



2025年3月期 決算説明会資料

2025年5月12日

東洋水産株式会社

01	2025年3月期 通期連結業績	03
02	2026年3月期 通期連結業績予想	07
	1 国内事業（国内即席麺・低温食品事業）	11
	2 海外即席麺事業	19
03	2026～2028年3月期 3ヵ年中期経営計画	26
	1 現状認識と将来に向けた取り組み	27
	2 新中期経営計画の位置づけと基本戦略	30
	3 新中期経営計画の連結業績及びセグメント別目標	41
	4 新中期経営計画の主な設備投資とキャッシュフロー	45
04	参考資料	50

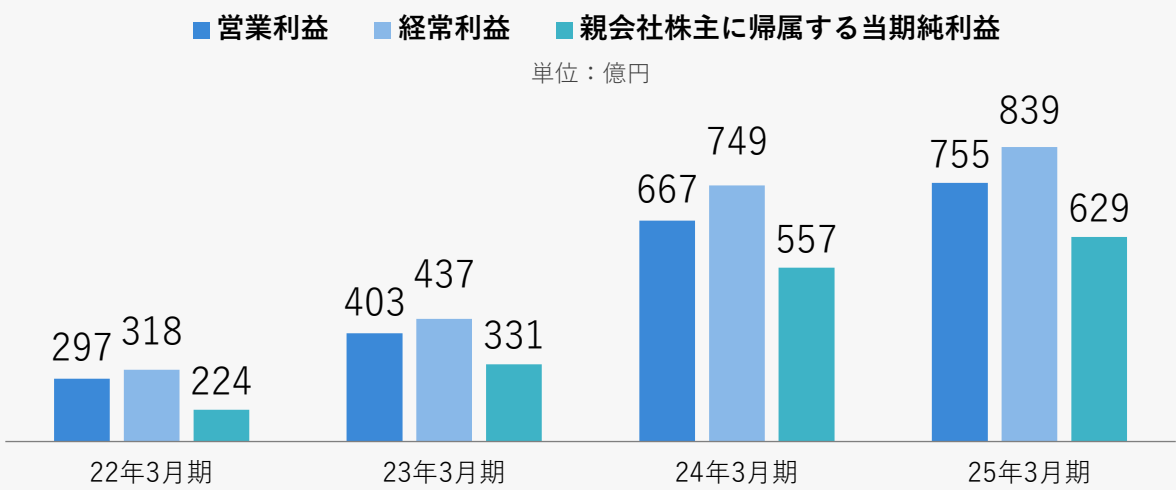
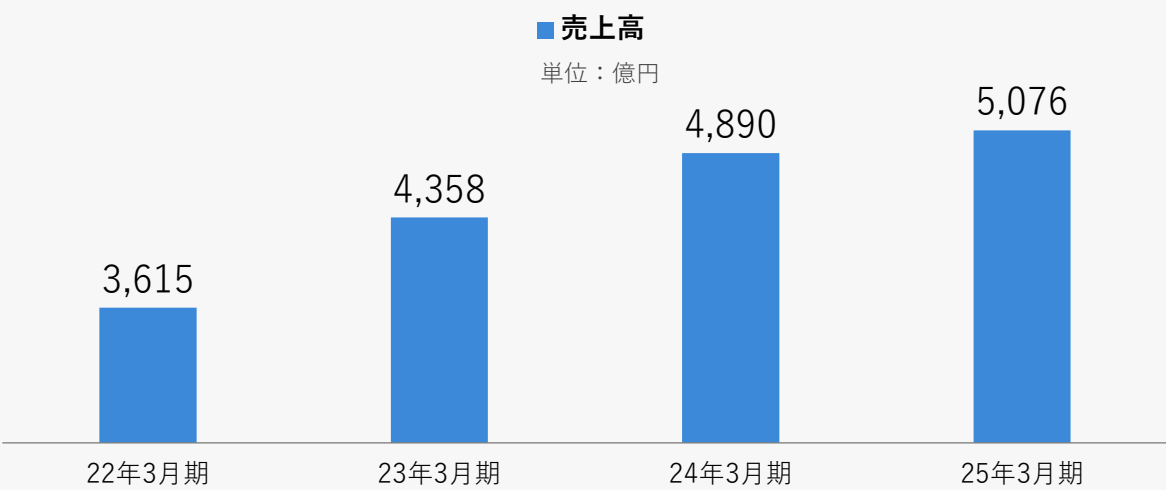
Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

01 2025年3月期 通期連結業績



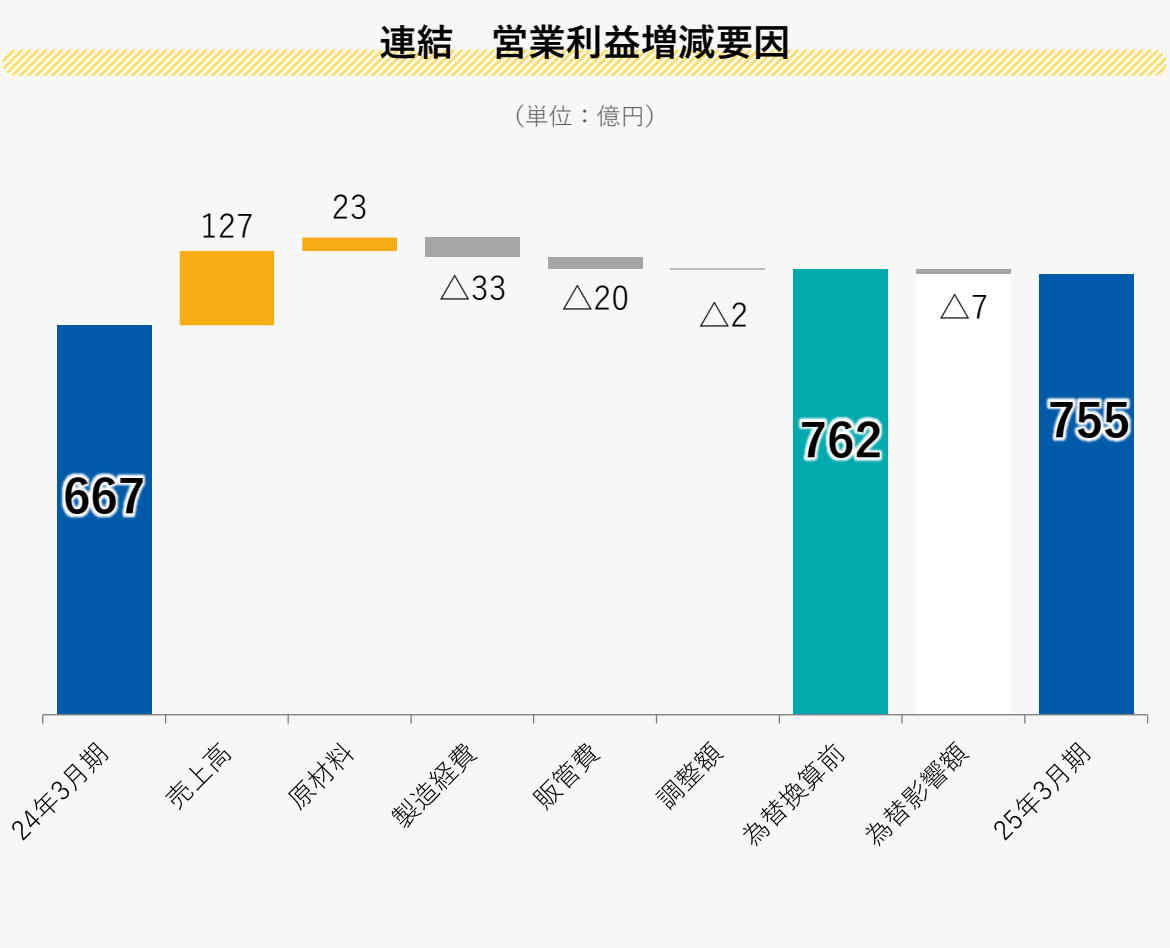
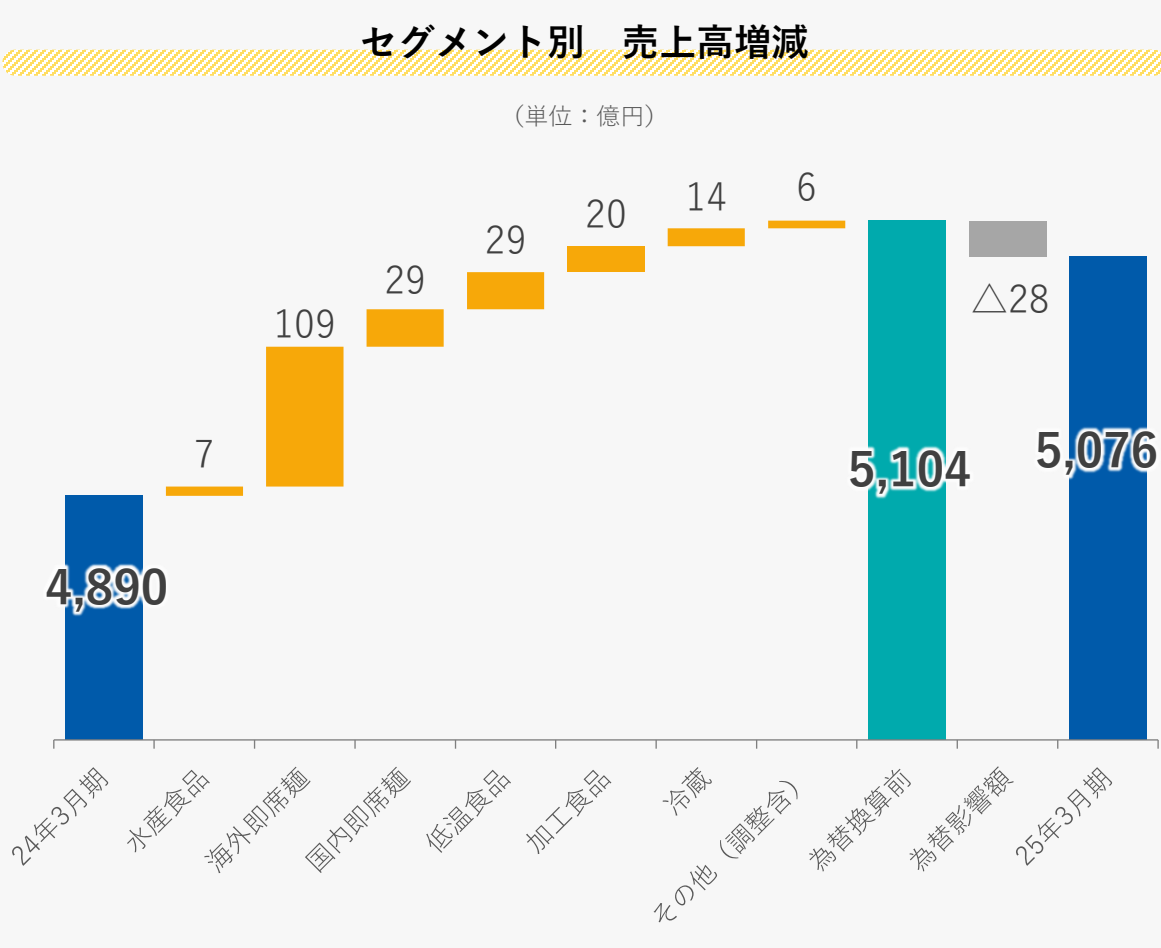
単位：億円	2024年3月期	2025年3月期	前期差	前期比	2024年11月 公表計画差	2024年11月 公表計画比
売上高	4,890	5,076	+186	103.8%	△24	99.5%
営業利益	667	755	+88	113.2%	+35	104.8%
営業利益率	13.6%	14.9%				
経常利益	749	839	+90	112.1%	+59	107.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	557	629	+72	113.0%	+39	106.6%
為替レート（米ドル/円）	151.33	149.53				



2025年3月期 通期連結業績の概要

売上高：国内外のコスト高を受け主要事業で価格改定を実施。改定後も需要は堅調に推移し、増収
連結売上高 5,000億円を上回り、最高売上高達成

営業利益：海外即席麺を中心とした価格改定効果によりコストカバー、最高益達成



※為替レート (米ドル/円) 24年3月期末 151.33円、25年3月期末 149.53円 前期比 1.80円の円高

2025年3月期 セグメント別 売上高・営業利益

売上高

単位：億円	2024年3月期	2025年3月期	前期差
連結売上高	4,890	5,076	+186
水産食品事業	296	303	+7
海外即席麺事業	2,212	2,293	+81
(百万ドル)	1,462	1,533	+71
国内即席麺事業	1,001	1,030	+29
低温食品事業	569	598	+29
加工食品事業	202	222	+20
冷蔵事業	240	254	+14
その他事業（調整額含）	370	376	+6
（為替影響額）			(△28)

営業利益

単位：億円	2024年3月期	2025年3月期	前期差
連結営業利益	667	755	+88
水産食品事業	4	9	+5
海外即席麺事業	463	544	+81
(百万ドル)	306	364	+58
国内即席麺事業	97	98	+1
低温食品事業	74	80	+6
加工食品事業	7	0	△7
冷蔵事業	23	23	0
その他事業	4	8	+4
調整額	△5	△7	△2
（為替影響額）			(△7)

※為替レート（米ドル/円） 24年3月期末 151.33円、25年3月期末 149.53円 前期比 1.80円の円高

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

02 2026年3月期 通期連結業績予想



2026年3月期 通期連結業績予想

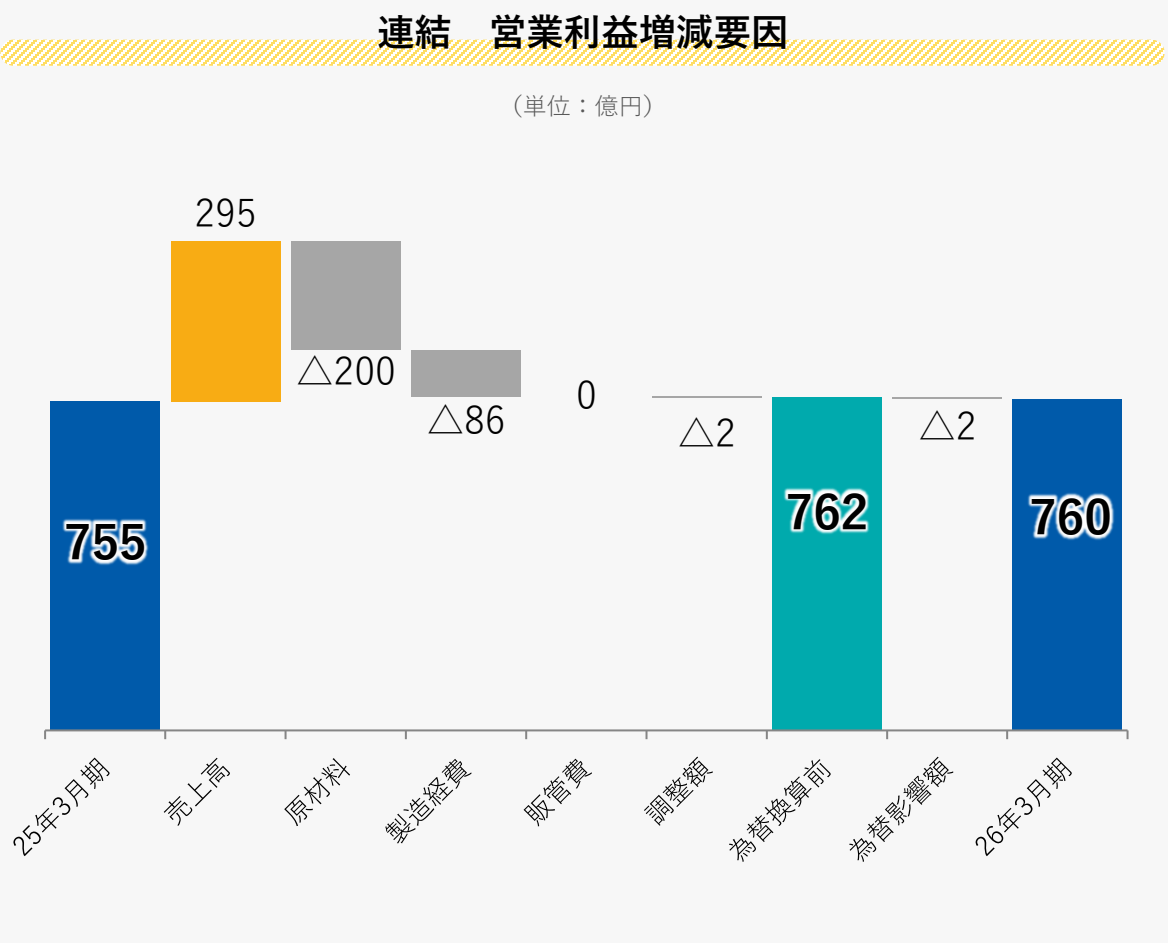
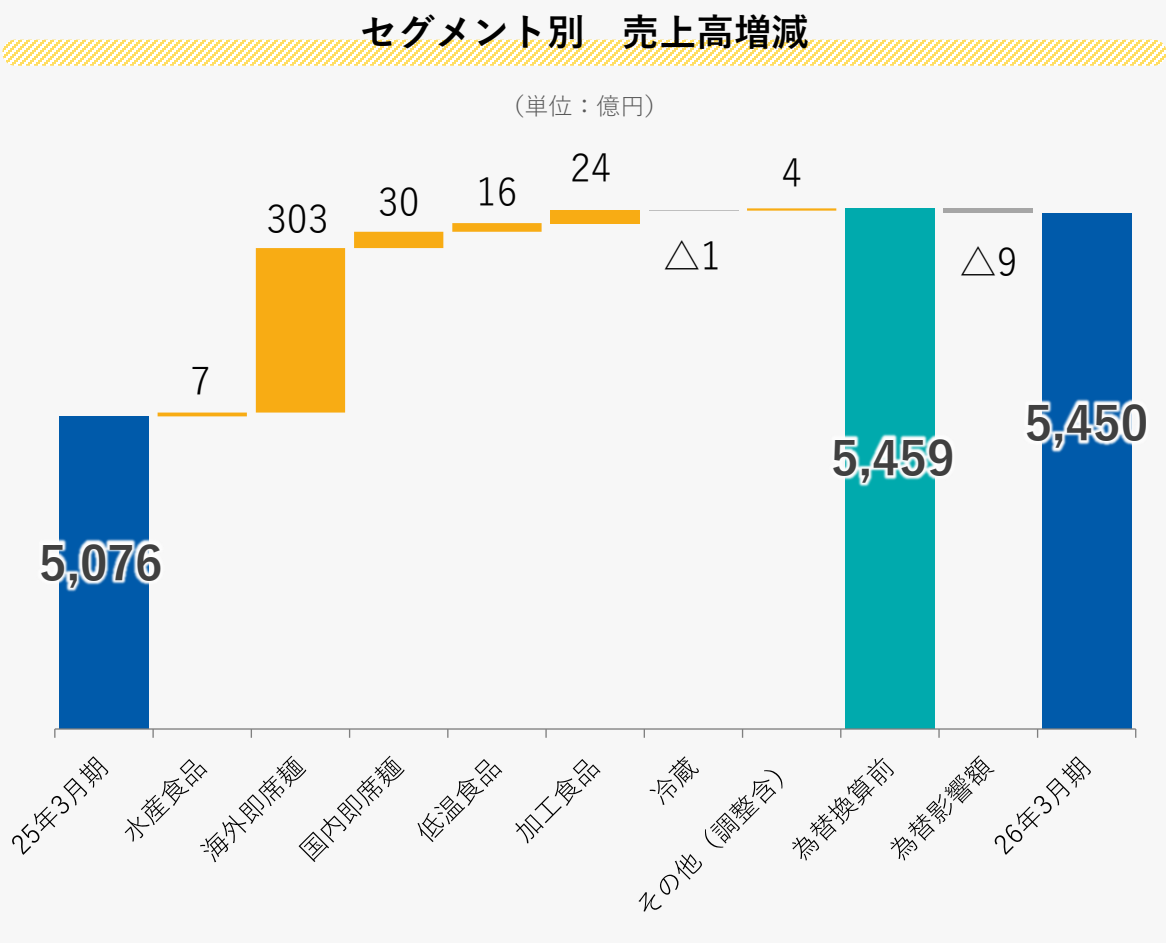
単位：億円	2025年3月期実績	売上高比率	2026年3月期予想	売上高比率	前期比
売上高	5,076	100%	5,450	100.0%	107.4%
営業利益	755	14.9%	760	13.9%	100.7%
営業外損益	84	1.7%	80	1.5%	
経常利益	839	16.5%	840	15.4%	100.1%
特別損益	△0	△0.0%	0	0.0%	
税金等調整前当期純利益	839	16.5%	840	15.4%	
法人税等	△206	△4.1%	△216	△3.9%	
当期純利益	633	12.5%	624	11.5%	
親会社株主に帰属する当期純利益	629	12.4%	620	11.4%	98.6%
1株当たり配当	200円		200円		
為替レート（米ドル/円）	149.53		149.00		
設備投資額（支払ベース）	318	6.3%	508	9.3%	
減価償却費	167	3.3%	200	3.7%	
F C F（注1）	477		312		
E B I T D A（注2）	922	18.2%	960	17.6%	

（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

2026年3月期 通期連結業績予想の概要

売上高：国内外でのコストアップに対応した価格改定、主力中心の拡売策により増収の予想

営業利益：原材料費高騰、減価償却費増加等を価格改定効果やコストの最適化を図ることで増益の予想



※為替レート (米ドル/円) 25年3月期末 149.53円、26年3月期末 149.00円

2026年3月期 セグメント別売上高・営業利益予想

単位：億円	売上高		営業利益		上期・下期の内訳は参考資料 P.63・64に記載
	26年3月期 (予想)	前期差	26年3月期 (予想)	前期差	
合 計	5,450	+374	760	+5	
水産食品事業	310	+7	9	0	主力の鮭鱒や、魚卵の更なる提案強化、NB商品「Choi Fish」シリーズ等の貢献により、増収を見込む。人件費や配送費の増加をカバーし、前期並みの利益を予想
海外即席麺事業	2,587	+294	542	△2	カリフォルニア工場新ライン稼働を活用した主力商品の販促強化による数量増と、米国、メキシコ、中南米での価格改定により、増収を見込む。メキシコ向け商品の紙カップ化や、輸入原材料のコスト増、人件費や減価償却費等のコストアップを織り込み、前期並みの利益を予想
(百万ドル)	1,736	+203	364	0	
国内即席麺事業	1,060	+30	100	+2	主力カップ麺は45周年を迎える「緑のためき」を含む主力和風麺と、新商品「マルちゃん焼そば」を組み合わせたプロモーションにより、増収を見込む。原材料や製造経費のコスト増が上期には一巡する見通し、通期での増益を予想
低温食品事業	614	+16	81	+1	10月に新工場が稼働する生麺では、主力の「マルちゃん焼そば3人前」をはじめ、「つるやか」シリーズの拡売に取り組み、増収を見込む。25年4月、6月納品分から冷凍食品類の価格改定を実施、減価償却費増などをカバーし前期並みの利益を予想
加工食品事業	246	+24	4	+4	6月にフリーズドライ商品の新設備が稼働。足元の原料米価格等のコスト増に対応し、25年6月から米飯、魚肉HS価格改定を実施し、増収を見込む。コスト増は上期は継続する見通しも、下期には増収効果が上回り、通期での増益を予想
冷蔵事業	253	△1	24	+1	冷凍食品等の市場成長により需要は継続する見込みも、収益認識基準の見直しにより減収の予想。動力費等の増加もあるが一部費用のの平準化もあり、増益を予想
その他	380	+4	9	+1	主にベンダー事業での増収、増益を予想
(調整額)	—	—	△9	△2	
(為替影響額)		(△9)		(△2)	

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

02-1

国内事業

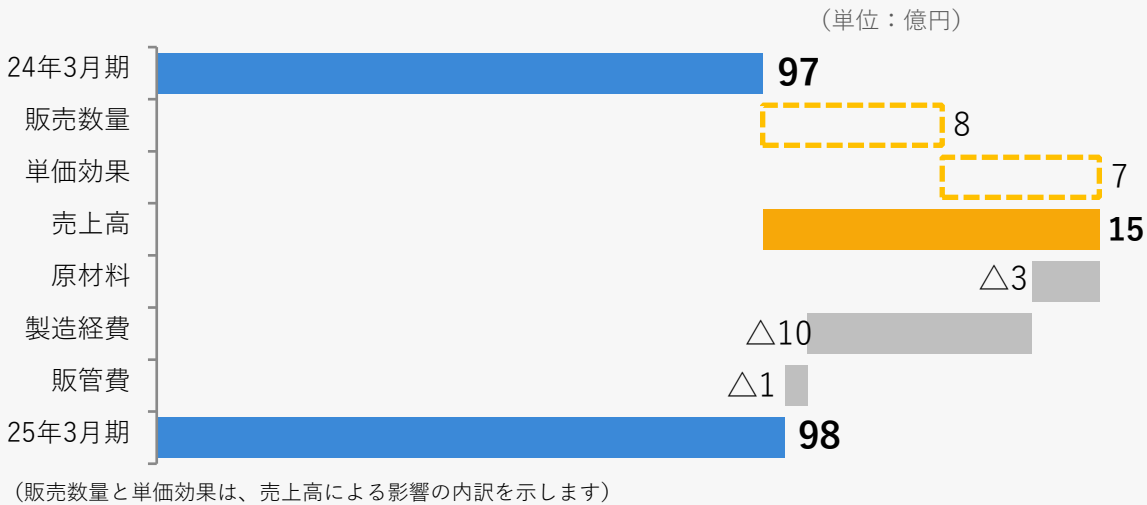
- 国内即席麺事業
- 低温食品事業



売上高・営業利益の推移

単位：億円	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	223	234	332	241	1,030	△15
前期比 前期差	101% +3	108% +17	102% +6	101% +3	103% +29	△1%
営業利益	21	19	46	12	98	△4
営業利益率	9.5%	7.9%	13.9%	5.1%	9.5%	△0.3%

営業利益増減要因

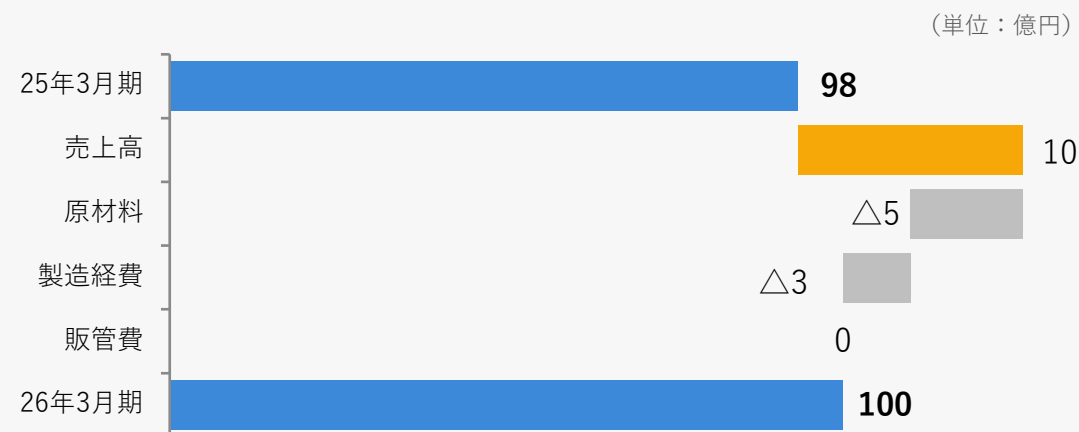


	上期	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	+13	+1	+1	+15	△1
原材料	△2	0	△1	△3	+5
製造経費	△2	△4	△4	△10	△5
販管費	+3	△2	△2	△1	△3
合計	+12	△5	△6	+1	△4

(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)

単位：億円	25年3月期	26年3月期	前期差
売上高	1,030	1,060	+30
袋麺	166	170	+4
カップ麺	864	890	+26
営業利益	98	100	+2

営業利益増減要因



売上高

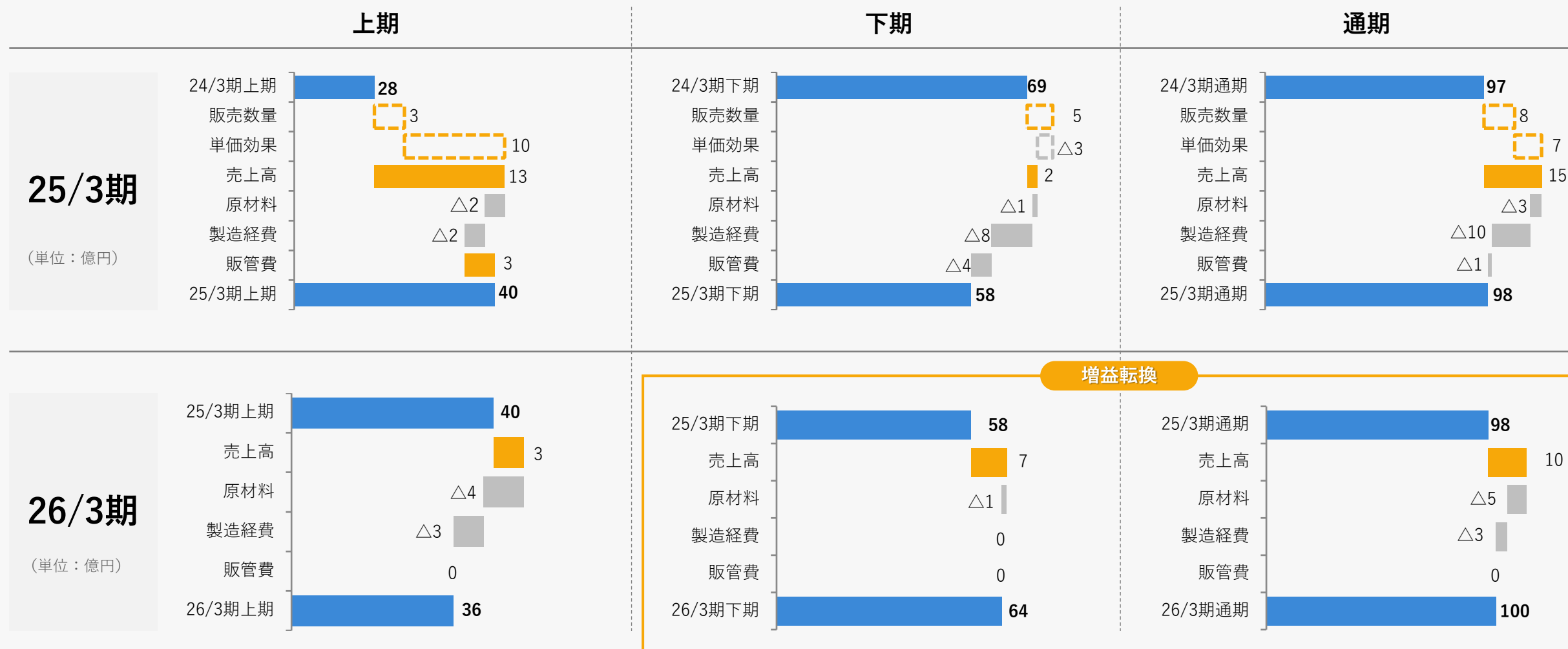
- カップ麺「マルちゃん焼そば」を新発売。新たな定番商品として拡売、ブランド強化
- 発売45周年の「緑のたぬき」をはじめ、和風カップ麺シリーズ全体の強化、シェア拡大を目指す
- 袋麺は、主力の「マルちゃん正麺」の活性化と、「マルちゃんZUBAAN!」の育成を継続

営業利益

- 原材料は、小麦粉は前期比で単価下落、パーム油価格等は高止まりを予想、コスト低減に取り組む
- 製造経費は、上期中心に動力費等の増加を予想、下期には前期並みに平準化する見込み
- 販管費は、物流費の上昇が年間を通じて発生する見通し。宣伝・プロモーションは効率的に投入。

前期下期からの原材料や製造経費の増加は上期で一巡し、下期には増益転換する見通し。

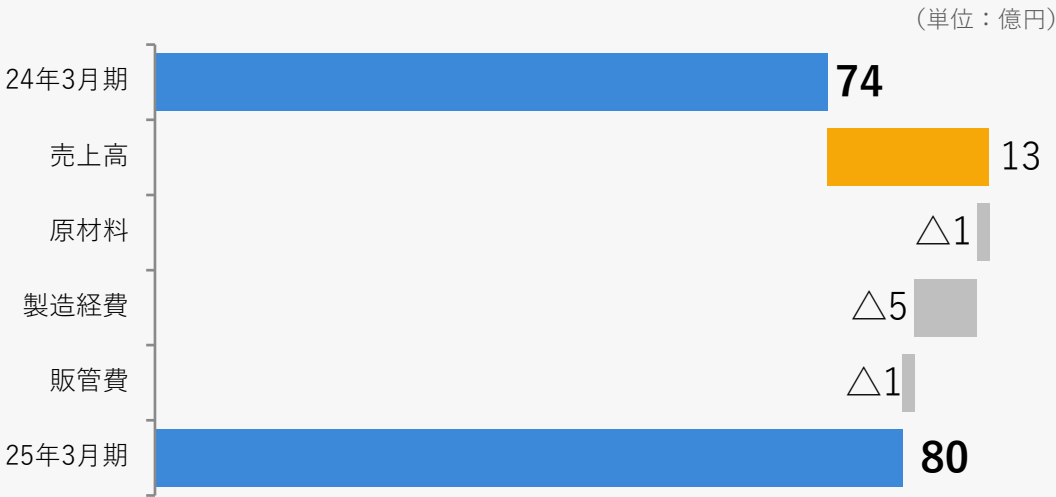
主力商品中心の拡売策の実行とともに、製造・販売・配送での各種取り組みにより、利益改善を推進



売上高・営業利益の推移

単位：億円	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	153	159	144	142	598	△10
前期比 前期差	107% +10	107% +9	104% +5	104% +5	105% +29	△2%
営業利益	21	22	19	18	80	0
営業利益率	13.9%	13.6%	13.3%	12.9%	13.4%	+0.2%

営業利益増減要因

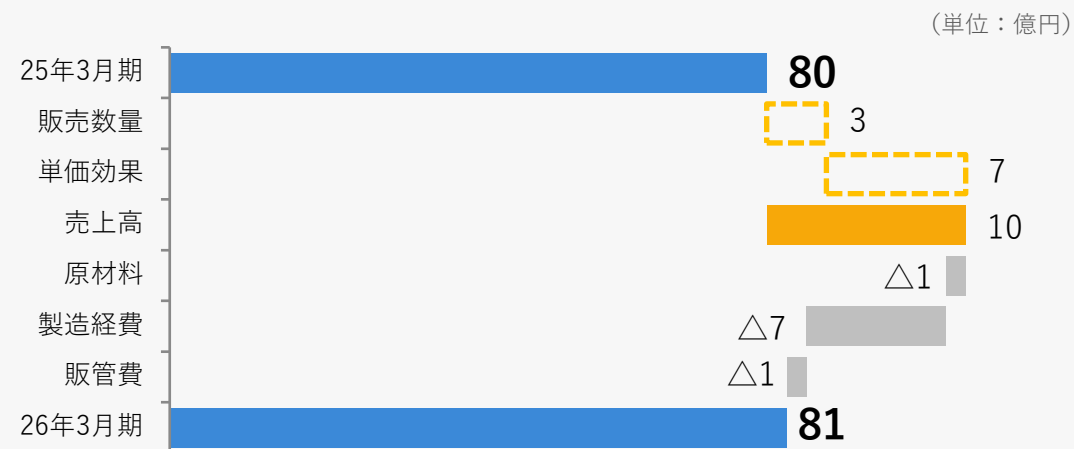


	上期	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	+8	+3	+2	+13	△1
原材料	△1	0	0	△1	+2
製造経費	△3	△1	△1	△5	0
販管費	0	0	△1	△1	△1
合計	+4	+2	0	+6	0

(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)

単位：億円	25年3月期	26年3月期	前期差
売上高	598	614	+16
営業利益	80	81	+1

営業利益増減要因



(販売数量と単価効果は、売上高による影響の内訳を示します)

売上高

- 発売50周年の生麺「マルちゃん焼そば3人前」中心に、「焼そば」カテゴリーの更なる強化
- 夏場の酷暑対策として、水でほぐすだけの「つるやか」シリーズを育成
- 4月・6月出荷分から冷凍食品・冷凍麺の価格改定を実施。収益力強化に取り組む

営業利益

- 原材料は、小麦粉は前期比で単価下落、包材、調味料等の価格は高止まりが継続する見通し
- 製造経費は、新工場稼働に伴う減価償却費が下期より増加
- 販管費は、物流費の上昇が年間を通じて発生する見通し。配送効率化等に取り組む

主力商品の価値浸透

様々なライフスタイルや
多様な食シーンに寄り添い、
“いつものあの味”をお届けします。

マルちゃん
焼そば



即席麺

生麺

冷凍麺

マルちゃん
焼そば3人前
の味を
カップ焼そば
で再現しました!



カップ麺「マルちゃん焼そば」

マルちゃん 焼そば

おかげさまで 50周年!!



マルちゃん焼そばシリーズアンバサダー
「タカアンドトシ」さん



3温度帯のマルちゃん焼そばで、おいしさ・楽しさを次世代につなげていきます。

主力商品の価値浸透

ロングセラー商品のおいしさ再発信
様々な商品企画・販売企画を強化。



緑のたぬき周年企画の展開で
和風カップ麺シリーズ全体を強化。

簡便性のある商品への回帰
近年さらなる需要増で販売数量伸長。



水でほぐすだけで食べられる
今後も酷暑対応商品として育成。

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

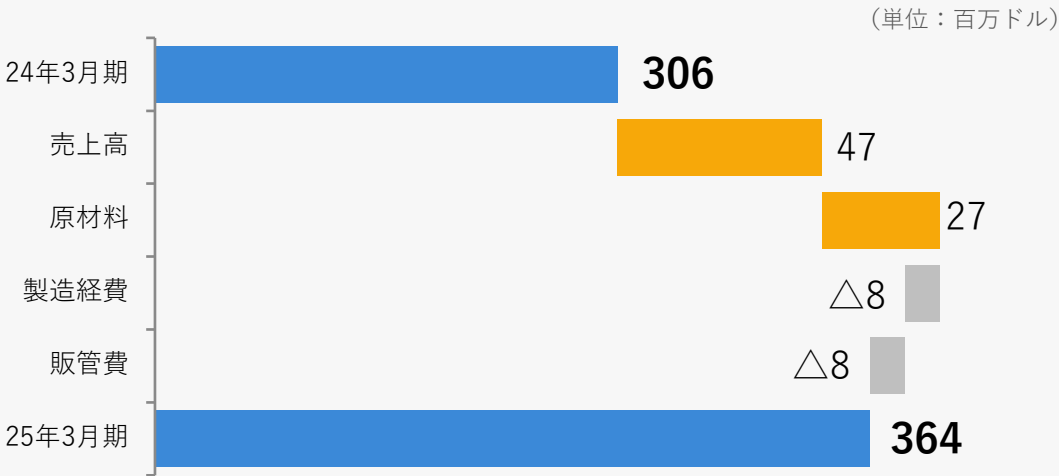
02-2 海外即席麺事業



売上高・営業利益の推移

単位：億円	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	604	502	717	470	2,293	+20
(百万ドル)	375	399	379	380	1,533	△57
前期比 前年差	115% +48	105% +17	101% +3	101% +3	105% +71	△4%
営業利益	148	126	171	99	544	+34
(百万ドル)	92	100	89	83	364	+7
営業利益率	24.5%	25.1%	23.6%	21.7%	23.7%	+1.2%

営業利益増減要因

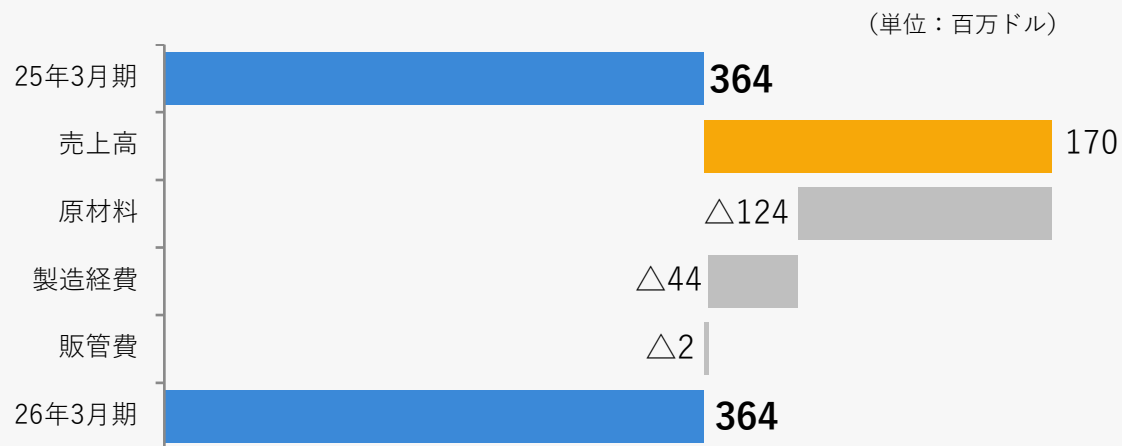


	上期	3Q	4Q	通期	計画差
売上高	+38	+5	+4	+47	△21
原材料	+22	+10	△5	+27	+7
製造経費	△5	△2	△1	△8	+17
販管費	△5	△3	0	△8	+4
合計	+50	+10	△2	+58	+7

(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)

単位：億円	25年3月期	26年3月期	前期差
売上高	2,293	2,587	+ 294
(百万ドル)	1,533	1,736	+ 203
営業利益	544	542	△2
(百万ドル)	364	364	0

営業利益増減要因



売上高

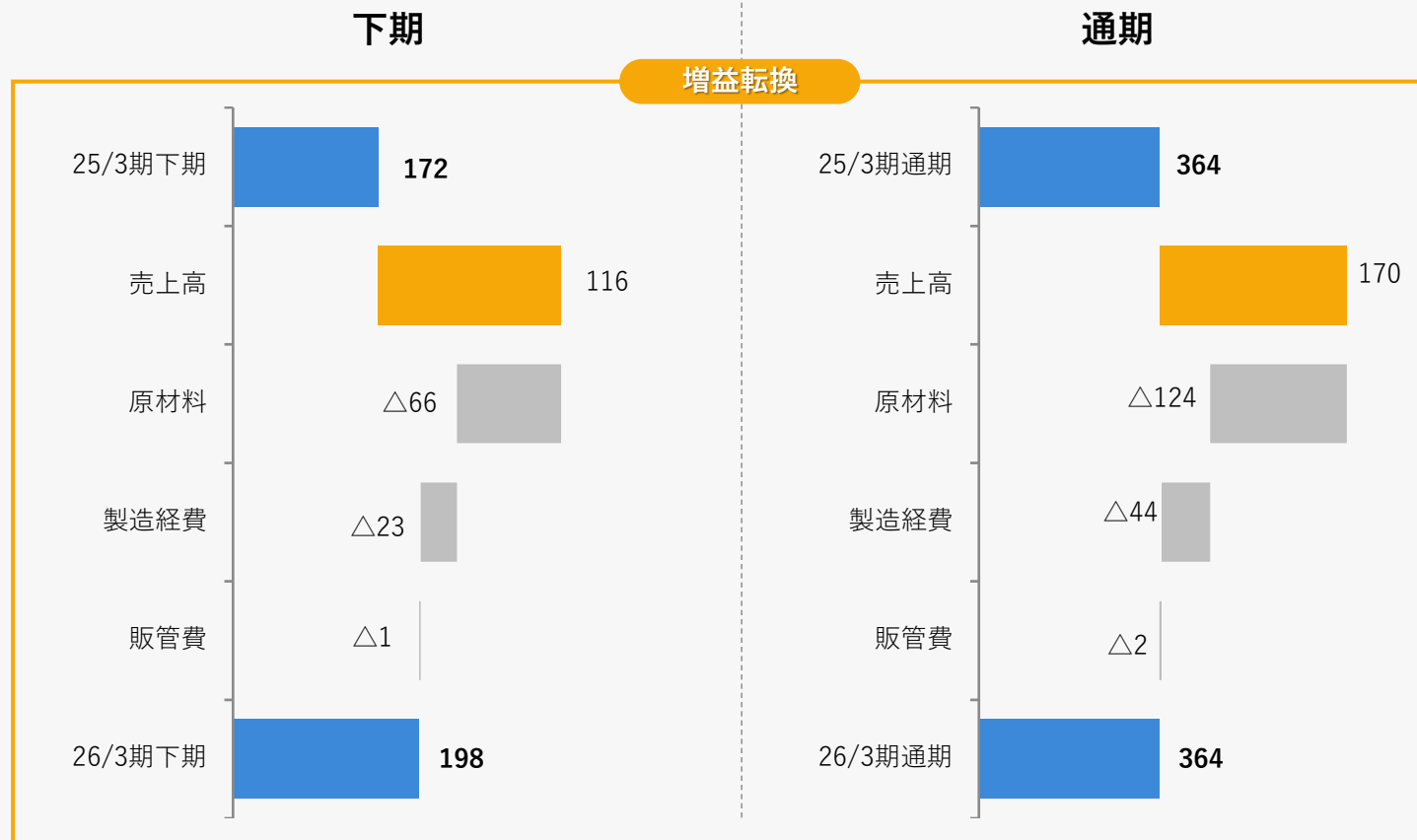
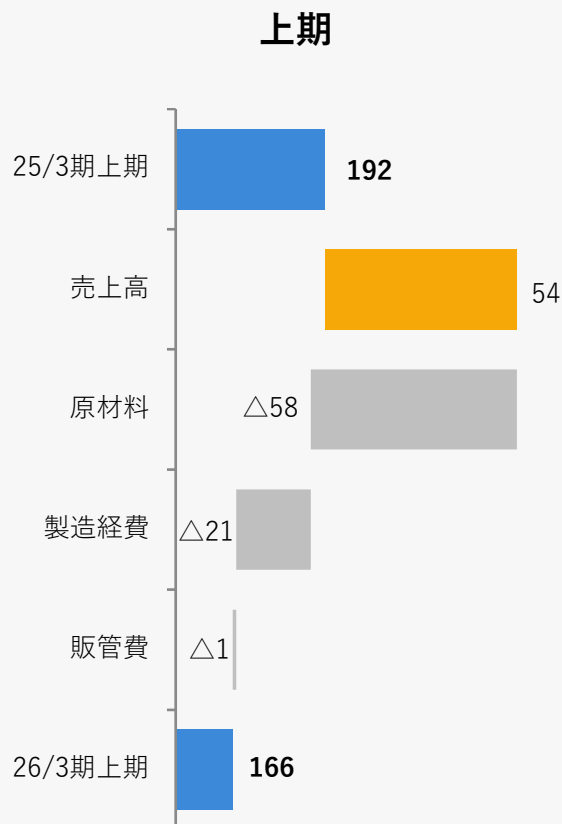
- 米国における外部環境変化を受けた節約志向の継続と人口増をベースに、主力価格帯商品の回復を見込む
- 米国では、2Qから価格改定を実施。新工場稼働により下期からカップ麺強化。上乗せを目指す
- メキシコ・中南米では、紙カップ化対応、インフレ影響を吸収する価格改定を1Qから実施。

営業利益

- 原材料は、小麦粉は前期比で増益を見込むも、紙カップ対応費用、輸入原材料費用等の増加を織り込む
- 製造経費は、人件費の増加、下期からはカリフォルニア工場増設の減価償却費増加の見通し
- 販管費は、新工場稼働もあり、物流費は平準化の見通し。ブランド育成のプロモーションを強化

米国における輸入原材料価格高騰、人件費や製造経費増加は、2Qからの価格改定で対応
メキシコでは、紙カップ化に伴う費用増やペソ安への対応を織り込み、4月から2年連続での価格改定を実施
価格改定による増収効果、拡売施策による数量増効果もあり、下期から増益転換を見込む

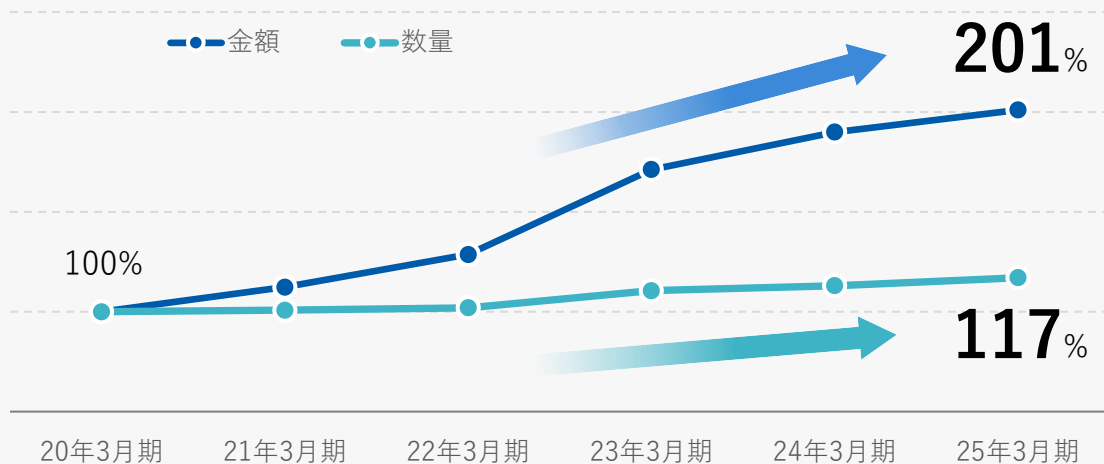
26/3期
(予想)
(単位：百万ドル)



主力品の需要増への対応強化

米国即席麺市場 金額/数量 推移

<20/3期を基準として> サカーナ（旧IRI）MULO 4週データ



当社シェア推移（数量）

サカーナ（旧IRI）MULO 4週データ

コロナ前 最高

71.6%

△10.5pp

コロナ禍 最低

61.1%

+1.6pp

現在

62.7%

主力ブランド強化とマーケティング施策

主力商品拡売策

- 2Qから価格改定を実施。主力商品販促や新商品投入を実施
- 製造能力増強後は、取引先の取り戻し策等により販売増



消費者マーケティング

世代別を意識した販売強化策

ソーシャルメディアを通じた拡売策

大学、イベントでの試食実施



即席麺の価格競争力と参入障壁の低下により即席麺市場は活性化し市場拡大。21/3期比で約116%と、年平均約4%の成長
 主力価格帯の構成比は約90%と大きく変わらない流れが継続。新規顧客層を意識した高価格帯商品の育成も進める
 上期は底堅く推移する需要に対応することを優先し、製造能力増強後は物量を徐々に回復させていくことを目指す

米国即席麺市場（数量ベース）

21/3期比での成長率

116.1%



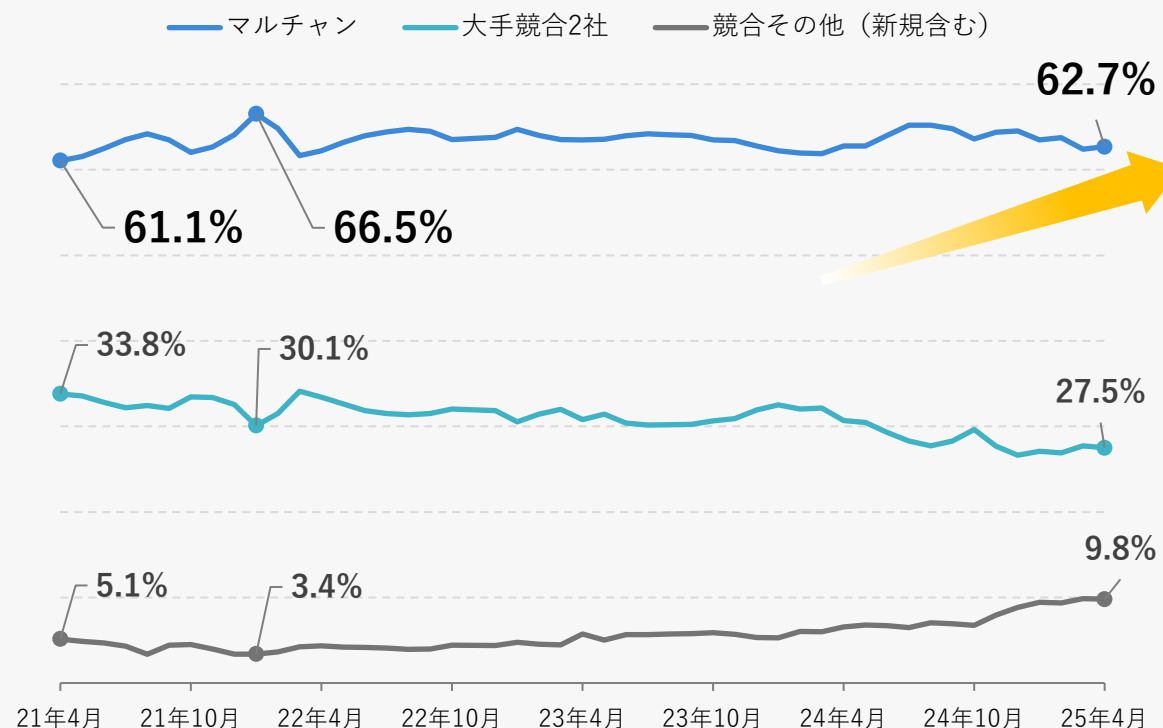
■ 高価格帯



■ 主力価格帯

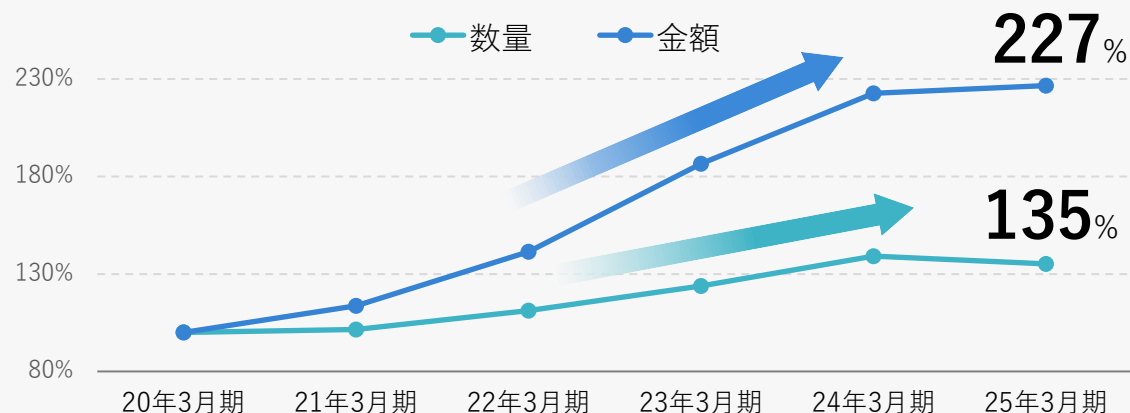


米国市場におけるシェア推移比較

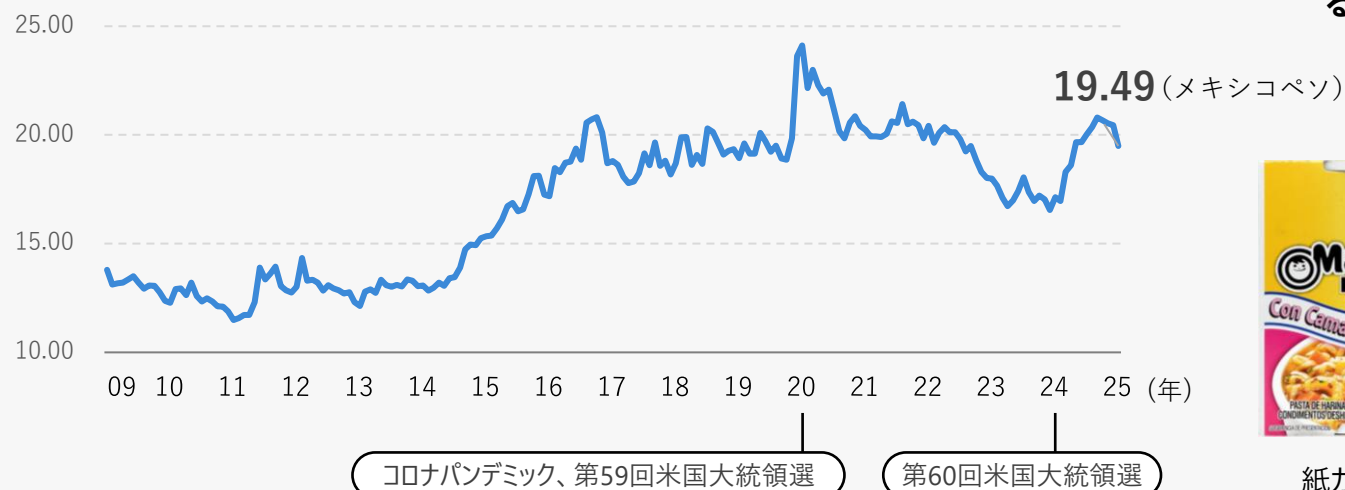


メキシコカップ麺市場 金額/数量 推移

(20/3期を基準として) ニールセンデータ



為替の推移 (米国ドル/メキシコペソ)



主力ブランド強化とマーケティング施策

外部環境認識と対応策

- 2025年4月に2年連続で価格改定を実施
紙カップ化、インフレを背景としたコストアップに対応
- 米国大統領選に影響を受けた、ペソ安への対応

継続する需要への対応

- 価格改定後も相対的割安感は継続すると見込んでおり需要は堅調
- 伸長している袋麺と共に、ヤキソバ、パスタ商品の認知度を上げる取り組みにより育成



紙カップ化切替え



ヤキソバ・パスタ商品陳列企画



ゲーム大会主催

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

03 2026～2028年3月期 3カ年中期経営計画



Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

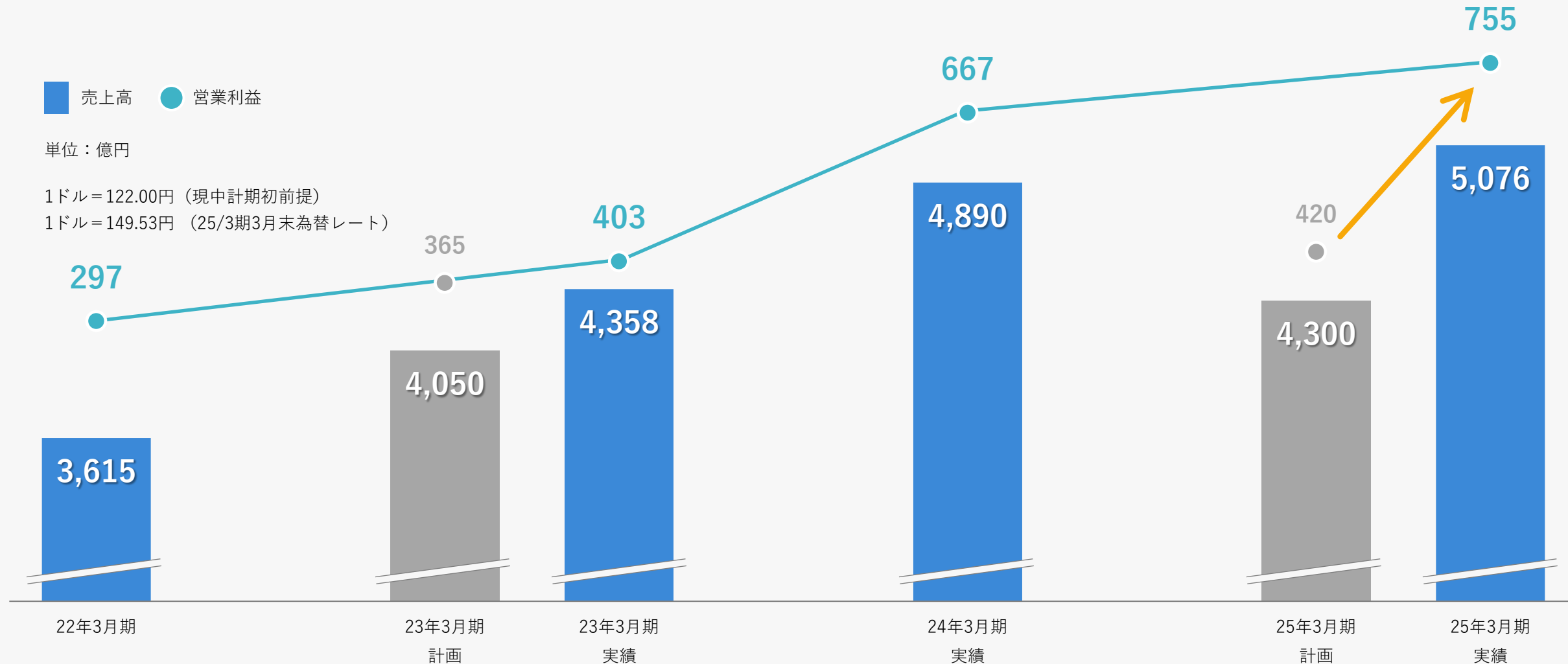
03-1 現状認識と 将来に向けた取り組み



前中期経営計画の数値目標・進捗

最終年度の売上高は5,076億円、営業利益も755億円と当初計画を上回る着地

コロナ禍、地政学的リスクの高まりによる不透明な外部環境に対応し、売上高と営業利益の成長を達成



前中期経営計画の環境整理と新中期経営計画への課題

内部環境認識

キャッシュイン

業績

(コストアップへの対応)

為替

(想定以上の円安)

キャッシュアウト

外部環境の大きな変化への対応もあり
設備投資実行に遅れ

株主還元強化

- － 増配：23/3期 10円増配、24/3期 70円増配
- － 自己株式取得：25/3期実施（239億円）

外部環境認識

世界的なインフレ
傾向の継続

地球温暖化
異常気象

為替変動
リスク

地政学的
リスク

人手不足

物流課題

新中期経営計画への課題認識

「将来への投資と株主還元の両立」
「リスク低減と新たな成長機会獲得」

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

03-2 新中期経営計画の 位置付けと基本戦略



新中期経営計画の位置づけ

経営理念

公正な経営・自主独往の経営・従業員が報いられる経営

スローガン

“食を通じ、みなさまに笑顔をお届けしたい”

ありたい姿

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

新中期経営計画 基本方針

顧客市場での
価値向上

各事業での持続的な成長

資本市場での
価値向上

ステークホルダーへの対応

ありたい姿

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

サステナビリティ（E S G、D X推進）

企業価値向上を目指した
たゆまぬ取り組みの継続

持てる経営資源の最大化を図り、
稼ぐ力、資本収益性の向上を目指す

消費者
取引先

- 競争力のある商品展開
- 様々な食の課題解決
- 事業領域・エリア展開

従業員

- 働きやすさと働きがい
- 従業員満足度向上
- 健康経営

株主

- 持続的なR O E の成長
- 資本戦略
- 株主還元の強化

TSグループのシナジー発揮、事業間連携を最大限に活かす

だしの連携



株式会社シマヤ

ユタカフーズ株式会社

冷蔵事業のポジショニング



- ・ 全国 22 事業所
 - ・ 保管規模 64万t
- 効率的な物流ネットワークを活かす

加工食品事業の市場予測

市場規模 見込・予測【販売額】

単位：百万円	2024年 (見込)	2031年 (予測)	伸長率
無菌包装米飯 レトルトライス	98,400	114,200	116.1%
フリーズドライ スープ (市販用)	23,100	24,500	106.1%

出典：富士経済「2025年 食品マーケティング便覧 No.4」

事業間の連携



社会課題
の
解決

新中期経営計画の基本戦略

継続と継承：前中期経営計画の基本方針を継続し、やり残した課題を解決

変革と進化：“ありたい姿”の実現に向けて、変革すべきものを変革し“企業価値向上”を目指す

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

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

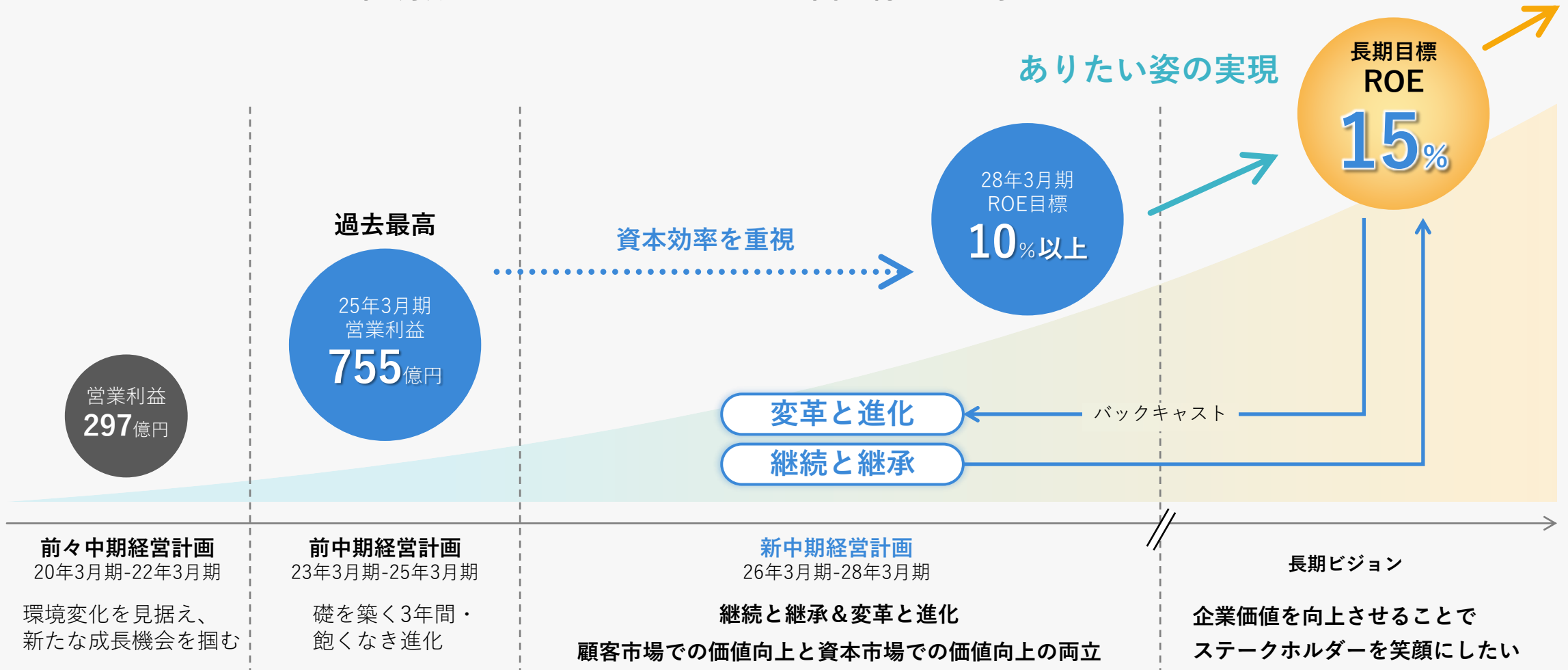
成長投資・稼ぐ力向上

サステナビリティ経営

新中期経営計画の方向性

新中期経営計画

TSグループの“ありたい姿”実現に向け、成長領域への設備投資を実施する「投資先行期間」利益成長に加え、投資・還元のバランスを考慮しつつも、資本効率（ROE10%以上）を重視
2028年3月期のROEについては10%を上回る約12%を予想

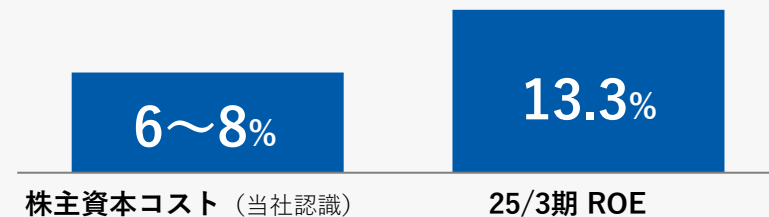


「資本コストや株価を意識した経営の実現」への対応

現状認識

当社の株主資本コストは6～8%と認識
PBRについても、2倍程度の水準で推移

資本効率：ROE/株主資本コスト



方針

将来的にROE15%を目指す

事業戦略実行による持続的な利益成長

財務戦略による資本効率の向上

株主資本コストの低減

取り組み

—— 持続的利益成長 ——

- 既存事業の収益力強化
- 新規領域への挑戦
- ROICも意識した投資

—— 資本効率向上 ——

- 総還元性向70%を目途
 - 配当性向30%超の配当
 - 自己株式取得

—— 資本コスト低減 ——

- 業績変動リスク低減（期中平均レート採用）
- ガバナンス強化
- 非財務情報開示（統合報告書）

事業戦略：国内事業

取引先への商品と物流のトータルサービスの提供や食品への具材の提供など、事業間シナジーを訴求
国内加工食品では常温・チルド、低温、冷凍と3温度帯の商品を持つ「3温度帯シナジー」を訴求



事業戦略：海外即席麺事業

地域	数量成長率（％）	主要施策
米国	1桁前半	<ul style="list-style-type: none"> ● カリフォルニア工場増設による主力商品強化 ● 新カテゴリー商品発売による市場活性化 ● コスト上昇は価格改定で吸収
メキシコ	1桁半ば～後半	<ul style="list-style-type: none"> ● カリフォルニア工場増設による主力商品強化 ● メキシコでの生産拠点構築による為替リスク低減 ● コスト上昇は価格改定で吸収
中南米	2桁	<ul style="list-style-type: none"> ● ブラジルでの現地委託生産を活用した積極的な販促活動の実行 ● ブラジル以外での販路の構築と、ブランド浸透策の実行
新市場	強化	<ul style="list-style-type: none"> ● インド南部4州を中心に、商品の定着と販路の拡大



先行き不安の高まりから、節約志向、内食化の流れは継続する見込み
米国内に製造拠点がある強みを活かした販売戦略を進める

海外即席麺事業 リスクと機会

生活費上昇

食費援助削減

節約志向

ストック需要

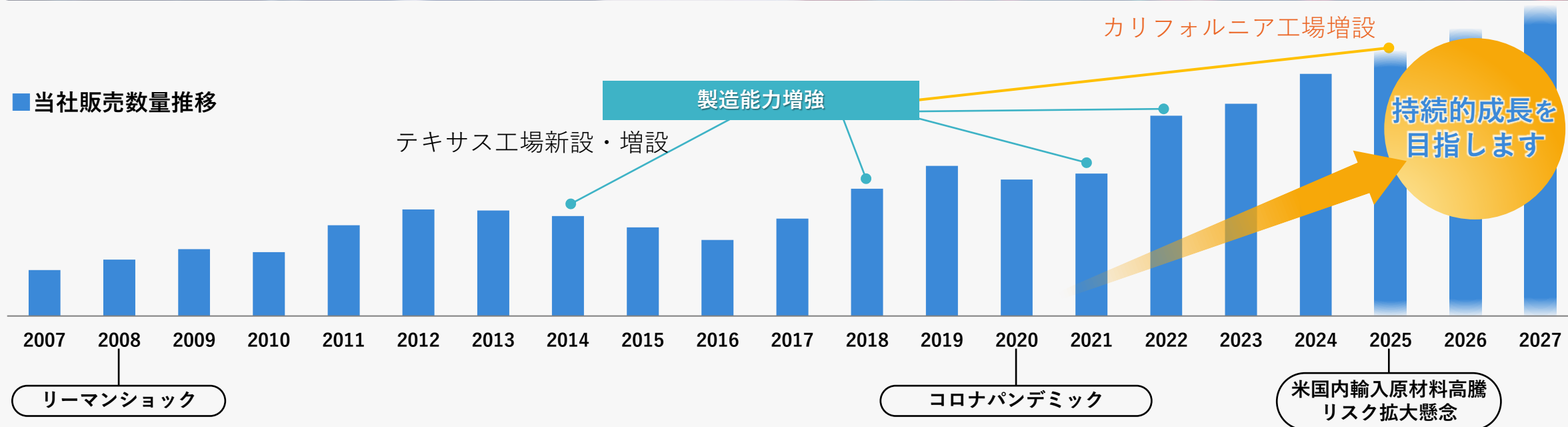
労働力確保

サプライチェーン確保

簡便性

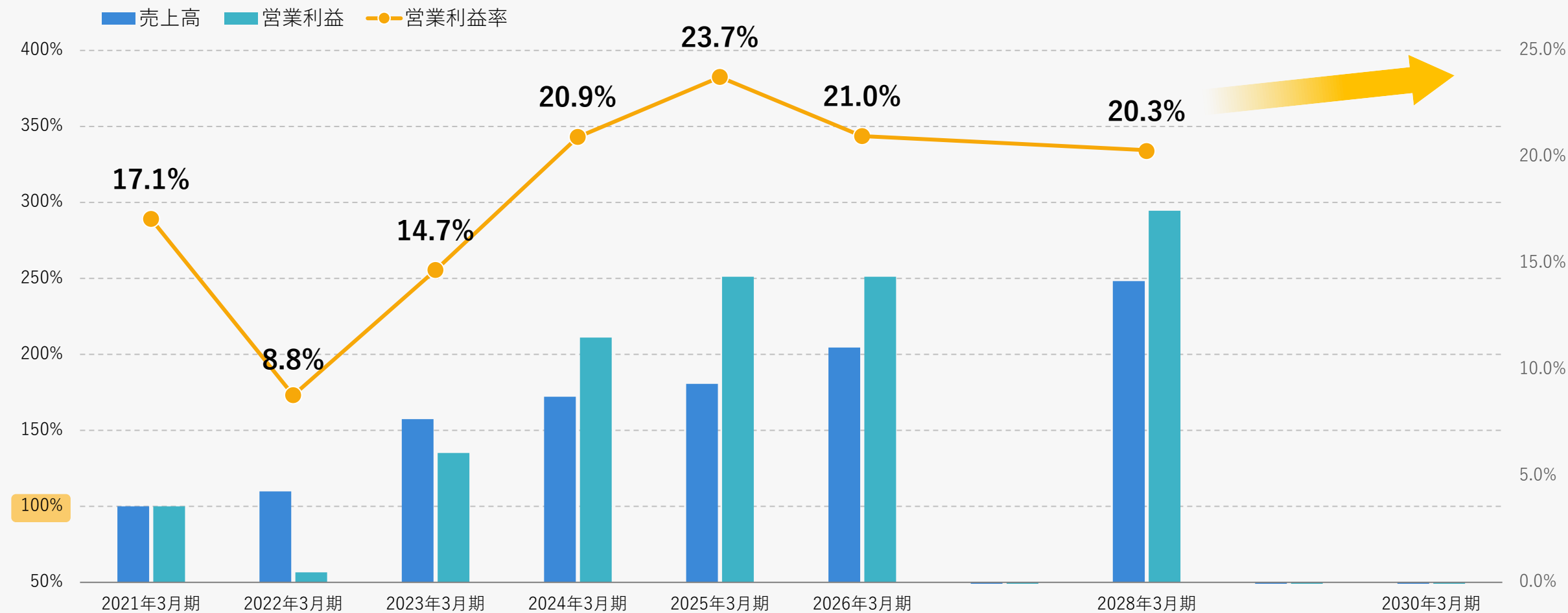
内食化

■ 当社販売数量推移



新中計期間は、新工場稼働による供給能力増を活かした物量の増加、取引先への提案を強化

工場稼働による減価償却費や継続的な人件費増は、適切な価格転嫁により営業利益率20%を目安にした成長を目指す



※ 売上高と営業利益は2021年3月期を100%としたときの成長率（現地通貨ベース）

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

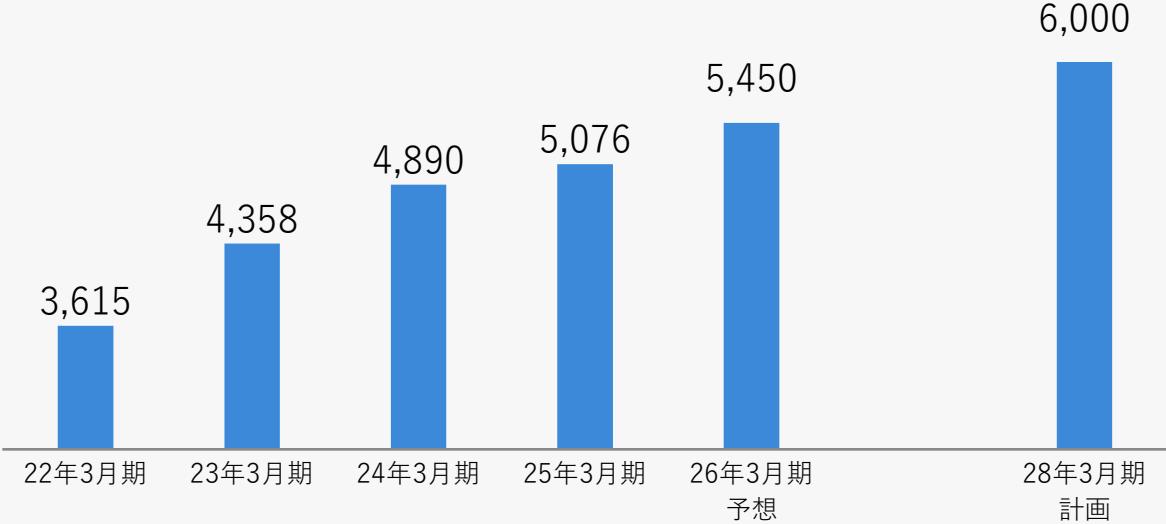
03-3 新中期経営計画の 連結業績及びセグメント別目標

新中期経営計画の連結業績目標

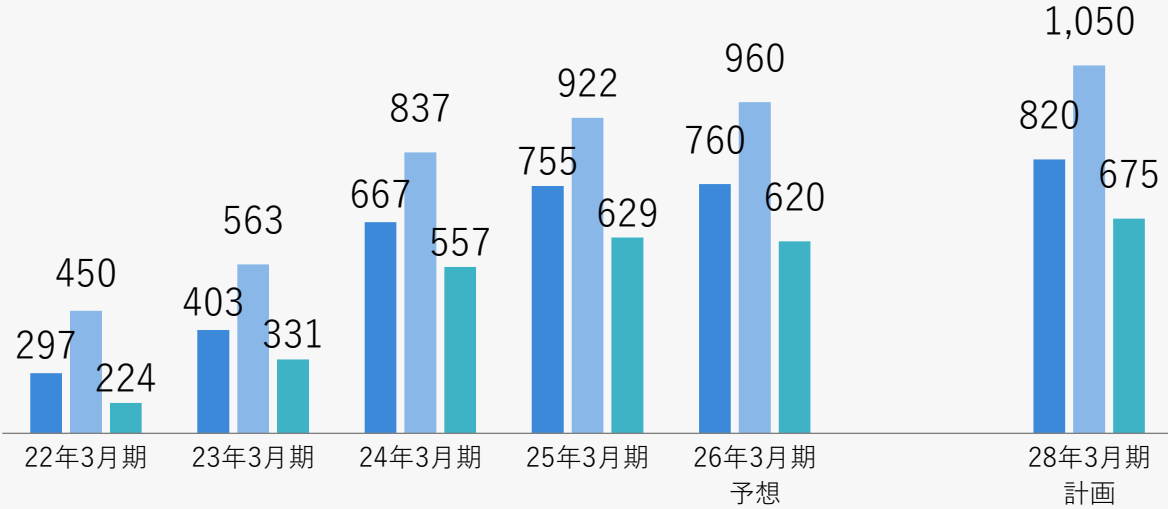
	2025年3月期	2026年3月期予想	2028年3月期計画
売上高	5,076億円	5,450億円	6,000億円
営業利益	755億円	760億円	820億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	629億円	620億円	675億円
EBITDA*	922億円	960億円	1,050億円

■ 売上高

単位：億円



■ 営業利益 ■ EBITDA ■ 親会社株主に帰属する当期純利益



* EBITDAは営業利益と減価償却費の合算

単位：億円	25年3月期 (実績)	26年3月期 (予想)	28年3月期 (計画)	対 25年3月期
合 計	5,076	5,450	6,000	118.2%
水産食品事業	303	310	320	105.5%
海外即席麺事業	2,293	2,587	2,980	130.0%
(百万ドル)	1,533	1,736	2,000	130.4%
国内即席麺事業	1,030	1,060	1,135	110.2%
低温食品事業	598	614	650	108.6%
加工食品事業	222	246	265	119.6%
冷蔵事業	254	253	255	100.5%
その他	376	380	395	105.1%
(調整額)	-			

新中期経営計画 セグメント別営業利益予想

単位：億円	25年3月期 (実績)	26年3月期 (予想)	28年3月期 (計画)	対 25年3月期
合 計	755	760	820	+65
水産食品事業	9	9	10	+1
海外即席麺事業	544	542	600	+56
(百万ドル)	364	364	403	+39
国内即席麺事業	98	100	108	+10
低温食品事業	80	81	74	△6
加工食品事業	0	4	10	+10
冷蔵事業	23	24	25	+2
その他	8	9	9	+1
(調整額)	△7	△9	△16	△9

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

03-4 新中期経営計画の 主な設備投資とキャッシュフロー

キャピタル アロケーションについて

新中期経営計画期間では、より積極的な投資と、株主還元を両立し、現預金水準は増やさない方針で進める

3年間のキャピタルアロケーション

純利益
減価償却費

合計概算
2,500億円

設備投資

1,300億円
以上

株主還元

強化
総還元性向
70%を目途

主要設備投資

成長投資

海外即席麺

- カリフォルニア工場拡張（第二期・第三期）

加工食品

- フリーズドライ工場拡張（第二期）

海外即席麺

- メキシコ工場新設

効率化投資

低温食品

- 冷凍食品の強化

国内即席麺

- 具材設備の整備

国内即席麺

低温食品

- 即席麺・生麺工場の再編

その他

冷蔵

- 自然冷媒切替

全社

- 基幹システム更新

全社

- 更新投資 約300億円（每期約100億円）

株主還元

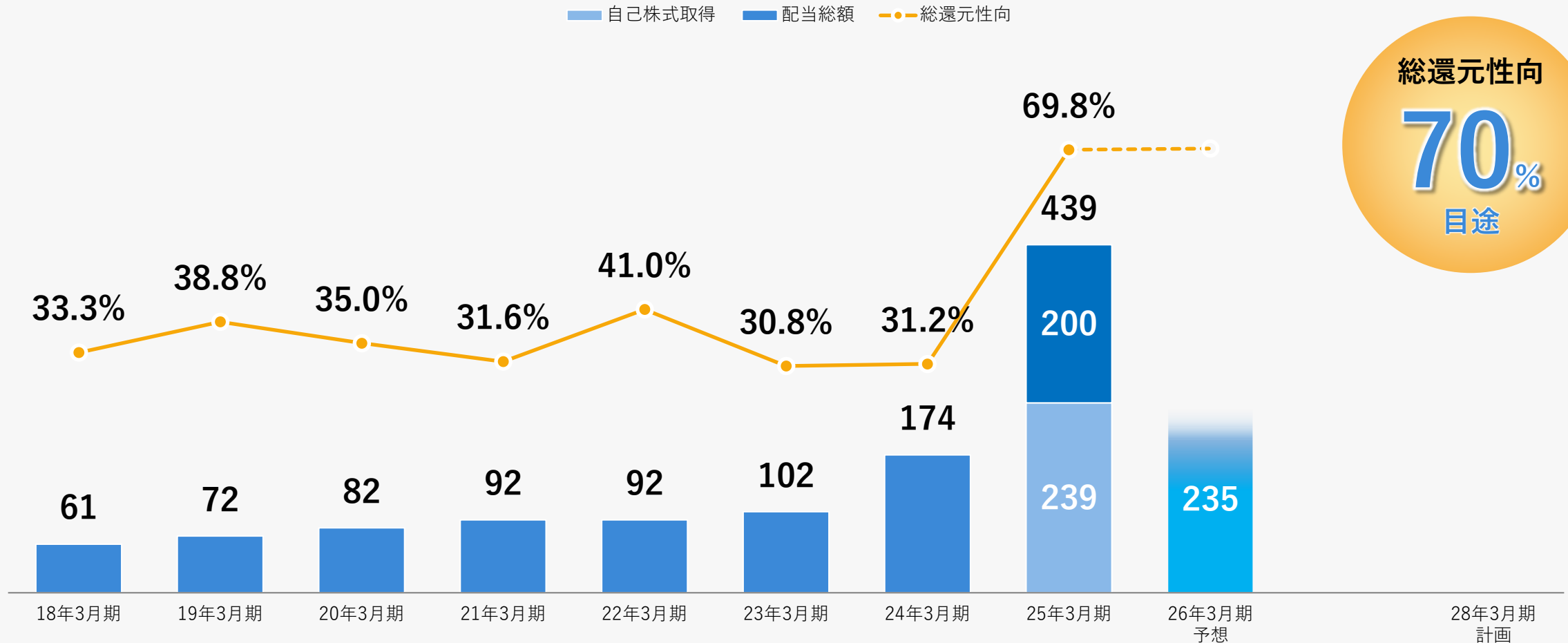
- 総還元性向70%を目途
 - 配当性向30%超による配当
 - 自己株式取得

25/3期
期末現預金
2,570億円

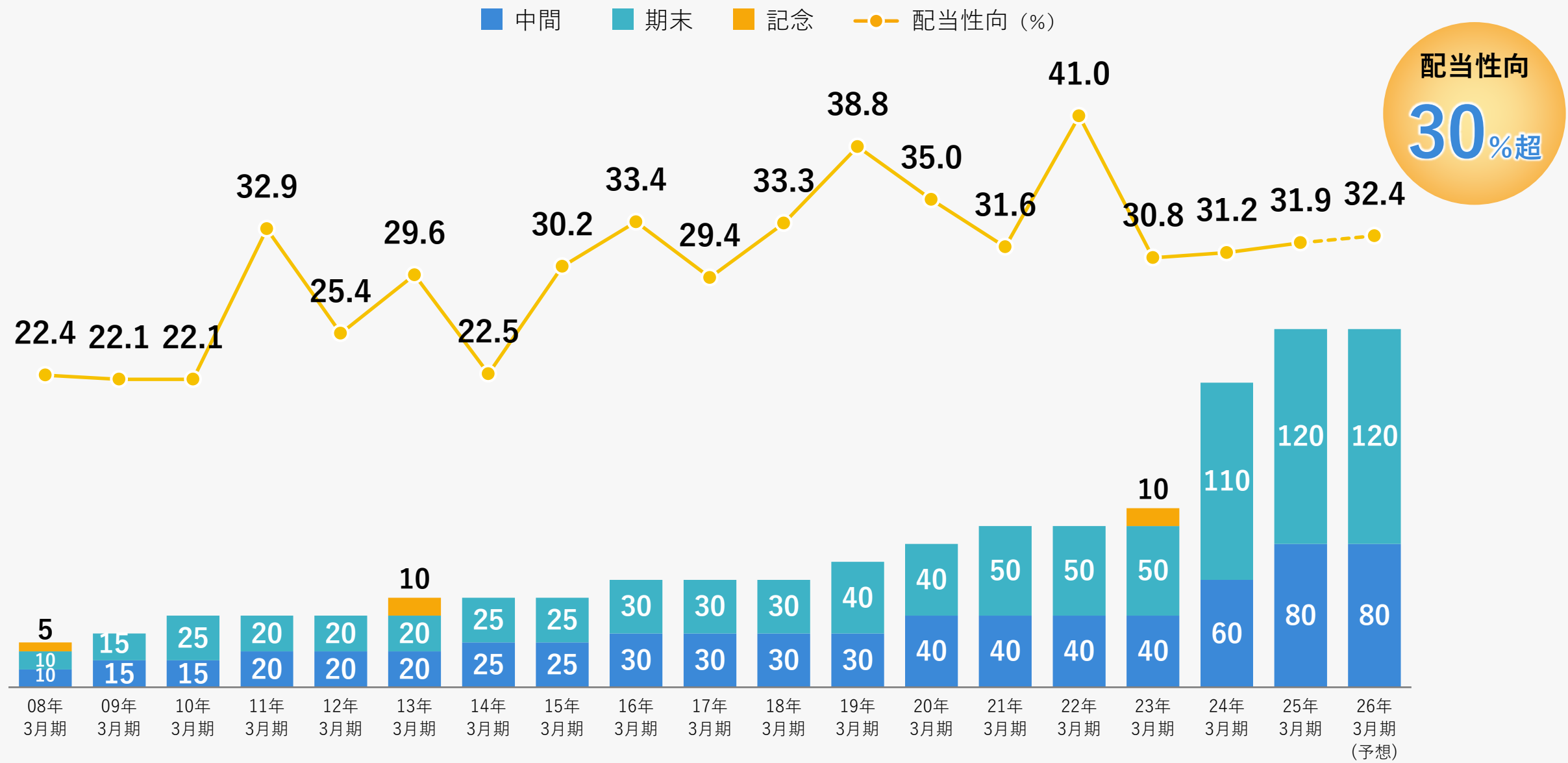
25年3月期 期末実績

株主還元について 株主総還元と総還元性向

株主還元強化と資本効率の向上を目的に、配当に加え自己株式取得を計画
新中期経営計画期間中の総還元性向は70%を目途に実施する



株主還元について 1株当たり配当金と配当性向推移





Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

私たち東洋水産グループは、「食」に関わる、ほぼ全ての温度帯、多岐にわたる事業領域で展開している強みを活かし、商品やサービスを通じて、おいしさ、健康、そして感動を提供し、お客様の笑顔に出会えることを最大の喜びとする企業であり、全てのステークホルダーが笑顔であるということを願い、事業を進めてまいります。

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

04 参考資料



Smiles for All.

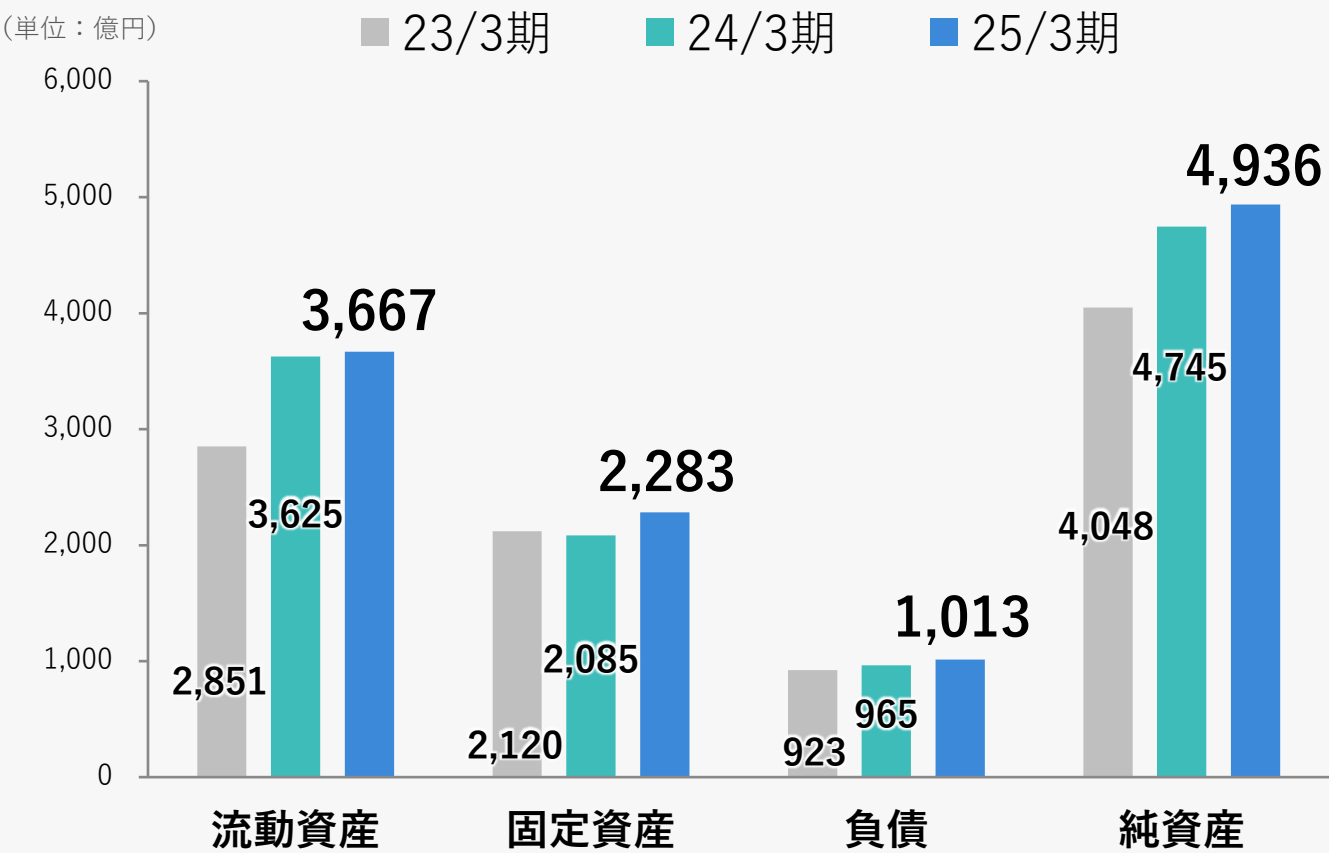
すべては、笑顔のために。

2025年3月期 連結業績

(貸借対照表、損益計算書、キャッシュ・フロー計算書)

2025年3月期 連結貸借対照表 主要項目の推移

総資産は594,978百万円で、前連結会計年度末に比べ23,984百万円（4.2%）増加しました。



■ 2024年3月期との比較

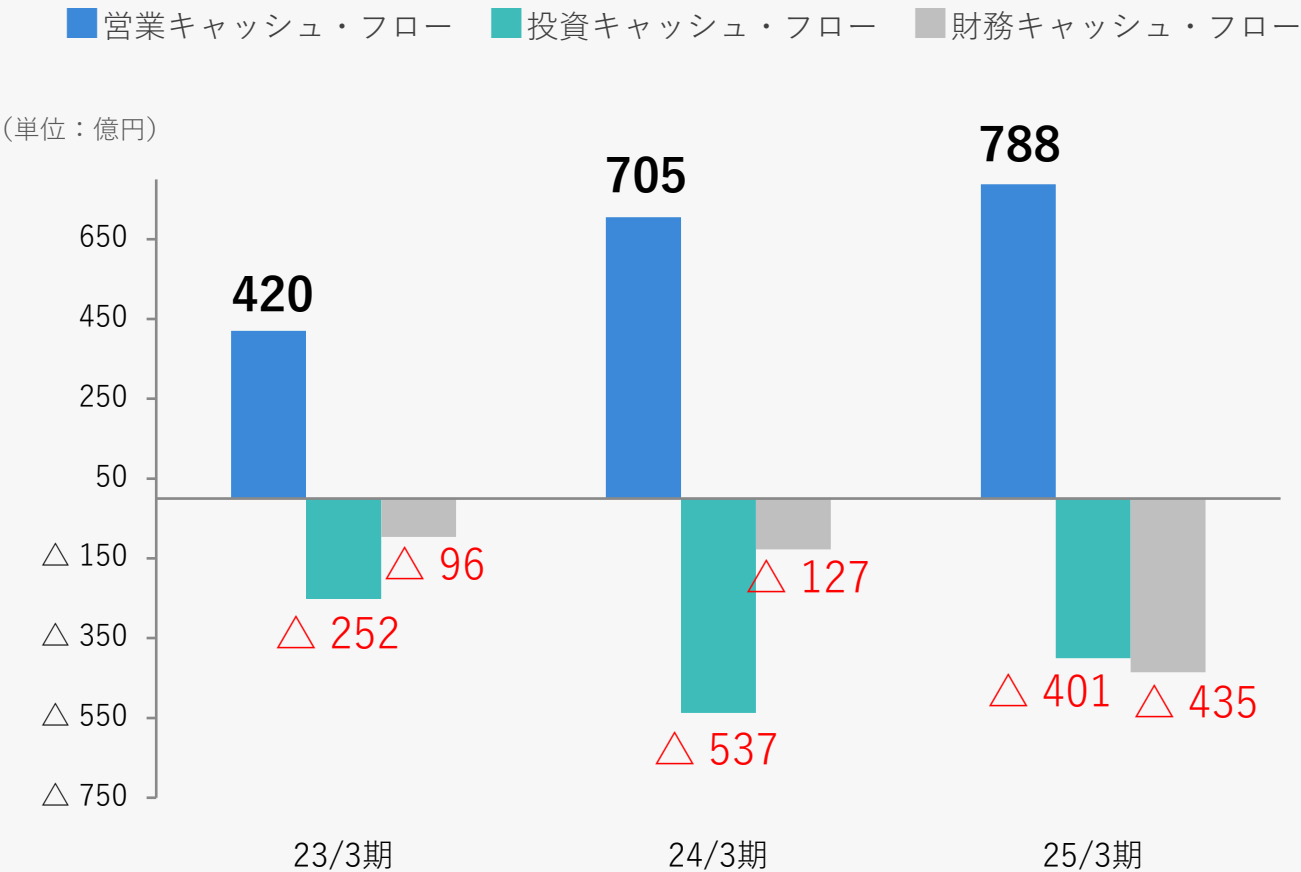
流動資産 +42億円	現金及び預金	+678
	有価証券	△650
固定資産 +198億円	建設仮勘定	+177
	投資有価証券	+15
負債 +49億円	支払手形及び買掛金	+25
	未払法人税等	△15
純資産 +191億円	利益剰余金	+437
	自己株式	△239

2025年3月期 特別損益等のポイント

(単位：百万円)	24/3期	25/3期	差異	主な内容
営業利益	66,696	75,488	8,792	
営業外収益	8,739	8,929	190	今期：主に受取利息の増加
営業外費用	545	499	△ 46	
経常利益	74,889	83,919	9,030	
特別利益				
固定資産売却益	2	14	12	
投資有価証券売却益	197	512	315	
補助金収入	165	186	21	
その他	7	0	△ 7	
特別利益合計	372	713	341	
特別損失				
固定資産除売却損	269	369	100	
減損損失	1,781	21	△ 1,760	前期：主に関係子会社の固定資産減損
関係会社株式評価損	0	381	381	
その他	1	0	△ 1	
特別損失合計	2,053	773	△ 1,280	
税金等調整前当期純利益	73,209	83,859	10,650	
法人税等合計	18,109	20,589	2,480	前期：24.7%、今期：24.6%
当期純利益	55,099	63,269	8,170	
非支配株主に帰属する当期純利益	△ 553	402	955	
親会社株主に帰属する当期純利益	55,653	62,867	7,214	

2025年3月期 連結キャッシュ・フローの推移

現金及び現金同等物の期末残高は、前期末と比べ2,684百万円減少し、39,381百万円となりました。



2024年3月期との比較

営業キャッシュ・フロー	+83億円		
税金等調整前当期純利益の増加	+107		
投資キャッシュ・フロー	+137億円		
財務キャッシュ・フロー	△308億円		
自己株式の取得による支出	△239		
配当金の支払額	△69		
	23/3期	24/3期	25/3期
設備投資	143億円	195億円	318億円

(設備投資 = 有形・無形固定資産の取得による支出の合計)

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

2025年3月期 上期・下期 セグメント別 売上高・営業利益実績



2025年3月期 連結売上高実績（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	24/3期	25/3期（実績）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結売上高	4,890	2,457	105%	2,619	103%	5,076	104%
水産食品事業	296	151	101%	152	105%	303	103%
海外即席麺事業	2,212	1,105	104%	1,188	103%	2,293	104%
(百万ドル)	1,462	774	109%	759	101%	1,533	105%
国内即席麺事業	1,001	457	104%	574	102%	1,030	103%
袋 麺	161	74	109%	93	100%	166	103%
カップ麺	840	383	104%	481	102%	864	103%
低温食品事業	569	312	107%	286	104%	598	105%
加工食品事業	202	107	117%	115	104%	222	110%
冷蔵事業	240	127	105%	127	107%	254	106%
その他（調整額含）	370	198	102%	178	102%	376	102%

2025年3月期 連結営業利益実績（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	24/3期	25/3期（実績）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結営業利益	667	382	128%	373	101%	755	113%
水産食品事業	4	5	104%	4	133%	9	214%
海外即席麺事業	463	274	129%	270	108%	544	118%
(百万ドル)	306	192	135%	172	105%	364	119%
国内即席麺事業	97	40	141%	58	85%	98	101%
低温食品事業	74	43	111%	37	106%	80	108%
加工食品事業	7	3	110%	△3	↓	0	4%
冷蔵事業	23	11	90%	12	111%	23	100%
その他	4	8	131%	0	↑	8	195%
(調整額)	△5	△2	-	△5	-	△7	-

2025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：百万ドル)		
	24/3	25/3	前期差	24/3	25/3	前期差	24/3	25/3	前期差
売上高	1,001	1,030	+29	569	598	+29	1,462	1,533	+71
営業利益	97	98	+1	74	80	+6	306	364	+58

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)		
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	上期	下期	年間
売上高	+13	+2	+15	+8	+5	+13	+38	+9	+47
原材料	△2	△1	△3	△1	0	△1	+22	+5	+27
製造経費	△2	△8	△10	△3	△2	△5	△5	△3	△8
販売費・一般管理費	+3	△4	△1	0	△1	△1	△5	△3	△8
合 計	+12	△11	+1	+4	+2	+6	+50	+8	+58

2025年3月期 四半期別連結損益計算書



(百万円)	24/3期					25/3期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期実績	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期実績
為替 (USD)	144.99	149.58	141.83	151.33	151.33	161.03	142.82	158.15	149.53	149.53
売上高	111,181	123,709	123,509	130,614	489,013	126,697	118,993	149,524	112,386	507,600
売上総利益	29,715	35,099	36,477	38,812	140,103	38,689	35,505	46,465	30,650	151,309
営業利益	13,190	16,634	18,187	18,685	66,696	20,267	17,884	24,147	13,190	75,488
経常利益	15,277	18,369	19,975	21,268	74,889	22,917	19,200	27,177	14,625	83,919
税引前利益	15,275	18,117	20,017	19,800	73,209	23,405	19,060	27,107	14,287	83,859
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	11,023	14,109	14,772	15,749	55,653	17,633	14,229	20,404	10,601	62,867
(前期比)										
売上高	107.8%	112.7%	109.9%	118.2%	112.2%	114.0%	96.2%	121.1%	86.0%	103.8%
営業利益	123.0%	201.6%	140.9%	221.3%	165.4%	153.7%	107.5%	132.8%	70.6%	113.2%
経常利益	134.8%	203.0%	147.1%	217.8%	171.3%	150.0%	104.5%	136.1%	68.8%	112.1%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	127.5%	213.1%	146.3%	203.0%	168.0%	160.0%	100.9%	138.1%	67.3%	113.0%
(対売上高)										
売上総利益	26.7%	28.4%	29.5%	29.7%	28.7%	30.5%	29.8%	31.1%	27.3%	29.8%
営業利益	11.9%	13.4%	14.7%	14.3%	13.6%	16.0%	15.0%	16.1%	11.7%	14.9%
経常利益	13.7%	14.8%	16.2%	16.3%	15.3%	18.1%	16.1%	18.2%	13.0%	16.5%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	9.9%	11.4%	12.0%	12.1%	11.4%	13.9%	12.0%	13.6%	9.4%	12.4%

2025年3月期 四半期別セグメント別業績

(百万円)	24/3期					25/3期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期
為替 (USD)	144.99	149.58	141.83	151.33	151.33	161.03	142.82	158.15	149.53	149.53
売上高	111,181	123,709	123,509	130,614	489,013	126,697	118,993	149,524	112,386	507,600
水産食品事業	7,556	7,478	7,941	6,587	29,562	8,068	7,052	8,054	7,159	30,333
海外即席麺事業	47,468	58,605	47,863	67,293	221,229	60,389	50,152	71,765	46,970	229,276
(百万ドル)	327	382	376	377	1,462	375	399	379	381	1,533
国内即席麺事業	21,989	21,743	32,538	23,823	100,093	22,255	23,413	33,251	24,114	103,033
低温食品事業	14,326	14,939	13,871	13,742	56,878	15,257	15,932	14,375	14,267	59,831
加工食品事業	4,492	4,712	5,685	5,266	20,155	5,049	5,698	5,966	5,438	22,151
冷蔵事業	5,963	6,159	6,232	5,642	23,996	6,145	6,523	6,662	6,037	25,367
その他事業	9,384	10,074	9,378	8,260	37,096	9,530	10,224	9,451	8,401	37,606
営業利益	13,190	16,634	18,187	18,685	66,696	20,267	17,884	24,147	13,190	75,488
水産食品事業	133	32	67	168	400	259	282	252	61	854
海外即席麺事業	9,195	12,015	10,181	14,927	46,318	14,801	12,608	17,107	9,896	54,412
(百万ドル)	63	79	79	85	306	92	100	89	82	364
国内即席麺事業	1,086	1,739	5,120	1,758	9,703	2,120	1,855	4,624	1,225	9,824
低温食品事業	1,959	1,914	1,726	1,831	7,430	2,127	2,164	1,908	1,845	8,044
加工食品事業	-21	173	425	165	742	186	133	27	-319	27
冷蔵事業	648	622	681	331	2,282	602	545	688	439	2,274
その他事業	225	363	35	-205	418	331	438	141	-95	815
調整額	-38	-224	-49	-289	-600	-162	-141	-600	140	-763
営業利益率	11.9%	13.4%	14.7%	14.3%	13.6%	16.0%	15.0%	16.1%	11.7%	14.9%
水産食品事業	1.8%	0.4%	0.8%	2.6%	1.4%	3.2%	4.0%	3.1%	0.9%	2.8%
海外即席麺事業	19.4%	20.5%	21.3%	22.2%	20.9%	24.5%	25.1%	23.8%	21.1%	23.7%
国内即席麺事業	4.9%	8.0%	15.7%	7.4%	9.7%	9.5%	7.9%	13.9%	5.1%	9.5%
低温食品事業	13.7%	12.8%	12.4%	13.3%	13.1%	13.9%	13.6%	13.3%	12.9%	13.4%
加工食品事業	-0.5%	3.7%	7.5%	3.1%	3.7%	3.7%	2.3%	0.5%	-5.9%	0.1%
冷蔵事業	10.9%	10.1%	10.9%	5.9%	9.5%	9.8%	8.4%	10.3%	7.3%	9.0%
その他事業	2.4%	3.6%	0.4%	-2.5%	1.1%	3.5%	4.3%	1.5%	-1.1%	2.2%

2025年3月期（最終年度） 3ヵ年中期経営計画当初計画との比較

単位：億円	売上高			営業利益		
	2025年3月期	3ヵ年 当初計画	3ヵ年 計画差	2025年3月期	3ヵ年 当初計画	3ヵ年 計画差
合 計	5,076	4,300	+776	755	420	+335
水産食品事業	303	292	+11	9	4	+5
海外即席麺事業	2,293	1,590	+703	544	220	+324
(百万ドル)	1,533	1,303	+230	364	180	+184
国内即席麺事業	1,030	1,048	△18	98	110	△12
低温食品事業	598	560	+38	80	61	+19
加工食品事業	222	220	+2	0	5	△5
冷蔵事業	254	230	+24	23	21	+2
その他	376	360	+16	8	8	0
(調整額)	-	-	-	△7	△9	+2

為替前提：25/3期実績 149.53円 立案時 122.00円

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

2026年3月期 上期・下期 セグメント別 売上高・営業利益予想



2026年3月期 連結売上高予想（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	25/3期	26/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（予想）		下期（予想）		通期（予想）	
連結売上高	5,076	2,650	108%	2,800	107%	5,450	107%
水産食品事業	303	157	104%	153	101%	310	102%
海外即席麺事業	2,293	1,254	113%	1,333	112%	2,587	113%
(百万ドル)	1,533	841	109%	895	118%	1,736	113%
国内即席麺事業	1,030	470	103%	590	103%	1,060	103%
袋 麺	166	77	104%	93	100%	170	102%
カップ麺	864	393	103%	497	103%	890	103%
低温食品事業	598	322	103%	292	102%	614	103%
加工食品事業	222	116	108%	130	114%	246	111%
冷蔵事業	254	128	101%	125	98%	253	100%
その他（調整額含）	376	203	103%	177	99%	380	101%

2026年3月期 連結営業利益予想（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	25/3期	26/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（予想）		下期（予想）		通期（予想）	
連結営業利益	755	350	92%	410	110%	760	101%
水産食品事業	9	6	111%	3	96%	9	105%
海外即席麺事業	544	248	90%	294	109%	542	100%
(百万ドル)	364	166	86%	198	115%	364	100%
国内即席麺事業	98	36	91%	64	109%	100	102%
低温食品事業	80	44	103%	37	99%	81	101%
加工食品事業	0	△3	↓	7	↑	4	↑
冷蔵事業	23	12	105%	12	106%	24	106%
その他	8	9	117%	0	↓	9	110%
(調整額)	△7	△2	-	△7	-	△9	-

2026年3月期 事業別利益増減要因（予想）

2026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：百万ドル)		
	25/3	26/3	前期差	25/3	26/3	前期差	25/3	26/3	前期差
売上高	1,030	1,060	+30	598	614	+16	1,533	1,736	+203
営業利益	98	100	+2	80	81	+1	364	364	0

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)		
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	上期	下期	年間
売上高	+3	+7	+10	+4	+6	+10	+54	+116	+170
原材料	△4	△1	△5	△1	0	△1	△58	△66	△124
製造経費	△3	0	△3	△1	△6	△7	△21	△23	△44
販売費・一般管理費	0	0	0	△1	0	△1	△1	△1	△2
合 計	△4	+6	+2	+1	0	+1	△26	+26	0

Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

2025～2028年3月期 3ヵ年中期経営計画の取り組み

3ヵ年計画の取り組み

●主力ブランドの価値向上

- － 「赤いきつね」「緑のたぬき」「マルちゃん正麺」「麺づくり」の企画・プロモーション強化
- － 「マルちゃん焼そば」の育成

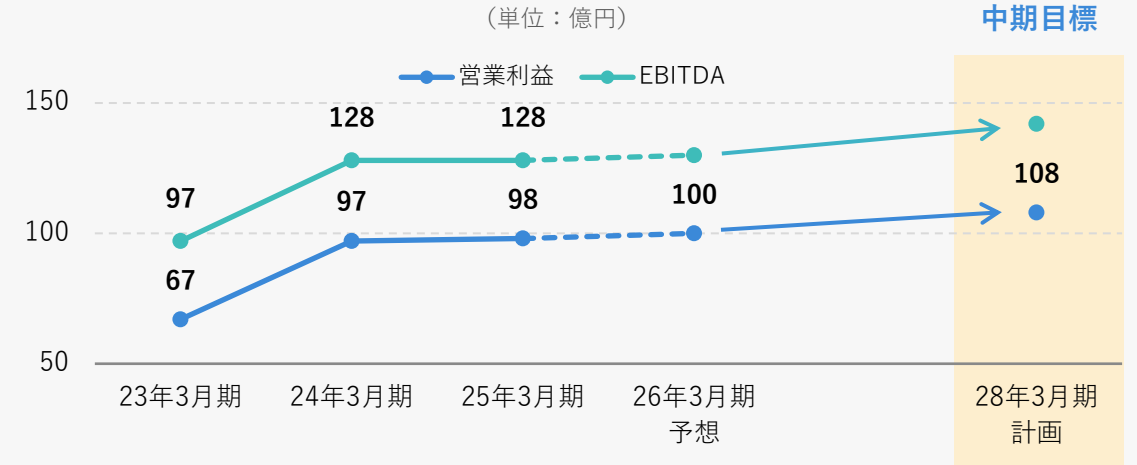
●ブランドの販促強化と定着化

- － 「MARUCHAN QTTA」「マルちゃんZUBAAN!」の商品企画・プロモーションなど積極展開

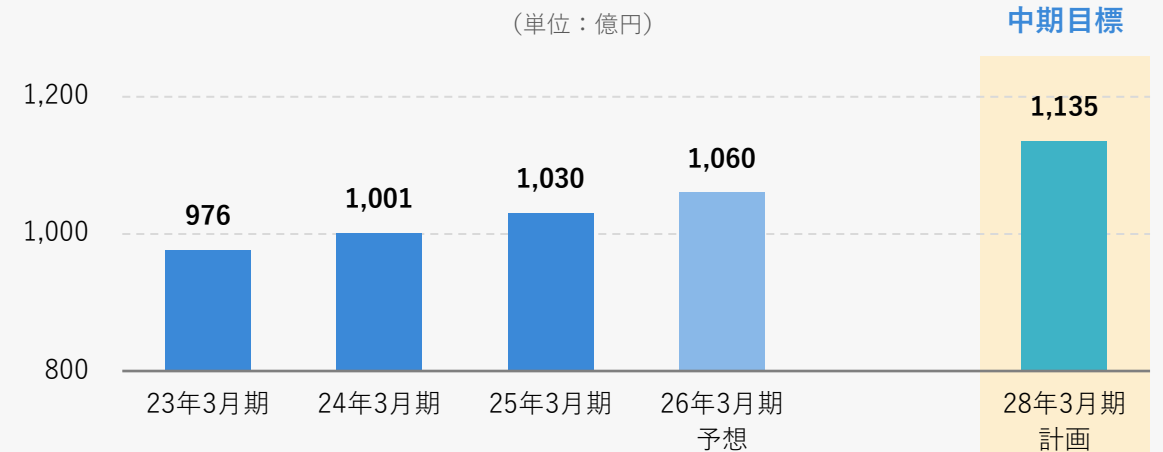
●「焼そばはマルちゃん」への取り組み



営業利益・EBITDAの推移



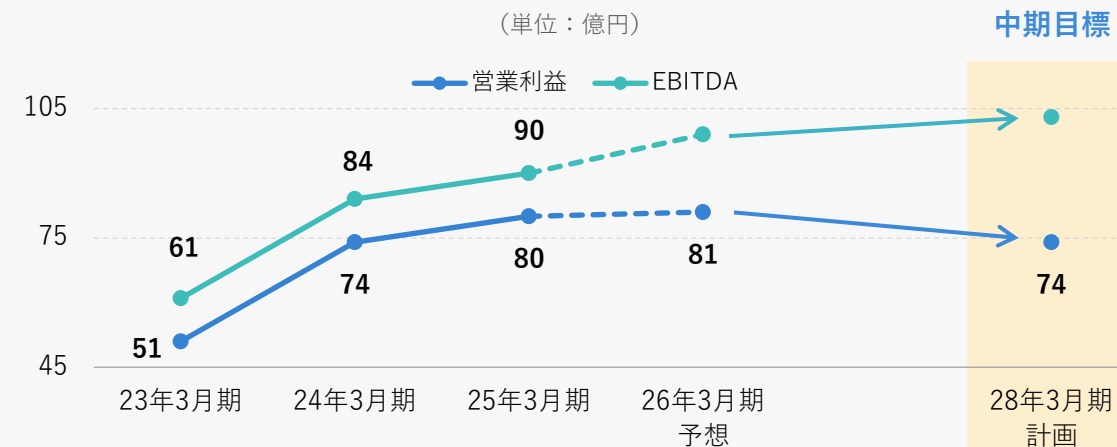
売上高の推移



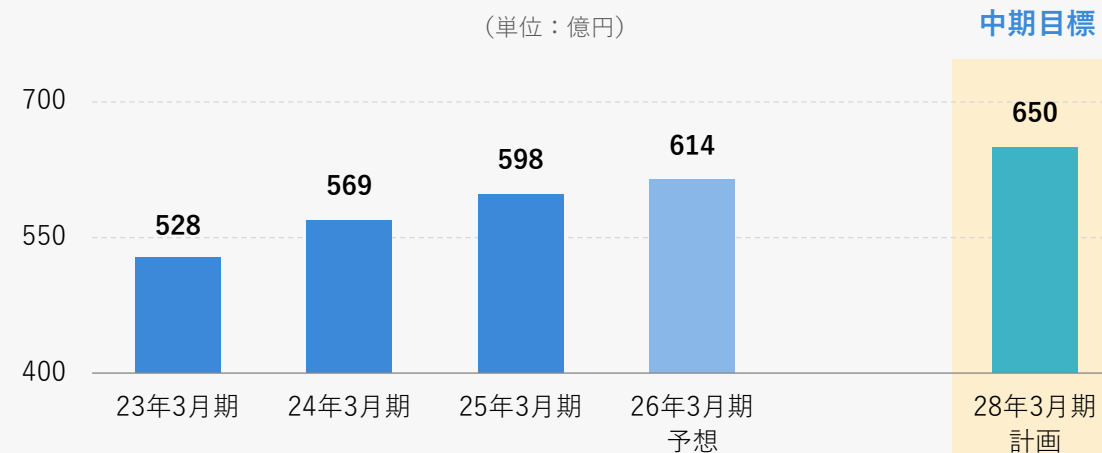
3ヵ年計画の取り組み

- 既存主力商品のさらなる成長
- 価値訴求型商品の育成
- 簡便需要への対応
- 冷凍麺・冷凍食品の市場拡大への対応

営業利益・EBITDAの推移



売上高の推移

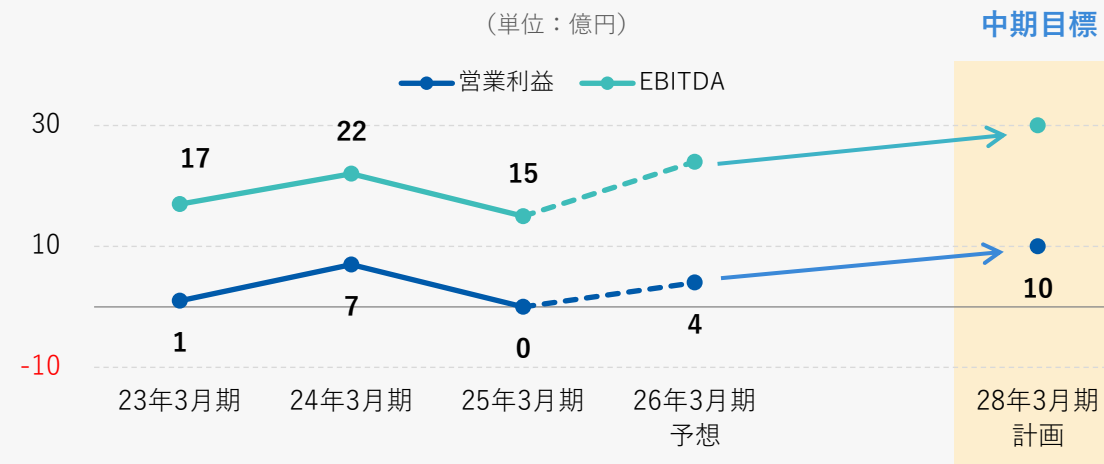


3ヵ年計画の取り組み

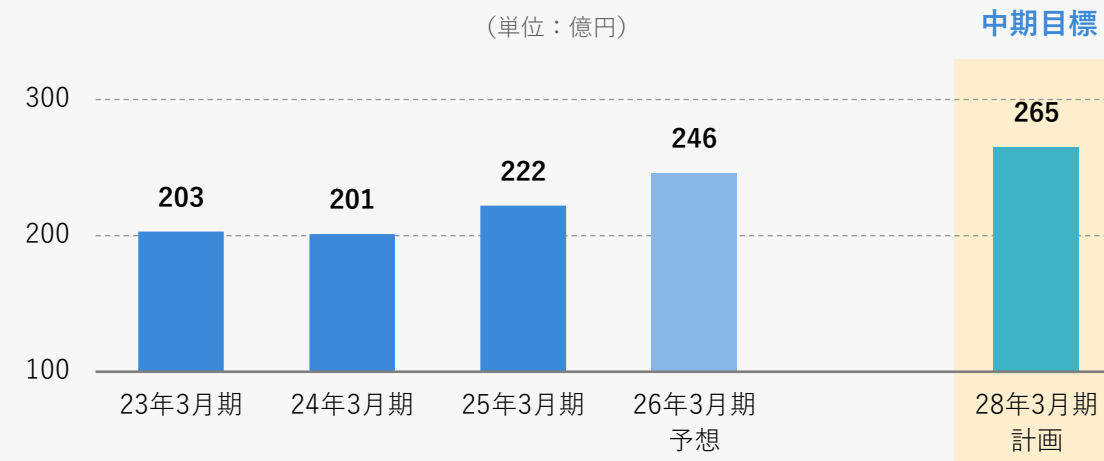
- 保存性・利便性といった商品特性を活かし、安定的かつ持続的な売上成長を実現
- 健康志向やライフスタイルの多様化に対応した付加価値商品の開発を強化
- 利便性・タイムパフォーマンスを重視した商品開発に注力し、需要変化への対応力を強化
- 中長期的な成長を見据えた戦略的設備投資の継続



営業利益・EBITDAの推移



売上高の推移

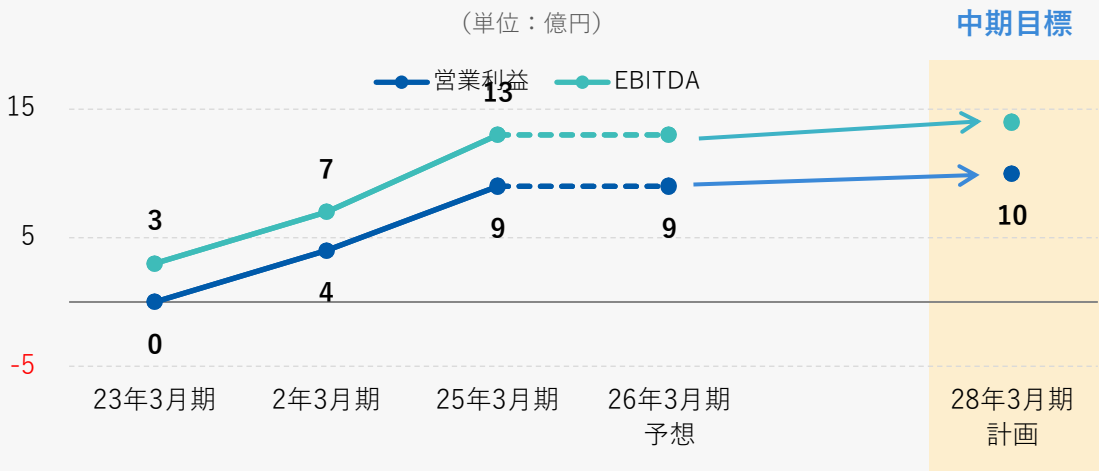


3ヵ年計画の取り組み

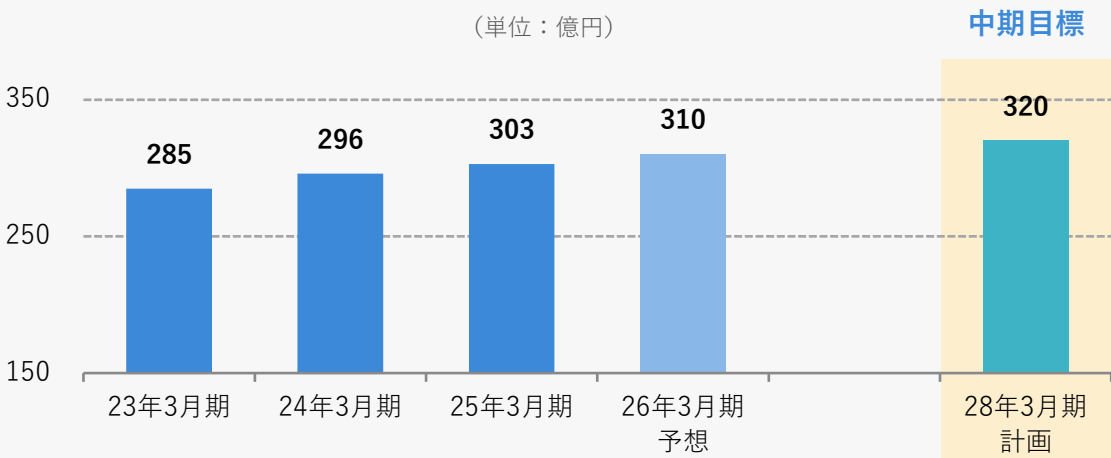
- 得意魚種の更なる成長・拡大
- 新たな魚食需要の創造
- 利益率向上に向けた水産グループの連携と合理化



営業利益・EBITDAの推移



売上高の推移

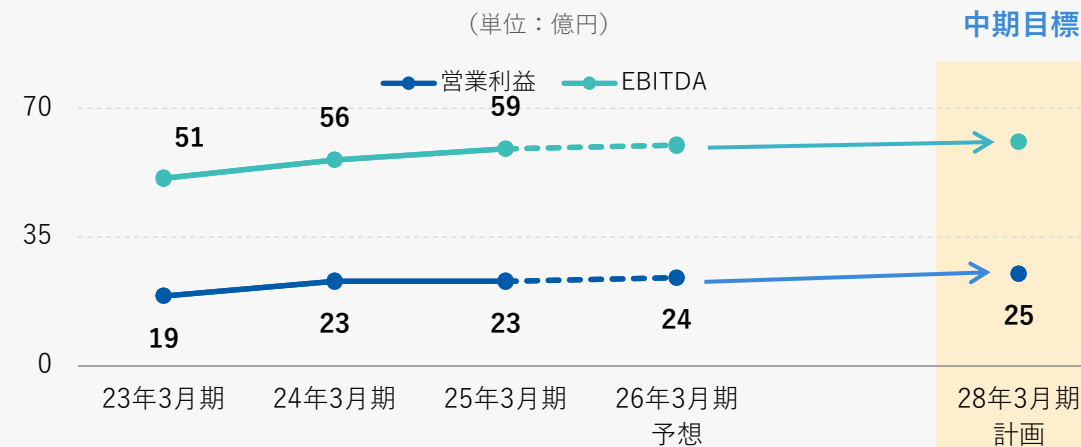


3ヵ年計画の取り組み

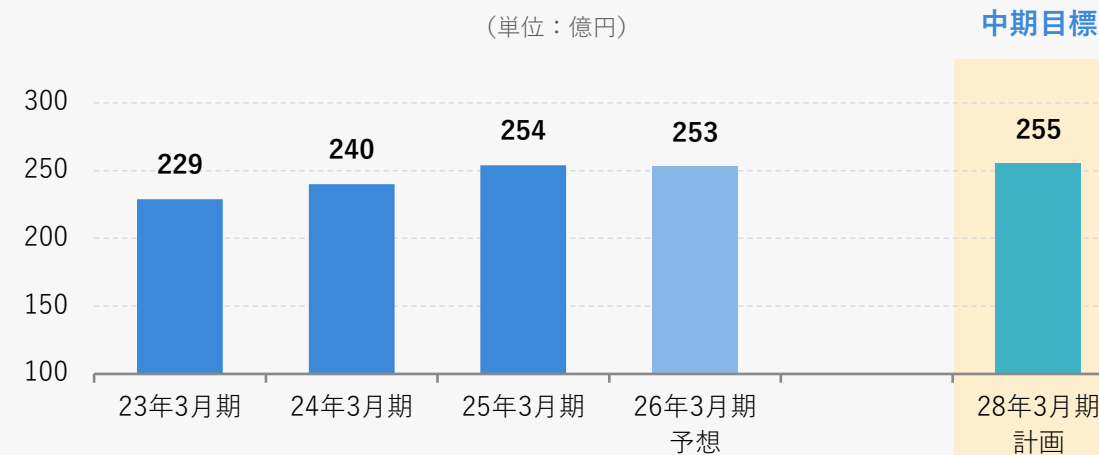
- 食品を中心とした取扱い拡大と新たな価値の創造へも挑戦
- 安全性、効率化、省力化を推進し、安心して利用出来る高度で魅力的な物流サービスを実現
- 環境問題や物流に関する社会課題へも取り組み持続的な成長を目指す



営業利益・EBITDAの推移



売上高の推移

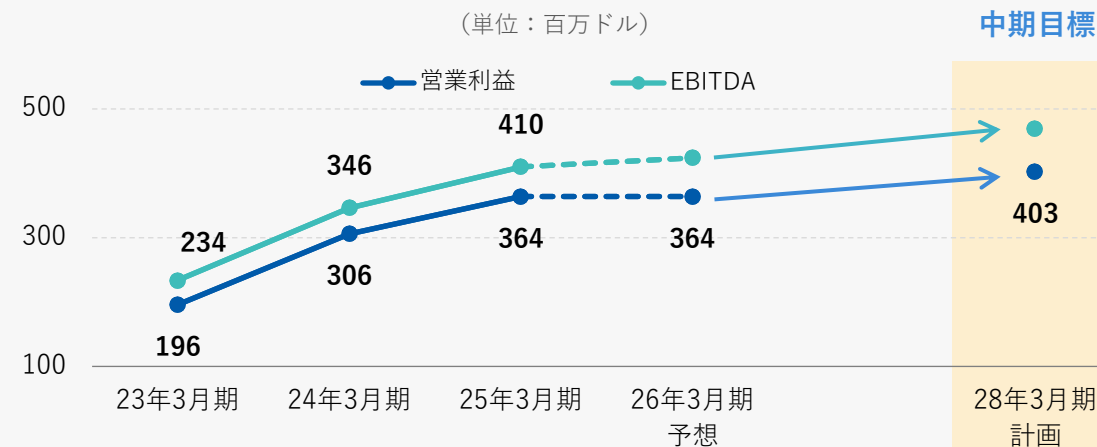


3ヵ年計画の取り組み

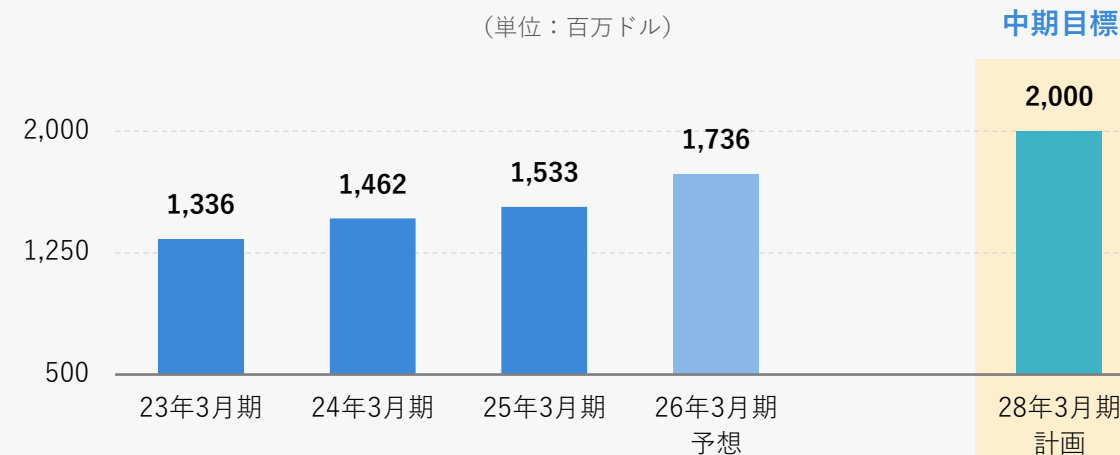
- 世代別、エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた拡売によるシェア取り戻し
- 高価格帯商品 Yakisoba、Bowl、GOLD等の拡売による新たな顧客層の開拓
- メキシコにおける環境対応として紙カップ製品の拡売をすすめる



営業利益・EBITDAの推移



売上高の推移



持続可能な原料調達

- パーム油の調達に関する方針
- 水産エコラベルへの取り組み
- グリーン購入について

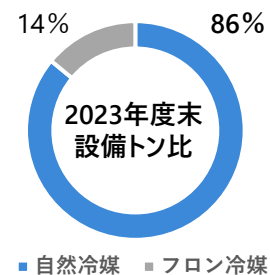


気候変動への対応

- TCFD提言に基づく情報開示
- CO₂削減への取り組み
- フロン漏洩量削減への取り組み



フロン冷媒設備
更新工事



冷蔵倉庫のフロンガスと
自然冷媒の割合

環境対応の推進

- 生物多様性の保全
- 水資源の確保
- 産業廃棄物の削減・管理
- 食品ロス削減



ビオトップ見学会の様子



廃棄物処理施設の視察

2030年度 東洋水産グループ環境目標

削減目標の基準年は2018年度

CO₂排出量
(原単位)

20.0%削減

産業廃棄物量
(原単位)

15.0%削減

水使用量
(原単位)

10.0%削減

フロン漏洩量
(CO₂換算)

85.0%削減
(自然冷媒への切替)

産業廃棄物の
再資源化率

99.5%維持

認証パーム油
への代替

100.0%

主要取扱魚種のMSC等
漁業認証原料取扱い

70.0%
(魚卵・鮭・海老)

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。