



FY2027/3 1Q

決算説明会資料

～2027年3月期 第1四半期～

日本ハム株式会社

2026年8月3日

CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

- 03 FY2027/3 1Q 実績決算サマリー
- 04 FY2027/3 通期計画サマリー
- 05 実績ハイライト FY2027/3 1Q 実績
- 08 FY2027/3 1Q 実績 加工事業本部
- 10 FY2027/3 1Q 実績 食肉事業本部
- 12 FY2027/3 1Q 実績 スポーツ・エンターテインメント事業部

02 計画

- 14 計画ハイライト FY2027/3 通期計画
- 17 FY2027/3 通期計画 加工事業本部
- 19 FY2027/3 通期計画 食肉事業本部

03 主な財務データ／Appendix

- 22 FY2026/3連結業績概要及びFY2027/3計画
- 23 連結財政状態計算書及び連結キャッシュ・フロー計算書
- 24 設備投資額、減価償却費
- 25 Appendix

※ 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。

※ FY2027/3に「スポーツ・エンターテインメント事業部」を新設し、従来のボールパーク事業をその傘下とする組織再編を行いました。これに伴い、当第1四半期連結会計期間より、報告セグメントの区分を「スポーツ・エンターテインメント事業部」に変更しております。加えて、全社費用に含まれる事業部門の範囲変更に伴い、各報告セグメントに配賦する全社費用の金額についても変更しております。また、前第1四半期連結累計期間のセグメント情報は、変更後の報告セグメント区分に組替えて表示しております。

FY2027/3 1Q実績

Topics

売上高

3,849 億円

前年比 +8.7%

事業利益

194 億円

前年比 +19.5%

親会社の所有者に
帰属する四半期利益

108 億円

前年比 △5.6%

経営指標

—

【売上高】

・輸入食肉の販売単価と豪州産牛肉単価の上昇や
加工事業のコンシューマ群伸長が寄与

【事業利益】

～インフレ下における垂直統合モデルの優位性と、調達最適化で利益創造～
食肉事業やスポーツ・エンターテインメント事業の成長が全社を牽引し、
前期通期に続き、1Qも過去最高の事業利益を達成

内部要因

- ・食肉) 輸入食肉の適正な価格形成と在庫コントロール徹底が寄与
国産鶏肉における生産性向上と社外調達の拡大
- ・SE) 堅調な観戦動員数により、チケット・広告・グッズ・飲食収入が好調に推移
- ・加工) シャウエッセン等の主力ブランド伸長により数量・MIX効果が発現も、
業務用の数量減少や物流コスト等の増加が影響し利益押し下げ

※SE：スポーツ・エンターテインメント事業

外部要因：主に加工事業を中心に逆風に

- ・牛肉等の原料価格高騰
- ・円安の進行

【親会社の所有者に帰属する四半期利益】

- ・法人所得税費用の増加が影響し減益

FY2027/3 通期見込

売上高

15,000 億円

前年比 +2.9%

事業利益

610 億円

前年比 △10.7%

親会社の所有者に
帰属する当期利益

380 億円

前年比 +8.4%

経営指標

ROE 7.2%

前年差 +0.6%

ROIC 5.3%

前年差 △0.8%

EPS 403.68円

前年差 +42.55円

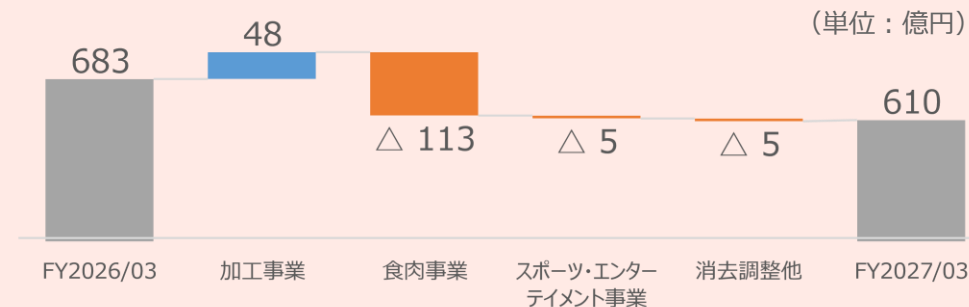
Topics

【売上高】

- ・国内加工事業でのコンシューマ群伸長と業務用の早期回復、海外加工のトップライン伸長で売上を確保
- ・食肉事業でのグローバルな調達力を活かした数量拡大と、国内での販売数量の拡大で売上を確保

【事業利益】

- ・加工) トップライン拡大とコスト高を吸収する価格改定で粗利益を確保
- ・食肉) 豪州牛肉の生体相場価格高騰や輸入食肉の外部環境が変化することが影響し減益
- ・SE) 魅力度向上と新駅開業に向けた各種コスト増を見込む



【親会社の所有者に帰属する当期利益】

- ・前期の特別損失の影響が解消することから増益を見込む

【経営指標】

- ・ROEは収益性や継続した資本効率の適正化に向けた取組みを継続

(単位：億円)

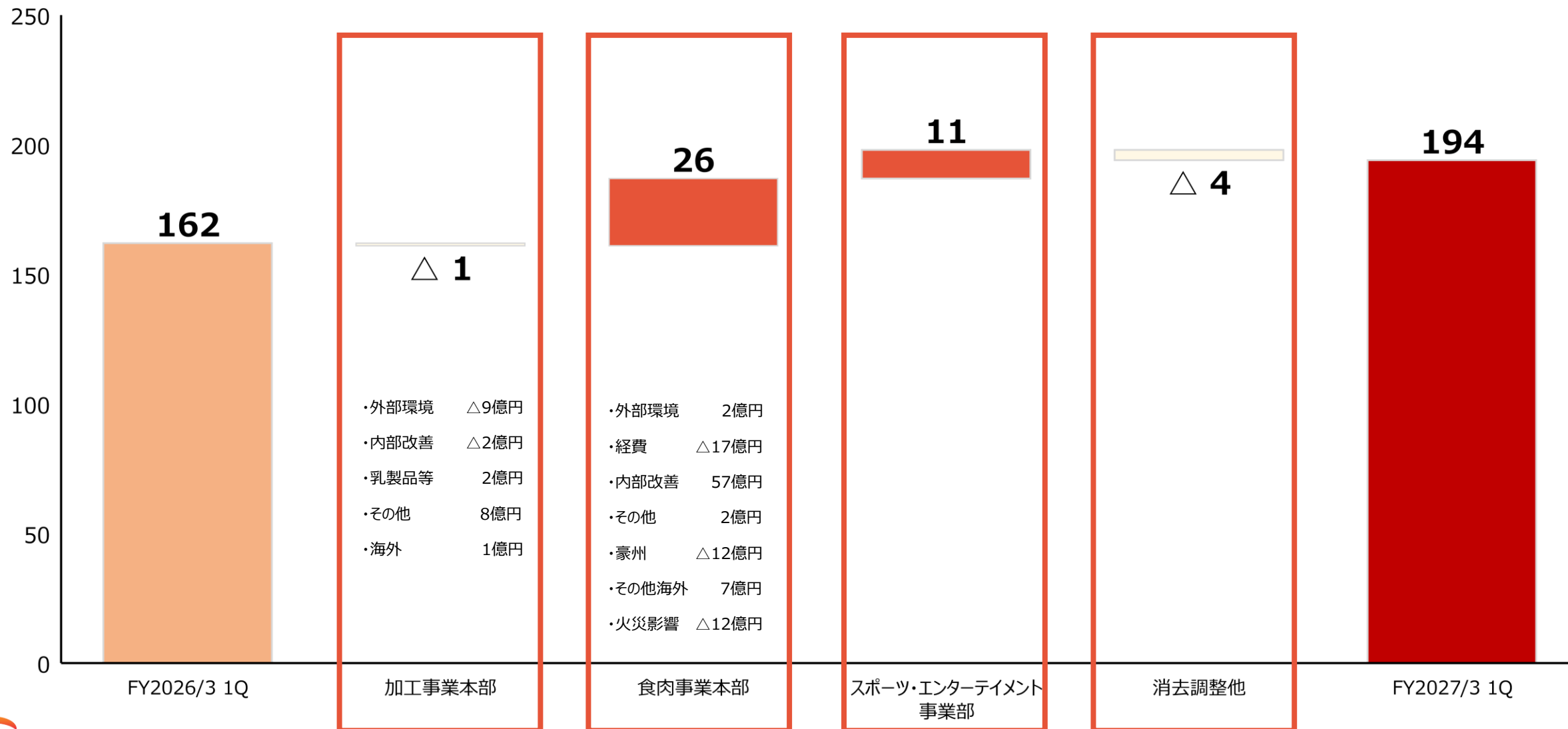
	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率
売上高	3,541	3,849	308	8.7%
事業利益	162	194	32	19.5%
事業利益率	4.6%	5.0%	0.5%	-
税引前四半期利益	184	185	1	0.6%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	114	108	△6	△5.6%

(単位：億円)

	売上高				事業利益			
	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率
加工事業本部	1,290	1,322	32	2.5%	9	7	△1	△13.9%
食肉事業本部	2,503	2,808	305	12.2%	127	153	26	20.4%
スポーツ・エンターテインメント事業部	111	125	15	13.2%	38	49	11	29.2%
消去調整他	△363	△406	△43	-	△11	△15	△4	-
連結計	3,541	3,849	308	8.7%	162	194	32	19.5%

事業利益実績増減

(単位：億円)



(単位：億円)

	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率
売上高	1,290	1,322	32	2.5%
内) 国内事業	985	977	△8	△0.8%
内) 海外事業	305	345	40	13.0%
事業利益	9	7	△1	△13.9%
内) 国内事業	13	11	△2	△15.7%
内) 海外事業	△5	△4	1	-
事業利益率	0.7%	0.6%	△0.1%	-
内) 国内事業	1.3%	1.1%	△0.2%	-
内) 海外事業	-	-	-	-

コンシューマ群の販売戦略は期初計画通り増収転換に寄与するも、
業務用の落ち込みにより国内事業が減収に

売上高 増収

国内) コンシューマ群は主力ブランド中心に伸長
業務用はエクス事業は好調に推移もその他の
カテゴリー全般が低迷
海外) 北米：鶏肉加工品が堅調に推移
買収企業の製造数量が拡大基調

事業利益 減益

国内) 業務用の導入率低迷により粗利益が減少
販管費の増加や中東影響により原料価格高騰
海外) タイ：製造数量増加も鶏肉原料価格の上昇と
為替が影響し減益

コンシューマ商品別/チャネル別 1Q売上実績（前年比）

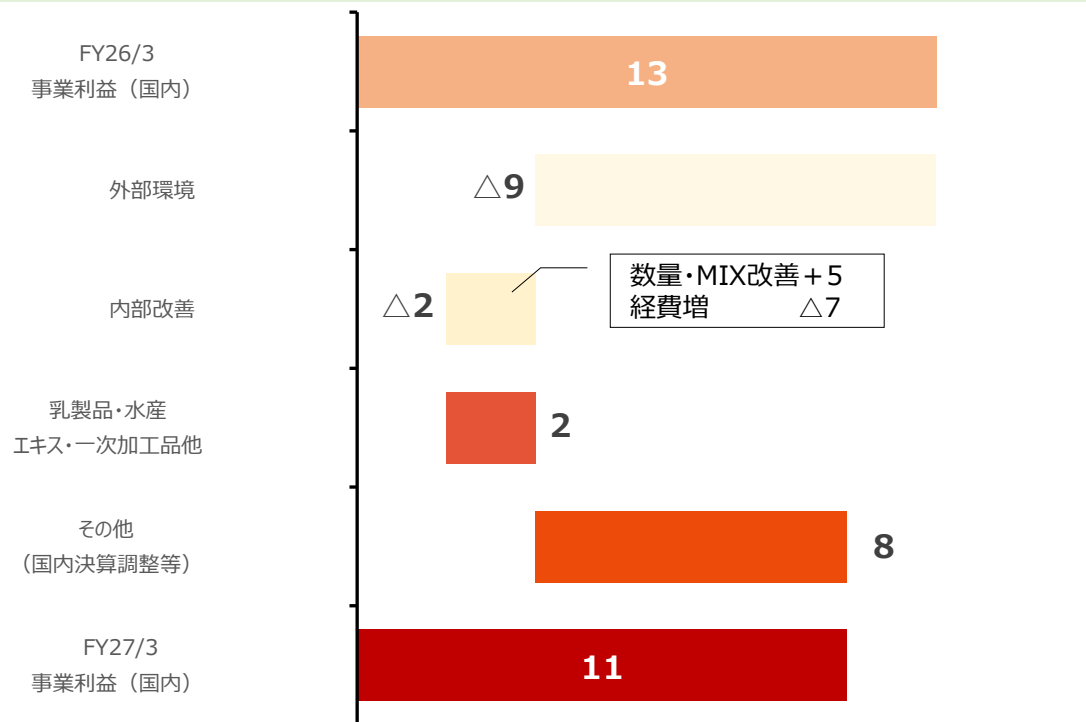
ハム・ソーセージ	金額	加工品	金額
ウインナー群	108%	チルドベーカリー群	105%
シャウエッセン群※	108%	中華名菜群	98%
その他ウインナー群	109%	フライドチキン群	92%
ハム・ベーコン群	98%	ハンバーグ・ミートボール群	107%
コンシューマ計	104%	コンシューマ計	107%
業務用	102%	業務用	91%
総計	104%	総計	100%

※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

事業利益増減要因分析

(単位：億円)

国内事業



海外事業



【外部環境】

- ・牛肉等の主原料価格の高騰
- ・中東影響により包材等の副資材・電燃料の高騰

【内部改善】

- (売上)
- ・シャウエッセン等の主力ブランド伸長により数量やMIX効果が発現
 - ・業務用商品の導入率悪化に伴い製造数量減少が影響
- (経費)
- ・売上拡大に伴う販売手数料・物流費の増加
 - ・生産ラインの削減等で固定費削減も労務費が増加

【乳製品・水産・エキス・一次加工品他】

- ・主にエキス事業が好調に推移したことや、調達価格の高騰に対して価格転嫁が進み利益を確保

【その他】

- ・DX/IT関連の前年コスト等が改善

【海外】

- ・北米：鶏肉加工品の販売数量拡大と原料価格の下落により利益確保
製造体制が整いつつある北米買収企業で、製造数量が拡大基調
- ・タイ：製造数量は回復基調も鶏肉原料価格の上昇と為替影響により減益

(単位：億円)

	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率
売上高	2,503	2,808	305	12.2%
内) 国内事業	2,127	2,289	162	7.6%
内) 豪州事業	376	519	143	38.1%
事業利益	127	153	26	20.4%
内) 国内事業	97	135	38	39.1%
内) 豪州事業	29	17	△12	△41.1%
事業利益率	5.1%	5.4%	0.4%	-
内) 国内事業	4.6%	5.9%	1.3%	-
内) 豪州事業	7.8%	3.3%	△4.5%	-

※国内事業には、豪州事業を除く海外関係会社を含む

売上高 増収

- ・各畜種の調達価格高騰の中、適切な価格転嫁を進め増収
- ・豪州牛肉事業において販売単価上昇の中、販売数量も維持し増収

事業利益 増益

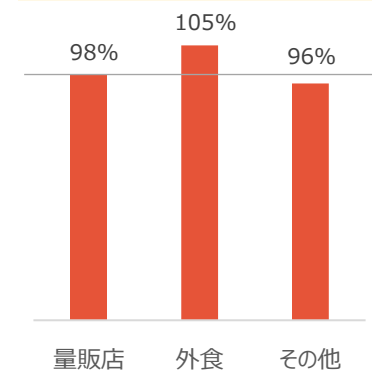
- ・輸入食肉の適正な価格形成と在庫コントロール徹底により増益
- ・販売部門におけるコスト上昇の中、適切な価格転嫁、ブランド・チャネル戦略を深化させ利益を確保

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		輸入		合計	
	数量	金額	数量	金額	数量	金額
牛肉	101%	109%	97%	113%	98%	111%
豚肉	104%	109%	96%	100%	101%	106%
鶏肉	102%	104%	74%	105%	94%	105%
合計	102%	107%	89%	107%	97%	107%

フード販売グループ チャネル別 売上数量実績

全体の数量伸長 **98%**
(金額：108%)

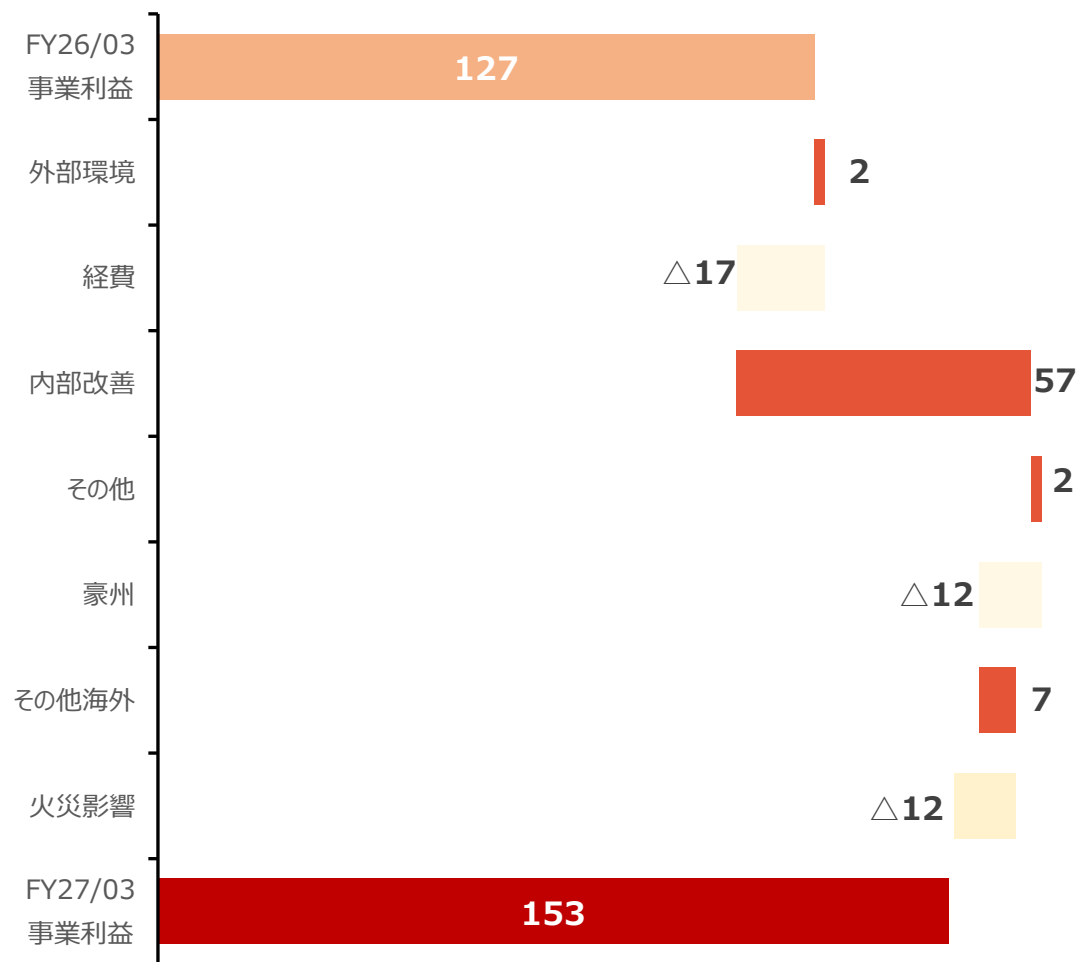


※フード販売グループは食肉販売会社を指す。

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

事業利益増減要因分析

(単位：億円)



【外部環境】

- ・国産豚肉相場や輸入食肉相場が上昇

【経費】

- ・人件費、物流費が上昇

【内部改善】

- ・輸入食肉の適正な価格形成と在庫コントロール徹底が寄与
- ・国産鶏肉における生産性向上と社外調達を拡大
- ・販売部門の適切な価格転嫁、ブランド・チャネル戦略の深化で収益を確保

【豪州】

- ・中国向けの輸出が減少する中、柔軟な販売戦略により数量維持
- ・生体相場価格の高騰により粗利益が減少

【その他海外】

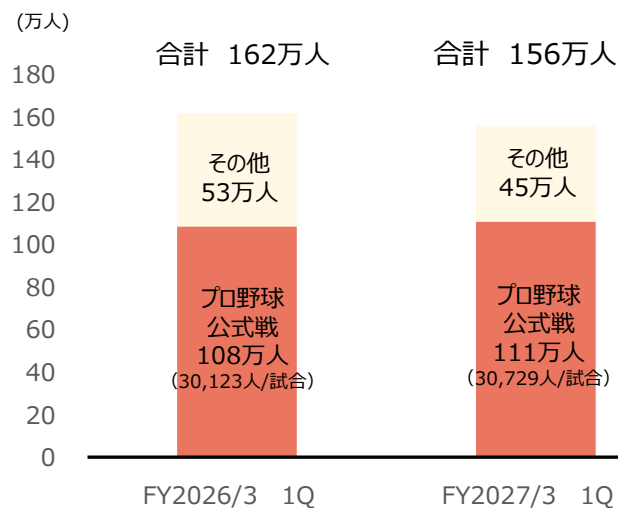
- ・スペイン産豚肉の輸出停止に伴う代替需要の取り込みで南米からの調達数量が拡大

※火災影響：知床食品工場火災による、国産鶏の生産減少や機会損失などによる減益

(単位：億円)

	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	前年差	増減率
売上高	111	125	15	13.2%
事業利益	38	49	11	29.2%
事業利益率	34.3%	39.2%	4.9%	-

北海道ボールパークFビレッジ来場者数



Topics

- ・ファーム施設移転内定
北海道恵庭市に2030~2031
年の施設開業を目指す



※施設完成イメージ図

売上高／事業利益 増収増益

- ・LEDリボンビジョンの新規導入をはじめとしたスタジアム演出の向上と多様な来場機会の提供を通じて、Fビレッジの魅力を更に向上
- ・堅調な試合観戦動員数により、チケット・広告・グッズ・飲食収入が好調に推移



(エスコンフィールドをイメージしたユニ企画)



(食の企画による魅力向上)



(試合日以外のイベント開催、来場促進)



(子ども職業体験機会)

CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

- 03 FY2027/3 1Q実績サマリー
- 04 FY2027/3 通期計画サマリー
- 05 実績ハイライト FY2027/3 1Q実績
- 08 FY2027/3 1Q実績 加工事業本部
- 10 FY2027/3 1Q実績 食肉事業本部
- 12 FY2027/3 1Q実績 スポーツ・エンターテインメント事業部

02 計画

- 14 計画ハイライト FY2027/3 通期計画
- 17 FY2027/3 通期計画 加工事業本部
- 19 FY2027/3 通期計画 食肉事業本部

03 主な財務データ／Appendix

- 22 FY2026/3 連結業績概要及びFY2027/3計画
- 23 連結財政状態計算書及び連結キャッシュ・フロー計算書
- 24 設備投資額、減価償却費
- 25 Appendix

(単位：億円)

	FY2026/3通期実績	FY2027/3通期見込	前年差	増減率
売上高	14,574	15,000	426	2.9%
事業利益	683	610	△73	△10.7%
事業利益率	4.7%	4.1%	△0.6%	-
税引前当期利益	545	550	5	0.8%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	351	380	29	8.4%
ROE	6.6%	7.2%	0.6%	-
ROIC	6.1%	5.3%	△0.8%	-
EPS（円）	361.13	403.68	42.55	-

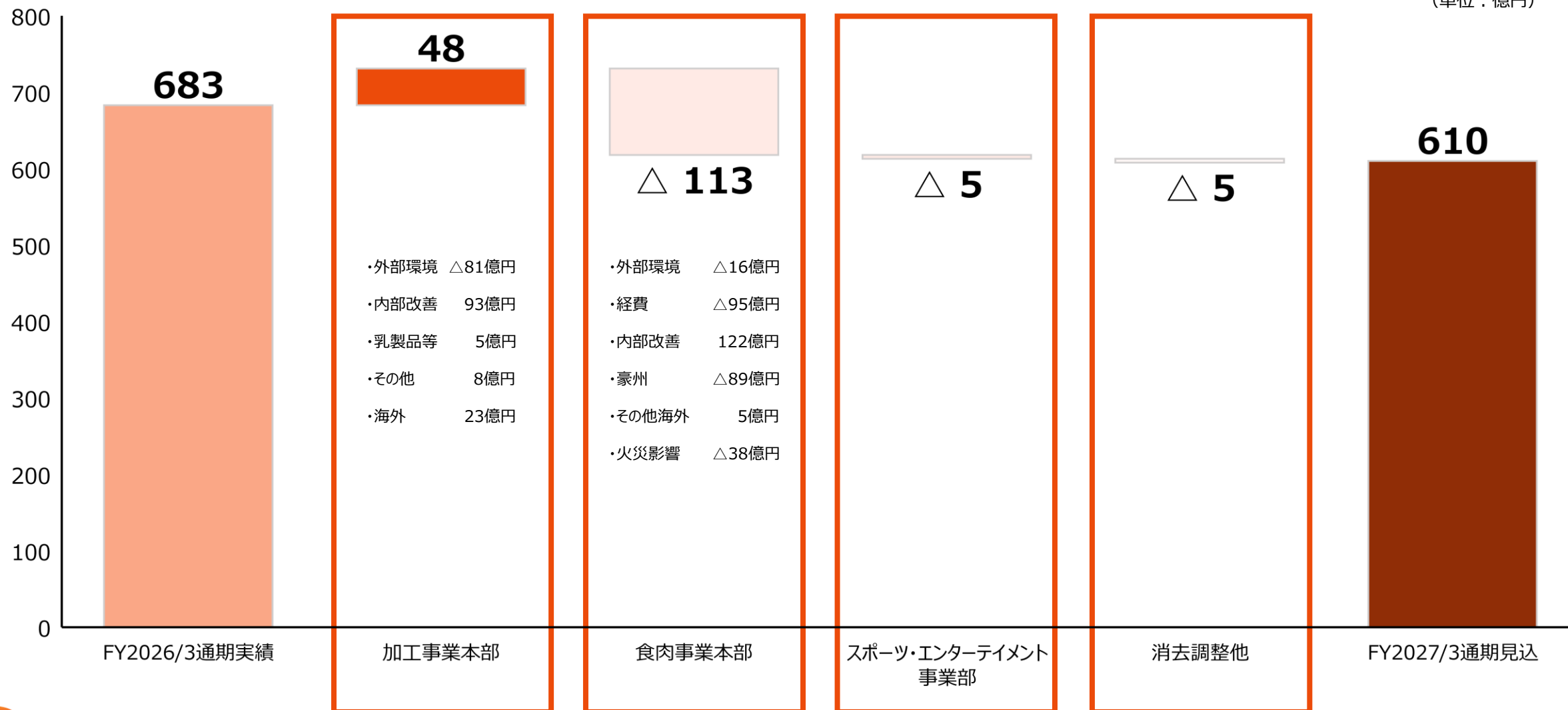
セグメント別事業利益計画

(単位：億円)

	1Q	上期			下期			通期		
	実績	期初計画	1Q見込時	計画差異	期初計画	1Q見込時	計画差異	期初計画	1Q見込時	計画差異
加工事業本部	7	45	30	△15	75	90	15	120	120	0
食肉事業本部	153	230	240	10	270	260	△10	500	500	0
スポーツ・エンターテイメント事業部	49	90	95	5	△50	△55	△5	40	40	0
消去調整他	△15	△25	△25	0	△25	△25	0	△50	△50	0
連結計	194	340	340	0	270	270	0	610	610	0

事業利益計画増減

(単位：億円)



(単位：億円)

	FY2026/3 実績	FY2027/3 期初計画	FY2027/3 1Q時見込	前年差	増減率
売上高	5,303	5,600	5,600	297	5.6%
内) 国内事業	4,032	4,200	4,200	168	4.2%
内) 海外事業	1,271	1,400	1,400	129	10.1%
事業利益	72	120	120	48	66.7%
内) 国内事業	94	120	119	25	26.6%
内) 海外事業	△22	0	1	23	-
事業利益率	1.4%	2.1%	2.1%	0.8%	-
内) 国内事業	2.3%	2.9%	2.8%	0.5%	-
内) 海外事業	-	-	-	-	-

売上高 増収

国内) コンシューマ：数量拡大に向けた販売戦略を継続
 業務用：新規導入提案を強化し早期回復へ
 海外) 北米：買収工場の生産体制早期正常化と、
 販売戦略の推進により売上を確保
 タイ：CPF※との共創による内販拡大

事業利益 増益

国内) 原材料高騰に対応した適切な価格改定を実施
 海外) 北米：生産効率化による製造経費削減と、
 販売数量拡大による粗利益の確保
 タイ：商品統廃合や製造効率化で収益確保

コンシューマ商品別/チャネル別 通期売上計画（前年比）

ハム・ソーセージ	金額	加工品	金額
ウインナー群	109%	チルドベーカリー群	106%
シャウエッセン群※	108%	中華名菜群	102%
その他ウインナー群	110%	フライドチキン群	99%
ハム・ベーコン群	99%	ハンバーグ・ ミートボール群	108%
コンシューマ計	107%	コンシューマ計	107%
業務用	103%	業務用	97%
総計	106%	総計	103%

※CPF：Charoen Pokphand Foods Public Company Limited（チャロン・ポカバン・フーズ社）

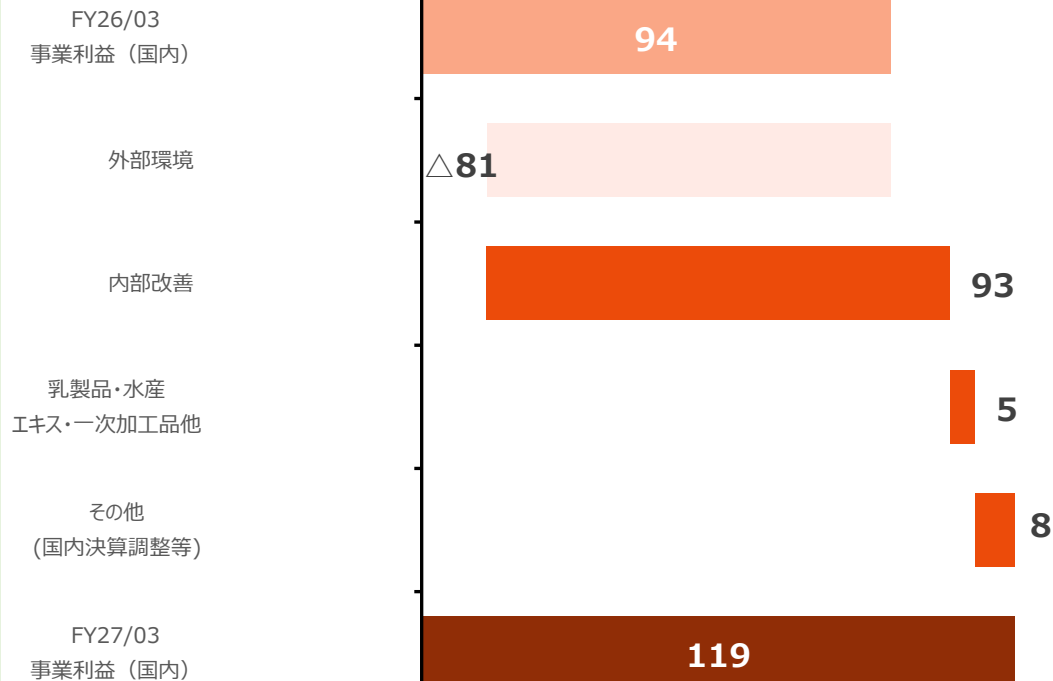
※シャウエッセン群は「シャウエッセン」「シャウスライス」などを含む

Copyright © NH Foods Ltd. All Rights Reserved.（無断転載禁止）

事業利益計画 前年差要因分析

(単位：億円)

国内事業



海外事業



【外部環境】

- ・豚肉等の主原料価格高騰
- ・中東影響による包材等の副資材・電燃料の高騰

【内部改善】

構造改革を加速させ、激変する外部環境に打ち勝つ事業構造への布石作り
(トップライン拡大) 価格改定後の「数量拡大」に向けた販売戦略を遂行

- ・成長牽引企業毎の戦略的プロモーション展開による数量拡大
- ・業務用の早期回復に向け、企業課題解決に向けた商品提案の強化

(経費) 変動費増加に対し、固定費圧縮や業務効率化の推進で費用抑制

- ・人員構成の最適化、組織のスリム化、ライン統廃合により固定費削減を継続
- ・AI活用による業務効率化と経費削減

【乳製品・水産・エキス・一次加工品他】

- ・一次加工品の調達価格高騰に伴う適正な価格転嫁と柔軟な商品提案実施
- ・乳製品は価格改定を実施

【海外】

- ・北米：既存商品の売上拡大と新たな販売先に向けた販売戦略を遂行
- ・タイ：CPFとの共創による現地販売の強化と商品統廃合や製造効率化による収益確保

(単位：億円)

	FY2026/3 実績	FY2027/3 期初計画	FY2027/3 1Q時見込	前年差	増減率
売上高	10,341	10,450	10,450	109	1.1%
内) 国内事業	8,636	8,690	8,690	54	0.6%
内) 豪州事業	1,705	1,760	1,760	55	3.2%
事業利益	613	500	500	△113	△18.4%
内) 国内事業	465	430	440	△25	△5.4%
内) 豪州事業	148	70	60	△89	△59.5%
事業利益率	5.9%	4.8%	4.8%	△1.1%	-
内) 国内事業	5.4%	4.9%	5.1%	△0.3%	-
内) 豪州事業	8.7%	4.0%	3.4%	△5.3%	-

※国内事業には、豪州事業を除く海外関係会社を含む

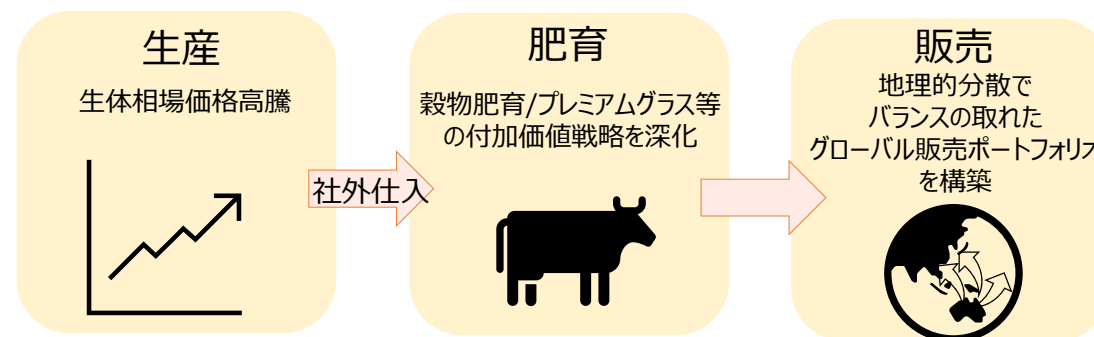
売上高 増収

- ・グローバルな調達力を活かして、調達数量を拡大
- ・販売部門は適切な価格転嫁を進めつつ、数量拡大に向けた販売戦略を深化させ売上を確保

事業利益 減益

- ・豪州牛肉事業において、生体相場価格の高騰と販売価格の弱含みにより粗利益が減少
- ・輸入食肉における外部環境の変化や知床火災影響による固定費負担が影響

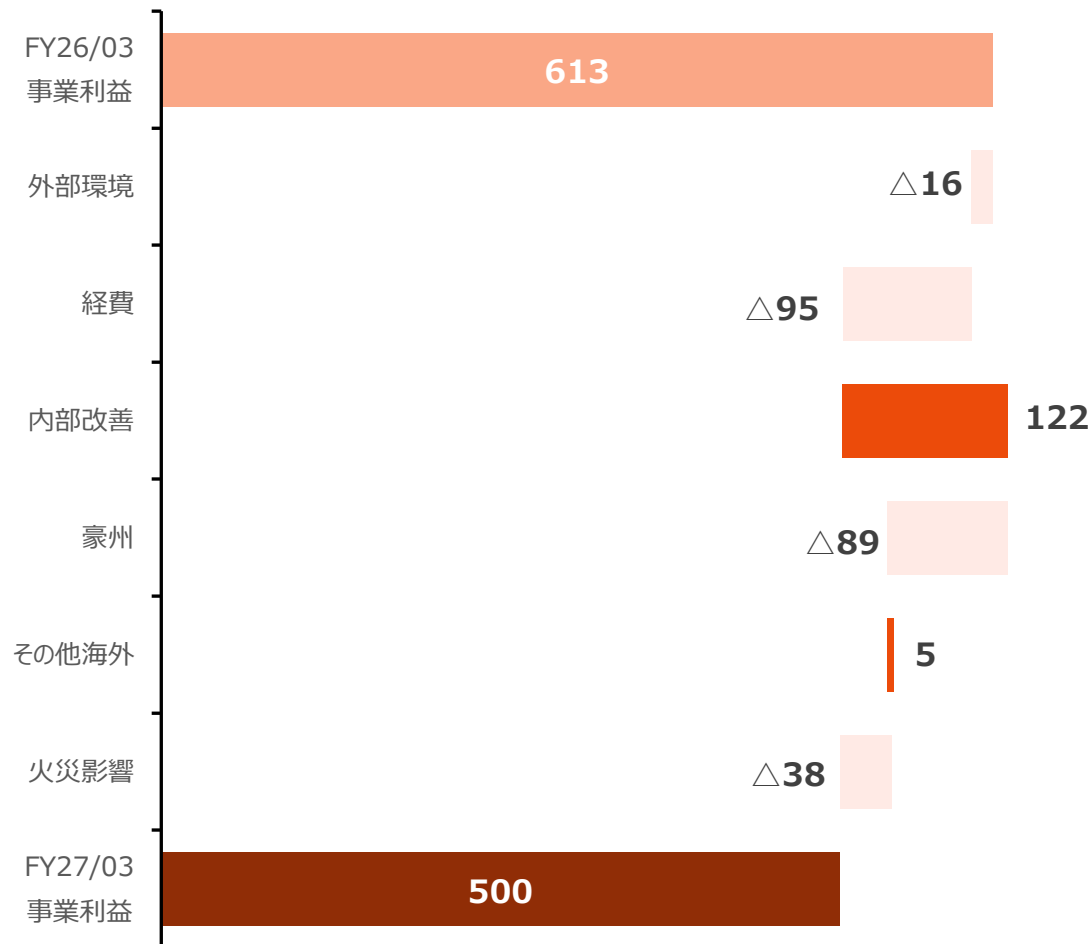
豪州牛肉事業の状況について



外部環境の変化に即応する柔軟な事業戦略で
ボラティリティを抑制

事業利益計画 前年差要因分析

(単位：億円)



【外部環境】

- ・大幅な飼料価格の高騰
- ・中東影響による包材、燃料コストの上昇

【経費】

- ・人件費、物流費等の増加

【内部改善】

(販売) 強みの営業力を発揮しコスト高騰に打ち勝つ販売戦略を遂行

- ・成長牽引企業毎の課題解決に向けた企業戦略の立案・実践
- ・都市部、地方エリアの特性に合わせたルート販売戦略の遂行
- ・加工品販売やブランド食肉強化で更なる収益を確保

(生産) 生産性改善と生産数量拡大でコストを吸収

- ・国産豚新農場の安定稼働と更なる生産性追求
- ・「桜姫」の生産数量拡大や社外調達をより強化し、機会損失を最小化

【豪州】

- ・生体相場価格の高止まりと弱含む販売価格により粗利益が減少
- ・グローバルな市況変化に応じた柔軟な生産体制でボラティリティを抑制

【その他海外】

- ・バリューチェーンの強みを活かし、対日需要に合致する調達で数量拡大を図る

※火災影響：知床食品工場火災による、国産鶏の生産減少や機会損失などによる減益

CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／Appendix

- 03 FY2027/3 1Q実績サマリー
- 04 FY2027/3 通期計画サマリー
- 05 実績ハイライト FY2027/3 1Q実績
- 08 FY2027/3 1Q実績 加工事業本部
- 10 FY2027/3 1Q実績 食肉事業本部
- 12 FY2027/3 1Q実績 スポーツ・エンターテインメント事業部
- 14 計画ハイライト FY2027/3 通期計画
- 17 FY2027/3 通期計画 加工事業本部
- 19 FY2027/3 通期計画 食肉事業本部
- 22 FY2026/3連結業績概要及びFY2027/3計画
- 23 連結財政状態計算書及び連結キャッシュ・フロー計算書
- 24 設備投資額、減価償却費
- 25 Appendix

(単位：百万円)

	FY2026/3 実績		FY2027/3 計画			
	1Q実績	通期実績	1Q実績	増減率	通期計画	増減率
売上高	354,141	1,457,391	384,946	8.7%	1,500,000	2.9%
売上原価	288,357	1,206,807	319,106	10.7%	1,245,000	3.2%
売上総利益	65,784	250,584	65,840	0.1%	255,000	1.8%
売上総利益率	18.6%	17.2%	17.1%	-	17.0%	-
販売費および一般管理費	47,523	192,984	48,604	2.3%	197,000	2.1%
営業利益	18,261	57,600	17,236	△5.6%	58,000	0.7%
その他収益・費用	402	△1,481	2,127	429.1%	△500	-
金融収益・費用	12	△254	△200	-	△1,500	-
持分法による投資損益	△257	△1,320	△640	-	△1,000	-
税引前当期利益	18,418	54,545	18,523	0.6%	55,000	0.8%
法人所得税費用	5,863	17,627	6,313	7.7%	16,000	△9.2%
税率	31.8%	32.3%	34.1%	-	29.1%	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	11,417	35,066	10,772	△5.6%	38,000	8.4%
ROE	-	6.6%	-	-	7.2%	-
ROIC	-	6.1%	-	-	5.3%	-
EPS(円)	-	361.13	-	-	403.68	-
営業利益	18,261	57,600	17,236	△5.6%	58,000	0.7%
為替差損益	△64	5,963	2,815	-	-	-
IFRSへの調整 他	△1,956	4,779	△636	-	-	-
事業利益	16,241	68,342	19,415	19.5%	61,000	△10.7%

FY2027/3 1Q実績

【その他収益・費用】

主に為替差損益が

約24億円発生

FY2027/3 通期見込

【その他収益・費用】

構造改革に伴う固定資産の減損

損失等約20億円を見込む

	FY2025/3 期末	FY2026/3 期末	FY2027/3 1Q	対前期末増減額	(単位：百万円) 対前期末増減率
流動資産合計	406,308	438,302	462,330	24,028	5.5%
非流動資産合計	542,964	559,175	557,300	△1,875	△0.3%
資産合計	949,272	997,477	1,019,630	22,153	2.2%
流動負債合計	257,743	247,066	270,959	23,893	9.7%
非流動負債合計	154,457	198,719	198,648	△71	0.0%
負債合計	412,200	445,785	469,607	23,822	5.3%
資本合計	537,072	551,692	550,023	△1,669	△0.3%
負債・資本合計	949,272	997,477	1,019,630	22,153	2.2%
DEレシオ	0.43	0.43	0.47	-	-

《流動資産合計》 現金及び現金同等物が前期末比15.1%減の583億円となったが、主に食肉在庫の単価上昇及び数量増加等により棚卸資産が前期末比13.7%増の1,745億円、その他の金融資産が前期末比119.4%増の161億円となったことにより、前期末比5.5%増の4,623億円となった。

《非流動資産合計》 DX推進に伴いソフトウェアが増加したこと等により無形資産及びのれんが前期末比2.8%増の402億円となったが、有形固定資産が前期末比0.2%減の3,752億円となったこと等で、前期末比0.3%減の5,573億円となった。

《負債合計》 未払法人所得税が前期末比30.7%減の108億円となったが、当面の資金需要に備えて借入を実施したこと等により有利子負債が前期末比10.7%増の2,530億円となったことから、前期末比5.3%増の4,696億円となった。

	FY2025/3 1Q	FY2026/3 1Q	FY2027/3 1Q	対前期1Q増減額	(単位：百万円) 対前期1Q増減率
営業活動によるCF	8,505	21,781	1,961	△19,820	△91.0%
投資活動によるCF	△4,742	△8,124	△10,594	△2,470	-
財務活動によるCF	9,155	△16,464	△2,766	13,698	-

《営業活動によるキャッシュ・フロー》棚卸資産の増加206億円等があったが、税引前四半期利益185億円、減価償却費及び償却費111億円、営業債務及びその他の債務の増加82億円により、20億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105億円等により、106億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》短期借入金の増加259億円等があったが、現金配当152億円、自己株式の取得のための支出100億円等により、28億円の純キャッシュ減となった。

(単位：百万円)

	FY2026/3	FY2027/3			
	1Q実績	1Q実績	対前期1Q 増減額	対前期1Q 増減率	通期計画
設備投資合計	5,288	7,523	2,235	42.3%	60,000
加工事業本部	2,032	2,315	283	13.9%	17,200
食肉事業本部	1,800	3,463	1,663	92.4%	30,000
スポーツ・エンターテイメント事業部	1,163	188	△975	△83.8%	7,400
消去調整他	293	1,557	1,264	431.4%	5,400
減価償却費	7,559	7,678	119	1.6%	32,000

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

FY2027/3 通期計画

維持更新と構造改革による既存事業の再強化を行いつつ、成長分野への戦略的な資金配分を加速

【加工事業本部】

主に国内外の生産設備等の維持・更新を見込む

【食肉事業本部】

国内川上事業の強化や豪州事業でのフィードロット拡張に向けた投資を見込む

【スポーツ・エンターテイメント事業部】

体験価値向上、2028年の新駅開業に向けた周辺施設の開発など成長投資を見込む

【成長分野】

ブランド強化、海外事業の拡大、R&D強化、環境関連等を見込む

Appendix

(単位：億円)

	1Q 前年増減	主な前年差要因
ハム・ソーセージ&加工品	△12	
粗利合計	△4	
数量要因	4	コンシューマは数量拡大に向けた販売戦略が奏功し、トップラインが回復基調 業務用は主要取引先での導入率低迷により数量減少
単価要因	△8	
商品ミックス	1	主力ブランドの回復と低収益商品の見直しにより、コンシューマの利益構造が改善
外部環境	△9	
主原料	△6	牛肉等の原料価格が高騰
副資材	△3	中東影響により包材価格等が高騰
経費合計	△8	
電燃料	0	
その他 (製造経費・販管費等)	△7	売上拡大による販売手数料や物流費の増加 生産ラインの削減等で固定費削減も労務費が増加
乳製品・水産・エキス・一次加工品他	2	主にエキス事業が好調に推移 調達原料の高騰に対して価格転嫁を進め利益確保
その他 (国内決算調整等)	8	DX/IT関連の前年コスト等が改善
海外	1	北米：既存事業の販売数量拡大と原料価格の下落、製造体制が整いつつある買収企業で製造数量が拡大基調 タイ：製造数量は回復基調も鶏肉原料価格の上昇と為替が影響し減益
合計	△1	

(単位：億円)

	前年増減	主な計画差要因	期初計画差
ハム・ソーセージ&加工品	12		△3
粗利合計	49		△35
数量要因	87	成長牽引企業毎の戦略的プロモーション展開による数量拡大 業務用の早期回復に向け、企業課題解決に向けた新商品提案の強化	△30
単価要因	△38		△5
商品ミックス	32	原材料高騰に対応した適切な価格改定の実施による単価UP	18
外部環境	△71		△23
主原料	△37	主に豚肉価格が高騰	△2
副資材	△33	中東影響により包材価格等が高騰	△22
経費合計	△37		32
電燃料	△11		△9
その他 (製造経費・販管費等)	△27	売上増による販売手数料・物流費の増加 人員構成の最適化、組織のスリム化、ライン統廃合による固定費削減の継続とAI活用による業務効率化による経費削減	41
乳製品・水産・エキス・ 一次加工品他	5	一次加工品の調達価格高騰に伴う適正な価格転嫁と柔軟な商品提案実施 乳製品は価格改定の実施	0
その他 (国内決算調整等)	8	DX/IT関連の前年コスト等が改善	3
海外	23	北米：既存商品の売上拡大と新たな販売先に向けた販売戦略の遂行 タイ：CPFとの共創による現地販売の強化と商品統廃合や製造効率化による収益確保	1
合計	48		0

(単位：億円)

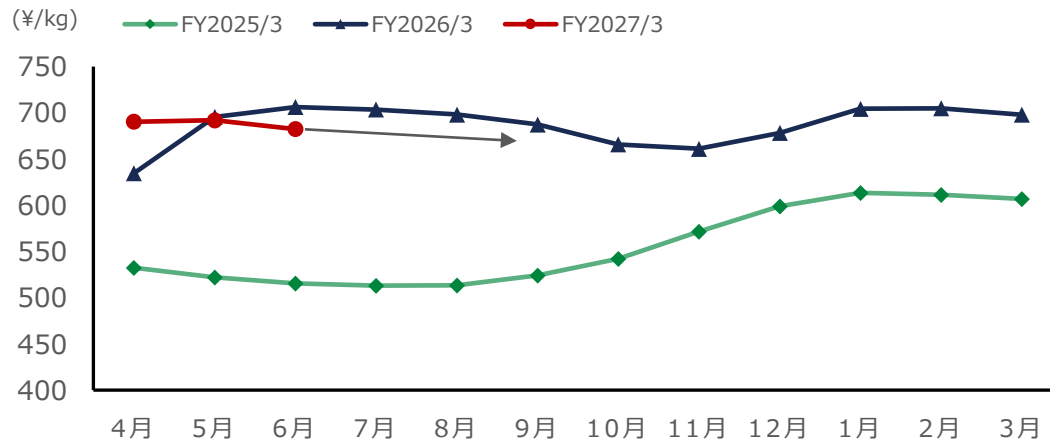
	1Q 前年増減	主な前年差要因
国産牛・豚事業	5	国産豚肉相場の上昇と生産頭数の拡大で利益を確保
国産鶏事業	△10	知床火災影響△12億円の影響は受けるが、他4工場の生産性改善により飼料価格上昇や生産コスト上昇をカバー
輸入食肉事業	37	
国内輸入食肉事業	29	輸入食肉の適正な価格形成と在庫コントロール徹底が寄与し増益
海外事業	7	スペイン産豚肉の輸出停止に伴う代替需要の取り込みで南米からの調達数量拡大
販売(フード)・物流部門	6	適正な価格転嫁・ブランド、チャネル戦略の深化で収益を確保
豪州事業	△12	中国向けの輸出が減少する中、柔軟な販売戦略により数量維持も生体相場価格の高騰により粗利益が減少
その他(決算調整等)	1	
合計	26	

(単位：億円)

	前年増減	主な前年差要因	期初計画差
国産牛・豚事業	4	飼料価格高騰も、国産豚新農場の安定稼働と更なる生産性追求で収益を確保	4
国産鶏事業	△31	「桜姫」の生産数量拡大や社外調達をより強化し、機会損失を最小化	5
輸入食肉事業	△6		△4
国内輸入食肉事業	△11	輸入食肉における外部環境の変化に伴い粗利益が減少	1
海外事業	5	バリューチェーンの強みを活かし、対日需要に合致する調達で数量拡大を図る	△5
販売(フード)・物流部門	9	成長牽引企業毎の課題解決に向けた企業戦略の立案・実践と都市部、地方の特性に合わせたルート販売戦略の遂行 加工品販売やブランド食肉強化で更なる収益を確保	5
豪州事業	△89	生体相場価格の高止まりと弱含む販売価格により粗利益が減少 グローバルな市況変化に応じた柔軟な生産体制でボラティリティを抑制	△10
その他(決算調整等)	0		0
合計	△113		0

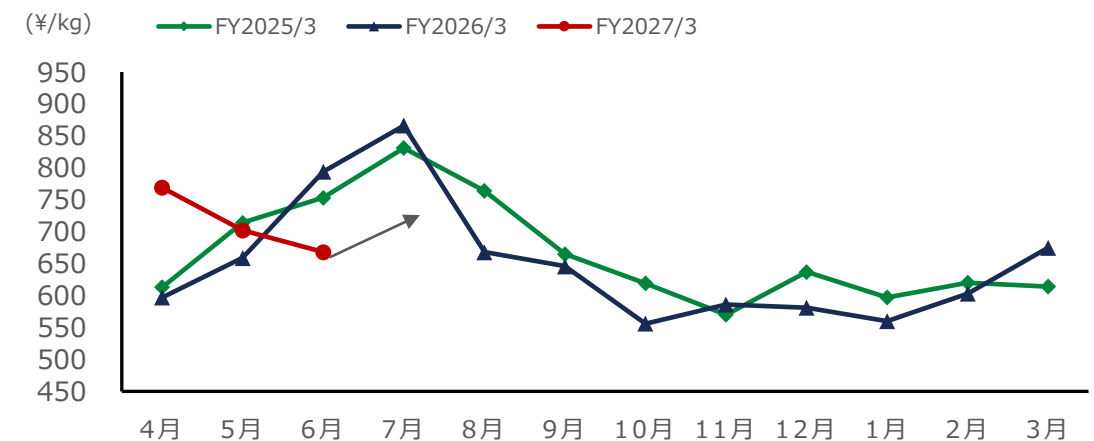
国産鶏肉相場

出典：鶏肉加重平均※農畜産業振興機構、農林水産省「食鳥市況情報」より単純平均単価



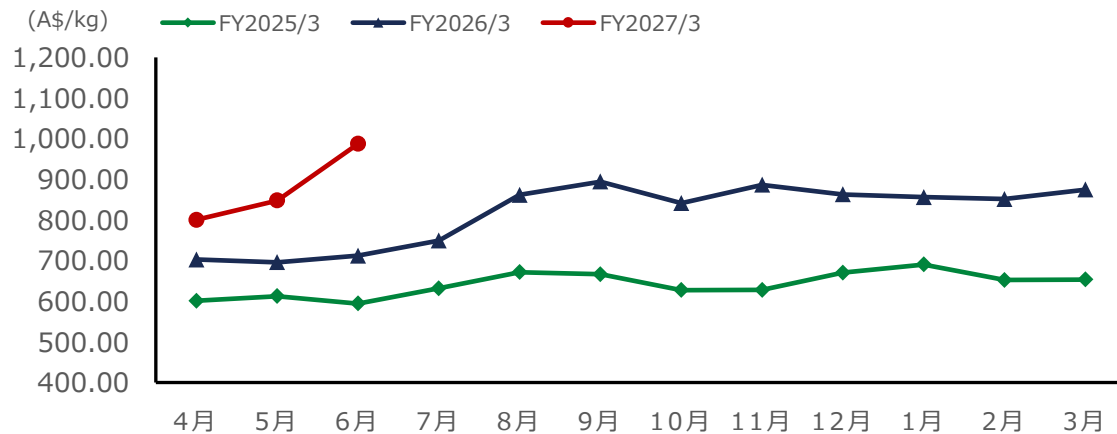
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格 ※東京食肉市場株式会社



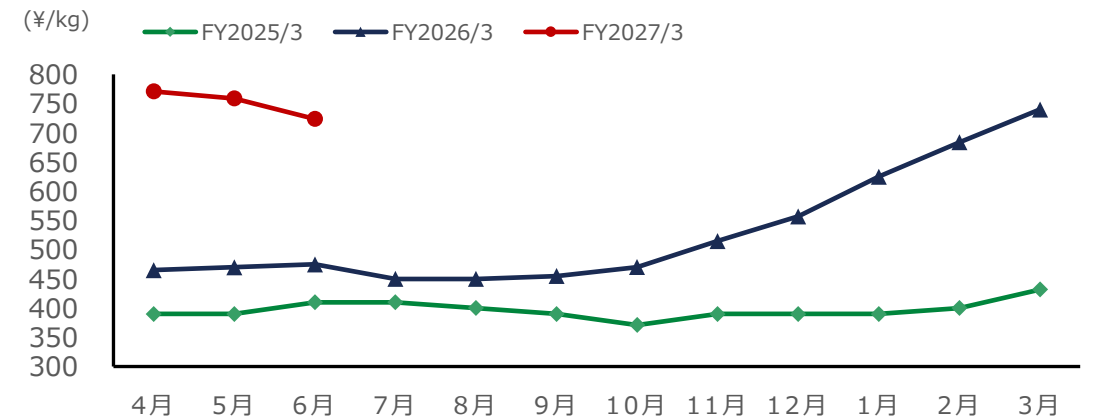
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



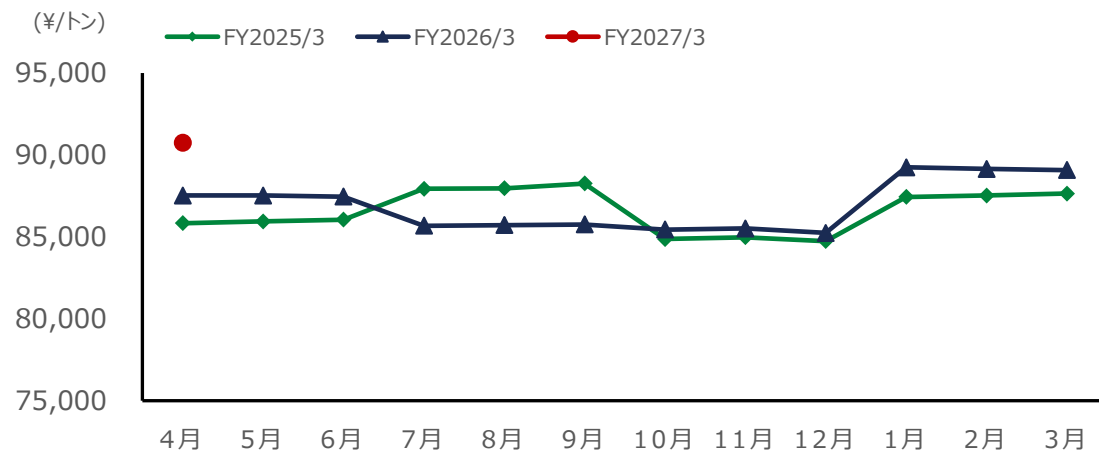
ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

出典：食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



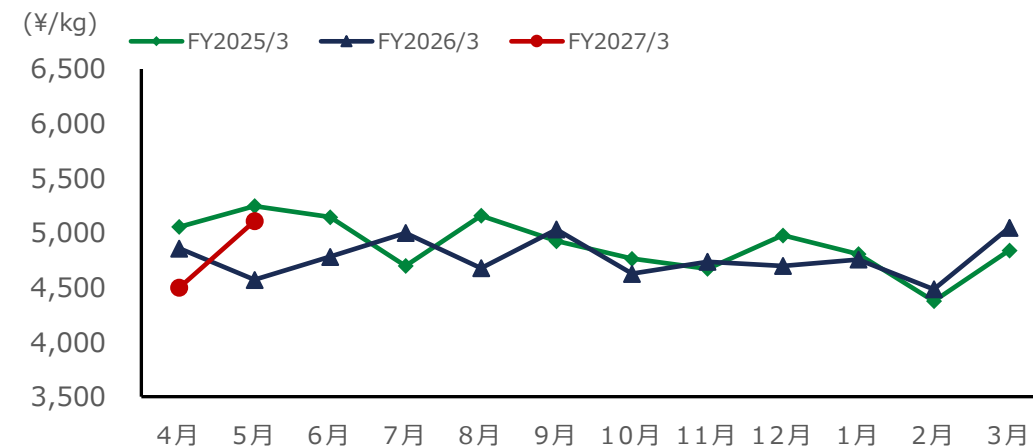
配合飼料価格

出典：農畜産業振興機構



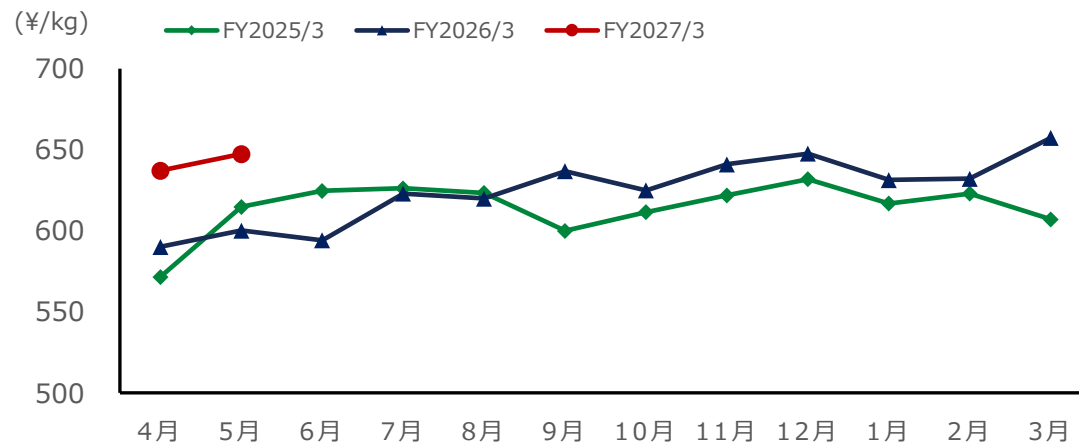
天然腸輸入価格 ※主に羊腸(豚腸・牛腸等も含む)

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



シーズンドポーク(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

〒141-6014

東京都品川区大崎2-1-1 ThinkPark Tower

日本ハム株式会社 VBM推進室

電話：03-4555-8052

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。