

2025年度 上期 決算説明会資料

2025年11月19日
プリマハム株式会社
(東証プライム市場：2281)

注 意 事 項

本資料における将来の予想等に関する各数値は、現時点で入手可能な情報に基づく当社の判断や仮定のものであり、リスクおよび不確実性が含まれております。従って実際の業績等は、予想数値と異なる結果となる場合があります。

【お問合せ先】

〒140－8529

東京都品川区東品川4－12－2 品川シーサイドウエストタワー

プリマハム株式会社 総務・広報部

TEL：03－6386－1800

当社HPからお問い合わせが可能です。 ※以下をクリックしてアクセスしてください。

[プリマハム | IR・投資家情報 | IRに関するお問い合わせ \(primaham.co.jp\)](https://primaham.co.jp)

2025年度上期 連結損益

(億円 %)

	前年		2025年度			
	上期	売上高比	上期	売上高比	前年差	増減率
売上高	2,294	-	2,361	-	+66	+2.9%
売上原価	2,040	88.9	2,096	88.8	△56	+2.8%
売上総利益	254	11.1	264	11.2	+10	+4.0%
販売管理費	192	8.4	215	9.1	△23	+11.9%
営業利益	62	2.7	49	2.1	△13	△20.6%
経常利益	68	3.0	56	2.4	△12	△17.9%
特別利益	12	0.5	0	0.0	△12	-
特別損失	4	0.2	4	0.2	△1	△12.5%
税金等調整前四半期純利益	76	3.3	53	2.2	△24	△30.9%
四半期純利益	48	2.1	26	1.1	△22	△45.5%
非支配株主帰属 四半期純利益	5	0.2	▲ 6	-	+11	-
親会社株主帰属 四半期純利益	43	1.9	32	1.3	△11	△26.0%

[売上高比率]

【原価率】 0.1%pt好転 (88.9%→88.8%)

原材料・商品仕入 0.6%pt悪化

製造費用比率 0.7%pt好転

【売上総利益率】 0.1%pt好転 (11.1%→11.2%)

【販売管理費比率】 0.7%pt悪化 (8.4%→ 9.1%)

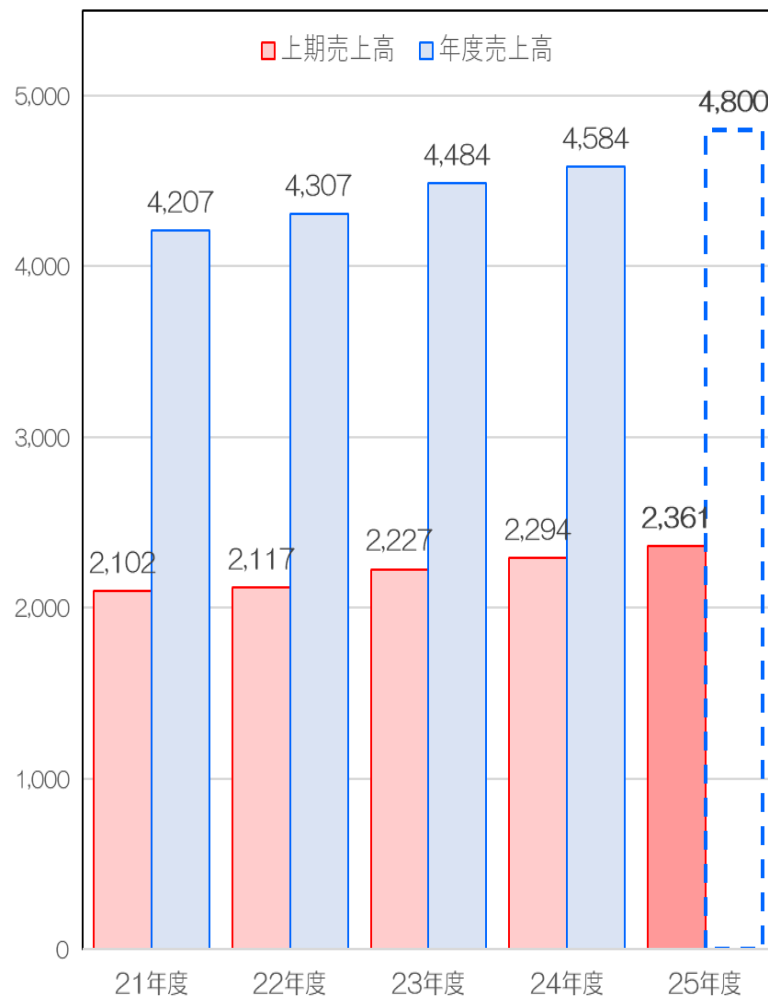
人件費 0.2%pt悪化

経費 0.6%pt悪化

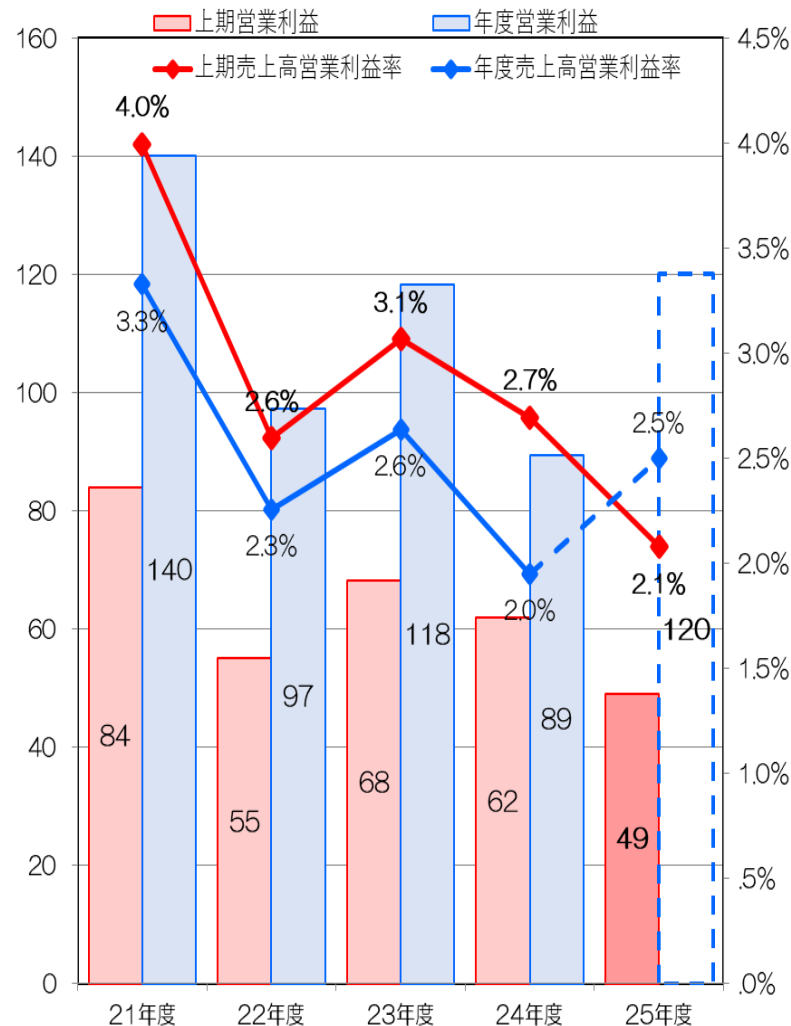
【営業利益率】 0.6%pt悪化 (2.7%→ 2.1%)

連結売上高、営業利益、四半期純利益の推移

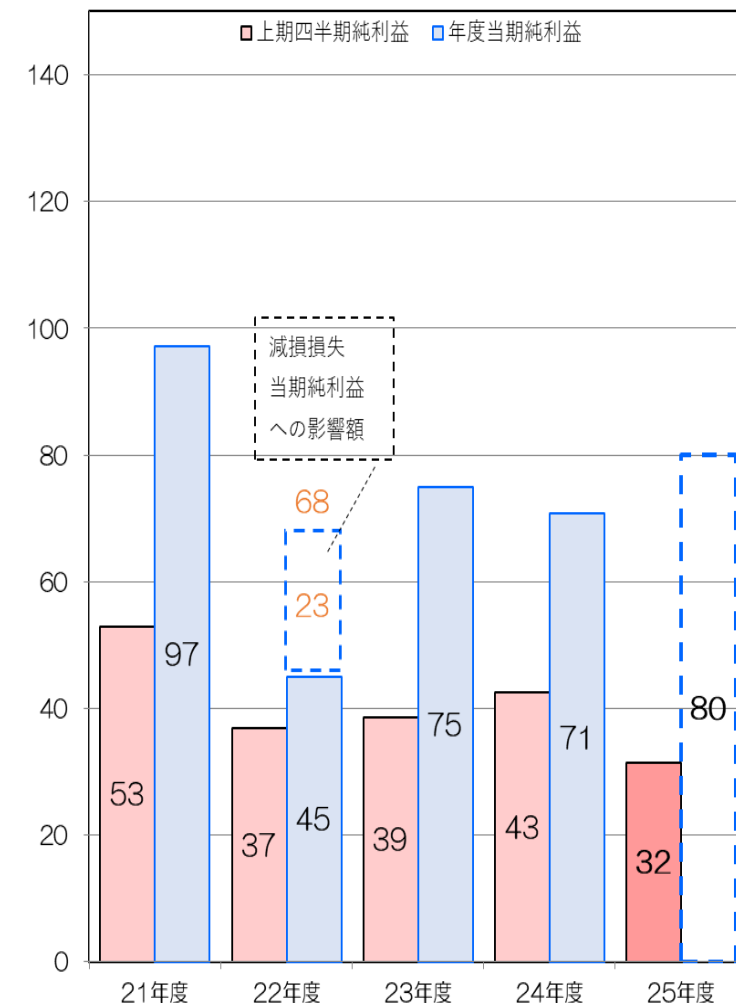
連結売上高 億円



連結営業利益・売上高営業利益率 億円



連結四半期純利益、当期純利益 億円



※四半期純利益 ……親会社株主に帰属する四半期純利益

…2025年度通期業績予想値

2025年度 上期 セグメント別



		(億円　％)			
		前年 実績	2025年度		
			上期	前年差	増減率
加工食品事業部門	売上高	1,579	1,575	△4	△0.3%
	営業利益	58	45	△13	△22.0%
	営業利益率	3.6%	2.9%	△0.8%pt	－
食肉事業部門	売上高	712	781	+70	+9.8%
	営業利益	5	6	+0	+8.0%
	営業利益率	0.7%	0.7%	△0.0%pt	－
その他	売上高	3	4	+1	+26.7%
	営業利益	1	1	△ 0	△4.8%
調整額※	営業利益	▲ 2	▲ 3	△0	+19.5%
連結合計	売上高	2,294	2,361	+66	+2.9%
	営業利益	62	49	△13	△20.6%
	営業利益率	2.7%	2.1%	△0.6%pt	－

注記) ※調整額・・・各セグメントに帰属しない全社費用

【商品別売上高】		(億円　%)		
	前年実績	2025年度		
		上期	前年差	増減率
ハム・ソーセージ	588	624	+36	+6.0%
加工食品	366	385	+19	+5.1%
総菜（ベンダー子会社）	537	492	△45	△8.3%
食肉	791	846	+55	+7.0%
合計	2,294	2,361	+66	+2.9%

※商品別「食肉」には加工食品セグメントの食肉販売分を含む

【単体損益（プリマハム単体）】			(億円　％)	
	前年実績	2025年度		
		上期	前年差	増減率
売上高	1,651	1,747	+96	+5.8%
営業利益	28	45	+17	+59.7%
営業利益率（％）	2.1％	2.6％	+0.5%pt	-

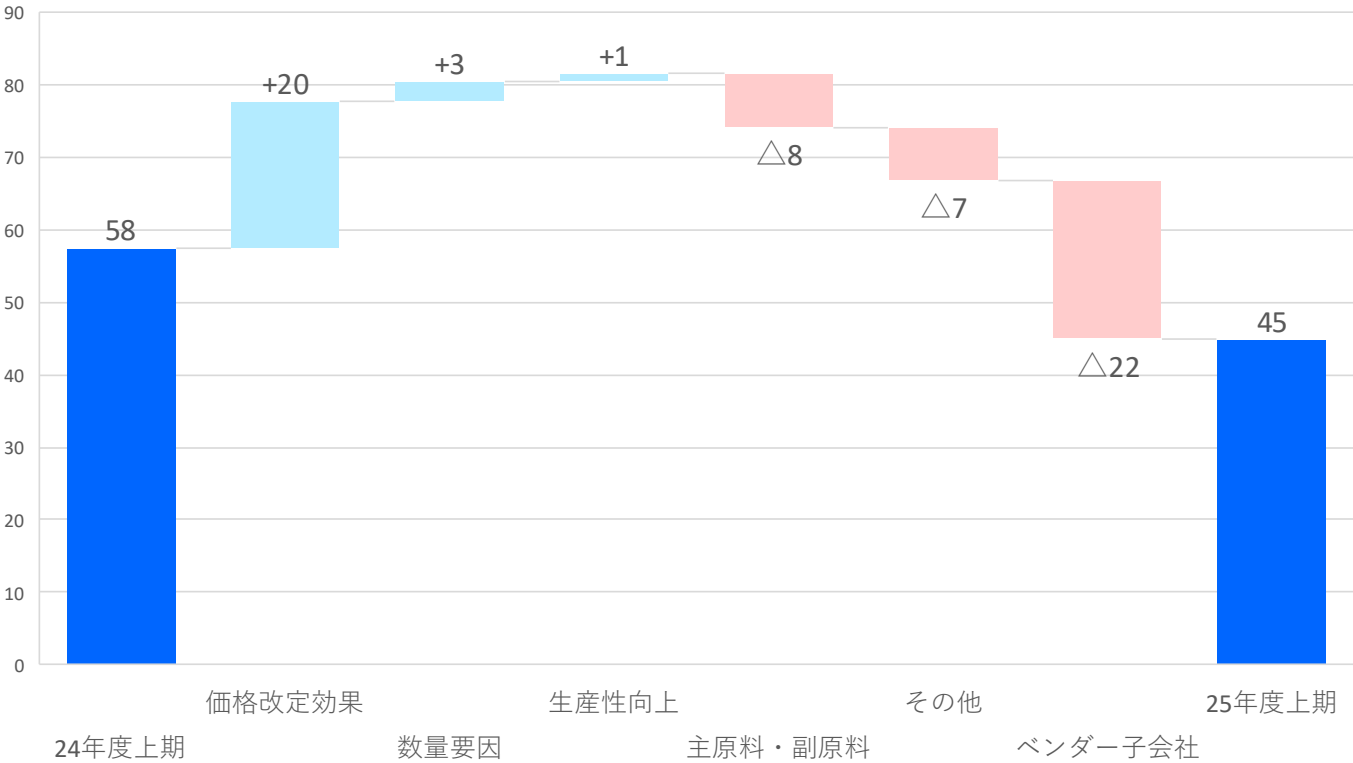
事業環境	・ 訪日外国人の増加などでインバウンド消費は堅調。消費者物価指数（総合）は25年4月以降前年同月比2%台後半から3%台で推移する一方、1月から実質賃金は8か月連続でマイナスとなり、消費者の節約傾向は継続している。 ・ 円安による製造コスト高が継続し、様々な業種で価格改定を実施。一方で、一部流通ではプライベート商品の価格引き下げなどが実施。 ・ 食肉業界は相場高、疾病問題など厳しい事業環境が続いている。
------	--

加工食品事業部門 営業利益 要因別増減



(億円 %)

	前年実績	2025年度		
		上期	前年差	増減率
売上高	1,579	1,575	△4	△0.3%
営業利益	58	45	△13	△22.0%
営業利益率 (%)	3.6%	2.9%	△0.8%pt	-



○収益改善 +24億円
25/4 7回目価格改定の着実な実施

○コストアップ △15億円
主原料、副原料、物流コストの上昇

前年同期差増減要因		上期	1Q	2Q
2024年度上期営業利益		58	32	26
収益改善 +24億円	価格改定効果	+20	+8	+12
	数量要因	+3	+2	+1
	生産性向上	+1	+1	+1
	小計	+24	+11	+13
コストアップ △15億円	主原料・副原料	△8	△6	△1
	その他	△7	△4	△3
	小計	△15	△10	△5
ベンダー子会社		△22	△11	△11
2025年度上期営業利益		45	32	13
前年差		△13	△2	△11
収益改善－コストアップ		+9	+1	+8

1.ハム・ソーセージ

① 全体（販売数量 前年比） %

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度			構成比
				1Q	2Q	上期	
ハム・ソーセージ計	101	103	101	101	99	100	
コンシューマ商品	101	103	103	101	100	101	77.3
業務用商品	102	104	93	99	97	98	22.2
ギフト	97	83	84	91	78	80	0.4

② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度		
				1Q	2Q	上期
ウィンナー群	106	105	105	109	108	109
香薫ウィンナー	107	107	105	112	110	111
ロースハム群	99	102	105	99	98	99
ベーコン群	96	102	102	92	90	91

□コンシューマシェア ハム・ソーセージ
前年差 1.3%pt↗（SCIデータ25年4月-25年9月）

③ 人時生産性 前年比増減率推移

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度上期
ハム・ソーセージ	+0.2%	△2.5%	△1.9%	△3.9%
※量目変更を考慮	+2.0%	△0.7%	△1.1%	△1.0%

④ ベンダー事業（1社）売上高「対前年比」 %

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度上期
売上高	99	103	97	92

2.加工食品

① 全体（販売数量 前年比） %

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度			構成比
				1Q	2Q	上期	
加工食品計	99	100	92	101	109	105	
調食コンシューマ	103	97	102	102	105	103	33.1
調食業務用商品	100	103	89	108	118	113	50.9
調味生肉	95	99	87	80	96	88	16.0

② コンシューマ主要品（販売数量 前年比）

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度		
				1Q	2Q	上期
ハンバーグ群	91	91	88	88	101	94
ミートボール群	100	75	98	125	112	118
サラダチキン群	95	101	102	103	103	104
フライコンシューマ群	115	105	111	106	103	105

③ 人時生産性 前年比増減率推移

	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度上期
加工食品	△1.6%	△4.0%	△8.4%	△5.9%
※量目変更を考慮	△1.0%	△1.3%	△7.8%	△4.0%

ハム・ソーセージ



加工食品



営業・マーケティング

○ハム・ソーセージ及び加工食品の価格改定（第7回目）

【価格改定月】 25年4月～

【対象商品】 ハム・ソーセージ、加工食品約200品
(家庭用、業務用)

○市場シェア拡大

- ▶「香薫あらびきポークウィンナー」数量拡大
- ▶「スマイルUP!」のブランド育成
- ▶多様化する食ニーズに応える商品開発
 - ・「ギルティソーセージ」がメディアで紹介
 - ・「紅ショウガソーセージ」新たな食べ方提案



ギルティソーセージ



紅ショウガソーセージ

○フードサービス事業の強化

- ▶外食、問屋向け ⇒ 新規開拓、既存取引先との取引拡大

○OTVCM、キャンペーン、SNS等を活用したファン層拡大



よしもと劇場貸切公演
ご招待キャンペーン



宝塚歌劇貸切公演



SNSを活用した販売促進

生産

○シェア拡大に対応した商品の安定供給体制の構築

- ▶生産効率上昇に向けた生産ラインでの改善の取り組み
- ▶生産能力の増強
- ▶自動化、省人化の取り組み

○既存商品のブラッシュアップ

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

○環境配慮の取り組み

- ▶再生可能エネルギー等への切り替え

ベンダー子会社

○お客様の要望に応えた新商品開発と積極的な市場への供給を継続

その他

○物流規制への対応 チルド物流研究会

加工食品事業部門 価格改定の状況(ベンダー子会社除く)

	2 1 年度	2 0 2 2 年度				2 0 2 3 年度				2 0 2 4 年度				2 0 2 5 年度				対象	改定率	品目数	
	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q				
1回																		家庭用 業務用	5%～12%	約200品	
2回																			家庭用：5%～20% 業務用：5%～30%	約400品	
3回																			家庭用：5%～15% 業務用：5%～25%	約400品	
4回																				3%～20%	約200品
5回																				3%～38%	約130品
6回																				3%～28%	約200品
7回																			2%～27%	約200品	

		2 0 2 2 年度	2 0 2 3 年度	2 0 2 4 年度	2 0 2 5 年度		合計	
					期初計画	上期	期初計画累計	上期累計
収益改善		+ 6 3 億円	+ 7 0 億円	+ 3 4 億円	+ 5 8 億円	+ 2 4 億円	+ 2 2 5 億円	+ 1 9 1 億円
コストアップ		△ 9 3 億円	△ 7 7 億円	△ 3 9 億円	△ 4 2 億円	△ 1 5 億円	△ 2 5 1 億円	△ 2 2 4 億円
差		△ 3 0 億円	△ 7 億円	△ 5 億円	+ 1 6 億円	+ 9 億円	△ 2 6 億円	△ 3 3 億円
	累計	△ 3 0 億円	△ 3 7 億円	△ 4 2 億円	△ 2 6 億円	△ 3 3 億円	△ 2 6 億円	△ 3 3 億円
	累計価格 転嫁率	68%	78%	80%	90%	85%	90%	85%
年度平均 為替レート		136円/\$	145円/\$	153円/\$	150円/\$	146円/\$	—	—

食肉事業部門 営業利益 要因別増減



(億円 %)

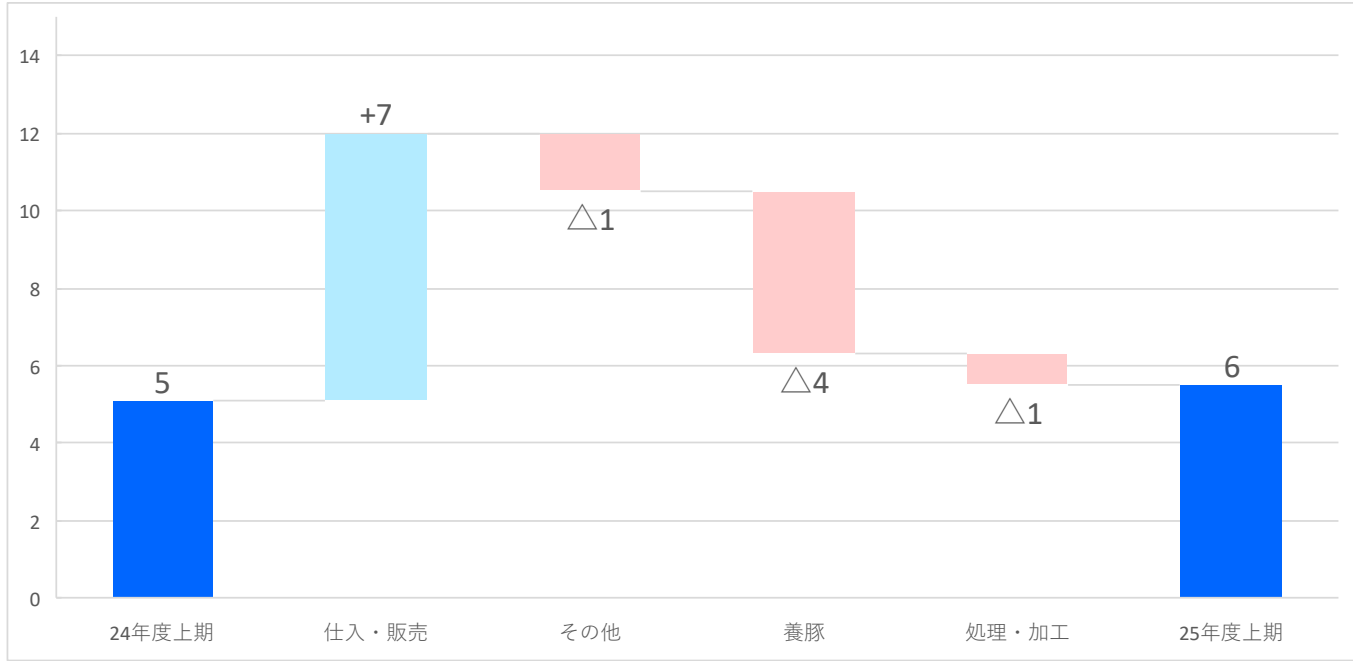
	前年実績	2025年度		
		上期	前年差	増減率
売上高	712	781	+70	+9.8%
営業利益	5	6	+0	+8.0%
営業利益率 (%)	0.7%	0.7%	△0.0%pt	-

○仕入・販売 **+5億円**

牛、豚、鶏 各畜種で販売数量を伸ばし、数量が前年を上回る。

○養豚 **△5億円**

生産性悪化、出荷頭数の減少により営業利益が前年を下回る。



前年同期差増減要因		上期	1Q	2Q
2024年度上期営業利益		5	2	3
仕入・販売 +5億円	仕入・販売	+7	+4	+3
	その他	△1	±0	△1
	小計	+5	+4	+2
養豚 △5億円	養豚	△4	△2	△2
	処理・加工	△1	△0	△0
	小計	△5	△2	△3
2025年度上期営業利益		6	4	2
前年差		+0	+2	△1

仕入・販売

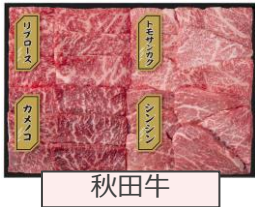
○販売数量拡大に向けた取り組み

- ▶オリジナルブランドの拡販、育成
 - ・恵味の黒豚：鹿児島県産、プリマハムグループ一貫管理体制
 - ・ハーブ三元豚：カナダ産、ハイレイフ社（カナダ最大の養豚企業）
 - ・味わい葡萄牛：オーストラリア産、ロンググレインフェッドビーフ
 - ・ライムストーンコーストブラックアンガス：南オーストラリア産、アンガスビーフ
 - ・米どり：タイ産・契約農場で育てたブランド鶏肉



○消費者、取引先ニーズに合わせた仕入れ、商品開発

- ▶幅広い仕入れ先の確保（新規の産地、パッカー開拓）
- ▶副産物（内臓等）の販売強化
- ▶オリジナルブランド原料使用の商品開発



○仕入ロス、在庫管理の徹底

【実績】 [25年度上期 販売数量前年比]

	前年同期比
牛肉	111%
豚肉	109%
鶏肉	113%
合計	110%

[養豚 出荷頭数実績]

年度	出荷頭数
22年度	44万頭
23年度	46万頭
24年度	46万頭

25年度上期 昨比92%

養豚

○既存農場の生産効率改善、品質向上、設備更新（暑熱対策）

○国産豚肉 川上～川下事業の連携強化による収益向上

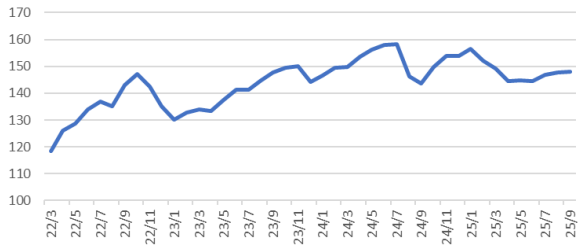
○アニマルウェルフェアの取り組み

- ・WOAH基準、農林水産省の指針に沿った自社基準の運用
- ・役員、一般従業員向け研修の実施（8月）

【外部環境】

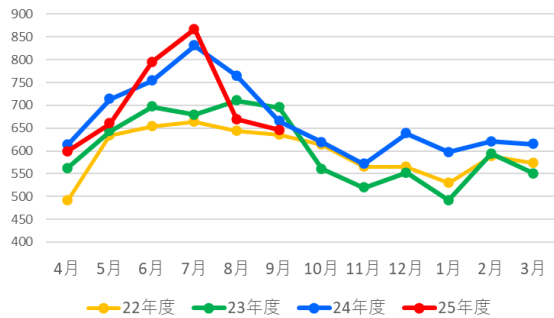
○為替

為替相場（ドル）月次平均推移



○国産豚肉相場

東京市場 豚上枝肉（円/kg）



○飼料価格

JA全農配合飼料価格（全国全畜種平均）

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

25年度1Q	400円値下げ↘
25年度2Q	2,200円値下げ↘
25年度3Q	550円値下げ↘
25年度3Q累計	3,150円値下げ↘

連結貸借対照表

(億円)

	24年度 期末	25年度 上期	期末 増減
流動資産	996	1,005	+10
現金及び預金	123	108	△15
預け金	1	4	+2
受取手形及び売掛金	484	494	+11
たな卸資産	355	371	+16
その他	33	28	△4
固定資産	1,400	1,424	+23
有形固定資産	970	980	+10
無形固定資産	142	153	+11
投資その他資産	288	291	+3
資産合計	2,396	2,429	+33

	24年度 期末	25年度 上期	期末 増減
負債合計	1,094	1,112	+18
流動負債	817	834	+17
固定負債	277	278	+1
純資産合計	1,302	1,317	+14
株主資本合計	1,111	1,122	+11
資本金 + 資本準備金	181	181	△0
利益剰余金	934	945	+11
自己株式	▲ 4	▲ 4	△0
その他包括利益合計	83	91	+9
非支配株主持分	108	103	△6
負債純資産合計	2,396	2,429	+33

	24年度 期末	25年度 上期	期末 増減
自己資本比率	49.8	50.0	+0.2

※2Q末平日につき、休日要因による増減影響： 無

(億円 %)

	24年度 期末	25年度 上期	期末 増減
有利子負債 (億円)	221	232	+11
ネット有利子負債 (億円)	97	121	+24
ネットDER (倍)	0.08	0.10	+0.02

※有利子負債、ネット有利子負債の増減「△」は減少

連結キャッシュフロー計算書

(億円)

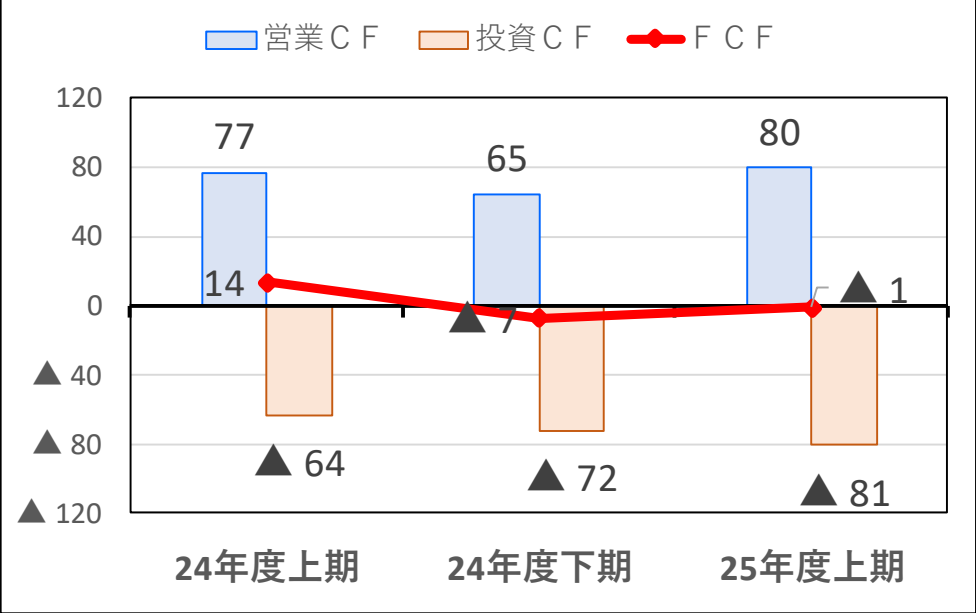
	24年度 上期	24年度 下期	25年度 上期	前年同期 増減
①営業活動による キャッシュ・フロー	77	65	80	+3
税金等調整前四半期純利益	76	33	53	△24
減価償却費	56	59	57	+2
売上債権の増減額 「▲」は増加	50	▲8	▲10	△61
棚卸資産の増減額 「▲」は増加	▲16	▲18	▲16	+1
仕入債務の増減額 「▲」は減少	▲41	25	0	+42
その他	▲47	▲26	▲4	+43
②投資活動による キャッシュ・フロー	▲64	▲72	▲81	△17
有形固定資産の支出	▲40	▲52	▲63	△23
無形固定資産の支出	▲13	▲16	▲13	△0
その他	▲11	▲4	▲5	+6

①+②フリーキャッシュフロー	14	▲7	▲1	△14
----------------	----	----	----	-----

③財務活動による キャッシュ・フロー	▲18	▲24	▲10	+9
--------------------	-----	-----	-----	----

④現金及び現金同等物の期末残高	94	63	52	△41
-----------------	----	----	----	-----

※2Q末平日につき、休日要因による増減影響： 無



設備投資及び減価償却費

(億円)

	24年度 上期	25年度		25年度 年間計画
		上期	昨差	
設備投資額	63	78	+15	272
内、DX投資(全体)	14	13	△1	127
減価償却費	56	57	△2	120

2025年度連結業績予想の進捗

5/7発表連結業績予想数値から修正なし

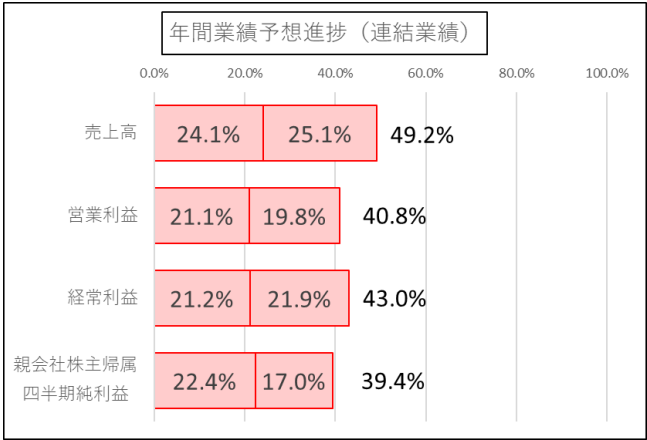


【連結業績】 (億円 %)

	前年実績	2025年度業績予想		
		通期	前年差	増減率
売上高	4,584	4,800	+216	+4.7%
営業利益	89	120	+31	+34.1%
経常利益	105	130	+25	+23.8%
親会社株主帰属 当期純利益	71	80	+9	+13.1%
営業利益率 (%)	2.0%	2.5%	+0.5%pt	-

億円

	2025年度			下期見込
	1 Q	2 Q	上期	
売上高	1,158	1,203	2,361	2,439
営業利益	25	24	49	71
経常利益	28	28	56	74
親会社株主帰属 四半期純利益	18	14	32	48
営業利益率 (%)	2.2%	2.0%	2.1%	2.9%

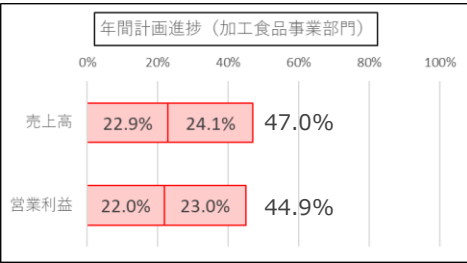


【加工食品事業部門】 (億円 %)

	前年実績	2025年度計画 (修正後)			期初 計画値	修正差
		通期	前年差	増減率		
売上高	3,135	3,350	+215	+6.9%	3,350	±0
営業利益	79	100	+21	+26.3%	112	△12
営業利益率 (%)	2.5%	3.0%	+0.5%pt	-	3.3%	△0.4%

【加工食品事業部門】

	前年実績			2025年度			下期見込
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	
売上高	773	806	1,579	767	808	1,575	1,775
営業利益	32	26	58	22	23	45	55
営業利益率 (%)	4.1%	3.2%	3.6%	2.9%	2.8%	2.9%	3.1%



【修正要因】

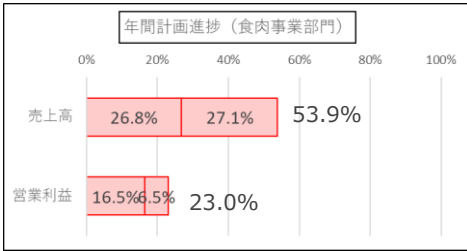
- ▶ 基幹システム刷新「Prima Next Project」稼働 ⇒ 次年度へ延期
- ▶ ベンダー子会社の今期業績見込みを見直し

【食肉事業部門】 (億円 %)

	前年実績	2025年度計画		
		通期	前年差	増減率
売上高	1,442	1,450	+8	+0.6%
営業利益	12	24	+12	+99.3%
営業利益率 (%)	0.8%	1.7%	+0.8%pt	-

【食肉事業部門】

	前年実績			2025年度			下期見込
	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期	
売上高	320	391	712	389	393	781	669
営業利益	3	2	5	4	2	6	18
営業利益率 (%)	0.9%	0.5%	0.7%	1.0%	0.4%	0.7%	2.8%



下期の重点施策（加工食品事業部門）

営業 マーケティング

○メディア戦略の強化 当社アンバサダーに永島 優美さんを起用

○「香薫あらびきポークウィンナー」数量拡大

◆香薫大袋 発売10周年記念
12月～1月期間限定増量実施

○「スマイルUP!シリーズ」のブランド育成、数量拡大に取り組む

OTVCM、キャンペーン、SNSを活用したファン層の拡大



ハッピーハロウィン
キャンペーン



SNSを活用した販売促進



東京ディズニーシー®
スパークリングジュビリー
スペシャルナイトキャンペーン

○フードサービス事業の強化・・・外食、問屋向け

新規開拓、既存取引先との取り組み深耕

○ターゲットを明確にした
新商品の投入
～カジュアルギフトを発売～



人気カレー店監修
カジュアルギフトを発売（10月）

○当社オリジナルブランド豚を
原料に使用したギフト商品



生産

○生産能力増強による商品の安定供給と価格競争力強化

- ・生産効率上昇に向けた生産ラインでの改善の取り組み
- ・設備の高速化、自動化

○環境配慮の取り組み

ベンダー子会社

○お客様の要望に応えた新商品開発の継続、積極的な市場への供給

その他

○物流規制への対応 チルド物流研究会

下期の重点施策（食肉事業部門）

仕入・販売

○販売数量拡大に向けた取り組み

- ・オリジナルブランドの拡販
- ・販路の拡大（外食、問屋向け）
- ・自社グループ国産豚の拡販
- ・加工品部門との連携

○消費者、取引先ニーズに合わせた仕入れ、商品開発

- ・海外新規パッカーの開拓
- ・副産物（内臓等）の販売強化
- ・オリジナルブランド原料を使用したメニュー提案

○仕入ロス、在庫管理の徹底



当社主なオリジナルブランド

養豚

○国産豚肉 川上から川下事業の連携強化による収益向上

○既存農場の生産性、品質向上、設備への投資

○アニマルウェルフェアの取り組み

- ・W O A H 指針、農林水産省の指針に沿った自社基準の運用



【宮城 巨理農場（繁殖農場）】

▶ 2025年9月発行



【統合報告書2025の特長】

- 👉 人材戦略に関する情報の拡充。
- 👉 従来の経営トップ、部門長等の役員、執行役員のコメントに加え、一般社員等の現場担当者のコメントを多数開示
- 👉 販売数量の拡大を続ける「香薫あらびきポーク」、生産工場に取り組んでいる自動化に向けた取り組み、食肉事業での国産ポーク部、輸入ポーク部新設による戦略を特集。

～【参考】過去発行の統合報告書概要～



2024年度

- ・サステナビリティ情報の開示を拡充
- ・成長市場のEC事業及び海外事業の取り組み及び開発本部で進めている“おいしさの見える化”を特集



2023年度

- ・完成した「鹿児島新工場」、「宮城新農場」を特集
- ・重要課題（マテリアティ）の2022年度進捗を報告

【参考】連結損益計算書の推移（2021年度～2025年度上期）

		2021年度				2022年度				2023年度				2024年度				2025年度	
	セグメント	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	加工食品事業部門	708	1,422	1,434	2,856	734	1,484	1,522	3,007	771	1,571	1,551	3,122	773	1,579	1,556	3,135	767	1,575
	食肉事業部門	338	677	669	1,347	309	630	665	1,296	320	653	703	1,356	354	712	730	1,442	389	781
	その他	1	2	2	5	1	3	3	5	1	3	3	6	2	3	3	7	2	4
合 計		1,047	2,102	2,106	4,207	1,045	2,117	2,190	4,307	1,093	2,227	2,257	4,484	1,129	2,294	2,289	4,584	1,158	2,361
売上原価		904	1,827	1,853	3,680	915	1,871	1,959	3,830	964	1,968	2,015	3,983	1,001	2,040	2,058	4,099	1,026	2,096
売上総利益		142	275	252	527	129	246	232	478	129	259	242	501	128	254	231	485	133	264
販売管理費		94	191	180	371	95	191	189	380	93	191	192	383	95	192	203	395	107	215
営業利益		48	84	56	140	34	55	43	97	36	68	50	118	33	62	28	89	25	49
営業外損益		3	4	4	8	2	4	4	8	3	6	5	11	3	6	9	16	2	7
経常利益		51	89	60	149	37	58	47	105	39	74	55	129	37	68	37	105	28	56
特別損益		▲0	1	1	2	▲0	▲1	▲45	▲46	▲1	▲5	11	5	5	8	▲4	4	▲2	▲3
税金等調整前当期純利益		50	89	62	151	36	58	1	59	38	69	65	134	42	76	33	109	25	53
親会社株主に帰属する当期純利益		30	53	44	97	22	37	8	45	22	39	36	75	22	43	28	71	18	32
営業利益率（％）		4.6％	4.0％	2.7％	3.3％	3.3％	2.6％	1.9％	2.3％	3.3％	3.1％	2.2％	2.6％	3.0％	2.7％	1.2％	2.0％	2.2％	2.1％

【参考】 商品別売上高の推移（2021年度～2025年度上期）



億円

		2021年度				2022年度				2023年度				2024年度				2025年度	
		1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	セグメント																		
	ハム・ソーセージ	256	491	488	979	252	510	529	1,039	278	559	562	1,121	291	588	597	1,185	311	624
	加工食品 他	169	336	338	674	182	364	368	731	194	387	381	768	178	366	380	746	181	385
	惣菜（ベンダー子会社）	250	514	508	1,021	250	506	510	1,016	257	535	511	1,046	261	537	480	1,017	243	492
	食 肉	364	746	752	1,498	355	722	759	1,481	355	728	785	1,513	393	791	816	1,607	416	846
	そ の 他	8	15	19	34	7	16	25	41	9	18	17	36	5	12	16	28	6	13
合 計		1,047	2,102	2,106	4,207	1,045	2,117	2,190	4,307	1,093	2,227	2,257	4,484	1,129	2,294	2,289	4,584	1,158	2,361
ベンダー事業除く売上高合計		797	1,588	1,598	3,186	795	1,611	1,680	3,291	836	1,692	1,746	3,438	868	1,757	1,809	3,566	915	1,868

【参考】 ベンダー子会社（1社）

	2021年度				2022年度				2023年度				2024年度				2025年度	
	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期	下期	通期	1Q	上期
売上高	250	514	508	1,021	250	506	510	1,016	257	535	511	1,046	261	537	480	1,017	243	492
営業利益	11	16	5	21	5	6	5	11	13	24	6	30	10	17	▲ 14	3	▲ 1	▲ 5
営業利益率（％）	4.2%	3.2%	1.0%	2.1%	2.2%	1.2%	1.0%	1.1%	4.9%	4.5%	1.2%	2.9%	3.7%	3.2%	-	0.3%	-	-

【参考】 連結貸借対照表の推移（2021年度～2025年度上期）

(億円)

	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度		2025年度
	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	上期末実績
流動資産	961	958	989	953	1,052	1,032	999	996	1,005
固定資産	1,213	1,259	1,308	1,346	1,395	1,416	1,426	1,400	1,424
総資産	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425	2,396	2,429

流動負債	744	717	743	749	872	852	799	817	834
固定負債	260	275	306	318	308	294	298	277	278
負債合計	1,004	992	1,049	1,067	1,179	1,146	1,097	1,094	1,112
株主資本	992	1,028	1,042	1,040	1,056	1,083	1,103	1,111	1,122
その他の包括利益 累計額	60	91	97	91	105	110	112	83	91
非支配株主持分	118	107	109	100	107	109	113	108	103
純資産合計	1,170	1,226	1,248	1,232	1,268	1,302	1,328	1,302	1,317
負債純資産合計	2,173	2,217	2,296	2,299	2,448	2,448	2,425	2,396	2,429

自己資本	1,051	1,119	1,139	1,132	1,161	1,193	1,214	1,194	1,214
自己資本比率（％）	48.4%	50.5%	49.6%	49.2%	46.2%	48.7%	50.1%	49.8%	50.0%

期末日為替レート（円/\$）	112	122	145	134	150	151	143	150	149
----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----