

80<sup>th</sup>  
ニッポンハムグループ  
おかげさまで80周年



# 決算説明会資料

～2022年3月期 第3四半期～



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030



2022年 2月 2日  
日本ハム株式会社

  
Nipponham Group

**I : 2022年3月期 第3四半期連結業績の総括** P.4

1. 第3四半期 連結業績
2. セグメント情報 加工事業本部
3. セグメント情報 食肉事業本部
4. セグメント情報 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

**III : 2022年3月期第3四半期財務データ** P.21

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
3. 連結キャッシュ・フロー

**II : 2022年3月期見通し** P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

※当社は国際会計基準（IFRS）を適用しています。

※事業利益は、売上高から売上原価、販売費及び一般管理費を控除し、当社グループが定める為替差損益を加味するとともにIFRSへの調整及び非経常項目を除外して算出しております。

※当社は、2022年3月期第1四半期より、新たな事業領域への拡充を図る目的で、球団事業及び新規事業等を「その他」に区分して開示しております。また、2022年3月期第1四半期より、報告セグメントの業績をより適切に反映させるため、売上高の算定方法を変更しております。以上の変更については、前期以前の数値を遡及修正しています。但し、2020年3月期以前の数値は未監査。

※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。

## I : 2022年3月期 第3四半期連結業績の総括 P.4

1. 第3四半期 連結業績
2. セグメント情報 加工事業本部
3. セグメント情報 食肉事業本部
4. セグメント情報 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

## II : 2022年3月期見通し P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

## III : 2022年3月期第3四半期財務データ P.21

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
3. 連結キャッシュ・フロー

## 業績サマリー

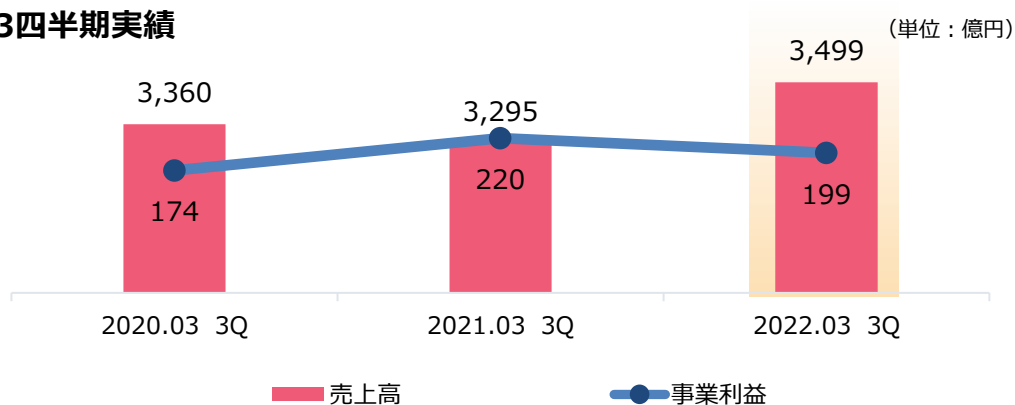
### 第3四半期は増収減益

増収要因：牛肉販売価格の高騰で海外事業と食肉事業の売上が拡大  
 減益要因：原材料価格・燃料費・労務費等の増加で加工・食肉事業の利益が圧迫

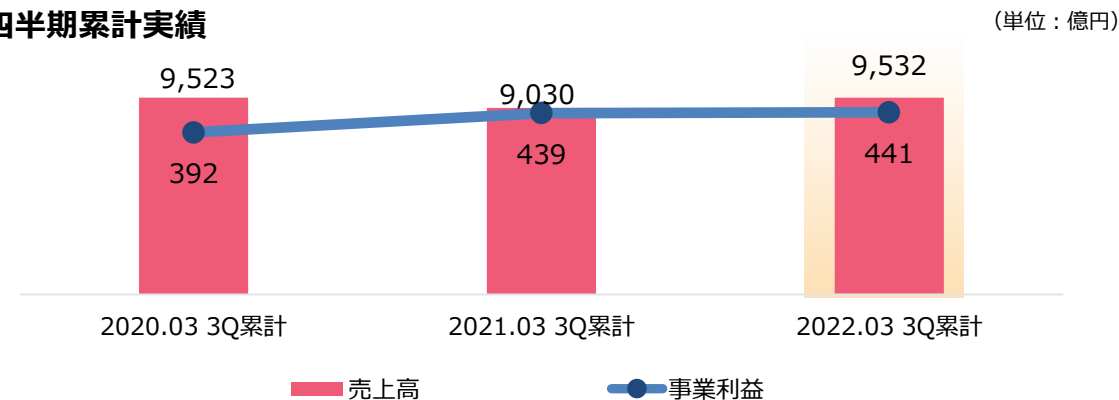
### 第3四半期累計は増収増益

増収要因：牛肉販売価格の高騰で海外事業と食肉事業の売上が拡大  
 増益要因：販売価格の高騰で生産コストをカバーした海外事業が利益を確保

#### 第3四半期実績



#### 第3四半期累計実績



#### 2022年3月期第3四半期連結業績

(単位：億円)

	3Q	前年差	前年比	3Q累計	前年差	前年比
売上高	3,499	204	6.2%	9,532	503	5.6%
事業利益	199	△ 21	△9.6%	441	2	0.0%
事業利益率	5.7%	-	-	4.6%	-	-

# 1. 第3四半期 連結業績②

## 第3四半期実績

(単位：億円)

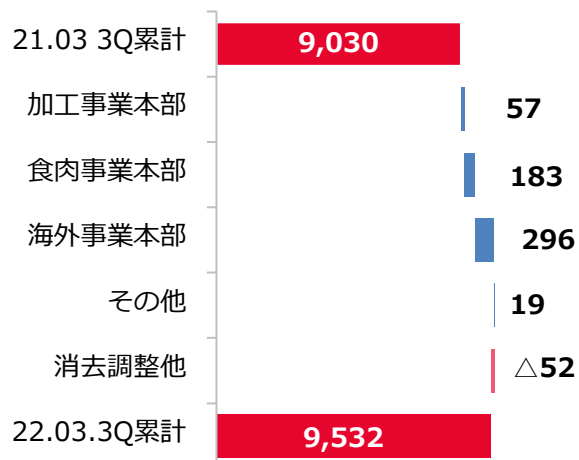
		20.03 3Q	21.03 3Q	22.03 3Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	1,416	1,406	1,398	△ 8	△ 0.6
	事業利益	76	96	71	△ 24	△ 25.5
食肉事業本部	売上高	1,838	1,802	1,929	126	7.0
	事業利益	100	141	127	△ 15	△ 10.4
海外事業本部	売上高	661	585	715	130	22.3
	事業利益	11	△ 2	16	18	-
その他	売上高	24	31	31	0	△ 0.1
	事業利益	△ 6	△ 5	△ 6	△ 2	-
消去調整他	売上高	△ 578	△ 530	△ 575	△ 45	-
	事業利益	△ 7	△ 11	△ 9	2	-
連結計	売上高	3,360	3,295	3,499	204	6.2
	事業利益	174	220	199	△ 21	△ 9.6

## 第3四半期累計実績

(単位：億円)

		20.03 3Q累計	21.03 3Q累計	22.03 3Q累計	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	3,865	3,771	3,828	57	1.5
	事業利益	129	160	141	△ 19	△ 11.8
食肉事業本部	売上高	5,288	5,044	5,227	183	3.6
	事業利益	243	324	305	△ 19	△ 5.9
海外事業本部	売上高	1,977	1,698	1,993	296	17.4
	事業利益	31	3	22	19	575.5
その他	売上高	144	95	114	19	20.1
	事業利益	18	△ 8	△ 2	6	-
消去調整他	売上高	△ 1,751	△ 1,578	△ 1,630	△ 52	-
	事業利益	△ 28	△ 40	△ 25	15	-
連結計	売上高	9,523	9,030	9,532	503	5.6
	事業利益	392	439	441	2	0.5

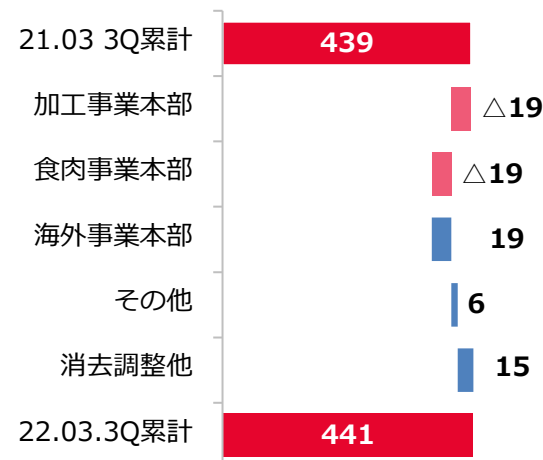
## 3Q累計売上高増減



## 売上高増減要因

- 【加工事業本部】**
  - ・外食の回復もあり、業務用中心に売上伸長
- 【食肉事業本部】**
  - ・輸入食肉事業が販売価格の上昇で売上伸長
- 【海外事業本部】**
  - ・世界的に牛肉販売が堅調だったことで、豪州事業が好調に推移
- 【その他】**
  - ・有観客でのプロ野球試合数が増加したことで増収

## 3Q累計事業利益増減



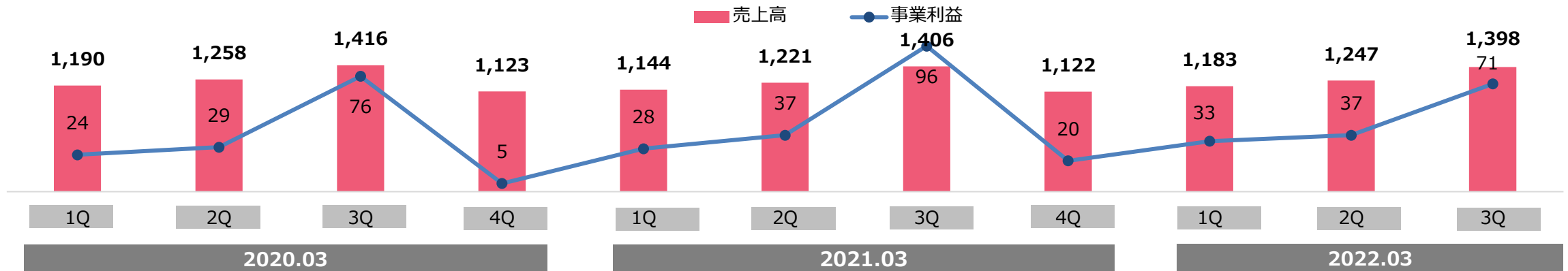
## 事業利益増減要因

- 【加工事業本部】**
  - ・原材料価格、燃料費、労務費等の増加でハムソー、デリ商品事業が減益
- 【食肉事業本部】**
  - ・飼料価格高騰で国内生産事業の利益が低迷
- 【海外事業本部】**
  - ・牛肉の販売価格が高水準で推移し、豪州事業で収益を確保
- 【その他】**
  - ・有観客でのプロ野球試合数が増加したことで増益

業務用の回復で水産・エキス、一次加工事業を中心に増収も、原材料価格や燃料費等の高騰によりハムソー・デリ商品事業で減益

(単位：億円)

	3Q				3Q累計			
	21.03	22.03	前年差	前年比	21.03	22.03	前年差	前年比
売上高	1,406	1,398	△ 8	△0.6%	3,771	3,828	57	1.5%
事業利益	96	71	△ 24	△25.5%	160	141	△ 19	△11.8%
内) 水産・乳製品・エキス	24	18	△ 6	△25.1%	29	32	3	9.7%
事業利益率	6.8%	5.1%	△1.7%	-	4.2%	3.7%	0.5%	-



### 2022年3月期 第3四半期累計売上高の状況

#### ハム・ソーセージ、デリ商品

- **コンシューマ** → ハムソー、デリ商品共に高単価商品が好調に推移し、前年並みを維持
- **業務用** → タイの生産減少の影響は受けたが、CVSや外食向けの牽引で売上が拡大

#### 水産・乳製品とエキス・一次加工品

- **コンシューマ** → 高利益の乳製品が順調に推移し、前年並みを維持
- **業務用** → 外食向けの一次加工品の販売や寿司種が好調に推移

### 2022年3月期 第3四半期累計事業利益の状況

#### ハム・ソーセージ、デリ商品

- **粗利益** → コンシューマの高止まりと業務用回復も、ギフトの減少で前年並み
- **経費** → 燃料費や労務費等が増加

#### 水産・乳製品とエキス・一次加工品

- **粗利益** → 一次加工品や水産の売上伸長により、粗利益額が拡大
- **経費** → 燃料費や労務費等が増加

### ハム・ソーセージ、デリ商品売上実績

#### ①コンシューマチャンネル向け商品

- ・ハム・ソーセージ：ストック需要に対応したシャウエッセンの大袋タイプの導入や保存性を追求したシャウスライス等の提案等で前年水準を維持

ストック需要と保存性を追求した商品提案



- ・デリ商品：高価格帯のピザ群「奏」やハンバーグ群の「極み焼」等が好調に推移した事に加え常温保存できる「あじわいレンジ」の上乗せもあり好調に推移

巣ごもり消費に向けて販売強化した商品群



#### ②業務用チャンネル向け商品

- ：昨年のGoToキャンペーンの反動やタイ国内の新型コロナウイルス感染拡大による供給不足の影響を受けるも、ファストフード・CVS向け売上が好調に推移

### ギフト売上実績

- ・主力ブランドの「美ノ国」で15周年販促を実施
- ・若年層向けの新商品の拡充を図るも、高単価アイテムの売上が伸び悩み、売上減少
- ・資材コストの削減に向けて、化粧箱の簡素化等の取組みを実施

### 水産・乳製品、エキス・一次加工品売上実績

- ・水産事業：販売を強化した自社製造商品や寿司種等高利益商品の売上が好調に推移
- ・乳製品事業：ヨーグルト) 主力のバニラヨーグルトで新フレーバーの投入もあり好調に推移  
チーズ) 主力の業務用でファストフード・食品メーカー向け等への売上が好調に推移
- ・エキス・一次加工品事業：外食向けの提案営業を強化したことで、一次加工品を中心に売上が拡大

#### チャネル別2022年3月期 3Q累計実績 (前年比)

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	99%	98%
	業務用	106%	106%
	合計	100%	99%
デリ商品	コンシューマ	100%	101%
	業務用	99%	99%
	合計	99%	101%

#### コンシューマ商品群 売上高実績 (前年比)

	商品群	3Q累計	商品群	3Q累計
	ハム・ソーセージ	ウインナー群		99%
ロースハム群		99%	チルド惣菜群	92%
ベーコン群		93%	フライドチキン群	106%
焼豚群		100%	ハンバーグ・ミートボール群	100%
合計		99%	合計	101%
				デリ商品

#### ギフト販売実績 (前年比)

		2021.03 実績	2022.03 実績
中元	全社販売金額	98%	96%
	内) 美ノ国	89%	99%
歳暮	全社販売金額	98%	93%
	内) 美ノ国	95%	96%
合計	全社販売金額	98%	94%
	内) 美ノ国	93%	96%

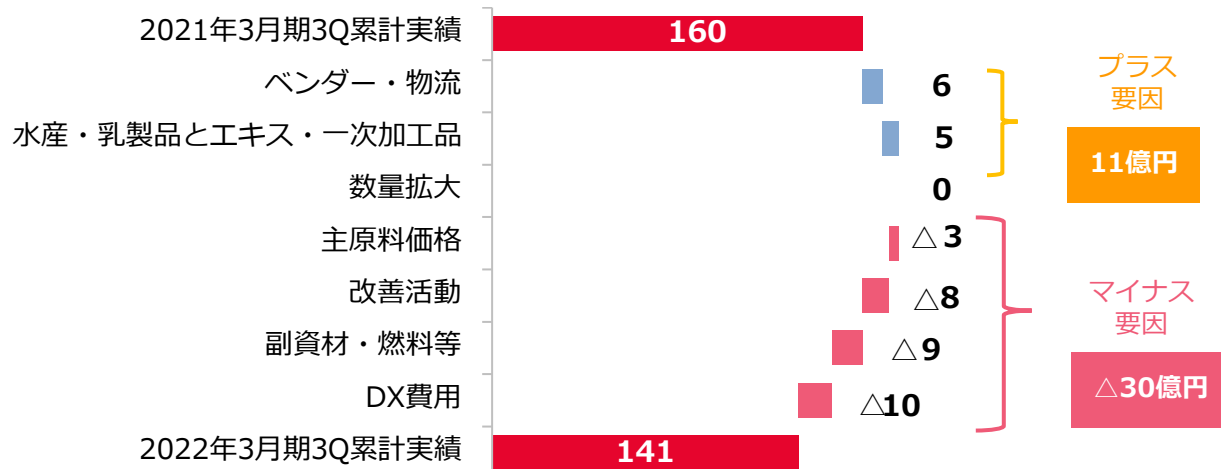
### 事業利益増減要因分析

(単位：億円)

2022.03			
	上期実績	3Q実績	3Q累計実績
H&S、デリ商品事業	△5	△15	△20
外部要因	△1	△12	△13
主原料価格	2	△6	△3
副資材・燃料等	△3	△6	△9
内部要因	△5	△3	△8
数量拡大	1	△1	0
改善活動	△5	△2	△8
ベンダー・物流	6	0	6
水産・乳製品と エキス・一次加工品事業	10	△5	5
DX費用	△6	△4	△10
合計	6	△24	△19

### 第3四半期累計実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



### 昨年差異要因分析（第3四半期累計）

#### 【外部要因】△13億円

主原料：ソーセージやハンバーグ原料が高騰

副資材：羊腸やフライ油が高騰

燃料等：原油価格上昇に伴い、燃料費等の価格が想定以上に高騰

#### 【内部要因】△8億円

改善活動：業務用伸長に伴う労務費の増加や生産性向上に向けた設備投資による減価償却費が増加

#### 【ベンダー・物流】6億円

ベンダー：主力商品の販売が伸長し、粗利益額が拡大

#### 【水産・乳製品とエキス・一次加工品】5億円

水産：高単価商品へのシフトや年末商戦の蟹等の販売で利益を確保

#### エキス・一次加工品

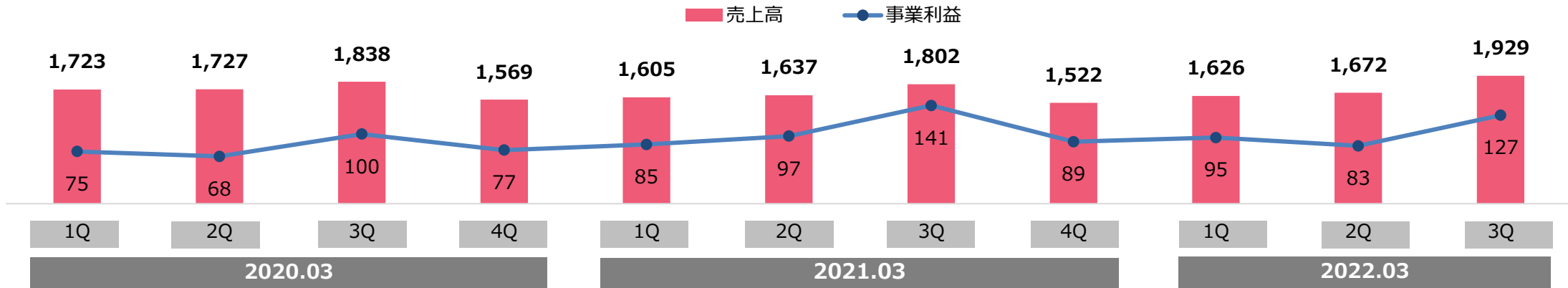
：外食の回復による売上の伸長と原材料価格や燃料費等の高騰も、価格転嫁が進み利益を確保



輸入食肉の販売価格上昇で増収も、飼料価格や燃料費等のコスト上昇の影響を受け、国内生産事業で減益

(単位：億円)

	3Q				3Q累計			
	21.03	22.03	前年差	前年比	21.03	22.03	前年差	前年比
売上高	1,802	1,929	126	7.0%	5,044	5,227	183	3.6%
事業利益	141	127	△ 15	△ 10.4%	324	305	△ 19	△ 5.9%
事業利益率	7.8%	6.6%	△ 1.2%	-	6.4%	5.8%	△ 0.6%	-



#### 2022年3月期 第3四半期累計売上高の状況

- 販売部門
  - 調達価格高騰を受け、輸入食肉の販売単価が上昇し売上確保
  - 堅調に推移した量販チャネルに加え、年末にかけては外食向けの販売も回復基調

#### 2022年3月期 第3四半期累計事業利益の状況

- 生産部門
  - 飼料価格や燃料費の高騰で国産鶏肉、豚肉の生産コストが上昇
- 販売部門
  - 第3四半期に入り、相場環境に応じた価格転嫁が進み、収益性が回復基調

## 事業利益増減要因分析

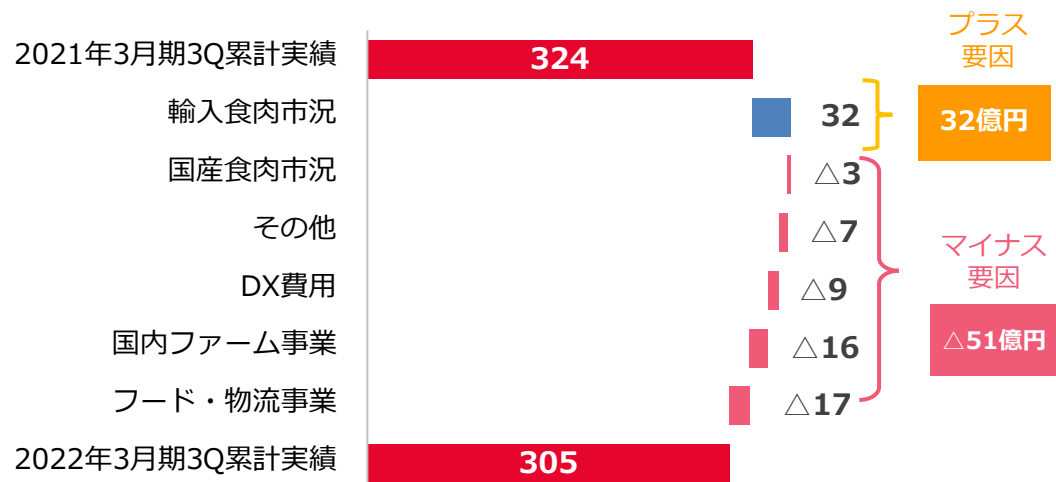
(単位：億円)

2022.03			
	上期実績	3Q実績	3Q累計実績
輸入食肉事業	29	3	32
国産食肉事業	1	△4	△3
国内ファーム事業	△9	△7	△16
フード・物流事業	△15	△2	△17
DX費用	△5	△4	△9
その他	△6	△1	△7
合計	△5	△15	△19

※2021年3月期より、フード・物流事業に含まれていたエキス・一次加工品事業を加工事業本部に移管

## 第3四半期累計実績の増減要因グラフ

(単位：億円)



## 昨年差異要因分析（第3四半期累計）

### 【輸入食肉事業】32億円

鶏肉：テイクアウト向けの唐揚げ需要や節約志向による販売数量拡大と、自社ブランド「マテ茶鶏」等の拡販により増益

豚肉：欧州産豚肉の安定調達と自社ブランド「アンデス高原豚」等の業務用の拡販により増益

### 【国産食肉事業】△3億円

豚肉：社外調達強化や取引条件の安定化に取り組むも、相場高騰に対する価格転嫁が進まず減益

### 【国内ファーム事業】△16億円

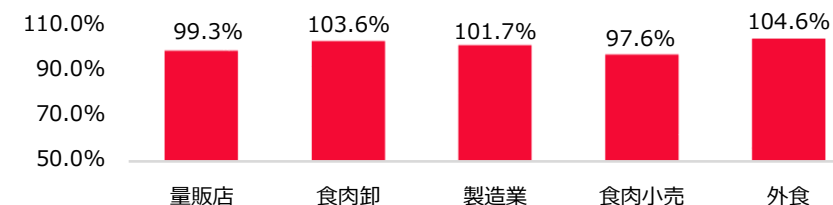
豚・鶏肉：飼料価格や燃料費等が高騰し、生産コストが上昇

鶏肉の生産性は高水準に推移するも、一部の豚肉生産拠点の生産性が改善せず減益

### 【フード・物流事業】△17億円

販売：第3四半期に入り、外食向け提案の強化で国産牛肉の販売が拡大  
価格転嫁も順調に進み、収益性は回復基調

2022年3月期3Q累計 フード4社の販売実績  
全体の数量伸長 101%



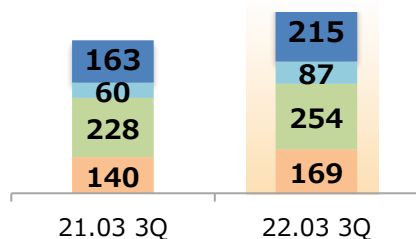
## 牛肉販売価格の上昇が継続した豪州事業が牽引し、増収増益

### 第3四半期実績

#### 【売上高】

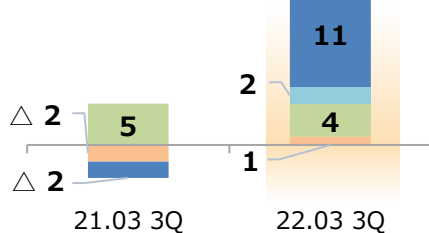
(単位：億円)

■アジア・欧州 ■米州 ■ウルグアイ ■豪州



	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	585	715	130	22.3%
豪州	163	215	52	31.6%
ウルグアイ	60	87	27	45.1%
米州	228	254	27	11.7%
アジア・欧州	140	169	29	20.8%

#### 【事業利益】



	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	△ 2	16	18	-
豪州	△ 2	11	13	-
ウルグアイ	0	2	2	397.8%
米州	5	4	△ 1	△19.7%
アジア・欧州	△ 2	1	3	-

### 2022年3月期 第3四半期累計売上高の状況

#### 豪州事業

- オーストラリア → 牛肉の販売価格が堅調に推移し、売上金額を確保
- ウルグアイ → 中国向けの販売再開と牛肉の販売価格が堅調に推移し、売上金額を確保

#### 米州事業

- 鶏肉加工品販売や豚肉輸出が堅調に推移し、売上拡大

#### アジア・欧州

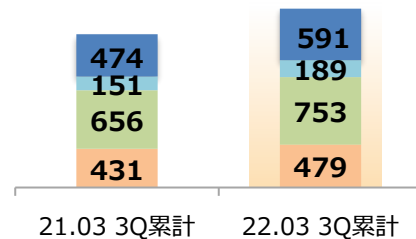
- アセアン → 日本向けの加工品販売の売上が回復
- トルコ → トルコ国内での鶏肉販売価格が堅調に推移し売上金額を確保

### 第3四半期累計実績

#### 【売上高】

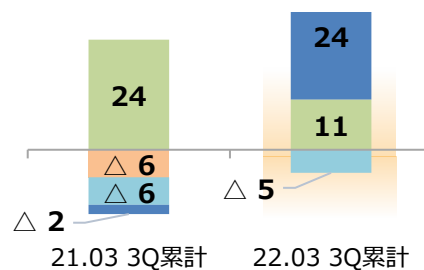
(単位：億円)

■アジア、欧州 ■米州 ■ウルグアイ ■豪州



	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	1,698	1,993	296	17.4%
豪州	474	591	118	24.9%
ウルグアイ	151	189	39	25.8%
米州	656	753	96	14.7%
アジア・欧州	431	479	47	11.0%

#### 【事業利益】



	21.03	22.03	前年差	前年比
海外計	3	22	19	575.5%
豪州	△ 2	24	26	-
ウルグアイ	△ 6	△ 5	0	-
米州	24	11	△ 13	△55.0%
アジア・欧州	△ 6	0	5	-

### 2022年3月期 第3四半期累計事業利益の状況

#### 豪州事業

- オーストラリア → 販売価格の高騰により収益を確保
- ウルグアイ → 輸出量の回復に加え、販売価格が高値で推移し利益が回復

#### 米州事業

- 加工品原料の高騰が続き、収益を圧迫

#### アジア・欧州

- トルコ → 販売価格が堅調に推移し、収益を確保

※売上金額、事業利益は、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)

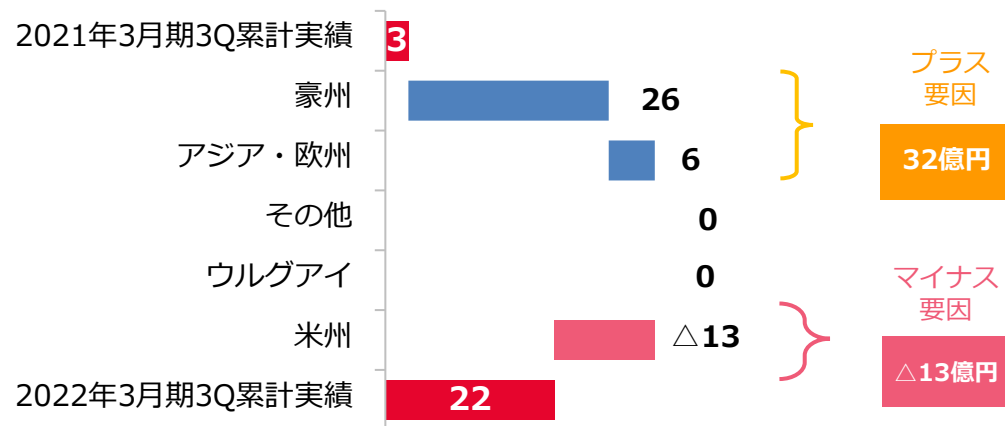
### 事業利益増減要因分析

(単位：億円)

2022.03			
	上期実績	3Q実績	3Q累計実績
豪州	13	13	26
ウルグアイ	△2	2	0
米州	△12	△1	△13
アジア・欧州	2	3	6
その他	0	0	0
合計	1	18	19

### 第3四半期累計の増減要因グラフ

(単位：億円)



### 昨年差異要因分析 (第3四半期累計)

#### 【豪州】 26億円

調達価格は歴史的な高値が継続しているが、販売価格も高値で推移豪州国内でのブランド食肉の強化により、利益を確保

#### 【ウルグアイ】 0億円

中国向けの禁輸措置で上期は収益に影響を与えたが、第3四半期以降、堅調な販売価格で利益が回復

#### 【米州】 △13億円

加工品販売は好調に推移しているが、加工品原料となる鶏肉価格や物流費の高騰で利益が圧迫

#### 【アジア・欧州】 6億円

トルコにおいて、飼料価格の高騰は続くが、販売価格が高値で推移したことから利益を確保

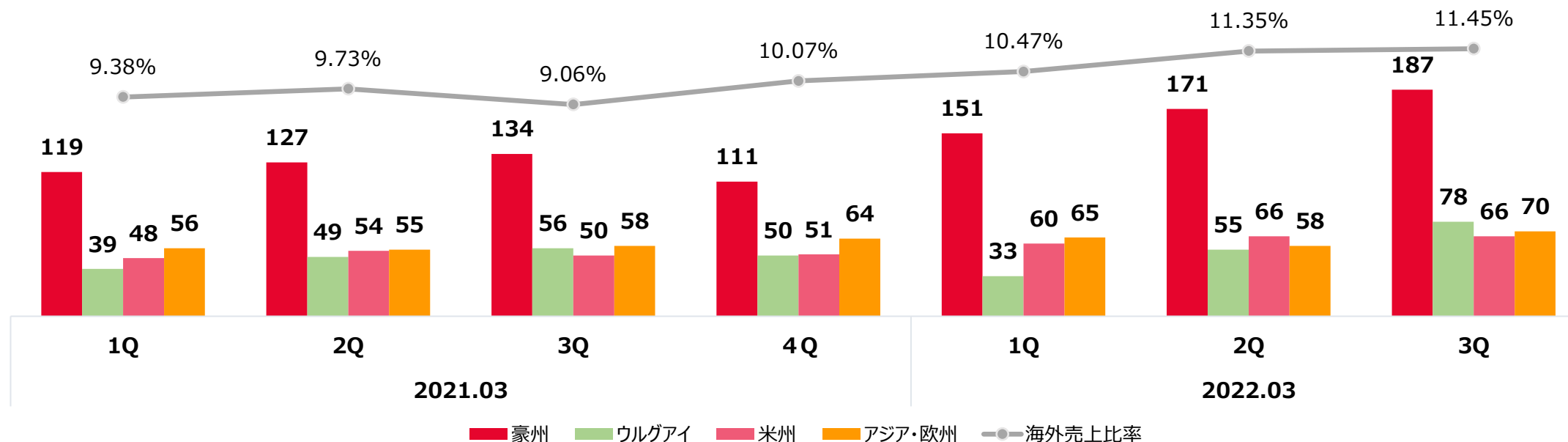
## 5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：億円)

	2021.03					2022.03		
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q
豪州	119	127	134	111	492	151	171	187
ウルグアイ	39	49	56	50	194	33	55	78
米州	48	54	50	51	203	60	66	66
アジア・欧州	56	55	58	64	233	65	58	70
海外計	262	286	298	275	1,122	309	350	401
海外売上比率	9.38%	9.73%	9.06%	10.07%	9.54%	10.47%	11.35%	11.45%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

(単位：億円)



## I : 2022年3月期 第3四半期連結業績の総括

P.4

1. 第3四半期 連結業績
2. セグメント情報 加工事業本部
3. セグメント情報 食肉事業本部
4. セグメント情報 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

## II : 2022年3月期見通し

P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

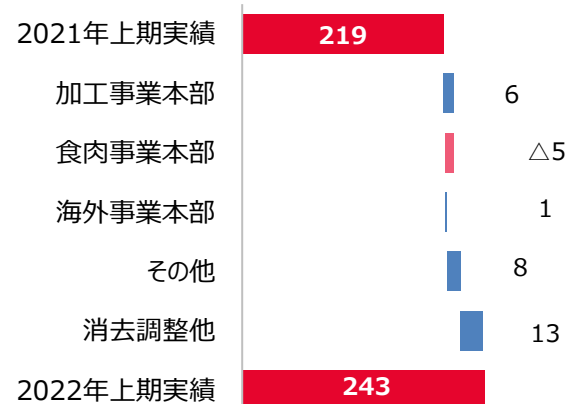
## III : 2022年3月期第3四半期財務データ

P.21

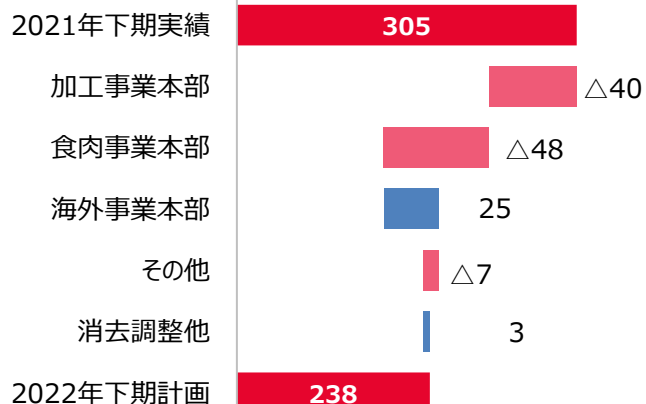
1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
3. 連結キャッシュ・フロー

# 1. 2022年3月期 事業利益計画①

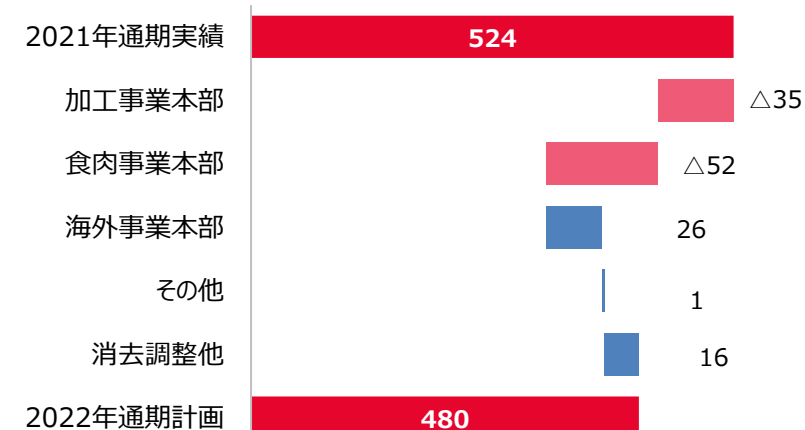
## 上期増減実績



## 下期増減計画



## 通期増減計画



(単位：億円)

(単位：億円)

	2022.03 上期			2022.03 下期			2022.03 通期		
	2021.03 上期実績	実績	増減	2021.03 下期実績	計画	増減	2021.03 通期実績	計画	増減
加工事業本部	65	70	5	115	75	△40	180	145	△35
食肉事業本部	183	178	△5	230	182	△48	412	360	△52
海外事業本部	5	6	1	△6	19	25	△1	25	26
その他	△4	4	8	△14	△19	△5	△18	△15	3
消去調整他	△29	△16	13	△20	△19	1	△49	△35	14
<b>合計</b>	<b>219</b>	<b>243</b>	<b>23</b>	<b>305</b>	<b>238</b>	<b>△68</b>	<b>524</b>	<b>480</b>	<b>△44</b>

## (事業利益に与える影響)

外部環境：想定を上回る燃料価格や原材料価格、飼料価格の高騰・感染再拡大による国内消費の不透明感

→加工事業と食肉事業で2Q見込みを下回る見込み

当社の対応：好調な豪州事業による牽引

→通期事業利益は期初想定通り480億円の着地を見込む

## 2Q見込みとの差異

※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。

(単位：億円)

	2022.03	2022.03	2022.03	2022.03 下期			2022.03 通期		
	上期	3Q	3Q累計	2Q 見込み	3Q 見込み	増減	2Q 見込み	3Q 見込み	増減
加工事業本部	70	71	141	80	75	△ 5	150	145	△ 5
食肉事業本部	178	127	305	192	182	△ 10	370	360	△ 10
海外事業本部	6	16	22	4	19	15	10	25	15
その他	4	△ 6	△ 2	△ 20	△ 19	1	△ 16	△ 15	1
消去調整他	△ 16	△ 9	△ 25	△ 18	△ 19	△ 1	△ 34	△ 35	△ 1
<b>合計</b>	<b>243</b>	<b>199</b>	<b>441</b>	<b>238</b>	<b>238</b>	<b>0</b>	<b>480</b>	<b>480</b>	<b>0</b>



### 2022年3月期通期計画 事業利益145億円

#### ハム・ソーセージ、デリ商品事業

##### ・コンシューマチャンネル向け商品の取組み

- ・価格改定を進めた主力ブランドの拡販やプラスチック使用量を28%削減した新たな包材を使用したシャウエッセンの認知度向上に向けた販促活動を実施
- ・食品ロス削減に繋がる常温商品や、タンパク質の選択肢を広げる新商品等、食の多様性に対応した取組みを実施
- ・新カテゴリー投入による新販路開拓の実施

##### ・業務用チャンネル向け商品の取組み

- ・アイテム数や低収益商品の見直しを継続し、引き続き収益の改善を図る
- ・外食向けのメニュー提案や新カテゴリー開拓を進める

#### 水産・乳製品、エキス・一次加工品事業

##### ・水産品事業の取組み

- ・自社工場製品や寿司種など、収益力の高い付加価値商品の販売を強化する

##### ・乳製品事業の取組み

- ・ヨーグルトは、イーセイスキルの販売強化と、好調なバニラヨーグルトの生産能力増強を図る
- ・チーズは、素材にこだわった付加価値商品を中心に提案を強化

##### ・エキス、一次加工品事業の取組み

- ・コンシューマ向け商品や和牛等を使用した高価格帯商品の開発と拡販を進める



#### 利益計画 増減要因分析 (単位: 億円)

	2022.03 下期			2022.03 通期		
	2Q 見込み	3Q 見込み	差異	2Q 見込み	3Q 見込み	差異
H & S、デリ商品事業	△ 15	△ 21	△ 6	△ 20	△ 27	△ 6
外部要因	△ 26	△ 27	△ 1	△ 27	△ 28	△ 1
主原料価格	△ 15	△ 13	2	△ 12	△ 10	2
副資材・燃料等	△ 12	△ 14	△ 3	△ 15	△ 17	△ 3
内部要因	11	6	△ 6	7	1	△ 6
数量拡大	1	△ 1	△ 2	2	0	△ 2
改善活動	10	7	△ 4	5	1	△ 4
バンダー・物流事業	1	1	0	7	7	0
水産・乳製品事業と エキス・一次加工品事業	△ 6	△ 7	△ 1	4	4	0
DX費用	△ 16	△ 13	3	△ 22	△ 19	3
合計	△ 35	△ 40	△ 5	△ 30	△ 35	△ 5

#### チャンネル別売上高計画 (前年比)

	チャンネル	通期計画
ハム・ソーセージ	コンシューマ	99%
	業務用	107%
	合計	100%
デリ商品	コンシューマ	100%
	業務用	99%
	合計	100%

#### コンシューマ商品群売上高計画 (前年比)

ハム・ソーセージ	商品群	通期計画	商品群	通期計画
	ウイナー群	99%	チルドベーカリー群	108%
ロースハム群	98%	チルド惣菜群	93%	
ベーコン群	93%	フライドチキン群	106%	
焼豚群	100%	ハンバーグ・ミートボール群	99%	
合計	99%	合計	100%	

## 2022年3月期通期計画 事業利益360億円

### 国産食肉事業

- ・市況 国内食肉生産は、飼料価格や燃料費高騰の影響を引き続き大きく受ける見込み（鶏肉相場）やや軟調な推移を見込むも、タイの生産状況などを注視（豚肉相場）前年並みを見込むも、カナダ産豚肉調達状況などを注視

### 国内食肉の取組み

自社) 生産性の向上、家畜疾病対策、コロナ対策の徹底・安定稼働の維持、インテグレーションブランドの生産拡大を図る  
 社外) 提携先・調達量の拡大を目指す



### 輸入食肉事業

- ・市況 飼料価格高騰・世界的な食肉需要増等で、調達価格は高水準で推移する見込み

### 輸入食肉の取組み

牛肉) 国内市場への価格転嫁、新規調達先からの調達量の拡大を図る（ポーランド、ウルグアイ）



BPU製造のウルグアイ産ビーフ Gran Carne グランカルネ

販売拡大中のカリフォルニアポーク

豚・鶏肉) 調達先との連携強化、ブランド食肉の開発  
 新たな販路拡大に向けた商品開発を図る

### 食肉販売（フード事業）

#### フード販売の取組み

#### ブランド食肉の更なる浸透

- ・20周年を迎える桜姫の販促を重点実施
- キャンペーン・SNS活用・売り場コンテスト等
- ・生協、ドラッグストアチャンネルへの注力、
- グループ協働商品や付加価値商品の拡大



桜姫からあげ 3月発売開始予定 (グループ協働商品)

### 持続可能な食肉ビジネスモデル構築に向けて

- ・全体最適による収益の最大化を目指すため組織構造改革を推進
- ・独自のバーティカル・インテグレーション・システムに加え、他者協働・共創により、多様な食生活の創出と社会課題解決を図る

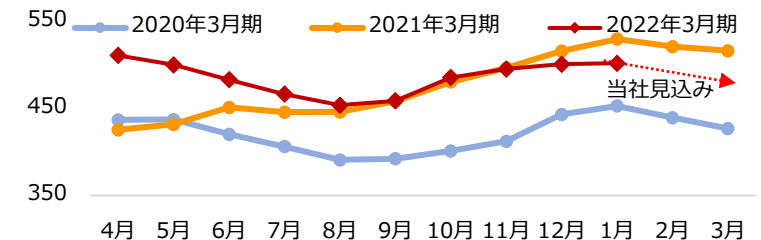
### 利益計画 増減要因分析

(単位:億円)

	2022.03 下期			2022.03 通期		
	2Q 見込み	3Q 見込み	差異	2Q 見込み	3Q 見込み	差異
輸入食肉事業	△ 7	△ 10	△ 3	23	19	△ 3
国産食肉事業	△ 6	△ 6	△ 0	△ 5	△ 5	△ 0
国内ファーム事業	△ 17	△ 21	△ 4	△ 26	△ 30	△ 4
フード・物流事業	5	2	△ 3	△ 10	△ 13	△ 3
DX費用	△ 14	△ 12	2	△ 19	△ 17	2
その他	0	△ 1	△ 1	△ 6	△ 7	△ 1
合計	△ 38	△ 48	△ 10	△ 42	△ 52	△ 10

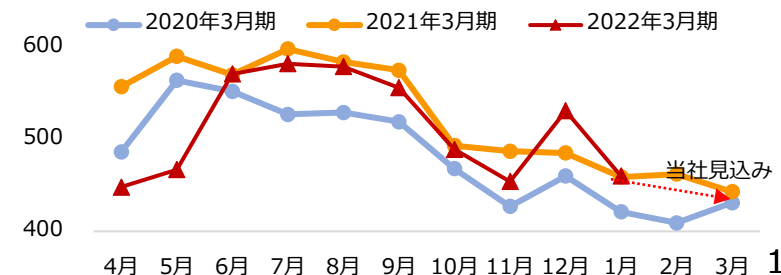
### 【鶏肉相場】

鶏肉相場 鶏肉加重平均※食品産業新聞社『畜産日報』掲載分から単純平均単価



### 【豚肉相場】

豚肉相場 豚3市場（東京・埼玉・横浜）「上」平均



## 2022年3月期通期計画 事業利益25億円

### 米州事業

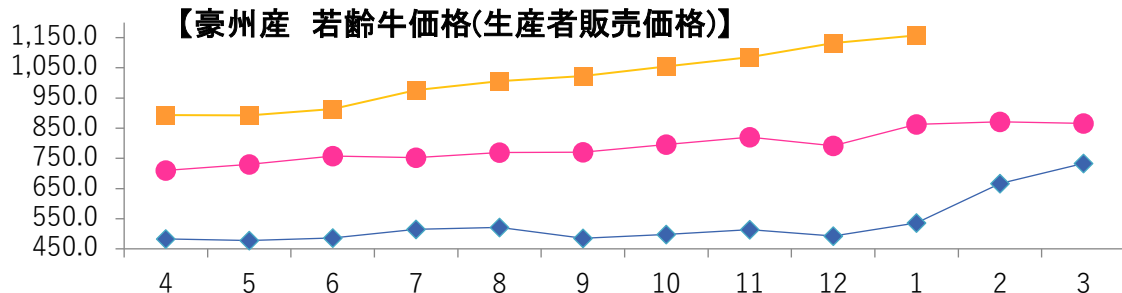
- 加工品 国内消費は依然堅調に推移するが、原材料・物流費等の高騰による影響は継続する見込み  
 ➔生産数量の拡大と来期の価格改定に向けて、得意先との連携を強化
- 輸出 日本向けの販売は好調も、調達価格は引き続き高騰、海運の混乱は継続する見込み  
 ➔安定供給に向けて、調達先との連携を強化

### アジア・欧州事業

- トルコ 賃金上昇や飼料価格等の生産コストは引き続き上昇する見込み  
 ➔生産性の向上や付加価値商品の販売を強化する
- アセアン 日本向けの製造数量は回復も、鶏肉原料供給が不足する見込み  
 ➔製造数量の安定化や生産性の向上に取り組み、収益確保を図る

### 豪州事業の取組み

- 豪州 販売好調も、集荷の厳しさや飼料価格の高騰による影響は継続する見込み  
 ➔海外向け及び豪州国内向けのブランド食肉の拡販により利益の確保を図る
- ウルグアイ 調達価格の下落により、生産コストが安定、販売は需要回復で好調に推移する見込み  
 ➔高付加価値の牛肉販売で利益を確保、輸出先多様化でカントリーリスク低減を図る



グラフ資料出所:MLA

### 利益計画 増減要因分析

(単位:億円)

	2022.03 下期			2022.03 通期		
	2Q 見込み	3Q 見込み	差異	2Q 見込み	3Q 見込み	差異
豪州	11	25	14	23	37	14
オーストラリア	11	23	12	24	36	12
ウルグアイ	0	2	2	△ 1	0	2
米州	△ 4	△ 4	0	△ 16	△ 16	0
アジア・欧州	2	3	1	4	6	1
その他	0	0	0	0	0	0
合計	10	25	15	11	26	15

### (事業利益額見込み)

(単位:億円)

	2022.03 下期		2022.03 通期	
	2Q 見込み	3Q 見込み	2Q 見込み	3Q 見込み
豪州	7	21	12	26
オーストラリア	5	17	18	30
ウルグアイ	2	4	△ 9	△ 4
米州	5	5	12	11
アジア・欧州	△ 3	△ 2	△ 4	△ 3
その他	△ 5	△ 5	△ 10	△ 9
合計	4	19	10	25

## I : 2022年3月期 第3四半期連結業績の総括

P.4

1. 第3四半期 連結業績
2. セグメント情報 加工事業本部
3. セグメント情報 食肉事業本部
4. セグメント情報 海外事業本部
5. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

## II : 2022年3月期見通し

P.15

1. 2022年3月期 事業利益計画
2. 2022年3月期計画 加工事業本部
3. 2022年3月期計画 食肉事業本部
4. 2022年3月期計画 海外事業本部

## III : 2022年3月期第3四半期財務データ

P.21

1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画
2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
3. 連結キャッシュ・フロー

# 1. 2021年3月期連結業績概要及び2022年3月期計画

(単位：百万円、%)

	2021年3月期 実績			2022年3月期 実績および計画								
	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
① 売上高	902,988	273,113	1,176,101	953,239	5.6	-	226,761	△ 17.0	-	1,180,000	0.3	-
ハム・ソーセージ	103,649	28,777	132,426	102,663	△ 1.0	0.5	21,737	△ 24.5	△ 23.3	124,400	△ 6.1	△ 5.0
加工食品	168,070	55,515	223,585	177,583	5.7	1.5	41,417	△ 25.4	△ 24.9	219,000	△ 2.1	△ 5.0
食肉	516,166	156,926	673,092	549,662	6.5	△ 1.4	138,338	△ 11.8	△ 18.0	688,000	2.2	△ 5.3
牛肉	200,675	56,324	256,999	225,719	12.5	△ 5.0	54,281	△ 3.6	△ 18.9	280,000	8.9	△ 8.0
豚肉	175,834	53,615	229,449	174,273	△ 0.9	△ 1.0	46,427	△ 13.4	△ 17.5	220,700	△ 3.8	△ 5.0
鶏肉	123,439	42,783	166,222	135,062	9.4	0.9	33,538	△ 21.6	△ 17.6	168,600	1.4	△ 3.7
その他食肉	16,218	3,990	20,208	14,608	△ 9.9	△ 13.4	4,092	2.6	△ 26.3	18,700	△ 7.5	△ 15.9
水産	60,520	16,333	76,853	63,231	4.5	4.3	12,069	△ 26.1	△ 25.2	75,300	△ 2.0	△ 2.4
乳製品	24,661	7,306	31,967	26,002	5.4	△ 0.1	6,098	△ 16.5	△ 20.6	32,100	0.4	△ 4.9
その他	29,922	8,469	38,391	34,098	14.0	-	7,102	△ 16.1	-	41,200	7.3	-
② 売上原価	735,006	229,361	964,367	782,920	6.5	-						
売上総利益	167,982	43,752	211,734	170,319	1.4	-						
売上総利益率	18.6%	16.0%	18.0%	17.9%	-	-						
③ 販売費及び一般管理費	120,048	41,167	161,215	123,942	3.2	-						
その他の収益・費用	△ 4,814	1,355	△ 3,459	△ 85	-	-	△ 3,165	-	-	△ 3,250	-	-
金融収益・費用	289	119	408	△ 2,216	-	-	466	291.6%	-	△ 1,750	-	-
持分法による投資損益	961	445	1,406	6,161	541.1	-	△ 5,161	-	-	1,000	△ 28.9	-
税引前利益	44,370	4,504	48,874	50,237	13.2	-	△ 7,237	-	-	43,000	△ 12.0	-
法人所得税費用	16,679	1,137	17,816	13,459	△ 19.3	-	41	△ 96.4%	-	13,500	△ 24.2	-
税率	37.6%	25.2%	36.5%	26.8%	-	-	-	-	-	31.4%	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	28,511	4,105	32,616	36,747	28.9	-	△ 6,747	-	-	30,000	△ 8.0	-
④ 営業利益①-②-③	47,934	2,585	50,519	46,377	△ 3.2	-	623	△ 75.9%	-	47,000	△ 7.0	-
⑤ 為替差損益	△ 1,299	△ 1,282	△ 2,581	△ 1,654	-	-	-	-	-	-	-	-
⑥ IFRSへの調整他	5,319	△ 4,645	674	3,901	△ 26.7	-	-	-	-	-	-	-
事業利益④-⑤-⑥	43,914	8,512	52,426	44,130	0.5	-	3,870	△ 54.5	-	48,000	△ 8.4	-

## 2. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

### 連結貸借対照表

(単位：百万円、%)

	2021年3月期	2022年3月期	対前期末	対前期末
	期末	第3四半期	増減率	増減額
資産合計	825,405	902,437	9.3	77,032
現金及び現金同等物	83,831	59,954	△ 28.5	△ 23,877
① 営業債権及びその他の債権	127,067	192,011	51.1	64,944
② 棚卸資産	107,906	126,415	17.2	18,509
有形固定資産	325,629	340,590	4.6	14,961
使用権資産	38,362	34,389	△ 10.4	△ 3,973
その他の金融資産（非流動）	35,796	36,916	3.1	1,120
繰延税金資産	26,056	24,773	△ 4.9	△ 1,283
負債合計	381,096	430,744	13.0	49,648
営業債務及びその他の債務	98,983	129,496	30.8	30,513
有利子負債	193,750	217,844	12.4	24,094
親会社の所有者に帰属する持分	433,595	460,925	6.3	27,330
非支配持分	10,714	10,768	0.5	54
資本合計	444,309	471,693	6.2	27,384

### 主な増減要因

#### ① 営業債権及びその他の債権

季節要因による売上増などで649億円増加

#### ② 棚卸資産

主に食肉（牛肉や鶏肉）の価格上昇等により185億円増加

### 設備投資額、減価償却費

(単位：百万円、%)

	2021年3月期	2022年3月期				
	3Q累計	3Q累計			通期	
	実績	実績	対前年増減率 (%)	対前年増減額	2Q時計画	通期計画
設備投資額	54,034	44,168	△ 18.3	△ 9,866	98,600	81,500
加工事業本部	14,496	6,834	△ 52.9	△ 7,662	16,680	11,630
食肉事業本部	8,930	11,131	24.6	2,201	23,160	18,620
海外事業本部	4,054	2,137	△ 47.3	△ 1,917	6,620	3,430
その他	26,554	24,065	△ 9.4	△ 2,489	52,140	47,820
減価償却費	25,301	27,057	6.9	1,756	34,600	36,000

### 3. 連結キャッシュ・フロー

#### 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期		2022年3月期
	3Q実績	3Q実績	対前年増減額	通期計画
① 営業活動によるキャッシュ・フロー	34,724	△ 5,293	△ 40,017	77,500
② 投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 44,064	△ 30,449	13,615	△ 45,700
③ 財務活動によるキャッシュ・フロー	809	11,695	10,886	△ 25,400

#### 主な増減要因

##### ① 営業活動によるキャッシュ・フロー

税引前四半期利益502億円、営業債務及びその他の債務の増加308億円などがあったが、営業債権及びその他の債権の増加626億円、棚卸資産の増加186億円、法人所得税の支払い額202億円などにより、53億円の純キャッシュ減となった。

##### ② 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産等の取得349億円などにより、305億円の純キャッシュ減となった。

##### ③ 財務活動によるキャッシュ・フロー

現金配当96億円、借入債務の返済388億円などがあったが、短期借入金の増加367億円、借入債務による調達230億円などにより、117億円の純キャッシュ増となった。

## お問合せ先

〒141-6013 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部  
電話：03-4555-8024

## 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いたします。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ください。