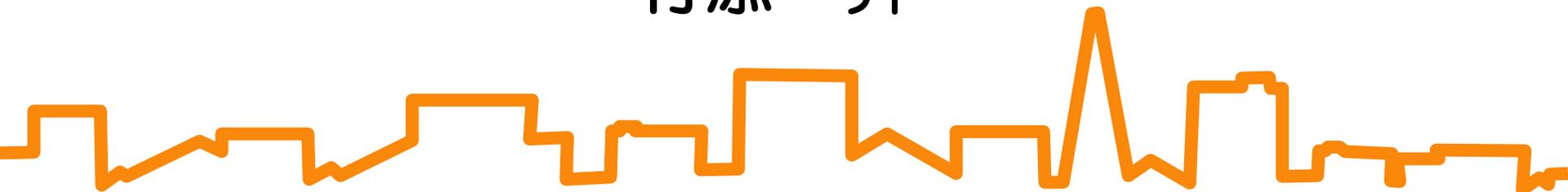


業績概要および 新中期経営計画パートⅣの進捗

2014年11月5日

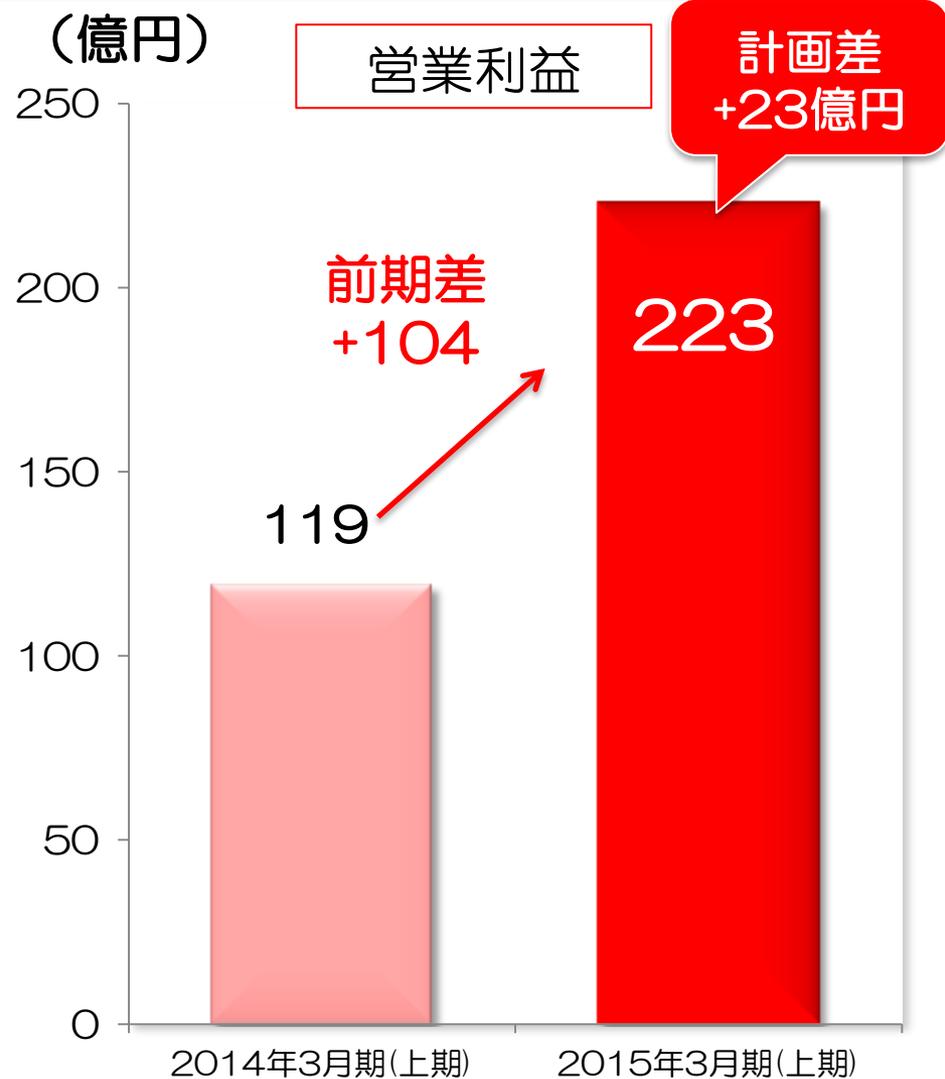
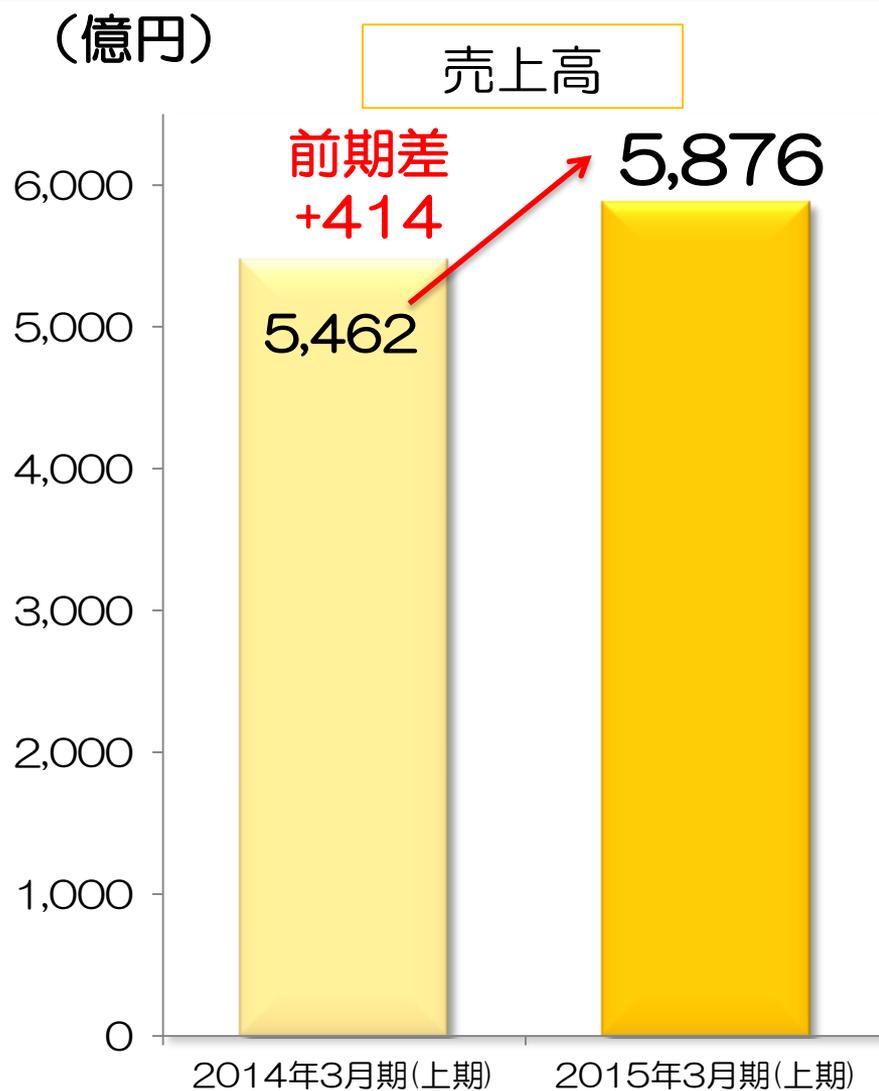
日本ハム株式会社代表取締役社長
竹添 昇



1. 2015年3月期上期決算概要
2. 2015年3月期通期見込み
3. 最終年度下期の課題と施策
4. 更なる成長に向けて

1. 2015年3月期上期決算概要

売上・利益共に計画達成。増収・増益



※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月期上期決算概要

営業利益の計画との差異要因

※計画は、第1四半期時点で見直した計画

(億円)

事業本部	計画	実績	計画差	差異要因
加工事業	22	15	△ 7	<ul style="list-style-type: none">・コスト改善の計画未達・想定を上回る原材料の高騰
食肉事業	170	205	35	<ul style="list-style-type: none">・北米、豪州事業の好調・国内生産及び販売事業の改善
関連企業	2	△ 1	△ 3	<ul style="list-style-type: none">・原材料価格の高騰・販売数量減少による粗利益低下
消去調整他	6	4	△ 2	
合計	200	223	23	

射程
圏内

営業利益見込み

430億円 (昨差+73億円)

中計目標・過去最高益の達成を目指す。

セグメント	年間計画 (中間見直し後)	前期差	1Q時見直し 計画との差異
加工事業	65億円	±0億円	△25億円
食肉事業	360億円	+92億円	+65億円
関連事業	8億円	△2億円	△7億円

当期純利益: 260億円 (新中計差+40億円)

営業利益の1Q見直し計画からの 30億円上振れ要因

● 食肉の世界的需要増による販売価格上昇

- ・ 加工（△25億円）：コスト改善の計画未達
想定を超える原材料高
- ・ 食肉（+65億円）：豪州・米州事業の好調
ファーム事業の好調
食肉販売事業の堅調
- ・ 関連（△ 7億円）：原材料価格の高騰

加工事業本部：

- ・ 販売数量減少によるコスト改善効果計画の未達

⇒ハムソーの伸長継続とデリ商品の販促強化

食肉事業本部：

- ・ 豪州仕入コストのアップと米州養豚事業の環境
- ・ 売上シェアアップと売上数量の拡大

⇒調達力の強化とブランド商品の生産・販売拡大

関連企業本部：

- ・ 売上数量減による粗利益の減少

⇒自社工場を活用した独自性のある商品の開発・販売

加工事業本部

- 茨城工場新棟建て替え(新第一工場稼働)
【投資：約70億円、2014年4月竣工】
→ 高生産性ラインの導入

(生産能力)
新ライン 6,000トン/年 アップ
(新棟稼働後)
茨城工場全体 42,000トン/年



(写真) 日本ハムファクトリー 茨城工場 新棟



導入当初につき、上期は生産数量を含め若干計画未達。
⇒ 生産性向上策実施、品種等の見直しを実施し、下期
計画達成予定

3. 最終年度下期における課題と施策

加工事業本部

●新事業領域(ベンダー事業参入)

【投資：2工場で約85億円、2014年6月竣工】

→コンビニエンスストア向け商品の製造



関西工場（2014年6月竣工）



中部工場完成図イメージ（2015年4月竣工予定）



関西工場は7月より出荷開始。

⇒下期に向け、更に生産性の向上を高める。

⇒来期中部工場も稼働。

加工事業本部

● シャウエッセン発売 30周年イベント

- ・ 「シャウエッセン
トラベルカフェ六本木」
- ・ 「キツザニア甲子園」



カフェ及びキツザニアともに大好評。
シャウエッセンのおいしさを再認識
できる機会に。



(写真) シャウエッセントラベルカフェ



(写真) キツザニア出展

加工事業本部

- シャウエッセンによるNO.1戦略の推進
(1985年発売以来) 累計売上高 1兆円達成

販売促進により、上期累計
数量ベース昨比113%
金額ベース昨比118%

⇒ 上半期を通して2ケタ伸長



年間売上高 600億円
(小売ベース) を目指す

食肉事業本部

● 海外事業

- **豪州事業**：仕入数量減少による仕入れコスト高
（飼養頭数豪州全体で約9%減る予想（MLA））

※MLA：豪州食肉家畜生産者事業団
（MEAT & LIVESTOCK AUSTRALIAの略）



販売先の選定を行い、販売価格をアップ
（米国・ASEAN等の販売強化、自社ブランド牛肉拡販）

- **米州事業**：豚肉相場の不安定
（↑供給量のタイト感 ↓穀物相場安）



世界的品薄感により依然高値堅調の予測

食肉事業本部

● 国内事業

- ・ 国内販売数量（シェア）拡大
（販売価格の高騰により販売数量が減少傾向）



ブランド商品の拡大と量販店等の定番獲得
（ブランド力と調達力を活かし数量を拡大）

- ・ 国内調達力の強化



処理場の拡大、生産者からの安定的供給

関連企業本部

● 自社工場での高付加価値商品と 独自性のある商品の売上拡大

- ・ マリンフーズ：三重・釧路工場商品拡販
- ・ 宝幸：ロルフ西宮・大和工場商品拡販
- ・ ルナ：トップカップやドリックヨーグルトの拡販



(写真) 釧路丸水(株)
『旨味たこ』



(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)」

4. 更なる成長に向けて

グループブランド価値の向上

- グループフェアの開催（8月～9月に開催）



他社グループには真似できないニッポンハムグループ総合力を活かす。

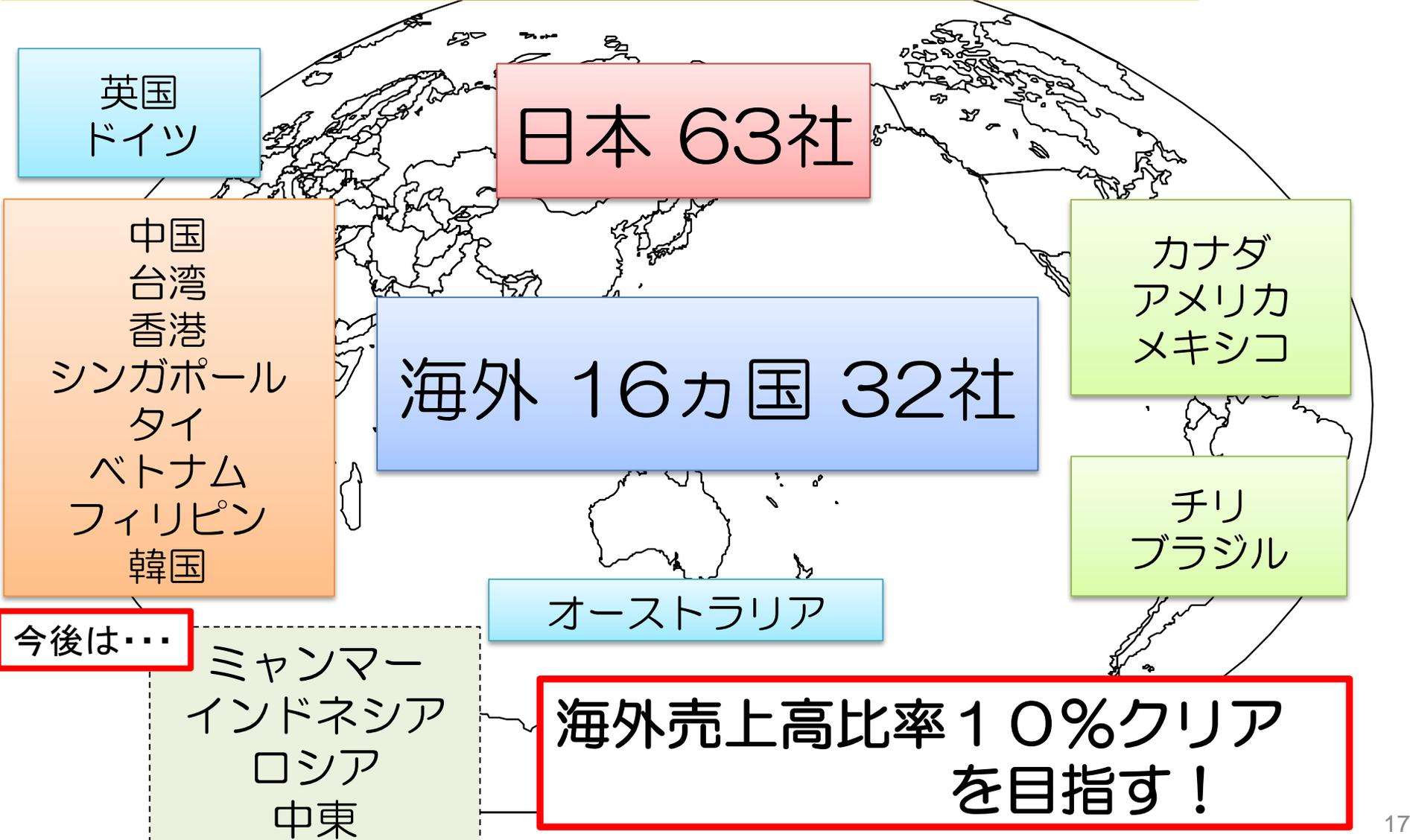
グループブランド価値の向上

- SIALパリ展示会の出展（10月に開催）



ニッポンナムグループの多様な食材、事業領域を
海外でアピール。

ニッポンハムグループ海外展開の強化



4. 更なる成長に向けて

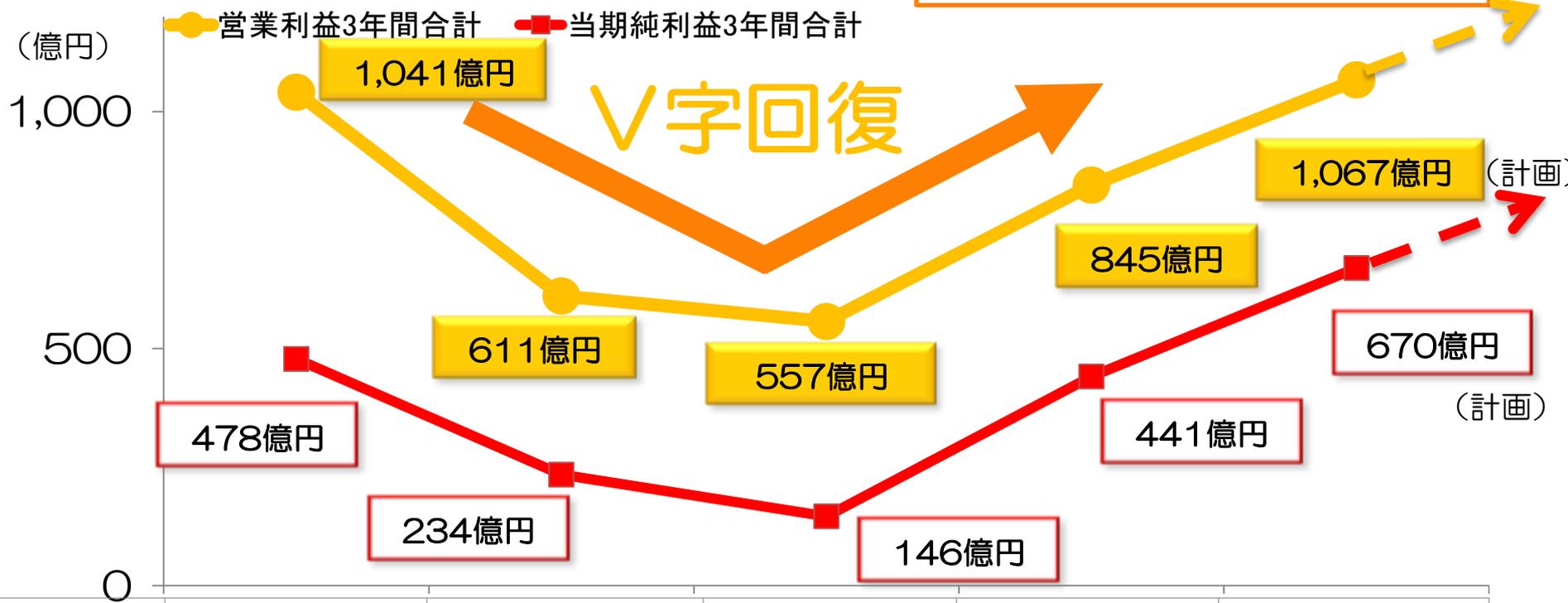
株主重視の経営と資本戦略の継続

- 連結配当性向30%を目安とした株主還元
→業績連動型株主還元を継続
- 機動的な自己株式取得
→総還元性向のアップ
- ROE重視
→利益の最大化と資本効率の向上

4. 更なる成長に向けて

新中計パート I ~ IV 営業利益推移表

国内食品セクターベスト5
海外食肉会社ベスト3 へ



	中計 パートVI (終了) 2001.3期~2003.3期	新中計 パートI 2004.3期~2006.3期	新中計 パートII 2007.3期~2009.3期	新中計 パートIII 2010.3期~2012.3期	新中計 パートIV 見込み 2013.3期~2015.3期
売上高	27,657億円	28,219億円	30,336億円	29,607億円	33,049億円
営業利益	1,041億円	611億円	557億円	845億円	1,067億円
当期純利益	478億円	234億円	146億円	441億円	670億円

そしてニッポンハムグループは、



そしてニッポンハムグループは、

世界で一番の『食べる喜び』を
お届けする会社





Nipponham Group

人輝く、食の未来

本資料のお問合せ先は

日本ハム株式会社 広報IR部

〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1 ThinkPark Tower 14階

TEL: 03-4555-8024 FAX: 03-4555-8189

見通しに関する注意事項

本資料は、現時点で入手可能な情報や、合理的と判断した一定の前提に基づいて策定した数値であり、潜在的なリスクや不確実性などを含んでいることから、その達成や将来の業績を保証するものではありません。

また実際の業績等も本資料における見通し、計画等とは大きく異なる結果となる可能性がありますので、本資料のみに依拠して投資判断を下すことはお控え下さい。

なお、将来における情報・事象及びそれらに起因する結果にかかわらず、日本ハムグループは当中期経営計画を見直すとは限らず、またその義務を負うものではありません。