

決算説明資料

～2016年3月期 第3四半期～

説明会開催予定日
2016年2月3日（水）
日本ハム株式会社

目 次

- I. 2016年3月期 第3四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3四半期財務データ

I. 2016年3月期 第3四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3四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 第3四半期累計
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3四半期

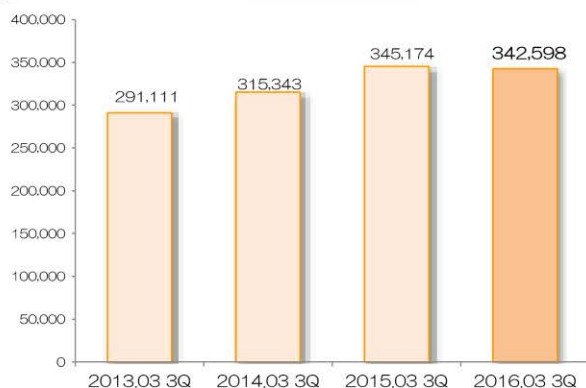
(単位：百万円)

		2013.03 3Q	2014.03 3Q	2015.03 3Q	2016.03 3Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	99,366	101,627	103,797	100,982	△2,815	△ 2.7
	営業利益	6,369	5,555	3,493	4,569	1,076	30.8
食肉事業本部	売上高	187,834	208,286	235,926	237,221	1,295	0.5
	営業利益	7,536	10,830	16,965	13,367	△3,598	△ 21.2
関連企業本部	売上高	41,180	44,170	46,977	47,434	457	1.0
	営業利益	1,266	1,268	936	1,586	650	69.4
消去調整他	売上高	△ 37,269	△ 38,740	△ 41,526	△ 43,039	△1,513	—
	営業利益	652	211	220	251	31	—
連結合計	売上高	291,111	315,343	345,174	342,598	△2,576	△ 0.7
	営業利益	15,823	17,864	21,614	19,773	△1,841	△ 8.5

(単位：百万円)

売上高

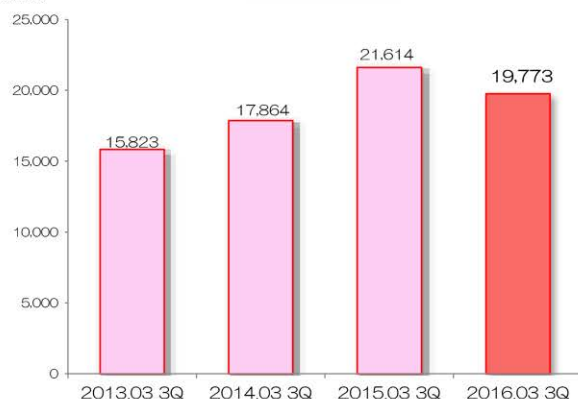
(連結)



(単位：百万円)

営業利益

(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.23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 第3四半期累計

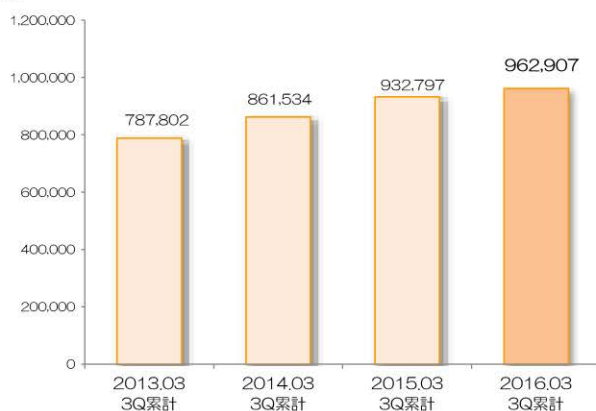
(単位：百万円)

		2013.03 3Q累計	2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	2016.03 3Q累計	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	263,613	273,221	281,564	276,815	△4,749	△ 1.7
	営業利益	9,921	7,299	4,995	5,045	50	1.0
食肉事業本部	売上高	515,197	584,847	649,380	683,539	34,159	5.3
	営業利益	12,649	19,880	37,451	34,279	△3,172	△ 8.5
関連企業本部	売上高	108,223	114,924	121,802	124,895	3,093	2.5
	営業利益	1,755	1,438	871	2,032	1,161	133.3
消去調整他	売上高	△ 99,231	△ 111,458	△ 119,949	△ 122,342	△2,393	—
	営業利益	1,337	1,182	642	211	△431	—
連結合計	売上高	787,802	861,534	932,797	962,907	30,110	3.2
	営業利益	25,662	29,799	43,959	41,567	△2,392	△ 5.4

(単位：百万円)

(連結)

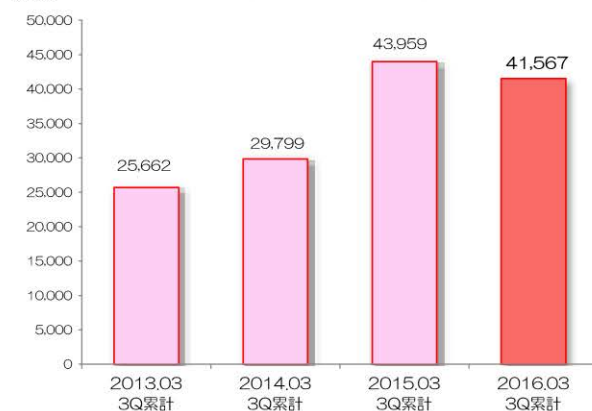
売上高



(単位：百万円)

(連結)

営業利益



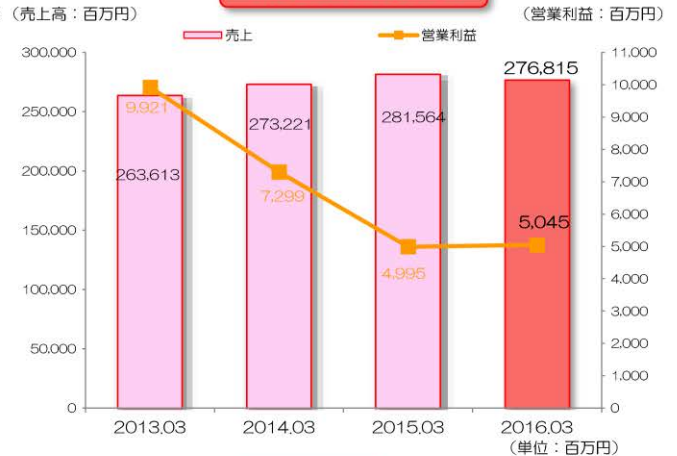
※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.23の品種別の売上高の数値とは一致しません。
※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

第3四半期実績



	2015.03 3Q	2016.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	103,797	100,982	△ 2,815	△ 2.7
営業利益	3,493	4,569	1,076	30.8
営業利益率	3.4%	4.5%	-	-

第3四半期累計実績



	2015.03 3Q累計	2016.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	281,564	276,815	△ 4,749	△ 1.7
営業利益	4,995	5,045	50	1.0
営業利益率	1.8%	1.8%	-	-

【第3四半期の状況】

(売上高)

- ・ハム・ソーセージ、デリ商品ともコンシューマ商品は回復基調だが、業務用商品の回復が遅れ減収。

(営業利益)

- ・継続して取り組んだコスト改善効果は計画通り進捗した事に加え、主原料価格が想定通りに進捗し増益。

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

- ・コンシューマ商品は復調傾向にあるが、業務用商品の数量回復が遅れ、上期不足分をカバー出来ず減収。

(営業利益)

- ・下期に入り原材料価格が落ち着いた事に加え、上期より取り組んでいるコスト改善が進んだ事により微増。

6

＜第3四半期＞

厳しい市場環境で販売数量の回復遅れが響き、減収
利益は、原料・資材価格が落ち着き、生産性・物流効率化の改善効果で増益

＜第3四半期累計＞

コスト改善効果が40億円の効果があり、
上期の減益分をカバーし増益

【営業利益増減要因分析】

	2016.03				
	上期実績	3Q実績	3Q累計計画	3Q累計実績	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	30億円	10億円	37億円	40億円	3億円
売上数量効果	△15億円	△4億円	△14億円	△19億円	△5億円
主原料・副資材要因	△29億円	4億円	△24億円	△25億円	△1億円
（内訳）主原料価格	△21億円	5億円	△16億円	△16億円	0億円
（内訳）副資材・燃料等	△8億円	△1億円	△8億円	△9億円	△1億円
その他要因	△2億円	0億円	△2億円	△2億円	0億円
合計	△10億円	10億円	3億円	0億円	△3億円

【3Q累計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。

● 計画差異要因分析（第3四半期累計）

- ・ 継続して取り組んでいるコスト改善効果は計画を上回った。
- ・ 下期に入り原材料価格が安定し、ほぼ計画通りに進捗した。
- ・ 業務用商品の数量回復遅れにより売上数量効果が計画を下回った。

< 営業利益増減要因分析 >

3Qの内訳

・ コスト改善効果

ハム・ソーセージを中心に品種構成見直し・リニューアル
生産性の向上、SCM等による経費削減

・ 売上数量効果

販売数量回復の遅れ

・ 主原料・副資材

原材料価格の安定

●ギフト売上実績（歳暮期）

（単位：千個）

- ・2016年3月期の実績は、前年個数比：87%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：105%
（構成比は、22%）

※歳暮期に関してはハムギフト市場全体が苦戦

		2015.03 実績		2016.03 実績	
		個数	金額	個数	前年比
歳暮 実績	全社販売個数	4,442		3,878	87%
	（うち美ノ国）	826		865	105%

●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）
『森の薫り あらびきウィンナー』



（写真）
石窯工房シリーズ
『クロワッサンピッツァ
マルゲリータ』

ハム・ソーセージ	2016.03 実績			デリ商品	2016.03 実績		
	上期	3Q	3Q累計		上期	3Q	3Q累計
シャウエッセン	104%	96%	101%	石窯工房群	107%	100%	104%
森の薫りあらびきウィンナー	107%	108%	107%	中華名菜群	100%	94%	98%
ロースハム群	100%	100%	100%	プリフライ群	101%	111%	105%
ベーコン群	89%	74%	84%	ハバ-グ・ミートホ-ル群	99%	102%	100%
焼豚群	92%	90%	92%	カレー群	101%	126%	109%

●チャンネル別売上実績

【（参考）2016年3月期3Q累計 チャンネル別伸び率（対前年同期比）】

①コンシューマ商品

ハム・ソーセージ、デリ商品共に3Qより回復傾向にあるが上期不足分をカバー出来ず、数量が未達。

②業務用商品

大型商品の導入が遅れ昨年割れ。

		数量	金額
ハム ・ソーセージ	ｺﾝｼｬｰﾏ	94%	96%
	業務用	78%	83%
	合計	89%	93%
デリ商品	ｺﾝｼｬｰﾏ	100%	99%
	業務用	85%	88%
	合計	92%	94%

8

<ギフト実績>

市場全体が10-15%落ち込む中、当社も同様
「美ノ国」は105%とブランド力で健闘

<主要ブランド・チャンネル別>

コンシューマ⇒デリを中心に回復傾向

ハムソーセージは、12月以降回復基調

シャウエッセン：30周年プロモーションで大きく伸長した昨年並みを維持

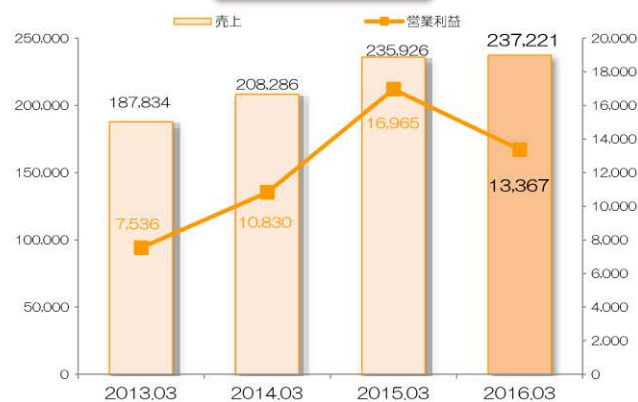
森の薫り：TVCM含め積極的なプロモーションを図り、伸長

石窯工房：「クロワッサンピザ」加わり、伸長

中華名菜：冬商材暖冬で減

プリフライ：新たに加わった骨なしタイプ「骨なしチキチキボーン」が伸長

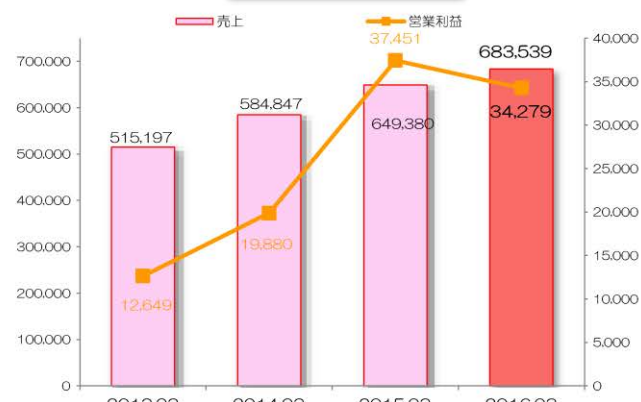
第3四半期実績 (売上高：百万円) (営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2015.03 3Q	2016.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	235,926	237,221	1,295	0.5
営業利益	16,965	13,367	△ 3,598	△ 21.2
営業利益率	7.2%	5.6%	-	-

第3四半期累計実績 (売上高：百万円) (営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2015.03 3Q累計	2016.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	649,380	683,539	34,159	5.3
営業利益	37,451	34,279	△ 3,172	△ 8.5
営業利益率	5.8%	5.0%	-	-

【第3四半期の状況】

(売上高)

- ・ 国産牛肉の価格上昇や、国産・輸入鶏肉などの販売数量の増加により伸長。

(営業利益)

- ・ 国内鶏肉生産事業が増益なるも、豪州事業と米国養豚事業の苦戦で減益。

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

- ・ 期初からの国産牛肉などの高値に加え、フード会社が豚・鶏を中心に販売数量増で増収。

(営業利益)

- ・ 国内事業が堅調に推移するも、豪州事業の事業環境が劇的に変わったため減益。

＜第3四半期＞

国内市況は高値で推移し、国内販売・国内生産は堅調
一方、海外事業(豪州・米州)で大幅な減益となり、食肉事業本部全体で36億円ほど減益

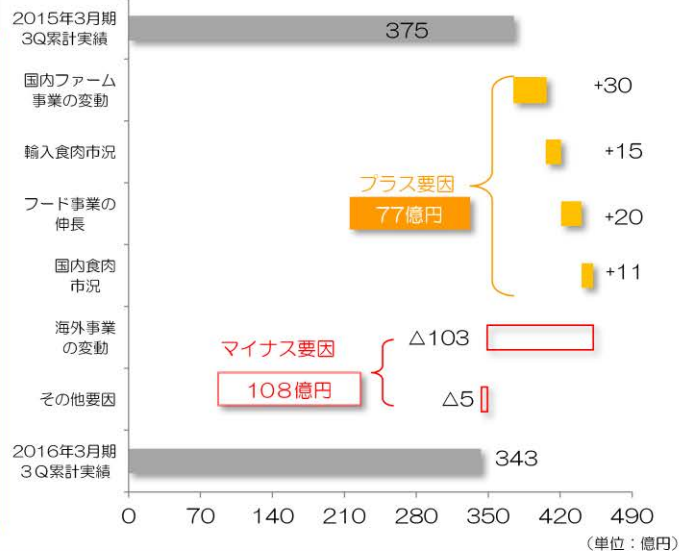
＜第3四半期累計＞

国内事業は堅調に推移するも、
2Q以降の豪州事業の環境変化(生体仕入価格高)、
米州養豚事業の悪化から減益

【営業利益増減要因分析】

	2016.03				
	上期実績	3Q実績	3Q累計計画	3Q累計実績	計画差異
国内ファーム事業の変動	24億円	6億円	22億円	30億円	8億円
輸入食肉市況	8億円	7億円	4億円	15億円	11億円
フード事業の伸長	10億円	10億円	10億円	20億円	10億円
海外事業の変動	△45億円	△57億円	△97億円	△103億円	△6億円
国内食肉市況	7億円	4億円	3億円	11億円	8億円
その他要因	1億円	△6億円	△2億円	△5億円	△3億円
合計	4億円	△36億円	△60億円	△32億円	28億円

【3Q累計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。

●計画差異要因分析（第3四半期累計）

【国内ファーム事業の変動とフード事業の伸長】

国内食肉価格が安定して高値で推移したことや豚・鶏を中心とした販売数量増から、国内ファーム事業とフード事業が伸長。

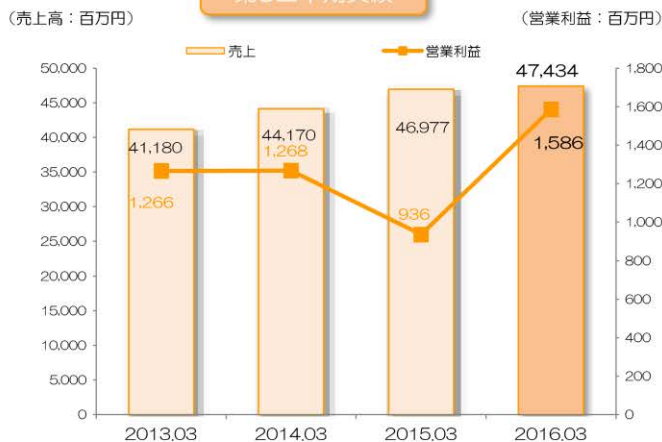
【海外事業の変動】

第2四半期以降の豪州事業の環境変化と米州養豚事業が米国内豚価低迷で計画を下回った。

<営業利益増減要因分析>

- ・3Q累計
国内事業増益、海外事業大幅減益
- ・国内ファーム
鶏肉生産増益
- ・輸入食肉市況
牛肉3Q相場高、鶏販売数量増
- ・フード事業
新規顧客獲得による販売拡大
- ・海外事業
豪州 牛生体の不足、仕入価格高騰
米州 米国内豚価低迷
- ・国内食肉市況
鶏肉の販売数量増

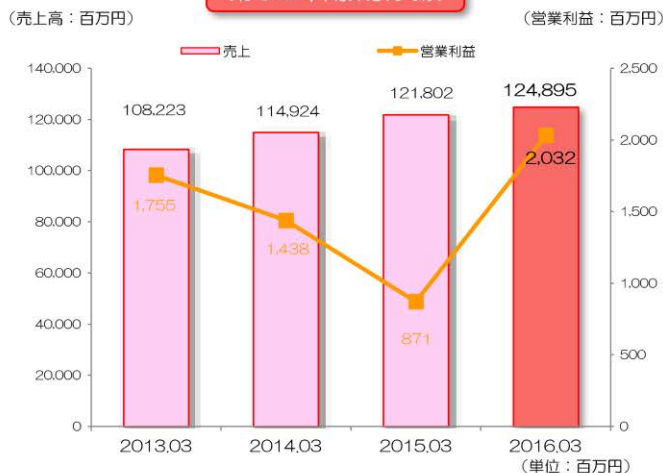
第3四半期実績



(単位：百万円)

	2015.03 3Q	2016.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	46,977	47,434	457	1.0
営業利益	936	1,586	650	69.4
営業利益率	2.0%	3.3%	-	-

第3四半期累計実績



(単位：百万円)

	2015.03 3Q累計	2016.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	121,802	124,895	3,093	2.5
営業利益	871	2,032	1,161	133.3
営業利益率	0.7%	1.6%	-	-

【第3四半期の状況】

(売上高)

- ・水産物は年末商戦でカニ相場が高騰し販売数量が伸び悩んだが、量販チャンネルで主力のエビ、イカ製品、自社製造製品の販売伸長により増収。
- ・乳製品は主力のパニラヨーグルトを中心に量販・CVSチャンネルでの販売伸長により増収。

(営業利益)

- ・水産物、乳製品共に販売数量伸長により増益。

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

- ・水産物、乳製品共に量販チャンネルでの販売伸長により増収。

(営業利益)

- ・水産物は価格改定を進めた事に加え、自社製造商品の売上げが伸長した事により利益率が改善し増益。
- ・乳製品は売上げの伸長に加え原料価格が安定した事により増益。

＜第3四半期＞

乳製品の販売伸長、水産物の利益率の向上から増収・増益

＜第3四半期累計＞

年間を通じての乳製品における原材料価格の落ち着きと販売伸長

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。



		2015.03 3Q	2016.03 3Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	68,328	66,764	△ 1,564	△ 2.3
	営業利益	5,560	13	△ 5,547	△ 99.8
豪州	売上高	29,190	23,509	△ 5,681	△ 19.5
	営業利益	4,645	405	△ 4,240	△ 91.3
米州	売上高	24,284	23,406	△ 878	△ 3.6
	営業利益	737	△ 862	△ 1,599	-
その他地域	売上高	17,551	21,716	4,165	23.7
	営業利益	255	357	102	40.0

		2015.03 3Q累計	2016.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	194,697	202,889	8,192	4.2
	営業利益	12,755	2,978	△ 9,777	△ 76.7
豪州	売上高	76,721	81,538	4,817	6.3
	営業利益	10,113	4,214	△ 5,899	△ 58.3
米州	売上高	66,298	69,139	2,841	4.3
	営業利益	2,342	△ 2,015	△ 4,357	-
その他地域	売上高	57,800	59,419	1,619	2.8
	営業利益	532	611	79	14.8

【第3四半期の状況】

(豪州)

- ・仕入コスト上昇と米国向けを中心に販売価格が下落し減益。

(米州)

- ・米国養豚事業において、米国内の豚生産頭数回復により、豚肉相場が下落し減益。

【第3四半期累計の状況】

(豪州)

- ・2Q以降の環境悪化から利益が出づらい状況に。

(米州)

- ・米国内の販売は好調に推移するも、養豚事業の採算性悪化により苦戦。

(その他の地域)

- ・アジア、欧州共に利益面で堅調に推移し、増益。

<豪州事業>

生体仕入コスト高で、昨年環境から状況が一変

<米州事業>

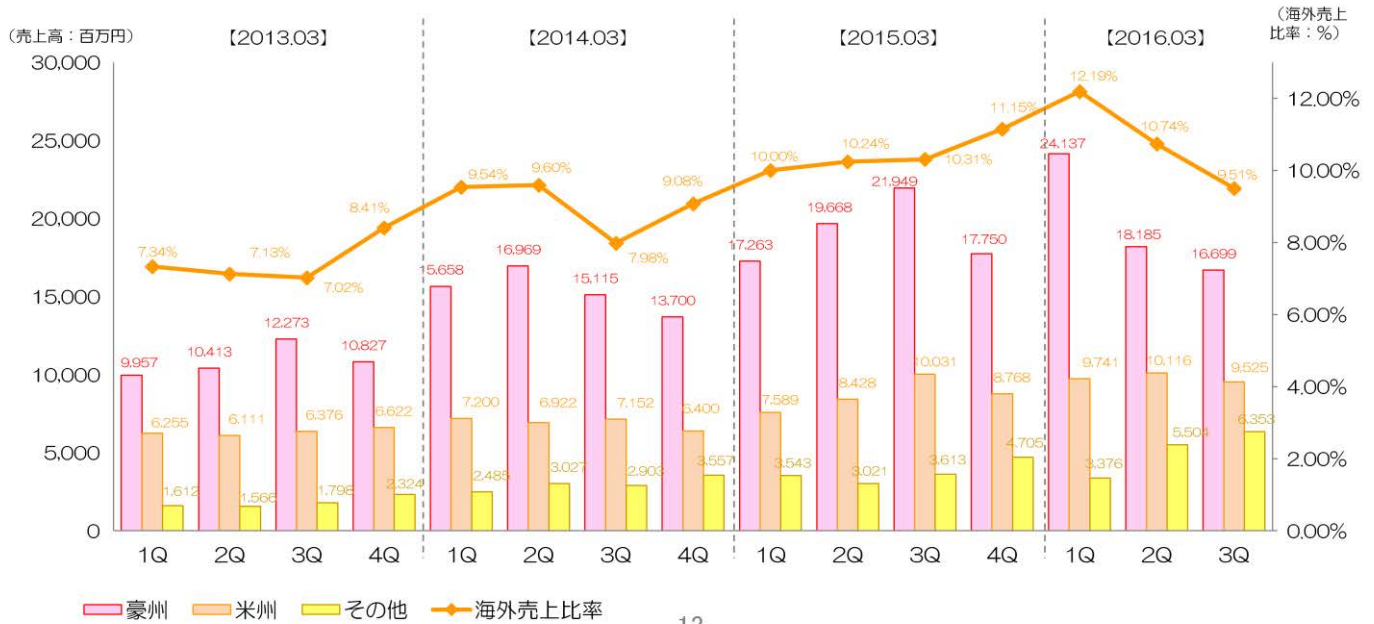
事業の収益性は悪化しているが、反転の兆しあり

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	3Q
豪州	43,470	61,442	17,263	19,668	21,949	17,750	76,630	24,137	18,185	16,699
米州	25,364	27,674	7,589	8,428	10,031	8,768	34,816	9,741	10,116	9,525
その他	7,300	11,972	3,543	3,021	3,613	4,705	14,882	3,376	5,504	6,353
海外計	76,134	101,088	28,395	31,117	35,593	31,223	126,328	37,254	33,805	32,577
海外売上比率	7.44%	9.01%	10.00%	10.24%	10.31%	11.15%	10.42%	12.19%	10.74%	9.51%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



13

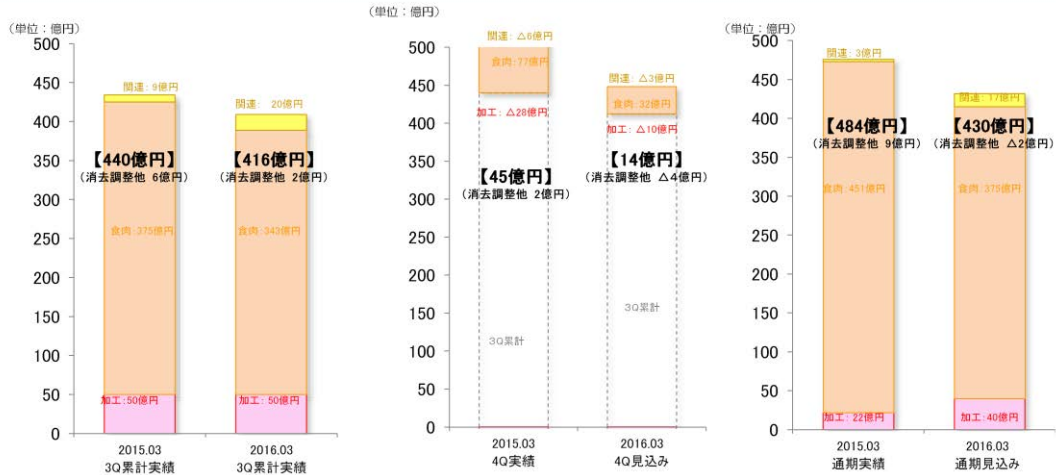
<海外 外部顧客売上高実績>

2Qからの豪州環境変化により、海外売上高比率も低下

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 3Q累計実績			2016.03 4Q見込み			2016.03 通期見込み		
	2015.03 3Q累計実績		増減	2015.03 4Q実績		増減	2015.03 通期実績		増減
加工事業本部	50億円	50億円	0億円	△28億円	△10億円	18億円	22億円	40億円	18億円
食肉事業本部	375億円	343億円	△32億円	77億円	32億円	△45億円	451億円	375億円	△76億円
関連企業本部	9億円	20億円	11億円	△6億円	△3億円	3億円	3億円	17億円	14億円
消去調整他	6億円	2億円	△4億円	2億円	△4億円	△6億円	9億円	△2億円	△11億円
合計	440億円	416億円	△24億円	45億円	14億円	△31億円	484億円	430億円	△54億円

※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。

【第2Q時見直し計画との差異】

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

	2016.03 3Q累計実績			2016.03 4Q 見込み			2016.03 下期見込み			2016.03 通期見込み		
	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異
加工事業本部	53億円	50億円	△3億円	△13億円	△10億円	3億円	35億円	35億円	0億円	40億円	40億円	0億円
食肉事業本部	315億円	343億円	28億円	60億円	32億円	△28億円	166億円	166億円	0億円	375億円	375億円	0億円
関連企業本部	18億円	20億円	2億円	△1億円	△3億円	△2億円	13億円	13億円	0億円	17億円	17億円	0億円
消去調整他	△2億円	2億円	4億円	0億円	△4億円	△4億円	△2億円	△2億円	0億円	△2億円	△2億円	0億円
合計	384億円	416億円	32億円	46億円	14億円	△32億円	212億円	212億円	0億円	430億円	430億円	0億円

※四捨五入による、数値の和・差と合計が一致しない場合は、消去調整他で調整しています。

【営業利益計画 増減要因分析】

【加工事業本部】	2Q時見直し計画との差異						【食肉事業本部】	2Q時見直し計画との差異					
	4Q		下期		通期			4Q		下期		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	△13億円	△8億円	△7億円	0億円	17億円	0億円
コスト改善効果	9億円	△1億円	19億円	2億円	49億円	2億円	輸入食肉市況	△4億円	△7億円	2億円	4億円	10億円	4億円
売上数量効果	3億円	△1億円	△1億円	△6億円	△16億円	△6億円	海外事業の変動	△15億円	△11億円	△72億円	△17億円	△117億円	△17億円
主原料・副資材要因	5億円	2億円	9億円	1億円	△20億円	1億円	フード事業の伸長	△4億円	△1億円	6億円	9億円	16億円	9億円
（内訳）主原料価格	6億円	2億円	11億円	1億円	△10億円	1億円	国内食肉市況	△3億円	0億円	1億円	8億円	8億円	8億円
（内訳）副資材・燃料等	△1億円	0億円	△2億円	0億円	△10億円	0億円	その他	△4億円	△1億円	△11億円	△4億円	△10億円	△4億円
その他	1億円	3億円	1億円	3億円	△1億円	3億円	合計	△44億円	△28億円	△80億円	0億円	△76億円	0億円
合計	18億円	3億円	28億円	0億円	18億円	0億円							

※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。

＜営業利益計画 加工事業本部＞

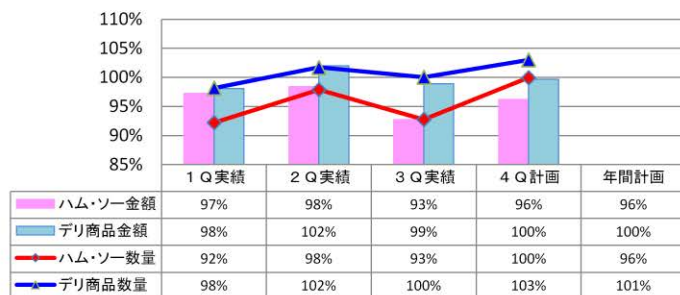
コスト改善効果が大きく(+9億円)出たことに加え、
主原料価格・副資材の落ち着きから増益要因として発現

＜営業利益計画 食肉事業本部＞

国内事業 国内市況価格の弱含みから厳しめの見通し
海外事業は厳しい環境の継続から、△15億円の減益を見込

2. 2016年3月期計画（加工事業本部）

2016年3月期コンシューマ商品販売計画（対昨年同期比）



2016年3月期通期主要商品売上高計画（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	101%	石窯工房群	104%
森の薫りあらびきウインナー	112%	中華名菜群	99%
ロースハム群	103%	プリフライ群	105%
ベーコン群	108%	ハンバーグ・ミートボール群	101%
焼豚群	93%	カレー群	111%
合計	96%	合計	100%

●コンシューマ売上拡大施策

1) 新商品の前倒し発売による売上拡大

- ・「桜姫®大きな唐揚げ」「すこやか三元豚 あらびきロングウインナー」等、前評判が高い商品を例年よりも前倒し発売し、売上拡大を図る。



桜姫® 大きな唐揚げ


 すこやか三元豚
あらびきロングウインナー

2) グループブランドの資産を活用した商品提案の実施

- ・「桜姫®」、「麦小町」等グループの資産であるブランド食肉を使用した高付加価値商品の提案を実施。


 イタリア産長期肥育豚
ドルチェボロコ®使用 ベーコン


麦小町®熟成ロース生ハム

3) 主カブランドの強化と新カテゴリー開拓

- ・「シャウエッセン」、「石窯工房」、「中華名菜」等の主カブランドの更なる拡販、ラインナップ強化、ブラッシュアップ実施。
- ・袋に野菜を入れてレンジ調理するだけの「レンジ調理革命」等、簡便性を追求した商品を投入し新カテゴリーを開拓。


 レンジ調理革命
濃厚トマトシチュー

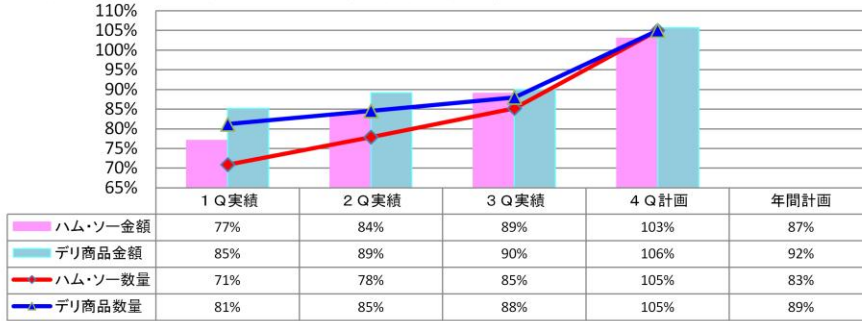
<2016年3月期計画>（加工事業本部 コンシューマ商品）

コンシューマは既に回復傾向

デリ商品は、数量・金額共に昨年を上回る見込

2. 2016年3月期計画（加工事業本部）

2016年3月期業務用商品販売計画（対昨年同期比）



●業務用拡大施策

1) 新商品の拡販

- ・「特厚カツ」等個別商談で高評価だった新商品のメニュー提案を実施し拡販を図る。



2) ブランド食肉を活用した商品提案

- ・メンチカツ、ウインナー、焼豚等の定番商品に「ドルチェポルコ®」「大麦牛」「すこやか三元豚」などグループブランド食肉を使った高付加価値商品提案実施。



3) お得意先への課題解決商品提案

- ・解凍のみで使用できるから揚げや、製パン工場向けシートハム等、お得意先様のオペレーション、ライン特性上の問題点を解決する新商品を提案し、数量拡販を図る。



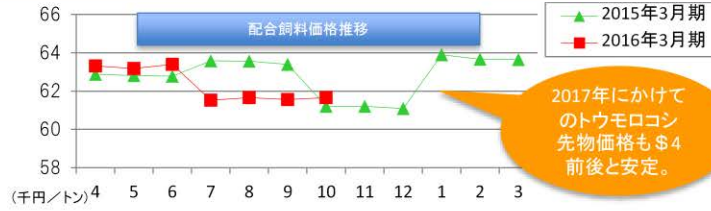
＜2016年3月期計画＞（加工事業本部 業務用商品）
上記に加え、トレンドメニューの提案、発信

3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）

●国内生産事業

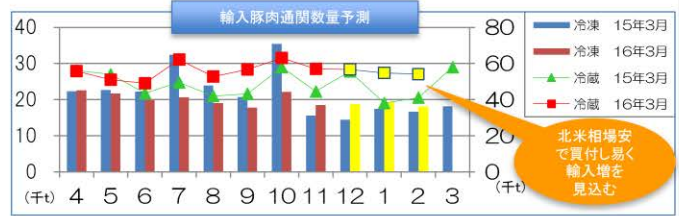
①飼料価格

・穀物相場は、世界的な需要は底堅いものの、安定した生産量と円高傾向から若干弱含む。

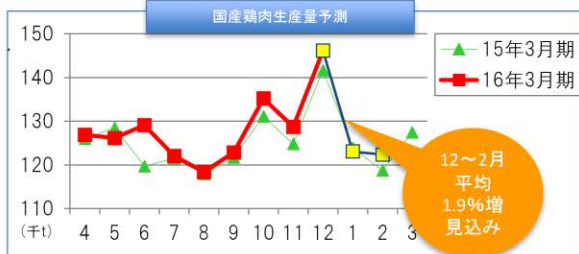


②国内ファーム事業

・豚肉相場は、PEDの影響も落ちつき、生産頭数の回復と輸入量増加で、2年前の水準に落ち着く見通し。



・鶏肉相場は、ムネ肉は輸入量の増加により弱含む一方、モモ肉は堅調に推移する見通し。



※すべて、15年12-16年1・2月は推測値
：グラフ資料出所：農畜産業振興機構

<2016年3月期計画>（食肉事業本部）

国内生産量の回復と輸入量増を見込み、豚鶏を中心に需給が緩むと想定

強い販売網を活かし、安定した収益を確保

3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）

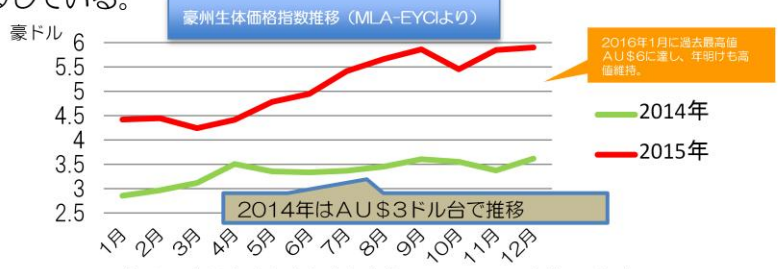
●海外事業

①豪州：肥育頭数を確保し、海外グループ拠点をいかした穀物肥育ブランド牛の拡販と利益率改善を図る。牛の仕入れコストは依然高値で推移している。

【（参考）2016.03 3Q累計豪州事業販売実績】

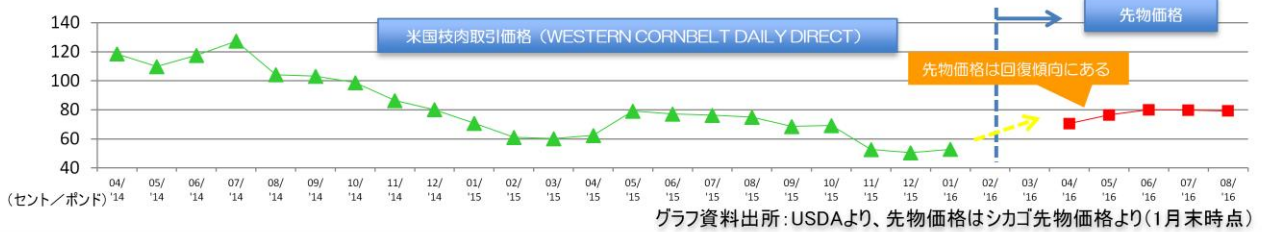
主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	22%	112%
米国	27%	111%
韓国	11%	104%
中国	7%	119%
台湾	4%	88%
豪州国内	12%	61%
その他※	16%	136%
合計	100%	102%

※その他・・・EU、インドネシア、中東等



※元データは豪州食肉家畜生産者事業団 (MLA) の公表値より作成

②米州：現地出荷頭数の回復により、豚肉相場は軟調に推移しており、厳しい状況が続く。



グラフ資料出所: USDAより、先物価格はシカゴ先物価格より(1月末時点)

●国内食肉、輸入食肉、食肉販売（フード会社）

- ・グループ間で連携し、ブランド食肉をさらに拡販。
- ・フード会社において、提案型営業で、二けた伸長する外食チャンネルへの営業を引き続き強化。



<2016年3月期計画>（食肉事業本部）

・豪州

生体仕入高と販売の厳しい状況が4Qにかけて継続
穀物肥育牛（グレインフェッド）の比率アップ
→マーケティング力の向上と販売価格転嫁を進める。

・米州

現地相場は少しずつではあるが回復傾向
→処理頭数の増加率も収まってきて、先物の指数も上がってきている。

○国内食肉、輸入食肉、食肉販売（フード会社）

食肉ブランドの有効活用でさらに販売数量増を見込

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を中心としたメニュー提案の強化。
- ・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）

- ・引続き鯖缶詰の拡販を図ると共に、レトルトパウチ商品、瓶詰の販売強化。



（写真）マリンフーズ（株）
『シーサラダ』



（写真）（株）宝幸
『鯖缶』

●乳製品事業の売上拡大施策

（チーズ）

- ・昨年9月に稼働を開始した大和プラント商品の販売強化。
- ・製パン、外食チャネル及び市販用チャネルの商談強化。

（ヨーグルト）

- ・TVCM等のプロモーションを活用による販売強化を実施。
- ・TOP CUP商品等の販売強化による売上拡大。



日本ルナ（株）

『TOP CUP』シリーズ
グリーンヨーグルトボウル

『パニラヨーグルト』シリーズ
さくらんぼ 佐藤錦

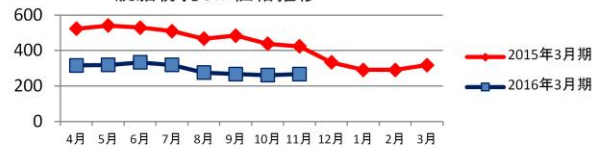
（写真）（株）宝幸

ロルフ おとなの
ベビーチーズシリーズ

●主原料・副資材の動向

- ・チーズ、ヨーグルト原料共に昨年に比べ相場が安定している。

脱脂粉乳CIF価格推移



：グラフ資料出所：農畜産業振興機構

Ⅲ. 2016年3月期 第3四半期財務データ

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

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	3Q 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	3Q 累計実績	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	587,623	7.6	932,797	8.3	1,212,802	8.1	620,309	5.6	962,907	3.2	1,260,000	3.9
ハム・ソーセージ	73,608	9.2	119,776	6.4	150,103	4.6	69,972	△ 4.9	112,563	△ 6.0	142,300	△ 5.2
加工食品	105,285	2.5	162,439	2.6	212,413	2.1	107,799	2.4	168,118	3.5	223,100	5.0
食肉	332,163	9.2	526,123	11.2	691,072	11.6	363,854	9.5	556,371	5.7	729,100	5.5
牛肉	133,108	5.9	213,386	9.9	277,673	11.3	149,389	12.2	228,152	6.9	294,300	6.0
豚肉	116,964	9.1	182,803	10.4	240,660	10.2	116,858	△ 0.1	177,934	△ 2.7	236,400	△ 1.8
鶏肉	69,845	14.6	110,488	12.9	147,203	12.0	84,892	21.5	131,422	18.9	173,300	17.7
その他食肉	12,246	20.5	19,446	25.8	25,536	27.2	12,715	3.8	18,863	△ 3.0	25,100	△ 1.7
水産	44,592	3.6	74,384	3.5	94,396	2.8	45,191	1.3	74,423	0.1	95,600	1.3
乳製品	14,495	9.5	21,941	9.8	28,564	8.8	15,856	9.4	24,155	10.1	31,700	11.0
その他	17,480	11.0	28,134	9.0	36,254	9.4	17,637	0.9	27,277	△ 3.0	38,200	5.4
売上原価	481,482	6.7	758,904	7.8	993,023	8.1	511,068	6.1	788,483	3.9		
売上総利益	106,141	11.7	173,893	10.4	219,779	7.8	109,241	2.9	174,424	0.3		
売上総利益率	18.1%	-	18.6%	-	18.1%	-	17.6%	-	18.1%	-		
販売費及び一般管理費	83,796	0.8	129,934	1.8	171,335	1.9	87,447	4.4	132,857	2.2		
営業利益	22,345	87.2	43,959	47.5	48,444	35.7	21,794	△ 2.5	41,567	△ 5.4	43,000	△ 11.2
税引前利益	20,947	96.0	42,869	51.6	44,544	26.2	20,743	△ 1.0	38,660	△ 9.8	40,000	△ 10.2
当社株主帰属当期純利益	15,067	97.7	30,793	60.7	31,048	26.6	15,366	2.0	27,195	△ 11.7	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)			
	3Q		3Q累計		3Q		3Q累計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	△ 2.3	2.2	2.5	6.4	△ 9.1	△ 7.7	△ 9.8	△ 6.0
加工食品	△ 2.0	2.9	△ 0.8	2.6	8.2	5.5	0.9	3.5
食肉	△ 0.0	14.8	△ 3.1	11.2	4.5	△ 0.7	6.0	5.7
牛肉	0.4	17.2	△ 4.0	9.9	△ 9.4	△ 1.9	△ 6.0	6.9
豚肉	△ 4.9	12.9	△ 9.4	10.4	2.1	△ 7.2	3.6	△ 2.7
鶏肉	3.3	10.1	3.8	12.9	19.4	14.5	19.1	18.9
その他食肉	30.6	36.0	15.8	25.8	△ 17.5	△ 14.6	△ 7.6	△ 3.0

【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 累計	3Q 累計実績	通期 実績	上期 実績	前年比	3Q 累計実績	前年比	通期 計画	前年比
国内売上高	528,673	838,711	1,087,832	549,855	4.0	860,373	2.6	1,126,400	3.5
外部顧客売上高	528,111	837,692	1,086,474	549,250	4.0	859,271	2.6	1,125,000	3.5
セグメント間内部売上高	562	1,019	1,358	605	7.7	1,102	8.1	1,400	3.1
国内営業利益	15,306	31,494	35,769	18,745	22.5	38,254	21.5	41,500	16.0
国内売上高営業利益率	2.9%	3.8%	3.3%	3.4%	-	4.4%	-	3.7%	-
海外売上高	126,369	194,697	252,985	136,125	7.7	202,889	4.2	262,500	3.8
外部顧客売上高	59,512	95,105	126,328	71,059	19.4	103,636	9.0	135,000	6.9
セグメント間内部売上高	66,857	99,592	126,657	65,066	△ 2.7	99,253	△ 0.3	127,500	0.7
海外営業利益	7,195	12,755	12,835	2,965	△ 58.8	2,978	△ 76.7	1,500	△ 88.3
海外売上高営業利益率	5.7%	6.6%	5.1%	2.2%	-	1.5%	-	0.6%	-

*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、%)

《販管費》	2015年3月期	2016年3月期		
	第3四半期累計実績	第3四半期累計実績	対前年同期増減率	対前年同期増減額
★① 販売費および一般管理費	129,934	132,857	2.2	2,923
人件費	49,491	50,943	2.9	1,452
★② 広告宣伝費	8,552	8,632	0.9	80
★③ 物流費	39,249	40,444	3.0	1,195
その他	32,642	32,838	0.6	196

主な増減要因

- ★① 販管費 売上高販管費率は13.8%とほぼ変動なし。
- ★② 広告宣伝費 広告宣伝費はテレビCMの増加など8千万円の増加。
- ★③ 物流費 売上数量拡大により運賃など約12億円の増加。

(単位：百万円)

	2015年3月期	2016年3月期		2015年3月期
	第3四半期累計実績	第3四半期累計実績	対前年同期増減	通期実績
その他の営業費用及び(△収益)-純額	496	1,303	807	4,231
固定資産関連	496	1,303	807	4,239
その他	-	-	-	△8
★① その他の収益及び(△費用)-純額	465	△546	△1,011	1,678
受取利息・配当金	952	860	△92	1,151
為替差損益	△907	△1,290	△383	△88
その他	420	△116	△536	615
支払利息	1,059	1,058	△1	1,347

主な増減要因

- ★① その他の収益及び(△費用)-純額 為替差損益等の影響により、約10億円の悪化。

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3四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	661,567	732,955	10.8	71,388
	現金及び現金同等物	57,404	39,747	△ 30.8	△ 17,657
★②	売上債権	127,273	184,340	44.8	57,067
★③	棚卸資産	143,107	152,316	6.4	9,209
	有形固定資産	252,537	265,083	5.0	12,546
	投資及びその他の資産	41,170	45,004	9.3	3,834
	長期繰延税金資産	7,067	6,928	△ 2.0	△ 139
	負債合計	305,143	355,397	16.5	50,254
	支払手形及び買掛金	94,212	123,652	31.2	29,440
★④	有利子負債	136,806	166,927	22.0	30,121
	退職金及び年金債務	12,075	12,500	3.5	425
	当社株主資本	353,664	369,745	4.5	16,081
	非支配持分	2,760	7,813	183.1	5,053
	資本合計	356,424	377,558	5.9	21,134

主な増減要因

- ★① 資産合計 ②③を含めて約714億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増及び消費税増により前期末比、約570億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 主に加工食品の増加により前期末比、約92億円の増加。
- ★④ 有利子負債 短期・長期共に借入金増により、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	
	第3四半期実績	第3四半期実績	対前年増減率	対前年増減額	通期計画	
設備投資額	23,924	26,725	11.7	2,801	52,200	
生産設備	15,002	12,409	△ 17.3	△ 2,593	20,200	
販売・物流設備	1,621	2,331	43.8	710	6,400	
ファーム・処理設備	4,401	5,124	16.4	723	10,400	
海外事業設備	1,794	2,954	64.7	1,160	11,000	
その他設備	1,106	3,907	253.3	2,801	4,200	
減価償却費	14,194	14,464	1.9	270	20,000	

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。