

第79期 中間報告書

2025年 4月 1日



2025年 9月30日



イメージ

株主優待制度のご案内

株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、
多くの方々へ長期的に当社株式を保有していただき、
当社事業に対するご理解をより深めていただくことを目的に、
株主優待制度を導入しております。

対象となる株主様

毎年9月30日現在の株主名簿に記載された、**200株以上**保有の方



イメージ



株主の皆様にはますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
 また、平素より格別のご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。
 ここに、2025年4月1日から2025年9月30日までの
 当社グループの経営成績につきましてご報告申し上げます。
 今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

2025年12月

代表取締役社長 社長執行役員 **千葉 尚登**



当中間連結会計期間における我が国経済は、可処分所得は上昇しているものの、物価高による実質可処分所得が低迷し、消費者の節約志向が更に増しております。直近9月の消費者物価指数(総務省発表の生鮮食品を除く総合指数)は、前年同月比2.9%の上昇となっておりますが、物価の変動を考慮した実質賃金は、今年に入り8カ月連続マイナスとなり、物価上昇に追いついていない状況が続いています。

食品産業を取り巻く環境につきましては、原材料費の高騰だけでなく、人件費の増加、物流費といったコスト増加を受けて、食料品の値上げ品目数も高水準になる見通しとなっております。当業界におきましては、現地相場高、国内相場の上昇、疾病問題等の畜肉市場の環境に大きな変動を及ぼす要素が多く、

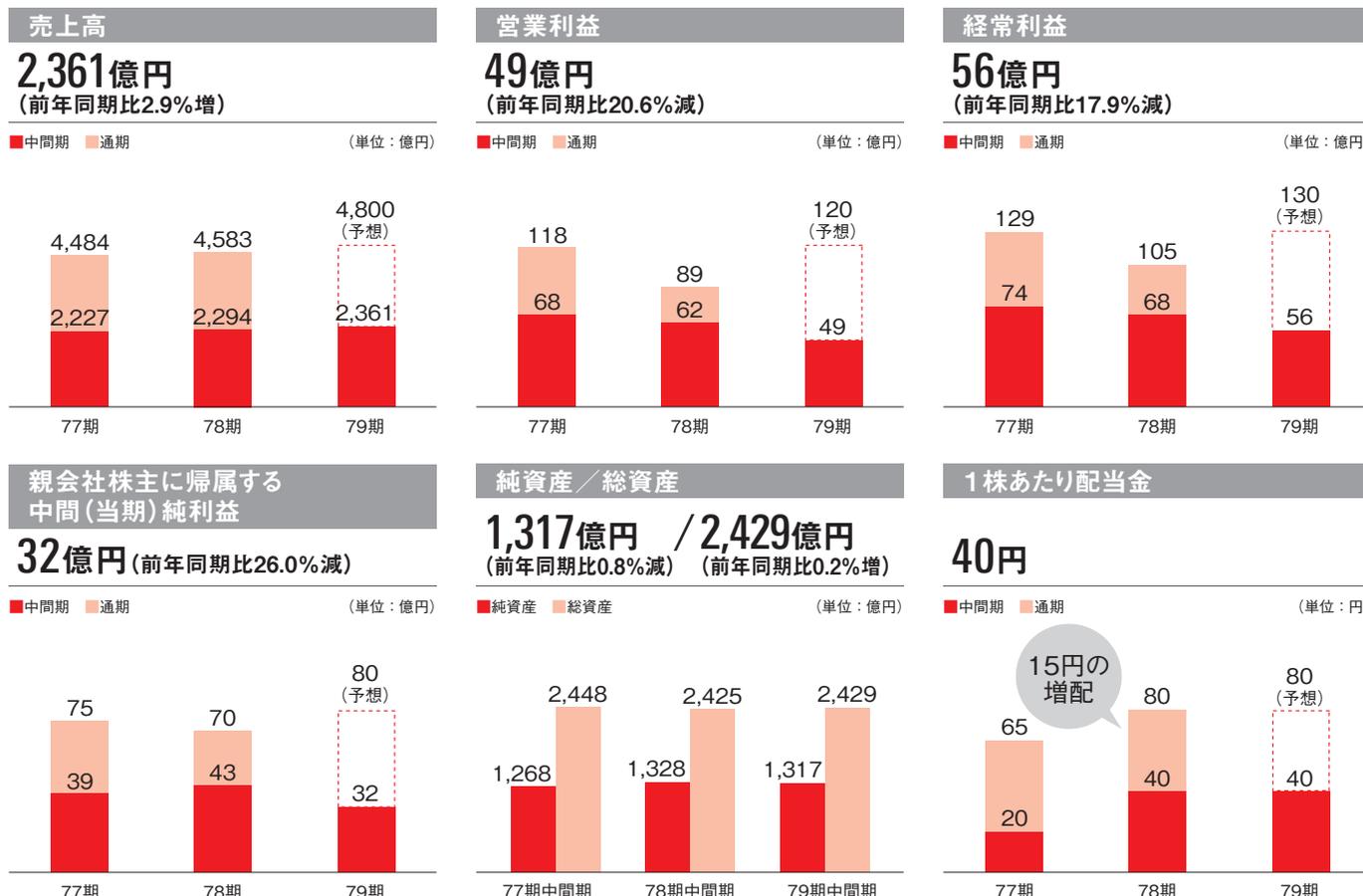
厳しい事業環境が継続しております。

このような状況の中、当社グループは「目指す姿」である「おいしさと感動で、食文化と社会に貢献」という基本的な考えのもと、中期経営計画目標の達成に向けて、「持続可能な経営基盤の強化」と「外部環境の変化に対応した収益基盤の構築」及び「成長投資とグローバル展開」を基本方針と位置づけ、諸施策を講じてまいりました。

この結果、当中間連結会計期間の売上高2,361億円(前年同期比2.9%増)となりました。また、利益面におきましては、営業利益49億円(前年同期比20.6%減)、経常利益56億円(前年同期比17.9%減)、親会社株主に帰属する中間純利益32億円(前年同期比26.0%減)となりました。

財務ハイライト

財務ハイライトについて、詳しい情報はこちらでご確認ください。→



セグメント概況

セグメント概況について、詳しい情報はこちらでご確認ください。→



加工食品事業部門



売上構成比
66.7%

〈ハム・ソーセージ部門〉

主力ブランドの「香薫® あらびきポーークウインナー」は、定番の2個束商品に加え、大袋ジッパー付き商品の販売も引き続き好調に推移しました。販売促進政策では、東京ディズニーリゾート® ご招待キャンペーンや宝塚歌劇貸切公演ご招待キャンペーン、SNSを活用したキャンペーン等を継続的に実施し、今期も販売シェア拡大を継続することができました。結果、市販用商品は売上高及び販売数量ともに前年同期を上回り、順調に推移いたしました。

〈加工食品部門〉

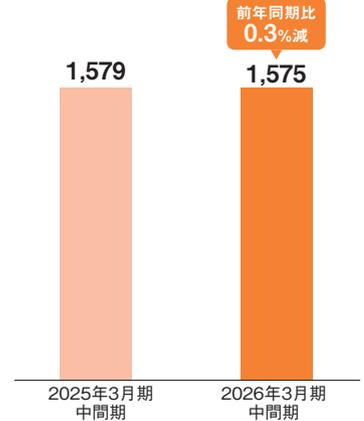
加工食品部門では、油調商品の「スパ

イシースティック」を中心に拡販を進めることができました。また業務用商品においては、コンビニエンスストア向け商品や外食向け商品が伸長し、売上高、販売数量ともに前年同期を上回る結果となりました。

コンビニエンスストア向けのバンダー事業では、既存店の客数減少及び、原材料や人件費等の製造費用が上昇したことにより利益面においても前年同期を下回る結果となりました。

これらの結果、加工食品事業部門は、売上高1,575億円（前年同期比0.3%減）となり、セグメント利益45億円（前年同期比22.0%減）となりました。

加工食品事業部門(売上高) (単位:億円)



香薫® あらびきポーークウインナー



香薫® あらびきポーークウインナー 大袋



スマイルUP!® ハーフベーコン



スマイルUP!® ロースハム



十勝グルメの便りロース生ハム



Prima Grill® 直火焼
デミグラスハンバーグ



スパイシースティック



食肉事業部門



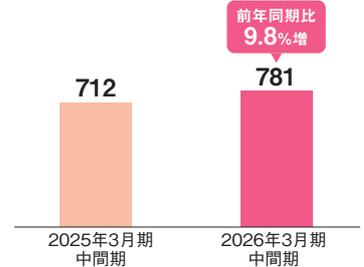
売上構成比
33.1%

海外では現地相場の高止まりや高病原性鳥インフルエンザ等の疾病の影響、国内では豚肉相場の高騰により非常に厳しい状況となっています。そのような状況下、各畜種の産地見直し等を実施しました結果、売上高及び販売数量は前年同期を上回りました。養豚事業では猛暑の影響も

あり出荷頭数は減少しましたが、事業部門全体では売上高、利益ともに前年同期を上回っております。

これらの結果、食肉事業部門は、売上高781億円（前年同期比9.8%増）となり、セグメント利益6億円（前年同期比8.0%増）となりました。

食肉事業部門(売上高) (単位:億円)



オリジナル
ブランド商品



「プリマハムグループ統合報告書2025」を 当社ホームページに掲載しました!

本年9月19日に「プリマハムグループ統合報告書2025」を発刊いたしました。
統合報告書のこだわりをご紹介します。

プリマハムグループ統合報告書2025
はコチラから



▶ 表紙は「香薫®あらびきポーク」を主役に



プリマハムグループの成長を牽引する「香薫®あらびきポーク」を主役に据えたデザイン。香薫®の特長である11種類の挽きたてスパイスをイメージしています。



▶ 特集では「香薫®」への こだわりや想いを記載 しています

表紙デザインを引き継ぎ、「香薫®」にかかわる従業員にこだわりや想いを特集しています。

▶ 「中期経営計画（2025～2027年度）」を軸に、目指す未来をわかりやすく

2023年度、2024年度の振り返りを基に、「中期経営計画（2025年～2027年度）」を軸に、全体像を図解的に示し、「財務戦略」「事業戦略」「人材戦略」「サステナビリティ戦略」の各章を設け、プリマハムグループが目指す未来をわかりやすくお伝えしています。

今後の制作に向けて、
ご意見・ご感想をお待ちしております。



「中期経営計画」



「事業戦略」



「サステナビリティ戦略」

Topics

「香薫®」のおいしさと環境負荷削減を両立

当社は、「香薫®あらびきポーク」の包装資材の環境負荷削減に注力しています。2022年4月には巾着パッケージから「エコパッケージ」へと変更し、その後も2023年3月と2024年9月にパッケージの縮小が図られ、その結果、1商品あたりのプラスチック使用量を2022年3月比で約38.5%削減しました。

この包装フィルムの削減は、包装資材にかかるコスト低減にもつながっており、「香薫®」のおいしさを維持しながら、高品質な商品の提供を続けることができています。



エコパッケージ

「燻製チップ」を高菜生産に再利用

プリマハムグループでは、廃棄物排出量について、製造原単位で削減目標を定め、事業の拡大と両立可能な形で推進しています。

鹿児島工場で生産している「香薫®あらびきポーク」の生産過程で月間約3トン発生する燻製チップかすを活用するため、地元のリサイクル業者である(株)新興エコ様と連携し、同社が運営する農場で高菜生産の堆肥として再利用する取り組みを開始しました。

この取り組みによって、当社グループは重要課題（マテリアリティ）のひとつでもある廃棄物排出量の削減に取り組むとともに、資源循環社会構築に貢献していきます。