

食を通して社会に貢献する

**toho**

2025年1月期第3四半期  
**決算説明資料**

---

2024年12月12日

株式会社 **トホー**

(東証プライム 8142)



# 目次

## 会社案内

### 2025年1月期第3四半期 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

### 2025年1月期第3四半期 セグメント別の概況

### 2025年1月期 業績予想

- ・通期連結業績予想、通期進捗率
- ・配当予想

## 参考資料

- ・サステナビリティ推進
- ・中期経営計画「SHIFT-UP 2027」

## 会社案内

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	： 2,449億円(2024年1月期)					
代	表	者	： 代表取締役社長 古賀 裕之					
連	結	従	業	員	数	： 4,265名 (2024年7月31日現在)		
						(正社員数2,489名、パートタイマー等1,776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	フ	〇	会	社	数	： 22社 (2024年10月末現在)
								( 当 社 除 く )

# 「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。

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。

## 会社案内 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(ディストリビューター事業)に本格的に参入**
- 1960年 4月 ● **トーホーストア1号店(食品スーパー事業)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(キャッシュアンドキャリー事業)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
- 2024年11月 ● 食品スーパー事業全店舗の営業終了

# 会社案内 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。



**13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。



**95店舗(30都府県)**

## 食品スーパー(FSM)事業

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。事業を構成する(株)トーホーストアについては、当期中に事業撤退することを決定しており、店舗の事業譲渡並びに閉鎖を進めております。



### 4店舗(兵庫県南部)

※2024年11月21日をもって、当該4店舗を含む、全ての店舗の営業が終了しております

## フードソリューション(FSL)事業

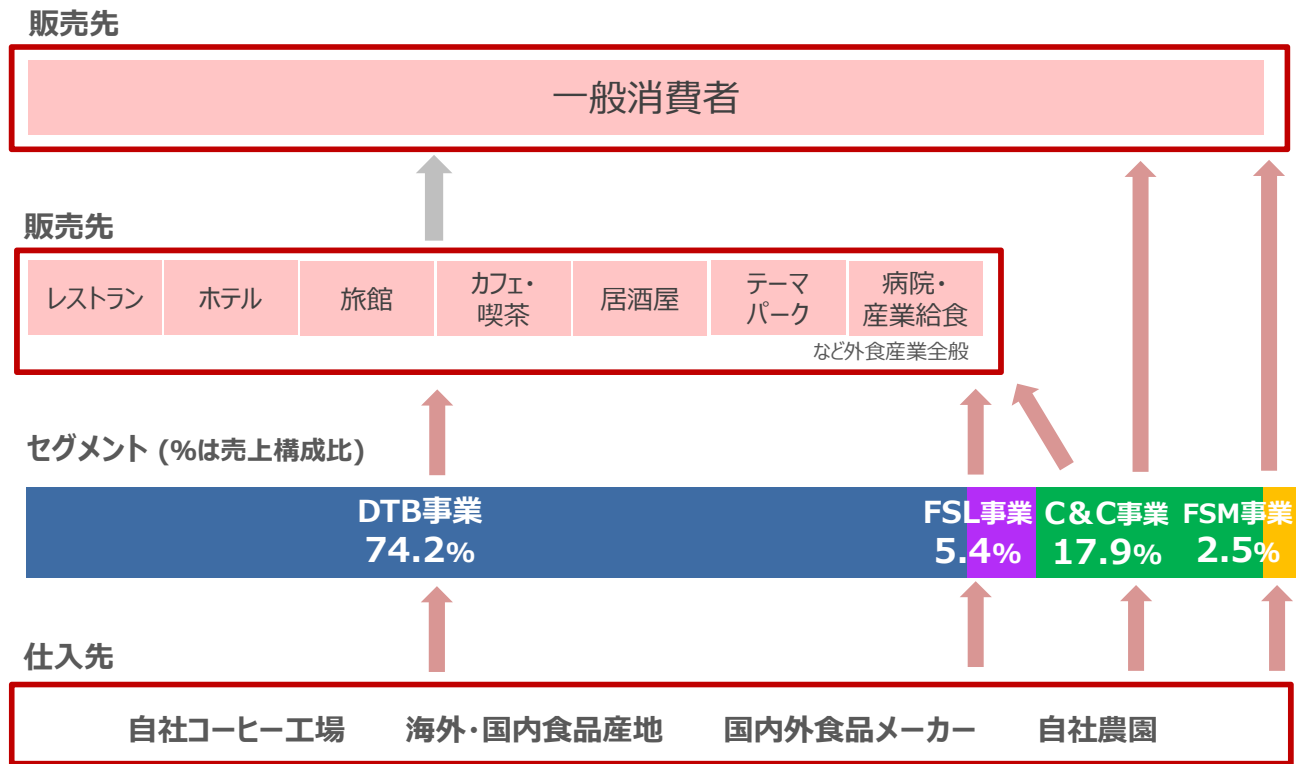
飲食店に向けた業務支援システム、品質管理、業務用調理機器、総合建設請負、店舗内装設計・施工など、外食ビジネスをトータルにサポートする様々なソリューションを提供しています。



**8社32事業所**

※社数、事業所数は2024年10月末現在

## 会社案内 商流図



※「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、2025年1月期3Q時点(小数点以下第2位を四捨五入)

# 会社案内 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れを行っています。

## PB(プライベートブランド)商品



### 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。



売上高構成比

約 **10** %

### 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様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。



## 会社案内 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&amp;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 沖縄
2023年度 国内市場規模	地域別 市場規模	3,950,700	1,716,300	624,600	669,200	260,100	385,100
2024/1期 当社グループ 実績	売上高	205,511	60,117	7,509	52,784	16,881	68,220
	市場シェア	5.2%	3.5%	1.2%	7.9%	6.5%	17.7%

※海外を含むDTB+C&amp;Cの24年1月期売上高は216,388百万円

※業務用食品卸の市場規模は、日本食糧新聞社調べ(2024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295,400百万円

## 2025年1月期第3四半期 決算の概要

## 決算ハイライト

3Q実績

売上高	:	181,875 百万円	(+0.4%)
営業利益	:	5,298 百万円	(△10.0%)
親会社株主に帰属する 四半期純利益	:	3,308 百万円	(+1.3%)

売上高はDTB事業が牽引し、前年同期比で増収(+0.4%)、営業利益は食品スーパー事業の営業損失の拡大に加え、為替の影響もあり減益(△10.0%)

(前年同期増減 売上高：+6 億円、営業利益：△5 億円) ※億円未満切り捨て

- 食品スーパー事業からの撤退を進めるなど減収要因はあるも、インバウンド需要の活況等を背景に国内外食産業への販売は堅調に推移し、増収
- 一方、食品スーパー事業の撤退の影響や業務用調理機器の輸入での円安による粗利率の低下、加えて人件費の増加や運賃等の値上げの影響もあり営業利益は減益
- 親会社株主に帰属する四半期純利益は食品スーパー事業撤退スキームの一部変更に伴い、前期に計上した引当金の戻入を行ったことなどで増益

食品スーパー事業除く

売上高：177,287 百万円 (+4.6%)

※25/1期 食品スーパー-期初店舗数 24店舗  
3Q末時点店舗数 4店舗

営業利益：6,022 百万円 (△5.5%)

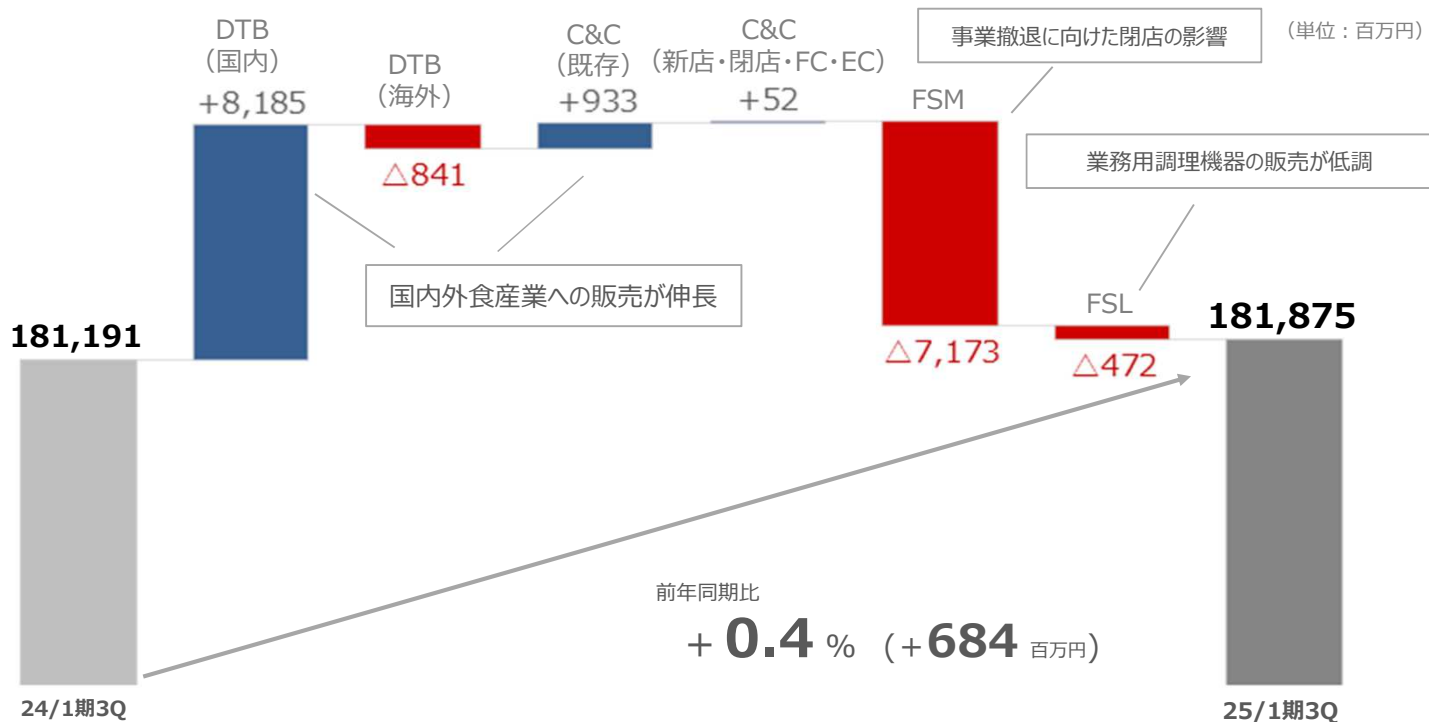
## 連結損益計算書

(単位：百万円)

	前期3Q (2024年1月期)		当期3Q (2025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	181,191		181,875		+0.4%	+684
売上総利益(粗利)	37,016	20.43%	36,696	20.18%	△0.9%	△320
販売管理費	31,129	17.18%	31,398	17.26%	+0.9%	+269
営業利益	5,887	3.25%	5,298	2.91%	△10.0%	△589
経常利益	6,016	3.32%	5,488	3.02%	△8.8%	△529
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,265	1.80%	3,308	1.82%	+1.3%	+43

# 売上高の増減要因 (3Q累計)

食品スーパー事業の店舗減少に加え、DTB事業の海外売上やFSL事業の業務用調理機器の販売が振るわなかったものの、国内の外食産業への販売は堅調に推移し、増収。



# 四半期別 売上高推移(5期比較)

前年同期比：+4.9% (+2,859)

(※食品スーパー事業除く)

前年同期比：+7.8% (+4,256)

前年同期比：△1.1% (△692)

(※食品スーパー事業除く)

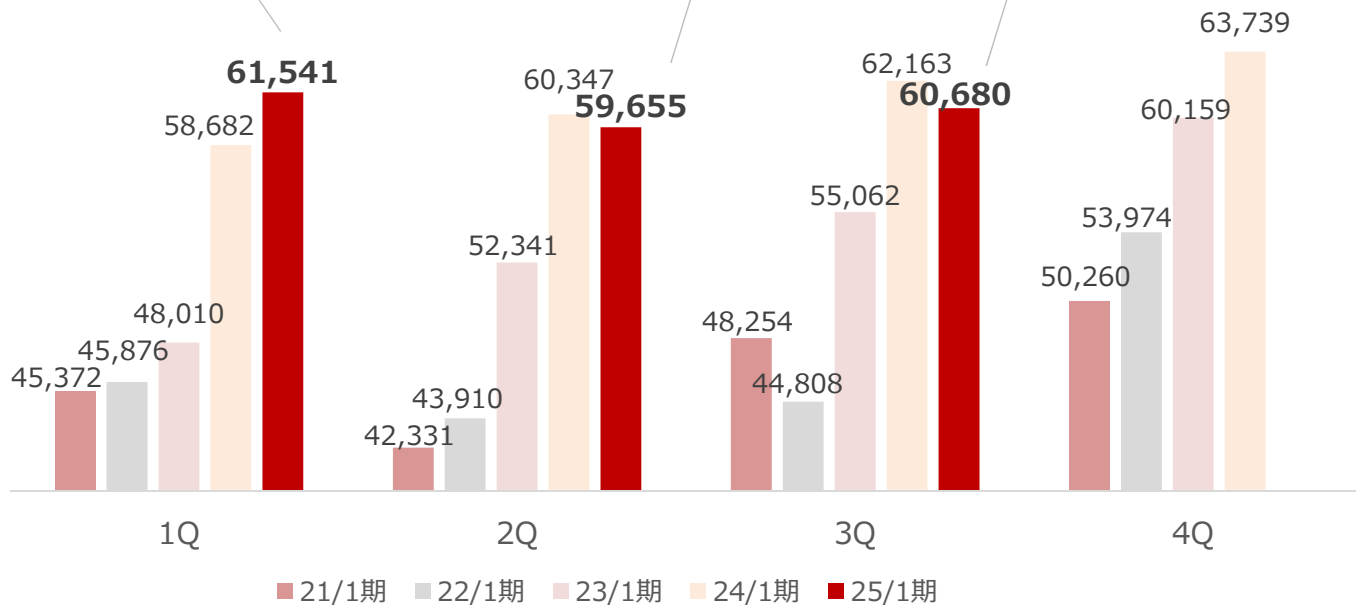
前年同期比：+3.4% (+1,909)

前年同期比：△2.4% (△1,483)

(※食品スーパー事業除く)

前年同期比：+2.9% (+1,692)

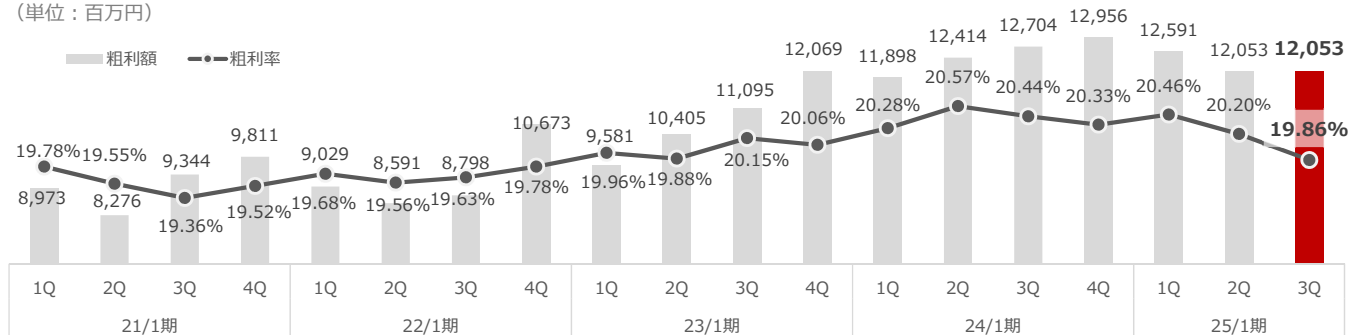
(単位：百万円)



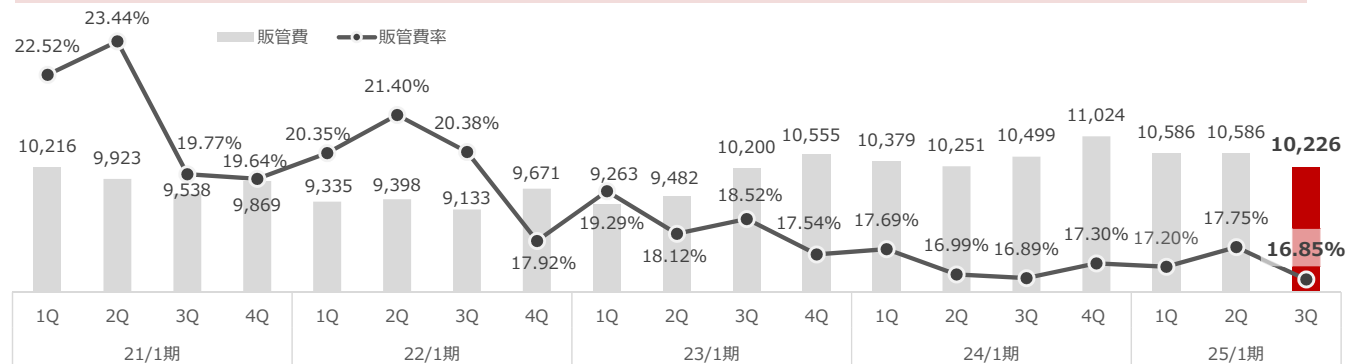
## 四半期別 粗利額・販管費推移 (5期比較)

- **粗利額** 比較的粗利率の高い食品スーパー事業の撤退が進んだことや海外売上、及び業務用調理機器販売の不振が影響し、第2四半期単体と比較し粗利率は低下

(単位：百万円)



- **販管費** 食品スーパー事業の撤退が進んだことにより、第2四半期単体と比較し販管費は減少



## 販管費比較 (3Q累計)

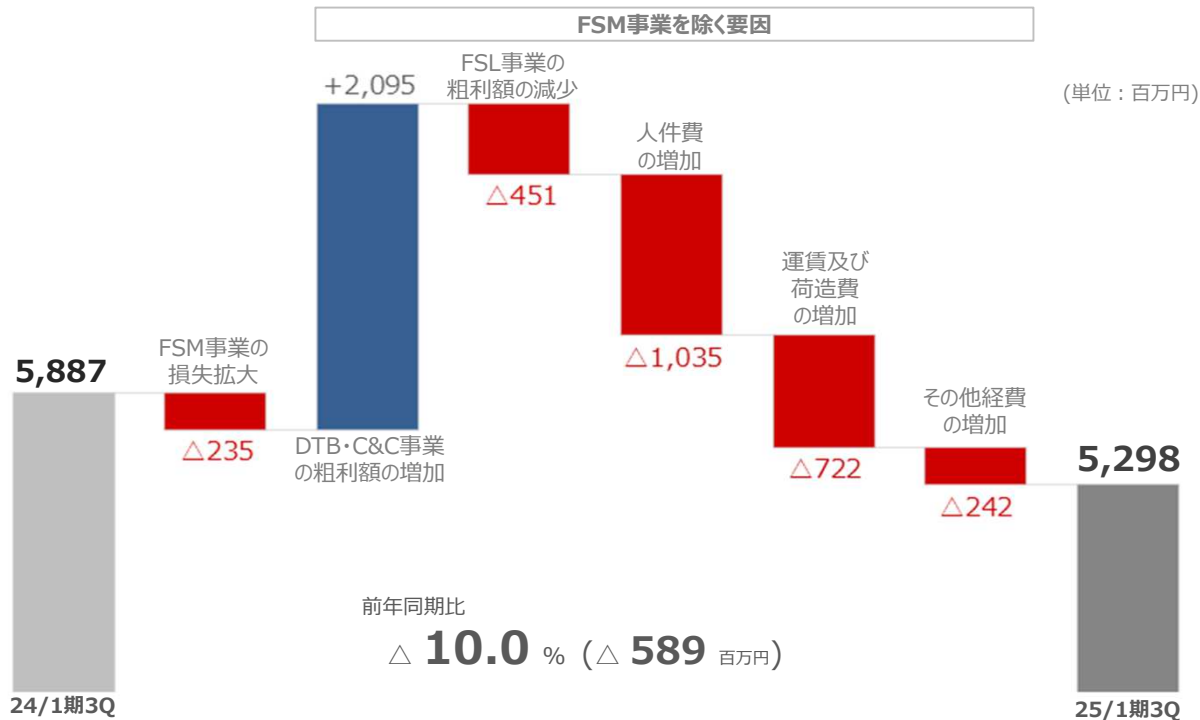
(単位：百万円)

	前期3Q (2024年1月期)		対売	当期3Q (2025年1月期)		対売	前年同期比	
							増減率	増減額
売 上 高	181,191			181,875			+0.4%	+684
売 上 総 利 益	37,016	20.43%		36,696	20.18%		△0.9%	△320
人 件 費	15,259	8.42%		15,423	8.48%		+1.1%	+164
運 賃 及 び 荷 造 費	4,323	2.39%		5,045	2.77%		+16.7%	+722
販 売 促 進 費	778	0.43%		740	0.41%		△4.9%	△38
貸 倒 引 当 金 繰 入 額	48	0.03%		△19	-		↓	△66
旅 費 及 び 交 通 費	861	0.48%		889	0.49%		+3.2%	+28
水 道 光 熱 費	1,538	0.85%		1,376	0.76%		△10.5%	△162
リ - ス 料	718	0.40%		728	0.40%		+1.3%	+10
減 価 償 却 費	1,408	0.78%		1,361	0.75%		△3.3%	△46
地 代 家 賃	2,563	1.41%		2,365	1.30%		△7.7%	△198
その他 (のれん償却含む)	3,633	2.01%		3,489	1.92%		△4.0%	△144
<b>販 売 管 理 費 計</b>	<b>31,129</b>	<b>17.18%</b>		<b>31,398</b>	<b>17.26%</b>		<b>+0.9%</b>	<b>+269</b>
営 業 利 益	5,887	3.25%		5,298	2.91%		△10.0%	△589



# 営業利益の増減要因

食品スーパー事業の撤退に伴う営業損失の拡大に加え、FSL事業において業務用調理機器販売が円安の影響などにより粗利額を押し下げ、経費の増加を吸収できず減益。



# 四半期別 営業利益推移(5期比較)

(単位: 百万円)

前年同期比: **+32.0%** (+486)

(※食品スーパー事業除く)

前年同期比: +28.7% (+499)

前年同期比: **△32.2%** (△697)

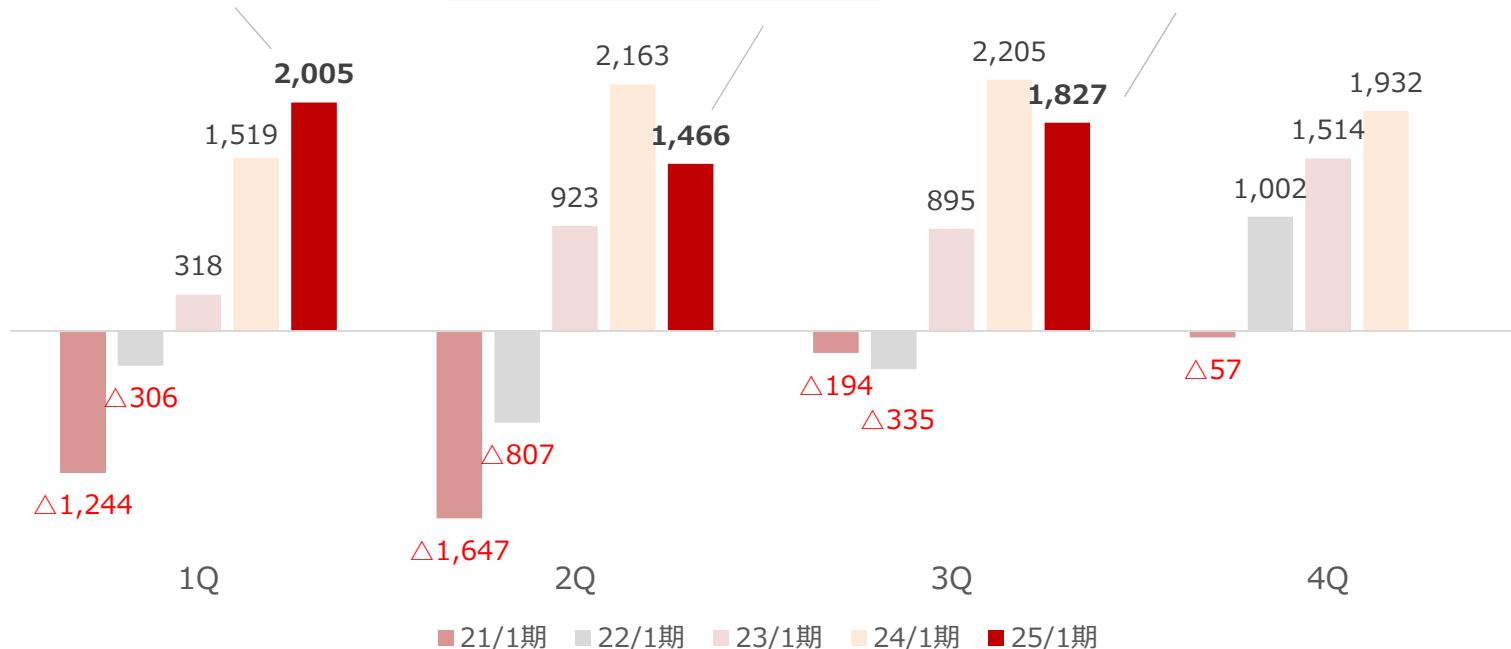
(※食品スーパー事業除く)

前年同期比: △23.8% (△541)

前年同期比: **△17.1%** (△378)

(※食品スーパー事業除く)

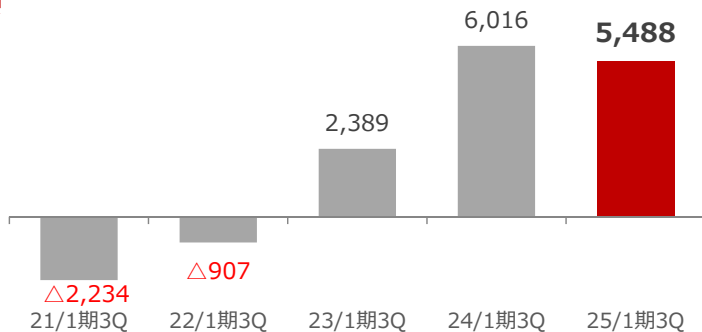
前年同期比: △13.2% (△312)



# 経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益

## 経常利益

(単位：百万円)

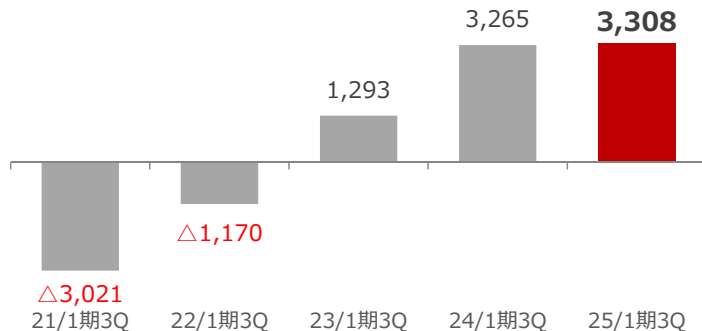


前年同期比

△**8.8%** (△529 百万円)

## 親会社株主に帰属する四半期純利益

(単位：百万円)



前年同期比

+**1.3%** (+43 百万円)

## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024/1期 期末	2025/1期 3Q末	増減額	主な増減要因	
流動資産	45,526	48,770	+3,244	受取手形、売掛金及び契約資産 棚卸資産	+2,008 +1,447
固定資産	42,772	42,463	△309	投資有価証券 敷金	△481 △273
資産合計	88,297	91,233	+2,935		
流動負債	44,476	46,176	+1,700	支払手形及び買掛金 短期借入金	+1,760 △70
固定負債	16,257	15,585	△672	長期借入金	△750
負債合計	60,734	61,761	+1,027		
純資産合計	27,564	29,472	+1,908	利益剰余金 為替換算調整勘定	+2,123 +204
負債・純資産合計	88,297	91,233	+2,935		

## 2025年1月期第3四半期 セグメント別の概況

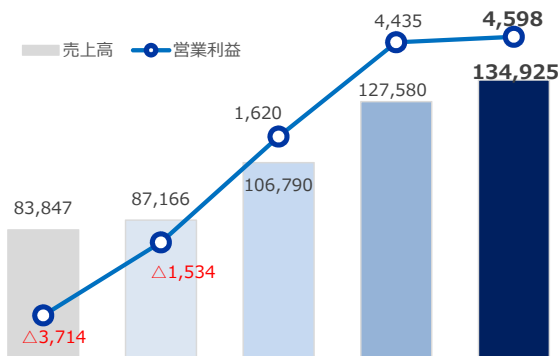
## セグメント別業績

※()内は前年同期増減率。  
ただし、営業損失の場合は前年同期の実績を記載

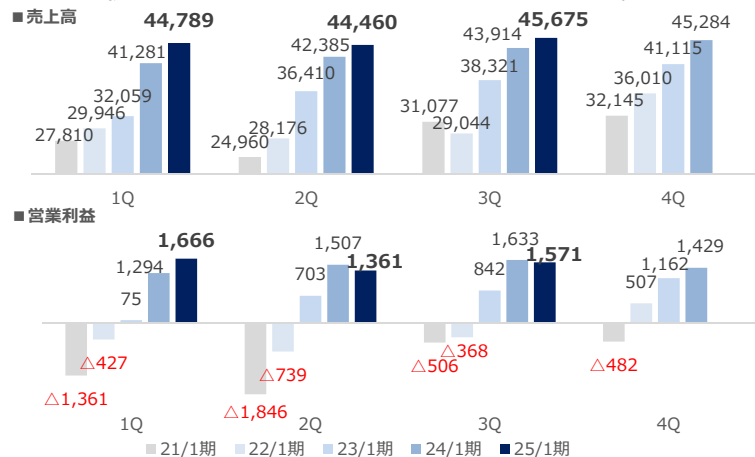
ディストリビューター	<p><b>国内ではインバウンド需要の活況等を背景に外食産業への販売が堅調。既存得意先のシェア拡大や新規得意先開拓が進み、増収・増益</b></p> <p>売上高： 134,925 百万円 (+5.8%)</p> <p>営業利益： 4,598 百万円 (+3.7%)</p>
キャッシュアンドキャリー	<p><b>飲食店への販売が堅調に推移し、売上、粗利額ともに増加したが、経費の増加を吸収できず減益</b></p> <p>売上高： 32,526 百万円 (+3.1%)</p> <p>営業利益： 1,119 百万円 (△10.7%)</p>
食品スーパー	<p><b>事業撤退に向けた店舗譲渡と閉鎖により、減収・減益 (前年同期比25店舗減)</b></p> <p>売上高： 4,588 百万円 (△61.0%)</p> <p>営業利益： △724 百万円 (前年同期実績△489)</p>
フードソリューション	<p><b>業務用調理機器販売において、一部の機器の売上が振るわず、加えて為替の影響により粗利率も低下し、減収・減益</b></p> <p>売上高： 9,837 百万円 (△4.6%)</p> <p>営業利益： 305 百万円 (△55.6%)</p>

# ディストリビューター事業

## 3Q 売上高/営業利益 5期比較



## 四半期毎比較

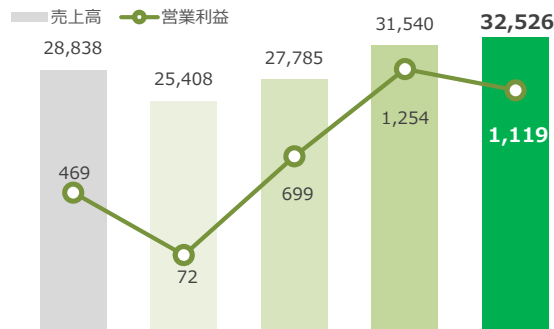


前年同期比 売上高**7,344**百万円増(+5.8%)、営業利益**163**百万円増(+3.7%)

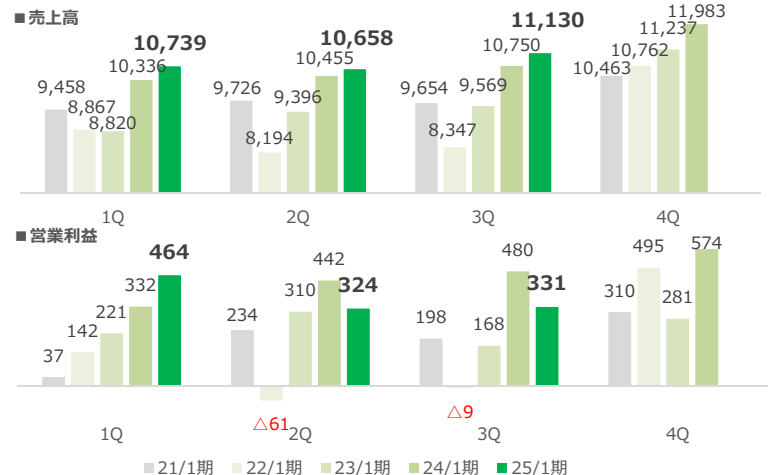
- ・海外の売上は振るわなかったものの国内ではインバウンド需要の活況等を背景に、  
 外食産業への販売は堅調に推移
- ・各地で開業したホテルや商業施設など新規得意先の開拓も奏功
- ・粗利率はPB商品の販売強化などにより改善(p25参照)
- ・人件費や運賃等は増加するものの、増収と粗利率改善による粗利額の増加が経費の増加を吸収し、  
 営業利益は増益。前年同期に続き3Q累計でのセグメント最高益を更新

# キャッシュアンドキャリー事業

## 3Q 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**985**百万円**増**(+3.1%)、営業利益**135**百万円**減**(△10.7%)

- ・主要顧客である中小飲食店への販売は堅調に推移
- ・粗利率はPB商品の販売強化や販促方法の変更などにより改善(p25参照)
- ・増収及び粗利率改善により粗利額は増加したものの、人件費や運賃等の経費増加分を吸収できず営業利益は減益



## DTBおよびC&amp;C事業 / 業務用PB商品の売上構成比

中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027

## 新たな成長ステージへの変革

プライベートブランド(PB)商品強化

## ■当社グループPB(プライベート)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

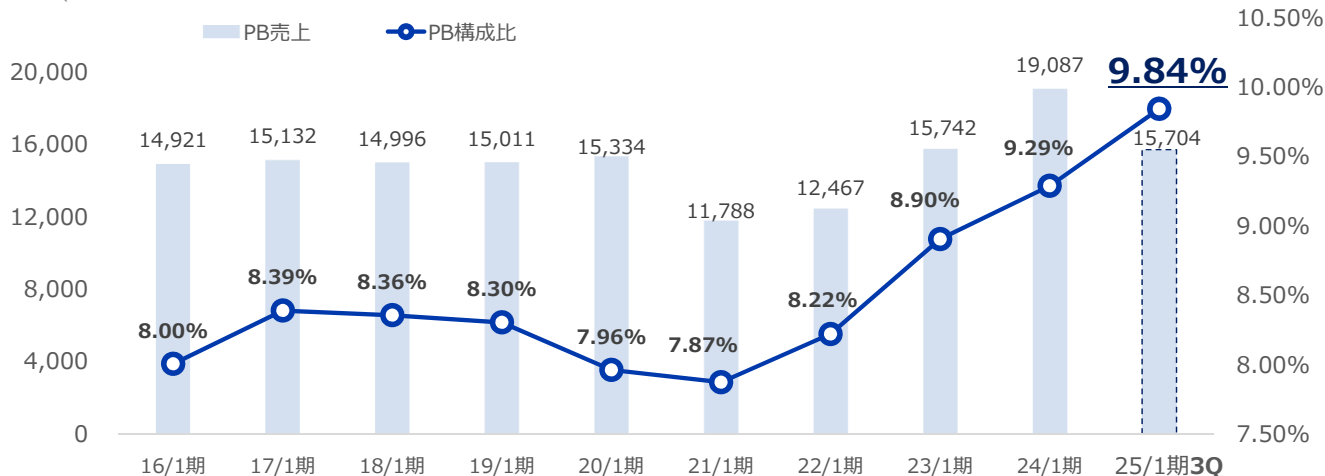


近年、特に販売に注力している業務用PB(プライベートブランド)商品の売上構成比は着実に上昇。一つの目標としている10%が視野に入る

## ●直近10期における業務用PB商品の状況

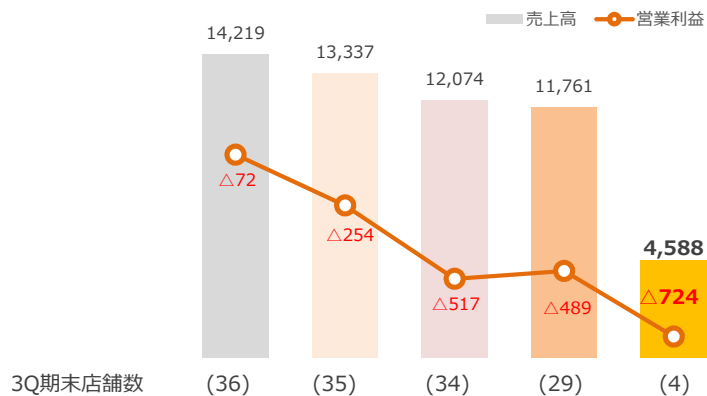
(単位：百万円)

※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事業の売上高に占めるPB商品の構成比



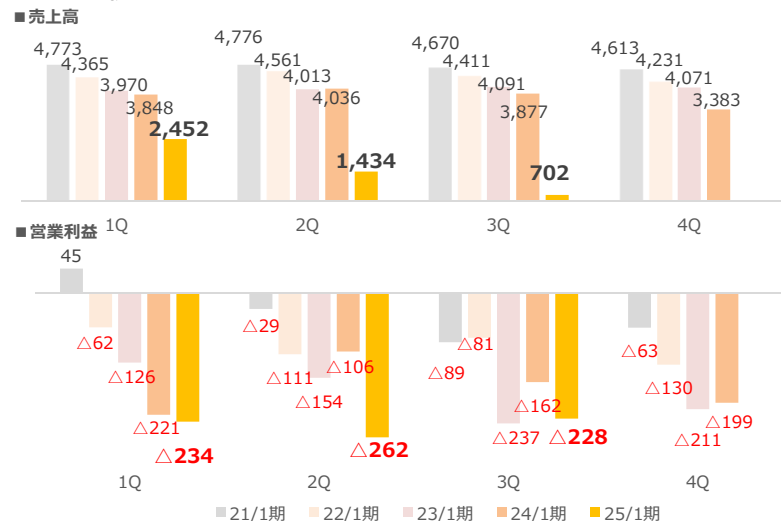
## 食品スーパー事業

## 3Q 売上高/営業利益 5期比較



## 四半期毎比較

(単位：百万円)



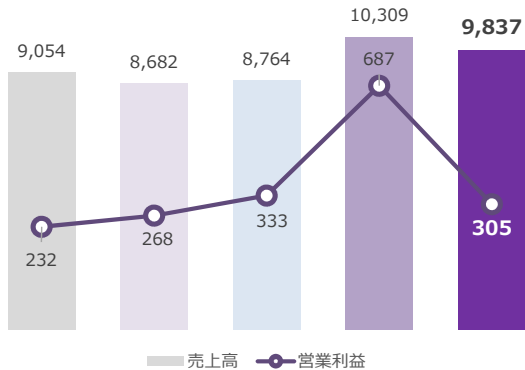
前年同期比 売上高**7,173百万円減**(△61.0%)、営業損失**235百万円拡大**

・事業撤退に伴い、前年同期と比較し、25店舗減少

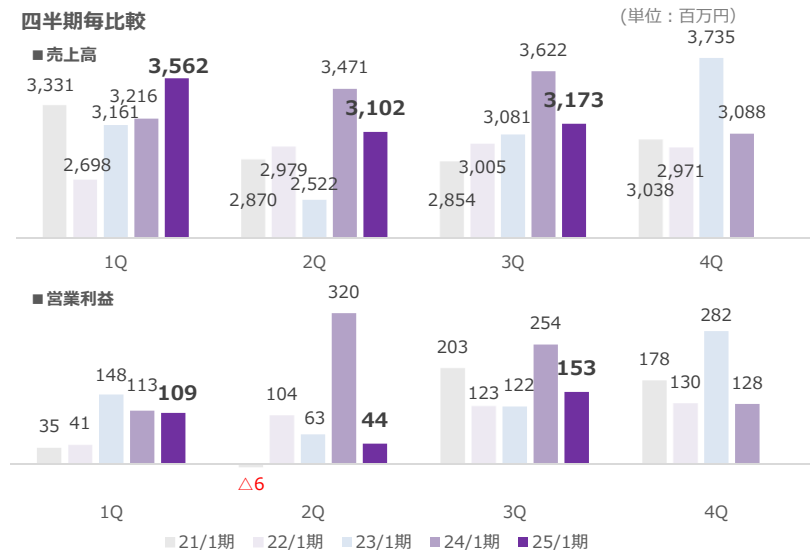
※3Q末時点の営業店舗数は4店舗。尚、11月21日をもって、当該4店舗を含む、当事業部門全ての店舗の営業が終了しております

# フードソリューション事業

## 3Q 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**472**百万円減(△4.6%)、営業利益**382**百万円減(△55.6%)

- ・業務用調理機器販売において、一部の機器の切替対応の遅れなどにより、減収。
- ・円安の影響で粗利率も低下したことにより、営業利益は減益

## 2025年1月期 業績予想

## 通期連結業績予想(修正なし)

(単位：百万円)

	2024年1月期 実績	2025年1月期 修正予想 (9/10発表)	前期比	
			増減率	増減額
売上高	244,930	246,000	+0.4%	+1,070
営業利益	7,819	7,300	△6.6%	△518
経常利益	7,971	7,500	△5.9%	△471
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,605	4,400	+22.0%	+795
1株あたりの 当期純利益(円)	335.15円	409.06円	-	+73.90円

# 通期業績予想に対する進捗率(3Q時点)

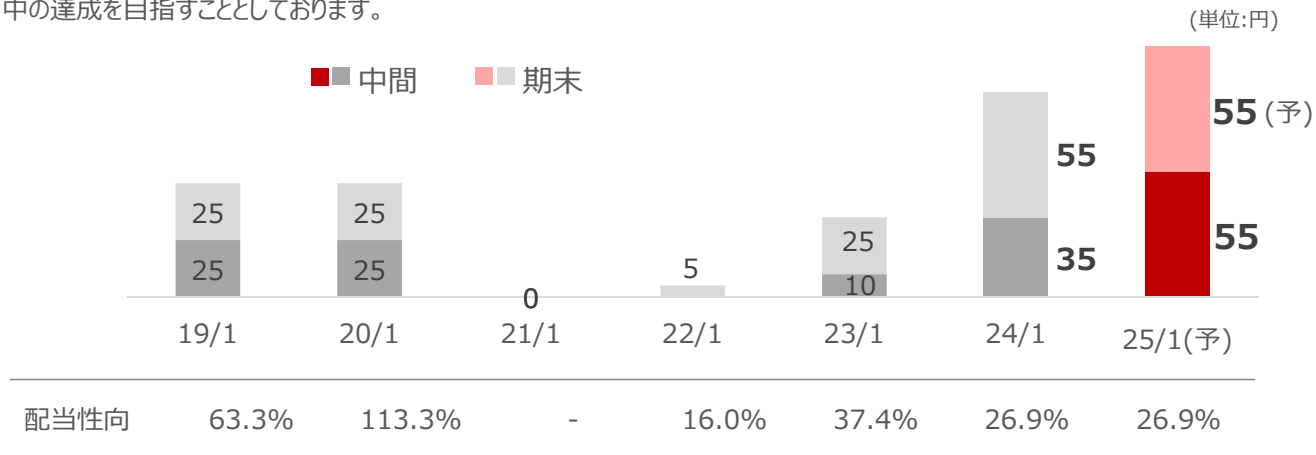
(単位：百万円)

	2025年1月期 3Q実績	2025年1月期 通期予想 (9/10発表)	進捗率
売上高	181,875	246,000	73.9%
営業利益	5,298	7,300	72.6%
経常利益	5,488	7,500	73.2%
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	3,308	4,400	75.2%

# 配当予想(修正なし)

## 【利益配分に関する基本方針】

当社は従来から安定配当を実施しており、適正と考える資本構成のもと、連結業績を基準に中期的に配当性向40%を目途に株主の皆様へ還元させていただきたいと考えております。なお、配当性向40%は新中期経営計画（3カ年計画）中の達成を目指すこととしております。



業績回復に伴い、23年1月期は**年間配当35円**(中間10円、期末25円)、24年1月期は55円増配し、**年間配当90円**(中間35円、期末55円)とさせていただきました。

当期(25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110円**(中間55円、期末55円)と4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。

食を通して社会に貢献する

toho

株式会社 トーホー

【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四捨五入して表記しております。



## 参考資料

## サステナビリティ推進 (ハイライト)

サステナビリティ方針の具体化「美味しく、安心・安全な食の提供」

### 持続可能な社会の実現に貢献するため、サステナブルフードの取り扱いを強化

#### toho グループ プライベートブランド商品 サステナブルフード一例



#### toho coffee

有機栽培 & フェアトレードの W認証コーヒー。

環境と社会に配慮



#### EAST BEE Fine Quality

#### プラントベースハンバーグ

動物性原材料不使用、専用に調達した大豆たんぱくを使用。



環境に配慮

※写真は調理イメージです。



#### EAST BEE

#### 海老フライ (BAP)

BAP認証を取得した海老を使用。



環境と社会に配慮

※写真は調理イメージです。



#### BAP 骨取り白身魚 (パンガシウス) フィール

BAP認証を取得した白身魚 (パンガシウス)。



環境と社会に配慮

#### 食品ロス削減に貢献



※写真は盛り付けイメージです。本品はカットされていません。

#### EAST BEE Fine Quality

#### フリーカットケーキ ショコラバナナ

外皮の傷や熟度などを理由に、捨てざるを得なくなったバナナを削減する株式会社ドールのプロジェクトである“もったいないバナナ”を原料の一部に使用。



#### EAST BEE

#### カットマト (テトラパック)

リサイクルも可能なテトラパックを使用。

環境に配慮

## サステナビリティ推進 (ハイライト)

### 持続可能な社会の実現に貢献するため、サステナブルフードの取り扱いを強化

#### ✓ フェアトレードコーヒーの販売推進

～2003年からフェアトレードコーヒーの焙煎と販売を開始し、2023年度の販売量は44トン

～2024年は売上も順調に推移し、販売量は前年同期比で134%で進捗（2024年10月現在）

～2024年5月には「世界フェアトレード・デー」に併せてフェアトレード普及のための販促活動を実施



フェアトレードコーヒー  
販売量 134%アップで進捗  
(2024年10月現在)

#### ✓ A-プライス 17店舗でコーヒーの量り売りをスタート

～当期からスペシャルティコーヒーなどを必要な量だけご購入いただけるコーヒー豆の量り売り販売をA-プライス17店舗でスタート

～必要な量だけを購入できるため食品ロス削減にも貢献

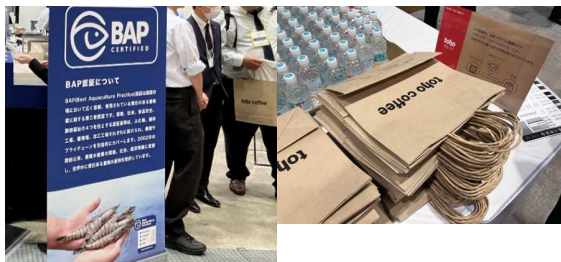


#### ✓ 展示商談会でクローズド・リサイクル紙袋の使用を開始

～自社で排出したダンボールを原料とした古紙100%のクローズド・リサイクルの紙袋を作成

※クローズド・リサイクルとは、自社で発生した使用済みの素材を、再び自社において再利用すること

～2024年度に(株)トーホーフードサービスや(株)トーホーキャッシュアンドキャリーなどで開催された 展示商談会会場にてお客様に配布を開始



# サステナビリティ推進 (ハイライト)

## 初！「トーホーグループ」サステナウィーク2024を開催

グループ内でのサステナビリティへの理解を更に深めるとともに、当社グループが取り扱うサステナブルフードの販売を通じて、お客様にも当社グループの取り組みを知っていただくことを目的に開催。

toho グループ

未来に「食」をつなげる  
未来につながる「食」を選ぼう

トーホーグループは、「美味しさ」そして「安心・安全」「健康」「環境」に配慮した「食品」と「サービス」を提供し、持続可能な社会に貢献します。

2024 10.28 NOV - 11.04 NOV  
トーホーグループ サステナウィーク 2024

toho一楽-      toho アスピト      toho トーホーファミ      toho システムコンサルティング  
 toho トーホーフードサービス      toho トーホー汁屋      toho 露代商店      toho エフ・エム・アイ  
 toho トーホーキャジュアル&キッチン      toho トーホー・北関東      toho 餅ヶ屋      toho 昭和製菓株式会社  
 toho トーホーストア      toho トーホー・エコストラヴ      toho トーホーウイング      toho 興業食品株式会社  
 toho トーホーセレクトサービス

A-PRICE      せなちば      NISSHOKU      しまつゆ      新井田

### 取り組み内容

- ① 事業所等で、社内外に向けてサステナビリティ啓発ポスターの掲示
- ② サステナビリティに関する国内グループ従業員向け教育の実施
- ③ お客様へのサステナブルフードのご案内



A-プライス店内での案内



パンフレットでの案内

参考資料

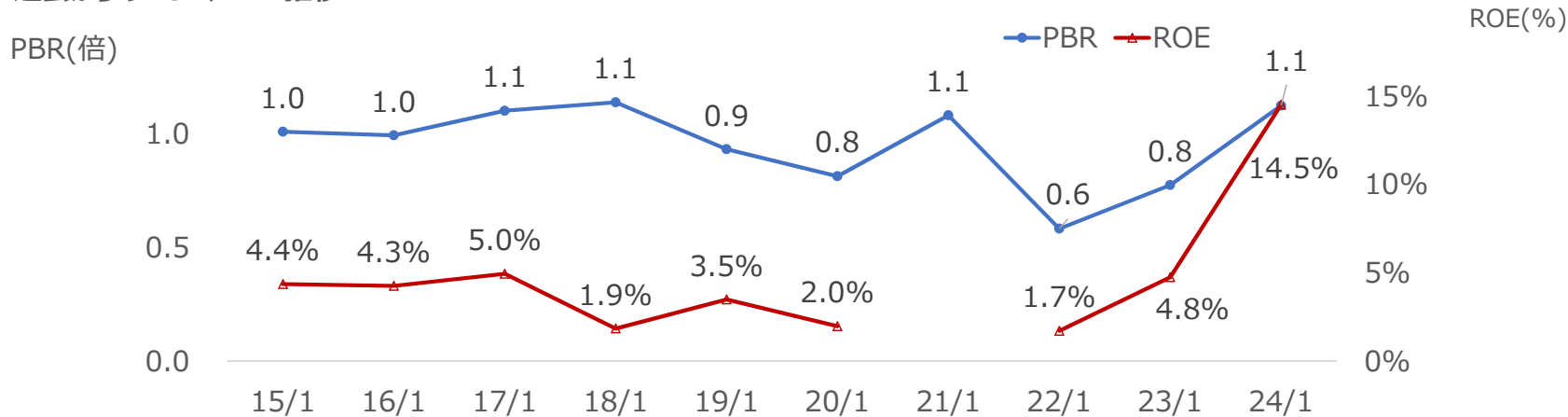
**中期経営計画「SHIFT-UP 2027」**

2024年3月11日公表

(抜粋)

## 中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027

## 過去からのROE、PBR推移



## ROE

2018年1月期以降・・・ROE低下

- ・ 戦略的M&A投資(先行投資)
- ・ 加えてコロナ禍による大幅減益(2021年1月期純損失)



2022年1月期以降・・・継続的にROE改善

- ・ コロナ禍からの回復
- ・ コロナ禍で進めた体質強化 ➡ 利益の改善

## PBR

2019年1月期以降・・・PBR1倍以下

- ・ 中期的な戦略の具体化のためのM&A投資の影響
- ・ 中期的な戦略及びその進捗の情報発信不足
- ・ コロナ禍の影響に伴う減配



2024年1月期・・・PBR1倍超

- ・ ROEの大幅改善

2030年 長期ビジョン

日本、そして海外の外食ビジネスの発展に貢献する企業グループを目指す

2030年1月期 売上高3,000億円

# SHIFT-UP 2027

**2027年1月期**

売上高2,650億円

当期純利益45億円

ROE 10.0%以上

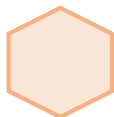
PBR 1.0倍以上

新たな成長ステージへの変革

サステナビリティ経営の推進

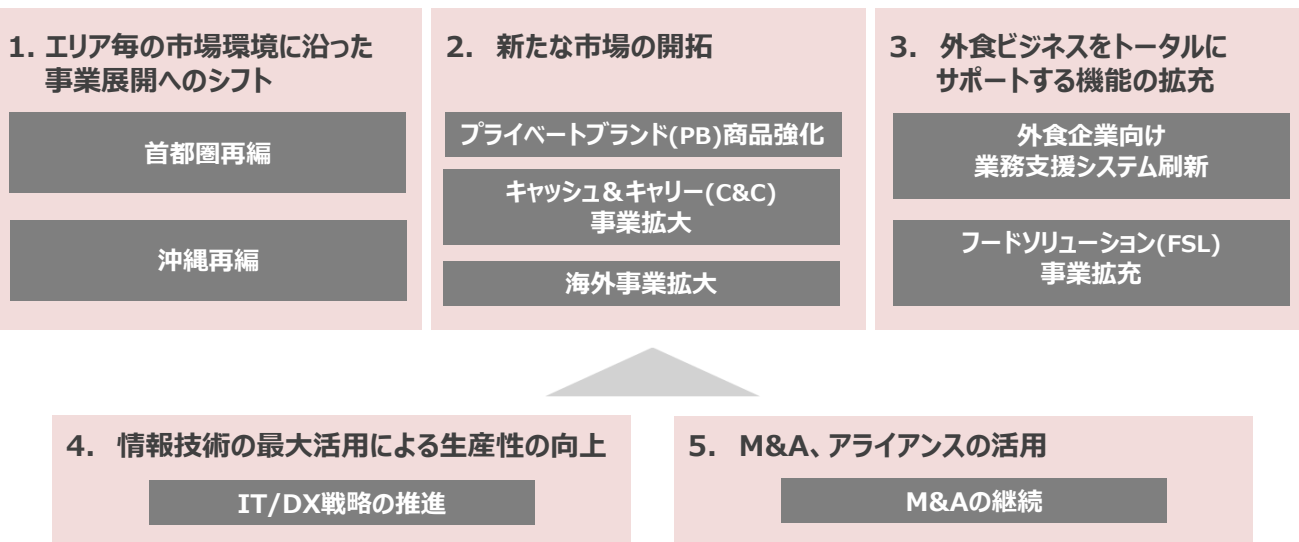
企業認知度の向上と株主還元の継続

## 中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027



## 新たな成長ステージへの変革

事業の安定的な成長並びに一層の収益力の向上(ROE改善)に向け、次のテーマに関して取り組み、新たな成長ステージへの変革を実現してまいります。





## 中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027



### サステナビリティ経営の推進

当社グループは、食品とそれに関連するサービスを提供する企業グループとしての責任を自覚し、食を通して「社員・従業員」「お客様」「取引先様」「株主様」そして「地域社会」の5人のステークホルダーを豊かにする企業活動を実践し、“持続可能な社会の実現”と“事業の安定的な成長”を目指すためサステナビリティ方針を掲げています。

サステナビリティ方針の具体化を目指し、長期的な目標として次の内容を掲げその達成を目指してまいります。

### 2030年までの目標

#### 美味しく、安心・安全な食の提供

- グループに起因する食品事故ゼロ
- サステナブルフード開発強化

#### 持続可能な経営の継続

- ガバナンスの更なる強化

#### 未来へ繋げるための環境対策の取り組み

- 2030年度のCO2排出量を2013年度比で46%削減 (Scope1,2)

#### 個性の尊重と能力を発揮できる組織の構築

- 従業員エンゲージメント向上
- 健康経営の深化
- ダイバーシティの推進
- 自律的なキャリア形成支援の継続・充実

#### 地域社会発展への貢献

- 食を通して豊かな地域づくりに貢献する活動の継続

# 中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027



## 企業認知度の向上と株主還元の継続

### 企業認知度の向上

IR機会の拡大、適時適切な情報開示の強化等により企業認知度の向上を図り、適正な株価形成及び企業価値向上を実現してまいります。

#### IR機会の拡大

- 経営層によるIRの機会の更なる創出(個人投資向け説明会含む)等による新たな投資家の開拓

#### 適時適切な情報開示の強化

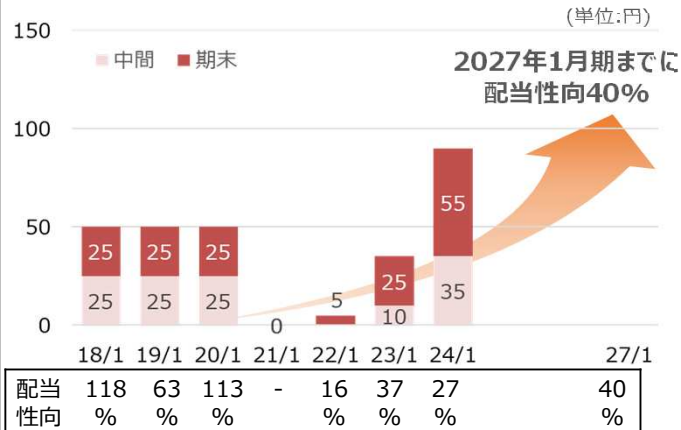
- サステナビリティ情報開示の強化
- 英文開示の強化
- 情報発信媒体(Web・統合報告書等)の内容のブラッシュアップ

#### ブランド認知度向上とファンの拡大

- ステークホルダーへの企業活動の積極的な発信を行い、ブランド認知度を向上させ、ファンの拡大を図る

### 株主還元の継続

中長期的な企業価値の向上に向けて、将来の事業展開に備えた内部留保を図りながら、株主の皆様へ継続的に安定配当を行っていくことを目指してまいります。



# 中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027

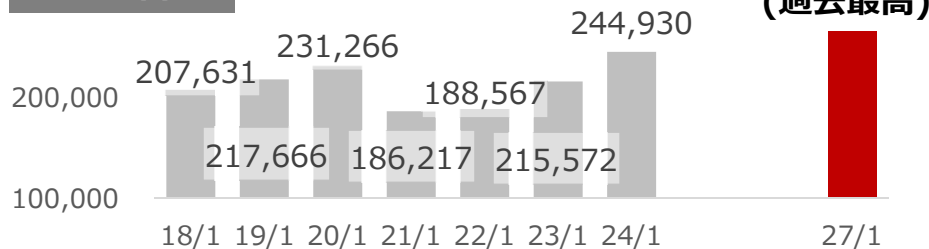
## 財務目標

2027年1月期の財務目標として、売上高2,650億円、当期純利益45億円と過去最高水準の達成を目指すと共に、長期的な目標として2030年1月期に売上高3,000億円を目指してまいります。

併せて、資本コストや株価を意識した経営にも着実に取り組み、当面の目標として2027年1月期において、ROE10.0%以上、PBR1.0倍以上の水準の確保を目指してまいります。

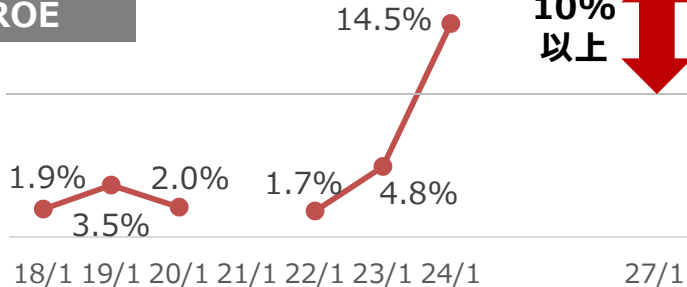
### 売上高

(単位:百万円)



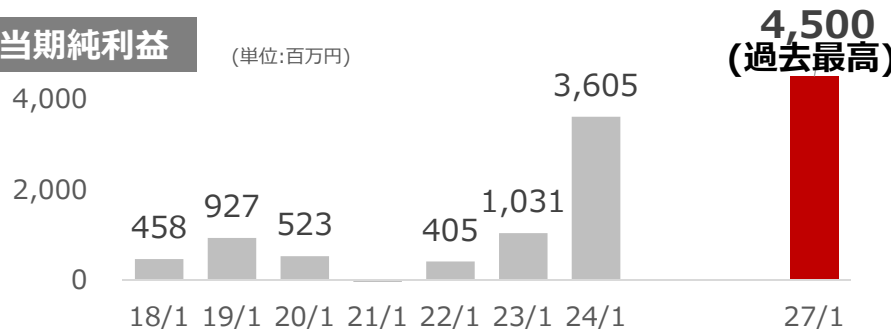
### ROE

10%  
5%  
0%



### 当期純利益

(単位:百万円)



### PBR

1.0  
0.5  
0.0

