

# 決算情報、セグメント別概要

第77期（2024年度）の主要連結財務データとセグメント別の事業内容および決算概要をお知らせします。

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります

## 第77期決算情報 売上高・利益の推移（単位：百万円）

|                 | 第75期<br>2022年度 | 第76期<br>2023年度 | 第77期<br>2024年度 | 第78期<br>2025年度（予想） |
|-----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------|
| 売上高             | 435,786        | 489,013        | 507,600        | 545,000            |
| 営業利益            | 40,330         | 66,696         | 75,488         | 76,000             |
| 売上高営業利益率        | 9.3%           | 13.6%          | 14.9%          | 13.9%              |
| 経常利益            | 43,724         | 74,889         | 83,919         | 84,000             |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 33,126         | 55,653         | 62,867         | 62,000             |

## セグメント別概要

### 水産食品事業

事業内容

日本国内・海外から良質な「海の幸」を調達し、国内グループ会社、海外協力工場で加工した、産地や製法にこだわった安全・安心な商品をお届けしています。近年では「本当はもっと魚を食べたい」という消費者の潜在的ニーズに応えるべく、「レンジで簡単に食べられる」をコンセプトにした完全調理品の開発に注力し、魚食文化の創出と継承に取り組んでいます。

#### 2024年度の振り返り

円安による原料価格の上昇等があったものの、既存顧客に対する積極的な営業活動による販売数量の伸長等から、売上高は増収。営業利益は利益率の高い商材の販売数量の伸長や、仕入コストを抑えられた商材もあったこと等により増益となりました。

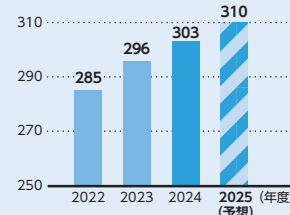
#### 今後の取り組み

お客さまのニーズと環境の変化に対応した商品開発を行うことで、新たな魚食需要を創造し、当社の総合力を活かした販売強化策を講じます。品質面に優れた競争力のある商品の販売に注力し、売上・利益の向上を目指します。

売上高  
**30,333**百万円  
(前期比2.6%増)

営業利益  
**854**百万円  
(前期比113.6%増)

売上高の推移（単位：億円）



### 海外即席麺事業



事業内容

1972年に米国に現地法人マルチャンインクを設立し、現在では米国に4ヵ所の製造拠点を構え、北米のみならず中南米等にまで広く商品を生供給しています。販売シェア1位の米国・メキシコでのブランド強化に加え、ブラジル、インドでの販路開拓等、さらなる市場拡大に向けて取り組んでいます。

#### 2024年度の振り返り

米国では下半期における経済不安や競合他社の積極的な営業活動により伸び悩みはあったものの通期では前年度を上回り、メキシコではカップ麺は堅調、袋麺は拡売により好調に推移し、売上高は増収。営業利益は、運送費や人件費等の増加はあったものの、売上高の増加等により増益となりました。

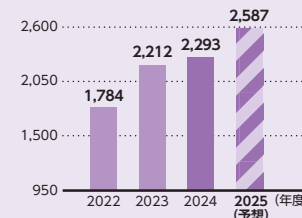
#### 今後の取り組み

世代別、エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた拡売や高価格帯商品Yakisoba、Bowl、GOLD等の拡売による新たな顧客層の開拓を行ってまいります。また、メキシコにおける環境対応として紙カップへの切り替えを進めます。

売上高  
**229,276**百万円  
(前期比3.6%増)

営業利益  
**54,412**百万円  
(前期比17.5%増)

売上高の推移（単位：億円）



### 国内即席麺事業



事業内容

1961年より開始した国内即席麺事業は、「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」「麺づくり」等のロングセラー商品の他、2011年には「マルちゃん正麺」、その後も2015年「マルちゃん正麺 カップ」、2017年「MARUCHAN QTTA」、2022年には「マルちゃんZUBAAN!」を発売し即席麺の新たなスタンダードの構築に貢献しました。

#### 2024年度の振り返り

改定後の価格が浸透したこともあり、「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」「マルちゃん正麺」などの主力商品を中心に堅調に推移したことなどから、売上高は増収。営業利益は、人件費等の増加はあったものの、売上の拡大等により増益となりました。

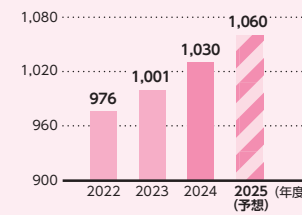
#### 今後の取り組み

主力ブランドの価値向上、各ブランドの販促強化と定着化、カテゴリー別・エリア別・世代別戦略の実行により、さらなる市場拡大を目指します。

売上高  
**103,033**百万円  
(前期比2.9%増)

営業利益  
**9,824**百万円  
(前期比1.2%増)

売上高の推移（単位：億円）



My Smile Voice  
5人の笑顔

お客さま

社会

次世代

地球

社員

ガバナンス

数字で見る  
東洋水産グループ

決算情報、  
セグメント別概要



## 低温食品事業

「おいしさの訴求（品質重視）」をテーマに、生麺・冷凍麺ならではの本格感を追求し、簡便性や健康ニーズに対しても積極的に取り組んでいます。ロングセラー商品に加え、多様化するニーズに対応した新商品を開発し、プロモーションも強化することで、市場全体の底上げを図っています。

**2024年度の振り返り**

主力商品の積極的な拡売と新商品の発売により堅調に推移しました。生麺では夏季の涼味商品の伸長、「玉うどん3食入」シリーズの需要拡大、冷凍食品では業務用商品の伸長などにより、売上高は増収。営業利益は、人件費や運送費、動力費等の増加はあったものの、売上の拡大等により増益となりました。

**今後の取り組み**

既存主力商品のさらなる成長とともに価値訴求型商品を育成し、「簡便・時短・個食」といったお客さまのニーズに応えられる商品開発を進めます。また、冷凍麺・冷凍食品の市場拡大へも対応してまいります。

売上高

**59,831** 百万円

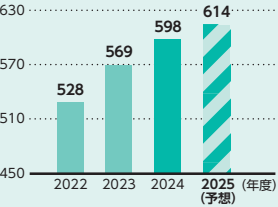
(前期比5.2%増)

営業利益

**8,044** 百万円

(前期比8.3%増)

売上高の推移 (単位:億円)



| 年度        | 売上高 (億円) |
|-----------|----------|
| 2022      | 528      |
| 2023      | 569      |
| 2024      | 598      |
| 2025 (予想) | 614      |



## 加工食品事業

1956年の魚肉ハム・ソーセージの生産により加工食品事業を開始しました。米飯事業では、無菌米飯やレトルト米飯にてバラエティ豊かで健康志向にも応える商品を揃えています。その他にもフリーズドライ商品、だしの素・チャーハンの素といった調味料類等、広く商品展開しています。

**2024年度の振り返り**

米飯商品では、コメ不足等の影響により需要の高い状況が続き、フリーズドライ商品も主力商品の「素材のチカラ」シリーズが好調だったことなどから、増収。営業利益は、売上の拡大等による影響はあったものの、主に原料米の価格高騰による原材料費等の増加により減益となりました。

**今後の取り組み**

既存商品の販売と商品内容の見直しを行うとともに、健康志向やライフスタイルの多様化に対応した付加価値商品を提供します。また、利便性・タイムパフォーマンスを重視するお客さまの需要の変化にも対応してまいります。

売上高

**22,151** 百万円

(前期比9.9%増)

営業利益

**27** 百万円

(前期比96.3%減)

売上高の推移 (単位:億円)



| 年度        | 売上高 (億円) |
|-----------|----------|
| 2022      | 203      |
| 2023      | 202      |
| 2024      | 222      |
| 2025 (予想) | 246      |



## 冷蔵事業

冷蔵事業では、最新の保管・入出庫設備を備えた冷蔵倉庫を全国に展開し、国内外の様々な冷凍・冷蔵食品を適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。また、地球環境への負荷が少ない機械・設備の導入を進めることで、持続可能な社会の実現にも努めています。

**2024年度の振り返り**

物価上昇や円安の影響等により、輸入品は低調な荷動きとなりましたが、国内品を中心とした保管や関連する運送、付帯作業等の取り扱いが堅調だったことに加え、各料金の価格改定を進めたことにより売上高は増収。営業利益は、減価償却費や人件費、運送費等の増加により減益となりました。

**今後の取り組み**

安全性、効率化、省力化を推進し、安心して利用できる高度で魅力的な物流サービスを実現することで、冷蔵倉庫の利用拡大と顧客満足度向上に努めます。また、環境問題や物流に関する社会課題へも取り組み、持続的な成長を目指します。

売上高

**25,367** 百万円

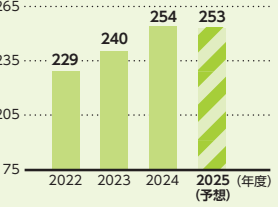
(前期比5.7%増)

営業利益

**2,274** 百万円

(前期比0.4%減)

売上高の推移 (単位:億円)



| 年度        | 売上高 (億円) |
|-----------|----------|
| 2022      | 229      |
| 2023      | 240      |
| 2024      | 254      |
| 2025 (予想) | 253      |

## その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

**2024年度の振り返り**

売上高、営業利益ともに増収、増益となりました。

**今後の取り組み**

弁当・惣菜事業をはじめ、各関係会社の継続的な強化と、グループシナジーを意識した取り組みを進めます。

売上高

**37,606** 百万円

(前期比1.4%増)

営業利益

**815** 百万円

(前期比94.8%増)

### 会社概要

|           |                                                      |
|-----------|------------------------------------------------------|
| 社名        | 東洋水産株式会社<br>Toyo Suisan Kaisha, Ltd.                 |
| 創立        | 1953年3月25日                                           |
| 資本金       | 189億69百万円 (2025年3月末現在)                               |
| 従業員数 (連結) | 4,696人 (2025年3月末現在)                                  |
| 売上高 (連結)  | 5,076億円 (2024年度)                                     |
| 本社        | 〒108-8501 東京都港区港南2丁目13番40号<br>TEL. 03-3458-5111 (代表) |

|                |                                        |
|----------------|----------------------------------------|
| 創業者代表者         | 森 和夫<br>会長 堤 殷<br>社長 住本 憲隆             |
| 事業所数 (東洋水産(株)) | 工場 7ヵ所、<br>冷凍冷蔵倉庫 16ヵ所、<br>支店・営業所 30ヵ所 |
| 関係会社           | 32社 (海外9社含む)                           |