

決算説明資料

～2020年3月期 第1四半期～

説明会開催予定日
2019年8月1日（木）
日本ハム株式会社

目 次

- I. 2020年3月期 第1四半期連結業績の総括**
- II. 2020年3月期 見通し**
- III. 2020年3月期 第1四半期財務データ**

※当社は2019年3月期より I F R S を適用しています。

2019年3月期以前の数値につきましては、すべて遡及修正しております。

※当社グループは、事業活動を通じて獲得する利益をより明確に示すことを目的として、2020年3月期の連結業績予想から従来の営業利益に替えて、事業利益（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、国際会計基準(IFRS)への調整及び非経常項目を調整して算出）を開示致しております。

I . 2020年3月期 第1四半期連結業績の総括

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

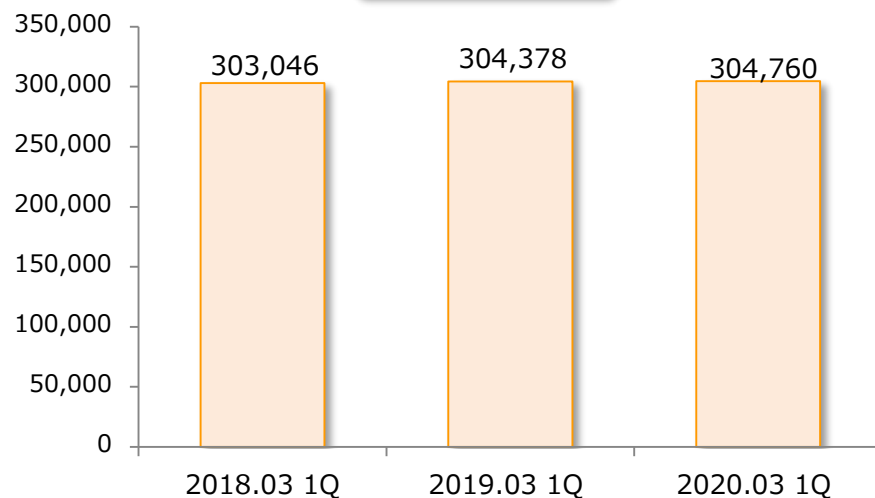
1. セグメント情報 第1四半期

(単位：百万円)

		2018.03.1Q	2019.03.1Q	2020.03.1Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	83,228	84,332	83,970	△ 362	△ 0.4
	事業利益	1,332	1,333	2,208	875	65.6
食肉事業本部	売上高	193,101	189,228	193,013	3,785	2.0
	事業利益	13,690	9,757	7,795	△ 1,962	△ 20.1
関連企業本部	売上高	38,282	36,544	33,795	△ 2,749	△ 7.5
	事業利益	670	18	△ 89	△ 107	-
海外事業本部	売上高	57,010	64,158	64,792	634	1.0
	事業利益	△ 167	△ 57	786	843	-
消去調整他	売上高	△ 68,575	△ 69,884	△ 70,810	△ 926	-
	事業利益	276	930	374	△ 556	-
連結合計	売上高	303,046	304,378	304,760	382	0.1
	事業利益	15,801	11,981	11,074	△ 907	△ 7.6

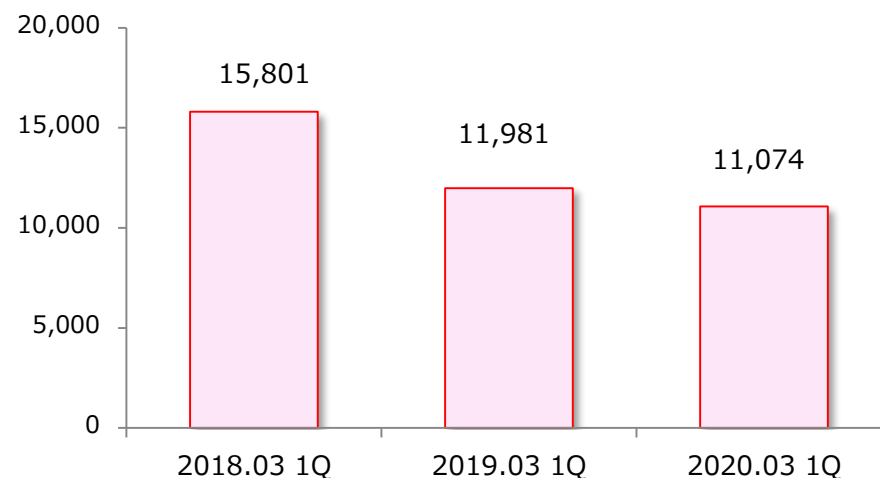
(単位：百万円)
(連結)

売上高

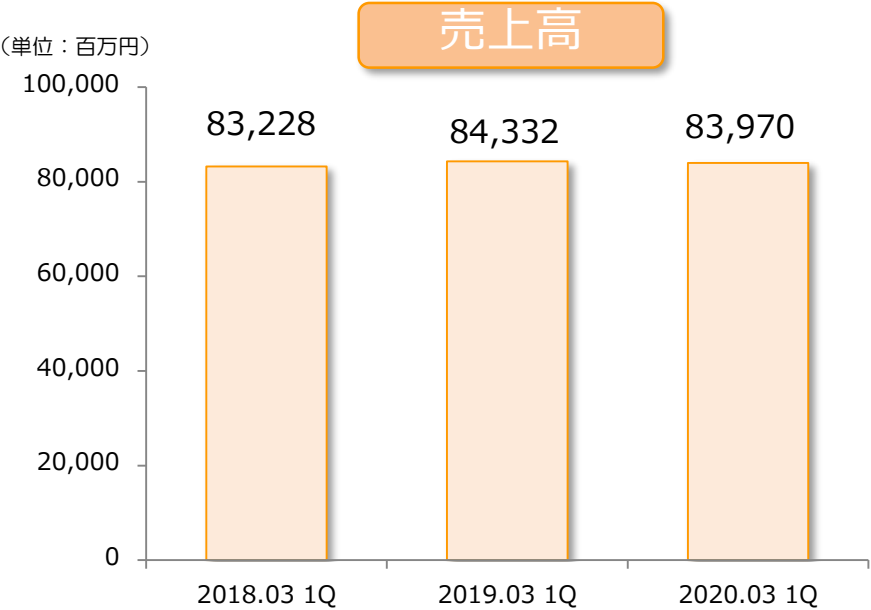


(単位：百万円)
(連結)

事業利益



※セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.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。

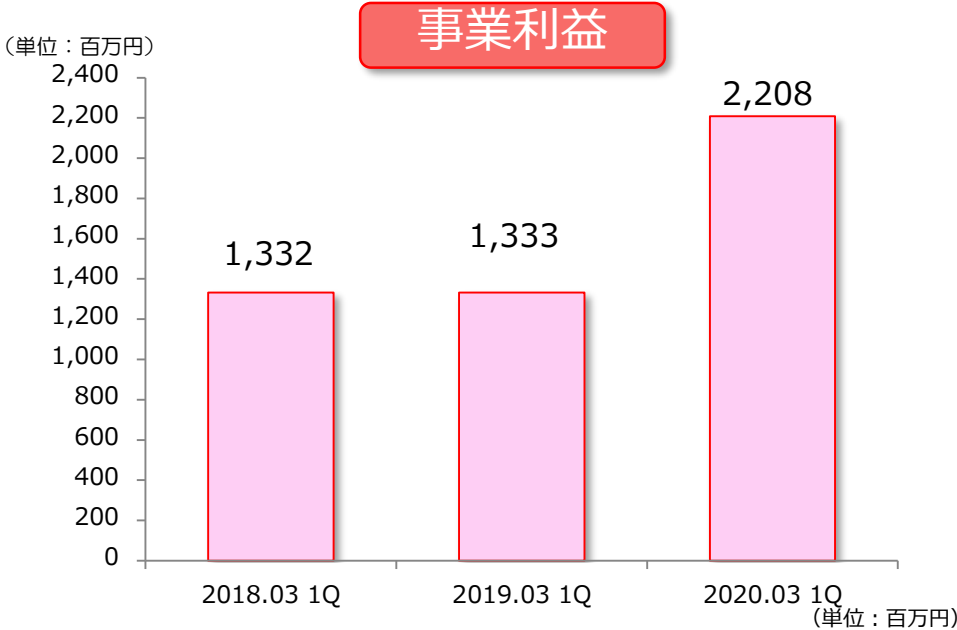


(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	84,332	83,970	△ 362	△ 0.4

【第1四半期の売上状況】

- 既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）
 - ・ コンシューマ商品は、新商品の積極投入やWebを使った販促により主力ブランドが好調に推移し、前年を上回った。
 - ・ 業務用商品は、大手外食等の売上が減少したことで前年を下回った。
- ベンダー、市販冷食、物流事業
 - ・ 冷凍食品事業は苦戦したが、ベンダー事業における新商品の開発提案や物流事業での新規取り込み等により増収となった。



(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
事業利益	1,333	2,208	875	65.6
事業利益率	1.6%	2.6%	-	-

【第1四半期の事業利益状況】

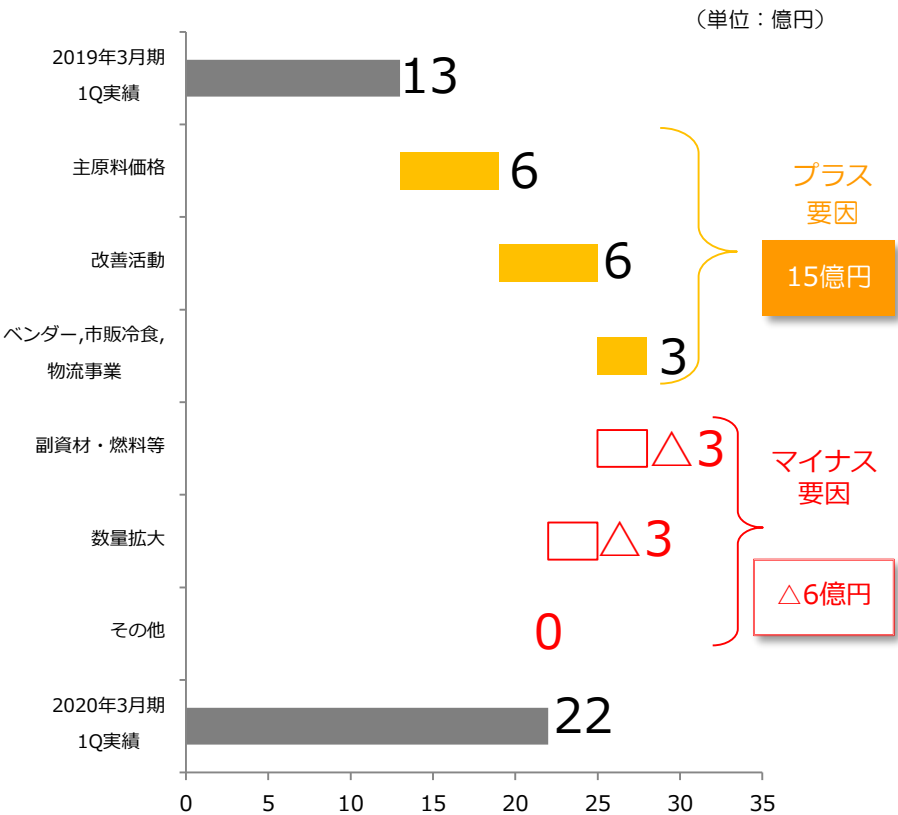
- 既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）
 - ・ 主力ブランド伸長に伴う単価上昇で粗利益率が改善したことや、効果的な販促費の活用、製造部門における省人化の取り組みなどにより増益となった。
- ベンダー、市販冷食、物流事業
 - ・ 冷食事業の効果的な販促費用の運用や、ベンダー事業での新商品投入により利益が改善した。また、物流事業における上昇コストの価格転嫁の進展により増益となった。

【事業利益増減要因分析】

	2020.03期		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
既存事業	5億円	7億円	2億円
外部要因	△ 2億円	4億円	5億円
（内訳）主原料価格	4億円	6億円	2億円
（内訳）副資材・燃料等	△ 6億円	△ 3億円	3億円
内部要因	7億円	3億円	△ 3億円
（内訳）数量拡大	△ 1億円	△ 3億円	△ 2億円
（内訳）改善活動	7億円	6億円	△ 1億円
ベンダー、市販冷食、物流事業	1億円	3億円	1億円
その他	△ 0億円	△ 0億円	0億円
合計	6億円	9億円	3億円

※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。

【1Q事業利益実績の増減要因グラフ】



● 計画差異要因分析 (1Q)

【既存事業】

主原料・副資材：相場による影響が想定以下だったため、計画を上回った。

数量拡大：コンシューマは計画通りだったが、業務用の苦戦により計画を下回った。

改善活動：粗利益は、主力ブランド品伸長に伴い販売単価が上昇し、粗利益単価が計画以上に改善した。

経費は、効果的な販促費用の活用等を進めたが、物流費の上昇と省人化が計画通り進まなかったため、計画を下回った。

●チャネル別 売上実績

【（参考）2020年3月期1Q 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、主力の「シャウエッセン」において今春投入した「シャウエッセンホットチリ」やWebを活用したプロモーションにより好調に推移した。
- ・デリ商品は、主力の「石窯工房」における改元に合わせた新商品の投入や、「チキチキボーン」の新テイストである「チキチキボーンレモン」の上乗せ効果もあり好調に推移した。

②業務用商品

- ・大手外食チェーン向け売上が減少した事に加え、惣菜・中食チェーン向けの売上が減少し、ハム・ソーセージ、デリ商品共に昨年を下回った。

		数量	金額
ハム ・ソーセージ	コンシューマ	101%	101%
	業務用	90%	90%
	合計	98%	99%
デリ商品	コンシューマ	100%	102%
	業務用	90%	89%
	合計	94%	95%

●主要コンシューマ商品群 売上実績 【（参考） 主要コンシューマ商品群 売上高実績（対前年同期比）】

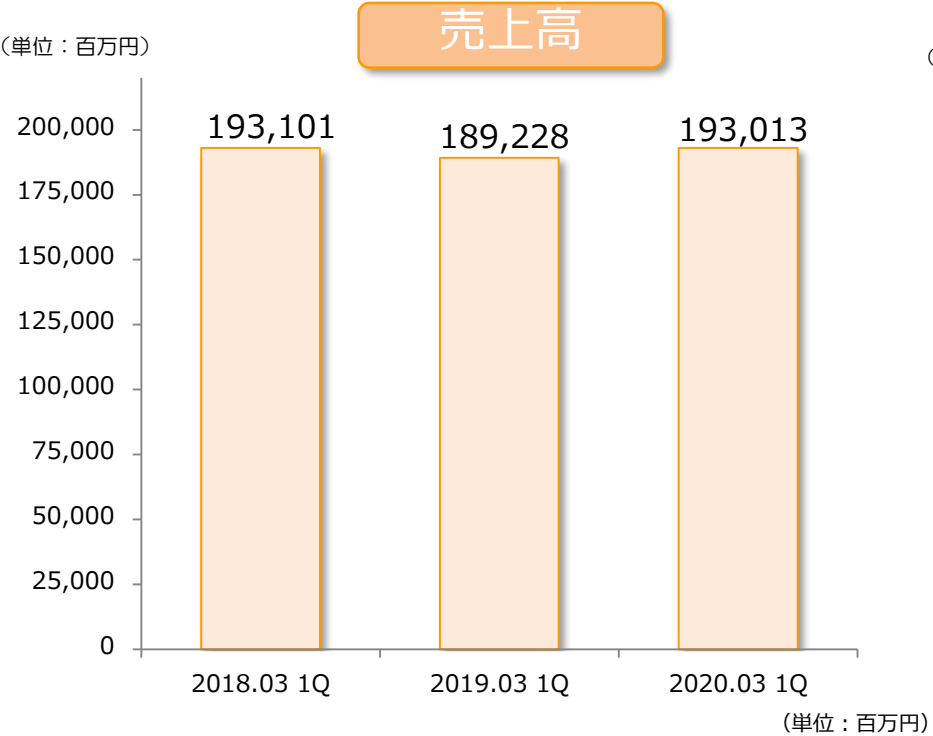


ウインナー群の売上に貢献する
「シャウエッセンホットチリ」

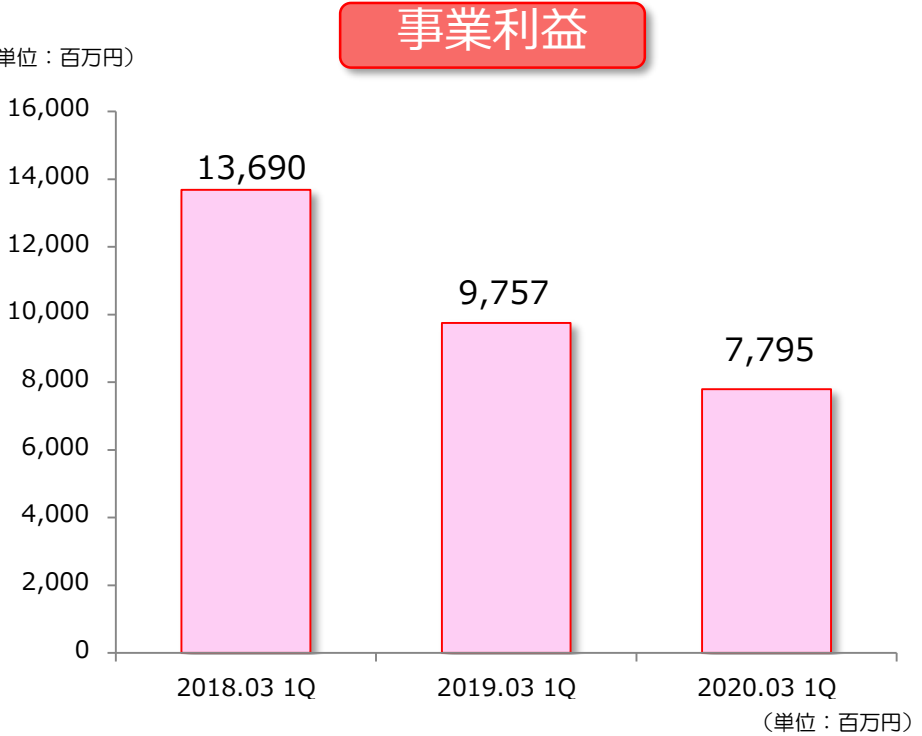


堅調な販売を維持する
「石窯工房」群

ハム・ソーセージ	2020.03 1Q実績	デリ商品	2020.03 1Q実績
ウインナー群	100%	チルドベーカリー群	108%
ロースハム群	110%	チルド惣菜群	95%
ベーコン群	99%	フライドチキン群	100%
焼豚群	94%	ハンバーグ・ミートボール群	105%
コンシューマ商品計	101%	コンシューマ商品計	102%



	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	189,228	193,013	3,785	2.0



	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
事業利益	9,757	7,795	△ 1,962	△ 20.1
事業利益率	5.2%	4.0%	-	-

【第1四半期の売上状況】

桜の開花時期に合わせた「桜でお花見プレゼントキャンペーン」の実施など「桜姫」「麦小町」等のブランド食肉の販促を強化したことや、5月の長期連休の需要期に輸入牛肉・鶏肉や食肉加工品の販売量が大きく伸長したことで、売上は前年を上回った。

【第1四半期の事業利益状況】

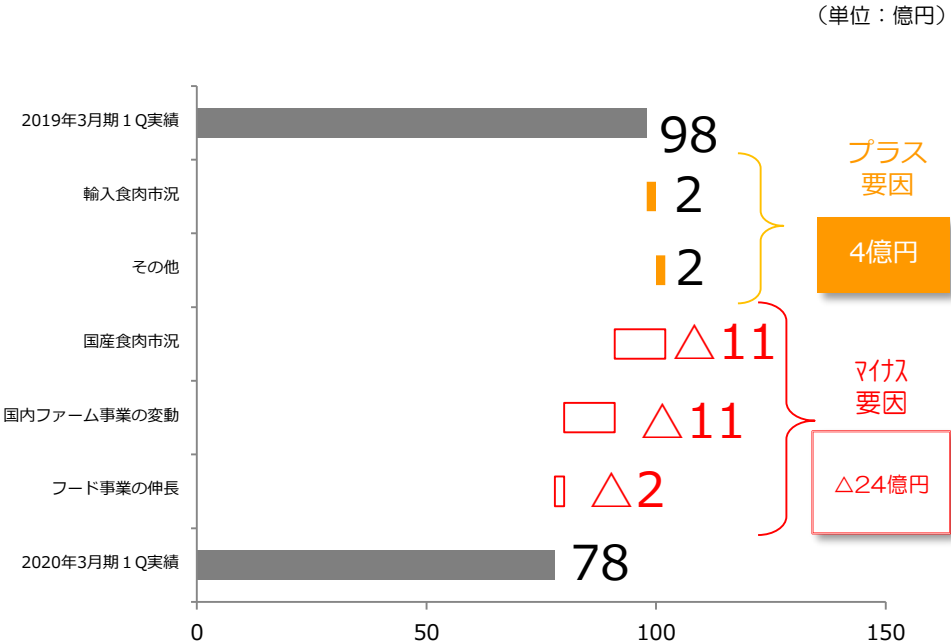
生産部門では飼育成績向上に努めたが、主に国産鶏肉の相場低迷により減益となった。販売部門では輸入鶏肉が市況高で増益であったが、国産豚肉・鶏肉の荷動きが低調であったことや、物流コストの上昇もあり、事業本部全体では減益となった。

【事業利益増減要因分析】

	2020.03月期		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
輸入食肉市況	0億円	2億円	2億円
国産食肉市況	2億円	△ 11億円	△ 13億円
国内ファーム事業の変動	△ 11億円	△ 11億円	△ 0億円
フード事業の伸長	△ 1億円	△ 2億円	△ 2億円
その他	2億円	2億円	1億円
合計	△ 8億円	△ 20億円	△ 12億円

※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。

【1Q事業利益実績の増減要因グラフ】



●計画差異要因分析（1Q）

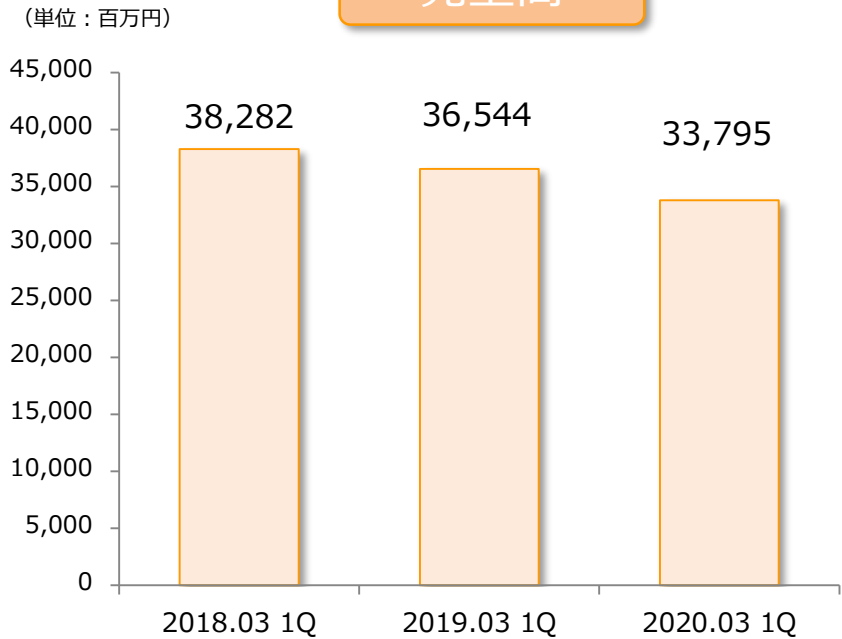
【輸入食肉市況】 輸入鶏肉の市況が堅調に推移したことや、販売数量も伸長したことにより計画を上回った。

【国産食肉市況】 GW以降、国産豚肉・鶏肉の消費が低迷し、大幅に計画を下回った。

【国内ファーム事業の変動】 鶏肉において、市況が低迷する中、生産性の改善等で計画通りとなった。

【フード事業の伸長】 国産牛肉・輸入牛肉が高値推移し、販売数量が伸び悩んだことにより計画を下回った。

売上高



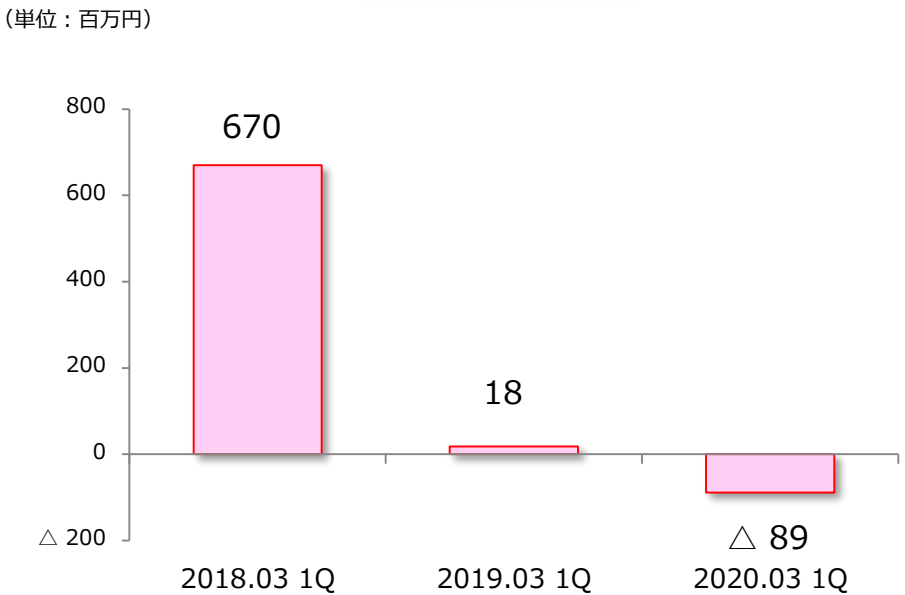
(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	36,544	33,795	△ 2,749	△ 7.5

【第1四半期の売上状況】

- ・水産事業
魚卵の相場下落の影響や、マグロ、ウニ等の主要魚種の販売減少により、減収となった。
- ・乳製品事業
ヨーグルトは主力のバニラヨーグルトは堅調に推移するも、乳酸菌飲料が低迷し減収となった。チーズは外食やCVS向けの業務用商品や市販用カップケーキ等が好調で増収となった。

事業利益



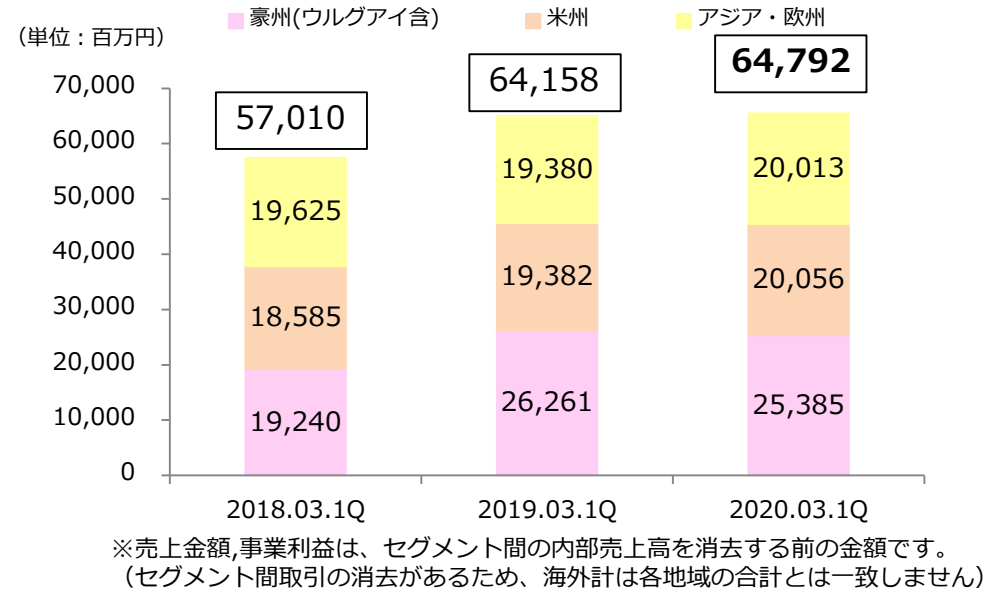
(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
事業利益	18	△ 89	△ 107	-
事業利益率	0.0%	△0.3%	-	-

【第1四半期の事業利益状況】

- ・水産事業
不採算商品の削減やさば缶の価格改定による粗利益率の改善に加え、蛸製品等の増産により、増益となった。
- ・乳製品事業
ヨーグルトは乳酸菌飲料の不振と新工場稼働に伴う経費増により、減益となった。チーズは売上の増加に伴う粗利益の増加により、増益となった。

売上高



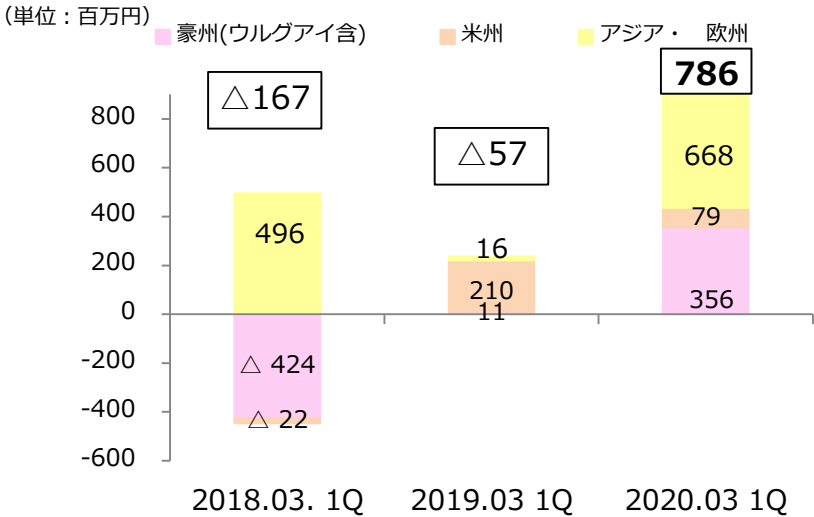
(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	64,158	64,792	634	1.0

【第1四半期売上状況】

- 豪州事業（ウルグアイ含む）
豪州、ウルグアイ共に中国におけるアフリカ豚コレラの影響による牛肉需要増もあり販売価格が上昇したものの、豪州は全体の処理頭数が減少したため、減収となった。
- 米州事業
日本向け輸出と内販が好調で増収となった。
- アジア・欧州事業
トルコ エゲタブ社の鶏肉販売や、中国、台湾での加工食品の販売が伸長し、前年を上回った。

事業利益



(単位：百万円)

	2019.03 1Q	2020.03 1Q	前年差	前年比(%)
事業利益	△ 57	786	843	-
事業利益率	△ 0.1%	1.2%	-	-

【第1四半期の事業利益状況】

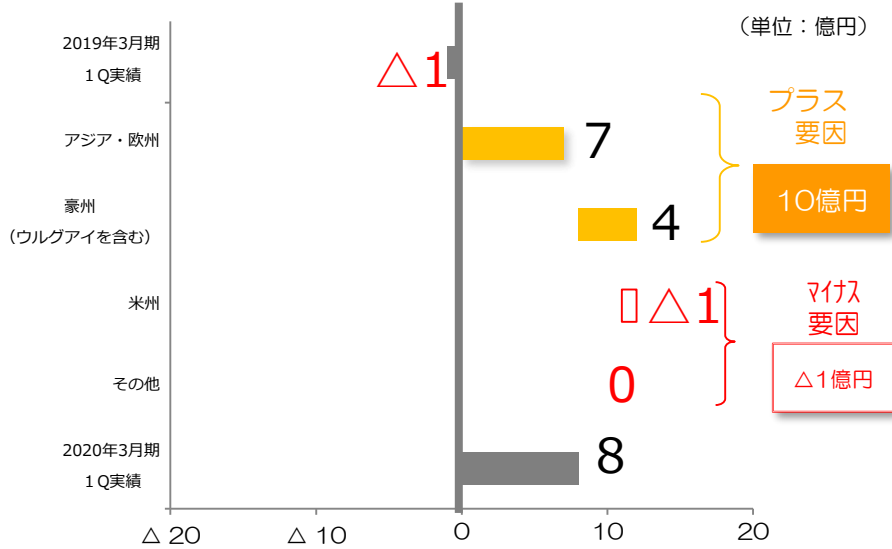
- 豪州事業（ウルグアイ含む）
ウルグアイは仕入れ価格が上昇し苦戦したが、豪州は生体の集荷が順調だったことと生産性の改善により増益となった。
- 米州事業
北米での加工食品は値上げにより好調だったが、食肉価格上昇により日本向け輸出の利幅が減少し、減益となった。
- アジア・欧州事業
トルコ エゲタブ社の販売単価上昇と飼料価格の安定により増益となった。

【事業利益増減要因分析】

	2020.03月期		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
豪州（ウルグアイ含む）	△ 2億円	4億円	6億円
米州	△ 1億円	△ 1億円	△ 0億円
アジア・欧州	1億円	7億円	5億円
その他	△ 1億円	△ 0億円	1億円
合計	△ 3億円	8億円	12億円

※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。

【1Q事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（1Q）

- 【豪州事業】 ウルグアイは仕入れ価格が上昇し苦戦した。一方で豪州は安定した販売価格を維持できたことに加え、生体の集荷が順調だったことや、生産性の改善により計画を上回った。
- 【米州事業】 北米での加工食品は値上げにより好調だったが、食肉調達価格の上昇で苦戦、また南米の水産品の不漁により計画を下回った。
- 【アジア・欧州事業】 タイの日本向け加工食品の販売数量の増加や、トルコ エゲタブ社の販売単価上昇と飼料価格の安定により増益となった。

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

(单位:百万円)

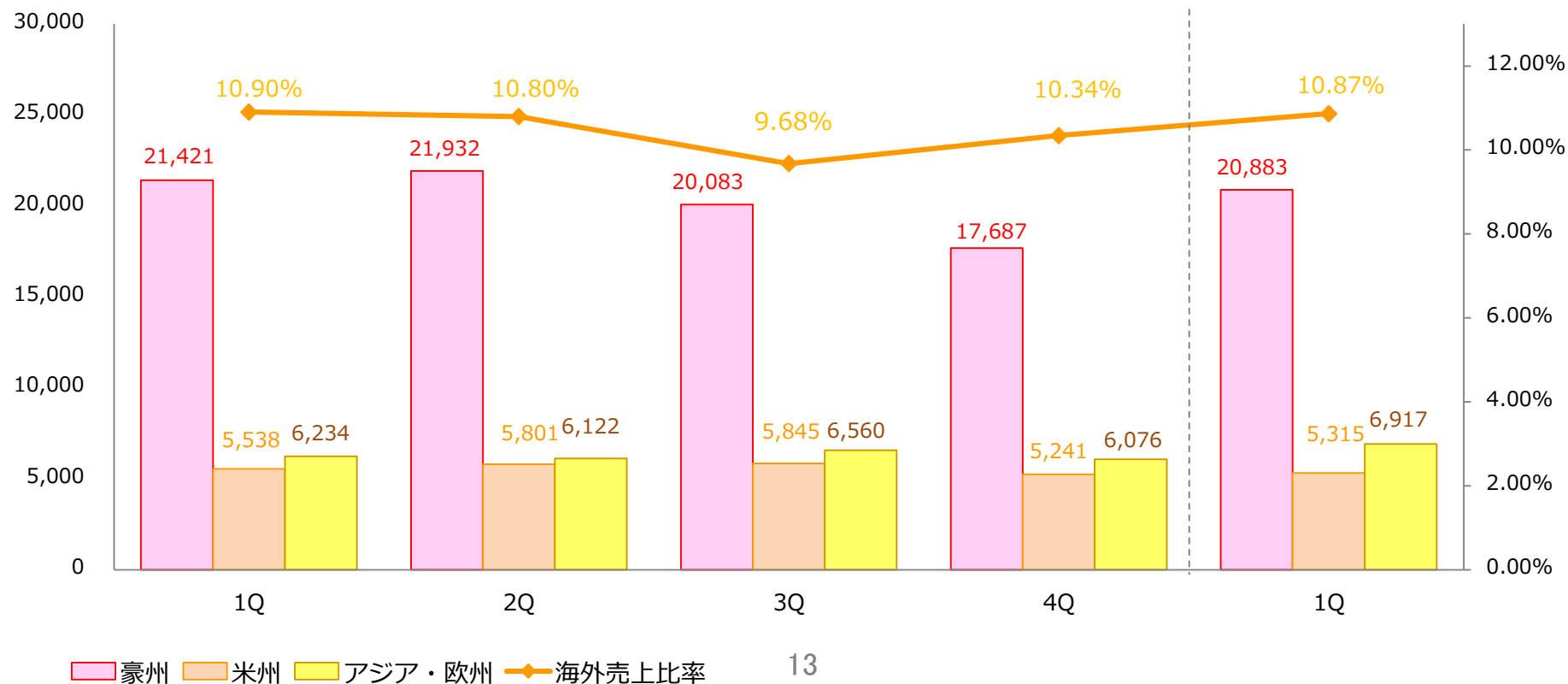
	2019.03					2020.03
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
豪州（ウルグアイ含む）	21,421	21,932	20,083	17,687	81,123	20,883
米州	5,538	5,801	5,845	5,241	22,425	5,315
アジア・欧州	6,234	6,122	6,560	6,076	24,992	6,917
海外計	33,192	33,857	32,487	29,004	128,540	33,116
海外売上比率	10.90%	10.80%	9.68%	10.34%	10.42%	10.87%

(売上高：百万円)

【2019.03】

【2020.03】

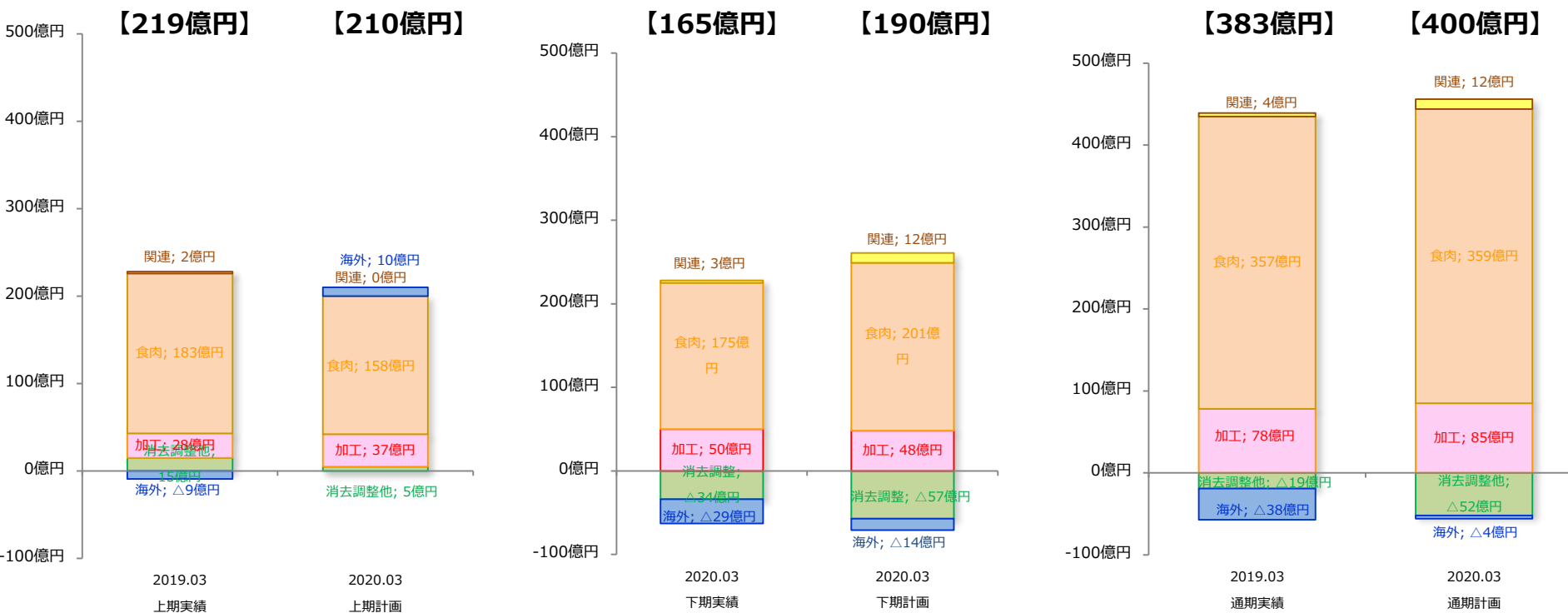
(海外売上比率：%)



Ⅱ. 2020年3月期 見通し

- 1. 2020年3月期 事業利益計画**
- 2. 2020年3月期計画（加工事業本部）**
- 3. 2020年3月期計画（食肉事業本部）**
- 4. 2020年3月期計画（関連企業本部）**
- 5. 2020年3月期計画（海外事業本部）**

1. 2020年3月期 事業利益計画①



	2020.03 上期			2020.03 下期			2020.03 通期		
	2019.03 上期実績	見込み	増減	2019.03 下期実績	見込み	増減	2019.03 通期実績	見込み	増減
加工事業本部	28億円	37億円	10億円	50億円	48億円	△2億円	78億円	85億円	7億円
食肉事業本部	183億円	158億円	△25億円	175億円	201億円	26億円	357億円	359億円	2億円
関連企業本部	2億円	0億円	△2億円	3億円	12億円	10億円	4億円	12億円	8億円
海外事業本部	△9億円	10億円	19億円	△29億円	△14億円	15億円	△38億円	△4億円	34億円
消去調整他	15億円	5億円	△10億円	△34億円	△57億円	△23億円	△19億円	△52億円	△33億円
内価値創造費用	△0億円	△5億円	△5億円	△0億円	△10億円	△10億円	△0億円	△15億円	△15億円
内球団損益(連結)	17億円	14億円	△3億円	△34億円	△41億円	△7億円	△17億円	△27億円	△10億円
内その他	△2億円	△4億円	△2億円	0億円	△6億円	△6億円	△2億円	△10億円	△8億円
合計	219億円	210億円	△9億円	165億円	190億円	26億円	383億円	400億円	17億円

※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。

1. 2020年3月期 事業利益計画②

【期初計画との差異】

※第2四半期、上期及び通期計画については、第1四半期時に見直した計画となっています。

	2020.03.1Q			2020.03.2Q			2020.03 上期			2020.03 通期		
	期初計画	実績	差異	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
加工事業本部	19億円	22億円	3億円	18億円	15億円	△3億円	37億円	37億円	0億円	85億円	85億円	0億円
食肉事業本部	90億円	78億円	△12億円	89億円	80億円	△9億円	179億円	158億円	△21億円	380億円	359億円	△21億円
関連企業本部	0億円	△1億円	△1億円	3億円	1億円	△2億円	3億円	0億円	△3億円	15億円	12億円	△3億円
海外事業本部	△4億円	8億円	12億円	△2億円	2億円	4億円	△6億円	10億円	16億円	△20億円	△4億円	16億円
消去調整他	3億円	4億円	1億円	△6億円	1億円	7億円	△3億円	5億円	8億円	△60億円	△52億円	8億円
内 価値創造費用	△2億円	△1億円	2億円	△8億円	△5億円	4億円	△10億円	△5億円	5億円	△20億円	△15億円	5億円
内 球団損益(連結)	9億円	7億円	△2億円	6億円	7億円	1億円	15億円	14億円	△1億円	△26億円	△27億円	△1億円
内 その他	△4億円	△2億円	2億円	△4億円	△1億円	3億円	△8億円	△4億円	4億円	△14億円	△10億円	4億円
合計	108億円	111億円	3億円	102億円	99億円	△3億円	210億円	210億円	0億円	400億円	400億円	0億円

※構造改革費用は各セグメントに振り分けられており、期初計画通り年間16億円の発生を見込む。

【事業利益計画 増減要因分析】

○加工事業本部

加工事業本部	期初計画との差異								
	2Q			上期			通期		
	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
既存事業計	4億円	2億円	△2億円	8億円	9億円	0億円	6億円	6億円	0億円
外部要因	△3億円	2億円	4億円	△4億円	5億円	10億円	△11億円	△2億円	10億円
（内訳）主原料価格	2億円	4億円	3億円	5億円	11億円	5億円	1億円	6億円	5億円
（内訳）副資材・燃料等	△4億円	△2億円	2億円	△9億円	△5億円	4億円	△12億円	△8億円	4億円
内部要因	6億円	0億円	△6億円	13億円	3億円	△9億円	17億円	8億円	△9億円
（内訳）数量拡大	2億円	△1億円	△3億円	1億円	△3億円	△5億円	2億円	△2億円	△5億円
（内訳）改善活動	4億円	1億円	△3億円	11億円	7億円	△5億円	15億円	10億円	△5億円
バンダー、市販冷食、物流事業	1億円	△0億円	△1億円	2億円	2億円	0億円	4億円	4億円	0億円
その他	△1億円	△1億円	△1億円	△1億円	△2億円	△0億円	△3億円	△3億円	△0億円
合計	4億円	1億円	△3億円	10億円	10億円	0億円	7億円	7億円	0億円

○海外事業本部

	事業利益増減要因								
	2Q			上期			通期		
	期初計画	見込	差異	期初計画	見込	差異	期初計画	見込	差異
豪州（ウレグアイ含む）	3億円	4億円	2億円	1億円	8億円	7億円	12億円	20億円	7億円
米州	3億円	4億円	1億円	2億円	3億円	1億円	8億円	9億円	1億円
アジア・欧州	2億円	3億円	1億円	4億円	9億円	6億円	5億円	11億円	6億円
その他	△2億円	△1億円	1億円	△3億円	△1億円	2億円	△8億円	△5億円	2億円
合計	6億円	10億円	4億円	3億円	19億円	16億円	18億円	34億円	16億円

○食肉事業本部

食肉事業本部	期初計画との差異								
	2Q			上期			通期		
	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
輸入食肉市況	△1億円	1億円	2億円	△1億円	3億円	4億円	16億円	20億円	4億円
国産食肉市況	8億円	△1億円	△9億円	9億円	△12億円	△22億円	14億円	△7億円	△22億円
国内ファーム事業の変動	△7億円	△8億円	△1億円	△17億円	△18億円	△1億円	△17億円	△18億円	△1億円
フード事業の伸長	4億円	2億円	△2億円	4億円	△0億円	△4億円	7億円	3億円	△4億円
その他	0億円	1億円	1億円	2億円	3億円	1億円	2億円	4億円	1億円
合計	4億円	△5億円	△9億円	△4億円	△25億円	△21億円	23億円	2億円	△21億円

【事業利益額見込み】

	事業利益額								
	2Q			上期			通期		
	期初計画	見込	差異	期初計画	見込	差異	期初計画	見込	差異
豪州（ウレグアイ含む）	△2億円	△1億円	2億円	△4億円	3億円	7億円	△9億円	△2億円	7億円
米州	1億円	1億円	1億円	1億円	2億円	1億円	4億円	5億円	1億円
アジア・欧州	4億円	5億円	1億円	6億円	11億円	6億円	4億円	10億円	6億円
その他	△5億円	△4億円	1億円	△9億円	△7億円	2億円	△19億円	△17億円	2億円
合計	△2億円	2億円	4億円	△6億円	10億円	16億円	△20億円	△4億円	16億円

●チャンネル別販売施策

①コンシューマ

- ・主力ブランドを中心にWeb販促や店頭販促で売上拡大を図る。
また、秋冬新商品の導入で売上拡大と収益改善を図る。
- ・新販路拡大により新たな売上獲得を図る。

②業務用

- ・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意識した営業活動で売上拡大を図る。
- ・新メニュー、新規開拓により新たな売上獲得を図る。

【（参考）チャンネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2020.03 通期計画（1Q見直し）		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	102%
	業務用	98%
	合計	101%
デリ商品	コンシューマ	101%
	業務用	94%
	合計	98%

●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」を中心にウインナー群を強化すると共に、販促の見直しと新商品投入により新たなファン層の獲得を図る。

- ②デリ商品は、「中華名菜」「石窯工房」を中心とした主力商品の拡販に加え、レンジ対応商品や常温商品等で新市場や新規売り場に向けて販売を強化する。

【（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	2020.03 通期計画	デリ商品	2020.03 通期計画
ウインナー群	101%	チルドベーカリー群	103%
コースハム群	111%	チルド惣菜群	101%
ベーコン群	102%	フライドチキン群	103%
焼豚群	100%	ハンバーガー・ミートボール群	104%
コンシューマ商品計	102%	コンシューマ商品計	101%

●ギフト販売施策

①既存対策

- ・美ノ国ギフトアイテムの拡充や本格派ギフトのリニューアルの実施。

②新規対策

- ・和食銘店料理人監修ギフトの新規導入で惣菜ギフトの拡充を図る。



ブロック&スライス重ね箱
「美ノ国」



惣菜新ブランド
「tonariくろぎ」群

【（参考）ギフト売上高実績・計画（対前年同期比）】

		2019.03 実績	2020.03 計画
		前年比	前年比
中元	全社販売金額	91%	100%
	（うち美ノ国）	90%	105%
歳暮	全社販売金額	88%	100%
	（うち美ノ国）	97%	105%
合計	全社販売金額	89%	100%
	（うち美ノ国）	95%	105%
	（美ノ国構成比）	34%	-

3. 2020年3月期計画（食肉事業本部）

●国内生産事業

- ・飼料価格は円高傾向にあることから安定した推移となっているが、下期以降は米国の生産状況等を注視する必要がある。
- ・豚肉の生産は疾病対策を万全にすると同時に、引き続き事故率低減等で成績改善に努める。
- ・鶏肉は国内生産各社処理羽数と成鳥体重の増加で安定した供給となっている。

当社は下期より、昨年の北海道胆振東部地震で減少したブランド鶏肉中心に生産回復を見込む。

●国産食肉市況

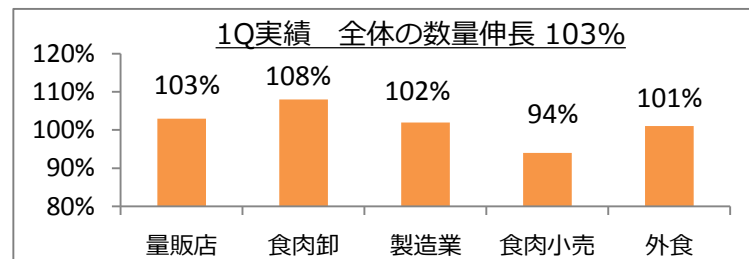
- ・牛肉は高値での推移が続いているため、収益確保に苦戦している。年末にかけてもその傾向は続く模様。
- ・豚肉は国内豚コレラ等疾病が発生しているが、影響は限定的。今後は、アフリカ豚コレラを含め疾病の動向には注視が必要。
- ・鶏肉は市場が若干の供給過多となっているが、今後は季節要因によりムネ肉の相場上昇の局面に入ると見込む。

●輸入食肉市況

- ・牛肉は中国の買付次第の側面があるものの、堅調なグローバル需要に支えられ高値安定を見込む。
- ・豚肉は夏以降の中国の買付動向次第とみられ注視が必要。
- ・鶏肉はブラジル・タイ共に高値継続していたが、先行きは不透明。

●食肉販売（フード会社）

- ・フード会社の数量伸長は103%だった。105%の目標に対し、国産鶏肉「桜姫」等のプロモーション強化や各エリアの量販店の取扱いを定期定番化し、販売数量増に繋げる。
- ・幅広い原産国からの調達を確保し、ブランド食肉等の安定納品と収益力向上に努める。



4. 2020年3月期計画（関連企業本部）

●水産事業の施策

- ・トルコの養殖サーモン調達や、愛媛の養殖ぶりへの取り組み等、国内外の原料調達ネットワークの確立を進める。
- ・ベトナムの加工場建設など、海外生産拠点の確保を進め、自社調達原料による自社商品の供給体制を構築する。
- ・専任部隊による新規顧客獲得を進め、外食市場への販売を強化する。
- ・缶詰は、さば、さんま、いわし等の魚類缶詰の拡販に向け、生産ラインの再構築を検討し、能力拡大と生産性向上を図る。



国内産さば原料使用の
「さば水煮」

●乳製品事業の施策

（チーズ）

- ・加工技術を活かした商品開発により、業務用商品のシェアアップを図る。
- ・強みのある市販用カップケーキのライン増強により、更なる拡販に努める。
- ・生産設備更新により、生産能力の拡大と生産性の向上を図る。

（ヨーグルト）

- ・自動化、無人化ラインを有する高崎工場の稼働率を上げ、コスト競争力を高める。
- ・商品のリニューアルや新商品の積極投入により、売上拡大を図る。



日本ルナ主力商品の
「バニラヨーグルト」

●主原料・副資材価格動向

- ・水産品は世界的な需要の高まりもあり、主要魚種の鮪、鮭鱒などは高値継続を見込む。
- ・チーズ原料は世界的な需要の高まりと天候不順により高値継続が見込まれ、自由貿易協定の恩恵は相殺される見通し。

5. 2020年3月期計画（海外事業本部）

●豪州

- ・肥育：下期から素牛の仕入れ環境が厳しくなり、価格上昇が見込まれる。飼料価格も徐々に上昇する見通し。
- ・処理：引き続きオペレーション改善による収益向上を図る。干ばつによる出荷前倒しもあり今後は徐々に環境が厳しくなるが、通期では当初計画通りを見込む。
- ・販売：為替環境もよく、販売は引き続き好調の見通し。

●ウルグアイ

- ・キャトルの仕入れ環境は引き続き高値で推移する見通し。競合国の通貨安等、外部環境は引き続き厳しいが、管理強化による内部改善により赤字幅縮小を見込む。

●米州

- ・食肉輸出については、アフリカ豚コレラの影響により高騰した相場は落ち着きつつあるものの、今後の見通しは不透明。
- ・加工食品は主力商品の値上げや製造経費の改善により、収益改善を図る。

●アジア・欧州

- ・トルコは急上昇した鶏肉の販売価格が一段落する見通し。ブランドを強化し、付加価値商品の拡販に取り組む。また新飼料工場の本格稼働により、飼料コストの低減を図る。
- ・欧州は食肉の調達エリア拡大、調達先の確保を進め、価格優位性と安定供給の維持を図る。
- ・アセアンは各地のディストリビューターとの連携等により、販売の拡大を進める。

Ⅲ. 2020年3月期 第1四半期財務データ

- 1. 2020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**

1. 2020年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2019年3月期実績			2020年3月期実績及び計画						
	1Q 実績	上期 実績	通期 実績	1Q 実績	前年比	数量 伸長率	上期 計画	前年比	通期 計画	前年比
売上高	304,378	618,000	1,234,180	304,760	0.1	-	640,000	3.6	1,280,000	3.7
ハム・ソーセージ	30,494	62,653	128,356	30,332	△ 0.5	△ 1.7	62,800	0.2	129,100	0.6
加工食品	55,533	115,107	233,655	55,713	0.3	△ 3.2	118,000	2.5	239,700	2.6
食肉	176,197	353,222	703,557	179,247	1.7	1.5	371,500	5.2	740,900	5.3
牛肉	75,030	150,455	297,583	76,311	1.7	△ 4.8	148,900	△ 1.0	296,100	△ 0.5
豚肉	54,905	111,937	221,157	55,643	1.3	2.0	119,800	7.0	239,800	8.4
鶏肉	39,575	77,259	160,821	41,677	5.3	7.4	88,800	14.9	180,200	12.1
その他食肉	6,687	13,571	23,996	5,616	△ 16.0	△ 22.8	14,000	3.2	24,800	3.4
水産	19,557	42,116	88,138	18,162	△ 7.1	△ 11.6	42,300	0.4	89,700	1.8
乳製品	8,559	17,058	33,270	8,506	△ 0.6	△ 2.9	19,000	11.4	37,600	13.0
その他	14,038	27,844	47,204	12,800	△ 8.8	-	26,400	△ 5.2	43,000	△ 8.9
売上原価	250,029	514,481	1,033,577	251,384	0.5					
売上総利益	54,349	103,519	200,603	53,376	△ 1.8					
売上総利益率	17.9%	16.8%	16.3%	17.5%	-					
販売費及び一般管理費	40,549	82,097	168,338	40,836	0.7					
その他の収益・費用	1,594	2,717	△ 782	5	△ 99.7		△ 8,400	-	△ 11,200	-
金融収益・費用	△ 306	△ 1,611	△ 2,134	△ 267	-		△ 400	-	△ 1,800	-
持分法による投資損益	180	645	918	66	△ 63.3		800	24.0	1,000	8.9
税引前利益	15,268	23,173	30,267	12,344	△ 19.2		14,000	△ 39.6	26,000	△ 14.1
法人所得税費用	4,223	7,051	11,250	3,591	△ 15.0		4,200	△ 40.4	7,800	△ 30.7
税率	27.7%	30.4%	37.2%	29.1%	-		30.0%	-	30.0%	-
親会社の所属者に帰属する当期利益	11,105	16,371	19,561	8,651	△ 22.1		10,000	△ 38.9	18,500	△ 5.4
事業利益	11,981	21,871	38,311	11,074	△ 7.6		21,000	△ 4.0	40,000	4.4

★選択定年制度拡充に伴い発生する特例加算金は約82億円であり、当該費用として約80億円が2020年3月期上期および通期計画の「その他の収益・費用」に含まれている。

* 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》		2019年3月期 期末実績	2020年3月期 第1四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	741,388	774,946	4.5	33,558
	現金及び現金同等物	48,108	50,458	4.9	2,350
	営業債権及びその他の債権	153,260	151,440	△ 1.2	△ 1,820
★②	棚卸資産	113,415	126,503	11.5	13,088
	有形固定資産	289,898	312,001	7.6	22,103
	その他の金融資産(非流動)	34,125	33,297	△ 2.4	△ 828
	繰延税金資産	28,004	26,946	△ 3.8	△ 1,058
	負債合計	336,030	372,206	10.8	36,176
	営業債務及びその他の債務	111,573	119,228	6.9	7,655
★③	有利子負債	147,009	175,061	19.1	28,052
	親会社の所有者に帰属する持分	401,014	398,239	△ 0.7	△ 2,775
	非支配持分	4,344	4,501	3.6	157
	資本合計	405,358	402,740	△ 0.6	△ 2,618

主な増減要因

★① 資産合計 棚卸資産の増加とリースの会計基準変更による有形固定資産の増加で336億円ほど増加。

★② 棚卸資産 豚肉と鶏肉を中心とした食肉と水産物で増加。

★③ 有利子負債 リースの会計基準変更が影響し増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2019年3月期 第1四半期実績	2020年3月期			2020年3月期 通期計画
		第1四半期実績	対前年増減率	対前年増減額	
設備投資額	9,355	5,827	△ 37.7	△ 3,528	76,700
加工事業本部	1,822	2,001	9.8	179	23,000
食肉事業本部	3,752	1,920	△ 48.8	△ 1,832	30,200
関連企業本部	2,502	177	△ 92.9	△ 2,325	4,200
海外事業本部	832	1,066	28.1	234	8,200
その他設備	447	663	48.3	216	11,100
減価償却費	5,322	8,032	50.9	2,710	28,300

お問合せ先
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1
Think Park Tower
日本ハム株式会社 広報 I R 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。