

東洋水産株式会社

2025年3月期

# 第2四半期 決算説明会資料

2024年11月8日（金）

証券コード：2875



**Smiles for All.**  
すべては、笑顔のために。

目次	01	2025年3月期 第2四半期連結業績	P.3
	02	2025年3月期 通期連結業績予想	P.7
		02-1 国内事業（国内即席麺・低温食品事業）	P.11
		02-2 海外即席麺事業	P.19
	03	これまでの全体概況と今後の方針	P.30
	04	参考資料	P.40

01

---

2025年3月期  
第2四半期 連結業績

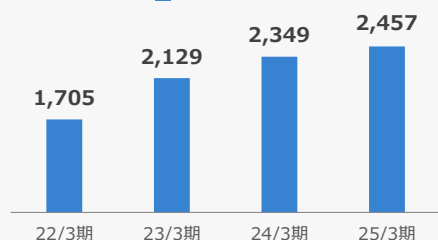
## 第2四半期 連結業績

4

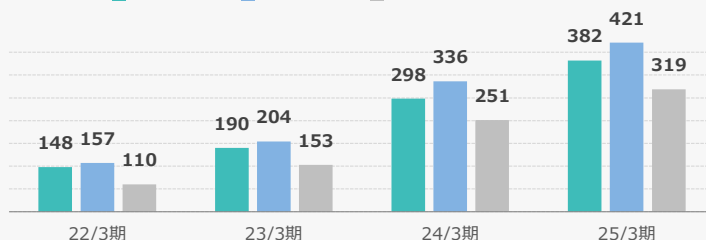


(単位：億円)	24/3期	25/3期	前年同期差	前年同期比	公表差	公表比
売上高	2,349	2,457	+108	104.6%	△18	99.3%
営業利益	298	382	+84	127.9%	+37	110.6%
営業利益率	12.7%	15.5%				
経常利益	336	421	+85	125.2%	+46	112.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	251	319	+68	126.8%	+41	114.6%
為替レート（米ドル/円）	149.58	142.82				

(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中間純利益



TOYO SUISAN

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

売上高は、前期比104.6% の2,457億円、  
営業利益は、前期比127.9% の382億円、  
経常利益は、前期比125.2% の421億円、  
親会社株主に帰属する中間純利益は、  
前期比126.8% の319億円となりました。

## 第2四半期 連結業績の概況（前年同期比）

5

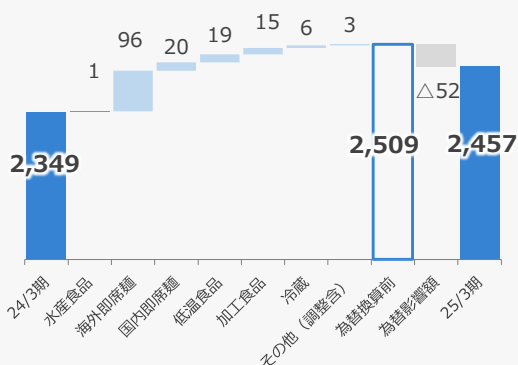


**売上高** ▶ 全セグメントで増収。上期の最高売上高を3期連続で更新。

**営業利益** ▶ 売上高の増加、海外の原材料価格安定によりコストアップを吸収し、上期の最高益更新。

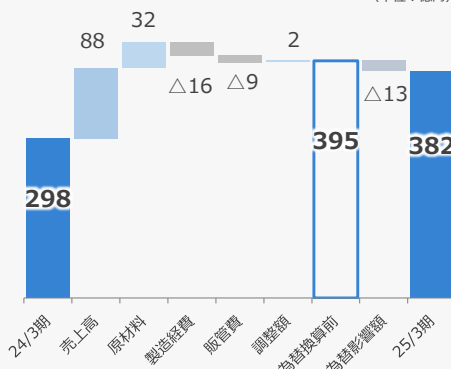
セグメント別 売上高増減

(単位：億円)



連結 営業利益増減要因

(単位：億円)



※為替レート (米ドル/円) 24/3期9月末 149.58円、25/3期9月末 142.82円 前期比 6.76円の円高



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

連結業績の概況について、前期比でご説明いたします。

売上高は、全セグメントで増収となりました。  
最高売上高を更新した海外即席麺が大きく牽引し、  
108億円の増収となりました。

営業利益は、人件費等の増加もありましたが、  
増収にともなう増益や、原材料価格の落ち着きもあり、  
84億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、142円82銭で、  
前期比6円76銭の円高となりました。  
その影響額は、売上高で約52億円の減収、  
営業利益は約13億円の減益となります。


売上高

(単位: 億円)	24/3期	25/3期	前期差	公表差
連結売上高	2,349	2,457	+108	△18
水産食品事業	150	151	+1	+1
海外即席麺事業 (百万ドル)	1,061 709	1,105 774	+44 +65	△43 +14
国内即席麺事業	437	457	+20	+2
低温食品事業	293	312	+19	+12
加工食品事業	92	107	+15	+7
冷蔵事業	121	127	+6	+5
その他事業 (調整額含)	195	198	+3	△2
(為替影響額)			(△52)	(△63)

営業利益

(単位: 億円)	24/3期	25/3期	前期差	公表差
連結営業利益	298	382	+84	+37
水産食品事業	2	5	+3	+2
海外即席麺事業 (百万ドル)	212 142	274 192	+62 +50	+23 +26
国内即席麺事業	28	40	+12	+5
低温食品事業	39	43	+4	+4
加工食品事業	2	3	+1	0
冷蔵事業	13	11	△2	0
その他事業	6	8	+2	0
調整額	△4	△2	+2	+3
(為替影響額)			(△13)	(△16)

※為替レート (米ドル/円) 24/3期9月末 149.58円、25/3期9月末 142.82円 前期比 6.76円の円高

 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、スライドの通りです。  
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、主要取引先向けの売上増加などにより、1億円の増収、営業利益は原材料価格が安定したことにより、3億円の増益となりました。
- ・加工食品事業は、昨年4月に実施した価格改定が一巡し、新価格が浸透してきたことと、主力の米飯では、災害時の備蓄向けに、需要の高い状況が続きました。また、フリーズドライスープでは、昨年の「液卵」供給不足による影響から回復したこともあり、事業全体で15億円の増収、営業利益は、1億円の増益となりました。
- ・冷蔵事業は、円安の影響により、輸入品は低調な荷動きとなりましたが、猛暑による夏季商品の取り扱いが堅調に推移し、売上高は6億円の増収、営業利益は、減価償却費や人件費、物流費の増加等により、2億円の減益となりました。
- ・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3億円の増収、営業利益は2億円の増益となりました。

02

2025年3月期 通期連結業績予想

# 2025年3月期 通期連結業績予想

期末為替レート的前提を変更

8



(単位：億円)	24/3期実績	売上高比率	25/3期予想	売上高比率	前期比	期初計画
売上高	4,890	100.0%	5,100	100.0%	104.3%	5,100
営業利益	667	13.7%	720	14.1%	108.0%	720
営業外損益	82	1.7%	60	1.2%		60
経常利益	749	15.3%	780	15.3%	104.2%	780
特別損益	△17	△0.3%	0	0.0%		0
税金等調整前当期純利益	732	15.0%	780	15.3%		780
法人税等	△181	△3.7%	△187	△3.7%		△187
当期純利益	551	11.3%	593	11.6%		593
親会社株主に帰属する当期純利益	557	11.4%	590	11.6%	106.0%	590
1株当たり配当	170円		170円			170円
為替レート（米ドル/円）	151.33		143.00			151.00
設備投資額（支払ベース）	195	4.0%	565	11.1%		565
減価償却費	171	3.5%	171	3.4%		171
FCF（注1）	533		196			196
EBITDA（注2）	838	17.1%	891	17.5%		891

(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 SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

2025年3月期 通期連結業績予想は、  
売上高は、5,100億円  
営業利益は、720億円と、期初計画を据え置きました。  
経常利益以下の利益等も、すべて据え置きます。

なお、為替前提については、  
期初前提のアメリカドル 1ドル151円から、  
中間期の142円82銭に合わせ、  
143円に変更しております。



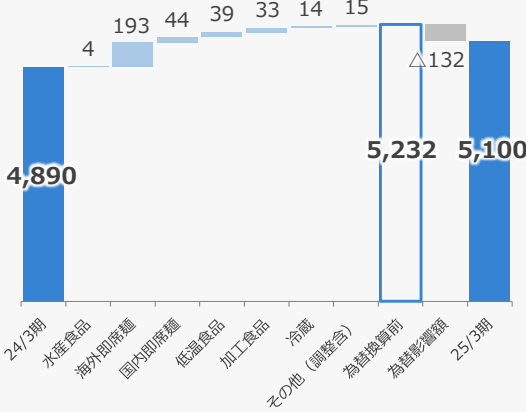


**売上高** ▶ 全セグメントでの増収、売上高5,000億円以上の達成を目指す

**営業利益** ▶ 下期に更なるコストアップを予想も、国内外の増収で吸収し、期初予想達成を目指す

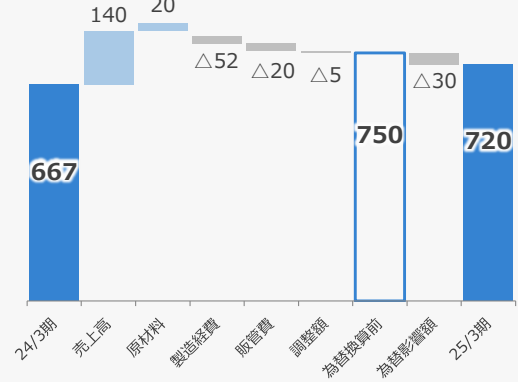
セグメント別 売上高増減

(単位：億円)



連結 営業利益増減要因

(単位：億円)



※為替レート 24/3期末 151.33円、25/3期末修正予想 143.00円

通期連結業績予想の概況です。

為替の前提はすでにご説明のとおりですが、  
1ドル143円の前提に変更しております。

その影響額は、為替の影響としては、  
売上高で、132億円減収、  
営業利益で、30億円減益となりますが、  
現地通貨ベースでの上振れや、ほか事業での見直しにより、  
期初計画の達成を目指します。



(単位：億円)	売上高		営業利益	
	期初計画	修正予想	期初計画	修正予想
合 計	5,100	5,100	720	720
水産食品事業	297	300	5	7
海外即席麺事業	2,350	2,273	515	510
(百万ドル)	1,556	1,590	341	357
国内即席麺事業	1,035	1,045	100	102
低温食品事業	585	608	75	80
加工食品事業	210	235	5	3
冷蔵事業	243	254	20	20
その他事業	380	385	9	8
(調整額)	-	-	△9	△10

※為替レート（米ドル/円） 24/3期実績 151.33円、25/3期修正予想 143.00円



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

セグメント別の売上高・営業利益予想の、  
期初計画と、修正予想を、それぞれ示しています。

## 02-1

---

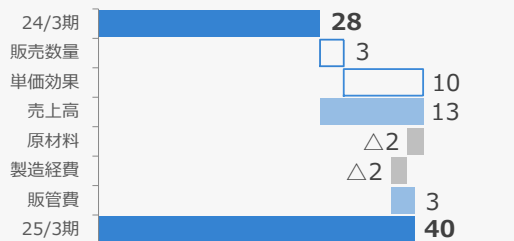
国内事業  
(国内即席麺・低温食品事業)



売上高の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	24/3期	1Q	2Q	25/3期	前年同期差
売上高	437	223	234	457	+20
前期比	—	101%	108%	104%	—
袋麺	68	—	—	74	+6
カップ麺	369	—	—	383	+14
営業利益	28	21	19	40	+12
営業利益率	6.5%	9.5%	7.9%	8.7%	+2.2%

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)

	1Q	2Q	上期	期初計画との差
売上高	+11	+2	+13	△5
原材料	△2	0	△2	+6
製造経費	0	△2	△2	△1
販管費	+1	+2	+3	+5
合計	+10	+2	+12	+5

(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)

国内即席麺事業の上期概況です。

売上高は、前期比20億円増収の457億円  
営業利益は、前期比で12億円増益の40億円となりました。

2023年6月に実施した価格改定効果は、2ヵ月分残り、  
また、一巡後の6月以降は、数量も前年を超え、  
回復の流れができております。  
7月・8月は、台風や、地震等の備蓄需要も上乘せされ、  
上期合計では、期初計画通りの数量となり、  
金額ベースで増収を確保しました。

コスト面では、右下表でお示しのとおり、  
価格改定一巡後は、主力品の回復もあり、  
期初計画よりも販促費、製造経費は増加したものの、  
原材料費率、物流費率は抑えられたことにより、  
利益も上回ることができました。

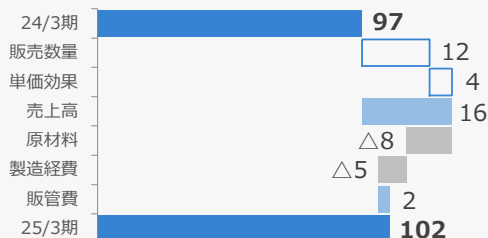
## 国内即席麺事業 通期業績予想

13



(単位：億円)	24/3期	25/3期	前期差
売上高	1,001	<b>1,045</b>	+44
袋麺	161	<b>170</b>	+9
カップ麺	840	<b>875</b>	+35
営業利益	97	<b>102</b>	+5
営業利益率	9.7%	<b>9.8%</b>	+0.1%

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

- 価格改定一巡後、主力商品の販売回復傾向。新定番商品の定着により、市場拡大を目指す
- 和風カップ麺、麺づくり、マルちゃん正麺、ごつ盛りシリーズなどロングセラー商品の展開強化
- マルちゃんZUBAAN!、MARUCHAN QTTAなど新定番商品は新商品や新テレビCM投入で上乗せを図る

### 営業利益

- 原材料は、小麦粉、パーム油価格は安定も、包材、具材、調味料等の更なる高騰を織り込む
- 製造経費は、販売数量回復による人件費等の増加を織り込む
- 販管費は、宣伝費の投入は前期並みの水準。主力商品の販売回復もあり物流費比率は改善の見込み



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

国内即席麺事業の通期予想です。

売上高は、  
前期比44億円増収の1,045億円、  
営業利益は、  
前期比5億円増益の102億円の予想です。

主力商品中心に拡売策を実施し、  
下期は、原材料費、人件費、宣伝費のコストアップを  
予想しておりますが、  
11月、12月の最需要期に向けて、  
通期利益の達成を目指してまいります。

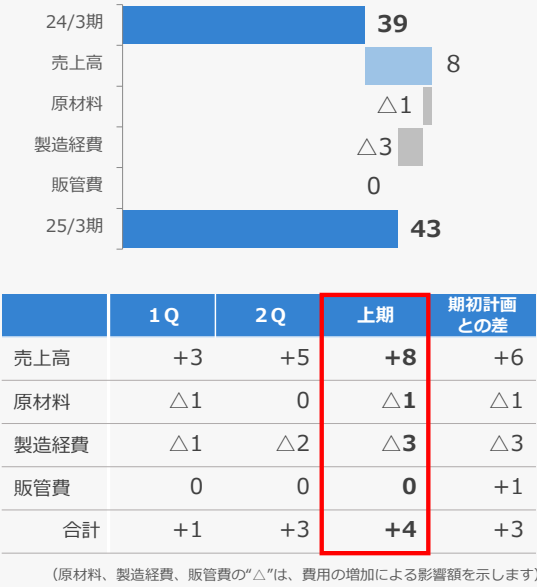
売上高の推移

(単位：億円)

(単位：億円)	24/3期	1Q	2Q	25/3期	前年同期差
売上高	293	153	159	312	+19
前期比	—	107%	107%	107%	—
営業利益	39	21	22	43	+4
営業利益率	13.2%	13.9%	13.6%	13.8%	+0.6%

営業利益増減要因

(単位：億円)



低温食品事業の、上期概況です。

売上高は  
前期比19億円増収の312億円  
営業利益は、  
前期比で4億円増益の43億円となりました。

2023年4月実施した価格改定は一巡しておりますが、  
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もあり、前期を超える販売数量で推移しました。  
また、第2四半期には猛暑の影響もあり、  
冷しラーメン類や、水でほぐすだけの「つるやか」シリーズを中心に、  
増益の影響がありました。  
業務用中心の冷凍食品類も、引き続き堅調に推移しており、  
数量ベースで前期を上回る着地となりました。

コスト面では、右下表でお示しのとおり、  
販管費は、ほぼ期初計画通りの進捗で、  
原材料、製造経費は、数量増にともなうコストアップもありましたが、  
増収による利益増でカバーし、  
営業利益は、期初計画を上回る増益となりました。

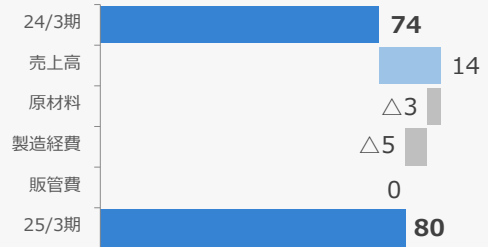
## 低温食品事業 通期業績予想

15



(単位：億円)	24/3期	25/3期	前期差
売上高	569	<b>608</b>	+39
営業利益	74	<b>80</b>	+6
営業利益率	13.1%	<b>13.2%</b>	+0.1%

営業利益増減要因 (単位：億円)



### 売上高

- 主力の「マルちゃん焼そば3人前」シリーズでは、季節限定商品を投入、市場の更なる活性化を図る
- メニュー提案やキャンペーンにより内食需要、簡便需要を喚起し、生麺の家庭内喫食機会を底上げ
- 冷凍食品では、主力の業務用商品で産業給食や外食・行楽関係の需要拡大に対応

### 営業利益

- 原材料は、小麦粉価格は安定も、包材、調味料等の高騰、冷凍食品類の仕入れコスト増を織り込む
- 製造経費は、販売数量増の流れ継続による人件費等の増加を織り込む
- 販管費は、主力生麺が好調により、物流費比率はほぼ前期並みの見込み

低温食品事業の通期予想です。

売上高は、  
前期比39億円増収の608億円、  
営業利益は、  
前期比6億円増益の80億円の予想です。

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。



## ロングセラー商品のさらなる展開強化による販売数量拡大

<p><b>赤いきつね 緑のたぬき</b></p>  <p>最需要期の年末に向けて販売施策の展開を強化。商品企画を充実させて和風カップ麺カテゴリーの拡大を目指します。</p> <p>2024年10月発売 「赤い天ぷらそば」 「緑の天ぷらうどん」 「黄色い天ぷらカレーうどん」</p> 	<p><b>麺づくり</b></p>  <p>麺のおいしさを再認識していただけるよう、2024年9月 麺のリニューアルを実施。 ノンフライ麺の良さを伝えるプロモーションを強化し、間口の拡大を目指します。</p> <p>2024年11月発売 「麺づくり あったか あんかけ醤油」 「麺づくり あったか 生姜香る味噌」</p> 
<p><b>マルちゃん 正麺</b></p>  <p>マルちゃん正麺ならではのおいしさを広げるコミュニケーションを継続。新たな食シーンもご提案します。</p>	<p><b>ごっつ盛り</b></p>  <p>消費者ニーズに対応した「ごっつ盛り」シリーズ お客様のご支持をいただき販売数量が拡大しています。</p>

## 価格改定が一巡 主力NB商品の購入が伸長基調に



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

当期下期以降の取り組みです。

国内即席麺事業では、  
2023年6月の価格改定から一巡し、  
主力のNB商品の販売数量が伸長してきております。

この流れを持続させるため、  
ロングセラーの基幹商品であり、  
これから需要期を向かえる、  
「赤いきつね・緑のたぬき」「麺づくり」「マルちゃん正麺」  
「ごっつ盛りシリーズ」  
の販売強化のため、  
商品企画と販売施策を強化。  
販売数量の拡大を目指します。





## 新定番商品の定着による販売数量の底上げ



充実のラインナップ

2024年9月発売  
「マルちゃん  
ZUBAAN!  
博多豚骨ラーメン  
3食パック」



調理例

今までの即席袋麺になかった、  
お店品質を目指したラーメンをご家庭で。  
本格感あふれるラーメンの投入で、  
市場の活性化を図り、  
新規ユーザーの獲得を目指します。



しっかり麺とうまコクスープで、  
満たされる。

たて型カップラーメンカテゴリーにおいて食べ応えを追求。  
MARUCHAN QTTAならではの独自性を訴求していきます。



2024年9月発売  
「MARUCHAN QTTA  
豚キムチ味」

2024年10月  
具材増量企画を実施

## カップ麺・袋麺市場の拡大に向けて提案商品の販売を強化

また、新規で立ち上げたブランド商品、  
「マルちゃん ズバーン」「マルちゃん クッタ」についても、  
新たなプロモーションも展開し、  
市場でのさらなる拡大を継続してまいります。



## マルちゃん焼そば 発売50周年に向けて / 簡便需要へのさらなる対応強化

**マルちゃん  
焼そば**



選べる楽しさをご提案

価格改定後の価格が浸透し、販売数量が伸長してきております。

既存ユーザーの継続購入促進と新規ユーザーの獲得に向けた施策を引き続き展開します。

2025年11月  
「マルちゃん焼そば3人前」は  
発売50周年をむかえます



2024年11月発売  
「マルちゃん焼そば 冬限定 あごだし醤油味 3人前」  
「マルちゃん焼そば 冬限定 鶏だし塩味3人前」



調理例

**つるやか**



簡便！  
水でほぐすだけ **個包装**

簡便需要が高まる中、夏場の気温上昇が一段と厳しくなりさらに簡便商品としての「つるやか」の販売が伸長してきております。

2024年度「つるやか」購入個数前年比

月	前年比
4月	132%
5月	165%
6月	145%
7月	148%
8月	187%

インデックス500 (15-79歳) 生麺・ゆで麺市場 全国 ブランド：つるやか  
2024年4月～2024年8月 平均購入個数 (個数)



春夏期 発売商品



調理例

## ロングセラー商品と需要高まる新規商品で市場の活性化を目指します



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

低温食品事業では、  
来年、発売50周年をむかえる  
「マルちゃん焼そば」の企画を強化。

今年の上期に需要が高まった  
水でほぐすだけの「つるやか」については、  
今後も伸長すると予想しております。

先ほどの即席麺も含めて、  
定番のロングセラー商品と、新定番商品の両輪で、  
売上拡大に向けた販売数量増を目指します。

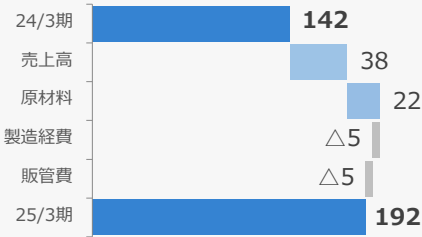
02-2

海外即席麺事業

売上高の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	24/3期	1Q	2Q	25/3期	前年同期差
売上高	1,061	604	501	1,105	+44
(百万ドル)	709	375	399	774	+65
前期比	—	115%	105%	109%	—
営業利益	212	148	126	274	+62
(百万ドル)	142	92	100	192	+50
営業利益率	20.0%	24.5%	25.1%	24.8%	+4.8%

営業利益増減要因 (単位: 百万ドル)



	1Q	2Q	上期	期初計画との差
売上高	+26	+12	+38	+11
原材料	+10	+12	+22	+2
製造経費	△4	△1	△5	+14
販管費	△3	△2	△5	△1
合計	+29	+21	+50	+26

(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。)

海外即席麺事業の上期概況です。

売上高は  
現地通貨ベースで  
前期比で6,500万ドル増収の7億7400万ドル。  
営業利益は、  
前期比で5,000万ドル増益の1億9,200万ドルとなりました。

売上高は、2024年4月にメキシコ・中南米で、  
紙カップ移行に伴い第一段階の価格改定を実施しましたが、  
販売数量は底堅く推移いたしました。  
第2四半期において、ペソ安が進んだ影響も一部ありましたが、  
期初計画通りの販売単価が維持できています。

コスト面では、右下表でお示しのとおり、  
販管費は、物流費増により、期初計画比で減益要因となりましたが、  
原材料は、ほぼ計画通りに推移、  
製造経費は、人件費や補修費が抑えられ、  
期初計画比で増益要因となりました。

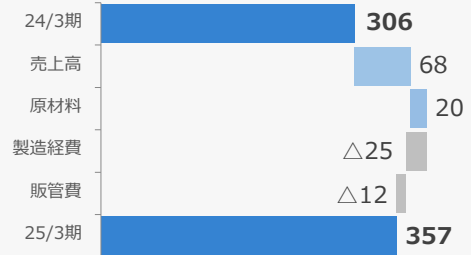
## 海外即席麺事業 通期業績予想

21



(単位：億円)	24/3期	25/3期	前期差
売上高	2,212	2,273	+61
(百万ドル)	1,462	<b>1,590</b>	+128
営業利益	463	510	+47
(百万ドル)	306	<b>357</b>	+51
営業利益率	20.9%	<b>22.5%</b>	+1.6%

営業利益増減要因 (単位：百万ドル)



### 売上高

- 米国では、主力価格帯を中心とした需要増への対応と、ヤキソバ、BOWLで新商品投入で需要喚起を図る
- メキシコでは、価格改定後も堅調な需要が継続し、より割安感のある袋麺の育成・需要増に対応する
- メキシコペソと米ドル為替動向については、不安定に推移する予想とし、下期の販促費増を織り込む

### 営業利益

- 原材料は、小麦粉、パーム油価格は安定も、その他の容器・包材価格などの増加を織り込む
- 製造経費は、販売数量増、最低賃金の上昇などによる人件費増、効率化含む修繕費用も織り込む
- 販管費は、計画的なプロモーション費用の投入、物流費は増加の見込み

海外即席麺事業の、通期予想です。

売上高は、  
前期比1億2,800万ドル増の15億9,000万ドル  
営業利益は、  
前期比5,100万ドル増の3億5,700万ドルの予想です。

通期の売上高の予想は、  
期初計画から3,400万ドル上乗せしており、  
営業利益は、期初計画から1,600万ドル上乗せしております。  
利益増減の各項目についても、一部見直ししております。

## 米国即席麺市場の動向

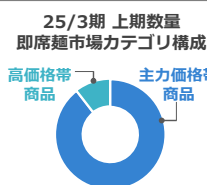
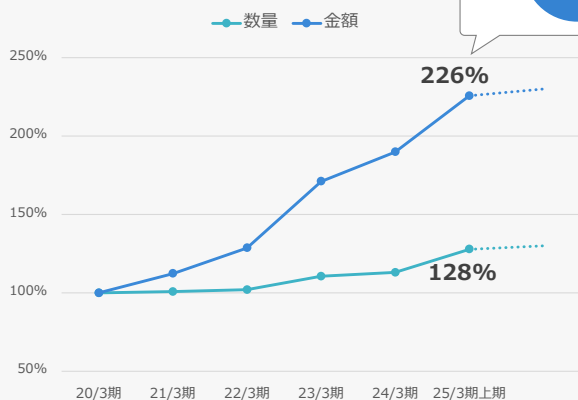
22



### 主力価格帯中心に需要が継続し、販売は堅調。シェアも徐々に回復傾向

#### 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 (IBIRI) MULO 4週データ



- 外食価格の高騰、節約志向の継続もあり、相対的に割安感のある即席麺の需要は依然として高い
- 生活防衛意識から、消費者の節約志向は継続、大手量販店、食品スーパーでは、即席麺の販売促進が活発化
- 当社が強みとする主力価格帯商品がけん引し、米国即席麺の需要は、引き続き底堅く推移する見込み

#### 主力価格帯商品



袋麺

\$0.30  
~0.40



カップ麺

\$0.50  
~0.60

#### 高価格帯商品



ヤキソバ

\$1.00~1.20



ボウル

※商品価格は 実勢価格表示（当社調べ）。単位はアメリカドル

米国の即席麺市場の動向をまとめました。

左のグラフは、  
2020年3月期を基準とした、米国即席麺市場全体の、  
金額と数量の伸びの推移を示しております。

上期時点でも、単価効果は維持されたまま、  
金額、数量ともに  
市場が成長していることが示されています。

中央上段の円グラフのように、  
即席麺市場では、当社が得意としている、  
主力価格帯商品がドライバーとなっており、  
消費者直結のマーケティング施策等を通じて、  
引き続き、需要を取り込んでまいります。

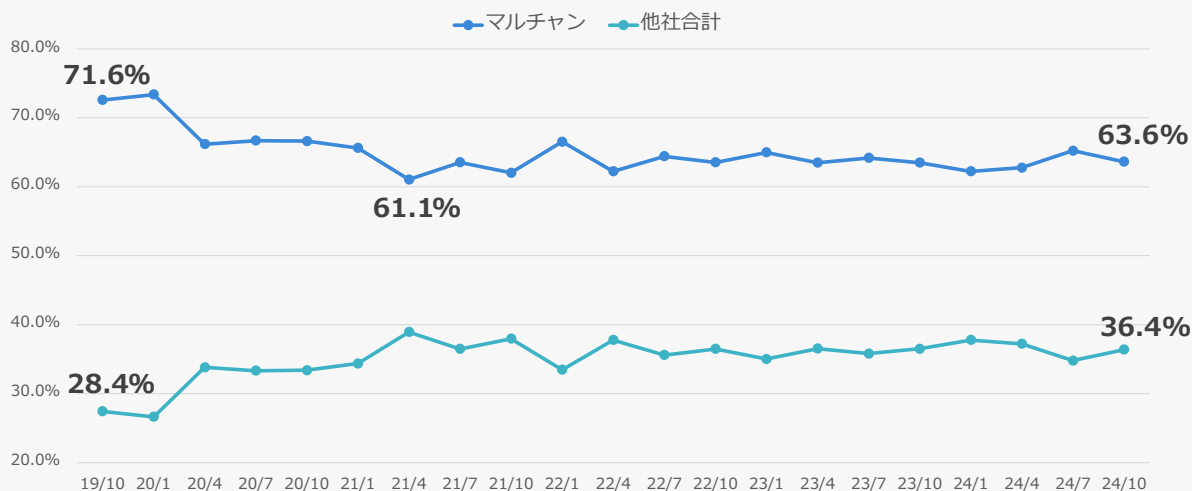
## 米国市場におけるシェア推移（数量ベース）

23



参入障壁の低下により、競争環境は厳しい状況が継続

米国市場におけるシェア推移比較（数量） サカーナ（旧IRI）MULO 4週データ



米国市場における、数量ベースのシェア推移です。

足元では、既存設備での生産体制に問題はなく、  
需要に対応しており、グラフのように、  
シェアが回復傾向にあります。

また一方で、即席麺市場の拡大や、各社複数回に渡る  
価格改定の影響で、参入障壁の低下が続いており、  
競合他社との競争は、厳しい状況が続いています。

需要動向を注視しながら、取り組みを進めてまいります。



## 米国における当社取り組み

24



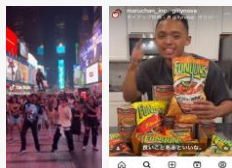
### 新商品の投入を行い売り場を活性化。新規取引先の導入も引き続き進める

#### ●新規顧客層を意識した商品展開を強化

##### ▼袋麺新商品



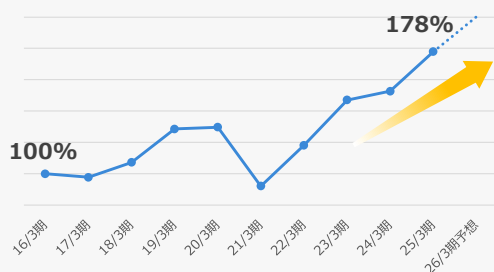
#### ●SNSを使用した世代別施策



#### ●米国内の大学でのサンプリング



当社高価格帯商品販売実績 上期実績比較  
(16/3期上期を100として)



#### 高価格帯商品の育成をすすめる

当社高価格帯商品は、着実に販売数量増  
ヤキソバやボウル商品を中心に、拡売策を強化します

##### ▼ヤキソバ新商品



チリチーズ  
フレーバー

オレンジチキン  
フレーバー

ヤキソバ調理例

##### ▼ボウル新商品



ピリアビーフ  
フレーバー

ボウル調理例

米国における、下期以降の当社取り組み内容となります。

画面左下グラフ、  
当社の高価格帯商品も、着実に育成、成長しております。  
この上期、ヤキソバ、ボウルも新商品を投入し、  
即席麺市場拡大のための、新しい需要の創出に向けて、  
優先度高めて、対応してまいります。

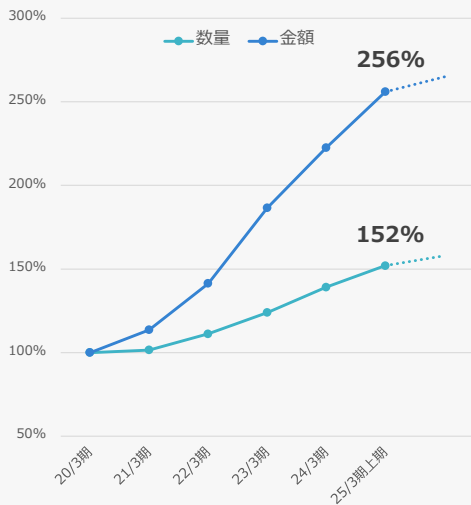


## メキシコ即席麺市場の動向

25



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



米ドル/メキシコペソ 10年間チャート



### ● 為替影響 (ペソ安)

米ドルに対する、メキシコペソ安の動きが継続し、今後半年間程度は同水準のペソ安の動きが継続する見込み

### ● 高インフレ

米国同様に、外食価格高騰による節約志向や内食化の影響が継続し、即席麺の需要増の動き



ビーフタコス  
(メキシコ内ストリートフード)  
\$ 22.0~26.0



ラーメン (袋麺)  
\$ 7.0~8.0



インスタントランチ (カップ麺)  
\$ 15.0~16.0

※商品価格は 実勢価格表示 (当社調べ)。単位は、メキシコペソ

メキシコ即席麺市場の動向を示しています。

左上グラフ、  
米国同様に、2020年3月を基準とした、  
メキシコカップ麺市場の金額と数量の伸びの推移です。  
米国以上に、需要が伸びる環境が続いています。

また、外部環境の変化として、  
画面右上グラフ、米国大統領選を3回含んだ時期の為替推移で、  
足元ではペソ安が進んでいます。  
当社は、米国で製造した商品をメキシコに輸出しており、  
現地通貨のメキシコペソ固定で販売するスーパーなど、  
一部のチャネルに対しては、為替補填の販促費が発生しております。  
ペソ安の影響は、米国政権が共和党、民主党に関わらず、  
今後半年間程度は継続すると見ており、  
下期の利益計画に、コスト増を織り込みました。

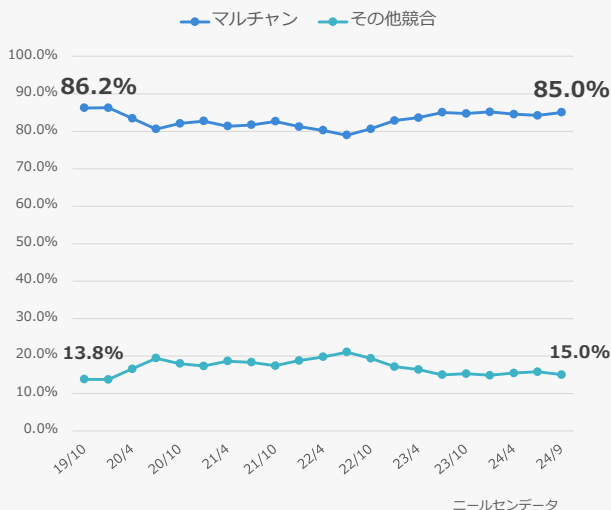
## メキシコ即席麺市場におけるシェア推移

26

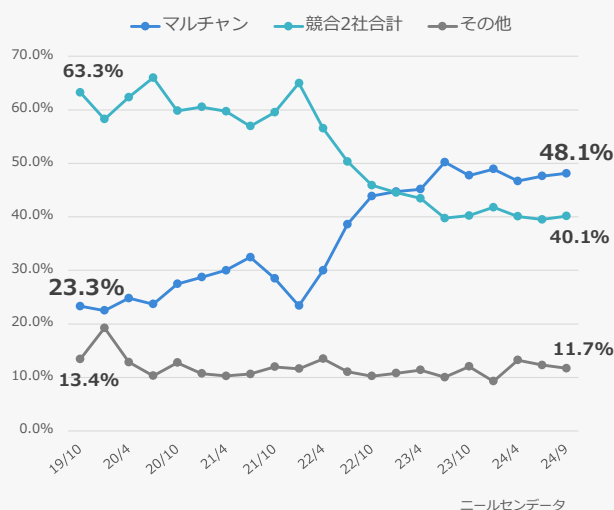


シェアは高い水準を維持しているが、米国同様に参入障壁の低下により、競合その他が増加傾向

カップ麺市場におけるシェア推移比較（数量）



袋麺市場におけるシェア推移比較（数量）



メキシコにおける、カップ麺市場と袋麺市場の推移を示しております。

カップ麺市場は、安定的なシェア推移となっており、第2の柱として成長中の袋麺市場は、引き続きシェア1位の状況が続いております。



## ●メキシコでのマーケティング広告



## 紙カップへの段階的な切り替えとともに 順次、価格改定を実施予定



## ● 外部環境変化への対応

- ・高インフレ下、価格改定以降も当社商品の割安感は継続。特に、単価の低い袋麺の需要が伸長
- ・ペソ安が半年間程度継続する見通し



## ● 継続する需要への対応

- ・大手量販店、食品スーパー等で、より価格優位性のある袋麺の定番棚確保、大量陳列の導入
- ・高価格帯商品のヤキソバ、パスタ商品も堅調に推移し販売を底上げ



ヤキソバ・パスタ  
商品販促活動



メキシコにおける当社取り組み内容です。

高インフレの影響で、割安感のある当社商品の需要は、第2四半期においても継続しており、第2の柱として育成している袋麺は、量販店を中心に取り組みを行い、定番棚の獲得や、大量陳列の販売機会により、数量を伸ばしています。

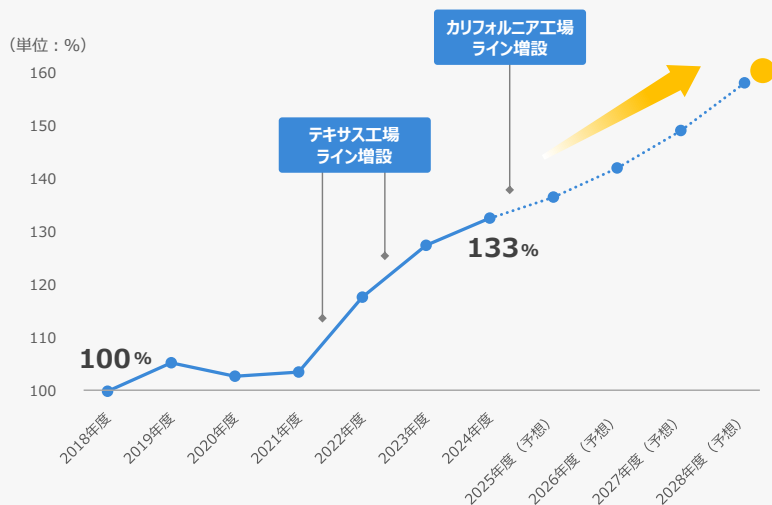
## 生産体制について

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

販売数 伸長率推移 (2018年度を100とした場合)



目標

+約20%

- 需給バランスを見ながら、段階的に20%増強を目指す (既存設備比)
- 安全、安心のためのメンテナンス実施
- 製造マネジメント世代の育成



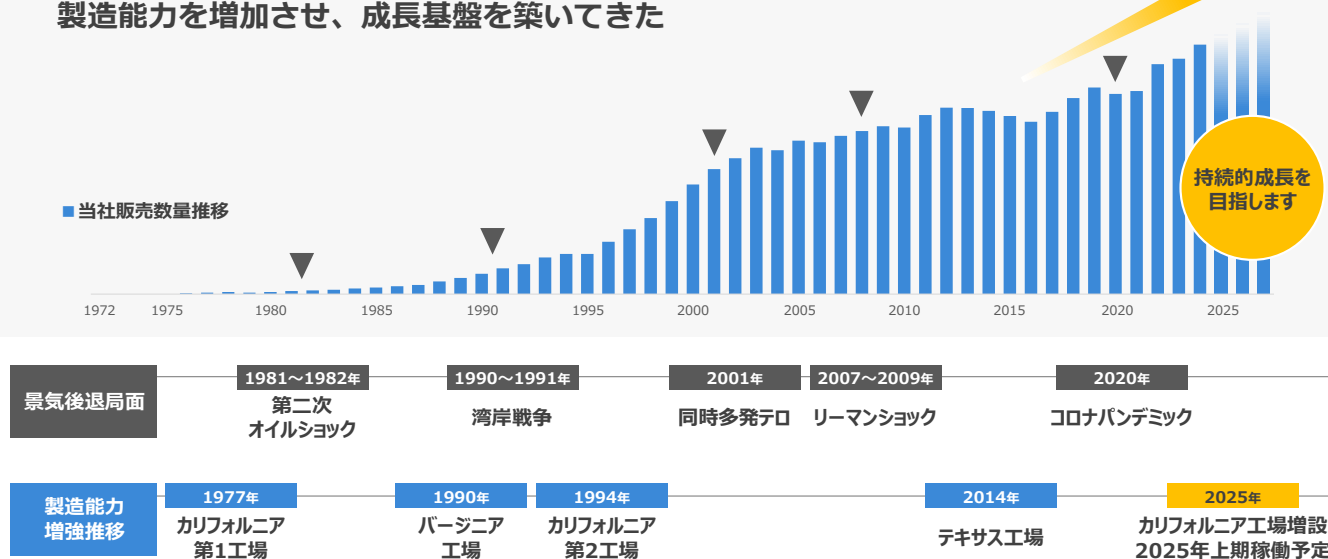
生産体制の強化についてです。  
カリフォルニア工場拡張の進捗です。  
現在、米国内において、4工場が稼働していますが、  
来期上期に予定されている  
カリフォルニア工場 第 I 期工事の稼働後のポイントとしては、  
需給のバランスを念頭に、  
柔軟に投資計画を進めてまいります。

## 持続的な成長（中長期目線での海外即席麺市場の成長の軌跡）

29



過去の需要増加局面に対応し、  
製造能力を増加させ、成長基盤を築いてきた



TOYO SUISAN

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

今後の投資計画について、  
地政学的リスク、小売り業界、外食業界の足元の景況感を見ても、  
引き続き即席麺の需要増は、  
底堅く続いていくものだと考えています。

今回の投資、更には次なる米国以外の国での生産体制、  
エリア展開を見据えた投資についても、  
歩みを止めることなく、検討してまいります。

## 03

---

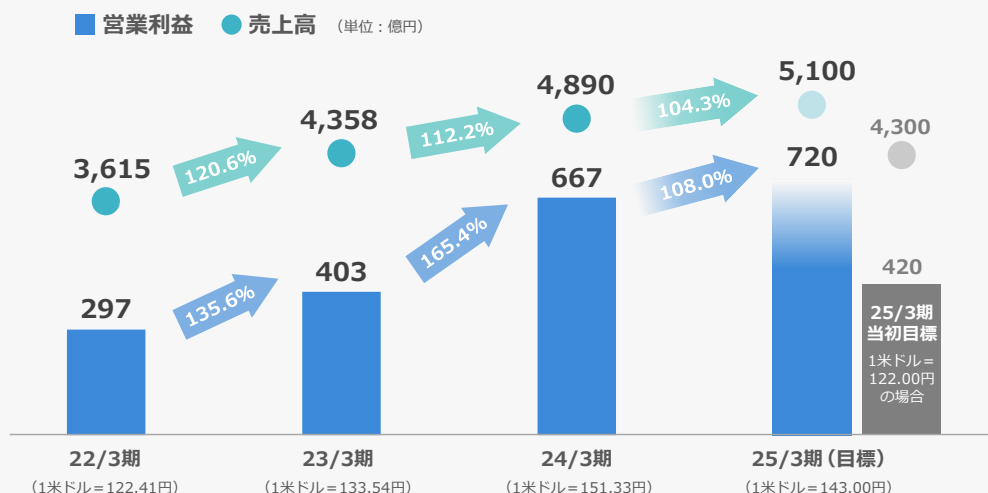
これまでの全体概況と今後の方針

## 2023～2025年3月期 3カ年中期経営計画最終年度の数値目標

31



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・営業利益を達成。  
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.

今期は現3カ年中期経営計画最終年度となります。

売上高は、当初目標の4,300億円を超え、  
1つ目安としていた5,000億円の大台を目指す目標となります。

また、営業利益は、様々な外部環境変化のなかで、  
原材料高騰など直接影響を受ける厳しい状況でもありましたが、  
前・今村体制のなかで着実に進めてきた投資や、  
必要に応じた価格改定の実行、消費者目線で進めてきた各種  
施策もあり、  
今期目標は720億円と、当初予想420億円を上回る予想です。



## 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



企業価値向上を目指した、たゆまぬ取り組みの継続

昨年10月の決算説明会以降、  
変わることなくご説明をさせていただいておりますが、  
私たち東洋水産グループは、  
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まいります。  
そのために、  
これまで以上に、「稼ぐ力」を高め、  
消費者を含む「顧客市場」と、  
株主様を含めた「資本市場」の、  
両輪の企業価値を向上を目指した、たゆまぬ取り組みで、  
東洋水産の目指すべき姿、将来のあるべき姿に  
近づいていきたいと考えています。

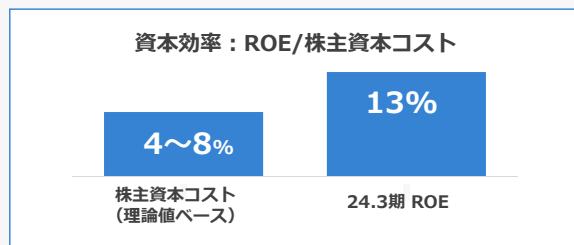
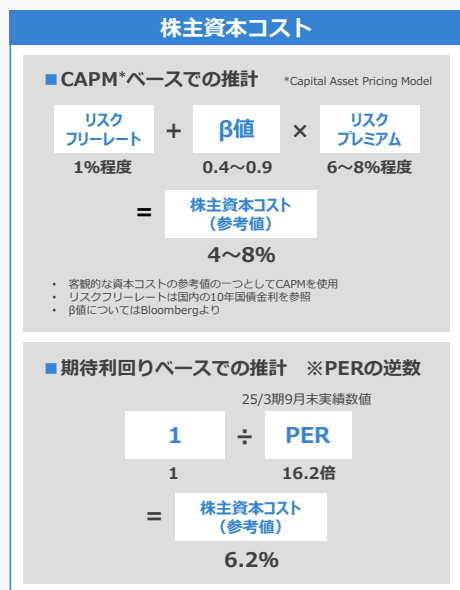




日程	開示内容
<p>◆ 2024年11月 2024年度中間決算</p>	<p><b>現状認識</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ROEは、22/3期 6.5%、23/3期 8.9%、24/3期 13.0%と<b>想定する株主資本コストを上回り推移</b></li> <li>● PERは、プライム市場上場の食品企業平均19.7倍のなか、当社PERは17.4倍（24/3期末）</li> <li>● PBRは、約2倍の水準。各事業での持続的成長とともに、ステークホルダーへの対応による企業価値向上を強化</li> </ul>
<p>◆ 2025年3月目安 2024年度中</p>	<p><b>方針</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ビジョンの実現に向けた取り組みを進め、当中期経営計画の達成を目指す</li> <li>● 成長性と収益性を意識した経営を推進</li> </ul>
<p>◆ 2025年5月目安 2024年度通期決算</p>	<p><b>取り組み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>連結営業利益率を維持した上での更なる成長</b>に向けた、成長投資、更新投資の実行</li> <li>● コストアップへの対応による<b>利益率改善の継続</b>と、需要増に対する<b>安定的な製造体制の構築</b></li> <li>● <b>累進的な配当政策の実施を意識</b></li> <li>● 自社株買いについては、投資とのバランスを考慮し、総還元性向を踏まえ、機動的に判断</li> <li>● <b>サステナビリティ経営</b>としてDX推進および、ESGの各テーマへの取り組みを実施</li> </ul>

資本コストや株価を意識した  
経営の実現に向けた対応については、準備を進めており、

スライドのお示しのとおり、  
今年度中(3月末)に「方針」の開示、  
来年5月の決算発表のタイミングで、  
次期中期経営計画で、  
「具体的な取り組み」をお話ししていきたいと考えています。

**資本コストや株価を意識した経営の方針・取り組み**

1. 消費者を意識した、成長投資の実行と持続的な成長
2. 安心・安全な製造体制の構築、利益率の維持・改善
3. 累進的な配当を中心とした、株主還元政策実行
4. サステナビリティ経営（DX推進、ESG）

資本コストについての現状認識をまとめたページです。  
画面左上、「キャップエム方式」を採用した場合、  
直近ベータ値の上昇もあり、  
当社株主資本コストは4~8%となります。  
また、「PERを逆算した、期待利回りベース」での試算では、  
9月末では6.2%で、平均5~6%で推移しております。  
直近24年3月期のROEは13%となっておりますが、  
資本コストや株価を意識した経営の実現への対応について  
今後の方針・取組みの検討を更に進めてまいります。



	23/3期	24/3期	25/3期
	資産の取得額：約143億円	資産の取得額：約195億円	資産の取得額予想：約565億円
国内即席麺事業	関西工場 カップ麺（約30億円）		
低温食品事業		西日本拠点の整備（約150億円）	
加工食品事業	フクシマフーズ 米飯（約10億円）		F D設備拡張 I期 約70億円 （総工費 約100億円）
冷蔵事業	自然冷媒切替（約12億円）	自然冷媒切替（約8億円）	自然冷媒切替（約9億円）
水産食品事業			
海外即席麺事業	テキサス工場（約30億円）		カリフォルニア工場拡張 I期 約200億円 （総工費 約300億円） （1\$=150円として）
その他			ベンダー事業（約45億円） システム関連（約90億円）

現3カ年計画における設備投資です。  
期初に発表した投資内容、金額に変更はありませんが、  
3カ年当初計画に近い、約900億円の投資は、  
それぞれ稼働に向けて、準備を進めております。

海外即席麺事業の更なる拡大、  
また、需要が継続する見込みの、  
低温食品事業、加工食品事業への投資により、  
中長期を見据えた、経営基盤を強化させてまいります。

来年度以降の投資についても、  
事業領域や展開エリアの拡大、  
業務改善に向けたシステム投資、  
更には環境対応などについても、  
検討を進めていきたいと考えております。

## 株主還元実施状況

36



### ■ 株主還元の考え方

累進的な配当政策の実施をベースとし、自社株買いについては、投資とのバランスを考慮し、総還元性向を踏まえ、機動的に判断する。

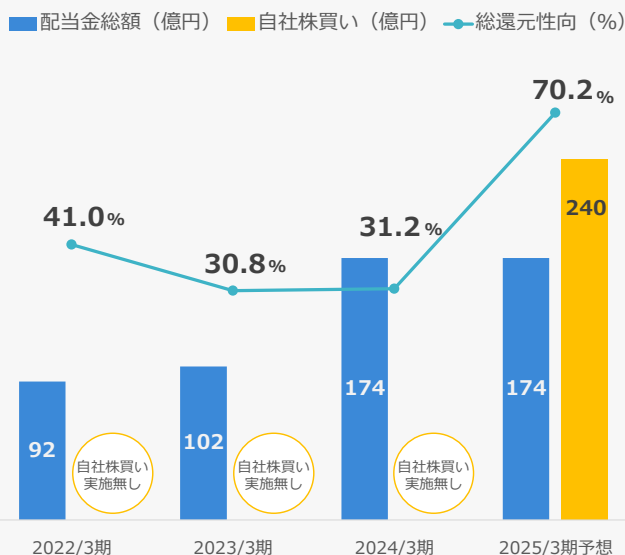
### ■ 通期配当予想

中間	期末（予想）	通期（予想）
80円	90円	170円

### ■ 市場内での自己株式取得および実施終了

取得期間	2024年7月1日～8月9日
取得方法	東京証券取引所・市場買付け
取得内容	250万株 / 約240億円 (参考 2024年9月30日現在)
発行済株式数	110,881,044株
自己株式数	11,254,361株

### 総還元性向推移



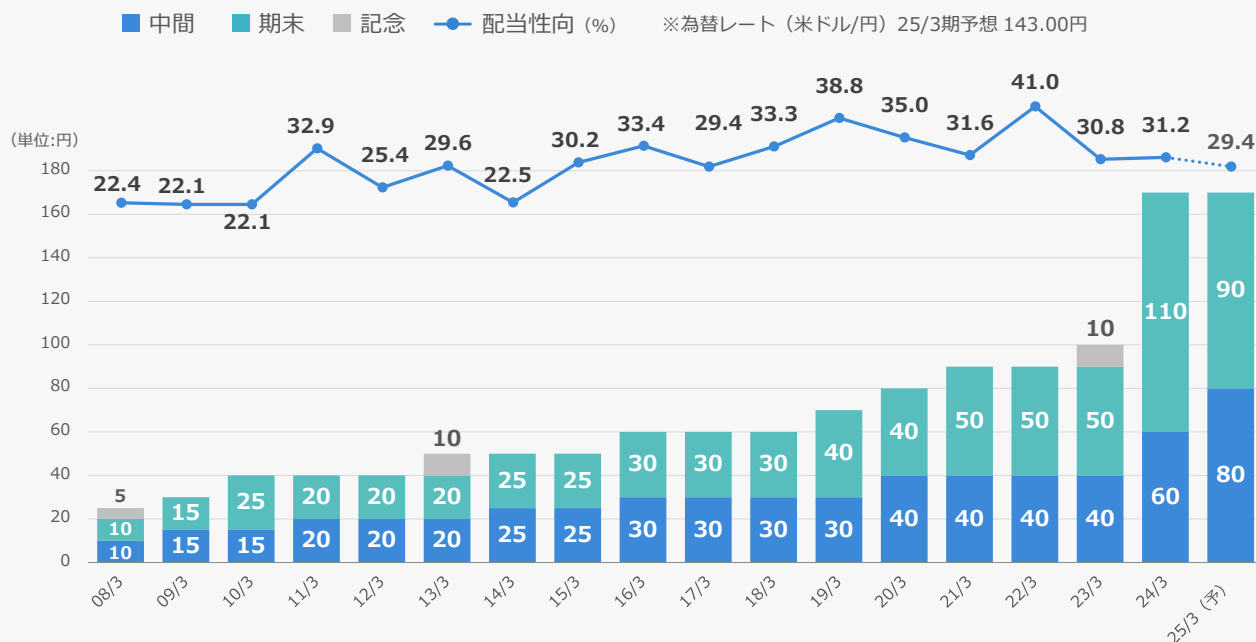
株主還元の実施状況です。

2024年7月より実施を開始した、自社株買いは、  
8月9日に終了しており、  
250万株、約240億円の実施内容となりました。  
配当金と合わせた、「総還元性向」は、  
今期の試算では、約70%の水準となる見込みです。

今後の株主還元の考え方として、  
「累進的」な配当政策の実施をベースとしながらも、  
自社株買いの実施について、  
投資とのバランスを考慮し、  
「総還元性向」の指標も踏まえ、  
機動的に判断していく方針で、進めてまいります。

## 年度ごとの配当金と配当性向推移

37



TOYO SUISAN

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

1株当たり配当の実施状況です。

今期について、  
 中間配当は期初予想と変わりはありませんが、  
 前期60円から今期は80円といたしました。  
 期末の予想とあわせて、  
 通期では1株170円の予想とさせていただきます。

今期の業績目標を達成させ、  
 日頃より応援して頂いている株主様への還元について、  
 更に充実を図って参りたいと考えております。

## 東洋水産グループの将来に向けての方向性

38



### 現3か年中計期間

国内事業の安定的な成長、海外即席麺事業の需要堅調、安定的な製造体制により、連結全体の収益性底上げ。国内の安全・安心投資、国内外の増産投資を決定。24/3期は、中間・期末での増配。25/3期は、自社株買いを実施。

### 次期中期経営計画

成長領域への設備投資と、その投資効果の回収期間。利益成長と、投資・還元のバランスを考慮した計画を策定中

具体的な計画は、  
次期中期経営計画にて発表予定  
(2025年5月決算時)

過去最高

25/3期  
営業利益 (計画)  
720億円

19/3期  
営業利益  
237億円

営業利益  
297億円

変革と進化

バックキャスト

TS  
将来  
ビジョン

継続と継承

中期経営計画  
20/3期-22/3期

現3か年中計期間  
中期経営計画 23/3期-25/3期

次期中期経営計画  
中期経営計画 26/3期-28/3期

長期ビジョン”

“礎を築く3年間・  
飽くなき進化”

- 継続と継承、変革と進化
- 事業領域拡大、サステナビリティ経営、稼ぐ力向上のための種まき期間

考え方

- 創業70周年を経て、今後も成長進化を遂げ、将来を目指すための新しいビジョンの策定
- 底堅い国内事業、ドライバー部門の海外事業をベースに育成し、新たな伸びしろの上乗せを目指す。

- 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す

TOYO SUISAN

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

この3か年計画の期間中、東洋水産グループは、売上高、利益を更新してきました。

創業70周年を経て、  
2030年、更にその先の将来ビジョンを見据え、  
次期中計の策定について、  
ひとつずつ、慎重に準備を進めてまいります。

引き続き、よろしくお願いいたします。



### 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



「笑顔」と「健康」を  
お届けできる  
会社をめざして



### 地球に笑顔

環境対応の推進

### 社員に 笑顔

健康経営の  
さらなる推進



### 次世代に笑顔

次世代との融合



04

参考資料



2025年3月期 通期 売上高予想（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	24/3期	25/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（実績）			下期（予想）		通期（予想）
連結売上高	4,890	2,457	105%	2,643	104%	5,100	104%
水産食品事業	296	151	101%	149	102%	300	102%
海外即席麺事業	2,212	1,105	104%	1,168	101%	2,273	103%
（百万ドル）	1,462	774	109%	816	108%	1,590	109%
国内即席麺事業	1,001	457	104%	588	104%	1,045	104%
袋 麺	161	74	109%	96	103%	170	106%
カップ麺	840	383	104%	492	104%	875	104%
低温食品事業	569	312	107%	296	107%	608	107%
加工食品事業	202	107	117%	128	117%	235	117%
冷蔵事業	240	127	105%	127	107%	254	106%
その他（調整額含）	370	198	102%	187	106%	385	104%

(単位：億円/前期比：%)	24/3期	25/3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	667	382	128%	338	92%	720	108%
水産食品事業	4	5	328%	2	68%	7	175%
海外即席麺事業	463	274	129%	236	94%	510	110%
(百万ドル)	306	192	135%	165	100%	357	117%
国内即席麺事業	97	40	141%	62	91%	102	105%
低温食品事業	74	43	111%	37	104%	80	108%
加工食品事業	7	3	210%	0	0%	3	43%
冷蔵事業	23	11	90%	9	84%	20	88%
その他	4	8	131%	0	↑	8	191%
(調整額)	△5	△2	-	△8	↓	△10	↓

2025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)		
	24/3	25/3	前期差	24/3	25/3	前期差	24/3	25/3	前期差
売上高	437	457	+20	293	312	+19	709	774	+65
営業利益	28	40	+12	39	43	+4	142	192	+50

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)		
	期初計画	実績	差	期初計画	実績	差	期初計画	実績	差
売上高	+18	+13	△5	+2	+8	+6	+27	+38	+11
原材料	△8	△2	+6	0	△1	△1	+20	+22	+2
製造経費	△1	△2	△1	0	△3	△3	△19	△5	+14
販売費・一般管理費	△2	+3	+5	△1	0	+1	△4	△5	△1
合 計	+7	+12	+5	+1	+4	+3	+24	+50	+26

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	1,045	+44	569	608	+39	1,462	1,590	+128
営業利益	97	102	+5	74	80	+6	306	357	+51

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	+13	+3	+16	+8	+6	+14	+38	+30	+68
原材料	△2	△6	△8	△1	△2	△3	+22	△2	+20
製造経費	△2	△3	△5	△3	△2	△5	△5	△20	△25
販売費・一般管理費	+3	△1	+2	0	0	0	△5	△7	△12
合 計	+12	△7	+5	+4	+2	+6	+50	+1	+51

(百万円)	23/3期				24/3期				25/3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)	136.64	144.81	144.81	133.54	144.99	149.58	149.58	151.33	161.03	142.82	142.82
売上高	103,127	109,813	212,940	435,786	111,181	123,709	234,890	489,013	126,697	118,993	245,690
売上総利益	27,133	25,430	52,563	108,042	29,715	35,099	64,814	140,103	38,689	35,505	74,194
営業利益	10,727	8,251	18,978	40,330	13,190	16,634	29,824	66,696	20,267	17,884	38,151
経常利益	11,330	9,048	20,378	43,724	15,277	18,369	33,646	74,889	22,917	19,200	42,117
税引前利益	11,236	9,009	20,245	43,547	15,275	18,117	33,392	73,209	23,405	19,060	42,465
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	8,649	6,621	15,270	33,126	11,023	14,109	25,132	55,653	17,633	14,229	31,862
(前期比)											
売上高	123.3%	126.4%	124.9%	120.6%	107.8%	112.7%	110.3%	112.2%	114.0%	96.2%	104.6%
営業利益	127.7%	129.0%	128.3%	135.6%	123.0%	201.6%	157.1%	165.4%	153.7%	107.5%	127.9%
経常利益	125.9%	134.6%	129.7%	137.3%	134.8%	203.0%	165.1%	171.3%	150.0%	104.5%	125.2%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	134.3%	146.0%	139.1%	147.8%	127.5%	213.1%	164.6%	168.0%	160.0%	100.9%	126.8%
(対売上高)											
売上総利益	26.3%	23.2%	24.7%	24.8%	26.7%	28.4%	27.6%	28.7%	30.5%	29.8%	30.2%
営業利益	10.4%	7.5%	8.9%	9.3%	11.9%	13.4%	12.7%	13.6%	16.0%	15.0%	15.5%
経常利益	11.0%	8.2%	9.6%	10.0%	13.7%	14.8%	14.3%	15.3%	18.1%	16.1%	17.1%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	8.4%	6.0%	7.2%	7.6%	9.9%	11.4%	10.7%	11.4%	13.9%	12.0%	13.0%



(百万円)	23/3期				24/3期				25/3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)	136.64	144.81	144.81	133.54	144.99	149.58	149.58	151.33	161.03	142.82	142.82
売上高	103,127	109,813	212,940	435,786	111,181	123,709	234,890	489,013	126,697	118,993	245,690
水産食品事業	7,349	6,951	14,300	28,526	7,556	7,478	15,034	29,562	8,068	7,052	15,120
海外即席麺事業	41,555	46,971	88,526	178,374	47,468	58,605	106,073	221,229	60,389	50,152	110,541
(百万ドル)	304	307	611	1,336	327	382	709	1,462	375	399	774
国内即席麺事業	21,655	21,556	43,211	97,635	21,989	21,743	43,732	100,093	22,255	23,413	45,668
低温食品事業	13,452	13,738	27,190	52,837	14,326	14,939	29,265	56,878	15,257	15,932	31,189
加工食品事業	4,394	5,179	9,573	20,328	4,492	4,712	9,204	20,155	5,049	5,698	10,747
冷蔵事業	5,750	5,882	11,632	22,888	5,963	6,159	12,122	23,996	6,145	6,523	12,668
その他事業	8,968	9,537	18,505	35,196	9,384	10,074	19,458	37,096	9,530	10,224	19,754
営業利益	10,727	8,251	18,978	40,330	13,190	16,634	29,824	66,696	20,267	17,884	38,151
水産食品事業	118	128	246	46	133	32	165	400	259	282	541
海外即席麺事業	6,386	4,568	10,954	26,113	9,195	12,015	21,210	46,318	14,801	12,608	27,409
(百万ドル)	47	29	76	196	63	79	142	306	92	100	192
国内即席麺事業	1,273	1,396	2,669	6,708	1,086	1,739	2,825	9,703	2,120	1,855	3,975
低温食品事業	1,847	1,346	3,193	5,060	1,959	1,914	3,873	7,430	2,127	2,164	4,291
加工食品事業	228	126	354	124	-21	173	152	742	186	133	319
冷蔵事業	689	515	1,204	1,851	648	622	1,270	2,282	602	545	1,147
その他事業	351	455	806	652	225	363	588	418	331	438	769
調整額	-167	-284	-451	-225	-38	-224	-262	-600	-162	-141	-303
営業利益率	10.4%	7.5%	8.9%	9.3%	11.9%	13.4%	12.7%	13.6%	16.0%	15.0%	15.5%
水産食品事業	1.6%	1.8%	1.7%	0.2%	1.8%	0.4%	1.1%	1.4%	3.2%	4.0%	3.6%
海外即席麺事業	15.4%	9.7%	12.4%	14.6%	19.4%	20.5%	20.0%	20.9%	24.5%	25.1%	24.8%
国内即席麺事業	5.9%	6.5%	6.2%	6.9%	4.9%	8.0%	6.5%	9.7%	9.5%	7.9%	8.7%
低温食品事業	13.7%	9.8%	11.7%	9.6%	13.7%	12.8%	13.2%	13.1%	13.9%	13.6%	13.8%
加工食品事業	5.2%	2.4%	3.7%	0.6%	-0.5%	3.7%	1.7%	3.7%	3.7%	2.3%	3.0%
冷蔵事業	12.0%	8.8%	10.4%	8.1%	10.9%	10.1%	10.5%	9.5%	9.8%	8.4%	9.1%
その他事業	3.9%	4.8%	4.4%	1.9%	2.4%	3.6%	3.0%	1.1%	3.5%	4.3%	3.9%

2025年3月期 第2四半期 特別損益等のポイント

47



(単位：百万円)

	24/3期	25/3期	差異	主な内容
営業利益	29,824	38,151	8,327	
営業外収益	4,169	4,353	184	主に受取利息の増加
営業外費用	347	387	40	
経常利益	33,646	42,117	8,471	
特別利益				
固定資産売却益	1	8	7	
投資有価証券売却益	0	512	512	
補助金収入	13	75	62	
特別利益合計	21	595	574	
特別損失				
固定資産除売却損	123	224	101	
減損損失	149	20	△ 129	
その他	1	2	1	
特別損失合計	275	247	△ 28	
税金等調整前中間純利益	33,392	42,465	9,073	
法人税、住民税及び事業税	8,525	10,586	2,061	前期：25.5% 今期：24.9%
法人税等調整額	△ 315	△ 156	159	
法人税等合計	8,209	10,429	2,220	
中間純利益	25,183	32,036	6,853	
非支配株主に帰属する中間純利益	50	173	123	
親会社株主に帰属する中間純利益	25,132	31,862	6,730	

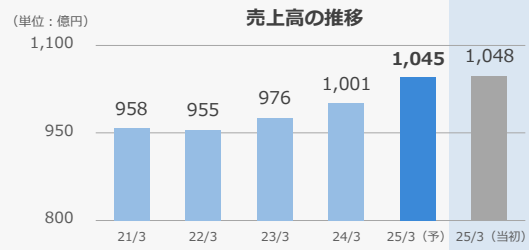
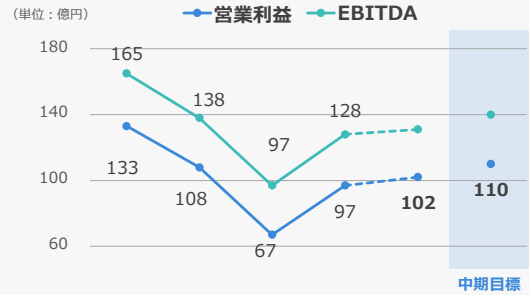
## 国内即席麺事業

48



### 3カ年計画の取り組み

- 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
- 育成ブランドの強化
  - ・「MARUCHAN QTTA」「マルちゃんZUBAAAN!」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





## 低温食品事業

49



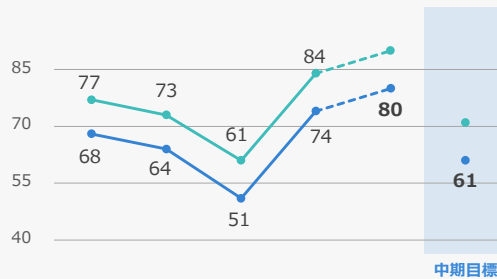
### 3カ年計画の取り組み

- 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



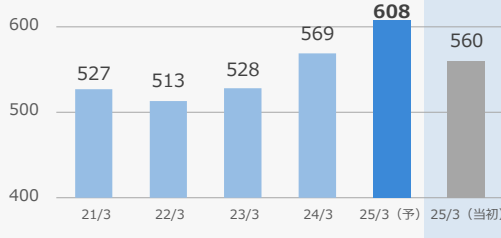
(単位：億円)

● 営業利益 ● EBITDA



(単位：億円)

売上高の推移



## 加工食品事業

50

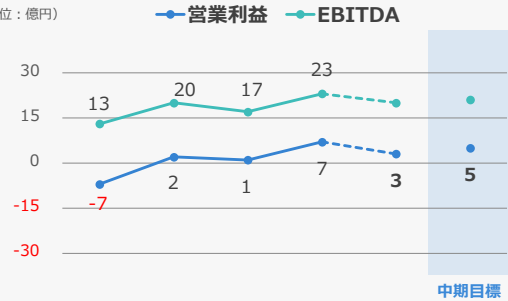


### 3カ年計画の取り組み

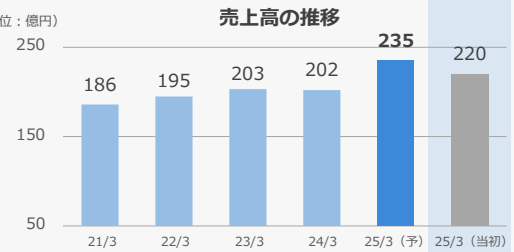
- 備蓄需要など商品特性を最大限に活かした、商品企画・販売施策の実行による売上の拡大
- 食の多様化に対応した商品開発
- タイムパフォーマンスに優れた「時短・簡便」商品への取り組み強化
- 原料価格上昇への対応や、生産の効率化等、収益基盤の安定化に向けた取り組みの推進



(単位：億円)



(単位：億円)



## 水産食品事業

51



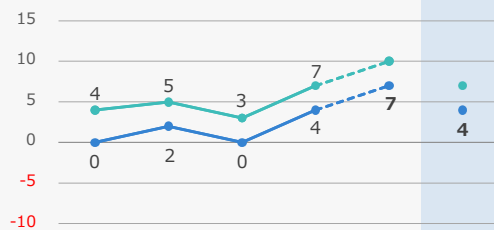
### 3カ年計画の取り組み

- 簡便・時短・個食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



(単位：億円)

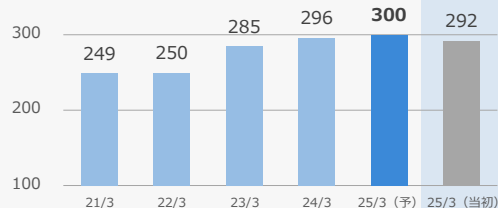
● 営業利益 ● EBITDA



中期目標

(単位：億円)

### 売上高の推移



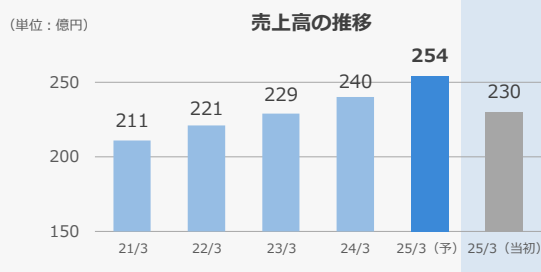
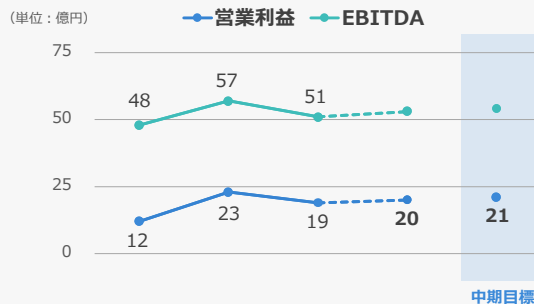
## 冷蔵事業

52



### 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



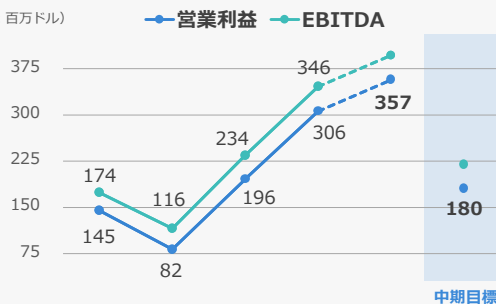


## 3カ年計画の取り組み

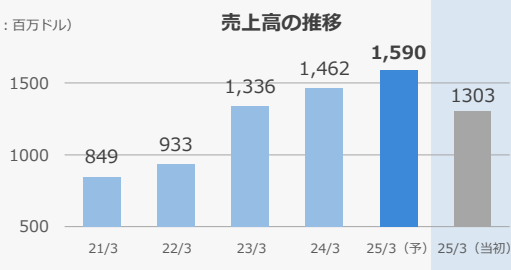
- 世代別、エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた拡売によるシェア取り戻し
- 高価格帯商品 Yakisoba、Bowl、GOLD等の拡売による新たな顧客層の開拓
- メキシコにおける環境対応として紙カップ製品の拡売をすすめる



(単位：百万ドル)



(単位：百万ドル)





## 非財務情報開示の強化：気候変動について

- 国内の主要2事業についてTCFDの枠組みに沿ったシナリオ分析を実施。（開示準備中）
- ➡ TCFDの枠組みに沿ったシナリオ分析事業の拡大・第三者保証の導入
- グループのSCOPE 1・2、および国内事業におけるスコープ3の数値把握（2022年・2023年度：ホームページで開示）
- ➡ 海外事業を含めたスコープ3の数値把握・情報開示



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

## 持続可能な調達

- 国内外の認証パーム油への代替 **83%**（2023年度）

年度	2021	2022	2023
代替率 (%)	77	81	83

- ➡ 【目標】国内外の認証パーム油への代替を

2030年度までに**100%**

（国内RSPO認証工場拡大中、海外代替率は100%到達済）



- 主要取扱魚種のMSC等漁業認証原料の取り扱い

**78.2%**（2023年度：2030年度目標70%を達成）

- ➡ 主要取扱魚種のMSC等漁業認証原料の取り扱いについて、新たな中期目標を検討



## 社会課題・環境への対応

55



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。

### CO<sub>2</sub>排出量（原単位）

※カッコ内は前年差

実績	目標
21.2% 削減 (10.5%)	20% 削減

### 産業廃棄物（原単位）

実績	目標
23.9% 削減 (1.5%)	15% 削減



2030年目標の  
前倒し達成

### 産業廃棄物の再資源化

実績	目標
99.9% (-)	99.5% 以上の維持



### 水使用量（原単位）

実績	目標
18.1% 削減 (5.4%)	10% 削減



※上記指標の対象は国内グループ全体（海外含まず）、原単位は国内連結売上高を基準

## 新たな環境目標 設定を検討中



埼玉工場での省エネプロジェクト活動の様子

### 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。