Nipponham Group
人輝く、食の未来

決算説明資料

～2021年3月期第1四半期～

説明会開催予定日

2020年7月31日（金）

日本ハム株式会社

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

目 次

Ⅰ

2021年3月期
第1四半期連結業績の総括
P. 3

Ⅱ

2021年3月期
見通し
P. 13

Ⅲ

2021年3月期
第1四半期財務データ
P. 20

※当社は2019年3月期より国際会計基準（IFRS）を適用しています。

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります。

※2021年3月期より旧関連企業本部およびエキス・食肉一次加工品事業を加工事業本部へ統合したため、その事業利益を内訳表示しています。
また、2020年3月期以前の数値は遡及修正をしています。（当社算定による、但し未監査。）

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

Ⅰ

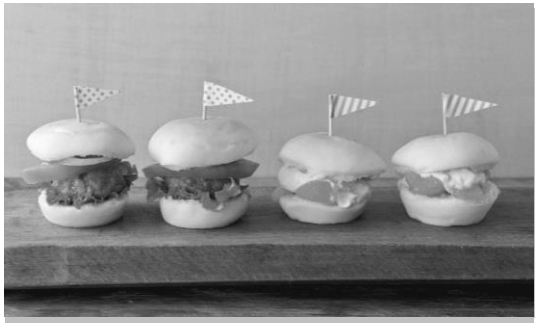
2021年3月期
第1四半期連結業績の総括

1. 第1四半期　連結業績
2. セグメント情報　加工事業本部
3. セグメント情報　食肉事業本部
4. セグメント情報　海外事業本部
5. 海外　主要所在地別　外部顧客売上高実績

Ⅱ

2021年3月期
見通し

Ⅲ



2021年3月期
第1四半期財務データ

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

業績サマリー

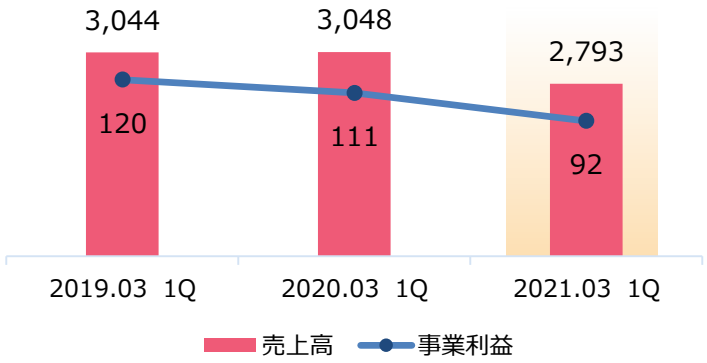
１Qは　減収減益

・減収要因　：新型コロナウイルスの影響で国内の業務用チャネルと海外事業の販売環境が悪化

・減益要因　：海外事業の販売・仕入環境の悪化とプロ野球開幕延期

１Q実績

（単位：億円）



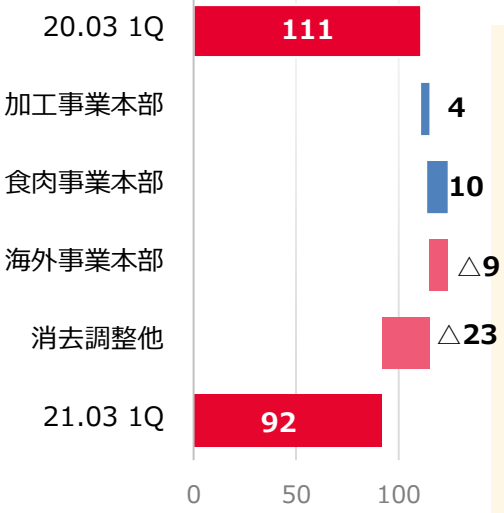
第１四半期実績

（単位：億円）

		19.03.1Q	20.03.1Q	21.03.1Q	前年差	前年比(%)
加工事業本部	売上高	1,299	1,265	1,225	△ 41	△ 3.2
	事業利益	17	24	27	4	15.2
食肉事業本部	売上高	1,854	1,889	1,799	△ 90	△ 4.7
	事業利益	94	75	85	10	13.1
海外事業本部	売上高	642	648	558	△ 90	△ 13.8
	事業利益	△ 1	8	△ 1	△ 9	–
消去調整他	売上高	△ 751	△ 755	△ 789	△ 35	–
	事業利益	9	4	△ 19	△ 23	–
連結計	売上高	3,044	3,048	2,793	△ 255	△ 8.4
	事業利益	120	111	92	△ 18	△ 16.7
	事業利益率	3.9%	3.6%	3.3%	△ 0.3	-

（単位：億円）

第１四半期事業利益増減



事業利益増減要因

【加工事業本部】
コンシューマ好調
業務用苦戦

【食肉事業本部】
国内食肉生産が好調

【海外事業本部】
豪州事業とアジア欧州事業が減益

【消去調整他】
プロ野球の開幕延期

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

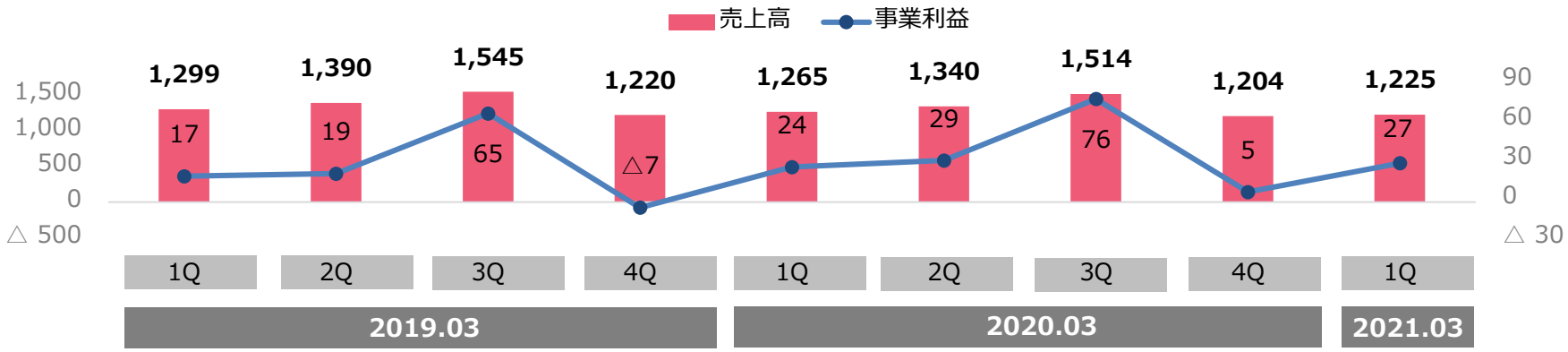
2. セグメント情報　加工事業本部①

Nipponham Group 人輝く、食の未来

業務用の売上は減少したが、主力ブランドの伸長によるミックス改善と効率的な経費運用で減収増益

（単位：億円）

	1Q				
	19.03	20.03	21.03	前年差	前年比
売上高	1,299	1,265	1,225	△41	△3.2%
事業利益	17	24	27	4	15.2%
内）水産･乳製品･エキス等	5	2	△3	△5	-
事業利益率	1.3%	1.9%	2.2%	0.3	-



2021年3月期第1四半期売上高の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- コンシューマ ↗ 主力ブランドが好調に推移
- 業務用 ↘ 外食向け及びＣＶＳ向けの売上が減少

水産・乳製品とエキス・一次加工品

- コンシューマ ↗ 乳製品の主力商品や新商品の販売が好調
- 業務用 ↘ 外食向けの売上が減少も6月以降回復基調

2021年3月期第1四半期事業利益の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- 粗利益 ↗ 主力ブランド伸長により商品ミックスが改善
- 経費 ↘ 機械化による労務費の削減及び特売頻度の減少

水産・乳製品とエキス・一次加工品

- 粗利益 ↘ 水産、エキス・一次加工品の売上減少による粗利益減

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

コロナ禍におけるライフスタイルの変化で、加工品・簡便調理品等のコンシューマ商品が伸長

チャネル別売上実績

①コンシューマ商品

・ハム・ソーセージ：
巣ごもり消費の拡大➡ウィンナー、ベーコン群が伸長
ロースハム群は、PB商品の苦戦で前年を下回る

・デリ商品：
巣ごもり消費の拡大➡チルドベーカリー、チルド総菜、ハンバーグ群が伸長
ストック需要の拡大➡常温が伸長

②業務用商品：
外食及びCVS向けの売上が減少

チャネル別実績（前年比）

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	110%	111%
	業務用	83%	83%
	合計	104%	106%
デリ商品	コンシューマ	112%	113%
	業務用	79%	80%
	合計	97%	99%

コンシューマ商品群　売上高実績（前年比）

ハム・ソーセージ 商品群		デリ商品 商品群	
ウインナー群	110%	チルドベーカリー群	117%
ロースハム群	97%	チルド惣菜群	112%
ベーコン群	120%	フライドチキン群	98%
焼豚群	102%	ハンバーグ・ミートボール群	124%
合計	111%	合計	113%

主要ブランド売上実績

ライフスタイルの変化に伴い主力ブランド中心に伸長

外出自粛の中で、
家庭内で食を楽しみたい

節約志向の高まりに対応

水産・乳製品とエキス・一次加工品売上実績

①水産事業：外食チャネルの苦戦で、業務用の寿司種などの売上が減少
②乳製品事業：チーズは、業務用商品の売上が減少
ヨーグルトは、バニラヨーグルトが好調に推移したことに加え、
新発売の「イーセイ スキル」が新市場を創出
③エキス・一次加工品事業：ラーメン店や居酒屋チェーンを含む外食チャネルの苦戦で売上減少

日本初上陸の高たんぱく乳製品
「Ísey SKYR®(イーセイ スキル)」

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

2. セグメント情報　加工事業本部③

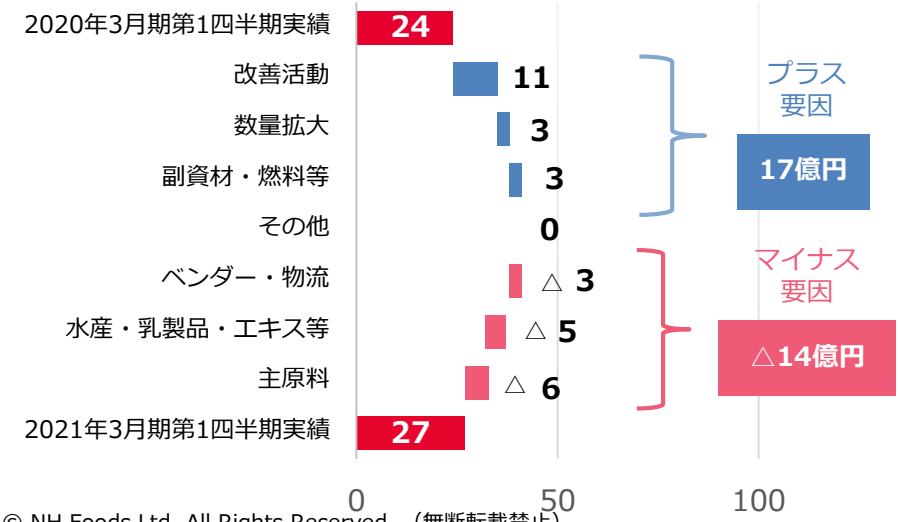
事業利益増減要因分析

（単位：億円）

			2021.03月期 1Q 実績
H&S、デリ商品事業			11
	外部要因		△3
		主原料価格	△6
		副資材・燃料等	3
	内部要因		14
		数量拡大	3
		改善活動	11
ベンダー・物流事業			△3
水産・乳製品と エキス・一次加工品事業			△5
その他			0
合計			4

第1四半期実績の増減要因グラフ

（単位：億円）



昨年差異要因分析（１Ｑ）

【外部要因】△3億円

主原料　　：豚・牛の原料価格が上昇
副資材・燃料：羊腸・燃料価格が好転

【内部要因】14億円

数量拡大：コンシューマ商品の伸長
改善活動：商品ミックスと労務費中心に改善

【ベンダー・物流事業】△3億円

ベンダー：新型コロナウイルス影響で売上減
物流　　：物流増加に伴い労務費増

【水産・乳製品と エキス・一次加工品事業】△5億円

水産、エキス・一次加工品、乳製品（チーズ）
：業務用比率が高く、売上減少に伴い粗利益が減少
乳製品（ヨーグルト）
：「バニラヨーグルト」が好調に推移
新商品「イーセイ　スキル」が新市場創造

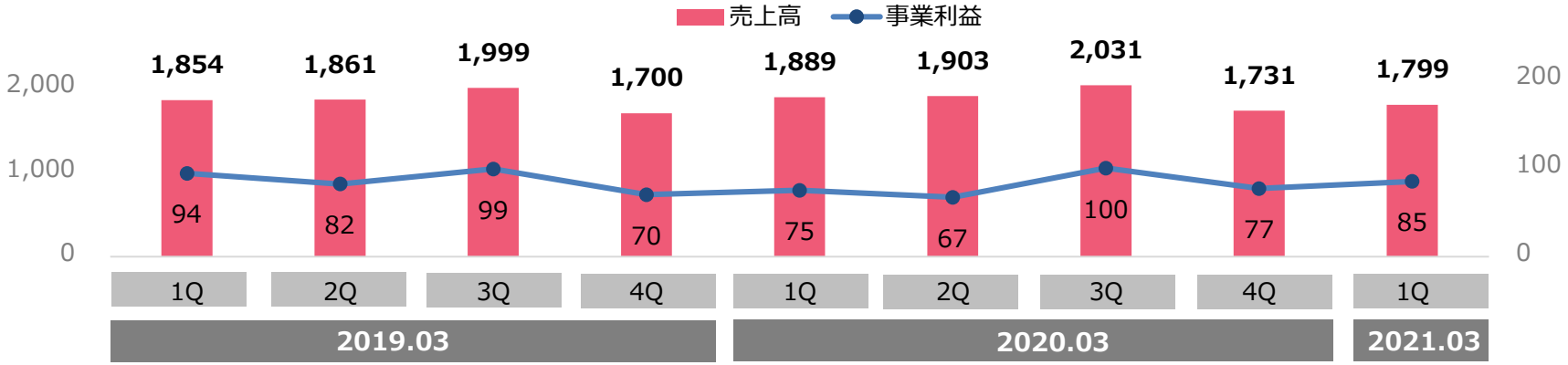
Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

3. セグメント情報　食肉事業本部①

堅調に推移した国産豚肉、鶏肉相場やブランド食肉の伸長で減収増益

（単位：億円）

	1Q				
	19.03	20.03	21.03	前年差	前年比
売上高	1,854	1,889	1,799	△90	△4.7%
事業利益	94	75	85	10	13.1%
事業利益率	5.1%	4.0%	4.7%	0.7	-



2021年3月期第1四半期売上高の状況

- 販売部門　量販チャネルは伸長
  業務用チャネルは首都圏を中心に
  大幅に減少

2021年3月期第1四半期事業利益の状況

- 生産部門　国産豚肉・鶏肉の相場上昇
  鶏肉の生産性向上
- 販売部門　国内ブランド食肉の販売拡大

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

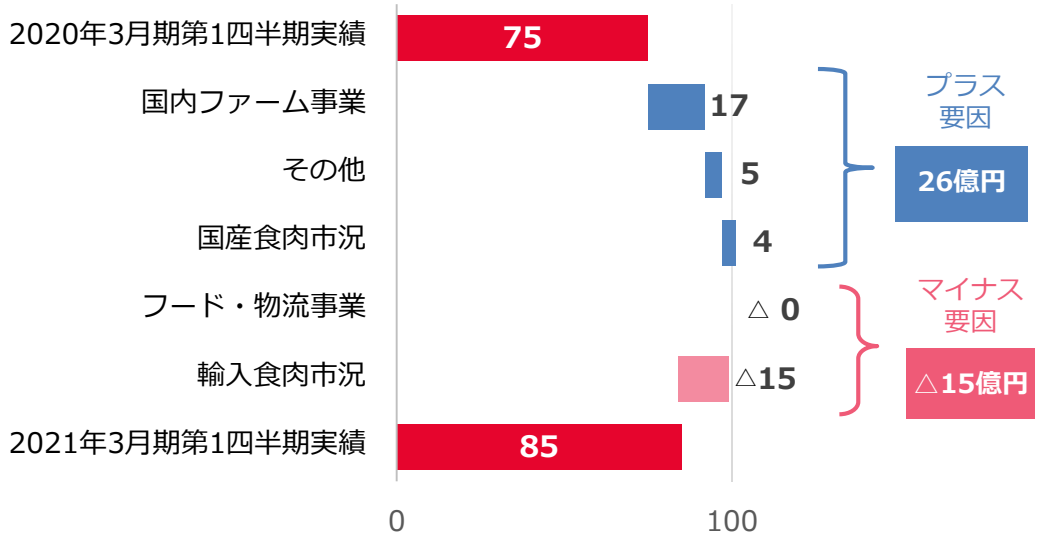
事業利益増減要因分析

（単位：億円）

	2021.03月期
	1Q 実績
輸入食肉市況	△15
国産食肉市況	4
国内ファーム事業	17
フード･物流事業	△0
その他	5
合計	10

第1四半期実績の増減要因グラフ

（単位：億円）



昨年差異要因分析（1Q）

【輸入食肉市況】△15億円

鶏肉：業務用の需要減少により、
ブラジル産鶏肉の販売が苦戦

【国産食肉市況】4億円

牛肉：相場下落による仕入環境の好転により
粗利益が拡大

鶏肉：内食需要の拡大による販売数量増

【国内ファーム事業】17億円

国内豚肉・鶏肉相場が堅調に推移
鶏肉を中心に生産性が改善

【フード・物流事業】△0億円

販売：量販向けの国内ブランド食肉の販売拡大により、粗利益を確保。業務用の売上減少を補い増益

物流：業務用の需要減少による荷動きの停滞で減益

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

Nipponham Group
人輝く、食の未来

世界的な牛肉需要の減少による販売環境の悪化や豪州の生体価格の高騰で減収減益

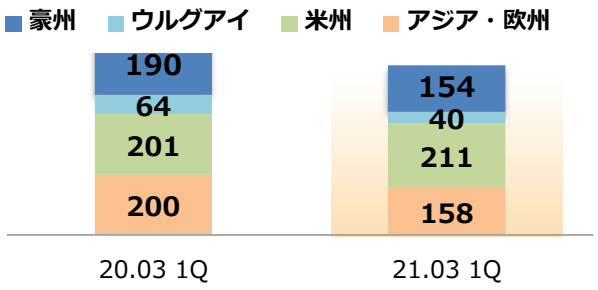
※売上金額、事業利益は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。
（セグメント間取引の消去があるため、海外計は各地域の合計とは一致しません）

第1四半期実績

【売上高】

（単位：億円）

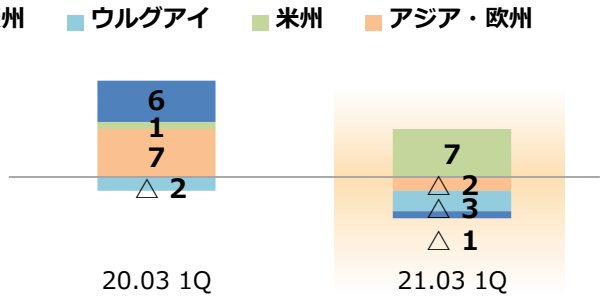
	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	**648**	**558**	**△90**	**△13.8%**
豪州	190	154	△36	△19.0%
ウルグアイ	64	40	△24	△37.7%
米州	201	211	11	5.4%
アジア・欧州	200	158	△42	△20.9%



【事業利益】

（単位：億円）

	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	**8**	**△1**	**△9**	**-**
豪州	6	△1	△6	-
ウルグアイ	△2	△3	△1	-
米州	1	7	7	-
アジア・欧州	7	△2	△9	-



2021年3月期第１四半期売上高の状況

豪州事業
- オーストラリア　処理頭数の減少
- ウルグアイ　中国・欧米向けの販売苦戦

米州事業　北米の加工事業が堅調に推移

アジア・欧州　タイ）日本向け業務用商品の販売不振

2021年3月期第１四半期事業利益の状況

豪州事業
- オーストラリア　生体価格の急騰によるコスト増加と販売価格の下落
- ウルグアイ　生体価格の上昇と販売価格の下落

米州事業　加工食品の鶏肉原料価格の安定と生産効率の改善

アジア・欧州　トルコ）飼料価格の上昇と販売価格の低迷

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

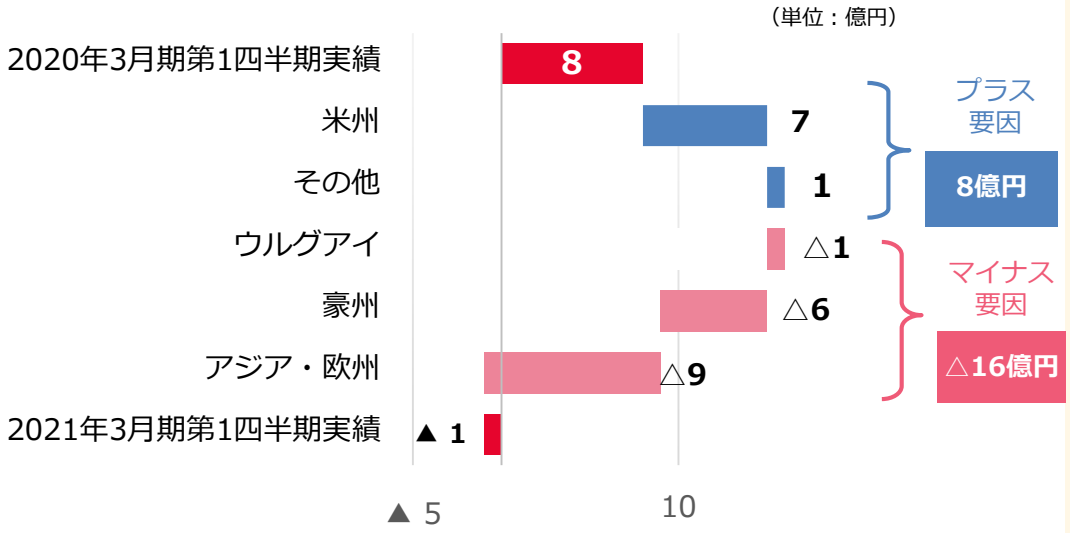
4. セグメント情報　海外事業本部②

事業利益増減要因分析

（単位：億円）

	2021.03月期 1Q 実績
豪州	△6
ウルグアイ	△1
米州	7
アジア・欧州	△9
その他	1
合計	△9

第1四半期実績の増減要因グラフ



昨年差異要因分析（1Q）

【豪州】△6億円

・仕入：
豪州における飼養頭数が減少し仕入価格が急騰

・販売：
世界的に需給バランスが悪化し販売価格が下落

【ウルグアイ】△1億円

・仕入：
生産者からのキャトル供給数量が減少したことで、5月以降は生体価格が上昇傾向

・販売：
世界的な需給バランスの崩れや、近隣国の通貨安による販売環境の悪化により販売価格が下落

【米州】7億円

・北米加工事業：
　・安定した原料価格や生産性が改善
　・新型コロナウイルス感染拡大による内食需要の高まりもあり販売が堅調に推移

【アジア・欧州】△9億円

　・トルコの為替安による飼料価格の上昇で、鶏肉製造原価が上昇
　・新型コロナウイルス感染拡大によるトルコ国内の外出禁止令などで鶏肉需要が減少し、販売価格が低下

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

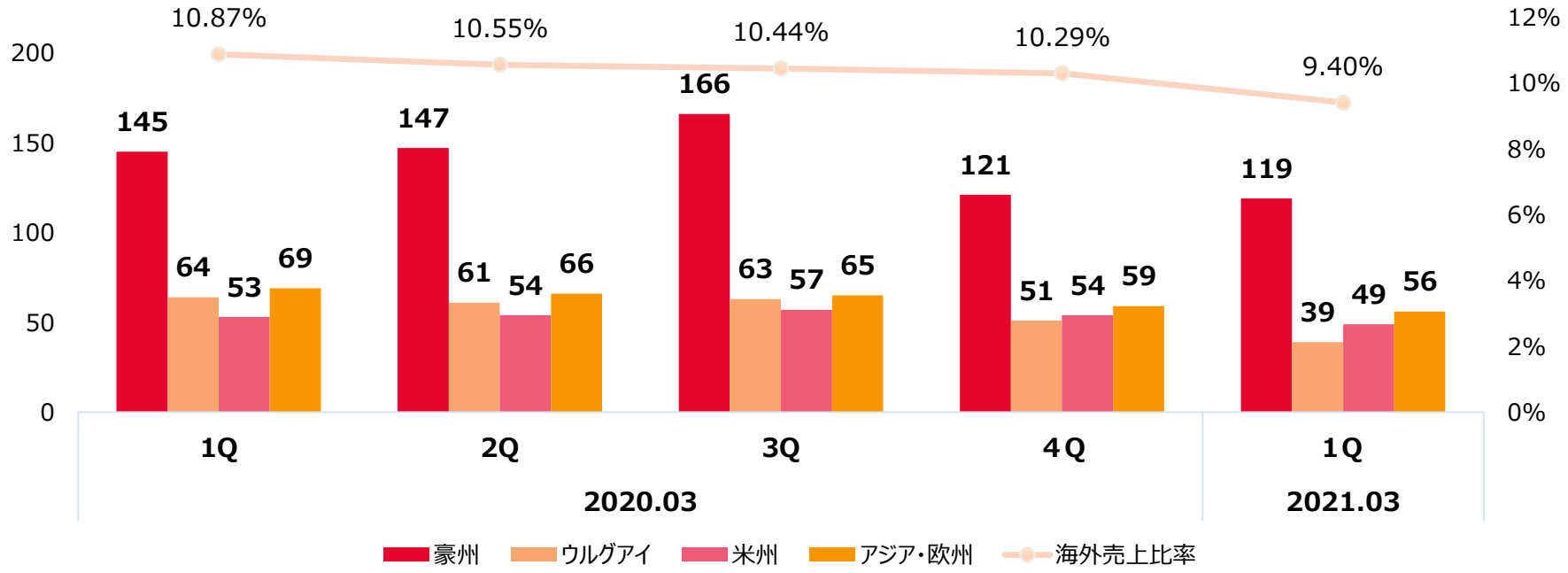
5. 海外　主要所在地別　外部顧客売上高実績

（単位：億円）

	2020.03					2021.03
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
豪州	145	147	166	121	580	119
ウルグアイ	64	61	63	51	238	39
米州	53	54	57	54	219	49
アジア・欧州	69	66	65	59	260	56
海外計	331	329	351	286	1,296	262
海外売上比率	10.87%	10.55%	10.44%	10.29%	10.54%	9.40%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

（単位：億円）



Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

Ⅰ

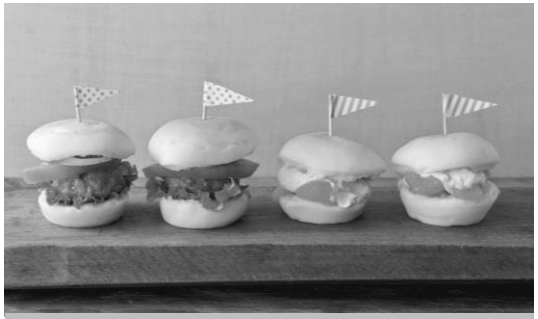
2020年3月期
第1四半期連結業績の総括

Ⅱ

2021年3月期
見通し

1. 2021年3月期　事業利益計画
2. 2021年3月期計画（加工事業本部）
3. 2021年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2021年3月期計画（海外事業本部）

Ⅲ



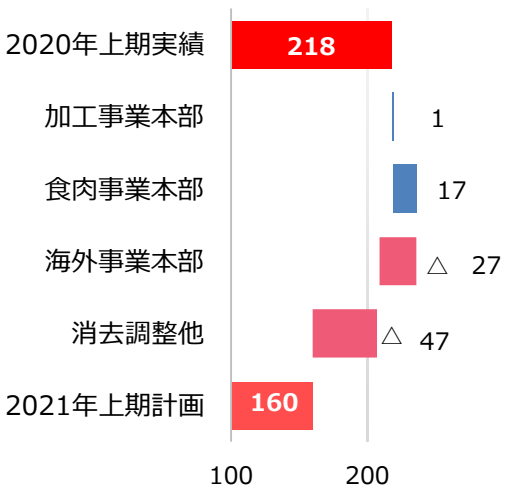
2021年3月期
第1四半期財務データ

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

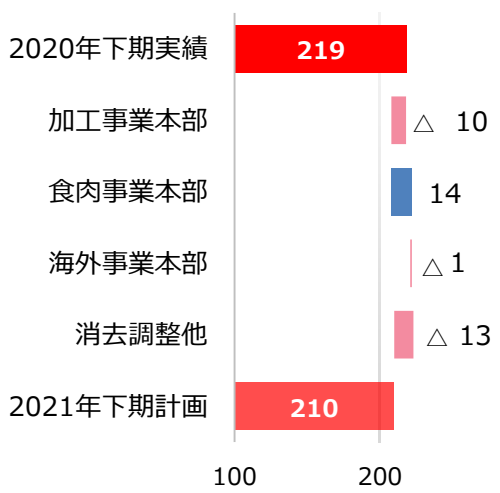
1. 2021年3月期　事業利益計画①

Nipponham Group
人輝く、食の未来

上期増減計画

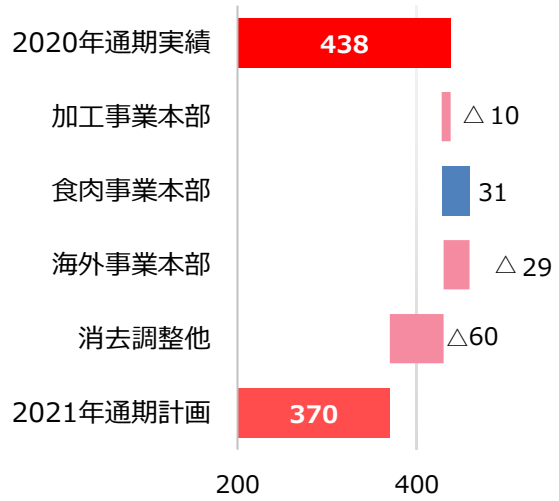


下期増減計画



通期増減計画

（単位：億円）



（単位：億円）

	2021.03 上期			2021.03 下期			2021.03 通期		
	2020.03 上期実績	見込み	増減	2020.03 下期実績	見込み	増減	2020.03 通期実績	見込み	増減
加工事業本部	52	53	1	81	70	△10	133	123	△10
内)水産乳製品エキス等	8	△5	△12	14	6	△8	22	1	△20
食肉事業本部	142	159	17	177	191	14	319	350	31
海外事業本部	19	△8	△27	△1	△2	△1	18	△10	△29
消去調整他	4	△43	△47	△37	△50	△13	△33	△93	△60
内）価値創造費用	△2	△11	△10	△4	△14	△10	△6	△25	△20
内）球団損益(連結)	10	△25	△35	△31	△35	△4	△21	△60	△39
内）その他	△4	△7	△3	△2	△1	1	△7	△8	△1
合計	218	160	△58	219	210	△10	438	370	△67

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

第１四半期の業績と第２四半期の見通し修正を踏まえ、通期見通しを370億円に上方修正

期初計画との差異

（単位：億円）

	2021.03 1Q	2021.03 2Q	2021.03 上期			2021.03 下期			2021.03 通期		
	実績	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
加工事業本部	27	26	44	53	8	70	70	0	115	123	8
内）水産乳製品エキス等	△3	△2	△11	△5	6	6	6	0	△5	1	6
食肉事業本部	85	74	134	159	25	191	191	0	325	350	25
海外事業本部	△1	△7	△8	△8	0	△2	△2	0	△10	△10	0
消去調整他	△19	△24	△40	△43	△3	△50	△50	0	△90	△93	△3
内）価値創造費用	△5	△6	△11	△11	0	△14	△14	0	△25	△25	0
内）球団損益（連結）	△11	△14	△25	△25	0	△35	△35	0	△60	△60	0
内）その他	△3	△4	△4	△7	△3	△1	△1	0	△5	△8	△3
合計	92	68	130	160	30	210	210	0	340	370	30

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

事業利益計画　増減要因分析

（単位：億円）

加工事業本部

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
Ｈ＆Ｓ、デリ商品事業	5	12	16	4	10	13	4
外部要因	△6	△11	△9	2	△23	△21	2
主原料価格	△8	△14	△14	0	△27	△27	0
副資材・燃料等	2	3	5	2	5	6	2
内部要因	11	23	25	2	32	34	2
数量拡大	0	0	3	3	0	3	3
改善活動	11	23	22	△2	32	31	△2
ベンダー・物流	△0	△2	△3	△1	△2	△2	△1
水産・乳製品事業とエキス・一次加工品事業	△7	△19	△12	6	△27	△20	6
その他	0	0	0	0	0	0	0
合計	△4	△8	1	8	△18	△10	8

食肉事業本部

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
輸入食肉市況	△1	△20	△16	4	△6	△2	4
国産食肉市況	11	19	14	△5	21	16	△5
国内ファーム事業	6	11	23	12	12	24	12
フード・物流事業	△6	△16	△6	10	△19	△10	10
その他	△4	△4	1	5	△3	2	5
合計	7	△9	17	25	6	31	25

海外事業本部

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
豪州	△10	△17	△17	0	△29	△29	0
オーストラリア	△8	△15	△15	0	△30	△30	0
ウルグアイ	△1	△3	△3	0	1	1	0
米州	△8	△2	△2	0	△3	△3	0
アジア・欧州	△2	△11	△11	0	△6	△6	0
その他	2	3	3	0	9	9	0
合計	△18	△27	△27	0	△29	△29	0

（事業利益額見込み）

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
豪州	△4	△8	△8	0	△14	△14	0
オーストラリア	△0	△1	△1	0	△3	△3	0
ウルグアイ	△3	△7	△7	0	△11	△11	0
米州	△5	3	3	0	4	4	0
アジア・欧州	1	△1	△1	0	2	2	0
その他	△0	△3	△3	0	△3	△3	0
合計	△7	△8	△8	0	△10	△10	0

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

ニューノーマルに合わせた商品提案とシナジー創出に向けた取り組みを実施

ハム・ソーセージとデリ商品での取り組み

①コンシューマ ・ギフト➡ 消費者の意識と行動の変化に寄り添った食の提案

- 生活シーンに合わせた既存ブランド商品の提案
- 生活防衛意識の高まりに対応した商品の導入
- 新市場（ドラッグストア・ホームセンター・EC）への営業活動を強化

内食率の高まりに合わせた商品

・主力ブランド「シャウエッセン」シリーズ

・調理完結型「中華名菜大皿スタイル」

ポスト投函可能な常温ギフト「グルメレター」

②業務用 ➡ ニーズが高まるカテゴリーへの対応

- 外食は、伸長チェーン中心とした新しい素材の提案を実施
- CVS，デリカは、新素材や健康志向商品の提案を強化

チャネル別売上高計画（前年比）

	チャネル	通期計画
ハム・ソーセージ	コンシューマ	107%
	業務用	85%
	合計	102%
デリ商品	コンシューマ	110%
	業務用	85%
	合計	100%

コンシューマ商品群　売上高計画（前年比）

	商品群	通期		商品群	通期
ハム・ソーセージ	ウインナー群	104%	デリ商品	チルドベーカリー群	107%
	ロースハム群	93%		チルド惣菜群	104%
	ベーコン群	101%		フライドチキン群	101%
	焼豚群	102%		ﾊﾝﾊﾞｰｸﾞ・ﾐｰﾄﾎﾞｰﾙ群	108%
	合計	107%		合計	110%

水産・乳製品、エキス・一次加工品での取り組み

①水産事業 ➡ 外食、量販店向け寿司種の提案強化。内食拡大を受けて、サーモン中心のコンシューマ商品の拡充

②乳製品事業 ➡ ヨーグルトは「イーセイ　スキル」を使った新しいマーケット開拓
チーズは、コンシューマチャネルに向けた商品開発。新販路開拓

③エキス・一次加工品 ➡ 内食需要の拡大を受けて、コンシューマ商品の開発・販売強化へ

シナジー効果の取り組み

- コンシューマ商品に強みを持つ加工事業本部の開発・営業部門と連携し、内食需要の拡大に合わせた商品開発の推進と拡販を図る
- 各社の持つ強み（商品力、チャネル）を活かして既存商品の販売拡大を図る

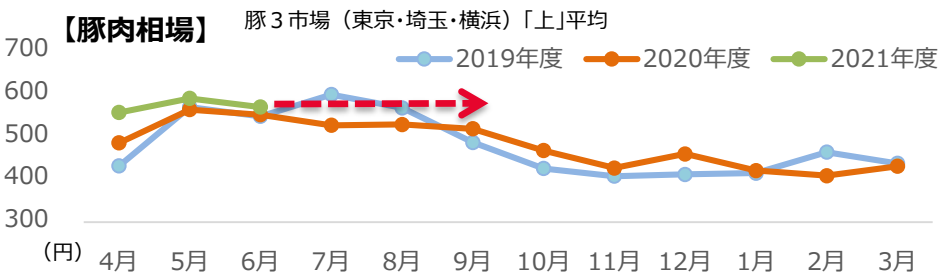
Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

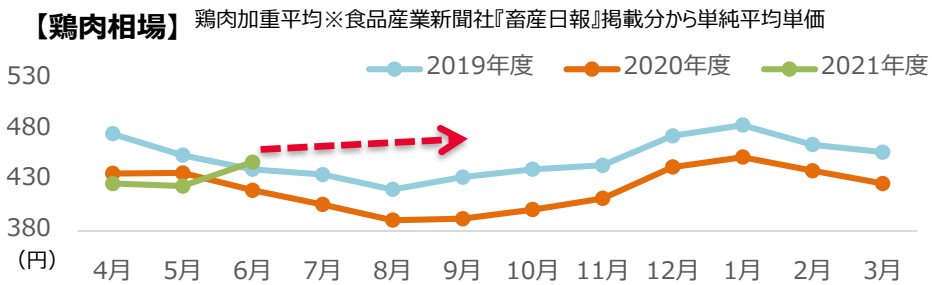
Nipponham Group 人輝く、食の未来

巣ごもり消費の拡大に、強みの国内生産と海外調達力を活かして安定供給を図る

国産食肉市況

・豚肉）疾病低減への取り組みを強化し、安定供給を図る
・鶏肉）増羽と更なる生産性の向上により、堅調な需要に対応しうる供給体制を継続





国産豚肉と鶏肉は、内食需要の拡大が継続するとの見方から、上期の相場は前年を上回る見込み。下期以降は、注視が必要

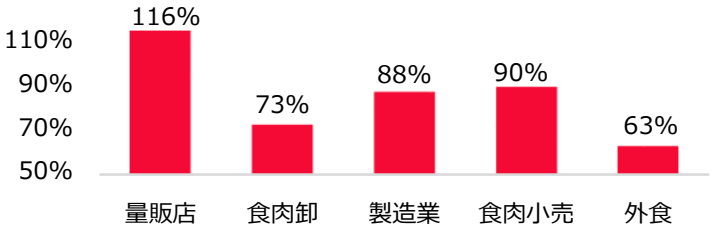
輸入食肉市況

・牛肉）豪州産牛肉は生体価格の高騰によるコスト高が継続。一方で米国産牛肉は生産も回復し、安定的な供給が見込まれる
・豚肉）新型コロナウイルスの影響による北米産の減少で一時的に相場が高騰したが、生産は回復基調。今後の生産は安定見込み
　➡現地パッカーとの連携を強化。供給先の新規開拓も含め、安定供給に取り組む
・鶏肉）ブラジルの鶏肉生産は減産しているが、日本国内の消費も弱いため軟調な相場展開
　➡今後の国内外食需要に注視が必要

食肉販売（フード事業）

量販チャネルでの定番アイテムの獲得に向けた提案を実施
・内食向けに付加価値の高いブランド食肉の販売・提案を強化
・中食需要の拡大に対しても同様にブランド食肉を使用した提案営業を行い
　付加価値の提供を図る
・コロナ禍においても需要に合わせて柔軟に販売体制を整え、顧客ニーズに応える

2021.03第1四半期　販売実績
全体の数量伸長　96%



Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

4. 2021年3月期計画（海外事業本部）

Nipponham Group 人輝く、食の未来

厳しい外部環境に対して、ブランディングの強化と内部改善を行い収益改善に努める

【アジア・欧州】
トルコ）国内の需要は徐々に回復基調
➡生産性改善の継続と国内販売を強化
タイ）　日本向け業務用商品の輸出減少が継続
➡加工事業本部との連携を強化

【米州】
加工）堅調な国内消費が継続見込み
➡新商品開発など、販売の強化と生産性の改善
輸出）米国内の生産回復で、仕入価格安定
➡日本向け輸出を強化
※ただし、中国の買付次第では需給バランスが変化

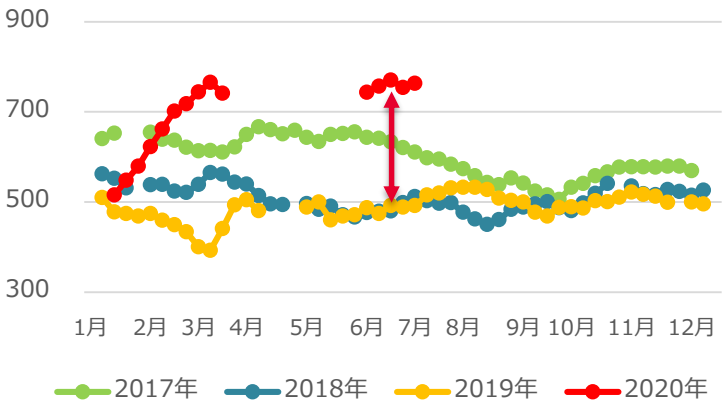
【豪州】
上期は生体価格の高騰と集荷の苦戦が継続。下期以降は上期と比較すると回復傾向と見込む
➡内部改善と日本向けブランド牛肉の販売強化で収益を確保
生産者との関係強化を図り安定した仕入体制を構築
※飼料工場が本格稼働。飼料コストの低減を図る

【ウルグアイ】
世界的需要の不透明感や、近隣国の通貨安による販売苦戦
➡内部改善の継続
・生体仕入方法の見直し
・仕向先の多様化と営業販売体制の強化
・オペレーションの改善

新型コロナウイルスの影響による消費行動の変化で、世界的に食肉需給バランスが悪化
特に「牛肉」は世界的な需要減少に加え、豪州の降雨による生体価格の高止まりもあり、回復には一定の時間がかかる見込み

出典：MLA　（豪¢/kg）

豪州における生体価格指数（EYCI)推移



Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

Ⅰ

2020年3月期
第1四半期連結業績の総括

Ⅱ

2021年3月期
見通し

Ⅲ

2021年3月期
第1四半期財務データ

1. 2020年3月期連結業績概要及び2021年3月期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
3. 連結キャッシュ・フロー

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

1. 2020年3月期連結業績概要及び2021年3月期計画

Nipponham Group
人輝く、食の未来

（単位：百万円、%）

		2020年3月期 実績			2021年3月期 実績および計画								
		1Q 実績	上期 実績	通期 実績	1Q 実績	前年比 (%)	数量 伸長率	上期 計画	前年比 (%)	数量 伸長率	通期 計画	前年比 (%)	数量 伸長率
①	売上高	304,760	616,266	1,229,826	279,305	△ 8.4	-	580,000	△ 5.9	-	1,200,000	△ 2.4	-
	ハム・ソーセージ	30,332	63,394	130,982	31,704	4.5	2.7	64,700	2.1	0.8	133,100	1.6	1.4
	加工食品	55,713	114,059	228,833	53,045	△ 4.8	△ 3.7	109,900	△ 3.6	△ 3.7	223,700	△ 2.2	△ 2.5
	食肉	179,247	357,962	711,753	162,267	△ 9.5	△ 6.4	332,100	△ 7.2	△ 5.5	689,500	△ 3.1	△ 1.8
	牛肉	76,311	152,689	296,913	61,464	△ 19.5	△ 14.0	128,500	△ 15.8	△ 11.7	267,600	△ 9.9	△ 9.7
	豚肉	55,643	112,645	226,612	56,547	1.6	△ 3.6	115,200	2.3	△ 3.0	231,600	2.2	0.4
	鶏肉	41,677	81,504	166,032	39,750	△ 4.6	△ 2.2	78,900	△ 3.2	△ 2.5	169,800	2.3	1.8
	その他食肉	5,616	11,124	22,196	4,506	△ 19.8	△ 32.1	9,500	△ 14.6	△ 21.3	20,500	△ 7.6	△ 10.3
	水産	18,162	38,433	80,724	15,842	△ 12.8	△ 10.4	36,100	△ 6.1	△ 6.0	78,400	△ 2.9	△ 2.7
	乳製品	8,506	16,908	33,614	8,000	△ 5.9	△ 4.0	16,700	△ 1.2	△ 1.3	33,200	△ 1.2	△ 1.0
	その他	12,800	25,510	43,920	8,447	△ 34.0	-	20,500	△ 19.6	-	42,100	△ 4.1	-
②	売上原価	251,384	511,628	1,024,296	229,069	△ 8.9	-						
	売上総利益	53,376	104,638	205,530	50,236	△ 5.9	-						
	売上総利益率	17.5%	17.0%	16.7%	18.0%	-	-						
③	販売費及び一般管理費	40,836	81,161	166,030	38,797	△ 5.0	-						
	その他の収益・費用	5	△ 7,939	△ 11,198	1,069	-	-	0	-	-	△ 4,200	-	-
	金融収益・費用	△ 267	△ 862	△ 2,618	411	-	-	△ 700	-	-	△ 2,300	-	-
	持分法による投資損益	66	287	1,355	116	75.8	-	200	△ 30.3	-	500	△ 63.1	-
	税引前利益	12,344	14,963	27,039	13,035	5.6	-	17,000	13.6	-	30,000	11.0	-
	法人所得税費用	3,591	4,469	8,106	3,972	10.6	-	5,000	11.9	-	9,000	11.0	-
	税率	29.1%	29.9%	30.0%	30.5%	-	-	29.4%	-	-	30.00%	-	-
	親会社の所有者に帰属する当期利益	8,651	10,331	19,214	9,384	8.5	-	12,500	21.0	-	22,000	14.5	-
④	営業利益①-②-③	12,540	23,477	39,500	11,439	△ 8.8	-	17,500	△ 25.5	-	36,000	△ 8.9	-
⑤	為替差損益	△ 512	△ 1,005	△ 2,202	△ 516	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥	IFRSへの調整他	1,978	2,650	△ 2,070	2,725	-	-	-	-	-	-	-	-
	事業利益④-⑤-⑥	11,074	21,832	43,772	9,230	△ 16.7	-	16,000	△ 26.7	-	37,000	△ 15.5	-

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

Nipponham Group 人輝く、食の未来

連結貸借対照表

（単位：百万円、%）

		2020年3月期	2021年3月期	対前期末	対前期末
		期末	第1四半期	増減率	増減額
	資産合計	768,861	769,247	0.1	386
	現金及び現金同等物	72,399	62,296	△14.0	△10,103
	営業債権及びその他の債権	130,213	123,039	△5.5	△7,174
①	棚卸資産	114,520	125,687	9.8	11,167
	有形固定資産	284,060	288,111	1.4	4,051
	使用権資産	35,545	34,521	△2.9	△1,024
	その他の金融資産（非流動）	32,647	35,549	8.9	2,902
	繰延税金資産	29,745	27,932	△6.1	△1,813
	負債合計	352,264	349,417	△0.8	△2,847
	営業債務及びその他の債務	99,802	100,151	0.3	349
②	有利子負債	176,493	173,751	△1.6	△2,742
	親会社の所有者に帰属する持分	404,414	407,922	0.9	3,508
	非支配持分	12,183	11,908	△2.3	△275
	資本合計	416,597	419,830	0.8	3,233

主な増減要因

①棚卸資産

豚肉や鶏肉を中心とした食肉で増加

②有利子負債

短期借入金の減少などによる

設備投資額、減価償却費

（単位：百万円、%）

	2020年3月期	2021年3月期			2021年3月期
	第1四半期	第1四半期	対前年増減率	対前年増減額	通期計画
設備投資額	5,827	10,547	81.0%	4,720	104,400
加工事業本部	2,519	4,388	74.2%	1,869	27,900
食肉事業本部	1,579	1,683	6.6%	104	31,800
海外事業本部	1,066	1,186	11.3%	120	6,900
その他	663	3,290	396.2%	2,627	37,800
減価償却費	8,032	8,388	4.4%	356	34,400

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

3. 連結キャッシュ・フロー

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

		2020年3月期	2021年3月期		2021年3月期
		１Ｑ実績	１Ｑ実績	対前年増減額	通期計画
①	営業活動によるキャッシュ・フロー	17,973	18,053	80	73,400
②	投資活動によるキャッシュ・フロー	△9,779	△13,712	△3,933	△84,500
③	財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,317	△14,628	△9,311	△10,300

主な増減要因

① 営業活動によるキャッシュ・フロー

棚卸資産の増加107億円等のキャッシュアウトがあったが、税引前四半期利益130億円、減価償却費及び償却費84億円、営業債権及びその他の債権の減少75億円等のキャッシュインにより、181億円の純キャッシュ増となった。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産等の取得135億円等のキャッシュアウトにより、137億円の純キャッシュ減となった。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

借入債務による調達93億円等のキャッシュインがあったが、現金配当93億円、借入債務の返済85億円等のキャッシュアウトにより、146億円の純キャッシュ減となった。

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）

お問合せ先

〒141-6013　東京都品川区大崎2－1－1
ＴｈｉｎｋＰａｒｋ　Ｔｏｗｅｒ
日本ハム株式会社　広報ＩＲ部
電話：03-4555-8024

見通しに関する注意事項

この資料には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する見通しの記述が含まれています。
これらの記述は当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見通しです。
また、経済環境、市場動向、為替レートなどの外部環境の影響があります。
従って、これら業績見通しのみに全面的に依拠することはお控え頂きますようお願い致します。
また、実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しと異なる結果となりうることをご承知おき下さい。

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. （無断転載禁止）