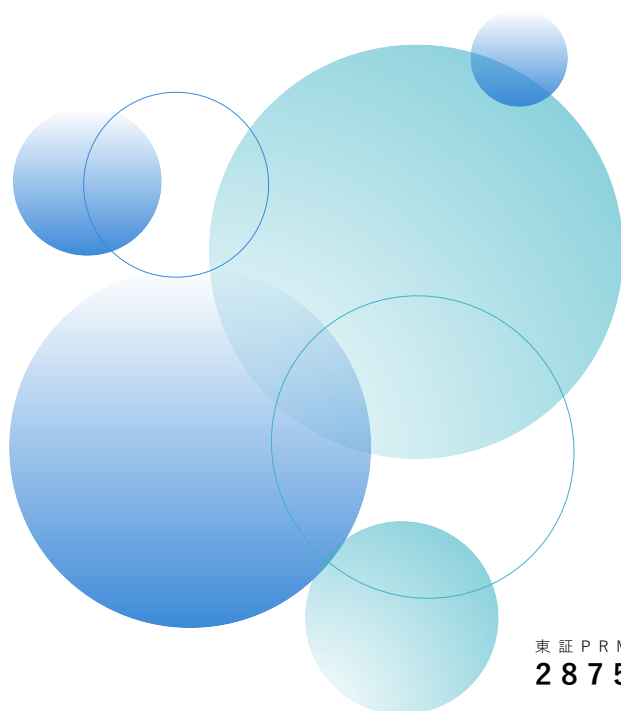




2026年3月期 第2四半期（中間期）  
決算説明会資料

2025年10月31日  
東洋水産株式会社



東証P R M  
2875

目次

01	2026年3月期 第2四半期連結業績	P.3
02	2026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.20
03	これまでの全体概況と今後の方針	P.29
04	参考資料	P.45

01

2026年3月期

## 第2四半期 連結業績

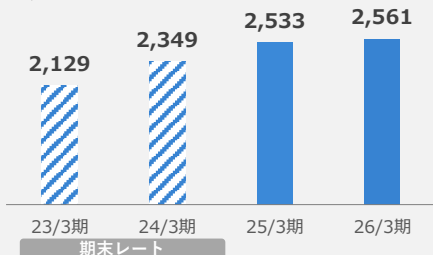


## 第2四半期 連結業績

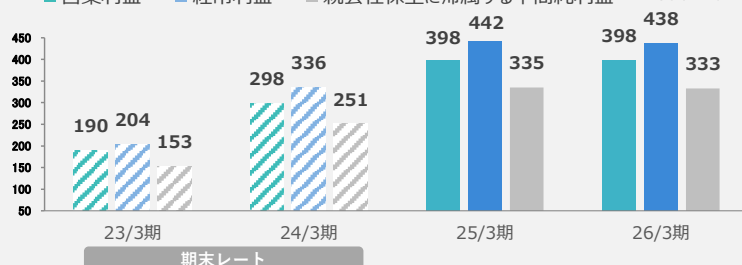
(単位：億円)	25/3期	26/3期	前期差	前期比	公表差	公表比
売上高	2,533	2,561	+28	101.1%	△89	96.6%
営業利益	398	398	△0	99.9%	+48	113.6%
営業利益率	15.7%	15.5%				
経常利益	442	438	△4	99.0%	+48	112.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益	335	333	△2	99.4%	+43	114.9%
為替レート（米ドル/円）	152.63	146.04			149.00	

(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 ■経常利益 ■親会社株主に帰属する中間純利益 (単位：億円)

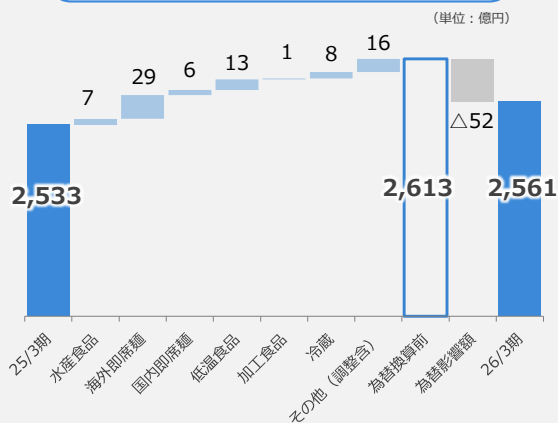


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

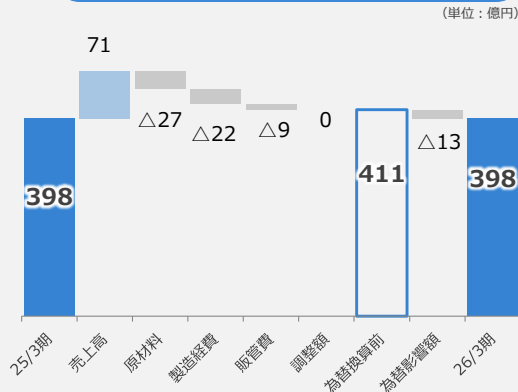
売上高は、前期比101.1% の2,561億円、  
営業利益は、前期比99.9% の398億円、  
経常利益は、前期比99.0% の438億円、  
親会社株主に帰属する中間純利益は、  
前期比99.4% の333億円となりました。

**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、コストアップを吸収し実質で増益。円高によりほぼ前期並み

セグメント別 売上高増減



連結 営業利益増減要因



※為替レート（米ドル/円） 25/3期9月末 152.63円、26/3期9月末 146.04円 前期比 6.59円の円高

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

連結業績の概況です。

今期より期中平均の為替レートを採用しております。

第2四半期累計期間の為替換算レートは、  
146円04銭で、前期比6円59銭の円高となりました。

売上高は、  
全セグメントで増収となり、  
前期比で28億円の増収、過去最高の売上高となりました。

営業利益は、  
増収により、コストアップを吸収し、  
為替の影響を除くと増益ですが、  
円高の影響により、ほぼ前期並みの営業利益となりました。

売上高

(単位: 億円)	25/3期	26/3期	前期差	公表差
連結売上高	2,533	2,561	+28	△89
水産食品事業	151	158	+7	+1
海外即席麺事業 (百万ドル)	1,181 774	1,158 793	△23 +19	△96 △48
国内即席麺事業	457	463	+6	△7
低温食品事業	312	325	+13	+3
加工食品事業	107	108	+1	△8
冷蔵事業	127	135	+8	+7
その他事業	198	214	+16	+9
(為替影響額)			(△52)	(△23)

営業利益

(単位: 億円)	25/3期	26/3期	前期差	公表差
連結営業利益	398	398	△0	+48
水産食品事業	5	9	+4	+3
海外即席麺事業 (百万ドル)	293 192	289 198	△4 +6	+41 +32
国内即席麺事業	40	37	△3	+1
低温食品事業	43	48	+5	+4
加工食品事業	3	△6	△9	△3
冷蔵事業	11	16	+5	+4
その他事業	8	9	+1	△0
調整額	△5	△4	+1	△2
(為替影響額)			(△13)	(△6)

※為替レート (米ドル/円) 25/3期9月末 152.63円  
26/3期 期初予想 149.00円 26/3期9月末 146.04円 (前期比 6.59円の円高 期初予想比2.96円の円高)

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、ご説明致します。

・水産事業は、主要取扱魚種の鮭(さけ)・鱒(ます)類、  
魚卵の売上増加などにより、7億円の増収、4億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、昨年11月、今年6月に価格改定を実施し、  
新価格の浸透に努めております。  
全体としても、昨年8月の台風・地震の備蓄需要からの反動、  
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1億円の増収、営業利益は9億円の減益となりました。

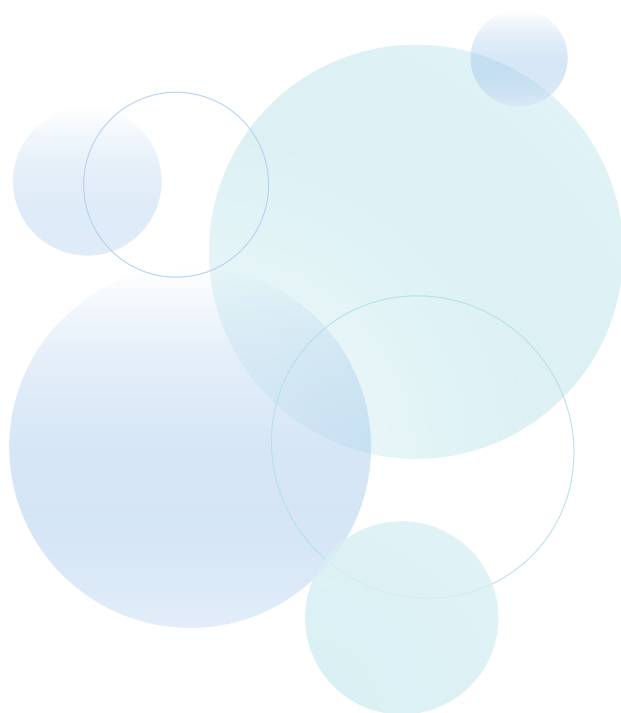
・冷蔵事業は、アイスクリーム等の取り扱いが堅調に推移し、  
8億円の増収、5億円の増益となりました。

・その他事業は、主にベンダー事業です。  
売上高は、主にコンビニエンスストア向けの販売が前年を上回り、  
16億円の増収、  
営業利益はベンダー事業の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

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

通期業績予想



(単位：億円)	25/3期実績	売上高比率	26/3期予想	売上高比率	前期比	期初予想
売上高	5,123	100.0%	5,350	100.0%	103.5%	5,450
営業利益	765	14.9%	800	15.0%	102.7%	760
営業外損益	86	1.7%	75	1.4%		80
経常利益	852	16.6%	875	16.4%	101.2%	840
特別損益	△1	△0.0%	5	0.0%		0
税金等調整前当期純利益	851	16.6%	880	16.4%		840
法人税等	△208	△4.1%	△215	△4.0%		△216
当期純利益	643	12.5%	665	12.4%		624
親会社株主に帰属する当期純利益	638	12.4%	660	12.3%	100.9%	620
1株当たり配当	200円		200円			200円
為替レート（米ドル/円）	152.58		149.00			149.00
設備投資額（支払ベース）	321	6.3%	508	9.5%		508
減価償却費	168	3.3%	190	3.7%		200
FCF（注1）	485		342			312
EBITDA（注2）	933	18.2%	990	18.7%		960

(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  
(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.

本日の決算発表と同時に開示したとおり、  
5月12日に発表した業績予想を変更いたしました。

売上高は、5,450億円から5,350億円  
営業利益は、760億円から800億円といたしました。

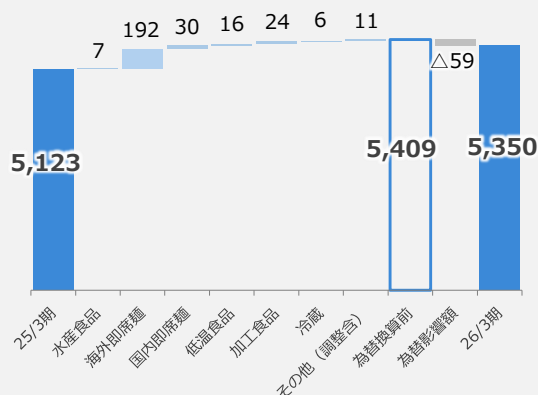


## 2026年3月期 通期連結業績 修正予想の概況（前期比）

- 売上高** ▶ 主に海外即席麺事業の販売状況を反映し修正。引き続き、過去最高の売上高更新を予想
- 営業利益** ▶ 海外即席麺事業と、加工食品の原材料費等のコスト状況を反映し修正。  
主力品中心の拡売、価格改定等により、過去最高の営業利益更新を予想

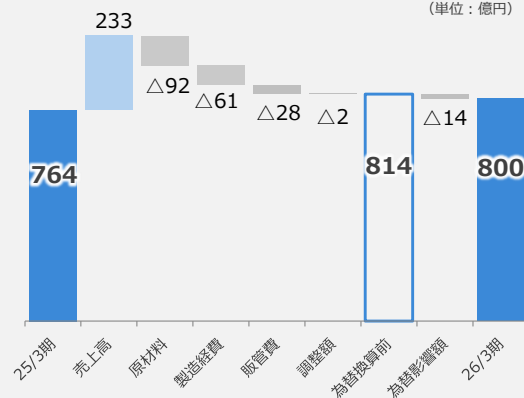
セグメント別 売上高増減

（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） 25/3期実績 152.58円、26/3期末予想 149.00円

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

通期連結業績予想の概況です。

海外即席麺事業の

上期販売状況、原材料を含めたコストアップ実績、

国内は、主に加工食品事業の

原材料コストアップの状況を踏まえ修正しましたが、

前期比で増収・増益を目指してまいります。

為替については、

期初前提の 1ドル149円から変更しておりません。

1ドル1円の変動によって、

売上高で約17億円、営業利益で約4億円が

通期決算時の換算で影響を受けます。

2026年3月期通期 セグメント別売上高・営業利益の予想



(単位：億円)	売上高		営業利益	
	期初予想	修正予想	期初予想	修正予想
合 計	5,450	5,350	760	800
水産食品事業	310	310	9	12
海外即席麺事業	2,587	2,473	542	581
(百万ドル)	1,736	1,660	364	390
国内即席麺事業	1,060	1,060	100	100
低温食品事業	614	614	81	81
加工食品事業	246	246	4	1
冷蔵事業	253	260	24	27
その他事業	380	387	9	9
(調整額)		-	△9	△11

※為替レート（米ドル/円） 期初予想 149.00円、修正予想 149.00円

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

セグメント別の売上高・営業利益の予想です。

## 02-1 国内事業（国内即席麺・低温食品事業）

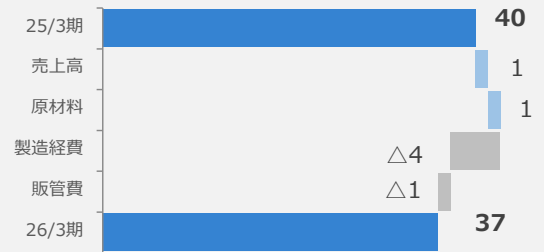
---



売上高・営業利益の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	25/3期	1Q	2Q	26/3期	前期差
売上高	457	237	227	463	+6
前期比	104%	106%	97%	102%	-
袋麺	74	-	-	74	0
カップ麺	383	-	-	389	+6
営業利益	40	21	15	37	△3
営業利益率	8.7%	9.0%	6.8%	7.9%	△0.8%

営業利益増減要因 (単位: 億円)



	1Q	2Q	上期	期初予想との差
売上高	+5	△4	+1	△2
原材料	△2	+3	+1	+5
製造経費	△3	△1	△4	△1
販管費	0	△1	△1	△1
合計	0	△3	△3	+1

(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します)

国内即席麺事業の上期概況です。

売上高は、前期比6億円増収の463億円  
営業利益は、前期比で3億円減益の37億円となりました。

売上高については、  
2022年、23年と2年続けて実施した  
価格改定後の単価を守りながら、  
数量を上乗せする方針で進めております。

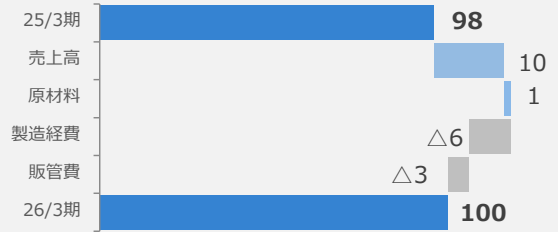
主力の赤いきつねうどん、緑のたぬき天そば、麺づくりに加え、  
3月に発売した「マルちゃん焼そば」が上乗せになった  
カップ麺が貢献し、上期合計で、数量が1%増、  
金額ベースで約2%の増収となりました。

コスト面では、製造経費の上昇はありましたが、  
小麦粉価格の下落に加え、  
主力品回復による原材料費率改善が進んだことで、  
期初計画を上回る利益となりました。

## 国内即席麺事業 通期業績予想

(単位：億円)	25/3期	26/3期	前期差
売上高	1,030	1,060	+30
袋麺	166	171	+5
カップ麺	864	889	+25
営業利益	98	100	+2
営業利益率	9.5%	9.4%	△0.1%

営業利益増減要因 (単位：億円)



### 売上高

- カップ麺は、発売45周年の「緑のためき」をはじめ、最需要期に向けた和風カップ麺シリーズの展開強化
- 2025年3月に新発売した「マルちゃん焼そば」の更なる定番拡大、「焼そば」カテゴリー全体の販売強化
- 袋麺は、主力の「マルちゃん正麺」ブランドを、発売10周年「マルちゃん正麺カップ」とともに強化

### 営業利益

- 原材料は、包材、具材、調味料等は高騰も、小麦粉は単価下落のため、トータルではコスト減の見込み
- 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、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

国内即席麺事業の通期予想です。

売上高は、  
前期比30億円増収の1,060億円、  
営業利益は、  
前期比2億円増益の100億円と  
期初予想からの変更はありません。

販売方針については、上期と同様に、  
単価を維持しながら、主力商品中心に拡売策を実施し、  
下期で約4%の増収を目指します。

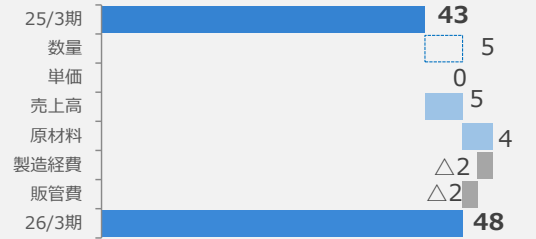
営業利益については、  
人件費、動力費、物流費等の上昇を見込みますが、  
今月から実施している「ごつ盛り焼そば」の価格改定や、  
年間を通じた効率的なプロモーション実施  
などにより吸収してまいります。

## 低温食品事業 第2四半期までの概況

売上高・営業利益の推移 (単位：億円)

(単位：億円)	25/3期	1Q	2Q	26/3期	前期差
売上高	312	161	164	325	+13
前期比	107%	105%	103%	104%	-
営業利益	43	23	25	48	+5
営業利益率	13.8%	14.4%	14.9%	14.7%	+0.9%

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	期初予想との差
売上高	+2	+3	+5	+1
原材料	+2	+2	+4	+5
製造経費	△1	△1	△2	△1
販管費	△1	△1	△2	△1
合計	+2	+3	+5	+4

(原材料、製造経費、販管費の“△”は、費用の増加による影響額を示します)

低温食品事業の、上期概況です。

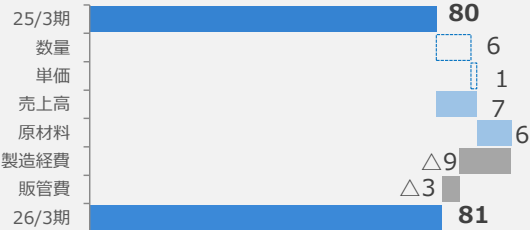
売上高は  
前期比13億円増収の325億円  
営業利益は、  
前期比で5億円増益の48億円となりました。

売上高については、  
価格改定による収益力強化に取り組んでいる、  
冷凍食品類は、数量ベースで前期を下回りましたが、  
発売50周年に絡めて積極的なプロモーションを実施している  
主力商品の「マルちゃん焼そば」の好調が持続しています。  
また、第2四半期には昨年に続き、  
「冷しラーメン」類や、水でほぐすだけの「つるやか」シリーズの  
需要増もあり、事業全体で数量・金額ともに上乘せとなりました。

コスト面では、人件費や物流費のコストアップもありましたが、  
主力商品を中心にした数量増により、  
期初計画を上回る増益となりました。

(単位：億円)	25/3期	26/3期	前期差
売上高	598	614	+16
営業利益	80	81	+1
営業利益率	13.4%	13.2%	△0.2%

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)

売上高

- 2025年11月に発売50周年を迎える「マルちゃん焼そば3人前」の限定商品発売や、各種施策を実施
- 時短・簡便・節約志向に対しキャンペーンの実施と新商品の発売による、生麺全体での展開を強化
- 価格改定を実施した冷凍食品事業の新価格の浸透や販売数量底上げのための施策を実施

営業利益

- 原材料は、包材、調味料等の高騰も小麦粉価格は下落。主力生麺の好調を受けたミックス改善も見込む
- 製造経費は、数量増に伴う人件費上昇、下期より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。新工場稼働による改善に取り組む

低温食品事業の通期予想です。

売上高は、  
前期比16億円増収の614億円、  
営業利益は、  
前期比1億円増益の81億円の予想で、  
期初予想からの変更はありません。

下期も、主力の生麺での提案強化を中心に、  
価格改定を実施した、冷凍食品類やチルドシュウマイでの  
需要喚起を進め、増収を目指します。

営業利益については、  
下期に稼働予定の生めん新工場の減価償却費がありますが、  
販売数量増とともに、  
新工場での効率化や物流改善により、  
通期での増益を目指します。

## 既存基幹商品の販売展開強化



## 「緑のたぬき発売45周年 和風カップ麺の底上げへ」

周年企画として、商品企画・プロモーションで話題化を喚起させる施策を展開予定です。需要期に向けた販売数量増加を狙います。



2025年8月25日発売  
「緑のたぬき天そば」  
45周年記念商品



2025年10月13日発売  
「赤い天がらそば」  
「緑の天がらうどん」



秋冬期限定「マルちゃん正麺」(袋麺)

## 「カップ麺発売10周年 袋麺とともにブランド力強化へ」

マルちゃん正麺カップ10周年。新しい技術を用いた新商品も投入し、更なる商品理解の促進を進め、間口の拡大を目指します。



2025年9月22日発売  
「マルちゃん正麺 カップ」  
ワンタン中華そば」



それぞれのブランド強化に向けて、様々な施策を進めます。

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

16

国内即席麺事業では、

上期からの主力NB商品の販売数量増の流れを持続させるため、商品企画、様々な施策を実施いたします。

発売45周年の「緑のたぬき」を中心とした和風カップシリーズ、カップ麺版が発売10周年の「マルちゃん正麺」ブランドなど、基幹商品群の販売強化に繋げてまいります。。



## 「焼そば」カテゴリーの販売強化

## 「全社で『焼そば』カテゴリーのブランドを強化中」



「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」を2025年8月7日（木）・8日（金）に東京会場（有楽町駅前広場）と、8日（金）に関西会場（神戸サンキタ広場）にて開催しました。

商品の理解を深め、購入意向を高める取り組みを通じて、当社の主力カテゴリーとして育成を進めています。



## 「新規ブランド商品の定着化に向けて」

マルちゃん  
**焼そば**

今春発売商品の定番化と販促確保を強化。全国ブランド商品として定着化を進めています。

当期年間計画比 上期は145%で進捗しています



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！



## 「やきそば弁当発売50周年 次世代に繋げるために」



周年記念商品の発売やプロモーション施策の強化。ソウルフードとしてこれからも愛される商品を目指します。

2025年11月3日発売  
「やきそば弁当  
キャベツ・肉50%増量」  
「袋 やきそば弁当  
中華スープ付5食パック」



## 「焼そば2品の価格改定を10月から実施」



当社主力カップ焼そば「ごつ盛り」焼そばについて、価格改定を実施。利益の安定化に繋がります。

**既存商品の拡売に加えて、新規商品の定着化に向けて取り組みます。**

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

17

平均気温上昇もあり、下期の販売が伸長傾向にある、「焼そば」カテゴリーの強化も継続して取り組んでまいります。

今年3月に全国発売した「カップ麺 マルちゃん焼そば」は、発売当初より多くのご注文をいただいております、当初計画比で145%と上期実績に貢献しました。新たな全国ブランド商品として定着できるよう、育成してまいります。

また、北海道限定商品「やきそば弁当」は、今年で発売50周年を迎え、記念商品の発売や各種プロモーションを展開中です。

さらに、当社カップ麺の中でも大きな販売構成比を占める「ごつ盛り焼そば」につきましては、10月から価格改定を実施し、利益の安定化を図ります。

## 「マルちゃん焼そば」周年企画の展開強化・生麺事業の拡大に向けて

「周年企画を機にさらなる市場での拡大を」

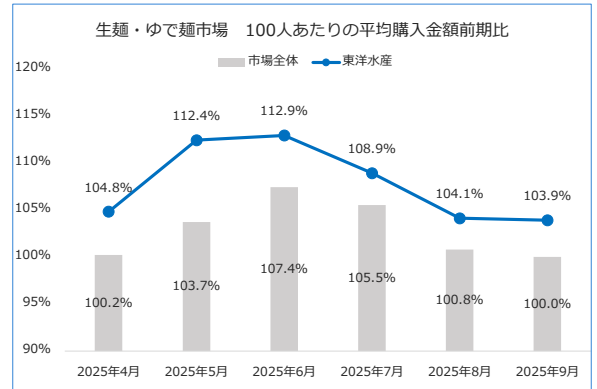
おかげさまで**50周年!!****マルちゃん 焼そば**マルちゃん焼そばシリーズアンバサダー  
「タカアンドトシ」さん

2025年11月、「マルちゃん焼そば」は発売50周年を迎えます。期間限定商品の発売や、購入促進に向けた各種施策を展開します。

2025年9月1日発売  
「マルちゃん焼そば 期間限定 赤いきつね味 3人前」  
2025年11月1日発売  
「マルちゃん焼そば 期間限定 緑のためき味 3人前」



直近、市場において生麺の購入が伸長しています。



インテージSCI 生麺・ゆで麺市場 全国 2025年4月～2025年9月 平均購入規模(金額) 前期比

主力商品を中心に販売数量拡大に向けた取り組みを展開いたします。

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

18

低温食品事業での取り組みです。

節約志向の高まりや  
米価の上昇に伴う代替需要の増加により、  
生麺の購入機会が拡大しております。

下期についても、  
11月に発売50周年の「マルちゃん焼そば3人前」の  
商品企画、購入促進に向けた施策を強化し、  
生麺全体の売上拡大、シェアアップを目指します。

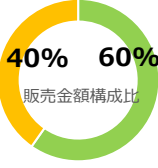
先ほどの即席麺、生麺、冷凍麺の3温度帯で、  
「焼そばはマルちゃん」を強力に訴求してまいります。

## 「米飯」「フリーズドライ」の取り組み

### 「原料米価格高騰への対応とレトルト米飯を強化。」

原材料費等の高騰に対応した価格改定を実施。白米の無菌米飯だけではなく、雑穀米・味付けごはんのレトルト米飯の販売拡大も実施し、利益増に取り組んでいます。

<直近の米飯価格改定の状況>			
2023年 4月値上げ	改定率	希望小売価格	15%~16%
2024年11月値上げ	改定率	希望小売価格	13%~14%
2025年 6月値上げ	改定率	希望小売価格	11%~17%
<今後の米飯価格改定の予定>			
2026年 2月値上げ	改定率	希望小売価格	12%~16%



■無菌米飯  
(白米)  
■レトルト米飯  
(雑穀米・味付けごはん)  
2024年度当社販売実績より  
※2024年4月~2025年3月

### 「フリーズドライ新工場が本格稼働。販売数量拡大へ。」

2025年6月より、青森県にてフリーズドライの新工場が稼働しました。安定した供給体制のもと、販売チャネル・店舗の拡大を進め、販売数量の増加に取り組んでいます。



## 国内の社会課題に対応した個食・簡便・健康・備蓄カテゴリーを強化。

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

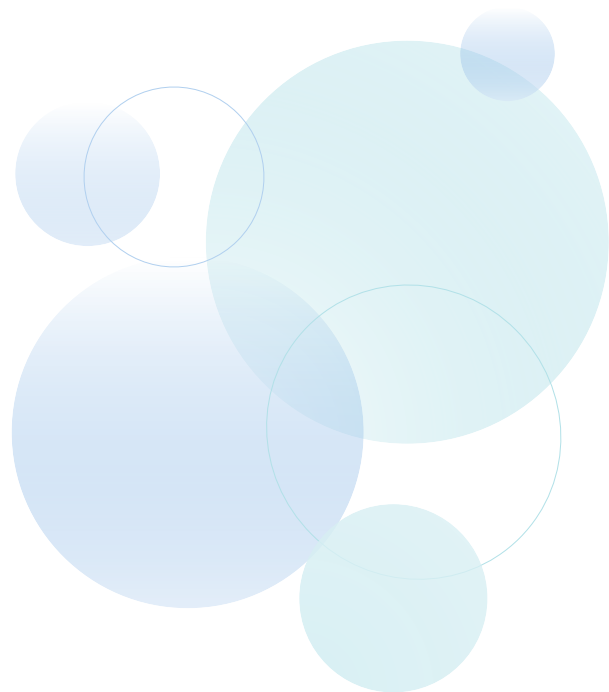
19

加工食品事業の米飯・フリーズドライの取り組みです。

米飯事業においては、  
原料価格高騰や供給不足という課題が起きており、  
その対応として、今週29日に発表のとおり、  
来年2月に今期2回目、直近では4回目となる価格改定を実施します。  
また、白米の無菌米飯の販売だけではなく、  
当社が強みを持っている、雑穀米や味付けごはんなどの  
レトルト米飯の販売拡大を図り、利益安定化に取り組めます。

フリーズドライ事業では、  
6月より新工場が稼働し、供給能力が約15%アップ。  
既存のスープ類の販売強化を進めるとともに、  
フリーズドライ製法の特徴を活かした商品についても  
取り組みを拡大してまいります。

# 02-2 海外即席麵事業

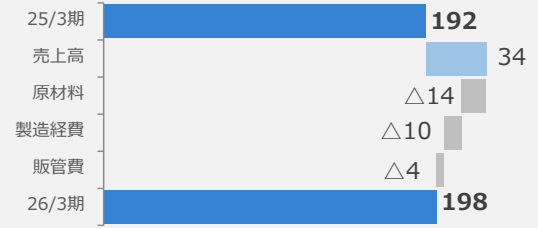


## 海外即席麺事業 第2四半期までの概況

売上高・営業利益の推移 (単位: 億円)

(単位: 億円)	25/3期	1Q	2Q	26/3期	前期差
売上高	1,181	557	601	1,158	△23
(百万ドル)	774	385	408	793	+19
前期比	109%	103%	102%	103%	-
営業利益	293	127	162	289	△4
(百万ドル)	192	88	110	198	+6
営業利益率	24.8%	22.9%	26.9%	25.0%	+0.2%

営業利益増減要因 (単位: 百万ドル)



	1Q	2Q	上期	期初予想との差
売上高	+9	+25	+34	△20
原材料	△7	△7	△14	+44
製造経費	△5	△5	△10	+11
販管費	△1	△3	△4	△3
合計	△4	+10	+6	+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。)

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

21

海外即席麺事業の上期概況です。

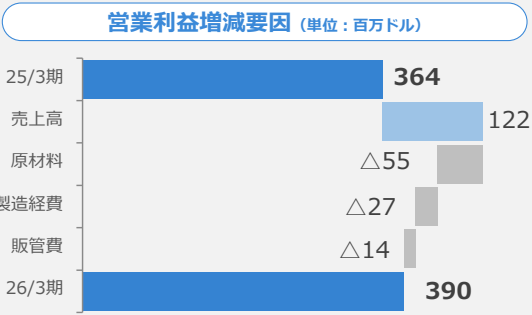
売上高は  
現地通貨ベースで  
前期比1,900万ドル増収の7億9300万ドル。  
営業利益は、  
前期比600万ドル増益の1億9,800万ドルとなりました。

売上高は、金額で2%増、数量は3%減となりました。  
第一四半期からメキシコ、中南米で、  
第二四半期から米国で実施した  
価格改定により、約5%単価が上昇しました。

コスト面では、原材料と、製造経費、販管費が  
それぞれ減益ではありましたが、  
期初計画対比でのコストアップ影響は少なく、  
全エリアでの価格改定が実行された  
第2四半期からは、前期比で増益に転換し、  
上期合計で増益、期初計画も上回りました。

# 海外即席麺事業 通期業績予想

(単位：億円)	25/3期	26/3期	前期差
売上高	2,340	2,473	+133
(百万ドル)	1,533	1,660	+127
営業利益	555	581	+26
(百万ドル)	364	390	+26
営業利益率	23.7%	23.5%	△0.2%



## 売上高

- 米国では、新商品の発売、消費者・顧客向けの販促・マーケティング強化により、数量回復を目指す
- メキシコでは、1Q実施の価格改定後も堅調な需要が継続。袋麺を更に強化し、メキシコ第2の柱に育成を図る
- メキシコでの紙カップ容器への切り替えのスケジュール変更で、4Qに予定の今期2回目の価格改定は延期

## 営業利益

- 原材料は、小麦粉は増益要因。パーム油は減益要因。紙カップ化日程変更、輸入コストは直近動向を反映
- 製造経費は、下期の販売に連動した人件費増、減価償却費は稼働時期の変更を反映
- 販管費は、物流費の増加、下半期に米国、メキシコでの需要喚起策としてマーケティング費用を投入

海外即席麺事業の通期予想です。

売上高は、  
 前期比1億2,700万ドル増の16億6,000万ドル  
 営業利益は、  
 前期比2,600万ドル増の3億9,000万ドルの予想です。  
 売上高、営業利益、利益増減の各項目についても、  
 見直ししております。

売上高は  
 金額前期比108%、数量が1%増、単価を7%上乘せする計画です。  
 下期に向けて販売促進費も費用対効果を考慮し、投入してまいります。

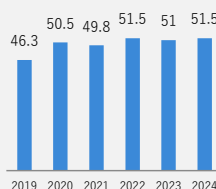
原材料、製造経費については、  
 上期実績、現時点での下期予想を踏まえ、通期の影響額を減額しました。  
 販管費については、  
 米国中心に、各エリアでの需要喚起を行うべく、  
 マーケティング活動を強化する計画としました。

メキシコでの紙カップ化日程の変更により、  
 第4四半期に実施予定としていた価格改定は延期いたします。

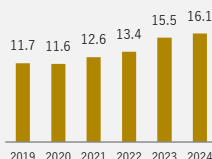
- **米国での市場環境変化への対応**  
下期からの消費者・顧客・競合対策  
商品開発強化による需要創出
- **メキシコでの袋麺強化**  
2030年度までに袋麺構成比20%へ
- **中南米での体制強化**  
国別の商流・物流の構築、拠点整備
- **需要を見据えた継続的な生産体制強化**  
カリフォルニア工場の投資実行  
メキシコ工場の検討

**米国市場の推移**

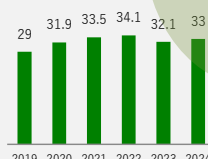
- 人口3.5億人
- 米国市場総需要 **51.5億食**
- 1人当たり喫食数 **15食/年**

**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**

- 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  
：市場シェアは数量ベース、自社推定値  
：人口は2024年国連統計

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

23

海外即席麺市場での今後の戦略について  
引き続き、米国、メキシコを中心に進めてまいります。

米国では足元の変化に対する対応と、  
将来の需要創出に向けた商品開発力強化、

メキシコでは、2030年までに、  
袋麺を縦型カップに続く柱に育てること、

中南米は、直近で結果は出ておりませんが、  
国別の状況に合わせた対応と、  
長期的には現地での生産拠点整備も必要です。

その成長を支える、継続的な投資、  
生産体制強化も実行して参ります。



## 消費者



インフレ、移民政策、関税による将来の価格上昇リスクといった、さまざまな経済的・社会的問題が、消費者の購買への影響を与えている。特に米国ラーメン需要のメイン顧客層の中・低所得者層への影響が大。

## 顧客 (小売)



当社は、米国製造に必要な輸入原材料のコストアップを最大限想定した価格改定を他社に先駆けて7月より実施。

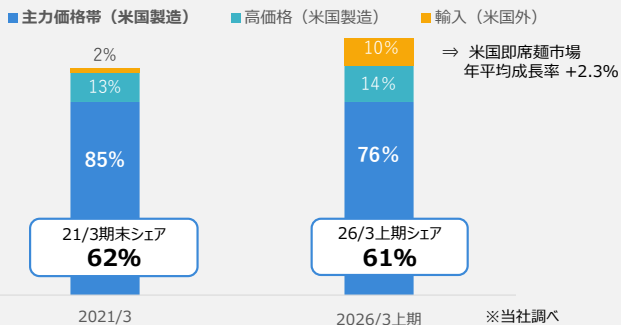
店舗閉鎖や、買収・合併の発表も増加。

## 競合 (新規参入)



高価格帯の新規参入により、ラーメンカテゴリー全体では成長が続く。

## 米国即席麺 数量市場規模とカテゴリー比率の変化



## 主力価格帯商品

21/3期末 主力価格帯シェア **74%**

26/3上期 主力価格帯シェア **80%**



袋麺

\$ 0.40~0.55



カップ麺

\$ 0.60~0.70

- 当社が強みとする主力価格帯商品についてはシェア拡大

※商品価格は、実勢価格表示 (当社調べ)。単位は米ドル

米国即席麺市場についてです。

右側の棒グラフは、数量ベースの市場規模と、カテゴリー別比率変化です。5年前と比較すると、当社のシェアはほぼ横ばいとなっておりますが、ボリュームゾーンの主力価格帯商品での当社シェアは、約80%に拡大しております。

一方で、今後の成長のためには、消費者、顧客、競合で起きている変化に対応した取り組みが必要です。



チャネル別・地域別に、現状の課題に対応した、店頭での露出やオンライン企画など各種販促強化策の実行。  
 コラボ企画や試食イベントなど、店頭以外での接点創出といった、**積極的なマーケティング活動で顧客・消費者の需要喚起**

### 定番売場以外での大量陳列



主力商品の大量販売



販促キットの活用

### 購入頻度・購入点数アップ



季節限定パッケージ

クーポン企画・バナー広告

⇒バナー広告、SNSの活用により購買意欲を刺激

### コラボ企画



### ブランド育成・強化



大学キャンパスでの試食

イベント会場での試食提供

ソーシャルメディアを通じたインタビュー企画

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

下期の取り組みの一例です。  
 チャネル別、地域別など  
 現状の課題に合わせた販促強化策の実行、  
 店頭以外での接点創出など、  
 積極的なマーケティング活動で需要喚起を実施します。

インフレ継続・節約志向、新規参入、ラーメン文化の広がり等により、**米国の即席麺カテゴリーの消費者層が多様化**  
異なる世代・所得層の**様々な需要に対応した商品開発を強化**し、Maruchanの魅力を幅広い層に訴求

汁なしタイプの袋麺

新規顧客層を意識した“袋麺新商品”

ソーシーヌーズを投入

今後、フレーバー展開、包装形態の多様化等進め、ブランドを育成してまいります。



ソーシーヌーズ  
スパイシーチキン  
フレーバー



量販店での売り場に並ぶ新商品



ソーシーヌーズ  
スパイシークリーミー  
チキンフレーバー



手頃で美味しい主力商品に加え、  
日本の技術やノウハウを活かした商品開発に取り組む



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

26

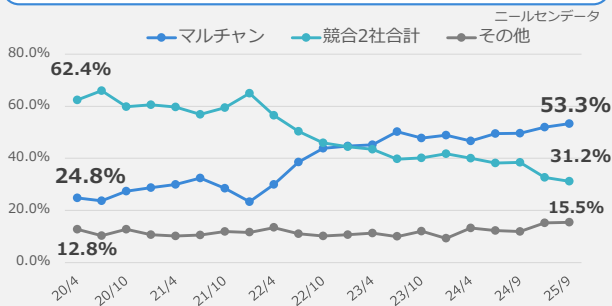
新商品の投入についてですが、  
新規参入に対する取り組みとして、  
画面の新商品のソーシーヌーズ2品を発売を開始しました。

汁なしの焼そばタイプ、辛口のフレーバーで、  
販売価格帯は1食1ドル弱です。  
今までは新たな競合への  
対抗商品がありませんでしたので、  
販売店率を高め、新規ユーザー獲得に繋がります。

今後は、  
米国の既存工場でも製造可能な中で、  
新たな価値をプラスした商品の  
企画・開発も準備を進めております。

## メキシコ即席麺市場における袋麺シェア推移と取り組み

### 袋麺市場におけるシェア推移比較（数量）



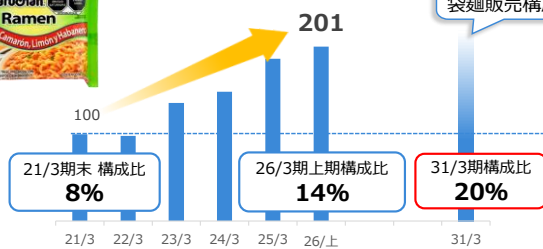
袋麺の街頭広告



インフルエンサーによる  
試食イベント



### （袋麺）メキシコ 当社成長率



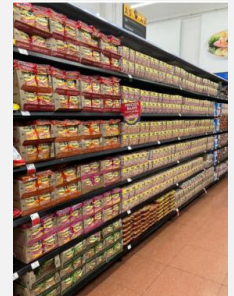
2021年3月期までにメキシコ国内の  
袋麺販売構成比20%を目指す。



袋麺の試食車



ババマストア



大手量販店チャネル

当社が強いチャネルでの取り扱い店舗増加

メキシコにおける、袋麺市場での  
シェア推移と当社の出荷ベースでの成長率を示しております。

袋麺を2030年までの5年間で現在の2倍を目標とし、  
第2の柱として育成を行います。

## 持続的な成長に向けた生産体制の強化

- 需給バランスを見ながら、段階的に能力増強を目指す
- 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
- 必要な投資を継続し成長基盤を構築

### カリフォルニア州



1977年  
ディア (Deere) 工場



1994年  
ラグナ (Laguna) 工場

### バージニア州



1989年  
バージニア工場 (Richmond)  
稼働開始

2019年  
スーパ設備増強

### テキサス州



2014年  
テキサス工場 (San Antonio)  
稼働開始

2018年  
設備増強

**カリフォルニア工場拡張工事** 総工費 約300億円 (\$ = 150)  
主力商品に加え、新機軸商品の製造に向けても検討中



I 期 約200億円建物+製造設備  
2025年度4Q稼働開始

II 期 製造設備

III 期 製造設備

2027年度

1972年  
マルチャンインク設立



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

持続的な成長を支える生産体制の強化に向けてです。

カリフォルニア工場拡張工事については、  
人員不足による工期遅延もあり、  
第4四半期の稼働を目指して進めております。

## 03 これまでの全体概況と今後の方針



# 3カ年中期経営計画の進捗 ありたい姿の実現に向けて

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

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

2026～2028年3月期 3カ年中期経営計画 基本方針

## 外部環境認識

### リスク

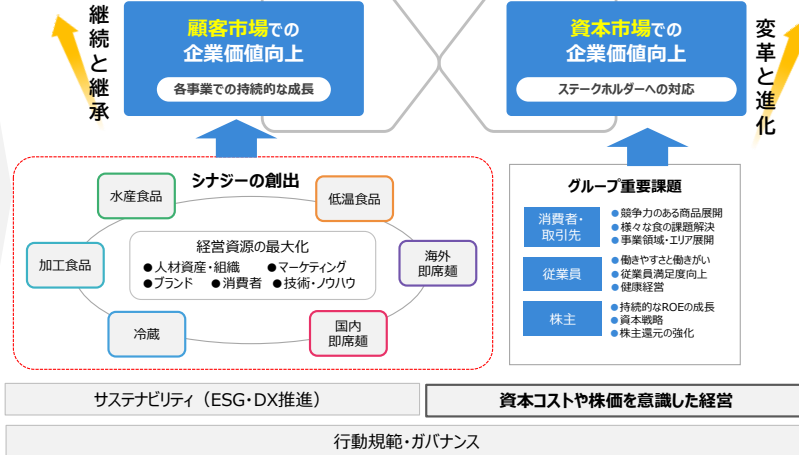
- ・地球温暖化・異常気象
- ・地政学的リスク
- ・緊迫する国際政治情勢
- ・インフレ傾向の継続
- ・為替変動リスク
- ・物流課題
- ・サプライチェーン確保
- ・労働力確保

### 機会

- ・節約志向
- ・保管需要
- ・内食化
- ・簡便性
- ・新規顧客層

## 内部環境認識

- ・コストアップへの対応
- ・為替（円安）
- ・設備投資実行に遅れ



## 社会価値

- ・2030年度環境目標
- ・持続可能な原料調達
- ・気候変動への対応
- ・環境対応の推進

## 経済価値

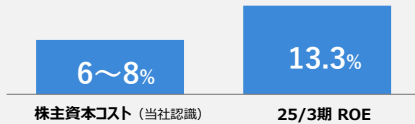
- ・2028/3期目標  
売上高6,000億円  
営業利益820億円  
純利益675億円
- ・長期目標ROE15%
- ・総還元性向70%
- ・配当性向30%超

こちらのページは、  
5月の説明会で開示しました、  
3カ年中期経営計画について、  
全体像を1枚にまとめたものです。

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

取り組み

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

取り組み

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）

5月に開示した内容となります。  
ROE目標15%などの基本方針を定め、  
取り組んでおります。

前回は、  
全体の方針や還元についての  
説明をいたしましたので、  
今回は、  
持続的利益成長に向けた取り組みを  
事業ごとご説明いたします。



## 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」「緑のためき」「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

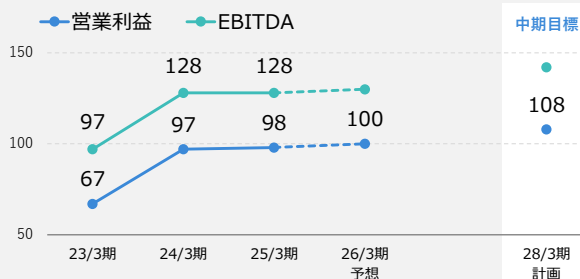


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

TOYO SUISAN

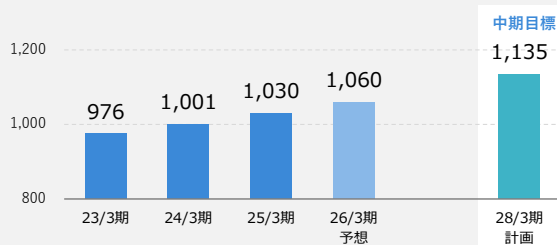
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



### 売上高の推移

(単位：億円)



国内即席麺事業は、  
前3か年で実行した価格改定により、  
店頭販売価格の整理が進みました。

この3カ年では、  
主力ブランドの更なる成長を中心にした、  
収益力強化の取り組みを進めるとともに、  
将来的には営業利益10%以上を目標に、  
アイテム別のコスト管理を進めてまいります。



## 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

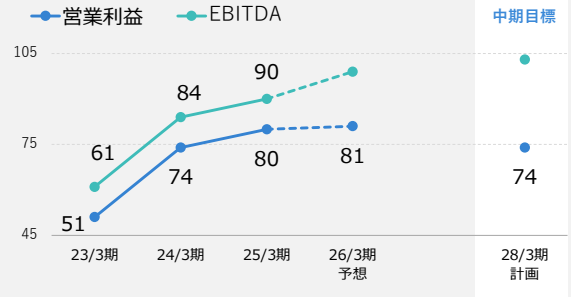


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

TOYO SUISAN

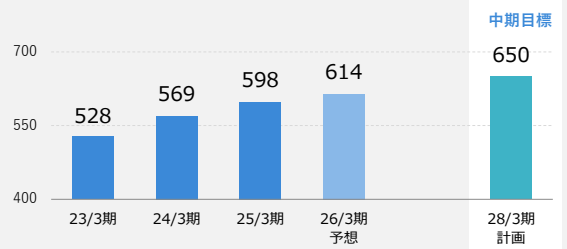
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



### 売上高の推移

(単位：億円)



低温食品事業は、  
売上高の約80%を占める生麺中心に、  
主力品の更なる成長、  
来月稼働する新工場による  
安全安心・効率化も期待しています。

生麺以外では、  
冷凍麺需要の取り込みが出来ておらず、  
機会ロスの削減、効率化の投資を検討しています。

## 加工食品事業 —3カ年の取り組み—

TOYO SUISAN

### 3カ年計画の取り組み

#### ●主力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」「フィッシュ＆チキンシリーズ」の育成

#### ●時短・簡便等の多様化への対応

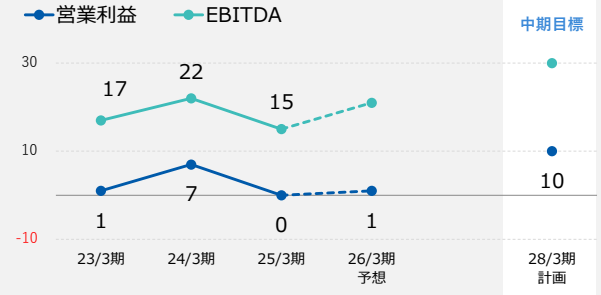
- 「お鍋にポン」「炒飯の素」の商品企画強化



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

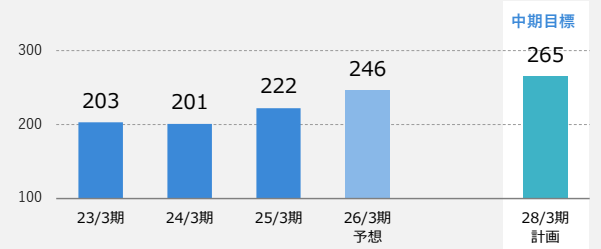
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



### 売上高の推移

(単位：億円)



加工食品事業は、  
拡大する米飯およびフリーズドライにつきましては、  
生産能力不足への対応などの投資が継続しております。

既にご案内の通り、  
フリーズドライにつきましては八戸東洋の新設備が  
6月に稼働開始しました。

引き続き、  
米飯およびフリーズドライの2つの柱を中心に、  
当社が得意とする、「個食・簡便・備蓄」の需要に加え、

玄米や、海藻類、野菜といった素材が活用出来る、  
「健康」需要に対する対応を強化してまいります。

## 水産事業 —3カ年の取り組み—

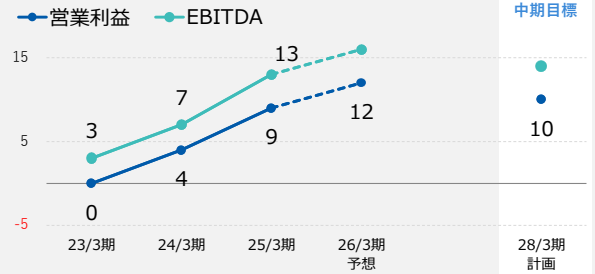
TOYO SUISAN

### 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

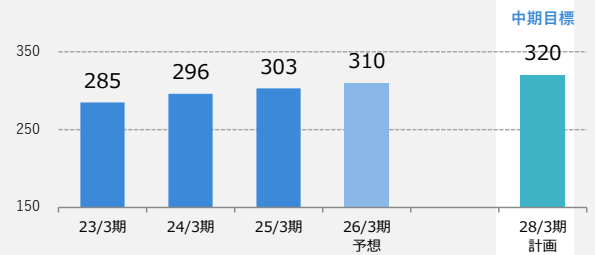
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



### 売上高の推移

(単位：億円)



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

35

水産事業は、  
主力魚種への集中、  
利益率向上に向けた各グループの取り組みにより、  
安定した利益が出せるようになってきました。

今後は、市販用冷凍食品での展開を強化し、  
営業面でのシナジーを更に発揮できるよう進めます。

## 冷蔵事業

ー3カ年の取り組みー

TS TOYO SUISAN

### 3カ年計画の取り組み

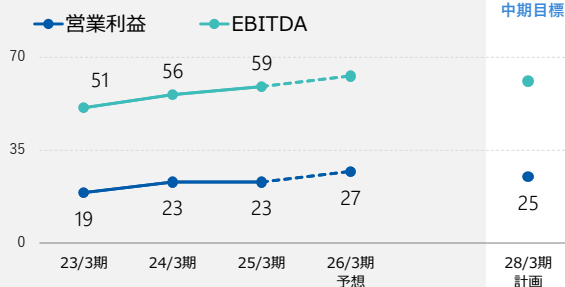
- **顧客ニーズへの対応力強化**  
ー安全性・効率性・収益性を高める体制を構築し、課題解決力を高めることで、食品以外も含めた顧客層の拡大を図る
- **グループ内でのシナジー創出**  
ー今後の拡大を目指す「低温食品事業」「水産食品事業」での冷凍温度帯の保管・配送の効率化
- **社会課題への取り組み**  
ー自然冷媒への切り替えに対する計画的な投資の実行



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

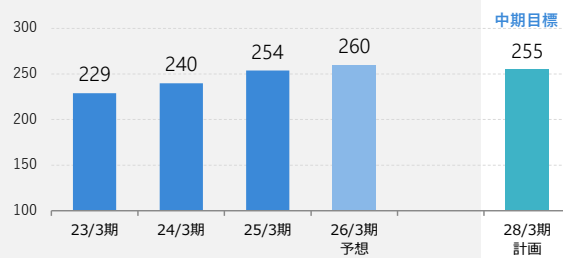
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：億円)



### 売上高の推移

(単位：億円)



冷蔵事業は、  
現在約64万トンの保管能力で業界4位となっていますが、  
保管・配送の需要が高い状態が続いております。

今後はグループにおけるシナジー創出、  
食品以外での取り組み強化などを進めてまいります。

## 海外即席麺事業 — 3カ年の取り組み —

TOYO SUISAN

### 3カ年計画の取り組み

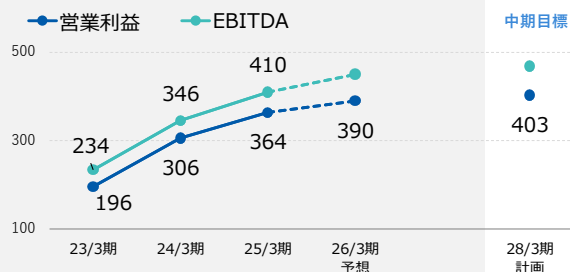
- **主力商品の更なる成長**  
—「Ramen」「Instant Lunch」シリーズの地域別、チャネル別での各種プロモーションの強化
- **商品開発強化による需要の創出**  
—「Yakisoba」「Bowl」「Maruchan GOLD」シリーズに加え、環境変化による新たなニーズを捉えた新商品を投入
- **生産体制の強化**  
—カリフォルニア新工場の稼働開始と、効果の最大化



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

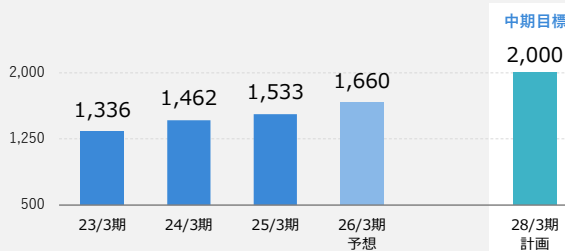
### 営業利益・EBITDAの推移

(単位：百万ドル)



### 売上高の推移

(単位：百万ドル)



海外即席麺事業は、  
業績に影響の大きい北米市場において、  
米国での外部環境の変化が継続していることへの  
対応にこの下期に目途をつけ、  
安定した成長が継続できるよう進めてまいります。

## 事業間のシナジー創出について

- お取引先様に対して、B2C商品提案、冷蔵・冷凍温度帯の保管・配送、ベンダー事業などトータルサービスを提供
- 最終製品への具材や、海外加工工場との連携など、サプライチェーンの川上でのシナジーを訴求
- 国内加工食品では常温・チルド、冷凍の3温度帯の商品を持つ「3温度帯シナジー」を訴求

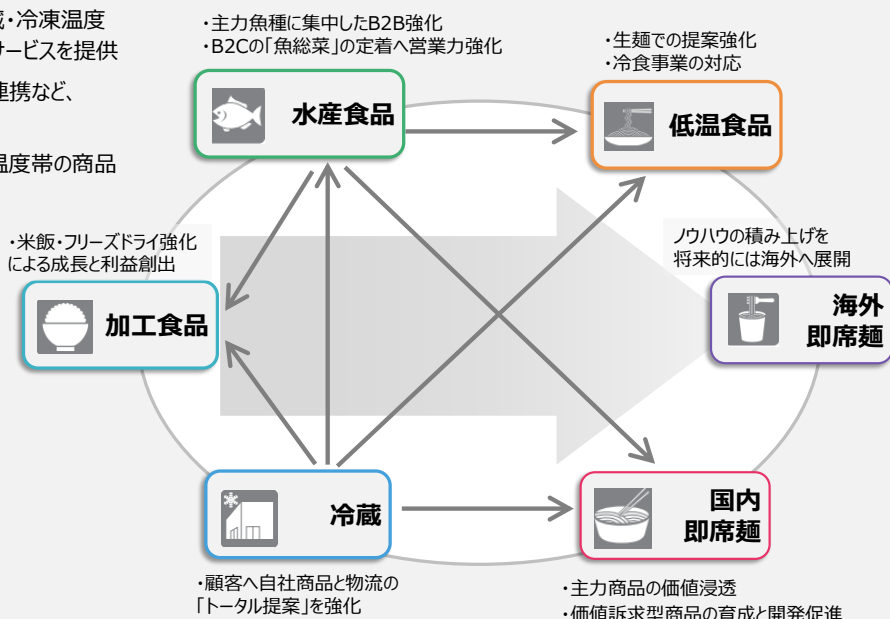
だしの連携

海産物原料の調達

自社商品の取扱い比率増加  
取引先製品取り扱いによる連携強化

麺・食品へ具材の食材を提供

冷蔵・冷凍温度帯の  
保管・配送サービスの提供

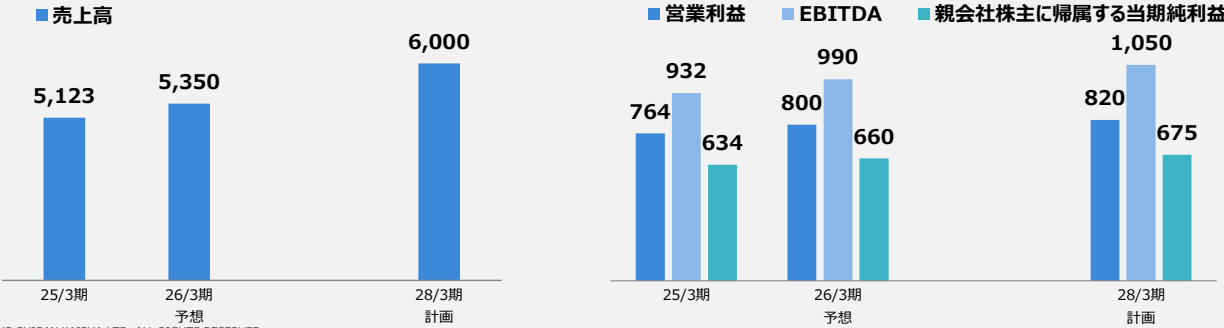


COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA, LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

今までご説明した、それぞれの事業が自立し、成長させることともに、事業間のつながり、シナジー創出について、今まで以上に意識的することで経営資源をさらに最大化させてまいります。

新中期経営計画の連結業績目標

(単位：億円)	2025年3月期	2026年3月期予想	2028年3月期計画
売上高	5,123	5,350	6,000
営業利益	765	800	820
親会社株主に帰属する当期純利益	638	660	675
EBITDA*	933	990	1,050



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

こちらは、中期経営計画の業績目標と、  
今期の修正後の予想についてまとめたものです。

最終年度の目標達成に向けて、  
各事業での課題を整理し、進めてまいります。

# 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



### 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	● 即席麺・生麺工場の再編
	低温食品	
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（毎期約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

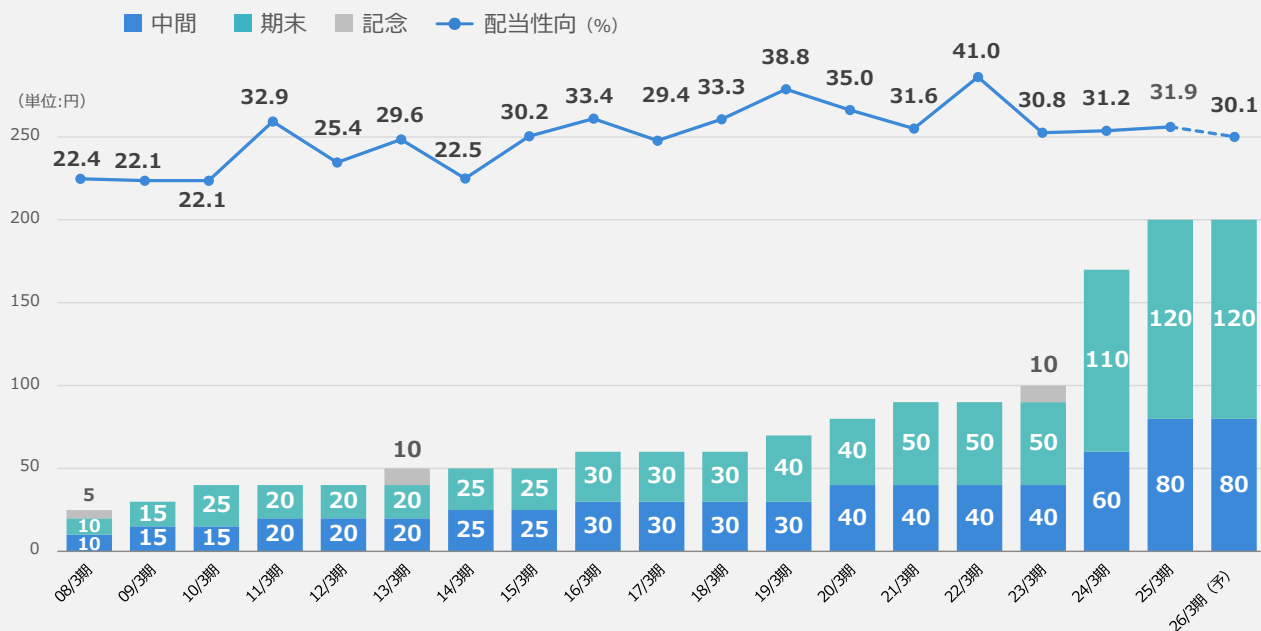
25/3期  
期末現預金  
2,570億円  
25年3月期 期末実績

こちらは、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。

設備投資についてのアップデートは、  
来年5月の通期決算発表時に行います。



## 年度ごとの配当金と配当性向推移



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

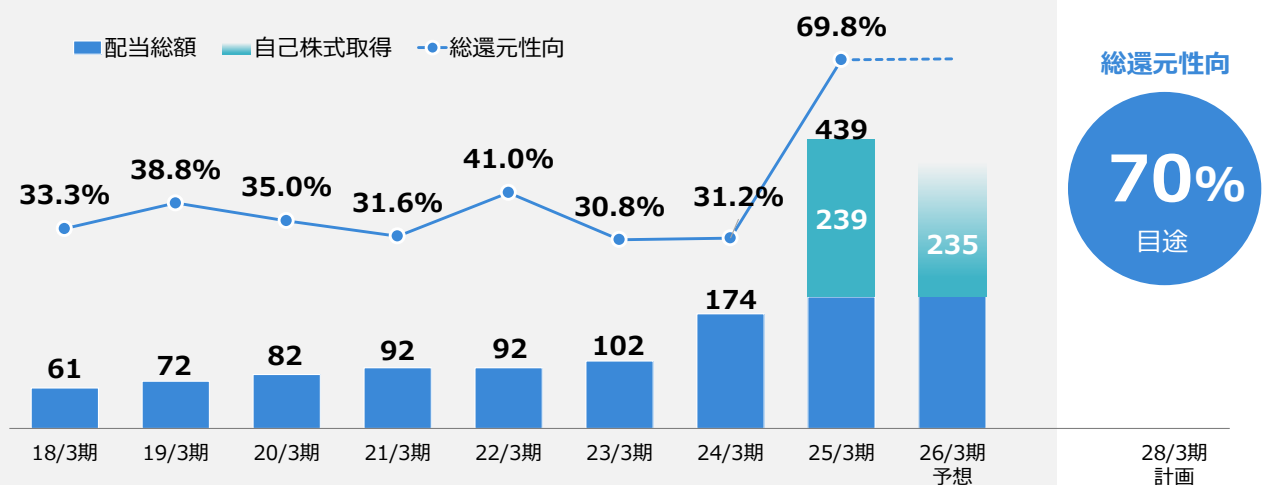
1株当たり配当についてです。

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。  
 中間80円、通期では1株200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。

## 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



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

42

株主様への総還元については、  
5月にご説明したとおり、  
総還元性向70%を目途にしております。

自己株式の買付については、  
7月以降予定どおり進めております。

投資家、株主の皆様におかれましては、  
引き続きご支援を賜りたく、どうぞよろしくお願いいたします。

非財務情報開示の強化

- 統合報告書の発行
  - ➡ 重点課題（マテリアリティ）の設定から、2025年度中の開示に向け準備中
- GHG排出量に関する開示
  - ➡ 国内・海外のSCOPE 1・2、国内のSCOPE 3開示（2024年度情報：ホームページで開示済）
  - ➡ 海外即席麺のSCOPE 3を算出（2025年12月にホームページで開示目標）
- TCFD開示への対応
  - ➡ 国内即席麺、低温食品に続き、海外即席麺を対象にTCFDの枠組みに沿った開示に向け準備中（2025年12月にホームページで開示目標）（米国カリフォルニア州法への対応も並行して準備中）

持続可能な調達

- 国内外の認証パーム油への代替 **82%**（2024年度）

年度	2021	2022	2023	2024
代替率（%）	77	81	83	82

- ➡ 【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サプライチェーン認証を4工場目に拡大中）  
（海外は、認証パーム油への代替率100%に達成済）



- 主要取扱魚種のMSC等漁業認証原料の取り扱い **80.5%**  
（2024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



資本コスト低減の取り組みとして掲げております、  
社会課題・環境への対応、非財務情報開示についても  
画面のとおり、スケジュールを定め、進めております。

当社のありたい姿、企業価値向上により  
すべてのステークホルダーを笑顔にするために、  
尽力をしてまいります。  
引き続き、よろしくお願いいたします。

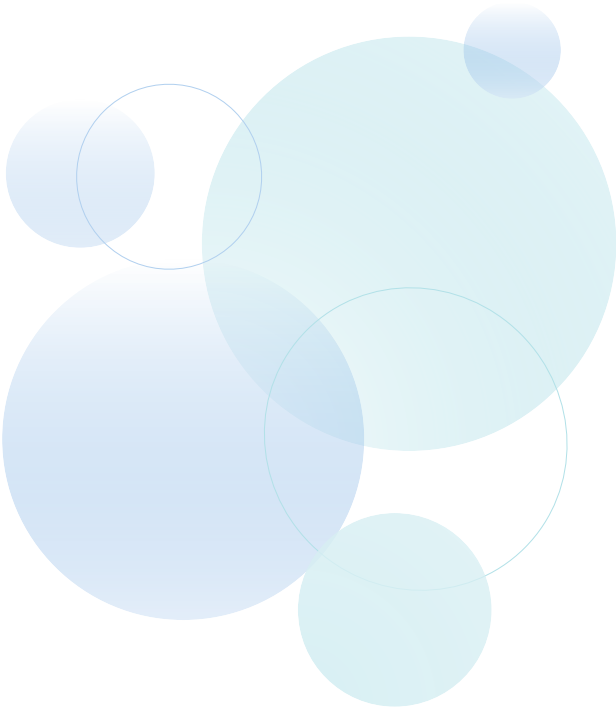


# Smiles for All.

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。

# 04 参考資料



2026年3月期 通期 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（実績）		下期（予想）		通期（予想）	
連結売上高	5,123	2,561	101%	2,789	108%	5,350	104%
水産食品事業	303	158	104%	152	100%	310	102%
海外即席麺事業	2,340	1,158	98%	1,315	114%	2,473	106%
(百万ドル)	1,533	793	103%	867	114%	1,660	108%
国内即席麺事業	1,030	463	102%	597	104%	1,060	103%
袋 麺	166	74	100%	97	104%	171	103%
カップ麺	864	389	102%	500	104%	889	103%
低温食品事業	598	325	104%	289	101%	614	103%
加工食品事業	222	108	101%	138	121%	246	111%
冷蔵事業	254	135	107%	125	98%	260	103%
その他（調整額含）	376	214	108%	173	97%	387	103%

2026年3月期 通期 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（実績）		下期（予想）		通期（予想）	
連結営業利益	765	398	100%	402	110%	800	104%
水産食品事業	9	9	165%	3	97%	12	140%
海外即席麺事業	555	289	99%	292	111%	581	105%
(百万ドル)	364	198	103%	192	112%	390	107%
国内即席麺事業	98	37	92%	63	108%	100	102%
低温食品事業	80	48	111%	33	89%	81	101%
加工食品事業	0	△6	↓	7	↑	1	370%
冷蔵事業	23	16	135%	11	102%	27	119%
その他	8	9	117%	0	9%	9	110%
(調整額)	△8	△4	-	△7	-	△11	-

2026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）		
	25/3	26/3	前期差	25/3	26/3	前期差	25/3	26/3	前期差
売上高	457	463	+6	312	325	+13	774	793	+19
営業利益	40	37	△3	43	48	+5	192	198	+6

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	+3	+1	△2	+4	+5	+1	+54	+34	△20
原材料	△4	+1	+5	△1	+4	+5	△58	△14	+44
製造経費	△3	△4	△1	△1	△2	△1	△21	△10	+11
販売費・一般管理費	0	△1	△1	△1	△2	△1	△1	△4	△3
合 計	△4	△3	+1	+1	+5	+4	△26	+6	+32

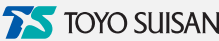


2026年3月期 通期 事業別利益増減要因（予想）

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	1,660	+127
営業利益	98	100	+2	80	81	+1	364	390	+26

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	+1	+9	+10	+5	+2	+7	+34	+88	+122
原材料	+1	0	+1	+4	+2	+6	△14	△41	△55
製造経費	△4	△2	△6	△2	△7	△9	△10	△17	△27
販売費・一般管理費	△1	△2	△3	△2	△1	△3	△4	△10	△14
合 計	△3	+5	+2	+5	△4	+1	+6	+20	+26

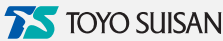
2026年3月期 第2四半期 四半期別連結損益計算書



(百万円)	24/3期 (期末レート)				25/3期 (期中平均レート)			26/3期 (期中平均レート)		
	1Q	2Q	上期	通期	1Q	2Q	上期	1Q	2Q	上期
為替 (USD)	144.99	149.58	149.58	151.33	155.89	152.63	152.63	144.60	146.04	146.04
売上高	111,181	123,709	234,890	489,013	124,769	128,514	253,283	125,803	130,271	256,074
売上総利益	29,715	35,099	64,814	140,103	37,954	38,980	76,934	36,520	40,750	77,270
営業利益	13,190	16,634	29,824	66,696	19,803	20,025	39,828	18,300	21,472	39,772
経常利益	15,277	18,369	33,646	74,889	22,381	21,847	44,228	20,565	23,219	43,784
税引前利益	15,275	18,117	33,392	73,209	22,870	21,705	44,575	20,487	23,887	44,374
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	11,023	14,109	25,132	55,653	17,212	16,312	33,524	15,251	18,074	33,325
(前期比)										
売上高	107.8%	112.7%	110.3%	112.2%	112.2%	103.9%	107.8%	100.8%	101.4%	101.1%
営業利益	123.0%	201.6%	157.1%	165.4%	150.1%	120.4%	133.5%	92.4%	107.2%	99.9%
経常利益	134.8%	203.0%	165.1%	171.3%	146.5%	118.9%	131.5%	91.9%	106.3%	99.0%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	127.5%	213.1%	164.6%	168.0%	156.1%	115.6%	133.4%	88.6%	110.8%	99.4%
(対売上高)										
売上総利益	26.7%	28.4%	27.6%	28.7%	30.4%	30.3%	30.4%	29.0%	31.3%	30.2%
営業利益	11.9%	13.4%	12.7%	13.6%	15.9%	15.6%	15.7%	14.5%	16.5%	15.5%
経常利益	13.7%	14.8%	14.3%	15.3%	17.9%	17.0%	17.5%	16.3%	17.8%	17.1%
親会社株主に帰属 する四半期(当期)純利益	9.9%	11.4%	10.7%	11.4%	13.8%	12.7%	13.2%	12.1%	13.9%	13.0%

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

2026年3月期 第2四半期 四半期別セグメント別業績



(百万円)	24/3期 (期末レート)				25/3期 (期中平均レート)			26/3期 (期中平均レート)		
	1 Q	2 Q	上期	通期	1 Q	2 Q	上期	1 Q	2 Q	上期
為替 (USD)	144.99	149.58	149.58	151.33	155.89	152.63	152.63	144.60	146.04	146.04
売上高	111,181	123,709	234,890	489,013	124,769	128,514	253,283	125,803	130,271	256,074
水産食品事業	7,556	7,478	15,034	29,562	8,068	7,052	15,120	7,884	7,901	15,785
海外即席麺事業	47,468	58,605	106,073	221,229	58,462	59,671	118,133	55,698	60,141	115,839
(百万ドル)	327	382	709	1,462	375	399	774	385	408	793
国内即席麺事業	21,989	21,743	43,732	100,093	22,255	23,413	45,668	23,686	22,656	46,342
低温食品事業	14,326	14,939	29,265	56,878	15,257	15,932	31,189	16,080	16,402	32,482
加工食品事業	4,492	4,712	9,204	20,155	5,049	5,698	10,747	5,328	5,502	10,830
冷蔵事業	5,963	6,159	12,122	23,996	6,145	6,523	12,668	6,703	6,810	13,513
その他事業	9,384	10,074	19,458	37,096	9,530	10,224	19,754	10,420	10,859	21,279
営業利益	13,190	16,634	29,824	66,696	19,803	20,025	39,828	18,300	21,472	39,772
水産食品事業	133	32	165	400	260	283	543	425	473	898
海外即席麺事業	9,195	12,015	21,210	46,318	14,329	14,963	29,292	12,730	16,175	28,905
(百万ドル)	63	79	142	306	92	100	192	88	110	198
国内即席麺事業	1,086	1,739	2,825	9,703	2,120	1,855	3,975	2,131	1,534	3,665
低温食品事業	1,959	1,914	3,873	7,430	2,127	2,164	4,291	2,311	2,443	4,754
加工食品事業	-21	173	152	742	186	133	319	-392	-170	-562
冷蔵事業	648	622	1,270	2,282	602	545	1,147	824	728	1,552
その他事業	225	363	588	418	331	438	769	296	600	896
調整額	-38	-224	-262	-600	-155	-355	-510	-26	-310	-336
営業利益率	11.9%	13.4%	12.7%	13.6%	15.9%	15.6%	15.7%	14.5%	16.5%	15.5%
水産食品事業	1.8%	0.4%	1.1%	1.4%	3.2%	4.0%	3.6%	5.4%	6.0%	5.7%
海外即席麺事業	19.4%	20.5%	20.0%	20.9%	24.5%	25.1%	24.8%	22.9%	26.9%	25.0%
国内即席麺事業	4.9%	8.0%	6.5%	9.7%	9.5%	7.9%	8.7%	9.0%	6.8%	7.9%
低温食品事業	13.7%	12.8%	13.2%	13.1%	13.9%	13.6%	13.8%	14.4%	14.9%	14.6%
加工食品事業	-0.5%	3.7%	1.7%	3.7%	3.7%	2.3%	3.0%	-7.4%	-3.1%	-5.2%
冷蔵事業	10.9%	10.1%	10.5%	9.5%	9.8%	8.4%	9.1%	12.3%	10.7%	11.5%
その他事業	2.4%	3.6%	3.0%	1.1%	3.5%	4.3%	3.9%	2.8%	5.5%	4.2%

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

2026年3月期 第2四半期 特別損益等のポイント

	25/3期	26/3期	差異	主な内容
営業利益	39,828	39,772	△ 56	
営業外収益	4,606	4,317	△ 289	主に受取利息の減少
営業外費用	206	306	100	
経常利益	44,228	43,784	△ 444	
特別利益				
固定資産売却益	8	255	247	連結子会社での土地売却益
投資有価証券売却益	512	471	△ 41	
補助金収入	75	18	△ 57	
特別利益合計	596	745	149	
特別損失				
固定資産除売却損	227	135	△ 92	
減損損失	20	15	△ 5	
その他	2	3	1	
特別損失合計	250	154	△ 96	
税金等調整前中間純利益	44,575	44,374	△ 201	
法人税、住民税及び事業税	11,024	8,984	△ 2,040	前期：24.4% 今期：24.3%
法人税等調整額	△ 147	1,792	1,939	
法人税等合計	10,877	10,777	△ 100	
中間純利益	33,697	33,596	△ 101	
非支配株主に帰属する中間純利益	173	271	98	
親会社株主に帰属する中間純利益	33,524	33,325	△ 199	

## 社会課題・環境への対応

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
22.2% 削減 (1.3%減)	20% 削減

### 産業廃棄物（原単位）

実績	目標
26.1% 削減 (2.9%減)	15% 削減

### 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
18.8% 削減 (0.8%減)	10% 削減

2030年目標の  
前倒し達成

※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



2024年に工事が完了した、城南島冷蔵庫の自然冷媒設備



城南島冷蔵庫の外観

### 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。