



決算説明会資料

～2022年3月期 第1四半期～



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030



2021年 8月 2日
日本ハム株式会社

I : 2022年3月期 第1四半期連結業績の総括 P.4

1. 第1四半期 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
6. 中期経営計画2020連結業績の遡及修正

III : 2022年3月期第1四半期財務データ P.21

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。

※事業利益は、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を加味するとともにIFRSへの調整及び非経常項目を除外して算出しております。

※当社は、2022年3月期第1四半期より、新たな事業領域への拡充を図る目的で、球団事業及び新規事業等を「その他」に区分して開示しております。また、2022年3月期第1四半期より、報告セグメントの業績をより適切に反映させるため、売上高の算定方法を変更しております。
以上の変更については、前期以前の数値を遡及修正しています。
但し、2020年3月期以前の数値は未監査。

※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。

I : 2022年3月期 第1四半期連結業績の総括

P.4

1. 第1四半期 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
6. 中期経営計画2020連結業績の遡及修正

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 : 2022年3月期第1四半期財務データ

P.21

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. 第1四半期 連結業績

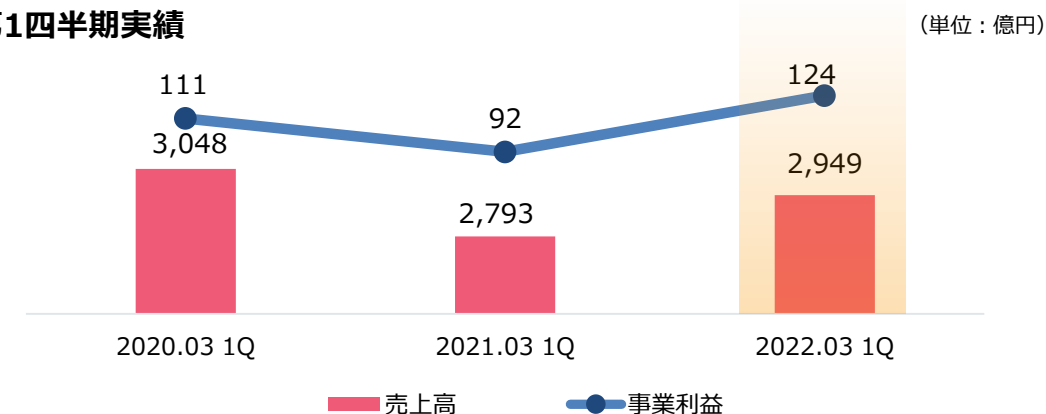
業績サマリー

第1四半期は増収増益

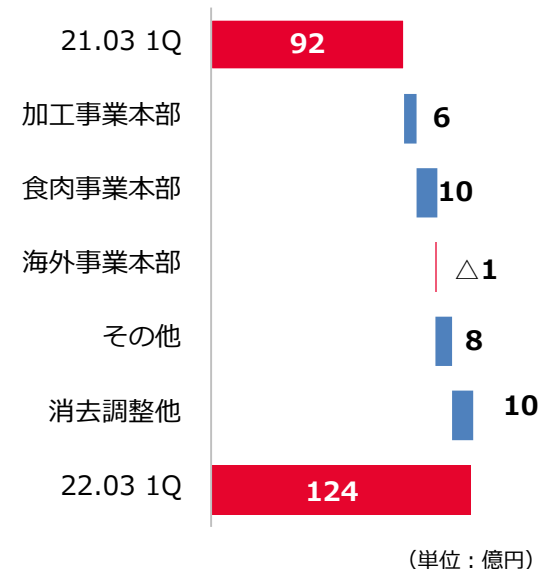
増収要因：豪州の牛肉販売価格高騰や水産・乳製品・エキス等の回復で増収
増益要因：食肉事業と加工事業でDX費用の発生もあったが、収益を確保し増益

		(単位：億円)				
		20.03 1Q	21.03 1Q	22.03 1Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	1,190	1,144	1,183	39	3.4
	事業利益	24	28	33	6	20.7
	事業利益率	2.0%	2.4%	2.8%	0.4	—
食肉事業本部	売上高	1,723	1,605	1,626	21	1.3
	事業利益	75	85	95	10	11.7
	事業利益率	4.4%	5.3%	5.9%	0.6	—
海外事業本部	売上高	647	558	604	47	8.4
	事業利益	8	△ 1	△ 2	△ 1	—
	事業利益率	1.2%	—	—	—	—
その他	売上高	61	22	44	22	98.6
	事業利益	14	△ 4	4	8	—
	事業利益率	23.1%	—	8.6%	—	—
消去調整他	売上高	△ 573	△ 535	△ 508	28	—
	事業利益	△ 11	△ 15	△ 6	10	—
	事業利益率	—	—	—	—	—
連結計	売上高	3,048	2,793	2,949	156	5.6
	事業利益	111	92	124	32	34.6
	事業利益率	3.6%	3.3%	4.2%	0.9	—

第1四半期実績



第1四半期事業利益増減



事業利益増減要因

【加工事業本部】

- ・業務用の回復で、一次加工や水産、乳製品を中心に収益を確保し増益

【食肉事業本部】

- ・業務用、外食需要は回復途中も、輸入食肉を中心に販売価格転嫁を進め増益

【海外事業本部】

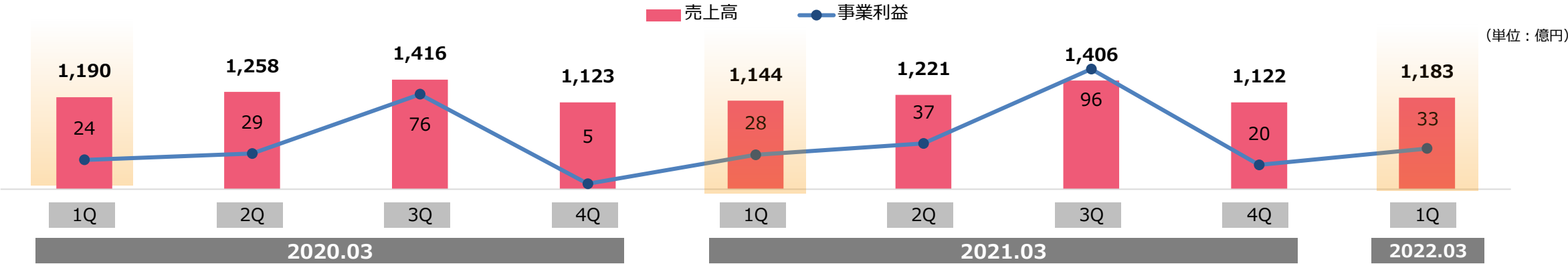
- ・主に米州での原料高騰の影響で減益

【その他】

- ・条件付きの開幕や有観客による試合で、前年より回復

業務用の回復で水産・乳製品、一次加工品が伸長し増収、広告宣伝費やDX費用が増加したが商品ミックスの改善で増益

	1Q				
	20.03	21.03	22.03	前年差	前年比
売上高	1,190	1,144	1,183	39	3.4%
事業利益	24	28	33	6	20.7%
内) 水産・乳製品、エキス・一次加工品	2	△3	5	8	-
事業利益率	2.0%	2.4%	2.8%	0.4	-



2022年3月期第1四半期売上高の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- コンシューマ → デリ商品が新商品中心に伸長したが、ハム・ソーセージが減少
- 業務用 → 外食及びCVSチャネル向けが伸長

水産・乳製品、エキス・一次加工品

- コンシューマ → 「バニラヨーグルト」が伸長したが、缶詰が減少
- 業務用 → 量販及び寿司店等の外食チャネル向けが伸長

2022年3月期第1四半期事業利益の状況

ハム・ソーセージ、デリ商品

- 粗利益 → デリ商品等で商品ミックスが改善し粗利益が改善
- 経費 → ブランド育成に向けた新商品のCM等の一時費用が増加

水産・乳製品、エキス・一次加工品

- 粗利益 → 一次加工品の伸長や水産品の高利益商品の伸長で改善
- 経費 → 売上増加により物流費等が増加

ハム・ソーセージ、デリ商品売上実績

- ① **コンシューマチャンネル向け商品** 内食需要は引き続き高く、まとめ買いによるストック需要も継続
- ・ **ハム・ソーセージ** : 主力ブランドのシャウエッセンにおいて購買層拡大を狙ったTVCMの導入やストック需要に合わせた大袋商品の拡販等を行ったが、昨年のコロナ影響の反動もあり減少
 - ・ **デリ商品** : 主力ブランドの石窯工房が好調に推移した事や常温商品の新ブランド育成に向けたTVCM導入と新たな販路開拓により好調に推移

ライフスタイルの変化に合わせたマーケティングを実施



ストック需要と
保存性を追求した商品提案



内食需要の拡大に合わせた
付加価値の高い商品提案



- ② **業務用商品チャンネル向け商品**
- ・ 昨年のコロナ影響の反動やテイクアウト需要が引き続き好調に推移
 - ・ ファストフード向け商品やCVS向け商品も好調に推移

水産・乳製品、エキス・一次加工品売上実績

- ① **水産事業** : 量販及び外食向け寿司種や自社工場製造の高利益商品が好調に推移
- ② **乳製品事業** : チーズは、外食及び食品メーカー向け売上が好調に推移
- ヨーグルトは、主力ブランド「バニラヨーグルト」の新フレーバー導入や新たな外食向け販路獲得等を行ったが、CVS向け販売の低迷により前年並み
- ③ **エキス・一次加工品事業**
- ・ 焼肉店を含む外食やCVS向けの売上が好調に推移

チャンネル別実績（前年比）

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	96%	96%
	業務用	109%	109%
	合計	98%	98%
デリ商品	コンシューマ	100%	102%
	業務用	105%	106%
	合計	102%	104%

コンシューマ商品群 売上高実績（前年比）

ハム・ソーセージ	商品群		デリ商品	商品群	
	ウインナー群	97%		チルドベーカリー群	110%
	ロースハム群	96%		チルド惣菜群	93%
	ベーコン群	88%		フライドチキン群	103%
	焼豚群	97%		ハンバーグ・ミートボール群	101%
	合計	96%		合計	102%



「バニラヨーグルト 沖縄県産パイン」



「ビフィズス菌のむヨーグルトバナナ風味」 6

事業利益増減要因分析

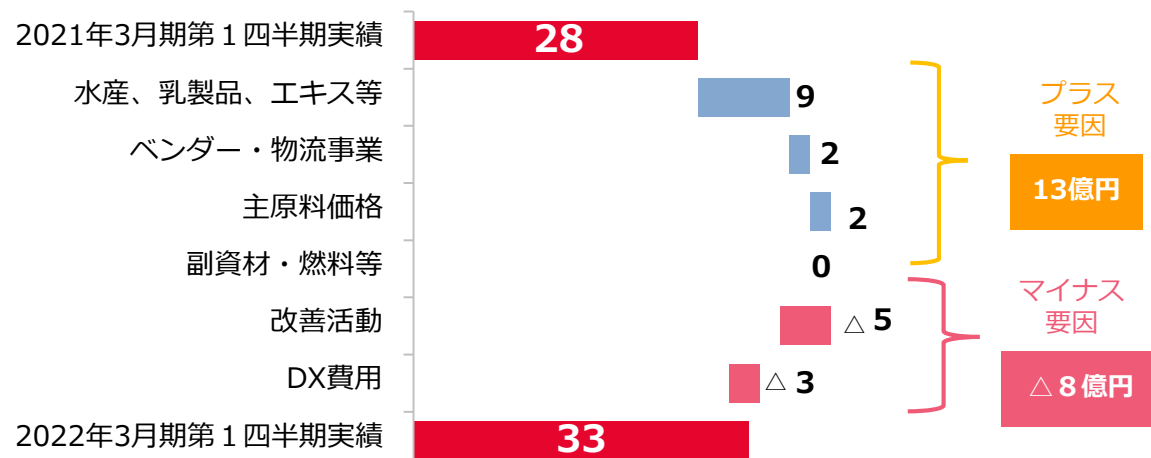
(単位：億円)

※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。

	2022.03月期
	1Q実績
H&S、デリ商品事業	△ 2
外部要因	2
主原料価格	2
副資材・燃料等	0
内部要因	△ 5
数量拡大	0
改善活動	△ 5
ベンダー・物流事業	2
水産・乳製品、 エキス・一次加工品事業	9
DX費用	△ 3
合計	6

通期実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



昨年差異要因分析 (1Q)

【外部要因】 2億円

主原料：主に豚肉原料を中心に昨年より価格が下回った

【内部要因】 △ 5億円

改善活動：主力ブランド育成に向けたTVCM費用の増加

【ベンダー・物流】 2億円

ベンダー：主力商品の売上増加に加え、
製造平準化に伴う労務費率の低減により改善

【水産・乳製品とエキス・一次加工品】 9億円

水産：売上増加と粗利益率の改善

乳製品：チーズの売上増加と粗利益率の改善

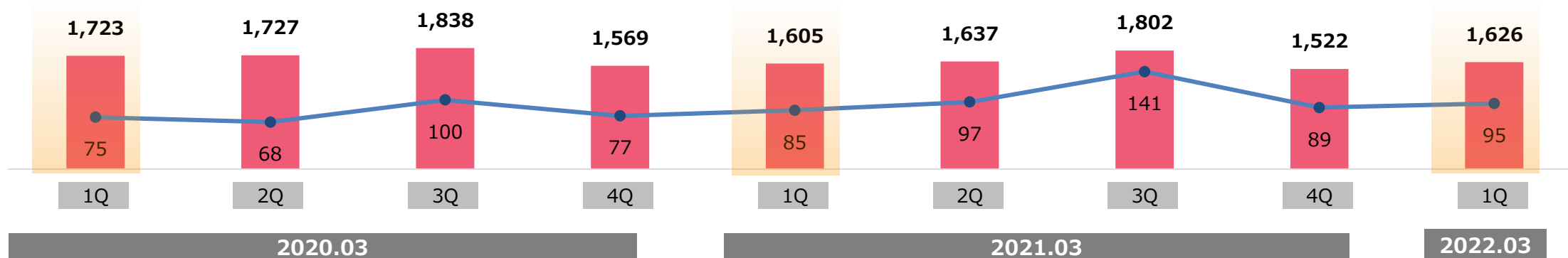
エキス・一次加工
：焼肉店等の外食向けやCVS向け売上が
伸長したことにより改善

相場高により販売価格が上昇し増収、輸入鶏肉のテイクアウト需要等が好調で増益に

(単位：億円)

	1Q				
	20.03	21.03	22.03	前年差	前年比
売上高	1,723	1,605	1,626	21	1.3%
事業利益	75	85	95	10	11.7%
事業利益率	4.4%	5.3%	5.9%	0.6	-

売上高 事業利益



2022年3月期第1四半期売上高の状況

- 販売部門 量販チャネルの反動で数量は昨年並みとなったが、相場高により販売価格が上昇し、売上高は昨年を上回った

2022年3月期第1四半期事業利益の状況

- 生産部門 国産豚肉の生産数量の減少、軟調な相場に加え、飼料高が影響し昨年を下回った
- 販売部門 輸入食肉の相場回復やコロナ影響によるテイクアウト需要が好調に推移し、輸入鶏肉等の原料需要が好調で収益を確保した

事業利益増減要因分析

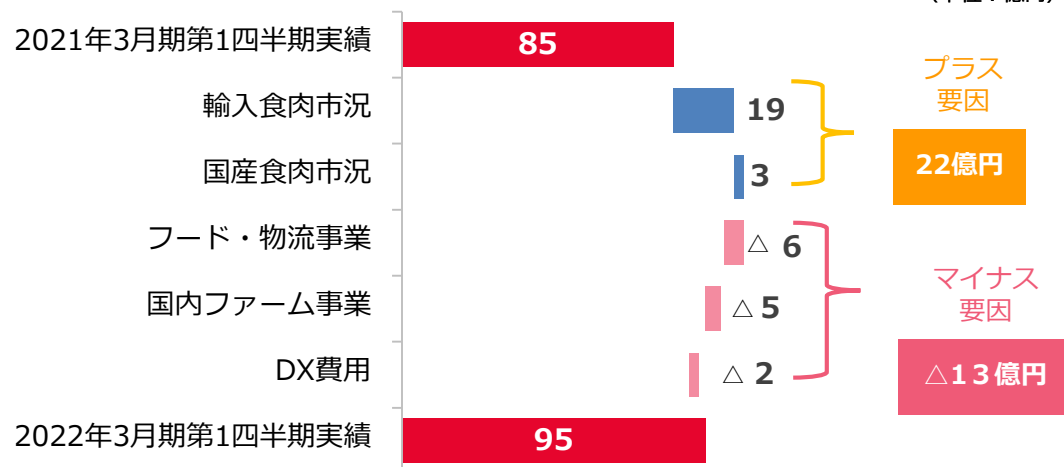
(単位：億円)

	2022.03月期
	1Q実績
輸入食肉市況	19
国産食肉市況	3
国内ファーム事業	△5
フード・物流事業	△6
DX費用	△2
合計	10

※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)



昨年差異要因分析 (1Q)

【輸入食肉市況】 19億円

牛肉／豚肉：世界的な需要増加により調達価格は高騰しているが、販売価格への転嫁も進み、収益を確保
 鶏肉：在庫ポジションの改善や相場も回復基調の中、販売価格への転嫁も進み、大幅な増益

【国産食肉市況】 3億円

豚肉：昨年よりも相場が安く販売環境が改善
 販売価格の維持に努め、収益を確保
 鶏肉：需要は引き続き高く、販売価格も高水準で、相場高も継続し収益は昨年並み

【国内ファーム事業】 △5億円

豚肉：相場安と飼料高の影響を受けたことと、生産数量が減少したことで昨年を下回った
 鶏肉：飼料高の影響を受けたが、生産性の向上に努めたことと、相場も高値で維持されたことで堅調に推移

【フード・物流事業】 △6億円

販売：内食需要が落ち着いたことで量販向けの販売価格が伸び悩む
 その他チャネルへの販売強化で数量は維持したが、収益は昨年を下回った

北米での堅調な加工品販売と豪州の牛肉価格高騰で増収、北米の原料高騰の影響がある中で前年並みを確保

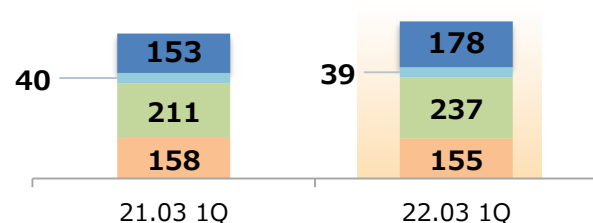
第1四半期実績

【売上高】

(単位：億円)

	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	558	604	47	8.4%
豪州	153	178	25	16.3%
ウルグアイ	40	39	△ 1	△ 3.3%
米州	211	237	26	12.1%
アジア・欧州	158	155	△ 3	△ 2.2%

■ アジア・欧州 ■ 米州 ■ ウルグアイ ■ 豪州



2022年3月期第1四半期売上高の状況

豪州事業

- 豪州 販売価格上昇により売上確保
- ウルグアイ 回復基調だった販売数量が新年度に入り低迷し、売上が減少

米州事業

- 北米での加工品販売が引き続き高水準で推移

アジア・欧州事業

- タイ 日本向けの製造数量が回復し、売上が拡大
- UK 日本向けの販売が減少

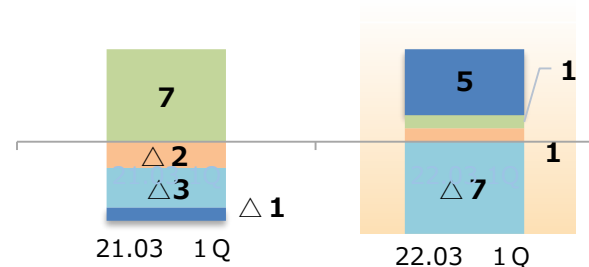
※売上金額、事業利益は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。
(セグメント間取引の消去があるため、海外計は各地域の合計とは一致しません)

【事業利益】

(単位：億円)

	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	△ 1	△ 2	△ 1	—
豪州	△ 1	5	5	—
ウルグアイ	△ 3	△ 7	△ 4	—
米州	7	1	△ 7	△ 87.9%
アジア・欧州	△ 2	1	3	—

■ アジア・欧州 ■ 米州 ■ ウルグアイ ■ 豪州



2022年3月期第1四半期事業利益の状況

豪州事業

- 豪州 世界的な需要増加で販売価格が上昇したことで収益を確保
- ウルグアイ 生体価格の上昇と販売数量の減少により収益が低迷

米州事業

- 加工品原料や輸出の調達価格の高騰により収益が圧迫

アジア・欧州事業

- タイ 数量拡大により粗利額が増加
- トルコ 販売価格の上昇により、収益も確保

事業利益増減要因分析

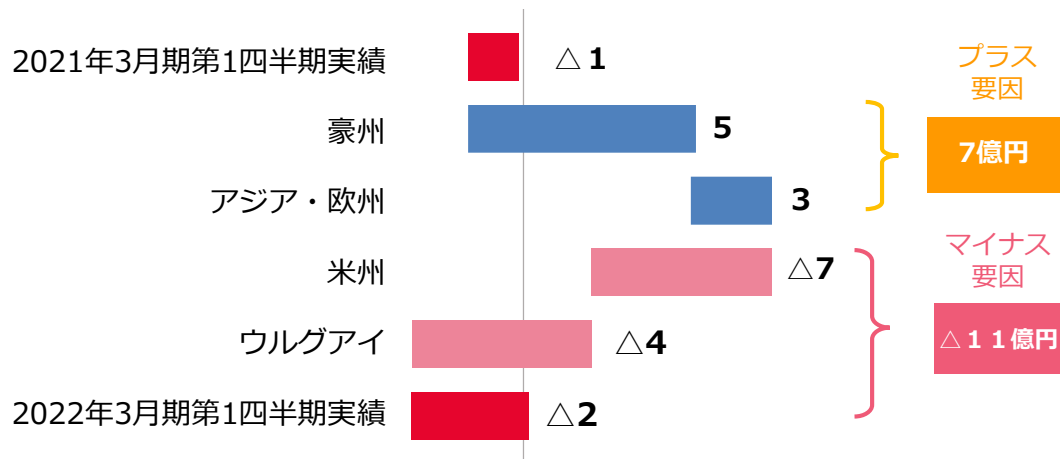
(単位：億円)

	2022.03月期
	1Q実績
豪州	5
ウルグアイ	△4
米州	△7
アジア・欧州	3
その他	0
合計	△1

※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)



昨年差異要因分析 (1Q)

【豪州】 5億円

仕入：生体コストのさらなる上昇
販売：供給不足により販売価格も高騰
→販売価格の高騰により、収益を確保

【ウルグアイ】 △4億円

仕入：アルゼンチンの海外向け輸出停止措置等でウルグアイ国内の生体価格が上昇
販売：中国向けの禁輸により、販売数量が減少
→仕入れコストの上昇と粗利益額の減少で昨年を下回る
(※中国向けの輸出は7月より再開)

【米 州】 △7億円

飼料価格の高騰で米国国内の食肉価格が高騰
→日本向けの豚肉調達価格の上昇や北米での鶏肉加工品の製造コスト高で収益を圧迫

【アジア・欧州】 3億円

タイ：日本国内の需要回復で、対日向けの加工品輸出が回復
→粗利額確保し、収益が改善
トルコ：販売単価上昇で飼料高をカバーし、収益確保

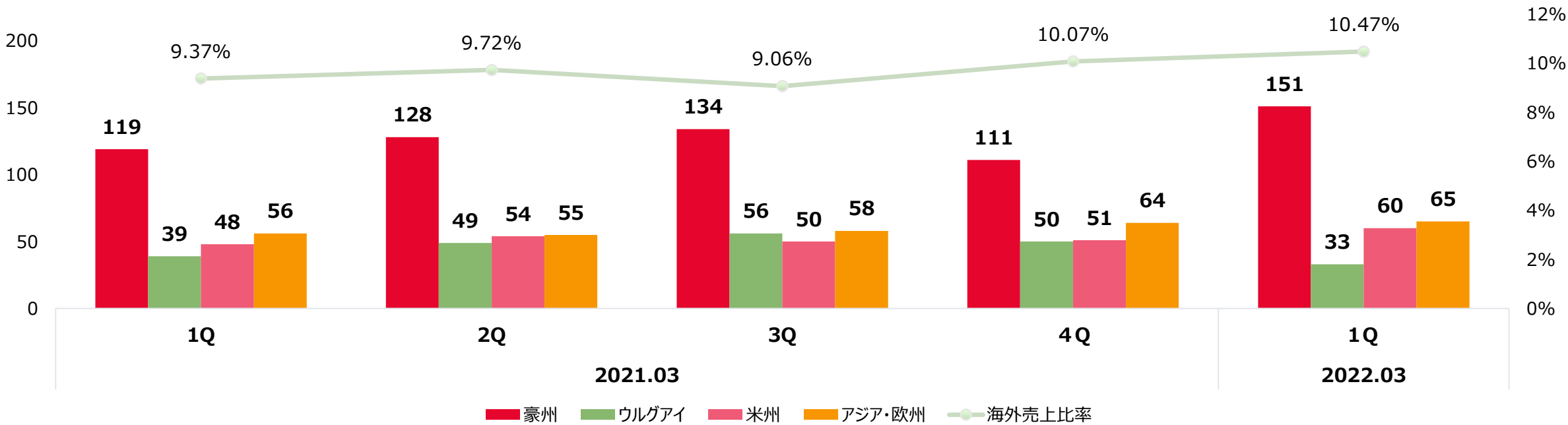
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：億円)

	2021.03					2022.03
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
豪州	119	128	134	111	492	151
ウルグアイ	39	49	56	50	194	33
米州	48	54	50	51	203	60
アジア・欧州	56	55	58	64	233	65
海外計	262	286	298	275	1,122	309
海外売上比率	9.37%	9.72%	9.06%	10.07%	9.54%	10.47%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

(単位：億円)



6. 中計2020連結業績の遡及修正

		2019年3月期			2020年3月期			2021年3月期		
		遡及修正前	遡及修正後	差	遡及修正前	遡及修正後	差	遡及修正前	遡及修正後	差
加工事業本部	売上高 (億円)	5,454	5,123	△ 331	5,323	4,988	△ 335	5,239	4,894	△ 345
	事業利益 (億円)	95	96	1	133	134	1	179	180	1
	事業利益率	1.7%	1.9%	0.2	2.5%	2.7%	0.2	3.4%	3.7%	0.3
食肉事業本部	売上高 (億円)	7,415	6,730	△ 685	7,555	6,856	△ 699	7,287	6,567	△ 720
	事業利益 (億円)	345	346	1	319	320	1	411	412	1
	事業利益率	4.7%	5.1%	0.4	4.2%	4.7%	0.4	5.6%	6.3%	0.7
海外事業本部	売上高 (億円)	2,552	2,548	△ 4	2,550	2,546	△ 4	2,239	2,236	△ 3
	事業利益 (億円)	△ 38	△ 38	0	18	19	1	△ 1	△ 1	0
	事業利益率	-	-	-	0.7%	0.7%	0	-	-	-
その他	売上高 (億円)	174	172	△ 2	168	166	△ 2	118	118	0
	事業利益 (億円)	10	10	0	6	6	0	△ 18	△ 18	0
	事業利益率	5.7%	5.7%	0	3.3%	3.4%	0.1	-	-	-
消去 調整	売上高 (億円)	△ 3,253	△ 2,231	1,022	△ 3,297	△ 2,258	1,039	△ 3,122	△ 2,053	1,069
	事業利益 (億円)	△ 29	△ 31	△ 2	△ 38	△ 40	△ 2	△ 47	△ 49	△ 2
全社	売上高 (億円)	12,342	12,342	0	12,298	12,298	0	11,761	11,761	0
	事業利益 (億円)	383	383	0	438	438	0	524	524	0
	事業利益率	3.1%	3.1%	0	3.6%	3.6%	0	4.5%	4.5%	0

I : 2022年3月期 第1四半期連結業績の総括

P.4

1. 第1四半期 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
6. 中期経営計画2020連結業績の遡及修正

III : 2022年3月期第1四半期財務データ

P.21

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

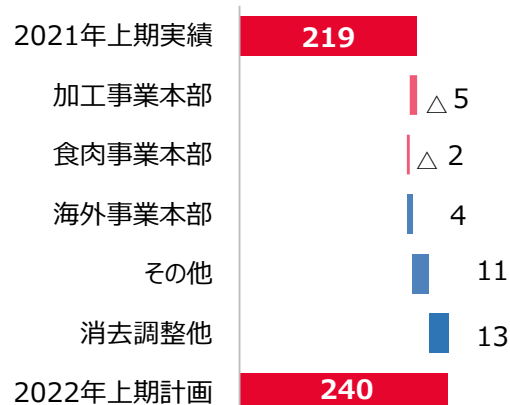
P.15

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①

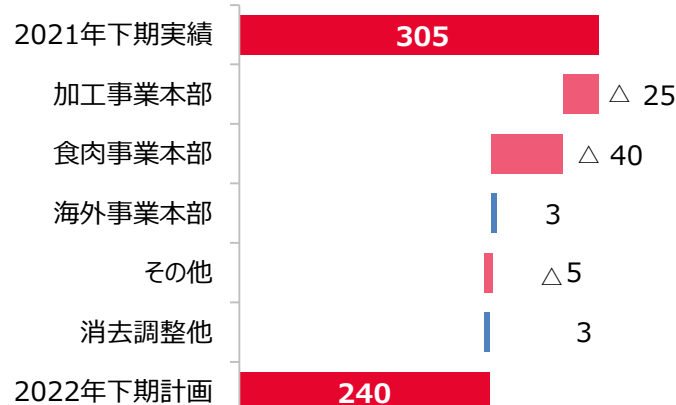
上期増減計画

(単位：億円)



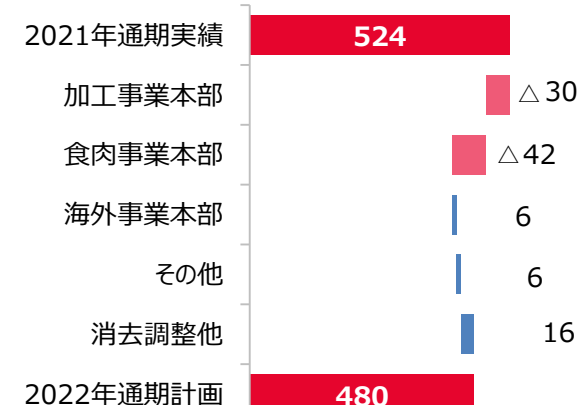
下期増減計画

(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	65	60	△ 5	115	91	△ 25	180	150	△ 30
食肉事業本部	183	181	△ 2	230	189	△ 40	412	370	△ 42
海外事業本部	5	9	4	△ 6	△ 4	3	△ 1	5	6
その他	△ 4	8	11	△ 14	△ 20	△ 5	△ 18	△ 12	6
消去調整他	△ 29	△ 16	13	△ 20	△ 17	3	△ 49	△ 33	16
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。

■ 期初計画との差異

(単位：億円)

	2022.03 1Q	2022.03 2Q	2022.03 上期			2022.03 下期			2022.03 通期		
	実績	見込み	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	33	26	60	60	0	91	91	0	150	150	0
食肉事業本部	95	85	181	181	0	189	189	0	370	370	0
海外事業本部	△2	11	9	9	0	△4	△4	0	5	5	0
その他	4	4	15	8	△7	△20	△20	0	△5	△12	△7
消去調整他	△6	△11	△23	△16	7	△17	△17	0	△40	△33	7
合計	124	116	240	240	0	240	240	0	480	480	0

※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。

2022年3月期通期計画 事業利益150億円

ハム・ソーセージ、デリ商品事業の取組み

- ・ **コンシューマチャンネル向け商品**
 - ・ 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
 - ・ 食品ロス削減や新販路開拓に向けた常温商品群やたんぱく質の新たな選択肢の一つとして大豆ミート等の育成
- ・ **業務用チャンネル向け商品**
 - ・ 伸長チャンネルへの提案強化とグループを活用した販路や、素材でのシナジー効果発現
 - ・ 高付加価値商品の開発による差別化

水産・乳製品、エクス・一次加工品の取組み

- ・ **水産品事業**
 - ・ 量販店や外食チャンネル向けに寿司種等の高利益商品のさらなる販売強化
- ・ **乳製品事業**
 - ・ 「バニラヨーグルト」の拡販と「イーセイスキル」の市場定着
 - ・ ラクレットチーズ等、高付加価値商品の開発及び提案の強化
- ・ **エクス、一次加工品事業**
 - ・ 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メニュー導入等シナジー効果の発現

利益計画 増減要因分析

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初 計画	見込み	差異	期初 計画	見込み	差異
H & S、デリ商品事業	△ 4	△ 7	△ 7	0	△ 22	△ 22	0
外部要因	△ 3	△ 0	△ 0	0	△ 20	△ 20	0
主原料価格	2	4	4	0	△ 9	△ 9	0
副資材・燃料等	△ 4	△ 4	△ 4	0	△ 11	△ 11	0
内部要因	△ 2	△ 7	△ 7	0	△ 1	△ 1	0
数量拡大	0	0	0	0	1	1	0
改善活動	△ 2	△ 7	△ 7	0	△ 2	△ 2	0
ベンダー・物流	5	8	8	0	10	10	0
水産・乳製品事業と エクス・一次加工品事業	△ 2	7	7	0	8	8	0
DX費用	△ 10	△ 13	△ 13	0	△ 27	△ 27	0
合計	△ 11	△ 5	△ 5	0	△ 30	△ 30	0

チャンネル別売上高計画（前年比）

	チャンネル	通期計画
ハム・ソーセージ	コンシューマ	99%
	業務用	104%
	合計	100%
デリ商品	コンシューマ	100%
	業務用	106%
	合計	102%

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
ハム・ソーセージ	ウインナー群	99%	チルドベーカリー群	103%
	ロースハム群	100%	チルド惣菜群	98%
	ベーコン群	94%	フライドチキン群	102%
	焼豚群	99%	ハンバーグ・ミートボール群	101%
	合計	99%	合計	100%

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

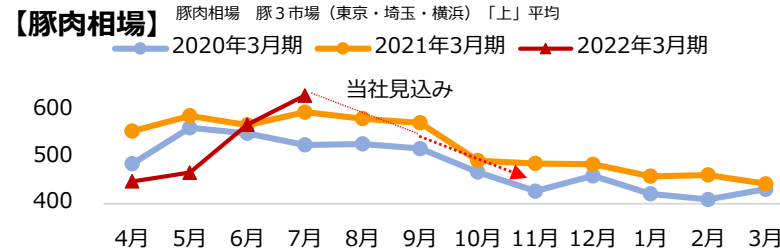
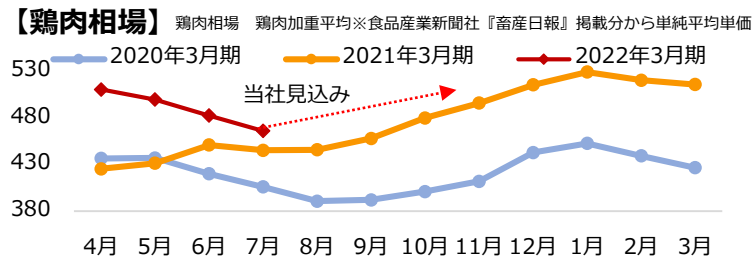
国産食肉市況

市況

国内食肉生産においては、飼料価格の影響を大きく受ける見込み
豚肉生産はやや昨年を下回るが、相場高となった昨年に比べ、
豚肉相場はやや軟調な推移を見込む
鶏肉相場は内食需要の高止まりで昨年並みを見込む

（当社の取り組み）

鶏・豚肉生産 農場や処理工場の生産指標を改善し、生産数量の拡大を図る
販売 自社ブランドを中心とした販売拡大により収益確保を図る



利益計画 増減要因分析

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
輸入食肉市況	6	8	25	17	2	18	17
国産食肉市況	1	7	4	△ 2	△ 2	△ 5	△ 2
国内ファーム事業	△ 9	△ 8	△ 14	△ 5	△ 21	△ 26	△ 5
フード・物流事業	0	4	△ 6	△ 9	4	△ 5	△ 9
DX費用	△ 10	△ 13	△ 13	0	△ 25	△ 25	0
合計	△ 12	△ 2	△ 2	0	△ 42	△ 42	0

輸入食肉市況

市況 世界的な需要の増加やコモディティ相場の高騰を受けて、調達価格の高騰が見込まれる

（当社の取り組み）

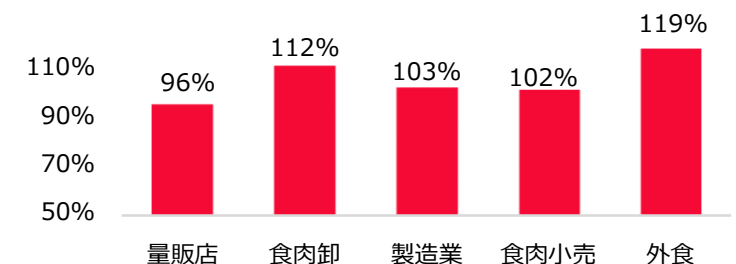
牛肉 新たな供給先となるウルグアイ・EUからの調達を更に強化していく
豚肉 世界的な需要増加で供給不安定だが、既存調達先との連携を強化していく
鶏肉 穀物価格高騰で先高感があるが、外部環境を注視しつつ安定調達を図る

食肉販売（フード事業）

重点チャネルである、生協・ドラッグチャネルへの取り組みを強化する
外食チャネルの回復に備え、付加価値商品の開発や提案を実施する
既存店へのブランド食肉の定期定番化推進



2022年3月期第1四半期 フード4社の販売実績 全体の数量伸長 101%



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

各エリアの取組み

【米州事業】

- 加工) 堅調な国内消費で加工品販売は好調も、原料価格の高騰は継続見込み
➡生産性の改善や主力ブランドの販売拡大に努める
- 輸出) 世界的な需要回復の中で、調達価格は引き続き高騰見込み
➡日本向けに安定供給を図る

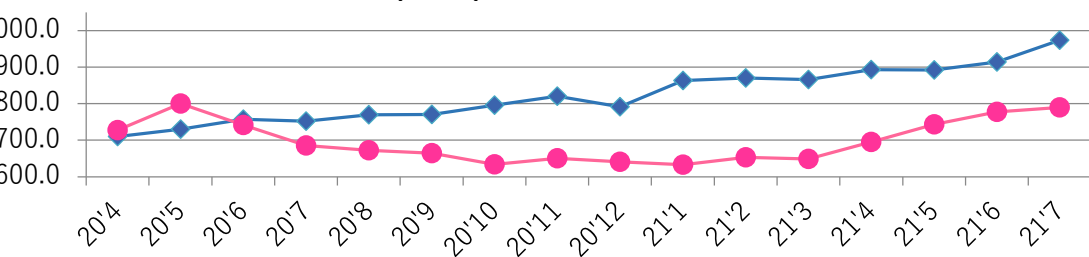
【アジア・欧州事業】

- トルコ) 販売価格は高値維持されることを見込む
➡生産性改善の取り組み継続と国内販売を強化する
- アセアン) 新型コロナウイルスの感染拡大の影響が継続
➡数量の回復はいまだ見込めないが、製造数量の安定化を図る

【豪州事業】

- 豪州) 生体価格の高騰と集荷の苦戦は依然継続
➡内部改善とブランド食肉による付加価値向上で収益の安定化を図る
- ウルグアイ) 生体価格が高値継続していく見込み
➡仕入と販売一体のオペレーション改善で、収益の回復に取り組む
➡中国向け輸出量の早期回復と、日本を含めたその他輸出先への販路の拡大を図る

【豪州における生体価格指数(EYCI)推移 & US向けトリミング90CL輸出価格】



(A ¢ /kg) 出典：MLA

2021-2021 EYCI
2021.03 US向け90CL輸出価格

※トリミング90CL：主にハンバーグ原料となる赤身90%の牛肉
※US向け90CL価格：US向け販売価格の一般的な指標

事業利益計画 増減要因分析

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
豪州事業	6	2	8	7	4	10	7
豪州	7	△ 2	13	15	0	15	15
ウルグアイ	△ 1	4	△ 5	△ 8	3	△ 5	△ 8
米州	△ 4	△ 5	△ 11	△ 6	△ 8	△ 13	△ 6
アジア・欧州	3	7	6	△ 1	10	9	△ 1
その他	0	0	0	0	0	0	0
合計	5	4	4	0	6	6	0

(事業利益額見込み)

	2Q	上期			通期		
	見込み	期初計画	見込み	差異	期初計画	見込み	差異
豪州事業	△ 3	△ 4	2	△ 7	△ 7	△ 0	7
豪州	△ 1	△ 2	13	15	△ 6	9	15
ウルグアイ	△ 2	△ 3	△ 11	△ 8	△ 2	△ 10	△ 8
米州	7	14	8	△ 6	20	14	△ 6
アジア・欧州	2	4	3	△ 1	2	1	△ 1
その他	△ 2	△ 5	△ 5	0	△ 10	△ 10	0
合計	4	9	9	0	5	5	0

I : 2022年3月期 第1四半期連結業績の総括

P.4

1. 第1四半期 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
6. 中期経営計画2020連結業績の遡及修正

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 : 2022年3月期第1四半期財務データ

P.21

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 実績および計画								
		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 (%)	数量 伸長率	通期 計画	前年比 (%)	数量 伸長率
①	売上高	279,305	573,484	1,176,101	294,947	5.6	-	580,000	1.1	-	1,180,000	0.3	-
	ハム・ソーセージ	31,704	64,643	132,425	30,791	△ 2.9	0.2	64,400	△ 0.4	△ 0.4	132,500	0.1	△ 0.0
	加工食品	53,045	108,111	223,585	57,426	8.3	3.6	109,400	1.2	1.0	223,600	0.0	△ 0.0
	食肉	162,267	330,147	672,880	169,224	4.3	△ 1.1	333,500	1.0	△ 1.8	674,300	0.2	△ 1.4
	牛肉	61,464	127,096	256,999	65,424	6.4	△ 12.6	130,200	2.4	△ 11.5	260,400	1.3	△ 6.6
	豚肉	56,547	114,515	229,450	54,992	△ 2.7	0.4	108,800	△ 5.0	0.1	223,600	△ 2.5	0.0
	鶏肉	39,750	78,386	166,222	43,876	10.4	3.8	84,000	7.2	2.3	169,600	2.0	0.2
	その他食肉	4,506	10,150	20,209	4,932	9.5	20.0	10,500	3.4	2.1	20,700	2.4	1.9
	水産	15,842	35,239	76,853	17,497	10.4	5.2	35,600	1.0	0.3	77,300	0.6	0.4
	乳製品	8,000	16,232	31,967	8,631	7.9	0.2	16,300	0.4	0.1	32,100	0.4	0.4
	その他	8,447	19,112	38,391	11,378	34.7	-	20,800	8.8	-	40,200	4.7	-
②	売上原価	229,069	469,396	964,367	239,800	4.7	-						
	売上総利益	50,236	104,088	211,734	55,147	9.8	-						
	売上総利益率	18.0%	18.2%	18.0%	18.7%	-	-						
③	販売費及び一般管理費	38,797	78,191	161,215	40,385	4.1	-						
	その他の収益・費用	1,069	657	△ 3,459	△ 497	-	-	△ 1,200	-	-	△ 3,250	-	-
	金融収益・費用	411	△ 132	408	△ 267	-	-	△ 1,300	-	-	△ 1,750	-	-
	持分法による投資損益	116	2,308	1,406	741	538.8	-	500	△ 78.3	-	1,000	△ 28.9	-
	税引前利益	13,035	28,730	48,874	14,739	13.1	-	24,000	△ 16.5	-	43,000	△ 12.0	-
	法人所得税費用	3,972	9,916	17,816	4,743	19.4	-	7,500	△ 24.4	-	13,500	△ 24.2	-
	税率	30.5%	34.5%	39.2%	32.2%	-	-	31.3%	-	-	31.4%	-	-
	親会社の所有者に帰属する当期利益	9,384	19,476	32,616	9,906	5.6	-	17,000	△ 12.7	-	30,000	△ 8.0	-
④	営業利益①-②-③	11,439	25,897	50,519	14,762	29.0	-	26,000	0.4	-	47,000	△ 7.0	-
⑤	為替差損益	△ 516	△ 1,063	△ 2,581	607	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥	IFRSへの調整他	2,725	5,037	674	△ 2,944	-	-	-	-	-	-	-	-
	事業利益④-⑤-⑥	9,230	21,923	52,426	12,425	34.6	-	24,000	9.5	-	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、%)

		2021年3月期	2022年3月期	対前期末	対前期末
		期末	第1四半期	増減率	増減額
①	資産合計	825,405	824,388	△ 0.1	△ 1,017
	現金及び現金同等物	83,831	73,901	△ 11.8	△ 9,930
	営業債権及びその他の債権	127,067	125,843	△ 1.0	△ 1,224
	棚卸資産	107,906	122,767	13.8	14,861
	有形固定資産	325,629	323,384	△ 0.7	△ 2,245
	使用権資産	38,362	37,360	△ 2.6	△ 1,002
	その他の金融資産（非流動）	35,796	33,960	△ 5.1	△ 1,836
	繰延税金資産	26,056	25,653	△ 1.5	△ 403
	負債合計	381,096	381,216	0.0	120
	営業債務及びその他の債務	98,983	106,960	8.1	7,977
②	有利子負債	193,750	196,459	1.4	2,709
	親会社の所有者に帰属する持分	433,595	432,429	△ 0.3	△ 1,166
	非支配持分	10,714	10,743	0.3	29

主な増減要因

- ①**棚卸資産**
牛肉や豚肉を中心とした食肉で149億円増加
- ②**有利子負債**
短期借入金等の増加により27億円の増加

設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

	2021年3月期	2022年3月期			2022年3月期
	第1四半期	第1四半期	対前年増減率 (%)	対前年増減額	通期計画
設備投資額	10,547	8,276	△ 21.5	△ 2,271	81,700
加工事業本部	4,388	3,102	△ 29.3	△ 1,286	17,200
食肉事業本部	1,663	1,420	△ 14.6	△ 243	26,000
海外事業本部	1,186	1,039	△ 12.4	△ 147	7,000
その他	3,290	2,715	△ 17.5	△ 575	31,500
減価償却費	8,388	8,925	6.4	537	34,600

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

		2021年3月期	2022年3月期		2022年3月期
		1Q実績	1Q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	18,053	12,554	△ 5,499	76,100
②	投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 13,712	△ 14,771	△ 1,059	△ 65,200
③	財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 14,628	△ 7,649	6,979	△ 26,300

主な増減要因

① 営業活動によるキャッシュ・フロー

棚卸資産の増加150億円、法人所得税の支払額100億円などがあつたが、税引前四半期利益147億円、減価償却費及び償却費89億円、営業債務及びその他の債務の増加81億円などにより、126億円の純キャッシュ増となつた。

② 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産等の取得などにより148億円の純キャッシュ減となつた。

③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

短期借入金の増加51億円、借入債務による調達88億円などあつたが、現金配当96億円、借入債務の返済120億円などにより、76億円の純キャッシュ減となつた。

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 I R 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。