

決算説明資料

～2019年3月期 第2四半期～

説明会開催予定日
2018年11月6日（火）
日本ハム株式会社

目 次

- I. 2019年3月期 第2四半期連結業績の総括**
- II. 2019年3月期 見通し**
- III. 2019年3月期 第2四半期財務データ**

※表記について

"US"表記は米国会計基準を意味します。

I. 2019年3月期 第2四半期連結業績の総括

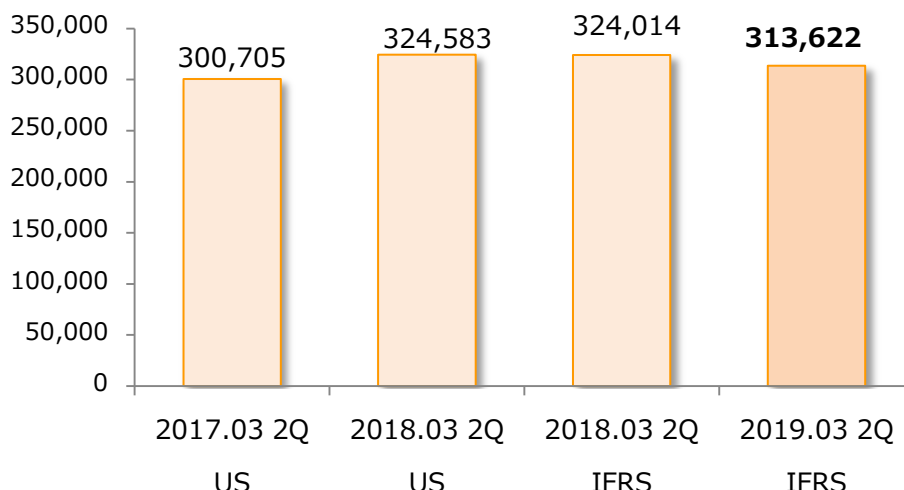
- 1. セグメント情報 第2四半期**
- 2. セグメント情報 上期**
- 3. セグメント情報 加工事業本部**
- 4. セグメント情報 食肉事業本部**
- 5. セグメント情報 関連企業本部**
- 6. セグメント情報 海外事業本部**
- 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績**

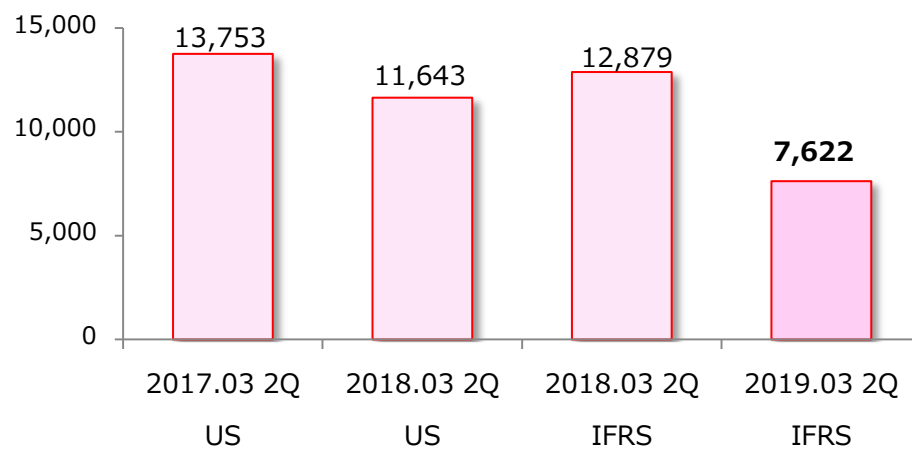
1. セグメント情報 第2四半期

(単位：百万円)

		2017.03.2Q (US)	2018.03.2Q (US)	2018.03.2Q (IFRS)	2019.03.2Q (IFRS)	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	87,702	89,285	89,285	90,131	846	0.9
	営業利益	2,125	1,296	1,555	1,420	△ 135	△ 8.7
食肉事業本部	売上高	186,368	196,501	196,496	189,907	△ 6,589	△ 3.4
	営業利益	11,090	11,623	11,815	8,495	△ 3,320	△ 28.1
関連企業本部	売上高	39,991	41,645	41,643	39,408	△ 2,235	△ 5.4
	営業利益	1,016	430	494	175	△ 319	△ 64.6
海外事業本部	売上高	53,944	69,553	70,098	67,499	△ 2,599	△ 3.7
	営業利益	△ 25	△ 2,013	△ 1,194	△ 798	396	-
消去調整他	売上高	△ 67,300	△ 72,401	△ 73,508	△ 73,323	185	-
	営業利益	△ 453	307	209	△ 1,670	△ 1,879	-
連結合計	売上高	300,705	324,583	324,014	313,622	△ 10,392	△ 3.2
	営業利益	13,753	11,643	12,879	7,622	△ 5,257	△ 40.8

 (単位：百万円)
 (連結)

売上高

 (単位：百万円)
 (連結)

営業利益


※セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.24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。

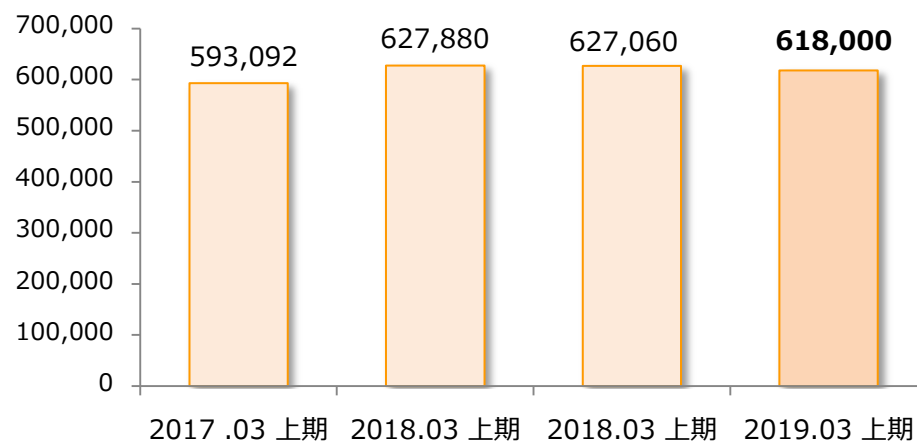
2. セグメント情報 上期

(単位：百万円)

		2017.03.上期 (US)	2018.03.上期 (US)	2018.03.上期 (IFRS)	2019.03.上期 (IFRS)	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	169,090	172,513	172,513	174,463	1,950	1.1
	営業利益	3,236	2,204	2,887	2,753	△ 134	△ 4.6
食肉事業本部	売上高	370,661	389,592	389,597	379,135	△ 10,462	△ 2.7
	営業利益	19,419	24,497	25,505	18,252	△ 7,253	△ 28.4
関連企業本部	売上高	77,700	79,928	79,925	75,952	△ 3,973	△ 5.0
	営業利益	1,602	919	1,164	193	△ 971	△ 83.4
海外事業本部	売上高	109,225	125,385	127,108	131,657	4,549	3.6
	営業利益	△ 599	△ 2,528	△ 1,361	△ 855	506	-
消去調整他	売上高	△ 133,584	△ 139,538	△ 142,083	△ 143,207	△ 1,124	-
	営業利益	△ 226	467	1,619	1,079	△ 540	-
連結合計	売上高	593,092	627,880	627,060	618,000	△ 9,060	△ 1.4
	営業利益	23,432	25,559	29,814	21,422	△ 8,392	△ 28.1

 (単位：百万円)
 (連結)

売上高



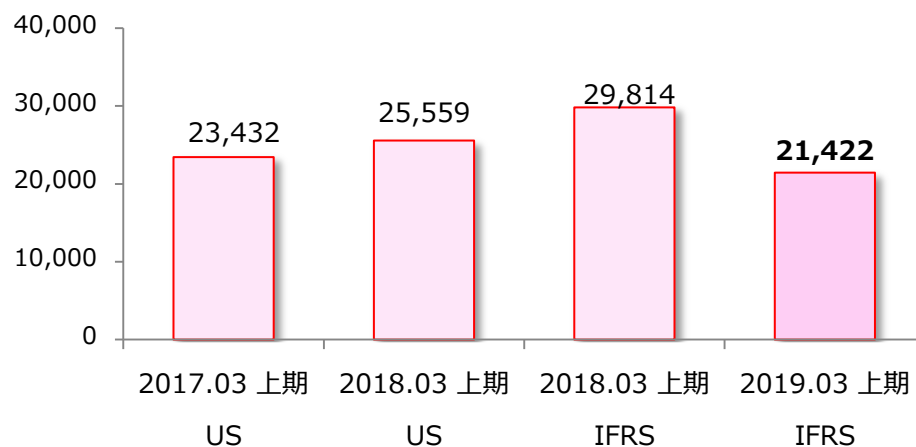
US US IFRS IFRS

※セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.24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。

 (単位：百万円)
 (連結)

営業利益



US US IFRS IFRS

3. セグメント情報 加工事業本部①

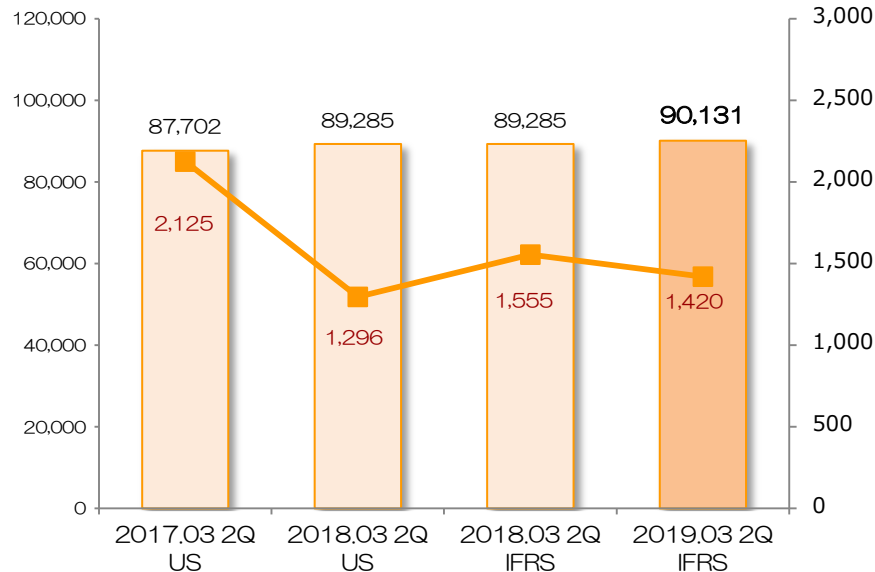
第2四半期実績

(売上高：百万円)

売上高

営業利益

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2018.03. 2 Q	2019.03. 2 Q	前年差	前年比(%)
売上高計	89,285	90,131	846	0.9
営業利益	1,555	1,420	△ 135	△ 8.7
営業利益率	1.7%	1.6%	-	-

【上期売上高の状況】

・既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）

コンシューマ商品は、TVCM放映や新商品の投入により、デリ商品を中心に好調に推移し、前年を上回った。

業務用は、低収益商品を見直した事で前年を下回った。

既存事業全体ではコンシューマ商品の伸長により増収となった。

・育成事業（バンダー、市販冷食、物流事業）

バンダーにおける新商品投入や物流における共配等により前年を上回った。

以上により加工事業本部連結では増収となった。

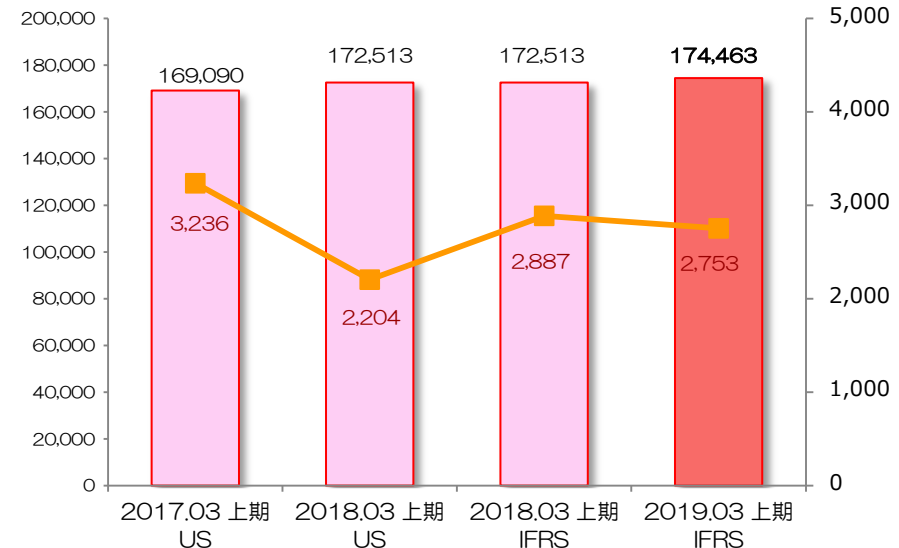
上期実績

(売上高：百万円)

売上高

営業利益

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2018.03 上期	2019.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	172,513	174,463	1,950	1.1
営業利益	2,887	2,753	△ 134	△ 4.6
営業利益率	1.7%	1.6%	-	-

【上期営業利益の状況】

・既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）

労務費や物流コストが増加したが、コンシューマ商品が好調に推移したことで商品構成が好転し前年を上回った。

・育成事業（バンダー、市販冷食、物流事業）

バンダー等の新商品投入等により前年を上回った。

加工事業本部連結では、上記に災害等の一時費用や制度変更の影響も加わり前年をわずかに下回った。

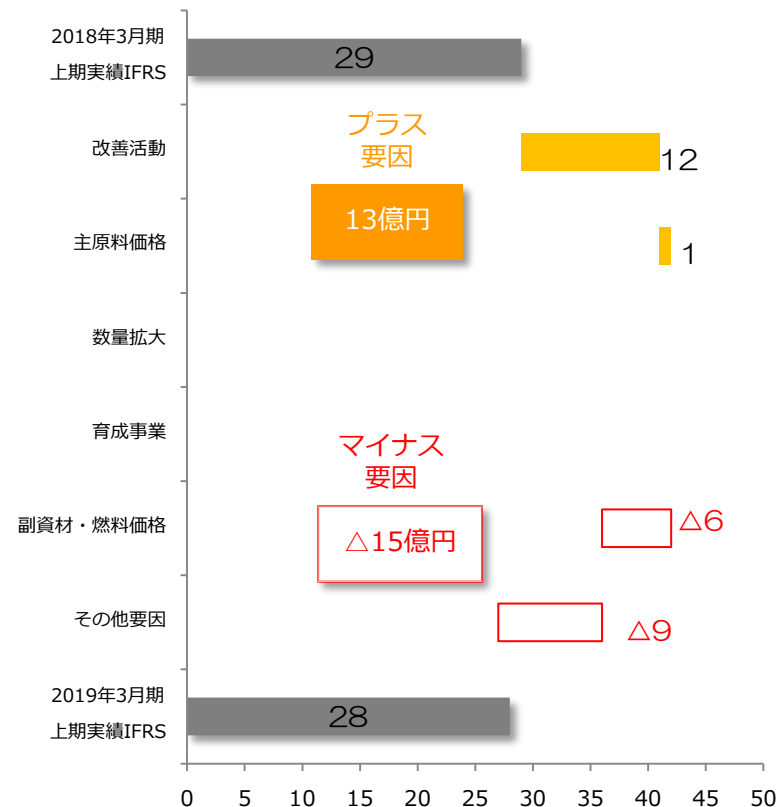
3. セグメント情報 加工事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2019.03期				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 見込み	上期 実績	計画 差異
既存事業	3億円	4億円	17億円	7億円	△ 9億円
外部要因	△ 4億円	△ 1億円	△ 4億円	△ 4億円	0億円
(内訳) 主原料価格	△ 2億円	3億円	1億円	1億円	△ 0億円
(内訳) 副資材・燃料等	△ 1億円	△ 4億円	△ 6億円	△ 6億円	0億円
内部要因	7億円	5億円	21億円	12億円	△ 9億円
(内訳) 数量拡大	0億円	0億円	1億円	0億円	△ 0億円
(内訳) 改善活動	6億円	5億円	20億円	12億円	△ 9億円
育成事業	△ 1億円	1億円	△ 0億円	△ 0億円	△ 0億円
その他	△ 2億円	△ 6億円	△ 8億円	△ 9億円	△ 0億円
合計	0億円	△ 1億円	8億円	△ 1億円	△ 10億円

※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）

【既存事業】＜数量拡大＞

前年並みにとどまり計画通りとなった。

＜改善活動＞

コンシューマ品伸長に伴い品種構成がほぼ計画通り好転したが、ギフト品の苦戦や人手不足を背景とした労務費及び物流費の想定以上の増加により計画を大幅に下回った。

【育成事業】

人件費や物流費の高騰により計画並みとなった。

3. セグメント情報 加工事業本部③

●ギフト売上実績（中元期）

【（参考） ギフト売上高実績（対前年同期比）】

- ・2019年3月期の実績は 売上高前年同期比：91%
- ・「美ノ国」ギフトは売上高前年同期比：90%
（構成比は金額ベースで34%）

		2018.03 実績	2019.03 実績
		前年比	前年比
中元	全社販売金額	98%	91%
	（うち美ノ国）	105%	90%

●主要コンシューマ商品群 売上高実績

【（参考） 主要コンシューマ商品群 売上高実績（対前年同期比）】



使い勝手のよさを追求し小分けタイプに
パッケージを変更した「アンティエ」



シャウエッセンブランドを活用した新商品
「シャウエッセンピザ」

ハム・ソーセージ	2019.03 上期実績	デリ商品	2019.03 上期実績
ウインナー群	101%	チルドベーカリー群	105%
ロースハム・ベーコン群	99%	チルド惣菜群	110%
焼豚群	101%	フライドチキン群	100%
コンシューマ商品計	99%	ハンバーグ・ミートボール群	105%
		コンシューマ商品計	107%

●チャネル別売上実績

【（参考）チャネル別伸び率（対前年同期比）】

①コンシューマ

- ・ハム・ソーセージは、主力の「シャウエッセン」、
「豊潤あらびきウインナー」、「アンティエ」を中心に堅調に
推移した。
- ・デリ商品は、CM放映など販促を強化した「中華名菜」、
新商品を投入したチルドベーカリー群を中心に好調に推移した。

②業務用

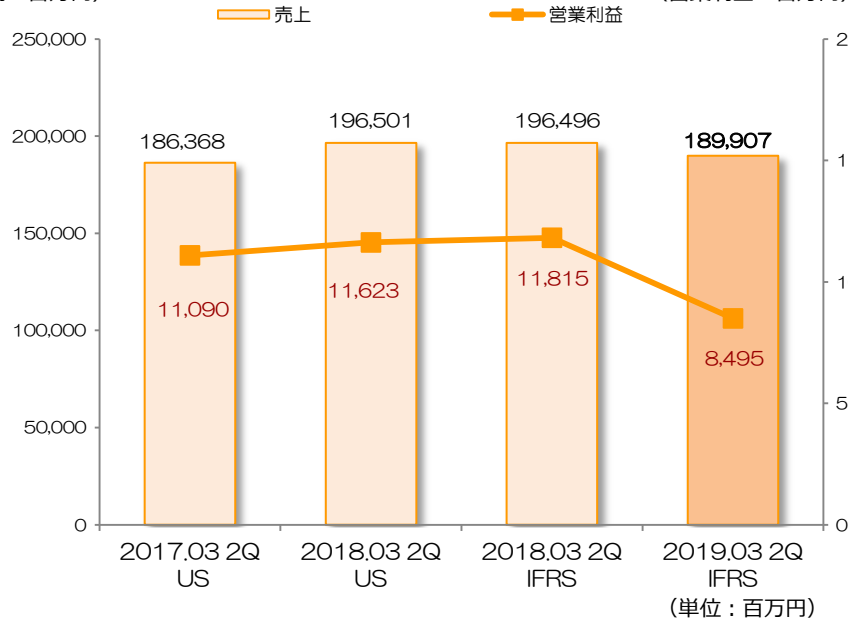
低収益商品を見直した事で前年を下回った。

2019.03上期実績		数量	金額
ハム ・ソーセージ	コンシューマ	100%	99%
	業務用	96%	97%
	合計	99%	98%
デリ商品	コンシューマ	107%	107%
	業務用	98%	96%
	合計	102%	102%

4. セグメント情報 食肉事業本部①

第2四半期実績

(売上高：百万円)



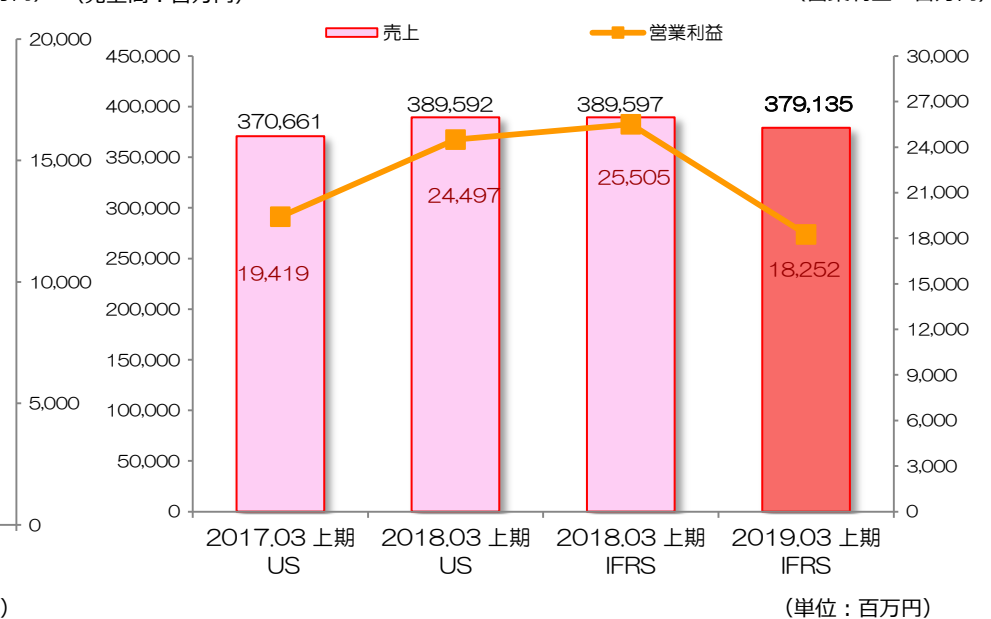
	2018.03 2Q	2019.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	196,496	189,907	△ 6,589	△ 3.4
営業利益	11,815	8,495	△ 3,320	△ 28.1
営業利益率	6.0%	4.5%	-	-

【上期売上高の状況】

当社ブランド食肉の「麦小町」「桜姫」をはじめ国産豚肉・鶏肉中心に拡販に努めたが、国産・輸入鶏肉の相場が軟調に推移したことや天候不順による需要減などで苦戦し、売上高は前年を下回った。

上期実績

(売上高：百万円)



	2018.03 上期	2019.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	389,597	379,135	△ 10,462	△ 2.7
営業利益	25,505	18,252	△ 7,253	△ 28.4
営業利益率	6.5%	4.8%	-	-

【上期営業利益の状況】

生産部門では、生産成績向上やブランド比率向上に努めたが、国産鶏肉相場下落が収益を圧迫した。
 また販売部門でも、輸入牛肉の生産地での相場高や、輸入鶏肉の昨年の市況高からの反動、国産豚肉相場の変動などにより減益となった。
 食肉事業本部全体として、上記に加え台風・地震など災害の影響もあり減益となった。

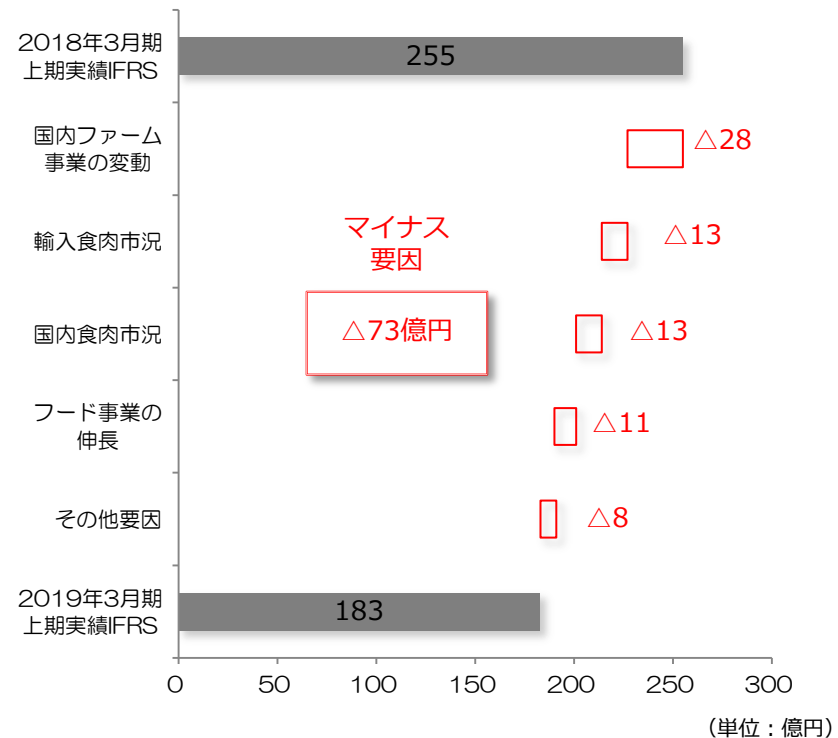
4. セグメント情報 食肉事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2019.03月期				
	1 Q 実績	2 Q 実績	上期 見込み	上期 実績	差異
輸入食肉市況	△ 15億円	3億円	△7億円	△13億円	△5億円
国内食肉市況	△ 4億円	△9億円	△3億円	△13億円	△10億円
国内ファーム事業の変動	△ 13億円	△15億円	△25億円	△28億円	△3億円
フード事業の伸長	△ 3億円	△8億円	0億円	△11億円	△11億円
その他要因	△ 4億円	△4億円	△7億円	△8億円	△1億円
合計	△ 39億円	△33億円	△42億円	△73億円	△31億円

※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）

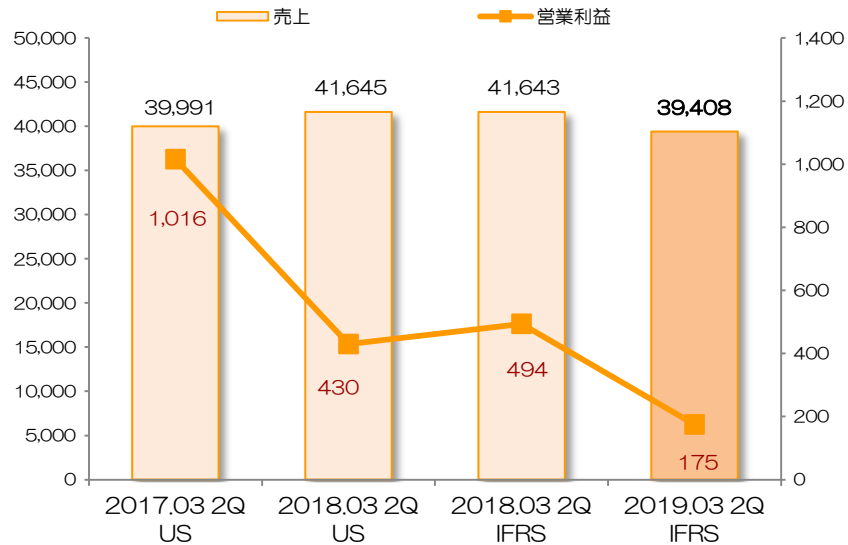
- 【輸入食肉市況】
 - ・・・輸入牛肉が世界的な需要増により高値推移したこと、輸入鶏肉の価格が軟調に推移したことにより計画を下回った。
- 【国内ファーム事業の変動】
 - ・・・国産鶏肉が、各社の増産により供給が安定していたことや、天候不順の影響で昨年よりも消費の盛り上がりには欠けたことにより相場が軟調に推移し、計画を下回った。
- 【フード事業の伸長】
 - ・・・労務コストの上昇により物流事業が苦戦したことや、西日本豪雨と台風の影響で需要が落ち込んだことにより計画を下回った。

5. セグメント情報 関連企業本部

第2四半期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2018.03 2Q	2019.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	41,643	39,408	△ 2,235	△ 5.4
営業利益	494	175	△ 319	△ 64.6
営業利益率	1.2%	0.4%	-	-

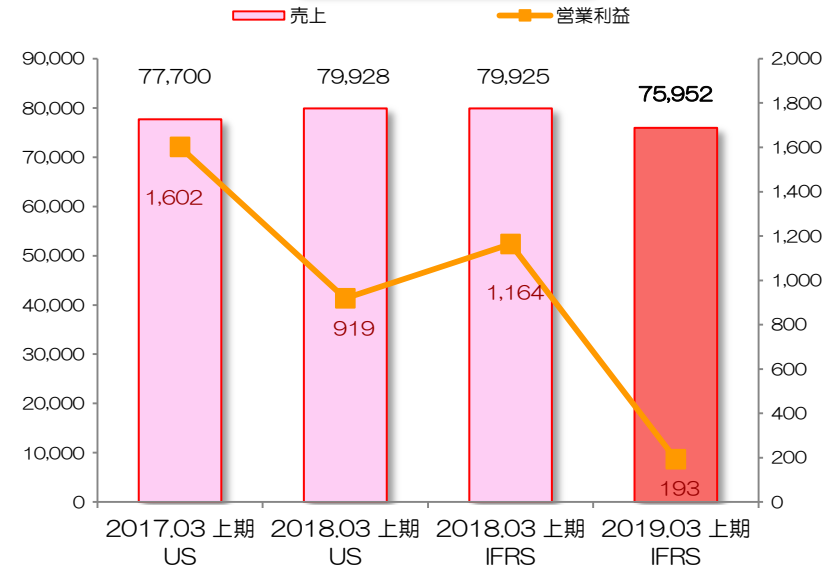
【上期売上高の状況】

- ・水産事業
低収益商品のアイテム削減を進めたことや、相場高騰と競争激化により水産原料の販売が苦戦したことで減収となった。
- ・乳製品事業
ヨーグルト・乳酸菌飲料では、バニラヨーグルトやドリンクヨーグルトは好調に推移したものの、スムージーの販売数量が減少したことが影響し減収となった。チーズは、市販用を中心に伸長し昨年を上回った。以上により、乳製品事業全体では減収となった。

上期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2018.03 上期	2019.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	79,925	75,952	△ 3,973	△ 5.0
営業利益	1,164	193	△ 971	△ 83.4
営業利益率	1.5%	0.3%	-	-

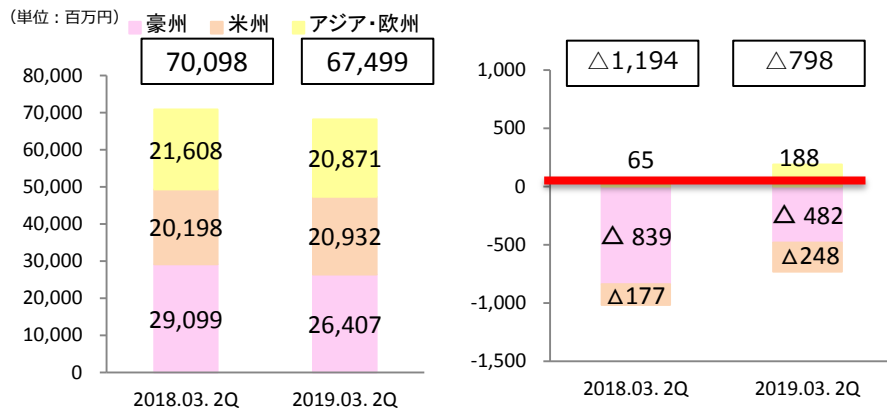
【上期営業利益の状況】

- ・水産事業
価格改定を進めたことや低収益商品のアイテムを削減したことにより粗利益率が改善したことで、第2四半期では収益の改善が見られたが、上期全体では販売に苦戦したことで減益となった。
- ・乳製品事業
業務用チーズを中心に原料価格上昇分の価格転嫁が進まず、製造経費の増加等の要因もあり減益となった。

第2四半期実績

〔売上高〕

〔営業利益〕



		2018.03 2Q	2019.03 2Q	前年比(%)
海外計	売上高	70,098	67,499	△ 3.7
	営業利益	△ 1,194	△ 798	-
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	29,099	26,407	△ 9.3
	営業利益	△ 839	△ 482	-
米州	売上高	20,198	20,932	3.6
	営業利益	△ 177	△ 248	-
アジア・ 欧州	売上高	21,608	20,871	△ 3.4
	営業利益	65	188	189.2

※売上金額・営業利益は、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)

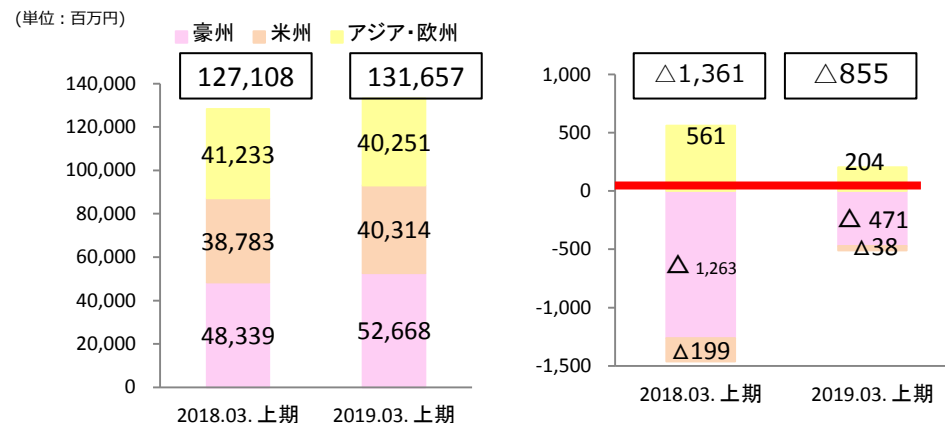
【上期売上高の状況】

豪州は販売価格が高値で推移したことや、豪ドル安により食肉輸出環境が好調だったことにより増収となった。
米州は日本向け食肉輸出の好調な推移により増収となった。
アジア・欧州はトルコ エゲタブ社の販売数量が拡大したが、タイでの鶏肉加工品の輸出数量が苦戦し減収となった。

上期実績

〔売上高〕

〔営業利益〕



		2018.03 上期	2019.03 上期	前年比(%)
海外計	売上高	127,108	131,657	3.6
	営業利益	△ 1,361	△ 855	-
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	48,339	52,668	9.0
	営業利益	△ 1,263	△ 471	-
米州	売上高	38,783	40,314	3.9
	営業利益	△ 199	△ 38	-
アジア・ 欧州	売上高	41,233	40,251	△ 2.4
	営業利益	561	204	△ 63.6

【上期営業利益の状況】

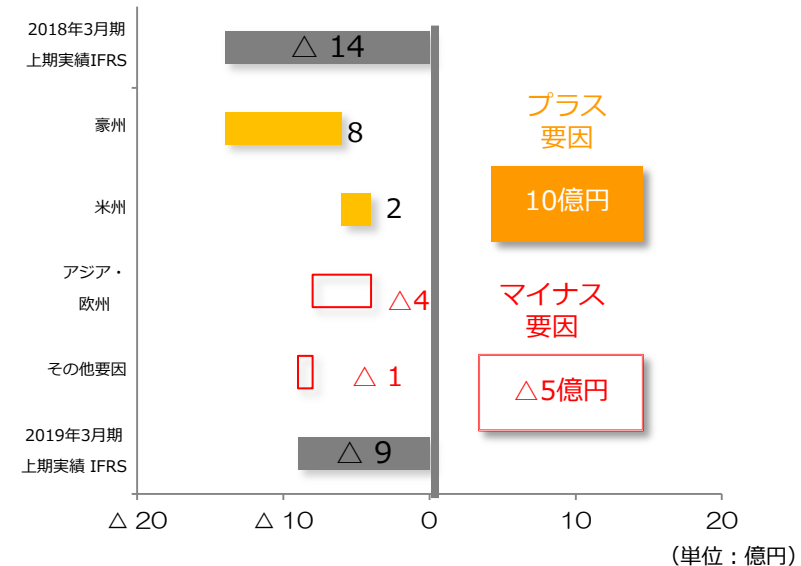
ウルグアイでの事業環境は厳しかったが、豪州は生体調達コストの低下や好調な販売で黒字に転じ、全体では赤字幅が縮小した。
米州は食肉仕入価格の安定等による輸出環境は改善したが、赤字解消には至らなかった。
アジア・欧州では、トルコ エゲタブ社における販売価格の下落やリラ安による飼料コスト上昇で苦戦、タイでの数量減も響き、減益となった。

【営業利益増減要因分析】

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】

	2019.03月期				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 見込み	上期 実績	差異
豪州（ウルグアイ含）	4億円	4億円	13億円	8億円	△5億円
米州	2億円	△1億円	2億円	2億円	△1億円
アジア・欧州	△5億円	1億円	△2億円	△4億円	△2億円
その他要因	△1億円	0億円	△2億円	△1億円	1億円
合計	1億円	4億円	11億円	5億円	△6億円

※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。



計画差異要因

●豪州事業

ウルグアイが生体の集荷環境の悪化や周辺競合国の通貨安の影響で苦戦し、計画を下回った。

●米州事業

日本向けの食肉輸出環境は好調に推移したが、加工食品の販売競争で苦戦し、計画並みとなった。

●アジア・欧州事業

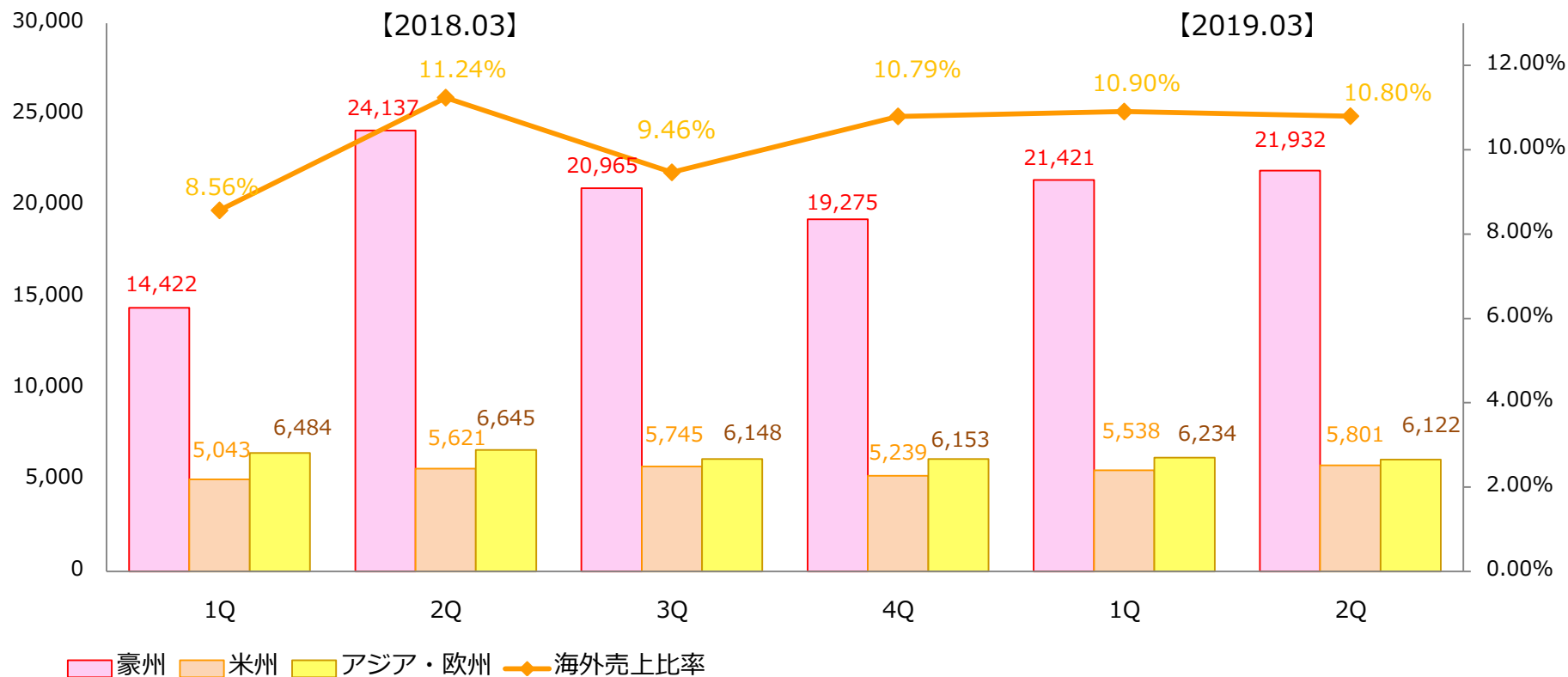
トルコ エゲタブ社は事業環境が厳しい中収益を確保することができたが、タイにおける鶏肉加工品の輸出数量が苦戦し計画を下回った。

7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円：％)

	2018.03(IFRS)					2019.03(IFRS)	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
豪州	14,422	24,137	20,965	19,275	78,799	21,421	21,932
米州	5,043	5,621	5,745	5,239	21,648	5,538	5,801
アジア・欧州	6,484	6,645	6,148	6,153	25,430	6,234	6,122
海外計	25,949	36,403	32,857	30,668	125,877	33,192	33,857
海外売上比率	8.56%	11.24%	9.46%	10.79%	10.00%	10.90%	10.80%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



Ⅱ． 2019年3月期の見通し

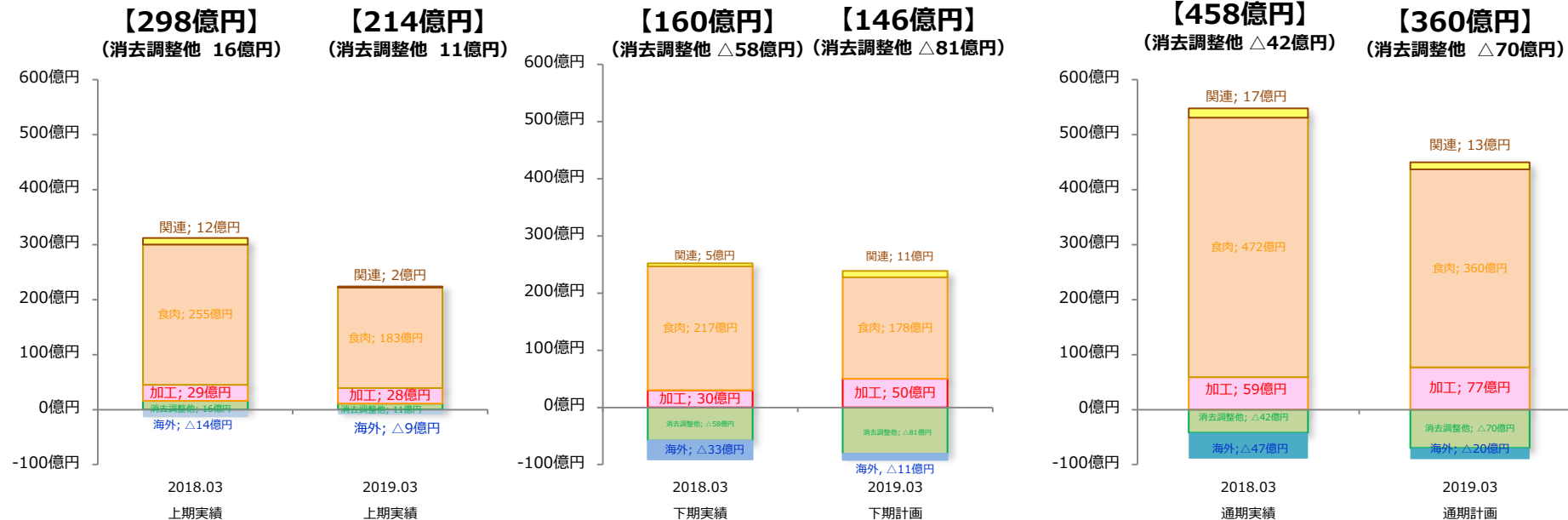
- 1. 2019年3月期 営業利益計画**
- 2. 2019年3月期計画（加工事業本部）**
- 3. 2019年3月期計画（食肉事業本部）**
- 4. 2019年3月期計画（関連企業本部）**
- 5. 2019年3月期計画（海外事業本部）**

1. 2019年3月期 営業利益計画①

(単位：億円)

(単位：億円)

(単位：億円)



	2019.03 上期			2019.03 下期			2019.03 通期		
	2018.03 上期実績	実績	増減	2018.03 下期実績	見込み	増減	2018.03 通期実績	見込み	増減
加工事業本部	29億円	28億円	△1億円	30億円	50億円	20億円	59億円	77億円	18億円
食肉事業本部	255億円	183億円	△73億円	217億円	178億円	△39億円	472億円	360億円	△112億円
関連企業本部	12億円	2億円	△10億円	5億円	11億円	6億円	17億円	13億円	△4億円
海外事業本部	△14億円	△9億円	5億円	△33億円	△11億円	22億円	△47億円	△20億円	27億円
消去調整他	16億円	11億円	△5億円	△58億円	△81億円	△23億円	△42億円	△70億円	△29億円
(内)構造改革費用	-	0億円	-	-	0億円	-	-	0億円	-
(内)価値創造費用	-	0億円	-	-	△2億円	-	-	△2億円	-
(内)球団損益	-	17億円	-	-	△36億円	-	-	△19億円	-
(内)災害損失	-	△14億円	-	-	△0億円	-	-	△14億円	-
(内)その他	-	8億円	-	-	△44億円	-	-	△36億円	-
合計	298億円	214億円	△84億円	160億円	146億円	△14億円	458億円	360億円	△98億円

1. 2019年3月期 営業利益計画②

【1Q見込みとの差異】

※3Q、4Q、下期、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。

	2019.03 上期			2019.03 3Q			2019.03 4Q			2019.03 下期			2019.03 通期		
	1Q 見込み	実績	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
加工事業本部	37億円	28億円	△10億円	51億円	53億円	2億円	△3億円	△4億円	△1億円	48億円	50億円	2億円	85億円	77億円	△8億円
食肉事業本部	213億円	183億円	△31億円	142億円	105億円	△38億円	85億円	73億円	△12億円	227億円	178億円	△50億円	440億円	360億円	△80億円
関連企業本部	14億円	2億円	△12億円	17億円	14億円	△3億円	△1億円	△3億円	△2億円	16億円	11億円	△5億円	30億円	13億円	△17億円
海外事業本部	△3億円	△9億円	△6億円	7億円	△9億円	△16億円	1億円	△3億円	△4億円	8億円	△11億円	△19億円	5億円	△20億円	△25億円
消去調整他	39億円	11億円	△28億円	△37億円	△18億円	19億円	△62億円	△63億円	△1億円	△99億円	△81億円	18億円	△60億円	△70億円	△10億円
(内)構造改革費用	0億円	0億円	0億円	△10億円	0億円	10億円	△10億円	0億円	10億円	△20億円	0億円	20億円	△20億円	0億円	20億円
(内)価値創造費用	△5億円	0億円	5億円	△5億円	△0億円	5億円	△10億円	△2億円	8億円	△15億円	△2億円	13億円	△20億円	△2億円	18億円
(内)球団損益	24億円	17億円	△7億円	△19億円	△16億円	3億円	△20億円	△20億円	0億円	△39億円	△36億円	3億円	△15億円	△19億円	△4億円
(内)災害損失	-	△14億円	△14億円	-	△0億円	△0億円	-	0億円	0億円	-	△0億円	△0億円	-	△14億円	△14億円
(内)その他	21億円	8億円	△13億円	△3億円	△2億円	1億円	△22億円	△41億円	△19億円	△26億円	△43億円	△18億円	△5億円	△35億円	△30億円
合計	300億円	214億円	△86億円	180億円	145億円	△35億円	20億円	1億円	△19億円	200億円	146億円	△54億円	500億円	360億円	△140億円

- 今期、構造改革費用は発生しない見通し。
- 価値創造費用は、約2億円にとどまる。
- 災害損失は、営業利益で14億円の減少要因となった。この他に機会損失として、主に食肉事業本部で約10億円の損失が発生。

1. 2019年3月期 営業利益計画③

【営業利益計画 増減要因分析】

○加工事業本部

加工事業本部	1Q見込みとの差異								
	3Q			4Q			通期		
	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
既存事業計	1億円	4億円	4億円	8億円	3億円	△5億円	25億円	15億円	△10億円
外部要因	△5億円	0億円	5億円	△3億円	△2億円	1億円	△12億円	△6億円	6億円
（内訳）主原料価格	2億円	7億円	5億円	2億円	7億円	4億円	5億円	14億円	9億円
（内訳）副資材・燃料等	△7億円	△6億円	0億円	△5億円	△8億円	△3億円	△17億円	△20億円	△3億円
内部要因	5億円	4億円	△2億円	11億円	5億円	△6億円	37億円	21億円	△16億円
（内訳）数量拡大	2億円	0億円	△2億円	0億円	0億円	0億円	3億円	0億円	△2億円
（内訳）改善活動	3億円	4億円	1億円	11億円	5億円	△6億円	35億円	21億円	△14億円
育成事業	1億円	1億円	0億円	2億円	1億円	△0億円	3億円	2億円	△1億円
その他	4億円	2億円	△2億円	3億円	7億円	4億円	△2億円	1億円	3億円
合計	6億円	8億円	2億円	13億円	12億円	△1億円	26億円	18億円	△8億円

○食肉事業本部

食肉事業本部	1Q見込みとの差異								
	3Q			4Q			通期		
	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
輸入食肉市況	12億円	△1億円	△13億円	9億円	9億円	0億円	14億円	△5億円	△18億円
国内食肉市況	0億円	△5億円	△5億円	△3億円	△6億円	△4億円	△5億円	△24億円	△19億円
国内ファーム事業の変動	△3億円	△18億円	△15億円	2億円	△13億円	△14億円	△26億円	△58億円	△32億円
フード事業の伸長	△4億円	△4億円	△1億円	△3億円	△2億円	1億円	△7億円	△17億円	△10億円
その他要因	5億円	0億円	△5億円	△5億円	0億円	5億円	△7億円	△7億円	△1億円
合計	10億円	△28億円	△38億円	0億円	△12億円	△12億円	△32億円	△112億円	△80億円

○海外事業本部

海外事業本部	営業利益増減要因								
	3Q			4Q			通期		
	1Q見込み	見込み	差異	1Q見込み	見込み	差異	1Q見込み	見込み	差異
豪州事業(ウルクアイ含む)	12億円	6億円	△6億円	8億円	10億円	2億円	32億円	24億円	△9億円
米州事業部	6億円	△1億円	△7億円	3億円	2億円	△1億円	12億円	3億円	△9億円
アジア・欧州事業部	3億円	3億円	△0億円	7億円	4億円	△4億円	8億円	3億円	△5億円
その他要因	2億円	0億円	△2億円	△0億円	△2億円	△2億円	0億円	△3億円	△3億円
合計	24億円	8億円	△16億円	18億円	14億円	△4億円	52億円	27億円	△25億円

【営業利益額見込み】

海外事業本部	営業利益額					
	3Q		4Q		通期	
	1Q見込み	見込み	1Q見込み	見込み	1Q見込み	見込み
豪州事業(ウルクアイ含む)	2億円	△4億円	0億円	2億円	2億円	△7億円
米州事業部	4億円	△3億円	1億円	0億円	6億円	△3億円
アジア・欧州事業部	1億円	1億円	2億円	△2億円	6億円	1億円
その他要因	△0億円	△3億円	△2億円	△4億円	△9億円	△12億円
合計	7億円	△9億円	1億円	△3億円	5億円	△20億円

2. 2019年3月期計画（加工事業本部）

●ギフト販売施策

- ・日本ギフト大賞「プレミアムギフト賞」2年連続受賞を最大限活用していく。
- ・フラッグシップブランド「美ノ国」は新アイテム投入によりシリーズ拡充を図る。
- ・定番ブランド「本格派」や惣菜系ギフト「四川名菜」の販促を強化していく。

【(参考) ギフト売上高実績・計画（対前年同期比）】

		2018.03 実績	2019.03 実績&計画
		前年比	前年比
中元	全社販売金額	98%	91%
	(うち美ノ国)	105%	90%
歳暮	全社販売金額	93%	100%
	(うち美ノ国)	100%	102%
合計	全社販売金額	95%	97%
	(うち美ノ国)	102%	98%
	(美ノ国構成比)	32%	32%

●主要コンシューマ商品群 販売施策

- ①ハム・ソーセージは、主力の「シャウエッセン」や「豊潤」等でエリアプロモーションを強化し新たなファン獲得を図ると共に、定番商品の拡充を進め安定した収益確保を図る。
- ②デリ商品は、CMを活用して主力商品を中心に更なる拡販を図ると共に、新商品の拡充により収益の拡大を目指す。

【(参考) 主要コンシューマ商品群 売上高計画（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2019.03 通期計画	デリ商品	2019.03 通期計画
ウインナー群	101%	チルドベーカリー群	105%
ロースハム・ベーコン群	102%	チルド惣菜群	107%
焼豚群	101%	フライドチキン群	100%
コンシューマ商品計	100%	ハンバーグ・ミートボール群	103%
		コンシューマ商品計	106%

●チャネル別販売施策

- ①コンシューマ
 - ・店頭販促を強化し売上拡大を図る。
 - ・エリア企画を拡充し認知度向上とファン獲得を図る。
 - ・ドラッグストアやEC等の販路拡大を図る。
- ②業務用
 - ・CVSや外食チャネルの大型商品奪取と新商品導入を図る。
 - ・主力カテゴリーにおいて製販連携強化によりライン稼働を向上させる事で収益拡大を図る。

【(参考) チャネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2019.03 通期計画（2Q見直し）		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	100%
	業務用	97%
	合計	100%
デリ商品	コンシューマ	106%
	業務用	98%
	合計	102%

3. 2019年3月期計画（食肉事業本部）

●国内生産事業

- ・飼料価格は生産状況と円安傾向から上昇していたが、下期にかけては生産安定化から落ち着きを見込んでいる。
とうもろこしや大豆を中心に生産が安定している一方、円安傾向にあることや米中貿易摩擦の動向に注視が必要。
- ・鶏肉は各社の増産により安定した供給が見込まれる。堅調な需要を受けて当社でも飼育生産性を向上させ、安定供給を図る。
- ・豚肉は猛暑の影響で生育環境が不安定であったが、東日本中心に増頭傾向にあり年明け以降の供給状況は不透明。

●国内食肉市況

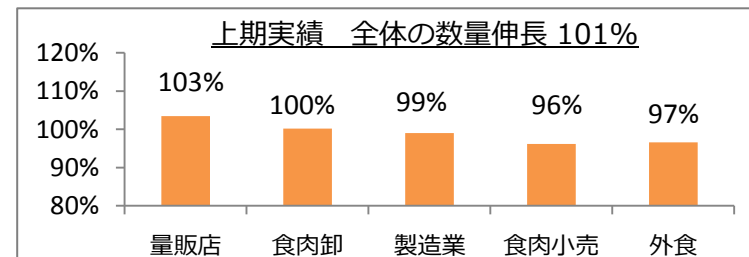
- ・牛肉価格は、供給不足の中で高値継続している。需要期の年末にかけてさらに上昇する可能性がある。
- ・豚肉価格は、散発的な疾病の影響はあるものの供給量は安定しており、年末に向けて安定した相場となる見込み。
- ・鶏肉価格は、安定した供給を背景に弱含みで推移をしていたが、冬場の需要期に向けてモモ肉相場が上昇する見込み。

●輸入食肉市況

- ・牛肉は、アジアを中心に需要が堅調なため引き続き高値で推移する見通し。
- ・豚肉は、北米での増産と安定した需要を背景に価格は安定した推移を見込む。
- ・鶏肉は、ブラジルの減産の影響もほぼ解消されており、下期に向けて落ち着いた市況となる見通し。

●食肉販売（フード会社）

- ・量販店の精肉・惣菜・デリカ各部門への販売拡大、都内外食店への商談強化により更なるシェア拡大を図る。
- ・各地での「桜姫」「麦小町」TVCM放映に加え、ラジオや店頭でのブランド食肉の提案・販促を行い、実売に繋げていく。



4. 2019年3月期計画（関連企業本部）

●水産事業の販売施策

（マリンフーズ）

- ・国内外における独自調達ルート確保を進め、原料調達力の強化を図る。
- ・高付加価値商品の販売強化や商品構成の最適化を進め、収益力強化を図る。

（宝幸）

- ・生産ラインや商品構成の見直しを進め、収益力強化を図る。
- ・さば缶等、漁獲量が充分確保できず原料価格上昇が見込まれる商品については、市場状況を見ながら価格改定を進める。

●乳製品事業の販売施策

（チーズ）

- ・原料高騰に伴う価格改定を継続する。
- ・東西2工場において増産体制の構築を進め、コンシューマ商品の販売強化を図る。

（ヨーグルト）

- ・生産ラインの効率化や商品構成の見直しにより製造原価低減を進め、収益力改善を図る。
- ・ドリンクヨーグルトを中心に高収益商品の販売強化を図る。

●主原料・副資材価格動向

- ・水産品は、日本排他的経済水域内での漁獲量の減少や世界的な需要増による供給量の減少の影響で高値が継続している。
- ・チーズ原料は、世界的に需要は増加傾向の中、干ばつや天候不順から生乳生産量は減少しており高値継続の見通し。
- ・主原料の脱脂粉乳はチーズ原料同様に高止まりの見通し。

5. 2019年3月期計画（海外事業本部）

●豪州

〈豪州〉

- ・肥育：素牛仕入価格の下げ止まりや穀物価格上昇等のコスト上昇が見込まれる。
 - ・処理：集荷環境の悪化から、生体調達コストの上昇が見込まれる。
 - ・販売：販売価格は安定しているが、米国産牛肉の動向には引き続き注視が必要である。
- 現在は処理頭数が増えているが、生体集荷の前倒しの状況であると見ており、今後の収益確保は難しい局面となる。

〈ウルグアイ〉

- ・下期にかけては集荷環境の最悪期は脱し、生体の安定的な確保により収支改善が見込まれる。

●米州

- ・食肉輸出は仕入価格が引き続き安値で推移し、安定した収益が見込まれる。
- ・加工食品は販売競争の厳しさが続き、収益の苦戦が見込まれる。

●アジア・欧州

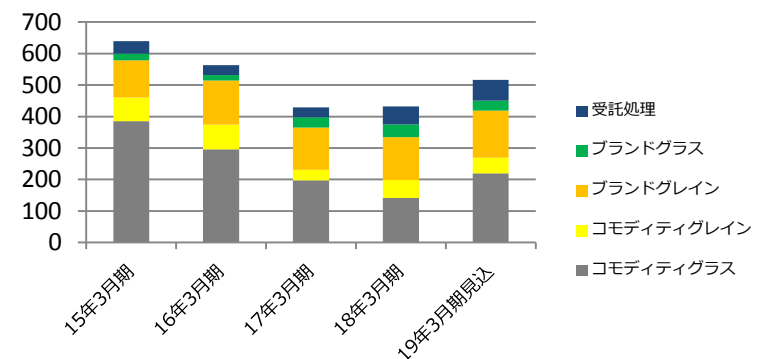
- ・トルコ エゲタブ社は販売価格が調達コストに追いつきつつあり、生産性の改善も含め収支改善が見込まれる。
- ・欧州は食肉仕入価格の高値が継続し、収益の苦戦が続くと見込まれる。

【（参考）2019.03 2Q累計 豪州販売実績】

主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	25%	95%
米国	15%	111%
韓国	11%	110%
中国	10%	174%
台湾	3%	92%
豪州国内	24%	114%
その他	13%	97%
合計	100%	108%

※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。

千頭 【（参考）2019.03 豪州処理頭数見込み】



Ⅲ. 2019年3月期 第2四半期財務データ

- 1. 2019年3月期連結業績概要及び通期計画**
- 2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費**
- 3. 連結キャッシュ・フロー**

1. 2019年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2018年3月期実績(IFRS)			2019年3月期実績及び計画 (IFRS)						
	上期 実績	下期 実績	通期 実績	上期 実績	前年比	数量 伸長率	下期 計画	前年比	通期 計画	前年比
売上高	627,060	631,403	1,258,463	618,000	△ 1.4	-	642,000	1.7	1,260,000	0.1
ハム・ソーセージ	63,954	68,450	132,404	62,653	△ 2.0	△ 1.1	69,147	1.0	131,800	△ 0.5
加工食品	113,064	120,025	233,089	115,107	1.8	△ 0.6	123,493	2.9	238,600	2.4
食肉	360,220	356,123	716,343	353,222	△ 1.9	1.2	365,078	2.5	718,300	0.3
牛肉	146,965	146,322	293,287	150,455	2.4	9.2	152,345	4.1	302,800	3.2
豚肉	113,278	113,908	227,186	111,937	△ 1.2	1.2	113,163	△ 0.7	225,100	△ 0.9
鶏肉	86,757	85,744	172,501	77,259	△ 10.9	△ 3.8	88,341	3.0	165,600	△ 4.0
その他食肉	13,220	10,149	23,369	13,571	2.7	△ 0.9	11,229	10.6	24,800	6.1
水産	45,198	48,606	93,804	42,116	△ 6.8	△ 13.7	48,984	0.8	91,100	△ 2.9
乳製品	17,115	17,076	34,191	17,058	△ 0.3	△ 1.5	17,542	2.7	34,600	1.2
その他	27,509	21,123	48,632	27,844	1.2	-	17,756	△ 15.9	45,600	△ 6.2
売上原価	517,249	530,229	1,047,478	514,481	△ 0.5					
売上総利益	109,811	101,174	210,985	103,519	△ 5.7					
売上総利益率	17.5%	16.0%	16.8%	16.8%	-					
販売費及び一般管理費	79,997	85,158	165,155	82,097	2.6					
営業利益	29,814	16,016	45,830	21,422	△ 28.1		14,578	△ 9.0	36,000	△ 21.4
プロ野球選手移籍金	-	2,273	2,273	-	-		-	-	-	-
その他の収益・費用	1,436	1,262	2,698	2,717	89.2		△ 2,117	△ 267.7	600	-
金融収益・費用	△ 1,078	2,006	928	△ 1,611	49.4		△ 2,989	-	△ 4,600	-
持分法による投資損益	544	525	1,069	645	18.6		355	△ 32.4	1,000	△ 6.5
税引前利益	30,716	22,082	52,798	23,173	△ 24.6		9,827	△ 55.5	33,000	△ 37.5
法人所得税費用	9,732	5,342	15,074	7,051	△ 27.5		2,949	△ 44.8	10,000	△ 33.7
税率	31.7%	24.2%	28.6%	30.4%	-		30.0%	-	30.3%	-
当期利益	20,984	16,740	37,724	16,122	△ 23.2		6,878	△ 58.9	23,000	△ 39.0
親会社の所有者に帰属する 当期利益	20,617	16,935	37,552	16,371	△ 20.6		6,629	△ 60.9	23,000	△ 38.8

* 前年比、数量伸長率は、対前年増減率で表示しております。

2. 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»		2018年3月期 期末実績	2019年3月期 上期	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	734,528	748,863	2.0	14,335
	現金及び現金同等物	58,290	45,098	△ 22.6	△ 13,192
	営業債権及びその他の債権	154,781	156,302	1.0	1,521
★②	棚卸資産	105,422	120,379	14.2	14,957
	有形固定資産	269,143	280,138	4.1	10,995
	その他の金融資産(非流動)	40,638	38,053	△ 6.4	△ 2,585
	繰延税金資産	24,772	24,924	0.6	152
	負債合計	311,640	320,525	2.9	8,885
	営業債務及びその他の債務	113,984	121,111	6.3	7,127
★③	有利子負債	111,401	125,893	13.0	14,492
	親会社の所有者に帰属する持分	417,982	423,753	1.4	5,771
	非支配持分	4,906	4,585	△ 6.5	△ 321
	資本合計	422,888	428,338	1.3	5,450

主な増減要因

★① 資産合計 現金及び現金同等物は減少したが、棚卸資産、設備投資での有形固定資産の増加等で約143億円の増加となった。

★② 棚卸資産 食肉の全畜種で増加したため、約150億円の増加となった。

★③ 有利子負債 主に短期借入金の増加で約145億円の増加となった。

(単位：百万円、%)

«設備投資額、減価償却費»	2018年3月期	2019年3月期				
	上期	上期			通期	
	実績	実績	対前年増減率	対前年増減額	期初計画	修正計画
設備投資額	14,818	23,027	55.4	8,209	89,900	83,500
加工事業本部	4,041	3,974	△ 1.7	△ 67	19,900	20,000
食肉事業本部	5,761	8,815	53.0	3,054	38,900	37,100
関連企業本部	2,675	6,555	145.0	3,880	12,100	11,500
海外事業本部	1,510	2,288	51.5	778	15,300	11,200
その他設備	831	1,395	67.9	564	3,700	3,700
減価償却費	10,106	10,769	6.6	663	24,000	22,500

3. 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》	2018年3月期	2019年3月期		2019年3月期
	上期実績	上期実績	対前年増減額	通期計画
★① 営業活動キャッシュ・フロー	6,053	8,911	2,858	51,400
★② 投資活動キャッシュ・フロー	△ 24,423	△ 23,888	535	△ 80,800
★③ 財務活動キャッシュ・フロー	△ 7,308	1,195	8,503	22,300

主な増減要因

- ★① **営業活動キャッシュ・フロー**
 税引前利益は昨年比で減少したが、営業債権の増加が昨年を下回り、約29億円の増加となった。
- ★② **投資活動キャッシュ・フロー**
 設備投資は増加したが、昨年度は事業取得でキャッシュアウトが発生したため、全体として前年並みとなった。
- ★③ **財務活動キャッシュ・フロー**
 現金配当や借入債務の返済等で昨年を上回るキャッシュアウトが発生したが、短期借入金の増加で約85億円の増加となった。

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 広報 I R 室
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に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。