

食を通して社会に貢献する

**toho**

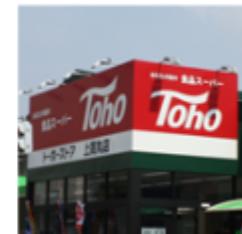
2023年1月期  
**決算説明資料**

---

2023年3月10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 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 セグメント別の概況

### 2024年1月期 業績予想

- ・連結業績予想
- ・セグメント別 業績予想
- ・設備投資、減価償却費
- ・配当予想

### 中期経営計画最終年度の取り組み

## 参考資料

## 会社概要

---

創	業	: 1947(昭和22)年10月1日
商	号	: 株式会社トーホー(持株会社)
本	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 : 2,155億円(2023年1月期)
代	表	者 : 代表取締役社長 古賀 裕之
連	結	従業員数 : 4,475名 (2023年1月31日現在)
		(正社員数2,515名、パートタイマー等1,960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 (2023年1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、  
「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。



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)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・自社焙煎を開始**
- 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。



※食品スーパー事業を構成する(株)トーホーストアについては、2023年5月末までに当社が保有する全株式の譲渡を予定しております。

# 商流図

## 仕入先



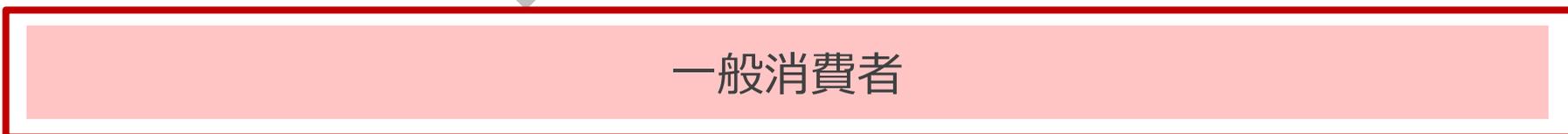
## セグメント (%は売上構成比)



## 販売先

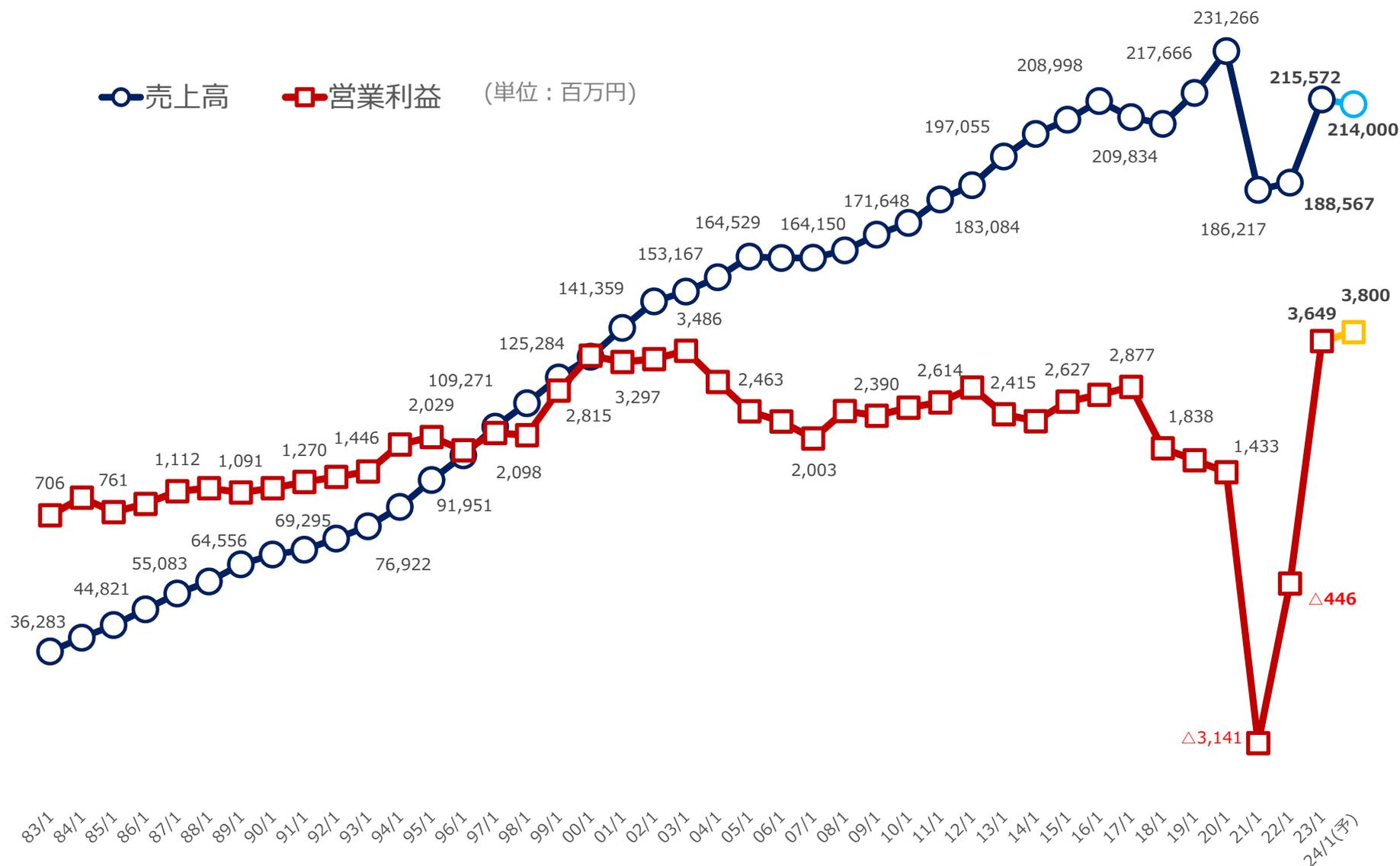


## 販売先



※「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



# 2023年1月期 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、前期と比較し、売上高・売上総利益・販売管理費がそれぞれ**498百万円減少**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(前期)は、収益認識会計基準**適用前**
- ・2023年1月期(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

## 通期実績

二桁増収(+14.3%)、営業利益は3期ぶり黒字転換で**創業来最高益**  
(前期増減 売上高：**+ 270** 億円、営業利益：**+ 40** 億円)

- ウィズコロナのもと飲食店へ人流が戻り、外食産業への販売が伸長、新規獲得も奏功
- 増収に加え、コスト・コントロールの継続により、営業利益は創業来の最高益

## 来期業績予想

食品スーパー事業の譲渡に伴い減収も、**増益**を予想  
(業績予想 売上高：**2,140** 億円、営業利益：**38** 億円)

- コロナ禍の影響は無くなり、外食産業の経営環境は継続して改善を想定
- 外食産業に特化した企業グループとして、引き続き既存顧客へ販売強化、新規獲得推進

## 株主還元(配当金)

年間**35円**に増配(前期比+30円)

- 事業譲渡などに伴う特別損失を計上したものの、業績改善に伴い増配
- 来期(24/1期)も年間**60円**と3期連続増配を予定

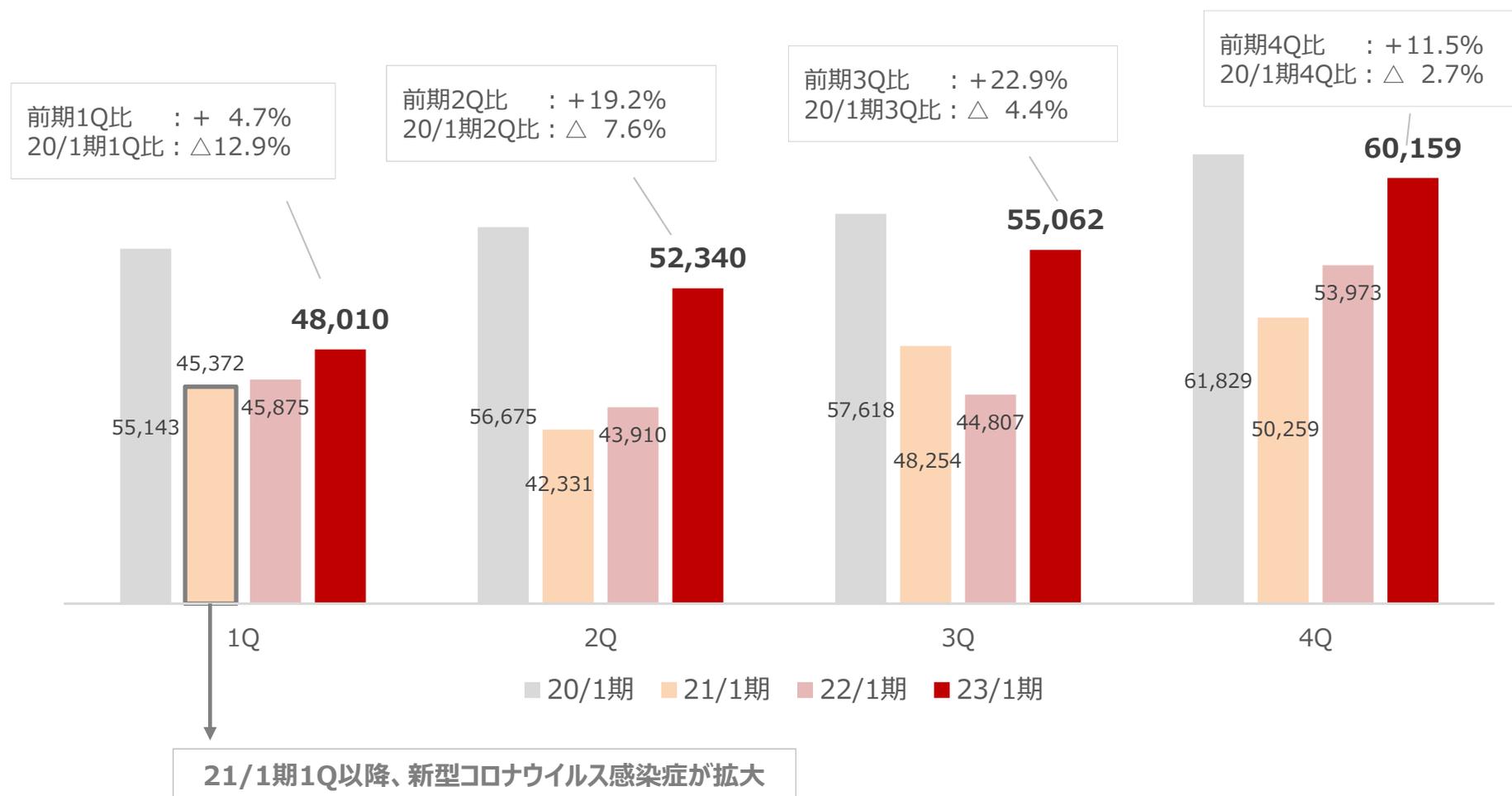
## 連結損益計算書

(単位：百万円)	前期 (2022年1月期)	当期 (2023年1月期)	前期比	
			増減率	増減額
売上高	188,567	215,572	+14.3%	+27,005
売上総利益	37,090	43,150	+16.3%	+6,059
販売管理費	37,537	39,500	+5.2%	+1,963
営業利益	△446	3,649	↑	+4,096
経常利益	178	3,877	+2,075.2%	+3,698
親会社株主に帰属する 当期純利益	335	1,006	+200.0%	+671

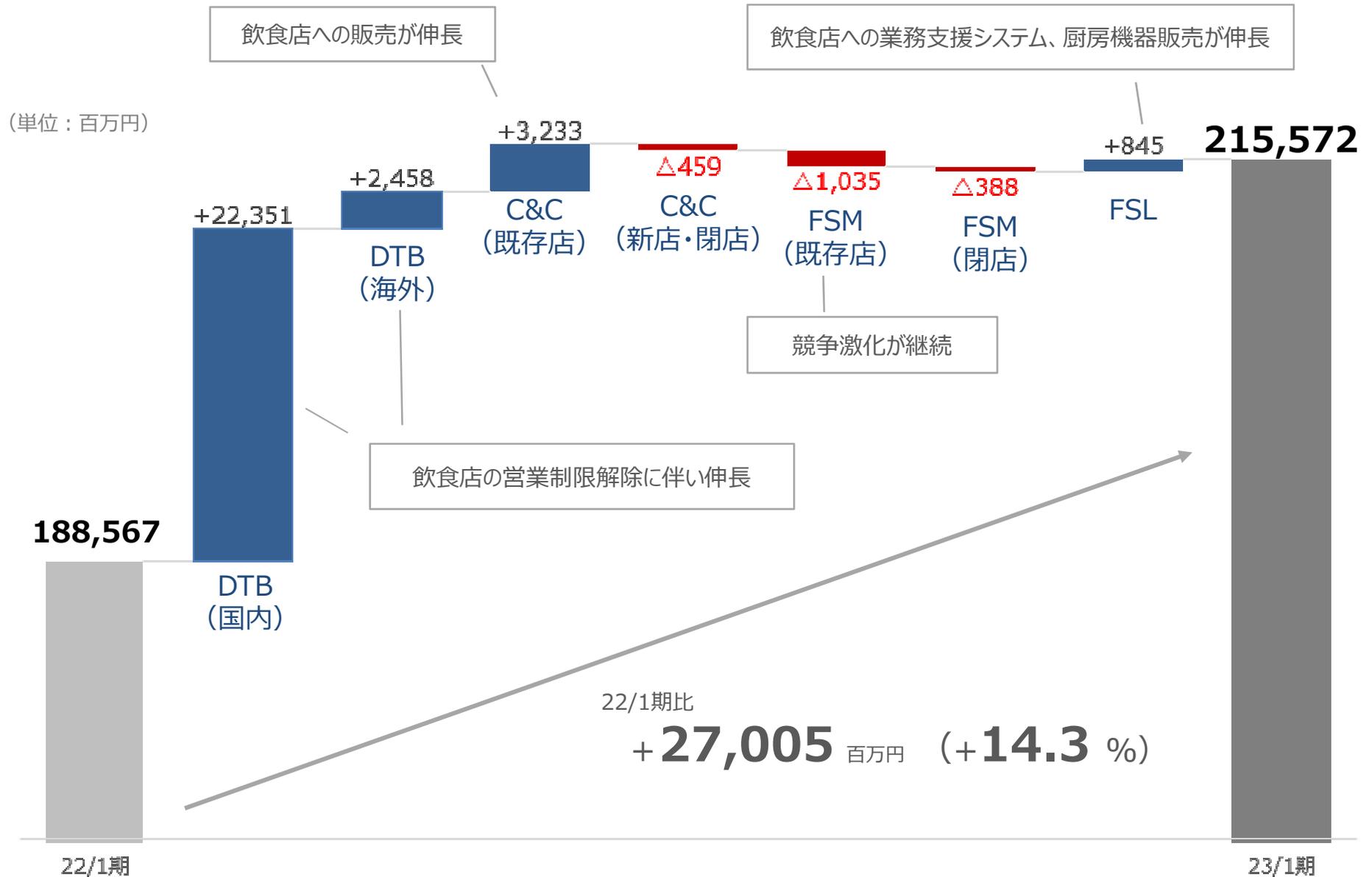
# 四半期別 売上高推移(4期比較)

当期初はコロナ禍の影響を受けたが、3月の行動制限解除以降は、外食産業に人流が戻り、売上高は順調に拡大。年間売上高はコロナ禍前の93.2%まで回復

(単位：百万円)



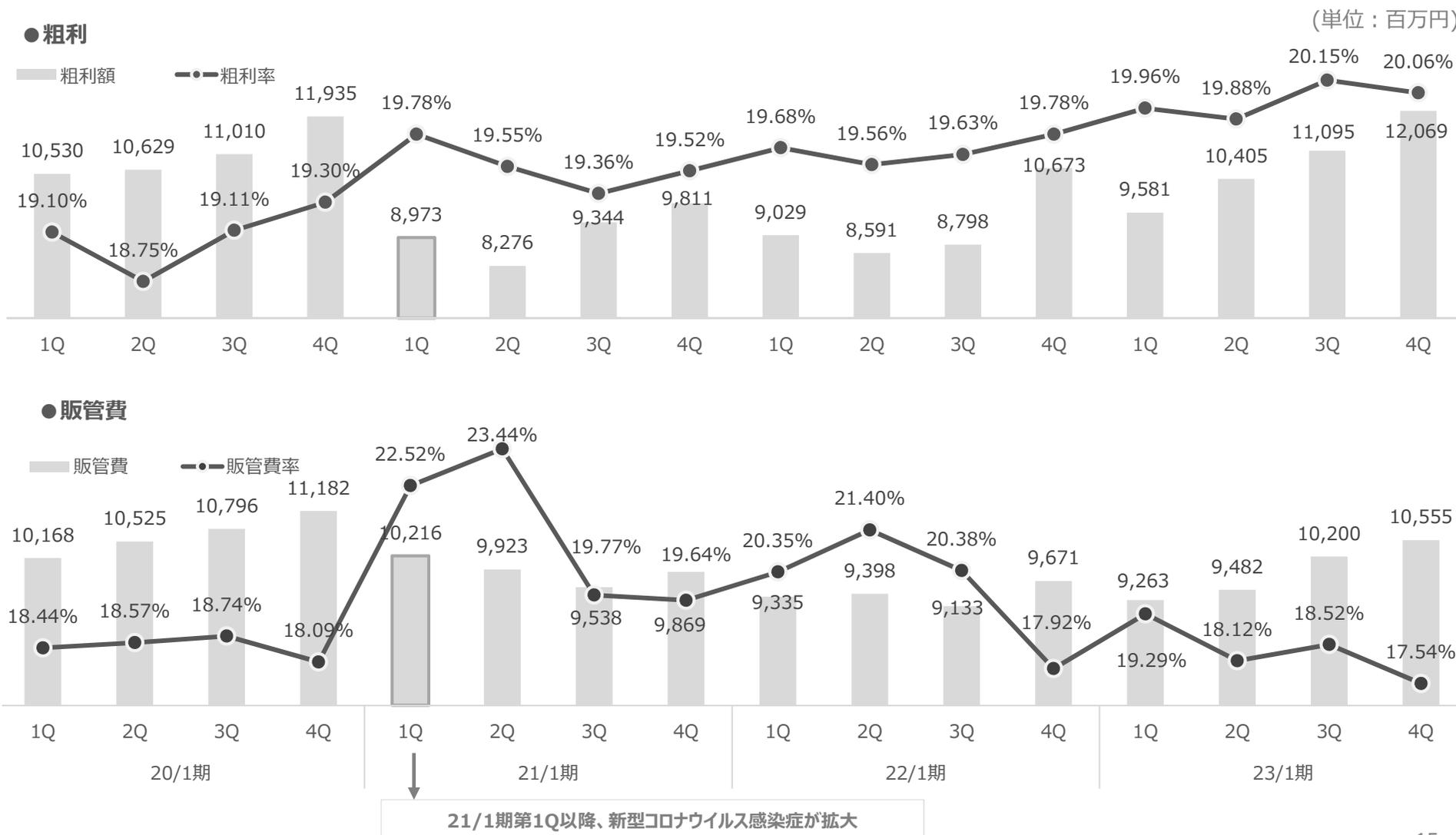
# 売上高の増減要因(4Q計)



# 四半期別 粗利・販管費推移(4期比較)

粗利 : 価格改定の継続、粗利率の高い海外売上の拡大、PB商品の構成比増により上昇傾向で推移

販管費 : 売上高回復に伴い増加傾向も聖域なきコスト・コントロールを継続し、対売比率は低位推移



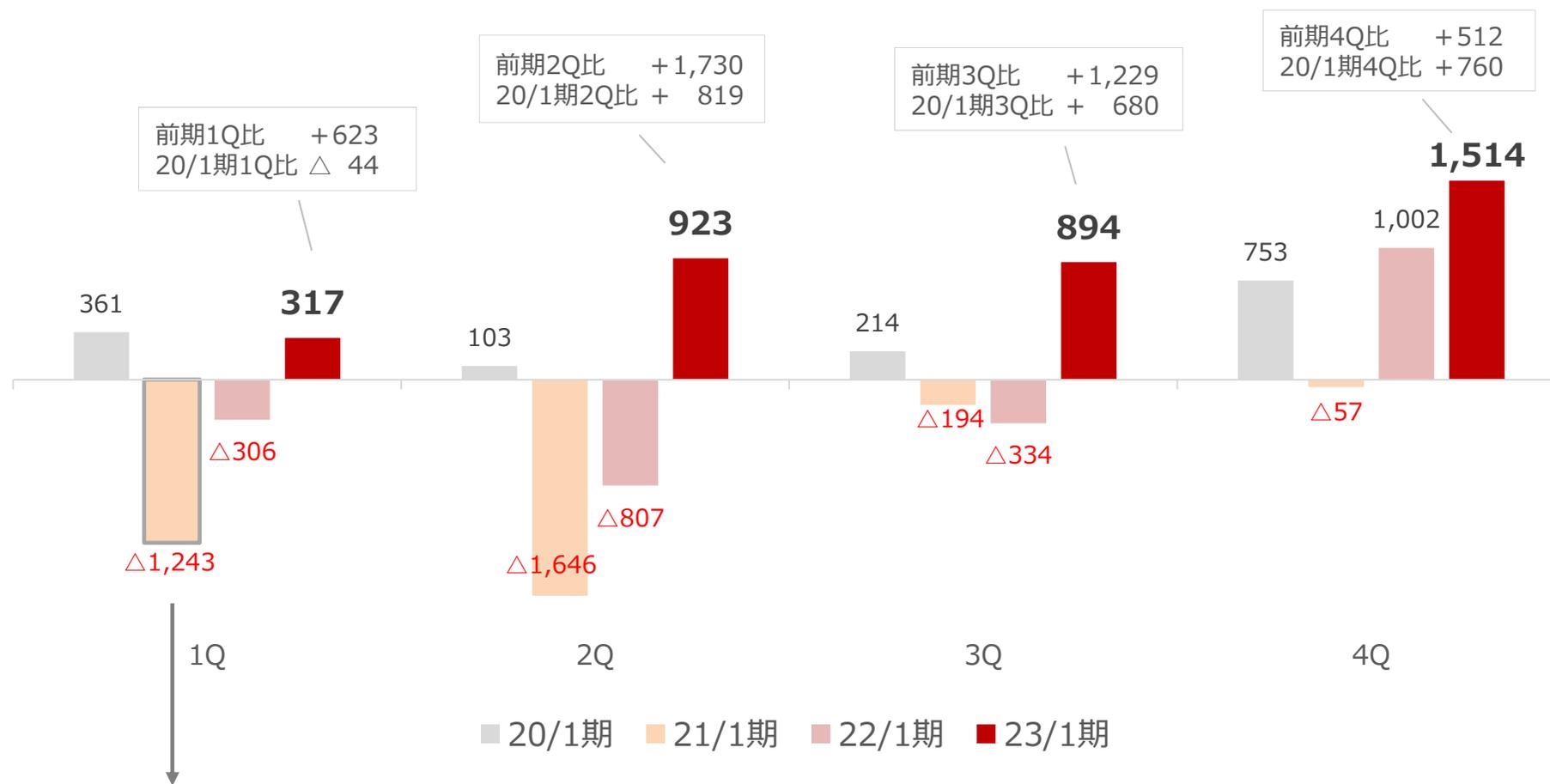
# 販管費比較(4Q累計)

(単位：百万円)	2020年1月期 (コロナ禍前)	2022年1月期 (前期)	2023年1月期 (当期)	2020年1月期比		2022年1月期比	
				増減率	増減額	増減率	増減額
売上高	231,266	188,567	215,572	△6.8%	△15,694	+14.3%	+27,005
売上総利益	44,104	37,090	43,150	△2.2%	△954	+16.3%	+6,059
人件費	20,910	18,171	19,469	△6.9%	△1,441	+7.1%	+1,298
運賃・荷造費等	5,465	4,676	5,174	△5.3%	△290	+10.7%	+498
販売促進費	1,915	1,275	1,055	△44.9%	△860	△17.3%	△220
貸倒引当金繰入額	60	9	44	△27.0%	△16	+347.6%	+34
旅費・交通費	1,385	1,034	1,110	△19.8%	△274	+7.4%	+76
水道光熱費	1,643	1,473	2,003	+21.9%	+360	+36.0%	+530
リース料	938	912	905	△3.5%	△33	△0.8%	△7
減価償却費	2,129	2,093	1,951	△8.4%	△178	△6.8%	△141
地代家賃	3,509	3,392	3,297	△6.1%	△212	△2.8%	△95
その他(のれん償却含む)	4,711	4,497	4,487	△4.8%	△224	△0.2%	△10
販売管理費計	42,671	37,537	39,500	△7.4%	△3,170	+5.2%	+1,963
営業利益	1,433	△446	3,649	+154.6%	+2,216	↑	+4,096

# 四半期別 営業利益推移(4期比較)

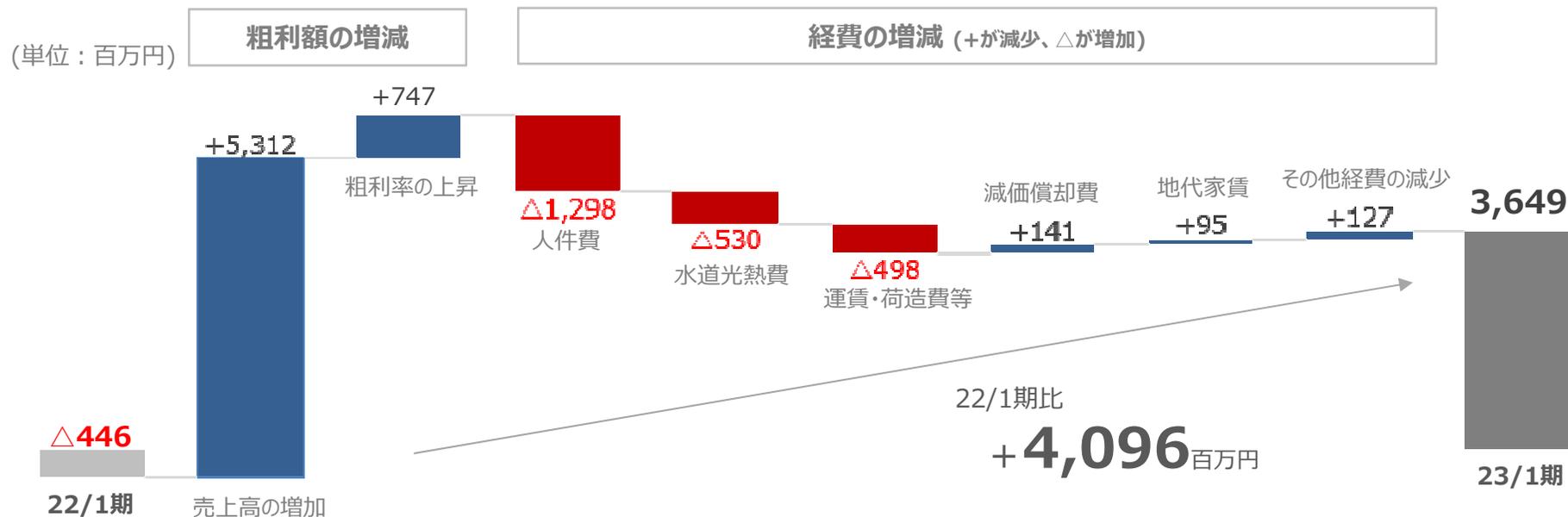
売上高の回復に加え、コロナ禍以降継続している損益分岐点の引き下げにより、  
大幅増益を達成

(単位：百万円)



21/1期1Q以降、新型コロナウイルス感染症が拡大

# 営業利益の増減要因(4Q計)

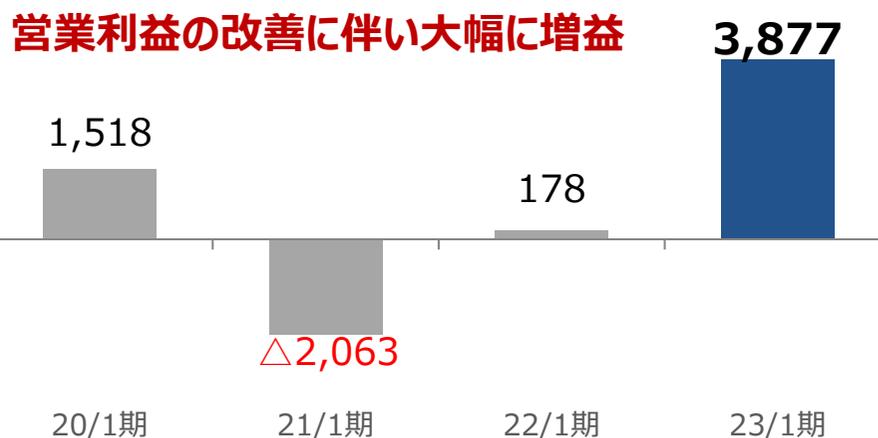


粗利率	<p><b>19.67% → 20.02% = +0.35%</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品価格高騰への迅速な対応</li> <li>・粗利率の高い海外事業の売上構成比増</li> <li>・DTBおよびC&amp;C事業におけるPB商品の売上構成比の上昇(8.3% → 9.0%)</li> </ul>
経費	<p><b>対売：19.91% → 18.32% = △1.59%</b></p> <p>人件費や業績回復に伴う変動費の増加、エネルギー価格の高騰により増加したものの、経費率は減少</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・増加要因 人件費(うち賞与+1,488)、水道光熱費(うち電気代+444)、運賃・荷造費等(業績回復による増加)</li> <li>・減少要因 減価償却費△141(投資抑制)、地代家賃△95など</li> </ul>

# 経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)

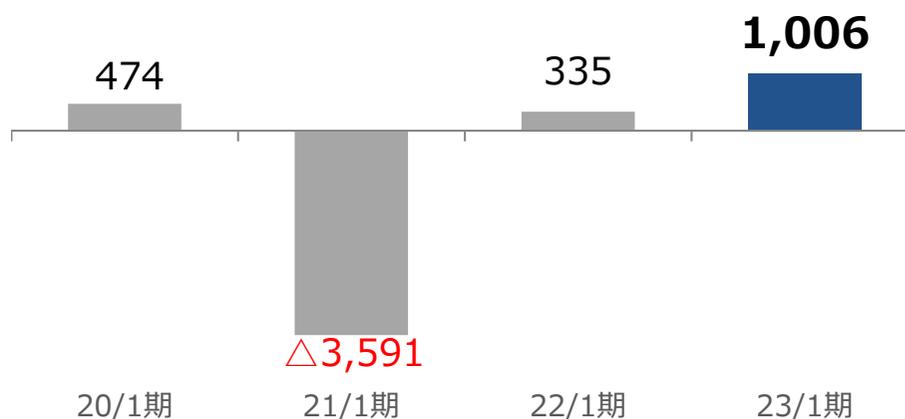
## ■ 経常利益



22/1期比  
**+ 3,698** 百万円  
 20/1期比(コロナ前)  
**+ 2,358** 百万円

## ■ 親会社株主に帰属する当期純利益

**食品スーパー事業の譲渡損失、関係会社の減損損失を計上したが、増益で着地**



22/1期比  
**+ 671** 百万円  
 20/1期比(コロナ前)  
**+ 531** 百万円

# 連結貸借対照表

(単位：百万円)	2022/1期 期末	2023/1期 期末	増減額	主な増減要因
流動資産	37,750	42,477	+4,726	現金及び預金 $\Delta 536$ 受取手形、売掛金及び契約資産 +3,185 たな卸資産 +1,746
固定資産	44,951	44,874	$\Delta 76$	有形固定資産 $\Delta 517$ 無形固定資産 $\Delta 1,486$ 投資その他の資産 +1,927
資産合計	82,702	87,352	+4,649	
流動負債	39,977	45,327	+5,349	支払手形及び買掛金 +2,744 短期借入金 $\Delta 549$ 事業整理損失引当金 +1,543 その他 +1,610
固定負債	22,486	19,271	$\Delta 3,214$	長期借入金 $\Delta 3,351$
負債合計	62,464	64,599	+2,135	
純資産合計	20,237	22,752	+2,514	利益剰余金 +845 為替換算調整勘定 +1,228
負債・純資産合計	82,702	87,352	+4,649	

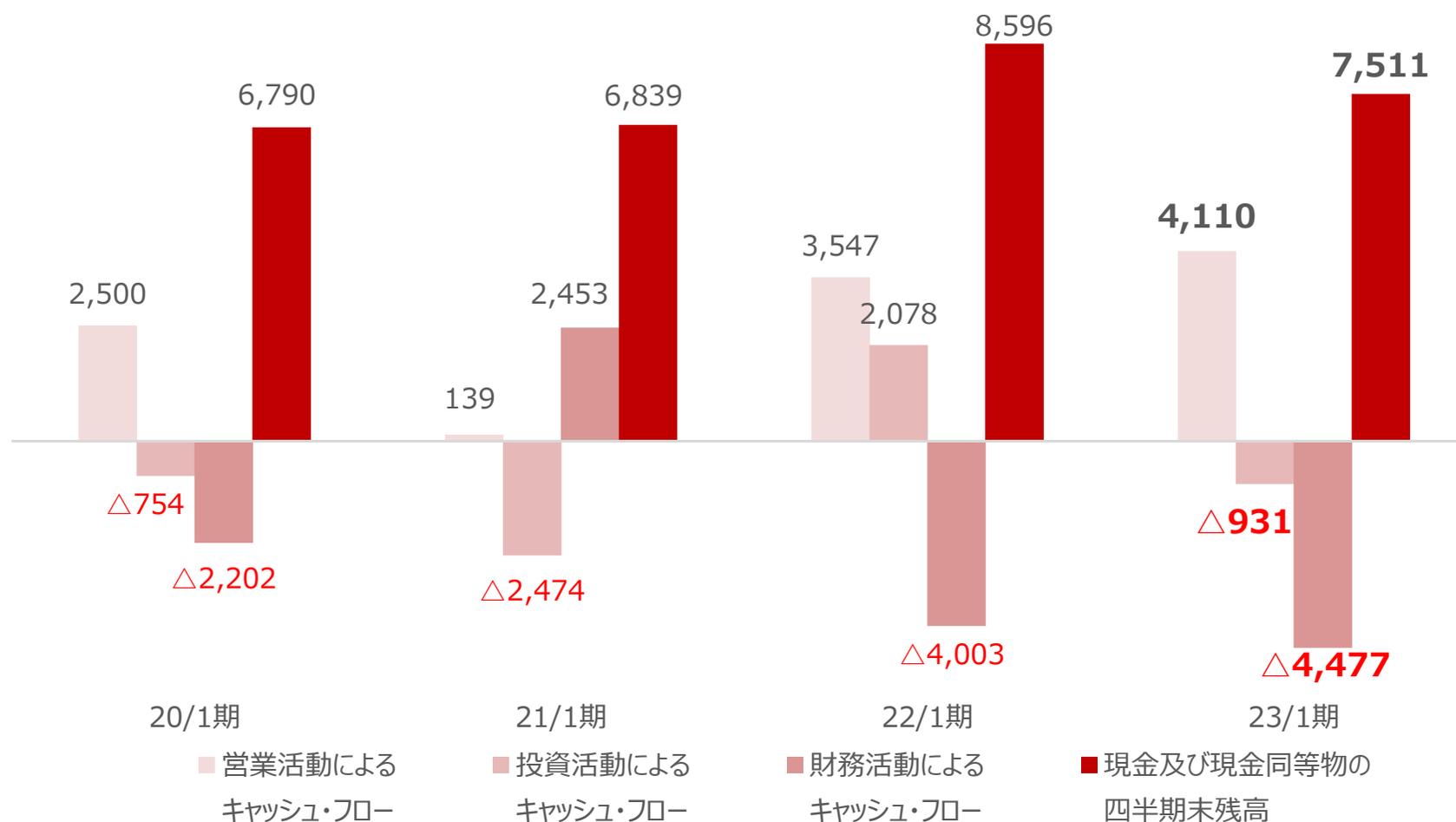
# 連結キャッシュ・フロー

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、設備投資の実行によるもの

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 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	：	148,283	百万円	(+20.1%)
	営業利益	：	2,809	百万円	(+3,820百万円)

**飲食店の既存顧客の伸長とコスト・コントロールにより増収・増益**

キャッシュアンドキャリー	売上高	：	38,644	百万円	(+7.7%)
	営業利益	：	953	百万円	(+72.9%)

**業種や地域を越えた競争の継続、食品価格高騰により、減収・減益**

食品スーパー	売上高	：	16,145	百万円	(△8.1%)
	営業利益	：	△728	百万円	(△343百万円)

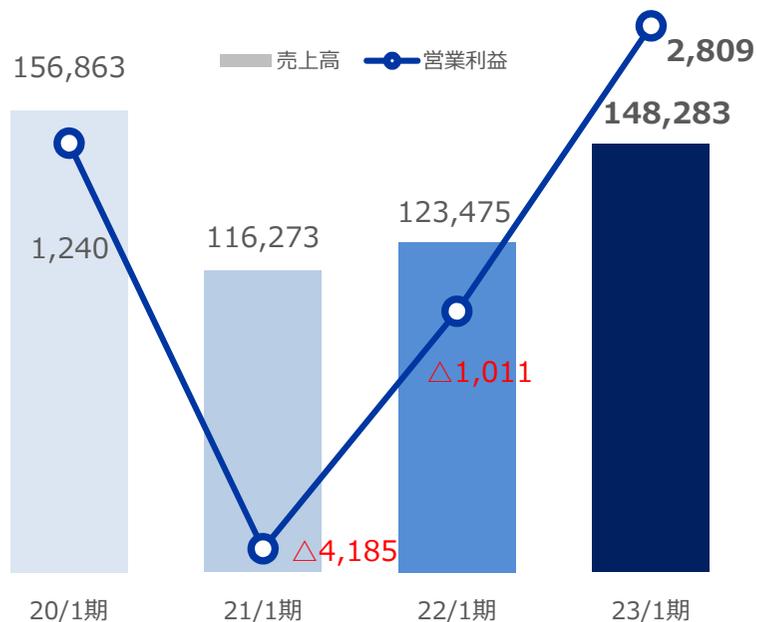
**外食向け調理機器・業務支援システムの販売が伸長し、増収・増益**

フードソリューション	売上高	：	12,499	百万円	(+7.3%)
	営業利益	：	615	百万円	(+54.7%)

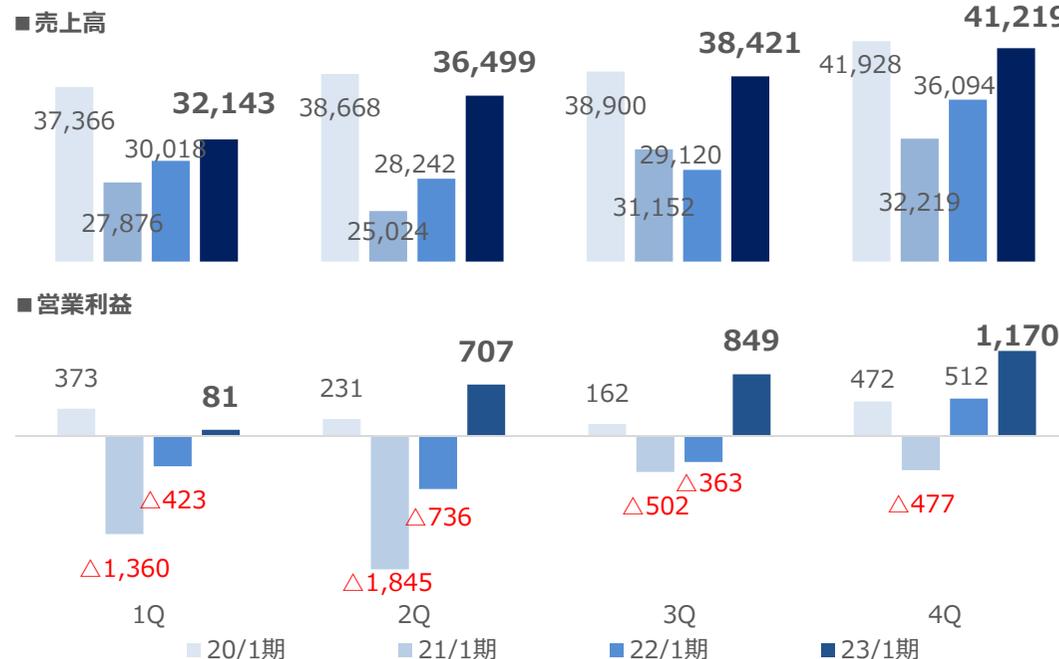
※()内は前期増減率、前期が営業損失の場合は前年増減額を記載

# ディストリビューター事業

4Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



前期比 売上高**24,808**百万円増(+20.1%)、営業利益**3,820**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
- ・多品目の食品で値上げも、価格改定の継続に加え、相対的に粗利率の高い海外事業の伸長、PB商品の売上構成比の上昇が寄与し、粗利率は改善
- ・経費は増加もコスト・コントロールを継続し、営業利益は3期ぶりに黒字転換。セグメント過去最高益

# ディストリビューター事業

## 当期トピックス

### ✓業界最大規模の展示商談会を再開

- コロナ禍で中止を余儀なくされていた展示商談会を3年ぶりに全国6会場で開催

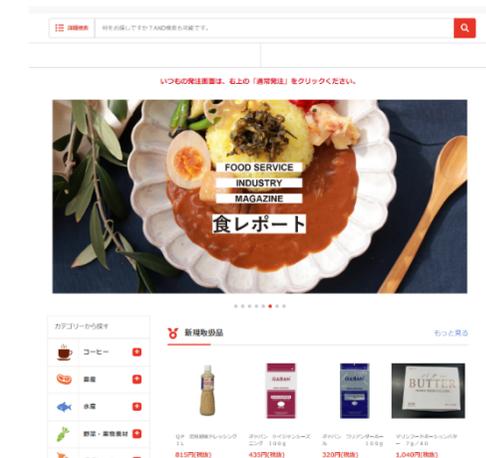


### ✓ケアフード・中食業態への販売を強化

- 需要が安定しているケアフードや中食業態へは前期にプロジェクトを立ち上げ、販売に注力
- 前期比でケアフード107%、中食115%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

- 約1万軒の顧客が利用する同システム(toho Order Pro)の商品検索機能を強化し、顧客の利便性を向上
- 当社グループにおいても商品提案の一部を代替でき、業務の効率化に寄与

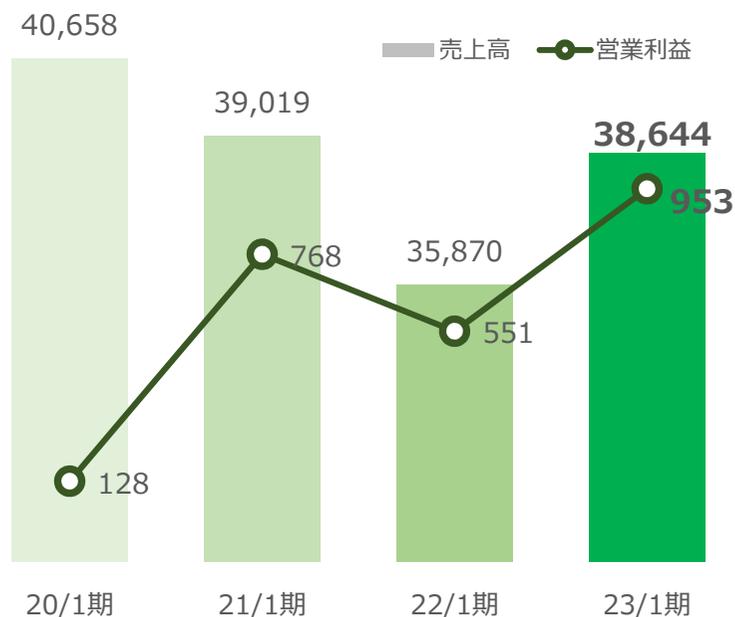


### ✓海外売上が100億円を突破

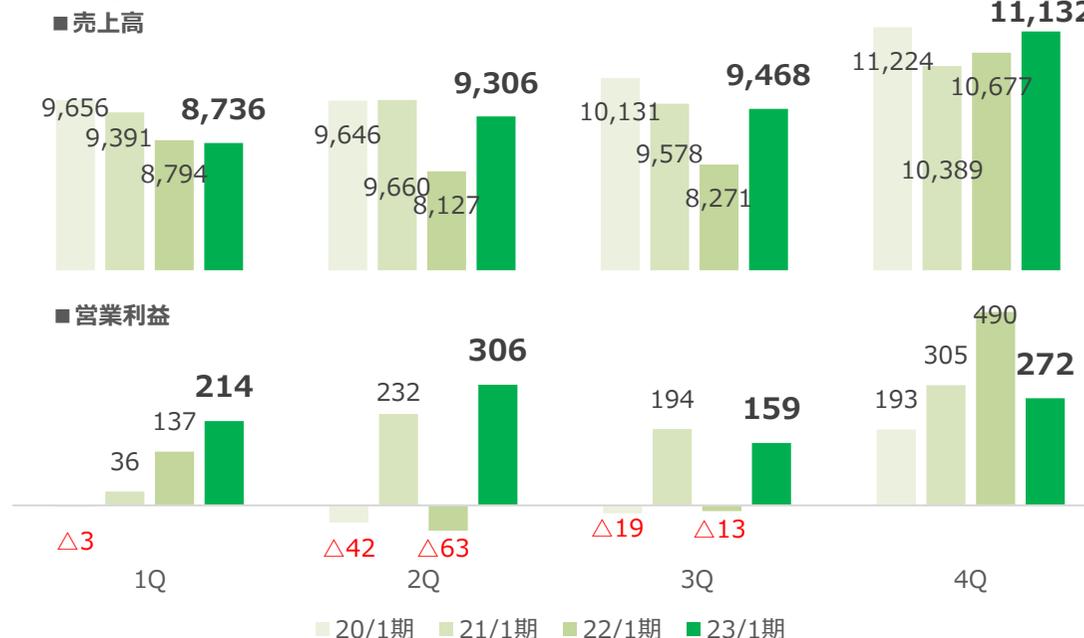
- シンガポール・香港・マレーシアの3カ国で事業を展開
- 日本国内同様にコロナ禍による規制が徐々に解除され、3カ国すべてで増収増益を達成
- 海外初進出から約8年で売上高が100億円を突破

# キャッシュアンドキャリー事業

4Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



前期比 売上高**2,773**百万円増(+7.7%)、営業利益**401**百万円増(+72.9%)

- ・DTB事業同様に、主要顧客である中小飲食店に人流が戻り、既存顧客が好調に推移  
※21/1期および22/1期はコロナ禍により、飲食店は不調が続き、個人客は特需とその反動減があり、業績は不安定に推移
- ・食品価格高騰への対応、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、営業増益を達成

# キャッシュアンドキャリー事業

## 当期トピックス

### ✓フランチャイズ1号店など事業基盤を強化

- 5月、FC1号店の「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
- その他、計4店舗の改装を実施



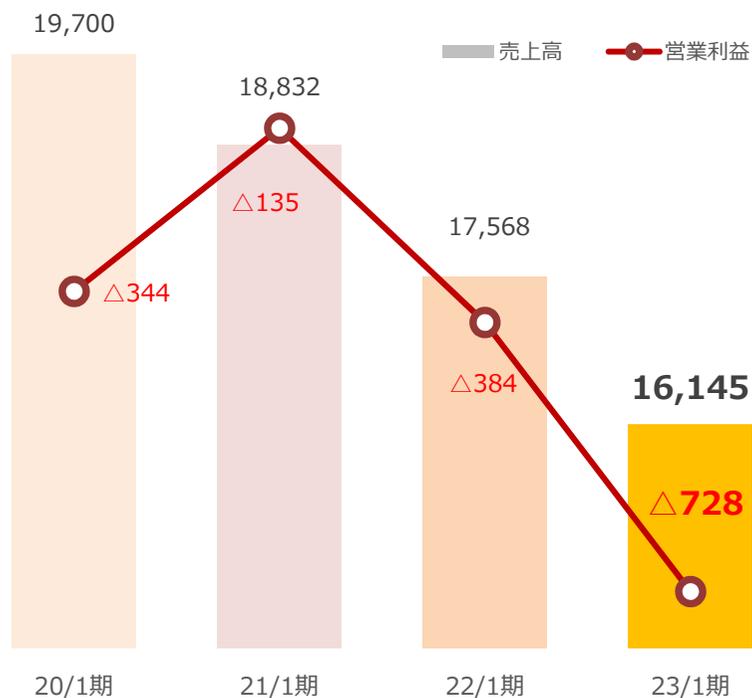
### ✓約2年半ぶりにリアル展示商談会を再開

- 全国8会場で開催、飲食店顧客4,000名以上が来場
- 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

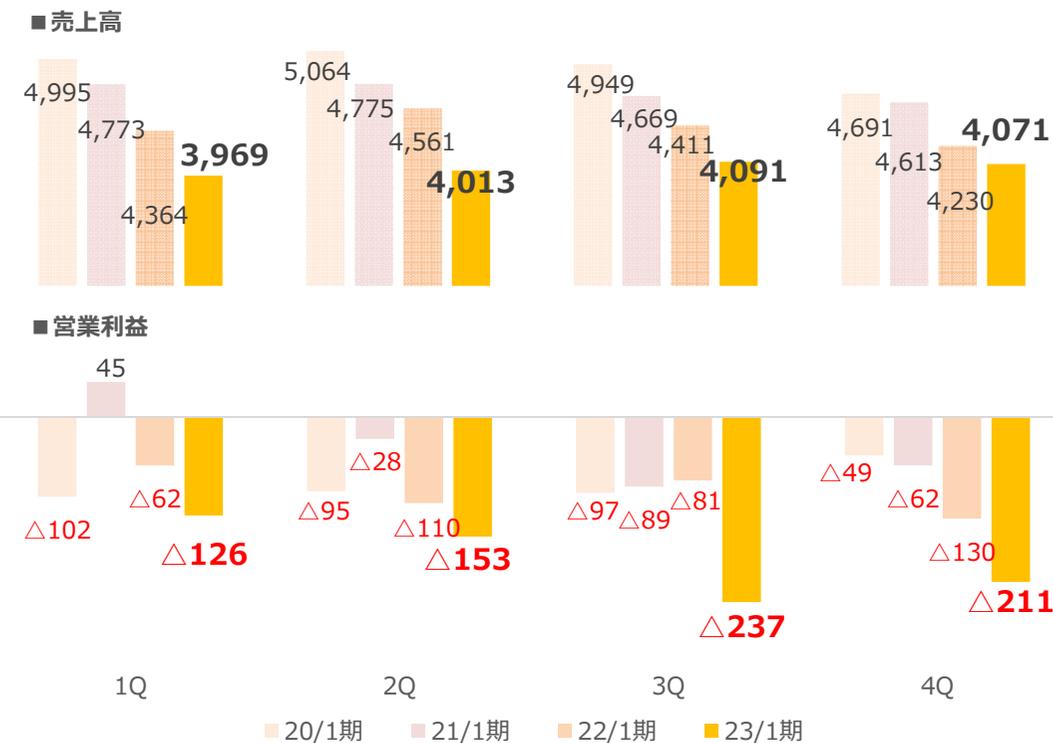


# 食品スーパー事業

4Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



前期比 売上高**1,422**百万円**減** (△8.1%)、営業利益**343**百万円**減**

- ・売上高は期末にかけて減収幅は縮小したものの、競争激化の継続、閉店の影響により減収
- ・相次ぐ食品価格の高騰をすべてはカバーできず、粗利率が悪化
- ・コスト・コントロールは進んだものの、減収・粗利率の低下により減益、営業損失が拡大

# 食品スーパー事業

## 当期トピックス

### ✓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



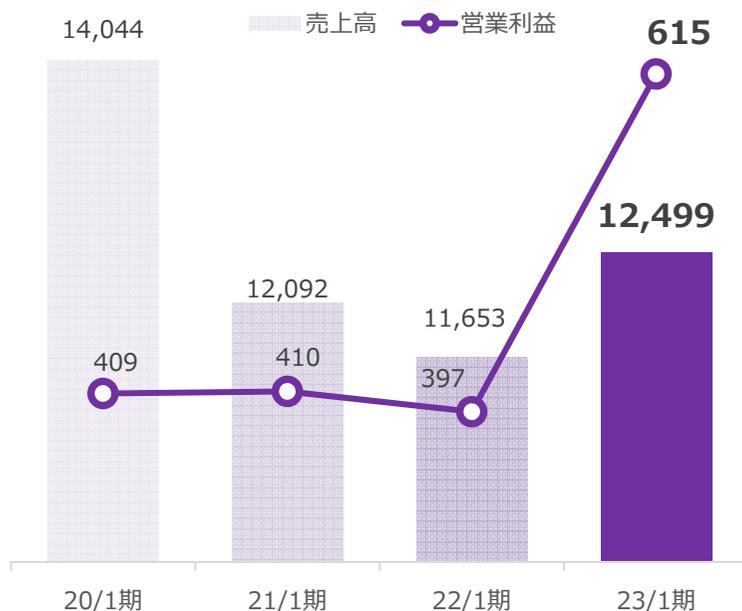
↑ 2022年8月の重点販売商品の一部

### ✓QR・バーコード決済を導入し、お客様の利便性向上へ

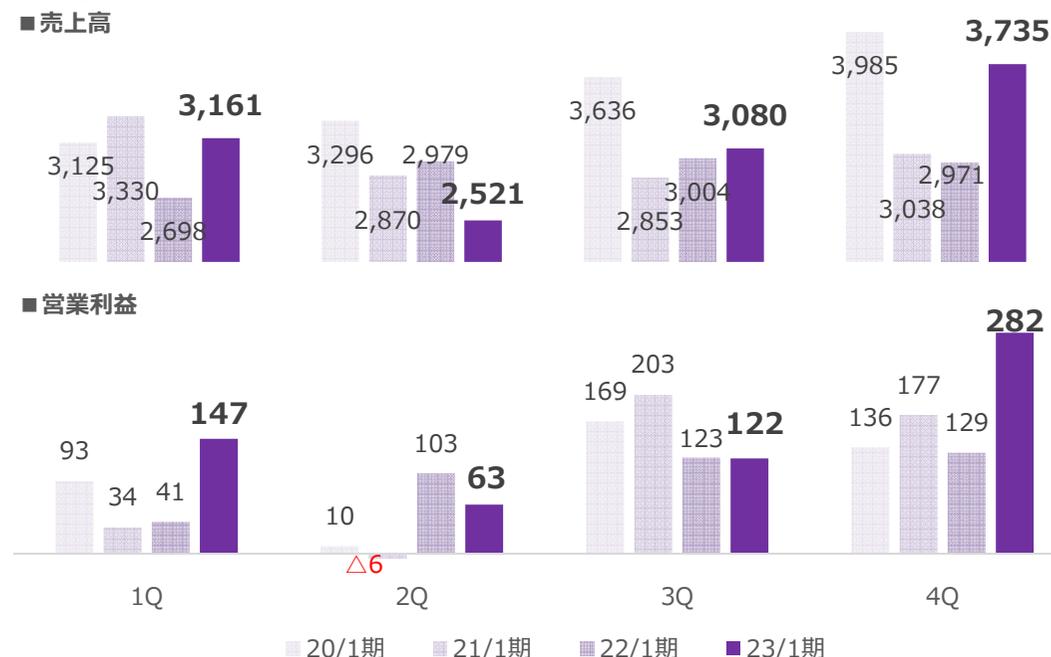
- 9月、トーホーストア全店舗でQR・バーコード決済を導入
- キャッシュレス決済が急速に浸透していくなかで、計18の支払いサービスが利用可能に
- 新たなサービスを導入し、お客様の利便性を向上

# フードソリューション事業

4Q累計 売上/営業利益 4期比較



四半期毎比較



前期比 売上高**845百万円増**(+7.3%)、営業利益**217百万円増**(+54.7%)

- ・**外食産業向けの業務用調理機器・建築関連・業務支援システム販売が好調に推移し、増収**  
- 4Qは建築関連の期内完工が多数あり大幅増収
- ・**売上の増加および粗利率の上昇により粗利額が増加**  
- 粗利率の上昇要因：高付加価値の業務用調理機器の販売強化、相対的に粗利率の高いシステム販売の売上構成比増加
- ・**人件費の増加による経費増はあったものの、営業利益は大幅に増益**

# フードソリューション事業

## 当期トピックス

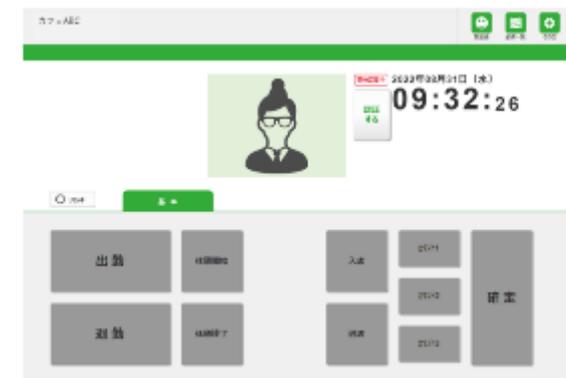
### ✓業務用調理機器の販路拡大

- 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



### ✓業務支援システムで外食産業の人手不足対応に貢献

- 需要が急回復する一方で人手不足が深刻な課題となっている外食産業に向けて、飲食店向け業務支援システムを提供する(株)アスピットも提案営業を強化
- 今期は「AI顔認証タイムレコーダー」や「電子請求書システム」などの新サービスも導入



↑AI顔認証タイムレコーダー(イメージ)

## 2024年1月期 業績予想

### 予想に関する注記

食品スーパー事業を構成する(株)トーホーストアについては、  
2023年5月末までに当社が保有する全株式の譲渡を予定しており、  
当該日以降、同社は当社の連結対象外となる予定です。

# 連結業績予想

(単位：百万円)	2023年1月期 実績	2024年1月期 業績予想	前期比	
			増減率	増減額
売上高	215,572	214,000	△0.7%	△1,572
営業利益	3,649	3,800	+4.1%	+150
経常利益	3,877	3,900	+0.6%	+22
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,006	2,000	+98.7%	+993
1株あたりの 当期純利益(円)	93.59円	185.93円	-	+92.34円

## 【売上高】

食品スーパー事業の譲渡により減収となるものの、外食産業の経営環境の改善がさらに進む想定のもと、営業を強化することで既存事業※は増収を予想

※食品スーパー事業を除く、DTB・C&C・FSL事業の合計

## 【利益】

既存事業の増収ならびに食品スーパー事業の損失解消により、過去最高益の更新を予想

---

ディストリビューター	<b>飲食店への販売が引き続き伸長</b> 売上高 : 155,800 百万円 (+5.1%)
キャッシュアンドキャリー	<b>中小飲食店への販売が引き続き伸長</b> 売上高 : 40,200 百万円 (+4.0%)
フードソリューション	<b>飲食店向けの業務用調理機器などの販売が伸長</b> 売上高 : 14,300 百万円 (+14.4%)

---

※()内は前期増減率

※上記の他、食品スーパー事業の譲渡実行予定日までの業績も反映

# 設備投資、減価償却費

## 設備投資 実績および計画

(単位：百万円)	2023年1月期 (実績)	2024年1月期 (計画)	増減
ディストリビューター事業	382	1,010	+628
キャッシュアンドキャリー事業	153	310	+157
食品スーパー事業	63	-	△63
フードソリューション事業	257	780	+523
小計	855	2,100	+1,245
ソフトウェア等	197	470	+273
合計	1,051	2,570	+1,519

## 減価償却費 実績および計画

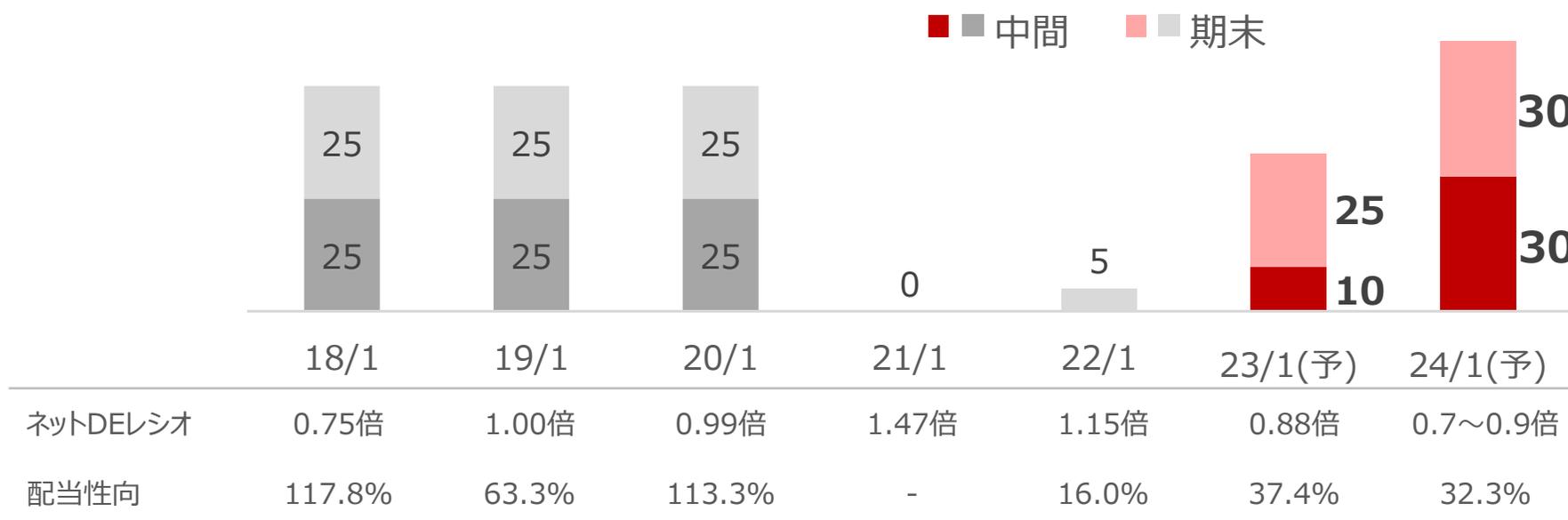
(単位：百万円)	2023年1月期 (実績)	2024年1月期 (計画)	増減
会社計	2,060	1,979	△81

# 配当予想

## 【利益配分に関する基本方針】

事業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DEL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)



コロナ禍に伴う行動制限により、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、近年は厳しい事業運営を強いられました。こうした環境下では、手元流動性を確保し財務基盤の安定化を図り、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。

一方、業績が回復してきたことに伴い、当期である23年1月期については、前期配当から30円増配し、**年間配当35円**(中間10円、期末25円)を予定しております。

また、来期(24年1月期)も経営環境の改善は継続する前提のもと、**年間配当60円**(中間30円、期末30円)と3期連続の増配とし、コロナ禍前を超える水準となる予定です。

## 中期経営計画最終年度の取り組み

# 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

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

# SHIFT UP 2023 最終年度の取り組み

## ①コア事業の更なる強化

### ✓顧客・現場視点でのPB商品の開発・販売強化

- ・23年3月から業務用食品の調達やPB商品の開発等を担う、マーケティング本部を組織変更
  - 『商品戦略本部』に改称。傘下に商品開発部を新設し、PB商品開発を戦略的に強化
  - 業務用商品販売促進部も新設し、業務用食品卸に特化したグループとして、企画提案を強化
  - また、コーヒー製造を担うグループを「コーヒー部」として独立、製造から販売まで一元管理

### ✓グループシナジーの更なる発揮

- ・23年8月を目途に沖縄県下のDTB事業とC&C事業を統合し、「(株)トーホー沖縄」として始動
  - 拠点間の商品、情報共有や人員異動など、より効率的な事業運営が可能に
  - 沖縄県に根ざした企業として、地元食材の発掘や人材獲得の強化など、更なるシェア拡大を目指す

# SHIFT UP 2023 最終年度の取り組み

## 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

- ・21年9月に開設したECサイト「A-プライスオンラインショップ」
  - 開設後もサイトや送料の見直しなどサービスの改善を継続
  - 今期もアイテム拡充など引き続き顧客の利便性向上を継続
- ・独自開発のWeb受発注システム「toho Order Pro(TOP)」
  - 16年に開発し、DTB事業会社で活用。1万軒を超える顧客が利用
  - 22年6月に新機能として、顧客が拠点の在庫を閲覧してオーダーできるシステムへ改善
  - 新機能の利用促進とともに、商品検索機能の充実など、更なる利便性向上を予定

### ✓ 変化する顧客ニーズに即した商品、サービスの開発

- ・DTB事業とC&C事業を融合した新たな事業モデル「C&D(キャッシュアンドデリバリー)」の出店
  - 業務用食品の店舗販売と配送の両輪で収益を確保し、投資回収期間の短縮化を図る事業モデル
  - 国内の未進出エリアへ出店、今後の成長戦略の一つを目指す

# SHIFT UP 2023 最終年度の取り組み

## 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

- ・商品戦略本部の設置に合わせて、「物流戦略部」を新設
  - グループ全体の物流戦略を立案し、人手不足や労働環境の変化といった課題に対応
  - 配送業務の効率化を目指した、拠点・物流の最適化検討

## ④ 資産回転期間の改善

✓ メリハリのある投資とPDCA

- ・PDCAの徹底を継続しつつ、積極的な設備投資再開
  - DTB事業：移転3拠点、C&D業態の出店
  - C&C事業：出店2店舗(4月 A-プライス広島八丁堀店 他)、移転1店舗、改装7店舗

# SHIFT UP 2023 最終年度の取り組み

## ⑤次代を担う人材の育成

### ✓教育研修の充実

- ・オンライン研修の更なる充実
  - コロナ禍の副産物としてスタートしたものの、全国に跨る事業所を抱える特性上、有用な情報共有手段に
  - 商品情報や人事関連など多様な研修をオンラインで継続実施
  - 今期は新たなオンライン研修を開催するなど、従業員の能力向上を図る
  
- ・ジョブローテーションの活性化
  - 将来の経営幹部育成を目的とした「次世代リーダー育成プログラム」を21年に初実施し、6名が選抜
  - ジョブローテーションを主軸に長期的視点での育成を目指す
  - 自身が希望する業務へ異動が可能な「フリーエージェント制度」、部署単位で希望する人材を募集する「公募制度」も継続実施

食を通して社会に貢献する

**toho**

株式会社 **トホー**

【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

- ・業務用食品卸 市場シェア
- ・2023年1月期業績関連
  - セグメント別四半期推移
- ・2024年1月期業績予想
  - 上期・下期 業績予想
- ・サステナビリティ推進

## (参考)業務用食品卸 市場シェア

※2022年度の「業務用食品卸 全国市場規模」については、外食産業がコロナ禍から急回復したことにより、現時点で合理的に測定することが困難であることから、参考として2021年度の市場規模に基づく前期の当社実績(2022年1月期)から市場シェアを掲載しております。

### 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

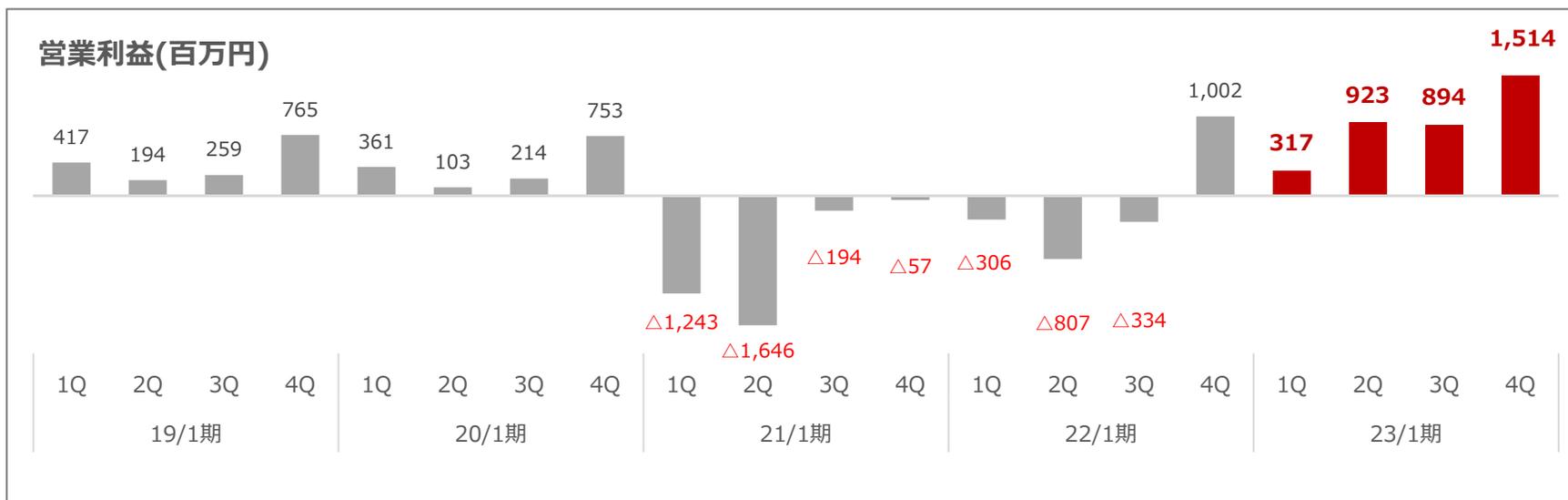
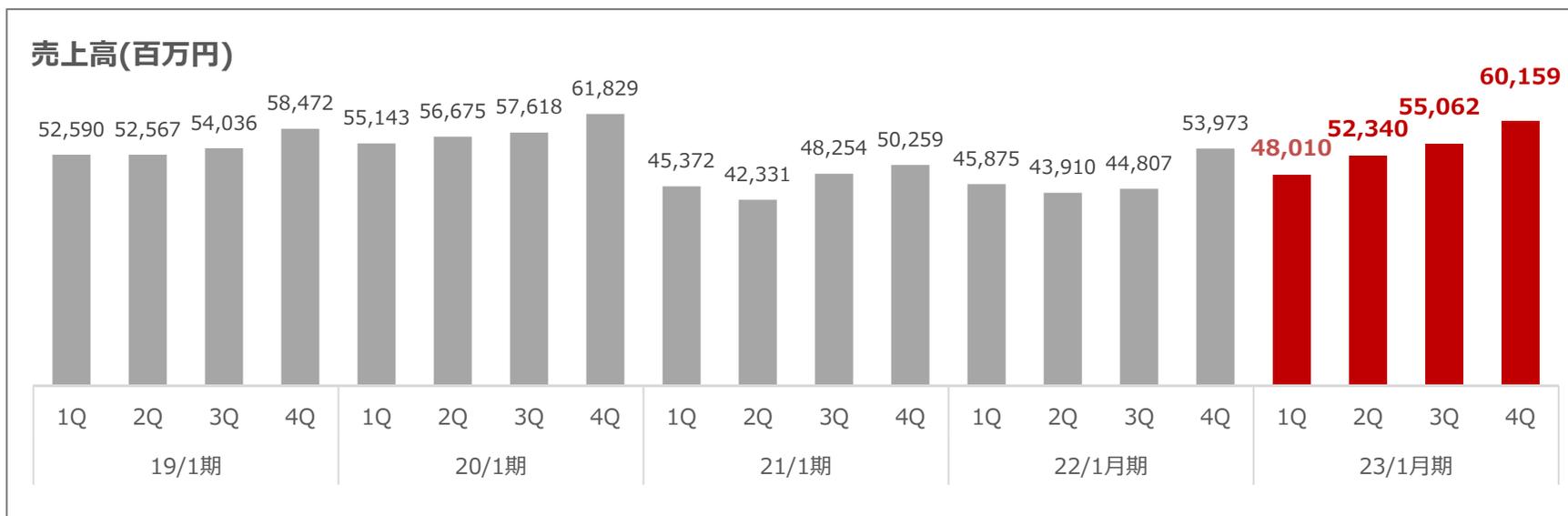
		合計	関東	東海	近畿	中四国	九州
(単位：百万円)							
2021年度	全国市場規模	3,130,000	1,408,500	375,600	594,700	187,800	281,700
	構成比	100.0%	45.0%	12.0%	19.0%	6.0%	9.0%
2022/1期 当社グループ 実績	売上高	151,673	47,406	5,969	35,474	12,503	50,322
	<b>市場シェア</b>	<b>4.8%</b>	<b>3.4%</b>	<b>1.6%</b>	<b>6.0%</b>	<b>6.7%</b>	<b>17.9%</b>

※海外を含むDTB+C&Cの22年1月期売上高は159,345百万円

※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

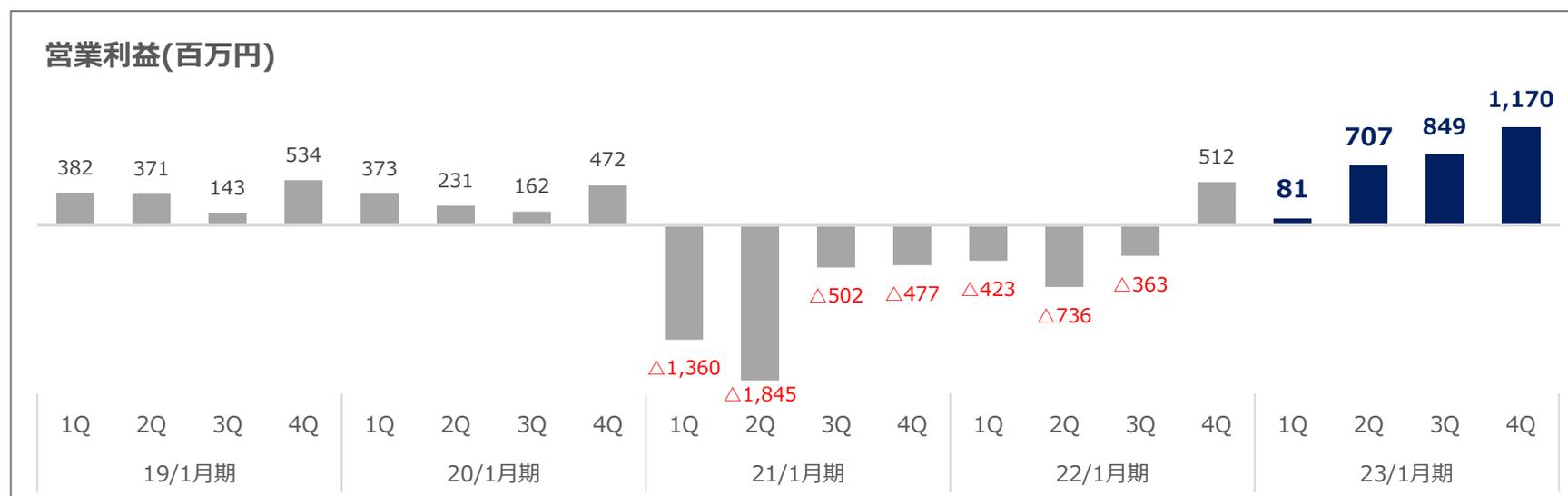
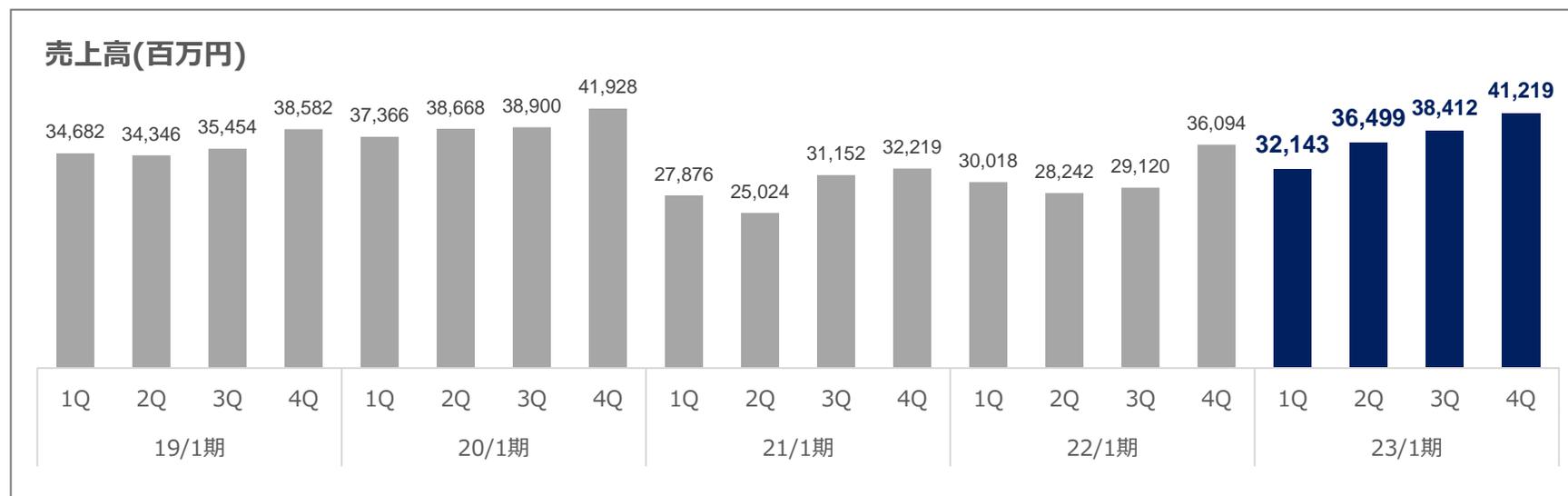
# セグメント別四半期推移

## ▶ 連結



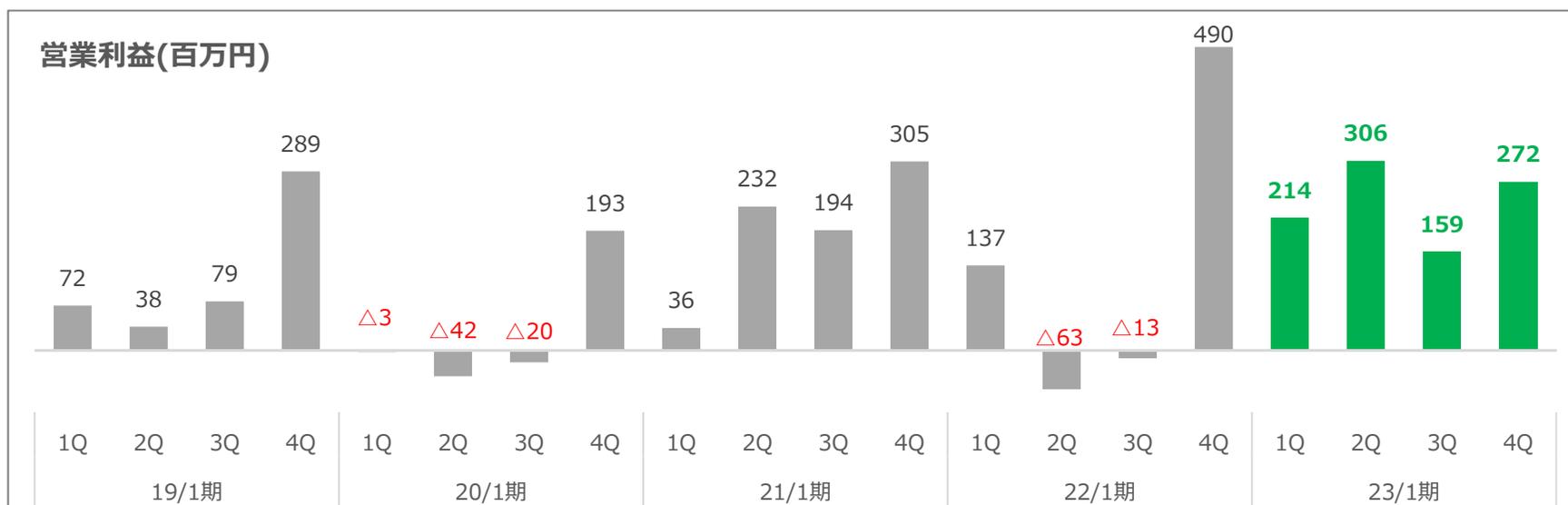
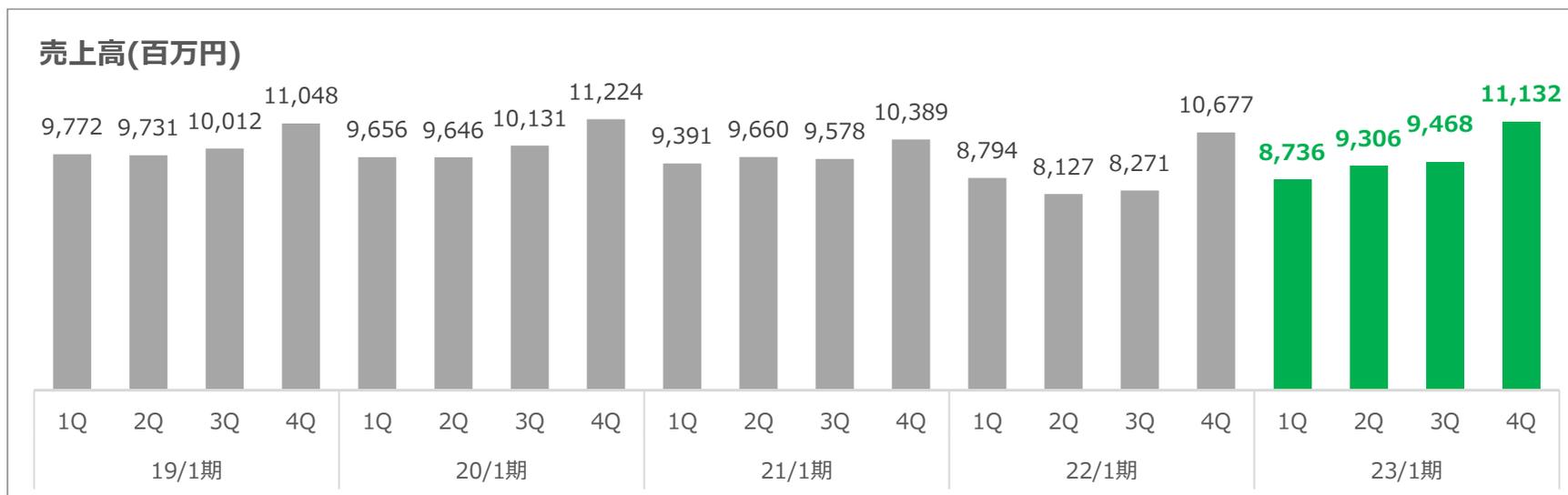
# セグメント別四半期推移

## ▶ ディストリビューター事業(DTB事業)



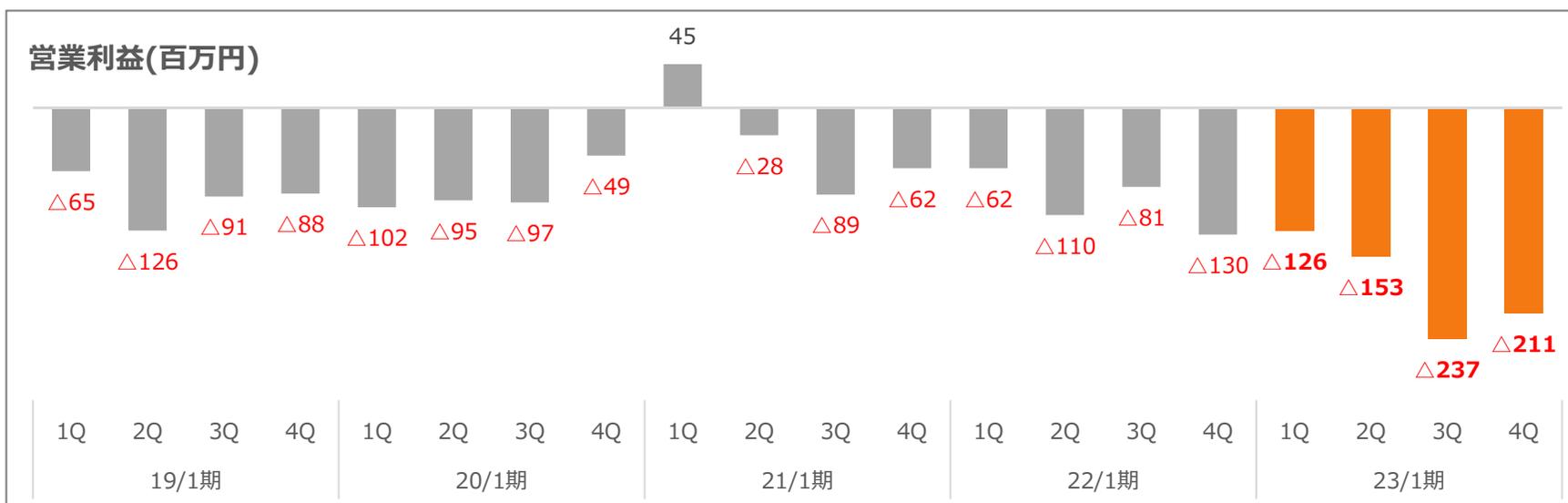
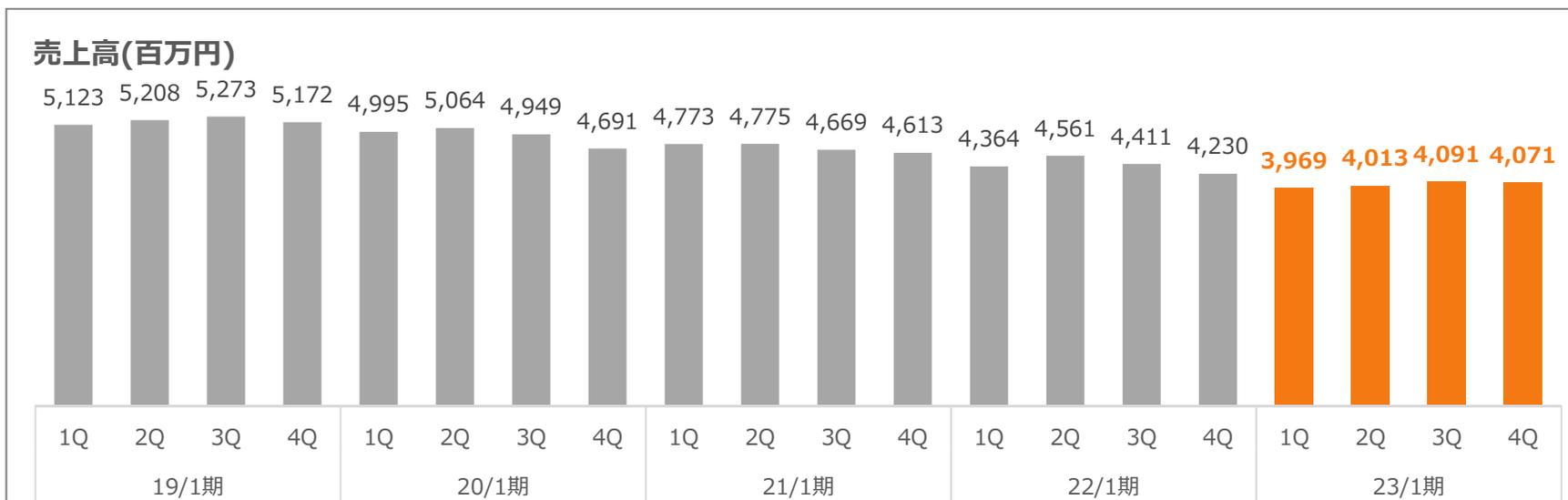
# セグメント別四半期推移

## ▶ キャッシュアンドキャリー事業(C&C事業)



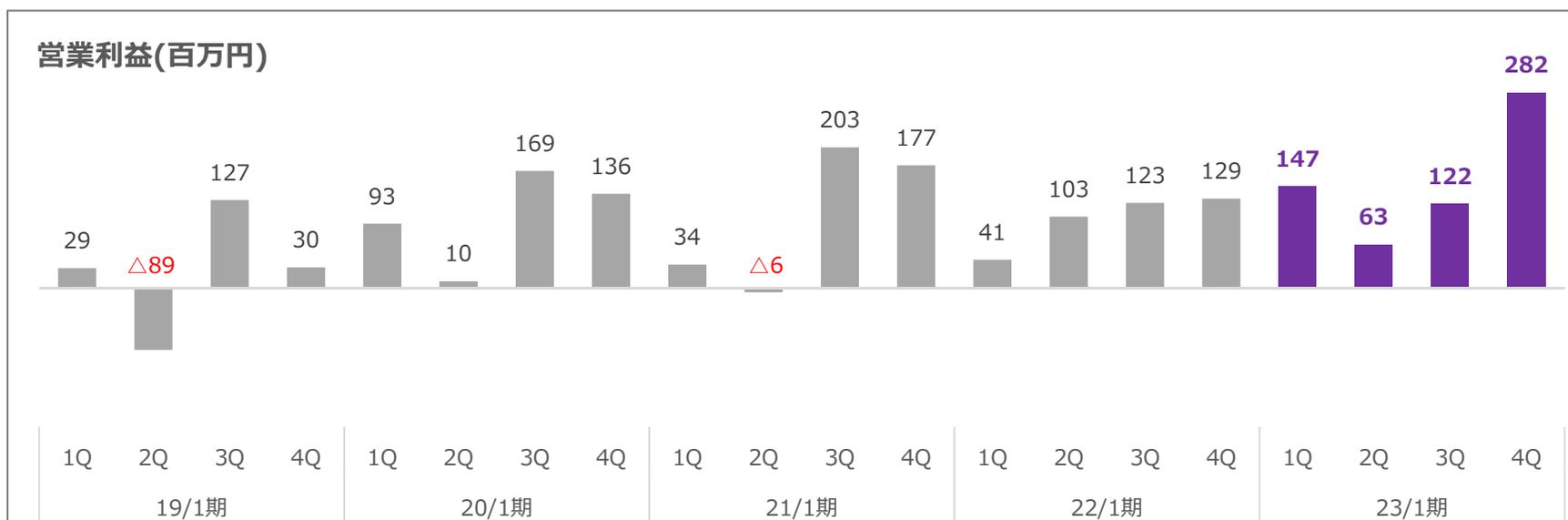
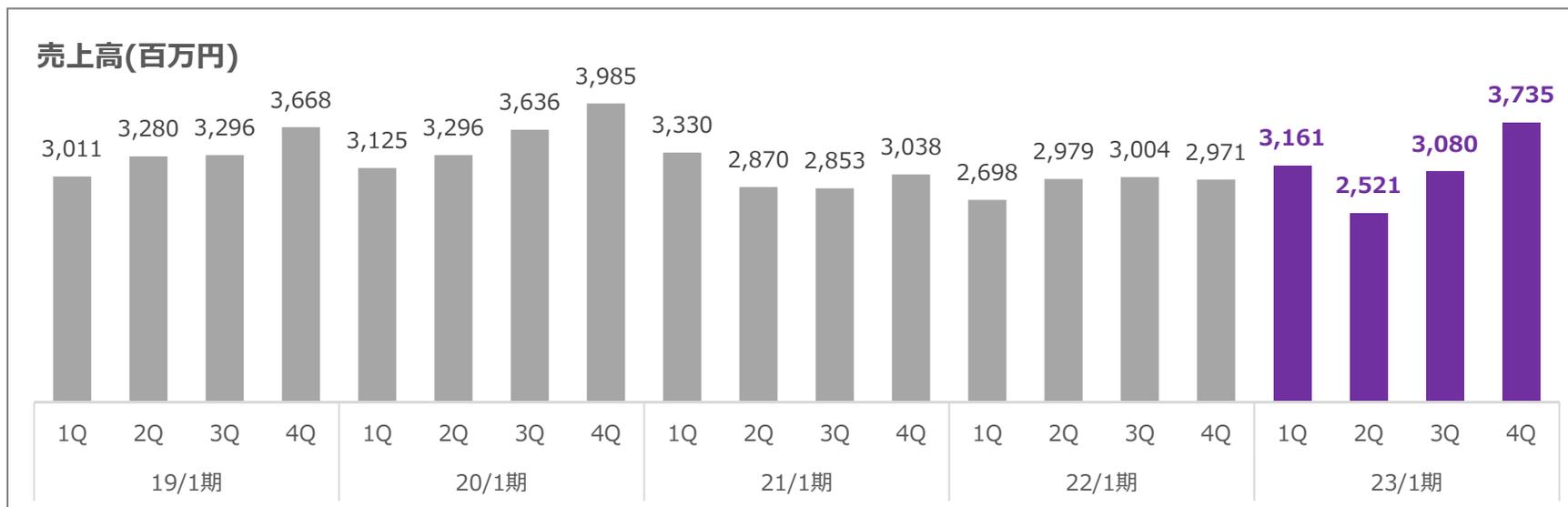
# セグメント別四半期推移

## ▶ 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)



## (参考)上期・下期別 連結業績予想

	24/1期 上期 予想	増減率	24/1期 下期 予想	増減率	24/1期 通期 予想	増減率
	(百万円)					
売上高	104,500	+4.1%	109,500	△5.0%	214,000	△0.7%
営業利益	1,250	+0.7%	2,550	+5.9%	3,800	+4.1%
経常利益	1,300	△9.7%	2,600	+3.9%	3,900	+0.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	650	+3.0%	1,350	+259.4%	2,000	+98.7%

## 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



### ✓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出向き、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** 



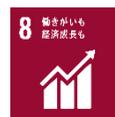
### ✓食の安全確保のための徹底した品質管理

- ～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	・ 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
報酬諮問委員会	社外2名・社内1名	・ 代表取締役社長は委員に就任しない

# 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 製品が「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

## 未来へ繋げるための環境対策の取り組み



### ✓電気使用量の抑制と太陽光発電

- ～店舗で使用する冷凍・冷蔵ショーケースは、計画的な改装により、節電効果の高い機器へ入れ替え
- ～本社駐車場に太陽光パネル982枚を設置し、一般家庭70戸分の消費電力を発電



### ✓プライベートブランド(PB)商品でプラントベースフードを開発

- ～2023年1月から、当社グループのPB商品としては初のプラントベースフードとなる「EAST BEE プラントベースハンバーグ」の発売を開始
- ～飲食店で使用いただける美味しさ・品質を実現するとともに、畜産よりも環境負荷の少ない大豆を原料とすることで環境対策にも繋がる



# 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

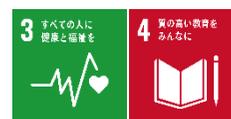


### ✓5年連続「健康経営優良法人2023ホワイト500」に認定

- ～健康経営に向けた取り組みが評価され、2023年3月に5度目となる認定を取得。



## 地域社会発展への貢献



### ✓子ども食堂へ食品を寄贈

- ～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
- ～2022年は神戸市を通じてPB商品などを地域の子ども食堂へ寄贈



2022年12月神戸市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
- ～2022年は神戸市内の小中学校3校で実施