

FY2026/3 2Q

決算説明会資料

～2026年3月期 第2四半期～

日本ハム株式会社

2025年11月4日



CONTENTS

FY2026/3

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

- 04 サマリー
- 05 決算サマリー FY2026/3 上期
- 07 実績ハイライト FY2026/3 上期
- 09 FY2026/3 上期実績 加工事業本部
- 11 FY2026/3 上期実績 食肉事業本部
- 13 FY2026/3 上期実績 ボールパーク事業
- 14 FY2026/3 上期 主なマーケティング活動

- 16 計画ハイライト
- 19 FY2026/3 通期計画 加工事業本部
- 21 FY2026/3 通期計画 食肉事業本部

- 24 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画
- 25 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書
- 26 設備投資額、減価償却費
- 27 製品別売上高、海外売上高内訳
- 28 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。

CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

- 04 サマリー
- 05 決算サマリー FY2026/3 上期
- 07 実績ハイライト FY2026/3 上期
- 09 FY2026/3 上期実績 加工事業本部
- 11 FY2026/3 上期実績 食肉事業本部
- 13 FY2026/3 上期実績 ボールパーク事業
- 14 FY2026/3 上期 主なマーケティング活動

- 16 計画ハイライト
- 19 FY2026/3 通期計画 加工事業本部
- 21 FY2026/3 通期計画 食肉事業本部

- 24 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画
- 25 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書
- 26 設備投資額、減価償却費
- 27 製品別売上高、海外売上高内訳
- 28 外部環境 市況

04 サマリー

● FY2026/3 上期 総括

売上高は7,226億円となり、前年比+5.7%の増収

- 豪州牛肉事業の好調な販売環境と生産頭数拡大、国産鶏肉の単価上昇に加え、ボールパークへの堅調な来場者数が売上を牽引

事業利益は363億円となり、前年差92億円の増益（1Qに続き上期累計においても過去最高益を達成）

- 外部要因）1Qに続き、食肉事業において好調な国産鶏肉市況が継続、豪州産牛肉の好調な販売環境も追い風
- 内部要因）豪州のブランド牛肉拡大やボールパークへの来場者数増加に伴うチケット・グッズ・飲食収入の拡大が利益伸長に寄与
国内加工事業の構造改革が進行していることに加え、2Qに入り販売も回復基調にあることや、食肉の国産豚肉事業における夏場の販売施策の効果が発現

※北米加工事業の計画遅延については課題を残す結果に

● FY2026/3 通期見通し

売上高は14,300億円（前年比+4.3%）に上方修正

- 食肉事業における豪州の好調な牛肉販売や国産鶏肉単価の上昇、ボールパークの売上伸長が牽引し増収を見込む

事業利益は590億円（前年差+165億円）と上方修正

- 外部要因）国産鶏肉は上期の高水準の市況が緩和するも、引き続き国産鶏肉市況や豪州産牛肉の販売環境は追い風の見込み
- 内部要因）豪州の生産頭数拡大や生産性向上に加え、上期の国産豚肉の販売施策やボールパーク事業の利益伸長が寄与

※加工事業は、国内事業における追加的なDX・IT関連コストなどが影響し計画を見直すか、回復基調にある数量要因やミックス改善、製造ライン数削減で前年を上回る利益確保を実現

05 FY2026/3 上期 決算サマリー①

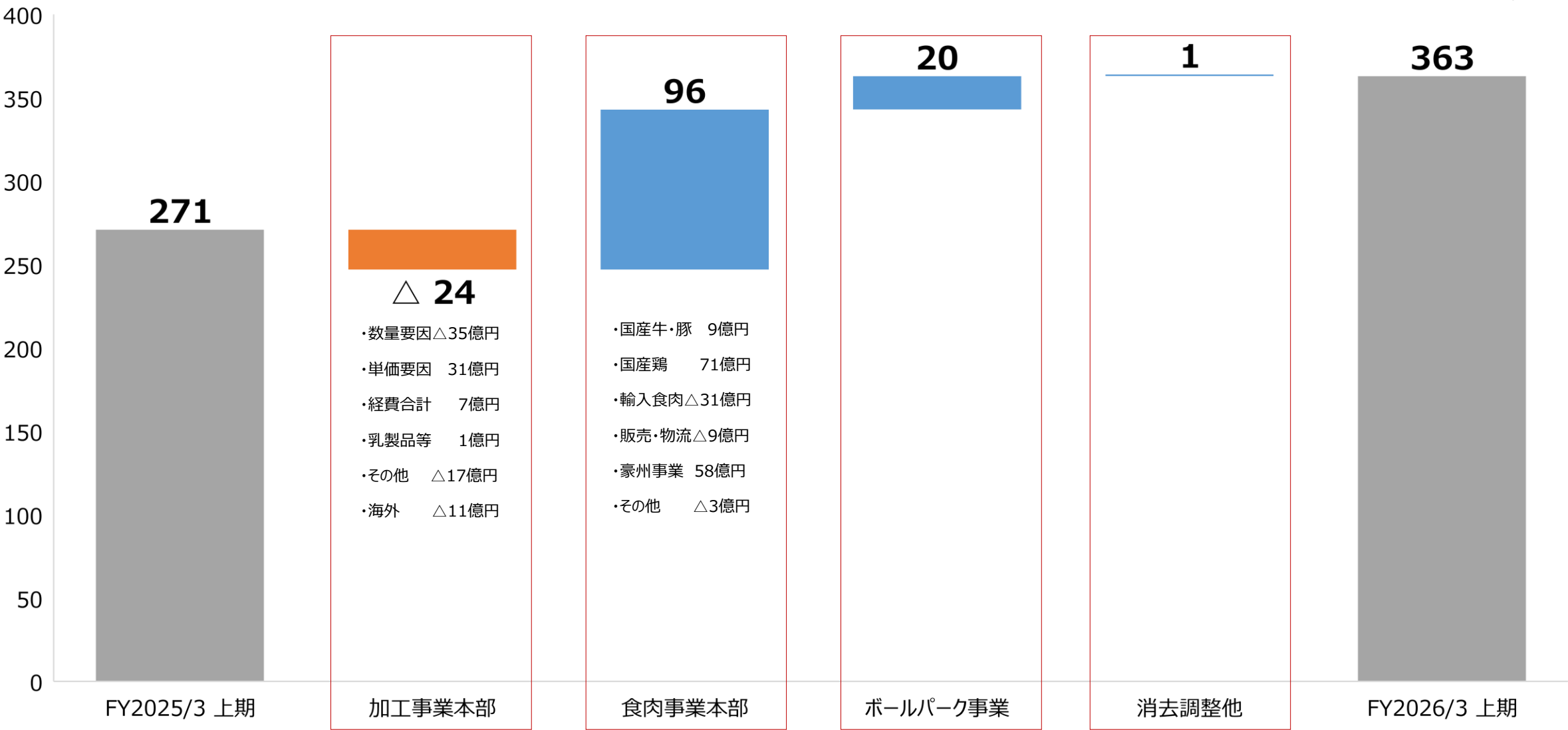


	FY2026/3 上期実績	FY2026/3 通期計画
売上高	7,226 億円 前年比 +5.7%	14,300 億円 前年比 +4.3%
事業利益	363 億円 前年比 +34.1%	590 億円 前年比 +38.7%
親会社 の所有者に 帰属する 当期利益	232 億円 前年比 +29.8%	340 億円 前年比 +27.9%
経営指標	ROE 4.4% 前年差 +1.0% ROIC 3.2% 前年差 +0.8% EPS 235.20円 前年差 +61.01円	ROE 6.6% 前年差 +1.5% ROIC 5.3% 前年差 +1.4% EPS 349.40円 前年差 +86.35円

06 FY2026/3 上期 決算サマリー②

FY2026/3 上期事業利益

(単位：億円)



07 実績ハイライト① FY2026/3 上期実績

(単位：億円)

	FY2026/3 1Q	FY2026/3 2Q	FY2026/3 上期	前年差	増減率
売上高	3,541	3,685	7,226	387	5.7%
事業利益	162	201	363	92	34.1%
事業利益率	4.6%	5.5%	5.0%	1.1%	-
税引前四半期利益	184	199	383	94	32.6%
親会社の所有者に帰属 する四半期利益	114	118	232	53	29.8%

08 実績ハイライト② FY2026/3 上期実績



(単位：億円)

	売上高					事業利益				
	1Q	2Q	上期	前年差	増減率	1Q	2Q	上期	前年差	増減率
加工事業本部	1,290	1,292	2,582	△61	△2.3%	8	13	22	△24	△52.7%
食肉事業本部	2,503	2,564	5,067	282	5.9%	126	150	276	96	53.0%
ボールパーク事業	111	117	228	32	16.5%	41	50	91	20	28.9%
消去調整他	△363	△289	△652	134	-	△13	△12	△25	1	-
連結計	3,541	3,685	7,226	387	5.7%	162	201	363	92	34.1%

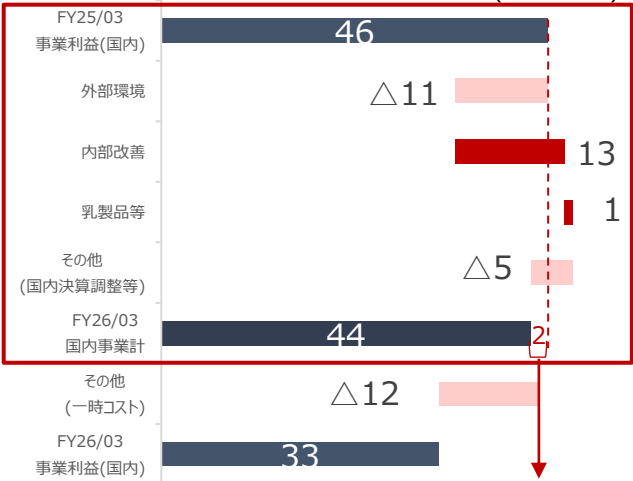
09 FY2026/3 上期実績 加工事業本部①

(単位：億円)

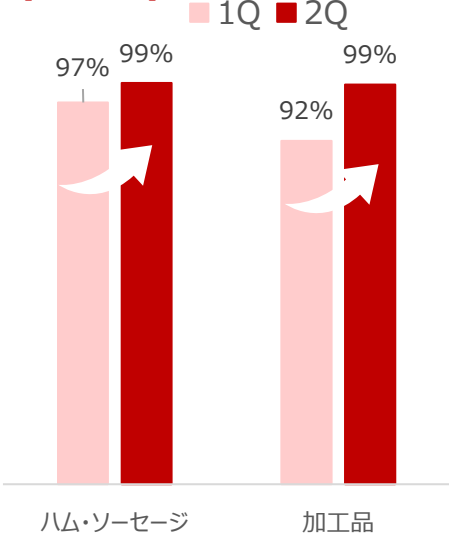
	1Q	2Q	上期	前年差	増減率
売上高	1,290	1,292	2,582	△61	△2.3%
事業利益	8	13	22	△24	△52.7%
内) 国内事業	13	20	33	△13	△28.5%
内) 海外事業	△4	△7	△11	△11	-
事業利益率	0.6%	1.0%	0.8%	△0.9%	-

上期国内事業利益増減要因分析

(単位：億円)



上期カテゴリー別売上実績 (前年比)



売上高

・国内) 低収益商品削減や、中華名菜群などの回復遅れが影響し減収も、2Qに入り販売は回復基調

減収

・海外) 北米買収企業の製造数量が新たに寄与し増収

事業利益

・国内)ミックス改善、製造ライン数削減、回復基調の数量要因などで2Qは前年比でほぼ横ばいも、DX・IT関連の一時的な追加コスト発生の影響を受け減益

減益

・海外) 北米での鶏肉価格高騰や工場稼働率の伸び悩みによる製造経費の高止まりが影響し減益

コンシューマ商品別/チャネル別 上期売上実績 (前年比)

ハム・ソーセージ	金額	加工品	金額
ウインナー群	98.6%	チルドベーカリー群	103.5%
シャウエッセン群	102.0%	中華名菜群	96.3%
その他ウインナー群	91.3%	フライドチキン群	97.8%
ハム・ベーコン群	82.6%	ハンバーグ・ミートボール群	94.3%
コンシューマ計	95.6%	コンシューマ計	92.1%
業務用	99.5%	業務用	93.8%
総計	98.1%	総計	95.5%

※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

10 FY2026/3 上期実績 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)

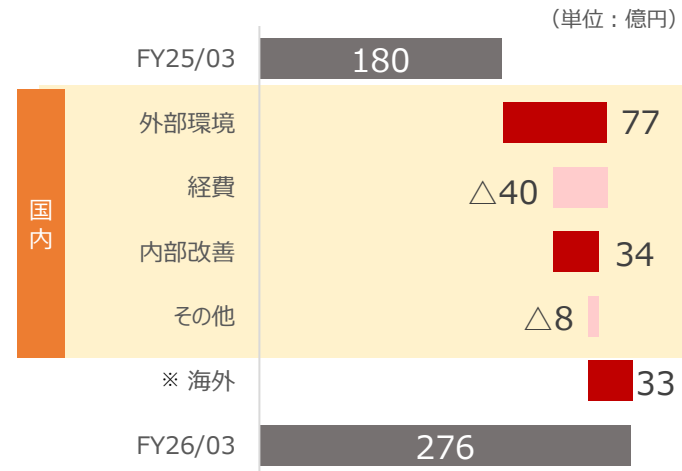
	1Q 前年増減	2Q 前年増減	上期 前年増減①	主な前年差要因	1Q時上期 増減見込②	計画 差異①-②
ハム・ソーセージ&加工品	△3	5	2		13	△11
粗利合計	△9	4	△5		12	△17
数量要因	△28	△7	△35	低収益商品見直し継続と、中華名菜やサブブランド商品の回復遅れが影響	△21	△15
単価要因	19	11	31		33	△2
商品ミックス	26	14	40	重点カテゴリー比率が伸長し、単価改善が継続	41	△1
外部環境	△7	△3	△10		△9	△1
主原料	△7	△3	△10	豚肉・牛肉原料価格の高騰	△8	△2
副資材	0	1	1		0	1
経費合計	6	1	7		1	6
電燃料	△1	0	△1	電力費、燃料費ともに上昇	△4	2
その他 (製造経費・販管費等)	8	1	8	製造部門でのライン数削減などによる改善効果や、数量要因に伴う変動費の減少	5	4
乳製品・水産・ エキス・一次加工品	△1	3	1	エキス、一次加工品が外食・中食を中心に売上伸長	△1	2
その他 (国内決算調整等)	△8	△9	△17	決算調整に加え、1Q時の新たな販売システム安定稼働に向けた追加コストや、来期に計画したITコストを一部前倒して当期に計上	△20	4
海外	△5	△6	△11	北米での鶏肉価格高騰や工場稼働率の伸び悩みによる製造経費の高止まりが影響	△8	△3
合計	△17	△7	△24		△16	△8

11 FY2026/3 上期実績 食肉事業本部①

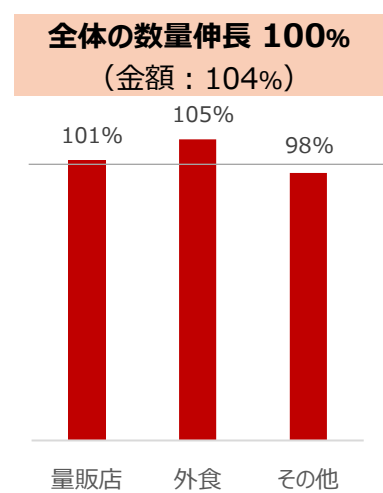
(単位：億円)

	1Q	2Q	上期	前年差	増減率
売上高	2,503	2,564	5,067	282	5.9%
事業利益	126	150	276	96	53.0%
内) 豪州事業	29	48	77	58	289.0%
事業利益率	5.0%	5.8%	5.4%	1.7%	-

上期事業利益増減要因分析



フード販売グループ
チャネル別 売上数量実績



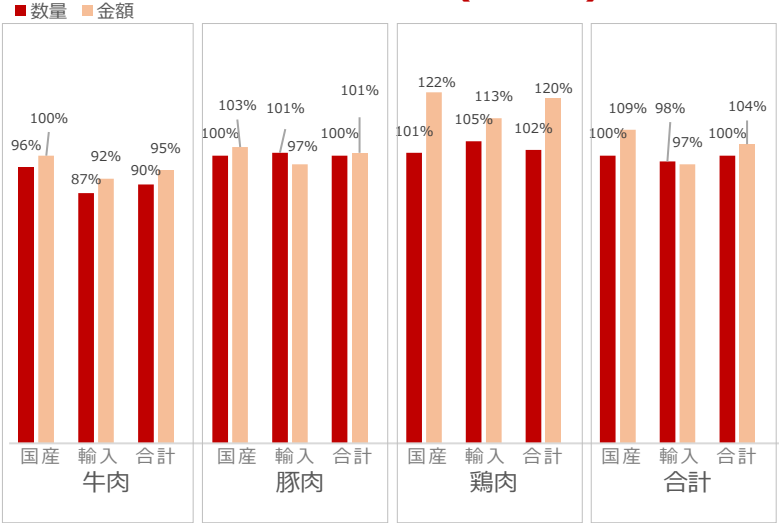
売上高
増収

- ・国産鶏肉の単価が上昇
- ・豪州牛肉の販売数量・単価がともに上昇
- ・国内販売において、適正な価格転嫁が進展

事業利益
増益

- ・国産鶏肉相場の高騰により、生産部門で増益
- ・豪州牛肉事業は好調な販売環境の中、生産性の向上や、フィードロット拡充による生産頭数拡大が寄与
- ・国産豚肉は夏場の販売施策が奏功し利益確保

フード販売グループ
畜種別売上数量・金額実績(前年比)



上期主力ブランド
売上数量実績(前年比)



12 FY2026/3 上期実績 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 前年増減	2Q 前年増減	上期前年 増減①	主な前年差要因	1Q時上期 増減見込②	計画差異 ①-②
国産牛・豚事業	5	4	9	生産) 新農場の出荷頭数増加に加え、堅調な相場が後押し 荷受) 夏場の豚肉販売施策の見直しが奏功し、利益を確保	4	5
国産鶏事業	31	40	71	相場高騰により、荷受部門では一部販売に苦戦するも、生産部門で大きく増益	52	19
輸入食肉事業	△19	△11	△31		△40	10
国内輸入食肉事業	△7	3	△4	相場高騰で販売が苦戦する中、バリューチェーン全体の利益最適化に向け、調達数量をコントロール。単価向上や在庫回転日数の低減など、内部改善は進展	△17	14
海外事業	△12	△14	△27	トルコの鶏肉事業にて、人件費などのコスト転嫁の遅れに加え、飼料価格も高騰	△23	△4
販売(フード)・ 物流部門	△6	△3	△9	コスト高に対する価格転嫁は進むも、 国産鶏肉相場の高値推移から輸入鶏肉へ需要が誘引され、畜種ミックス悪化	△9	0
豪州事業	17	40	58	新たに投資したフィードロット拡充効果が奏功し生産頭数増加。生産性改善も寄与 (※処理工場の生産性改善に伴う内部改善効果は14億円)	31	27
その他 (決算調整等)	△1	△2	△3		△4	1
合計	26	69	96		34	61

13 FY2026/3 上期実績 ボールパーク事業

(単位：億円)

	1Q	2Q	上期	前年差	増減率
売上高	111	117	228	32	16.5%
事業利益	41	50	91	20	28.9%
事業利益率	36.9%	42.4%	39.7%	3.8%	-

■ ボールパークの魅力向上に向けて、コンテンツ活用やイベント実施

F VILLAGEオリジナルのキャラクター「えふたん」を活用し幅広いファンを獲得



Craft Beer Field 2025
9月6日～9月7日



かわいいシリーズ
7月4日～7月13日



STAR WARS WEEK
8月29日～9月3日



ONE PIECE BASE DAYS
9月9日～9月15日

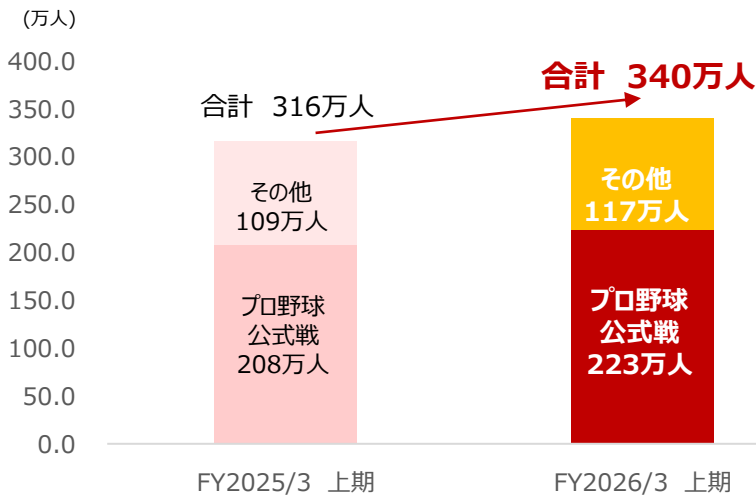


売上高／事業利益 増収増益

- ・チームが優勝争いをする中で、チケット収入・グッズ収入・飲食収入が伸長
- ・各イベント実施や飲食・商業施設のさらなる充実で、非試合日の入場者数が増加

北海道ボールパークFビレッジ来場者数

ファイターズが主催する
レギュラーシーズン公式戦の観客動員数が過去最高を記録



14 FY2026/3 上期 主なマーケティング活動

ボールパークとのシナジーを活用したマーケティング

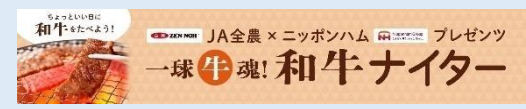
シャウ祭り・シャウエッセン冠試合を実施

北海道肉祭り2025にて、シャウ祭りを開催
また、8月10日「パ(8)リッ!!と(10)」にちなんで来場者にオリジナルグッズを配布
北広島市小学生向けにシャウエッセンとシャウエッセン×F'sユニフォームのプレゼントも行い、シャウエッセンファンの獲得を目指す



「JA全農×ニッポンハム 一球牛魂!和牛ナイター」開催

8月にエスコンフィールドにて和牛の消費促進キャンペーンの一環として、JA全農と共催



桜姫®ナイター・ザンから祭りの実施

「球場内をさくら満開に!」をコンセプトに
球場内でノベルティ配布やイベントブース設置



シャウエッセンブランド向上にむけたマーケティング

発売40周年CM放映

既存顧客・若年顧客それぞれに合わせたアプローチを実施



「シャウエッセンキッチンカー」の 全国展開による認知度向上

ボールパーク内のフードホール限定で販売している
「シャウエッセンホットドッグ」をキッチンカーで全国販売。シャウエッセンの認知度向上を図る



海外展開の加速

⇒シャウエッセンをグローバルブランドへ

ベトナムでシャウエッセンの製造・販売を開始
インドネシアやタイなど各国で現地の状況に合わせた
商品を今後展開



CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

04 サマリー

05 決算サマリー FY2026/3 上期

07 実績ハイライト FY2026/3 上期

09 FY2026/3 上期実績 加工事業本部

11 FY2026/3 上期実績 食肉事業本部

13 FY2026/3 上期実績 ポールパーク事業

14 FY2026/3 上期 主なマーケティング活動

16 計画ハイライト

19 FY2026/3 通期計画 加工事業本部

21 FY2026/3 通期計画 食肉事業本部

24 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

25 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

26 設備投資額、減価償却費

27 製品別売上高、海外売上高内訳

28 外部環境 市況

16 計画ハイライト① FY2026/3通期計画



事業利益

外部要因) 下期においても、食肉事業での国産鶏肉市況や、豪州産牛肉の販売環境が追い風の見込み
内部要因) 豪州の生産頭数拡大に加え、国産豚肉事業や上期のボールパーク事業の利益伸長が寄与
※加工事業は、国内事業における追加的なDX・IT関連コストの前倒しなどが影響し計画を見直す
が、回復基調にある数量要因やミックス改善、製造ライン数削減で前年を上回る利益確保を実現

(単位: 億円)

	FY2025/3通期	FY2026/3通期見込	前年差	増減率
売上高	13,706	14,300	594	4.3%
事業利益	425	590	165	38.7%
事業利益率	3.1%	4.1%	1.0%	-
税引前当期利益	372	500	128	34.4%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	266	340	74	27.9%
ROE	5.1%	6.6%	1.5%	-
ROIC	3.9%	5.3%	1.4%	-
EPS (円)	263.05	349.40	86.35	-

17 計画ハイライト② FY2026/3通期計画



セグメント別事業利益計画

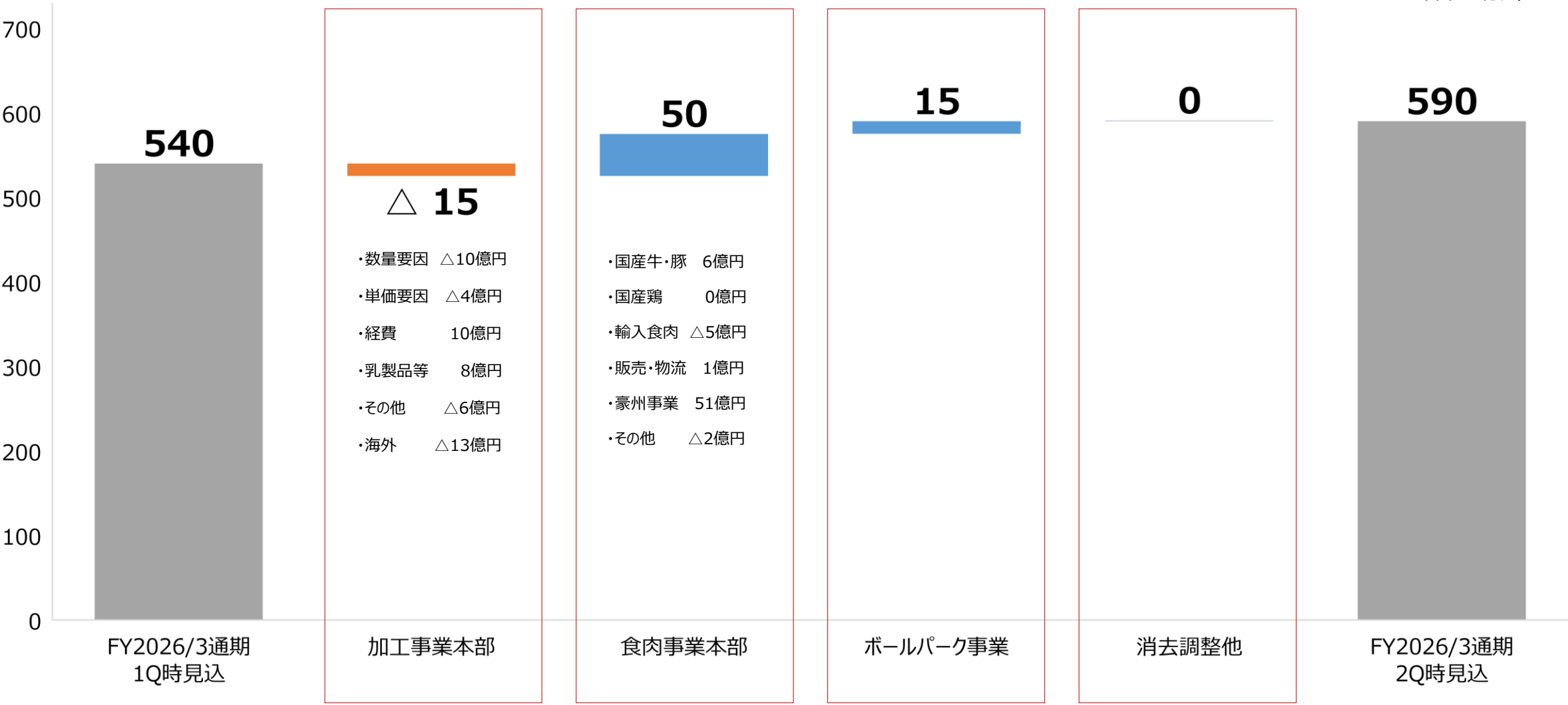
(単位：億円)

	上期				下期				通期			
	FY2025/3	FY2026/3			FY2025/3	FY2026/3			FY2025/3	FY2026/3		
	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	46	30	22	△8	54	90	83	△7	101	120	105	△15
食肉事業本部	180	215	276	61	159	230	219	△11	340	445	495	50
ボールパーク事業	70	75	91	16	△37	△40	△41	△1	33	35	50	15
消去調整他	△26	△30	△25	5	△22	△30	△35	△5	△49	△60	△60	0
連結計	271	290	363	73	154	250	227	△23	425	540	590	50

18 計画ハイライト③ FY2026/3 通期事業利益計画 見込差の主な要因分析

FY2026/3通期 事業利益

(単位：億円)



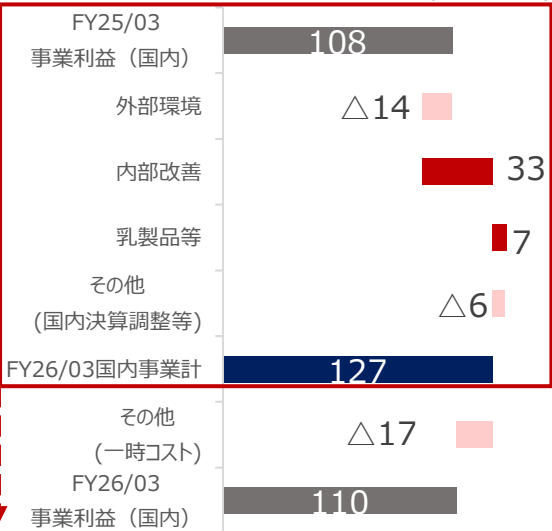
19 FY2026/3通期計画 加工事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 1Q時見込	FY2026/3 2Q時見込	前年差	対前年 増減率
売上高	5,425	5,500	5,450	25	0.5%
事業利益	101	120	105	5	4.0%
内) 国内事業	108	113	110	3	2.8%
内) 海外事業	△7	7	△5	1	-
事業利益率	1.9%	2.2%	1.9%	0.0%	-

通期国内事業利益増減要因分析

(単位：億円)



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	101%	チルドベーカリー群	104%
シャウエッセン群	104%	中華名菜群	98%
その他ウインナー群	91%	フライドチキン群	101%
ハム・ベーコン群	86%	ハンバーグ・ミートボール群	100%
コンシューマ計	98%	コンシューマ計	96%
業務用	101%	業務用	96%
総計	100%	総計	98%

※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

売上高
増収

- ・国内) 各チャネルの注力得意先への販売強化やファイターズセールなどで、既存商品の売上を伸長
- ・海外) 北米買収企業の製造数量や、タイ製造工場の回復が寄与

事業利益
増益

- ・国内) 追加コストが発生する中でも、数量が回復基調にあることや、継続したミックス改善・製造ライン数削減で前年を上回る見込み
- ・海外) 北米の鶏肉原料価格安定や価格改定、工場稼働率向上で利益改善

利益確保に向けた主な取組

国内 消費者ニーズを捉えた商品開発をスピード感を持って実現

- ・注力得意先を中心に店頭状況や消費者ニーズの把握など、変化する消費環境を迅速にとらえる営業体制へ
- ・シャウエッセン夜味の再販や各重点ブランドにおいて新商品投入
- ・新規KPIのもと、製販連携した商品開発でライン稼働率を向上

海外 加工事業本部への移管による人財やノウハウの効果発現

- ・北米 買収工場稼働率最大化に向け国内人財を配置
- ・タイ CPF※の販路を活かした新規商品導入
- ・ベトナム シャウエッセンの製造・販売を開始

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

※通期合計で国内事業は前年差 + 20億円

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

20 FY2026/3通期計画 加工事業本部②



通期事業利益増減 計画差要因分析

(単位：億円)

	下期			通期			主な計画差要因
	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&加工品	9	17	8	22	19	△3	
粗利合計	27	31	4	40	26	△13	
数量要因	9	14	5	△11	△22	△10	上期の数量減少影響が残るが、下期は重点ブランドの販売に注力し数量を確保
単価要因	18	17	△1	51	48	△4	
商品ミックス	22	18	△4	63	58	△5	低収益商品の見直しや重点ブランド商品の伸長で単価改善は継続するが、数量回復のための販促実施で1Q時計画を下回る見込み
外部環境	△4	△1	3	△12	△10	2	
主原料	△1	1	2	△9	△10	△1	
副資材	△3	△1	2	△3	0	3	主に羊腸価格が1Q時見込から改善
経費合計	△18	△14	4	△17	△7	10	
電燃料	△4	△3	1	△7	△4	3	電力費、燃料費ともに1Q時見込から改善
その他 (製造経費・販管費等)	△15	△11	3	△10	△3	7	通期を通して製造部門でのライン数削減や重点ラインの稼働率向上など、改善効果が発現
乳製品・水産・エキス・一次加工品	0	6	6	△1	7	8	下期にエキス・一次加工品の戦略商品導入、常温商品の価格改定により増益
その他(国内決算調整等)	4	△6	△10	△17	△23	△6	決算調整に加え、下期において来期計画のIT・DX関連コストを前倒しで計上
海外	22	12	△10	15	1	△13	北米にて鶏肉原料価格の安定や、価格改定を見込むも、買収新工場の本格稼働が遅れ計画を下回る見込み
合計	35	29	△7	20	5	△15	

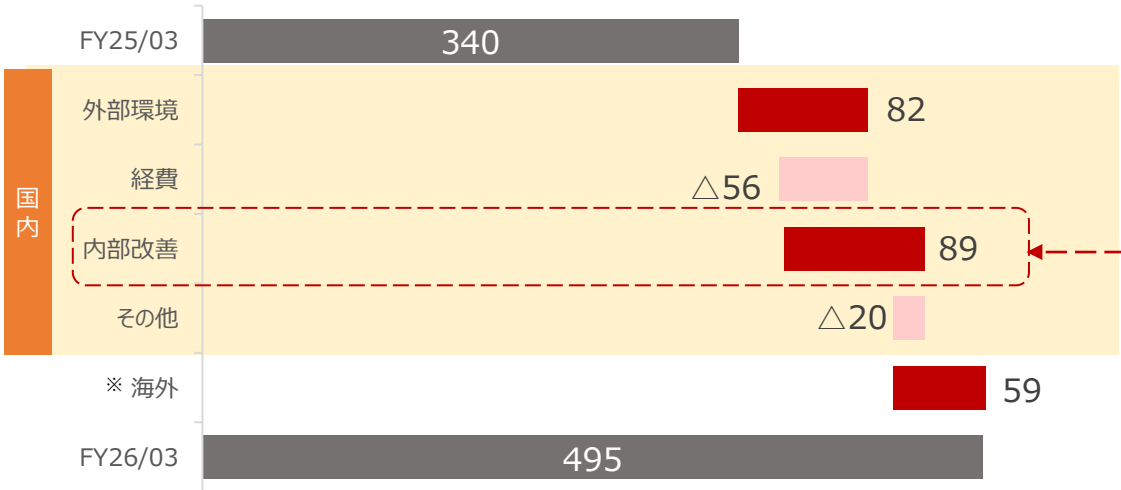
21 FY2026/3通期計画 食肉事業本部①

(単位：億円)

	FY2025/3 実績	FY2026/3 1Q時見込	FY2026/3 2Q時見込	前年差	前年差 増減率
売上高	9,568	9,700	10,000	432	4.5%
事業利益	340	445	495	155	45.6%
内)豪州事業	26	61	113	88	334.6%
事業利益率	3.6%	4.6%	5.0%	1.4%	-

通期事業利益増減要因分析

(単位：億円)



※ 海外は豪州事業及び輸入食肉事業内の海外事業を含む

売上高 増収

- ・国産鶏肉の単価が上昇
- ・豪州事業は数量・単価ともに上昇
- ・国産豚の新農場本格稼働により、生産数量が増加

事業利益 増益

- ・豪州産牛肉の需要が高い中、生産性向上や最適な販売先国を見極めた販売により利益を確保
- ・国産鶏肉の相場高により生産を中心に増益
- ・国産豚の生産数量増加や販売強化策が寄与

内部努力による利益改善

【国産】

- 鶏肉) 社外調達数量の増加に伴うシェア拡大により利益確保
- 豚肉) 生産・処理頭数の増加に加え、外食など新規販売先の拡大

【輸入】

市場環境をふまえた調達と販売で、牛・豚・鶏の畜種ミックスの最適化を図る

【販売物流】

エリア別の販売戦略や、加工品販売を加速
相場高騰の中で適正な価格転嫁を実施

22 FY2026/3通期計画 食肉事業本部②



通期事業利益増減 計画差要因分析

(単位：億円)

	下期			通期			主な計画差要因
	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	12	12	1	16	21	6	主に上期の販売施策の効果が発現
国産鶏事業	27	9	△18	80	80	0	上期は相場高により生産部門を中心に増益となったが、下期にかけては販売価格が想定を下回る見込み
輸入食肉事業	25	10	△15	△16	△21	△5	
国内輸入食肉事業	21	12	△10	4	8	4	上期は数量や在庫コントロールが奏功し一定の利益を確保したが、下期にかけて価格が高止まりしている豚肉の販売数量が減少する見込み
海外事業	3	△2	△5	△20	△29	△9	トルコ鶏肉事業において、高騰する人件費や飼料価格など価格転嫁の遅れが影響
販売(フード)・物流部門	3	3	1	△6	△6	1	引き続き適正な価格転嫁を行い、計画通りの利益を確保する見込み
豪州事業	7	31	24	37	88	51	豪州産牛肉の需要が高まる中で、最適な販売先国を見極めた販売や生産性の向上により増益
その他 (決算調整等)	△2	△4	△3	△5	△7	△2	
合計	71	60	△11	105	155	50	

CONTENTS

01 実績／セグメント別の実績

02 計画

03 主な財務データ／参考資料

04 サマリー

05 決算サマリー FY2026/3 上期

07 実績ハイライト FY2026/3 上期

09 FY2026/3 上期実績 加工事業本部

11 FY2026/3 上期実績 食肉事業本部

13 FY2026/3 上期実績 ポールパーク事業

14 FY2026/3 上期 主なマーケティング活動

16 計画ハイライト

19 FY2026/3 通期計画 加工事業本部

21 FY2026/3 通期計画 食肉事業本部

24 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画

25 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書

26 設備投資額、減価償却費

27 製品別売上高、海外売上高内訳

28 外部環境 市況

24 FY2025/3連結業績概要及びFY2026/3計画



	(単位：百万円)			(単位：百万円)					
	FY2025/3			FY2026/3					
	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	683,864	686,689	1,370,553	722,599	5.7%	707,401	3.0%	1,430,000	4.3%
売上原価	568,100	582,070	1,150,170	592,562	4.3%	587,438	0.9%	1,180,000	2.6%
売上総利益	115,764	104,619	220,383	130,037	12.3%	119,963	14.7%	250,000	13.4%
売上総利益率	16.9%	15.2%	16.1%	18.0%	-	17.0%	-	17.5%	-
販売費および一般管理費	89,837	94,612	184,449	94,723	5.4%	100,277	6.0%	195,000	5.7%
営業利益	25,927	10,007	35,934	35,314	36.2%	19,686	96.7%	55,000	53.1%
その他収益・費用	2,952	△1,908	1,044	3,641	23.3%	△6,641	-	△3,000	-
金融収益・費用	508	453	961	△124	-	△876	-	△1,000	-
持分法による投資損益	△515	△226	△741	△558	-	△442	-	△1,000	-
税引前当期利益	28,872	8,326	37,198	38,273	32.6%	11,727	40.8%	50,000	34.4%
法人所得税費用	9,141	254	9,395	12,622	38.1%	2,378	836.2%	15,000	59.7%
税率	31.7%	3.1%	25.3%	33.0%	-	20.3%	-	30.0%	-
親会社の所有者に 帰属する当期利益	17,864	8,721	26,585	23,188	29.8%	10,812	24.0%	34,000	27.9%
ROE	3.4%	1.7%	5.1%	4.4%	-	-	-	6.6%	-
ROIC	2.4%	1.5%	3.9%	3.2%	-	-	-	5.3%	-
EPS(円)	174.19	88.86	263.05	235.20	-	-	-	349.40	-
営業利益	25,927	10,007	35,934	35,314	36.2%	19,686	96.7%	55,000	53.1%
為替差損益	5,363	765	6,128	1,078	-	-	-	-	-
IFRSへの調整 他	△4,198	4,676	478	△51	-	-	-	-	-
事業利益	27,092	15,448	42,540	36,341	34.1%	22,659	46.7%	59,000	38.7%

FY2026/3 上期実績

【その他収益・費用】

為替差益や、不動産売却に伴う固定資産売却益が発生。

FY2026/3 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約△54億円を見込む。

25 連結貸借対照表及び連結キャッシュ・フロー計算書



	(単位：百万円)				
	FY2024/3 期末	FY2025/3 期末	FY2026/3 上期	対前期末 増減額	対前期末 増減率
流動資産合計	423,430	406,308	429,381	23,073	5.7%
非流動資産合計	534,807	542,964	535,790	△7,174	△1.3%
資産合計	958,237	949,272	965,171	15,899	1.7%
流動負債合計	246,832	257,743	224,531	△33,212	△12.9%
非流動負債合計	172,203	154,457	195,102	40,645	26.3%
負債合計	419,035	412,200	419,633	7,433	1.8%
資本合計	539,202	537,072	545,538	8,466	1.6%
負債・資本合計	958,237	949,272	965,171	15,899	1.7%
DEレシオ	0.41	0.43	0.44	-	-

《流動資産合計》 その他の流動資産が前期末比11.9%減の128億円となったが、豪州の牛肉事業における販売数量増加等により営業債権及びその他の債権が前期末比3.6%増の1,472億円、その他の金融資産が前期末比406.8%増の158億円となったことにより、前期末比5.7%増の4,294億円となった。

《非流動資産合計》 その他の金融資産が前期末比5.8%増の291億円となったが、有形固定資産が前期末比0.7%減の3,725億円となったことで、前期末比1.3%減の5,358億円となった。

《負債合計》 ボールパーク事業におけるシーズン経過に伴う前受収益の取り崩し等により、その他の流動負債が前期末比13.2%減の414億円となったが、当面の資金需要に備え調達を実施したこと等により有利子負債が前期末比3.6%増の2,320億円となったことから、前期末比1.8%増の4,196億円となった。

	(単位：百万円)				
	FY2024/3 上期	FY2025/3 上期	FY2026/3 上期	対前期上期 増減額	対前期上期 増減率
営業活動によるCF	46,312	22,374	42,463	20,089	89.8%
投資活動によるCF	△20,946	△15,744	△9,809	5,935	-
財務活動によるCF	△19,518	64	△30,425	△30,489	-

《営業活動によるキャッシュ・フロー》 その他の負債の減少66億円等があったが、税引前中間利益383億円、減価償却費及び償却費224億円、営業債務及びその他の債務の増加47億円等により、425億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》 その他の金融資産の売却36億円等があったが、固定資産等の取得155億円等により、98億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》 借入債務による調達559億円等があったが、借入債務の返済454億円、自己株式の取得のための支出200億円等により、304億円の純キャッシュ減となった。

26 設備投資額、減価償却費

	(単位：百万円)			(単位：百万円)	
	FY2025/3		FY2026/3		
	上期実績	上期実績	対前期上期 増減額	対前期上期 増減率	FY2026/3 通期計画
設備投資合計	15,849	12,219	△3,630	△22.9%	48,500
加工事業本部	3,007	4,728	1,721	57.2%	20,800
食肉事業本部	7,782	5,546	△2,236	△28.7%	20,000
ボールパーク事業	1,358	1,352	△6	△0.4%	4,200
消去調整他	3,702	593	△3,109	△84.0%	3,500
減価償却費	13,782	15,165	1,383	10.0%	32,500

※使用権資産に係る設備投資額、減価償却費を除く

FY2026/3 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、成長分野については戦略的な資金配分を実施

- 【加工事業本部】
前年からの繰り越し及び海外含む生産設備等の維持・更新を見込む
- 【食肉事業本部】
川上事業や豪州事業の強化を見込む
- 【ボールパーク事業】
体験価値向上、新駅開業に向けた成長投資を見込む
- 【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

27 製品別売上高、海外売上高内訳



製品別売上高

(単位：百万円)

	上期実績	前年差	増減率
加工事業本部	219,068	△661	△0.3%
ハム・ソーセージ	57,022	△5,301	△8.5%
加工食品	114,113	8,142	7.7%
食肉	17,330	△3,782	△17.9%
乳製品	20,195	△953	△4.5%
その他	10,408	1,233	13.4%
食肉事業本部	481,165	35,345	7.9%
ハム・ソーセージ	995	383	62.6%
加工食品	14,226	△15	△0.1%
食肉	453,626	33,837	8.1%
乳製品	191	67	54.0%
その他	12,127	1,073	9.7%
ボールパーク事業	21,026	3,202	18.0%
消去調整	1,340	849	172.9%
連結売上高	722,599	38,735	5.7%

(注) 製品別の売上高は外部顧客に対する売上高のみの記載であるため、セグメント売上高とは一致しません。

海外売上高内訳

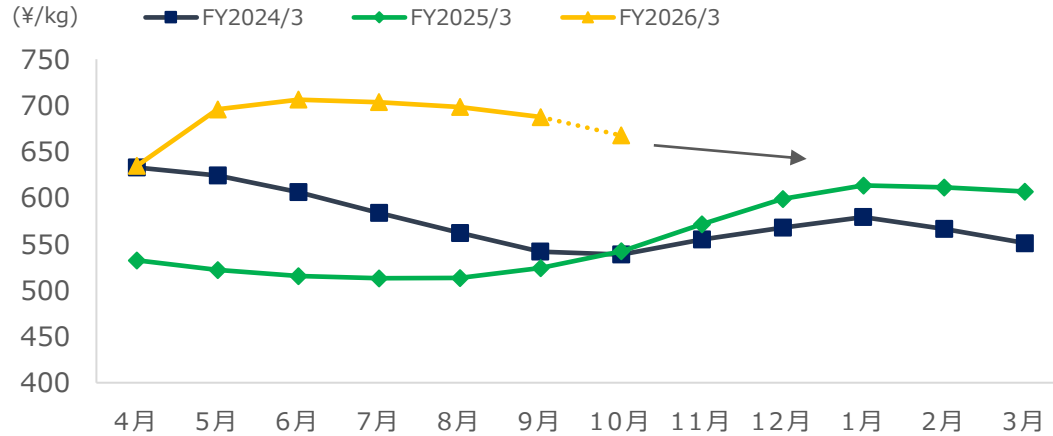
(単位：百万円)

	FY2025/3	FY2026/3			
	上期実績	上期実績	売上高構成比	前年差	増減率
加工事業本部 海外事業	60,463	60,671	-	208	0.3%
外部顧客に対する売上高	25,446	32,223	53.1%	6,777	26.6%
セグメント間の内部売上高	35,017	28,448	46.9%	△6,569	△18.8%
食肉事業本部 豪州事業	63,761	82,850	-	19,089	29.9%
外部顧客に対する売上高	55,762	75,327	90.9%	19,565	35.1%
セグメント間の内部売上高	7,999	7,523	9.1%	△476	△6.0%



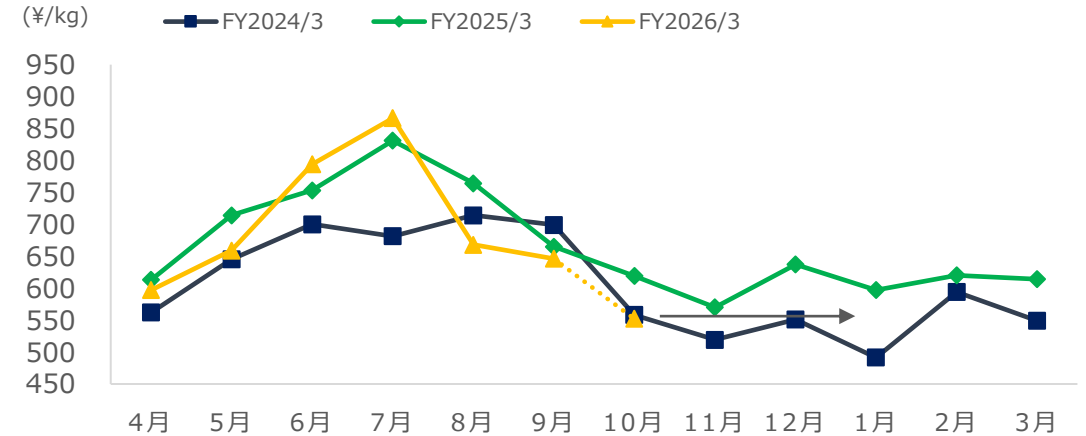
国産鶏肉相場

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



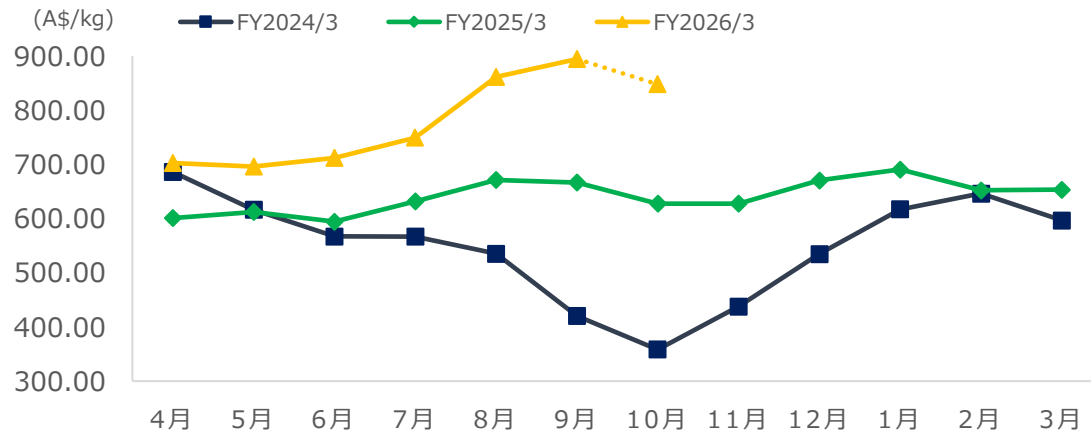
国産豚肉枝肉卸売価格

出典：上物 東京食肉市場平均価格 ※東京食肉市場株式会社



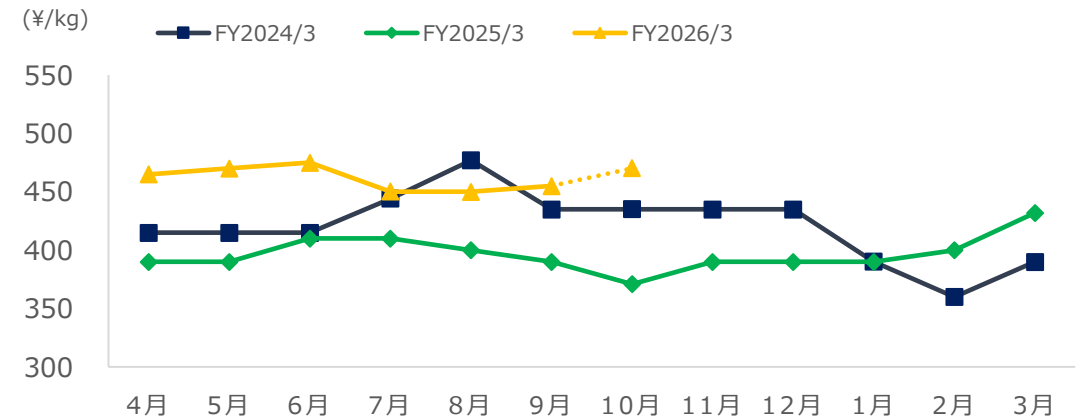
豪州産若齢牛価格(生産者販売価格)

出典：MLA



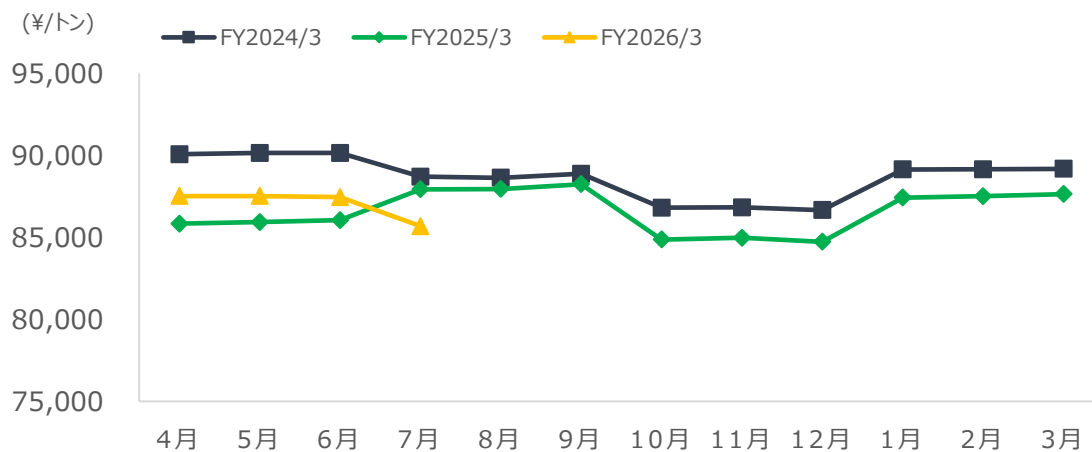
ブラジル産鶏もも肉 日本国内価格

出典：食品産業新聞社畜産日報掲載分から単純平均単価



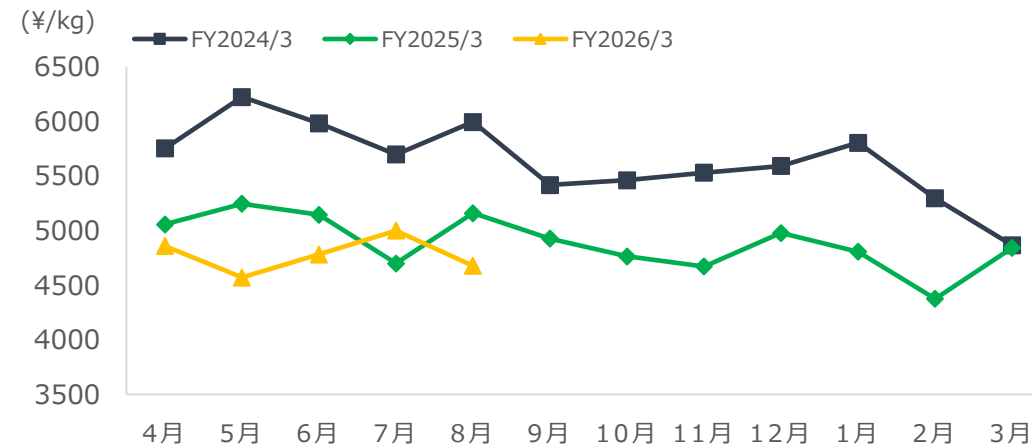
配合飼料価格

出典：農畜産業振興機構



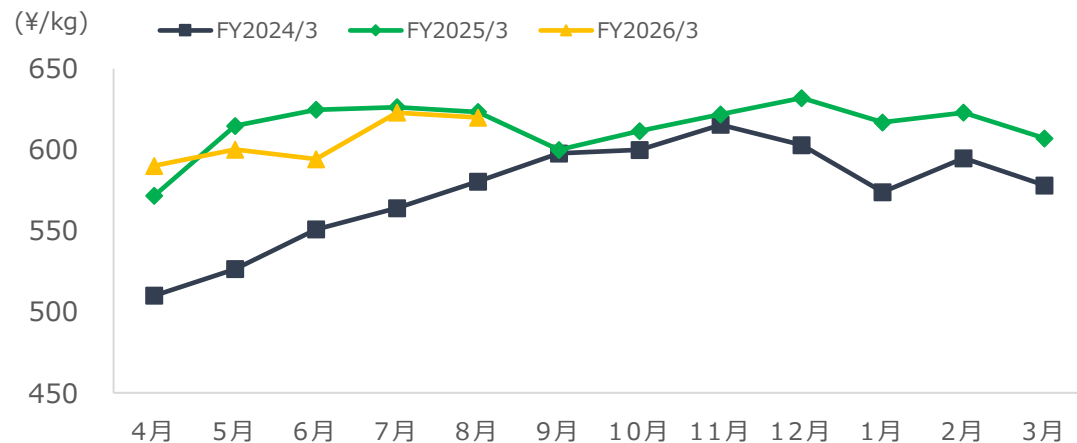
天然腸輸入価格 ※主に羊腸(豚腸・牛腸等も含む)

出典：財務省貿易統計 (金額÷数量で算出)



シーズンドボーク(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。