

# 決算説明資料

## ～2020年3月期 第2四半期～

説明会開催予定日  
2019年11月5日（火）  
日本ハム株式会社

# 目 次

- I. 2020年3月期 第2四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2四半期財務データ**

※当社は2019年3月期より国際会計基準（IFRS）を適用しています。

2018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、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**

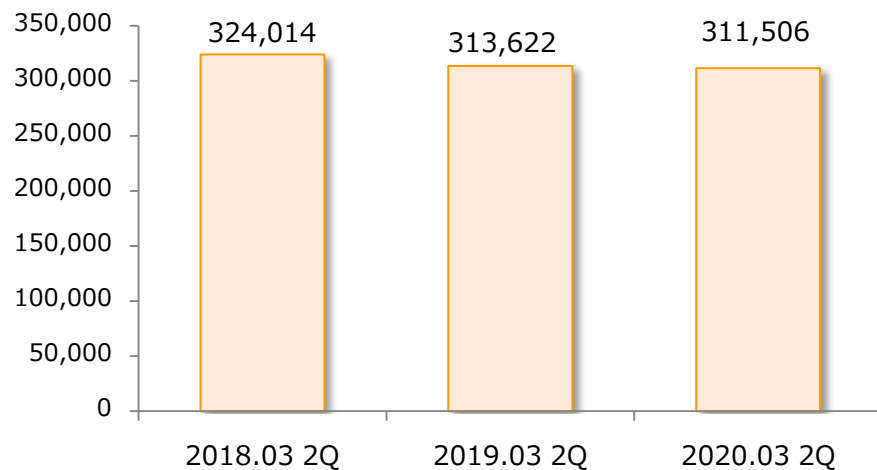
- 1. セグメント情報 第2四半期**
- 2. セグメント情報 上期**
- 3. セグメント情報 加工事業本部**
- 4. セグメント情報 食肉事業本部**
- 5. セグメント情報 関連企業本部**
- 6. セグメント情報 海外事業本部**
- 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績**

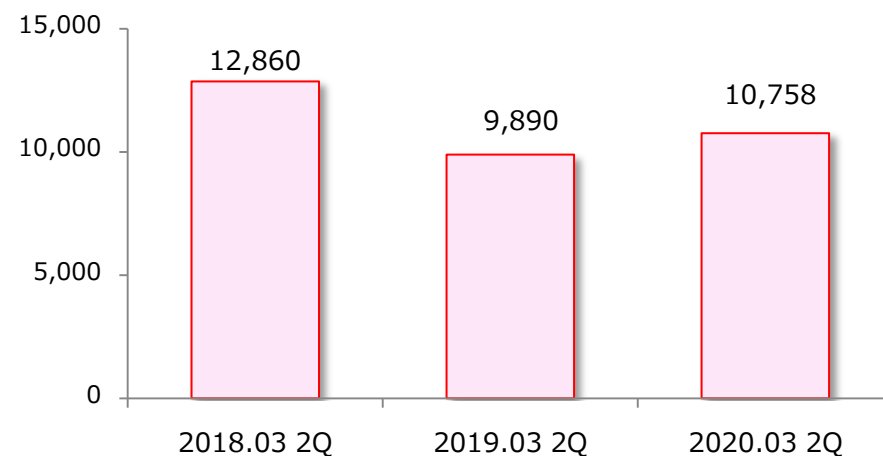
# 1. セグメント情報 第2四半期

(単位：百万円)

|        |      | 2018.03.2Q | 2019.03.2Q | 2020.03.2Q      | 前年差     | 前年比 (%) |
|--------|------|------------|------------|-----------------|---------|---------|
| 加工事業本部 | 売上高  | 89,285     | 90,131     | <b>89,123</b>   | △ 1,008 | △ 1.1   |
|        | 事業利益 | 1,555      | 1,420      | <b>2,358</b>    | 938     | 66.1    |
| 食肉事業本部 | 売上高  | 196,496    | 189,907    | <b>194,474</b>  | 4,567   | 2.4     |
|        | 事業利益 | 11,815     | 8,495      | <b>6,895</b>    | △ 1,600 | △ 18.8  |
| 関連企業本部 | 売上高  | 41,643     | 39,408     | <b>35,826</b>   | △ 3,582 | △ 9.1   |
|        | 事業利益 | 494        | 175        | <b>323</b>      | 148     | 84.6    |
| 海外事業本部 | 売上高  | 70,098     | 67,499     | <b>66,976</b>   | △ 523   | △ 0.8   |
|        | 事業利益 | △ 1,194    | △ 798      | <b>1,116</b>    | 1,914   | -       |
| 消去調整他  | 売上高  | △ 73,508   | △ 73,323   | △ <b>74,893</b> | △ 1,570 | -       |
|        | 事業利益 | 190        | 598        | <b>66</b>       | △ 532   | -       |
| 連結合計   | 売上高  | 324,014    | 313,622    | <b>311,506</b>  | △ 2,116 | △ 0.7   |
|        | 事業利益 | 12,860     | 9,890      | <b>10,758</b>   | 868     | 8.8     |

 (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.25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。

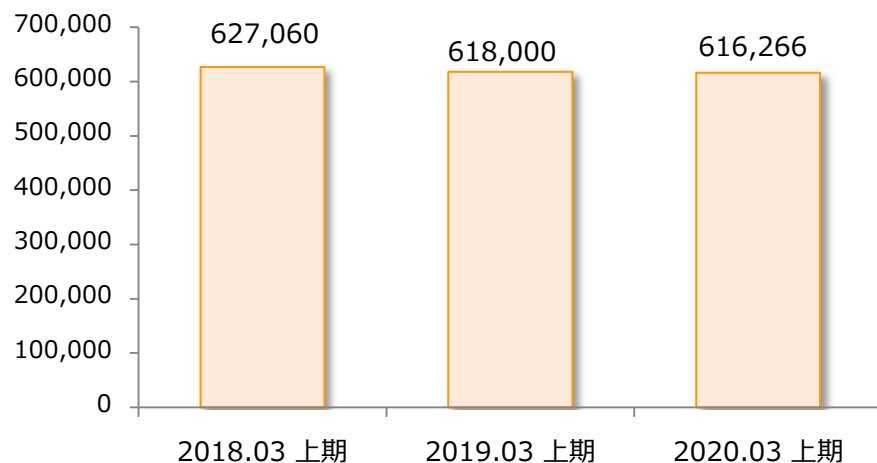
## 2. セグメント情報 上期

(単位：百万円)

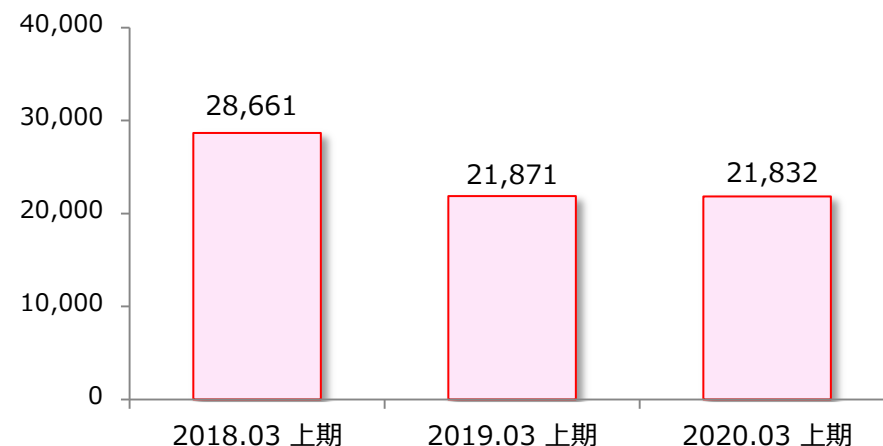
|        |      | 2018.03.上期 | 2019.03.上期 | 2020.03.上期       | 前年差     | 前年比 (%) |
|--------|------|------------|------------|------------------|---------|---------|
| 加工事業本部 | 売上高  | 172,513    | 174,463    | <b>173,093</b>   | △ 1,370 | △ 0.8   |
|        | 事業利益 | 2,887      | 2,753      | <b>4,566</b>     | 1,813   | 65.9    |
| 食肉事業本部 | 売上高  | 389,597    | 379,135    | <b>387,487</b>   | 8,352   | 2.2     |
|        | 事業利益 | 25,505     | 18,252     | <b>14,690</b>    | △ 3,562 | △ 19.5  |
| 関連企業本部 | 売上高  | 79,925     | 75,952     | <b>69,621</b>    | △ 6,331 | △ 8.3   |
|        | 事業利益 | 1,164      | 193        | <b>234</b>       | 41      | 21.2    |
| 海外事業本部 | 売上高  | 127,108    | 131,657    | <b>131,768</b>   | 111     | 0.1     |
|        | 事業利益 | △ 1,361    | △ 855      | <b>1,902</b>     | 2,757   | -       |
| 消去調整他  | 売上高  | △ 142,083  | △ 143,207  | △ <b>145,703</b> | △ 2,496 | -       |
|        | 事業利益 | 466        | 1,528      | <b>440</b>       | △ 1,088 | -       |
| 連結合計   | 売上高  | 627,060    | 618,000    | <b>616,266</b>   | △ 1,734 | △ 0.3   |
|        | 事業利益 | 28,661     | 21,871     | <b>21,832</b>    | △ 39    | △ 0.2   |

 (単位：百万円)  
 (連結)

### 売上高


 (単位：百万円)  
 (連結)

### 事業利益



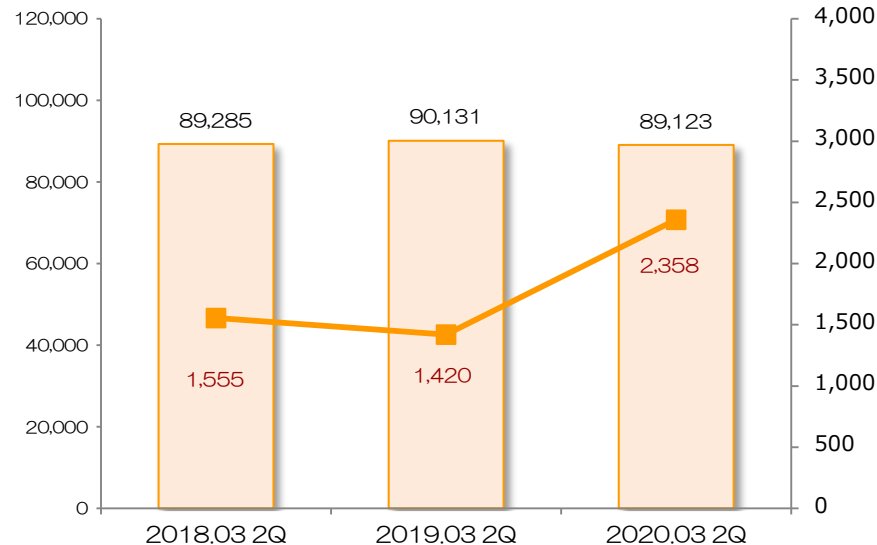
※セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.25の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

### 3. 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)

売上高 事業利益



(単位：百万円)

|       | 2019.03. 2 Q | 2020.03. 2 Q | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|--------------|--------------|---------|--------|
| 売上高計  | 90,131       | 89,123       | △ 1,008 | △ 1.1  |
| 事業利益  | 1,420        | 2,358        | 938     | 66.1   |
| 事業利益率 | 1.6%         | 2.6%         | -       | -      |

#### 【上期売上高の状況】

##### 既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）

主力ブランドの新商品投入による伸長と新規 P B 商品獲得により  
 コンシューマ商品は伸長したが、業務用商品が苦戦し減収となった。

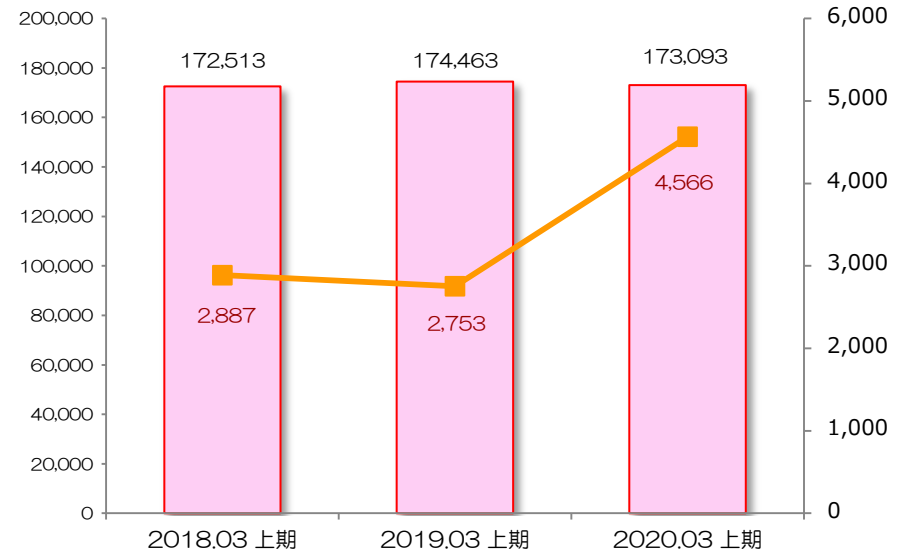
##### ベンダー、市販冷食、物流事業

市販冷食は、大型チェーンの P B 商品の減少により苦戦したが、  
 物流事業の新規企業の取込みや、ベンダー事業の新商品投入で  
 増収となった。

#### 上期実績

(単位：百万円)

売上高 事業利益



(単位：百万円)

|       | 2019.03 上期 | 2020.03 上期 | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|---------|--------|
| 売上高計  | 174,463    | 173,093    | △ 1,370 | △ 0.8  |
| 事業利益  | 2,753      | 4,566      | 1,813   | 65.9   |
| 事業利益率 | 1.6%       | 2.6%       | -       | -      |

#### 【上期事業利益の状況】

##### 既存事業（ハム・ソーセージ、デリ商品）

販売部門における重点ブランドの拡販や単価上昇により粗利益が改善  
 したことに加え、製造部門における原料購買の見直しや省人化投資に  
 よるコストダウンで増益となった。

##### ベンダー、市販冷食、物流事業

市販冷食の効率的な販促運用、ベンダー事業での新商品の投入、  
 物流事業における新規顧客の取込みにより増益となった。

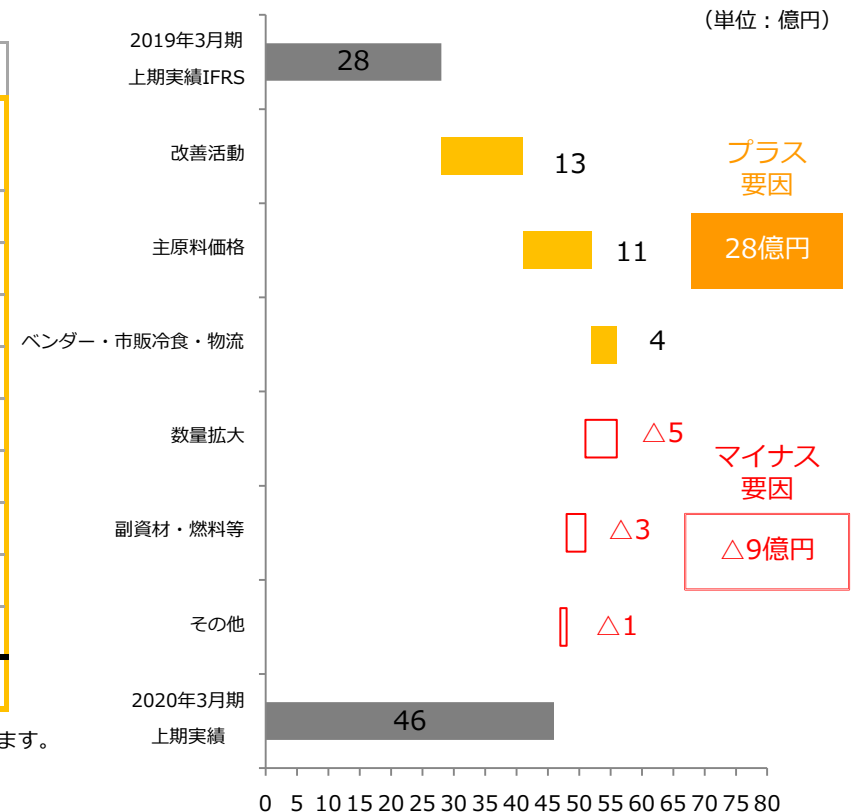
### 3. セグメント情報 加工事業本部②

#### 【事業利益増減要因分析】

|                       | 2020.03期 |          |           |          |          |
|-----------------------|----------|----------|-----------|----------|----------|
|                       | 1Q<br>実績 | 2Q<br>実績 | 上期<br>見込み | 上期<br>実績 | 計画<br>差異 |
| <b>既存事業</b>           | 7億円      | 9億円      | 9億円       | 15億円     | 7億円      |
| 外部要因                  | 4億円      | 4億円      | 5億円       | 7億円      | 2億円      |
| （内訳）主原料価格             | 6億円      | 5億円      | 11億円      | 11億円     | 0億円      |
| （内訳）副資材・燃料等           | △ 3億円    | △ 1億円    | △ 5億円     | △ 3億円    | 2億円      |
| 内部要因                  | 3億円      | 5億円      | 3億円       | 8億円      | 5億円      |
| （内訳）数量拡大              | △ 3億円    | △ 3億円    | △ 3億円     | △ 5億円    | △ 2億円    |
| （内訳）改善活動              | 6億円      | 8億円      | 7億円       | 13億円     | 7億円      |
| <b>ベンダー、市販冷食、物流事業</b> | 3億円      | 2億円      | 2億円       | 4億円      | 2億円      |
| <b>その他</b>            | △ 0億円    | △ 1億円    | △ 1億円     | △ 1億円    | 0億円      |
| 合計                    | 9億円      | 9億円      | 10億円      | 18億円     | 9億円      |

※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。

#### 【上期事業利益実績の増減要因グラフ】



#### ●計画差異要因分析（上期）

**主原料・副資材**：主原料は、計画通りに推移し、また、副資材は、購買方法の見直し等の改善活動により計画を上回った。

**数量拡大**：コンシューマは、昨年を上回ったが、計画には届かなかった。

**改善活動**：粗利益は、主力ブランド伸長に伴い販売単価が上昇したため、粗利単価が想定以上に改善した。  
経費は、労務費等固定費の削減が計画を上回った。

### 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）】

- ・2020年3月期の実績は 売上高前年同期比：92%
- ・「美ノ国」ギフトは売上高前年同期比：101%  
（構成比は金額ベースで 37%）

|    |         | 2019.03 実績 | 2020.03 実績 |
|----|---------|------------|------------|
|    |         | 前年比        | 前年比        |
| 中元 | 全社販売金額  | 91%        | 92%        |
|    | （うち美ノ国） | 90%        | 101%       |

#### ●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、シャウエッセンホットチリや  
チェダー&カマンベールで新たな消費者層を獲得したに加え、  
定番商品やPB商品が好調に推移した。
- ・デリ商品は、チルド惣菜群の苦戦をチルドベーカリー群、  
ハンバーグ・ミートボール群でカバーし昨年並みとなった。

##### ②業務用

- ・惣菜、中食チェーン向けの売上が減少したことで、  
ハム・ソーセージ、デリ商品共に昨年を下回った。

| 2020.03上期実績  |        | 数量   | 金額   |
|--------------|--------|------|------|
| ハム<br>・ソーセージ | コンシューマ | 101% | 102% |
|              | 業務用    | 95%  | 96%  |
|              | 合計     | 99%  | 100% |
| デリ商品         | コンシューマ | 98%  | 100% |
|              | 業務用    | 87%  | 86%  |
|              | 合計     | 92%  | 93%  |

#### ●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）】



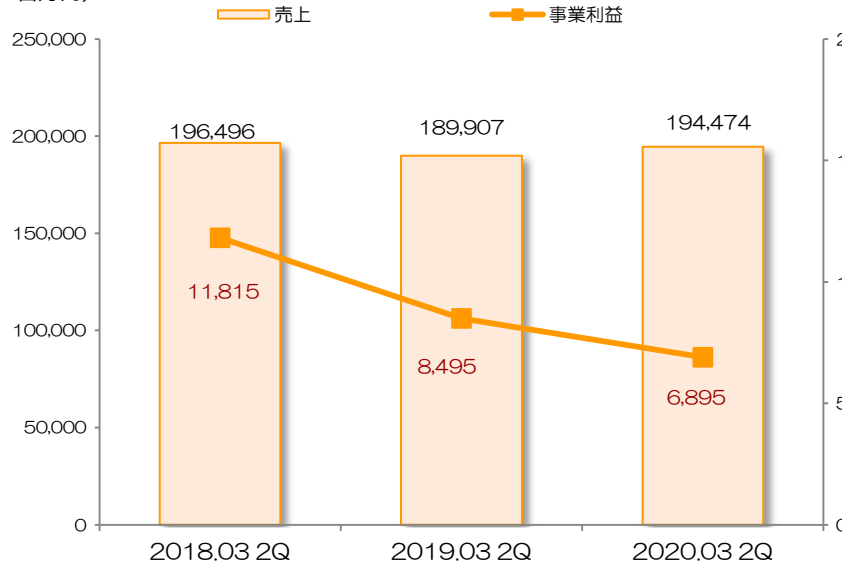
| ハム・ソーセージ  | 2020.03<br>上期実績 | デリ商品          | 2020.03<br>上期実績 |
|-----------|-----------------|---------------|-----------------|
| ウインナー群    | 102%            | チルドベーカリー群     | 103%            |
| ロースハム群    | 109%            | チルド惣菜群        | 97%             |
| ベーコン群     | 101%            | フライドチキン群      | 100%            |
| 焼豚群       | 91%             | ハンバーグ・ミートボール群 | 101%            |
| コンシューマ商品計 | 102%            | コンシューマ商品計     | 100%            |



# 4. セグメント情報 食肉事業本部①

## 第2四半期実績

(単位：百万円)



(単位：百万円)

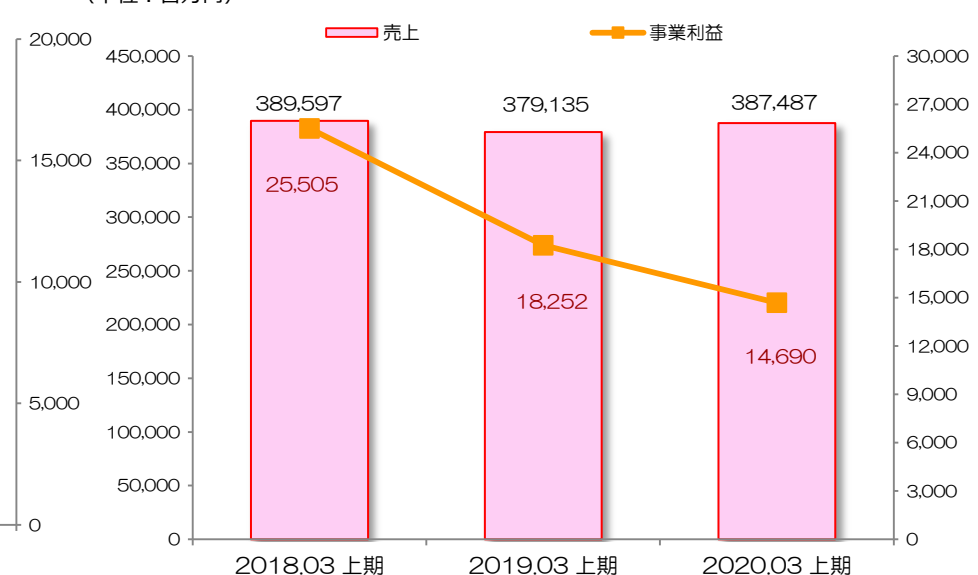
|       | 2019.03 2Q | 2020.03 2Q | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|---------|--------|
| 売上高計  | 189,907    | 194,474    | 4,567   | 2.4    |
| 事業利益  | 8,495      | 6,895      | △ 1,600 | △ 18.8 |
| 事業利益率 | 4.5%       | 3.5%       | -       | -      |

### 【上期売上高の状況】

「春の桜前線キャンペーンの実施」や「各販促施策の強化」などによるブランド食肉を中心とした拡販を実施した。またデリカ・外食部門向けの販売強化策として、カナダ産・ウルグアイ産牛肉の提案や付加価値の高い商品提案などを行った結果、各畜種・食肉加工品において販売数量を伸ばし、増収となった。

## 上期実績

(単位：百万円)



(単位：百万円)

|       | 2019.03 上期 | 2020.03 上期 | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|---------|--------|
| 売上高計  | 379,135    | 387,487    | 8,352   | 2.2    |
| 事業利益  | 18,252     | 14,690     | △ 3,562 | △ 19.5 |
| 事業利益率 | 4.8%       | 3.8%       | -       | -      |

### 【上期事業利益の状況】

生産部門では、出荷羽数・頭数拡大と飼育成績の向上に努めたが、国産鶏の軟調な相場に加え、製造経費の上昇により減益となった。販売部門では、ブランド食肉や付加価値商品の提案に努めたが、国産・輸入牛肉の仕入価格高や、輸入豚肉・国産鶏肉の供給増による豚肉・鶏肉の販売価格下落、夏場の天候不順による販売不振や物流コストの上昇もあり減益となった。

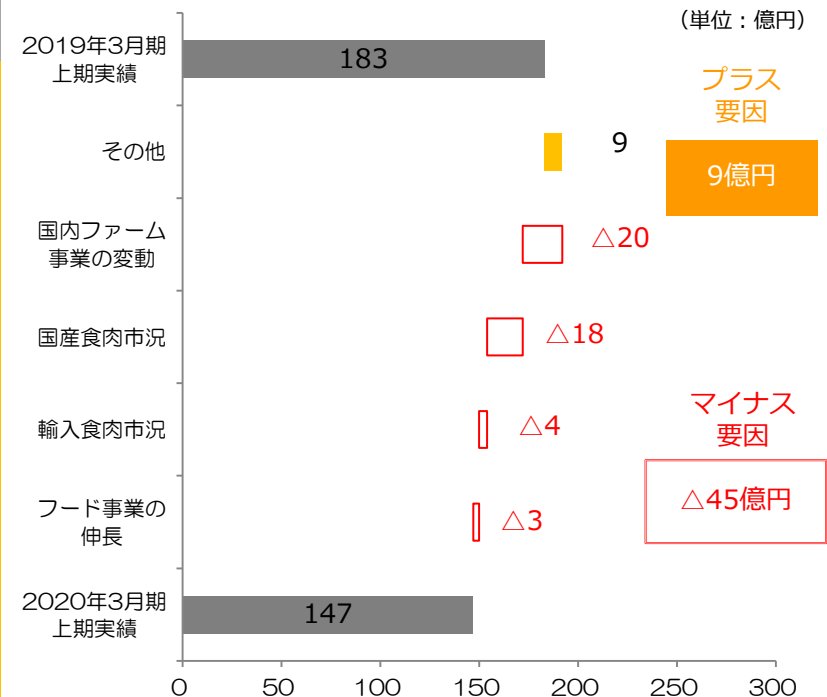
## 4. セグメント情報 食肉事業本部②

【事業利益増減要因分析】

|             | 2020.03月期 |           |           |          |          |
|-------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|
|             | 1 Q<br>実績 | 2 Q<br>実績 | 上期<br>見込み | 上期<br>実績 | 計画<br>差異 |
| 輸入食肉市況      | 2億円       | △6億円      | 3億円       | △4億円     | △7億円     |
| 国産食肉市況      | △11億円     | △6億円      | △12億円     | △18億円    | △5億円     |
| 国内ファーム事業の変動 | △11億円     | △9億円      | △18億円     | △20億円    | △2億円     |
| フード事業の伸長    | △2億円      | △0億円      | △0億円      | △3億円     | △3億円     |
| その他         | 2億円       | 6億円       | 3億円       | 9億円      | 5億円      |
| 合計          | △20億円     | △16億円     | △25億円     | △36億円    | △11億円    |

※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。

【上期事業利益実績の増減要因グラフ】



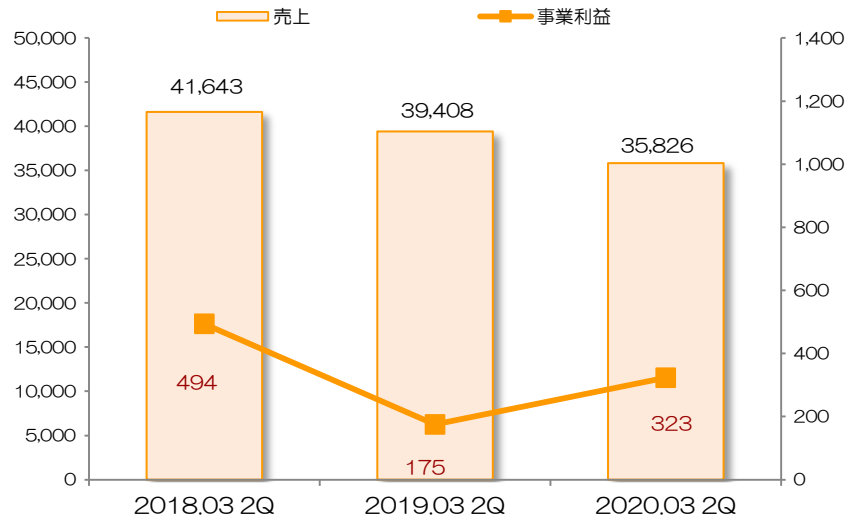
### ●計画差異要因分析（上期）

- 【輸入食肉市況】・・・輸入牛肉の世界需要増による仕入価格高、牛内臓関係の荷動き低下により、計画を下回った。
- 【国産食肉市況】・・・輸入品も含めた需給バランスの影響による豚肉・鶏肉の販売価格下落により、計画を下回った。
- 【国内ファーム事業の変動】・・・鶏肉は、生産成績の向上などで計画を上回ったが、豚肉・牛肉の頭数不足などにより計画を下回った。
- 【フード事業の伸長】・・・国産・輸入牛の高値推移により想定より販売に苦戦したこと、物流費増加分のコスト転嫁が想定より遅れたことにより、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

(単位：百万円)



(単位：百万円)

|       | 2019.03 2Q | 2020.03 2Q | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|---------|--------|
| 売上高計  | 39,408     | 35,826     | △ 3,582 | △ 9.1  |
| 事業利益  | 175        | 323        | 148     | 84.6   |
| 事業利益率 | 0.4%       | 0.9%       | -       | -      |

#### 【上期売上高の状況】

##### 水産事業

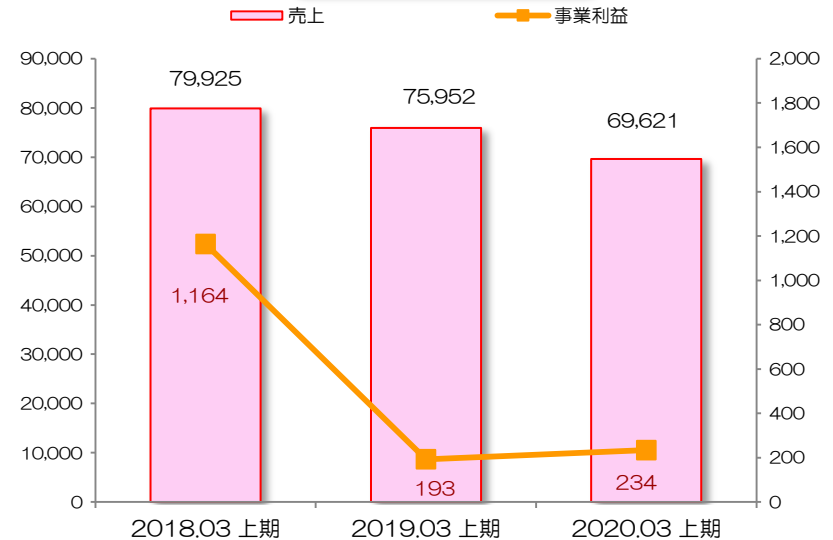
価格競争激化により鮪や鰻の販売が苦戦したことや、一部魚種で漁獲量減少により取り扱いが減り、減収となった。

##### 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向けの業務用商品が好調に推移し、増収となった。

### 上期実績

(単位：百万円)



(単位：百万円)

|       | 2019.03 上期 | 2020.03 上期 | 前年差     | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|---------|--------|
| 売上高計  | 75,952     | 69,621     | △ 6,331 | △ 8.3  |
| 事業利益  | 193        | 234        | 41      | 21.2   |
| 事業利益率 | 0.3%       | 0.3%       | -       | -      |

#### 【上期事業利益の状況】

##### 水産事業

寿司種の利益率改善や工場部門の生産性改善が寄与し、増益となった。

##### 乳製品事業

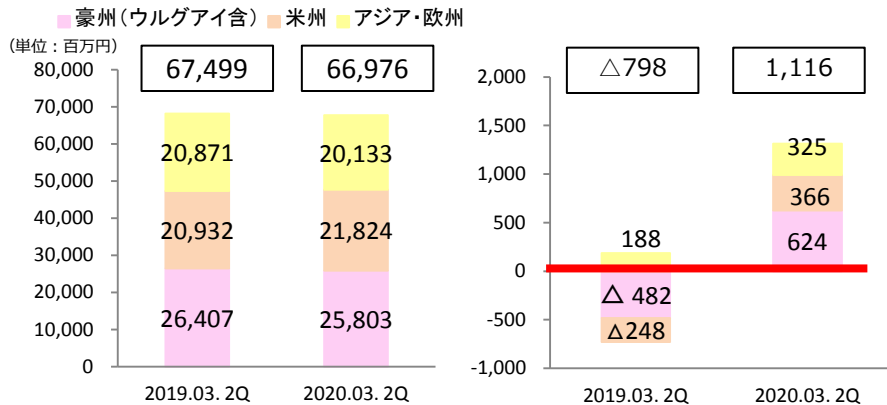
ヨーグルトは乳酸菌飲料の不振と新工場稼働に伴う経費増により、減益となった。チーズは値上げによる利益改善と数量増加により、増益となった。

## 6. セグメント情報 海外事業本部①

### 第2四半期実績

〔売上高〕

〔事業利益〕

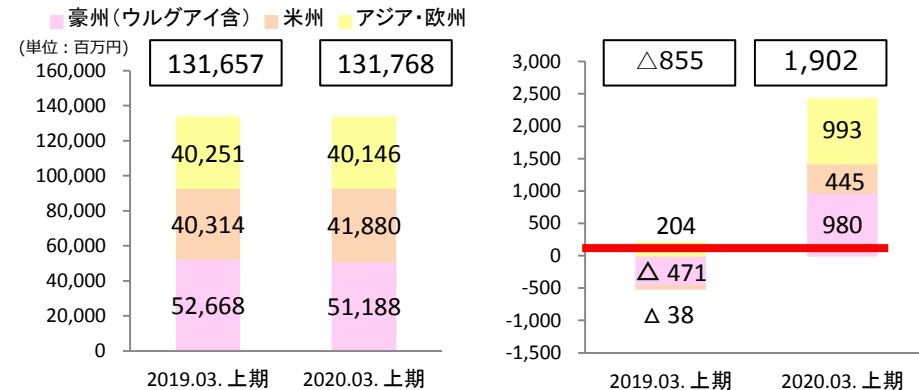


|       | 2019.03 2Q | 2020.03 2Q | 前年差   | 前年比(%) |
|-------|------------|------------|-------|--------|
| 売上高   | 67,499     | 66,976     | △ 523 | △ 0.8  |
| 事業利益  | △ 798      | 1,116      | 1,914 | -      |
| 事業利益率 | △ 1.2%     | 1.7%       | -     | -      |

### 上期実績

〔売上高〕

〔事業利益〕



|       | 2019.03上期 | 2020.03上期 | 前年差   | 前年比(%) |
|-------|-----------|-----------|-------|--------|
| 売上高   | 131,657   | 131,768   | 111   | 0.1    |
| 事業利益  | △ 855     | 1,902     | 2,757 | -      |
| 事業利益率 | △ 0.6%    | 1.4%      | -     | -      |

※売上金額・事業利益は、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・ウルグアイ

豪州・ウルグアイ共に堅調な中国需要に支えられ高値で推移したが、牛生体価格の変動により処理頭数が伸び悩み減収となった。

##### 米州

北米の対日向け食肉が堅調に推移したことで増収となった。

##### アジア・欧州

トルコ エゲタブ社の販売価格上昇や欧州からの日本向け食肉輸出が堅調に推移したが前年並みとなった。

#### 【上期事業利益の状況】

##### 豪州・ウルグアイ

中国でのアフリカ豚コレラ(A S F)による牛肉需要増が販売価格を押し上げた。豪州では販売価格上昇と仕入価格の安定、そして生産性改善で利益を確保。ウルグアイでも販売価格の高値推移により赤字幅縮小となった。

##### 米州

加工食品の値上げや販促費抑制により利益を確保した。

##### アジア・欧州

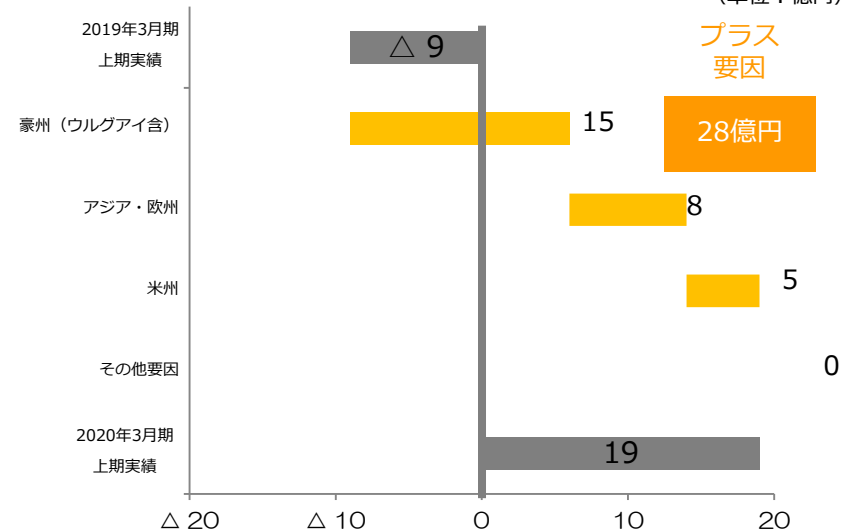
トルコでの鶏肉販売価格が高値で推移し増益となった。

## 6. セグメント情報 海外事業本部②

### 【事業利益増減要因分析】

### 【上期事業利益実績の増減要因グラフ】

(単位：億円)

 プラス  
要因


|             | 2020.03月期 |          |           |          |          |
|-------------|-----------|----------|-----------|----------|----------|
|             | 1Q<br>実績  | 2Q<br>実績 | 上期<br>見込み | 上期<br>実績 | 計画<br>差異 |
| 豪州 (ウルグアイ含) | 4億円       | 11億円     | 8億円       | 15億円     | 7億円      |
| 米州          | △ 1億円     | 6億円      | 3億円       | 5億円      | 2億円      |
| アジア・欧州      | 7億円       | 1億円      | 9億円       | 8億円      | △ 1億円    |
| その他         | △ 0億円     | 1億円      | △ 1億円     | 0億円      | 2億円      |
| 合計          | 8億円       | 19億円     | 19億円      | 28億円     | 9億円      |

※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・ウルグアイ】

中国向けを中心に販売価格の高値が継続したことと、豪州・ウルグアイ共に生産性の改善が進んだことが寄与し、計画を上回った。

#### 【米州】

北米での加工食品は生産性改善が想定以上に進んだことや、日本向け食肉輸出数量が伸びたことで計画を上回った。

#### 【アジア・欧州】

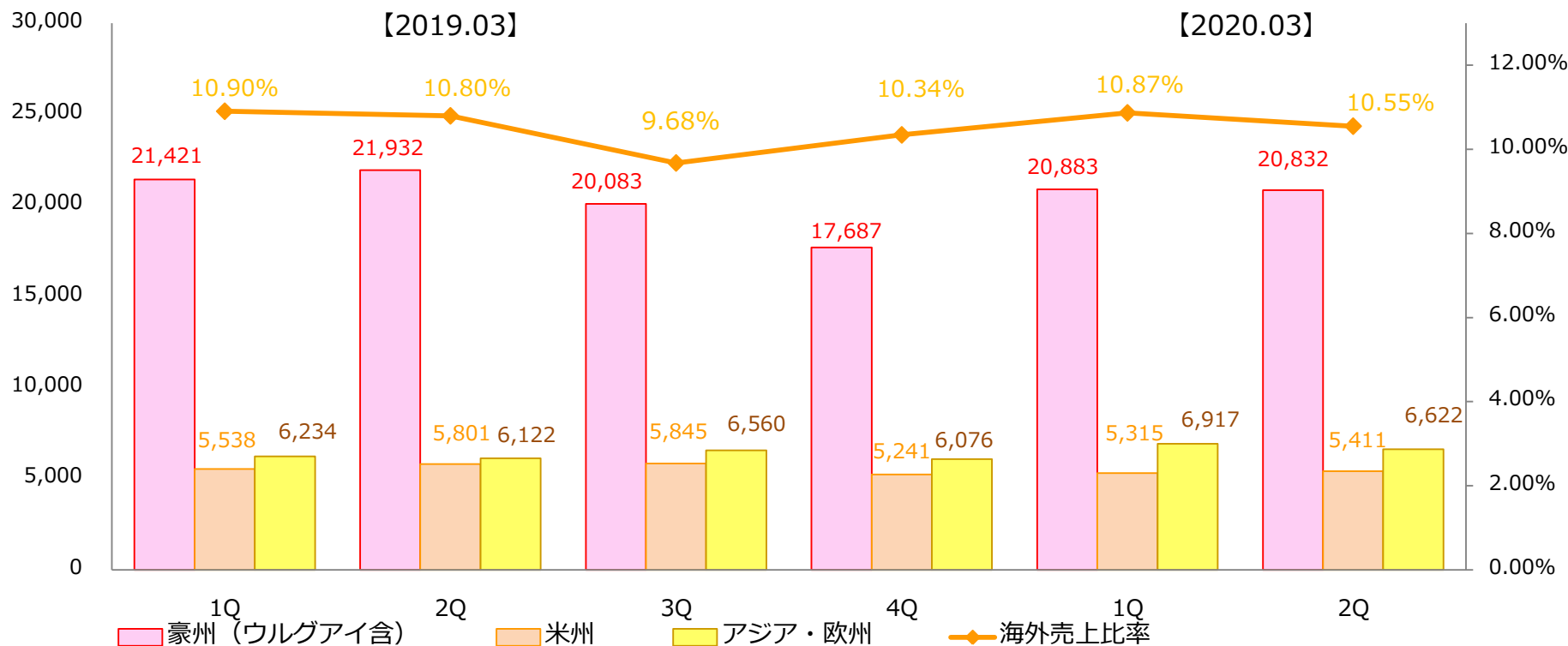
タイの加工原料コストが低減できたこと、欧州の日本向け食肉輸出が堅調に推移したことで計画を上回った。

## 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円：％)

|            | 2019.03 |        |        |        |         | 2020.03 |        |
|------------|---------|--------|--------|--------|---------|---------|--------|
|            | 1Q      | 2Q     | 3Q     | 4Q     | 通期      | 1Q      | 2Q     |
| 豪州（ウルグアイ含） | 21,421  | 21,932 | 20,083 | 17,687 | 81,123  | 20,883  | 20,832 |
| 米州         | 5,538   | 5,801  | 5,845  | 5,241  | 22,425  | 5,315   | 5,411  |
| アジア・欧州     | 6,234   | 6,122  | 6,560  | 6,076  | 24,992  | 6,917   | 6,622  |
| 海外計        | 33,192  | 33,857 | 32,487 | 29,004 | 128,540 | 33,116  | 32,864 |
| 海外売上比率     | 10.90%  | 10.80% | 9.68%  | 10.34% | 10.42%  | 10.87%  | 10.55% |

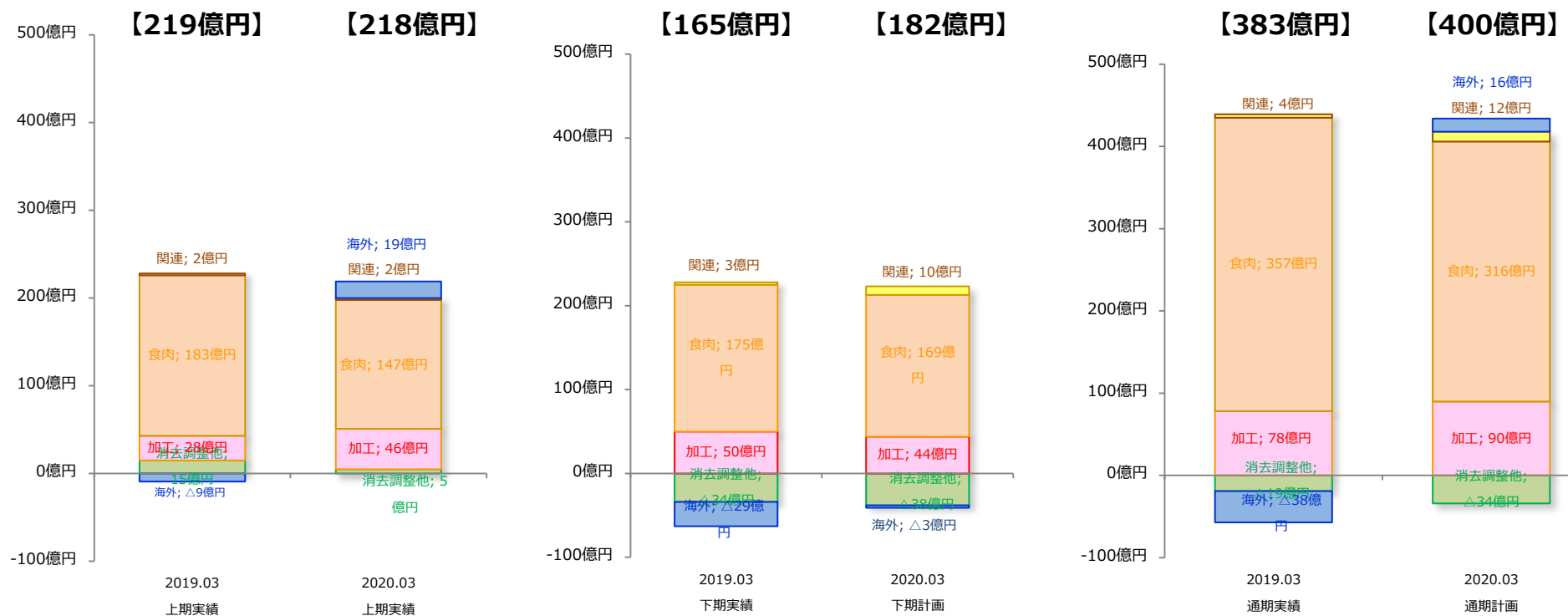
※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



## **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 | 実績           | 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         | <b>46億円</b>  | 18億円  | 50億円         | <b>44億円</b>  | △6億円 | 78億円         | <b>90億円</b>  | 12億円  |
| 食肉事業本部    | 183億円        | <b>147億円</b> | △36億円 | 175億円        | <b>169億円</b> | △6億円 | 357億円        | <b>316億円</b> | △41億円 |
| 関連企業本部    | 2億円          | <b>2億円</b>   | 0億円   | 3億円          | <b>10億円</b>  | 7億円  | 4億円          | <b>12億円</b>  | 8億円   |
| 海外事業本部    | △9億円         | <b>19億円</b>  | 28億円  | △29億円        | <b>△3億円</b>  | 26億円 | △38億円        | <b>16億円</b>  | 54億円  |
| 消去調整他     | 15億円         | <b>5億円</b>   | △11億円 | △34億円        | <b>△38億円</b> | △4億円 | △19億円        | <b>△34億円</b> | △15億円 |
| 内価値創造費用   | △0億円         | <b>△2億円</b>  | △1億円  | △0億円         | <b>△6億円</b>  | △5億円 | △0億円         | <b>△7億円</b>  | △7億円  |
| 内球団損益(連結) | 17億円         | <b>11億円</b>  | △6億円  | △33億円        | <b>△31億円</b> | 2億円  | △17億円        | <b>△21億円</b> | △4億円  |
| 内その他      | △2億円         | <b>△5億円</b>  | △3億円  | 0億円          | <b>△2億円</b>  | △2億円 | △2億円         | <b>△6億円</b>  | △4億円  |
| 合計        | 219億円        | 218億円        | △0億円  | 165億円        | 182億円        | 17億円 | 383億円        | 400億円        | 17億円  |



## 【1Q見込みとの差異】

※第3四半期、第4四半期、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。

|           | 2020.03 上期 |              |       | 2020.03 3Q |              |       | 2020.03 4Q |              |      | 2020.03 下期 |              |       | 2020.03 通期 |              |       |
|-----------|------------|--------------|-------|------------|--------------|-------|------------|--------------|------|------------|--------------|-------|------------|--------------|-------|
|           | 1Q計画       | 実績           | 差異    | 1Q計画       | 見込み          | 差異    | 1Q計画       | 見込み          | 差異   | 1Q計画       | 見込み          | 差異    | 1Q計画       | 見込み          | 差異    |
| 加工事業本部    | 37億円       | <b>46億円</b>  | 9億円   | 52億円       | <b>49億円</b>  | △3億円  | △4億円       | <b>△5億円</b>  | △1億円 | 48億円       | <b>44億円</b>  | △4億円  | 85億円       | <b>90億円</b>  | 5億円   |
| 食肉事業本部    | 158億円      | <b>147億円</b> | △11億円 | 114億円      | <b>90億円</b>  | △24億円 | 87億円       | <b>79億円</b>  | △8億円 | 201億円      | <b>169億円</b> | △32億円 | 359億円      | <b>316億円</b> | △43億円 |
| 関連企業本部    | 0億円        | <b>2億円</b>   | 2億円   | 13億円       | <b>10億円</b>  | △3億円  | △1億円       | <b>△0億円</b>  | 1億円  | 12億円       | <b>10億円</b>  | △2億円  | 12億円       | <b>12億円</b>  | 0億円   |
| 海外事業本部    | 10億円       | <b>19億円</b>  | 9億円   | △3億円       | <b>2億円</b>   | 5億円   | △11億円      | <b>△5億円</b>  | 6億円  | △14億円      | <b>△3億円</b>  | 11億円  | △4億円       | <b>16億円</b>  | 20億円  |
| 消去調整他     | 5億円        | <b>5億円</b>   | △1億円  | △30億円      | <b>△21億円</b> | 9億円   | △27億円      | <b>△17億円</b> | 10億円 | △57億円      | <b>△38億円</b> | 19億円  | △52億円      | <b>△34億円</b> | 18億円  |
| (内)価値創造費用 | △5億円       | <b>△2億円</b>  | 3億円   | △7億円       | <b>△2億円</b>  | 5億円   | △3億円       | <b>△4億円</b>  | △1億円 | △10億円      | <b>△6億円</b>  | 5億円   | △15億円      | <b>△7億円</b>  | 8億円   |
| (内)球団損益   | 14億円       | <b>11億円</b>  | △3億円  | △20億円      | <b>△17億円</b> | 3億円   | △21億円      | <b>△15億円</b> | 6億円  | △41億円      | <b>△32億円</b> | 10億円  | △27億円      | <b>△21億円</b> | 6億円   |
| (内)その他    | △4億円       | <b>△5億円</b>  | △1億円  | △3億円       | <b>△2億円</b>  | 1億円   | △3億円       | <b>1億円</b>   | 4億円  | △6億円       | <b>△1億円</b>  | 5億円   | △10億円      | <b>△6億円</b>  | 4億円   |
| 合計        | 210億円      | <b>218億円</b> | 8億円   | 146億円      | <b>130億円</b> | △16億円 | 44億円       | <b>52億円</b>  | 8億円  | 190億円      | <b>182億円</b> | △8億円  | 400億円      | <b>400億円</b> | 0億円   |

※構造改革費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

# 1. 2020年3月期 事業利益計画③

## 【事業利益計画 増減要因分析】

### ○加工事業本部

| 加工事業本部                | 1Q計画との差異 |             |      |      |             |      |      |             |      |
|-----------------------|----------|-------------|------|------|-------------|------|------|-------------|------|
|                       | 3Q       |             |      | 4Q   |             |      | 通期   |             |      |
|                       | 1Q計画     | 見込み         | 差異   | 1Q計画 | 見込み         | 差異   | 1Q計画 | 見込み         | 差異   |
| <b>既存事業計</b>          | 2億円      | <b>△0億円</b> | △2億円 | △4億円 | <b>△4億円</b> | △0億円 | 6億円  | <b>11億円</b> | 5億円  |
| 外部要因                  | △3億円     | <b>△6億円</b> | △3億円 | △4億円 | <b>△4億円</b> | △1億円 | △2億円 | <b>△3億円</b> | △1億円 |
| （内訳）主原料価格             | △1億円     | <b>△3億円</b> | △2億円 | △4億円 | <b>△4億円</b> | △1億円 | 6億円  | <b>4億円</b>  | △3億円 |
| （内訳）副資材・燃料等           | △3億円     | <b>△3億円</b> | △1億円 | 0億円  | <b>△0億円</b> | △0億円 | △8億円 | <b>△7億円</b> | 1億円  |
| 内部要因                  | 5億円      | <b>6億円</b>  | 0億円  | △1億円 | <b>0億円</b>  | 1億円  | 8億円  | <b>14億円</b> | 6億円  |
| （内訳）数量拡大              | △0億円     | <b>△2億円</b> | △2億円 | 1億円  | <b>△1億円</b> | △2億円 | △2億円 | <b>△8億円</b> | △6億円 |
| （内訳）改善活動              | 5億円      | <b>8億円</b>  | 2億円  | △2億円 | <b>1億円</b>  | 3億円  | 10億円 | <b>22億円</b> | 12億円 |
| <b>ペンダー、市販冷食、物流事業</b> | 0億円      | <b>0億円</b>  | △0億円 | 2億円  | <b>2億円</b>  | 1億円  | 4億円  | <b>6億円</b>  | 2億円  |
| <b>その他</b>            | △1億円     | <b>△2億円</b> | △1億円 | △1億円 | <b>△2億円</b> | △1億円 | △3億円 | <b>△5億円</b> | △2億円 |
| 合計                    | 1億円      | <b>△2億円</b> | △3億円 | △3億円 | <b>△4億円</b> | △1億円 | 7億円  | <b>12億円</b> | 5億円  |

### ○食肉事業本部

| 食肉事業本部             | 1Q計画との差異 |              |       |      |             |      |       |              |       |
|--------------------|----------|--------------|-------|------|-------------|------|-------|--------------|-------|
|                    | 3Q       |              |       | 4Q   |             |      | 通期    |              |       |
|                    | 1Q計画     | 見込み          | 差異    | 1Q計画 | 見込み         | 差異   | 1Q計画  | 見込み          | 差異    |
| <b>輸入食肉市況</b>      | 13億円     | <b>△1億円</b>  | △15億円 | 4億円  | <b>3億円</b>  | △1億円 | 20億円  | <b>△3億円</b>  | △23億円 |
| <b>国産食肉市況</b>      | △2億円     | <b>△11億円</b> | △9億円  | 7億円  | <b>1億円</b>  | △6億円 | △7億円  | <b>△28億円</b> | △20億円 |
| <b>国内ファーム事業の変動</b> | △3億円     | <b>△4億円</b>  | △1億円  | 3億円  | <b>2億円</b>  | △1億円 | △18億円 | <b>△22億円</b> | △4億円  |
| <b>フード事業の伸長</b>    | 0億円      | <b>△0億円</b>  | △0億円  | 3億円  | <b>4億円</b>  | 1億円  | 3億円   | <b>1億円</b>   | △2億円  |
| <b>その他</b>         | 1億円      | <b>1億円</b>   | 1億円   | △0億円 | <b>△1億円</b> | △0億円 | 4億円   | <b>9億円</b>   | 6億円   |
| 合計                 | 10億円     | <b>△15億円</b> | △24億円 | 17億円 | <b>9億円</b>  | △8億円 | 2億円   | <b>△41億円</b> | △43億円 |

### ○海外事業本部

| 海外事業本部             | 1Q計画との差異 |             |      |      |             |      |      |             |      |
|--------------------|----------|-------------|------|------|-------------|------|------|-------------|------|
|                    | 3Q       |             |      | 4Q   |             |      | 通期   |             |      |
|                    | 1Q計画     | 見込み         | 差異   | 1Q計画 | 見込み         | 差異   | 1Q計画 | 見込み         | 差異   |
| <b>豪州(ワルグアイ含む)</b> | 5億円      | <b>11億円</b> | 6億円  | 7億円  | <b>7億円</b>  | 1億円  | 20億円 | <b>32億円</b> | 13億円 |
| <b>米州</b>          | 2億円      | <b>3億円</b>  | 1億円  | 4億円  | <b>2億円</b>  | △2億円 | 9億円  | <b>9億円</b>  | 1億円  |
| <b>アジア・欧州</b>      | 1億円      | <b>△0億円</b> | △1億円 | 0億円  | <b>4億円</b>  | 3億円  | 11億円 | <b>11億円</b> | 0億円  |
| <b>その他</b>         | △0億円     | <b>0億円</b>  | 0億円  | △4億円 | <b>0億円</b>  | 5億円  | △5億円 | <b>1億円</b>  | 6億円  |
| 合計                 | 8億円      | <b>13億円</b> | 5億円  | 7億円  | <b>13億円</b> | 6億円  | 34億円 | <b>54億円</b> | 20億円 |

### 【事業利益額見込み】

| 海外事業本部             | 事業利益額 |             |       |             |       |              |
|--------------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|--------------|
|                    | 3Q    |             | 4Q    |             | 通期    |              |
|                    | 1Q計画  | 見込み         | 1Q計画  | 見込み         | 1Q計画  | 見込み          |
| <b>豪州(ワルグアイ含む)</b> | △4億円  | <b>2億円</b>  | △1億円  | <b>△0億円</b> | △9億円  | <b>11億円</b>  |
| <b>米州</b>          | 1億円   | <b>1億円</b>  | 2億円   | <b>△0億円</b> | 4億円   | <b>6億円</b>   |
| <b>アジア・欧州</b>      | 3億円   | <b>2億円</b>  | △5億円  | <b>△2億円</b> | 4億円   | <b>10億円</b>  |
| <b>その他</b>         | △3億円  | <b>△3億円</b> | △7億円  | <b>△2億円</b> | △19億円 | <b>△10億円</b> |
| 合計                 | △3億円  | <b>2億円</b>  | △11億円 | <b>△5億円</b> | △20億円 | <b>16億円</b>  |

## 2. 2020年3月期計画（加工事業本部）①

### ●チャネル別販売施策

#### ①コンシューマ

秋冬新商品や年末に向けた高単価商品の拡販に努め、売上拡大と収益改善を図る。  
引き続き、既存商品の単価改善を実施し、収益改善を図る。

#### ②業務用

CVS・外食向けに定番アイテム確保に向けた新メニュー及び新規開拓を行い、売上拡大を図る。

【(参考) チャネル別 売上高計画】

| 2020.03 通期計画（2Q見直し） |        | 金額（対前年同期比） |
|---------------------|--------|------------|
| ハム・ソーセージ            | コンシューマ | 103%       |
|                     | 業務用    | 97%        |
|                     | 合計     | 101%       |
| デリ商品                | コンシューマ | 100%       |
|                     | 業務用    | 87%        |
|                     | 合計     | 94%        |

### ●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」や秋冬新商品投入により、購買層の拡大を図ると共に、収益性の改善を推し進める。

②石窯工房・中華名菜のTVCM投入や、チェーン販促を積極的に投入し、売上の拡大を図っていく。

【(参考) 主要コンシューマ群 売上高計画（対前年同期比）】

| ハム・ソーセージ  | 2020.03<br>通期計画 | デリ商品           | 2020.03<br>通期計画 |
|-----------|-----------------|----------------|-----------------|
| ウインナー群    | 101%            | チルドベーカリー群      | 103%            |
| ロースハム群    | 108%            | チルド惣菜群         | 99%             |
| ベーコン群     | 102%            | フライドチキン群       | 101%            |
| 焼豚群       | 94%             | ハンバーガー・ミートボール群 | 102%            |
| コンシューマ商品計 | 103%            | コンシューマ商品計      | 100%            |

### ●ギフト販売施策

- ・「美ノ国」ブランドにおいて、オードブルセットの投入。
- ・「本格派」ブランドにおいて、ギフトの販促方法の見直し。
- ・伸長カテゴリーである惣菜ギフトの拡充。

【(参考) ギフト売上高実績・計画（対前年同期比）】

|    |          | 2019.03 実績 | 2020.03 実績&計画 |
|----|----------|------------|---------------|
|    |          | 前年比        | 前年比           |
| 中元 | 全社販売金額   | 91%        | 92%           |
|    | (うち美ノ国)  | 90%        | 101%          |
| 歳暮 | 全社販売金額   | 88%        | 100%          |
|    | (うち美ノ国)  | 97%        | 101%          |
| 合計 | 全社販売金額   | 89%        | 97%           |
|    | (うち美ノ国)  | 95%        | 101%          |
|    | (美ノ国構成比) | 34%        | 35%           |

## 2. 2020年3月期計画（加工事業本部）②

### ➤ 収益向上への取り組み

#### 粗利益の拡大

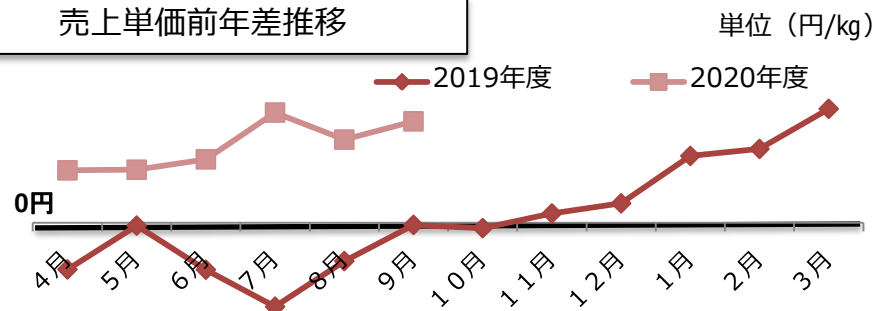
- コンシューマ  
→ ブランドエクステンションで収益拡大  
→ 新チャネルに向けて取り組み強化



- 業務用  
→ ブランド商品の積極的活用による収益改善  
→ デリカ部門の拡大を図る  
上記取り組みにより販売単価改善



売上単価前年差推移



#### 経費の削減

- 労務費削減  
→ 稼働日見直しや省人化投資による労務費削減



- 効果的な販促費用の活用  
→ YouTubeやTwitterを使った販促

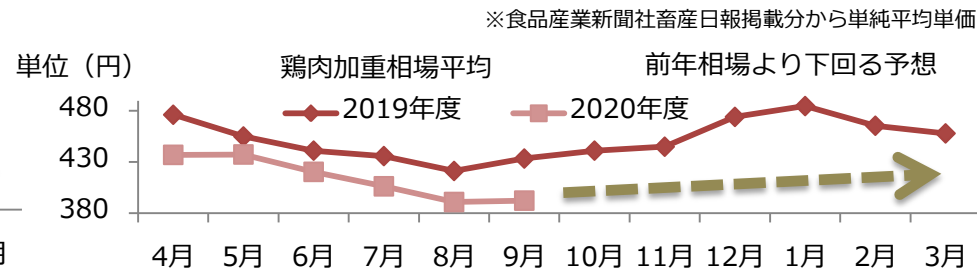
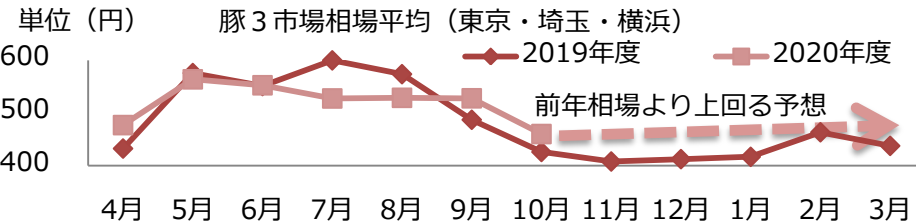


- 物流費削減  
→ 工場直送等配送見直し、物流作業の効率化



### 3. 2020年3月期計画（食肉事業本部）

#### ●国産食肉市況



鶏肉：北海道胆振東部地震からの鶏舎復旧により「桜姫」の生産体制が回復。

生産性向上施策も合わせて、安定供給を図る。

豚肉：防疫の徹底・疾病対策の強化で成績改善、安定供給に努める。

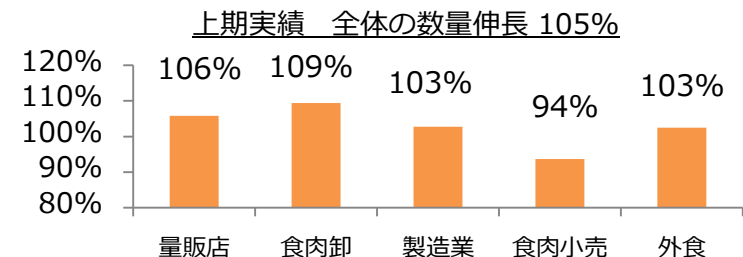
また、新技術導入で生産性向上にも取り組む。

#### ●輸入食肉市況

- ・豚肉は国内では「在庫過多と需要の弱さ」が続いているが、海外ではASF・米中貿易摩擦などの影響次第で価格変動が見込まれるため、先行きが不透明。
- ・鶏肉は軟調な国内相場の影響もあり、先行きが不透明。
- ・牛肉は、堅調な需要が続くことで、高値にて推移する見通し。

#### ●食肉販売（フード）

- ・外食チャネルに向けて商品開発力、営業部隊の強化を図る。
  - ・量販チャネルに向けてブランド食肉や牛肉中心の提案を行う。
- また、デリカ部門では商談強化により深耕販売に繋げる。





## 4. 2020年3月期計画（関連企業本部）

### ➤ 収益向上への取り組み

#### ● 水産事業：利益改善傾向(前年比)

- ・ 利益率の高い寿司種と自社工場製品の拡販。
- ・ 最大の需要期である12月に向け蟹商材の案内強化。
- ・ サーモンのブランド化による売上拡大。

『黒海の恵みサーモントラウト』 『マゼランの恵みサーモントラウト』



#### ● 乳製品事業【チーズ】：増収増益傾向(前年比)

- ・ 生産設備更新による生産能力拡大と生産性向上。
- ・ 加工技術を活かした商品開発による業務用商品のシェア拡大。
- ・ 強みの市販用カップケーキの更なる拡販。

#### ● 乳製品事業【ヨーグルト】：利益改善傾向（前年比）

- ・ 高崎工場の安定稼働による生産性の改善。
- ・ 値上げ後も好調な主力商品『バニラヨーグルト』の継続拡販。
- ・ 商品のリニューアルや新商品の積極投入による売上拡大。
- ・ 日本初上陸で高たんぱく脂肪ゼロ『スキル』の来春発売による新市場創出。



「バニラヨーグルト」容器の内製化等によるコストダウンを実施



## 5. 2020年3月期計画（海外事業本部）

### ➤収益の安定化に一定の目途

外部環境のフォローもあったが、収益改善の取り組みが功を奏した

トルコ：生産性と商品ミックス改善  
昨年差：上期+8億円、通期計画+12億円



上期より稼働開始した  
新飼料工場

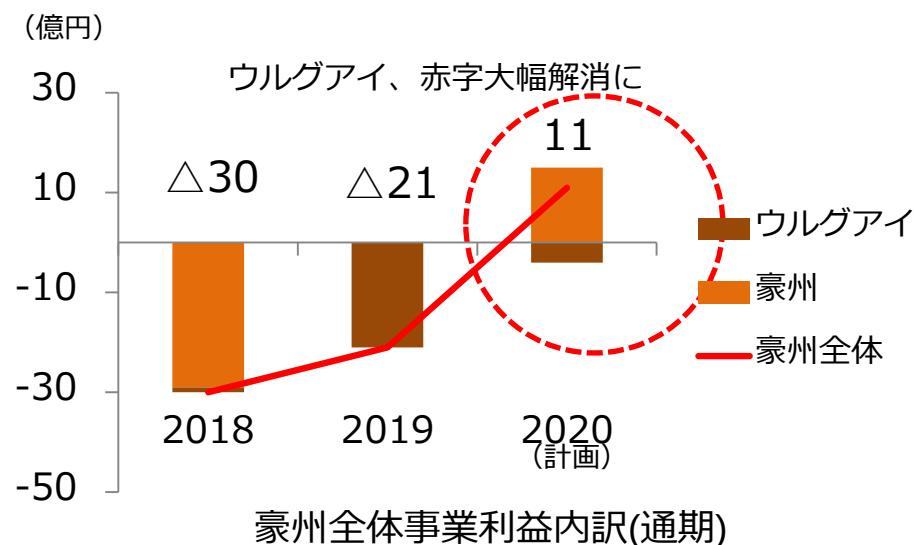
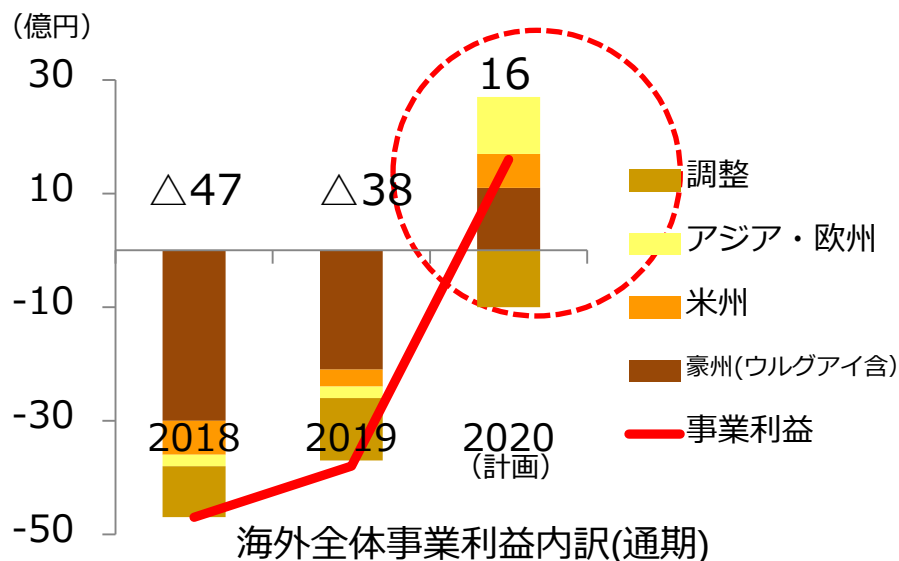
豪州：生産性改善と商品施策  
昨年差：上期+10億円、通期計画+15億円

米州：北米加工食品の生産性改善  
昨年差：上期+5億円、通期計画+9億円

ウルグアイ：改善プロジェクト推進  
昨年差：上期+5億円、通期計画+17億円

### ➤2020年3月期は赤字から脱却へ

豪州・トルコで季節要因もあり下期から減速するが、通期で利益を確保する



## **Ⅲ. 2020年3月期 第2四半期財務データ**

- 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**
- 3. 連結キャッシュ・フロー**



# 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 |        |           |          |        |           |        |
|------------------|------------|----------|-----------|----------------|--------|-----------|----------|--------|-----------|--------|
|                  | 上期<br>実績   | 下期<br>実績 | 通期<br>実績  | 上期<br>実績       | 前年比    | 数量<br>伸長率 | 下期<br>計画 | 前年比    | 通期<br>計画  | 前年比    |
| ① 売上高            | 618,000    | 616,180  | 1,234,180 | 616,266        | △ 0.3  | -         | 623,734  | 1.2    | 1,240,000 | 0.5    |
| ハム・ソーセージ         | 62,653     | 65,703   | 128,356   | 63,394         | 1.2    | △ 0.5     | 66,506   | 1.2    | 129,900   | 1.2    |
| 加工食品             | 115,107    | 118,548  | 233,655   | 114,059        | △ 0.9  | △ 3.8     | 116,141  | △ 2.0  | 230,200   | △ 1.5  |
| 食肉               | 353,222    | 350,335  | 703,557   | 357,962        | 1.3    | 3.8       | 357,938  | 2.2    | 715,900   | 1.8    |
| 牛肉               | 150,455    | 147,128  | 297,583   | 152,689        | 1.5    | 1.5       | 150,011  | 2.0    | 302,700   | 1.7    |
| 豚肉               | 111,937    | 109,220  | 221,157   | 112,645        | 0.6    | 2.7       | 113,655  | 4.1    | 226,300   | 2.3    |
| 鶏肉               | 77,259     | 83,562   | 160,821   | 81,504         | 5.5    | 8.2       | 83,996   | 0.5    | 165,500   | 2.9    |
| その他食肉            | 13,571     | 10,425   | 23,996    | 11,124         | △ 18.0 | △ 24.9    | 10,276   | △ 1.4  | 21,400    | △ 10.8 |
| 水産               | 42,116     | 46,022   | 88,138    | 38,433         | △ 8.7  | △ 10.3    | 46,267   | 0.5    | 84,700    | △ 3.9  |
| 乳製品              | 17,058     | 16,212   | 33,270    | 16,908         | △ 0.9  | △ 3.0     | 17,592   | 8.5    | 34,500    | 3.7    |
| その他              | 27,844     | 19,360   | 47,204    | 25,510         | △ 8.4  | -         | 19,290   | △ 0.4  | 44,800    | △ 5.1  |
| ② 売上原価           | 514,481    | 519,096  | 1,033,577 | 511,628        | △ 0.6  |           |          |        |           |        |
| 売上総利益            | 103,519    | 97,084   | 200,603   | 104,638        | 1.1    |           |          |        |           |        |
| 売上総利益率           | 16.8%      | 15.8%    | 16.3%     | 17.0%          | -      |           |          |        |           |        |
| ③ 販売費及び一般管理費     | 82,097     | 86,241   | 168,338   | 81,161         | △ 1.1  |           |          |        |           |        |
| その他の収益・費用        | 2,717      | △ 3,499  | △ 782     | △ 7,939        | -      |           | △ 3,261  | △ 6.8  | △ 11,200  | -      |
| 金融収益・費用          | △ 1,611    | △ 523    | △ 2,134   | △ 862          | -      |           | △ 938    | -      | △ 1,800   | -      |
| 持分法による投資損益       | 645        | 273      | 918       | 287            | △ 55.5 |           | 713      | 161.2  | 1,000     | 8.9    |
| 税引前利益            | 23,173     | 7,094    | 30,267    | 14,963         | △ 35.4 |           | 11,037   | 55.6   | 26,000    | △ 14.1 |
| 法人所得税費用          | 7,051      | 4,199    | 11,250    | 4,469          | △ 36.6 |           | 3,331    | △ 20.7 | 7,800     | △ 30.7 |
| 税率               | 30.4%      | 59.2%    | 37.2%     | 29.9%          | -      |           | 30.2%    | -      | 30.0%     | -      |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 16,371     | 3,190    | 19,561    | 10,331         | △ 36.9 |           | 8,169    | 156.1  | 18,500    | △ 5.4  |
| ④ 営業利益 (①-②-③)   | 21,422     | 10,843   | 32,265    | 23,477         | 9.6    |           | 14,523   | 33.9   | 38,000    | 17.8   |
| ⑤ 為替差損益          | △ 1,327    | △ 1,738  | △ 3,065   | △ 1,005        | -      |           | -        | -      | -         | -      |
| ⑥ IFRSへの調整他      | 878        | △ 3,859  | △ 2,981   | 2,650          | -      |           | -        | -      | -         | -      |
| 事業利益 (④-⑤-⑥)     | 21,871     | 16,440   | 38,311    | 21,832         | △ 0.2  |           | 18,168   | 10.5   | 40,000    | 4.4    |

\* 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<br>期末実績 | 2020年3月期<br>上期 | 対前期末<br>増減率 | 対前期末<br>増減額 |
|----------------|---------------|------------------|----------------|-------------|-------------|
| 資産合計           |               | 741,388          | 770,867        | 4.0         | 29,479      |
| ★①<br>★②       | 現金及び現金同等物     | 48,108           | 60,610         | 26.0        | 12,502      |
|                | 営業債権及びその他の債権  | 153,260          | 130,803        | △ 14.7      | △ 22,457    |
|                | 棚卸資産          | 113,415          | 128,505        | 13.3        | 15,090      |
|                | 有形固定資産        | 289,898          | 313,509        | 8.1         | 23,611      |
|                | その他の金融資産(非流動) | 34,125           | 33,309         | △ 2.4       | △ 816       |
|                | 繰延税金資産        | 28,004           | 26,219         | △ 6.4       | △ 1,785     |
| 負債合計           |               | 336,030          | 366,397        | 9.0         | 30,367      |
| ★③             | 営業債務及びその他の債務  | 111,573          | 109,726        | △ 1.7       | △ 1,847     |
|                | 有利子負債         | 147,009          | 181,098        | 23.2        | 34,089      |
| 親会社の所有者に帰属する持分 |               | 401,014          | 399,815        | △ 0.3       | △ 1,199     |
| 非支配持分          |               | 4,344            | 4,655          | 7.2         | 311         |
| 資本合計           |               | 405,358          | 404,470        | △ 0.2       | △ 888       |

### 主な増減要因

- ★① 棚卸資産 食肉事業における主要畜種の在庫が増加し、約151億円の増加。
- ★② 有形固定資産 リースの会計基準の変更により、約236億円の増加。
- ★③ 有利子負債 リース会計基準の変更および社債の発行により、約341億円の増加。

(単位：百万円、%)

| «設備投資額、減価償却費» | 2019年3月期 | 2020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         | 23,027   | 16,612   | △ 27.9 | △ 6,415 | 76,700 | 70,800 |
| 加工事業本部        | 3,974    | 5,735    | 44.3   | 1,761   | 23,000 | 18,100 |
| 食肉事業本部        | 8,815    | 5,023    | △ 43.0 | △ 3,792 | 30,200 | 27,000 |
| 関連企業本部        | 6,555    | 724      | △ 89.0 | △ 5,831 | 4,200  | 5,900  |
| 海外事業本部        | 2,288    | 2,454    | 7.3    | 166     | 8,200  | 8,300  |
| その他設備         | 1,395    | 2,676    | 91.8   | 1,281   | 11,100 | 11,500 |
| 減価償却費         | 10,769   | 16,279   | 51.2   | 5,510   | 28,300 | 33,300 |

### 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》 | 2019年3月期 | 2020年3月期 |         | 2020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 | 8,911    | 33,298   | 24,387  | 67,200   |
| ★② 投資活動キャッシュ・フロー | △ 23,888 | △ 19,434 | 4,454   | △ 58,900 |
| ★③ 財務活動キャッシュ・フロー | 1,195    | △ 571    | △ 1,766 | △ 55     |

#### キャッシュフローの状況

- ★① **営業活動キャッシュ・フロー**  
減価償却費164億円や、営業債権の減少に伴うキャッシュインにより、約333億円のキャッシュ増となった。
- ★② **投資活動キャッシュ・フロー**  
設備投資の支払194億などにより、約194億円のキャッシュ減となった。
- ★③ **財務活動キャッシュ・フロー**  
社債の発行で約150億円の増加があったが、借入債務の返済や現金配当の増加により、約6億円のキャッシュ減となった。

お問合せ先  
〒141-6013 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 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。