

決算説明資料

～2015年3月期 第3四半期～

説明会開催予定日
2015年2月2日（月）
日本ハム株式会社

目次

- I. 2015年3月期 第3四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3四半期財務データ

I. 2015年3月期 第3四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3四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 第3四半期累計
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

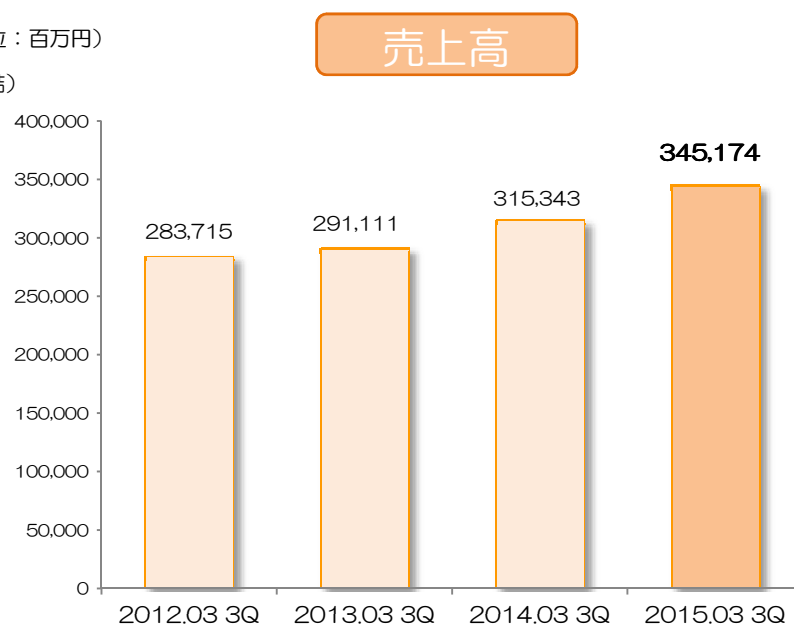
1. オペレーティング・セグメント情報 第3四半期

(単位：百万円)

		2012.03 3Q	2013.03 3Q	2014.03 3Q	2015.03 3Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	97,252	99,123	101,323	103,392	2,069	2.0
	営業利益	5,843	6,349	5,537	3,463	△2,074	△ 37.5
食肉事業本部	売上高	178,710	188,067	208,575	236,317	27,742	13.3
	営業利益	7,114	7,556	10,848	16,995	6,147	56.7
関連企業本部	売上高	40,216	41,180	44,170	46,977	2,807	6.4
	営業利益	1,238	1,266	1,268	936	△332	△ 26.2
消去調整他	売上高	△ 32,463	△ 37,259	△ 38,725	△ 41,512	△2,787	—
	営業利益	197	652	211	220	9	—
連結合計	売上高	283,715	291,111	315,343	345,174	29,831	9.5
	営業利益	14,392	15,823	17,864	21,614	3,750	21.0

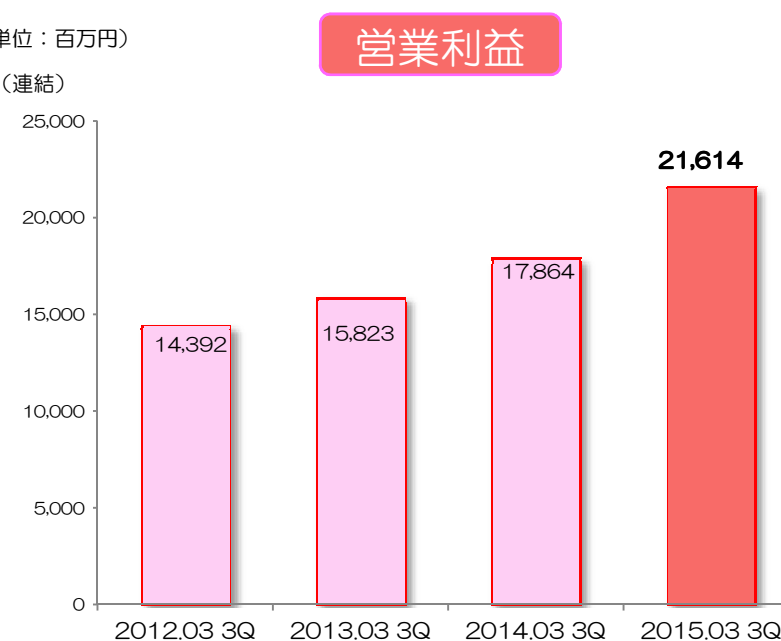
(単位：百万円)

(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。

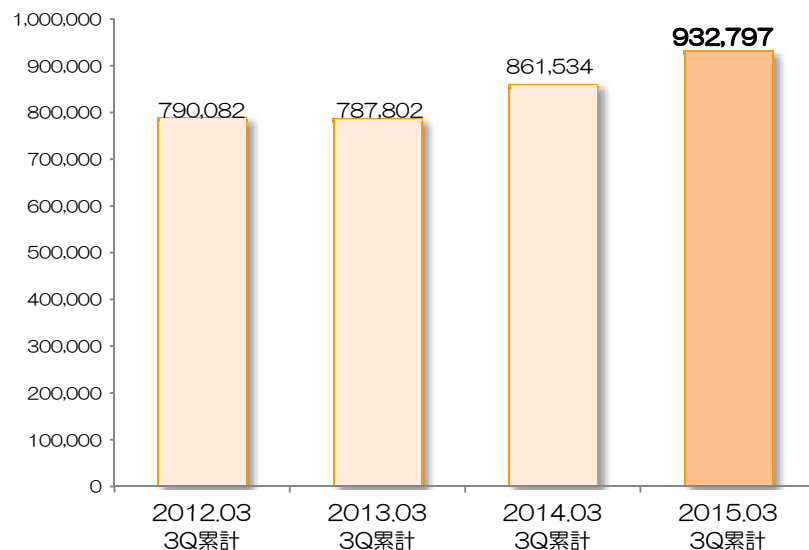
2. オペレーティング・セグメント情報 第3四半期累計

(単位：百万円)

		2012.03 3Q累計	2013.03 3Q累計	2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	266,835	262,916	272,331	280,471	8,140	3.0
	営業利益	8,277	9,870	7,238	4,960	△2,278	△ 31.5
食肉事業本部	売上高	518,710	515,866	585,695	650,435	64,740	11.1
	営業利益	15,820	12,699	19,940	37,486	17,546	88.0
関連企業本部	売上高	105,231	108,223	114,924	121,802	6,878	6.0
	営業利益	2,259	1,755	1,438	871	△567	△ 39.4
消去調整他	売上高	△ 100,694	△ 99,203	△ 111,416	△ 119,911	△8,495	—
	営業利益	38	1,338	1,183	642	△541	—
連結合計	売上高	790,082	787,802	861,534	932,797	71,263	8.3
	営業利益	26,394	25,662	29,799	43,959	14,160	47.5

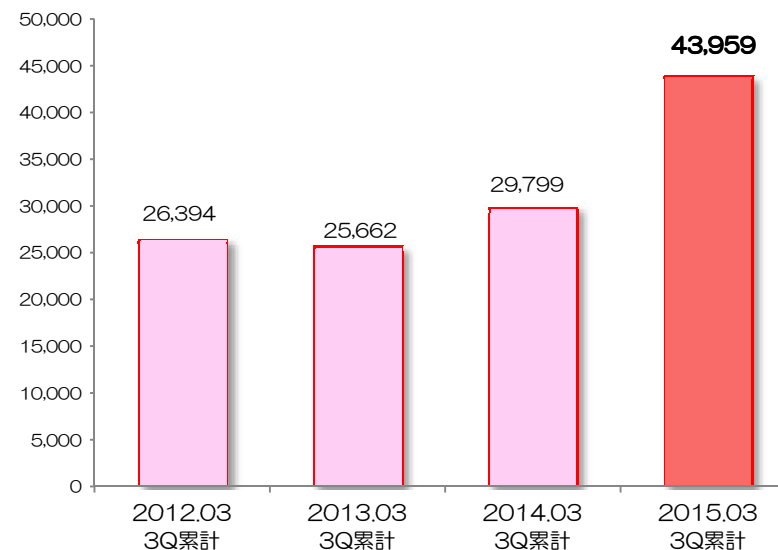
(単位：百万円)

(連結)

売上高


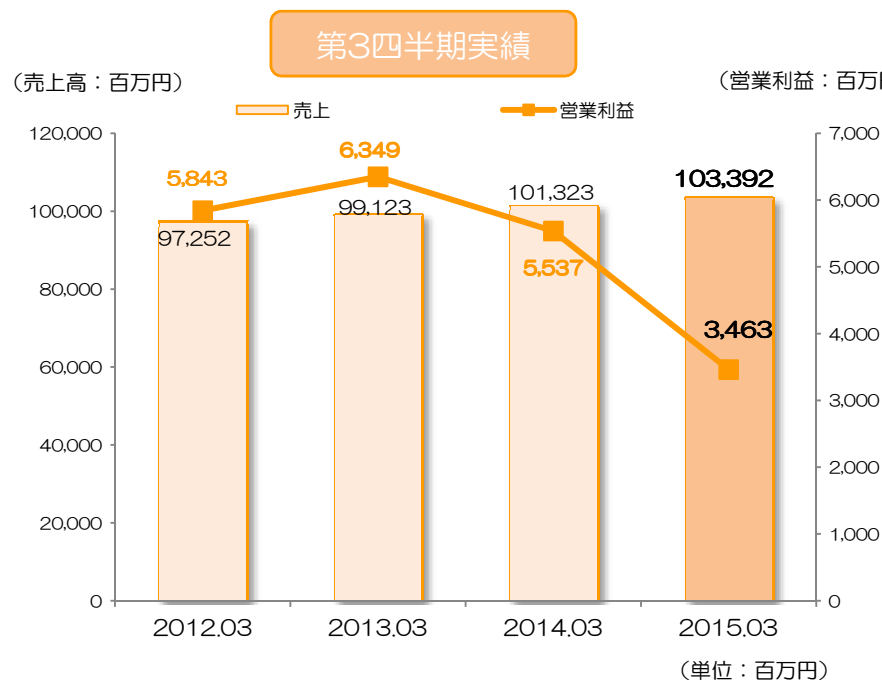
(単位：百万円)

(連結)

営業利益


※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 3Q	2015.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	101,323	103,392	2,069	2.0
営業利益	5,537	3,463	△ 2,074	△ 37.5
営業利益率	5.5%	3.3%	-	-

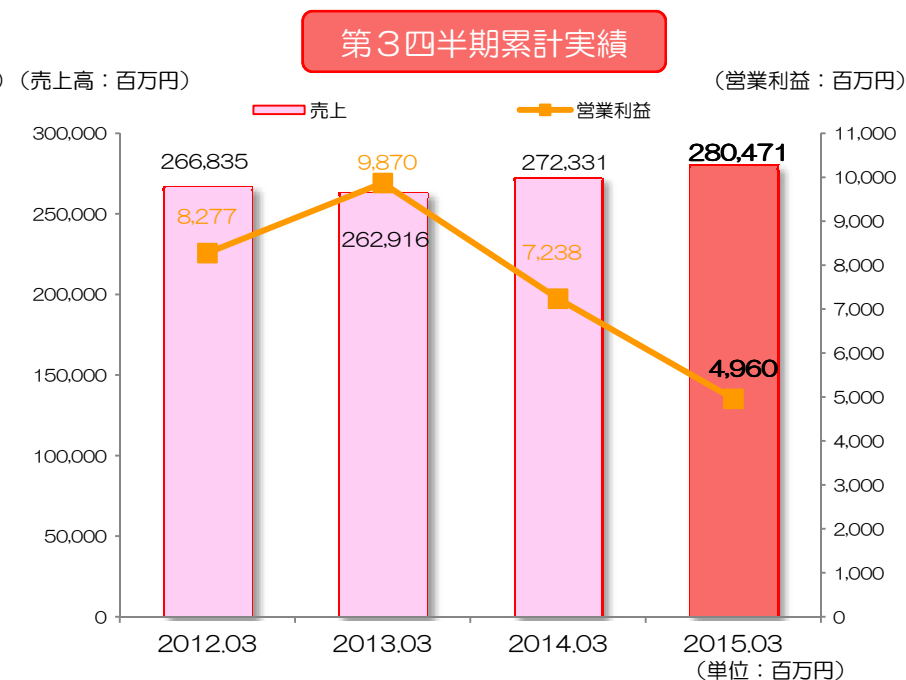
【第3四半期の状況】

(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)

- 原料価格の高騰に加え、コスト改善効果が計画を下回り減益。



	2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	272,331	280,471	8,140	3.0
営業利益	7,238	4,960	△ 2,278	△ 31.5
営業利益率	2.7%	1.8%	-	-

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

- 『シャウエッセン』を中心にハム・ソーセージが好調に推移。

(営業利益)

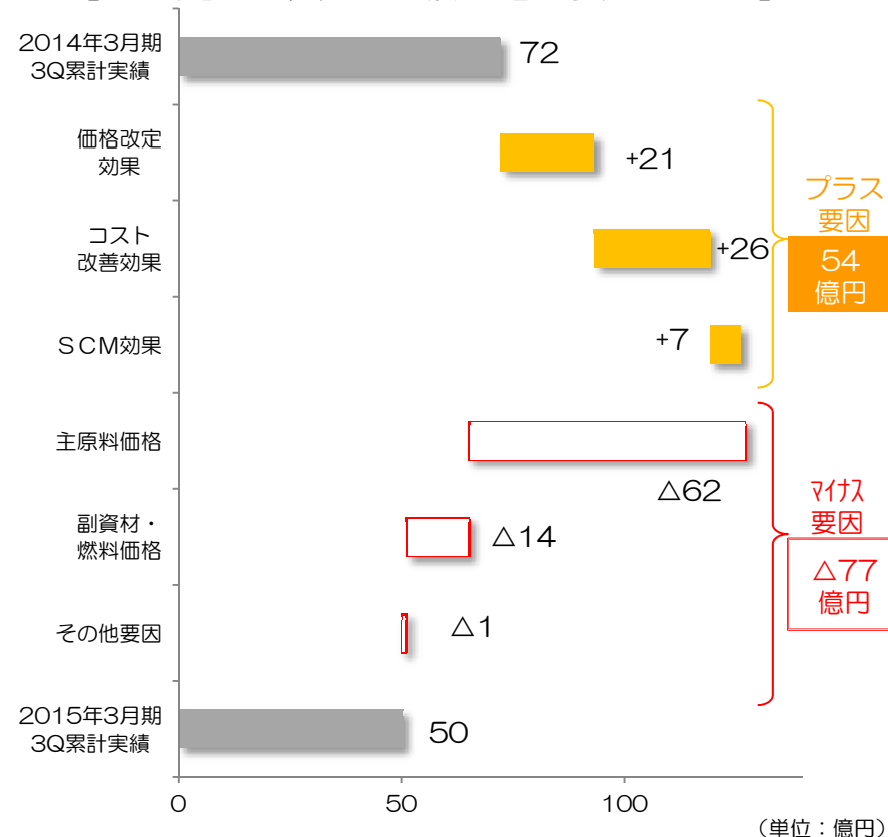
- 第2Q以降の想定以上の原料高騰に加え、コスト改善効果が計画を下回り減益。

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				
	上期実績	3Q実績	3Q累計計画	3Q累計実績	計画差異
価格改定効果	15億円	6億円	21億円	21億円	0億円
コスト改善効果	25億円	1億円	37億円	26億円	△11億円
SCM効果	6億円	1億円	9億円	7億円	△2億円
主原料・副資材要因	△47億円	△29億円	△70億円	△76億円	△6億円
（内訳）主原料価格	△36億円	△26億円	△55億円	△62億円	△7億円
（内訳）副資材・燃料等	△11億円	△3億円	△15億円	△14億円	1億円
その他要因	△1億円	0億円	△1億円	△1億円	0億円
合計	△2億円	△21億円	△4億円	△23億円	△19億円

【3Q累計営業利益実績の増減要因グラフ】



※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。

●計画差異要因分析（第3四半期累計）

- ・円安が進み想定以上に原材料等が高騰し、計画を下回った。
- ・コスト改善効果が計画を下回った。

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（歳暮期）

- ・2015年3月期の実績は、前年個数比：95%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：106%
（構成比は、19%）

（単位：千個）

		2014.03 実績	2015.03 実績	
		個数	個数	前年比
歳暮 (実績)	全社販売個数	4,675	4,442	95%
	（うち美ノ国）	780	826	106%

●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		
	上期	3Q	3Q累計		上期	3Q	3Q累計
シャウエッセン	118%	115%	117%	石窯工房群	100%	103%	101%
森の薫りあらびきりソー	92%	72%	85%	中華名菜群	91%	99%	93%
ローズハム群	104%	105%	104%	プリフライ群	96%	92%	95%
ベーコン群	105%	101%	104%	ハンバーグ・ミートボール群	99%	98%	99%
焼豚群	86%	90%	87%	カレー群	109%	101%	107%

●チャネル別売上実績

【（参考）2015年3月期3Q累計 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

外食チャネルを中心に堅調に推移。

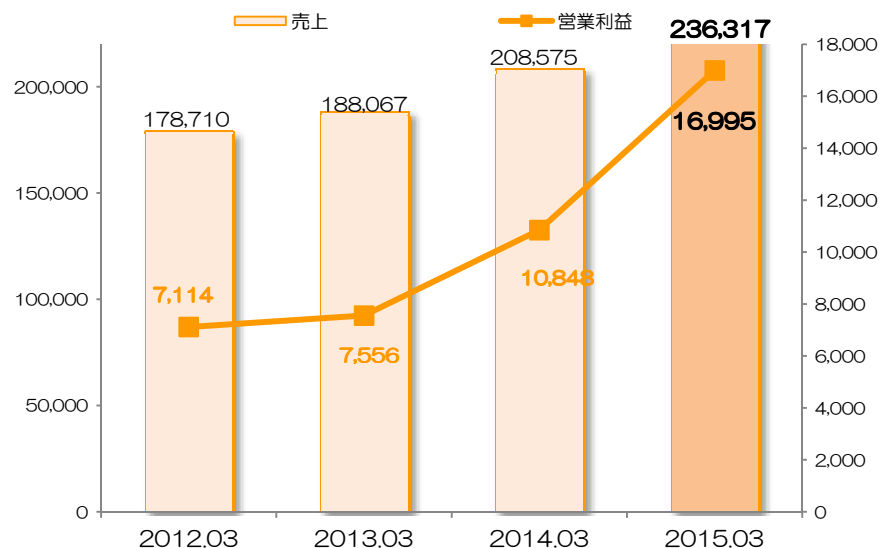
		数量	金額
ハム ・ソーセージ	ｺﾝｼｭｰﾏ	107%	110%
	業務用	98%	101%
	合計	104%	107%
デリ商品	ｺﾝｼｭｰﾏ	96%	99%
	業務用	97%	101%
	合計	96%	100%

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3四半期実績

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2014.03 3Q	2015.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	208,575	236,317	27,742	13.3
営業利益	10,848	16,995	6,147	56.7
営業利益率	5.2%	7.2%	-	-

【第3四半期の状況】

(売上高)

- ・全畜種ともに相場高騰の影響もあり、販売価格が改善し増収。

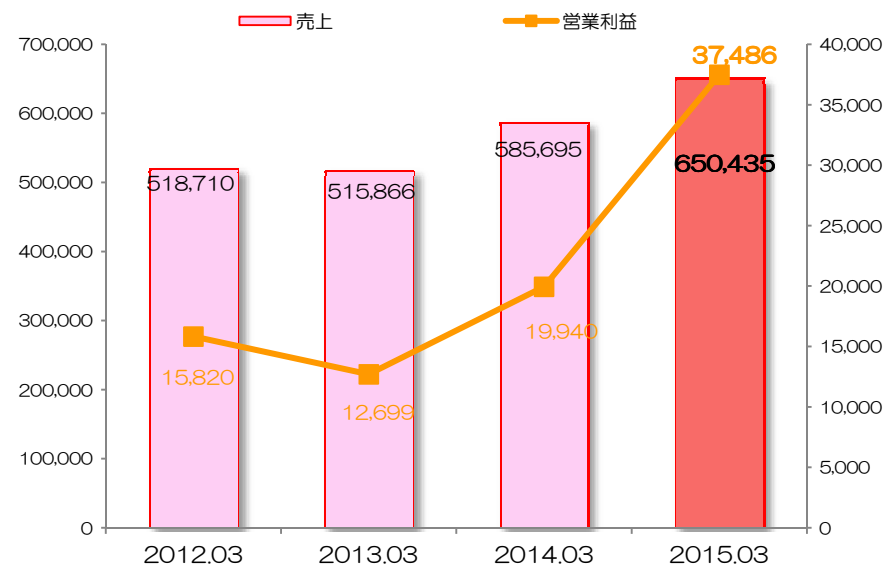
(営業利益)

- ・豪州・米州事業の好調に加え、国内での仕入頭数の確保と販売価格改善努力により増益。

(売上高：百万円)

第3四半期累計実績

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	585,695	650,435	64,740	11.1
営業利益	19,940	37,486	17,546	88.0
営業利益率	3.4%	5.8%	-	-

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

- ・全畜種ともに相場高騰の影響もあり、販売価格が改善し増収。

(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。

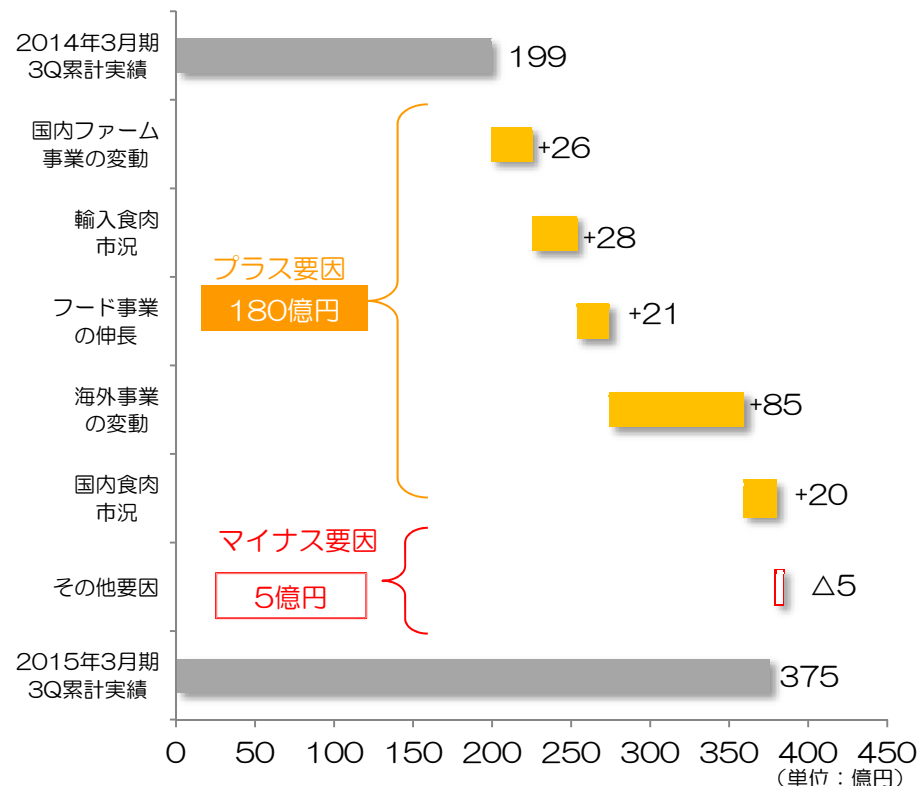
4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2015.03				
	上期実績	3Q実績	3Q累計計画	3Q累計実績	計画差異
国内ファーム事業の変動	20億円	6億円	20億円	26億円	6億円
輸入食肉市況	29億円	△1億円	33億円	28億円	△4億円
フード事業の伸長	13億円	8億円	16億円	21億円	5億円
海外事業の変動	44億円	41億円	50億円	85億円	35億円
国内食肉市況	12億円	8億円	15億円	20億円	5億円
その他要因	△4億円	△1億円	△5億円	△5億円	0億円
合計	114億円	61億円	129億円	175億円	47億円

※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。

【3Q累計営業利益実績の増減要因グラフ】



●計画差異要因分析（第3四半期累計）

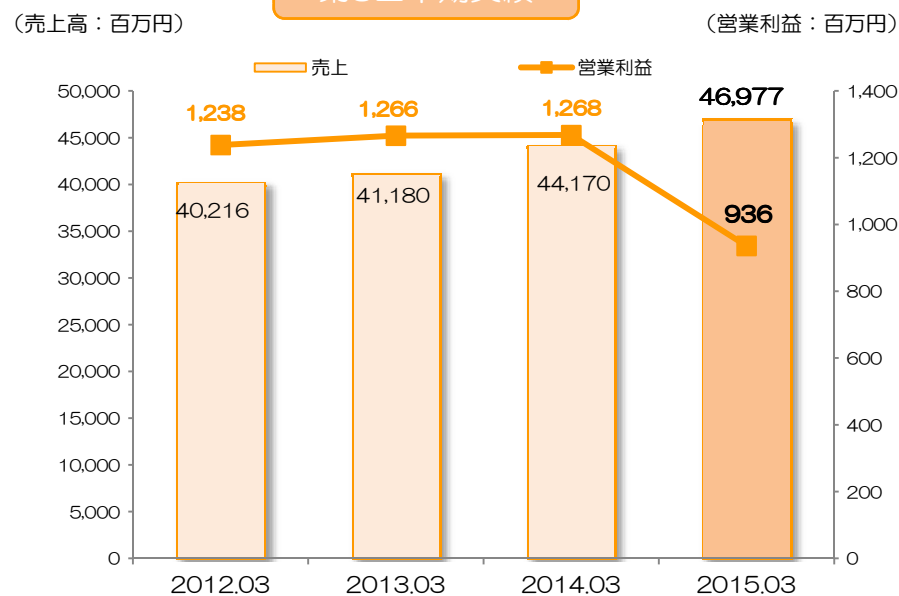
【フード事業の伸長・国内食肉市況】

⇒全畜種において、販売価格の改善や定番売場拡大に取り組み、計画を上回った。

【海外事業の変動】

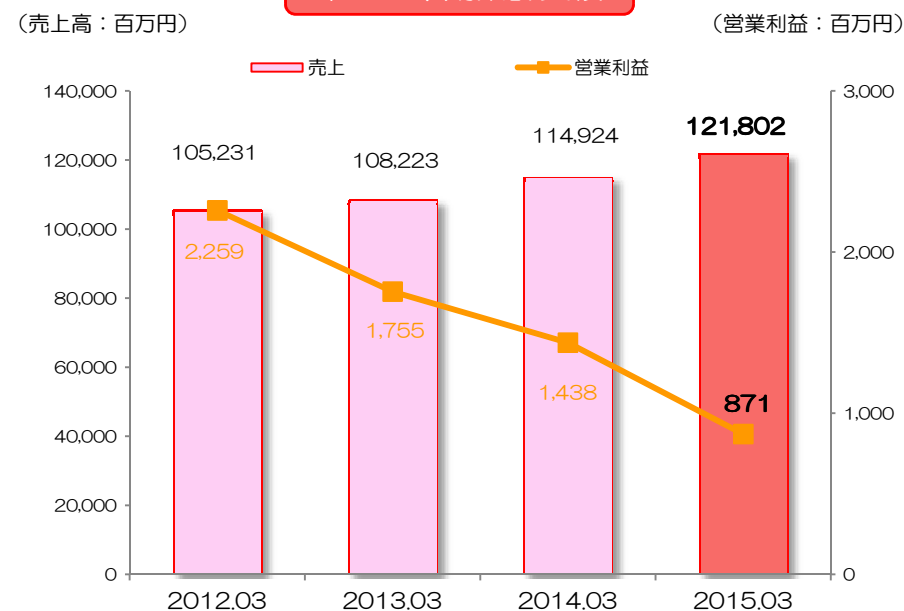
⇒豪州における仕入頭数の確保と販売価格の改善により、計画を上回った。

5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

第3四半期実績


(単位：百万円)

	2014.03 3Q	2015.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	44,170	46,977	2,807	6.4
営業利益	1,268	936	△ 332	△ 26.2
営業利益率	2.9%	2.0%	-	-

第3四半期累計実績


(単位：百万円)

	2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	114,924	121,802	6,878	6.0
営業利益	1,438	871	△ 567	△ 39.4
営業利益率	1.3%	0.7%	-	-

【第3四半期の状況】

(売上高)

- ・水産物は年末商戦でのカニの販売伸長に加え、中国向け輸出増加により増収。乳製品はヨーグルトが好調で増収。

(営業利益)

- ・水産物は原料高に対する価格改定の遅れと経費の増加により減益。
- ・乳製品はチーズの販売数量減少と原料高により減益。

【第3四半期累計の状況】

(売上高)

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

(営業利益)

- ・水産物やチーズの販売数量減少の影響が強く減益。

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)

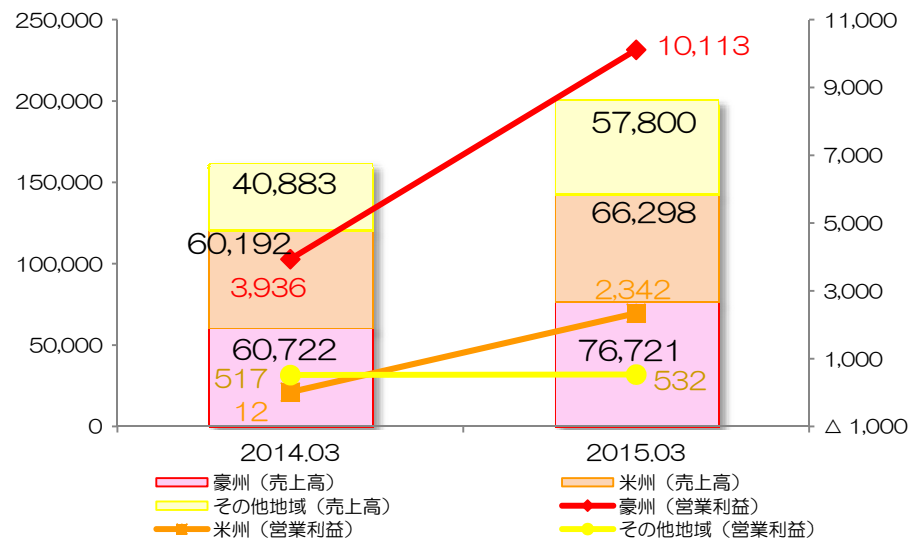
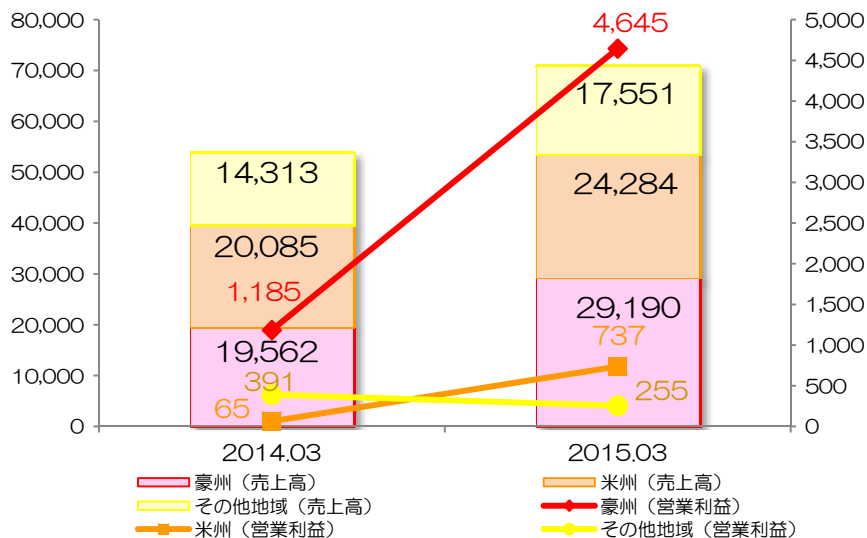
第3四半期実績

(営業利益：百万円)

(売上高：百万円)

第3四半期累計実績

(営業利益：百万円)



		2014.03 3Q	2015.03 3Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	52,881	68,328	15,447	29.2
	営業利益	1,672	5,560	3,888	232.5
豪州	売上高	19,562	29,190	9,628	49.2
	営業利益	1,185	4,645	3,460	292.0
米州	売上高	20,085	24,284	4,199	20.9
	営業利益	65	737	672	-
その他地域	売上高	14,313	17,551	3,238	22.6
	営業利益	391	255	△ 136	△ 34.8

		2014.03 3Q累計	2015.03 3Q累計	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	158,305	194,697	36,392	23.0
	営業利益	4,437	12,755	8,318	187.5
豪州	売上高	60,722	76,721	15,999	26.3
	営業利益	3,936	10,113	6,177	156.9
米州	売上高	60,192	66,298	6,106	10.1
	営業利益	12	2,342	2,330	-
その他地域	売上高	40,883	57,800	16,917	41.4
	営業利益	517	532	15	2.9

【第3四半期の状況】

(豪州)

・仕入コストは上昇したが販売価格が改善し増収増益。

(米州)

・引き続き豚肉需要が強く、豚相場が堅調であり増収増益。

(その他の地域)

・アジアを中心に売上数量が伸長し増収。

【第3四半期累計の状況】

(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)

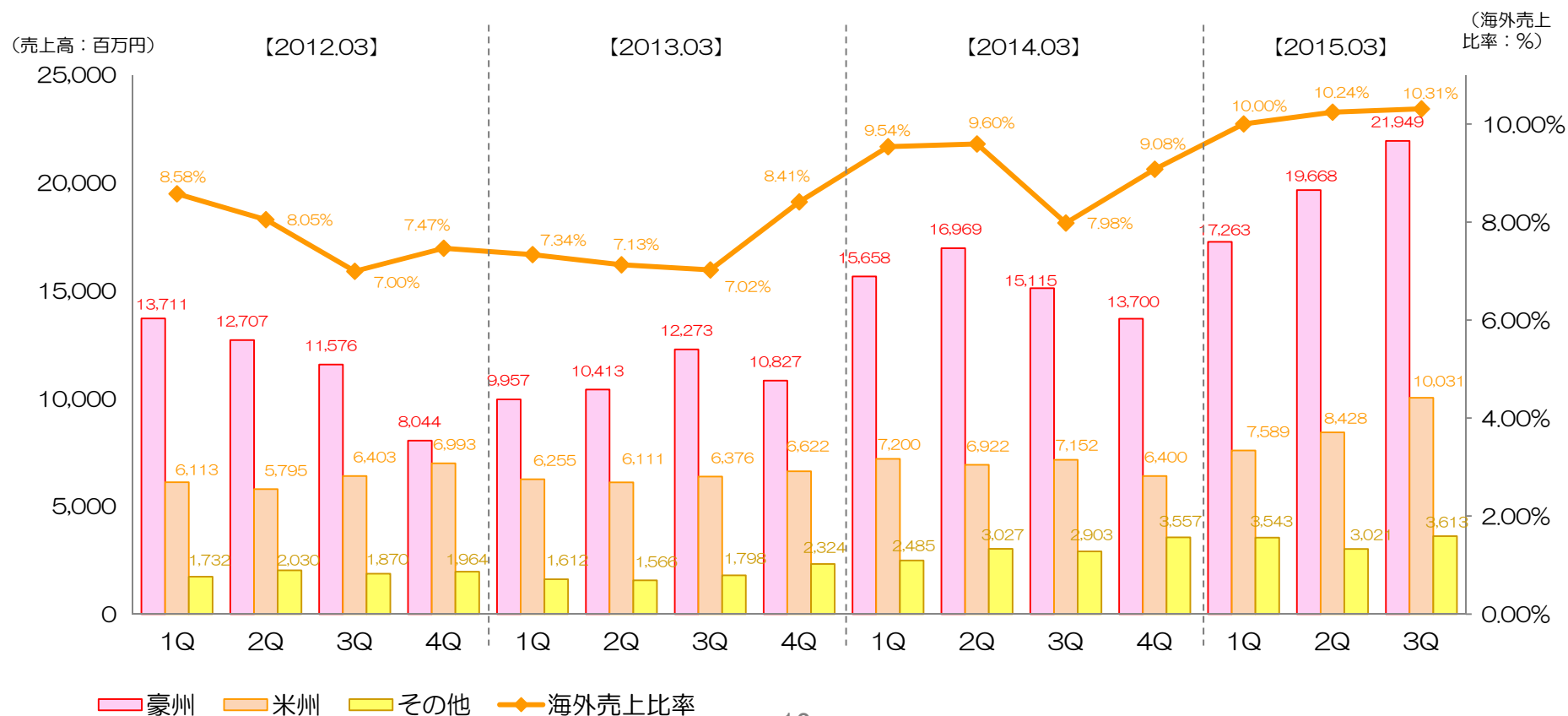
・アジアを中心に売上数量が伸長し増収増益。

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	3Q
豪州	46,038	43,470	15,658	16,969	15,115	13,700	61,442	17,263	19,668	21,949
米州	25,304	25,364	7,200	6,922	7,152	6,400	27,674	7,589	8,428	10,031
その他	7,596	7,300	2,485	3,027	2,903	3,557	11,972	3,543	3,021	3,613
海外計	78,938	76,134	25,343	26,918	25,170	23,657	101,088	28,395	31,117	35,593
海外売上比率	7.76%	7.44%	9.54%	9.60%	7.98%	9.08%	9.01%	10.00%	10.24%	10.31%

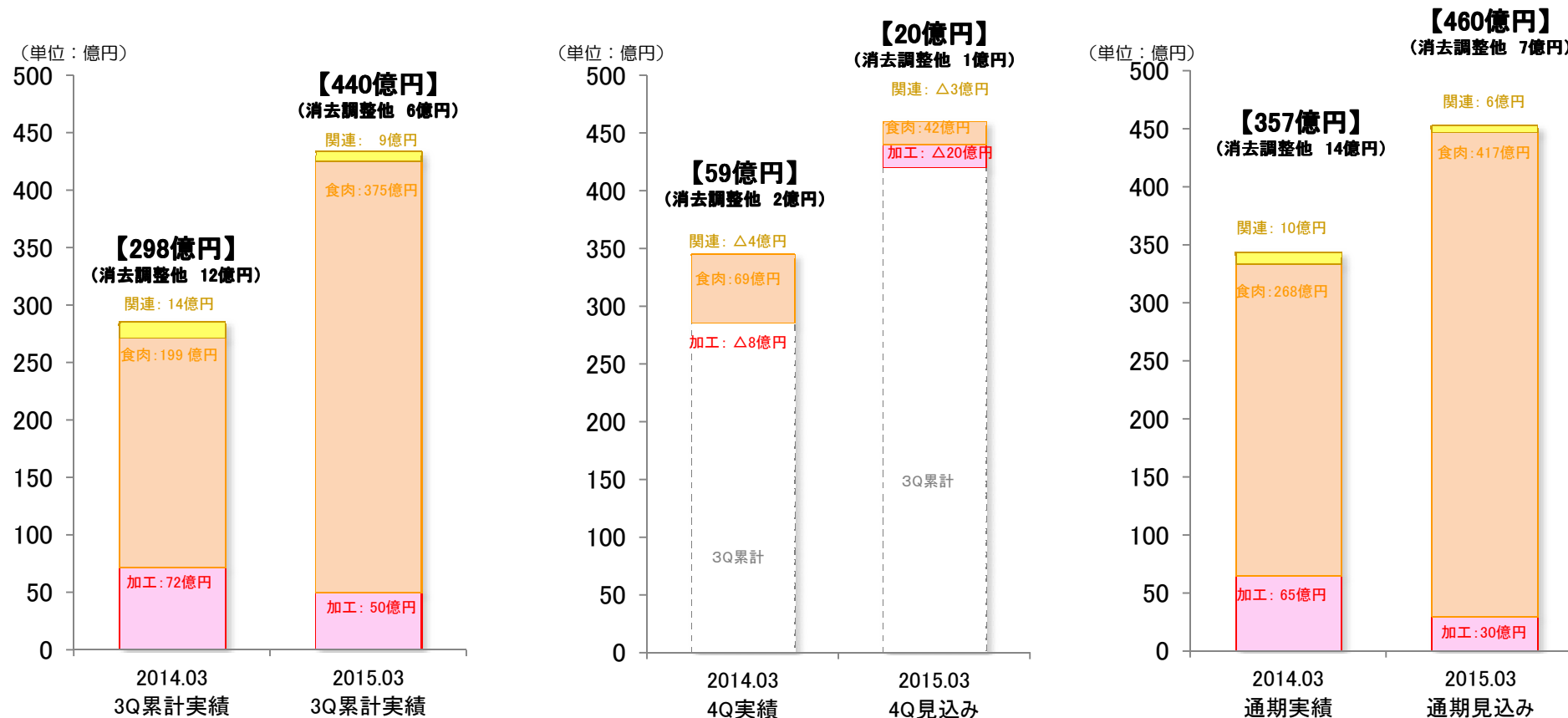
※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



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 3Q累計実績			2015.03 4Q見込み			2015.03 通期見込み		
	2014.03 3Q累計実績		増減	2014.03 4Q実績		増減	2014.03 通期実績		増減
加工事業本部	72億円	50億円	△23億円	△8億円	△20億円	△12億円	65億円	30億円	△35億円
食肉事業本部	199億円	375億円	175億円	69億円	42億円	△27億円	268億円	417億円	149億円
関連企業本部	14億円	9億円	△6億円	△4億円	△3億円	1億円	10億円	6億円	△4億円
消去調整他	12億円	6億円	△5億円	2億円	1億円	△1億円	14億円	7億円	△7億円
合計	298億円	440億円	142億円	59億円	20億円	△39億円	357億円	460億円	103億円

※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2Q時見直し計画との差異】

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

	2015.03 3Q累計実績			2015.03 4Q 見込み			2015.03 下期見込み			2015.03 通期見込み		
	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異	2Q時 計画		差異
加工事業本部	68億円	50億円	△19億円	△3億円	△20億円	△16億円	50億円	15億円	△35億円	65億円	30億円	△35億円
食肉事業本部	328億円	375億円	47億円	32億円	42億円	10億円	155億円	212億円	57億円	360億円	417億円	57億円
関連企業本部	10億円	9億円	△1億円	△2億円	△3億円	△1億円	9億円	7億円	△2億円	8億円	6億円	△2億円
消去調整他	1億円	6億円	6億円	△4億円	1億円	4億円	△7億円	3億円	10億円	△3億円	7億円	10億円
合計	407億円	440億円	33億円	23億円	20億円	△3億円	207億円	237億円	30億円	430億円	460億円	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】

【加工事業本部】	2Q時見直し計画との差異						【食肉事業本部】	2Q時見直し計画との差異					
	4Q		下期		通期			4Q		下期		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	12億円	0億円	27億円	0億円	国内ファーム事業の変動	△1億円	△1億円	5億円	5億円	25億円	5億円
コスト改善効果	2億円	△6億円	3億円	△17億円	28億円	△17億円	輸入食肉市況	△3億円	△3億円	△3億円	△7億円	25億円	△7億円
SCM効果	2億円	△1億円	4億円	△3億円	9億円	△3億円	海外事業の変動	△16億円	14億円	25億円	50億円	69億円	50億円
主原料・副資材要因	△22億円	△9億円	△51億円	△15億円	△98億円	△15億円	フード事業の伸長	△2億円	△2億円	6億円	3億円	19億円	3億円
(内訳) 主原料価格	△20億円	△9億円	△45億円	△15億円	△82億円	△15億円	国内食肉市況	△4億円	2億円	4億円	7億円	17億円	7億円
(内訳) 副資材・燃料等	△2億円	0億円	△6億円	0億円	△17億円	0億円	その他	△1億円	△1億円	△2億円	△1億円	△6億円	△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	△27億円	10億円	35億円	57億円	149億円	57億円
合計	△12億円	△16億円	△33億円	△35億円	△35億円	△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。

2. 2015年3月期計画（加工事業本部）

●2015 春の新商品売上拡大施策

・ハム・ソーセージ
～本場の製法やブランディングにこだわった商品を提供～



（写真）『アンティエ プラドヴ
ルスト マイルドスパイス』



（写真）『シャウエッセン
スペシャルロング』



（写真）『彩りキッチン ZERO
Plus 糖質0 ロースハム』

・デリ商品
～本場専門店の味の再現性を高め、高付加価値商品を提供～



（写真）『石窯工房
クロフッサンピッツァ』



（写真）『奏
プレントッドチーズ』



（写真）『中華名菜
カレークリーム炒め』

●主要ブランド売上拡大施策

①ハム・ソーセージ

・発売30年の『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』等の販促強化を行い、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	114%	石窯工房群	102%
森の薫りあらびきウイナ-	85%	中華名菜群	95%
ロースハム群	104%	プリフライ群	95%
ベーコン群	104%	ハバ-グ・ミトボール群	100%
焼豚群	90%	カレー群	103%

●チャ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	98%
	合計	106%
デリ商品	コンシューマ	100%
	業務用	100%
	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

- ・穀物相場は、米州の豊作により現地相場は下落したが、円安の影響により若干上昇する見通し。

②国内ファーム事業

- ・豚肉相場は、昨年春先のPEDの影響も落ち着き、供給量が回復し、安定して推移する見通し。
- ・鶏肉相場は、輸入量が増えてきたが、依然として需要は高く、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

- ・PEDの影響も収束し、現地豚飼育頭数も回復してきたが依然需要は旺盛で、豚肉相場は堅調に推移する見通し。

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 3Q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%	100%
米国	25%	158%
韓国	11%	99%
中国	6%	63%
台湾	5%	110%
豪州国内	21%	91%
その他※	12%	121%
合計	100%	106%

※その他・・・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、当社ブランド食肉である『ワイアリーフ』、『桜姫』などを販売強化する。また来期は国産豚肉の新ブランド『麦小町』などを販売強化し、収益拡大を図る。



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㈱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）マリンフーズ（株）
野菜プラス
『ジュレソースで食べる
サーモンのマリネ』



（写真）釧路丸水㈱
『霧銀鮭』

●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だが円安により相殺。
- ・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（株）
『ココナッツヨーグルトボウル』



（写真）（株）宝幸ロルフ
『おとなのベビーチーズ
（生ハム入り）』

Ⅲ. 2015年3月期 第3四半期財務データ

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

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	3Q 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	3Q 累計実績	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	546,191	10.0	861,534	9.4	1,122,097	9.7	587,623	7.6	932,797	8.3	1,200,000	6.9
ハム・ソーセージ	67,393	0.1	112,553	0.9	143,490	2.5	73,608	9.2	119,776	6.4	152,000	5.9
加工食品	102,695	2.2	158,256	1.3	208,084	1.6	105,285	2.5	162,439	2.6	213,000	2.4
食肉	304,067	15.5	473,074	14.5	619,333	14.4	332,163	9.2	526,123	11.2	677,000	9.3
牛肉	125,741	26.9	194,236	23.4	249,585	21.8	133,108	5.9	213,386	9.9	273,000	9.4
豚肉	107,240	8.6	165,540	8.5	218,288	9.0	116,964	9.1	182,803	10.4	235,000	7.7
鶏肉	60,921	9.4	97,840	10.6	131,392	11.5	69,845	14.6	110,488	12.9	145,000	10.4
その他食肉	10,165	5.0	15,458	3.8	20,068	8.1	12,246	20.5	19,446	25.8	24,000	19.6
水産	43,040	7.1	71,867	8.8	91,809	9.5	44,592	3.6	74,384	3.5	94,000	2.4
乳製品	13,242	3.7	19,982	3.7	26,253	4.4	14,495	9.5	21,941	9.8	29,000	10.5
その他	15,754	23.0	25,802	20.7	33,128	20.2	17,480	11.0	28,134	9.0	35,000	5.7
売上原価	451,165	11.5	704,038	11.1	918,304	11.0	481,482	6.7	758,904	7.8		
売上総利益	95,026	3.2	157,496	2.4	203,793	4.1	106,141	11.7	173,893	10.4		
売上総利益率	17.4%	-	18.3%	-	18.2%	-	18.1%	-	18.6%	-		
販売費及び一般管理費	83,091	1.0	127,697	△ 0.4	168,093	0.2	83,796	0.8	129,934	1.8		
営業利益	11,935	21.3	29,799	16.1	35,700	27.4	22,345	87.2	43,959	47.5	46,000	28.9
税引前利益	10,689	34.5	28,274	15.7	35,303	25.9	20,947	96.0	42,869	51.6	42,500	20.4
当社株主帰属当期純利益	7,620	96.3	19,156	37.8	24,524	49.0	15,067	97.7	30,793	60.7	30,000	22.3

＊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)			
	3Q		3Q累計		3Q		3Q累計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	△ 3.3	2.1	△ 2.2	0.9	△ 2.3	2.2	2.5	6.4
加工食品	△ 5.8	△ 0.5	△ 0.6	1.3	△ 2.0	2.9	△ 0.8	2.6
食肉	△ 4.0	12.6	0.1	14.5	△ 0.0	14.8	△ 3.1	11.2
牛肉	△ 1.2	17.4	10.3	23.4	0.4	17.2	△ 4.0	9.9
豚肉	△ 7.1	8.4	△ 3.9	8.5	△ 4.9	12.9	△ 9.4	10.4
鶏肉	△ 1.7	12.6	△ 2.0	10.6	3.3	10.1	3.8	12.9
その他食肉	△ 13.4	1.6	△ 7.8	3.8	30.6	36.0	15.8	25.8

【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	3Q 累計実績	通期 実績	上期 実績	前年比	3Q 累計実績	前年比	通期 計画	前年比
国内売上高	494,479	784,913	1,022,022	528,673	6.9	838,711	6.9	1,080,250	5.7
外部顧客売上高	493,930	784,103	1,021,009	528,111	6.9	837,692	6.8	1,079,000	5.7
セグメント間内部売上高	549	810	1,013	562	2.4	1,019	25.8	1,250	23.4
国内営業利益	9,187	25,385	28,504	15,306	66.6	31,494	24.1	32,500	14.0
国内売上高営業利益率	1.9%	3.2%	2.8%	2.9%	-	3.8%	-	3.0%	-
海外売上高	105,424	158,305	209,188	126,369	19.9	194,697	23.0	254,000	21.4
外部顧客売上高	52,261	77,431	101,088	59,512	13.9	95,105	22.8	121,000	19.7
セグメント間内部売上高	53,163	80,874	108,100	66,857	25.8	99,592	23.1	133,000	23.0
海外営業利益	2,765	4,437	7,257	7,195	160.2	12,755	187.5	13,800	90.2
海外売上高営業利益率	2.6%	2.8%	3.5%	5.7%	-	6.6%	-	5.4%	-

*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		2015年3月期	
	第3四半期累計実績	第3四半期累計実績	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	127,697	129,934	1.8	2,237
人件費	48,996	49,491	1.0	495
★② 広告宣伝費	8,375	8,552	2.1	177
★③ 物流費	38,267	39,249	2.6	982
その他	32,059	32,642	1.8	583

主な増減要因

- ★① 販管費 売上高販管費率は 14.8% から 13.9% 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10億円の増加。

(単位：百万円)

	2014年3月期		2015年3月期	
	第3四半期累計実績	第3四半期累計実績	対前年同期増減	2014年3月期 通期実績
その他の営業費用及び(△収益)-純額	1,674	496	△ 1,178	686
固定資産関連	1,631	496	△ 1,135	543
その他	43	-	△ 43	143
★① その他の収益及び(△費用)-純額	1,284	465	△ 819	1,791
受取利息・配当金	881	952	71	1,095
為替差損益	676	△ 907	△ 1,583	1,063
その他	△ 273	420	693	△ 367
支払利息	1,135	1,059	△ 76	1,502

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8億円の悪化。

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3四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	627,220	722,574	15.2	95,354
	現金及び現金同等物	74,928	49,689	△ 33.7	△ 25,239
★②	売上債権	118,141	185,775	57.2	67,634
★③	棚卸資産	122,115	154,895	26.8	32,780
	有形固定資産	236,669	248,720	5.1	12,051
	投資及びその他の資産	34,267	37,843	10.4	3,576
	長期繰延税金資産	10,091	9,916	△ 1.7	△ 175
	負債合計	303,245	368,558	21.5	65,313
	支払手形及び買掛金	97,353	128,967	32.5	31,614
★④	有利子負債	144,963	171,162	18.1	26,199
	退職金及び年金債務	12,584	13,356	6.1	772
	当社株主資本	320,984	350,937	9.3	29,953
	非支配持分	2,991	3,079	2.9	88
	資本合計	323,975	354,016	9.3	30,041

主な増減要因

- ★① 資産合計 ②③を含めて約954億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増及び消費税により前期末比、約676億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 主に食肉の増加により前期末比、約328億円の増加。
- ★④ 有利子負債 短期借入金増等により、約262億円の増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2014年3月期 第3四半期実績	2015年3月期 第3四半期実績	対前年増減率	対前年増減額	2015年3月期 通期計画
	設備投資額	15,955	23,924	49.9	7,969
生産設備	8,757	15,002	71.3	6,245	25,000
販売・物流設備	1,907	1,621	△ 15.0	△ 286	6,600
ファーム・処理設備	3,160	4,401	39.3	1,241	10,500
海外事業設備	989	1,794	81.4	805	4,500
その他設備	1,142	1,106	△ 3.2	△ 36	2,600
減価償却費	13,928	14,194	1.9	266	19,700

お問合せ先
〒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。