

# 決算情報、セグメント別概要

第75期(2022年度)の主要連結財務データとセグメント別の事業内容および決算概要をお知らせします。

## 第75期決算情報

売上高・利益の推移(単位:百万円)

	第74期 2021年度	第75期 2022年度	第76期 2023年度(予想)
売上高	361,495	435,786	466,000
営業利益	29,737	40,330	50,000
売上高営業利益率	8.2%	9.3%	10.7%
経常利益	31,834	43,724	55,000
親会社株主に帰属する当期純利益	22,414	33,126	41,500

## セグメント別概要

### 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のある商品や、簡単便利・健康を意識した商品を開発し、店頭商品等に幅広く使用されています。

#### 2022年度の振り返り

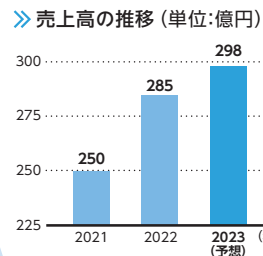
コロナ禍からの経済活動の正常化が進んだことにより、コンビニエンスストア・外食・業務用の需要が回復したことで増収。営業利益は、原材料、エネルギーコスト等の高騰や急激な円安の影響によるコスト高を補いきれず減益となりました。

#### 今後の取り組み

お客様のニーズと環境の変化に対応した商品開発、当社の総合力を活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注力し、売上・利益の向上を目指します。

売上高  
**28,526**百万円  
(前期比14.0%増)

営業利益  
**46**百万円  
(前期比71.5%減)



### 海外即席麺事業



事業内容

1972年に米国に現地法人マルチャンインクを設立し、現在では米国に4カ所の製造拠点を構え、北米のみならず中南米等にまで広く商品を提供しています。販売シェア1位の米国・メキシコでのブランド強化に加え、ブラジル、インドでの販路開拓等、さらなる市場拡大に向けて取り組んでいます。

#### 2022年度の振り返り

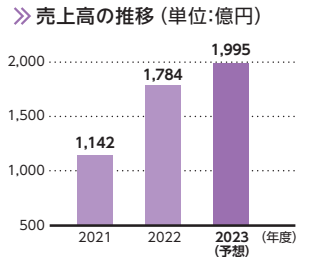
価格改定後も主力商品のカップ麺、袋麺ともに好調に推移したことにより増収。営業利益は、原材料費増加や人件費増加等による製造コストの上昇がありましたが、販売数量増加や価格改定効果による売上高増加等により増益となりました。

#### 今後の取り組み

国・エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた商品・販売戦略を行います。生産体制再編・増強および若者世代へのブランド力を強化。需要拡大への対応・物流効率化・新商品の市場投入にも積極的に取り組みます。

売上高  
**178,374**百万円  
(前期比56.1%増)

営業利益  
**26,113**百万円  
(前期比159.6%増)



### 国内即席麺事業



事業内容

1961年より開始した国内即席麺事業は、「赤いぎつねうどん」「緑のたぬき天そば」「麺づくり」等のロングセラー商品の他、2011年には「マルちゃん正麺」、その後も2015年「マルちゃん正麺 カップ」、2017年「MARUCHAN QTTA」、2022年には「マルちゃんZUBAAAN!」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。

#### 2022年度の振り返り

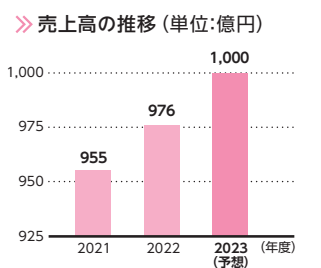
6月の価格改定後に一時的に販売が落ち込みましたが、秋冬には新価格が浸透したことで回復に転じました。秋冬需要期に向けて主力商品のリニューアル、プロモーションの強化などにより増収。営業利益は、原材料費・動力費・広告宣伝費等の増加の影響により減益となりました。

#### 今後の取り組み

ロングセラー商品の弛まぬ改善、新たなる食文化の創造、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ます。

売上高  
**97,635**百万円  
(前期比2.2%増)

営業利益  
**6,708**百万円  
(前期比38.2%減)



お客様

社会

次世代

地球

社員

My Smile Voice

ガバナンス

数字で見る  
東洋水産グループ

決算情報、  
セグメント別概要



## 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追求し、簡便性や健康ニーズに対しても積極的に取り組んでいます。ロングセラー商品に加え、多様化するニーズに対応した新商品を開発、プロモーションも強化し、市場全体の底上げを図っております。

### 2022年度の振り返り

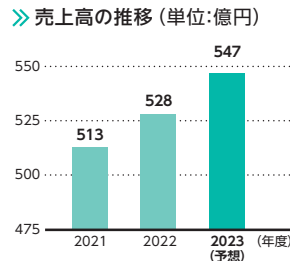
4月に価格改定を実施。生麺では主力商品を中心に拡売に努め、冷凍食品では、コロナ禍からの行楽や観光の回復による需要増や惣菜ルートの新規開拓により業務用商品が伸長し増収。営業利益は、原材料費や動力費等の増加の影響により減益となりました。

### 今後の取り組み

既存商品の品質向上に取り組むと同時に、新規商品開発にも注力していきます。生麺市場の成長を目指して、喫食機会向上のためのメニュー提案の充実を図っていきます。

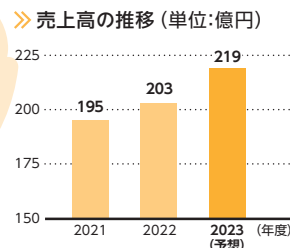
売上高  
**52,837**百万円  
(前期比3.0%増)

営業利益  
**5,060**百万円  
(前期比20.6%減)



売上高  
**20,328**百万円  
(前期比4.3%増)

営業利益  
**124**百万円  
(前期比46.2%減)



## 加工食品事業

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。

### 2022年度の振り返り

米飯商品、フリーズドライ商品は需要が高い状況が継続しており、主力商品を中心に販売が好調に推移したことで増収となりました。営業利益は、減価償却費や人件費の減少があったものの、原材料費や動力費の増加の影響により減益となりました。

### 今後の取り組み

既存商品の販売と商品内容の見直しを行い、注目を集める「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。



## 冷蔵事業

事業内容

冷蔵事業では、最新の保管・出入庫設備を備えた冷蔵倉庫を全国に展開し、国内外のさまざまな冷凍・冷蔵食品を適切な温度で保管・配送等を行う、物流サービスを提供しています。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も努めています。

### 2022年度の振り返り

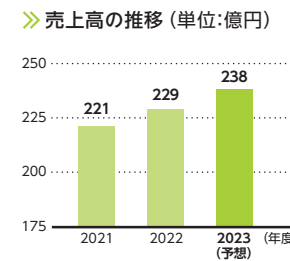
冷蔵倉庫料金の価格改定に努め、また、コロナ禍からの経済活動の正常化が進んだことにより、保管品や配送品の取り扱いも増加したことで増収。営業利益は、大幅な電力料金の値上げにより動力費増加、運送・人件・補修費等の経費も増加となり減益となりました。

### 今後の取り組み

魅力ある物流サービスを積極的に提案し、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むことで、冷蔵倉庫の利用拡大と顧客満足度向上に努めていきます。

売上高  
**22,888**百万円  
(前期比3.4%増)

営業利益  
**1,851**百万円  
(前期比21.0%減)



## その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

### 2022年度の振り返り

主に弁当・惣菜事業について、増収となりましたが、営業利益は減益となりました。

### 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。

売上高  
**35,196**百万円  
(前期比4.2%増)

営業利益  
**652**百万円  
(前期比14.9%減)

## 会社概要

社名	東洋水産株式会社 Toyo Suisan Kaisha, Ltd.
創立	1953年3月25日
資本金	189億69百万円 (2023年3月末)
従業員数 (連結)	4,745人 (2023年3月末)
売上高 (連結)	4,358億円 (2022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)

創業者	森 和夫
代表者	会長 堤 殷 副会長 今村 将也 社長 住本 憲隆
事業所数 (東洋水産(株)単体)	工場 7カ所、 冷凍冷蔵庫 16カ所、 支店・営業所 29カ所
グループ会社	31社 (海外9社含む)