

東洋水産株式会社

2024年3月期

# 第2四半期 決算説明会資料

2023年10月31日（火）  
証券コード：2875



**Smiles for All.**  
すべては、笑顔のために。

目次	01	2024年3月期 第2四半期連結業績	P.3
	02	2024年3月期 通期連結業績予想	P.8
		02-1 国内事業（国内即席麺・低温食品事業）	P.12
		02-2 海外即席麺事業	P.21
		02-3 全体概況	P.29
	03	今後の方針	P.34
	04	参考資料	P.38

01

2024年3月期  
第2四半期 連結業績

## 第2四半期 連結業績

4



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前年同期差	前年同期比	計画差	計画比
売上高	2,129	2,349	+220	110.3%	+89	103.9%
営業利益	190	298	+108	157.1%	+53	121.7%
営業利益率	8.9%	12.7%				
経常利益	204	336	+132	165.1%	+66	124.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	153	251	+98	164.6%	+51	125.7%
為替レート (米ドル/円)	144.81	149.58				

(単位：億円)

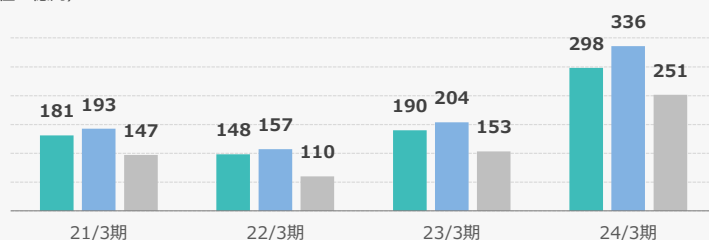
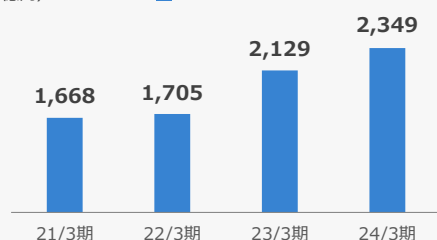
■ 売上高

(単位：億円)

■ 営業利益

■ 経常利益

■ 親会社株主に帰属する四半期純利益



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

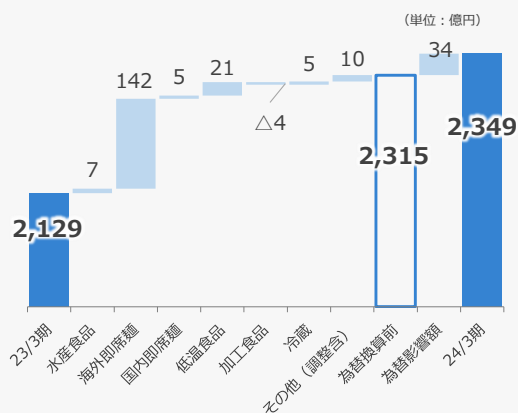
売上高は、前期比110% の2,349億円、  
営業利益は、前期比157% の298億円、  
経常利益は、前期比165% の336億円、  
親会社株主に帰属する四半期純利益は、  
前期比165% の251億円  
となり、いずれも中間期として、過去最高の数値となりました。



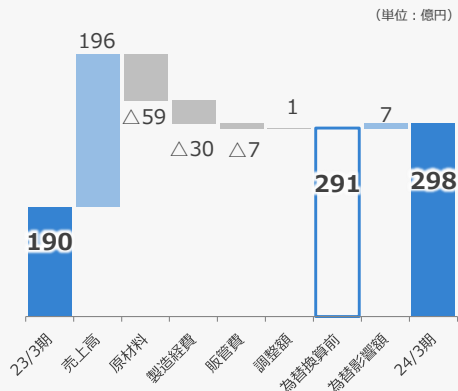
**売上高** ▶ 国内即席麺、低温食品、海外即席麺の主要セグメントで増収を確保

**営業利益** ▶ 海外即席麺を中心に増益、継続するコストアップを国内外の価格改定で吸収

セグメント別 売上高増減



連結 営業利益増減要因



※為替レート（米ドル/円） 23/3期9月末 144.81円、24/3期9月末 149.58円 前期比 4.77円の円安



COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

連結業績の概要について、前期比でご説明いたします。

売上高は、  
国内即席麺、低温食品事業、海外即席麺事業の  
主要セグメントで増収、  
最高売上高を更新した海外即席麺が大きく牽引し、  
220億円の増収となりました。

営業利益は、原材料、動力費等のコストアップはありましたが、  
国内外での価格改定で吸収し、108億円の増益となりました。

9月末のアメリカドルの為替換算レートは、149円58銭で、  
前期比4円77銭の円安となりました。  
その影響額は、売上高で約34億円の増収、  
営業利益は約7億円の増益となります。



(単位: 億円)	23/3期	24/3期	前年同期差	計画差	前期差について
連結売上高	2,129	2,349	+220	+89	
水産食品事業	143	150	+7	0	行動制限の解除から経済活動の正常化により、コンビニエンスストアの来店客数の回復、業務用・外食用食材への需要の本格的な持ち直しがあり、増収
海外即席麺事業 (百万ドル)	885 611	1,061 709	+176 +98	+77 △31	米国では第1四半期連結会計期間に発生した一部得意先の在庫調整による影響が残りましたが、7月以降の受注数量は回復傾向となり、メキシコでは主力商品のカップ麺、袋麺ともに好調に推移したこと、及び2022年10月に米国、メキシコで実施した価格改定による販売単価の上昇により、増収
国内即席麺事業	432	437	+5	+7	前期に続き6月に価格改定を実施。カップ麺では「赤いきつねうどん」「緑のためき天そば」「麺づくり」を中心に拡売に努めた。「MARUCHAN QTTA」「ごつ盛り」シリーズ等の牽引もあり、増収。袋麺では「マルちゃんZUBAANI」シリーズが減収も、即席麺全体で増収
低温食品事業	272	293	+21	+10	前期に続き4月に価格改定を実施。生麺では「マルちゃん焼そば3人前」シリーズ、「マルちゃんの冷し生ラーメン3人前」シリーズ等の主力商品に加え、新商品の「ごほうび冷し中華2人前」シリーズが寄与。冷凍食品では行動制限が緩和され、人流が回復したことにより業務用商品が伸長し、増収
加工食品事業	96	92	△4	△10	米飯、フリーズドライ商品で4月に価格改定を実施。米飯は、価格改定や前年度の在宅療養者向け需要が一段落した影響もあり、ほぼ前年度並み。フリーズドライ商品では価格改定や猛暑等の影響により、減収
冷蔵事業	116	121	+5	0	行動制限の解除から経済活動の正常化により、配送等の取扱いが増加したことに加え、冷蔵倉庫料金の価格改定にも努めたことにより、増収
その他事業	185	195	+10	+5	主に、弁当・惣菜事業が増収
(為替影響額)			(+34)	(+118)	海外即席麺の増収額に含まれる為替影響額(億円)
※1米ドル/円 144.81円 149.58円 133.00円 TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.					

セグメント別実績および概況につきましては、  
6ページ・7ページに記載の通りでございます。  
海外即席麺、国内即席麺、低温食品は、後ほど、ご説明致します。

水産事業は、コンビニエンスストア向け等の売上増加などにより、  
7億円の増収、営業利益は主要取扱魚種の前価率上昇により、  
前年並みの2億円となりました。

加工食品事業は、  
主力の米飯、フリーズドライスープで4月より価格改定を実施し、  
価格改定後の新価格浸透に取り組んでいること、またフリーズドライ  
スープの主要原料の1つ「液卵」の供給問題、価格高騰の影響もあり、  
4億円の減収、営業利益は、約2億円の減益となりました。

冷蔵事業は、  
需要が堅調に推移する中、コスト上昇に対して各取引先への  
価格改定に取り組んでおり、  
売上高は5億円の増収、営業利益は1億円の増益となりました。  
その他事業は主にベンダー事業ですが、  
コンビニエンスストア向けの販売が前年を上回り、  
売上高は10億円の増収でしたが、営業利益は動力費等の  
高騰もあり、約2億円の減益となりました。

## 第2四半期 セグメント別営業利益の状況

7



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前期差	計画差	前期差について
連結営業利益	190	298	+108	+53	
水産食品事業	2	2	△0	+1	売上高増加はあったものの、仕入コスト上昇等により、 <b>減益</b>
海外即席麺事業 (百万ドル)	110 76	212 142	+102 +66	+43 +15	主原料価格高騰による原材料費増加や人件費増加等によるコスト上昇はあったものの、販売数量増加や価格改定効果による売上高増加等により、 <b>増益</b>
国内即席麺事業	27	28	+1	+1	原材料費等のコスト増加はあったものの、売上高増加、広告宣伝費の減少等により、 <b>増益</b>
低温食品事業	32	39	+7	+4	原材料費等のコスト増加はあったものの、売上高増加等により、 <b>増益</b>
加工食品事業	4	2	△2	+1	原材料費等のコスト増加により、 <b>減益</b>
冷蔵事業	12	13	+1	+3	人件費や補修費等の増加による影響はあったものの、配送収入の増加や冷蔵倉庫料金の価格改定等の売上高増加により、 <b>増益</b>
その他事業	8	6	△2	0	売上高増加はあったものの、コスト上昇等により、 <b>減益</b>
調整額	△5	△4	+1	0	
(為替影響額)			(+7)	(+24)	海外即席麺の増益額に含まれる為替影響額(億円)

※1米ドル/円 144.81円 149.58円

133.00円



TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

02

2024年3月期 通期連結業績予想



2024年3月期 通期連結業績予想

予想修正有り

9



(単位：億円)	23/3期実績	売上高比率	24/3期予想	売上高比率	前期比	当初予想
売上高	4,358	100%	4,660	100.0%	106.9%	4,660
営業利益	403	9.3%	520	11.2%	128.9%	500
営業外損益	34	0.8%	50	1.0%		50
経常利益	437	10.0%	570	12.2%	130.4%	550
特別損益	△2	△0.0%	△2	△0.0%		0
税金等調整前当期純利益	435	10.0%	568	12.2%		550
法人税等	△100	△2.3%	△135	△2.9%		△130
当期純利益	335	7.7%	433	9.3%		420
親会社株主に帰属する当期純利益	331	7.6%	430	9.2%	129.8%	415
1株当たり配当	100円		120円			100円
為替レート（米ドル/円）	133.54		133.00			133.00
設備投資額（支払ベース）	143	3.3%	200	4.3%		200
減価償却費	160	3.7%	165	3.5%		165
FCF（注1）	348		395			380
EBITDA（注2）	563	12.9%	685	14.7%		665

(注1) FCF = 親会社株主に帰属する当期純利益 + 減価償却費 - 設備投資額  
(注2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費



COPYRIGHT TOYO SUISSAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

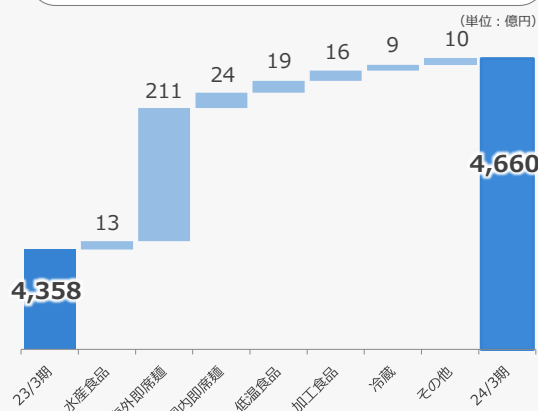
2024年3月期 通期業績予想は、  
  
売上高は、4,660億円、  
営業利益は、期初発表から20億円上乘せし、  
520億円の予想です。  
経常利益以下の利益等も修正しております。  
  
為替前提については、  
期初から修正せず、1ドル133円としております。



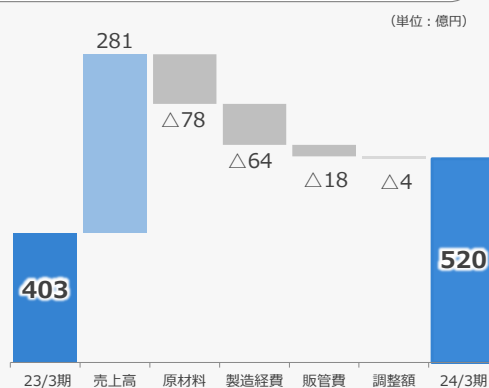
**売上高** ▶ 期初予想を変更せず。各事業での販売数量の底上げ、単価アップ施策実行

**営業利益** ▶ 上期の海外即席麺の上乗せ分を、通期でも上乗せ。期初予想以上の増益目指す

セグメント別 売上高増減



連結 営業利益増減要因



※為替レート 23/3期末 133.54円、24/3期末予想 133.00円 1米ドル/円の変動により、売上高約15億円、営業利益約2.7億円の影響



COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

当期業績予想の概要です。

売上高は、  
期初予想から変更せず、  
前期比302億円増収の4,660億円、  
営業利益は、  
期初予想から20億円上乗せの、  
前期比117億円増益の520億円です。

なお、為替の前提は前期の3月末の133.54円と  
為替換算による影響を無くするため、1ドル133円としております。  
1ドル133円の前提に対して、  
1ドル1円の為替変動により、  
通期で売上高で約15億円、  
営業利益で約2.7億円の影響が出る予想となります。

(単位：億円)	売上高		営業利益	
	当初予想	修正無し	当初予想	修正予想
合 計	4,660	4,660	500	520
水産食品事業	298	298	2	2
海外即席麺事業	1,995	1,995	332	352
(百万ドル)	1,500	1,500	250	265
国内即席麺事業	1,000	1,000	80	80
低温食品事業	547	547	65	65
加工食品事業	219	219	3	3
冷蔵事業	238	238	18	18
その他事業	363	363	6	6
(調整額)	-	-	△6	△6

セグメント別の売上高・営業利益の予想と、  
当初予想との差を示しています。

営業利益の上乗せ20億円は、海外即席麺事業で、  
現地通貨ベースで上期に上振れた約15百万ドルとなります。  
他に修正した内容はありません。

## 02-1

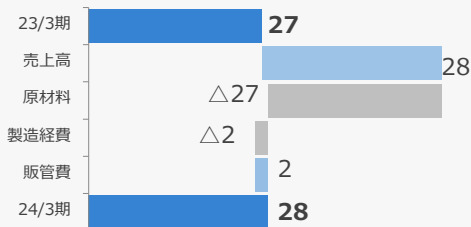
国内事業

(国内即席麺・低温食品事業)



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前年同期差
売上高	432	437	+5
袋麺	74	68	△6
カップ麺	358	369	+11
営業利益	27	28	+1

営業利益増減要因 (単位：億円)



四半期別売上高

(単位：億円)	1Q	2Q	上期
23/3期	217	215	432
24/3期	220	217	437
前期比	102%	101%	101%

	1Q	2Q	上期	当初予想との差
売上高	+14	+14	+28	+6
原材料	△17	△10	△27	△7
製造経費	△2	0	△2	+1
販管費	+3	△1	+2	+1
合計	△2	+3	+1	+1

(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します。)

国内即席麺の上期状況です。

売上高は、前期比5億円増収の437億円  
営業利益は、前期比で1億円増益の28億円となりました。

2023年6月に2年連続での価格改定を実施、  
8月末から9月にかけての記録的な猛暑は、  
大きな影響がありましたが、上期合計では、  
期初予想以上の数量、価格改定効果も加わり、  
金額ベースで増収を確保しました。

価格改定後、商品別の動きに変化があり、  
原材料費率が想定以上に上昇しましたが、  
動力費、物流費等のコストアップは、  
想定よりも緩やかでしたので、利益も上回ることができました。

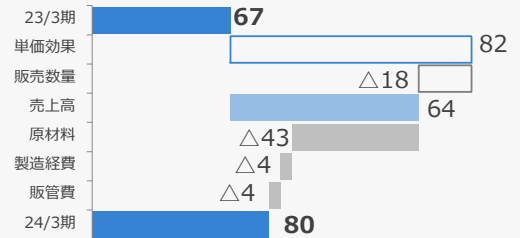
## 国内即席麺事業 通期業績予想

14



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前期差
売上高	976	1,000	+24
袋麺	161	155	△6
カップ麺	815	845	+30
営業利益	67	80	+13

営業利益増減要因 (単位：億円)



(単価効果と販売数量は、売上高による影響の内訳を示します)

### 売上高

- 発売45周年を迎えた「赤いきつね」をはじめ、主力和風麺シリーズの更なる拡売、ブランド強化
- 袋麺は、「マルちゃん正麺」の活性化と、新ブランド「マルちゃんZUBAAN!」の育成を継続
- 価格改定後、需要の高いオープンプライス商品を含め、様々な商品群で販売を底上げ

### 営業利益

- 原材料は、小麦粉、パーム油はピークアウトも、包材、具材、調味料等の高騰、高止まりを予想
- 製造経費は、上期とほぼ同様に、減価償却費などの費用が発生
- 販管費は、プロモーション費用は減少も、物流費増加は下期も継続する予想



COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

国内即席麺の通期予想です。

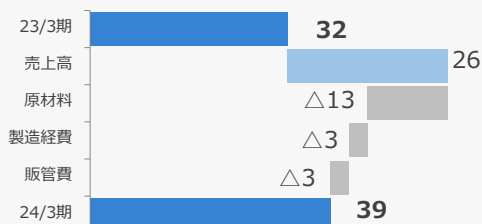
売上高は、  
前期比24億円増収の1,000億円、  
営業利益は、  
前期比13億円増益の80億円と、  
期初予想を据え置きました。

11、12月の最需要期を控えておりますが、  
年明けも前期実績の波が高い月もありますので、  
6ヵ月トータルで計画を上回る販売数量・金額を  
目指します。



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前年同期差
売上高	272	293	+21
営業利益	32	39	+7

営業利益増減要因 (単位：億円)



四半期別売上高

(単位：億円)	1Q	2Q	上期
23/3期	135	137	272
24/3期	143	150	293
前期比	107%	109%	108%

	1Q	2Q	上期	当初予想との差
売上高	+12	+14	+26	+7
原材料	△7	△6	△13	△1
製造経費	△1	△2	△3	△1
販管費	△2	△1	△3	△1
合計	+2	+5	+7	+4

(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します。)

低温食品事業の、上期状況です。

売上高は  
前期比21億円増収の293億円  
営業利益は、  
前期比で7億円増益の39億円となりました。

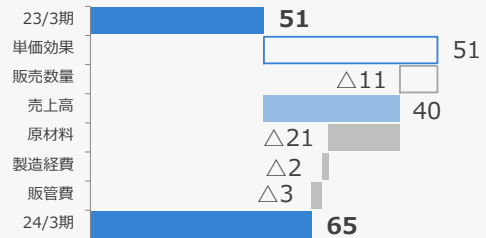
低温食品事業でも、2023年4月に2年連続で  
価格改定を実施しております。  
主力商品の「マルちゃん焼そば」は積極的なプロモーションで  
前期並みの販売数量を維持、8月・9月の猛暑の影響は  
冷し中華類を中心に、プラスの影響がありました。  
業務用の回復もあり、冷凍食品類は価格改定後も、  
数量ベースで前期を上回り、10%以上の増収となりました。

原材料、製造経費、販管費はほぼ期初予想通りの進捗、  
営業利益は、期初予想を上回る増益となりました。



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前期差
売上高	528	547	+19
営業利益	51	65	+14

営業利益増減要因 (単位：億円)



(単価効果と販売数量は、売上高による影響の内訳を示します)

## 売上高

- 3温度帯横断で「焼そば」カテゴリー強化に向け、「3食焼そば」、冷凍麺での焼そば需要を喚起
- メニュー提案やキャンペーンにより内食需要を喚起し、家庭内喫食機会を底上げ
- 業務用中心の冷凍麺・冷凍食品は、回復傾向が継続する見込み

## 営業利益

- 原材料は、小麦粉など主原料はピークアウトも、包材、調味料等の高騰、仕入れコスト増加を予想
- 製造経費は、上期とほぼ同様に、減価償却費などの費用が発生
- 販管費は、上期と同様、物流費増加の流れが継続する見通し

低温食品事業の通期予想です。

売上高は、  
前期比19億円増収の547億円、  
営業利益は、  
前期比14億円増益の65億円の予想と、  
こちらも期初予想を据え置きました。

下期にかけても、主力の生麺での需要喚起、  
冷凍食品類での業務用強化を進め、  
販売数量の底上げ、金額ベースでの増収、増益を目指します。



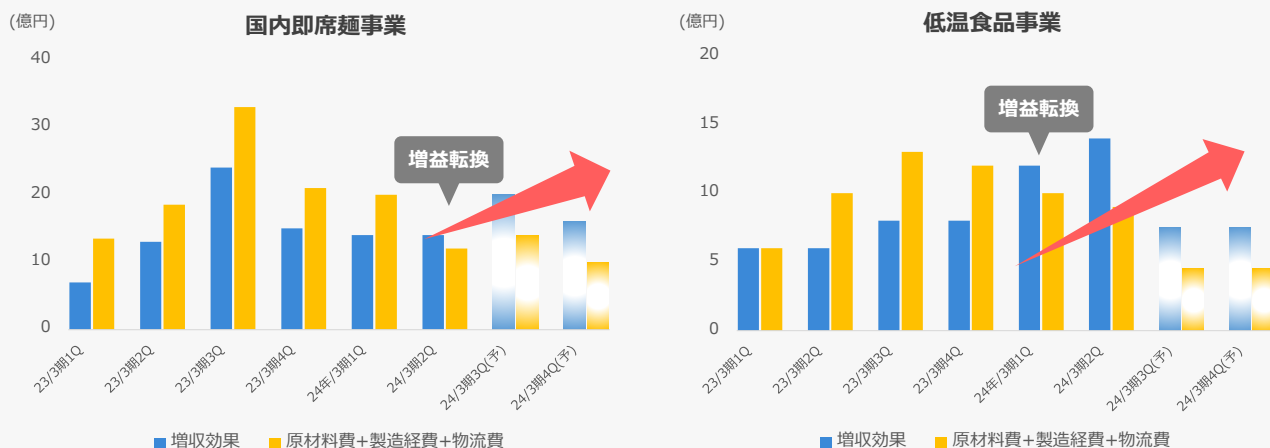
## コストアップへの対応

17



国内主要セグメントの価格改定効果が徐々に浸透し、コストアップを吸収。  
低温食品事業は24/3期1Qから、国内即席麺事業は24/3期2Qから前期比で増益転換

### ■コストアップへの対応の推移



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

こちらは、  
前期の第1四半期から、四半期別に  
青色で示している価格改定効果を含む増収効果と、  
黄色で示した原材料・製造経費・物流費を合計した  
コストアップの状況をお示したグラフです。  
左が即席麺、右が低温食品となります。

国内即席麺は、この第2四半期から、  
低温食品は、4月からの価格改定直後の第1四半期から、  
増収効果がコストアップを吸収し、  
それぞれ前期比で増益に転換しております。

下期以降、この流れをさらに強めるべく、  
主力商品の数量増を意識した、プロモーションを  
強化してまいります。



## 和風カップ麺カテゴリーの販売強化



## 「赤いきつねうどん」発売45周年

主力NB商品の展開強化として、和風カップ麺「赤いきつねうどん」「緑のためき天そば」の販売強化を重視した展開を進めております。お客様に商品への興味関心を高めていただき、購入に繋げる施策をスタートしており、今後も継続して進めてまいります。



ロングセラー商品のブランド強化のため  
効果的な企画を検討・推進します



2023年11月発売  
「赤い天ぶらそば」  
「緑の天ぶらうどん」



2023年9月発売  
「紅生姜天入り  
牛肉うどん」



2023年10月発売  
「豆乳ごまみそ  
うどん」



新TVCMをはじめとした  
プロモーションを展開

これからの最需要期に向け、和風カップ麺シリーズの更なる底上げをはかり、主力商品のブランド強化をおこないます。

中でも、「赤いきつねうどん」45周年企画を通じて、ロングセラー商品の美味しさの再認識と、当社が得意とする和風主力商品の展開を重視した施策を行うことで、即席麺全体を底上げいたします。



## 3温度帯横断で「焼そば」カテゴリーの強化



### 「焼そば」のシナジー効果発揮に向けて

当社の麺商品の中でも、販売構成が高い「焼そば」カテゴリーの強化のため、即席麺・生麺・冷凍麺で展開している「焼そば」商品に統一ロゴマークを付けて販売をスタート。今後も商品と販売企画との連動を通じて、当社の強み「焼そば」カテゴリーの活性化を進めます。

「マルちゃん焼そばの日」  
に関連した販売企画を  
行いました！



即席麺



生麺



冷凍麺



即席麺・生麺・冷凍麺  
焼そば商品  
統一ロゴ付きパッケージにて訴求



また、3温度帯横断でのシナジー創出としての、  
「焼そば」カテゴリーの強化は、  
上期に「マルちゃん焼そば3人前」の味を再現したカップ麺の発売、  
「焼そばはマルちゃん」の共通ロゴパッケージなどの  
訴求を行い、店頭での大量陳列企画など露出アップに繋がりました。



様々な商品群で消費者ニーズに対応  
各事業の主力商品中心に拡売を推進

総合力を活かした提案については、  
加工食品の米飯、フリーズドライスープ、冷凍食品類など、  
様々な商品群をもつ当社の総合力を活かしながら、  
主力品中心に拡売を行い、  
消費者ニーズに応じてまいります。

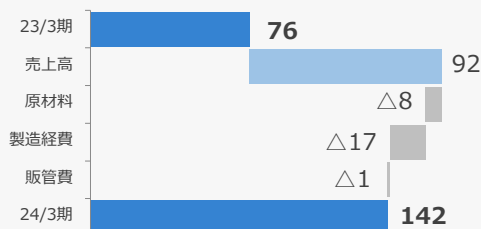
## 02-2

海外即席麵事業



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前年同期差
売上高	885	1,061	+176
(百万ドル)	611	<b>709</b>	+98
営業利益	110	212	+102
(百万ドル)	76	<b>142</b>	+66

営業利益増減要因 (単位：百万ドル)



四半期別売上高

(単位：百万ドル)	1Q	2Q	上期
23/3期	304	307	611
24/3期	<b>327</b>	<b>382</b>	<b>709</b>
前期比	108%	124%	116%

	1Q	2Q	上期	当初予想との差
売上高	+32	+60	<b>+92</b>	△4
原材料	△9	+1	△8	+7
製造経費	△7	△10	△17	+7
販管費	±0	△1	△1	+5
合計	+16	+50	<b>+66</b>	+15

(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します。)

海外即席麺の上期状況です。

売上高は  
現地通貨ベースで  
前期比9,800万ドル増収の7億900万ドル。  
営業利益は、  
前期比で6,600万ドル増益の1億4,200万ドルとなりました。

第1四半期は、得意先の在庫調整の影響がありましたが、  
第2四半期は、販売数量の回復と  
昨年10月に実施した価格改定による効果に加え、  
第1四半期に出荷調整を解除した米国で、  
取引条件が正常化したこともあり、  
期初予想以上の売上高となりました。  
コスト面では  
下期の拡売に向けて在庫を積み増したことで  
原材料の一部費用が期ずれしていること、  
人件費、物流費も抑えられたことで、  
期初予想以上の利益となりました。

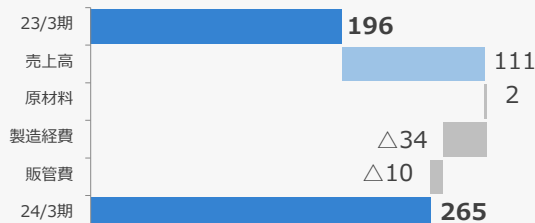
## 海外即席麺事業 通期業績予想

23



(単位：億円)	23/3期	24/3期	前期差
売上高	1,784	1,995	+ 211
(百万ドル)	1,336	<b>1,500</b>	+ 164
営業利益	261	352	+91
(百万ドル)	196	<b>265</b>	+69

営業利益増減要因 (単位：百万ドル)



### 売上高

- 米国では、物流の正常化が1Qで進展。主力チャネルでの販促活動を順次再開し、販売数量アップを図る
- メキシコでは、安定した為替を背景に、主力カップ麺、袋麺、数量増を見込む
- ヤキソバ、ボウルシリーズは、新商品投入や試食キャンペーンなど販売店舗拡充により、強化

### 営業利益

- 原材料は、小麦粉、パーム油はピークアウトも、紙カップ対応の包材等のコストアップを織り込む
- 製造経費は、販売数量増に応える生産体制強化にともなう人件費上昇を織り込む
- 販管費は、配送効率の改善もディーゼル燃料高騰、プロモーション費用も投入

通期予想です。

売上高は、  
前期比1億6,400万ドル増の15億ドル  
営業利益は、  
前期比6,900万ドル増の2億6,500万ドル  
の予想です。

通期の売上高の予想は据え置き、  
営業利益は、期初予想を1,500万ドル上乗せしています。  
利益増減の各項目についても、一部見直しております。

## 即席麺市場データ

24



### 米国、メキシコ共に強い需要が継続している

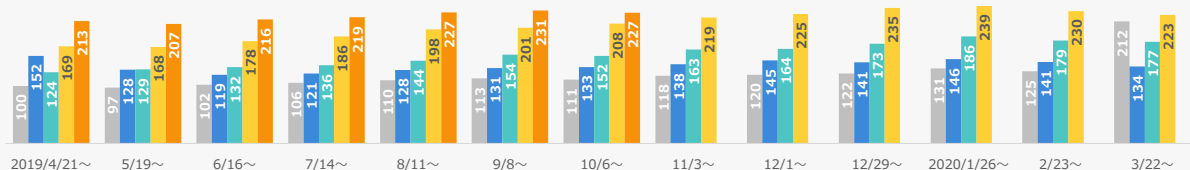


**米国即席麺市場 金額推移** (2019年4月を100とした場合)

サカーナ (旧IRI) MULO 4週データ ※4週ごとのため1年で13期間

(単位: %)

■ 2019年度 ■ 2020年度 ■ 2021年度 ■ 2022年度 ■ 2023年度

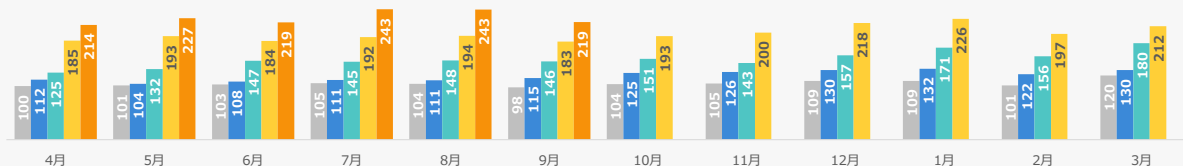


**メキシコカップ麺市場 金額推移** (2019年4月を100とした場合)

ニールセン データ

(単位: %)

■ 2019年度 ■ 2020年度 ■ 2021年度 ■ 2022年度 ■ 2023年度



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

こちらは、市場全体データです。

上段棒グラフは米国即席麺全体、  
下段はメキシコカップ麺、  
どちらも  
コロナ前、2019年4月を100とした場合の  
金額ベースの大きさを示しています。

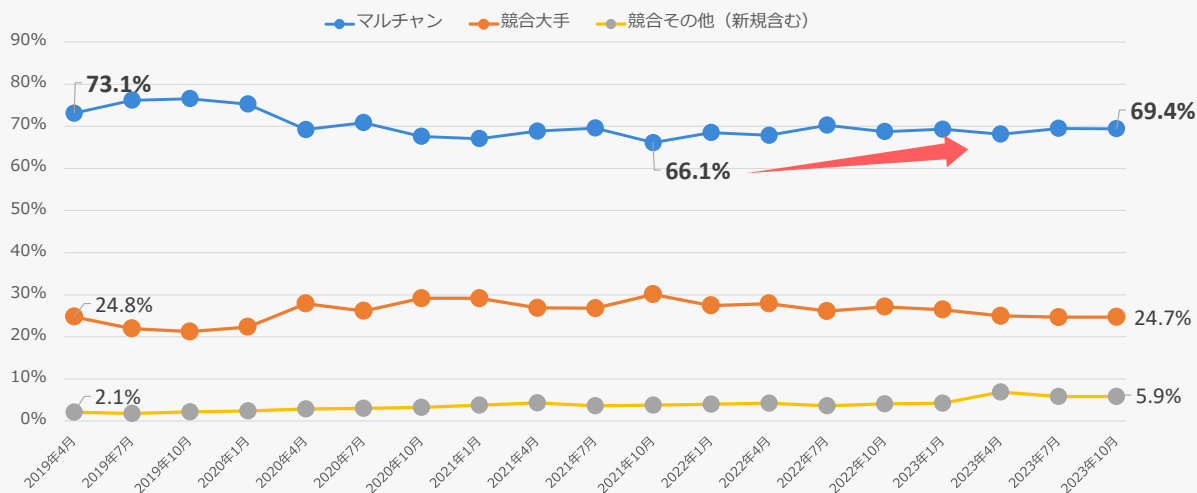
コロナ前と比較して、どの期間を見ても  
米国、メキシコともに市場拡大が継続しております。





生産能力の回復・増加に伴い、シェアは回復傾向。感染症拡大前との比較では、競合その他が増加。

米国市場におけるシェア推移比較



サカーナ（旧IRI）FOOD 4週データ ※4週ごとのため1年で13期間



COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

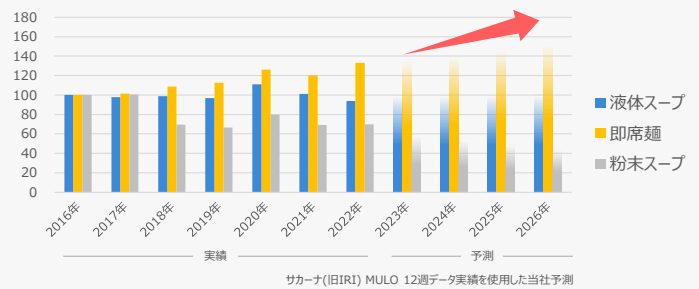
こちらのスライドは、  
コロナ前からの米国即席麺市場の物量シェアの推移を  
示しています。

当社は、コロナ前2019年は最大約75%程度のシェアとなってから、  
その後、急激な市場拡大、また生産体制の課題もあり、  
一時は約7%シェアを落としました。  
生産の回復、増強が進んだ2022年以降は  
シェアを取り戻しつつあります。



小売	競合	消費者
<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフレ</li> <li>・実店舗縮小</li> <li>・eコマース投資</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・参入障壁低下</li> <li>・コロナ前比較で当社シェアの低下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・賃金上昇を上回るインフレ</li> <li>・中・低所得層に打撃</li> </ul>

（単位：％） カテゴリー別伸長率予測（2016年を100とした数量ベース）



## 即席麺の相対的割安感は継続



### ■米国大手小売での陳列



### ■米国新商品



### ■紙カップ対応商品



左：紙カップ容器  
右：プラスチック容器

### ■メキシコでの拡売



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

次のスライド、  
今後の即席麺の需要動向に関する、当社の考えです。

今期に入り、価格転嫁の波も落ち着きを取り戻していますが、  
依然としてインフレ率は高水準を維持しております。

その中で、中・低所得層は、  
インフレに対し、収入増加が追いついておらず、  
今後も節約志向が継続すると考えています。

右上のグラフは、2016年を基準にしたスープカテゴリーの  
伸長率で、23年以降は当社の予測となります。  
簡便で割安感のある即席麺需要は、この数年で大きく  
拡大していますが、3度の価格改定後も、  
当社を含む即席麺の棚スペースは、  
“左下”画像のように変わらず維持されております。

下期に向けては、  
既存品の特売施策、  
高価格品のブランド育成強化を進め、  
画面にある新製品、新“紙カップ”パッケージの導入で、  
即席麺総需要の拡大、シェアの回復についても、  
優先度高め対応してまいります。



## 主原料価格推移 2019/4~

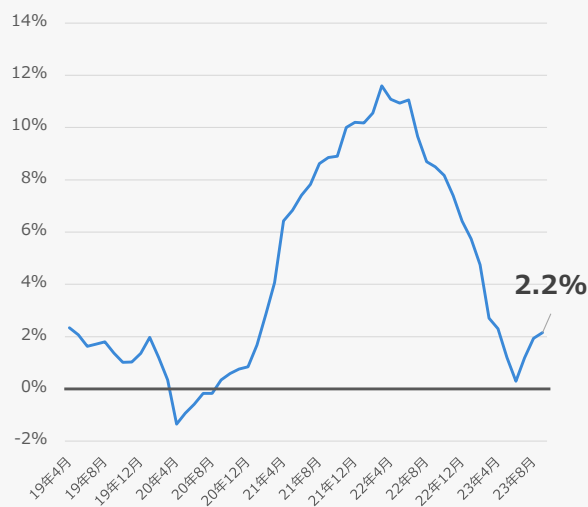
2019年4月を100とした場合

(単位：%)



## 米国生産者物価指数推移

前年同月比



TOYO SUI SAN

COPYRIGHT TOYO SUI SAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

こちらは、主原材料価格と、生産者物価の推移です。

左側は、2019年4月を基準にした小麦とパーム油の価格、  
右側は、2019年4月からの生産者物価指数です。

小麦粉、パーム油価格はピークアウトし、  
生産者物価指数も直近で一部より戻しはありますが、  
落ち着いています。

## 持続的な成長（生産体制強化）

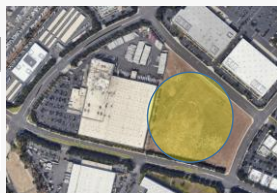
28



さらなる増産投資を継続し、需要増加対応力、物流効率化を継続

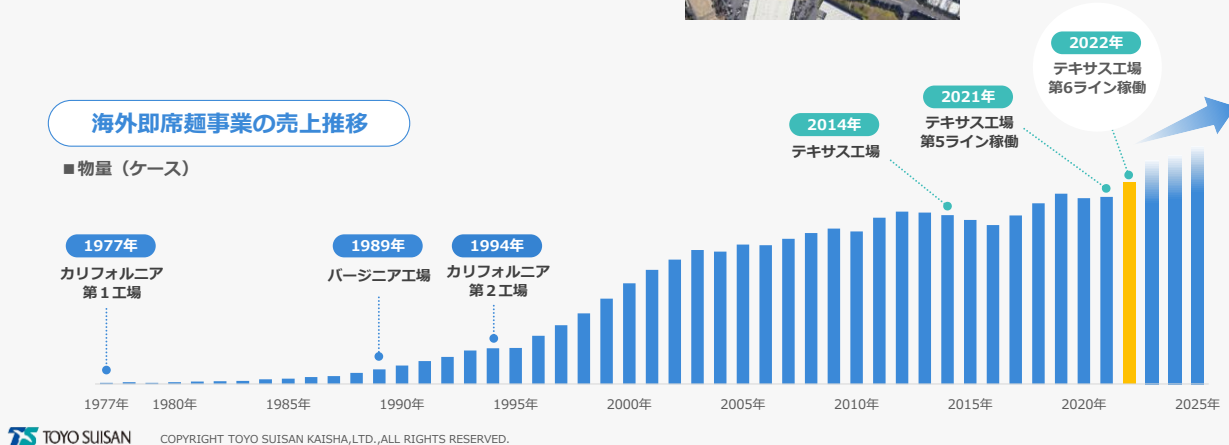
### ■カリフォルニア工場拡大

2024年度	2025年度	2026年度
	2025年春 ・段階的に生産能力 20%アップ ・総工費 約200億円	



### 海外即席麺事業の売上推移

■物量（ケース）



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

生産体制の強化についてです。

既存生産ラインでの稼働率アップ、生産性向上を進めつつ、5月の説明会の際にお話ししました、カリフォルニア工場拡張に向けて、準備を進めております。

2025年春の稼働開始から段階的に能力アップを進めていく予定ですが、需要の取りこぼしの無いように、進めてまいります。

02-3

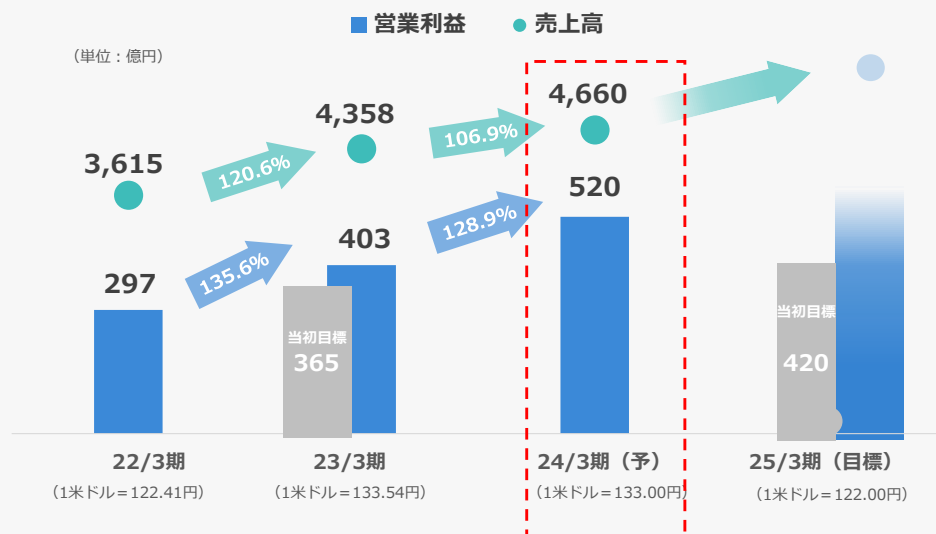
全体概況

## 2023～2025年3月期 3カ年中期経営計画の連結業績目標

30



海外即席麺事業が牽引し、当初目標を上回るペースで売上高・営業利益達成の見込み。  
国内事業の3カ年目標の達成、海外のさらなる成長により、上乘せを目指す。



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

2023～2025年3月期 3カ年中期経営計画の  
連結業績目標の進捗です。

2024年3月期の修正予想は、  
3カ年計画で掲げた最終年度目標を超える数値となります。

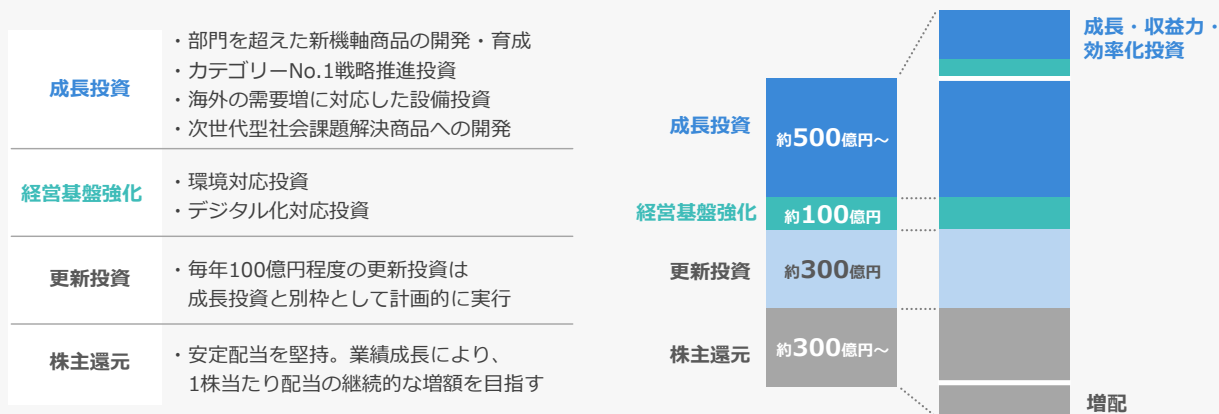
現時点で、3カ年計画の目標数字の変更は行いませんが、  
国内各事業の3カ年目標の達成、  
海外即席麺事業の更なる成長により、  
上乘せを目指します。



23/3期～25/3期 3年間 営業キャッシュフロー

当初予想 **約1,200億円**

既存事業の強化・新たな収益源創出のための投資を計画的に実行し、  
売上げ拡大と収益力強化を推し進め、安定的持続的な利益成長を実現します。



キャッシュフローの考え方について、  
設備投資や事業への投資など、  
開発力強化、安全安心の推進に関するもの、  
環境や、働き方などの社会課題を意識したものを  
進めてまいります。

今まで以上に、  
経済的価値(利益。競争力)と  
社会的価値(ESG)の両立を意識することで、  
中長期で「稼ぐ力」を高め、  
株主様も含めたあらゆるステークホルダーに  
持続的な価値を提供することが不可欠と考えます。

	23/3期	24/3期	25/3期
<b>国内即席麺事業</b>	関西工場 カップ麺 (約30億円)		
<b>低温食品事業</b>		西日本拠点の整備 (約100億円)	
<b>加工食品事業</b>	フクシマフーズ 米飯 (約10億円)		F D設備増設 (約100億円)
<b>冷蔵事業</b>	自然冷媒切替 (約12億円)	自然冷媒切替 (約8億円)	関東地区増床 (約70億円) 自然冷媒切替 (約9億円)
<b>水産食品事業</b>			魚惣菜冷食設備増強 (約10億円)
<b>海外即席麺事業</b>	テキサス工場 (約30億円)		カリフォルニア工場増設 (約200億円)
<b>その他</b>		システム関係投資 (約70億円) 更新関係 (約100億円)	ベンダー事業 (約35億円) 更新関係 (約100億円)

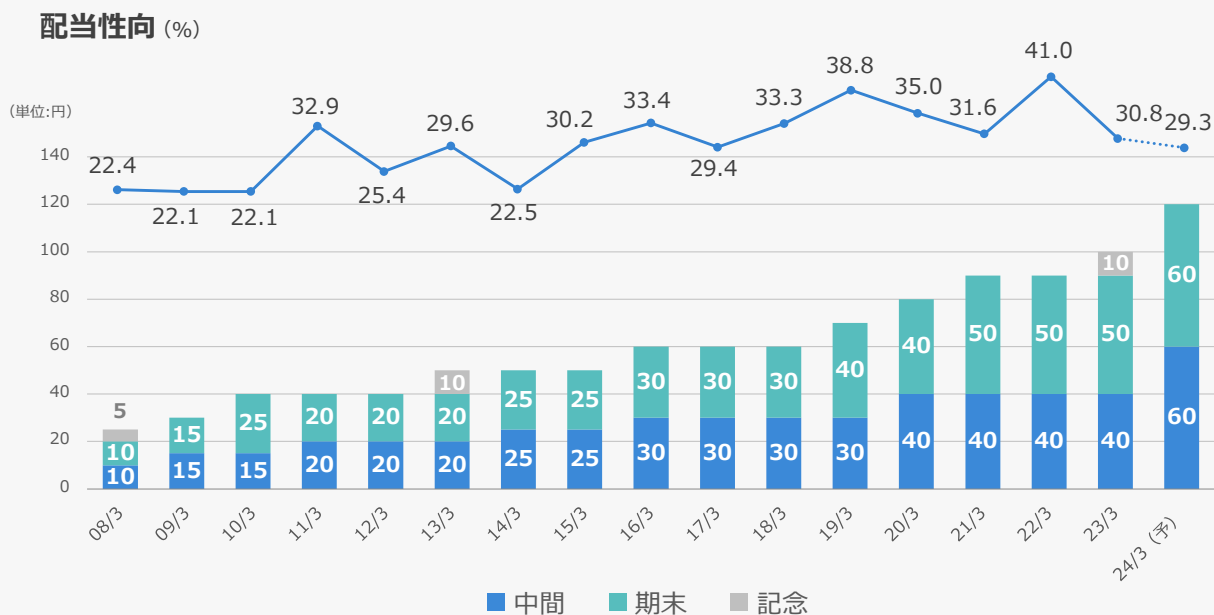
その中で、今後の東洋水産グループの  
経営基盤の強化を支える設備投資ですが、

各計画に大きな変更はございませんが、  
外部環境要因による資材、人件費高騰等の影響を  
見極めながら進めており、  
設備投資額や稼働開始時期について、  
変更がある場合は改めてご説明いたします。



## 1 株当たり配当金推移

33



TOYO SUISAN

COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

次のスライドは、  
1株当たりの配当金推移です。  
既に決算発表と同時に発表致しましたとおり、  
中間期で20円の増配を決定いたしました。

期中での中間配当の増配は、当社として過去に例がありませんが、  
株主還元の考え方について、  
配当という手段を最重要視し、  
強化していくことを改めてお伝えしたいと思い、  
今回決定いたしました。

海外事業のウェイトも高まる中、  
原材料を中心としたコスト、不安定な為替など、  
外部環境は、早く、大きく変化し、  
また不透明感はましてありますが、  
そのような中でも、  
今後も安定配当を維持した上で、  
更に上乗せが出来るように、持続的な事業成長を達成します。

## 03

### 今後の方針

今後の方針についてです。

6月の株主総会から、約120日が経過し、  
国内の多くのお取引先様、  
各地区の社員との対話を重ねてまいりました。

その中で感じたことは、  
創業時より、たくさんの先輩方が築きあげて来た  
この会社を、次世代に繋げていくために、  
“継続と継承”、“変革と進化”を  
ブレずに進めていきたいと考えています。



“継続と継承”、“変革と進化”ですが、  
これまでの3カ年中期経営計画での基本方針、

- ・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

この4つの戦略を、引き続き継承してまいります。  
その上で、更なる“変革・進化”として

- ・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

これらについて、意識してまいります。



すべてのステークホルダーから  
信頼され必要とされる企業を目指して

## これからに向けて

- 新たな事業領域へのチャレンジ・拡大
- 海外展開のエリア拡大
- 成長領域への人材・設備・資金の投下による稼ぐ力の強化
- 人的投資強化
- キャッシュの使途（成長投資、株主還元、M&A）
- 社会環境課題への対応
- 非財務情報の強化（TCFDの枠組みに沿った開示の実行）
- 為替変動リスクの低減

※TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）

最後になりますが、

私たち東洋水産は、創業時より積み上げてきた、  
歴史や、信頼、商品、ブランドなど、  
これらの財産・経営資源を、最大限に生かし、  
企業価値の向上に繋げていきたいと考えています。

稼ぐ力の最大化、  
また、物量、売上・利益だけではない、Smiles for All.の  
スローガンの実現。  
その両輪により、  
成長戦略、人的投資、リスク軽減など、  
次世代を見据え、様々な選択肢を視野に入れて、  
現3ヵ年計画の確実な実行と合わせ、  
2025年度からの次期中期経営計画の策定を、  
全てのステークホルダーに価値を提供できるものと  
なるよう、ひとつずつ、慎重に進めてまいります。



### お客様に笑顔

新たなる食文化の創造と育成

### 社会に 笑顔

循環型社会  
への貢献



### 地球に笑顔

環境対応の推進



「笑顔」と「健康」を  
お届けできる  
会社をめざして

### 次世代に笑顔

次世代との融合



### 社員に 笑顔

健康経営の  
さらなる推進



04

参考資料

(単位：億円/前期比：%)	23/3期	24/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（予想）		通期（予想）	
連結売上高	4,358	2,349	110%	2,311	104%	4,660	107%
水産食品事業	285	150	105%	148	104%	298	104%
海外即席麺事業	1,784	1,061	120%	934	104%	1,995	112%
(百万ドル)	1,336	709	116%	791	109%	1,500	112%
国内即席麺事業	976	437	101%	563	103%	1,000	102%
袋 麺	161	68	98%	87	100%	155	96%
カップ麺	815	369	103%	476	104%	845	104%
低温食品事業	528	293	108%	254	99%	547	104%
加工食品事業	203	92	96%	127	119%	219	108%
冷蔵事業	229	121	104%	117	104%	238	104%
その他（調整額含）	353	195	105%	168	100%	363	103%

2024年3月期 通期 営業利益予想（前期比）

40



(単位：億円/前期比：%)	23/3期	24/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（予想）		通期（予想）	
連結営業利益	403	298	157%	222	104%	520	124%
水産食品事業	0	2	70%	0	↑	2	↑
海外即席麺事業	261	212	120%	140	93%	352	127%
(百万ドル)	196	142	187%	123	116%	265	135%
国内即席麺事業	67	28	104%	52	129%	80	119%
低温食品事業	51	39	122%	26	140%	65	128%
加工食品事業	1	2	45%	1	↑	3	242%
冷蔵事業	19	13	106%	5	82%	18	97%
その他	7	6	75%	0	↑	6	92%
(調整額)	△3	△4	-	△2	↓	△6	↓



2024年3月期 第2四半期	国内即席麺 (単位：億円)			低温食品 (単位：億円)			海外即席麺 (単位：百万ドル)		
	23/3	24/3	前期差	23/3	24/3	前期差	23/3	24/3	前期差
売上高	432	437	+5	272	293	+21	611	709	+98
営業利益	27	28	+1	32	39	+7	76	142	+66

利益増減要因	国内即席麺 (単位：億円)			低温食品 (単位：億円)			海外即席麺 (単位：百万ドル)		
	当初予想	実績	差	当初予想	実績	差	当初予想	実績	差
売上高	+22	+28	+6	+19	+26	+7	+96	+92	△4
原材料	△20	△27	△7	△12	△13	△1	△15	△8	+7
製造経費	△3	△2	+1	△2	△3	△1	△24	△17	+7
販売費・一般管理費	+1	+2	+1	△2	△3	△1	△6	△1	+5
合 計	0	+1	+1	+3	+7	+4	+51	+66	+15

2024年3月期 通期 事業別利益増減要因（予想）

2024年3月期	国内即席麺 (単位：億円)			低温食品 (単位：億円)			海外即席麺 (単位：百万円)		
	23/3	24/3	前期差	23/3	24/3	前期差	23/3	24/3	前期差
売上高	976	1,000	+24	528	547	+19	1,336	1,500	+164
営業利益	67	80	+13	51	65	+14	196	265	+69

利益増減要因	国内即席麺 (単位：億円)			低温食品 (単位：億円)			海外即席麺 (単位：百万円)		
	上期実績	下期予想	年間予想	上期実績	下期予想	年間予想	上期実績	下期予想	年間予想
売上高	+28	+36	+64	+26	+14	+40	+92	+19	+111
原材料	△27	△16	△43	△13	△8	△21	△8	+10	+2
製造経費	△2	△2	△4	△3	+1	△2	△17	△17	△34
販売費・一般管理費	+2	△6	△4	△3	0	△3	△1	△9	△10
合 計	+1	+12	+13	+7	+7	+14	+66	+3	+69

(百万円)	22/3期				23/3期				24/3期		
	1 Q	2 Q	上期	通期	1 Q	2 Q	上期	通期	1 Q	2 Q	上期
為替 (USD)	110.61	111.95	111.95	122.41	136.64	144.81	144.81	133.54	144.99	149.58	149.58
売上高	83,640	86,858	170,498	361,495	103,127	109,813	212,940	435,786	111,181	123,709	234,890
売上総利益	21,688	21,195	42,883	90,518	27,133	25,430	52,563	108,042	29,715	35,099	64,814
営業利益	8,399	6,397	14,796	29,737	10,727	8,251	18,978	40,330	13,190	16,634	29,824
経常利益	8,996	6,721	15,717	31,834	11,330	9,048	20,378	43,724	15,277	18,369	33,646
税引前利益	9,101	6,613	15,714	31,586	11,236	9,009	20,245	43,547	15,275	18,117	33,392
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	6,440	4,535	10,975	22,414	8,649	6,621	15,270	33,126	11,023	14,109	25,132
(前期比)											
売上高	97.7%	107.0%	102.2%	106.1%	123.3%	126.4%	124.9%	120.6%	107.8%	112.7%	110.3%
営業利益	80.9%	82.5%	81.6%	81.6%	127.7%	129.0%	128.3%	135.6%	123.0%	201.6%	157.1%
経常利益	81.3%	81.9%	81.6%	82.3%	125.9%	134.6%	129.7%	137.3%	134.8%	203.0%	165.1%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	76.7%	71.9%	74.6%	77.1%	134.3%	146.0%	139.1%	147.8%	127.5%	213.1%	164.6%
(対売上高)											
売上総利益	25.9%	24.4%	25.2%	25.0%	26.3%	23.2%	24.7%	24.8%	26.7%	28.4%	27.6%
営業利益	10.0%	7.4%	8.7%	8.2%	10.4%	7.5%	8.9%	9.3%	11.9%	13.4%	12.7%
経常利益	10.8%	7.7%	9.2%	8.8%	11.0%	8.2%	9.6%	10.0%	13.7%	14.8%	14.3%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	7.7%	5.2%	6.4%	6.2%	8.4%	6.0%	7.2%	7.6%	9.9%	11.4%	10.7%

(百万円)	22/3期				23/3期				24/3期		
	1 Q	2 Q	上期	通期	1 Q	2 Q	上期	通期	1 Q	2 Q	上期
為替 (USD)	110.61	111.95	111.95	122.41	136.64	144.81	144.81	133.54	144.99	149.58	149.58
売上高	83,640	86,858	170,498	361,495	103,127	109,813	212,940	435,786	111,181	123,709	234,890
水産食品事業	6,238	5,895	12,133	25,017	7,349	6,951	14,300	28,526	7,556	7,478	15,034
海外即席麺事業 (百万ドル)	24,159	25,899	50,058	114,235	41,555	46,971	88,526	178,374	47,468	58,605	106,073
	218	229	447	933	304	307	611	1,336	327	382	709
国内即席麺事業	21,135	21,864	42,999	95,528	21,655	21,556	43,211	97,635	21,989	21,743	43,732
低温食品事業	13,260	13,523	26,783	51,311	13,452	13,738	27,190	52,837	14,326	14,939	29,265
加工食品事業	4,421	4,794	9,215	19,494	4,394	5,179	9,573	20,328	4,492	4,712	9,204
冷蔵事業	5,490	5,760	11,250	22,142	5,750	5,882	11,632	22,888	5,963	6,159	12,122
その他事業	8,934	9,123	18,057	33,765	8,968	9,537	18,505	35,196	9,384	10,074	19,458
営業利益	8,399	6,397	14,796	29,737	10,727	8,251	18,978	40,330	13,190	16,634	29,824
水産食品事業	132	-32	100	161	118	128	246	46	133	32	165
海外即席麺事業 (百万ドル)	2,912	1,801	4,713	10,057	6,386	4,568	10,954	26,113	9,195	12,015	21,210
	26	16	42	82	47	29	76	196	63	79	142
国内即席麺事業	2,665	2,150	4,815	10,849	1,273	1,396	2,669	6,708	1,086	1,739	2,825
低温食品事業	1,843	1,719	3,562	6,372	1,847	1,346	3,193	5,060	1,959	1,914	3,873
加工食品事業	-67	-1	-68	230	228	126	354	124	-21	173	152
冷蔵事業	694	585	1,279	2,342	689	515	1,204	1,851	648	622	1,270
その他事業	384	359	743	766	351	455	806	652	225	363	588
調整額	-165	-184	-349	-1,043	-167	-284	-451	-225	-38	-224	-262
営業利益率	10.0%	7.4%	8.7%	8.2%	10.4%	7.5%	8.9%	9.3%	11.9%	13.4%	12.7%
水産食品事業	2.1%	-0.5%	0.8%	0.6%	1.6%	1.8%	1.7%	0.2%	1.8%	0.4%	1.1%
海外即席麺事業	12.1%	7.0%	9.4%	8.8%	15.4%	9.7%	12.4%	14.6%	19.4%	20.5%	20.0%
国内即席麺事業	12.6%	9.8%	11.2%	11.4%	5.9%	6.5%	6.2%	6.9%	4.9%	8.0%	6.5%
低温食品事業	13.9%	12.7%	13.3%	12.4%	13.7%	9.8%	11.7%	9.6%	13.7%	12.8%	13.2%
加工食品事業	-1.5%	0.0%	-0.7%	1.2%	5.2%	2.4%	3.7%	0.6%	-0.5%	3.7%	1.7%
冷蔵事業	12.6%	10.2%	11.4%	10.6%	12.0%	8.8%	10.4%	8.1%	10.9%	10.1%	10.5%
その他事業	4.3%	3.9%	4.1%	2.3%	3.9%	4.8%	4.4%	1.9%	2.4%	3.6%	3.0%

2024年3月期 第2四半期 特別損益等のポイント

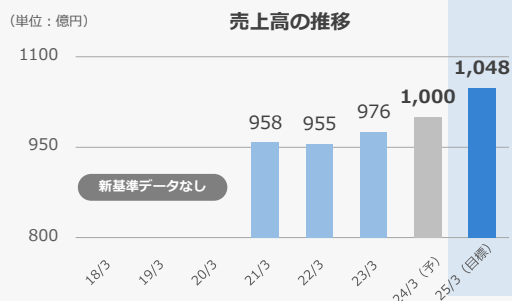
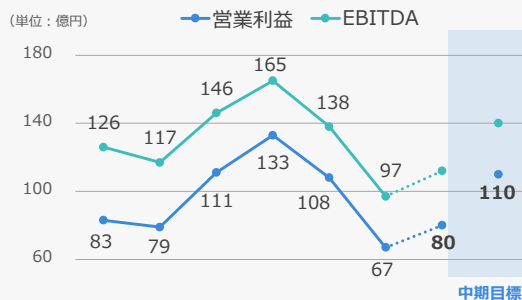
(単位：百万円)

	23/3期	24/3期	差異	主な内容
営業利益	18,978	29,824	10,846	
営業外収益	1,586	4,169	2,583	主に受取利息の増加
営業外費用	186	347	161	
経常利益	20,378	33,646	13,268	
特別利益				
固定資産売却益	0	1	1	
補助金収入	111	13	△ 98	前期：特定求職者雇用開発助成金ほか
その他	2	7	5	
特別利益合計	114	21	△ 93	
特別損失				
固定資産除売却損	166	123	△ 43	
減損損失	3	149	146	
災害による損失	68	-	△ 68	前期：福島県沖地震による災害損失
その他	8	1	△ 7	
特別損失合計	247	275	28	
税金等調整前四半期純利益	20,245	33,392	13,147	
法人税、住民税及び事業税	4,658	8,525	3,867	前期：23.0% 今期：25.5%
法人税等調整額	134	△ 315	△ 449	
法人税等合計	4,793	8,209	3,416	
四半期純利益	15,451	25,183	9,732	
非支配株主に帰属する四半期純利益	180	50	△ 130	
親会社株主に帰属する四半期純利益	15,270	25,132	9,862	



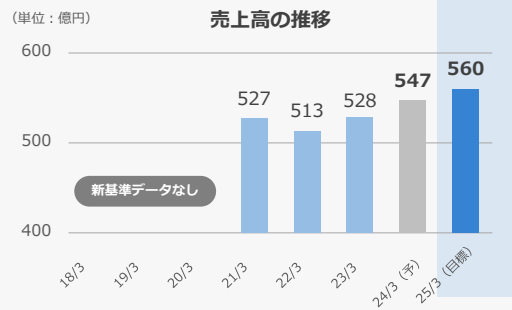
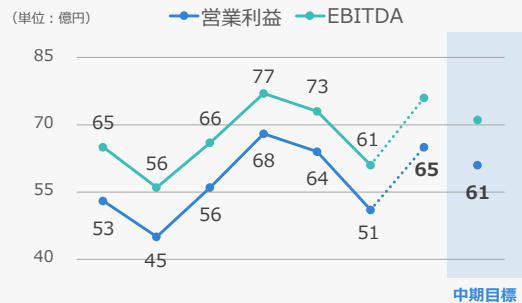
## 3カ年計画の取り組み

- 既存主力商品のさらなる強化
- 発売45周年を迎える「赤いきつね」をはじめとした和風カップ麺の企画・プロモーション強化
- 「麺づくり」ブランドの新たな商品企画展開。
- 「マルちゃんZUBAAAN!」と「MARUCHAN QTTA」の育成と成長
- 「心とからだにやさしい商品」への取り組み
- 「焼そば」はマルちゃん への取り組み



## 3カ年計画の取り組み

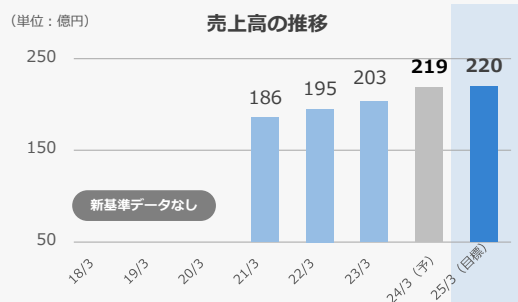
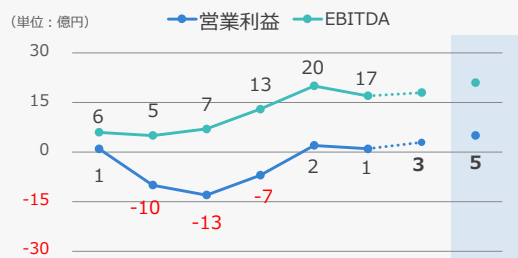
- 既存主力商品のさらなる成長
- 価値訴求型商品の育成
- 簡便商品・健康訴求商品の強化
- 冷凍麺・冷凍食品の市場拡大への対応





## 3カ年計画の取り組み

- 備蓄需要など商品特性を最大限に活かした、商品企画・販売施策の実行による売上の拡大
- たんぱく質強化など、健康カテゴリーの強化
- タイムパフォーマンスに優れた「時短・簡便」商品への取り組み強化
- 原料価格上昇への対応や、生産の効率化等、収益基盤の安定化に向けた取り組みの推進

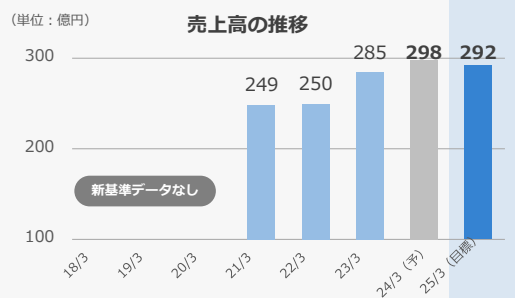
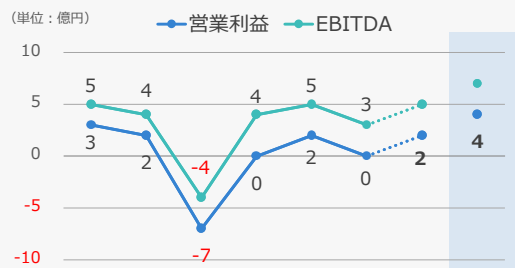






## 3カ年計画の取り組み

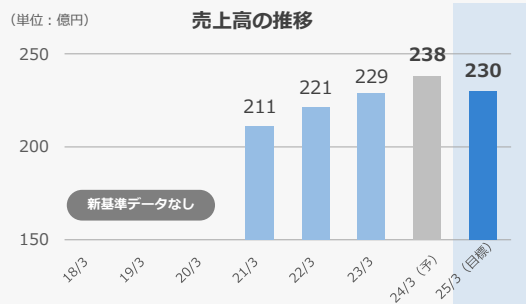
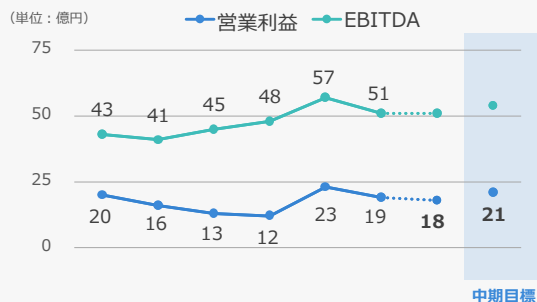
- 簡便・個食・健康等の価値を付与した商品の強化による、魚離れの原因解消
- 原材料調達の強化、および国内、海外工場の供給力向上と競争力の高い商品を提供する仕組みの構築
- 仕入、製造・加工、物流、販売の見直しによる資産（在庫）の効率化





## 3カ年計画の取り組み

- 食品を中心とした取扱いの拡大と共に食品以外の取扱い拡大にも挑戦
- 働きやすい、利用しやすい冷蔵倉庫の環境整備を目指し効率化や省力化への取り組みを推進
- 持続可能な事業として環境負荷低減となるフロン冷媒設備の更新に関する取り組み





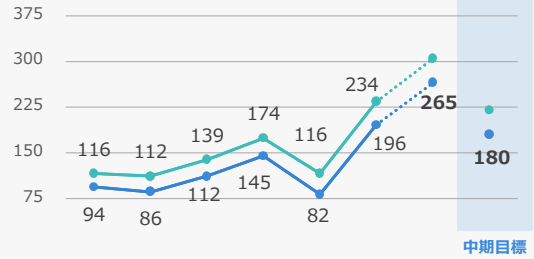
## 3カ年計画の取り組み

- 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によるシェア取り戻し
- 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
- メキシコにおける環境対応として紙カップ製品の拡売をすすめる



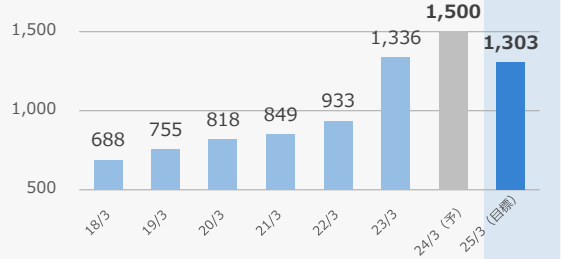
(単位：百万ドル)

— 営業利益 — EBITDA



(単位：百万ドル)

## 売上高の推移





持続可能な社会を目指し、地球環境に配慮した取り組みを推進します。

2030年目標の  
前倒し達成

#### 持続可能な資材の調達

##### 認証パーム油への代替

実績

海外事業

100%

目標

国内外

100%



#### 持続可能な資材の調達

##### 主要魚種のMSC認証

実績

取扱比率

74.1%

目標

取扱比率

70%



#### 産業廃棄物（原単位）

実績

22.4%

削減

目標

15%

削減



#### 産業廃棄物の再資源化

実績

99.9%

目標

99.5%

以上の維持



#### 水使用量（原単位）

実績

12.7%

削減

目標

10%

削減





## 気候変動への対応



石狩新港物流センター

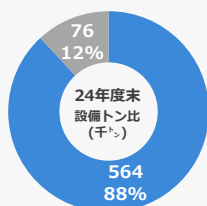


佐賀冷蔵庫フロン対策工事

### 自然冷媒設備の割合推移（計画）

- 21年度末時点 78%
- 22年度末時点 79%
- 23年度末時点 86%
- 24年度末時点 88%

■ 自然冷媒 ■ フロン冷媒



## 非財務情報開示の強化

- TCFDの枠組みに沿った開示に向けた部署横断チームの活動
- SCOPE1・2・3の数値把握（2023年3月時点）、順次HPで開示



上図は「サプライチェーン排出量全貌」(環境省)をもとに東洋水産株式会社が作成

## プラスチック原料の使用量削減

- メキシコカップ麺 紙カップへの移行  
2024年1月以降順次切り替えに向けて準備



### 当資料取扱い上のご注意

当資料に掲載されている計画、見通しなどのうち、過去の事実以外は将来に関する見通しであり、不確定な要因を含んでおります。

実際の業績は、様々な要因によりこれら見通しとは異なる結果となる場合があることをご承知おきください。

内容の正確さについては細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りによって生じた損害等に関しては、当社は一切責任を負うものではありませんのでご承知おきください。

当資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。