

決算情報、セグメント別概要

※四捨五入表記のため、数値の和・差と合計が一致しない場合があります

第76期決算情報 売上高・利益の推移 (単位: 百万円)

	第75期 2022年度	第76期 2023年度	第77期 2024年度(予想)
売上高	435,786	489,013	510,000
営業利益	40,330	66,696	72,000
売上高営業利益率	9.3%	13.6%	14.1%
経常利益	43,724	74,889	78,000
親会社株主に帰属する当期純利益	33,126	55,653	59,000

第76期(2023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。

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、「レンジで簡単に食べることができる魚料理」をコンセプトに、簡便・時短・個食を意識した商品を開発し、魚食文化の継承にも取り組んでいます。

2023年度の振り返り

コンビニエンスストアの来店客数や業務用・外食用食材の需要回復から販売が伸長したこと、ふるさと納税返礼品の納入があったこと等から増収。営業利益は売上高増加と、原材料価格下落によるコスト減少等により、増益となりました。

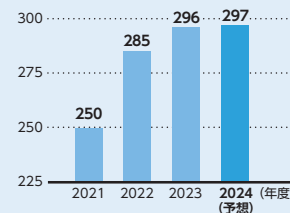
今後の取り組み

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
29,562百万円
(前期比3.6%増)

▶ 営業利益
400百万円
(前期比769.0%増)

▶ 売上高の推移 (単位: 億円)



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生産・供給しています。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。

2023年度の振り返り

米国で一部得意先の在庫調整による影響がありましたが、夏以降、受注数量は主力商品を中心に回復し、メキシコでは主力商品が好調に推移したことに加え、販売単価の上昇もあり、増収。営業利益は人件費等のコスト増加がありましたが、売上高増加等により、増益となりました。

今後の取り組み

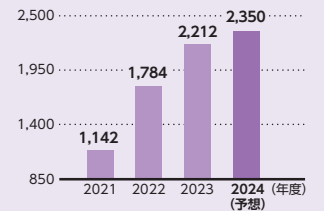
国・エリア別に、消費者・小売・競合の状況を踏まえた商品・販売戦略を行います。生産体制再編・増強および若者世代へのブランド力を強化。需要拡大への対応・物流効率化・新商品の市場投入にも積極的に取り組みます。



▶ 売上高
221,229百万円
(前期比24.0%増)

▶ 営業利益
46,318百万円
(前期比77.4%増)

▶ 売上高の推移 (単位: 億円)



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、「赤いきつねうどん」「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ZUBAAN!」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。

2023年度の振り返り

6月に価格改定を実施。和風麺全体で多くの施策を行ったことや「ごつ盛り」「麺之助」シリーズ等の好調もあり、増収。営業利益は原材料・人件費等のコスト増加がありましたが、売上高増加、販売促進費や動力費等の減少等により、増益となりました。

今後の取り組み

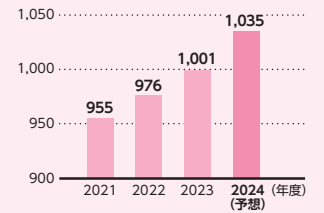
ロングセラー商品の弛まぬ改善、新たな食文化の創造、カテゴリー別・エリア別・世代別戦略の実行により、さらなる市場拡大を目指します。



▶ 売上高
100,093百万円
(前期比2.5%増)

▶ 営業利益
9,703百万円
(前期比44.7%増)

▶ 売上高の推移 (単位: 億円)



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し、プロモーションも強化することで、市場全体の底上げを図っています。

2023年度の振り返り

4月に価格改定を実施。生麺では「マルちゃん焼そば 3人前」「つるやか」「マルちゃん生ラーメン 3人前」シリーズ等が売上増加に寄与。冷凍麺も業務用商品の伸長により、増収。営業利益は原材料費等のコスト増加がありましたが、売上高増加等により、増益となりました。

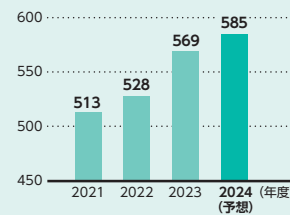
今後の取り組み

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
56,878百万円
(前期比7.6%増)

営業利益
7,430百万円
(前期比46.8%増)

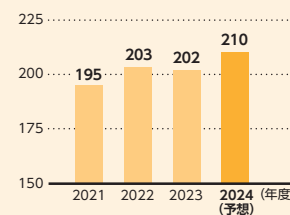
売上高の推移 (単位:億円)



売上高
20,155百万円
(前期比0.9%減)

営業利益
742百万円
(前期比499.1%増)

売上高の推移 (単位:億円)



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も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。

2023年度の振り返り

4月に価格改定を実施。フリーズドライ商品は価格改定や猛暑等の影響により、減収。米飯は、価格改定等の影響がありましたが増収。その結果、事業全体では減収となりました。営業利益は人件費等のコスト増加がありましたが、動力費等の減少により、増益となりました。

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開発を進めます。

冷蔵事業



事業内容

冷蔵事業では、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、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。

2023年度の振り返り

物価上昇や円安の影響等により、輸入品は低調な荷動きとなりましたが、安定した保管在庫の確保と国内での製造品の取り扱いが堅調で、増収。営業利益は人件費や補修費等の増加による影響はありましたが、配送収入の増加等により、増益となりました。

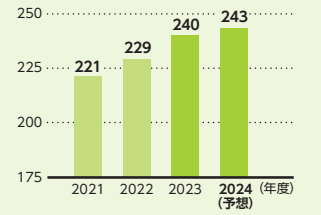
今後の取り組み

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
23,996百万円
(前期比4.8%増)

営業利益
2,282百万円
(前期比23.3%増)

売上高の推移 (単位:億円)



その他事業 (主に弁当・惣菜事業)

2023年度の振り返り

増収となりましたが、営業利益はコスト上昇等により、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
37,096百万円
(前期比5.4%増)

営業利益
418百万円
(前期比35.8%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(2024年3月末現在)
従業員数(連結)	4,738人(2024年3月末現在)
売上高(連結)	4,890億円(2023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)

創業者代表者	森 和夫 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ヵ所、 冷凍冷蔵倉庫 16ヵ所、 支店・営業所 29ヵ所
グループ会社	31社(海外9社含む)