

# 決算説明資料

～2015年3月期～



説明会開催予定日  
2015年5月13日（水）  
日本ハム株式会社

# 目次

- I. 2015年3月期 期末連結業績の総括
- II. 2016年3月期の見通し
- III. 2015年3月期 期末財務データ

# I. 2015年3月期 期末連結業績の総括

1. オペレーティング・セグメント情報 第4四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 通期
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
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4四半期

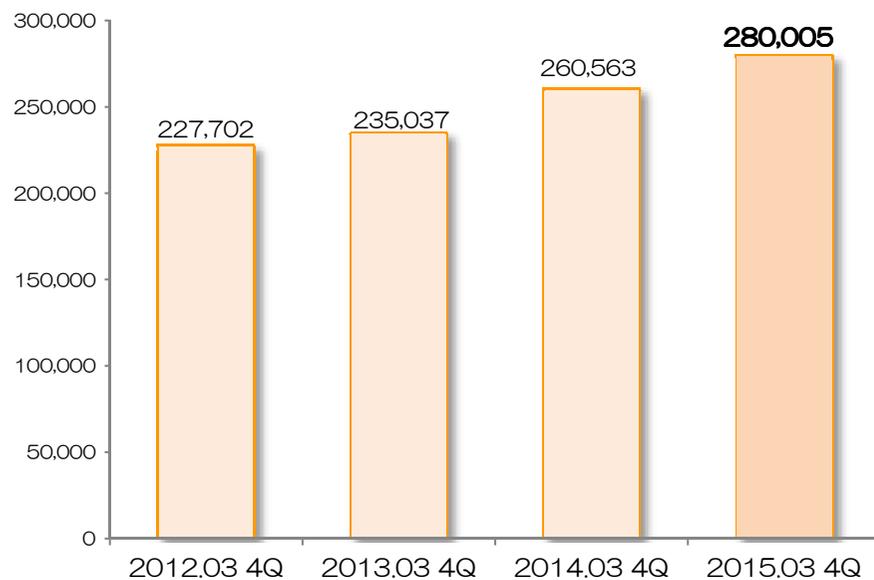
(単位：百万円)

		2012.03 4Q	2013.03 4Q	2014.03 4Q	2015.03 4Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	75,351	76,050	79,663	<b>79,517</b>	△146	△0.2
	営業利益	△247	△305	△757	<b>△2,896</b>	△2,139	-
食肉事業本部	売上高	147,958	157,820	180,814	<b>200,324</b>	19,510	10.8
	営業利益	371	2,861	6,875	<b>7,722</b>	847	12.3
関連企業本部	売上高	29,958	29,422	33,214	<b>33,362</b>	148	0.4
	営業利益	△299	△228	△440	<b>△584</b>	△144	-
消去調整他	売上高	△25,565	△28,255	△33,128	<b>△33,198</b>	△70	-
	営業利益	294	31	223	<b>243</b>	20	-
連結合計	売上高	227,702	235,037	260,563	<b>280,005</b>	19,442	7.5
	営業利益	119	2,359	5,901	<b>4,485</b>	△1,416	△24.0

(単位：百万円)

売上高

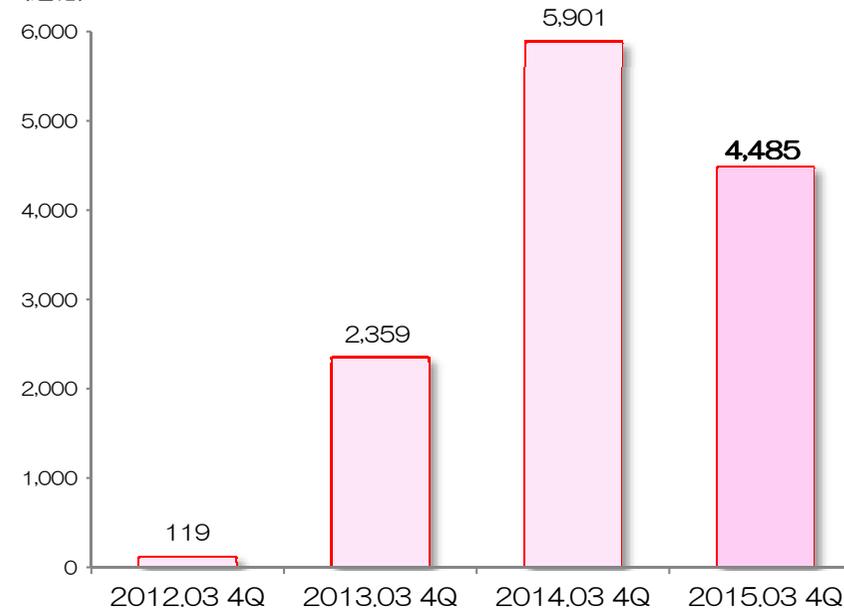
(連結)



(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.22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 通期

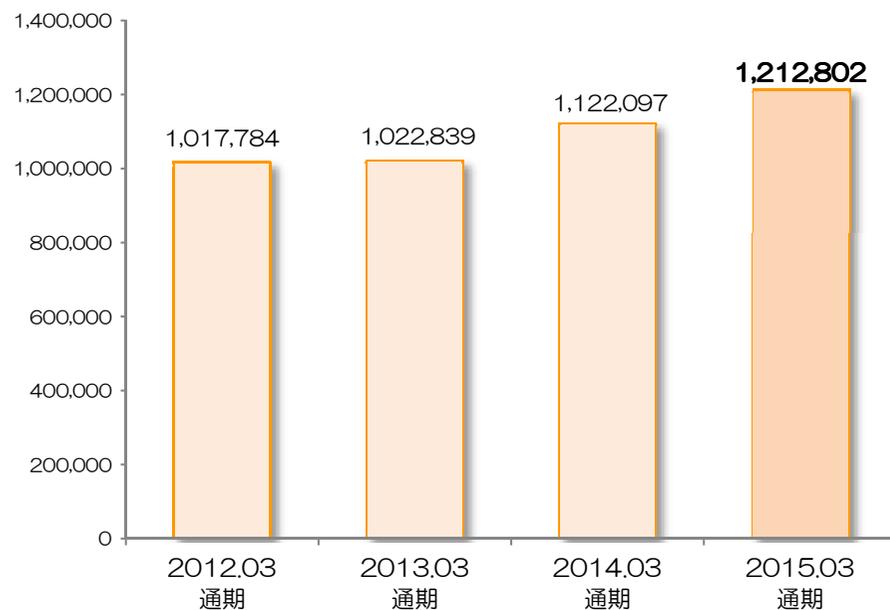
(単位：百万円)

		2012.03 通期	2013.03 通期	2014.03 通期	2015.03 通期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	342,186	338,966	351,994	<b>359,988</b>	7,994	2.3
	営業利益	8,030	9,565	6,481	<b>2,064</b>	△4,417	△ 68.2
食肉事業本部	売上高	666,668	673,686	766,509	<b>850,759</b>	84,250	11.0
	営業利益	16,191	15,560	26,815	<b>45,208</b>	18,393	68.6
関連企業本部	売上高	135,189	137,645	148,138	<b>155,164</b>	7,026	4.7
	営業利益	1,960	1,527	998	<b>287</b>	△711	△ 71.2
消去調整他	売上高	△ 126,259	△ 127,458	△ 144,544	<b>△ 153,109</b>	△8,565	-
	営業利益	332	1,369	1,406	<b>885</b>	△521	-
連結合計	売上高	1,017,784	1,022,839	1,122,097	<b>1,212,802</b>	90,705	8.1
	営業利益	26,513	28,021	35,700	<b>48,444</b>	12,744	35.7

(単位：百万円)

売上高

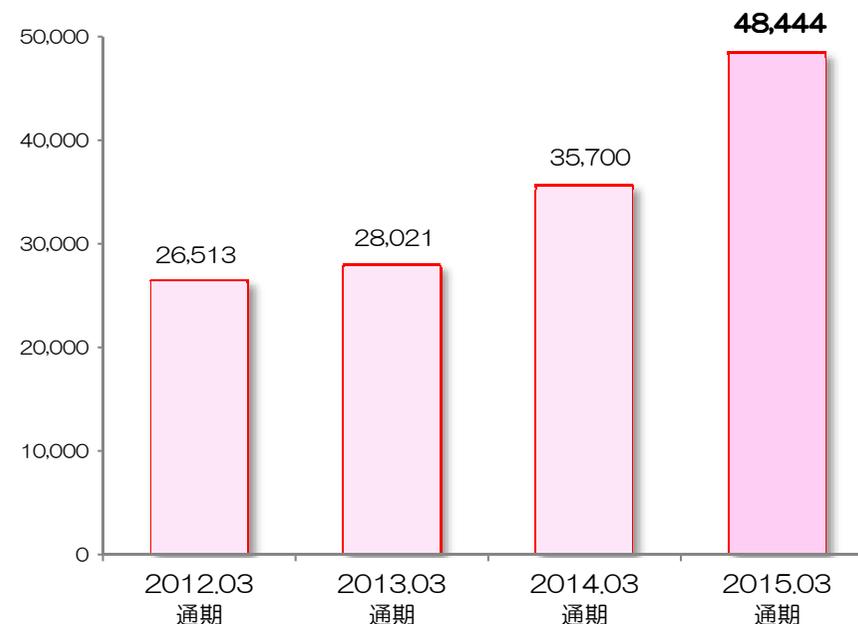
(連結)



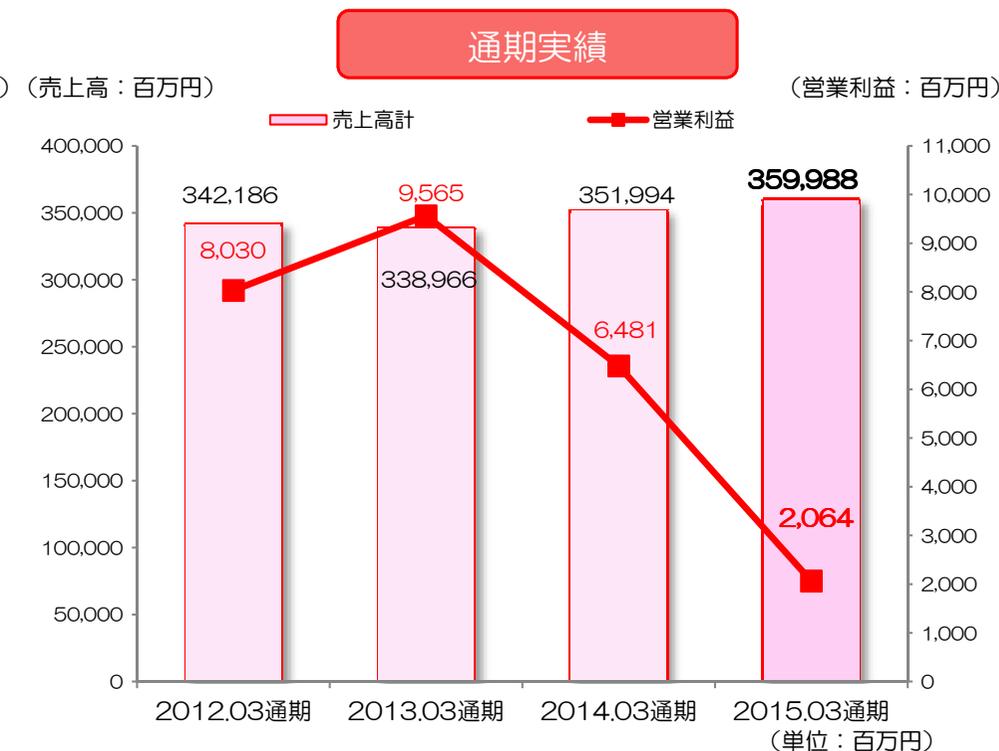
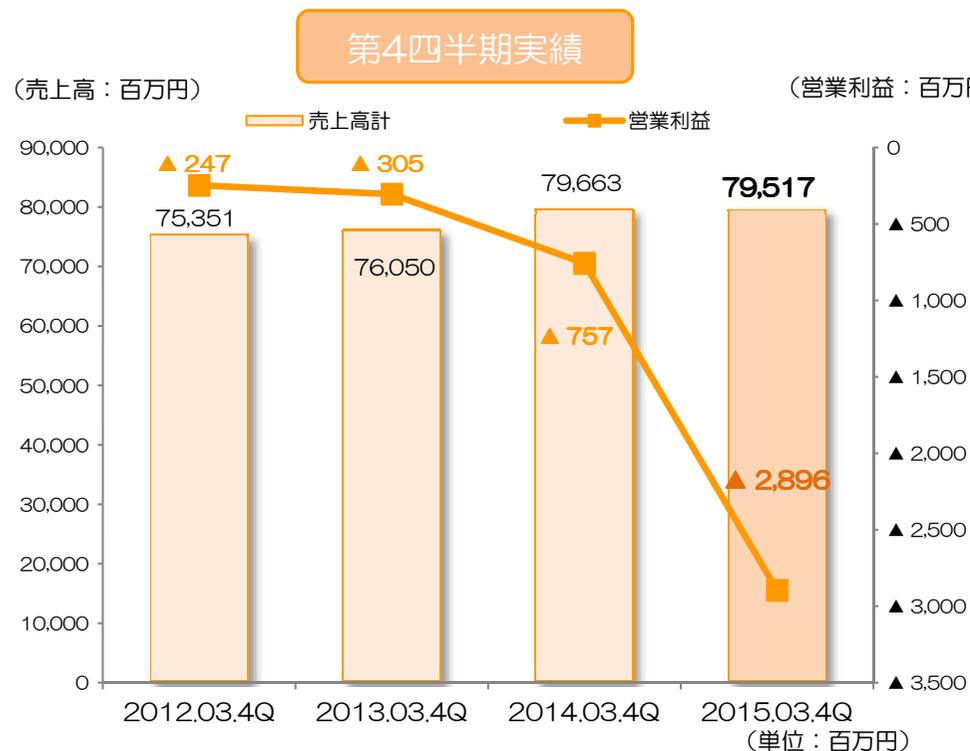
(単位：百万円)

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.22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。



	2014.03 4Q	2015.03 4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	79,663	79,517	△ 146	△ 0.2
営業利益	△ 757	△ 2,896	△ 2,139	-
営業利益率	△1.0%	△3.6%	-	-

	2014.03 通期	2015.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	351,994	359,988	7,994	2.3
営業利益	6,481	2,064	△ 4,417	△ 68.2
営業利益率	1.8%	0.6%	-	-

#### 【第4四半期の状況】

(売上高)

- 『シャウエッセン』の伸長はあったが、NB商品や業務用の落ち込みにより減収。

(営業利益)

- 原材料価格の高騰に加え、販売数量の減少により、コスト改善でカバーできず減益。

#### 【通期の状況】

(売上高)

- 業務用商品やデリ商品の販売数量が苦戦したが、『シャウエッセン』の拡販及び単価改善により増収。

(営業利益)

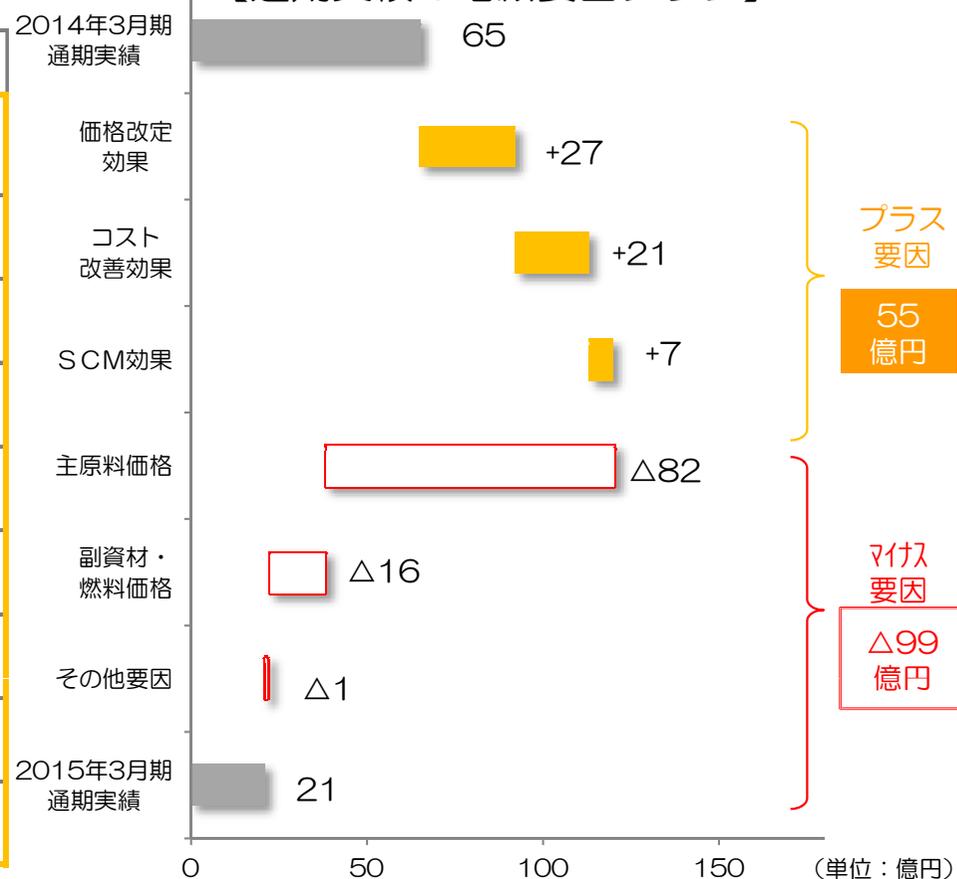
- 価格改定やコスト改善を実行したが、原材料価格の想定以上の高騰に加え、数量伸長ができず減益。

【営業利益増減要因分析】

	2015.03				
	3Q 累計	4Q 実績	通期 計画	通期 実績	計画 差異
価格改定効果	21億円	6億円	27億円	27億円	0億円
コスト改善効果	26億円	△5億円	28億円	21億円	△7億円
SCM効果	7億円	0億円	9億円	7億円	△2億円
主原料・副資材要因	△76億円	△22億円	△98億円	△98億円	0億円
（内訳）主原料価格	△62億円	△20億円	△82億円	△82億円	0億円
（内訳）副資材・燃料等	△14億円	△2億円	△17億円	△16億円	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	△23億円	△21億円	△35億円	△44億円	△9億円

※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。

【通期実績の増減要因グラフ】



●計画差異要因分析（2015年3月期通期）

- ・主原料の想定以上の高騰に加え、円安が進み、原材料高が期初計画を上回った。
- ・販売数量が計画を下回り、コスト改善効果、SCM効果が計画を下回った。

●ギフト売上実績（通期）

- ・2015年3月期の実績は、前年個数比：97%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：109%  
(構成比は、19%に拡大)

(単位：千個)

		2015.03 実績		
		2014.03 実績	2015.03 実績	
		個数	個数	前年比
中元	全社販売個数	2,075	2,116	102%
	(うち美ノ国)	378	431	114%
歳暮	全社販売個数	4,675	4,442	95%
	(うち美ノ国)	780	826	106%
合計	全社販売個数	6,750	6,558	97%
	(うち美ノ国)	1,158	1,257	109%

●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	下期	通期		上期	下期	通期
シャウエッセン	118%	113%	115%	石窯工房群	100%	103%	102%
森の薫りあらびきウイナ-	92%	72%	82%	中華名菜群	91%	98%	94%
ローズハム群	104%	105%	104%	プリフライ群	96%	91%	93%
ベーコン群	105%	98%	101%	ハバ-グ・ミートボール群	99%	98%	98%
焼豚群	86%	91%	88%	カレー群	109%	90%	100%

●チャネル別売上実績

【(参考) 2015年3月期通期 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』は堅調に推移したが、その他のNB商品が苦戦。デリ商品は『中華名菜』等の計画が未達。

②業務用商品

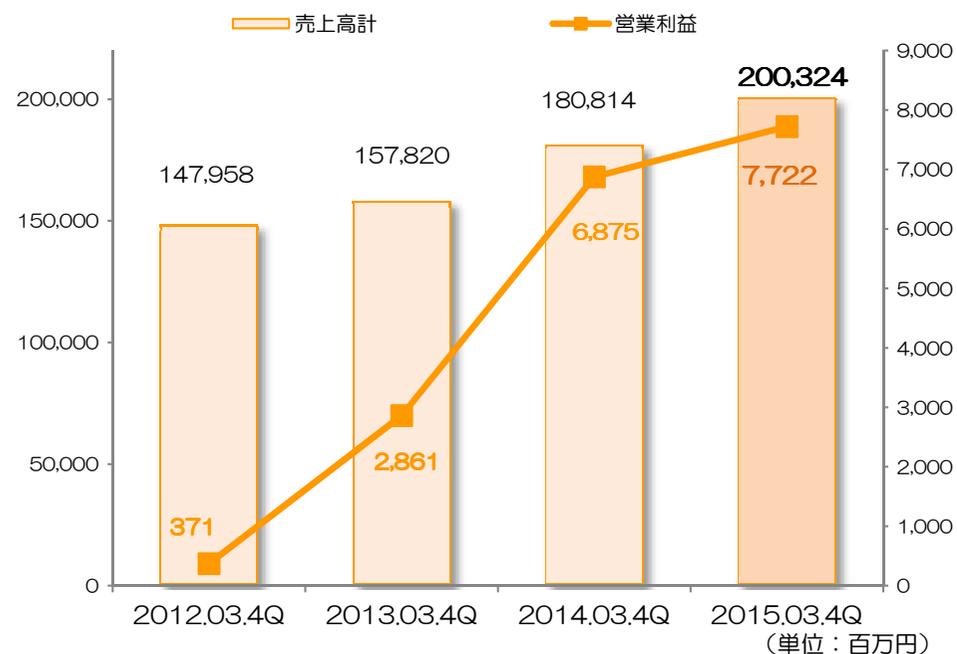
ハム・ソーセージ及びデリ商品ともに、下期において数量面で苦戦。

		数量	金額
ハム・ソーセージ	ｺﾝｼｭｰﾏ	105%	109%
	業務用	92%	96%
	合計	101%	105%
デリ商品	ｺﾝｼｭｰﾏ	97%	99%
	業務用	94%	99%
	合計	95%	99%

(売上高：百万円)

## 第4四半期実績

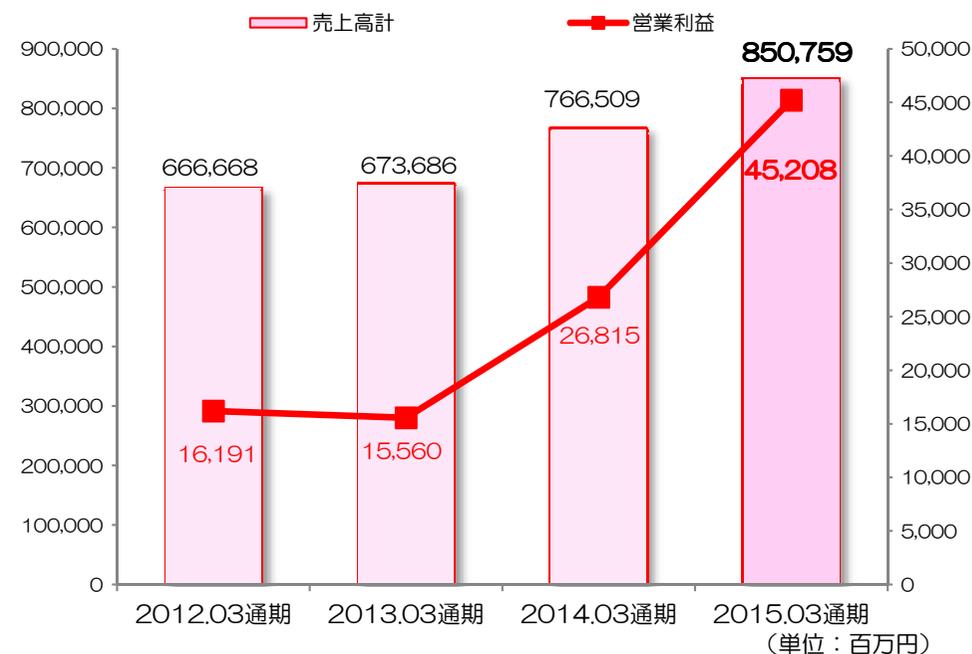
(営業利益：百万円)



(売上高：百万円)

## 通期実績

(営業利益：百万円)



	2014.03 4Q	2015.03 4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	180,814	200,324	19,510	10.8
営業利益	6,875	7,722	847	12.3
営業利益率	3.8%	3.9%	-	-

	2014.03 通期	2015.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	766,509	850,759	84,250	11.0
営業利益	26,815	45,208	18,393	68.6
営業利益率	3.5%	5.3%	-	-

### 【第4四半期の状況】

(売上高)

- ・全畜種ともに相場高騰の中、販売価格が改善し増収。

(営業利益)

- ・国内ファーム事業の好調により増益。

### 【通期の状況】

(売上高)

- ・全畜種ともに相場高騰の中、販売価格が改善し増収。

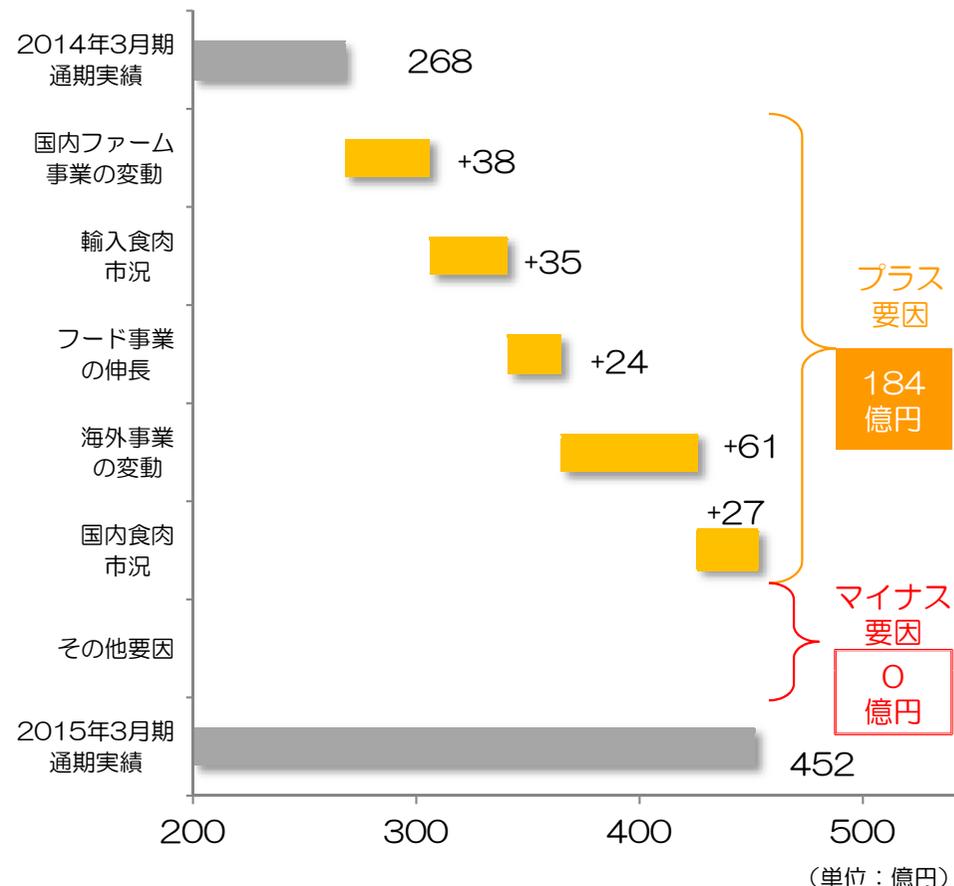
(営業利益)

- ・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。

【営業利益増減要因分析】

	2015.03				
	3Q 累計	4Q 実績	通期 計画	通期 実績	計画 差異
国内ファーム事業の変動	26億円	12億円	25億円	38億円	12億円
輸入食肉市況	28億円	7億円	25億円	35億円	10億円
フード事業の伸長	21億円	2億円	19億円	24億円	5億円
海外事業の変動	85億円	△24億円	69億円	61億円	△8億円
国内食肉市況	20億円	7億円	17億円	27億円	11億円
その他要因	△5億円	5億円	△6億円	0億円	6億円
合計	175億円	9億円	149億円	184億円	35億円

【通期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 (2015年3月期通期)

【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。

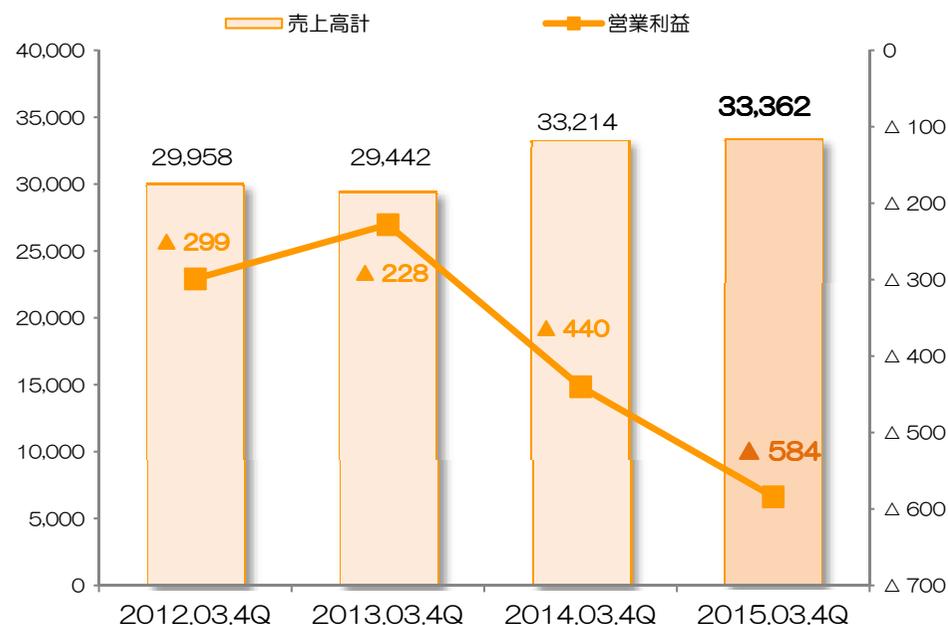
【国内ファーム事業の伸長】

⇒ファーム事業における生産性の改善と国内相場の堅調により計画を上回った。

## 第4四半期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



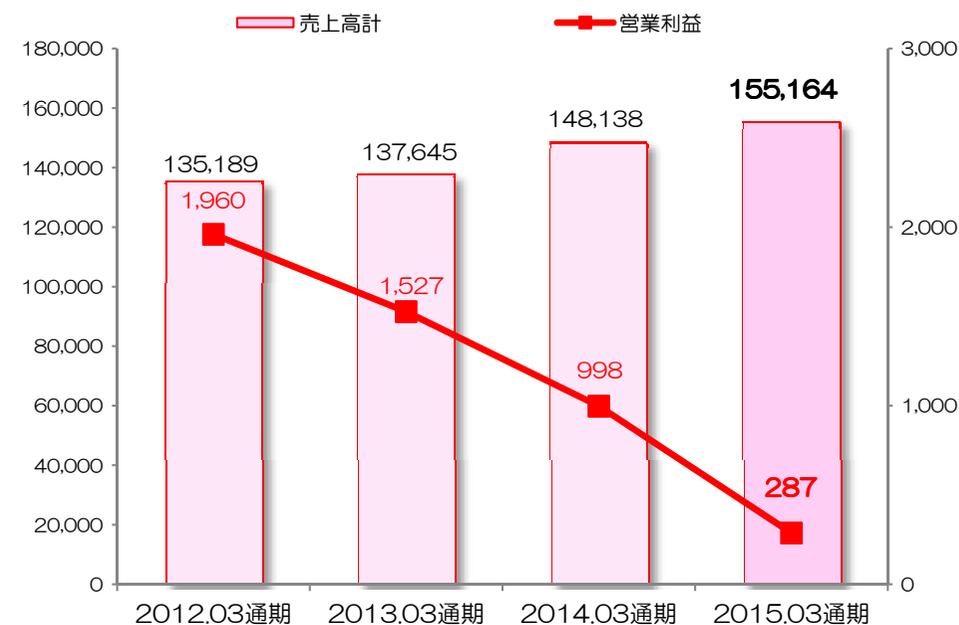
(単位：百万円)

	2014.03 4Q	2015.03 4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	33,214	33,362	148	0.4
営業利益	△ 440	△ 584	△ 144	-
営業利益率	△1.3%	△1.8%	-	-

## 通期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2014.03 通期	2015.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	148,138	155,164	7,026	4.7
営業利益	998	287	△ 711	△ 71.2
営業利益率	0.7%	0.2%	-	-

### 【第4四半期の状況】

(売上高)

- ・水産物は外食店向けが減少し減収。乳製品はヨーグルトが好調で増収。

(営業利益)

- ・水産物は外食店向けの販売が減少し減益。乳製品はチーズ原料高騰と販売数量の減少により減益。

### 【通期の状況】

(売上高)

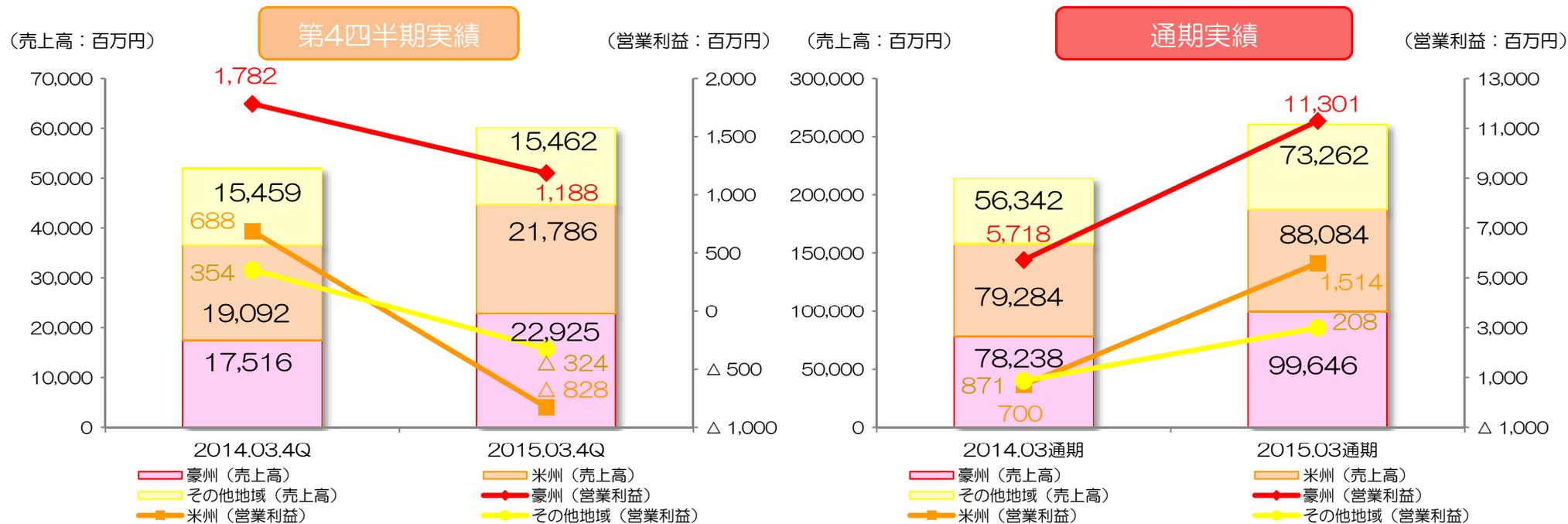
- ・水産物は販売価格が上昇したが、サーモン等の主力魚種の販売数量が減少し前期並み。乳製品はヨーグルトが好調で増収。

(営業利益)

- ・水産物は主力魚種の販売数量の減少により減益。乳製品はチーズの販売数量の減少により減益。

# 6. 海外 主要所在地別 業績

※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。



		2014.03 4Q	2015.03 4Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	50,883	58,288	7,405	14.6
	営業利益	2,820	80	△ 2,740	△ 97.2
豪州	売上高	17,516	22,925	5,409	30.9
	営業利益	1,782	1,188	△ 594	△ 33.3
米州	売上高	19,092	21,786	2,694	14.1
	営業利益	688	△ 828	△ 1,516	-
その他地域	売上高	15,459	15,462	3	0.0
	営業利益	354	△ 324	△ 678	-

		2014.03 通期	2015.03 通期	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	209,188	252,985	43,797	20.9
	営業利益	7,257	12,835	5,578	76.9
豪州	売上高	78,238	99,646	21,408	27.4
	営業利益	5,718	11,301	5,583	97.6
米州	売上高	79,284	88,084	8,800	11.1
	営業利益	700	1,514	814	116.3
その他地域	売上高	56,342	73,262	16,920	30.0
	営業利益	871	208	△ 663	△ 76.1

### 【第4四半期の状況】

(豪州)

- ・仕入コストの上昇により減益。

(米州)

- ・出荷頭数の回復により、豚相場が下落し減益。

(その他の地域)

- ・欧州は苦戦したものの、アジアの伸長により売上は前年並み。

### 【通期の状況】

(豪州)

- ・米国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)

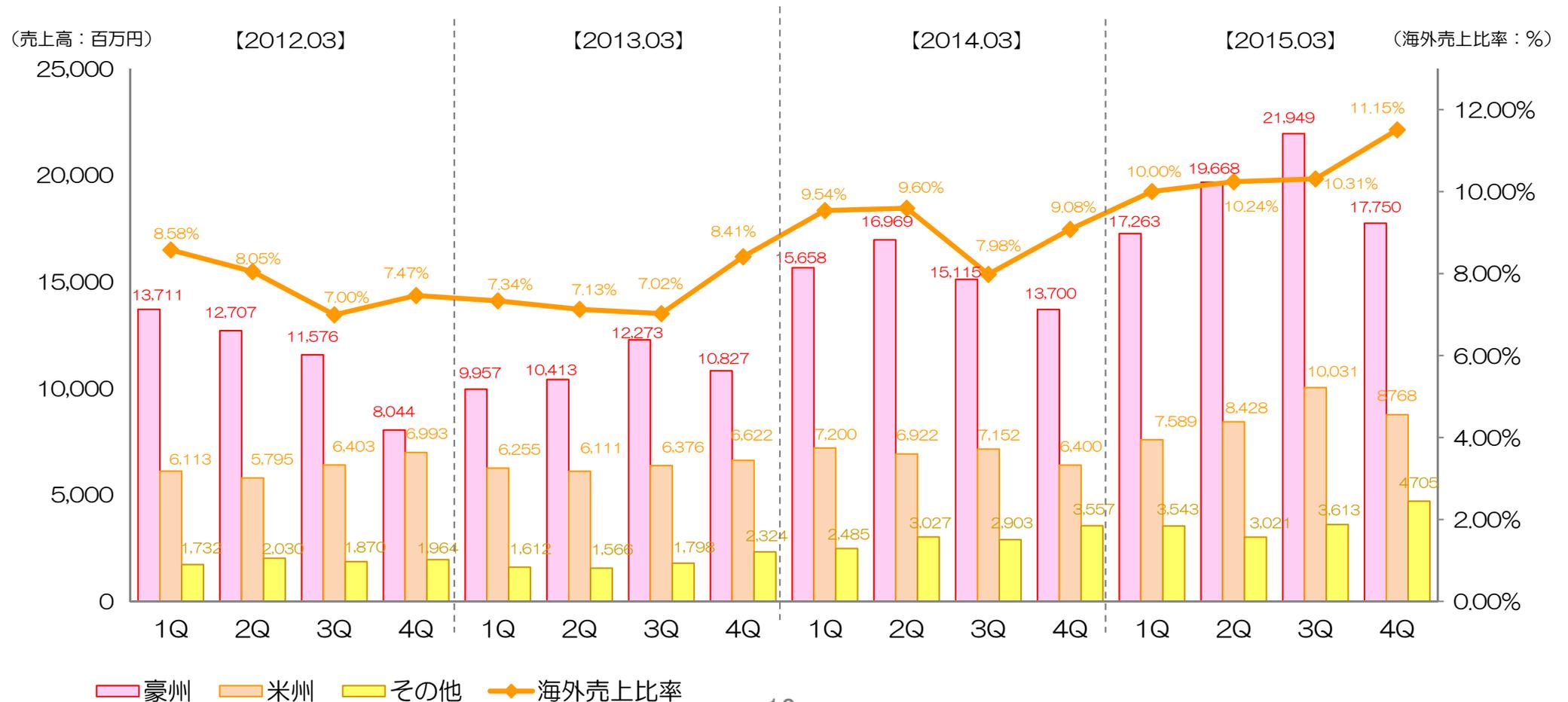
- ・売上は伸長したが、アジア地域が苦戦し減益。

# 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2012	2013	2014.03					2015.03				
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
豪州	46,038	43,470	15,658	16,969	15,115	13,700	61,442	17,263	19,668	21,949	17,750	76,630
米州	25,304	25,364	7,200	6,922	7,152	6,400	27,674	7,589	8,428	10,031	8,768	34,816
その他	7,596	7,300	2,485	3,027	2,903	3,557	11,972	3,543	3,021	3,613	4,705	14,882
海外計	78,938	76,134	25,343	26,918	25,170	23,657	101,088	28,395	31,117	35,593	31,223	126,328
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%	11.15%	10.42%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

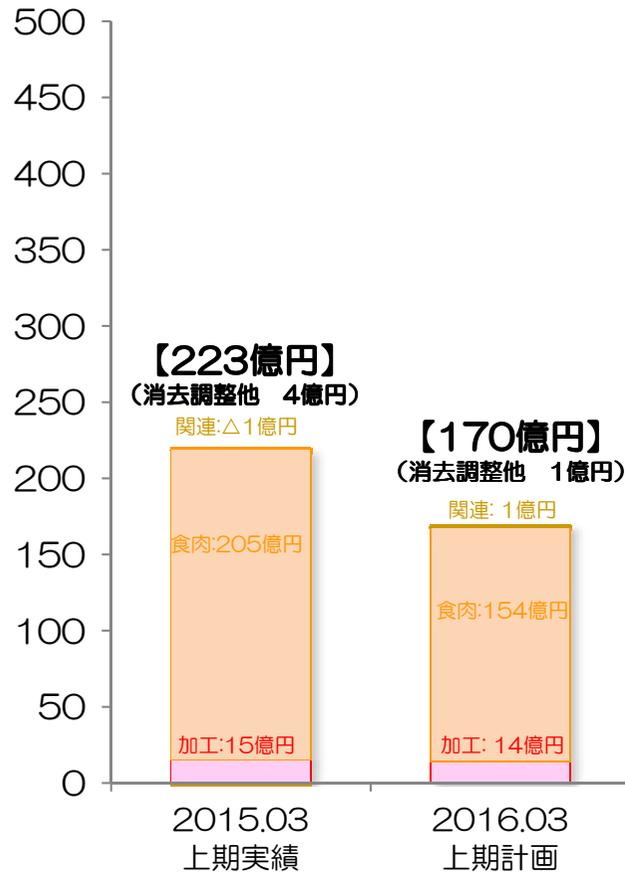


## Ⅱ. 2016年3月期の見通し

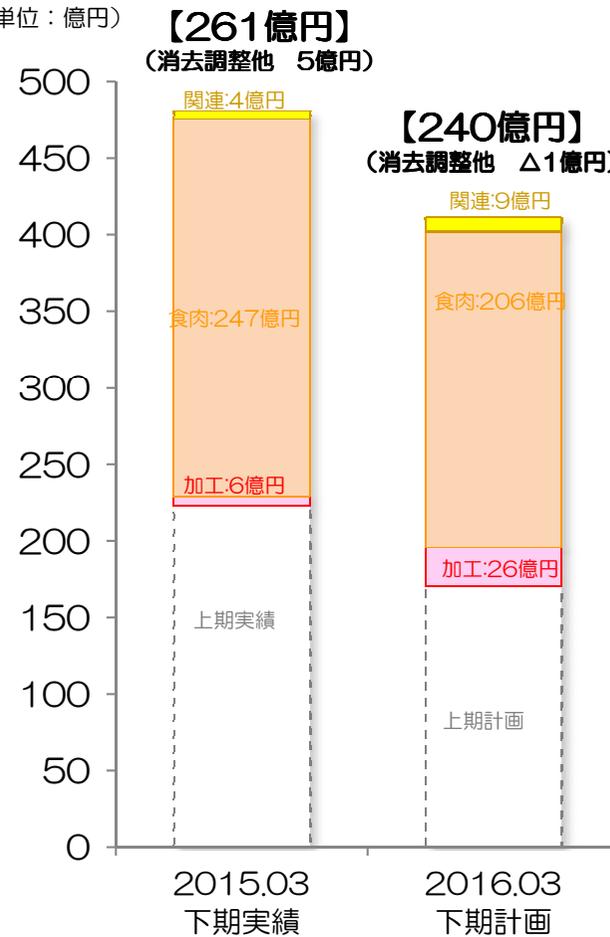
1. 2016年3月期 営業利益計画
2. 2016年3月期計画（加工事業本部）
3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2016年3月期計画（関連企業本部）

# 1. 2016年3月期 営業利益計画

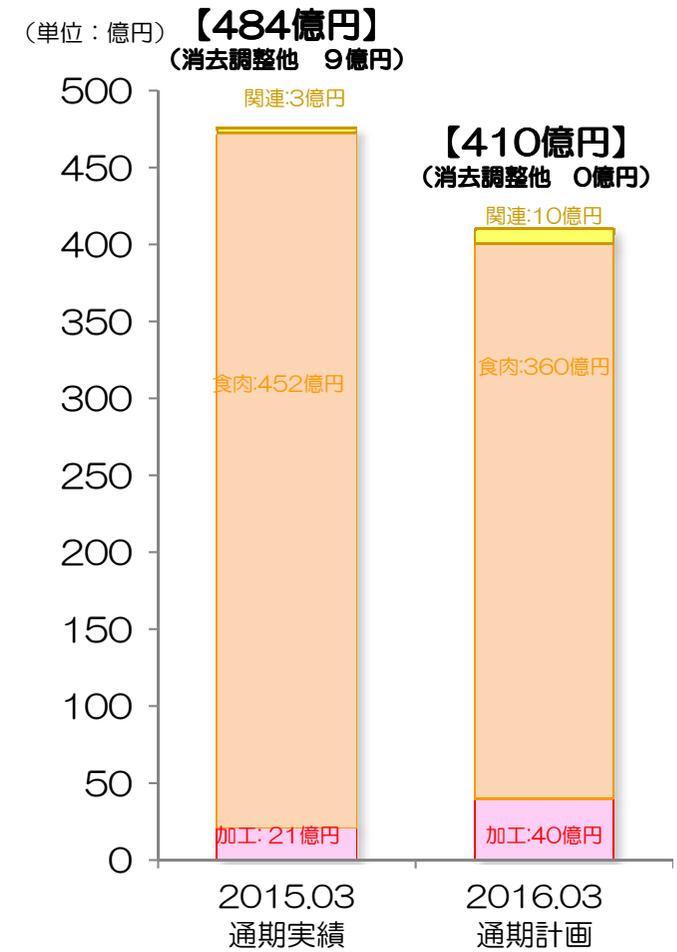
(単位：億円)



(単位：億円)



(単位：億円)



	2016.03 上期計画			2016.03 下期計画			2016.03 通期見込み		
	2015.03 上期実績		増減	2015.03 下期実績		増減	2015.03 通期実績		増減
加工事業本部	15億円	<b>14億円</b>	△1億円	6億円	<b>26億円</b>	20億円	21億円	<b>40億円</b>	19億円
食肉事業本部	205億円	<b>154億円</b>	△51億円	247億円	<b>206億円</b>	△41億円	452億円	<b>360億円</b>	△92億円
関連企業本部	△1億円	<b>1億円</b>	2億円	4億円	<b>9億円</b>	6億円	3億円	<b>10億円</b>	7億円
消去調整他	4億円	<b>1億円</b>	△3億円	5億円	<b>△1億円</b>	△6億円	9億円	<b>0億円</b>	△9億円
合計	223億円	<b>170億円</b>	△53億円	261億円	<b>240億円</b>	△21億円	484億円	<b>410億円</b>	△74億円

### ●施策

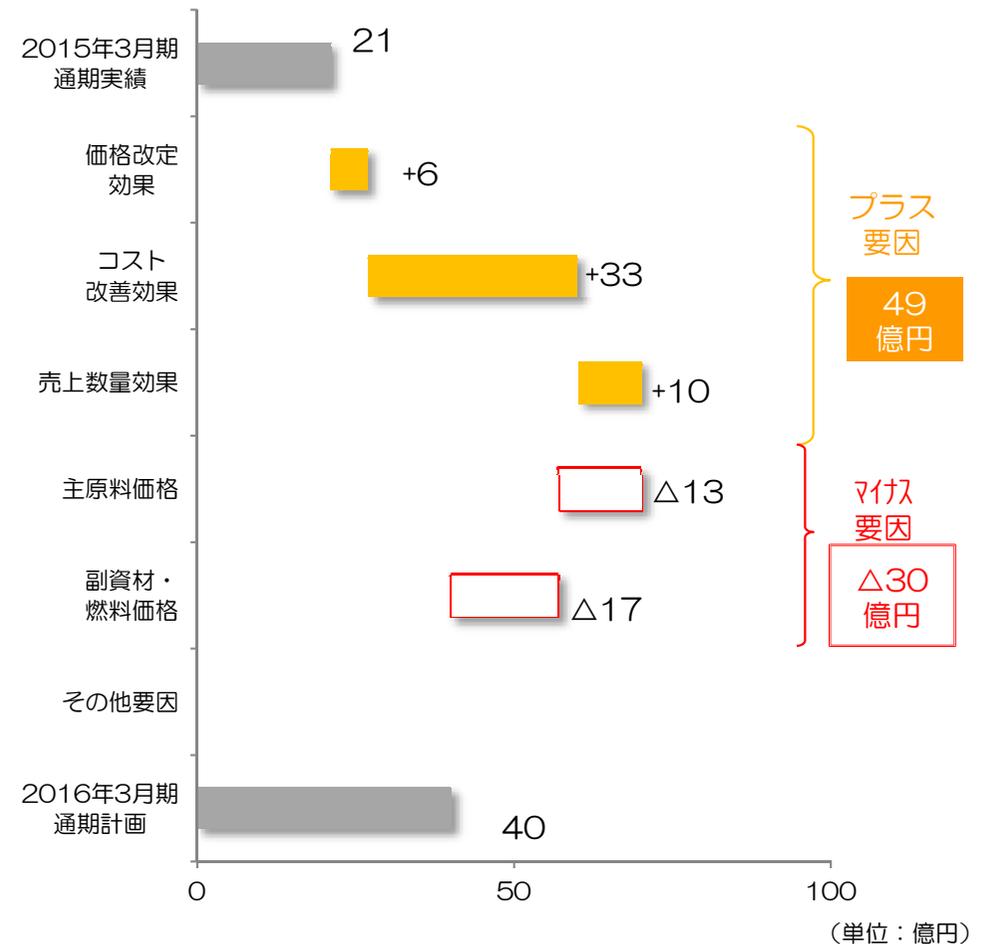
- ・NB商品のブラッシュアップ。（カテゴリーNO.1商品の育成）
- ・生産コスト削減による競争優位性の確保。（茨城工場のコスト改善効果の発現等）
- ・既存領域の育成・拡大の取り組みに加え、新規事業領域である「市販冷食」、「海外現地販売」、「物流事業」の事業拡大。
- ・ベンダー事業の収益改善。

【営業利益増減要因分析】

	2016.03期 計画				
	1Q 計画	2Q 計画	3Q 計画	4Q 計画	通期 計画
価格改定効果	6億円	0億円	0億円	0億円	6億円
コスト改善効果	11億円	10億円	8億円	4億円	33億円
売上数量効果	1億円	4億円	4億円	1億円	10億円
主原料・副資材要因	△24億円	△9億円	1億円	2億円	△30億円
（内訳）主原料価格	△19億円	△4億円	5億円	5億円	△13億円
（内訳）副資材・燃料等	△5億円	△5億円	△4億円	△3億円	△17億円
その他要因	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円
合計	△6億円	5億円	13億円	7億円	19億円

※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。

【通期計画の増減要因グラフ】



### ●ギフト売上拡大施策

- ・中元、歳暮ギフト共に103%を目標。  
(前年比、個数ベース)
- ・商品力強化によりボリュームゾーン攻略。
- ・旗艦ブランド「美ノ国」のロイヤリティの向上。(「美ノ国」は120%を目標)

(単位：千個)

		2015.03 実績		2016.03 計画	
		個数	前年比	個数	前年比
中元	全社販売個数	2,116	102%	2,180	103%
	(うち美ノ国)	431	114%	518	120%
歳暮	全社販売個数	4,442	95%	4,575	103%
	(うち美ノ国)	826	106%	990	120%
合計	全社販売個数	6,558	97%	6,755	103%
	(うち美ノ国)	1,257	109%	1,508	120%

### ●主要ブランド売上拡大施策

#### ①ハム・ソーセージ

- ・「シャウエッセン」のシェア確保と重点ブランドの「森の薫り」、「彩りキッチン」のブラッシュアップと販売を強化。

#### ②デリ商品

- ・「石窯工房」の新商品による新たな食シーンの提案、「中華名菜」等の販促強化を行い、主力商品の集中的な拡販を図る。

【(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	2016.03通期計画	デリ商品	2016.03通期計画
シャウエッセン	100%	石窯工房群	105%
森の薫りあらびきリッパ-	145%	中華名菜群	105%
ロースハム群	105%	プリフライ群	102%
ベーコン群	105%	ハンバーグ・ミートボール群	104%
焼豚群	102%	カレー群	105%

### ●チャンネル別売上拡大施策

#### ①コンシューマー

- ハム・ソーセージ、デリ商品ともに主要ブランドの拡販を図る。

#### ②業務用

- 重点カテゴリー商品のメニュー提案で、CVS、外食を中心に販売強化を図る。

【(参考) チャンネル別 売上高計画 (対前年同期比)】

2016.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	101%
	業務用	103%
	合計	102%
デリ商品	コンシューマ	104%
	業務用	106%
	合計	105%

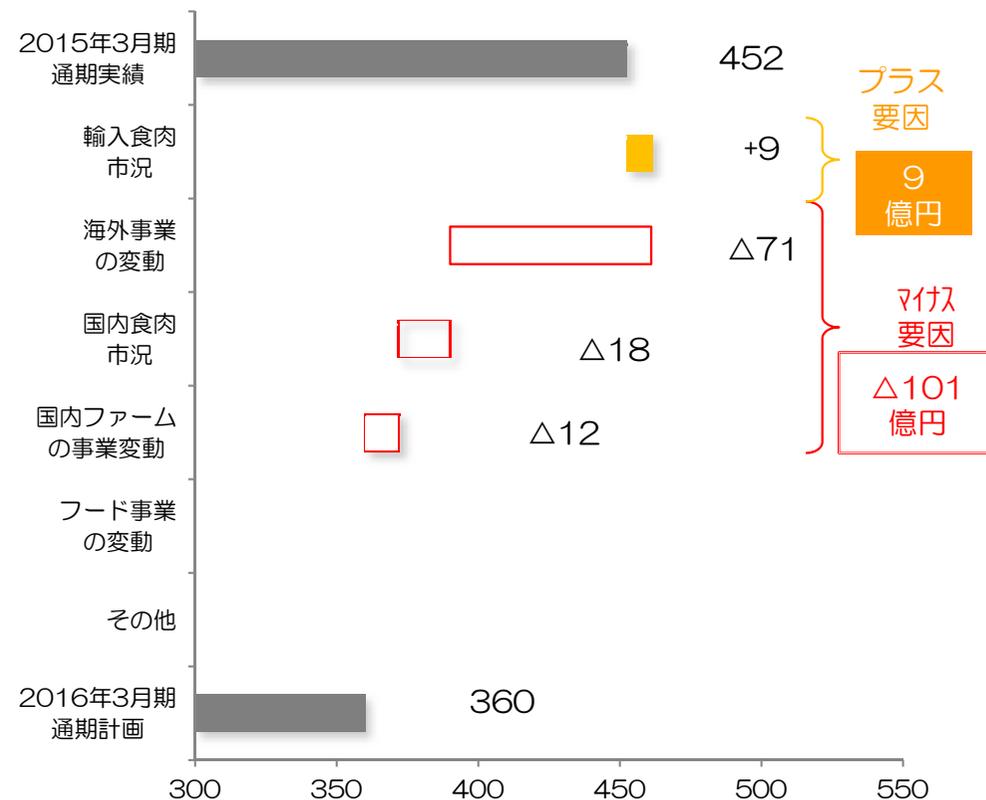
#### ●施策

- 【国内生産】・・・川上事業の強化、生産コストの改善等によりコスト競争力のアップ。
- 【輸入食肉】・・・ブランド食肉等の積極的販売による売上数量、シェアの拡大。
- 【海外事業】・・・海外拠点の連携とグループブランドを活かした市場開発の強化。
- 【フード事業】・・・自社商品、ブランド商品を提案営業により拡販し、シェア及び収益の拡大。
- 【国内食肉】・・・需要の少ない部位の拡販と社外調達力強化による売上数量の拡大。

【営業利益増減要因分析】

	2016.03月期 計画				
	1Q 計画	2Q 計画	3Q 計画	4Q 計画	通期 計画
輸入食肉市況	△3億円	△1億円	4億円	9億円	9億円
海外事業の変動	△22億円	△25億円	△28億円	3億円	△71億円
国内食肉市況	1億円	△5億円	△8億円	△6億円	△18億円
国内ファーム事業の変動	1億円	3億円	△6億円	△11億円	△12億円
フード事業の伸長	2億円	△1億円	△1億円	1億円	0億円
その他要因	0億円	△1億円	0億円	1億円	0億円
合計	△21億円	△30億円	△39億円	△2億円	△92億円

【通期計画の増減要因グラフ】



※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。

### 3. 2016年3月期計画 食肉事業本部②

#### ●国内生産事業

##### ①飼料価格

・海外のトウモロコシ価格は落ち着いてきたが、円安の影響もあり今期も高値で推移する見通し。

##### ②国内ファーム事業

- ・豚肉相場は出荷頭数の回復等もあり、前年よりも下がる見通し。
- ・鶏肉相場は、上期は前年よりも高値基調で推移、下期は前年よりも下がる見通し。

#### ●海外事業

##### ①豪州

- ・豪州生産農家からの牛生体の確保が厳しい局面となることが予想される。
- ・依然として米国からの豪州牛への引き合いは堅調。

##### ②米州

- ・シアトルに新たな営業拠点を開設し水産品、加工食品を含めた現地販売を強化。
- ・豚出荷頭数回復により、相場価格は下がる見通し。

##### ③その他（アジア・欧州）

- ・欧州産ブランド豚肉の仕入強化。アジアにおける顧客の開拓。

【（参考）2015.03 通期豪州事業販売実績】

主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	20%	101%
米国	26%	153%
韓国	11%	103%
中国	6%	66%
台湾	5%	105%
豪州国内	19%	85%
その他※	13%	127%
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）

- ・食肉重点7ブランドのグループ販売戦略の実施
- 【国産品】恵みの国（牛）、麦小町（豚）、桜姫（鶏）
- 【輸入品】ワイアリーフ、コーディさんの牛肉（牛）、すこやか三元豚、ドルチェポルコ（豚）



## 4. 2016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)

- ・顧客視点に基づく自社商品の開発や、高齢者・単身世帯向けの個食・即食・簡便商品の開発、拡販。
- ・店頭でのプロモーション、メニュー提案等の強化。
- ・釧路丸水(株)の年間安定稼働と同社を活用した原料調達の強化、量販店等での「北海道産商品」のコーナー化や「北海道フェア」の実施。



(写真) 釧路丸水  
『北釧鯖 しめ鯖』

#### (宝幸)

- ・サバ缶詰を中心とする八戸工場商品の増産と販売促進強化。

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### (チーズ)

- ・ベビーチーズの新アイテム投入、スモークチーズの増産等による市販用商品の拡販。
- ・業務用得意先に対する的確な提案と情報収集によるニーズの取り込み。

#### (ヨーグルト)

- ・店頭やweb等を活用した新たな食べ方提案、商品プロモーションの強化。
- ・CVSチャネル向けの商品開発。



(写真) 日本ルナ  
『ココナッツヨー  
グルトボウル』



(写真) ロルフ  
『おとなのベビー  
チーズ生ハムり』

### ●主原料・副資材価格の動向

- ・チーズ原料は、原産国での生産拡大と新興国の需要拡大が落ち着き、契約単価は下期に向け下落傾向。国産原料は、生乳不足により価格は上昇。
- ・ヨーグルト原料は、海外相場は弱含むが、国内生乳の不足により、引き続き高止まりを見込む。

## Ⅲ. 2015年3月期 期末財務データ

1. 2015年3月期連結業績概要及び2016年3月期計画
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2016年3月期計画

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績						2016年3月期計画					
	上期 実績	前年比	下期 実績	前年比	通期 実績	前年比	上期 計画	前年比	下期 計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	587,623	7.6	625,179	8.6	1,212,802	8.1	600,000	2.1	640,000	2.4	1,240,000	2.2
ハム・ソーセージ	73,608	9.2	76,495	0.5	150,103	4.6	74,000	0.5	79,000	3.3	153,000	1.9
加工食品	105,285	2.5	107,128	1.7	212,413	2.1	109,000	3.5	112,000	4.5	221,000	4.0
食肉	332,163	9.2	358,909	13.8	691,072	11.6	337,000	1.5	363,000	1.1	700,000	1.3
牛肉	133,108	5.9	144,565	16.7	277,673	11.3	135,000	1.4	146,000	1.0	281,000	1.2
豚肉	116,964	9.1	123,696	11.4	240,660	10.2	116,000	△ 0.8	123,000	△ 0.6	239,000	△ 0.7
鶏肉	69,845	14.6	77,358	9.8	147,203	12.0	74,000	5.9	81,000	4.7	155,000	5.3
その他食肉	12,246	20.5	13,290	34.2	25,536	27.2	12,000	△ 2.0	13,000	△ 2.2	25,000	△ 2.1
水産	44,592	3.6	49,804	2.1	94,396	2.8	46,000	3.2	51,000	2.4	97,000	2.8
乳製品	14,495	9.5	14,069	8.1	28,564	8.8	15,000	3.5	15,000	6.6	30,000	5.0
その他	17,480	11.0	18,774	8.1	36,254	9.4	19,000	8.7	20,000	6.5	39,000	7.6
売上原価	481,482	6.7	511,541	9.5	993,023	8.1						
売上総利益	106,141	11.7	113,638	4.5	219,779	7.8						
売上総利益率	18.1%	-	18.2%	-	18.1%	-						
販売費及び一般管理費	83,796	0.8	87,539	3.0	171,335	1.9						
営業利益	22,345	87.2	26,099	9.8	48,444	35.7	17,000	△ 23.9	24,000	△ 8.0	41,000	△ 15.4
税引前利益	20,947	96.0	23,597	△ 4.1	44,544	26.2	16,000	△ 23.6	23,000	△ 2.5	39,000	△ 12.4
当社株主帰属当期純利益	15,067	97.7	15,981	△ 5.5	31,048	26.6	11,000	△ 27.0	16,000	0.1	27,000	△ 13.0

\*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2013年3月期比)				2015年3月期 (対2014年3月期比)			
	4Q		通期		4Q		通期	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	9.0	8.8	0.2	2.5	△ 8.9	△ 2.0	△ 0.1	4.6
加工食品	0.8	2.8	△ 0.2	1.6	△ 5.2	0.3	△ 1.9	2.1
食肉	△ 1.9	14.0	△ 0.4	14.4	△ 1.3	12.8	△ 2.7	11.6
牛肉	2.3	16.8	8.4	21.8	△ 9.6	16.1	△ 5.3	11.3
豚肉	△ 7.6	10.4	△ 4.8	9.0	△ 3.4	9.7	△ 8.0	10.2
鶏肉	1.3	14.0	△ 1.2	11.5	5.6	9.4	4.3	12.0
その他食肉	11.7	25.8	△ 4.0	8.1	27.0	32.1	18.3	27.2

### 【所在地別セグメント状況】

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績			2016年3月期計画					
	上期実績	下期実績	通期実績	上期計画	前年比	下期計画	前年比	通期計画	前年比
国内売上高	528,673	559,159	1,087,832	531,600	0.6	564,400	0.9	1,096,000	0.8
外部顧客売上高	528,111	558,363	1,086,474	531,100	0.6	563,900	1.0	1,095,000	0.8
セグメント間内部売上高	562	796	1,358	500	△ 11.0	500	△ 37.2	1,000	△ 26.4
国内営業利益	15,306	20,463	35,769	14,200	△ 7.2	20,600	0.7	34,800	△ 2.7
国内売上高営業利益率	2.9%	3.7%	3.3%	2.7%	-	3.6%	-	3.2%	-
海外売上高	126,369	126,616	252,985	141,800	12.2	141,200	11.5	283,000	11.9
外部顧客売上高	59,512	66,816	126,328	68,900	15.8	76,100	13.9	145,000	14.8
セグメント間内部売上高	66,857	59,800	126,657	72,900	9.0	65,100	8.9	138,000	9.0
海外営業利益	7,195	5,640	12,835	2,800	△ 61.1	3,400	△ 39.7	6,200	△ 51.7
海外売上高営業利益率	5.7%	4.5%	5.1%	2.0%	-	2.4%	-	2.2%	-

\*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 通期実績	2015年3月期		
		通期実績	対前年増減率	対前年増減額
★① < 販管費 >				
販売費および一般管理費	168,093	171,335	1.9	3,242
人件費	65,315	66,132	1.3	817
広告宣伝費	11,221	11,187	△ 0.3	△ 34
★② 物流費	49,741	51,280	3.1	1,539
その他	41,816	42,736	2.2	920

#### 主な増減要因

- ★① 販管費                      売上高販管費率は 15.0% から 14.1% へと 0.9ポイント低下。
- ★② 物流費                        売上数量拡大により運賃など15億円の増加。

(単位：百万円)

	2014年3月期 通期実績	2015年3月期	
		通期実績	対前年同期増減
★① その他の営業費用及び(△収益) - 純額	686	4,231	3,545
固定資産関連	543	4,239	3,696
その他	143	△ 8	△ 151
その他の収益及び(△費用) - 純額	1,791	1,678	△ 113
受取利息・配当金	1,095	1,151	56
為替差損益	1,063	△ 88	△ 1,151
その他	△ 367	615	982
支払利息	1,502	1,347	△ 155

#### 主な増減要因

- ★① その他の営業費用及び(△収益) - 純額    NHファクトリー兵庫工場移転に伴う関連損失等による増加

## 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 通期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	627,220	661,567	5.5	34,347
	現金及び現金同等物	74,928	57,404	△ 23.4	△ 17,524
★②	売上債権	118,141	127,273	7.7	9,132
★③	棚卸資産	122,115	143,107	17.2	20,992
	有形固定資産	236,669	252,537	6.7	15,868
	投資及びその他の資産	34,267	41,170	20.1	6,903
	長期繰延税金資産	10,091	7,067	△ 30.0	△ 3,024
	負債合計	303,245	305,143	0.6	1,898
	支払手形及び買掛金	97,353	94,212	△ 3.2	△ 3,141
★④	有利子負債	144,963	136,806	△ 5.6	△ 8,157
	退職金及び年金債務	12,584	12,075	△ 4.0	△ 509
	当社株主資本	320,984	353,664	10.2	32,680
	非支配持分	2,991	2,760	△ 7.7	△ 231
	資本合計	323,975	356,424	10.0	32,449

### 主な増減要因

- ★① 資産合計      ②③を含めて約343億円の増加。
- ★② 売上債権      売上増及び消費税増により前期末比、約91億円の増加。
- ★③ 棚卸資産      主に食肉の増加により前期末比、約210億円の増加。
- ★④ 有利子負債      短期及び長期借入金の返済により、約82億円の減少。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2014年3月期 通期実績	2015年3月期				2016年3月期 計画
	通期計画	通期実績	対前年増減率	対前年増減額	計画	
設備投資額	29,152	49,200	35,694	22.44	6,542	59,100
生産設備	18,768	25,000	21,762	15.95	2,994	20,700
販売・物流設備	2,518	6,600	2,586	2.70	68	8,100
ファーム・処理設備	4,670	10,500	6,943	48.67	2,273	12,500
海外事業設備	1,509	4,500	2,764	83.17	1,255	13,400
その他設備	1,687	2,600	1,639	△ 2.85	△ 48	4,400
減価償却費	18,649	19,700	18,951	1.62	302	21,000

## 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		2016年3月期 通期計画
	通期実績	通期実績	対前年増減額	
★① 営業活動キャッシュ・フロー	32,952	29,681	△ 3,271	60,000
★② 投資活動キャッシュ・フロー	△ 27,021	△ 31,517	△ 4,496	△ 65,300
財務活動キャッシュ・フロー	△ 9,373	△ 17,187	△ 7,814	17,100

### 主な増減要因

#### ★① 営業キャッシュ・フローの主な内訳

(単位：百万円)

	2014年3月期	2015年3月期	
	通期実績	通期実績	対前年増減額
売上債権（△増）減	6,339	△ 8,929	△ 15,268
棚卸資産（△増）減	△ 8,215	△ 20,259	△ 12,044

#### ★② 投資キャッシュ・フローの主な内訳

(単位：百万円)

	2014年3月期	2015年3月期	
	通期実績	通期実績	対前年増減額
固定資産の取得	△ 22,690	△ 34,519	△ 11,829

## 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により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。