東洋水産株式会社

2022年3月期
決算説明会資料

2022年5月13日

証券コード：2875

Smiles for All.
すべては、笑顔のために。

目次

01 連結業績及び連結業績予想 …… P.3
- 01-1 2022年3月期 連結業績 …… P.4
- 01-2 2023年3月期 連結業績予想 …… P.10

02 事業の状況 …… P.14
- 02-1 国内即席麺・低温食品事業 …… P.15
- 02-2 海外即席麺事業 …… P.28

03 2023～2025年3月期3ヵ年中期経営計画 …… P.36
- 03-1 環境認識と将来に向けた取り組み …… P.37
- 03-2 新中期経営計画の位置付けと４つの基本戦略 …… P.43
- 03-3 新中期経営計画の連結業績およびセグメント別目標 …… P.50
- 03-4 新中期経営計画の主な設備投資とキャッシュフロー …… P.53

04 参考資料 …… P.57

01

連結業績及び連結業績予想

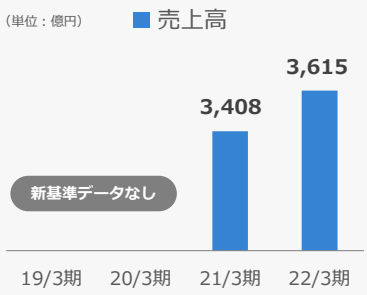
01 - 1

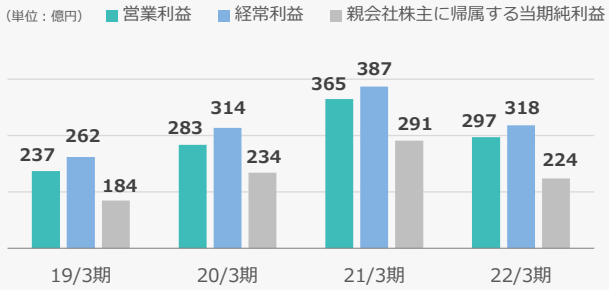
2022年3月期　連結業績

2022年3月期　連結業績　総括

5

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差	前期比
売上高	3,408	**3,615**	+207	106.1%
営業利益	365	**297**	△68	81.6%
営業利益率	10.7%	**8.2%**		
経常利益	387	**318**	△69	82.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	291	**224**	△67	77.1%
為替レート（米ドル/円）	110.71	**122.41**		

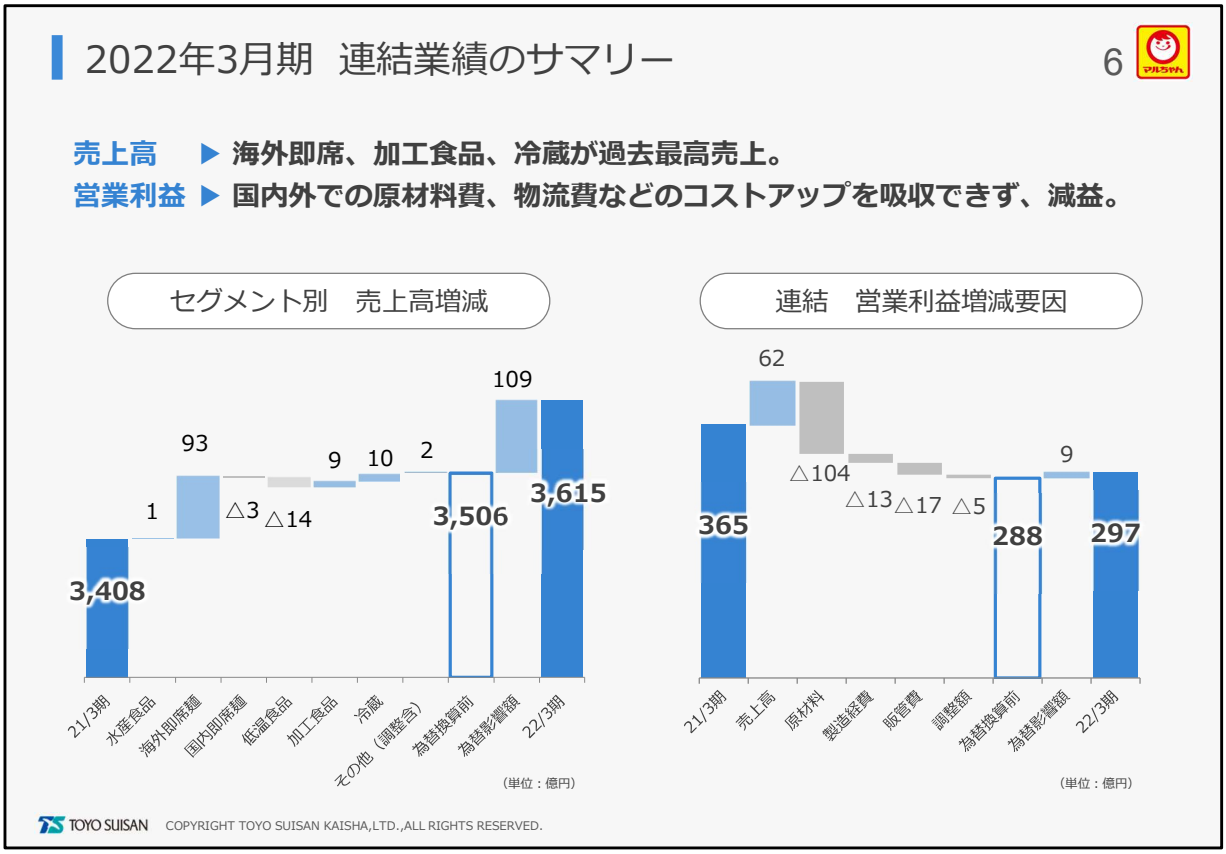




TOYO SUISAN　COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

売上高は、前期比106.1％の3,615億円、
営業利益は、前期比81.6％の297億円、
経常利益は、前期比82.3％の318億円、
親会社株主に帰属する当期純利益は、
前期比77.1％ の224億円となりました。

なお、3月末のアメリカドルの為替換算レートは、
122円41銭、前期は110円71銭でございます。



業績の概要についてご説明いたします。

売上高は、最高売上高を更新した海外即席麺が大きく牽引し、
為替の影響もあり、計画を上回る増収となりました。

営業利益は、国内外での原材料価格高騰の影響により、
減益となりました。

製造経費の増加の内訳は、
海外の人件費と国内外での動力費等の増加になります。
販管費増加の内訳は、主に海外での物流費の増加となります。

為替の影響額は、売上高で約109億円の増収、
営業利益は約9億円の増益となります。

財務諸表の主な内容は、
参考資料59～61ページに記載しております。

2022年3月期　売上高の状況

上期・下期の内訳は参考資料 P.63に記載

7

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差	計画差（21/10）	前期差について
連結売上高	3,408	**3,615**	+207	+15	
水産食品事業	249	**250**	+1	△7	外出自粛等による影響で、コンビニエンスストア向けの販売量が減少したものの、食品宅配事業向けの販売等が伸長したことにより、増収
海外即席麺事業	940	**1,142**	+202	+50	米国は、袋麺では「Ramen」シリーズ、カップ麺では「Instant Lunch」「Yakisoba」「Bowl」シリーズが好調に推移したことにより、増収。メキシコは、主力のカップ麺、袋麺ともに好調に推移したことにより、増収
（百万ドル）	849	**933**	+84	△60	
国内即席麺事業	958	**955**	△3	△11	カップ麺では「MARUCHAN QTTA」「麺づくり」シリーズ等が好調に推移したことにより、増収。袋麺では「マルちゃん正麺」シリーズ中心に拡売に努めたものの、減収
低温食品事業	527	**513**	△14	△7	生麺では主力商品の「マルちゃん焼そば３人前」「マルちゃんの生ラーメン３人前」シリーズを中心に拡売に努めたものの、減収
加工食品事業	186	**195**	+9	△5	米飯ではレトルト米飯の１食増量企画や新商品の発売等により、増収。フリーズドライスープでは「素材のチカラ」シリーズ等が好調に推移したことにより、増収
冷蔵事業	211	**221**	+10	+3	外出自粛による巣ごもり需要の影響で、市販用冷凍食品や宅配品の取扱いが堅調に推移したことにより、増収
その他	337	**339**	+2	△8	弁当・惣菜事業が増収

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

セグメント別実績および概況は、
7ページ・8ページに記載の通りでございます。

2022年3月期　営業利益の状況

上期・下期の内訳は参考資料 P.64に記載

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差	計画差（21/10）	前期差について
連結営業利益	365	**297**	△68	△23	
水産食品事業	0	**2**	+2	0	マグロの原材料価格高騰、鮭鱒の仕入コスト増加等はあったものの、魚卵の原価率改善や出荷数の増加等により、増益
海外即席麺事業	161	**101**	△60	△12	売上高増加による効果はあったものの、主原料価格上昇による原材料費の増加、運賃単価上昇による物流費の増加等により、減益
（百万ドル）	145	**82**	△63	△21	
国内即席麺事業	133	**108**	△25	△10	人件費や運賃保管料等の減少はあったものの、動力費や販売促進費等の増加により、減益
低温食品事業	68	**64**	△4	0	売上高の減少や動力費の増加等により、減益
加工食品事業	△7	**2**	+9	+2	動力費の増加はあったものの、売上高の増加、人件費の減少等により、増益
冷蔵事業	12	**23**	+11	+1	動力費の増加はあったものの、人件費の減少や前期の新冷蔵庫稼働による一時的費用が無くなったこと等により、増益
その他	5	**8**	+3	0	弁当・惣菜事業の売上高増加等により、増益
（調整額）	△7	**△11**	△4	△4	その他調整額　△1

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

2020～2022年3月期3ヵ年中期経営計画との比較

9

（単位：億円）	売上高				営業利益			
	22/3期	19/3期 実績差	3ヵ年 計画	3ヵ年 計画差	22/3期	19/3期 実績差	3ヵ年 計画	3ヵ年 計画差
合 計	4,394	+383	4,500	△106	297	+60	315	△18
水産食品事業	257	△43	400	△143	2	0	5	△3
海外即席麺事業	1,142	+304	965	+177	101	+5	122	△21
（百万ドル）	933	+178	869	+64	82	△4	110	△28
国内即席麺事業	1,354	+78	1,365	△11	108	+29	105	+3
低温食品事業	744	+52	746	△2	64	+19	57	+7
加工食品事業	265	+38	285	△20	2	+12	0	+2
冷蔵事業	221	+36	224	△3	23	+7	18	+5
その他	411	△82	515	△104	8	△7	17	△9
（調整額）	–	–	–	–	△11	△5	△9	△2

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

こちらは、
2020年～2022年3月期3ヵ年中期経営計画の最終年度と
2022年3月期実績の比較となります。
このページのみ、
売上高を旧基準の概算数値で比較しております。

売上高は、
水産食品、ベンダー事業の厳しさが影響し、
3年前に目標とした数字は未達でしたが、
海外即席麺が、1,000億円を超え、計画以上となりました。

営業利益は、
21年3月期には営業利益365億円を達成しましたが、
想定以上の原材料などコスト高騰の影響により、
最終年度の目標には届きませんでした。
コストアップの吸収については、既に取り組みを進めており、
次の3ヵ年中期経営計画の初年度より、
利益回復を計画しております。

01-2

2023年3月期　連結業績予想

2023年3月期　連結業績予想

11

（単位：億円）	22/3期実績	売上高比率	23/3期予想	売上高比率	前期比
売上高	3,615	100.0%	**4,050**	**100.0%**	112.0%
営業利益	297	8.2%	**365**	**9.0%**	122.7%
営業外損益	21	0.6%	**15**	**0.4%**	
経常利益	318	8.8%	**380**	**9.4%**	119.4%
特別損益	△2	△0.1%	**0**	**0.0%**	
税金等調整前当期純利益	316	8.7%	**380**	**9.4%**	
法人税等	△86	△2.4%	**△105**	**△2.6%**	
当期純利益	230	6.4%	**275**	**6.8%**	
親会社株主に帰属する当期純利益	224	6.2%	**270**	**6.7%**	120.5%
1株当たり配当	90円		**90円**		
為替レート（米ドル/円）	122.41		**122.00**		
設備投資額（支払ベース）	130	3.6%	**260**	**6.4%**	
減価償却費	153	4.2%	**160**	**4.0%**	
FCF（注1）	247		**170**		
EBITDA（注2）	450	12.5%	**525**	**13.0%**	

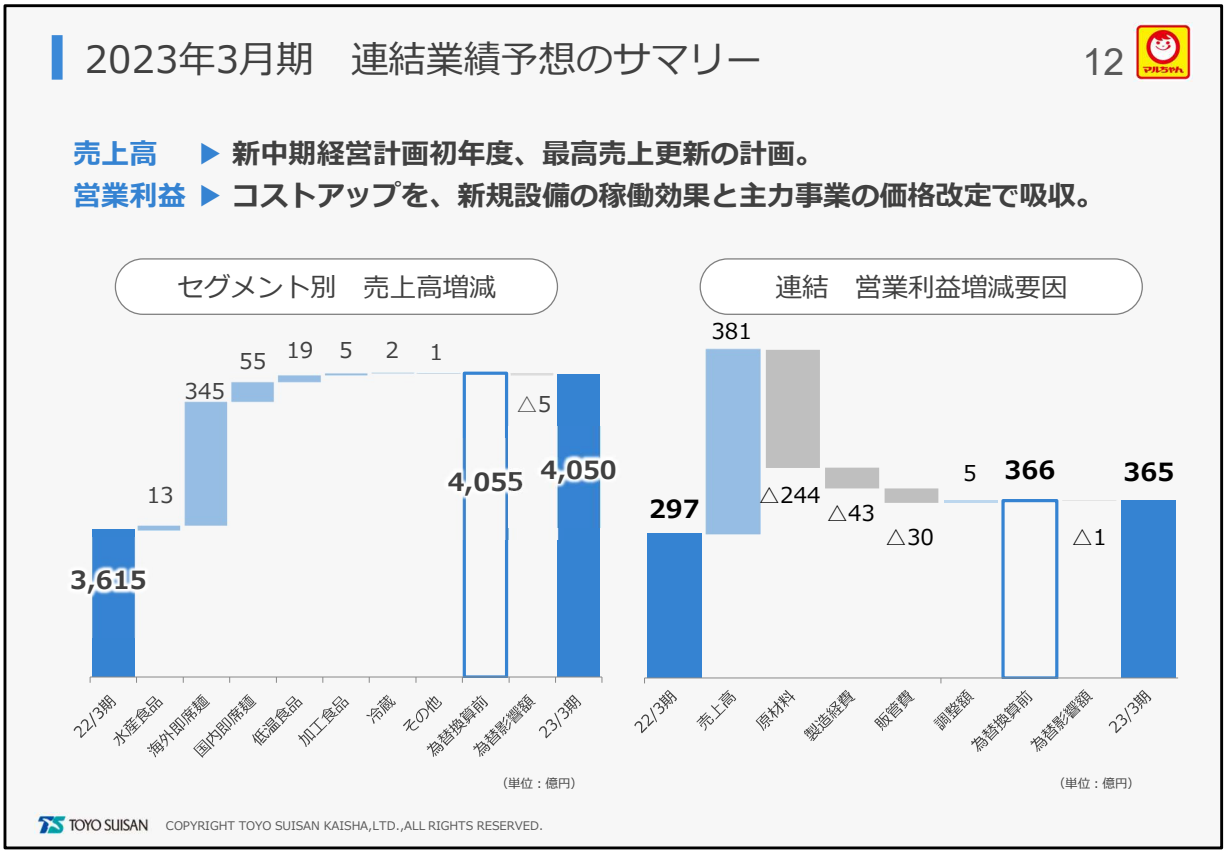
（注1）　FCF = 親会社株主に帰属する当期純利益 + 減価償却費 − 設備投資額
（注2）　EBITDA = 営業利益 + 減価償却費

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

通期業績予想は、

売上高は、前期比112.0%の4,050億円、
営業利益は、前期比68億円増益の365億円の予想で、
為替については、1ドル122円の前提です。

設備投資額は、260億円、
減価償却費は、前期比7億円増加の160億円の予想です。



業績予想の概要についてご説明いたします。

売上高は、4,050億円で最高売上高の更新を目指します。

営業利益は、
テキサス工場などの新規設備の稼働効果と、
海外即席麺、国内即席麺、低温食品の価格改定などにより、
前期より継続している、
原材料費や動力費、物流費等のコストアップを吸収し、
過去最高の365億円への回復を目指す予想です。

2023年3月期　セグメント別売上高・営業利益予想

13

上期・下期の内訳は参考資料 P.69・70に記載

（単位：億円）	売上高 23/3（予想）	売上高 前期差	営業利益 23/3（予想）	営業利益 前期差	
合 計	4,050	+435	365	+68	
水産食品事業	263	+13	3	+1	世界情勢の影響も考えられるが、営業体制の強化とNB新商品開発の推進。適正価格での販売により前期並みの利益を予想
海外即席麺事業	1,482	+340	177	+76	労働人員の回復、新規ライン増設による製造能力回復。量販店の特売確保、マーケティング強化を推進し、販売数量増。原材料価格の上昇、人件費等製造経費増加も、価格改定の実施により増益を予想
（百万ドル）	1,215	+282	145	+63	
国内即席麺事業	1,010	+55	95	△13	22年6月から価格改定を実施。カテゴリーNo.1戦略の継続と高価格袋麺「マルちゃん ZUBAAAN！」発売による増収でコストアップは吸収するものの、新商品等への宣伝費投入により減益を予想
低温食品事業	532	+19	66	+2	22年4月から価格改定を実施。生麺主力商品の新価格浸透、市場拡大の高価格2食ラーメンのご当地、ご当店シリーズや、「パリパリ無限」シリーズの展開を強化。増収効果により、増益を予想
加工食品事業	200	+5	3	+1	22年3月に発生した地震により米飯ラインが一部被災。米飯、フリーズドライ共に需要は堅調。事業全体で原材料価格は安定しており、拡売による増収効果により、増益を予想
冷蔵事業	223	+2	21	△2	既存冷蔵庫の安定と営業活動強化により増収。減価償却費の負担は減少するものの、動力費の上昇により、減益を予想
その他	340	+1	7	△1	
（調整額）	–	–	△7	+4	

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

続いて、13ページは、
セグメント別の売上高・営業利益の予想です。

02

事業の状況

02-1

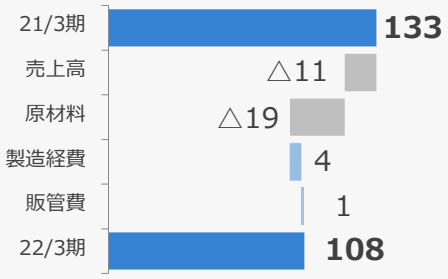
国内即席麺・低温食品事業

国内即席麺事業　2022年3月期の概況

16

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差
売上高	958	**955**	△3
袋麺	158	**153**	△5
カップ麺	800	**802**	+2
営業利益	133	**108**	△25

営業利益増減要因（単位：億円）



売上高

- 袋麺は、前期比では減収も、コロナ前と比較して10%以上高い水準
- カップ麺は「麺づくり」「QTTA」、和風麺投入の「ごつ盛り」を中心に、増収
- 販促費は、上期に前期特売自粛等による反動があった影響があり、前期比で増加

営業利益

- 原材料は、パーム油・包材は通期で高騰、4Qからは小麦粉高騰も加わり、減益
- 製造経費は、減価償却費等の減少、稼働の安定による人件費減少等により、増益
- 販管費は、物流費は上昇傾向も、全体としてはほぼ前期並み

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

まず、国内即席麺事業の前期実績の振り返りです。
売上高は、3億円減収の955億円、
営業利益は、25億円減益の108億円となりました。

販売数量としてはほぼ前期並の水準で推移しました。
袋麺は前期比では減収でしたが、コロナ前比では10%以上高く、
カップ麺は、前期比で増収、コロナ前レベルに回復傾向です。
販促費については、前期上期は販促活動抑制等による、
未使用の販促費があった影響もあり、
通期でも減益要因となりました。

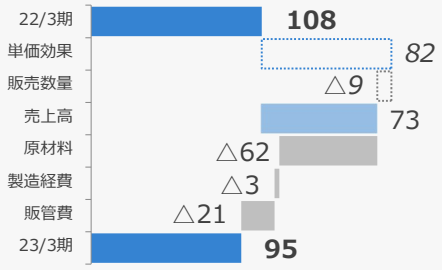
原材料は、パーム油、その他原材料も想定を上回る高値
が続いていることで、減益幅が拡大いたしました。

国内即席麺事業　2023年3月期予想の概況

17

（単位：億円）	22/3期	23/3期	前期差
売上高	955	**1,010**	＋55
袋麺	153	**178**	+25
カップ麺	802	**832**	+30
営業利益	108	**95**	△13

営業利益増減要因（単位：億円）



（単価効果と販売数量は、売上高による影響の内訳を示します）

売上高

- ６月から価格改定。和風カップ麺中心に、主力商品の新価格浸透に努める
- 「麺づくり」発売30周年企画など、カップ麺の更なる拡売
- ４月新発売の袋麺「マルちゃんZUBAAAN!」による新需要の創出と育成

営業利益

- 原材料は、小麦粉、パーム油、包装資材の価格高騰が継続する見通し
- 製造経費は、新ライン稼働による減価償却費、動力費の増加
- 販管費は、主力商品、新商品へのプロモーション費用投入と、物流費の増加

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

続きまして、今期予想の概況です。

売上高は、前期比55億円増収の1,010億円、
営業利益は、前期比13億円減益の95億円としました。

現時点で試算しているコストアップは、
原材料で約62億円、動力費、物流費で約10億円です。
これらのコストアップに対しては、
6月からの価格改定により吸収できる見通しです。

今期は、将来への投資として、
袋麺新ブランド、マルちゃんZUBAAAN!、
主力カップ麺「麺づくり」30周年などの
宣伝費投入約16億円増を、販管費に織り込んでおります。

国内即席麺事業　施策の内容①

18

2022年
4月4日
新発売

新たな需要を見据えた商品「マルちゃんZUBAAAN！」

袋麺の新ジャンルに挑戦。
お店品質の本格的ラーメンの発売

今期年間販売目標　**4,500万食**

- お客様に「マルちゃんZUBAAAN！」を手に取って頂けるように、サンプリング・試食販売を強化します。
- 今までの袋麺との違いや“おいしさ”をお伝えするために、テレビCMやSNSを活用したプロモーションを展開します。

■SM業態 販売店率【%】

ブランド	4/4週	4/11週	4/18週	4/25週	期間計
マルちゃんZUBAAAN！	78.1	81.5	83.4	81.0	81.0
マルちゃん正麺	81.6	81.1	79.7	79.7	80.5

㈱インテージ　12SRI（即席めん）袋麺　SRI+［Weekly］　SM業態販売店率（販売店率；カテゴリー販売店あたり）

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

すでにご購入いただいた方もいらっしゃると思いますが、
新たな需要を見据えた新商品として、
お店品質の本格的なラーメン、
「マルちゃんZUBAAAN!」を、4月4日に発売致しました。

画面の表は、
4月4日からのスーパー業態の販売店率を表わしております。

「マルちゃんZUBAAAN!」は、
当社袋麺の「マルちゃん正麺」と比較しても、
ほぼ同じ販売店率となっております。
まだ発売して1ヶ月ですが、
順調に店舗への配荷がすすんでおります。

今期の販売目標、4,500万食以上を目指して、
様々なプロモーション展開を強化し、
売場での定着化と拡売に繋げて参ります。

国内即席麺事業　施策の内容②

19

2022年度の取り組み

発売30周年をむかえる「麺づくり」

1992年の発売以来、「麺づくり」は、今年発売30周年をむかえます。
現在では、おかげさまで販売数量で20億食を突破。
ノンフライカップ麺売上食数ナンバー1*となりました。これからも、
皆さまから愛されるブランドであり続けるために、商品企画・プロモーション
を強化して、「ノンフライカップ麺」市場でさらなる拡大を目指します。

*㈱インテージＳＲＩ＋　全国全業態計 ノンフライカップ麺 累計販売食数（期間：2021年4月～2022年3月）

「既存主力商品」のさらなる成長

1992年発売当時の
「麺づくり」

現在の「麺づくり」

基幹商品「赤いきつね・緑のたぬき」

価格改定後も、お客様から選び続けていただく商品であるために、
新価格がお客様に受け容れられ、浸透するようプロモーションを展開します。
販売数量拡大に向けて、販売チャネルに応じた施策も強化いたします。
また、これまでも続けてきた赤緑ファンの醸成につながる
コミュニケーション活動は引き続き継続します。

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

次に、カップ麺の取り組みです。
まず、今年で発売30周年をむかえる「麺づくり」です。
これからも、より一層多くの方に召し上がって頂くために、
30周年をひとつの契機として、商品企画をさらに強化致します。

また、基幹商品の「赤いきつね・緑のたぬき」については、
価格改定後の新しい価格が、
早期にお客様から受け入れて頂き、浸透するように、
商品企画やプロモーションを強化。
販売チャネルに応じた施策も推進致します。

過去国内即席麺は、
2008年、2015年、2019年と価格改定を実施し、
価格改定後も販売数量への影響を最小限に留めてきました。

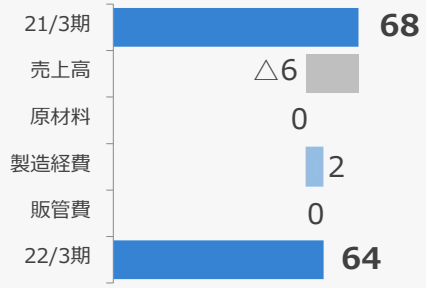
安心ブランドの定番商品、
本物感を兼ね備えたこだわり商品や
地域で長年支持を頂いている商品、
そして、お求めやすい価格帯の商品など、
幅広い商品ラインナップで、
お客様の様々なニーズに対応し、
販売数量の確保につとめて参ります。

低温食品事業　2022年3月期の概況

21

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差
売上高	527	**513**	△14
営業利益	68	**64**	△4

営業利益増減要因（単位：億円）



売上高

- 生麺は、前期１Qの特需に対する反動減が影響し減収も、コロナ前比では約10%増
- 外出自粛の影響で、外食の代替として、高価格帯ラーメン類の需要拡大が継続
- 冷凍食品は、1月以降前期比プラスで推移し、業務用商材が回復傾向

営業利益

- 原材料は、4Qからの小麦粉価格の上昇も、主力品構成比上昇で、ほぼ前期並み
- 製造経費は、減価償却費等の減少、稼働の安定による人件費減少等により、増益
- 販管費は、物流費は上昇傾向も、全体としては前期並み

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

続きまして、低温食品事業の前期実績の振り返りです。
売上高は、前期比14億円減収の513億円、
営業利益は、4億円減益の64億円となりました。

主力の生麺は、数量ベースで減収となったものの、
コロナ前対比では約10％弱高い水準で推移しています。

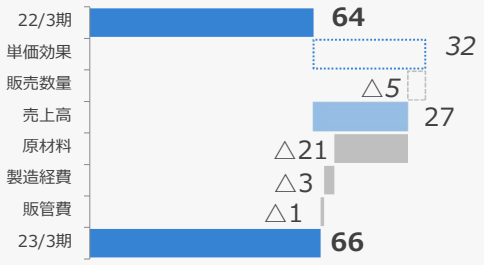
原材料は、第4四半期から、
小麦粉のコストアップの影響は出てきていますが、
製造経費、販管費含め、ほぼ計画通りの結果となりました。

低温食品事業　2023年3月期予想の概況

22

（単位：億円）	22/3期	23/3期	前期差
売上高	513	**532**	＋19
営業利益	64	**66**	+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

- ４月から価格改定。「マルちゃん焼そば3人前」中心に拡売
- 「ニッポンのうまい」「パリパリ無限」シリーズなどブランド強化
- 冷凍食品は、業務用の既存チャネル拡売中心に、健康やわらか食など新商品を提案

営業利益

- 原材料は、小麦粉、そば粉に加え、包装資材の価格が高騰
- 製造経費は、新ライン稼働による減価償却費、動力費の増加
- 販管費は、物流費の増加、消費者キャンペーン等のプロモーションを展開

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

続きまして、今期予想の概況です。

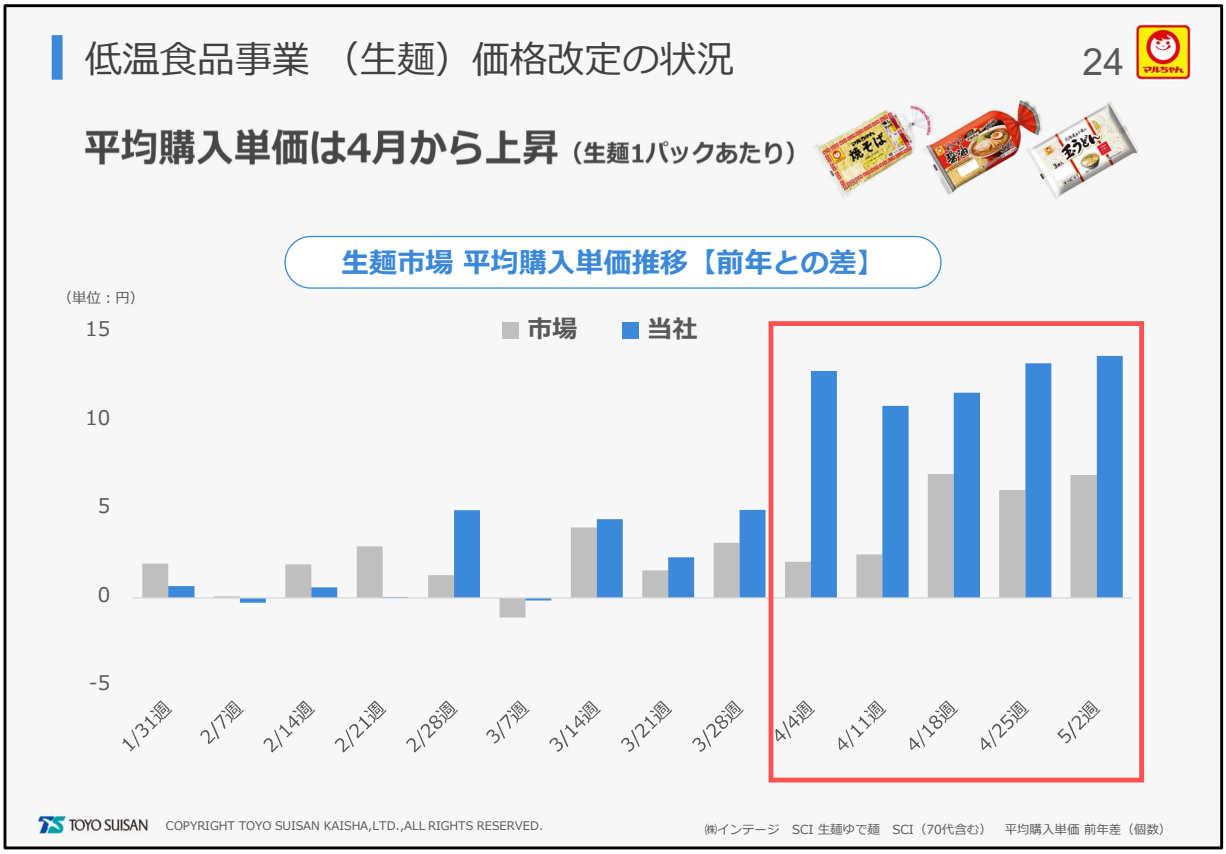
売上高は、前期比19億円増収の532億円、
営業利益は、前期比2億円増益の66億円としました。

国内即席麺同様に、原材料、動力費、物流費高騰があり、
約25億円のコストアップを見込んでおりますが、
4月からの価格改定により吸収する予想です。

生麺の 2022年度取り組みです。

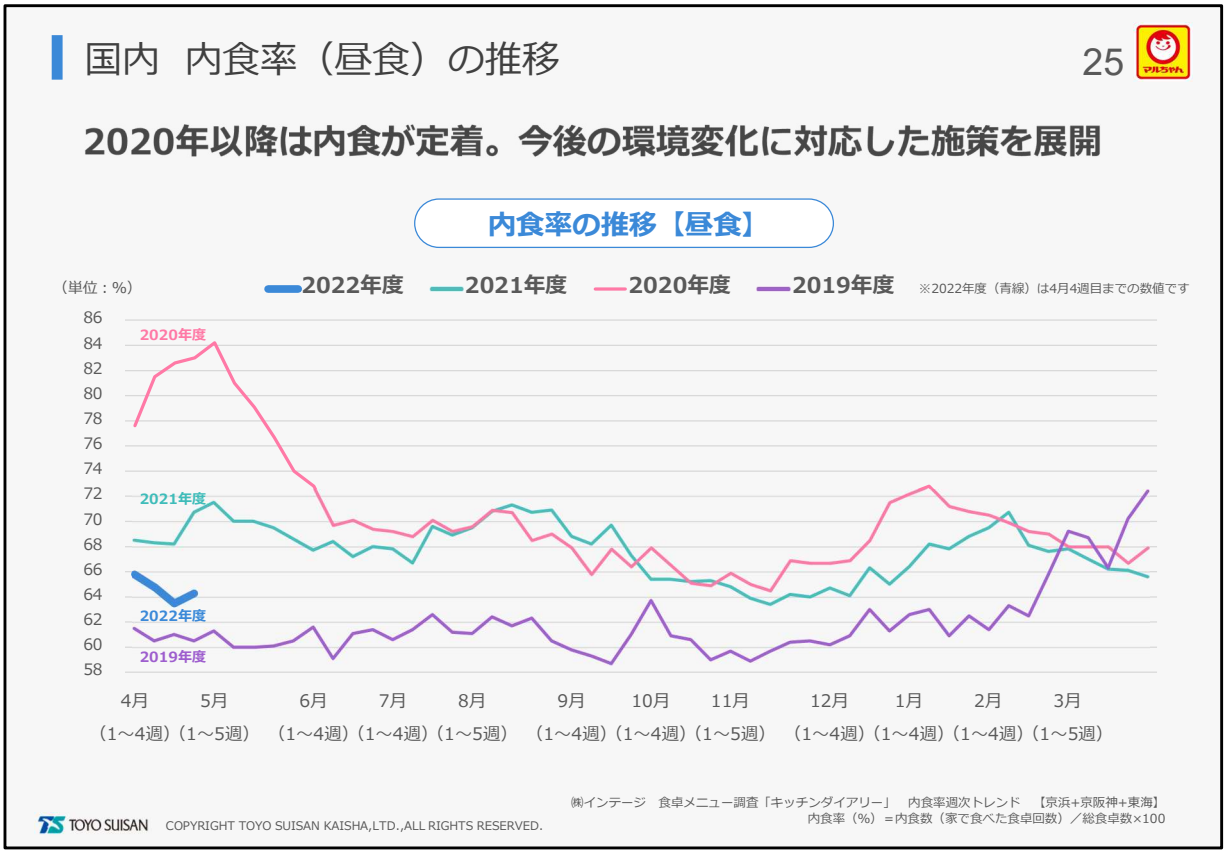
「マルちゃん焼そば3人前」は、
2025年度に発売50周年をむかえます。
さらなるシェアの拡大を目指し、
エリアごとの販売施策実施や、
限定商品やメニュー提案を、さらに強化します。

また、
全国各地の地域の味を商品化し、全国に発信する、
「ニッポンのうまいシリーズ」の展開を本格化します。
「ラーメン」「焼そば」「和風麺」など、
カテゴリーを横断したシリーズ展開により、
市場の拡大を目指して参ります。



4月1日より、生麺の価格改定を実施しておりますが、
画面のグラフは、生麺市場の購入単価推移を、
前年との差で表しております。
青の棒グラフが当社、灰色の棒グラフは市場の推移です。

4月に入ってから、当社の単価は上昇しており、
価格改定が着実にすすんでいることがわかります。
今後も、価格改定の進行度合いを確認すると同時に、
販売数量の確保に向けた取り組みを、実施して参ります。



こちらの折れ線グラフは、
昼食の内食率推移を表わしています。

紫の線が 2019年度、ピンクの線が 2020年度、
緑の線が 2021年度、そして青の線が 2022年度の推移となります。

今年は、3年ぶりに制限のないゴールデンウィークとなりましたが、
まだ、完全に収束したとは言えない中、
引き続きウィズコロナへの対応、
また、様々な分野での値上げによる節約志向予想もあり、
価格改定による需要変化だけではなく、
様々な外部環境の変化への対応をすすめていく必要があります。

米飯・フリーズドライスープ　施策の内容

26

2022年度の取り組み

「トレー米飯」ニーズの多様化に対応

「新たな需要を見据えた商品」の開発

トレー米飯は、備災対応の商品としてだけではなく、日常食としての利用が増加。
メニューの多様化が求められてきています。主力の「白ごはん」だけだはなく、
家庭で調理するには手間がかかる「味付けごはん」や健康志向に対応した
「玄米ごはん」などの雑穀系ごはんは、これからも伸長が期待されます。
また、やわらか食への取り組みで、新たな需要に応える商品展開も
すすめてまいります。

当社既存事業と連携強化「FDスープ」

「既存主力商品」のさらなる成長

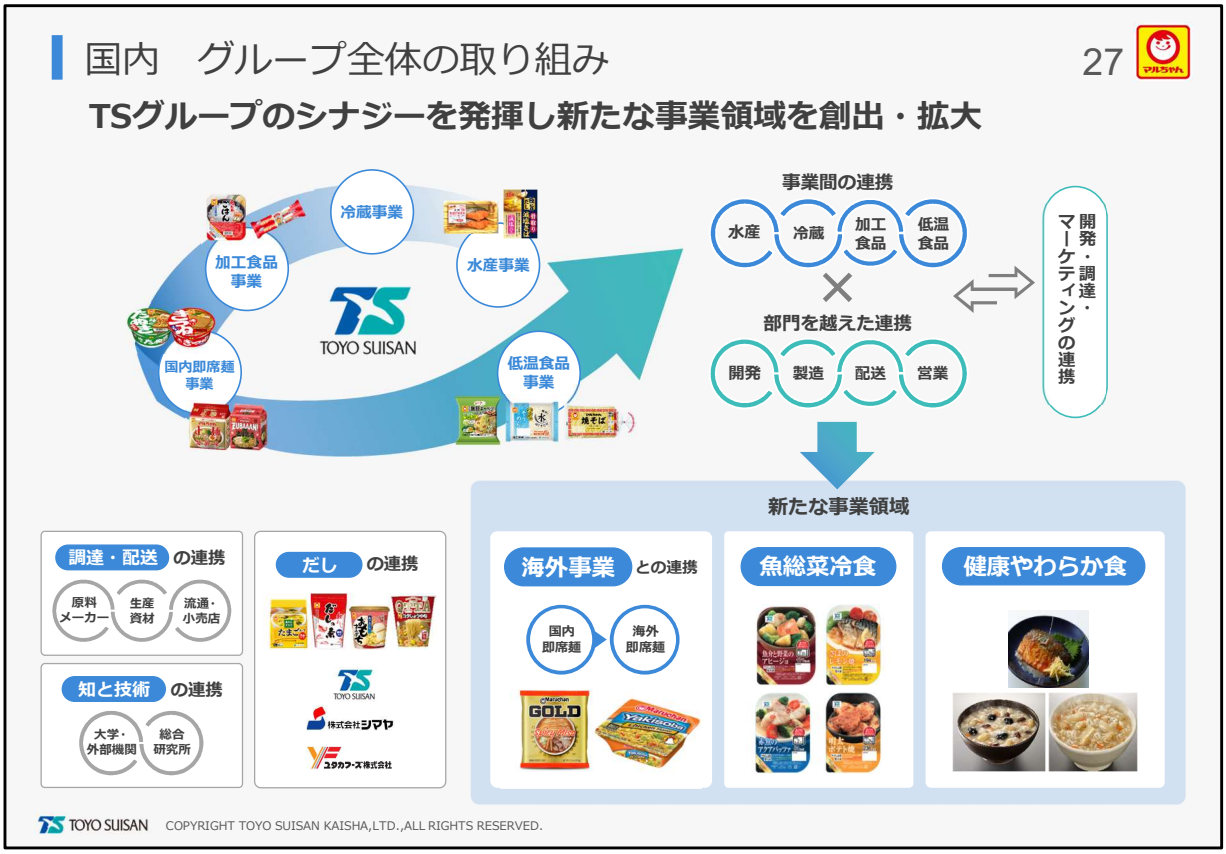
FDスープは、個食・簡便ニーズの高まりで年々販売数量が増加しています。
食シーンに合わせた商品展開とともに、「野菜」や「もずく」「豆腐」などの
健康系素材を活かした商品への需要も増加しています。また、年々厳しくなる
夏場の酷暑対応として、お水でも召し上がることのできる仕様の商品も開発。
今後は、当社既存事業と連携した商品開発にも注力いたします。

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

即席麺、低温食品だけではない、当社の強みとして、
加工食品のトレー米飯、フリーズドライスープは、
これまで実行してきた設備投資による
供給能力を活かして、引き続き数量拡大を目指します。

「トレー米飯」では、
当社が得意とするレトルト製法を活かして、
今後は、おいしさと食べやすさを兼ね備えた
「やわらかいごはん」の商品展開で、
新たな需要に応えて参ります。

また、「フリーズドライスープ」では、
今後、当社既存事業との連携を強化した
商品開発にも注力して参ります。



最後に、国内事業としては、
新中期経営計画、2030年以降も見据えて、
各事業、グループ全体のシナジーを発揮することで
今まで以上に、
高齢化社会・健康を意識した商品、営業施策を展開し、
環境・社会課題の解決に向けた取組みを強化します。

02-2

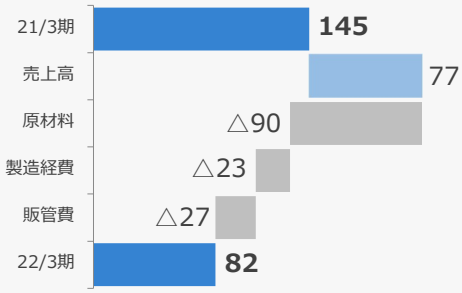
海外即席麺事業

海外即席麺事業　2022年3月期の概況

29

（単位：億円）	21/3期	22/3期	前期差
売上高	940	1,142	＋202
（百万ドル）	849	933	＋84
営業利益	161	101	△60
（百万ドル）	145	82	△63

営業利益増減要因（単位：百万ドル）



売上高

- 米国は、主要量販店を中心に特売スペースを確保。Yakisoba・Bowl は２桁増
- メキシコは、全チャネルで好調。主力カップ麺、袋麺、Bowl が２桁増
- 2021年7月メキシコ、10月米国での価格改定等により、販売単価が上昇

営業利益

- 原材料は、小麦粉を中心に、パーム油、包材、具材など主原材料価格が高騰
- 製造経費は、人件費、減価償却費の増加に加え、動力費も上昇
- 販管費は、在庫減少、サプライチェーン混乱継続で、物流費の増加が継続的に発生

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

まず前期実績の状況です。

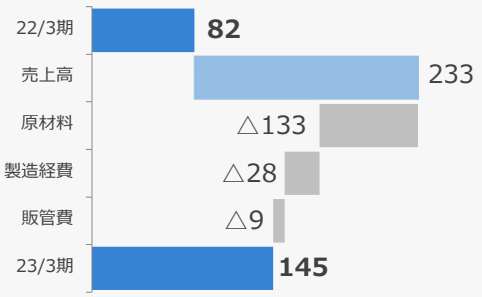
売上高は
前期比8,400万ドル増収の9億3,300万ドル、
営業利益は、
前期比で6,300万ドルの減益の8,200万ドルとなりました。

海外即席麺事業　2023年3月期予想の概況

30

（単位：億円）	22/3期	23/3期	前期差
売上高	1,142	1,482	+340
（百万ドル）	933	**1,215**	+282
営業利益	101	177	+76
（百万ドル）	82	**145**	+63

営業利益増減要因（単位：百万ドル）



売上高

- 米国は、チャネル別の戦略強化。新商品の投入。若者向けマーケティング強化
- メキシコは、袋麺強化継続。カップ麺の更なるシェア向上を目指す
- 中南米は、ブラジル中心に、各国別の活動推進。中南米向け新商品の投入

営業利益

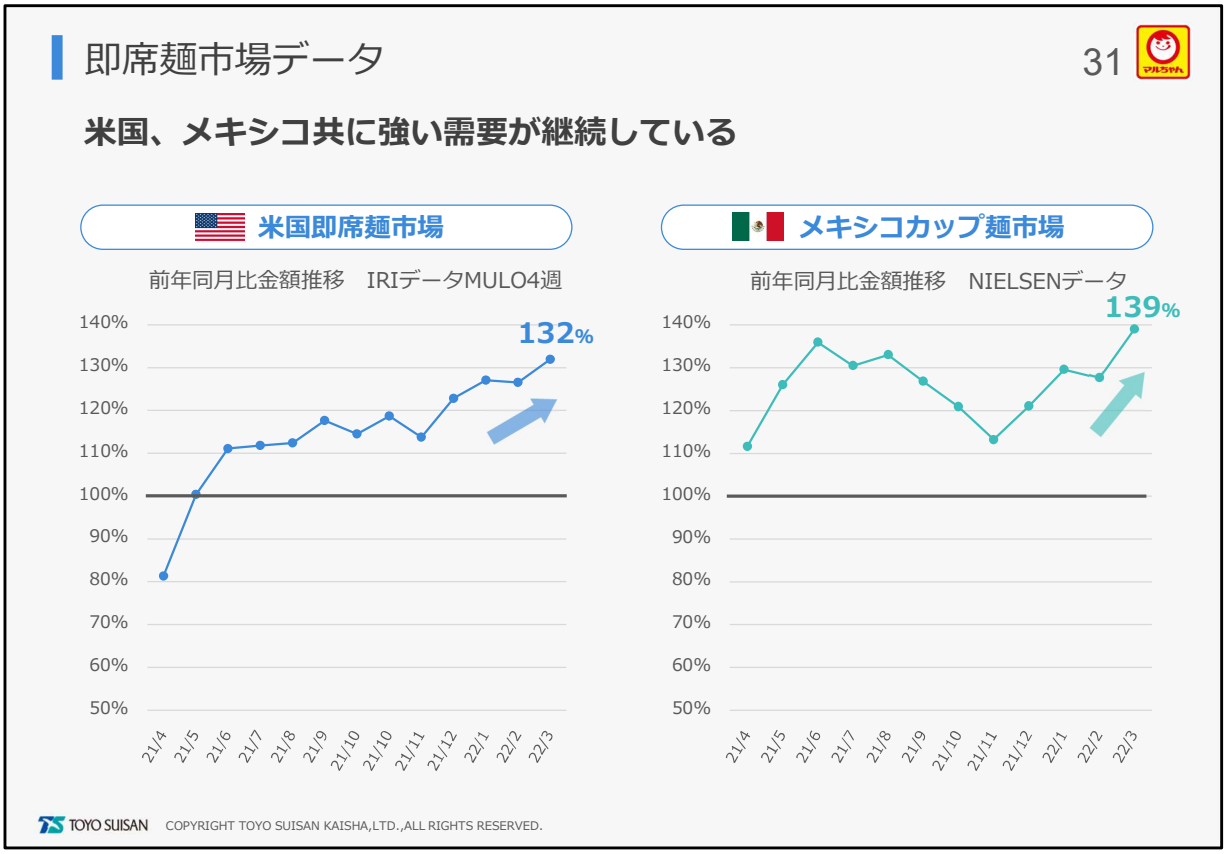
- 原材料は、小麦粉、パーム油。包材、具材など主原料価格高騰が継続・拡大の見通し
- 製造経費は、テキサス工場の新ライン稼働など、人件費、減価償却費の増加を見込む
- 販管費は、生産数増加による配送効率の適正化により、物流費増加を抑制

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

続いて、今期予想の概況です。

売上高は、前期比2億8,200万ドル増収の12億1,500万ドル、
営業利益は、前期比6,300万ドル増益の1億4,500万ドルとしました。

売上高は、約30％増収の計画ですが、
数量で約8％増、単価アップで残り約22％を見込んでいます。

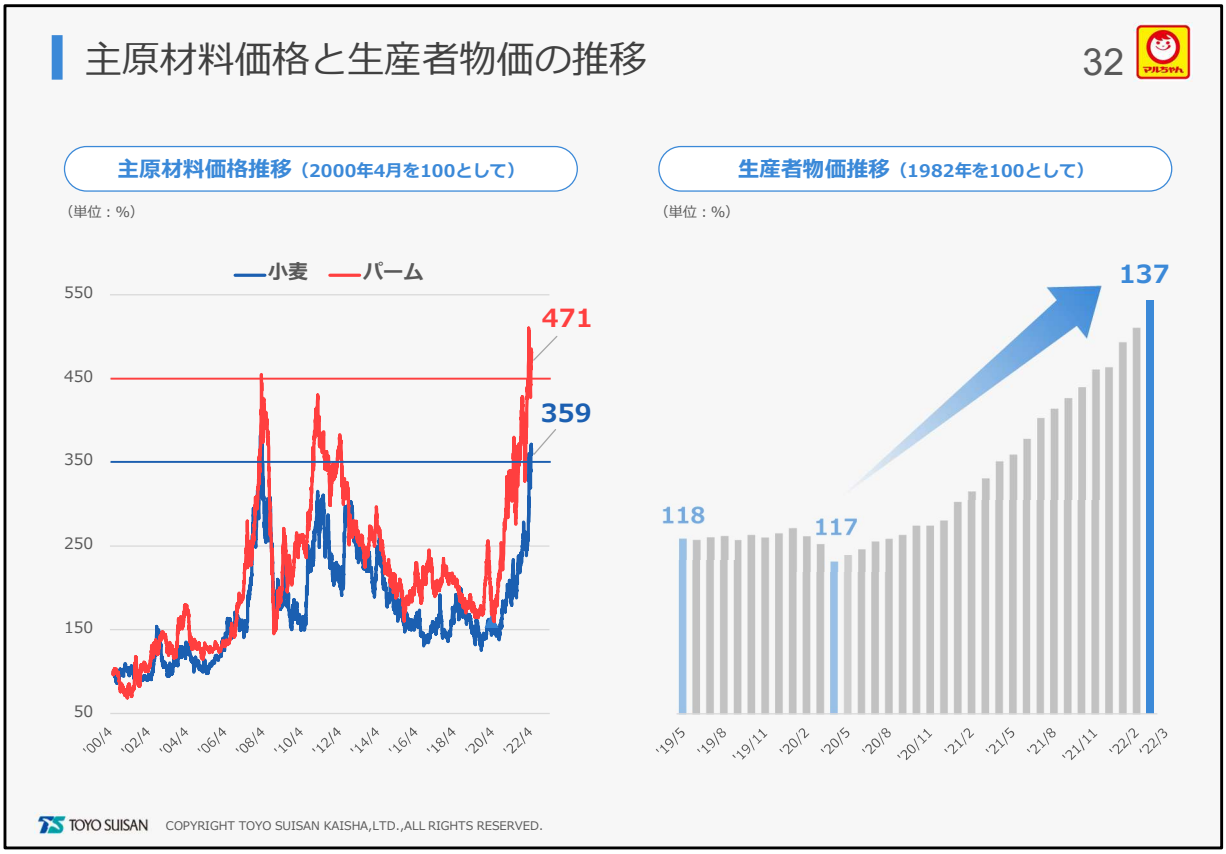


こちらは、市場全体の前年比データです。

左は米国即席麺全体、右はメキシコカップ麺の、
どちらも金額ベースの前年比です。

米国は、2020年3月から5月に特需があり、
その反動があった、2021年3月～5月以外は、
安定して10%程度の成長が継続しており、
当社が値上げした10月以降も、
更に金額ベースの伸びは加速しております。

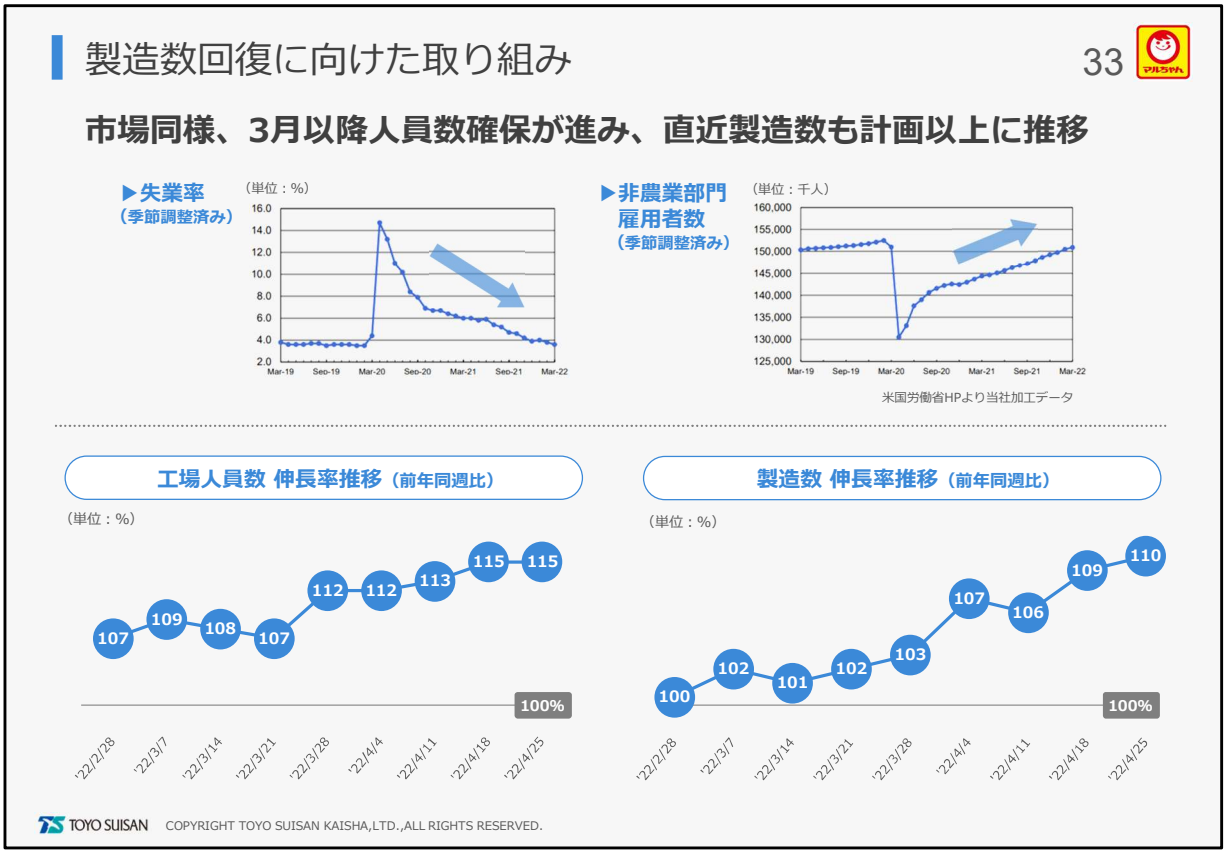
メキシコは、当社の出荷が正常化した
2021年5月以降、強い伸びが続いており、
米国同様、直近でも高い伸び率で推移しています。



こちらは、主原材料価格と、生産者物価の推移です。

左側は、2000年を基準にした小麦とパーム油の価格、
右側は、1982年を基準にした生産者物価です。

原材料、労働人件費、輸送、倉庫コストなどが、
過去最高レベルに上昇しており、
生産者コストに直接影響を及ぼしています。
ほとんどの消費材メーカーは、値上げを行っています。
当社も、これまで2021年10月、2022年4月に
米国で値上げを実施してきましたが、
再度10月にも値上げを予定しています。



こちらは、
上段が、米国での市場全体の失業率推移と
下段が、当社の工場人員数、製造数をグラフ化したものです。

市場全体でも
失業率の低下とともに、非農業部門雇用者数は増加しており、
当社の工場人員数、製造数についても、
直近では前期から回復してきており、
コロナ前の2020年1月の水準まで戻りつつあります。

人員確保の回復と合わせて、テキサス工場の第6ラインも、
2022年6月の稼働を予定しております。

既存ラインの稼働率アップと新ラインの稼働効果で、
販売計画の達成、安定した在庫確保による
コストアップ抑制に努めます。

北米第5工場の検討も含め、
市場拡大に合わせた生産能力の増強を進めていきます。

販売強化に向けた取り組み

35

- **急激なコストアップに対応するため、価格改定を実施。**
- **若者世代を意識したマーケティング、新商品展開を進める。**

マルチャンゴールド ▶ 認知度向上策

Yakisoba ▶ 特売再開、拡売施策

BOWL ▶ リニューアル

コロナ禍でのマーケティング

- インフルエンサーによるキャンペーン
- 世代別戦略強化、消費者刺激策実施

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

最後に、販売強化に向けた取り組みです。

前期からの製造回復を目指すとともに、
急激なコストアップに対する価格改定や、
Z世代、その次の世代も意識した新生活様式への提案を通して、
「稼ぐチカラの強化」、「新たな食文化提案」への取り組みも
進めてまいります。

03

2023～2025年3月期
3ヵ年中期経営計画

03-1

環境認識と将来に向けた取り組み

前3ヵ年中期経営計画の振り返り

38

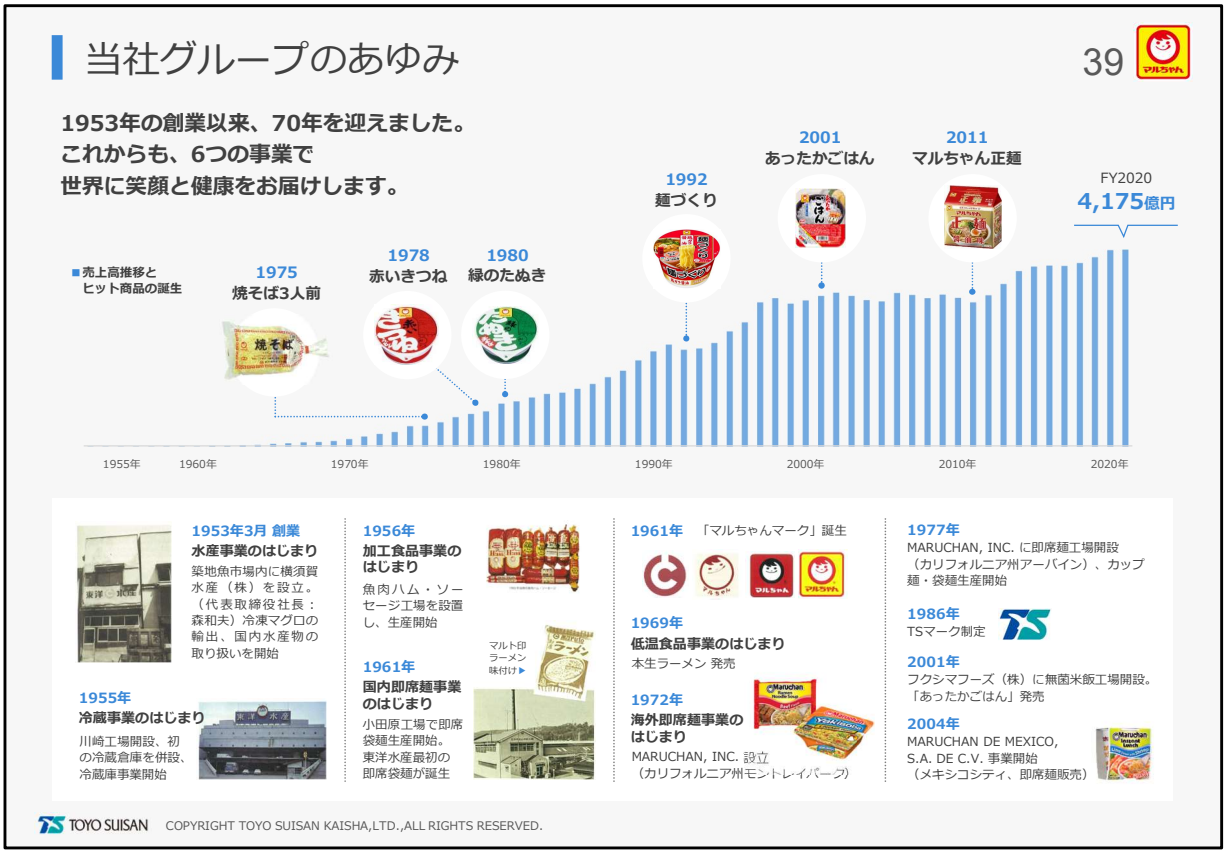
	成果	今後の取り組み
国内即席麺	• 19年6月価格改定。数量維持、利益水準向上 • 「袋麺マルちゃん正麺」10周年。20億食達成 • 19年9月「QTTA」のリニューアル・認知向上	• 既存主力商品のさらなる強化 （赤緑、麺づくり、QTTA、ZUBAAAAN！等） • 価値訴求型商品の育成と開発促進
低温食品	• 19年4月価格改定。内食需要捉え、利益水準向上 • 「つるやか」シリーズのエリア拡大 • 「パリパリ無限」シリーズの製造ライン増設	• 既存主力商品の成長と価値訴求型商品の育成 • 簡便商品・健康訴求商品の強化 • 冷凍麺・冷凍食品の市場拡大への対応
加工食品	• 最高売上高の更新と黒字化の達成 • 賞味期限延長等の食品ロス低減への取り組み • たんぱく質強化等の健康カテゴリー商品の開発	• 備蓄需要等の特性を活かした施策による売上拡大 • 健康カテゴリー強化、他部門との連携強化 • 収益基盤の安定化に向けた取り組みの推進
冷蔵	• 最高売上高・営業利益の達成 • ３PL事業の強化 • 環境負荷低減（自然冷媒への切り替え）	• 食品を中心に、食品以外の取扱い拡大にも挑戦 • 効率化や省力化への取り組みを推進 • 環境負荷低減への取り組み
水産	• 海外工場再編、国内集約化 • 子会社の工場新設による簡便、個食対応 • 在庫管理の徹底による経費削減	• 魚離れの原因解消 • 競争力の高い商品を供給する仕組みの構築 • 持続可能な水産資源の調達。加工の推進
海外即席麺	• 米国・メキシコでの持続的成長への取り組み • 日本の技術を応用した商品の発売 • テキサス工場新ライン増設	• 生産コストアップを踏まえた、価格戦略実行 • 製造数量増に向けた設備投資、生産効率改善 • 健康、環境等の新カテゴリー発掘

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

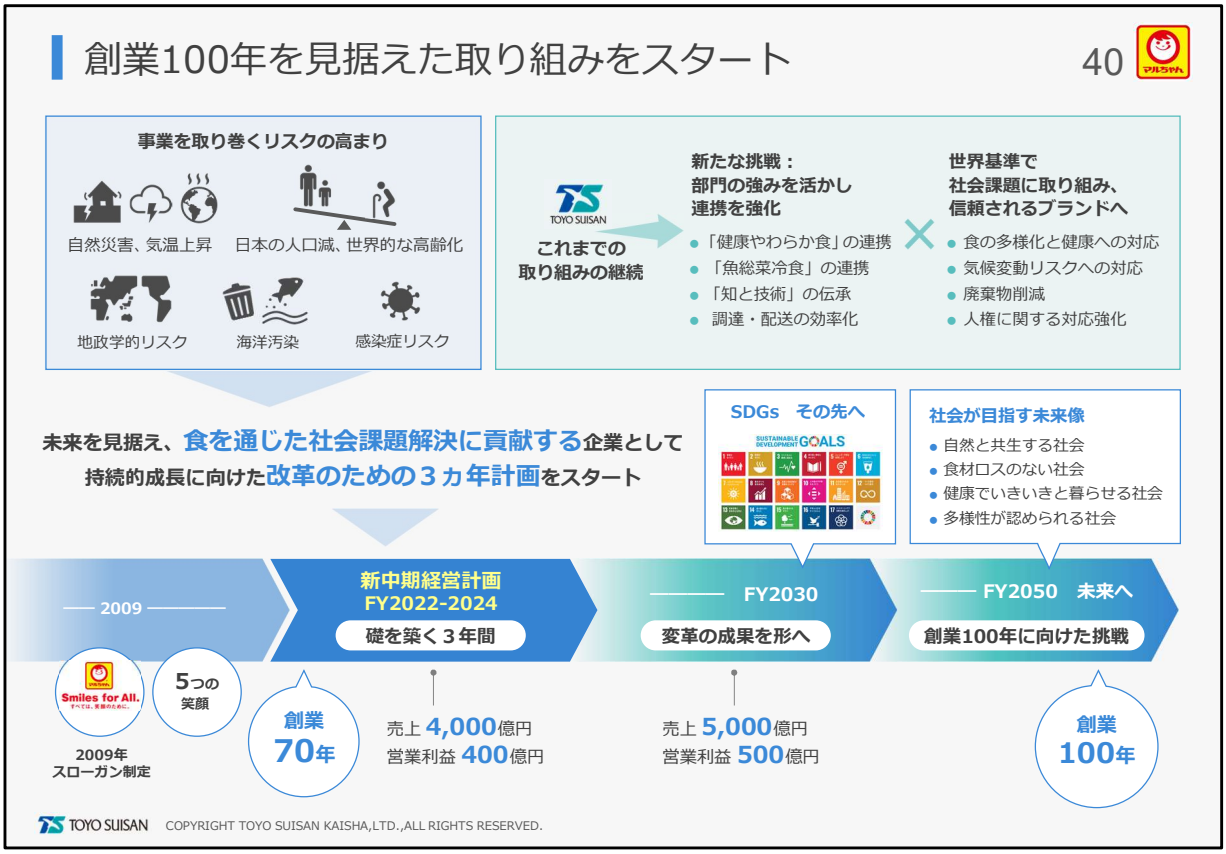
前3ヵ年中期経営計画の振り返りとして、
セグメント別の成果と今後の取り組みを挙げました。

詳細は画面の通りとなりますが、
各セグメントにおいて、一定の成果と今後取り組むべき、
多くの課題が見えた3年間でした。

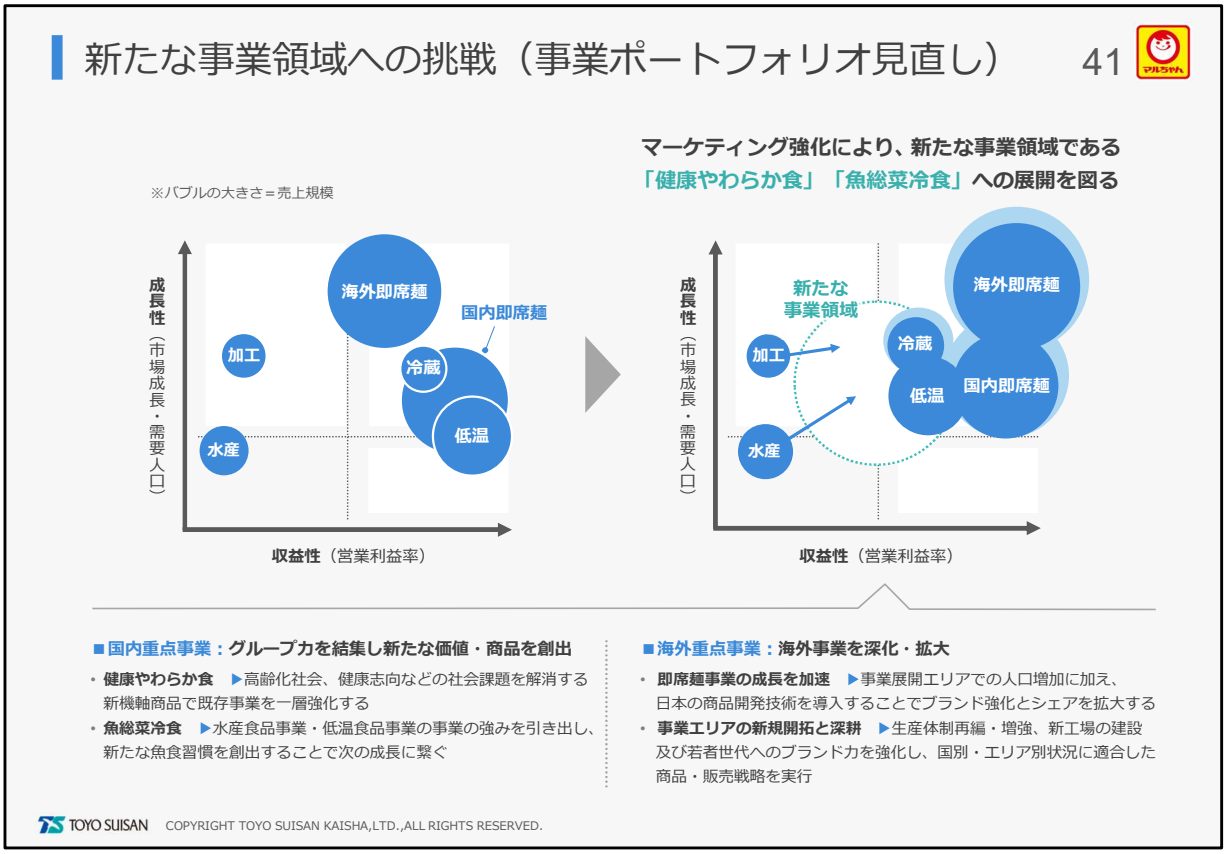
課題が明確にわかっただけに、
新3ヵ年中期経営計画の初年度、スタートをしっかりと切ります。



こちらは当社グループのあゆみをまとめたものです。
1953年の創業から培ってきた経験と、
多岐に亘る事業領域で展開している強みを活かして、
世の中に「笑顔」と「健康」をお届けしてまいります。

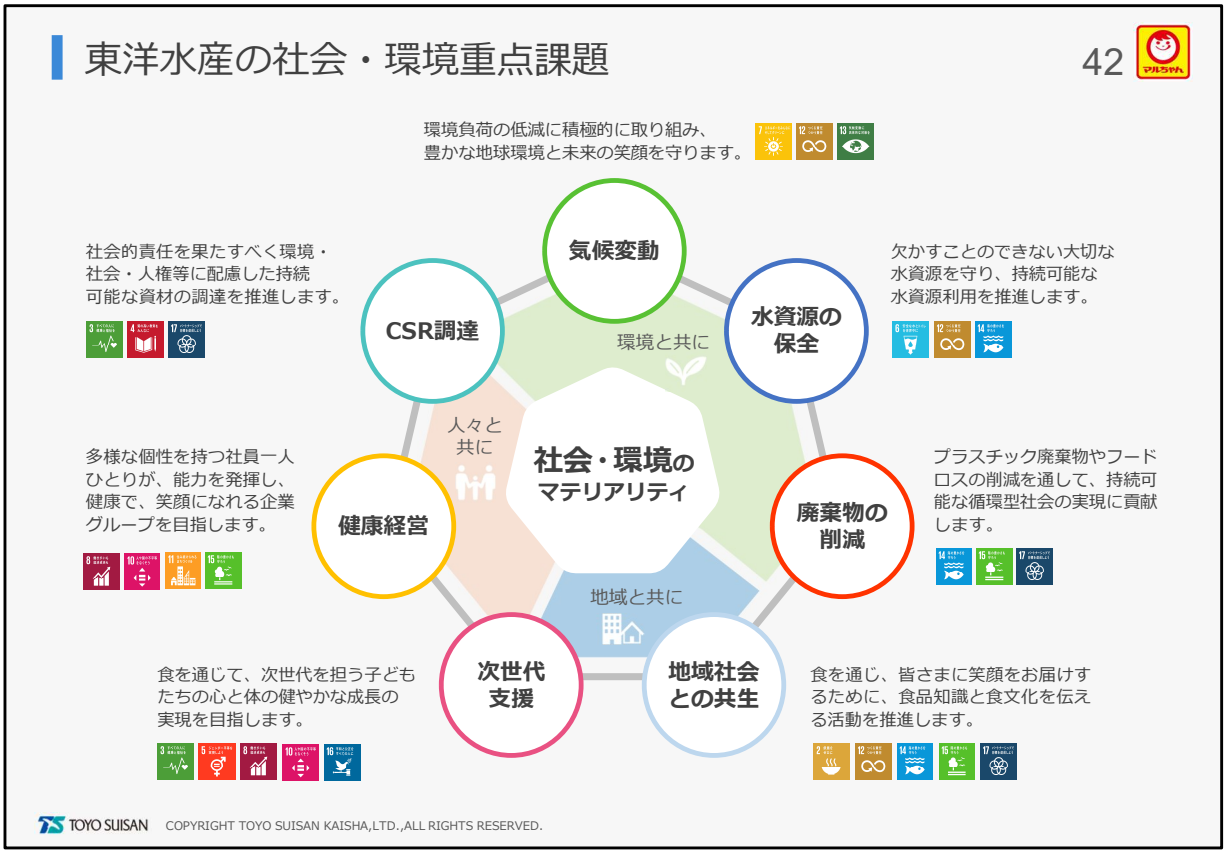


そして、
これまでの取り組みを継続するとともに、創業70年を節目とし、
その先、創業100年の未来を見据えた、取り組みをスタートします。



2030年、それ以降も持続的成長を進めていくために、
「新たな事業領域への挑戦」を始めました。

国内においては、高齢化社会、健康領域を強化のため、
グループの総合力を結集した、
「健康やわらか食」、「魚総菜冷食」で新たな価値を創出します。
勿論、この数年で基盤のできつつある酷暑対策「つるやか」、
健康訴求の「パリパリ無限」を伸ばし、
海外においては、即席麺事業の成長、総合食品企業の
強みを活かした事業展開を加速します。



当社グループが社会から信頼され、必要とされ続けるために、
こちらで掲げた、社会・環境の重点課題に取り組むことで、
社会が目指す未来へ貢献も進化させます。

03-2

新中期経営計画の
位置付けと４つの基本戦略

「新中期経営計画の位置づけ」についてまとめたものです。

創業100年の目指すべき姿の実現に向けて、創業70年を機に、
「将来の成長に向けた礎を築く3年間」と位置づけております。

内容は画面の通りです。

こちらは、新中期経営計画の全体像です。

東洋水産グループの力を結集し、
未来を見据えた「飽くなき進化」をテーマに、
部門の垣根を超えた取り組みを4つの基本戦略で行います。

基本戦略１：新たなる食文化・食生活の創造

46

「既存主力商品」のさらなる成長

- 新価格の浸透に注力し、売上確保と利益改善
- 食シーン提案や機能性向上による食卓登場回数の増加
- 東日本の強化と西日本の底上げ

「新たな需要を見据えた商品」の開発

- 設備投資商品の育成と成長
- 販売チャネルの多様化（ＥＣ・輸出）
- 健康志向・環境負荷低減などへの取り組み

「新たな事業領域」への挑戦

- 「健康やわらか食」の事業化推進
- 「新たな魚食習慣の創造」に向けた体制構築
- 食品以外の保管・配送業務への取り組み拡大
- 事業ポートフォリオの改革

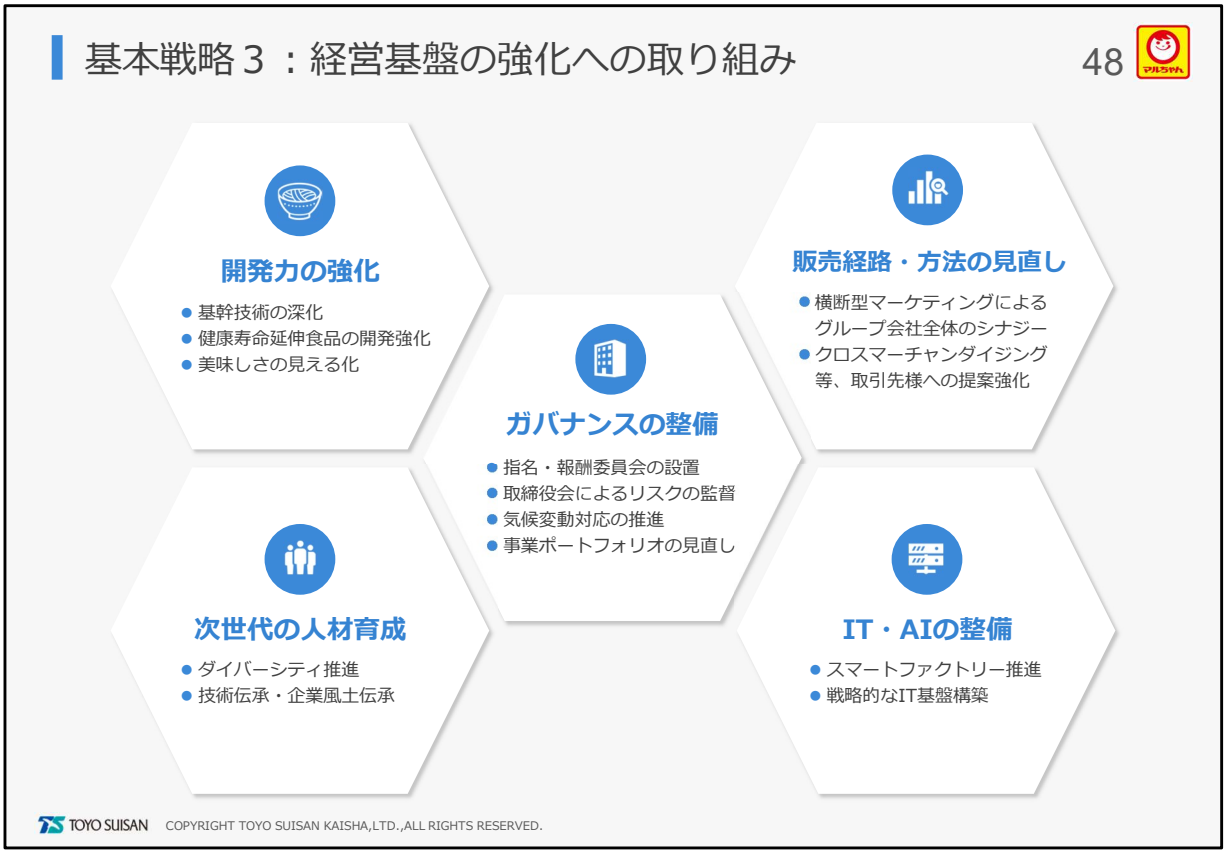
TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

基本戦略の1つ目、「新たなる食文化・食生活の創造」です。

既存事業での持続的な収益確保、環境変化への対応など
特に新たな事業領域への挑戦について、グループの力を1つに、
お客様やお取引先様に接する体制を作っていきます。

2つ目は、「海外展開の深化」です。
現3ヶ年のテーマを継続します。
今後グループが持続的に成長していくために、
海外事業が全体を牽引していくことが必要不可欠です。

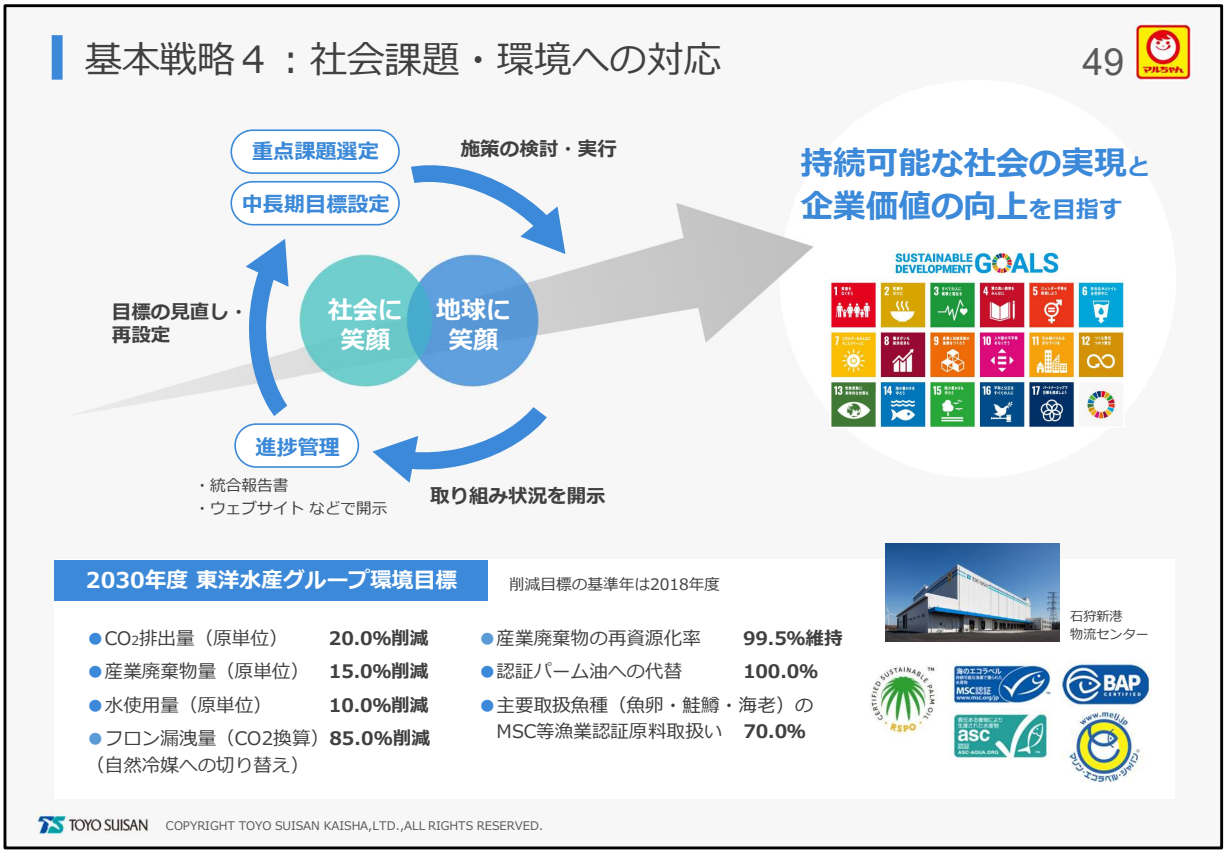
米国・メキシコは需要に応える体制が整い始め、
明るい兆しが見えてきました。
ブラジル、インドについても時間軸をさだめ、
協業企業様と連携強化をし答えを出す3年と致します。



3つ目は、「経営基盤の強化」です。

これまでの強みを土台に、開発力、営業力の強化、
マネジメントの基本、人材育成と最先端の機械設備を
常に意識した経営基盤の強化に取り組みます。

ガバナンス体制については、
社外取締役の知見もお借りしながら、
取組み強化を進めてまいります。



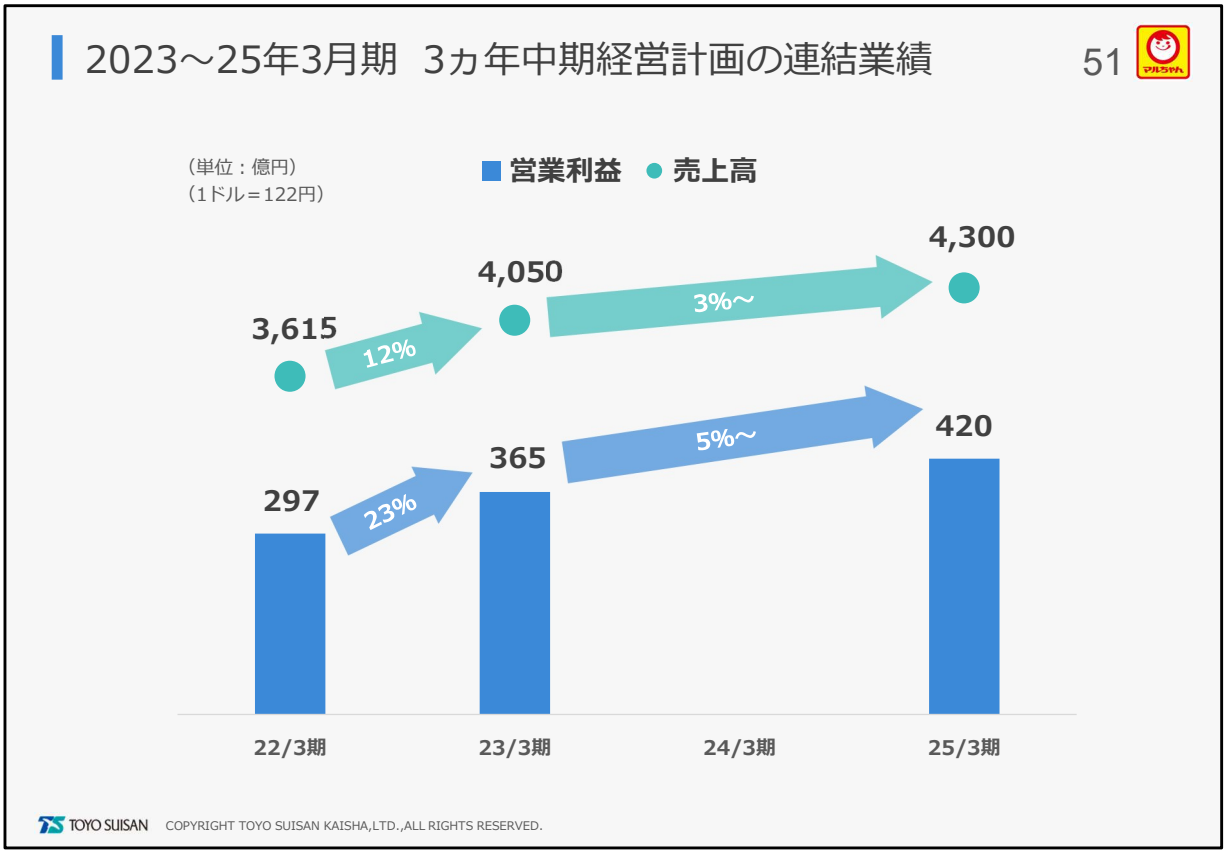
4つ目は社会課題・環境への対応です。

気候変動への対応など、
社会課題・環境に対しても重点課題を定め、
中長期の目標を設定し、実施してまいります。

コミュニケーションレポートを中心に、
進捗について都度ご報告する仕組みについて
強化してまいります。

03-3

新中期経営計画の
連結業績およびセグメント別目標



今までご説明した取り組みを通じて、
3年後の売上高は4,300億円、
営業利益は、420億円、過去最高を目指します。

初年度には、売上高は前期比約12％増収の4,050億円、
営業利益は、前期比約23％増益の365億円の計画です。

まずはこの計画をしっかりと遣りきること、
その上で、2年目以降、
安定した利益成長も達成させたいと考えております。

2025年3月期　セグメント別業績目標

52

（単位：億円）	売上高			営業利益		
	22/3期 実績	25/3期 計画	3カ年 計画差	22/3期 実績	25/3期 計画	3カ年 計画差
合計	3,615	**4,300**	+685	297	**420**	+123
水産食品事業	250	**292**	+42	2	**4**	+2
海外即席麺事業	1,142	**1,590**	+448	101	**220**	+119
（百万ドル）	933	**1,303**	+370	82	**180**	+98
国内即席麺事業	955	**1,048**	+93	108	**110**	+2
低温食品事業	513	**560**	+47	64	**61**	△3
加工食品事業	195	**220**	+25	2	**5**	+3
冷蔵事業	221	**230**	+9	23	**21**	△2
その他	339	**360**	+21	8	**8**	0
（調整額）	–	–	–	△11	**△9**	+2

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

画面は、
セグメント別の2025年3月期の売上高と営業利益の目標です。

各事業の取り組みは、後ほど参考資料をご覧になってください。

03-4

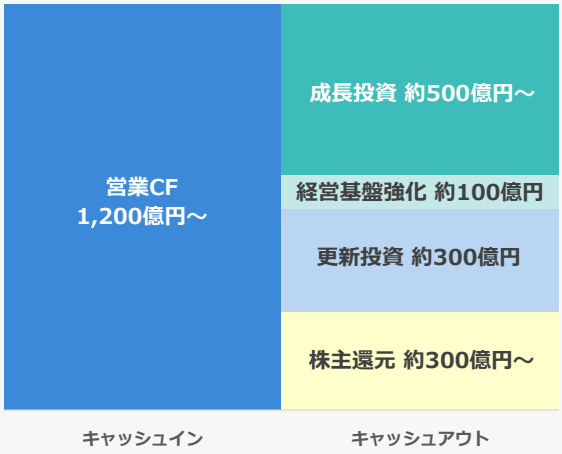
新中期経営計画の
主な設備投資とキャッシュフロー

キャッシュフローの考え方

54

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

3ヵ年キャッシュフロー計画



成長投資
- 部門を超えた新機軸商品の開発・育成
- カテゴリーNo.1戦略推進投資
- 海外の需要増に対応した設備投資
- 次世代型社会課題解決商品への開発

経営基盤の強化
- 環境対応投資
- デジタル化対応投資

更新投資
- 毎年100億円程度の更新投資は成長投資と別枠として計画的に実行

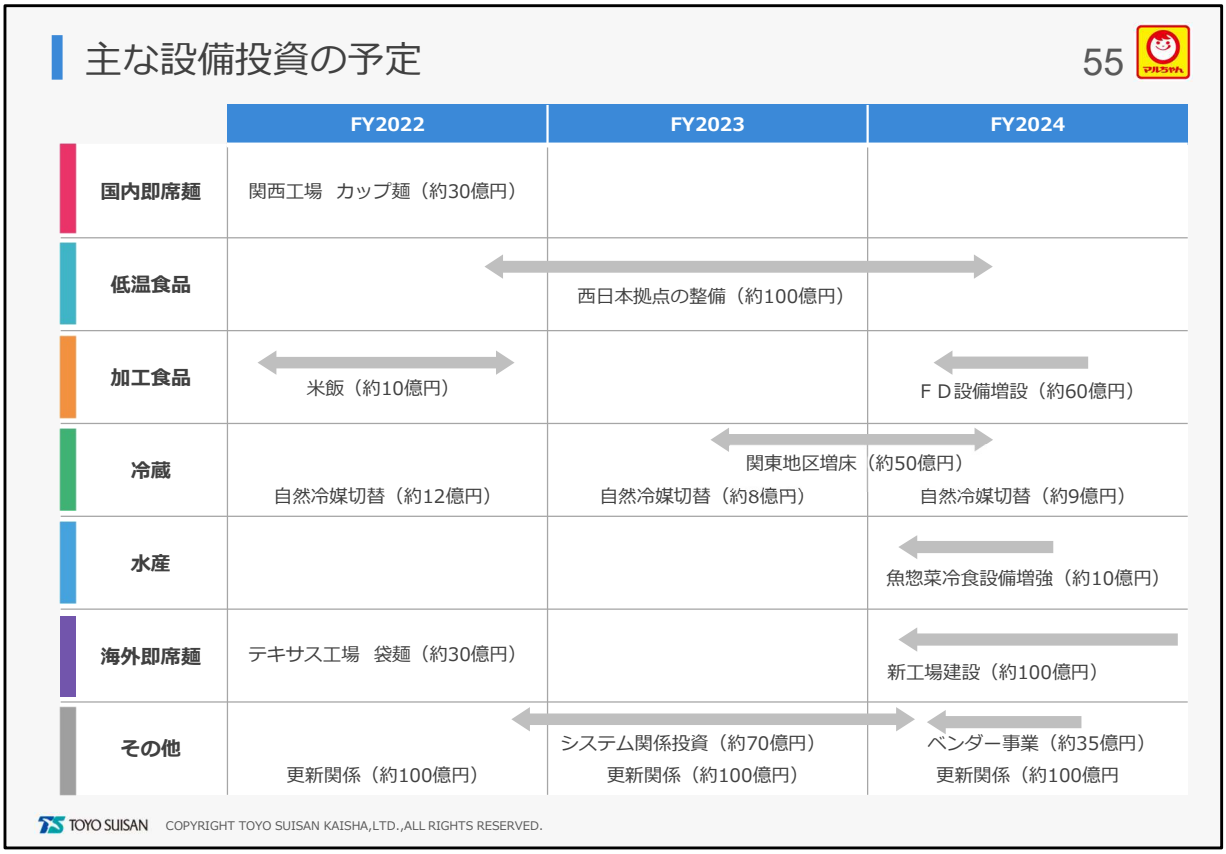
株主還元
- 安定配当を堅持。業績成長により、1株当たり配当の継続的な増額を目指す

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

新中期経営計画の営業キャッシュフローは、
3ヵ年合計で約1,200億円を上回る予想です。

設備投資については、
毎期100億円程度の更新投資とともに、
成長投資約500億円、経営基盤強化に約100億円を、
スピード感を持ち、計画的に実行してまいります。

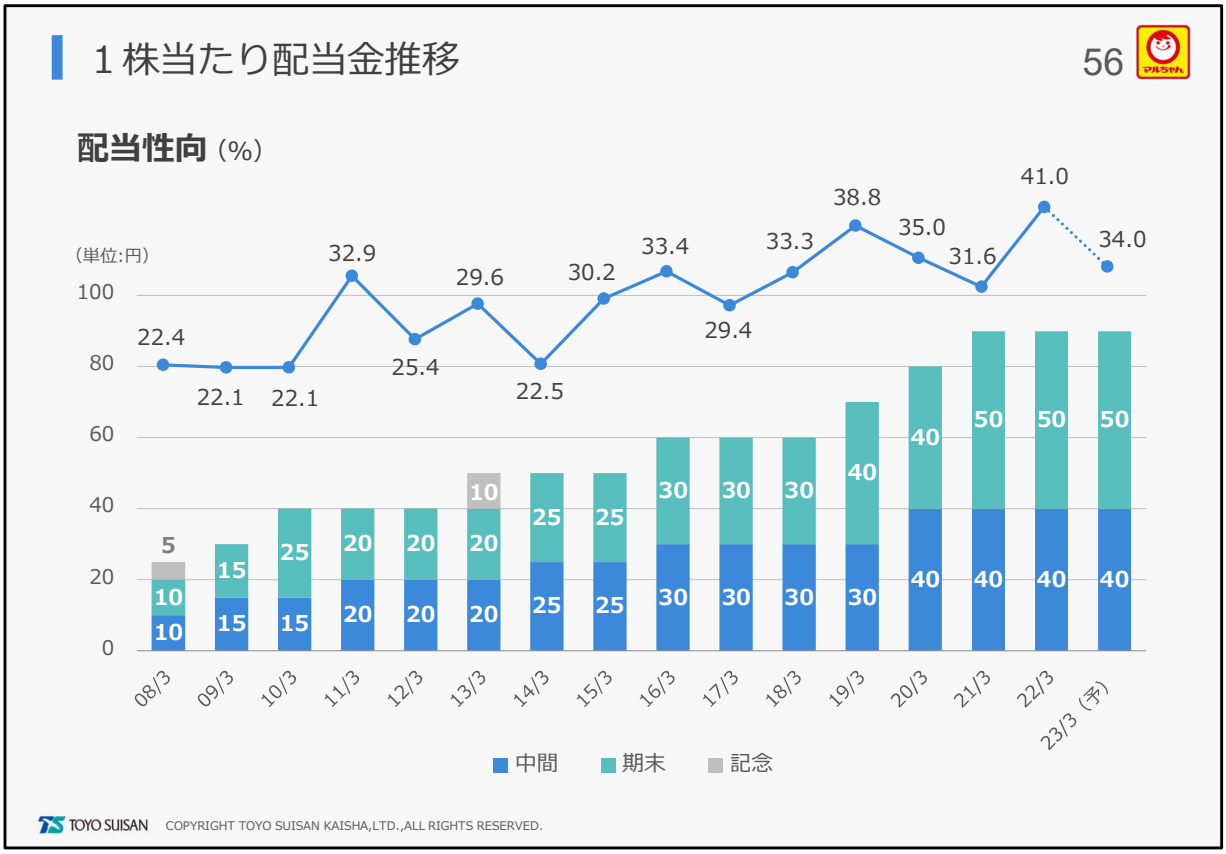
計画に織り込んでいない案件についても
健全な財務状況を維持することを前提に、取り組みを進めます。
皆様にご案内できるタイミングが来ましたら、
追加でご案内いたします。



各セグメント別の設備投資の考え方はご覧の通りです。

更新投資を含め3年間で、
現時点の予定として約900億円の投資計画となっています。

開発力強化、安全安心の推進に関するもの、
環境や、働き方などの社会課題を意識したものを含めて
中長期で「稼ぐ力」になることを意識します。



最後になりますが、
既に決算発表と同時に発表致しました通り、
今期は、年間90円の配当を予定しております。

株主様還元につきましては、
引き続き安定配当を第一に考えて参りますが、
今期から始まる、新中期経営計画で掲げた業績目標を達成させ、
更に充実を図って参りたいと考えておりますので、
株主の皆さまにおかれましては、
より一層のご理解とご支援を賜りますよう、
よろしくお願い申し上げます。

04

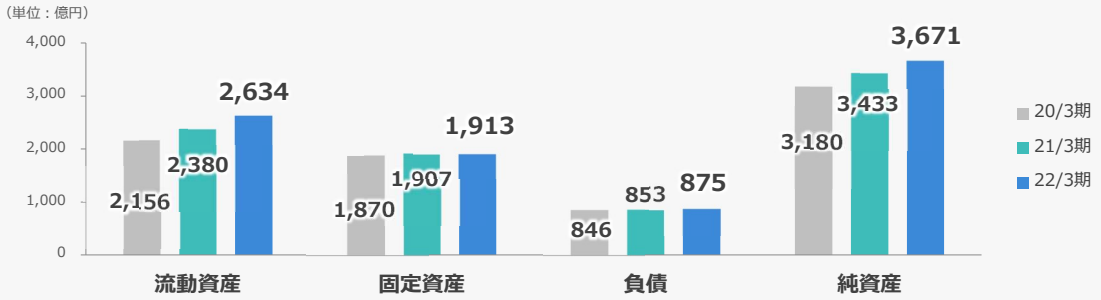
参考資料

2022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)

2022年3月期　連結貸借対照表　主要項目の推移

総資産は454,670百万円で、前連結会計年度末に比べ26,019百万円（6.1%）増加しました。



■2021年3月期との比較

流動資産　+254億円

有価証券	+230

固定資産　+6億円

機械装置及び運搬具	+36

負債　+22億円

支払手形及び買掛金	+36

純資産　+238億円

利益剰余金	+132
為替換算調整勘定	+116

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

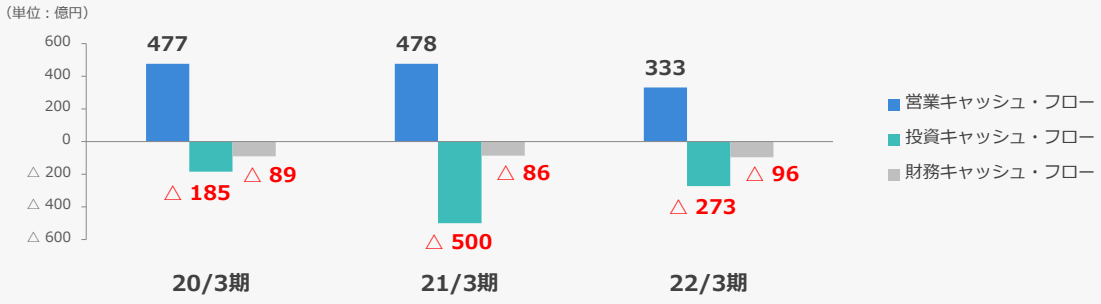
2022年3月期　特別損益等のポイント

（単位：百万円）	21/3期	22/3期	差異	主な内容
営業利益	36,460	29,737	△ 6,723	
営業外収益	2,641	2,469	△ 172	今期：主に受取利息の減少
営業外費用	404	372	△ 32	
経常利益	38,697	31,834	△ 6,863	
特別利益				
固定資産売却益	64	7	△ 57	
補助金収入	1,961	405	△ 1,556	前期：福島産業復興企業立地補助金ほか 今期：特定求職者雇用開発助成金、企業立地促進費補助金ほか
その他	18	17	△ 1	
特別利益合計	2,044	430	△ 1,614	
特別損失				
固定資産除売却損	340	259	△ 81	
減損損失	40	64	24	
関係会社株式評価損	1,129	-	△ 1,129	前期：非連結子会社の株式評価損
固定資産撤去費用引当金繰入	24	61	37	
災害による損失	297	250	△ 47	前期：福島県沖地震による災害損失 今期：福島県沖地震による災害損失
その他	0	42	42	
特別損失合計	1,832	678	△ 1,154	
税金等調整前当期純利益	38,909	31,586	△ 7,323	
法人税等合計	9,298	8,571	△ 727	前期：26.8%、今期：27.1%
当期純利益	29,610	23,015	△ 6,595	
非支配株主に帰属する当期純利益	540	600	60	
親会社株主に帰属する当期純利益	29,070	22,414	△ 6,656	

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

2022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3,481百万円減少し、29,351百万円となりました。



■2021年3月期との比較

営業キャッシュ・フロー　△145億円

税金等調整前当期純利益の減少	△73
売上債権の増加	△104

投資キャッシュ・フロー　+227億円

定期預金の払戻による収入	+164

財務キャッシュ・フロー　△10億円

配当金の支払額	△10

	20/3期	21/3期	22/3期
設備投資	211億円	163億円	130億円

（設備投資＝有形・無形固定資産の取得による支出の合計）

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

2022年3月期　上期・下期
セグメント別
売上高・営業利益実績

2022年3月期　連結売上高実績（前期比）

単位：億円 / 前期比：%	21/3期	22/3期					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結売上高	3,408	1,705	102%	1,910	110%	3,615	106%
水産食品事業	249	121	97%	129	104%	250	101%
海外即席麺事業	940	501	112%	641	130%	1,142	122%
（百万ドル）	*849*	*447*	*106%*	*486*	*114%*	*933*	*110%*
国内即席麺事業	958	430	98%	525	101%	955	100%
袋　麺	*158*	*66*	*86%*	*87*	*107%*	*153*	*97%*
カップ麺	*800*	*364*	*101%*	*438*	*100%*	*802*	*100%*
低温食品事業	527	268	95%	245	100%	513	97%
加工食品事業	186	92	103%	103	106%	195	105%
冷蔵事業	211	113	104%	108	106%	221	105%
その他（調整額含）	337	180	101%	159	100%	339	100%

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

2022年3月期　連結営業利益実績（前期比）

単位：億円 / 前期比：%	21/3期	22/3期					
	通期（実績）	上期（実績）		下期（実績）		通期（実績）	
連結営業利益	365	148	82%	149	82%	297	82%
水産食品事業	0	1	46%	1	↑	2	↑
海外即席麺事業	161	47	60%	54	65%	101	62%
（百万ドル）	*145*	*42*	*57%*	*40*	*56%*	*82*	*56%*
国内即席麺事業	133	48	80%	60	83%	108	82%
低温食品事業	68	36	95%	28	92%	64	93%
加工食品事業	△7	△1	↑	3	↑	2	↑
冷蔵事業	12	13	200%	10	177%	23	189%
その他	5	7	140%	1	↑	8	148%
（調整額）	△7	△3	–	△8	–	△11	–

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

2022年3月期　事業別利益増減要因

2022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）		
	21/3	**22/3**	**前期差**	21/3	**22/3**	**前期差**	21/3	**22/3**	**前期差**
売上高	958	**955**	**△3**	527	**513**	**△14**	849	**933**	**+84**
営業利益	133	**108**	**△25**	68	**64**	**△4**	145	**82**	**△63**

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	△1	**△11**	△5	△1	**△6**	+21	+56	**+77**
原材料	△7	△12	**△19**	+2	△2	**0**	△35	△55	**△90**
製造経費	+5	△1	**+4**	+2	0	**+2**	△10	△13	**△23**
販売費・一般管理費	0	+1	**+1**	△1	+1	**0**	△8	△19	**△27**
合 計	△12	△13	**△25**	△2	△2	**△4**	△32	△31	**△63**

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

2022年3月期　四半期別連結損益計算書

（百万円）	21/3期				22/3期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
為替（ＵＳＤ）	107.71	105.78	103.50	110.71	110.61	111.95	115.01	122.41
売上高	85,638	81,155	89,552	84,496	83,640	86,858	97,599	93,398
営業利益	10,379	7,755	10,925	7,401	8,399	6,397	10,026	4,915
経常利益	11,060	8,206	11,435	7,996	8,996	6,721	10,669	5,448
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益	8,400	6,304	7,995	6,371	6,440	4,535	7,378	4,061
（前期比）								
売上高	–	–	–	–	97.7%	107.0%	109.0%	110.5%
営業利益	178.2%	132.8%	106.9%	114.5%	80.9%	82.5%	91.8%	66.4%
経常利益	164.4%	126.2%	103.2%	113.5%	81.3%	81.9%	93.3%	68.1%
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益	176.4%	131.1%	104.2%	103.8%	76.7%	71.9%	92.3%	63.7%
（対売上高）								
営業利益	12.1%	9.6%	12.2%	8.8%	10.0%	7.4%	10.3%	5.3%
経常利益	12.9%	10.1%	12.8%	9.5%	10.8%	7.7%	10.9%	5.8%
親会社株主に帰属する四半期(当期)純利益	9.8%	7.8%	8.9%	7.5%	7.7%	5.2%	7.6%	4.3%

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

2022年3月期　四半期別セグメント別業績

（百万円）	21/3期				22/3期			
	１Q	２Q	３Q	４Q	１Q	２Q	３Q	４Q
為替（ＵＳＤ）	107.71	105.78	103.50	110.71	110.61	111.95	115.01	122.41
売上高	85,638	81,155	89,552	84,496	83,640	86,858	97,599	93,398
水産食品事業	6,672	5,842	6,938	5,447	6,238	5,895	6,791	6,093
海外即席麺事業	23,682	20,864	21,319	28,137	24,159	25,899	29,529	34,648
（百万ドル）	220	201	215	213	218	229	245	241
国内即席麺事業	22,565	21,287	29,982	21,989	21,135	21,864	29,981	22,548
低温食品事業	14,348	13,804	12,307	12,235	13,260	13,523	12,071	12,457
加工食品事業	4,396	4,534	5,143	4,568	4,421	4,794	5,186	5,093
冷蔵事業	5,389	5,476	5,434	4,813	5,490	5,760	5,705	5,187
その他事業	8,584	9,345	8,431	7,307	8,934	9,123	8,335	7,373
営業利益	10,379	7,755	10,925	7,401	8,399	6,397	10,026	4,915
水産食品事業	213	4	-12	-190	132	-32	194	-133
海外即席麺事業	4,599	3,247	3,844	4,413	2,912	1,801	3,110	2,234
（百万ドル）	43	31	39	32	26	16	26	14
国内即席麺事業	3,495	2,543	5,011	2,261	2,665	2,150	4,565	1,469
低温食品事業	2,009	1,754	1,538	1,523	1,843	1,719	1,495	1,315
加工食品事業	-182	-308	45	-221	-67	-1	154	144
冷蔵事業	273	367	467	132	694	585	681	382
その他事業	208	324	224	-237	384	359	208	-185
調整額	-237	-176	-193	-280	-165	-184	-383	-311
営業利益率	12.1%	9.6%	12.2%	8.8%	10.0%	7.4%	10.3%	5.3%
水産食品事業	3.2%	0.1%	-0.2%	-3.5%	2.1%	-0.5%	2.9%	-2.2%
海外即席麺事業	19.4%	15.6%	18.0%	15.7%	12.1%	7.0%	10.5%	6.4%
国内即席麺事業	15.5%	11.9%	16.7%	10.3%	12.6%	9.8%	15.2%	6.5%
低温食品事業	14.0%	12.7%	12.5%	12.4%	13.9%	12.7%	12.4%	10.6%
加工食品事業	-4.1%	-6.8%	0.9%	-4.8%	-1.5%	0.0%	3.0%	2.8%
冷蔵事業	5.1%	6.7%	8.6%	2.7%	12.6%	10.2%	11.9%	7.4%
その他事業	2.4%	3.5%	2.7%	-3.2%	4.3%	3.9%	2.5%	-2.5%

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

2023年3月期　上期・下期
セグメント別
売上高・営業利益予想

2023年3月期　連結売上高予想（前期比）

単位：億円 / 前期比：%	22/3期	23/3期（予想）					
	通期（実績）	上期（予想）		下期（予想）		通期（予想）	
連結売上高	3,615	1,940	114%	2,110	110%	4,050	112%
水産食品事業	250	130	107%	133	103%	263	105%
海外即席麺事業	1,142	691	138%	791	123%	1,482	130%
（百万ドル）	*933*	*565*	*126%*	*650*	*134%*	*1,215*	*130%*
国内即席麺事業	955	450	105%	560	107%	1,010	106%
袋　麺	*153*	*80*	*122%*	*98*	*113%*	*178*	*116%*
カップ麺	*802*	*370*	*102%*	*462*	*105%*	*832*	*104%*
低温食品事業	513	279	104%	253	103%	532	104%
加工食品事業	195	96	104%	104	101%	200	103%
冷蔵事業	221	114	101%	109	100%	223	101%
その他（調整額含）	339	180	100%	160	102%	340	101%

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

2023年3月期　連結営業利益予想（前期比）

単位：億円 / 前期比：%	22/3期	23/3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	297	160	108%	205	137%	365	123%
水産食品事業	2	2	200%	1	164%	3	186%
海外即席麺事業	101	67	142%	110	206%	177	176%
（百万ドル）	*82*	*55*	*130%*	*90*	*225%*	*145*	*177%*
国内即席麺事業	108	33	69%	62	103%	95	88%
低温食品事業	64	40	112%	26	93%	66	104%
加工食品事業	2	1	↑	2	67%	3	130%
冷蔵事業	23	12	94%	9	85%	21	90%
その他	8	7	94%	0	↓	7	91%
（調整額）	△11	△2	–	△5	–	△7	–

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

2023年3月期　事業別利益増減要因予想

2023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）		
	22/3	**23/3**	**前期差**	22/3	**23/3**	**前期差**	22/3	**23/3**	**前期差**
売上高	955	**1,010**	**+55**	513	**532**	**+19**	933	**1,215**	**+282**
営業利益	108	**95**	**△13**	64	**66**	**+2**	82	**145**	**+63**

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	+25	+48	**+73**	+14	+13	**+27**	+100	+133	**+233**
原材料	△25	△37	**△62**	△8	△13	**△21**	△62	△71	**△133**
製造経費	△1	△2	**△3**	△2	△1	**△3**	△16	△12	**△28**
販売費・一般管理費	△14	△7	**△21**	0	△1	**△1**	△9	0	**△9**
合 計	△15	+2	**△13**	+4	△2	**+2**	+13	+50	**+63**

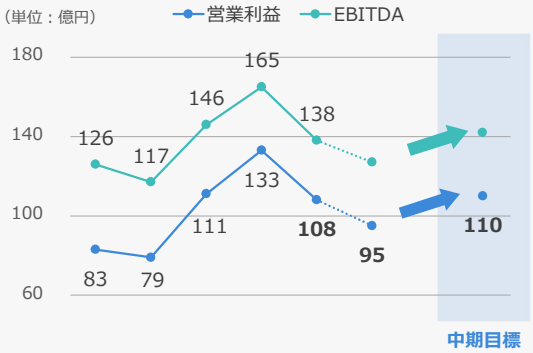
TOYO SUISAN　COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

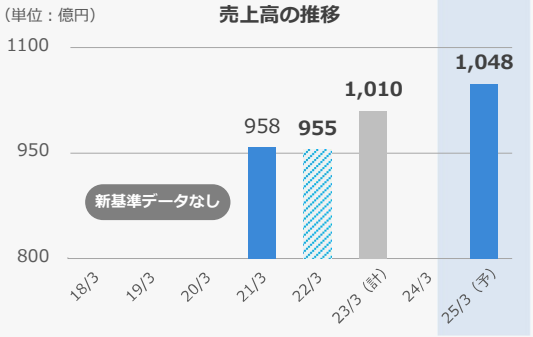
2023～2025年3月期
3ヵ年中期経営計画
セグメント別の取り組み

国内即席麺事業

3ヵ年計画の取り組み

- 既存主力商品のさらなる強化
  - 「赤いきつね」「緑のたぬき」の商品価値向上
  - 30周年を迎える「麺づくり」ブランドの拡大
  - 「MARUCHAN　QTTA」
    「マルちゃんＺＵＢＡＡＡＮ！」の育成と成長
- 価値訴求型商品の育成と開発推進



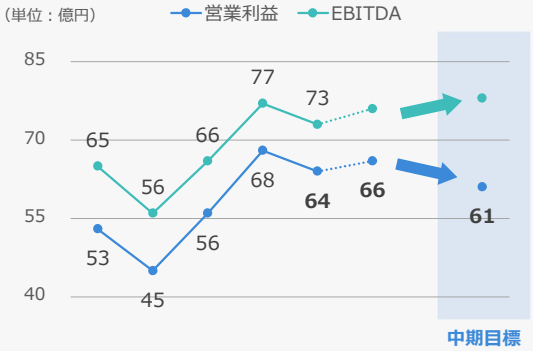


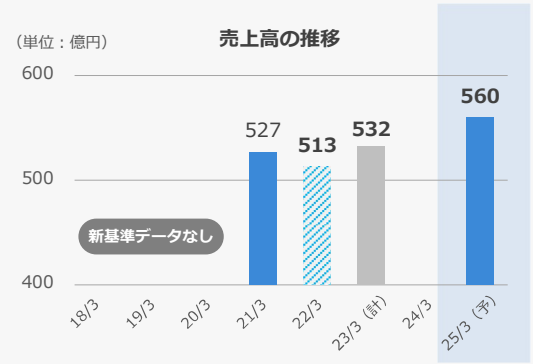
TOYO SUISAN　COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

低温食品事業

3ヵ年計画の取り組み

- 既存主力商品のさらなる成長
- 価値訴求型商品の育成
- 簡便商品・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



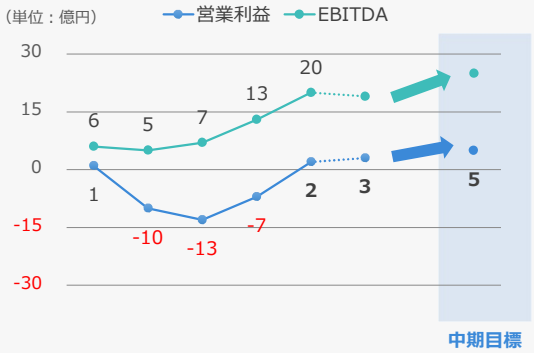


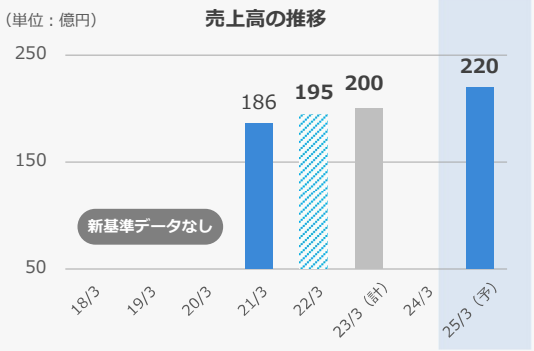
TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

加工食品事業

3ヵ年計画の取り組み

- 備蓄需要など商品特性を最大限に活かした、商品企画・販売施策の実行による売上の拡大
- たんぱく質強化など、健康カテゴリーの強化
- 具材の開発など、他部門との連携強化
- 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



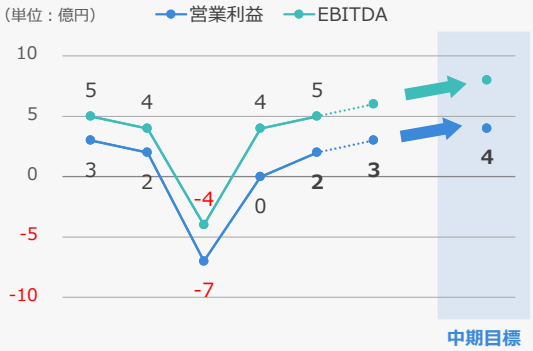


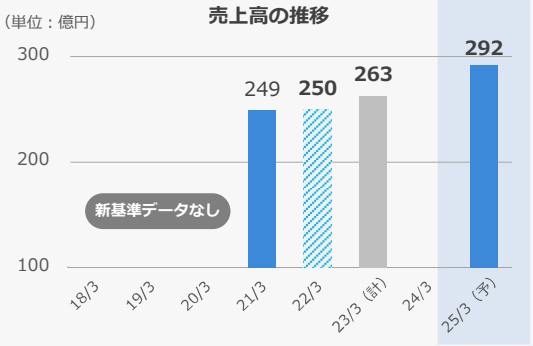
TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

水産食品事業

3ヵ年計画の取り組み

- 簡便・個食・健康等の価値を付与した商品の強化による、魚離れの原因解消
- 国内、海外工場の再編により、競争力の高い商品を供給する仕組みの構築
- 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



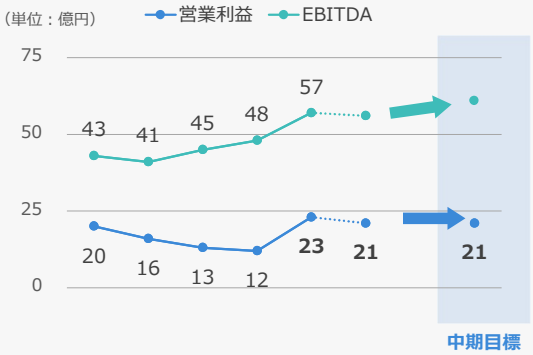


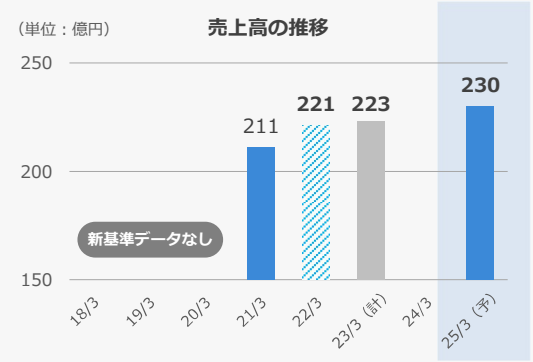
TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

冷蔵事業

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む



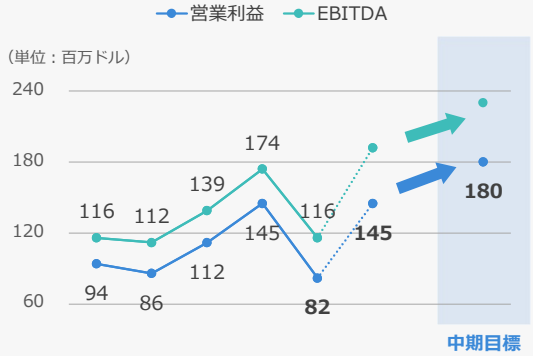


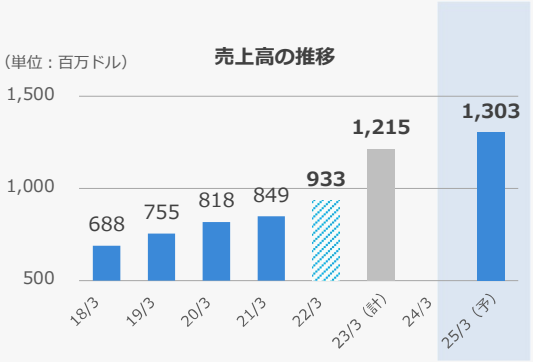
TOYO SUISAN COPYRIGHT TOYO SUISAN KAISHA,LTD.,ALL RIGHTS RESERVED.

海外即席麺事業

3ヵ年計画の取り組み

- 世代別、エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた拡販によるシェア取り戻し
- 労働者確保、生産体制の再考により製造数量増、物流費・動力費の上昇抑制を図る
- ノンフライ麺など、健康意識への高まりや環境に配慮した商品の提案など新カテゴリー発掘





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

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。