

FY2026/3 1Q

決算説明会資料

～2026年3月期 第1四半期～

日本ハム株式会社

2025年8月1日



CONTENTS

FY2026/3

00 中期経営計画2026 主要KPI見直し

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

4 中期経営計画2026 KPIの見直しについて

5 中計2026KPI改訂（構造改革）

6 中計2026KPI改訂（成長戦略）

8 サマリー

9 決算サマリー FY2026/3 1Q

11 実績ハイライト FY2026/3 1Q

13 セグメント情報 加工事業本部

15 セグメント情報 食肉事業本部

17 セグメント情報 ボールパーク事業

19 計画ハイライト

22 FY2026/3通期計画 加工事業本部

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

29 設備投資額、減価償却費

30 製品別売上高、海外売上高内訳

31 外部環境 市況

※ 当社は国際会計基準(IFRS会計基準)を適用しています。

※ 事業利益は、売上高から売上原価、販売費及び一般管理費を控除し、当社グループが定める為替差損益を加味するとともにIFRS会計基準への調整及び非経常項目を除外して算出しております。

※ 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。

CONTENTS

00 中期経営計画2026 主要KPI見直し

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

4 中期経営計画2026 KPIの見直しについて

5 中計2026KPI改訂（構造改革）

6 中計2026KPI改訂（成長戦略）

8 サマリー

9 決算サマリー FY2026/3 1Q

11 実績ハイライト FY2026/3 1Q

13 セグメント情報 加工事業本部

15 セグメント情報 食肉事業本部

17 セグメント情報 ボールパーク事業

19 計画ハイライト

22 FY2026/3通期計画 加工事業本部

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

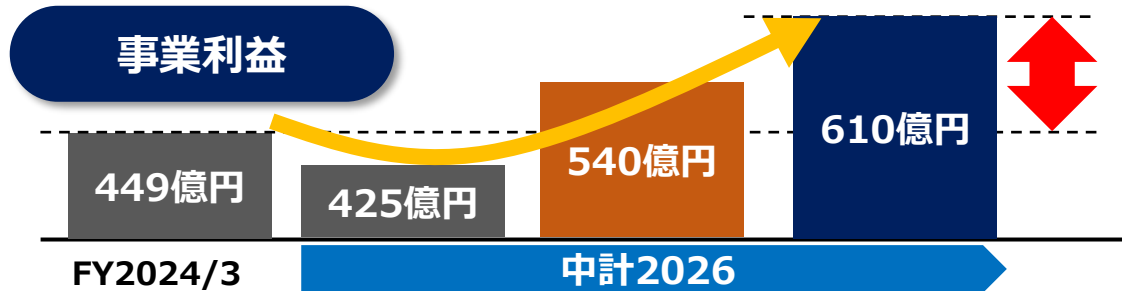
29 設備投資額、減価償却費

30 製品別売上高、海外売上高内訳

31 外部環境 市況

中計2026 KPI改訂

急激な環境変化の中、中計2026目標の**事業利益610億円への到達確度をさらに高めるため**、主要施策の見直しや新たなKPIの追加を実施



610億円への達成確度をさらに高めるための新KPI

収益機会の主な阻害要因

- ・ 消費者視点の急激な変化による国内販売の鈍化
- ・ 消費者ニーズ変化への対応が遅れたマーケティング体制
- ・ 急激な需要変動に対応しきれなくなった輸入調達体制

新たな組織体制・共創先

- ・ 海外各社の食肉事業本部・加工事業本部への統合
- ・ 北米会社買収や、JA全農/CP等の新たな共創先との事業推進

- ・ 重点ライン稼働率向上による販売拡大
- ・ 高収益な新商品投入
- ・ 鶏肉への需要シフトに対応した**国内鶏事業拡大**
- ・ 人口動態を踏まえた**フード会社のルート販売強化**
- ・ **輸入食肉の利益安定化**に向けた構造改革
- ・ バリューチェーン最適化を目指した食肉構造改革
- ・ 北米買収会社の稼働最大化
- ・ アセアン事業の成長加速
- ・ R&D戦略（プロテインノベーション）による事業創出

構造改革

- （加工事業本部）商品ミックス改善により減少した販売数量を回復させるため、**収益性を意識した重点ライン稼働、高収益型新商品の投入**に関するKPIを追加
- （食肉事業本部）ボラティリティの改善や輸入調達環境の急激な変化に対応するため、**バリューチェーンの利益最大化を目指した大胆な構造改革**に関するKPIを追加

新たに追加するKPI

	部門	主要施策	KPI	効果	
商品ミックス改善	加工	ハム・ソーセージ、デリ商品の商品ミックス改善	重点カテゴリー比率：70% ※ハム・ソーセージ・デリ（コンシューマ）に占める割合	100 億円	
最適生産体制 /低収益事業見直し		ハム・ソーセージ、デリ商品の最適生産体制（拠点再編） 水産/乳製品/エキス・一次加工事業内の低収益ライン見直し	生産ライン数：20%削減		
利益の最大化 （新商品の投入およびこれに伴う ライン稼働率の向上）		重点ラインの稼働率向上（重点ライン：収益貢献度の高いライン）	重点ライン別 最適生産数量目標比：100% （FY2024/3比109%の製造数量）		NEW
		新商品の投入（高収益な新商品/リニューアル品）	社外売上高：240億円（推定小売ベース）		NEW
商品ミックス改善	食肉	ブランド牛肉の販売強化による利益安定化	ブランド牛肉比率：60%		
最適生産体制		国内豚事業の再構築	10億円以上の効果発現		
バリューチェーン 最適化		中計2029以降の食肉事業本部SAP導入に備え 社内外共創の強化とシステム最適化を通じた 効率的組織の構築 （輸入食肉の利益安定化、SAP導入、VC最適化による生産性向上）	（STEP1：中計2026） ・輸入食肉の利益安定化 -グループ海外各社と連携強化し、安定かつ強固な 調達・販売体制確立 -在庫回転日数をKPI設定し、マーケットニーズに合わ せた調達実行		

成長戦略

- （加工事業本部）米州事業拡大に向けた**買収工場の稼働最大化**、CP等との共創による事業拡大に向けた**アセアンエリア収益改善目標**に関するKPIを追加
 - （食肉事業本部）鶏肉への需要シフトに対応した**国内鶏事業の拡大**、フード会社のルート販売網を生かした**エリア戦略強化**に関するKPIを追加
 - 事業創造に向け**R&D戦略（プロテインバージョン）推進**に関するKPIを更新
- 新たに追加するKPI
赤字：内容更新箇所

部門		主要施策	KPI	効果
ブランド強化	加工	主力ブランド伸長（シャウエッセン）	シャウエッセン：900億円 ※推定小売ベース（自社調べ）	60億円
グローバル強化		北米・アセアンの加工事業拡大	社外売上目標：2,000億円（加工・食肉計）	
米州事業の強化		米州買収工場の稼働最大化	工場稼働率：100% NEW	
アセアン事業の成長		アセアン事業の収益性の向上 （社外共創による新規取引先の獲得）	アセアンエリアの収益改善 利益改善額：+10億円 （FY2024/3比） NEW	
ブランド強化	食肉	主力ブランド伸長（桜姫）	桜姫販売数量目標：120%	
営業横断		加工品販売拡大	加工品販売目標：300億円	
国内鶏事業拡大		国内鶏生産・社外調達量の拡大	日本ホワイトファーム出来高：103% 日本ハム荷受部門社外調達量：110% NEW	
食肉事業の営業力強化		人口動態を踏まえたルート販売戦略 都市部：加工度を高めニーズに応える商品供給 地方部：配送力を活かしたエリア残存メリットの獲得	フード会社ルート販売数量：103% NEW	
R&D強化	R&D	R&D戦略（プロテインバージョン）による事業創造	R&D領域での共創案件：5件 更新	
ボールパーク	BP	ボールパークの更なる魅力度向上とチーム力強化	400万人以上の来場者 更新	

CONTENTS

00 中期経営計画2026
主要KPI見直し

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

4 中期経営計画2026 KPIの見直しについて

5 中計2026KPI改訂（構造改革）

6 中計2026KPI改訂（成長戦略）

8 サマリー

9 決算サマリー FY2026/3 1Q

11 実績ハイライト FY2026/3 1Q

13 セグメント情報 加工事業本部

15 セグメント情報 食肉事業本部

17 セグメント情報 ボールパーク事業

19 計画ハイライト

22 FY2026/3通期計画 加工事業本部

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

29 設備投資額、減価償却費

30 製品別売上高、海外売上高内訳

31 外部環境 市況

08 サマリー

● FY2026/3 1Q 総括

売上高は3,541億円となり、前年比+4.8%の増収

- 主に食肉事業の国産鶏肉・豚肉販売単価上昇や販売数量拡大及び、豪州事業の牛肉生産拡大や単価上昇が寄与

事業利益は162億円となり、前年差17億円の増益（1Qとして過去最高益を達成） *IFRS事業利益ベース

- 外部要因）食肉事業における好調な国産鶏肉・豚肉市況や、豪州牛肉の安定した生体価格と販売環境が追い風
- 内部要因）加工事業構造改革の進展、豪州におけるブランド牛肉の拡大、ボールパークへの堅調な来場者数が寄与

※海外加工事業において、鶏肉加工品原料価格が高騰。

また、国内で新たな販売システムの安定稼働に向けた追加コストが発生し、加工事業の事業利益に一部影響をおよぼしたが事業運営に支障無し

● FY2026/3 通期見通し

売上高は14,000億円（前年比+2.1%）で期初計画通り

- 構造改革に伴い加工事業の販売数量・食肉事業の輸入食肉で売上減少があるが、国産鶏肉の販売単価上昇や、豪州牛肉の生産拡大が寄与し計画通りを見込む

事業利益は540億円（前年差+115億円）で期初計画通り

※1Q時の加工事業の減益と食肉事業の利益伸長から、セグメント利益は見直し

- 外部要因）引き続き食肉事業の国産鶏肉・豚肉市況や豪州牛肉の販売環境は追い風となる見込み
- 内部要因）加工事業における構造改革の効果発現の継続や豪州の生産頭数拡大に加え、北米の買収工場の本格稼働も寄与する見込み

09 FY2026/3 1Q 決算サマリー①

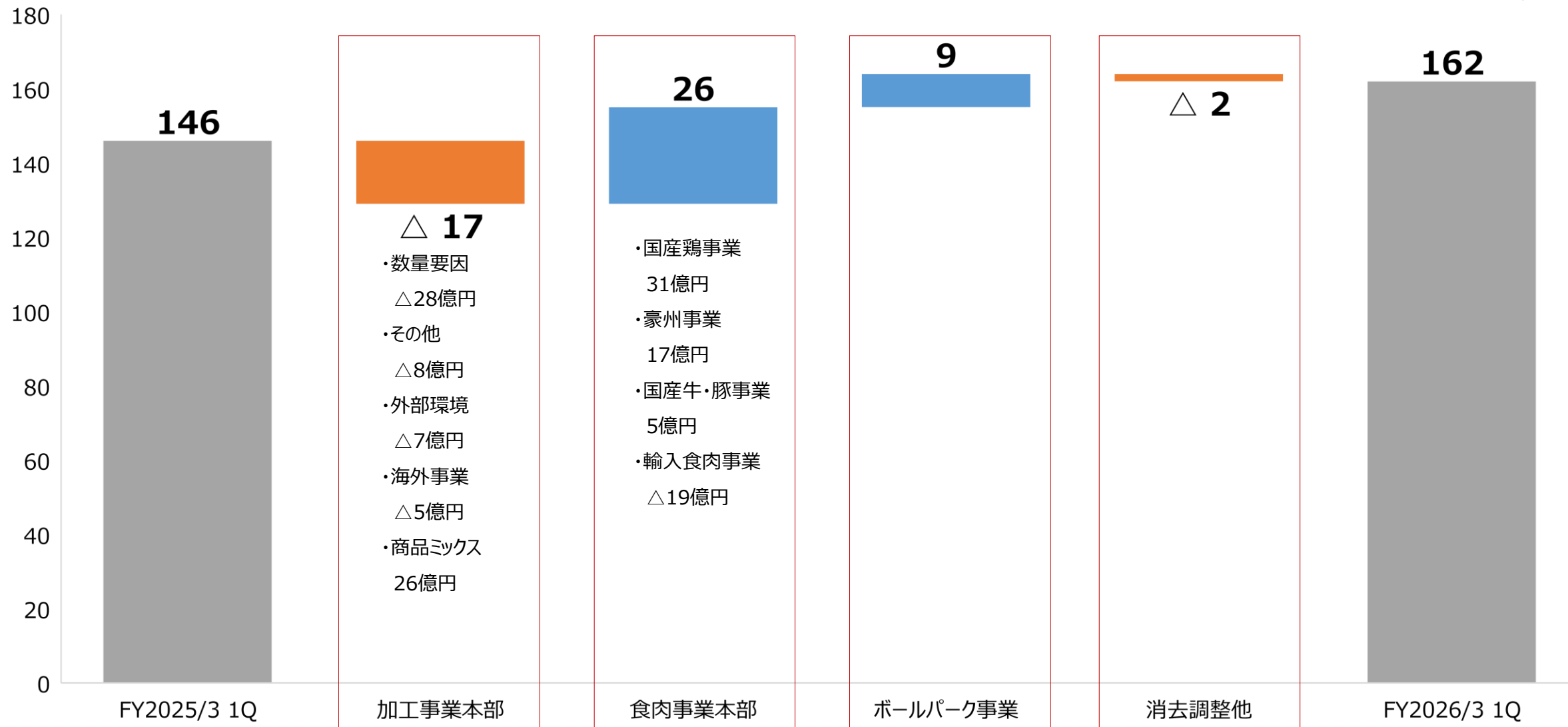


	FY2026/3 1Q実績	FY2026/3 通期計画
売上高	3,541 億円 前年比 +4.8%	14,000 億円 前年比 +2.1%
事業利益	162 億円 前年比 +11.5%	540 億円 前年比 +26.9%
親会社の所有者に帰属する当期利益	114 億円 前年比 △12.5%	300 億円 前年比 +12.8%
経営指標	-	ROE 5.8% ROIC 4.9% EPS 303.24 前年差 +0.7% 前年差 +1.0% 前年差 +40.19

10 FY2026/3 1Q 決算サマリー②

FY2026/3 1Q事業利益

(単位：億円)



11 実績ハイライト① FY2026/3 1Q実績

(単位：億円)

	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率
売上高	3,381	3,541	161	4.8%
事業利益	146	162	17	11.5%
事業利益率	4.3%	4.6%	0.3%	-
税引前四半期利益	198	184	△14	△7.0%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	130	114	△16	△12.5%

12 実績ハイライト② FY2026/3 1Q実績



(単位：億円)

	売上高				事業利益			
	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率
加工事業本部	1,347	1,290	△56	△4.2%	25	8	△17	△66.8%
食肉事業本部	2,368	2,503	135	5.7%	100	126	26	26.4%
ボールパーク事業	96	111	16	16.3%	32	41	9	29.6%
消去調整他	△430	△363	67	-	△11	△13	△2	-
連結計	3,381	3,541	161	4.8%	146	162	17	11.5%

13 セグメント情報 加工事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率
売上高	1,347	1,290	△56	△4.2%
事業利益	25	8	△17	△66.8%
内 海外事業	1	△4	△5	-
事業利益率	1.9%	0.6%	△1.2%	-

コンシューマ商品別/チャネル別 1Q売上実績（前年比）

ハム・ソーセージ	金額	デリ商品	金額
ウインナー群	98.1%	チルドベーカリー群	103.6%
シャウエッセン群	102.7%	中華名菜群	96.8%
その他ウインナー群	92.4%	プリフライ群	95.4%
ハム・ベーコン群	79.1%	ハンバーグ・ミートボール群	93.5%
コンシューマ計	94.2%	コンシューマ計	92.2%
業務用	97.1%	業務用	88.8%
総計	95.3%	総計	90.9%

※シャウエッセン群は「シャウエッセン」「シャウスライス」などを含む

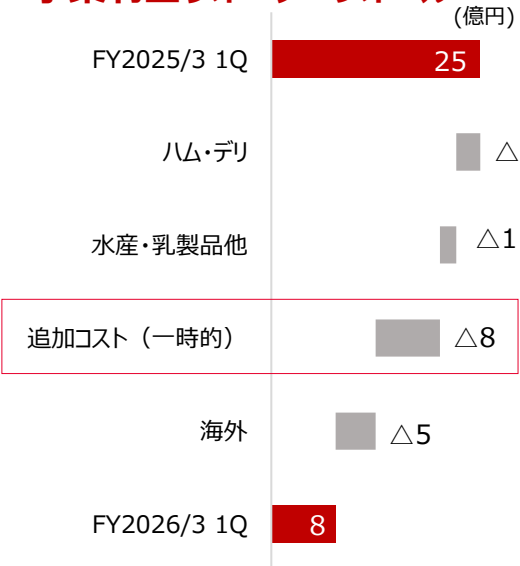
売上高
減収

- ・シャウエッセン群やチルドベーカリー群は伸長
- ・構造改革に伴う低収益商品の削減や、中華名菜、サブブランドの回復遅れによる売上減少

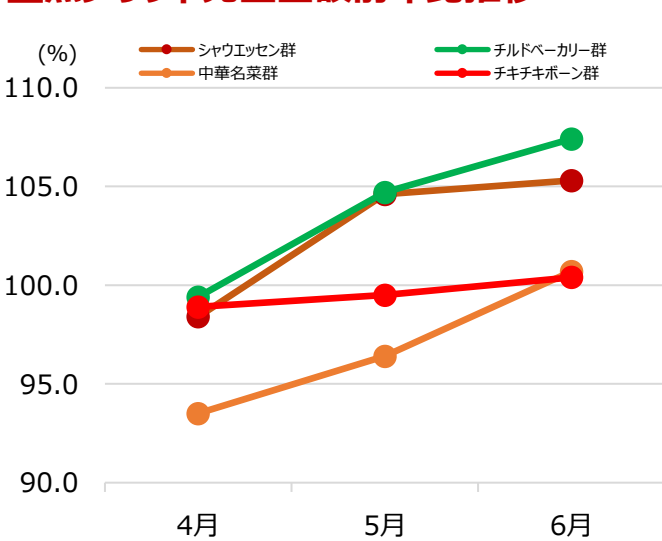
事業利益
減益

- ・ミックス改善や製造ライン数削減効果は継続発現
- ・新たな販売システム稼働に向けた追加コストが発生
- ・北米での鶏肉加工品原料価格が高騰

事業利益ウォーターフォール



重点ブランド売上金額前年比推移



14 セグメント情報 加工事業本部②

1Q事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

	FY2026/3 1Q 増減	主な前年差要因
ハム・ソーセージ&デリ商品	△3	
粗利合計	△9	
数量要因	△28	低収益商品の見直し継続と、中華名菜やサブブランド商品の回復遅れが影響
単価要因	19	
商品ミックス	26	シャウエッセン群を中心に重点カテゴリー比率が伸長し、単価改善が継続
外部環境	△7	
主原料	△7	主に豚肉原料価格の高騰
副資材	0	
経費合計	6	
電燃料	△1	電力費、燃料費ともに上昇
その他 (製造経費・販管費等)	8	製造ライン数削減による固定費の圧縮や、数量要因に伴う変動費の減少
乳製品・水産・エクス・一次加工品	△1	乳製品の原料価格高騰と一次加工品のCVS向け商品伸び悩みが影響
その他 (決算調整等)	△8	新たな販売システムの安定稼働に向けた追加コストが約8億円発生
海外	△5	主に北米における鶏肉加工品原料価格が高騰
合計	△17	

15 セグメント情報 食肉事業本部①

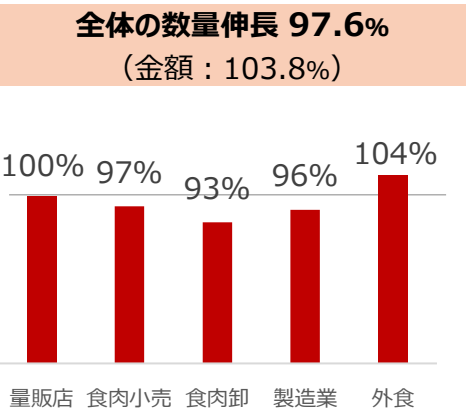
(単位：億円)

	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率
売上高	2,368	2,503	135	5.7%
事業利益	100	126	26	26.4%
内 豪州事業	12	29	17	141.3%
事業利益率	4.2%	5.0%	0.8%	-

フード販売グループ 畜種別売上数量・金額実績（前年比）

	国産		輸入	
	数量	金額	数量	金額
牛肉	96%	101%	86%	92%
豚肉	100%	104%	97%	96%
鶏肉	101%	121%	94%	106%
合計	101%	109%	93%	96%

フード販売グループ チャネル別 売上数量実績



※フード販売グループは食肉販売会社を指す。
東日本フード・関東日本フード・中日本フード・西日本フード・NHジャパンフード

売上高 増収

- ・国産鶏肉・豚肉の販売数量・単価が上昇
- ・豪州事業の生産数量が伸長。好調な販売環境の中、最適な販売先国を見極め、単価も上昇

事業利益 増益

- ・国産鶏肉の単価が上昇し、労務費や物流コストの増加をカバー
- ・豪州の生産数量が増加し、ブランド牛肉を含めた販売数量が増加

1Q主力ブランド売上数量実績（前年比）



94% 相場上昇により売上金額は伸長も、数量苦戦



105% 販売促進に向けた内部施策を実施し、数量が伸長



127% 豪州事業との連携強化により、数量拡大

加工品

109% 注力商品の選定を行い、更なる販売強化

16 セグメント情報 食肉事業本部②

1Q事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

	FY2026/3 1Q増減	主な前年差要因
国産牛・豚事業	5	国産豚肉相場が安定し、生産・荷受で利益を確保。荷受販売強化による効果も発現
国産鶏事業	31	相場の上昇に加え飼料価格も安定し、生産を中心に大きく増益
輸入食肉事業	△19	
国内輸入食肉事業	△7	北米・ヨーロッパなど現地価格の高騰に伴い、輸入牛肉・豚肉の販売数量を戦略的に抑制
海外事業	△12	トルコ鶏肉事業において、労務費や飼料価格高騰に価格転嫁が追いつかず減益
販売(フード)・ 物流部門	△6	国産食肉の仕入れコスト高騰や、輸入食肉の調達数量減少に伴い減益
豪州事業	17	好調な販売環境に加え、生産数量の増加やブランド比率の向上、最適な販売国バランスの調整により増益
その他 (決算調整等)	△1	
合計	26	

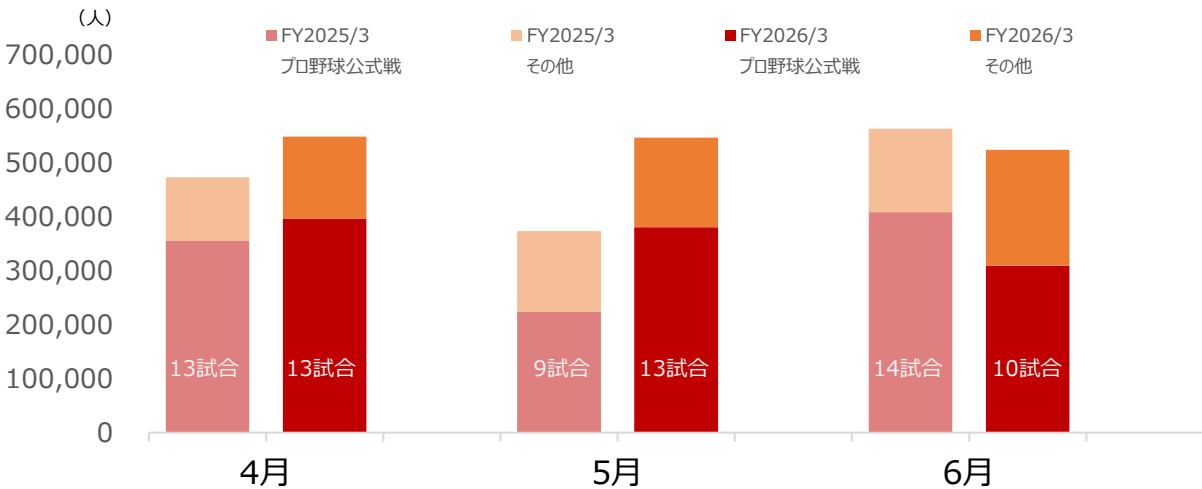
17 セグメント情報 ボールパーク事業

(単位：億円)

	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	前年差	増減率
売上高	96	111	16	16.3%
事業利益	32	41	9	29.6%
事業利益率	33.1%	36.9%	3.8%	-

北海道ボールパークFビレッジ来場者数

北海道に本拠地を移して以来、同試合数消化時点の来場者数は過去最高を記録



売上高／事業利益 増収増益

- ・公式戦の好調なチーム成績や、Fビレッジの魅力度向上に向けた飲食・商業施設のさらなる充実で、来場者数が堅調に推移
- ・堅調な試合収入やグッズ販売に加え、Fビレッジ全体で付加価値を高め、単価向上を図ったことで、利益も伸長し増収増益

プロ野球の魅力や充実した飲食サービス等に加え、
Fビレッジ・エスコンフィールドHOKKAIDO自体の魅力も発信し更なる集客へ



4月 ギネス世界記録™に認定
～世界最大のガラスウォールを誇る
スタジアムとして公式認証～



6月25日 SUNNY TERRACE
飲食商業施設オープン

1階には飲食店、ジム合わせて4店舗、2階には
温浴施設を出店

CONTENTS

00 中期経営計画2026 主要KPI見直し

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

4 中期経営計画2026 KPIの見直しについて

5 中計2026KPI改訂（構造改革）

6 中計2026KPI改訂（成長戦略）

8 サマリー

9 決算サマリー FY2026/3 1Q

11 実績ハイライト FY2026/3 1Q

13 セグメント情報 加工事業本部

15 セグメント情報 食肉事業本部

17 セグメント情報 ポールパーク事業

19 計画ハイライト

22 FY2026/3通期計画 加工事業本部

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

29 設備投資額、減価償却費

30 製品別売上高、海外売上高内訳

31 外部環境 市況

19 計画ハイライト① FY2026/3通期計画

1Q時の加工事業の減益と食肉事業の利益伸長から、セグメントの事業利益は見直し**事業利益**

外部要因) 引き続き食肉事業の国産鶏肉・豚肉市況や豪州牛肉の販売環境は追い風となる見込み

内部要因) 加工事業における構造改革の効果発現の継続や豪州の生産頭数拡大に加え、北米の買収工場の本格稼働も寄与する見込み

(単位: 億円)

	FY2025/3通期	FY2026/3通期見込	前年差	増減率
売上高	13,706	14,000	294	2.1%
事業利益	425	540	115	26.9%
事業利益率	3.1%	3.9%	0.8%	-
税引前当期利益	372	450	78	21.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	266	300	34	12.8%
ROE	5.1%	5.8%	0.7%	-
ROIC	3.9%	4.9%	1.0%	-
EPS	263.05	303.24	40.19	-

20 計画ハイライト② FY2026/3通期計画



セグメント別事業利益計画

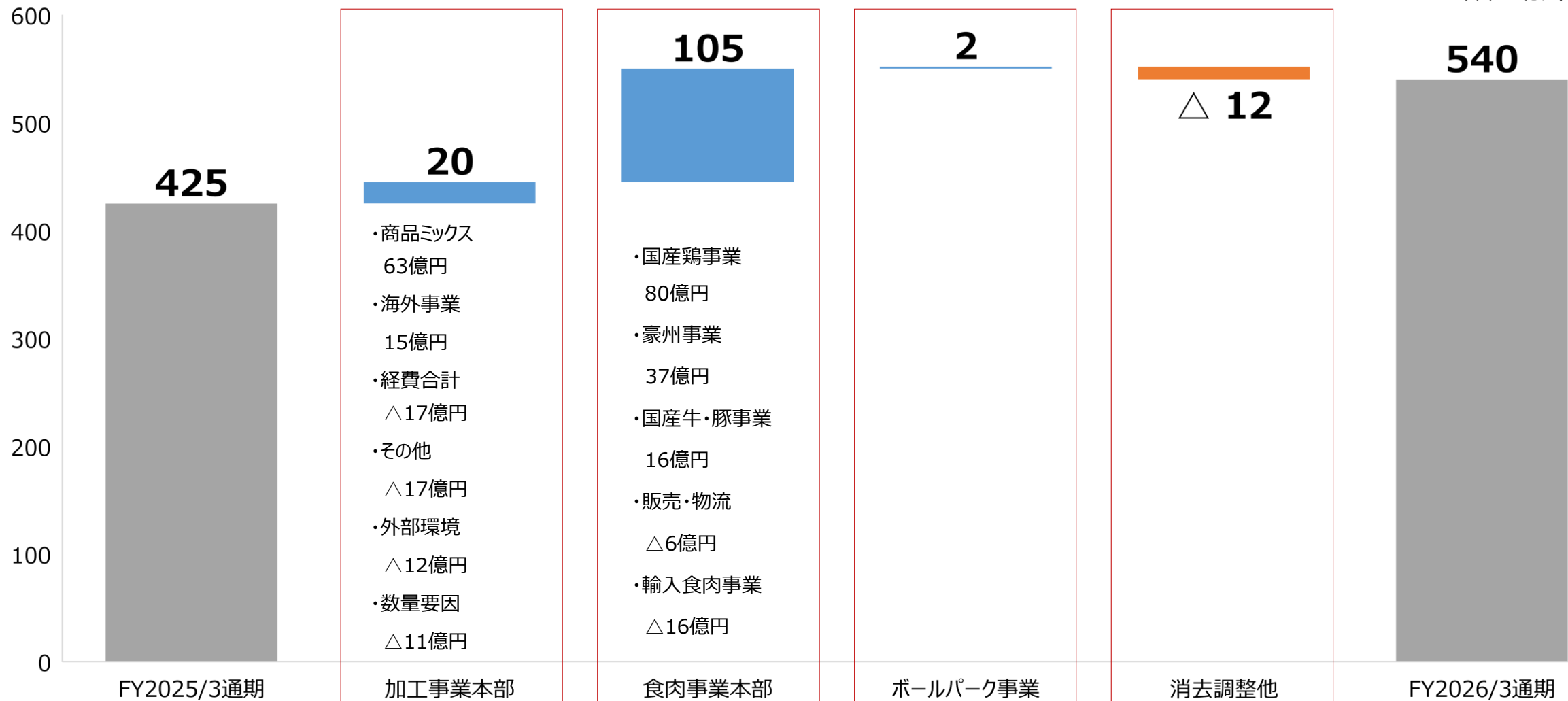
(単位：億円)

	1Q 実績	上期			下期			通期		
		期初計画	1Q時見込	計画差異	期初計画	1Q時見込	計画差異	期初計画	1Q時見込	計画差異
加工事業本部	8	50	30	△20	90	90	0	140	120	△20
食肉事業本部	126	195	215	20	230	230	0	425	445	20
ボールパーク事業	41	75	75	0	△40	△40	0	35	35	0
消去調整他	△13	△30	△30	0	△30	△30	0	△60	△60	0
連結計	162	290	290	0	250	250	0	540	540	0

21 計画ハイライト③ 通期事業利益計画 前年差の主な要因分析

FY2026/3通期 事業利益

(単位：億円)



22 FY2026/3通期計画 加工事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 期初計画	FY2026/3 1Q時見込	前年差	増減率
売上高	5,425	5,600	5,500	75	1.4%
事業利益	101	140	120	20	19.4%
内 海外事業	△7	25	7	15	-
事業利益率	1.9%	2.5%	2.2%	0.3%	-

コンシューマ商品別/チャネル別 通期売上計画（前年比）

ハム・ソーセージ	金額	デリ商品	金額
ウインナー群	103%	チルドベーカリー群	105%
シャウエッセン群	106%	中華名菜群	106%
その他ウインナー群	97%	フライドチキン群	105%
ハム・ベーコン群	89%	ハンバーグ・ミートボール群	102%
コンシューマ計	101%	コンシューマ計	100%
業務用	100%	業務用	98%
総計	100%	総計	100%

※シャウエッセン群は「シャウエッセン」「シャウスライス」などを含む

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

売上高 増収

- ・北米の製造工場稼働に伴い生産数量を拡大
- ・収益性を伴う既存商品の早期回復や新商品の投入で売上確保
- ・注力得意先への販売を強化

1Qの減益から、通期計画を120億円（△20億円）に修正

事業利益 増益

- ・低収益商品の更なる見直しでミックス改善が進展
- ・北米における鶏肉加工品原料価格の安定による収益性改善や製造工場稼働による粗利額の確保

利益確保に向けた主な取組

国内 重点製造ライン稼働率の向上

- ・シャウエッセンを中心にウインナーの高生産性ラインが新たに稼働

国内 新たなユーザー獲得と食シーン創造へマーケティングを強化

- ・製販協力体制を深化させ、消費者起点からスピード感を持った商品開発を実現

海外 海外タスクチーム中心に人財とノウハウを水平展開

- ・北米 買収工場本格稼働に向け国内人財を複数人配置
- ・アセアン タイ製造工場回復のため国内と連携し新商品開発強化
- ・中華圏 販売拡大に向けて新規得意先・商品チャネルを開拓

23 FY2026/3通期計画 加工事業本部②



通期事業利益増減 計画差要因分析

(単位：億円)

	通期 期初計画	通期 1Q時見込	通期 計画差異	主な計画差要因
ハム・ソーセージ&デリ商品	16	22	6	
粗利合計	45	40	△5	
数量要因	18	△11	△29	2Q以降は主力ブランドの販売に注力し数量を確保も、1Q時の数量減少が影響
単価要因	26	51	24	
商品ミックス	43	63	20	低収益商品の見直し継続と収益性の高い重点ブランド商品の販売回復で収益性を改善
外部環境	△16	△12	4	
主原料	△12	△9	3	主に豚肉原料価格が想定を下回る見込み
副資材	△4	△3	2	主に羊腸価格が想定を下回る見込み
経費合計	△29	△17	11	
電燃料	△9	△7	1	
その他 (製造経費・販管費等)	△20	△10	10	通期を通して製造ライン数削減による固定費の圧縮や、数量要因に伴う変動費の減少が継続
乳製品・水産・エキス・一次加工品	0	△1	△1	
その他 (国内決算調整等)	△8	△17	△9	新システム導入に伴う費用が発生
海外	32	15	△17	主に北米での鶏肉加工品原料価格が高騰
合計	40	20	△20	

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 期初計画	FY2026/3 1Q時見込	前年差	増減率
売上高	9,568	9,600	9,700	132	1.4%
事業利益	340	425	445	105	31.0%
内 豪州事業	25	36	61	37	144.6%
事業利益率	3.5%	4.4%	4.6%	1.0%	-

売上高 増収

- ・国産鶏肉は相場上昇に伴い単価が向上
- ・豪州の数量増加により売上を確保
- ・下期から国産豚の新農場がフル稼働し数量伸長

事業利益 増益

- ・国産鶏相場上昇により利益確保
- ・豪州の生産数量・販売数量が増加

主力ブランド通期売上数量目標（前年比）

外部環境に左右されないブランド力の構築

	108%	消費者認知度の向上に向け、売り場のプロモーションや販促を強化し、数量拡大を図る
	108%	SNSなどで消費者向けキャンペーンを開催し、更なる認知度向上を図る
	116%	豪州との連携強化を継続、 外食向けブランド力向上施策を実施
加工品	119%	得意先管理の徹底とアプローチ方法の強化により 数量伸長を図る

バリューチェーンの利益最大化に向けた組織再構築に着手

- ▶ 調達・販売が連携し、顧客ニーズにあった畜種ポートフォリオを追求
- 国産食肉：外部環境に左右されない自社ブランド力の構築と
社外調達の強化
- 輸入食肉：国内消費環境に合致する最適な畜種バランスを追求
- フード販売：ブランド食肉や加工品販売に注力できる
ルート営業体制を構築
- 豪州事業：世界の最適市場を見極めた販売戦略を遂行

25 FY2026/3通期計画 食肉事業本部②



通期事業利益増減 計画差要因分析

(単位：億円)

	通期 期初計画	通期 1Q時見込	通期 計画差異	主な計画差要因
国産牛・豚事業	16	16	0	
国産鶏事業	53	80	27	国産鶏肉相場が引き続き好調に推移
輸入食肉事業	△1	△16	△15	
国内輸入食肉事業	15	4	△11	高騰する海外現地価格や国内マーケット需要に合わせた仕入を行い、戦略的に数量が減少見込み
海外事業	△16	△20	△4	トルコにおける飼料価格の高騰によりコスト増加見込み
販売(フード)・ 物流部門	10	△6	△16	国産食肉コストの上昇による利益率の悪化に加え、輸入食肉の仕入数量減に伴い粗利益が減少
豪州事業	11	37	27	好調な販売環境の下、処理頭数を拡大し販売数量を増加
その他 (決算調整等)	△2	△5	△3	
合計	85	105	20	

CONTENTS

00 中期経営計画2026
主要KPI見直し

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

4 中期経営計画2026 KPIの見直しについて

5 中計2026KPI改訂（構造改革）

6 中計2026KPI改訂（成長戦略）

8 サマリー

9 決算サマリー FY2026/3 1Q

11 実績ハイライト FY2026/3 1Q

13 セグメント情報 加工事業本部

15 セグメント情報 食肉事業本部

17 セグメント情報 ポールパーク事業

19 計画ハイライト

22 FY2026/3通期計画 加工事業本部

24 FY2026/3通期計画 食肉事業本部

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

29 設備投資額、減価償却費

30 製品別売上高、海外売上高内訳

31 外部環境 市況

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

26年3月期1Q実績

26年3月期計画

財務データ他

(単位：百万円)

	FY2025/3	
	1Q実績	通期実績
売上高	338,050	1,370,553
売上原価	279,270	1,150,170
売上総利益	58,780	220,383
売上総利益率	17.4%	16.1%
販売費および一般管理費	45,015	184,449
営業利益	13,765	35,934
その他収益・費用	5,334	1,044
金融収益・費用	869	961
持分法による投資損益	△163	△741
税引前当期利益	19,805	37,198
法人所得税費用	5,931	9,395
税率	29.9%	25.3%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	13,048	26,585
ROE	-	5.1%
ROIC	-	3.9%
EPS	-	263.05
営業利益	13,765	35,934
為替差損益	3,178	6,128
IFRSへの調整 他	△2,381	478
事業利益	14,562	42,540

(単位：百万円)

	FY2026/3			
	1Q実績	増減率	通期計画	増減率
売上高	354,141	4.8%	1,400,000	2.1%
売上原価	288,357	3.3%	1,157,000	0.6%
売上総利益	65,784	11.9%	243,000	10.3%
売上総利益率	18.6%	-	17.4%	-
販売費および一般管理費	47,523	5.6%	192,000	4.1%
営業利益	18,261	32.7%	51,000	41.9%
その他収益・費用	402	△92.5%	△6,100	-
金融収益・費用	12	△98.6%	600	△37.6%
持分法による投資損益	△257	△57.7%	△500	-
税引前当期利益	18,418	△7.0%	45,000	21.0%
法人所得税費用	5,863	△1.1%	14,000	49.0%
税率	31.8%	-	31.1%	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	11,417	△12.5%	30,000	12.8%
ROE	-	-	5.8%	-
ROIC	-	-	4.9%	-
EPS	-	-	303.24	-
営業利益	18,261	32.7%	51,000	41.9%
為替差損益	△64	-	-	-
IFRSへの調整 他	△1,956	-	-	-
事業利益	16,241	11.5%	54,000	26.9%

FY2026/3 1Q実績

【その他収益・費用】

前期1Qに為替変動の影響で為替差益が大きく出たため、今期は反動でその他の収益が減少。

FY2026/3 通期見込

【その他収益・費用】

その他の収益・費用は約61億円の見込み。構造改革に伴う固定資産の減損損失は約45億円を見込む。

28 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	FY2024/3 期末	FY2025/3 期末	FY2026/3 1Q	対前期末 増減額	対前期末 増減率
流動資産合計	423,430	406,308	417,415	11,107	2.7%
非流動資産合計	534,807	542,964	537,255	△5,709	△1.1%
資産合計	958,237	949,272	954,670	5,398	0.6%
流動負債合計	246,832	257,743	258,099	356	0.1%
非流動負債合計	172,203	154,457	161,035	6,578	4.3%
負債合計	419,035	412,200	419,134	6,934	1.7%
資本合計	539,202	537,072	535,536	△1,536	△0.3%
負債・資本合計	958,237	949,272	954,670	5,398	0.6%
DEレシオ	0.41	0.43	0.43	-	-

《流動資産合計》 現金及び現金同等物が前期末比4.8%減の681億円となったが、主に輸入品を中心とした食肉在庫の増加により棚卸資産が前期末比6.8%増の1,522億円、豪州において生体牛の肥育頭数が増加したこと等で生物資産が前期末比10.2%増の353億円になったことにより、前期末比2.7%増の4,174億円となった。

《非流動資産合計》 その他の金融資産が前期末比5.8%増の291億円となったが、繰延税金資産が前期末比7.5%減の260億円となったことで、前期末比1.1%減の5,373億円となった。

《負債合計》 その他の金融負債が前期末比33.7%減の93億円となったが、輸入食肉の仕入増加等により営業債務及びその他の債務が前期末比8.7%増の1,155億円となったことから、前期末比1.7%増の4,191億円となった。

(単位：百万円)

	FY2024/3 1Q	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	対前期1Q 増減額	対前期1Q 増減率
営業活動によるCF	36,277	8,505	21,781	13,276	156.1%
投資活動によるCF	△10,149	△4,742	△8,124	△3,382	-
財務活動によるCF	△20,104	9,155	△16,464	△25,619	-

《営業活動によるキャッシュ・フロー》 棚卸資産の増加99億円等があったが、税引前四半期利益184億円、減価償却費及び償却費112億円、営業債務及びその他の債務の増加94億円等により、218億円の純キャッシュ増となった。

《投資活動によるキャッシュ・フロー》 固定資産等の取得92億円等により、81億円の純キャッシュ減となった。

《財務活動によるキャッシュ・フロー》 借入債務による調達208億円等があったが、現金配当134億円、短期借入金の減少124億円等により、165億円の純キャッシュ減となった。

29 設備投資額、減価償却費

(単位：百万円)

	FY2025/3	FY2026/3			
	1Q実績	1Q実績	対前期1Q 増減額	対前期1Q 増減率	FY2026/3 通期計画
設備投資合計	5,530	5,288	△242	△4.4%	53,900
加工事業本部	1,392	2,032	640	46.0%	20,700
食肉事業本部	2,050	1,800	△250	△12.2%	27,100
ボールパーク事業	457	1,163	706	154.5%	4,200
消去調整他	1,631	293	△1,338	△82.0%	1,900
減価償却費	6,841	7,559	718	10.5%	32,500

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

FY2026/3 通期計画

維持更新と構造改革による既存事業の再強化を行いつつ、成長分野については戦略的な資金配分を実施

【加工事業本部】
前年からの繰り越し及び海外含む生産設備などの維持・更新を見込む

【食肉事業本部】
川上事業や豪州事業の強化を見込む

【ボールパーク事業】
体験価値向上、新駅開業に向けた成長投資を見込む

【成長分野】
ブランド強化、海外事業の拡大、R&D強化、環境関連等を見込む

30 製品別売上高、海外売上高内訳

製品別売上高

(単位：百万円)

	1Q実績	前年差	増減率
加工事業本部	106,380	△3,053	△2.8%
ハム・ソーセージ	27,581	△2,571	△8.5%
加工食品	54,926	986	1.8%
食肉	8,726	△1,843	△17.4%
乳製品	9,982	△168	△1.7%
その他	5,165	543	11.7%
食肉事業本部	236,802	17,063	7.8%
ハム・ソーセージ	442	151	51.9%
加工食品	6,808	483	7.6%
食肉	223,244	15,918	7.7%
乳製品	89	11	14.1%
その他	6,219	500	8.7%
ボールパーク事業	10,247	1,522	17.4%
消去調整	712	559	-
連結売上高	354,141	16,091	4.8%

(注) 製品別の売上高は外部顧客に対する売上高のみの記載であるため、セグメント売上高とは一致しません。

海外売上高内訳

(単位：百万円)

		FY2025/3	FY2026/3			
		1Q実績	1Q実績	売上高構成比	前年差	増減率
加工事業本部	海外事業	31,965	30,536	-	△1,429	△4.5%
	外部顧客に対する売上高	13,794	15,497	50.7%	1,703	12.3%
	セグメント間の内部売上高	18,171	15,039	49.3%	△3,132	△17.2%
食肉事業本部	豪州事業	29,956	37,594	-	7,638	25.5%
	外部顧客に対する売上高	25,037	34,193	91.0%	9,156	36.6%
	セグメント間の内部売上高	4,919	3,401	9.0%	△1,518	△30.9%

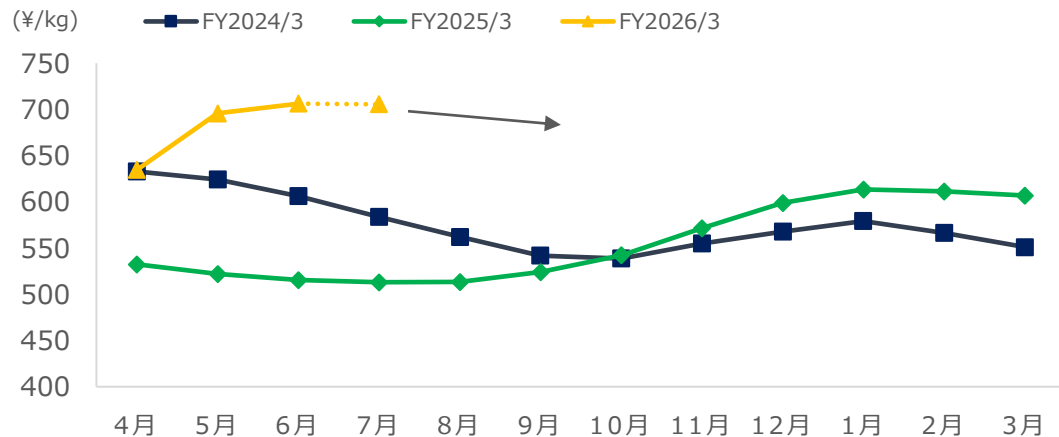
31 外部環境 市況①



その他データは二次元バーコード/URL参照（市場動向資料集）
https://www.nipponham.co.jp/ir/library/market_trend/

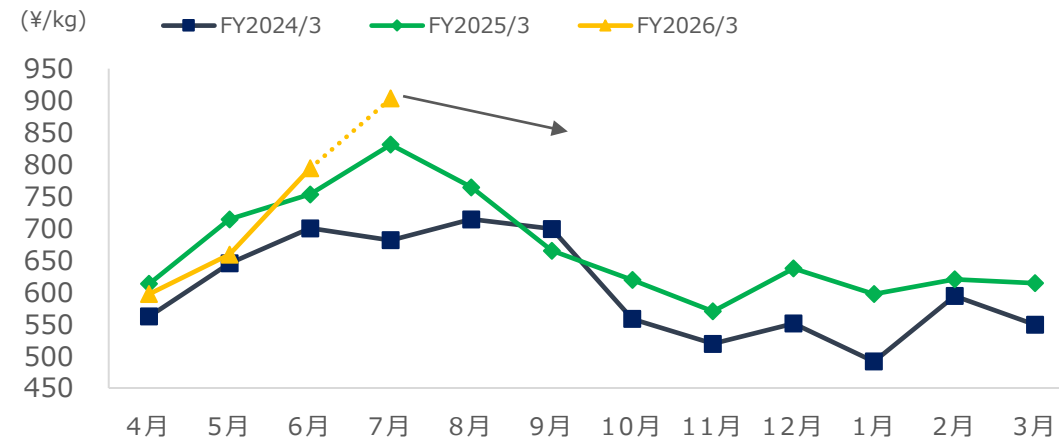
国産鶏肉相場

出典：鶏肉加重平均※農畜産業振興機構、農林水産省「食鳥市況情報」より単純平均単価



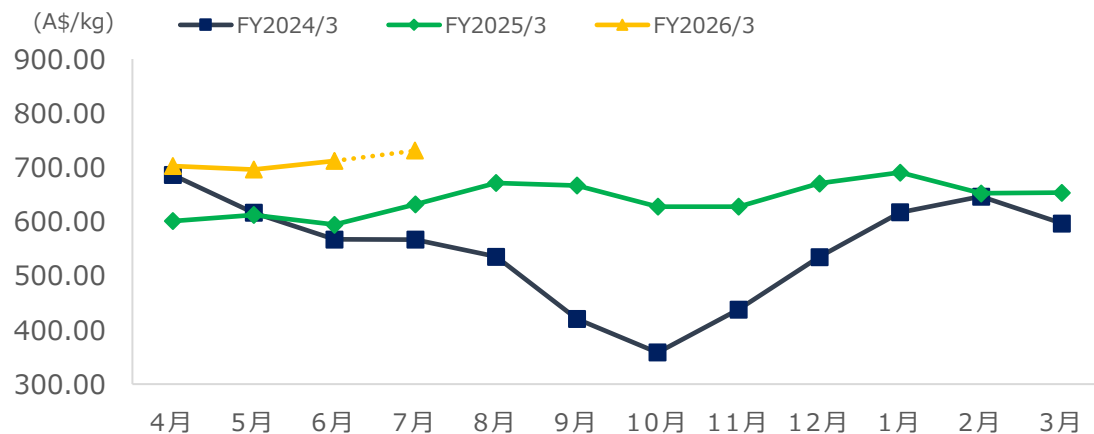
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格 ※東京食肉市場株式会社



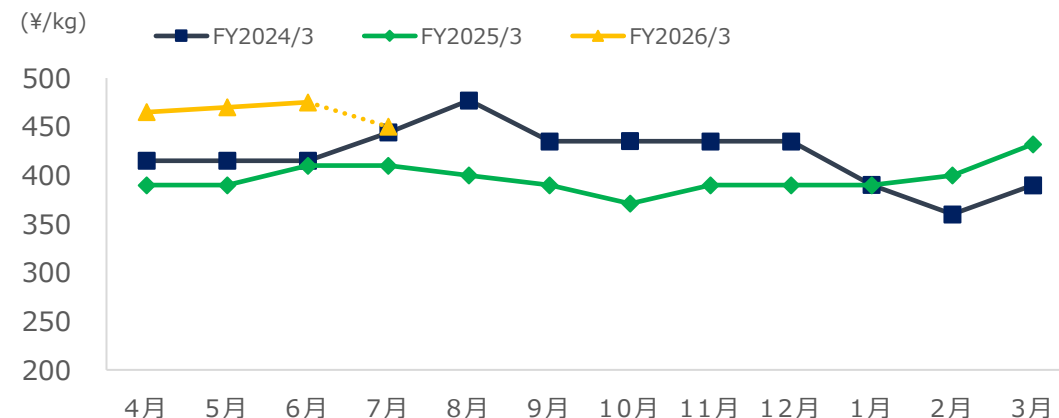
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



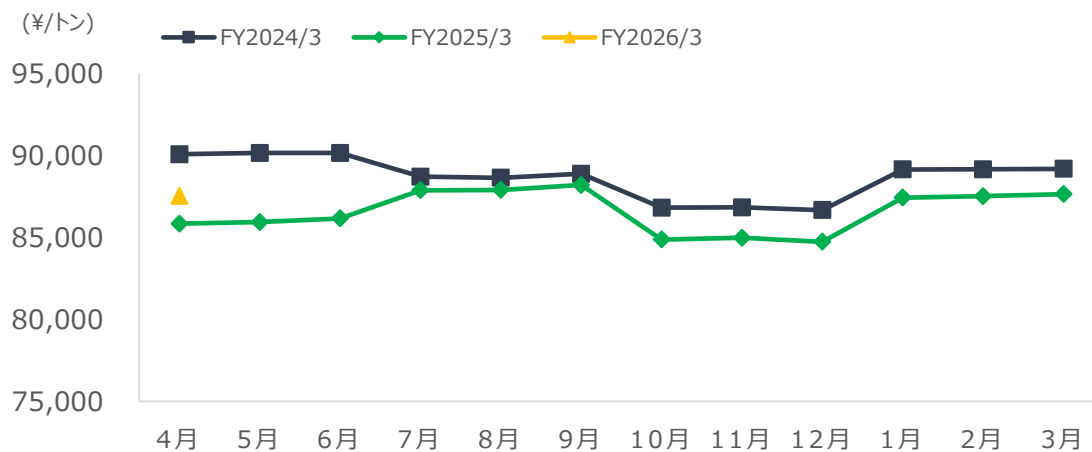
ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

出典：食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



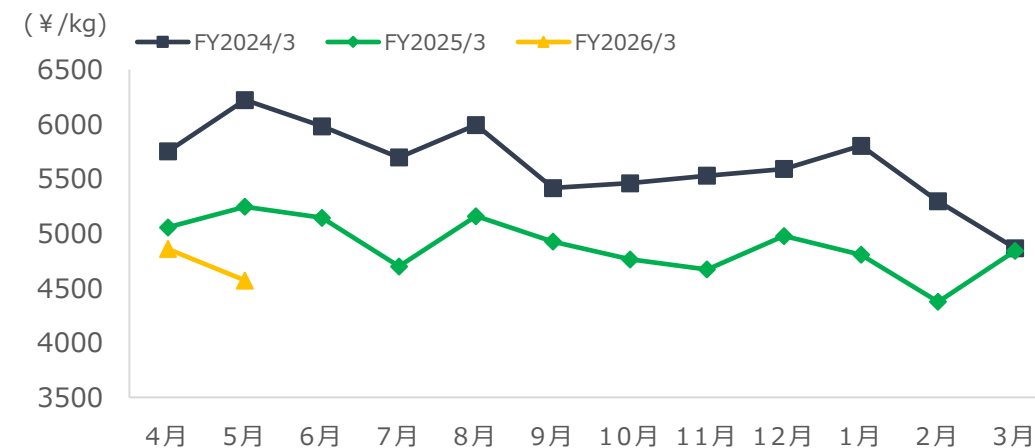
配合飼料価格

出典：農畜産業振興機構



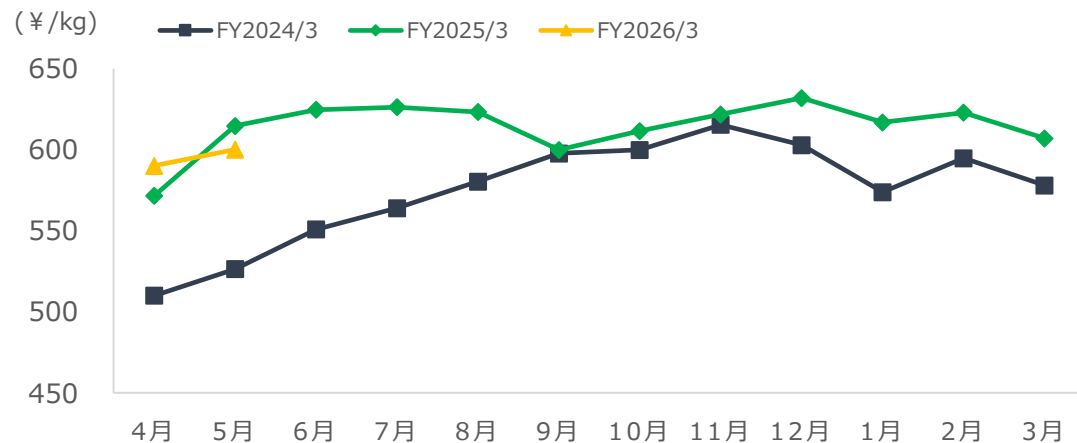
天然腸輸入価格 ※主に羊腸(豚腸・牛腸等も含む)

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



シーズンドボーク(GSP)輸入価格

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



お問合せ先

〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1

ThinkPark Tower

日本ハム株式会社 VBM推進室

電話：03-4555-8052

メールアドレス：nhfoods.ir@nipponham.co.jp

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いたします。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ください。