

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

2022年度通期（4-3月） 決算説明資料

2023年5月9日

※本資料は、P.16の内容を修正して再掲示しています。
2023年6月13日

01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

02 中計進捗

03 決算補足データ

04 外部環境データ

- ✓ 売上高は、食肉価格の上昇、加工食品の価格改定により、+8.0%の増収。
- ✓ 経常利益は、原材料価格・光熱費等の上昇によるコスト増が響き、▲8.9%の減益。

22年度 通期実績

単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (2/3開示)	予想比 増減額
			増減額	増減率		
売上高	9,227	-	+683	+8.0%	9,000	+227
営業利益	230	2.5%	▲16	▲6.6%	220	+10
経常利益	260	2.8%	▲26	▲8.9%	240	+20
当期純利益	170	1.8%	▲21	▲11.2%	150	+20

- ✓ 加工食品事業は、原材料・光熱費等の上昇によるコスト増を価格改定でカバーしきれず、経常利益▲52.3%の減益。
- ✓ 食肉事業は、牛肉価格の上昇により、海外事業アンズコフーズの業績が好調に推移し、経常利益+21.7%の増益。

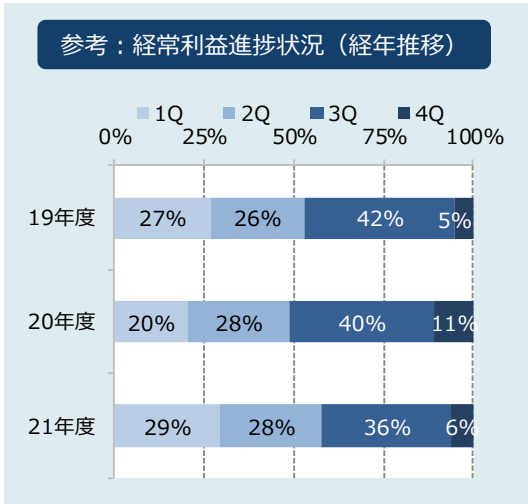
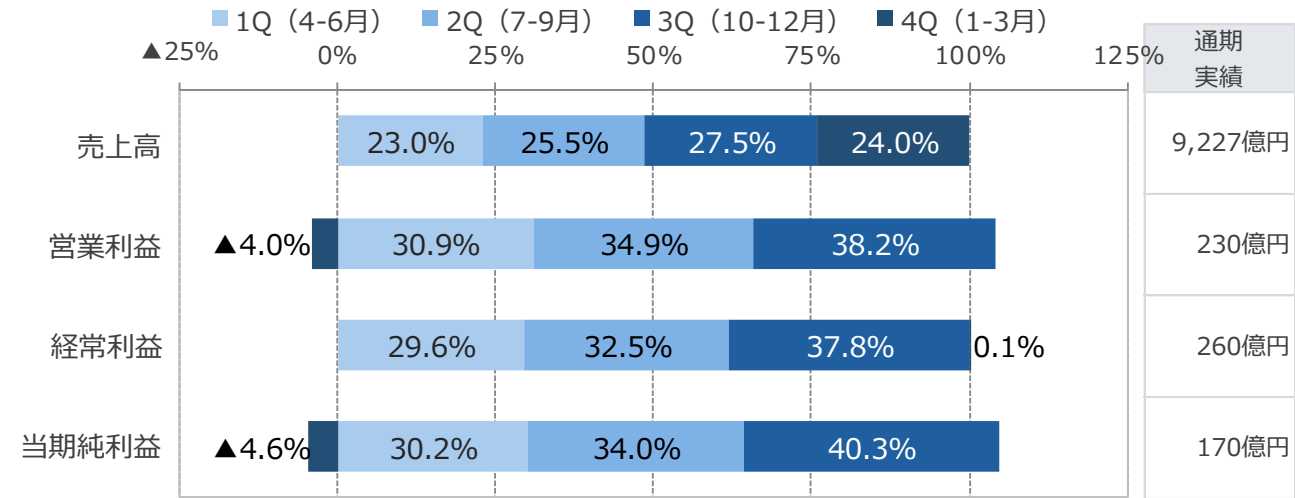
セグメント別 22年度 通期実績

単位：億円

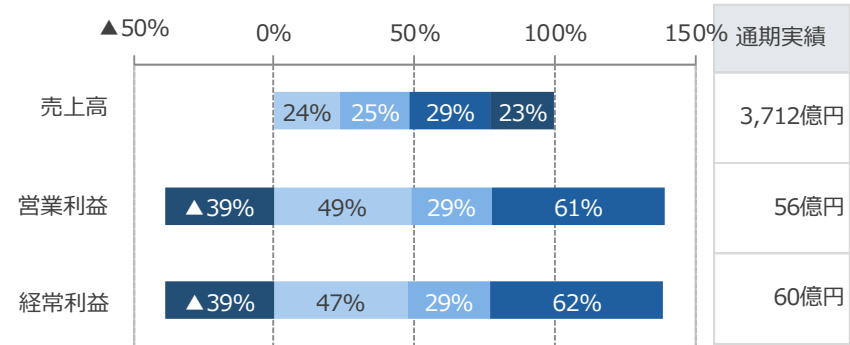
		金額	利益率	前年比		前回予想 (2/3開示)	予想比 増減額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	3,712	-	+99	+2.7%	3,700	+12
	営業利益	56	1.5%	▲65	▲53.4%	55	+1
	経常利益	60	1.6%	▲65	▲52.3%	60	▲0
食肉 事業	売上高	5,471	-	+583	+11.9%	5,260	+211
	営業利益	191	3.5%	+53	+38.4%	183	+8
	経常利益	215	3.9%	+38	+21.7%	198	+17

✓ 上期のアンズコフーズの好業績、下期の原材料・光熱費等の上昇によるコスト増により、利益は例年と比べ上期偏重の構成。

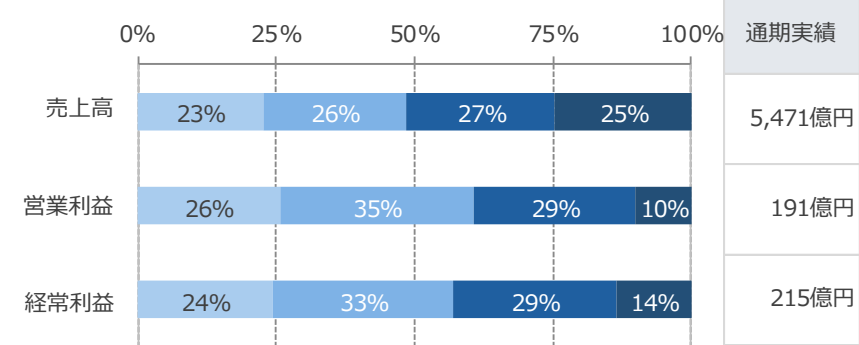
全体



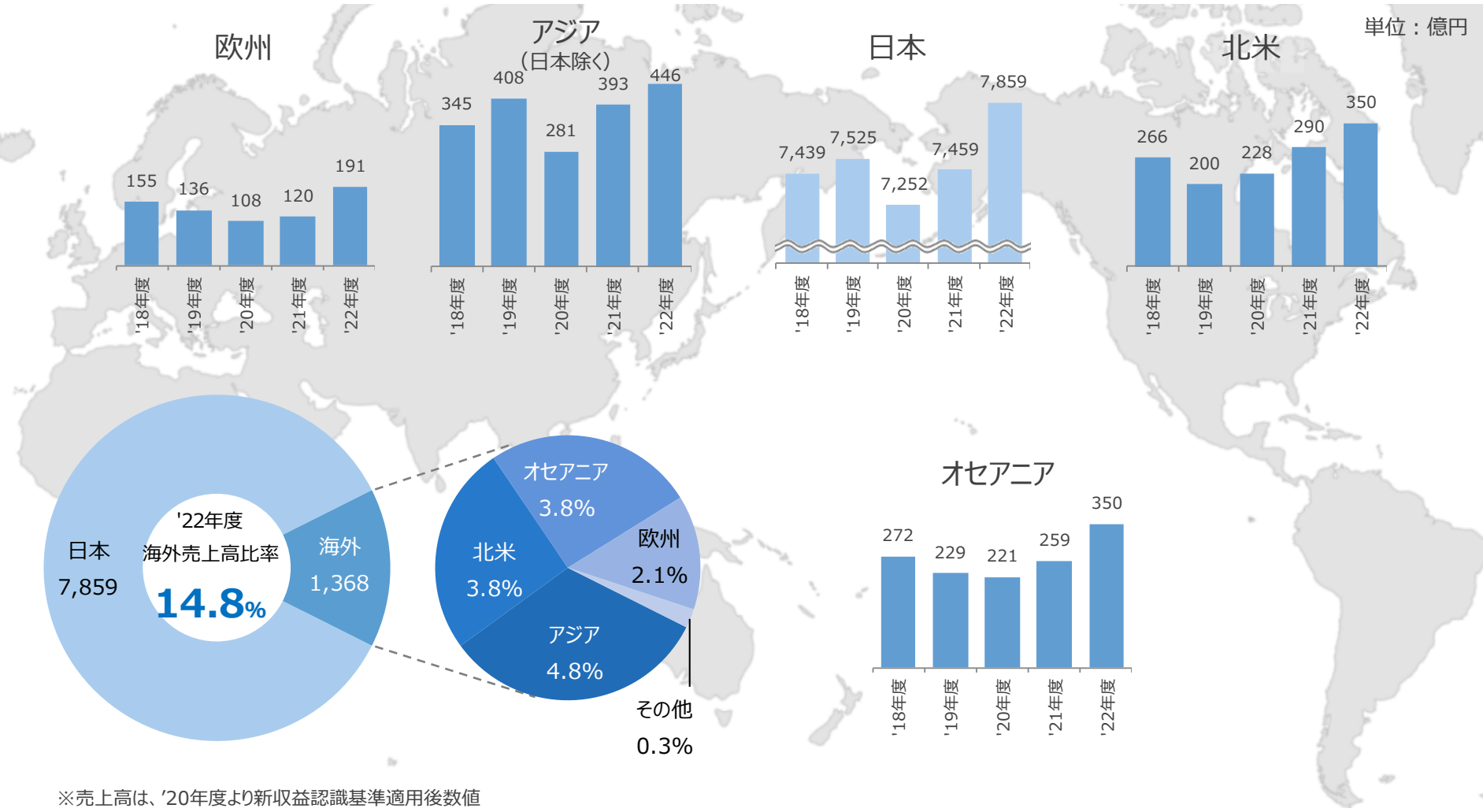
加工食品事業



食肉事業



- ✓ 海外売上高は、主にアンズコフーズの牛肉・羊肉輸出。
- ✓ 22年度は、US国内の挽肉需要の高まりに伴い、北米向けが伸長。
- ✓ 中長期的には、中国をはじめとしたアジア向けの伸長を見込む。

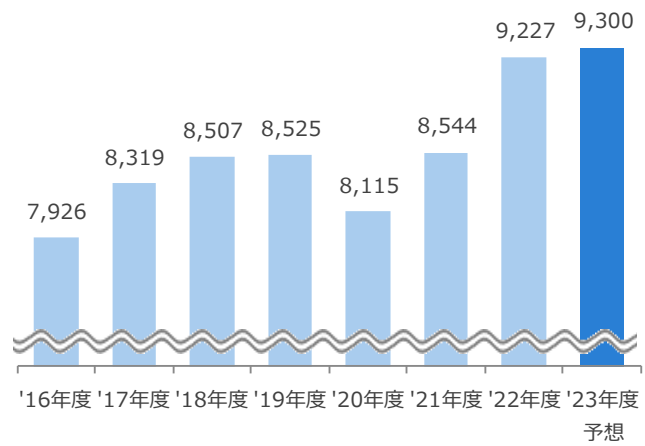


- ✓ 全社連結は、経常利益▲4.0%減益を見込む。
- ✓ 加工食品事業は、増収増益を見込む。
- ✓ 食肉事業は、増収減益を見込む。

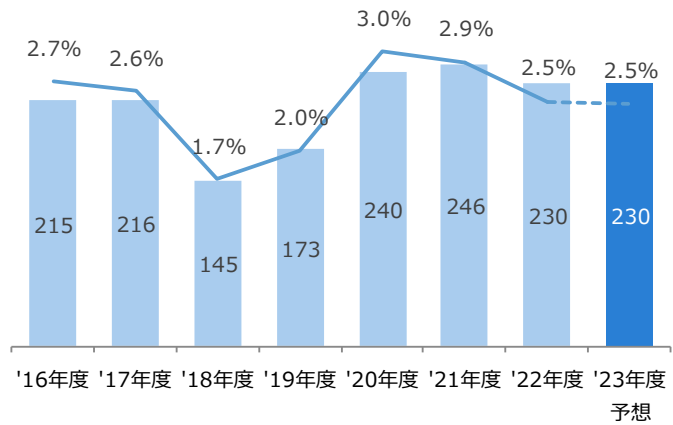
23年度通期 業績予想					単位：億円
	金額	利益率	前年比 増減額	前年比 増減率	
売上高	9,300	-	+73	+0.8%	
営業利益	230	2.5%	+0	+0.0%	
経常利益	250	2.7%	▲10	▲4.0%	
当期純利益	150	1.6%	▲20	▲11.6%	

単位：億円

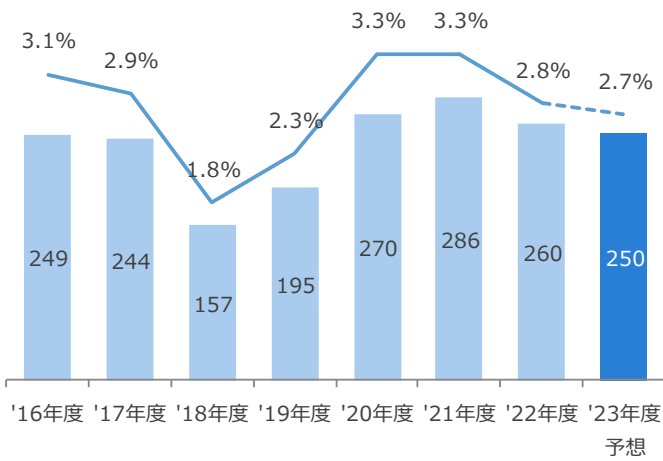
売上高



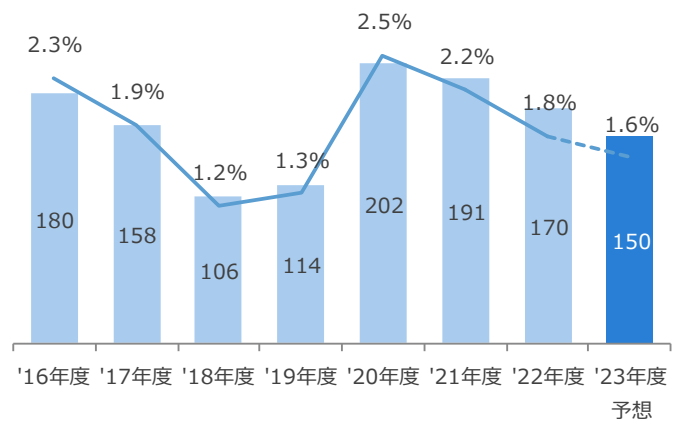
営業利益/利益率



経常利益/利益率



当期純利益/利益率



※売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値

- ✓ 加工食品事業は、原材料価格・光熱費が上期を中心にさらに上昇する見込みであるが、内部改善や価格改定等でカバーし、経常利益+17.6%の増益を見込む。
- ✓ 食肉事業は、国内事業は収益管理強化などにより増益を見込むが、牛肉価格下落によるアンズコフズの減益をカバーしきれず、経常利益▲11.5%の減益を見込む。

セグメント別 23年度通期 業績予想

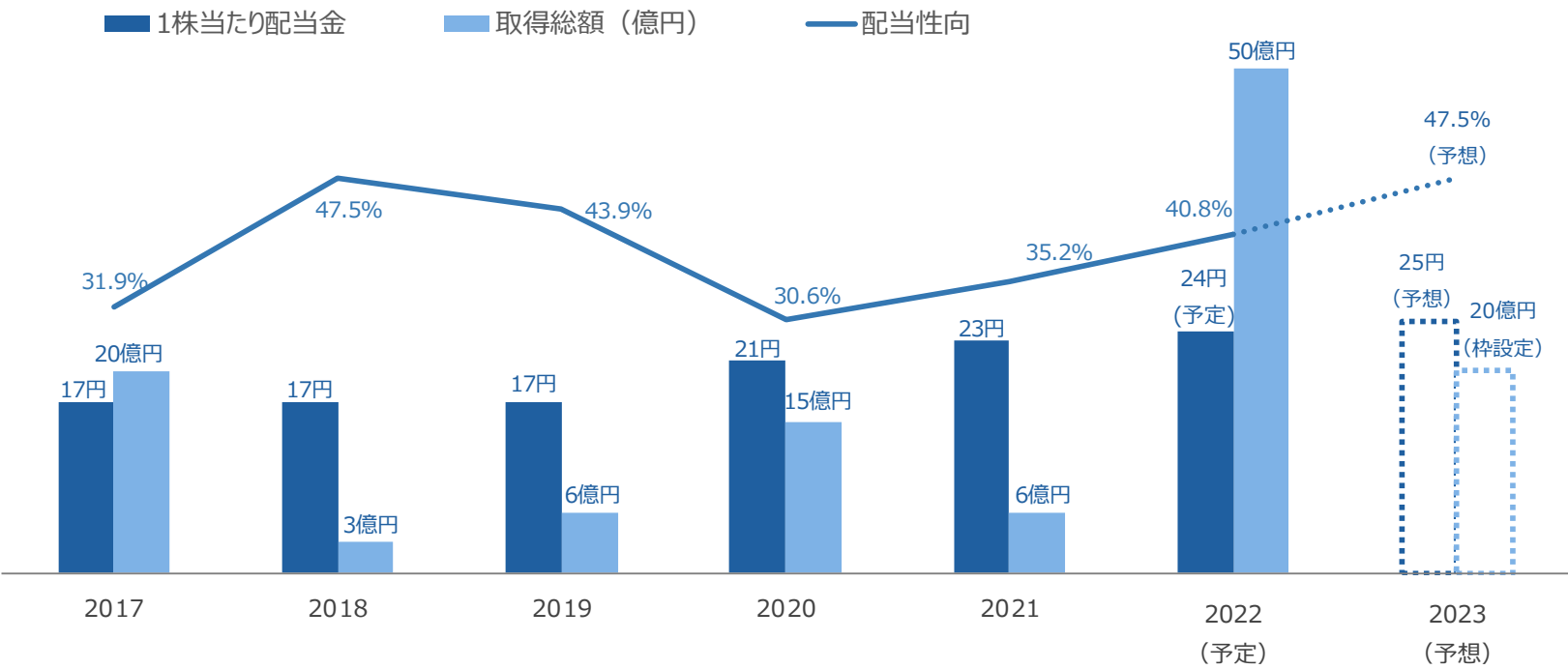
単位：億円

		金額	利益率	前年比	
				増減額	増減率
加工食品 事業	売上高	3,760	-	+48	+1.3%
	営業利益	68	1.8%	+12	+20.7%
	経常利益	70	1.9%	+10	+17.6%
食肉 事業	売上高	5,500	-	+29	+0.5%
	営業利益	177	3.2%	▲14	▲7.4%
	経常利益	190	3.5%	▲25	▲11.5%

- ✓ 22年度：配当24円/株（増配予定）、自己株取得 50億円、自己株消却 1千万株
- ✓ 23年度：配当25円/株（増配予想）、自己株取得 20億円・3 百万株の枠を設定

中計2023 株主還元方針

- 配当性向40%を目途に30～50%の範囲で安定的に増配



- ✓ 22年度より、セグメントを商品区分単位から組織単位に変更。
- ✓ 22年度より、セグメント利益を営業利益から経常利益に変更。
- ✓ 本資料の21年度実績は、いずれもセグメント変更後の組替値を使用しており、前年公表値とは異なります。

参考：前期（2021年度）セグメント変更前後比較

		2021年度														
		上期			3Q			4Q			下期			通期		
		変更後 (新)	変更前 (旧)	変更 影響値	変更後 (新)	変更前 (旧)	変更 影響値	変更後 (新)	変更前 (旧)	変更 影響値	変更後 (新)	変更前 (旧)	変更 影響値	変更後 (新)	変更前 (旧)	変更 影響値
加工食品事業	売上高	1,758	1,483	+275	1,037	865	+172	818	675	+143	1,855	1,541	+315	3,613	3,023	+590
	営業利益	69	65	+4	47	44	+4	4	2	+2	52	46	+6	121	111	+10
	営業利益率(%)	3.9	4.4	▲0.4	4.6	5.1	▲0.5	0.5	0.3	+0.2	2.8	3.0	▲0.2	3.3	3.7	▲0.3
	経常利益	72	67	+4	48	45	+4	5	3	+2	53	48	+6	125	115	+10
	経常利益率(%)	4.1	4.5	▲0.5	4.6	5.1	▲0.5	0.6	0.4	+0.2	2.9	3.1	▲0.2	3.5	3.8	▲0.3
食肉事業	売上高	2,399	2,674	▲275	1,331	1,503	▲172	1,159	1,301	▲143	2,490	2,804	▲315	4,889	5,478	▲590
	営業利益	82	86	▲4	41	44	▲4	16	18	▲2	57	63	▲6	138	149	▲10
	営業利益率(%)	3.4	3.2	+0.2	3.0	2.9	+0.1	1.4	1.4	▲0.0	2.3	2.2	+0.0	2.8	2.7	+0.1
	経常利益	99	103	▲4	55	58	▲4	23	25	▲2	78	84	▲6	176	187	▲10
	経常利益率(%)	4.1	3.9	+0.3	4.1	3.9	+0.2	2.0	1.9	+0.0	3.1	3.0	+0.1	3.6	3.4	+0.2

※2023年2月3日 22年度3Q（4-12月）決算資料にて開示済み

01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

02 中計進捗

03 決算補足データ

04 外部環境データ

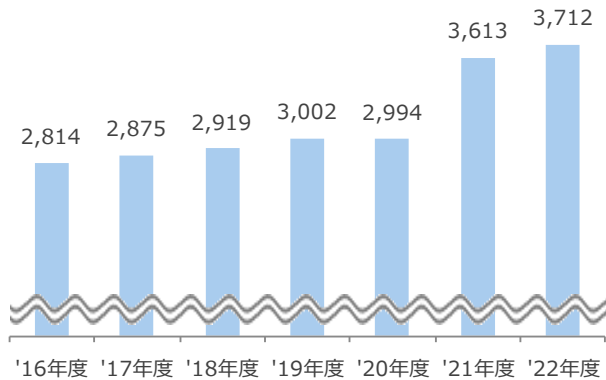
✓ 原材料価格・光熱費の上昇に伴うコスト増を価格改定等でカバーし切れず、
経常利益▲52.3%の減益。

セグメント別 22年度 通期実績

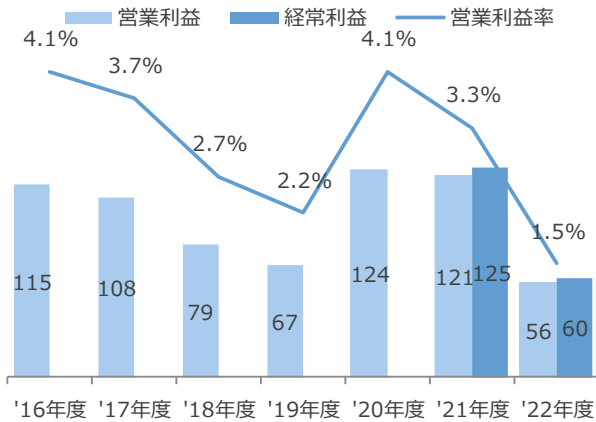
単位：億円

		金額	利益率	前年比		前回予想 (2/3開示)	予想比 増減額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	3,712	-	+99	+2.7%	3,700	+12
	営業利益	56	1.5%	▲65	▲53.4%	55	+1
	経常利益	60	1.6%	▲65	▲52.3%	60	▲0

売上高



利益/利益率

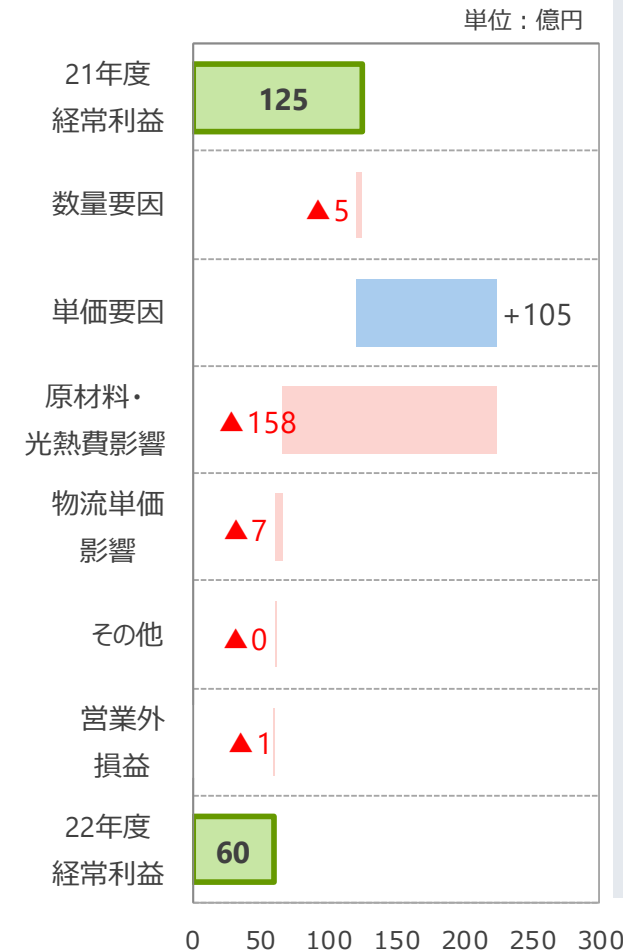


※1:売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値

※2:売上高、利益、利益率のいずれも'21年度よりセグメント変更後数値

- ✓ 販売単価は、ハム・ソーセージ+4.2%、調理加工食品+4.3%上昇。
- ✓ 原材料価格・光熱費の上昇（▲158億円）が価格改定効果（+115億円）を上回る。

経常利益増減要因



【数量要因】

・価格改定、および消費者の買い控えにより数量減

【単価要因】

・価格改定効果 + 115億円
・製造人件費の上昇、他 ▲ 10億円

《重量・金額 実績》

	アンズコ除く 22年度累計 自社		(参考) 22年度4-2月 市況	
	重量	金額	※1重量	※2金額
ハム・ソーセージ	▲1.3%	+2.9%	▲1.9%	-
調理加工食品	▲2.4%	+1.8%	-	+3.8%

※1 「食肉加工品生産数量」ハム・ソーセージ国内流通量（国内+輸入）
※2 「総務省家計調査」世帯当たり支出金額_名目増減率_前年同月比

【原材料、光熱費影響】

・主原料 ▲ 67億円
・副原料 ▲ 62億円
・光熱費等 ▲ 29億円

【物流単価影響】

・燃料費の上昇

詳細

単位：億円

	3Q累計	4Q	通期
	実績	実績	実績
21年度 経常利益	120	5	125
数量要因	▲5	+0	▲5
単価要因	+77	+29	+105
原材料・光熱費影響	▲104	▲54	▲158
物流単価影響	▲6	▲1	▲7
その他	▲0	▲0	▲0
営業外損益	+1	▲2	▲1
22年度 経常利益	83	▲23	60

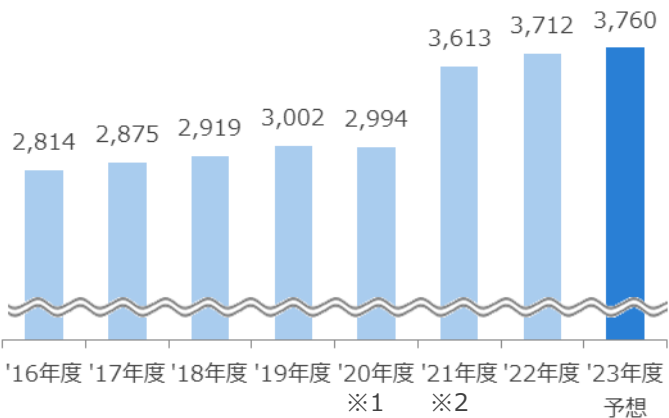
- ✓ 原材料価格・光熱費は、上期を中心にさらに上昇する見込みであるが、内部改善や価格改定でカバーし、経常利益+17.6%の増益を見込む。

セグメント別 23年度通期 業績予想

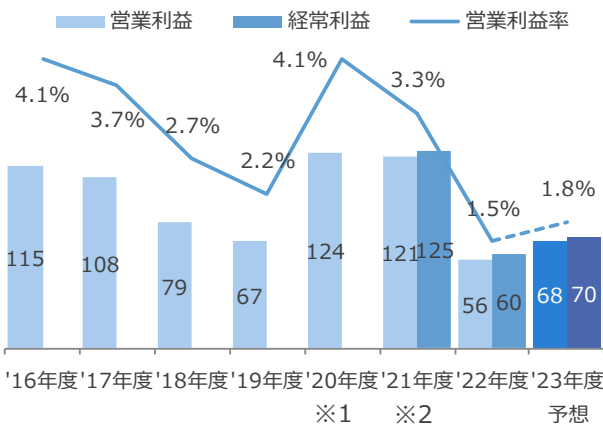
単位：億円

		金額	利益率	前年比	
				増減額	増減率
加工食品 事業	売上高	3,760	-	+48	+1.3%
	営業利益	68	1.8%	+12	+20.7%
	経常利益	70	1.9%	+10	+17.6%

売上高

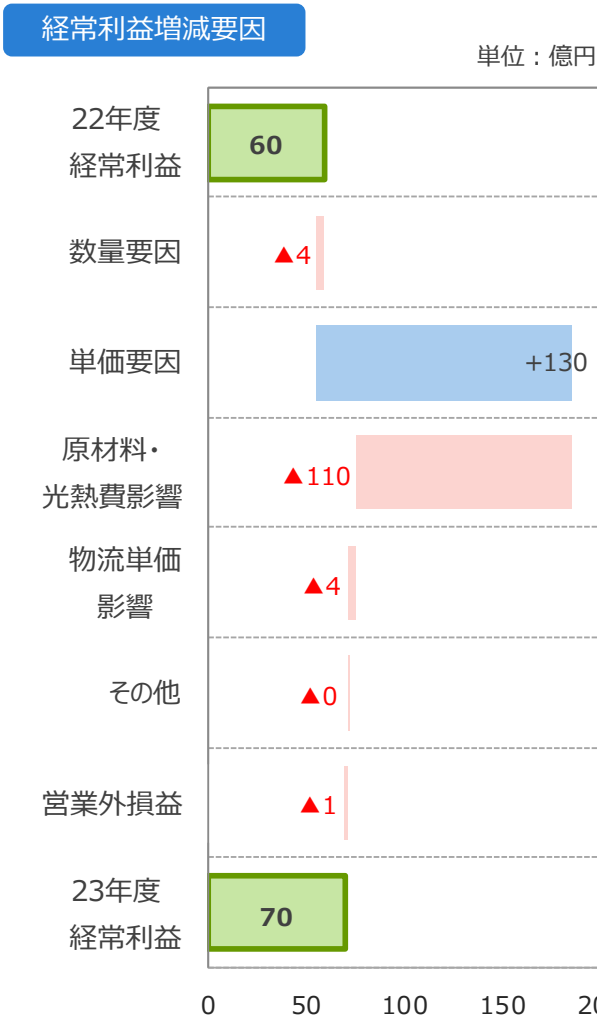


利益/利益率



※1:売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値 ※2:売上高、利益、利益率のいずれも'21年度よりセグメント変更後数値

- ✓ 価格改定を4月より再実施。着実な浸透を進め、年間+120億円を見込む。
- ✓ 原材料価格・光熱費の上昇は、上期を中心に年間▲110億円を見込む。



【数量要因】

- ・価格改定および消費者の買い控えによる数量減

【単価要因】

- ・価格改定の実行 + 120億円
- ・生産最適化推進 + 10億円
- ・主要ブランド強化
- ・その他内部改善

《 重量・金額 予想 》 ※アンスコ除く

	重量	金額
ハム・ソーセージ	▲1.6%	+1.0%
調理加工食品	+0.1%	+1.6%

【原材料、光熱費影響】

- ・主原料 ▲ 59億円
- ・副原料 ▲ 51億円
- ・光熱費等 ± 0億円

23年度通期 詳細

単位：億円

	上期	下期	通期
	予想	予想	予想
22年度 経常利益	46	14	60
数量要因	▲2	▲2	▲4
単価要因	+65	+65	+130
原材料・光熱費影響	▲83	▲27	▲110
物流単価影響	▲2	▲2	▲4
その他	+0	▲1	▲0
営業外損益	▲1	▲0	▲1
23年度 経常利益	23	47	70

- ✓ 22年度は2回の価格改定と共に、内部改善を進めたが、コスト上昇をカバーしきれず。
- ✓ 23年度は3回目の価格改定に加え、提案型営業の深化、マーケティング強化で、前年比売上増・市場シェア拡大を見込む。

22年度取り組み				23年度取り組み			
➤ 想定を上回る原材料・光熱費の上昇が続くも、価格改定を着実に実行				➤ 想定を上回る原材料・光熱費の上昇が続くも、価格改定を着実に実行			
単位：億円				単位：億円			
'22年度実績	上期実績 ①	下期実績 ①+②	通期実績 ①+②	'23年度見込	上期見込 ②+③	下期見込 ③	通期見込 ②+③
価格改定効果	+ 42	+ 73	+ 115	価格改定効果	+ 60	+ 60	+ 120
原材料・光熱費影響	▲ 54	▲ 104	▲ 158	原材料・光熱費影響	▲ 83	▲ 27	▲ 110
差額	▲ 12	▲ 31	▲ 43	差額	▲ 23	+ 33	+ 10
①：1回目価格改定（'22年3月実施） ②：2回目価格改定（'22年10月実施）				②：2回目価格改定（'22年10月実施） ③：3回目価格改定（'23年4月実施）			

➤ 22年度はカテゴリーマネジメント提案（提案型営業）の強みを発揮し、HSの市場シェア拡大
23年度はマーケティングを強化し、売上増・市場シェア拡大を見込む

シェア率 データ：QPR™（15～79歳パネルデータ）※

ハムソーセージ

21.4%

(前年 +0.6%)

畜産調理

15.9%

(前年 ▲0.5%)

ピザスナック

32.2%

(前年 +1.4%)

伊藤ハム

“カテゴリーNo.1”へ

yonekyu

“オンリーワン”へ

※シェア率：参照データ条件変更により、シェア率を修正して再掲示

01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

02 中計進捗

03 決算補足データ

04 外部環境データ

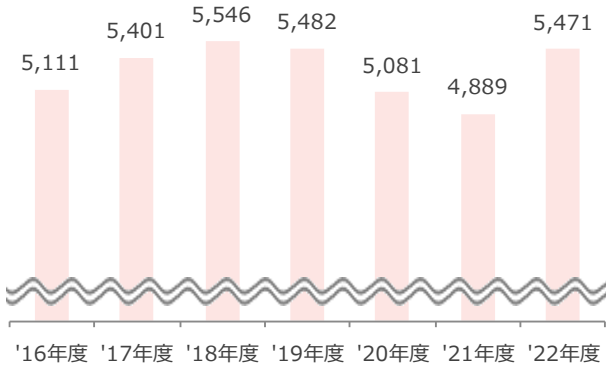
- ✓ 牛肉価格上昇により、アンズコフーズの業績が好調に推移し、
経常利益+21.7%増益。

セグメント別 22年度 通期実績

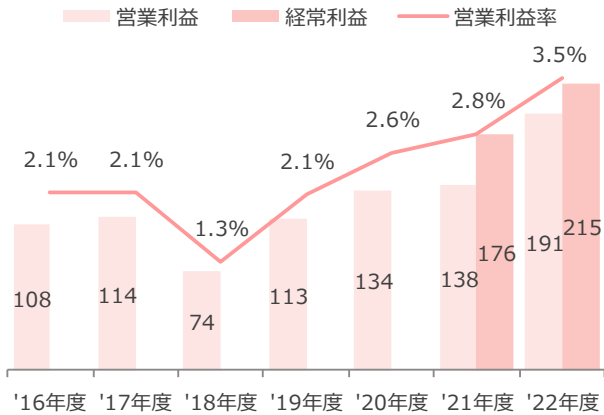
単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (2/3開示)	予想比 増減額
			増減額	増減率		
食肉 事業	売上高	5,471	-	+583 +11.9%	5,260	+211
	営業利益	191	3.5%	+53 +38.4%	183	+8
	経常利益	215	3.9%	+38 +21.7%	198	+17

売上高



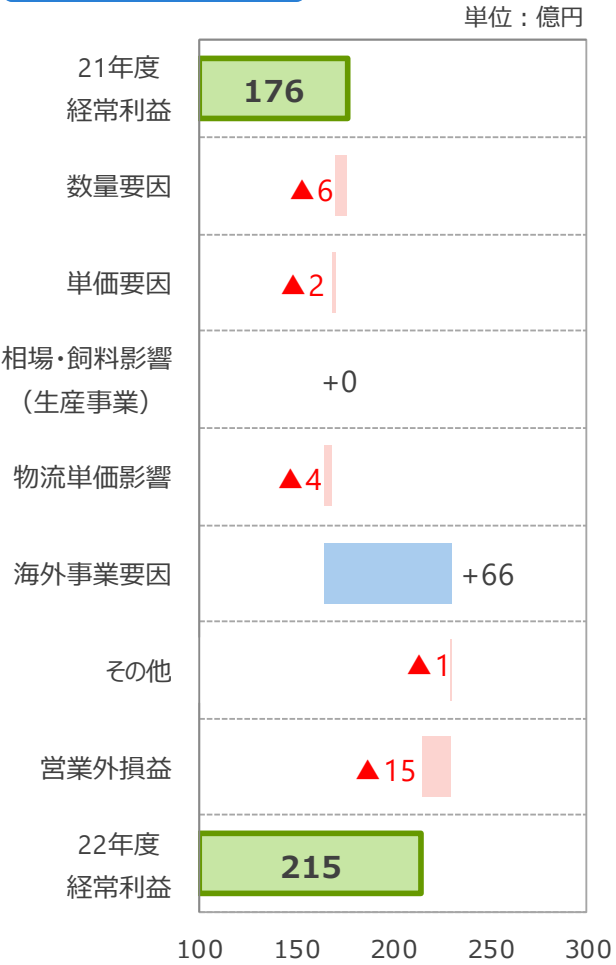
利益/利益率



※1:売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値 ※2:売上高、利益、利益率のいずれも'21年度よりセグメント変更後数値

- ✓ 牛肉価格上昇により、アンズコフーズの業績は大幅増益（+66億円）。
- ✓ インディアナパッカーズ（US）の持分法利益減少などにより営業外損益▲15億円。

経常利益増減要因



【数量要因】

- ・現地調達価格の高止まりと国内需要減退により、輸入鶏、輸入牛を中心に数量減

【単価要因】

- ・輸入牛および輸入鶏の仕入価格上昇を販売価格に反映しきれず
- ・国産牛、国産豚、輸入豚、国産鶏は収益改善

《 重量・金額 実績 》

	自社(アンズコ除く)		4-2月 市況 推定出回り量
	重量	金額	
牛肉	▲3.8%	+4.4%	▲0.4%
豚肉	▲1.9%	+8.2%	+0.1%
鶏肉	▲8.8%	+12.1%	▲2.6%

※ 加工品仕向を除く部分肉ベース（当社試算）

【相場・飼料影響（生産事業）】

- ・配合飼料価格は上昇も、国産鶏の相場上昇でカバー

【物流単価影響】

- ・エネルギー価格上昇および庫腹不足による物流費（保管料）の増加

【営業外損益】

- ・インディアナパッカーズ（US）の持分法利益減少

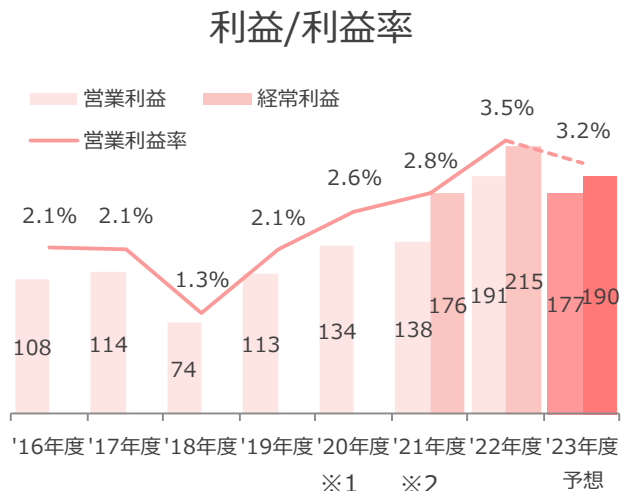
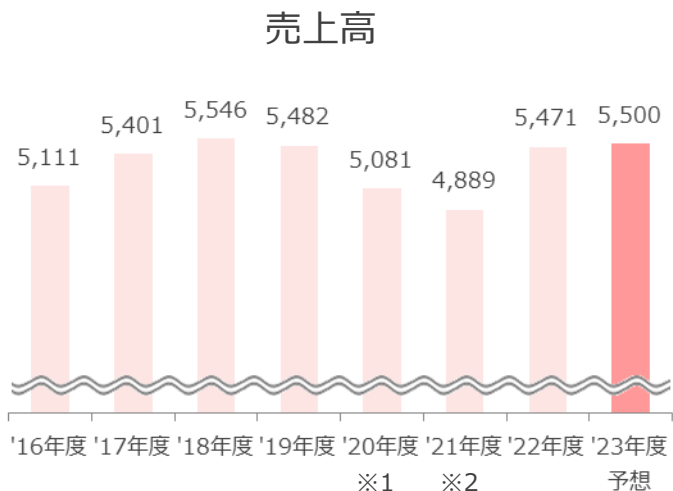
詳細

単位：億円

	3Q累計	4Q	通期
	実績	実績	実績
21年度 経常利益	153	23	176
数量要因	▲5	▲1	▲6
単価要因	▲7	+5	▲2
相場・飼料影響 (生産事業)	▲2	+2	+0
物流単価影響	▲3	▲1	▲4
海外事業要因	+68	▲2	+66
その他	▲1	+0	▲1
営業外損益	▲18	+3	▲15
22年度 経常利益	185	29	215

✓ 国内事業は収益管理強化などにより増益を見込むが、牛肉価格下落によるアンズコフーズの減益をカバーしきれず、全体では 経常利益▲11.5%の減益を見込む。

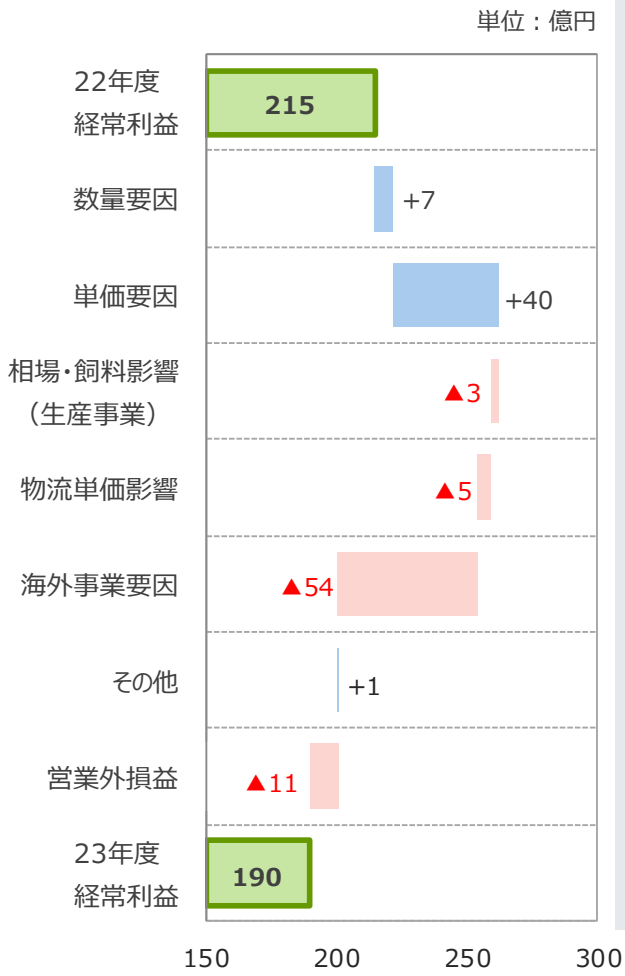
セグメント別 23年度通期 業績予想					単位：億円
食肉事業		金額	利益率	前年比 増減額	増減率
	売上高	5,500	-	+29	+0.5%
	営業利益	177	3.2%	▲14	▲7.4%
	経常利益	190	3.5%	▲25	▲11.5%



※1:売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値 ※2:売上高、利益、利益率のいずれも'21年度よりセグメント変更後数値

- ✓ 世界的な牛肉相場の下げにより海外事業は▲54億円の減益を見込む。
- ✓ 国内事業は、輸入鶏および輸入牛を中心に、製販連動した収益管理・在庫管理を徹底し、単価要因+40億円を見込む。

経常利益増減要因



【数量要因】

- ・人流回復による外食需要の伸長

【単価要因】

- ・製販連動した収益管理・在庫管理の徹底
- ・和牛輸出強化によるマージンミックス改善

《 重量・金額 予想 》 ※アンズコ除く

	重量	金額
牛肉	+1.8%	+0.5%
豚肉	+0.9%	▲0.2%
鶏肉	+8.2%	+11.3%

【相場・飼料影響（生産事業）】

- ・配合飼料価格の高止まり
- ・国産鶏の相場下落（下期）

【海外事業要因】（アンズコフーズ）

- ・世界的な牛肉相場の下げによる販売価格下落
- ・現地での人件費/エネルギーコストの上昇

23年度通期 詳細

単位：億円

	上期	下期	通期
	予想	予想	予想
22年度 経常利益	123	92	215
数量要因	+3	+4	+7
単価要因	+14	+26	+40
相場・飼料影響 (生産事業)	▲2	▲1	▲3
物流単価影響	▲3	▲2	▲5
海外事業要因	▲50	▲4	▲54
その他	▲0	+1	+1
営業外損益	▲1	▲9	▲11
23年度 経常利益	83	107	190

- ✓ アンズコフーズは、内部構造改革の効果もあり、2年連続過去最高益を達成。
- ✓ ヘルスケア事業など、副産物を有効活用した新規事業を強化し、収益安定化を進める。

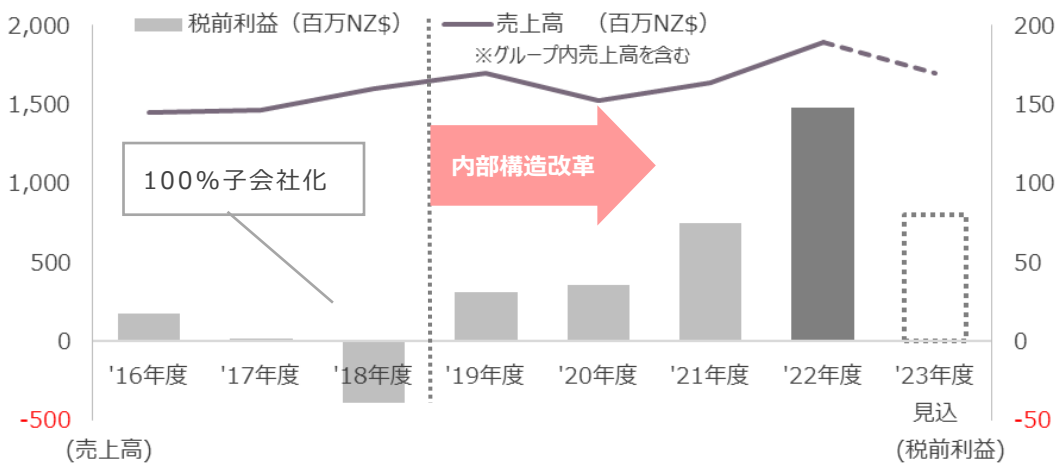
22年度取り組み

23年度取り組み

実績・見込

- アンズコフーズ 2年連続過去最高益達成
- 23年度の外部環境は厳しいが、内部構造改革を更に進め、基礎収益力を継続的に高める

アンズコフーズ業績推移



外部環境予測

- ✓ NZ国内インフレにより、人件費やエネルギーコストは上昇傾向
- ✓ 牛肉価格は下落傾向。但し、米国牛肉生産量減により、下げ幅は限定的となる見込み

		前年比
23年度 米国 牛肉 ※1	飼養頭数	▲ 3.0%
	生産量	▲ 6.6%
23年度 豪州 牛肉 ※2	飼養頭数	+ 4.5%
	生産量	+ 7.7%

資料：※1 USDA, ※2 MLA

ヘルスケア事業

- 副産物を有効活用、グループ全体の収益の安定化を進める

牛由来血液製剤事業
世界シェア

2位 (18%)

※当社調べ



ヘルスケア事業2025年度売上高目標（KPI）

105 百万豪ドル

2021年度 実績 34百万豪ドル(※)

※ヘルスケア事業売上高：2021年度実績を当初開示値から修正

- ✓ 処理・カット場を強化し収益性を高めるため、22年度は十和田ミートプラント牛処理施設建設に着手。23年度の伊佐ミートプラント開設。
- ✓ 製販が連動した収益管理・在庫管理の徹底により、着実に利益を積み上げる。

	22年度取り組み	23年度取り組み
川上事業の強化	➤ 処理・カット場を強化し、収益性を高める 輸出処理施設を拡充し、和牛輸出事業強化につなげる (イメージ図)  ✓ 22年度十和田ミートプラント牛処理施設の建設に着手 ✓ 23年度下期稼働開始予定 ✓ アニマルウェルフェアに配慮した最新設備を導入	南九州エリアでの集荷・供給体制を整え、効率化・収益拡大につなげる  ✓ 伊佐ミートプラント開設 2023年度4月稼働開始 ① { 有明ビーフプラント 有明ポークプラント ② 霧島ミートプラント ③ 伊佐ミートプラント
収益管理の徹底	➤ 製販を連動した収益管理・在庫管理を徹底、バリューチェーンの最適化を図る 国産牛、国産豚 粗利益：21年度比 +15億円	輸入牛、輸入鶏 粗利益：22年度比 +30億円（見込）

01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

02 中計進捗

03 決算補足データ

04 外部環境データ

グループ理念

私たちは事業を通じて、健やかで豊かな社会の実現に貢献します

ビジョン

フェアスピリットと変革への挑戦を大切にし、
従業員とともに持続的に成長 する 食品リーディングカンパニー

創業精神



「事業を通じて
社会に奉仕する」



「感動を創る」

- ✓ 中計2023では、“「既成概念の打破」と「強みの再認識」による更なる成長・飛躍”を行動指針に加え、4つのテーマに取り組んでいる。



中計2023で意識して取り組む指針

「既成概念の打破」と「強みの再認識」による更なる成長・飛躍

4つのテーマ

I. 収益基盤の強化

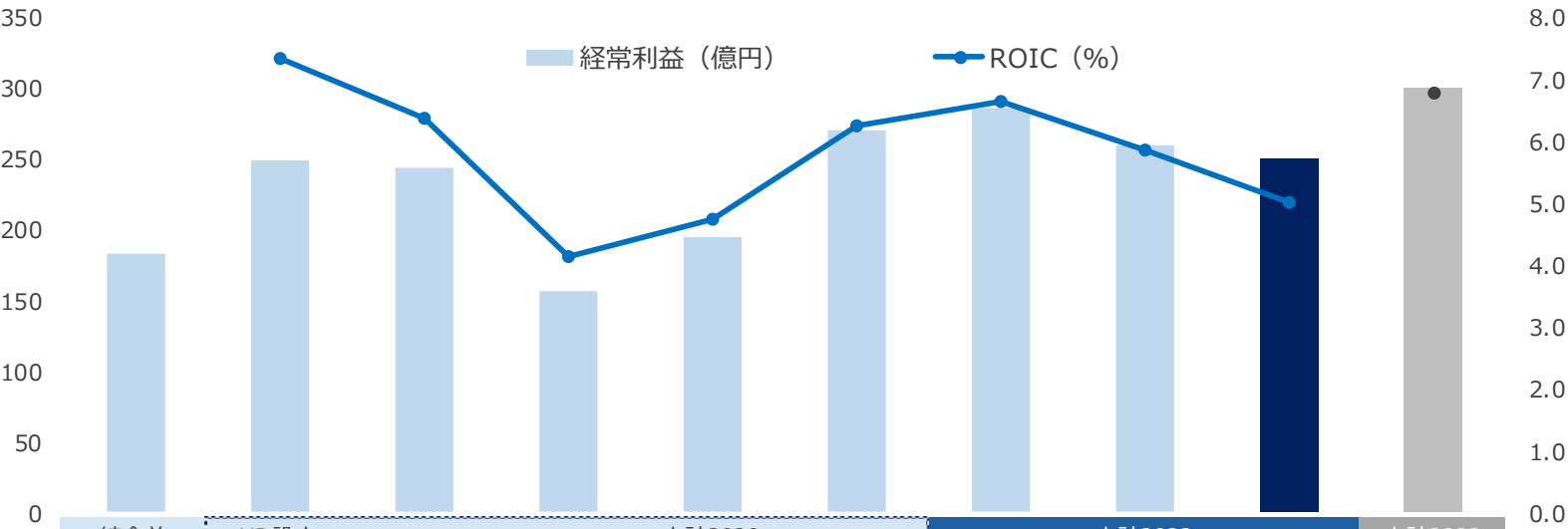
II. 新規事業・市場
への取り組み

III. サステナビリティへ
の取り組み

IV. 経営基盤の強化

- ✓ 20年度：前中計にて収益V字回復。要因は、統合シナジーによるコスト上昇の抑制、内食需要拡大・加工食品の採算性改善、アンズコフーズの収益改善など。
- ✓ 23年度：内部改善や価格改定などを実行するものの、原材料価格・光熱費の上昇に伴うコスト増をカバーしきれず、中計目標未達の見込み。

経常利益・ROIC推移



経常利益 (億円)	合計	183	249	244	157	195	270	286	260	250	300
	加工食品事業						145	125	60	70	167
	食肉事業						138	176	215	190	149
ROIC (%)		-	7.3	6.4	4.1	4.7	6.3	6.6	5.8	5.0	6.8

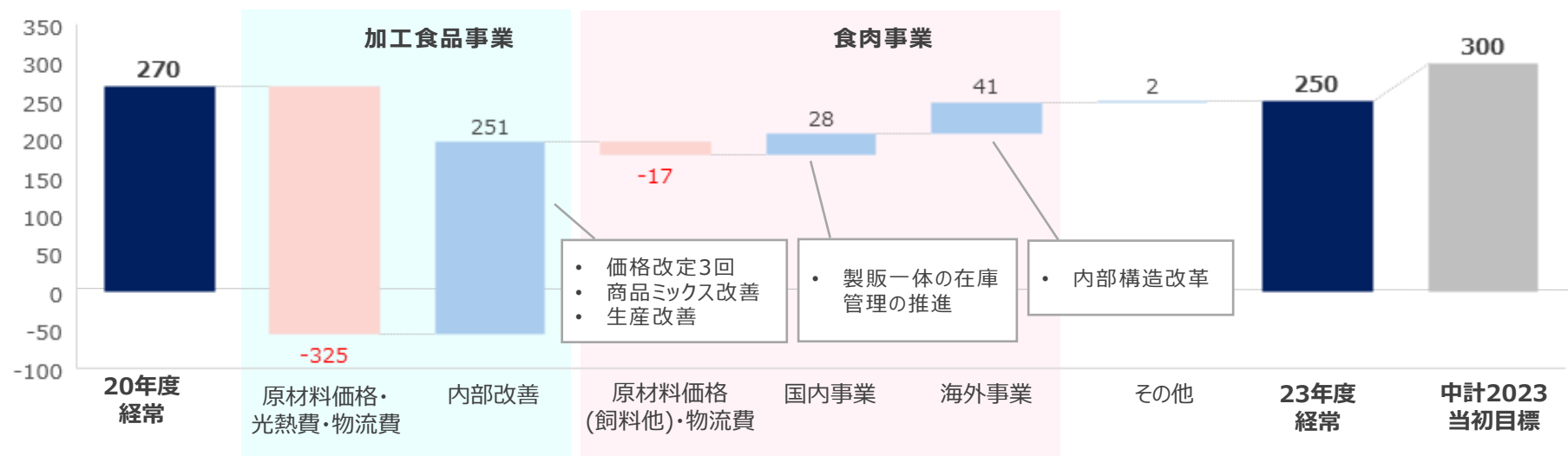
※2015年度は、伊藤ハム、米久の単純合算値

※ROICは、特別利益の内、受取保険金を除く

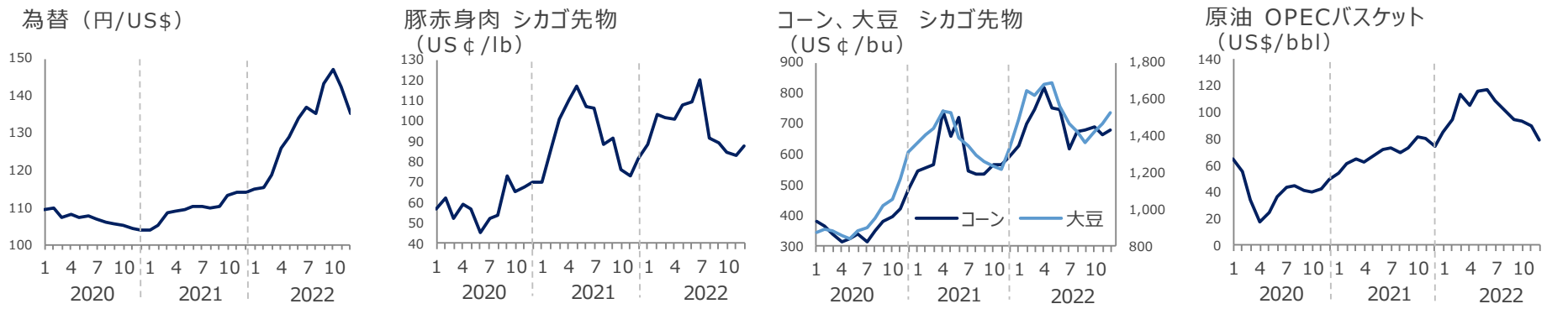
02 経常利益の増減要因と外部環境の変化

- ✓ 中計3年間の価格・光熱費・物流費等のコスト増は、計▲342億円の見込み。
- ✓ 価格改定による販売単価上昇、食肉の収益管理強化、アンズコフーズの内部構造改革等、+320億円の効果。しかし、コスト増を全てはカバーしきれず、中計目標にも未達の見込み。

中期経営計画2023 経常利益増減要因（2020年度実績 vs 2023年度予想）



外部環境



- ✓ 中計2023では、土台となる「Ⅳ.経営基盤の強化」を進めた上で、既存事業の「Ⅰ.収益基盤の強化」、「Ⅱ.新規事業・市場への取り組み」、「Ⅲ.サステナビリティへの取り組み」を推進する。

テーマ	主要な取り組み事項			
	加工食品事業		食肉事業	
Ⅰ. 収益基盤の強化	収益・シェア拡大		国内事業の収益安定 (生産事業投資・在庫管理徹底)	
	生産拠点再編の推進		海外事業アンズコフーズの収益向上 (内部構造改革により最高益達成)	
			和牛輸出の強化	
Ⅱ. 新規事業・市場への取り組み	冷凍食品の強化		たんぱく質の 安定供給に向けた 取り組み	アンズコフーズ社 ヘルスケア事業の強化
Ⅲ. サステナビリティへの取り組み	健康で豊かな 食生活の実現	地球環境への 配慮	従業員一人ひとりが活躍できる 職場づくり	持続可能な調達 と安定供給の推進
Ⅳ. 経営基盤の強化	組織再編		DX推進による 業務効率化・競争力強化	

- ✓ 22年夢工場再建に着手、冷凍食品の製造工場として23年上期稼働予定。
- ✓ 生産拠点再編を本格的に進め、次世代型ハム・ソーセージ工場として、現在のケンコー工場を24年建て替え着手、26年竣工の予定。

I . 収益基盤の強化

加工事業

22年までの取り組み

➤ 夢工場再建に着手

当社の新規事業である**冷凍食品**の製造工場として2023年度上期稼働予定



夢工場外観



➤ 拠点集約の推進

今後、米久デリカフーズ静岡工場の生産機能を夢工場中心に沼津地区に集約



今後の取り組み

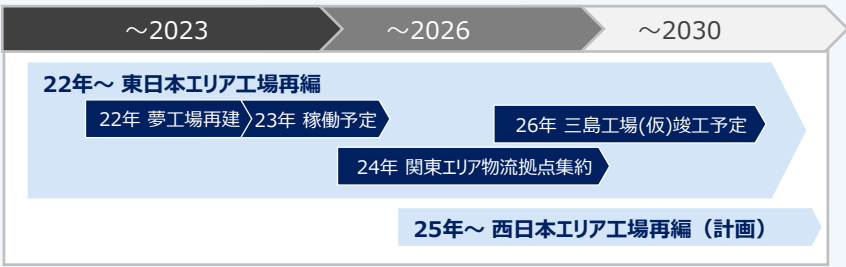
➤ 次世代型ハム・ソーセージ工場建設

現在のケンコー工場（静岡県三島市）を、グループの知見・技術を集約した東日本エリアにおけるシンボル工場として建替え。一貫生産ライン、DX対応に加え、環境に配慮し、地域社会との共生を実現する。



現在のケンコー工場外観（建替え前）

工場再編進行イメージ



- ✓ サンキョーミートが有する国内トップクラスの和牛輸出処理施設を活用し、22年和牛輸出は前年比で3.7%増加。
- ✓ 今後は、お客様のニーズに対応した商品展開を進めると共に、アンズコフーズの販売網も活用し、和牛輸出をさらに強化。

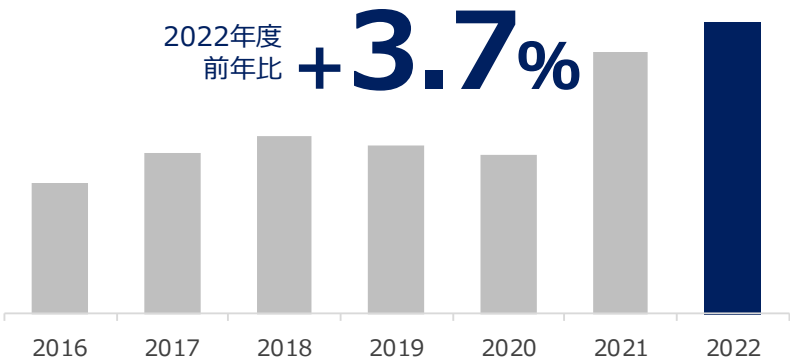
22年までの取り組み

➤ サンキョーミートが有する国内最大規模の輸出処理施設は
世界48の国と地域への輸出認可
を取得している

➤ サンキョーミートを活用し
和牛輸出を促進



和牛輸出金額推移



今後の取り組み

➤ **スキンバック包装(冷凍)、チルド輸出**
を強化、小分け、美味しさ、新鮮感など、高まるニーズに対応



サンキョーミート有明プラントに新パックセンター建設
(上期稼働開始予定)
現地ニーズに対応した商品を展開していく

➤ **アンズコフーズの販売網活用**
海外販路拡大につなげる



2023年1月フランスの展示会
『SIRHA』に出展
アンズコフーズのブースに
「ITO WAGYU」を展示



- ✓ 培養肉食用化を目指した取り組みとして、大阪大学大学院工学研究科・島津製作所・凸版印刷・シグマクシスと「培養肉未来創造コンソーシアム」を設立。
- ✓ ノンミート「まるでお肉」シリーズは、パッケージリニューアルや販促を通じ、商品の定着につなげていく。

22年までの取り組み

- 大阪大学大学院工学研究科・島津製作所・凸版印刷・シグマクシスと

「培養肉未来創造コンソーシアム」

を設立、研究推進拠点を大阪大学に設置、世界に先駆けての培養肉食用化の実現を目指す



記者会見の様子



培養肉未来創造
コンソーシアム
Consortium for Future Innovation by Cultured Meat

- ノンミート「まるでお肉」シリーズを

管理栄養士の
96%が推奨

パッケージおよび販促物に管理栄養士推奨マークを掲載、トライアル促進につなげる

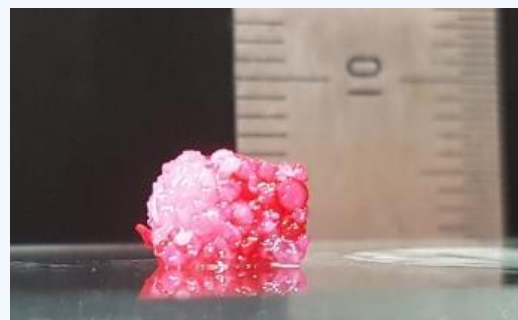


今後の取り組み

- 培養肉未来創造コンソーシアムは、2025年

日本国際博覧会

(大阪・関西万博)
に出展する大阪パビリオンへ協賛し、展示を予定



3Dバイオプリントを
活用した培養肉試作品

大阪・関西万博での活動を通じて、環境負荷を低減し世界規模のタンパク質不足を解決する「未来の食」の一つとしての培養肉の在り方を提示し、生活者の理解促進につなげる。

- 「まるでお肉」シリーズ

**大豆ミート食品類JAS
格付マーク**を掲載、ノンミート商品の定着につなげる





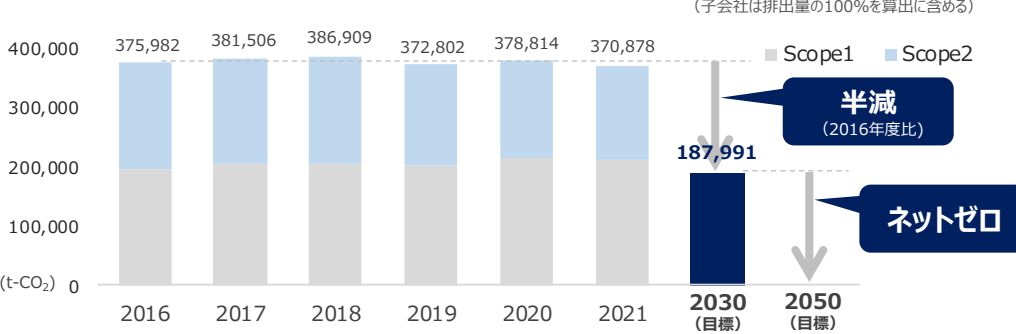
✓ 5つの取り組み項目と、KPIとして「温室効果ガス排出量」「エネルギー・用水使用量」「廃棄物排出量」を設定。

取り組み項目	KPI	2021年度	目標
● 温室効果ガス排出量の削減	温室効果ガス排出量(CO2換算) (Scope1・2)	370,878t	2030年度半減 (※2016年度比)、 2050年ネットゼロ
● エネルギー・用水使用量の削減	エネルギー・用水使用量 (原単位)	・ エネルギー:9.8GJ/t ・ 用水:17.6m ³ /t	毎年1%削減、 3年で3%削減 (※2021年度基準年)
● 廃棄物排出量の削減	廃棄物排出量 (原単位)	101.2kg/t	毎年1%削減、 3年で3%削減 (※2021年度基準年)
● 生物多様性の保全	[伊藤ハム米久グループ統合報告書2022]		
● プラスチック使用量の削減			

トピックス：温室効果ガス排出量の削減

- Ⅲ・サステナビリティへの取り組み
- 温室効果ガス排出量 (Scope1・2) **2030年度半減、2050年ネットゼロ**を目指す
削減目標達成に向けたロードマップの策定、および削減を促進する社内制度を検討中
 - 2023年度6月頃に開示するべく、**Scope 3排出量を算定中**
 - 2022年度も**TCFD提言に沿ったリスク・機会分析を実施**
分析結果を23年6月頃に開示予定

温室効果ガス排出量 (Scope 1・2) の推移と削減目標



2021年度 実績 **370,878t**

行動計画

- ・ 太陽光発電設備の設置
- ・ エネルギー効率の高い設備の導入
- ・ 冷蔵・冷凍設備の代替フロン/自然冷媒への切替
- ・ 使用燃料の転換 (石炭→LPG等)
- ・ 電力の再エネ比率の向上 など





✓ 5つの取り組み項目と、KPIとして「研修参加人数」「管理職の女性比率」「係長級の女性比率」「有給休暇取得率」を設定。

取り組み項目	KPI	2021年度	目標
● 人材開発・育成	研修参加人数（年間）	13,389名	2023年度 14,000名
● ダイバーシティの尊重	管理職の女性比率 ※	6.1%	2030年度 10%
● ワークライフバランスの推進	係長級の女性比率 ※	10.9%	2030年度 20%
● 人権尊重	有給休暇取得率（1人当たり年間）	62.8%	2025年度 70%
● 労働安全衛生・健康管理	[伊藤ハム米久グループ統合報告書2022]		

※主要国内グループ会社

トピックス1：サプライチェーン全体における人権尊重

トピックス2：ダイバーシティの尊重

Ⅲ・サステナビリティへの取り組み
➤ **人権デュー・ディリジェンス** の取り組みを推進

取り組み状況を当社ウェブサイト上で開示済（2023年4月）

- 22年度は、当社グループのサプライチェーン全体を通じた事業活動で発生する可能性がある【優先的に取り組むべき負の影響】を特定。
- 今後も引き続き、当社グループのサプライチェーン全体で労働実態の正確な把握と、負の影響の発生防止・軽減に努める。

【優先的に取り組むべき負の影響】



＜サプライヤー＞

過剰・不当な労働時間、労働安全衛生、差別・ハラスメント、外国人労働者の権利、強制労働・児童労働

＜自社＞

差別・ハラスメント、外国人技能実習生の権利

[「人権」に関する取り組みについて](#)

➤ **「MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)」** 構成銘柄に選定

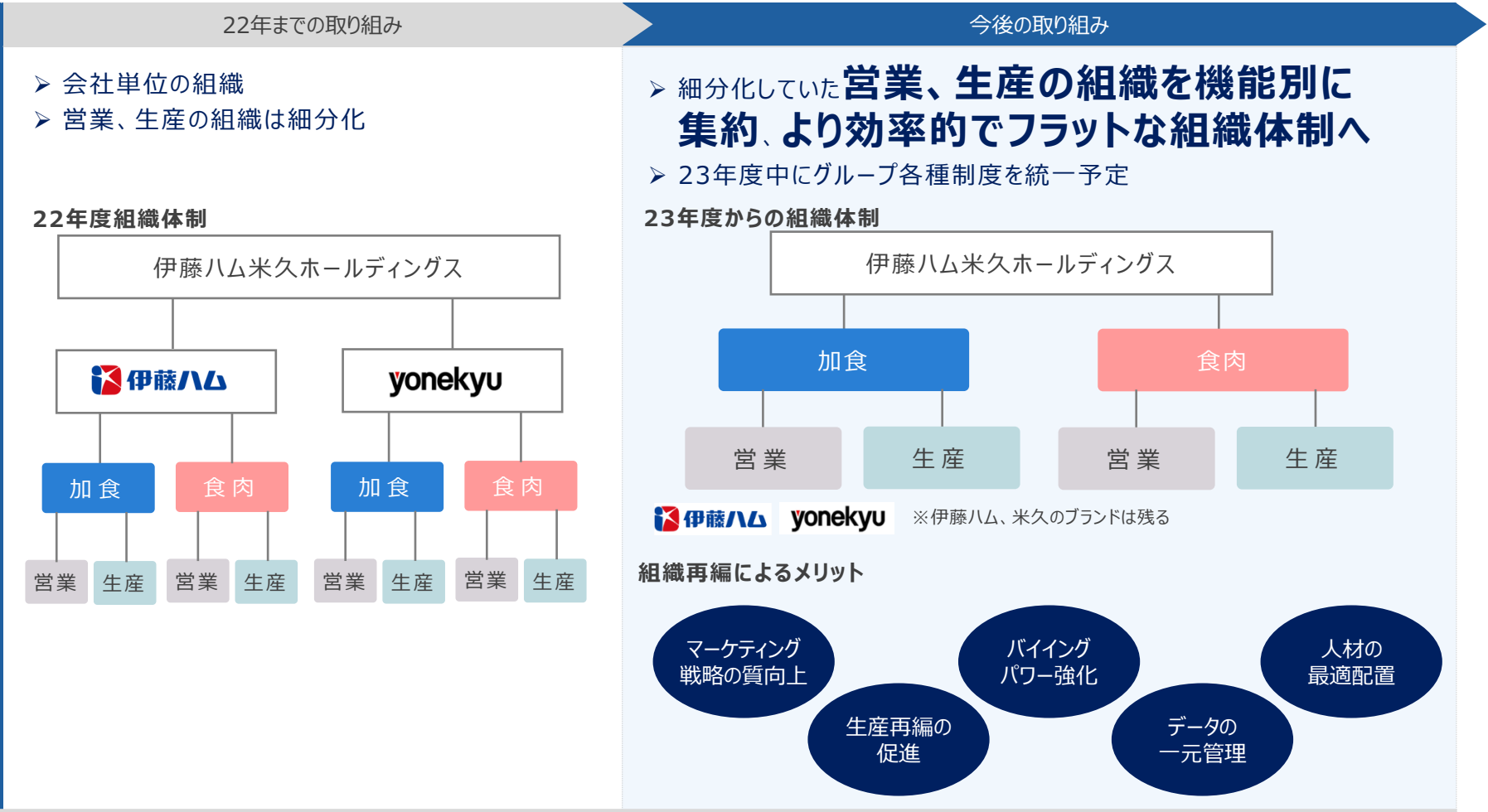
性別多様性に優れた企業として、2018年12月から構成銘柄に選定。

2022 CONSTITUENT MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)

※ 当社のMSCI指数への組み入れ、およびMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたは指数の名称の使用は、MSCIまたはその関係会社による当社への後援、保証、販促には該当しません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCIならびにMSCI指数の名称およびロゴはMSCIまたはその関係会社の商標またはサービスマークです。

- ✓ 2023年4月1日～ 細分化していた営業、生産組織を機能別に再編。
- ✓ 効率的でフラットな組織体制とし、グループ一体での競争力の創出を推進。

IV
・
経
営
基
盤
の
強
化



01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

02 中計進捗

03 決算補足データ

04 外部環境データ

業績推移

	※科目組換え後		単位：億円
	21年度	22年度	
	通期	通期	増減
売上高	8,544	9,227	+683
売上原価	7,247	7,926	+678
売上総利益	1,296	1,301	+5
売上比 (%)	15.2	14.1	▲1.1
販売費及び一般管理費	1,050	1,071	+21
売上比 (%)	12.3	11.6	▲0.7
営業利益	246	230	▲16
売上比 (%)	2.9	2.5	▲0.4
営業外損益	40	31	▲9
経常利益	286	260	▲26
売上比 (%)	3.3	2.8	▲0.5
特別損益	▲4	▲11	▲7
税金等調整前利益	282	250	▲32
当期純利益	191	170	▲21
売上比 (%)	2.2	1.8	▲0.4

※前年度公表数値

21年度
通期
8,544
7,225
1,319
15.4
1,073
12.6
246
2.9
40
286
3.3
▲4
282
191
2.2

地域別売上高

	※科目組換え後		単位：億円
	21年度	22年度	
	通期	通期	増減
売上高	8,544	9,227	+683
日本	7,459	7,859	+400
海外計	1,085	1,368	+283
(海外比率%)	12.7	14.8	+2.1
アジア	393	446	+53
北米	290	350	+59
オセアニア	259	350	+91
欧州	120	191	+71
その他	22	32	+10

販管費および一般管理費

※科目組換え後				単位：億円	※前年度公表数値
	21年度	22年度			21年度
	通期	通期	増減		通期
売上高	8,544	9,227	+683		8,544
販管費計	1,050	1,071	+21		1,073
売上比（％）	12.3	11.6	▲0.7		12.6
人件費	354	361	+7		354
物流費	443	446	+3		446
広告宣伝費	45	45	+0		45
包装費	18	18	▲0		38
減価償却費	17	17	▲1		17
その他経費	173	184	+11		173

営業外損益

単位：億円

	21年度	22年度	
	通期	通期	増減
営業外損益計	40	31	▲9
持分法損益	6	4	▲2
金融収支	2	▲3	▲5
助成金収入	19	18	▲0
その他	13	11	▲2

特別損益

単位：億円

	21年度	22年度	
	通期	通期	増減
特別損益計	▲4	▲11	▲7
固定資産除却損	▲4	▲5	▲0
減損損失	▲1	▲3	▲2
その他	2	▲3	▲5

単位：億円

	21年度 期末	22年度 期末	増減		21年度 期末	22年度 期末	増減
流動資産	2,434	2,565	+131	負債合計	1,504	1,675	+171
現金及び預金	480	227	▲253	流動負債	1,265	1,529	+264
受取手形及び売掛金	890	953	+63	固定負債	238	146	▲93
たな卸資産	956	1,227	+272	純資産合計	2,627	2,693	+65
その他	108	157	+48	株主資本	2,523	2,577	+54
				資本金	300	300	-
固定資産	1,697	1,803	+106	資本剰余金	966	894	▲72
有形固定資産	970	1,015	+45	利益剰余金	1,298	1,401	+103
無形固定資産	221	268	+47	自己株式	▲42	▲18	+23
投資その他の資産	506	520	+14	その他包括利益	98	110	+12
				新株予約権	1	1	▲0
				非支配株主持分	6	6	▲0
資産合計	4,131	4,368	+236	負債純資産合計	4,131	4,368	+236

	21年度 期末	22年度 期末	増減
有利子負債	351	426	+75
D/Eレシオ (%)	13.4	15.9	+2.5
自己資本	2,620	2,686	+66
自己資本比率 (%)	63.4	61.5	▲1.9

資産

受取手形・売掛金	(前期末増減)
たな卸資産	: + 63 億円
	: + 272 億円

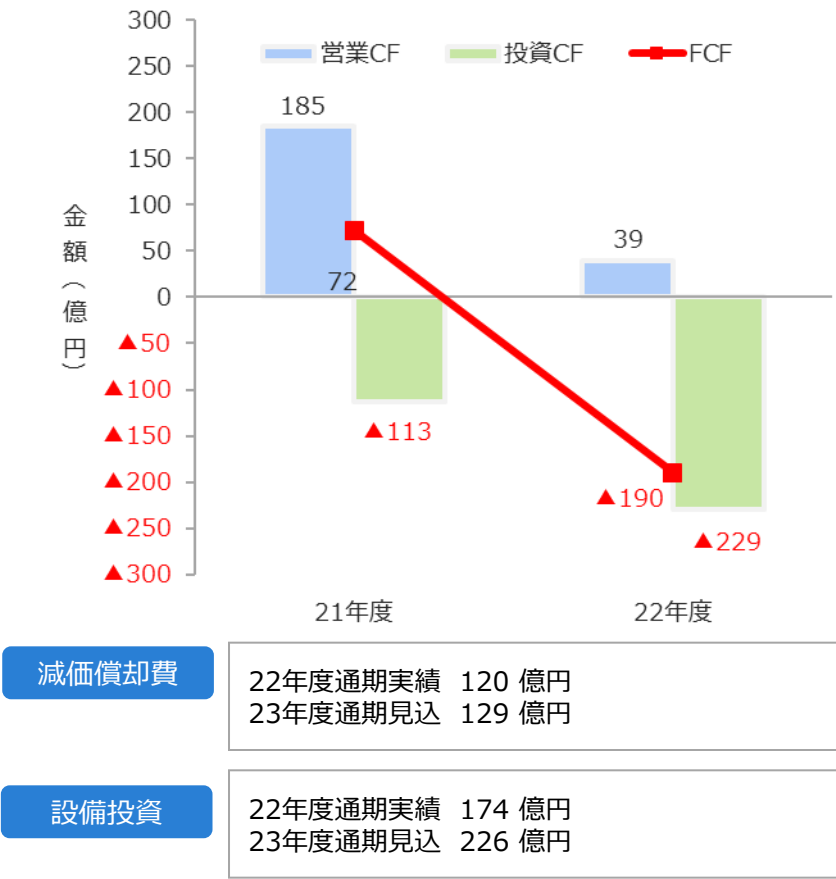
負債

支払手形・買掛金	(前期末増減)
短期借入金	: + 49 億円
長期借入金	: + 177 億円
	: ▲ 101 億円

純資産

<評価・換算差額等>	(前期末増減)
その他有価証券評価差額金	: ▲ 0 億円
為替換算調整勘定	: + 29 億円

	単位：億円		
	21年度	22年度	
	通期	通期	増減
①営業活動によるキャッシュ・フロー	185	39	▲145
税金等調整前純利益	282	250	▲32
減価償却費	115	122	+7
売上債権の増減額	▲17	▲54	▲37
たな卸資産の増減額	▲123	▲222	▲98
仕入債務の増減額	54	42	▲12
その他	▲126	▲98	+28
②投資活動によるキャッシュ・フロー	▲113	▲229	▲117
③財務活動によるキャッシュ・フロー	▲107	▲68	+38
④現金及び現金同等物の期末残高	477	224	▲253
①+② F C F	72	▲190	▲262



商品分類別 売上高

単位：億円

	連結計			加工食品セグメント			食肉セグメント			その他		
	21年度	22年度		21年度	22年度		21年度	22年度		21年度	22年度	
	通期	通期	増減	通期	通期	増減	通期	通期	増減	通期	通期	増減
売上高	8,544	9,227	+683	3,613	3,712	+99	4,889	5,471	+583	42	44	+2
ハム・ソーセージ	1,739	1,795	+56	1,611	1,655	+44	128	140	+12	-	-	-
プロパー	1,612	1,675	+63	1,484	1,535	+51	128	140	+12	-	-	-
ギフト	127	120	▲7	127	120	▲7	0	0	-	-	-	-
調理加工食品	1,495	1,548	+53	1,310	1,339	+30	186	209	+23	-	-	-
食肉	5,100	5,613	+513	692	717	+25	4,408	4,896	+488	-	-	-
牛肉	2,402	2,592	+190	316	325	+9	2,086	2,267	+181	-	-	-
豚肉	1,605	1,737	+131	223	220	▲2	1,382	1,516	+134	-	-	-
鶏肉	723	810	+88	152	169	+16	570	642	+71	-	-	-
羊肉・他	370	473	+104	1	3	+2	369	471	+102	-	-	-
その他	210	271	+61	0	0	▲0	167	227	+59	42	44	+2

商品分類別 伸長率

単位：％

	連結計		アンズコ除く	
	通期		通期	
	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	▲1.2	+3.2	▲1.3	+2.9
調理加工食品	▲1.7	+3.5	▲2.4	+1.8
食肉	▲4.3	+10.1	▲4.7	+7.1
牛肉	▲5.3	+7.9	▲3.8	+4.4
豚肉	▲1.9	+8.2	▲1.9	+8.2
鶏肉	▲8.8	+12.1	▲8.8	+12.1
その他	+6.8	+28.0	▲19.5	▲5.9

主要ブランド 伸長率

単位：％

	上期計	3Q	4Q	下期計	通期計
THE GRAND アルトバイエルン	▲4.5	+1.0	▲3.9	▲1.4	▲2.9
朝のフレッシュシリーズ	+9.6	+15.0	+14.8	+14.9	+12.1
ポーケビッツ/チーズイン	+8.7	+11.6	+9.1	+10.4	+10.6
ラ・ピッツァ/ピザガーデン	▲8.7	+13.5	+9.7	+11.7	+1.3
原形ベーコンシリーズ	▲0.8	+2.6	+7.6	+5.0	+2.2
王様のローストビーフ	+40.3	+21.5	+16.2	+19.4	+28.4

※金額ベース

単位：億円

		1Q (4-6月)			2Q (7-9月)			3Q (10-12月)			4Q (1-3月)		
		'22年度 実績	'21年度 実績	前期 差	'22年度 実績	'21年度 実績	前期 差	'22年度 実績	'21年度 実績	前期 差	'22年度 実績	'21年度 実績	前期 差
H D 連 結	売上高	2,123	2,026	+97	2,357	2,152	+205	2,536	2,379	+156	2,211	1,987	+224
	営業利益	71	76	▲4	80	69	+11	88	87	+1	▲9	15	▲24
	営業利益率(%)	3.4	3.7	▲0.4	3.4	3.2	+0.2	3.5	3.6	▲0.2	▲0.4	0.7	▲1.2
	経常利益	77	84	▲7	85	81	+3	99	103	▲4	0	18	▲18
	経常利益率(%)	3.6	4.2	▲0.5	3.6	3.8	▲0.2	3.9	4.3	▲0.4	0.0	0.9	▲0.9
加 工 食 品 事 業	売上高	878	853	+25	920	905	+15	1,062	1,037	+25	852	818	+34
	営業利益	27	39	▲11	16	30	▲14	35	47	▲13	▲22	4	▲26
	営業利益率(%)	3.1	4.6	▲1.4	1.8	3.4	▲1.6	3.3	4.6	▲1.3	▲2.6	0.5	▲3.1
	経常利益	28	40	▲11	17	32	▲14	37	48	▲11	▲23	5	▲28
	経常利益率(%)	3.2	4.7	▲1.4	1.9	3.5	▲1.6	3.5	4.6	▲1.2	▲2.7	0.6	▲3.3
食 肉 事 業	売上高	1,234	1,162	+72	1,426	1,237	+189	1,463	1,331	+131	1,349	1,159	+190
	営業利益	49	41	+8	67	41	+26	56	41	+15	19	16	+3
	営業利益率(%)	4.0	3.5	+0.4	4.7	3.3	+1.4	3.8	3.0	+0.8	1.4	1.4	+0.0
	経常利益	53	47	+5	70	51	+19	63	55	+8	29	23	+6
	経常利益率(%)	4.3	4.1	+0.2	4.9	4.2	+0.8	4.3	4.1	+0.2	2.2	2.0	+0.2
そ の 他 ・ 調 整	売上高	11	11	+1	11	10	+0	12	11	+0	10	10	+0
	営業利益	▲5	▲4	▲1	▲3	▲2	▲1	▲3	▲1	▲1	▲7	▲5	▲1
	経常利益	▲4	▲3	▲1	▲3	▲2	▲1	▲1	▲0	▲1	▲6	▲10	+4

03 決算補足データ：22年度利益増減要因推移

※億円未満は四捨五入

単位：億円

加工食品事業	上期			下期					通期				
	5/9見込	8/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績
前年経常利益	72	72	72	53	53	53	53	53	125	125	125	125	125
数量要因	▲4	▲6	▲4	▲4	▲9	▲5	▲2	▲2	▲8	▲15	▲8	▲6	▲5
単価要因	+25	+34	+35	+30	+67	+70	+74	+71	+55	+100	+104	+108	+105
原材料・光熱費影響	▲49	▲59	▲54	▲31	▲66	▲86	▲106	▲104	▲80	▲125	▲140	▲160	▲158
物流単価影響	▲2	▲2	▲3	▲1	▲2	▲3	▲5	▲4	▲3	▲4	▲6	▲8	▲7
その他	-	-	-	-	-	-	▲1	-	-	-	-	-	-
営業外損益	▲1	-	-	-	-	-	+1	▲1	-	-	-	+1	▲1
当年経常利益	41	38	46	48	43	29	14	14	89	81	75	60	60

食肉事業	上期			下期					通期				
	5/9見込	8/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績
前年経常利益	99	99	99	78	78	78	78	78	176	176	176	176	176
数量要因	▲1	▲8	▲5	+1	-	▲5	-	+3	-	▲8	▲10	▲5	▲3
単価要因	▲3	▲1	▲1	+4	+3	▲12	▲10	▲1	+1	+2	▲13	▲11	▲2
相場・飼料影響（生産事業）	▲6	▲7	▲3	▲6	▲11	▲2	+2	+3	▲12	▲18	▲5	▲1	-
物流単価影響	▲1	▲2	▲2	▲1	▲2	▲3	▲2	▲5	▲2	▲4	▲5	▲4	▲7
海外事業要因	+15	+45	+46	-	▲5	+14	+21	+20	+15	+40	+60	+67	+66
その他	-	▲1	▲1	▲1	▲1	-	▲1	▲1	▲1	▲1	-	▲1	▲2
営業外損益	▲5	▲5	▲11	▲9	▲9	▲1	▲13	▲4	▲14	▲14	▲11	▲23	▲15
当年経常利益	98	120	123	66	53	70	76	92	164	173	192	198	215

その他・調整	上期			下期					通期				
	5/9見込	8/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績	5/9見込	8/3見込	11/8見込	2/3見込	実績
前年経常利益	▲5	▲5	▲5	▲11	▲11	▲11	▲11	▲11	▲15	▲15	▲15	▲15	▲15
その他	▲5	▲3	▲2	+6	-	▲11	▲3	-	-	▲3	▲13	▲5	▲2
営業外損益	+1	-	-	+1	+5	+1	+2	+4	+2	+4	+1	+2	+4
当年経常利益	▲9	▲8	▲7	▲4	▲6	▲20	▲11	▲7	▲13	▲14	▲27	▲18	▲14

単位：億円

		上期			下期			通期		
		'23年度 予想	'22年度 実績	前期 差	'23年度 予想	'22年度 実績	前期 差	'23年度 予想	'22年度 実績	前期 差
H D 連 結	売上高	4,550	4,480	+70	4,750	4,747	+3	9,300	9,227	+73
	営業利益	92	151	▲59	138	79	+59	230	230	+0
	営業利益率(%)	2.0	3.4	▲1.4	2.9	1.7	+1.3	2.5	2.5	+0.0
	経常利益	100	162	▲62	150	99	+51	250	260	▲10
	経常利益率(%)	2.2	3.6	▲1.4	3.2	2.1	+1.1	2.7	2.8	▲0.1
加 工 食 品 事 業	売上高	1,830	1,798	+32	1,930	1,914	+16	3,760	3,712	+48
	営業利益	22	44	▲22	46	13	+33	68	56	+12
	営業利益率(%)	1.2	2.4	▲1.2	2.4	0.7	+1.7	1.8	1.5	+0.3
	経常利益	23	46	▲23	47	14	+33	70	60	+10
	経常利益率(%)	1.3	2.5	▲1.3	2.4	0.7	+1.7	1.9	1.6	+0.3
食 肉 事 業	売上高	2,700	2,660	+40	2,800	2,811	▲11	5,500	5,471	+29
	営業利益	78	116	▲38	99	75	+24	177	191	▲14
	営業利益率(%)	2.9	4.4	▲1.5	3.5	2.7	+0.9	3.2	3.5	▲0.3
	経常利益	83	123	▲40	107	92	+15	190	215	▲25
	経常利益率(%)	3.1	4.6	▲1.5	3.8	3.3	+0.5	3.5	3.9	▲0.5
そ の 他 ・ 調 整	売上高	20	22	▲2	20	22	▲2	40	44	▲4
	営業利益	▲8	▲8	+0	▲7	▲9	+2	▲15	▲18	+3
	経常利益	▲6	▲7	+1	▲4	▲7	+3	▲10	▲14	+4

01 決算ハイライト

- ・ 全社 実績/予想
- ・ 加工食品 実績/予想
- ・ 食肉 実績/予想

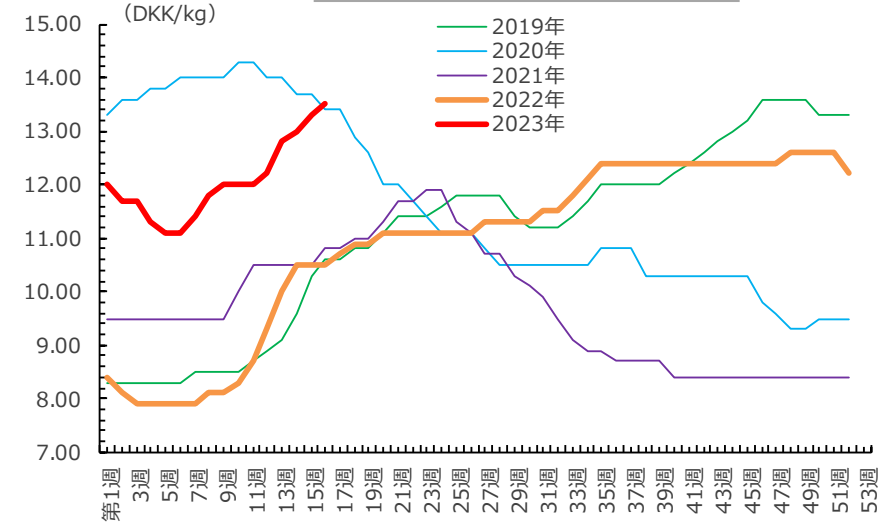
02 中計進捗

03 決算補足データ

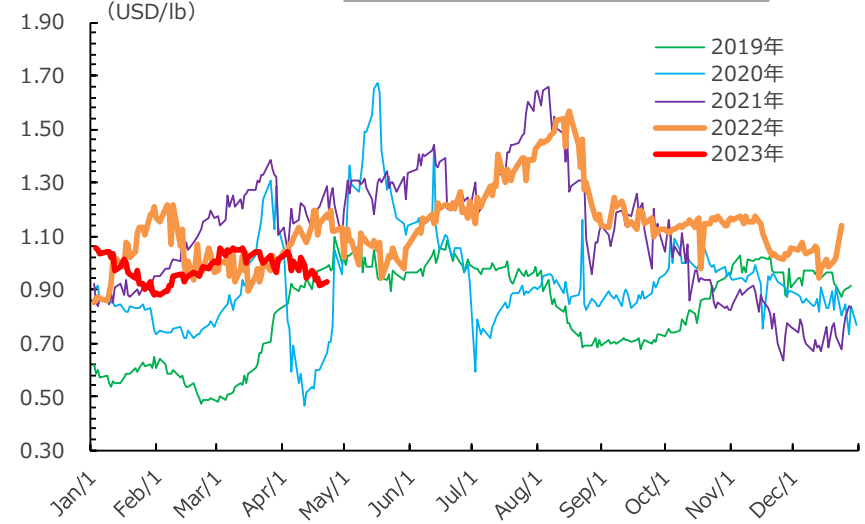
04 外部環境データ

04 外部環境データ：海外原料相場

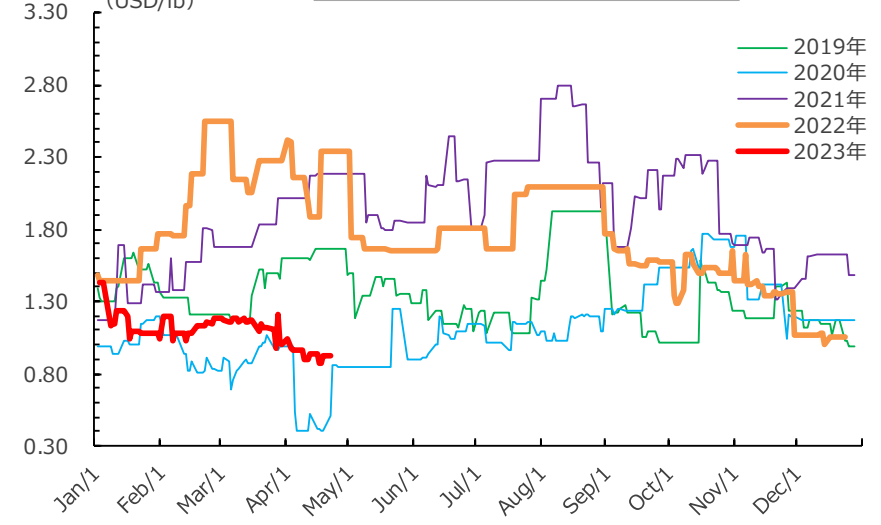
デンマーク 枝肉現地相場



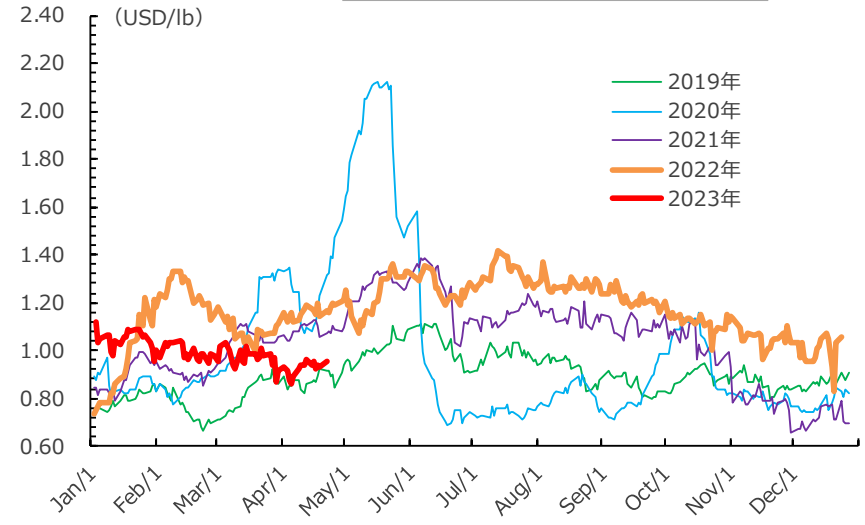
米国 現地相場（ピクニック）



米国 現地相場（ベリー）

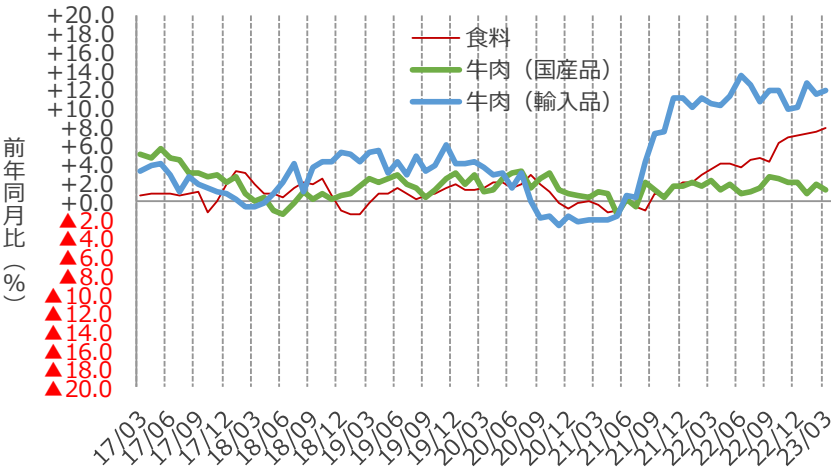


米国 現地相場（ロイン）

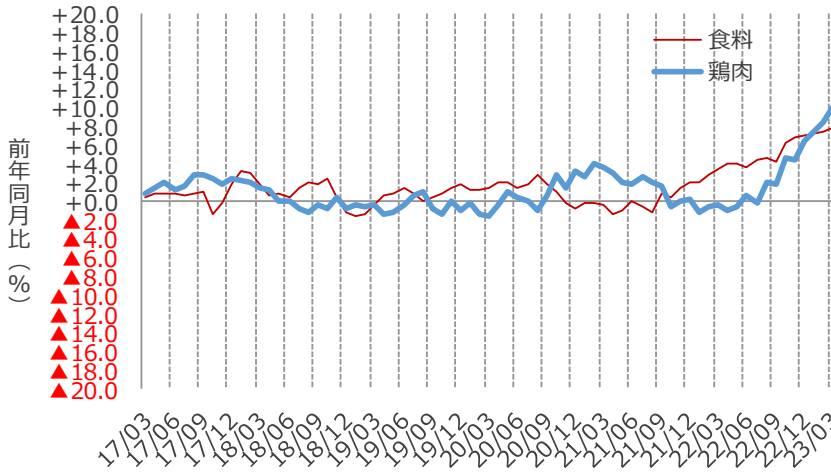


04 外部環境データ：消費者物価指数（CPI）

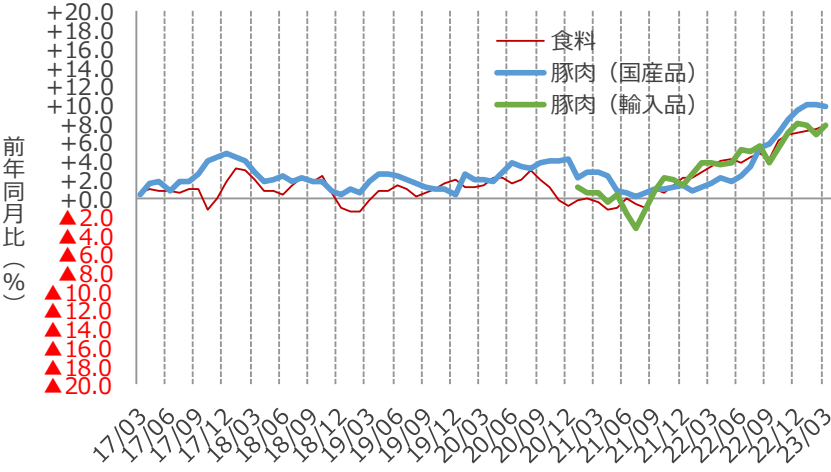
牛肉



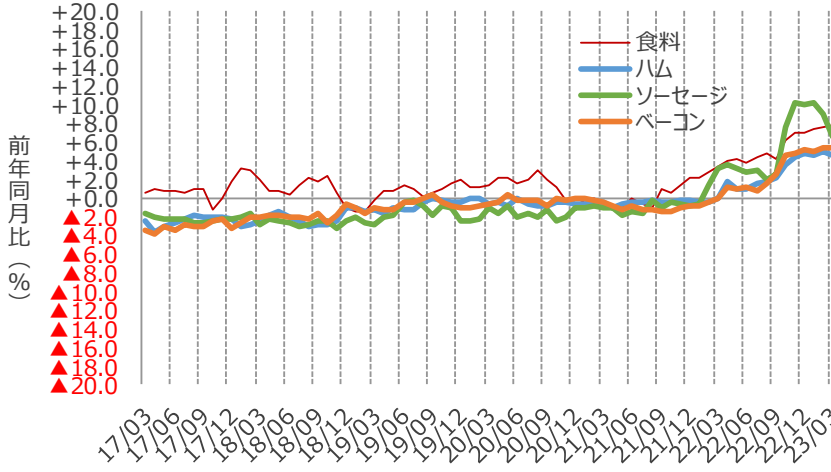
鶏肉



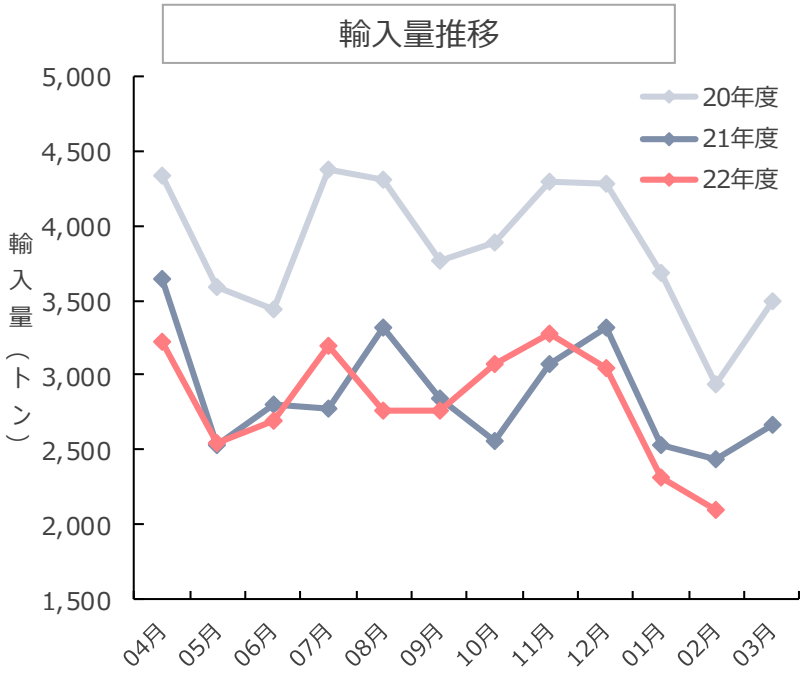
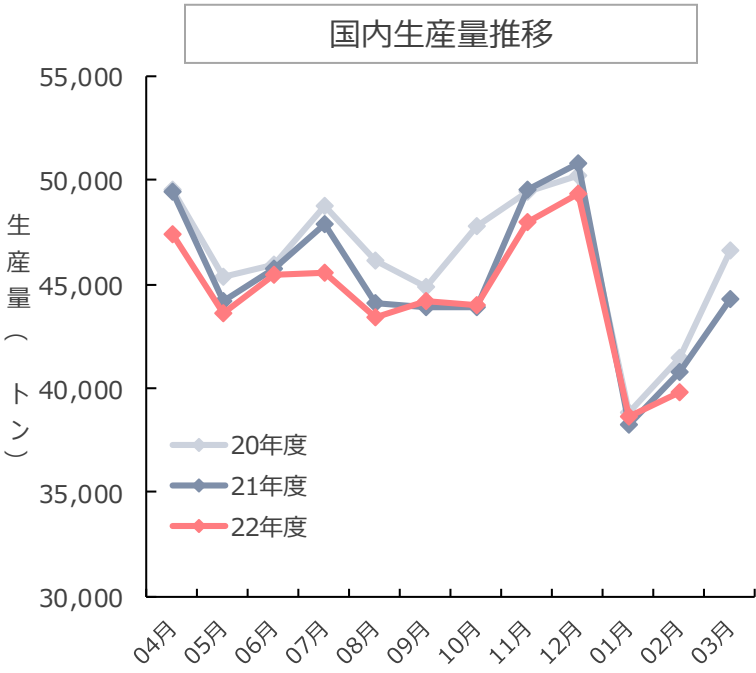
豚肉



加工肉



04 外部環境データ：ハム・ソーセージ 国内生産量・輸入量



			単位：トン												
			04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	累計
生産量	21年度	重量	49,471	44,243	45,738	47,947	44,061	43,892	43,950	49,564	50,798	38,269	40,750	44,348	547,171
		(増減率)	-1.1%	-2.4%	-3.9%	-0.1%	-0.7%	1.5%	-5.9%	5.5%	0.3%	-1.0%	3.0%	-3.7%	-0.8%
	22年度	重量	47,459	43,605	45,445	45,577	43,462	44,172	43,975	48,036	49,388	38,674	39,780		489,572
		(増減率)	-4.1%	-1.4%	-0.6%	-4.9%	-1.4%	0.6%	0.1%	-3.1%	-2.8%	1.1%	-2.4%		-9.8%
輸入量	21年度	重量	3,649	2,531	2,797	2,778	3,315	2,850	2,560	3,077	3,316	2,532	2,437	2,661	33,949
		(増減率)	-20.8%	-17.0%	-13.9%	-7.5%	31.1%	3.6%	-7.2%	14.9%	24.5%	36.9%	5.6%	6.4%	1.6%
	22年度	重量	3,226	2,540	2,696	3,190	2,759	2,756	3,073	3,275	3,046	2,319	2,092		30,974
		(増減率)	-11.6%	0.4%	-3.6%	14.8%	-16.8%	-3.3%	20.1%	6.5%	-8.2%	-8.4%	-14.1%		-10.2%
合計	21年度	重量	53,120	46,775	48,535	50,726	47,376	46,742	46,510	52,640	54,115	40,800	43,187	47,009	581,120
		(増減率)	-2.8%	-3.3%	-4.6%	-0.5%	1.0%	1.6%	-6.0%	6.0%	1.5%	0.7%	3.2%	-3.2%	-0.6%
	22年度	重量	50,685	46,146	48,142	48,767	46,220	46,929	47,048	51,311	52,434	40,993	41,872	0	520,546
		(増減率)	-4.6%	-1.3%	-0.8%	-3.9%	-2.4%	0.4%	1.2%	-2.5%	-3.1%	0.5%	-3.0%		-9.9%

4～2月期間計

【生産量】
21年度 **498,682 トン**
22年度 **489,572 トン**
前年より **1.8%減**

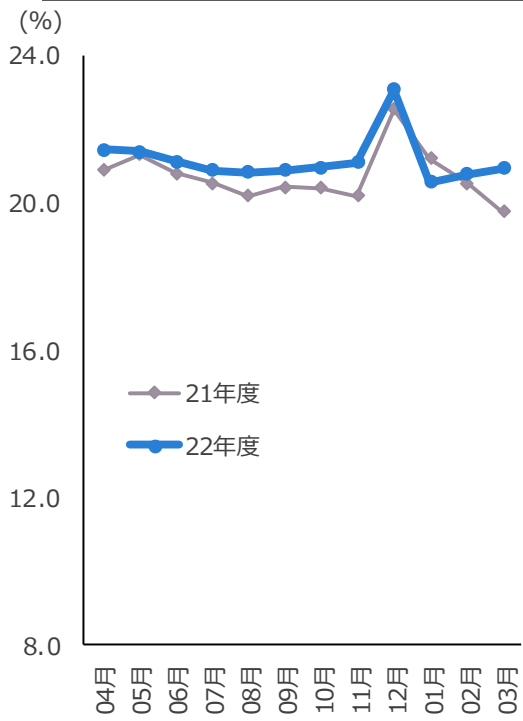
【輸入量】
21年度 **31,843 トン**
22年度 **30,974 トン**
前年より **2.7%減**

【合計】
21年度 **530,525 トン**
22年度 **520,546 トン**
前年より **1.9%減**

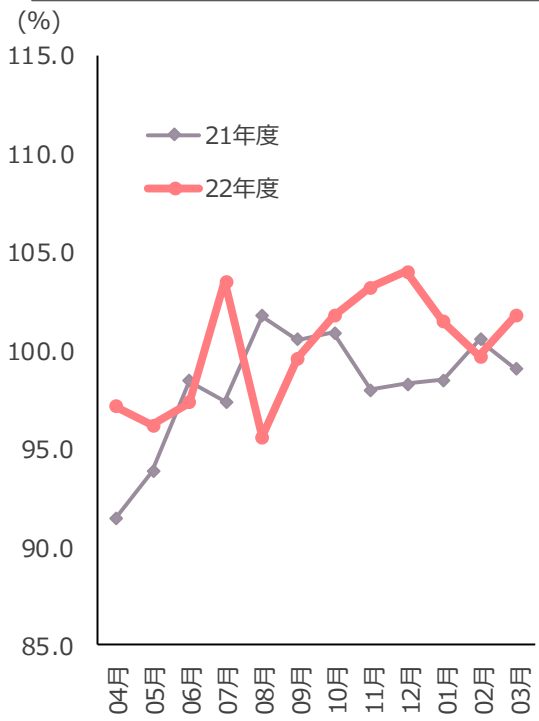
資料：日本ハム・ソーセージ工業協同組合「食肉加工品生産数量」

04 外部環境データ：ハム・ソーセージ シェア（HSトータル）

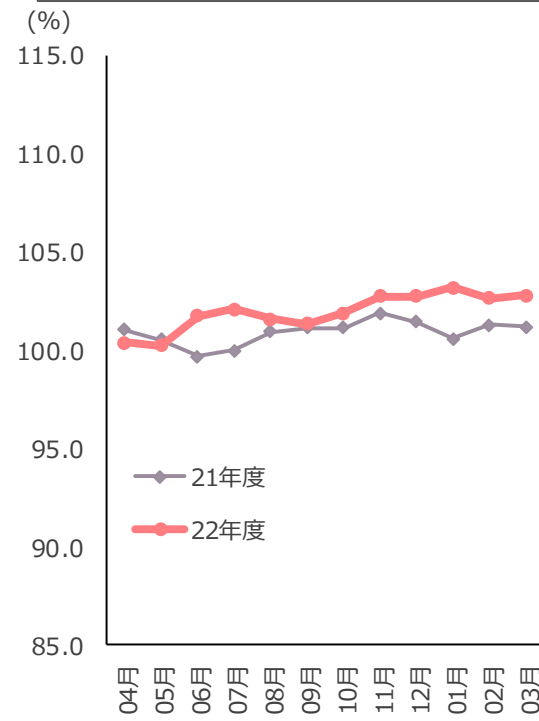
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	20.9	21.3	20.8	20.5	20.2	20.4	20.4	20.2	22.5	21.2	20.5	19.8	20.9
22年度	21.4	21.4	21.1	20.9	20.8	20.9	20.9	21.1	23.1	20.5	20.8	20.9	21.2
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	91.4	93.8	98.4	97.3	101.7	100.5	100.9	97.9	98.2	98.5	100.5	99.0	98.6
22年度	97.1	96.1	97.3	103.5	95.6	99.5	101.7	103.2	103.9	101.4	99.6	101.8	99.7
【単価前年比】													
21年度	101.0	100.5	99.6	100.0	100.9	101.1	101.1	101.9	101.4	100.6	101.3	101.1	100.7
22年度	100.3	100.2	101.7	102.1	101.6	101.3	101.9	102.7	102.7	103.1	102.6	102.8	102.1

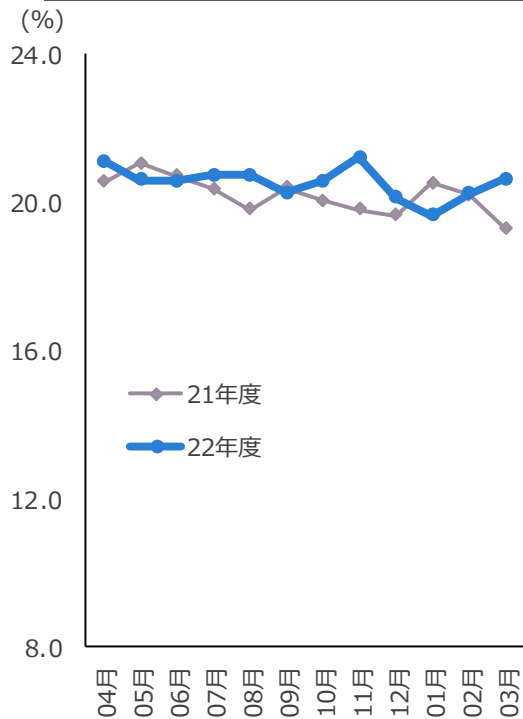
【自社シェア】

4月～3月期間計
前年 **20.9%**
今年 **21.2%**
前年より **0.3%増**

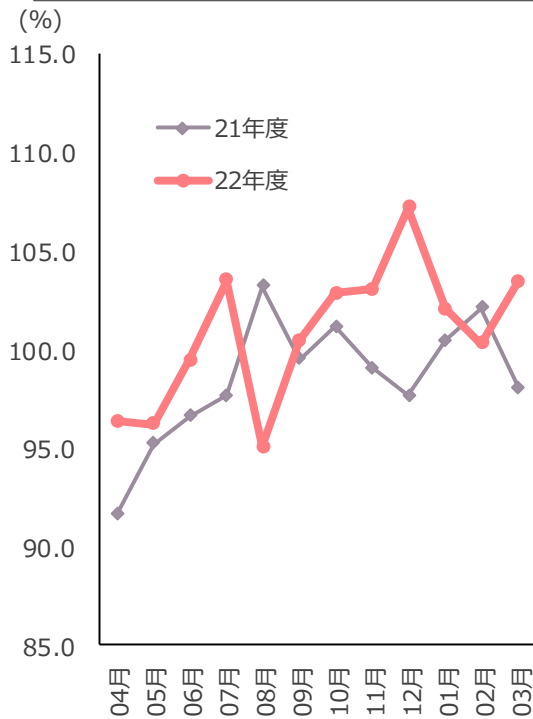
※QPR™調べ

04 外部環境データ：ハム・ソーセージ シェア（ウイナー）

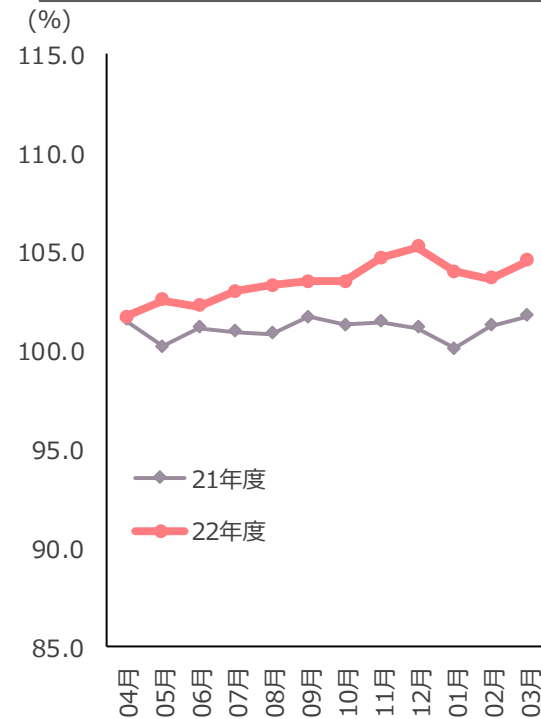
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	20.6	21.0	20.7	20.4	19.8	20.4	20.0	19.8	19.6	20.5	20.2	19.3	20.3
22年度	21.1	20.6	20.6	20.7	20.7	20.3	20.6	21.2	20.1	19.6	20.2	20.6	20.6
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	91.6	95.2	96.6	97.6	103.2	99.5	101.1	99.1	97.7	100.4	102.1	98.1	99.1
22年度	96.4	96.2	99.4	103.5	95.0	100.4	102.8	103.0	107.2	102.0	100.3	103.5	100.3
【単価前年比】													
21年度	101.5	100.2	101.1	101.0	100.8	101.7	101.3	101.4	101.1	100.1	101.2	101.7	101.2
22年度	101.7	102.6	102.2	103.0	103.3	103.5	103.5	104.7	105.2	104.0	103.6	104.5	103.5

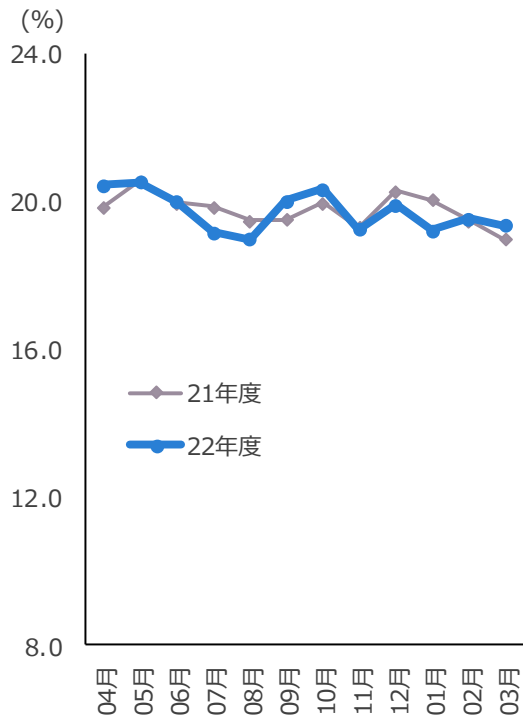
【自社シェア】

4月～3月期間計
前年 **20.3%**
今年 **20.6%**
前年より **0.3%増**

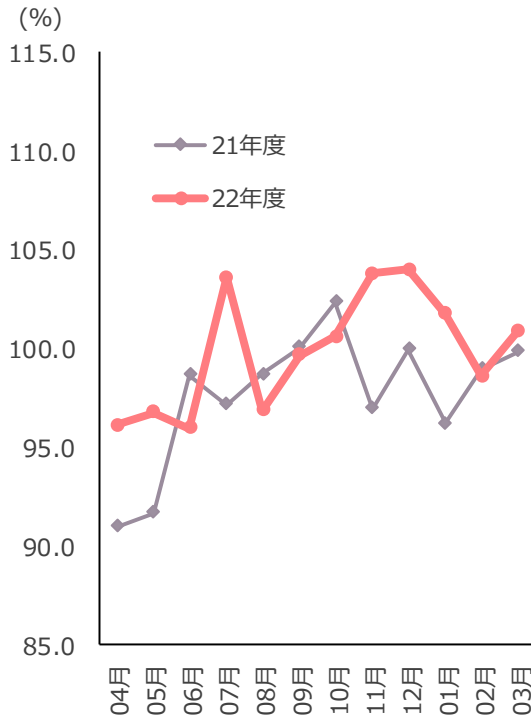
※QPR™調べ

04 外部環境データ：ハム・ソーセージ シェア（スライスパック）

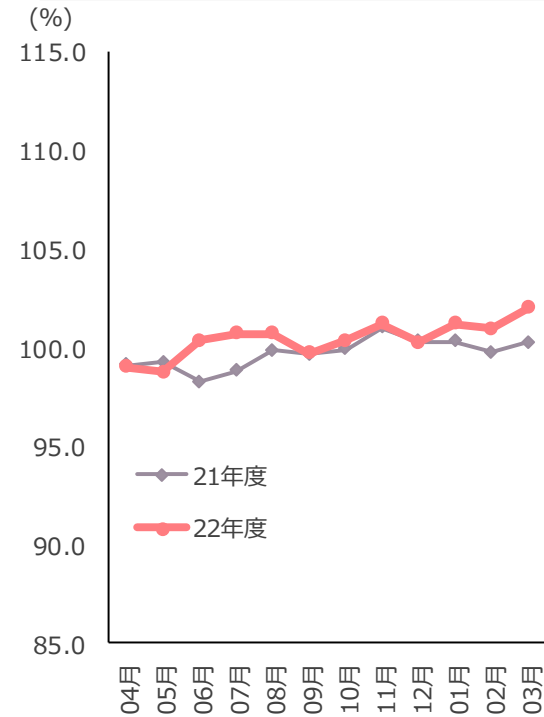
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	19.9	20.6	20.0	19.9	19.5	19.5	20.0	19.3	20.3	20.0	19.5	19.0	19.9
22年度	20.5	20.5	20.0	19.2	19.0	20.0	20.3	19.2	19.9	19.2	19.5	19.3	19.9
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	90.9	91.7	98.6	97.1	98.7	100.0	102.3	96.9	99.9	96.2	98.9	99.8	98.0
22年度	96.1	96.8	95.9	103.6	96.9	99.6	100.6	103.8	104.0	101.8	98.6	100.9	99.2
【単価前年比】													
21年度	99.1	99.3	98.3	98.8	99.9	99.6	99.9	101.0	100.3	100.3	99.8	100.2	99.4
22年度	99.0	98.8	100.3	100.7	100.7	99.7	100.3	101.2	100.2	101.2	100.9	102.0	100.6

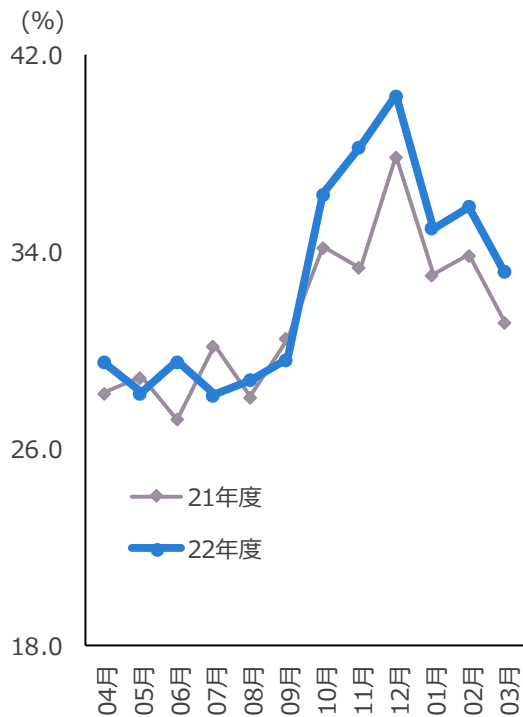
【自社シェア】

4月～3月期間計
前年 **19.9%**
今年 **19.9%**
前年より **±0.0%**

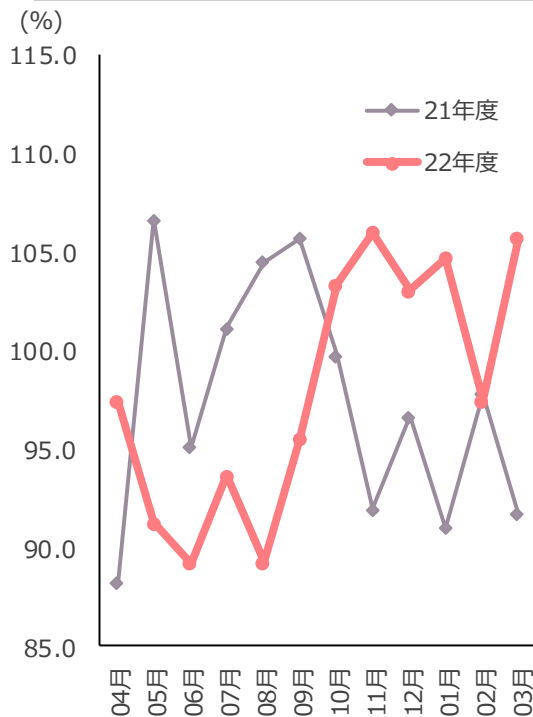
※QPR™調べ

04 外部環境データ：調理加工食品 シェア（ピザ）

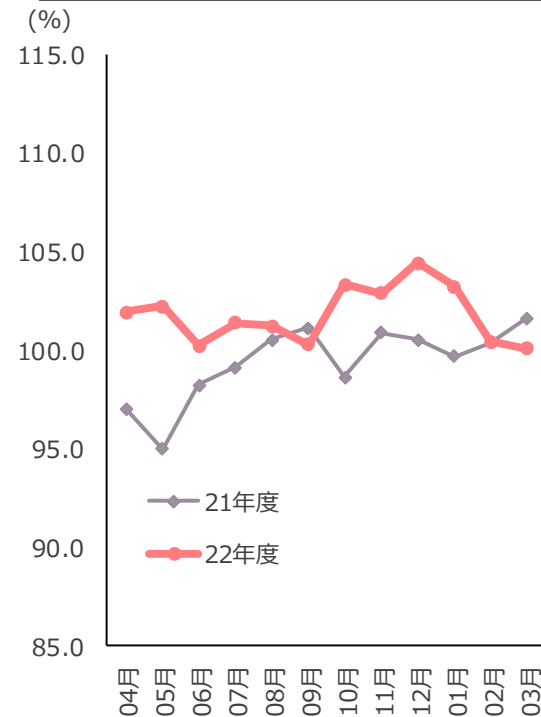
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	28.2	28.9	27.2	30.2	28.1	30.4	34.2	33.3	37.8	33.0	33.9	31.1	31.6
22年度	29.5	28.2	29.5	28.2	28.8	29.6	36.3	38.3	40.3	35.0	35.8	33.2	33.1
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	88.2	106.6	95.1	101.1	104.5	105.7	99.7	92.0	96.6	91.0	97.8	91.7	97.8
22年度	97.4	91.2	89.2	93.6	89.2	95.5	103.4	106.0	103.0	104.7	97.4	105.7	98.1
【単価前年比】													
21年度	97.0	95.0	98.2	99.1	100.5	101.1	98.6	100.9	100.5	99.6	100.4	101.6	99.2
22年度	101.9	102.2	100.2	101.4	101.2	100.3	103.3	102.9	104.4	103.2	100.4	100.1	102.0

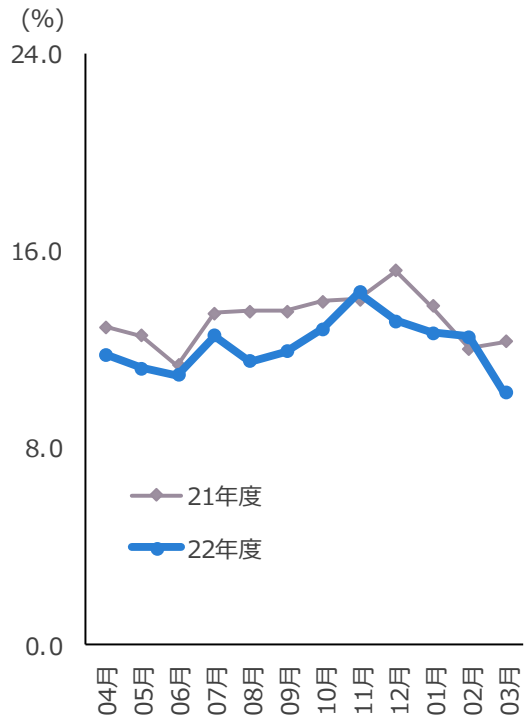
【自社シェア】

4月～3月期間計
前年 **31.6%**
今年 **33.1%**
前年より **+1.5%**

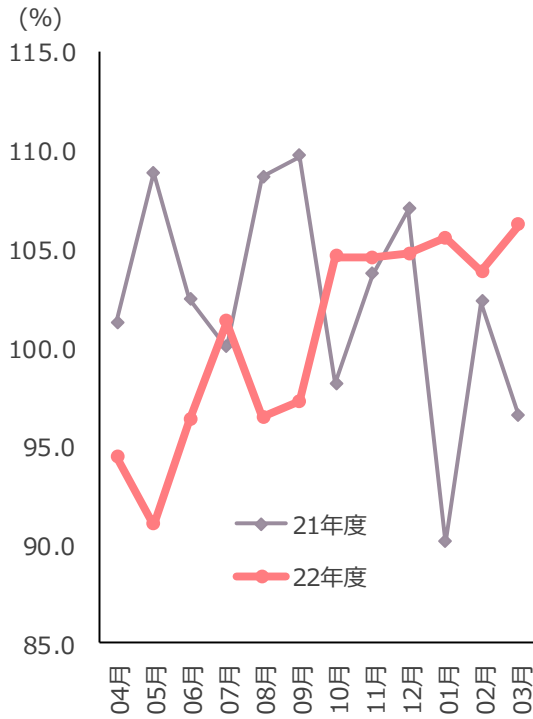
※QPR™調べ

04 外部環境データ：調理加工食品 シェア（HB・MB）

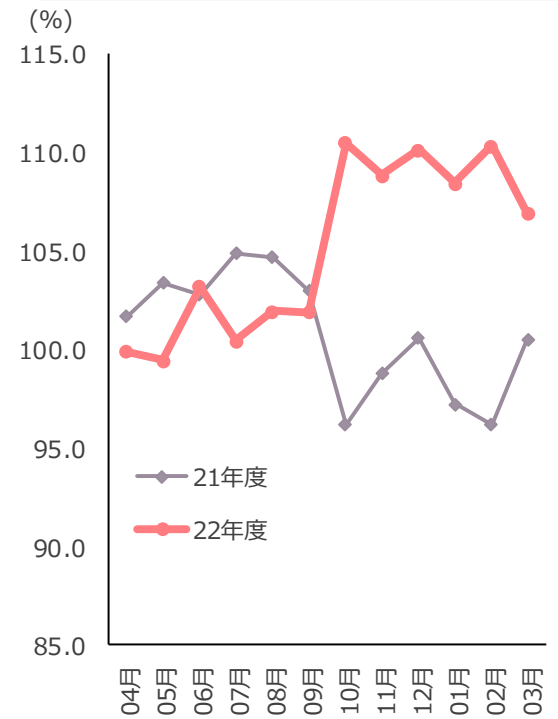
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	12.9	12.5	11.3	13.4	13.5	13.5	13.9	14.0	15.2	13.7	12.0	12.3	13.1
22年度	11.8	11.2	10.9	12.5	11.5	11.9	12.8	14.3	13.1	12.6	12.5	10.2	12.2
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	101.3	108.8	102.5	100.0	108.7	109.7	98.2	103.7	107.0	90.1	102.3	96.6	102.2
22年度	94.4	91.0	96.3	101.3	96.5	97.3	104.6	104.5	104.8	105.5	103.9	106.2	99.4
【単価前年比】													
21年度	101.7	103.4	102.8	104.9	104.7	103.0	96.2	98.8	100.6	97.3	96.2	100.5	100.6
22年度	99.9	99.4	103.2	100.4	101.9	101.9	110.5	108.8	110.1	108.4	110.4	106.9	105.4

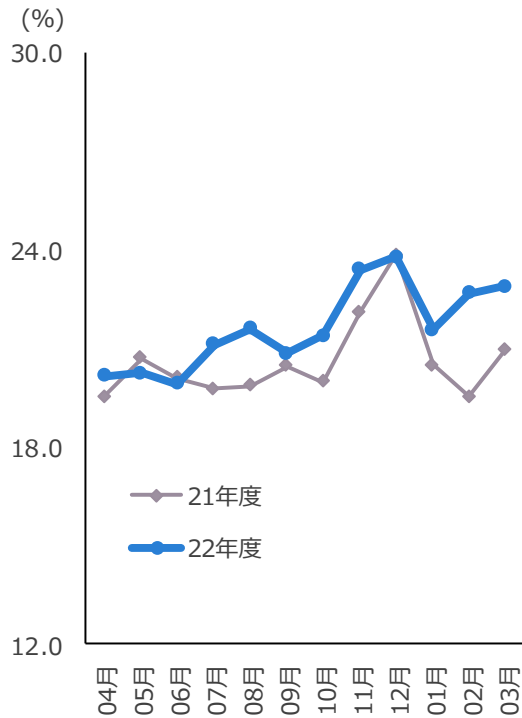
【自社シェア】

4月～3月期間計
前年 **13.1%**
今年 **12.2%**
前年より **-0.9%**

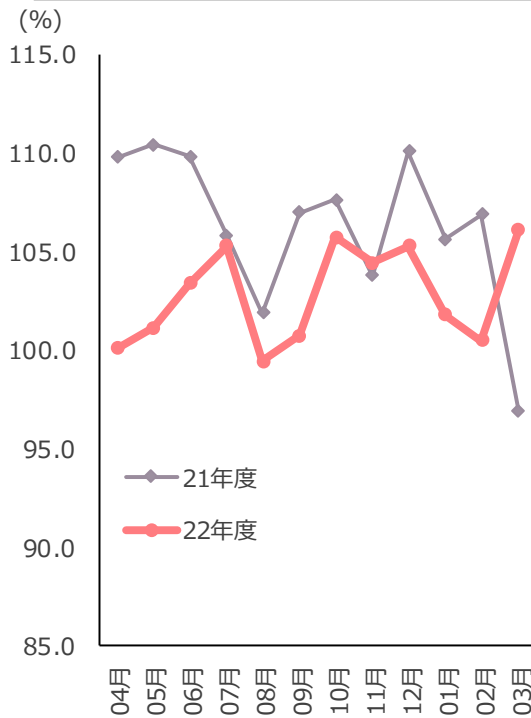
※QPR™調べ

04 外部環境データ：調理加工食品 シェア（チキン加熱）

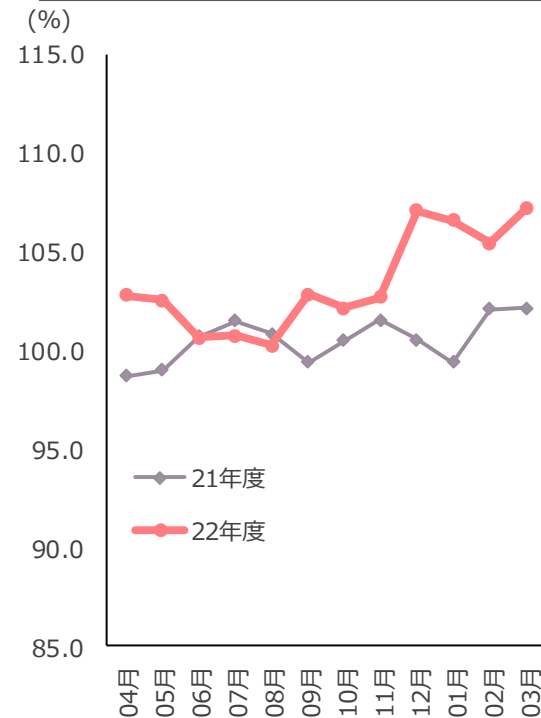
【自社】シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



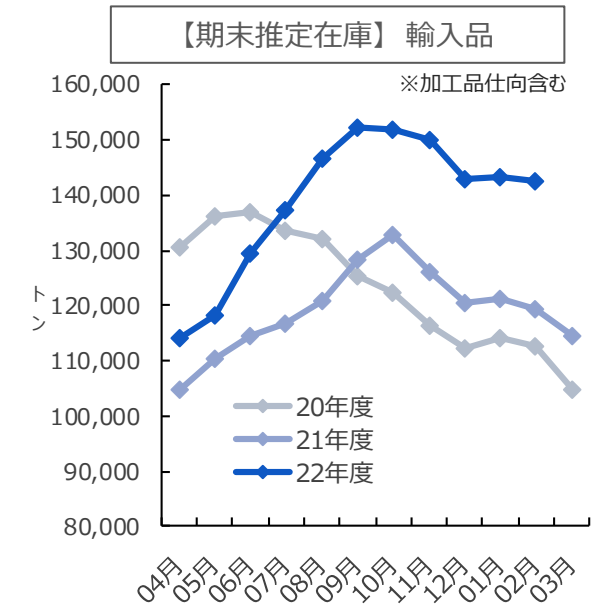
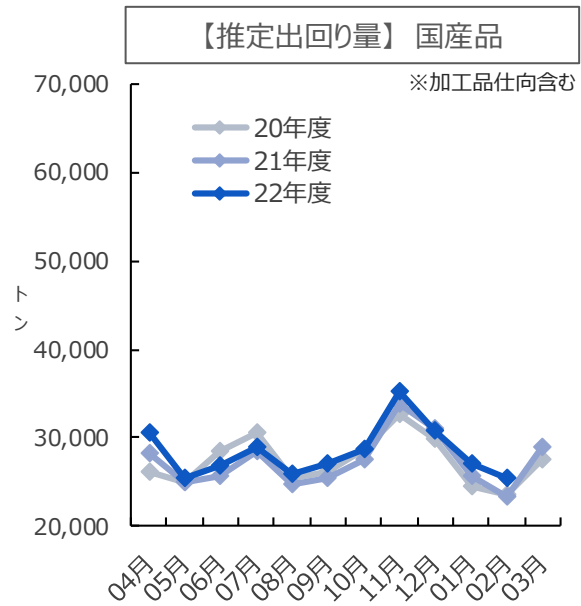
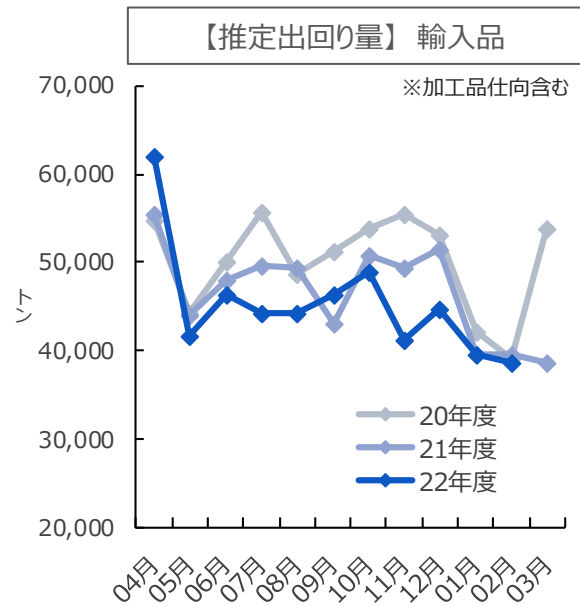
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
21年度	19.5	20.7	20.1	19.8	19.9	20.5	20.0	22.1	23.8	20.5	19.5	21.0	20.8
22年度	20.2	20.3	19.9	21.1	21.6	20.8	21.4	23.4	23.8	21.6	22.7	22.9	21.9
【100人あたり購入金額前年比】													
21年度	109.8	110.4	109.8	105.8	101.8	107.0	107.6	103.7	110.0	105.6	106.8	96.9	105.8
22年度	100.1	101.1	103.3	105.3	99.4	100.7	105.7	104.4	105.3	101.7	100.5	106.0	102.6
【単価前年比】													
21年度	98.7	99.0	100.7	101.4	100.8	99.4	100.5	101.5	100.5	99.4	102.1	102.1	100.9
22年度	102.8	102.5	100.6	100.7	100.2	102.8	102.1	102.7	107.1	106.6	105.4	107.1	102.6

【自社シェア】

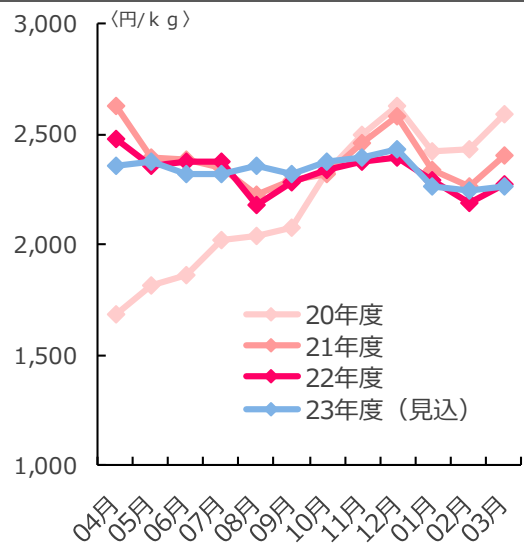
4月～3月期間計
前年 **20.8%**
今年 **21.9%**
前年より **+1.1%**

※QPR™調べ

04 外部環境データ：食肉 推定出回り量・国産相場（牛肉）



【国産相場】和牛去勢A4 東京市場 税込み



【推定出回り量】（4月～2月期間計） ※加工品仕向含む

合計	▲ 1.2 %
輸入品	▲ 4.4 %
国産品	+ 4.5 %

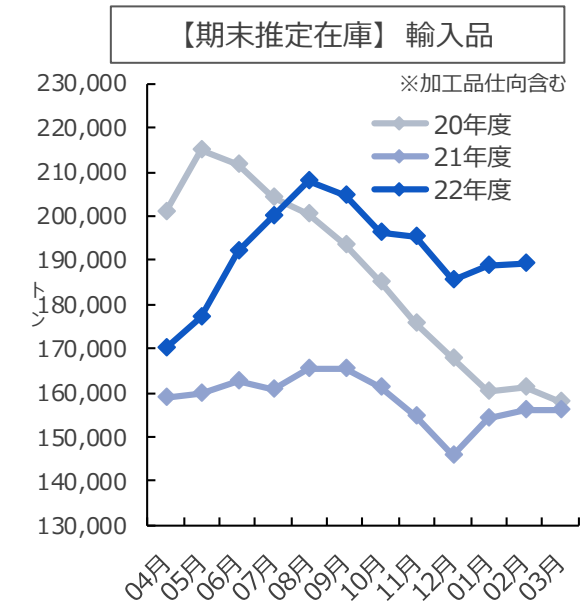
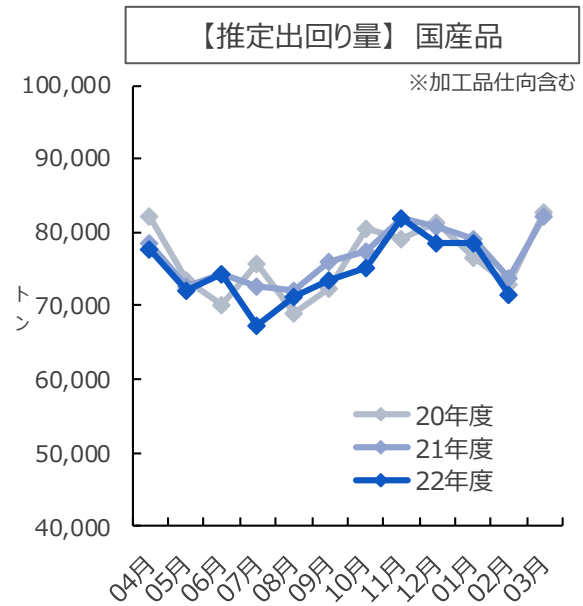
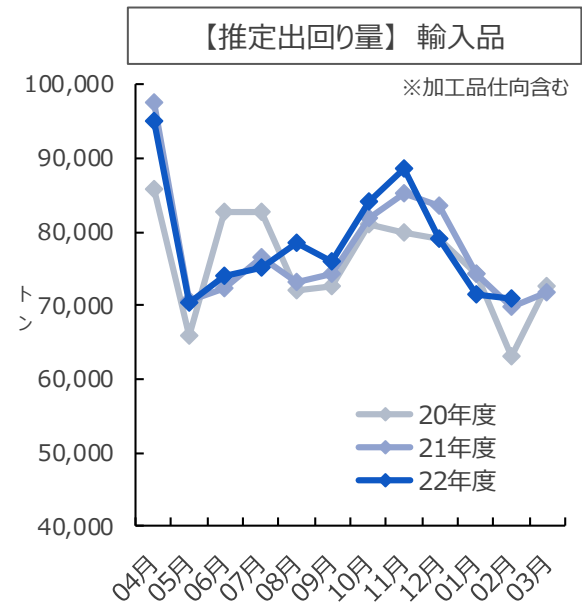
【2月推定期末在庫】（前年比）

輸入品	+ 19.4 %（+ 23,175 t）
-----	----------------------

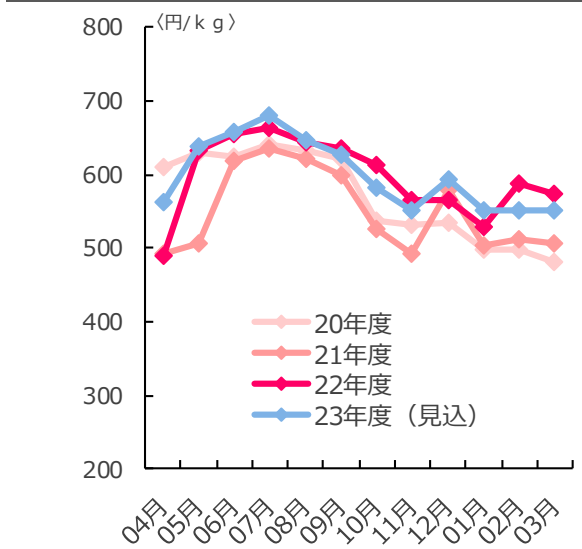
【国産相場】
（22年度 4月～3月平均）
和牛去勢A4 東京市場 税込み 2,326（▲ 62）円/kg

資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は農畜産業振興機構調べ。
注：数量は部分肉ベース。輸入量は煮沸肉並びにくず肉のうちほほ肉及び頭肉のみ含む。

04 外部環境データ：食肉 推定出回り量・国産相場（豚肉）



【国産相場】国産豚枝肉 上物 東京市場 税込み



【推定出回り量】(4月～2月期間計) ※加工品仕向含む

合計	▲ 0.8 %
輸入品	+ 0.5 %
国産品	▲ 2.0 %

【2月推定期末在庫】(前年比)

輸入品	+ 21.2 % (+ 33,086 t)
-----	-------------------------

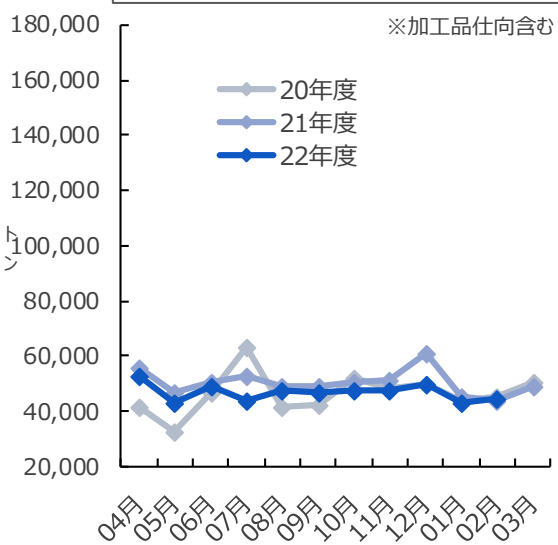
【国産相場】(4月～3月平均)

国産豚枝肉 上物 東京市場 税込み	596円 (+ 47) 円/kg
-------------------	------------------

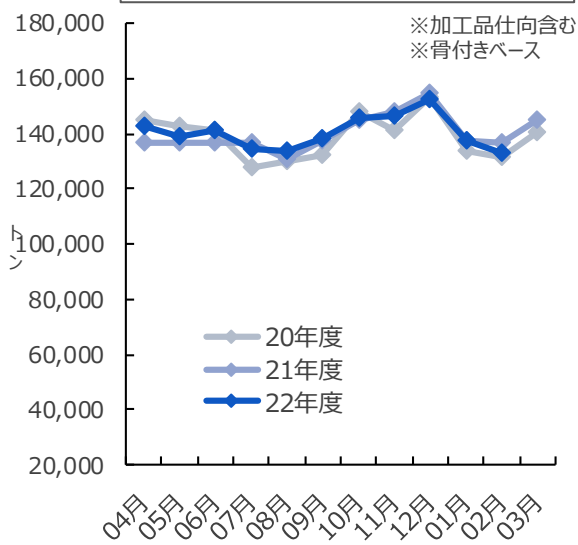
資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は農畜産業振興機構調べ。
注：数量は部分肉ベース。輸入量は煮沸肉並びにくず肉のうちほほ肉及び頭肉のみ含む。

04 外部環境データ：食肉 推定出回り量・国産相場（鶏肉）

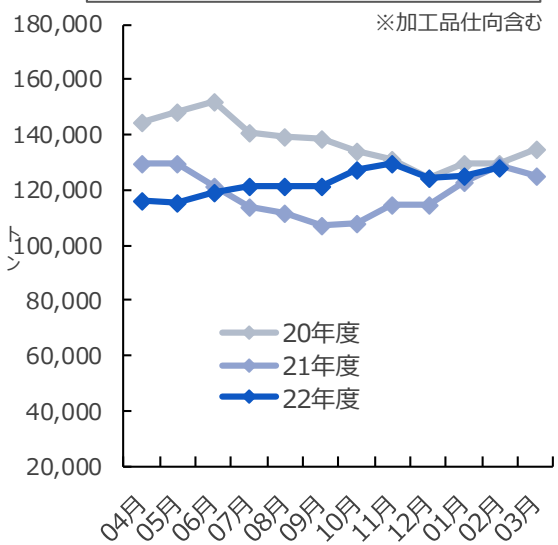
【推定出回り量】輸入品



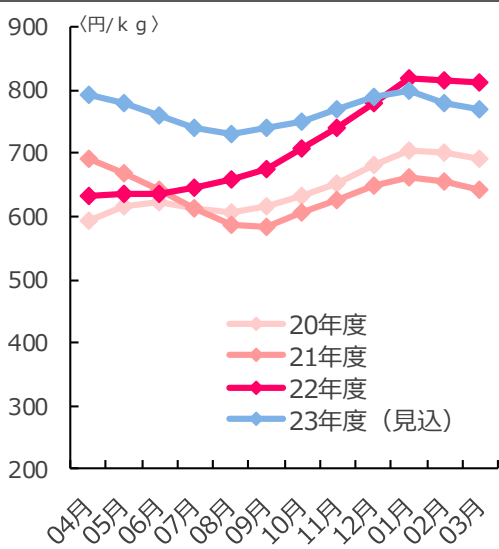
【推定出回り量】国産品



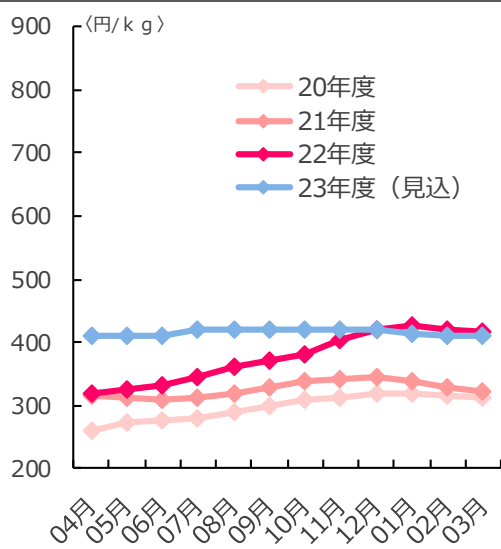
【期末推定在庫】輸入品



【国産相場】国産鶏肉 もも 東京 税抜き



【国産相場】国産鶏肉 むね 東京 税抜き



【推定出回り量】(4月～2月期間計) ※加工品仕向含む

合計 ▲ 1.6 %
輸入品 ▲ 7.3 %
国産品 + 0.5 %

【2月推定期末在庫】(前年比)
輸入品 ▲ 0.9 % (▲ 1,159 t)

【国産相場】(4月～3月平均)
国産鶏肉 もも 東京 税抜き 713 (+ 77) 円/kg
国産鶏肉 むね 東京 税抜き 377 (+ 52) 円/kg

資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は農畜産業振興機構調べ。
注：数量は部分肉ベース。輸入量は煮沸肉並びにくず肉のうちほほ肉及び頭肉のみ含む。

お問合せ先

〒153-8587 東京都目黒区三田1-6-21 アルト伊藤ビル

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

広報 I R 室

電話：03-5723-6889

会社HPからもお問合せいただけます。

<https://www.itoham-yonekyu-holdings.com>

本資料において掲載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略等のうち、歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の判断に基づいております。

従いまして、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものであることをご承知おさください。

なお、本資料の情報は投資家の皆様に当社への理解を深めていただくことを目的とするものであり、投資勧誘を行うものではありません。

また、掲載された内容については細心の注意を払っておりますが、掲載された情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん等があった場合、さらにデータのダウンロード等によって障害が生じた場合に関しましては、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。