

# FY 2025 3Q



## 決算説明会資料

～2025年3月期 第3四半期～

日本ハム株式会社 2025年1月31日



# CONTENTS

## 01

### 2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 2025年3月期3Q 決算サマリー
- 6 実績ハイライト
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

## 02

### 2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 20 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 22 2025年3月期計画 海外事業本部

## 03

### 2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 24 2024年3月期連結業績概要及び  
2025年3月期計画
- 25 2024年3月期品種別売上高実績及び  
2025年3月期計画
- 26 連結貸借対照表
- 27 連結キャッシュ・フロー計算書及び  
設備投資額、減価償却費
- 28 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 29 外部環境／市況

※ 当社は国際会計基準( IFRS会計基準)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会計基準への調整及び非経常項目を除外して算出しております。

※ 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。

※ 前連結会計年度のBreeders & Packers Uruguay S.A. (以下BPU)に関連する牛肉事業は非継続事業に分類しております。

# CONTENTS

## 01

### 2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 2025年3月期3Q 決算サマリー
- 6 実績ハイライト
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

## 02

### 2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 20 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 22 2025年3月期計画 海外事業本部

## 03

### 2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 24 2024年3月期連結業績概要及び  
2025年3月期計画
- 25 2024年3月期品種別売上高実績及び  
2025年3月期計画
- 26 連結貸借対照表
- 27 連結キャッシュ・フロー計算書及び  
設備投資額、減価償却費
- 28 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 29 外部環境／市況

## 2025年3月期 3Q累計実績

構造改革による効果発現が継続している加工事業や、堅調な来場者数によるボールパーク事業は計画以上に伸長したが、高騰する輸入食肉の需給バランスの悪化や北米加工品の原料調達コスト上昇、豪州の天候不順が影響し減益

| 売上高                                                                                                                                                                                                       | 事業利益                                                                                                                                                                                                 | 親会社の所有者に帰属する四半期利益                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <div>10,550 億円</div> <div>(前年比5.7%)</div> <div>                     (食肉事業) 食肉単価・数量の上昇<br/>                     (海外事業) 豪州牛肉・北米加工品販売の拡大<br/>                     (ボールパーク) 来場者数が堅調に推移                 </div> | <div>400 億円</div> <div>(前年比△3.7%)</div> <div>                     (食肉事業) 輸入食肉の需給バランス悪化<br/>                     (海外事業) 北米加工品の調達コスト上昇<br/>                     豪州天候不順による生体価格上昇                 </div> | <div>292 億円</div> <div>(前年比△1.2%)</div> <div>為替差益減少及び持分法による投資損益の悪化</div> |

## 2025年3月期 通期計画

加工事業は構造改革効果の発現から上方修正を行うが、食肉事業と海外事業は想定を上回る飼料価格や豪州の生体価格が影響し、計画の見直しを実施

| 売上高                                        | 事業利益                                    | 親会社の所有者に帰属する当期利益                         |
|--------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------------|
| <div>13,700 億円</div> <div>(前年比 5.1%)</div> | <div>450 億円</div> <div>(前年比 0.1%)</div> | <div>260 億円</div> <div>(前年比 △7.4%)</div> |

2025年3月期3Q累計 事業利益

(単位：億円)



(単位：億円)

|                       | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差   | 増減率   |
|-----------------------|--------------|--------------|----------------|-------|-------|
| 売上高                   | 6,839        | 3,712        | 10,550         | 571   | 5.7%  |
| 事業利益                  | 271          | 129          | 400            | △16   | △3.7% |
| 内) 継続事業               |              |              |                | △25   | △5.9% |
| 事業利益率                 | 4.0%         | 3.5%         | 3.8%           | △0.5% | -     |
| 税引前四半期利益              | 289          | 144          | 433            | △4    | △0.9% |
| 親会社の所有者に帰属する<br>四半期利益 | 179          | 113          | 292            | △4    | △1.2% |

07 実績ハイライト② セグメント別売上高、事業利益実績

売上高

事業利益

(単位：億円)

(単位：億円)

|              | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差  | 増減率   |
|--------------|--------------|--------------|----------------|------|-------|
| 加工事業本部       | 2,086        | 1,159        | 3,245          | △54  | △1.6% |
| 食肉事業本部       | 4,093        | 2,237        | 6,329          | 373  | 6.3%  |
| 海外事業本部       | 1,616        | 828          | 2,444          | 247  | 11.2% |
| ボールパーク<br>事業 | 196          | 43           | 239            | 25   | 11.4% |
| 消去調整他        | △1,152       | △554         | △1,706         | △126 | -     |
| 非継続事業        | -            | -            | -              | 106  | -     |
| 連結計          | 6,839        | 3,712        | 10,550         | 571  | 5.7%  |

|              | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差 | 増減率    |
|--------------|--------------|--------------|----------------|-----|--------|
| 加工事業本部       | 47           | 60           | 107            | 18  | 19.7%  |
| 食肉事業本部       | 139          | 88           | 227            | △57 | △20.0% |
| 海外事業本部       | 42           | 1            | 43             | 21  | 98.6%  |
| ボールパーク<br>事業 | 70           | △12          | 58             | 11  | 24.4%  |
| 消去調整他        | △27          | △7           | △35            | △9  | -      |
| 連結計          | 271          | 129          | 400            | △16 | △3.7%  |

(単位：億円)

|       | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差  | 増減率   |
|-------|--------------|--------------|----------------|------|-------|
| 売上高   | 2,086        | 1,159        | 3,245          | △54  | △1.6% |
| 事業利益  | 47           | 60           | 107            | 18   | 19.7% |
| 事業利益率 | 2.3%         | 5.1%         | 3.3%           | 0.6% | -     |

売上高  
減収

- 戦略的な商品統廃合が進んだことで、低収益商品を中心に売上が減少
- シャウエッセンやチルドベーカリー、エキス、一次加工品、乳製品の販売は好調に推移

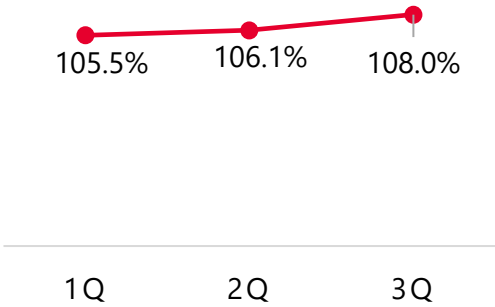
事業利益  
増益

- シャウエッセンの伸長に加え、PB商品を含む低収益商品の価格改定や削減が進んだことで、商品ミックスが改善
- 製造ライン数削減により最適生産体制の整備が進展  
固定費が改善したことで、収益性が更に向上
- エキス、一次加工品、乳製品の売上伸長に伴う収益拡大

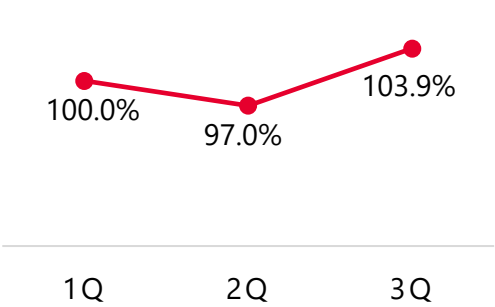
コンシューマ商品別/チャネル別 3Q累計売上実績（前年比）

| ハム・ソーセージ |  |  | 数量    | 金額     | デリ商品          |  |  | 数量    | 金額     |
|----------|--|--|-------|--------|---------------|--|--|-------|--------|
| ウイナー群    |  |  | -     | 100.7% | チルドベーカリー群     |  |  | -     | 100.3% |
| シャウエッセン群 |  |  | -     | 106.6% | 中華名菜群         |  |  | -     | 88.1%  |
| その他ウイナー群 |  |  | -     | 89.3%  | ハンバーグ・ミートボール群 |  |  | -     | 90.0%  |
| ハム・ベーコン群 |  |  | -     | 72.0%  | フライドチキン群      |  |  | -     | 92.8%  |
| コンシューマ計  |  |  | 89.0% | 95.7%  | コンシューマ計       |  |  | 89.5% | 92.4%  |
| 業務用      |  |  | 95.2% | 100.5% | 業務用           |  |  | 88.0% | 90.1%  |
| 総計       |  |  | 90.1% | 95.9%  | 総計            |  |  | 89.2% | 91.7%  |

シャウエッセン群売上高  
対前年比推移



チルドベーカリー群売上高  
対前年比推移





事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

|                  |      |                |      | 上期増減 | 3Q増減 | 3Q累計増減 | 主な前年差要因                          |     |             |
|------------------|------|----------------|------|------|------|--------|----------------------------------|-----|-------------|
| ハム・ソーセージ&デリ商品    |      |                |      | 8    | 0    | 8      |                                  |     |             |
|                  | 粗利合計 |                |      | △10  | △9   | △19    |                                  |     |             |
|                  | 数量要因 |                |      | △38  | △33  | △71    | 低収益商品の見直しによる商品統廃合やデリ商品の販売数量減少が影響 |     |             |
|                  | 単価要因 |                |      | 28   | 24   | 52     |                                  |     |             |
|                  |      | 商品ミックス         |      | 24   | 29   | 53     | シャウエッセン群伸長と価格改定による単価改善が継続        |     |             |
|                  |      |                | 外部環境 |      | 4    | △5     | △1                               |     |             |
|                  |      |                |      | 主原料  |      | △6     | △9                               | △15 | 主に豚肉原料価格が高騰 |
|                  |      |                |      | 副資材  |      | 10     | 5                                | 15  | 主に羊腸価格が改善   |
|                  | 経費合計 |                |      | 18   | 8    | 27     |                                  |     |             |
|                  |      | 電燃料            |      | △1   | △1   | △3     | 電力、燃料ともに上昇                       |     |             |
|                  |      | その他（製造経費、販管費等） |      | 19   | 10   | 29     | 最適生産体制の見直しにより、労務費など製造経費が削減       |     |             |
| 乳製品・水産・エキス・一次加工品 |      |                |      | 10   | 4    | 14     | エキス、一次加工品、乳製品で価格改定後も売上伸長により増加    |     |             |
| その他（決算調整等）       |      |                |      | 0    | △4   | △4     |                                  |     |             |
| 合計               |      |                |      | 18   | △1   | 18     |                                  |     |             |

# 10 セグメント情報 食肉事業本部①

(単位：億円)

|       | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差   | 増減率    |
|-------|--------------|--------------|----------------|-------|--------|
| 売上高   | 4,093        | 2,237        | 6,329          | 373   | 6.3%   |
| 事業利益  | 139          | 88           | 227            | △57   | △20.0% |
| 事業利益率 | 3.4%         | 3.9%         | 3.6%           | △1.2% | -      |

## 売上高 増収

- 量販店向けは、国産豚肉・牛肉の数量や販売単価が上昇
- 外食店向けは、国産食肉の数量や販売単価、輸入豚肉の販売単価が上昇

## 事業利益 減益

- 国産食肉の飼料コスト高が継続したことに加え、3Q時の輸入食肉の需給バランスが悪化したことが影響し減益

### 3Q累計主カブランド売上数量（前年比）



### 加工品売上金額実績（前年比）

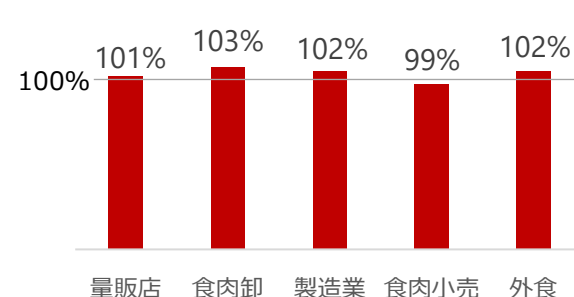
加工品合計  
106%

### フード販売グループ 3Q累計畜種別売上数量・金額実績（前年比）

| 国産   | 数量   | 金額   | 輸入   | 数量   | 金額   |
|------|------|------|------|------|------|
| 牛肉   | 104% | 107% | 牛肉   | 98%  | 105% |
| 豚肉   | 104% | 111% | 豚肉   | 93%  | 102% |
| 鶏肉   | 105% | 101% | 鶏肉   | 105% | 102% |
| 国産合計 | 104% | 106% | 輸入合計 | 98%  | 104% |

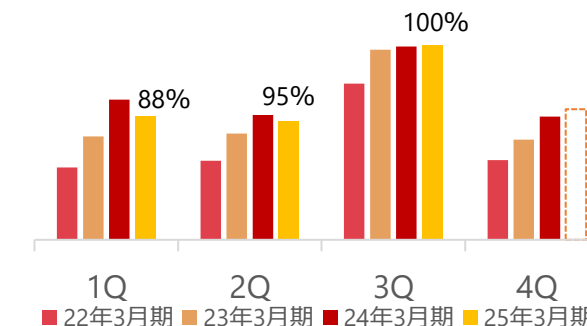
### フード販売グループ 3Q累計チャネル別 売上数量実績

全体の数量伸長 101.3%  
(金額：104.8%)



### フード販売グループ 利益推移 ※4か年の管理ベースでの利益推移

相場高騰の中で価格転嫁の遅れはあるが、  
3Qは過去最高水準を維持



※フード販売グループは食肉販売会社を指す。

東日本フード・関東日本フード・中日本フード・西日本フード・NHジャパンフード

## 11 セグメント情報 食肉事業本部②

### 事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

|                  | 上期増減 | 3Q増減 | 3Q累計増減 | 主な前年差要因                                                                       |
|------------------|------|------|--------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 国産牛・豚事業          | 0    | 1    | 1      | 荷受における相場高、処理工場での豚処理頭数減やコスト増の影響を受けたが、3Qに入り豚肉生産の飼料価格好転や枝肉重量の増加などで前年並みを維持        |
| 国産鶏事業            | △35  | 0    | △36    | 3Qに入り鶏肉相場や飼料価格は一定の好転が見られたが、上期の相場安や飼料価格高止まりの影響で減益                              |
| 輸入食肉事業           | 8    | △24  | △16    | 主に輸入牛肉・鶏肉の調達価格高騰により需給バランスが悪化し減益                                               |
| 販売(フード)・<br>物流部門 | △5   | △2   | △7     | 堅調に推移している販売数量、金額に加え、3Qに入り価格転嫁が進み前年並みの利益を確保したが、上期の輸入食肉での価格転嫁遅れと物流費等のコスト増が影響し減益 |
| その他(決算調整等)       | 2    | 0    | 1      |                                                                               |
| 合計               | △32  | △25  | △57    |                                                                               |

(単位：億円)

|       | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差  | 増減率   |
|-------|--------------|--------------|----------------|------|-------|
| 売上高   | 1,616        | 828          | 2,444          | 247  | 11.2% |
| 事業利益  | 42           | 1            | 43             | 21   | 98.6% |
| 事業利益率 | 2.6%         | 0.1%         | 1.8%           | 0.8% | -     |

売上高 増収

- 豪州 生産数量の増加に伴い、販売が堅調に推移
- 北米 鶏肉加工品の販売が堅調に推移

事業利益 増益

- 豪州 販売数量の増加に伴い増益  
フィードロットの拡充でブランド比率も向上

事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

(単位：億円)

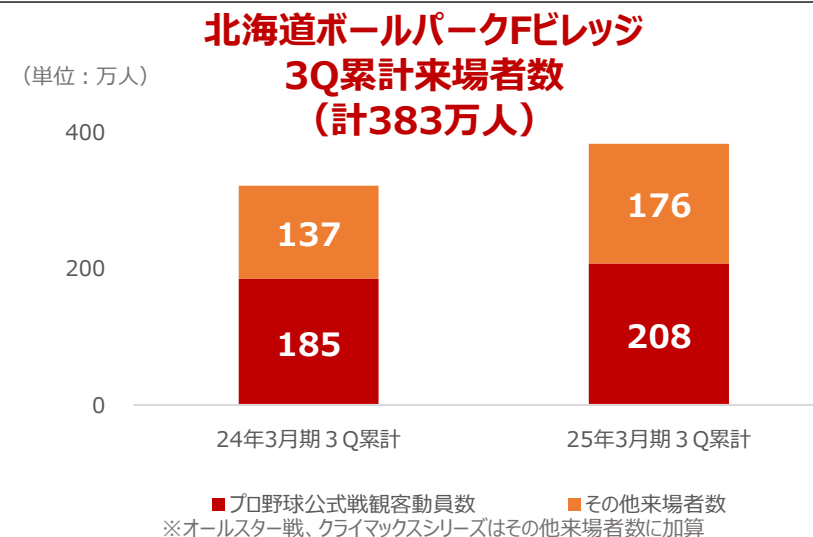
|            | 上期増減 | 3Q増減 | 3Q累計増減 | 主な前年差要因                                  |
|------------|------|------|--------|------------------------------------------|
| 豪州         | 28   | △5   | 22     | 出荷頭数増加と好調な販売が継続し利益を確保するも、天候不順等により生体価格が高騰 |
| 米州         | 3    | △14  | △10    | 北米の加工品原料調達コストの上昇や、インフレによる外食向け販売の苦戦が影響    |
| アジア・欧州     | 8    | 0    | 9      | トルコ鶏肉販売が上期堅調に推移                          |
| その他（決算調整等） | 1    | 0    | 0      |                                          |
| 合計         | 40   | △19  | 21     |                                          |

| 地域別事業利益 |     |
|---------|-----|
| 3Q累計    | 前年差 |
| 22      | 22  |
| 8       | △10 |
| 19      | 9   |
| △7      | 0   |
| 43      | 21  |

# 13 セグメント情報 ボールパーク事業

(単位：億円)

|       | 25年3月期<br>上期 | 25年3月期<br>3Q | 25年3月期<br>3Q累計 | 前年差  | 増減率   |
|-------|--------------|--------------|----------------|------|-------|
| 売上高   | 196          | 43           | 239            | 25   | 11.4% |
| 事業利益  | 70           | △12          | 58             | 11   | 24.4% |
| 事業利益率 | 35.9%        | -            | 24.4%          | 2.5% | -     |



## 売上高/事業利益

- 好調なチーム成績により、ファイターズ主催のレギュラーシーズン公式戦では、観客動員数が7年ぶりに200万人を突破。クライマックスシリーズ進出も寄与し、チケット収入が堅調に推移
- 非試合日（シーズンオフ含む）における新たなイベントの企画・開催や飲食エリアの拡大等により、試合日・非試合日の来場者の増加で飲食収入も伸長

## 来場者増加の主な出来事

チーム力強化を果たし、  
レギュラーシーズン2位通過で  
クライマックスシリーズ進出



3日間で約11万人の来場

既成概念に捉われない新たな挑戦  
(Bリーグ公式戦初開催)

※Bリーグ：ジャパン・プロフェッショナル・バスケットボールリーグ



12月28日・29日の2日間で約3万人来場

# CONTENTS

## 01

### 2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 2025年3月期3Q 決算サマリー
- 6 実績ハイライト
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

## 02

### 2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 20 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 22 2025年3月期計画 海外事業本部

## 03

### 2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 24 2024年3月期連結業績概要及び  
2025年3月期計画
- 25 2024年3月期品種別売上高実績及び  
2025年3月期計画
- 26 連結貸借対照表
- 27 連結キャッシュ・フロー計算書及び  
設備投資額、減価償却費
- 28 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 29 外部環境／市況

## 売上高/事業利益

(単位：億円)

|                      | 24年3月期通期 | 2Q時見込  | 3Q時見込  | 前年差   | 増減率   |
|----------------------|----------|--------|--------|-------|-------|
| 売上高                  | 13,034   | 13,400 | 13,700 | 666   | 5.1%  |
| 事業利益                 | 449      | 480    | 450    | 1     | 0.1%  |
| 内) 継続事業              | 459      |        |        | △9    | △2.0% |
| 事業利益率                | 3.5%     | 3.6%   | 3.3%   | △0.2% | -     |
| 税引前当期利益              | 406      | 400    | 380    | △26   | △6.4% |
| 親会社の所有者に帰属する<br>当期利益 | 281      | 270    | 260    | △21   | △7.4% |
| ROE                  | 5.5%     | 5.2%   | 5.0%   | △0.5% | -     |
| ROIC                 | 4.1%     | 4.4%   | 4.1%   | 0.0%  | -     |

※ 売上高事業利益率は、非継続事業調整後の事業利益を用いて算出しております。

セグメント別事業利益計画

(単位：億円)

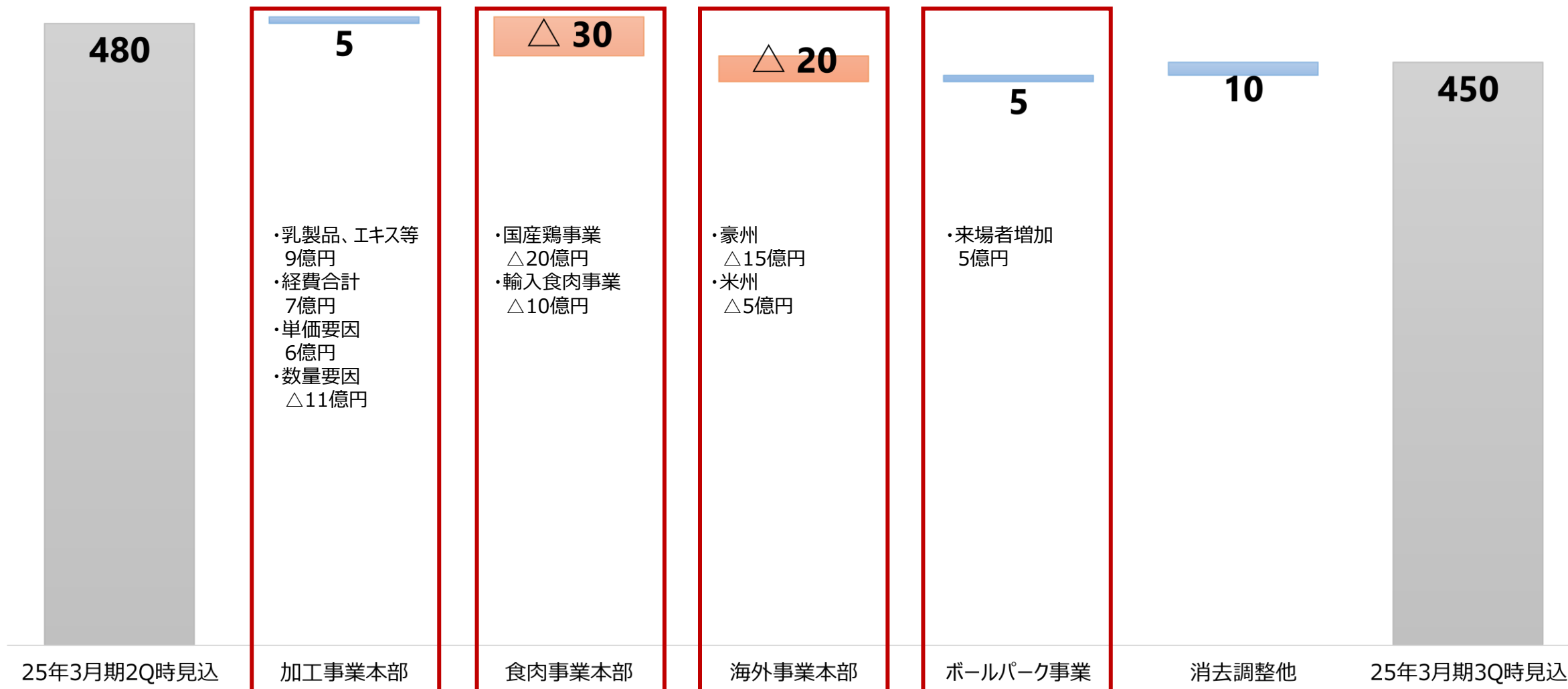
|          | 24年3月期 | 25年3月期 |     |     | 24年3月期 | 25年3月期 |       |     | 24年3月期 | 25年3月期 |       |     |
|----------|--------|--------|-----|-----|--------|--------|-------|-----|--------|--------|-------|-----|
|          | 上期     |        | 3Q  | 4Q  | 下期     |        |       |     | 通期     |        |       |     |
|          | 実績     | 実績     | 実績  | 見込  | 実績     | 2Q時見込  | 3Q時見込 | 見込差 | 実績     | 2Q時見込  | 3Q時見込 | 見込差 |
| 加工事業本部   | 29     | 47     | 60  | 3   | 68     | 58     | 63    | 5   | 97     | 105    | 110   | 5   |
| 食肉事業本部   | 170    | 139    | 88  | 73  | 170    | 191    | 161   | △30 | 340    | 330    | 300   | △30 |
| 海外事業本部   | 2      | 42     | 1   | 7   | 23     | 28     | 8     | △20 | 25     | 70     | 50    | △20 |
| ボールパーク事業 | 65     | 70     | △12 | △23 | △41    | △40    | △35   | 5   | 24     | 30     | 35    | 5   |
| 消去調整他    | △16    | △27    | △7  | △10 | △20    | △28    | △18   | 10  | △36    | △55    | △45   | 10  |
| 合計       | 250    | 271    | 129 | 50  | 200    | 209    | 179   | △30 | 449    | 480    | 450   | △30 |



# 17 計画ハイライト③ 通期事業利益計画 計画差の主要要因分析

2025年3月期通期見込

(単位：億円)



(単位：億円)

|       | 24年3月期<br>通期実績 | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 前年差  | 増減率   |
|-------|----------------|-------|-------|------|-------|
| 売上高   | 4,312          | 4,190 | 4,190 | △122 | △2.8% |
| 事業利益  | 97             | 105   | 110   | 13   | 13.4% |
| 事業利益率 | 2.3%           | 2.5%  | 2.6%  | 0.3% | -     |

売上高  
減収

- 商品構成の見直しは継続するが、シャウエッセンや  
チルドベーカリー等の主力ブランドを拡販し売上を確保
- コンシューマにおけるサブブランド商品やCVS（業務用）  
のデリ商品で販売回復が遅れ減収

事業利益  
増益

- シャウエッセンの数量拡大と単価改善継続によるミックス改善や、  
低収益商品見直しによる製造経費の削減が継続
- 価格転嫁を進めたエキス、一次加工品、乳製品等が伸長  
し利益を確保

コンシューマ商品別/チャネル別 通期売上計画（前年比）

| ハム・ソーセージ | 金額   | デリ商品          | 金額   |
|----------|------|---------------|------|
| ウイナー群    | 101% | チルドベーカリー群     | 102% |
| シャウエッセン群 | 108% | 中華名菜群         | 91%  |
| その他ウイナー群 | 88%  | ハンバーグ・ミートボール群 | 90%  |
| ハム・ベーコン群 | 72%  | フライドチキン群      | 94%  |
| コンシューマ計  | 96%  | コンシューマ計       | 93%  |
| 業務用      | 98%  | 業務用           | 90%  |
| 総計       | 96%  | 総計            | 93%  |

主力カテゴリーの更なる伸長・回復に向けて  
マーケティング活動を強化

- |          |                                                              |
|----------|--------------------------------------------------------------|
| シャウエッセン  | ・発売40周年を迎えブランド戦略強化。新たなユーザー獲得へ<br>・新商品発売とリニューアル実施でエクステンションを推進 |
| チルドベーカリー | ・食シーンの多様化で好調なミニピザ・スナック群の販売強化<br>・個食対応の新商品を発売し売場を活性化          |
| 中華名菜     | ・売上回復のためにコンセプトを見直し、リニューアルを実施<br>・新たな購買層獲得に向け、高付加価値商品を発売      |
| HB/プリフライ | ・ターゲット購買層を設定しマーケティング戦略を策定<br>・新商品発売でチキチキボーンのエクステンションを推進      |

# 19 2025年3月期計画 加工事業本部②

## 通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

|                  |      |        | 下期    |       |     | 通期    |       |     | 主な見込差要因                                                |                                            |                                                      |
|------------------|------|--------|-------|-------|-----|-------|-------|-----|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------------------|
|                  |      |        | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 差異  | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 差異  |                                                        |                                            |                                                      |
| ハム・ソーセージ&デリ商品    |      |        | 0     | 2     | 2   | 8     | 10    | 2   |                                                        |                                            |                                                      |
|                  | 粗利合計 |        | △5    | △9    | △5  | △14   | △19   | △5  |                                                        |                                            |                                                      |
|                  | 数量要因 |        | △38   | △48   | △11 | △75   | △86   | △11 | 低収益商品の見直しやデリ商品の販売数量減少が影響                               |                                            |                                                      |
|                  | 単価要因 |        | 33    | 39    | 6   | 61    | 67    | 6   |                                                        |                                            |                                                      |
|                  |      | 商品ミックス |       | 56    | 49  | △7    | 80    | 73  | △7                                                     | デリ商品主力ブランドの販売回復遅れが影響                       |                                                      |
|                  |      | 外部環境   |       | △23   | △10 | 13    | △19   | △6  | 13                                                     |                                            |                                                      |
|                  |      |        | 主原料   |       | △24 | △17   | 8     | △29 | △23                                                    | 7                                          | 豚肉原料の調達価格が2Q時の想定を下回ることや、ミックス改善により使用原料の構成比が変化し改善する見込み |
|                  |      |        | 副資材   |       | 2   | 7     | 5     | 11  | 16                                                     | 5                                          | 主に羊腸、包材価格が想定を下回り改善する見込み                              |
|                  | 経費合計 |        | 4     | 12    | 7   | 22    | 30    | 7   |                                                        |                                            |                                                      |
|                  |      | 電燃料    |       | △5    | △2  | 2     | △6    | △3  | 2                                                      | 価格改定や商品政策見直しによる最適生産体制の取組により、労務費等の製造経費削減が継続 |                                                      |
| その他              |      | 9      | 14    | 5     | 28  | 33    | 5     |     |                                                        |                                            |                                                      |
| 乳製品・水産・エキス・一次加工品 |      |        | △11   | △1    | 9   | △1    | 8     | 9   | 下期は原料高騰の影響が大きいですが、エキス、一次加工品、乳製品の売上を維持することで前年並の利益を確保し改善 |                                            |                                                      |
| その他（決算調整等）       |      |        | 0     | △6    | △7  | 1     | △6    | △7  |                                                        |                                            |                                                      |
| 合計               |      |        | △10   | △5    | 5   | 8     | 13    | 5   |                                                        |                                            |                                                      |

(単位：億円)

|       | 24年3月期<br>通期実績 | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 前年差   | 増減率    |
|-------|----------------|-------|-------|-------|--------|
| 売上高   | 7,806          | 8,000 | 8,300 | 494   | 6.3%   |
| 事業利益  | 340            | 330   | 300   | △40   | △11.8% |
| 事業利益率 | 4.4%           | 4.1%  | 3.6%  | △0.8% | -      |

売上高  
増収

- 輸入食肉の高騰により国産食肉へのシフトが継続  
する中で、量販店向けや外食店向けの国産食肉  
の数量や販売単価が上昇

事業利益  
減益

- 価格転嫁が進み販売での収益性が改善するが、  
国産鶏肉の年間を通してのコスト高と上期の相場安、  
輸入食肉の需給バランスが悪化したことが影響し減益

顧客視点に立ったマーケティング戦略の強化

- 価格高騰の中で、チャネル毎の顧客ニーズに合わせた畜種の提案を実施

営業横断による加工品販売

- 焼き肉店を中心にフード会社起点のマーケットインによる商品開発を強化
- シャウカツなど展示会で好評だった業務用商品を販売



ブランド食肉の販売強化

- 桜姫はファンサイトの開設や消費者視点にもとづくシーズン施策を実施
- 麦小町・大麦牛ANGUSは、キャンペーン等の販促を強化

主力ブランド通期売上数量目標（前年比）



桜姫  
105%



麦小町  
109%



大麦牛ANGUS  
130%

生産・調達における取組強化

国産食肉

- JA全農との事業連携を活かした調達により取扱量を拡大
- 国産豚の東北新農場稼働開始により、生産頭数や生産性を向上
- 国産鶏の自社生産拡大と共創による社外調達を強化

輸入食肉

- 輸入食肉の不安定な調達や価格高騰に対応するため、幅広い調達ネットワークの活用、調達国・取引パッカーの拡大で調達を安定化
- AI需給予測の精度向上による、ボラティリティ低減

通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

|              | 下期    |       |     | 通期    |       |     | 主な見込差要因                                        |
|--------------|-------|-------|-----|-------|-------|-----|------------------------------------------------|
|              | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 差異  | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 差異  |                                                |
| 国産牛・豚事業      | 10    | 10    | 0   | 10    | 10    | 0   | 豚生産での枝肉重量改善や荷受での価格転嫁を進め利益を確保                   |
| 国産鶏事業        | 22    | 2     | △20 | △14   | △34   | △20 | 4Q時も相場が上昇する見込みだが、3Q時のコスト高や4Q時の飼料価格上昇の影響を受ける見込み |
| 輸入食肉事業       | △15   | △25   | △10 | △7    | △17   | △10 | 輸入牛肉で3Q時に需給バランスが悪化した影響が4Q時もある見込み               |
| 販売(フード)・物流部門 | 5     | 5     | 0   | 0     | 0     | 0   | 価格転嫁への対応の継続や、需要を見極めた畜種の提案で過去最高水準の利益を確保する見込み    |
| その他 (決算調整等)  | △2    | △2    | 0   | 0     | 0     | 0   |                                                |
| 合計           | 21    | △9    | △30 | △10   | △40   | △30 |                                                |

(単位：億円)

|       | 24年3月期<br>通期実績 | 2Q時見込 | 3Q時見込 | 前年差  | 増減率    |
|-------|----------------|-------|-------|------|--------|
| 売上高   | 2,900          | 3,400 | 3,400 | 500  | 17.2%  |
| 事業利益  | 25             | 70    | 50    | 25   | 103.7% |
| 事業利益率 | 0.8%           | 2.1%  | 1.5%  | 0.7% | -      |

売上高拡大に向けた取り組み強化

北米 販促活動実施によるブランド認知と売上拡大  
米国の加工品製造企業の買収により製造能力向上

豪州 環境変化に応じて最適な販売先を見極め、売上を最大化  
プレミアムビーフの販売を強化

通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

(単位：億円)

|        | 下期        |           |     | 通期        |           |     | 主な見込差要因                    | 地域別事業利益  |
|--------|-----------|-----------|-----|-----------|-----------|-----|----------------------------|----------|
|        | 2Q時<br>見込 | 3Q時<br>見込 | 差異  | 2Q時<br>見込 | 3Q時<br>見込 | 差異  |                            | 25年3月期通期 |
| 豪州     | 19        | 4         | △15 | 47        | 32        | △15 | 生体価格が想定よりも高く、調達コストが高止る見込み  | 27       |
| 米州     | △5        | △10       | △5  | △2        | △7        | △5  | 北米の鶏肉加工品原料が想定よりも高値で推移する見込み | 17       |
| アジア・欧州 | △8        | △8        | 0   | 0         | 0         | 0   | トルコの鶏肉販売が堅調に推移             | 16       |
| その他    | 0         | △1        | 0   | 0         | 0         | 0   |                            | △10      |
| 合計     | 5         | △15       | △20 | 45        | 25        | △20 |                            | 50       |

# CONTENTS

## 01

### 2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 2025年3月期3Q 決算サマリー
- 6 実績ハイライト
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

## 02

### 2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 20 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 22 2025年3月期計画 海外事業本部

## 03

### 2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 24 2024年3月期連結業績概要及び  
2025年3月期計画
- 25 2024年3月期品種別売上高実績及び  
2025年3月期計画
- 26 連結貸借対照表
- 27 連結キャッシュ・フロー計算書及び  
設備投資額、減価償却費
- 28 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 29 外部環境／市況

24 2024年3月期連結業績概要及び2025年3月期計画



(単位：百万円)

|                  | 2024年3月期実績 |         |           | 2025年3月期計画 |        |         |       |           |       |
|------------------|------------|---------|-----------|------------|--------|---------|-------|-----------|-------|
|                  | 3Q累計       | 4Q      | 通期        | 3Q累計実績     | 増減率    | 4Q見込    | 増減率   | 通期見込      | 増減率   |
| 売上高              | 997,957    | 305,475 | 1,303,432 | 1,055,018  | 5.7%   | 314,982 | 3.1%  | 1,370,000 | 5.1%  |
| 売上原価             | 834,271    | 265,530 | 1,099,801 | 879,013    | 5.4%   | 268,987 | 1.3%  | 1,148,000 | 4.4%  |
| 売上総利益            | 163,686    | 39,945  | 203,631   | 176,005    | 7.5%   | 45,995  | 15.1% | 222,000   | 9.0%  |
| 売上総利益率           | 16.4%      | 13.1%   | 15.6%     | 16.7%      | -      | 14.6%   | -     | 16.2%     | -     |
| 販売費及び一般管理費       | 126,688    | 45,386  | 172,074   | 136,604    | 7.8%   | 47,396  | 4.4%  | 184,000   | 6.9%  |
| その他の収益・費用        | 5,926      | 2,749   | 8,675     | 3,681      | △37.9% | △4,981  | -     | △1,300    | -     |
| 金融収益・費用          | 639        | △399    | 240       | 1,006      | 57.4%  | 1,294   | -     | 2,300     | -     |
| 持分法による投資損益       | 118        | 9       | 127       | △791       | -      | △209    | -     | △1,000    | -     |
| 税引前当期利益          | 43,681     | △3,082  | 40,599    | 43,297     | △0.9%  | △5,297  | -     | 38,000    | △6.4% |
| 法人所得税費用          | 12,703     | △1,450  | 11,253    | 12,556     | △1.2%  | △1,556  | -     | 11,000    | △2.2% |
| 税率               | 29.1%      | -       | 27.7%     | 29.0%      | -      | -       | -     | 28.9%     | -     |
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 29,520     | △1,442  | 28,078    | 29,152     | △1.2%  | △3,152  | -     | 26,000    | △7.4% |
| 事業利益             | 41,545     | 3,394   | 44,939    | 39,988     | △3.7%  | 5,012   | 47.7% | 45,000    | 0.1%  |



25 2024年3月期品種別売上高実績及び2025年3月期計画



(単位：百万円)

|           |       | 2024年3月期実績 |         |           | 2025年3月期計画 |        |        |         |       |        |           |        |        |
|-----------|-------|------------|---------|-----------|------------|--------|--------|---------|-------|--------|-----------|--------|--------|
|           |       | 3Q累計       | 4Q      | 通期        | 3Q累計実績     | 増減率    | 数量伸長率  | 4Q見込    | 増減率   | 数量伸長率  | 通期見込      | 増減率    | 数量伸長率  |
| ハム・ソーセージ  |       | 105,127    | 30,023  | 135,150   | 101,685    | △3.3%  | △9.2%  | 30,815  | 2.6%  | △4.5%  | 132,500   | △2.0%  | △8.1%  |
| 加工食品      |       | 180,589    | 57,281  | 237,870   | 181,127    | 0.3%   | △7.5%  | 56,873  | △0.7% | △3.1%  | 238,000   | 0.1%   | △6.5%  |
| 食肉        |       | 629,711    | 196,999 | 826,710   | 685,744    | 8.9%   | 2.8%   | 204,756 | 3.9%  | △1.4%  | 890,500   | 7.7%   | 1.8%   |
|           | 牛肉    | 250,353    | 72,935  | 323,288   | 283,192    | 13.1%  | 0.7%   | 81,808  | 12.2% | 4.9%   | 365,000   | 12.9%  | 1.7%   |
|           | 豚肉    | 200,821    | 64,569  | 265,390   | 217,976    | 8.5%   | △0.2%  | 61,524  | △4.7% | △5.5%  | 279,500   | 5.3%   | △1.5%  |
|           | 鶏肉    | 163,827    | 55,094  | 218,921   | 175,682    | 7.2%   | 8.4%   | 57,318  | 4.0%  | △1.0%  | 233,000   | 6.4%   | 6.0%   |
|           | その他食肉 | 14,710     | 4,401   | 19,111    | 8,894      | △39.5% | △46.7% | 4,106   | △6.7% | △15.4% | 13,000    | △32.0% | △37.1% |
| 乳製品       |       | 29,605     | 9,358   | 38,963    | 31,062     | 4.9%   | 2.8%   | 8,938   | △4.5% | △0.6%  | 40,000    | 2.7%   | 2.0%   |
| その他(水産含む) |       | 52,925     | 11,814  | 64,739    | 55,400     | 4.7%   | -      | 13,600  | 15.1% | -      | 69,000    | 6.6%   | -      |
| 合計        |       | 997,957    | 305,475 | 1,303,432 | 1,055,018  | 5.7%   | -      | 314,982 | 3.1%  | -      | 1,370,000 | 5.1%   | -      |

(注1) 当第3四半期連結累計期間より収益分解における品種区分の見直しを行っています。なお、前連結会計年度の収益分解については、当第3四半期連結累計期間における区分に合わせた組替え、再表示を行っておりません。

(注2) 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しません。

(注3) 前連結会計年度は非継続事業調整後の実績になります。

## 26 連結貸借対照表

(単位：百万円)

|                | 23年期末   | 24年期末   | 25年3Q   | 対前期末<br>増減額 | 対前期末<br>増減率(%) |
|----------------|---------|---------|---------|-------------|----------------|
| 現金及び現金同等物      | 64,986  | 65,465  | 84,458  | 18,993      | 29.0           |
| 営業債権及びその他の債権   | 146,660 | 165,022 | 191,012 | 25,990      | 15.7           |
| 棚卸資産           | 141,930 | 141,429 | 141,226 | △203        | △0.1           |
| 生物資産           | 27,984  | 25,420  | 31,907  | 6,487       | 25.5           |
| その他            | 46,458  | 26,094  | 20,869  | △5,225      | △20.0          |
| 流動資産合計         | 428,018 | 423,430 | 469,472 | 46,042      | 10.9           |
| 有形固定資産         | 364,381 | 375,211 | 370,620 | △4,591      | △1.2           |
| 使用権資産          | 40,898  | 44,814  | 42,051  | △2,763      | △6.2           |
| 生物資産           | 1,517   | 1,531   | 1,694   | 163         | 10.6           |
| その他            | 102,341 | 113,251 | 112,271 | △980        | △0.9           |
| 非流動資産合計        | 509,137 | 534,807 | 526,636 | △8,171      | △1.5           |
| 資産合計           | 937,155 | 958,237 | 996,108 | 37,871      | 4.0            |
| 有利子負債          | 102,199 | 59,247  | 128,570 | 69,323      | 117.0          |
| 営業債務及びその他の債務   | 106,027 | 116,773 | 121,404 | 4,631       | 4.0            |
| その他            | 70,310  | 70,812  | 57,879  | △12,933     | △18.3          |
| 流動負債合計         | 278,536 | 246,832 | 307,853 | 61,021      | 24.7           |
| 有利子負債          | 139,856 | 155,605 | 126,783 | △28,822     | △18.5          |
| その他            | 15,982  | 16,598  | 16,459  | △139        | △0.8           |
| 非流動負債合計        | 155,838 | 172,203 | 143,242 | △28,961     | △16.8          |
| 親会社の所有者に帰属する持分 | 492,913 | 527,503 | 531,693 | 4,190       | 0.8            |
| 非支配持分          | 9,868   | 11,699  | 13,320  | 1,621       | 13.9           |
| 資本合計           | 502,781 | 539,202 | 545,013 | 5,811       | 1.1            |
| 負債・資本合計        | 937,155 | 958,237 | 996,108 | 37,871      | 4.0            |

### 主な増減

#### 【流動資産合計】

その他の流動資産が前期末比27.9%減の146億円となったが、現金及び現金同等物が前期末比29.0%増の845億円、年末商戦などの季節要因で営業債権及びその他の債権が前期末比15.7%増の1,910億円となったことなどにより、前期末比10.9%増の4,695億円となった

#### 【非流動資産合計】

無形資産及びのれんが前期末比17.1%増の302億円となったが、有形固定資産が前期末比1.2%減の3,706億円となったことで、前期末比1.5%減の5,266億円となった

#### 【流動・非流動負債合計】

ボールパーク事業における前受収益の取り崩しなどによりその他の流動負債が前期末比21.3%減の383億円となったが、当面の資金需要に備え調達を実施したことなどにより有利子負債が前期末比18.9%増の2,554億円となったことから、前期末比7.7%増の4,511億円となった

## 27 連結キャッシュ・フロー計算書及び設備投資額、減価償却費

### 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

|           | 23年3月期<br>3Q累計 | 24年3月期<br>3Q累計 | 25年3月期<br>3Q累計 |
|-----------|----------------|----------------|----------------|
| 税引前四半期利益  | 27,206         | 43,681         | 43,297         |
| 減価償却費     | 28,351         | 29,567         | 30,757         |
| 営業債権増減    | △60,835        | △37,536        | △23,069        |
| 棚卸資産増減    | △27,464        | 11,179         | 565            |
| 生物資産増減    | 856            | 2,434          | △3,278         |
| 営業債務増減    | 24,231         | 18,244         | 4,426          |
| その他       | △22,100        | △7,026         | △20,524        |
| 営業活動によるCF | △29,754        | 60,543         | 32,174         |
| 固定資産取得・売却 | △44,861        | △33,138        | △27,248        |
| その他       | 13,929         | 188            | 6,159          |
| 投資活動によるCF | △30,932        | △32,950        | △21,089        |
| 財務活動によるCF | 37,956         | △27,818        | 4,651          |

#### ・ 営業活動によるキャッシュ・フロー

営業債権及びその他の債権の増加231億円などがあったが、税引前四半期利益433億円、減価償却費及び償却費308億円、営業債務及びその他の債務の増加44億円などにより、322億円の純キャッシュ増となった

#### ・ 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産等の取得281億円などにより、211億円の純キャッシュ減となった

#### ・ 財務活動によるキャッシュ・フロー

自己株式の取得のための支出202億円などがあったが、短期借入金の増加252億円、借入債務による調達220億円などにより、47億円の純キャッシュ増となった

### 設備投資額、減価償却費

(単位：百万円)

|          | 24年3月期<br>3Q累計 | 25年3月期 |        |        |        |
|----------|----------------|--------|--------|--------|--------|
|          |                | 3Q累計実績 | 増減率(%) | 前年差    | 通期見込   |
| 設備投資合計   | 27,267         | 22,897 | △16.0  | △4,370 | 39,000 |
| 加工事業本部   | 5,000          | 3,355  | △32.9  | △1,645 | 9,900  |
| 食肉事業本部   | 14,096         | 9,238  | △34.5  | △4,858 | 15,200 |
| 海外事業本部   | 4,759          | 3,719  | △21.9  | △1,040 | 4,700  |
| ボールパーク事業 | 676            | 1,538  | 127.5  | 862    | 2,600  |
| 消去調整他    | 2,736          | 5,047  | 84.5   | 2,311  | 6,600  |
| 減価償却費    | 19,897         | 20,726 | 4.2    | 829    | 28,000 |

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

## 28 海外事業本部 地域別売上高内訳

(単位：億円)

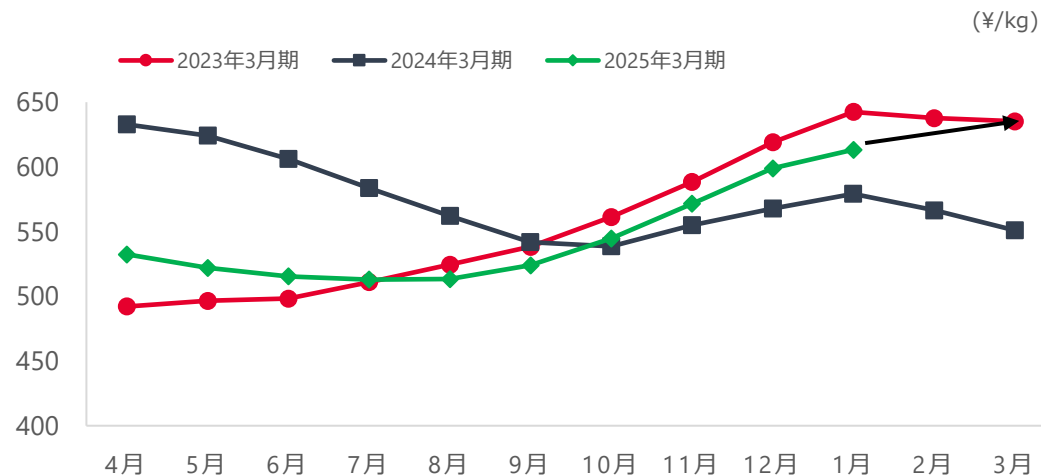
|        |              | 2024年3月期 |        | 2025年3月期 |        |            |         |         |
|--------|--------------|----------|--------|----------|--------|------------|---------|---------|
|        |              | 3Q実績     | 3Q累計実績 | 3Q実績     | 3Q累計実績 | 3Q累計売上高構成比 | 3Q累計前年差 | 3Q累計増減率 |
| 海外合計   | 売上高          | 695      | 2,197  | 828      | 2,444  | -          | 247     | 11.2%   |
|        | 外部顧客に対する売上高  | 392      | 1,312  | 524      | 1,466  | 60.0%      | 153     | 11.7%   |
|        | セグメント間の内部売上高 | 303      | 885    | 304      | 978    | 40.0%      | 93      | 10.6%   |
| 豪州     | 売上高          | 239      | 871    | 361      | 999    | -          | 127     | 14.6%   |
|        | 外部顧客に対する売上高  | 216      | 802    | 329      | 886    | 88.8%      | 85      | 10.6%   |
|        | セグメント間の内部売上高 | 24       | 69     | 32       | 112    | 11.2%      | 43      | 61.7%   |
| 米州     | 売上高          | 330      | 937    | 300      | 967    | -          | 30      | 3.2%    |
|        | 外部顧客に対する売上高  | 104      | 278    | 92       | 292    | 30.2%      | 14      | 4.9%    |
|        | セグメント間の内部売上高 | 226      | 659    | 208      | 675    | 69.8%      | 17      | 2.5%    |
| アジア・欧州 | 売上高          | 129      | 397    | 175      | 496    | -          | 99      | 24.8%   |
|        | 外部顧客に対する売上高  | 72       | 232    | 103      | 287    | 58.0%      | 55      | 23.8%   |
|        | セグメント間の内部売上高 | 56       | 165    | 72       | 208    | 42.0%      | 43      | 26.3%   |

※売上高は事業譲渡したBPUを含む



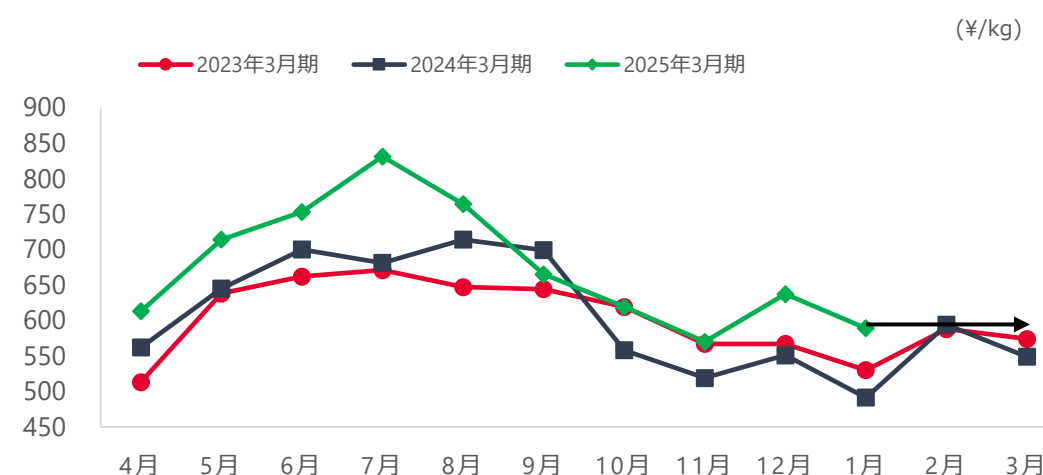
## 国産鶏肉相場

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



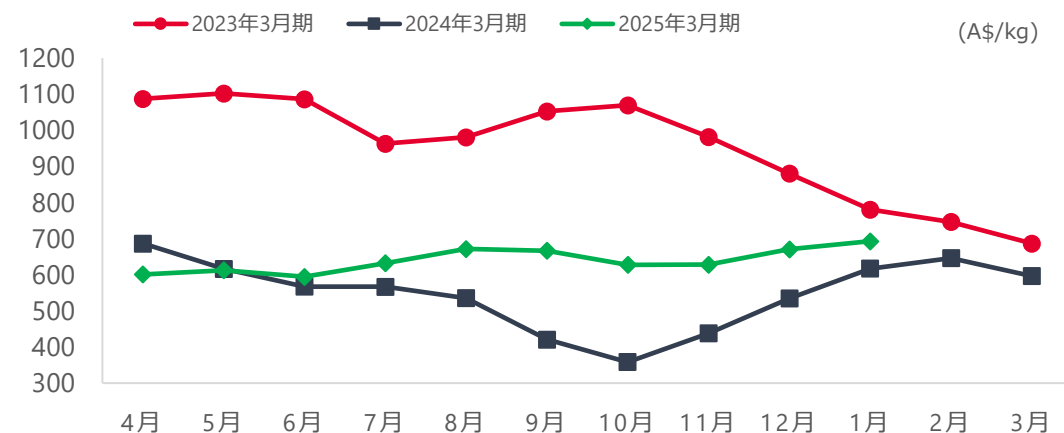
## 国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格



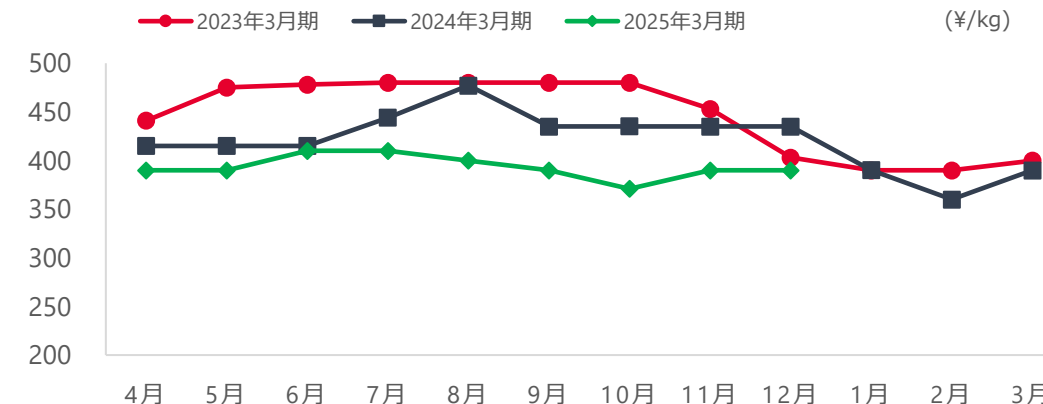
## 豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



## ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

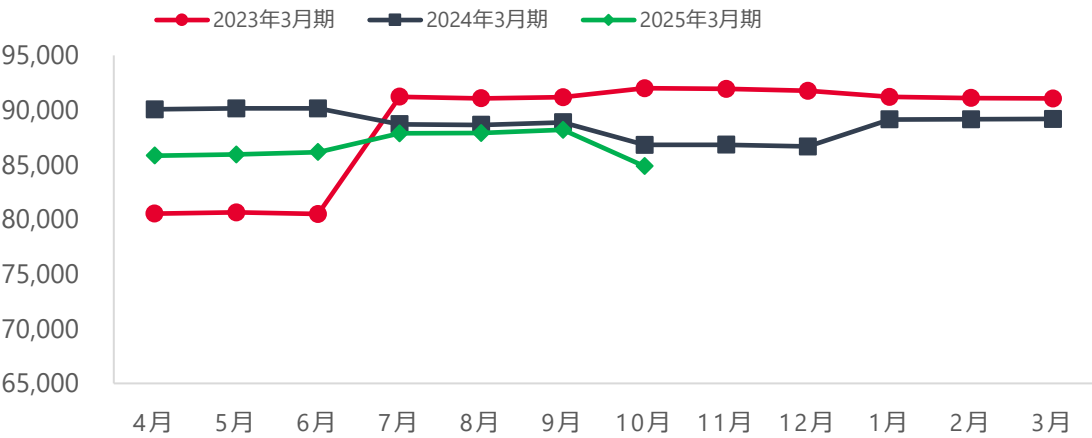
出典：ALIC(農林水産省「食鳥市況情報」)、  
食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



## 配合飼料価格

出典：ALIC

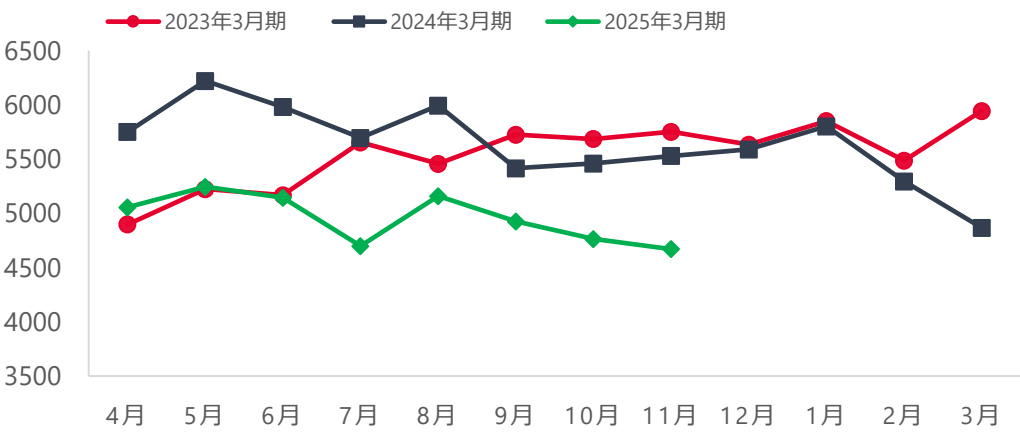
(¥/トン)



## 天然腸輸入価格 ※主に羊腸(豚腸・牛腸等も含む)

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)

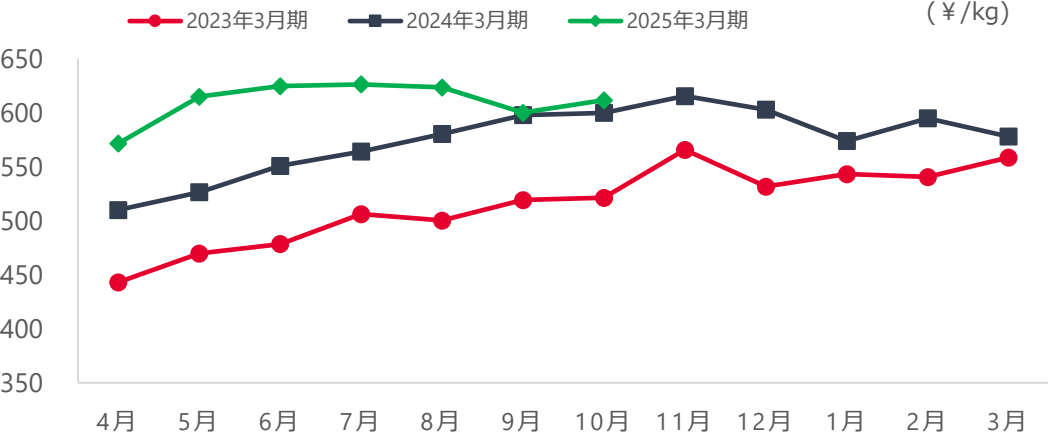
(US\$/100ポンド)



## シーズンドボーク(GSP)輸入価格

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)

(¥/kg)



## 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。