

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

2023年度第2四半期（4-9月） 決算説明資料

2023年11月2日

01	決算ハイライト	
	・ 全社	実績/予想 3-11
	・ 加工食品事業	実績/予想 13-17
	・ 食肉事業	実績/予想 19-23
02	事業戦略	25-33
03	決算補足データ	35-42
04	外部環境データ	44-55

- ✓ 売上高は、食肉価格上昇、加工食品の価格改定により、+221億円（+4.9%）増収。
- ✓ 経常利益は、原材料価格・物流費等の上昇によるコスト増、牛肉価格下落によるアンズコフーズの減益が響き、▲39億円（▲23.9%）減益。
- ✓ 前回業績予想からは、売上高、各段階利益とも上回った。

23年度 上期実績

単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	予想比 増減額
			増減額	増減率		
売上高	4,701	-	+221	+4.9%	4,550	+151
営業利益	106	2.3%	▲46	▲30.1%	92	+14
経常利益	123	2.6%	▲39	▲23.9%	100	+23
当期純利益	76	1.6%	▲33	▲30.4%	65	+11

- ✓ 加工食品：原材料・物流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▲7億円（▲16.3%）減益。
前回業績予想からは、経常利益＋7億円上回る。
- ✓ 食肉：牛肉価格下落によるアンズコフーズの減益を、収益管理強化などによる国内事業の増益でカバーしきれず、経常利益▲31億円（▲24.4%）減益。
前回業績予想からは、経常利益＋17億円上回る。

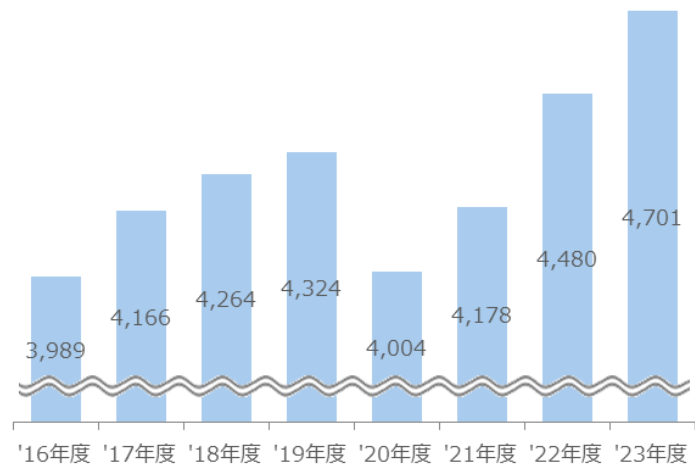
セグメント別 23年度 上期実績

単位：億円

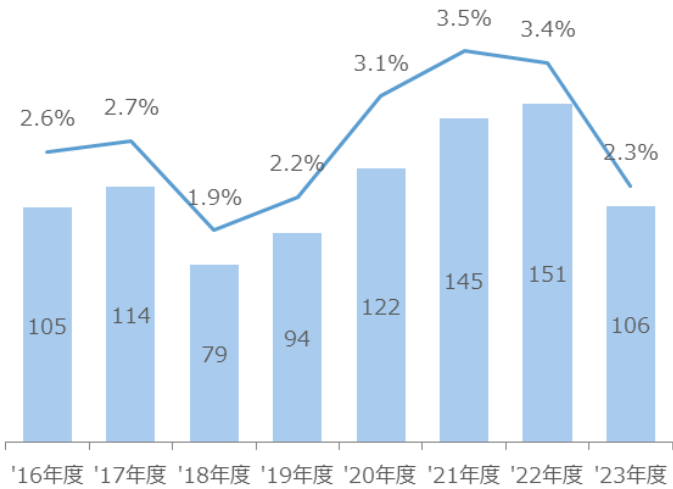
		金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	予想比 増減額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	1,905	-	+86	+4.7%	1,840	+65
	営業利益	34	1.8%	▲8	▲18.9%	26	+8
	経常利益	35	1.8%	▲7	▲16.3%	28	+7
食肉 事業	売上高	2,796	-	+136	+5.1%	2,710	+86
	営業利益	81	2.9%	▲38	▲32.0%	76	+5
	経常利益	95	3.4%	▲31	▲24.4%	78	+17

単位：億円

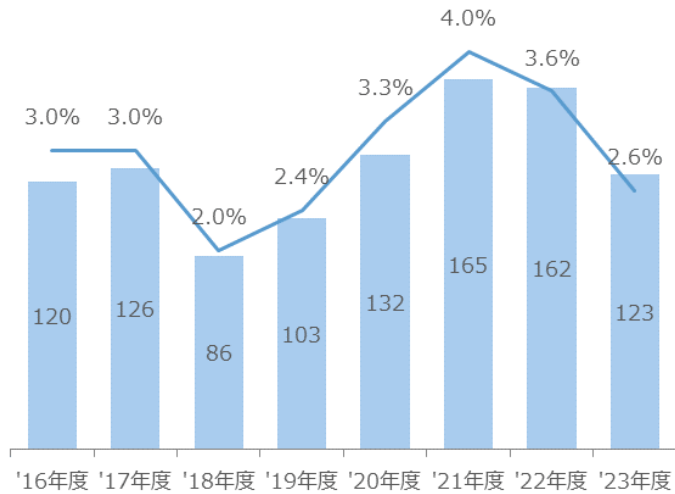
売上高



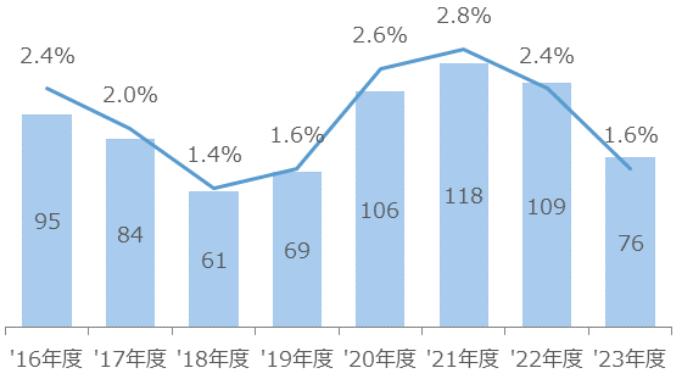
営業利益/利益率



経常利益/利益率

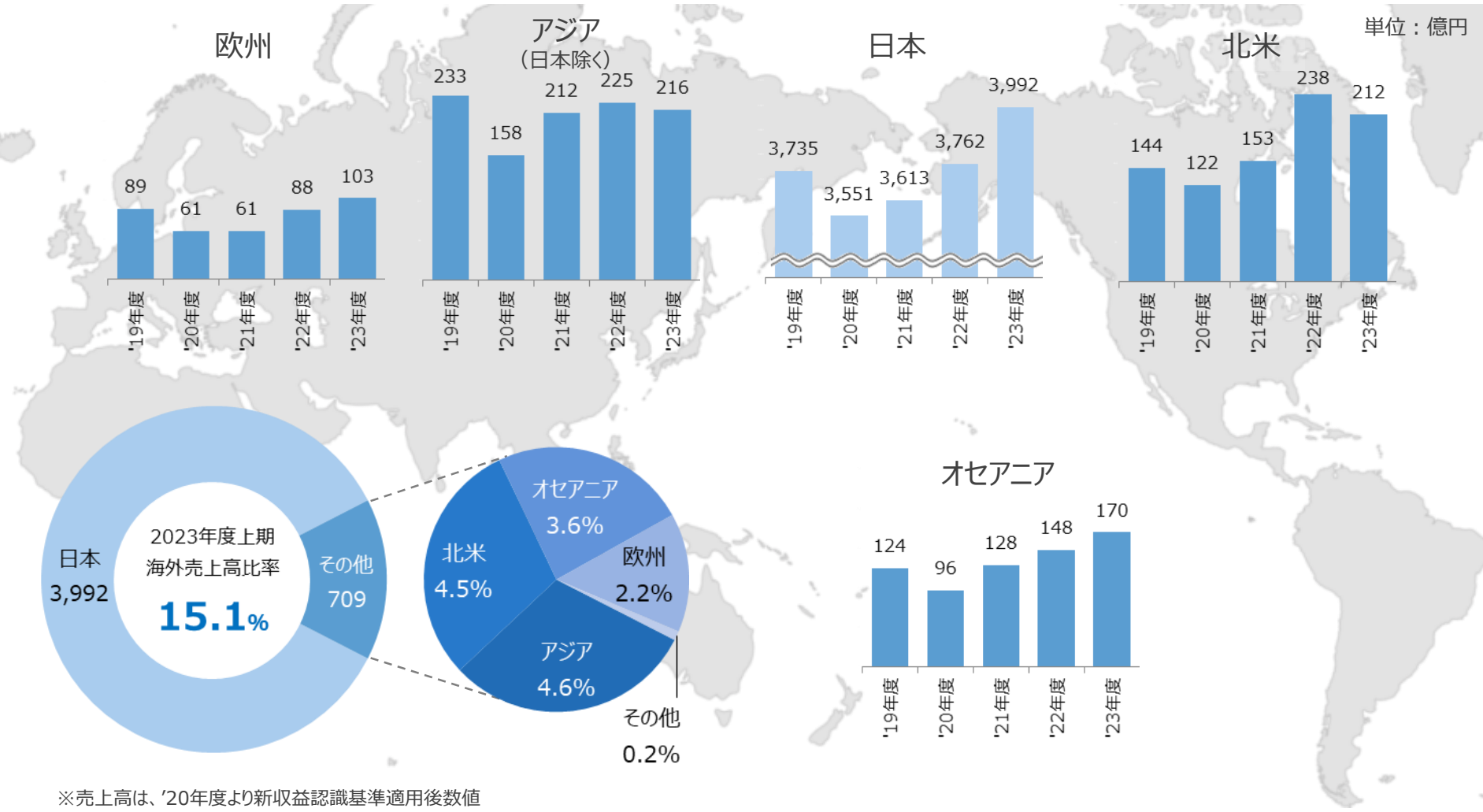


当期純利益/利益率



※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

- ✓ 海外売上高は、主にアンズコフーズの牛肉・羊肉の輸出。
- ✓ 和牛の輸出強化もあり欧州向けが伸長。
- ✓ 中長期的に、中国をはじめとしたアジア向けの輸出強化による伸長を見込む。



✓ 円安進行やインフレによる消費変化など、下期の調達・販売環境が不透明であることから、通期業績予想は前回予想から据え置く。

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	前回予想 (8/3開示)	修正額
売上高	9,300	-	+73	+0.8%	9,300	-
営業利益	230	2.5%	+0	+0.0%	230	-
経常利益	250	2.7%	▲10	▲4.0%	250	-
当期純利益	150	1.6%	▲20	▲11.6%	150	-

年間配当金

今期（予想）：125円
前期：24円（株式併合後算定値 120円）※

※2023年10月1日付で、株式併合（普通株式5株を1株に併合）を実施。
上記の株式併合後算定値は、前期に株式併合が行われたと仮定し、算定しています。

- ✓ 加工食品：原材料価格・物流費は引き続き厳しい状況が続くが、内部改善や価格改定等でカバーし、経常利益＋34億円（＋66.7％）増益の見込。前回業績予想から、経常利益＋10億円上方修正。
- ✓ 食肉：国内事業は収益管理強化などにより増益を見込むが、アンスコフーズの減益をカバーしきれず、経常利益▲44億円（▲19.7％）減益の見込。前回業績予想から、経常利益▲8億円下方修正。

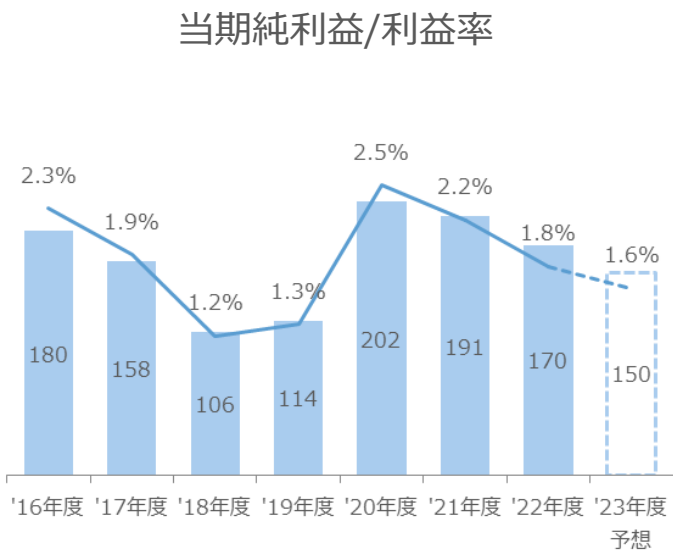
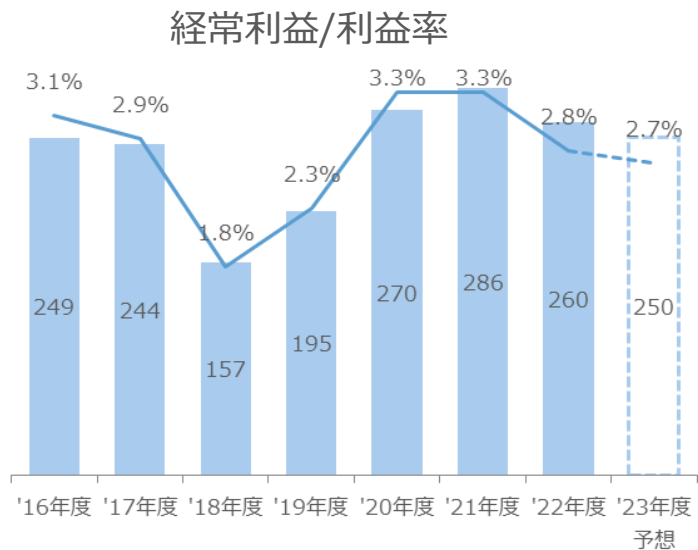
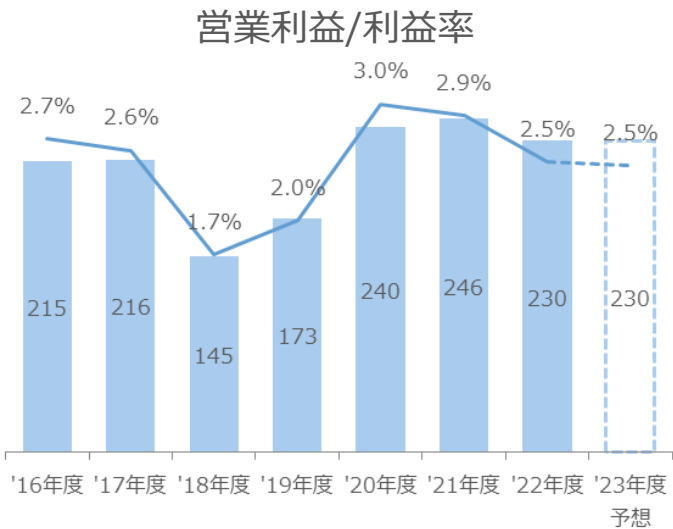
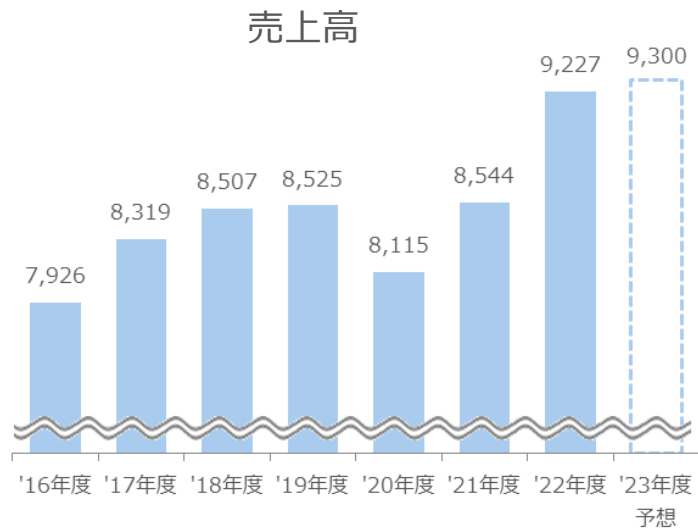
セグメント別 23年度通期 業績予想

単位：億円

		金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	修正額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	3,800	-	+45	+1.2%	3,800	-
	営業利益	83	2.2%	+33	+66.6%	72	+11
	経常利益	85	2.2%	+34	+66.7%	75	+10
食肉 事業	売上高	5,500	-	+28	+0.5%	5,500	-
	営業利益	163	3.0%	▲34	▲17.3%	175	▲12
	経常利益	177	3.2%	▲44	▲19.7%	185	▲8

※業績予想詳細は、[P.41](#)を参照

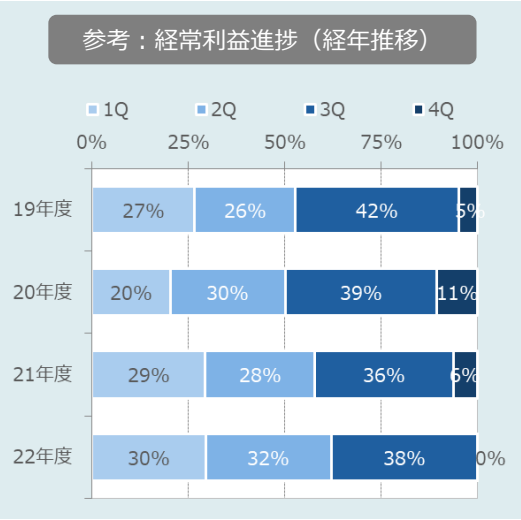
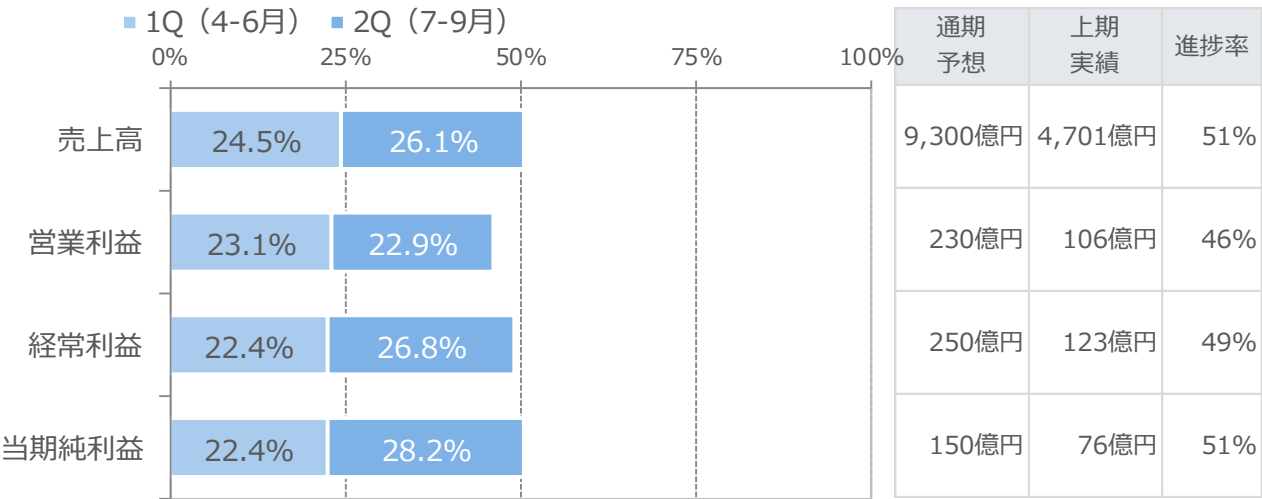
単位：億円



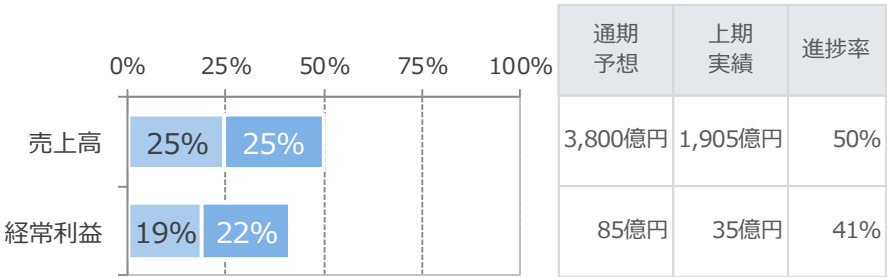
※売上高および利益率は、'20年度より新収益認識基準適用後数値

- ✓ 上期は、原材料価格・物流費等の上昇によるコスト増、アンズコフーズの減益などにより、経常利益ベースの進捗は前年を下回る。
- ✓ 下期は加工食品の価格改定効果などのプラス要因がマイナス要因を上回り、また食肉での収益管理強化などによる効果により盛り返しを図る。

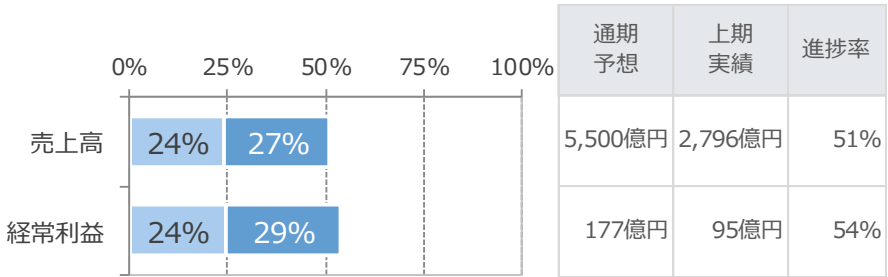
全体



加工食品事業



食肉事業



- ✓ グループ組織再編（2023年4月付）に伴い、セグメント区分を一部変更。
- ✓ 本資料の前年（2022年度）実績は、いずれもセグメント区分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：前年（2022年度）セグメント区分変更前後比較

単位：億円

		2022年度														
		1Q			2Q			上期			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	889	878	+11	931	920	+10	1,820	1,798	+22	1,935	1,914	+22	3,755	3,712	+43
	営業利益	26	27	▲1	16	16	▲0	42	44	▲2	8	13	▲5	50	56	▲6
	営業利益率(%)	3.0	3.1	▲0.2	1.7	1.8	▲0.1	2.3	2.4	▲0.1	0.4	0.7	▲0.3	1.3	1.5	▲0.2
	経常利益	26	28	▲2	16	17	▲1	42	46	▲4	9	14	▲5	51	60	▲9
	経常利益率(%)	2.9	3.2	▲0.3	1.7	1.9	▲0.2	2.3	2.5	▲0.2	0.5	0.7	▲0.3	1.4	1.6	▲0.2
食肉 事業	売上高	1,234	1,234	+0	1,426	1,426	+0	2,660	2,660	+0	2,811	2,811	+0	5,472	5,471	+0
	営業利益	51	49	+2	68	67	+1	119	116	+3	78	75	+3	197	191	+6
	営業利益率(%)	4.1	4.0	+0.1	4.8	4.7	+0.1	4.5	4.4	+0.1	2.8	2.7	+0.1	3.6	3.5	+0.1
	経常利益	55	53	+2	72	70	+2	126	123	+4	94	92	+2	221	215	+6
	経常利益率(%)	4.4	4.3	+0.2	5.0	4.9	+0.1	4.8	4.6	+0.1	3.3	3.3	+0.1	4.0	3.9	+0.1
その他・ 調整	売上高	0	11	▲11	0	11	▲11	0	22	▲22	0	22	▲22	0	44	▲44
	営業利益	▲6	▲5	▲0	▲4	▲3	▲1	▲10	▲8	▲1	▲7	▲9	+2	▲17	▲18	+1
	経常利益	▲4	▲4	+0	▲3	▲3	▲0	▲7	▲7	▲0	▲4	▲7	+3	▲11	▲14	+3

主な変更点

(売上) 物流子会社の管掌をその他セグメントから加工食品事業セグメントへ移管
(販管費) 間接部門経費の各セグメントへの配賦率を変更
(営業外損益) 一部持分法適用会社の管掌をその他セグメントから加工食品セグメントへ移管

01 決算ハイライト

・ 全社	実績/予想	3-11
・ 加工食品事業	実績/予想	13-17
・ 食肉事業	実績/予想	19-23

02 事業戦略 25-33

03 決算補足データ 35-42

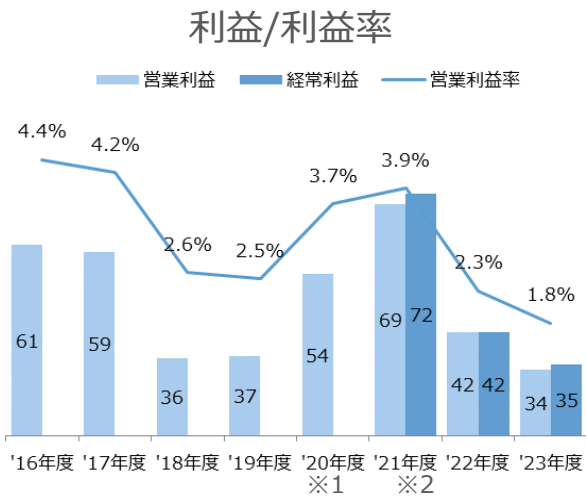
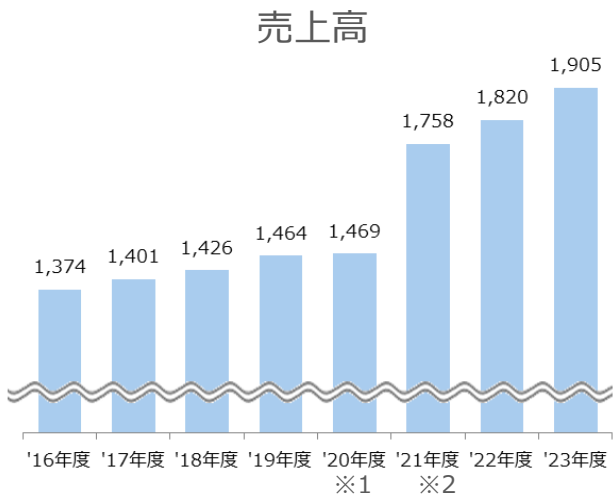
04 外部環境データ 44-55

- ✓ 第二四半期は価格改定効果等が、原材料価格・物流費の上昇に伴うコスト増を上回ったが、上期トータルではカバーし切れず、経常利益は▲7億円（▲16.3%）減益。
- ✓ 前回業績予想からは、経常利益＋7億円上回る。

セグメント別 23年度 上期実績

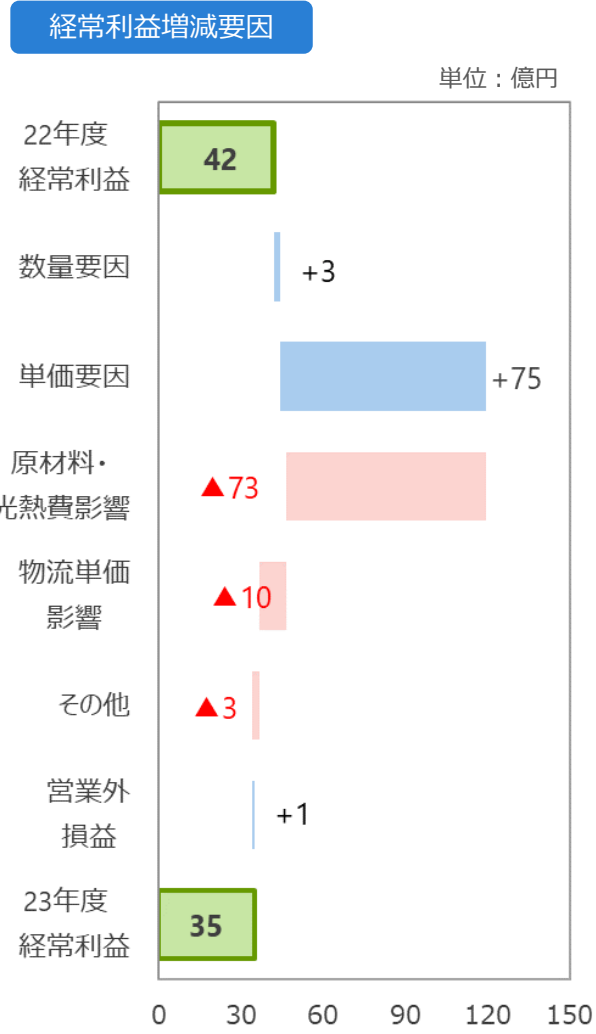
単位：億円

		金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	予想比 増減額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	1,905	-	+86	+4.7%	1,840	+65
	営業利益	34	1.8%	▲8	▲18.9%	26	+8
	経常利益	35	1.8%	▲7	▲16.3%	28	+7



※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+4.9%、調理加工食品+6.9%上昇。
- ✓ 価格改定効果など単価要因（+75億円）が原材料価格・光熱費の上昇（▲73億円）を上回るも、物流費が想定以上に上昇。



【数量要因】
・重量ベースは前年下回るも、
パック数ベースでは前年微増

【単価要因】
・価格改定効果 + 70億円
・生産最適化推進、他 + 5億円

《 重量・金額 実績 》

	アンズコ除く 23年度上期 自社			(参考) 23年度4-8月 市況	
	重量	金額	販売単価	重量※1	金額※2
ハム・ソーセージ	▲1.1%	+3.8%	+4.9%	▲1.3%	-
調理加工食品	▲0.1%	+6.8%	+6.9%	-	+5.2%

※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」2人以上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 ▲ 41億円
・副原料 ▲ 32億円
・光熱費等 ± 0億円

【物流単価影響】
・燃料費の上昇

23年度上期 詳細

単位：億円

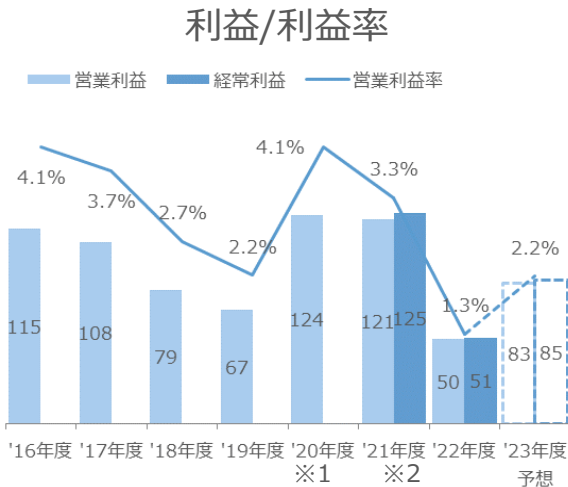
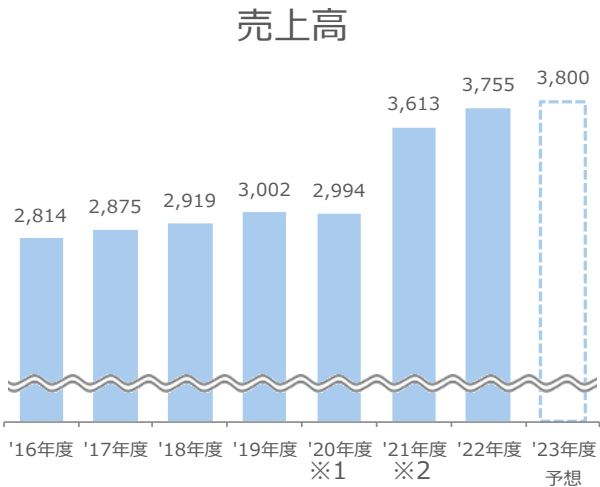
	1Q 実績	2Q 11/2更新	上期 11/2更新
22年度 経常利益	26	16	42
数量要因	+1	+2	+3
単価要因	+40	+35	+75
原材料・光熱費影響	▲46	▲27	▲73
物流単価影響	▲4	▲6	▲10
その他	▲2	▲1	▲3
営業外損益	+1	+0	+1
23年度 経常利益	16	19	35

- ✓ 原材料価格や物流費は引き続き上昇も、内部改善や価格改定でカバーし、経常利益＋34億円（＋66.7％）増益の見込み。
- ✓ 前回業績予想から経常利益＋10億円上方修正。

セグメント別 23年度通期 業績予想

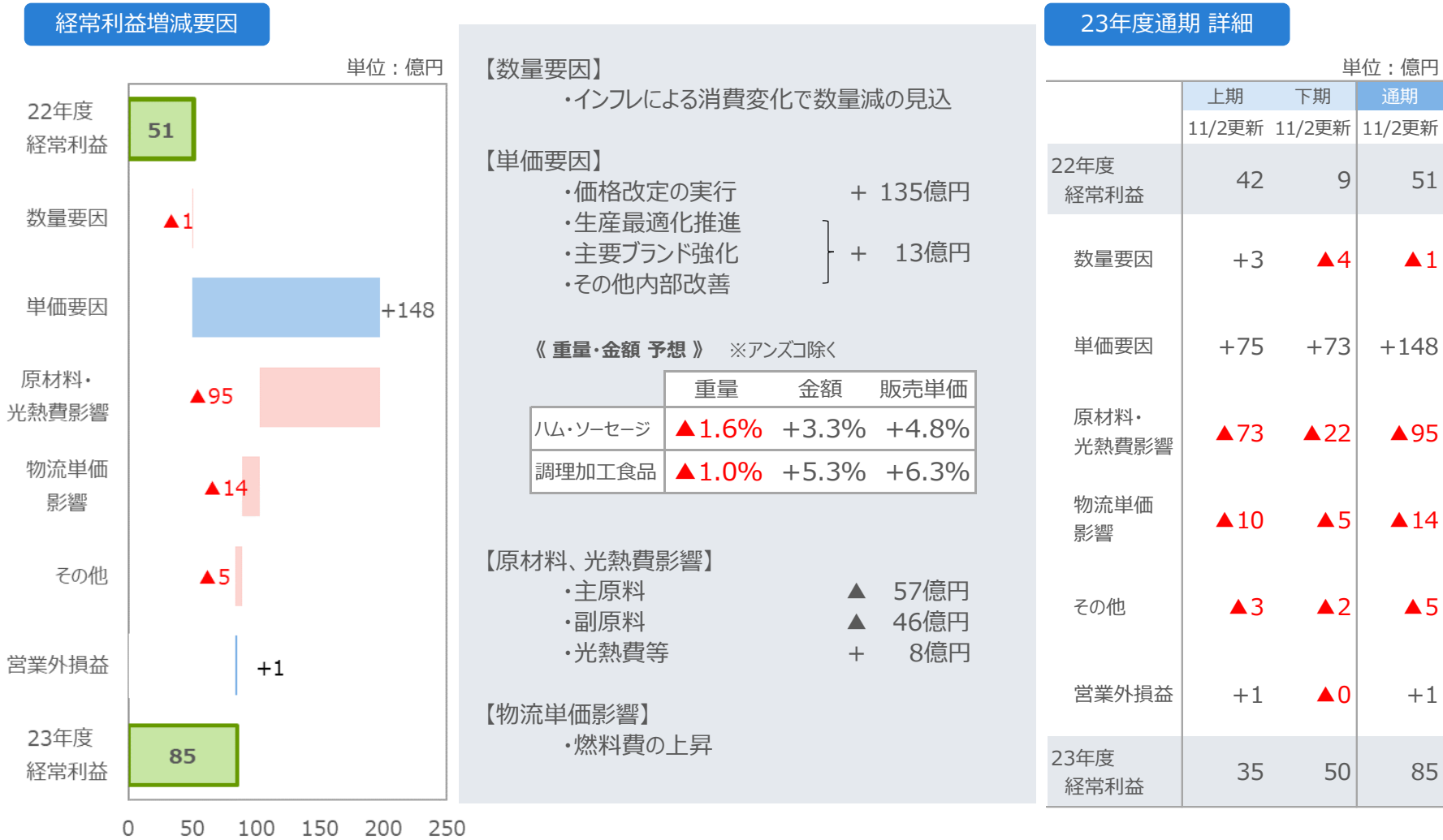
単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	修正額
			増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	-	+45	+1.2%	3,800	-
	営業利益	2.2%	+33	+66.6%	72	+11
	経常利益	2.2%	+34	+66.7%	75	+10



※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月及び10月に実施。着実な浸透を進め、年間＋135億円を見込む。
- ✓ 原材料価格・物流費等の上昇で年間▲109億円のコスト上昇の見込。



- ✓ 価格改定：原材料価格の上昇が続くも、商品戦略・営業戦略が奏功し一定の効果。
- ✓ 相互販売：伊藤ハム、米久両社の販売網を活かし、トップラインを拡大させる。

価格改定

●価格改定進捗

単位：億円	'22年度 通期実績 ①+②	'23年度				
		1Q実績 ②+③	2Q実績 ②+③	上期見込 ②+③	下期見込 ③+④	通期見込 ②+③+④
価格改定効果	+ 115	+ 38	+ 32	+ 70	+ 65	+ 135
原材料・光熱費影響	▲ 158	▲ 46	▲ 27	▲ 73	▲ 22	▲ 95
差額	▲ 43	▲ 8	+ 5	▲ 3	+ 43	+ 40

- 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）
③：3回目価格改定（'23年4月実施）
④：4回目価格改定（'23年10月実施）

4回目価格改定概要

発表日	2023年7月13日	
改定日	2023年10月1日	
対象商品	家庭用ハム・ソーセージ	37 品目
	家庭用調理食品	18 品目
	業務用	40 品目
	合計	95 品目
内容	商品規格変更および納品価格改定	
改定率	約5%~15%	

相互販売の促進

●相互販売によるトップラインの拡大

統合以降、推し進めてきた相互生産に続き、相互販売に着手。
まずは、独自性のある米久ブランド商品を伊藤ハムの販売網に載せ、トップラインの拡大を図っていく。

米久ブランド商品例



※北海道、東北、北陸、中四国、九州地区より開始

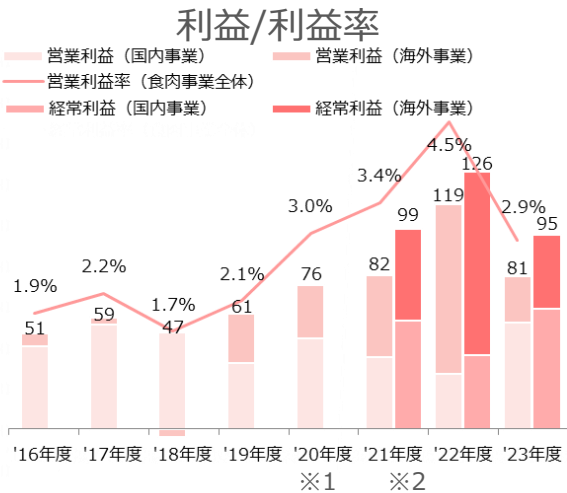
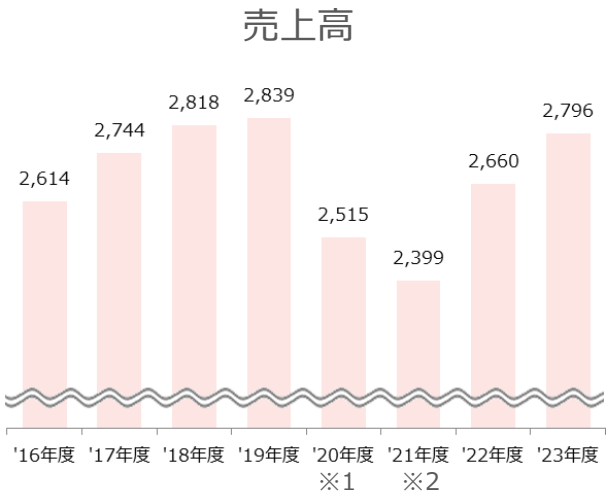
01	決算ハイライト	
	・ 全社	実績/予想 3-11
	・ 加工食品事業	実績/予想 13-17
	・ 食肉事業	実績/予想 19-23
02	事業戦略	25-33
03	決算補足データ	35-42
04	外部環境データ	44-55

- ✓ 国内事業は収益改善により増益の一方、牛肉価格下落によるアンズコフーズの減益が響き、経常利益▲31億円（▲24.4%）減益。
- ✓ 前回業績予想からは、経常利益＋17億円上回った。

セグメント別 23年度 上期実績

単位：億円

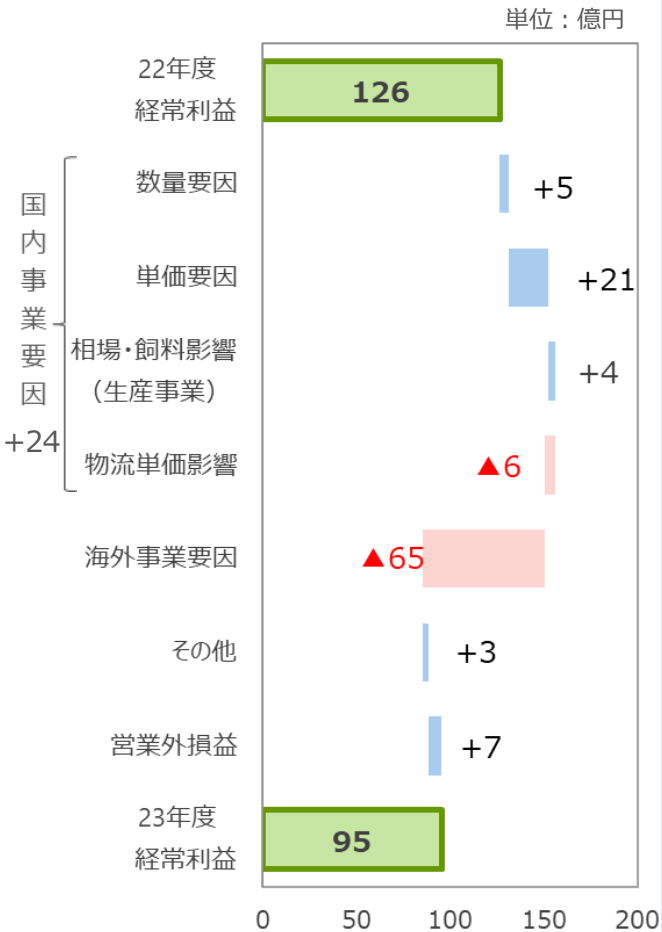
		金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	予想比 増減額
				増減額	増減率		
食肉 事業	売上高	2,796	-	+136	+5.1%	2,710	+86
	営業利益	81	2.9%	▲38	▲32.0%	76	+5
	経常利益	95	3.4%	▲31	▲24.4%	78	+17



※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

- ✓ 国内事業は、収益管理強化などにより収益改善（単価要因+21億円）。
- ✓ 海外事業は、牛肉、羊肉の販売価格（輸出価格）下落などにより、▲65億円減益。

経常利益増減要因



【数量要因】

・輸入牛、輸入鶏を中心に数量増

【単価要因】

・収益管理強化により、牛肉、鶏肉の収益が大きく改善

《重量・金額 実績》

	自社(アンズコ除く)		4-8月 市況 ※
	重量	金額	推定出回り量
牛肉	+7.5%	+5.0%	▲1.1%
豚肉	+2.8%	+6.9%	+0.7%
鶏肉	+4.5%	+13.3%	+1.3%

※ 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、国産豚の相場上昇でカバー

【海外事業要因】

・牛肉、羊肉の販売価格（輸出価格）の下落
・NZ現地での人件費等の上昇

【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保管料の増加

23年度上期 詳細

単位：億円

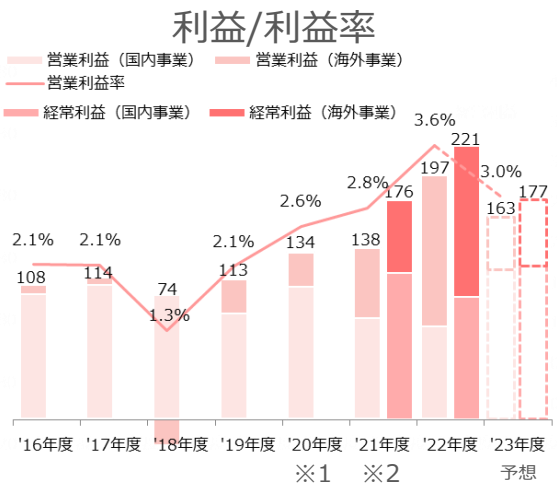
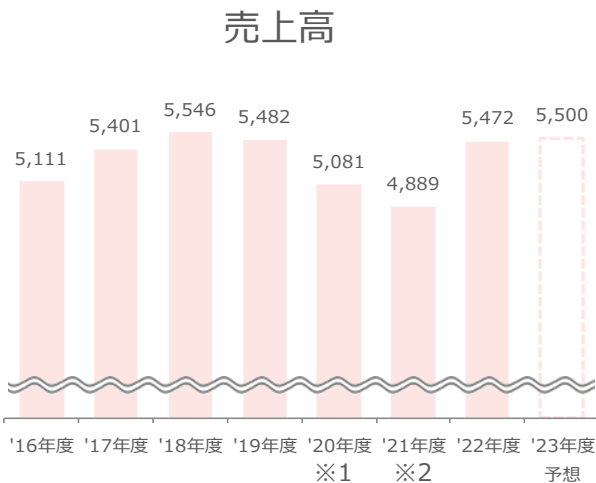
	1Q 実績	2Q 11/2更新	上期 11/2更新
22年度 経常利益	55	72	126
国内事業要因			
数量要因	+3	+2	+5
単価要因	+14	+8	+21
相場・飼料影響 (生産事業)	+3	+2	+4
物流単価影響	▲3	▲4	▲6
海外事業要因	▲25	▲40	▲65
その他	+1	+2	+3
営業外損益	▲4	+11	+7
23年度 経常利益	43	52	95

- ✓ 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▲44億円（▲19.7%）減益の見込。
- ✓ 前回業績予想から、経常利益▲8億円下方修正。

セグメント別 23年度通期 業績予想

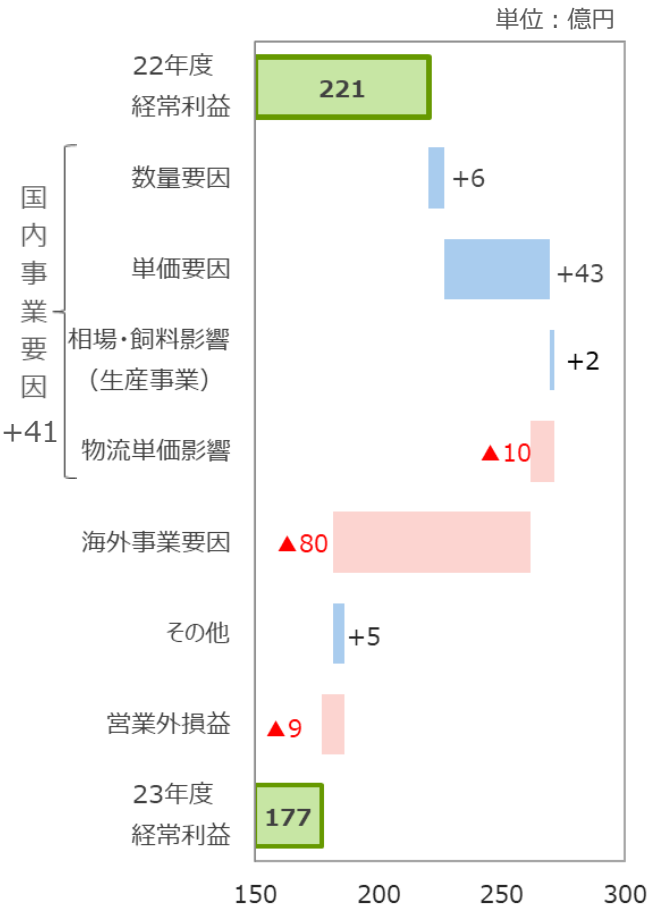
単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (8/3開示)	修正額
			増減額	増減率		
食肉事業	売上高	-	+28	+0.5%	5,500	-
	営業利益	3.0%	▲34	▲17.3%	175	▲12
	経常利益	3.2%	▲44	▲19.7%	185	▲8



- ✓ 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+43億円を見込む。
- ✓ 海外事業は、牛肉価格下落などにより、▲80億円減益の見込。

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	+5.5%	+2.3%
豚肉	+0.7%	+0.8%
鶏肉	+6.6%	+8.8%

【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）
・牛肉、羊肉の販売価格（輸出価格）の下落
・NZ現地の人件費等の上昇

23年度通期 詳細

単位：億円

	上期 11/2更新	下期 11/2更新	通期 11/2更新
22年度 経常利益	126	94	221
国内事業要因			
数量要因	+5	+1	+6
単価要因	+21	+22	+43
相場・飼料影響 (生産事業)	+4	▲2	+2
物流単価影響	▲6	▲4	▲10
海外事業要因	▲65	▲15	▲80
その他	+3	+2	+5
営業外損益	+7	▲17	▲9
23年度 経常利益	95	82	177

- ✓ 国内事業：収益管理の徹底による収益改善に取り組み、骨太な事業構造にしていく。
- ✓ 海外事業：各取り組みにより収益力は向上している。今後も継続的に高めていく。

国内事業

●収益管理強化 効果進捗

輸入牛・輸入鶏 粗利益増減（前年同期比）

※数量増減による影響を含む

上期実績

+ **31** 億円 1Q：+13億円
2Q：+18億円

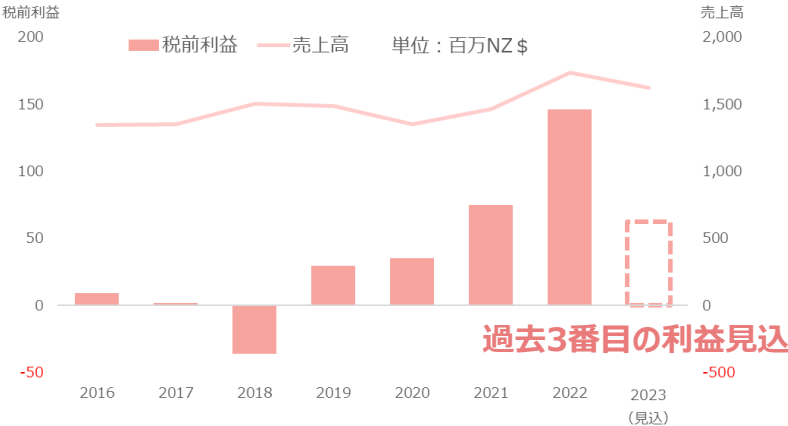
通期見込

+ **45** 億円

製販連動した収益管理、在庫管理を徹底し、バリューチェーンの最適化を図る

海外事業

●アンズコフーズ業績推移



●外部環境

23年 生産量予測	前年比	
豪州産牛肉*1	+ 11.8%	NZ産牛肉と輸出で競合
米国産牛肉*2	▲ 4.6%	NZ産牛肉の主要輸出先

資料：※1 MLA, ※2 USDA

－要因	・ NZ現地のインフレにより、人件費などの生産コストは上昇傾向 ・ 豪州産牛肉の生産量増加を受け、輸出価格は下落傾向
＋要因	・ 米国産牛肉の生産量減少を受け、米国現地価格は上昇傾向

厳しい外部環境が続くが、進めてきた取り組みの効果により、アンズコフーズの収益力は着実に向上

01 決算ハイライト

・ 全社

・ 加工食品事業

・ 食肉事業

実績/予想

実績/予想

実績/予想

3-11

13-17

19-23

02 事業戦略25-33

03 決算補足データ35-42

04 外部環境データ44-55

✓ トップライン拡大、コスト低減の各施策に加え、サステナビリティの取り組みを着実に推進し、次期中計（2024年度スタート）に繋げていく。

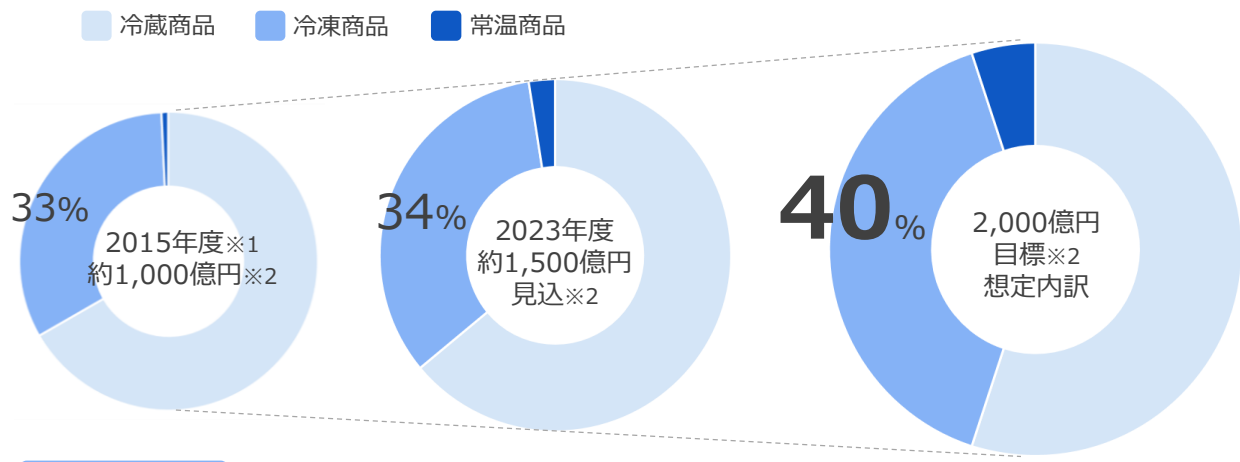
	加工食品事業	食肉事業
トップライン 拡大	● 冷凍加工食品の強化 Pick UP ● カテゴリーマネジメント提案（提案型営業）の深化 ● 相互販売の強化	● 和牛輸出の強化 Pick UP ● 食肉生産事業の強化 ● 海外展開の強化
コスト 低減	● 生産・物流集約 Pick UP ● ラインの自動化 Pick UP ● DX化の推進 Pick UP	● 食肉生産事業の効率化 Pick UP ● 営業・物流拠点集約 ● システム統合
サステナ ビリティの 取り組み	● 健やかで豊かな食生活の実現 ● 従業員一人ひとりが活躍できる職場づくり ● 地域社会への貢献 ● 妥協しない美味しさと高品質へのこだわり	● 地球環境への配慮 Pick UP ● 持続可能な調達と安定供給の推進 Pick UP ● コーポレート・ガバナンスの強化

- ✓ 統合以降、簡便・時短需要に合わせ、調理加工食品（冷蔵）を強化してきた。
- ✓ 置き置き・時短ニーズに対応し、冷凍・常温に温度帯を広げ、トップラインを拡大させていく。

●対応温度帯の拡大

調理加工食品 売上高（業務用含む）

※1 統合前；伊藤ハム、米久の単純合算値
※2 調理加工食品カテゴリー全体の売上高合計（ANZCO除く）



- 簡便・時短需要の高まりを捉え、調理加工食品の商品ラインナップを拡充し、トップラインを拡大してきた。
- 近年急拡大する冷凍市場に対応し、**冷凍商品工場（夢工場）稼働** など、冷凍商品をさらに強化していく。

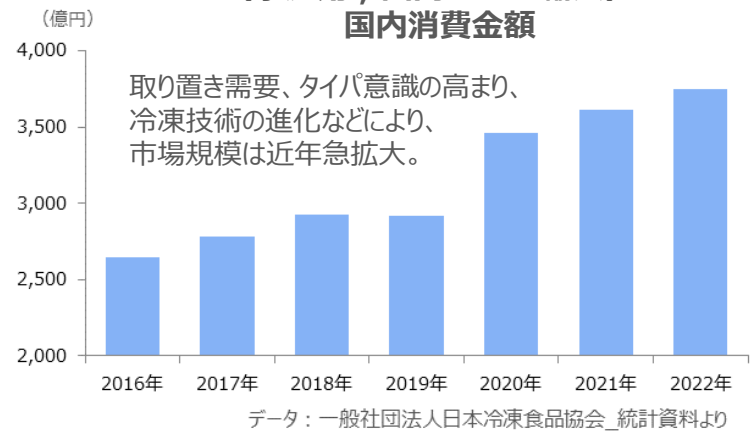
当社冷凍商品



業務用のみで展開していた冷凍商品を、小売り向けにも販路拡大し、「FROZEN PRO」（伊藤ハム）として立ち上げ。
今まで手薄であった**冷凍商品のラインナップを拡大**。
伸長する内食での冷凍食品需要や大袋需要を狙う。

参考：市場データ

冷凍調理食品
（家庭用；国内生産＋輸入）
国内消費金額



冷凍加工食品の強化

トップライン拡大

- ✓ 生産拠点と物流拠点の再編を進め、生産集約、ラインの自動化、DX化の推進、物流効率化を加速させる。
- ✓ 再編で生み出すコスト競争力と生産能力を新規事業・成長領域に振り分け、グループの更なる成長を促進する。

生産・物流集約

- 新工場建設、新設備導入
- エリア毎に生産体制最適化

将来的な生産拠点数

7割を 集約

東・西エリア単位で再編を進める



ラインの自動化

- 自動化ライン増強による
- コスト競争力強化・リスク低減

ソーセージ自動化生産能力

5割増



DX化の推進

- 製造工程のDX推進による
- コスト競争力強化・リスク低減

AI、IoTによる業務改善

(例)

- ・計量データの一元管理
- ・AI活用による検品精度向上



コスト競争力・生産能力

新規事業
成長領域
を強化

生産・物流拠点再編

コスト低減

生産・物流再編イメージ



進捗例



夢工場を冷凍商品工場として再建。
23年6月より稼働開始。



現ケンコー工場を次世代型の高効率
ハム・ソーセージ工場へ建替え。
26年竣工予定。

✓ 「地球環境への配慮」の一環として、環境負荷低減にグループ全体で取り組みを推進する。

地球環境への配慮

サステナビリティの取り組み

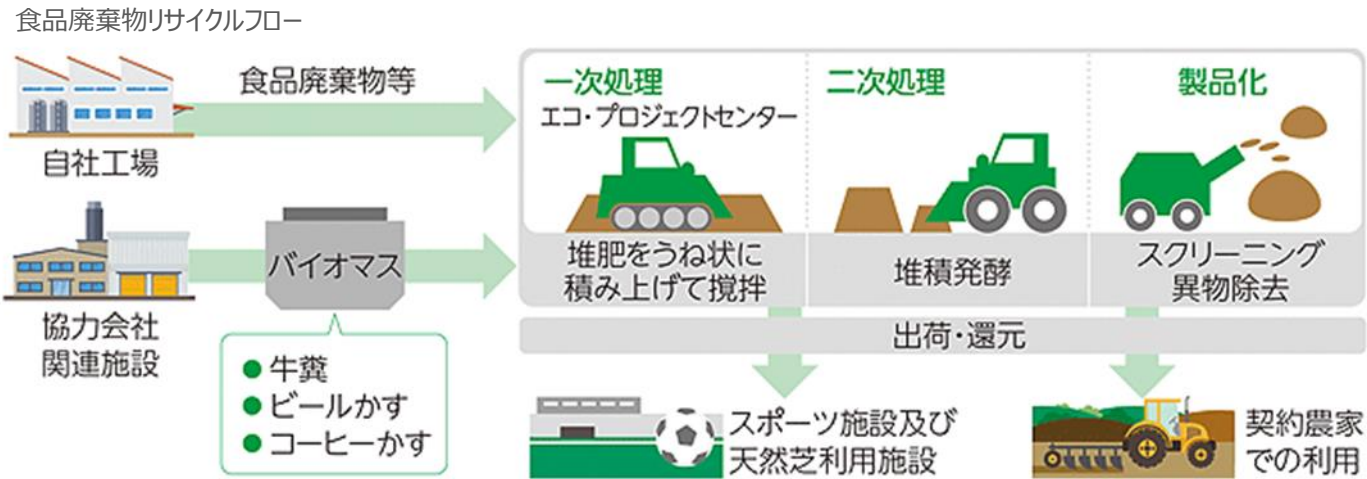
●食品廃棄物のリサイクル

エコ・プロジェクトセンター（静岡県富士宮市朝霧）
自社工場や協力会社から排出される食品廃棄物をリサイクルし、良質な肥料を生産。
つくられた肥料は契約農家での利用など、さまざまな用途に使用され、環境負荷低減に貢献。



コンポストパワー／Compost Power（肥料）

年間約 **500** t 生産



✓ 「地球環境への配慮」の一環として、環境負荷低減にグループ全体で取り組みを推進する。

●環境配慮型包材への切替

一部商品※の包材サイズを小さくすることにより、プラスチック使用量を削減。
さらなる削減に向け、対象商品を拡大させていく予定。



対象商品（全19品）のプラスチック使用量
（1パック当たり平均）

約 **26** %削減
（年間約65t削減見込み）



※対象：ポークピッツ 250 g、チーズイン 250 g、サラダチキン3連 他（全 19 品）

<参考> 弊社の環境包材への過去の取り組み
【「The GRAND アルトバイエルン 127 g」など巾着形態商品を環境配慮型へ】

地球環境への配慮

サステナビリティの取り組み

- ✓ 国内トップクラスの和牛輸出処理施設であるサンキョーミートに加え、新たに処理・カット施設を建設。和牛輸出可能キャパを拡大し、伸長する海外需要に対応する。
- ✓ アンズコフーズの販売網を活用し、和牛の海外販路を拡大させる。

和牛輸出の強化

トップライン拡大

● 食肉生産事業の強化



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。

十和田に最新鋭の牛処理施設を建設中。 **和牛輸出可能キャパを拡大**

海外で高まるニーズに対応。 **スキンパック包装（冷凍）**



主要輸出先への輸出認可申請予定



サンキョーミート有明プラントで
新バックセンター稼働開始
主要輸出先への輸出認可取得済み

● 海外販路の拡大

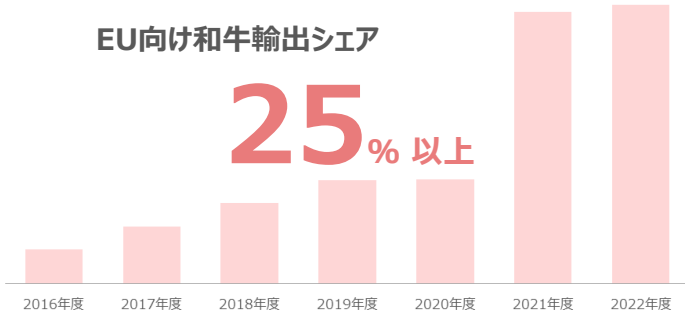
アンズコフーズの販売網を活用し、和牛の海外販路拡大
アンズコフーズ E Uと連携し、EU向け輸出は大きく伸長



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



EU向け和牛輸出金額推移（当社）
EU向け和牛輸出シェア



- ✓ 主要生産地を中心に、協力農場との関係を強化し、強固な集荷体制を築くとともに、処理カット能力を強化し、利益の底上げを進める。

●十和田ミートプラント 牛処理施設

24年1月試験稼働、3月本格稼働開始予定

東北エリアでの牛処理カット能力強化

- ・生産能力向上による**処理コスト低減**
- ・近郊エリアへの直配送による**物流コスト低減**
- ・**和牛輸出の拡大**
- ・内臓の販売強化
- ・**アニマルウェルフェアへの配慮**

完成イメージ図



などを推進

●伊佐ミートプラント 23年4月稼働開始

南九州エリアでの生産・集荷体制を強化



- ✓ サプライチェーン全体で責任ある調達活動を実施することが重要であるという認識のもと、取引先と連携し、持続可能なサプライチェーンの構築に取り組む。

●アニマルウェルフェアへの取り組み

- ✓ 国内生産農場での取り組み

大洋ポーク、米久おいしい鶏では、23年7月に農林水産省が示した
「アニマルウェルフェアに関する飼養管理指針」に則り、飼養管理を行っている。



米久おいしい鶏 帽子取養鶏農場

- ✓ 国内処理カット施設での取り組み

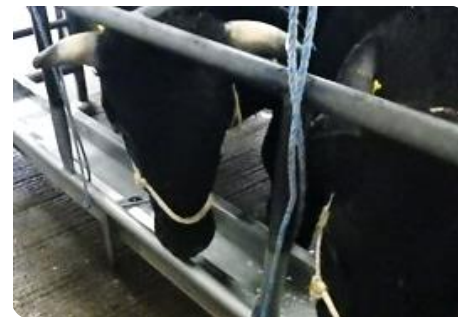
サンキョーミートではアニマルウェルフェアに配慮した設備を導入
ヨーロッパやアメリカの高い輸出基準をクリア

サンキョーミート 有明ビーフプラント
 取り組み例

牛の係留場

(左) ミスト施設 (右) 常時飲水施設

暑熱、脱水対策を施し、ストレスを軽減



畜産産業のサプライチェーンにおけるビジネスパートナーに対しても、アニマルウェルフェアの普及・浸透に向け、飼養管理の改善協力・支援を行っていきます。

- ✓ サプライチェーン全体で責任ある調達活動を実施することが重要であるという認識のもと、取引先と連携し、持続可能なサプライチェーンの構築に取り組む。

● サプライヤー調査の実施 ※加工食品事業も含むグループ全社

- 実施年 : 2022年度
- 対象 : 調達額上位の国内・海外取引先 155社
(調達額ベース累計80%)
- 形式 : セルフチェックのアンケート
- 回答率 : 100%
- 結果 : 追跡調査を要するレベルのリスクは確認されなかった
- 今後 : **毎年調査を継続するとともに、今後は実査も行う計画**

サプライヤー調査に合わせて、弊社グループの「調達ポリシー」や「人権」、「環境」、「アニマルウェルフェア」への取り組みについて、対象の全サプライヤーにご理解とご賛同をお願いをしています。

01 決算ハイライト

・ 全社

・ 加工食品事業

・ 食肉事業

実績/予想
実績/予想
実績/予想

2-11
13-17
19-23

02 事業戦略25-33

03 決算補足データ35-42

04 外部環境データ44-55

業績推移

単位：億円

	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
売上高	4,480	4,701	+221
売上原価	3,804	4,052	+248
売上総利益	676	650	▲26
売上比 (%)	15.1	13.8	▲1.3
販売費及び一般管理費	525	544	+19
売上比 (%)	11.7	11.6	▲0.1
営業利益	151	106	▲46
売上比 (%)	3.4	2.3	▲1.1
営業外損益	10	17	+7
経常利益	162	123	▲39
売上比 (%)	3.6	2.6	▲1.0
特別損益	▲1	▲6	▲5
税金等調整前利益	160	117	▲44
当期純利益	109	76	▲33
売上比 (%)	2.4	1.6	▲0.8

地域別売上高

単位：億円

	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
売上高	4,480	4,701	+221
日本	3,762	3,992	+230
海外計	718	709	▲9
(海外比率%)	16.0	15.1	▲0.9
アジア	225	216	▲9
北米	238	212	▲26
オセアニア	148	170	+21
欧州	88	103	+15
その他	18	8	▲10

販管費および一般管理費

	単位：億円		
	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
売上高	4,480	4,701	+ 221
販管費計	525	544	+ 19
売上比（％）	11.7	11.6	▲0.1
人件費	178	181	+ 3
物流費	217	230	+ 13
広告宣伝費	22	21	▲2
包装費	7	8	+ 0
減価償却費	8	8	▲1
その他経費	91	96	+ 5

営業外損益

	単位：億円		
	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
営業外損益計	10	17	+ 7
持分法損益	▲0	▲1	▲1
金融収支	▲1	▲5	▲4
助成金収入	5	17	+ 11
受取保険金	1	2	+ 1
その他	5	5	▲1

特別損益

	単位：億円		
	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
特別損益計	▲1	▲6	▲5
固定資産除却損	▲1	▲1	+ 0
減損損失	-	▲3	▲3
災害による損失	-	▲2	▲2
その他	0	▲0	▲0

単位：億円

	22年度 期末	23年度 2Q末	増減		22年度 期末	23年度 2Q末	増減
流動資産	2,565	2,936	+ 371	負債合計	1,675	2,038	+ 362
現金及び預金	227	252	+ 25	流動負債	1,529	1,883	+ 353
受取手形及び売掛金	953	1,132	+ 178	固定負債	146	155	+ 9
たな卸資産	1,227	1,425	+ 198	純資産合計	2,693	2,754	+ 62
その他	157	128	▲ 29	株主資本	2,577	2,585	+ 8
固定資産	1,803	1,856	+ 53	資本金	300	300	-
有形固定資産	1,015	1,031	+ 16	資本剰余金	894	894	+ 0
無形固定資産	268	268	▲ 0	利益剰余金	1,401	1,408	+ 8
投資その他の資産	520	557	+ 37	自己株式	▲ 18	▲ 18	+ 1
資産合計	4,368	4,792	+ 424	その他包括利益	110	163	+ 53
				新株予約権	1	1	-
				非支配株主持分	6	6	+ 0
				負債純資産合計	4,368	4,792	+ 424

	22年度 期末	23年度 2Q末	増減
有利子負債	426	673	+ 247
D/Eレシオ (%)	15.9	24.5	+ 8.6
自己資本	2,686	2,748	+ 61
自己資本比率 (%)	61.5	57.3	▲ 4.2

資産

受取手形・売掛金	： + 178 億円
たな卸資産	： + 198 億円

負債

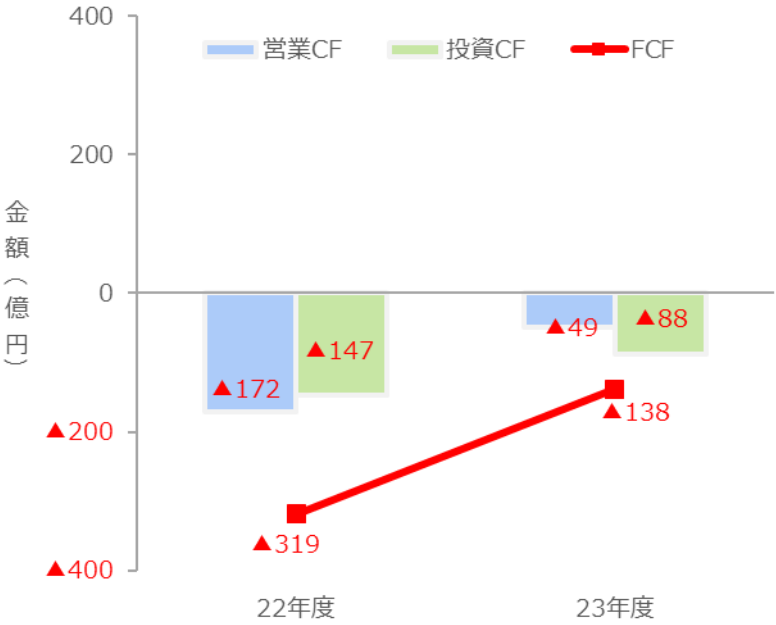
支払手形・買掛金	： + 121 億円
短期借入金	： + 247 億円
長期借入金	： ▲ 1 億円

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	： + 7 億円
為替換算調整勘定	： + 34 億円

単位：億円

	22年度	23年度	
	上期	上期	増減
①営業活動によるキャッシュ・フロー	▲172	▲49	+123
税金等調整前純利益	160	117	▲44
減価償却費	57	59	+2
売上債権の増減額	▲81	▲171	▲91
たな卸資産の増減額	▲312	▲182	+130
仕入債務の増減額	96	116	+19
その他	▲93	12	+106
②投資活動によるキャッシュ・フロー	▲147	▲88	+59
③財務活動によるキャッシュ・フロー	39	159	+120
④現金及び現金同等物の期末残高	204	249	+45
①+② F C F	▲319	▲138	+181



減価償却費

23年度上期実績 59 億円 (57 億円)
23年度通期見込 129 億円 (120 億円)

設備投資

23年度上期実績 73 億円 (92 億円)
23年度通期見込 226 億円 (174 億円)

※括弧内は前年実績

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		
	22年度	23年度		22年度	23年度		22年度	23年度		22年度	23年度	
	上期	上期	増減	上期	上期	増減	上期	上期	増減	上期	上期	増減
売上高	4,480	4,701	+221	1,820	1,905	+86	2,660	2,796	+136	0	0	-
ハム・ソーセージ	879	905	+26	812	842	+30	67	63	▲4	-	-	-
ブロパー	840	867	+27	773	804	+31	67	63	▲4	-	-	-
ギフト	39	38	▲1	39	38	▲1	-	-	-	-	-	-
調理加工食品	723	766	+43	628	672	+44	95	94	▲0	-	-	-
食肉	2,759	2,882	+123	358	369	+11	2,401	2,514	+113	-	-	-
牛肉	1,303	1,329	+25	161	169	+8	1,142	1,159	+18	-	-	-
豚肉	825	882	+57	111	105	▲6	714	777	+63	-	-	-
鶏肉	378	429	+50	84	93	+9	294	336	+42	-	-	-
羊肉・他	252	243	▲9	1	1	+0	251	242	▲10	-	-	-
その他	120	148	+28	22	23	+1	98	125	+27	0	0	-

商品分類別 伸長率

単位：％

	連結計		アンズコ除く	
	上期	上期	上期	上期
	数量	金額	数量	金額
ハム・ソーセージ	▲0.1	+5.2	▲0.3	+4.8
調理加工食品	+0.0	+8.4	+0.5	+7.9
食肉	+3.8	+6.8	+3.9	+7.3
牛肉	+2.0	+2.0	+6.2	+3.8
豚肉	+2.3	+5.7	+2.3	+5.7
鶏肉	+4.9	+20.2	+4.9	+20.2
羊肉・他	+17.5	+15.6	▲6.1	+0.2

主要ブランド 伸長率

単位：％

	1Q	2Q	上期計
THE GRAND アルトバイエルン	+4.4	▲0.5	+2.0
朝のフレッシュシリーズ	+10.5	+9.7	+10.1
ポークビッツ/チーズイン	+7.9	+6.9	+7.4
ラ・ピッツァ/ピザガーデン	+16.2	+14.5	+15.3
原形ベーコンシリーズ	+17.3	+4.3	+10.6
王様のローストビーフ	+10.3	▲1.4	+4.3

※金額ベース

単位：億円

		1Q (4-6月)			2Q (7-9月)		
		'23年度 実績	'22年度 実績	前年 差	'23年度 実績	'22年度 実績	前年 差
H D 連 結	売上高	2,276	2,123	+152	2,426	2,357	+69
	営業利益	53	71	▲18	53	80	▲28
	営業利益率(%)	2.3	3.4	▲1.0	2.2	3.4	▲1.2
	経常利益	56	77	▲21	67	85	▲18
	経常利益率(%)	2.5	3.6	▲1.2	2.8	3.6	▲0.8
加 工 食 品 事 業	売上高	939	889	+50	967	931	+36
	営業利益	16	26	▲11	19	16	+3
	営業利益率(%)	1.7	3.0	▲1.3	1.9	1.7	+0.2
	経常利益	16	26	▲10	19	16	+3
	経常利益率(%)	1.7	2.9	▲1.2	2.0	1.7	+0.3
食 肉 事 業	売上高	1,337	1,234	+103	1,459	1,426	+33
	営業利益	43	51	▲7	38	68	▲31
	営業利益率(%)	3.2	4.1	▲0.9	2.6	4.8	▲2.2
	経常利益	43	55	▲11	52	72	▲20
	経常利益率(%)	3.2	4.4	▲1.2	3.6	5.0	▲1.5
そ の 他 ・ 調 整	売上高	0	0	+0	0	0	+0
	営業利益	▲6	▲6	▲0	▲3	▲4	+1
	経常利益	▲3	▲4	+0	▲4	▲3	▲1

単位：億円

		上期					下期					通期				
		'23年度 実績 (11/2開示)	'22年度 実績	前年 差	前回 予想 (8/3開示)	前回 予想差	'23年度 予想 (11/2開示)	'22年度 実績	前年 差	前回 予想 (8/3開示)	前回 予想差	'23年度 予想 (11/2開示)	'22年度 実績	前年 差	前回 予想 (8/3開示)	前回 予想差
H D 連 結	売上高	4,701	4,480	+221	4,550	+151	4,599	4,747	▲148	4,750	▲151	9,300	9,227	+73	9,300	-
	営業利益	106	151	▲46	92	+14	124	79	+46	138	▲14	230	230	+0	230	-
	営業利益率(%)	2.3	3.4	▲1.1	2.0	+0.2	2.7	1.7	+1.0	2.9	▲0.2	2.5	2.5	▲0.0	2.5	▲0.0
	経常利益	123	162	▲39	100	+23	127	99	+28	150	▲23	250	260	▲10	250	-
	経常利益率(%)	2.6	3.6	▲1.0	2.2	+0.4	2.8	2.1	+0.7	3.2	▲0.4	2.7	2.8	▲0.1	2.7	-
加 工 食 品 事 業	売上高	1,905	1,820	+86	1,840	+65	1,895	1,935	▲40	1,960	▲65	3,800	3,755	+45	3,800	-
	営業利益	34	42	▲8	26	+8	49	8	+41	46	+3	83	50	+33	72	+11
	営業利益率(%)	1.8	2.3	▲0.5	1.4	+0.4	2.6	0.4	+2.2	2.4	+0.2	2.2	1.3	+0.9	1.9	+0.3
	経常利益	35	42	▲7	28	+7	50	9	+41	47	+3	85	51	+34	75	+10
	経常利益率(%)	1.8	2.3	▲0.5	1.5	+0.3	2.6	0.5	+2.2	2.4	+0.2	2.2	1.4	+0.9	2.0	+0.3
食 肉 事 業	売上高	2,796	2,660	+136	2,710	+86	2,704	2,811	▲108	2,790	▲86	5,500	5,472	+28	5,500	-
	営業利益	81	119	▲38	76	+5	82	78	+4	99	▲17	163	197	▲34	175	▲12
	営業利益率(%)	2.9	4.5	▲1.6	2.8	+0.1	3.0	2.8	+0.3	3.5	▲0.5	3.0	3.6	▲0.6	3.2	▲0.2
	経常利益	95	126	▲31	78	+17	82	94	▲13	107	▲26	177	221	▲44	185	▲8
	経常利益率(%)	3.4	4.8	▲1.3	2.9	+0.5	3.0	3.3	▲0.3	3.8	▲0.8	3.2	4.0	▲0.8	3.4	▲0.1
そ の 他 ・ 調 整	売上高	0	0	-	-	+0	▲0	0	▲0	-	▲0	-	0	▲0	-	-
	営業利益	▲9	▲10	+0	▲10	+1	▲7	▲7	+1	▲7	-	▲16	▲17	+1	▲17	+1
	経常利益	▲8	▲7	▲1	▲6	▲2	▲4	▲4	-	▲4	-	▲12	▲11	▲1	▲10	▲2

単位：億円

加食	1Q	2Q		上期		下期		通期	
	実績	8/3予想	実績	8/3予想	実績	8/3予想	今回予想	8/3予想	今回予想
前年経常利益	26	16	16	42	42	9	9	51	51
数量要因	+1	+1	+2	+2	+3	+2	▲4	+4	▲1
単価要因	+40	+30	+35	+70	+75	+70	+73	+140	+148
原材料・光熱費影響	▲46	▲33	▲27	▲79	▲73	▲31	▲22	▲110	▲95
物流単価影響	▲4	▲3	▲6	▲7	▲10	▲2	▲5	▲9	▲14
その他	▲2	▲0	▲1	▲2	▲3	▲1	▲2	▲3	▲5
営業外損益	+1	+1	+0	+2	+1	▲0	▲0	+2	+1
当年経常利益	16	12	19	28	35	47	50	75	85

食肉	1Q	2Q		上期		下期		通期	
	実績	8/3予想	実績	8/3予想	実績	8/3予想	今回予想	8/3予想	今回予想
前年経常利益	55	72	72	126	126	94	94	221	221
数量要因	+3	+3	+2	+6	+5	+3	+1	+9	+6
単価要因	+14	+7	+8	+20	+21	+25	+22	+45	+43
相場・飼料影響（生産事業）	+3	+2	+2	+4	+4	▲1	▲2	+3	+2
物流単価影響	▲3	▲3	▲4	▲5	▲6	▲2	▲4	▲7	▲10
海外事業要因	▲25	▲45	▲40	▲70	▲65	▲5	▲15	▲75	▲80
その他	+1	+1	+2	+2	+3	+1	+2	+3	+5
営業外損益	▲4	▲1	+11	▲5	+7	▲8	▲17	▲13	▲9
当年経常利益	43	35	52	78	95	107	81	185	177

その他・調整	1Q	2Q		上期		下期		通期	
	実績	8/3予想	実績	8/3予想	実績	8/3予想	今回予想	8/3予想	今回予想
前年経常利益	▲4	▲3	▲3	▲7	▲7	▲4	▲4	▲11	▲11
その他	▲0	▲0	+1	▲0	+0	+0	+1	+0	+1
営業外損益	+0	+1	▲2	+1	▲1	+0	▲1	+1	▲2
当年経常利益	▲3	▲3	▲4	▲6	▲8	▲4	▲4	▲10	▲12

01 決算ハイライト

・ 全社

・ 加工食品事業

・ 食肉事業

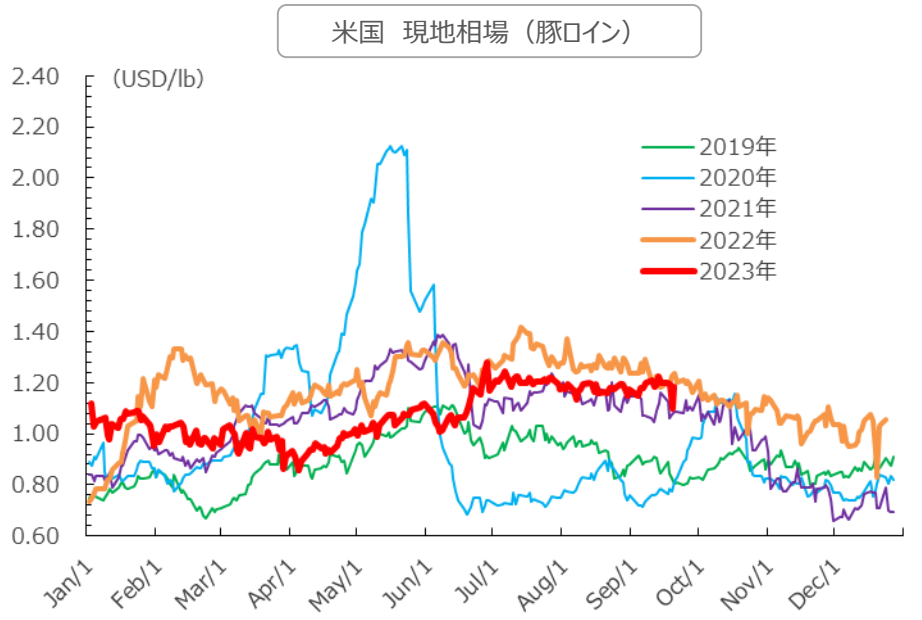
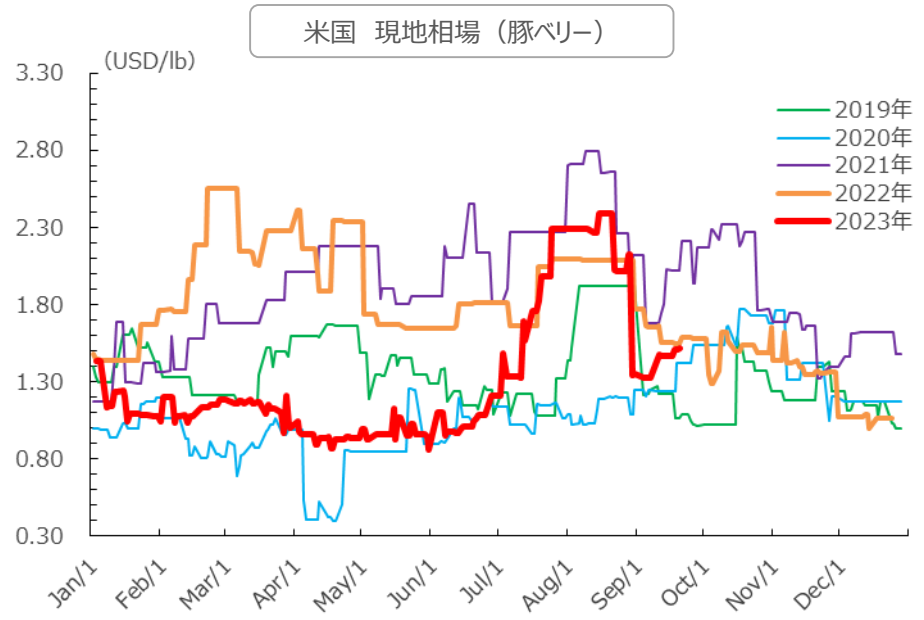
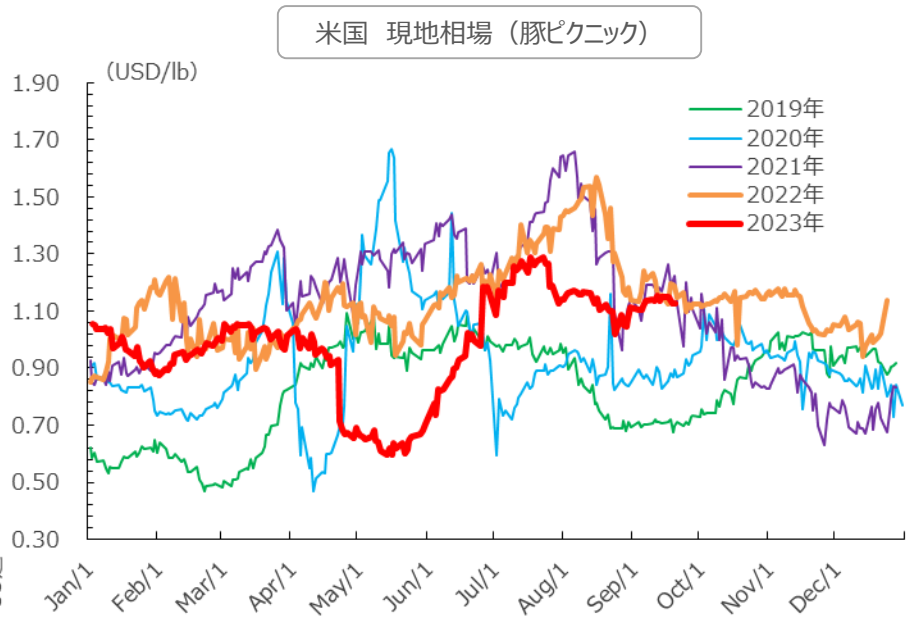
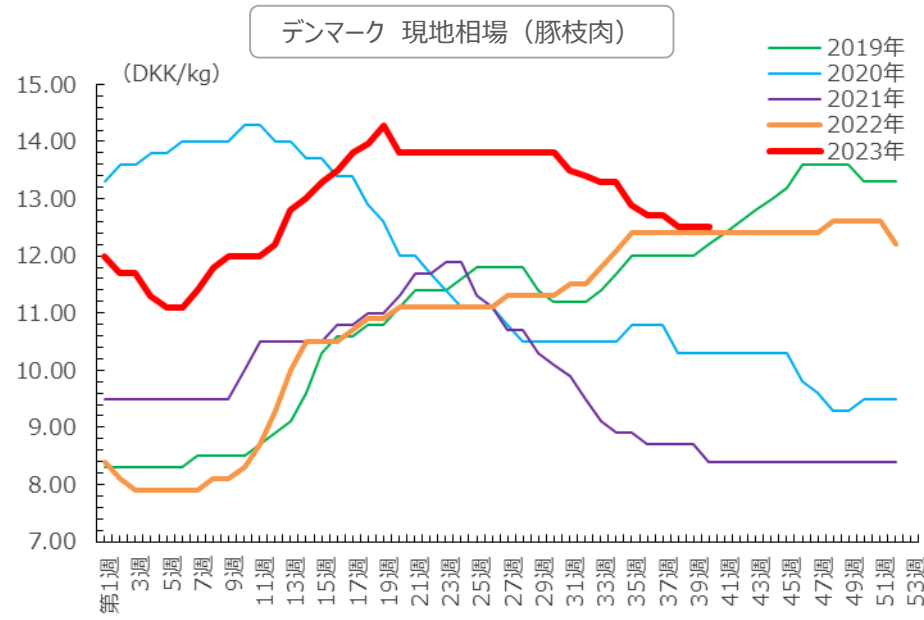
実績/予想
実績/予想
実績/予想

3-11
13-17
19-23

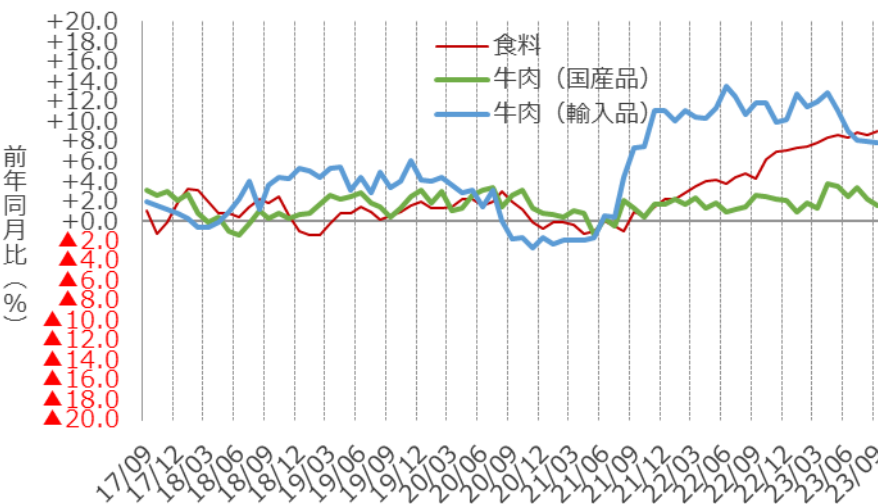
02 事業戦略25-33

03 決算補足データ35-42

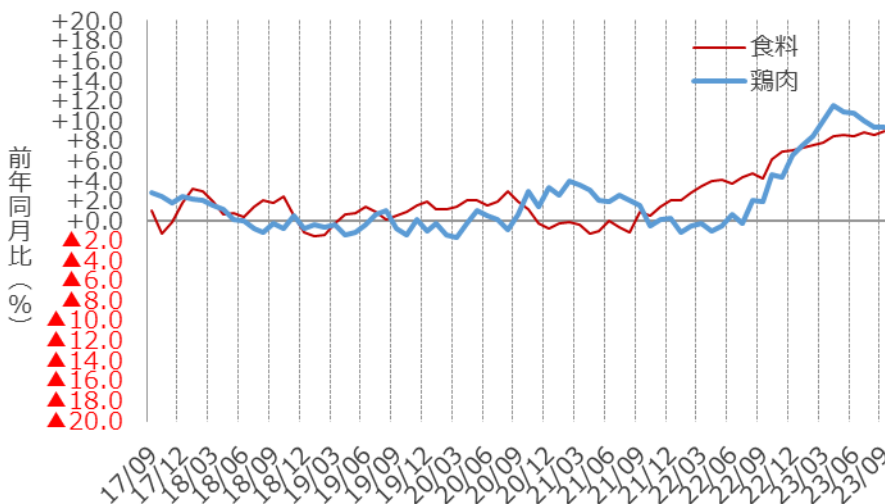
04 外部環境データ44-55



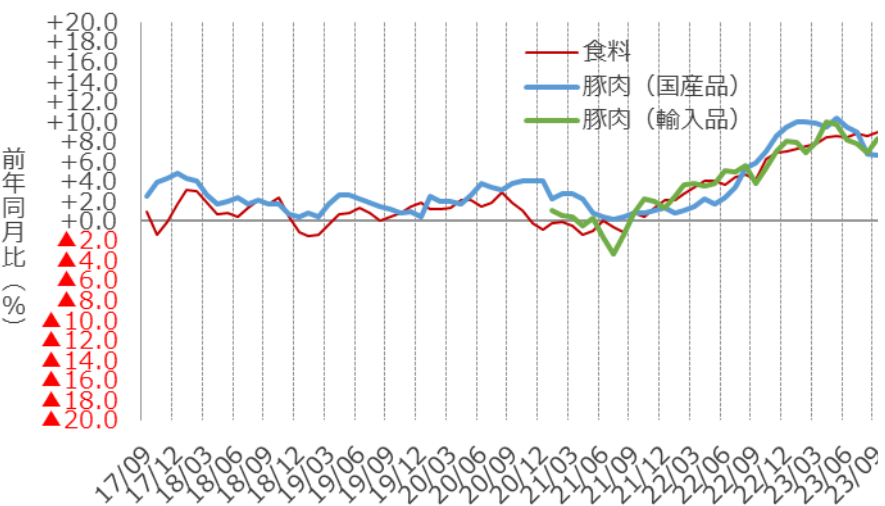
牛肉



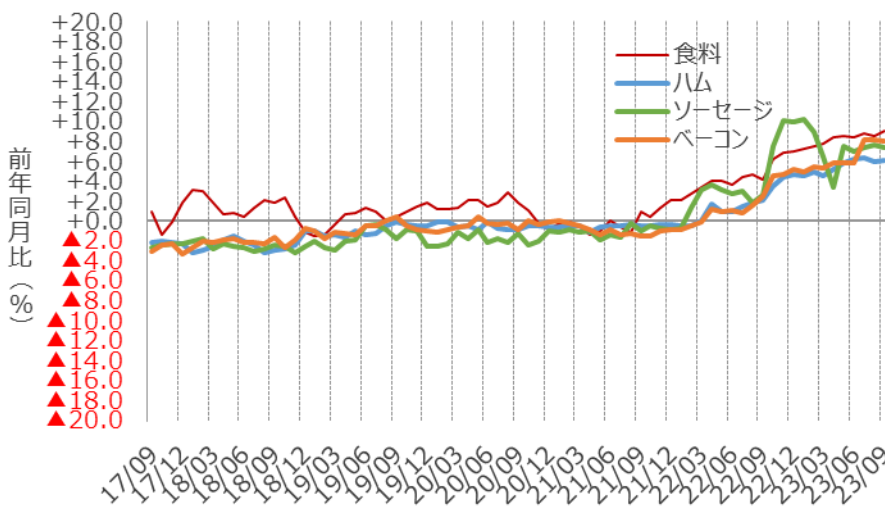
鶏肉



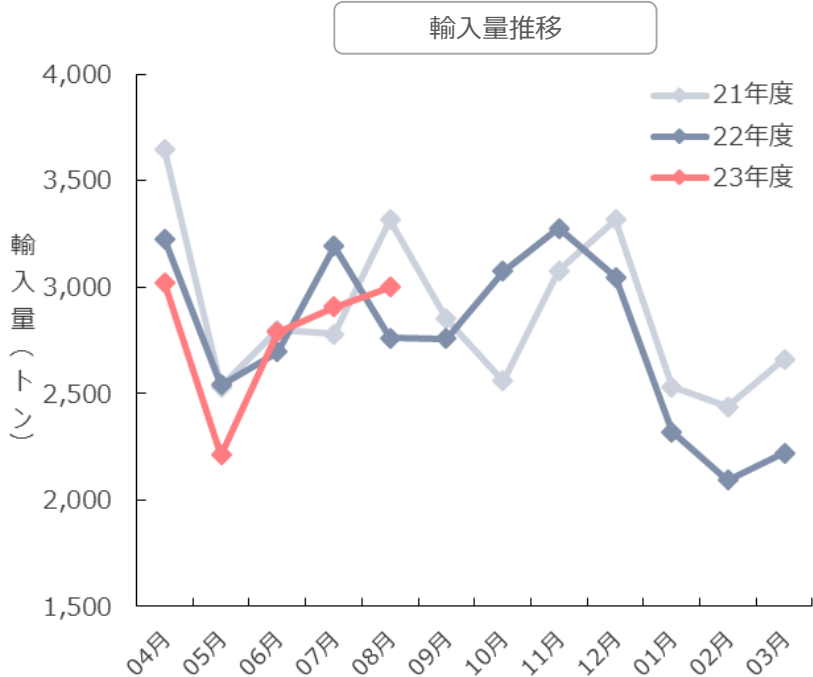
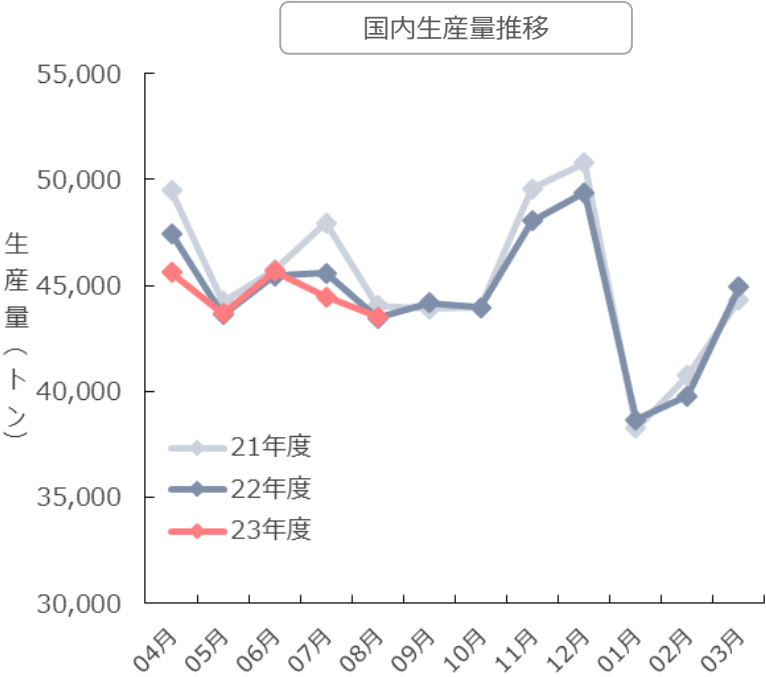
豚肉



加工肉



資料：総務省 消費者物価指数



			04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	単位：トン 累計
生産量	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	44,916	534,488
		(増減率)	-5.1%	-3.8%	-4.5%	-5.0%	-2.0%	2.1%	-5.9%	2.2%	-2.5%	0.0%	0.6%	-2.5%	-1.6%
	23年度	重量	45,615	43,689	45,669	44,444	43,512								222,929
		(増減率)	-3.9%	0.2%	0.5%	-2.5%	0.1%								-1.2%
輸入量	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	2,219	33,193
		(増減率)	-30.0%	-16.7%	-17.0%	6.2%	9.1%	0.2%	11.5%	22.3%	14.3%	25.4%	-9.4%	-11.3%	-3.8%
	23年度	重量	3,021	2,209	2,788	2,908	3,000								13,925
		(増減率)	-6.4%	-13.0%	3.4%	-8.9%	8.7%								-3.4%
合計	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	47,135	567,681
		(増減率)	-7.2%	-4.6%	-5.3%	-4.4%	-1.4%	2.0%	-4.9%	3.3%	-1.6%	1.2%	0.0%	-3.0%	-1.7%
	23年度	重量	48,636	45,898	48,457	47,352	46,512	0	0	0	0	0	0	0	236,853
		(増減率)	-4.0%	-0.5%	0.7%	-2.9%	0.6%								-1.3%

4～8月期間計

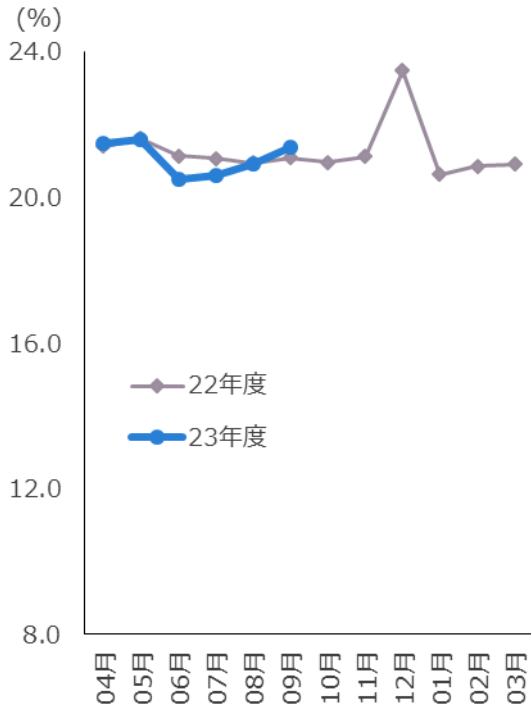
【生産量】
22年度 **225,548 トン**
23年度 **222,929 トン**
前年より **1.2%減**

【輸入量】
22年度 **14,412 トン**
23年度 **13,925 トン**
前年より **3.4%減**

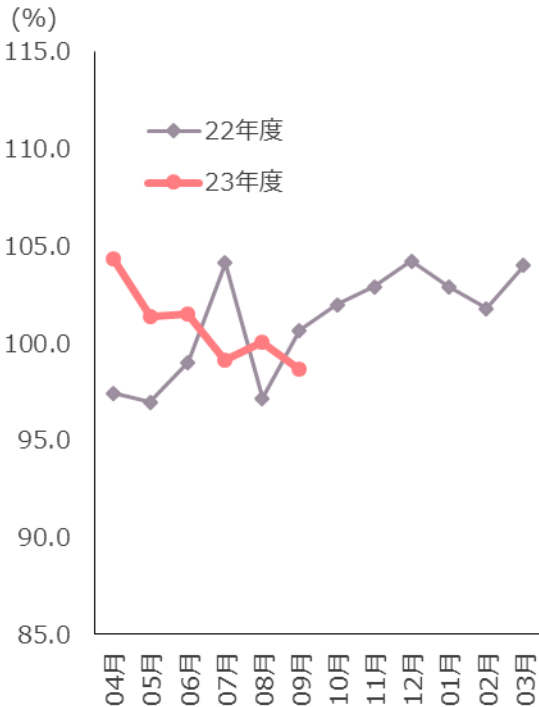
【合計】
22年度 **239,960 トン**
23年度 **236,853 トン**
前年より **1.3%減**

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」

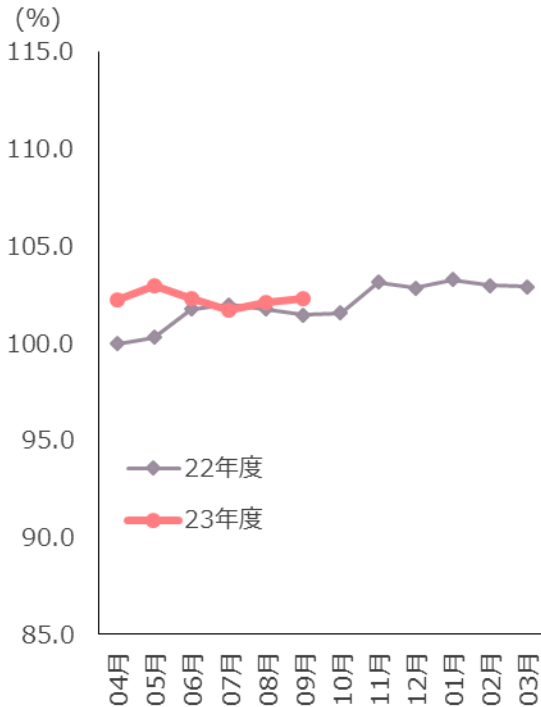
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比



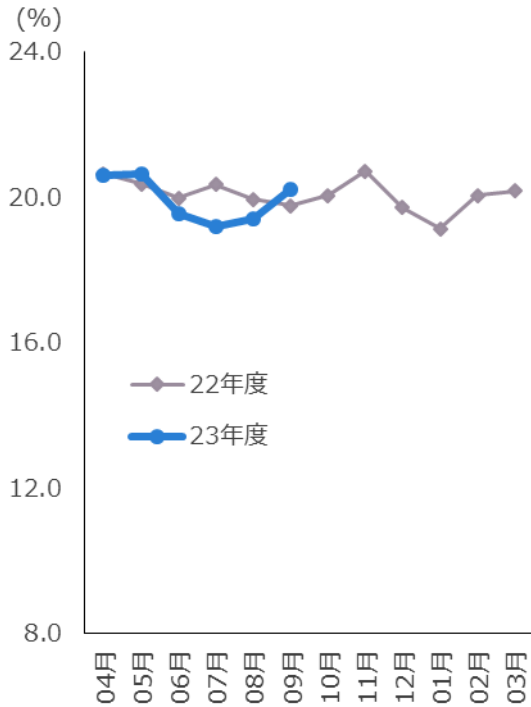
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	21.4	21.6	21.1	21.1	21.0	21.1	21.0	21.1	23.5	20.6	20.9	20.9	21.4
23年度	21.5	21.6	20.5	20.6	20.9	21.4							21.1
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	97.4	97.0	99.0	104.1	97.1	100.7	102.0	102.9	104.2	102.9	101.8	104.0	100.8
23年度	104.4	101.3	101.5	99.1	100.0	98.7							101.3
【単価前年比】													
22年度	100.0	100.3	101.7	102.0	101.8	101.4	101.5	103.1	102.8	103.3	103.0	102.9	102.0
23年度	102.2	103.0	102.3	101.7	102.1	102.3							102.3

【自社シェア】

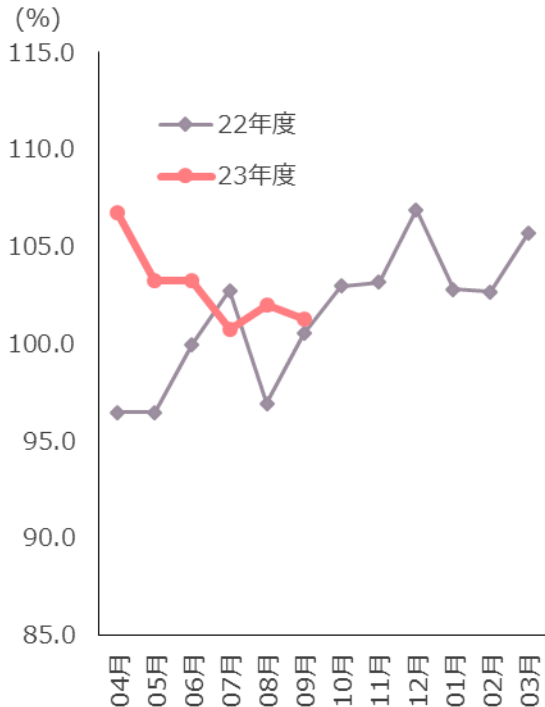
4月～9月期間計
前年 21.2%
今年 21.1%
前年より ▲0.1%

※QPR™調べ

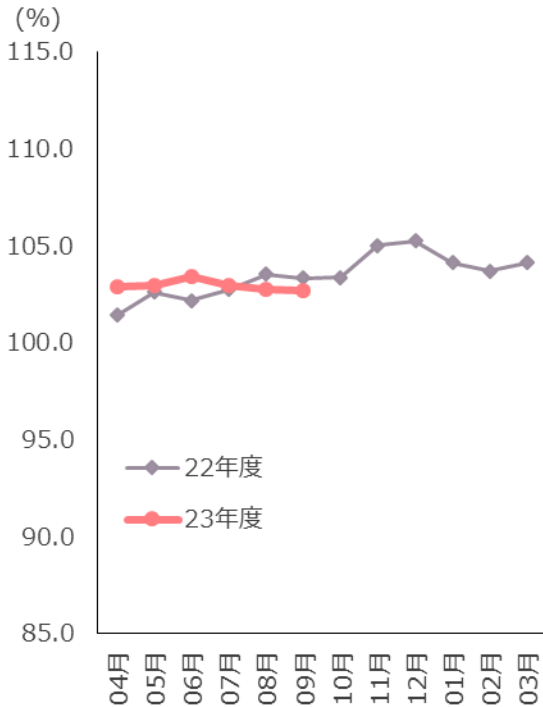
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比

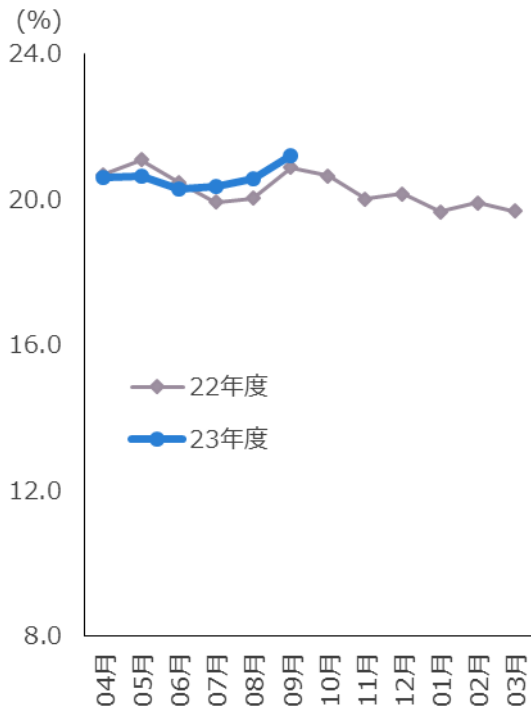


	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	20.6	20.3	20.0	20.3	19.9	19.7	20.0	20.7	19.7	19.1	20.0	20.2	20.1
23年度	20.6	20.6	19.5	19.2	19.4	20.2							20.0
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	96.5	96.4	100.0	102.7	96.9	100.5	103.0	103.2	106.9	102.8	102.7	105.7	101.2
23年度	106.7	103.3	103.3	100.7	102.0	101.3							103.5
【単価前年比】													
22年度	101.4	102.6	102.2	102.7	103.5	103.3	103.3	105.0	105.2	104.1	103.7	104.1	103.4
23年度	102.8	102.9	103.4	102.9	102.7	102.7							103.1

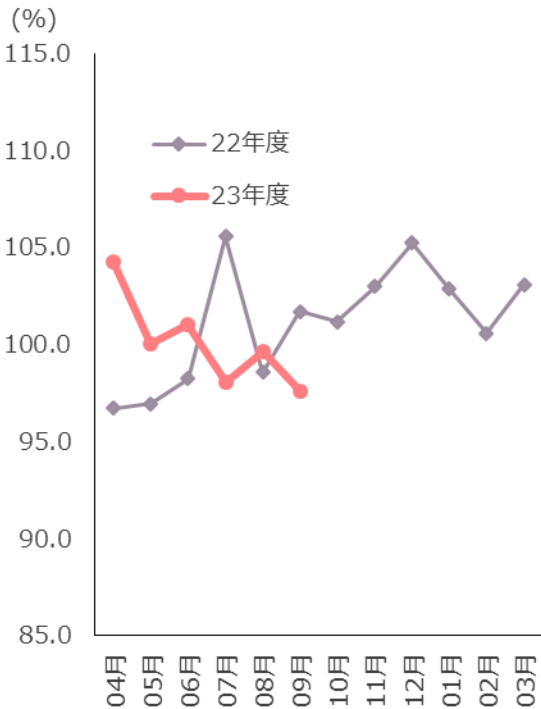
【自社シェア】
4月～9月期間計
前年 20.1%
今年 20.0%
前年より ▲0.1%

※QPR™調べ

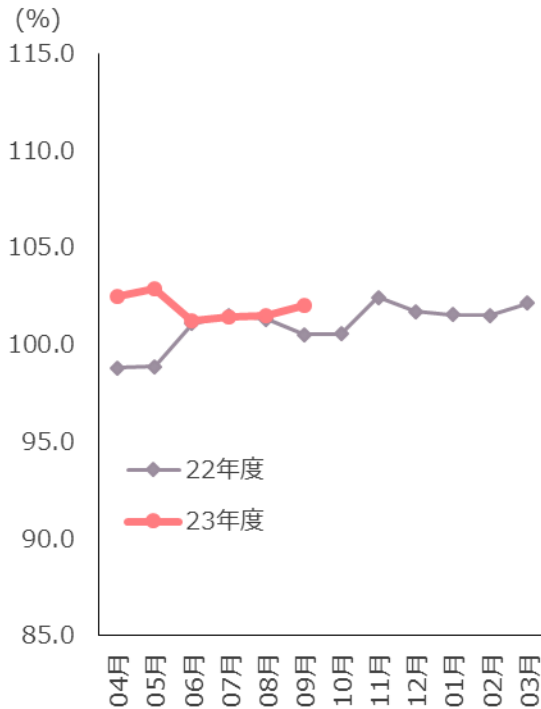
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比

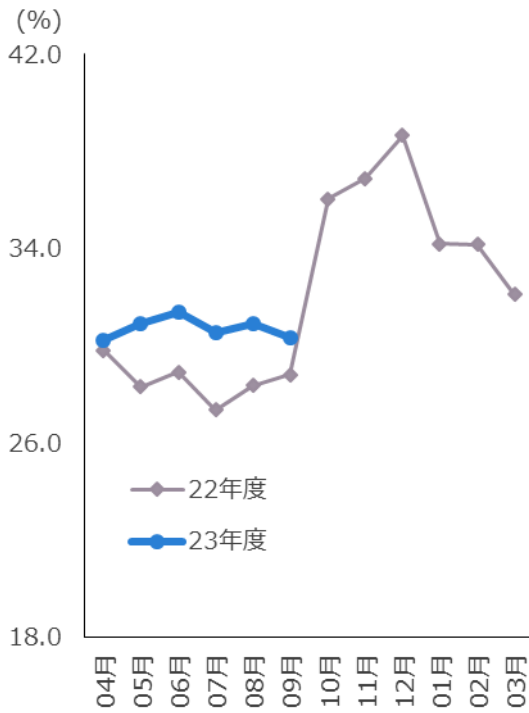


	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	20.7	21.1	20.5	19.9	20.0	20.9	20.6	20.0	20.1	19.6	19.9	19.7	20.4
23年度	20.6	20.6	20.3	20.3	20.6	21.2							20.6
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	96.7	96.9	98.2	105.5	98.5	101.7	101.2	103.0	105.2	102.9	100.6	103.1	100.7
23年度	104.2	100.0	101.0	98.0	99.6	97.6							100.5
【単価前年比】													
22年度	98.8	98.9	101.0	101.5	101.3	100.5	100.5	102.4	101.7	101.5	101.5	102.1	101.0
23年度	102.4	102.9	101.2	101.4	101.5	102.0							102.0

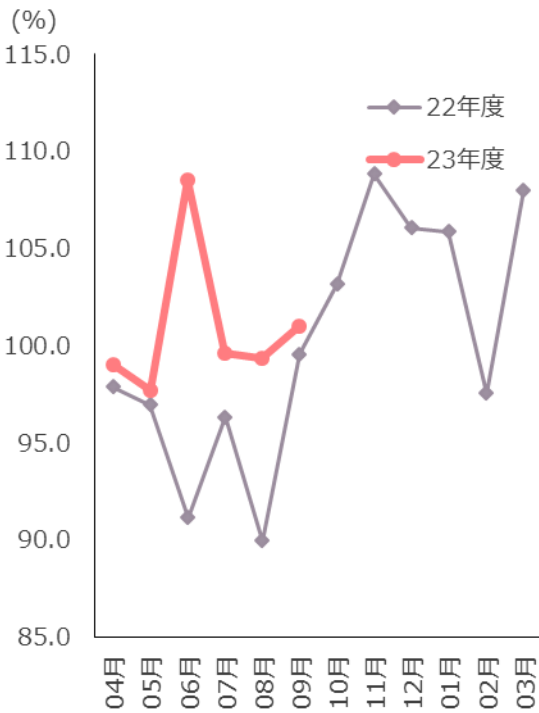
【自社シェア】
4月～9月期間計
前年 **20.6%**
今年 **20.6%**
前年より **±0.0%**

※QPR™調べ

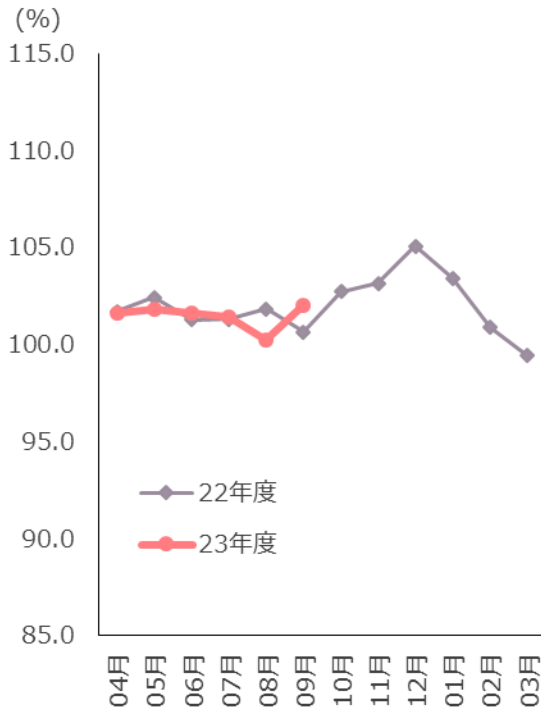
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比



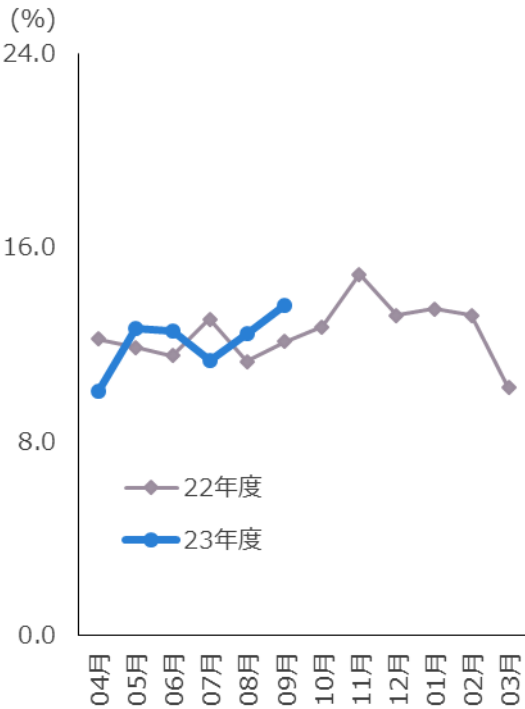
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	29.8	28.3	28.9	27.3	28.4	28.8	36.0	36.9	38.7	34.2	34.2	32.1	32.2
23年度	30.2	30.9	31.4	30.5	30.9	30.3							30.7
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	97.9	96.9	91.1	96.3	89.9	99.5	103.2	108.8	106.1	105.9	97.5	108.0	100.4
23年度	99.0	97.7	108.5	99.6	99.3	101.0							100.7
【単価前年比】													
22年度	101.7	102.4	101.3	101.3	101.8	100.6	102.7	103.1	105.0	103.4	100.9	99.4	102.1
23年度	101.6	101.8	101.6	101.4	100.2	102.0							101.5

【自社シェア】

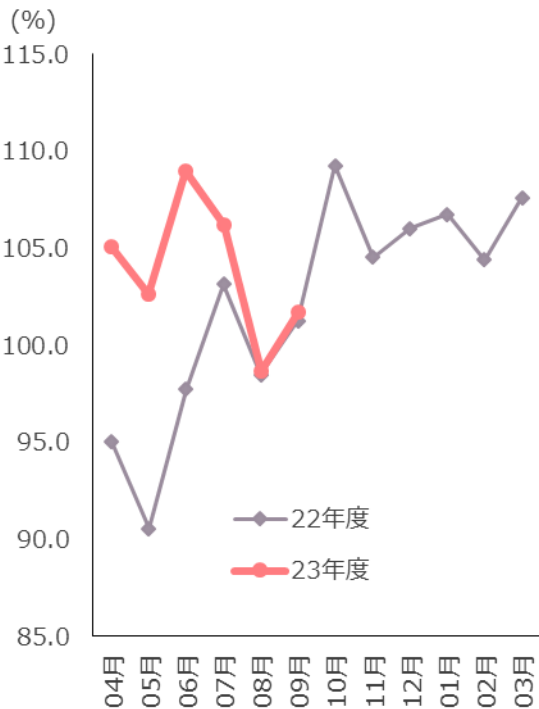
4月～9月期間計
前年 **28.5%**
今年 **30.7%**
前年より **+2.2%**

※QPR™調べ

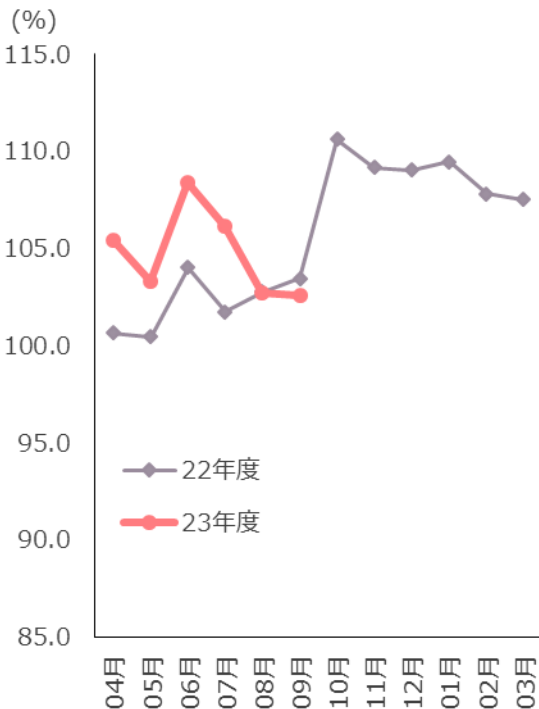
【自社】市場シェア



【市場】100人あたり購入金額前年比



【市場】平均単価前年比



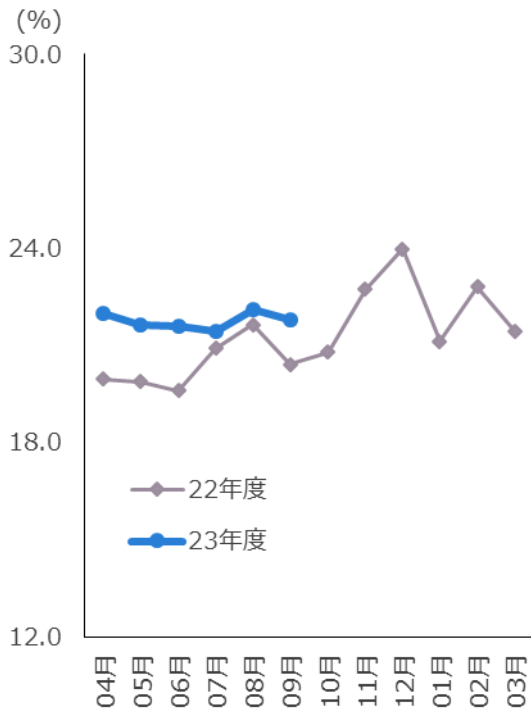
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	12.2	11.9	11.5	13.0	11.3	12.1	12.7	14.9	13.2	13.5	13.2	10.2	12.5
23年度	10.1	12.7	12.6	11.3	12.4	13.6							12.2
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	95.0	90.6	97.7	103.1	98.5	101.3	109.2	104.5	106.0	106.7	104.4	107.6	101.0
23年度	105.1	102.6	108.9	106.2	98.7	101.7							103.9
【単価前年比】													
22年度	100.6	100.4	104.0	101.7	102.8	103.4	110.6	109.2	109.0	109.4	107.8	107.5	105.8
23年度	105.4	103.3	108.4	106.2	102.7	102.6							104.7

【自社シェア】

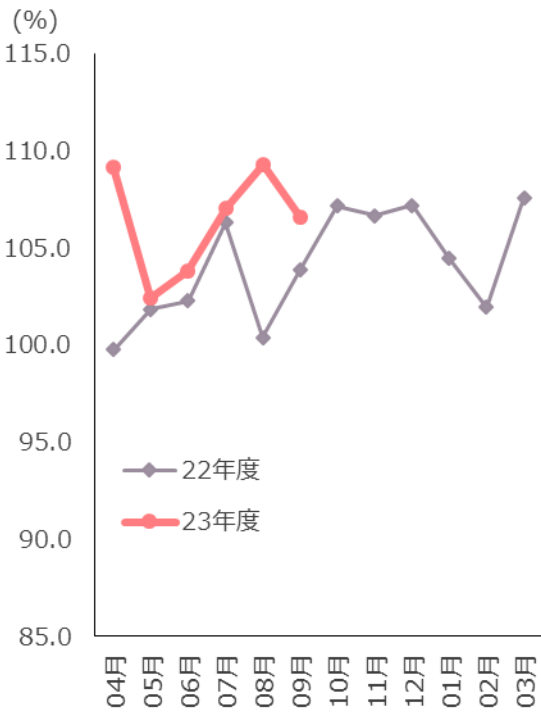
4月～9月期間計
前年 12.1%
今年 12.2%
前年より +0.1%

※QPR™調べ

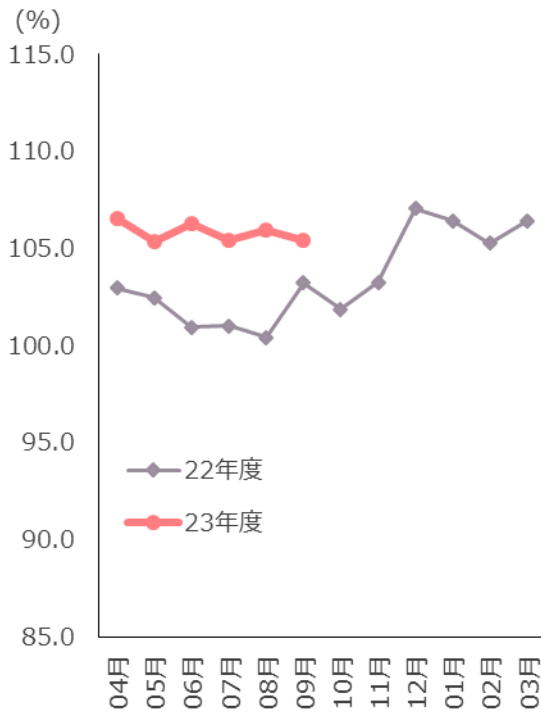
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比

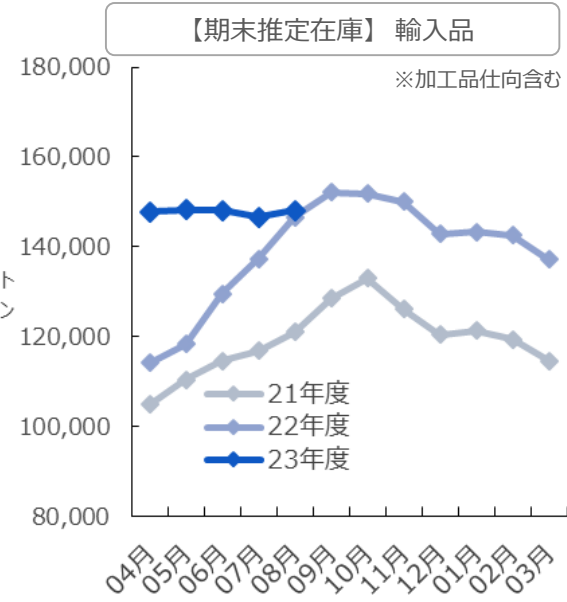
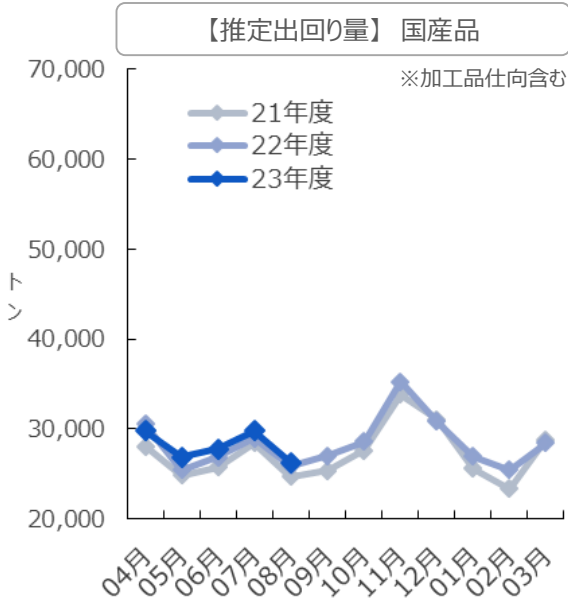
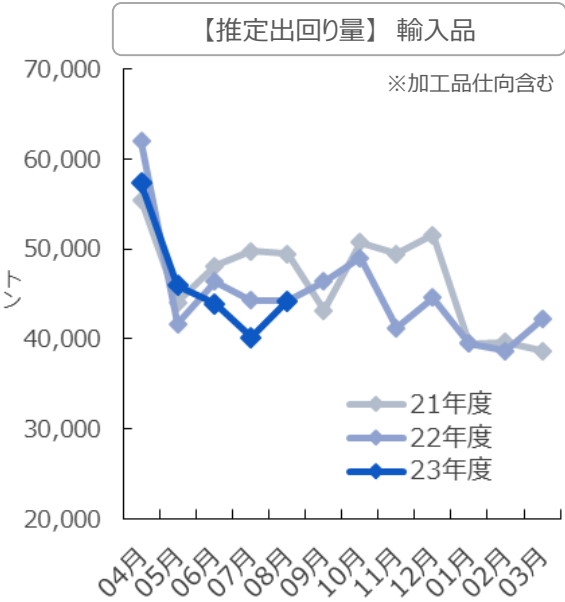


	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
22年度	20.0	19.9	19.6	20.9	21.6	20.4	20.8	22.7	24.0	21.1	22.8	21.4	21.5
23年度	22.0	21.6	21.6	21.4	22.1	21.8							21.8
【100人あたり購入金額前年比】													
22年度	99.8	101.8	102.3	106.3	100.4	103.8	107.1	106.7	107.2	104.5	101.9	107.6	103.8
23年度	109.1	102.4	103.8	107.0	109.3	106.6							106.4
【単価前年比】													
22年度	103.0	102.5	100.9	101.0	100.4	103.2	101.9	103.2	107.0	106.4	105.3	106.4	103.1
23年度	106.5	105.3	106.2	105.4	106.0	105.4							105.8

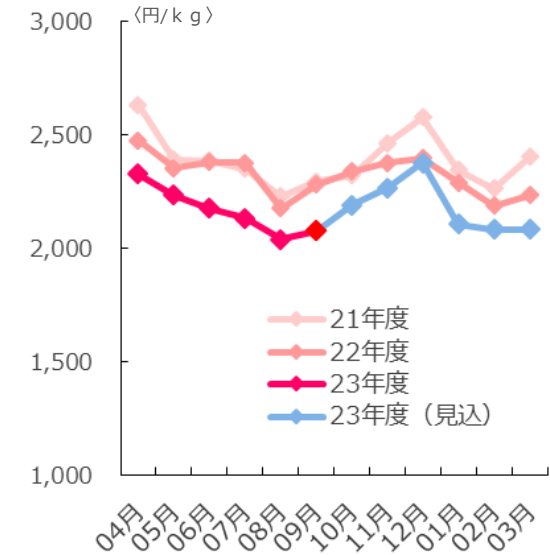
【自社シェア】

4月～9月期間計
前年 **20.6%**
今年 **21.8%**
前年より **+1.2%**

※QPR™調べ



【国産相場】 和牛去勢A4 東京市場 税込



【推定出回り量】（4月～8月期間計） ※加工品仕向含む

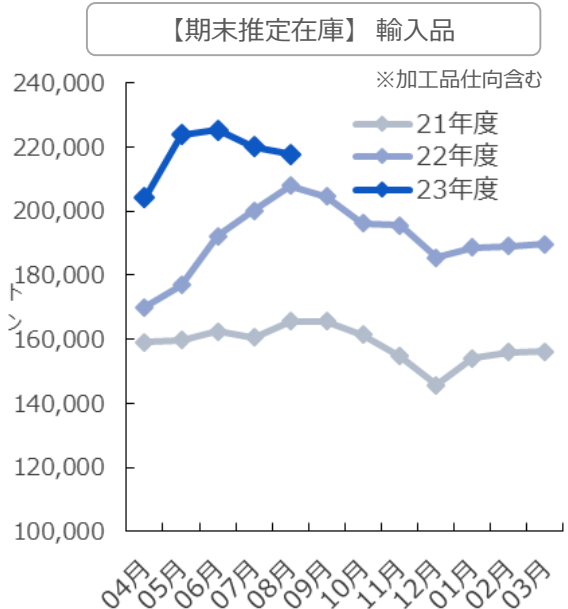
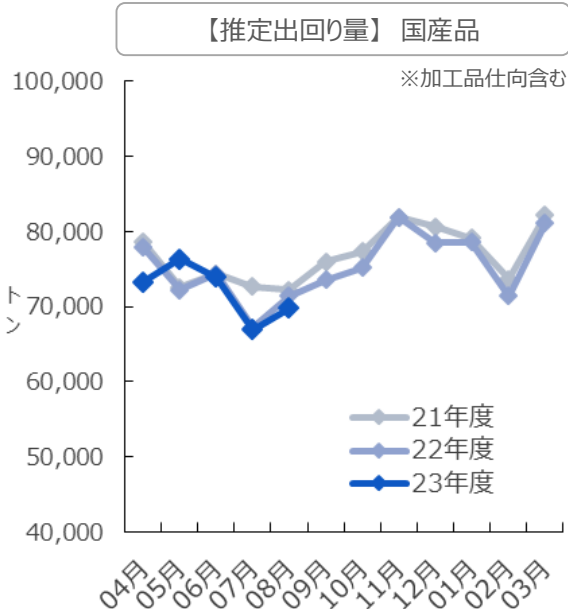
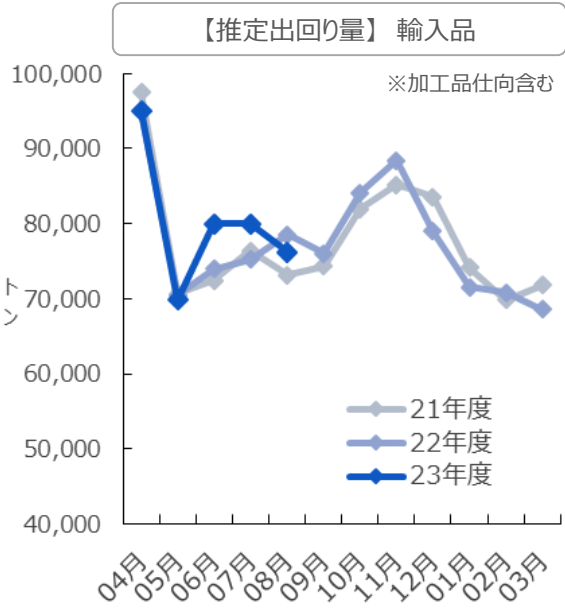
合計	▲ 1.1 %
輸入品	▲ 2.9 %
国産品	+ 2.0 %

【8月推定期末在庫】（前年比）

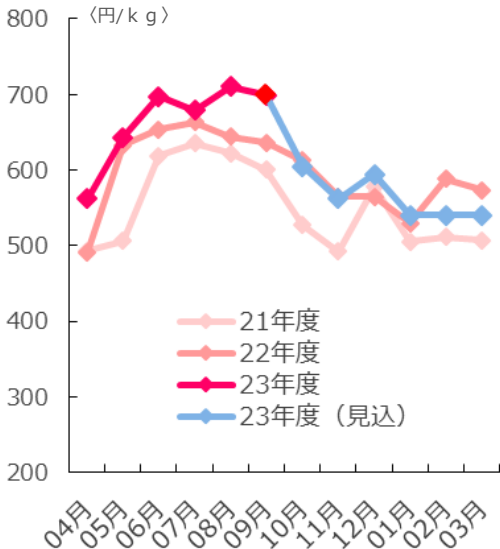
輸入品	+ 1.0 %（+ 1,398t）
-----	-------------------

【国産相場】
（23年度 4月～9月平均）
和牛去勢A4 東京市場 税込み 2,165（▲ 176）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肉及び頭肉のみ含む。



【国産相場】 国産豚枝肉 上物 東京市場 税込



【推定出回り量】 (4月～8月期間計) ※加工品仕向含む

合計	+ 0.7 %
輸入品	+ 2.0 %
国産品	▲ 0.7 %

【8月推定期末在庫】 (前年比)

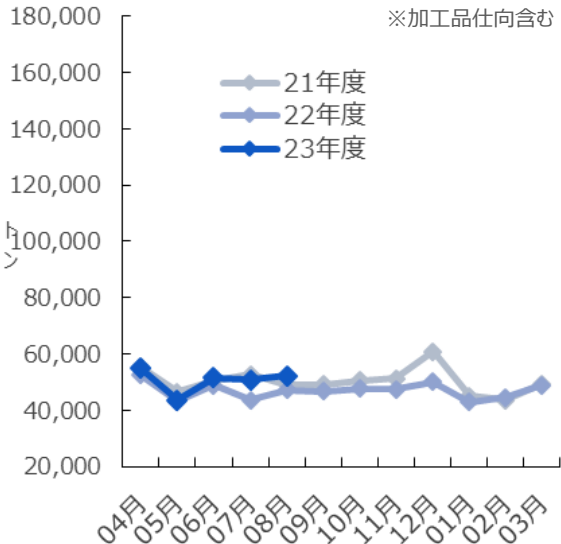
輸入品	+ 4.7 % (+ 9,738 t)
-----	-----------------------

【国産相場】 (4月～9月平均)

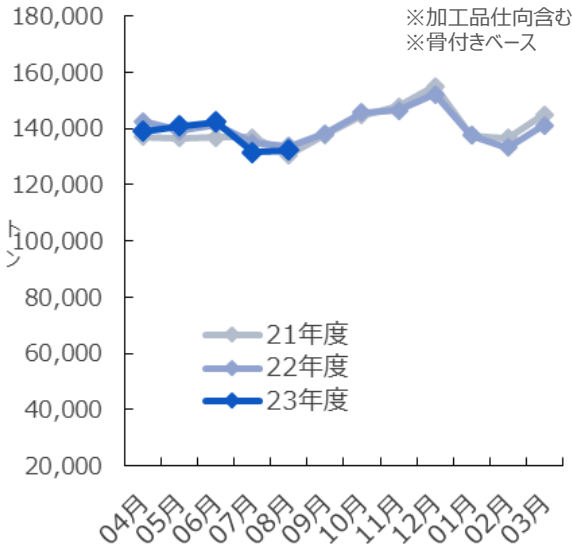
国産豚枝肉 上物 東京市場 税込み	665円 (+ 45) 円/kg
-------------------	------------------

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。

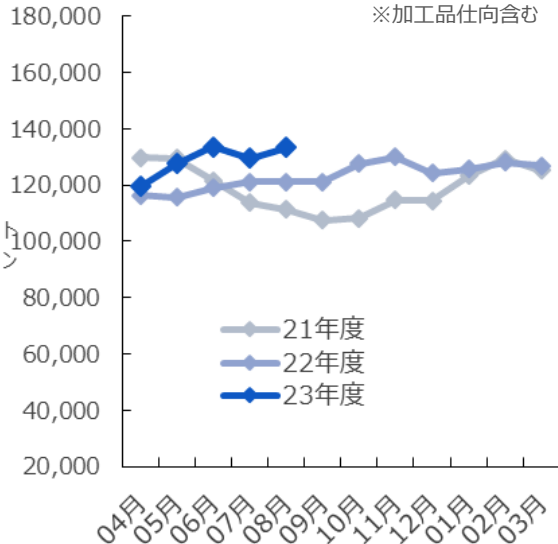
【推定出回り量】 輸入品



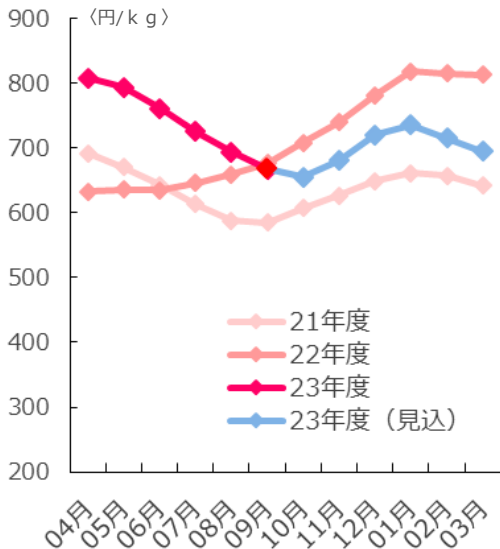
【推定出回り量】 国産品



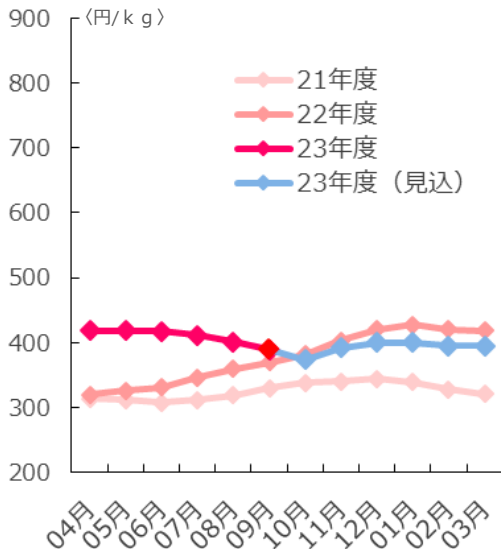
【期末推定在庫】 輸入品



【国産相場】 国産鶏肉 もも 東京 税抜



【国産相場】 国産鶏肉 むね 東京 税抜



【推定出回り量】（4月～8月期間計）※加工品仕向含む

合計	+ 1.3 %
輸入品	+ 7.6 %
国産品	▲ 0.8 %

【8月推定期末在庫】（前年比）

輸入品	+ 10.0 %（+ 12,121 t）
-----	----------------------

【国産相場】（4月～9月平均）

国産鶏肉 もも 東京 税抜き	741（+ 94）円/kg
国産鶏肉 むね 東京 税抜き	409（+ 67）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。