

食を通して社会に貢献する

toho

2025年1月期第1四半期
決算説明資料

2024年6月13日

株式会社 **トーホー**

(東証プライム 8142)



目次

会社案内

2025年1月期第1四半期 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1四半期 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
- ・セグメント別業績予想
- ・配当予想

参考資料

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 : 4,425名 (2024年1月31日現在)
(正社員数2,511名、パートタイマー等1,914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 : 22社 (2024年4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。

toho

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

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。



13店舗(兵庫県南部)

フードソリューション(FSL)事業

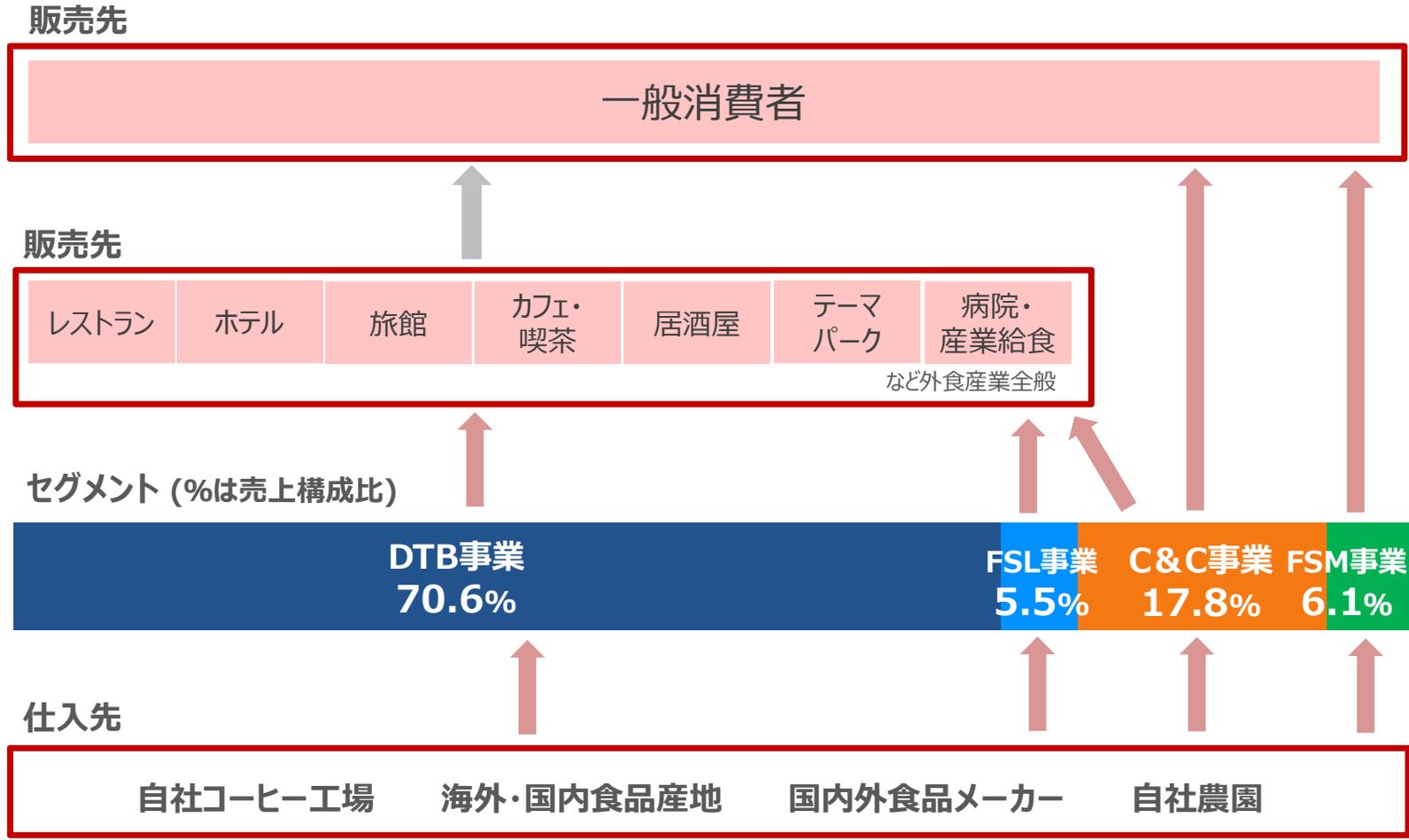
飲食店に向けた業務支援システム、品質管理、業務用調理機器、総合建設請負、店舗内装設計・施工など、外食ビジネスをトータルにサポートする様々なソリューションを提供しています。



8社32事業所

※社数、事業所数は本資料公開時点(2024年6月13日時点)

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、2024年1月期時点(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



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。

※売上高構成比は、外食産業向け(ディストリビューター事業及びキャッシュアンドキャリー事業)の売上高に占める割合

2025年1月期第1四半期 決算の概要

決算ハイライト

1Q実績

売上高	:	61,541 百万円	(+4.9%)
営業利益	:	2,005 百万円	(+32.0%)

食品スーパーの事業撤退を進めるも、売上高は前年同期比で増収(+4.9%)、
営業利益は1Qでの**過去最高益**

(前年同期増減 売上高：**+28** 億円、営業利益：**+4** 億円) ※億円未満切り捨て

- アフターコロナによる需要の回復は一巡しつつあるものの、インバウンド需要の増加等もあり
外食産業への販売は堅調に推移。既存得意先のシェア拡大と新規開拓が奏功
- 増収及び売上総利益率の改善、経費のコントロールにより、営業利益は過去最高益

食品スーパー事業除く

売上高	:	59,090 百万円	(+7.8%)
営業利益	:	2,239 百万円	(+28.7%)

※25/1期

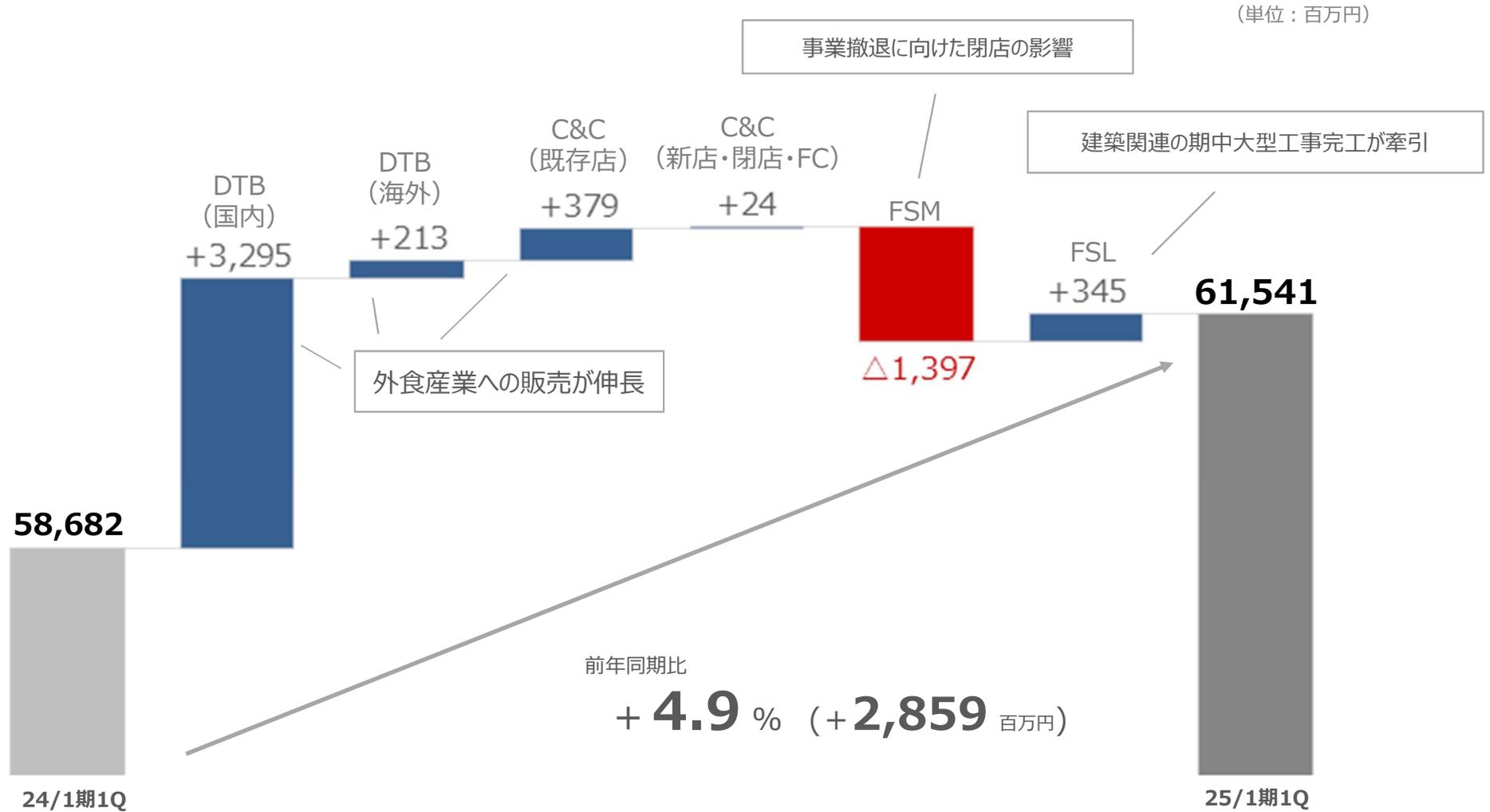
期初店舗数	24店舗
1Q末時点店舗数	17店舗

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前期1Q (2024年1月期)		当期1Q (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	58,682		61,541		+4.9%	+2,859
売上総利益(粗利)	11,898	20.28%	12,591	20.46%	+5.8%	+693
販売管理費	10,379	17.69%	10,586	17.20%	+2.0%	+207
営業利益	1,519	2.59%	2,005	3.26%	+32.0%	+486
経常利益	1,547	2.64%	2,043	3.32%	+32.1%	+496
親会社株主に帰属する 四半期純利益	831	1.42%	1,072	1.74%	+29.0%	+241

売上高の増減要因



四半期別 売上高推移(5期比較)

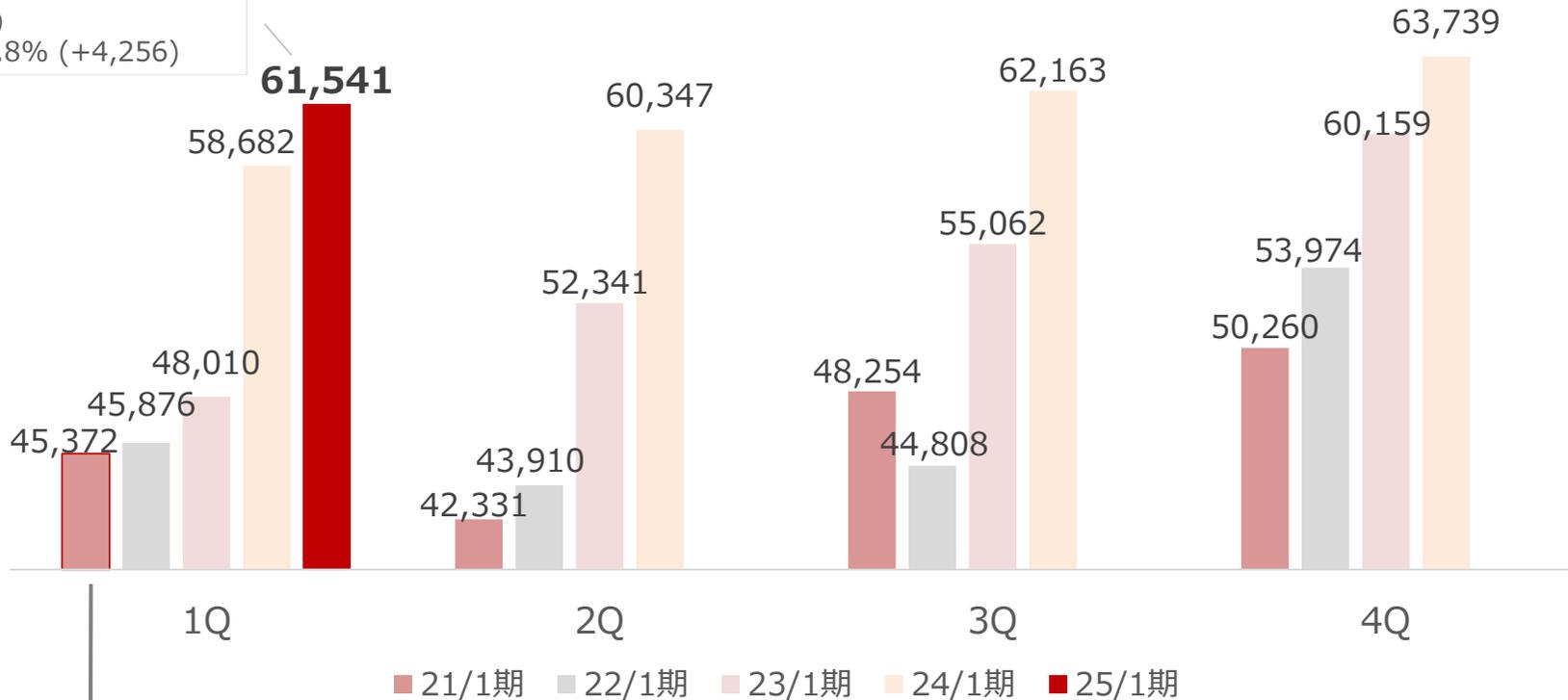
アフターコロナの急激な需要回復は一巡しつつあるが、インバウンド需要が増加するなど、
 外食産業への販売が堅調に推移し、増収。

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)

(単位：百万円)

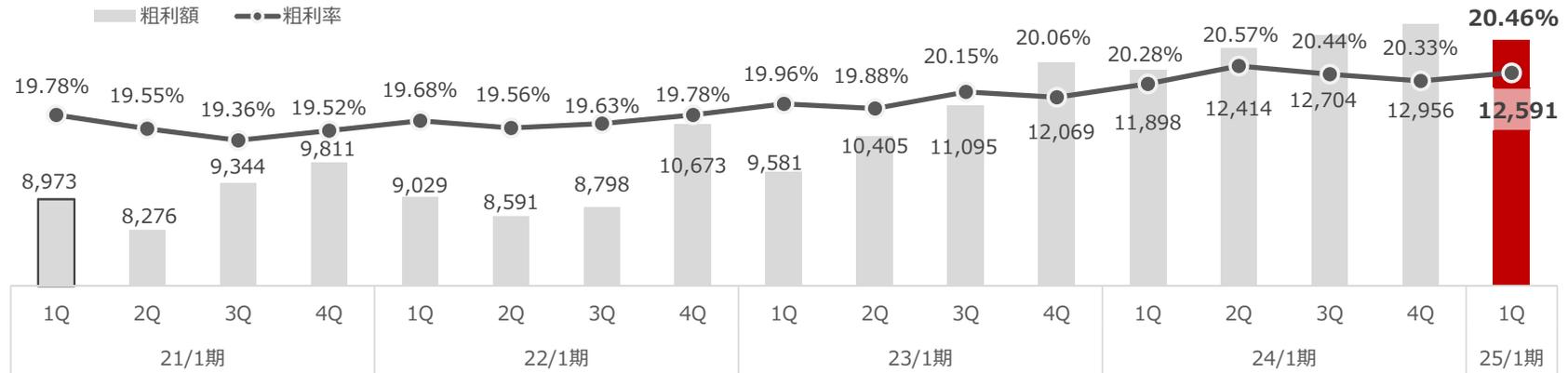


21/1期1Q以降、新型コロナウイルス感染症が拡大

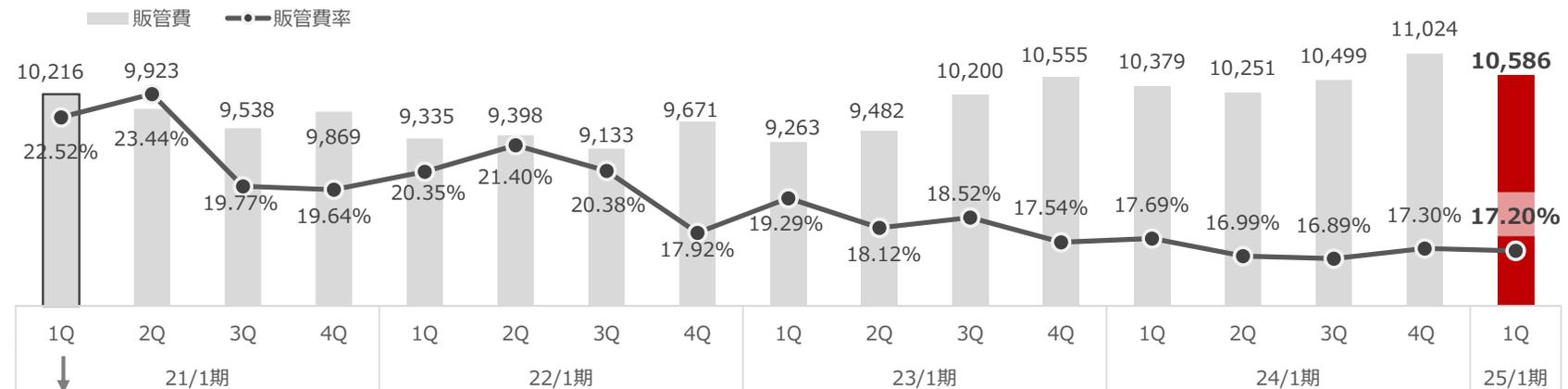
四半期別 粗利額・販管費推移 (5期比較)

● **粗利額** 増収に加え、PB商品の販売強化による粗利率改善が貢献し粗利額が増加

(単位：百万円)



● **販管費** 人件費や運賃等が増加傾向にある中、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

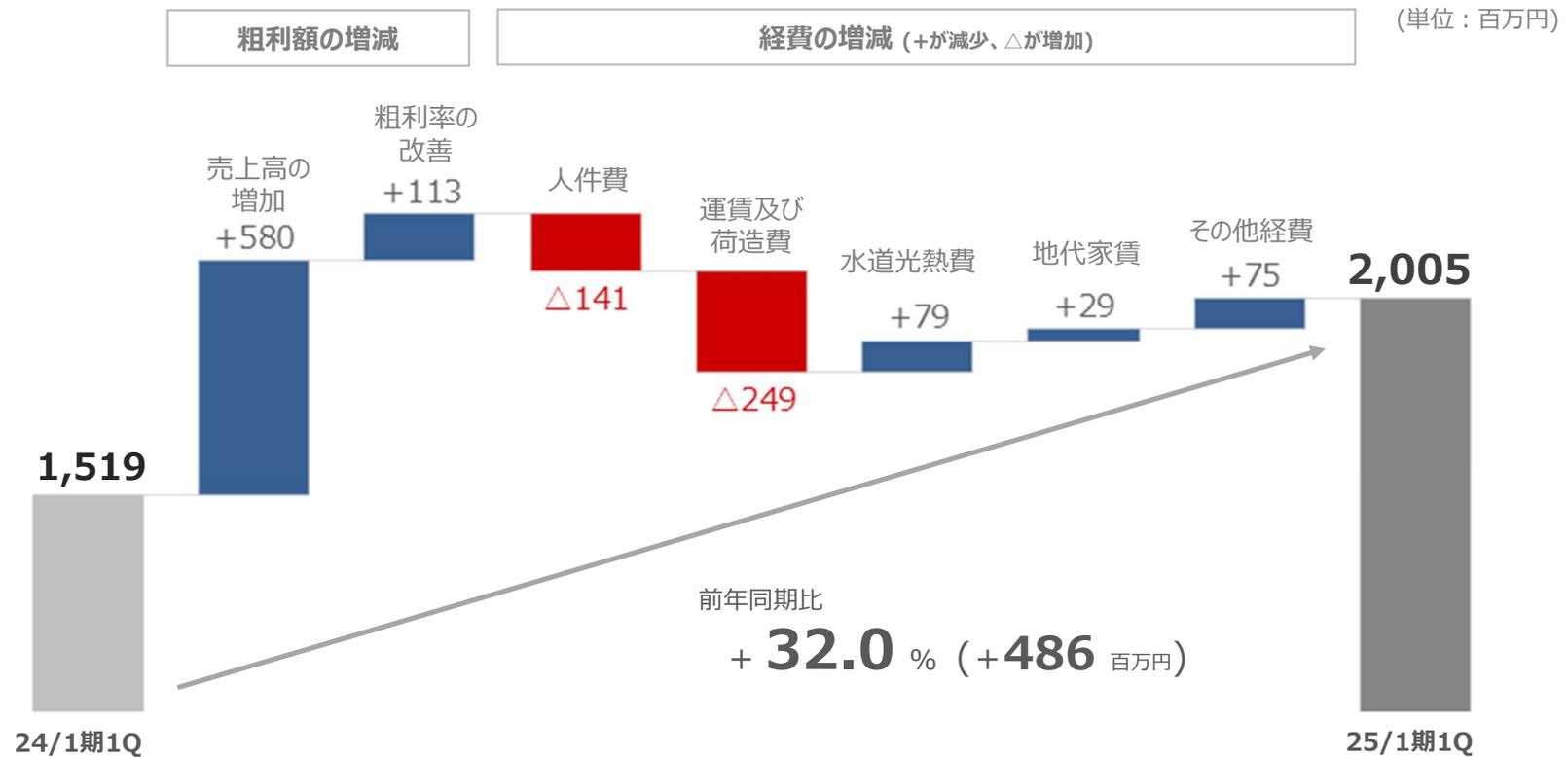
販管費比較 (1Q累計)

(単位：百万円)

	前期1Q (2024年1月期)		当期1Q (2025年1月期)		前年同期比	
		対売		対売	増減率	増減額
売上高	58,682		61,541		+4.9%	+2,859
売上総利益	11,898	20.28%	12,591	20.46%	+5.8%	+693
人件費	5,083	8.66%	5,224	8.49%	+2.8%	+141
運賃及び荷造費	1,354	2.31%	1,603	2.61%	+18.4%	+249
販売促進費	295	0.50%	346	0.56%	+17.3%	+51
貸倒引当金繰入額	43	0.07%	△6	—	↓	△49
旅費及び交通費	273	0.46%	299	0.49%	+9.8%	+27
水道光熱費	473	0.81%	394	0.64%	△16.7%	△79
リース料	237	0.40%	242	0.39%	+1.9%	+4
減価償却費	445	0.76%	442	0.72%	△0.6%	△3
地代家賃	831	1.42%	802	1.30%	△3.5%	△29
その他(のれん償却含む)	1,345	2.29%	1,240	2.01%	△7.8%	△105
販売管理費計	10,379	17.69%	10,586	17.20%	+2.0%	+207
営業利益	1,519	2.59%	2,005	3.26%	+32.0%	+486

営業利益の増減要因

売上高の増加と粗利率改善により粗利額が増加。一方、人件費や運賃等(物量および委託配送費の増加)を中心に経費は増加したが、コスト・コントロールの継続により経費率を抑制し、増益



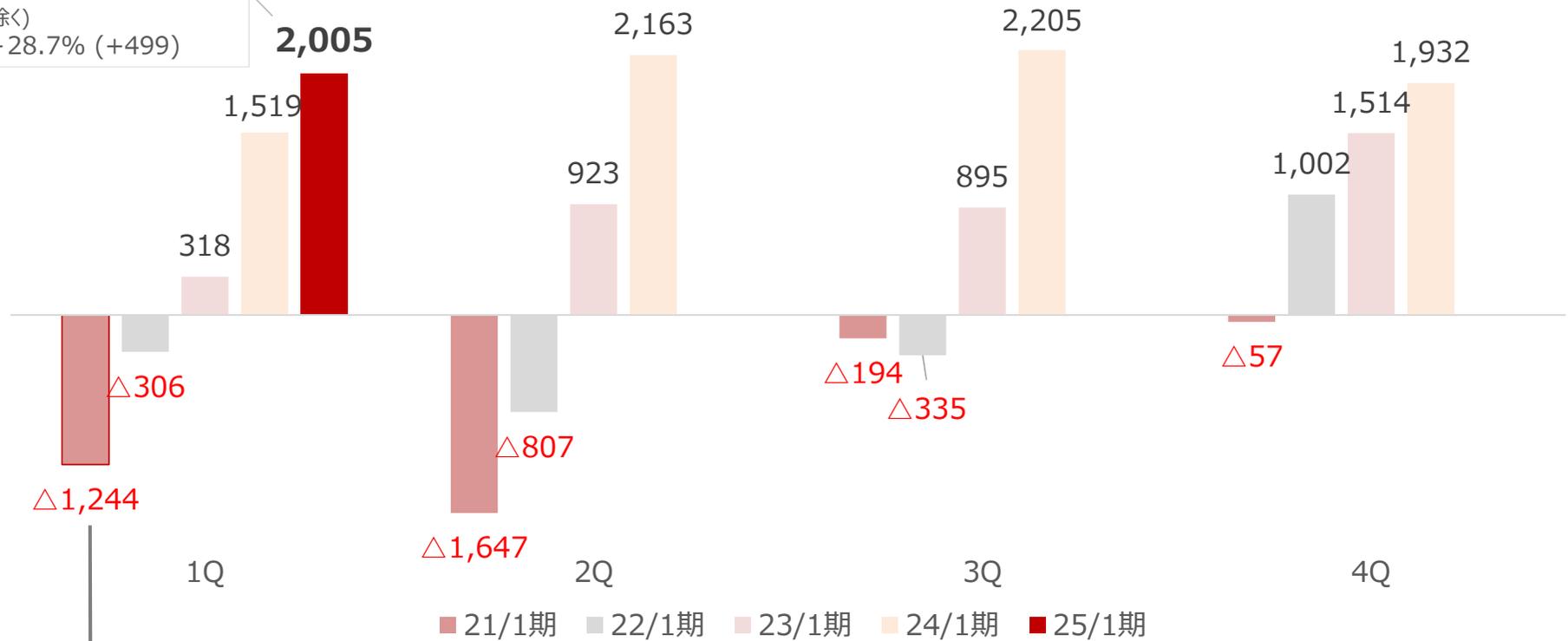
四半期別 営業利益推移(5期比較)

増収に加え、粗利率の改善により粗利額が増加。人件費や運賃等が増加傾向にある中、コスト・コントロール効果もあり、前年同期に続き、1Qでの過去最高益を更新

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)

(単位：百万円)

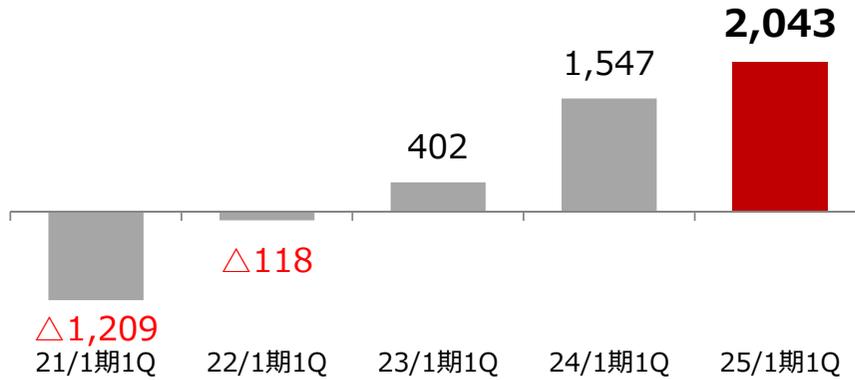


21/1期1Q以降、新型コロナウイルス感染症が拡大

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)

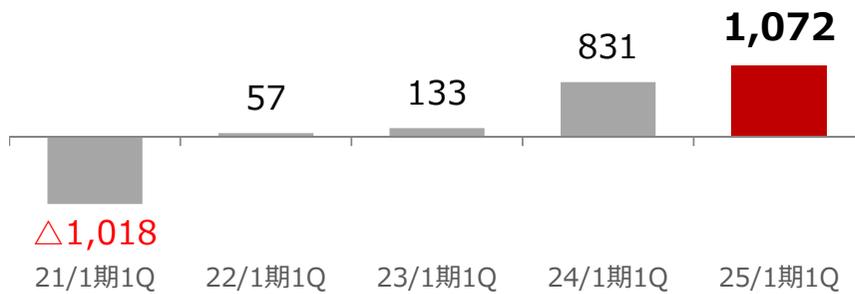


前年同期比

+ **32.1%** (+496 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

+ **29.0%** (+241 百万円)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024/1期 期末	2025/1期 1Q末	増減額	主な増減要因	
流動資産	45,526	53,094	+7,569	現金及び預金 受取手形、売掛金及び契約資産 棚卸資産	+1,978 +2,829 +2,318
固定資産	42,772	42,501	△271	投資有価証券 敷金	△136 △199
資産合計	88,297	95,595	+7,298		
流動負債	44,476	49,569	+5,092	支払手形及び買掛金 短期借入金	+4,819 +435
固定負債	16,257	17,803	+1,545	長期借入金	+1,326
負債合計	60,734	67,371	+6,637		
純資産合計	27,564	28,224	+660	利益剰余金 為替換算調整勘定	+480 +287
負債・純資産合計	88,297	95,595	+7,298		

2025年1月期第1四半期 セグメント別の概況

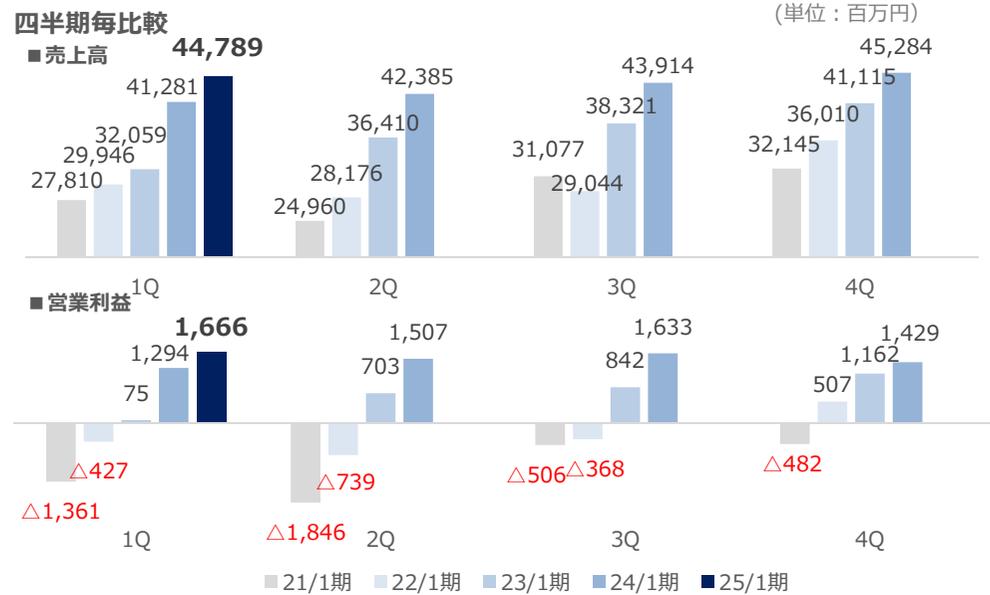
セグメント別業績

	インバウンド需要の増加等により、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
ディストリビューター	<p>売上高 : 44,789 百万円 (+8.5%)</p> <p>営業利益 : 1,666 百万円 (+28.7%)</p>
	アフターコロナの需要回復は一巡しつつあるが、飲食店への販売は堅調に推移し、増収・増益
キャッシュアンドキャリー	<p>売上高 : 10,739 百万円 (+3.9%)</p> <p>営業利益 : 464 百万円 (+39.8%)</p>
	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17店舗減)
食品スーパー	<p>売上高 : 2,452 百万円 (△36.3%)</p> <p>営業利益 : △234 百万円 (前年実績△221)</p>
	建築関連の大型工事完工により増収も、円安の進行により業務用調理機器販売の粗利率低下が影響し、減益
フードソリューション	<p>売上高 : 3,562 百万円 (+10.7%)</p> <p>営業利益 : 109 百万円 (△4.3%)</p>

※()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事業

1Q 売上高/営業利益 5期比較

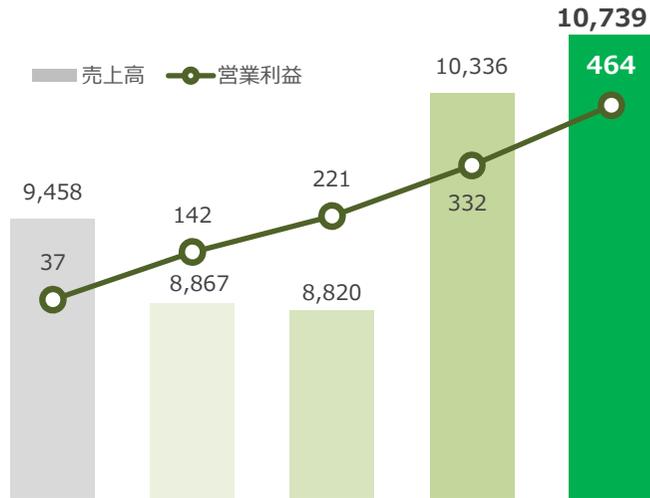


前年同期比 売上高**3,508**百万円増(+8.5%)、営業利益**371**百万円増(+28.7%)

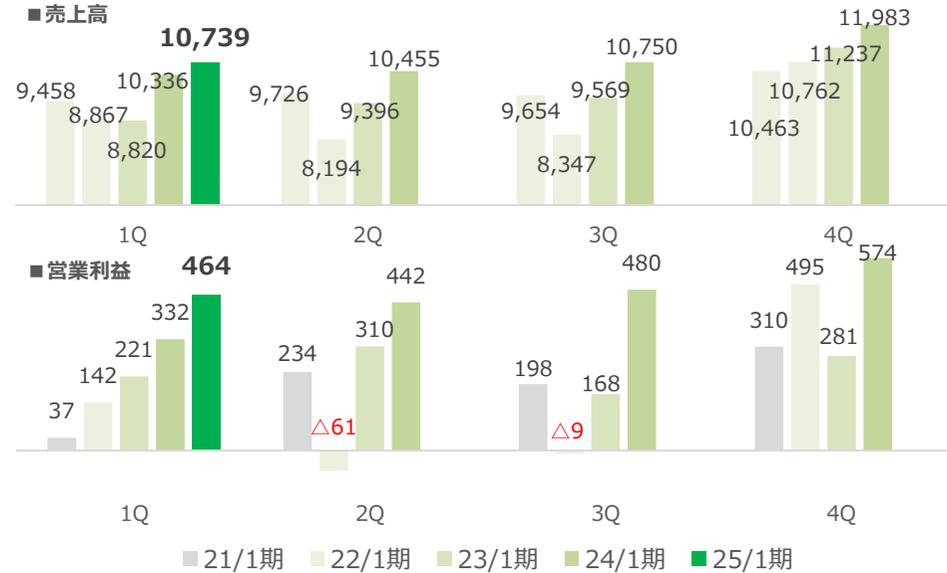
- ・アフターコロナによる急激な需要回復は一巡しつつある一方、インバウンド需要の増加等もあり、**外食産業への販売は堅調に推移**
- ・各地で開業したホテルや商業施設など新規得意先の開拓と既存得意先のシェアアップも奏功
- ・粗利率はPB商品の販売強化などにより改善
- ・人件費や運賃等は増加傾向もコスト・コントロールを継続し、**営業利益は前年同期に続きセグメント過去最高益**

キャッシュアンドキャリー事業

1Q 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

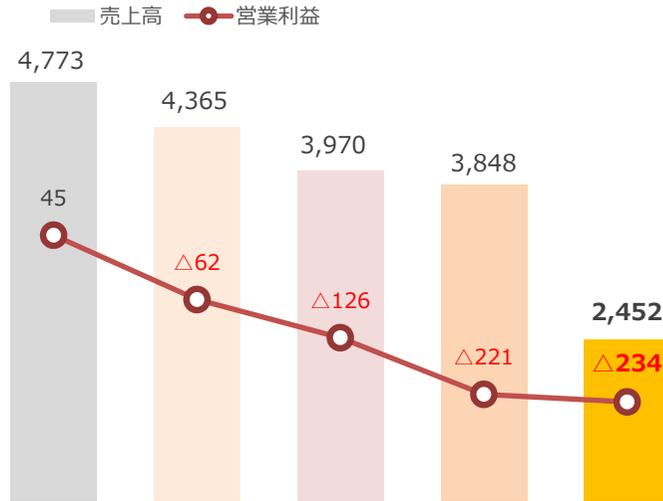


前年同期比 売上高**403**百万円**増**(+3.9%)、営業利益**132**百万円**増**(+39.8%)

- ・アフターコロナによる急激な需要回復は一巡しつつあるが、主要顧客である中小飲食店への販売は堅調に推移
- ・粗利率は販促方法の変更やPB商品の販売強化などにより改善
- ・増収や粗利率の改善による粗利額増が寄与し、営業利益はセグメント過去最高益を更新

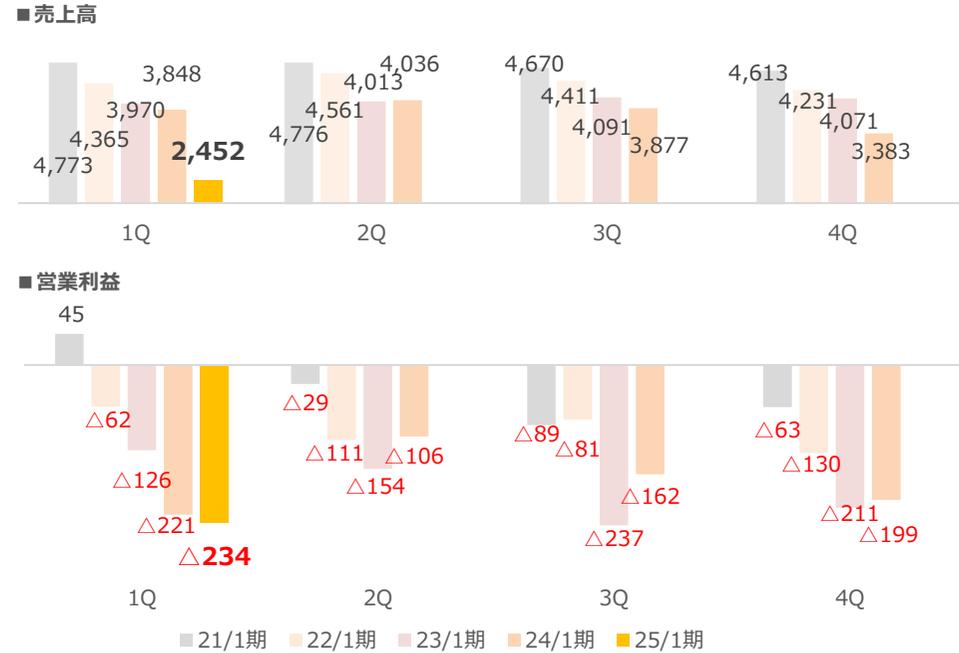
食品スーパー事業

1Q 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 **1,397**百万円減 (△36.3%)、営業損失 **13**百万円拡大

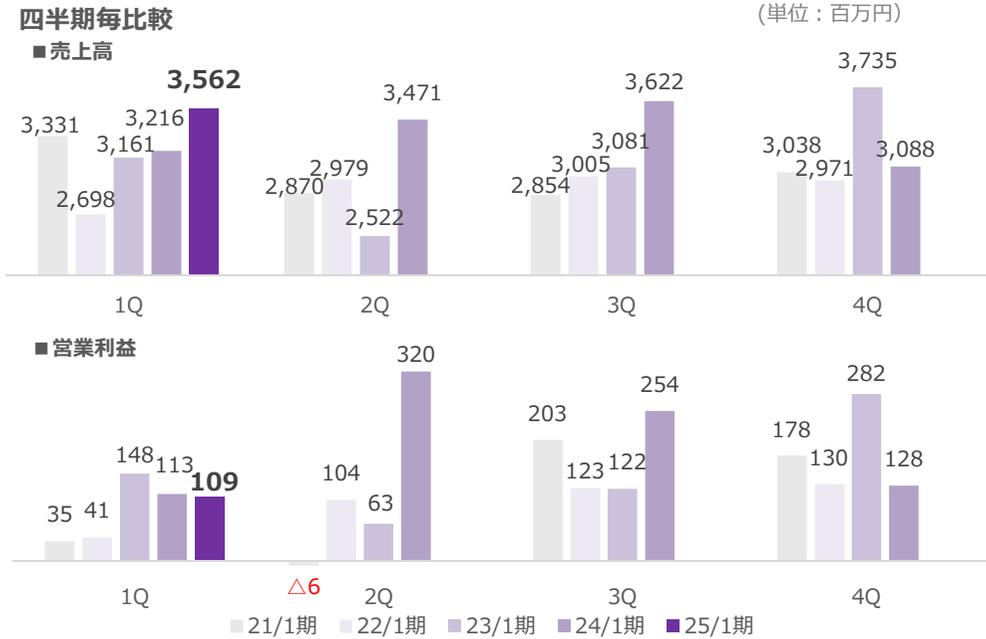
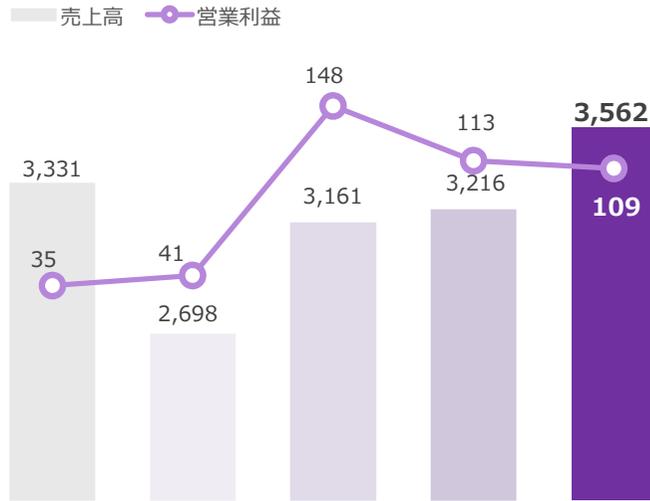
・事業撤退に伴い、前年同期と比較し、17店舗減少したことにより減収減益

※すでに公表のとおり、2025年1月期中に当該事業からの撤退を行うべく、店舗の譲渡並びに閉鎖を進めております。トーホーストアの店舗・施設の営業は本年11月21日までに全て終了予定となります。

2025年1月期の連結業績予想に、一連の事業譲渡及び事業廃止に関連して想定される連結業績への影響額の概算を織り込んでおりますが、今後追加で公表すべき事項が生じた場合には、速やかに公表いたします。

フードソリューション事業

1Q 売上高/営業利益 5期比較



前年同期比 売上高**345**百万円**増**(+10.7%)、営業利益**5**百万円**減**(△4.3%)

- ・建築関連会社の期中大型案件工事の完工が牽引し増収
- ・一方、円安の影響で、業務用調理機器を販売する会社の粗利率が低下し、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 予想 (3/11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%	△519
経常利益	7,971	7,300	△8.4%	△671
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,605	4,000	+11.0%	+395
1株あたりの 当期純利益(円)	335.15円	371.87円	-	+36.72円

通期業績予想に対する進捗率(1Q時点)

(単位：百万円)

	2025年1月期 1Q実績	2025年1月期 通期予想 (3/11発表)	進捗率
売上高	61,541	246,000	25.0%
営業利益	2,005	7,300	27.5%
経常利益	2,043	7,300	28.0%
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	1,072	4,000	26.8%

セグメント別 業績予想(修正なし)

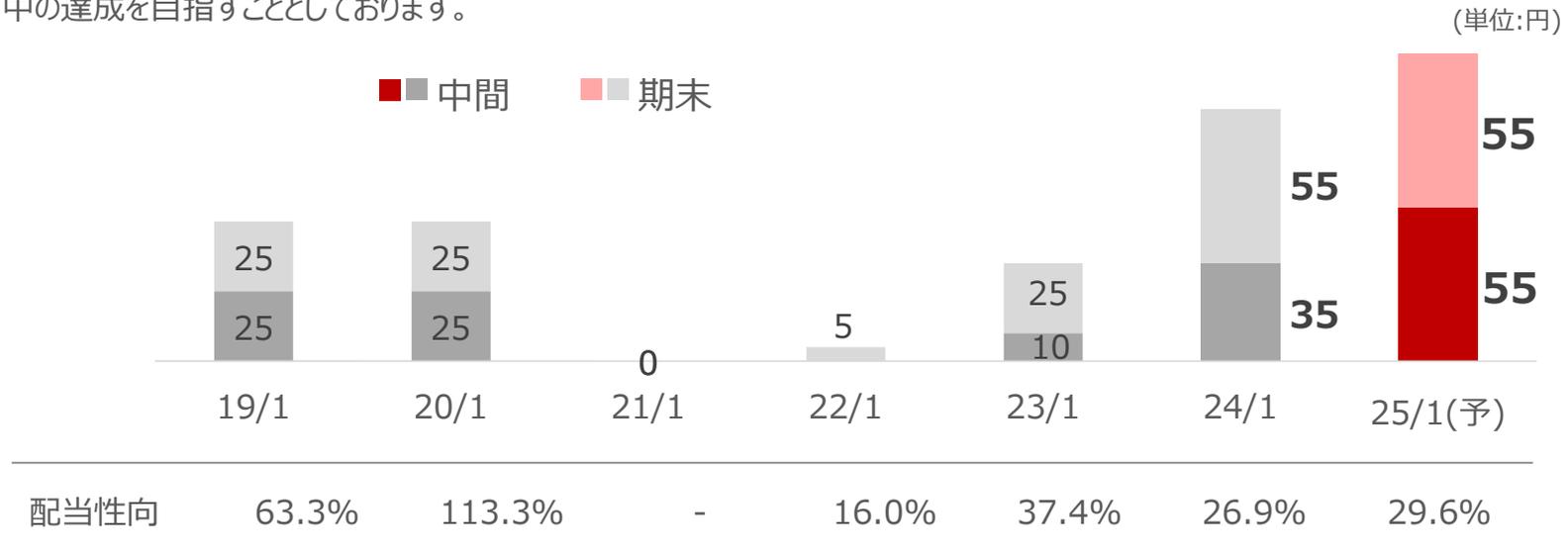
ディストリビューター事業	ホテル・レストラン等、外食産業への販売が引き続き伸長 売上高 : 182,400 百万円 (+5.5%)
キャッシュアンドキャリー事業	中小飲食店への販売が引き続き伸長 売上高 : 45,700 百万円 (+5.0%)
食品スーパー事業	当期中の事業撤退に伴い、2024年11月中に全店営業終了予定 売上高 : 4,300 百万円 (△71.6%)
フードソリューション事業	建築関連や外食企業向け業務支援システムなどの販売が伸長 売上高 : 13,600 百万円 (+1.5%)

※()内は前期増減率

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。



コロナ禍により厳しい事業運営を強いられた環境下において、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、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さください。

【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

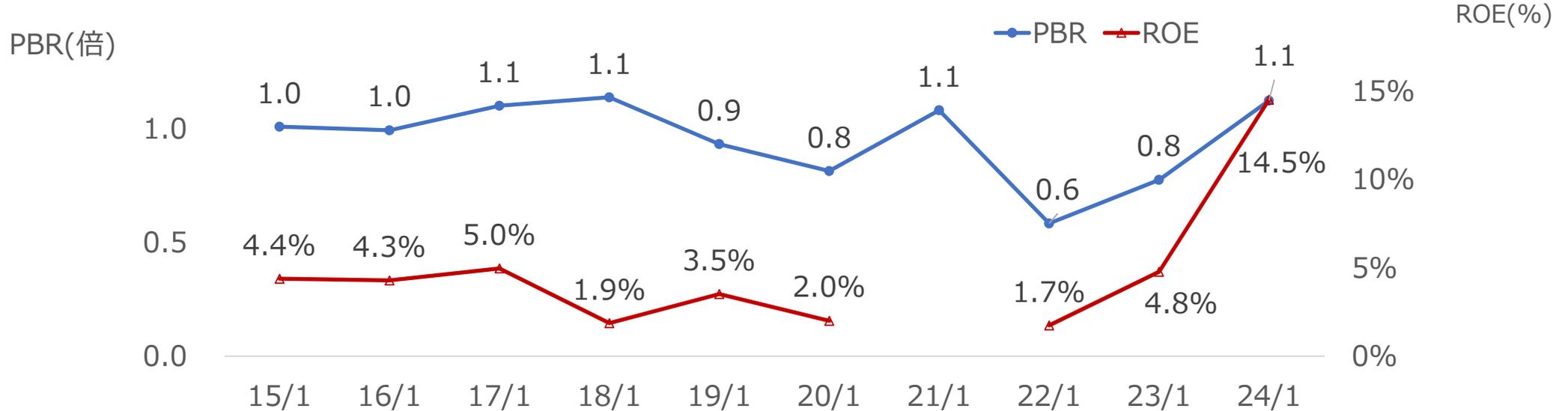
中期経営計画「SHIFT-UP 2027」

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

中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027

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

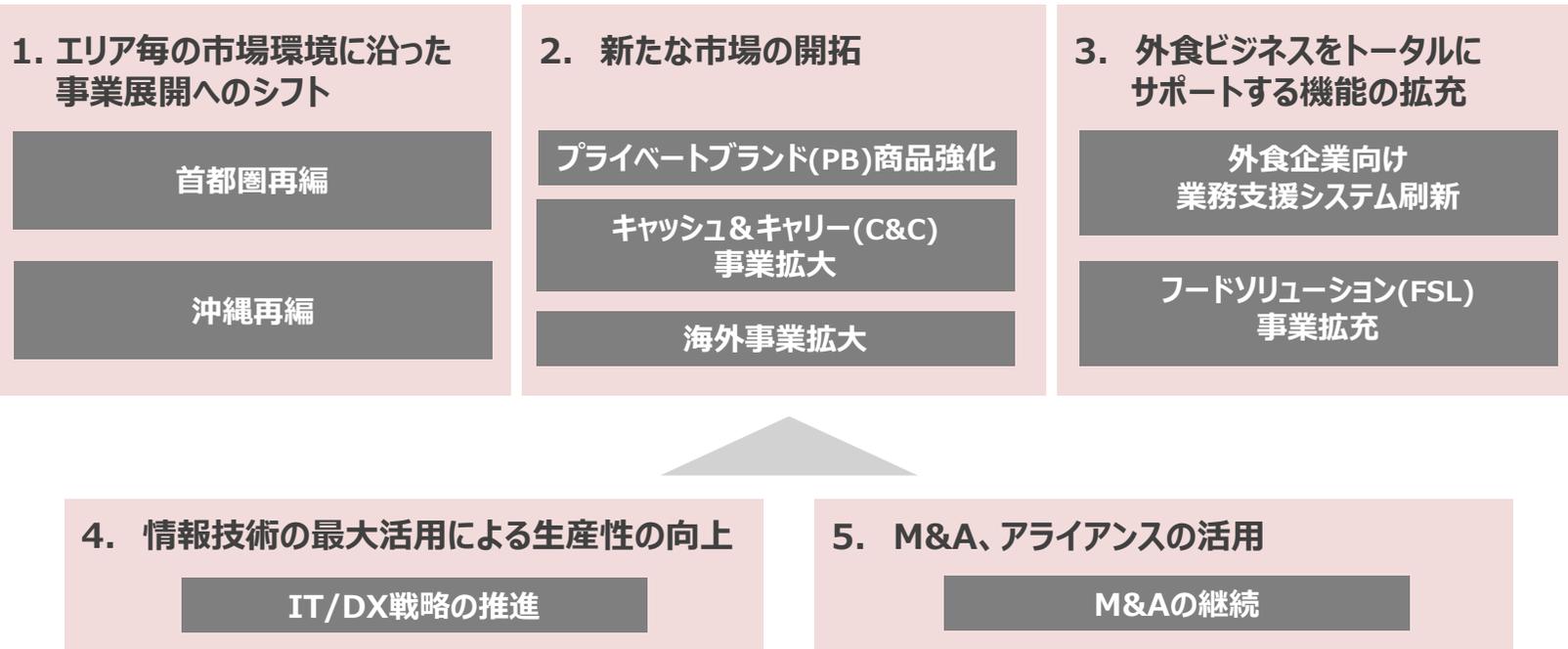
企業認知度の向上と株主還元の継続

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。



DTBおよびC&C事業 / 業務用PB商品の売上構成比



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

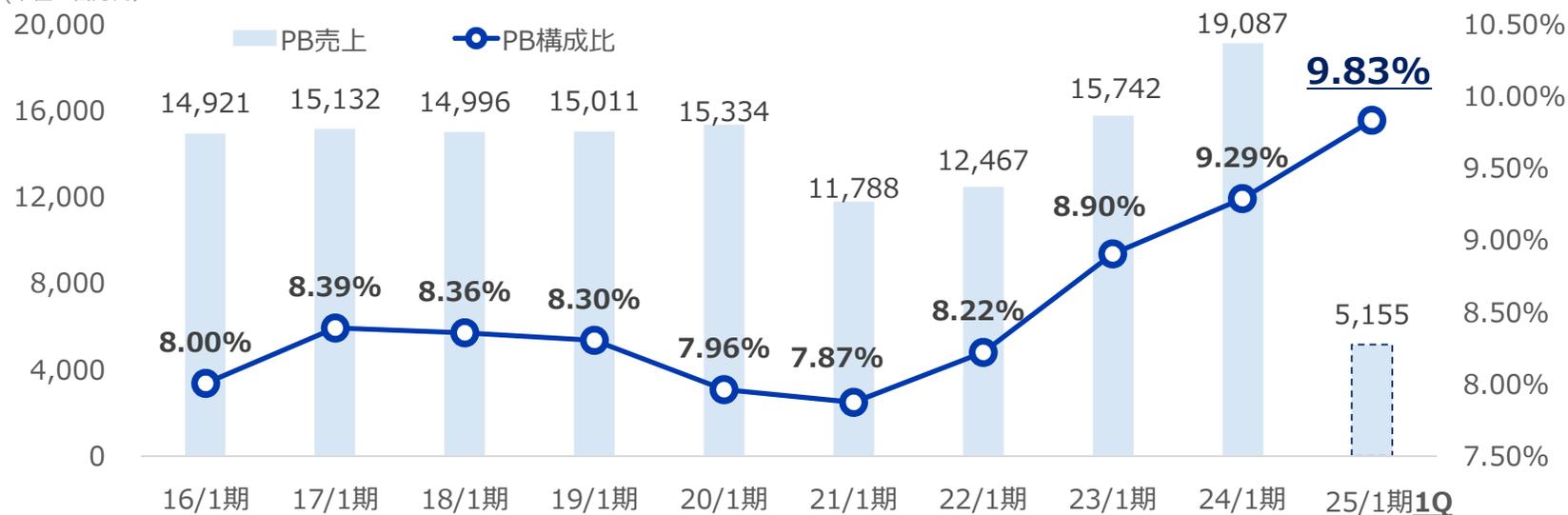
- ✓「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに75年以上にわたり、
外食ビジネスをサポートしてきた実績とノウハウを活かした業務用PB商品
- ✓プロ仕様として品質・味に徹底的に拘った高付加価値PB商品として、
素材だけでなく製造委託先も厳しい自社基準をクリアしたメーカーを選定
- ✓和洋中あらゆるジャンルの食材、商品をラインアップ



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

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
- サステナビリティフード開発強化

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

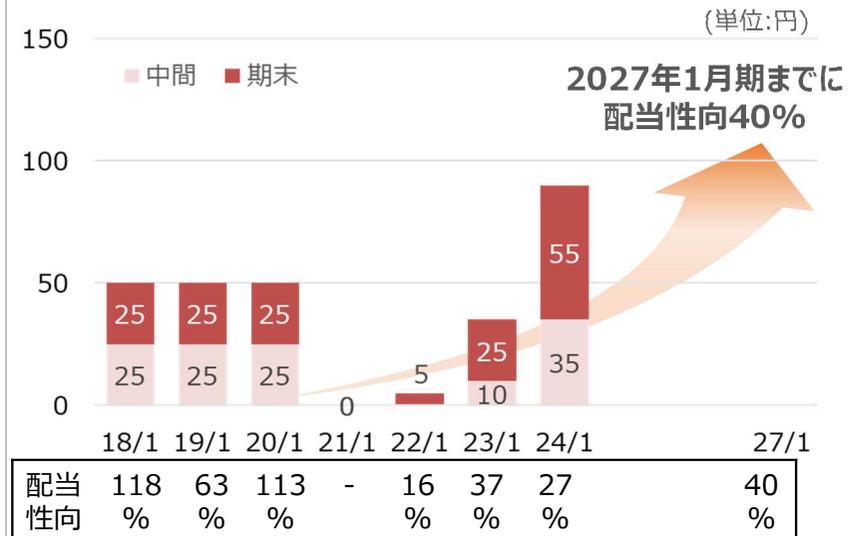
- サステナビリティ情報開示の強化
- 英文開示の強化
- 情報発信媒体(Web・統合報告書等)の内容のブラッシュアップ

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。

