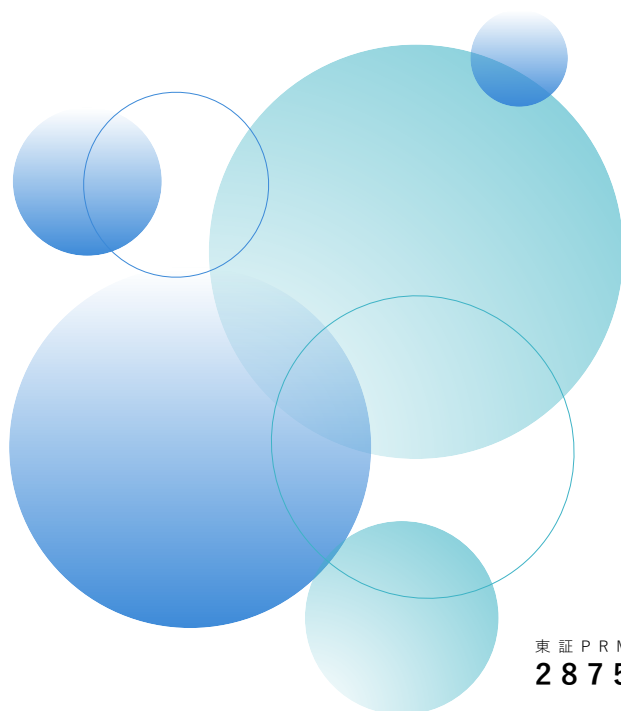




2026年3月期 決算説明会資料

2026年5月15日
東洋水産株式会社



東証P R M
2875

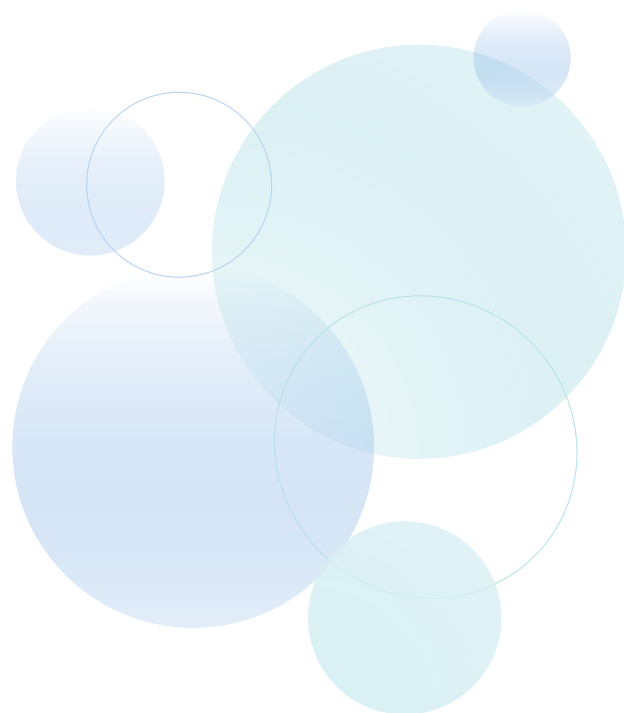
目次

01	2026年3月期 通期連結業績	P.3
02	2027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）	P.12
	02-2 海外即席麺事業	P.22
03	2026年～2028年3月期 3カ年中期経営計画の進捗	P.32
04	参考資料	P.42

01

2026年3月期

通期連結業績



2026年3月期の全体像については、
増収増益となり、売上・利益ともに過去最高となりました。
価格改定や販売施策により、
コスト上昇を一定程度吸収しております。

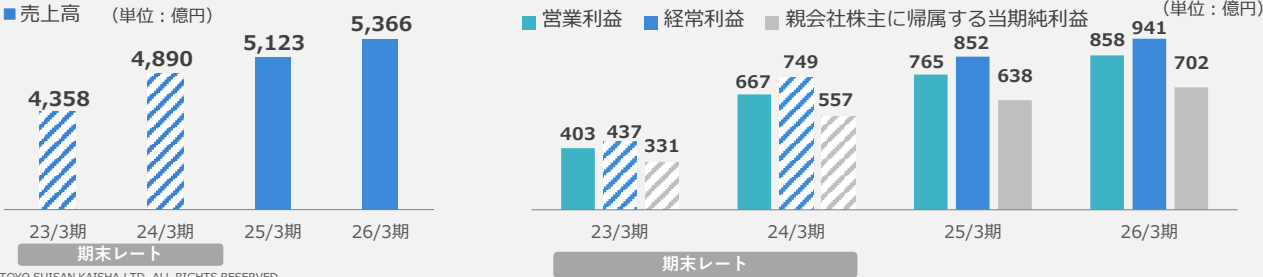
2027年3月期は、
増収を見込む一方で、
包材・具材のコスト上昇と、
新工場稼働に伴う減価償却費の増加があり、
減益を見込んでおります。

2026年3月期 通期連結業績 総括



(単位：億円)	25/3期	26/3期	前期差	前期比	10月31日 公表計画差	10月31日 公表計画比
売上高	5,123	5,366	+243	104.8%	+16	100.3%
営業利益	765	858	+93	112.1%	+58	107.2%
営業利益率	14.9%	16.0%				
経常利益	852	941	+89	110.4%	+66	107.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	638	702	+64	109.9%	+42	106.3%
為替レート (米ドル/円)	152.58	150.78				

(25/3期の実績は、期中平均レートによる円換算に遡及適用後の数値です。)

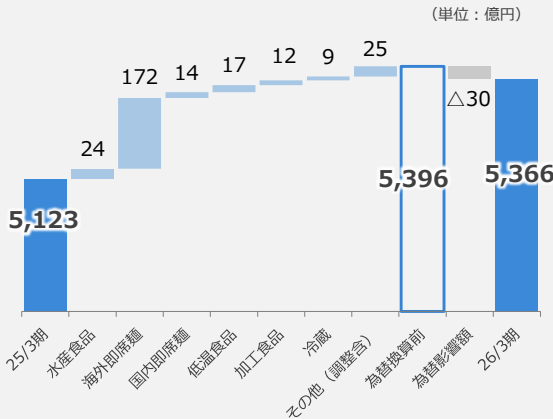


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

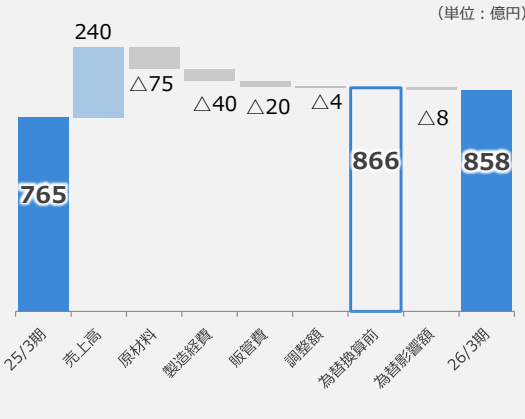
売上高は、前期比104.8% の5,366億円、
 営業利益は、前期比112.1% の858億円、
 経常利益は、前期比110.4% の941億円、
 親会社株主に帰属する当期純利益は、
 前期比109.9% の702億円となりました。

売上高 ▶ 数量増、価格改定効果などで全セグメントで増収、過去最高の売上高達成
営業利益 ▶ 増収効果により、国内外で継続するコストアップを吸収し、過去最高の営業利益を達成

セグメント別 売上高増減



連結 営業利益増減要因



※期中平均為替レート（米ドル/円） 25/3期実績 152.58円、26/3期実績 150.78円（前期比 1.80円の円高）

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

連結業績の概況です。

売上高は、
全セグメントで増収となり、
前期比で243億円の増収となりました。

営業利益は、
増収により、コストアップを吸収し、
前期比で93億円の増益となりました。

為替換算レートは、期中平均で150円78銭で、
前期比1円80銭の円高となりました。

売上高

(単位: 億円)	25/3期	26/3期	前期差
連結売上高	5,123	5,366	+243
■ 水産食品事業	303	327	+24
■ 海外即席麺事業 (百万ドル)	2,340 1,533	2,482 1,646	+142 +113
■ 国内即席麺事業	1,030	1,044	+14
■ 低温食品事業	598	615	+17
■ 加工食品事業	222	234	+12
■ 冷蔵事業	254	263	+9
■ その他事業	376	401	+25
(為替影響額)			(△30)

営業利益

(単位: 億円)	25/3期	26/3期	前期差
連結営業利益	765	858	+93
■ 水産食品事業	9	15	+6
■ 海外即席麺事業 (百万ドル)	555 364	636 422	+81 +58
■ 国内即席麺事業	98	105	+7
■ 低温食品事業	80	81	+1
■ 加工食品事業	0	△4	△4
■ 冷蔵事業	23	28	+5
■ その他事業	8	9	+1
調整額	△8	△12	△4
(為替影響額)			(△8)

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

6

セグメント別実績につきましては、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、ご説明いたします。

・水産事業は、主要取扱魚種の鮭、鱒類、魚卵の売上増加などにより、24億円の増収、6億円の増益となりました。

・加工食品事業は、主力の米飯、フリーズドライスープにおいて主原料となる、「米」、「たまご」の価格高騰の影響を受けております。主力の米飯では、24年11月、25年6月、26年2月に価格改定を実施し、新価格の浸透に努めております。
フリーズドライ新工場立ち上げの費用増もあり、売上高は12億円の増収、営業利益は4億円の減益となりました。

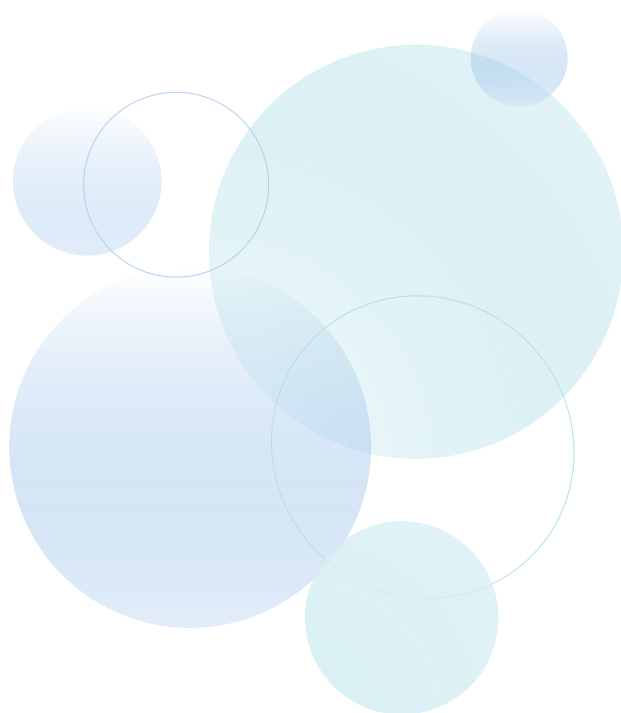
・冷蔵事業は、アイスクリーム等の取り扱いが堅調に推移し、9億円の増収、5億円の増益となりました。

・その他事業は、主にベンダー事業です。
主にコンビニエンスストア向けの販売が前年を上回り、25億円の増収、
営業利益はベンダー事業新工場立ち上げによる費用増もあり、1億円の増益となりました。

02

2027年3月期

通期連結業績予想



2027年3月期 通期連結業績予想

(単位：億円)	26/3期実績	売上高比率	27/3期予想	売上高比率	前期比
売上高	5,366	100.0%	5,600	100.0%	104.4%
営業利益	858	16.0%	820	14.6%	95.6%
営業外損益	83	1.5%	65	1.2%	
経常利益	941	17.5%	885	15.7%	94.1%
特別損益	2	0.0%	0	0.0%	
税金等調整前当期純利益	943	17.6%	885	15.7%	
法人税等	△238	△4.4%	△227	△4.0%	
当期純利益	705	13.1%	658	11.7%	
親会社株主に帰属する当期純利益	702	13.1%	656	11.7%	93.5%
1株当たり配当	220円		220円		
為替レート（米ドル/円）	150.78		150.00		
設備投資額（支払ベース）	463	8.6%	282	5.0%	
減価償却費	183	3.4%	211	3.8%	
FCF（注1）	422		585		
EBITDA（注2）	1,041	19.4%	1,031	18.4%	

(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

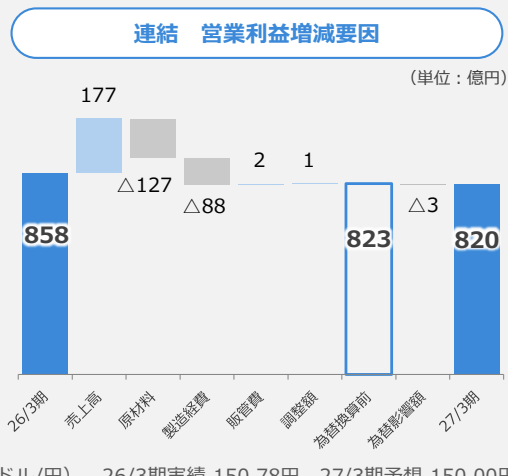
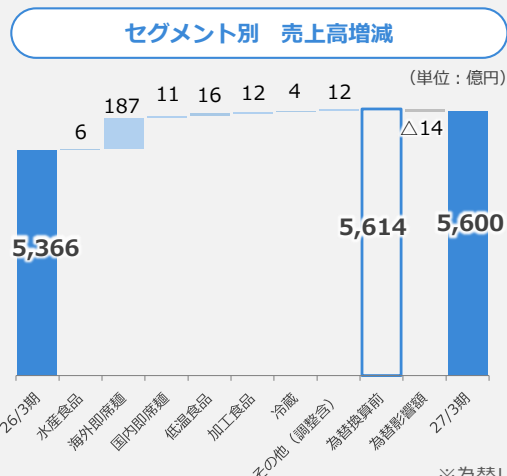
(注2) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

2027年3月期 通期連結業績予想は、

売上高は、前期比104.4%の5,600億円、
営業利益は、前期比95.6%の820億円の予想です。

売上高 ▶ 海外即席麺事業の販売回復と国内外の価格改定効果により、全セグメントで増収を予想

営業利益 ▶ 国内外事業の原材料価格の高騰、新工場稼働にともなう減価償却費増等で減益を予想
2026年2月以降の中東情勢による影響は織り込まず



※為替レート（米ドル/円） 26/3期実績 150.78円、27/3期予想 150.00円

9

通期連結業績予想の概況です。

売上高は、海外即席麺中心に、全セグメントでの増収を目指します。

営業利益の減益要因として、

原材料価格では、

小麦粉やパーム油等の主原料は安定しているものの

国内外での包材や具材中心のコストアップと、

海外即席麺で進めている紙カップ化への切り替え費用を

織り込みました。

製造経費は、人件費、動力費のコストアップに加え、

新工場稼働による減価償却費、約29億円増がございます。

なお、本日発表した2027年3月期予想については、

2026年2月以降の中東情勢による影響は織り込んでおりません。

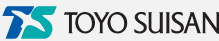
為替前提については、1ドル150円としております。

通期での為替換算の影響額は、

1ドル1円の変動によって、

売上高で約18億円、営業利益で約4億円となります。

2027年3月期通期 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	
	27/3 (予想)	前期差	27/3 (予想)	前期差
合計	5,600	+234	820	△38
■水産食品事業	333	+6	16	+1
■海外即席麺事業	2,655	+173	590	△46
(百万ドル)	1,770	+124	393	△29
■国内即席麺事業	1,055	+11	106	+1
■低温食品事業	631	+16	72	△9
■加工食品事業	246	+12	2	+6
■冷蔵事業	267	+4	30	+2
■その他	413	+12	14	+5
(調整額)	－	－	△10	+2

上期・下期の内訳は参考資料 P.54・55に記載

主力の鮭・魚卵商品の販売をベースに販売体制の強化とNB新商品開発の推進により、増益を予想

カリフォルニア新工場の稼働を活用した主力価格帯商品の販促強化、高価格帯商品である「Yakisoba」「Bowl」等の需要喚起、新規顧客層を意識した商品展開を進め販売数量上乗せを図る。数量回復とメキシコでの価格改定効果もあるが、紙カップ化費用や、新工場稼働による製造経費増もあり、減益

7月から価格改定を実施予定。主力カップ麺の和風麺シリーズや、「マルちゃん焼そば」、袋麺は「マルちゃん正麺」の発売15周年に向けた施策を強化。原材料費高騰等を数量増や価格改定効果でカバーし、増益

主力商品「3食焼そば」を中心に、3温度帯横断の取り組みで「焼そば」カテゴリー全体の数量増を見込む。増収効果も、2025年12月稼働の生麺新工場の減価償却費増により、減益

米飯、フリーズドライスーブを中心に、新商品投入など販促の強化に努めることと、2026年2月実施の米飯の価格改定効果により増収を見込む。原材料費増も、フリーズドライ新工場稼働による減価償却費の一巡もあり、増益

冷凍食品・アイスクリームなどの堅調な需要と営業活動強化により増収。動力費上昇もあるが、適正価格の浸透もあり、増益

セグメント別の売上高、営業利益の予想です。

- 2026年2月以降の中東情勢緊迫化により、「2027年3月期業績予想」に対し、コスト面・調達面で以下の影響が出る可能性。
- 外部環境を注視し、機動的に対応を進めてまいります。

コストへの影響

- 2027年3月期の包材、動力費、物流費等のコストアップ影響額は、80～100億円程度の試算（期初から期末まで継続すると仮定）
- 1Qへの影響は軽微。2Q以降に本格的なコスト上昇が見込まれる
- 生産効率の改善等のコストダウンの対応を進める
吸収しきれないものは価格改定を検討
- 通期業績見込みへは現時点で未反映

原材料調達への影響

- ナフサを原料とした包材類は現時点で稼働に影響はないが、供給ひっ迫による包材調達に制約の可能性
- 仕入先の多様化や工場間での在庫調整など対応中

2026年2月以降の中東情勢への対応については、包材関係を中心に、原材料、物流費、動力費にも影響が及ぶ可能性がある一方、現時点で具体的な影響を合理的に見積もることが困難なため、織り込んでおりません。

外部環境を注視し、機動的に対応を進めてまいります。

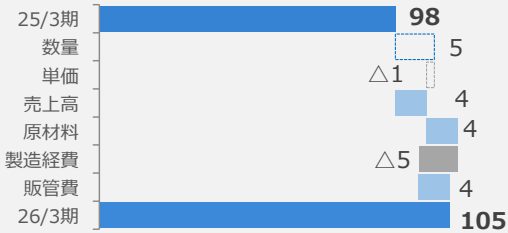
02-1 国内事業（国内即席麺・低温食品）



売上高・営業利益の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	前期差
売上高	237	227	338	242	1,044	+14
前期比	106%	97%	102%	101%	101%	-
前期差	+14	△7	+6	+1	+14	-
営業利益	21	15	50	19	105	+7
前期差	0	△3	+4	+6	+7	-
営業利益率	9.0%	6.8%	14.8%	7.4%	10.0%	+0.5%

営業利益増減要因 (単位: 億円)



(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)

	上期	3Q	4Q	通期	10月31日 計画差
売上高	+1	+2	+1	+4	△6
原材料	+1	+1	+2	+4	+3
製造経費	△4	0	△1	△5	+1
販管費	△1	+1	+4	+4	+7
合計	△3	+4	+6	+7	+5

(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)

国内即席麺事業の前期概況です。

売上高は、前期比14億円増収の1,044億円
営業利益は、前期比で7億円増益の105億円となりました。

売上高については、
袋麺、カップ麺ともに増収、数量は約1%増となりました。

コスト面では、右下表でお示しのとおり、
製造経費の上昇はありましたが、
売上高は、主力品の数量増に加え、
25年10月に実施したごつ盛り焼そば2品の価格改定、
原材料は、小麦粉価格の下落に加え、
主力品回復による平均単価上昇が進んだこと、
販管費については、TVCMなどの広告宣伝費と
店頭での販売促進を組み合わせ
効果的なプロモーションを実施したことで、
計画を上回る増益となりました。

主カブランド商品の販売数量拡大による売上・利益の確保

既存基幹商品の販売拡大へ向け各種施策を投入

販売数量の回復・拡大に向けて、第一に既存商品の拡売に注力。
「赤いきつね」「緑のたぬき」「麺づくり」「マルちゃん正麺（袋麺）」を中心とした定番商品の販促確保とともに、新規定番商品のカップ麺「マルちゃん焼そば」と既存カップ麺との組み合わせ販促の提案を強化。

「赤いきつね」全国味くらべ



「緑のたぬき」発売45周年



人気アニメとのコラボ企画
(赤いきつね・緑のたぬき)



「麺づくり」麺増量企画



「マルちゃん正麺」商品訴求企画



カップ麺「マルちゃん焼そば」発売



2025年度 即席麺市場（4月～3月）

■ 当社販売食数【前期比・構成比】

	前期比		構成比（シェア）	
	東洋水産	市場	25年度	前期差
即席麺合計	101.4%	100.8%	20.5%	+0.1%
カップ麺	101.0%	101.0%	23.3%	+0.0%
袋麺	102.6%	100.4%	14.8%	+0.3%

■ ブランド別販売食数【前期比】

前期比	 103.4%	 107.2%
前期比	 101.0%	 105.4%

インデジスSR+ 即席麺市場 全国 2025年4月～2026年3月 推計販売規模（容量・前年比・構成比）

主力商品の販売強化と合わせて新商品による売上で上乗せ

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

14

国内即席麺の前期振り返りです。

主カブランドの販売数量拡大を最優先に取り組みました。

カップ麺では
「赤いきつねうどん」「緑のたぬき天そば」や「麺づくり」、
袋麺では「マルちゃん正麺」を中心に、施策を展開しました。

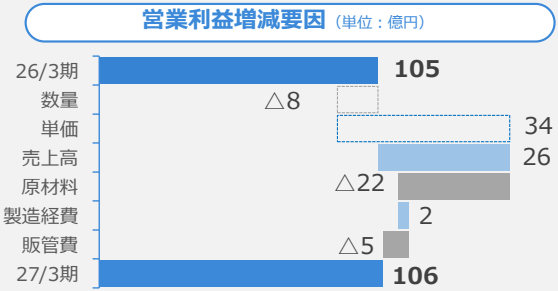
さらに、昨年3月に発売したカップ麺「マルちゃん焼そば」が
上乗せとなりました。

14

国内即席麺事業 2027年3月期 通期業績予想



(単位：億円)	26/3期	27/3期	前期差
売上高	1,044	1,055	+11
袋麺	170	175	+5
カップ麺	874	880	+6
営業利益	105	106	+1
営業利益率	10.0%	10.0%	0%



(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

- 7月納品分から価格改定を実施。新価格の浸透を図り、ブランドごとの施策を強化
- カップ麺は、主力NB商品の販売促進に努めるとともに、「マルちゃん焼そば」の拡売に向けた企画を強化
- 袋麺は、主力の「マルちゃん正麺」発売15周年に向けた施策を強化。袋麺全体の販売数量拡大を図る

営業利益

- 原材料は、輸入小麦粉価格改定の影響は軽微も、パーム油、包材等は高騰の見込み
- 製造経費は、2016年に稼働を開始した関西工場の減価償却費一巡もあり、コスト減少となる見込み
- 販管費は、効率的なプロモーションの投入も、物流費の高騰によりコスト増となる見込み

国内即席麺事業の今期予想です。

売上高は、
前期比11億円増収の1,055億円、
営業利益は、
前期比1億円増益の106億円としました。

すでに
7月からカップ麺一部商品の価格改定も発表済みですが、
前期同様に、
単価を維持しながら、主力商品中心に拡売策を実施し、
年間での増収、増益を目指します。

価格改定後の販売数量拡大に向けた取り組みを強化

2026年7月 国内即席麺 価格改定実施予定

実施日 : 2026年7月1日納品分より

対象商品 : 即席カップ麺・即席ワンタン

※即席袋麺および一部の即席カップ麺については価格改定は実施いたしません。

価格改定率 : 希望小売価格の4%~11%アップ

※一部のオープン価格商品は出荷価格の10%アップ

商品のフルラインナップ展開での販売促進

- 消費者動向の変化に応じて多様なニーズに対応できるフルラインナップ展開を強化。
- 価格帯では幅広い層に受け入れられる中間価格帯商品を中心に高価格帯・低価格帯の商品展開を拡充します。

高価格帯商品

価格に見合う価値を感じる商品



中間価格帯商品

幅広い層に受け入れられる商品



低価格帯商品

割安感・お得感のある商品



主力ブランドの販売を軸に、様々な商品展開で販売数量を拡大します

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

16

国内即席麺の今期取り組みです。

当社はこれまでも、容器、形態や価格帯の異なる幅広い商品ラインナップを展開してまいりました。

7月からの価格改定後についても、主力ブランドの強化と、消費者動向の変化に合わせたフルラインナップ戦略を強化し、価格改定による数量影響を最小限にとどめ、年間での増収、増益を目指します。

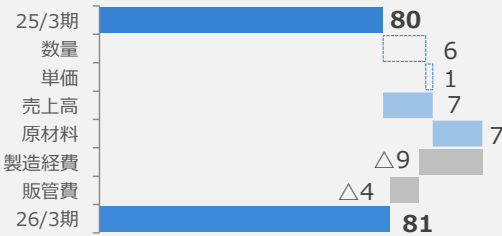
低温食品事業 2026年3月期 実績の概況



売上高・営業利益の推移 (単位：億円)

(単位：億円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	前期差
売上高	161	164	147	143	615	+17
前期比	105%	103%	102%	101%	103%	-
前期差	+8	+5	+3	+1	+17	-
営業利益	23	24	19	15	81	+1
前期差	+2	+3	△1	△3	+1	-
営業利益率	14.4%	14.9%	12.7%	10.3%	13.2%	+0.3%

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)

	上期	3Q	4Q	通期	10月31日 計画差
売上高	+5	+1	+1	+7	0
原材料	+4	+1	+2	+7	+1
製造経費	△2	△2	△5	△9	0
販管費	△2	△1	△1	△4	△1
合計	+5	△1	△3	+1	0

(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)

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

低温食品事業の前期概況です。

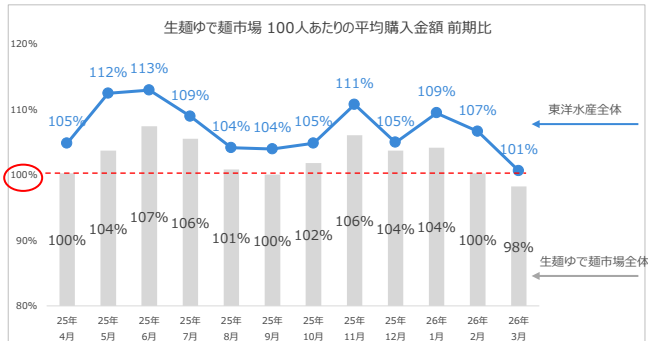
売上高は
前期比17億円増収の615億円
営業利益は、
前期比1億円増益の81億円となりました。

売上高については、
生麺主力商品の「マルちゃん焼そば」の好調が持続しており、
全体を牽引しました。

コスト面では、右下表でお示しのとおり、
下期に稼働を開始した新工場の減価償却費、
物流費の増加はありましたが、
小麦粉価格の下落に加え、
主力商品を中心にした数量増により、計画どおりの増益となりました。

主力商品の焼そばを軸にした企画強化により売上・利益を確保

おかげさまで 発売50周年を機にした企画展開の強化

50th
ANNIVERSARYマルちゃん
焼そば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」さん様々な施策の展開により、消費者と
商品との接点をつくり、購入意向を高
めることを継続。2025年度 生麺市場 購入金額推移 (4月~3月)
[東洋水産全体・生麺ゆで麺市場全体]インテージSCC 生麺ゆで麺市場
全国 2025年4月~2026年3月
平均購入規模 (金額・前年比)

市場において、年間通じて当社生麺の販売は好調に推移 (金額ベース)

焼そば以外にも、うどん・ラーメン類等の販売により売上を底上げ

生麺の前期振り返りです。

主力の焼そばは、

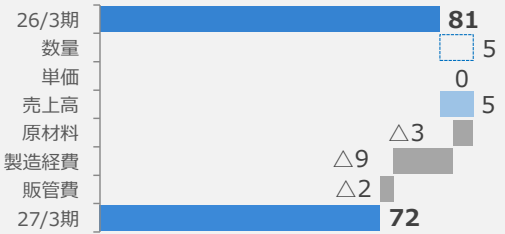
「マルちゃん焼そば3人前」発売50周年企画を軸に
各種キャンペーンを強化したことで、
年間を通じて販売数量は好調に推移しました。

また、焼そば以外のうどんやラーメンの販売拡大が進み、
事業全体の売上増に寄与しました。

低温食品事業 2027年3月期 通期業績予想

(単位：億円)	26/3期	27/3期	前期差
売上高	615	631	+16
営業利益	81	72	△9
営業利益率	13.2%	11.4%	△1.8%

営業利益増減要因 (単位：億円)



(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

- 主力の「マルちゃん焼そば3人前」中心に、より効果的な販売につながる商品展開を進める
- 新工場稼働による供給能力向上を活かし、酷暑需要や時短需要に対応した展開を強化
- 価格改定を実施した冷凍食品事業の新価格の浸透や、冷凍麺のラインナップ拡充による販売増を見込む

営業利益

- 原材料は、包材、調味料等の高騰も、輸入小麦粉価格改定の影響は軽微
- 製造経費は、2025年12月の新工場稼働に伴う減価償却費増を織り込む
- 販管費は、物流費コスト上昇は継続。宣伝費はほぼ前年並みを見込む

低温食品事業の今期予想です。

売上高は、
前期比16億円増収の631億円、
営業利益は、
前期比9億円減益の72億円の予想としました。

今期も、主力の生麺での提案強化を中心に、
需要喚起を進め、増収を目指します。

営業利益については、
新工場の減価償却費の増加分が上期中心に
約11億円ありますが、
販売数量増とともに、
新工場での効率化や物流改善に取り組み、
償却費負担一巡後は増益を見込みます。

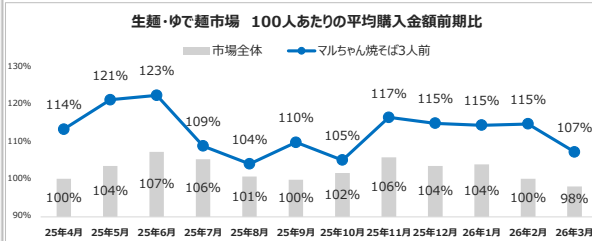
『マルちゃん焼そば』を中心に涼味麺の販売強化

購入が伸長する「マルちゃん焼そば」を継続拡売



マルちゃん 焼そば

節約志向の高まり、米の代替需要の増加などにより、「焼そば」の購入機会が拡大。引き続き、販売に注力します。



インテージSC1 生麺・ゆで麺市場 全国 2025年4月～2026年3月 平均購入規模（金額）前期比

厳しさが増す「酷暑」への対応商品の販売強化



チルド麺新工場にて生ラーメン製造ラインを増設。需要の増加に対して供給体制の強化を進めています。



厳しい酷暑と調理の時短簡便を兼ね備えた“水でほぐすだけ”の麺の購入が高まっています。



「つるやか」ブランド100人あたりの平均購入金額 前期比
 <2025年3月～2025年8月>
108%

<2026年 新商品>

インテージSC1 生麺・ゆで麺市場 全国 2024年3月～2024年8月・2025年3月～2025年8月
 つるやかブランド 平均購入規模（金額）前期比

「節約志向」「酷暑」「時短簡便」の需要に応え、購入頻度を高めます

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

20

生麺の今期取り組みです。

引き続き「マルちゃん焼そば」の拡売を進めてまいります。

新工場稼働による供給能力向上を活かし、
 年々高まっている酷暑需要や、時短需要に対応した
 展開を強化してまいります。

カテゴリー横断型プロモーションの強化

「即席麺・米飯・フリーズドライスープ・チルド麺」
カテゴリーを横断した消費者キャンペーンを実施

<応募期間：2026年4月1日～2026年6月30日>

お子様から大人まで幅広い世代に支持される作品とのコラボレーション企画により、購入機会を創出し、既存ユーザーに加えて新規ユーザーの獲得を目指します。

「即席麺・チルド麺・冷凍麺」の横断型で
『焼そば』カテゴリーの販売を強化

お客様から「焼そばはマルちゃん」と思っていただけの販売を展開。



2026年度も「焼そば」を通じて様々なコミュニケーションを実施します。

8月8日はマルちゃん焼そばの日『焼そばはマルちゃん』2025
<2025年8月7日（木）・8日（金）東京会場>

消費者と商品の接点を増やし、購入につながる機会を生み出します

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

21

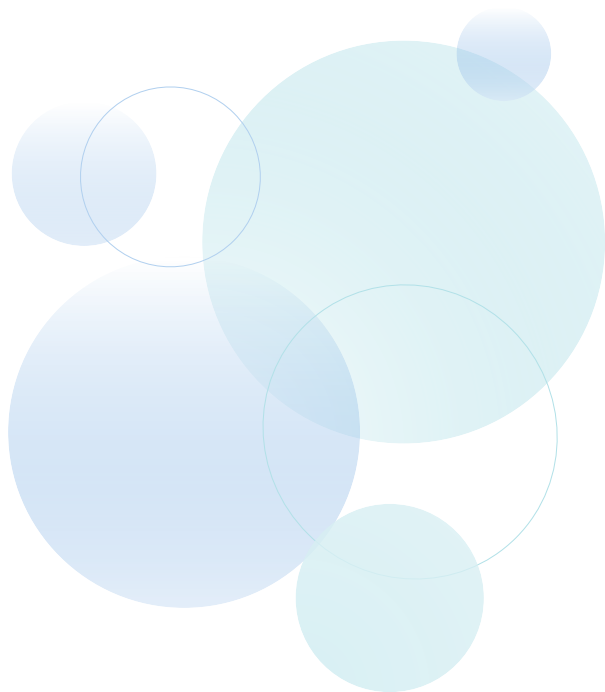
加工食品も含めた、カテゴリー横断型取り組みです。

前期から、
「焼そばはマルちゃん」で3温度帯をまたぐ企画を進め、
店頭での展開や、ブランド強化に成果が出ました。

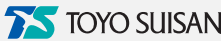
今期も、
現在展開している消費者キャンペーンをはじめ、
温度帯や商品カテゴリーをまたぐ企画の展開を拡充し、
消費者と商品の接点を増やすことで、
購入につながる機会の創出を図ってまいります。

外部環境変化によって、
期中でのコストに影響が出る可能性がありますので、
情報を注視し、対応について検討を進めてまいります。

02-2 海外即席麵事業



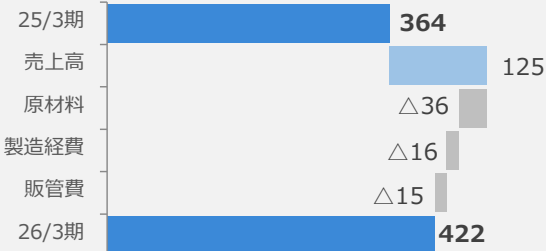
海外即席麺事業 2026年3月期 実績の概況



売上高・営業利益の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	前期差
売上高	557	601	653	671	2,482	+142
(百万ドル)	385	408	425	428	1,646	+113
前期比	103%	102%	112%	113%	107%	-
前期差	+10	+9	+46	+48	+113	-
営業利益	127	162	168	179	636	+81
(百万ドル)	88	110	109	115	422	+58
前期差	△4	+10	+20	+32	+58	
営業利益率	22.9%	26.9%	25.8%	26.7%	25.6%	+1.9%

営業利益増減要因 (単位: 百万ドル)



	上期	3Q	4Q	通期	10月31日 計画差
売上高	+34	+45	+46	+125	+3
原材料	△14	△16	△6	△36	+19
製造経費	△10	△3	△3	△16	+11
販管費	△4	△6	△5	△15	△1
合計	+6	+20	+32	+58	+32

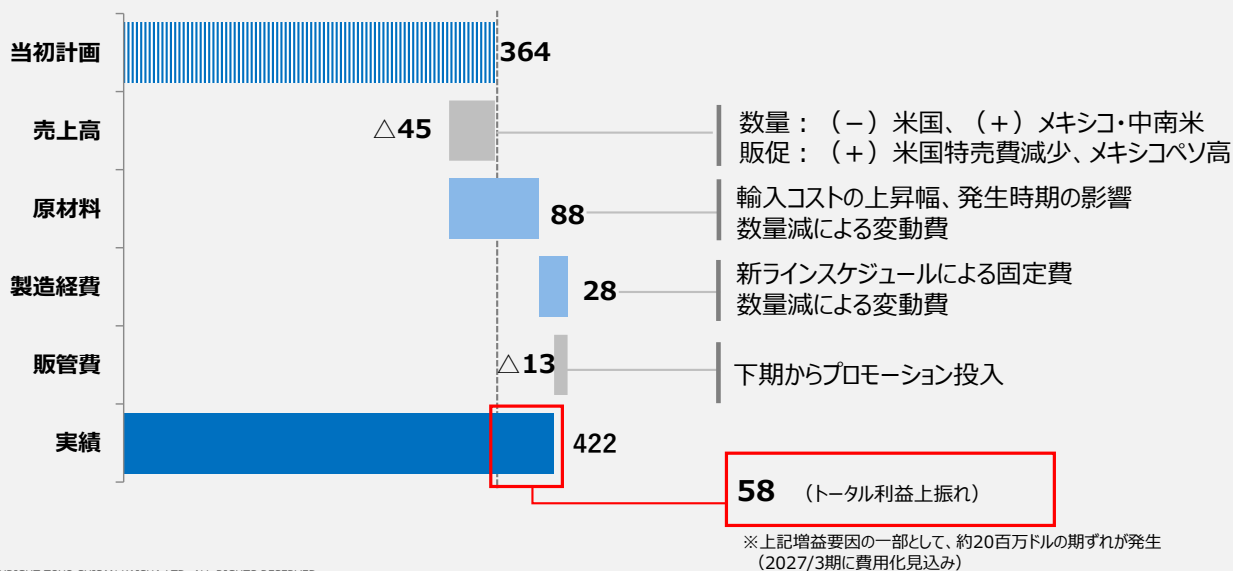
(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します。)

海外即席麺事業の前期概況です。

売上高は、
現地通貨ベースで
前期比1億1,300万ドル増収の16億4,600万ドル、
営業利益は、
前期比5,800万ドル増益の4億2,200万ドルとなりました。

売上面では、
米国、メキシコ、中南米での価格改定により、
単価上昇が寄与しております。
コスト面では、
原材料費、製造経費、販管費ともに増加は継続しておりますが、
増収効果により吸収し、増益となりました

当初計画営業利益増減要因 (単位: 百万ドル)



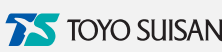
当初計画との差異についてです。
当初計画比で約5,800万ドル上振れました。

売上トータルでは下振れ要因ではありますが、
米国での特売費の減少、ペソ高などで販促費は減少しました。

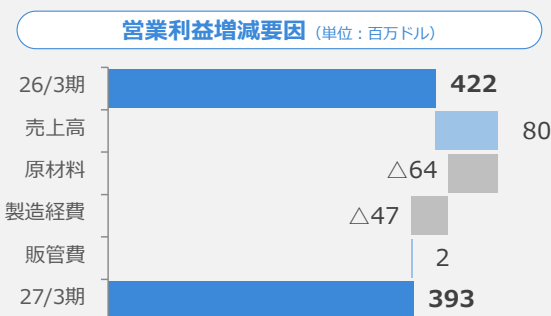
原材料は、
輸入コストの上昇について、25年4月時点の想定よりも
上昇幅や、時期が変更となったことでコスト負担が軽減しました。
製造経費は、
工場稼働スケジュールの変更により
減価償却費と固定費が後ろ倒しとなったこと、
数量減による稼働時間減少も影響しました。
販管費は、
下期よりブランド強化、
プロモーション費用を投入しています。

これらの費用のうち、
輸入コストの発生時期の遅れ、減価償却費など固定費で、
約2,000万ドルの期ずれが発生しており、
27年3月期に費用化する見込みです。

海外即席麺事業 2027年3月期 通期業績予想



(単位：億円)	26/3期	27/3期	前期差
売上高	2,482	2,655	+173
(百万ドル)	1,646	1,770	+124
営業利益	636	590	△46
(百万ドル)	422	393	△29
営業利益率	25.6%	22.2%	△3.6%



売上高

- 米国では、消費者・量販店向けの販促・マーケティング強化により、数量回復
- メキシコでは、1Q実施の価格改定後も、袋麺の更なる強化を中心に販売増
- カリフォルニア新工場稼働後の製造能力増を活かした、米国・メキシコにおける需要の底上げ

営業利益

- 原材料は、米国、メキシコの紙カップ化、カートン、包材強化等の対応を織り込む
- 製造経費は、カリフォルニア新工場稼働に伴う減価償却費、販売増による人件費の増加
- 販管費は、販売増に伴う物流費の増加、下期のマーケティング費用は一巡し増益要因

前期比で、今期予想をご説明します。
売上高は、
前期比1億2,400万ドル増の17億7,000万ドル
営業利益は、
前期比2,900万ドル減の3億9,300万ドルの予想としました。

売上高は、
米国での数量回復、価格改定による単価アップにより増収を見込みます。
営業利益は、
前期に未発生であったコストの発生に加え、
米国も含めた紙カップ化による原材料費増、
製造経費は、
約1,400万ドルの減価償却費、人件費増を織り込みました。

海外即席麺事業についても、外部環境の変化により期中で
コストに影響が生じる可能性があるため、
状況を注視し、機動的に対応してまいります。



米国での市場環境変化への対応

消費者・流通・競合対策
商品開発強化による需要創出



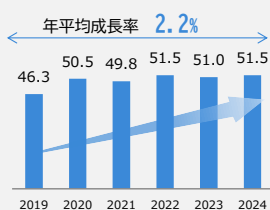
メキシコでの袋麺強化

2030年度までに袋麺構成比20%へ

米国

市場の推移

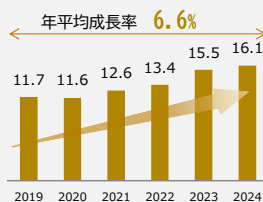
- 人口3.5億人
- 米国市場総需要 **51.5億食**
- 1人当たり喫食数 **15食/年**



メキシコ

市場の推移

- 人口1.3億人
- メキシコ市場総需要 **16.1億食**
- 1人当たり喫食数 **12食/年**

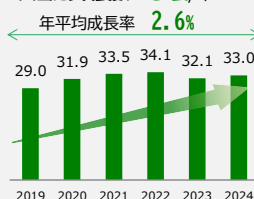


中南米

市場の推移

（ブラジル、グアテマラ、ペルー、チリ、コスタリカ、コロンビア、アルゼンチン合算）

- 人口合計 3.9億人
- 中南米市場総需要合計 **33億食**
- 1人当たり喫食数 **8食/年**



注：市場規模は世界ラーメン協会データより
：人口は2024年国連統計

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

前回10月にお示した海外即席麺市場の考え方です。
人口増を背景に、成長トレンドが継続する。
その前提に変更はありません。

2027年3月期 通期販売数量予想の考え方

積極的な拡売策を進めることで安定的な数量成長の軌道に乗せる

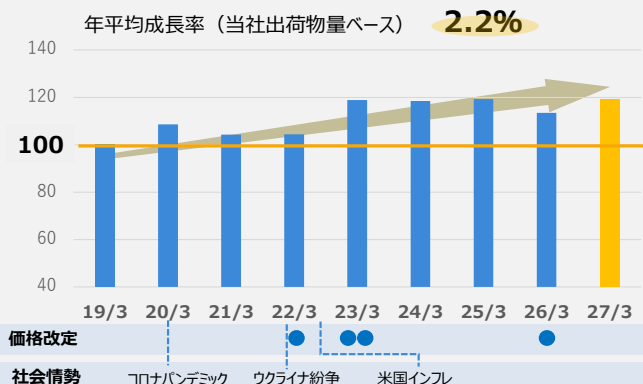
- 米国では、価格改定後の販促機会や新商品等のマーケティング強化により数量回復を図る
- メキシコ・中南米では、メキシコ袋麺強化や国別の施策により 更なる成長を目指す



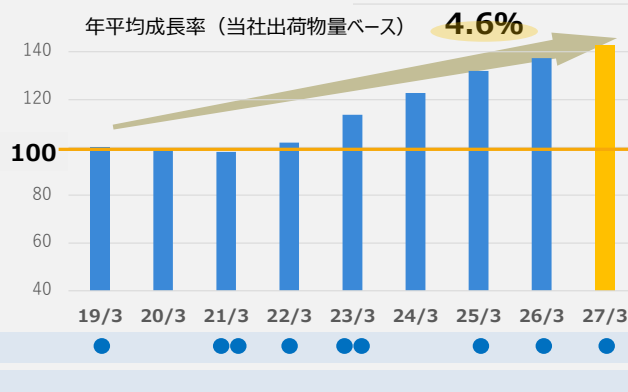
2026年度稼働予定のラグナ新工場

当社出荷物量の推移 2019年3月期を100とした場合

■米 国



■メキシコ・中南米 合算



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

27

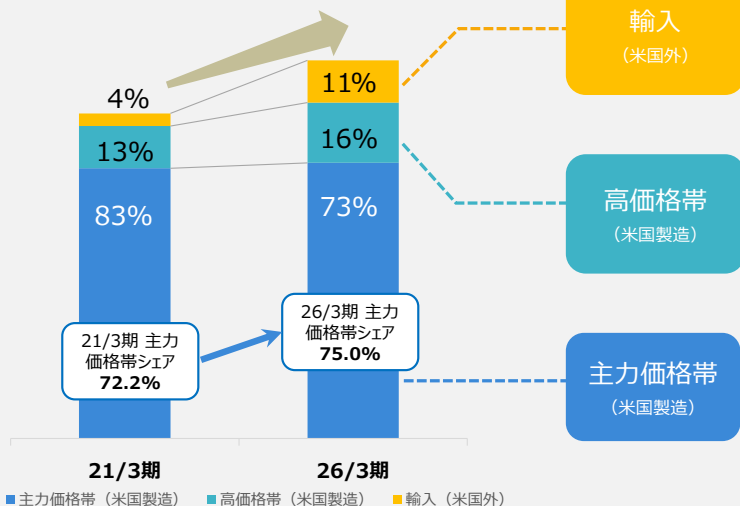
前提を踏まえ、
米国は前期の数量減から上期より回復、
メキシコは成長持続を計画しています。

この販売数量予想は、
米国では、
昨年7月に実施した価格改定からの販促機会の正常化や
新商品投入等、マーケティング強化により数量回復を図り、
メキシコ、中南米では、
商品提案の強化、価格改定により更なる成長を見込んでいます。

米国即席麺 市場環境変化の認識

安定した数量成長に対し、価格帯別・カテゴリー別の商品展開を進め市場の変化にも対応

米国即席麺
数量市場規模とカテゴリー比率の変化



- 米国向けの「マルちゃん正麺」



- 1回の食事として満足度の高いヤキソバ、ボウルシリーズ



- 手の届きやすい価格帯と豊富なフレーバー展開を特徴とする袋麺、カップ麺



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

※当社調べ

米国市場の認識とそれに対する取り組みをまとめております。

即席麺市場の安定成長の基盤を占める、
主力価格帯の強化、ブランド育成を引き続き進めることと、

高価格帯商品、
また、米国外から輸入される、トレンドや世代を意識した展開も、
確実に進めてまいります。

米国市場で取り組む課題

●若い世代の取り込み



イベントでの新商品アピール



インフルエンサーの活用

●新製品の投入



●コラボレーション企画



トレンド

マーケティング

環境

健康・肥満

人種・世代

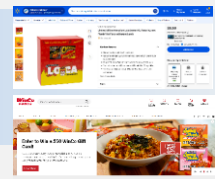
景気

●レシピ提案

●減塩商品

●流通との取り組み

E C 間口拡大の取り組み



●紙カップ化

●流通課題への対応

●サンプリング活動



サッカースタジアムでの試食活動



大学でのサンプリング

●手の届きやすい価格帯での商品展開



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

29

米国即席麺市場における様々な課題に対し、積極的に対応を進めることで、需要の回復、拡大に向けて、先を見据えたマーケティング活動を実施いたします。

具体的には、トレンドや世代を意識した消費者へのアプローチ、流通との取り組みによる需要喚起、話題性があり、手の届きやすい価格帯での新商品展開を、今後も継続してまいります。

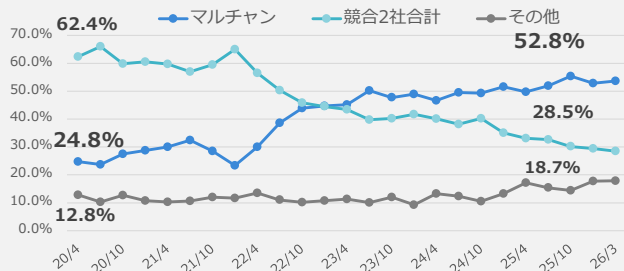
メキシコでの袋麺強化



継続する需要への対応

- 袋麺の育成により、数量成長の更なる上乗せを図る

袋麺市場におけるシェア推移比較（数量）

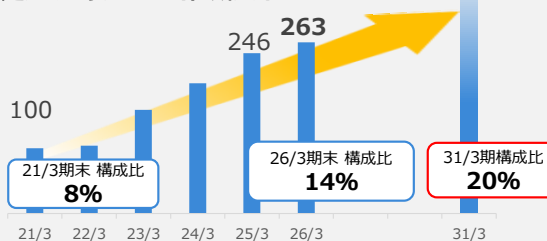


外部環境への対応

- 2026年4月に3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への対応
- 安定した為替（1ドル17ペソから20ペソ）と堅調な需要を背景に
販売数量は前期比プラスを維持



<袋麺> メキシコ 当社成長率



メキシコでの袋麺の取り組みです。

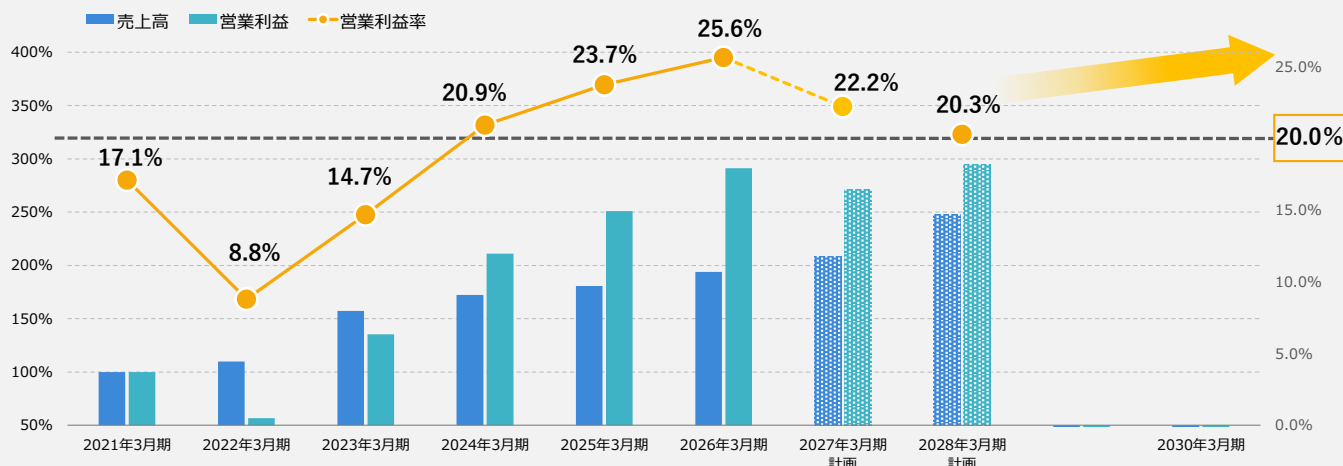
2031年3月期までに販売構成比20%に
高める目標に向け取り組んでおり、
前期は、一桁後半の数量増、
構成比は約14%となりました。

メキシコでは26年4月に3年連続となる価格改定を実施しました。

直近の為替推移も当社にとっては追い風で、
主力カップ麺も好調な推移となっており、
袋麺、カップ麺両輪で
販売拡大、ブランド育成を進めてまいります。

海外即席麺事業の持続的な成長に向けて

- 不確実な環境下においても主力価格帯での強みを発揮し、競争優位を維持
- マーケティング強化と新商品投入を通じて、価格改定後の需要を確実に取り込む
- メキシコは成長を持続し、米国は数量回復に向けた取り組みを着実に進展
- 営業利益率20%を軸に持続的な市場拡大と収益成長の両立を中長期で実現



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

※ 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）

昨年5月にお示した持続的な成長の考え方について、前期および今期の状況を踏まえて整理しております。

足元の外部環境は不確実な状況が続いておりますが、主力価格帯での強みを発揮しながら、マーケティング強化と新商品投入により需要喚起を進め、営業利益率20%を軸とした持続的な市場拡大を目指してまいります。

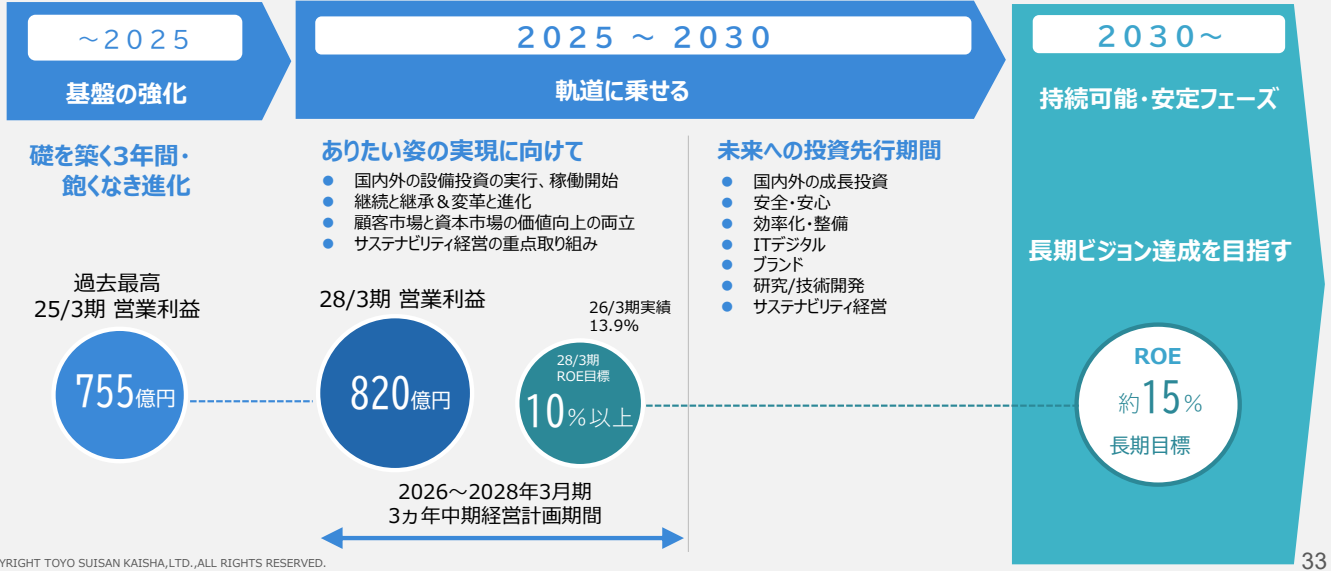
03

2026年～2028年3月期 3カ年中期経営計画の進捗



現中期経営計画の位置づけとROE15%への道筋

中期経営計画の目標達成を目指すとともに、海外即席麺事業等への成長投資に加え、経営基盤強化に向けた投資も着実に実行。各投資の稼働開始に伴い、償却負担が短期的には増加し、収益に一定の影響が生じる可能性があるが、投資回収の進展により、中長期の収益力強化、ROE15%での持続的な成長を進める。



現中期経営計画の位置づけを整理しました。

この中計期間は前中計までに進めてきた投資を活かし、利益成長を達成させることと、将来のありたい姿に向けて、海外即席麺事業等への成長投資に加え、経営基盤強化の投資を着実に実行していきます。

各投資の稼働開始により、短期的には費用が先行しますが、当社の掲げるROE15%は、投資の回収が進む2030年以降を見据えており、持続的な事業成長の結果として実現を目指します。

現中期経営計画の連結業績進捗

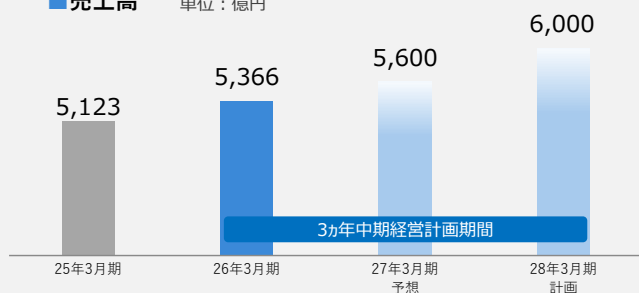
	2025年3月期	2026年3月期実績	2027年3月期予想	2028年3月期計画
売上高	5,123億円	5,366億円	5,600億円	6,000億円
営業利益	765億円	858億円	820億円	820億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	638億円	702億円	656億円	675億円
EBITDA*	932億円	1,041億円	1,031億円	1,050億円

EBITDAは営業利益と減価償却費の合算

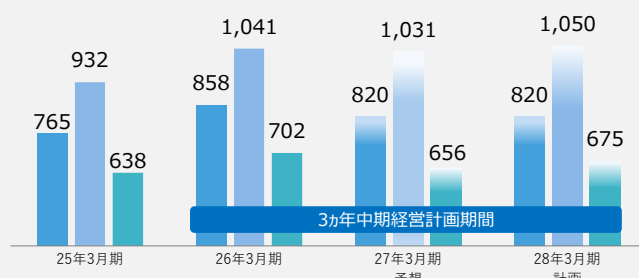
25/3期の実績は、期中平均レートによる円換算に遡及適用後の数値です

■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



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

©TOYO SUISAN KAISHA, LTD. 34

中計3年間の連結業績目標です。
最終年度である、28年3月期は、
売上高6,000億円、営業利益820億円を計画しています。

海外即席麺の数量成長と、国内外での効率化、
適切な価格戦略などにより、費用増を吸収し、
計画達成を目指してまいります。

現中期経営計画のキャピタルアロケーションについて

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%を目標

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）
- フリーズドライ工場拡張（第二期）
- メキシコ工場新設

加工食品

海外即席麺

効率化投資

低温食品

国内即席麺

国内即席麺

低温食品

- 冷凍食品の強化
- 具材設備の整備
- 即席麺・生麺工場の再編

その他

冷蔵

全社

全社

- 自然冷媒切替
- 基幹システム更新
- 更新投資 約300億円（每期約100億円）

株主還元

- 総還元性向70%を目標
- 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

期初にお示ししております、
3年間のキャピタルアロケーションです。
現時点で変更はありません。

成長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ています。

- 国内即席麺：築年数や、立地に応じた事業継続、生産効率向上を目的とした投資を中心に行う。「物流効率化法」への対応したサプライチェーン改善を進める。
- 低温食品：生麺・冷凍麺工場の築年数や立地等に応じ、安定供給確保・生産効率向上の投資を実施。需要の取り込みによる数量拡大と収益性の改善を図る。
- 加工食品：フリーズドライの需要拡大対応に加え、効率化・生産性向上を図る。米飯・フリーズドライを中心に、売上・利益両面での成長を目指す。
- 冷蔵：環境に配慮した自然冷媒切り替え、庫内オペレーションの効率化を進める。冷蔵物流需要の取り込みと適正な価格設定により、収益性の向上を図る。
- 水産食品：更新投資を通じた生産性向上・効率化を進める。得意魚種を中心にした売上拡大と、在庫圧縮を進めることにより、資本の効率化を図る。
- 海外即席麺：需要拡大・地政学リスクを踏まえた最適生産体制構築により、更なる収益基盤強化を図る。顧客と連携したサプライチェーン効率化も進める。

	2026/3期 463億円 ※投資活動によるキャッシュフロー（有形＋無形固定資産の合計）	2027/3期 ～
■国内即席麺		具材工場リニューアル（効率化＋BCP） 西日本工場リニューアル（効率化＋BCP）
■低温食品	生麺新工場リニューアル（効率化＋BCP）：約84億円	冷凍食品工場リニューアル（成長＋BCP） 西日本工場リニューアル（効率化＋BCP）
■加工食品	フリーズドライ新工場増設（成長）：約26億円	フリーズドライ設備（第二期）増設（成長）
■冷蔵	自然冷媒切替（効率化＋環境）：約12億円	自然冷媒切替（効率化＋環境）
■水産食品		
■海外即席麺	カリフォルニア工場増設工事：約184億円	カリフォルニア工場増設（成長） メキシコ工場（成長＋リスク軽減） カートン仕様変更（物流/SCM）
■全社・その他	バンダー工場リニューアル（効率化＋BCP）：約18億円 基幹システム更新PJ（業務改善）：約37億円	パレットサイズ変更（物流/SCM） 基幹システム更新PJ（業務改善）

※投資案件に記載した金額は、26/3期半年度の支払いベース実績で、投資案件の総額ではありません。

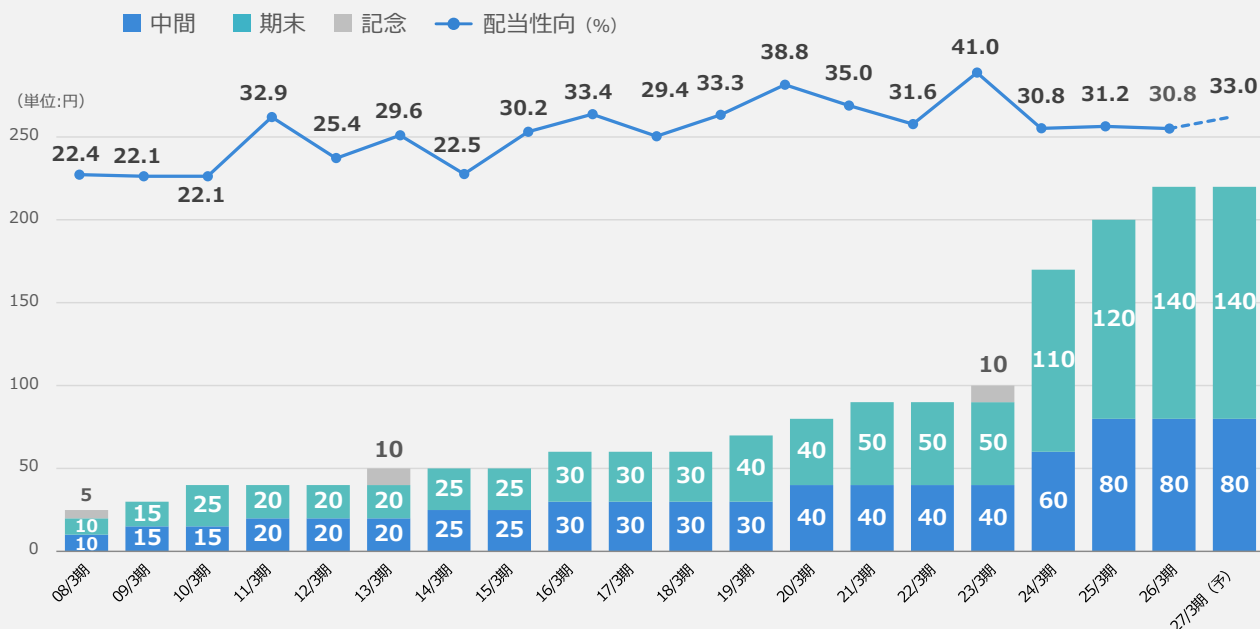
COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

中計で設定した投資の内容を、
現時点の事業別の取り組みとして整理しました。

各投資は、
需要拡大への対応、
生産性向上(効率化)、
安心安全な商品の提供を通じて、
中長期の収益力強化と資本効率(ROE)の改善に
つなげることを前提に実行に移していきます。

投資の進捗は、事業環境の変化も踏まえつつ、
適宜見直ししながら進めます。

年度ごとの配当金と配当性向推移



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

前期26年3月期の期末配当を120円から140円とし、
年間で220円と、期初予想から20円増配を決定いたしました。
その結果、26年3月期の配当性向は30.8%となります。

今期27年3月期の予想については、前期と同様220円としました。

昨年以上に、地政学的リスクが高く、
原材料、為替の状況等不透明な環境ではありますが、
国内外の各事業での対応策を遅れずに実行し、
今期の業績予想を達成させること、
中長期での持続的成長により、
上乘せが出来るよう、進めてまいります。

株主還元について 自己株式取得と総還元性向

- 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
- 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

2026年3月期 ・当期純利益 702億円
・還元総額 490億円

自己株式取得（機動的に実施）

自己株式取得

275億円（上限）

※2026年5月取締役会決議

- 300万株（上限）
- 2026年5月18日～
12月30日

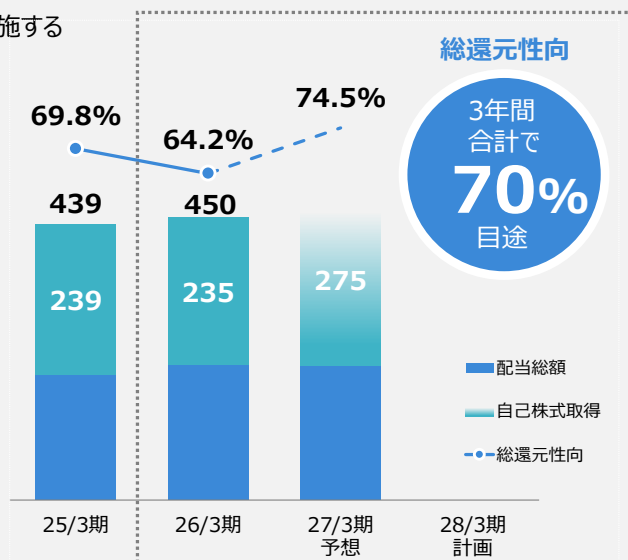
配当（配当性向30%以上）

配当金総額

215億円

※期末配当の増配案を株主総会に付議予定

- 中間配当 80円
- 期末配当 ※140円
- 通期 220円



※単年度の総還元性向は、利益水準や自己株式取得の実施時期により変動

本中計期間は総還元性向70%を目途にしております。

自己株式の買付けについては、
本日発表のとおり、上限275億円、300万株の枠を設定しました。
前期実績の純利益702億円に対する
総還元性向70%を踏まえ、決定いたしました。

マテリアリティ（重要課題）の再整理

統合報告書を発行し、7つのマテリアリティを開示

5つの笑顔		マテリアリティ	
事業	お客様に笑顔		健康で豊かな食生活への貢献
	社員に笑顔		多様な人材の活躍と育成
社会	次世代に笑顔		次世代の育成と支援
	社会に笑顔		持続可能な調達
環境	地球に笑顔		気候変動への対応
			生物多様性の保全
			資源循環の推進

マテリアリティの見直しを踏まえ、
資源循環・サプライチェーン・気候変動・人的資本
の4領域を重点テーマとして、具体施策の実行

海外即席麺における紙カップ化

国内外での物流・サプライチェーン

温室効果ガス（GHG）

人的資本



東洋水産グループ
統合報告書 2025

2026年3月25日
に初回発行

財務・非財務情報の詳細につきましては
統合報告書もご参照ください。

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

非財務情報の開示についてです。

4テーマに絞り、まとめております。

事業の持続的成長に直結する主な取り組み

1. 海外即席麺における紙カップ化



- メキシコ製品で紙カップ化を完了
- 米国でも今期後半から紙カップを投入



27年内の紙カップ化を検討

⇒環境規制への対応とブランド力強化

2. 国内外での物流・サプライチェーン



- 国内：物流効率化法に対応し、改善を継続
パレット仕様の見直しに向け、実施計画を整理中
- 海外：カートン強度の向上、印字仕様を変更

⇒流通と連携したサプライチェーンの全体最適・効率化

3. 温室効果ガス（GHG）



- 2018年度比22%削減（2030年目標前倒し達成）
- グループ全体のScope3 を開示（2024年度分～）
- 第三者保証の取得準備（SSBJ対応）
- 新たな環境目標（削減目標）の設定を検討中

⇒ネットゼロ社会への移行を見据えた中長期の事業リスク管理

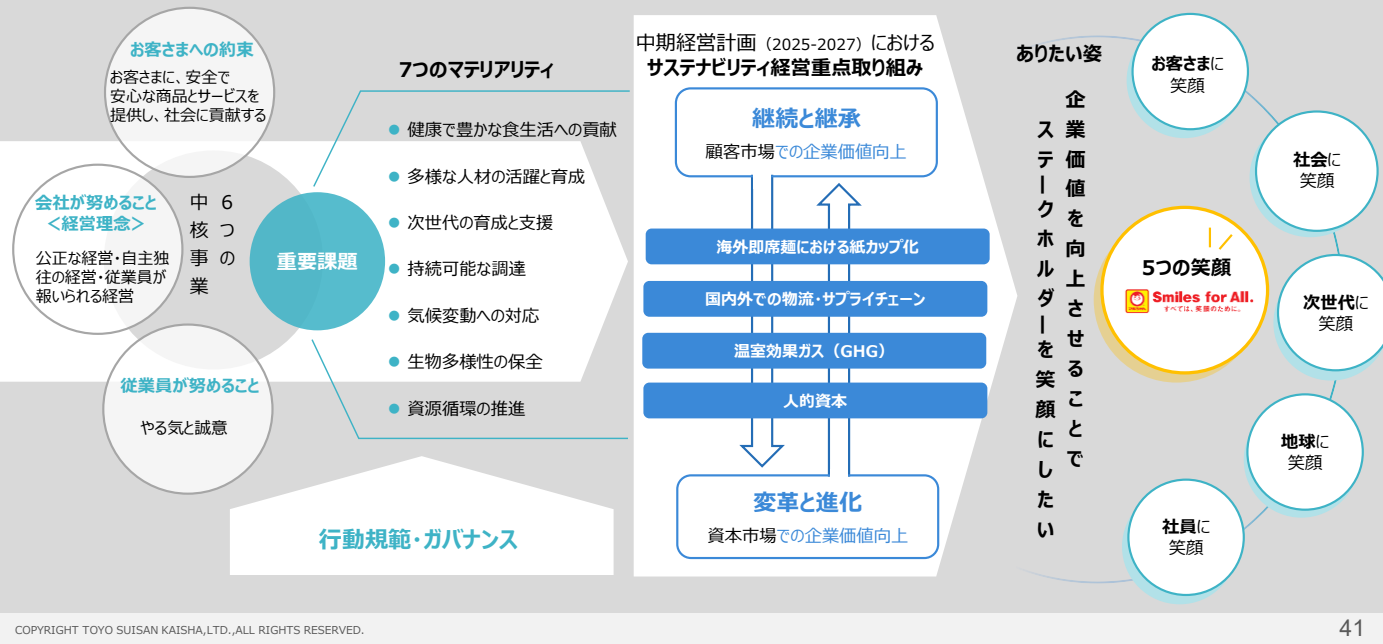
4. 人的資本



- 従業員持株会への10%補助を現在実行中
- 人的資本投資強化について補助率アップを検討中

⇒従業員が安心して働き続けられる環境づくり

重点テーマの4つは、
いずれも事業の持続的な成長に直結するものとして、
規制対応や環境対応だけでなく、
ブランド強化や、流通との取り組み、人材強化の観点から
重点的に取り組みます。

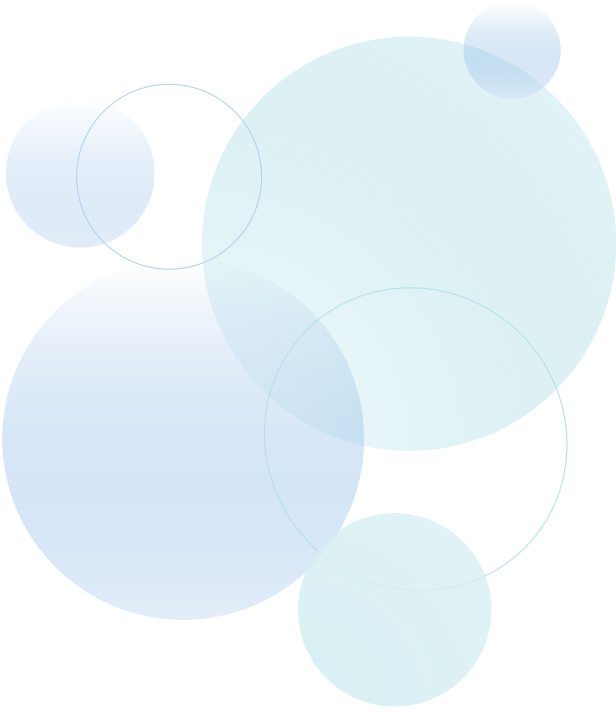


外部環境の変動が大きい中で、
本日は、現時点で整理できる範囲の情報をお示しました。

不確実な外部環境を見極めながら、
足元の変化への対応、
中長期でのありたい姿に向けた取り組みを着実に進めます。
検討状況については、皆さまに適宜お知らせします。

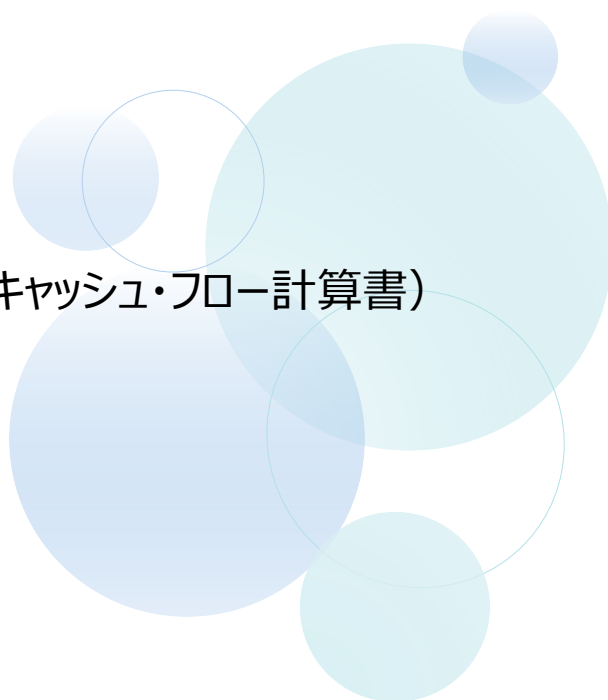
今後とも、
当社へのご理解、ご支援をいただきますよう、
どうぞよろしくお願いいたします。

04 参考資料



2026年3月期 連結業績

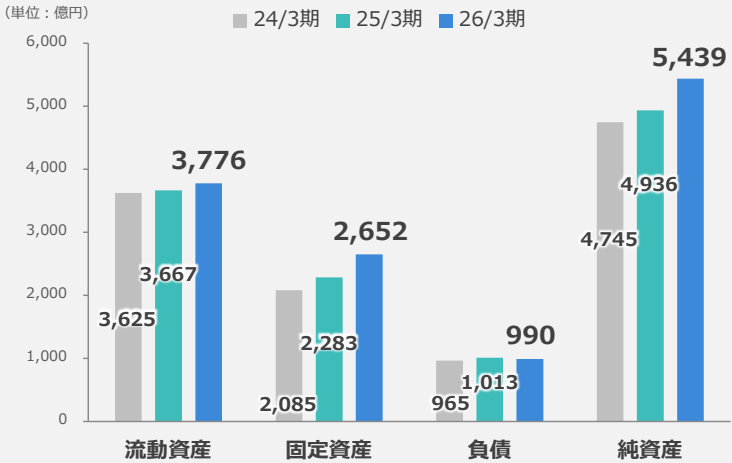
(貸借対照表、損益計算書、キャッシュ・フロー計算書)



2026年3月期 連結貸借対照表 主要項目の推移

総資産は**642,877百万円**で、前連結会計年度末に比べ**47,899百万円（8.1%）増加**しました。

(単位：億円)



■ 2025年3月期との比較

流動資産

+109億円

現金及び預金 +43
売掛金 △7

固定資産

+370億円

建設仮勘定 +88
投資有価証券 +73

負債

△24億円

退職給付に係る負債 △59
支払手形及び買掛金 △27

純資産

+503億円

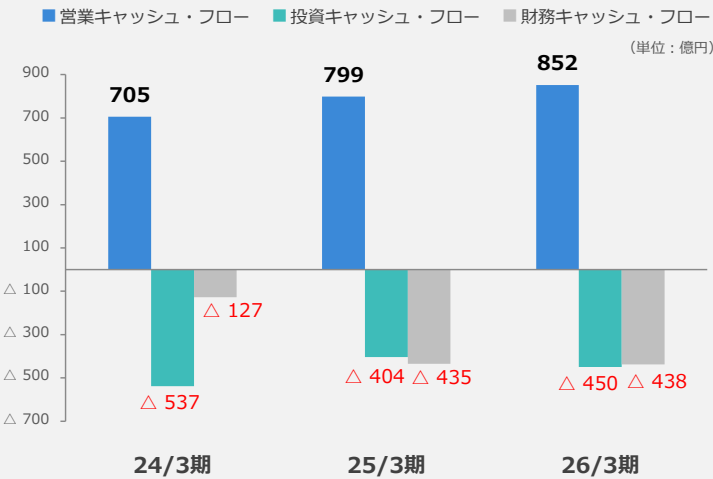
利益剰余金 +503
為替換算調整勘定 +139

2026年3月期 特別損益等のポイント

(単位：百万円)	25/3期	26/3期	差異	主な内容
営業利益	76,513	85,799	9,286	
営業外収益	9,071	8,710	△ 361	
営業外費用	418	460	42	
経常利益	85,166	94,050	8,884	
特別利益				
固定資産売却益	14	286	272	連結子会社での土地売却益
投資有価証券売却益	512	538	26	
補助金収入	186	48	△ 138	
特別利益合計	713	874	161	
特別損失				
固定資産除売却損	370	353	△ 17	
減損損失	21	294	273	
その他	0	8	8	
特別損失合計	773	657	△ 116	
税金等調整前当期純利益	85,106	94,267	9,161	
法人税、住民税及び事業税	20,541	23,413	2,872	前期：24.5% 今期：25.2%
法人税等調整額	315	373	58	
法人税等合計	20,856	23,786	2,930	
当期純利益	64,250	70,481	6,231	
非支配株主に帰属する当期純利益	402	292	△ 110	
親会社株主に帰属する当期純利益	63,847	70,188	6,341	

2026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**3,694百万円減少**し、**35,687百万円**となりました。



2025年3月期との比較

営業キャッシュ・フロー **+53億円**

税金等調整前当期純利益の増加 +92

投資キャッシュ・フロー **△47億円**

定期預金の預入による支出 △52

財務キャッシュ・フロー **△2億円**

配当金の支払額 △7

	24/3期	25/3期	26/3期
設備投資	195億円	318億円	463億円

(設備投資＝有形・無形固定資産の取得による支出の合計)

2026年3月期 上期・下期
セグメント別 売上高・営業利益実績



2026年3月期 連結売上高実績（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	25/3期	26/3期（実績）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結売上高	5,123	2,561	101%	2,805	108%	5,366	105%
■水産食品事業	303	158	104%	169	111%	327	108%
■海外即席麺事業	2,340	1,158	98%	1,324	114%	2,482	106%
(百万ドル)	1,533	793	103%	853	112%	1,646	107%
■国内即席麺事業	1,030	463	102%	581	101%	1,044	101%
袋 麺	166	74	100%	96	104%	170	102%
カップ麺	864	389	102%	485	101%	874	101%
■低温食品事業	598	325	104%	290	101%	615	103%
■加工食品事業	222	108	101%	126	110%	234	106%
■冷蔵事業	254	135	107%	128	101%	263	104%
■その他（調整額含）	376	214	108%	187	105%	401	107%

2026年3月期 連結営業利益実績（前期比）

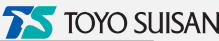
(単位：億円/前期比：%)	25/3期	26/3期（実績）					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結営業利益	765	398	100%	460	126%	858	112%
■水産食品事業	9	9	165%	6	183%	15	172%
■海外即席麺事業	555	289	99%	347	132%	636	115%
（百万ドル）	364	198	103%	224	130%	422	116%
■国内即席麺事業	98	37	92%	68	116%	105	107%
■低温食品事業	80	48	111%	33	89%	81	101%
■加工食品事業	0	△6	↓	2	↑	△4	↓
■冷蔵事業	23	16	135%	12	113%	28	124%
■その他	8	9	117%	0	143%	9	116%
（調整額）	△8	△4	-	△8	-	△12	-

2026年3月期 事業別利益増減要因（実績）

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	1,044	+14	598	615	+17	1,533	1,646	+113
営業利益	98	105	+7	80	81	+1	364	422	+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	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	+1	+3	+4	+5	+2	+7	+34	+91	+125
原材料	+1	+3	+4	+4	+3	+7	△14	△22	△36
製造経費	△4	△1	△5	△2	△7	△9	△10	△6	△16
販売費・一般管理費	△1	+5	+4	△2	△2	△4	△4	△11	△15
合 計	△3	+10	+7	+5	△4	+1	+6	+52	+58

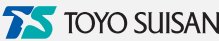
2026年3月期 四半期別連結損益計算書



(百万円)	25/3期 (期中平均レート適及適用後)					26/3期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期
為替 (USD)	155.89	152.63	152.57	152.58	152.58	144.60	146.04	148.75	150.78	150.78
売上高	124,769	128,514	135,499	123,495	512,277	125,803	130,271	146,562	134,000	536,636
売上総利益	37,954	38,980	41,394	34,669	152,997	36,520	40,750	46,355	41,384	165,009
営業利益	19,803	20,025	21,050	15,635	76,513	18,300	21,472	24,796	21,231	85,799
経常利益	22,381	21,847	23,303	17,635	85,166	20,565	23,219	27,028	23,238	94,050
税引前利益	22,870	21,705	23,236	17,295	85,106	20,487	23,887	27,007	22,886	94,267
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	17,212	16,312	17,352	12,971	63,847	15,251	18,074	20,105	16,758	70,188
(前期比)										
売上高	-	-	-	-	-	100.8%	101.4%	108.2%	108.5%	104.8%
営業利益	-	-	-	-	-	92.4%	107.2%	117.8%	135.8%	112.1%
経常利益	-	-	-	-	-	91.9%	106.3%	116.0%	131.8%	110.4%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	-	-	-	-	-	88.6%	110.8%	115.9%	129.2%	109.9%
(対売上高)										
売上総利益	30.4%	30.3%	30.5%	28.1%	29.9%	29.0%	31.3%	31.6%	30.9%	30.7%
営業利益	15.9%	15.6%	15.5%	12.7%	14.9%	14.5%	16.5%	16.9%	15.8%	16.0%
経常利益	17.9%	17.0%	17.2%	14.3%	16.6%	16.3%	17.8%	18.4%	17.3%	17.5%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	13.8%	12.7%	12.8%	10.5%	12.5%	12.1%	13.9%	13.7%	12.5%	13.1%

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

2026年3月期 四半期別セグメント別業績



(百万円)	25/3期 (期中平均レート適及適用後)					26/3期				
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	通期
為替 (USD)	155.89	152.63	152.57	152.58	152.58	144.60	146.04	148.75	150.78	150.78
売上高	124,769	128,514	135,499	123,495	512,277	125,803	130,271	146,562	134,000	536,636
水産食品事業	8,068	7,052	8,054	7,159	30,333	7,884	7,901	9,294	7,659	32,738
海外即席麺事業	58,462	59,671	57,741	58,079	233,953	55,698	60,141	65,281	67,033	248,153
(百万ドル)	375	399	379	381	1,533	385	408	425	428	1,646
国内即席麺事業	22,255	23,413	33,251	24,114	103,033	23,686	22,656	33,791	24,290	104,423
低温食品事業	15,257	15,932	14,375	14,267	59,831	16,080	16,402	14,686	14,375	61,543
加工食品事業	5,049	5,698	5,966	5,438	22,151	5,328	5,502	6,852	5,696	23,378
冷蔵事業	6,145	6,523	6,662	6,037	25,367	6,703	6,810	6,714	6,091	26,318
その他事業	9,530	10,224	9,451	8,401	37,606	10,420	10,859	9,945	8,856	40,080
営業利益	19,803	20,025	21,050	15,635	76,513	18,300	21,472	24,796	21,231	85,799
水産食品事業	260	283	249	62	854	425	473	432	137	1,467
海外即席麺事業	14,329	14,963	13,653	12,576	55,521	12,730	16,175	16,813	17,889	63,607
(百万ドル)	92	100	89	82	364	88	110	109	115	422
国内即席麺事業	2,120	1,855	4,624	1,225	9,824	2,131	1,534	4,999	1,804	10,468
低温食品事業	2,127	2,164	1,908	1,845	8,044	2,311	2,443	1,859	1,480	8,093
加工食品事業	186	133	27	-319	27	-392	-170	119	2	-441
冷蔵事業	602	545	688	439	2,274	824	728	837	433	2,822
その他事業	331	438	141	-95	815	296	600	168	-121	943
調整額	-155	-355	-242	-96	-848	-26	-310	-433	-392	-1,161
営業利益率	15.9%	15.6%	15.5%	12.7%	14.9%	14.5%	16.5%	16.9%	15.8%	16.0%
水産食品事業	3.2%	4.0%	3.1%	0.9%	2.8%	5.4%	6.0%	4.6%	1.8%	4.5%
海外即席麺事業	24.5%	25.1%	23.6%	21.7%	23.7%	22.9%	26.9%	25.8%	26.7%	25.6%
国内即席麺事業	9.5%	7.9%	13.9%	5.1%	9.5%	9.0%	6.8%	14.8%	7.4%	10.0%
低温食品事業	13.9%	13.6%	13.3%	12.9%	13.4%	14.4%	14.9%	12.7%	10.3%	13.2%
加工食品事業	3.7%	2.3%	0.5%	-5.9%	0.1%	-7.4%	-3.1%	1.7%	0.0%	-1.9%
冷蔵事業	9.8%	8.4%	10.3%	7.3%	9.0%	12.3%	10.7%	12.5%	7.1%	10.7%
その他事業	3.5%	4.3%	1.5%	-1.1%	2.2%	2.8%	5.5%	1.7%	-1.4%	2.4%

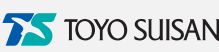
COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

2027年3月期 上期・下期
セグメント別 売上高・営業利益予想

2027年3月期 連結売上高予想（前期比）

(単位：億円/前期比：%)	26/3期	27/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（予想）		下期（予想）		通期（予想）	
連結売上高	5,366	2,745	107%	2,855	102%	5,600	104%
■水産食品事業	327	163	104%	170	100%	333	102%
■海外即席麺事業	2,482	1,305	113%	1,350	102%	2,655	107%
(百万ドル)	1,646	870	110%	900	106%	1,770	108%
■国内即席麺事業	1,044	472	102%	583	100%	1,055	101%
袋 麺	170	77	104%	98	102%	175	103%
カップ麺	874	395	103%	485	100%	880	101%
■低温食品事業	615	334	103%	297	102%	631	103%
■加工食品事業	234	116	107%	130	104%	246	105%
■冷蔵事業	263	136	101%	131	102%	267	101%
■その他（調整額含）	401	219	103%	194	103%	413	103%

2027年3月期 連結営業利益予想（前期比）



(単位：億円/前期比：%)	26/3期	27/3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	858	420	106%	400	87%	820	96%
■水産食品事業	15	10	109%	6	115%	16	111%
■海外即席麺事業	636	313	108%	277	80%	590	93%
(百万ドル)	422	208	105%	185	82%	393	93%
■国内即席麺事業	105	37	101%	69	101%	106	101%
■低温食品事業	81	39	82%	33	100%	72	89%
■加工食品事業	△4	△2	↑	4	386%	2	↑
■冷蔵事業	28	15	100%	15	114%	30	107%
■その他	9	13	145%	1	213%	14	148%
(調整額)	△12	△5	-	△5	-	△10	-

2027年3月期 事業別利益増減要因（予想）

2027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)		
	26/3	27/3	前期差	26/3	27/3	前期差	26/3	27/3	前期差
売上高	1,044	1,055	+11	615	631	+16	1,646	1,790	+124
営業利益	105	106	+1	81	72	△9	422	393	△29

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	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	+10	+16	+26	+3	+2	+5	+59	+21	+80
原材料	△8	△14	△22	△2	△1	△3	△26	△38	△64
製造経費	+1	+1	+2	△9	0	△9	△20	△27	△47
販売費・一般管理費	△3	△2	△5	△1	△1	△2	△2	+4	+2
合 計	0	+1	+1	△9	0	△9	+11	△40	△29

2026～2028年3月期
3カ年中期経営計画の取り組み



国内即席麺事業 —3カ年の取り組み—

3カ年計画の取り組み

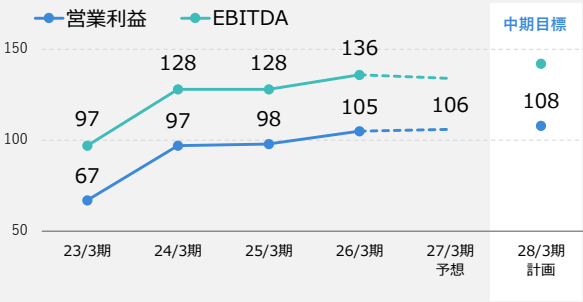
- 主力ブランドの価値向上
 - 「赤いきつね」「緑のたぬき」「麺づくり」
 - 「マルちゃん正麺」の企画・プロモーション強化
- 育成ブランドの販促強化と定着化
 - 「MARUCHAN QTTA」「マルちゃんZUBAAAN!」
 - の商品企画・プロモーションなど積極展開
- 「焼そばはマルちゃん」への取り組み
 - 「マルちゃん焼そば」の更なる育成
 - 3温度帯のカテゴリーを横断した、露出の強化



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

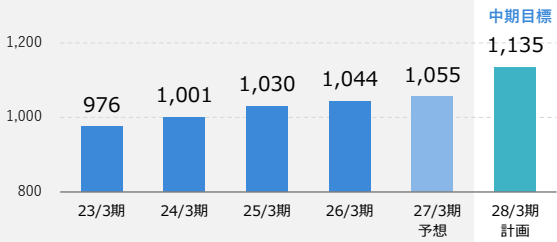
営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



売上高の推移

(単位：億円)



低温食品事業

－3カ年の取り組み－

3カ年計画の取り組み

- **既存ブランドの価値向上**
－「マルちゃん焼そば3人前シリーズ」「パリパリ無限シリーズ」の商品企画・プロモーション強化
- **価値訴求型商品の育成**
－高価格帯「コクの一滴シリーズ」プロモーションの強化
- **簡便・個食等、食の多様化への対応**
－「つるやか」「昔ながらの中華そば」「孤高の一杯」シリーズの定着化
- **「焼そばはマルちゃん」への取り組み**
－冷凍麺「マルちゃん焼そば2食パック」の育成

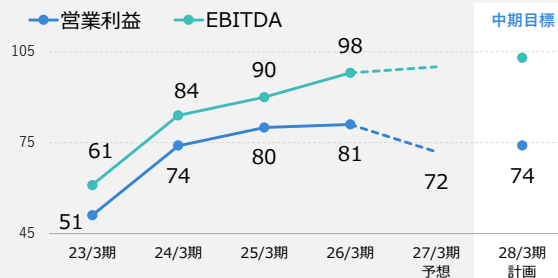


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

TOYO SUISAN

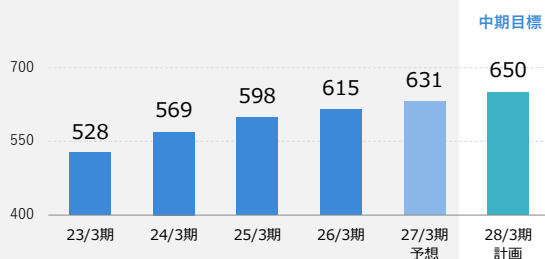
営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



売上高の推移

(単位：億円)



加工食品事業 —3カ年の取り組み—

3カ年計画の取り組み

●主カブランドの価値向上

- －「あったかごはんシリーズ」「素材のチカラシリーズ」の商品企画強化

●健康価値を訴求した商品の育成

- －「玄米ごはん」「麦ごはん」「MCTおさかなソーセージ」の育成

●時短・簡便等の多様化への対応

- －「お鍋にポン」「炒飯の素」の商品企画強化

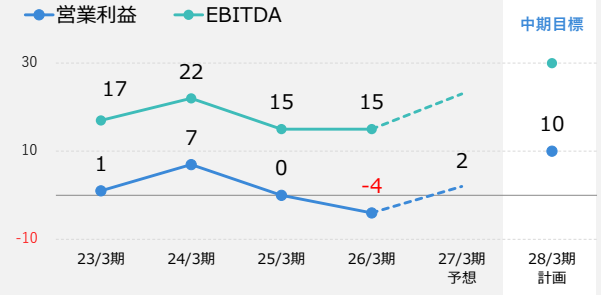


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

TOYO SUISAN

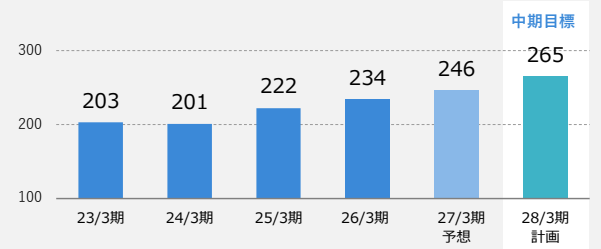
営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



売上高の推移

(単位：億円)



水産事業

—3カ年の取り組み—

3カ年計画の取り組み

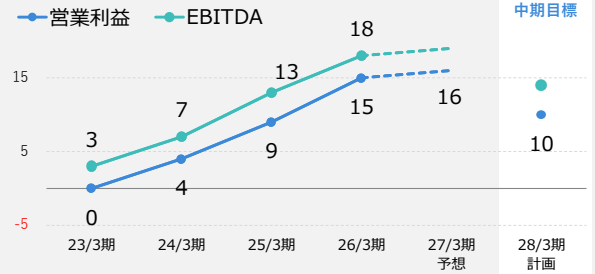
- **得意魚種の更なる成長・拡大**
—売上高の約80%を占める「鮭・鱈」、「魚卵」、「さば」、「海老」、「マグロ」の商品企画強化
- **新たな魚食需要の創造**
—市販用冷食「ChoiFish」シリーズの強化・育成
- **利益率向上に向けた水産グループの連携と合理化**
—国内外の水産グループ全体の情報共有の円滑化等を進め競争力強化やコスト削減に繋げる



TOYO SUISAN

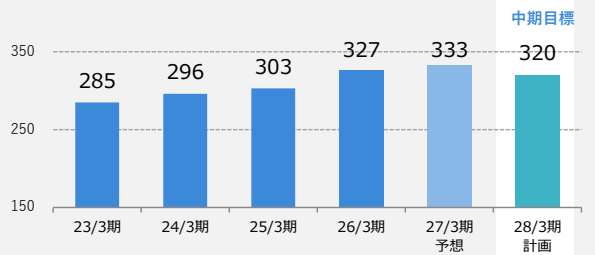
営業利益・EBITDAの推移

(単位: 億円)



売上高の推移

(単位: 億円)



冷蔵事業

—3カ年の取り組み—

3カ年計画の取り組み

- **顧客ニーズへの対応力強化**
—安全性・効率性・収益性を高める体制を構築し、課題解決力を高めることで、食品以外も含めた顧客層の拡大を図る
- **グループ内でのシナジー創出**
—今後の拡大を目指す「低温食品事業」「水産食品事業」での冷凍温度帯の保管・配送の効率化
- **社会課題への取り組み**
—自然冷媒への切り替えに対する計画的な投資の実行

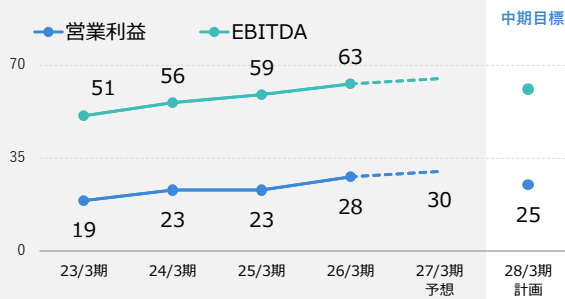


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

TS TOYO SUISAN

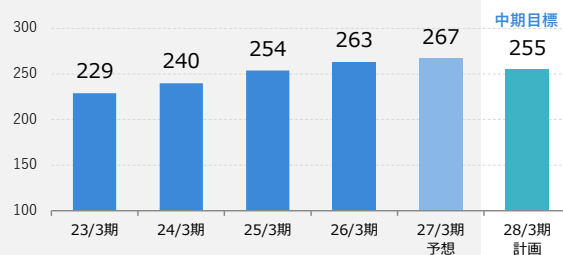
営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



売上高の推移

(単位：億円)



海外即席麺事業 — 3カ年の取り組み —

3カ年計画の取り組み

- **主力商品の更なる成長**
—「Ramen」「Instant Lunch」シリーズの地域別、チャネル別、世代別での各種プロモーションの強化
- **商品開発強化による需要の創出**
—「Yakisoba」「Bowl」「Maruchan GOLD」シリーズに加え、環境変化による新たなニーズを捉えた新商品を投入
- **生産体制の強化**
—カリフォルニア新工場の稼働開始と、効果の最大化

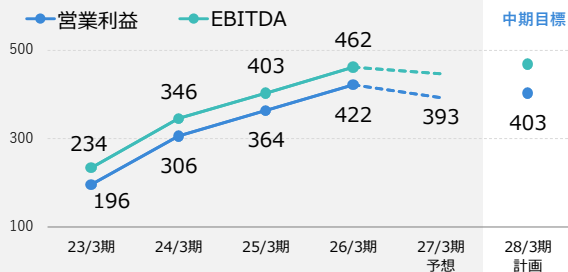


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

TOYO SUISAN

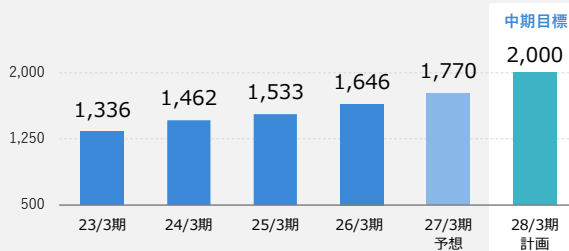
営業利益・EBITDAの推移

(単位：百万ドル)



売上高の推移

(単位：百万ドル)





Smiles for All.

すべては、笑顔のために。

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。