

ニッポンハムグループ 2024年3月期ご報告・ 中期経営計画2026

2024/6/24

日本ハム株式会社
代表取締役社長 井川 伸久

おいしい
みらい、
考え中。



たんぱく質の価値を共に創る企業へ

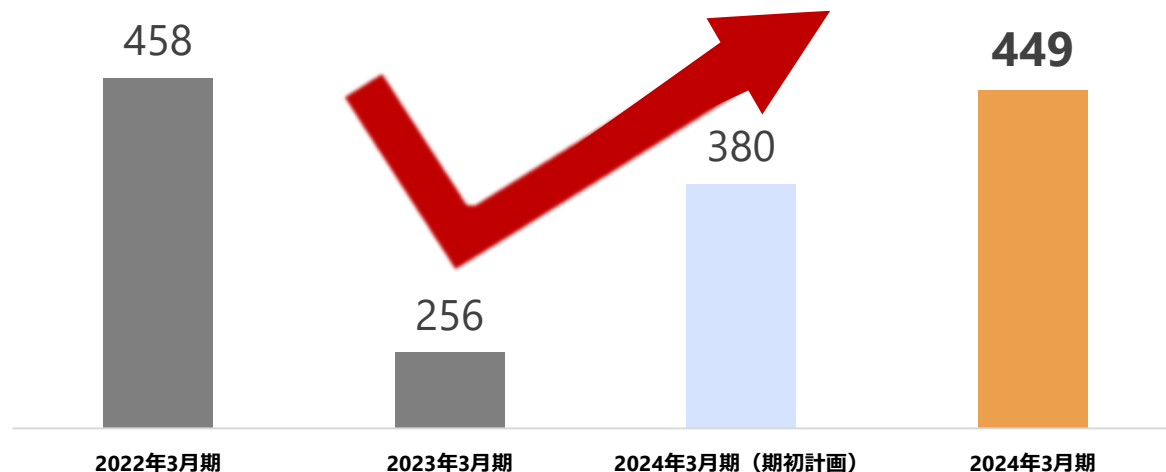


- **2024年3月期 業績結果・総括（連結）**
- **中期経営計画2026**
 - **トップメッセージ**
 - **Vision2030の実現**
 - **全体構想・全社戦略**
 - **成長戦略**
 - **株主還元・新配当方針**
- **2025年3月期 計画**



前期の課題解決に着手し落ち込んだ事業利益を回復。新たなステージに向け変革を加速

中期経営計画2023 事業利益推移（億円）



24年3月期 セグメント別成果

加工	商品ミックス改善や価格改定による収益性改善
食肉	フード販売会社の過去最高益達成
海外	牛肉事業の処理頭数回復や北米加工品の販売数量拡大
BP (※1)	計画以上の来場者数（346万人）により収益が拡大

※1 BP: ボールパーク事業

（億円）

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 期初計画	2024年3月期	期初計画差
売上高	11,744	12,598	12,600	13,034	434
事業利益	(※2) 458	256	380	449	69
事業利益率	3.9%	2.2%	3.0%	3.5%	0.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	(※3) 480	166	230	281	51
ROE	10.5%	3.4%	4.6%	5.5%	0.9%
ROIC	5.0%	2.4%	3.5%	4.1%	0.6%

※2 マリンフーズ株式会社及び同社の子会社などに関連する水産事業遡及後の数値

※3 BPUに関連する牛肉事業遡及前の数値



共創と挑戦で、たんぱく質の新たな価値創造に取り組む



Nipponham Group

Vision2030 たんぱく質を、もっと自由に。

そのためにニッポンハムグループは、どんな企業を目指すか。

たんぱく質を
日本で最も供給する食品企業

変革

たんぱく質の価値を
共に創る企業へ



たんぱく質の価値を共に創る企業へ

社会の変化、生活者の未来を見つめ、
これまでのあたりまえや慣習にとらわれず、
お客さま、社会、世界に、新たな価値を創り出していく。

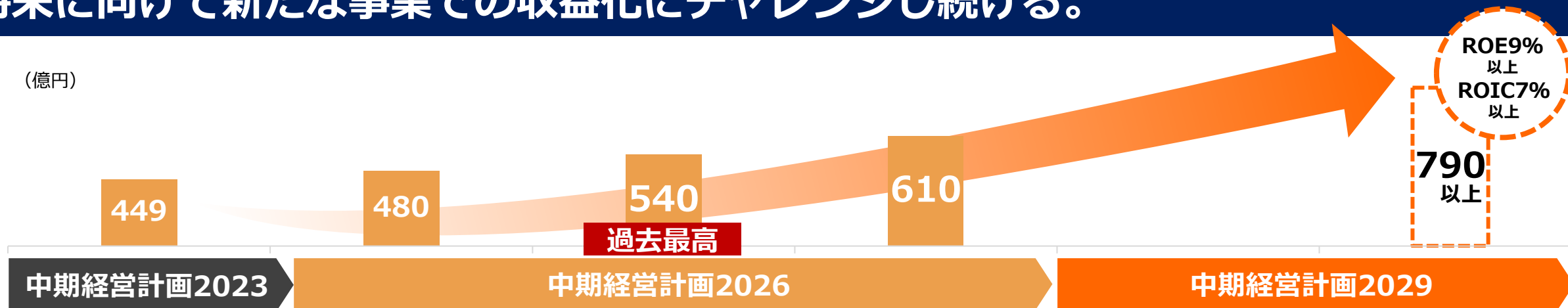
グループ内、そして様々なパートナーの力を掛け合わせ、
私たちが向き合ってきた、たんぱく質をはじめとする生命の恵みの可能性を
最大限引き出していく。

ニッポンハムグループは、たんぱく質の価値を共に創る企業へ。
私たちは、挑戦し続けます。



中期経営計画2026を策定。収益力と成長力を高め、過去最高益を実現し、将来に向けて新たな事業での収益化にチャレンジし続ける。

(億円)



(億円)

	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期
売上高	13,400	13,500	13,800
事業利益	480	540	610
事業利益率	3.6%	4.0%	4.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	270	310	380
ROE	5.2%	6.0%	7-8%
ROIC	4.4%	5.0%	5-6%

● 国内の収益力強化と
海外事業拡大を成し遂げ、
新たなステージに到達する

● 成長戦略の具体化による
新たな事業の収益化と
継続的なチャレンジ



ビジネスモデル変革に向けた3テーマを経営のリーダーシップでやり切る体制をつくる





Vision2030 たんぱく質を、もっと自由に。

中計2026テーマ たんぱく質の価値を共に創る企業へ

構造改革

最適生産体制

低収益事業見直し

商品構成改善

成長戦略

ブランド強化

事業横断

グローバル強化

研究開発強化

挑戦する組織風土の醸成

変革型経営人財の育成・獲得

多様な人財の活躍推進

経営基盤強化 ガバナンス・コンプライアンス

企業理念・経営理念

シャウエッセンのブランド価値向上に向け、若年層と海外へのマーケティングを強化

ブランド強化

2026年度 シャウエッセン売上高 900億円※を目指す

※ 小売りベース

商品カテゴリ拡大

消費者のあらゆる
ニーズ・シーンに
「シャウエッセン」
ブランドを広げていく



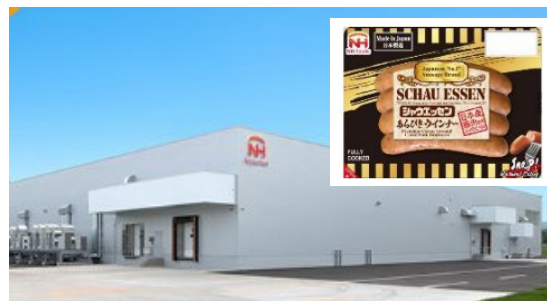
若年購買層の拡大

Youtubeなどの
SNSを活用した
プロモーションの強化



海外での販路拡大

日本ハム北海道
ファクトリー(株)旭川工場
シンガポール 輸出認可
取得 (2024年4月)



研究開発強化

新たなヒット商品の開発

若手による商品アイデア提案

入社2～10年目の若手開発担当者
による新商品アイデア提案会



中計2029で目指す姿

ブランドを担う加工事業として、高収益事業への集中を進め、事業利益率6%超を達成

変化するマーケットへの対応に向けフード営業力を活用、ブランドと加工品販売を強化

営業横断

加工品販売 300億円を目指す

お肉をもっとおいしく！加工品販売を強化

人口減少・少子高齢化
料理をしない方の増加

→ 簡便調理品の需要増

生肉販売



+

加工品販売

お肉が美味しく食べられる簡便調理品



ブランド強化

自社生産ブランドの拡大

マーケティング強化

顧客・生活者視点に
立った商品開発

桜姫の取組み



パック重量
少量化



産地パック
強化

研究開発強化

地球環境への対応

新たな商品
ブランド化の検討

社外ネットワークの活用



中計2029で目指す姿

基幹事業として、国産食肉のシェアを拡大し、事業利益500億円の達成を目指す



日本で培った加工技術を起点に加工品事業を拡大、グループの成長を加速する

グローバル強化

海外純社売上高 2,000億円を目指す

北米加工品事業

“Taste of Japan”

日本で培った加工技術を活用、海外市場へ

数量拡大に向けた
生産体制構築

社外共創による
販売力強化



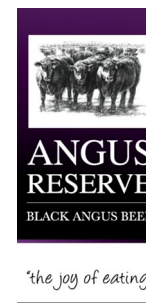
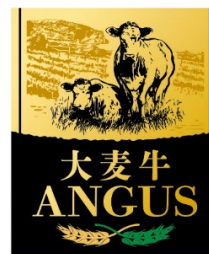
豪州牛肉事業

ブランド構成比アップによる利益安定化
主要マーケットのニーズに合わせたブランド展開

日本向け

豪州国内向け

米国向け



中計2029で目指す姿

成長を牽引する事業として、海外加工品事業の拡大により海外売上比率20%超を達成

12 中計2026 成長戦略 -ボールパーク事業-

地域社会をはじめとする様々なステークホルダーと共に、共同創造空間を拡大する

北海道ボールパークFビレッジ

北海道日本ハムファイターズ

300万人以上の来場者数を目指す

「行楽地化」へ向けた
年間を通じたボールパークの活用



ES CON FIELD神社



Fビレッジ開業 1周年企画



「食」のイベント



F VILLAGE WATER PARK

官民学連携の推進による
地域貢献と「街化」の取り組み



- ・シニアレジデンス開業（2024年夏予定）
- ・北海道医療大学キャンパスの新設計画発表

チーム方針「スカウティングと育成」
の下、戦力強化を図り、好成績を
収めることでファンに貢献する



- ・ファンに愛される魅力あるチームづくり
- ・スポーツエンターテインメントの魅力向上
→ 試合観客動員増加による収益向上を図る

中計2029で目指す姿

© H.N.F.

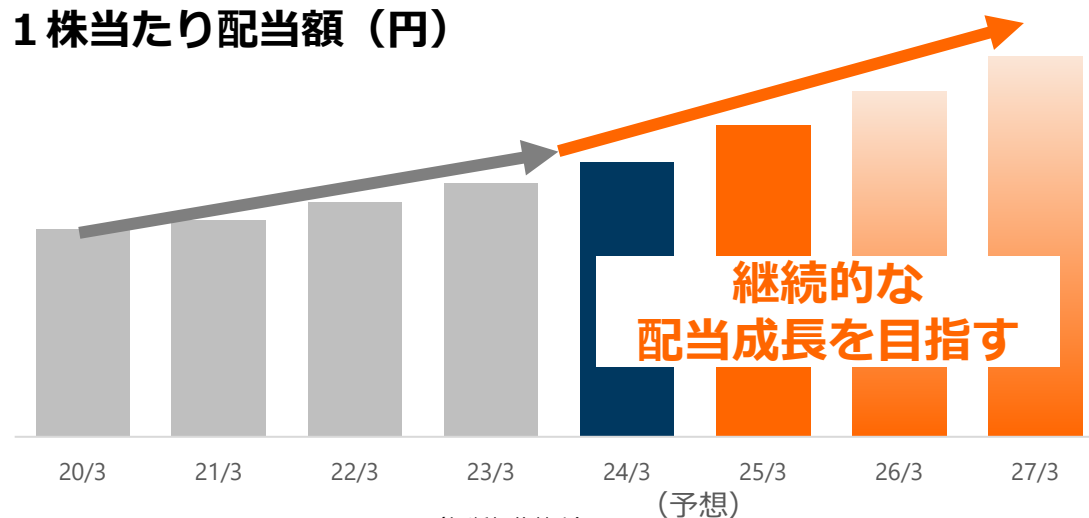
2028年の新駅開業をきっかけに、行楽地化・街化を更に進め、北海道と地域に貢献する



中期経営計画2026の期間において、DOE基準を3%まで引き上げ 配当性向目安を40%以上とする

株主 還元	現金配当	安定 株主資本に基づくDOE基準により安定配当を確保
		拡充 - DOE基準を中計2026期間中において3.0%へ引き上げ、配当を拡充 - 配当性向は40%以上を目安とし、増益時には十分な還元を実施
	自己株式 取得	最適資本 ROE向上 2025年3月期において200億円の取得枠を設定

1株当たり配当額（円）



新配当方針に基づき増配

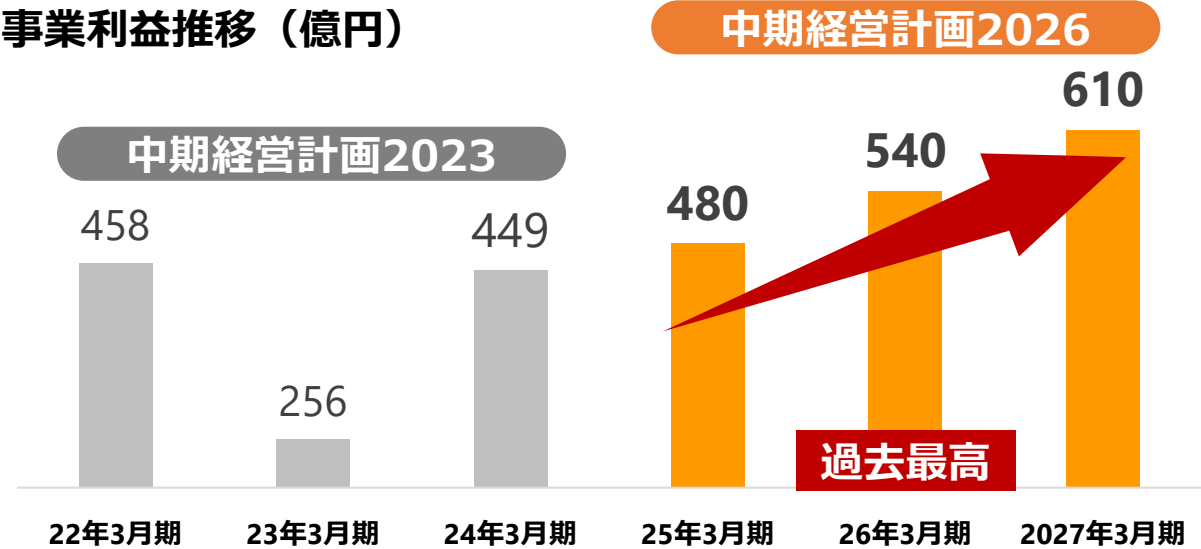
2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期 (予想)
110円	119円 (+9円)	135円 (+16円)

※DOE = 配当総額 ÷ 株主資本

※配当性向 = 1株当たり配当額 ÷ 1株当たり当期純利益 × 100 (%)

過去最高益をステップに更なる成長を目指すため、着実に構造改革と成長戦略を進める

事業利益推移（億円）



(億円)	2024年3月期	2025年3月期	前年差
売上高	13,034	13,400	366
事業利益	449	480	31
事業利益率	3.5%	3.6%	0.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	281	270	▲11
ROE	5.5%	5.2%	▲0.3%
ROIC	4.1%	4.4%	0.3%

25年3月期 計画

売上	豪州牛肉事業や北米加工品の牽引で増収を計画
事業利益	海外事業の牽引や食肉事業の高付加価値商品の販売により増益計画

25年3月期 セグメント別取り組み

加工	シャウエッセンを中心とした収益性の高い商品に注力 低収益商品の見直しを継続、生産効率化を進める
食肉	飼料価格の影響に対し、生産性改善を推進 ブランド食肉・牛肉等高付加価値商品の販売を強化
海外	豪州事業 ブランド食肉の拡販と処理頭数拡大 米州事業 加工食品アイテムを増やし、売上拡大
BP (※)	チーム強化を進め、300万人以上の来場者数を目指す

※BP：ボールパーク事業

