

FY 2025 1Q



決算説明会資料

～2025年3月期 第1四半期～

日本ハム株式会社 2024年8月1日



CONTENTS

01

2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 決算サマリー 2025年3月期1Q
- 6 実績ハイライト 2025年3月期1Q
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

02

2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 21 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 23 2025年3月期計画 海外事業本部

03

2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 25 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 26 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 27 連結貸借対照表
- 28 連結キャッシュ・フロー計算書及び
設備投資額、減価償却費等
- 29 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

※ 当社は国際会計基準(IFRS 会計基準)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会計基準への調整及び非経常項目を除外して算出しております。

※ 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。

※ 前連結会計年度のBreeders & Packers Uruguay S.A. (以下BPU)に関連する牛肉事業は非継続事業に分類しております。

CONTENTS

01

2025年3月期 実績／セグメント別の実績

- 4 決算サマリー 2025年3月期1Q
- 6 実績ハイライト 2025年3月期1Q
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

02

2025年3月期 計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 21 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 23 2025年3月期計画 海外事業本部

03

2025年3月期 主な財務データ／参考資料

- 25 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 26 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 27 連結貸借対照表
- 28 連結キャッシュ・フロー計算書及び
設備投資額、減価償却費等
- 29 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

トピックス

2025年3月期1Q実績

売上高 **3,381** 億円
(前年比 +4.9%)

事業利益 **146** 億円
(前年比 +20.0%)

2025年3月期 通期計画

売上高 **13,400** 億円
(前年比 +2.8%)

事業利益 **480** 億円
(前年比 +6.8%)

税引前
当期利益 **400** 億円
(前年比 Δ 1.5%)

主な要因

- 食肉事業の販売数量の拡大や販売単価が上昇
- 海外事業の米州における加工品販売数量の拡大やトルコの鶏肉販売単価の上昇
- 海外事業の豪州における事業環境が追い風の中、生産数量を伸長させ利益が拡大
- 加工事業の商品ミックス改善と生産の最適化が進行
- 全社の売上高は期初計画通りを見込む
- 全社の事業利益は期初計画通りを見込むが、食肉事業における下期の不透明感や豪州の利益拡大により、事業部毎の見直しを実施
- 期初計画通り、加工事業における構造改革に関連する費用が発生することを見込む

2025年3月期1Q事業利益

(単位：億円)



06 実績ハイライト① 2025年3月期1Q実績

(単位：億円)

	24年3月期1Q	25年3月期1Q	前年差	増減率
売上高	3,222	3,381	159	4.9%
事業利益	121	146	24	20.0%
内) 継続事業	128		18	14.1%
事業利益率	4.0%	4.3%	0.3%	—
税引前四半期利益	188	198	10	5.4%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	117	130	13	11.1%

07 実績ハイライト② セグメント別売上高、事業利益実績

売上高

(単位：億円)

	2024年 3月期1Q	2025年 3月期1Q	前年差	増減率
加工事業本部	1,035	1,027	△8	△0.8%
食肉事業本部	1,939	2,054	115	5.9%
海外事業本部	752	798	46	6.1%
ボールパーク事業	87	96	9	9.8%
消去調整他	△531	△ 595	△64	-
非継続事業	△62	-	62	-
連結計	3,222	3,381	159	4.9%

事業利益

(単位：億円)

	2024年 3月期1Q	2025年 3月期1Q	前年差	増減率
加工事業本部	8	25	17	215.1%
食肉事業本部	102	76	△26	△25.7%
海外事業本部	△3	25	27	-
ボールパーク事業	26	32	6	23.8%
消去調整他	△12	△ 12	0	-
連結計	121	146	24	20.0%

(単位：億円)

	24年 3月期1Q	25年 3月期1Q	前年差	増減率
売上高	1,035	1,027	△8	△0.8%
事業利益	8	25	17	215.1%
事業利益率	0.8%	2.4%	1.7%	-

チャネル別/コンシューマ商品別 売上実績（前年比）

ハム・ソーセージ	数量	金額	デリ商品	数量	金額
ウイナー群		- 101.5%	チルドベーカリー群	-	100.0%
シャウエッセン		- 104.2%	中華名菜群	-	85.1%
その他ウイナー群		- 94.3%	ハンバーグ・ミートボール群	-	90.4%
ハム・ベーコン群		- 74.0%	フライドチキン群	-	85.7%
コンシューマ計	90.3%	96.2%	コンシューマ計	90.1%	91.8%
業務用	97.4%	101.4%	業務用	94.9%	96.8%
総計	91.6%	96.7%	総計	93.0%	94.6%

売上高 減収

- ・ シャウエッセンやエキス、一次加工品の販売が好調に推移
- ・ 低収益商品の見直しにより、売上は計画的に減少

事業利益 増益

- ・ ハム、ソーセージの商品ミックス改善や最適生産体制の進行により収益性が向上
- ・ エクス、一次加工事業、乳製品事業で価格改定や生産コストの削減が進み利益が拡大

シャウエッセン群売上高 前年比推移



チルドベーカリー群売上高 前年比推移

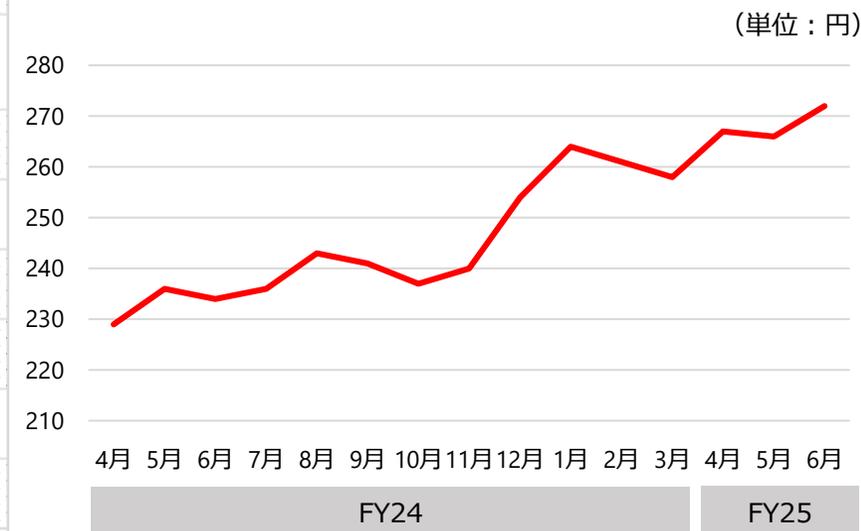


事業利益 前年差増減要因分析

(単位：億円)

	増減	主な前年差要因
ハム・ソーセージ&デリ商品	11	
数量要因	△17	戦略的な低収益商品の見直しに加え、デリ商品の主力ブランドで販売数量が減少
単価要因	17	
商品ミックス	11	主力ブランド伸長、低収益商品の見直しによる単価改善
外部環境	5	
主原料	0	
副資材	5	羊腸価格が改善
粗利合計	0	
経費合計	11	
電燃料	1	商品政策見直しにより、主力商品の製造体制が改善し、労務費等の製造経費が削減。販管費の最適化も進み改善
その他（製造経費、販管費等）	10	
乳製品・水産・エキス・一次加工品	7	一次加工品、乳製品が伸長、エキスの利益率が向上
その他（DX費用等）	△1	
合計	17	

彩りキッチンローズハム4連 平均単価推移【SCIデータ】



24年3月期2Qにリリースした価格改定で、単価は計画通り上昇。一部PB商品の改定も行い、商品ミックスやその他（製造コスト等）が改善。

10 セグメント情報 食肉事業本部①

(単位：億円)

	24年 3月期1Q	25年 3月期1Q	前年差	増減率
売上高	1,939	2,054	115	5.9%
事業利益	102	76	△26	△25.7%
事業利益率	5.3%	3.7%	△1.6%	-

売上高 増収

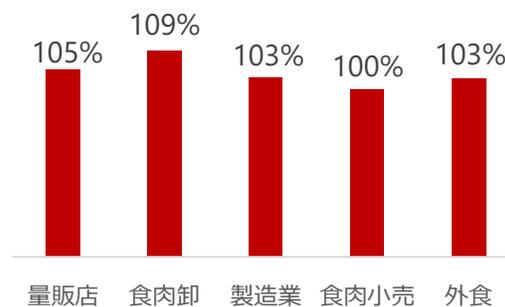
- 量販店向けは、高騰する輸入豚肉からのシフトで主に国産豚肉の数量や販売単価が伸長
- 外食店向けは、主に輸入牛肉の販売単価の上昇や輸入豚肉の数量、販売単価が伸長

フード販売グループ 畜種別売上数量・金額実績（前年比）

国産	数量	金額	輸入	数量	金額
牛肉	102%	104%	牛肉	104%	109%
豚肉	106%	112%	豚肉	98%	109%
鶏肉	107%	97%	鶏肉	113%	107%
国産合計	106%	104%	輸入合計	104%	109%

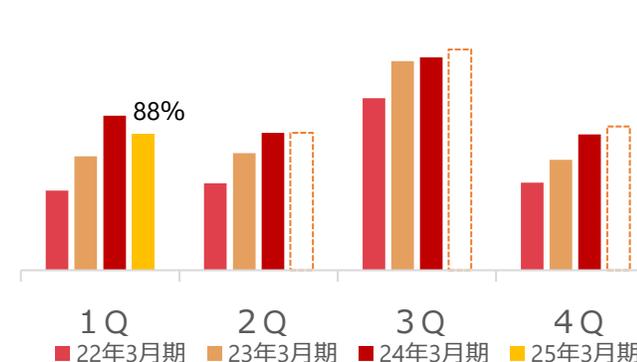
フード販売グループ チャンネル別 売上数量実績

全体の数量伸長 **104.5%**
(金額：105.4%)



フード販売グループ 利益推移 ※4か年の管理ベースでの利益推移

一時的な転嫁の遅れはあるが、
コロナ禍後高水準を維持。



※フード販売グループは食肉販売会社を指す。
東日本フード・関東日本フード・中日本フード
西日本フード・NHジャパンフード

事業利益 減益

- 国内生産は、飼料価格等の生産コスト上昇や国産鶏肉の相場安が影響し減益
- 販売部門は、急激な相場上昇に対して価格転嫁が一時的に遅れ減益

事業利益 前年差増減要因分析

(単位：億円)

	増減	主な前年差要因
国産牛・豚事業	△3	生産：生産コストの高騰が影響 荷受：急激な国産豚肉の相場上昇の中、価格転嫁が遅れたことが影響
国産鶏事業	△22	生産：軟調な相場の中、生産コストの上昇を補えず減益 荷受：社外調達も含め、数量の拡大を図ったが、前年を下回る相場の影響を受け減益
輸入食肉事業	1	輸入商社：主に輸入鶏肉の通関数量が回復
販売(フード)・物流部門	△5	量販・外食：販売数量は堅調に推移も、輸入食肉の高騰や急激な相場変動に対し価格転嫁が一時的に遅れ減益
その他(DX費用等)	2	
合計	△26	

(単位：億円)

	24年 3月期1Q	25年 3月期1Q	前年差	増減率
売上高	752	798	46	6.1%
事業利益	△3	25	27	-
事業利益率	-	3.1%	-	-

売上高 増収

- 米州の加工品販売数量が好調に推移
- トルコの鶏肉事業で販売価格が堅調に推移

事業利益 収益改善

- 豪州牛肉事業の生産数量の拡大で増益

地域別事業利益内訳、前年差要因分析

(単位：億円)

	増減	主な要因
豪州	20	仕入れコスト（生体価格）の安定や処理頭数の回復で利益が拡大 プレミアムグラスや大麦牛ANGUSなどの販売数量拡大も利益に寄与
米州	△1	前期2Qで実施した販促費用を今期は1Qで実施 ※販売数量やコスト等は概ね計画通り推移
アジア・欧州	8	トルコの鶏肉生産コストの上昇に対して、価格転嫁が順調に進み利益を確保
その他	1	
合計	27	

地域別事業利益

(単位：億円)

25年 3月期1Q
12
5
10
△2
25

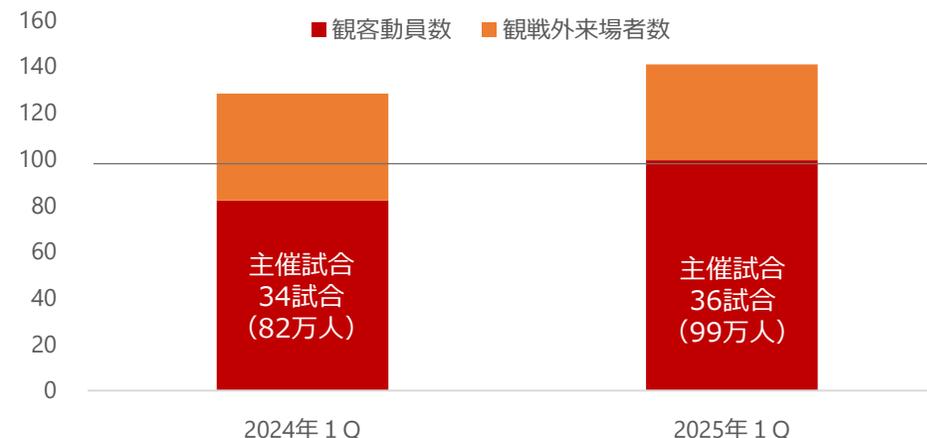
13 セグメント情報 ボールパーク事業

(単位：億円)

	24年 3月期1Q	25年 3月期1Q	前年差	増減率
売上高	87	96	9	9.8%
事業利益	26	32	6	23.8%
事業利益率	29.3%	33.1%	3.8%	—

(単位：万人)

北海道ボールパークFビレッジ来場者数



1 試合平均の来場者数は昨年と比較して約3,500人増加

売上高/事業利益

- 試合日の来場者向けに様々な企画を実施。チーム力も強化され、来場者数が堅調に推移し収益が拡大
- 新たな飲食エリアの拡大や食を通じたイベントにより飲食収入も拡大



様々なファンにエスコンフィールドを楽しんでもらうため対戦相手毎にイベントを実施



5月にオープン「七つ星横丁 裏路地ラーメンテラス」エリア

CONTENTS

01

2025年3月期

実績／セグメント別の実績

- 4 決算サマリー 2025年3月期1Q
- 6 実績ハイライト 2025年3月期1Q
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

02

2025年3月期

計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 21 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 23 2025年3月期計画 海外事業本部

03

2025年3月期

主な財務データ／参考資料

- 25 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 26 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 27 連結貸借対照表
- 28 連結キャッシュ・フロー計算書及び
設備投資額、減価償却費等
- 29 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

15 計画ハイライト① 通期事業利益計画 計画差の主な要因分析

2025年3月期通期見込



売上高／事業利益

全社の売上高、事業利益ともに、期初計画通りを見込む

(単位：億円)

	2024年3月期	2025年3月期	前年差	増減率
売上高	13,034	13,400	366	2.8%
事業利益	449	480	31	6.8%
内) 継続事業	459		21	4.6%
事業利益率	3.5%	3.6%	0.1%	-
税引前当期利益	406	400	△6	△1.5%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	281	270	△11	△3.8%
ROE	5.5%	5.2%	△0.3%	-
ROIC	4.1%	4.4%	0.3%	-

※ 売上高事業利益率は、非継続事業調整後の事業利益を用いて算出

17 計画ハイライト③ 2025年3月期通期計画

セグメント別事業利益計画

(単位：億円)

	2025年3月期									
	1Q	上期			下期			通期		
	実績	期初計画	1Q時見込	計画差異	期初計画	1Q時見込	計画差異	期初計画	1Q時見込	計画差異
加工事業本部	25	36	42	6	69	63	△6	105	105	0
食肉事業本部	76	145	140	△5	210	200	△10	355	340	△15
海外事業本部	25	25	44	19	25	26	1	50	70	20
ボールパーク事業	32	65	67	2	△39	△41	△2	26	26	0
消去調整他	△ 12	△31	△33	△2	△25	△28	△3	△56	△61	△5
合計	146	240	260	20	240	220	△20	480	480	0

(単位：億円)

	24年3月期 実績	25年3月期 期初計画	25年3月期 1Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	4,312	4,290	4,190	△122	△2.8%
事業利益	97	105	105	8	7.9%
事業利益率	2.3%	2.4%	2.5%	0.2%	-

売上高 減収

- 商品構成の見直しは継続するが、シャウエッセンやミニピザ等の主力ブランドを拡販し売上を確保
- ハンバーグ・フライドチキン等は新商品投入や販促機会を増やし、販売数量を回復

事業利益 増益

- 低収益商品の見直しを継続し、商品ミックスの改善と生産の効率化による固定費削減を実行
- 主原料の高騰に対しては価格改定を実施

チャネル別/コンシューマ商品別 通期売上計画（前年比）

ハム・ソーセージ	金額	デリ商品	金額
ウイナー群	101%	チルドベーカリー群	100%
シャウエッセン	103%	中華名菜群	90%
その他ウイナー群	95%	ハンバーグ・ミートボール群	90%
ハム・ベーコン群	75%	フライドチキン群	90%
コンシューマ計	97%	コンシューマ計	94%
業務用	98%	業務用	95%
総計	97%	総計	96%

重点カテゴリーは主力ブランドごとの施策実行で売上伸長「見直しカテゴリー」を明確にし、商品ミックス改善を進める

- シャウエッセン**
 - 若年層の新たな顧客獲得に向け、SNS連動型広告等の施策でブランド力を強化し認知度を向上
 - 新たな食シーンの訴求に向け、販促の強化や新商品を発売
- ハム/ベーコン**
 - 継続してコンシューマ・PB向けの収益性を改善
 - 共創として一部エリア向け商品のOEM化を実施
- チルドベーカリー**
 - 好調なミニピザの販売強化に向けた販促提案を実施
 - 食シーンの拡大に向けた商品開発を強化
- 中華名菜**
 - 既存品のリニューアルや消費者キャンペーンを実施し販売回復
 - 新規顧客獲得に向けて高付加価値品のテスト販売を実施
- HB/フライドチキン**
 - 増量セール等や他社コラボによる新商品の投入で販売回復

事業利益 利益計画差増減要因分析

(単位：億円)

	通期 期初計画	通期 1Q見込	通期 計画差異	主な計画差要因
ハム・ソーセージ&デリ商品	17	7	△10	
数量要因	△29	△75	△45	低収益商品の見直しやデリ商品の主カブランドの販売数量減少が影響
単価要因	79	79	1	
商品ミックス	84	94	10	主カブランド伸長、低収益商品の見直し、価格改定による単価改善
外部環境	△6	△14	△9	
主原料	△10	△27	△17	豚肉原料価格の高騰
副資材	4	13	8	羊腸価格が改善
粗利合計	50	5	△45	
経費合計	△32	2	34	
電燃料	△12	△9	4	商品政策見直しによる、労務費等の製造経費削減や販管費の最適化を継続
その他	△20	10	31	
乳製品・水産・エキス・ 一次加工品	△1	0	1	フード販売会社等の販路活用や輸出による販路拡大で新たな利益を確保
その他 (DX費用等)	△9	1	10	
合計	8	8	0	

20 2025年3月期計画 加工事業本部③ 価格改定について

原料価格の高騰から、10月から価格改定を実施。商品ミックスの改善と合わせて、利益計画の達成確度を高める

		FY2022.3			FY2023.3				FY2024.3				FY2025.3				
改定率：		5-12%			2-34%				2-26%		7-20%		1-28%		2-22%		
		4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q				
ロニ ム マ	ハム・ソーセージ	● 40品目			● 78品目		● 184品目	● 18品目			● 55品目		●				
	加工食品	● 133品目			● 125品目		● 99品目				● 38品目		●				
	業務用	● 232品目			● 168品目		● 107品目				● 112品目		●				
	冷凍食品	● 19品目			● 17品目		● 35品目			● 7品目							



(単位：億円)

	24年3月期 実績	25年3月期 期初計画	25年3月期 1Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	7,806	7,850	8,000	194	2.5%
事業利益	340	355	340	△0	△0.0%
事業利益率	4.4%	4.5%	4.3%	△0.1%	-

売上高 増収

- 高騰する輸入食肉から国産シフトが進むことから、国産品の販売を強化
- 輸入食肉は豪州産牛肉を中心に外食向け販売を継続強化

事業利益

- 販売部門は、価格転嫁の進展やブランド食肉販売で収益性を向上
- 輸入食肉は、牛肉、豚肉を中心に引き続き相場の高騰が見込まれることから、高付加価値商品の提案力を高めて利益を確保

顧客視点に立ったマーケティング戦略の強化

- 価格が高騰する中、チャネル毎の顧客ニーズに合わせた、畜種の提案を実施
- 桜姫等他社とのコラボレーションを実施し、多様化する食のニーズに対応
- 新たな購買層獲得に向けた販促活動を実施。

営業横断による加工品とブランド食肉の販売強化

- 加工品販売は1Q時に顕在化した課題を解決させ、販売体制を再構築。2Q以降での更なる販売拡大を図る。
- 桜姫や麦小町、大麦牛ANGUSはブランド認知度向上に向け、話題性のあるエスコンフィールド等での販売を実施

主カブランド通期売上数量目標（前年比）



105%



109%



130%

価格優位性のある調達先の選択肢を拡大

- 調達価格の高騰や調達量が不安定な中、当社グループの幅広い調達ネットワークを活用し日本向けの安定供給を図る

事業利益 利益計画差増減要因分析

(単位：億円)

	通期 期初計画	通期 1 Q見込	通期 計画差異	主な計画差要因
国産牛・豚事業	11	5	△6	生産：主に生産コストの高騰が影響 荷受：豚肉相場が高騰する中、価格転嫁が進まず計画を下回る見込み
国産鶏事業	△10	△19	△8	生産：生産コストの高騰や鶏肉相場安が影響 荷受：自社生産や社外仕入れで数量拡大。下期の相場回復により販売価格への転嫁が進み、計画より好転する見込み
輸入食肉事業	13	9	△4	高騰する輸入牛肉の販売数量が減少
販売(フード)・物流部門	5	5	0	価格転嫁の進展やブランド食肉販売で収益性を向上
その他(DX費用等)	△4	△1	3	
合計	15	△0	△15	

(単位：億円)

	24年3月期 実績	25年3月期 期初計画	25年3月期 1 Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	2,900	3,200	3,400	500	17.3%
事業利益	25	50	70	45	184.5%
事業利益率	0.8%	1.6%	2.1%	1.3%	-

地域別売上計画

豪州：ブランド食肉の拡販

- 付加価値の高いブランド商品の販売拡大を継続
- 新規雇用労働者の早期戦力化による生産拡大

米州：トップラインの拡大

- 流通パートナーとの連携を強め、更なるトップラインの拡大を図る

通期事業利益 前年差増減要因分析

(単位：億円)

	通期 期初計画	通期 1 Q見込	通期 計画差異	主な計画差要因
豪州	31	46	15	処理頭数の拡大や生産性の改善
米州	6	0	△6	販売数量の拡大に向け、戦略的に販促費用を投入
アジア・欧州	△5	△2	3	上期は引き続きトルコが好調に推移するが、下期以降はコスト上昇を見込む
その他	△7	1	8	
合計	25	45	20	

地域別事業利益

(単位：億円)

25年 3月期通期
41
24
14
△9
70

CONTENTS

01

2025年3月期

実績／セグメント別の実績

- 4 決算サマリー 2025年3月期1Q
- 6 実績ハイライト 2025年3月期1Q
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

02

2025年3月期

計画

- 15 計画ハイライト
- 18 2025年3月期計画 加工事業本部
- 21 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 23 2025年3月期計画 海外事業本部

03

2025年3月期

主な財務データ／参考資料

- 25 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 26 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 27 連結貸借対照表
- 28 連結キャッシュ・フロー計算書及び
設備投資額、減価償却費等
- 29 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

25 2024年3月期連結業績概要及び2025年3月期計画

(単位：百万円)

	2024年3月期実績			2025年3月期計画					
	1Q実績	上期実績	通期実績	1Q実績	増減率	上期計画	増減率	通期	増減率
売上高	322,175	652,122	1,303,432	338,050	4.9%	670,000	2.7%	1,340,000	2.8%
売上原価	267,666	544,253	1,099,801	279,270	4.3%	559,000	2.7%	1,118,000	1.7%
売上総利益	54,509	107,869	203,631	58,780	7.8%	111,000	2.9%	222,000	9.0%
売上総利益率	16.9%	16.5%	15.6%	17.4%	-	16.6%	-	16.6%	-
販売費及び一般管理費	41,557	83,974	172,074	45,015	8.3%	86,000	2.4%	178,000	3.4%
その他の収益・費用	4,680	6,760	8,675	5,334	14.0%	△1,200	-	△4,400	-
金融収益・費用	1,106	584	240	869	△21.4%	500	△14.4%	900	275.0%
持分法による投資損益	47	366	127	△163	-	△300	-	△500	-
税引前当期利益	18,785	31,605	40,599	19,805	5.4%	24,000	△24.1%	40,000	△1.5%
法人所得税費用	5,763	9,826	11,253	5,931	2.9%	7,500	△23.7%	12,000	6.6%
税率	30.7%	31.1%	27.7%	29.9%	-	31.3%	-	30.0%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	11,749	19,984	28,078	13,048	11.1%	14,000	△29.9%	27,000	△3.8%
事業利益	12,140	24,963	44,939	14,562	20.0%	26,000	4.2%	48,000	6.8%

26 2024年3月期品種別売上高実績及び2025年3月期計画

(単位：百万円)

	2024年3月期実績			2025年3月期計画								
	1Q実績	上期	通期	1Q実績	増減率	数量 伸長率	上期計画	増減率	数量 伸長率	通期見込	増減率	数量 伸長率
ハム・ソーセージ	31,038	64,980	135,150	30,445	△ 1.9%	△ 7.8%	66,000	1.6%	△ 0.9%	136,000	0.6%	0.0%
加工食品	58,720	118,384	237,870	60,269	2.6%	△ 2.4%	122,000	3.1%	2.7%	246,000	3.4%	1.4%
食肉	203,750	410,231	826,710	217,547	6.8%	5.2%	425,000	3.6%	7.2%	851,000	2.9%	2.7%
牛肉	79,717	163,818	323,288	87,118	9.3%	4.4%	167,000	1.9%	9.2%	330,000	2.1%	0.7%
豚肉	65,240	129,708	265,390	70,738	8.4%	2.1%	138,000	6.4%	8.9%	274,000	3.2%	4.4%
鶏肉	54,541	106,982	218,921	56,748	4.0%	8.9%	112,000	4.7%	4.6%	232,000	6.0%	3.2%
その他食肉	4,252	9,723	19,111	2,943	△ 30.8%	△ 25.0%	8,000	△ 17.7%	15.0%	15,000	△ 21.5%	△ 14.2%
乳製品	9,890	19,657	38,963	10,229	3.4%	0.9%	20,000	1.7%	△ 3.6%	40,000	2.7%	△ 1.4%
その他(水産含む)	18,777	38,870	64,739	19,560	4.2%	-	37,000	△ 4.8%	-	67,000	3.5%	-
合計	322,175	652,122	1,303,432	338,050	4.9%	-	670,000	2.7%	-	1,340,000	2.8%	-

(注1) 当第1四半期連結会計期間より収益分解における品種区分の見直しを行っています。なお、前連結会計年度の収益分解については、当第1四半期連結会計期間における区分に合わせた組替えて再表示を行っておりません。

(注2) 品種別の売上高はセグメント合計での算出となるため、セグメント売上高とは合致しません。

(注3) 前連結会計年度は非継続事業調整後の実績になります。

27 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23年期末	24年期末	25年1Q	対前期末 増減額	対前期末 増減率(%)
現金及び現物同等物	64,986	65,465	81,557	16,092	24.6
営業債権及びその他の債権	146,660	165,022	162,815	△ 2,207	△ 1.3
棚卸資産	141,930	141,429	164,448	23,019	16.3
生物資産	27,984	25,420	31,855	6,435	25.3
その他	46,458	26,094	26,396	302	1.2
流動資産合計	428,018	423,430	467,071	43,641	10.3
有形固定資産	364,381	375,211	374,893	△ 318	△ 0.1
使用権資産	40,898	44,814	43,782	△ 1,032	△ 2.3
生物資産	1,517	1,531	1,672	141	9.2
その他	102,341	113,251	111,147	△ 2,104	△ 1.9
非流動資産合計	509,137	534,807	531,494	△ 3,313	△ 0.6
資産合計	937,155	958,237	998,565	40,328	4.2
有利子負債	102,199	59,247	93,139	33,892	57.2
営業債務及びその他の債務	106,027	116,773	123,699	6,926	5.9
その他	70,310	70,812	68,296	△ 2,516	△ 3.6
流動負債合計	278,536	246,832	285,134	38,302	15.5
有利子負債	139,856	155,605	146,271	△ 9,334	△ 6.0
その他	15,982	16,598	16,871	273	1.6
非流動負債合計	155,838	172,203	163,142	△ 9,061	△ 5.3
親会社の所有者に帰属する持分	492,913	527,503	537,722	10,219	1.9
非支配持分	9,868	11,699	12,567	868	7.4
資本合計	502,781	539,202	550,289	11,087	2.1
負債・資本合計	937,155	958,237	998,565	40,328	4.2

主な増減

【流動資産合計】

営業債権及びその他の債権が前期末比1.3%減の1,628億円となったが、現金及び現金同等物が前期末比24.6%増の816億円、主に輸入品を中心とした牛・豚の食肉在庫が増加したことから棚卸資産が前期末比16.3%増の1,644億円となったことなどにより、前期末比10.3%増の4,671億円となった。

【非流動資産合計】

無形資産及びのれんが前期末比4.4%増の270億円となったが、繰延税金資産が前期末比5.9%減の264億円となったことで、前期末比0.6%減の5,315億円となった。

【流動・非流動負債合計】

その他の金融負債が前期末比24.7%減の122億円となったが、当面の資金需要に備え調達を実施したことなどにより有利子負債が前期末比11.4%増の2,394億円となったことから、前期末比7.0%増の4,483億円となった。

28 連結キャッシュ・フロー計算書及び設備投資額、減価償却費

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23年3月期1Q	24年3月期1Q	25年3月期1Q
税引前四半期利益	14,720	18,785	19,805
減価償却費	9,369	9,786	10,126
受取債権増減	△ 3,057	9,793	3,096
棚卸債権増減	△ 22,878	△ 7,985	△ 21,731
生物資産増減	41	883	△ 1,817
営業債務増減	10,801	7,147	6,118
その他	△ 5,127	△ 2,132	△ 7,092
営業活動によるCF	3,869	36,277	8,505
固定資産取得・売却	△ 26,976	△ 11,080	△ 8,788
その他	△ 3,469	931	4,046
投資活動によるCF	△ 30,445	△ 10,149	△ 4,742
財務活動によるCF	16,098	△ 20,104	9,155

設備投資額、減価償却費

(単位：百万円)

	24年3月期	25年3月期			
	1Q実績	1Q実績	増減率(%)	前年差	通期計画
設備投資合計	7,392	5,530	△25.2	△1,862	63,000
加工事業本部	1,696	1,071	△36.9	△625	12,700
食肉事業本部	4,371	1,214	△72.2	△3,157	20,700
海外事業本部	1,070	1,156	8.0	86	7,400
ボールパーク事業	544	457	△16.0	△87	2,100
消去調整他	△289	1,632	-	1,921	20,100
減価償却費	6,743	6,841	1.5	98	29,000

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

- 営業活動によるキャッシュ・フロー

棚卸資産の増加217億円などがあったが、税引前四半期利益198億円、減価償却費及び償却費101億円、営業債務及びその他の債務の増加61億円などにより、85億円の純キャッシュ増となった。

- 投資活動によるキャッシュ・フロー

固定資産等の取得90億円などにより、47億円の純キャッシュ減となった。

- 財務活動によるキャッシュ・フロー

現金配当123億円などがあったが、短期借入金の増加47億円、借入債務による調達200億円などにより、92億円の純キャッシュ増となった。

29 海外事業本部 地域別売上高内訳

(単位：億円)

		2024年3月期 1Q実績	2025年3月期実績			
			1Q実績	売上高構成比	前年差	増減率
海外 合計	売上高	752	798	-	46	6.1%
	外部顧客に対する売上高	459	449	56.2%	△11	△2.4%
	セグメント間の内部売上高	293	350	43.8%	57	19.4%
豪州	売上高	321	300	-	△21	△6.7%
	外部顧客に対する売上高	299	250	83.6%	△48	△16.2%
	セグメント間の内部売上高	22	49	16.4%	27	120.1%
米州	売上高	305	345	-	40	13.0%
	外部顧客に対する売上高	86	106	30.7%	20	23.5%
	セグメント間の内部売上高	219	239	69.3%	19	8.8%
アジア ・欧州	売上高	128	160	-	32	24.9%
	外部顧客に対する売上高	75	92	57.8%	17	23.1%
	セグメント間の内部売上高	53	67	42.2%	15	27.5%

※売上高は事業譲渡したBPUを含む

CONTENTS

01

2025年3月期

実績／セグメント別の実績

- 4 決算サマリー 2025年3月期1Q
- 6 実績ハイライト 2025年3月期1Q
- 8 セグメント情報 加工事業本部
- 10 セグメント情報 食肉事業本部
- 12 セグメント情報 海外事業本部
- 13 セグメント情報 ボールパーク事業

02

2025年3月期

計画

- 15 計画ハイライト
- 19 2025年3月期計画 加工事業本部
- 22 2025年3月期計画 食肉事業本部
- 24 2025年3月期計画 海外事業本部

03

2025年3月期

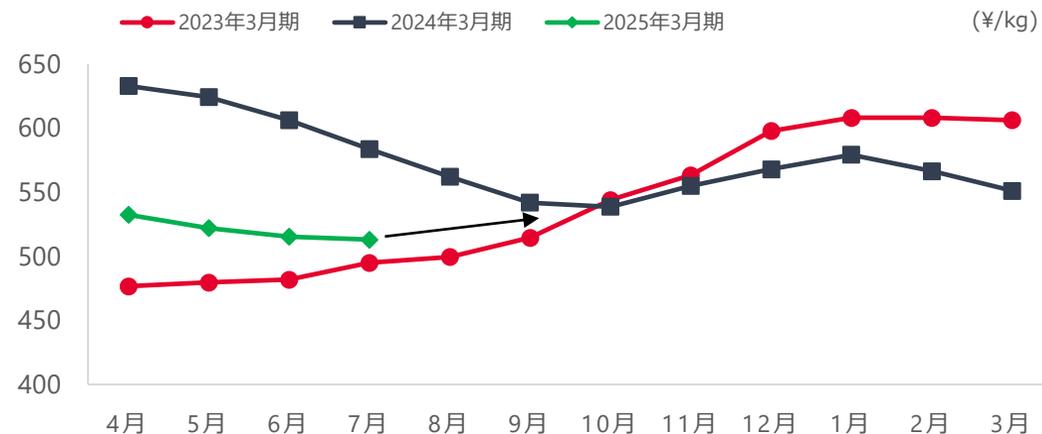
主な財務データ／参考資料

- 25 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 26 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 27 連結貸借対照表
- 28 連結キャッシュ・フロー計算書及び
設備投資額、減価償却費等
- 29 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況



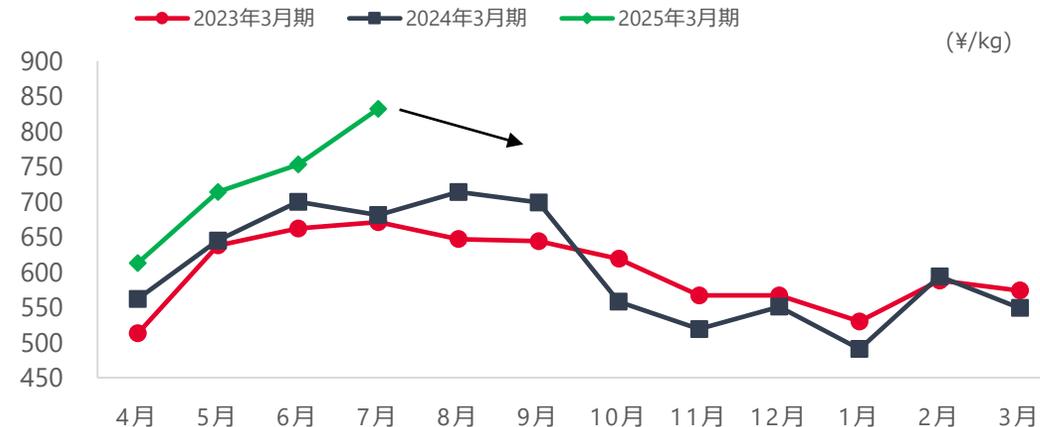
国産鶏肉相場

出典：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



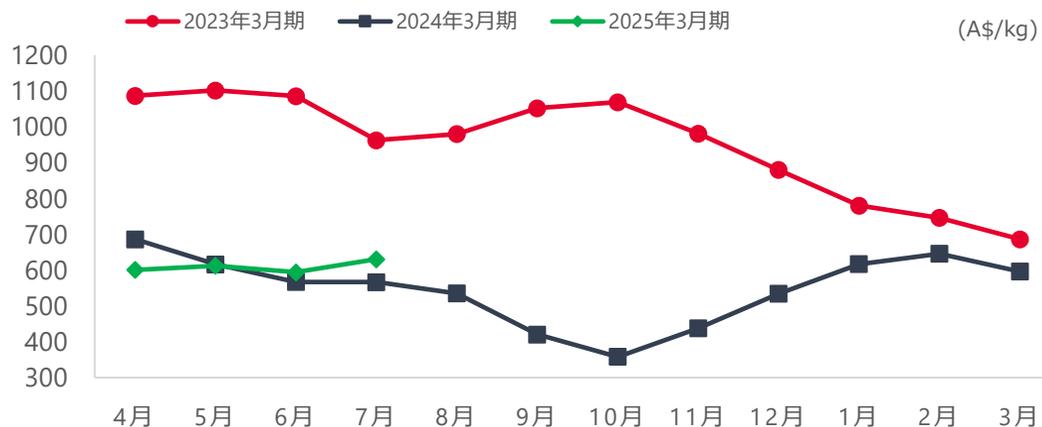
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格



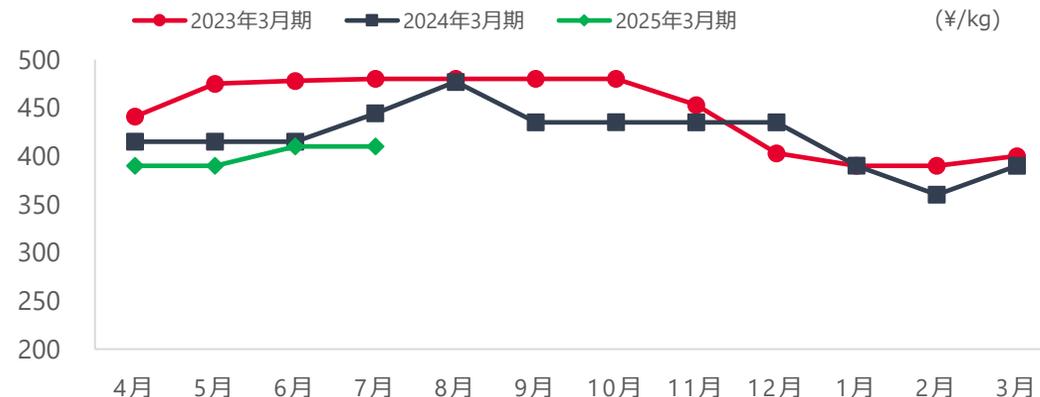
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



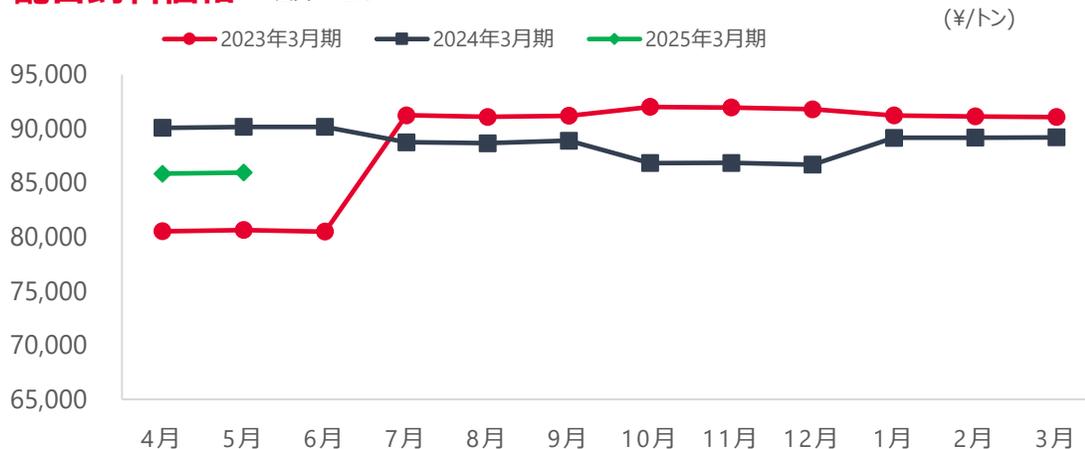
ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

出典：ALIC(農林水産省「食鳥市況情報」)、食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



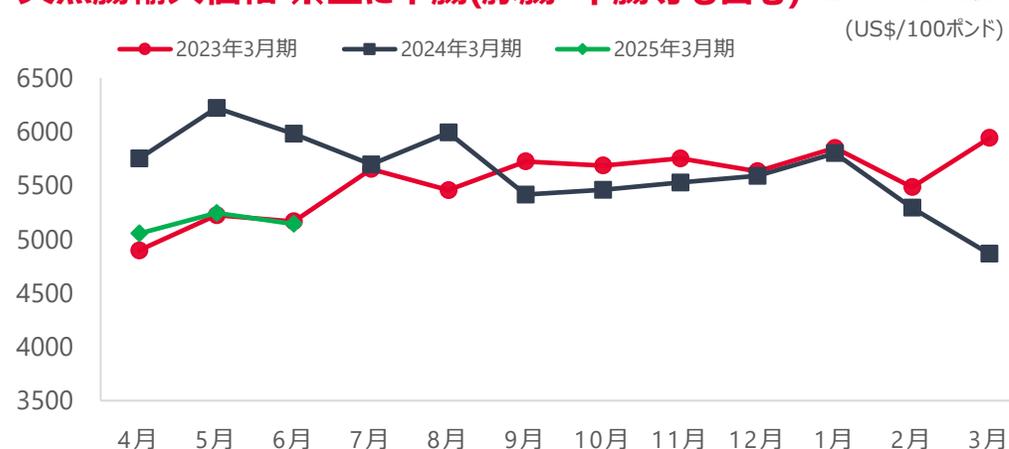
配合飼料価格

出典：ALIC



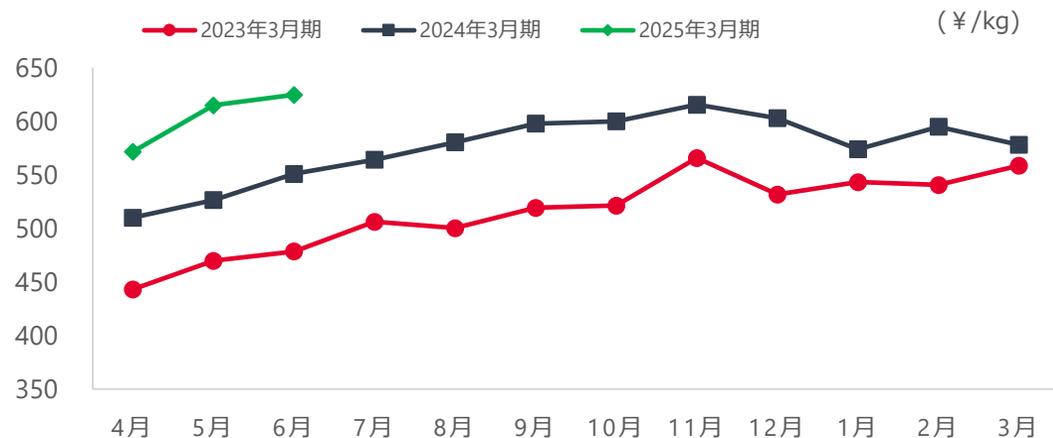
天然腸輸入価格 ※主に羊腸(豚腸・牛腸等も含む)

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



シーズドポーク(GSP)輸入価格

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



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

メールアドレス：nhfoods.ir@nipponham.co.jp

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。