

食を通して社会に貢献する

toho



2023年1月期 第2四半期 決算説明資料

2022年9月9日

株式会社 **トホー**

(東証プライム 8142)

目次

会社案内

2023年1月期 第2四半期決算の概要

- ・決算ハイライト
- ・連結損益計算書
- ・連結貸借対照表
- ・連結キャッシュ・フロー

2023年1月期 第2四半期セグメント別の概況

2023年1月期 通期の見通し

- ・通期連結業績予想
- ・セグメント別 通期業績予想
- ・通期業績予想の進捗率
- ・下期のトピックス
- ・設備投資、減価償却費
- ・配当予想

参考資料

会社概要

創	業	業	： 1947(昭和22)年10月1日
商	号	号	： 株式会社トーホー(持株会社)
本	社	社	： 神戸市東灘区向洋町西5丁目9番
資	本	金	： 53億4,477万円
売	上	高	： 1,885億円(2022年1月期)
代	表	者	： 代表取締役社長 古賀 裕之
連	結	従	業
員	数	数	： 4,512名 (2022年7月31日現在)
			(正社員数2,556名、パートタイマー等1,956名)
株	式	上	場
			： 東証プライム
事	業	内	容
			： 業務用食品卸売事業、同現金卸売事業、 食品スーパー事業、業務用コーヒー製造販売
グ	ル	ー	プ
会	社	数	： 23社 (2022年7月31日現在)

「食を通して社会に貢献する」

「健康で潤いのある食文化に貢献する」

トーホーグループは「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をキーワードに、
外食から家庭での食事まで、「食」に関するあらゆるシーンを支えながら、
食文化の向上に貢献するために存在します。

The logo for Toho, consisting of the word "toho" in a bold, lowercase, red sans-serif font.

トーホーの前身は「東蜂産業株式会社」。

社名に込めた意味は「東に向かって働き蜂の如く」。西の九州からスタートし、東に向かって事業を拡大していこうという思いを表しています。

1983年には更なる業容の拡大と今後の飛躍を期し、より呼び易く、親しんでもらいたいとの思いからカタカナ表記の「トーホー」になりました。

沿革

- 1947年10月 ● 「有限会社藤町商店」(佐賀市)を創立し、食品卸売事業を開始
- 1951年10月 ● **輸入コーヒー豆の取引開始**
- 1953年 3月 ● 「東蜂産業(株)」設立(本社：神戸市、支店：福岡市)
- 1954年 ● **外食産業への食品卸に本格的に参入**
- 1960年 4月 ● **トーホーストア1号店開店**
- 1970年10月 ● 業務用自社ブランド商品の開発を本格化
- 1983年 1月 ● 「(株)トーホー」に社名変更
- 1983年 9月 ● 大阪証券取引所第2部・福岡証券取引所に株式上場
- 1987年 7月 ● **プロの食材の店「A-プライス」1号店開店**
- 1997年 7月 ● 大阪証券取引所第1部へ市場変更
- 2000年11月 ● 東京証券取引所第1部へ市場変更
- 2008年 1月 ● **関東地区を中心に、本業のM&Aに着手**
～以降15年間で29件36社(うち海外8件11社)を実施
- 2008年 8月 ● 持株会社制へ移行
- 2015年12月 ● **M&Aで初の海外(シンガポール)進出**
- 2022年 4月 ● 東京証券取引所プライム市場へ移行

事業内容(セグメント)

ディストリビューター (業務用食品卸売(DTB))事業

あらゆる業態の飲食店のニーズに沿った業務用食品を国内外から調達し、お届け。
また、グループの総合力を活かし、食材供給だけでなく、
外食ビジネスをトータルにサポートしています。



キャッシュアンドキャリー (業務用食品現金卸売(C&C))事業

プロの食材の店「A-プライス」を中心に、店舗で業務用食品を販売し、各地域にある
中小飲食店の毎日の仕入れをサポートしています。



食品スーパー(FSM)事業

「健康で安心な地域の冷蔵庫」
「あなたの街の食品スーパー」
「毎日のおかずを提供する店」をコンセプトに
兵庫県南部で
地域密着型の
食品スーパーを
運営しています。



フードソリューション(FSL)事業

飲食店に向けた業務支援システム、品質管理、業務用調理機器、総合建設請負、店舗内装設計・施工など、外食ビジネスをトータルにサポートする様々なソリューションを提供しています。



商流図

仕入先



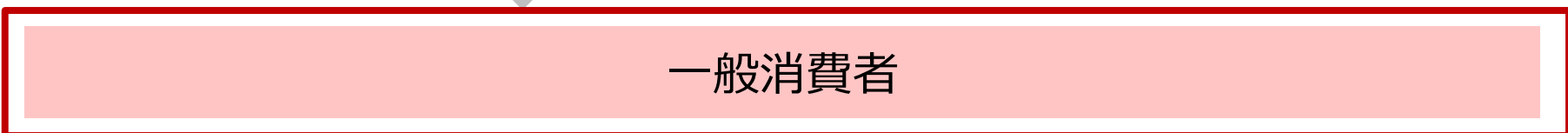
セグメント別 売上構成比



販売先

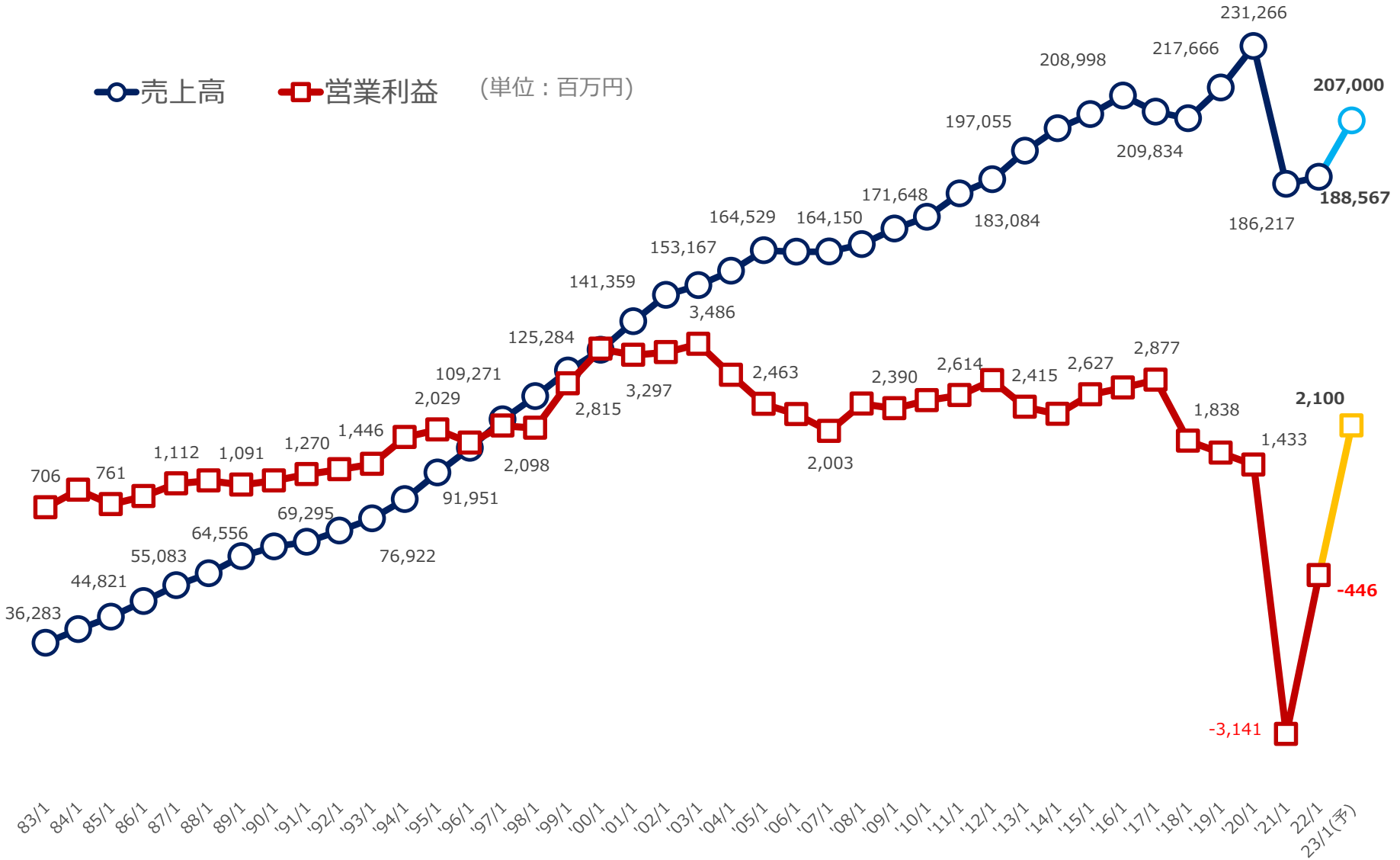


販売先



※「自社コーヒー工場」の売上はDTB事業、「自社農園」の売上はFSL事業にそれぞれ包含
 ※セグメント別の売上構成比は、2023年1月期第2四半期時点(小数点以下第2位を四捨五入)

上場来の通期業績推移



業務用食品卸 市場シェア

業務用食品卸 国内市場規模と当社グループ(DTB事業+C&C事業)のシェア (前期実績)

(単位：百万円)		合計	関東	東海	近畿	中四国	九州
2021年度	全国市場規模	3,130,000	1,408,500	375,600	594,700	187,800	281,700
	構成比	100.0%	45.0%	12.0%	19.0%	6.0%	9.0%
2022/1期 当社グループ 実績	売上高	151,673	47,406	5,969	35,474	12,503	50,322
	社内構成比	100.0%	31.3%	3.9%	23.4%	8.2%	33.2%
	市場シェア	4.8%	3.4%	1.6%	6.0%	6.7%	17.9%

※海外を含むDTB+C&Cの22年1月期売上高は159,346百万円

※全国市場規模は、日本食糧新聞社調べ（2022年8月公表）を一部編集。なお、上表地域以外の「その他地域」で9.0%の構成比

2023年1月期 第2四半期決算の概要

<注記> 収益認識に関する会計基準等の適用について

当期より、当社では収益認識会計基準等を適用し、収益認識に関する会計処理の方法を変更しております。

この変更に伴い、キャッシュアンドキャリー事業において、前期第2四半期と比較し、売上高・売上総利益・販売管理費がそれぞれ**201百万円減少**しております。

※相殺されるため、**利益への影響はありません。**

本資料におきましては、

- ・2022年1月期第2四半期(前期)は、収益認識会計基準**適用前**
- ・2023年1月期第2四半期(当期)は、収益認識会計基準**適用後**の数値で表示し、前期比および増減も同基準にて算定しております。

決算ハイライト

上期実績

売上高は増収(+11.8%)、営業利益は3期ぶりの黒字転換
(前年同期増減 売上高：**+105**億円、営業利益：**+23**億円)

- 行動制限解除に伴い、外食産業に人流が戻り、新規獲得および既存が伸長
- 増収、不採算取引の見直しなどによる粗利率改善、コスト・コントロールの推進により、営業利益は黒字転換。営業利益額はコロナ禍前を上回る

通期業績予想

2023年1月期通期業績予想を上方修正

- 行動制限を実施しない政府指針のもと、下期も外食産業の業績改善を予想
- 一方、仕入価格やエネルギー価格上昇の継続、一部事業の業績回復の遅れを考慮

株主還元

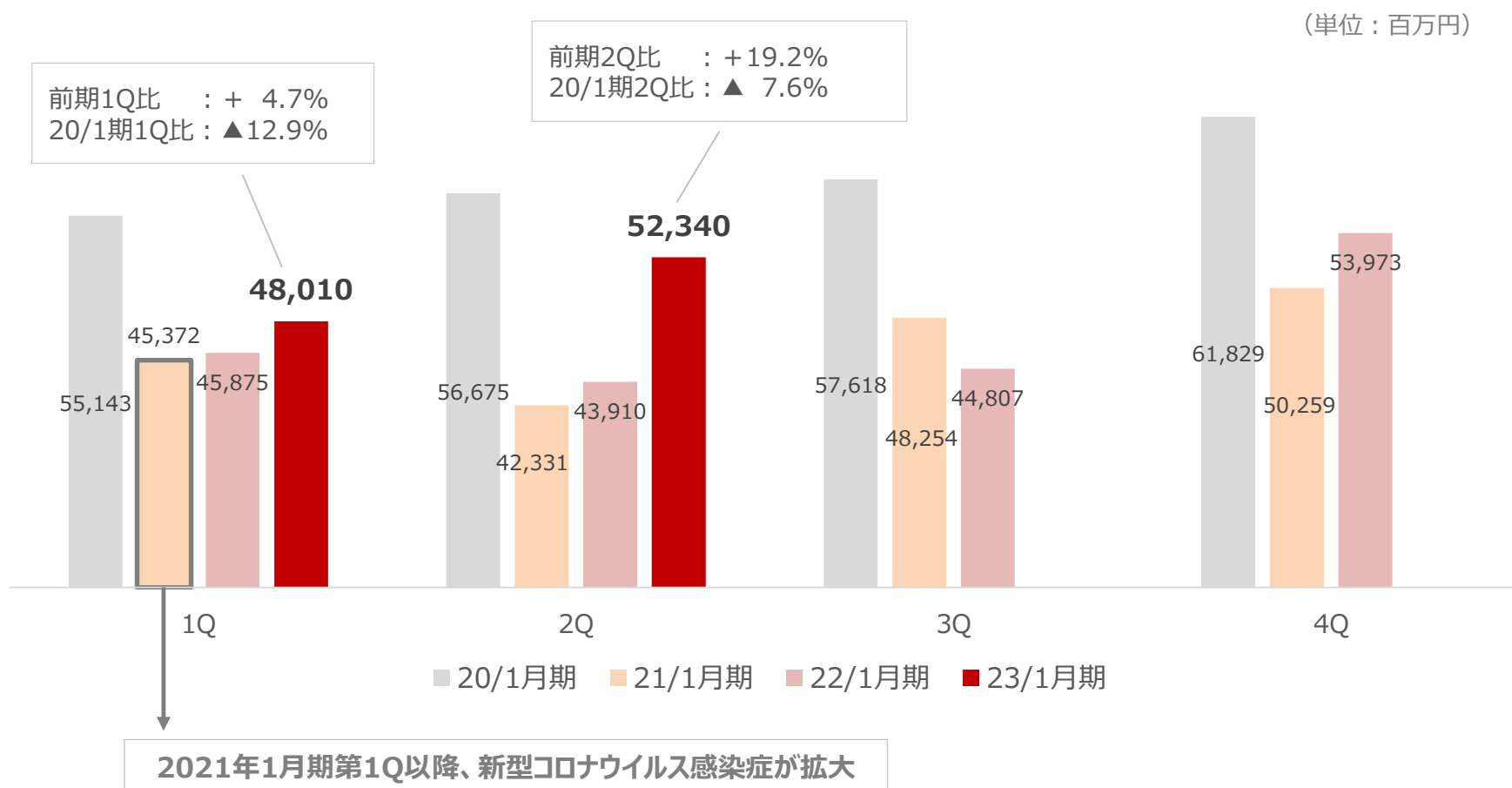
中間・期末の配当金をそれぞれ10円に増額修正(年間20円配当へ)

連結損益計算書

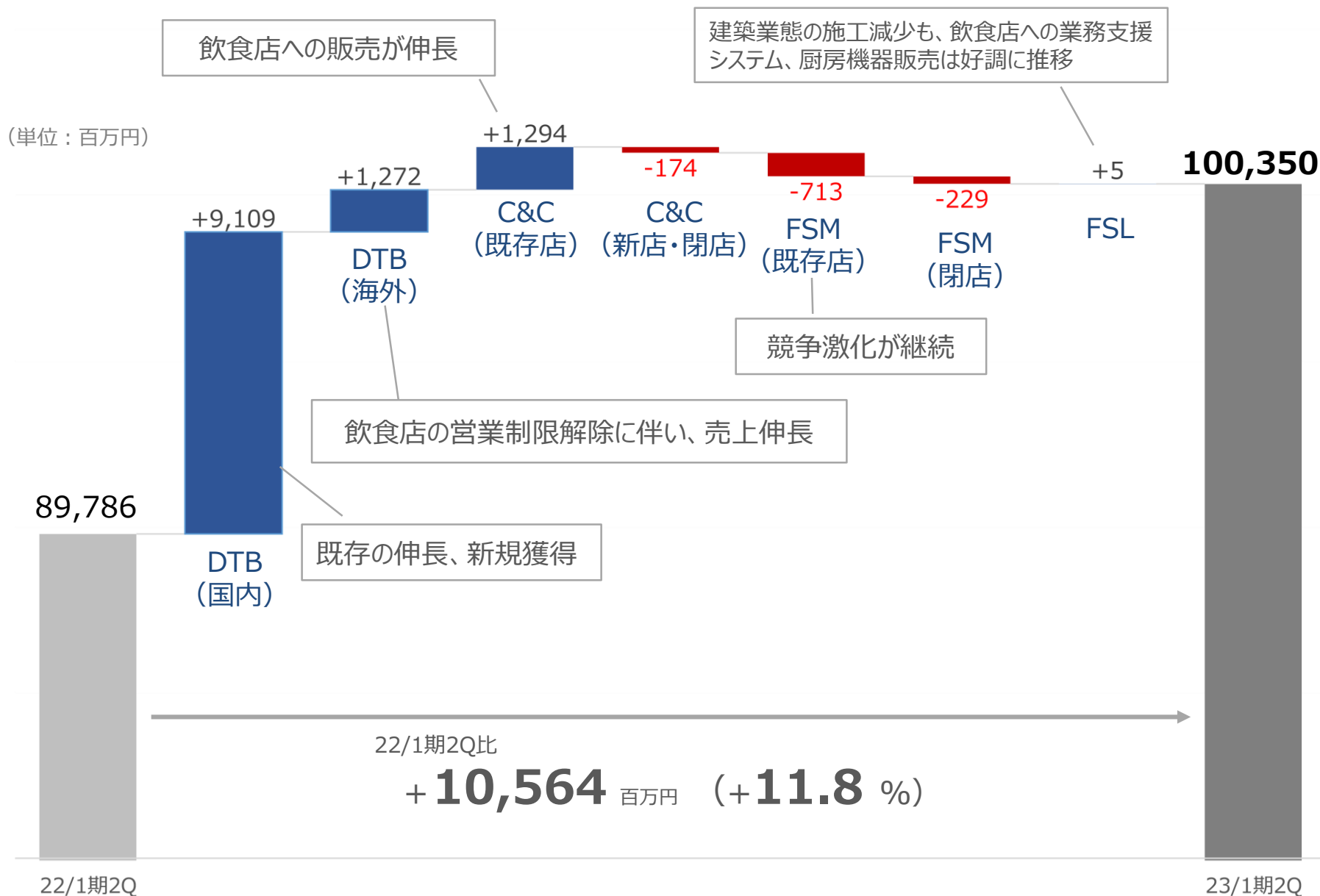
(単位：百万円)	前第2四半期 (2022年1月期)	当第2四半期 (2023年1月期)	前年同期比	
			増減率	増減額
売上高	89,786	100,350	+11.8%	+10,564
売上総利益	17,619	19,986	+13.4%	+2,366
販売管理費	18,733	18,745	+0.1%	+12
営業利益	-1,113	1,240	-	+2,354
経常利益	-734	1,439	-	+2,174
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-770	631	-	+1,401

四半期別 売上高推移(4期比較)

当期初はコロナ禍の影響を受けたが、3月以降は行動制限の解除やウィズコロナの生活にシフトしてきたことで、外食産業に人流が戻り、売上は順調に拡大。特に、当2Qはコロナ禍前の92.4%まで回復

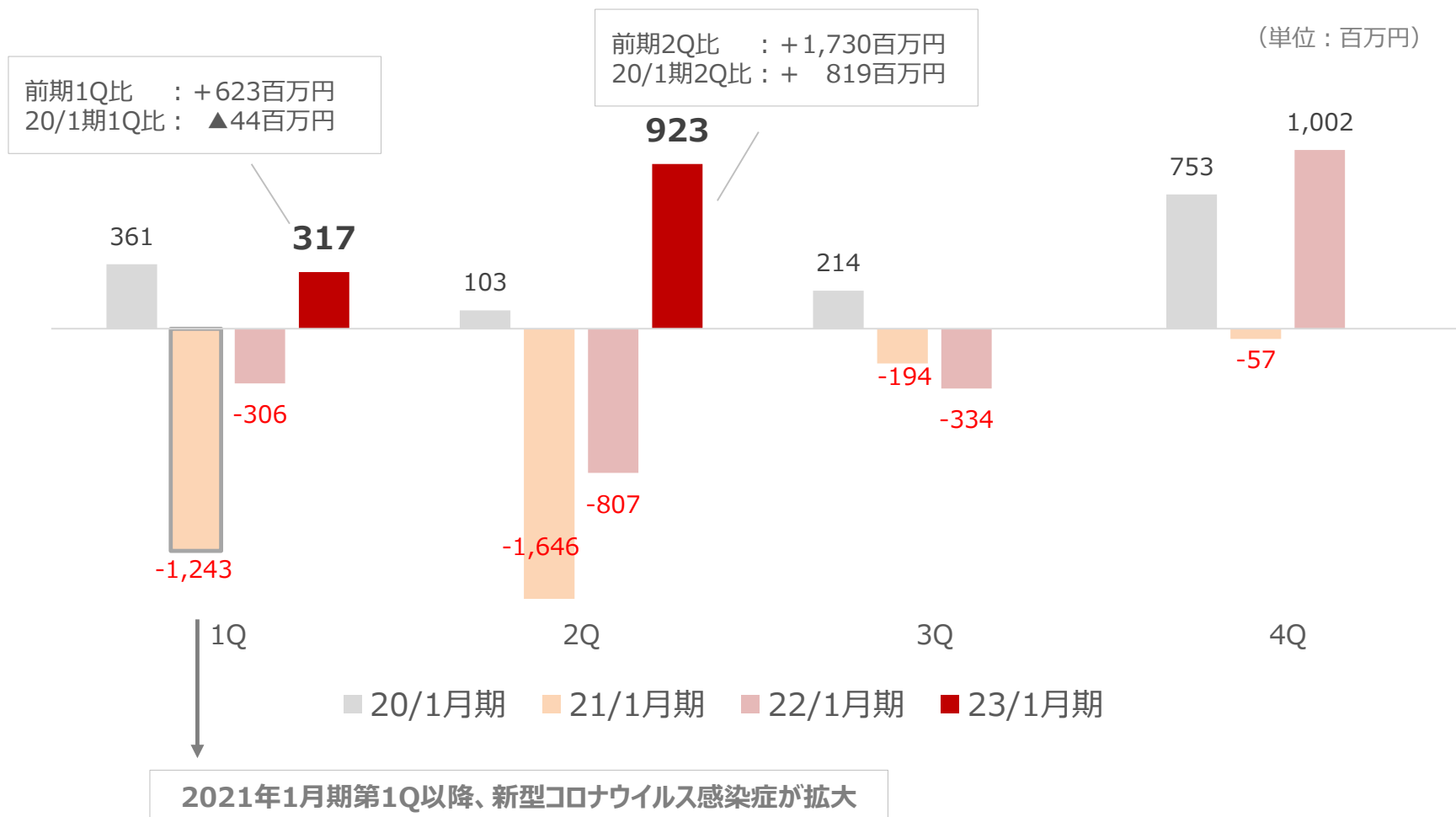


売上高の増減要因

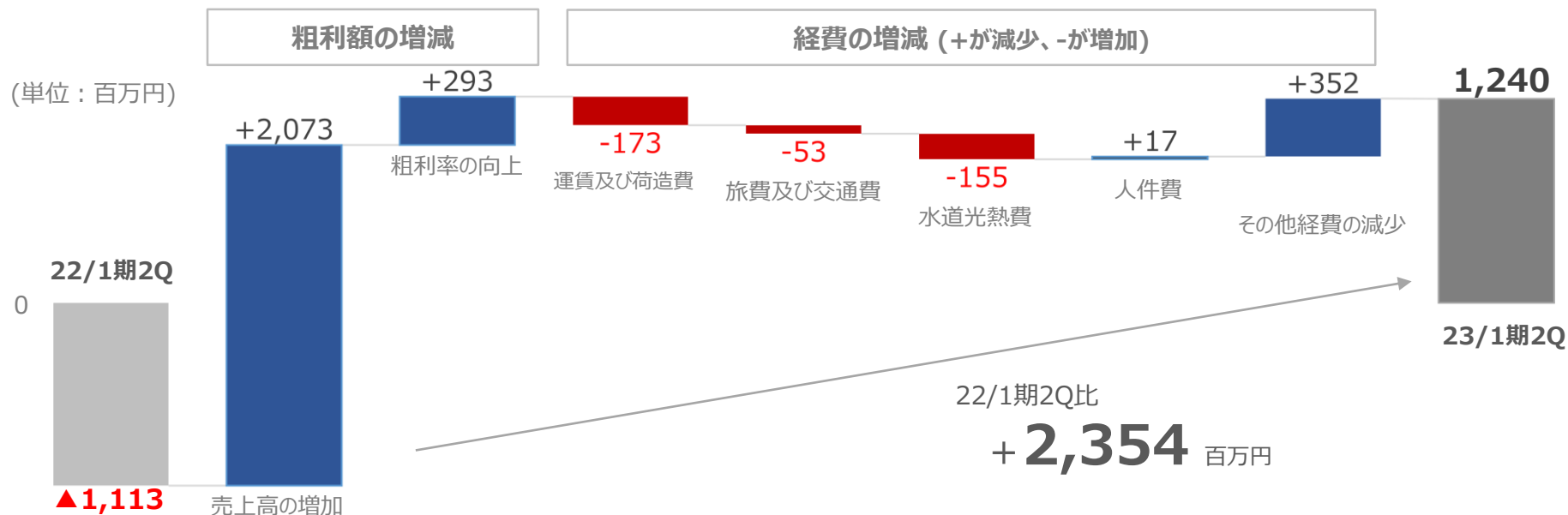


四半期別 営業利益推移(4期比較)

3月以降は売上が回復するとともに、損益分岐点の引き下げにより第1Qから黒字化。
第2Qはコロナ禍前の利益額を上回る



営業利益の増減要因



粗利率

19.62%(前2Q) → 19.92%(当2Q) = **+0.30%**

- ・DTB事業で新規顧客の開拓を推進
- ・不採算取引の見直し
- ・プライベートブランド(PB)商品の売上構成比の上昇

経費

対売：20.86%(前2Q) → 18.68%(当2Q) = **▲2.18%**

前年同期と比較し、増収に伴う変動費の増加、エネルギー・原油価格の高騰などにより12百万円増加したものの、コスト・コントロールを継続したことで、対売では大幅に減少

(増加要因)

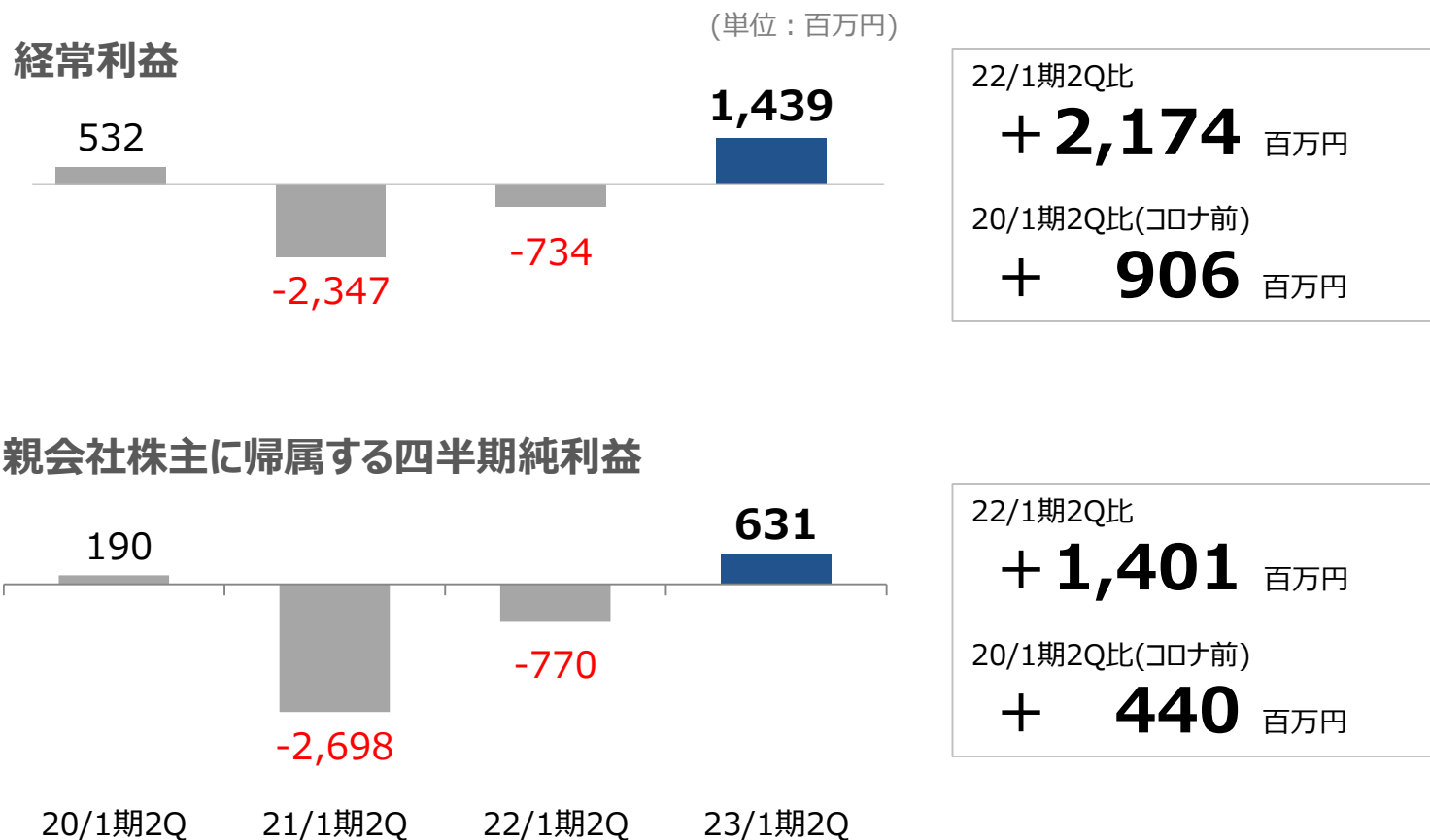
運賃及び荷造費(売上の回復による増加)、旅費及び交通費(うちガソリン代+15)、水道光熱費(うち電気代+115)

(減少要因)

その他経費の主な科目：販売促進費▲119(収益認識基準適用による減少▲201を含む)、減価償却費▲50、地代家賃▲56など

経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益

増収およびコスト・コントロールの継続により、経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益ともに3期ぶりの黒字転換



連結貸借対照表

(単位：百万円)	2022/1期 期末	2023/1期 2Q	増減額	主な増減要因
流動資産	37,750	41,292	+3,542	現金及び預金 ▲1,244 受取手形及び売掛金 +3,148 商品及び製品 +1,316
固定資産	44,951	44,875	▲76	有形固定資産 ▲172 無形固定資産 +93 投資その他の資産 +3
資産合計	82,702	86,168	+3,465	
流動負債	39,977	41,831	+1,854	支払手形及び買掛金 +2,269 短期借入金 ▲948 その他 +1,007
固定負債	22,486	22,320	▲166	長期借入金 ▲276
負債合計	62,464	64,152	+1,687	
純資産合計	20,237	22,015	+1,778	利益剰余金 +577 為替換算調整勘定 +1,200
負債・純資産合計	82,702	86,168	+3,465	

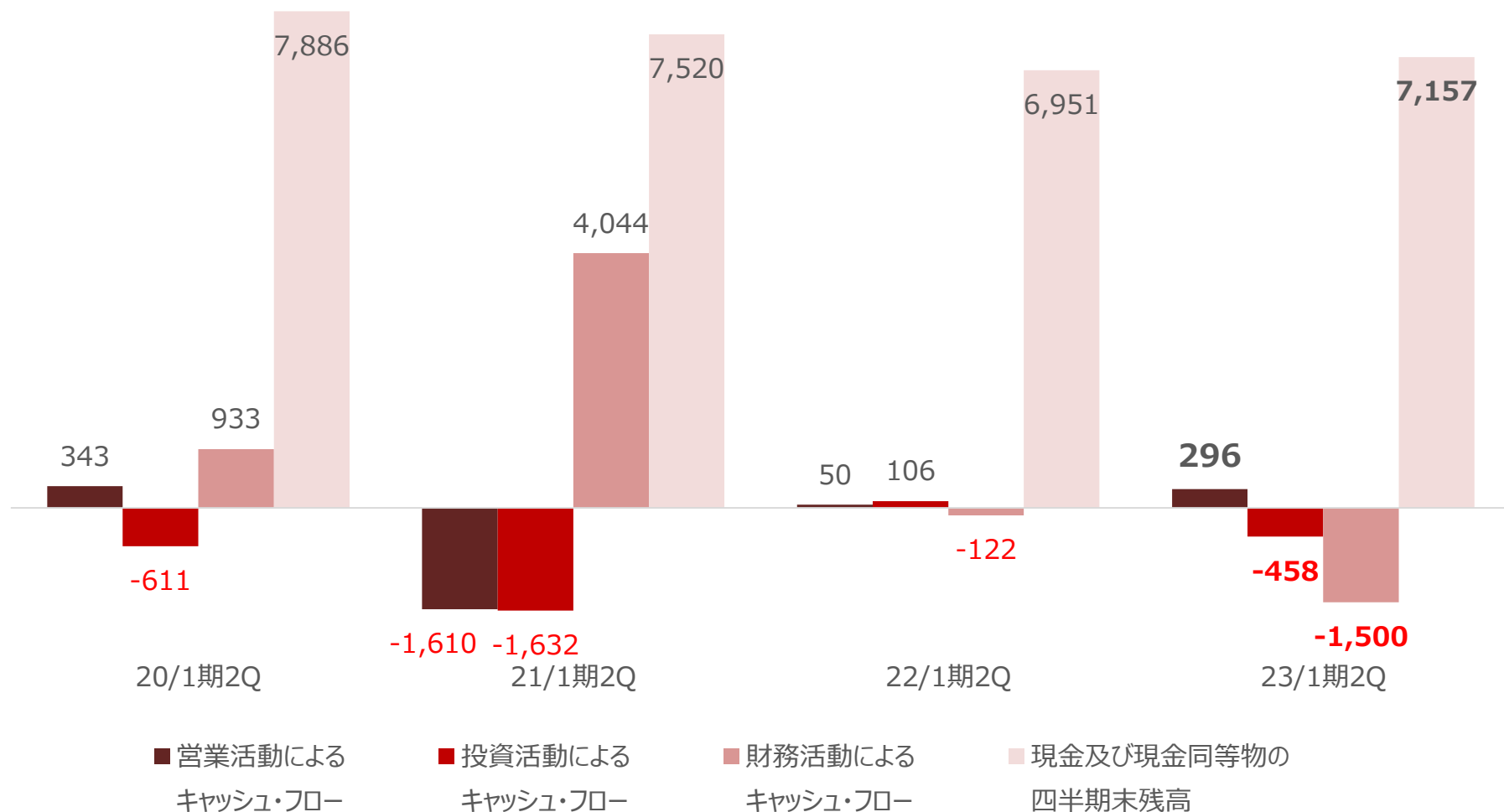
連結キャッシュ・フロー

営業キャッシュ・フローは、業績の回復に伴い改善

投資キャッシュ・フローは、固定資産の取得などによるもの

財務キャッシュ・フローは、コロナ禍で増加した借入金の圧縮を進めたことで減少

(単位：百万円)



2023年1月期 第2四半期セグメント別の概況

セグメント別業績

飲食店の既存顧客の伸長、新規獲得により増収、3期ぶり営業黒字

ディストリビューター	売上高	:	68,642 百万円	(117.8%)
	営業利益	:	788 百万円	(+1,948百万円)

飲食店の既存顧客の伸長により増収・増益

キャッシュアンドキャリアー	売上高	:	18,042 百万円	(106.6%)
	営業利益	:	521 百万円	(704.2%)

業種や地域の垣根を越えた競争が続き、減収・減益

食品スーパー	売上高	:	7,982 百万円	(89.4%)
	営業利益	:	▲280 百万円	(▲106百万円)

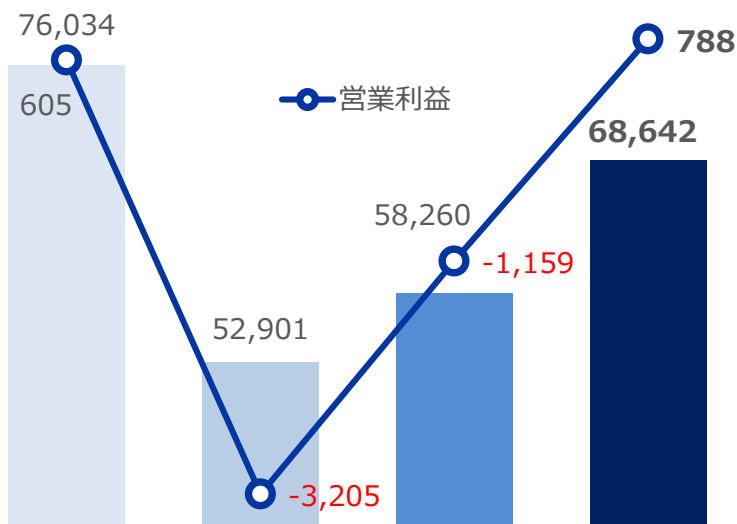
外食向け厨房機器・業務支援システムの販売が伸長し、増収・増益

フードソリューション	売上高	:	5,683 百万円	(100.1%)
	営業利益	:	211 百万円	(145.6%)

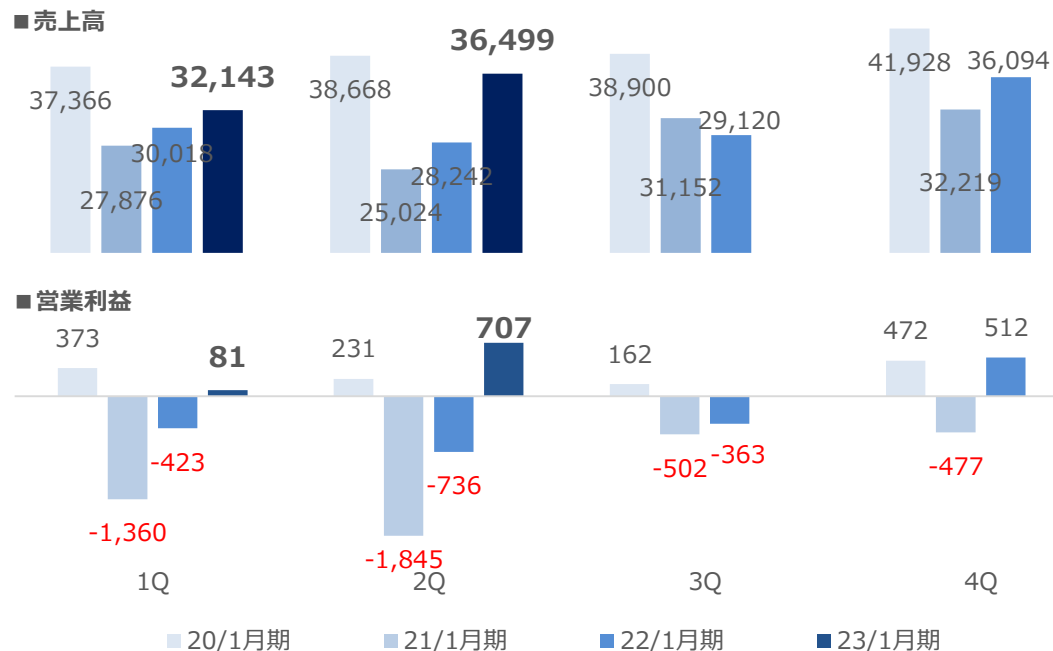
※()内は前期比、営業損失の場合は前年増減額

ディストリビューター事業

2Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



業績 増減要因

前年同期比 売上高 **10,381**百万円増(+17.8%)、営業利益 **1,948**百万円増

- ・3月以降、行動制限が解除され、飲食店や観光地に人流が戻り、既存顧客が好調に推移
- ・各地で開業したホテルや商業施設など新規顧客の獲得も奏功
- ・コロナ禍以降、本格的に進めているケアフード業態も前年同期を上回る水準で推移
- ・多品目の食品で値上げも、新規獲得の推進や不採算取引解消などにより、粗利率を維持
- ・経費は微増もコスト・コントロールを徹底し、営業利益は3期ぶりに黒字転換、コロナ禍前を上回る

ディストリビューター事業

当第2四半期トピックス

・業界最大規模の展示商談会を開催

- コロナ禍で中止を余儀なくされていた展示商談会を3年振りに全国で開催
- 上期は4会場（3月:名古屋・大阪・広島、7月:東京）

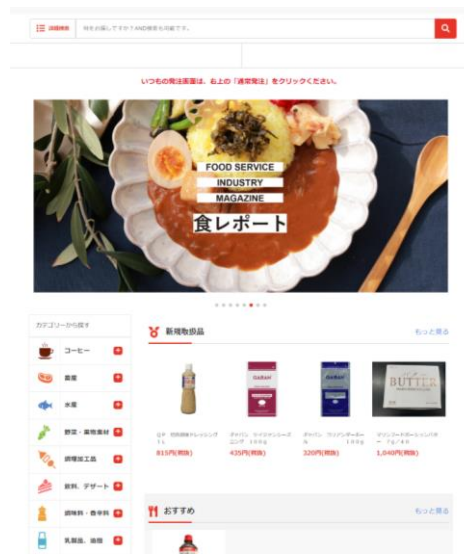


・ケアフード業態への販売を強化

- コロナ禍でも需要が安定しているケアフード業態へは前期にプロジェクトを立ち上げ、販売に注力
- 上期は前年同期比103.2%と順調に推移

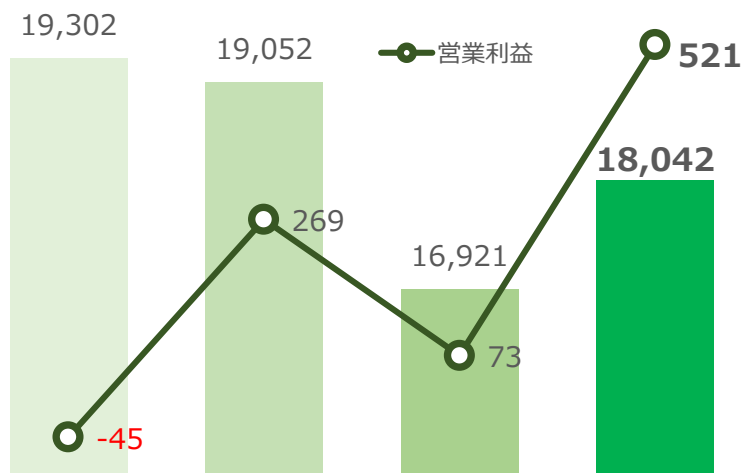
・独自開発のWeb受発注システムを改修、デジタル化を推進

- 2015年に独自開発したWeb受発注システム「toho Order Pro」(TOP)
- 現在は約1万件の顧客が利用する同システムに、拠点在庫を直接閲覧してオーダーできる機能を搭載し、利便性を高める



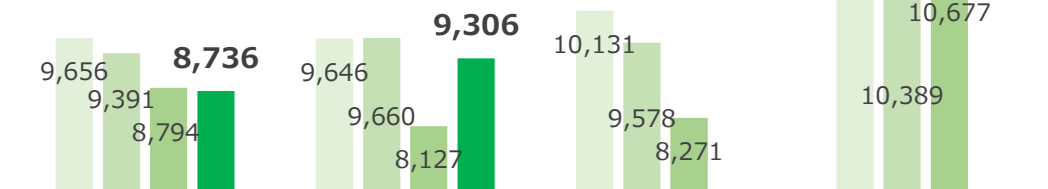
キャッシュアンドキャリー事業

2Q累計 売上/営業利益 4期比較

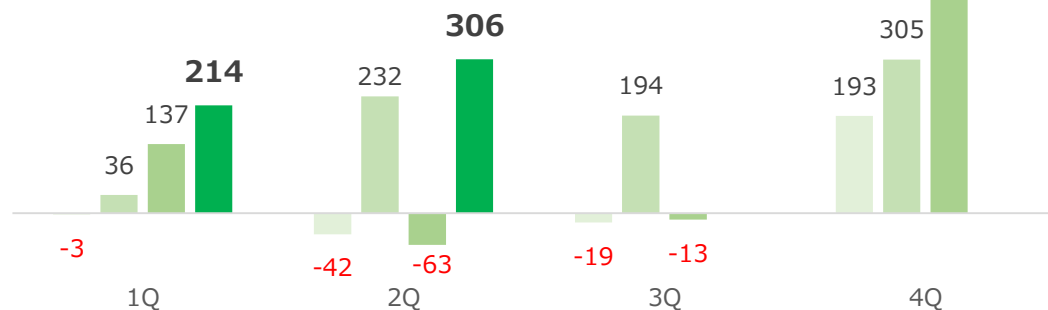


四半期毎比較

■売上高



■営業利益



■ 20/1月期 ■ 21/1月期 ■ 22/1月期 ■ 23/1月期

業績 増減要因

前年同期比 売上高**1,121**百万円増(+6.6%)、営業利益**447**百万円増(+604.2%)

・3月以降は行動制限が無く、主要顧客である中小飲食店に客足が戻り、既存顧客が好調に推移

※21年1月期はコロナ禍により飲食店は不調も個人客による特需、22年1月期は引き続き飲食店需要が低迷かつ個人客の反動減

・特に第2四半期の売上はコロナ禍前の96.5%まで回復

・多品目の食品で値上げも、PB商品の販売強化など早期の対応を実施

・販促方法の見直しなどコスト・コントロールも進み、営業利益はセグメント区分後で最も高い水準に

キャッシュアンドキャリー事業

当第2四半期トピックス

・A-プライスのフランチャイズ1号店を開店

- 5月、FC1号店となる「A-プライス名古屋店」を開店
- 外食事業者にも包装資材等を販売する(株)シモジマが同店を運営し、A-プライスとの相乗効果を発揮
- 新たな収益の柱として育成を図る



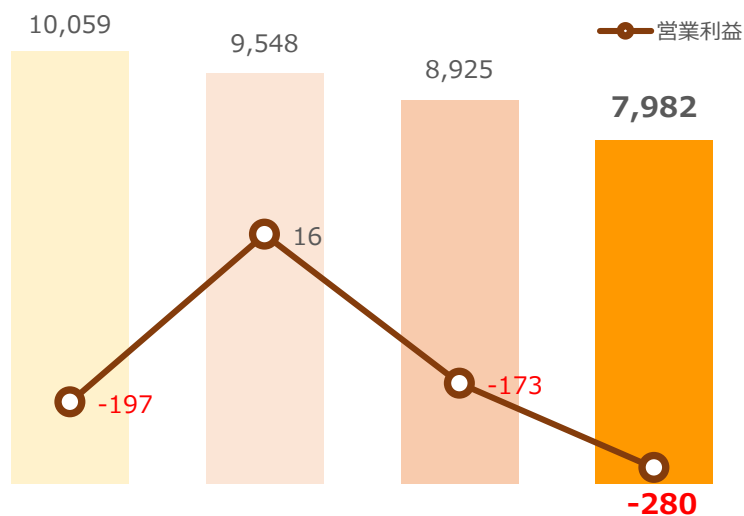
・約2年半ぶりにリアル展示商談会を開催

- 当上期は7会場（4月：神戸・福岡、5月：沖縄・熊本、6月：大阪・静岡・岡山）で開催
- コロナ禍で変化した飲食店のニーズに対応する商品提案を実施



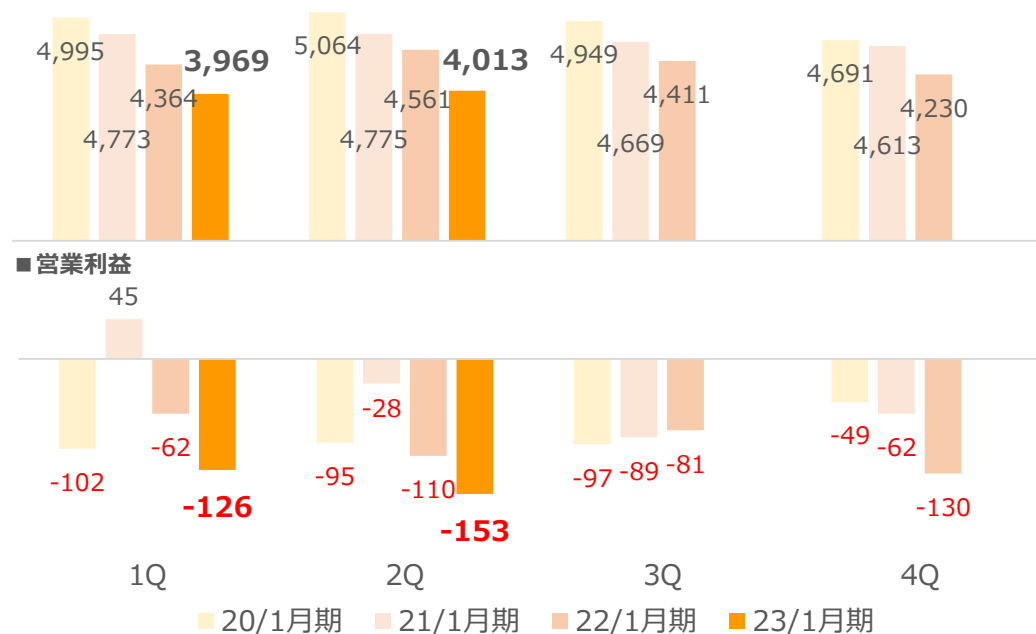
食品スーパー事業

2Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較

■売上高



(単位：百万円)

業績 増減要因

前年同期比 売上高**942**百万円**減** (▲10.6%)、営業利益▲**106**百万円**減**

- ・業界の垣根を越えた競争激化、他地域からの食品スーパーの出店などにより厳しい経営環境が継続
- ・こうした状況により来店客数が減少したことに加え、前期に2店舗を閉店したことも影響し、減収に
- ・コスト・コントロールを継続し、経費は減少するも売上の減少を補えず減益。2期連続の営業損失

食品スーパー事業

当第2四半期トピックス

・旬やオススメ商品を「販売重点商品」として拡売

- 季節に合わせた旬の食材やその時々におすすめの商品を「販売重点商品」として、全店舗で販売を推進
- 鮮度や美味しさにこだわった品揃えに継続して注力

・より魅力的な売場づくりに向け「欠品ゼロ」への挑戦

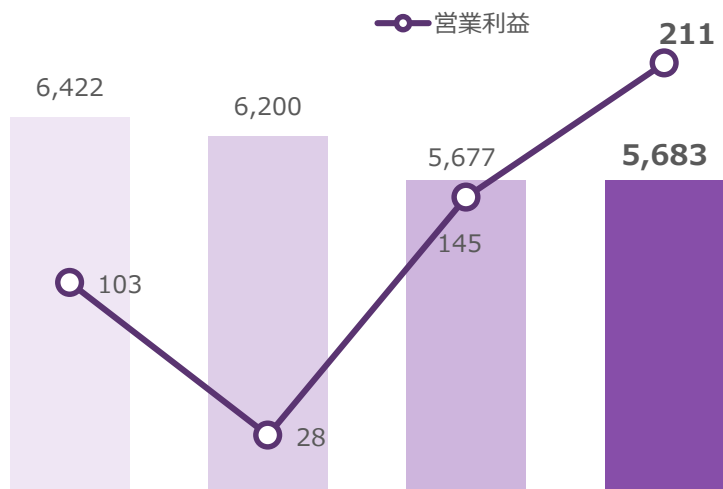
- 当期2Qはドライ・Groサリー部門に注力
自動発注と補充発注の見直しを実施し、欠品を約70%削減



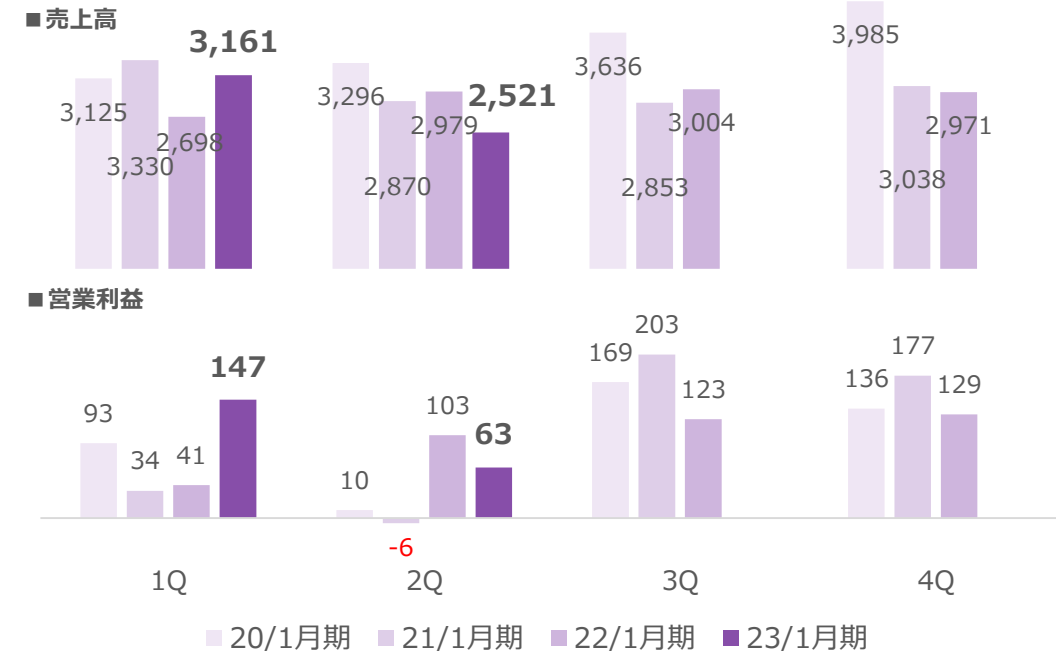
↑ 2022年8月の重点販売商品の一部

フードソリューション事業

2Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



業績 増減要因

前年同期比 売上高**5百万円増**(+0.1%)、営業利益**66百万円増**(+45.6%)

- ・外食産業の景況感が上向いたことにより、外食産業向けの業務用調理機器、業務支援システム販売が好調に推移し、2Q累計では増収を達成

※2Q単独は、店舗内装設計・施工の期内完工の減少が影響

- ・売上の増加とセグメント内で相対的に粗利率の高いシステム販売の売上構成比が増加したことなどにより粗利率が改善し、2期連続の増益

フードソリューション事業

当第2四半期トピックス

・外食産業の「安心・安全」に更に貢献

- (株)トーホービジネスサービスは、19年11月からJFSM(一般財団法人食品安全マネジメント協会)が運営する食品安全マネジメント(JFS)規格の監査会社として、食品業界の安心・安全の向上に貢献
- 6月に同社として初めて、JFS規格(フードサービス)セクターGの適合証明書を発行
- 同セクターは当社グループの主要顧客である外食産業が主な対象であり、外食産業をトータルにサポートする機能を更に強化

※JFS規格とは

JFSMが開発・運営する食品の安全管理の取り組みを認証する日本発の規格。同規格は食品を取り扱う事業者に対する要求事項が定められ、これに沿った安全管理が実施されているかを第三者機関が審査(監査)を行うことで、安全な食品の製造や提供などのマネジメントシステムが構築・運用されていることを保証している。日本政府が進めるHACCPの導入基準という背景にも考慮した規格となり、現在は国内2,000以上の事業者が取得している。



(株)サンケイ会館 箕輪社長(左)に適合証明書を
手渡す(株)トーホービジネスサービス 蓑毛社長

・業務用調理機器の販路拡大

- 業務用調理機器を取り扱う(株)エフ・エム・アイでは、主要顧客である外食産業に加え、安定した需要が見込める中食・テイクアウト業態への販促活動を継続して推進
- グループ内の展示商談会へ積極的に出展するなど、グループシナジーを発揮した外食事業者の課題解決に繋がる提案を強化



2023年1月期 通期の見通し

通期連結業績予想(上方修正)

	2022年1月期 実績 (百万円)	2023年1月期 直近予想 (6/10発表)	2023年1月期 修正予想 (9/5発表)	直近予想比	
				増減率	増減額
売上高	188,567	201,000	207,000	+3.0%	+6,000
営業利益	-446	1,200	2,100	+75.0%	+900
経常利益	178	1,350	2,300	+70.4%	+950
親会社株主に帰属する 当期純利益	335	400	900	+125.0%	+500
1株あたりの 当期純利益(円)	31.20	37.19	83.67	+125.0%	+46.48

※連結業績予想の上方修正は、6月10日に続き今期2回目。「直近予想」は6月10日に発表した修正予想

修正理由について

業務用食品卸売事業を中心に想定を上回る業況の改善が進み、前回予想に比べ、増収・増益となる見通し。当下半期の見通しについては、前回同様にウイズコロナが社会全体でさらに浸透し、当社グループの主要な販売先である外食事業者の経営環境も緩やかに回復するものの、食品スーパー事業の回復の遅れに加え、多品目の食品価格の値上げ、電力価格の上昇など、当初見通しを上回る経費の増加を勘案

セグメント別 通期業績予想

飲食店の新規獲得、既存顧客の伸長により増収

ディストリビューター

売上高 : 141,600 百万円 (114.7%)

中小飲食店の回復は継続し、既存顧客の伸長により増収

キャッシュアンドキャリー

売上高 : 38,000 百万円 (105.9%)

業種の垣根を越えた競争激化の継続により減収

食品スーパー

売上高 : 15,700 百万円 (89.4%)

外食向け調理機器、店舗内装設計・施工が伸長し増収

フードソリューション

売上高 : 11,700 百万円 (100.4%)

通期業績予想の進捗率

	2023年1月期 第2四半期実績	2023年1月期 修正予想 (9/5発表)	進捗率
(単位：百万円)			
ディストリビューター	68,642	141,600	48.5%
キャッシュアンドキャリー	18,042	38,000	47.5%
売上高 食品スーパー	7,982	15,700	50.8%
フードソリューション	5,683	11,700	48.6%
計	100,350	207,000	48.5%
営業利益	1,240	2,100	59.1%
経常利益	1,439	2,300	62.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	631	900	70.1%

下期のトピックス

ディストリビューター事業

- ・行動制限が解除されるなか、売上の拡大に向け、既存顧客の深耕と新規顧客の獲得を更に推進
- ・下期も展示商談会を2会場(8月：福岡、9月：熊本)で開催
- ・注力しているケアフード業態に加え、中食業態へのアプローチも本格化

キャッシュアンドキャリー事業

- ・景況感が上向いている中小飲食店への商品提案を強化
- ・会員数70万人(7月末時点)を抱える「A-プライスアプリ」を刷新、個別マーケティングの実現を目指す
- ・21年9月にオープンした「A-プライスオンラインショップ」の改修による顧客の利便性向上

食品スーパー事業

- ・顧客の利便性向上に向け、電子マネー決済の導入、ポイント制度の見直し、LINE公式アカウントの開設を予定
- ・引き続き商品の欠品ゼロを目指し、発注方法の改善などに継続して注力
- ・食品値上げが継続するなかでも、包装資材の見直しや商品改廃などを進め、日常性の高い商品の値ごろ感を打ち出す

フードソリューション事業

- ・JFS規格(フードサービス)セクターGの監査に継続して注力
- ・21年8月に提供を開始した品質管理サービスのオンラインシステム「Easy Filers」の拡販にも注力
- ・販売が好調な業務支援システムASPITは、AI顔認証タイムレコーダーなどの新機能を加え、更なる利便性向上を目指す

設備投資、減価償却費

設備投資 当期の実績および計画

(単位：百万円)	2023年1月期 上期 (実績)	2023年1月期 下期 (計画)	年計 (計画)
ディストリビューター事業	159	88	247
キャッシュアンドキャリー事業	34	27	61
食品スーパー事業	25	0	25
フードソリューション事業	100	202	302
小計	318	317	634
ソフトウェア等	96	57	153
合計	413	374	787

減価償却費 当期の実績および計画

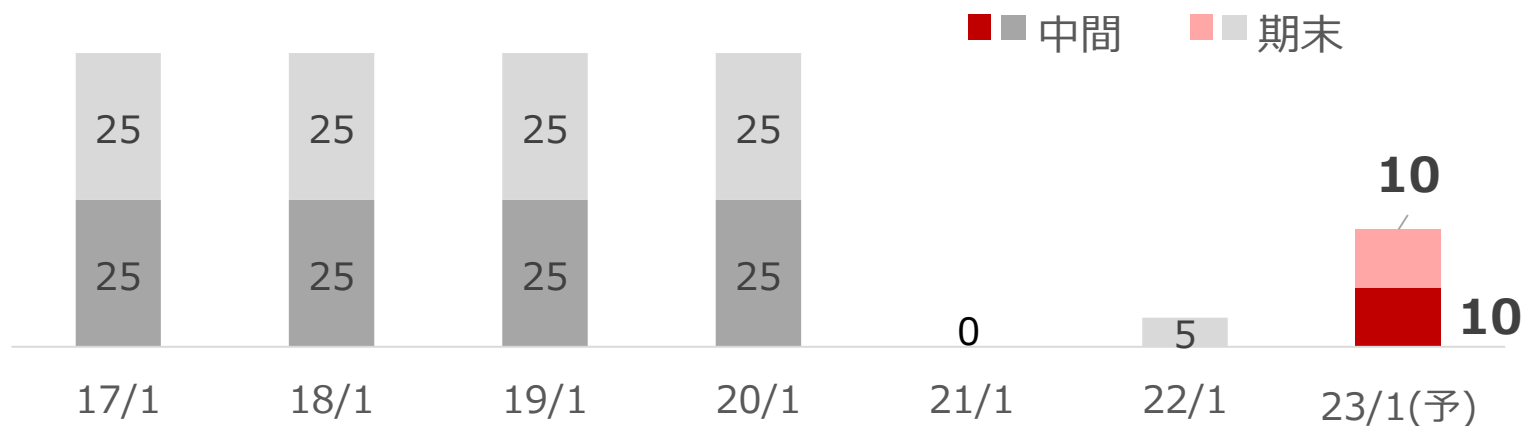
(単位：百万円)	2023年1月期 上期 (実績)	2023年1月期 下期 (計画)	年計 (計画)
会社計	1,034	1,026	2,060

配当予想

【利益配分に関する基本方針】

事業活動を安定的に継続する上で維持すべき適正な資本構成を勘案し、ネットDEレシオ(純有利子負債/純資産)が0.7~0.9倍程度で推移する状況において、中期的に配当性向40%程度を維持する方針の下で安定配当を実施しております。

(単位:円)



ネットDEレシオ	0.63倍	0.75倍	1.00倍	0.99倍	1.47倍	1.15倍	-倍
配当性向	45.2%	117.8%	63.3%	113.3%	-	16.0%	-%

2020年初頭からの新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う行動制限等により、外食産業を主な販売先とする当社は上場来初となる営業損失を計上するなど、厳しい事業運営を強いられました。こうした環境のなかでは、手元流動性を確保し財務基盤の安定化を図ることで経営と雇用の維持に努めることが最善と考え、誠に遺憾ながら、配当金は21年1月期は無配、22年1月期は年間5円とさせていただきました。

当期である23年1月期については、業績が徐々に回復してきたことに伴い、6月10日に公表した年間配当予想10円から10円増配し、**年間配当20円(中間10円、期末10円)**を予定しております。

食を通して社会に貢献する

toho

株式会社 **トホ**

【免責事項】

本資料に記載されている将来に関する予想については、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績などは業況の変化等により、異なる場合があることをご承知おきください。

【ご注意】

本資料は百万円未満を切り捨てて表記しております。

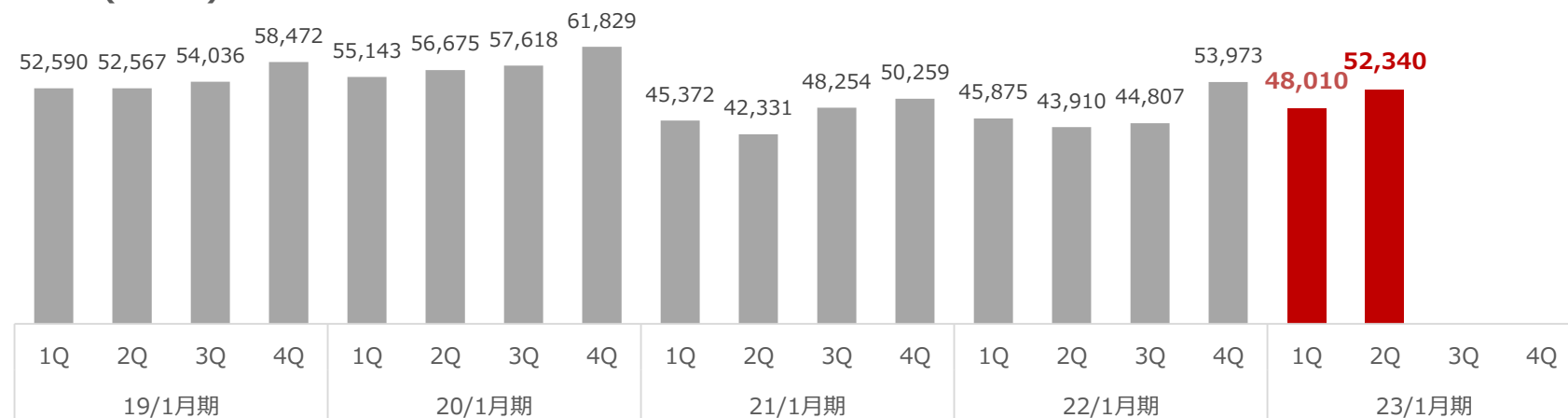
参考資料

- ・セグメント別四半期推移
- ・コロナ感染者数と当社グループ売上の相関
- ・中期経営計画
- ・サステナビリティ推進

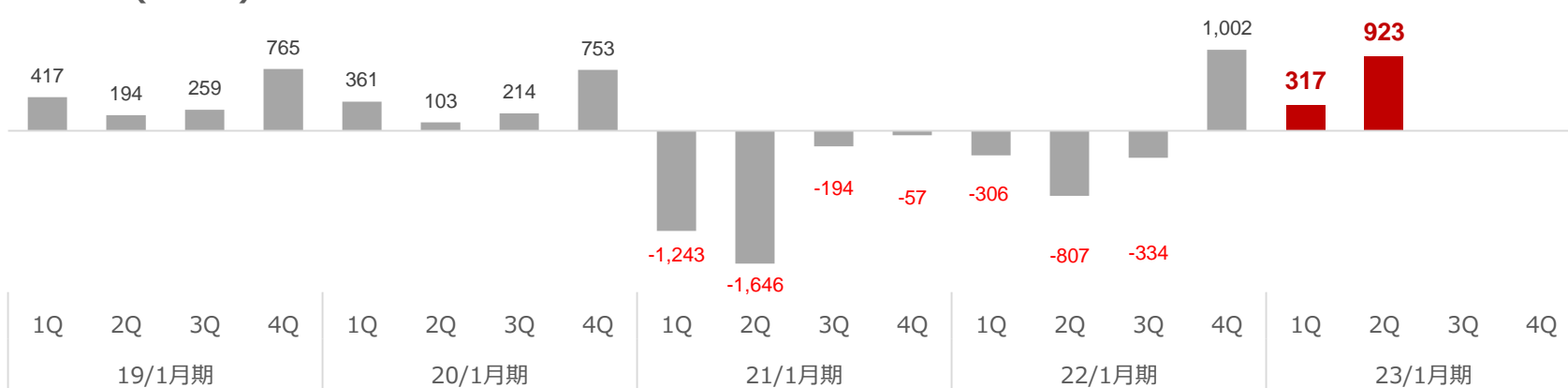
セグメント別四半期推移

▶ 連結

売上高(百万円)



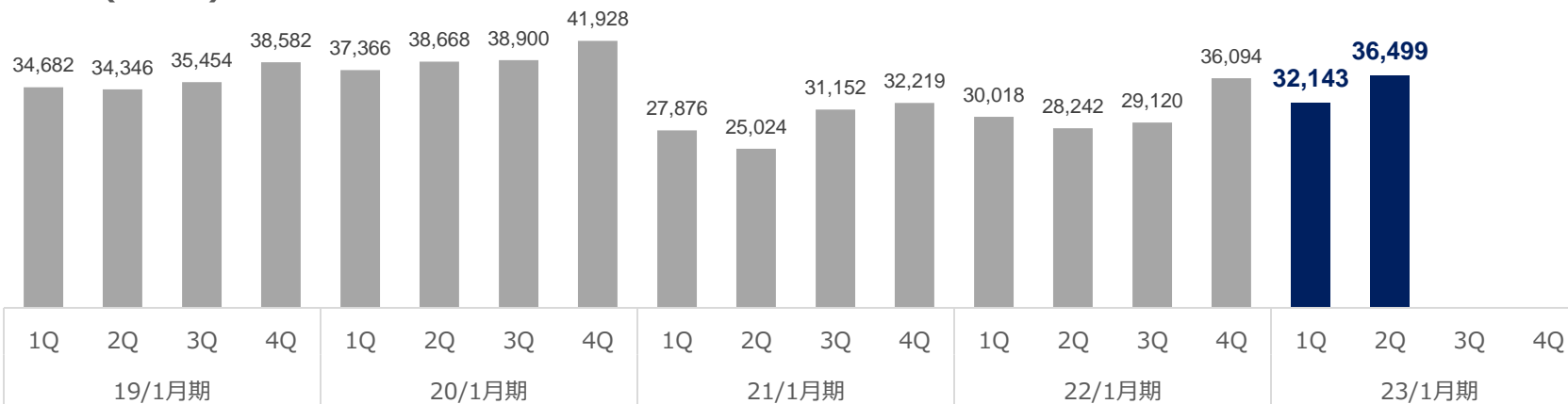
営業利益(百万円)



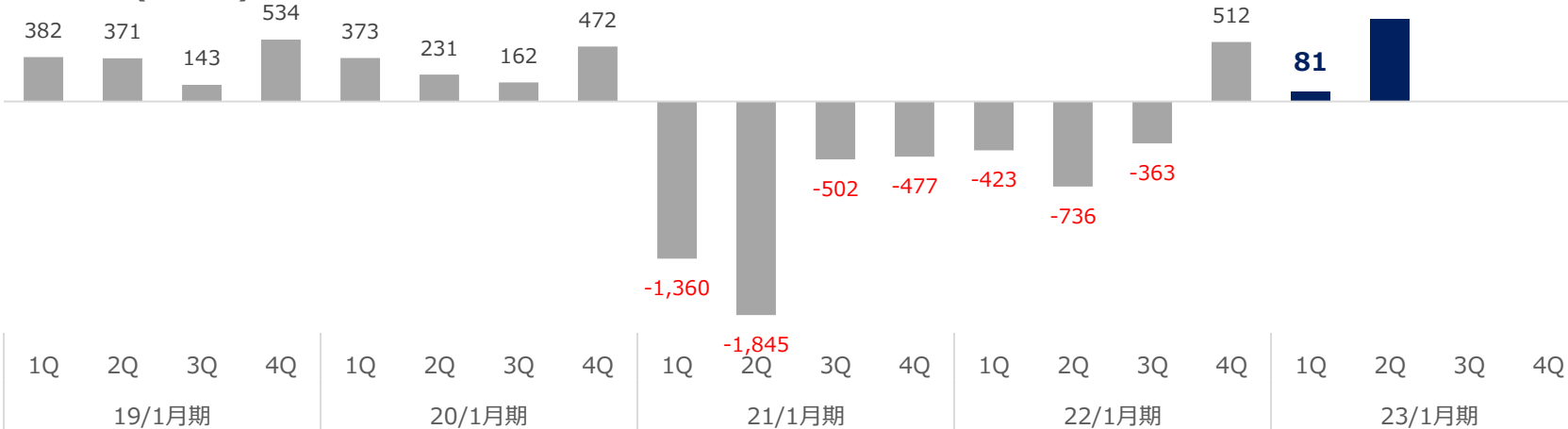
セグメント別四半期推移

▶ ディストリビューター事業(DTB事業)

売上高(百万円)



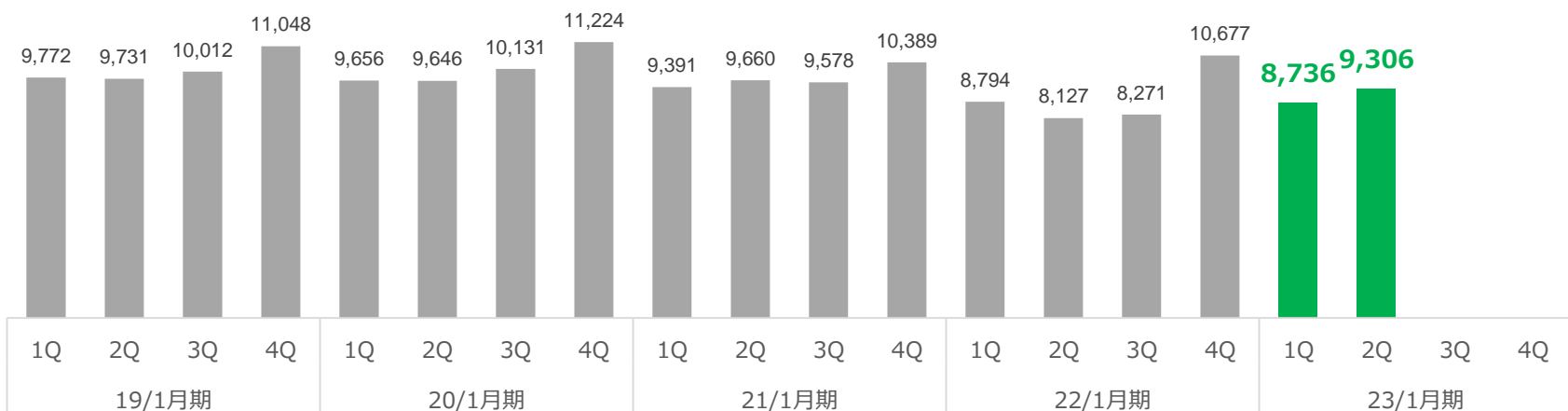
営業利益(百万円)



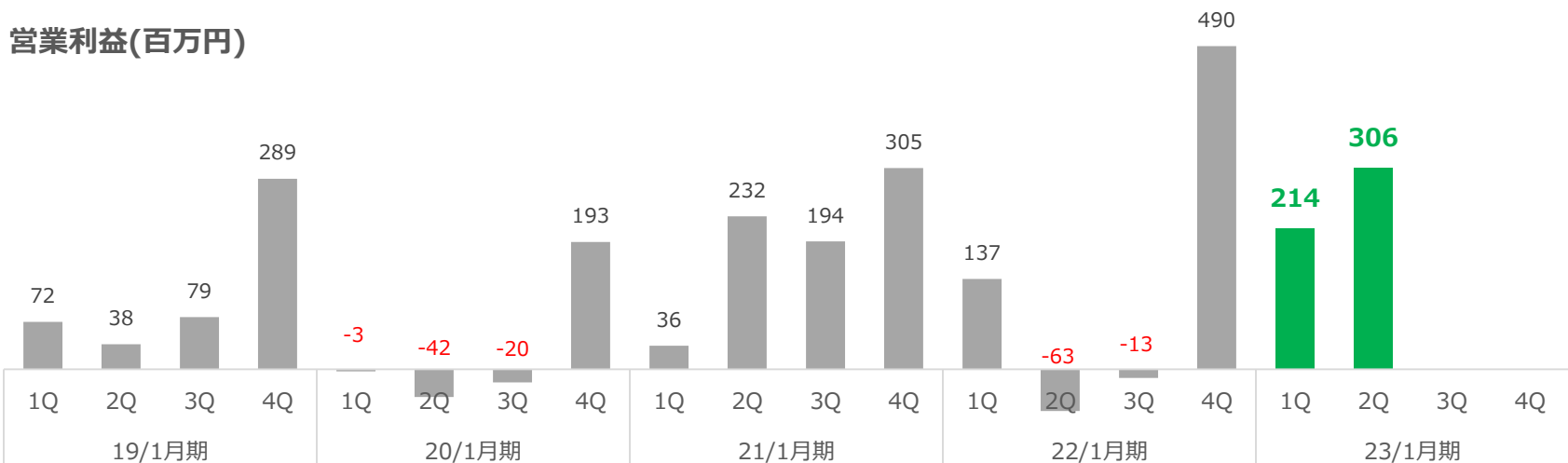
セグメント別四半期推移

▶ キャッシュアンドキャリー事業(C&C事業)

売上高(百万円)

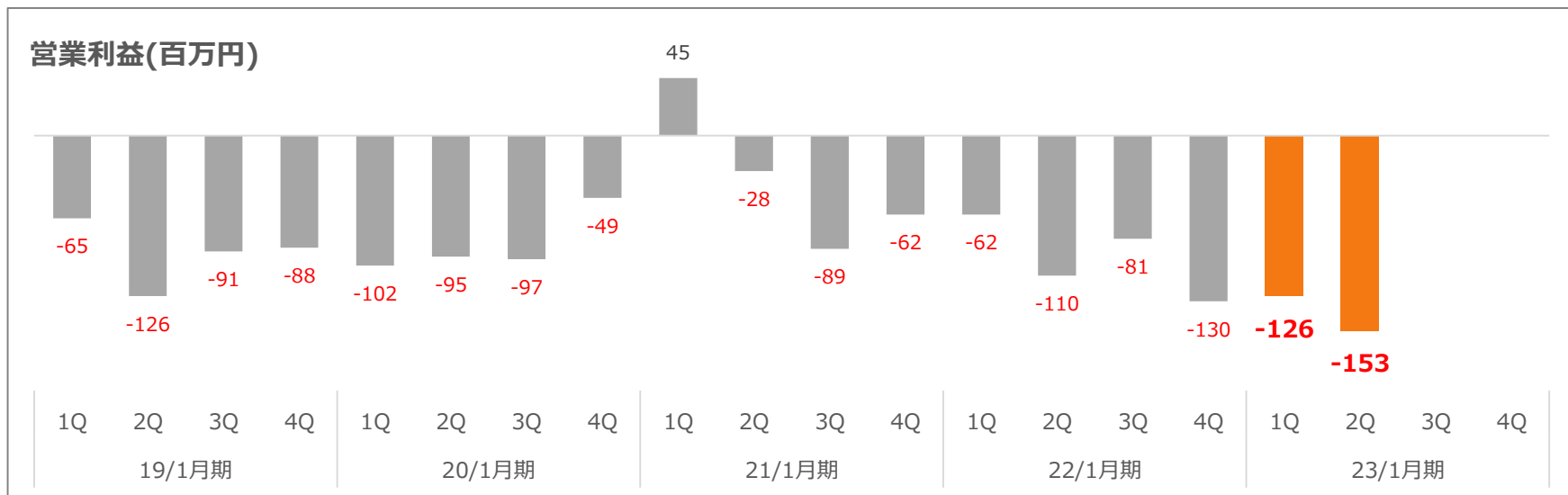
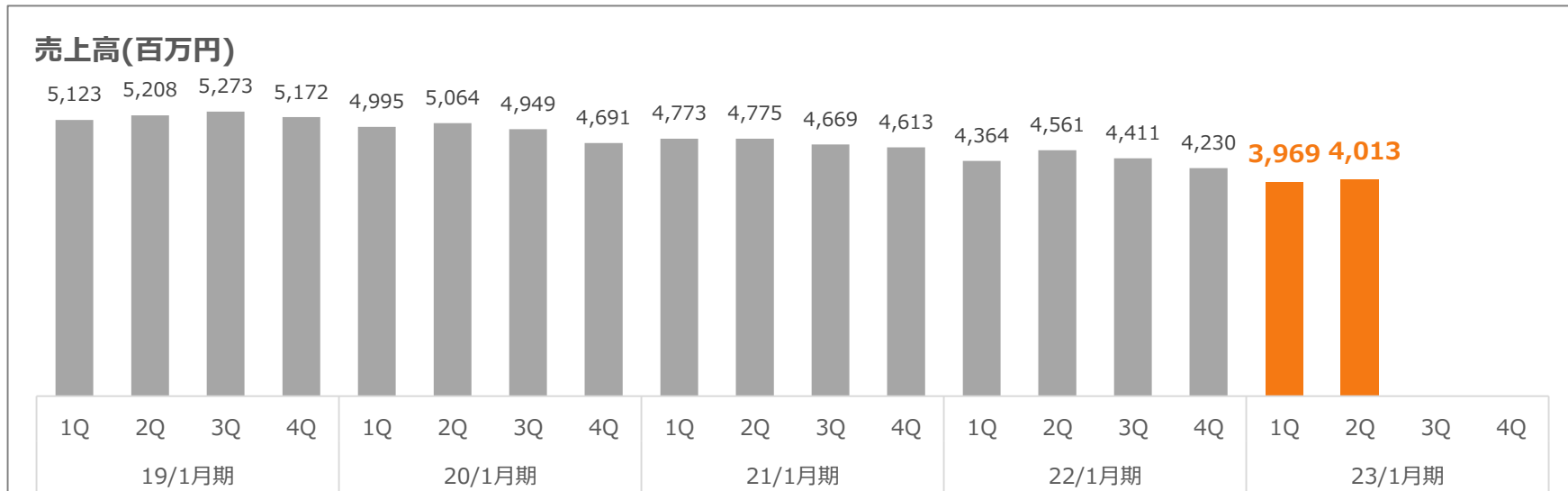


営業利益(百万円)



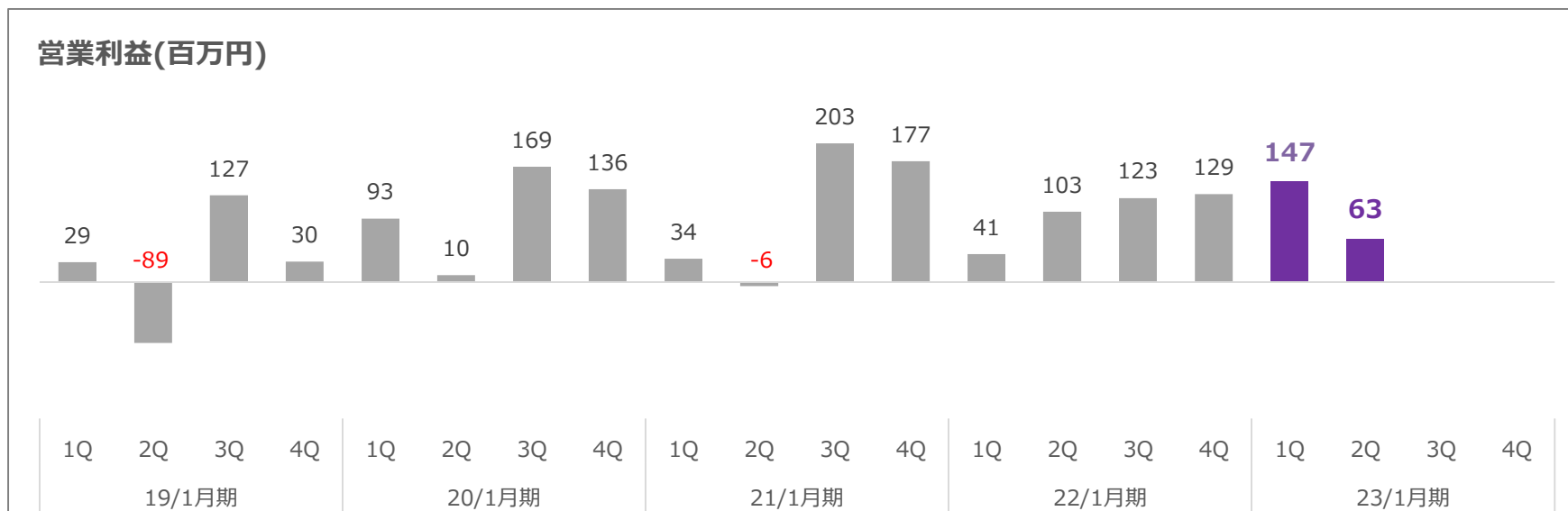
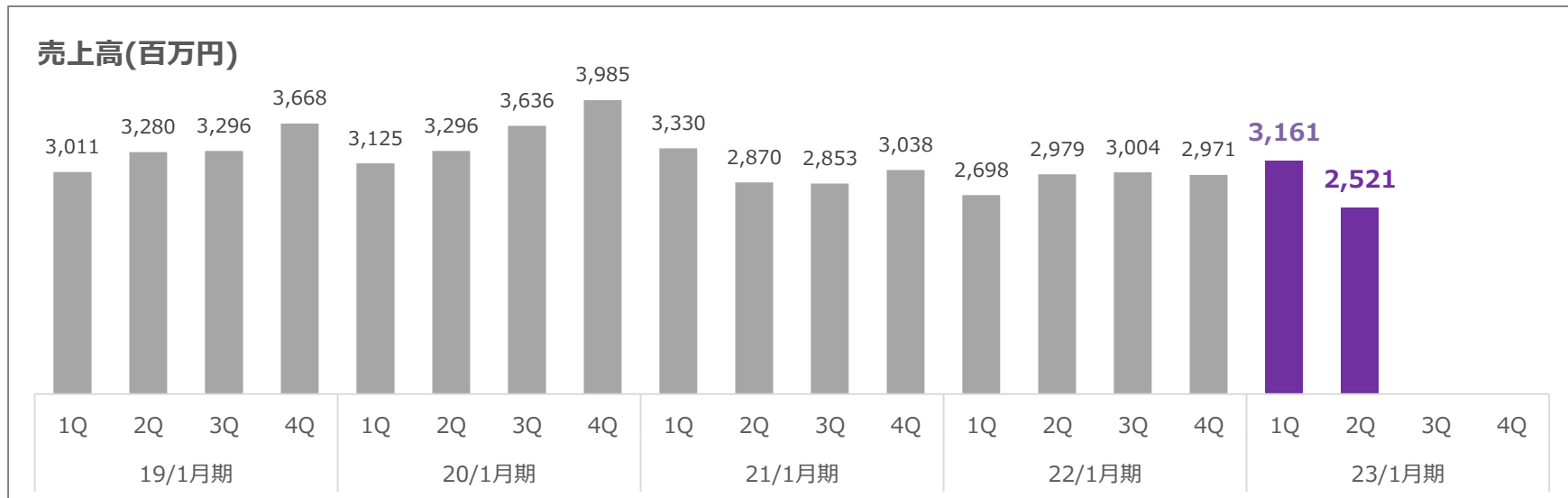
セグメント別四半期推移

▶ 食品スーパー事業(FSM事業)

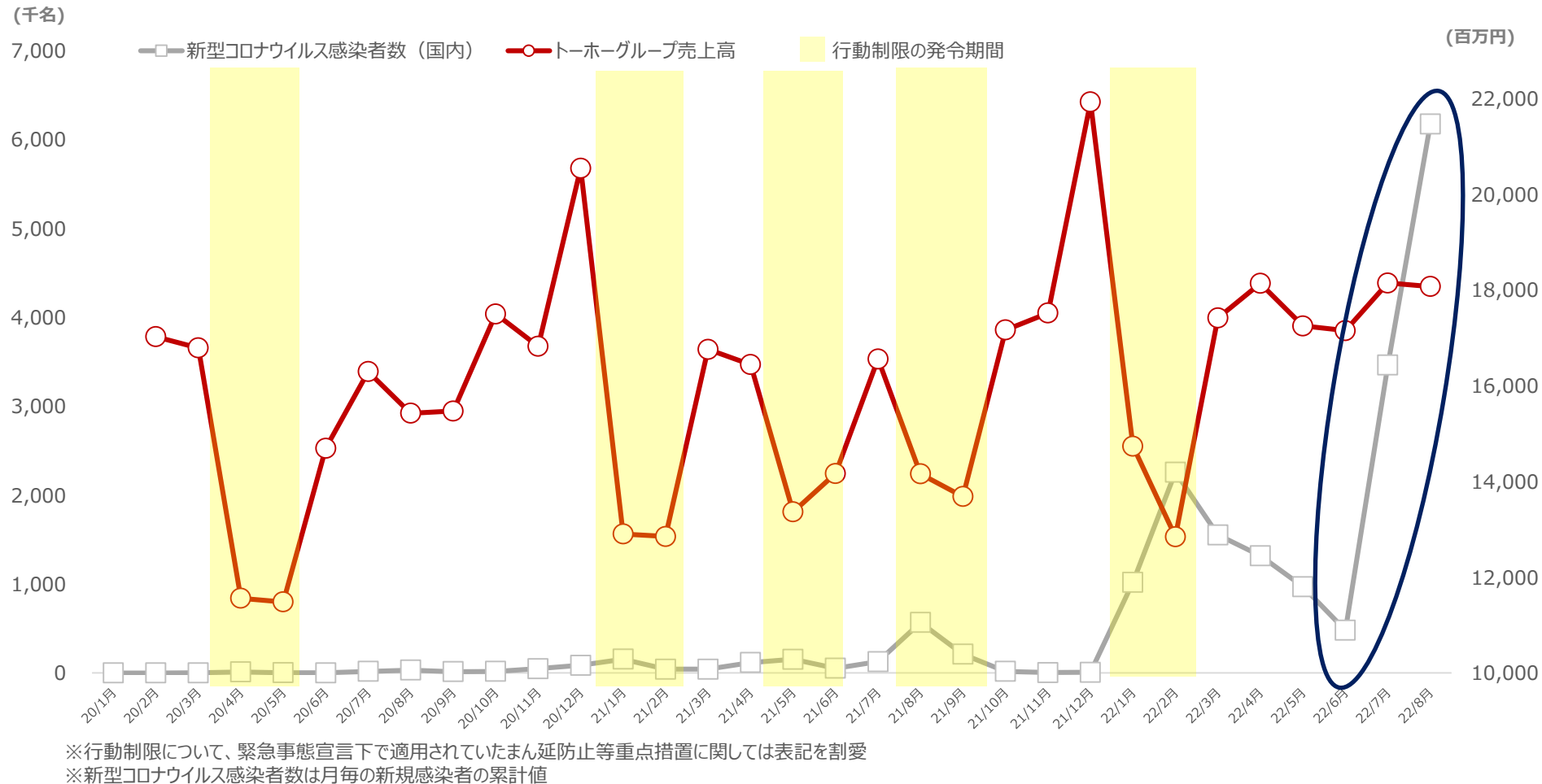


セグメント別四半期推移

▶ フードソリューション事業(FSL事業)



コロナ感染者数と当社グループ売上の相関



トーホーグループの売上高は感染者数ではなく、行動規制の発出に大きく影響を受ける。

中期経営計画

SHIFT UP 2023

2021年度（2022年1月期）～2023年度（2024年1月期）

ギアを上げて変革に取り組み、
トーホーグループを新たなステージへ

S peed UP	… 速度を上げる
H eat UP	… (仕事で)熱くなる
I mage UP	… イメージ・ブランド力を上げる
F ollow UP	… どこまでも追求する
T urn UP	… 上向く

第8次中期経営計画（3カ年計画）SHIFT UP 2023

経営理念

食を通して社会に貢献する
健康で潤いのある食文化に貢献する

経営のキーワード

「美味しさ」そして
「安心・安全、健康、環境」

5つの経営方針

1. 持続的成長と収益力の向上
2. 組織の活性化と人材の活性化
3. 顧客・現場視点の経営
4. コンプライアンスと適時情報開示
5. スピード経営

環境・社会問題への継続対応

SDGs + ESG
女性活躍
働き方改革
脱炭素

第8次中期経営計画
SHIFT UP 2023

新たな環境に適合し、成長し続ける
筋肉質な企業グループへの変革

5つの重点施策

1. コア事業の更なる強化
2. 新たなサービスの開発
3. 損益分岐点の引き下げ
4. 資産回転期間の改善
5. 次代を担う人材の育成

社会から信頼され
必要とされる会社へ

① コア事業の更なる強化

- ✓ 未開拓業態・顧客層の開拓
- ✓ 顧客・現場視点でのPB商品の開発・販売強化
- ✓ グループシナジーの更なる発揮
- ✓ M&A、アライアンスを活用した未開拓エリア等への進出

② 新たなサービスの開発

- ✓ 変化する顧客ニーズに即した商品、サービスの開発
- ✓ 新たな経営環境に即した販売・店舗モデルへの挑戦
(ニューノーマルな社会への対応、持続可能な社会への貢献)

③ 損益分岐点の引き下げ

- ✓ 聖域なきコスト・コントロールの継続
- ✓ 働き方の更なる改革による生産性向上
- ✓ 業務のシステム化推進

④ 資産回転期間の改善

- ✓ メリハリのある投資とPDCA

⑤ 次代を担う人材の育成

- ✓ 教育研修の更なる充実
- ✓ ジョブローテーションの活性化
- ✓ 女性活躍の推進

第8次中期経営計画（3カ年計画）SHIFT UP 2023

財務目標

本中期経営計画の最終年度(2024年1月期)の財務目標については、2022年3月10日に公表いたしました。その後、業務用食品卸売事業を中心に想定を上回る業況の改善が進みました。一方、新型コロナウイルスの終息時期はいまだ見通せず、加えて食品価格やエネルギー価格の高騰も継続するなど、現時点では中期の業績に影響を与える未確定要素が多いため、財務目標を示すことが困難な状況です。本中期経営計画2年目(2023年1月期)の財務目標は2022年9月5日に公表した通りですが、最終年度(2024年1月期)につきましては、一旦未定とさせていただき、合理的に予測可能となった時点で迅速に公表いたします。

ご参考：本中期経営計画の当初目標と現状目標

	2022年1月期 (実績)	2023年1月期 (当初目標) 22/3/10公表	2023年1月期 (現状目標) 22/9/5公表	2024年1月期 (当初目標) 22/3/10公表	2024年1月期 (現状目標)
売上高	188,567	200,000	207,000	210,000	未定
営業利益	△446	500	2,100	1,350	
ROE	1.7%	-	-	4.0%	
ネットDELシオ	1.15倍	-	-	1.00倍	

サステナビリティ推進

サステナビリティ推進

美味しく、安心・安全な食の提供

12



✓ 業務用プライベートブランド商品の開発

- ～「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに、あらゆる業態に対応する商品開発
- ～製造委託先は、安心・安全、生産管理技術など、厳しい自社基準をクリアしたメーカーのみ選定
- ～MD及び品質保証部スタッフが現地に赴き、品質基準を満たしていることを確認するとともに、導入後もランダムで抜き取り検査を実施
- ～栽培、製造、輸入、入荷の各段階での検査・監視体制を整備



EAST BEE 



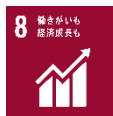
✓ 食の安全確保のための徹底した品質管理

- ～1994年、業界に先駆けて**品質管理室（現品質保証部）**を設置
- ～微生物検査や理化学検査、施設衛生点検、食品表示など、トーホーグループの食の安全性を保持



サステナビリティ推進

持続可能な経営の継続



✓ コーポレートガバナンス体制

～強固なコーポレート・ガバナンス体制を構築

- ・ 役員12名中、社外役員が過半数
- ・ 女性役員 1 名を選任
- ・ 社外役員全員が独立役員
- ・ 社外常勤監査役を選任

社外取締役は取締役会の他、ガバナンス委員会（月 1 回）と経営戦略会議（月 1 回）にも出席し、株主価値向上のため、会社に内在する諸課題についても客観的な目線から提言を行っています。

✓ 監査役会設置会社では設置義務のない「2つの諮問委員会」を設置

委員会名	委員	摘要
指名諮問委員会	社外2名・社内1名	<ul style="list-style-type: none"> ・社外取締役が委員長を務める ・社外取締役が委員過半数を占める ・代表取締役社長は委員に就任しない
報酬諮問委員会	社外2名・社内1名	

サステナビリティ推進

未来へ繋げるための環境対策の取り組み



✓ 食品ロスの削減とフードドライブ活動

- ～フードドライブ トーホーストアで実施店舗を拡大
- ～品質に問題がなく出荷基準日越え、段ボール破損の食品を子ども食堂、フードバンク活動団体へ寄贈



✓ フェアトレードコーヒーの推進

- ～2003年からフェアトレードコーヒーの焙煎と販売を開始
- ～2021年度は45トンのフェアトレードコーヒーを販売



✓ モーダルシフトの推進とエコレールマークの認定取得

- ～2017年度からトーホー マーケティング本部で一部商品の輸送に導入
 - ※モーダルシフトとは、トラックによる輸送を地球に優しく大量輸送が可能な海運・鉄道に転換する国土交通省の政策
- ～toho coffee のフェアトレード有機コーヒー 5つの商品が「**エコレールマーク**」の商品認定を取得

サステナビリティ推進

個性の尊重と能力を発揮できる組織の構築



✓ 女性の活躍推進

- ～総合職、一般職区分の廃止、女性従業員対象のマネジメント研修の実施
- ～子育てサポート企業「くるみん」認定
- ～管理職・リーダー職の**女性比率8.0%**(2027年1月期)を目指す



2022
健康経営優良法人
Health and productivity
ホワイト500

✓ 4年連続「健康経営優良法人2022ホワイト500」に認定

- ～健康経営に向けた取り組みが評価され、2022年3月に4度目となる認定を取得。

地域社会発展への貢献



✓ 地方自治体へ車いすを寄贈

- ～社会貢献型株主優待制度およびプルタブ回収の取り組みを活用
- ～現在までに累計155台を寄贈



2021年11月兵庫県へ寄贈した際の様子

✓ オンラインを活用した「リモート社会科社会見学」「オンライン授業」

- ～コロナ禍を機にオンラインを活用した事業紹介、SDGs教育などを小中学校で開催
- ～2021年は神戸市内の小学校6校で計15クラス約500人と佐賀大学教育学部付属中学校にて実施