

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)

2025年度 Q3 (4-12月) 決算説明資料

2026年02月05日



決算サマリー

2025年度Q3累計 実績

全社

- ✓ 増収増益（売上高+8.1% 経常利益+29.8%）

セグメント別

- ✓ 加工食品：減収減益 原材料・物流コストの上昇に対し、単価改善含めた商品新陳代謝を進めるも、需要低迷による数量減を吸収しきれず減益
- ✓ 食 肉：増収増益 国内生産事業の採算改善、ANZCO事業の収益回復等により、国内・海外事業共に増益

2025年度通期 予想

全社

- ✓ 増収増益見通し 売上高：1兆500億円（+6.2%） 経常利益：285億円（+37.3%）
前回予想（2025/11/4）から上方修正（経常利益：+5億円）

セグメント別

- ✓ 加工食品事業、食肉事業ともに増収増益見通し
加工食品：経常利益100億円（+ 2.9%） 前回予想から変更なし
食 肉：経常利益200億円（+ 62.9%） 前回予想から+5億円の上方修正

Q3トピックス

【加工食品事業】

✓商品新陳代謝の加速

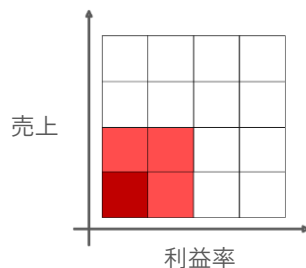
自社製品数の削減

2025年度12月末進捗
前年同比

▲6%

2026年度計画

2024年度比: ▲20%



SKU別採算管理を強化
商品管理、低収益商品の入替に
引き続き取り組む

✓ブランド力強化を引き続き推進

基幹ブランド力の強化

「御殿場高原」シリーズの販売強化



yonekyu × ラブライブ! サンシャイン!!

特別コラボパッケージ企画 (11月末～)
地域活性化に貢献



60周年記念「今日だけ贅沢ウインナー」発売
(2025年12月)
従業員公募アイデアから商品化

Q3累計
シリーズ売上高

前年同期比: +4.5%

【食肉事業】

✓ポジション管理の強化

国産豚の調達数量の適正化、取引条件の見直し

国産豚 2025年度Q3累計
経常利益 前年差

+14億円

取引条件見直しを推進し、採算を改善

✓海外生産事業の強化

ANZCO 収益回復

決算期変更の影響を除いた実質ベース

公表ベース (決算期変更込み)

2024 (4-12月)

vs.

2025 (4-12月)

+27億円

2024 (1-9月)

vs.

2025 (1-12月)

+31億円

販売環境の改善等により、決算期変更の影響を除いた実
質ベースでも増益

✓和牛輸出の推進

十和田ビーフプラント稼働開始

2025年度Q3累計進捗

売上高

41億円
(前年比 +32%)

2025年度計画

54億円
(前年比 +30%)

2025年5月 十和田ビーフプラントの輸出認可取得
東北エリアの輸出能力増強により販売拡大

01 決算ハイライト

	・ 2025年度Q3累計	実績	5
	・ 2025年度通期	予想	15
02	決算補足データ		24
03	外部環境データ		35

※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]

2025年度Q3累計 実績

増収増益

売上高 : + 8.1%
経常利益 : +29.8%

25年度Q3（累計） 実績 単位：億円

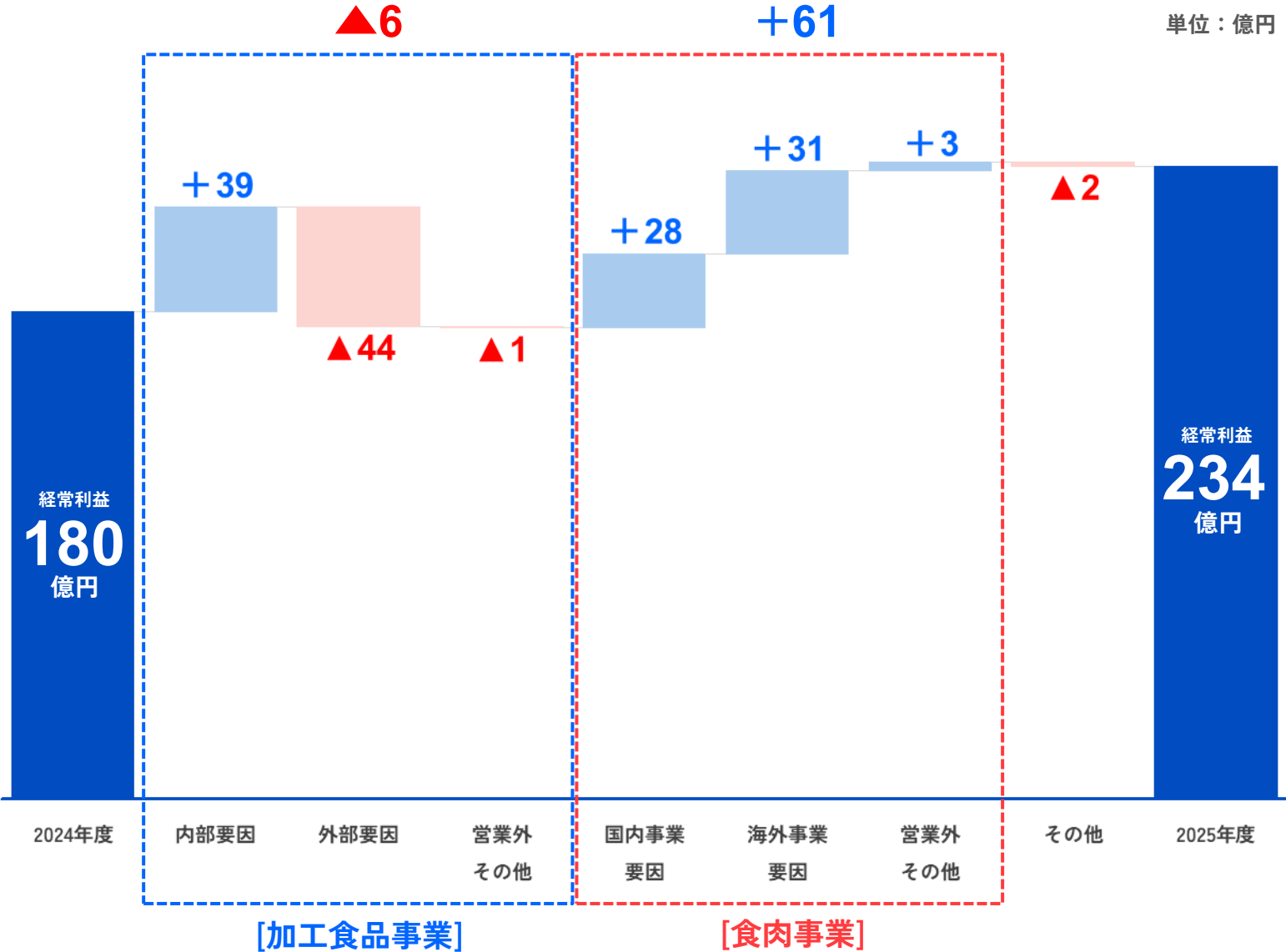
	金額	利益率	対前年	
			増減額	増減率
売上高	8,200	-	+615	+8.1%
営業利益	218	2.7%	+46	+26.9%
経常利益	234	2.8%	+54	+29.8%
当期純利益	160	1.9%	+37	+30.3%

[全社連結]

2025年度Q3累計 実績

増減要因 (前年度比)

加工食品事業：▲ 6億円
食肉事業：+61億円



[加工食品事業]

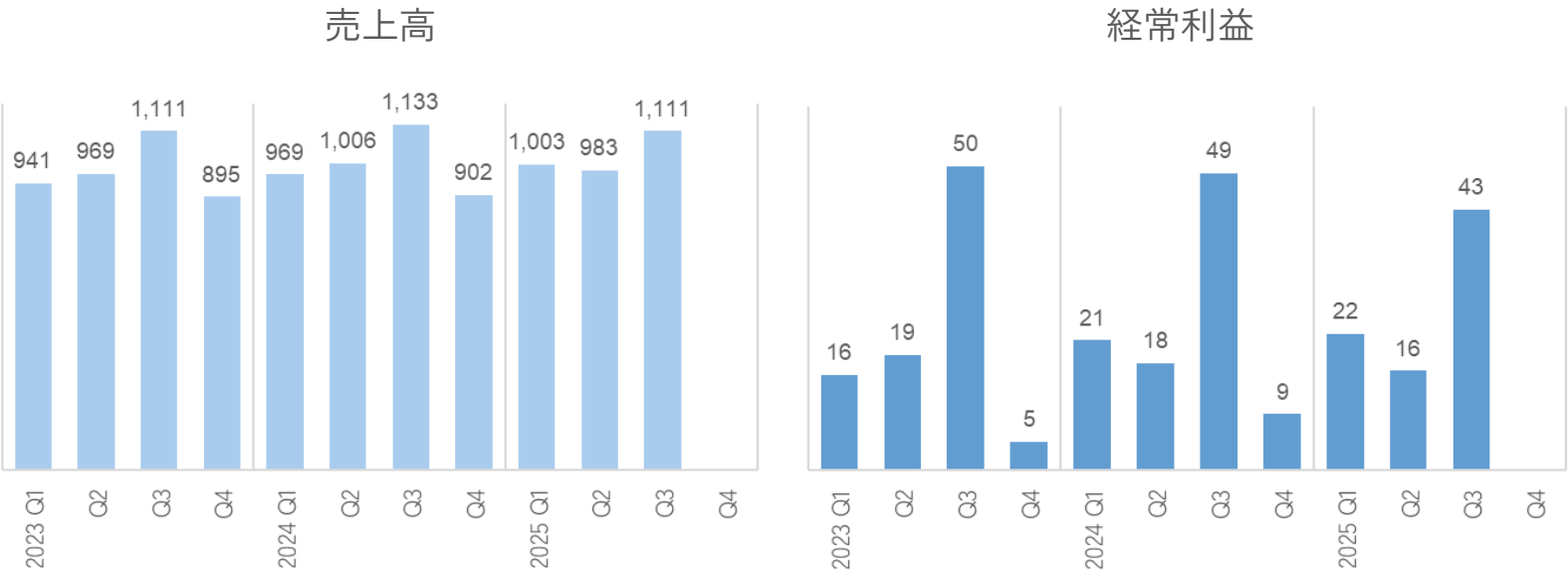
2025年度Q3累計 実績

減収減益

売上高 : ▲10億円 ▲0.3%
経常利益 : ▲ 6億円 ▲6.9%

25年度Q3（累計） 実績 単位：億円

		金額	利益率	対前年	
				増減額	増減率
加工食品事業	売上高	3,097	-	▲10	▲0.3%
	営業利益	78	2.5%	▲5	▲6.3%
	経常利益	82	2.6%	▲6	▲6.9%



[加工食品事業]

2025年度Q3累計 増減分析

（経常利益 前年差▲6億円）
原材料・物流コストの上昇に対し、
単価改善含めた商品新陳代謝を
推進したが、消費者需要の低迷に
よる数量減を吸収しきれず減益

経常利益増減要因

		単位：億円		
		上期 実績	Q3 実績	Q3累計 実績
24年度 経常利益		39	49	88
内部 要因	数量要因	▲14	▲8	▲22
	単価・経費 要因	+53	+8	+61
外部 要因	原材料・ 光熱費影響	▲30	▲2	▲31
	物流単価 影響	▲8	▲5	▲13
営業 外・ 他	その他	▲0	+0	+0
	営業外損益	▲1	+0	▲1
25年度 経常利益		39	43	82

主な要因
【数量要因】 ・ 消費者需要の低迷により販売数量が減少 （重量 前年比） ハムソーセージ：▲2.1% 調理加工食品：▲4.0% 歳暮ギフトの販売数量減少（重量 前年比）▲5.9%
【単価要因】 ・ 価格改定、内部改善により収益性が向上 ハムソーセージ：+40億円 調理加工食品：+17億円
【原材料・光熱費影響】 ・ 前年差 主原料 ▲ 33億円 副原料 + 1億円 光熱費等 + 1億円
【物流単価影響】 ・ 備車運賃が上昇

[加工食品事業]

家庭用主力商品
カテゴリー／商品別 伸長率

- ・ 自社 マーケットシェア
- ・ 自社 売上伸長率
- ・ 市場 購入金額伸長率

シェア

売上伸長率（自社実績）

100人当たり購入金額伸長率

ハムソーセージ

22.7% (+0.6%)

当社 +0.6%

市場 +0.0%

ウインナー

20.6% (+0.4%)

当社 +1.0%

市場 +1.4%

ハム & ベーコン

25.3% (+1.0%)

当社 +2.1%

市場 +0.1%

チルド チキン加熱

21.7% (-0.4%)

当社 -2.5%

市場 +3.2%

チルド ピザ&スナック

34.4% (+0.4%)

当社 -1.5%

市場 -5.5%

アルトバイエルン



7.4%

(+0.7%)

+6.9%

朝のフレッシュ



10.5%

(+0.9%)

+5.1%

サラダチキン



7.8%

(-0.1%)

-1.7%

ピザガーデン



18.1%

(-0.9%)

-8.7%

上段：シェア

（前年増減）

下段：売上伸長率（自社実績）

ポークピッツ



2.6%

(+0.2%)

+2.7%

燻工房



3.0%

(+0.3%)

+12.3%

チキンナゲット



5.2%

(+0.3%)

-4.3%

ラ・ピッツア



3.6%

(-0.6%)

-12.0%

御殿場あらびき



2.0%

(+0.1%)

+4.5%

原形ベーコン



1.6%

(+0.0%)

-0.1%

シチューパイ



3.8%

(+0.7%)

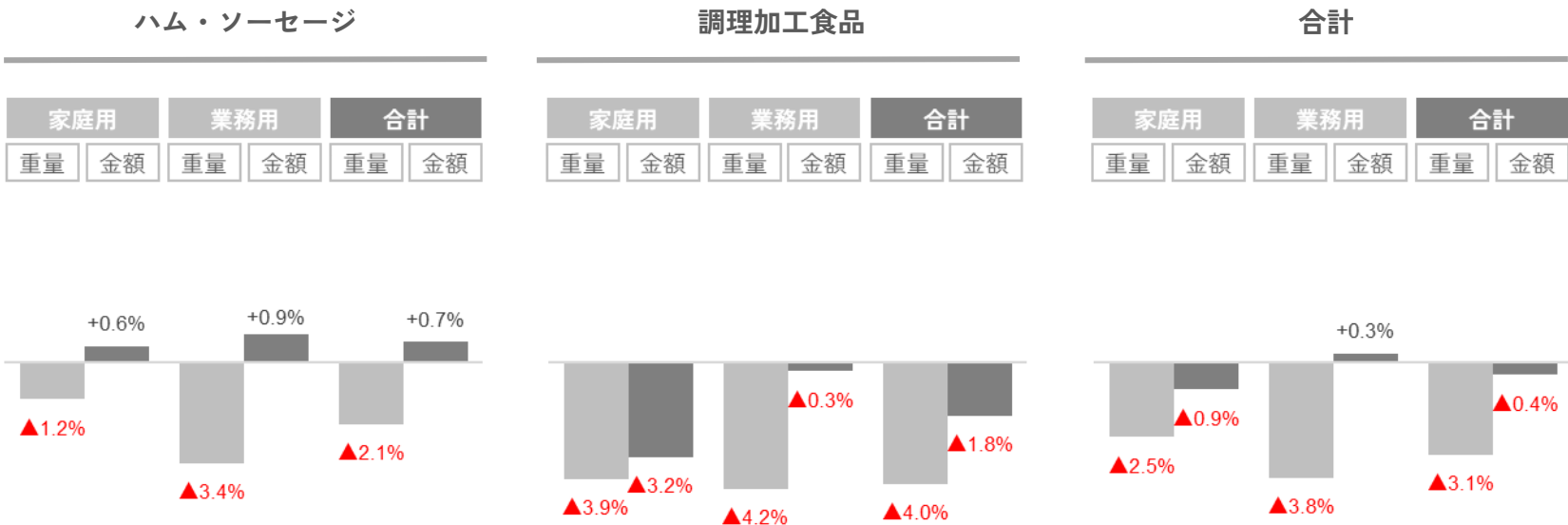
+8.8%

[加工食品事業]

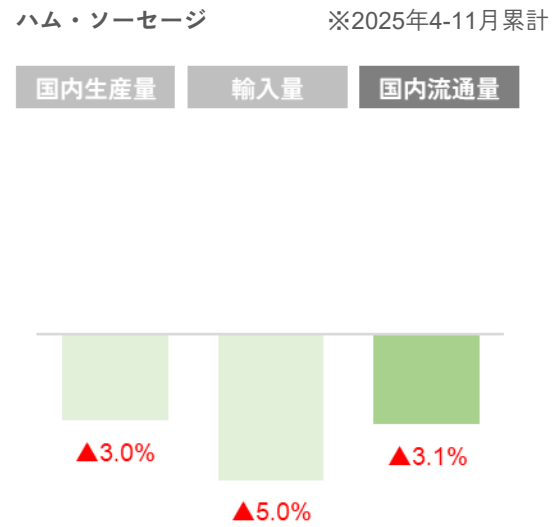
自社実績伸長率

- ・ 家庭用／業務用別（重量・金額）
- ・ 外部環境データ

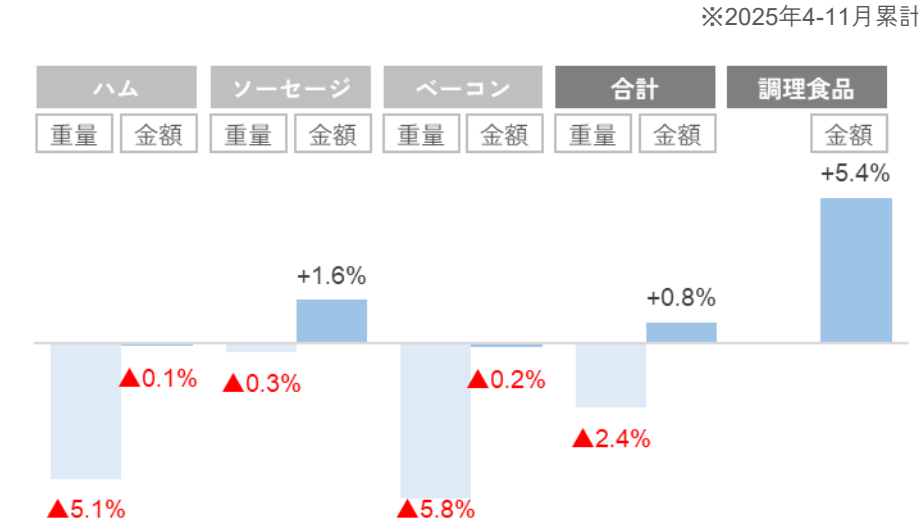
家庭用／業務用別 自社実績伸長率（重量・金額）



国内流通量データ（国内生産・輸入量）



総務省家計調査データ（重量・金額）



[食肉事業]

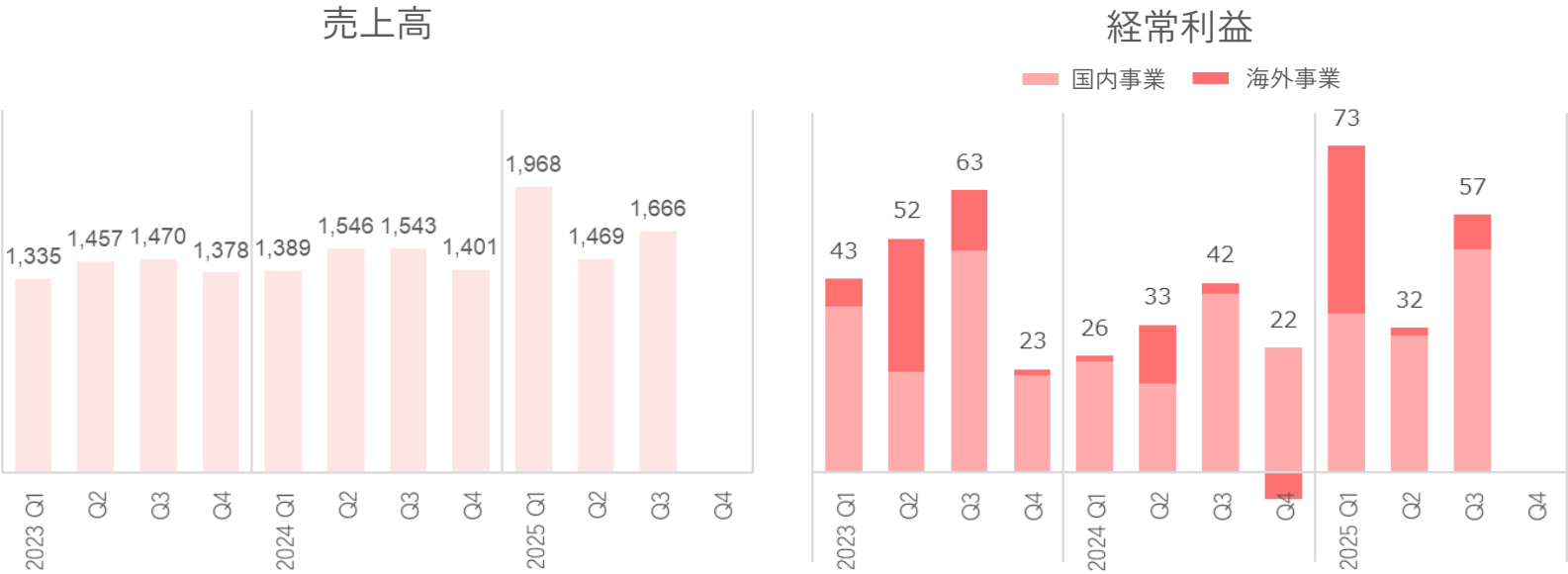
2025年度Q3累計 実績

増収増益

売上高 : +625億円 +14.0%
経常利益 : + 61億円 +60.7%

25年度Q3（累計） 実績 単位：億円

		金額	利益率	対前年	
				増減額	増減率
食肉事業	売上高	5,103	-	+625	+14.0%
	営業利益	153	3.0%	+51	+50.1%
	経常利益	162	3.2%	+61	+60.7%



[食肉事業]

2025年度Q3累計 増減分析

（経常利益 前年差：＋61億円）
国内生産事業の採算改善、
ANZCO事業の収益回復等により、
国内・海外事業共に増益

経常利益増減要因

		単位：億円		
		上期	Q3	Q3累計
		実績	実績	実績
24年度				
経常利益		59	42	101
国内要因	数量要因	＋1	-	＋1
	単価・経費要因	＋5	＋5	＋10
	相場・飼料影響（生産事業）	＋16	＋6	＋22
	物流単価影響	▲3	▲1	▲4
海外	海外事業要因	＋25	＋6	＋31
営業外・他	その他	＋0	▲1	▲0
	営業外損益	＋2	＋1	＋4
25年度				
経常利益		105	57	162

主な要因

- 【単価要因】
- ・国産豚：リスク管理強化により採算改善
 - ・輸入鶏：現地相場上昇および国内需給環境により収益増加
- 【相場・飼料影響（生産事業）】
- ・国産鶏肉相場上昇により生産事業の収益性が向上（卸価格（東京）前年差 4-12月平均）
もも肉＋131円/kg むね肉＋162円/kg
- 【物流単価影響】
- ・国内 備車運賃、保管料の上昇
- 【海外事業要因 ANZCO】
- ・北米向け牛肉輸出価格の上昇、及び欧州向け羊肉の販売好調が続き収益向上
 - ・決算期変更により上期に12か月分（1-12月）を計上
経常利益影響額：＋11億円（2025年1-3月期間）

[食肉事業]

販売実績

- ・ 畜種別伸長率（重量・金額）
- ・ 外部環境データ

国内事業 畜種別伸長率

		実績（ANZCO除く）		総務省家計調査（4-11月）	
		重量	金額	購入数量	支出金額
牛肉	国産	▲1.8	+1.6	▲1.4	+0.1
	輸入	▲1.5	▲1.1		
豚肉	国産	▲3.5	▲0.6	+3.8	+6.1
	輸入	+4.9	+2.8		
鶏肉	国産	+5.2	+24.2	▲0.1	+7.6
	輸入	+3.9	+14.6		
羊肉・その他		+10.6	+21.2		

NZ 輸出伸長率

	NZ輸出実績（1-12月）	
	重量	金額
牛肉	▲6.7	+14.8
羊肉	▲0.2	+30.5

資料： Stats NZ

（外部環境 牛肉参考データ）

	生産量(伸長率)			輸出量(伸長率)		
	2024年	2025年 (見込)	2026年 (見込)	2024年	2025年 (見込)	2026年 (見込)
アメリカ	+0.0	▲3.9	▲0.9	▲1.0	▲14.0	▲3.9
ブラジル	+8.2	+4.2	▲5.3	+25.6	+16.8	▲5.9
オーストラリア	+16.1	+11.7	▲0.7	+21.7	+15.1	▲0.9

資料： USDA

01 決算ハイライト

・ 2025年度Q3累計	実績	5
・ 2025年度通期	予想	15
02	決算補足データ	24
03	外部環境データ	35

※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]

2025年度通期 予想

増収増益予想

売上高 ：+612億円
経常利益 ：+ 77億円
当期純利益：+ 54億円

前回予想から上方修正
（経常利益：+5億円）

25年度通期 業績予想

単位：億円

	金額	利益率	対前年		前回予想 (11/4開示)	修正額
			増減額	増減率		
売上高	10,500	-	+612	+6.2%	10,500	-
営業利益	275	2.6%	+79	+40.5%	270	+5
経常利益	285	2.7%	+77	+37.3%	280	+5
当期純利益	185	1.8%	+54	+41.2%	180	+5

		前年 増減率
ROE（%）	6.4%	+1.8%
ROIC（%）	5.9%	+1.3%

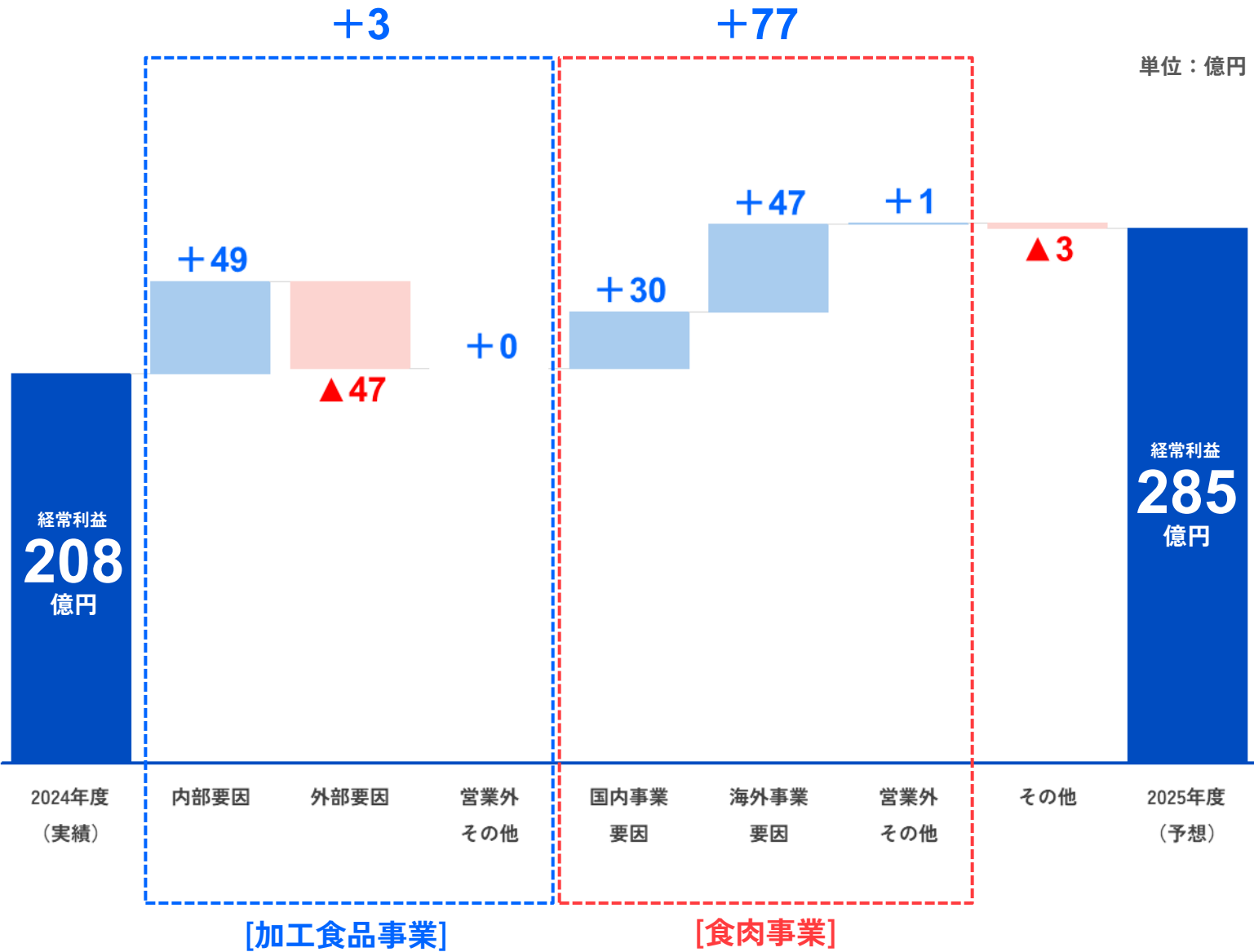
[全社連結]

2025年度通期 予想

増減要因（前年度比）

加工食品事業：+ 3億円
食肉事業：+77億円

前回予想から上方修正
（前回予想差）
食肉事業：+ 5億円



[加工食品事業]

2025年度通期 予想

増収増益

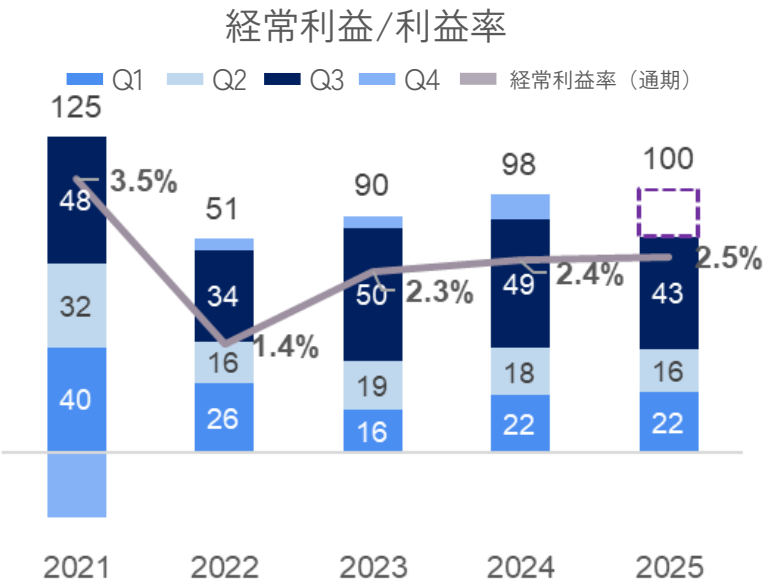
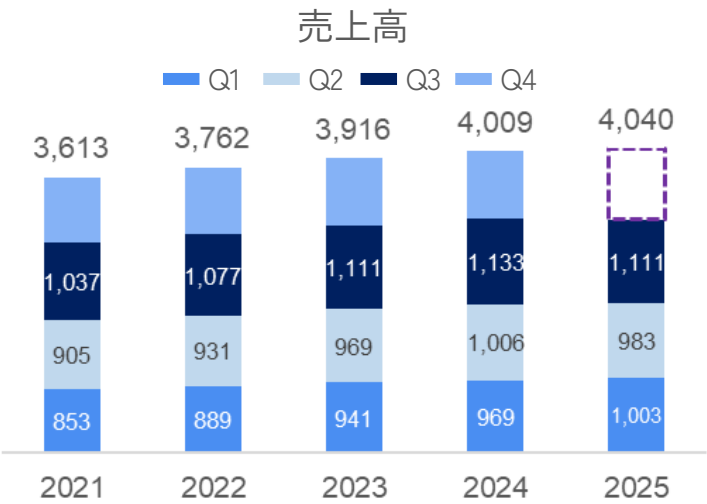
売上高 : +31億円 +0.8%
経常利益 : + 3億円 +2.9%

前回予想から変更なし

25年度通期 業績予想

単位：億円

		金額	利益率	対前年		前回予想 (11/4開示)	修正額
				増減額	増減率		
加工食品 事業	売上高	4,040	-	+31	+0.8%	4,040	-
	営業利益	96	2.4%	+5	+5.4%	96	-
	経常利益	100	2.5%	+3	+2.9%	100	-



[加工食品事業]

2025年度通期 予想
増減分析

- 商品新陳代謝の取り組みを進め
前年差＋3億円を見込む

経常利益増減要因

		単位：億円			
		Q3累計	Q4	通期	通期
		実績	予測	予測	前回予想 (11/4開示) からの増減
24年度	経常利益	88	9	97	
内部要因	数量要因	▲22	＋3	▲19	▲5
	単価・経費 要因	＋61	＋8	＋69	＋4
外部要因	原材料・ 光熱費影響	▲31	＋1	▲30	＋5
	物流単価 影響	▲13	▲4	▲17	▲4
営業外・ 他	その他	＋0	＋1	＋1	▲1
	営業外損益	▲1	＋0	▲0	＋1
25年度	経常利益	82	18	100	-

主な要因（見通し）	
【数量要因】	・ 値上影響はQ3で一巡、Q4は販売数量回復を目指す
【単価要因】	・ 価格改定・商品新陳代謝効果により単価上昇
【原材料・光熱費影響】	・ 主原料 ▲ 32億円（前回予想差 ＋3億円） ・ 副原料 ▲ 2億円（前回予想差 ＋1億円） ・ 光熱費等 ＋ 3億円（前回予想差 ＋1億円）
【物流単価影響】	・ 備車運賃の上昇を見込む

[食肉事業]

2025年度通期 予想

増収増益

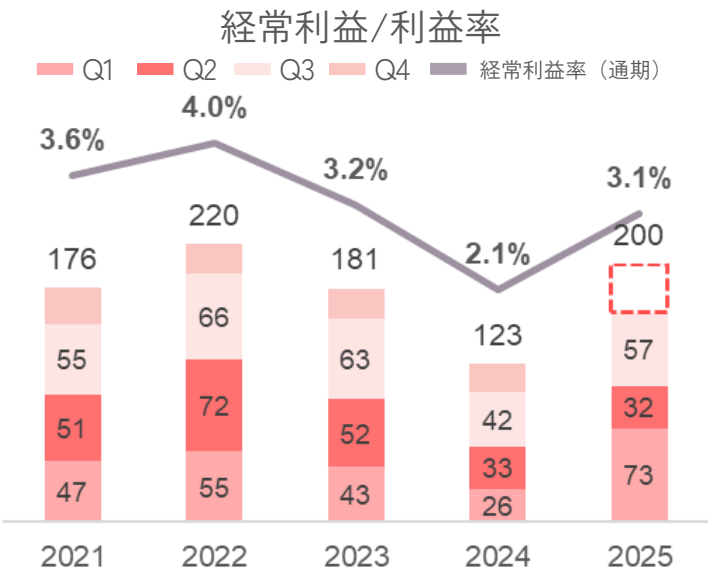
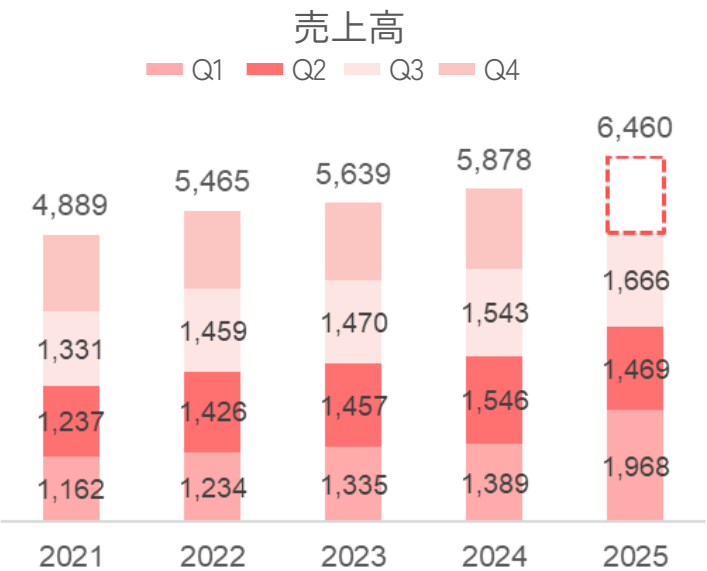
売上高 : +581億円 + 9.9%
経常利益 : + 77億円 +62.9%

前回予想から上方修正
経常利益 : + 5億円

25年度通期 業績予想

単位：億円

	金額	利益率	対前年		前回予想 (11/4開示)	修正額
			増減額	増減率		
食肉事業	売上高	-	+581	+9.9%	6,460	-
	営業利益	3.0%	+72	+59.6%	189	+5
	経常利益	3.1%	+77	+62.9%	195	+5



[食肉事業]

2025年度通期 予想
増減分析

国内事業： +30億円
（前回予想から変更なし）

海外事業： +47億円
（前回予想差：+6億円）

経常利益増減要因

単位：億円

		Q3累計	Q4	通期	通期
		実績	予測	予測	前回予想 (11/4開示) からの増減
24年度	経常利益	101	22	123	
国内要因	数量要因	+ 1	-	+ 1	-
	単価・経費 要因	+ 10	-	+ 10	+ 1
	相場・飼料影響 （生産事業）	+ 22	+ 5	+ 26	▲ 3
	物流単価影響	▲ 4	▲ 2	▲ 6	+ 2
海外	海外事業要因	+ 31	+ 16	+ 47	+ 6
営業外・ 他	その他	▲ 0	▲ 1	▲ 1	▲ 3
	営業外損益	+ 4	▲ 1	+ 2	+ 2
25年度	経常利益	162	38	200	+ 5

主な要因（見通し）

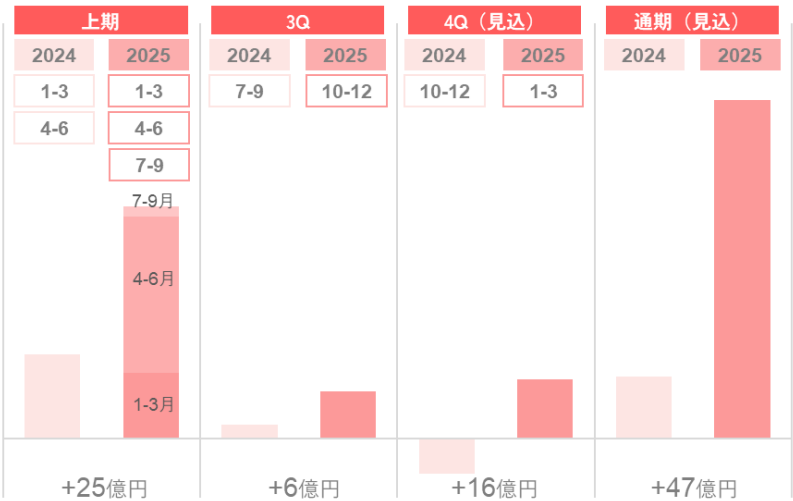
- 【数量要因】
- ・ポジション管理を引続き徹底、販売数量は前年並み
- 【単価要因】
- ・国産豚・輸入牛、鶏：リスク管理強化による採算改善
- 【相場・飼料影響（生産事業）】
- ・堅調な鶏肉相場が寄与
- 【物流単価影響】
- ・年間を通じて庸車運賃は上昇
- 【海外事業要因 ANZCO】
- ・堅調な事業環境は継続
 - ・北米向け牛肉、EU向け羊肉販売は引続き堅調に推移する見込み
（決算期変更による増減詳細はP21参照）

[食肉事業]

市況動向 (ANZCO Foods)

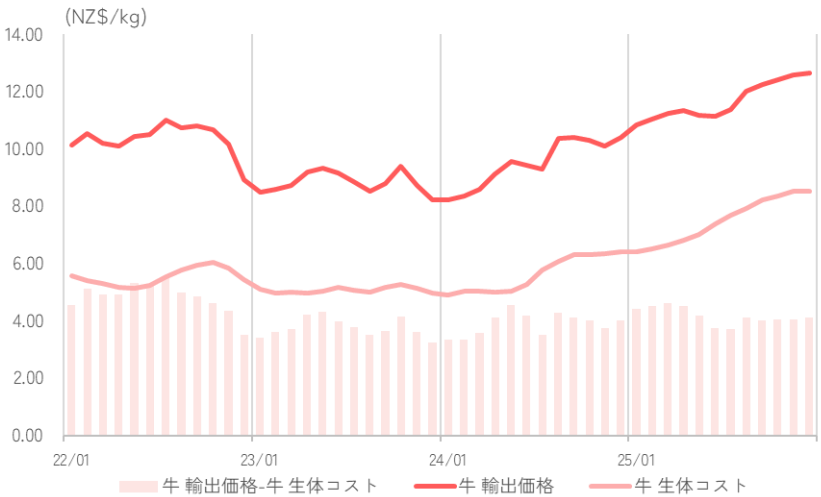
ANZCO経常利益 決算期変更影響比較

（前期：2024年1-12月、今期2025年1月-2026年3月）



ニュージーランド

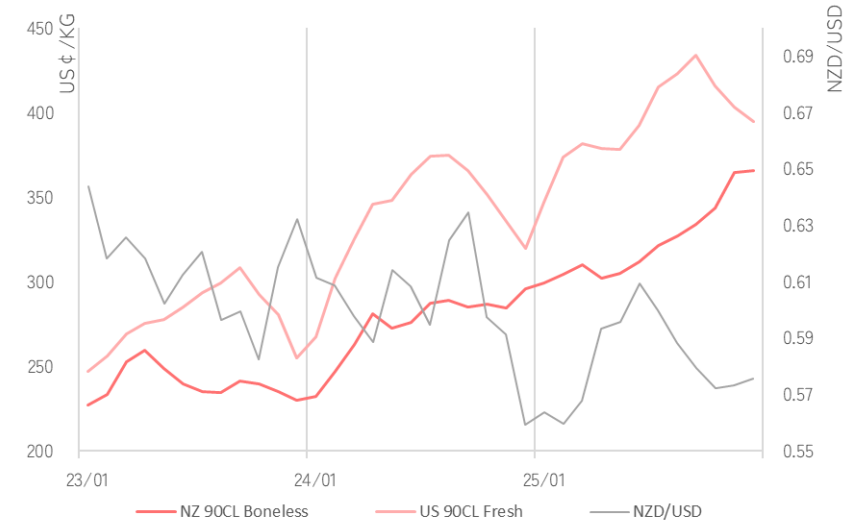
牛肉輸出価格、牛生体コスト 推移



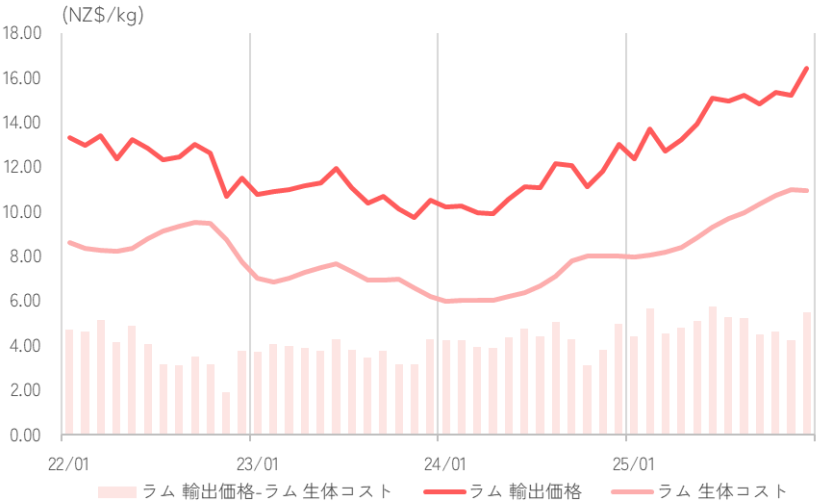
北米

※MLA

挽き材用赤身肉 国内相場、NZからの輸入価格 推移



ラム輸出価格、ラム生体コスト 推移

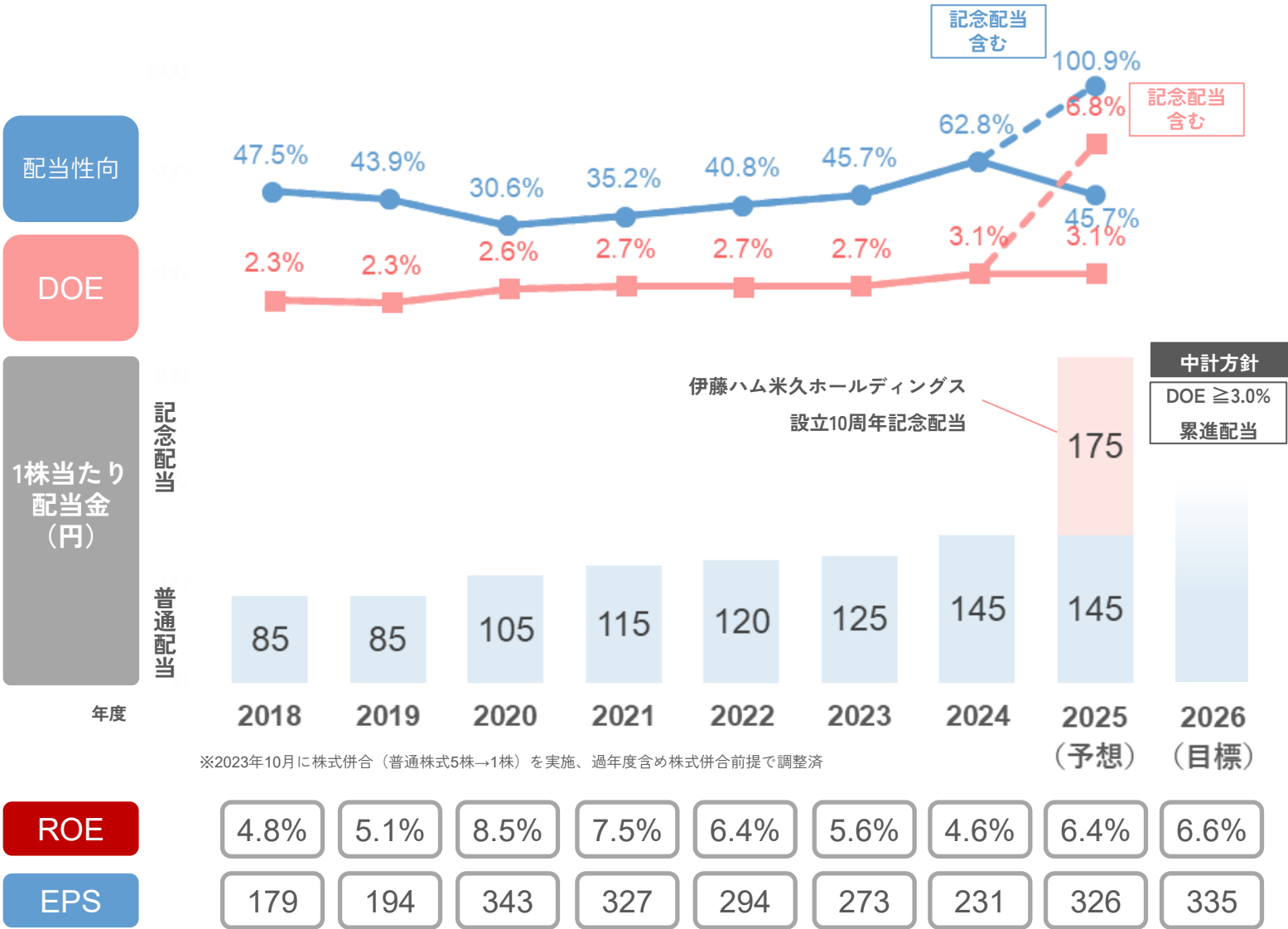


株主還元

配当政策

- ・ 2025年度は総額約100億円の記念配当を実施
- ・ 普通配当 1株あたり145円 (Q2末 70円 Q4末 75円)
- ・ 記念配当 1株あたり175円 (Q1末 85円 Q3末 90円)

前回予想から変更なし



【中期経営計画2026】 安定した株主還元を重視し、業績変動の影響を受けにくいDOEを配当の指標に採用

DOE 3.0%以上、累進配当

※対象：普通配当

DOE = ROE × 配当性向

ROE、配当性向を意識した配当を実施

01	決算ハイライト	
	・ 2025年度Q3累計 実績	5
	・ 2025年度通期 予想	15
02	決算補足データ	24
03	外部環境データ	35

※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

単位：億円

	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
売上高	7,585	8,200	+ 615
売上原価	6,540	7,079	+ 539
売上総利益	1,044	1,121	+ 76
売上比 (%)	13.8	13.7	▲ 0.1
販売費及び一般管理費	873	903	+ 30
売上比 (%)	11.5	11.0	▲ 0.5
営業利益	172	218	+ 46
売上比 (%)	2.3	2.7	+0.4
営業外損益	8	16	+ 8
経常利益	180	234	+ 54
売上比 (%)	2.4	2.8	+0.5
特別損益	1	▲ 0	▲ 1
税金等調整前利益	180	233	+ 53
当期純利益	123	160	+ 37
売上比 (%)	1.6	1.9	+0.3

地域別売上高

単位：億円

	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
売上高	7,585	8,200	+ 615
日本	6,475	6,610	+ 135
海外計	1,110	1,590	+ 480
(海外比率%)	14.6	19.4	+4.8
アジア	252	325	+ 73
北米	370	555	+ 185
オセアニア	258	373	+ 114
欧州	199	292	+ 93
その他	31	46	+ 15

販管費
営業外損益
特別損益

販売費および一般管理費

	単位：億円		
	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
売上高	7,585	8,200	+ 615
販管費計	873	903	+ 30
売上比（％）	11.5	11.0	▲0.5
人件費	275	289	+ 13
物流費	388	398	+ 9
広告宣伝費・販促費	38	40	+ 3
包装費	15	15	▲0
減価償却費	13	13	▲0
その他経費	143	148	+ 5

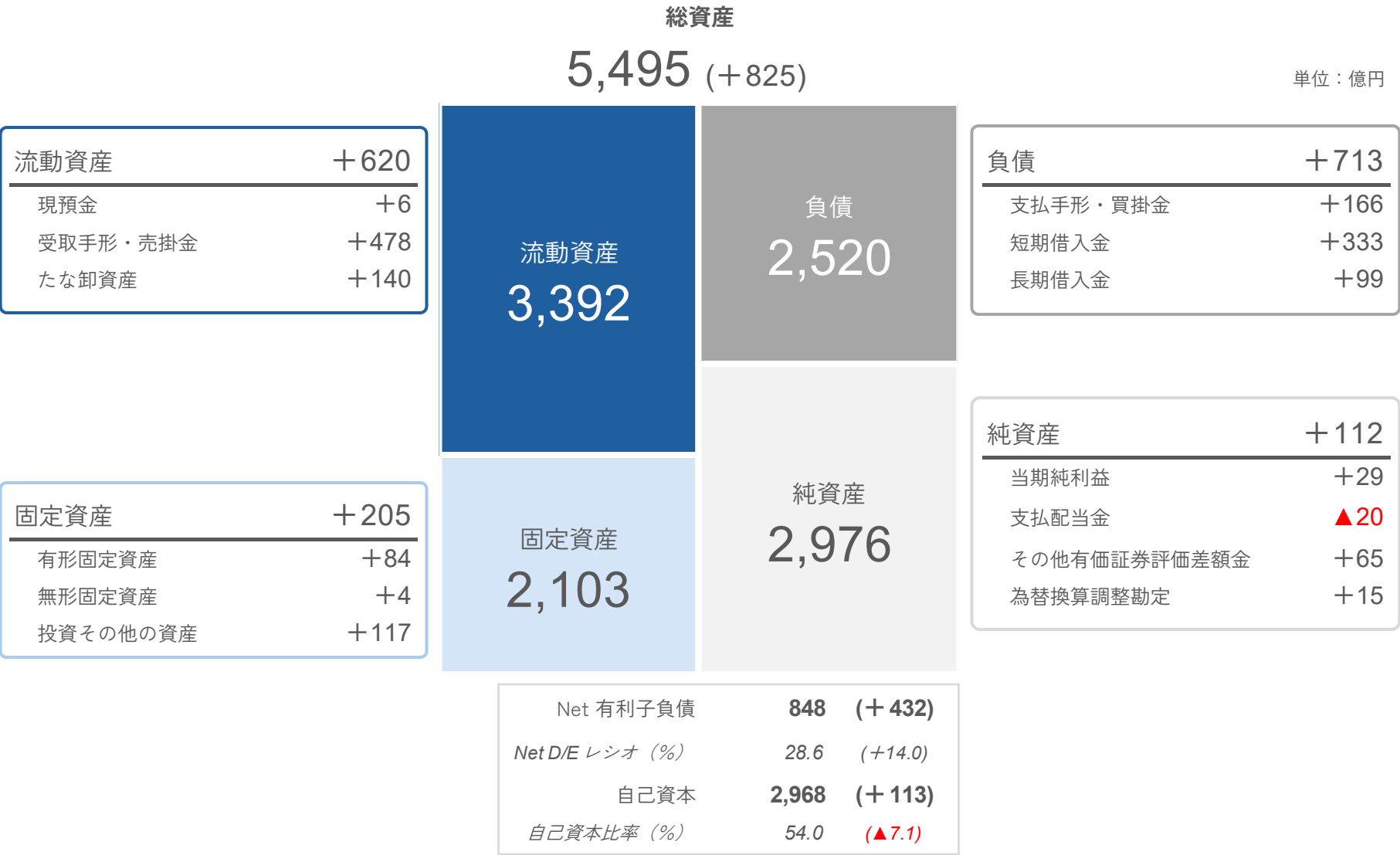
営業外損益

	単位：億円		
	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
営業外損益計	8	16	+8
持分法損益	10	14	+3
金融収支	▲11	▲13	▲2
助成金収入	2	5	+3
受取保険金	1	1	+0
その他	6	9	+2

特別損益

	単位：億円		
	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
特別損益計	1	▲0	▲1
投資有価証券売却損益	3	2	▲0
固定資産除却損	▲2	▲2	+0
減損損失	▲0	▲1	▲0
その他	▲0	▲0	▲0

貸借対照表

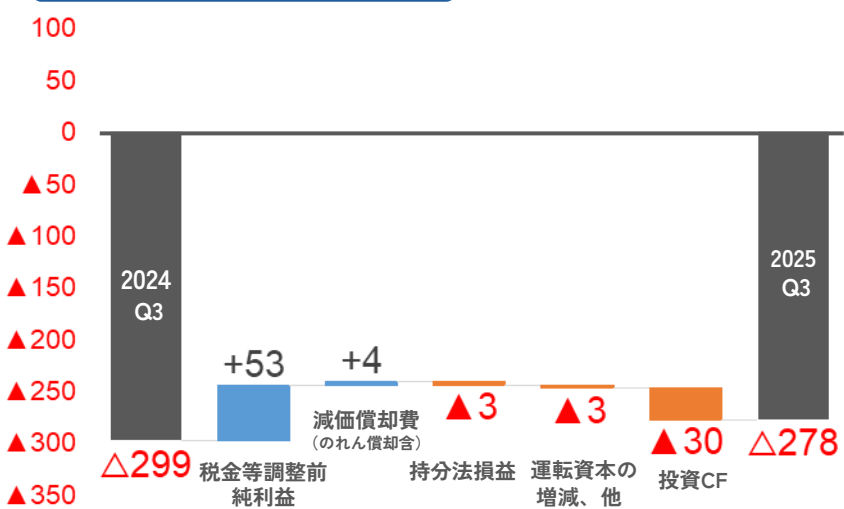


※増減は前年度末比較

キャッシュフロー
計算書

	単位：億円		
	24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減
①営業活動によるキャッシュ・フロー	▲132	▲81	+50
税金等調整前純利益	180	233	+53
減価償却費（のれん償却含む）	110	114	+4
売上債権の増減額（▲は増加）	▲285	▲475	▲190
たな卸資産の増減額（▲は増加）	▲124	▲131	▲7
仕入債務の増減額（▲は増加）	37	163	+126
その他	▲50	14	+64
②投資活動によるキャッシュ・フロー	▲167	▲197	▲30
③財務活動によるキャッシュ・フロー	251	281	+30
④現金及び現金同等物の期末残高	183	212	+29
①+② F C F	▲299	▲278	+21

フリーキャッシュフロー増減



減価償却費

25年度Q3累計実績 101 億円（ 97 億円）

設備投資

25年度Q3累計実績 200 億円（ 164 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		
	24年度	25年度		24年度	25年度		24年度	25年度	
	Q3	Q3	増減	Q3	Q3	増減	Q3	Q3	増減
売上高	7,585	8,200	+615	3,107	3,097	▲10	4,477	5,103	+625
ハム・ソーセージ	1,466	1,475	+10	1,367	1,376	+9	99	99	+0
プロパー	1,359	1,379	+20	1,260	1,280	+19	99	99	+0
ギフト	106	96	▲10	106	96	▲10	-	-	-
調理加工食品	1,244	1,273	+30	1,079	1,060	▲19	164	213	+49
食肉	4,647	5,184	+537	626	628	+1	4,021	4,556	+535
牛肉	2,179	2,409	+230	271	284	+13	1,908	2,125	+217
豚肉	1,480	1,493	+14	207	211	+5	1,273	1,282	+9
鶏肉	673	766	+93	145	129	▲16	527	637	+109
羊肉・他	315	515	+200	3	3	▲0	312	513	+200
その他	228	268	+39	35	33	▲2	193	234	+41

02 決算補足データ

家庭用主力商品 カテゴリー／商品別 伸長率 (四半期推移)

- ・ 自社 マーケットシェア
- ・ 自社 売上伸長率
- ・ 市場 購入金額伸長率

		2024年度				2025年度			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ハムソーセージ	シェア (%)	22.0	21.9	22.6	21.8	22.5	22.4	23.2	
	シェア前年差	+1.0	+1.2	+0.4	+0.4	+0.5	+0.6	+0.6	
	売上伸長率 (自社)	+1.4	+3.1	+0.3	+1.5	+3.2	▲0.0	▲1.1	
ウインナー	シェア (%)	20.6	20.4	19.9	19.9	21.0	20.8	20.2	
	シェア前年差	+0.4	+0.7	+0.8	+0.7	+0.4	+0.4	+0.3	
	売上伸長率 (自社)	▲1.9	+1.8	+1.1	+0.3	+3.5	▲0.6	+0.0	
アルトバイエルン	シェア (%)	6.8	6.2	6.8	6.3	7.2	7.3	7.7	
	シェア前年差	+0.3	+0.2	+0.3	+0.0	+0.4	+1.0	+0.8	
	売上伸長率 (自社)	▲1.7	+3.3	▲1.9	▲3.7	+8.0	+3.6	+8.7	
ポークピッツ	シェア (%)	2.5	2.6	2.2	2.5	2.8	2.7	2.2	
	シェア前年差	+0.1	+0.1	+0.0	+0.1	+0.3	+0.1	+0.0	
	売上伸長率 (自社)	+5.0	+4.4	+4.5	+2.6	+5.2	+4.0	▲1.0	
御殿場あらびき	シェア (%)	1.9	1.7	2.0	2.0	2.0	2.0	2.0	
	シェア前年差	+0.2	▲0.2	+0.1	+0.2	+0.1	+0.3	+0.0	
	売上伸長率 (自社)	+14.4	+8.5	+8.3	+7.1	+4.9	+6.5	+2.3	
ハム&ベーコン	シェア (%)	24.0	23.9	25.1	24.4	24.8	24.8	26.3	
	シェア前年差	+2.0	+1.7	+0.0	+0.0	+0.8	+0.9	+1.2	
	売上伸長率 (自社)	+3.3	+4.1	+1.0	+0.0	+2.1	+2.3	+1.8	
朝のフレッシュ	シェア (%)	10.2	10.3	8.5	9.9	11.0	11.0	9.6	
	シェア前年差	+1.1	+1.5	+0.1	+0.2	+0.8	+0.7	+1.1	
	売上伸長率 (自社)	+12.1	+13.7	+1.0	▲5.8	+4.1	+4.7	+6.7	
燻工房	シェア (%)	2.6	3.1	2.6	2.8	3.0	3.2	2.9	
	シェア前年差	+0.2	+0.3	+0.1	+0.1	+0.3	+0.2	+0.3	
	売上伸長率 (自社)	+18.8	+18.8	+21.9	+16.8	+11.8	+15.0	+9.8	
原型ベーコン	シェア (%)	1.6	1.5	1.7	2.0	1.7	1.5	1.7	
	シェア前年差	▲0.0	▲0.1	▲0.2	+0.2	+0.1	▲0.0	▲0.0	
	売上伸長率 (自社)	+2.9	+3.9	+4.0	+0.3	+0.9	+1.7	▲2.7	
チルドチキン惣菜	シェア (%)	22.2	20.6	23.4	20.8	22.4	20.4	22.4	
	シェア前年差	▲0.0	▲1.5	▲1.1	▲2.3	+0.2	▲0.2	▲1.0	
	売上伸長率 (自社)	▲6.3	▲11.4	▲6.0	▲8.9	▲3.8	▲5.9	+2.1	
サラダチキン	シェア (%)	8.7	8.1	6.8	7.6	8.5	8.1	6.7	
	シェア前年差	▲0.0	▲1.0	▲1.5	▲0.8	▲0.1	▲0.0	▲0.1	
	売上伸長率 (自社)	+2.2	▲6.7	▲5.8	▲7.9	▲7.8	▲1.8	+6.4	
チキンナゲット	シェア (%)	5.0	4.1	5.6	4.5	5.6	4.6	5.3	
	シェア前年差	+0.5	+0.2	+0.6	▲0.8	+0.6	+0.6	▲0.3	
	売上伸長率 (自社)	+1.9	+2.5	+2.5	▲11.5	+4.6	▲7.0	▲10.0	
チルドピザ&スナック	シェア (%)	32.5	32.4	36.7	33.3	31.7	33.9	37.2	
	シェア前年差	+2.9	+2.5	▲0.1	▲0.8	▲0.7	+1.5	+0.5	
	売上伸長率 (自社)	+12.8	+11.2	▲5.1	▲5.4	▲6.0	▲8.0	+7.2	
ピザガーデン	シェア (%)	19.9	20.6	16.9	18.1	19.0	18.6	16.9	
	シェア前年差	+5.5	+5.4	+1.5	+1.6	▲0.9	▲2.0	+0.0	
	売上伸長率 (自社)	+37.2	+36.4	+9.3	+3.3	▲5.5	▲14.7	▲5.7	
ラ・ピッツァ	シェア (%)	5.2	4.0	3.5	3.3	3.8	3.8	3.2	
	シェア前年差	▲2.3	▲3.0	▲3.6	▲3.6	▲1.5	▲0.2	▲0.3	
	売上伸長率 (自社)	▲25.0	▲31.9	▲43.9	▲42.5	▲22.3	▲16.8	+5.0	

四半期実績 詳細

単位：億円

		Q1 (4-6月)			Q2 (7-9月)			Q3 (10-12月)		
		'24年度 実績	'25年度 実績	前期差	'24年度 実績	'25年度 実績	前期差	'24年度 実績	'25年度 実績	前期差
H D 連 結	売上高	2,358	2,971	+613	2,551	2,453	▲99	2,676	2,777	+101
	営業利益	39	91	+52	49	40	▲8	84	86	+3
	営業利益率(%)	1.7	3.1	+1.4	1.9	1.6	▲0.3	3.1	3.1	▲0.0
	経常利益	44	92	+48	47	45	▲2	90	97	+8
	経常利益率(%)	1.9	3.1	+1.2	1.8	1.8	▲0.0	3.3	3.5	+0.2
加 工 食 品 事 業	売上高	969	1,003	+34	1,006	983	▲22	1,133	1,111	▲22
	営業利益	20	21	+1	16	15	▲0	48	42	▲6
	営業利益率(%)	2.0	2.1	+0.1	1.6	1.6	▲0.0	4.2	3.7	▲0.5
	経常利益	21	22	+1	18	16	▲1	49	43	▲6
	経常利益率(%)	2.2	2.2	+0.0	1.7	1.7	▲0.1	4.3	3.9	▲0.5
食 肉 事 業	売上高	1,389	1,968	+579	1,546	1,469	▲77	1,543	1,666	+123
	営業利益	25	75	+50	37	29	▲8	39	49	+10
	営業利益率(%)	1.8	3.8	+2.0	2.4	2.0	▲0.4	2.6	2.9	+0.4
	経常利益	26	73	+47	33	32	▲1	42	57	+15
	経常利益率(%)	1.9	3.7	+1.8	2.1	2.2	+0.1	2.7	3.4	+0.7
そ の 他 ・ 調 整	売上高	0	0	▲0	0	0	▲0	0	0	▲0
	営業利益	▲6	▲5	+1	▲4	▲4	+0	▲3	▲4	▲1
	経常利益	▲4	▲4	+0	▲4	▲4	▲0	▲2	▲3	▲2

通期業績予想 詳細

単位：億円

		上期			下期					通期				
		'24年度 実績	'25年度 実績	前期差	'24年度 実績	'25年度 予想	前期差	前回 予想	前回差	'24年度 実績	'25年度 予想	前期差	前回 予想	前回差
		(11/4開示)	(11/4開示)		(2/5開示)	(2/5開示)	(11/4開示)			(2/5開示)	(2/5開示)	(11/4開示)		
H D 連 結	売上高	4,909	5,424	+514	4,979	5,076	+98	5,076	-	9,888	10,500	+612	10,500	-
	営業利益	88	132	+43	108	143	+36	138	+5	196	275	+79	270	+5
	営業利益率(%)	1.8	2.4	+0.6	2.2	2.8	+0.7	2.7	+0.1	2.0	2.6	+0.6	2.6	+0.0
	経常利益	90	136	+46	117	149	+31	144	+5	208	285	+77	280	+5
	経常利益率(%)	1.8	2.5	+0.7	2.4	2.9	+0.6	2.8	+0.1	2.1	2.7	+0.6	2.7	+0.0
加 工 食 品 事 業	売上高	1,974	1,986	+12	2,034	2,054	+19	2,054	-	4,009	4,040	+31	4,040	-
	営業利益	36	37	+1	55	59	+4	59	-	91	96	+5	96	-
	営業利益率(%)	1.8	1.8	+0.0	2.7	2.9	+0.2	2.9	-	2.3	2.4	+0.1	2.4	-
	経常利益	39	39	▲0	58	61	+3	61	-	97	100	+3	100	-
	経常利益率(%)	2.0	2.0	▲0.0	2.9	3.0	+0.1	3.0	-	2.4	2.5	+0.1	2.5	-
食 肉 事 業	売上高	2,935	3,437	+503	2,944	3,023	+79	3,023	-	5,879	6,460	+581	6,460	-
	営業利益	62	104	+41	59	90	+31	85	+5	122	194	+72	189	+5
	営業利益率(%)	2.1	3.0	+0.9	2.0	3.0	+1.0	2.8	+0.2	2.1	3.0	+0.9	2.9	+0.1
	経常利益	59	105	+46	64	95	+31	90	+5	123	200	+77	195	+5
	経常利益率(%)	2.0	3.0	+1.0	2.2	3.1	+1.0	3.0	+0.2	2.1	3.1	+1.0	3.0	+0.1
そ の 他 ・ 調 整	売上高	0	0	▲0	0	▲0	▲0	▲0	-	0	0	▲0	-	-
	営業利益	▲10	▲9	+1	▲7	▲6	+1	▲6	-	▲17	▲15	+2	▲15	-
	経常利益	▲7	▲7	+0	▲5	▲8	▲3	▲8	-	▲12	▲15	▲3	▲15	-

通期業績予想
利益増減分析推移

加食	上期	下期				通期			
	実績	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想
前年経常利益	39	58	58	58	58	97	97	97	97
数量要因	▲14	+7	+7	-	▲5	+7	+3	▲14	▲19
単価・経費要因	+53	+10	+11	+12	+16	+45	+55	+65	+69
原材料・光熱費影響	▲30	+1	+1	▲5	▲0	▲34	▲35	▲35	▲30
物流単価影響	▲8	▲3	▲5	▲5	▲9	▲6	▲12	▲13	▲17
その他	▲0	+0	+1	+2	+1	+1	+2	+2	+1
営業外損益	▲1	▲1	▲1	▲1	+1	▲2	▲2	▲2	▲0
当年経常利益	39	72	72	61	61	108	108	100	100

食肉	上期	下期				通期			
	実績	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想
前年経常利益	59	64	64	64	64	123	123	123	123
数量要因	+1	▲3	▲3	-	-	▲5	▲5	+1	+1
単価・経費要因	+5	+10	+10	+4	+5	+15	+19	+9	+10
相場・飼料影響（生産事業）	+16	+1	+4	+13	+10	+8	+16	+29	+26
物流単価影響	▲3	▲2	▲5	▲5	▲3	▲4	▲10	▲8	▲6
海外事業要因	+25	+12	+12	+16	+22	+40	+38	+41	+47
その他	+0	▲0	▲1	+1	▲2	▲1	▲2	+1	▲1
営業外損益	+2	+1	+2	▲2	-	+6	+3	+1	+2
当年経常利益	105	83	83	90	95	182	182	195	200

その他・調整	上期	下期				通期			
	実績	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想	5/2予想	8/4予想	11/4予想	2/5予想
前年経常利益	▲7	▲5	▲5	▲5	▲5	▲12	▲12	▲12	▲12
その他	+1	▲0	▲0	+1	+1	+3	+3	+2	+2
営業外損益	▲1	▲3	▲3	▲3	▲3	▲5	▲5	▲4	▲4
当年経常利益	▲7	▲8	▲8	▲8	▲8	▲15	▲15	▲15	▲15

サステナビリティ

マテリアリティ KPI進捗

KPI（目標）		22年度実績	23年度実績	24年度実績
冷凍食品販売額 2026年度 200億円		153 (億円)	167	178
温室効果ガス排出量（CO2換算） 2030年度 2016年度比半減、2050年ネットゼロ (2016年度 375千t-CO2、2030年度188千t-CO2)		-3.3 (%)	-5.0	-12.7
エネルギー・用水使用量（原単位） 2021年度を基準年として毎年1％削減、3年で3％削減	エネルギー	-2.5 (%)	-1.8	-8.2
	用水	-3.5 (%)	-2.0	-0.8
廃棄物排出量（原単位） 2021年度を基準年として、毎年1％削減、3年で3％削減		-3.4 (%)	-9.6	-6.1
エンゲージメントスコア 2026年度 60％以上		52.0 (%)	実施なし	48.0
管理職の女性比率 国内連結子会社 2030年度 10%		5.4 (%)	6.0	7.1
係長級の女性比率 国内連結子会社 2030年度 20%		11.5 (%)	11.8	14.0
有給休暇取得率（1人当たり年間） 2025年度 70%		69.7 (%)	70.9	67.9
動物の糞のリサイクル率 100％維持		100 (%)	100	100
ヘルスケア事業の売上高 2025年度 105百万豪ドル		54 (百万豪ドル)	97	104
サプライヤー調査カバー率 2022年度より調達額80％を対象として毎年実施		155 (社) (80%以上)	163 (80%以上)	162 (80%以上)
妊娠ストール（豚）の廃止 妊娠舎を新築・改築する場合は、妊娠ストール方式を廃止し、群飼方式もしくはフリーストール方式の飼育方法とする		妊娠舎の新築・改築なし	妊娠舎の新築・改築なし	妊娠舎の新築・改築なし
食品安全の第三者認証拠点比率 100％を維持		98 (%)	100	100

詳細は弊社HPをご確認ください

ESGデータブックは [こちら](#) から

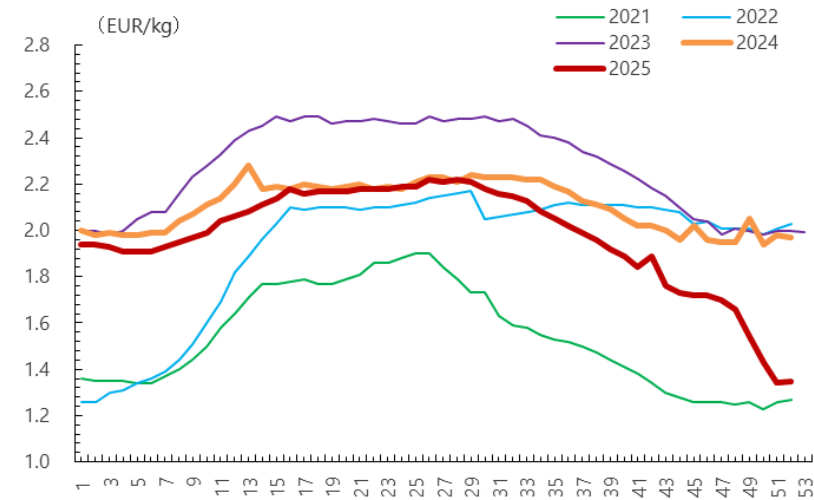
01	決算ハイライト	
	・ 2025年度Q3累計 実績	5
	・ 2025年度通期 予想	15
02	決算補足データ	24
03	外部環境データ	35

※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。

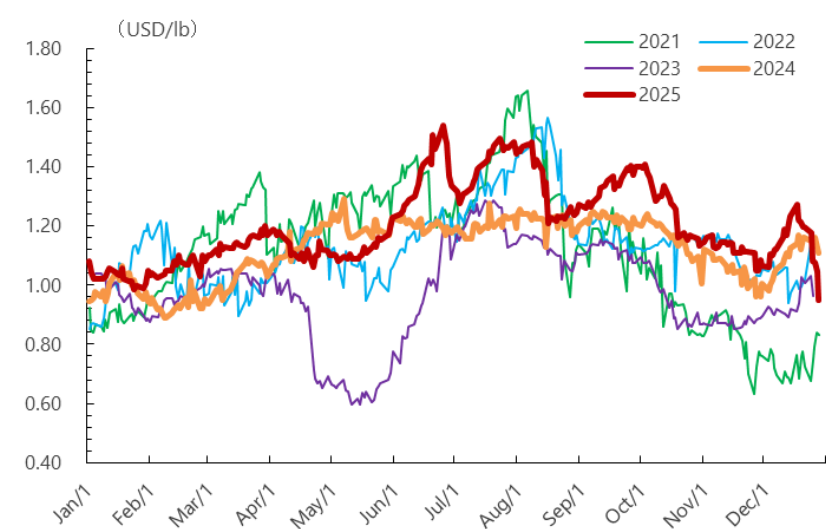
海外原料相場



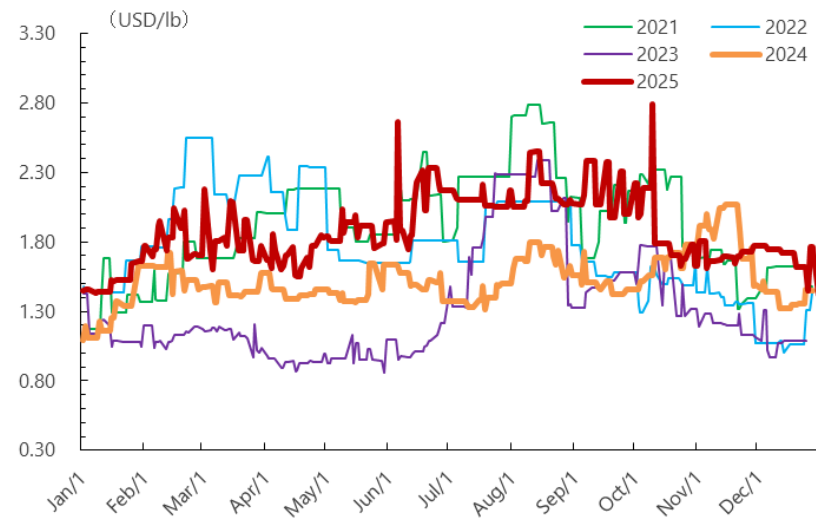
スペイン 現地相場（豚枝肉）



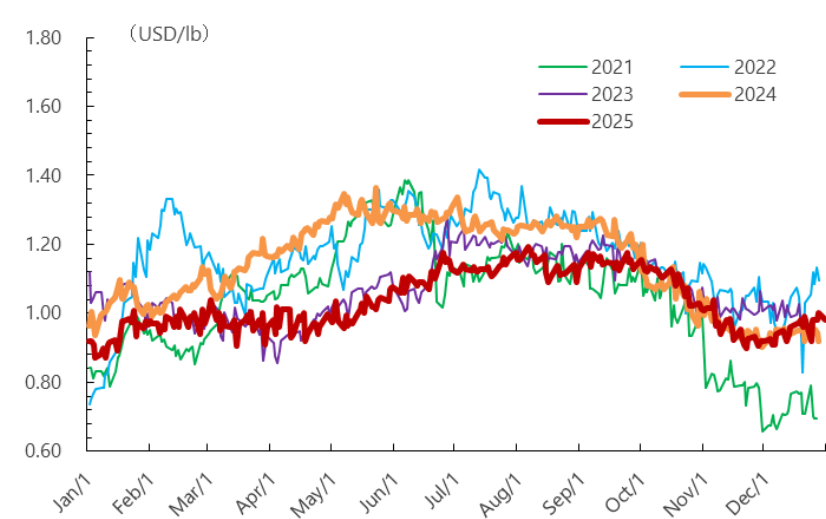
米国 現地相場（豚ピクニック）



米国 現地相場（豚ベリー）



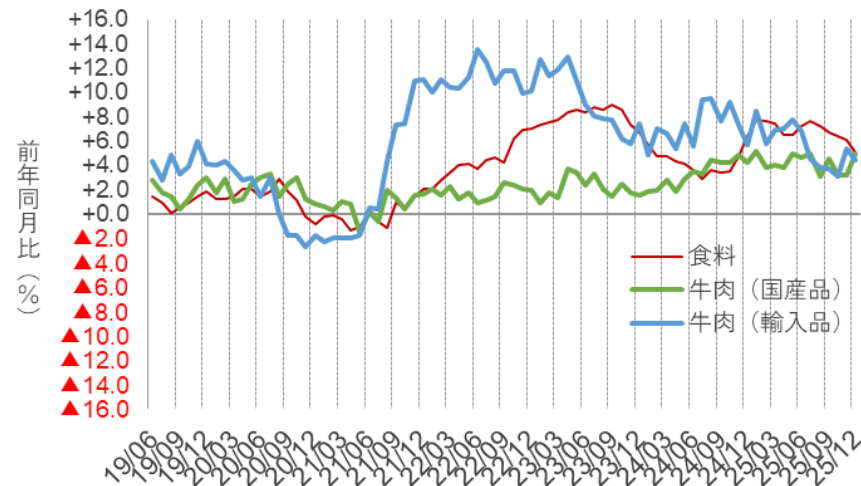
米国 現地相場（豚ロイン）



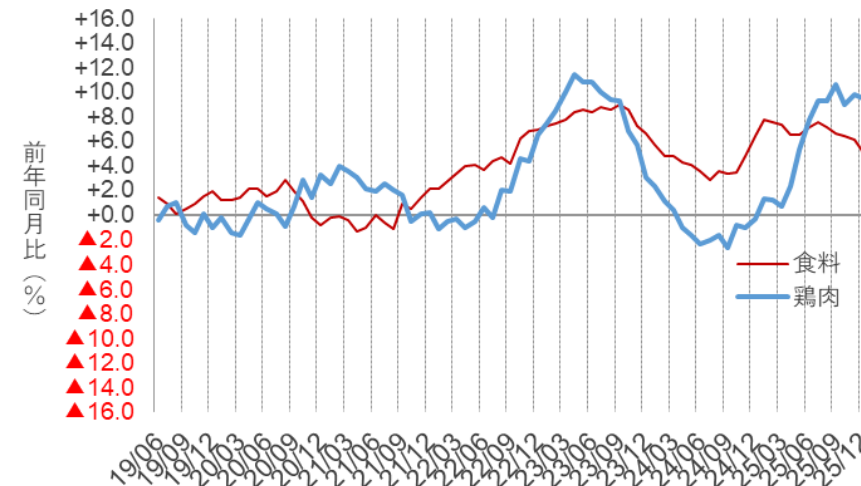
消費者物価指数
(CPI)



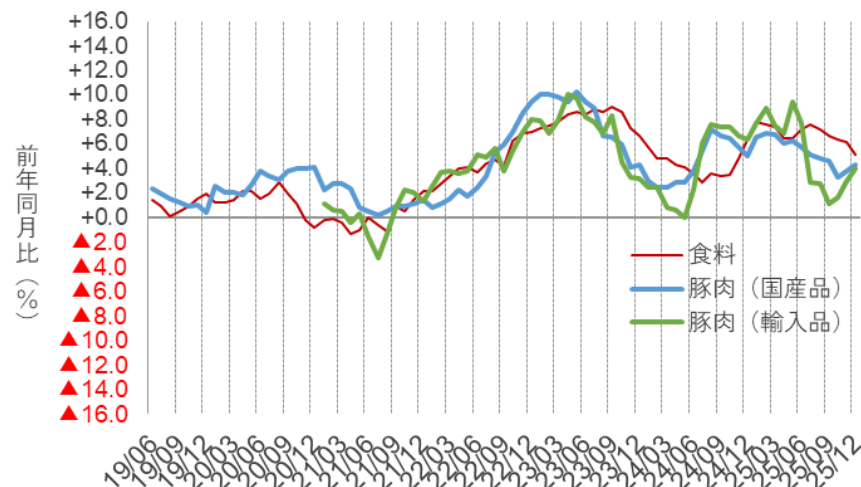
牛肉



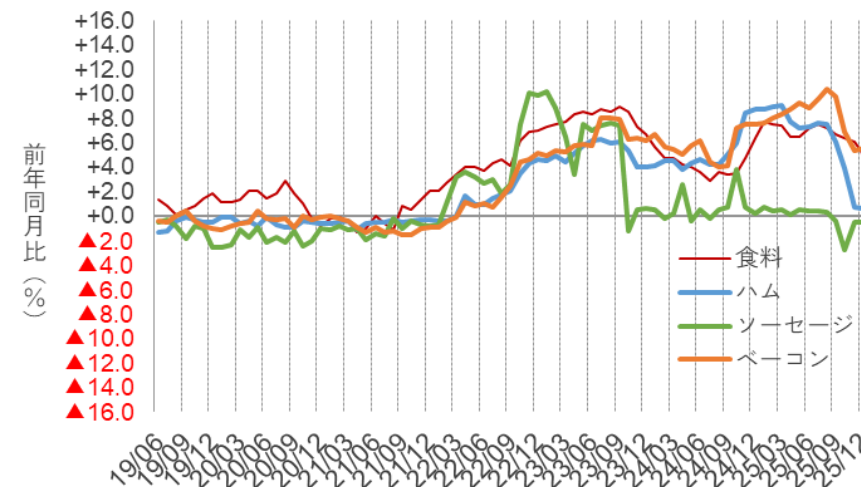
鶏肉



豚肉



加工肉



資料：総務省 消費者物価指数

ハム・ソーセージ
生産量/輸入量

4～11月期間計

【生産量】 前年より ▲3.0%

24年度 342,020 トン
25年度 331,847 トン

【輸入量】 前年より ▲5.0%

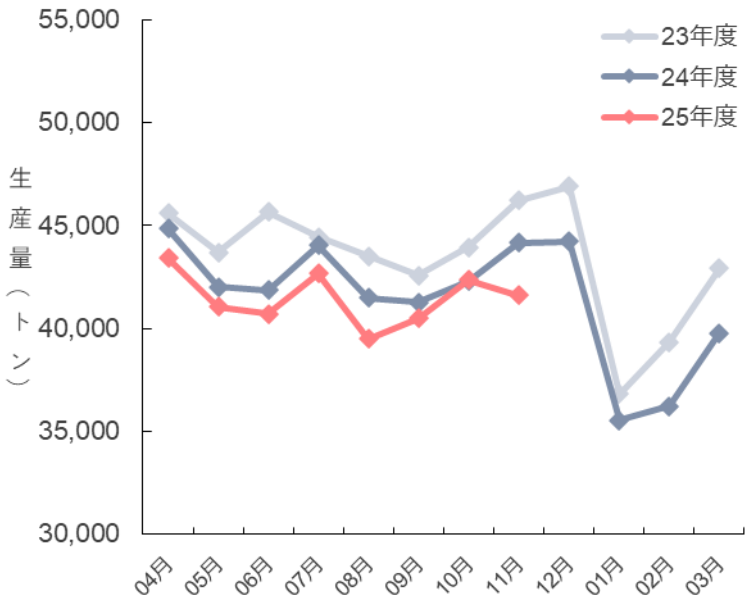
24年度 22,377 トン
25年度 21,248 トン

【合計】 前年より ▲3.1%

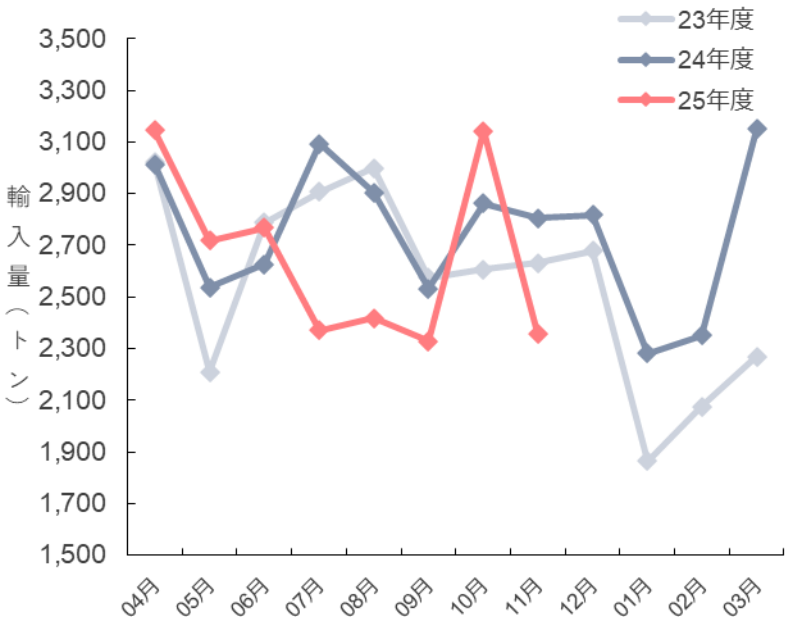
24年度 364,397 トン
25年度 353,095 トン



国内生産量推移



輸入量推移



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	24年度	重量	44,867	42,018	41,873	44,046	41,485	41,252	42,311	44,167	44,220	35,518	36,210	39,779	497,746
		(増減率)	-1.6%	-3.8%	-8.3%	-0.9%	-4.7%	-3.1%	-3.7%	-4.4%	-5.7%	-3.5%	-8.0%	-7.3%	-4.6%
	25年度	重量	43,426	41,061	40,704	42,678	39,497	40,498	42,361	41,622					331,847
		(増減率)	-3.2%	-2.3%	-2.8%	-3.1%	-4.8%	-1.8%	0.1%	-5.8%					-3.0%
輸入量	24年度	重量	3,015	2,538	2,626	3,093	2,905	2,533	2,862	2,806	2,817	2,282	2,351	3,151	32,977
		(増減率)	-0.2%	14.9%	-5.8%	6.4%	-3.2%	-1.6%	9.8%	6.6%	5.1%	22.5%	13.3%	38.9%	7.7%
	25年度	重量	3,144	2,719	2,767	2,370	2,419	2,328	3,143	2,358					21,248
		(増減率)	4.3%	7.1%	5.4%	-23.4%	-16.7%	-8.1%	9.8%	-16.0%					-5.0%
合計	24年度	重量	47,881	44,556	44,499	47,139	44,390	43,785	45,173	46,973	47,036	37,800	38,561	42,930	530,723
		(増減率)	-1.6%	-2.9%	-8.2%	-0.4%	-4.6%	-3.1%	-3.0%	-3.8%	-5.1%	-2.2%	-6.9%	-5.0%	-3.9%
	25年度	重量	46,571	43,780	43,472	45,048	41,915	42,826	45,503	43,980					353,095
		(増減率)	-2.7%	-1.7%	-2.3%	-4.4%	-5.6%	-2.2%	0.7%	-6.4%					-3.1%

03 外部環境データ

ハム・ソーセージ シェア (ハム・ソーセージ トータル)

【自社シェア】

4～12月期間計

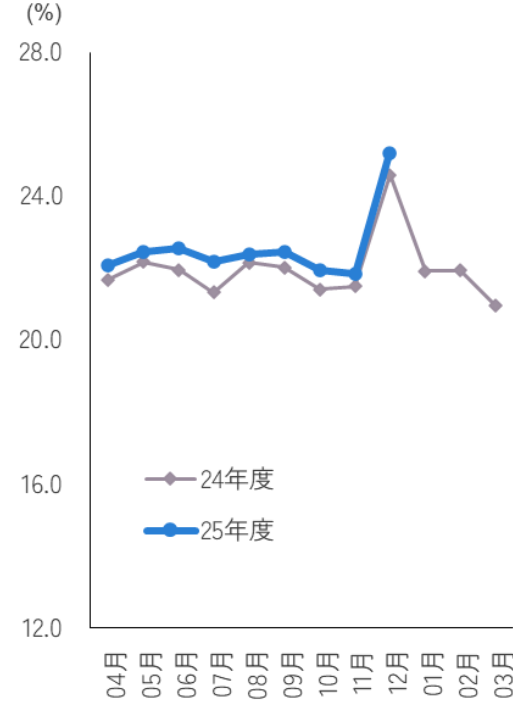
前年 22.2%

今年 22.7%

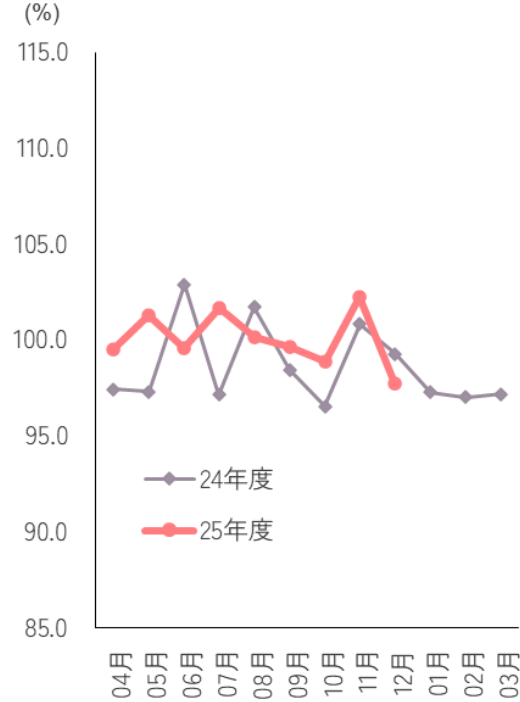
前年より +0.6%



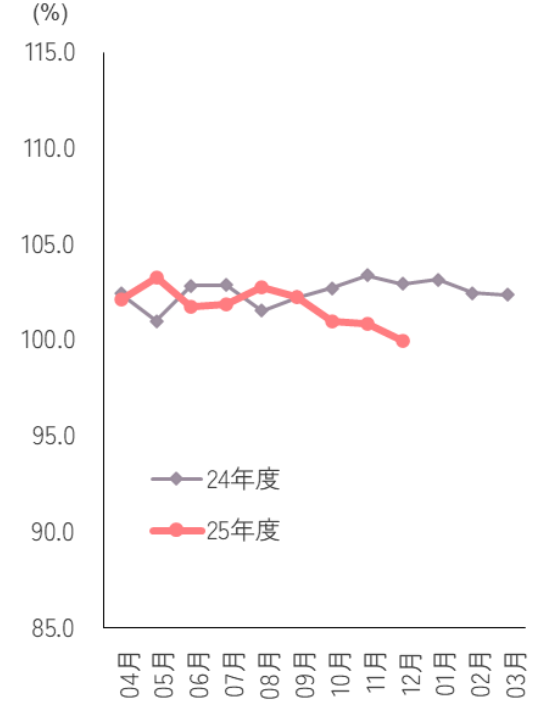
【自社】 市場シェア



【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】													
24年度	21.7	22.2	22.0	21.3	22.2	22.0	21.4	21.5	24.6	21.9	22.0	21.0	22.1
25年度	22.1	22.5	22.6	22.2	22.4	22.5	22.0	21.9	25.2				22.7
【100人あたり購入金額前年比】													
24年度	97.5	97.3	102.9	97.2	101.7	98.5	96.6	100.8	99.3	97.3	97.1	97.2	99.0
25年度	99.5	101.3	99.6	101.7	100.2	99.7	98.9	102.3	97.8				100.0
【単価前年比】													
24年度	102.4	101.0	102.9	102.9	101.5	102.2	102.7	103.4	102.9	103.2	102.5	102.4	102.6
25年度	102.1	103.3	101.7	101.9	102.8	102.3	101.0	100.9	100.0				101.6

03 外部環境データ

ハム・ソーセージ シェア (ウインナー)

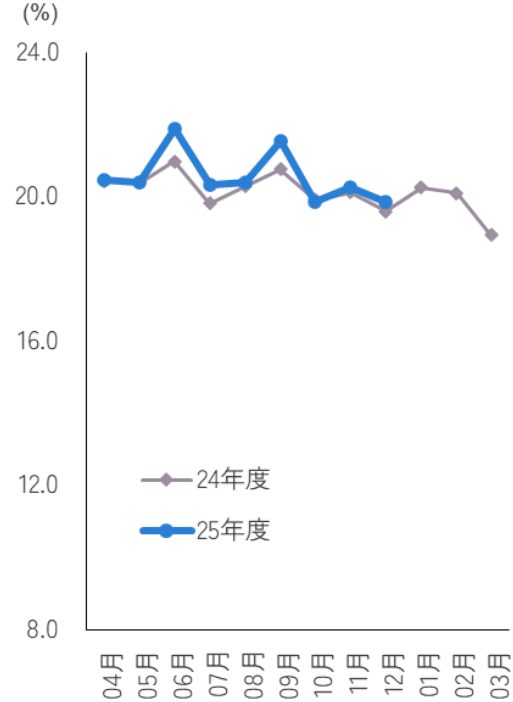
【自社シェア】

4～12月期間計

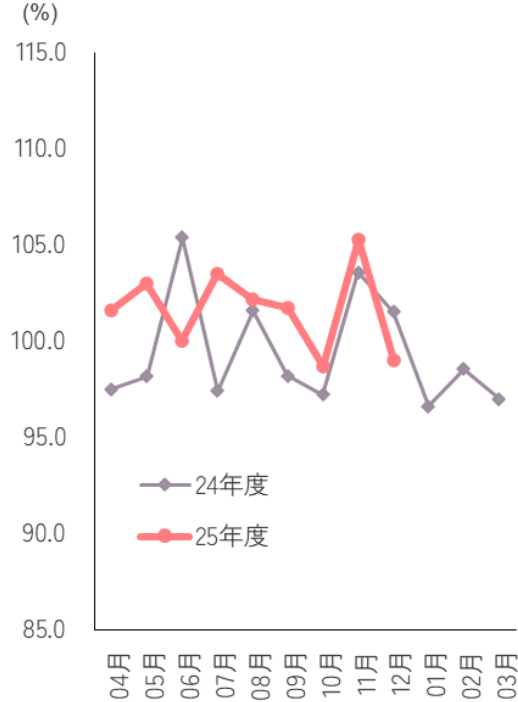
前年	20.3%
今年	20.6%
前年より	+0.4%



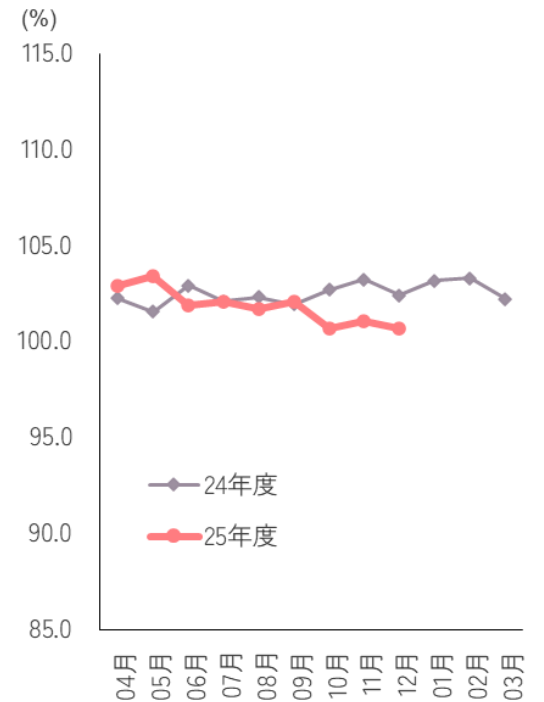
【自社】 市場シェア



【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】													
24年度	20.4	20.4	21.0	19.8	20.3	20.8	19.9	20.1	19.6	20.3	20.1	18.9	20.2
25年度	20.5	20.4	21.9	20.3	20.4	21.6	19.9	20.3	19.9				20.6
【100人当たり購入金額前年比】													
24年度	97.5	98.2	105.4	97.4	101.6	98.2	97.2	103.6	101.5	96.6	98.6	97.0	99.8
25年度	101.6	103.0	100.0	103.5	102.2	101.7	98.7	105.3	99.0				101.4
【単価前年比】													
24年度	102.3	101.6	102.9	102.1	102.3	101.9	102.7	103.2	102.4	103.2	103.3	102.2	102.5
25年度	102.9	103.4	101.9	102.1	101.7	102.1	100.7	101.1	100.7				101.7

03 外部環境データ

ハム・ソーセージ シェア (スライスパック)

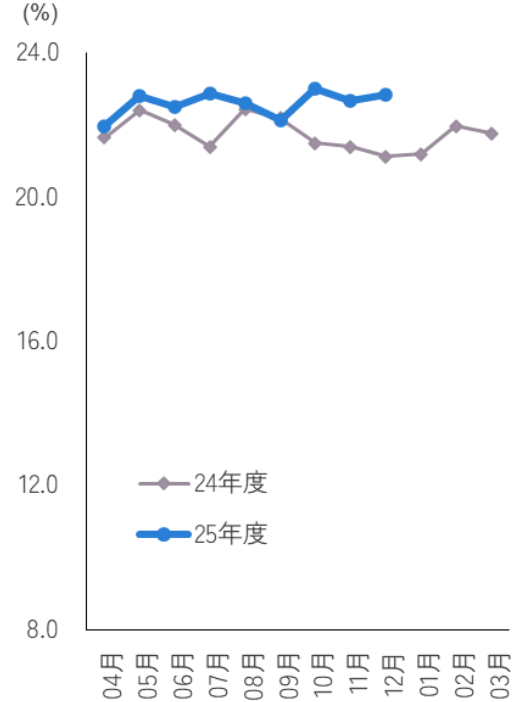
【自社シェア】

4～12月期間計

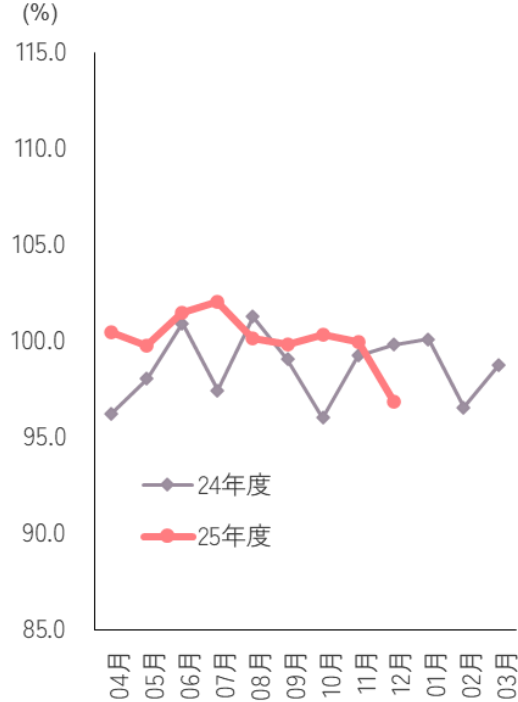
前年 21.8%
今年 22.6%
前年より +0.9%



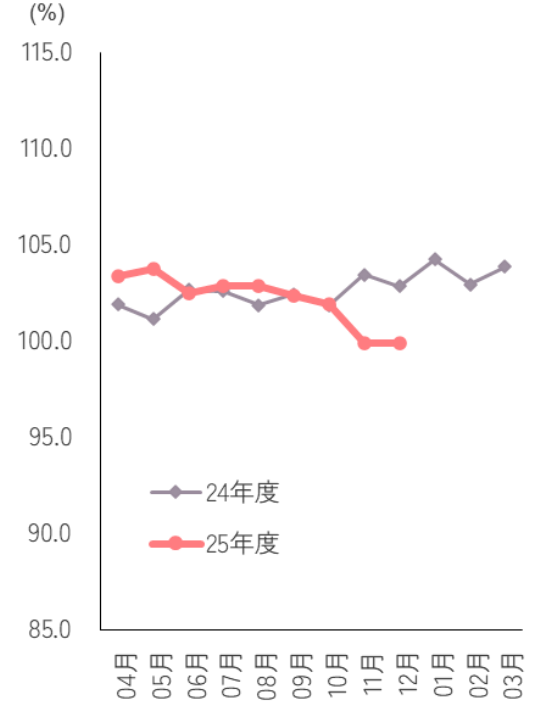
【自社】 市場シェア



【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】													
24年度	21.6	22.4	22.0	21.4	22.4	22.2	21.5	21.4	21.1	21.2	22.0	21.8	21.8
25年度	21.9	22.8	22.5	22.9	22.6	22.1	23.0	22.7	22.8				22.6
【100人あたり購入金額前年比】													
24年度	96.2	98.0	100.9	97.4	101.3	99.0	96.0	99.2	99.8	100.1	96.6	98.7	98.7
25年度	100.4	99.7	101.5	102.0	100.1	99.9	100.3	99.9	96.8				100.3
【単価前年比】													
24年度	101.9	101.1	102.7	102.6	101.9	102.4	101.9	103.4	102.8	104.3	102.9	103.9	102.6
25年度	103.4	103.8	102.5	102.9	102.9	102.4	101.9	99.9	99.9				102.2

03 外部環境データ

調理加工食品
シェア
(ピザ)

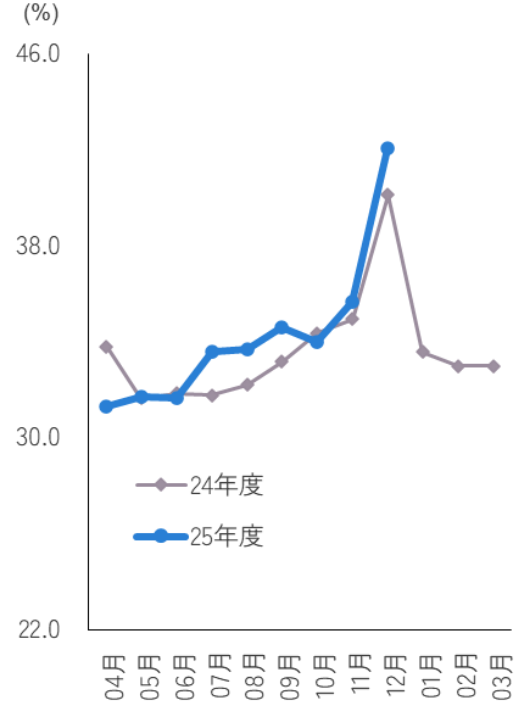
【自社シェア】

4～12月期間計

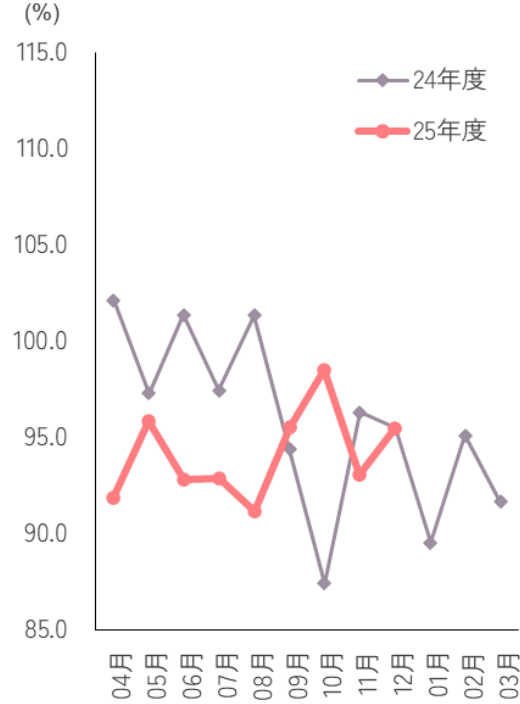
前年 33.9%
今年 34.4%
前年より +0.5%



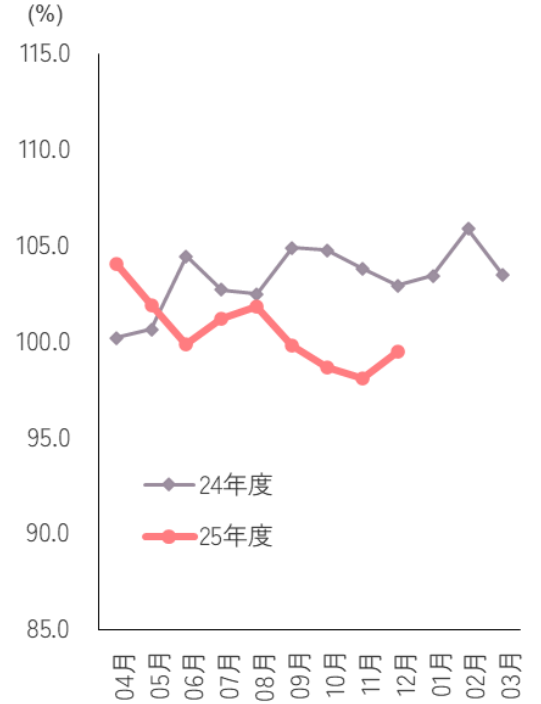
【自社】 市場シェア



【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】													
24年度	33.8	31.6	31.8	31.8	32.2	33.2	34.3	34.9	40.1	33.6	33.0	33.0	33.8
25年度	31.3	31.7	31.7	33.6	33.7	34.6	34.0	35.7	42.0				34.4
【100人あたり購入金額前年比】													
24年度	102.1	97.3	101.4	97.4	101.3	94.4	87.4	96.3	95.5	89.5	95.1	91.7	95.6
25年度	91.8	95.8	92.8	92.9	91.2	95.5	98.5	93.1	95.5				94.4
【単価前年比】													
24年度	100.2	100.6	104.5	102.7	102.5	104.9	104.7	103.8	102.9	103.4	105.9	103.5	103.1
25年度	104.1	101.9	99.9	101.2	101.8	99.8	98.6	98.1	99.5				100.6

03 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】

4～12月期間計

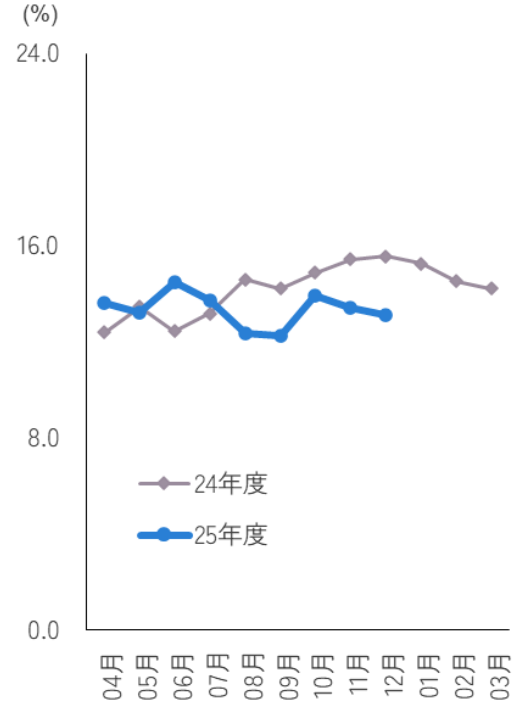
前年 14.0%

今年 13.4%

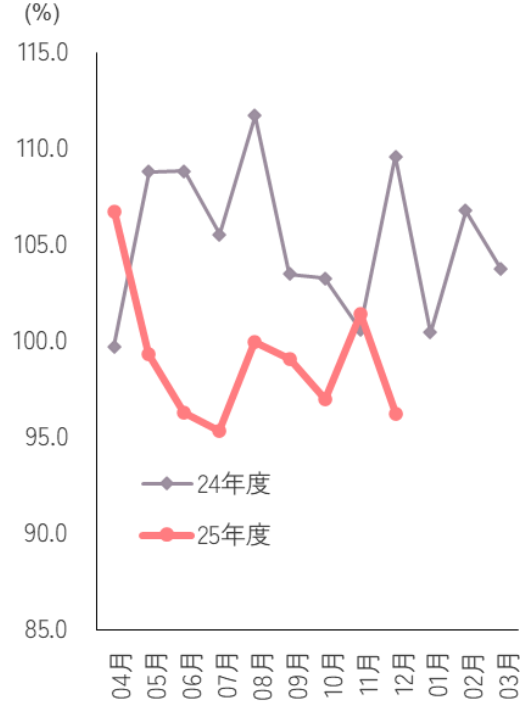
前年より ▲0.6%



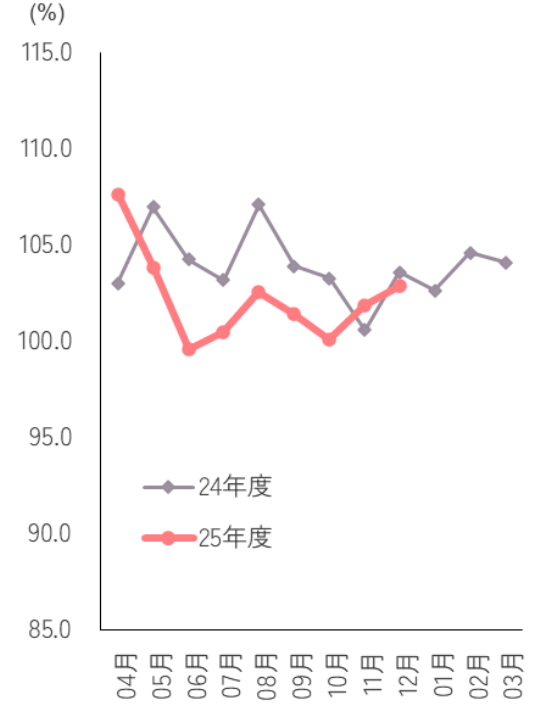
【自社】 市場シェア



【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】													
24年度	12.4	13.5	12.5	13.2	14.6	14.2	14.9	15.4	15.6	15.3	14.5	14.2	14.2
25年度	13.6	13.2	14.5	13.8	12.4	12.3	13.9	13.4	13.1				13.4
【100人あたり購入金額前年比】													
24年度	99.7	108.8	108.8	105.6	111.7	103.5	103.3	100.6	109.6	100.5	106.8	103.7	105.6
25年度	106.7	99.4	96.3	95.3	100.0	99.1	97.0	101.4	96.2				99.2
【単価前年比】													
24年度	103.0	107.0	104.3	103.2	107.1	103.9	103.3	100.6	103.6	102.7	104.6	104.1	103.8
25年度	107.6	103.9	99.6	100.5	102.6	101.4	100.1	101.9	102.9				102.2

03 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】

4～12月期間計

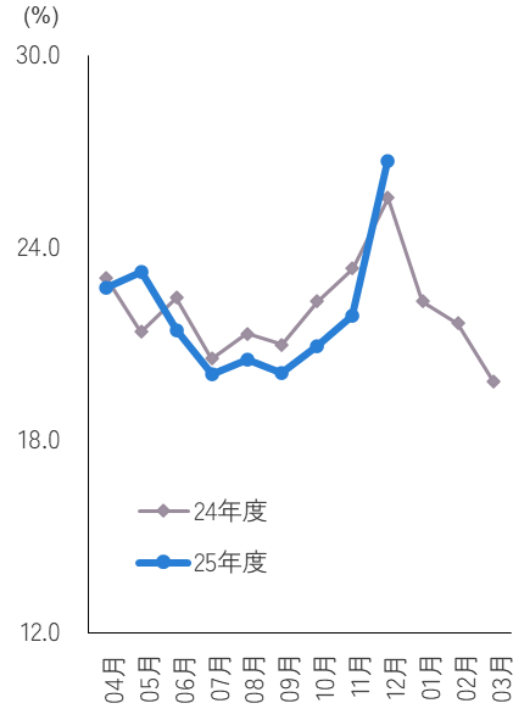
前年 22.2%

今年 21.9%

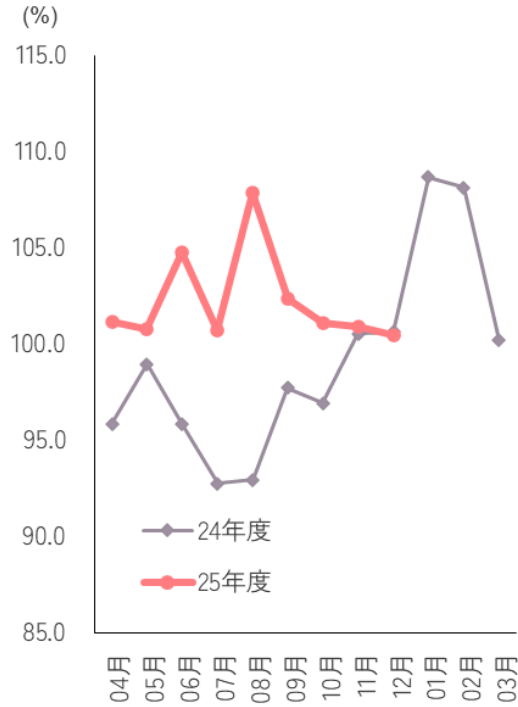
前年より ▲0.3%



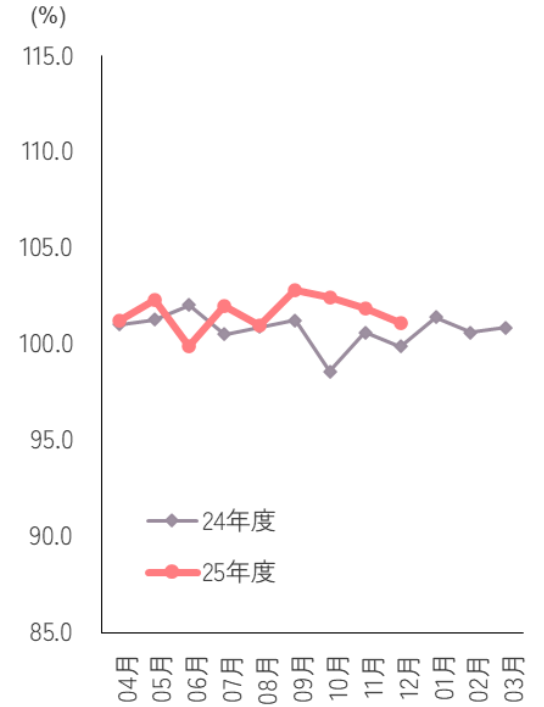
【自社】 市場シェア



【市場】 100人あたり購入金額前年比



【市場】 平均単価前年比

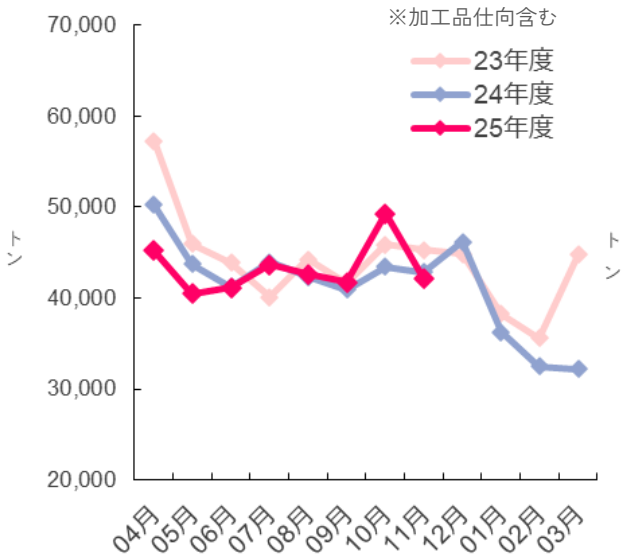


	04月	05月	06月	07月	08月	09月	10月	11月	12月	01月	02月	03月	期間計
【自社シェア】													
24年度	23.1	21.4	22.5	20.6	21.3	21.0	22.3	23.4	25.6	22.3	21.7	19.8	21.9
25年度	22.8	23.3	21.4	20.1	20.5	20.1	20.9	21.9	26.7				21.9
【100人あたり購入金額前年比】													
24年度	95.8	99.0	95.8	92.7	92.9	97.7	96.9	100.5	100.6	108.7	108.1	100.2	98.9
25年度	101.1	100.8	104.8	100.7	107.9	102.3	101.1	100.9	100.5				103.1
【単価前年比】													
24年度	101.0	101.3	102.1	100.5	100.9	101.3	98.6	100.6	99.9	101.4	100.6	100.9	100.8
25年度	101.3	102.3	99.9	102.0	101.0	102.8	102.4	101.9	101.2				101.7

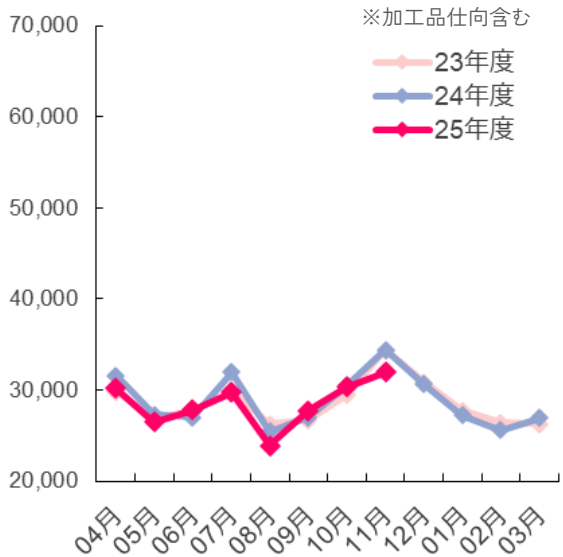
食肉 推定出回り量/
国産相場(牛肉)



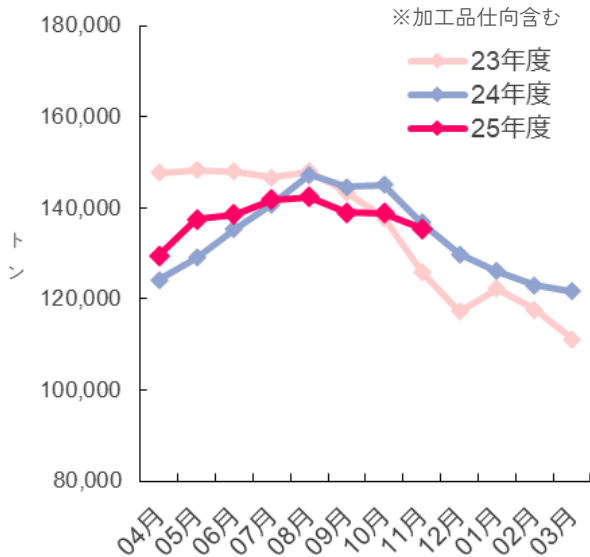
【推定出回り量】 輸入品



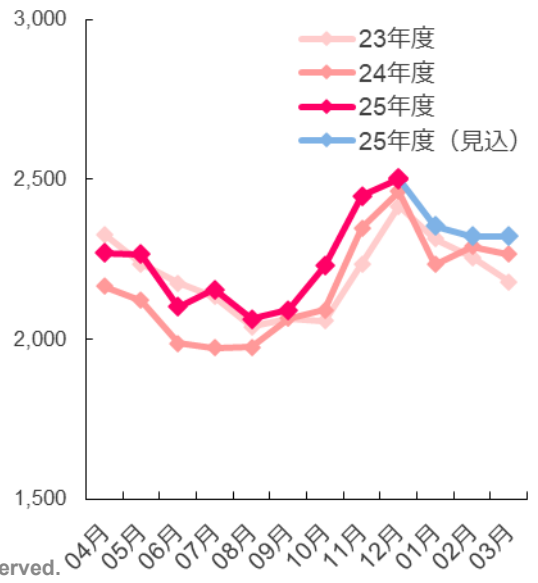
【推定出回り量】 国産品



【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～11月期間計)

合計 ▲ 1.6 %
輸入品 ▲ 0.7 %
国産品 ▲ 3.0 %

【11月推定期末在庫】 (前年比)

輸入品 ▲ 1.0 % (▲ 1,392 t)

【国産相場】 (25年度 4月～12月平均)

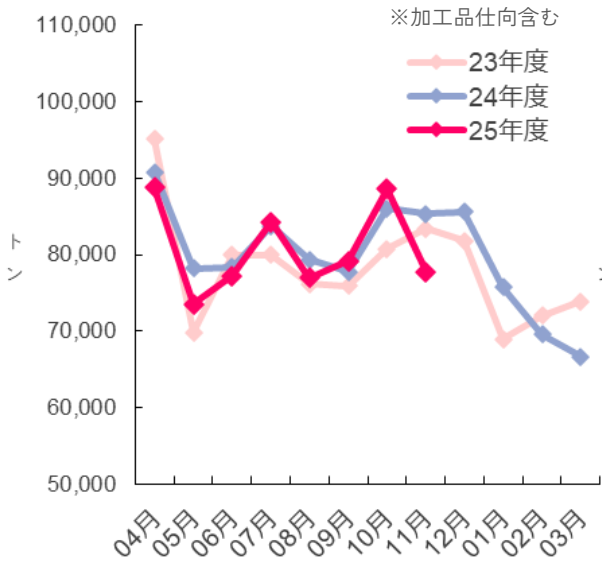
和牛去勢A4 東京市場 税込み 2,236 (+ 188) 円/kg

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。

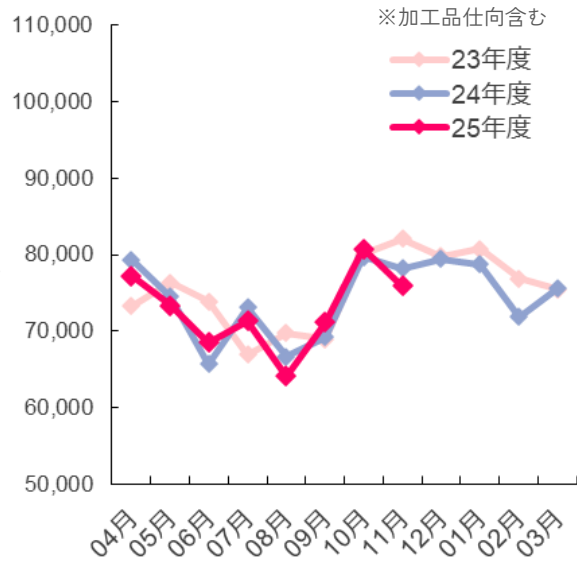
食肉 推定出回り量/
国産相場(豚肉)



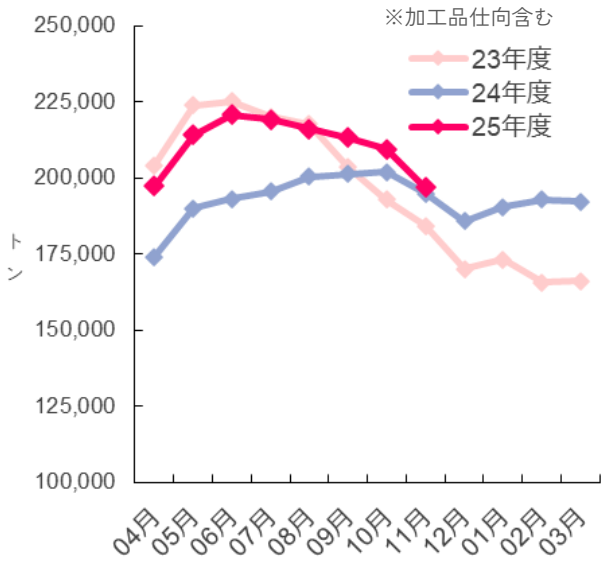
【推定出回り量】 輸入品



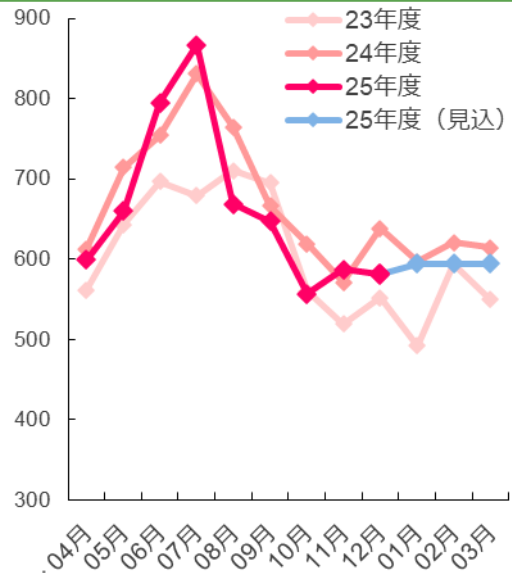
【推定出回り量】 国産品



【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～11月期間計)

合計 ▲1.9 %
輸入品 ▲2.4 %
国産品 ▲1.3 %

【11月推定期末在庫】 (前年比)

輸入品 +7.9 % (+2,134 t)

【国産相場】 (25年度 4月～12月平均)

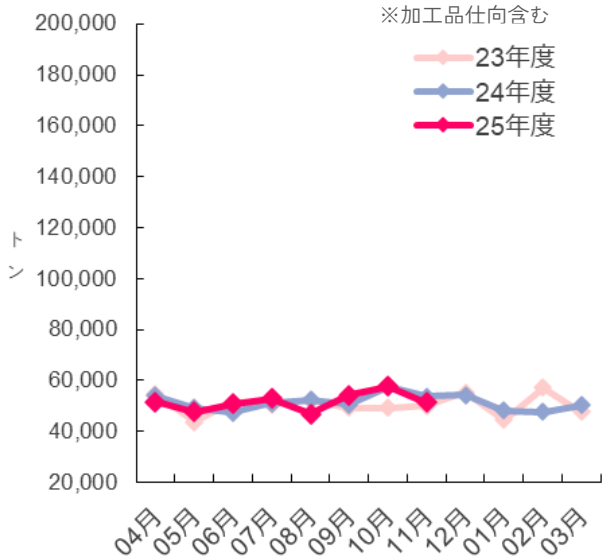
国産豚枝肉 上物 東京市場 税込み 662 (▲23) 円/kg

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。

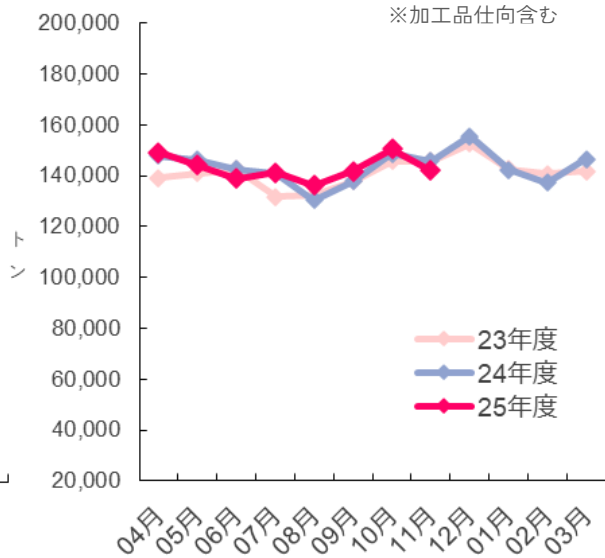
食肉 推定出回り量/
国産相場(鶏肉)



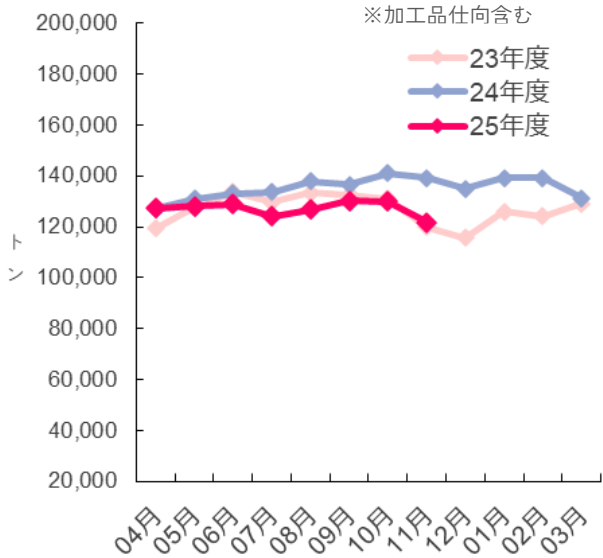
【推定出回り量】 輸入品



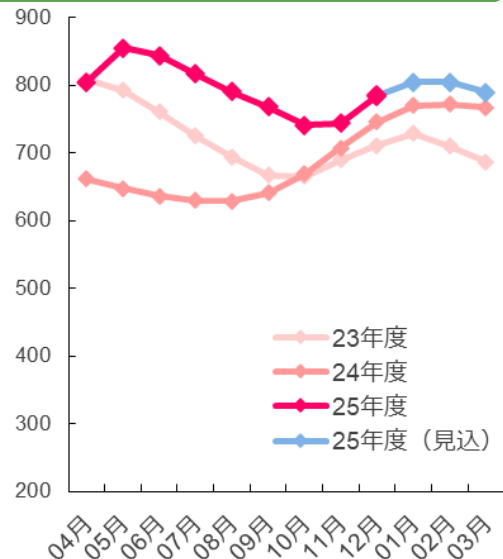
【推定出回り量】 国産品



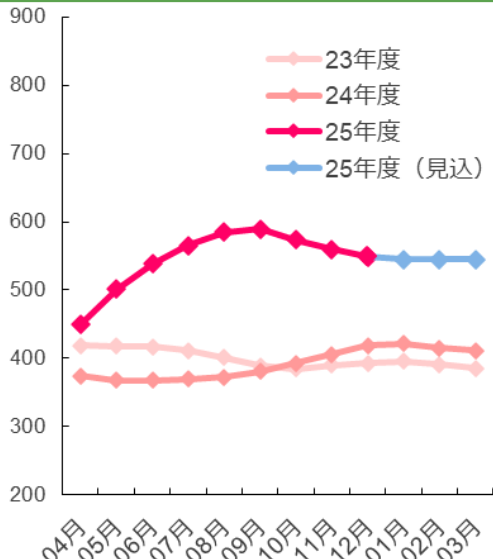
【期末推定在庫】 輸入品



【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



【推定出回り量】 (4月～11月期間計)

合計 ▲0.2 %
輸入品 ▲1.6 %
国産品 +0.3 %

【11月推定期末在庫】 (前年比)

輸入品 ▲8.1 % (▲17,688 t)

【国産相場】 (25年度 4月～12月平均)

国産鶏肉 もも 東京 税抜き
794 (+ 131) 円/kg
国産鶏肉 むね 東京 税抜き
546 (+ 162) 円/kg



(2026年3月期 通期決算)
開示予定：2026年5月1日（金）

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 経営戦略部 IR室
電話：03-5723-6892

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。