

FY 2025 2Q



決算説明会資料

～2025年3月期 第2四半期～

日本ハム株式会社 2024年11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月期上期
- 6 実績ハイライト 2025年3月期上期
- 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
- 14 上期 主なマーケティング活動

02

2025年3月期 計画

- 16 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

- 26 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 27 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 28 連結貸借対照表
- 29 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
- 30 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月期上期
- 6 実績ハイライト 2025年3月期上期
- 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
- 14 上期 主なマーケティング活動

02

2025年3月期 計画

- 16 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

- 26 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 27 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 28 連結貸借対照表
- 29 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
- 30 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

04 2025年3月期上期 決算サマリー①

2025年3月期 上期実績

事業利益は、豪州牛肉事業の生産数量増加や加工事業の構造改革効果発現、集客増のボールパーク事業が牽引し増益
中間利益は、為替差益の減少があり減益となったが、事業利益が伸長し計画からは増加

売上高

6,839 億円

(前年比 +4.9%) (計画比 +2.1%)

(食肉事業) 主に国産単価・数量上昇
(海外事業) 豪州牛肉販売量増加
(ボールパーク) 来場者数増加

事業利益

271 億円

(前年比 +8.5%) (計画比 +4.2%)

(加工事業) 商品ミックス改善
最適生産体制進行
(海外事業) 豪州牛肉生産数量増加
(ボールパーク) 来場者数増加

親会社の所有者に帰属する中間利益

179 億円

(前年比△10.6%) (計画比 +27.6%)

為替差益の減少

2025年3月期 通期計画

事業利益は、輸入食肉の販売環境悪化や加工事業の数量減少が影響し、セグメント利益を見直すが、加工構造改革効果の継続や国産鶏肉事業で計画を上回る利益を確保し計画通り達成する見込み

売上高

13,400 億円

(前年比 +2.8%)

事業利益

480 億円

(前年比 +6.8%)

親会社の所有者に帰属する当期利益

270 億円

(前年比 △3.8%)

2025年3月期上期 事業利益

(単位：億円)



06 実績ハイライト① 2025年3月期上期実績

(単位：億円)

	25年3月期1Q	25年3月期2Q	25年3月期上期	前年差	増減率
売上高	3,381	3,458	6,839	317	4.9%
事業利益	146	125	271	21	8.5%
内) 継続事業				12	4.6%
事業利益率	4.3%	3.6%	4.0%	0.0%	-
税引前四半期利益	198	91	289	△27	△8.6%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	130	48	179	△21	△10.6%

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)

	25年 3月期1Q	25年 3月期2Q	25年 3月期上期	前年差	増減率
加工事業本部	1,027	1,059	2,086	△23	△1.1%
食肉事業本部	2,054	2,038	4,093	232	6.0%
海外事業本部	798	818	1,616	114	7.6%
ボールパーク事業	96	100	196	11	6.2%
消去調整他	△595	△ 557	△ 1,152	△123	-
非継続事業	-	-	-	106	-
連結計	3,381	3,458	6,839	317	4.9%

事業利益

(単位：億円)

	25年 3月期1Q	25年 3月期2Q	25年 3月期上期	前年差	増減率
加工事業本部	25	22	47	18	62.3%
食肉事業本部	76	63	139	△32	△18.5%
海外事業本部	25	17	42	40	-
ボールパーク事業	32	39	70	6	8.7%
消去調整他	△12	△ 16	△ 27	△11	-
連結計	146	125	271	21	8.5%

(単位：億円)

	25年3月期 1Q	25年3月期 2Q	25年3月期 上期	前年差	増減率
売上高	1,027	1,059	2,086	△23	△1.1%
事業利益	25	22	47	18	62.3%
事業利益率	2.4%	2.1%	2.3%	0.9%	-

コンシューマ商品別/チャンネル別 上期売上実績（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		-100.7%	チルドベーカリー群	-	98.5%
シャウエッセン群		-105.8%	中華名菜群	-	86.0%
その他ウイナー群		-91.4%	ハンバーグ・ミートボール群	-	90.5%
ハム・ベーコン群		-72.2%	フライドチキン群	-	89.8%
コンシューマ計	89.3%	95.4%	コンシューマ計	89.9%	91.8%
業務用	96.4%	101.0%	業務用	91.9%	93.5%
総計	90.6%	96.0%	総計	91.3%	93.4%

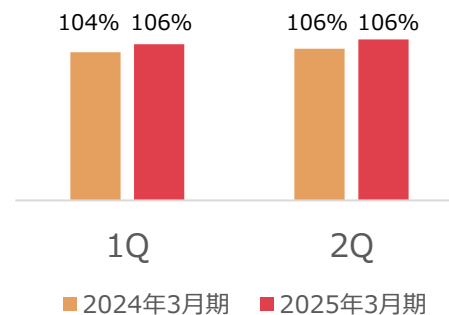
売上高 減収

- 戦略的な商品統廃合や低収益商品見直しによる計画的な売上減少
- デリ商品の販売数量が減少したが、シャウエッセンやエキス、一次加工品、乳製品の販売が好調に推移

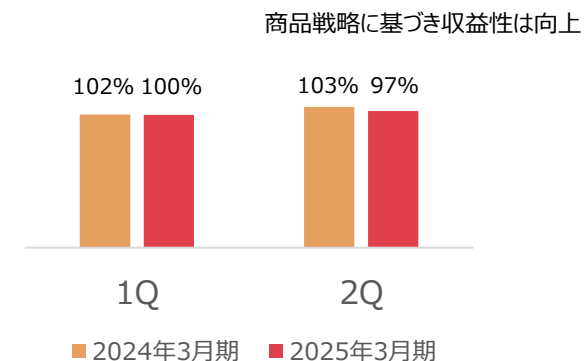
事業利益 増益

- シャウエッセンや、エキス、一次加工品、乳製品の売上伸長に伴い収益拡大
- 価格改定や商品ミックス改善、最適生産体制の進行により、収益性が向上

シャウエッセン群売上高 対前年比推移



チルドベーカリー群売上高 対前年比推移



※シャウエッセン群は「シャウエッセン」「シャウスライス」などを含む

09 セグメント情報 加工事業本部②

上期事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

(単位：億円)

	1Q増減	2Q増減	上期増減 ①	主な前年差要因	1Q時上期 増減見込②	差異①-②
ハム・ソーセージ&デリ商品	11	△3	8		8	0
粗利合計	0	△10	△10		2	△12
数量要因	△17	△21	△38	低収益商品の見直しやデリ商品の販売数量減少が影響	△34	△4
単価要因	17	11	28		36	△8
商品ミックス	11	13	24	低収益商品の見直しと価格改定による単価改善が継続	34	△10
外部環境	5	△1	4		2	2
主原料	0	△6	△6	主に豚肉原料価格が高騰	△7	1
副資材	5	5	10	羊腸価格が改善	8	1
経費合計	11	7	18		6	12
電燃料	1	△2	△1	燃料費が上昇	△3	2
その他（製造経費、販管費等）	10	9	19	商品政策見直しにより、販売手数料などの販管費、製造経費が削減	9	10
乳製品・水産・エキス・一次加工品	7	3	10	一次加工品、乳製品の価格改定と売上伸長により増加	9	1
その他（決算調整等）	△1	1	0		△4	4
合計	17	1	18		13	5

10 セグメント情報 食肉事業本部①

(単位：億円)

	25年3月期 1Q	25年3月期 2Q	25年3月期 上期	前年差	増減率
売上高	2,054	2,038	4,093	232	6.0%
事業利益	76	63	139	△32	△18.5%
事業利益率	3.7%	3.1%	3.4%	△1.0%	-

売上高 増収

- 量販店向けは、主に国産豚肉の数量や販売単価が上昇
- 外食店向けは、国産牛肉・豚肉・鶏肉の数量や販売単価が上昇

事業利益 減益

- 国産鶏肉は、相場安と生産部門でのコストの高止まりが影響し減益
- 販売部門は、高騰している輸入食肉の価格転嫁が遅れ減益

上期主カブランド売上数量実績（前年比）



102%



113%



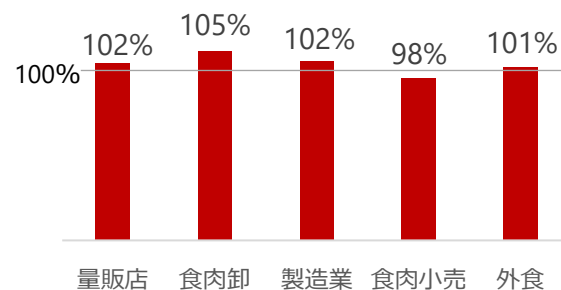
181%

フード販売グループ 上期畜種別売上数量・金額実績（前年比）

国産	数量	金額	輸入	数量	金額
牛肉	103%	106%	牛肉	101%	107%
豚肉	104%	111%	豚肉	94%	106%
鶏肉	106%	99%	鶏肉	106%	103%
国産合計	105%	106%	輸入合計	99%	106%

フード販売グループ 上期チャンネル別 売上数量実績

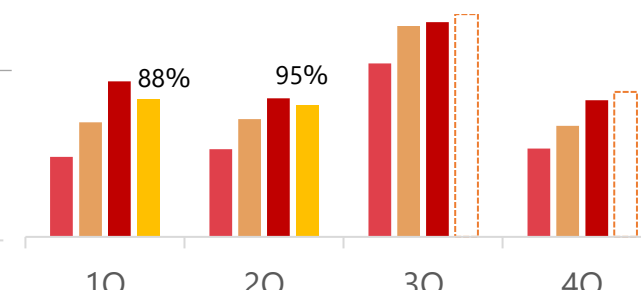
全体の数量伸長 **102.2%**
(金額：105.1%)



フード販売グループ 利益推移

相場高騰の中で価格転嫁の遅れはあるが、
コロナ禍後高水準を維持

※4か年の管理ベースでの利益推移



※フード販売グループは食肉販売会社を指す。 ■ 22年3月期 ■ 23年3月期 ■ 24年3月期 ■ 25年3月期
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

11 セグメント情報 食肉事業本部②

上期事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

(単位：億円)

	1Q増減	2Q増減	上期増減 ①	主な前年差要因	1Q時上期 増減見込②	差異①-②
国産牛・豚事業	△3	2	0	生産：豚肉の相場高と枝肉重量の増加により増益 処理：夏場の豚集荷難と電燃料費などのコスト増で減益	△7	7
国産鶏事業	△22	△13	△35	前年を下回る鶏肉相場の中、高止まる生産コスト等の経費を補えず減益	△33	△2
輸入食肉事業	1	7	8	牛肉：市場価格の高止まりで販売環境が悪化し減益 豚肉：価格優位性のある南米からの調達により利益確保 輸入商社：主に輸入鶏肉の販売量が増加し増益	11	△3
販売(フード)・ 物流部門	△5	△1	△5	販売数量、金額は堅調に推移 輸入食肉の調達価格高止まりと経費増に価格転嫁が追い付かず減益	△1	△4
その他 (決算調整等)	2	0	2		1	1
合計	△26	△5	△32		△30	△1

12 セグメント情報 海外事業本部

(単位：億円)

	25年3月期 1Q	25年3月期 2Q	25年3月期 上期	前年差	増減率
売上高	798	818	1,616	114	7.6%
事業利益	25	17	42	40	-
事業利益率	3.1%	2.1%	2.6%	2.5%	-

売上高 増収

- 豪州 米国、日本向け及び豪州国内での牛肉販売数量が増加
- 北米 加工品販売数量が順調に推移

事業利益 増益

- 豪州 牛肉事業の数量増加に伴い増益

上期事業利益 前年差要因分析

(単位：億円)

	1Q増減	2Q増減	上期増減 ①	主な前年差要因
豪州	20	7	28	生体価格上昇によるコスト増を数量拡大でカバーし増益 プレミアムグラスや大麦牛ANGUS等のブランド牛肉拡販
米州	△1	5	3	日本向けブラジル産豚肉の販売数量の拡大に伴い増益
アジア・欧州	8	0	8	トルコの鶏肉販売は好調に推移したが、経費増加に対して 価格転嫁が追い付かず2Qは前年並み
その他	1	0	1	
合計	27	13	40	

地域別事業利益

(単位：億円)

(単位：億円)

1Q時上期 増減見込②	差異 ①-②
27	1
5	△2
9	△1
1	0
42	△2

上期	前年差
20	28
14	3
13	8
△5	1
42	40

※豪州の前年差はBPUを含む前年実績との差

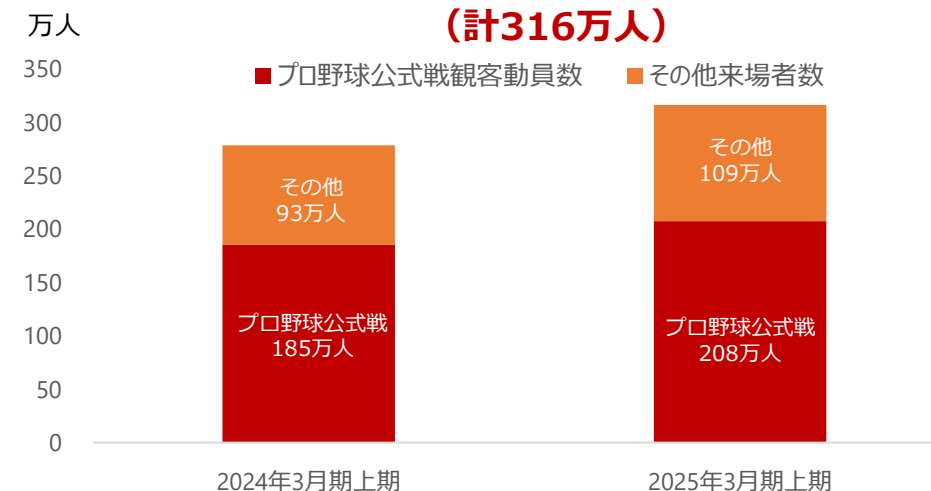
(単位：億円)

	25年3月期1Q	25年3月期2Q	25年3月期上期	前年差	増減率
売上高	96	100	196	11	6.2%
事業利益	32	39	70	6	8.7%
事業利益率	33.1%	38.5%	35.9%	0.8%	-

売上高/事業利益

- 開業期から継続した認知拡大、ブランド向上施策が寄与し、広告収入等が伸長
- チーム力向上へ例年以上に投資を強化。チーム成績が向上し、試合日での来場者が増え、チケット収入や飲食収入が伸長

北海道ボールパークFビレッジ 上期来場者数 (計316万人)



1試合平均の観戦者数は昨年と比較して約2,400人増加

※オールスター戦等の観戦者数はプロ野球公式戦観客動員数に含まず

14 上期 主なマーケティング活動

加工事業本部 新規顧客獲得へ

■ シャウエッセンのブランディング

若年層の顧客獲得に向け継続したWEB・CMの投入



他社とのコラボで565万回の再生 シャウスライス 167万回再生

■ 中華名菜GOLDテスト販売 (7-9月)

高価格帯商品のテスト販売を実施し、今後の販売に繋げ、顧客獲得を図る



■ 新たな食シーンの創出

片手で食べられる“タイパ追求型”のラーメン
ECサイトや店頭でテスト販売実施



ボールパーク事業 来場者の増加へ

■ 試合日・非試合日を問わず、食、体験イベントを開催

北海道肉祭り2024

7月2日～8月12日

当社のシャウエッセン、桜姫も販売

F VILLAGE WATER PARK

7月26日～8月25日

高さ12mの巨大スライダー設置



期間中約23万人の来場

■ 自主興行による野球イベントも開催

日韓ドリームプレーヤーズゲーム 北海道ベースボールウィーク

7月22日

8月30日～9月1日 (3日間)



4日間の自主興行試合で約5万人の来場

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月期上期
- 6 実績ハイライト 2025年3月期上期
- 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
- 14 上期 主なマーケティング活動

02

2025年3月期

計画

- 16 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

- 26 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 27 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 28 連結貸借対照表
- 29 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
- 30 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

売上高/事業利益

(単位：億円)

	24年3月期通期	25年3月期見込	前年差	対前年 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しております。

17 計画ハイライト② 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)

	上期				下期				通期			
	24年 3月期	25年 3月期			24年 3月期	25年 3月期			24年 3月期	25年 3月期		
	実績	1Q時 見込	実績	見込差	実績	1Q時 見込	2Q時 見込	見込差	実績	1Q時 見込	2Q時 見込	見込差
加工事業本部	29	42	47	5	68	63	58	△5	97	105	105	0
食肉事業本部	170	140	139	△1	170	200	191	△9	340	340	330	△10
海外事業本部	2	44	42	△2	23	26	28	2	25	70	70	0
ボールパーク事業	65	67	70	3	△41	△41	△40	1	24	26	30	4
消去調整他	△16	△33	△27	5	△20	△28	△28	0	△36	△61	△55	6
合計	250	260	271	11	200	220	209	△11	449	480	480	0

18 計画ハイライト③ 通期事業利益計画 見込差の主な要因分析

2025年3月期通期見込

(単位：億円)



(単位：億円)

	24年3月期 実績	25年3月期 1Q時見込	25年3月期 2Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	4,312	4,190	4,190	△122	△2.8%
事業利益	97	105	105	8	7.9%
事業利益率	2.3%	2.5%	2.5%	0.2%	-

売上高 減収

- 商品構成見直しによる数量減少は続くが、主力ブランドの拡販で売上を確保
- 新商品の発売や販促等を実施し、デリ商品の販売数量が回復

事業利益 増益

- 低収益商品見直しにより製造経費や販管費の削減が進展
- シャウエッセンの数量拡大によるミックス改善や単価改善により収益性も向上

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	102%
シャウエッセン群	105%	中華名菜群	87%
その他ウイナー群	90%	ハンバーグ・ミートボール群	93%
ハム・ベーコン群	70%	フライドチキン群	94%
コンシューマ計	98%	コンシューマ計	95%
業務用	98%	業務用	92%
総計	98%	総計	95%

商品ミックス改善に加え、下期は主力カテゴリーの更なる伸長・回復に向けたマーケティングを強化

- | | |
|----------|---|
| シャウエッセン | ・「シャウエッセン夜味」、「シャウスライス」による食シーンの拡大
・SNS販促等で若年層の新規顧客を獲得 |
| ハム/ベーコン | ・コンシューマ・PB商品の収益性改善を継続
・共創として一部エリア向け商品をOEM化 |
| チルドベーカリー | ・食シーンの多様化で好調なミニピザの販売強化
・秋冬向けの丸ピザ新商品を投入し、売場を維持・拡大 |
| 中華名菜 | ・テスト販売で好評だった、高付加価値商品を期間限定発売
・来期以降、リブランディングを実施し売上を回復 |
| HB/プリフライ | ・新商品の投入で売場を活性化し、販売数量を回復 |

20 2025年3月期計画 加工事業本部②

通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

	下期			通期			主な見込差要因
	1Q時見込	2Q時見込	差異	1Q時見込	2Q時見込	差異	
ハム・ソーセージ&デリ商品	△1	0	1	7	8	1	
粗利合計	3	△5	△8	5	△14	△19	
数量要因	△40	△38	3	△75	△75	△1	低収益商品の見直しや、コンシューマ・業務用ともにデリ商品の販売数量が減少するが、回復に向けた販促の強化などで利益を確保
単価要因	44	33	△10	79	61	△18	
商品ミックス	60	56	△4	94	80	△14	デリ商品の主カブランドの販売低迷が影響
外部環境	△16	△23	△7	△14	△19	△5	
主原料	△21	△24	△3	△27	△29	△2	主に豚肉原料価格が高騰
副資材	5	2	△3	13	11	△2	包材等が悪化
経費合計	△5	4	9	2	22	20	
電燃料	△6	△5	1	△9	△6	3	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による改善が継続
その他	1	9	7	10	28	18	
乳製品・水産・エキス・一次加工品	△9	△11	△2	0	△1	△1	原料高騰の影響を受けるが、一次加工品・エキスの海外輸出、乳製品の医療・介護施設向け給食などで新たな利益確保
その他 (決算調整等)	5	0	△4	1	1	0	
合計	△5	△10	△5	8	8	0	

21 2025年3月期計画 加工事業本部③ 価格改定について

		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	4Q	1Q	2Q	3Q			
ニッポン ハム	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 通期実績	25年3月期 1Q時見込	25年3月期 2Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	7,806	8,000	8,000	194	2.5%
事業利益	340	340	330	△10	△2.9%
事業利益率	4.4%	4.3%	4.1%	△0.3%	-

売上高 増収

- 輸入食肉の高騰から、国産シフトが継続。国産食肉の調達量を拡大し、販売を強化
- 輸入食肉は、価格優位性のある豪州産牛肉、南米産豚肉の販売を強化

事業利益 減益

- 下期は飼料価格の改善が進むも、上期の国産鶏肉の相場安やコスト高の影響が残り減益

顧客視点に立ったマーケティング戦略の強化

- 価格高騰の中で、チャンネル毎の顧客ニーズに合わせた、畜種の提案を実施

営業横断による加工品販売

- 外食や外食卸に向けた業務用商品を販売
- 既存の加工品販売に加え、フード販売向けの専売品予定

ブランド食肉の販売強化

- 桜姫は年間シズナル企画や新たにファンサイトを開設
- 麦小町はクローズドキャンペーンを実施

主カブランド通期売上数量目標（前年比）



105%



109%



130%

調達における取組強化

- 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、南米など輸入調達国を拡大
- AI需給予測の精度向上で、ボラティリティ低減を図る

通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

	下期			通期			主な見込差要因
	1Q時見込	2Q時見込	差異	1Q時見込	2Q時見込	差異	
国産牛・豚事業	13	10	△2	5	10	5	飼料価格の改善や枝肉重量の増加で利益確保
国産鶏事業	15	22	7	△19	△14	5	主に飼料価格の改善
輸入食肉事業	△2	△15	△12	9	△7	△15	4Q以降は販売環境の好転を見込むが、3Qは需給バランスが悪化し減益の見込み
販売(フード)・物流部門	6	5	△1	5	0	△5	上期は輸入食肉の高騰に対する価格転嫁の遅れや経費増の影響を受けたが、下期は価格転嫁が進み、前年の過去最高水準の利益を確保する見込み
その他(決算調整等)	△1	△2	0	△1	0	1	
合計	30	21	△9	0	△10	△10	

(単位：億円)

	24年3月期 通期実績	25年3月期 1Q時見込	25年3月期 2Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	2,900	3,400	3,400	500	17.3%
事業利益	25	70	70	45	184.6%
事業利益率	0.8%	2.1%	2.1%	1.3%	-

売上高拡大に向けた取組強化

- 豪州
 - ・フィードロット拡充が完了。今後は、アジアや日本向けにプレミアムグレインの販売を強化
 - ・米国向け牛肉（プレミアムグラス）の販売も拡大
- 米州
 - ・流通パートナーとの連携を強め、更なる売上拡大を図る
 - ・生産能力向上に向け、製造体制の強化を加速

通期事業利益 計画差増減要因分析

(単位：億円)

	下期			通期			主な見込差要因
	1Q時見込	2Q時見込	差異	1Q時見込	2Q時見込	差異	
豪州	19	19	0	46	47	0	計画通りの推移を見込む
米州	△5	△5	△1	0	△2	△2	数量拡大に向けた販促実施による経費の増加
アジア・欧州	△11	△8	3	△2	0	2	トルコ鶏肉販売で下期も経費上昇を見込むが価格転嫁を進め利益確保
その他	0	0	0	1	0	0	
合計	3	5	2	45	45	0	

地域別事業利益

(単位：億円)

25年3月期通期
41
22
16
△9
70

※豪州の前年差はBPUを含む前年実績との差

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月期上期
- 6 実績ハイライト 2025年3月期上期
- 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
- 14 上期 主なマーケティング活動

02

2025年3月期

計画

- 16 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

- 26 2024年3月期連結業績概要及び
2025年3月期計画
- 27 2024年3月期品種別売上高実績及び
2025年3月期計画
- 28 連結貸借対照表
- 29 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
- 30 海外事業本部 地域別売上高内訳
- 31 外部環境／市況

26 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			2025年3月期					
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	増減率	下期計画	増減率	通期計画	増減率
売上高	652,122	651,310	1,303,432	683,864	4.9%	656,136	0.7%	1,340,000	2.8%
売上原価	544,253	555,548	1,099,801	568,100	4.4%	549,900	△1.0%	1,118,000	1.7%
売上総利益	107,869	95,762	203,631	115,764	7.3%	106,236	10.9%	222,000	9.0%
売上総利益率	16.5%	14.7%	15.6%	16.9%	-	16.2%	-	16.6%	-
販売費及び一般管理費	83,974	88,100	172,074	89,837	7.0%	88,163	0.1%	178,000	3.4%
その他の収益・費用	6,760	1,915	8,675	2,952	△56.3%	△7,352	-	△4,400	-
金融収益・費用	584	△344	240	508	△13.0%	392	-	900	275.0%
持分法による投資損益	366	△239	127	△515	△240.7%	15	-	△500	△493.7%
税引前当期利益	31,605	8,994	40,599	28,872	△8.6%	11,128	23.7%	40,000	△1.5%
法人所得税費用	9,826	1,427	11,253	9,141	△7.0%	2,859	100.4%	12,000	6.6%
税率	31.1%	15.9%	27.7%	31.7%	-	25.7%	-	30.0%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	19,984	8,094	28,078	17,864	△10.6%	9,136	12.9%	27,000	△3.8%
事業利益	24,963	19,976	44,939	27,092	8.5%	20,908	4.7%	48,000	6.8%

27 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			2025年3月期								
	上期実績	下期実績	通期実績	上期			下期			通期		
				実績	増減率	数量伸長率	2Q時見込	増減率	2Q時見込数量伸長率	2Q時見込	2Q時見込増減率	2Q時見込数量伸長率
ハム・ソーセージ	64,980	70,170	135,150	62,940	△3.1%	△8.8%	63,560	△9.4%	△6.6%	126,500	△6.4%	△7.7%
加工食品	118,384	119,486	237,870	120,237	1.6%	△3.4%	121,763	1.9%	△6.0%	242,000	1.7%	△4.7%
食肉	410,231	416,479	826,710	440,311	7.3%	4.6%	427,189	2.6%	△4.4%	867,500	4.9%	△0.1%
牛肉	163,818	159,470	323,288	180,118	10.0%	3.0%	169,882	6.5%	△15.8%	350,000	8.3%	△6.9%
豚肉	129,708	135,682	265,390	142,572	9.9%	1.3%	140,928	3.9%	0.9%	283,500	6.8%	1.1%
鶏肉	106,982	111,939	218,921	112,033	4.7%	9.3%	111,967	0.0%	△0.1%	224,000	2.3%	4.4%
その他食肉	9,723	9,388	19,111	5,588	△42.5%	△34.2%	4,412	△53.0%	△38.7%	10,000	△47.7%	△37.1%
乳製品	19,657	19,306	38,963	21,272	8.2%	0.9%	18,728	△3.0%	3.1%	40,000	2.7%	2.0%
その他(水産含む)	38,870	25,869	64,739	39,104	0.6%	-	24,896	△3.8%	-	64,000	△1.1%	-
合計	652,122	651,310	1,303,432	683,864	4.9%	-	656,136	0.7%	-	1,340,000	2.8%	-

(注1) 当中間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、当中間連結会計期間における区分に合わせた組替え、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。

28 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	23年期末	24年期末	25年上期	対前期末 増減額	対前期末 増減率(%)
現金及び現金同等物	64,986	65,465	71,213	5,748	8.8
営業債権及びその他の債権	146,660	165,022	141,931	△23,091	△14.0
棚卸資産	141,930	141,429	162,744	21,315	15.1
生物資産	27,984	25,420	30,539	5,119	20.1
その他	46,458	26,094	22,309	△3,785	△14.5
流動資産合計	428,018	423,430	428,736	5,306	1.3
有形固定資産	364,381	375,211	371,479	△3,732	△1.0
使用権資産	40,898	44,814	42,578	△2,236	△5.0
生物資産	1,517	1,531	1,720	189	12.3
その他	102,341	113,251	112,598	△653	△0.6
非流動資産合計	509,137	534,807	528,375	△6,432	△1.2
資産合計	937,155	958,237	957,111	△1,126	△0.1
有利子負債	102,199	59,247	108,073	48,826	82.4
営業債務及びその他の債務	106,027	116,773	108,973	△7,800	△6.7
その他	70,310	70,812	57,264	△13,548	△19.1
流動負債合計	278,536	246,832	274,310	27,478	11.1
有利子負債	139,856	155,605	128,026	△27,579	△17.7
その他	15,982	16,598	16,731	133	0.8
非流動負債合計	155,838	172,203	144,757	△27,446	△15.9
親会社の所有者に帰属する持分	492,913	527,503	524,587	△2,916	△0.6
非支配持分	9,868	11,699	13,457	1,758	15.0
資本合計	502,781	539,202	538,044	△1,158	△0.2
負債・資本合計	937,155	958,237	957,111	△1,126	△0.1

主な増減

【流動資産合計】

前期末日が金融機関の休業日であったことなどから営業債権及びその他の債権が前期末比14.0%減の1,419億円となったが、現金及び現金同等物が前期末比8.8%増の712億円、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15.1%増の1,627億円となったことなどにより、前期末比1.3%増の4,287億円となった。

【非流動資産合計】

無形資産及びのれんが前期末比12.4%増の290億円となったが、有形固定資産が前期末比1.0%減の3,715億円となったことで、前期末比1.2%減の5,284億円となった。

【流動・非流動負債合計】

負債については、「エスコンフィールドHOKKAIDO」のシーズンシートに係る前受収益の取り崩しなどによりその他の流動負債が前期末比20.9%減の385億円となったが、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9.9%増の2,361億円となったことから、前期末より3,200万円増加し4,191億円となった。

29 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月期上期	24年3月期上期	25年3月期上期
税引前中間利益	23,600	31,605	28,872
減価償却費	18,846	19,684	20,392
受取債権増減	△11,153	△12,231	22,750
棚卸資産増減	△37,644	△155	△21,841
生物資産増減	817	3,140	△2,216
営業債務増減	11,839	10,548	△7,342
その他	△19,659	△6,279	△18,241
営業活動によるCF	△13,354	46,312	22,374
固定資産取得・売却	△35,795	△20,647	△19,538
その他	9,250	△299	3,794
投資活動によるCF	△26,545	△20,946	△15,744
財務活動によるCF	11,938	△19,518	64

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			
	上期実績	上期実績	増減率(%)	前年差	通期計画
設備投資合計	15,406	15,849	2.9	443	58,000
加工事業本部	3,631	2,378	△34.5	△1,253	12,800
食肉事業本部	6,693	5,841	△12.7	△852	16,100
海外事業本部	2,954	2,570	△13.0	△384	7,500
ボールパーク事業	566	1,358	139.9	792	2,900
消去調整他	1,562	3,702	137.0	2,140	18,700
減価償却費	13,258	13,782	4.0	524	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218億円などがあったが、税引前中間利益289億円、減価償却費及び償却費204億円、営業債権及びその他の債権の減少228億円などにより、224億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203億円などにより、157億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91億円、借入債務による調達200億円などにより、1億円の純キャッシュ増となった。

30 海外事業本部 地域別売上高内訳

(単位：億円)

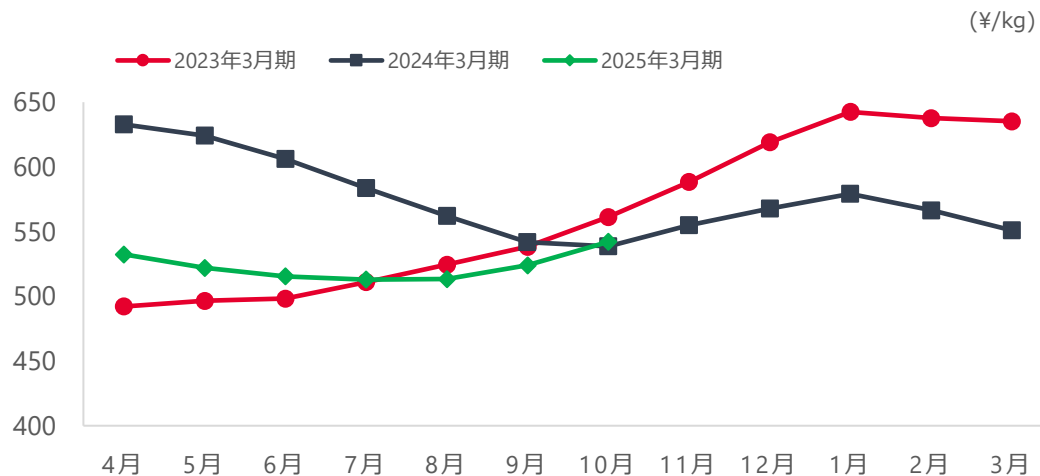
		2024 年3月期 上期実績	2025 年3月期実績			
			上期実績	売上高構成比	前年差	増減率
海外 合計	売上高	1,502	1,616	-	114	7.6%
	外部顧客に対する売上高	920	942	58.3%	21	2.3%
	セグメント間の内部売上高	582	674	41.7%	93	15.9%
豪州	売上高	632	638	-	6	0.9%
	外部顧客に対する売上高	586	558	87.5%	△29	△4.9%
	セグメント間の内部売上高	46	80	12.5%	34	75.6%
米州	売上高	606	667	-	61	10.0%
	外部顧客に対する売上高	174	200	29.9%	25	14.5%
	セグメント間の内部売上高	432	468	70.1%	35	8.2%
アジア ・欧州	売上高	269	321	-	52	19.5%
	外部顧客に対する売上高	160	184	57.4%	25	15.4%
	セグメント間の内部売上高	109	137	42.6%	28	25.5%

※売上高は事業譲渡したBPUを含む



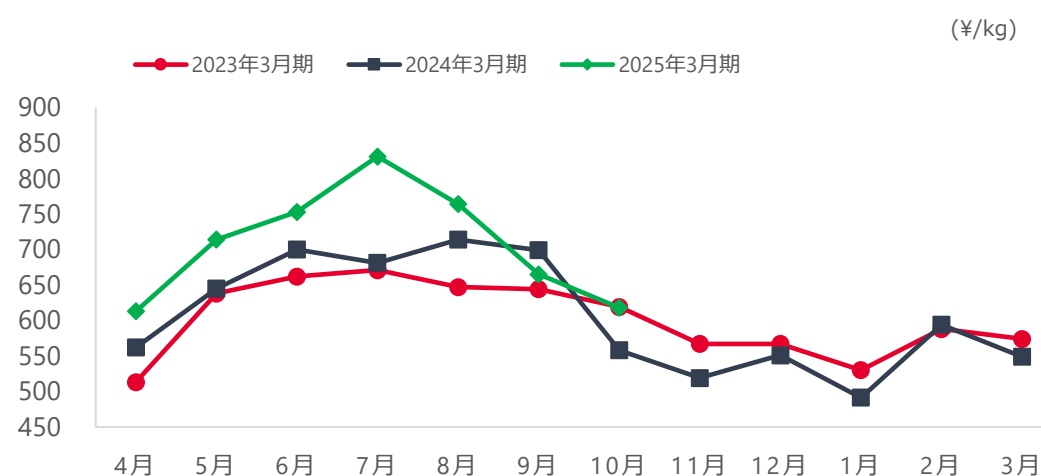
国産鶏肉相場

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



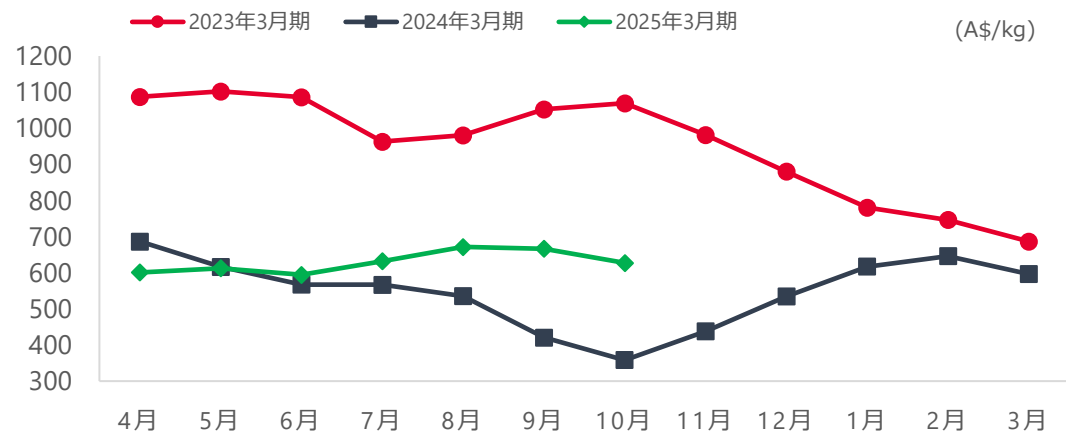
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格



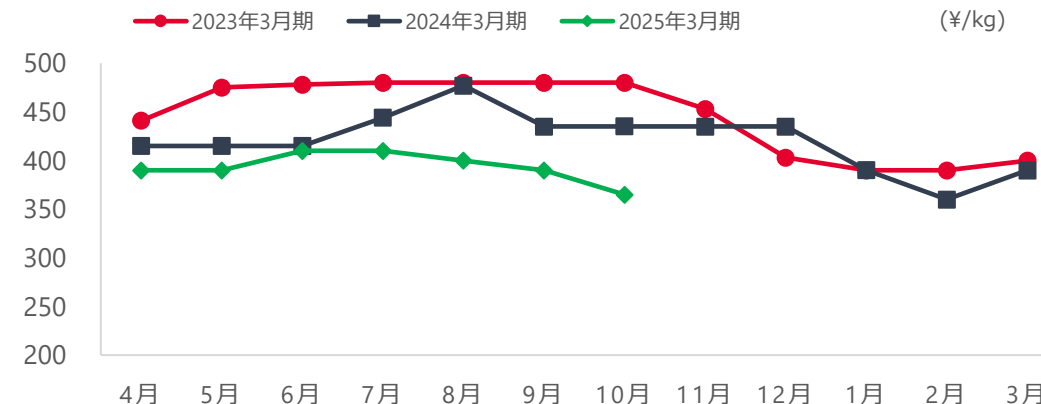
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

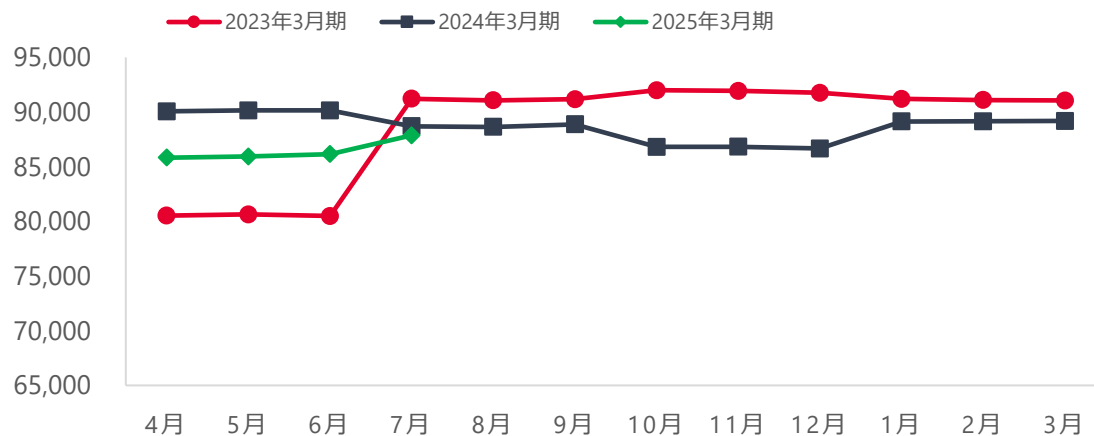
出典：ALIC(農林水産省「食鳥市況情報」)、食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



配合飼料価格

出典：ALIC

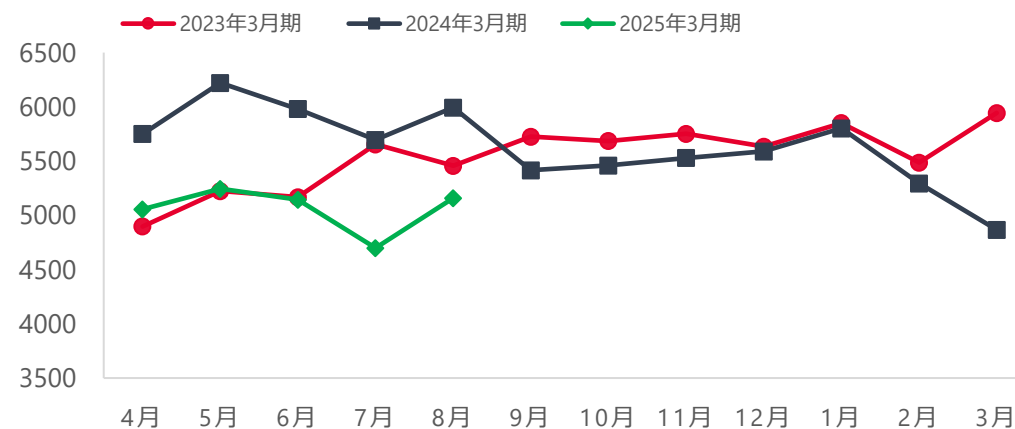
(¥/トン)



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)

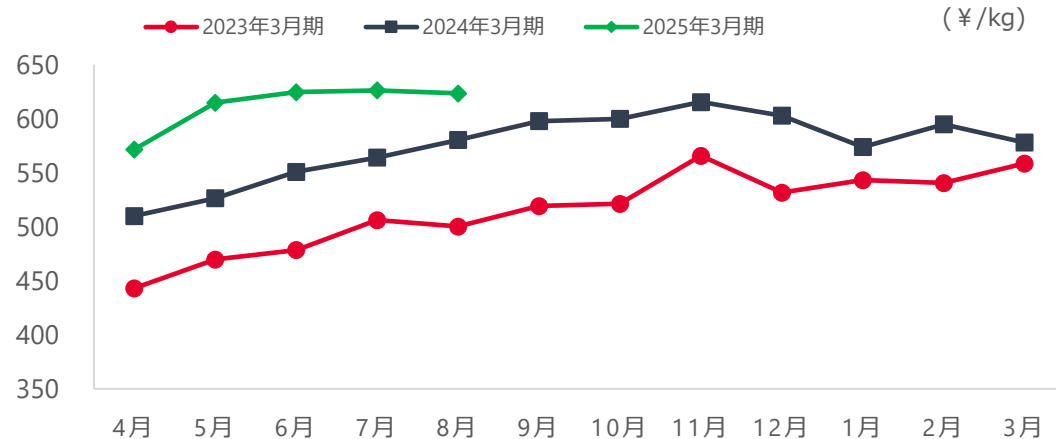
(US\$/100ポンド)



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)

(¥/kg)



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により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。