



決算説明資料

～2021年3月期 第4四半期～

2021年 5月 10日
日本ハム株式会社

I : 2021年3月期 期末連結業績の総括

P.4

1. 通期 連結業績
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 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

III : 2021年3月期期末財務データ

P.20

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
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

II : 2022年3月期見通し

P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

※当社は国際会計基準（IFRS）を適用しています。

※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）を開示しております。

※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。

※「新型コロナウイルス感染症」については、「新型コロナウイルス」と表記します。

※2021年3月期より関連企業本部及び食肉事業本部の管轄であったエキス・一次加工品事業を加工事業本部へ統合したため、その事業利益を内訳表示しています。また、2020年3月期以前の数値は遡及修正をしています。（当社算定による、但し未監査）

I : 2021年3月期 期末連結業績の総括

P.4

1. 通期 連結業績
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 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

III : 2021年3月期期末財務データ

P.20

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
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

II : 2022年3月期見通し

P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

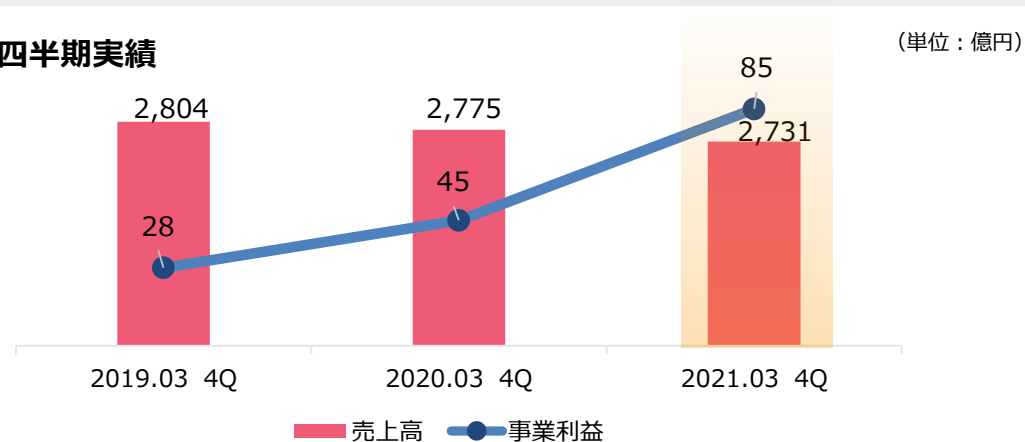
業績サマリー

第4四半期は減収増益

減収要因：業務用の需要が引き続き低迷

増益要因：内食需要の高止まりで、コンシューマ商品が堅調に推移

第4四半期実績

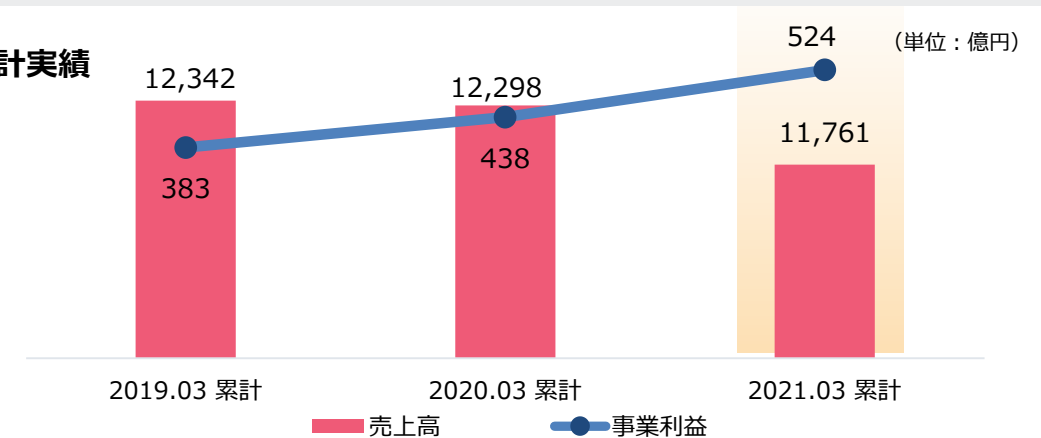


累計は減収増益

減収要因：国内の業務用売上高減少と海外の販売環境悪化

増益要因：収益性の高い主力ブランド商品やブランド食肉の販売が好調に推移

累計実績



2021年3月期第4四半期連結業績

	4Q	前年差	前年比	4Q累計	前年差	前年比
売上高	2,731	△44	△1.6%	11,761	△537	△4.4%
事業利益	85	40	87.8%	524	87	19.8%
事業利益率	3.1%	-	-	4.5%	-	-

1. 通期 連結業績②

第4四半期実績

(単位：億円)

		19.03 4Q	20.03 4Q	21.03 4Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	1,220	1,204	1,199	△5	△0.4
	事業利益	△7	5	19	15	325.1
食肉事業本部	売上高	1,700	1,731	1,664	△68	△3.8
	事業利益	70	77	88	11	14.7
海外事業本部	売上高	578	570	540	△31	△5.4
	事業利益	△18	△12	△4	8	-
消去調整他	売上高	△693	△730	△671	59	-
	事業利益	△17	△24	△18	6	-
連結計	売上高	2,804	2,775	2,731	△44	△1.5
	事業利益	28	45	85	40	87.8

通期実績

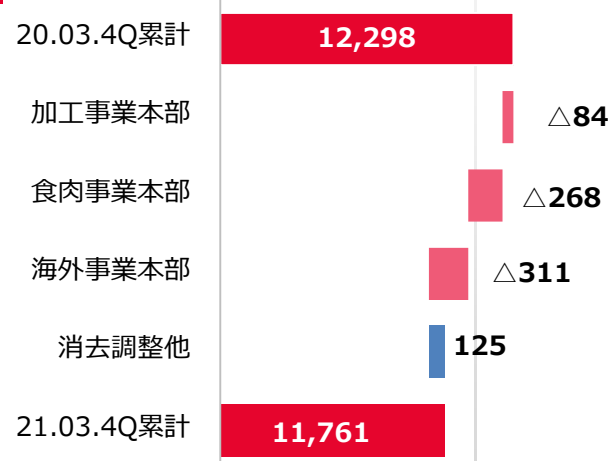
(単位：億円)

		19.03 通期	20.03 通期	21.03 通期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	5,454	5,323	5,239	△84	△1.6
	事業利益	95	133	179	46	34.7
食肉事業本部	売上高	7,415	7,555	7,287	△268	△3.6
	事業利益	345	319	411	92	28.9
海外事業本部	売上高	2,552	2,550	2,239	△311	△12.2
	事業利益	△38	18	△1	△19	-
消去調整他	売上高	△3,078	△3,129	△3,004	125	-
	事業利益	△19	△33	△65	△32	-
連結計	売上高	12,342	12,298	11,761	△537	△4.4
	事業利益	383	438	524	87	19.8

通期売上高増減

(単位：億円)

売上高増減要因

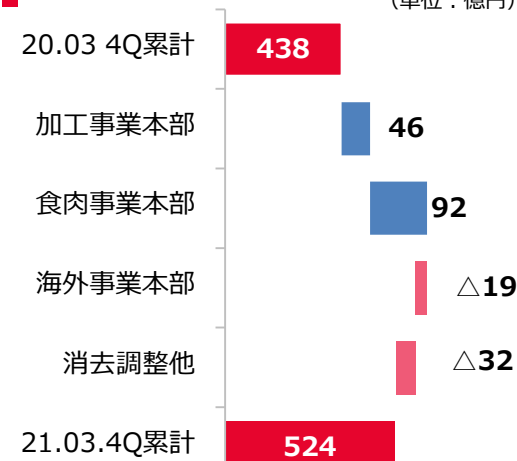


- 【加工事業本部】
 - ・業務用向けの売上減少
- 【食肉事業本部】
 - ・外食向けの売上減少
- 【海外事業本部】
 - ・豪州の牛飼養頭数減少により、販売数量が減少
 - ・業務用低迷による対日向け輸出の減少

通期事業利益増減

(単位：億円)

事業利益増減要因

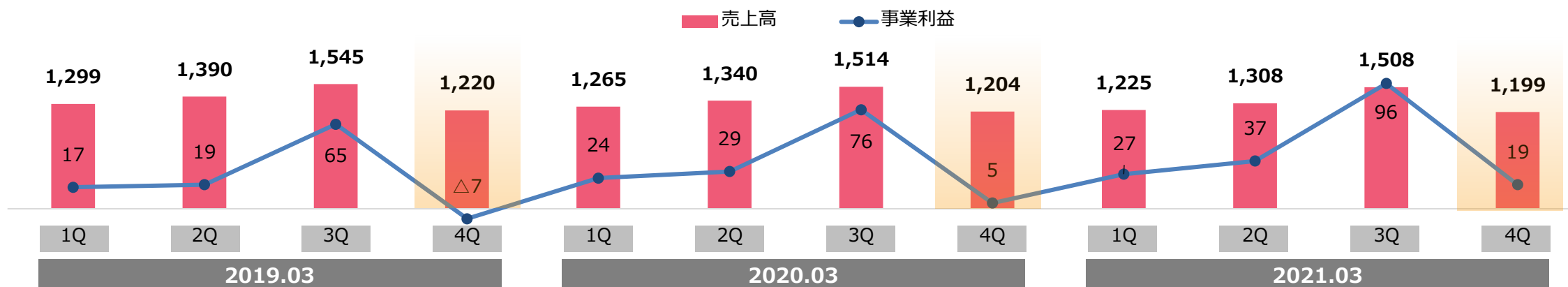


- 【加工事業本部】
 - ・コンシューマ商品の伸長
 - ・商品ミックスの改善
- 【食肉事業本部】
 - ・国産鶏肉を中心に相場推移が堅調
 - ・ブランド食肉の販売好調
- 【海外事業本部】
 - ・豪州の年間を通じた牛生体価格の高値継続
 - ・対日向け業務用商品減少に伴う利益減少
- 【消去調整】（球団）
 - ・試合数減や無観客試合で利益減少

2. セグメント情報 加工事業本部①

(単位：億円)

	4Q				通期			
	20.03	21.03	前年差	前年比	20.03	21.03	前年差	前年比
売上高	1,204	1,199	△5	△0.4%	5,323	5,239	△84	△1.6%
事業利益	5	19	15	325.1%	133	179	46	34.7%
内) 水産・乳製品・エキス等	△3	2	5	-	22	31	10	40.9%
事業利益率	0.4%	1.6%	1.2%	-	2.5%	3.4%	0.9%	-



2021年3月期通期売上高の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- コンシューマ → 年間を通して主力ブランドが好調に推移
- 業務用 → CVS、外食チャネルの需要が減少

水産・乳製品とエキス・一次加工品

- コンシューマ → 「バニラヨーグルト」の売上伸長
- 業務用 → 業務用チーズ、水産、エキス中心に販売減少

2021年3月期通期事業利益の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- 粗利益 → 主力コンシューマの販売増で商品ミックスの改善
- 経費 → 広告宣伝費等は減少したが物流費が増加

水産・乳製品とエキス・一次加工品

- 粗利益 → 業務用の売上減少に伴い粗利益が減少
- 経費 → 労務費や物流費が減少

ハム・ソーセージ、デリ商品 売上実績

- ・ **コンシューマ商品** 巣ごもり需要に支えられ、ハムソーセージ・デリ商品ともに伸長
 - ・ ハム・ソーセージ：主要商品を中心にコンシューマ全体で大きく伸長
 - ・ デリ商品：ハンバーグ群、チルドベーカリー群を中心に各商品群が大きく伸長
 - ・ ギフト：リニューアルを行った主力ブランド「本格派」が自家需要を取り込む

年間を通して好調に推移した主力ブランド「シャウエッセン群」



家庭で専門店のようなピザが焼き立てで食べられる「奏」



いつもの食卓を少し贅沢に、焼きの香ばしさと風味にこだわった「極み焼ハンバーグ」



昨年リニューアルの主力ブランド「本格派」



- ・ **業務用商品** CVSや外食・デリカ向けの販売が年間を通じて低迷

水産・乳製品・エキス、一次加工品 売上実績

- ・ **水産品** 低迷した外食向けに対し、量販店などの別チャネルが販売拡大
- ・ **乳製品** 「バニラヨーグルト」の販売は好調だが、ドリンクヨーグルトは販売が低迷
- ・ **エキス、一次加工品** 外食需要の低迷により、売り上げが減少



サーモン丼や手巻き寿司の具材にぴったりの「ごろっとサーモン丼」



まるでバニラアイスのようなデザートヨーグルト「バニラヨーグルト」



2003年の発売以来の人気シリーズ「スタミナ苑」

チャネル別2021年3月期通期実績（前年比）

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	104%	105%
	業務用	86%	88%
	合計	100%	102%
デリ商品	コンシューマ	107%	110%
	業務用	85%	85%
	合計	97%	100%

コンシューマ商品群 通期売上高実績（前年比）

	商品群	上期	下期	通期		商品群	上期	下期	通期
ハム・ソーセージ	ウインナー群	107%	102%	105%	デリ商品	チルドベーカリー群	114%	114%	115%
	ロースハム群	96%	91%	94%		チルド惣菜群	108%	104%	105%
	ベーコン群	115%	100%	107%		フライドチキン群	100%	102%	102%
	焼豚群	101%	102%	101%		ハンバーグ・ミートボール群	119%	112%	115%
	合計	108%	102%	105%		合計	110%	109%	110%

ギフト販売実績（前年比）

		2020.03 実績	2021.03 実績
中元	全社販売金額	92%	98%
	内) 美ノ国	101%	89%
歳暮	全社販売金額	95%	98%
	内) 美ノ国	95%	95%
合計	全社販売金額	94%	98%
	内) 美ノ国	97%	93%

事業利益増減要因分析

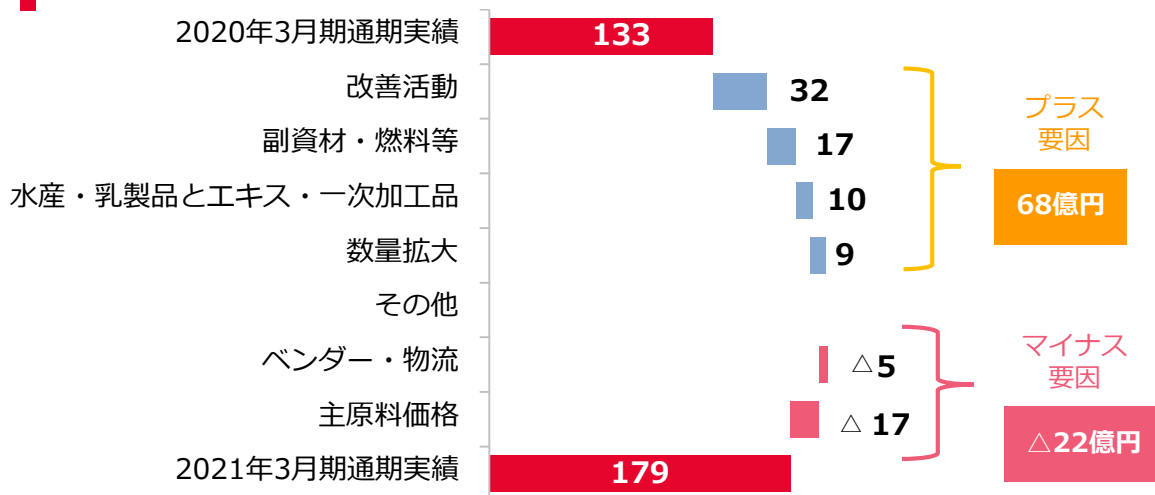
(単位：億円)

2021.03					
	3Q累計実績	4Q実績	通期見込み	通期実績	差異
H & S、デリ商品事業	31	10	31	41	10
外部要因	△2	2	△4	0	4
主原料価格	△15	△1	△17	△17	0
副資材・燃料等	13	4	14	17	3
内部要因	33	8	35	41	7
数量拡大	8	2	8	9	1
改善活動	26	6	27	32	5
ベンダー・物流	△4	△1	△5	△5	0
水産・乳製品と エキス・一次加工品事業	4	5	5	10	5
その他	0	0	0	0	0
合計	32	15	31	46	15

※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。

通期実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



計画差異要因分析（通期）

【外部要因】4億円

副資材、燃料等：羊腸を中心に改善

【内部要因】7億円

数量拡大：コンシューマ商品の伸長

改善活動：販促費の減少

【ベンダー・物流】0億円

ベンダー：新規アイテム導入と労務費削減により改善

物流：社外物流の売上未達

【水産・乳製品とエキス・一次加工品】5億円

水産：品種構成が改善

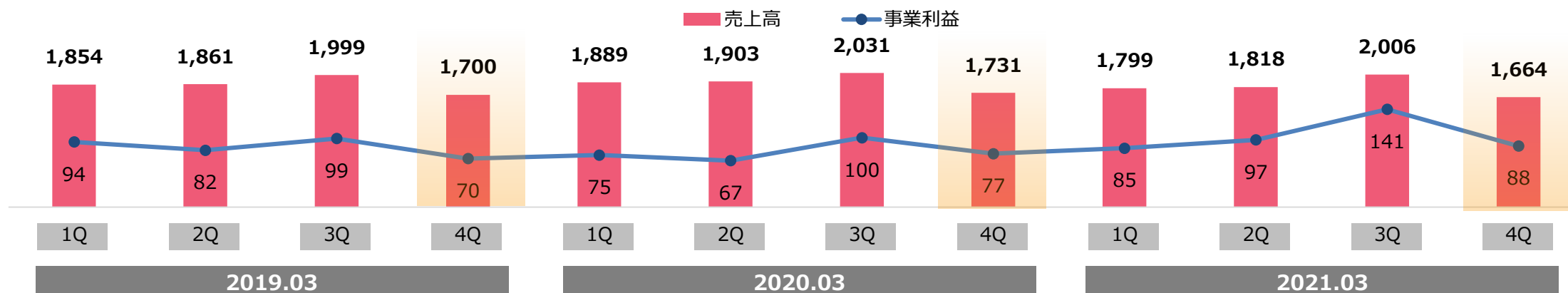
乳製品：バニラヨーグルト群の売上拡大

エキス・一次加工：販路シナジー効果の発現もあり改善

3. セグメント情報 食肉事業本部①

(単位：億円)

	4Q				通期			
	20.03	21.03	前年差	前年比	20.03	21.03	前年差	前年比
売上高	1,731	1,664	△68	△3.9%	7,555	7,287	△268	△3.6%
事業利益	77	88	11	14.7%	319	411	92	28.9%
事業利益率	4.4%	5.3%	0.9%	-	4.2%	5.6%	1.4%	-



2021年3月期通期売上高の状況

- 販売部門 ➡ 新型コロナウイルスの感染拡大により、
外食、インバウンド 需要が大きく減退するなど
厳しい販売環境の中、量販店チャネルでは販売が伸長

2021年3月期通期事業利益の状況

- 生産部門 ➡ 国産鶏肉・豚肉の相場が堅調に推移
国産鶏肉の生産拡大と生産性の改善
- 販売部門 ➡ 量販向けのブランド食肉は好調に推移
需要増加により国産鶏肉・豚肉を中心に
価格転嫁も進み、収益を確保

事業利益増減要因分析

(単位：億円)

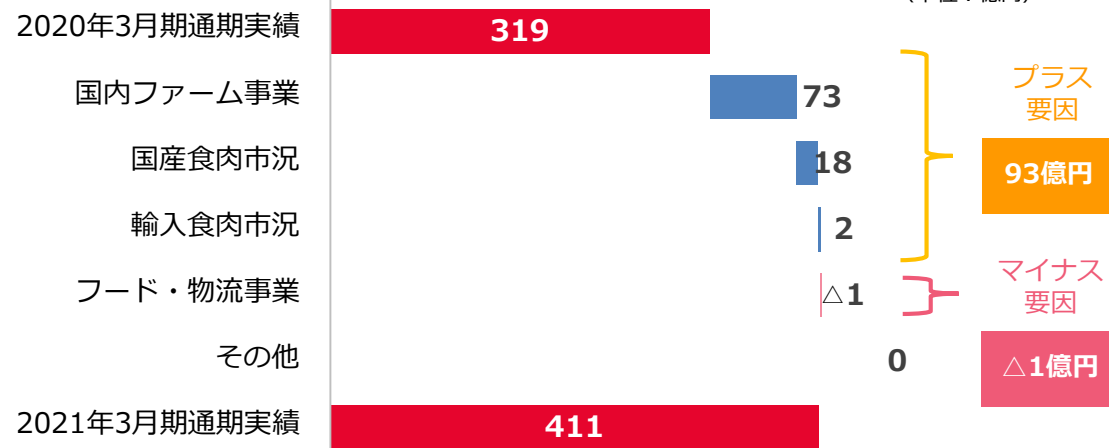
2021.03					
	3Q累計実績	4Q実績	通期見込み	通期実績	差異
輸入食肉市況	1	1	△2	2	4
国産食肉市況	14	4	17	18	1
国内ファーム事業	60	14	61	73	12
フード・物流事業	6	△6	1	△1	△2
その他	0	0	△2	0	2
合計	81	12	75	93	17

※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。

※2021年3月期より、フード・物流事業に含まれていたエキス・一次加工品事業を加工事業本部に移管

通期実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



計画差異要因分析 (通期)

【輸入食肉市況】 4 億円

鶏肉：市況の改善、付加価値商品の販売数量増加

【国産食肉市況】 1 億円

豚肉：「麦小町」を中心としたブランド食肉の販売が拡大

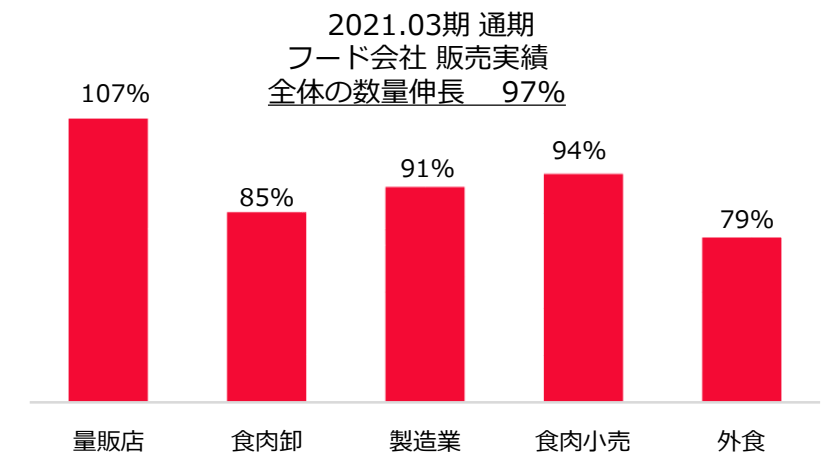
鶏肉：堅調な需要に支えられ、「桜姫」等のブランド食肉が販売増

【国内ファーム事業】 12 億円

国産鶏肉で、処理羽数増と市況が想定を大きく上回り増益

【フード・物流事業】 ▲2 億円

販売：内食需要が落ち着き、量販店の販売伸長が鈍化、
外食チャネルも販売が低迷し、計画を下回る

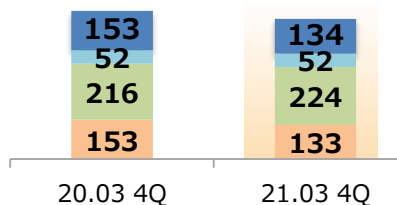


第4四半期実績

【売上高】

(単位：億円)

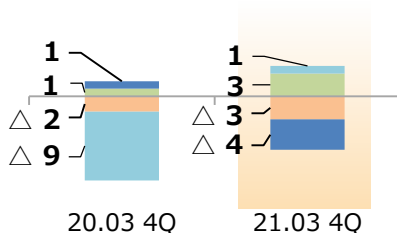
アジア・欧州 米州 ウルグアイ 豪州



	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	570	540	△31	△5.4%
豪州	153	134	19	△12.4%
ウルグアイ	52	52	0	0.1%
米州	216	224	8	3.8%
アジア・欧州	153	133	△20	△13.0%

【事業利益】

(単位：億円)



	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	△12	△4	8	-
豪州	1	△4	△5	-
ウルグアイ	△9	1	10	-
米州	1	3	3	307.1%
アジア・欧州	△2	△3	△1	-

2021年3月期通期売上高の状況

豪州

- オーストラリア → 処理頭数の減少により販売数量が低下
- ウルグアイ → 4Qに入り中国向けは販売単価回復傾向も、前年には到達せず

米州

→ 対日向け食肉輸出の増加

アジア・欧州

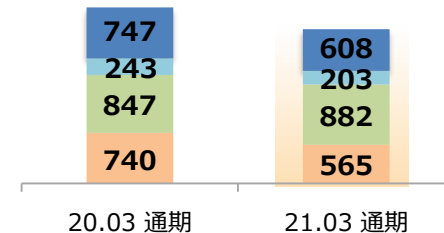
- タイ、EU → 対日向けの加工品・加工用原料の輸出減少

通期実績

【売上高】

(単位：億円)

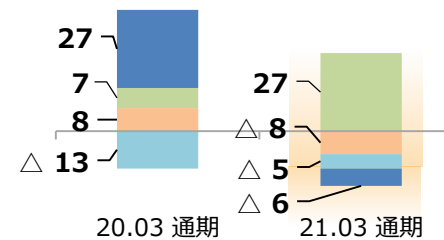
アジア、欧州 米州 ウルグアイ 豪州



	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	2,550	2,239	△311	△12.2%
豪州	747	608	△139	△18.6%
ウルグアイ	243	203	△40	△16.7%
米州	847	882	35	4.1%
アジア・欧州	740	565	△175	△23.7%

【事業利益】

(単位：億円)



	20.03	21.03	前年差	前年比
海外計	18	△1	△19	-
豪州	27	△6	△33	-
ウルグアイ	△13	△5	8	-
米州	7	27	20	291.1%
アジア・欧州	8	△8	△16	-

2021年3月期通期事業利益の状況

豪州

- オーストラリア → 年間を通じて生体価格の歴史的な高騰と製造・販売数量の減少
- ウルグアイ → 下期に入り営業体制を見直し、赤字幅縮小

米州

→ 年間を通じて米国内での加工品販売が好調に推移

アジア・欧州

- タイ → 対日向けの輸出不振により、利益額が減少
- トルコ → 飼料高によるコスト増で収益を圧迫

事業利益増減要因分析

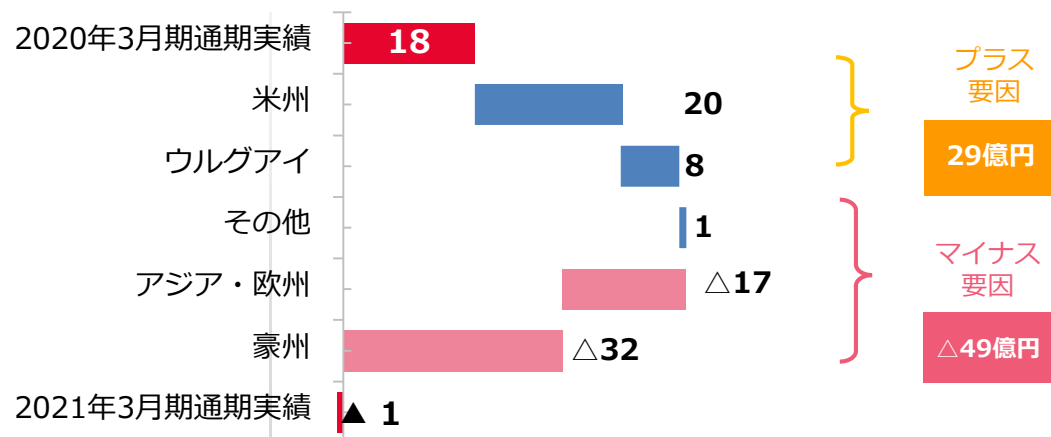
(単位：億円)

2021.03					
	3Q累計 実績	4Q実績	通期 見込み	通期 実績	差異
豪州	△28	△4	△30	△32	△2
ウルグアイ	△2	10	4	8	3
米州	18	3	17	20	3
アジア・欧州	△15	△1	△17	△17	0
その他	1	0	2	1	△1
合計	△27	8	△23	△19	4

※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。

通期実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



計画差異要因分析 (通期)

【豪州】 ▲2億円

処理頭数減少に伴う生産コストの上昇と
売上高減少で想定を下回る

【ウルグアイ】 3億円

生産：4Qに入り、想定以上に生体価格が低下
販売：営業強化による販売単価改善効果の発現

【米 州】 3億円

北米で加工食品の安定した販売と経費の減少
対日向けの食肉輸出が増加

【アジア・欧州】 0億円

中華圏での内販販売の拡大
トルコ通貨安と穀物価格高騰で生産コストが上昇

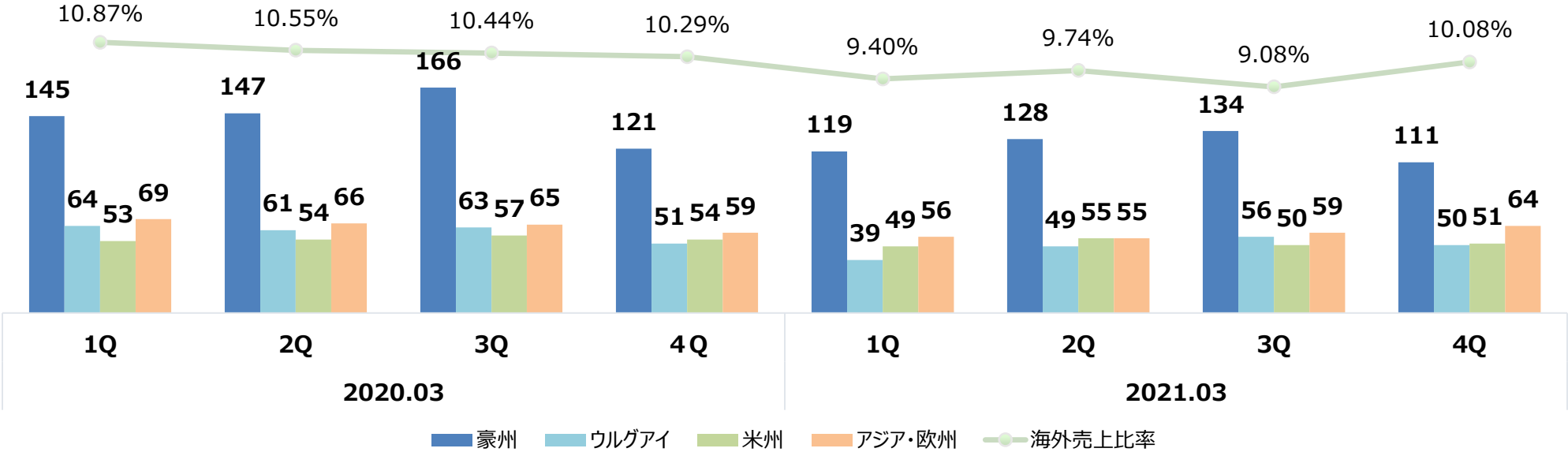
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：億円)

	2020.03					2021.03				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
豪州	145	147	166	121	580	119	128	134	111	492
ウルグアイ	64	61	63	51	238	39	49	56	50	194
米州	53	54	57	54	219	49	55	50	51	204
アジア・欧州	69	66	65	59	260	56	55	59	64	234
海外計	331	329	351	286	1,296	262	286	299	276	1,123
海外売上比率	10.87%	10.55%	10.44%	10.29%	10.54%	9.40%	9.74%	9.08%	10.08%	9.56%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

(単位：億円)



I : 2021年3月期 期末連結業績の総括

P.4

1. 通期 連結業績
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 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

Ⅲ : 2021年3月期期末財務データ

P.20

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
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

Ⅱ : 2022年3月期見通し

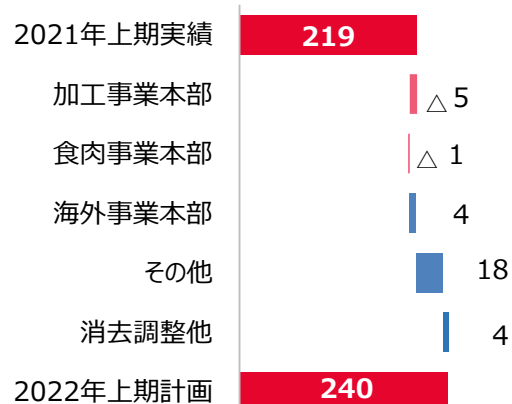
P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

1. 2022年3月期 事業利益計画

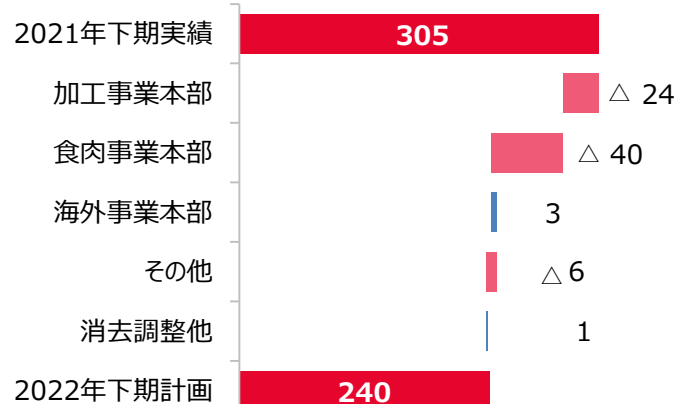
上期増減計画

(単位：億円)



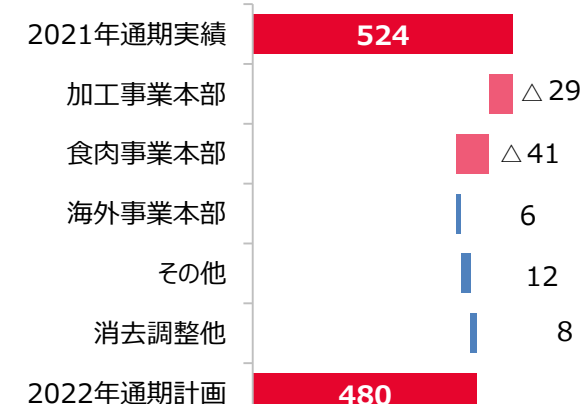
下期増減計画

(単位：億円)



通期増減計画

(単位：億円)



(単位：億円)

	2022.03 上期			2022.03 下期			2022.03 通期		
	2021.03 上期実績	計画	増減	2021.03 下期実績	計画	増減	2021.03 通期実績	計画	増減
加工事業本部	64	59	△ 5	115	91	△ 24	179	150	△ 29
食肉事業本部	182	181	△ 1	229	189	△ 40	411	370	△ 41
海外事業本部	5	9	4	△ 6	△ 4	3	△ 1	5	6
その他	△ 3	15	18	△ 14	△ 20	△ 6	△ 17	△ 5	12
消去調整他	△ 29	△ 23	6	△ 19	△ 17	1	△ 48	△ 40	8
合計	219	240	21	305	240	△ 65	524	480	△ 44

※2022年3月期通期計画の利益については、DX関連費用50億円を見込んでおります。

※その他は、主として北海道日本ハムファイターズ関連の損益となります。但し暫定値。

※2021年3月期（実績）については、消去調整他から北海道日本ハムファイターズ関連の損益をその他として組み換えて表示しています。但し暫定値。

2. 2022年3月期計画（加工事業本部）

2022年3月期通期計画 事業利益150億円

中期経営計画2023取り組み：

新しい価値の創造と提供で社会に貢献し、企業価値向上を図る

- ヒット商品創出の基盤作り
- 全社視点での製造体制の再構築

ハム・ソーセージ、デリ商品事業の取り組み

- ・ **コンシューマ商品**
 - ・ 主力ブランドの拡販と新たな需要に向けた新商品開発強化
 - ・ 食品ロス削減に向けた常温商品群や大豆ミート等新たなたんぱく質の柱を育成
- ・ **業務用商品**
 - ・ 伸長チャネルへの提案強化とグループを活用したシナジー効果発現
 - ・ 高付加価値商品の開発による差別化

水産・乳製品・エキス、一次加工品の取り組み

- ・ **水産品**
 - ・ 寿司種や高価格商品への販売集中
- ・ **乳製品**
 - ・ 「バニラヨーグルト」の拡販と「イーセイスキル」の市場定着
 - ・ ソフトチーズライン活用による商品開発
- ・ **エキス、一次加工品**
 - ・ 常温エキスの新商品発売による市場拡大とグループ販路を活用したシナジー効果の発現

事業利益計画 増減要因分析

	上期計画	下期計画	通期計画		(単位：億円)
				2021年3月期通期実績	179
H & S、デリ商品事業	△7	△14	△21	ベンダー・物流事業	10
外部要因	0	△20	△20	乳製品・水産事業・エキス一次加工	9
主原料価格	4	△13	△9	数量拡大	1
副資材・燃料等	△4	△7	△11	改善活動	△2
内部要因	△6	6	△1	主原料価格	△9
数量拡大	0	1	1	副資材・燃料等	△11
改善活動	△7	5	△2	DX費用	△26
ベンダー・物流事業	7	2	10	2022年3月期通期計画	150
乳製品・水産事業・エキス一次加工	7	1	9		
DX費用	△13	△14	△26		
合計	△5	△24	△29		

チャネル別売上高計画（前年比）

	チャネル	通期計画
ハム・ソーセージ	コンシューマ	99%
	業務用	103%
	合計	100%
デリ商品	コンシューマ	97%
	業務用	108%
	合計	101%

コンシューマ商品群 売上高計画（前年比）

商品群	通期計画	商品群	通期計画
ウイナー群	100%	チルドベーカリー群	97%
ロースハム群	100%	チルド惣菜群	102%
ベーコン群	98%	フライドチキン群	100%
焼豚群	99%	ハンバーグ・ミートボール群	101%
合計	99%	合計	97%

ハム・ソーセージ
デリ商品

3. 2022年3月期計画（食肉事業本部）

2022年3月期通期計画 事業利益370億円

中期経営計画2023取り組み：

強いインテグレーションをベースに持続可能なバリューチェーンを構築

- 生産性向上と社外提携先との関係深化により調達力強化
- ブランド食肉の拡大によって販売力強化、注力チャネルを攻略

国産食肉市況見通しと生産性向上の取り組み

市況 豚肉・鶏肉共に前期並みの相場を想定も、飼料価格の高騰が懸念
豚肉生産 自社の生産性改善と外部提携で供給力を強化
鶏肉生産 自社生産の拡大と外部提携の両輪で供給力強化

輸入食肉市況見通しと調達力強化の取り組み

牛肉 グローバルな需要増で環境は厳しいが、新たな供給国の開拓で販売数量確保
豚肉 中国の旺盛な買い付けで競争激化も、グループの調達網を活かし調達確保へ
鶏肉 穀物価格高騰で先高感がある中、収益を確保した販売に注力

販売戦略及びマーケティング

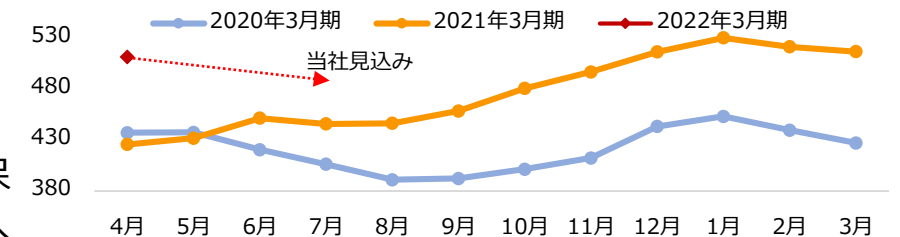
ブランディング 桜姫に続く経済的価値の高いブランドの確立
社会的価値の高いESG視点を持ったブランドの創出
チャネル戦略 量販・生協・外食・ドラッグストアなど、注力チャネルの重点化・専任化
注力チャネル毎の顧客ニーズに応じた付加価値商品の開発・提案

事業利益計画 増減要因分析

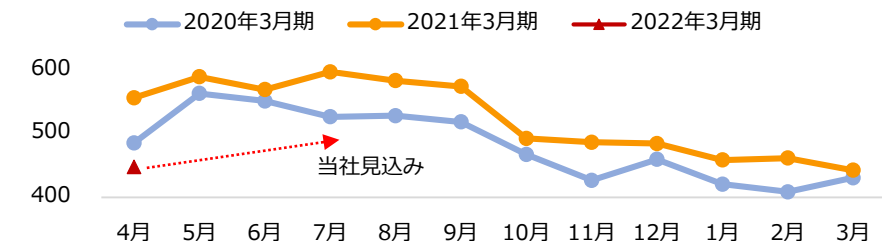
(単位：億円)

	上期計画	下期計画	通期計画		
輸入食肉市況	10	△7	3	2021年3月期通期実績	411
国産食肉市況	7	△9	△2	フード事業の伸長	4
国内ファーム事業	△8	△12	△21	輸入食肉市況	3
フード事業の伸長	4	0	4	国産食肉市況	△2
DX費用	△12	△12	△24	その他	△2
その他	△2	0	△2	国内ファーム事業	△21
合計	△1	△40	△41	DX費用	△24
				2022年3月期通期計画	370

【鶏肉相場】 実績は、鶏肉加重平均※食品産業新聞社『畜産日報』掲載分から単純平均単価



【豚肉相場】 豚3市場（東京・埼玉・横浜）「上」平均



4. 2022年3月期計画（海外事業本部）

2022年3月期通期計画 事業利益5億円

中期経営計画2023取り組み：成長モデルの構築

- 既存事業の構造改革
 - 重点市場での加工品強化
- #### 各エリアの取り組み

米州 好調な加工品を今後の足掛かりとし、収益を安定させる
（加工）ラインの見直しや生産性向上で販売数量増につなげる
（輸出）現地相場高で外部環境は厳しいが、日本と調達先との
パイプ役として付加価値商品開発等に注力する

アジア・欧州
（タイ） 新商品の開発強化を進めると共に生産性向上を図る
（トルコ） 穀物高と通貨安の厳しい外部環境の中、付加価値商品の拡販を図る

豪州 生体価格の高値継続で厳しい環境の中、差別化戦略を進める
・継続したブランディング、高付加価値商品の販売強化
・肥育生産性向上の取り組み強化
・処理工場での最適生産稼働と効率化の推進

ウルグアイ 輸出環境が回復する中、輸出先の分散化を図り販売強化
・素牛仕入れと販売の連携強化による収益改善
・日本、韓国等アジア地域での販売増
・米国向け対応等の高付加価値商品の開発強化
・サプライヤーと協働したブランディングの構築

事業利益計画 増減要因分析

（単位：億円）

	上期 計画	下期 計画	通期 計画		
米州	△5	△2	△8	2021年3月度通期計画	▲1
アジア・欧州	7	3	10	アジア・欧州	10
豪州	2	2	4	ウルグアイ	3
オーストラリア	△2	3	0	オーストラリア	0
ウルグアイ	4	△1	3	その他	0
その他	0	0	0	米州	△8
合計	4	2	6	2022年3月度通期実績	5

事業利益額見込み

（単位：億円）

	上期			下期			通期		
	2021.3 実績	2022.3 計画	増減	2021.3 実績	2022.3 計画	増減	2021.3 実績	2022.3 計画	増減
米州	19	14	△5	9	6	△2	27	20	△8
アジア・欧州	△3	4	7	△5	△2	3	△8	2	10
豪州	△6	△4	2	△5	△3	2	△10	△7	4
オーストラリア	0	△2	△2	△6	△4	3	△6	△5	0
ウルグアイ	△6	△3	4	2	1	△1	△5	△2	3
その他	△5	△5	0	△5	△5	0	△10	△10	0
合計	5	9	4	△6	△4	2	△1	5	6

I : 2021年3月期 期末連結業績の総括

P.4

1. 通期 連結業績
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 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

II : 2022年3月期見通し

P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

III : 2021年3月期期末財務データ

P.20

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
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. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画

(単位：百万円、%)

		2021年3月期 実績						2022年3月期 計画								
		上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比	上期	前年比	数量 伸長率	下期	前年比	数量 伸長率	通期	前年比	数量 伸長率
①	売上高	573,484	△ 6.9	602,617	△ 1.8	1,176,101	△ 4.4	580,000	1.1	-	600,000	△ 0.4	-	1,180,000	0.3	-
	ハム・ソーセージ	64,643	2.0	67,782	0.3	132,425	1.1	64,400	△ 0.4	△ 0.4	68,100	0.5	0.3	132,500	0.1	△ 0.0
	加工食品	108,111	△ 5.2	115,474	0.6	223,585	△ 2.3	109,400	1.2	1.0	114,200	△ 1.1	△ 1.0	223,600	0.0	△ 0.0
	食肉	330,147	△ 7.8	342,733	△ 3.1	672,880	△ 5.5	333,500	1.0	0.9	340,800	△ 0.6	△ 1.0	674,300	0.2	△ 0.1
	牛肉	127,096	△ 16.8	129,903	△ 9.9	256,999	△ 13.4	127,200	0.1	△ 0.4	130,200	0.2	△ 1.3	257,400	0.2	△ 0.9
	豚肉	114,515	1.7	114,935	0.8	229,450	1.3	114,800	0.2	0.1	114,800	△ 0.1	△ 0.0	229,600	0.1	0.0
	鶏肉	78,386	△ 3.8	87,836	3.9	166,222	0.1	81,000	3.3	2.3	85,600	△ 2.5	△ 1.8	166,600	0.2	0.2
	その他食肉	10,150	△ 8.8	10,059	△ 9.1	20,209	△ 9.0	10,500	3.4	2.1	10,200	1.4	1.7	20,700	2.4	1.9
	水産	35,239	△ 8.3	41,614	△ 1.6	76,853	△ 4.8	35,600	1.0	0.3	41,700	0.2	0.5	77,300	0.6	0.4
	乳製品	16,232	△ 4.0	15,735	△ 5.8	31,967	△ 4.9	16,300	0.4	0.1	15,800	0.4	0.6	32,100	0.4	0.4
	その他	19,112	△ 25.1	19,279	4.7	38,391	△ 12.6	20,800	8.8	-	19,400	0.6	-	40,200	4.7	-
②	売上原価	469,396	△ 8.3	494,971	△ 3.5	964,367	△ 5.9									
	売上総利益	104,088	△ 0.5	107,646	6.7	211,734	3.0									
	売上総利益率	18.2%	-	17.9%	-	18.0%	-									
③	販売費及び一般管理費	78,191	△ 3.7	83,024	△ 2.2	161,215	△ 2.9									
	その他の収益・費用	657	-	△ 4,116	-	△ 3,459	-	△ 1,200	-	-	△ 2,050	-	-	△ 3,250	-	-
	金融収益・費用	△ 132	-	540	-	408	-	△ 1,300	-	-	△ 450	-	-	△ 1,750	-	-
	持分法による投資損益	2,308	704.2	△ 902	-	1,406	3.8	500	△ 78.3	-	500	-	-	1,000	△ 28.9	-
	税引前利益	28,730	92.0	20,144	66.8	48,874	80.8	24,000	△ 16.5	-	19,000	△ 5.7	-	43,000	△ 12.0	-
	法人所得税費用	9,916	121.9	7,900	117.2	17,816	119.8	7,500	△ 24.4	-	6,000	△ 24.1	-	13,500	△ 24.2	-
	税率	34.5%	-	39.2%	-	36.5%	-	31.3%	-	-	31.6%	-	-	31.4%	-	-
	親会社の所有者に帰属する当期利益	19,476	88.5	13,140	47.9	32,616	69.8	17,000	△ 12.7	-	13,000	△ 1.1	-	30,000	△ 8.0	-
④	営業利益①-②-③	25,897	10.3	24,622	53.7	50,519	27.9	26,000	0.4	-	21,000	△ 14.7	-	47,000	△ 7.0	-
⑤	為替差損益	△ 1,063	-	△ 1,518	-	△ 2,581	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥	IFRSへの調整他	5,037	90.1	△ 4,363	-	674	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	事業利益④-⑤-⑥	21,923	0.4	30,503	39.0	52,426	19.8	24,000	9.5	-	24,000	△ 21.3	-	48,000	△ 8.4	-

2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

連結貸借対照表

(単位：百万円、%)

	2020年3月期	2021年3月期	対前期末	対前期末
	期末	期末	増減率 (%)	増減額
資産合計	768,861	825,405	7.4	56,544
現金及び現金同等物	72,399	83,831	15.8	11,432
営業債権及びその他の債権	130,213	127,067	△ 2.4	△ 3,146
棚卸資産	114,520	107,906	△ 5.8	△ 6,614
① 有形固定資産	284,060	325,629	14.6	41,569
使用権資産	35,545	38,362	7.9	2,817
その他の金融資産（非流動）	32,647	35,796	9.6	3,149
繰延税金資産	29,745	26,056	△ 12.4	△ 3,689
負債合計	352,264	381,096	8.2	28,832
営業債務及びその他の債務	99,802	98,983	△ 0.8	△ 819
② 有利子負債	176,493	193,750	9.8	17,257
親会社の所有者に帰属する持分	404,414	433,595	7.2	29,181
非支配持分	12,183	10,714	△ 12.1	△ 1,469

主な増減要因

- ①**有形固定資産**
主として設備投資の増加による
（内新球場190億円）
- ②**有利子負債**
リース債務の増加、社債の発行などによる

設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

	2020年3月期	2021年3月期				2022年3月期
	通期実績	通期計画	実績	対前年増減率 (%)	対前年増減額	通期計画
設備投資額	47,802	84,700	82,902	73.4	35,100	81,700
加工事業本部	16,995	26,700	26,032	53.2	9,037	17,200
食肉事業本部	11,735	18,300	15,966	36.1	4,231	26,000
海外事業本部	6,032	5,100	4,955	△ 17.9	△ 1,077	7,000
その他	13,040	34,600	35,949	175.7	22,909	31,500
減価償却費	33,038	34,400	33,939	2.7	901	34,600

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

		2020年3月期	2021年3月期		2022年3月期
		通期実績	通期実績	対前年増減額	通期計画
①	営業活動によるキャッシュ・フロー	65,464	82,518	17,054	76,100
②	投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 36,728	△ 57,827	△ 21,099	△ 65,200
③	財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,077	△ 14,934	△ 11,857	△ 26,300

主な増減要因

① 営業活動によるキャッシュ・フロー

その他の資産8,815百万円、法人所得税の支払額10,343百万円などがあったが、税引前利益48,874百万円、減価償却費及び償却費34,109百万円などにより82,518百万円の純キャッシュ増となった。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産の取得59,398 百万円などにより、57,827百万円の純キャッシュ減となった。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

借入債務による調達70,393百万円、自己株式の売却187百万円などがあったが、現金配当9,269百万円、借入債務の返済66,351百万円などにより、14,934 百万円の純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
Think Park Tower
日本ハム株式会社 広報IR部
電話：03-4555-8024

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いたします。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。