

決算説明資料

～2016年3月期 第1四半期～

説明会開催予定日
2015年8月4日（火）
日本ハム株式会社

目 次

- I. 2016年3月期 第1四半期連結業績の総括
- II. 2016年3月期の見通し
- III. 2016年3月期 第1四半期財務データ

I. 2016年3月期 第1四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1四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部
3. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部
4. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部
5. 海外 主要所在地別 業績
6. 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1四半期

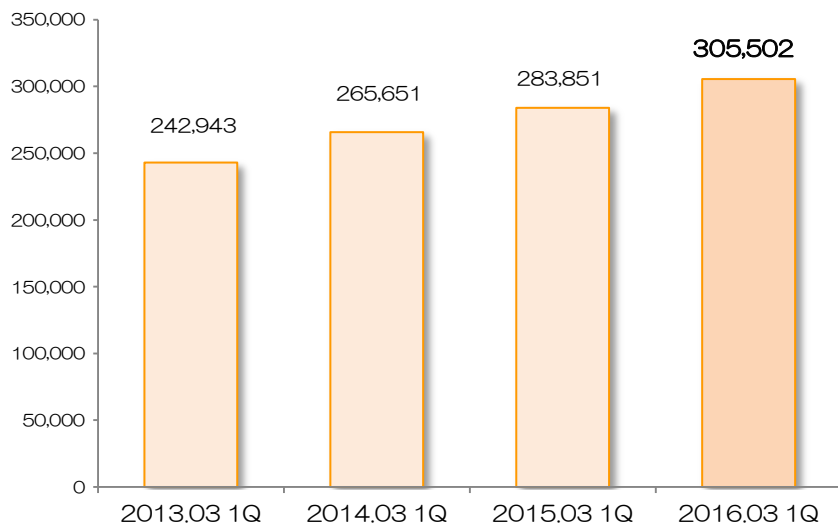
(単位：百万円)

		2013.03 1Q	2014.03 1Q	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	78,775	82,241	86,071	84,124	△1,947	△ 2.3
	営業利益	1,819	513	906	122	△784	△ 86.5
食肉事業本部	売上高	162,561	185,283	199,918	223,637	23,719	11.9
	営業利益	2,905	3,394	8,798	11,593	2,795	31.8
関連企業本部	売上高	32,514	33,865	35,542	37,077	1,535	4.3
	営業利益	246	△ 31	△ 46	196	242	—
消去調整他	売上高	△ 30,907	△ 35,738	△ 37,680	△ 39,336	△1,656	—
	営業利益	192	600	264	△ 34	△298	—
連結合計	売上高	242,943	265,651	283,851	305,502	21,651	7.6
	営業利益	5,162	4,476	9,922	11,877	1,955	19.7

(単位：百万円)

売上高

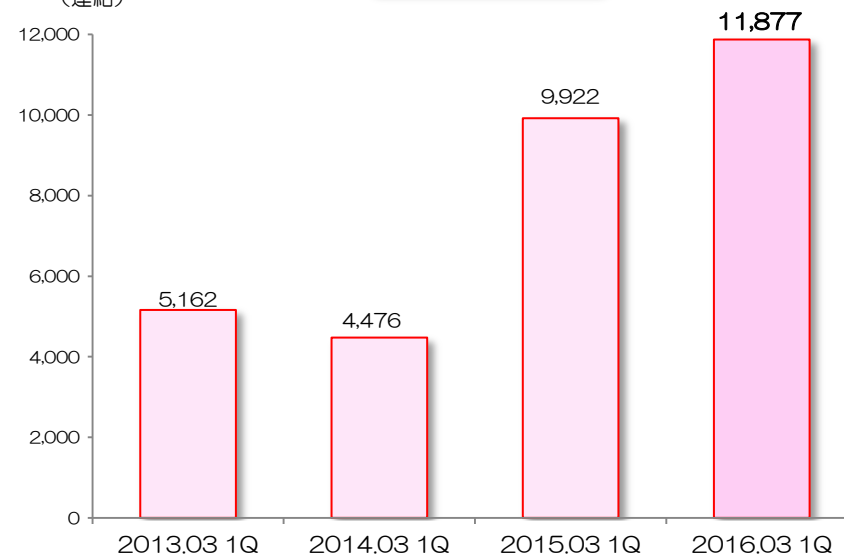
(連結)



(単位：百万円)

営業利益

(連結)

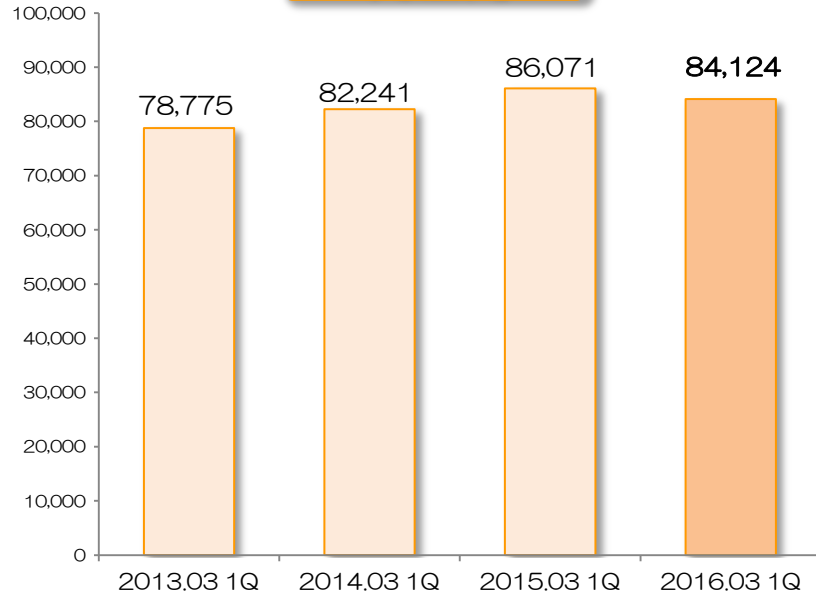


※オペレーティング・セグメント情報のセグメント別売上高と、当資料P.21の品種別の売上高の数値とは一致しません。
 ※各セグメントの売上高はセグメント間の内部売上高が含まれています。

2. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①

(売上高：百万円)

売上高



(単位：百万円)

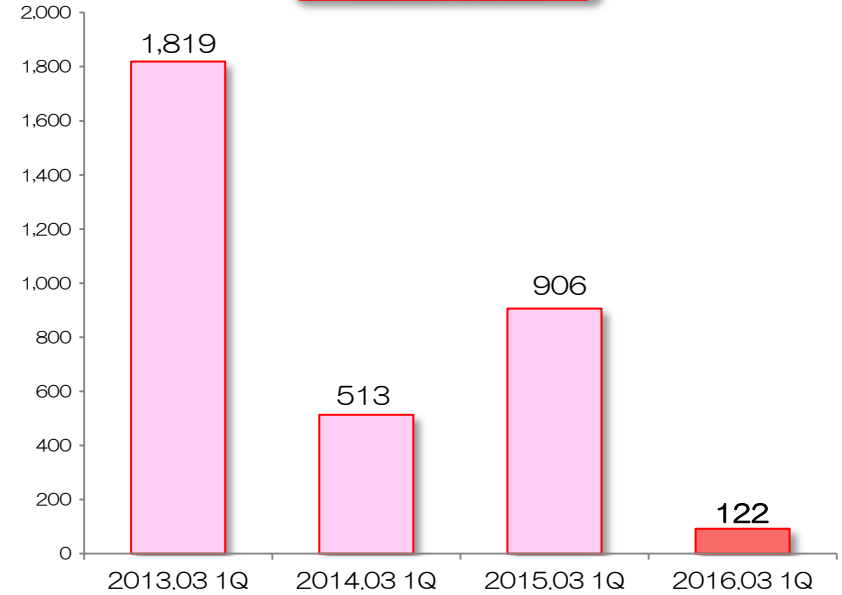
	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	86,071	84,124	△ 1,947	△ 2.3

【第1四半期の売上状況】

- 『シャウエッセン』の伸長、『中華名菜』の回復はあったが、その他NB商品が減少、業務用の落込みにより減収。

(営業利益：百万円)

営業利益



(単位：百万円)

	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	906	122	△ 784	△ 86.5
営業利益率	1.1%	0.1%	-	-

【第1四半期の収支状況】

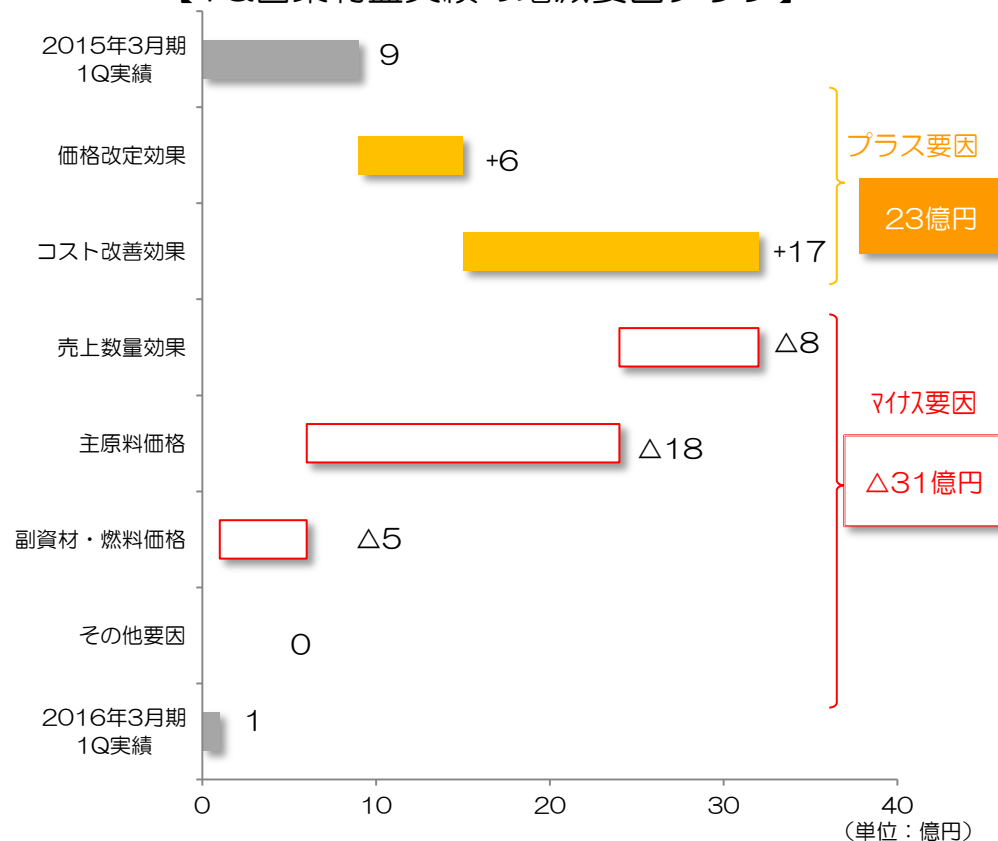
- 原料価格の高騰に対して価格改定とコスト改善でカバーしたが、特に業務用商品が数量回復できずに減益。

【営業利益増減要因分析】

	2016.03		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
価格改定効果	6億円	6億円	0億円
コスト改善効果	11億円	17億円	6億円
売上数量効果	1億円	△8億円	△9億円
主原料・副資材要因	△24億円	△23億円	1億円
(内訳) 主原料価格	△19億円	△18億円	1億円
(内訳) 副資材・燃料等	△5億円	△5億円	0億円
その他要因	0億円	0億円	0億円
合計	△6億円	△8億円	△2億円

※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。

【1Q営業利益実績の増減要因グラフ】



●計画差異要因分析 (1Q)

【主原料・副資材要因と価格改定・コスト改善効果】

- ・主原料の高騰を価格改定とコスト改善でカバーした。

【売上数量効果】

- ・業務用を中心に、数量回復が計画を大きく下回った。

●主要ブランド売上実績

【（参考） 主要ブランド商品売上高実績（対前年同期比）】



(写真)
「シャウエッセン」



(写真)
「中華名菜」シリーズ

ハム・ソーセージ	2016.03	デリ商品	2016.03
	1Q実績		1Q実績
シャウエッセン	103%	石窯工房群	110%
森の薫りあらびきりソー	92%	中華名菜群	100%
ローズハム群	100%	プリフライ群	95%
ベーコン群	94%	ハンバーグ・ミートボール群	98%
焼豚群	93%	カレー群	91%

●チャネル別売上実績

【（参考）2016年3月期1Q チャネル別伸び率（対前年同期比）】

①コンシューマ商品

『シャウエッセン』、『石窯工房群』などは堅調に推移したが、その他のNBが計画を大幅未達。

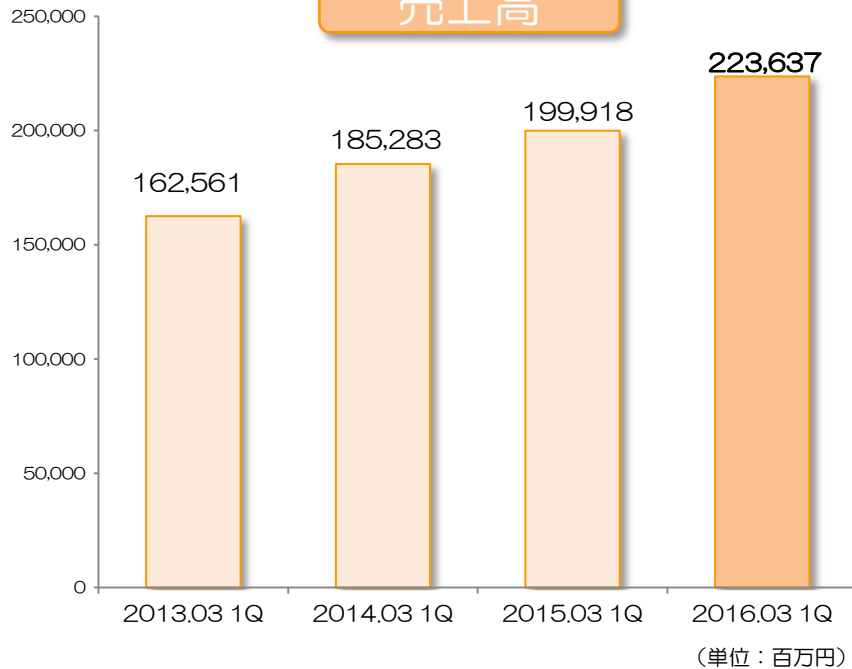
②業務用商品

既存商品の売上減少に加え、新規案件の獲得ができず、昨年を大きく割り込んだ。

		数量	金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	92%	97%
	業務用	71%	77%
	合計	86%	93%
デリ商品	コンシューマ	98%	98%
	業務用	81%	85%
	合計	89%	92%

3. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部①

(売上高：百万円)

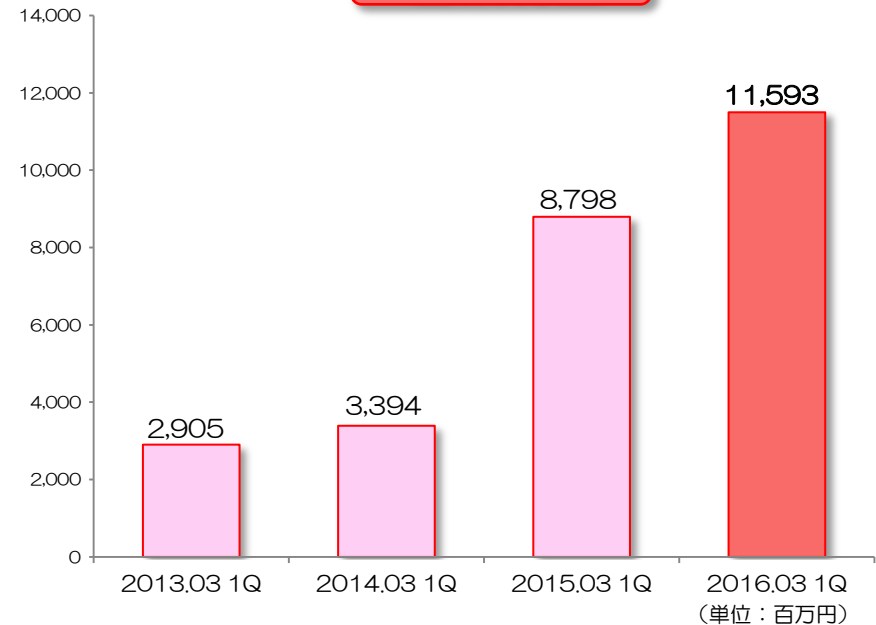


	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	199,918	223,637	23,719	11.9

【第1四半期の売上状況】

- ・ 輸入鶏肉の販売数量増及び、牛・鶏肉を中心とした販売価格上昇により、増収。

(営業利益：百万円)



	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	8,798	11,593	2,795	31.8
営業利益率	4.4%	5.2%	-	-

【第1四半期の収支状況】

- ・ 食肉販売価格の上昇や相場高騰、国内ファームの生産性改善に加え、豪州事業が堅調に推移し、増益。

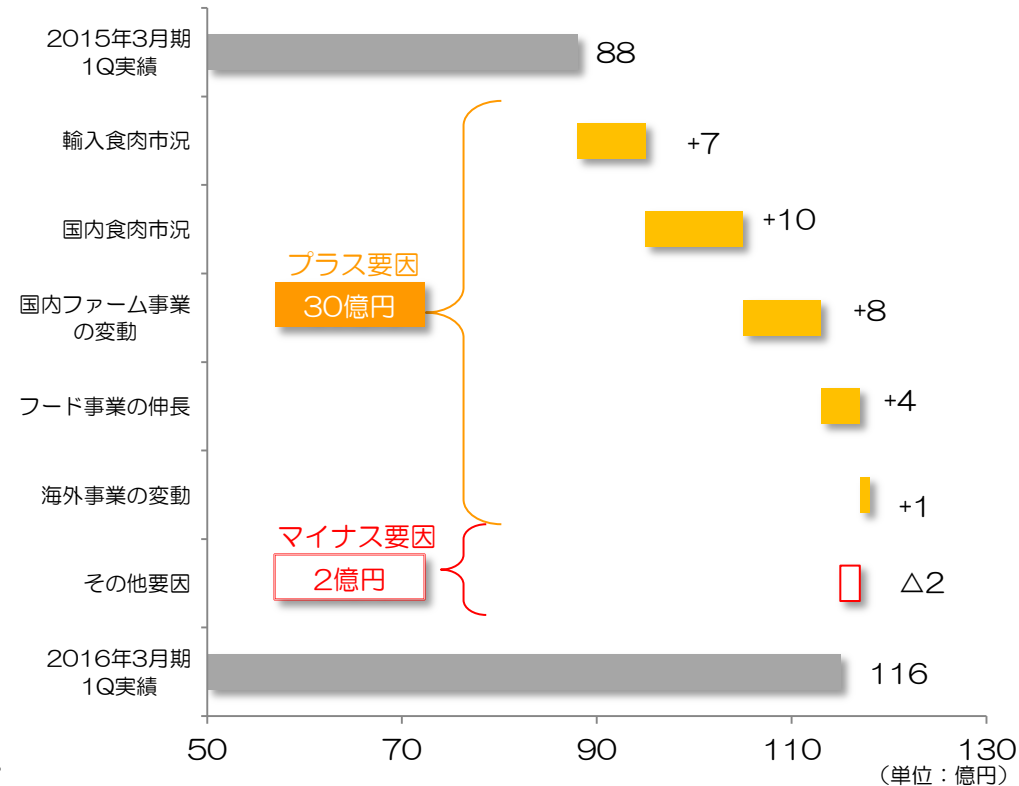
3. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部②

【営業利益増減要因分析】

	2016.03		
	1Q 計画	1Q 実績	計画 差異
輸入食肉市況	△3億円	7億円	10億円
国内食肉市況	1億円	10億円	8億円
国内ファーム事業の変動	1億円	8億円	7億円
フード事業の伸長	2億円	4億円	3億円
海外事業の変動	△22億円	1億円	23億円
その他要因	0億円	△2億円	△2億円
合計	△21億円	28億円	49億円

※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。

【1Q営業利益実績の増減要因グラフ】



●計画差異要因分析 (1Q)

【国内食肉市況・輸入食肉市況】

⇒豚・鶏の販売数量増、全畜種の販売価格の上昇により、計画を上回る収益を計上。

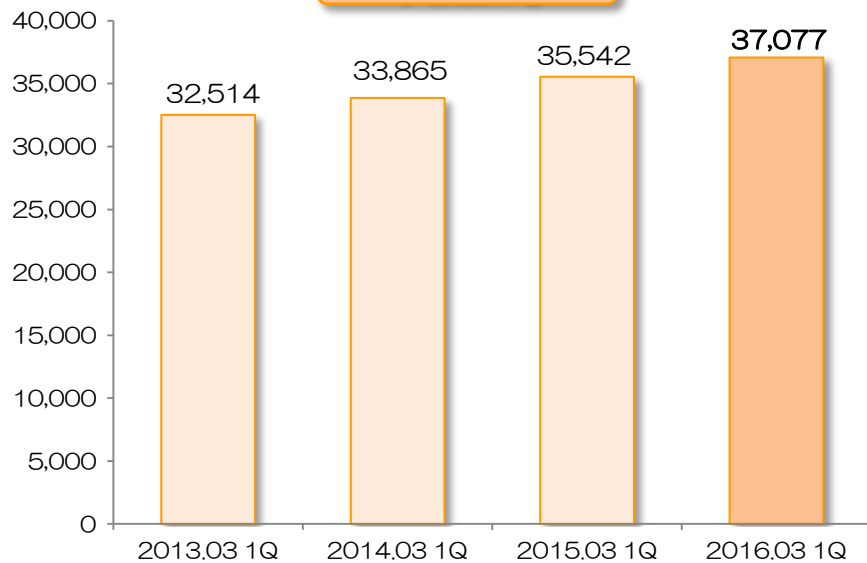
【海外事業の変動】

⇒米州の養豚事業の苦戦があったものの、豪州事業の販売が堅調に推移し、計画を上回る収益を計上。

4. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

(売上高：百万円)

売上高



(単位：百万円)

	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
売上高	35,542	37,077	1,535	4.3

【第1四半期の売上状況】

(水産事業)

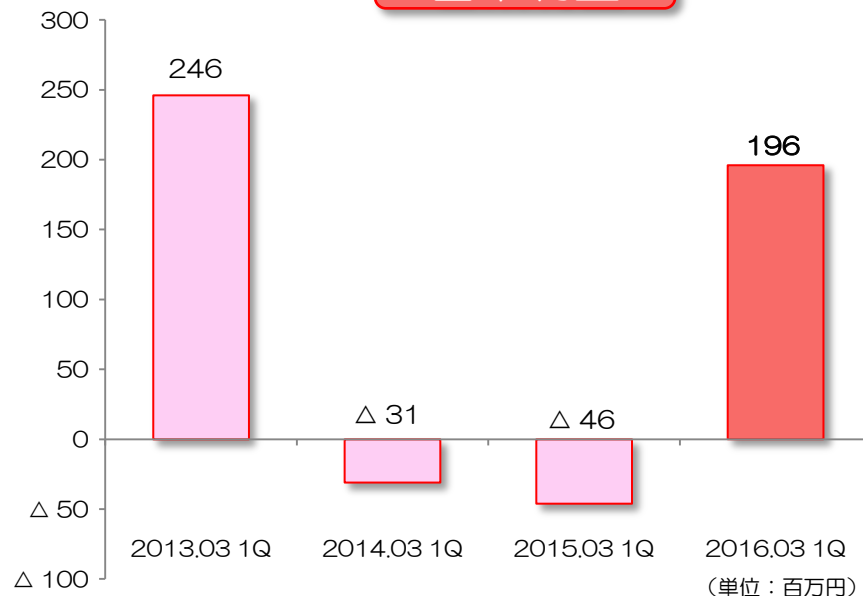
- ・量販店の水産売場向けと総菜売り場向けの販売回復により増収。

(乳製品事業)

- ・主力ヨーグルト商品がCVS向けに販売好調で増収。
- ・市販用チーズ商品の販売好調で増収。

(営業利益：百万円)

営業利益



(単位：百万円)

	2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
営業利益	Δ 46	196	242	-
営業利益率	Δ0.1%	0.5%	-	-

【第1四半期の収支状況】

(水産事業)

- ・利益率の高い自社製造商品の売上金額と数量共に伸長し、増益。

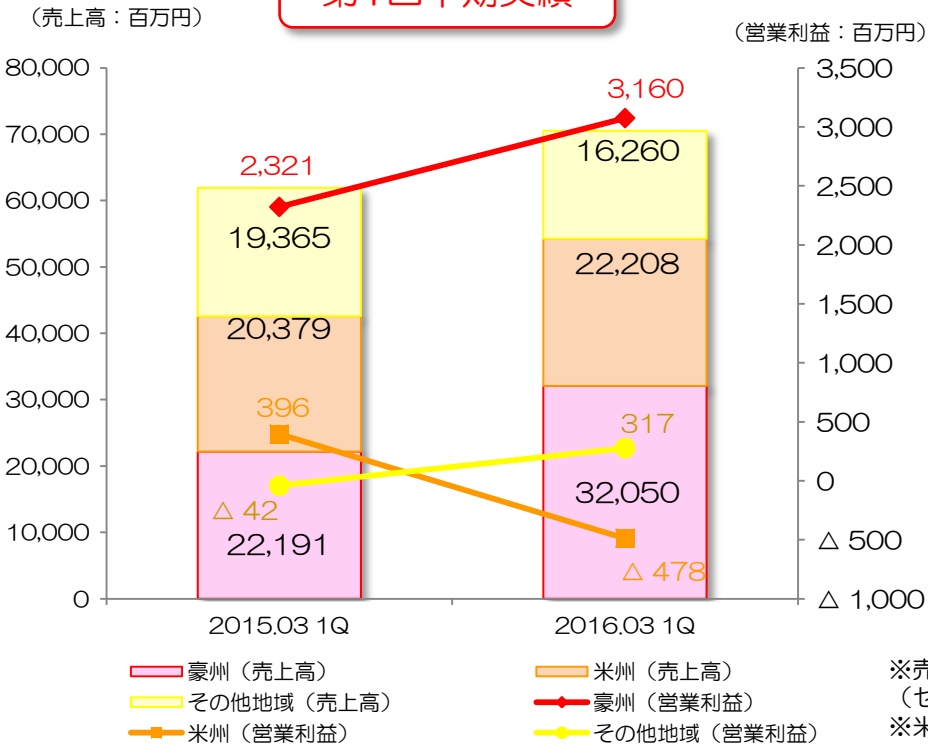
(乳製品事業)

- ・ヨーグルト、チーズ共に売上数量・金額が伸長し、併せて価格改定の効果と原料相場が安定したことにより、利益率が改善し、増益。

5. 海外 主要所在地別 業績

第1四半期実績

(単位：百万円)



		2015.03 1Q	2016.03 1Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	60,183	68,162	7,979	13.3
	営業利益	2,617	3,027	410	15.7
豪州	売上高	22,191	32,050	9,859	44.4
	営業利益	2,321	3,160	839	36.1
米州	売上高	20,379	22,208	1,829	9.0
	営業利益	396	△ 478	△ 874	-
その他地域	売上高	19,365	16,260	△ 3,105	△ 16.0
	営業利益	△ 42	317	359	-

※売上金額は、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)
 ※米州には、北米と南米の事業が含まれます。また、その他地域は、アジア、欧州です。

【第1四半期の状況】

(豪州)

- ・ 米国向け輸出を中心に堅調に推移し、増収増益。

(米州)

- ・ 豚の出荷頭数の回復により、販売価格が下落し減益。

(その他地域)

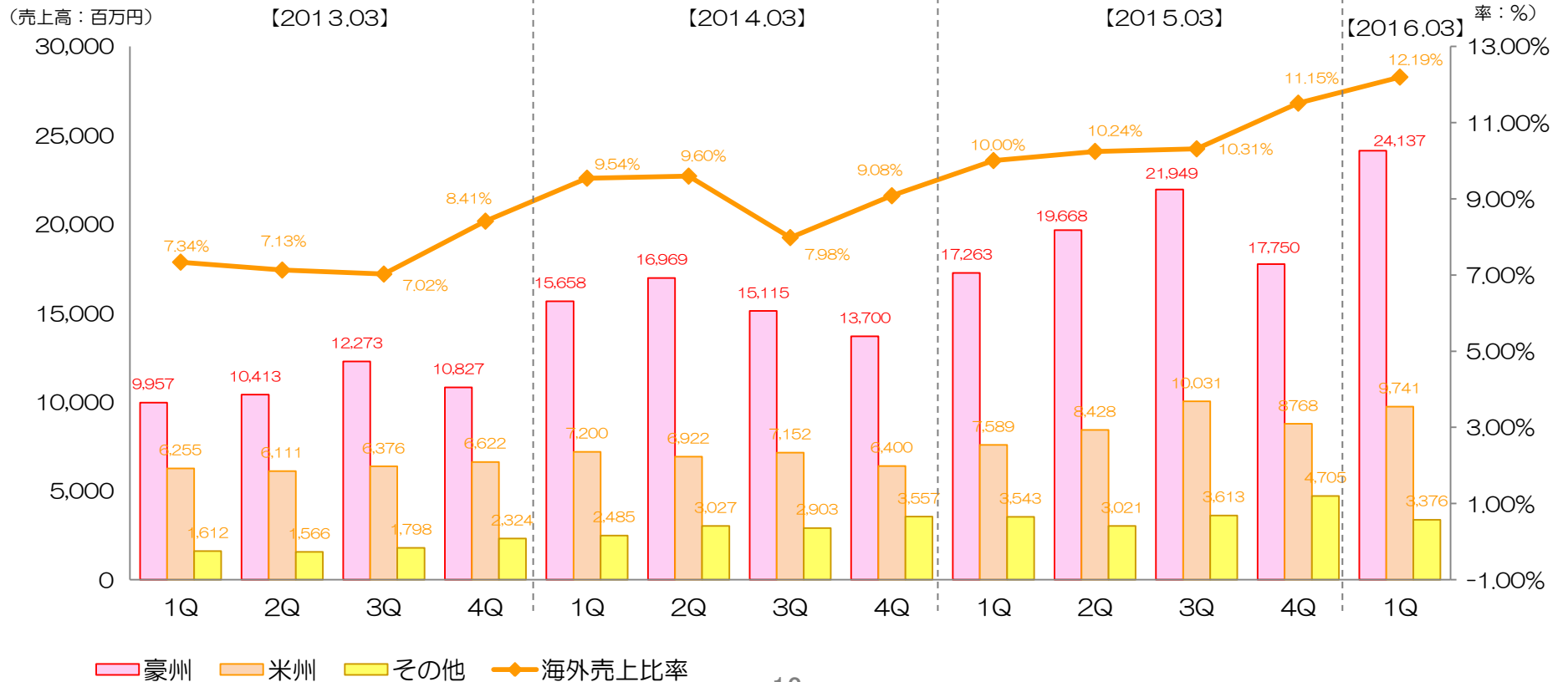
- ・ 欧州の好調により増益。

6. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円)

	2013.03	2014.03	2015.03				2016.03
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
豪州	43,470	61,442	17,263	19,668	21,949	17,750	76,630
米州	25,364	27,674	7,589	8,428	10,031	8,768	34,816
その他	7,300	11,972	3,543	3,021	3,613	4,705	14,882
海外計	76,134	101,088	28,395	31,117	35,593	31,223	126,328
海外売上比率	7.44%	9.01%	10.00%	10.24%	10.31%	11.15%	10.42%

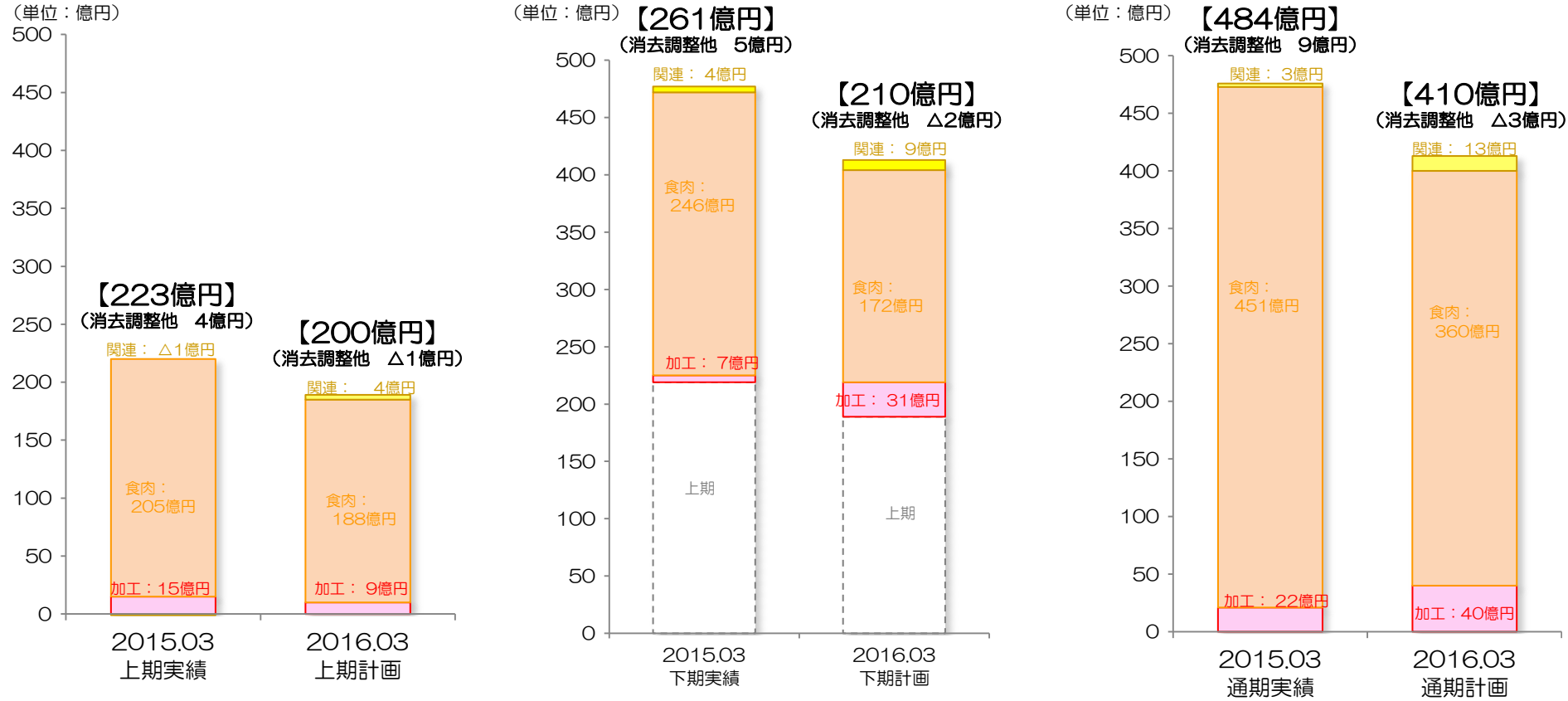
※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。



Ⅱ. 2016年3月期の見通し

1. 2016年3月期 営業利益計画
2. 2016年3月期計画（加工事業本部）
3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2016年3月期計画（関連企業本部）
5. 2016年3月期計画（全社マーケティング）

1. 2016年3月期 営業利益計画①



	2016.03 上期計画			2016.03 下期計画			2016.03 通期計画		
	2015.03 上期実績		増減	2015.03 下期実績		増減	2015.03 通期実績		増減
加工事業本部	15億円	9億円	△6億円	7億円	31億円	25億円	22億円	40億円	19億円
食肉事業本部	205億円	188億円	△17億円	246億円	172億円	△74億円	451億円	360億円	△91億円
関連企業本部	△1億円	4億円	5億円	4億円	9億円	5億円	3億円	13億円	10億円
消去調整他	4億円	△1億円	△5億円	5億円	△2億円	△7億円	9億円	△3億円	△12億円
合計	223億円	200億円	△23億円	261億円	210億円	△51億円	484億円	410億円	△74億円

※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。

1. 2016年3月期 営業利益計画②

【期初計画との差異】

※上期、下期及び通期計画については、第1四半期時に見直した計画となっています。

	2016.03 1Q実績			2016.03 上期計画			2016.03 下期計画			2016.03 通期計画		
	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画		計画差	期初計画		計画差
加工事業本部	3億円	1億円	△2億円	14億円	9億円	△5億円	26億円	31億円	5億円	40億円	40億円	0億円
食肉事業本部	67億円	116億円	49億円	154億円	188億円	34億円	206億円	172億円	△34億円	360億円	360億円	0億円
関連企業本部	0億円	2億円	2億円	1億円	4億円	3億円	9億円	9億円	0億円	10億円	13億円	3億円
消去調整他	0億円	0億円	0億円	1億円	△1億円	△2億円	△1億円	△2億円	△1億円	0億円	△3億円	△3億円
合計	70億円	119億円	49億円	170億円	200億円	30億円	240億円	210億円	△30億円	410億円	410億円	0億円

※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。

【加工事業本部】	期初計画との差異						【食肉事業本部】	期初計画との差異					
	上期		下期		通期			上期		下期		通期	
	計画	計画差	計画	計画差	計画	計画差		計画	計画差	計画	計画差	計画	計画差
価格改定効果	6億円	0億円	0億円	0億円	6億円	0億円	国内ファーム事業の変動	17億円	12億円	△20億円	△3億円	△3億円	9億円
コスト改善効果	31億円	10億円	10億円	△2億円	41億円	8億円	輸入食肉市況	△5億円	△1億円	5億円	△8億円	0億円	△9億円
売上数量効果	△9億円	△14億円	10億円	5億円	1億円	△9億円	海外事業の変動	△36億円	11億円	△43億円	△18億円	△78億円	△7億円
主原料・副資材要因	△34億円	△1億円	4億円	1億円	△30億円	0億円	フード事業の伸長	4億円	4億円	0億円	0億円	4億円	4億円
（内訳）主原料価格	△25億円	△2億円	10億円	0億円	△15億円	△2億円	国内食肉市況	5億円	9億円	△13億円	0億円	△9億円	9億円
（内訳）副資材・燃料等	△8億円	1億円	△6億円	1億円	△15億円	2億円	その他	△2億円	△1億円	△3億円	△4億円	△5億円	△5億円
その他	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円	合計	△17億円	34億円	△74億円	△34億円	△91億円	0億円
合計	△6億円	△5億円	25億円	5億円	19億円	0億円							

※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. 2016年3月期計画（加工事業本部）

●ギフト売上拡大施策

- ・中元、歳暮ギフト共に103%を目標。
（前年比、個数ベース）
- ・商品力強化によりボリュームゾーン攻略。
- ・旗艦ブランド「美ノ国」のロイヤリティの向上。（「美ノ国」は120%を目標）

（単位：千個）

		2015.03 実績		2016.03 計画	
		個数	前年比	個数	前年比
中元	全社販売個数	2,116	102%	2,180	103%
	（うち美ノ国）	431	114%	518	120%
歳暮	全社販売個数	4,442	95%	4,575	103%
	（うち美ノ国）	826	106%	990	120%
合計	全社販売個数	6,558	97%	6,755	103%
	（うち美ノ国）	1,257	109%	1,508	120%

●主要ブランド売上拡大施策

①ハム・ソーセージ

- ・「シャウエッセン」のシェア確保と重点ブランドの「森の薫り」、「彩りキッチン」のブラッシュアップと販売を強化。

②デリ商品

- ・「石窯工房」の新商品による新たな食シーンの提案、「中華名菜」等の販促強化を行い、主力商品の集中的な拡販を図る。

【（参考） 主要ブランド商品売上高計画（対前年同期比）】

ハム・ソーセージ	2016.03通期計画	デリ商品	2016.03通期計画
シャウエッセン	103%	石窯工房群	105%
森の薫りあらびきウイナ-	150%	中華名菜群	105%
ロースハム群	105%	プリフライ群	105%
ベーコン群	105%	ハバ-グ・ミト-ル群	104%
焼豚群	102%	カレー群	105%

●チャネル別売上拡大施策

①コンシューマー

ハム・ソーセージ、デリ商品ともに主要ブランドの拡販を図る。

②業務用

重点カテゴリー商品のメニュー提案で、C V S、外食を中心に販売強化を図る。

【（参考）チャネル別 売上高計画（対前年同期比）】

2016.03 通期計画		金額
ハム・ソーセージ	コンシューマ	103%
	業務用	100%
	合計	102%
デリ商品	コンシューマ	104%
	業務用	100%
	合計	102%

3. 2016年3月期計画（食肉事業本部）

●国内生産事業

①飼料価格

・海外のトウモロコシ価格は落ち着いてきたが、円安の影響もあり今期も高値で推移する見通し。

②国内ファーム事業

- ・豚肉相場は出荷頭数の回復等もあり、前年よりも下がる見通し。
- ・鶏肉相場は、むね肉が前年よりも高値で推移しているが、下期は前年よりも下がる見通し。

●海外事業

①豪州

- ・豪州生産農家からの牛生体の確保が厳しい局面となりつつある。
- ・米国からの豪州牛への引き合いは堅調。

②米州

- ・内販においては、シアトルに新たな営業拠点を開設し水産品、加工食品を含めた現地販売を強化。
- ・テキサスファームにおいては豚出荷頭数回復により、相場価格は下がる見通し。

③その他（アジア・欧州）

- ・欧州産ブランド豚肉の仕入強化。アジアにおける顧客の開拓。

【（参考）2016.03 1Q 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	21%	139%
米国	30%	160%
韓国	10%	102%
中国	7%	114%
台湾	4%	78%
豪州国内	12%	63%
その他※	16%	183%
合計	100%	121%

※その他・・・EU、インドネシア、中東等

●国内食肉、輸入食肉、食肉販売（フード会社）

- ・食肉重点7ブランドのグループ販売戦略の実施
【国産品】恵みの国（牛）、麦小町（豚）、桜姫（鶏）
【輸入品】ワイアリーフ、コーディさんの牛肉（牛）、すこやか三元豚、ドルチェポルコ（豚）



※桜姫では7月にTVCMを投入し、積極的なプロモーションを展開

4. 2016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）

- ・顧客視点に基づく自社商品の開発や、高齢者・単身世帯向けの個食・即食・簡便商品の開発、拡販。
- ・店頭でのプロモーション、メニュー提案等の強化。
- ・釧路丸水(株)の年間安定稼働と同社を活用した原料調達の強化、量販店等での「北海道産商品」のコーナー化や「北海道フェア」の実施。

（宝幸）

- ・サバ缶詰を中心とする八戸工場商品の増産と販売促進強化。



（写真）釧路丸水
『旨味 たこ』

●乳製品事業の売上拡大施策

（チーズ）

- ・ベビーチーズの新アイテム投入、スモークチーズの増産等による市販用商品の拡販。
- ・業務用得意先に対する的確な提案と情報収集によるニーズの取り込み。

（ヨーグルト）

- ・店頭やweb等を活用した新たな食べ方提案、商品プロモーションの強化。
- ・CVSチャネル向けの商品開発。



（写真）日本ルナ
『ココナッツヨー
グルトボウル』



（写真）ロルフ
『おとなのベビーチ
ーズ（生ハム入り）』

●主原料・副資材価格の動向

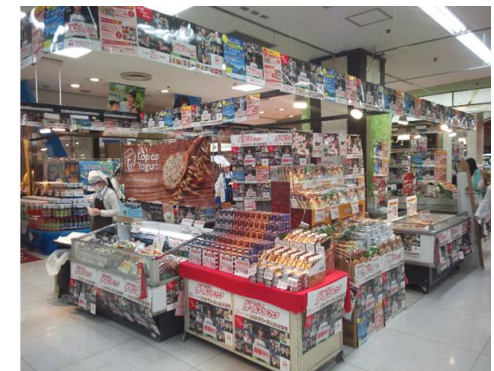
- ・チーズ原料は、原産国での生産拡大と新興国の需要拡大が落ち着き、契約単価は下期に向け下落傾向。国産原料は、生乳不足により価格は上昇。
- ・ヨーグルト原料は、海外相場は弱含むが、国内生乳の不足により、引き続き高止まりを見込む。

5. 2016年3月期計画（全社マーケティング）

●グループフェア実施

「ニッポンハムグループ オールスターフェア」と銘打ち、日本ハムとグループ各社（日本ピュアフード・マリンフーズ・宝幸・日本ルナ）の商品で全社キャンペーンを展開。

- ・実施期間：2015年7月1日～7月31日
- ・テレビCM投入：「シャウエッセン」「森の薫り」「中華名菜（酢豚）」「彩りキッチン」「桜姫」「バニラヨーグルト」の商品CMにグループフェアを訴求したCMを展開
※CM投入は7月1日～7月14日
- ・グループフェアに合わせたグループの売り場展開



じつは
アレも!
コレも!

応募して、
ニッポンハムグループ商品を
当てよう!



Ⅲ. 2016年3月期 第1四半期財務データ

1. 2016年3月期連結業績概要及び通期計画
2. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報
3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益
4. 連結貸借対照表の主な項目、設備投資額、減価償却費

1. 2016年3月期連結業績概要及び通期計画

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績				2016年3月期実績及び計画					
	第1Q 実績	前年比	上期 累計実績	通期 累計実績	第1Q 実績	前年比	上期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
売上高	283,851	6.9	587,623	1,212,802	305,502	7.6	620,000	5.5	1,260,000	3.9
ハム・ソーセージ	35,402	10.8	73,608	150,103	33,263	△ 6.0	72,000	△ 2.2	152,000	1.3
加工食品	51,898	3.6	105,285	212,413	51,811	△ 0.2	105,000	△ 0.3	214,000	0.7
食肉	160,289	7.4	332,163	691,072	182,702	14.0	363,000	9.3	732,900	6.1
牛肉	62,869	2.6	133,108	277,673	76,526	21.7	145,000	8.9	293,600	5.7
豚肉	56,728	7.1	116,964	240,660	57,927	2.1	119,500	2.2	244,300	1.5
鶏肉	35,000	15.6	69,845	147,203	41,938	19.8	85,000	21.7	169,000	14.8
その他食肉	5,692	19.1	12,246	25,536	6,311	10.9	13,500	10.2	26,000	1.8
水産	20,659	3.3	44,592	94,396	21,317	3.2	46,000	3.2	96,500	2.2
乳製品	7,191	8.1	14,495	28,564	7,879	9.6	16,000	10.4	30,500	6.8
その他	8,412	9.9	17,480	36,254	8,530	1.4	18,000	3.0	34,100	△ 5.9
売上原価	232,551	5.8	481,482	993,023	250,552	7.7				
売上総利益	51,300	11.6	106,141	219,779	54,950	7.1				
売上総利益率	18.1%	-	18.1%	18.1%	18.0%	-				
販売費及び一般管理費	41,378	△ 0.2	83,796	171,335	43,073	4.1				
営業利益	9,922	121.7	22,345	48,444	11,877	19.7	20,000	△ 10.5	41,000	△ 15.4
税引前利益	8,931	94.9	20,947	44,544	11,378	27.4	19,000	△ 9.3	39,000	△ 12.4
当社株主帰属当期純利益	6,592	106.2	15,067	31,048	8,598	30.4	13,500	△ 10.4	27,000	△ 13.0

* 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. 連結売上区分別伸び率、所在地別セグメント情報

【連結売上区分別伸び率】

(単位：%)

区分	2015年3月期 第1四半期 (対前年同期比)		2016年3月期 第1四半期 (対前年同期比)	
	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	7.4	10.8	△ 13.8	△ 6.0
加工食品	△ 2.1	3.6	△ 3.6	△ 0.2
食肉	△ 6.4	7.4	8.0	14.0
牛肉	△ 8.6	2.6	2.0	21.7
豚肉	△ 14.1	7.1	6.1	2.1
鶏肉	4.5	15.6	14.9	19.8
その他食肉	2.8	19.1	5.6	10.9

【所在地別セグメント状況】

(単位：百万円、%)

	2015年3月期実績			2016年3月期実績及び計画					
	第1Q 実績	上期 累計実績	通期 累計実績	第1Q 実績	前年比	上期 累計計画	前年比	通期 累計計画	前年比
国内売上高	255,735	528,673	1,087,832	268,551	5.0	546,200	3.3	1,111,400	2.2
外部顧客売上高	255,456	528,111	1,086,474	268,248	5.0	545,600	3.3	1,110,000	2.2
セグメント間内部売上高	279	562	1,358	303	8.6	600	6.8	1,400	3.1
国内営業利益	7,131	15,306	35,769	9,001	26.2	16,100	5.2	35,400	△ 1.0
国内売上高営業利益率	2.8%	2.9%	3.3%	3.4%	-	2.9%	-	3.2%	-
海外売上高	60,183	126,369	252,985	68,162	13.3	141,400	11.9	280,000	10.7
外部顧客売上高	28,395	59,512	126,328	37,254	31.2	74,400	25.0	150,000	18.7
セグメント間内部売上高	31,788	66,857	126,657	30,908	△ 2.8	67,000	0.2	130,000	2.6
海外営業利益	2,617	7,195	12,835	3,027	-	3,900	△ 45.8	5,600	△ 56.4
海外売上高営業利益率	4.3%	5.7%	5.1%	4.4%	-	2.8%	-	2.0%	-

*所在地別セグメント状況の売上金額は、セグメント間の内部売上高を消去する前の金額です。

*前年比は、対前年増減率で表示しております。

3. 販管費、その他の営業費用、その他の収益

(単位：百万円、%)

	《販管費》	2015年3月期	2016年3月期		
		第1四半期実績	第1四半期実績	対前年増減率	対前年増減額
★①	販売費および一般管理費	41,378	43,073	4.1	1,695
	人件費	16,625	17,197	3.4	572
★②	広告宣伝費	2,748	2,634	△ 4.1	△ 114
★③	物流費	12,126	12,654	4.4	528
	その他	9,879	10,588	7.2	709

主な増減要因

- ★① 販管費 売上高販管費率は 14.6% から 14.1% へと 0.5ポイント低下。
- ★② 広告宣伝費 広告宣伝費は販促費など1億円の減少。
- ★③ 物流費 売上数量拡大により運賃など5億円の増加。

(単位：百万円)

	2015年3月期	2016年3月期		2015年3月期
		第1四半期実績	第1四半期実績	
その他の営業費用及び(△収益)-純額	269	285	16	4,231
固定資産関連	269	285	16	4,239
その他	-	-	-	△ 8
★① その他の収益及び(△費用)-純額	△ 334	80	414	1,678
受取利息・配当金	403	402	△ 1	1,151
為替差損益	△ 734	△ 310	424	△ 88
その他	△ 3	△ 12	△ 9	615
支払利息	388	294	△ 94	1,347

主な増減要因

- ★① その他の収益及び(△費用)-純額 為替差損益などの影響により、約4億円の改善。

4. 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》		2015年3月期 期末実績	2016年3月期 第1四半期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	661,567	701,265	6.0	39,698
	現金及び現金同等物	57,404	54,375	△ 5.3	△ 3,029
★②	売上債権	127,273	128,127	0.7	854
★③	棚卸資産	143,107	161,622	12.9	18,515
	有形固定資産	252,537	261,336	3.5	8,799
	投資及びその他の資産	41,170	43,033	4.5	1,863
	長期繰延税金資産	7,067	7,119	0.7	52
	負債合計	305,143	339,365	11.2	34,222
	支払手形及び買掛金	94,212	111,329	18.2	17,117
★④	有利子負債	136,806	153,252	12.0	16,446
	退職金及び年金債務	12,075	12,308	1.9	233
	当社株主資本	353,664	354,549	0.3	885
	非支配持分	2,760	7,351	166.3	4,591
	資本合計	356,424	361,900	1.5	5,476

主な増減要因

- ★① 資産合計 ②③を含めて約397億円の増加。
- ★② 売上債権 売上増により前期末比、約9億円の増加。
- ★③ 棚卸資産 主に食肉の増加により前期末比、約185億円の増加。
- ★④ 有利子負債 借入金増加により、約164億円の増加。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2015年3月期 第1四半期実績	2016年3月期		2016年3月期 通期計画
		第1四半期実績	対前年増減率	
設備投資額	8,153	10,981	34.7	2,828
生産設備	5,977	5,826	△ 2.5	△ 151
販売・物流設備	612	771	26.0	159
ファーム・処理設備	782	927	18.5	145
海外事業設備	558	739	32.4	181
その他設備	224	2,718	-	2,494
減価償却費	4,640	4,662	0.5	22

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。