

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社

(東証プライム：2296)

2024年度Q1 決算説明資料

2024年08月01日

決算サマリー

- Q1 : 増収減益
- 通期 : 増収増益予想据え置き
セグメント利益予想修正

Q1 実績

全社

- ✓ 売上高は+3.6%増収、経常利益は▲22.0%減益

セグメント別

- ✓ 加工食品 : 増収増益 原材料価格の高止まり、物流費や製造経費などの
上昇を価格改定でカバーし増益
- ✓ 食 肉 : 増収減益 国内事業、海外事業ともに減益

通期予想

- ✓ 全社連結 : 売上高+1.5%、経常利益+1.8%の増収増益予想を据え置き
- ✓ Q1実績を踏まえ、セグメント利益予想を修正
加工食品 : 上方修正、食肉 : 下方修正
- ✓ 年間配当金145円の+20円増配

01 決算ハイライト

・ 2024年度Q1 実績 4

・ 2024年度通期 予想 13

02 決算補足データ 21

03 外部環境データ 29

04 事業概要 42

※億円未満を四捨五入して表記しているため、数値の和・差と合計が一致しないことがあります。

[全社連結]

2024年度Q1 実績

増収減益

- 売上高は、加工食品の価格改定、食肉の価格上昇により、+82億円、+3.6% 増収
- 経常利益は、食肉事業の減益を加工食品事業の価格改定効果等による増益でカバーしきれず、▲12億円、▲22.0% 減益

24年度Q1 実績

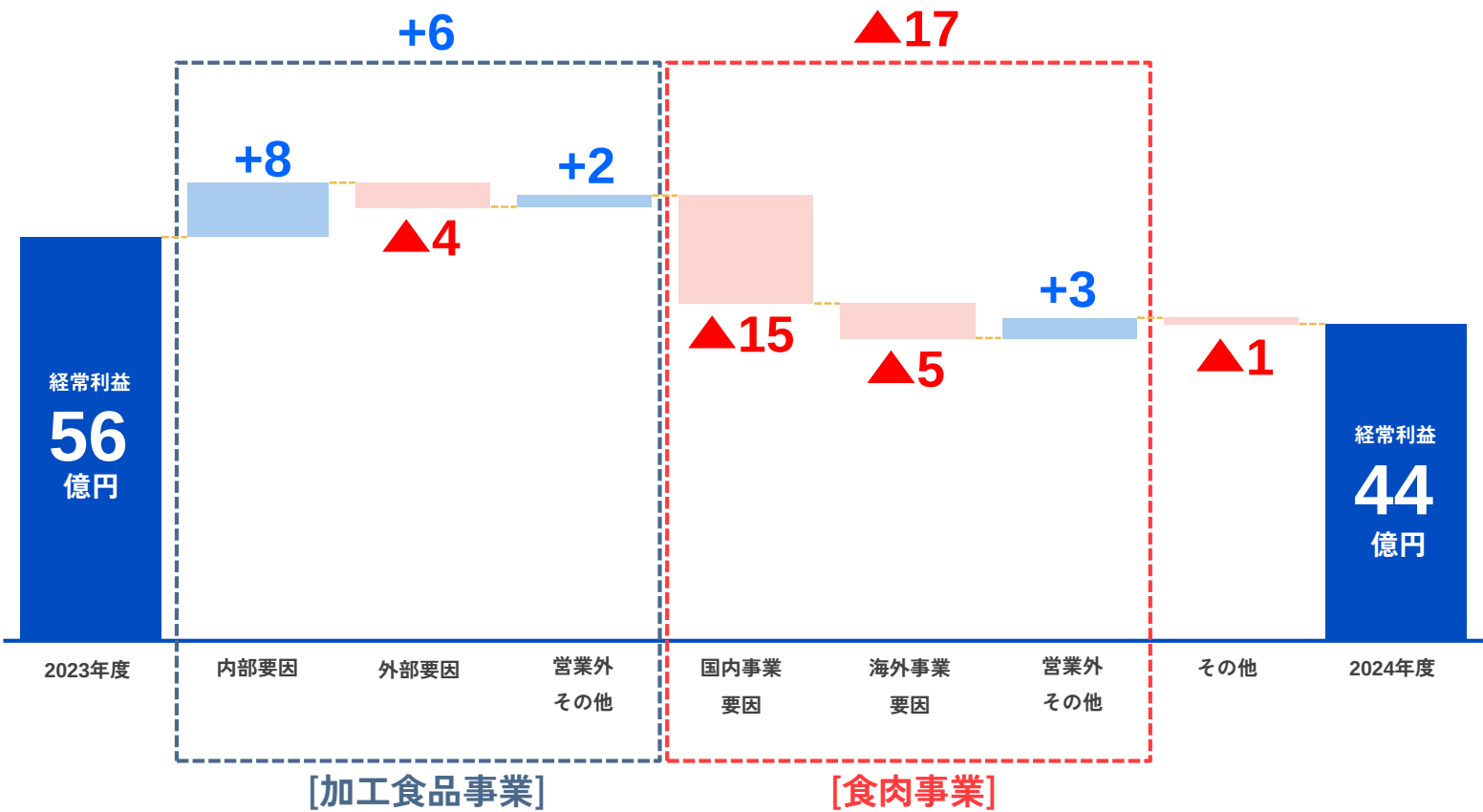
単位：億円

	金額	利益率	前年比	
			増減額	増減率
売上高	2,358	-	+82	+3.6%
営業利益	39	1.7%	▲ 14	▲ 26.0%
経常利益	44	1.9%	▲ 12	▲ 22.0%
当期純利益	30	1.3%	▲ 4	▲ 12.0%

[全社連結]

2024年度Q1 実績
増減要因

- 加工食品事業 + 6億円
- 食肉事業 ▲ 17億円
- その他 ▲ 1億円



[加工食品事業]

2024年度Q1 実績

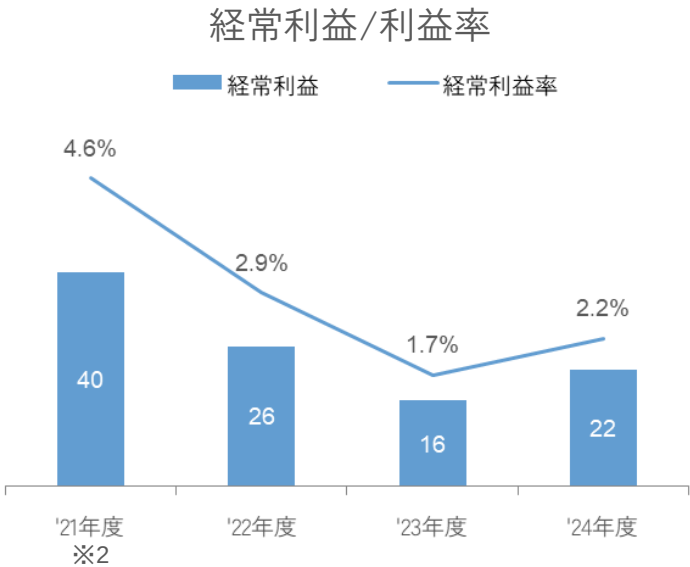
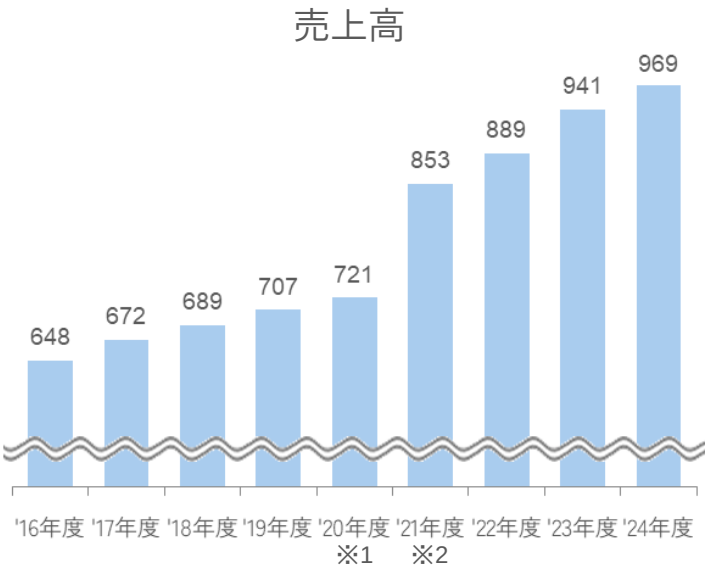
増収増益

- 売上高
+28億円、+2.9% 増収
- 経常利益
+6億円、+36.5% 増益

24年度Q1 実績

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	969	-	+28	+2.9%
	経常利益	22	2.2%	+6	+36.5%



※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

[加工食品事業]

2024年度Q1 増減分析

- 価格改定効果等+10億円が
原材料・光熱費、物流単価の
上昇▲4億円を上回る

経常利益増減要因

単位：億円			
	Q1 実績	主な要因	
23年度 経常利益	16		
数量要因	▲3	・ 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	+10	・ 価格改定効果	+ 23億円
		・ 製造人件費などの上昇	▲ 13億円
原材料・ 光熱費影響	▲1	・ 主原料	▲ 8億円
		・ 副原料	+ 5億円
		・ 光熱費等	+ 2億円
物流単価 影響	▲3	・ 傭車運賃の上昇	
その他	+1		
営業外損益	+1		
24年度 経常利益	22		

[加工食品事業]

カテゴリー・商品別
伸長率

- （金額ベース）
家庭用：+ 2.2%、
業務用：▲ 0.5%、
- ハム・ソーセージは
ポークビッツ、朝のフレッシュ
シリーズが好調に推移
調理加工食品はピザを中心に
全体的に好調に推移

家庭用/業務用 伸長率

		単位：％	
		重量	金額
ハム・ソーセージ	家庭用	▲1.8	+0.9
	業務用	▲4.8	▲0.3
	合計	▲3.0	+0.5
調理加工食品	家庭用	+1.1	+4.3
	業務用	▲2.2	▲0.7
	合計	▲0.5	+1.8
合計	家庭用	▲0.4	+2.2
	業務用	▲3.3	▲0.5
	合計	▲1.7	+1.0

(参考データ)	(参考) 24年度4-5月 市況	
	重量 ※1	金額 ※2
ハム・ソーセージ	▲1.9%	-
調理加工食品	-	+2.3%

※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

商品別 伸長率

	単位：％
	金額
THE GRAND アルトバイエルン	▲2.1
ポークビッツ/チーズイン	+4.1
ソーセージ群計（ドライ品含む）	▲1.2
朝のフレッシュ（スライスパック）	+12.0
原形ベーコンブロック	▲3.4
ハム・ベーコン等	+3.6
ラ・ピッツァ/ピザガーデン	+14.4
ピザ・スナック計	+3.5
チキン商品計	+2.0
ハンバーグ・ミートボール計	+8.4

※ギフト除く

[食肉事業]

2024年度Q1 実績

増収減益

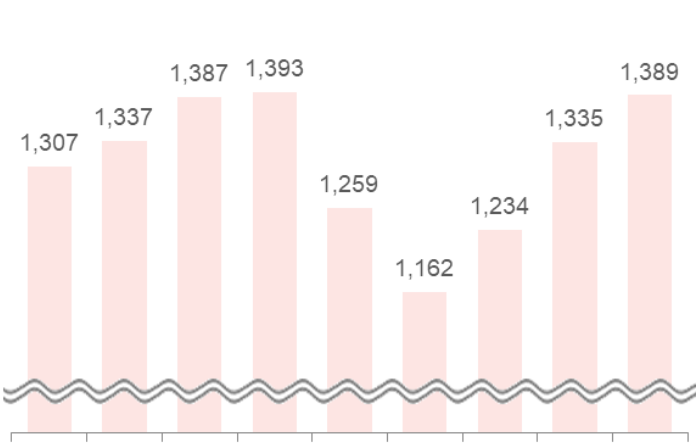
- 売上高
+54億円、+4.1% 増収
- 経常利益
▲17億円、▲39.9% 減益

24年度Q1 実績

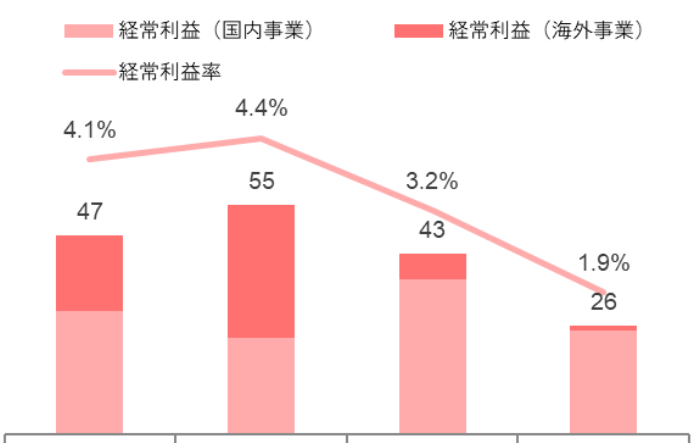
単位：億円

		金額	利益率	前年比	
				増減額	増減率
食肉事業	売上高	1,389	-	+54	+4.1%
	経常利益	26	1.9%	▲17	▲39.9%

売上高



経常利益/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

[食肉事業]

2024年度Q1 増減分析

- 国内事業は、需要減による数量減少、国産牛の採算低下などの影響により、▲15億円減益
- 海外事業（アンズコフーズ）の海上運賃含む物流費の上昇および中国向けの輸出不振の影響等により▲5億円減益

経常利益増減要因

単位：億円		主な要因
	Q1 実績	
23年度 経常利益	43	
数量要因	▲2	・ 高価格帯の国産牛肉、輸入牛肉を中心に数量減
単価要因	▲7	・ 国産牛肉の採算性低下 ・ 輸入鶏肉の販売価格下落（前年反動）
相場・飼料影響 （生産事業）	▲3	・ 配合飼料価格は前期に比べ落ち着いたが、 国産鶏肉の市況低迷が影響
物流単価影響	▲4	・ 備車運賃の上昇
海外事業要因	▲5	・ 海上運賃含む物流費の上昇 ・ 中国向け輸出の不振
その他	▲1	
営業外損益	+4	・ IPC（アメリカ、持分20％）からの持分法利益増加
24年度 経常利益	26	

[食肉事業]

トピックス

- 国内事業は、価格上昇により、牛肉、豚肉から安価な鶏肉に需要がシフト
- アンズコフーズは、牛肉生産量が減少している米国向けが伸長するも、中国向けが減少

国内 畜種別伸長率

		単位：％	
		自社（アンズコ除く）	
		重量	金額
牛肉	国産	▲3.5	+3.2
	輸入	▲3.3	+5.4
豚肉	国産	▲1.5	+3.2
	輸入	▲0.1	▲0.4
鶏肉	国産	+11.1	▲0.1
	輸入	+3.3	▲0.1
羊肉・その他		+12.2	+3.9

アンズコ 畜種別伸長率

単位：％		
	アンズコ	
	重量	金額
牛肉	+6.8	+13.7
羊肉	+6.9	+7.1

(外部環境 参考データ) 単位：％		
生産量予測前年比	2023年度	2024年度
豪州産牛肉*1	+18.4	+10.7
米国産牛肉*2	▲4.7	▲1.2

資料：*1 MLA、*2 USDA

アンズコ 売上高 地域別構成比

	2023年度Q1	2024年度Q1	増減
北米	23.2%	26.0%	+ 2.8pt
アジア（日本除く）	27.8%	21.3%	▲ 6.5pt
オセアニア	23.8%	20.9%	▲ 2.9pt
欧州	11.9%	15.4%	+ 3.5pt
日本	12.3%	13.4%	+ 1.1pt
その他	1.1%	3.1%	+ 2.0pt

01	決算ハイライト	
	・ 2024年度Q1 実績	4
	・ 2024年度通期 予想	13
02	決算補足データ	21
03	外部環境データ	29
04	事業概要	42

※億円未満を四捨五入して表記しているため、数値の和・差と合計が一致しないことがあります。

[全社連結]

2024年度通期 予想

- 増収増益を見込む
前回予想からの修正なし
- 一株当たり配当金145円
内、中間配当70円を予定

24年度通期 業績予想

単位：億円

	金額	利益率	前年比		前回予想 (5/2開示)	修正額
			増減額	増減率		
売上高	9,700	-	+144	+1.5%	9,700	-
営業利益	250	2.6%	+27	+11.9%	250	-
経常利益	265	2.7%	+5	+1.8%	265	-
当期純利益	160	1.6%	+4	+2.9%	160	-

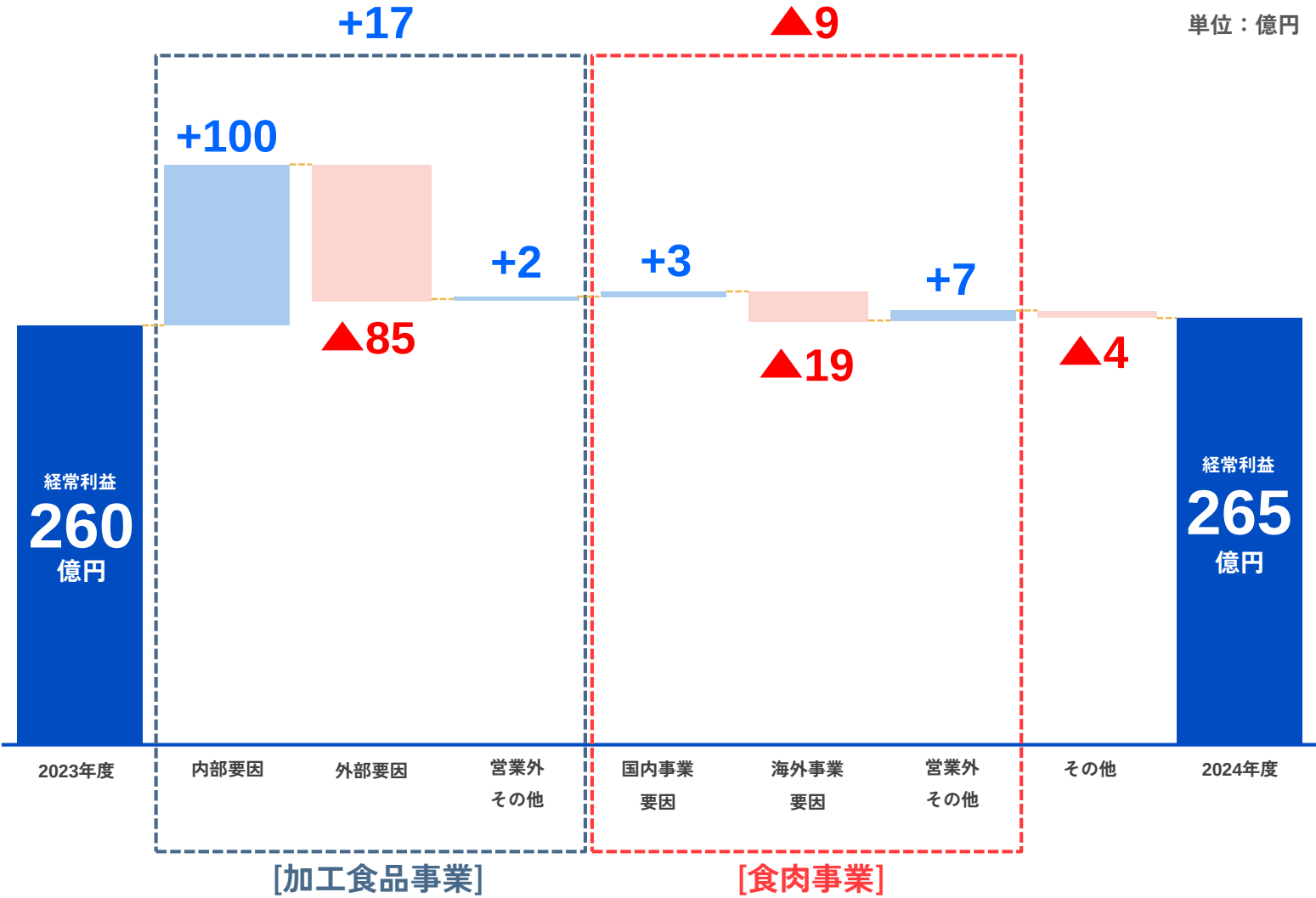
[全社連結]

2024年度通期 予想

- 加工食品は、+17億円増益予想
- 食肉は、▲9億円減益予想
- 下記取り組みにより上期の減益をカバー

加工食品事業：
10月に再度価格改定を実施

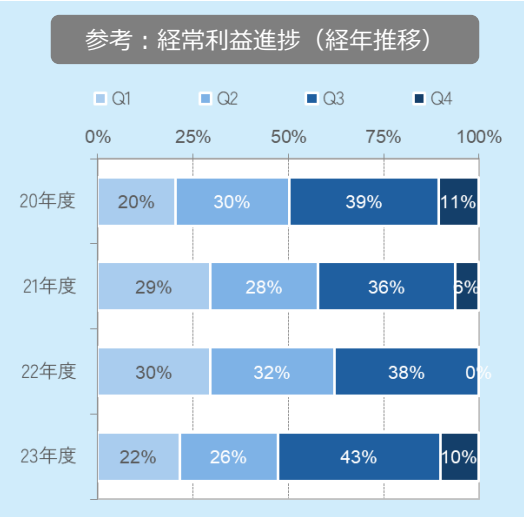
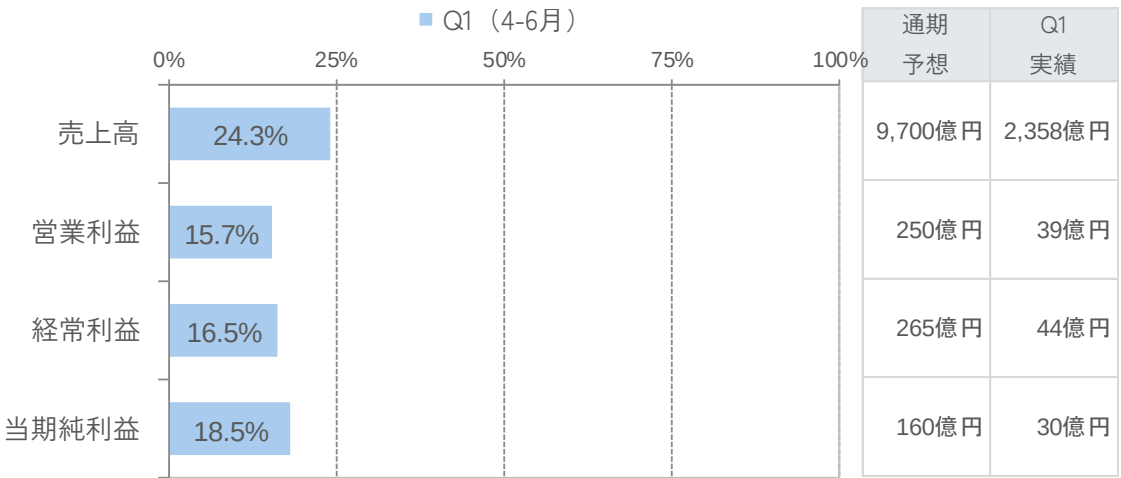
食肉事業：
国内事業の販売数量の回復
およびリスク管理の高度化



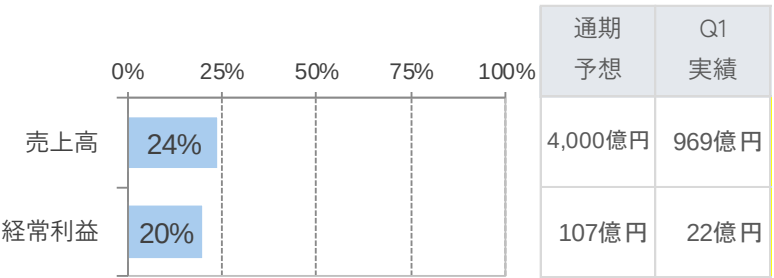
2024年度業績進捗

- Q1は食肉事業の減益が響き、各段階利益の進捗は前年を下回った
- 下期を中心に、加工食品の再度の価格改定の実行、食肉事業の回復により、盛り返す計画

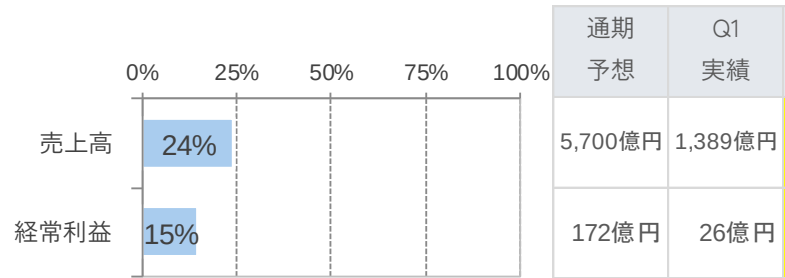
全体



加工食品事業



食肉事業



[加工食品事業]

2024年度通期 予想

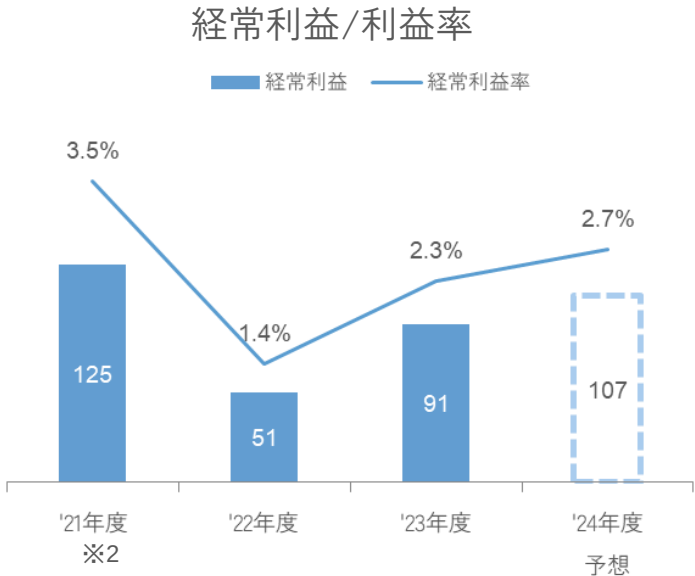
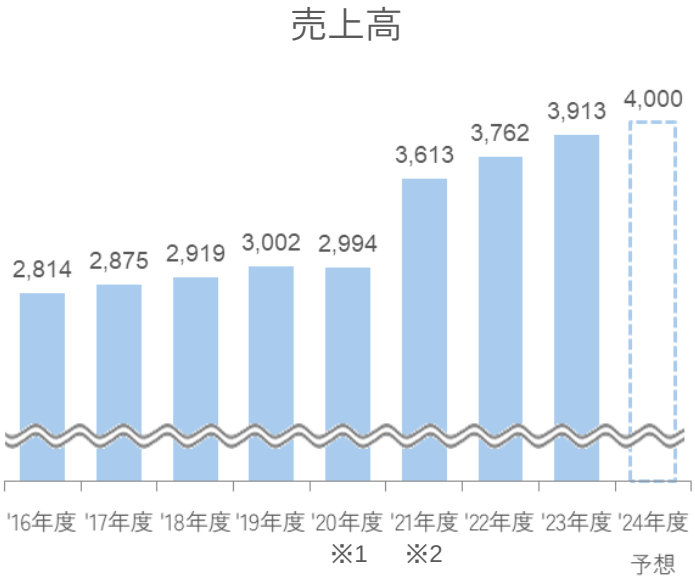
増収増益

- 売上高
+87億円、+2.2% 増収
- 経常利益
+17億円、+19.4% 増益
- 前回予想から+12億円上方修正

24年度通期 業績予想

単位：億円

		金額	利益率	前年比		前回予想 (5/2開示)	修正額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	4,000	-	+87	+2.2%	4,000	-
	経常利益	107	2.7%	+17	+19.4%	95	+12



※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

[加工食品事業]

2024年度通期 増減分析

- 価格改定効果等+107億円が
原材料・光熱費および物流単価
上昇の影響▲85億円を上回る
見込み
- 6回目の価格改定を10月より実施
追加効果+20～30億円（半期）
を見込む

《 重量・金額 予想 》

	重量	金額	販売単価
ハム・ソーセージ	▲1.9%	+2.4%	+4.3%
調理加工食品	▲0.4%	+3.7%	+4.1%

経常利益増減要因

単位：億円

	上期 予測	下期 予測	通期 予測	主な要因
23年度 経常利益	35	55	90	
数量要因	▲4	▲3	▲7	・ 価格改定および消費者の買い控えにより数量減見込み
単価要因	+29	+78	+107	・ プラス要因：価格改定等による効果 ・ マイナス要因：製造人件費などの上昇
原材料・ 光熱費影響	▲17	▲58	▲75	・ 主原料 ▲ 83億円 ・ 副原料 + 10億円 ・ 光熱費等 ▲ 2億円
物流単価 影響	▲5	▲5	▲10	・ 傭車運賃の上昇
その他	+1	+1	+2	
営業外損益	+1	▲1	+0	
24年度 経常利益	40	67	107	

[食肉]

2024年度通期 予想

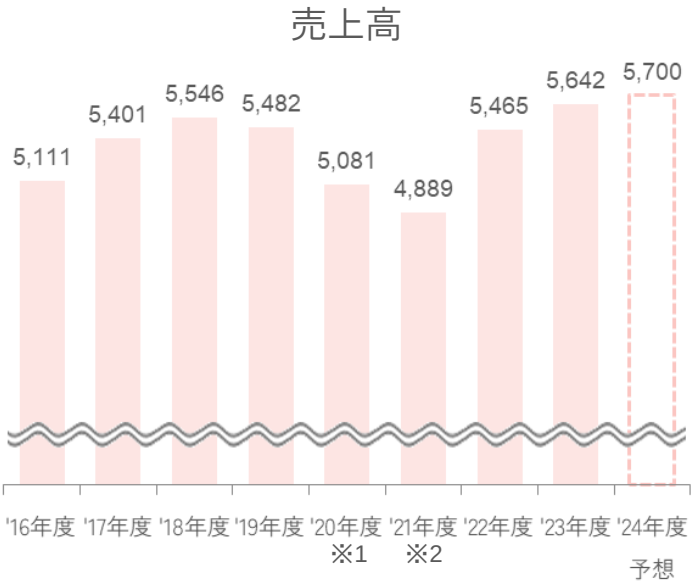
増収減益

- 売上高
+58億円、+1.0% 増収
- 経常利益
▲9億円、▲4.8% 減益
- 前回予想から▲13億円下方修正

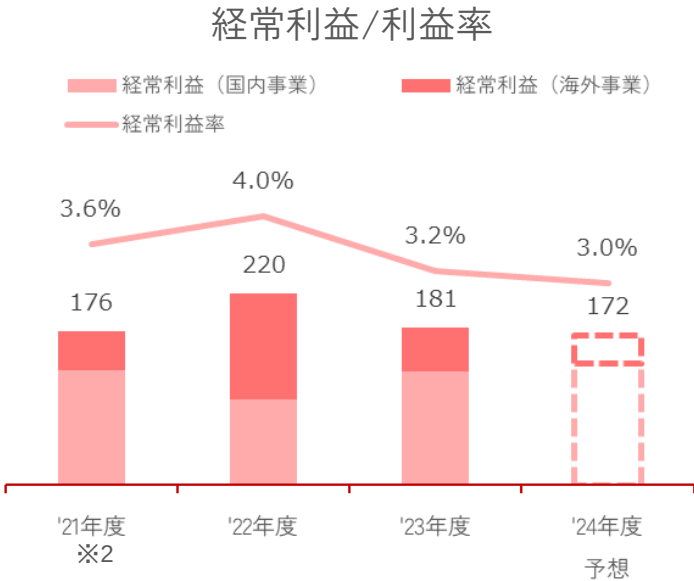
24年度通期 業績予想

単位：億円

		金額	利益率	前年比		前回予想 (5/2開示)	修正額
				増減額	増減率		
食肉 事業	売上高	5,700	-	+58	+1.0%	5,700	-
	経常利益	172	3.0%	▲9	▲4.8%	185	▲13



※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



[食肉]

2024年度通期 増減分析

- 国内事業は、リスク管理の徹底などにより、単価効果を積み上げ、Q1減益をカバーし、増益を見込む
- 海外事業（アンズコフーズ）は、市況の回復に時間を要している

《 重量・金額 予想 》

	重量	金額
牛肉	▲2.4%	▲1.3%
豚肉	▲0.1%	+1.5%
鶏肉	+7.3%	+6.7%

経常利益増減要因

単位：億円				主な要因
	上期	下期	通期	
	予測	予測	予測	
23年度 経常利益	95	86	181	
数量要因	▲1	+2	+1	・ 鶏肉の販売量増を見込む
単価要因	+11	+4	+15	・ リスク管理強化の徹底などによる収益の改善
相場・飼料影響 （生産事業）	▲4	+0	▲4	・ 飼料価格は高止まりも、下期は国産鶏相場が前年並みまで回復を見込む
物流単価影響	▲6	▲3	▲9	・ 備車運賃の上昇
海外事業要因	▲20	+1	▲19	・ 海上運賃含む物流費、金利の上昇 ・ 通期を通して中国向け輸出は低迷を見込む
その他	▲0	▲1	▲1	
営業外損益	+3	+5	+8	
24年度 経常利益	78	94	172	

01	決算ハイライト	
	・ 2024年度Q1 実績	4
	・ 2024年度通期 予想	13
02	決算補足データ	21
03	外部環境データ	29
04	事業概要	42

※億円未満を四捨五入して表記しているため、数値の和・差と合計が一致しないことがあります。

損益計算書

業績推移			
	23年度	24年度	
	Q1	Q1	増減
売上高	2,276	2,358	+82
売上原価	1,954	2,036	+83
売上総利益	322	321	▲1
売上比 (%)	14.2	13.6	▲0.5
販売費及び一般管理費	269	282	+13
売上比 (%)	11.8	12.0	+0.1
営業利益	53	39	▲14
売上比 (%)	2.3	1.7	▲0.7
営業外損益	3	4	+2
経常利益	56	44	▲12
売上比 (%)	2.5	1.9	▲0.6
特別損益	▲3	0	+3
税金等調整前利益	53	44	▲9
当期純利益	34	30	▲4
売上比 (%)	1.5	1.3	▲0.2

地域別売上高			
	23年度	24年度	
	Q1	Q1	増減
売上高	2,276	2,358	+82
日本	1,965	1,992	+27
海外計	310	366	+55
(海外比率%)	13.6	15.5	+1.9
アジア	101	94	▲7
北米	83	111	+28
オセアニア	81	85	+4
欧州	41	63	+22
その他	4	13	+9

販管費/
営業外損益/
特別損益

販売費および一般管理費

	23年度		24年度	
	Q1		Q1	増減
売上高	2,276		2,358	+ 82
販管費計	269		282	+ 13
売上比 (%)	11.8		12.0	+0.1
人件費	90		93	+ 3
物流費	112		121	+ 9
広告宣伝費・販促費	11		12	+ 1
包装費	3		3	▲ 0
減価償却費	4		4	+ 0
その他経費	48		49	+ 1

営業外損益

	23年度		24年度	
	Q1		Q1	増減
営業外損益計	3		4	+ 2
持分法損益	▲ 3		5	+ 7
金融収支	▲ 1		▲ 3	▲ 2
助成金収入	2		0	▲ 1
受取保険金	2		0	▲ 2
その他	3		2	▲ 1

特別損益

	23年度		24年度	
	Q1		Q1	増減
特別損益計	▲ 3		0	+ 3
投資有価証券売却益	0		1	+ 1
災害による損失	▲ 2		-	+ 2
その他	▲ 0		▲ 0	+ 1

貸借対照表

単位：億円

	23年度 期末	24年度 Q1	増減		23年度 期末	24年度 Q1	増減
流動資産	2,720	2,976	+ 256	負債合計	1,772	2,040	+ 268
現金及び預金	232	239	+ 6	流動負債	1,612	1,875	+ 263
受取手形及び売掛金	1,110	1,160	+ 50	固定負債	160	165	+ 5
たな卸資産	1,255	1,453	+ 198	純資産合計	2,853	2,823	▲ 31
その他	124	125	+ 1	株主資本	2,654	2,613	▲ 41
				資本金	300	300	-
固定資産	1,905	1,887	▲ 19	資本剰余金	894	894	+ 0
有形固定資産	1,053	1,041	▲ 11	利益剰余金	1,488	1,447	▲ 41
無形固定資産	252	256	+ 4	自己株式	▲ 28	▲ 28	+ 0
投資その他の資産	601	590	▲ 11	その他包括利益	192	203	+ 11
				新株予約権	1	1	▲ 0
				非支配株主持分	6	6	▲ 0
資産合計	4,626	4,863	+ 237	負債純資産合計	4,626	4,863	+ 237

	23年度 期末	24年度 Q1	増減
有利子負債	403	582	+ 179
D/Eレシオ (%)	14.1	20.7	+6.5
自己資本	2,846	2,816	▲ 30
自己資本比率 (%)	61.5	57.9	▲ 3.6

資産

	(前期末増減)
受取手形・売掛	: + 50 億円
たな卸資産	: + 198 億円

負債

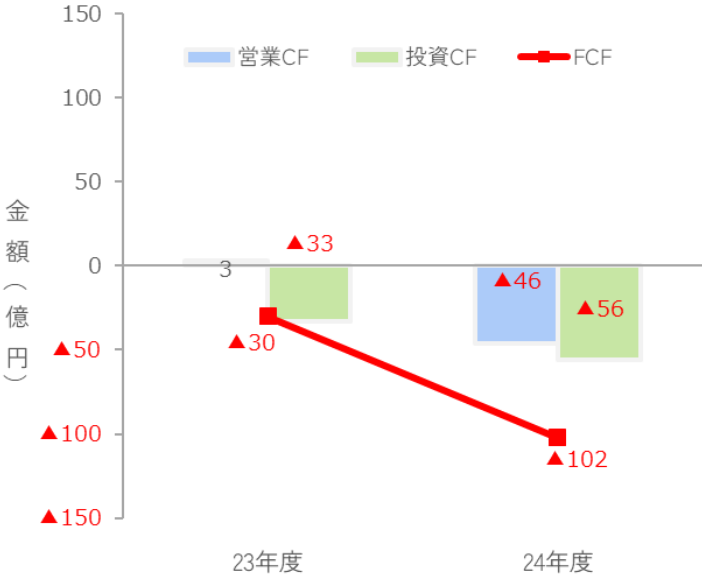
	(前期末増減)
支払手形・買掛金	: + 114 億円
短期借入金	: + 179 億円
長期借入金	: ▲ 0 億円

純資産

	(前期末増減)
＜評価・換算差額等＞	
その他有価証券評価差額金	: ▲ 7 億円
為替換算調整勘定	: + 16 億円

キャッシュフロー
計算書

	単位：億円		
	23年度	24年度	
	Q1	Q1	増減
①営業活動によるキャッシュ・フロー	3	▲46	▲49
税金等調整前純利益	53	44	▲9
減価償却費	29	31	+3
売上債権の増減額	▲31	▲48	▲18
たな卸資産の増減額	▲185	▲195	▲10
仕入債務の増減額	140	113	▲27
その他	▲3	9	+12
②投資活動によるキャッシュ・フロー	▲33	▲56	▲23
③財務活動によるキャッシュ・フロー	42	104	+62
④現金及び現金同等物の期末残高	236	236	▲0
①+② F C F	▲30	▲102	▲72



減価償却費

24年度Q1実績 31億円 (29億円)
24年度通期見込 126億円 (124億円)

設備投資

24年度Q1実績 28億円 (41億円)
24年度通期見込 204億円 (193億円)

※括弧内は前年実績

商品分類別実績

単位：億円

	連結計			加工食品セグメント			食肉セグメント		
	23年度	24年度		23年度	24年度		23年度	24年度	
	Q1	Q1	増減	Q1	Q1	増減	Q1	Q1	増減
売上高	2,276	2,358	+82	941	969	+28	1,335	1,389	+54
ハム・ソーセージ	446	450	+4	416	420	+4	30	30	+0
プロパー	446	450	+4	416	420	+4	30	30	+0
ギフト	-	-	-	-	-	-	-	-	-
調理加工食品	378	389	+11	330	337	+7	48	52	+5
食肉	1,389	1,445	+56	183	199	+17	1,206	1,246	+39
牛肉	630	670	+40	82	86	+4	548	584	+36
豚肉	422	429	+8	52	63	+12	370	366	▲4
鶏肉	223	223	▲0	48	49	+1	175	174	▲1
羊肉・他	114	123	+8	1	1	▲0	113	122	+9
その他	62	73	+11	11	12	+0	51	61	+10

通期業績予想 詳細

単位：億円

		上期					下期					通期				
		'24年度 予想 (8/1開示)	'23年度 実績	前期 差	前回 予想 (5/2開示)	前回 予想差	'24年度 予想 (8/1開示)	'23年度 実績	前期 差	前回 予想 (5/2開示)	前回 予想差	'24年度 予想 (8/1開示)	'23年度 実績	前期 差	前回 予想 (5/2開示)	前回 予想差
HD 連結	売上高	4,770	4,701	+69	4,770	-	4,930	4,854	+76	4,930	-	9,700	9,556	+144	9,700	-
	営業利益	105	106	▲1	105	-	145	118	+27	145	-	250	223	+27	250	-
	営業利益率 (%)	2.2	2.3	▲0.0	2.2	-	2.9	2.4	+0.5	2.9	-	2.6	2.3	+0.2	2.6	-
	経常利益	110	123	▲13	110	-	155	137	+18	155	-	265	260	+5	265	-
	経常利益率 (%)	2.3	2.6	▲0.3	2.3	-	3.1	2.8	+0.3	3.1	-	2.7	2.7	+0.0	2.7	-
加工 食品 事業	売上高	1,950	1,905	+45	1,950	-	2,050	2,008	+42	2,050	-	4,000	3,914	+86	4,000	-
	経常利益	40	35	+5	28	+12	67	55	+12	67	-	107	90	+17	95	+12
	経常利益率 (%)	2.1	1.8	+0.2	1.4	+0.6	3.3	2.7	+0.5	3.3	-	2.7	2.3	+0.4	2.4	+0.3
食肉 事業	売上高	2,820	2,796	+24	2,820	-	2,880	2,846	+34	2,880	-	5,700	5,642	+58	5,700	-
	経常利益	78	95	▲17	91	▲13	94	86	+8	94	-	172	181	▲9	185	▲13
	経常利益率 (%)	2.8	3.4	▲0.6	3.2	▲0.5	3.3	3.0	+0.3	3.3	-	3.0	3.2	▲0.2	3.2	▲0.2
その他・ 調整	売上高	-	0	▲0	-	-	-	0	▲0	-	-	-	0	▲0	-	-
	経常利益	▲8	▲7	▲1	▲9	+1	▲6	▲3	▲3	▲6	-	▲14	▲10	▲4	▲15	+1

通期業績予想
利益増減分析推移

単位：億円

加食	Q1	上期		下期		通期	
	実績	5/2予想	予想	5/2予想	予想	5/2予想	予想
前年経常利益	16	35	35	55	55	90	90
数量要因	▲3	▲3	▲4	▲1	▲3	▲4	▲7
単価要因	+10	+42	+29	+38	+78	+80	+107
原材料・光熱費影響	▲1	▲40	▲17	▲20	▲58	▲60	▲75
物流単価影響	▲3	▲6	▲5	▲4	▲5	▲10	▲10
その他	+1	▲0	+1	▲1	+1	▲1	+2
営業外損益	+1	+0	+1	▲1	▲1	▲1	+0
当年経常利益	22	28	40	67	67	95	107

食肉	Q1	上期		下期		通期	
	実績	5/2予想	予想	5/2予想	予想	5/2予想	予想
前年経常利益	43	95	95	86	86	181	181
数量要因	▲2	+2	▲1	▲1	+2	+1	+1
単価要因	▲7	+11	+11	+7	+4	+18	+15
相場・飼料影響（生産事業）	▲3	▲4	▲4	-	-	▲4	▲4
物流単価影響	▲4	▲5	▲6	▲3	▲3	▲8	▲9
海外事業要因	▲5	▲14	▲20	+4	+1	▲11	▲19
その他	▲1	+0	▲0	+1	▲1	+1	▲1
営業外損益	+4	+6	+3	+1	+5	+6	+8
当年経常利益	26	91	78	94	94	185	172

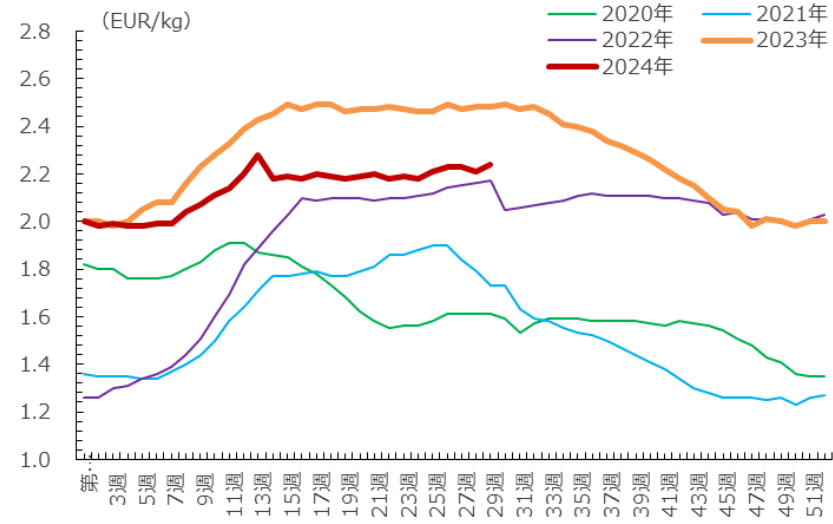
その他・調整	Q1	上期		下期		通期	
	実績	5/2予想	予想	5/2予想	予想	5/2予想	予想
前年経常利益	△3	△7	△7	△3	△3	△10	△10
その他	▲1	▲1	▲2	▲1	▲0	▲2	▲2
営業外損益	▲0	▲1	+0	▲2	▲3	▲2	▲2
当年経常利益	△4	△9	△8	△6	△7	△15	△14

01	決算ハイライト	
	・ 2024年度Q1 実績	4
	・ 2024年度通期 予想	13
02	決算補足データ	21
03	外部環境データ	29
04	事業概要	42

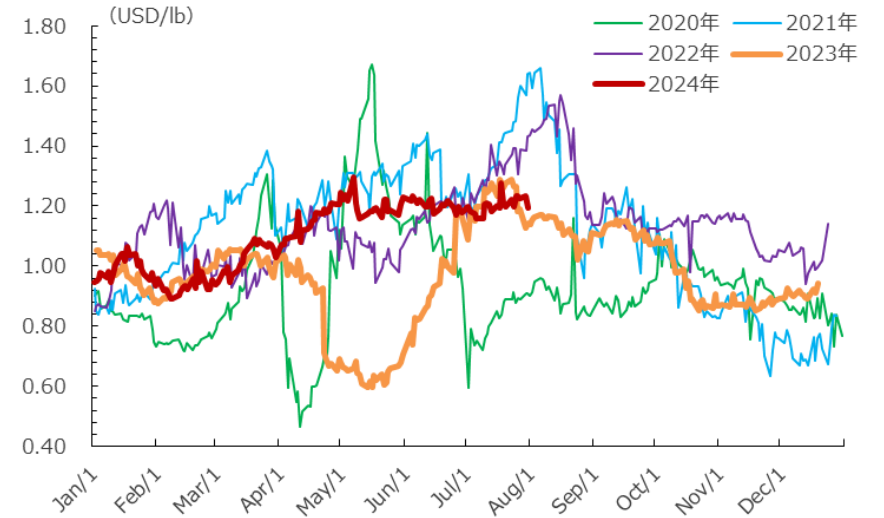
※億円未満を四捨五入して表記しているため、数値の和・差と合計が一致しないことがあります。

海外原料相場

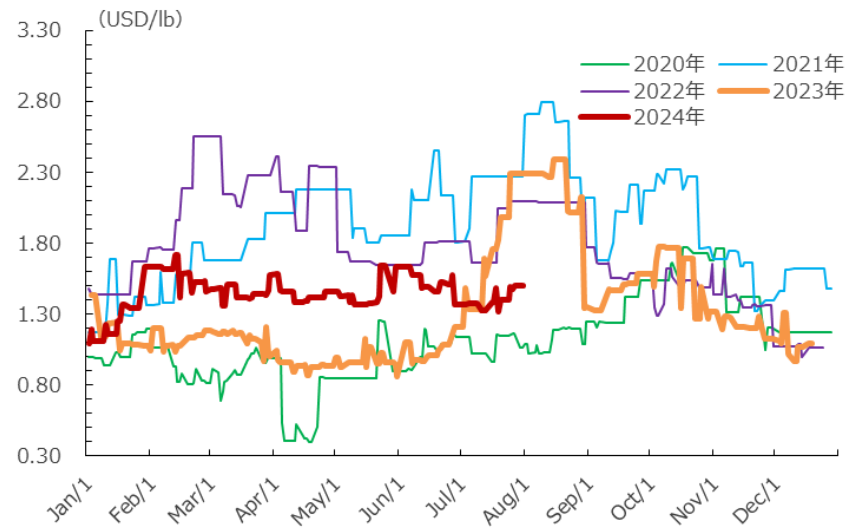
スペイン 現地相場（豚枝肉）



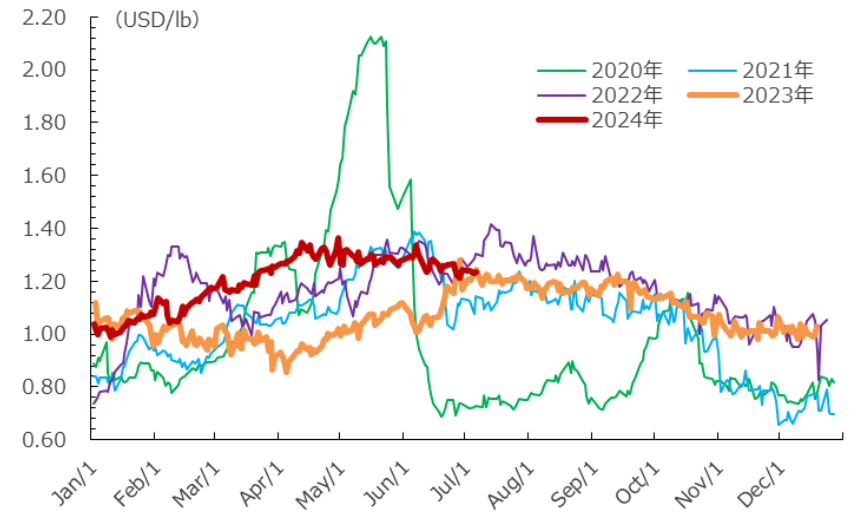
米国 現地相場（豚ピクニック）



米国 現地相場（豚ベリー）

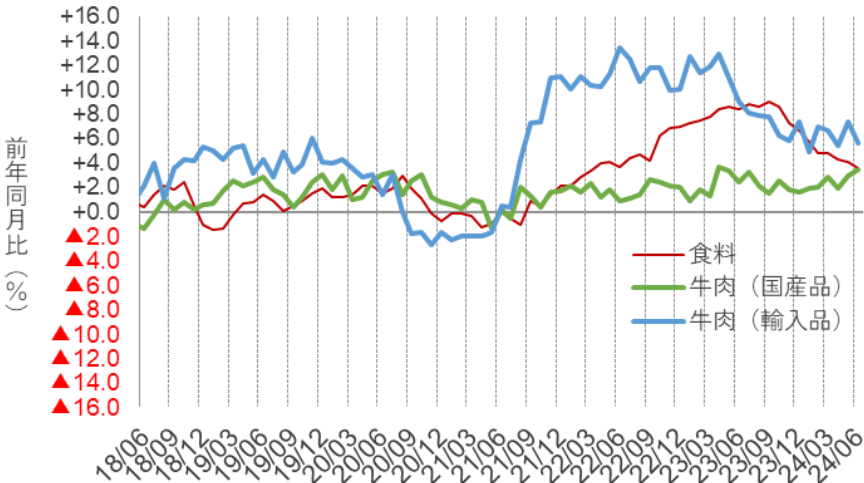


米国 現地相場（豚ロイン）

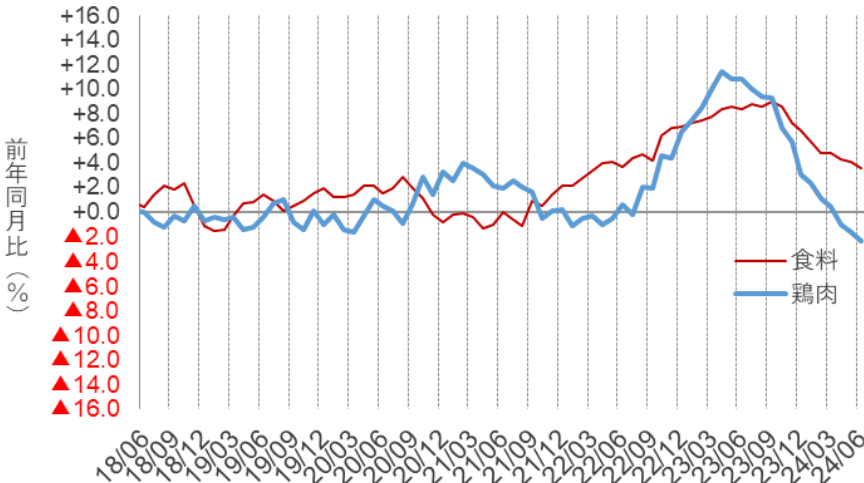


消費者物価指数
(CPI)

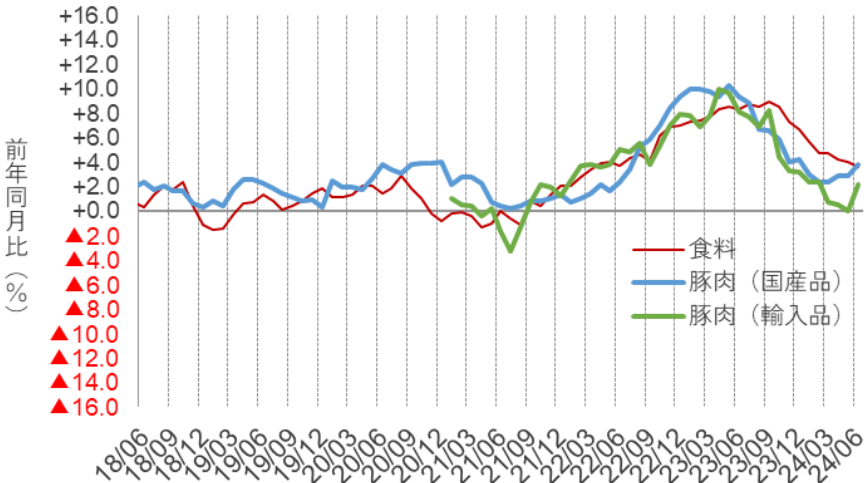
牛肉



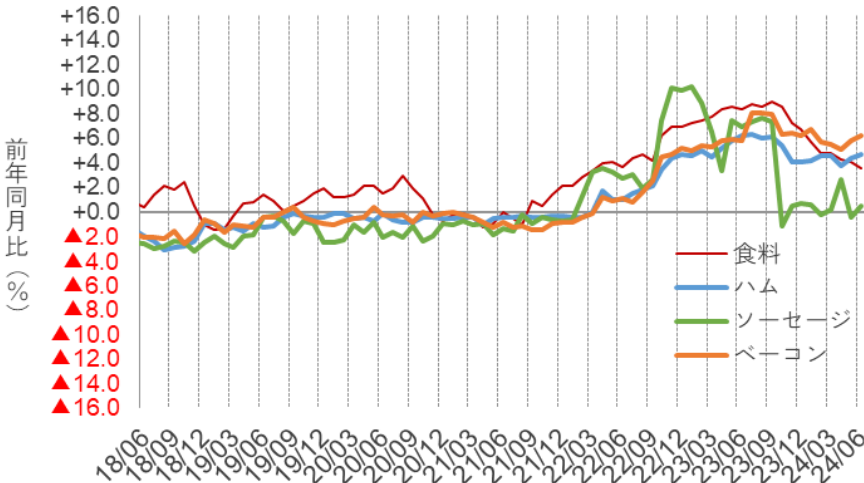
鶏肉



豚肉



加工肉



資料：総務省 消費者物価指数

ハム・ソーセージ
国内生産量/輸入量

4～5月期間計

【生産量】 前年より ▲2.4%

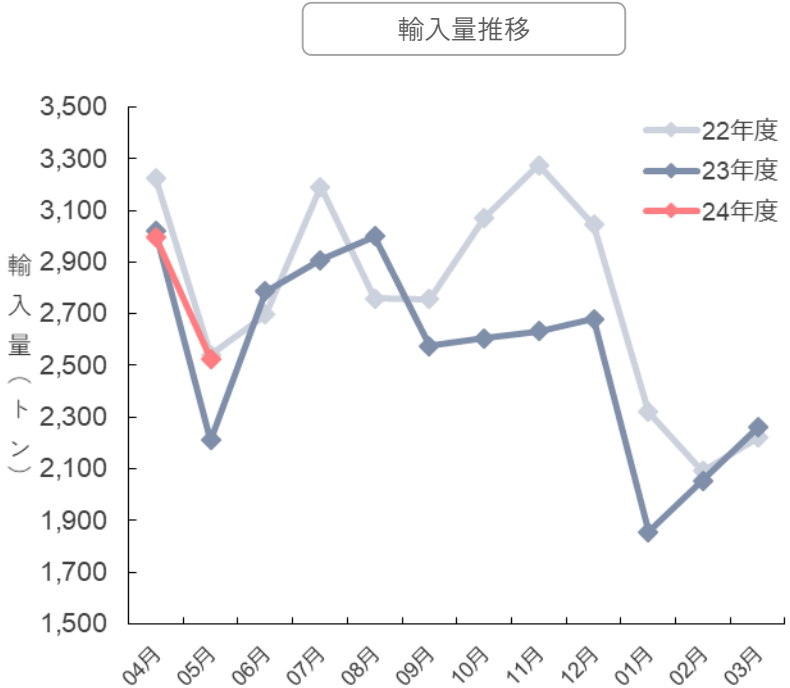
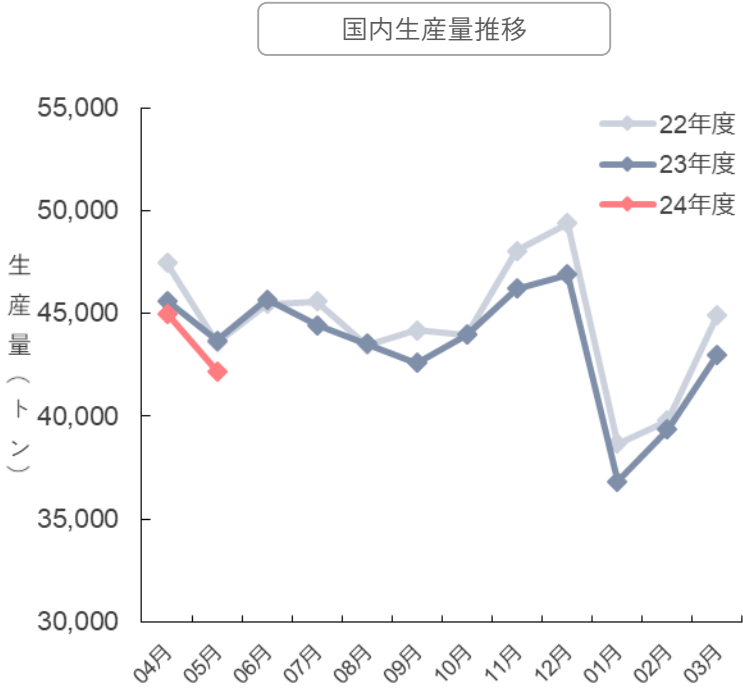
23年度 89,304 トン
24年度 87,174 トン

【輸入量】 前年より + 5.6%

23年度 5,230 トン
24年度 5,524 トン

【合計】 前年より ▲1.9%

23年度 94,534 トン
24年度 92,698 トン



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	23年度	重量	45,615	43,689	45,669	44,444	43,512	42,591	43,954	46,215	46,897	36,828	39,364	43,011	521,789
		(増減率)	-3.9%	0.2%	0.5%	-2.5%	0.1%	-3.6%	-0.0%	-3.8%	-5.0%	-4.8%	-1.0%	-4.2%	-2.4%
	24年度	重量	44,987	42,187											87,174
		(増減率)	-1.4%	-3.4%											-2.4%
輸入量	23年度	重量	3,021	2,209	2,788	2,908	3,000	2,575	2,606	2,632	2,679	1,856	2,053	2,260	30,586
		(増減率)	-6.4%	-13.0%	3.4%	-8.9%	8.7%	-6.6%	-15.2%	-19.6%	-12.1%	-20.0%	-1.9%	1.8%	-7.9%
	24年度	重量	2,999	2,525											5,524
		(増減率)	-0.7%	14.3%											5.6%
合計	23年度	重量	48,636	45,898	48,457	47,352	46,512	45,166	46,560	48,847	49,576	38,684	41,417	45,271	552,375
		(増減率)	-4.0%	-0.5%	0.7%	-2.9%	0.6%	-3.8%	-1.0%	-4.8%	-5.5%	-5.6%	-1.1%	-4.0%	-2.7%
	24年度	重量	47,986	44,712											92,698
		(増減率)	-1.3%	-2.6%											-1.9%

04 外部環境データ

【自社シェア】

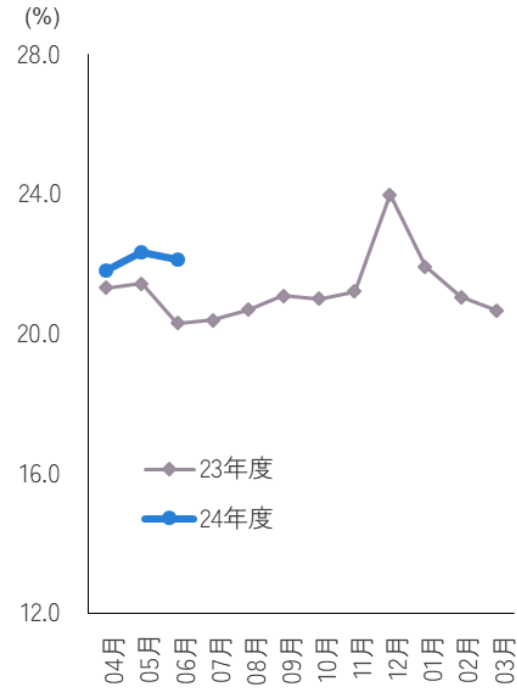
4～6月期間計

前年 21.1%

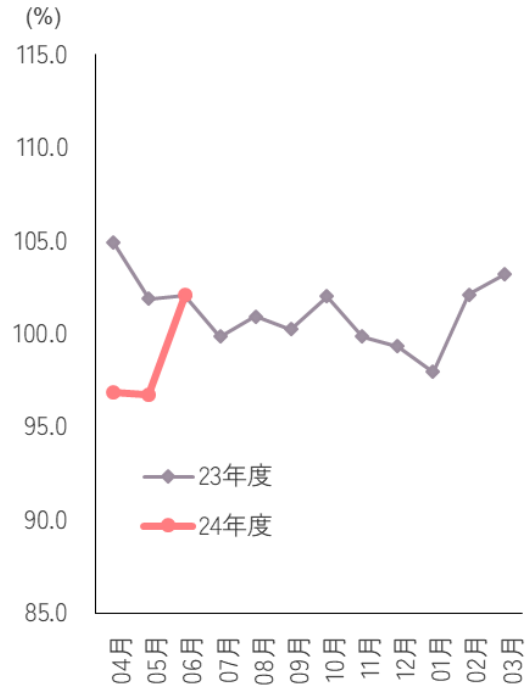
今年 22.1%

前年より +1.1%

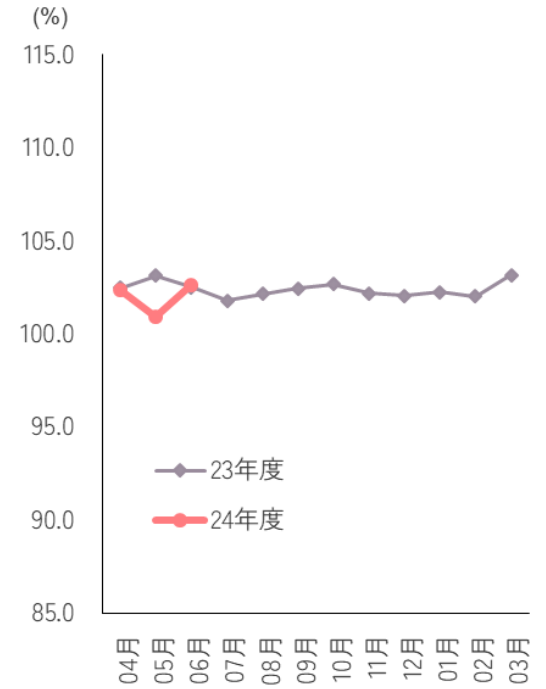
【自社】 市場シェア



【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】													
23年度	21.3	21.4	20.3	20.4	20.7	21.1	21.0	21.2	24.0	21.9	21.1	20.7	21.4
24年度	21.8	22.4	22.1										22.1
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	104.9	101.9	102.1	99.9	101.0	100.3	102.0	99.9	99.3	98.0	102.1	103.2	101.7
24年度	96.9	96.7	102.1										98.5
【単価前年比】													
23年度	102.5	103.1	102.5	101.8	102.2	102.4	102.7	102.2	102.1	102.3	102.0	103.2	102.4
24年度	102.4	100.9	102.7										101.9

04 外部環境データ

【自社シェア】

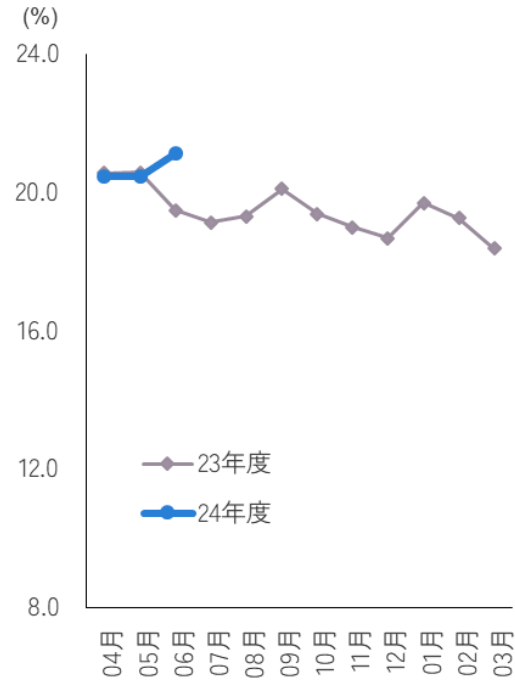
4～6月期間計

前年 20.3%

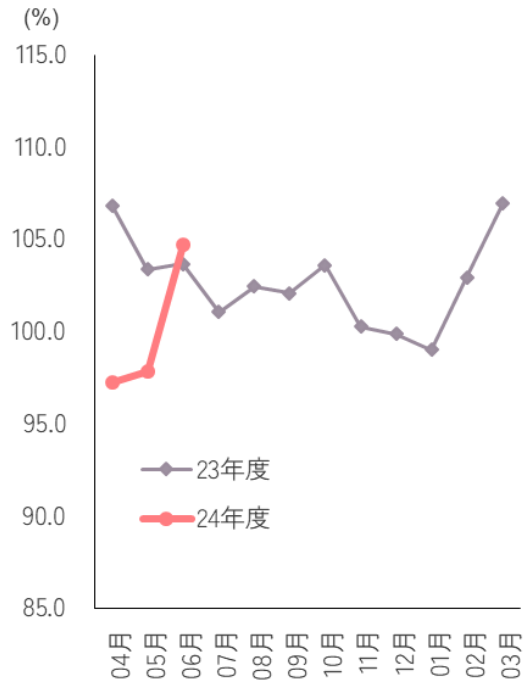
今年 20.7%

前年より + 0.4%

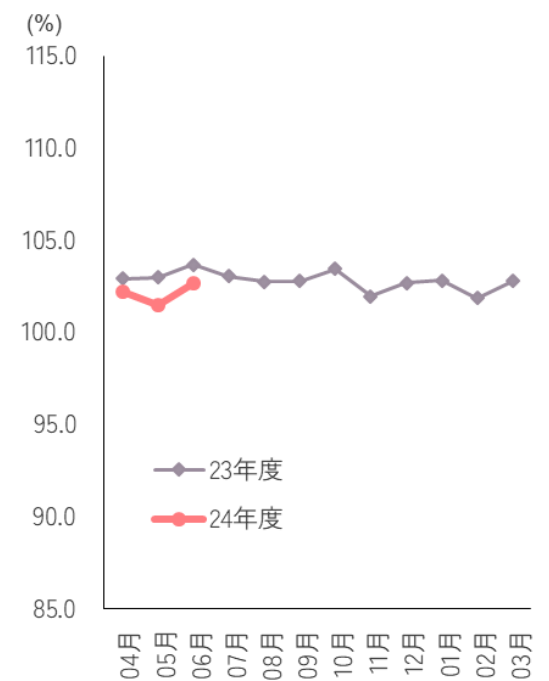
【自社】 市場シェア



【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】													
23年度	20.6	20.6	19.5	19.1	19.3	20.1	19.4	19.0	18.7	19.7	19.3	18.4	19.6
24年度	20.5	20.5	21.1										20.7
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	106.9	103.4	103.7	101.1	102.5	102.1	103.6	100.3	99.9	99.0	103.0	107.0	103.4
24年度	97.3	97.8	104.7										99.8
【単価前年比】													
23年度	103.0	103.0	103.7	103.1	102.8	102.8	103.5	102.0	102.7	102.8	101.9	102.8	103.0
24年度	102.2	101.5	102.7										102.1

04 外部環境データ

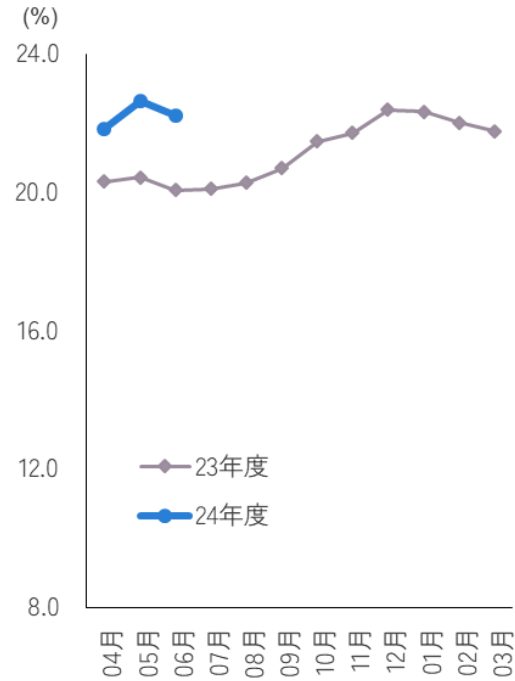
ハム・ソーセージ
シェア
(スライスパック)

【自社シェア】

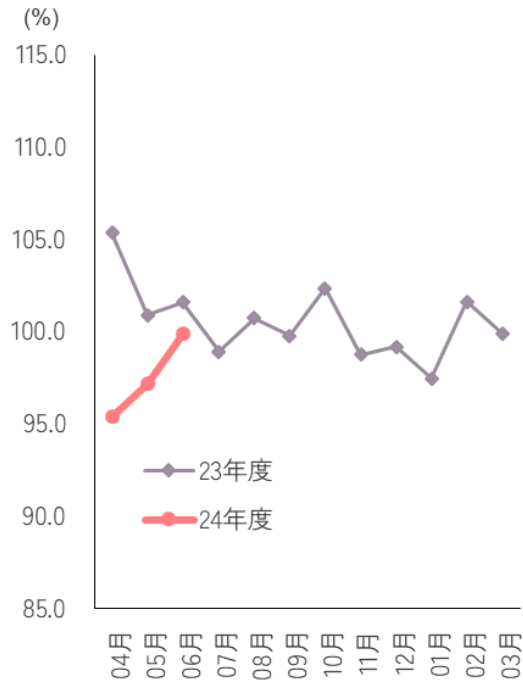
4～6月期間計

前年 20.3%
今年 22.3%
前年より + 2.0%

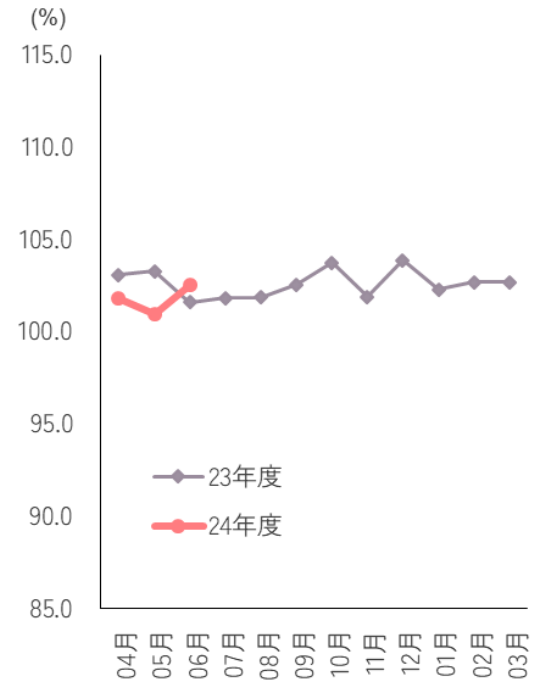
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比



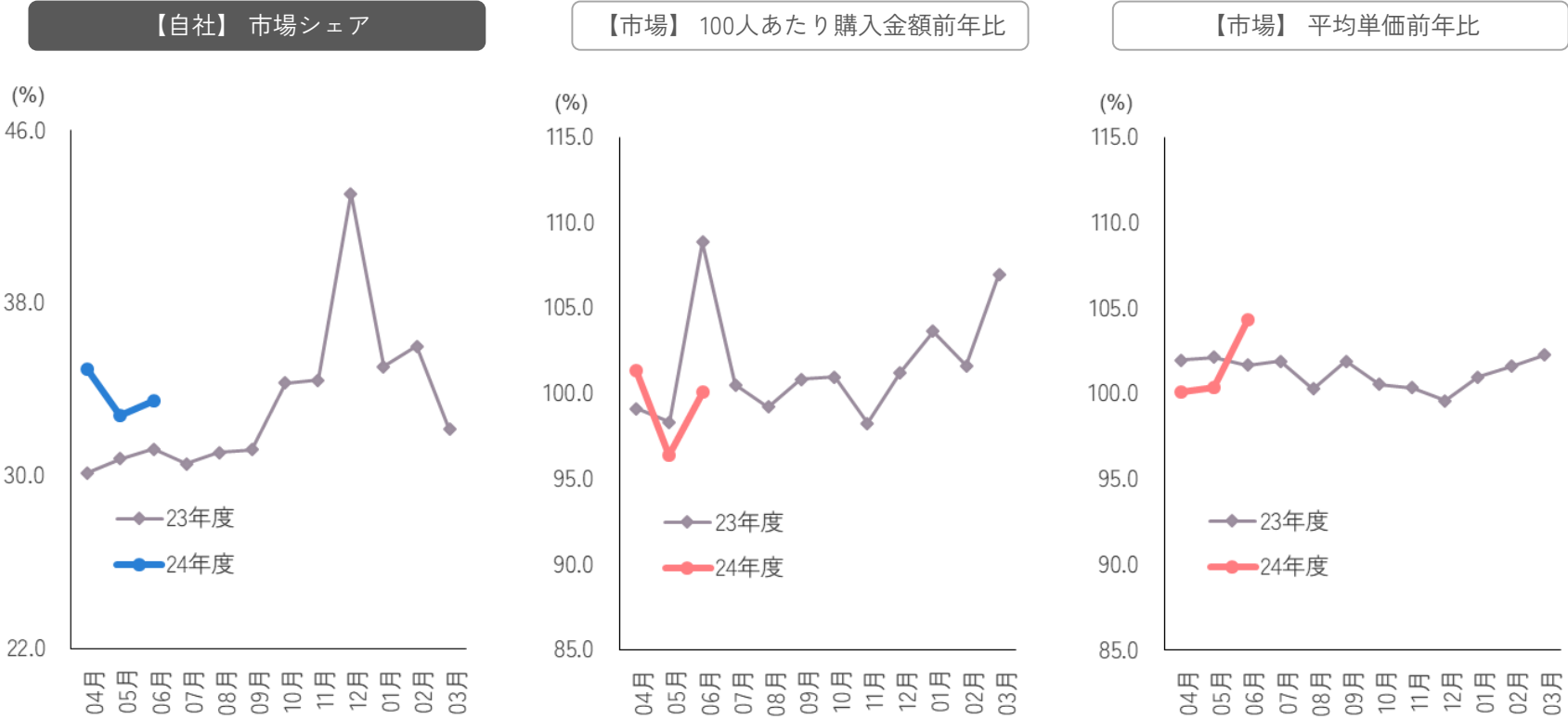
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
23年度	20.3	20.4	20.1	20.1	20.3	20.7	21.5	21.7	22.4	22.3	22.0	21.8	21.2
24年度	21.9	22.6	22.2										22.3
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	105.4	100.9	101.6	99.0	100.7	99.8	102.4	98.8	99.2	97.5	101.7	99.9	101.1
24年度	95.4	97.2	99.9										97.5
【単価前年比】													
23年度	103.1	103.3	101.6	101.9	101.9	102.6	103.7	101.9	103.9	102.3	102.7	102.7	102.6
24年度	101.8	101.0	102.5										101.8

04 外部環境データ

調理加工食品
シェア
(ピザ)

【自社シェア】
4～6月期間計

前年 30.7%
今年 33.7%
前年より + 3.0%



	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】													
23年度	30.2	30.8	31.3	30.6	31.1	31.2	34.3	34.5	43.1	35.1	36.0	32.2	33.9
24年度	34.9	32.8	33.5										33.7
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	99.1	98.3	108.8	100.5	99.2	100.8	101.0	98.3	101.2	103.6	101.6	107.0	101.7
24年度	101.3	96.4	100.1										99.2
【単価前年比】													
23年度	102.0	102.1	101.7	101.9	100.3	101.9	100.5	100.4	99.6	101.0	101.6	102.3	101.3
24年度	100.1	100.4	104.3										101.5

04 外部環境データ

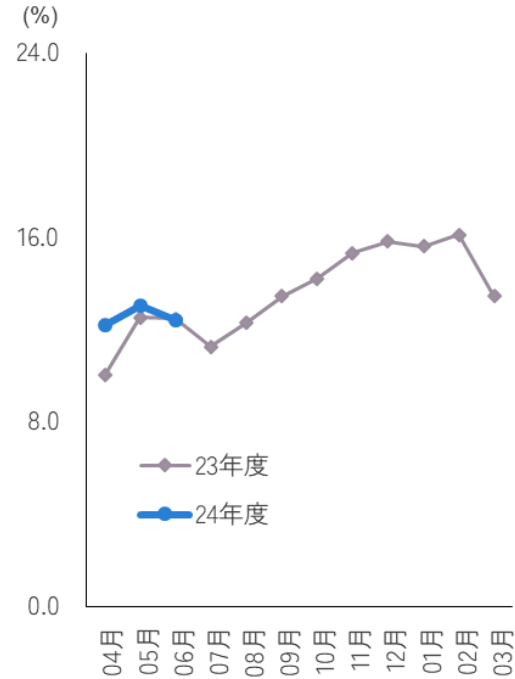
調理加工食品
シェア
(ハンバーグ・
ミートボール)

【自社シェア】

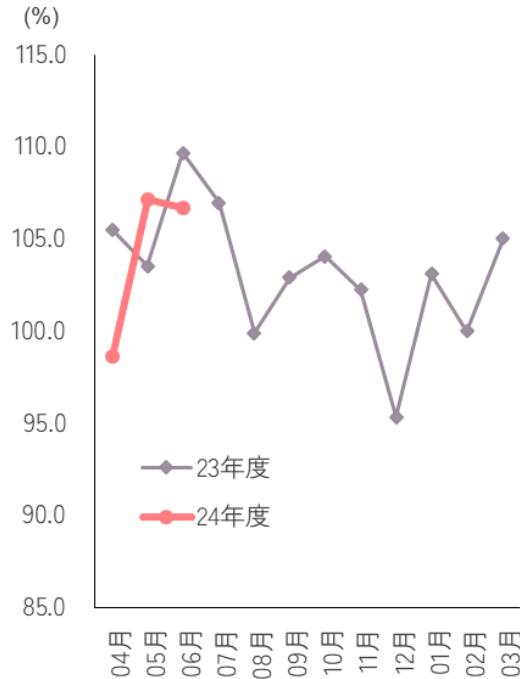
4～6月期間計

前年	11.7%
今年	12.6%
前年より	+ 0.9%

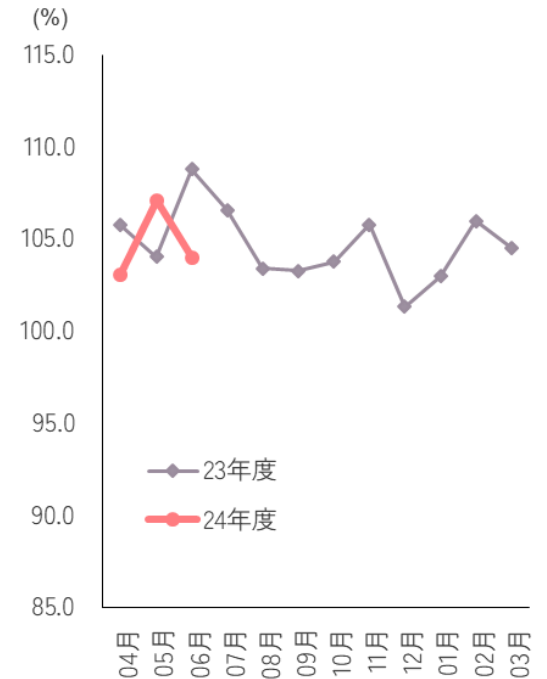
【自社】 市場シェア



【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】													
23年度	10.0	12.5	12.5	11.3	12.3	13.5	14.2	15.3	15.8	15.6	16.1	13.5	13.7
24年度	12.2	13.0	12.4										12.6
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	105.5	103.5	109.7	107.0	99.9	102.9	104.1	102.3	95.3	103.1	100.0	105.0	103.9
24年度	98.7	107.2	106.7										104.3
【単価前年比】													
23年度	105.8	104.1	108.8	106.6	103.4	103.3	103.8	105.8	101.3	103.0	106.0	104.5	104.6
24年度	103.0	107.1	104.0										104.6

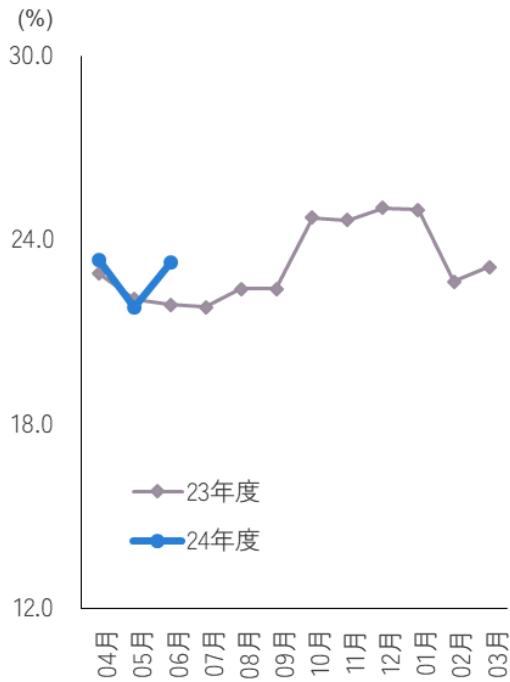
04 外部環境データ

調理加工食品
シェア
(チキン加熱)

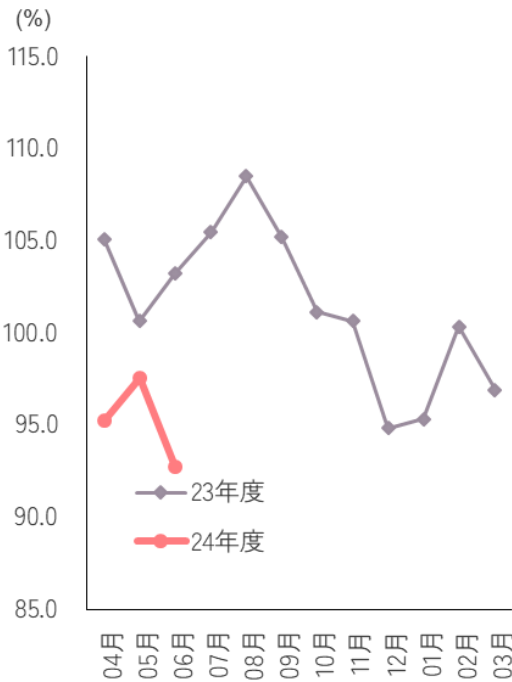
【自社シェア】
4～6月期間計

前年 22.3%
今年 22.8%
前年より + 0.4%

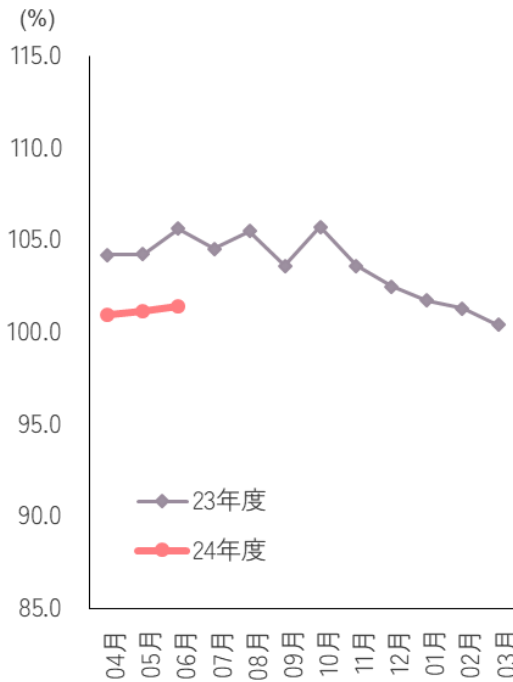
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



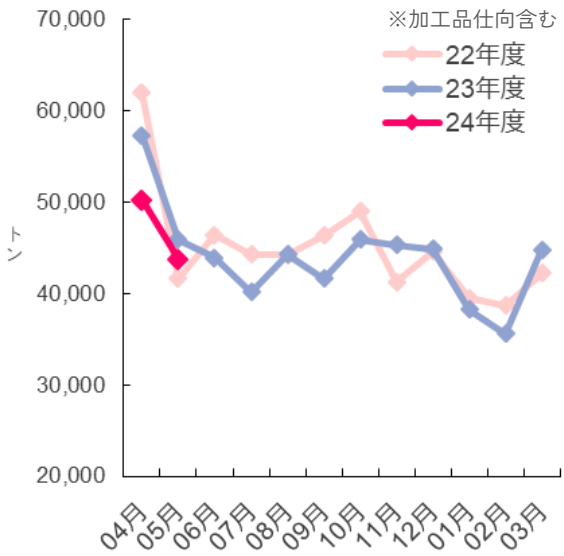
【市場】 平均単価前年比



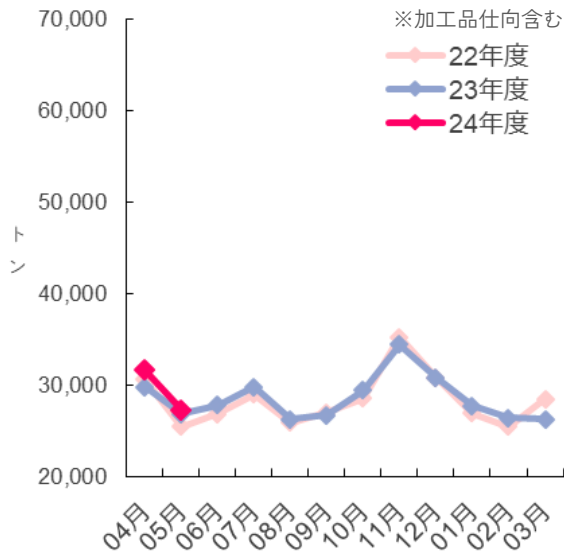
	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
23年度	22.9	22.1	21.9	21.8	22.4	22.4	24.7	24.7	25.0	25.0	22.7	23.1	23.2
24年度	23.4	21.8	23.3										22.8
【100人あたり購入金額前年比】													
23年度	105.1	100.7	103.2	105.5	108.5	105.2	101.2	100.7	94.8	95.3	100.4	96.9	102.4
24年度	95.2	97.6	92.8										95.7
【単価前年比】													
23年度	104.2	104.2	105.6	104.5	105.5	103.6	105.7	103.6	102.5	101.7	101.3	100.4	103.7
24年度	100.9	101.1	101.4										101.2

食肉 推定出回り量/
国産相場（牛肉）

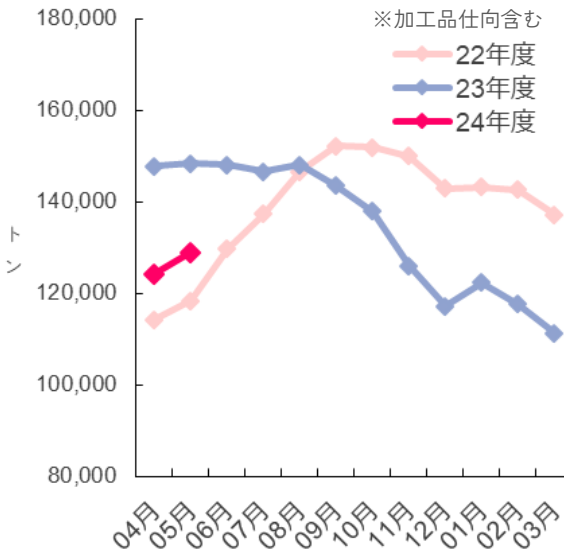
【推定出回り量】 輸入品



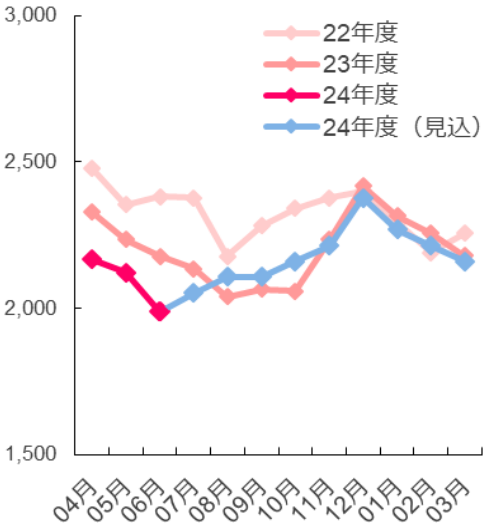
【推定出回り量】 国産品



【期末推定在庫】 輸入品



【国産相場】 和牛去勢A4 東京市場 税込



【推定出回り量】（4月～5月期間計）

合計 ▲ 4.4 %
輸入品 ▲ 9.0 %
国産品 + 4.0 %

【5月推定期末在庫】（前年比）

輸入品 ▲ 13.0 % (▲ 19,319 t)

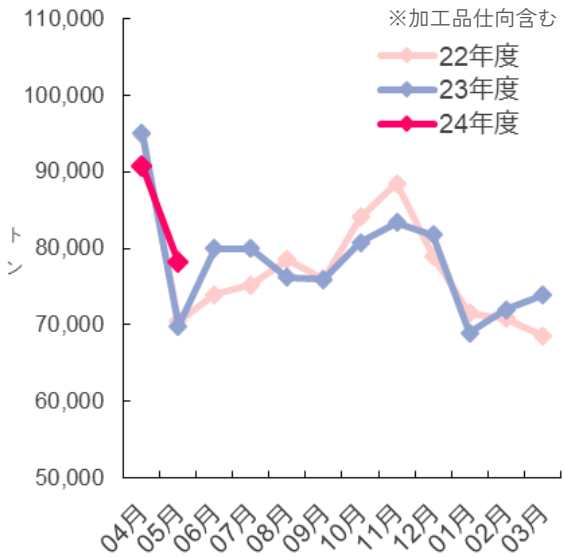
【国産相場】（24年度 4月～6月平均）

和牛去勢A4 東京市場 税込み 2,092 (▲ 155) 円/kg

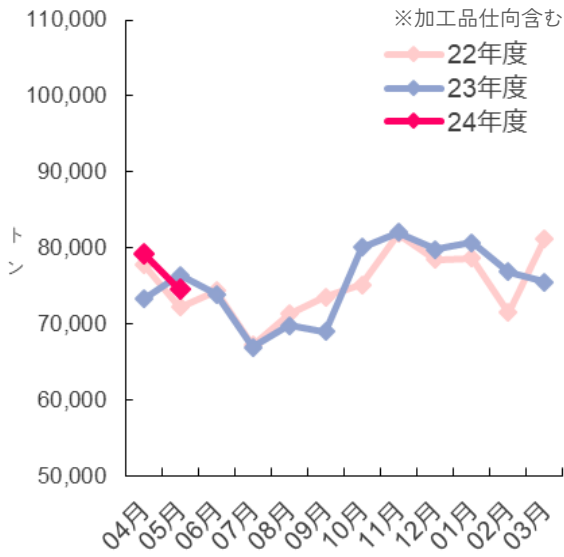
資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は農畜産業振興機構調べ。

食肉 推定出回り量/
国産相場（豚肉）

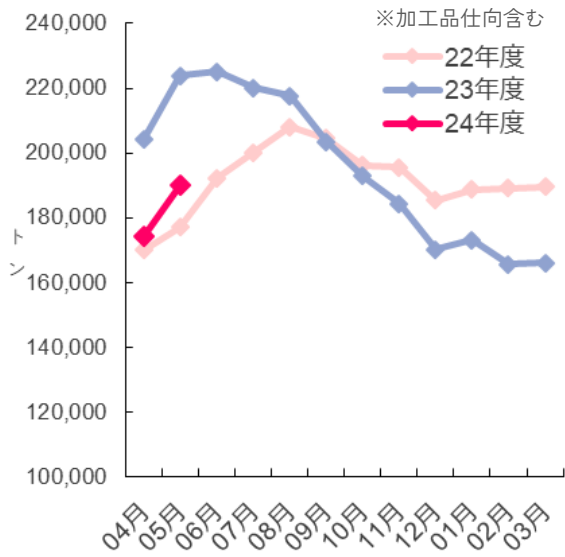
【推定出回り量】 輸入品



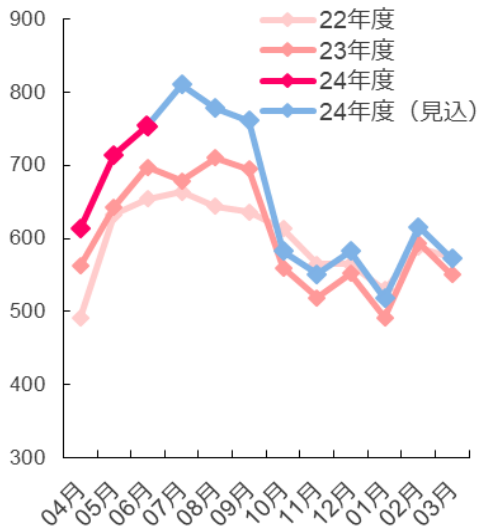
【推定出回り量】 国産品



【期末推定在庫】 輸入品



【国産相場】 国産豚枝肉 上物 東京市場 税込



【推定出回り量】（4月～5月期間計）

合計 +2.6 %
輸入品 +2.5 %
国産品 +2.8 %

【5月推定期末在庫】（前年比）

輸入品 ▲15.2 % (▲33,977 t)

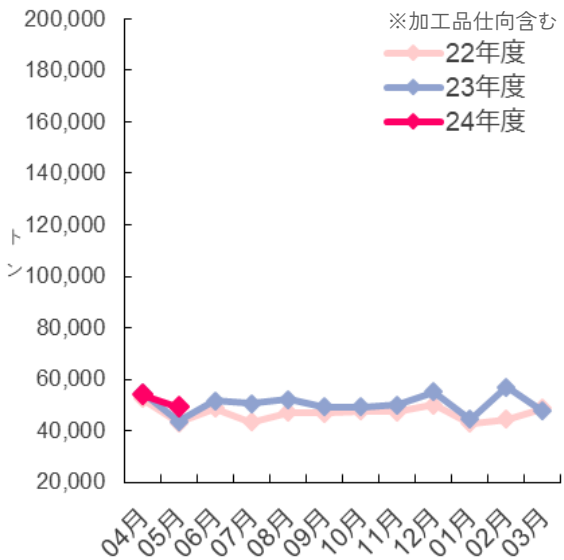
【国産相場】（24年度 4月～6月平均）
国産豚枝肉 上物 東京市場 税込み

693 (+ 59) 円/kg

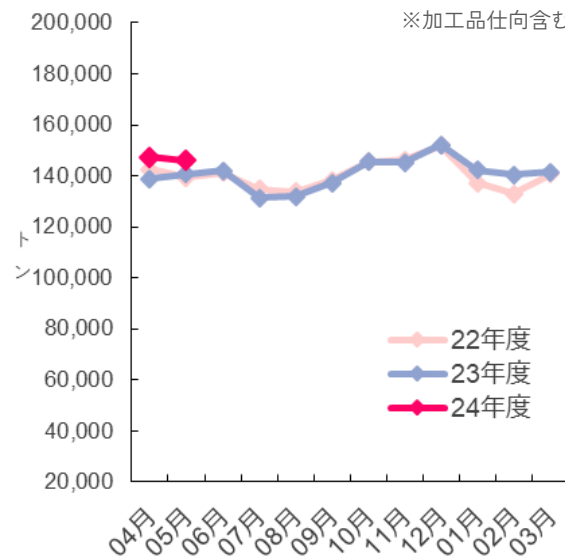
資料：農水省「食肉流通統計」、財務省「貿易統計」、在庫量は農畜産業振興機構調べ。
注：数量は部分肉ベース。輸入量は湯沸肉並びにくず肉のうちほほ肉及び頭肉のみ含む。

食肉 推定出回り量/
国産相場（鶏肉）

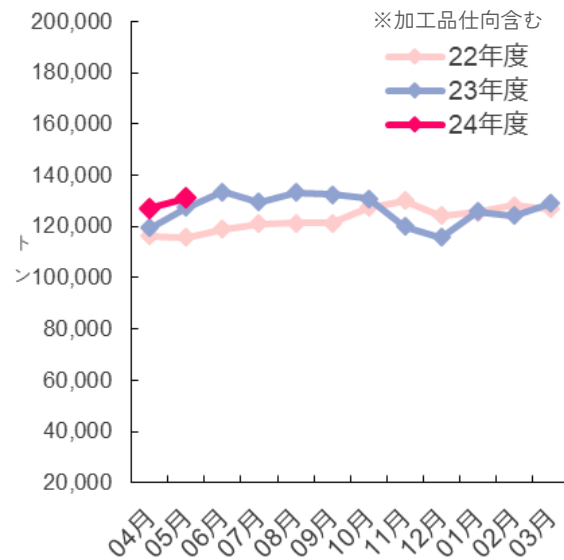
【推定出回り量】 輸入品



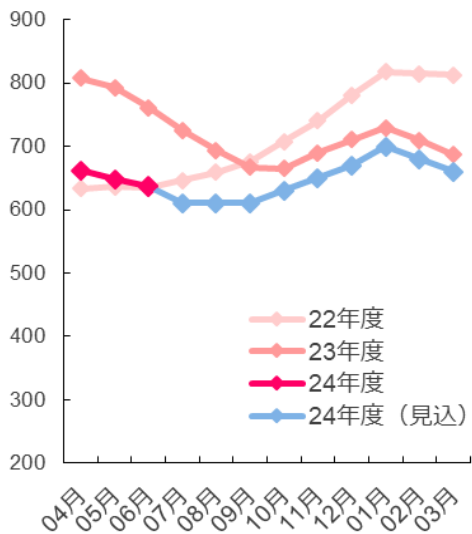
【推定出回り量】 国産品



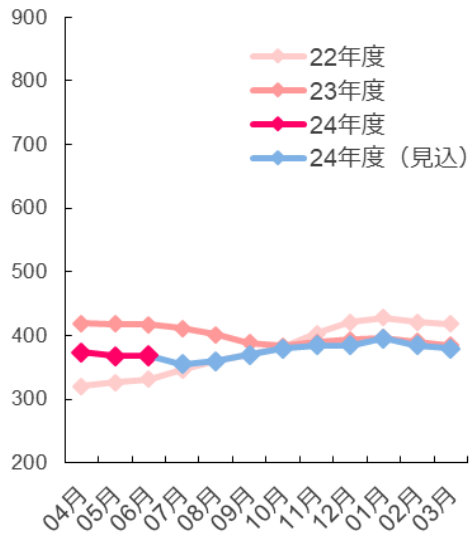
【期末推定在庫】 輸入品



【国産相場】 国産鶏肉 もも 東京 税抜



【国産相場】 国産鶏肉 むね 東京 税抜



※加工品仕向含む

【推定出回り量】（4月～5月期間計）
合計 + 5.0 %
輸入品 + 4.9 %
国産品 + 5.0 %

【5月推定期末在庫】（前年比）
輸入品 + 2.8 %（+ 3,539 t）

【国産相場】（4月～6月平均）
国産鶏肉 もも 東京 税抜き 649（▲ 139）円/kg
国産鶏肉 むね 東京 税抜き 370（▲ 48）円/kg

01	決算ハイライト	
	・ 2024年度Q1 実績	4
	・ 2024年度通期 予想	13
02	決算補足データ	21
03	外部環境データ	29
04	事業概要	42

※億円未満を四捨五入して表記しているため、数値の和・差と合計が一致しないことがあります。

グループ理念、ビジョン

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」

2035年目指す姿



ITOHAM YONEKYU HOLDINGS
Group Slogan 2035

「meat together」
meatの領域をより一層拡大し、
世界中に感動とあふれる笑顔をお届けする

沿革



- 1928 ● 伊藤傳三が大阪市北区で伊藤食品加工業を個人創業
- 1934 ● **業界初のセロハンウィンナー**を開発
(現)『ポールウィンナー』
- 1979 ● **惣菜小売事業**を推進
「伊藤ハムフードソリューション」設立
- 1981 ● **食肉処理事業**を強化
「サンキョーミート」設立
- 1988 ● **世界一小さいウィンナー**
『ポークビッツ』発売
- 2015 ● **海外事業**を強化
「ANZCO FOODS」への出資比率を高め、子会社化(65%)⇒完全子会社化 (2017)



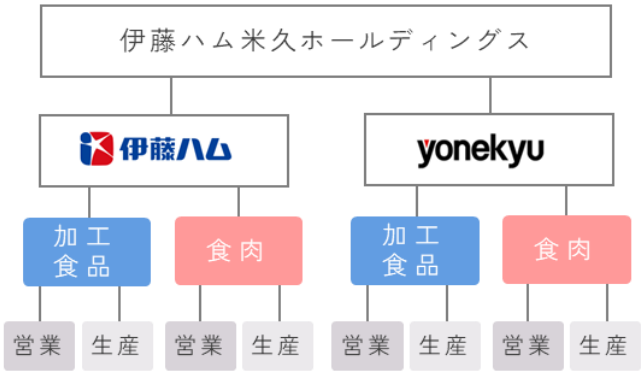
- 1965 ● 庄司清和が静岡県沼津市川瀬町で米久食品を個人創業
- 1981 ● **業界初の生ハム専用工場**を新設
- 1999 ● **冷凍食品事業**に参入
「ヤマキ食品（現 米久デリカフーズ）」の全株式を取得
- 2006 ● **鶏肉生産事業**を強化
鳥取県に「米久東伯（現 米久おいしい鶏）」を設立
- 2010 ● **豚肉生産事業**に参入
広島県に「大洋ポーク」を設立
- 2011 ● **ネット通販強化** 専用の自社サイトを開設
(URL: <https://www.yonekyu-eshop.jp/>)

全国規模の販売網	エリア	東海エリアと強固な関係
ハム・ソーセージに強み	加工食品	調理品に強み
家庭用に強み	顧客	業務用に強み
自動化ライン、効率的な生産	生産	ニッチで独自性のある商品の生産
牛・豚に強み	食肉	鶏・豚に強み

2016 経営統合 伊藤ハム米久ホールディングス設立
お互いを補完・増強しあうことで、強固なポートフォリオを構築
国内最大規模の加工食品・食肉企業に

2016 経営統合 伊藤ハム米久ホールディングス設立

事業会社単位での組織としてスタート

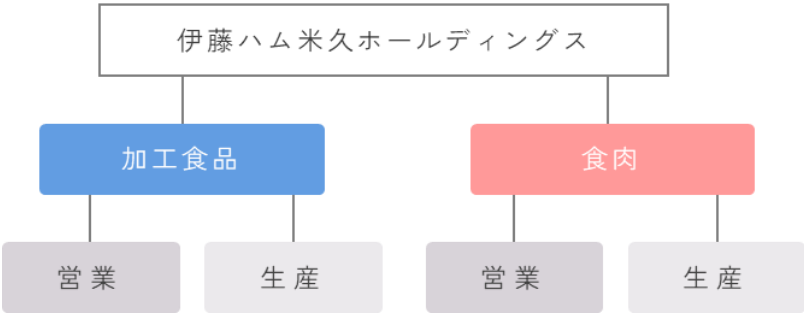


➤ 営業、生産の組織は細分化

2023 4月 機能別に組織再編、 10月 人事制度改定

製造・戦略機能の統合完了

ホールディングス全体最適で動ける体制に



➤ 営業、生産の組織を機能別に集約
より効率的でフラットな組織体制へ

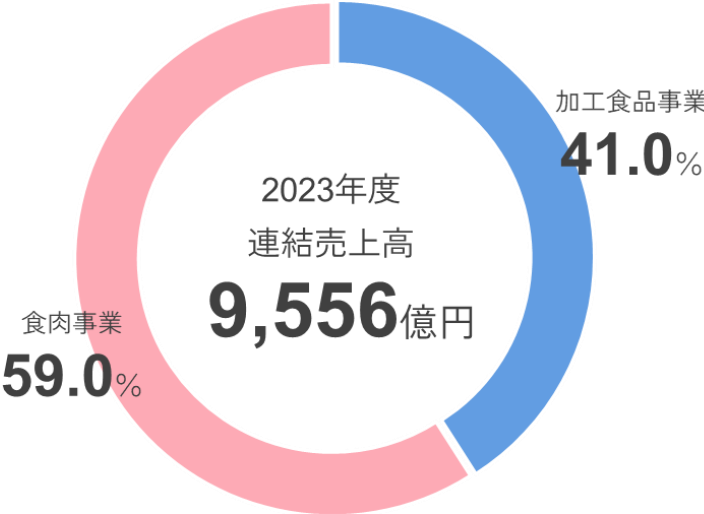
伊藤ハム yonekyu ※伊藤ハム、米久のブランドは残る

事業・商品ポートフォリオ

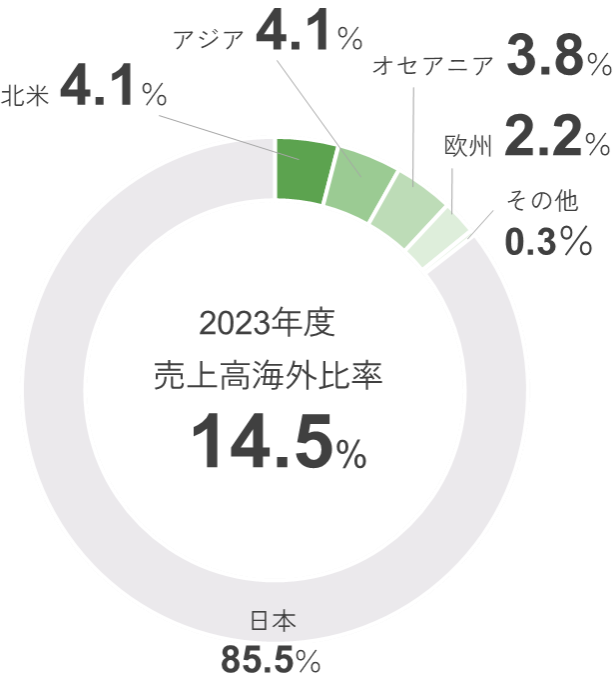
- 連結売上高
加工食品事業 約40%
食肉事業 約60%
- 海外売上高比率は14.5%
アンズコフーズを軸に
ワールドワイドに展開
- 国内 商品別売上高
ハム・ソーセージ 22.1%
調理加工食品 18.2%
統合以降、調理加工食品が
大きく伸長
- 海外 商品別売上構成比
食肉 72.2%
その他 16.8%
(その他にヘルスケア製品を含む)

事業ポートフォリオ 2023年度実績

事業別

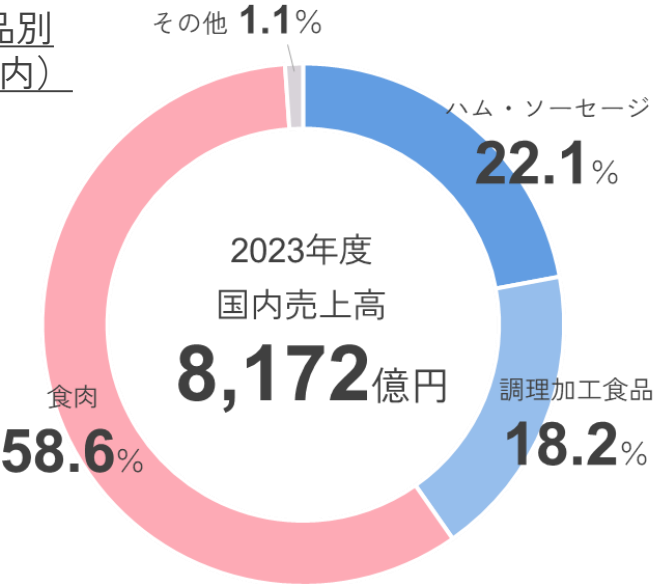


国別

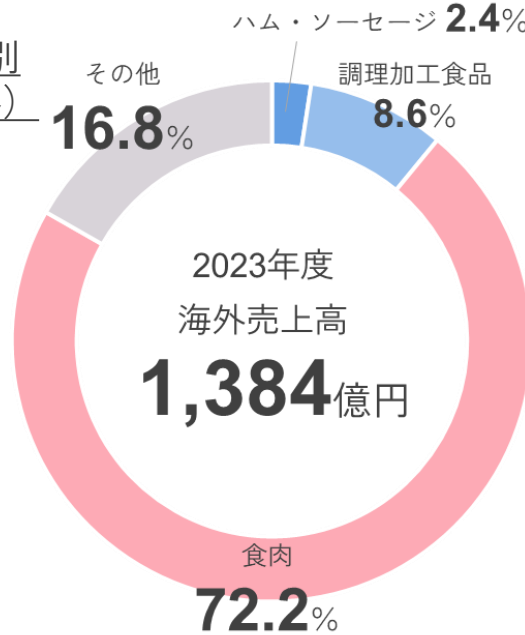


商品ポートフォリオ 2023年度実績

商品別
(国内)



商品別
(海外)



[加工食品事業]

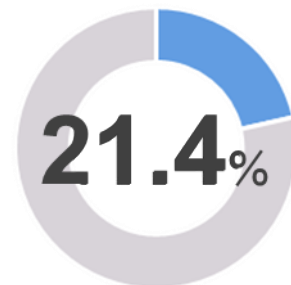
商品ラインアップ / 市場シェア

- 強みである、多様なニーズに応える品揃え、それを活かしたカテゴリーマネジメント提案（提案型営業）によりシェア拡大

国内市場シェア

データ：QPR™（15歳~79歳パネルデータ）、2023年度

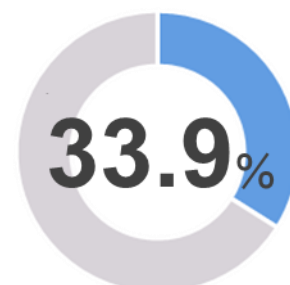
ハム・ソーセージ



畜産調理



ピザ・スナック



冷凍中華



麺



チーズ



[加工食品事業]

取り組み

- 今まで培った商品開発力・生産技術力を活用し、新規取り組みによる更なる成長を目指す
- 工場再編により、収益性とコスト競争力を高める

冷凍商品※の強化

2023年度 売上169億円

売上目標（2026年度）

200億円

冷凍弁当商品例



統合以降、調理加工食品（冷蔵）をニーズに合わせ強化。販売温度帯を広げていく。

※対象：主に小売り店舗の冷凍売場（BtoC）をターゲットとして開発された冷凍商品の販売額（外食店や小売り店舗のバックヤードに納品され業務用で使用された分も含む）

コスト競争力

2026年4月

新三島工場稼働予定
最新鋭の工場、生産効率性UP



新三島工場 外観イメージ

[ロードマップ]



海外への挑戦

IPC社
商品イメージ

米国

IPC社の加工品工場・販売網
×日本で培った技術力を元に展開



Indiana Packers Corporation(IPC)

- 三菱商事株式会社との合併（当社出資20%）
- 豚肉加工食品の製造能力の引き上げに注力、過去10年間でハム・ソーセージメーカー2社の買収実績
- 豚肉処理能力は全米7位

アジア



2023年度から株式会社菊水の商品の輸出を開始

[食肉]

(国内)
バリューチェーン /
市場シェア

- 牛・豚・鶏の各畜種を販売
- 食肉の生産から販売まで強固なバリューチェーンを活かし、事業の安定性を高め、付加価値のある商品を展開

国内市場シェア 当社調べ（加工用仕向けを含む）、2023年度

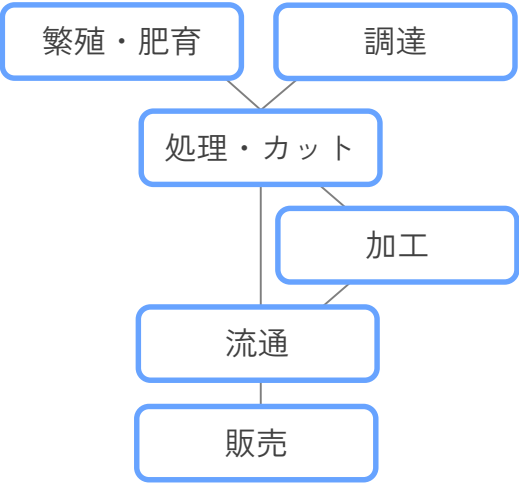


生産・加工拠点分布

主要生産地の南九州、東北、北関東を中心に、強固な生産・集荷体制を構築



食肉生産-販売フロー



[食肉]

(国内) 取り組み

- 和牛輸出可能キャパを拡大し、伸長する海外需要に対応
- ブランドミートの育成により付加価値化を図る
- 需要の拡大が見込まれる鶏肉生産の拡充

和牛輸出の強化

2024年4月

十和田に最新鋭の牛処理施設を新設
4月より稼働、生産能力3倍に

輸出可能キャパ拡大

主要輸出先への輸出認可申請中



ITO WAGYU
100% Japanese Beef



48の国と地域

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得ている

アンズコフーズの販売網活用

アンズコフーズEUと連携し、21年度以降大きく伸長
欧州向け和牛輸出の当社金額シェアは23%以上（2023年度）



付加価値化

ブランドミートの育成



国産豚肉



ANZCO Foods
NZ産ビーフ

バリューチェーン価値 最大化

鶏肉生産拡充

米久おいしい鶏（鶏肉の生産・処理・加工）
鳥取の生産拠点を新設し、鶏肉の生産を拡充



生産拠点
新設イメージ

[食肉]

海外展開

- ・ アンズコフーズを軸に 9 つの国及び地域に11ヶ所の拠点を有し、ワールドワイドに展開
- ・ アンズコフーズは、牛肉・羊肉を中心に80以上の国及び地域に製品を提供



Pick up

事業内容

- 牛肉・羊肉の処理製造・販売
- 牛肉・羊肉加工品の製造・販売



販売先

- NZ国内及び、**80** 以上の国・地域



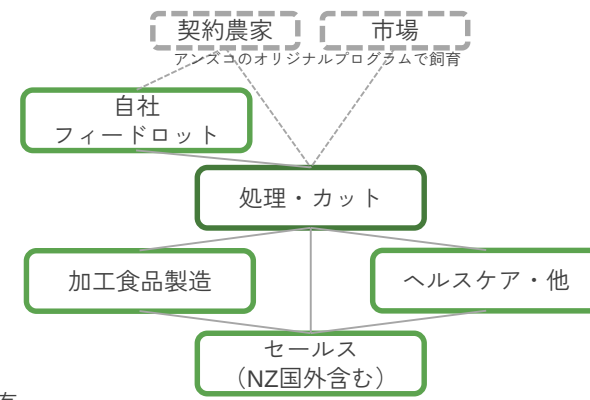
NZ国内生産・加工拠点分布



NZ唯一の大規模フィードロットを保有



生産～販売フロー



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IR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きください。

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。