

# 決算説明資料

～2015年3月期 第2四半期～



説明会開催予定日  
2014年11月5日（水）  
日本ハム株式会社

# 目 次

- I. 2015年3月期 第2四半期連結業績の総括
- II. 2015年3月期の見通し
- III. 2015年3月期 第2四半期財務データ

# I. 2015年3月期 第2四半期連結業績の総括

1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 上期
3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部
4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部
5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部
6. 海外 主要所在地別 業績実績
7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

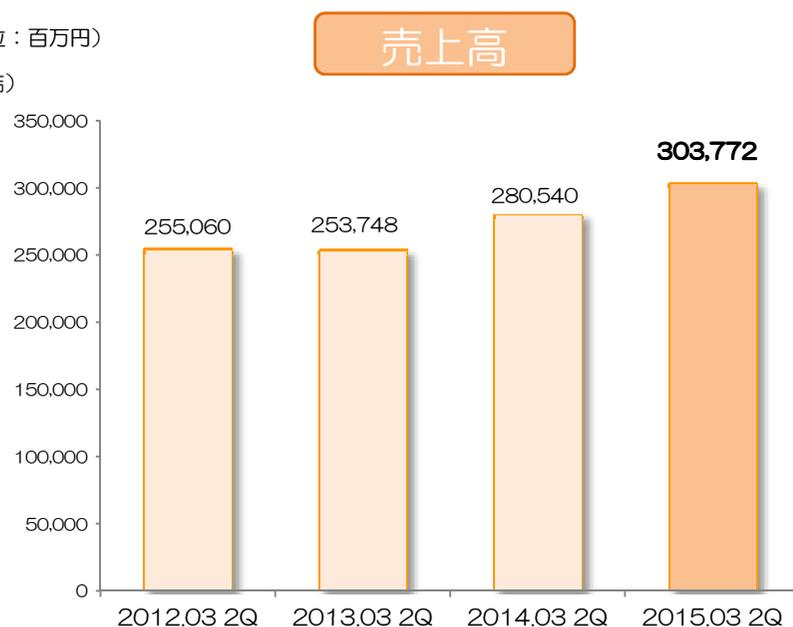
# 1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期

(単位：百万円)

		2012.03 2Q	2013.03 2Q	2014.03 2Q	2015.03 2Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	87,490	85,253	89,071	<b>91,356</b>	2,285	2.6
	営業利益	1,327	1,717	1,214	<b>583</b>	△631	△ 52.0
食肉事業本部	売上高	167,730	165,011	191,546	<b>213,866</b>	22,320	11.7
	営業利益	3,684	2,223	5,672	<b>11,701</b>	6,029	106.3
関連企業本部	売上高	33,445	34,529	36,889	<b>39,283</b>	2,394	6.5
	営業利益	565	243	201	<b>△ 19</b>	△220	—
消去調整他	売上高	△ 33,605	△ 31,045	△ 36,966	<b>△ 40,733</b>	△3,767	—
	営業利益	△ 226	494	372	<b>158</b>	△214	△ 57.5
連結合計	売上高	255,060	253,748	280,540	<b>303,772</b>	23,232	8.3
	営業利益	5,350	4,677	7,459	<b>12,423</b>	4,964	66.6

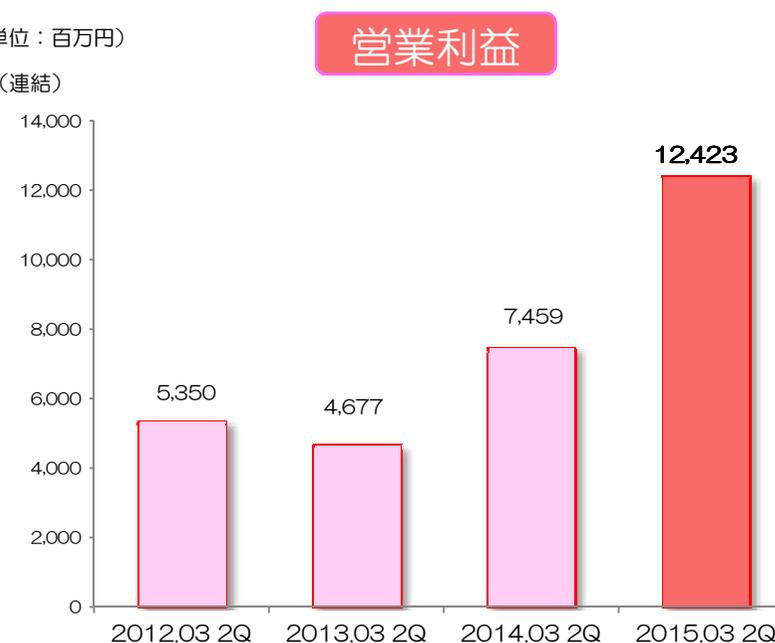
(単位：百万円)

(連結)



(単位：百万円)

(連結)



※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.21の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

## 2. オペレーティング・セグメント情報 上期

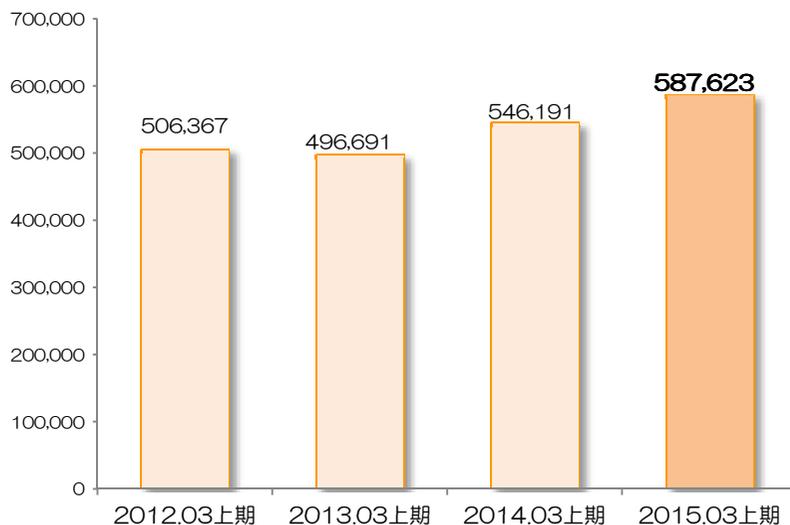
(単位：百万円)

		2012.03 上期	2013.03 上期	2014.03 上期	2015.03 上期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	169,583	163,793	171,008	<b>177,079</b>	6,071	3.6
	営業利益	2,434	3,521	1,701	<b>1,497</b>	△204	△ 12.0
食肉事業本部	売上高	340,000	327,799	377,120	<b>414,118</b>	36,998	9.8
	営業利益	8,706	5,143	9,092	<b>20,491</b>	11,399	125.4
関連企業本部	売上高	65,015	67,043	70,754	<b>74,825</b>	4,071	5.8
	営業利益(△損失)	1,021	489	170	<b>△ 65</b>	△235	—
消去調整他	売上高	△ 68,231	△ 61,944	△ 72,691	<b>△ 78,399</b>	△5,708	—
	営業利益	△ 159	686	972	<b>422</b>	△550	△ 56.6
連結合計	売上高	506,367	496,691	546,191	<b>587,623</b>	41,432	7.6
	営業利益	12,002	9,839	11,935	<b>22,345</b>	10,410	87.2

(単位：百万円)

**売上高**

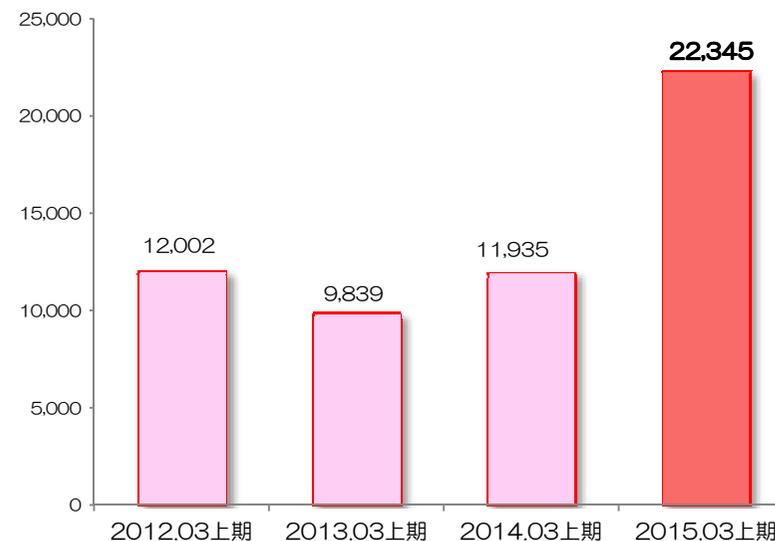
(連結)



(単位：百万円)

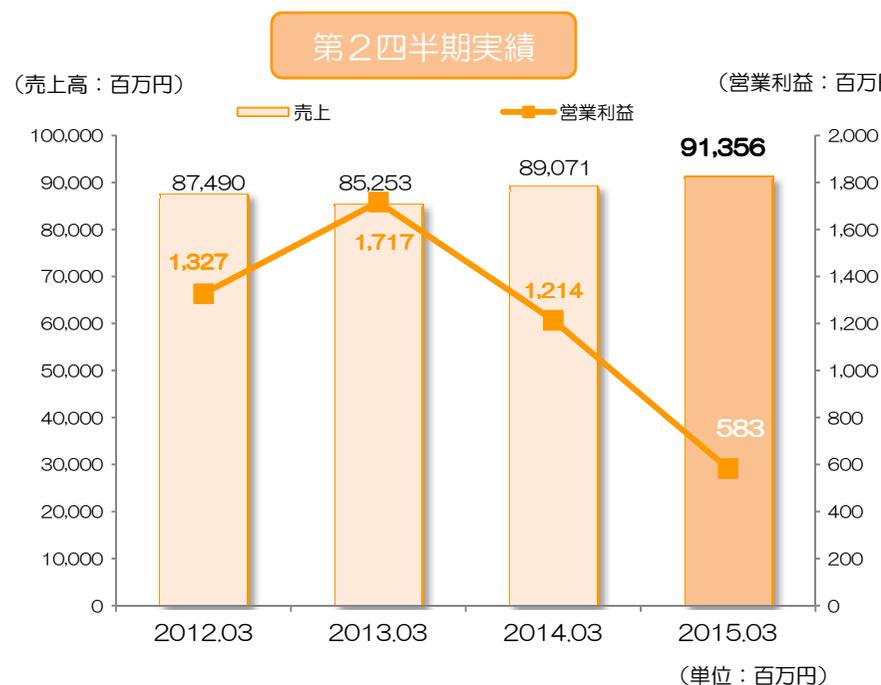
**営業利益**

(連結)



※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.21の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①



	2014.03 2Q	2015.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	89,071	91,356	2,285	2.6
営業利益	1,214	583	△ 631	△ 52.0
営業利益率	1.4%	0.6%	-	-

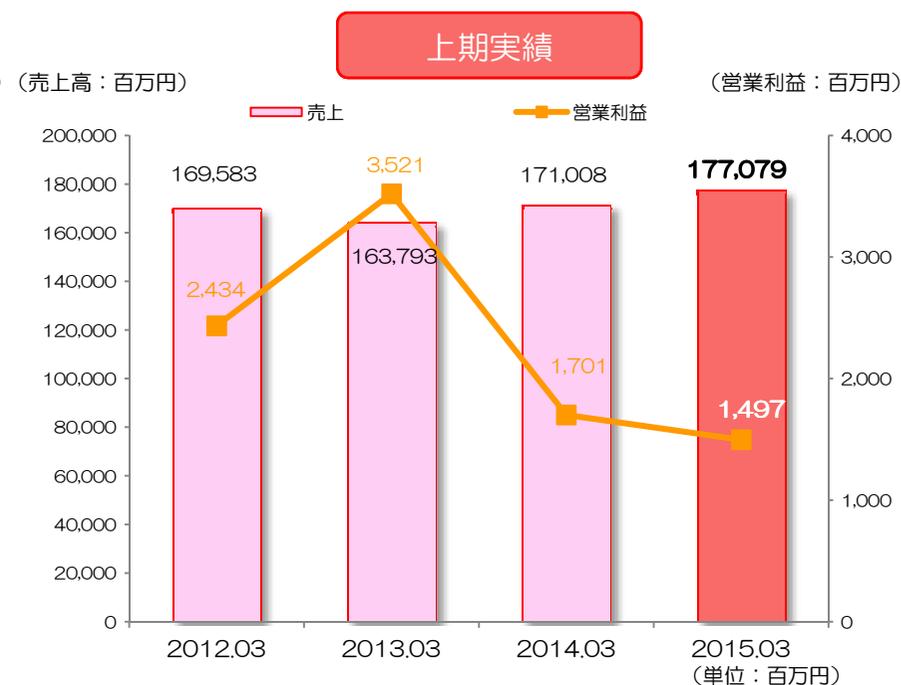
#### 【第2四半期の状況】

##### (売上高)

- ・シャウエッセンと石窯工房等の拡販により伸長。

##### (営業利益)

- ・コスト改善効果が計画を下回り減益。



	2014.03 上期	2015.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	171,008	177,079	6,071	3.6
営業利益	1,701	1,497	△ 204	△ 12.0
営業利益率	1.0%	0.8%	-	-

#### 【上期の状況】

##### (売上高)

- ・シャウエッセンを中心にハムソーが好調に推移。

##### (営業利益)

- ・第2Qに入りコスト改善効果が計画を下回り減益。

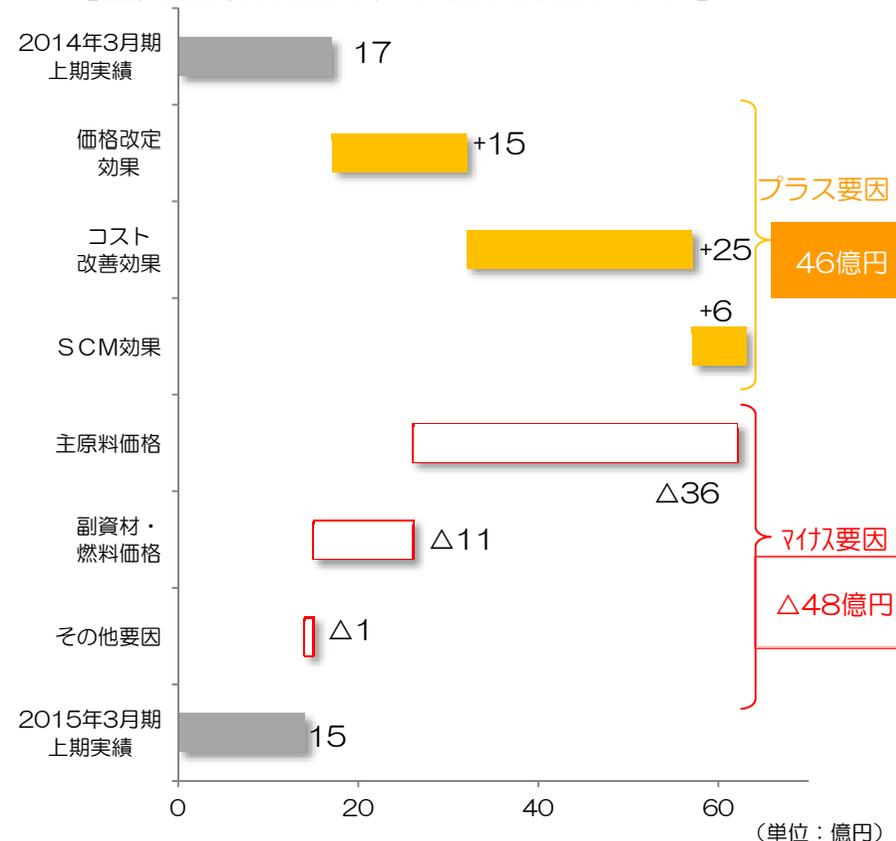
### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2015.03				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 計画	上期 実績	計画 差異
価格改定効果	9億円	6億円	15億円	15億円	0億円
コスト改善効果	17億円	8億円	30億円	25億円	△5億円
SCM効果	3億円	3億円	6億円	6億円	0億円
主原料・副資材要因	△24億円	△23億円	△45億円	△47億円	△2億円
（内訳）主原料価格	△18億円	△19億円	△34億円	△36億円	△2億円
（内訳）副資材・燃料等	△6億円	△4億円	△11億円	△11億円	0億円
その他要因	△1億円	0億円	△1億円	△1億円	0億円
合計	4億円	△6億円	5億円	△2億円	△7億円

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります。

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】



#### ● 計画差異要因分析（上期）

##### 【コスト改善効果】

- ⇒ ・ テリ商品の販売数量減の影響等により計画を下回った。
- ・ 業務用商品の価格改定時期が計画より遅れた。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部③

#### ●ギフト売上実績（中元期）

- ・2015年3月期の実績は、  
前年個数比：102%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：114%  
（構成比は、20%）

（単位：千個）

		2014.03 実績	2015.03 実績	
		個数	個数	前年比
中元 (実績)	全社販売個数	2,075	2,116	102%
	（うち美ノ国）	378	431	114%

#### ●主要ブランド売上実績

【（参考） 主要ブランド商品売上高実績（対前年同期比）】



（写真）「シャウエッセン」


 （写真）  
「石窯工房マルゲリータ」

ハム・ソーセージ	2015.03 実績			デリ商品	2015.03 実績		
	1Q	2Q	上期		1Q	2Q	上期
シャウエッセン	118%	118%	118%	石窯工房群	97%	103%	100%
森の薫りあらびきりウナ	99%	83%	92%	中華名菜群	91%	90%	91%
ロースハム群	102%	105%	104%	プリフライ群	98%	93%	96%
ベーコン群	106%	104%	105%	ハンバーグ・ミートボール群	101%	97%	99%
焼豚群	87%	85%	86%	カレー群	120%	102%	109%

#### ●チャネル別売上実績

【（参考）2015年3月期上期 チャネル別伸び率（対前年同期比）】

##### ①コンシューマ商品

ハム・ソーセージは、シャウエッセンを中心に堅調に推移。

デリ商品は中華名菜などが苦戦。

##### ②業務用商品

外食等は好調であったが、CVS及びデリカチャネルで苦戦。

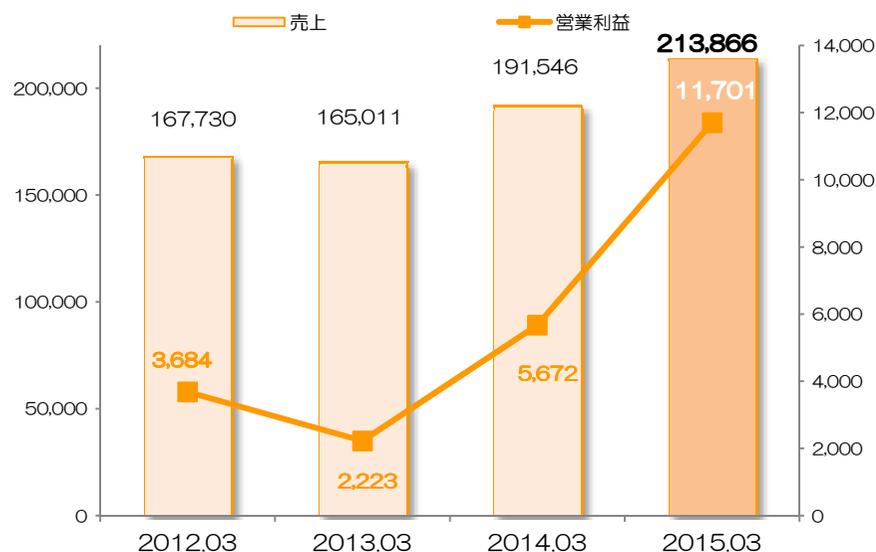
		数量	金額
ハム ・ソーセージ	ｺﾝｼｬｰﾏ	108%	112%
	業務用	105%	106%
	合計	107%	110%
デリ商品	ｺﾝｼｬｰﾏ	95%	99%
	業務用	97%	101%
	合計	96%	100%

## 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部①

(売上高：百万円)

**第2四半期実績**

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2014.03 2Q	2015.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	191,546	213,866	22,320	11.7
営業利益	5,672	11,701	6,029	106.3
営業利益率	3.0%	5.5%	-	-

### 【第2四半期の状況】

(売上高)

- ・ 1Qより引き続き全ての畜種において販売価格が改善でき、増収。

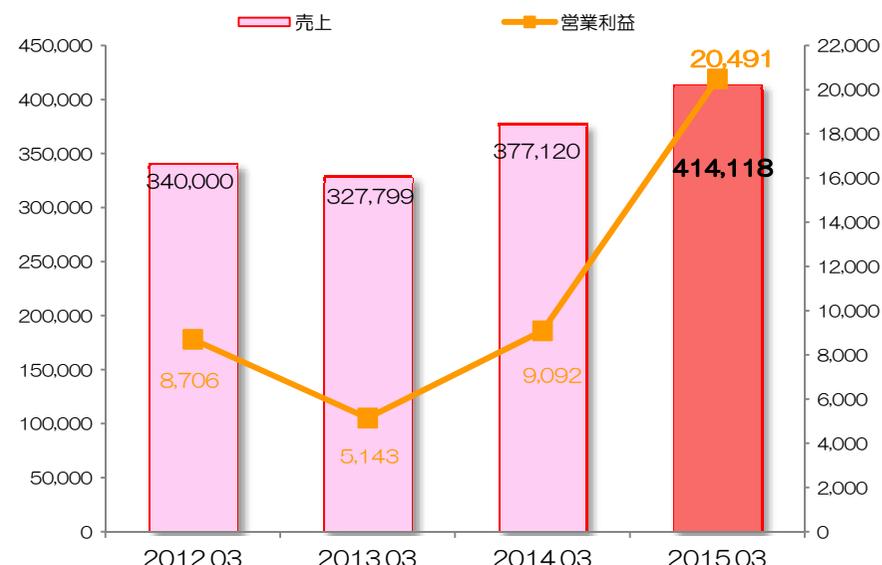
(営業利益)

- ・ 海外事業の好調に加え、国内相場の堅調と販売価格の改善により増益。

(売上高：百万円)

**上期実績**

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2014.03 上期	2015.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	377,120	414,118	36,998	9.8
営業利益	9,092	20,491	11,399	125.4
営業利益率	2.4%	4.9%	-	-

### 【上期の状況】

(売上高)

- ・ 全ての畜種において販売価格が改善でき、増収。

(営業利益)

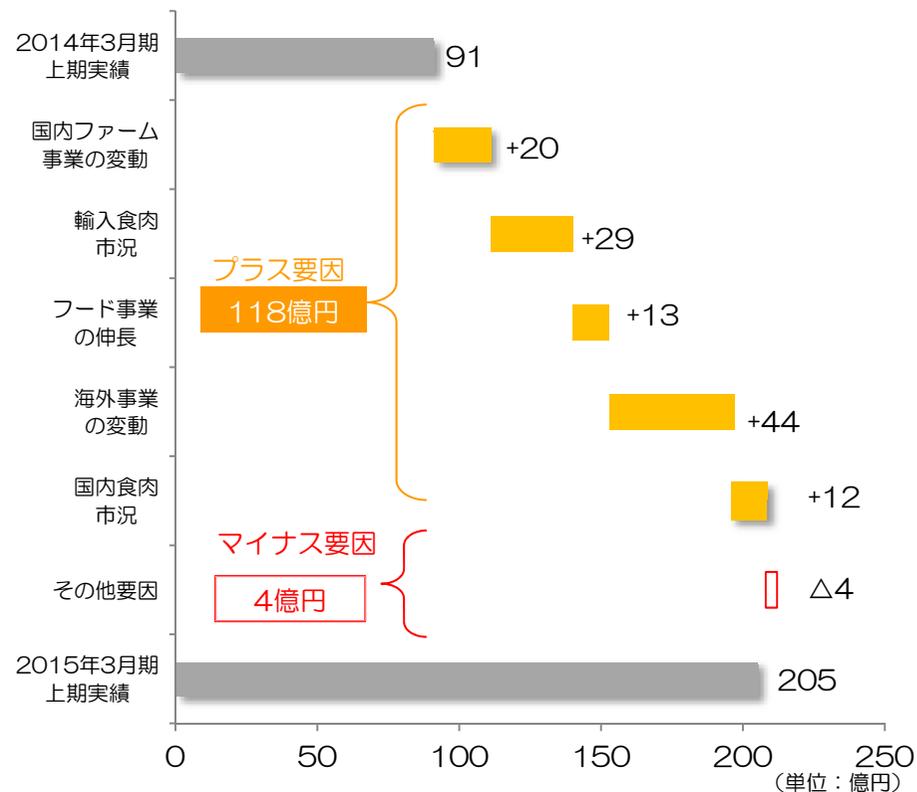
- ・ 豪州・米州事業の好調、国内相場の堅調と販売価格の改善により増益。

【営業利益増減要因分析】

	2015.03				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 計画	上期 実績	計画 差異
国内ファーム事業の変動	13億円	7億円	16億円	20億円	4億円
輸入食肉市況	9億円	20億円	20億円	29億円	9億円
フード事業の伸長	6億円	7億円	8億円	13億円	5億円
海外事業の変動	27億円	17億円	36億円	44億円	8億円
国内食肉市況	0億円	12億円	2億円	12億円	10億円
その他要因	△1億円	△3億円	△3億円	△4億円	△1億円
合計	54億円	60億円	79億円	114億円	35億円

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります。

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】



## ●計画差異要因分析（上期）

### 【輸入食肉市況・フード事業の伸長・国内食肉市況】

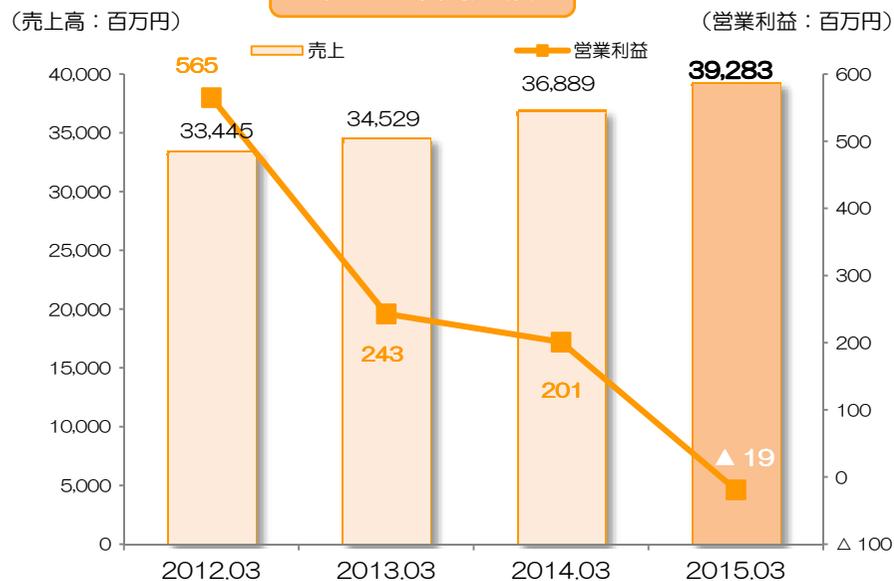
⇒全ての畜種において想定以上に販売価格が改善でき、計画を上回る収益を計上。

### 【海外事業の変動】

⇒豪州において輸出販売が好調であり、計画を上回る収益を計上。

## 5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

### 第2四半期実績



(単位：百万円)

	2014.03 2Q	2015.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	36,889	39,283	2,394	6.5
営業利益(△損失)	201	△19	△220	-
営業利益率	0.5%	-	-	-

### 【第2四半期の状況】

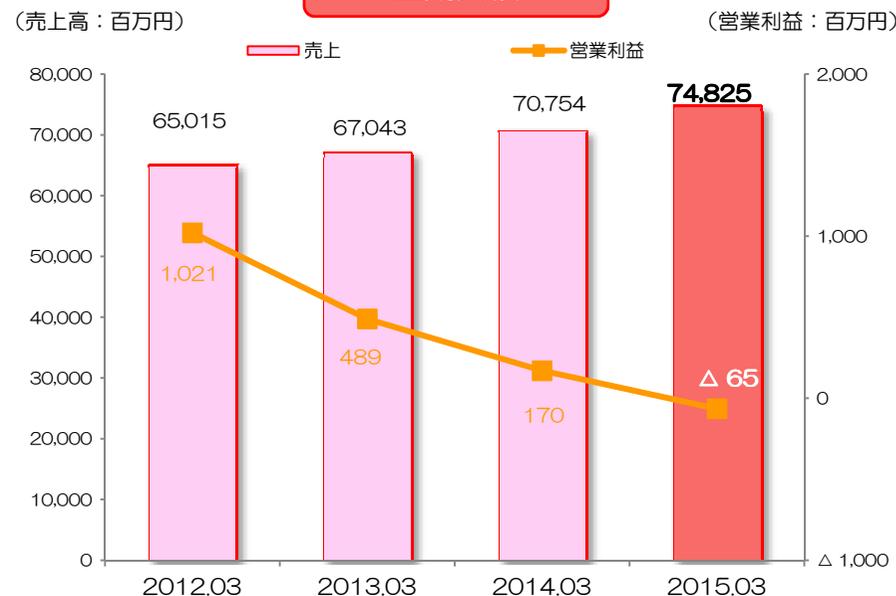
#### (売上高)

- ・水産物は販売数量は減少したが価格上昇により増収。  
乳製品はヨーグルトが好調で増収。

#### (営業利益)

- ・水産物は数量減少と経費の増加により減益。  
乳製品はチーズの原料高により減益。

### 上期実績



(単位：百万円)

	2014.03 上期	2015.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	70,754	74,825	4,071	5.8
営業利益(△損失)	170	△65	△235	-
営業利益率	0.2%	-	-	-

### 【上期の状況】

#### (売上高)

- ・水産物及びチーズの価格上昇に加え、缶詰やヨーグルト等の好調により増収。

#### (営業利益)

- ・原材料高に対する価格改定の遅れや販売数量の低下の影響が強く減益。

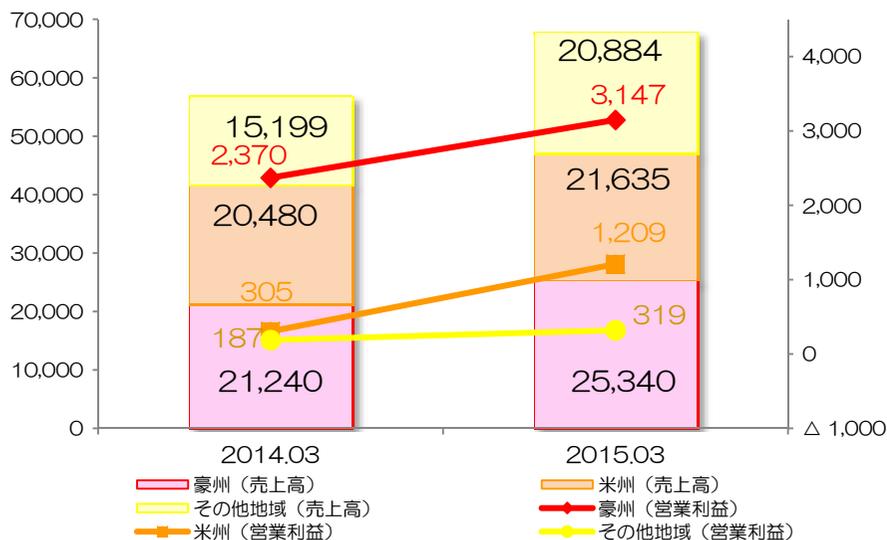
## 6. 海外 主要所在地別 業績実績

※売上金額は、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)  
 ※米州には、北米と南米の事業が含まれます。また、その他地域は、アジア、欧州です。

(売上高：百万円)

第2四半期実績

(営業利益：百万円)



		2014.03 2Q	2015.03 2Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	55,556	66,186	10,630	19.1
	営業利益	2,855	4,578	1,723	60.4
豪州	売上高	21,240	25,340	4,100	19.3
	営業利益	2,370	3,147	777	32.8
米州	売上高	20,480	21,635	1,155	5.6
	営業利益	305	1,209	904	296.4
その他地域	売上高	15,199	20,884	5,685	37.4
	営業利益	187	319	132	70.6

### 【第2四半期の状況】

(豪州)

- ・仕入価格上昇の中、販売価格が改善し増収増益。

(米州)

- ・豚肉需要が強く、引き続き豚相場が堅調であり増収増益。

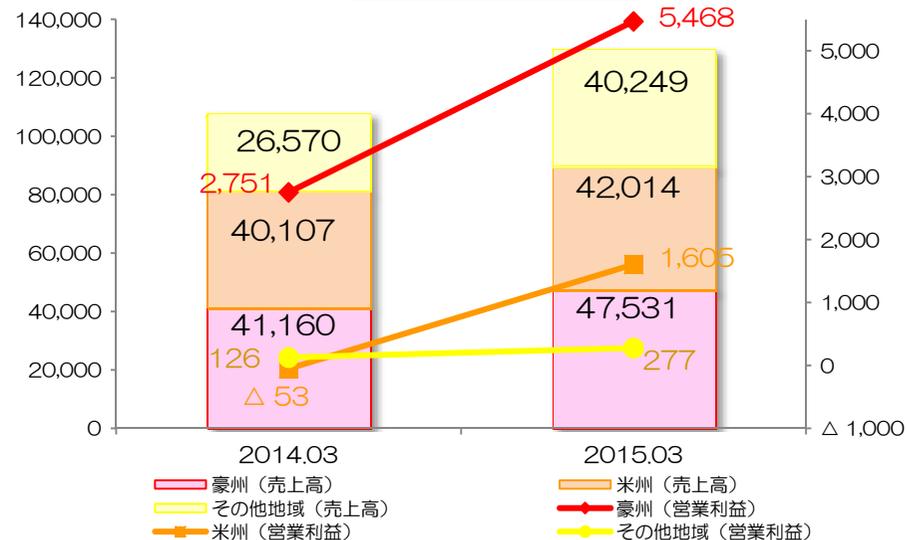
(その他の地域)

- ・中国、タイ、欧州等の売上数量が伸長し増収増益。

上期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



		2014.03 上期	2015.03 上期	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	105,424	126,369	20,945	19.9
	営業利益	2,765	7,195	4,430	160.2
豪州	売上高	41,160	47,531	6,371	15.5
	営業利益	2,751	5,468	2,717	98.8
米州	売上高	40,107	42,014	1,907	4.8
	営業利益	△ 53	1,605	1,658	-
その他地域	売上高	26,570	40,249	13,679	51.5
	営業利益	126	277	151	119.8

### 【上期の状況】

(豪州)

- ・米国、ASEAN、欧州への輸出が好調で増収増益。

(米州)

- ・ファーム事業の生産性改善と米国内の豚相場が堅調であり増収増益。

(その他の地域)

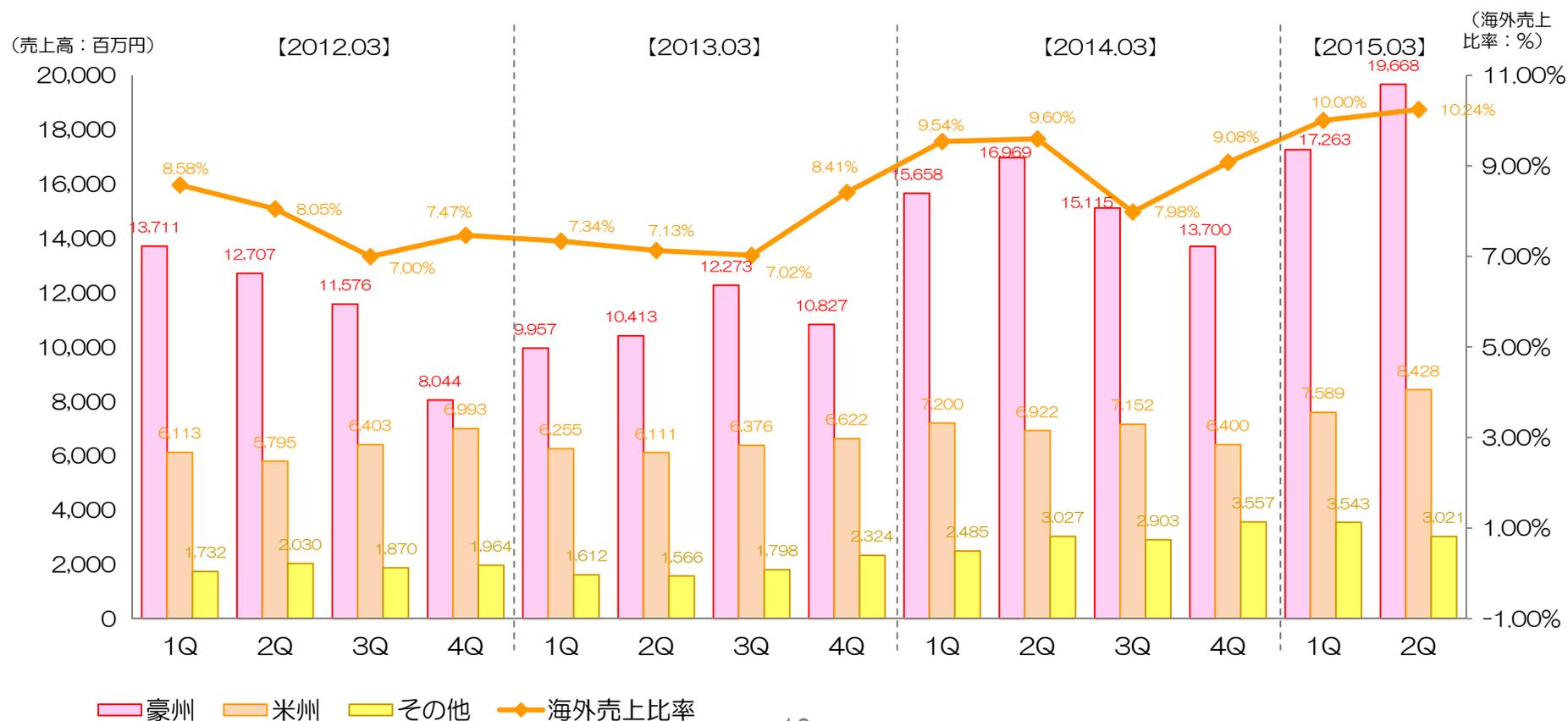
- ・主としてアジアを中心に売上数量が伸長し増収増益。

## 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2012.03	2013.03	2014.03					2015.03	
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
豪州	46,038	43,470	15,658	16,969	15,115	13,700	61,442	17,263	19,668
米州	25,304	25,364	7,200	6,922	7,152	6,400	27,674	7,589	8,428
その他	7,596	7,300	2,485	3,027	2,903	3,557	11,972	3,543	3,021
海外計	78,938	76,134	25,343	26,918	25,170	23,657	101,088	28,395	31,117
海外売上比率	7.76%	7.44%	9.54%	9.60%	7.98%	9.08%	9.01%	10.00%	10.24%

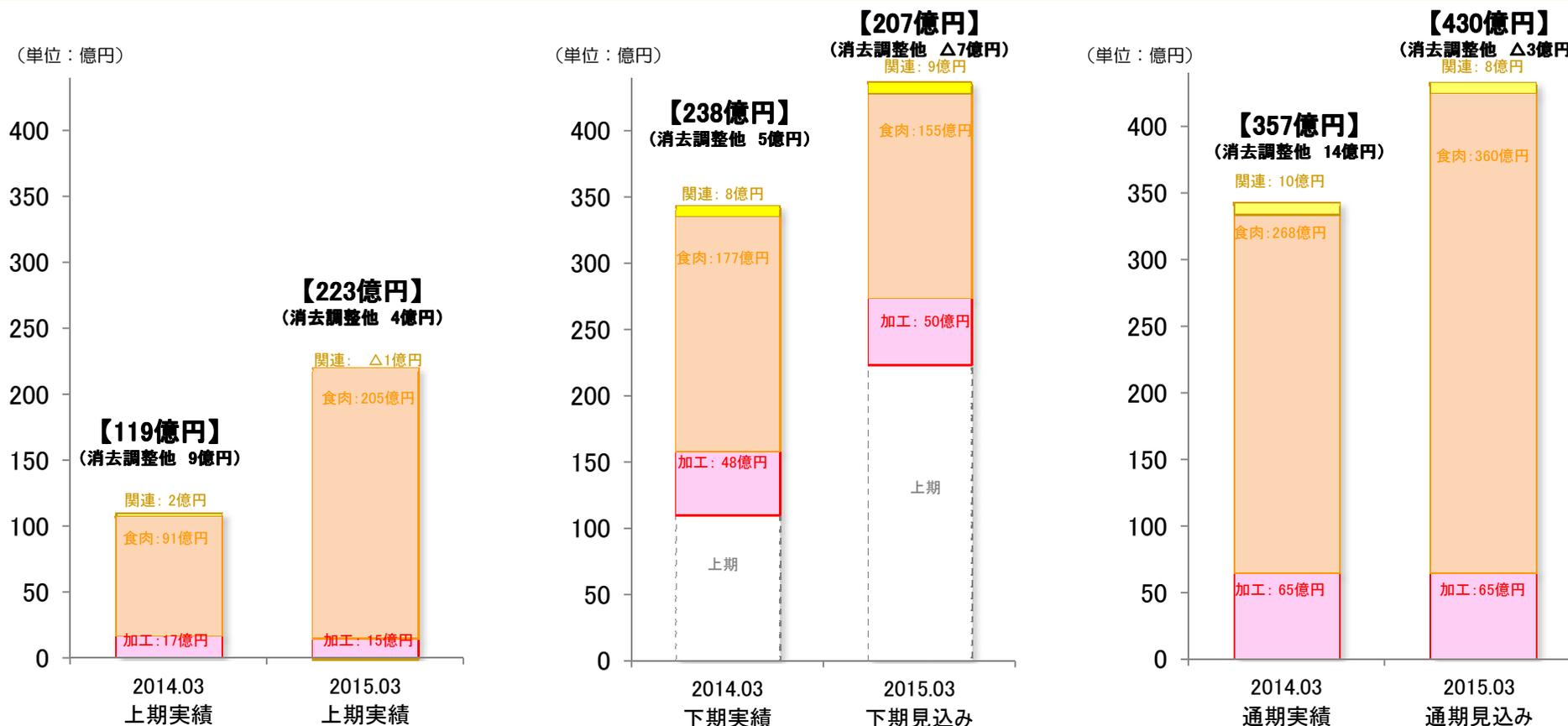
※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



## Ⅱ. 2015年3月期の見通し

1. 2015年3月期 営業利益計画
2. 2015年3月期計画（加工事業本部）
3. 2015年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2015年3月期計画（関連企業本部）

# 1. 2015年3月期 営業利益計画①



	2015.03 上期実績			2015.03 下期見込み			2015.03 通期見込み		
	2014.03 上期実績		増減	2014.03 下期実績		増減	2014.03 通期実績		増減
加工事業本部	17億円	<b>15億円</b>	△2億円	48億円	<b>50億円</b>	2億円	65億円	<b>65億円</b>	0億円
食肉事業本部	91億円	<b>205億円</b>	114億円	177億円	<b>155億円</b>	△22億円	268億円	<b>360億円</b>	92億円
関連企業本部	2億円	<b>△1億円</b>	△2億円	8億円	<b>9億円</b>	1億円	10億円	<b>8億円</b>	△2億円
消去調整他	9億円	<b>4億円</b>	△6億円	5億円	<b>△7億円</b>	△12億円	14億円	<b>△3億円</b>	△17億円
合計	119億円	<b>223億円</b>	104億円	238億円	<b>207億円</b>	△31億円	357億円	<b>430億円</b>	73億円

※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。

# 1. 2015年3月期 営業利益計画②

## 【第1Q時見直し計画との差異】

※3Q、4Q及び通期見込みについては、第2四半期後に見直した計画となっています。

	2015.03 上期実績			2015.03 3Q 見込み			2015.03 4Q 見込み			2015.03 通期見込み		
	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異	1Q時計画		差異
加工事業本部	22億円	<b>15億円</b>	△7億円	67億円	<b>53億円</b>	△14億円	1億円	<b>△3億円</b>	△4億円	90億円	<b>65億円</b>	△25億円
食肉事業本部	170億円	<b>205億円</b>	35億円	90億円	<b>123億円</b>	33億円	35億円	<b>32億円</b>	△3億円	295億円	<b>360億円</b>	65億円
関連企業本部	2億円	<b>△1億円</b>	△3億円	16億円	<b>11億円</b>	△5億円	△3億円	<b>△2億円</b>	1億円	15億円	<b>8億円</b>	△7億円
消去調整他	6億円	<b>4億円</b>	△2億円	△3億円	<b>△3億円</b>	0億円	△3億円	<b>△4億円</b>	△1億円	0億円	<b>△3億円</b>	△3億円
合計	200億円	<b>223億円</b>	23億円	170億円	<b>184億円</b>	14億円	30億円	<b>23億円</b>	△7億円	400億円	<b>430億円</b>	30億円

※四捨五入による、数値の和・差と合計が一致しない場合は、消去調整他で調整しています。

## 【営業利益計画 増減要因分析】

【 加工事業 】	1Q時見直し計画との差異						【 食肉事業 】	1Q時見直し計画との差異					
	3Q		4Q		通期			3Q		4Q		通期	
	見込み	差異	見込み	差異	見込み	差異		見込み	差異	見込み	差異	見込み	差異
価格改定効果	6億円	0億円	6億円	0億円	27億円	0億円	国内ファーム事業の変動	0億円	5億円	0億円	5億円	20億円	14億円
コスト改善効果	12億円	△9億円	8億円	△3億円	45億円	△17億円	輸入食肉市況	4億円	2億円	0億円	△2億円	33億円	9億円
SCM効果	3億円	0億円	3億円	0億円	12億円	△1億円	海外事業の変動	6億円	19億円	△31億円	△5億円	19億円	22億円
主原料・副資材要因	△23億円	△4億円	△13億円	△2億円	△83億円	△8億円	フード事業の伸長	3億円	1億円	0億円	0億円	16億円	6億円
(内訳) 主原料価格	△19億円	△4億円	△11億円	△2億円	△66億円	△8億円	国内食肉市況	3億円	5億円	△6億円	△2億円	9億円	13億円
(内訳) 副資材・燃料等	△4億円	0億円	△2億円	0億円	△17億円	0億円	その他	△1億円	1億円	0億円	1億円	△5億円	1億円
その他	0億円	0億円	0億円	0億円	△1億円	0億円	合計	15億円	33億円	△37億円	△3億円	92億円	65億円
合計	△2億円	△14億円	4億円	△4億円	0億円	△25億円							

※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。

## 2. 2015年3月期計画（加工事業本部）

### ●ギフト売上拡大施策

- ・中元、歳暮ギフトともに103%を目標。  
（前年比、個数ベース）
  - ・旗艦ブランドの『美ノ国』を中心に、  
販促展開。（TVCM、雑誌広告）
- （参考）
- ・『美ノ国』は前年比120%以上を目指す。

【（参考）ギフト販売個数 2014年3月期実績と2015年3月期実績・計画】

		2014.03 実績	2015.03 実績・計画		(単位：千個)
		個数	個数	前年比	
中元 (実績)	全社販売個数	2,075	2,116	102%	
	(うち美ノ国)	378	431	114%	
歳暮 (計画)	全社販売個数	4,675	4,816	103%	
	(うち美ノ国)	781	937	120%	
合計 (計画)	全社販売個数	6,750	6,932	103%	
	(うち美ノ国)	1,159	1,368	118%	
	(構成比)	17.2%	19.7%		

### ●主要ブランド・売上拡大施策

#### ①ハム・ソーセージ

- ・30周年を迎える『シャウエッセン』を徹底的  
に販売強化し、決定的な優位性を確立する。

#### ②デリ商品

- ・『中華名菜』等販促の強化を行い、主力商品を  
集中的に拡販を図る。

【（参考）主要ブランド商品売上高計画（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2015.03通期計画	デリ商品	2015.03通期計画
シャウエッセン	110%	石窯工房群	102%
森の薫りあらびきウイナ-	94%	中華名菜群	98%
ローズハム群	106%	プリフライ群	98%
ベーコン群	103%	ハバ-グ・ミトボール群	102%
焼豚群	92%	カレー群	103%

### ●チャンネル別売上拡大施策

#### ①コンシューマ

- ・ハム・ソーセージ、デリ商品ともに、主力商  
品の集中販売により拡大を図る。

#### ②業務用

- ・CVS、外食を中心にアイテムを拡大し、販  
売強化を図る。

【（参考）チャンネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2015.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	108%
	業務用	102%
	合計	106%
デリ商品	コンシューマ	101%
	業務用	99%
	合計	100%

### 3. 2015年3月期計画（食肉事業本部）

#### ●国内生産事業

##### ①飼料価格

・円安の影響はあるが、海外の穀物相場は落ち着いてきており、若干低下する見通し。

##### ②国内ファーム事業

- ・豚肉相場は、輸入豚肉価格高と春先のPEDの影響もあり、供給量の減少により高値で推移。
- ・鶏肉相場は、輸入量が増えてきたが、豚肉の高騰も影響して、引き続き高値安定で推移する見通し。

#### ●海外事業

##### ①豪州

- ・米国、ASEAN、中国、中東、欧州に対し、豪州産牛肉販売を強化。
- ・生産性改善による利益率の改善と、ブランド商品の拡販を図る。

##### ②米州

- ・米州の穀物相場が下落し現地豚肉相場にも影響しているものの依然牛肉供給はタイトであり、豚肉相場は堅調の見通し。

##### ③その他（アジア・欧州）

- ・欧州は、日本向けに「デンマーク」、「ドイツ」、「イタリア」、「スペイン」産の豚肉を販売強化。

【（参考）2015.03 2Q累計豪州事業販売実績】

主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	20%	95%
米国	24%	140%
韓国	10%	95%
中国	7%	70%
台湾	5%	107%
豪州国内	22%	105%
その他※	12%	97%
合計	100%	101%

※その他・・・ロシア、EU、インドネシア、中東等

#### ●国内食肉、輸入食肉、食肉販売（フード会社）

- ・強い調達力と販売力を活かし、収益拡大を図る。
- ・『ワイアリーフ』、『けんこう豚』、『桜姫』などのブランド食肉の販売を強化し収益構造を改善。



## 4. 2015年3月期計画（関連企業本部）

### ●水産事業の売上拡大施策

#### （マリンフーズ）

- ・利益率の高い自社商品や寿司種の開発とメニュー提案等の店頭販促の強化。
- ・釧路丸水榭のブランド力を活かし、北海道産原料を活用した商品の開発と販売の強化。

#### （宝幸）

- ・常温食品事業（缶詰）は、商品開発・販売促進を強化し、八戸工場製品の拡販。



（写真）野菜とあえる珍味シリーズ  
『塩麹サーモン』



（写真）釧路丸水榭  
『旨味たこ』

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### （チーズ）

- ・ベビーチーズのアイテムを拡充し、コンシューマ商品の拡販。
- ・得意先に対するきめ細かい提案を強化し、業務用チャネルの売上の伸長。

#### （ヨーグルト）

- ・提案営業による特徴ある高付加価値商品の導入。
- ・CVS向けPB商品の開発と拡販。

### ●主原料・副資材価格の動向

- ・チーズ原料は、中国等の買付が一服し、外貨ベースでは弱含み。
- ・ヨーグルト原料は、国内の生産量の減少による高止まり。



（写真）日本ルナ「ヨーグルト&ミックスグラノラ」



（写真）ロルフ「おとなのベビーチーズ（トマト&バジル）」

## Ⅲ. 2015年3月期 第2四半期財務データ

1. 2015年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報
3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益
4. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
5. 連結キャッシュ・フロー

# 1. 2015年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2014年3月期実績						2015年3月期実績及び計画					
	上期 累計実績	前年比	下期 累計実績	前年比	通期 累計実績	前年比	上期 累計実績	前年比	下期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	546,191	10.0	575,906	9.5	1,122,097	9.7	587,623	7.6	572,377	△ 0.6	1,160,000	3.4
ハム・ソーセージ	67,393	0.1	76,097	4.7	143,490	2.5	73,608	9.2	77,892	2.4	151,500	5.6
加工食品	102,695	2.2	105,389	1.0	208,084	1.6	105,285	2.5	105,715	0.3	211,000	1.4
食肉	304,067	15.5	315,266	13.2	619,333	14.4	332,163	9.2	315,337	0.0	647,500	4.5
牛肉	125,741	26.9	123,844	17.1	249,585	21.8	133,108	5.9	123,892	0.0	257,000	3.0
豚肉	107,240	8.6	111,048	9.3	218,288	9.0	116,964	9.1	111,536	0.4	228,500	4.7
鶏肉	60,921	9.4	70,471	13.3	131,392	11.5	69,845	14.6	70,655	0.3	140,500	6.9
その他食肉	10,165	5.0	9,903	11.6	20,068	8.1	12,246	20.5	9,254	△ 6.6	21,500	7.1
水産	43,040	7.1	48,769	11.8	91,809	9.5	44,592	3.6	48,908	0.3	93,500	1.8
乳製品	13,242	3.7	13,011	5.0	26,253	4.4	14,495	9.5	14,005	7.6	28,500	8.6
その他	15,754	23.0	17,374	17.8	33,128	20.2	17,480	11.0	10,520	△ 39.4	28,000	△ 15.5
売上原価	451,165	11.5	467,139	10.6	918,304	11.0	481,482	6.7				
売上総利益	95,026	3.2	108,767	4.9	203,793	4.1	106,141	11.7				
売上総利益率	17.4%	-	18.9%	-	18.2%	-	18.1%	-				
販売費及び一般管理費	83,091	1.0	85,002	△ 0.6	168,093	0.2	83,796	0.8				
営業利益	11,935	21.3	23,765	30.7	35,700	27.4	22,345	87.2	20,655	△ 13.1	43,000	20.4
税引前利益	10,689	34.5	24,614	22.5	35,303	25.9	20,947	96.0	17,053	△ 30.7	38,000	7.6
当社株主帰属当期純利益	7,620	96.3	16,904	34.4	24,524	49.0	15,067	97.7	10,933	△ 35.3	26,000	6.0

\*米国会計基準を組替えて表示しております。

\*前年比は、対前年増減率で表示しております。

## 2. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報

### 【連結売上区分別伸び率】

(単位：%)

区分	2014年3月期 (対前年同期比)				2015年3月期 (対前年同期比)			
	2Q		上期		2Q		上期	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	△ 2.3	△ 0.2	△ 1.5	0.1	3.3	7.8	5.3	9.2
加工食品	1.2	1.6	2.3	2.2	1.8	1.5	△ 0.1	2.5
食肉	1.8	17.0	2.3	15.5	△ 3.1	11.0	△ 4.7	9.2
牛肉	15.3	27.9	16.7	26.9	△ 3.7	8.9	△ 6.1	5.9
豚肉	△ 1.5	10.7	△ 2.2	8.6	△ 9.3	11.0	△ 11.7	9.1
鶏肉	△ 3.8	9.9	△ 2.2	9.4	3.8	13.7	4.1	14.6
その他食肉	△ 4.9	8.7	△ 4.8	5.0	14.2	21.7	8.7	20.5

### 【所在地別セグメント状況】

(単位：百万円、%)

	2014年3月期実績			2015年3月期実績及び計画					
	上期 累計	下期 実績	通期 実績	上期 実績	前年比	下期 計画	前年比	通期 計画	前年比
国内売上高	494,479	527,543	1,022,022	528,673	6.9	520,927	△ 1.3	1,049,600	2.7
外部顧客売上高	493,930	527,079	1,021,009	528,111	6.9	520,389	△ 1.3	1,048,500	2.7
セグメント間内部売上高	549	464	1,013	562	2.4	538	15.9	1,100	8.6
国内営業利益	9,187	19,317	28,504	15,306	66.6	18,694	△ 3.2	34,000	19.3
国内売上高営業利益率	1.9%	3.7%	2.8%	2.9%	-	3.6%	-	3.2%	-
海外売上高	105,424	103,764	209,188	126,369	19.9	111,131	7.1	237,500	13.5
外部顧客売上高	52,261	48,827	101,088	59,512	13.9	51,988	6.5	111,500	10.3
セグメント間内部売上高	53,163	54,937	108,100	66,857	25.8	59,143	7.7	126,000	16.6
海外営業利益	2,765	4,492	7,257	7,195	160.2	1,805	△ 59.8	9,000	24.0
海外売上高営業利益率	2.6%	4.3%	3.5%	5.7%	-	1.6%	-	3.8%	-

\*所在地別セグメント状況の売上金額は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。

\*前年比は、対前年増減率で表示しております。

### 3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益

(単位：百万円、%)

	2014年3月期 上期実績	上期実績	2015年3月期	
			対前年増減率	対前年増減額
★① < 販管費 >				
★① 販売費および一般管理費	83,091	83,796	0.8	705
人件費	32,479	32,674	0.6	195
★② 広告宣伝費	5,413	5,589	3.3	176
★③ 物流費	24,573	24,914	1.4	341
その他	20,626	20,619	△ 0.0	△ 7

主な増減要因

- ★① 販管費 売上高販管費率は 15.2% から 14.3% へと 0.9ポイント低下。
- ★② 広告宣伝費 広告宣伝費は販促費の増加など2億円の増加。
- ★③ 物流費 売上数量拡大により運賃など3億円の増加。

(単位：百万円)

	2014年3月期 上期実績	2014年3月期 通期実績	2015年3月期	
			上期実績	対前年同期増減
その他の営業費用及び(△収益)-純額	1,212	686	353	△ 859
固定資産関連	1,188	543	353	△ 835
その他	24	143	-	△ 24
★① その他の収益及び(△費用)-純額	750	1,791	△ 319	△ 1,069
受取利息・配当金	559	1,095	611	52
為替差損益	527	1,063	△ 962	△ 1,489
その他	△ 336	△ 367	32	368
支払利息	784	1,502	726	△ 58

主な増減要因

- ★① その他の収益及び(△費用)-純額 為替差損益等の影響により、約3億円の悪化。

## 4. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

《連結貸借対照表》		2014年3月期 期末実績	2015年3月期 第2四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	627,220	668,721	6.6	41,501
	現金及び現金同等物	74,928	56,735	△ 24.3	△ 18,193
★②	売上債権	118,141	124,810	5.6	6,669
★③	棚卸資産	122,115	159,878	30.9	37,763
	有形固定資産	236,669	243,594	2.9	6,925
	投資及びその他の資産	34,267	36,441	6.3	2,174
	長期繰延税金資産	10,091	9,959	△ 1.3	△ 132
	負債合計	303,245	334,741	10.4	31,496
	支払手形及び買掛金	97,353	112,475	15.5	15,122
★④	有利子負債	144,963	156,794	8.2	11,831
	退職金及び年金債務	12,584	12,862	2.2	278
	当社株主資本	320,984	331,067	3.1	10,083
	非支配持分	2,991	2,913	△ 2.6	△ 78
	資本合計	323,975	333,980	3.1	10,005

### 主な増減要因

- ★① 資産合計 ②③を含めて約415億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増及び消費税により前期末比、約67億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 主に食肉の増加により前期末比、約378億円の増加。
- ★④ 有利子負債 短期借入金増等により、約118億円の増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2014年3月期 上期実績	2015年3月期		2015年3月期 通期計画
		上期実績	対前年増減率	
設備投資額	8,891	15,732	76.9	49,200
生産設備	4,549	10,168	123.5	25,000
販売・物流設備	1,109	1,106	△ 0.3	6,600
ファーム・処理設備	1,950	2,562	31.4	10,500
海外事業設備	522	1,129	116.3	4,500
その他設備	761	767	0.8	2,600
減価償却費	9,212	9,372	1.7	19,700

## 5. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

《連結キャッシュ・フロー計算書》	2014年3月期	2015年3月期		2015年3月期
	上期実績	上期実績	対前年増減額	通期計画
営業活動キャッシュ・フロー	1,237	1,446	209	47,400
★① 投資活動キャッシュ・フロー	△ 16,357	△ 20,732	△ 4,375	△ 78,300 ※1
★② 財務活動キャッシュ・フロー	5,669	728	△ 4,941	10,400

※1 政策投資を含む。

### 主な増減要因

#### ★① 投資活動キャッシュ・フローの主な内訳

	2014年3月期	2015年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減額
固定資産の取得	△ 11,581	△ 20,014	△ 8,433
定期預金の(△増)減	△ 7,672	△ 1,249	6,423

#### ★② 財務活動キャッシュ・フローの主な内訳

	2014年3月期	2015年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減額
現金配当	△ 4,854	△ 7,619	△ 2,765

お問い合わせ先  
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1  
ThinkPark Tower 14階  
日本ハム株式会社 広報IR部  
電話：03-4555-8024  
FAX：03-4555-8189

### 見通しに関する注意事項

この資料には、当社の将来についての計画や戦略、業績に関する見通しの記述が含まれています。これらの記述は当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定及び所信に基づく見通しです。また、経済環境、市場動向、為替レートなどの外部環境の影響があります。従って、これら業績見通しのみで全面的に依拠することはお控え頂きますようお願い致します。また、実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しと異なる結果となりうることをご承知おき下さい。