


# 決算説明資料

～2016年3月期 第2四半期～



説明会開催予定日  
2015年11月4日（水）  
日本ハム株式会社

# 目次

- I. 2016年3月期 第2四半期連結業績の総括
- II. 2016年3月期の見通し
- III. 2016年3月期 第2四半期財務データ

# I. 2016年3月期 第2四半期連結業績の総括

1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 上期
3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部
4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部
5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部
6. 海外 主要所在地別 業績実績
7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

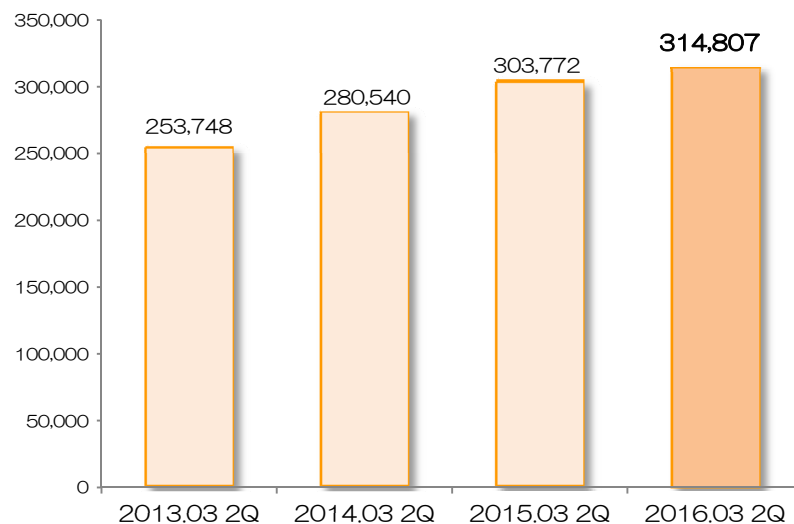
# 1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期

(単位：百万円)

		2013.03 2Q	2014.03 2Q	2015.03 2Q	2016.03 2Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	85,472	89,353	91,696	<b>91,709</b>	13	0.0
	営業利益	1,733	1,231	596	<b>354</b>	△242	△ 40.6
食肉事業本部	売上高	164,802	191,278	213,536	<b>222,681</b>	9,145	4.3
	営業利益	2,208	5,656	11,688	<b>9,319</b>	△2,369	△ 20.3
関連企業本部	売上高	34,529	36,889	39,283	<b>40,384</b>	1,101	2.8
	営業利益	243	201	△ 19	<b>250</b>	269	-
消去調整他	売上高	△ 31,055	△ 36,980	△ 40,743	<b>△ 39,967</b>	776	-
	営業利益	493	371	158	<b>△ 6</b>	△164	-
連結合計	売上高	253,748	280,540	303,772	<b>314,807</b>	11,035	3.6
	営業利益	4,677	7,459	12,423	<b>9,917</b>	△2,506	△ 20.2

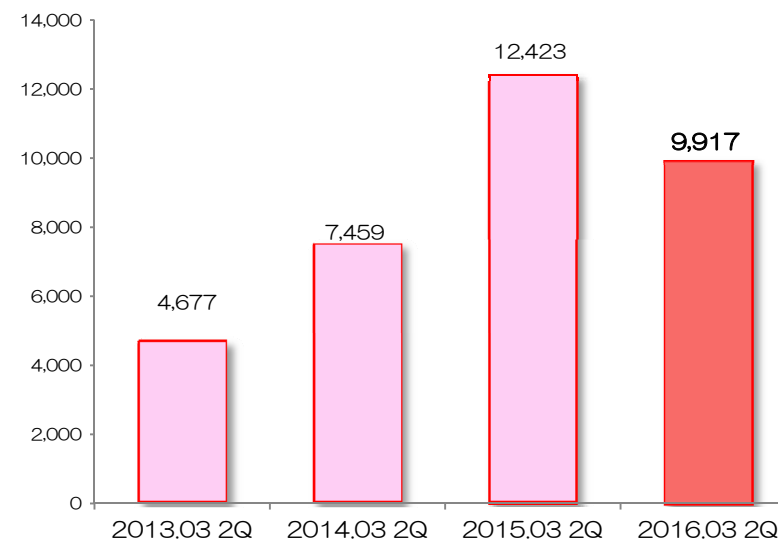
(単位：百万円)

(連結)

**売上高**


(単位：百万円)

(連結)

**営業利益**


※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.21の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

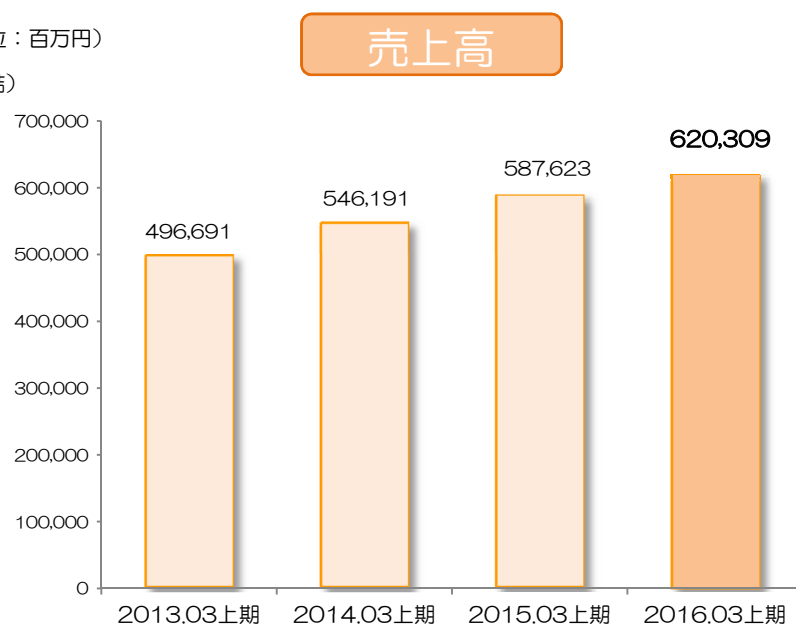
## 2. オペレーティング・セグメント情報 上期

(単位：百万円)

		2013.03 上期	2014.03 上期	2015.03 上期	2016.03 上期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	164,247	171,594	177,767	<b>175,833</b>	△1,934	△ 1.1
	営業利益	3,552	1,744	1,502	<b>476</b>	△1,026	△ 68.3
食肉事業本部	売上高	327,363	376,561	413,454	<b>446,318</b>	32,864	7.9
	営業利益	5,113	9,050	20,486	<b>20,912</b>	426	2.1
関連企業本部	売上高	67,043	70,754	74,825	<b>77,461</b>	2,636	3.5
	営業利益(△損失)	489	170	△ 65	<b>446</b>	511	-
消去調整他	売上高	△ 61,962	△ 72,718	△ 78,423	<b>△ 79,303</b>	△880	-
	営業利益	685	971	422	<b>△ 40</b>	△462	-
連結合計	売上高	496,691	546,191	587,623	<b>620,309</b>	32,686	5.6
	営業利益	9,839	11,935	22,345	<b>21,794</b>	△551	△ 2.5

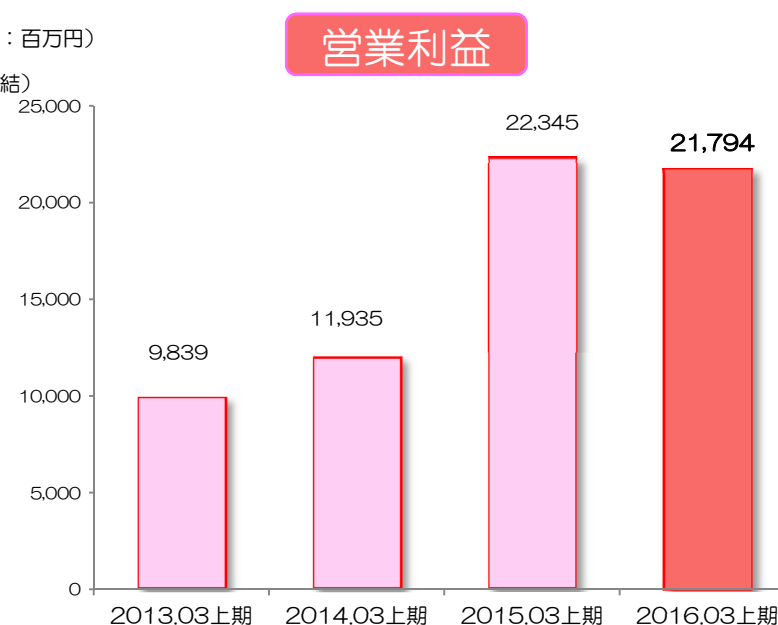
(単位：百万円)

(連結)



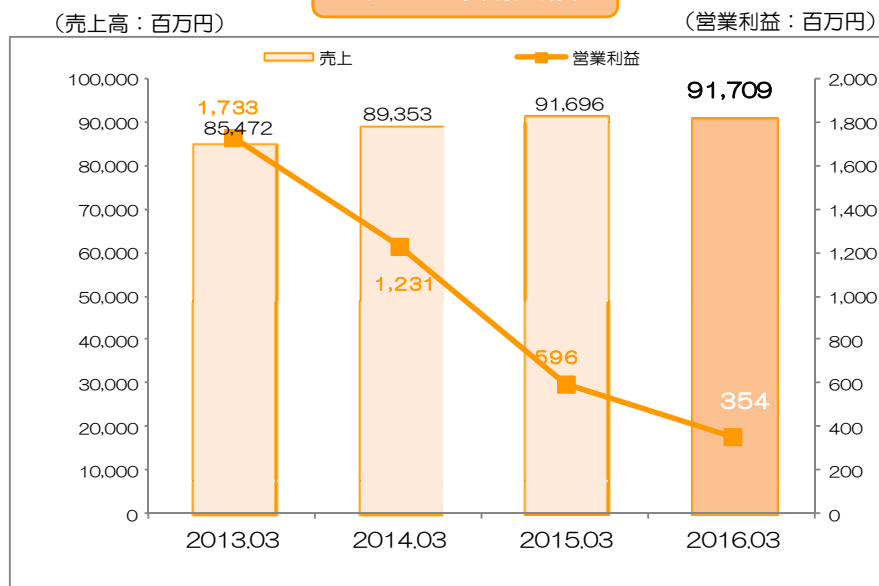
(単位：百万円)

(連結)



※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.21の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①

**第2四半期実績**


(単位：百万円)

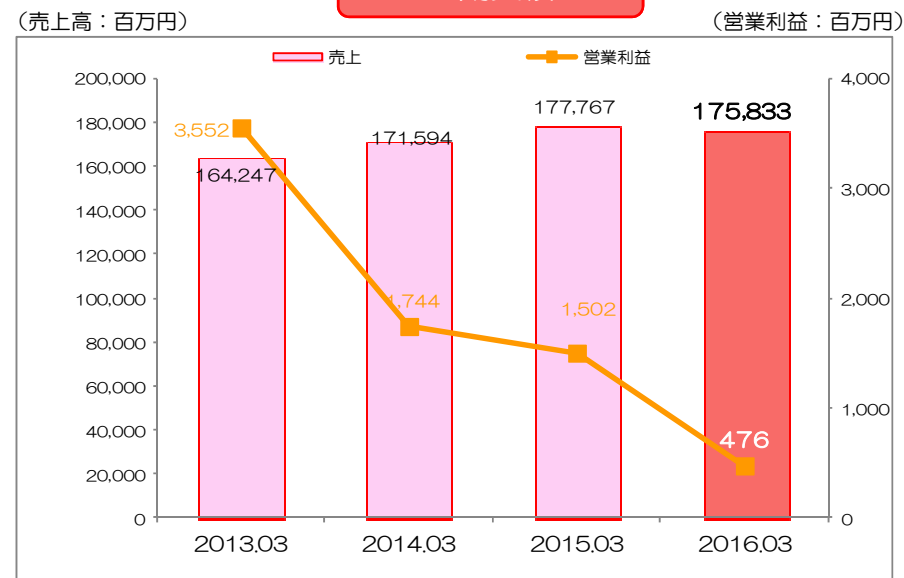
	2015.03 2Q	2016.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	91,696	91,709	13	0.0
営業利益	596	354	△ 242	△ 40.6
営業利益率	0.6%	0.4%	-	-

**【第2四半期の状況】**
**(売上高)**

- ・ 森の薫りウインナーの増量セール、石窯工房の新商品投入等による伸長によりコンシューマ商品は回復しているが、業務用の数量回復が遅れ昨年並み。

**(営業利益)**

- ・ コスト改善や新商品投入の取組みを行ったが、業務用商品の数量回復が遅れ減益。

**上期実績**


(単位：百万円)

	2015.03 上期	2016.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	177,767	175,833	△ 1,934	△ 1.1
営業利益	1,502	476	△ 1,026	△ 68.3
営業利益率	0.8%	0.3%	-	-

**【上期の状況】**
**(売上高)**

- ・ 2Qより商品規格の見直し等によりハム・ソーセージ、デリ商品共に主力コンシューマ商品は回復基調だが、業務用商品が苦戦し減収。

**(営業利益)**

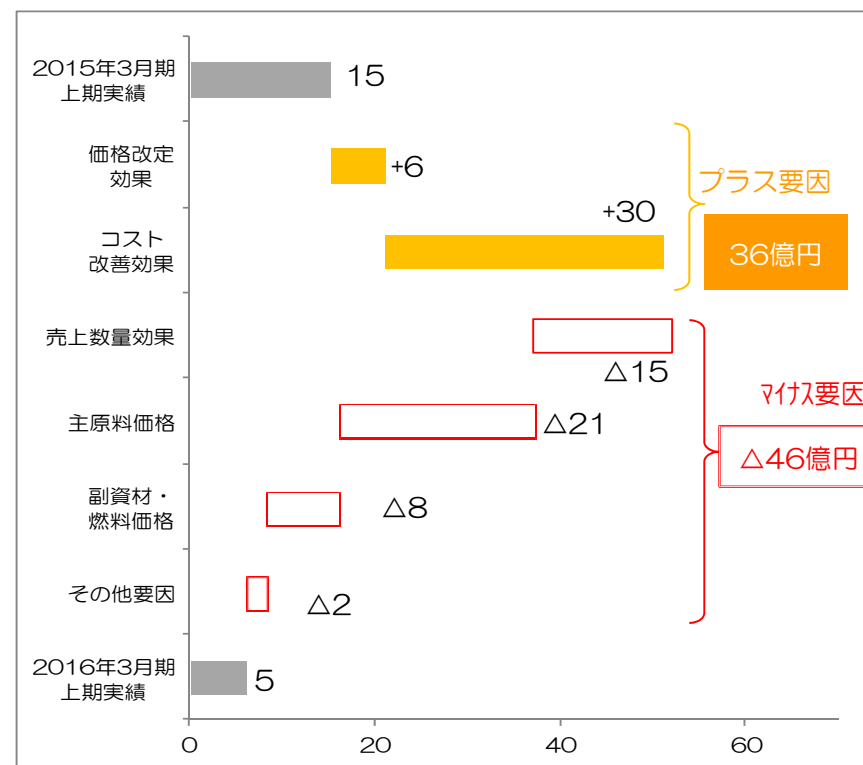
- ・ 原料高騰に対して、品種構成の見直しやコスト改善効果でカバーしたが、数量減少により減益。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2016.03				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 計画	上期 実績	計画 差異
価格改定効果	6億円	0億円	6億円	6億円	0億円
コスト改善効果	17億円	12億円	31億円	30億円	△1億円
売上数量効果	△8億円	△7億円	△9億円	△15億円	△6億円
主原料・副資材要因	△23億円	△6億円	△34億円	△29億円	5億円
（内訳）主原料価格	△18億円	△3億円	△25億円	△21億円	4億円
（内訳）副資材・燃料等	△5億円	△3億円	△8億円	△8億円	0億円
その他要因	0億円	△2億円	0億円	△2億円	△2億円
合計	△8億円	△2億円	△6億円	△10億円	△4億円

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】



※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。

(単位：億円)

●計画差異要因分析（上期）

- 【コスト削減効果】 ⇒ 継続して取り組んでいるコスト削減効果は、ほぼ計画通り。
- 【主原料、副資材要因】 ⇒ 2Qに入り原料価格が落ち着き、計画よりもマイナス幅が減少した。
- 【売上数量効果】 ⇒ 業務用商品の販売数量回復が遅れ、計画を下回った。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部③

#### ●ギフト売上実績（中元期）

- ・2016年3月期の実績は、  
前年個数比： 98%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：118%  
(構成比は、24%)

(単位：千個)

		2015.03 実績	2016.03 実績	
		個数	個数	前年比
中元 (実績)	全社販売個数	2,116	2,070	98%
	うち美ノ国	431	507	118%

#### ●主要ブランド売上実績

【(参考) 主要ブランド商品売上高実績(対前年同期比)】



(写真)

(写真) 「森の薫りウインナー」「クロワッサンピッツァ」

ハム・ソーセージ	2016.03 実績			デリ商品	2016.03 実績		
	1Q	2Q	上期		1Q	2Q	上期
シャウエッセン	103%	105%	104%	石窯工房群	110%	105%	107%
森の薫りウインナー	92%	129%	107%	中華名菜群	100%	101%	100%
ロースハム群	100%	100%	100%	プリフライ群	95%	108%	101%
ベーコン群	94%	83%	89%	ハンバーグ・ミートボール群	98%	100%	99%
焼豚群	93%	92%	92%	カレー群	91%	111%	101%

#### ●チャネル別売上実績

【(参考) 2016年3月期上期 チャネル別伸び率(対前年同期比)】

##### ①コンシューマ商品

ハム・ソーセージは継続してシャウエッセンや販促強化した森の薫りウインナーが伸長したが、他商品の減少をカバー出来ず昨年割れ。

デリ商品は石窯工房群等の主力商品に注力し前年並み。

##### ②業務用商品

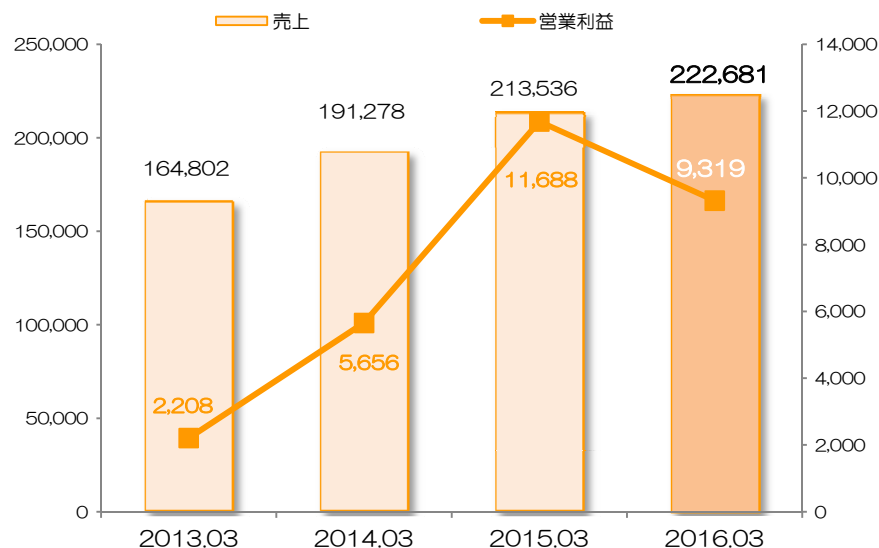
原燃料高等の厳しい市場環境下で、同業との競争も厳しくハム・ソーセージ、デリ商品共に苦戦し昨年割れ。

		数量	金額
ハム ・ソーセージ	ｺﾝｼﾞｰﾏ	95%	98%
	業務用	74%	81%
	合計	89%	95%
デリ商品	ｺﾝｼﾞｰﾏ	100%	100%
	業務用	83%	87%
	合計	91%	94%



## 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部①

(売上高：百万円) **第2四半期実績** (営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2015.03 2Q	2016.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	213,536	222,681	9,145	4.3
営業利益	11,688	9,319	△ 2,369	△ 20.3
営業利益率	5.5%	4.2%	-	-

### 【第2四半期の状況】

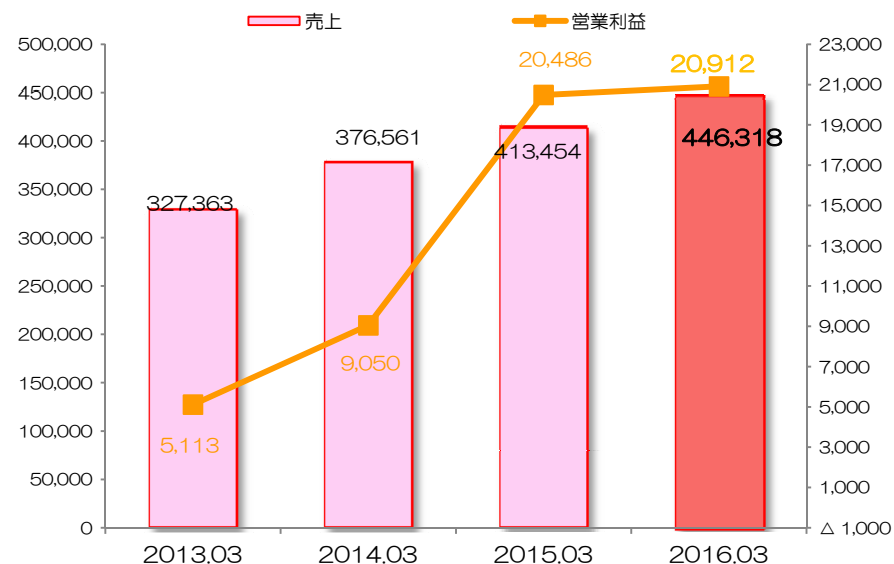
(売上高)

1Qから引き続き各畜種共に販売価格が高値で推移し増収

(営業利益)

国内については食肉価格が高値推移し堅調だったが海外事業が厳しい局面になり減益。

(売上高：百万円) **上期実績** (営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2015.03 上期	2016.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	413,454	446,318	32,864	7.9
営業利益	20,486	20,912	426	2.1
営業利益率	5.0%	4.7%	-	-

### 【上期の状況】

(売上高)

各畜種共に販売価格が高値で推移した事に加えフード会社の販売数量伸長により増収。

(営業利益)

国内食肉価格の高値推移と国内ファームが堅調に推移した事により上期増益を確保。

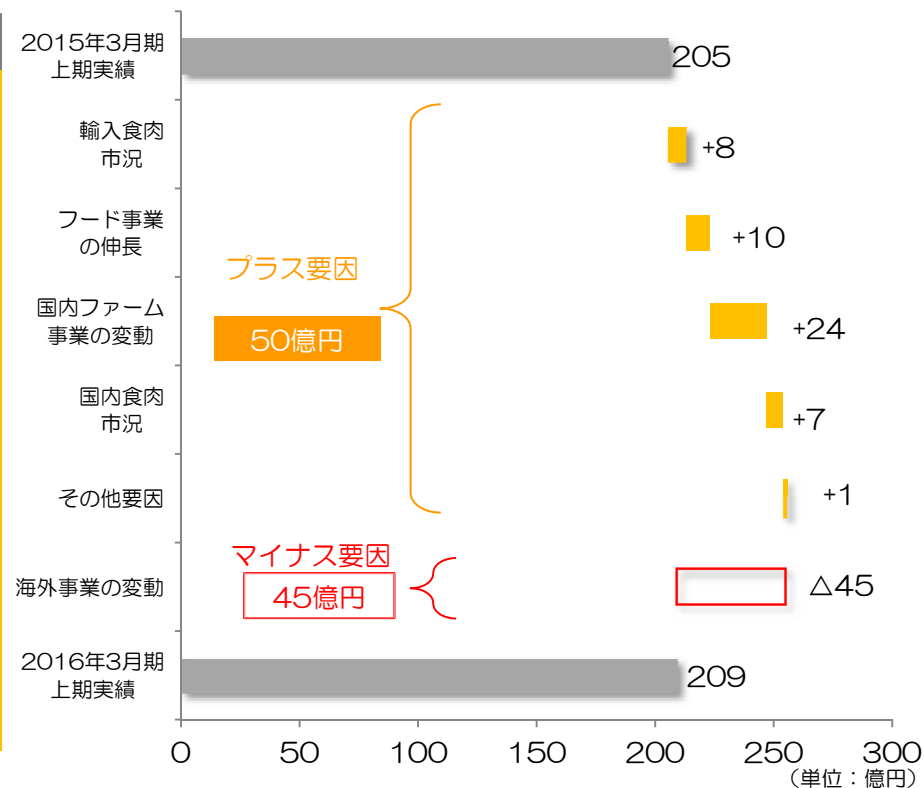
## 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2016.03				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 計画	上期 実績	計画 差異
輸入食肉市況	7億円	1億円	△5億円	8億円	13億円
国内食肉市況	10億円	△3億円	5億円	7億円	2億円
国内ファーム事業の変動	8億円	16億円	17億円	24億円	7億円
フード事業の伸長	4億円	5億円	4億円	10億円	5億円
海外事業の変動	1億円	△46億円	△36億円	△45億円	△9億円
その他要因	△2億円	3億円	△2億円	1億円	3億円
合計	28億円	△24億円	△17億円	4億円	21億円

※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。

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】



### ●計画差異要因分析（上期）

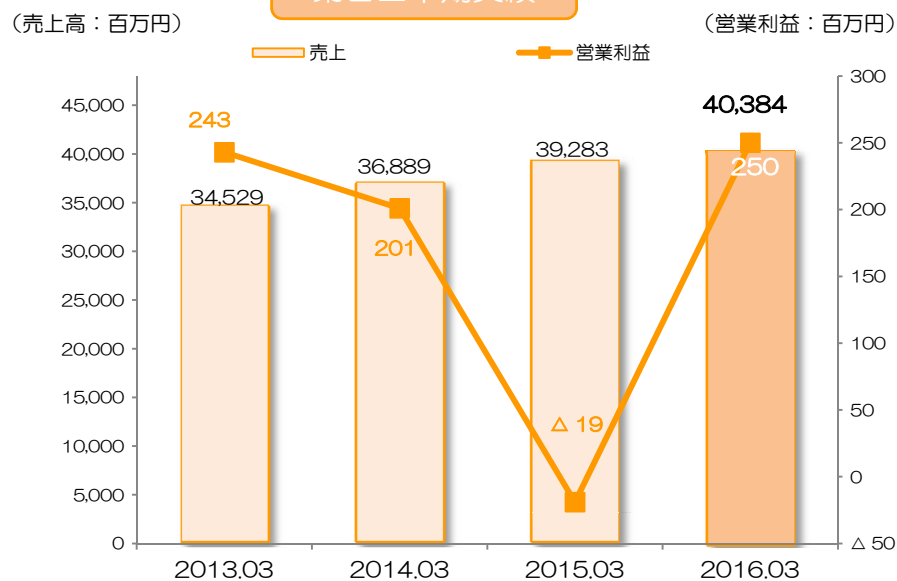
#### 【輸入食肉市況・国内食肉市況・フード事業の伸長】

国内食肉相場が高値で推移した事に加え、フード事業が伸長し計画を上回った。

#### 【海外事業の変動】

豪州事業、米州事業共に厳しい環境となり計画を下回った。

## 5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

**第2四半期実績**


(単位：百万円)

	2015.03 2Q	2016.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	39,283	40,384	1,101	2.8
営業利益	Δ19	250	269	-
営業利益率	Δ0.0%	0.6%	-	-

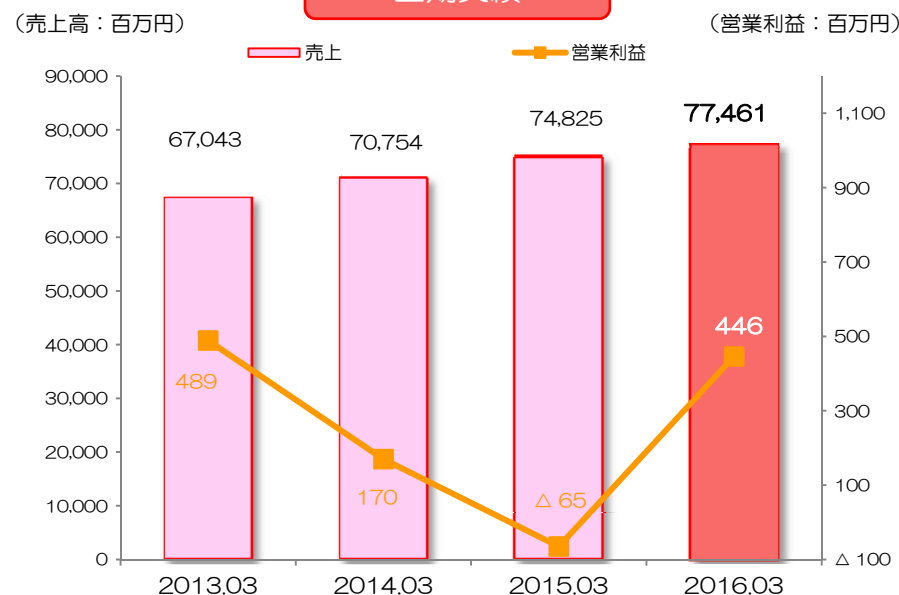
**【第2四半期の状況】**

(売上高)

- ・水産事業は主力のエビ、イカ製品の売上増加で増収。
- ・乳製品事業はCVS向けヨーグルトや、量販店でのベビーチーズ等の販売が好調に推移し増収

(営業利益)

- ・水産事業は価格改定に取組み増益。
- ・乳製品事業は販売数量増と原材料価格が落ち着き増益。

**上期実績**


(単位：百万円)

	2015.03 上期	2016.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	74,825	77,461	2,636	3.5
営業利益	Δ65	446	511	-
営業利益率	Δ0.1%	0.6%	-	-

**【上期の状況】**

(売上高)

- ・水産事業は量販店を中心に売上が回復、昨年並みの着地
- ・乳製品は主力バニラヨーグルト群、ベビーチーズが好調に推移し増収。

(営業利益)

- ・水産事業は鰻やイカなどを中心に販売数量増加により増益。
- ・乳製品事業は原料相場の一服と、販売数量増加により増益

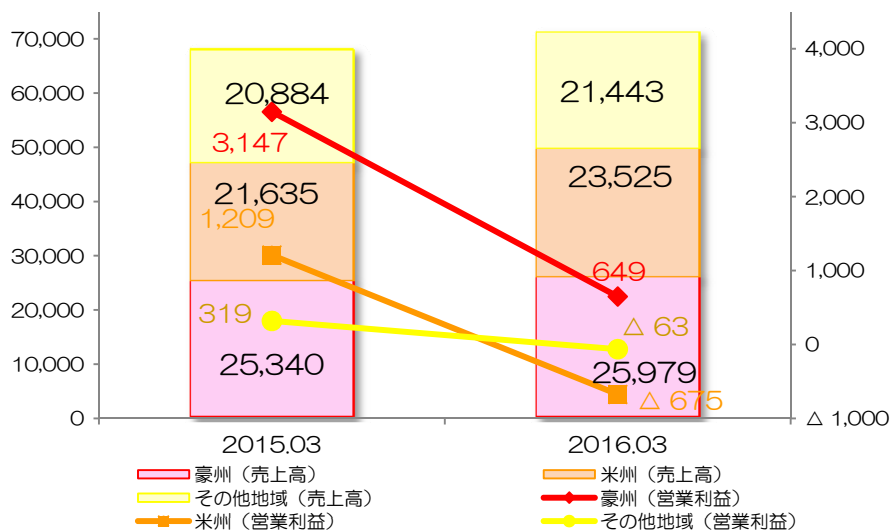
## 6. 海外 主要所在地別 業績実績

※売上金額は、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)  
 ※米州には、北米と南米の事業が含まれます。また、その他地域は、アジア、欧州です。

(売上高：百万円)

第2四半期実績

(営業利益：百万円)



		2015.03 2Q	2016.03 2Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	66,186	67,963	1,777	2.7
	営業利益	4,578	△ 62	△ 4,640	-
豪州	売上高	25,340	25,979	639	2.5
	営業利益	3,147	649	△ 2,498	△ 79.4
米州	売上高	21,635	23,525	1,890	8.7
	営業利益	1,209	△ 675	△ 1,884	-
その他地域	売上高	20,884	21,443	559	2.7
	営業利益	319	△ 63	△ 382	-

### 【第2四半期の状況】

(豪州)

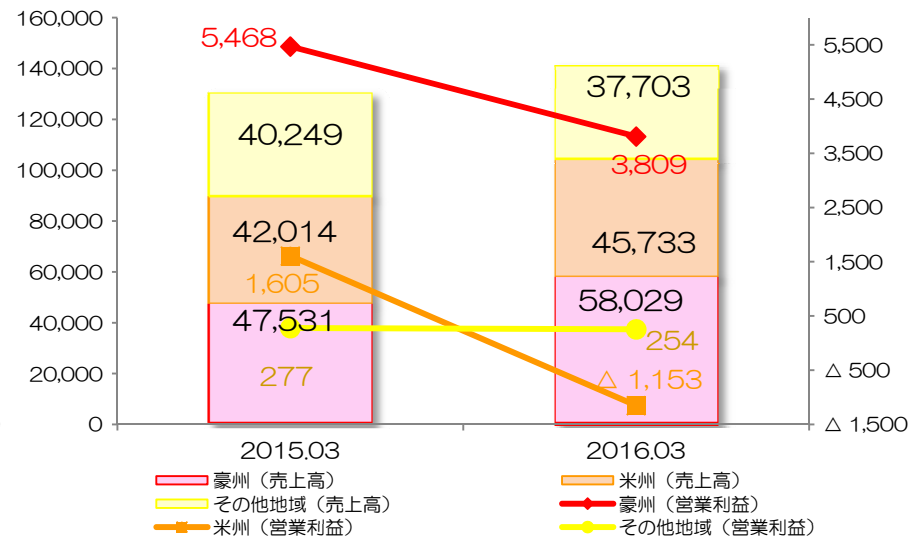
・ 仕入コスト上昇の影響を受け減益。

(米州)

・ 内販は堅調に推移したが、養豚事業が苦戦し減益。

上期実績

(営業利益：百万円)



		2015.03 上期	2016.03 上期	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	126,369	136,125	9,756	7.7
	営業利益	7,195	2,965	△ 4,230	△ 58.8
豪州	売上高	47,531	58,029	10,498	22.1
	営業利益	5,468	3,809	△ 1,659	△ 30.3
米州	売上高	42,014	45,733	3,719	8.9
	営業利益	1,605	△ 1,153	△ 2,758	-
その他地域	売上高	40,249	37,703	△ 2,546	△ 6.3
	営業利益	277	254	△ 23	△ 8.3

### 【上期の状況】

(豪州)

・ 1Qは堅調に伸長したが、2Qに入り牛生体の集荷難、仕入れコスト上昇により減益。

(米州)

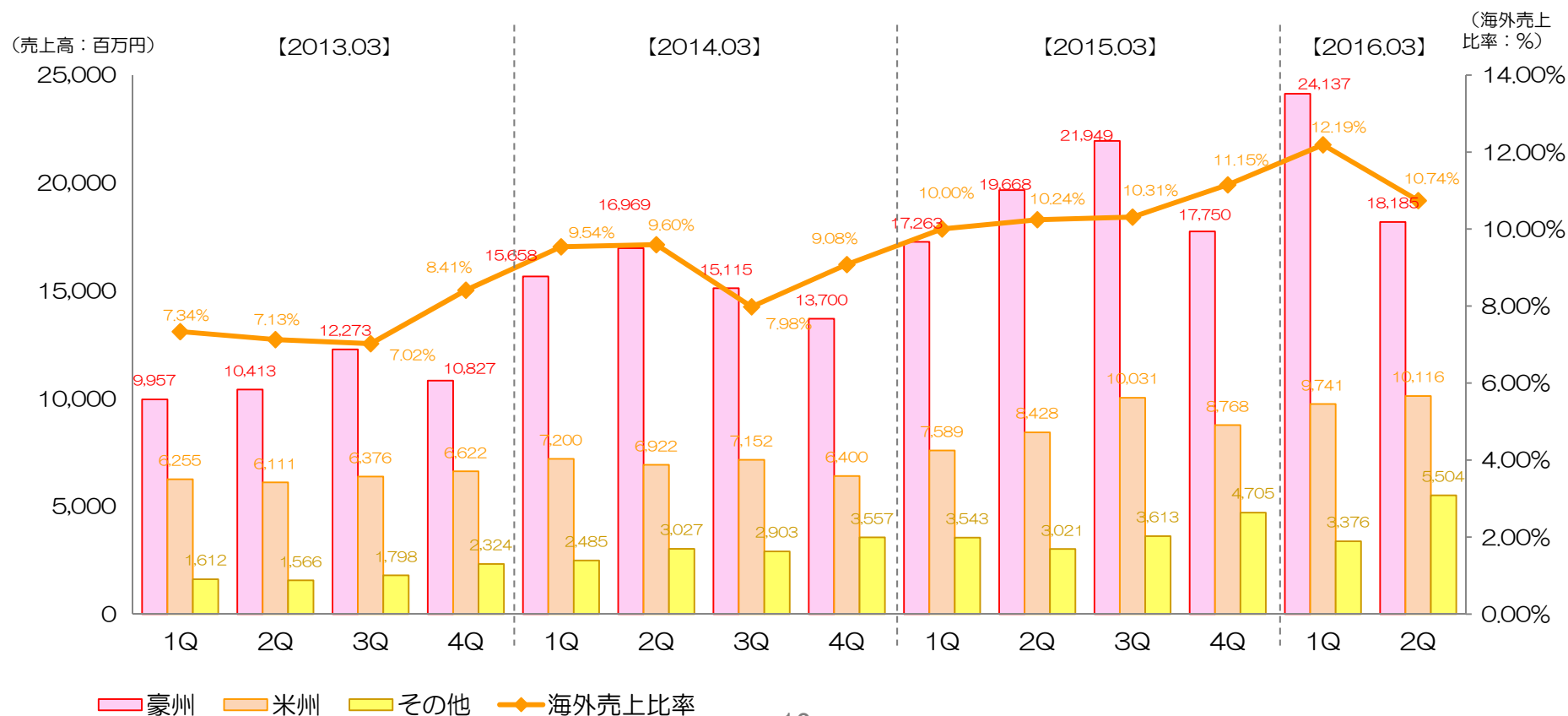
・ 豚肉価格が下落した事により養豚事業が苦戦し減益。

## 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2013.03	2014.03	2015.03					2016.03	
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
豪州	43,470	61,442	17,263	19,668	21,949	17,750	76,630	24,137	18,185
米州	25,364	27,674	7,589	8,428	10,031	8,768	34,816	9,741	10,116
その他	7,300	11,972	3,543	3,021	3,613	4,705	14,882	3,376	5,504
海外計	76,134	101,088	28,395	31,117	35,593	31,223	126,328	37,254	33,805
海外売上比率	7.44%	9.01%	10.00%	10.24%	10.31%	11.15%	10.42%	12.19%	10.74%

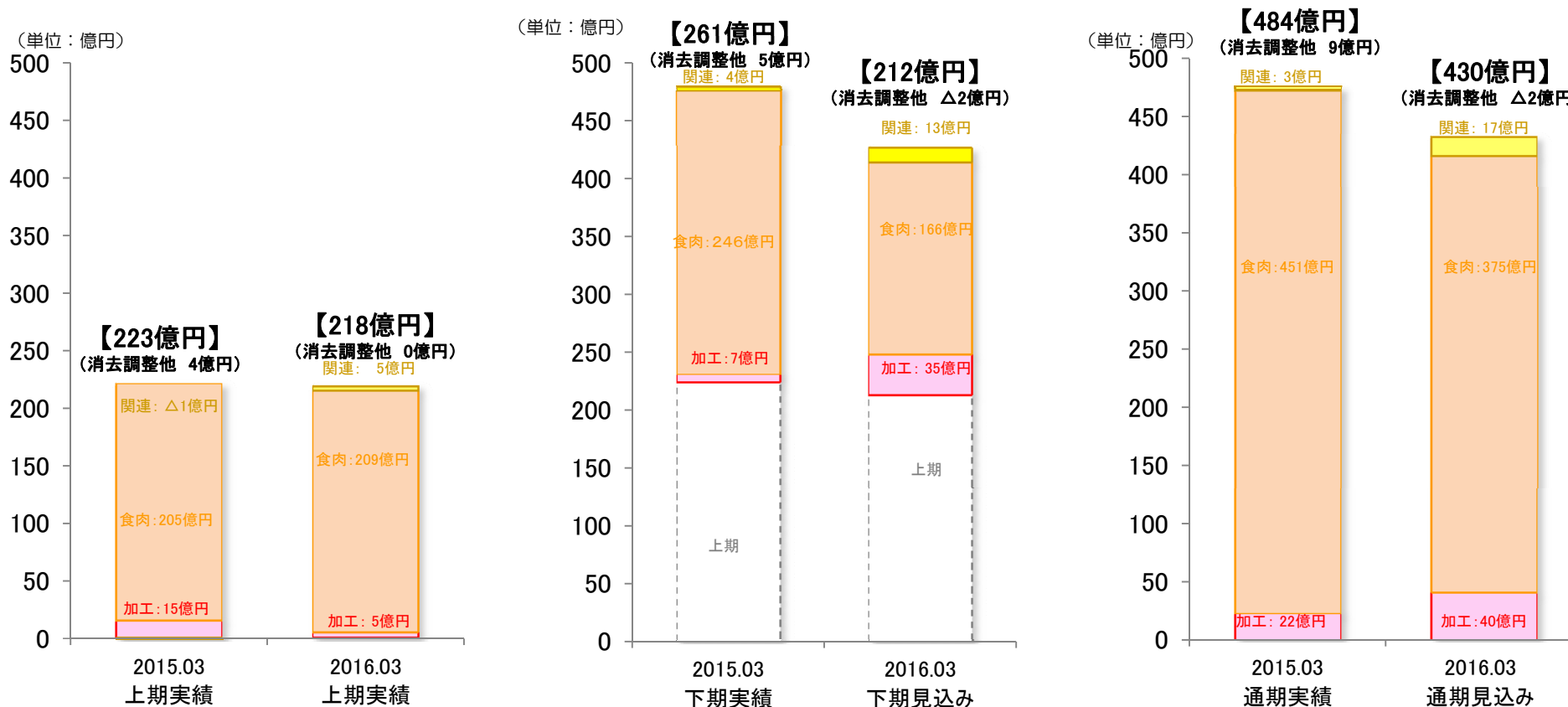
※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



## Ⅱ. 2016年3月期の見通し

1. 2016年3月期 営業利益計画
2. 2016年3月期計画（加工事業本部）
3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2016年3月期計画（関連企業本部）

# 1. 2016年3月期 営業利益計画①



	2016.03 上期実績			2016.03 下期見込み			2016.03 通期見込み		
	2015.03 上期実績		増減	2015.03 下期実績		増減	2015.03 通期実績		増減
加工事業本部	15億円	<b>5億円</b>	△10億円	7億円	<b>35億円</b>	29億円	22億円	<b>40億円</b>	19億円
食肉事業本部	205億円	<b>209億円</b>	4億円	246億円	<b>166億円</b>	△81億円	451億円	<b>375億円</b>	△76億円
関連企業本部	△1億円	<b>4億円</b>	5億円	4億円	<b>13億円</b>	9億円	3億円	<b>17億円</b>	14億円
消去調整他	4億円	<b>0億円</b>	△5億円	5億円	<b>△2億円</b>	△6億円	9億円	<b>△2億円</b>	△11億円
合計	223億円	<b>218億円</b>	△5億円	261億円	<b>212億円</b>	△49億円	484億円	<b>430億円</b>	△54億円

# 1. 2016年3月期 営業利益計画②

## 【第1Q時見直し計画との差異】

※3Q、4Q及び通期見込みについては、第2四半期後に見直した計画となっています。

	2016.03 上期実績			2016.03 3Q 見込み			2016.03 4Q 見込み			2016.03 通期見込み		
	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異
加工事業本部	9億円	5億円	△4億円	48億円	48億円	0億円	△17億円	△13億円	4億円	40億円	40億円	0億円
食肉事業本部	188億円	209億円	21億円	112億円	106億円	△6億円	60億円	60億円	0億円	360億円	375億円	15億円
関連企業本部	4億円	4億円	0億円	12億円	14億円	2億円	△3億円	△1億円	2億円	13億円	17億円	4億円
消去調整他	△1億円	0億円	1億円	△1億円	△2億円	△1億円	△1億円	0億円	1億円	△3億円	△2億円	1億円
合計	200億円	218億円	18億円	171億円	166億円	△5億円	39億円	46億円	7億円	410億円	430億円	20億円

## 【営業利益計画 増減要因分析】

※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。

【 加工事業 】	1Q時見直し計画との差異						【 食肉事業 】	1Q時見直し計画との差異					
	3Q		4Q		通期			3Q		4Q		通期	
	見込み	差異	見込み	差異	見込み	差異		見込み	差異	見込み	差異	見込み	差異
価格改定効果	0億円	0億円	0億円	0億円	6億円	0億円	国内ファーム事業の変動	△1億円	8億円	△5億円	5億円	17億円	20億円
コスト改善効果	8億円	1億円	9億円	6億円	47億円	6億円	輸入食肉市況	△4億円	△5億円	3億円	△2億円	6億円	7億円
売上数量効果	1億円	△3億円	4億円	△2億円	△10億円	△11億円	海外事業の変動	△52億円	△14億円	△4億円	1億円	△101億円	△22億円
主原料・副資材要因	5億円	2億円	4億円	2億円	△20億円	9億円	フード事業の伸長	0億円	1億円	△3億円	△4億円	7億円	3億円
(内訳) 主原料価格	5億円	0億円	5億円	0億円	△11億円	4億円	国内食肉市況	△4億円	4億円	△3億円	2億円	0億円	9億円
(内訳) 副資材・燃料等	0億円	3億円	△1億円	2億円	△9億円	5億円	その他	△3億円	△1億円	△4億円	△3億円	△6億円	△1億円
その他	0億円	0億円	△2億円	△2億円	△4億円	△4億円	合計	△64億円	△6億円	△17億円	0億円	△76億円	15億円
合計	13億円	0億円	15億円	4億円	19億円	0億円							



## 2. 2016年3月期計画（加工事業本部）

### ●ギフト売上拡大施策

- ・歳暮ギフトはフラッグシップブランド「美ノ国」TVCM等の販促展開と、お客様ニーズに対応した新セットを投入し更なる拡販を図る。
- ・「本格派シリーズ」で国産原料使用の新規商品を投入し売上拡大を図る。

（参考）

- ・「美ノ国」は前年比120%を目指す。

【（参考）ギフト販売個数 2015年3月期実績と2016年3月期実績・計画】

		2015.03 実績	2016.03 実績・計画	
		個数	個数	前年比
中元 (実績)	全社販売個数	2,116	2,070	98%
	(うち美ノ国)	431	507	118%
歳暮 (計画)	全社販売個数	4,442	4,575	103%
	(うち美ノ国)	826	991	120%
合計 (計画)	全社販売個数	6,558	6,645	101%
	(うち美ノ国)	1,257	1,498	119%
	(構成比)	19%	23%	

(単位：千個)

### ●主要ブランド・売上拡大施策

#### ①ハム・ソーセージ

「シャウエッセン」の更なるシェア拡大と「森の薫り」等主力ブランドのブラッシュアップで販売強化を行う。

#### ②デリ商品

「中華名菜」「石窯工房」の重点カテゴリー商品の販促展開と新たな食シーンへの新商品の投入を進める。

【（参考）主要ブランド商品売上高計画（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2016.03通期計画	デリ商品	2016.03通期計画
シャウエッセン	105%	石窯工房群	105%
森の薫りあらびきウナ-	129%	中華名菜群	102%
コースハム群	100%	プリフライ群	103%
ベーコン群	100%	ハバ-グ・ミトボール群	102%
焼豚群	100%	カレー群	105%

### ●チャネル別売上拡大施策

#### ①コンシューマ

- ・ハム・ソーセージ、デリ商品共に、積極的な販促展開と新商品の早期販売を行い売上拡大を図る。

#### ②業務用

- ・ライン特性を活かした新商品提案を行い数量拡大を図る。

【（参考）チャネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2016.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	101%
	業務用	92%
	合計	100%
デリ商品	コンシューマ	103%
	業務用	96%
	合計	100%

### 3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）

#### ●国内生産事業

##### ①飼料価格

- ・円安の影響はあるが、海外の穀物相場は落ち着いており、安定し推移する見通し。

##### ②国内ファーム事業

- ・豚肉相場は前半の高値から下落傾向。
- ・鶏肉相場は夏場も高値で推移。需要期の年末にかけ高値で推移する見通し。

#### ●海外事業

##### ①豪州

- ・豪州生産農家からの牛集荷が厳しい状況が続いており、仕入コストも上昇している中、バックグラウンドを活用し生体を確保。

##### ②米州

- ・内販については、体制強化もあり堅調に推移。引き続き販売強化を図る。
- ・養豚事業については、豚肉相場が下落し厳しい状況が継続する見通し。

##### ③その他（アジア・欧州）

- ・欧州産ブランド豚肉の仕入強化。アジアにおける新規顧客の開拓。
- ・グループの販売拠点を活用した豪州産牛肉の販売強化。

【（参考）2016.03 2Q累計豪州事業販売実績】

主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	21%	119%
米国	30%	137%
韓国	7%	78%
中国	7%	109%
台湾	7%	150%
豪州国内	12%	60%
その他※	16%	151%
合計	100%	111%

※その他・・・ロシア、EU、インドネシア、中東等

#### ●国内食肉、輸入食肉、食肉販売（フード会社）

- ・プロモーションを活用し『桜姫』等ブランド食肉の販促を強化。
- ・強い調達力と販売力を生かし、外食等の販路拡大を図る。



## 4. 2016年3月期計画（関連企業本部）

### ●水産事業の売上拡大施策

#### （マリンフーズ）

- ・利益率の高い自社商品や寿司種の提案を強化。
- ・引続き釧路丸水糍を活用した北海道フェアを実施し、店頭販促を強化。

#### （宝幸）

- ・『青森の正直』ブランドを中心とした八戸工場製品の拡販を図る。
- ・鯖缶を中心にシェア拡大を図る。



（写真）恵海の食卓シリーズ  
『3種の海鮮チャウダー』



（写真）青森の正直シリーズ

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### （チーズ）

- ・稼働を開始した大和プラント商品の販売強化。
- ・製パン、外食チャネルの商談を強化。

#### （ヨーグルト）

- ・プロモーション等の活用による、販促強化を実施。
- ・TOP CUP等の販促強化による売上拡大。



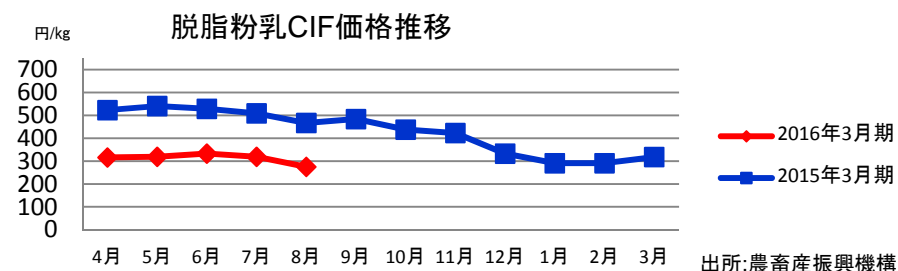
（写真）TOP CUPシリーズ



（写真）おとなのベビーチーズシリーズ

### ●主原料・副資材価格の動向

- ・チーズ、ヨーグルト原料共に新興国の買入れが一服し比較的落ち着いている。



## Ⅲ. 2016年3月期 第2四半期財務データ

1. 2016年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報
3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益
4. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
5. 連結キャッシュ・フロー

# 1. 2016年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績						2016年3月期実績及び計画					
	上期 累計実績	前年比	下期 累計実績	前年比	通期 累計実績	前年比	上期 累計実績	前年比	下期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	587,623	7.6	625,179	8.6	1,212,802	8.1	620,309	5.6	639,691	2.3	1,260,000	3.9
ハム・ソーセージ	73,608	9.2	76,495	0.5	150,103	4.6	69,972	△ 4.9	80,128	4.7	150,100	△ 0.0
加工食品	105,285	2.5	107,128	1.7	212,413	2.1	107,799	2.4	108,901	1.7	216,700	2.0
食肉	332,163	9.2	358,909	13.8	691,072	11.6	364,913	9.9	370,187	3.1	735,100	6.4
牛肉	133,108	5.9	144,565	16.7	277,673	11.3	149,389	12.2	143,611	△ 0.7	293,000	5.5
豚肉	116,964	9.1	123,696	11.4	240,660	10.2	116,858	△ 0.1	123,142	△ 0.4	240,000	△ 0.3
鶏肉	69,845	14.6	77,358	9.8	147,203	12.0	84,852	21.5	90,148	16.5	175,000	18.9
その他食肉	12,246	20.5	13,290	34.2	25,536	27.2	13,814	12.8	13,286	△ 0.0	27,100	6.1
水産	44,592	3.6	49,804	2.1	94,396	2.8	45,191	1.3	50,109	0.6	95,300	1.0
乳製品	14,495	9.5	14,069	8.1	28,564	8.8	15,856	9.4	15,144	7.6	31,000	8.5
その他	17,480	11.0	18,774	8.1	36,254	9.4	16,578	△ 5.2	15,222	△ 18.9	31,800	△ 12.3
売上原価	481,482	6.7	511,541	9.5	993,023	8.1	511,068	6.1				
売上総利益	106,141	11.7	113,638	4.5	219,779	7.8	109,241	2.9				
売上総利益率	18.1%	-	18.2%	-	18.1%	-	17.6%	-				
販売費及び一般管理費	83,796	0.8	87,539	3.0	171,335	1.9	87,447	4.4				
営業利益	22,345	87.2	26,099	9.8	48,444	35.7	21,794	△ 2.5	21,206	△ 18.7	43,000	△ 11.2
税引前利益	20,947	96.0	23,597	△ 4.1	44,544	26.2	20,743	△ 1.0	19,257	△ 18.4	40,000	△ 10.2
当社株主帰属当期純利益	15,067	97.7	15,981	△ 5.5	31,048	26.6	15,366	2.0	12,134	△ 24.1	27,500	△ 11.4

\*米国会計基準を組替えて表示しております。

\*前年比は、対前年増減率で表示しております。

## 2. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報

### 【連結売上区分別伸び率】

(単位：%)

区分	2015年3月期 (対前年同期比)				2016年3月期 (対前年同期比)			
	2Q		上期		2Q		上期	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	3.3	7.8	5.3	9.2	△ 6.6	△ 3.9	△ 10.2	△ 4.9
加工食品	1.8	1.5	△ 0.1	2.5	△ 2.0	4.9	△ 2.8	2.4
食肉	△ 3.1	11.0	△ 4.7	9.2	6.1	6.0	7.0	9.9
牛肉	△ 3.7	8.9	△ 6.1	5.9	△ 9.9	3.7	△ 4.2	12.2
豚肉	△ 9.3	11.0	△ 11.7	9.1	2.7	△ 2.2	4.4	△ 0.1
鶏肉	3.8	13.7	4.1	14.6	22.7	23.2	18.8	21.5
その他食肉	14.2	21.7	8.7	20.5	11.2	14.5	8.6	12.8

### 【所在地別セグメント状況】

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績			2016年3月期実績及び計画					
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	前年比	下期計画	前年比	通期計画	前年比
国内売上高	528,673	559,159	1,087,832	549,855	4.0	571,545	2.2	1,121,400	3.1
外部顧客売上高	528,111	558,363	1,086,474	549,250	4.0	570,750	2.2	1,120,000	3.1
セグメント間内部売上高	562	796	1,358	605	7.7	795	△ 0.1	1,400	3.1
国内営業利益	15,306	20,463	35,769	18,745	22.5	21,255	3.9	40,000	11.8
国内売上高営業利益率	2.9%	3.7%	3.3%	3.4%	-	3.7%	-	3.6%	-
海外売上高	126,369	126,616	252,985	136,125	7.7	127,375	0.6	263,500	4.2
外部顧客売上高	59,512	66,816	126,328	71,059	19.4	68,941	3.2	140,000	10.8
セグメント間内部売上高	66,857	59,800	126,657	65,066	△ 2.7	58,434	△ 2.3	123,500	△ 2.5
海外営業利益	7,195	5,640	12,835	2,965	△ 58.8	35	△ 99.4	3,000	△ 76.6
海外売上高営業利益率	5.7%	4.5%	5.1%	2.2%	-	0.0%	-	1.1%	-

\*所在地別セグメント状況の売上金額は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。

\*前年比は、対前年増減率で表示しております。

### 3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益

(単位：百万円、%)

	2015年3月期		2016年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額
★① < 販管費 >				
★① 販売費および一般管理費	83,796	87,447	4.4	3,651
人件費	32,674	33,835	3.6	1,161
★② 広告宣伝費	5,589	5,965	6.7	376
★③ 物流費	24,914	26,108	4.8	1,194
その他	20,619	21,539	4.5	920

主な増減要因

- ★① 販管費            売上高販管費率は 14.3%から 14.1% へと 0.2ポイント低下。
- ★② 広告宣伝費      広告宣伝費は販促費の増加など4億円の増加。
- ★③ 物流費            食肉売上数量拡大により運賃12億円の増加。

(単位：百万円)

	2015年3月期	2015年3月期	2016年3月期	
	上期実績	通期実績	上期実績	対前年同期増減
その他の営業費用及び(△収益)-純額	353	4,231	533	180
固定資産関連	353	4,239	533	180
その他	-	△ 8	-	-
★① その他の収益及び(△費用)-純額	△ 319	1,678	188	507
受取利息・配当金	611	1,151	565	△ 46
為替差損益	△ 962	△ 88	△ 279	683
その他	32	615	△ 98	△ 130
支払利息	726	1,347	706	△ 20

主な増減要因

- ★① その他の収益及び(△費用)-純額      為替差損益など5億円の改善。



## 4. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

《連結貸借対照表》		2015年3月期 期末実績	2016年3月期 第2四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	661,567	707,398	6.9	45,831
	現金及び現金同等物	57,404	59,492	3.6	2,088
★②	売上債権	127,273	131,218	3.1	3,945
★③	棚卸資産	143,107	159,177	11.2	16,070
	有形固定資産	252,537	262,248	3.8	9,711
	投資及びその他の資産	41,170	44,051	7.0	2,881
	長期繰延税金資産	7,067	7,109	0.6	42
	負債合計	305,143	341,254	11.8	36,111
	支払手形及び買掛金	94,212	108,439	15.1	14,227
★④	有利子負債	136,806	167,233	22.2	30,427
	退職金及び年金債務	12,075	12,218	1.2	143
	当社株主資本	353,664	357,594	1.1	3,930
	非支配持分	2,760	8,550	209.8	5,790
	資本合計	356,424	366,144	2.7	9,720

### 主な増減要因

- ★① 資産合計 ②③を含めて約458億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増により前期末比、約39億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 主に食肉販売数量増加により前期末比、約160億円の増加。
- ★④ 有利子負債 長期借入金増等により、前期末比約300億円の増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2015年3月期	2016年3月期		2016年3月期
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額
設備投資額	15,732	18,651	18.6	2,919
生産設備	10,168	9,586	△ 5.7	△ 582
販売・物流設備	1,106	1,559	41.0	453
ファーム・処理設備	2,562	2,518	△ 1.7	△ 44
海外事業設備	1,129	1,773	57.0	644
その他設備	767	3,215	319.2	2,448
減価償却費	9,372	9,519	1.6	147
				20,000



## 5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

《連結キャッシュ・フロー計算書》	2015年3月期	2016年3月期		2016年3月期
	上期実績	上期実績	対前年増減額	通期計画
営業活動キャッシュ・フロー	1,446	13,179	11,733	58,500
★① 投資活動キャッシュ・フロー	△ 20,732	△ 31,628	△ 10,896	△ 59,200 ※1
★② 財務活動キャッシュ・フロー	728	21,236	20,508	14,000

※1 政策投資を含む。

### 主な増減要因

#### ★① 投資活動キャッシュ・フローの主な内訳

	2015年3月期	2016年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減額
固定資産の取得	△ 20,014	△ 21,597	△ 1,583
子会社の取得	0	△ 8,563	△ 8,563

#### ★② 財務活動キャッシュ・フローの主な内訳

	2015年3月期	2016年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減額
現金配当	△ 7,619	△ 9,411	△ 1,792

お問合せ先  
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1  
ThinkPark Tower 14階  
日本ハム株式会社 広報IR部  
電話：03-4555-8024  
FAX：03-4555-8189

### 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で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。