

水産食品事業

事業内容 日本国内・海外からの良質な「海の幸」を安全・安心な商品づくりに基づきお届けしています。近年は、国内グループ会社の工場から産地や製法（ダシ・減塩等）にこだわった付加価値商品や簡単便利・健康等を意識した商品が開発され、店頭商品等の身近な食材に幅広く使用されています。



売上高 **29,862**百万円
(前期比0.5%減)

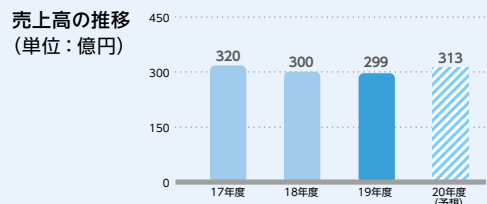
営業損失 **671**百万円

2019年度の振り返り

鮭・魚卵での市況変動の影響、近海魚の漁獲不良による影響で、販売数量が減少し減収。適正価格での販売に努めたものの、棚卸資産の評価見直しにより減益。

今後の取り組み

お客さまのニーズと環境の変化に対応した商品開発、当社の総合力を生かした販売強化策を講じ、品質面に優れた競争力のある商品の販売に集中し、売上、利益の向上を目指します。



海外即席麺事業

事業内容 1972年に米国現地法人マルチャンインクを設立し、日本からの輸出・販売を開始しました。1977年から現地にて生産を開始し、現在では米国に4ヶ所の製造拠点を構えています。メキシコでは1989年より事業を開始し、新たな中南米の拠点として2017年にマルチャン・ド・ブラジルを設立しています。



売上高 (円ベース) **88,992**百万円
(前期比6.2%増)

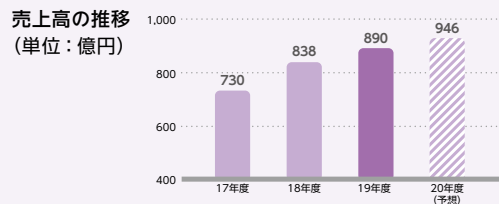
営業利益 (円ベース) **12,193**百万円
(前期比27.2%増)

2019年度の振り返り

米国では、既存取引先での特売や、新規得意先への販売が好調。メキシコでは、販売強化中の袋麺が好調に推移。販売数量の増加、販促費の抑制、物流費の改善等により増益。

今後の取り組み

主要顧客層に向けた販促活動を継続し、デジタル・体験型マーケティングを強化します。新製品の発売や新規顧客獲得に向けた積極的な活動を行い、売上増を図ります。



国内即席麺事業

事業内容 国内即席麺事業は、1961年よりお客さまに様々なおいしさと価値をお届けしてきました。「赤いきつねうどん」「緑のためぎ天そば」等のロングセラー商品の他、2011年には「マルちゃん正麺」、2015年には「マルちゃん正麺 カップ」、2017年には「MARUCHAN QTTA」を発売し即席麺の新たなスタンダードの構築に貢献しました。



売上高 **133,302**百万円
(前期比4.5%増)

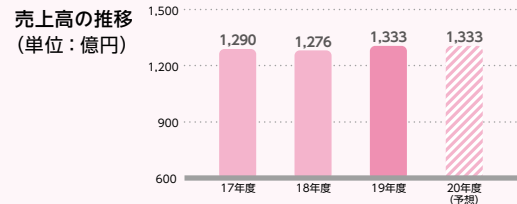
営業利益 **11,084**百万円
(前期比41.0%増)

2019年度の振り返り

6月に価格改定を実施。「赤いきつね」「緑のためぎ」等風麺シリーズ、「麺づくり」「ごつ盛り」等のカップ麺、袋麺「マルちゃん正麺」も好調に推移。売上増により増益。

今後の取り組み

ロングセラー商品の弛まぬ改善、新たな食文化の創造、カテゴリー別・エリア別、世代別戦略の実行により、さらなる市場拡大を目指し、今までにない感動の実現にチャレンジします。



低温食品事業

事業内容 「おいしさの訴求 (品質重視)」をテーマに、生麺・冷凍麺ならではの本格感を発信し、簡便性や健康ニーズに対しても品質を基本に取り組みんでいます。新規喫食シーン・新用途拡大の為、他売場とクロス販売可能な商品を拡充。プロモーションも強化し、市場全体の底上げを図っていきます。



売上高 **72,293**百万円
(前期比4.5%増)

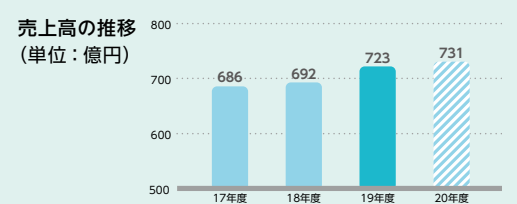
営業利益 **5,587**百万円
(前期比23.0%増)

2019年度の振り返り

4月に価格改定を実施。主力の焼そば、ラーメン、うどんカテゴリーに加え、「つるやか」「パリパリ無限」シリーズも伸長し増収。生麺類の売上増により増益。

今後の取り組み

「マルちゃん焼そば 3人前」発売45周年を迎え、さらなる市場拡大を目指します。また時短、簡便ニーズや新規喫食シーン、新用途に対応した商品を提供し、喫食機会の増加を図ります。



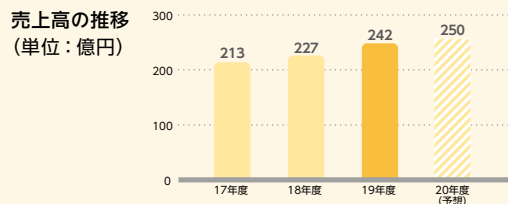


事業内容 1956年の魚肉ハム・ソーセージの生産により加工食品事業を開始しました。米飯事業では、無菌米飯やレトルト米飯にてバラエティ豊かで健康志向に応える商品を揃えています。その他にもフリーズドライ商品、だしの素・チャーハンの素といった調味料類等、広く商品展開しています。



売上高 **24,184**百万円
(前期比6.7%増)

営業損失 **1,307**百万円



2019年度の振り返り
主力商品の「あったかごはん」、フリーズドライスープ「素材のチカラ」シリーズ中心に新商品の発売、販促企画等を実施し増収。新設備稼働に伴う減価償却費の増加等により減益。

今後の取り組み
既存商品の販売面・製品内容面での見直しを行い、拡大を続ける「健康系商品」への積極的な展開や「簡便・時短・個食」といったお客さまのニーズに応えられる商品政策を進めます。

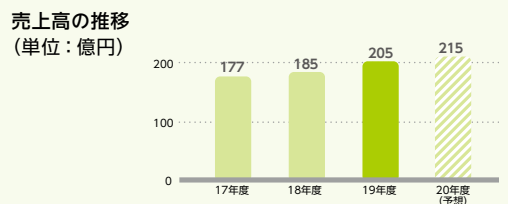


事業内容 冷蔵事業では、国内外の様々な食品を冷凍・冷蔵の適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。最新の保管・入出庫設備を備えた冷蔵倉庫を全国に展開しています。また、地球環境への負荷が少ない機械・設備の導入を進めることで、持続可能な社会の実現に努めています。



売上高 **20,530**百万円
(前期比11.2%増)

営業利益 **1,262**百万円
(前期比21.6%減)



2019年度の振り返り
2019年1月に稼働した2つの新物流センターによる効果、ならびに冷凍食品を中心とした取扱いの増加により増収。新冷蔵庫稼働に伴う減価償却費の増加に加え、人件費等の増加により減益。

今後の取り組み
安全で安心な保管サービスや充実した配送サービス等の機能強化に取り組み、魅力ある物流サービスを積極的に提案し、冷蔵倉庫の利用拡大と顧客満足度向上の実現に努めていきます。

その他事業
(主に弁当・惣菜事業)

2019年度の振り返り
弁当・惣菜事業が減収、減益。

売上高 **46,866**百万円
(前期比5.2%減)

営業利益 **872**百万円
(前期比41.3%減)

今後の取り組み
弁当・惣菜事業をはじめ、各グループ会社の継続的な強化と、グループシナジーを意識した取り組みを進めます。

会社概要

(2020年3月31日現在)

社名	東洋水産株式会社 Toyo Suisan Kaisha, Ltd.	創業者	森 和夫
創立	1953年3月25日	代表者	会長 堤 殷 社長 今村 将也
資本金	189億69百万円	事業所数	工場 8ヶ所、 (東洋水産(株)単体) 冷凍冷蔵庫 16ヶ所、 支店・営業所 28ヶ所
従業員数(連結)	4,791人	グループ会社	32社(海外10社含む)
売上高(連結)	416,031百万円(2019年度)		
本社	〒108-8501 東京都港区港南2丁目13番40号 TEL. 03-3458-5111(代表)		