

# 決算説明資料

～2017年3月期 第1四半期～

説明会開催予定日  
2016年8月2日（火）  
日本ハム株式会社

# 目次

- I. 2017年3月期 第1四半期連結業績の総括
- II. 2017年3月期の見通し
- III. 2017年3月期 第1四半期財務データ

# I. 2017年3月期 第1四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1四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部
3. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部
4. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部
5. オペレーティング・セグメント情報 海外事業本部
6. 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1四半期

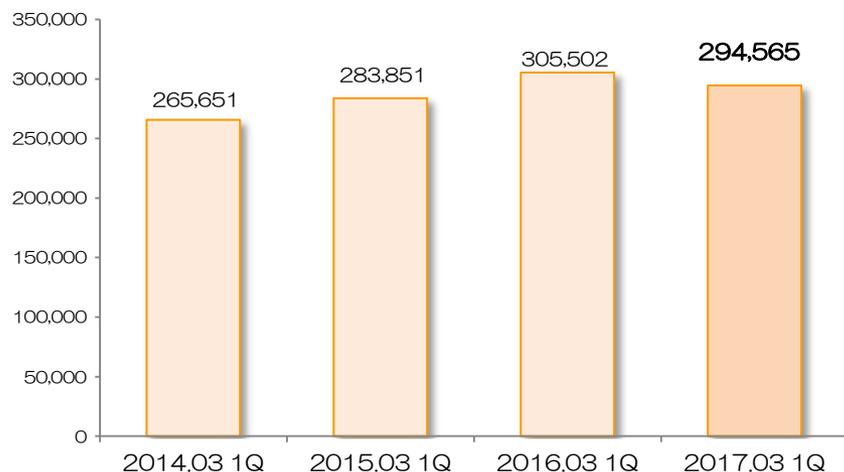
(単位：百万円)

		2014.03.1Q	2015.03.1Q	2016.03.1Q	2017.03.1Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	78,435	82,555	79,604	81,388	1,784	2.2
	営業利益	753	1,069	40	1,119	1,079	-
食肉事業本部	売上高	161,007	172,321	187,180	184,293	△ 2,887	△ 1.5
	営業利益	3,588	6,212	9,120	8,342	△ 778	△ 8.5
関連企業本部	売上高	33,832	35,441	36,909	37,709	800	2.2
	営業利益	△ 25	△ 38	192	589	397	206.8
海外事業本部	売上高	49,899	60,207	68,199	57,459	△ 10,740	△ 15.7
	営業利益	△ 451	2,275	2,610	△ 809	△ 3,419	-
消去調整他	売上高	△ 57,522	△ 66,673	△ 66,390	△ 66,284	106	-
	営業利益	611	404	△ 85	227	312	-
連結合計	売上高	265,651	283,851	305,502	294,565	△ 10,937	△ 3.6
	営業利益	4,476	9,922	11,877	9,468	△ 2,409	△ 20.3

(単位：百万円)

売上高

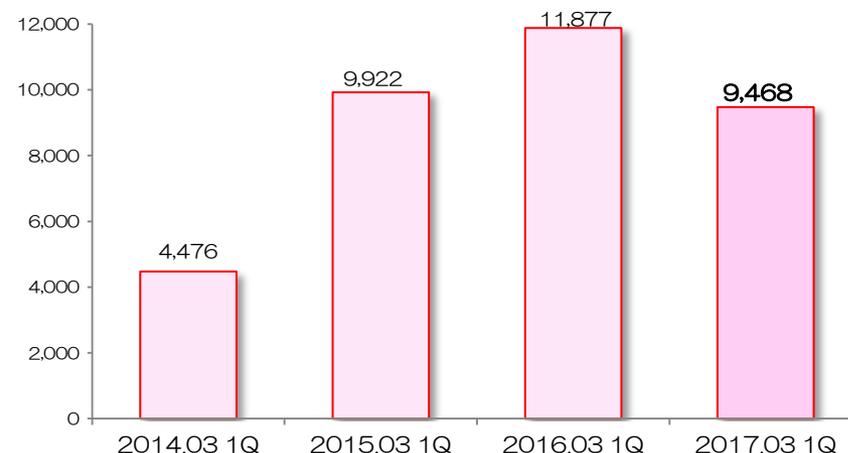
(連結)



(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。

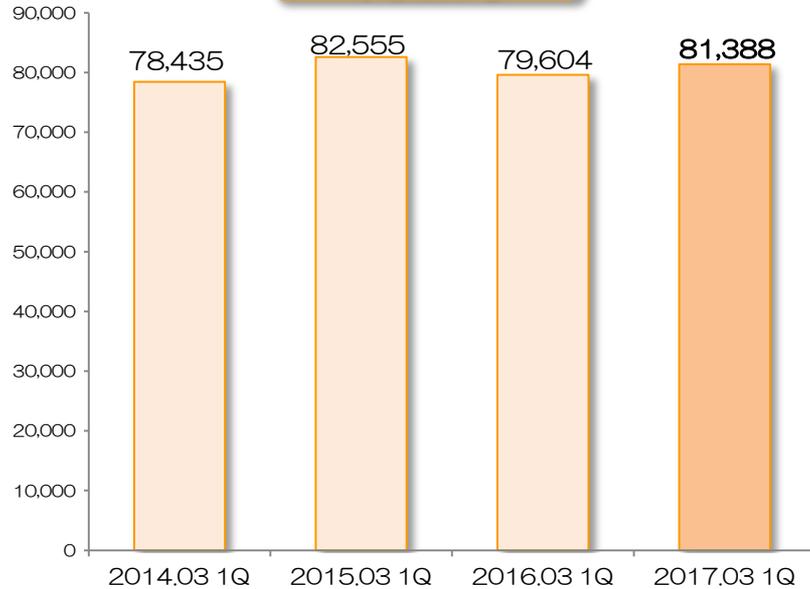
※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

※海外事業本部の新設により過年度分を遡及、組替えし記載しています。

## 2. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①

(売上高：百万円)

### 売上高



(単位：百万円)

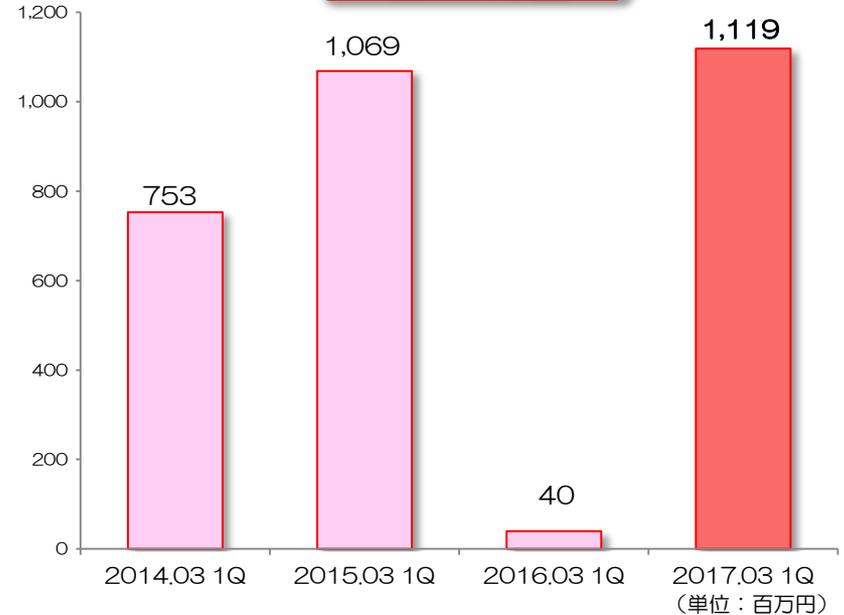
	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	79,604	81,388	1,784	2.2

#### 【第1四半期の売上状況】

量販店向けPB商品の回復が遅れているが、デリ商品の「極み焼ハンバーグ」等の新商品が伸長した事に加え、業務用商品が回復し増収。

(営業利益：百万円)

### 営業利益



(単位：百万円)

	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	40	1,119	1,079	-
営業利益率	0.1%	1.4%	-	-

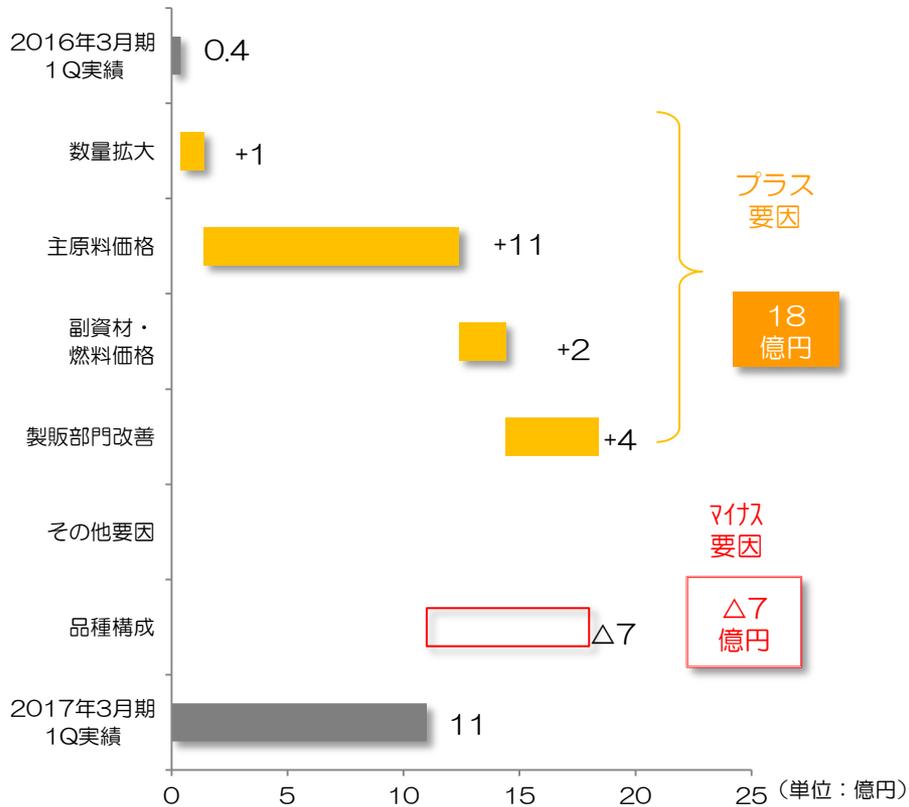
#### 【第1四半期の営業利益状況】

業務用商品の数量回復などによる販売数量増加により、製造部門での生産性が改善した事に加え、原燃料価格が好転し増益。

【営業利益増減要因分析】

	2017.03期		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
数量拡大	2億円	1億円	△1億円
利益率改善	9億円	10億円	1億円
外部要因	14億円	13億円	△1億円
（内訳）主原料価格	12億円	11億円	△1億円
（内訳）副資材・燃料等	2億円	2億円	0億円
内部要因	△5億円	△3億円	2億円
（内訳）品種構成（商品リニューアル）	△10億円	△7億円	3億円
（内訳）製販部門改善	5億円	4億円	△1億円
その他要因	0億円	0億円	0億円
合計	11億円	11億円	0億円

【1Q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（1Q）

- 【数量拡大】・・・量販店向けPB商品の回復遅れや、エリア対応商品の投入時期が遅れ、やや計画を下回った。
- 【品種構成】・・・価格対応商品の発売タイミングの遅れにより計画までには至らなかった。
- 【製販部門改善】・・・計画数量に届かず、生産工場でのコスト改善が計画をやや下回った。

## ●主要ブランド売上実績



(写真)  
「シャウエッセン」



(写真)  
ブランド食肉を使用した  
「桜姫®の大きな唐揚げ」

【(参考) 主要ブランド商品売上高実績 (対前年同期比)】

ハム・ソーセージ	2017.03	デリ商品	2017.03
	1Q実績		1Q実績
シャウエッセン	104%	石窯工房群	100%
森の薫りあらびきりッパ-	89%	中華名菜群	98%
彩りキッチンシリーズ	94%	プリフライ群	106%
グルメイドステーキ	110%	ハンバーグ・ミートボール群	106%
焼豚群	85%	カレー群	119%
コンシューマ商品計	97%	コンシューマ商品計	102%

## ●チャネル別売上実績

### ①コンシューマ商品

ハム・ソーセージについてはPB商品の回復遅れにより昨年を若干下回った。  
デリ商品については「極み焼ハンバーグ」やブランド食肉を使用した新商品が好調に推移し昨年を上回った。

### ②業務用商品

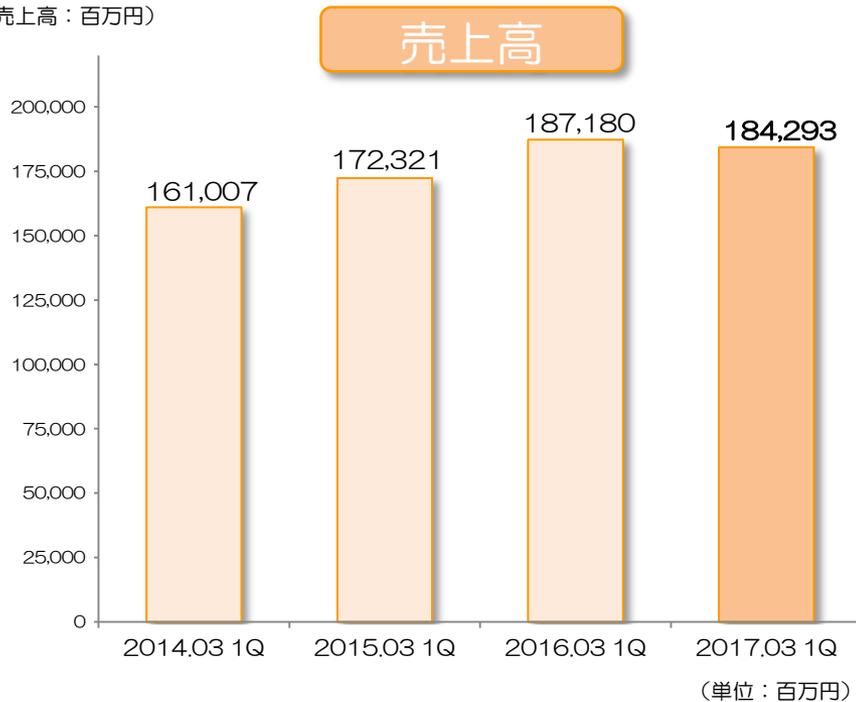
ハム・ソーセージについては大手外食チェーンに大型商品が導入となり昨年を上回った。  
デリ商品については重点カテゴリーへのメニュー提案を継続して行ったCVSチャネル向け商品が伸長し、昨年を上回った。

【(参考) 2017年3月期1Q チャネル別伸び率 (対前年同期比)】

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	99%	97%
	業務用	106%	107%
	合計	101%	99%
デリ商品	コンシューマ	104%	102%
	業務用	105%	104%
	合計	105%	103%

### 3. 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)

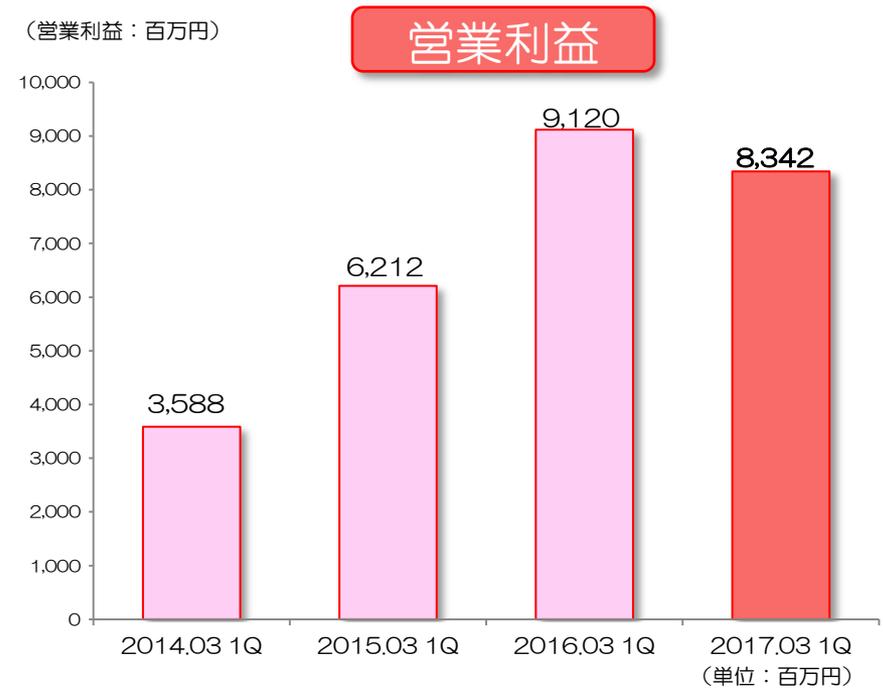


	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	187,180	184,293	△ 2,887	△ 1.5

**【第1四半期の売上状況】**

輸入牛肉、輸入豚肉の販売数量は増加したが、輸入鶏肉の販売数量減、販売価格下落により減収。

(営業利益：百万円)



	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	9,120	8,342	△ 778	△ 8.5
営業利益率	4.9%	4.5%	-	-

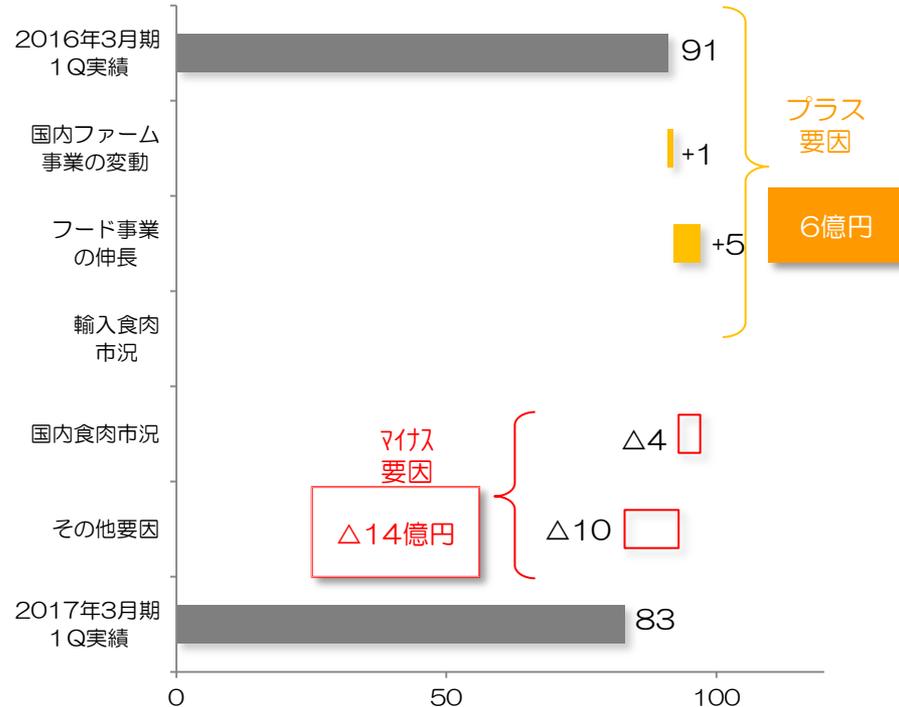
**【第1四半期の営業利益状況】**

フード会社の販売数量は伸長したものの、輸入鶏肉の在庫過多で相場が下落し減益。

【営業利益増減要因分析】

	2017.03月期		
	1Q計画	1Q実績	計画差異
輸入食肉市況	△ 4億円	0億円	4億円
国内食肉市況	△ 1億円	△4億円	△3億円
国内ファーム事業の変動	△ 5億円	1億円	6億円
フード事業の伸長	3億円	5億円	2億円
その他要因	△ 4億円	△10億円	△6億円
合計	△ 11億円	△8億円	3億円

【1Q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。

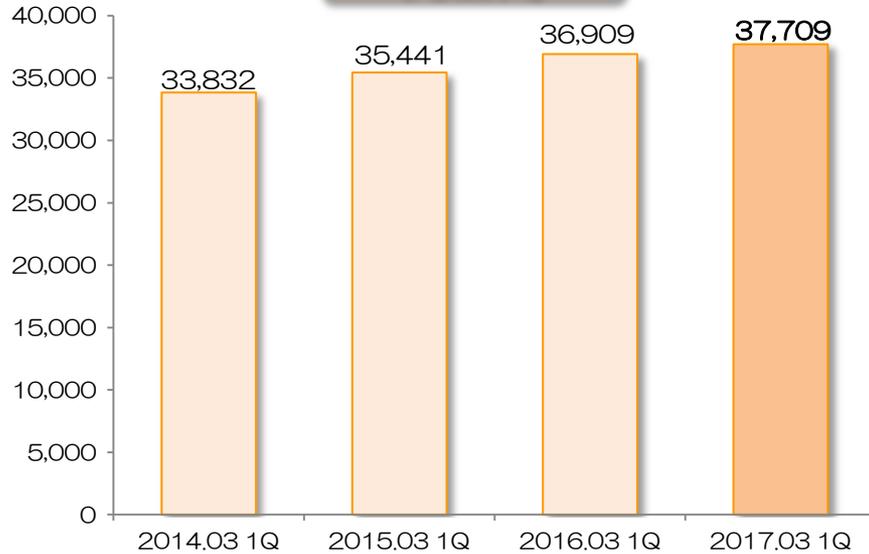
(単位：億円)

●計画差異要因分析 (1Q)

- 【輸入食肉市況】・・・輸入鶏肉は苦戦するも、輸入牛肉の利益率が改善し計画を上回った。
- 【国内ファーム事業の変動】・・・鶏肉相場は昨年より下落したものの、豚肉を中心に相場が反転し計画を上回った。

(売上高：百万円)

## 売上高



(単位：百万円)

	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	36,909	37,709	800	2.2

### 【第1四半期の売上状況】

#### (水産事業)

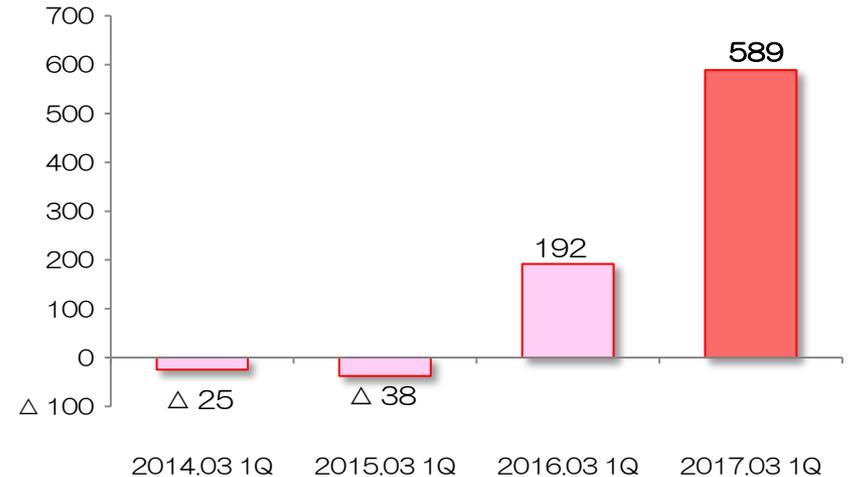
量販チャンネル向け主力商品であるエビ、イカ、サーモン製品、釧路丸水(株)のタコ製品などの自社製造商品が伸長した事に加え、外食チャンネル向け商品も好調に推移し増収。

#### (乳製品事業)

販促を強化した「バニラヨーグルト」やドリンクヨーグルトが伸長した事に加え、チーズについても製パンチャンネル、外食チャンネルでの販売が好調に推移し増収。

(営業利益：百万円)

## 営業利益



(単位：百万円)

	2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	192	589	397	206.8
営業利益率	0.5%	1.6%	-	-

### 【第1四半期の営業利益状況】

#### (水産事業)

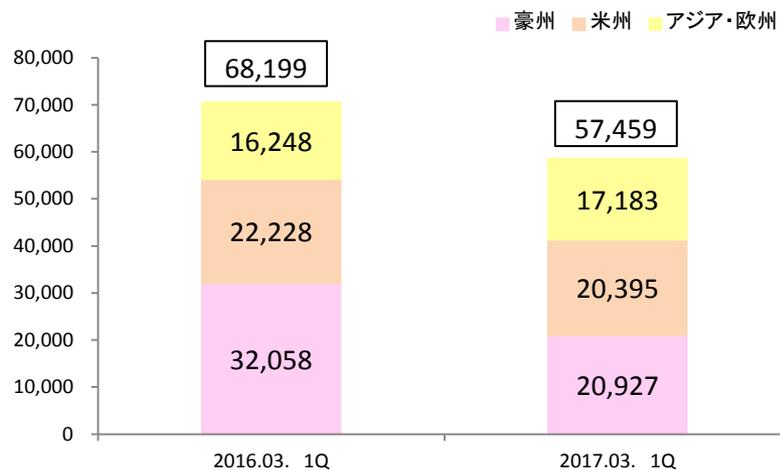
自社製造商品を中心に販売が伸長した事に加え、サーモンなどの相場が好転した事により増益。

#### (乳製品事業)

ヨーグルト、乳酸菌飲料の売上伸長と、チーズの売上伸長により工場稼働率が改善したことに加え、原料価格が好転した事により増益。

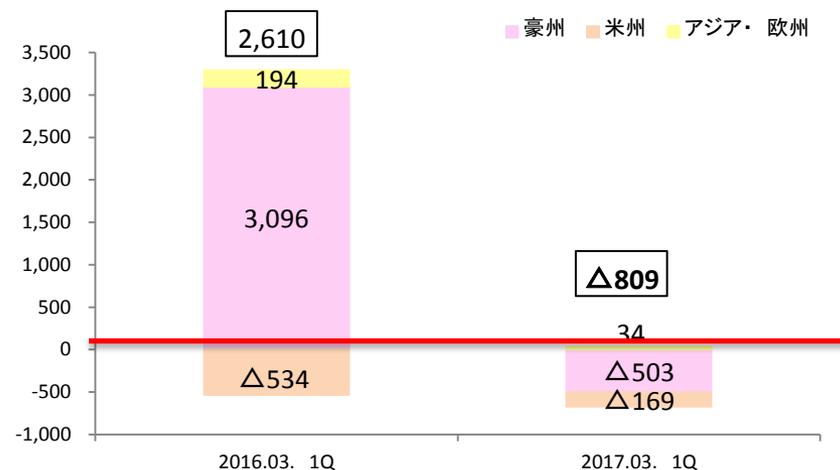
## 売上高

(売上高：百万円)



## 営業利益

(営業利益：百万円)



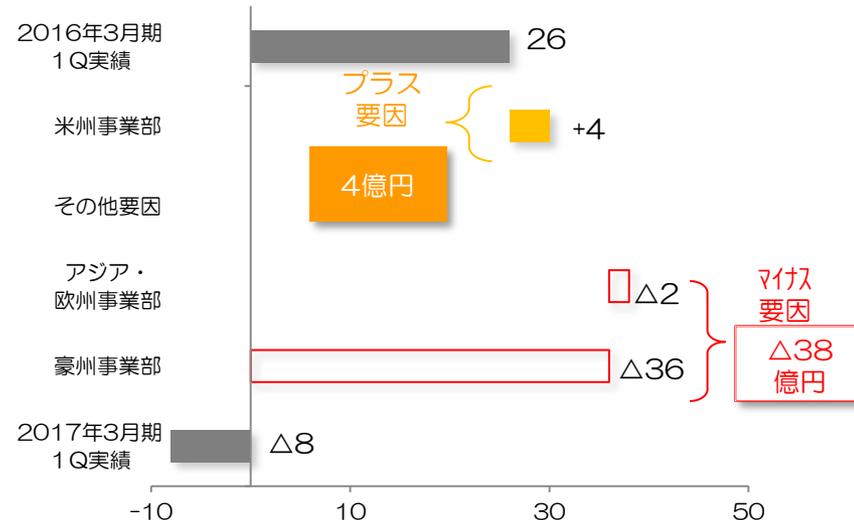
※売上金額、営業利益は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。  
(セグメント間取引の消去があるため、海外計は各地域の合計とは一致しません)

		2016.03 1Q	2017.03 1Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	68,199	57,459	Δ 10,740	Δ 15.7
	営業利益	2,610	Δ 809	Δ 3,419	-
豪州	売上高	32,058	20,927	Δ 11,131	Δ 34.7
	営業利益	3,096	Δ 503	Δ 3,599	-
米州	売上高	22,228	20,395	Δ 1,833	Δ 8.2
	営業利益	Δ 534	Δ 169	365	-
アジア・欧州	売上高	16,248	17,183	935	5.8
	営業利益	194	34	Δ 160	Δ 82.5

**【第1四半期の売上状況】**  
米州事業における加工事業の販売は伸長したが、養豚事業の売上減少や、豪州事業における出荷頭数の減少により販売が苦戦し、減収。

## 【営業利益増減要因分析】

	2017.03月期 計画		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
豪州事業部	△29億円	△36億円	△7億円
米州事業部	2億円	4億円	2億円
アジア・欧州事業部	1億円	△2億円	△3億円
その他要因	△1億円	0億円	1億円
合計	△27億円	△34億円	△7億円



### 計画差異要因

#### ●豪州事業

素牛仕入コストが急激に高騰し高値で推移した事に加え、牛集荷難の影響で工場稼働率が下がり計画を下回った。

#### ●米州事業

養豚事業における豚肉相場の回復や、「Crazy Cuizine」等の加工品の米国内販売が好調に推移し計画を上回った。

#### ●アジア・欧州事業

欧州事業は日本・香港・台湾への豚肉輸出が伸長したが、中国の生産工場での豚肉を中心とした輸入原料価格の高騰等コスト高の影響を受け計画を下回った。

# 6. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2014.03	2015.03	2016.03					2017.03
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
豪州	61,451	76,646	24,145	18,183	16,708	11,348	70,384	14,838
米州	27,744	34,898	9,761	10,145	9,552	7,038	36,496	7,531
アジア・欧州	11,995	14,907	3,386	5,543	6,372	5,474	20,775	4,550
海外計	101,190	126,451	37,292	33,871	32,632	23,860	127,655	26,919
海外売上比率	9.02%	10.43%	12.21%	10.76%	9.52%	8.59%	10.29%	9.14%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

(売上高：百万円)

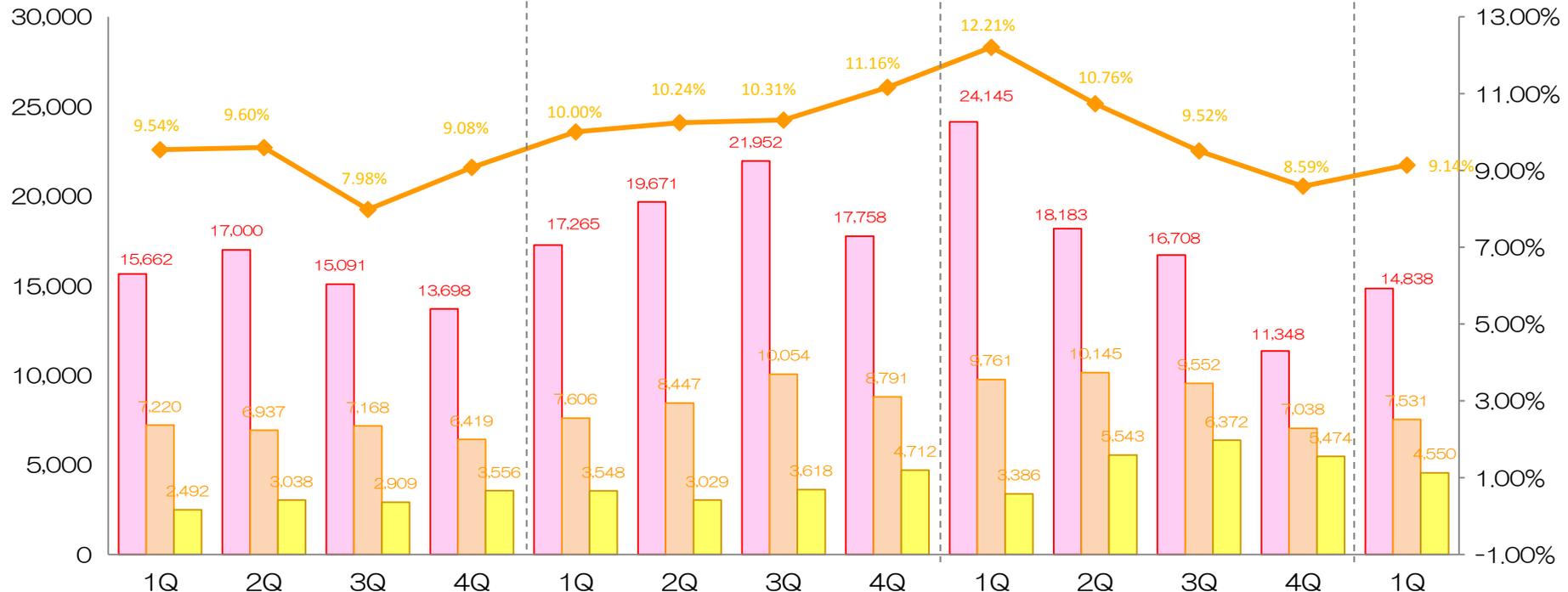
【2014.03】

【2015.03】

【2016.03】

【2017.03】

(海外売上比率：%)



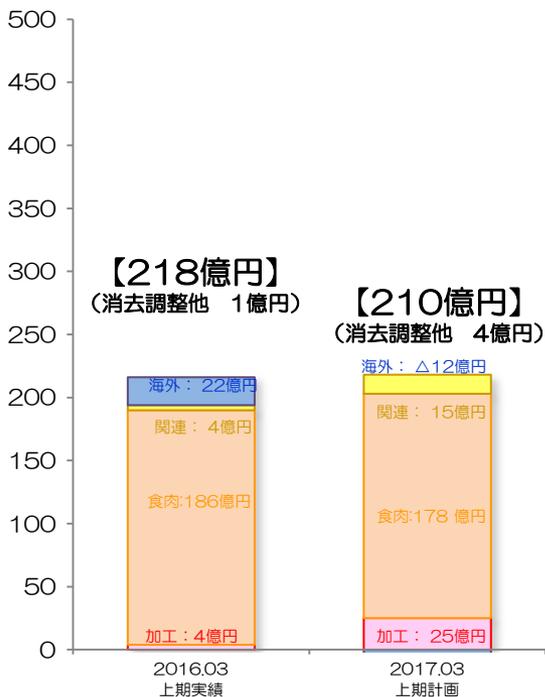
豪州 米州 その他 海外売上比率

## Ⅱ. 2017年3月期の見通し

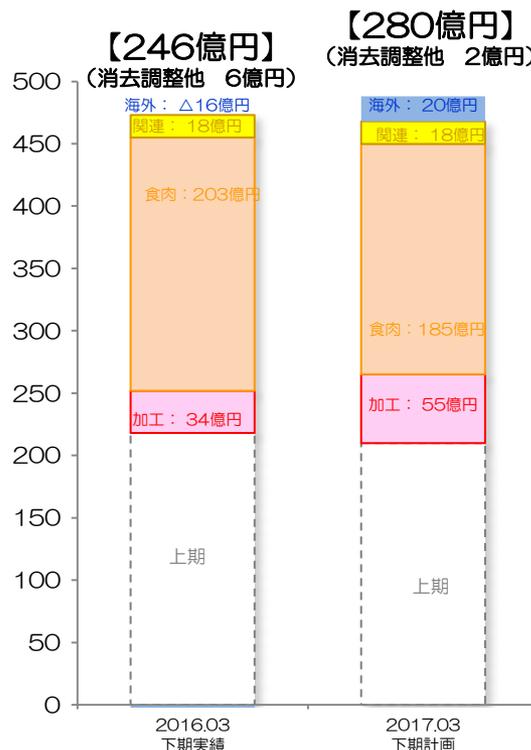
1. 2017年3月期 営業利益計画
2. 2017年3月期計画（加工事業本部）
3. 2017年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2017年3月期計画（関連企業本部）
5. 2017年3月期計画（海外事業本部）

# 1. 2017年3月期 営業利益計画①

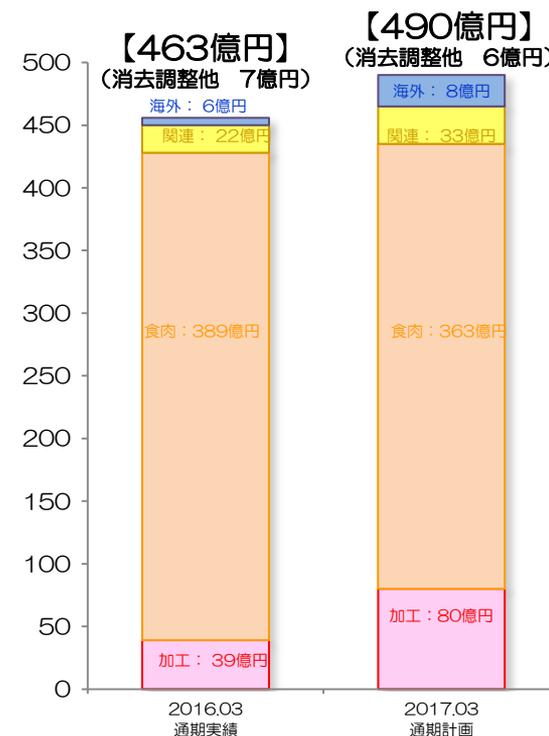
(単位：億円)



(単位：億円)



(単位：億円)



	2017.03 上期計画			2017.03 下期計画			2017.03 通期見込み		
	2016.03 上期実績	増減	2016.03 下期実績	増減	2016.03 通期実績	増減			
加工事業本部	4億円	21億円	34億円	21億円	39億円	41億円			
食肉事業本部	186億円	△8億円	203億円	△18億円	389億円	△26億円			
関連企業本部	4億円	11億円	18億円	0億円	22億円	11億円			
海外事業本部	22億円	△12億円	△16億円	36億円	6億円	2億円			
消去調整他	1億円	3億円	6億円	△4億円	7億円	△1億円			
合計	218億円	△8億円	246億円	34億円	463億円	27億円			

# 1. 2017年3月期 営業利益計画②

## 【期初計画との差異】

※第2四半期、上期及び通期計画については、第1四半期時に見直した計画となっています。

	2017.03.2Q計画			2017.03 上期計画			2017.03 通期見込み		
	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画		計画差
加工事業本部	14億円	14億円	0億円	25億円	25億円	0億円	80億円	80億円	0億円
食肉事業本部	90億円	95億円	5億円	170億円	178億円	8億円	355億円	363億円	8億円
関連企業本部	7億円	9億円	2億円	12億円	15億円	3億円	30億円	33億円	3億円
海外事業本部	4億円	△4億円	△8億円	3億円	△12億円	△15億円	23億円	8億円	△15億円
消去調整他	0億円	2億円	2億円	0億円	4億円	4億円	2億円	6億円	4億円
合計	115億円	115億円	0億円	210億円	210億円	0億円	490億円	490億円	0億円

※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。

加工事業本部	期初計画との差異								
	2Q計画			上期計画			通期計画		
	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画		計画差
数量拡大	3億円	3億円	0億円	5億円	4億円	△1億円	10億円	9億円	△1億円
利益率改善	7億円	7億円	0億円	15億円	17億円	1億円	31億円	32億円	1億円
外部要因	11億円	11億円	0億円	24億円	24億円	0億円	40億円	40億円	0億円
(内訳) 主原料価格	9億円	9億円	0億円	20億円	20億円	0億円	30億円	30億円	0億円
(内訳) 副資材・燃料等	2億円	2億円	0億円	4億円	4億円	0億円	10億円	10億円	0億円
内部要因	△4億円	△4億円	0億円	△9億円	△7億円	2億円	△9億円	△7億円	2億円
(内訳) 品種構成(商品リニューアル)	△10億円	△10億円	0億円	△20億円	△17億円	3億円	△30億円	△27億円	3億円
(内訳) 製販部門改善	6億円	6億円	0億円	11億円	10億円	△1億円	21億円	20億円	△1億円
その他	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円
合計	10億円	10億円	0億円	20億円	20億円	0億円	41億円	41億円	0億円

食肉事業本部	期初計画との差異								
	2Q計画			上期計画			通期計画		
	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画		計画差
輸入食肉市況	△2億円	△2億円	0億円	△6億円	△2億円	5億円	9億円	14億円	5億円
国内食肉市況	△1億円	△2億円	△1億円	△3億円	△6億円	△4億円	△10億円	△14億円	△4億円
国内ファーム事業の変動	△5億円	△6億円	△1億円	△10億円	△5億円	5億円	△16億円	△10億円	5億円
フード事業の伸長	2億円	3億円	1億円	6億円	8億円	2億円	△13億円	△11億円	2億円
その他要因	1億円	7億円	6億円	△3億円	△4億円	△1億円	△4億円	△5億円	△1億円
合計	△5億円	0億円	5億円	△16億円	△8億円	8億円	△34億円	△26億円	8億円

※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. 2017年3月期計画（加工事業本部）

### ●ギフト売上拡大施策

- ・中元、歳暮合わせて昨年比110%伸長計画。
- ・『美ノ国』に関しては昨年比123%伸長計画。  
（※構成比は26%）
- ・バラエティーニーズへの対応商品の強化。

（単位：千個）

		2016.03 実績		2017.03 計画	
		個数	前年比	個数	前年比
中元	全社販売個数	2,070	98%	2,070	100%
	（うち美ノ国）	507	118%	563	111%
歳暮	全社販売個数	3,878	87%	4,488	116%
	（うち美ノ国）	865	105%	1,125	130%
合計	全社販売個数	5,948	91%	6,558	110%
	（うち美ノ国）	1,372	109%	1,688	123%

### ●主要ブランド売上拡大施策

【（参考） 主要ブランド商品売上高計画（対前年同期比）】

#### ①ハム・ソーセージ

- ・「シャウエッセン」の更なるシェア拡大と「森の薫り」、「彩りキッチンシリーズ」などの販売強化とブラッシュアップを行う。

#### ②デリ商品

- ・「中華名菜」、「石窯工房」の重点カテゴリー及び「極み焼ハンバーグ」等の新商品の販売強化を行う。
- ・「中華名菜」、「天津閣」での中華コーナー展開や、朝食などの売場のコーナー展開を強化し、更なる拡販を図る。

ハム・ソーセージ	2017.03通期計画	デリ商品	2017.03通期計画
シャウエッセン	102%	石窯工房群	105%
森の薫りあらびきりカ-	105%	中華名菜群	102%
彩りキッチンシリーズ	110%	プリフライ群	108%
グルメイドステーキ	110%	ハンバーグ・ミートボール群	104%
焼豚群	110%	カレー群	102%

### ●チャンネル別売上拡大施策

【（参考）チャンネル別 売上高計画（対前年同期比）】

#### ①コンシューマ

- ・ハム・ソーセージ、デリ商品共に、量販店向けPB対策と販促展開を実施。
- ・秋冬新商品を投入し、売上拡大を図る。

#### ②業務用

- ・製販の見える化による主カラインの特性を活かした新商品提案を行い、売上拡大、販路拡大を図る。

#### ③エリア戦略の推進

- ・地域密着営業の強化と地域性を加味した商品開発の実施。

2017.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	104%
	業務用	106%
	合計	104%
デリ商品	コンシューマ	104%
	業務用	108%
	合計	106%

### 3. 2017年3月期計画（食肉事業本部）

#### ●国内生産事業

- ・不安定な動きを見せる穀物相場だが、円高傾向ということもあり安定した推移を見込む。
- ・下期にかけて、鶏肉の生産数量の減少が見込まれることから、鶏肉の市況は回復と見込む。
- ・豚はP E Dの影響は未だあるが、下期にかけて生産は安定すると見込む。

#### ●国内食肉市況

- ・牛肉価格は高値で推移するものの、数量増は見込めずコストを転嫁できるか不透明。
- ・豚肉価格はP E Dの影響が落ち着きつつあるものの、相場は昨年並み、若しくは若干上げる見通し。
- ・鶏肉は下期にかけて供給がタイトな状況が見込まれるため、市況は回復を見込む。

#### ●輸入食肉市況

- ・牛肉は米国産の入荷増加を受け、マーケットの拡大を見込むも価格は高値推移。
- ・豚肉は日本向け価格は大きな変動はないが、中国の需要が増加している為注意が必要。
- ・鶏肉は夏場から秋口にかけて在庫調整が進み、現地価格の先高感から市場は回復が見込まれる。

#### ●食肉販売（フード会社）

- ・北海道と近畿エリアでの桜姫のTVCM展開を足掛かりに、積極的な販促で数量増を見込む。
- ・外食向けを始めとした新規開拓を進め数量増につなげる。

## 4. 2017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）

- ・超高压加工機を用いたロングライフチルド商品と新規販売チャネル向け商品の開発や既存商品のブラッシュアップ等により三重工場製品を拡販する。
- ・釧路丸水(株)を活用した北海道フェアの実施強化によるタコ製品等の主力商品の拡販と、北海道産原料にこだわった高付加価値商品の開発を行う。
- ・仕入ソースの拡充、グループ（チリ日本ハム、宝幸）連携により原料・商品の調達力を強化する。

#### （宝幸）

- ・八戸工場の増産体制の構築と販促強化による拡販。
- ・地域を限定したTVCM投入により鯖缶の更なる拡販を図る。

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### （チーズ）

- ・ベビーチーズ及びスモークチーズの生産性向上を図り、増産体制を整え拡大する市販用チーズ市場でのシェア拡大を図る。
- ・新規業務用取引先等の多様化するニーズに対して、長年培ったノウハウによる提案（商品開発）を行い業務用のシェアを更に拡大し、本格的に稼動を開始したロルフ大和プラントの増産体制を確立する。

#### （ヨーグルト）

- ・更なる生産性向上の追及により製造能力拡大を図り、バニラヨーグルトを始めとした主力商品の拡販を図る。
- ・TVCM、店頭やwebと連動した販促により商品プロモーションを強化する。
- ・新たな食べ方提案、継続的な新商品の投入等によりTOP CUPを柱商材へ育成する。

### ●主原料・副資材価格動向

- ・水産品は、世界的な需要が増加しており、一部の魚種で短期的な下げはあっても、基本的には上げ基調。
- ・チーズ原料は、原産国のヨーロッパ地域では底を打って反転したが、オセアニア地域は依然として中国経済の減速等で供給過剰状態にあり安値継続と見込む。
- ・ヨーグルト原料（脱脂粉乳）は、チーズ原料と同様に海外相場は安値が継続するが、国内生乳不足により、国内産は引き続き高止まりを見込む。



（写真）  
マリンフーズ(株)  
超高压加工機を用いた  
漁師町バルシリーズ  
「蒸し牡蠣のオイル漬け」



（写真）  
釧路丸水(株)  
北海道産「旨味タコ」



（写真）  
(株)宝幸  
「ロルフ スモークチーズ」

# 5. 2017年3月期計画（海外事業本部）

## ●豪州事業部

- ・相場に左右されにくいブランド牛の比率を早い段階で40%に到達させる。
- ・各国の為替相場・市況を見極め、販売先の最適化を図る。
- ・牛仕入価格は現在の高価格帯から若干落ち着くと見るが、依然高値圏で継続すると見込む。

## ●米州事業部

- ・アメリカでの豚肉増産が見込まれる一方、中国向けの輸出が好調に推移しているため、米国内の豚肉市況の見通しは不透明。
- ・欧州からの日本及びアジア向け豚肉の輸出は引き続き好調に推移するものとみる。
- ・米国内での食肉・水産の卸売業や加工食品は好調に推移しており、積極的なマーケティングを実施し拡販に努める。

【（参考）2017.03 1Q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	27%	102%
米国	18%	48%
韓国	13%	104%
中国	6%	69%
台湾	4%	75%
豪州国内	15%	97%
その他	17%	85%
合計	100%	79%

## ●アジア・欧州事業部

- ・トルコ エゲタブ社はトルコ国内での市況の回復から業績の改善が見込むが、トルコ国内の政情不安があり、予断を許さない状況。
- ・欧州からの日本及びアジア向け豚肉の輸出は引き続き好調に推移するものとみる。

【2017年3月期 海外事業本部 営業利益増減要因と営業利益額計画】

海外事業本部	期初計画との差異						営業利益額計画					
	2Q見込			上期見込			2Q営業利益見込		上期営業利益見込		年間営業利益見込	
	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画	見込	期初計画	見込	期初計画	見込
豪州事業部	△1億円	<b>△11億円</b>	△10億円	△30億円	<b>△47億円</b>	△17億円	5億円	<b>△5億円</b>	7億円	<b>△10億円</b>	26億円	<b>9億円</b>
米州事業部	7億円	<b>9億円</b>	2億円	10億円	<b>13億円</b>	3億円	0億円	<b>2億円</b>	△3億円	<b>0億円</b>	△5億円	<b>△2億円</b>
アジア・欧州事業部	3億円	<b>3億円</b>	0億円	4億円	<b>1億円</b>	△3億円	1億円	<b>1億円</b>	4億円	<b>1億円</b>	11億円	<b>8億円</b>
その他要因	△1億円	<b>0億円</b>	1億円	△2億円	<b>0億円</b>	2億円	△2億円	<b>△1億円</b>	△5億円	<b>△3億円</b>	△9億円	<b>△8億円</b>
合計	8億円	<b>1億円</b>	△8億円	△19億円	<b>△34億円</b>	△15億円	4億円	<b>△4億円</b>	3億円	<b>△12億円</b>	23億円	<b>8億円</b>

※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。

## Ⅲ. 2017年3月期 第1四半期財務データ

1. 2017年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 販管費、その他の営業費用、その他の収益
3. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

# 1. 2017年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2016年3月期実績			2017年3月期実績及び計画						
	第1Q 実績	上期 累計実績	通期 累計実績	第1Q 実績	前年比	数量 伸長率	上期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	305,502	620,309	1,240,728	294,565	△ 3.6	-	610,000	△ 1.7	1,250,000	0.7
ハム・ソーセージ	33,263	69,972	141,459	32,591	△ 2.0	0.5	70,000	0.0	143,000	1.1
加工食品	51,811	107,799	221,308	54,994	6.1	6.2	114,700	6.4	232,600	5.1
食肉	182,702	363,854	716,899	170,350	△ 6.8	3.2	346,400	△ 4.8	712,500	△ 0.6
牛肉	76,526	149,389	288,976	68,727	△ 10.2	3.0	139,300	△ 6.8	291,200	0.8
豚肉	57,927	116,858	233,327	57,228	△ 1.2	△ 0.6	115,800	△ 0.9	232,800	△ 0.2
鶏肉	41,938	84,892	170,388	38,417	△ 8.4	7.2	78,900	△ 7.1	166,100	△ 2.5
その他食肉	6,311	12,715	24,208	5,978	△ 5.3	△ 1.2	12,400	△ 2.5	22,400	△ 7.5
水産	21,317	45,191	94,704	20,619	△ 3.3		43,900	△ 2.9	94,300	△ 0.4
乳製品	7,879	15,856	31,396	8,194	4.0		16,500	4.1	32,400	3.2
その他	8,530	17,637	34,962	7,817	△ 8.4		18,500	4.9	35,200	0.7
売上原価	250,552	511,068	1,019,504	240,986	△ 3.8					
売上総利益	54,950	109,241	221,224	53,579	△ 2.5					
売上総利益率	18.0%	17.6%	17.8%	18.2%	-					
販売費及び一般管理費	43,073	87,447	174,884	44,111	2.4					
営業利益	11,877	21,794	46,340	9,468	△ 20.3		21,000	△ 3.6	49,000	5.7
税引前利益	11,378	20,743	32,139	8,411	△ 26.1		19,000	△ 8.4	44,000	36.9
当社株主帰属当期純利益	8,598	15,366	21,779	5,919	△ 31.2		13,500	△ 12.1	31,000	42.3

\* 米国会計基準を組替えて表示しております。

\* 前年比、数量伸長率は、対前年増減率で表示しております。

## 2. 販管費、その他の営業費用、その他の収益

(単位：百万円、%)

	《販管費》	2016年3月期	2017年3月期		
		第1四半期実績	第1四半期実績	対前年増減率	対前年増減額
★①	販売費および一般管理費	43,073	44,111	2.4	1,038
	人件費	17,197	17,607	2.4	410
★②	広告宣伝費	2,634	2,852	8.3	218
★③	物流費	12,654	12,947	2.3	293
	その他	10,588	10,705	1.1	117

### 主な増減要因

#### ★① 販管費

売上高販管費率は売上高の減少及び、人件費の増加等で14.1%から15.0%へと0.9ポイント上昇。

#### ★② 広告宣伝費

広告宣伝費は販促費など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)

	2016年3月期	2017年3月期		2016年3月期	
		第1四半期実績	第1四半期実績		対前年増減額
★①	その他の営業費用及び(△収益)-純額	285	829	544	12,151
	固定資産関連	285	742	457	12,160
	その他	-	87	87	△9
	その他の収益及び(△費用)-純額	80	106	26	△664
	受取利息・配当金	402	368	△34	1,032
	為替差損益	△310	△194	116	△1,706
	その他	△12	△68	△56	10
	支払利息	294	334	40	1,386

### 主な増減要因

#### ★① その他の営業費用及び(△収益)-純額

固定資産関連の増加等により5億円増加。

### 3. 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》		2016年3月期 期末実績	2017年3月期 第1四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	682,855	690,862	1.2	8,007
	現金及び現金同等物	67,321	74,455	10.6	7,134
★②	売上債権	128,352	125,427	△ 2.3	△ 2,925
★③	棚卸資産	137,395	141,879	3.3	4,484
	有形固定資産	268,172	267,302	△ 0.3	△ 870
	投資及びその他の資産	40,515	39,627	△ 2.2	△ 888
	長期繰延税金資産	9,321	9,586	2.8	265
	負債合計	321,495	335,509	4.4	14,014
★④	支払手形及び買掛金	94,420	102,096	8.1	7,676
	有利子負債	154,606	156,007	0.9	1,401
	退職金及び年金債務	14,426	14,642	1.5	216
	当社株主資本	356,353	350,462	△ 1.7	△ 5,891
	非支配持分	5,007	4,891	△ 2.3	△ 116
	資本合計	361,360	355,353	△ 1.7	△ 6,007

#### 主な増減要因

- ★① 資産合計 現金及び現金同等物の増加等で80億円増加。
- ★② 売上債権 食肉相場の下落により29億円減少。
- ★③ 棚卸資産 水産品等の在庫が増加し45億円増加。
- ★④ 支払手形及び買掛金 仕入債務増加等により77億円増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2016年3月期 第1四半期実績	2017年3月期		2017年3月期
		第1四半期実績	対前年増減率	対前年増減額
設備投資額	10,981	5,686	△ 48.2	△ 5,295
生産設備	5,826	2,632	△ 54.8	△ 3,194
販売・物流設備	771	792	2.7	21
ファーム・処理設備	927	696	△ 24.9	△ 231
海外事業設備	739	794	7.4	55
その他設備	2,718	772	-	△ 1,946
減価償却費	4,662	4,914	5.4	252

## 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。