

食を通して社会に貢献する

toho

2024年1月期第2四半期 決算説明資料

2023年9月11日

株式会社 **トホー**

(東証プライム 8142)



目次

会社案内

2024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

2024年1月期第2四半期 セグメント別の概況

2024年1月期 通期業績予想

- ・通期連結業績予想、通期進捗率
- ・設備投資、減価償却費
- ・配当予想

下期トピックス

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 | ： 4,437名 (2023年7月31日現在) | |
| | | | | | | (正社員数2,545名、パートタイマー等1,892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7月末現在) |

「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 (DTB：業務用食品卸売)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。



14社84事業所(35都道府県、海外3カ国)

キャッシュアンドキャリー (C&C：業務用食品現金卸売)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。



93店舗(30都道府県)

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。



33店舗(兵庫県南部)

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。



8社32拠点

※社数、拠点数は本資料公開時点(2023年9月11日時点)

※食品スーパー事業を構成する(株)トホストアについては、事業譲渡に関する協議を進めております。

商流図

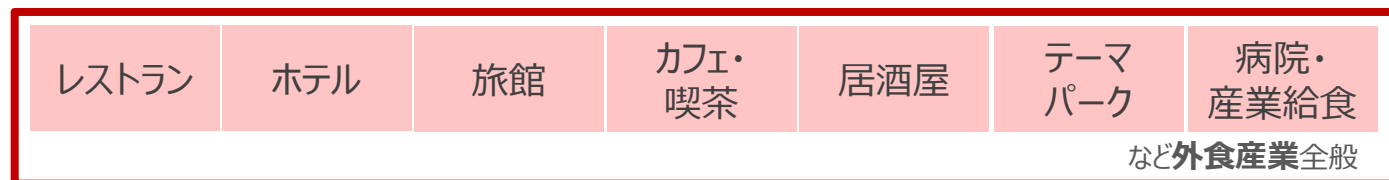
仕入先



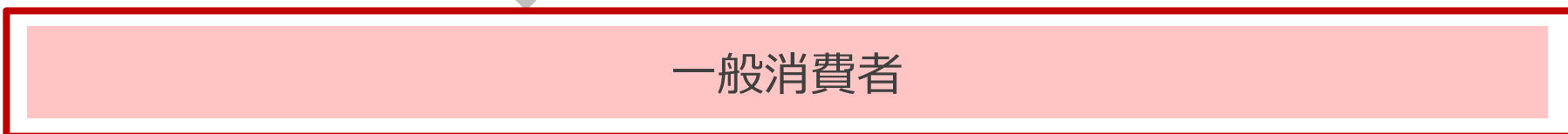
セグメント (%は売上構成比)



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、2024年1月期2Q時点(小数点以下第2位を四捨五入)

取り扱いアイテム(業務用食品)

NB(ナショナルブランド)商品



売上高構成比
約 **90** %

国内の大手食品メーカーを中心に、外食産業のお客様のニーズに対応するあらゆるジャンルの業務用食品を取り扱っています。また、当社グループの事業拠点が全国に所在するメリットを活かし、地域の優れた食品メーカーの開拓をはじめ、海外の食品メーカーからも仕入を行っています。

PB(プライベートブランド)商品



売上高構成比
約 **10** %

EAST BEE

「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに、70年以上にわたり外食ビジネスをサポートしてきた実績とノウハウを活かして産地やメーカーを厳選。和食・洋食・中華など、あらゆるジャンルの食材、商品をラインアップしています。



スマイルシェフ

キャッシュアンドキャリー事業で販売するオリジナルブランドです。中小飲食店様にも使いやすくご満足いただけるよう規格を小さくしました。高品質でありながら低価格を実現する自信のブランドです。



toho coffee

グループ唯一のメーカー機能として自社工場で飲食店向けの業務用コーヒーを焙煎しています。1951年に焙煎を開始した歴史を持ち、プロのお客様の高い要望にお応えできるこだわりのコーヒーです。

業務用食品卸 市場規模とシェア

業務用食品卸 国内地域別の市場規模と当社グループ(DTB事業+C&C事業)のシェア

(単位：百万円)

| | | 全国 | 関東 | 東海 | 近畿 | 中四国 | 九州 |
|-------------------------|-------------|-----------|-----------|---------|---------|---------|---------|
| 2022年度 国内市場規模 | 地域別 市場規模 | 3,460,000 | 1,591,600 | 484,400 | 692,000 | 173,000 | 311,400 |
| 2023/1期 当社グループ 実績 | 売上高 | 176,797 | 53,301 | 6,572 | 44,439 | 14,218 | 58,267 |
| | 市場シェア | 5.1% | 3.3% | 1.4% | 6.4% | 8.2% | 18.7% |

※海外を含むDTB+C&Cの23年1月期売上高は186,928百万円

※業務用食品卸の市場規模は、日本食糧新聞社調べ（2023年8月公表）を一部編集。なお、上表地域以外に「北海道・東北」で207,600百万円

2024年1月期第2四半期 決算の概要

※前期まで端数処理を百万円未満切り捨てとしておりましたが、
今期から百万円未満を四捨五入して記載しております。
これに伴い、過年度の数値についても四捨五入にて表示しております。

決算ハイライト

2Q実績

売上高、各利益ともに2Qでの**創業来最高**を記録

(前年同期増減 売上高：**+187** 億円、営業利益：**+24** 億円)

- 個人消費回復、インバウンド需要増により、外食産業への販売が大幅伸長、新規獲得も奏功
- 増収に加え、損益分岐点引き下げの継続により、大幅増益を達成

通期業績予想 ※修正あり

好調な業績を受け、通期業績予想を**上方修正**

(通期業績予想 売上高：**2,390** 億円、営業利益：**65** 億円)

- 通期でも売上高・各利益ともに創業来最高を目指す

株主還元(配当金) ※修正あり

年間**70円**に**増配**予定(前期比**+35円**)

- 3期連続の増配を予定
- 上期35円・下期35円を予定

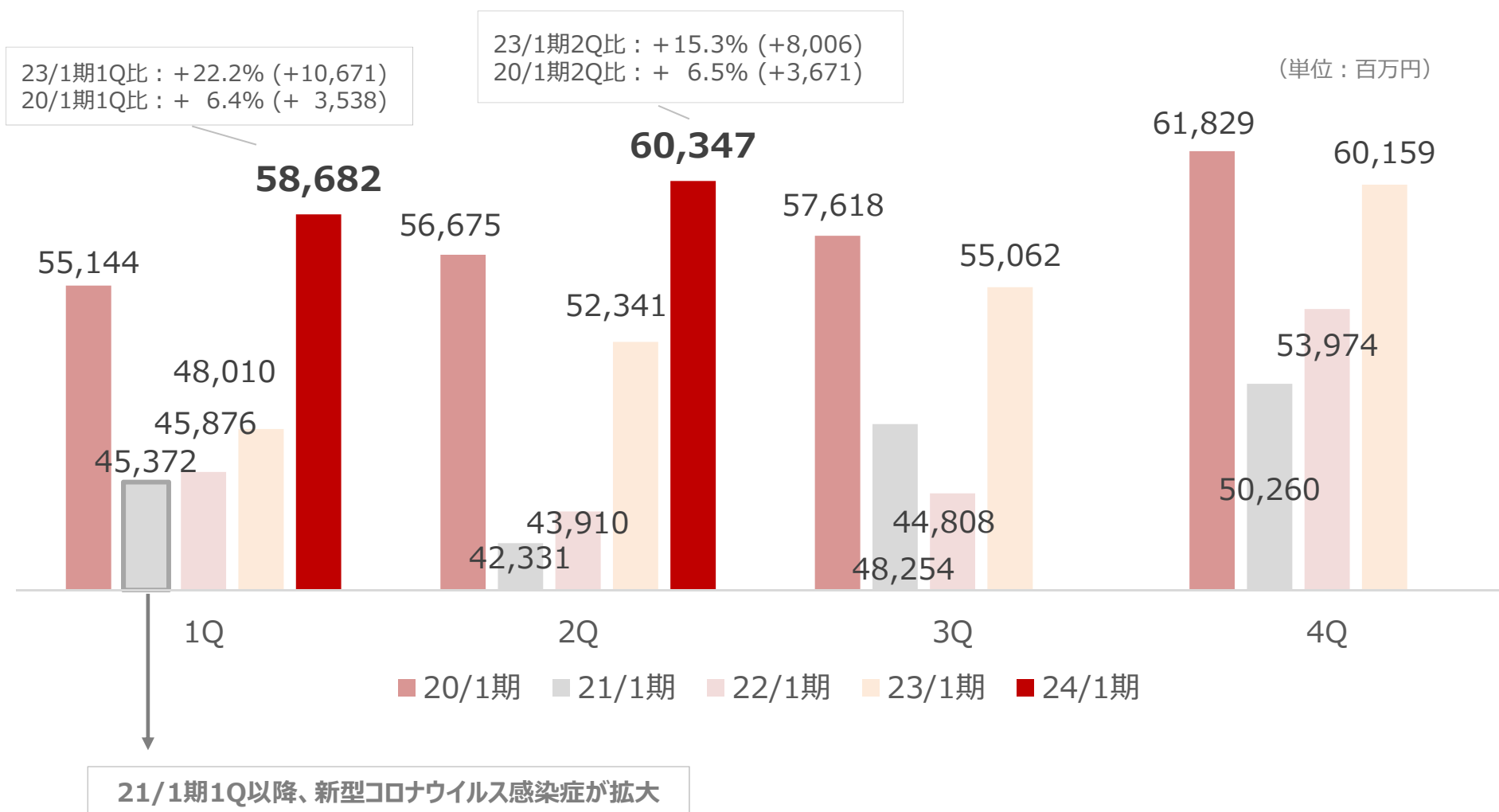
連結損益計算書

(単位：百万円)

| | 前期2Q (2023年1月期) | | 当期2Q (2024年1月期) | | 前年同期比 | |
|----------------------|--------------------|--------|--------------------|--------|---------|---------|
| | 実績 | 対売 | 実績 | 対売 | 増減率 | 増減額 |
| 売上高 | 100,351 | | 119,028 | | +18.6% | +18,677 |
| 売上総利益 | 19,986 | 19.92% | 24,312 | 20.43% | +21.6% | +4,326 |
| 販売管理費 | 18,745 | 18.68% | 20,630 | 17.33% | +10.1% | +1,885 |
| 営業利益 | 1,241 | 1.24% | 3,682 | 3.09% | +196.7% | +2,441 |
| 経常利益 | 1,440 | 1.43% | 3,777 | 3.17% | +162.4% | +2,337 |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | 631 | 0.63% | 1,776 | 1.49% | +181.3% | +1,144 |

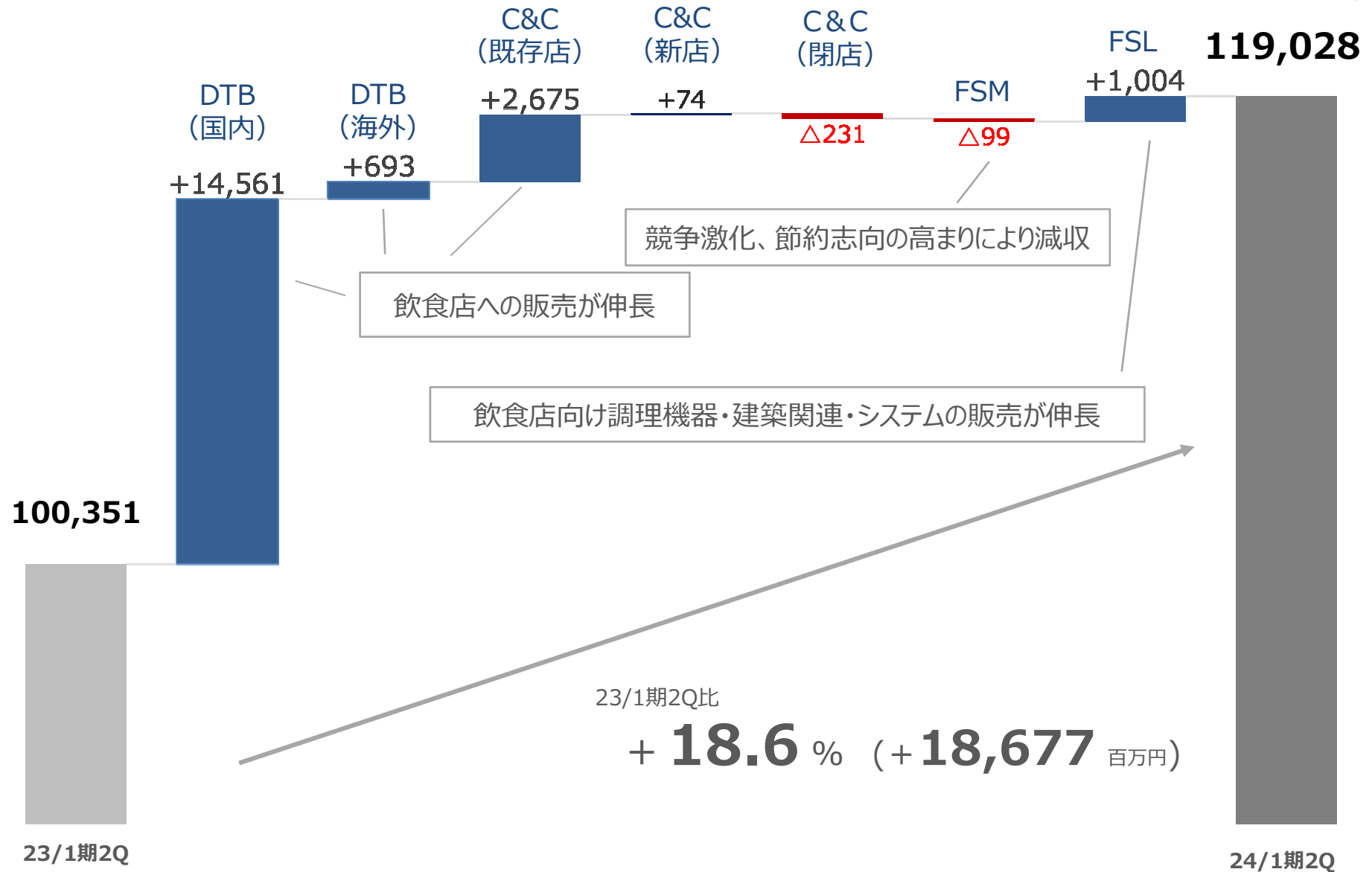
四半期別 売上高推移 (5期比較)

2Qも引き続き社会経済活動の正常化が進み、個人消費の回復およびインバウンド需要も増加したことで、外食産業への販売が伸長。1Qに続きコロナ禍前(20/1期)を上回る



売上高の増減要因 (2Q累計)

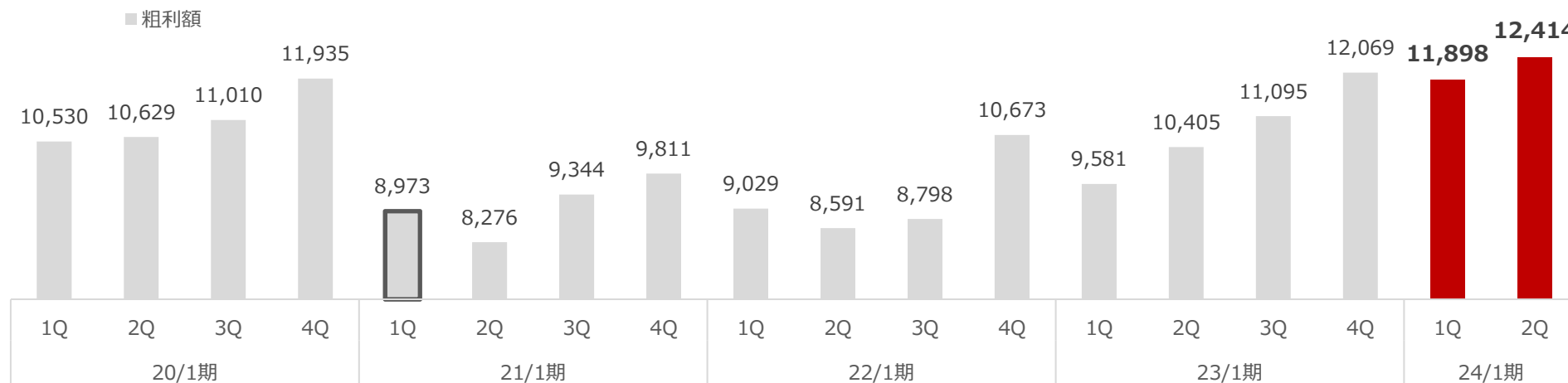
(単位：百万円)



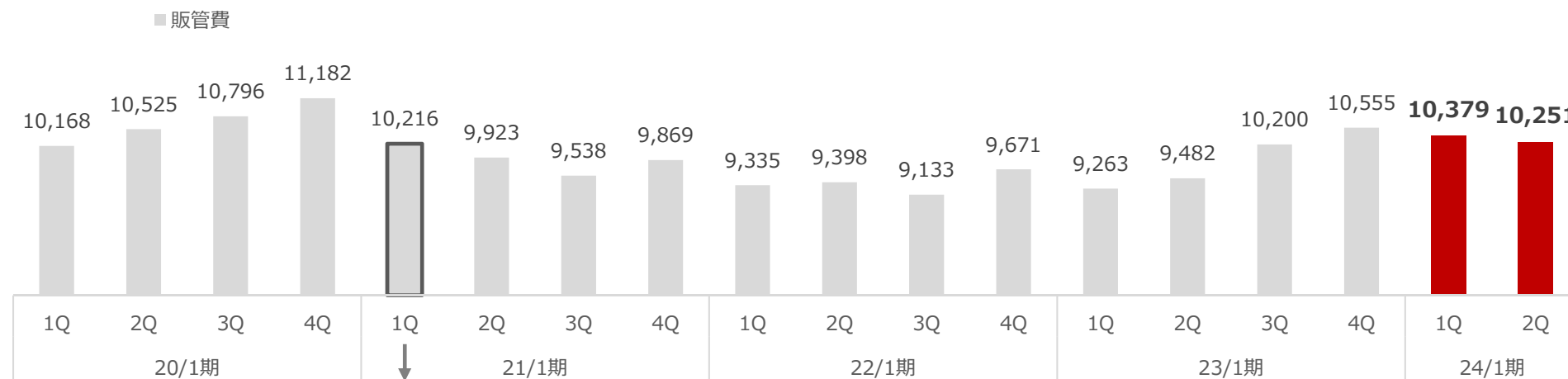
四半期別 粗利額・販管費推移 (5期比較)

(単位：百万円)

●粗利額 商品ごとの利益管理の徹底、PB商品の売上構成比増、FSL事業の粗利率改善により、上昇傾向で推移



●販管費 額としては増加傾向も、コスト・コントロールを継続



21/1期1Q以降、新型コロナウイルス感染症が拡大

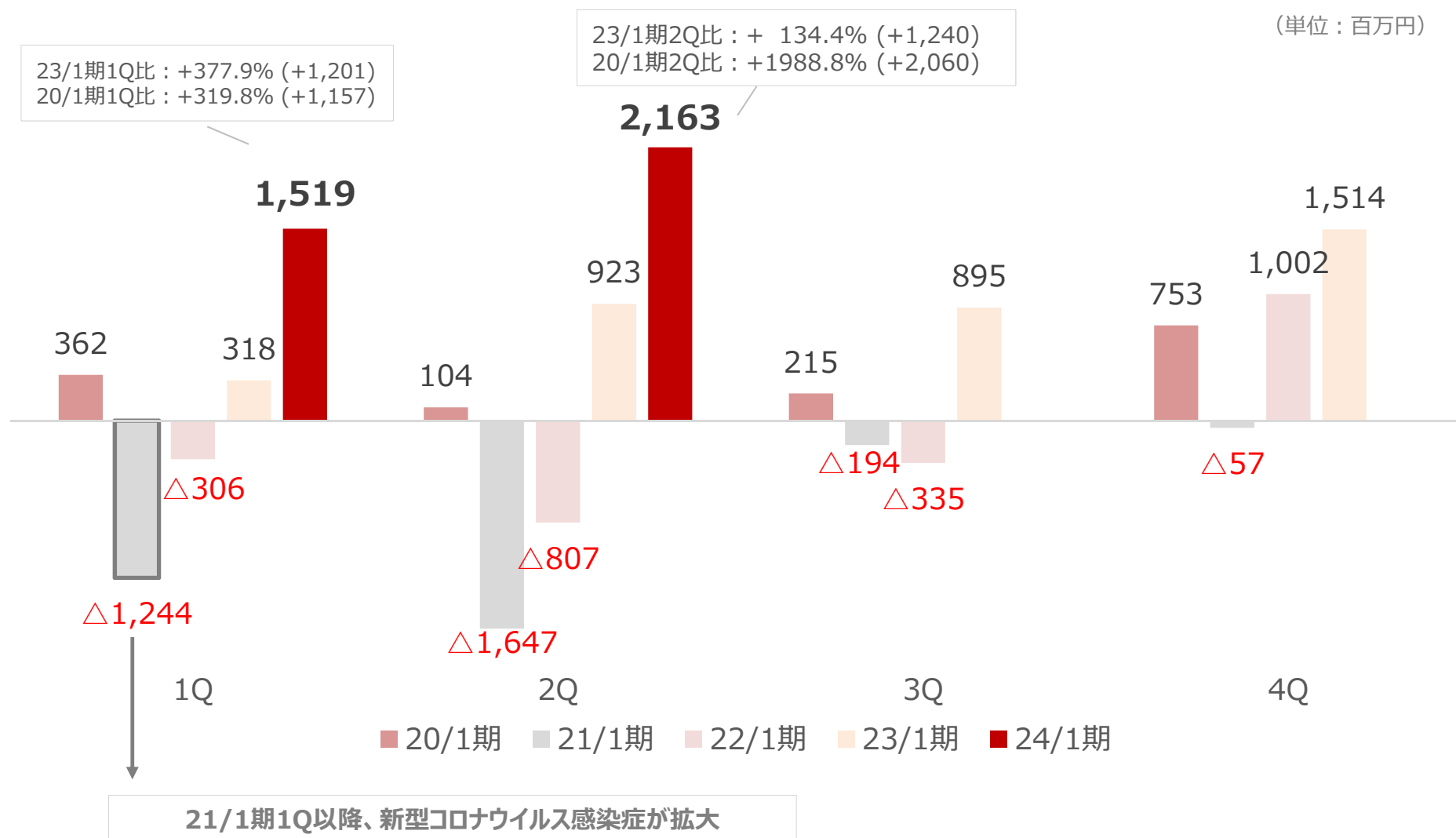
販管費比較 (2Q累計)

(単位：百万円)

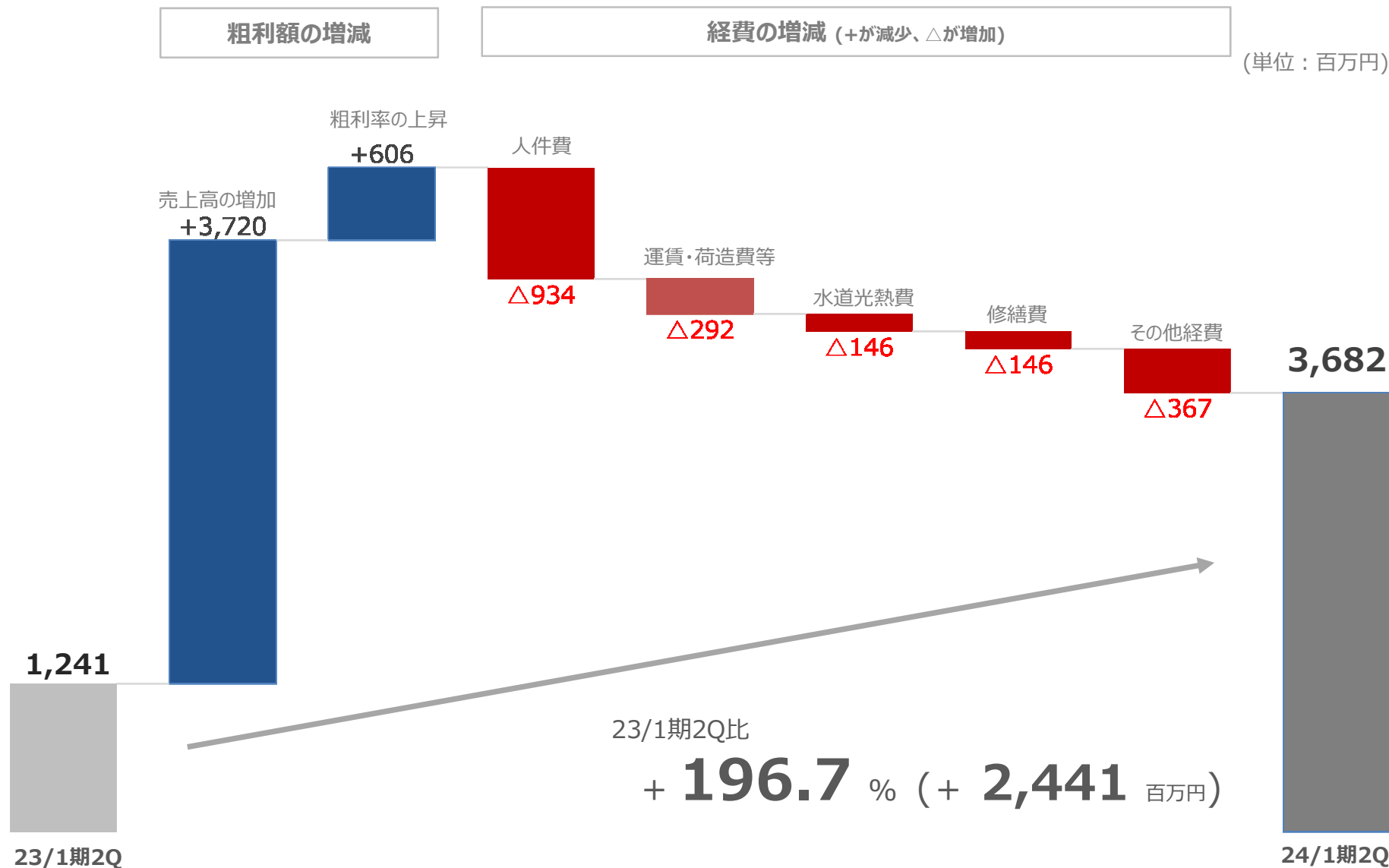
| | 20年1月期2Q (コロナ禍前) | 23年1月期2Q (前期) | 24年1月期2Q (当期) | 20年1月期2Q比 | | 23年1月期2Q比 | |
|---------------|---------------------|------------------|------------------|--------------|------------|---------------|---------------|
| | | | | 増減率 | 増減額 | 増減率 | 増減額 |
| 売上高 | 111,819 | 100,351 | 119,028 | +6.4% | +7,209 | +18.6% | +18,677 |
| 売上総利益 | 21,159 | 19,986 | 24,312 | +14.9% | +3,153 | +21.6% | +4,326 |
| 人件費 | 10,175 | 9,127 | 10,061 | △1.1% | △114 | +10.2% | +934 |
| 運賃・荷造費等 | 2,654 | 2,523 | 2,815 | +6.1% | +161 | +11.6% | +292 |
| 販売促進費 | 954 | 499 | 535 | △43.9% | △418 | +7.4% | +37 |
| 貸倒引当金繰入額 | 40 | △2 | 45 | +12.4% | +5 | ↑ | +46 |
| 旅費・交通費 | 671 | 540 | 561 | △16.4% | △110 | +4.0% | +21 |
| 水道光熱費 | 793 | 830 | 975 | +23.0% | +182 | +17.6% | +146 |
| リ－入料 | 437 | 444 | 478 | +9.3% | +41 | +7.5% | +33 |
| 減価償却費 | 1,028 | 982 | 920 | △10.5% | △108 | △6.3% | △62 |
| 地代家賃 | 1,751 | 1,658 | 1,704 | △2.7% | △47 | +2.8% | +46 |
| その他(のれん償却含む) | 2,190 | 2,145 | 2,537 | +15.8% | +346 | +18.3% | +392 |
| 販売管理費計 | 20,694 | 18,745 | 20,630 | △0.3% | △64 | +10.1% | +1,885 |
| 営業利益 | 465 | 1,241 | 3,682 | +691.2% | +3,217 | +196.7% | +2,441 |

四半期別 営業利益推移 (5期比較)

増収に加え、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、
1Q・2Qともに前年同期およびコロナ禍前を上回る



営業利益の増減要因 (2Q累計)

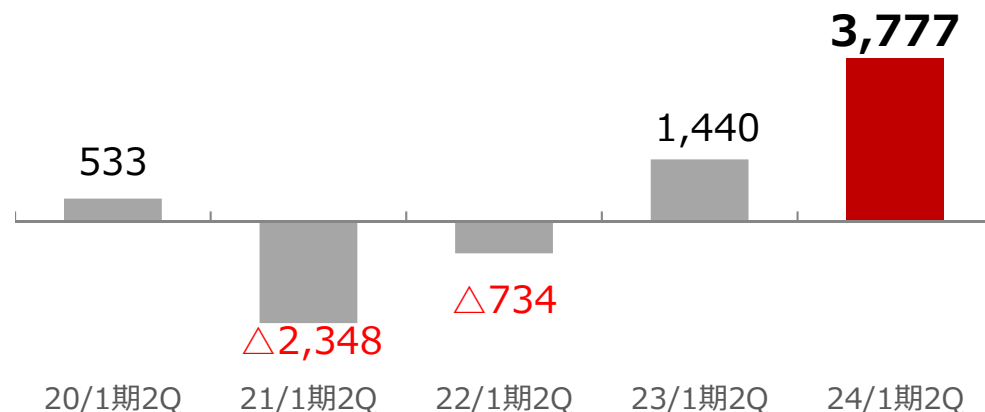


経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益 (2Q累計)

■ 経常利益

(単位：百万円)

営業利益の改善に伴い大幅に増益



23/1期2Q比

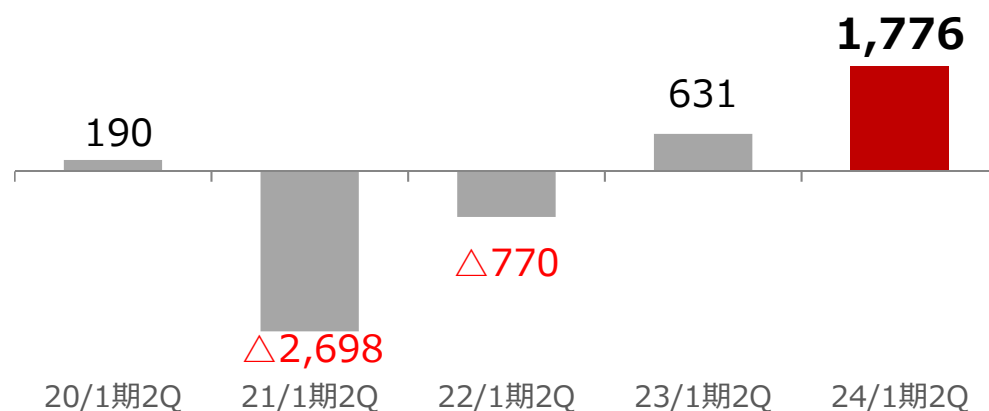
+ **162.4** % (+ **2,337** 百万円)

20/1期2Q比(コロナ禍前)

+ **609.1** % (+ **3,244** 百万円)

■ 親会社株主に帰属する四半期純利益

経常利益同様、業績の改善に伴い大幅に増益



23/1期2Q比

+ **181.3** % (+ **1,144** 百万円)

20/1期2Q比(コロナ禍前)

+ **833.0** % (+ **1,585** 百万円)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

| | 2023/1期 期末 | 2024/1期 2Q末 | 増減額 | 主な増減要因 | |
|----------|---------------|----------------|--------|------------------------------------|--------------------------|
| 流動資産 | 42,477 | 46,355 | +3,878 | 現金及び預金 受取手形、売掛金及び契約資産 商品及び製品 | +276 +1,561 +1,208 |
| 固定資産 | 44,875 | 44,960 | +85 | 有形固定資産 無形固定資産 投資その他の資産 | △46 +74 +56 |
| 資産合計 | 87,352 | 91,315 | +3,963 | | |
| 流動負債 | 45,328 | 46,156 | +828 | 支払手形及び買掛金 短期借入金 | +2,595 △1,779 |
| 固定負債 | 19,272 | 20,140 | +868 | 長期借入金 繰延税金負債 | +442 +441 |
| 負債合計 | 64,600 | 66,296 | +1,696 | | |
| 純資産合計 | 22,753 | 25,019 | +2,267 | 利益剰余金 為替換算調整勘定 | +1,507 +605 |
| 負債・純資産合計 | 87,352 | 91,315 | +3,963 | | |

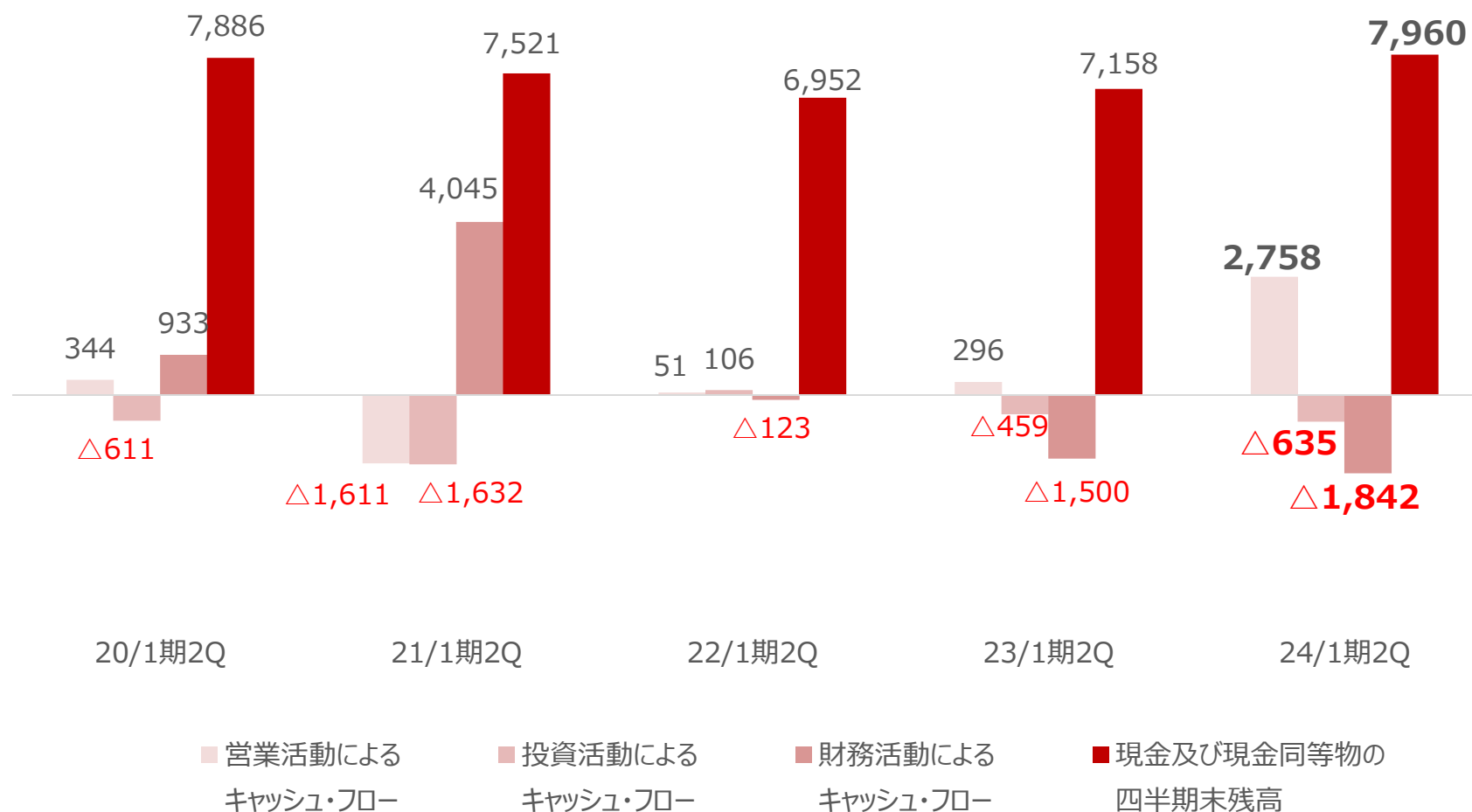
連結キャッシュ・フロー

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)



2024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・増益

| | | | | | |
|------------|------|---|--------|-----|-----------|
| ディストリビューター | 売上高 | ： | 83,895 | 百万円 | (+22.2%) |
| | 営業利益 | ： | 2,824 | 百万円 | (+258.0%) |

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ー | 売上高 | ： | 20,562 | 百万円 | (+14.0%) |
| | 営業利益 | ： | 752 | 百万円 | (+44.3%) |

業種や地域を越えた競争継続、食品価格値上げにより、減収・減益

| | | | | | |
|--------|------|---|-------|-----|----------|
| 食品スーパー | 売上高 | ： | 7,884 | 百万円 | (△1.2%) |
| | 営業利益 | ： | △327 | 百万円 | (△47百万円) |

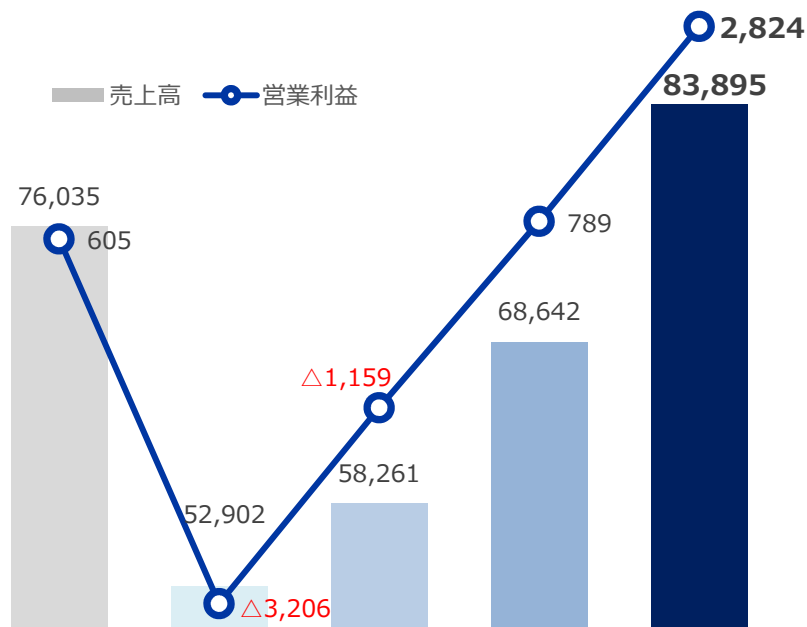
業務用調理機器・システム・建築関連の販売が伸長し、増収・増益

| | | | | | |
|------------|------|---|-------|-----|-----------|
| フードソリューション | 売上高 | ： | 6,687 | 百万円 | (+17.7%) |
| | 営業利益 | ： | 434 | 百万円 | (+105.4%) |

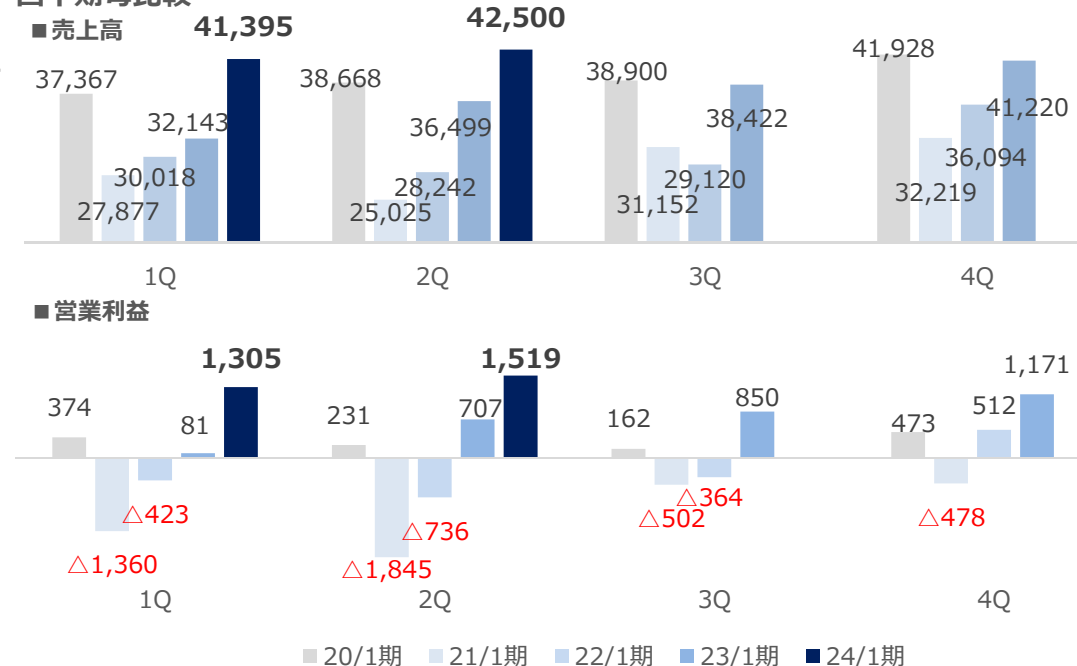
※()内は前年同期増減率。ただし、営業損失の場合は前年同期増減額を記載

ディストリビューター事業

2Q計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較



前年同期比 売上高**15,253**百万円増(+22.2%)、営業利益**2,035**百万円増(+258.0%)

- ・飲食店や観光地に人流が戻るとともに、インバウンド増加もあり、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をはじめ、大型イベントなどの新規顧客獲得も奏功
- ・更に前年は3月下旬まで行動制限があった反動もあり、前年同期から大幅な増収
- ・粗利率はPB商品の売上構成比が上昇したことなどで改善
- ・経費は増加傾向もコスト・コントロールを継続し、営業利益は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

- 商品提案の有効な手段である展示商談会は会場数を増加
今年は全国7会場で開催



✓インバウンド需要の増加で盛り上がる業態への提案強化

- 当上期の訪日外客数はコロナ禍前の約7割まで戻り、観光業・関連飲食業が大幅に回復
- ホテル業態への朝食提案強化などにより需要増へ対応
- 時短にも繋がる「和惣菜シリーズ」など関連するPB商品の販売も好調



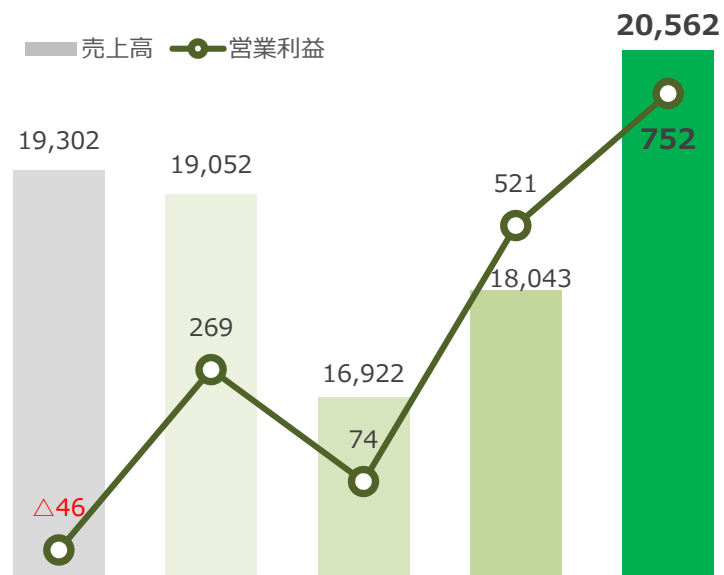
✓海外売上が2Q時点で最大

- 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カ国すべてで二桁増収を達成

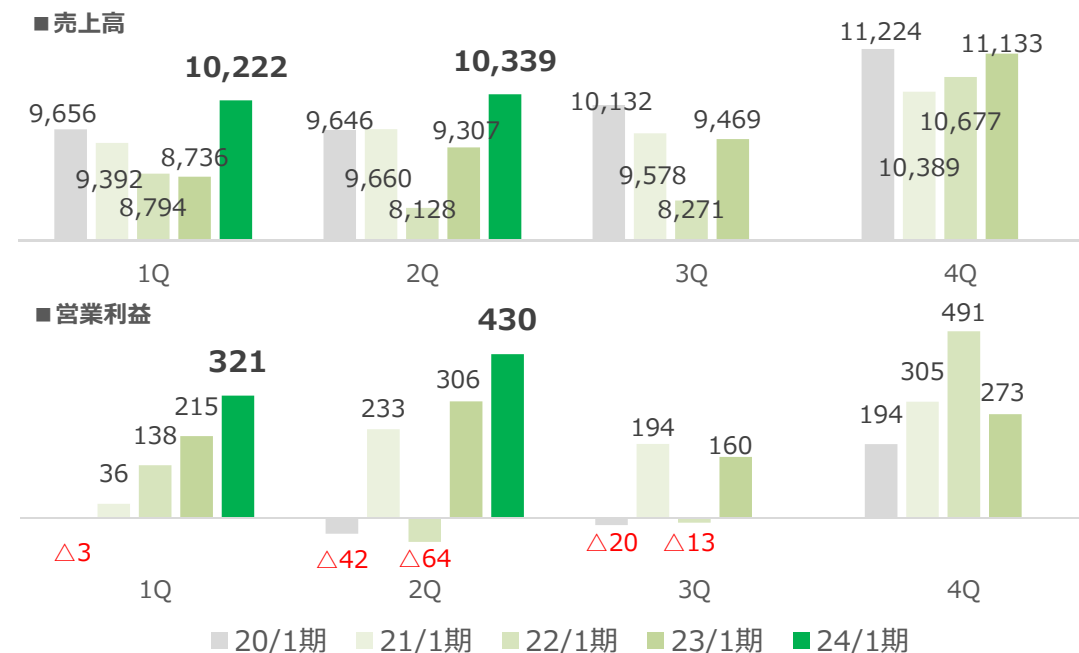
キャッシュアンドキャリー事業

(単位：百万円)

2Q計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較



前年同期比 売上高**2,519**百万円**増**(+14.0%)、営業利益**231**百万円**増**(+44.3%)

- ・DTB事業同様、主要顧客である中小飲食店への人流が引き続き回復し、既存顧客が好調に推移
- ・食品価格高騰への対応、PB商品の販売強化などにより粗利率は前年同水準で着地
- ・経費の増加はあったものの、売上高の伸長が大きく、営業利益はセグメント過去最高益

キャッシュアンドキャリー事業

当期トピックス

✓約3年振りの新店、改装も計画通り実施

- 4月、直営で約3年振りの出店「A-プライス広島八丁堀店」オープン
中四国最大の繁華街、広島市の中心街に構える都市型店舗
- A-プライス3店舗の改装も実施
2月今津店、3月飯塚店、4月倉敷店



✓各地で展示商談会を開催

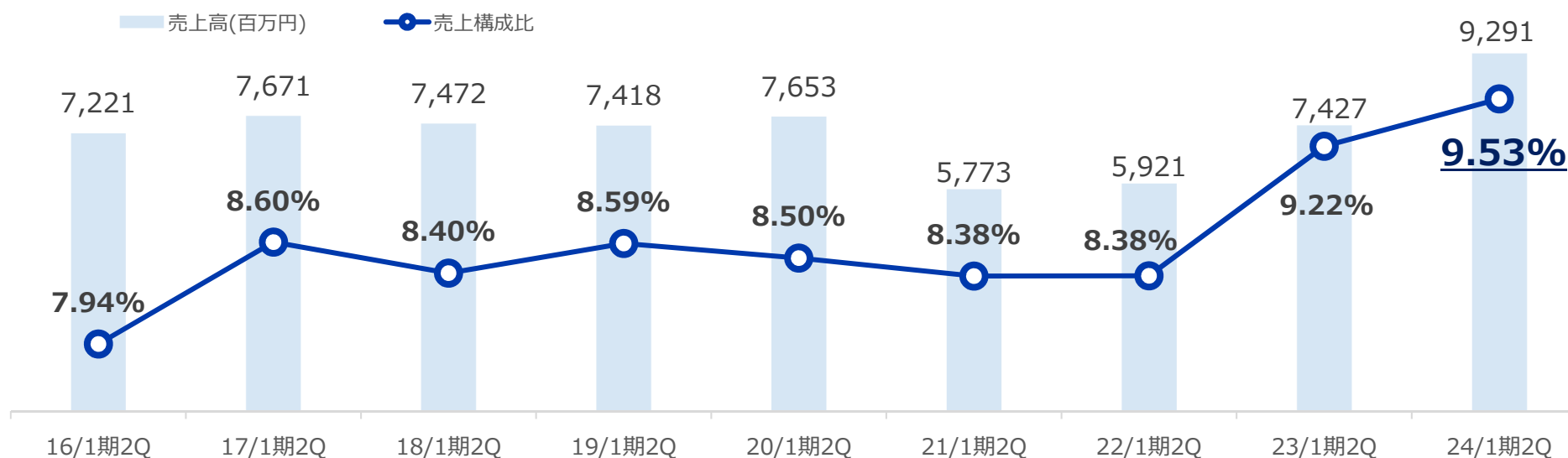
- 全国6会場で開催、飲食店顧客3,700名以上が来場
- 需要が回復する中小飲食店のニーズに対応する商品提案を実施



DTBおよびC&C事業 / 業務用PB商品の売上構成比

近年、特に販売に注力している業務用PB(プライベートブランド)商品の売上構成比は着実に上昇。一つの目標としている10%が視野に入る。

●直近10期における業務用PB商品の状況



※国内のディストリビューター事業会社およびキャッシュアンドキャリー会社の売上高に占めるPB商品の構成比

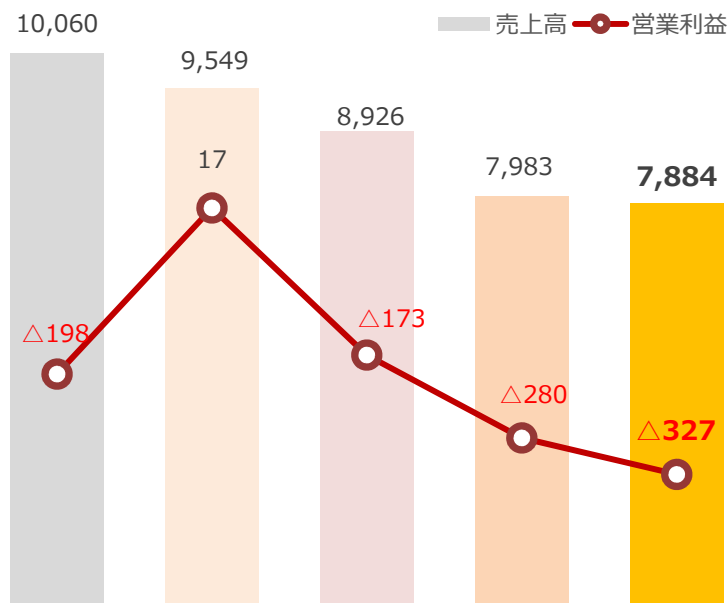
■当社グループPB商品の特長

- ✓「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに75年以上にわたり、
外食ビジネスをサポートしてきた実績とノウハウを活かした業務用PB商品
- ✓プロ仕様として品質・味に徹底的に拘った高付加価値PB商品として、
素材だけでなく製造委託先も厳しい自社基準をクリアしたメーカーを選定
- ✓和洋中あらゆるジャンルの食材、商品をラインアップ



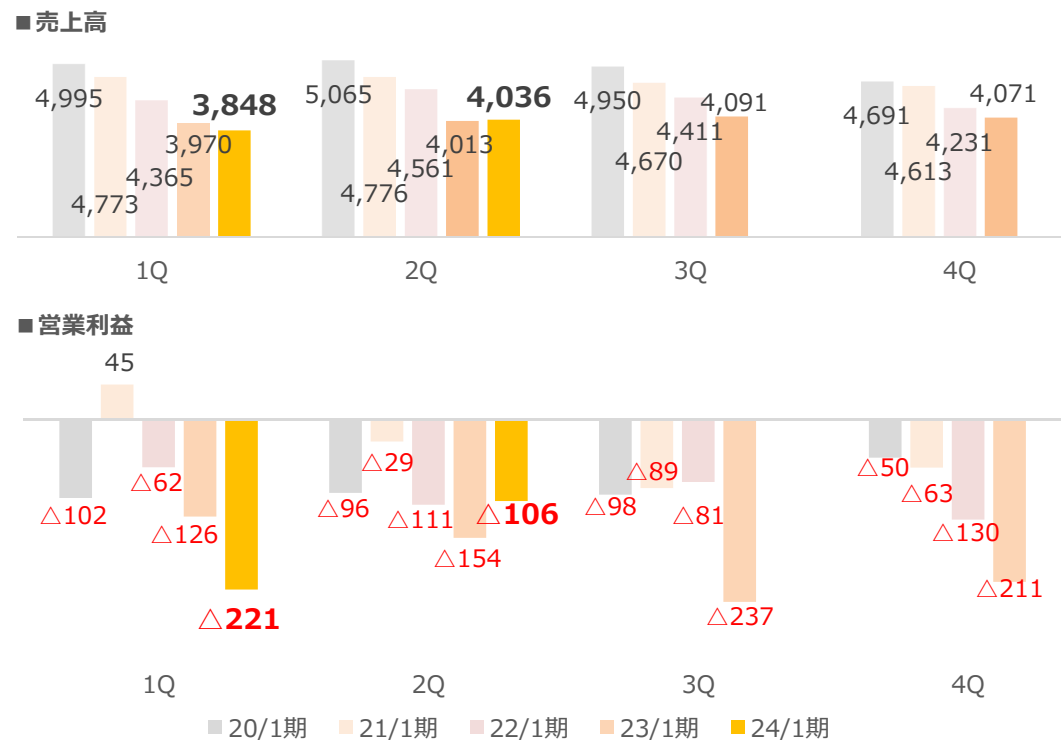
食品スーパー事業

2Q計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

(単位：百万円)



前年同期比 売上高**99**百万円**減** ($\Delta 1.2\%$)、営業利益**47**百万円**減**

- ・競争激化の継続や物価高による節約志向の高まりにより減収
- ・相次ぐ食品価格の高騰をカバーできず、粗利率が悪化
- ・コスト・コントロールを進めるも、電気代上昇などにより経費は前期並み着地。結果、営業損失は拡大
- ・一方、販促企画による客数改善や価格転嫁の浸透などにより2Q単独の業績は改善

食品スーパー事業

当期トピックス

✓「農産朝市」の開催

- 集客に向けた販促企画として、毎週火曜日に「農産朝市」を開催
- その他の曜日限定企画(寿司の日・肉の日)も随時実施

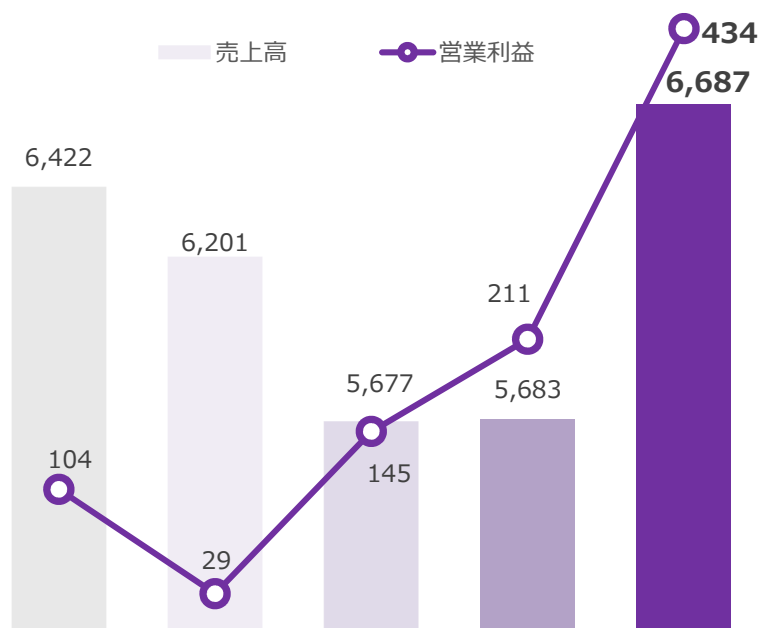


✓事業譲渡等の検討を開始

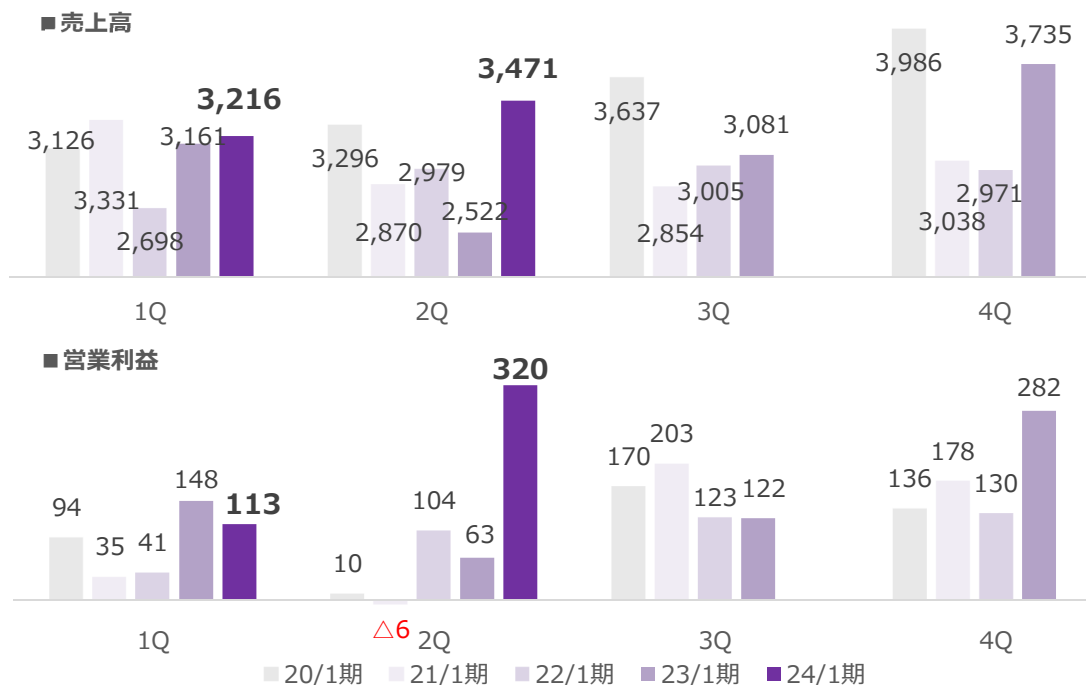
- 食品スーパー事業を構成する(株)トーホーストアの事業の一部あるいは全部を(株)バローホールディングスへ譲渡に向けた検討を開始

フードソリューション事業

2Q計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較



前年同期比 売上高**1,004**百万円増(+17.7%)、営業利益**223**百万円増(+105.4%)

- ・ 外食産業向けの調理機器やシステム販売、建築関連(特に2Qに期内完工が増加)が好調に推移し増収
- ・ 高粗利率の調理機器・システム販売の伸長に加え、建築関連は高利益率の受注が多く、粗利率改善
- ・ 経費は1Qに本社社屋の大規模修繕を実施した影響があったものの、コスト・コントロールを推進
- ・ 結果、営業利益は大幅増益を達成

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売強化

- 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の需要回復に合わせ、調理の省力化が図れる高性能調理機器の販売を強化
- 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



✓飲食店向け新装工事も好調に推移

- 需要回復に伴いニーズが高まっている、飲食店の新装・改装などへの対応も強化

サステナビリティ推進 (ハイライト)

業務用コーヒー・PB商品でのサステナビリティ

✓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

～2022年度は44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年度からトーホーコーヒーの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



✓ PB(プライベートブランド)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



2024年1月期 通期業績予想

通期連結業績予想 (上方修正)

(単位：百万円)

| | 2023年1月期 実績 | 2024年1月期 予想 (6/12発表) | 2024年1月期 修正予想 (9/6発表) | 前期比 | |
|---------------------|----------------|----------------------------|-----------------------------|---------|----------|
| | | | | 増減率 | 増減額 |
| 売上高 | 215,573 | 223,000 | 239,000 | +10.9% | +23,427 |
| 営業利益 | 3,650 | 4,500 | 6,500 | +78.1% | +2,850 |
| 経常利益 | 3,877 | 4,600 | 6,500 | +67.6% | +2,623 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 1,007 | 2,200 | 2,900 | +188.1% | +1,893 |
| 1株あたりの 当期純利益(円) | 93.59円 | 204.53円 | 269.60円 | +188.1% | +176.01円 |

修正理由

- ・前回予想の公表後も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む
- ・下期については、食品を含む諸物価の上昇の継続により、消費者の節約志向は今後徐々に強まる見込み。また、諸費用の上昇なども考慮して算出
- ・(株)トーホーストアに関する前提として、今期中は当社の資本下で事業を継続

上期・下期別 連結業績予想・進捗率

(単位：百万円)

| | 24/1期 上期 実績 | 前年 同期比 | 24/1期 下期 予想 | 前年 同期比 | 24/1期 通期 予想 | 2Q 進捗率 |
|--------------------------|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|-----------------------|-----------|
| 売上高 | 119,028 | +18.6% | 119,972 | +4.1% | 239,000 | 49.8% |
| 営業利益 | 3,682 | +196.7% | 2,818 | +17.0% | 6,500 | 56.6% |
| 経常利益 | 3,777 | +162.4% | 2,723 | +11.7% | 6,500 | 58.1% |
| 親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益 | 1,776 | +181.3% | 1,124 | +199.4% | 2,900 | 61.2% |

※下期予想は通期予想から上期実績を差し引いた予想値

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)

| | 23/1期 | 24/1期 | | | 前期増減 |
|----------------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | (実績) | 上期(実績) | 下期(計画) | 通期(計画) | |
| ディストリビューター事業 | 382 | 287 | 25 | 311 | △71 |
| キャッシュアンドキャリー事業 | 153 | 104 | 154 | 258 | +105 |
| 食品スーパー事業 | 63 | 46 | 51 | 97 | +34 |
| フードソリューション事業 | 257 | 117 | 770 | 887 | +630 |
| 小計 | 855 | 553 | 1,000 | 1,552 | +697 |
| ソフトウェア等 | 197 | 360 | 280 | 640 | +443 |
| 合計 | 1,051 | 912 | 1,280 | 2,192 | +1,141 |

減価償却費 実績および計画

(単位：百万円)

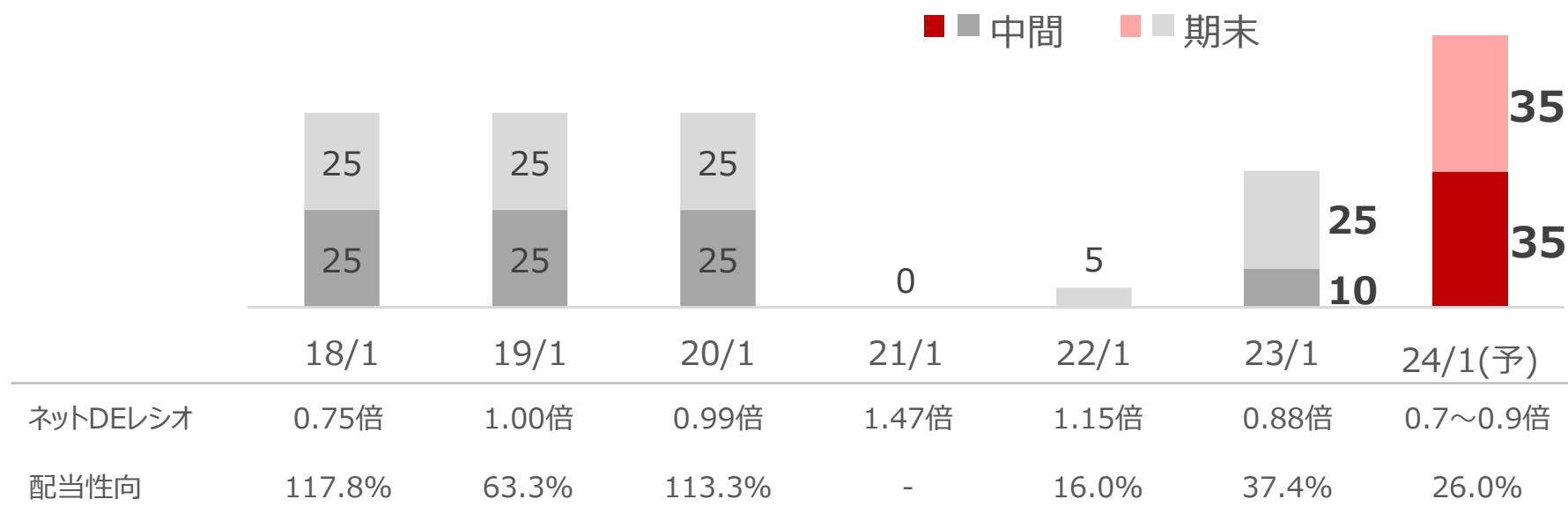
| | 2023年1月期 (実績) | 2024年1月期 (計画) | 増減 |
|-----|------------------|------------------|-----|
| 会社計 | 2,060 | 2,020 | △40 |

配当予想 (上方修正)

【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、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、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す。一方、業績回復に伴い、前期23年1月期は**年間配当35円**(中間10円、期末25円)と30円増配とさせていただきます。

当期(24年1月期)の経営環境も継続して改善したことから、前期から35円増となる**年間配当70円**(中間35円、期末35円)と3期連続の増配とし、額としては過去最高を見込んでおります。

下期トピックス

ディストリビューター事業

- ・引き続き外食産業の回復が続くと想定されるなか、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
- ・下期も総合展示商談会を1会場(8月:神戸)で開催。各地域で中小規模の展示会も積極開催
- ・沖縄県下のDTB事業、C&C事業を統合した、「(株)トーホー沖縄」が始動(8月)
 - 地元の人材採用や食材発掘などエリア戦略の強化により、沖縄県のシェア拡大を図る

キャッシュアンドキャリー事業

- ・毎年好評の「北海道フェア」などの販促企画を通して、引き続き中小飲食店への商品提案を強化
- ・下期、展示商談会は4会場で開催予定
- ・11月にFCの2店舗目をオープン(長崎県五島市)、新たな成長の柱としてFC事業の育成を推進
- ・下期の改装は3店舗を予定

フードソリューション事業

- ・外食産業へ更に貢献するため、グループシナジーを活かした「トータルサポート機能」を強化
- ・特に需要回復の一方、人手不足が深刻な外食産業へ引き続き、業務用調理機器、業務支援システムの販売に注力

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。

参考資料

- ・中期経営計画最終年度の取り組み
- ・サステナビリティ推進

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

| | |
|-------------------|------------------|
| 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

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
- ・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

サステナビリティ推進

サステナビリティ推進

美味しくて、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13名中、7名が社外独立役員
- ・ 女性役員2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」の実施
- ～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
- ～2022年度は44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年度からトーホーコーヒーの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



✓4年振りとなる「子ども参観日」をリアル開催(2023年8月)

- ～従業員のお子様・お孫様を本社に招待し、「親(祖父母)が働く職場や仕事」をより身近に感じてもらい、子どもたちの勤労観・職業観の育成、家族の絆を深める
- ～4年振りのリアル開催となった2023年は過去最多となる29名のお子様・お孫様が参加



サステナビリティ推進

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年は神戸市内の小学校3校で実施