庫(輸入)]		出典：農畜産振興機構												t、%																																																																																																																				
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月																																																																																																																					
牛肉		147,784	148,317	148,065	146,616	148,038	143,424	137,851	125,976	117,207	122,238	117,666	111,229																																																																																																																					
豚肉		204,045	223,902	225,208	220,067	217,704	203,477	192,812	184,253	170,120	173,712	165,686	166,119																																																																																																																					
鶏肉		119,503	127,502	133,613	129,613	133,334	132,497	130,926	119,960	115,660	125,877	124,137	129,110																																																																																																																					
昨比		129.4	125.4	114.2	106.7	101.0	94.2	90.8	84.0	82.0	85.3	82.5	81.1																																																																																																																					
昨比		120.0	126.5	117.1	110.0	104.7	99.5	98.3	94.2	91.8	92.1	87.6	87.6																																																																																																																					
昨比		102.8	110.2	112.2	107.0	110.0	109.3	102.7	92.3	93.1	100.2	96.9	101.8																																																																																																																					

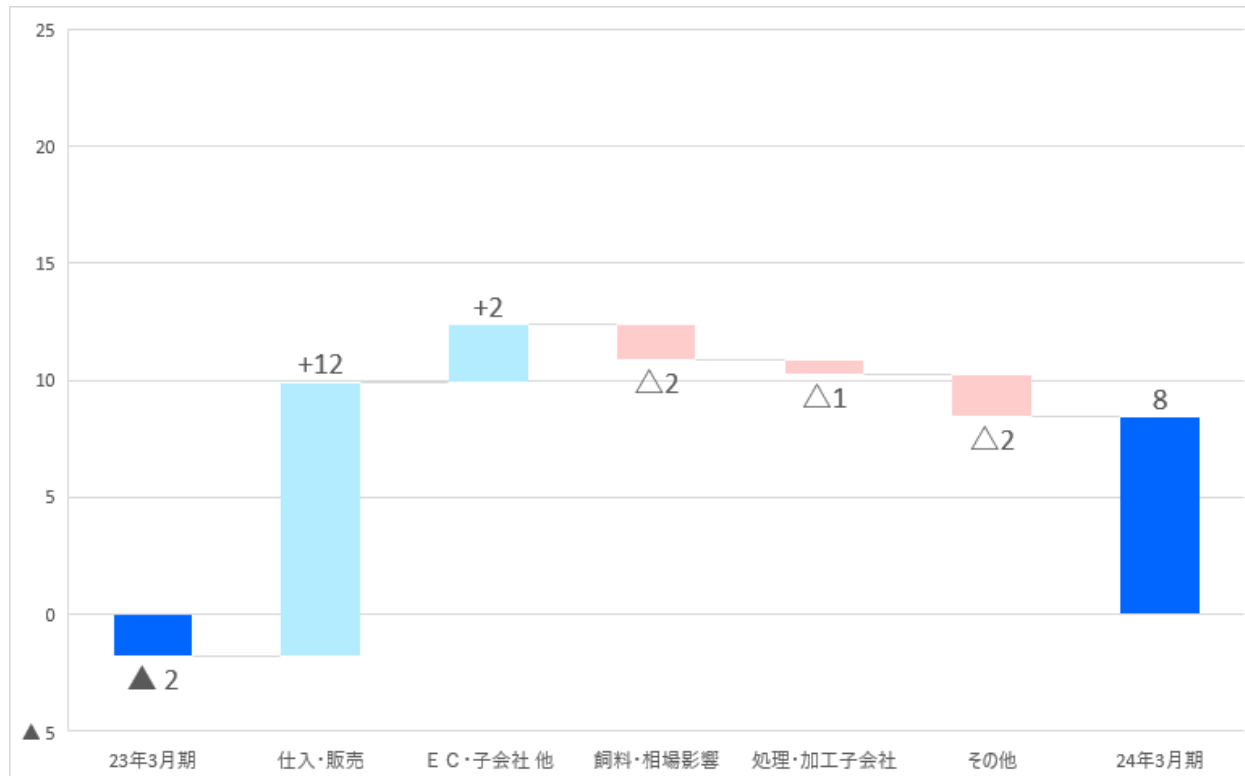
# 食肉事業部門 営業利益 要因別増減

(億円 %)

	前期実績	2024年3月期		
		通期	前期比	前期差
売上高	1,296	1,356	104.7	+61
<b>営業利益</b>	<b>▲2</b>	<b>8</b>	-	<b>+10</b>
営業利益率 (%)	-	0.6	-	-

○食肉販売 +14億円  
相場と連動した販売への転換が進み営業利益が改善

○養豚事業 △4億円  
飼料価格は依然高い水準が継続し、営業利益は前年を下回る



要因		通期
23年3月期営業利益		▲2
販売 +14億円	仕入・販売	+12
	E C・子会社 他	+2
	小計	+14
養豚 △4億円	飼料・相場影響	△2
	処理・加工子会社	△1
	その他	△2
	小計	△4
24年3月期営業利益		8
前期差		+10

	1Q	2Q	3Q	4Q
23年3月期営業利益	▲2	▲0	1	▲1
販売	+4	+2	+5	+1
E C・子会社 他	+0	+0	+1	+1
小計	+5	+2	+5	+2
養豚	+2	+0	△1	△3
処理・加工子会社	△1	+0	△0	+0
その他	△1	+2	△3	+0
小計	+0	+2	△4	△2
24年3月期営業利益	3	3	3	▲1
前期差	+5	+3	+2	△1

# 連結貸借対照表

(億円)

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
<b>流動資産</b>	953	1,032	+79
現金及び預金	109	133	+24
受取手形及び売掛金	465	526	+61
たな卸資産	270	320	+50
預け金	70	21	△49
その他	40	33	△7
<b>固定資産</b>	1,346	1,416	+70
有形固定資産	1,023	990	△33
無形固定資産	73	124	+51
投資その他資産	250	303	+53
<b>資産合計</b>	2,299	2,448	+149

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
<b>負債合計</b>	1,067	1,146	+79
流動負債	749	852	+103
固定負債	318	294	△24
<b>株主資本合計</b>	1,040	1,083	+42
資本金	79	79	±0
資本準備金	102	102	+0
利益剰余金	863	906	+42
自己株式	△4	△4	+0
その他包括利益合計	91	110	+19
非支配株主持ち分	100	109	+9
<b>純資産合計</b>	1,232	1,302	+70
<b>負債純資産合計</b>	2,299	2,448	+149

(億円 %)

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
自己資本比率	49.2	48.7	△0.5

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
有利子負債 (億円)	254	217	△37
ネット有利子負債 (億円)	75	64	△12
ネットDER (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

(億円)

## 【セグメント別資産】

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
加工食品セグメント	1,640	1,719	+79

	23年3月期 期末	24年3月期 期末	増減
食肉セグメント	445	483	+39

# 連結キャッシュフロー計算書

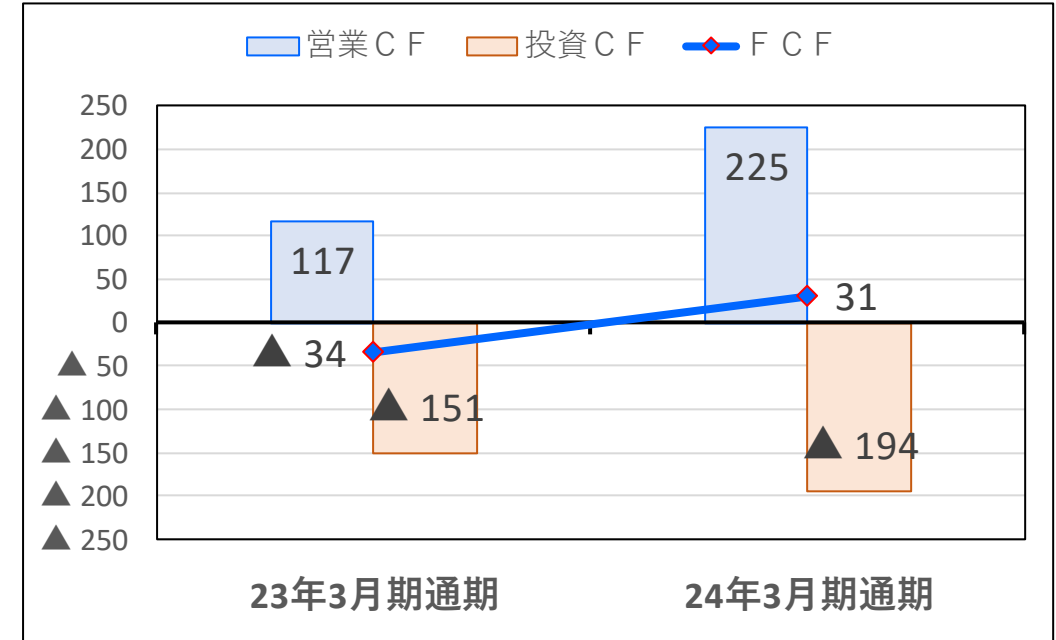
(億円)

	2023年3月期 通期	2024年3月期 通期	増減
<b>①営業活動による キャッシュ・フロー</b>	117	225	+108
税金等調整前当期純利益	59	134	+75
減価償却費	110	113	+4
売上債権の増減額 「▲」は増加	▲ 23	▲ 61	△38
棚卸資産の増減額 「▲」は増加	▲ 35	▲ 50	△15
仕入債務の増減額 「▲」は減少	▲ 4	96	+100
その他	11	▲ 7	△17
<b>②投資活動による キャッシュ・フロー</b>	▲ 151	▲ 194	△43
有形固定資産の支出	▲ 182	▲ 104	+77
無形固定資産の支出	▲ 24	▲ 62	△38
預け金	50	-	△50
その他	5	▲ 28	△32

<b>①+②フリーキャッシュフロー</b>	▲ 34	31	+65
-----------------------	------	----	-----

<b>③財務活動による キャッシュ・フロー</b>	12	▲ 76	△88
---------------------------	----	------	-----

<b>④現金及び現金同等物の期末残高</b>	141	98	△43
------------------------	-----	----	-----



## 減価償却費及び設備投資

(億円)

	23年3月期 通期	24年3月期		2024年3月期	
		通期	昨差	通期計画	計画差
減価償却費	110	113	+4	122	△9
設備投資額	239	147	△92	230	△83

## 目標指標

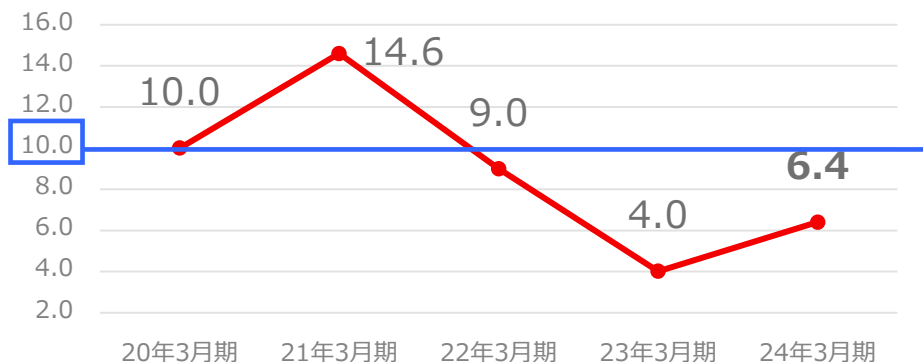
**ROE 10%以上**

	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
ROE (%)	10.0	14.6	9.0	4.0	<b>6.4</b>
ROIC (%)	9.7	13.2	8.7	3.3	<b>5.9</b>
ROA (%)	4.4	6.9	4.5	2.0	<b>3.2</b>
株主資本コスト (%)	4.9	5.1	4.9	4.9	<b>4.6</b>
WACC (%)	4.2	4.6	4.3	4.0	<b>3.9</b>
自己資本比率 (%)	45.6	48.3	50.5	49.2	<b>48.7</b>
期末株価 (円)	2,453	3,490	2,202	2,201	2,303
PBR (倍)	1.36	1.69	0.99	0.98	<b>0.97</b>
TSR	122.3	177.0	117.4	120.5	<b>128.7</b>

※PBRは当期期末株価で計算

※TSRは19年3月期を100とした場合の数値

## ROEの推移



## 23年度配当方針

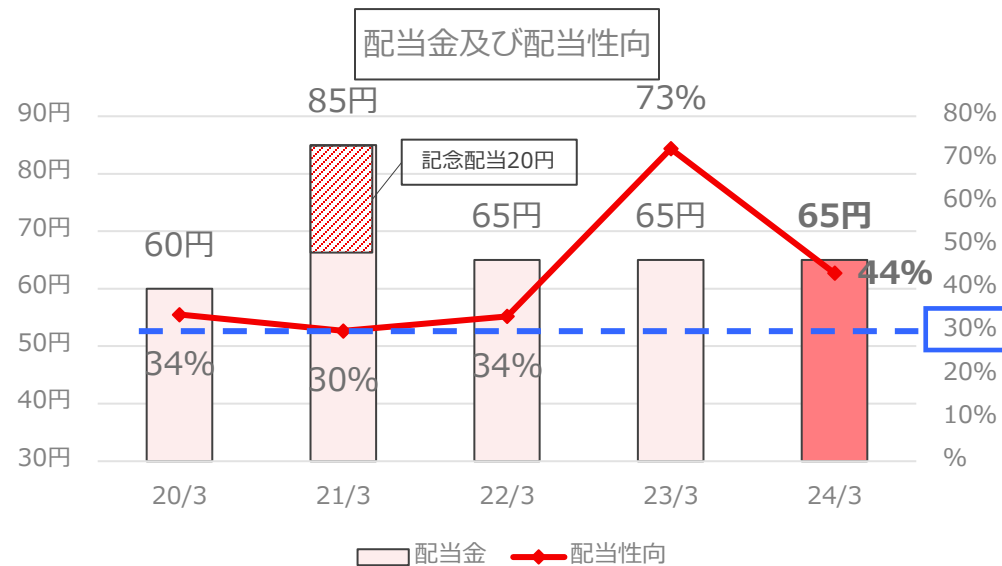
**配当性向30%以上且つ安定的**

(円)

		2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
1株当たり 配当金	中間	20	20	20	20	<b>20</b>
	期末	40	※65	45	45	<b>45</b>
	年間	60	85	65	65	<b>65</b>
配当性向 (%)		34	30	34	73	<b>44</b>
配当利回り (%)		2.9	3.5	1.9	3.0	<b>3.0</b>
前期期末株価 (円)		2,054	2,453	3,490	2,202	2,201

※配当利回りは前期期末株価で計算

※記念配当(20円)含む



**1**

2024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（業績推移）

**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（2024～2026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ると同時に、サステナビリティ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. 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. 持続可能な経営基盤の強化

- ▶ 資本コスト経営の強化
- ▶ 人材の確保と育成による変革意識の醸成
- ▶ 脱炭素・循環型社会の実現に向けた取り組み推進

### 2. 外部環境の変化に対応した収益基盤の構築

- ▶ 既存事業の基礎収益力の向上
- ▶ 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
- ▶ 持続可能なサプライチェーンの構築

### 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
- ▶ 成長領域への挑戦と、DX、新技術の開発・導入

**【温室効果ガス排出量】**

		t-CO <sub>2</sub>	
		2023年度 (速報値)	2030年度 (計画)
	<b>156,333</b>	130,794	
	前年比9.0%削減	21年度比24.3%削減	



# 中期経営計画 連結損益計画①

億円

	2023年度	2024年度	前期比	前期差	2025年度	2026年度
売上高	4,484	<b>4,700</b>	<b>104.8</b>	<b>+216</b>	<b>5,000</b>	<b>5,100</b>
前回中期計画	4,703	4,851			4,944	-
営業利益	118	<b>160</b>	<b>135.4</b>	<b>+42</b>	<b>155</b>	<b>175</b>
前回中期計画	115	158			174	-
経常利益	129	<b>170</b>	<b>131.9</b>	<b>+41</b>	<b>165</b>	<b>185</b>
前回中期計画	120	162			178	-
親会社に帰属する当期純利益	75	<b>100</b>	<b>133.1</b>	<b>+25</b>	<b>100</b>	<b>115</b>
前回中期計画	76	100			111	-
売上高営業利益率	2.6%	<b>3.4%</b>	-	<b>+0.8</b>	<b>3.1%</b>	<b>3.4%</b>
設備投資額	147	<b>257</b>	174.8	+110	<b>123</b>	<b>105</b>
内、DX投資	43	<b>113</b>			<b>20</b>	<b>12</b>
前回中期計画	230	233			90	-
減価償却費	113	<b>115</b>	101.4	+2	<b>133</b>	<b>134</b>
前回中期計画	122	129			149	-

# 中期経営計画 連結損益計画②（指標など）

単位：億円

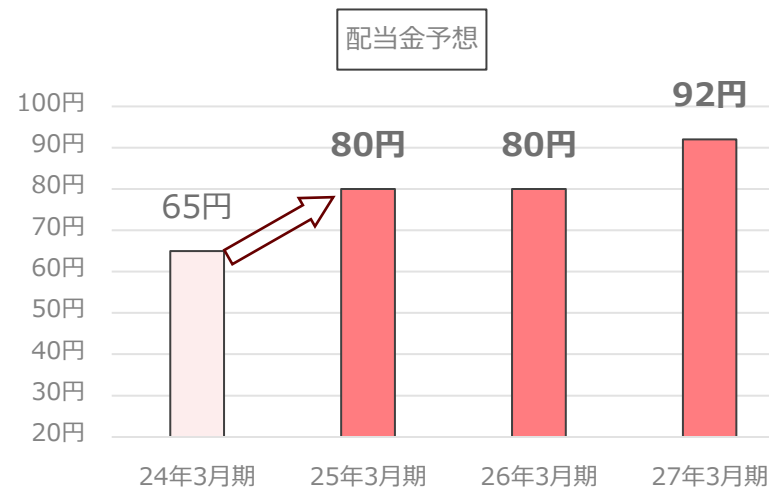
		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
ROE		6.4%	<b>8.3%</b>	<b>7.8%</b>	<b>8.5%</b>
	前回中期計画	6.6%	8.2%	8.6%	—
ROIC		5.9%	<b>8.3%</b>	<b>7.6%</b>	<b>8.4%</b>
	前回中期計画	5.9%	7.7%	8.3%	—
ROA		3.2%	<b>4.1%</b>	<b>4.0%</b>	<b>4.5%</b>
	前回中期計画	3.2%	4.1%	4.5%	—
株主資本コスト		4.6%	<b>4.6%</b>	<b>4.6%</b>	<b>4.6%</b>
WACC		3.9%	<b>3.9%</b>	<b>3.9%</b>	<b>3.9%</b>
	前回中期計画	4.0%	4.0%	4.0%	—
有利子負債（億円）		217	<b>290</b>	<b>271</b>	<b>171</b>
ネット有利子負債（億円）		64	<b>202</b>	<b>181</b>	<b>80</b>
ネットDER（倍）		0.05	<b>0.15</b>	<b>0.13</b>	<b>0.05</b>
1株当たり配当金（円）		65	<b>※80</b>	<b>※80</b>	<b>※92</b>
配当性向（%）		44%	40%	40%	40%

**経営目標**

ROE 10%以上

**配当方針**

配当性向 **40%以上**且つ安定的



【1株当たり配当金予想】 円

	24年3月期 実績	25年3月期	26年3月期	27年3月期
中間	20	40	40	46
期末	45	40	40	46
年間	65	80	80	92

※：24-26年中期経営計画を基に算出した予想値

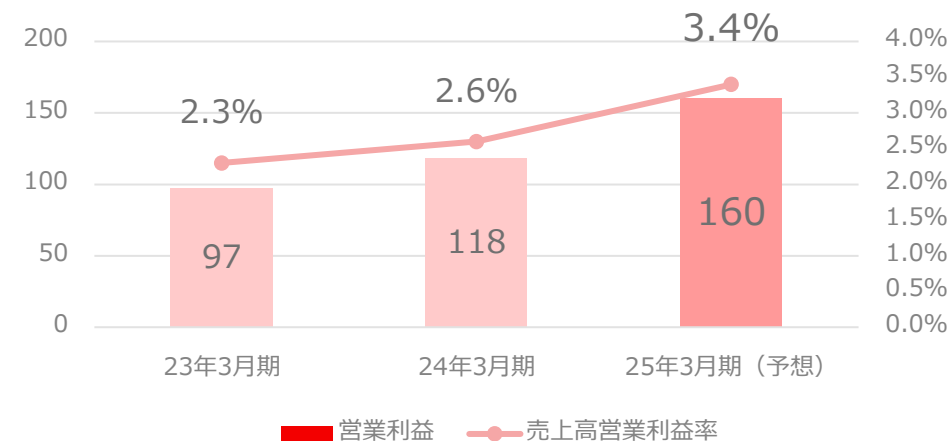
# 2025年3月期計画（2024年度）

## 【連結業績】

(億円 %)

	前期実績			25年3月期 連結業績予想				
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前期比	前期差
売上高	2,227	2,257	4,484	<b>2,350</b>	<b>2,350</b>	<b>4,700</b>	104.8	+216
営業利益	68	50	118	<b>85</b>	<b>75</b>	<b>160</b>	135.4	+42
経常利益	74	55	129	<b>89</b>	<b>81</b>	<b>170</b>	131.9	+41
親会社株主帰属 当期純利益	39	36	75	<b>51</b>	<b>49</b>	<b>100</b>	133.5	+25
営業利益率 (%)	3.1	2.2	2.6	<b>3.6</b>	<b>3.2</b>	<b>3.4</b>	-	+0.8

営業利益及び営業利益率 直近2期との比較 (億円 %)



## 【加工食品セグメント】

(億円 %)

	前期実績			25年3月期計画値				
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前期比	前期差
売上高	1,571	1,551	3,122	<b>1,650</b>	<b>1,650</b>	<b>3,300</b>	105.7	+178
営業利益	63	48	111	<b>73</b>	<b>70</b>	<b>143</b>	128.7	+32
営業利益率 (%)	4.0	3.1	3.6	<b>4.4</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>	-	+0.8
	期末			計画		増減		
セグメント別資産	1,719			1,691		△28		

## 【食肉セグメント】

(億円 %)

	前期実績			25年3月期計画値				
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	前期比	前期差
売上高	653	703	1,356	<b>680</b>	<b>700</b>	<b>1,380</b>	101.7	+24
営業利益	6	2	8	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	249.1	+13
営業利益率 (%)	1.0	0.3	0.6	<b>1.9</b>	<b>1.1</b>	<b>1.5</b>	-	+0.9
	期末			計画		増減		
セグメント別資産	483			505		+22		

2024年5月7日開示「24年3月期決算補足資料」から下記内容が修正

・決算補足資料P12 加工食品セグメント及び食肉セグメントの25年3月期営業利益計画値 (上期、下期、通期)

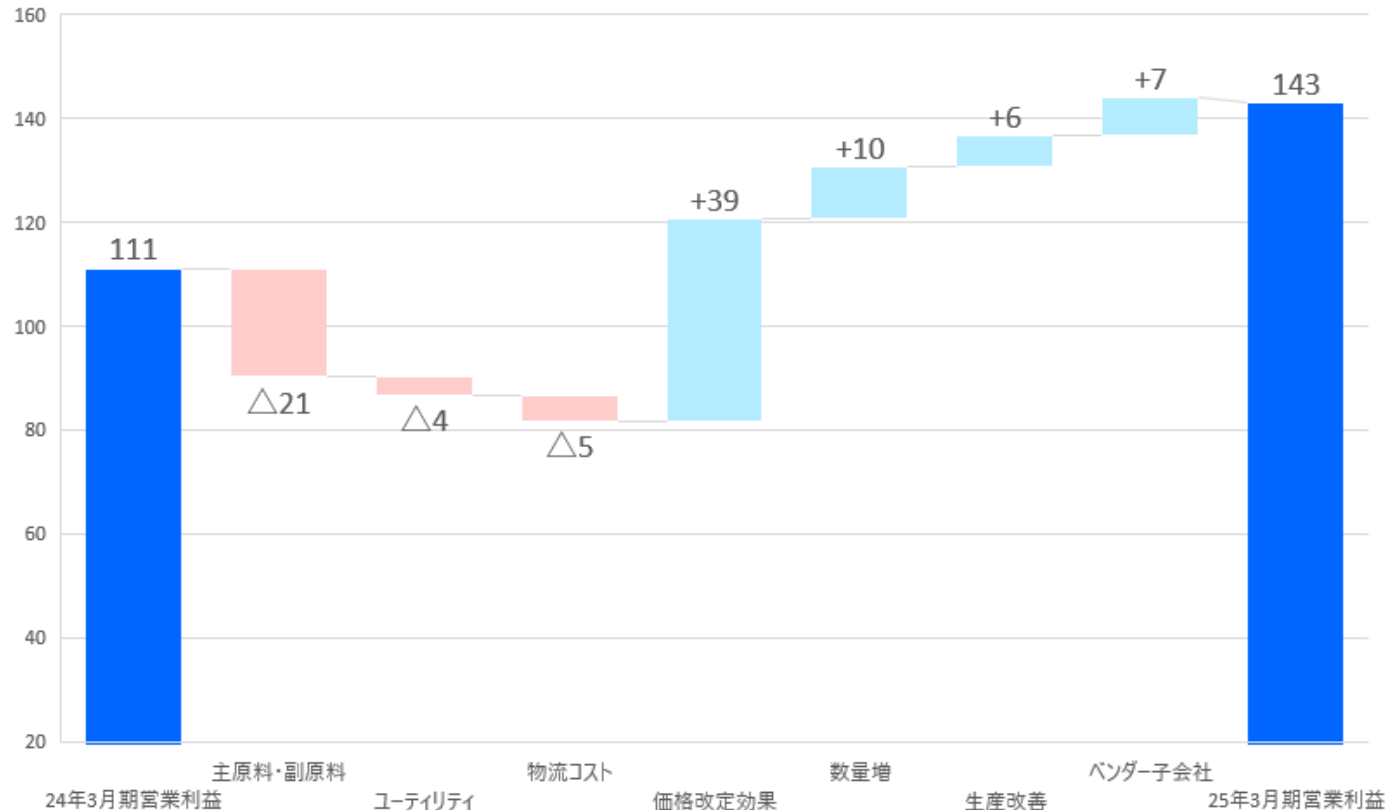
<p><b>価格改定</b></p>	<p>○2024年4月 価格改定実施（5回目）                  対象品目数：約130品 NB商品及びPB商品、業務用商品                  改定幅：3%～38%</p>
<p><b>販売</b></p>	<p>○市場シェア拡大の取組継続                  ○TVCMキャンペーン、イベント、SNSを活用したファン層の拡大とブランド認知向上                  ▶「香薫<sup>®</sup>あらびきパーク」2個束、大袋（ジッパー付き）、 「スマイルUP！」 他</p> <p>【販促】</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div data-bbox="631 515 1166 753" style="text-align: center;">  <p>東京ディズニーシー 完全貸切 貸切ご招待</p> <p>12名 4名様コース ¥1,500,000～¥2,000,000</p> <p>6名 2名様コース ¥750,000～¥1,500,000</p> <p>東京ディズニーリゾート キャンペーン</p> </div> <div data-bbox="1187 558 1768 694" style="text-align: center;"> <p>2024年6月 東京ディズニーシー Fantasy Springs（ファンタジースプリングス） オープン</p> </div> <div data-bbox="1793 522 2150 729" style="text-align: center;">  <p>5月9日は 香薫の日</p> <p>「香薫の日」イベント</p> </div> <div data-bbox="2155 536 2474 672" style="text-align: center;"> <p>宝塚歌劇団貸切公演 ・宝塚大劇場（兵庫） ・東京宝塚劇場（東京）</p> </div> </div> <p>○業務用商品の取り組み強化・・・総菜、外食、問屋向け                  ○成長市場への取組み（EC販売、冷凍食品）                  ○海外（シンガポール） Rudi's Fine Food Pte Ltd 新規取引の拡大</p> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">  <p>自社ECサイト～竹岸ハム商会～</p> </div>
<p><b>生産</b></p>	<p>○シェア拡大に対応した生産体制の構築による商品の安定供給                  ・生産能力増強、コスト競争力強化・・・設備の高速化、製造ラインの短縮化、商品構成の改善                  ○脱炭素・循環型社会の実現に向けた取り組み                  ・茨城工場 調達電力100%再生可能エネルギーへ転換、廃プラ ケミカルリサイクルの検討</p>
<p><b>ベンダー子会社</b></p>	<p>市場ニーズの取り組み、継続的な新商品開発、発売</p>
<p><b>その他</b></p>	<p>2024年物流問題への対応</p>

# 加工食品事業部門 営業利益計画（2025年3月期）

(億円%)

	前期実績 通期	2025年3月期計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	3,122	3,300	105.7	+178
<b>営業利益</b>	<b>111</b>	<b>143</b>	<b>128.7</b>	<b>+32</b>
営業利益率 (%)	3.6	4.3	-	+0.8

2025年3月期計画	
上期	下期
1,650	1,650
73	70



要因		通期計画
<b>24年3月期営業利益</b>		<b>111</b>
コストアップ <b>△30億</b>	主原料・副原料	△21
	ユーティリティ	△4
	物流コスト	△5
	小計	△30
プラス要因 (営業・生産) <b>+55億</b>	価格改定効果	+39
	数量増	+10
	生産改善	+6
	小計	+55
ベンダー子会社		+7
<b>25年3月期営業利益</b>		<b>143</b>
<b>前期差</b>		<b>+32</b>

# 加工食品セグメント 価格改定の状況

	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	→ 2022年2月													家庭用 業務用	約200品	5%~12%
2回		→ 2022年9月												家庭用 業務用	約400品	家庭用：5%~20% 業務用：5%~30%
3回						→ 2023年4月								家庭用 業務用	約400品	家庭用：5%~15% 業務用：5%~20%
4回								→ 2023年10月						家庭用 業務用	約200品	3%~20%
5回										→ 2024年4月				家庭用 業務用	約130品	3%~38%

	2022年度	2023年度	2024年度 (計画)	合計
プラス要因 (価格改定効果等)	+ 63 億円	+ 70 億円	+ 55 億円	+ 188 億円
コストアップ	△ 93 億円	△ 77 億円	△ 30 億円	△ 200 億円
差	△ 30 億円	△ 7 億円	+ 25 億円	△ 12 億円
価格転嫁率	68%	91%	183%	94%

## 仕入れ・販売

- 採算重視の販売、仕入れ
  - ・相場連動の取引
  - ・仕入在庫管理の徹底
  - ・仕入先との効率的な仕入れに向けた取り組み
- オリジナルブランドの拡販、育成
  - ・輸入チルドビーフ・チルドポーク、国産豚
- 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、パッカーの開拓）
  - ・産地パック
  - ・内臓等副産物の有効活用、拡販
- 販路の新規開拓（業務用 外食 問屋向け）
- 輸出に向けた準備
- 食肉EC事業 食肉通販サイト「ミートガイ」 サイト認知向上、業務用の取り組み



## 養豚

- 豚出荷頭数の拡大
- 宮城農場 … ツーサイト方式（防疫強化）、餌に飼料用米使用
- 農場の生産性及び品質の向上、設備への投資、飼料の仕入統一による効率化
- アニマルウェルフェアの取り組み
  - ・宮城新農場
  - ・オープンクレート（開放型分娩豚房）
  - ・OIE指針に沿った自社基準の運用



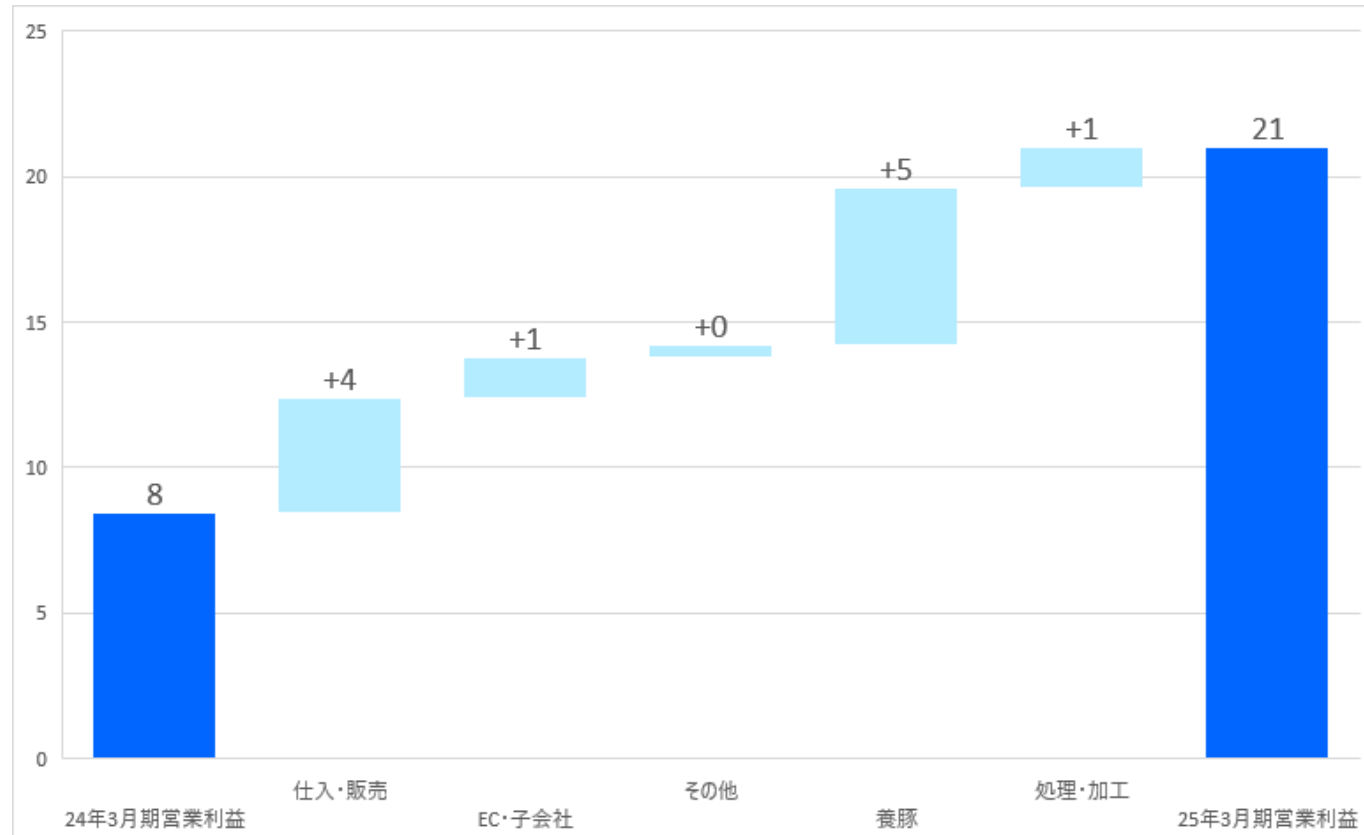
【宮城農場 亘理（繁殖農場）】

# 食肉事業部門 営業利益計画（2025年3月期）

(億円 %)

	前期実績 通期	2025年3月期計画		
		通期	前期比	前期差
売上高	1,356	1,380	101.7	+24
<b>営業利益</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	<b>249.1</b>	<b>+13</b>
営業利益率 (%)	0.6	1.5	-	+0.9

2025年3月期計画	
上期	下期
680	700
<b>13</b>	<b>8</b>



要因		通期計画
<b>24年3月期営業利益</b>		<b>8</b>
<b>販売</b> +6億円	仕入・販売	+4
	EC・子会社	+1
	その他	+0
<b>養豚</b> +6億円	養豚	+5
	処理・加工	+1
<b>25年3月期営業利益</b>		<b>21</b>
<b>前期差</b>		<b>+13</b>



## ▶ 2023年 9月「プリマハムグループ人権方針」・「プリマハムグループ調達方針」策定・開示

### ○「プリマハムグループ人権方針」

事業活動において影響を受けるすべての人々の人権を尊重し、その責務を果たす指針として、「プリマハムグループ人権方針」を策定。

### ○「プリマハムグループ調達方針」

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お取引様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調達に努め、責任ある調達活動を行うことを目標として策定。

## ▶ 2023年12月 サステナビリティページ ESGデータ集 英語版ページを開設

当社ホームページサステナビリティページに「ESGデータ集 英語版ページ」を新設  
英語の情報開示の充実を図る。

## ▶ 2024年 1月 TCFD提言に基づく情報開示（2023年度版）

①2021年度、2022年度単体のScope3の温室効果ガス排出量を開示

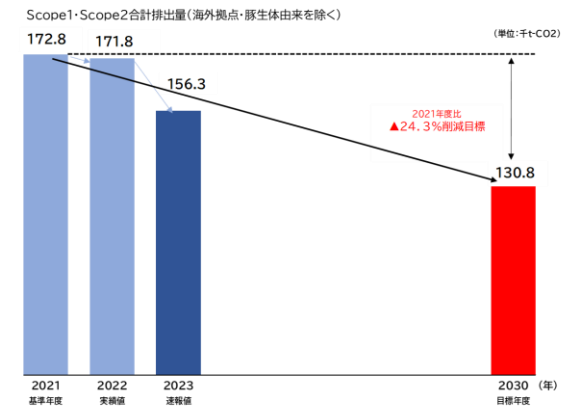
②2022年度に特定した気候変動による主要なリスクと機会のうち、  
財務への影響大きいと評価した項目のシナリオ分析を実施

- ・低炭素・脱炭素技術の代替、革新
- ・原材料コストの上昇
- ・感染症の蔓延
- ・河川氾濫・沿岸氾濫による水害
- ・火力発電エネルギーから再生可能エネルギーのシフト



## ▶ 温室効果ガス削減の取り組み（2023年度速報値）

156,333t-co<sub>2</sub> 9.0%削減（前年比）  
環境に配慮した鹿児島新工場の稼働、フロン対策効果、再生可能エネルギーの活用により着実な削減を実現



## ○ 基幹工場である茨城工場の調達電力100%再生可能エネルギーへ転換（2024年4月～）

約9,000 t の温室効果ガス削減見込み（2023年度速報値の5.8%）

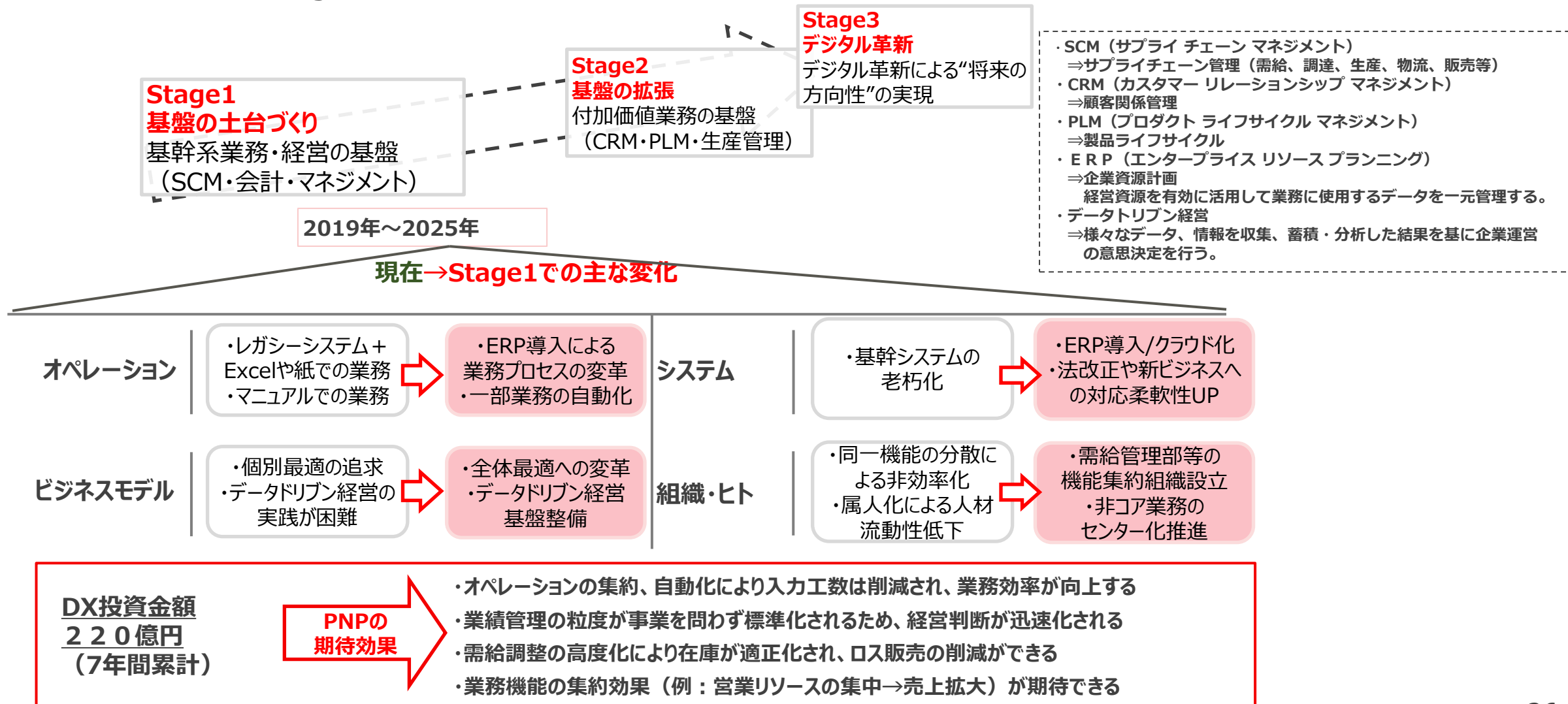


## ▶ 重要課題（マテリアリティ）の見直し及びプリマハムグループ環境方針の改定

「水使用量の削減」、「プラスチック使用量の削減」、「生物多様性の保全」を重要課題（マテリアリティ）に追加。見直しに伴い「プリマハムグループ環境方針」を改定。

重要課題（マテリアリティ）	目標・KPI
水使用量の削減	2030年度までに水使用量を製造原単位ベースで3%削減（2021年度比）
プラスチック使用量の削減	包装資材に用いるプラスチック使用量削減に取り組む
生物多様性の保全	温室効果ガス、水使用量、廃棄物等の削減の取り組みを通じ、生物多様性への負荷を軽減する

- 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  
2025年度中にStage1を完了予定



**1**

2024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（業績推移）

# 【参考】連結損益計算書の推移（21年3月期～24年3月期）

	セグメント	2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期			2024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	加工食品事業	1,375	1,423	2,798	1,422	1,434	2,856	1,484	1,522	3,007	1,571	1,551	3,122
	食肉事業	669	709	1,378	677	669	1,347	630	665	1,296	653	703	1,356
	その他事業	2	3	5	2	2	5	3	3	5	3	3	6
	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
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
売上総利益		286	293	580	275	252	527	246	232	478	259	242	501
販売管理費		175	190	365	191	180	371	191	189	380	191	192	383
営業利益		111	103	215	84	56	140	55	43	97	68	50	118
営業外損益		3	6	9	4	4	8	4	4	8	6	5	11
経常利益		115	110	224	89	60	149	58	47	105	74	55	129
特別損益		▲3	▲2	▲5	1	1	2	▲1	▲45	▲46	▲5	11	5
税金等調整前当期純利益		111	108	219	89	62	151	58	1	59	69	65	134
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
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

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（21年3月期～24年3月期）

億円

	セグメント	2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期			2024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	481	493	974	491	488	979	510	529	1,039	559	562	1,121
	加工食品	315	350	665	336	338	674	364	368	731	387	381	768
	惣菜（ベンダー子会社）	487	510	997	514	508	1,021	506	510	1,016	535	511	1,046
	食肉	745	760	1,505	746	752	1,498	722	759	1,481	728	785	1,513
	その他	18	22	40	15	19	34	16	25	41	18	17	36
	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
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

## 【参考】ベンダー子会社（1社）

	2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期			2024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	487	510	997	514	508	1,021	506	510	1,016	535	511	1,046
営業利益	20	17	36	16	5	21	6	7	13	24	6	30
営業利益率（%）	4.0	3.3	3.6	3.2	1.0	2.1	1.2	1.4	1.3	4.5	1.2	2.9

# 【参考】連結貸借対照表の推移（21年3月期～24年3月期）

(億円)

	2021年3月期		2022年3月期		2023年3月期		2024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	934	987	961	958	989	953	1,052	<b>1,032</b>
固定資産	1,129	1,158	1,213	1,259	1,308	1,346	1,395	<b>1,416</b>
総資産	2,063	2,145	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	<b>2,448</b>

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

自己資本	960	1,036	1,051	1,119	1,139	1,132	1,161	<b>1,193</b>
自己資本比率 (%)	46.6%	48.3%	48.4%	50.5%	49.6%	49.2%	46.2%	<b>48.7%</b>

## 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からメールでもお問い合わせが可能です。

[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)