

決算説明資料

～2019年3月期 第3四半期～

決算開示日
2019年1月31日（木）
日本ハム株式会社

目次

- I. 2019年3月期 第3四半期連結業績の総括**
- II. 2019年3月期 見通し**
- III. 2019年3月期 第3四半期財務データ**

※表記について

"US"表記は米国会計基準を意味します。

I. 2019年3月期 第3四半期連結業績の総括

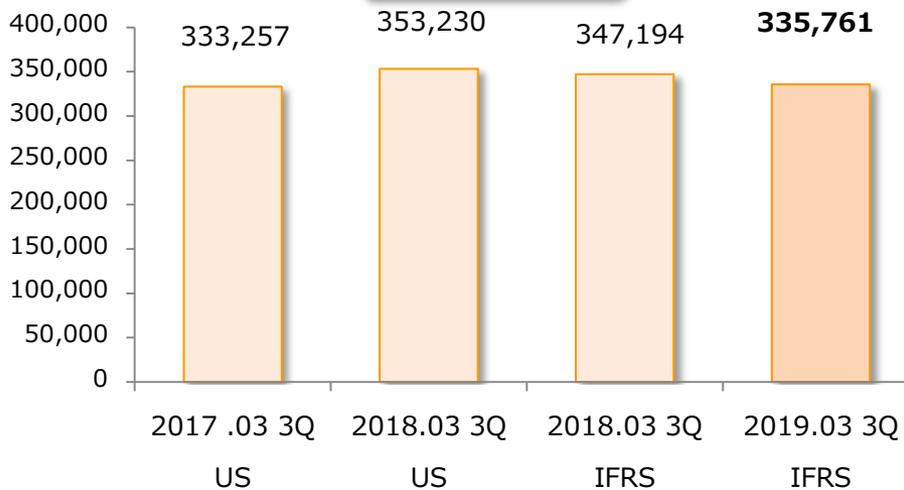
1. セグメント情報 第3四半期
2. セグメント情報 第3四半期累計
3. セグメント情報 加工事業本部
4. セグメント情報 食肉事業本部
5. セグメント情報 関連企業本部
6. セグメント情報 海外事業本部
7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

1. セグメント情報 第3四半期

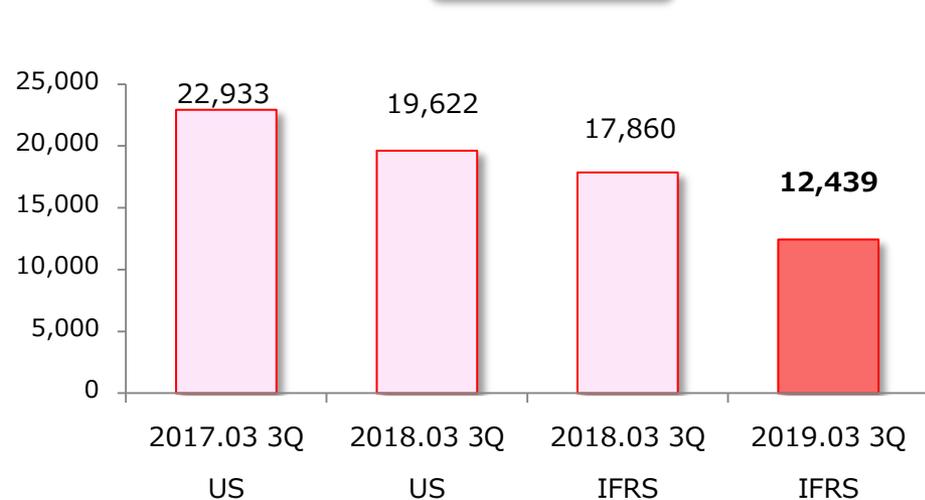
(単位：百万円)

		2017.03.3Q (US)	2018.03.3Q (US)	2018.03.3Q (IFRS)	2019.03.3Q (IFRS)	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	100,701	102,196	102,196	98,583	△ 3,613	△ 3.5
	営業利益	5,326	4,920	4,545	5,113	568	12.5
食肉事業本部	売上高	199,573	211,681	211,682	204,127	△ 7,555	△ 3.6
	営業利益	15,363	13,616	13,206	10,451	△ 2,755	△ 20.9
関連企業本部	売上高	46,807	48,509	48,513	45,754	△ 2,759	△ 5.7
	営業利益	2,018	1,402	1,292	875	△ 417	△ 32.3
海外事業本部	売上高	54,981	67,708	66,786	65,802	△ 984	△ 1.5
	営業利益	247	△ 394	△ 1,672	△ 1,103	569	-
消去調整他	売上高	△ 68,805	△ 76,864	△ 81,983	△ 78,505	3,478	-
	営業利益	△ 21	78	489	△ 2,897	△ 3,386	-
連結合計	売上高	333,257	353,230	347,194	335,761	△ 11,433	△ 3.3
	営業利益	22,933	19,622	17,860	12,439	△ 5,421	△ 30.4

(単位：百万円)
(連結)



(単位：百万円)
(連結)



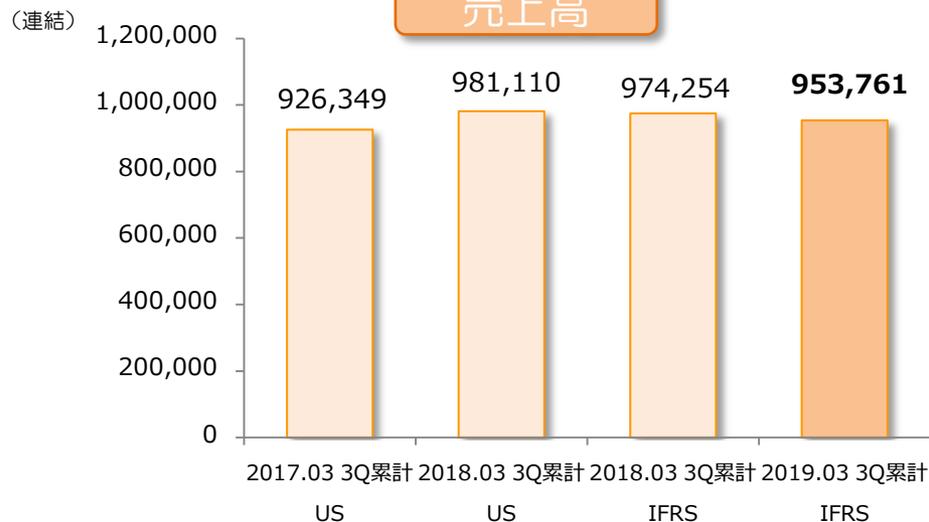
※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

2. セグメント情報 第3四半期累計

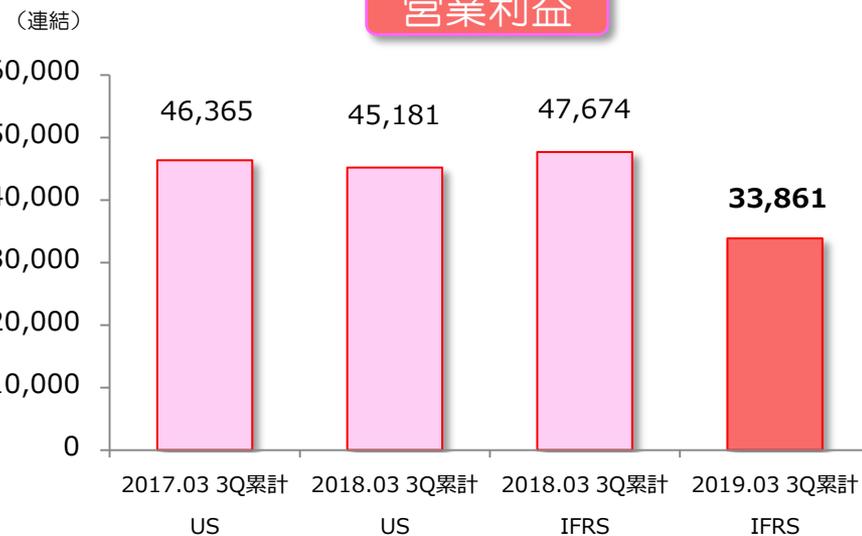
(単位：百万円)

		2017.03.3Q累計 (US)	2018.03.3Q累計 (US)	2018.03.3Q累計 (IFRS)	2019.03.3Q累計 (IFRS)	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	269,791	274,709	274,709	273,046	△ 1,663	△ 0.6
	営業利益	8,562	7,124	7,432	7,866	434	5.8
食肉事業本部	売上高	570,234	601,273	601,279	583,262	△ 18,017	△ 3.0
	営業利益	34,782	38,113	38,711	28,703	△ 10,008	△ 25.9
関連企業本部	売上高	124,507	128,437	128,438	121,706	△ 6,732	△ 5.2
	営業利益	3,620	2,321	2,456	1,068	△ 1,388	△ 56.5
海外事業本部	売上高	164,206	193,093	193,894	197,459	3,565	1.8
	営業利益	△ 352	△ 2,922	△ 3,033	△ 1,958	1,075	-
消去調整他	売上高	△ 202,389	△ 216,402	△ 224,066	△ 221,712	-	-
	営業利益	△ 247	545	2,108	△ 1,818	-	-
連結合計	売上高	926,349	981,110	974,254	953,761	△ 20,493	△ 2.1
	営業利益	46,365	45,181	47,674	33,861	△ 13,813	△ 29.0

(単位：百万円)



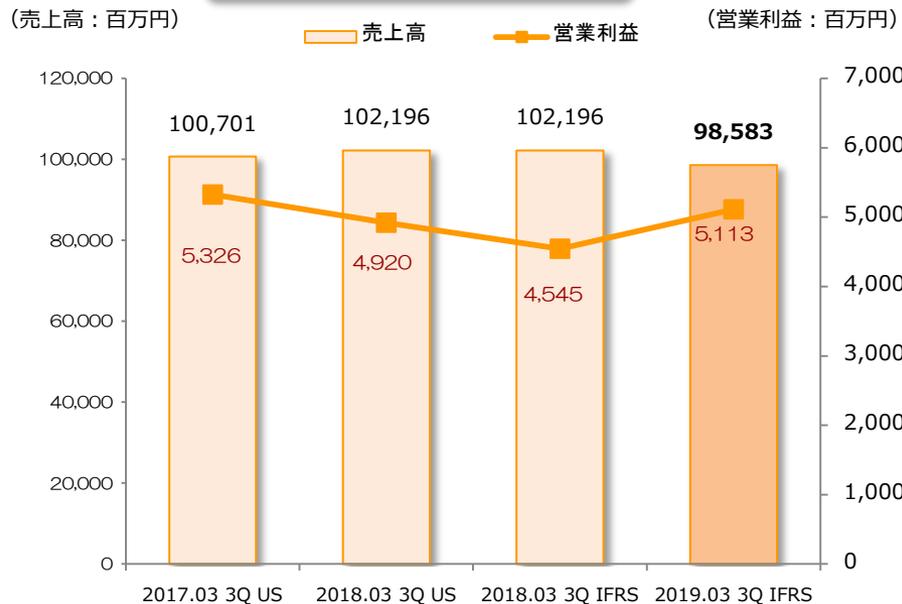
(単位：百万円)



※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. セグメント情報 加工事業本部①

第3四半期実績



(単位：百万円)

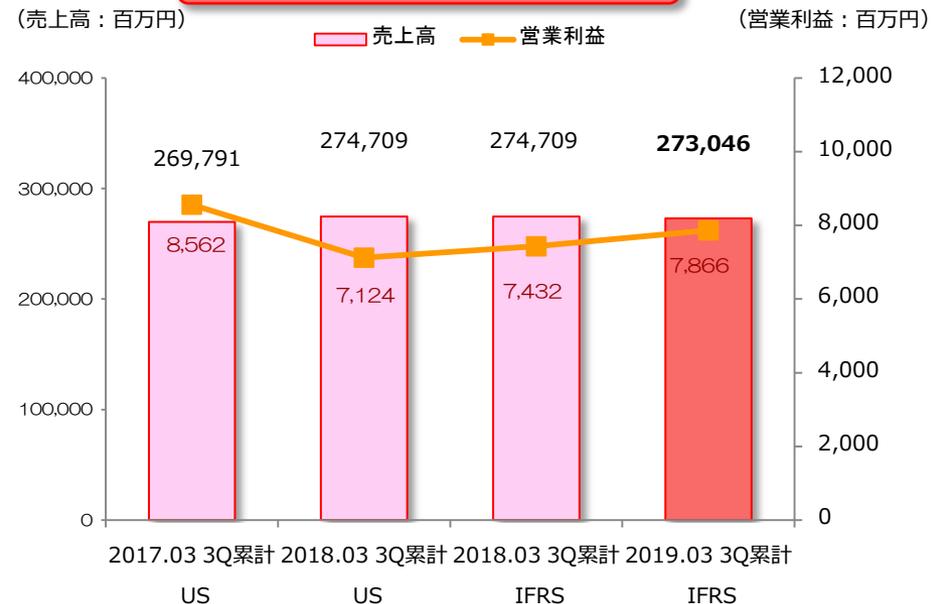
	2018.03.3Q	2019.03.3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	102,196	98,583	△ 3,613	△ 3.5
営業利益	4,545	5,113	568	12.5
営業利益率	4.4%	5.2%	-	-

【第3四半期累計売上高の状況】

- 既存事業(ハム・ソーセージ、デリ商品)
 - ・コンシューマ商品は、新商品投入や積極的なエリア販促により好調に推移した。
 - ・業務用商品は、低収益商品の見直しもあり大手向け売上で苦戦した。
 - ・ギフト商品は、主力の「美ノ国」は堅調に推移したが、歳暮市場全体の落込みや宅配料の値上げなどの影響で苦戦した。
- 以上により既存事業では減収となった。
- 育成事業
 - ・ベンダー事業の新商品投入や物流における新規取り込みで増収となった。

以上により加工事業連結では減収となった。

第3四半期累計実績



(単位：百万円)

	2018.03.3Q累計	2019.03.3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	274,709	273,046	△ 1,663	△ 0.6
営業利益	7,432	7,866	434	5.8
営業利益率	2.7%	2.9%	-	-

【第3四半期累計営業利益の状況】

- 既存事業(ハム・ソーセージ、デリ商品)
 - ・ギフト商品を中心とした売上数量減少に加え、副資材・電燃料価格が上昇したが、新商品投入による品種構成の改善、販促費用の効率的な運用、製造部門における工場稼働の見直し等を実施した。
 - 以上により既存事業では増益となった。
- 育成事業
 - ・ベンダー事業の改善が進んだが、物流事業における労務費上昇により昨年並みとなった。

以上により加工事業連結では増益となった。

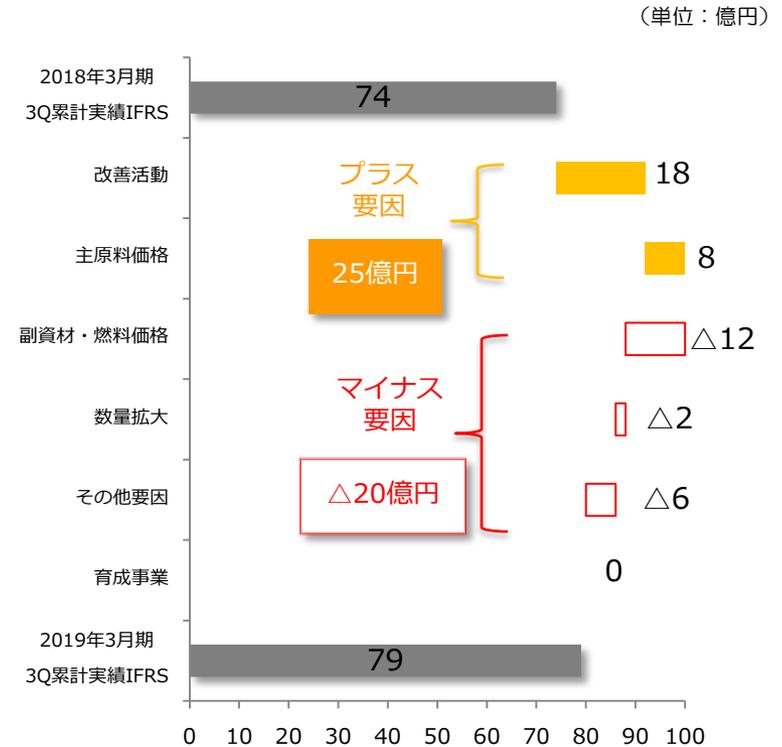
3. セグメント情報 加工事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2019.03期				
	上期 実績	3Q 実績	3Q累計 見込み	3Q累計 実績	計画 差異
既存事業	7億円	3億円	12億円	11億円	△ 1億円
外部要因	△ 4億円	△ 0億円	△ 4億円	△ 5億円	△ 1億円
（内訳）主原料価格	1億円	6億円	8億円	8億円	△ 0億円
（内訳）副資材・燃料等	△ 6億円	△ 6億円	△ 12億円	△ 12億円	△ 0億円
内部要因	12億円	3億円	16億円	15億円	△ 0億円
（内訳）数量拡大	0億円	△ 3億円	0億円	△ 2億円	△ 3億円
（内訳）改善活動	12億円	6億円	15億円	18億円	2億円
育成事業	0億円	△ 0億円	1億円	△ 0億円	△ 1億円
その他	△ 9億円	3億円	△ 6億円	△ 6億円	0億円
合計	△ 1億円	6億円	6億円	4億円	△ 2億円

※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。

【第3四半期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）

【既存事業】 <数量拡大> ギフトは「美ノ国」以外のブロックタイプ商品の販売個数減少により計画を下回った。

業務用商品では大手外食のキャンペーン導入や大手CVSでのメニュー導入が進まず計画を下回った。

<改善活動> コンシューマ商品伸長による粗利益の改善や製造部門における工場稼働の見直し等が寄与し計画を上回った。

【育成事業】 ベンダー事業は改善したが、物流コストが上昇したため計画並みとなった。

3. セグメント情報 加工事業本部③

●ギフト売上実績

・2019年3月期の歳暮実績

宅配料の値上げが影響し、販売金額が昨年を下回った。



【ギフト販売金額 2019年3月期実績】

		2018.03 実績	2019.03 実績
		前年比	前年比
中元	全社販売金額	98%	91%
	(うち美ノ国)	104%	90%
歳暮	全社販売金額	93%	88%
	(うち美ノ国)	100%	97%
合計	全社販売金額	95%	89%
	(うち美ノ国)	102%	95%
	(美ノ国構成比)	32%	34%

●主要ブランド売上実績

【(参考) 主要コンシューマ商品群 売上高実績 (対前年同期比)】



発売35年目を迎える
「シャウエッセン」

好調に推移している
「中華名菜」

ハム・ソーセージ	2019.03 実績			デリ商品	2019.03 実績		
	上期	3Q	3Q累計		上期	3Q	3Q累計
ウインナー群	101%	99%	100%	チルドベーカリー群	105%	103%	104%
ロースハム・ベーコン群	99%	96%	98%	チルド惣菜群	110%	104%	108%
焼豚群	101%	94%	98%	フライドチキン群	100%	95%	98%
コンシューマ商品計	99%	97%	99%	ハンバーグ・ミートボール群	105%	105%	105%
				コンシューマ商品計	107%	103%	106%

●チャネル別売上実績

【(参考) 2019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、主力の「シャウエッセン」「豊潤あらびきウインナー」「アンティエ」は堅調に推移したが、PB商品が前年より落ち込み、昨年を下回った。

・デリ商品は、CM放映など販促を強化した「中華名菜」「石窯工房」を中心に好調に推移した。

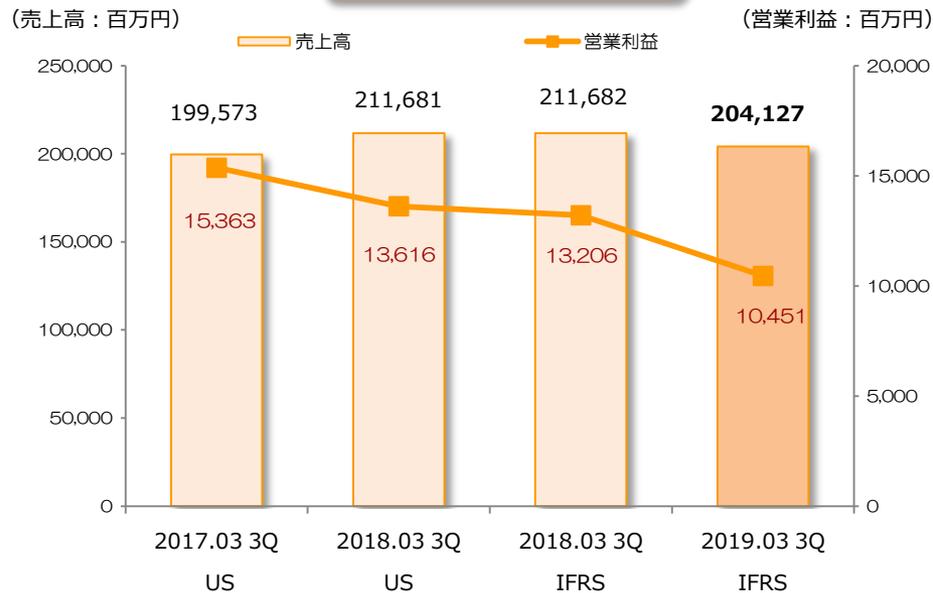
②業務用商品

・低収益商品の見直しによりハム・ソーセージ、デリ商品共に昨年を下回った。

		数量	金額
ハム・ソーセージ	ｺﾝｼﾞｰﾏ	99%	99%
	業務用	93%	93%
	合計	97%	97%
デリ商品	ｺﾝｼﾞｰﾏ	105%	106%
	業務用	97%	95%
	合計	101%	101%

4. セグメント情報 食肉事業本部①

第3四半期実績



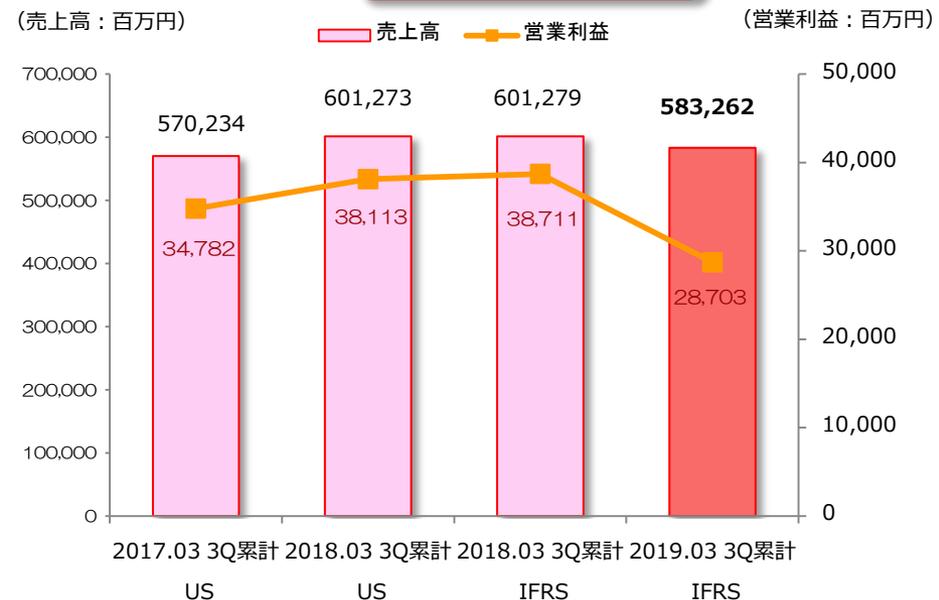
(単位：百万円)

	2018.03 3Q	2019.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	211,682	204,127	△ 7,555	△ 3.6
営業利益	13,206	10,451	△ 2,755	△ 20.9
営業利益率	6.2%	5.1%	-	-

【第3四半期累計売上高の状況】

「桜姫」「麦小町」など当社ブランド食肉を中心に拡販に努めたが、国産鶏肉・豚肉の相場が軟調に推移したことや、輸入鶏肉の国内供給量が増加し価格が軟調に推移したこと、11月から12月上旬にかけて暖冬となった影響で消費の盛り上がりには欠けたことで、前年を下回った。

第3四半期累計実績



(単位：百万円)

	2018.03.3Q累計	2019.03.3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	601,279	583,262	△ 18,017	△ 3.0
営業利益	38,711	28,703	△ 10,008	△ 25.9
営業利益率	6.4%	4.9%	-	-

【第3四半期累計営業利益の状況】

生産部門では、飼育成績やブランド食肉比率の向上に努めたことが、国産の鶏肉・豚肉相場が軟調に推移したことで収益を圧迫した。
 販売部門では、国産牛肉の高値継続や輸入食肉・副産物の苦戦で昨年を下回った。
 上記により、食肉事業全体では減益となった。

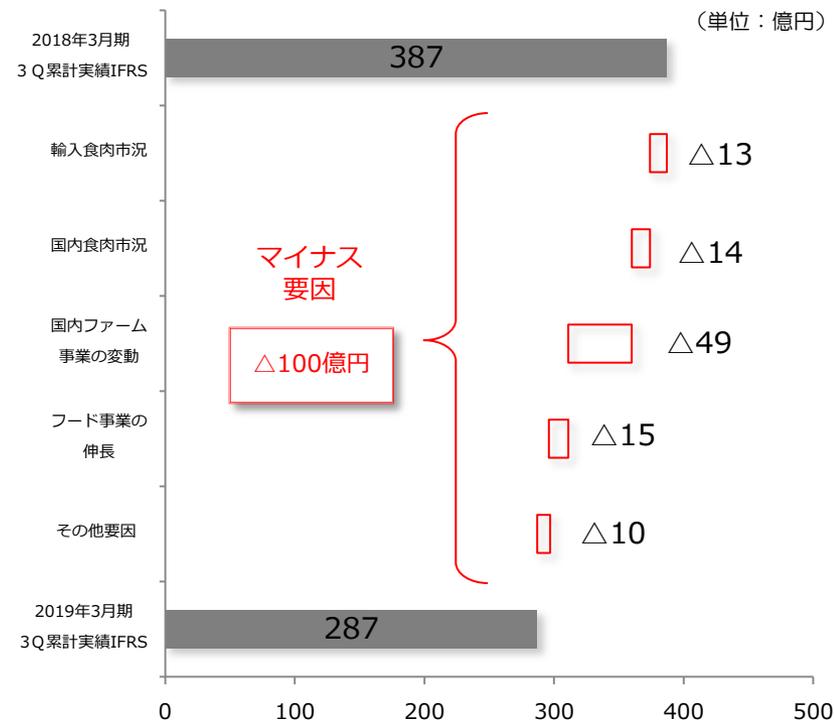
4. セグメント情報 食肉事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2019.03月期				
	上期実績	3Q実績	3Q累計見込み	3Q累計実績	差異
輸入食肉市況	△13億円	0億円	△14億円	△13億円	1億円
国内食肉市況	△13億円	△1億円	△18億円	△14億円	4億円
国内ファーム事業の変動	△28億円	△21億円	△46億円	△49億円	△3億円
フード事業の伸長	△11億円	△4億円	△16億円	△15億円	1億円
その他要因	△8億円	△2億円	△7億円	△10億円	△3億円
合計	△73億円	△28億円	△100億円	△100億円	△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。

【第3四半期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)

【輸入食肉市況】

- ・・・牛肉・豚肉は計画を下回ったが、鶏肉は相場が12月にかけて上昇したため第3四半期では想定よりも利益を確保でき、ほぼ計画通りに推移した。

【国内食肉市況】

- ・・・豚肉相場が想定より軟調に推移して売行きが良く、計画を上回った。

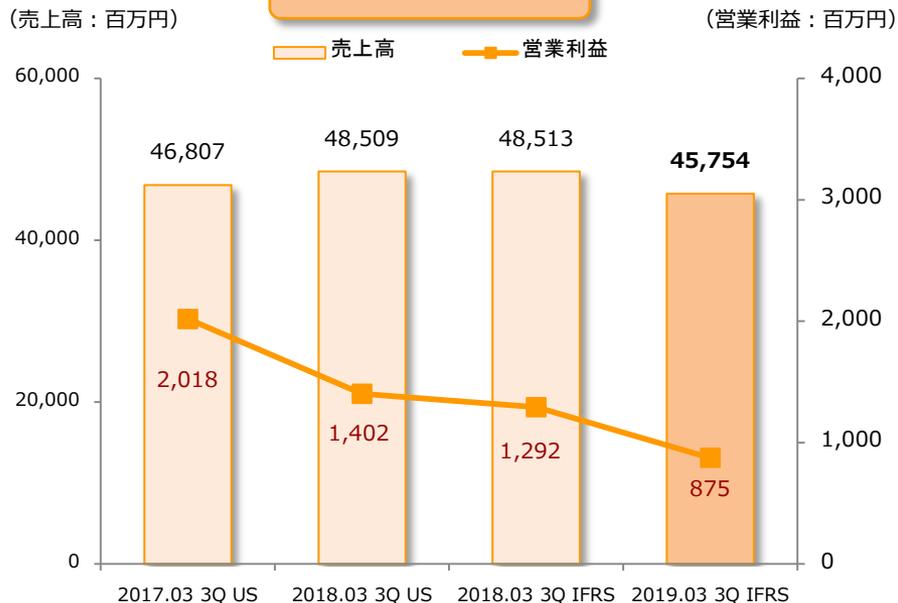
【国内ファーム事業の変動】

- ・・・豚肉相場が国内出荷頭数の増加により軟調に推移したため、計画を下回った。

【フード事業の伸長】

- ・・・物流コストの上昇や天候不順など厳しい販売環境の中で、第3四半期より販売数量を伸長させ計画並みに推移した。

5. セグメント情報 関連企業本部

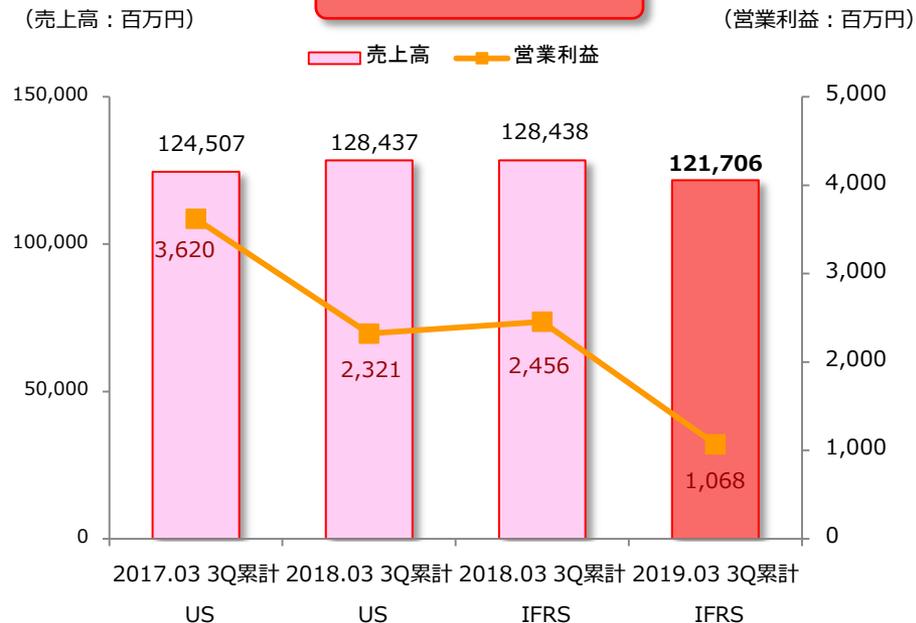
第3四半期実績


(単位：百万円)

	2018.03 3Q	2019.03 3Q	前年差	前年比(%)
売上高計	48,513	45,754	△ 2,759	△ 5.7
営業利益	1,292	875	△ 417	△ 32.3
営業利益率	2.7%	1.9%	-	-

【第3四半期累計売上高の状況】

- ・水産事業
低収益商品のアイテム削減を進めたことや、水産原料の高値継続及び競争激化により販売数量が減少したことが響き、昨年を下回った。
- ・乳製品事業
ヨーグルト・乳酸菌飲料では、スムージーやドリンクヨーグルトの販売に苦戦したことで減収となった。
チーズは、価格改定を進めたことで利益率は改善したが、販売数量が減少し減収となった。

第3四半期累計実績


(単位：百万円)

	2018.03.3Q累計	2019.03.3Q累計	前年差	前年比(%)
売上高計	128,438	121,706	△ 6,732	△ 5.2
営業利益	2,456	1,068	△ 1,388	△ 56.5
営業利益率	1.9%	0.9%	-	-

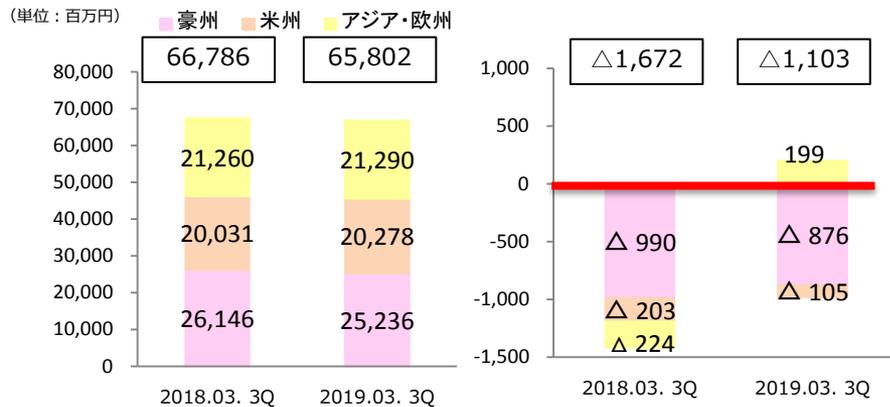
【第3四半期累計営業利益の状況】

- ・水産事業
不採算アイテムの整理やサバ缶の価格改定及び製造の効率化により第3四半期では利益の改善が見られたが、上期の苦戦が取り戻せず減益となった。
- ・乳製品事業
スムージーなどの高収益商品の販売に苦戦したことや、ヨーグルトの新工場建設に伴う経費増により減益となった。

6. セグメント情報 海外事業本部①

第3四半期実績

〔売上高〕 〔営業利益〕



		2018.03 3Q	2019.03 3Q	前年差
海外計	売上高	66,786	65,802	△ 984
	営業利益	△ 1,672	△ 1,103	569
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	26,146	25,236	△ 910
	営業利益	△ 990	△ 876	114
米州	売上高	20,031	20,278	247
	営業利益	△ 203	△ 105	98
アジア・ 欧州	売上高	21,260	21,290	30
	営業利益	△ 224	199	423

※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)

【第3四半期累計売上高の状況】

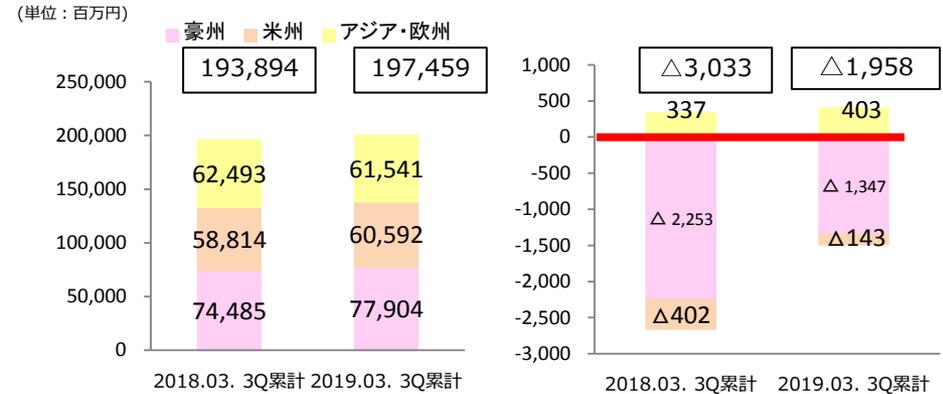
豪州は、販売価格の高値推移や豪ドル安により食肉輸出環境が好調だったことに加え、今期はウルグアイBPU社の売上が期初より加算されたことにより増収となった。

米州は、日本向け食肉輸出が好調に推移し昨年を上回った。

アジア・欧州は、トルコの売上は増加したが、タイでの日本向けの鶏肉加工品の売上数量が減少し、昨年を下回った。

第3四半期累計実績

〔売上高〕 〔営業利益〕



		2018.03 3Q累計	2019.03 3Q累計	前年差
海外計	売上高	193,894	197,459	3,565
	営業利益	△ 3,033	△ 1,958	1,075
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	74,485	77,904	3,419
	営業利益	△ 2,253	△ 1,347	906
米州	売上高	58,814	60,592	1,778
	営業利益	△ 402	△ 143	259
アジア・ 欧州	売上高	62,493	61,541	△ 952
	営業利益	337	403	66

【第3四半期累計営業利益の状況】

ウルグアイでは競合国の通貨安による販売環境の悪化で苦戦したが、豪州は生体が安定的に調達できたことにより赤字幅が縮小した。

米州は、加工事業における販売コストが増加したが、食肉輸出事業が堅調に推移したため赤字幅が縮小した。

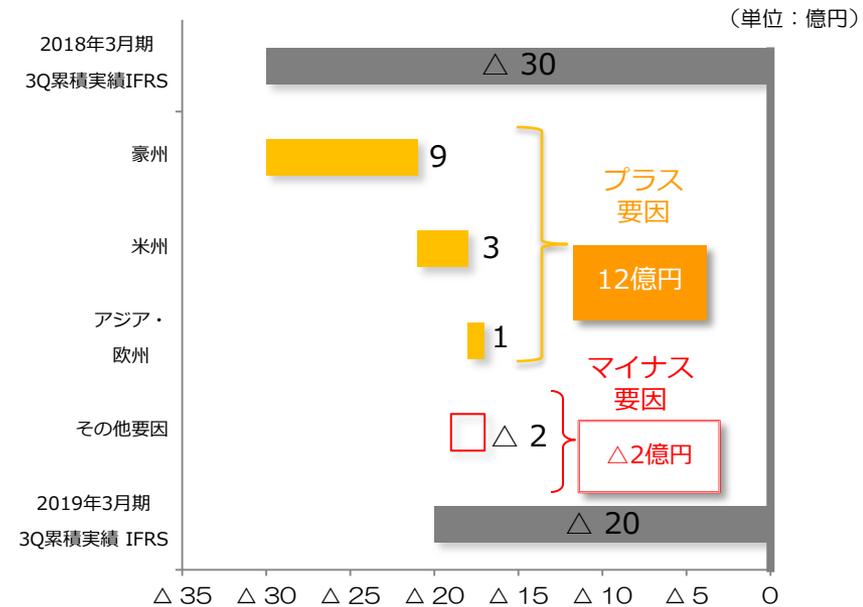
アジア・欧州は、トルコがリラ暴落に伴う飼料コストの高騰で苦戦したが、中華圏における赤字が解消されたことや欧州の食肉輸出事業が好調だったことにより増益となった。

6. セグメント情報 海外事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2019.03月期				
	上期 実績	3Q 実績	3Q累計 見込み	3Q累計 実績	差異
豪州(ウルグアイ含む)	8億円	1億円	14億円	9億円	△5億円
米州	2億円	1億円	1億円	3億円	2億円
アジア・欧州	△4億円	4億円	△1億円	1億円	1億円
その他要因	△1億円	△1億円	△1億円	△2億円	△1億円
合計	5億円	6億円	13億円	11億円	△3億円

【第3四半期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 (第3四半期累計)

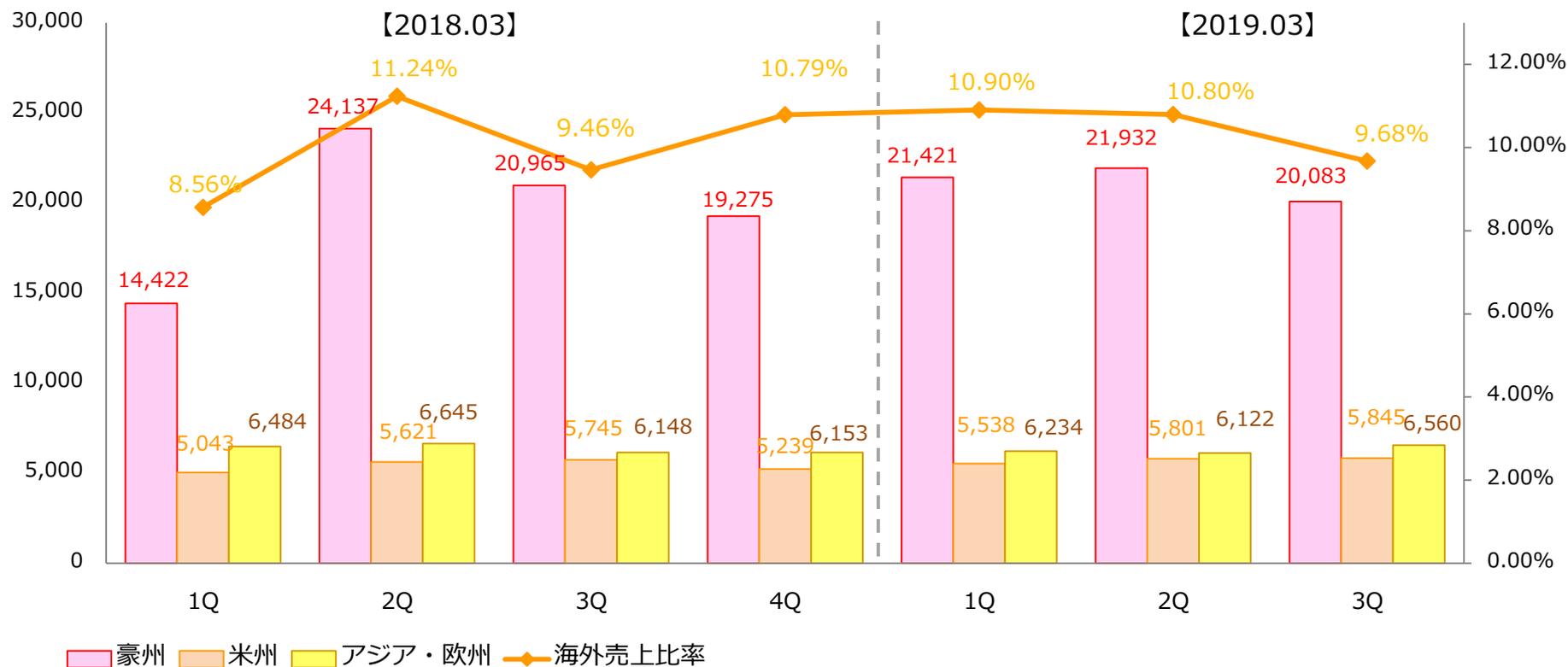
- 【豪州事業】 ウルグアイが生体調達コストの上昇や周辺競合国の通貨安で苦戦したため、計画を下回った。
- 【米州事業】 食肉輸出環境が好調に推移したため、計画を上回った。
- 【アジア・欧州事業】 トルコがリラ安による飼料コストの増加に苦戦したが、中華圏の赤字解消等により計画並みとなった。

7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2018.03(IFRS)					2019.03(IFRS)		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
豪州	14,422	24,137	20,965	19,275	78,799	21,421	21,932	20,083
米州	5,043	5,621	5,745	5,239	21,648	5,538	5,801	5,845
アジア・欧州	6,484	6,645	6,148	6,153	25,430	6,234	6,122	6,560
海外計	25,949	36,403	32,857	30,668	125,877	33,192	33,857	32,487
海外売上比率	8.56%	11.24%	9.46%	10.79%	10.00%	10.90%	10.80%	9.68%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

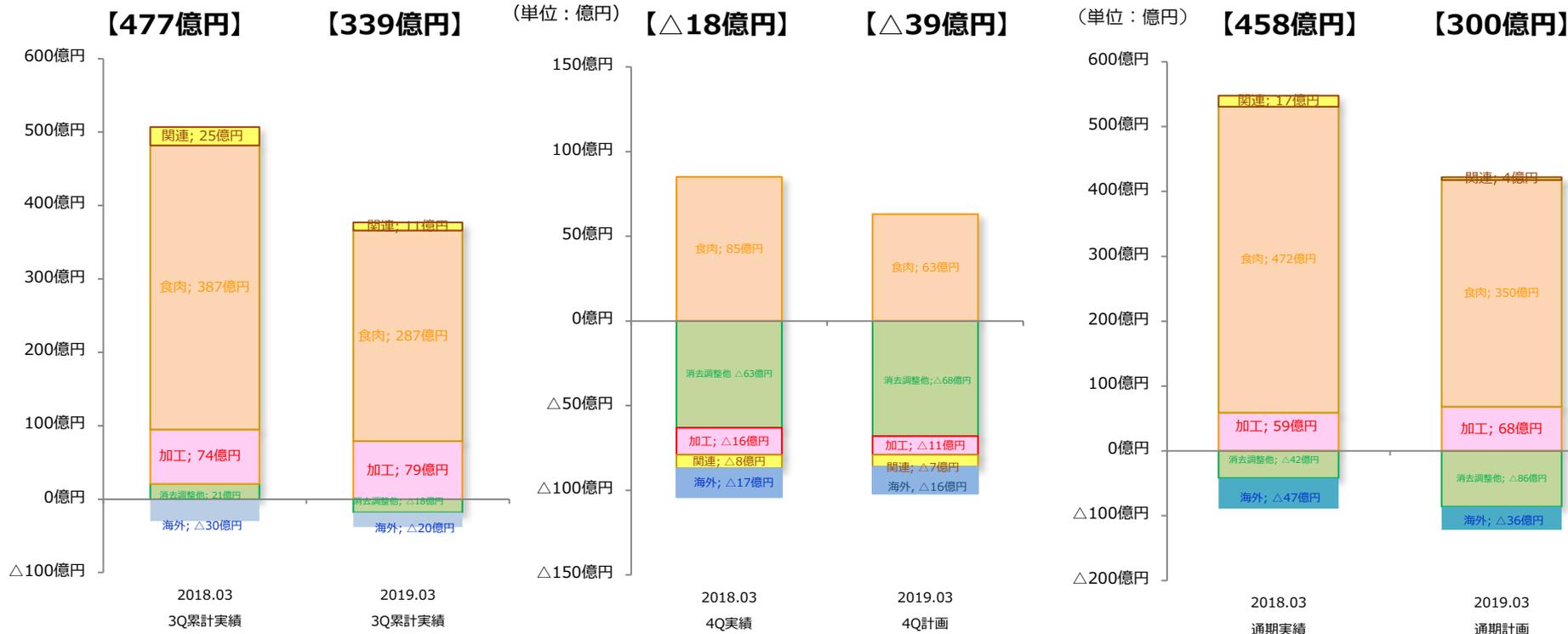


Ⅱ. 2019年3月期の見通し

1. 2019年3月期 営業利益計画
2. 2019年3月期計画（加工事業本部）
3. 2019年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2019年3月期計画（関連企業本部）
5. 2019年3月期計画（海外事業本部）

1. 2019年3月期 営業利益計画①

(単位：億円)



	2019.03 3Q累計			2019.03 4Q			2019.03 通期		
	2018.03 実績	実績	増減	2018.03 実績	見込み	増減	2018.03 実績	見込み	増減
加工事業本部	74億円	79億円	4億円	△16億円	△11億円	5億円	59億円	68億円	9億円
食肉事業本部	387億円	287億円	△100億円	85億円	63億円	△22億円	472億円	350億円	△122億円
関連企業本部	25億円	11億円	△14億円	△8億円	△7億円	1億円	17億円	4億円	△13億円
海外事業本部	△30億円	△20億円	11億円	△17億円	△16億円	0億円	△47億円	△36億円	11億円
消去調整他	21億円	△18億円	△39億円	△63億円	△68億円	△5億円	△42億円	△86億円	△45億円
合計	477億円	339億円	△138億円	△18億円	△39億円	△20億円	458億円	300億円	△158億円

【2Q見込みとの差異】

※4Q、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。

	2019.03 3Q			2019.03 4Q			2019.03 下期			2019.03 通期		
	2Q 見込み	実績	差異	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異
加工事業本部	53億円	51億円	△2億円	△4億円	△11億円	△7億円	50億円	40億円	△9億円	77億円	68億円	△9億円
食肉事業本部	105億円	105億円	0億円	73億円	63億円	△10億円	178億円	168億円	△10億円	360億円	350億円	△10億円
関連企業本部	14億円	9億円	△5億円	△3億円	△7億円	△4億円	11億円	2億円	△9億円	13億円	4億円	△9億円
海外事業本部	△9億円	△11億円	△3億円	△3億円	△16億円	△14億円	△11億円	△27億円	△16億円	△20億円	△36億円	△16億円
消去調整他	△18億円	△29億円	△11億円	△63億円	△68億円	△5億円	△81億円	△97億円	△16億円	△70億円	△86億円	△16億円
(内)構造改革費用	0億円	0億円	0億円									
(内)価値創造費用	△0億円	0億円	0億円	△2億円	△0億円	2億円	△2億円	△0億円	2億円	△2億円	△0億円	2億円
(内)球団損益	△16億円	△18億円	△2億円	△20億円	△22億円	△2億円	△36億円	△39億円	△4億円	△19億円	△23億円	△4億円
(内)災害損失	△0億円	4億円	5億円	0億円	△2億円	△2億円	△0億円	2億円	3億円	△14億円	△12億円	2億円
(内)その他	△2億円	△15億円	△13億円	△41億円	△44億円	△3億円	△43億円	△59億円	△16億円	△35億円	△51億円	△16億円
合計	145億円	124億円	△21億円	1億円	△39億円	△39億円	146億円	86億円	△60億円	360億円	300億円	△60億円

計画差要因(通期)

- ・食肉：主に食肉相場の軟調な推移による国内ファーム事業での減益により計画を下回る見通し。
- ・海外：トルコにおける一時費用発生、ウルグアイの競合国通貨安による苦戦により計画を下回る見通し。
- ・その他：3Qにおける為替組替や生物会計等のIFRS調整によりマイナスの拡大を見込む。
- ・災害：災害損失は△12億円に留まる見通し。

1. 2019年3月期 営業利益計画③

【営業利益計画 増減要因分析】

○加工事業本部

加工事業本部	営業利益増減要因								
	4Q			下期			通期		
	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異
既存事業計	3億円	△4億円	△7億円	8億円	△1億円	△8億円	15億円	7億円	△8億円
外部要因	△2億円	1億円	3億円	△2億円	1億円	3億円	△6億円	△3億円	3億円
（内訳）主原料価格	7億円	7億円	0億円	13億円	13億円	△0億円	14億円	14億円	△0億円
（内訳）副資材・燃料等	△8億円	△5億円	3億円	△15億円	△12億円	3億円	△20億円	△17億円	3億円
内部要因	5億円	△5億円	△10億円	9億円	△2億円	△11億円	21億円	10億円	△11億円
（内訳）数量拡大	0億円	△0億円	△0億円	0億円	△3億円	△3億円	0億円	△3億円	△3億円
（内訳）改善活動	5億円	△5億円	△10億円	9億円	1億円	△8億円	21億円	13億円	△8億円
育成事業	1億円	2億円	0億円	3億円	2億円	△1億円	2億円	1億円	△1億円
その他	7億円	7億円	0億円	10億円	10億円	0億円	1億円	1億円	0億円
合計	12億円	5億円	△7億円	20億円	11億円	△9億円	18億円	9億円	△9億円

○食肉事業本部

食肉事業本部	営業利益増減要因								
	4Q			下期			通期		
	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異	2Q 見込み	見込み	差異
輸入食肉市況	9億円	5億円	△4億円	8億円	5億円	△3億円	△5億円	△8億円	△3億円
国内食肉市況	△6億円	△7億円	△0億円	△11億円	△8億円	4億円	△24億円	△20億円	4億円
国内ファーム事業の変動	△13億円	△18億円	△5億円	△30億円	△38億円	△8億円	△58億円	△67億円	△8億円
フード事業の伸長	△2億円	△2億円	0億円	△6億円	△6億円	1億円	△17億円	△17億円	1億円
その他要因	0億円	△0億円	△0億円	0億円	△3億円	△3億円	△7億円	△10億円	△3億円
合計	△12億円	△22億円	△10億円	△39億円	△49億円	△10億円	△112億円	△122億円	△10億円

○海外事業本部

海外事業本部	営業利益増減要因								
	4Q			下期			通期		
	2Q見込み	見込み	差異	2Q見込み	見込み	差異	2Q見込み	見込み	差異
豪州事業(ウルクアイ含む)	10億円	5億円	△5億円	16億円	6億円	△10億円	24億円	14億円	△10億円
米州事業部	2億円	1億円	△1億円	1億円	2億円	0億円	3億円	3億円	0億円
アジア・欧州事業部	4億円	△4億円	△8億円	7億円	△0億円	△7億円	3億円	△4億円	△7億円
その他要因	△2億円	△1億円	1億円	△2億円	△1億円	0億円	△3億円	△2億円	0億円
合計	14億円	0億円	△14億円	22億円	6億円	△16億円	27億円	11億円	△16億円

【営業利益額見込み】

海外事業本部	営業利益額					
	4Q		下期		通期	
	2Q見込み	見込み	2Q見込み	見込み	2Q見込み	見込み
豪州事業(ウルクアイ含む)	2億円	△3億円	△2億円	△12億円	△7億円	△17億円
米州事業部	0億円	△1億円	△3億円	△2億円	△3億円	△3億円
アジア・欧州事業部	△2億円	△10億円	△1億円	△8億円	1億円	△6億円
その他要因	△4億円	△2億円	△6億円	△5億円	△12億円	△11億円
合計	△3億円	△16億円	△11億円	△27億円	△20億円	△36億円

2. 2019年3月期計画（加工事業本部）

●主要コンシューマ商品群 販売施策

- ①ハム・ソーセージは、主力の「シャウエッセン」の35年目販促や「豊潤あらびきウインナー」の増量施策等を中心に販促を強化すると共に、新商品投入による新たなファン獲得を図る。
- ②デリ商品は、主力の「中華名菜」「石窯工房」を中心に更なる拡販を図ると共に、新商品導入でラインナップを強化し収益拡大を図る。



「シャウエッセン」では
 ホットチリ（禁断の旨辛）を発売し
 若年層のユーザー獲得を狙う



「中華名菜」では
 「シビレ」のトレンドを
 取り入れた商品を提案する

【（参考） 主要コンシューマ商品群 売上高計画（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2019.03 通期計画	デリ商品	2019.03 通期計画
ウインナー群	101%	チルドベーカリー群	105%
コースハム・ベーコン群	100%	チルド惣菜群	109%
焼豚群	98%	フライドチキン群	99%
コンシューマ商品計	100%	ハンバーグ・ミートボール群	105%
		コンシューマ商品計	105%

※第3四半期後に見直した計画となっています。

●チャンネル別販売施策

- ①コンシューマ
- ・エリア販促を中心に店頭販促を強化し売上拡大を図る。
 - ・新商品投入により売上拡大と収益性の改善を行う。
 - ・ドラッグストアやEC等の販路を拡大する。
- ②業務用
- ・CVSや外食チャンネルの大型商品奪取と新商品導入を図る。
 - ・主力カテゴリーにおいて製販連携強化によりライン稼働を向上させることで収益拡大を図る。

【（参考）チャンネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2019.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	100%
	業務用	93%
	合計	98%
デリ商品	コンシューマ	105%
	業務用	94%
	合計	100%

※第3四半期後に見直した計画となっています。

3. 2019年3月期計画（食肉事業本部）

● 国内生産事業

- ・飼料価格は第4四半期にかけて上昇を見込んでいる。とうもろこしや大豆を中心に生産が安定している一方、米中貿易摩擦の動向に注視が必要である。
- ・鶏肉は各社の増産により安定した供給が見込まれる。堅調な需要を受けて当社でも飼育生産性を向上させ、安定供給を図る。
- ・豚肉は疾病が散発的に発生する中、東日本中心に増頭傾向にあり、全国出荷頭数は昨年並みを見込む。

● 国内食肉市況

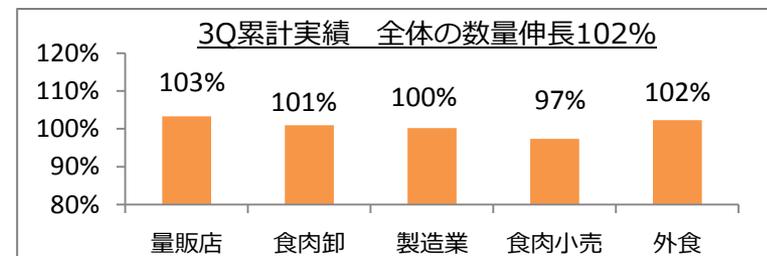
- ・牛肉は、和牛・ホルスタイン共に供給不足が続いており、今後も高値での推移を見込む。
- ・豚肉は、国内供給量が安定しており、相場も安定して推移する見通し。
- ・鶏肉は、安定した供給を背景に弱含みの相場で推移していたが、輸入鶏肉が相场上昇局面にあり今後の見通しについてはムネ肉を中心に注視が必要である。

● 輸入食肉市況

- ・牛肉は、アジアを中心に需要が堅調なため引き続き高値で推移する見通し。
- ・豚肉は、北米で増産傾向の中で国産豚肉相場が比較的安価なこともあり、安定した価格の推移を見込む。
- ・鶏肉は、ブラジル産鶏肉の外貨高と国内の市中在庫の減少により相場は上昇局面になっている。

● 食肉販売（フード会社）

- ・1月のニッポンハムグループ展示会を皮切りに、ブランド食肉や海外現地加工品などの付加価値商品をお客様にご提案し、売上拡大を図る。
- ・各地での「桜姫」「麦小町」TVCM放映に加え、消費者キャンペーンや店頭販促を積極的に行い、実売につなげていく。



4. 2019年3月期計画（関連企業本部）

●水産事業の販売施策

- ・国内外における独自調達ルート確保を進め、原料調達力の強化を図る。
- ・アイテム数の削減や製造の効率化を進め、収益力強化を図る。
- ・仕入や販売体制の再編により、さらなる構造改革に取り組む。
- ・引き続き需要の高いさば缶の販売強化を図る。



国産原料を訴求した
パッケージ変更後のさば缶

●乳製品事業の販売施策

（チーズ）

- ・原料高騰に伴う価格改定を継続する。
- ・東西2工場において増産体制の構築を進め、コンシューマ商品の販売強化を図る。

（ヨーグルト）

- ・4月の新工場本格稼働に向けて、効率的生産体制を構築する。
- ・スムージーやドリンクヨーグルトを中心に高収益商品の販売強化を図る。

●主原料・副資材価格動向

- ・水産品は、世界的な需要増による供給量の減少の影響で高値が継続している。
- ・チーズ原料は、世界的な需要増により高値が継続する見通し。
- ・主原料の脱脂粉乳は、干ばつによる生乳生産量減少により高止まりの見通し。



新商品投入により
更なる拡販に努めるスムージー

5. 2019年3月期計画（海外事業本部）

●豪州

〈豪州〉

- ・肥育：生体調達コストの下げ止まりや穀物価格上昇等のコスト上昇が見込まれる。
- ・処理：集荷環境の悪化から、生体調達コストの上昇が見込まれる。
- ・販売：販売価格は安定しているが、米国産牛肉の動向には引き続き注視が必要である。

⇒現在は生体集荷の前倒しの状況であると見ており、今後は集荷難が見込まれる中での収益の確保に努める。

〈ウルグアイ〉

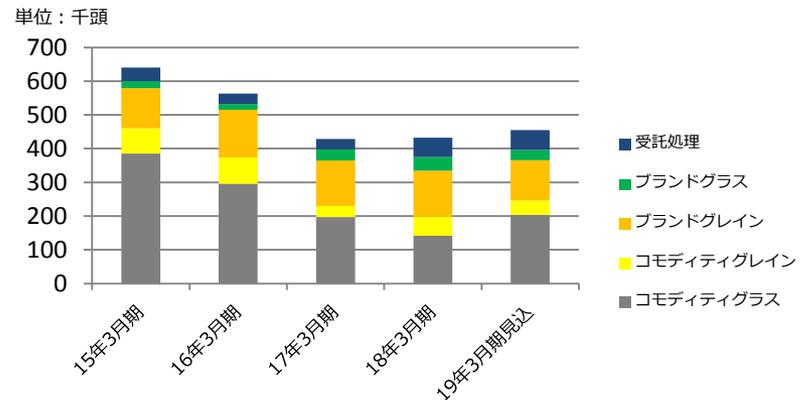
- ・生体調達コストの高止まりや牛肉輸出競合国の通貨安など、第4四半期にかけても厳しい局面が続くことが見込まれる。

【（参考）2019.03 3Q累計 豪州販売実績】

主な販売先	数量構成比	数量（昨年比）
日本	26%	98%
米国	12%	103%
韓国	11%	112%
中国	11%	120%
台湾	4%	102%
豪州国内	24%	110%
その他	13%	97%
合計	100%	105%

※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。

【（参考）2019.03 豪州処理頭数見込み】



●米州

- ・食肉輸出は仕入れ価格が引き続き安価で推移し、安定した収益確保が見込まれる。
- ・加工食品は、引き続き販売競争の激化による収益の苦戦が見込まれる。

●アジア・欧州

- ・トルコはリラ安による飼料価格高が続き、製造コストの増加で収益の苦戦が見込まれる。
- ・タイは日本向けの鶏肉加工品の販売数量増加に伴い、収益の回復が見込まれる。

Ⅲ. 2019年3月期 第3四半期財務データ

1. 2019年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

1. 2019年3月期連結業績概要及び通期計画

* 前年比、数量伸長率は、対前年増減率で表示しております。

(単位：百万円、%)

	2018年3月期実績(IFRS)			2019年3月期実績及び計画 (IFRS)								
	3Q累計 実績	4Q 実績	通期 実績	3Q累計 実績	前年比	数量 伸長率	4Q 見込み	前年比	数量 伸長率	通期 見込み	前年比	数量伸長率
売上高	974,254	284,209	1,258,463	953,761	△ 2.1	-	296,239	4.2	-	1,250,000	△ 0.7	-
ハム・ソーセージ	104,598	27,806	132,404	100,908	△ 3.5	△ 3.0	28,092	1.0	△ 0.4	129,000	△ 2.6	△ 2.4
加工食品	177,869	55,220	233,089	177,391	△ 0.3	△ 3.0	54,109	△ 2.0	△ 4.6	231,500	△ 0.7	△ 3.4
食肉	551,387	164,956	716,343	541,742	△ 1.7	1.1	173,558	5.2	6.5	715,300	△ 0.1	2.4
牛肉	227,002	66,285	293,287	231,294	1.9	4.3	69,606	5.0	12.7	300,900	2.6	6.1
豚肉	174,263	52,923	227,186	169,205	△ 2.9	1.6	54,195	2.4	3.6	223,400	△ 1.7	2.1
鶏肉	131,613	40,888	172,501	120,597	△ 8.4	△ 1.9	44,103	7.9	5.3	164,700	△ 4.5	△ 0.1
その他食肉	18,509	4,860	23,369	20,646	11.5	10.3	5,654	16.3	7.3	26,300	12.5	9.7
水産	74,737	19,067	93,804	69,490	△ 7.0	△ 17.4	21,410	12.3	△ 16.1	90,900	△ 3.1	△ 17.1
乳製品	26,107	8,084	34,191	25,705	△ 1.5	△ 2.2	8,195	1.4	△ 0.4	33,900	△ 0.9	△ 1.8
その他	39,556	9,076	48,632	38,525	△ 2.6	-	10,875	19.8	-	49,400	1.6	-
売上原価	804,144	243,334	1,047,478	794,563	△ 1.2	-	-	-	-	-	-	-
売上総利益	170,110	40,875	210,985	159,198	△ 6.4	-	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	17.5%	14.4%	16.8%	16.7%	-	-	-	-	-	-	-	-
販売費及び一般管理費	122,436	42,719	165,155	125,337	2.4	-	-	-	-	-	-	-
営業利益	47,674	△ 1,844	45,830	33,861	△ 29.0	-	△ 3,861	-	-	30,000	△ 34.5	-
プロ野球選手移籍金	2,273	-	2,273	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他の収益・費用	1,681	1,017	2,698	2,319	38.0	-	△ 1,319	-	-	1,000	△ 62.9	-
金融収益・費用	256	672	928	△ 1,965	-	-	△ 2,235	-	-	△ 4,200	-	-
持分法による投資損益	877	192	1,069	469	△ 46.5	-	△ 269	-	-	200	△ 81.3	-
税引前利益	52,761	37	52,798	34,684	△ 34.3	-	△ 7,684	-	-	27,000	△ 48.9	-
法人所得税費用	16,227	△ 1,153	15,074	10,788	△ 33.5	-	△ 2,388	-	-	8,400	△ 44.3	-
税率	30.8%	-	28.6%	31.1%	-	-	31.1%	-	-	31.1%	-	-
当期利益	36,534	1,190	37,724	23,896	△ 34.6	-	△ 5,296	-	-	18,600	△ 50.7	-
親会社の所有者に帰属する 当期利益	36,221	1,331	37,552	24,046	△ 33.6	-	△ 5,046	-	-	19,000	△ 49.4	-

* 第3四半期における持分法による投資損益は、タイ パナス社での火災発生の影響による損失を含みます。

2. 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》		2018年3月期 期末実績	2019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	734,528	776,969	5.8	42,441
	現金及び現金同等物	58,290	46,104	△ 20.9	△ 12,186
	営業債権及びその他の債権	154,781	191,233	23.6	36,452
★②	棚卸資産	105,422	116,533	10.5	11,111
	有形固定資産	269,143	283,356	5.3	14,213
	その他の金融資産(非流動)	40,638	33,944	△ 16.5	△ 6,694
	繰延税金資産	24,772	25,546	3.1	774
	負債合計	311,640	346,769	11.3	35,129
	営業債務及びその他の債務	113,984	132,856	16.6	18,872
★③	有利子負債	111,401	144,051	29.3	32,650
	親会社の所有者に帰属する持分	417,982	425,452	1.8	7,470
	非支配持分	4,906	4,748	△ 3.2	△ 158
	資本合計	422,888	430,200	1.7	7,312

主な増減要因

- ★① 資産合計 現金及び現金等価物は減少したが、営業債権、設備投資での有形固定資産の増加で約424億円の増加となった。
- ★② 棚卸資産 食肉の全畜種、また水産物で増加となり約111億円の増加となった。
- ★③ 有利子負債 主に短期借入金の増加により約327億円の増加となった。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2018年3月期 3Q累計実績	2019年3月期		2019年3月期 通期計画
		3Q累計実績	対前年増減率	対前年増減額
設備投資額	24,317	35,102	44.4	10,785
加工事業本部	7,585	6,933	△ 8.6	△ 652
食肉事業本部	8,573	16,023	86.9	7,450
関連企業本部	3,956	7,206	82.2	3,250
海外事業本部	2,585	4,000	54.7	1,415
その他設備	1,618	940	△ 41.9	△ 678
減価償却費	15,339	16,439	7.2	1,100

お問合せ先
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1
Think Park Tower
日本ハム株式会社 広報IR室
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。