

# FY2022

Financial results  
briefing

# 決算説明会資料

～2022年3月期 第4四半期～

2022/5/10

日本ハム株式会社

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved. (無断転載禁止)



たんぱく質を、もっと自由に。

Nipponham Group Vision 2030



ニッポンハムグループ  
おかげさまで80周年

# CONTENTS

## 1. 2022年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4. 実績ハイライト① 2022年3月期通期実績
- 5. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績
- 7. セグメント情報 加工事業本部
- 9. セグメント情報 食肉事業本部
- 11. セグメント情報 海外事業本部

## 2. 2023年3月期 計画

- 14. 計画ハイライト
- 15. 2023年3月期計画 加工事業本部
- 16. 2023年3月期計画 食肉事業本部
- 17. 2023年3月期計画 海外事業本部

## 3. 2022年3月期 主な財務データ／参考資料

- 19. 2022年3月期連結業績概要及び  
2023年3月期計画
- 20. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び  
連結キャッシュ・フロー計算書
- 21. 品種別売上高実績
- 23. 外部環境／市況

※ 当社は国際会計基準（IFRS）を適用しています。

※ 当社グループは、事業活動を通じて獲得する利益をより明確に示すことを目的として、2020年3月期の連結業績予想から従来の営業利益に替えて、事業利益（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、IFRSへの調整及び非経常項目を調整して算出）を開示しております。

※ 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。

※ 2021年3月期より関連企業本部及び食肉事業本部の管轄であったエキス・一次加工品事業を加工事業本部へ統合したため、その事業利益を内訳表示しています。  
また、2020年3月期以前の数値は遡及修正をしています。（当社算定による、但し未監査）

# 2022年3月期実績

# 1. 実績ハイライト① 2022年3月期通期実績

2022年3月期の事業利益は、原料価格の高騰や調達・生産コスト上昇の影響を受けたが、コスト吸収施策や海外事業本部の牛肉事業の牽引で計画通りの着地

## 2022年3月期通期実績

(単位：億円)

	通期実績	前年差	前年比
売上高：	*12,464	703	6.0%
(継続事業売上高)	11,744	680	6.1%
(非継続事業売上高)	721	23	3.3%
事業利益	*481	△43	△8.2%
事業利益率	*3.9%	△0.6%	-
税引前当期利益	514	38	7.9%
親会社に帰属する当期利益	*480	154	47.3%
ROE	*10.5%	2.7%	-
ROIC	*5.0%	△0.9%	-

\* 非継続事業(マリンフーズ)を含む実績

\* 事業利益率は事業利益481億円、非継続事業を含む売上高12,464億円にて算出

## 前年差増減要因

売上高は、新型コロナウイルス感染症による影響の一巡や消費行動の変化により業務用や外食需要が回復。牛肉の調達コスト上昇による価格転嫁もあり、6%の増収

事業利益は、原料価格高騰、調達・生産コスト上昇の影響を受け減益

税引前当期利益は、持分法による投資利益76億円の増加が影響し、7.9%増加

親会社に帰属する当期利益は、事業譲渡益もあり、47.3%増益

ROEは、親会社に帰属する当期利益の大幅増等で、2.7%上昇

# 1. 実績ハイライト② セグメント別事業利益実績

## セグメント別事業利益実績

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年差
加工事業本部	180	147	△33
食肉事業本部	412	356	△57
海外事業本部	△1	24	25
球団・その他	△18	△16	2
消去調整他	△49	△30	19
連結計	524	481	△43

## 前年差増減要因

### 加工事業本部

原材料価格や燃料費等の高騰でハム・ソーセージ、デリ商品事業を中心に減益

### 食肉事業本部

飼料価格・燃料費等の生産コスト増加や牛肉の販売数量の減少で国内生産および国内販売を中心に減益

### 海外事業本部

牛肉販売価格の上昇が継続し、豪州事業を中心に増益

### 球団・その他

観客動員数の回復等で増益

# 2022年3月期 セグメント別の実績

コンシューマの高止まりに業務用の回復が加わり増収も、原材料価格や燃料費等の高騰でハムソー・デリ商品で減益

### 2022年3月期実績

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年差	前年比
売上高	4,894	4,967	73	1.5%
事業利益	180	147	△33	△18.3%
事業利益率	3.7%	3.0%	△0.7%	-

### コンシューマ商品売上実績

- ・ハム・ソーセージ：主カブランドのシャウエッセンの大袋商品の拡販やWeb広告の導入等で前年水準を維持
- ・デリ商品：年間を通して、「極み焼ハンバーグ」や「奏」等の高価格帯商品が好調に推移
- ・乳製品：主カブランドのバニラヨーグルトが好調に推移

### チャンネル別売上実績（前年比）

商品群	チャンネル		数量	金額
	コンシューマ	業務用		
ハム・ソーセージ	コンシューマ	業務用	98%	98%
	業務用	合計	107%	109%
	合計		100%	99%
デリ商品	コンシューマ	業務用	98%	100%
	業務用	合計	98%	99%
	合計		98%	100%

### コンシューマ商品群売上実績（前年比）

商品群	チャンネル		商品群	金額
	コンシューマ	業務用		
ハム・ソーセージ	ウイナー群	業務用	98%	98%
	コースハム群	合計	100%	100%
	ベーコン群		95%	95%
デリ商品	焼豚群	業務用	100%	100%
	合計		98%	98%
	合計		98%	100%



### 業務用商品売上実績

- ・ハム・ソーセージ：外食向けが好調に推移
- ・デリ商品：タイから輸入される加工品の供給不足が影響
- ・エキス、一次加工：外食、CVS向けが好調に推移
- ・水産品：自社製造及び寿司種が好調に推移

### 事業利益増減要因分析

(単位：億円)

	3Q時通期見込み	通期実績	見込み差
ハム・ソーセージと デリ商品事業	△27	△28	△1
外部要因	△28	△27	1
主原料価格	△10	△9	2
副資材・燃料等	△17	△18	△1
内部要因	1	△1	△2
数量拡大	0	△1	0
改善活動	1	0	△1
ベンダー・物流事業	7	6	△1
水産・乳製品と エキス・一次加工品事業	4	7	3
DX費用	△19	△18	1
合計	△35	△33	2

### 昨年差異要因分析

#### 【外部要因】△27億円

下期に入り原料価格やエネルギーコストが急騰  
(主な内訳)

**主原料**：からあげ原料、ハンバーグの原料の高騰

**副資材**：羊腸、フライ油の高騰

**燃料等**：電気、燃料の高騰

#### 【内部要因】△1億円

**改善活動**：価格改定により上期改善の遅れをカバー

#### 【ベンダー・物流事業】6億円

**ベンダー**：改善活動により主力商品の販売が伸長

**物流**：庫内作業の改善や付加価値業務が好調に推移

#### 【水産・乳製品とエキス・一次加工品】7億円

**水産**：自社製造の高利益商品へのシフト

**エキス・一次加工品**

：外食の回復や価格転嫁が進み、収益を確保



### 3. セグメント情報 食肉事業本部①

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生産コスト増加で国内生産が減益、及び牛肉の販売数量の減少によりフード販売で減益

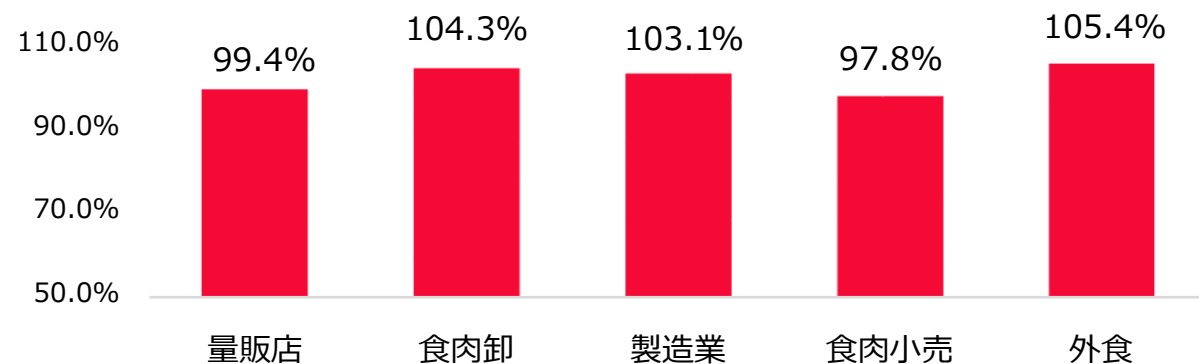
#### 2022年3月期実績

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年差	前年比
売上高	6,567	6,833	266	4.1%
事業利益	412	356	△57	△13.7%
事業利益率	6.3%	5.2%	△1.1%	-

#### チャネル別売上実績（前年比）

2022年3月期 フード4社の販売実績  
全体の数量伸長 101%



#### 畜種別売上実績

- ・牛肉：輸入牛肉の調達価格高騰により、売上金額は増加も期末にかけて価格転嫁に需要が追いつかず
- ・豚肉：輸入豚肉は調達価格高騰も、国産豚肉の上期相場安等で売上金額は前年並み
- ・鶏肉：外食の業態変更等もあり通期を通して輸入鶏肉が牽引 国産鶏肉も、節約志向に支えられ好調に推移

#### チャネル別売上実績

- ・量販店：内食需要が落ち着く中、惣菜への提案強化等で前年並みを維持
- ・外食：感染予防措置による外出制限の影響は受けたものの、前年からの反動もあり売上は伸長

### 3. セグメント情報 食肉事業本部②

#### 事業利益増減要因分析

(単位：億円)

	3Q時通期見込み	通期実績	見込み差
輸入食肉事業	19	15	△4
国産食肉事業	△5	△7	△2
国内ファーム事業	△30	△27	3
フード・物流事業	△13	△16	△3
DX費用	△17	△15	2
その他	△7	△7	0
合計	△52	△57	△4

※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

#### フード4社利益 前期比



#### 昨年差異要因分析

##### 【輸入食肉事業】15億円

**鶏肉**：外食におけるからあげ店への業態変更や12月のタイ産加工品の輸入減少等、需要の高まりに合わせて価格転嫁を実施

販売数量も好調に推移し、上期を中心に増益

**牛肉**：豪州産の相場高、日本への入船頻度減少、米州産の不安定な入荷で、

価格が高騰したが、現地パッカーとの関係性強化や新規パッカー開拓により減益影響を最小限に抑制

##### 【国産食肉事業】△7億円

**鶏肉**：鶏肉相場は下期以降、前年を下回ったことで、収益が減少

**豚肉**：豚肉相場は11月までは前年を下回ったが、12月に入り上昇

通期では昨年を下回り、収益が減少

##### 【国内ファーム事業】△27億円

**鶏・豚肉**：下期からトウモロコシ等の飼料価格が高騰

配合飼料価格安定制度発動も、価格上昇分を補えず

燃料高騰や疾病等により生産コストの改善に遅れ

##### 【フード・物流事業】△16億円

**販売**：まん延防止、緊急事態宣言発令により量販チャネルへシフトし販売強化

販売数量は拡大したが、節約志向で牛肉の高単価商品の販売が減少し

減益、年明け以降は回復基調

## 4. セグメント情報 海外事業本部①

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

### 2022年3月期実績

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年差	前年比
売上高	2,236	2,676	440	19.7%
事業利益	△1	24	25	-
事業利益率	-	0.9%	0.9%	-

### 地域別売上実績

#### 【豪州事業】

**牛肉**：牛生体の集荷難により、販売数量は昨年を下回ったが、販売単価が高値で推移し増収

#### 【米州事業】

**加工品**：北米での加工品販売が好調に推移したことに加え、新規開拓による売上の拡大もあり、好調に推移

**輸出**：日本向けの豚肉輸出量が好調に推移

#### 【アジア・欧州事業】

**加工品**：販売面では回復基調にあったが、製造において新型コロナウイルス感染症による影響が継続し、工場稼働に影響

**鶏肉**：トルコ国内での鶏肉販売価格が上昇。販売も好調に推移

### 地域別事業利益

(単位：億円)

### 外部顧客売上高実績

(単位：億円)

	2021年3月期	2022年3月期	前年差	前年比		2021年3月期	2022年3月期	前年差	前年比
海外計	△1	24	25	-	海外計	1,122	1,428	306	27.3%
オーストラリア	△6	30	36	-	オーストラリア	492	683	192	39.0%
カカア	△5	△5	0	-	カカア	194	225	32	16.4%
米州	27	12	△15	△55.9%	米州	203	256	53	26.3%
アジア・欧州	△8	△4	4	-	アジア・欧州	233	263	30	12.8%

### 事業利益増減要因分析

(単位：億円)

	3Q時通期見込み	通期実績	見込み差
オーストラリア	36	37	1
ウルグアイ	0	△1	△1
米州	△16	△15	1
アジア・欧州	6	4	△2
その他	0	0	0
合計	26	25	△1

### 昨年差異要因分析

#### 【オーストラリア】37億円

通期を通して、調達価格が歴史的な高値となったが、販売価格も高値で推移  
ブランド食肉の強化もあり、利益を確保

#### 【ウルグアイ】△1億円

上期は中国向け禁輸措置による数量減少も、輸出解禁後は世界的に販売価格も好調に推移したことで前年並みの利益水準に回復

#### 【米州】△15億円

数量伸長はあったものの、加工品の原料となる鶏肉価格の上昇が影響し利益を圧迫

#### 【アジア・欧州】4億円

**トルコ**：飼料、原料価格が高騰したが、価格転嫁を進め収益確保  
**タイ**：タイ国内でのアフリカ豚熱発生により、鶏肉需要が高まり原料高騰

# 2023年3月期計画

# 1. 計画ハイライト

## 2023年3月期利益計画

(単位：億円)

	通期計画	前年差	前年比
売上高	12,400	656	5.6%
事業利益	460	△21 *2	△4.4% 0.4%
事業利益率	3.7%	△0.4%	-
税引前当期利益	445	△69	△13.4%
親会社に帰属する当期利益	330	△150	△31.3%
ROE	6.7%	△3.8%	-
ROIC	4.4%	△0.6%	-

\*非継続事業(マリンフーズ)の事業利益を除いた前年差

## セグメント別事業利益計画

(単位：億円)

	2023.03 上期		2023.03 下期		2023.03 通期	
	計画	前年差	計画	前年差	計画	前年差
加工事業本部	44	*△15	56	*△9	100	△24
食肉事業本部	180	2	180	2	360	4
海外事業本部	9	3	21	3	30	6
その他	23	19	△23	△3	0	16
消去調整他	△16	0	△14	0	△30	0
<b>合計</b>	<b>240</b>	<b>9</b>	<b>220</b>	<b>△7</b>	<b>460</b>	<b>2</b>

\*非継続事業(マリンフーズ)の事業利益を除いた前年差

## セグメント別事業利益計画

**加工事業本部)** 原材料や電燃料高騰に対して、価格改定・内部改善等に取り組むが、一定の影響を受ける

**食肉事業本部)** 飼料価格、調達価格、燃料高騰の影響を受けるが、生産事業の生産性改善やフード販売の回復等で前年並み

**海外事業本部)** 牛肉事業や日本向けの加工品輸出は不透明だが、北米の加工品の販売数量の拡大で収益を確保

**球団・その他)** 観客動員数の制限緩和やBIGBOSS効果で収益が回復

## 2. 2023年3月期計画 加工事業本部

### 2023年3月期通期計画 事業利益100億円

#### 利益計画 増減要因分析

(単位：億円)

		上期	下期	通期	
ハム・ソーセージ、デリ商品事業		△9	△6	△15	
外部要因	外部要因	△62	△68	△130	
	主原料価格	△26	△32	△58	
		副資材・燃料等	△36	△36	△72
	内部要因		53	62	116
	価格改定効果	30	30	60	
改善効果		23	32	56	
水産・乳製品とエキス・一次加工品事業		6	5	11	
DX費用		△12	△8	△20	
合計		△15	△9	△24	

#### チャネル別売上高計画（前年比）

		計画
ハム・ソーセージ	コンシューマ	102%
	業務用	101%
	合計	102%
デリ商品	コンシューマ	102%
	業務用	100%
	合計	102%

#### コンシューマ商品群売上高計画（前年比）

		商品群	計画		
ハム・ソーセージ	デリ商品	ウインナー群	102%	チルドベーカリー群	102%
		コースハム群	110%	チルド惣菜群	100%
		ベーコン群	110%	フライドチキン群	108%
		焼豚群	105%	ハンバーグ・ミートボール群	101%
		合計	102%	合計	102%

#### 【外部要因】△130億円

主原料：輸送コストや円安の影響

副資材：フライ油、チーズ、輸送コストの上昇

燃料等：原油価格の上昇

#### 【内部要因】116億円

価格改定を実施し、当初予定の原料高騰60億円をカバー  
 主カブランドの拡販による商品ミックスの改善  
 アイテム統廃合、物流部門改善等

#### 【水産・乳製品とエキス・一次加工品事業】11億円

乳製品・エキス・一次加工品：

業務用の価格交渉を進め、牛肉原料、チーズ、電燃料の高騰分をカバー

#### <主な施策>

##### （コンシューマ商品の取組み）

- ・BIGBOSS販促による主カブランドの拡販
- ・EC、ドラッグストア、ホームセンター等新たな販路開拓の継続

##### （業務用商品の取組み）

- ・付加価値商品や新カテゴリー商品の開発

##### （原料高騰への対策）

- ・業務用の価格改定、有利原料の活用や資材の変更
- ・低収益商品の見直し、配合変更

#### 2023年3月期計画 事業利益360億円

##### 利益計画 増減要因分析

(単位：億円)

	上期	下期	通期
国産牛・豚事業	△3	3	1
国産鶏事業	△9	△6	△15
輸入食肉事業	3	3	6
フード販売	21	7	29
DX費用	△11	△6	△17
合計	2	2	4

##### 【国産牛・豚事業】1億円

**生産部門**：外部環境の不透明感から、飼料価格は上昇及び高止まりの見込み

**荷受部門**：不安定な輸入調達環境から相場は下支えされる見込み

**取組み**：牛肉) 外部アセット連携のブランド強化、和牛輸出の更なる拡大  
豚肉) 疾病の減少と出荷重量の増加によるコスト低減

##### 【国産鶏事業】△15億円

**生産部門**：外部環境の不透明感から、飼料価格は上昇及び高止まりの見込み

**荷受部門**：輸入鶏肉の高騰による国産シフトで、むね肉は堅調に推移することから相場は一定水準維持

**取組み**：桜姫を軸としたブランド食肉の生産・販売拡大  
社外連携による調達力強化を図り、コスト競争力向上に取り組む

##### 【輸入食肉事業】6億円

**取組み**：安定供給に向けた既存調達先との連携強化  
新規調達国・パッカーの開拓を継続

##### 【フード販売】29億円

**販売**：外食需要の回復により、畜種ミックスが改善

**取組み**：エリア・チャネル別に専門部署を組織

牛肉販売の価格転嫁も進め、収益を確保



### 2023年3月期通期計画 事業利益30億円

#### 利益計画 増減要因分析

(単位：億円)

	上期	下期	通期
豪州	5	△5	0
オーストラリア	△2	△3	△5
ウルグアイ	7	△1	5
米州	△1	8	7
アジア・欧州	1	1	1
その他	△1	△1	△3
合計	3	3	6

#### 事業利益計画

	上期	下期	通期
オーストラリア	9	16	25
ウルグアイ	1	0	1
米州	6	14	19
アジア・欧州	0	△3	△3
その他	△6	△6	△12
合計	9	21	30

#### 【オーストラリア】△5億円

出荷頭数は回復するが、世界的な景気の不透明感により、販売価格も大きな値動きがあると予想される

**取組み：**ブランド食肉拡大や付加価値商品の比率向上

#### 【ウルグアイ】5億円

生体価格は高値で推移する見込み

**取組み：**中国向けの需要回復に合わせた販売の強化  
コーシャ等の付加価値の高い牛肉販売を強化

#### 【米州】7億円

原材料価格・人件費高騰の外部環境が継続、加工食品、食肉輸出、現地卸売りと併せて増益

**取組み：**北米の鶏肉加工品の価格改定による収益性の改善や生産数量の拡大による利益額の拡大で増益

#### 【アジア・欧州】1億円

トルコ) 飼料価格高騰が継続  
タイ) 円安による輸出環境の悪化

**取組み：**トルコ) 飼料価格上昇分の価格転嫁  
付加価値商品の販売強化  
タイ) 商品リニューアルや生産性の改善

# 主な財務データ

# 1. 2022年3月期連結業績概要及び2023年3月期計画

(単位：百万円、%)

	2022年3月期実績						2023年3月期計画					
	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比	上期	前年比	下期	前年比	通期	前年比
① 売上高	569,118	△ 0.8	605,271	13.6	1,174,389	6.1	610,000	7.2	630,000	4.1	1,240,000	5.6
② 売上原価	468,057	△ 0.3	506,304	15.5	974,361	7.3	505,000	7.9	523,000	3.3	1,028,000	5.5
売上総利益	101,061	△ 2.9	98,967	4.9	200,028	0.8	105,000	3.9	107,000	8.1	212,000	6.0
売上総利益率	17.8%	-	16.4%	-	17.0%	-	17.2%	-	17.0%	-	17.1%	-
③ 販売費及び一般管理費	75,502	△ 3.4	82,448	15.1	157,950	5.4	79,000	4.6	88,500	7.3	167,500	6.0
その他の収益・費用	△596	-	2,651	-	2,055	-	△ 750	△25.8	△ 2,050	△177.3	△ 2,800	△ 236.3
金融収益・費用	10	-	△1,801	-	△ 1,791	-	1,250	12,400	△ 450	75.0	800	144.7
持分法による投資損益	3,100	34.3	5,924	△ 761.9	9,024	538.6	1,000	△ 67.7	1,000	△ 83.1	2,000	△ 77.8
税引前利益	28,073	△ 2.3	23,293	23.4	51,366	7.9	27,500	△ 2.0	17,000	△ 27.0	44,500	△ 13.4
法人所得税費用	8,069	△ 18.6	4,599	△ 37.3	12,668	△ 26.6	7,000	△ 13.2	4,500	△2.2	11,500	△ 9.2
税率	28.7%	-	19.7%	-	24.7%	-	25.5%	-	26.5%	-	25.8%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益:	19,604	4.7	28,445	128.3	48,049	53.4	20,000	2.0	13,000	△54.3	33,000	△ 31.3
(継続事業当期利益)	19,911	6.3	18,694	62.1	39,100	27.5	-	-	-	-	-	-
(非継続事業当期利益)	△307	-	9,256	-	8,949	-	-	-	-	-	-	-
④ 営業利益①-②-③	25,559	△ 1.3	16,519	△ 27.3	42,078	△ 13.5	26,000	1.7	18,500	12.0	44,500	5.8
⑤ 為替差損益	△781	△26.5	△2,216	46.0	△2,997	16.1	-	-	-	-	-	-
⑥ IFRSへの調整他	3,213	△36.2	△3,939	-	△726	-	-	-	-	-	-	-
事業利益④-⑤-⑥	24,252	10.6	23,864	△ 21.8	48,116	△ 8.2	24,000	△ 1.0	22,000	△7.8	46,000	△ 4.4

## 2. 連結貸借対照表、設備投資額、減価償却費及び連結キャッシュ・フロー計算書

### 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	期末	増減率	増減額
資産合計	825,405	909,213	10.2	83,808
負債合計	381,096	419,659	10.1	38,563
親会社の所有者に 帰属する持分	433,595	479,069	10.5	45,474
非支配持分	10,714	10,485	△ 2.1	△ 229
資本合計	444,309	489,554	10.2	45,245

### 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				2023年3月期
	通期実績	通期計画	実績	対前年 増減率 (%)	対前年 増減額	通期計画
設備投資額	82,902	81,500	80,395	△ 3.0	△ 2,507	94,200
加工事業本部	26,032	11,630	11,038	△ 57.6	△ 14,994	16,000
食肉事業本部	15,966	18,620	17,083	7.0	1,117	31,300
海外事業本部	4,955	3,430	3,321	△ 33.0	△ 1,634	10,300
その他	35,949	47,820	48,953	36.2	13,004	31,400
減価償却費	33,939	36,000	36,379	7.2	2,440	37,700

### 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	対前期末	2023年3月期
	期末	期末	増減額	通期計画
営業活動によるキャッシュ・フロー	82,518	33,387	△ 49,131	69,500
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 57,827	△ 22,837	34,990	△ 94,200
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 14,934	△ 12,162	2,772	△ 3,700

### 主な増減要因

#### ①資産合計

主に設備投資の増加により194億円増加  
主に食肉(牛肉)の価格上昇等により121億円増加

#### ②営業活動によるキャッシュ・フロー

棚卸資産の増加227億円、法人所得税の支払額210億円等があったが、税引前当期利益514億円、減価償却費及び償却費365億円等により、334億円のキャッシュ増となった。

#### ③投資活動によるキャッシュ・フロー

事業の売却に伴う収入166億円等があったが、固定資産の取得445億円等により、228億円の純キャッシュ減となった。

#### ④財務活動によるキャッシュ・フロー

短期借入金の増加171億円、借入債務による調達275億円等があったが、現金配当96億円、借入債務の返済475億円等により、122億円の純キャッシュ減となった。

### 3. 品種別売上高実績

(単位：百万円、%)

	2022年3月期					2023年3月期 計画			
	4Q実績	通期見込み (3Q時)	通期実績	前年比	数量伸長率	通期	前年比	数量伸長率	
ハム・ソーセージ	28,484	124,400	131,147	△ 1.0	△ 0.2	132,000	0.7	△0.3	
加工食品	56,851	219,000	224,976	3.7	△ 0.3	227,000	0.9	△1.1	
食 肉	173,181	688,000	722,843	7.4	△ 1.7	774,000	7.1	2.6	
	牛 肉	68,189	280,000	293,909	14.4	△ 4.9	327,000	11.3	9.6
	豚 肉	56,489	220,700	230,762	0.6	△ 0.3	242,000	4.9	0.0
	鶏 肉	44,487	168,600	179,550	8.0	△ 0.4	186,000	3.6	0.9
	その他食肉	4,016	18,700	18,622	△ 7.9	△ 13.6	19,000	2.0	0.1
水 産	16,000	75,300	*16,224	20.2	△ 6.6	16,000	△1.4	△3.5	
乳製品	9,212	32,100	35,214	10.2	△ 0.1	36,000	2.2	0.7	
その他	9,475	41,200	43,985	13.7	-	55,000	25.0	-	
合 計	293,203	1,180,000	1,174,389	6.1	-	1,240,000	5.6	-	

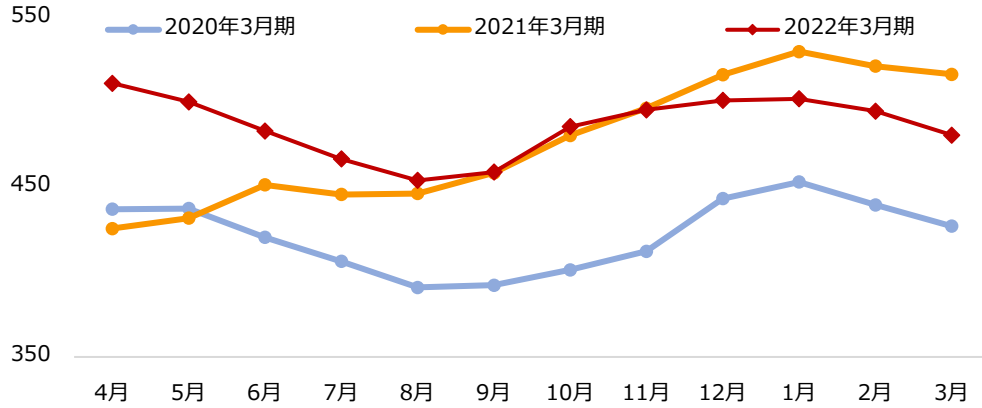
\*非継続事業(マリンフーズ)を除く実績

# 参考資料

## 【国産鶏肉相場】

(¥/kg)

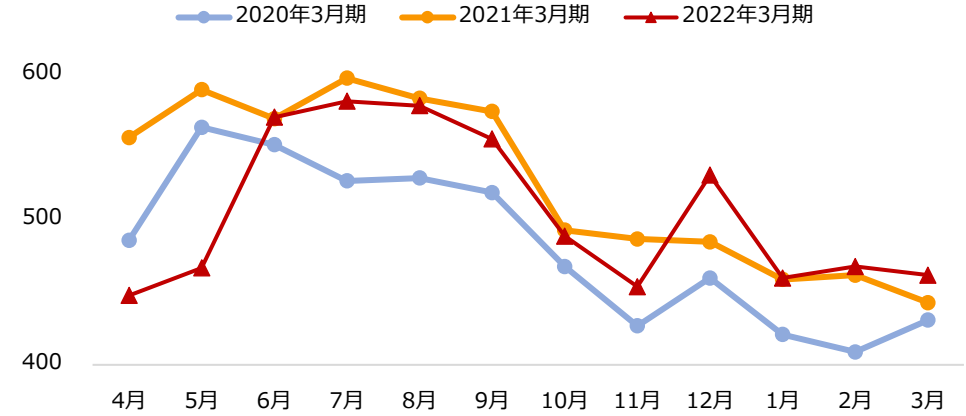
鶏肉相場 鶏肉加重平均※食品産業新聞社『畜産日報』掲載分から単純平均単価



## 【国産豚肉相場】

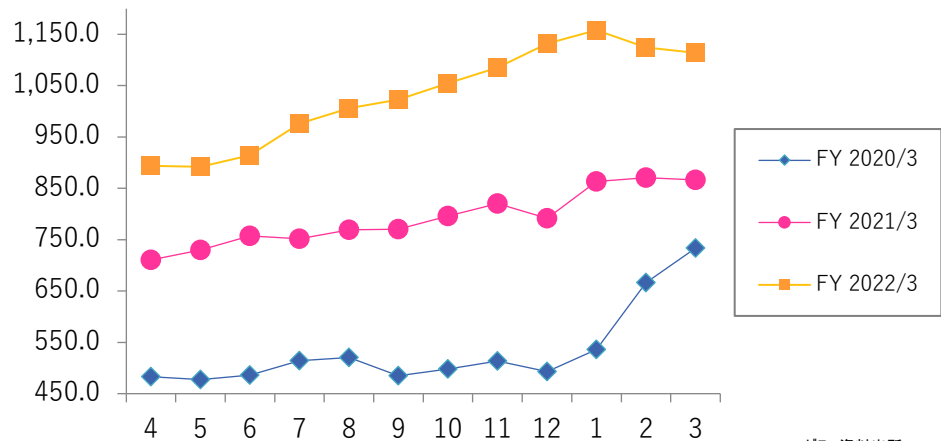
(¥/kg)

豚肉相場 豚3市場（東京・埼玉・横浜）「上」平均



## 【豪州産 若齢牛価格(生産者販売価格)】

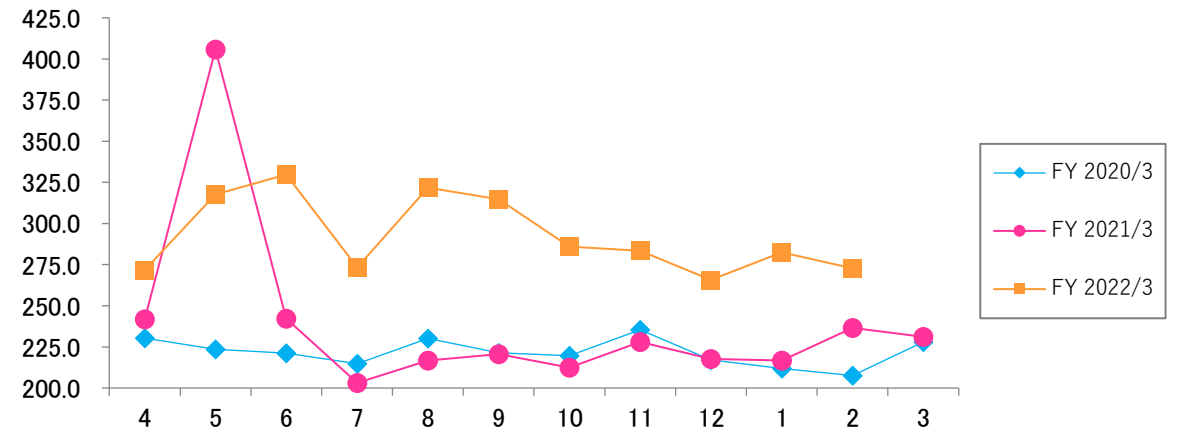
(A¢/kg)



グラフ資料出所:MLA

## 【米国産牛肉 カットアウトバリュー(卸売指標価格)】

(US\$/100ポンド)



グラフ資料出所:米国食肉輸出連合会

## 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。