



2014年3月期 決算説明会資料

2014年5月15日(木)



東洋水産株式会社

URL <http://www.maruchan.co.jp/>



決算説明会資料 目次

- 1 . 2014年3月期（前期） 連結業績 P. 3

- 2 . 2015年3月期 連結業績予想 P. 8
各事業別方針

- 3 . 2015年3月期 配当予想 P. 18



1 . 2014年3月期（前期）連結業績



2014年3月期 連結業績

経営指標等 (億 円)	13/3期	14/3期	増 減	
			金額	率 (%)
売 上 高	3,445	3,722	277	+8%
営 業 利 益	296	306	10	+3%
経 常 利 益	320	322	2	+1%
当 期 純 利 益	173	227	54	+32%

1 株 当 た り 当 期 純 利 益	169.15	222.46
総資産経常利益率 (ROA) (%)	12.2	11.0
自己資本純利益率 (ROE) (%)	9.2	10.8
配 当 性 向 (%)	29.6	22.5
為 替 レ ー ト (U S D)	94.01	102.88



2014年3月期 売上高の状況

決算年月 (億円/前年比%)	13/3期	14/3期	増減	
			金額	率
連結売上高	3,445	3,722	277	+8%
水産食品事業	324	334	10	+3%
海外即席麺事業	707	754	47	+7%
百万ドル	751	733	18	2%
為替レート(USD)	94.01	102.88		
国内即席麺事業	1,170	1,248	78	+7%
袋麺	310	357	47	+16%
カップ麺	860	891	31	+4%
低温食品事業	621	639	18	+3%
加工食品事業	177	185	8	+4%
冷蔵事業	149	153	4	+2%
その他	297	409	112	+38%



2014年3月期 営業利益の状況

決算年月 (億円/前年比%)	13/3期	14/3期	増減	
			金額	率
連結営業利益	296	306	10	+3%
水産食品事業	0	1	1	
海外即席麺事業	132	131	1	0%
百万ドル	140	128	12	9%
為替レート(USD)	94.01	102.88		
国内即席麺事業	120	121	1	+1%
低温食品事業	36	33	3	6%
加工食品事業	1	2	3	
冷蔵事業	11	12	1	+7%
その他	14	13	1	5%
(調整額)	16	5	+11	



2014年3月期 事業別利益増減要因

2014年3月期	(単位:億円)			(単位:億円)			(単位:百万ドル)		
	国内即席麺			低温食品			海外即席麺		
	13/3	14/3	増減	13/3	14/3	増減	13/3	14/3	増減
売上高	1,170	1,248	78	621	639	18	751	733	18
営業利益	120	121	1	36	33	3	140	128	12

利益増減要因	(単位:億円)			(単位:億円)			(単位:百万ドル)		
	国内即席麺			低温食品			海外即席麺		
	上半期	下半期	年間	上半期	下半期	年間	上半期	下半期	年間
売上高	13	10	23	1	4	5	9	6	15
原材料	4	10	6	2	2	0	1	6	5
製造原価	3	1	2	0	0	0	1	0	1
販売費・一般管理費	9	5	14	6	2	8	0	1	1
合計	5	4	1	3	0	3	11	1	12



2 . 2015年3月期(当期)連結業績予想 各事業別方針



2015年3月期 連結業績予想

経営指標等 (億 円)	14/3期	15/3期 (予想)	増 減	
			金額	率 (%)
売 上 高	3,722	3,880	158	+4%
営 業 利 益	306	310	4	+1%
経 常 利 益	322	325	3	+1%
当 期 純 利 益	227	205	22	10%
為替レート(USD)	102.88	102.00		
販 売 促 進 費	624	648	24	+4%
広 告 宣 伝 費	45	47	2	+4%
研 究 開 発 費	11	11	0	0%
設 備 投 資	199	108	11	46%
減 価 償 却 費	106	109	3	+3%



2015年3月期 連結売上高予想

決算年月 (億円/前年比%)	14/3期	15/3期(予想)					
	通期	上半期		下半期		通期	
連結売上高	3,722	1,870	+6%	2,010	+3%	3,880	+4%
水産食品事業	334	168	+4%	184	+6%	352	+5%
海外即席麺事業	754	379	+8%	403	+0%	782	+4%
百万ドル	733	372	+3%	395	+6%	767	+5%
国内即席麺事業	1,248	566	+5%	714	0%	1,280	+3%
袋麺	357	183	+13%	207	+6%	390	+9%
カップ麺	891	383	+2%	507	2%	890	0%
低温食品事業	639	353	+7%	324	+5%	677	+6%
加工食品事業	185	90	+5%	101	+2%	191	+3%
冷蔵事業	153	82	+3%	76	+4%	158	+3%
その他	409	232	+9%	208	+8%	440	+8%



2015年3月期 連結営業利益予想

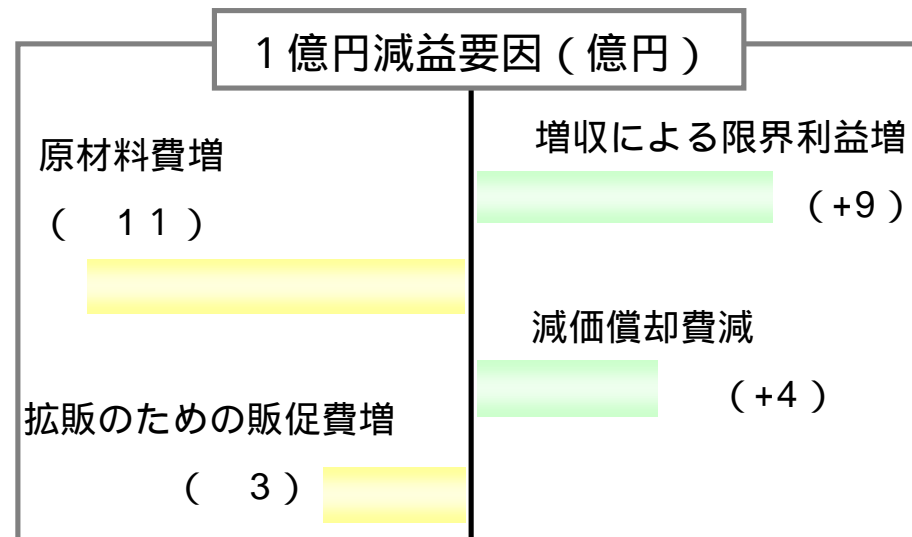
決算年月 (億円/前年比%)	14/3期	15/3期(予想)					
	通期	上半期		下半期		通期	
連結営業利益	306	135	3%	175	+5%	310	+1%
水産食品事業	1	2		3		5	
海外即席麺事業	131	58	7%	64	8%	122	7%
百万ドル	128	57	11%	62	3%	119	7%
国内即席麺事業	121	41	10%	79	+3%	120	1%
低温食品事業	33	19	+9%	18	+15%	37	+12%
加工食品事業	2	1		4	+24%	5	+145%
冷蔵事業	12	7	6%	7	+40%	14	+16%
その他	13	8	15%	3	35%	11	20%
(調整額)	5	1		3		4	



事業別方針 ~ 国内即席麺事業 ~

テーマ【マルちゃん正麺の定着と、カップ麺の持続的成長】

国内即席 (億円)	14/3	15/3	増減	
			金額	率
売上高	1,248	1,280	32	+3%
袋麺	357	390	33	+9%
カップ麺	891	890	1	0%
営業利益	121	120	1	1%
営業利益率	9.7%	9.4%		0.4%



増税対策：増税後の節約 < 節約の為の即席麺購入 としての需要喚起

袋麺：マルちゃん正麺 ブランドシェア20% 4億食販売目標

カップ麺：主力商品の販促強化、新商品の展開や企画商品で増収

コストアップ：原材料価格の上昇 競争環境激化による販促費の増加

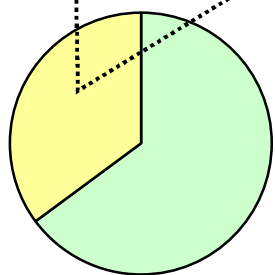


事業別方針 ~ 国内即席麺事業 ~

【マルちゃん正麺の定着】

大きな伸びしろ

5P袋麺ユーザーのうち
マルちゃん正麺“非”購入者 **30%以上**



- マルちゃん正麺 購入者
- マルちゃん正麺”非”購入者

(2011年11月発売～2014年3月末)

各競合各社の参入が一段落した今、
ロイヤルユーザーの定着を図る



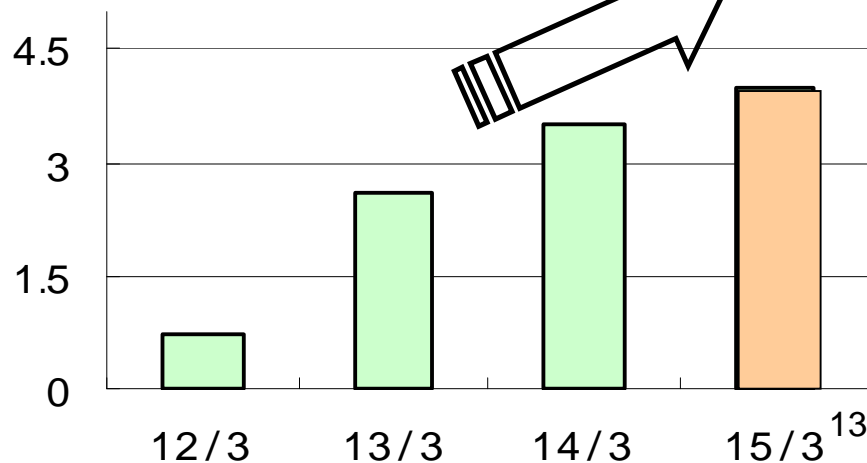
【販売目標値】

適正価格を守り、新規ユーザーを確保

袋麺ブランドシェア
20%目標

2015年3月期
4億食販売目標

(億食)



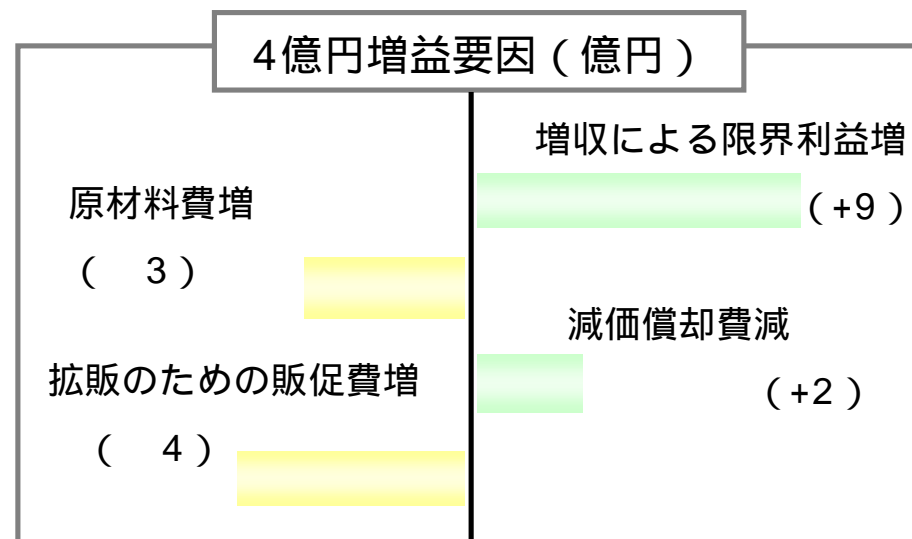
¹³



事業別方針 ~ 低温食品事業 ~

テーマ【市場縮小、価格競争に負けない品質強化と価格政策】

低温食品 (億円 / %)	14/3	15/3	増減	
			金額	率
売上高	639	677	38	+6%
売上高前年比 生麺	+3%	+5%		
営業利益	33	37	4	+12%
営業利益率	5.2%	5.5%		+0.3%



トップメーカーとして：市場縮小に負けない、拡販活動と価格政策

新基軸商品育成：パスタ商品の育成 新規売場への進出

レンジ麺シリーズの育成

コストアップ：原材料価格の上昇

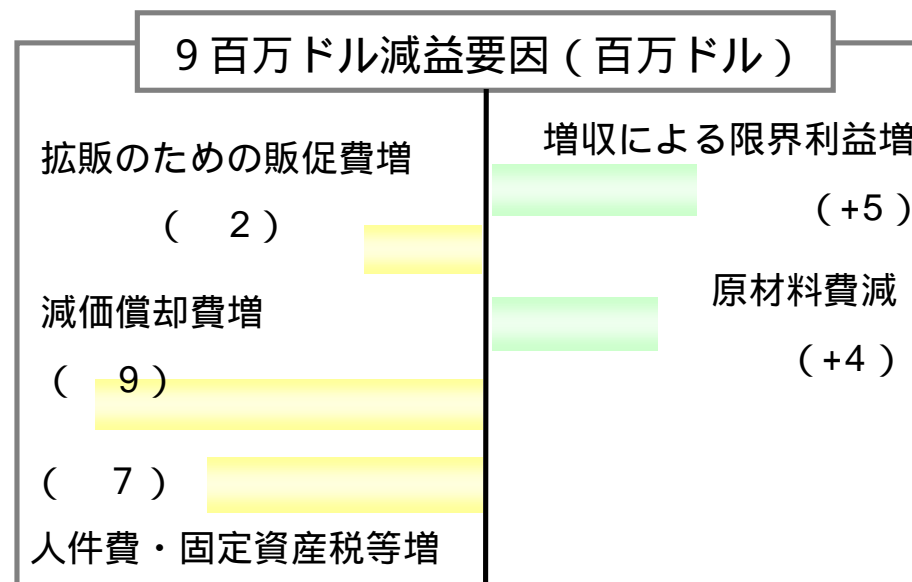




事業別方針 ~ 海外即席麺事業 ~

テーマ【小売の在庫圧縮一巡、コスト削減と体質改善】

海外即席 (百万ドル)	14/3	15/3	増減	
			金額	率
売上高	733	767	34	+5%
営業利益	128	119	9	7%
営業利益率	17.4%	15.5%		1.9%
販売数量前年比	合計 1%	合計+4%		
アメリカ	2%	+3%		
メキシコ	+2%	+5%		



テキサス工場：安定運営、安定稼働、コスト削減に向けた取り組み

新商品開発：市場開拓、活性化促進に向けた積極的な開発

アメリカ：小売の在庫圧縮の一巡による物量増

メキシコ：引き続き安定した需要と販売



2015年3月期 事業別利益増減要因

2015年3月期 (予想)	(単位:億円)			(単位:億円)			(単位:百万ドル)		
	国内即席麺			低温食品			海外即席麺		
	14/3	15/3	増減	14/3	15/3	増減	14/3	15/3	増減
売上高	1,248	1,280	32	639	677	38	733	767	34
営業利益	121	120	1	33	37	4	128	119	9

利益増減要因(予想)	(単位:億円)			(単位:億円)			(単位:百万ドル)		
	国内即席麺			低温食品			海外即席麺		
	上半期	下半期	年間	上半期	下半期	年間	上半期	下半期	年間
売上高	8	1	9	6	3	9	5	8	3
原材料	10	1	11	3	0	3	5	1	4
製造原価	1	3	4	1	1	2	7	9	16
販売費・一般管理費	2	1	3	2	2	4	0	0	0
合計	3	2	1	2	2	4	7	2	9



事業別方針～水産・加工・冷蔵事業～

【水産食品事業】 テーマ「魚種ミックス変更による赤字リスク対策」

主力商品である鮭鱒・魚卵事業において、高騰予想の商材を減らし、比較的安価な秋鮭、鱒卵の開発・販売に集中いたします。
合わせて国産原料の販売および輸出増加により、為替リスクを減らします。

【加工食品事業】 テーマ「食に対する簡便性・健康への欲求を捉えた製品開発」

収支改善に加え、新規導入が広がり今後も市場拡大が見込まれる米飯事業、利益商材であるフリーズドライ（FD）スープの伸長に力を入れます。

【冷蔵事業】 テーマ「収益改善、新規事業へのチャレンジ」

更なる効率化を追求し、高品質・高収益へもこだわってまいります。

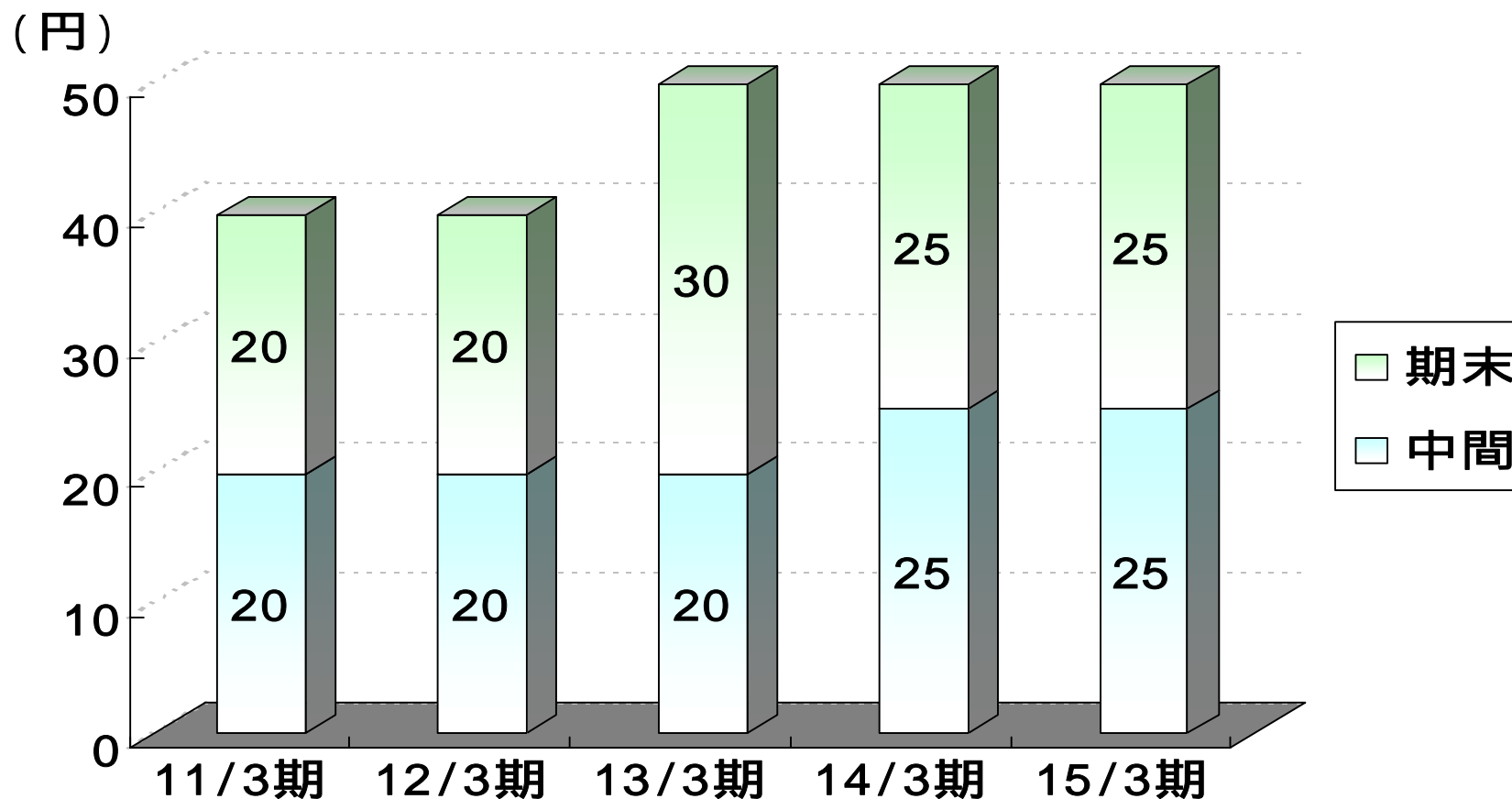


3 . 2015年3月期 配当予想



2015年3月期 配当予想

普通配当で年間50円を予定（中間25円・期末25円）





Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

当資料に掲載されている、東洋水産株式会社の計画、見通しや戦略など歴史的事実でないものは将来の業績に対する見通しであり、現時点で入手できる情報から得られた東洋水産株式会社の経営者の判断に基づいております。

実際の業績については様々な要因により、見通しとは異なる結果をもたらさうることをご承知おきください。



東洋水産株式会社