

# 第6期 中間報告書

2021年4月1日▶2021年9月30日

## トップメッセージ

株主の皆様には平素は格別のご支援を賜り厚く御礼申し上げます。また、新型コロナウイルス感染症に罹患された方々及びご関係者の皆様に心よりお見舞いを申し上げますとともに、1日も早いご回復をお祈り申し上げます。ここに当社グループの第6期中間報告書(2021年4月1日から2021年9月30日まで)をお届けいたします。

代表取締役社長 宮下 功



## 当第2四半期の業績の概要

- ハム・ソーセージは、家庭用主力商品の拡販に努め、業務用商品も回復傾向となりましたが、不採算商品を見直した影響等によって、売上高は減少しました。
- 調理加工食品は、ピザ類が堅調に推移し、消費者の簡便志向・健康志向に対応した商品も伸長したことに加え、業務用商品の販売が伸長したことから売上高は増加しました。
- 食肉は、国内事業では中食向けの販売が回復傾向となる中、輸入鶏肉の業務用商品の販売伸長等により、売上高は増加しました。また、海外事業のアンズコフーズ社では生産数量の増加に加え、採算重視の仕入及び販売に努めた結果、売上高、利益ともに増加しました。

伊藤ハム、米久の主要トピックスは中面へ

## 業績の振り返り

当第2四半期連結累計期間におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症の影響により、依然として厳しい状況が続いておりますが、先行きについては、感染対策の徹底とワクチン接種の進展に伴い社会経済活動の制限が緩和され、景気が持ち直していくことが期待されています。

当業界におきましては、新型コロナウイルスの影響による購買行動の変化や社会のデジタル化の加速に加え、ESGやSDGsへの関心の高まりなどにより、消費者ニーズや価値観が急速に変化し多様化しております。当社グループでは、食品メーカーとしての供給責任を果たすべく、徹底した感染症対策の継続に加え、ワクチンの職域接種を実施し、従業員一人一人が安全安心で多様な働き方を実践できる体制を整えるとともに、環境変化に適応して強みを発揮できる基盤強化に取り組み、事業活動を行っております。

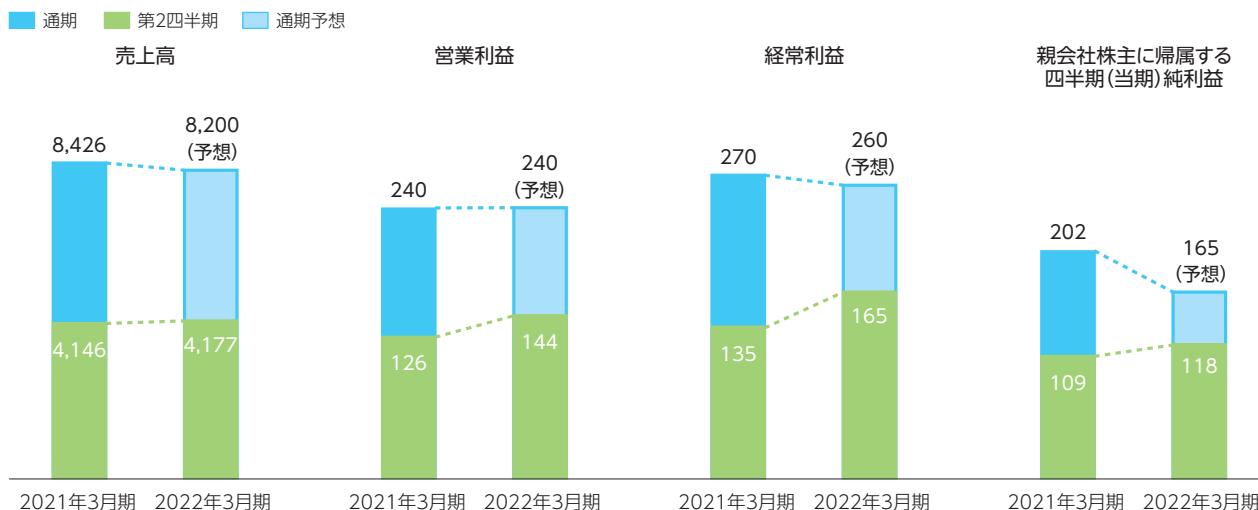
このような状況において、当社グループは、2021年度より3年間を対象期間とする「中期経営計画2023」を策定いたしました。「私たちは事業を通じて、健やかで豊かな社会の実現に貢献します」をグループ理念に、また「フェアスピ

リットと変革への挑戦を大切に、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」をビジョンとして掲げ、「既成概念の打破」と「強みの再認識」による更なる成長と飛躍を遂げることを念頭に置き、「経営基盤の強化」「収益基盤の強化」「新規事業・市場への取り組み」「サステナビリティへの取り組み」の4つの重点施策を着実に実行してまいります。なお、定量指標として投下資本利益率(ROIC)を重視し、対象期間中に6.8%まで向上させていくことを目指しております。また、財務健全性と資本効率性を勘案した株主還元策をとることとしており、株主価値の最大化を図るため、配当性向については、30~50%の範囲で、40%を目途に安定的に増配していく方針です。

以上のような方針に則り、消費行動の変化に的確かつ迅速に対応した結果、当第2四半期連結累計期間の業績につきましては、売上高は、4,177億62百万円となり、営業利益は、144億80百万円となりました。また、経常利益は、165億40百万円となり、親会社株主に帰属する四半期純利益は、118億10百万円となりました。

### 財務ハイライト

(単位:億円)



## 主要事業別の概況

### 加工食品事業



売上高構成比  
**35.5%**

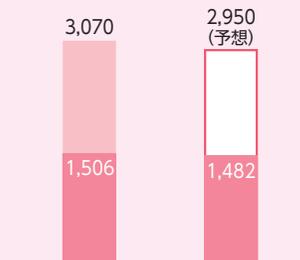
売上高 **1,482** 億円

営業利益 **65** 億円

- ハム・ソーセージは、テレビCMの投入や消費者キャンペーンの実施により、「The GRAND アルトバイエルン」「朝のフレッシュ®シリーズ」「ポークピッツ」「御殿場高原®あらびきポーク」等、家庭用主力商品の拡販に努め、ローストビーフを中心とした業務用商品も回復傾向となりましたが、収益性改善に向けて不採算商品を見直した影響等によって、売上高は減少しました。
- 調理加工食品は、「ラ・ピッツァ」「ピザガーデン」を主力とするピザ類が堅調に推移し、「サラダチキン」「旨包ボリュームリッチハンバーグ」等の消費者の簡便志向・健康志向に対応した商品も伸長したことに加え、コンビニエンスストアでの需要回復に伴い業務用商品の販売が伸長したことから、売上高は増加しました。

売上高 (単位:億円)

■ 通期  
■ 第2四半期  
□ 通期予想



2021年3月期 2022年3月期  
(注) 当期に係る金額は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を期首から適用した後の数値となっております。

### 食肉事業



売上高構成比  
**64.0%**

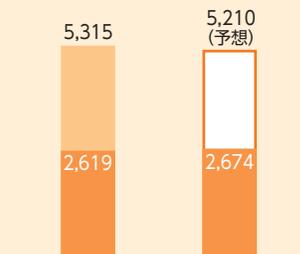
売上高 **2,674** 億円

営業利益 **86** 億円

- 国内事業は、内食需要の高まりが一段落してきた一方で、外食向けやコンビニエンスストアでの中食向けの販売が回復傾向となる中、輸入鶏肉の業務用商品の販売伸長等により、売上高は増加しました。利益については、輸入食肉及び国産牛肉の仕入価格の上昇や海上輸送コストの増加の影響等により、減少しました。
- 海外事業のアズコフーズ社は、海上コンテナ輸送の世界的な混雑状況による船積遅れの影響を受けましたが、生産数量の増加に加え、採算重視の仕入及び販売に努めた結果、売上高、利益ともに増加しました。

売上高 (単位:億円)

■ 通期  
■ 第2四半期  
□ 通期予想



2021年3月期 2022年3月期  
(注) 当期に係る金額は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を期首から適用した後の数値となっております。

# TOPICS 主要トピックス

伊藤ハム米久ホールディングスのトピックスを紹介します。

## 皆様に「笑顔」をお届けします。 贈り物は伊藤ハム

歳暮ギフトの広告では、二代目松本白鷺さん、上野樹里さんが各々出演する2つの広告を展開いたします。「伝承」については、引き続き松本白鷺さんを通じて伊藤ハムの「伝統」「歴史」「ハムづくりの想い」を表現し、店頭では贈る方の安心感・満足感に繋がるよう、『伝統を誇る贈り物「伝承」』と、「伝承はこの國の誇りである 二代 白鷺」を大きく表現してまいります。

また、上野樹里さんが出演する新CMでは、「自分が想っている以上に、親は自分を想っている」という、親が子を想う気持ちを表現。子が年齢を重ねるごとに強く実感する親への想いをハムギフトに込めて贈ってほしいというメッセージを訴求しております。店頭では、この想いを込めてメッセージを「アイ ハム ユー。」というキャッチコピーで表現いたしました。



## “お肉のうまさ”を徹底再現 「お肉屋さん的大豆MEAT」を発売

米久は、牛・豚・鶏に次ぐ第4のお肉として、未加熱素材系「お肉屋さん的大豆MEAT」シリーズ4品を全国発売いたしました。同シリーズは、お肉同様の食感・ジューシー感、高たんぱく且つ不足しがちな食物繊維も摂取(レタスの4.5倍)できる商品です。ご家庭ではお肉代わりとしてハンバーグ、餃子、麻婆豆腐など自由な味付け&調理をお楽しみいただけます。

高たんぱく  
食物繊維 レタスの4.5倍



調理例



## 伊藤ハムと米久のおいしいPR届けます



### 「The GRAND アルトバイエルン」「朝のフレッシュ。」シリーズのキャンペーンを展開

伊藤ハムでは、今秋も2大ブランドであります「The GRAND アルトバイエルン」と「朝のフレッシュ。」シリーズのキャンペーンを展開いたしました。

「The GRAND アルトバイエルン」は、「煮るなり、焼くなり、好きにしちゃってキャンペーン」を展開。景品には、今春よりキャラクターに就任した二宮和也さんの図書カードを3,000名様にプレゼントしたほか、雪室熟成和牛や、伊藤ハム自信のピッツア「至福のピッツア」を1ケース(5枚)各100名様にプレゼントいたしました。

「朝のフレッシュ。」シリーズ「朝こそ元気な食卓キャンペーン」では、50名様にル・クルーゼの食器セットをプレゼントしたほか、朝のフレッシュ®ウインナーを1ケース(20袋)、バルチーズ詰め合わせセットを各100名様にプレゼントいたしました。さらに、オープン懸賞として、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンのスタジオ・パス(ペア)を200組400名様にプレゼントいたしました。



### 「おこめ券が当たる！米久の肉だんごキャンペーン」を展開

米久では、2021年11月1日から2022年1月31日まで、「おこめ券が当たる！米久の肉だんごキャンペーン」を実施中です。「米久の肉だんご」シリーズ商品を2つご購入の上応募いただくと、抽選で500名様に5kg相当分の「全国共通おこめ券」をプレゼントいたします。

昨今、コロナ禍での内食機会の増加により、簡便調理品をおかずとして利用する需要が高まっています。この需要を取り込むべく、キャンペーンを通じて「米久の肉だんご」シリーズのコンセプト「ご飯に合う、夕食のおかず」をアピールし、今秋の新商品「米久の肉だんご ごま味噌」を含めたシリーズ3品の売上拡大を推進いたします。



## 株式の状況 (2021年9月30日現在)

### ■ 株式の状況

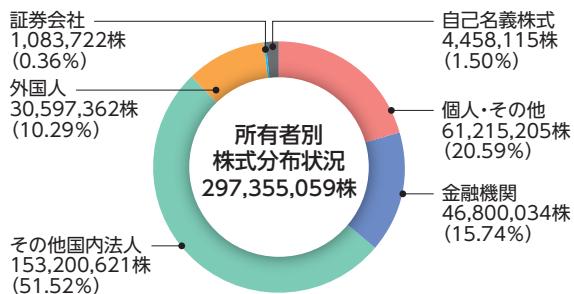
発行可能株式総数	1,000,000,000株
発行済株式の総数	297,355,059株
株主数	52,019名

### ■ 大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
三菱商事株式会社	115,779	39.52
日本マスタートラスト信託銀行株式会社	20,049	6.84
公益財団法人伊藤記念財団	12,000	4.09
株式会社日本カストディ銀行	10,462	3.57
エス企画株式会社	10,279	3.50
公益財団法人伊藤文化財団	6,200	2.11
株式会社三井住友銀行	4,323	1.47
株式会社みずほ銀行	3,152	1.07
株式会社三菱UFJ銀行	3,151	1.07
日本生命保険相互会社	2,749	0.93

- (注) 1.上記の持株数は千株未満を切り捨てて記載しております。  
 2.持株比率は自己株式を控除して計算しております。また、小数点第3位以下は切り捨てて記載しております。  
 3.当社として実質所有を確認できた株式会社日本カストディ銀行及び株式会社みずほ銀行の持株数については、合算(名寄せ)して記載しております。  
 4.日本マスタートラスト信託銀行株式会社、株式会社日本カストディ銀行の所有株式全ては、信託業務に係るものです。

### ■ 株式分布状況



株式事務の  
ご案内

株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内1丁目4番1号
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉2丁目8番4号
電話照会先	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 ☎ 0120-782-031



## 株主優待制度のご案内



株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、より多くの株主様に伊藤ハムと米久それぞれの商品をご賞味いただくため、株主優待制度を導入しております。

#### 対象

毎年3月31日現在の株主名簿に記載または記録された1,000株以上を保有する株主様を対象といたします。

#### 優待内容

5,000円相当の当社グループ商品を贈呈いたします。

#### 贈呈時期

2022年6月中旬を予定しております。



※写真はイメージですので、商品の内容の一部変更になる場合がございます。

※ 4月1日以降に転居される、または、ご登録住所にてお受け取りできない場合などのお手続きにつきましては、当社ウェブサイト内「株主優待品お問い合わせ」よりご確認ください。

#### ● 当社ウェブサイト

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

※ 「QRコード」は(株)デンソーウェブの登録商標です。

#### QRコード▶



### 受け取り辞退に伴う寄付の実施

社会貢献活動の一環として、優待品の受け取り辞退を申し出られた株主様につきましては、優待品の発送に代えて5,000円を日本赤十字社へ寄付させていただいております。

<本年度の寄付実施結果> **寄付金額:855,000円**