

# 決算説明資料

～2017年3月期～

説明会開催予定日  
2017年5月11日（木）  
日本ハム株式会社

# 目次

## I. 2017年3月期 期末連結業績の総括

## II. 2018年3月期の見通し

※ I. II. 非継続事業の売上高、営業利益については各決算期から除いて表示しております。

## III. 2017年3月期 期末財務データ

※ III. 非継続事業にかかる損益については独立掲記し、前期の数値を組み替えて表示しております。

# I. 2017年3月期 期末連結業績の総括

1. オペレーティング・セグメント情報 第4四半期
2. オペレーティング・セグメント情報 通期
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

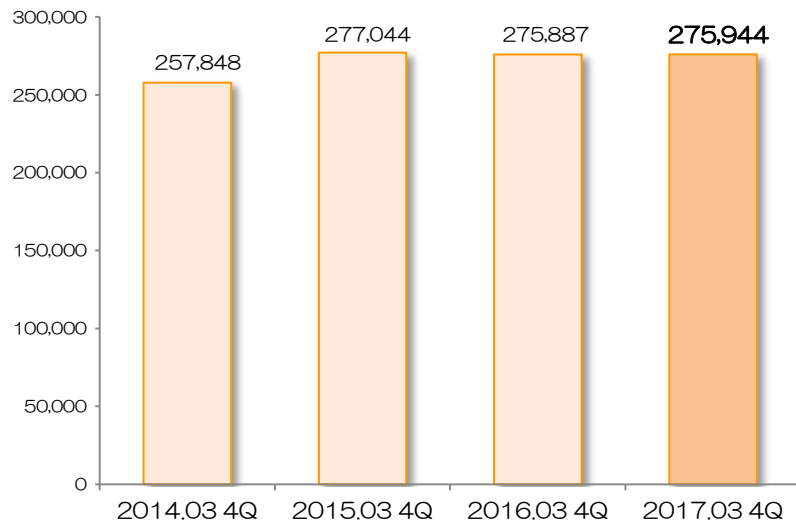
# 1. オペレーティング・セグメント情報 第4四半期

(単位：百万円)

		2014.03.4Q	2015.03.4Q	2016.03.4Q	2017.03.4Q	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	75,612	75,216	75,616	78,462	2,846	3.8
	営業利益	△ 855	△ 2,724	△ 896	△ 651	245	-
食肉事業本部	売上高	156,253	169,825	171,172	171,331	159	0.1
	営業利益	4,530	7,042	6,726	9,116	2,390	35.5
関連企業本部	売上高	32,825	33,186	34,308	34,534	226	0.7
	営業利益	△ 452	△ 599	228	126	△ 102	△ 44.7
海外事業本部	売上高	48,185	55,366	51,153	50,178	△ 975	△ 1.9
	営業利益	1,891	1,387	△ 850	△ 899	△ 49	-
消去調整他	売上高	△ 55,027	△ 56,549	△ 56,362	△ 58,561	△ 2,199	-
	営業利益	171	293	74	△ 255	△ 329	-
連結合計	売上高	257,848	277,044	275,887	275,944	57	0.0
	営業利益	5,255	5,399	5,282	7,437	2,155	40.8

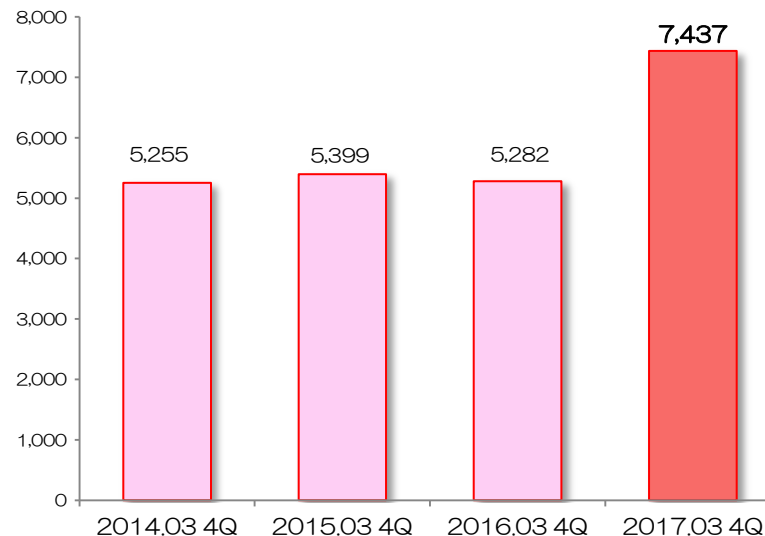
(単位：百万円)

(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.24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。

※海外事業本部の新設により過年度分を避及、組替えし記載しています。

## 2. オペレーティング・セグメント情報 通期

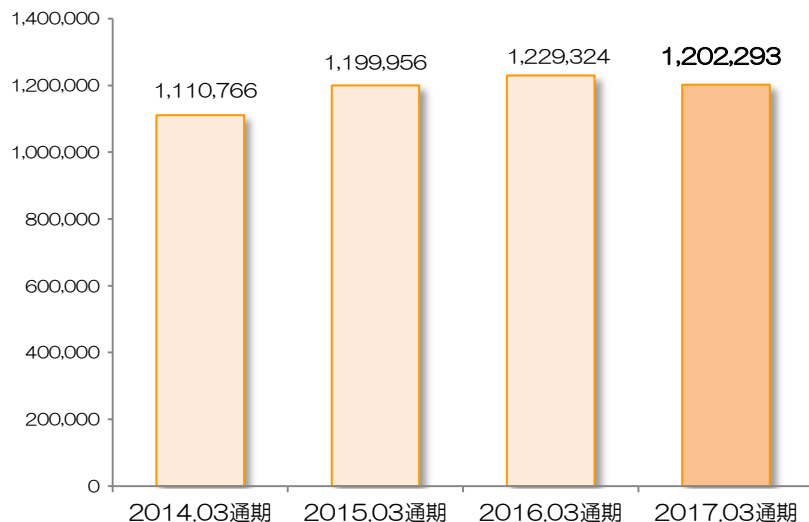
(単位：百万円)

		2014.03.通期	2015.03.通期	2016.03.通期	2017.03.通期	前年差	前年比 (%)
加工事業本部	売上高	335,739	343,472	338,125	348,253	10,128	3.0
	営業利益	6,514	2,180	3,898	7,911	4,013	103.0
食肉事業本部	売上高	667,389	726,713	753,934	741,565	△ 12,369	△ 1.6
	営業利益	20,859	33,022	38,969	43,898	4,929	12.6
関連企業本部	売上高	147,630	154,621	158,661	159,041	380	0.2
	営業利益	988	265	2,241	3,746	1,505	67.2
海外事業本部	売上高	197,960	240,262	244,694	214,384	△ 30,310	△ 12.4
	営業利益	6,510	11,677	3,565	△ 1,251	△ 4,816	-
消去調整他	売上高	△ 237,952	△ 265,112	△ 266,090	△ 260,950	5,140	-
	営業利益	1,218	626	534	△ 502	△ 1,036	-
連結合計	売上高	1,110,766	1,199,956	1,229,324	1,202,293	△ 27,031	△ 2.2
	営業利益	36,089	47,770	49,207	53,802	4,595	9.3

(単位：百万円)

**売上高**

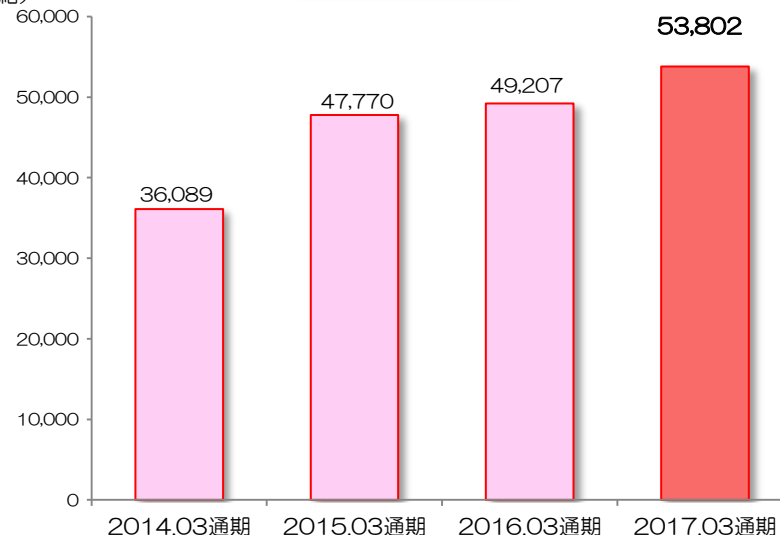
(連結)



(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.24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。

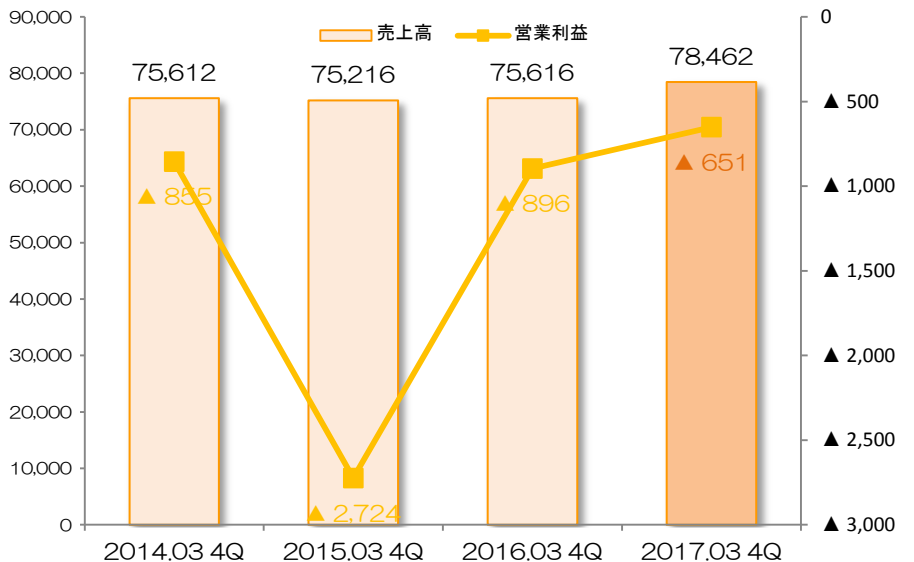
※海外事業本部の新設により過年度分を遡及、組替えし記載しています。

### 3. オペレーティング・セグメント情報 加工事業本部①

#### 第4四半期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2016.03 4Q	2017.03.4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	75,616	78,462	2,846	3.8
営業利益	△ 896	△ 651	245	-
営業利益率	△ 1.2%	△ 0.8%	-	-

#### 【2017年3月期通期売上高の状況】

##### ・ハム・ソーセージ

コンシューマ商品は、積極的な販促を実施した「シャウエッセン」が好調に推移した事に加え、新商品「豊潤あらびきウインナー」等を上乘せし、NB品中心に伸長したが、PB品の数量減少等から昨年並み。業務用は、大手外食での定番品導入が進み伸長した。

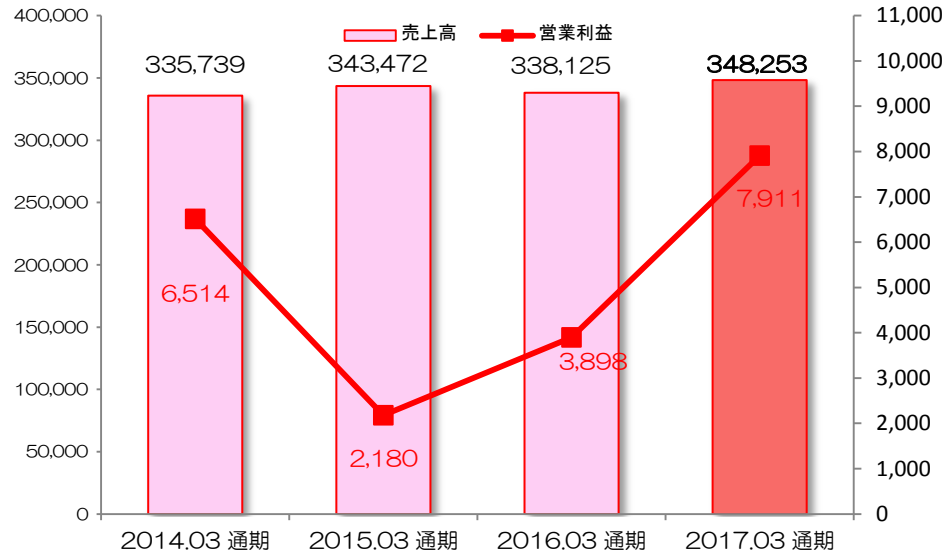
##### ・デリ商品

コンシューマ商品は、「極み焼ハンバーグ」や増量を実施した「チキチキボン」等のプリフライ群が伸長した。業務用商品はCVSチャンネルで大型商品導入が進み、増収となった。

#### 通期実績

(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2016.03 通期	2017.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	338,125	348,253	10,128	3.0
営業利益	3,898	7,911	4,013	103.0
営業利益率	1.2%	2.3%	-	-

#### 【2017年3月期通期営業利益の状況】

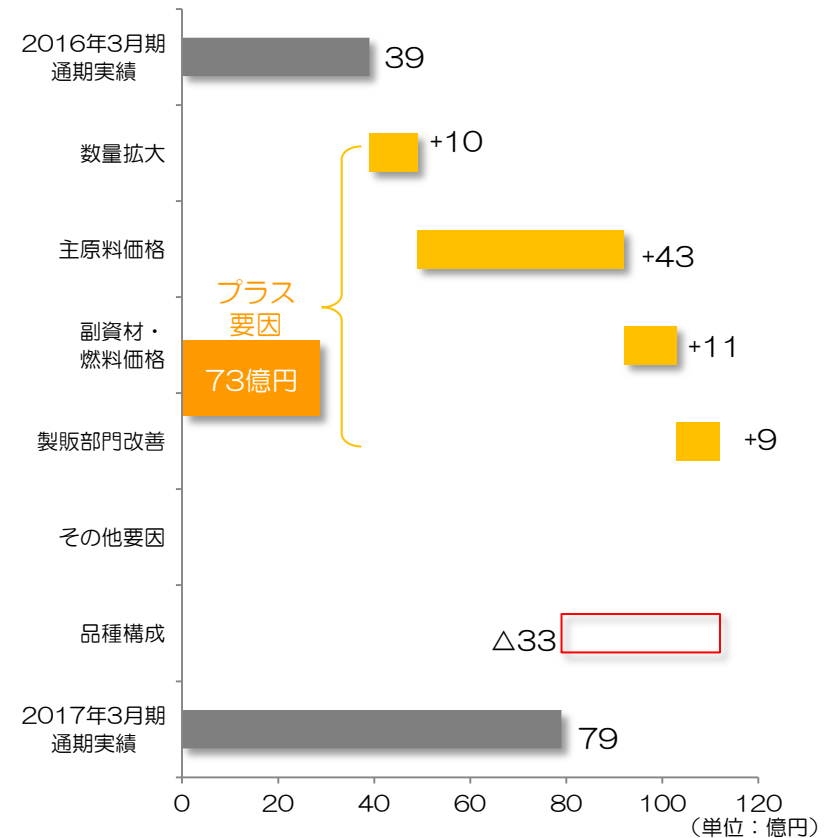
・原材料価格が安定した事を背景に、価格対応品投入、増量セールやブランド品を中心とした積極的な販促や数量拡大等で、生産性向上を図り増益となった。

### 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】**

	2017.03期				
	3Q 累計	4Q 実績	通期 計画	通期 実績	計画 差異
数量拡大	7億円	3億円	9億円	10億円	1億円
利益率改善	31億円	△ 1億円	35億円	30億円	△ 5億円
外部要因	42億円	12億円	50億円	54億円	4億円
（内訳）主原料価格	34億円	9億円	40億円	43億円	3億円
（内訳）副資材・燃料等	8億円	3億円	10億円	11億円	1億円
内部要因	△ 11億円	△ 13億円	△ 15億円	△ 24億円	△ 9億円
（内訳）品種構成（商品リニューアル）	△ 26億円	△ 7億円	△ 30億円	△ 33億円	△ 3億円
（内訳）製販部門改善	15億円	△ 6億円	15億円	9億円	△ 6億円
その他要因	0億円	0億円	0億円	0億円	0億円
合計	38億円	3億円	44億円	40億円	△ 4億円

※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。

**【通期実績の増減要因グラフ】**


#### ●計画差異要因分析（通期）

【数量拡大】・・・「シャウエッセン」等のブランド品の拡販や新商品の「豊潤あらびきウインナー」投入等で好調に推移。

【品種構成】・・・外部環境の計画以上の好転を受け、価格対応品や増量販促を行ったことにより想定を上回った。

【製販部門改善】・・・数量増により生産性が向上したが、人件費の増加が想定以上にあり計画に届かなかった。

### 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（通期）

- ・2017年3月期の通期実績は、前年個数比：104%
- ・『美ノ国』ギフトは前年個数比：110%  
（構成比は、24%）

（単位：千個）

		2016.03 実績	2017.03 実績	
		個数	個数	前年比
中元 （実績）	全社販売個数	2,069	1,997	97%
	（うち美ノ国）	507	514	101%
歳暮 （実績）	全社販売個数	3,878	4,189	108%
	（うち美ノ国）	865	998	115%
合計 （実績）	全社販売個数	5,947	6,186	104%
	（うち美ノ国）	1,372	1,512	110%
	（構成比）	23%	24%	-

#### ●主要ブランド売上実績



好調に推移する  
「シャウエッセン」



販売堅調な  
「極み焼ハンバーグステーキ」

【（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	2017.03			デリ商品	2017.03		
	上期	下期	通期		上期	下期	通期
シャウエッセン	104%	107%	105%	石窯工房群	99%	96%	98%
森の薫りあらびきウナ	83%	85%	84%	中華名菜群	98%	96%	97%
彩りキッチンシリーズ	91%	91%	91%	プリフライ群	105%	100%	103%
グルメイドステーキ	105%	98%	101%	ハッパ・グ・ミートボール群	113%	105%	109%
焼豚群	87%	95%	91%	カレー群	107%	106%	107%
コンシューマ商品計	97%	102%	100%	コンシューマ商品計	104%	102%	103%

#### ●チャネル別売上実績

【（参考）2017年3月期通期 チャネル別伸び率（対前年同期比）】

##### ①コンシューマ商品

ハム・ソーセージは、積極的に販売促進を行った事に加え、ファイターズセールや年末商戦等でNB品の販売数量が増加したが、PB品の数量減少で昨年並み。デリ商品は、新商品の「極み焼ハンバーグ」や、増量等を実施したチキチキボーンやチキンナゲット等のプリフライ群、シリーズの強化を図った「天津閣」等が好調に推移した。

##### ②業務用商品

ハム・ソーセージは、大手外食の大型定番商品が牽引し、デリ商品は、バンダー向け商品が伸長した。

		数量	金額
ハム・ソーセージ	ｺﾝｼﾞｰﾏ	103%	100%
	業務用	104%	104%
	合計	103%	101%
デリ商品	ｺﾝｼﾞｰﾏ	104%	103%
	業務用	109%	106%
	合計	107%	105%

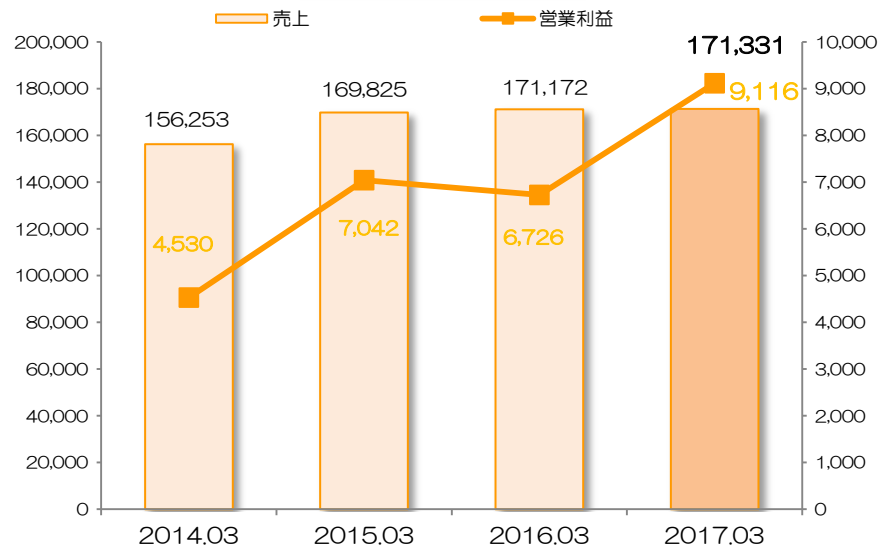


# 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部①

(売上高：百万円)

## 第4四半期実績

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2016.03 4Q	2017.03 4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	171,172	171,331	159	0.1
営業利益	6,726	9,116	2,390	35.5
営業利益率	3.9%	5.3%	-	-

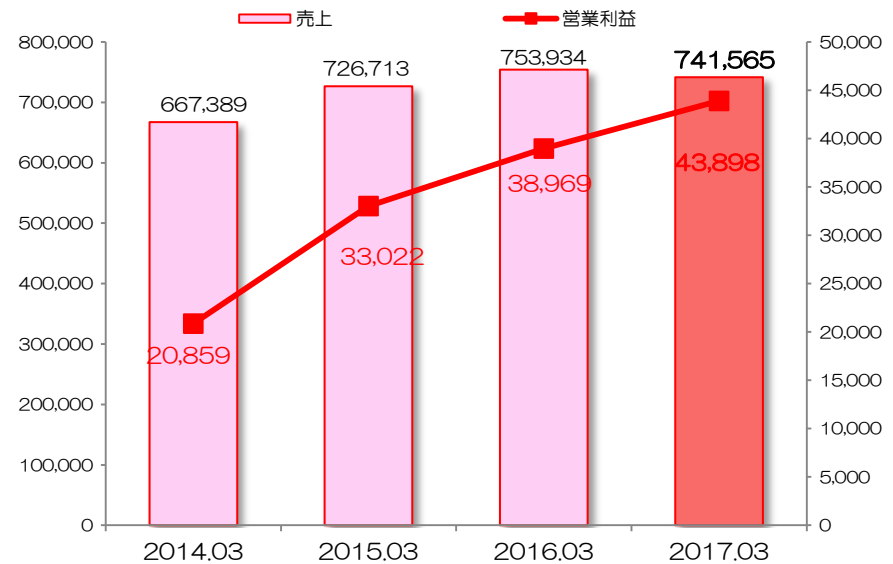
### 【2017年3月期通期売上高の状況】

輸入牛肉と国産鶏肉が数量伸長したものの、食肉市況が前年に比較し軟調に推移したこと、そして輸入鶏肉の価格の回復遅れが響き減収となった。

(売上高：百万円)

## 通期実績

(営業利益：百万円)



(単位：百万円)

	2016.03 通期	2017.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	753,934	741,565	△ 12,369	△ 1.6
営業利益	38,969	43,898	4,929	12.6
営業利益率	5.2%	5.9%	-	-

### 【2017年3月期通期営業利益の状況】

食肉市況が前期比で軟調に推移する中、生産事業では、生産数量の拡大やコスト削減に努めた。また販売においては、国産鶏肉「桜姫」・国産豚肉「麦小町」ブランドの伸長や全体での販売数量増で増益となった。

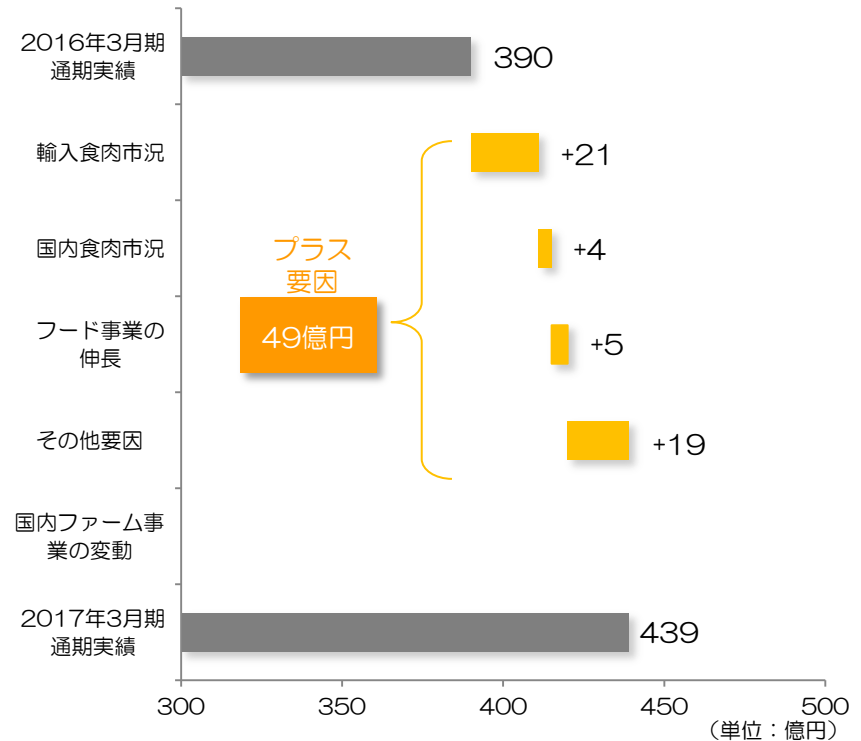
## 4. オペレーティング・セグメント情報 食肉事業本部②

### 【営業利益増減要因分析】

	2017.03月期				
	3Q 実績	4Q 実績	通期 計画	通期 実績	計画 差異
輸入食肉市況	6億円	14億円	19億円	21億円	2億円
国内食肉市況	1億円	4億円	2億円	4億円	2億円
国内ファーム事業の変動	△ 10億円	10億円	△ 12億円	0億円	13億円
フード事業の伸長	10億円	△ 5億円	10億円	5億円	△ 5億円
その他要因	18億円	1億円	10億円	19億円	9億円
合計	25億円	24億円	28億円	49億円	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。

### 【通期実績の増減要因グラフ】



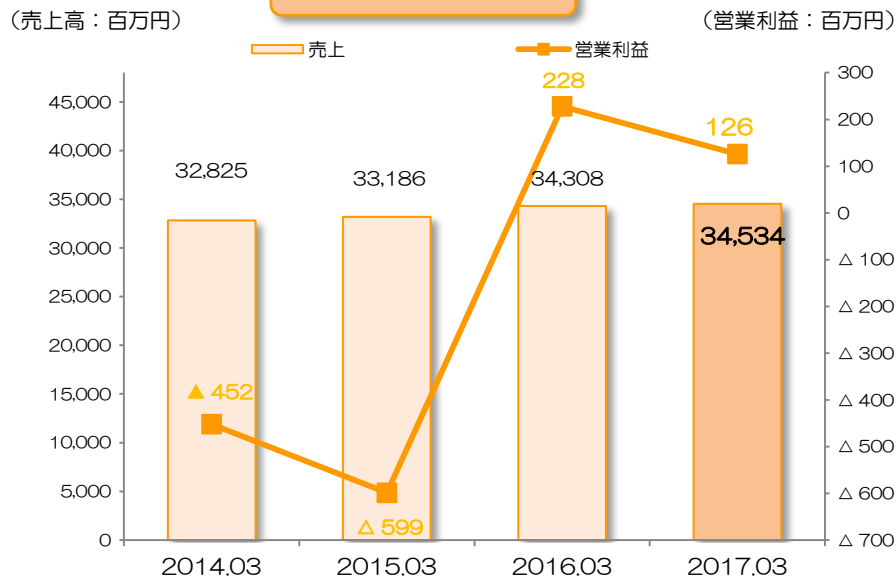
### ●計画差異要因分析 (通期)

【輸入食肉市況】・・・上期にかけての輸入牛肉の牽引と4Qでの輸入鶏肉の市況回復で計画を上回った。

【国内ファーム事業の変動】・・・4Qでムネ肉を中心とした鶏肉市況の上昇、生産性の向上で計画を上回った。

【フード事業の伸長】・・・数量伸長したものの、大きく伸長した昨年4Q実績に届かず計画を下回った。

# 5. オペレーティング・セグメント情報 関連企業本部

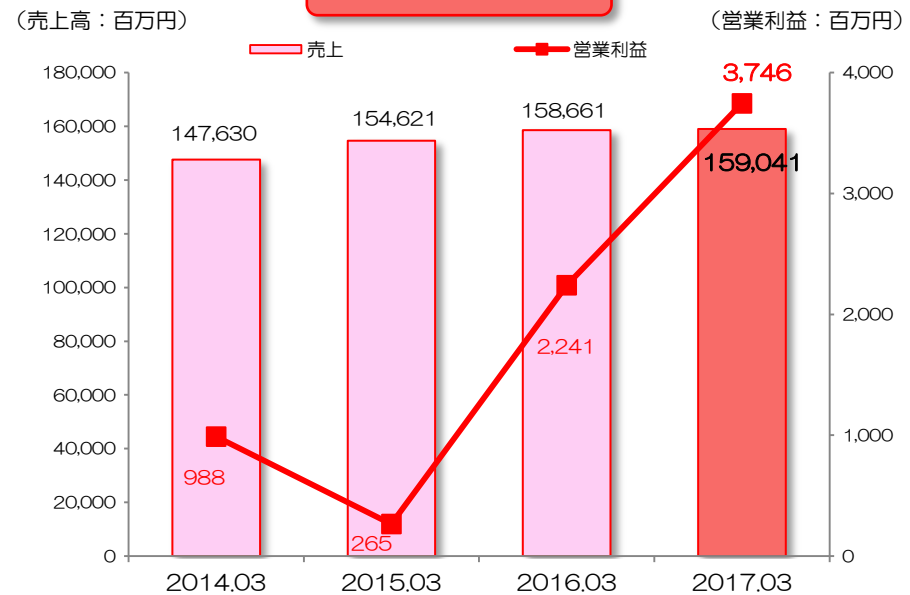
**第4四半期実績**


(単位：百万円)

	2016.03 4Q	2017.03 4Q	前年差	前年比(%)
売上高計	34,308	34,534	226	0.7
営業利益	228	126	△ 102	△ 44.7
営業利益率	0.7%	0.4%	-	-

### 【2017年3月期通期売上高の状況】

水産品は、漁獲減、海外からの原料の供給減とこれに伴う相場高騰により厳しい販売環境となり、苦戦した。乳製品については、チーズは業務用・コンシューマ商品が共に伸長し、ヨーグルト・乳酸菌飲料は主力のバニラヨーグルトや新商品を投入したチルドカップ飲料が伸長した。

**通期実績**


(単位：百万円)

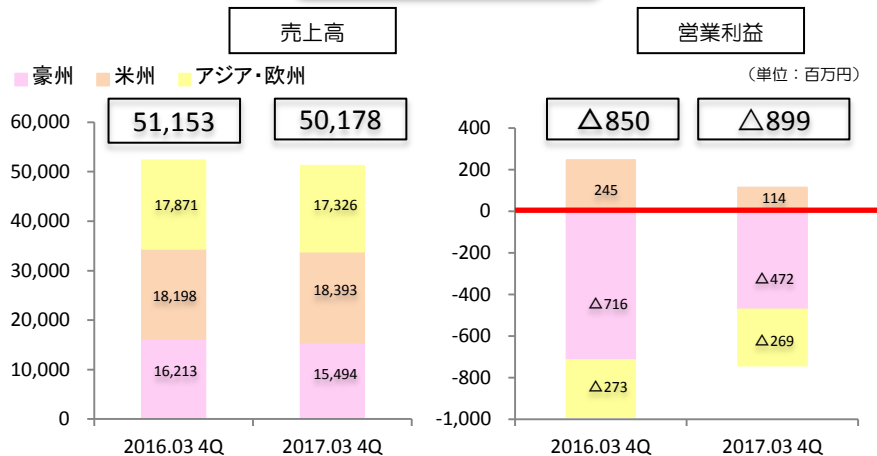
	2016.03 通期	2017.03 通期	前年差	前年比(%)
売上高計	158,661	159,041	380	0.2
営業利益	2,241	3,746	1,505	67.2
営業利益率	1.4%	2.4%	-	-

### 【2017年3月期通期営業利益の状況】

水産品は、自社製造商品の拡販と価格改定により利益率の改善が進み増益となった。乳製品については、売上げが伸長したことや工場稼働率の改善による生産数量の増加、これに原料価格が落ち着いていたことも加わり増益となった。

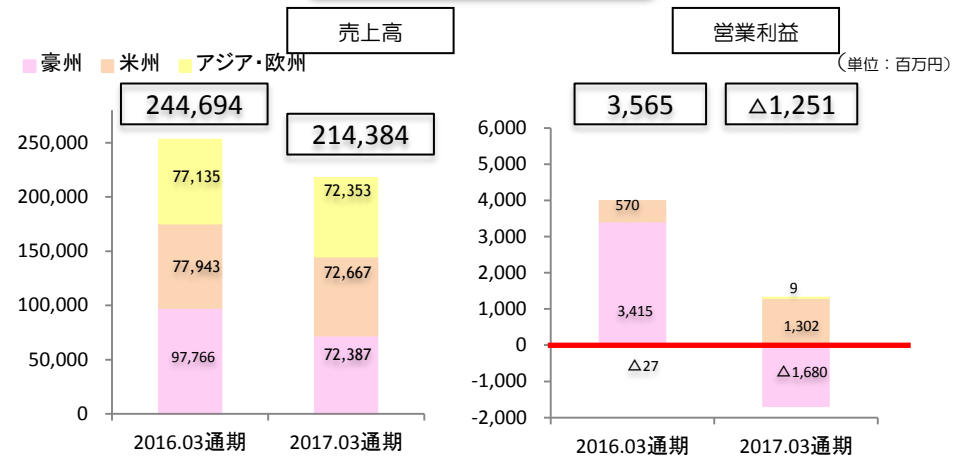
# 6. オペレーティング・セグメント情報 海外事業本部①

### 第4四半期実績



		2016.03 4Q	2017.03 4Q	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	51,153	50,178	△ 975	△ 1.9
	営業利益	△ 850	△ 899	△ 49	-
豪州	売上高	16,213	15,494	△ 719	△ 4.4
	営業利益	△ 716	△ 472	244	-
米州	売上高	18,198	18,393	195	1.1
	営業利益	245	114	△ 131	△ 53.5
アジア・欧州	売上高	17,871	17,326	△ 545	△ 3.0
	営業利益	△ 273	△ 269	4	-

### 通期実績



		2016.03 通期	2017.03 通期	前年差	前年比(%)
海外計	売上高	244,694	214,384	△ 30,310	△ 12.4
	営業利益	3,565	△ 1,251	△ 4,816	-
豪州	売上高	97,766	72,387	△ 25,379	△ 26.0
	営業利益	3,415	△ 1,680	△ 5,095	-
米州	売上高	77,943	72,667	△ 5,276	△ 6.8
	営業利益	570	1,302	732	128.4
アジア・欧州	売上高	77,135	72,353	△ 4,782	△ 6.2
	営業利益	△ 27	9	36	-

※テキサスファーム分については非継続事業の為、本資料数値からは除いて表示しております。

※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)

#### 【2017年3月期通期売上高の状況】

- 豪州事業  
継続する牛集荷難による処理頭数の減少が響いた。
- 米州事業  
北米の加工食品販売と卸売事業共に伸長したが、為替換算の影響で減収。
- その他の地域  
トルコ エグタブ社で市況回復もあり販売が伸長。

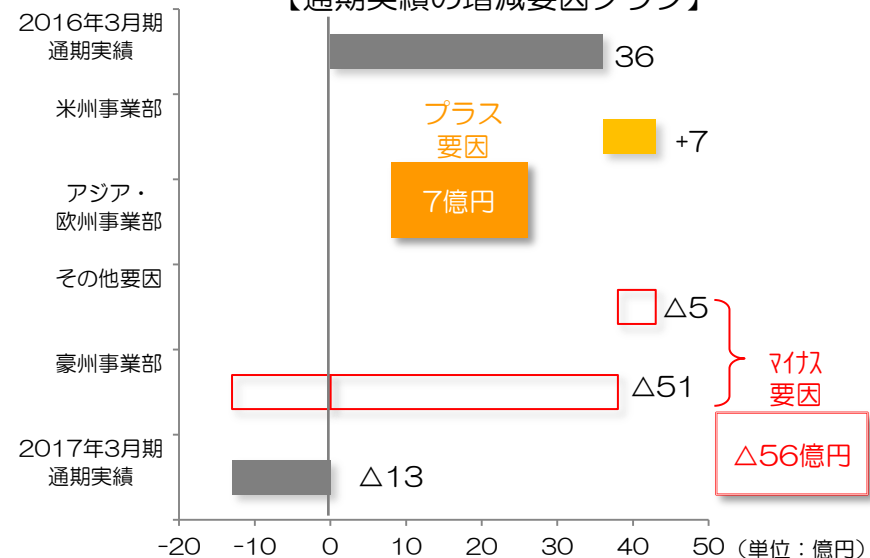
#### 【2017年3月期通期営業利益の状況】

- 豪州事業  
牛生体価格の高止まりで減益となった。
- 米州事業  
北米からの牛肉と豚肉の輸出、加工食品販売が寄与し増益。
- その他の地域  
トルコ エグタブ社は売上伸長したが、コスト高等厳しい環境となった。

## 【営業利益増減要因分析】

	2017.03月期				
	3Q 累計	4Q 実績	通期 計画	通期 実績	計画 差異
豪州事業部	△ 53億円	2億円	△ 48億円	△ 51億円	△ 3億円
米州事業部	9億円	△ 1億円	8億円	7億円	△ 1億円
アジア・欧州事業部	0億円	0億円	3億円	0億円	△ 2億円
その他要因	△ 3億円	△ 2億円	△ 4億円	△ 5億円	△ 1億円
合計	△ 48億円	△ 1億円	△ 42億円	△ 48億円	△ 7億円

## 【通期実績の増減要因グラフ】



### 計画差異要因

#### ●豪州事業

4Qに入り牛生体仕入価格が上昇したことで計画を下回った。

#### ●米州事業

北米デイリーフーズ社の加工品の販売拡大と食肉の輸出が寄与したが、計画を下回った。

#### ●アジア・欧州事業

トルコ エゲタブ社では、販売価格が安定し、生産性改善に取り組んだが、計画を下回った。

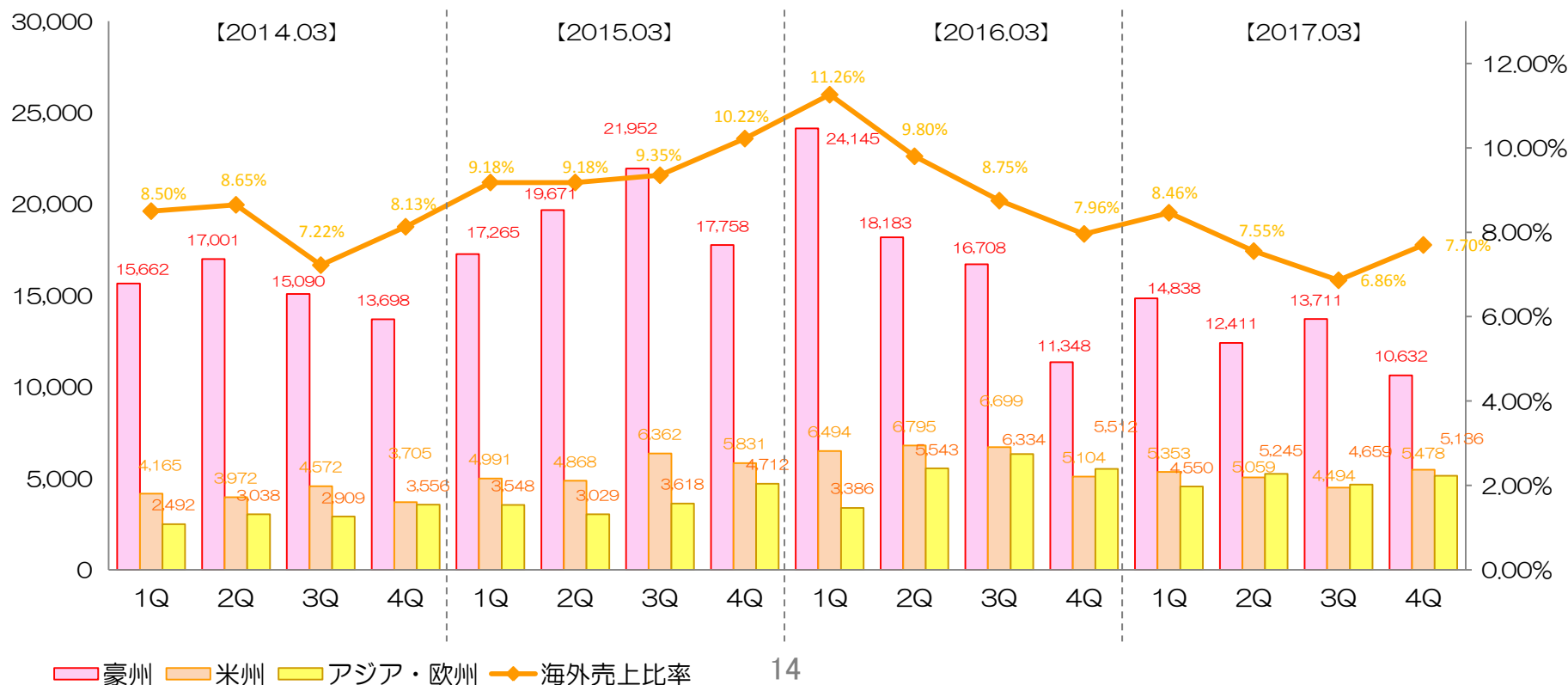
EUからの日本向け豚肉輸出は数量が伸長したものの、相場高が続いたことで厳しい環境となった。

# 7. 海外 主要所在地別 外部顧客売上高実績

(単位：百万円：%)

	2014.03	2015.03	2016.03				2017.03					
	通期	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
豪州	61,451	76,646	24,145	18,183	16,708	11,348	70,384	14,838	12,411	13,711	10,632	51,592
米州	16,413	22,052	6,494	6,795	6,699	5,104	25,092	5,353	5,059	4,494	5,478	20,384
アジア・欧州	11,995	14,907	3,386	5,543	6,334	5,512	20,775	4,550	5,245	4,659	5,136	19,590
海外計	89,860	113,605	34,024	30,522	29,741	21,963	116,250	24,742	22,713	22,866	21,245	91,566
海外売上比率	8.09%	9.47%	11.26%	9.80%	8.75%	7.96%	9.46%	8.46%	7.55%	6.86%	7.70%	7.62%

※売上金額は、外部顧客に対する売上高です。

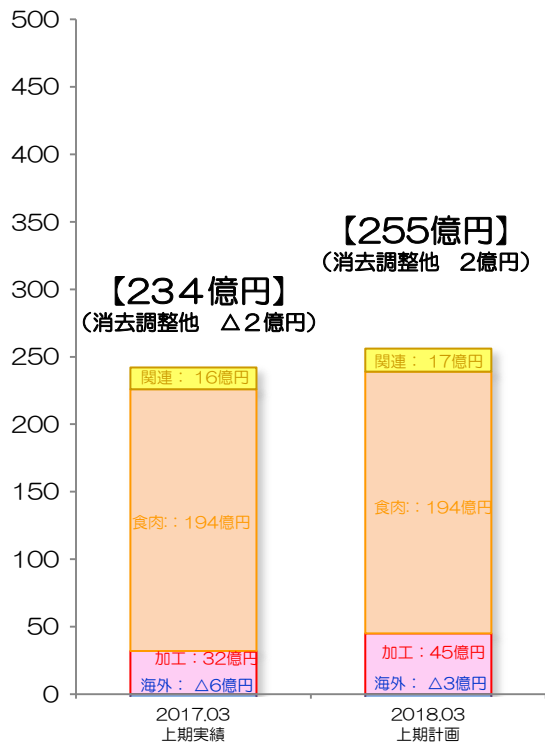


## Ⅱ. 2018年3月期の見通し

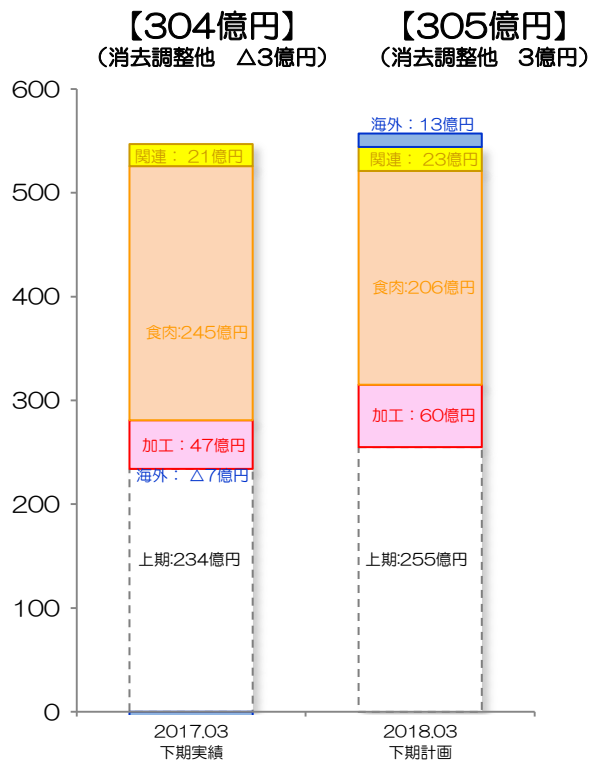
1. 2018年3月期 営業利益計画
2. 2018年3月期計画（加工事業本部）
3. 2018年3月期計画（食肉事業本部）
4. 2018年3月期計画（関連企業本部）
5. 2018年3月期計画（海外事業本部）

# 1. 2018年3月期 営業利益計画①

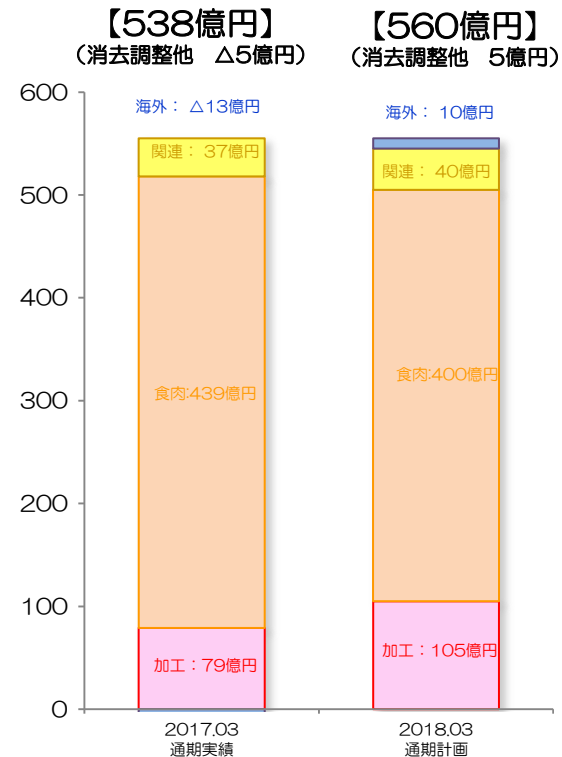
(単位：億円)



(単位：億円)



(単位：億円)



	2018.03 1Q			2018.03 上期			2018.03 下期			2018.03 通期		
	2017.03 1Q実績	計画	増減	2017.03 上期実績	計画	増減	2017.03 下期実績	計画	増減	2017.03 通期実績	見込み	増減
加工事業本部	11億円	17億円	6億円	32億円	45億円	13億円	47億円	60億円	13億円	79億円	105億円	26億円
食肉事業本部	83億円	92億円	9億円	194億円	194億円	△0億円	245億円	206億円	△39億円	439億円	400億円	△39億円
関連企業本部	6億円	6億円	0億円	16億円	17億円	1億円	21億円	23億円	2億円	37億円	40億円	3億円
海外事業本部	△6億円	△9億円	△3億円	△6億円	△3億円	3億円	△7億円	13億円	20億円	△13億円	10億円	23億円
消去調整他	2億円	2億円	△0億円	△2億円	2億円	4億円	△3億円	3億円	6億円	△5億円	5億円	10億円
合計	97億円	108億円	11億円	234億円	255億円	21億円	304億円	305億円	1億円	538億円	560億円	22億円



## 2. 2018年3月期計画（加工事業本部①）

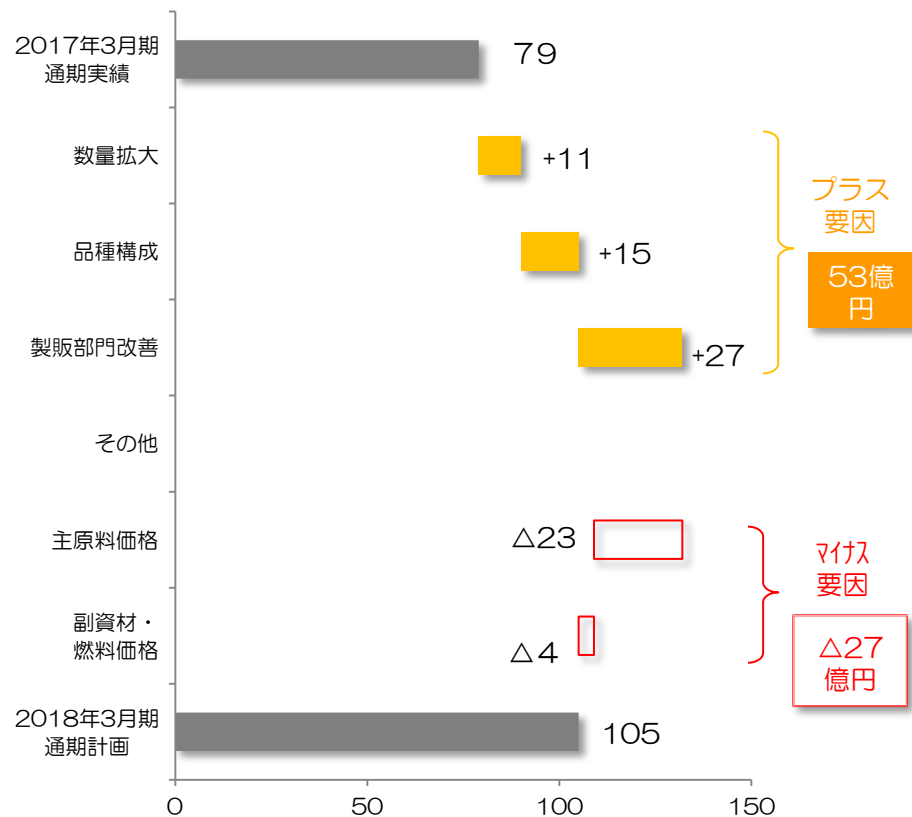
### ●施策

- ・ブランド商品の積極的な販促による拡販、育成。現場力強化による営業エリアの面の拡大による売上伸長。
- ・大型工場中心に最適生産体制で販売数量増へ対応し、コスト削減で収益力を向上。

【営業利益増減要因分析】

	2018.03月期 計画		
	上期計画	下期計画	通期計画
数量拡大	7億円	4億円	11億円
利益率改善	6億円	9億円	15億円
外部要因	△6億円	△21億円	△27億円
（内訳）主原料価格	△6億円	△17億円	△23億円
（内訳）副資材・燃料等	△0億円	△4億円	△4億円
内部要因	12億円	30億円	42億円
（内訳）品種構成（商品リニューアル）	2億円	13億円	15億円
（内訳）製販部門改善	10億円	17億円	27億円
その他	0億円	0億円	0億円
合計	13億円	13億円	26億円

【通期計画の増減要因グラフ】

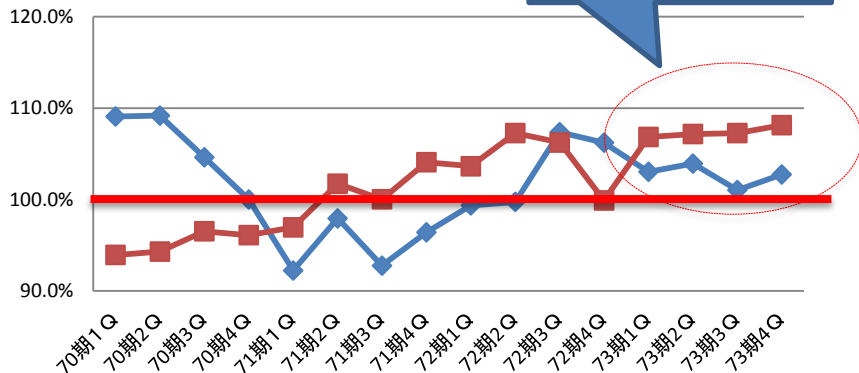


※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります。

## 2. 2018年3月期計画（加工事業本部②）

### ●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

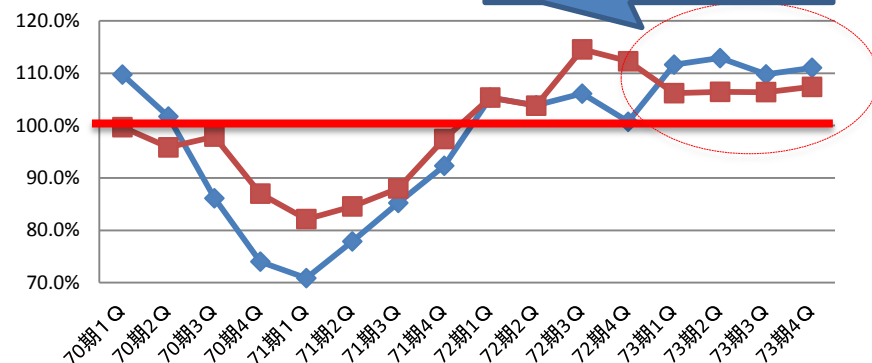


- ・グループ連携による商品開発の強化でブランド戦略を推進する。
- ・ディナー、健康コーナー等新しい切り口の売り場提案により面の拡大を図る。
- ・「豊潤あらびきウインナー」の集中取組による販売数量増。



### ●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



- ・チャネル別提案営業に特化した組織で売上拡大を図る。
- ・CVSチャネルは得意先変化に合わせたエリア販売の強化と定番商品の磨きによる売上拡大。
- ・外食チャネルは新規企業の開拓及び大型定番商品の新規導入。

### ●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	カテゴリ	2018.03通期計画
ハム・ソーセージ	103%	デリ商品	108%
シャウエッセン	103%	石窯工房群	102%
森の薫りW+豊潤W	146%	中華名菜群	102%
ロースハム群	100%	プリフライ群	108%
ベーコン群	104%	ハバ-グ・ミトホ-ル群	105%
焼豚群	108%	カレー群	108%

### ●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	販売内容	2017.03 実績	2018.03 計画	
		個数	個数	前年比
中元	全社販売個数	1,997	2,116	106%
	（うち美ノ国）	514	555	108%
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	6,558	106%
	（うち美ノ国）	1,512	1,633	108%
	（構成比）	24%	25%	-

### 3. 2018年3月期計画（食肉事業本部①）

#### ●施策

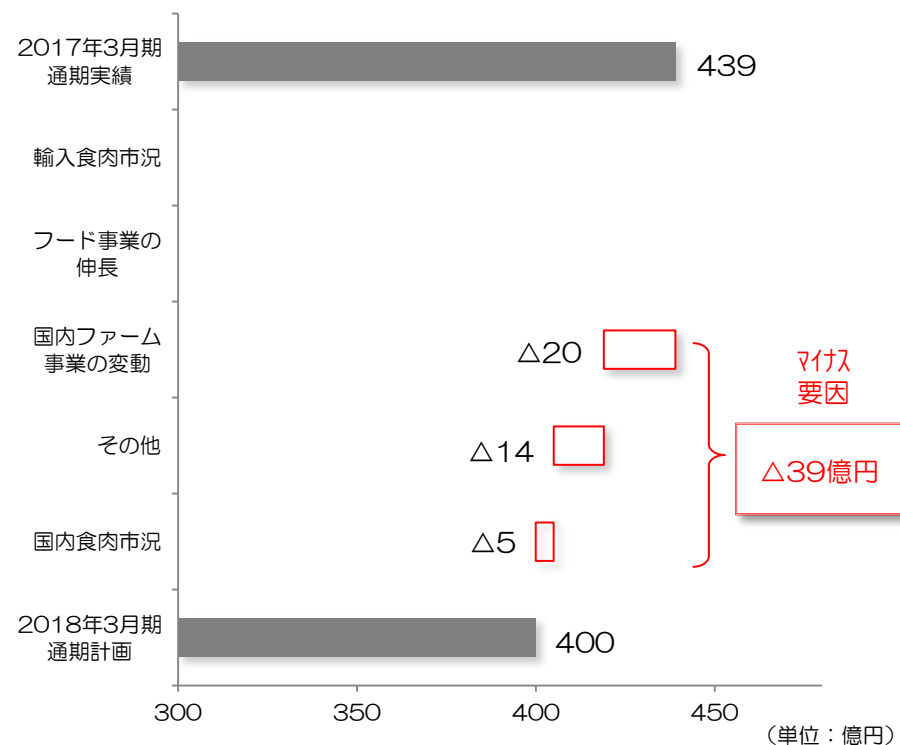
- 【国内生産】・・・ブランド食肉を中心とした増産と生産性の改善を図り、コスト増の抑制を図る。
- 【国内食肉】・・・牛豚鶏それぞれのブランド食肉を中心に数量拡大を図り、定期定番の獲得を推進。
- 【輸入食肉】・・・海外仕入先との関係強化を推進し、調達力を強化し数量拡大に努める。
- 【フード事業】・・・量販店・外食チャネルを中心に国産・輸入ブランド食肉の販売数量拡大と新規開拓で増収を図る。

#### 【営業利益増減要因分析】

	2018.03月期 計画		
	上期計画	下期計画	通期計画
輸入食肉市況	0億円	△1億円	△0億円
国内食肉市況	1億円	△5億円	△5億円
国内ファーム事業の変動	1億円	△20億円	△20億円
フード事業の伸長	0億円	0億円	0億円
その他要因	△2億円	△13億円	△14億円
合計	△0億円	△39億円	△39億円

※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。

#### 【通期計画の増減要因グラフ】



### 3. 2018年3月期計画（食肉事業本部②）

#### ●国内生産事業

##### ①飼料価格

- ・穀物相場は、米国・南米の豊作もあるが、世界的に需要が高く、先行き不透明で上昇リスクもある。

##### ②国内ファーム事業

- ・上期にかけて、市況は堅調に推移すると見込むが、下期は不透明感があり、生産効率化によるコスト削減を図る。

#### ●国産食肉市況

- ・豚肉は、生産数量の回復の遅れと堅調な需要から上期においては市況はタイトに推移すると見込む。
- ・鶏肉においては、上期にかけて胸肉を中心に需要は堅調に推移することが見込まれる。

#### ●輸入食肉市況

- ・牛肉は、昨年に引き続き米国産牛肉の供給は増加するが、豪州は頭数が少なく高値安定を見込む。
- ・豚肉は米国の生産が増加しており、安定した市況を見込む。
- ・需給がタイトに推移する輸入鶏肉においては、上期にかけて市況は堅調に推移すると見込まれる。

#### ●食肉販売（フード会社）

- ・ブランド食肉では国産では鶏肉「桜姫」に加え、豚肉「麦小町」を中心に拡販を図り、輸入では米国産牛肉の“ANGUS Valley”の拡販に努める。
- ・量販店への定期納品を進めると共に、外食チャネルへの深耕販売に努める。

## 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

#### （マリノフーズ）

- ・マリノフーズの自社製造商品のホッキ貝サラダと釧路丸水の「旨味たこ」のエリアTVCM導入で拡販を図る。
- ・超高圧加工商品の業務用商品への拡販と、コンシューマ商品の販売強化を図る。
- ・量販店向け商品の開発スピードアップにより、売上げの拡大を図る。

#### （宝幸）

- ・エリアTVCMの活用や販売促進強化によりサバ缶詰の拡販を図る。
- ・おつまみ需要を捉えた「THE BAR」シリーズの販路拡大を図る。



拡大するおつまみ需要に投入する  
THE BARシリーズ  
「陸奥湾産帆立アヒージョ」



釧路丸水(株)  
「旨味たこ」

### ●乳製品事業の売上拡大施策

#### （チーズ）

- ・需要が拡大しているコンシューマ市場に対応するため、スモークチーズの増産と拡販を図る。
- ・業務用では、細かいニーズに対応し、数量拡大に努める。

#### （ヨーグルト）

- ・主力の「バニラヨーグルト」の拡販や、新商品の継続的な投入と販売促進によりチルドカップ飲料の販売強化に取り組む。
- ・工場の生産性の改善につとめ、拡大する市場に対応する。



「バニラヨーグルト」



好調に推移する  
スムージーシリーズ  
「パープルスムージー」

### ●主原料・副資材価格動向

- ・水産原料においては、漁獲量の減少や世界的な需要増による供給量減少が継続し、全体的に高値継続が見込まれる。
- ・チーズは、EUを中心とする生乳の減産により原料価格が上昇しており、今期はこの影響を受けることが見込まれる。
- ・ヨーグルトについても、主原料の脱脂粉乳の価格上昇が見込まれる。

# 5. 2018年3月期計画（海外事業本部）

## ●豪州事業部

- 下期からの処理頭数確保の状況改善を見込む。  
今期処理頭数見込みは48万頭を見込む（前期比約10%増）。
- 委託処理の処理頭数増とブランド牛を中心に販売価格へ転嫁する。
- 牛生体価格の高止まりで収益改善の遅れを見込む。

## ●米州事業部

- デイリーフーズ社の加工食品売上高の10%アップを見込む。
- 北米での業務用卸売では、販売拠点拡大に合わせ水産品の拡販に注力する。
- 日本向け食肉輸出は、牛肉・豚肉共に堅調に推移すると見込む。

## ●アジア・欧州事業部

- トルコ エゲタブ社においては、生産性の改善とカット肉の差別化商品の拡販で営業利益黒字化を目指す。

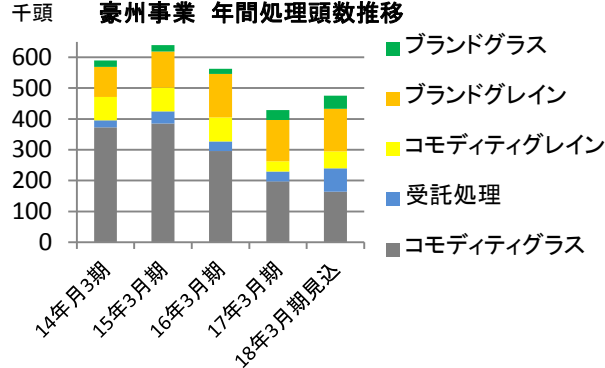
【2017年3月期 海外事業本部 営業利益増減要因と営業利益額計画】

	営業利益増減要因		
	上期計画	下期計画	通期計画
豪州事業部	6億円	15億円	21億円
米州事業部	△2億円	1億円	△2億円
アジア・欧州事業部	1億円	7億円	8億円
その他要因	△2億円	△3億円	△5億円
合計	3億円	20億円	23億円

	上期			下期			通期		
	2017実績	2018計画	差異	2017実績	2018計画	差異	2017実績	2018計画	差異
豪州事業部	△10億円	△4億円	6億円	△7億円	8億円	15億円	△17億円	4億円	21億円
米州事業部	4億円	2億円	△2億円	9億円	10億円	1億円	13億円	11億円	△2億円
アジア・欧州事業部	4億円	5億円	1億円	△4億円	3億円	7億円	0億円	8億円	8億円
その他要因	△4億円	△6億円	△2億円	△5億円	△8億円	△3億円	△9億円	△14億円	△5億円
合計	△6億円	△3億円	3億円	△7億円	13億円	20億円	△13億円	10億円	23億円

【（参考）2017.03 豪州事業販売通期実績】

主な販売先国	数量構成比	数量（昨年比）
日本	29%	106%
米国	12%	36%
韓国	13%	92%
中国	6%	67%
台湾	4%	83%
豪州国内	16%	104%
その他	19%	93%
合計	100%	80%



※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. 2017年3月期 期末財務データ

1. 2017年3月期連結業績概要及び2018年3月期計画
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. 2017年3月期連結業績概要及び2018年3月期計画

(単位：百万円、%)

	2017年3月期実績						2018年3月期計画								
	上期 実績	前年比	下期 実績	前年比	通期 実績	前年比	上期 計画	前年比	数量 伸長率	下期 計画	前年比	数量 伸長率	通期 計画	前年比	数量 伸長率
売上高	593,092	△ 3.4	609,201	△ 1.0	1,202,293	△ 2.2	610,000	2.9	-	640,000	5.1	-	1,250,000	4.0	-
ハム・ソーセージ	68,301	△ 2.4	73,061	2.2	141,362	△ 0.1	71,400	4.5	5.4	75,200	2.9	4.4	146,600	3.7	4.9
加工食品	113,331	5.1	115,573	1.8	228,904	3.4	119,400	5.4	6.9	120,200	4.0	8.4	239,600	4.7	7.7
食肉	335,458	△ 6.1	338,413	△ 2.8	673,871	△ 4.5	343,000	2.2	4.1	359,600	6.3	8.2	702,600	4.3	6.1
牛肉	136,202	△ 8.8	131,017	△ 6.1	267,219	△ 7.5	142,700	4.8	7.5	152,400	16.3	23.4	295,100	10.4	14.9
豚肉	109,436	△ 0.7	112,162	0.4	221,598	△ 0.1	108,600	△ 0.8	1.1	110,200	△ 1.7	2.3	218,800	△ 1.3	1.7
鶏肉	77,297	△ 8.9	81,831	△ 4.3	159,128	△ 6.6	79,100	2.3	4.4	82,600	0.9	5.2	161,700	1.6	4.8
その他食肉	12,523	△ 1.5	13,403	16.6	25,926	7.1	12,600	0.6	4.6	14,400	7.4	7.6	27,000	4.1	6.2
水産	43,527	△ 3.7	48,110	△ 2.8	91,637	△ 3.2	46,600	7.1	3.8	53,800	11.8	6.0	100,400	9.6	5.0
乳製品	16,473	3.9	16,907	8.8	33,380	6.3	16,500	0.2	△ 0.6	16,900	△ 0.0	△ 2.0	33,400	0.1	△ 1.3
その他	16,002	△ 9.3	17,137	△ 1.1	33,139	△ 5.2	13,100	△ 18.1	-	14,300	△ 16.6	-	27,400	△ 17.3	-
売上原価	481,159	△ 4.4	487,836	△ 2.9	968,995	△ 3.6									
売上総利益	111,933	1.4	121,365	7.1	233,298	4.3									
売上総利益率	18.9%	-	19.9%	-	19.4%	-									
販売費及び一般管理費	88,501	1.4	90,995	4.4	179,496	2.9									
営業利益	23,432	1.6	30,370	16.2	53,802	9.3	25,500	8.8		30,500	0.4		56,000	4.1	
税引前利益	21,870	△ 1.2	27,242	107.0	49,112	39.1	23,000	5.2		28,000	2.8		51,000	3.8	
法人税等	7,231	38.3	7,299	△ 7.5	14,530	10.8	5,500	△ 23.9		8,700	19.2		14,200	△ 2.3	
税率	33.1%		26.8%		29.6%		23.9%	-		31.1%	-		27.8%		
非継続事業の損益	△ 12	-	-	-	△ 12	-	-	-		-	-		0	-	
当社株主帰属当期純利益	14,749	△ 4.0	20,255	215.8	35,004	60.7	17,500	18.7		19,500	△ 3.7		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、%)

	2016年3月期 実績	2017年3月期		
		実績	対前年増減率	対前年増減額
★① < 販管費 >				
★① 販売費および一般管理費	174,471	179,496	2.9	5,025
人件費	67,496	69,318	2.7	1,822
広告宣伝費	11,104	10,233	△ 7.8	△ 871
★② 物流費	52,430	54,726	4.4	2,296
その他	43,441	45,219	4.1	1,778

### 主な増減要因

- ★① 販管費 売上高販管費率は、14.2%から14.9%と0.7%上昇  
 ★② 物流費 数量増加による運賃の増加で物流費が約23億円増加。

(単位：百万円)

	2016年3月期 実績	2017年3月期	
		実績	対前年同期増減
★① その他の営業費用及び(△収益)-純額	11,849	5,320	△ 6,529
固定資産関連	11,858	2,427	△ 9,431
特別退職金	-	2,895	2,895
その他	△ 9	△ 2	7
その他の収益及び(△費用)-純額	△ 665	1,770	2,435
受取利息・配当金	1,031	1,162	131
為替差損益	△ 1,706	106	1,812
その他	10	502	492
支払利息	1,384	1,140	△ 244

### 主な増減要因

- ★① その他の営業費用及び(△収益)-純額 特別退職金が発生したが、昨年発生したトルコ エゲタブ社ののれん減損の反動で約65億円減少。

### 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》		2016年3月期 期末実績	2017年3月期 通期実績	対前期末 増減率	対前期末 増減額
★①	資産合計	682,855	720,276	5.5	37,421
	現金及び現金同等物	67,321	82,639	22.8	15,318
	売上債権	128,285	128,579	0.2	294
★②	棚卸資産	133,518	132,697	△ 0.6	△ 821
	有形固定資産	264,014	283,364	7.3	19,350
	投資及びその他の資産	40,515	45,172	11.5	4,657
	長期繰延税金資産	9,321	7,627	△ 18.2	△ 1,694
	負債合計	321,495	311,920	△ 3.0	△ 9,575
	支払手形及び買掛金	94,276	101,857	8.0	7,581
★③	有利子負債	154,583	138,284	△ 10.5	△ 16,299
	退職金及び年金債務	14,426	13,268	△ 8.0	△ 1,158
★④	当社株主資本	356,353	404,126	13.4	47,773
	非支配持分	5,007	4,230	△ 15.5	△ 777
	資本合計	361,360	408,356	13.0	46,996

#### 主な増減要因

- ★① 資産合計 流動資産・固定資産共に増加し約374億円の増加となった。
- ★② 棚卸資産 期末にかけ市況が上昇傾向にあるなか、在庫管理を徹底し、8億円の減少となった。
- ★③ 有利子負債 転換社債の株式への転換により合計で約163億円の減少となった。
- ★④ 当社株主資本 転換社債の株式への転換が約154億円進み、全体で昨年比約478億円の増加となった。

(単位：百万円、%)

《設備投資額、減価償却費》	2016年3月期	2017年3月期				2018年3月期
	通期実績	通期計画	通期実績	対前年増減率	対前年増減額	通期計画
設備投資額	36,799	52,000	43,765	18.9	6,966	66,400
生産設備	17,065	20,900	16,887	△ 1.0	△ 178	24,500
販売・物流設備	3,452	8,900	12,430	260.1	8,978	8,500
ファーム・処理設備	7,749	10,100	7,849	1.3	100	12,400
海外事業設備	4,122	6,100	3,590	△ 12.9	△ 532	17,000
その他設備	4,411	6,000	3,009	△ 31.8	△ 1,402	4,000
減価償却費	19,445	20,000	19,765	1.6	320	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》	2016年3月期	2017年3月期		2018年3月期 通期計画
	通期実績	通期実績	対前年増減額	
★① 営業活動キャッシュ・フロー	52,535	65,254	12,719	51,900
★② 投資活動キャッシュ・フロー	△ 49,139	△ 38,271	10,868	△ 65,900
★③ 財務活動キャッシュ・フロー	8,182	△ 11,439	△ 19,621	△ 13,900

### 主な増減要因

#### ★① 営業活動キャッシュ・フロー

主に仕入債務・当期純利益の増加で、653億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

設備投資等により、全体として382億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

借入の減少と配当金等で全体として114億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。