



東洋水産グループ
コミュニケーションレポート

2025

第77期
[2024年4月～2025年3月]



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

“食を通じ、
みなさまに**笑顔**を
お届けしたい”



“食を通じ、みなさまに笑顔をお届けしたい”

私たち東洋水産グループは、その想いをマルちゃんマークに込め、
品質とおいしさにこだわった食品づくりに取り組んでまいりました。

自然に笑顔があふれるようなおいしさを、食卓へ。

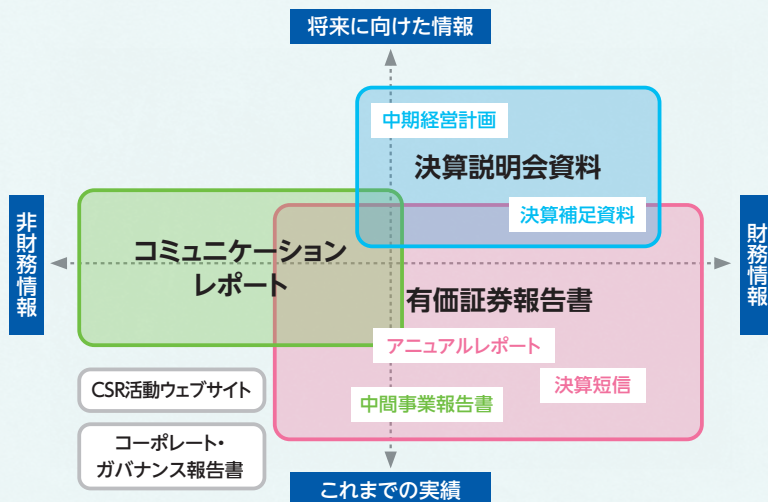
いつまでも変わらず、安全で安心な製品を、世の中へ。

“**すべては、笑顔のために。**”

私たちはこれからも取り組んでまいります。



本レポートの位置付け



東洋水産グループ CSR 活動方針

東洋水産グループは、『「やる気と誠意」をもって事にあたり、「公明正大」であること』を社是とし、「Smiles for All. すべては、笑顔のために。」をスローガンに、「食」を通じて、すべてのステークホルダーの皆さまに笑顔をお届けしたいと考えています。

事業活動を通じた社会課題の解決により、社会や環境と共存し、「笑顔」という言葉がすぐに連想できる企業グループを目指し、東洋水産グループらしいCSR活動に励みます。

目次

- 1 東洋水産グループスローガン
- 2 目次・本レポートの位置付け・東洋水産グループCSR活動方針
- 3-4 **TOP MESSAGE**
- 5-6 **特集1**
「マルちゃん焼そば 3人前」発売から50周年
- 7-8 **特集2**
当社のサステナビリティ取り組みトピックス
- 9-10 **5つの笑顔・My Smile Voice**
- 11-12 **お客さまに笑顔**
- 13-14 **社会に笑顔**
- 15-16 **次世代に笑顔**
- 17-20 **地球に笑顔**
- 21-22 **社員に笑顔**
- 23-24 コーポレート・ガバナンス
- 25-26 数字で見る東洋水産グループ
- 27-30 決算情報、セグメント別概要・会社概要
- 裏表紙 株主メモ・従業員データ

「笑顔」と「健康」を お届けできる会社を目指して **Smiles for All.** すべては、笑顔のために。

2024年度は、2022～24年度3ヵ年中期経営計画の最終年度となり、売上高は初めて5,000億円を超え、営業利益は755億円、経常利益、純利益も過去最高と、当初計画を大きく上回る結果となりました。あらためて、東洋水産グループ全社員の努力と、皆さまのご支援に感謝申し上げます。

2025～27年度新3ヵ年中期経営計画は、「企業価値を向上させることでステークホルダーを笑顔にしたい」というグループのありたい姿に向けて、「継続と継承」「変革と進化」を基本戦略に、顧客市場、資本市場の両軸での価値向上、最終年度2027年度に売上高6,000億円、営業利益820億円、ROE10%以上という目標を掲げスタートしました。

初年度の2025年度は、国内では、長年ご愛顧いただき今年発売50周年の「マルちゃん焼そば 3人前」などの商品価値浸透、海外では、前中期経営計画から進めてきたカリフォルニア工場の新ライン稼働による供給能力増を活用した販促強化策実行を中心に取り組んでまいります。また、急速に変化する外部環境の中で、今後の持続的成長を実現するための投資についても遅れることなく進めます。

東洋水産グループの 持続的成長と 持続可能な社会の 実現

東洋水産グループが目指す
5つの笑顔の実現

お客さまに
笑顔

経済価値

社会に
笑顔

社会価値

次世代に
笑顔

環境価値

地球に
笑顔

社員に
笑顔

2025
年度～

新中期経営計画

継続と継承

新たな食文化・食生活の創造
海外展開の深化
経営基盤の強化
社会課題・環境への対応

2027年度目標

売上高	6,000 億円
営業利益	820 億円
ROE	10%以上

Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

変革と進化

新たな事業領域の拡大
海外展開のエリア拡大
成長投資・稼ぐ力向上
サステナビリティ経営

この3年間の投資は約1,300億円の計画ですが、更新投資を除く約1,000億円については成長カテゴリーでの能力増強、安全・安心レベル向上、効率化など、リスク低減と新たな成長機会獲得に向けた投資と、冷却設備の自然冷媒への切り

替えや、基幹システム更新などサステナビリティも意識しています。

社員一人ひとりの力と、グループとしての連携を推進力に、ありたい姿の実現と社会課題の解決に取り組んでまいります。

今後もより一層のご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

代表取締役社長 住本 憲隆

2024年度実績

売上高	5,076 億円
営業利益	755 億円

水産食品
事業

海外即席麺
事業

国内即席麺
事業

低温食品
事業

加工食品
事業

冷蔵
事業

その他
事業



Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

日本の食卓に焼そばを！

「マルちゃん焼そば 3人前」発売から**50周年**

1975年に発売された「マルちゃん焼そば 3人前」が50周年を迎えます。ソフトでしなやかな食感の麺と20種類の香辛料の風味を利かせた粉末ソース「焼そばソースの素」との組み合わせで、ご家庭でもフライパン一つで簡単手軽に美味しく調理できる商品として、多くのお客さまから支持をいただいています。

「マルちゃん焼そば 3人前」は、日本の食卓に欠かせない定番の家庭料理となっています。



50周年パッケージ



1975年発売時

焼そばといえば、いつものあの味 発売以来変わらないおいしさをお届けします

香ばしい香りとスパイシーな味が引き立つ粉末ソースは、麺との相性もよく、具に加える肉や野菜の水分を程よく吸い取り、麺をふわつと仕上げてくれます。こうした発売当時の味わいを、ずっと変わらずお届けしてきました。これからも、「焼そばといえば、いつものあの味」として、発売以来変わらないおいしさをお届けしていきます。



焼そばはマルちゃん



マルちゃんでは、各温度帯で様々な焼そば商品を提供しています。チルド焼そばの「マルちゃん焼そばシリーズ」では「塩」や「お好みソース」、「しょうゆ味」など様々なフレーバー展開をしています。カップ焼そばでは、「ごつ盛り ソース焼そば」「俺の塩」の他、地域限定の「焼そばバゴーン」、今年発売 50 周年を迎える「やきそば弁当」など、人気ブランド商品もあります。2024 年は、8 月 7 日と 8 日に有楽町駅前広場（東京都）で「『8 月 8 日はマルちゃん焼そばの日』※『焼そばフェス』in 有楽町」を開催。2 日間で 2,300 人を超えるお客さまにご来場いただきました。

※ 8 は○（マル）を重ねた形に似ているところからマルちゃんをイメージし、焼そばの「ヤ」が 8 に通じることから 8 月 8 日を「マルちゃん 焼そばの日」に当社が制定しました。



マルちゃん焼そば
塩 3 人前



マルちゃん焼そば
お好みソース 3 人前



マルちゃん焼そば
しょうゆ味 3 人前



ごつ盛り ソース焼そば



俺の塩



焼そばバゴーン
〈東北・信越地区限定〉



やきそば弁当
〈北海道限定〉



2025 年にはチルド麺「マルちゃん焼そば 3 人前」のあの味をイメージしたカップ焼そばの「マルちゃん焼そば」、冷凍焼そばの「マルちゃん焼そば 2 食パック」を発売しました。より手軽にお馴染みの味わいをお楽しみいただけます。



マルちゃん焼そば



マルちゃん焼そば
2 食パック



当社のサステナビリティ 取り組みトピックス

当社のサステナビリティに関する取り組みについて
2024年度のトピックスをご紹介します。



気候変動への対応 TCFD 提言に基づく情報開示

東洋水産グループは、金融安定理事会 (FSB) により設立された気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD: Task Force on Climate-related Financial Disclosures) が公表した TCFD 提言に記載されているフレームワークに基づく情報開示に取り組んでいます。2024年度は、TCFD 提言フレームワークの4つの開示項目「ガバナンス」、「戦略」、「リスク管理」、「指標と目標」のうち「戦略」の検討に重点を置き、当社グループの事業として重要な位置づけにある国内即席麺事業および

低温食品事業を対象としたシナリオ分析を実施しました。2024年12月より当社ウェブサイトにて情報開示を行っています。

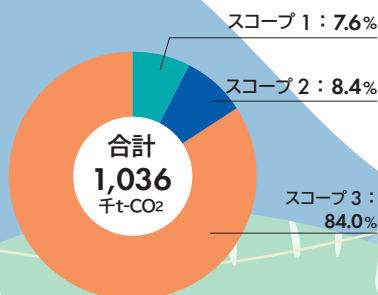
今後は、シナリオ分析やスコープ3排出量算定の対象事業・地域を拡大するとともに、特定したリスクと機会への対応策の検討をさらに進め、開示情報の拡充に努めます。

東洋水産グループの「TCFD 提言に基づく情報開示 (2023年度)」
https://www.maruchan.co.jp/csr/environment/pdf/tcfd_recommendations_2023.pdf?20241227



2023年度スコープ1、2、3算定結果の概要

● スコープ1、2、3排出量の内訳 (国内グループのみ)



上流	自社	下流
SCOPE 3	SCOPE 1	SCOPE 2
原料の製造、 輸送、通勤など	燃料の 燃焼	電気の 使用
SCOPE 3	SCOPE 1	SCOPE 2
製品の輸送、使用、 加工、廃棄など		

上図は「サプライチェーン排出量全般」(環境省)をもとに東洋水産(株)が作成
https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/estimate.html

温室効果ガス(GHG)削減に向けたフロンガス漏洩量削減への取り組み

2015年に施行された「フロン排出抑制法」に対応し、各事業所においては冷凍冷蔵機器および空調機器の点検・整備を徹底し、温暖化への影響の大きいフロン冷媒の漏洩防止に努めています。

冷蔵事業では2016年より計画的にフロン冷媒設備を自然冷媒（アンモニア・CO₂）設備へ更新しています。2024年度は、伊万里東洋（株）などの冷媒設備の自然冷媒機器への更新工事を行いました。これまでに14の冷蔵倉庫で更新工事を実施し、東洋水産グループの冷蔵倉庫全庫腹量における自然冷媒率は86.3%となりました。



2024年に工事が完了した
城南島冷蔵庫の自然冷媒設備

2025年3月末現在で自然冷媒設備へ**86.3**%切り替え完了

持続可能な資材の調達 パーム油の調達について

東洋水産グループは、2019年にRSPO※に加盟し、その「原則と基準」に基づいてパーム油の調達を進めています。米国内の全4工場、国内においては関西工場と（株）酒悦房総工場に加えて、2024年度に新たに関東工場にてRSPO サプライチェーン認証を取得しました。国内外の東洋水産グループ全体で、2030年度末までに持続可能なパーム油に切り替えることを目標に、今後もサプライチェーン認証取得事業所および認証油の使用量を拡大していきます。



2024年度に認証を取得した関東工場

※RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) : 持続可能なパーム油のための円卓会議の略で、持続可能なパーム油の認証を行っている機関

2025年3月末現在で**81.6**%代替完了

笑顔あふれる社会へ



お客さまに 笑顔



安全・安心でおいしい商品を提供することにより、お客さまが笑顔になる食生活を守ります。

社会と共有する価値

新たな食文化の
創造と育成

社会に 笑顔



それぞれの国や地域の皆さまと連携し、持続可能な社会の実現と皆さまの笑顔に貢献します。

社会と共有する価値

持続可能な
社会への貢献

5つの笑顔
の実現を目指します。

My Smile Voice

5つの笑顔の実現を目指します。

お客さまに笑顔

安全・安心への
事業所内での取り組み

フクシマフーズ（株）品質管理開発課では知識を深めるため定期的に勉強会を実施しています。2024年度は製造部門にも参加を呼びかけ、「pH測定」「細菌とF値」といった製造に関わる内容を盛り込み、参加者からは積極的に業務に活かしていきたい等の意見をいただきました。今後もお客さまに安全・安心な製品と笑顔をお届けできるように取り組んでまいります。



フクシマフーズ（株）
森 海斗



社内勉強会の様子

社会に笑顔

包装資材における、
環境対応インキの
導入推進



資材生産部
篠倉 麗海

資材生産部では、様々な環境対策への取り組みを実施しています。環境対応インキへの切り替えについては数年前から取り組みをスタートし、関係部署の方々にご協力をいただきながら進めています。パッケージに環境マークが入っているので商品を見ても活動を実感することができます。今後、も取り組みの幅を広げてまいります。



埼玉工場
屋宮 由夏



埼玉工場での講義の様子

次世代に 笑顔



食を通じて、次世代を担う子どもたちの心と体の健やかな成長をサポートし、明るい笑顔を守ります。

社会と共有する価値

健やかな成長に
つながる環境づくり

地球に 笑顔



グループ全体で環境負荷低減に向けた取り組みを推進し、豊かな地球環境と未来の笑顔を守ります。

社会と共有する価値

環境対応の推進

社員に 笑顔



社員一人ひとりが主役となり、笑顔で活躍できる企業グループを目指します。

社会と共有する価値

多様な人材が健康で
活躍できる職場づくり

次世代に笑顔

近隣の食品系や 医療系大学の講座協力

近隣の食品系大学の講座の一環として、「食品安全管理」「職場の安全管理」を題材に講義や工場見学を行いました。食品製造現場を間近に体感し、徹底した食品安全への取り組みや、システムを見学することで、机上での学びを具体的な理解へとつなげていただきました。今後も、次世代を見据えた「学び」の環境づくりに貢献できるよう励みます。

地球に笑顔

やいづビーチ クリーン大作戦に 参加

生まれ育った焼津の海岸を清掃することで、改めて自然に対する責任を実感する良い機会になりました。今後も今回のような地域の環境保護活動に積極的に参加することはもちろんのこと、日常生活でも、まずは自分のできる地球や環境にやさしい行動を心がけて生活していきたいです。

焼津工場
黒田 明甫



社員に笑顔

社員が健康で 安心して働ける 職場環境の推進

北海道事業部では、健康診断の二次検査受診率100%を目指した受診勧奨と健康セミナーを毎年開催しています。また、東洋水産健康保険組合のウォーキングイベントは初年度は数人でしたが、年々参加者が増え、職場内のコミュニケーション向上に貢献しています。今後も従業員の健康をサポートし、笑顔で安心して働ける職場環境を推進していきます。

北海道事業部
青島 陽介



お客さまに 笑顔

社会と共有する価値

新たなる食文化の
創造と育成



「お客さまに笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからご覧いただけます。

商品について
<https://www.maruchan.co.jp/products/>



安全・安心への取り組みについて
<https://www.maruchan.co.jp/csr/safety/>



関西工場での親子工場見学会

① 安全・安心な食の提供



お客さまに、安全・安心な商品・サービスを提供することを大切な使命としています。そのために、食品の安全・安心につながる第三者機関によるISO9001やFSSC22000等の認証取得を行うなど、商品の開発・

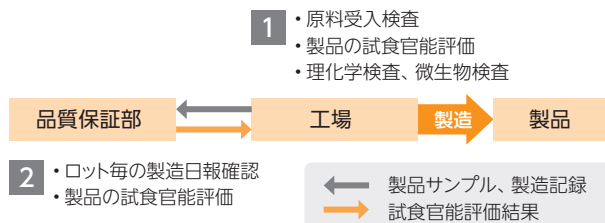
製造・出荷まで品質を保証する体制を整えています。また、会社や商品に関する情報を広く開示するとともに、お客さまからいただいたご意見やご要望を商品づくりなどに活かす仕組みを整えています。

品質保証部と工場の品質管理体制

安全・安心な商品を提供するために、品質保証部では、製造日報等の確認や抜き取り製品の試食官能評価を行い、製造工場とのダブルチェック体制を構築しています。また、定期的に工場を訪問し、衛生監査、衛生点検を実施しています。衛生監査では、チェックリストに沿って監査を実施し、不備のあった項目などについては工場と共有して改善を行っています。衛生点検時には、食品事故を未然に防止する視点で工場内を点検し、改善すべき点の指摘を行い、その後の改善実施状況まで

確認を行っています。工場の品質管理レベルの維持・改善や東洋水産グループ内での情報の共有化などを行うことで食品事故の発生防止等につなげています。

● ダブルチェックによる品質管理体制



② 健康寿命延伸への貢献



健康寿命を意識した商品を開発、発売しています。減塩や機能性表示食品の他、野菜や玄米・麦・雑穀などの素材にこだわった各種商品を展開しています。常温・冷蔵・冷凍の3温度帯の商品を提供する東洋水産グループの強みを活かした商品の拡充を行い、健康だけではなく、食の「楽しみ」「おいしさ」「食べやすさ」そしてコストやタイムパフォーマンスにもこだわり、食卓へ様々な提案を行っています。



ChoiFish いかと海老と野菜のアーヒージョ

③ 社会課題解決商品の開発



社会環境や自然環境の変化から起こる、様々な社会課題の解決に、商品やサービスを通じて貢献します。いつもの「おいしい」が社会課題解決につながる取り組みを進めています。持続的な資材の使用や時短、簡便、個食といった様々なニーズに応えた商品を開発、提供するとともに、災害時の食料の確保を想定し、「もしも」に役立てていただくための、普段からの備えとなる「ローリングストック」に適した商品の拡充なども行っています。

具材もスープも動物性の原料不使用の プラントベースのフリーズドライスープ

独自製法により、植物性の食材である豆乳を原料として、まるでたまごを使用したかのような形状とふわっとシルキーな仕上がりのかきたま風の具材を開発、具材もスープも動物性の原料不使用のプラントベース※1のフリーズドライスープを、2024年9月に発売しました。たまごを使用しないことで、食の選択肢の多様性や、たまごの供給不安、たまごアレルギーの不使用※2に対応しています。

※1 プラントベースとは、Plant（植物）とBased（由来）を組み合わせで造られた造語です。植物由来のものを積極的に取り入れる食スタイルのことを指します。

※2 同一製造ラインにおいて、特定原材料のうち、かに、卵、乳成分を含む商品を製造しています。



素材のチカラ プラントベース
かきたま風スープ



素材のチカラ プラントベース
かきたま風スープ 4食入



素材のチカラ プラントベース
かきたま風調理例

社会に笑顔

社会と共有する価値

持続可能な
社会への貢献



「社会に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからもご覧いただけます。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/society/fundraising/>



北海道工場で行ったラーメン道場
(手打ちラーメン作り)

① 食品ロスの削減



食品を取り扱う企業の責任として、食品ロスの削減に向けた取り組みを行っています。例えば商品間で共通する原材料の使用推進や製造上のロスを減らす取り組み、生産・在庫管理の精度向上、そして家庭での食品ロス削減にもつながるレシピの公開などを行っています。また、いくつかの事業所では、フードバンクや子

ども食堂の活動に賛同し、品質に問題がないにもかかわらず、通常の流通過程から外れた商品などの提供を行っています。原料の受け入れから廃棄までの商品ライフサイクルのそれぞれの段階で貢献できる活動を、ステークホルダーの皆さまとともに進めています。

賞味期限の延長による廃棄ロスの削減

特に気温の安定しない時期の買い置き需要への対応と商品の店頭やご家庭での廃棄ロスの削減を目的に、チルド食品の「つるやか 冷し中華 醤油だれ 2人前」を2024年3月に、「つるやか 冷麺 2人前」を2025年3月に賞味期限を延長しました。



つるやか 冷し中華
醤油だれ 2人前



つるやか 冷麺
2人前

賞味期限 6日延長 15日 → 21日

② 地域社会との活動



各事業所では、地元での雇用や清掃活動などに積極的に参加するなどし、地元の方々に親しみを持ってもらえる活動を行っています。各事業所と地方自治体とのパートナーシップ協定や災害時協定、災害時の緊急避難場所の提供など、各地域での防災や地元の活性化に向けた取り組みを行っています。また、各地のお祭りなどの行事への企画協賛としてお祭りの写真と応援メッセージを配置したオリジナルデザインの商品の販売を行い、より身近に感じていただける取り組みも行っています。

地域に根ざしたCSR活動の推進

北海道事業部では、地元小樽市とのパートナーシップの継続や地域の清掃活動への参加の他、YOSAKOIソーラン祭りやおたる運河ロードレース大会、石狩市民スポーツ祭りなど北海道のイベントへの協賛や参加をしています。道民の皆さまにより身近に感じていただき、愛され親しまれる「マルちゃん」ブランドを目指しています。



2024年のYOSAKOIソーラン祭りの様子

③ 持続可能な資材の使用

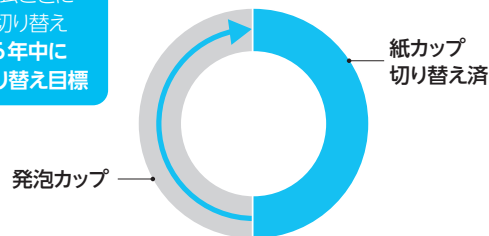


環境・社会・人権等に配慮した持続可能な資材の使用を推進しています。持続可能なパーム油調達や持続可能な漁業・養殖認証 (MSC / ASC) を取得した水産物の取り扱い、森林保護につながる紙資材の調達、梱包や資材で使用しているプラスチック使用量の削減、包装資材における環境対応インキの導入を推進しています。

メキシコで販売する縦型カップ麺容器の紙カップ化

プラスチック使用量の削減を目指し、メキシコ・中南米で販売する縦型カップ麺に使用される容器の材質の発泡ポリスチレンから紙素材を主原料としたものへの切り替えに取り組んでいます。熱湯調理だけでなく電子レンジ調理にも対応させるための粉末スープ配合の見直し、また喫食時の容器温度に関する性能試験を経て、2023年12月より切り替えを開始し、2025年3月末現在で全体の50%を紙製容器化しました。2026年中の全量切り替えを目標としています。

アイテムごとに
順次切り替え
2026年中に
全量切り替え目標



次世代に 笑顔

社会と共有する価値

健やかな成長に
つながる環境づくり



「次世代に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからご覧いただけます。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/society/fundraising/>



相模工場での工場見学会

① 食育活動



食品や健康についての知識と食文化を伝えることを目的として、イベントや出張授業、工場見学会など食育活動を行っています。また、こうした活動を通じて、東洋水産グループに親しみを持っていただくと

ともに、事業や安全・安心な商品提供への取り組みを地域の皆さまや次世代の社会を担う子どもたちに知っていただく機会となっています。

「スマイル“フード”プロジェクト in 東北」

2015年度より、東北地区の高校生を対象に、地域の特色を活かしたフリーズドライ (FD) スープメニューのレシピコンテストを実施しています。10回目となる2024年度は46校184チームの応募があり、東北6県の代表チームと、10回目の開催記念2チームの計8チームによる決勝大会を11月に宮城県仙台市にて開催しました。プレゼンテーションと試食審査の結果、秋田県立金足農業高等学校の「比内地鶏の担々風クリーミーナッツスープ」が優勝しました。

優勝作品は2025年秋頃にマルちゃんブランドで商品化し、東北地区にて販売する予定です。



2024年度決勝大会の様子

工場見学会や出張授業など地域との交流

各事業所やグループ会社では近隣の児童・生徒を対象に、食育や環境に関する出張授業や工場見学会を行っています。ユタカフーズ（株）では2024年度に「だし」の特徴・重要性の理解を深める講義と調理実習の食育プログラムを近隣の小学校4校で実施しました。



ユタカフーズ（株） 本社近隣の小学校での出張授業の様子

② 企業訪問の受け入れ

児童、生徒、学生の方々に、「働くこと」の意味を伝えるキャリア教育や職業教育に協力しています。品川本社ビルでの修学旅行生や校外学習の生徒の訪問受け入れの他、工場やグループ会社においても就労体験、インターンシップ、職業訓練実習などを実施しています。

品川本社ビルでの企業訪問の受け入れ

品川本社ビルでは修学旅行や校外学習の一環として企業訪問を行っている中高生を受け入れ、会社や商品の紹介、仕事内容の説明を行い、職業や将来のキャリアについて考える機会を提供しています。2024年度は43校、333人の方々が訪れました。

③ スポーツ支援



青少年の育成やスポーツ振興を目的としてスポーツイベントの支援や後援の他、当社グループ主催によるスポーツイベントなども実施しています。

スポーツイベントの実施

1986年より、柔道を通じ、将来を担う子どもたちの心身の健全育成の支援を目的に「マルちゃん杯少年柔道大会」を開催しています。また著名な先生や選手を講師に迎え「マルちゃん少年柔道教室」を全国で開催しています。2024年度の柔道教室は12会場で延べ2,368人の子どもたちが参加しました。海外でも柔道・剣道の大会や教室を開催しています。メキシコでは「マルちゃん少年少女柔道大会」「マルちゃん少年少女剣道大会」を開催しています。



マルちゃん少年柔道教室の様子

地球に笑顔

社会と共有する価値

環境対応の推進



「地球に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからもご覧いただけます。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/environment/index.html>



スマイル・オーシャン・プロジェクト
海岸清掃活動

① 気候変動への適応とその緩和



気候変動の大きな要因となる地球温暖化に関連する環境負荷の低減を重要な課題の一つと捉えています。事業活動による環境負荷を低減するためにISO14001など環境マネジメントシステムに関する

第三者機関による認証取得の推進や2025年4月に改定した当社グループの「環境方針」に基づき、グループ一体となって、温室効果ガス排出量の削減に取り組んでいます。

省エネへの取り組み事例

省エネタイプの高効率機器の導入やLED照明への切り替えなどを実施しています。また東洋水産グループの各工場では、それぞれで省エネに向けた目標を設定し活動を行っています。埼玉工場では各課より選出された推進委員による省エネ委員会を設置し、自部署の設備におけるムダの削減を積み重ねることにより工場全体として大きな省エネ効果に結びつけるとともに、省エネ活動を次世代へつなぐための人材育成の場としています。2024年度は10月に埼

玉工場から東洋水産グループの全工場へのオンライン配信による省エネ勉強会も実施しました。



埼玉工場で開催した省エネ勉強会の様子

CO₂排出量削減への取り組み事例

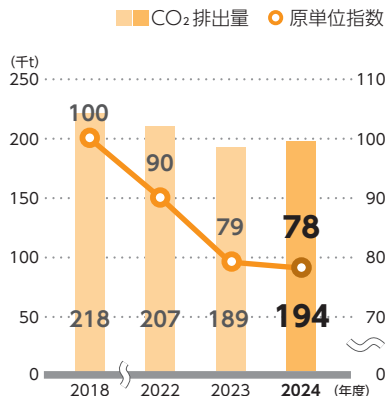
CO₂排出量削減に向け、埼玉工場、関東工場、フクシマフーズ（株）では太陽光発電、伊万里東洋（株）ではバイオマス発電といった再生可能エネルギーを利用しています。また、各工場や冷蔵倉庫の設備では、ボイラー燃料の重油から天然ガスへの転換、フロン冷媒から自然冷媒（アンモニア・CO₂）への更新を計画的に行っています。商品の物流においても配送拠点の変更による輸送距離の効率化などに取り組んでいます。



関東工場の天然ガスボイラー

● CO₂排出量と売上高原単位

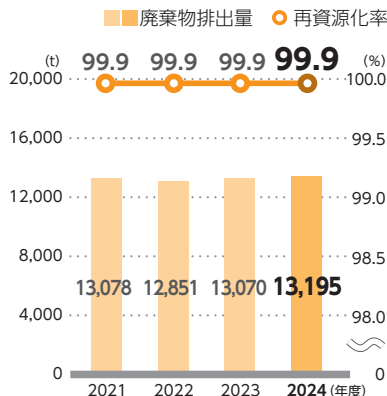
（国内グループ全体）



排出量は、工場において製造量が増えたことにより増加しましたが、各事業所でエネルギー効率の向上に取り組んだ結果、原単位は改善されました。

● 産業廃棄物排出量と再資源化率

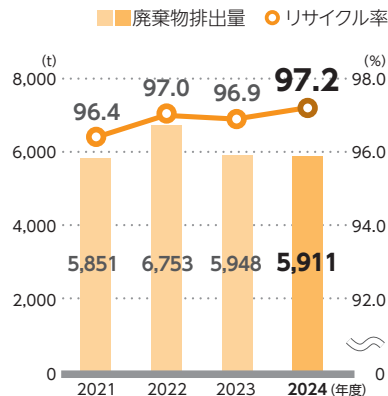
（国内グループ全体）



排出量は、工場における生産増に加え冷蔵倉庫において不要物等の廃棄が多く発生したことにより増加しました。再資源化率は99.9%と引き続き高水準を維持しました。

● 食品廃棄物の排出量とリサイクル率

（東洋水産（株）単体）



排出量は、即席麺工場における製造の安定化、および各工場での製造効率向上の取り組みによりやや減少し、リサイクル率は目標値95%以上を継続して維持しました。

② 生物多様性の保全



東洋水産グループは水産事業からスタートしていることから、海洋資源を含めた生物多様性の保全は重要な使命の一つだと考えています。稚魚放流、ウナギの完全養殖の量産・事業化の研究や持続可能な水産資源の調達を通じた生態系の維持、保護への貢献を行っています。また関東工場でのビオトープの設置など、生物多様性を意識した様々な取り組みを行っています。

「ビオトープ」での群馬県絶滅危惧種植物の保全活動

関東工場では、工場近辺の環境を保全し、野生生物の生息空間を提供するビオトープを設置しています。年間6回の群馬大学の石川教授によるビオトープ内の植物調査と群馬県の絶滅危惧種植物を移植しての保全活動を実施しています。また、2024年10月には「群馬ビオトープフォーラム」を開催し、県内の3事業所・団体から関東工場にお越しいたぎ、それぞれの取り組み発表を行うなど、群馬県内での交流も図っています。



石川教授によるビオトープの調査の様子

③ 水資源の保全



「水」は東洋水産グループの事業に欠かすことのできない大切な資源です。持続可能な水資源の利用は、事業を持続的に成長させるための重要な課題の一つだと考えています。東洋水産グループの各工場では、水の使用や排水を継続的に管理するとともに、水の再利用の促進など水の使用量の削減に努めています。また、各工場では、工場からの排水を微生物処理により浄化して放流しています。

河川、海岸清掃活動

東洋水産グループでは、水質の保全に向けた事業所近隣の河川、海岸の清掃活動なども行っています。ユタカフーズ(株)では武豊町の「水辺クリーンアップ大作戦」に56人が参加し、清掃活動を実施しました。



武豊町水辺クリーンアップ大作戦の様子

● 環境負荷データ (グループ全体)

INPUT

エネルギー **3,006 TJ**
 ●電力 159,860 千kWh ●都市ガス 30,606 千m³
 ●A重油 1,688 kℓ ●蒸気 68,979 GJ
原材料調達 ●原材料 33 万t ●包装資材 7 万t
補充冷媒量 **543 kg**
水資源量 **4,718 千m³**

エネルギー **334 TJ**
 (総輸送量) 173.5 百万トンキロ

エネルギー **49 TJ**
 ●電力 3,466 千kWh ●都市ガス 137 千m³
 ●ガソリン 266 kℓ ●A重油 95 kℓ
補充冷媒量 **27 kg**
水資源量 **17 千m³**

エネルギー **756 TJ**
 ●電力 87,095 千kWh
補充冷媒量 **200 kg**
水資源量 **221 千m³**

エネルギー **4,145 TJ**
補充冷媒量 **770 kg**
水資源量 **4,957 千m³**

エネルギー **2,579 TJ**
 ●電力 72,739 千kWh ●天然ガス 43,329 千m³
 ●軽油 1 kℓ
原材料調達 ●原材料 48 万t ●包装資材 7 万t
水資源量 **929 千m³**

生産
工場
生産量
44 万t

物流※

オフィス
(総合研究所
配送センター
含む)

冷蔵
倉庫
庫腹
約64 万t

国内
事業所
合計

海外
事業所
(北中米・
インド)
生産量
37 万t

OUTPUT

CO₂排出量 **137 千t**
 ●NOx 排出量 34t
 ●SOx 排出量 4t
産業廃棄物排出量 **12,809 t**
 (うち最終処分量) 0t
排水量 **3,503 千m³**

CO₂排出量 **23 千t**

CO₂排出量 **2 千t**
産業廃棄物排出量 **123 t**
 (うち最終処分量) 0t
排水量 **16 千m³**

CO₂排出量 **31 千t**
産業廃棄物排出量 **263 t**
 (うち最終処分量) 7.72t
排水量 **100 千m³**

CO₂排出量 **194 千t**
産業廃棄物排出量 **13,195 t**
 (うち最終処分量) 7.72t
排水量 **3,619 千m³**

CO₂排出量 **116 千t**
廃棄物排出量 **9,825 t**
 (うち最終処分量) 9,093t
排水量 **598 千m³**

※ CO₂排出量はスコープ1、2の合計 (物流のみスコープ3の一部に該当)
 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

社員に笑顔

社会と共有する価値

多様な人材が健康で
活躍できる職場づくり



東友会バスケットボール部



「社員に笑顔」への取り組みの詳細につきましては、下記アドレスからもご覧いただけます。

<https://www.maruchan.co.jp/csr/employees/>



① 働きやすい職場づくり



会社が成長し続けるためには、社員が健康で安心し、活き活きと働ける職場環境の整備が重要です。東洋水産グループでは、働きやすく働きがいのある

職場環境の整備に取り組んでいます。また、社員間だけでなく、日頃から社員を応援し、支えているご家族同士の交流も目的としたイベントも実施しています。

健康経営の推進

社員とそのご家族の健康維持・推進のために、健康経営に取り組んでいます。スマートフォンのアプリを利用した「ウォーキングイベント」の開催などの他、毎年秋には、東洋水産グループの社員とそのご家族の健康増進と交流を目的としたTSグループ大運動会を開催しています。

(株)シマヤ、八戸東洋(株)、(株)酒悦、甲府東洋(株)などは「健康経営優良法人(中小規模法人部門)」に継続して認定されています。八戸東洋(株)では、「八戸東洋健康守り隊」を設置し、従業員の健康

意識を高め、健康経営認定取得の継続を目指しています。また、北海道事業部では、2018年9月に健康宣言を行い、職場環境の整備や社員とそのご家族の健康の維持・増進に計画的に取り組んでいます。



2024年11月に実施した第21回TS大運動会の競技の様子

② 多様な人材の活躍



社員一人ひとりの違いを尊重し、多様な考えや経験を活かすことが持続的な東洋水産グループの成長のために重要であると考えています。そのため、ダイバーシティの推進を重要な経営戦略と捉え、基本方針を定めて積極的に取り組んでいます。

東洋水産グループのダイバーシティに関する基本方針

多様な人材が能力を最大限発揮できる機会と環境を整え、自律的に挑戦し続ける人材を育成し、全社員が笑顔で活躍することにより会社の持続的な成長を目指します。

社員のコミュニケーション活発化の取り組み

フクシマフーズ（株）では、女性のさらなる活躍を目標に女性社員同士のコミュニケーションの場を設けています。会合では製造機械の型替えにかかる作業時間の短縮など、積極的な意見があがりました。業務時間を有効に活用し、教育・練習を繰り返し実施したことにより、女性社員のみで型替えができるようになり、作業の効率化につながることができました。



女性社員による型替え作業の様子

③ 労働安全衛生



職場の労働安全衛生に積極的に取り組んでいます。社員が安全に安心して働ける環境を整備・確保することが安全・安心な商品・サービスの提供につながると考えています。それぞれの職場では安全衛生委員会を設置するなどし、全員参加で働きやすい職場づくりに向けた取り組みを行っています。また、地震・火災など緊急時の対応マニュアルを整えとともに、防災物資の確保や避難訓練などを行っています。

外部講師による労働安全に関する研修

ミツワデイリー（株）神戸工場では、昨年までは社員をメインに外部講師による労働安全に関する研修を実施していましたが、2024年度からは社員から派遣社員まで受講対象者を広げ、各々の知識、モチベーションを高めるよう取り組みました。研修を11回実施し、59人が受講しました。外国籍の従業員の参加を推進し、外国籍の方々への教育などにつなげていきたいと考えています。



ミツワデイリー神戸工場

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題として認識し、取締役の責任および個別事業の責任体制を明確にしています。今後も経営の透明性および迅速性を確保していきます。

基本的な考え方

東洋水産グループでは、的確迅速な企業意思の決定が今後の企業成長を左右するものと認識しています。また、コーポレート・ガバナンスの強化および充実を経営上の重要課題と認識し、取締役の責任および個

別事業の責任体制を明確にすること、並びにコンプライアンスの強化が重要であると考えています。今後も経営の透明性および迅速性を確保し、コーポレート・ガバナンスの強化および充実を目指していきます。

企業統治の体制の概要

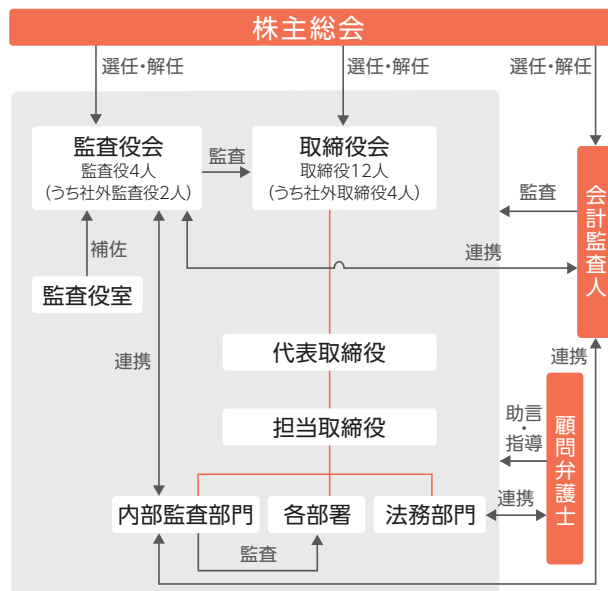
取締役会

当社の意思決定機関として取締役会があります。取締役会は原則月1回の開催以外にも、必要あるごとに機動的に開催し、グループ全体を視野に入れた審議を行っています。また、業務執行状況の監督、会社法で定められた事項および重要事項の決定を行っています。

監査役会

当社は、監査役制度を採用しています。監査役は、監査役会で策定された監査方針、監査計画および業務分担に基づき、取締役会やその他重要な会議への出席、業務および財産の状況調査等を通して、取締役の職務執行を監査しています。

コーポレート・ガバナンス体制 (2025年6月26日株主総会后)



内部統制システムとリスク管理

取締役および社員が企業倫理や社会的責任の重要性を認識し、関連法規および各種規定を順守するために内部統制システムを構築しており、業務が適切かつ効率よく実行されるように常に見直しを行っています。リスク管理については、内在するリスクを把握・分析・評価した上で適切に対策を実施しています。

内部通報制度

東洋水産グループが継続的かつ安定的に発展する妨げとなる法令違反や社内不正等を防止または早期発見して是正することを目的とした内部通報制度「レポートライン」を設置し、通報者が直接不利益を受けることなく情報を伝達できる体制を構築しています。

コンプライアンス

東洋水産グループでは、「コンプライアンスとは法令のみならず社内ルール、良識・モラルといった社会倫理、道徳なども含めて守ることであり、それを実践することが、ステークホルダーの信用・信頼に応えることにつながる」と考えています。この考えを、社員一人ひとりに浸透させるため、国内グループでは以下の活動を推進しています。

- 行動規範の周知・徹底
- コンプライアンス勉強会の実施（全役職員対象、各階層別研修会参加者対象）
- 社内報やポスターを通じたコンプライアンスに関する啓発活動

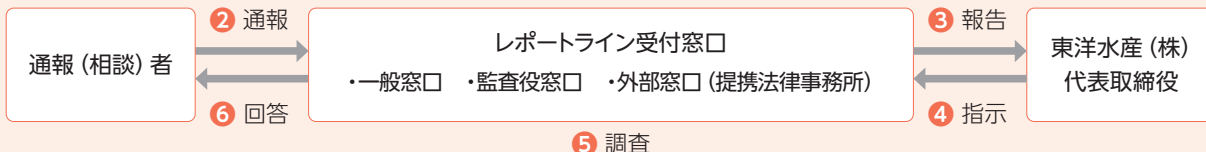


東洋水産グループのコーポレート・ガバナンスにつきましては下記アドレスからもご覧いただけます。
<https://www.maruchan.co.jp/ir/management/governance.html>



● 内部通報制度の仕組み

① 不正行為の発見



数字で
見る

東洋水産グループ

2025年
3月末現在

会社概要

連結従業員数

4,696人



国内関係会社

23社



創立年月

1953年3月



海外関係会社

9社



食品安全マネジメント システム取得状況

FSSC22000

18事業所



JFS-B など
FSSC22000 以外

13事業所

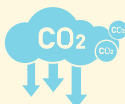


環境データ

(国内グループ全体)

CO₂ 排出量

194千t



産業廃棄物の再資源化率

99.9%



産業廃棄物量

13,195t



水使用量

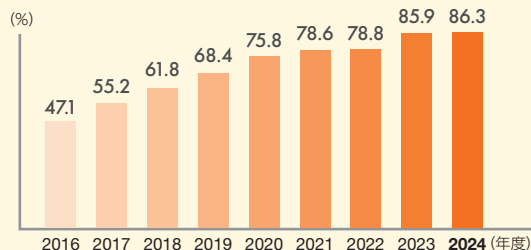
4,957千m³



冷蔵倉庫のフロンから自然冷媒への代替率

86.3%

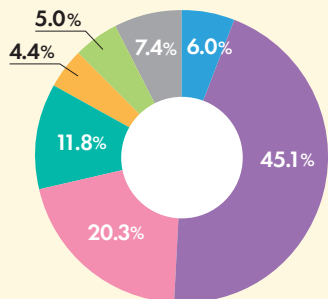
(全庫腹量に対して)





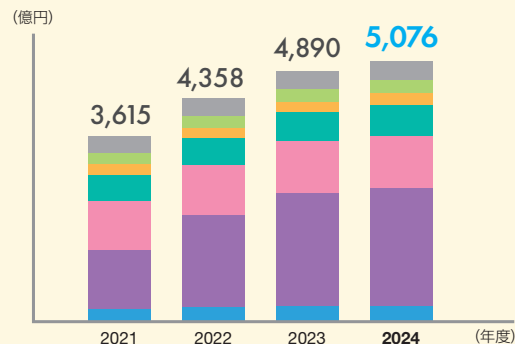
売上高

売上高構成比



売上高
5,076 億円

連結売上高の推移



水産食品事業
 海外即席麺事業
 国内即席麺事業
 低温食品事業
 加工食品事業
 冷蔵事業
 その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

2030年度東洋水産グループ環境目標

	2030年度目標	2024年度実績
CO ₂ 排出量 (原単位)	20% 削減	22.2% 削減
産業廃棄物 (原単位)	15% 削減	26.1% 削減
産業廃棄物の再資源化率	99.5% 以上の維持	99.9%
フロン漏洩量 (CO ₂ 換算)	85% 削減	69.4% 削減
水使用量 (原単位)	10% 削減	18.8% 削減
認証パーム油への代替	100%	81.6%
主要取扱魚種 (魚卵・鮭・海老) のMSC等漁業認証原料取扱い	70%	80.5%

※対象は国内グループ全体 (ただし、認証パーム油への代替目標は国内外グループ全体)

※原単位は国内連結売上高を基準として算出

※基準年度は2018年度

※CO₂排出量算出の根拠

電力:電気事業連合会2009年度実績に基づく使用端CO₂排出原単位 (0.351kg-CO₂/kWh) を使用

電力以外:温対法の換算係数を使用

使用冷媒:環境省「フロン類算定漏えい量の算定・報告に用いる冷媒種類別 GWP 一覧」を使用



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 2022年度	第76期 2023年度	第77期 2024年度	第78期 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。

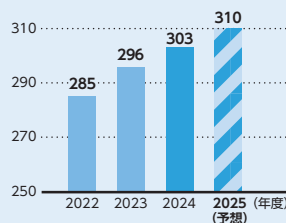
≫ 売上高

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

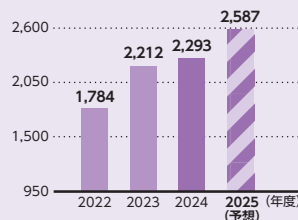
(前期比3.6%増)

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

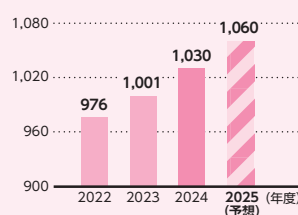
(前期比2.9%増)

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)





低温食品事業



事業内容

「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

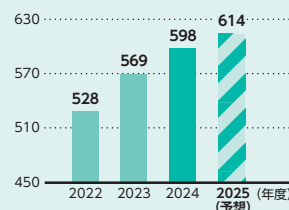
(前期比5.2%増)

≫ 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)



加工食品事業



事業内容

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

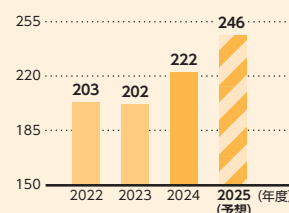
(前期比9.9%増)

≫ 営業利益

27 百万円

(前期比96.3%減)

≫ 売上高の推移 (単位:億円)





冷蔵事業



事業内容

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

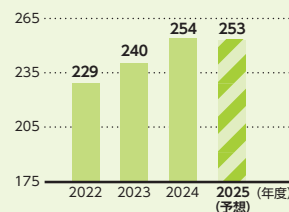
(前期比5.7%増)

≫ 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)



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、各関係会社との継続的な強化と、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 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 TEL. 03-3458-5111 (代表)

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

株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	6月
基準日	期末配当は3月31日 中間配当を行う場合は9月30日
公告方法	電子公告 ただし電子公告できない場合は、 日本経済新聞に掲載いたします。 アドレス https://www.maruchan.co.jp/
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
(電話照会先)	0120-782-031 (フリーダイヤル)
単元株式数	100株
上場証券取引所	東京証券取引所 (プライム市場)

東洋水産(株)では、ウェブサイト内にIR専用サイトを設けています。決算説明会資料をはじめ、有価証券報告書、アニュアルレポートなどをご覧ください。



<https://www.maruchan.co.jp/ir/>



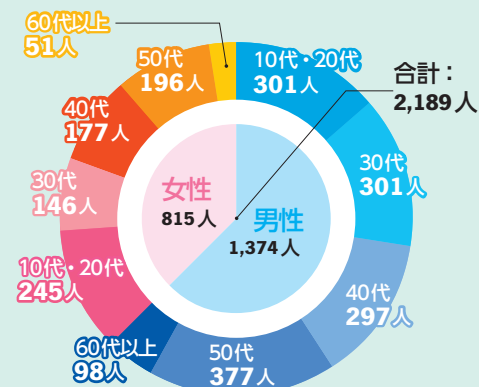
TOYO SUISAN
東洋水産株式会社

CSR広報部
〒108-8501 東京都港区港南2丁目13番40号
TEL. 03-3458-5413 FAX. 03-3458-5408
<https://www.maruchan.co.jp/>

従業員データ

(2025年3月末現在)
東洋水産(株)

●従業員構成比



●平均年齢

41.3 歳

●平均勤続年数

16.5 年

●育休取得率

男性 **24.3** % 女性 **100** %

●女性管理職(課長級以上)人数/比率

16 人 / **6.9** %

●障がい者雇用人数/比率

53 人 / **2.23** %

●管理職(課長級以上)に対する ダイバーシティ勉強会実施回数※

21 回

●コンプライアンス勉強会実施回数※

242 回

※グループ全体での実施

