

決算説明会資料

～2023年3月期 第4四半期～

2023年5月10日
日本ハム株式会社



CONTENTS

1.	2023年3月期 実績／セグメント別の実績	2.	2024年3月期 計画	3.	2023年3月期 主な財務データ／参考資料
----	--------------------------	----	----------------	----	--------------------------

4. 2023年3月期通期決算サマリー	18. 計画ハイライト	30. 2023年3月期連結業績概要及び 2024年3月期計画
5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績	22. 2024年3月期計画 加工事業本部	31. 2023年3月期品種別売上高実績及び 2024年3月期計画
6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績	24. 2024年3月期計画 食肉事業本部	32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び 連結キャッシュ・フロー計算書
8. セグメント情報 加工事業本部	26. 2024年3月期計画 海外事業本部	34. 外部環境／市況
11.セグメント情報 食肉事業本部	28. 2024年3月期計画 ボールパーク・その他事業	
14.セグメント情報 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。

※ 前連結会計年度より、マリンフーズ株式会社及び同社の子会社などに関連する水産事業を非継続事業に分類しております。また、当連結会計年度より、Breeder & Packers Uruguay S.A.に関連する牛肉事業を非継続事業に分類しております。これにより非継続事業からの利益は、連結損益計算書上、継続事業と区分して表示しております。これに伴い、売上高、税引前当期利益は、継続事業の金額を表示しております。なお、対応する2022年3月期についても同様に組替えて表示しているため、これらの対前期増減率は記載しておりません。

CONTENTS

1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

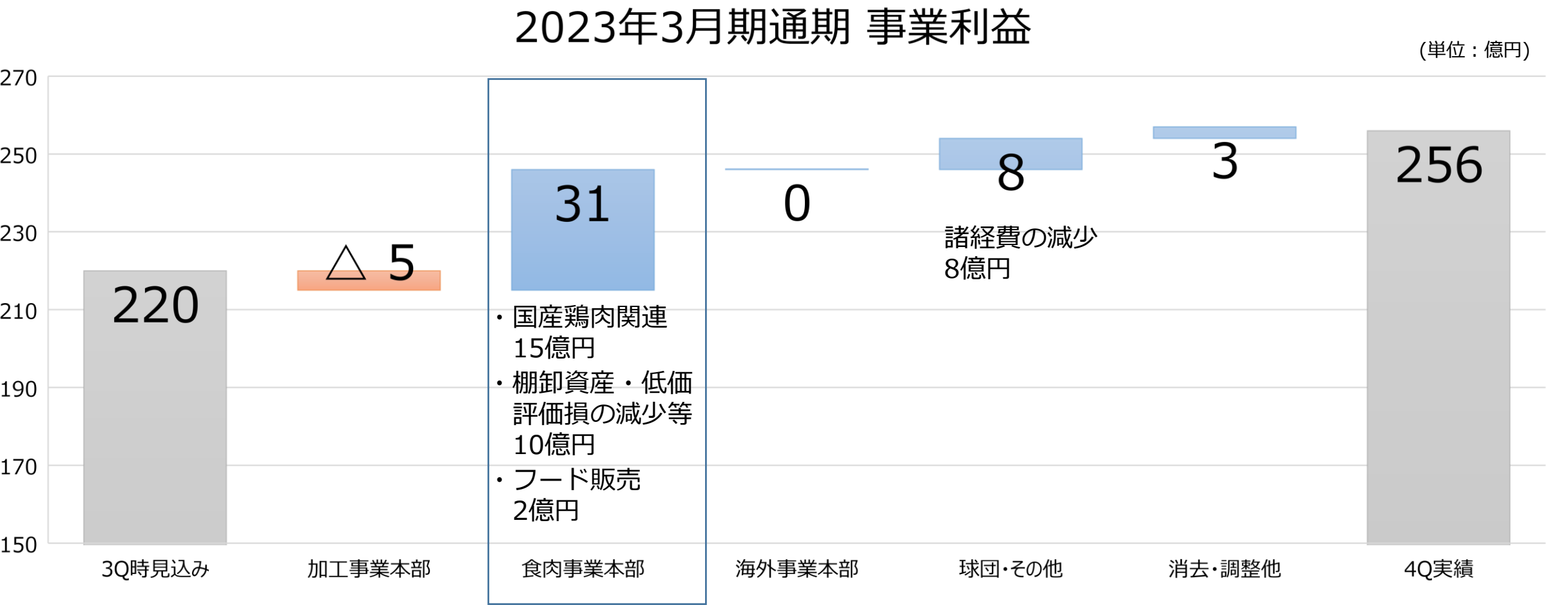
2. 2024年3月期 計画

- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ポールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

食肉の国産鶏肉生産が改善したことで、3Q時見込みより36億円上回った



売上高 国内・海外での食肉相場の高騰により9.4%の増収
事業利益 原材料価格や電燃料費などの大幅な上昇分を吸収できず46.8%減益

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
売上高	11,519	12,598	1,079	9.4%
事業利益	481	256	△225	△46.8%
内)継続事業	462	282	△180	△39.0%
事業利益率	4.2%	2.0%	△2.2%	-
税引前当期利益	518	222	△296	△57.2%
親会社に帰属する当期利益	480	167	△314	△65.4%
ROE	10.5%	3.4%	△7.1%	-
ROIC	5.0%	2.4%	△2.6%	-

1. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績

- 加工事業本部** 原材料価格や電燃料費の上昇、主力ブランドの数量減少が影響し減益
- 食肉事業本部** 輸入食肉の調達価格高騰が継続し、国内在庫が増加。価格転嫁が進まず減益
- 海外事業本部** 牛肉事業において生体価格・生産コストの高騰が影響し減益
- 球団・その他** 集客イベント等の実施により観客動員数が増加し増益

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
加工事業本部	147	50	△97	△65.8%
食肉事業本部	356	291	△65	△18.2%
海外事業本部	24	△50	△74	-
球団・その他	△16	△5	11	-
消去調整他	△30	△30	0	-
連結計	481	256	△225	△46.8%

CONTENTS

1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

2. 2024年3月期 計画

- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ボールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

外部環境の影響を受けて価格改定を実行したが、主力ブランドの販売数量が減少し減収減益

2023年3月期通期実績

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
売上高	*4,967	4,177	△790	△15.9%
事業利益	147	50	△97	△65.8%
内)継続事業	124		△74	△59.7%
事業利益率	3.0%	1.2%	△1.8%	-

※前期売上高はマリンフーズ株式会社及び同社の子会社などに関連する水産事業を含む

事業利益増減要因分析

		(単位：億円)		
		3 Q時通期 見込み	通期実績	見込み差
ハム・ソーセージと デリ商品事業		△61	△66	△5
外部要因		△144	△143	1
	主原料価格	△59	△62	△3
	副資材	△54	△51	3
	電燃料	△31	△30	1
内部要因		82	77	△5
	価格改定効果	73	70	△3
	改善活動	9	7	△2
乳製品・水産と エキス・一次加工品事業		5	2	△3
DX費用		△12	△10	3
合計		△69	△74	△5

※マリンフーズ株式会社及び同社の子会社などに関連する水産事業を除いた
継続事業との前年差を比較

昨年差異要因分析（通期）

【ハム・ソーセージとデリ商品事業】 △66億円
(外部要因) △143億円

主原料：牛・豚・鶏 △62億円
副資材：羊腸・包材等 △51億円
電燃料：電力・LNG △30億円

(内部要因) 77億円

価格改定効果：数量効果 △45億円
単価効果 115億円
改善活動：製造の人員適正化で労務費を削減

【乳製品・水産とエキス・一次加工品】 2億円

ヨーグルト：バニラヨーグルトは量販店で販売が減少したが、
CVSでドリンクヨーグルトが伸長し前年並み
エキス・一次加工品：エキスがラーメン店や中食チャネルで好調に推移

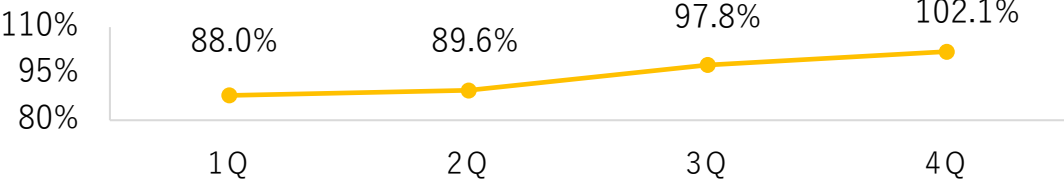
チャネル別/コンシューマ商品別 通期売上実績（前年比）

ハム・ソーセージ	数量	金額	デリ商品	数量	金額
コンシューマ計	96.6%	99.2%	コンシューマ計	88.8%	97.3%
業務用計	98.3%	100.7%	業務用計	93.3%	102.9%
総計	96.8%	98.9%	総計	92.3%	99.3%

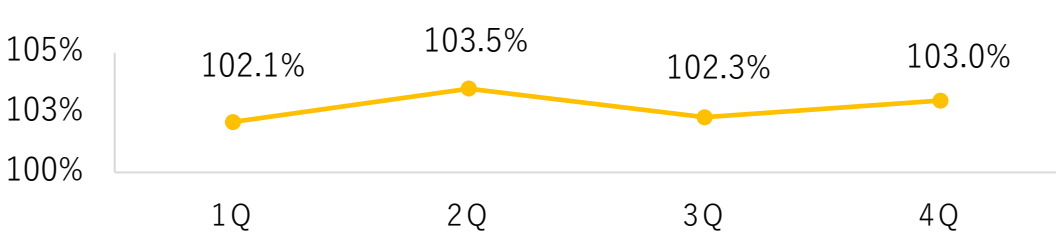
ハム・ソーセージ	金額	デリ商品	金額
ウインナー群	97.9%	チルドベーカリー群	102.7%
ロースハム群	110.3%	チルド惣菜群	89.4%
ベーコン群	103.4%	フライドチキン群	97.1%
焼豚群	107.4%	ハンバーグ・ミートボール群	104.0%
コンシューマ計	99.2%	コンシューマ計	97.3%

- ・コンシューマ：ハムソー、デリ商品共に主力ブランドは価格改定により単価上昇したが、数量が減少し減収
シャウエッセンは販促を強化し回復基調
- ・業務用：外食向けの回復で増収

シャウエッセン売上高 前年比推移



チルドピザ群売上高 前年比推移



輸入食肉の単価上昇やフード販売が好調に推移し増収も、
高コストの輸入鶏肉・牛肉の価格転嫁が遅れ減益

2023年3月期通期実績

(単位：億円)

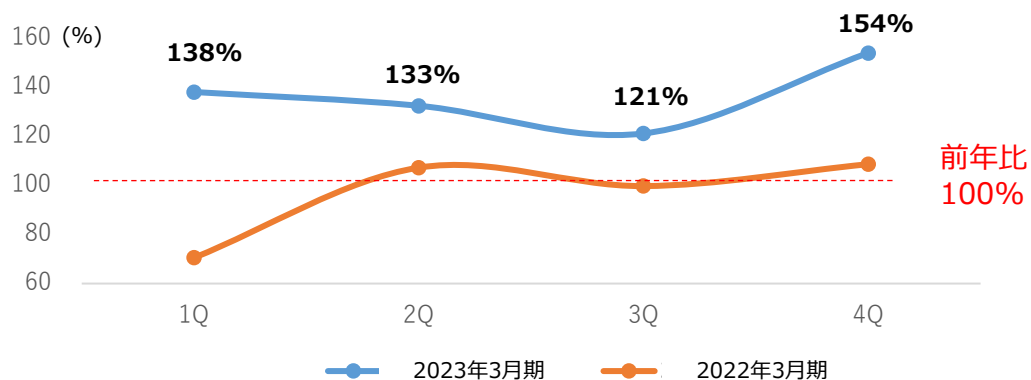
	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
売上高	6,833	7,501	668	9.8%
事業利益	356	291	△65	△18.2%
事業利益率	5.2%	3.9%	△1.3%	-

事業利益増減要因分析

(単位：億円)

	3Q時 通期見込み	通期実績	見込み差
国産牛・豚事業	△10	△11	0
国産鶏事業	△28	△13	15
輸入食肉事業	△72	△72	0
フード販売	31	33	2
DX費用	△14	△13	1
その他	△2	10	12
合計	△96	△65	31

フード4社利益（前年比）



前年差異要因分析

【国産牛・豚事業】 △11億円

生産部門：飼料コスト影響や拠点の閉鎖による処理頭数減少により減益

荷受部門：国産牛はインバウンド需要の回復により増益

【国産鶏事業】 △13億円

生産部門：飼料コストの高騰や鳥インフルエンザの影響で減益

荷受部門：相場が堅調に推移したことに加え、外部調達も強化し増益

【輸入食肉事業】 △72億円

輸入の在庫や販売環境は整ってきたが、3Qに入り輸入鶏肉の国内相場の下落が影響し減益

【フード販売】 33 億円

外食向けの回復によりチャネルミックスが改善

チャネル別の専門組織を整備し、提案力・収益性を高め増益

フード4社 通期畜種別売上数量・金額実績（前年比）

国産	数量	金額	輸入	数量	金額
牛肉	104.3%	105.6%	牛肉	99.9%	109.3%
豚肉	98.6%	106.0%	豚肉	106.5%	112.7%
鶏肉	101.0%	110.0%	鶏肉	100.9%	131.1%

主な数量増加要因

【国産】

牛肉：外食向けの回復や、輸入牛高騰の影響により増加

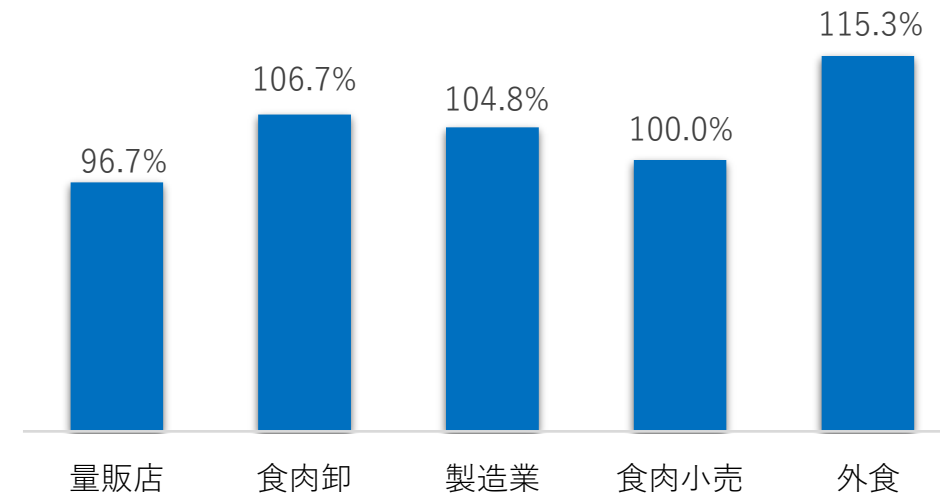
【輸入】

牛肉：下期に外食が回復したことで前年並み

豚肉：チルドは相場高で減少するも、フローズンは
外食向けに加え量販店向けも伸長し牽引

フード4社 通期チャネル別売上数量実績

全体の数量伸長 101.1%（金額:109.8%）



- ・量販店：店頭売価の値上げによる特売の減少や消費者の節約志向が影響し減少
- ・外食：新型コロナウイルス感染対策の規制緩和やインバウンド需要により増加

売上単価の上昇により増収も、米州の加工事業は好調に推移したが、豪州の牛肉事業・トルコの鶏肉事業の原価高騰が影響し減益

2023年3月期通期実績

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
売上高	2,676	3,214	538	20.1%
事業利益	24	△50	△74	-
内)継続事業	28	△24	△53	-
事業利益率	0.9%	-	-	-

※前期及び当期売上高はBreeders & Packers Uruguay S.A.に関連する牛肉事業を含む

事業利益増減要因分析

(単位：億円)

	3Q時 通期見込み	通期実績	見込み差
豪州	△69	△71	△2
オーストラリア	△45	△49	△4
ウルグアイ	△23	△21	2
米州	8	5	△2
アジア・欧州	△11	△8	4
その他	△2	△2	0
合計	△74	△74	0

事業利益

(単位：億円)

	2022年 3月期	2023年 3月期	前年差	増減率
豪州	26	△ 45	△ 71	-
オーストラリア	30	△ 19	△ 49	-
ウルグアイ	△ 5	△ 26	△ 21	-
米州	12	17	5	44.5%
アジア・欧州	△ 4	△ 12	△ 8	-
その他	△ 10	△ 11	△ 2	-
合計	24	△ 50	△ 74	-

前年差異要因分析

【豪州事業】 △71億円

（オーストラリア）△49億円

（ウルグアイ） △21億円

3Qに入り生体価格は下落したが、輸出価格も低下し減益

【米州事業】 5億円

（加工品）

製造ラインを増設し、鶏肉加工品の販売が伸長し増益

（食肉輸出）

南米産豚肉の輸出が好調に推移し増益

【アジア・欧州】 △8億円

（トルコ）

通期を通してコスト高が影響し減益

4. セグメント情報 海外事業本部③

地域別売上高実績内訳

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
豪州	1,052	1,337	285	27.1%
オーストラリア	793	1,002	209	26.3%
ウルグアイ	259	335	76	29.4%
米州	1,005	1,238	233	23.2%
アジア・欧州	648	664	16	2.5%
合計	2,676	3,214	538	20.1%

地域別売上実績

【豪州事業】

オーストラリア
ウルグアイ

販売単価上昇に伴い増収

【米州事業】

加工品 ：生産ラインの増設で販売数量が拡大し増収
輸出 ：南米産豚肉の輸出数量が増加し増収

外部顧客売上高実績

(単位：億円)

	2022年3月期	2023年3月期	前年差	増減率
豪州	909	1,196	288	31.7%
オーストラリア	683	894	211	30.9%
ウルグアイ	225	302	77	34.2%
米州	256	343	87	34.0%
アジア・欧州	263	325	62	23.4%
合計	1,428	1,864	437	30.6%

※売上高は、セグメント間取引の消去があるため、海外合計と各地域の合算は一致しません。

【アジア・欧州事業】

アセアン ：日本向けの販売が回復せず減収
トルコ ：国内の物価高騰により鶏肉販売単価が上昇し増収

CONTENTS

1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

2. 2024年3月期 計画

- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ボールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

売上高 引き続き国内・海外での食肉相場の高騰により前年並み
事業利益 豪州事業と輸入食肉事業の販売環境の好転により増益

(単位：億円)

	2023年3月期	2024年3月期	前年差	増減率
売上高	12,598	12,600	2	0.0%
事業利益	256	380	124	48.5%
内)継続事業	282		98	34.8%
事業利益率	2.0%	3.0%	1.0%	-
税引前当期利益	222	340	118	53.4%
親会社に帰属する当期利益	167	230	63	37.4%
ROE	3.4%	4.6%	1.2%	-
ROIC	2.4%	3.5%	1.1%	-

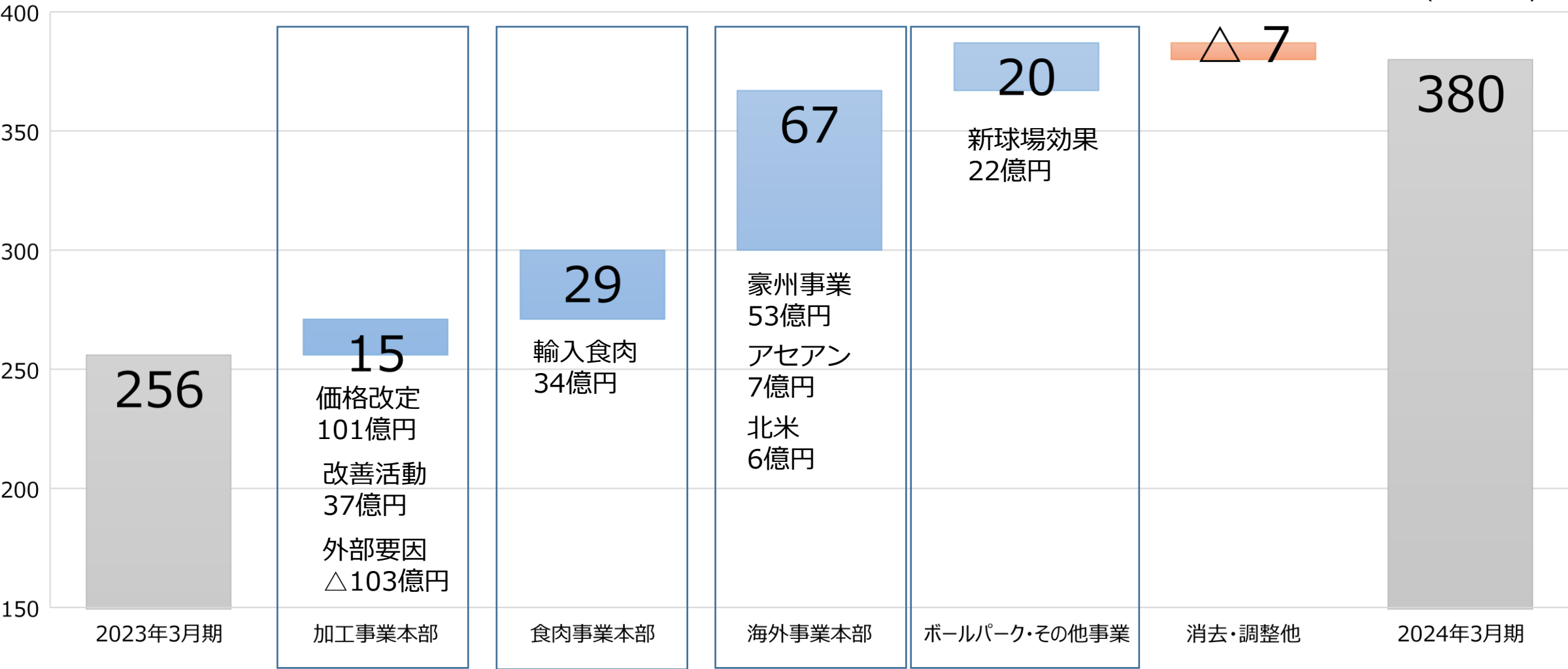
セグメント別事業利益計画

(単位：億円)

	上期			下期			通期		
	23年3月期	24年3月期	前年差	23年3月期	24年3月期	前年差	23年3月期	24年3月期	前年差
加工事業本部	13	17	4	37	48	11	50	65	15
食肉事業本部	142	145	3	149	175	26	291	320	29
海外事業本部	△ 9	△ 7	2	△ 41	24	65	△ 50	17	67
ボールパーク・その他事業	19	66	47	△ 24	△ 51	△ 27	△ 5	15	20
消去・調整他	△ 13	△ 21	△ 8	△ 16	△ 16	0	△ 30	△ 37	△ 7
合計	152	200	48	104	180	76	256	380	124

2024年3月期通期見込み

(単位：億円)



CONTENTS

1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

2. 2024年3月期 計画

- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ボールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

顧客視点の商品開発とブランディング強化に向けマーケティング組織を新設
加工事業本部一体となり新商品の創出と主カブランドの完全復活を果たす

(単位：億円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	前年差	増減率
売上高	4,177	4,200	23	0.5%
事業利益	50	65	15	29.5%
事業利益率	1.2%	1.5%	0.3%	-

完全復活に向け、主カブランドに資源を
集中しブランディング強化

- ・ シャウエッセン
年間プロモーションやTVCMの導入
品位の更なるブラッシュアップを実施
- ・ 中華名菜
全面リニューアルによるリブランディング
と売り場の再構築
- ・ チルドピザ
伸長カテゴリーであるミニピザの拡大と
ブランド戦略の再構築
- ・ 新商品
発売以降好調なモーニングサーブを
集中販売



2. 2024年3月期計画 加工事業本部②

チャネル別及びコンシューマブランド別通期売上計画（前年比）

ハム・ソーセージ	金額	ハム・ソーセージ	金額	デリ商品	金額
コンシューマ計	103.1%	シャウエッセン群	115.0%	チルドベーカリー群	110.0%
業務用計	101.0%	その他ウインナー群	105.0%	中華名菜群	110.0%
総計	102.5%	ウインナー群	112.5%	ハンバーグ群	105.0%
デリ商品	金額	ハム・ベーコン群	100.0%	フライドチキン群	100.0%
コンシューマ計	102.8%	コンシューマ計	103.1%	コンシューマ計	102.8%
業務用計	101.0%				
総計	102.3%				

主なブランド売上計画(前年比及び金額)

**115%**

**110%**

**110%**

**21億円**

利益計画 増減計画

(単位：億円)

	上期	下期	通期
ハム・ソーセージと デリ商品事業	14	20	34
外部要因	△80	△23	△103
主原料価格	△40	△9	△49
副資材	△31	△13	△43
電燃料	△9	△1	△11
内部要因	94	43	138
価格改定効果	77	24	101
改善活動	17	19	37
乳製品・水産と エキス一次加工事業	0	0	1
DX費用	△10	△10	△20
合計	4	11	15

通期 利益前年差増減要因分析

【ハム・ソーセージとデリ商品事業】 34億円
(外部要因) △103億円

主原料：主に輸入豚肉のコストが上昇
副資材：包材等のコストが上昇
電燃料：重油価格が上昇

(内部要因) 138億円

価格改定：2回目(22年10月)・3回目(23年4月)の
価格改定効果により外部要因をカバー

改善活動：生産コスト削減を追求
主力ブランドの販売を強化し商品ミックスの回復を図る

フード販売のチャネル別戦略強化、輸入食肉の需給予測高度化、
生産事業の生産性向上で利益を回復

(単位：億円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	前年差	増減率
売上高	7,501	7,200	△301	△4.0%
事業利益	291	320	29	10.0%
事業利益率	3.9%	4.4%	0.5%	-

フード販売の数量拡大に向け、
マーケティング機能を強化

- ・ エリア戦略の実践に向け、チャネル別専門組織を設立し、販売力を強化
- ・ 収益性の高いブランド食肉の販売拡大

- ・ 新たな価値創出に向けた新商品販売への挑戦
 - 人手不足に対応した新商品の投入
 - 共創ネットワークにより開発されたブランド食肉「北のこめこっこ」の販売

利益計画 増減要因分析

(単位：億円)

	上期	下期	通期
国産牛・豚事業	0	0	0
国産鶏事業	15	△10	5
輸入食肉事業	△6	40	34
フード販売	6	4	10
DX費用	△7	△6	△12
その他	△6	△2	△8
合計	3	26	29

通期 利益前年差増減要因分析

【国産牛・豚事業】 0億円

生産部門：重点生産指標を改善し収益性向上
飼料メーカーと協働した飼料価格の低減施策の継続
荷受：社外調達を強化し販売数量を確保

【国産鶏事業】 5億円

生産部門：防疫対策の徹底による生産数量拡大
桜姫等のブランド食肉比率を高め収益性向上
荷受：継続するコスト高に対して販売価格への転嫁を進め利益を確保

【輸入食肉事業】 34億円

牛・豚・鶏：畜種別に的確な需給バランスを見定め、受け払いの強化
調達リスクを低減し、収益性を高めて利益を確保
価格優位性のある豪州産牛肉の販売強化
調達先・販売先との更なる共創ネットワーク構築

【フード販売】 10億円

チャネル別専門組織の強化と付加価値商品の提案で収益性を向上
量販チャネル：減退基調の需要に対して、収益・経費管理を徹底し利益確保
外食チャネル：需要回復に対し、荷受部門との連携強化で利益拡大
人手不足に対応した新商品投入で新たな利益を創出

北米事業の加工品販売数量を拡大 牛の処理頭数が回復する豪州事業は世界的な販売環境の好転で利益を回復

(単位：億円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	前年差	増減率
売上高	3,214	2,950	△264	△8.2%
事業利益	△50	17	67	-
事業利益率	-	0.6%	-	-

北米加工品事業の拡大

- ・販売数量の拡大に向け、さらなる製造供給体制を構築
- ・メキシコやアジアからの社外調達の強化や加工事業本部と連携した商品供給で加工品販売を拡大

豪州牛肉事業

- ・処理頭数の回復に応じ、工場稼働率アップに向けた製造体制を強化
- ・北米市場での販路の拡大に向けて、取り組みを強化

利益計画 増減要因分析

(単位：億円)

	上期	下期	通期
豪州	1	52	53
オーストラリア	1	40	40
ウルグアイ	1	12	13
米州	2	3	5
アジア・欧州	0	11	11
その他	△1	0	△1
合計	2	65	67

事業利益計画

(単位：億円)

	上期	下期	通期
豪州	△4	12	8
オーストラリア	10	12	22
ウルグアイ	△14	0	△14
米州	6	16	22
アジア・欧州	△3	2	△1
その他	△6	△6	△12
合計	△7	24	17

通期 利益前年差増減要因分析

【豪州事業】 53億円

(オーストラリア) 40億円

処理頭数の増加に加え、米国産の減産も追い風となり、
前期を上回る水準で回復

【米州事業】 5億円

加工部門において、製造数量の拡大により利益を確保

【アジア・欧州事業】 11億円

(トルコ)

販売単価の上昇により利益を回復

(タイ)

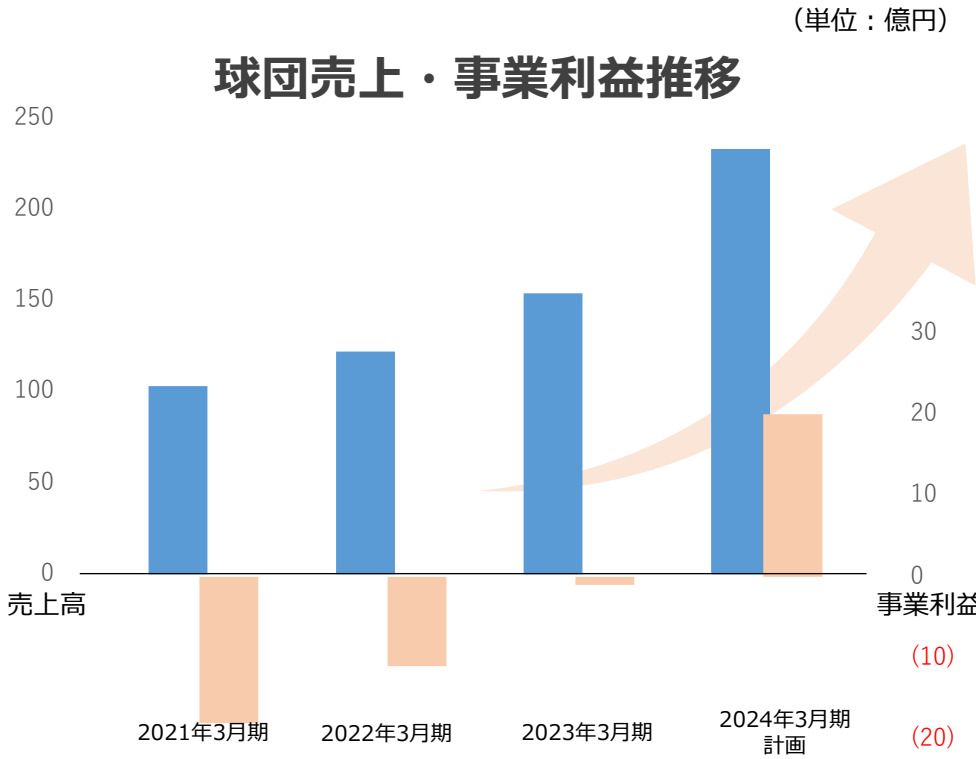
生産性を向上させ、日本向け販売数量を拡大

北海道ボールパークFビレッジ全体で集客する新たなビジネスモデルにより利益を創出

	2023年3月期 実績	2024年3月期 計画	前年差	増減率
売上高	171	250	79	46.2%
事業利益	△5	15	20	-
事業利益率	-	6.0%	-	-

※セグメント計画には新規事業も含む

・ビジネス環境の改善に伴い、グッズ・飲食・広告（スポンサーシップ）をメインに売上が増加



1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

2. 2024年3月期 計画

- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ポールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

1. 2022年3月期連結業績概要及び2023年3月期計画

(単位：百万円、%)

23年3月期実績						
	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比
① 売上高	618,688	-	641,104	-	1,259,792	9.4
② 売上原価	526,185	-	556,575	-	1,082,760	13.6
売上総利益	92,503	-	84,529	-	177,032	△ 11.0
売上総利益率	15.0%	-	13.2%	-	14.1%	-
③ 販売費及び一般管理費	80,642	-	85,438	-	166,080	6.1
その他の収益・費用	9,035	-	△ 2,128	-	6,907	-
金融収益・費用	58	-	1,472	-	1,530	-
持分法による投資損益	2,646	-	127	-	2,773	△ 69.3
税引前利益	23,600	-	△ 1,438	-	22,162	△ 57.2
法人所得税費用	6,070	-	△ 1,300	-	4,770	△ 63.2
税率	25.7%	-	-	-	21.5%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	15,480	-	1,157	-	16,637	△ 65.4
④ 営業利益①－②－③	11,861	-	△ 909	-	10,952	△ 74.1
⑤ 為替差損益	△ 5,973	-	△ 4,106	-	△ 10,079	-
⑥ IFRSへの調整他	1,367	-	△ 8,359	-	△ 6,992	-
⑦ 非継続事業への調整	1,263	-	1,164	-	2,427	-
事業利益④－⑤－⑥－⑦	15,204	-	10,392	-	25,596	△ 46.8

24年3月期計画						
	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比
	620,000	0.2	640,000	△ 0.2	1,260,000	0.0
	517,000	△ 1.7	539,000	△ 3.2	1,056,000	△ 2.5
	103,000	11.3	101,000	19.5	204,000	15.2
	16.6%	-	15.8%	-	16.2%	-
	81,000	0.4	87,000	1.8	168,000	1.2
	△ 500	-	△ 2,500	-	△ 3,000	-
	-	-	-	-	-	-
	500	△ 81.1	500	293.7	1,000	△ 63.9
	22,000	△ 6.8	12,000	-	34,000	53.4
	6,500	7.1	4,000	-	10,500	120.1
	29.5%	-	33.3%	-	30.9%	-
	13,000	△ 16.0	10,000	764.3	23,000	38.2
	22,000	85.5	14,000	-	36,000	228.7
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-
	20,000	31.5	18,000	73.2	38,000	48.5

※ 前期の事業利益は、Breeders & Packers Uruguay S.A.に関連する牛肉事業の実績値が含まれた金額を表示しております。
 対応する2022年3月期についても同様に組み替えて表示しているため、対前期増減率は記載しておりません。

2. 2023年3月期品種別売上高実績及び2024年3月期計画

(単位：百万円、%)

23年3月期実績				24年3月期計画								
	上期	下期	通期	上期	増減率	数量伸長率	下期	増減率	数量伸長率	通期	増減率	数量伸長率
ハム・ソーセージ	62,683	67,478	130,161	64,000	2.1	△ 1.8	68,000	0.8	△ 0.9	132,000	1.4	△ 1.4
加工食品	116,383	118,783	235,166	119,000	2.2	△ 0.7	118,000	△ 0.7	△ 0.1	237,000	0.8	△ 0.4
食 肉	384,509	407,463	791,972	381,000	△ 0.9	△ 0.2	406,000	△ 0.4	△ 0.4	787,000	△ 0.6	△ 0.3
牛 肉	153,883	158,489	312,372	151,000	△ 1.9	1.0	156,000	△ 1.6	△ 0.3	307,000	△ 1.7	0.3
豚 肉	121,533	129,468	251,001	119,000	△ 2.1	△ 1.6	127,000	△ 1.9	△ 1.7	246,000	△ 2.0	△ 1.7
鶏 肉	99,320	110,250	209,570	102,000	2.7	0.2	114,000	3.4	0.5	216,000	3.1	0.3
その他食肉	9,773	9,256	19,029	9,000	△ 7.9	2.4	9,000	△ 2.8	△ 1.0	18,000	△ 5.4	1.0
乳製品	18,126	18,068	36,194	18,500	2.1	△ 3.0	18,500	2.4	5.8	37,000	2.2	1.2
その他（水産含む）	36,987	29,312	66,299	37,500	1.4	-	29,500	0.6	-	67,000	1.1	-
合 計	618,688	641,104	1,259,792	620,000	0.2	-	640,000	△ 0.2	-	1,260,000	0.0	-

※品種別の売上高はセグメント合計での算出となるため、セグメント売上高とは合致いたしません
※非継続事業(BPU)を除く実績

3. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び連結キャッシュ・フロー計算書

連結貸借対照表

(単位：百万円、%)

22年3月期		23年3月期		
	期末	期末	対前期末増減率(%)	対前期末増減額
資産合計	909,213	937,155	3.1	27,942
負債合計	419,659	434,374	3.5	14,715
親会社の所有者に帰属する持分	479,069	492,913	2.9	13,844
非支配持分	10,485	9,868	△5.9	△617
資本合計	489,554	502,781	2.7	13,227

設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

	22年3月期	23年3月期			24年3月期
	期末	期末	対前年増減率(%)	対前年増減額	通期計画
設備投資額	80,395	67,519	△ 16.0	△ 12,876	70,100
加工事業本部	11,038	10,730	△ 2.8	△ 308	12,100
食肉事業本部	17,083	19,273	12.8	2,190	29,200
海外事業本部	3,321	4,000	20.5	679	10,400
球団	21,790	20,558	△5.7	△1,232	200
その他	27,163	12,958	△52.3	△14,205	18,200
減価償却費	36,379	38,379	5.5	2,000	40,700

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	22年3月期	23年3月期		24年3月期
	期末	期末	対前年増減額	通期計画
営業活動によるキャッシュ・フロー	33,387	11,331	△ 22,056	74,800
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 22,837	△ 63,677	△ 40,840	△ 53,000
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 12,162	28,417	40,579	△ 32,400

主な増減要因

①資産合計

主に棚卸資産220億円増加、有形固定資産194億円増加等

②営業活動によるキャッシュ・フロー

棚卸資産の増加245億円、法人所得税の支払額136億円等があったが、税引前当期利益222億円、減価償却費及び償却費384億円等により、113億円の純キャッシュ増となった。

③投資活動によるキャッシュ・フロー

短期貸付金の減少100億円等があったが、固定資産の取得823億円等により、637億円の純キャッシュ減となった。

④財務活動によるキャッシュ・フロー

現金配当104億円、借入債務の返済1,086億円等があったが、短期借入金の増加365億円、借入債務による調達1,104億円等により、284億円の純キャッシュ増となった。

CONTENTS

1. 2023年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 2023年3月期通期決算サマリー
- 5. 実績ハイライト① 2023年3月期通期実績
- 6. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 8. セグメント情報 加工事業本部
- 11.セグメント情報 食肉事業本部
- 14.セグメント情報 海外事業本部

2. 2024年3月期 計画

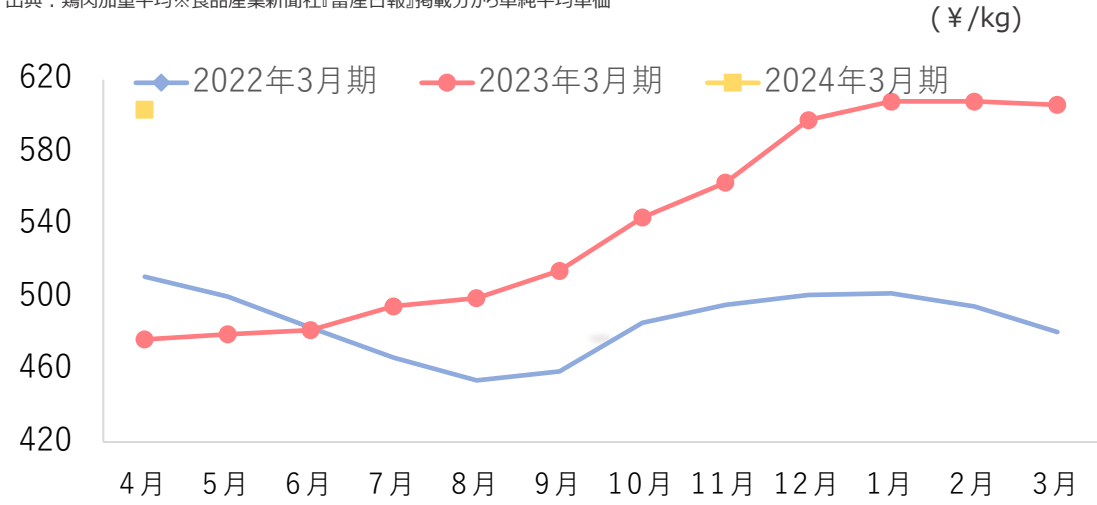
- 18. 計画ハイライト
- 22. 2024年3月期計画 加工事業本部
- 24. 2024年3月期計画 食肉事業本部
- 26. 2024年3月期計画 海外事業本部
- 28. 2024年3月期計画 ポールパーク・その他事業

3. 2023年3月期 主な財務データ／参考資料

- 30. 2023年3月期連結業績概要及び
2024年3月期計画
- 31. 2023年3月期品種別売上高実績及び
2024年3月期計画
- 32. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び
連結キャッシュ・フロー計算書
- 34. 外部環境／市況

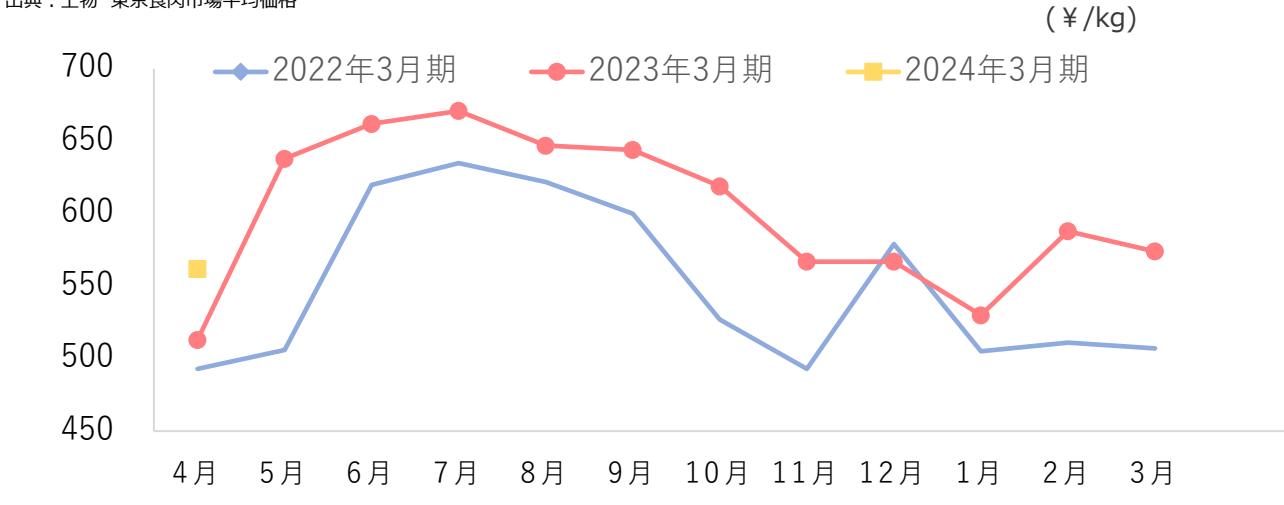
【国産鶏肉相場】

出典：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



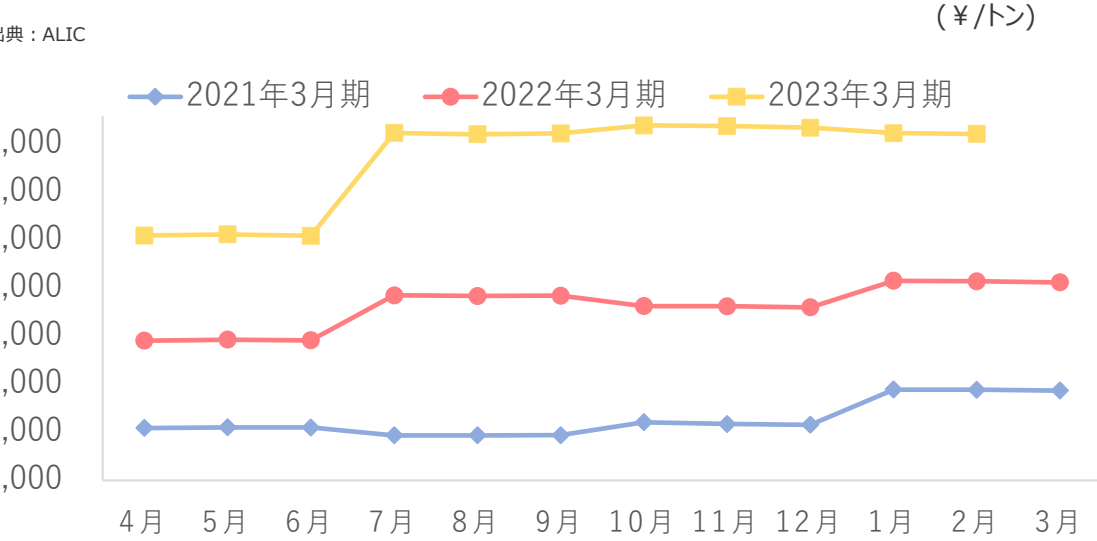
【国産豚肉枝肉卸売価格】

出典：上物 東京食肉市場平均価格



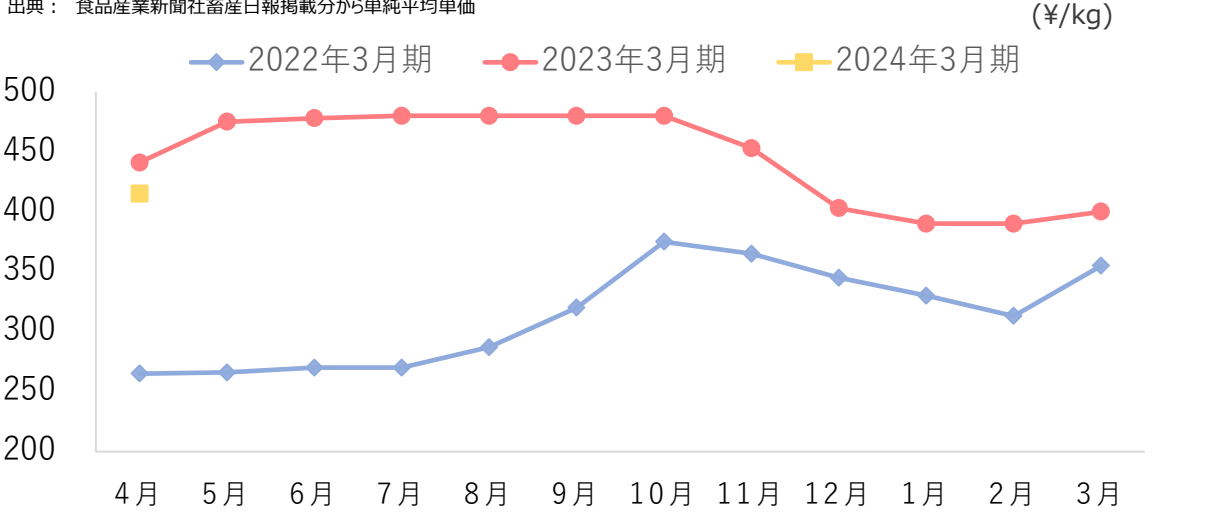
【配合飼料価格】

出典：ALIC



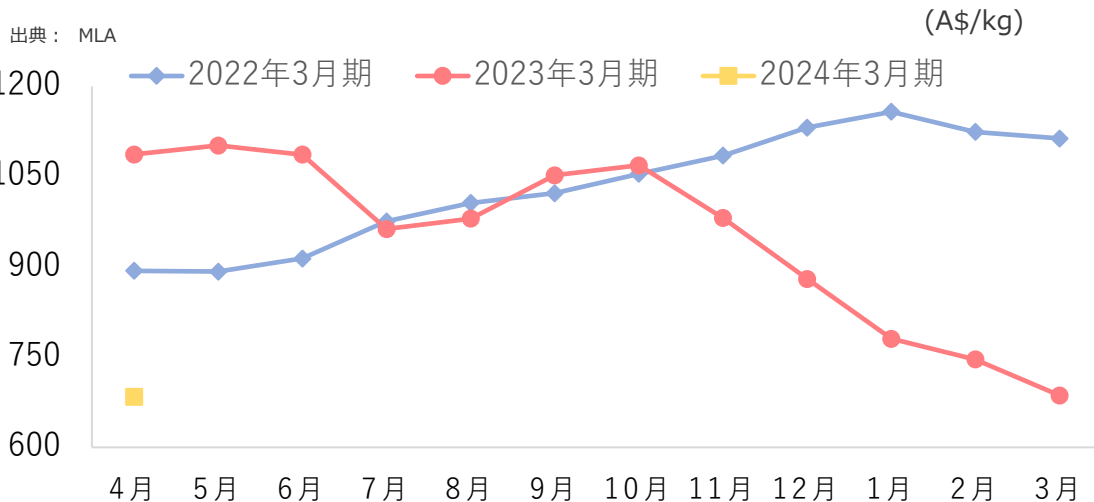
【ブラジル産もも肉 日本国内価格】

出典：食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価

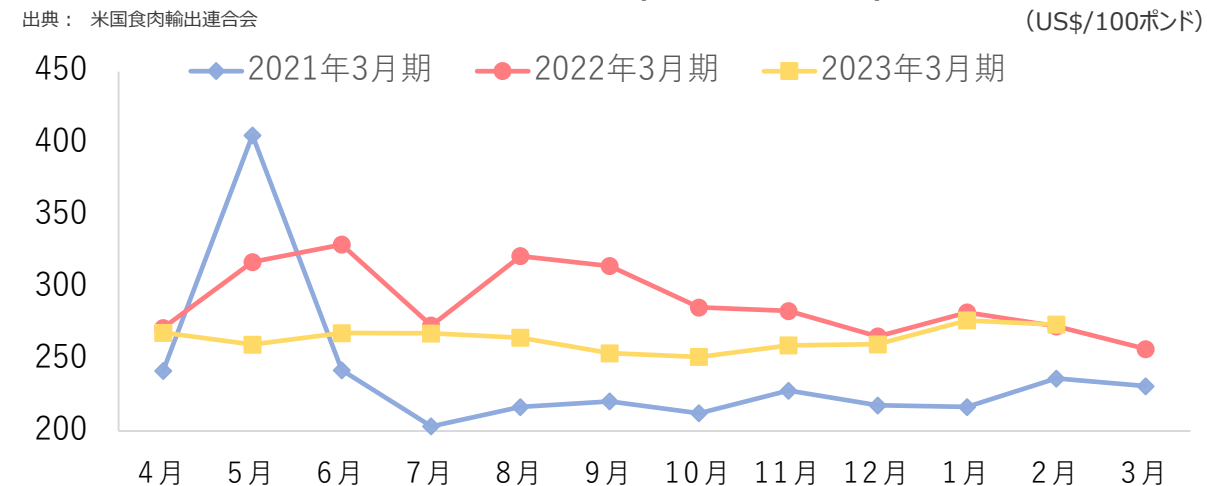


5. 外部環境 市況②

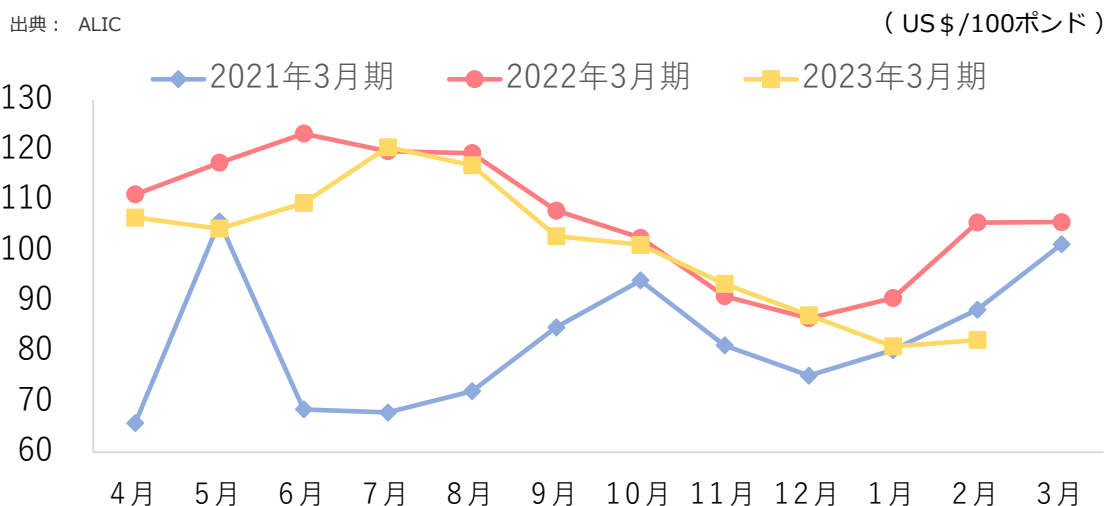
【豪州産 若齢牛価格(生産者販売価格)】



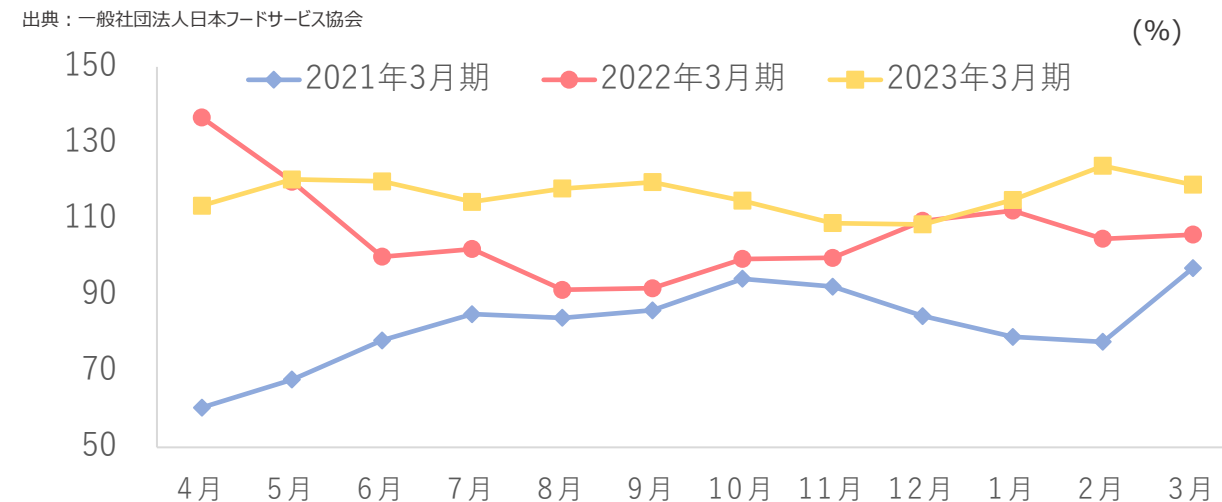
【米国産牛肉 カットアウトバリュー(卸売指標価格) 現地価格】



【米国産 豚肉カットアウトバリュー(枝肉ベース) 現地価格】



【外食売上高前年同月比】



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
メールアドレス：nhfoods.ir@nipponham.co.jp

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ください。