

FY2025/3 4Q

決算説明会資料

～2025年3月期 第4四半期～

日本ハム株式会社

2025年5月9日



CONTENTS

FY2025/3

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 サマリー
- 5 決算サマリー FY2025/3通期
- 7 実績ハイライト FY2025/3通期
- 9 セグメント情報 加工事業本部
- 11 セグメント情報 食肉事業本部
- 13 セグメント情報 海外事業本部
- 14 セグメント情報 ボールパーク事業
- 15 通期 主なマーケティング活動
- 17 計画ハイライト
- 21 FY2026/3計画 加工事業本部
- 23 FY2026/3計画 食肉事業本部
- 25 FY2026/3計画 ボールパーク事業
- 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、海外事業本部（地域別売上高内訳）
- 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。

※ 本資料計画ページに記載しているFY2025/3遡及数値は監査法人による監査を受けておらず、未監査の内部推計値です。正式な数値とは異なる場合がありますので、参考情報としてご利用ください。

CONTENTS

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 サマリー

5 決算サマリー FY2025/3通期

7 実績ハイライト FY2025/3通期

9 セグメント情報 加工事業本部

11 セグメント情報 食肉事業本部

13 セグメント情報 海外事業本部

14 セグメント情報 ボールパーク事業

15 通期 主なマーケティング活動

17 計画ハイライト

21 FY2026/3計画 加工事業本部

23 FY2026/3計画 食肉事業本部

25 FY2026/3計画 ボールパーク事業

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、海外事業本部（地域別売上高内訳）

31 外部環境 市況

04 サマリー

● FY2025/3 総括

売上高は13,706億円となり、前年比+5.1%の増収

- ・ 主に食肉事業における販売価格の上昇や、海外事業の豪州牛肉の生産拡大が寄与し増収

事業利益は425億円となり、前年差△24億円の減益

- ・ 海外事業の豪州牛肉生産数量拡大による利益伸長や加工事業の商品ミックス改善・最適生産体制に向けた取組みにより収益が改善
- ・ 食肉事業の国産鶏肉の生産部門の収益性悪化や輸入食肉の販売苦戦、フード販売の価格転嫁の遅れが影響し減益

● FY2026/3 見通し

売上高は14,000億円（前年比+2.1%）の見通し

- ・ ブランド力を高めるマーケティング活動で国内加工事業の売上回復と国産鶏肉事業の販売を強化
- ・ 北米3社買収に伴う海外加工事業の売上増加や豪州牛肉事業の生産数量拡大、販売価格の上昇が見込まれ、前年比+2.1%の増収見通し

事業利益は540億円（前年差+115億円）の見通し

- ・ 食肉事業の国内鶏肉生産のブランド比率向上や相場好転、輸入食肉の調達体制の見直し、豪州牛肉の生産数量拡大で利益伸長
- ・ 加工事業の継続的な構造改革の進展で収益改善が進み、中期経営計画2026の計画通り、過去最高となる540億円の事業利益見通し

05 FY2025/3通期 決算サマリー①

FY2025/3 通期実績

FY2026/3 通期計画

売上高

13,706 億円

前年比 +5.1%
計画比 +0.0%

14,000 億円

前年比 +2.1%

事業利益

425 億円

前年比 △5.3%
計画比 △5.5%

540 億円

前年比 +26.9%

親会社の所有者に帰属する当期利益

266 億円

前年比 △5.3%
計画比 +2.3%

300 億円

前年比 +12.8%

経営指標

ROE 5.1%
ROIC 3.9%
EPS 263.05

前年差 △0.4%
前年差 △0.2%
前年差 △10.65

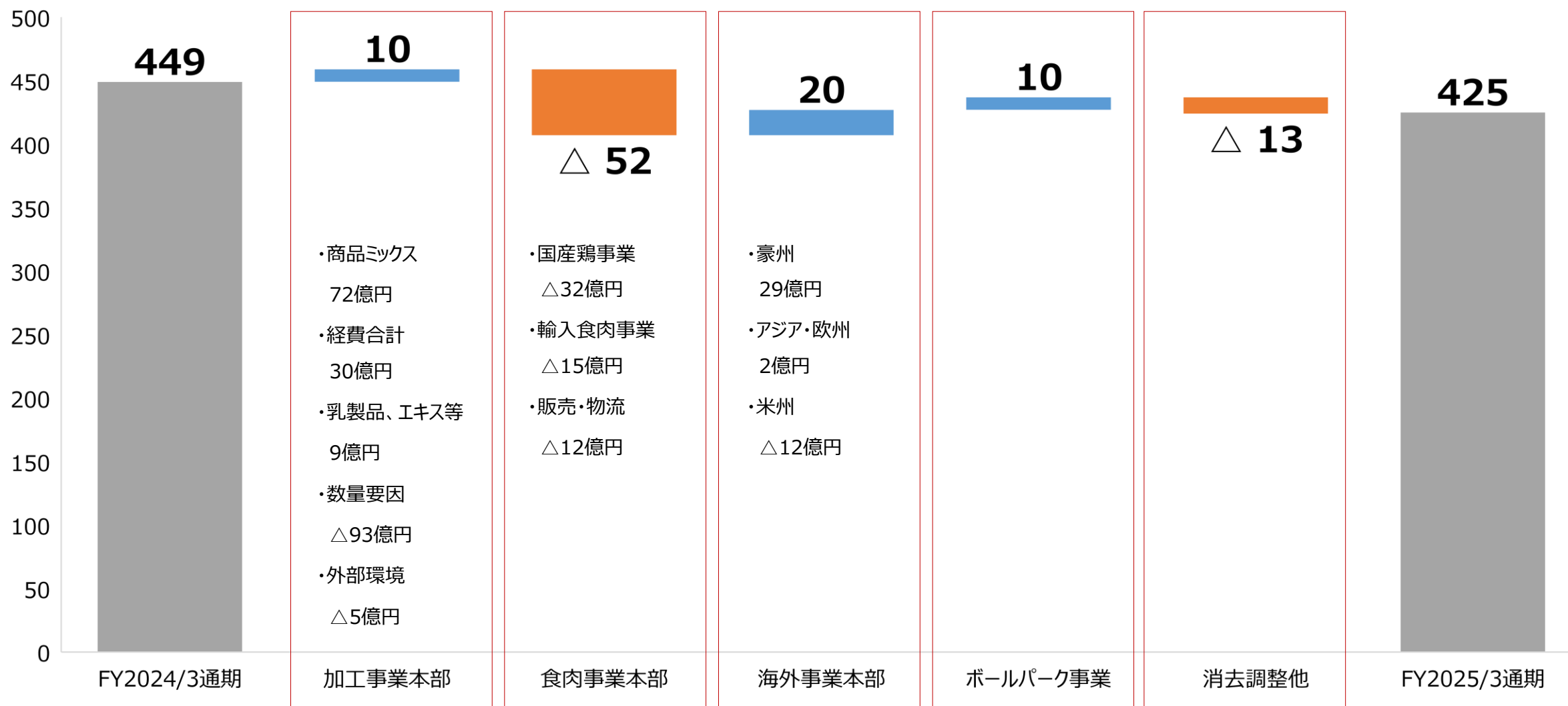
ROE 5.8%
ROIC 4.9%
EPS 303.24

前年差 +0.7%
前年差 +1.0%
前年差 +40.19

06 FY2025/3通期 決算サマリー②

FY2025/3 事業利益

(単位：億円)



07 実績ハイライト① FY2025/3通期実績

(単位：億円)

	FY24/3通期	FY25/3通期	前年差	対前年 増減率
売上高	13,034	13,706	671	5.1%
事業利益	449	425	△24	△5.3%
内) 継続事業	459		△34	△7.3%
事業利益率	3.5%	3.1%	△0.4%	-
税引前当期利益	406	372	△34	△8.4%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	281	266	△15	△5.3%
ROE	5.5%	5.1%	△0.4%	-
ROIC	4.1%	3.9%	△0.2%	-
EPS	273.70	263.05	△10.65	-

08 実績ハイライト② FY2025/3通期実績

(単位：億円)

	売上高					事業利益				
	上期	下期	通期	前年差	増減率	上期	下期	通期	前年差	増減率
加工事業本部	2,086	2,131	4,218	△95	△2.2%	47	60	107	10	10.5%
食肉事業本部	4,093	4,101	8,193	388	5.0%	139	150	289	△52	△15.2%
海外事業本部	1,616	1,560	3,176	276	9.5%	42	3	45	20	82.0%
ボールパーク事業	196	74	270	32	13.5%	70	△37	33	10	41.6%
消去調整他	△1,152	△998	△2,151	△36	-	△27	△22	△49	△13	-
非継続事業	-	-	-	106	-	-	-	-	-	-
連結計	6,839	6,867	13,706	671	5.1%	271	154	425	△24	△5.3%

09 セグメント情報 加工事業本部①

(単位：億円)

	上期	下期	通期	前年差	増減率
売上高	2,086	2,131	4,218	△95	△2.2%
事業利益	47	60	107	10	10.5%
事業利益率	2.3%	2.8%	2.5%	0.3%	-

コンシューマ商品別/チャネル別 通期売上実績（前年比）

ハム・ソーセージ	数量	金額	デリ商品	数量	金額
ウインナー群	-	100.5%	チルドベーカリー群	-	101.8%
シャウエッセン群	-	106.6%	中華名菜群	-	88.2%
その他ウインナー群	-	88.0%	ハンバーグ・ミートボール群	-	90.9%
ハム・ベーコン群	-	72.0%	フライドチキン群	-	93.4%
コンシューマ計	88.8%	95.7%	コンシューマ計	89.7%	93.2%
業務用	93.3%	99.3%	業務用	87.6%	90.1%
総計	89.6%	95.8%	総計	89.1%	92.0%

※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

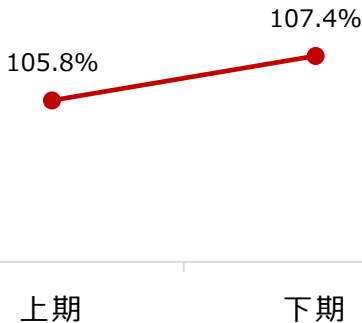
売上高 減収

- ・ハム・ソーセージの戦略的な商品統廃合の進展、及びデリ商品のサブブランド商品、CVS向け商品の売上減少により減収
- ・重点カテゴリーのシャウエッセン、チルドベーカリー群は好調に推移し売上を確保

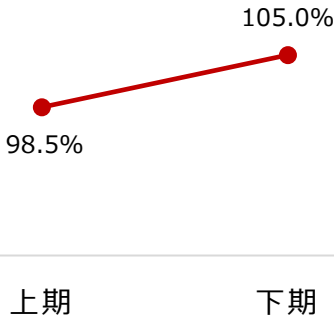
事業利益 増益

- ・構造改革による最適生産体制に向けた取り組みや商品ミックス改善、価格改定により収益性が改善
- ・シャウエッセンや一次加工品、エキス、乳製品が伸長し収益拡大

シャウエッセン群 売上高 前年比推移



チルドベーカリー群 売上高 前年比推移



10 セグメント情報 加工事業本部②

通期事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

	上期増減	下期増減	通期増減 ①	主な前年差要因	3Q時通期 増減見込②	差異①－②
ハム・ソーセージ&デリ商品	8	△4	4		10	△6
粗利合計	△10	△16	△26		△19	△7
数量要因	△38	△55	△93	低収益商品の見直しに伴う商品統廃合と、 コンシューマのサブブランド商品やCVS向け商品の売上減少が影響	△86	△7
単価要因	28	39	67		67	0
商品ミックス	24	48	72	シャウエッセン群伸長と価格改定による単価改善が継続	73	△1
外部環境	4	△9	△5		△6	1
主原料	△6	△17	△23	主に豚肉原料価格が高騰	△23	0
副資材	10	8	18	羊腸価格が好転	16	1
経費合計	18	12	30		30	1
電燃料	△1	△3	△4	電燃料費が上昇	△3	△1
その他 (製造経費、販管費等)	19	15	34	ライン削減により労務費等の製造経費が削減	33	2
乳製品・水産・エキス・ 一次加工品	10	△1	9	エキス、一次加工品、乳製品において、下期に主原料価格高騰の 影響があったが、価格改定と売上伸長により増益	8	1
その他 (決算調整等)	0	△3	△3		△6	3
合計	18	△8	10		13	△3

11 セグメント情報 食肉事業本部①

(単位：億円)

	上期	下期	通期	前年差	増減率
売上高	4,093	4,101	8,193	388	5.0%
事業利益	139	150	289	△52	△15.2%
事業利益率	3.4%	3.7%	3.5%	△0.8%	-

売上高 増収

- ・国産：主に量販店で、輸入食肉から国産食肉へ需要がシフトし、数量伸長・単価上昇
- ・輸入：数量は減少したものの、現地価格高騰や為替影響に伴い国内販売価格が上昇

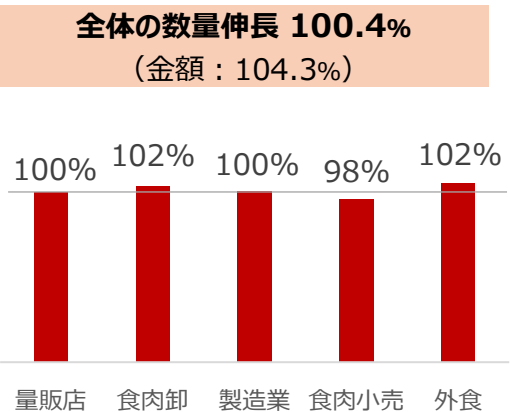
事業利益 減益

- ・国産鶏肉はコスト上昇や上期の相場安が影響
- ・輸入食肉の価格転嫁に苦戦し減益

フード販売グループ 通期畜種別売上数量・金額実績（前年比）

	国産		輸入	
	数量	金額	数量	金額
牛肉	103%	106%	95%	103%
豚肉	102%	110%	92%	101%
鶏肉	104%	102%	104%	103%
合計	103%	106%	97%	102%

フード販売グループ 通期チャネル別 売上数量実績



通期主カブランド売上数量実績（前年比）



※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

12 セグメント情報 食肉事業本部②

通期事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

	上期増減	下期増減	通期増減 ①	主な前年差要因	3Q時通期 増減見込②	差異①-②
国産牛・豚事業	0	6	6	生産：年間を通した豚枝肉の相場高、枝肉重量の改善などにより増益	10	△4
国産鶏事業	△35	4	△32	生産：コストの上昇や上期相場安の影響により減益 荷受：販売環境は堅調に推移するも、価格転嫁が進まず減益	△34	2
輸入食肉事業	8	△23	△15	前年を上回る現地価格の高騰や為替変動の影響による需給バランスの悪化 に対応できず減益	△17	2
販売(フード)・ 物流部門	△5	△6	△12	販売数量や金額は堅調に推移したが、輸入食肉の価格高騰や、物流費・人件 費等のコスト上昇をカバーできず減益	0	△12
その他 (決算調整等)	2	△1	1		0	1
合計	△32	△20	△52		△40	△11

13 セグメント情報 海外事業本部

(単位：億円)

	上期	下期	通期	前年差	増減率
売上高	1,616	1,560	3,176	276	9.5%
事業利益	42	3	45	20	82.0%
事業利益率	2.6%	0.2%	1.4%	0.6%	-

売上高 増収

- ・豪州 生産数量拡大に加え、販売単価が上昇
- ・米州 北米での鶏肉加工品販売数量が伸長

事業利益 増益

- ・豪州 数量増加に加え、フィードロット拡充により利益率が改善し増益
- ・トルコ 4Qで人件費増加の影響を受けたが、通期では価格転嫁が進み増益確保

通期事業利益 前年差要因分析

	上期増減	下期増減	通期増減 ①	主な前年差要因	(単位：億円)		(単位：億円)	
					3Q時 通期増減 見込②	差異 ①-②	地域別事業利益 通期	前年差
豪州	28	2	29	生体価格高の影響を受けたが、生産数量拡大とフィードロット拡充による利益率改善で増益	32	△2	24	29
米州	3	△15	△12	数量拡大に向けた販促実施による経費増と鶏肉加工品原料の高騰を受け減益	△7	△5	12	△12
アジア・欧州	8	△6	2	トルコの鶏肉販売が好調、4Qで人件費増加の影響を受けたが、通期では増益	0	2	17	2
その他 (決算調整等)	1	0	0		0	0	△9	0
合計	40	△20	20		25	△5	45	20

14 セグメント情報 ボールパーク事業

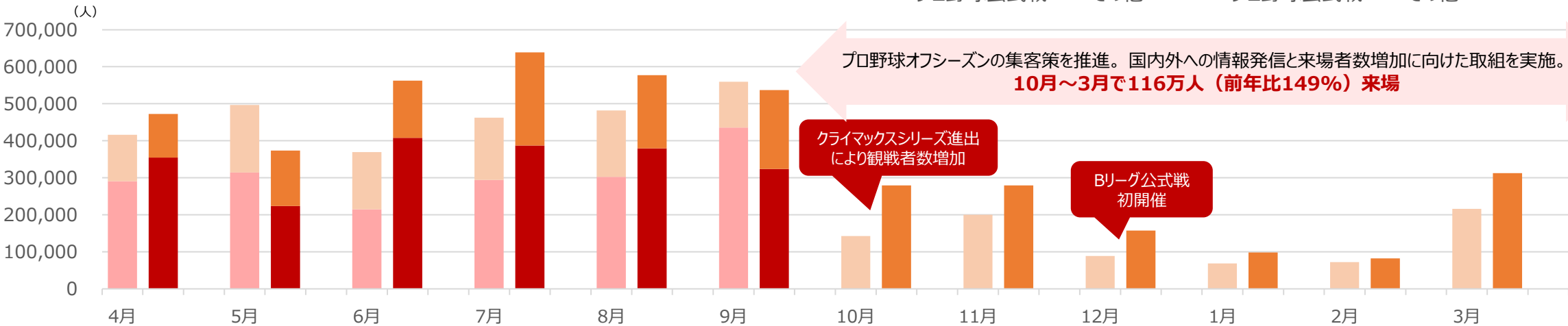
(単位：億円)

	上期	下期	通期	前年差	増減率
売上高	196	74	270	32	13.5%
事業利益	70	△37	33	10	41.6%
事業利益率	35.9%	-	12.4%	2.5%	-

売上高／事業利益

・好調なチーム成績のもとファイターズ主催レギュラーシーズン公式戦で観客動員数が前年から20万人増加。チケット収入や飲食収入、広告収入が伸長し収益を確保し増収増益

北海道ボールパークFビレッジ来場者数
(前年比121%の432万人の来場を達成)



プロ野球オフシーズンの集客策を推進。国内外への情報発信と来場者数増加に向けた取組を実施。
10月～3月で116万人（前年比149%）来場

クライマックスシリーズ進出
により観戦者数増加

Bリーグ公式戦
初開催

※オールスター戦、クライマックスシリーズはその他来場者数に加算

15 通期 主なマーケティング活動

加工事業本部

■ シャウエッセンのブランディング

- ・夕食シーンの拡大を目的に夜味を発売(10月～1月)
- ・SNSを中心とした広告展開 若年層へのアプローチ手法を変更



■ 中華名菜リニューアル

- ・新規ユーザー獲得と離反ユーザーの再獲得を目的に、YouTube広告、地上波でCM放映(3月)



■ 生成AI を活用した「顧客」分析を実現

- ・顧客提案時の生活者調査と仮説構築をデジタル化し迅速なサービス提供を実現

食肉事業本部 SNSを活用し桜姫のマーケティングを強化



- ・桜姫の受験応援CMを放映。併せてSNS上で「ひめたる応援」受験エピソード大募集キャンペーンを実施

- ・オンラインファンコミュニティ「さくら城下町」を開設

ボールパーク事業



オフシーズンの取組 10月～3月で116万人来場

■ Bリーグ公式戦初開催

- ・12/28、12/29の2日間で約3万人が来場。既成概念にとらわれない、新たな取組を推進

■ F VILLAGE ICE PARK開催

- ・自然に凍った池の上にアイスリンクを設置。アイススケートからカーリング、ホッケーなども楽しめるアイスパークを開催

CONTENTS

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 サマリー

5 決算サマリー FY2025/3通期

7 実績ハイライト FY2025/3通期

9 セグメント情報 加工事業本部

11 セグメント情報 食肉事業本部

13 セグメント情報 海外事業本部

14 セグメント情報 ボールパーク事業

15 通期 主なマーケティング活動

17 計画ハイライト

21 FY2026/3計画 加工事業本部

23 FY2026/3計画 食肉事業本部

25 FY2026/3計画 ボールパーク事業

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、海外事業本部（地域別売上高内訳）

31 外部環境 市況

17 計画ハイライト① FY2026/3通期計画

売上高

- ・ブランド力を高めるマーケティング活動で国内加工事業の売上回復と国産鶏肉事業の販売を強化
- ・北米3社買収に伴う海外加工事業の売上増加や豪州牛肉事業の生産数量拡大、販売価格の上昇を見込む

事業利益

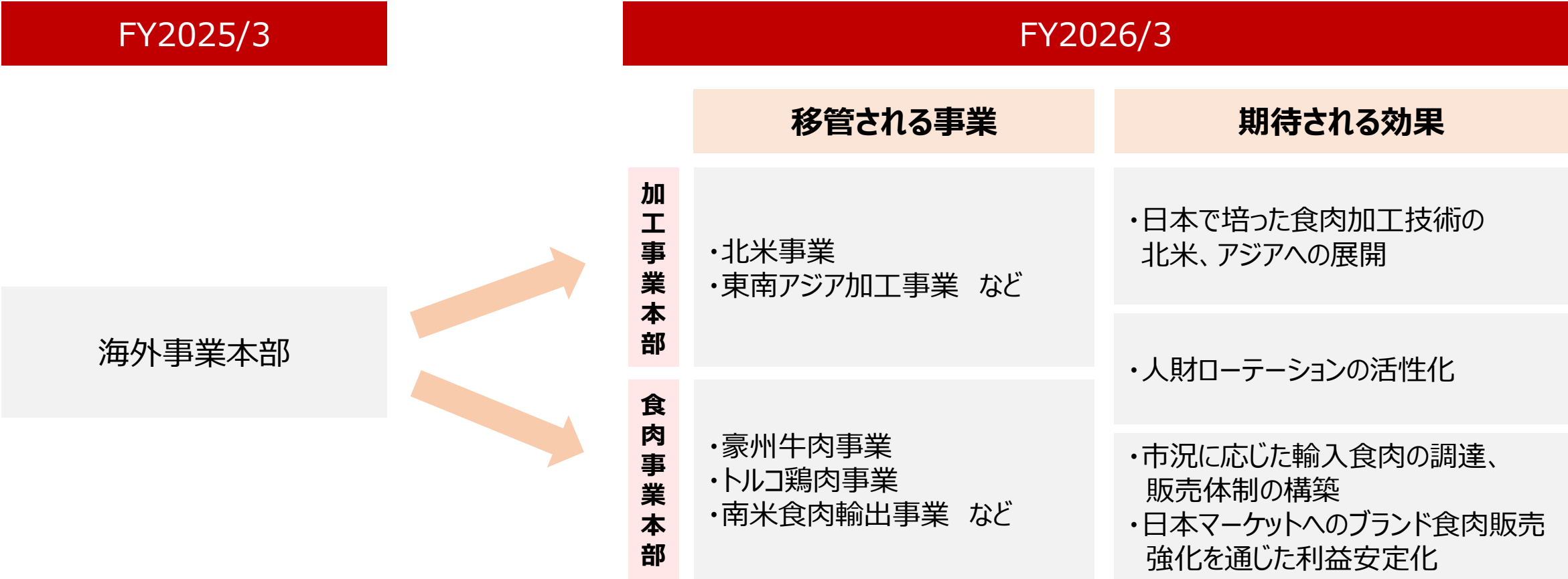
- ・食肉事業の国内鶏肉生産のブランド比率向上や相場好転、輸入食肉の調達体制の見直し、豪州牛肉の生産数量拡大で利益伸長
- ・加工事業の継続的な構造改革の進展で収益改善が進み、中期経営計画2026の計画通り、過去最高となる540億円の事業利益見通し

(単位：億円)

	FY25/3通期	FY26/3見込	前年差	対前年 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	-

18 組織変更について

中期経営計画2026で掲げる成長戦略実現に向け、**全社視点で「バリューチェーン価値最大化」及び「グローバル強化」を加速**
その一環として、海外事業本部管轄下であった、すべての海外子会社・関連会社をそれぞれ加工事業本部及び食肉事業本部へ移管



19 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)

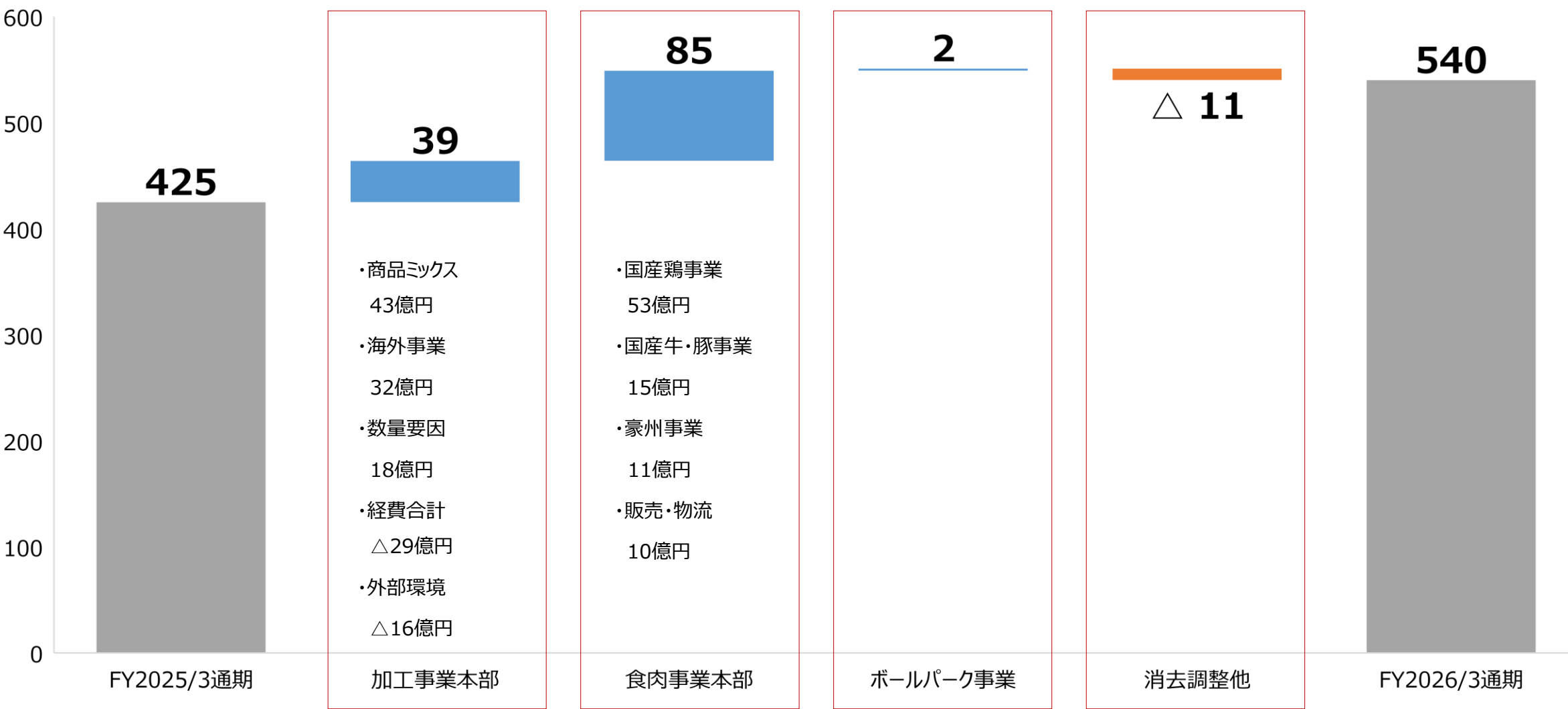
	上期			下期			通期		
	FY25/3 実績	FY26/3 計画	前年差	FY25/3 実績	FY26/3 計画	前年差	FY25/3 実績	FY26/3 計画	前年差
加工事業本部	46	50	4	54	90	35	101	140	39
食肉事業本部	182	195	13	159	230	72	340	425	85
ボールパーク事業	70	75	5	△37	△40	△3	33	35	2
消去調整他	△27	△30	△3	△22	△30	△8	△49	△60	△11
合計	271	290	19	154	250	96	425	540	115

※海外が組み込まれたことによるFY2025/3遡及数値は監査法人による監査を受けておらず、未監査の内部推計値となります。

20 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

(単位：億円)

FY2026/3通期 事業利益



21 FY2026/3計画 加工事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 計画	前年差	増減率
売上高	5,425	5,600	175	3.2%
事業利益	101	140	39	39.2%
内海外事業	△7	25	32	-
事業利益率	1.9%	2.5%	0.6%	-

※海外が組み込まれたことによるFY2025/3遡及数値は監査法人による監査を受けておらず、未監査の内部推計値となります。

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	105%	チルドベーカリー群	105%
シャウエッセン群	106%	中華名菜群	110%
その他ウインナー群	100%	ハンバーグ・ミートボール群	110%
ハム・ベーコン群	100%	フライドチキン群	108%
コンシューマ計	104%	コンシューマ計	104%
業務用	101%	業務用	103%
総計	102%	総計	103%

売上高 増収

- ・シャウエッセン群のブランドエクステンションや昨年培ったブランド戦略をデリ商品にも展開し売上を回復
- ・北米の製造工場拡充や国内との連携強化により海外加工品の製造数量を拡大

事業利益 増益

- ・コンシューマ商品の売上回復と海外加工品の数量拡大に伴う収益拡大
- ・構造改革のさらなる推進により、継続して収益性を改善

利益伸長に向けた主な取組

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

- ・外部メーカーとの共創を継続
- ・激変する環境に対応する商品開発プロセスを再構築

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 M&A会社本格稼働での数量拡大と商品開発活性化
- ・アセアン 国内との連携によるタイ製造工場回復とCPF※との連携
- ・中華圏 日系外食企業への販売拡大へ製販連携強化

※CPF：Charoen Pokphand Foods Public Company Limited（チャロン・ポカパン・フーズ社）

22 FY2026/3計画 加工事業本部②

通期事業利益計画 前年差要因分析

(単位：億円)

	上期増減	下期増減	通期増減	主な前年差要因
ハム・ソーセージ&デリ商品	7	9	16	
粗利合計	17	27	45	
数量要因	9	9	18	コンシューマ商品と業務用商品が、ともに販売数量回復
単価要因	9	18	26	
商品ミックス	21	21	43	低収益商品見直しの継続と収益性の高いブランド商品の販売回復で単価を改善
外部環境	△13	△4	△16	
主原料	△11	△1	△12	豚肉は上期、牛肉は年間通して調達価格が上昇する見込み
副資材	△2	△3	△4	包材価格を中心に上昇する見込み
経費合計	△11	△18	△29	
電燃料	△5	△4	△9	電力費、燃料費ともに年間通して上昇する見込み
その他 (製造経費、販管費等)	△6	△15	△20	ライン削減等は計画通り進捗するが、 労務費などの製造経費や販売手数料が増加
乳製品・水産・エキス・一次加工品	0	0	0	グループ販売網を活かした販路拡大や海外市場への挑戦で外部影響をカバー
その他(国内決算調整等)	△13	5	△8	
海外	11	21	32	製造体制整備による数量拡大、国内との連携による商品開発活性化
合計	4	35	39	

23 FY2026/3計画 食肉事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 計画	前年差	増減率
売上高	9,568	9,600	32	0.3%
事業利益	340	425	85	24.9%
内豪州事業	26	36	11	41.4%
事業利益率	3.6%	4.4%	0.8%	-

※海外が組み込まれたことによるFY2025/3遡及数値は監査法人による監査を受けておらず、未監査の内部推計値となります。

ブランド食肉戦略

- ・フード販売グループとともにプロモーションを加速し、ブランド食肉の販売を強化
- ・加工事業本部と連携した商品開発やブランドエクステンションを加速
- ・桜姫の産地パック生産拡大

主力ブランド通期売上数量目標（前年比）



108%



108%



116%

加工品

119%

売上高 増収

- ・国産鶏肉の販売価格が上昇し増収
- ・豪州での生産数量増加により売上伸長
- ・豚の新生産農場が本格稼働し数量伸長

事業利益 増益

- ・鶏肉ブランド比率向上や相場好転に伴い利益伸長
- ・市況に応じた輸入食肉の調達体制構築で利益確保
- ・豪州牛肉の生産拡大と生体価格の安定により増益

利益伸長に向けた主な取組

市況に応じた輸入食肉の調達体制構築

- ・コモディティからの脱却を図るブランド戦略推進に向けた人財育成
- ・リスクテイクの可視化に向けたシステム構築

海外とのシナジー創出

- ・豪州：環境に応じた最適な販売先を見極め、売上最大化
日本向けブランド牛肉の販売拡大

国内販売の更なる強化

- ・加工品販売やブランド食肉比率の向上など、付加価値を高めた販売戦略で収益性を向上

24 FY2026/3計画 食肉事業本部②

通期事業利益計画 前年差増減要因分析

(単位：億円)

	上期増減	下期増減	通期増減	主な前年差要因
国産牛・豚事業	4	12	15	豚の生産農場本格稼働により、利益を確保 輸入食肉の高騰から、国産食肉に消費がシフトする見込み
国産鶏事業	40	12	53	自社での増産・社外調達量増加に加え、堅調な相場が追い風となり増益
輸入食肉事業	△36	35	△1	海外現地相場は高値で推移するも、適正な在庫管理・価格転嫁により増益 トルコの鶏肉事業で価格転嫁を進めるも、人件費などのコストが増加し減益
販売(フード)・ 物流部門	4	7	10	需要に応じた畜種の提案や、価格転嫁を進め利益を確保
豪州事業	3	7	11	拡充したフィードロットにより、出荷頭数が伸長 付加価値を高めた牛肉販売の強化
その他 (決算調整等)	△2	△1	△3	
合計	13	72	85	

25 FY2026/3計画 ボールパーク事業

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 計画	前年差	増減率
売上高	270	280	10	3.8%
事業利益	33	35	2	4.6%
事業利益率	12.4%	12.5%	0.1%	-

売上高／事業利益

- ・エスコンフィールドの内野が天然芝から人工芝に変更され、体験価値が向上するイベント利用が拡大されることから、更なる来場者数の増加を見込む
- ・リピーター増加策として、試合前後の飲食やアクティビティを満喫いただけるよう、新たな飲食商業施設を設置

来場者の増加にむけて

Fビレッジに新たな飲食商業施設オープン



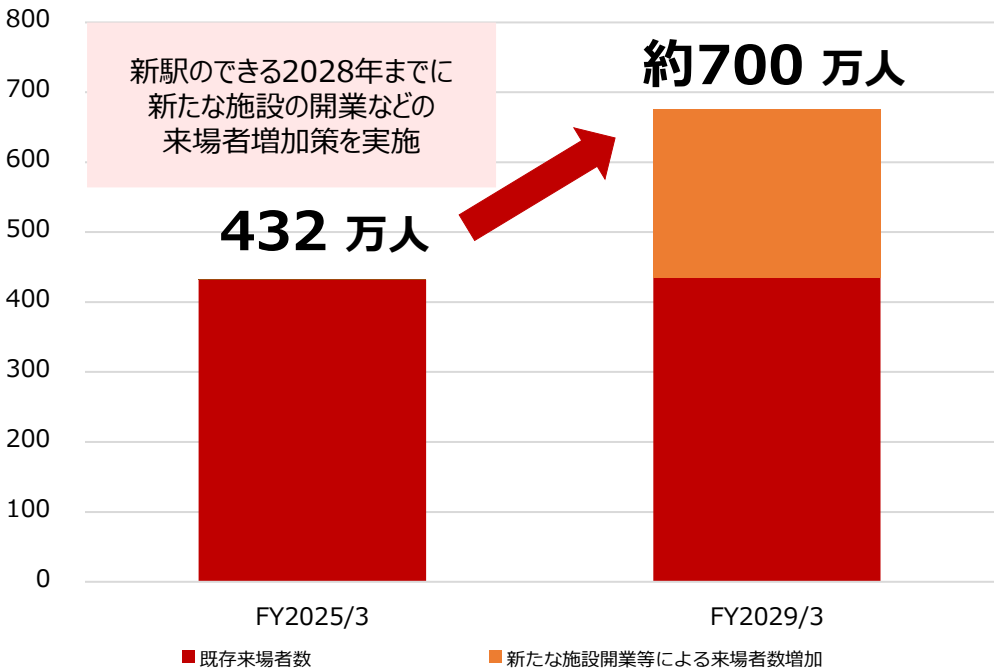
6月中旬に飲食商業施設SUNNY TERRACE（サニーテラス）がオープン
1階には飲食店、ジム合わせて4店舗、2階には温浴施設が今後出店予定。更なる来場者数拡大へ

ボールパークの更なる観光地化を目指し、インバウンド取り込みの施策も実施中



3/1、3/2に台湾プロ野球CPBLの2チームと対戦する「2025台湾シリーズ」を初めて台湾の台北ドームで開催
インバウンドの受入に向けたファンづくりを促進

(単位：万人)



CONTENTS

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 サマリー

5 決算サマリー FY2025/3通期

7 実績ハイライト FY2025/3通期

9 セグメント情報 加工事業本部

11 セグメント情報 食肉事業本部

13 セグメント情報 海外事業本部

14 セグメント情報 ボールパーク事業

15 通期 主なマーケティング活動

17 計画ハイライト

21 FY2026/3計画 加工事業本部

23 FY2026/3計画 食肉事業本部

25 FY2026/3計画 ボールパーク事業

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、海外事業本部（地域別売上高内訳）

31 外部環境 市況

27 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

25
年
3
月
期
実
績

26
年
3
月
期
計
画

財
務
デ
ー
タ
他

	(単位：百万円)			(単位：百万円)		
	FY2025/3実績	前年差	増減率	FY2026/3計画	前年差	増減率
売上高	1,370,553	67,121	5.1%	1,400,000	29,447	2.1%
売上原価	1,150,170	50,369	4.6%	1,157,000	6,830	0.6%
売上総利益	220,383	16,752	8.2%	243,000	22,617	10.3%
売上総利益率	16.1%	0.5%	-	17.4%	1.3%	-
販売費および一般管理費	184,449	12,375	7.2%	192,000	7,551	4.1%
営業利益	35,934	4,377	13.9%	51,000	15,066	41.9%
事業利益	42,540	△2,399	△5.3%	54,000	11,460	26.9%
その他収益・費用	1,044	△7,631	△88.0%	△6,100	△7,144	-
金融収益・費用	961	721	300.4%	600	△361	△37.6%
持分法による投資損益	△741	△868	-	△500	241	△32.5%
税引前当期利益	37,198	△3,401	△8.4%	45,000	7,802	21.0%
法人所得税費用	9,395	△1,858	△16.5%	14,000	4,605	49.0%
税率	25.3%	△2.4%	-	31.1%	5.8%	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	26,585	△1,493	△5.3%	30,000	3,415	12.8%

FY2025/3実績

【その他収益・費用】
構造改革に伴う工場閉鎖などにより、減損損失約35億円が発生。
為替差益などの影響により10億円となったが、前期と比較して為替差益が減少し、前年差△76億円となった。

FY2026/3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

25年3月期実績

26年3月期計画

財務データ他

(単位：百万円)						(単位：百万円)		
	FY2023/3期末	FY2024/3期末	FY2025/3期末	対前期末 増減額	対前期末 増減率	FY2026/3見込	対前期末 増減額	対前期末 増減率
流動資産合計	428,018	423,430	406,308	△17,122	△4.0%			
非流動資産合計	509,137	534,807	542,964	8,157	1.5%			
資産合計	937,155	958,237	949,272	△8,965	△0.9%	957,200	7,928	0.8%
流動負債合計	278,536	246,832	257,743	10,911	4.4%			
非流動負債合計	155,838	172,203	154,457	△17,746	△10.3%			
負債合計	434,374	419,035	412,200	△6,835	△1.6%	437,000	24,800	6.0%
資本合計	502,781	539,202	537,072	△2,130	△0.4%	520,100	△16,972	△3.2%
負債・資本合計	937,155	958,237	949,272	△8,965	△0.9%	957,200	7,928	0.8%
DELシオ	0.49	0.41	0.43	-	-	0.47	-	-

《流動資産合計》 豪州において生体牛の肥育頭数が増加したことなどから生物資産が前期末比26.1%増の321億円となったが、前期末日が金融機関の休業日であった影響などにより営業債権及びその他の債権が前期末比13.9%減の1,421億円、その他の流動資産が前期末比28.6%減の145億円となったことなどから、前期末比4.0%減の4,063億円となった。

《非流動資産合計》 その他の金融資産が前期末比8.3%減の275億円となったが、米国にて鶏肉加工品等の製造・販売会社を子会社化したことに伴うのれんの増加、DXの推進によるソフトウェアの増加等により、無形資産およびのれんが前期末比46.1%増の377億円となったことで、前期末比1.5%増の5,430億円となった。

《負債合計》 当面の資金需要に備え調達を実施したことなどにより有利子負債が前期末比4.2%増の2,239億円となったが、営業債務及びその他の債務が前期末比9.0%減の1,063億円となったことなどから、前期末比1.6%減の4,122億円となった。

(単位：百万円)						(単位：百万円)		
	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3	対前期末 増減額	対前期末 増減率	FY2026/3見込	対前期末 増減額	対前期末 増減率
営業活動によるCF	11,331	86,586	77,441	△9,145	△10.6%	79,800	2,359	3.0%
投資活動によるCF	△63,677	△39,224	△42,717	△3,493	-	△57,600	△14,883	-
財務活動によるCF	28,417	△53,189	△29,851	23,338	-	△38,800	△8,949	-

《営業活動によるキャッシュ・フロー》 営業債務及びその他の債務の減少99億円などがあったが、税引前当期利益372億円、減価償却費及び償却費417億円、営業債権及びその他の債権の減少231億円などにより、774億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》 固定資産の取得360億円、事業の取得に伴う支出144億円などにより、427億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419億円などがあったが、借入債務の返済342億円、自己株式の取得のための支出202億円などにより、299億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)

	FY2024/3 通期実績	FY2025/3 通期実績	対前期末 増減額	対前期末 増減率
設備投資合計	44,158	34,373	△9,785	△22.2%
加工事業本部	9,450	6,647	△2,803	△29.7%
食肉事業本部	25,370	14,050	△11,320	△44.6%
海外事業本部	6,697	4,953	△1,744	△26.0%
ボールパーク事業	770	2,362	1,592	206.8%
消去調整他	1,871	6,361	4,490	240.0%
減価償却費	26,699	28,068	1,369	5.1%

(単位：百万円)

	FY2025/3 通期実績	FY2026/3 通期計画	対前期末 増減額	対前期末 増減率
設備投資合計	34,373	53,900	19,527	56.8%
加工事業本部	8,330	20,700	12,370	148.5%
食肉事業本部	17,320	27,100	9,780	56.5%
ボールパーク事業	2,362	4,200	1,838	77.8%
消去調整他	6,361	1,900	△4,461	△70.1%
減価償却費	28,068	32,500	4,432	15.8%

FY2025/3 通期実績

構造改革や現状施設の維持更新への設備投資を行うも、投資対効果の検証などによりボールパーク事業以外では、前期よりも少ない投資額となった。

【加工事業本部】

成長投資としてシャウエッセン製造ラインへの投資などを行った。
維持更新にかかる設備投資については、投資対効果の精査による抑制及び一部翌年への繰り越しが発生した。

【食肉事業本部】

東北に豚の生産農場を新設。生産性向上にむけた川上事業への投資を行った。

【海外事業本部】

豪州事業の設備更新を行った。

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】

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。

※下段FY2025/3通期実績は海外事業本部訴求後の数値

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

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

30 製品別売上高、海外事業本部（地域別売上高内訳）

（単位：百万円）

	FY2024/3	FY2025/3	前年差	増減率
加工事業本部	402,029	392,235	△9,794	△2.4%
ハム・ソーセージ	129,697	124,623	△5,074	△3.9%
加工食品	190,220	180,463	△9,757	△5.1%
食肉	31,470	35,231	3,761	12.0%
乳製品	38,841	39,724	883	2.3%
その他	11,801	12,194	393	3.3%
食肉事業本部	719,861	758,429	38,568	5.4%
ハム・ソーセージ	884	964	80	9.0%
加工食品	18,984	28,167	9,183	48.4%
食肉	685,626	713,464	27,838	4.1%
乳製品	69	236	167	242.0%
その他	14,298	15,598	1,300	9.1%
海外事業本部	167,985	192,436	24,451	14.6%
ハム・ソーセージ	4,552	4,964	412	9.1%
加工食品	28,657	35,409	6,752	23.6%
食肉	117,318	137,533	20,215	17.2%
乳製品	52	22	△30	△57.7%
その他	17,406	14,508	△2,898	△16.6%
ボールパーク事業	20,571	23,781	3,210	15.6%
消去調整	3,609	3,672	63	-
連結売上高	1,303,432	1,370,553	67,121	5.1%

（単位：百万円）

	FY2024/3	FY2025/3	構成比	前年差	増減率
海外合計	289,964	317,556	-	27,592	9.5%
外部顧客に対する売上高	167,985	192,436	60.6%	24,451	14.6%
セグメント間の内部売上高	121,979	125,120	39.4%	3,141	2.6%
豪州	108,572	125,488	-	16,916	15.6%
外部顧客に対する売上高	99,487	111,689	89.0%	12,202	12.3%
セグメント間の内部売上高	9,085	13,799	11.0%	4,714	51.9%
米州	126,717	130,798	-	4,081	3.2%
外部顧客に対する売上高	37,242	43,877	33.5%	6,635	17.8%
セグメント間の内部売上高	89,475	86,921	66.5%	△2,554	△2.9%
アジア・欧州	55,823	63,667	-	7,844	14.1%
外部顧客に対する売上高	31,256	36,869	57.9%	5,613	18.0%
セグメント間の内部売上高	24,567	26,798	42.1%	2,231	9.1%

※売上高は事業譲渡したBPUを含む

（注1）当連結会計年度より収益分解における品種区分の見直しを行っています。
なお、前連結会計年度の収益分解については、当連結会計年度における区分に合わせた組替え、再表示を行っておりません。
（注2）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。
（注3）前連結会計年度は非継続事業調整後の実績になります。

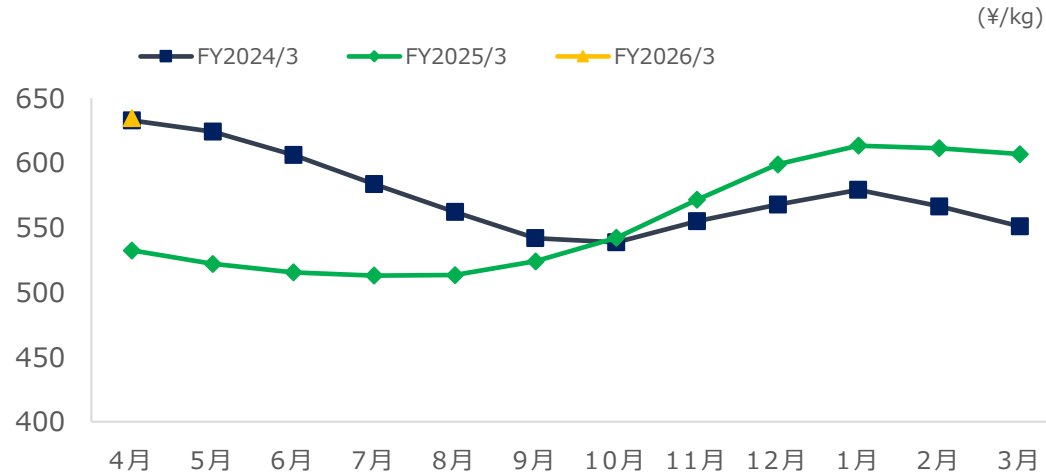
31 外部環境 市況①



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

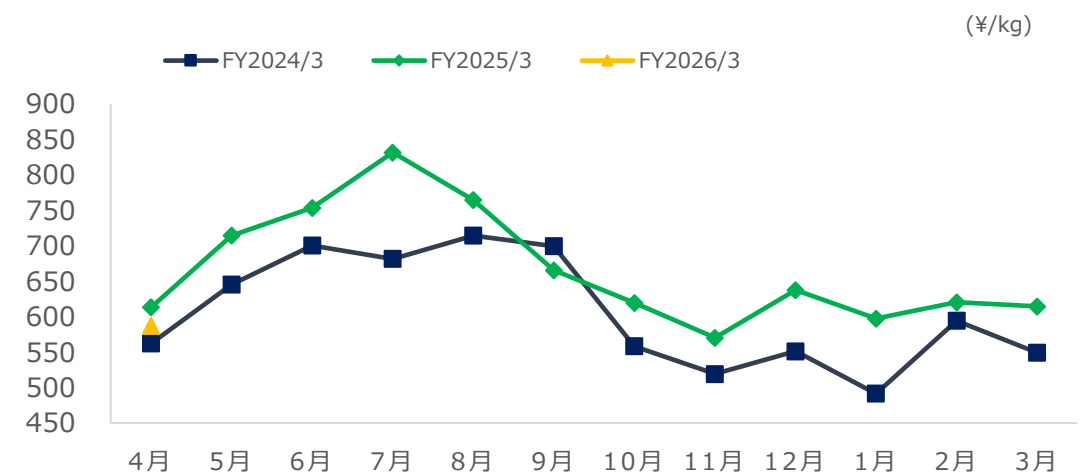
国産鶏肉相場

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



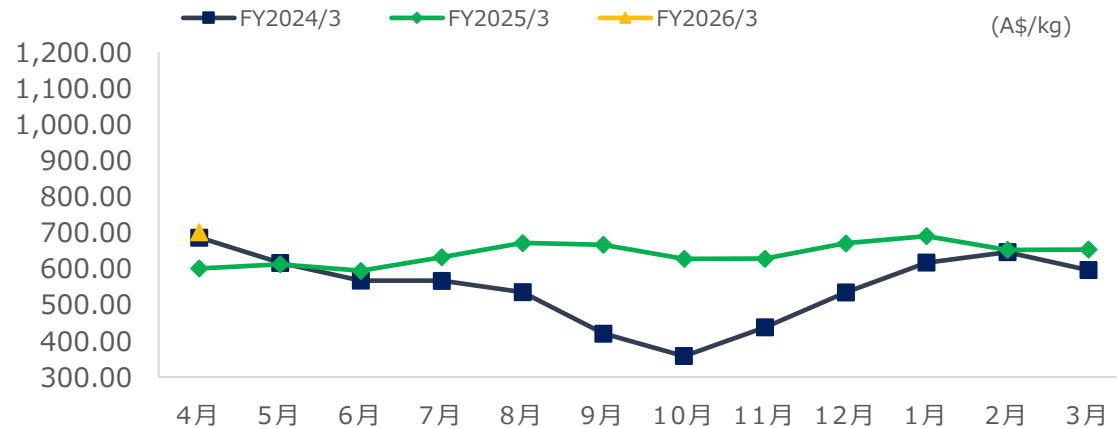
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格 ※東京食肉市場株式会社



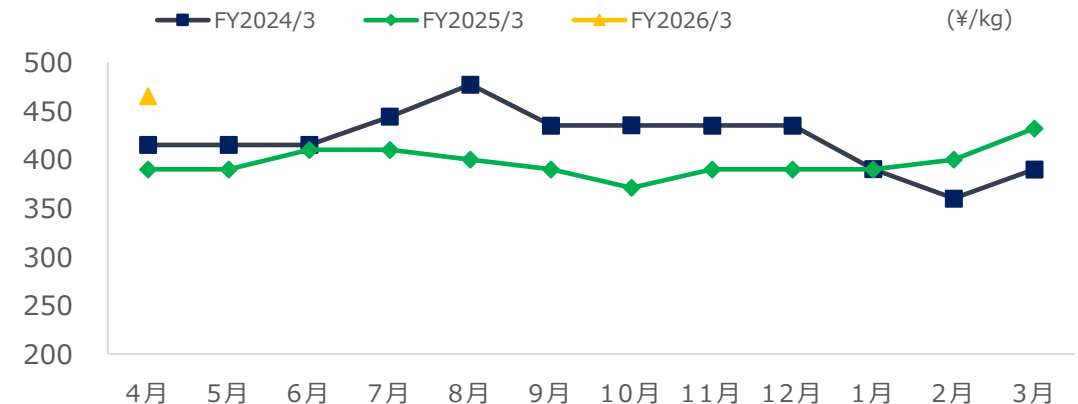
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

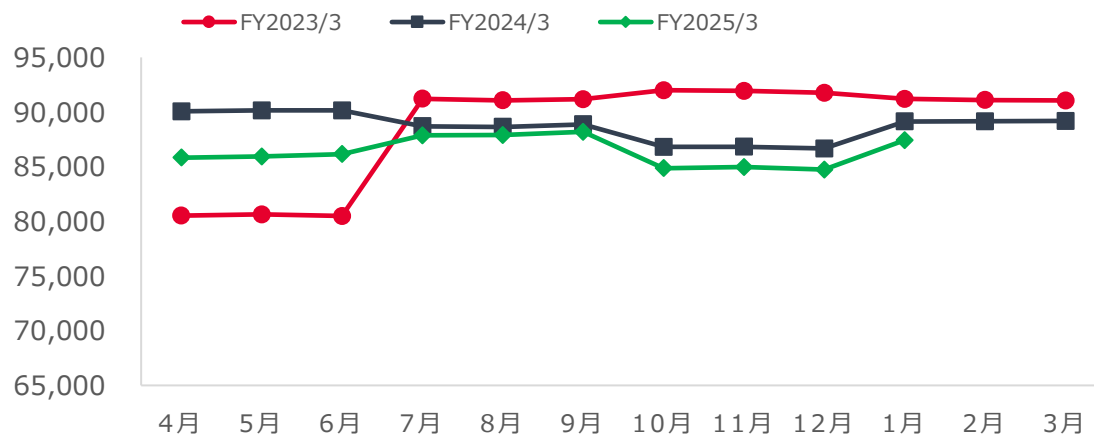
出典：ALIC(農林水産省「食鳥市況情報」、食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価)



配合飼料価格

出典：ALIC

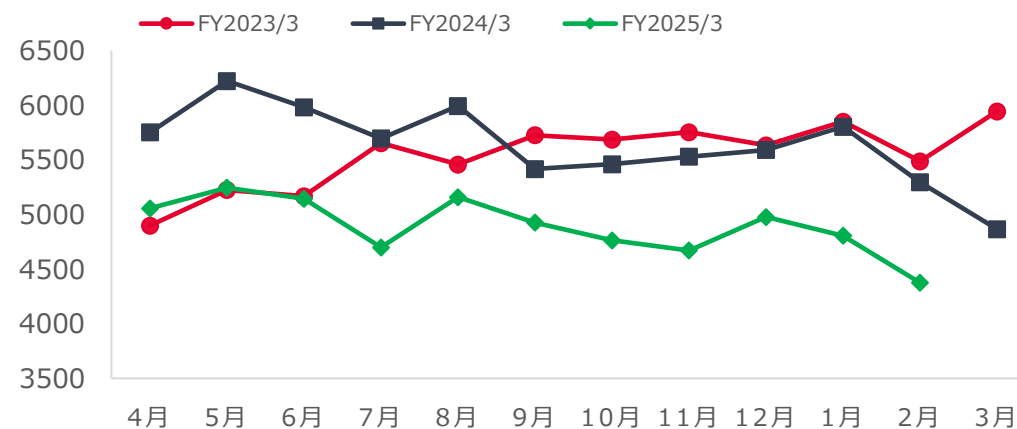
(¥/トン)



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)

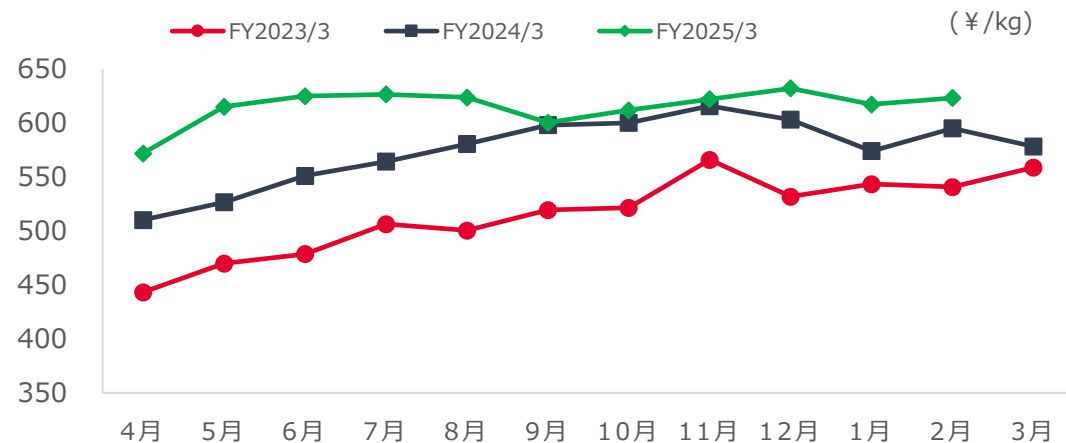
(US\$/100ポンド)



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)

(¥/kg)



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。