

# 決算説明資料

～2018年3月期 第2四半期～

説明会開催予定日  
2017年11月8日（水）  
日本ハム株式会社

# 目次

- I. 2018年3月期 第2四半期連結業績の総括
- II. 2018年3月期の見通し
- III. 2018年3月期 第2四半期財務データ

# I. 2018年3月期 第2四半期連結業績の総括

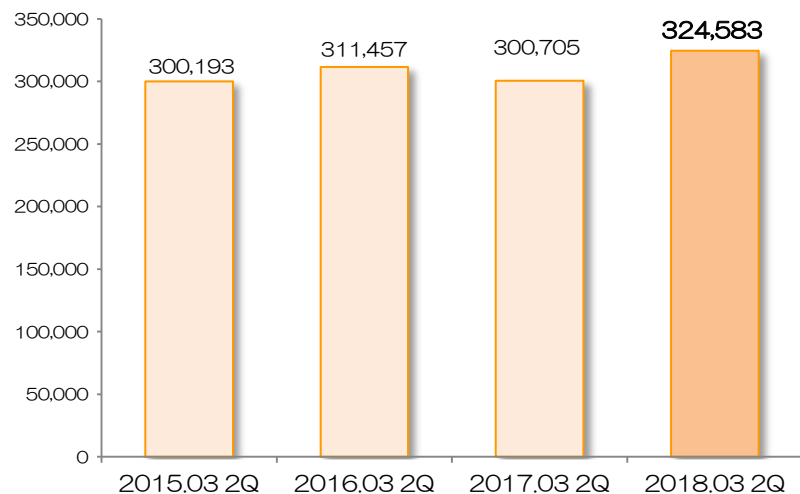
1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 上期
3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部
4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部
5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部
6. オペレーティング・セグメント情報 海外事業本部
7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

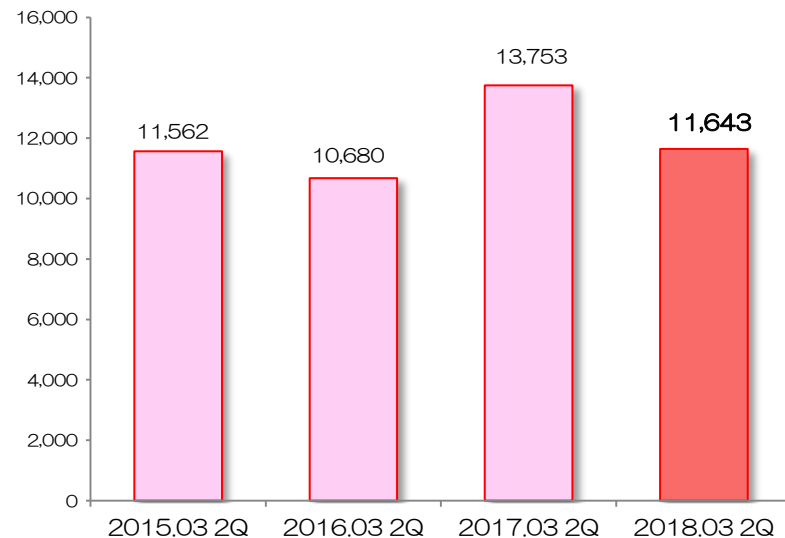
# 1. オペレーティング・セグメント情報 第2四半期

(単位：百万円)

		2015.03.2Q	2016.03.2Q	2017.03.2Q	2018.03.2Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	87,002	86,800	87,702	89,285	1,583	1.8
	営業利益	541	424	2,125	1,296	△ 829	△ 39.0
食肉事業本部	売上高	183,148	189,755	186,368	196,501	10,133	5.4
	営業利益	7,806	9,550	11,090	11,623	533	4.8
関連企業本部	売上高	39,148	40,183	39,991	41,645	1,654	4.1
	営業利益	△ 26	244	1,016	430	△ 586	△ 57.7
海外事業本部	売上高	62,637	64,680	53,944	69,553	15,609	28.9
	営業利益	3,391	366	△ 25	△ 2,013	△ 1,988	-
消去調整他	売上高	△ 71,742	△ 69,961	△ 67,300	△ 72,401	△ 5,101	-
	営業利益	△ 150	96	△ 453	307	760	-
連結合計	売上高	300,193	311,457	300,705	324,583	23,878	7.9
	営業利益	11,562	10,680	13,753	11,643	△ 2,110	△ 15.3

 (単位：百万円)  
 (連結)

**売上高**

 (単位：百万円)  
 (連結)

**営業利益**


※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.23の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※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。

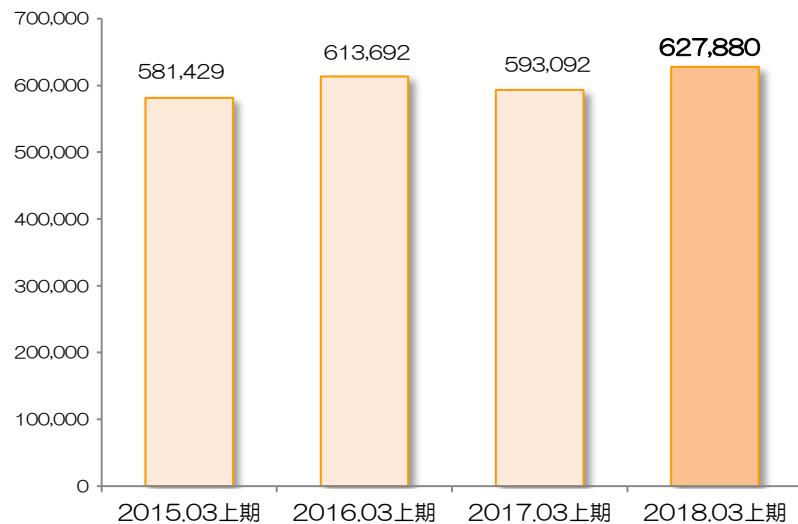
## 2. オペレーティング・セグメント情報 上期

(単位：百万円)

		2015.03.上期	2016.03.上期	2017.03.上期	2018.03.上期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	169,557	166,404	169,090	172,513	3,423	2.0
	営業利益	1,601	452	3,236	2,204	△ 1,032	△ 31.9
食肉事業本部	売上高	355,469	376,935	370,661	389,592	18,931	5.1
	営業利益	14,005	18,653	19,419	24,497	5,078	26.1
関連企業本部	売上高	74,589	77,092	77,700	79,928	2,228	2.9
	営業利益	△ 67	432	1,602	919	△ 683	△ 42.6
海外事業本部	売上高	120,229	129,612	109,225	125,385	16,160	14.8
	営業利益	5,233	3,514	△ 599	△ 2,528	△ 1,929	-
消去調整他	売上高	△ 138,415	△ 136,351	△ 133,584	△ 139,538	△ 5,954	-
	営業利益	254	11	△ 226	467	693	-
連結合計	売上高	581,429	613,692	593,092	627,880	34,788	5.9
	営業利益	21,026	23,062	23,432	25,559	2,127	9.1

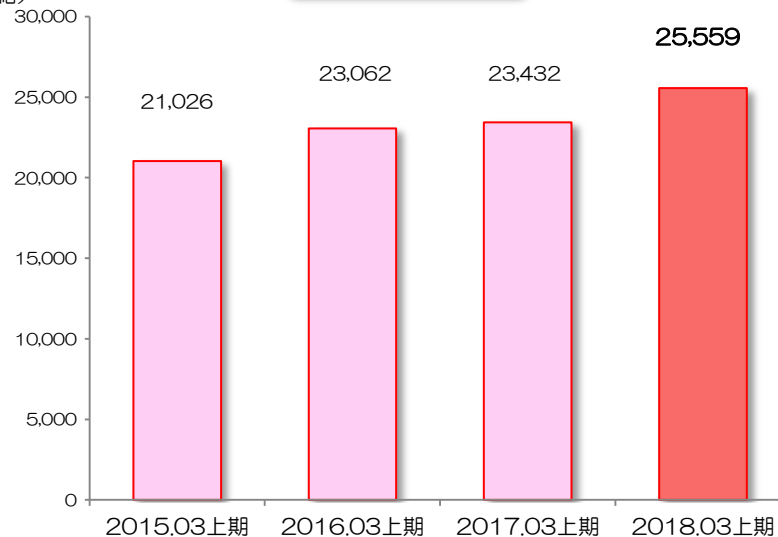
(単位：百万円)

(連結)

**売上高**


(単位：百万円)

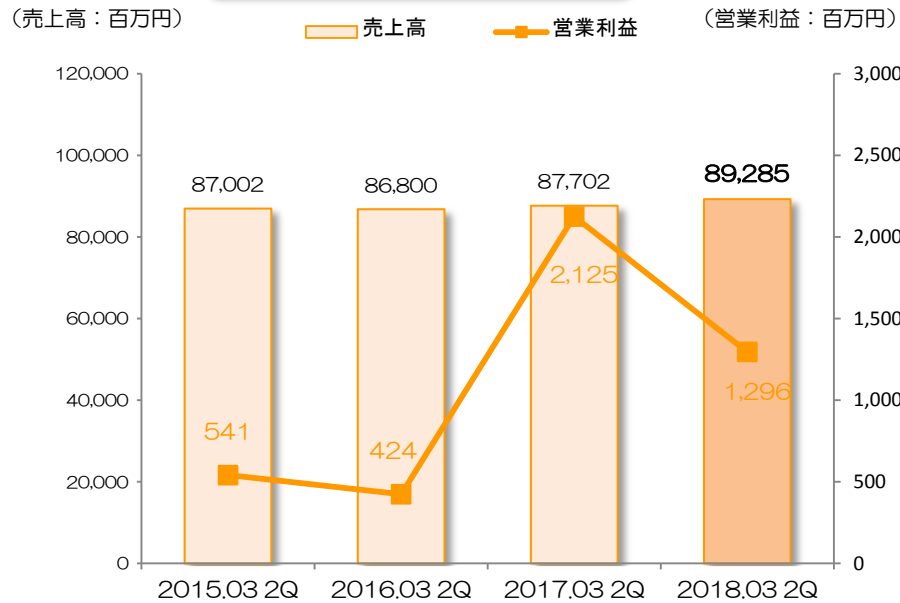
(連結)

**営業利益**


※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.23の品種別の売上高の数値とは一致しません。  
 ※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. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①

#### 第2四半期実績



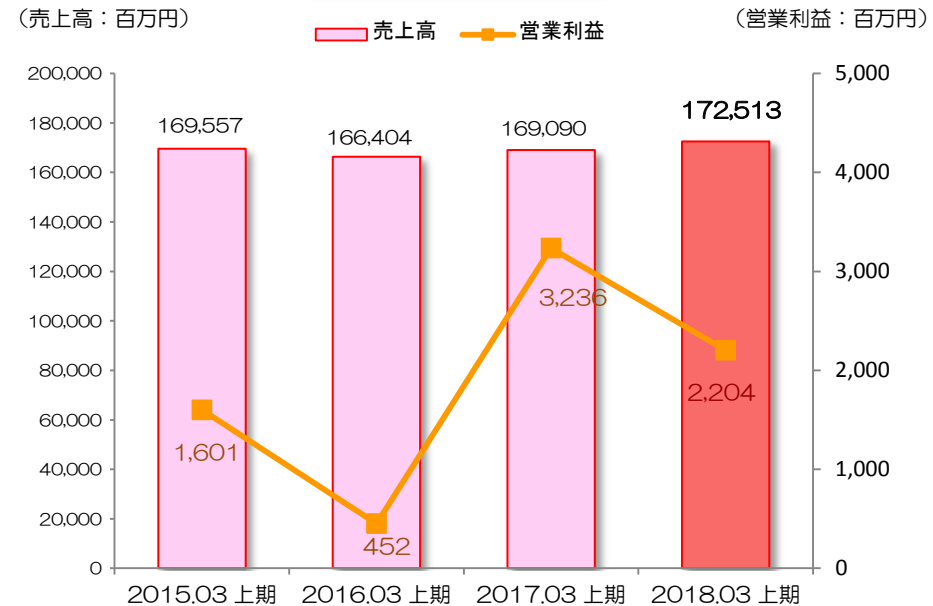
(単位：百万円)

	2017.03.2Q	2018.03.2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	87,702	89,285	1,583	1.8
営業利益	2,125	1,296	△ 829	△ 39.0
営業利益率	2.4%	1.5%	-	-

#### 【上期売上高の状況】

ハム・ソーセージのコンシューマについては主力品の上乗せを図ったが、PB品の減少等があり微増となった。業務用は既存得意先の定番商品や輸入品の減少により減収、トータルでは微減となった。  
 デリ商品はコンシューマは苦戦したが、業務用でメニュー拡充や新商品導入が進み、CVS・外食チャネル共に好調を維持して増収となった。

#### 上期実績



(単位：百万円)

	2017.03 上期	2018.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	169,090	172,513	3,423	2.0
営業利益	3,236	2,204	△ 1,032	△ 31.9
営業利益率	1.9%	1.3%	-	-

#### 【上期営業利益の状況】

積極的な販促や新商品の提案等で売上拡大を図ったが、デリ商品のNB品が不振だったことに加え、牛肉、鶏肉を中心とした原材料価格の上昇による粗利益の減少。  
 労務費高騰による経費削減の遅れにより減益となった。

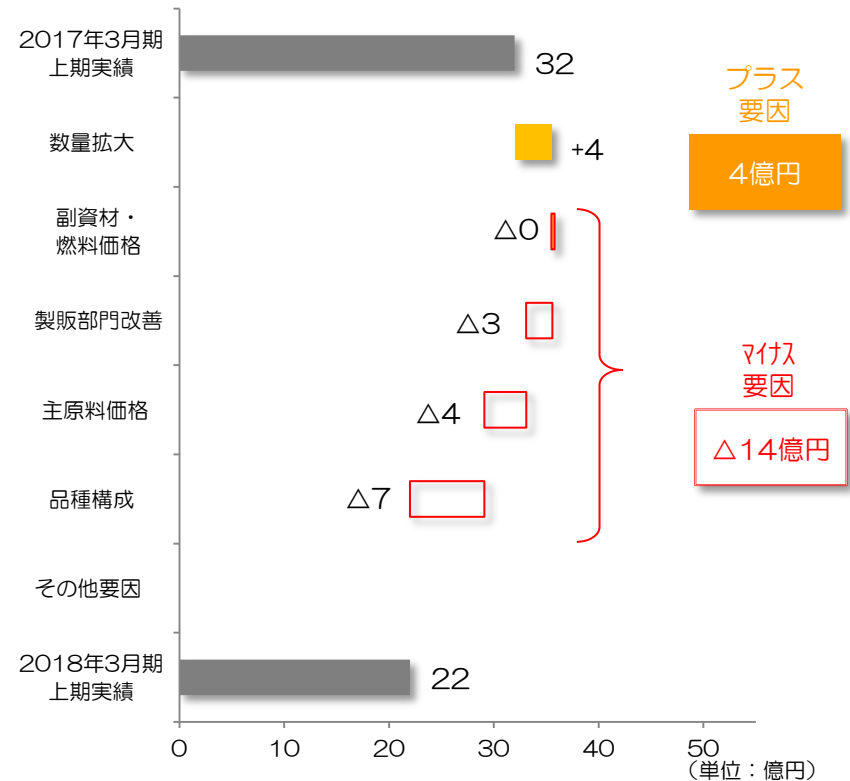
### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部②

#### 【営業利益増減要因分析】

	2018.03月期				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 見込み	上期 実績	差異
<b>数量拡大</b>	3億円	0億円	5億円	4億円	△2億円
<b>利益率改善</b>	△5億円	△9億円	△5億円	△14億円	△8億円
外部要因	△1億円	△4億円	△5億円	△4億円	0億円
（内訳）主原料価格	△1億円	△3億円	△4億円	△4億円	0億円
（内訳）副資材・燃料等	1億円	△1億円	△0億円	△0億円	△0億円
内部要因	△5億円	△5億円	△1億円	△10億円	△9億円
（内訳）品種構成（商品リニューアル）	△4億円	△3億円	△5億円	△7億円	△2億円
（内訳）製販部門改善	△1億円	△2億円	5億円	△3億円	△7億円
<b>その他要因</b>	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円
<b>合計</b>	△2億円	△8億円	△0億円	△10億円	△10億円

※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。

#### 【上期営業利益実績の増減要因グラフ】



#### ●計画差異要因分析（上期）

- 【数量拡大】・・・販促や提案を強化し昨年よりも伸ばしたが、計画には届かなかった。
- 【品種構成】・・・業務用において価格対応、配合変更等を高めたが、ギフトやデリ商品のNB品等の高単価商品が伸び悩み計画を下回った。
- 【製販部門改善】・・・販売部門では構造改革によるコスト改善が寄与したが、製造部門における労務費増加等により計画を下回った。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部③

#### ●ギフト売上実績（中元期）

（単位：千個）

- ・2018年3月期の実績は 前年個数比：99%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：105%  
（構成比は、27%）

		2017.03 実績		2018.03 実績	
		個数	個数	前年比	
中元	全社販売個数	1,997	1,979	99%	
	（うち美ノ国）	514	538	105%	

#### ●主要ブランド売上実績



アイテム拡充で数量伸長した  
「豊潤 あらびきウインナー」



TVCM等販促強化で回復傾向にある  
「中華名菜」



30周年で販促強化している  
「チキチキボン」

#### 【（参考）主要ブランド商品売上高実績（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2018.03	デリ商品	2018.03
	上期実績		上期実績
シャウエッセン	100%	石窯工房群	93%
森の薫りW+豊潤W	145%	中華名菜群	96%
ロースハム群	88%	プリフライ群	100%
ベーコン群	96%	ハバ・グ・ミト・ール群	100%
焼豚群	100%	カレー群	106%
コンシューマ商品計	100%	コンシューマ商品計	96%

#### ●チャネル別売上実績

##### ①コンシューマ商品

ハム・ソーセージは、「シャウエッセン」が堅調に推移した事に加え、エリア販促強化とアイテム拡充を図った「豊潤あらびきウインナー」の上乗せもあったが、PB品の減少で微増。  
デリ商品は、アイテム拡充を図った「天津閣」が好調に推移したが、競争激化に伴い主力の「石窯工房」を中心に苦戦した。

##### ②業務用商品

ハム・ソーセージは、海外品の落ち込みを国内品でカバー出来なかった事に加え、既存得意先の定番品の落ち込みが大きく昨年割れとなった。  
デリ商品は、CVS・外食チャネル共に好調に推移し伸長した。

#### 【（参考）チャネル別伸び率（対前年同期比）】

2018.03上期実績		数量	金額
ハム・ソーセージ	ｺﾝｼｬｰﾏ	103%	100%
	業務用	100%	94%
	合計	102%	99%
デリ商品	ｺﾝｼｬｰﾏ	98%	96%
	業務用	109%	111%
	合計	103%	103%

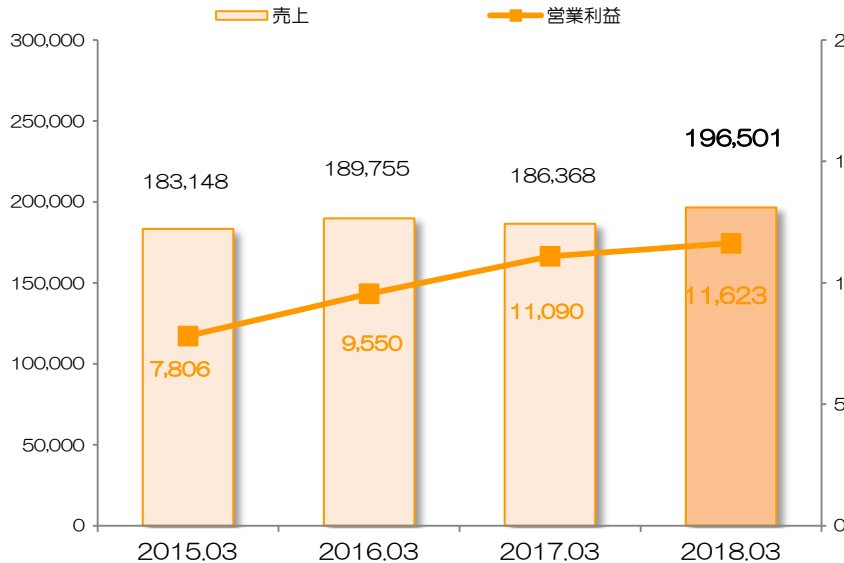


# 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部①

**第2四半期実績**

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円) (売上高：百万円)



(単位：百万円)

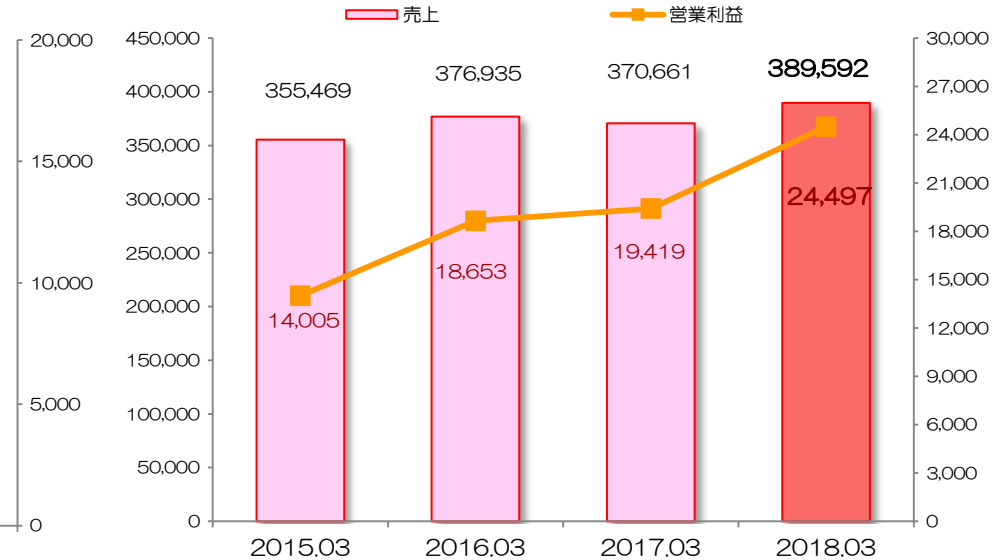
	2017.03 2Q	2018.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	186,368	196,501	10,133	5.4
営業利益	11,090	11,623	533	4.8
営業利益率	6.0%	5.9%	-	-

**【上期売上高の状況】**

国産鶏肉と豚肉は、堅調な需要に支えられ市況高により数量・金額ともに伸長した。  
 輸入牛肉も市況が堅調に推移した結果、数量・金額ともに伸長し、増収となった。

**上期実績**

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2017.03 上期	2018.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	370,661	389,592	18,931	5.1
営業利益	19,419	24,497	5,078	26.1
営業利益率	5.2%	6.3%	-	-

**【上期営業利益の状況】**

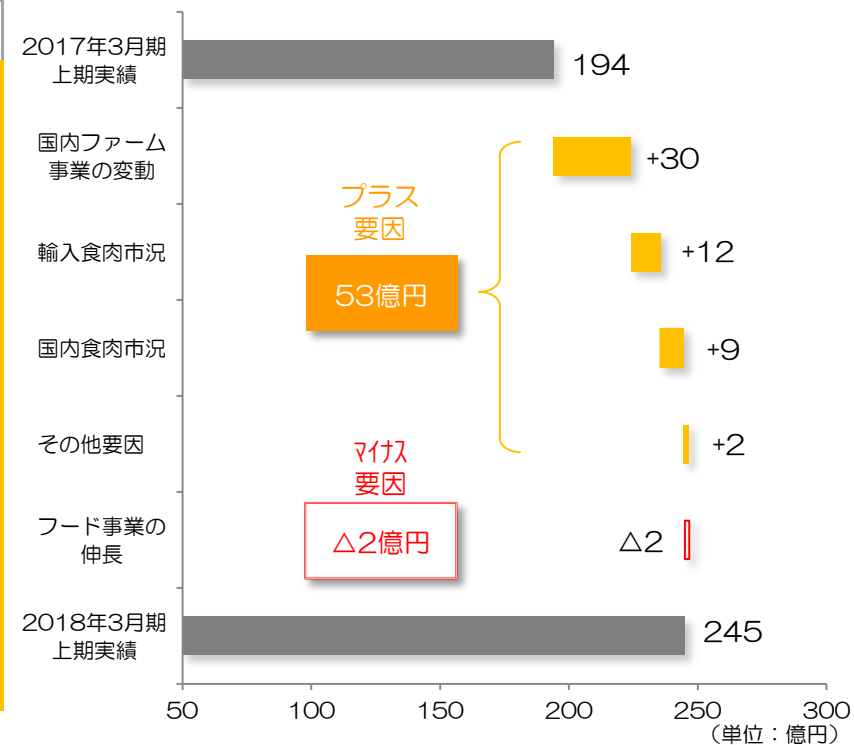
国産鶏肉相場は、△ネ肉を中心に引き続き高値で推移し、飼料価格も安定していたことから生産事業が好調だった。輸入鶏肉も市況が安定し増益となった。  
 輸入牛肉は仕入価格の上昇や、好調だった前年の反動もあり減益となった。

## 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部②

**【営業利益増減要因分析】**

	2018.03月期				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 見込み	上期 実績	差異
輸入食肉市況	13億円	△2億円	10億円	12億円	2億円
国内食肉市況	6億円	3億円	6億円	9億円	2億円
国内ファーム事業の変動	13億円	17億円	20億円	30億円	10億円
フード事業の伸長	1億円	△3億円	1億円	△2億円	△3億円
その他要因	12億円	△10億円	3億円	2億円	△1億円
合計	46億円	5億円	40億円	51億円	11億円

※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。

**【上期営業利益実績の増減要因グラフ】**


### ●計画差異要因分析（上期）

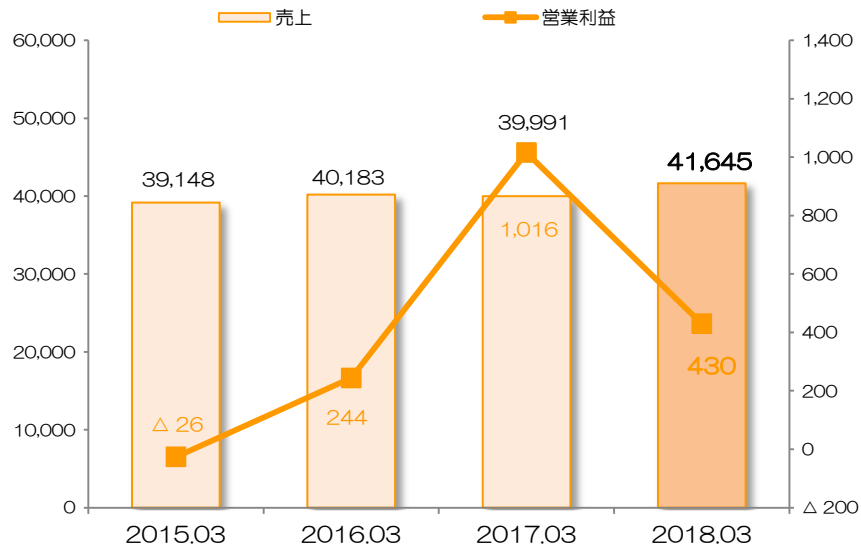
- 【輸入食肉市況】・・・米国産牛肉は価格転嫁が進まず減益となったが、輸入鶏肉は市況が安定していたことにより計画を上回った。
- 【国内ファーム事業の変動】・・・鶏肉、豚肉ともに相場が堅調に推移し計画を上回った。
- 【フード事業の伸長】・・・国産牛肉の採算性は向上したが、輸入牛肉、国産豚肉の価格上昇で苦戦し計画を下回った。

# 5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

## 第2四半期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2017.03 2Q	2018.03 2Q	前年差	前年比(%)
売上高計	39,991	41,645	1,654	4.1
営業利益	1,016	430	△ 586	△ 57.7
営業利益率	2.5%	1.0%	-	-

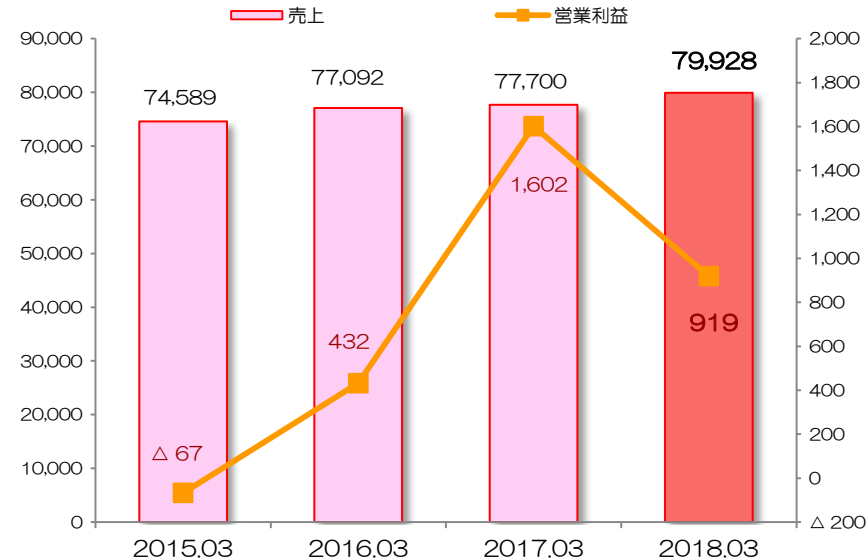
### 【上期売上高の状況】

- ・水産事業  
量販店向け販売とCVS向け商品の販売が好調に伸長し増収となった。
- ・乳製品事業  
ヨーグルトは、市場全体が縮小基調にある中で減収となったが乳酸菌飲料が数量を伸ばし増収、チーズもコンシューマ、業務用ともに販売数量を伸ばして増収となった。

## 上期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2017.03 上期	2018.03 上期	前年差	前年比(%)
売上高計	77,700	79,928	2,228	2.9
営業利益	1,602	919	△ 683	△ 42.6
営業利益率	2.1%	1.1%	-	-

### 【上期営業利益の状況】

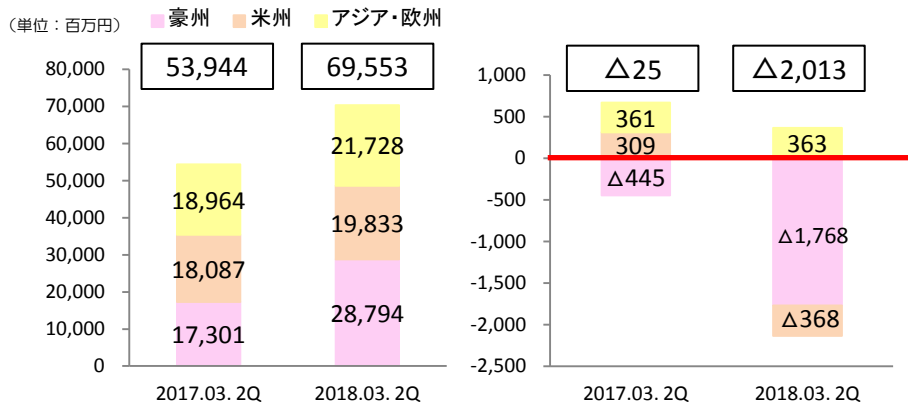
- ・水産事業  
漁獲量の減少により、主力魚種の価格高騰と原料確保の厳しい環境が続き減益となった。
- ・乳製品事業  
チーズと乳酸菌飲料を中心に販売数量は伸長したが、第2四半期にかけて原料価格が上昇したことで、微減となった。

# 6. オペレーティング・セグメント情報 海外事業本部①

## 第2四半期実績

### 〔売上高〕

### 〔営業利益〕

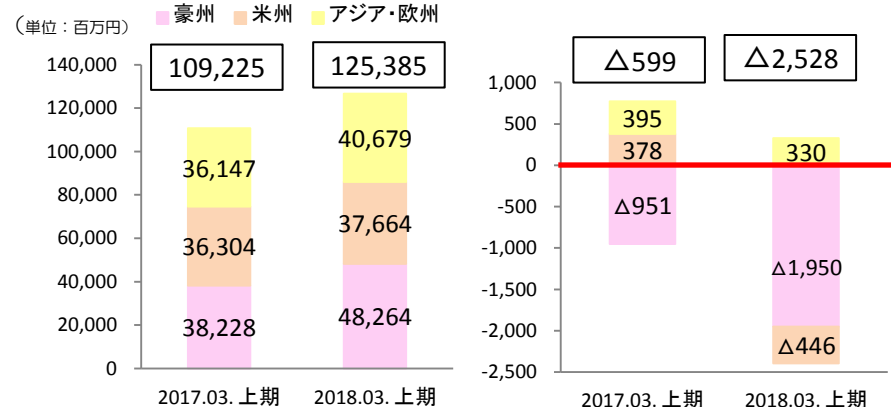


		2017.03 2Q	2018.03 2Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	53,944	69,553	15,609	28.9
	営業利益	△ 25	△ 2,013	△ 1,988	-
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	17,301	28,794	11,493	66.4
	営業利益	△ 445	△ 1,768	△ 1,323	-
米州	売上高	18,087	19,833	1,746	9.7
	営業利益	309	△ 368	△ 677	-
アジア・ 欧州	売上高	18,964	21,728	2,764	14.6
	営業利益	361	363	2	0.6

## 上期実績

### 〔売上高〕

### 〔営業利益〕



		2017.03 上期	2018.03 上期	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	109,225	125,385	16,160	14.8
	営業利益	△ 599	△ 2,528	△ 1,929	-
豪州 (ウルグアイ含)	売上高	38,228	48,264	10,036	26.3
	営業利益	△ 951	△ 1,950	△ 999	-
米州	売上高	36,304	37,664	1,360	3.7
	営業利益	378	△ 446	△ 824	-
アジア・ 欧州	売上高	36,147	40,679	4,532	12.5
	営業利益	395	330	△ 65	△ 16.5

※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)

### 【上期売上高の状況】

- ・豪州事業  
オーストラリアは2Qに入りグローバルマーケットが下落、全体の処理頭数も減少したが、グレインフェッドの処理頭数増で微増。ウルグアイBPU社により売上高80億円が上積みされた。
- ・米州事業  
競争激化の影響により加工事業は減収となったが、日本向け輸出事業は昨年並み、現地国内の卸売業は拠点の増加で増収となった。

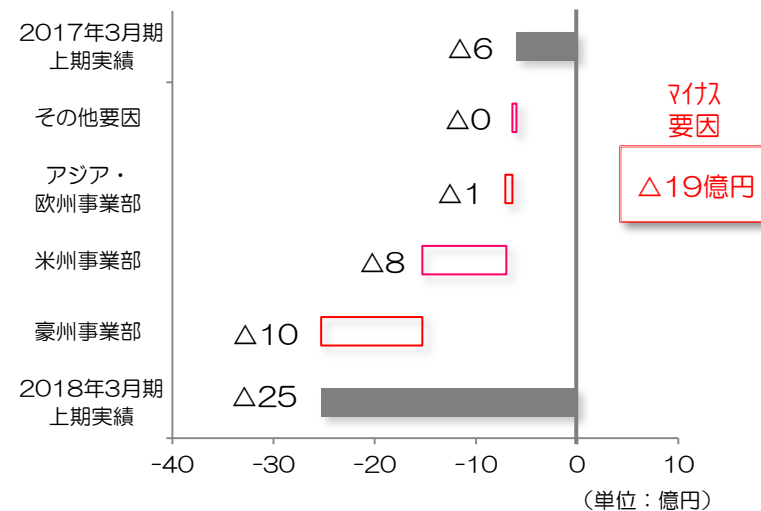
### 【上期営業利益の状況】

- ・豪州事業  
オーストラリアでは生体価格が下落したが、販売価格の下落が大きく響き減益となった。ウルグアイも販売価格が下落したが、収益改善は進んだ。
- ・米州事業  
加工品の主原料価格高騰によるコスト増に加え、日本向け輸出環境が厳しかったことが影響して減益となった。

【営業利益増減要因分析】

【上期営業利益実績の増減要因グラフ】

	2018.03月期				
	1Q 実績	2Q 実績	上期 見込み	上期 実績	差異
豪州（ウルグアイ含）	3億円	△13億円	10億円	△10億円	△20億円
米州	△2億円	△7億円	△7億円	△8億円	△1億円
アジア・欧州	△1億円	0億円	△1億円	△1億円	0億円
その他要因	△1億円	0億円	△1億円	△0億円	0億円
合計	1億円	△20億円	2億円	△19億円	△21億円



※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。

計画差異要因

●豪州事業

米国産牛肉の供給増加に伴い主要販売国で販売価格が下落した。  
また、商品過剰から豪州国内での市場も低迷し収益が大きく悪化した。

●米州事業

北米 デイリーフーズ社は、日本向け食肉輸出において好調だった昨年の反動もあり苦戦した。

●アジア・欧州事業

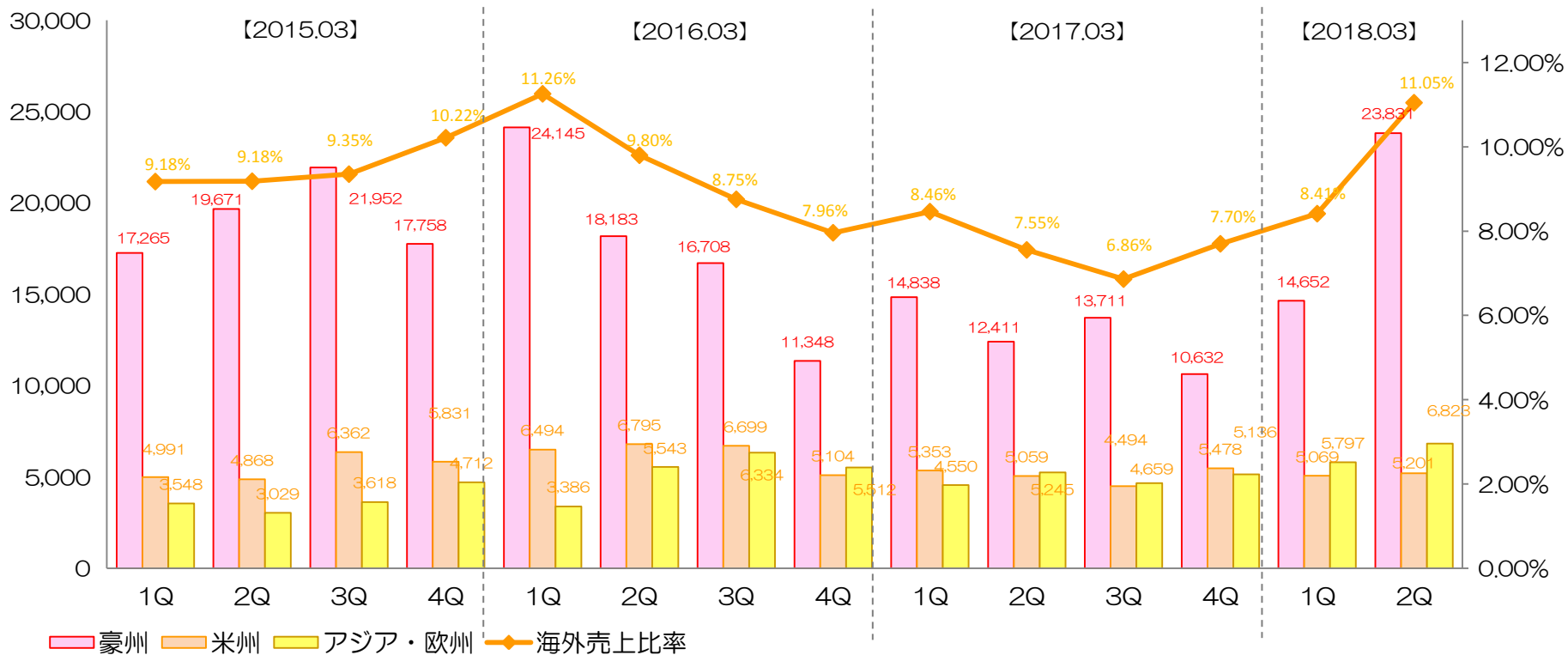
トルコ エゲタブ社は、同国の経済成長に伴い食肉市況も順調に拡大し、計画を大きく上回った。  
欧州 日本向け食肉輸出において、豚肉の現地価格高で苦戦した。

# 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円：％)

	2015.03	2016.03	2017.03				2018.03		
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
豪州	76,646	70,384	14,838	12,411	13,711	10,632	51,592	14,652	23,831
米州	22,052	25,092	5,353	5,059	4,494	5,478	20,384	5,069	5,201
アジア・欧州	14,907	20,775	4,550	5,245	4,659	5,136	19,590	5,797	6,823
海外計	113,605	116,250	24,742	22,713	22,866	21,245	91,566	25,518	35,855
海外売上比率	9.47%	9.46%	8.46%	7.55%	6.86%	7.70%	7.62%	8.41%	11.05%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



## Ⅱ. 2018年3月期の見通し

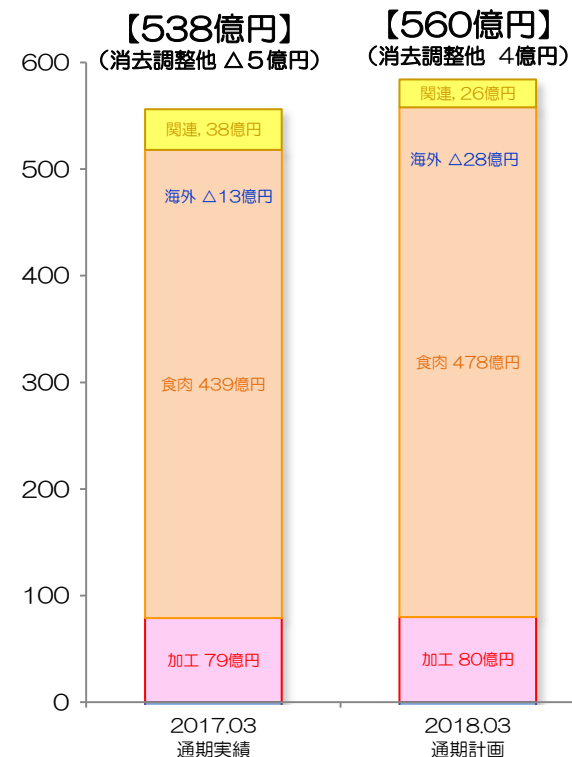
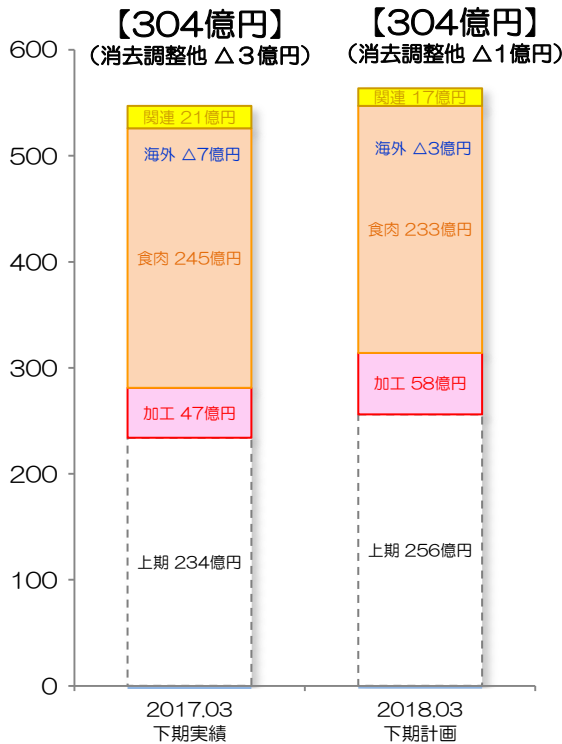
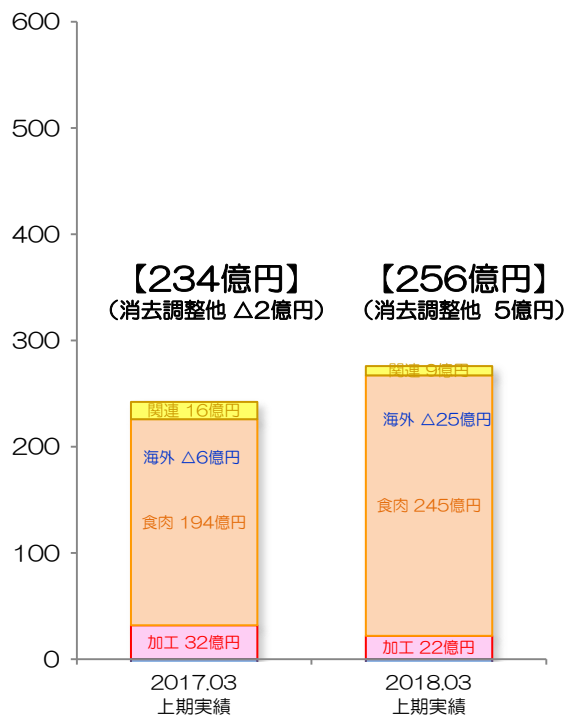
1. 2018年3月期 営業利益計画
2. 2018年3月期計画（加工事業本部）
3. 2018年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2018年3月期計画（関連企業本部）
5. 2018年3月期計画（海外事業本部）

# 1. 2018年3月期 営業利益計画①

(単位：億円)

(単位：億円)

(単位：億円)



	2018.03 上期			2018.03 下期			2018.03 通期		
	2017.03 上期実績	実績	増減	2017.03 下期実績	見込み	増減	2017.03 通期実績	見込み	増減
加工事業本部	32億円	22億円	△10億円	47億円	58億円	11億円	79億円	80億円	1億円
食肉事業本部	194億円	245億円	51億円	245億円	233億円	△12億円	439億円	478億円	39億円
関連企業本部	16億円	9億円	△7億円	21億円	17億円	△5億円	38億円	26億円	△12億円
海外事業本部	△6億円	△25億円	△19億円	△7億円	△3億円	4億円	△13億円	△28億円	△16億円
消去調整他	△2億円	5億円	7億円	△3億円	△1億円	2億円	△5億円	4億円	9億円
合計	234億円	256億円	21億円	304億円	304億円	1億円	538億円	560億円	22億円



# 1. 2018年3月期 営業利益計画②

## 【1Q見込みとの差異】

※3Q、4Q及び通期見込みについては、第2四半期後に見直した計画となっています。

	2018.03 上期			2018.03 3Q			2018.03 4Q			2018.03 通期		
	1Q 見込み	実績	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
加工事業本部	32億円	<b>22億円</b>	△10億円	61億円	<b>59億円</b>	△2億円	△1億円	<b>△1億円</b>	0億円	92億円	<b>80億円</b>	△12億円
食肉事業本部	234億円	<b>245億円</b>	11億円	134億円	<b>144億円</b>	10億円	72億円	<b>89億円</b>	17億円	440億円	<b>478億円</b>	38億円
関連企業本部	12億円	<b>9億円</b>	△3億円	22億円	<b>16億円</b>	△6億円	1億円	<b>1億円</b>	0億円	35億円	<b>26億円</b>	△9億円
海外事業本部	△4億円	<b>△25億円</b>	△21億円	10億円	<b>△5億円</b>	△15億円	3億円	<b>2億円</b>	△1億円	9億円	<b>△28億円</b>	△37億円
消去調整他	1億円	<b>5億円</b>	4億円	2億円	<b>0億円</b>	△2億円	1億円	<b>△1億円</b>	△2億円	4億円	<b>4億円</b>	0億円
合計	275億円	<b>256億円</b>	△19億円	229億円	<b>214億円</b>	△15億円	76億円	<b>90億円</b>	14億円	580億円	<b>560億円</b>	△20億円

※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。

## 【営業利益計画 増減要因分析】

加工事業本部	1Q見込みとの差異								
	3Q			4Q			通期		
	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
数量拡大	3億円	1億円	△1億円	1億円	3億円	2億円	9億円	8億円	△1億円
利益率改善	5億円	5億円	△1億円	4億円	2億円	△2億円	4億円	△7億円	△11億円
外部要因	△11億円	△9億円	2億円	△10億円	△9億円	1億円	△25億円	△22億円	3億円
(内訳) 主原料価格	△9億円	△6億円	2億円	△8億円	△7億円	1億円	△21億円	△17億円	4億円
(内訳) 副資材・燃料等	△2億円	△3億円	△0億円	△2億円	△2億円	0億円	△4億円	△5億円	△0億円
内部要因	16億円	13億円	△3億円	14億円	11億円	△3億円	29億円	15億円	△14億円
(内訳) 品種構成 (商品リニューアル)	5億円	△1億円	△5億円	8億円	0億円	△8億円	8億円	△8億円	△15億円
(内訳) 製販部門改善	11億円	14億円	3億円	6億円	11億円	6億円	21億円	23億円	1億円
その他	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円
合計	8億円	6億円	△2億円	6億円	6億円	0億円	13億円	1億円	△12億円

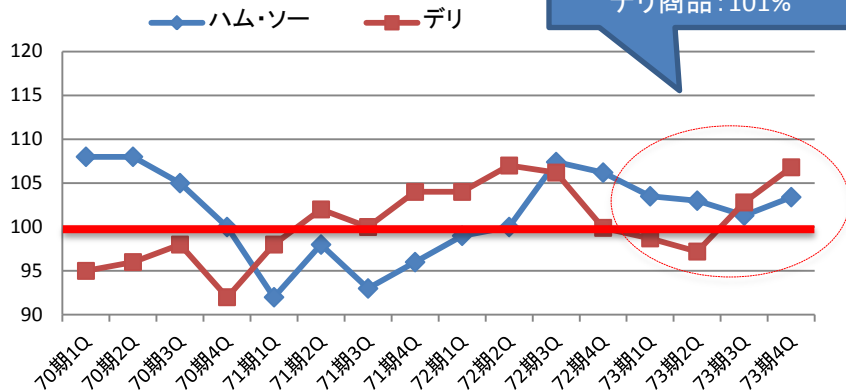
食肉事業本部	1Q見込みとの差異								
	3Q			4Q			通期		
	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異	1Q 見込み	見込み	差異
輸入食肉市況	0億円	△5億円	△5億円	△1億円	1億円	1億円	9億円	8億円	△1億円
国内食肉市況	△2億円	△0億円	2億円	△3億円	△2億円	2億円	1億円	7億円	6億円
国内ファーム事業の変動	△7億円	9億円	16億円	△13億円	0億円	14億円	△1億円	39億円	40億円
フード事業の伸長	0億円	△2億円	△2億円	△0億円	△1億円	△1億円	1億円	△5億円	△6億円
その他要因	△11億円	△12億円	△1億円	△2億円	△1億円	1億円	△10億円	△10億円	△0億円
合計	△20億円	△10億円	10億円	△19億円	△2億円	17億円	1億円	39億円	38億円

※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。

## 2. 2018年3月期計画（加工事業本部）

### ● コンシューマ売上拡大施策

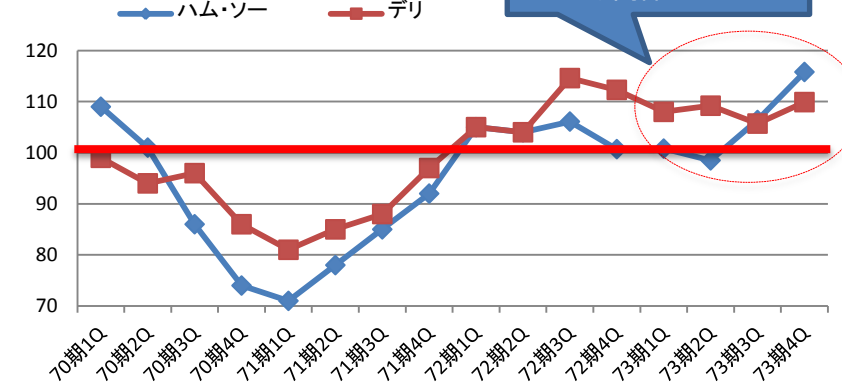
コンシューマ商品数量推移と2018年通期計画



- ・10月から実施中の人気アニメとのタイアップCPで数量拡大を図る。
- ・シャウエッセンはTVCMを投入、「豊潤あらびきウィンナー」は試食販売や増量の実施で数量拡大を目指す。
- ・「中華名菜」はTVCM投入による拡販、「石窯工房」はライン投資による効率化を進めながら、新商品も導入することで数量拡大を目指す。

### ● 業務用商品売上拡大施策

業務用商品数量推移と2018年通期計画



- ・CVSチャネルは、好調なプリフライ系商品の売り伸ばしと共に、カウンター商材のアイテム拡充やメニュー提案、付加価値商品の提案により、バンダー向け商品の拡大を図る。
- ・外食チャネルは、大手外食チェーンへのキャンペーン導入やグループ資産であるブランド食肉を使用した差別化メニューの導入を図る。
- ・新規開拓を進め、新たな販路獲得による数量拡大を目指す。

### ● 主要ブランド売上拡大施策

【（参考） 主要ブランド商品売上高計画（対前年同期比）】

ブランド	2018.03通期計画	対前年同期比	ブランド	2018.03通期計画
ハム・ソーセージ	103%		デリ商品	101%
シャウエッセン	101%		石窯工房群	98%
森の薫りW+豊潤W	157%		中華名菜群	100%
ローズハム群	95%		プリフライ群	101%
ベーコン群	100%		ハバーク・ミートボール群	101%
焼豚群	103%		カレー群	105%

### ● ギフト売上拡大施策

- ・歳暮は前年比106%伸長計画。
- ・『美ノ国』は前年比108%伸長計画。

【（参考） ギフト販売個数 2017年3月期実績と2018年3月期計画】

単位：千個

中元	2017.03 実績 個数	2018.03 実績&計画	
		2017.03 実績 個数	2018.03 実績&計画 前年比
中元	全社販売個数	1,997	1,979 99%
	（うち美ノ国）	514	538 105%
歳暮	全社販売個数	4,189	4,442 106%
	（うち美ノ国）	998	1,078 108%
合計	全社販売個数	6,186	6,421 104%
	（うち美ノ国） （構成比）	1,512 24%	1,616 25%

### 3. 2018年3月期計画（食肉事業本部）

#### ●国内生産事業

- ・飼料価格は主要作物で不安定な値動きとなっている。3Qの配合飼料価格は値下げとなったが、4Q以降は不透明。
- ・豚肉の生産は回復傾向にあり、下期にかけて安定する見通し。
- ・鶏肉は、需要増を背景に全国生産量は昨年を上回る見通しだが、鳥インフルエンザの発生状況には注視が必要。

#### ●国内食肉市況

- ・牛肉価格は和牛を中心に昨年を下回っている。通常の季節トレンドとして、年末にかけて上昇傾向にある。
- ・豚肉において、年内の市況は昨年を上回ることを想定している。年明け以降は昨年並みの市況で推移する見通し。
- ・鶏肉価格は堅調な需要に支えられ、モモ肉を中心に年末にかけて上昇傾向。ムネ肉は輸入鶏肉の在庫水準に注視が必要。

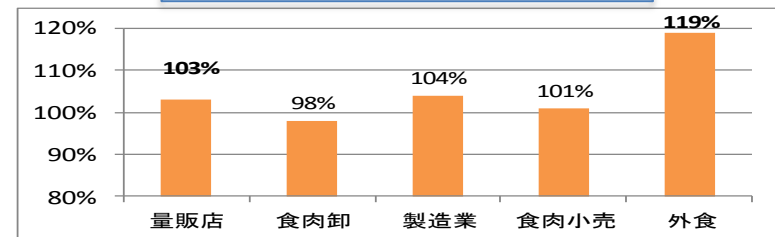
#### ●輸入食肉市況

- ・輸入牛肉の荷動きは悪く、また現地価格も軟調に推移していることから、市況も軟調に推移する見通し。
- ・輸入豚肉は、アメリカを中心に現地価格は落ち着いており、国内需要も変動なく、市況も安定して推移する見通し。
- ・輸入鶏肉は在庫水準が高まっており、今後の輸入量に注視する必要がある。

#### ●食肉販売（フード会社）

- ・麦小町と桜姫のTVCM、キャンペーン等継続的な販売促進により、ブランド認知を進め、販売数量増につなげる。
- ・ブランド食肉販売や一次加工品の強化により、チャンネル別で最も販売比率の高い量販店や、焼肉店など外食への数量拡大に取り組む。

上期実績 全体の数量伸長103%



## 4. 2018年3月期計画（関連企業本部）

### ●水産事業の売上拡大施策

#### （マリンフーズ）

- ・原材料の確保に努めると共に、好調に推移する外食チャネルへの深耕販売とCVSチャネルへの新商品提案を継続させ、売上高増につなげる。
- ・年末商戦での高単価商材の仕入れと販売を強化し、収益性を高める。

#### （宝幸）

- ・カニ缶等の厳しい原料状況は継続すると見込むが、商品ラインナップの拡充とサバ缶の販売を伸ばし八戸工場の稼働を安定させる。



マリンフーズ  
 自社工場で製造する  
 「カナダホッキ貝入りサラダ」

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### （チーズ）

- ・原材料価格が上昇しており環境は厳しいが、業務用で価格転嫁を進めると共にコンシューマ商品を伸長させ、収益性を高める。

#### （ヨーグルト・乳酸菌飲料）

- ・市場に減速感がでているヨーグルトだが、収益性を伴うバニラヨーグルトと新商品のギリシャヨーグルト、乳酸菌飲料を更に拡販させる。



下期にかけて本格販売となる  
 ギリシャヨーグルト  
 「クレンマ®」

### ●主原料・副資材価格動向

- ・水産品は継続する需要の高まりと漁獲減から引き続き高値で推移する。
- ・チーズ原料は、オセアニア産の減産で高値継続を見込む。
- ・ヨーグルトの原料である脱脂粉乳は、国内生乳不足の状況は解消されておらず引き続き高値で推移すると見る。

## 5. 2018年3月期計画（海外事業本部）

### ●豪州事業部

- ・米国产牛肉と競合する市場で価格競争を避けるため、ブランド商品の拡充を図る。
- ・生体仕入価格は下落トレンドに入ったが、グレインフェッドの収益向上は4Q半ばになると思われる。
- ・販売価格は、下期にかけて緩やかに回復傾向である。
- ・ウルグアイは生体価格も安定し、販売では中国向けの好調が続くと思われる。

【（参考）2018.03 2Q累計豪州事業販売実績】

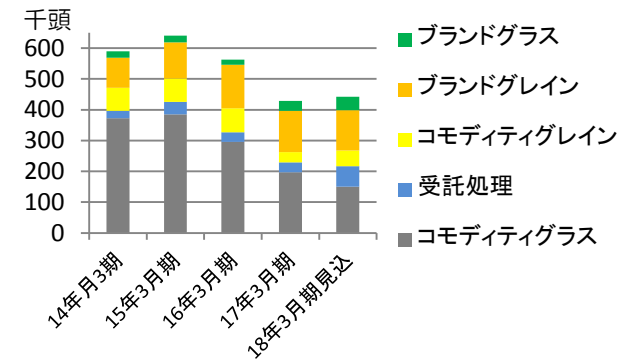
主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	28%	95%
米国	14%	105%
韓国	11%	79%
中国	7%	100%
台湾	4%	77%
豪州国内	24%	147%
その他	14%	76%
合計	100%	98%

### ●米州事業部

- ・日本向け食肉輸出環境は上期比で状況は若干の改善傾向にある。但し為替状況には注視が必要。

### ●アジア・欧州事業部

- ・トルコ エグタブ社は現地市況高や生産コスト低減で、好調に推移している。



【2018年3月期 営業利益増減要因と営業利益額見込み】

海外事業本部	営業利益増減要因								
	3Q			4Q			通期		
	1Q見込み	見込み	差異	1Q見込み	見込み	差異	1Q見込み	見込み	差異
豪州事業部	6億円	△ 6億円	△ 12億円	10億円	7億円	△ 2億円	26億円	△ 9億円	△ 34億円
米州事業部	0億円	△ 4億円	△ 4億円	0億円	1億円	1億円	△ 7億円	△ 11億円	△ 5億円
アジア・欧州事業部	3億円	3億円	0億円	4億円	3億円	△ 1億円	6億円	6億円	△ 1億円
その他要因	△ 1億円	△ 0億円	1億円	△ 2億円	△ 1億円	1億円	△ 4億円	△ 1億円	2億円
合計	8億円	△ 7億円	△ 15億円	12億円	11億円	△ 1億円	22億円	△ 16億円	△ 37億円

海外事業本部	営業利益額					
	3Q		4Q		通期	
	1Q見込み	見込み	1Q見込み	見込み	1Q見込み	見込み
豪州事業部	3億円	△ 9億円	5億円	3億円	9億円	△ 26億円
米州事業部	8億円	4億円	2億円	2億円	6億円	2億円
アジア・欧州事業部	2億円	2億円	1億円	0億円	6億円	6億円
その他要因	△ 3億円	△ 2億円	△ 4億円	△ 3億円	△ 12億円	△ 10億円
合計	10億円	△ 5億円	3億円	2億円	9億円	△ 28億円

※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。

## Ⅲ. 2018年3月期 第2四半期財務データ

1. 2018年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 販管費、その他の営業費用、その他の収益
3. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費
4. 連結キャッシュ・フロー

# 1. 2018年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2017年3月期実績			2018年3月期実績及び計画						
	上期 累計実績	下期 累計実績	通期 累計実績	上期 累計実績	前年比	数量 伸長率	下期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	593,092	609,201	1,202,293	627,880	5.9	-	632,120	3.8	1,260,000	4.8
ハム・ソーセージ	68,301	73,061	141,362	67,537	△ 1.1	1.5	75,363	3.2	142,900	1.1
加工食品	113,331	115,573	228,904	116,293	2.6	3.2	119,707	3.6	236,000	3.1
食肉	335,458	338,413	673,871	362,669	8.1	5.7	352,931	4.3	715,600	6.2
牛肉	136,202	131,017	267,219	147,780	8.5	19.0	145,720	11.2	293,500	9.8
豚肉	109,436	112,162	221,598	114,140	4.3	0.5	108,760	△ 3.0	222,900	0.6
鶏肉	77,297	81,831	159,128	87,338	13.0	2.1	84,762	3.6	172,100	8.2
その他食肉	12,523	13,403	25,926	13,411	7.1	4.4	13,689	2.1	27,100	4.5
水産	43,527	48,110	91,637	45,635	4.8	8.0	51,565	7.2	97,200	6.1
乳製品	16,473	16,907	33,380	17,962	9.0	10.7	17,638	4.3	35,600	6.7
その他	16,002	17,137	33,139	17,784	11.1	-	14,916	△ 13.0	32,700	△ 1.3
売上原価	481,159	487,836	968,995	510,758	6.2					
売上総利益	111,933	121,365	233,298	117,122	4.6					
売上総利益率	18.9%	19.9%	19.4%	18.7%	-					
販売費及び一般管理費	88,501	90,995	179,496	91,563	3.5					
営業利益	23,432	30,370	53,802	25,559	9.1		30,441	0.2	56,000	4.1
税引前利益	21,870	27,242	49,112	22,326	2.1		28,674	5.3	51,000	3.8
法人税等	7,231	7,299	14,530	5,245	△ 27.5		8,955	22.7	14,200	△ 2.3
税率	33.1%	26.8%	29.6%	23.5%	-		31.2%	-	27.8%	-
非継続事業の損益	△ 12	-	△ 12	-	-		-	-	-	-
当社株主帰属当期純利益	14,749	20,255	35,004	17,377	17.8		19,623	△ 3.1	37,000	5.7

＊米国会計基準を組替えて表示しております。

＊前年比は、対前年増減率で表示しております。

## 2. 販管費、その他の営業費用、その他の収益

(単位：百万円、%)

※① ※②	<<販管費>>	2017年3月期 上期実績	上期実績	2018年3月期 対前年増減率	対前年増減額
		販売費および一般管理費	88,501	91,563	3.5
	人件費	34,363	35,050	2.0	687
	広告宣伝費	5,664	4,984	△ 12.0	△ 680
	物流費	26,481	28,163	6.4	1,682
	その他	21,993	23,366	6.2	1,373

### 主な増減要因

★① 販管費 31億円増加したが、増収により販管費率は14.9%から14.6%と0.3%低下した。

★② 物流費 運賃等の増加により17億円増加した。

(単位：百万円)

	2017年3月期 上期実績	2017年3月期 通期実績	2018年3月期 上期実績	対前年同期増減	
	その他の営業費用及び(△収益)-純額	791	5,320	695	△ 96
固定資産関連	704	2,427	695	△ 9	
特別退職金	87	2,895	-	△ 87	
その他	-	△ 2	-	-	
★①	その他の収益及び(△費用)-純額	△ 171	1,770	△ 1,903	△ 1,732
	受取利息・配当金	543	1,162	658	115
	為替差損益	△ 1,192	106	△ 471	721
	その他	478	502	△ 2,090	△ 2,568
	支払利息	600	1,140	635	35

### 主な増減要因

★①その他の収益及び(△費用)-純額 関係会社清算による損失等で17億円の減少。



### 3. 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》		2017年3月期 期末実績	2018年3月期 上期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	720,276	756,031	5.0	35,755
	現金及び現金同等物	82,639	56,055	△ 32.2	△ 26,584
★②	売上債権	128,579	159,255	23.9	30,676
★③	棚卸資産	132,697	149,170	12.4	16,473
	有形固定資産	283,364	294,826	4.0	11,462
	投資及びその他の資産	45,172	48,354	7.0	3,182
	長期繰延税金資産	7,627	13,923	82.5	6,296
	負債合計	311,920	329,771	5.7	17,851
	支払手形及び買掛金	101,857	123,358	21.1	21,501
★④	有利子負債	138,284	137,176	△ 0.8	△ 1,108
	退職金及び年金債務	13,268	13,617	2.6	349
	当社株主資本	404,126	421,180	4.2	17,054
	非支配持分	4,230	5,080	20.1	850
	資本合計	408,356	426,260	4.4	17,904

#### 主な増減要因

- ★① 資産合計 流動資産、またウルグアイBPU社取得で固定資産共に増加で358億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増と休日要因により307億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 食肉相場の上昇等により165億円の増加。
- ★④ 有利子負債 転換社債の株式への転換等により11億円の減少。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2017年3月期	2018年3月期		2018年3月期	
	上期実績	上期実績	対前年増減率	対前年増減額	通期計画
設備投資額	15,770	14,496	△ 8.1	△ 1,274	66,400
生産設備	8,635	6,795	△ 21.3	△ 1,840	25,000
販売・物流設備	1,949	2,339	20.0	390	10,400
ファーム・処理設備	2,214	3,836	73.3	1,622	11,000
海外事業設備	1,828	1,504	△ 17.7	△ 324	17,000
その他設備	1,144	22	△ 98.1	△ 1,122	3,000
減価償却費	9,814	10,276	4.7	462	20,500

## 4. 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)

《連結キャッシュ・フロー計算書》	2017年3月期	2018年3月期		2018年3月期 通期計画
	上期実績	上期実績	対前年増減額	
★① 営業活動キャッシュ・フロー	33,640	5,044	△ 28,596	51,600
★② 投資活動キャッシュ・フロー	△ 6,769	△ 24,484	△ 17,715	△ 64,700
★③ 財務活動キャッシュ・フロー	△ 8,622	△ 7,035	1,587	△ 13,100

### 主な増減要因

- ★① 営業活動キャッシュ・フロー  
仕入債務の増加や、当期純利益等で50億円のキャッシュインとなった。
- ★② 投資活動キャッシュ・フロー  
ウルグアイBPU社の買収や設備投資等により245億円のキャッシュアウトとなった。
- ★③ 財務活動キャッシュ・フロー  
借入債務の返済や、配当金等で70億円のキャッシュアウトとなった。

お問合せ先  
〒141-6014 東京都品川区大崎2-1-1  
ThinkPark Tower 14階  
日本ハム株式会社 広報IR部  
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。