

食を通して社会に貢献する

toho

2025年1月期
決算説明資料

2025年3月13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 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

2025年1月期 セグメント別の概況

2026年1月期 業績予想

- ・通期連結業績予想
- ・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「SHIFT-UP 2027」財務目標修正（上方修正）

参考資料

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

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	： 2,464億円(2025年1月期)				
代	表	者	： 代表取締役社長 古賀 裕之				
連	結	従	業	員	数	： 4,159名 (2025年1月31日現在)	
						(正社員数2,409名、パートタイマー等1,750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、コーヒー製造販売			
						食品スーパー事業 ※2025年1月期をもって、食品スーパー事業から撤退いたしました	
グ	ル	ー	プ	会	社	数	： 20社 (2025年1月末現在)※(株)トーホーストア、(株)トーホーファーム除く
(当	社	除	く)		

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83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)

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。



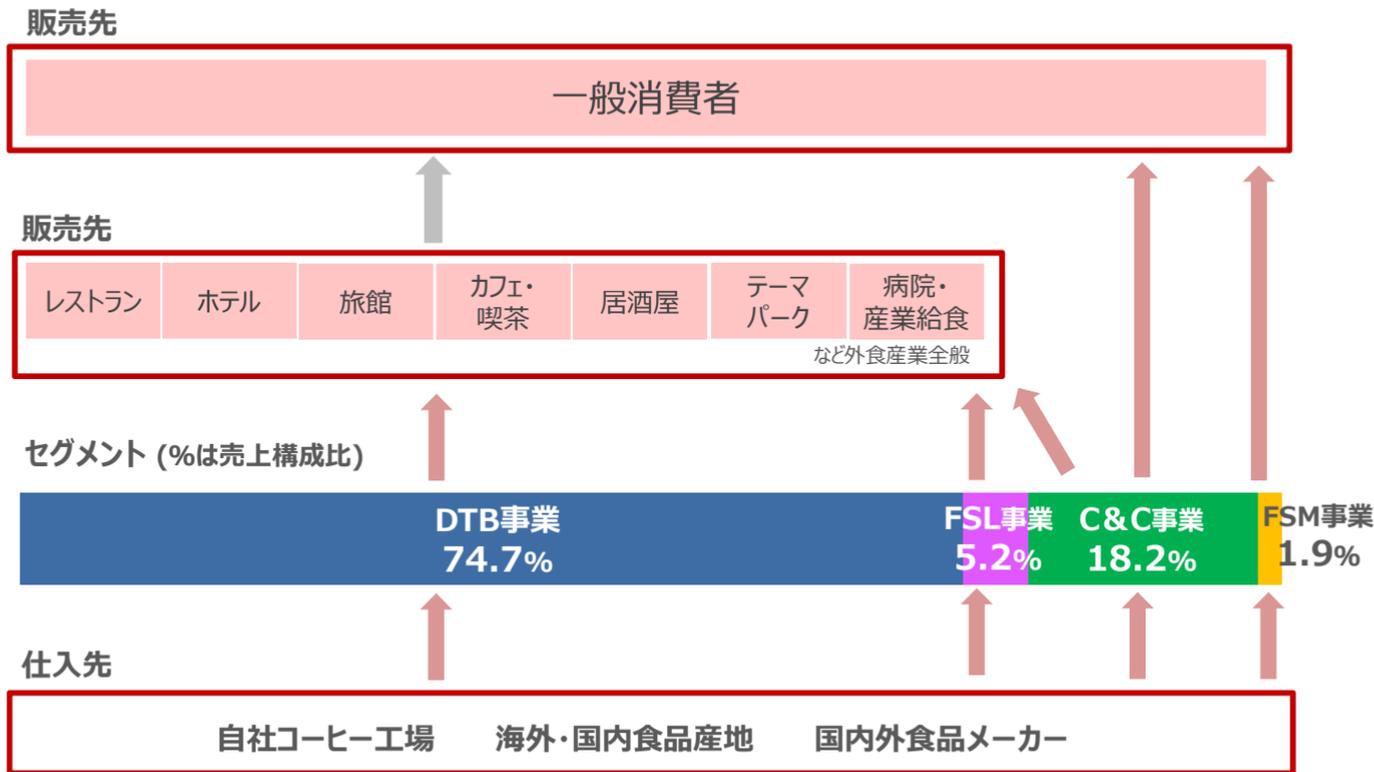
7社30事業所

食品スーパー(FSM)事業

※2024年11月21日をもって、全ての店舗の営業を終了し、事業から撤退いたしました。



会社案内 商流図



※「自社コーヒー工場」の売上はDTB事業に包含

※セグメント別の売上構成比は、2025年1月期 期末時点(小数点以下第2位を四捨五入)

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&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
2025/1期 当社グループ 実績	売上高	217,802	62,398	8,026	58,083	17,566	71,728
	市場シェア	5.5%	3.6%	1.3%	8.7%	6.8%	18.6%

※海外を含むDTB+C&Cの25年1月期売上高は228,897百万円

※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

「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」の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(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 ● 食品スーパー事業から完全撤退

会社案内 トーホーグループの強み

業務用食品専門卸売業界 国内売上NO.1

日本国内全域をフォローする
営業ネットワーク

国内拠点

75

35都道府県

海外外食市場への
積極的なアプローチ

- ・海外市場のシェア拡大
- ・シンガポール/香港/マレーシア
- ・日本外食企業の海外進出支援



「業務用食材専門店」の
多店舗展開

直営に加え、FCビジネスを開始
オンラインショップも運営

OPEN

店舗数

95

30都府県

外食ビジネスを
トータルに
サポートする力

- ・ITによる店舗業務効率化
- ・品質・衛生管理サポート
- ・業務用調理機器の販売
- ・店舗内装設計・施工

外食ニーズに応える
商品開発力・調達力



- ・美味しさ、安心・安全に
こだわったPB商品
- ・自社焙煎コーヒー
- ・10万を超える豊富な品揃え

持続的成長を支える
人材育成システム

- ・自律的なキャリア形成支援制度
- ・ダイバーシティの推進
- ・健康経営の推進

2025年1月期 決算の概要

決算ハイライト

※()内は前期増減率

売上高	:	246,465 百万円	(+0.6%)
営業利益	:	7,496 百万円	(△4.1%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	:	4,485 百万円	(+24.4%)

- 売上高は期中(11月)に食品スーパー事業から完全に撤退したことなどが減収要因となるも、インバウンド需要の活況などを背景に国内外食産業への販売が堅調に推移し、微増で着地。
- 食品スーパー事業からの撤退や輸入業務用調理機器販売において、円安の影響を受けたことにより粗利額が減少。一方、食品スーパー事業からの撤退で全体の経費は減少したものの物流費等の増加があり、営業利益は減益。
- 親会社株主に帰属する当期純利益は、前期に海外子会社ののれんの減損損失を計上した反動もあり増益。

(前期比増減 売上高 : + 15 億円、営業利益 : △ 3 億円) ※億円未満切り捨て

食品スーパー事業除く

売上高 : 241,813 百万円 (+5.2%)

営業利益 : 8,331 百万円 (△2.1%)

※25/1期 食品スーパー-期初店舗数 24店舗

決算ハイライト

株主還元(配当金)

当期期末配当 **70 円**を予定(配当予想から**+15 円**)

- 年間125円に増配予定(前期比+35円)
- 来期(26/1期)も年間**150円**と5期連続増配を予定

来期業績予想

業績予想 売上高：**2,530 億円**、

営業利益：**82 億円**、当期純利益：**47 億円**

(売上高、営業利益、経常利益、当期純利益ともに創業来最高を予想)

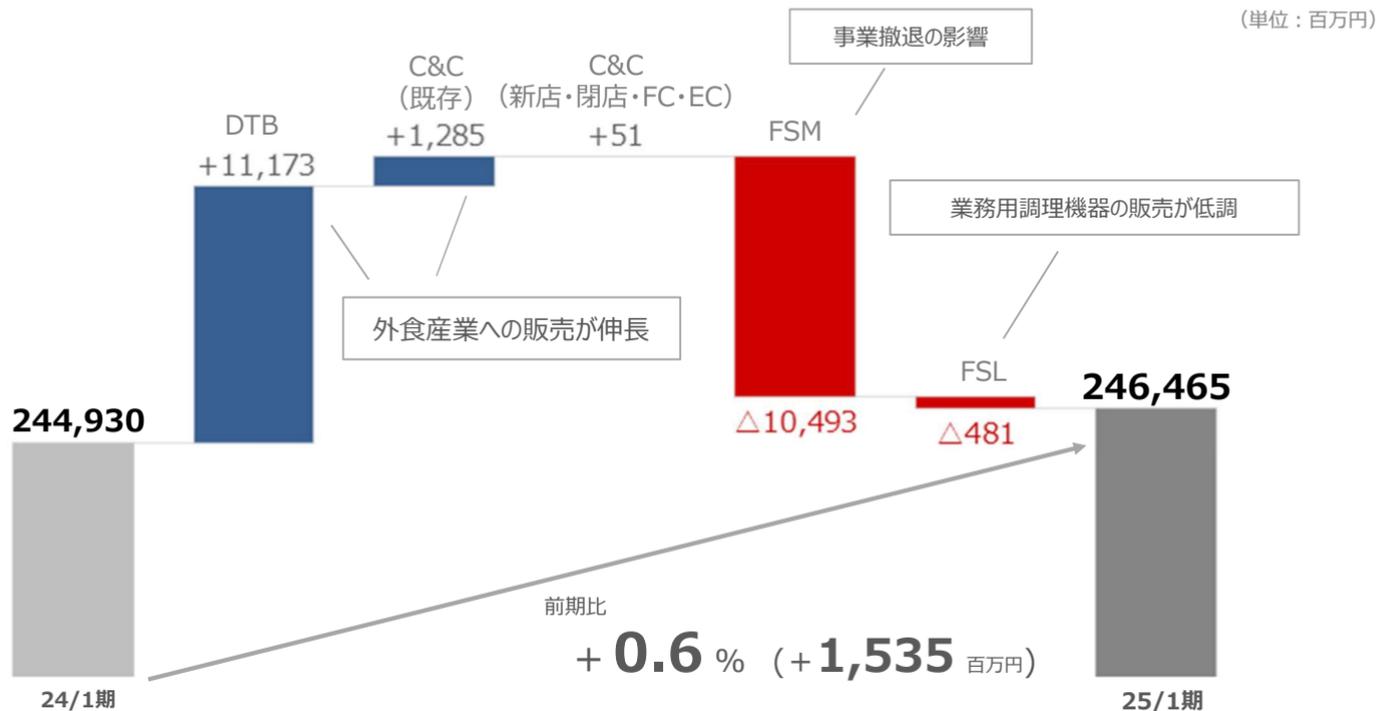
連結損益計算書

(単位：百万円)

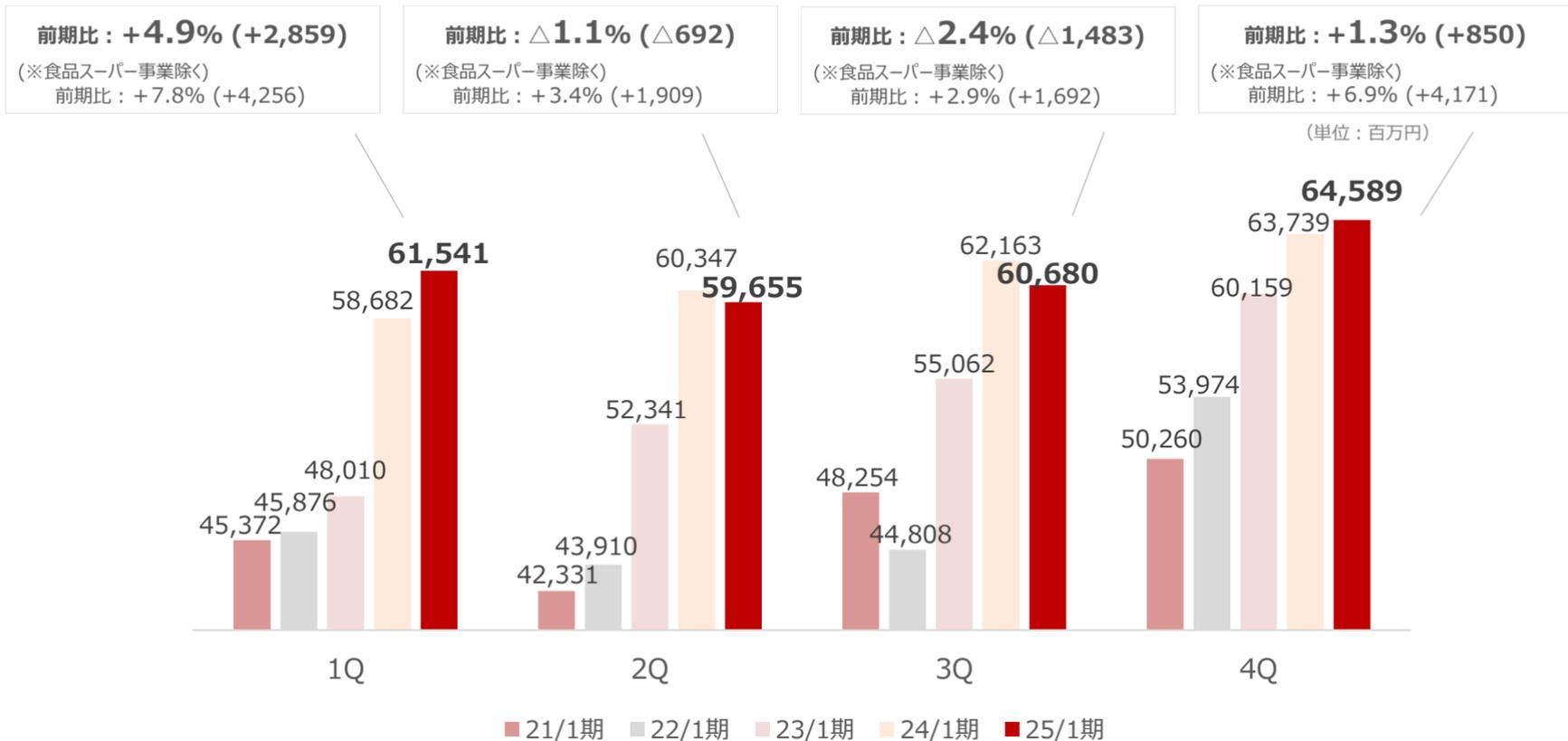
	前期 (2024年1月期)		当期 (2025年1月期)		前期比	
	実績	対売	実績	対売	増減率	増減額
売上高	244,930		246,465		+0.6%	+1,535
売上総利益(粗利)	49,972	20.40%	49,030	19.89%	△1.9%	△942
販売管理費	42,153	17.21%	41,534	16.85%	△1.5%	△619
営業利益	7,819	3.19%	7,496	3.04%	△4.1%	△323
経常利益	7,971	3.25%	7,693	3.12%	△3.5%	△278
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,605	1.47%	4,485	1.82%	+24.4%	+880

売上高の増減要因 (4Q累計)

食品スーパー事業からの撤退及び、FSL事業の業務用調理機器の販売が振るわなかったことが、減収要因となったが、外食向けの業務用食品の販売が堅調に推移し、増収。



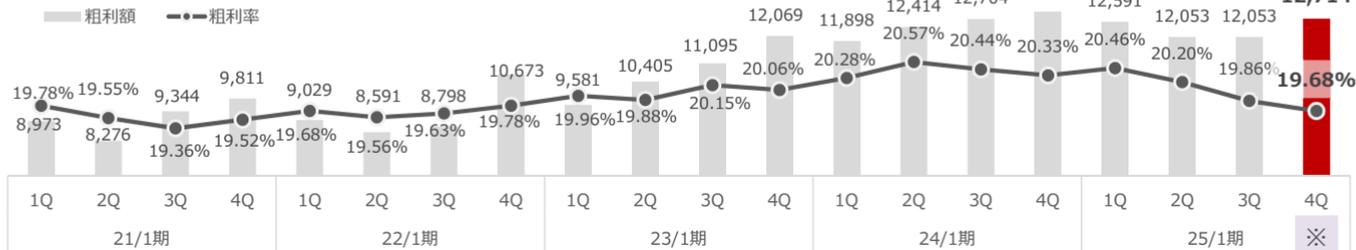
四半期別 売上高推移(5期比較)



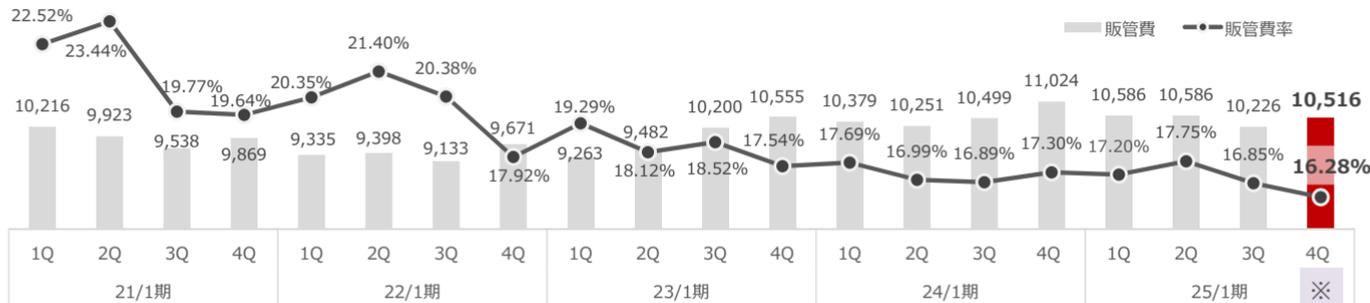
四半期別 粗利・販管費推移 (5期比較)

- 粗利 比較的粗利率が高い食品スーパー事業の撤退が進み(11月で完全撤退)、加えて業務用調理機器販売の粗利率低下により、第4四半期単体での粗利率は低下

(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、販管費率も低下



※25/1期4Qに、一部の海外子会社において従来販管費で計上していた費用の一部を売上原価に計上する変更を行いました。
本グラフでは過年度からの傾向を見るため、25/1期4Qは変更前の計上方法で算定をした調整値を記載しております。

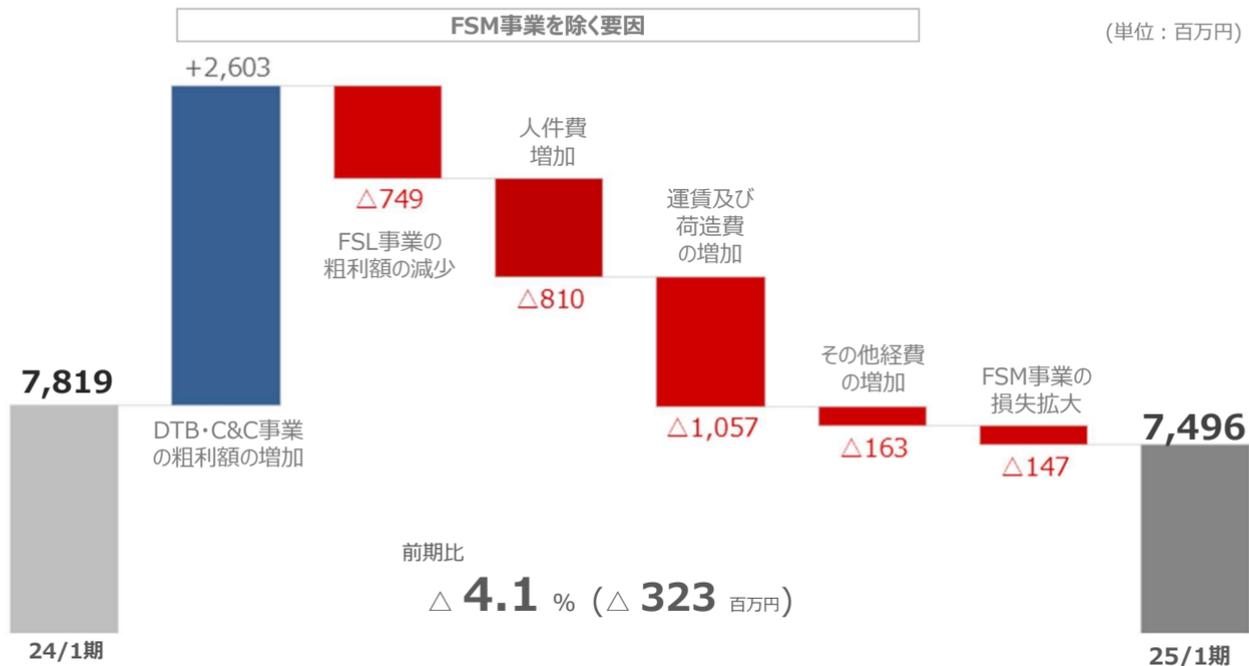
販管費比較 (4Q累計)

(単位：百万円)

	前期 (2024年1月期)		当期 (2025年1月期)		前期比	
	対売		対売		増減率	増減額
売 上 高	244,930		246,465		+0.6%	+1,535
売 上 総 利 益	49,972	20.40%	49,030	19.89%	△1.9%	△942
人 件 費	20,718	8.46%	20,128	8.17%	△2.8%	△590
運 賃 及 び 荷 造 費	5,858	2.39%	6,901	2.80%	+17.8%	+1,043
販 売 促 進 費	1,063	0.43%	955	0.39%	△10.1%	△108
貸 倒 引 当 金 繰 入 額	98	0.04%	△28	-	↓	△126
旅 費 及 び 交 通 費	1,163	0.47%	1,189	0.48%	+2.2%	+26
水 道 光 熱 費	1,951	0.80%	1,773	0.72%	△9.1%	△177
リ - ス 料	947	0.39%	962	0.39%	+1.6%	+16
減 価 償 却 費	1,898	0.77%	1,842	0.75%	△3.0%	△56
地 代 家 賃	3,396	1.39%	3,126	1.27%	△7.9%	△270
その他 (のれん償却含む)	5,061	2.07%	4,685	1.90%	△7.4%	△376
販 売 管 理 費 計	42,153	17.21%	41,534	16.85%	△1.5%	△619
営 業 利 益	7,819	3.19%	7,496	3.04%	△4.1%	△323

営業利益の増減要因

- ・食品スーパー事業撤退に伴う営業損失の拡大
- ・外食向け販売の拡大と粗利率の改善による増益
- ・運賃等の増加や、FSL事業の輸入業務用調理機器販売が円安の影響を受け、粗利額を押し下げたことによる減益



四半期別 営業利益推移(5期比較)

前期比：+32.0% (+486)

(※食品スーパー事業除く)

前期比：+28.7% (+499)

前期比：△32.2% (△697)

(※食品スーパー事業除く)

前期比：△23.8% (△541)

前期比：△17.1% (△378)

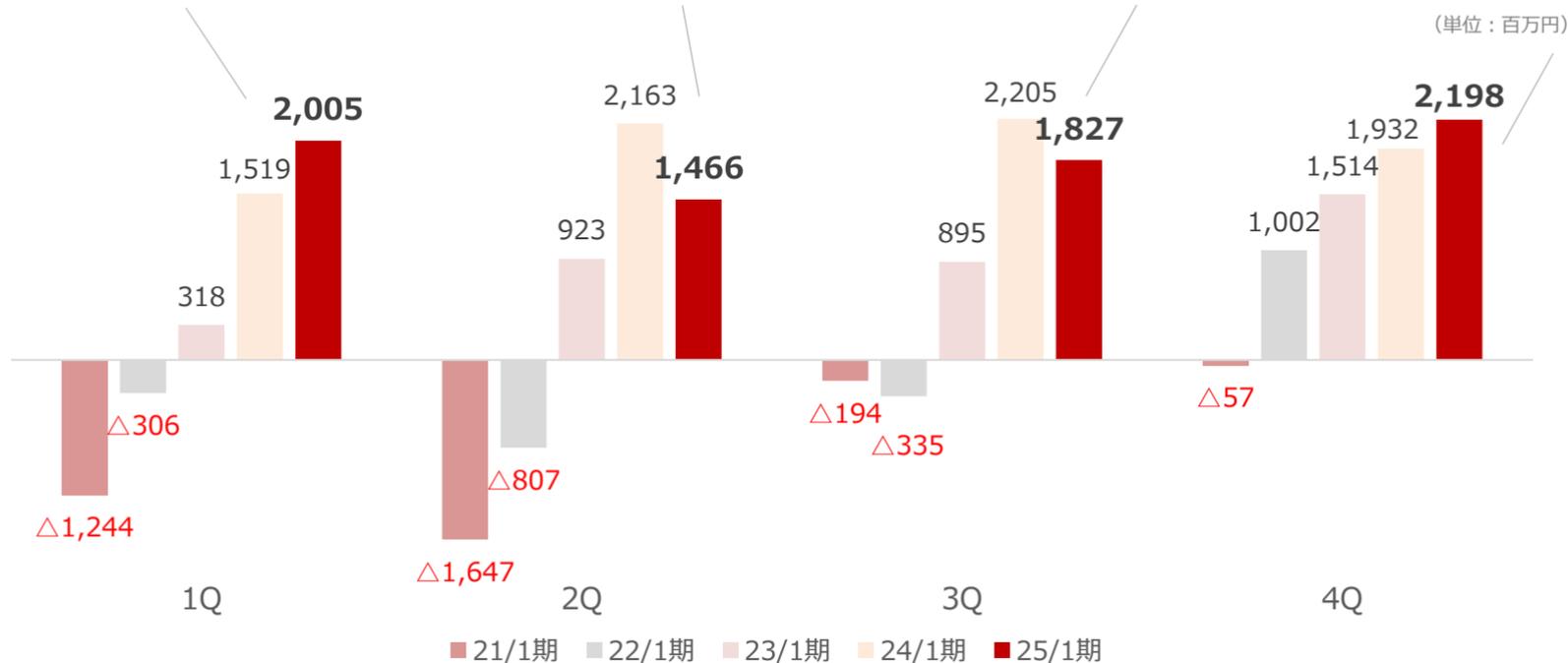
(※食品スーパー事業除く)

前期比：△13.2% (△312)

前期比：+13.8% (+266)

(※食品スーパー事業除く)

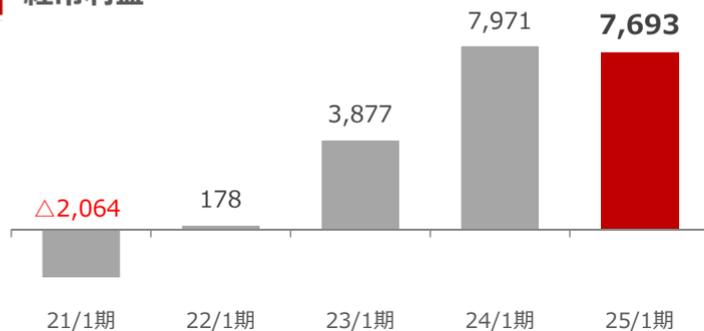
前期比：+8.3% (+177)



経常利益および親会社株主に帰属する当期純利益 (4Q累計)

経常利益

(単位：百万円)

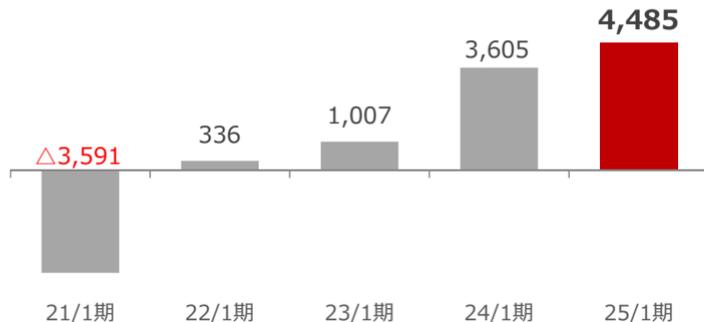


前期比

△**3.5%** (△**278** 百万円)

親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)



前期比

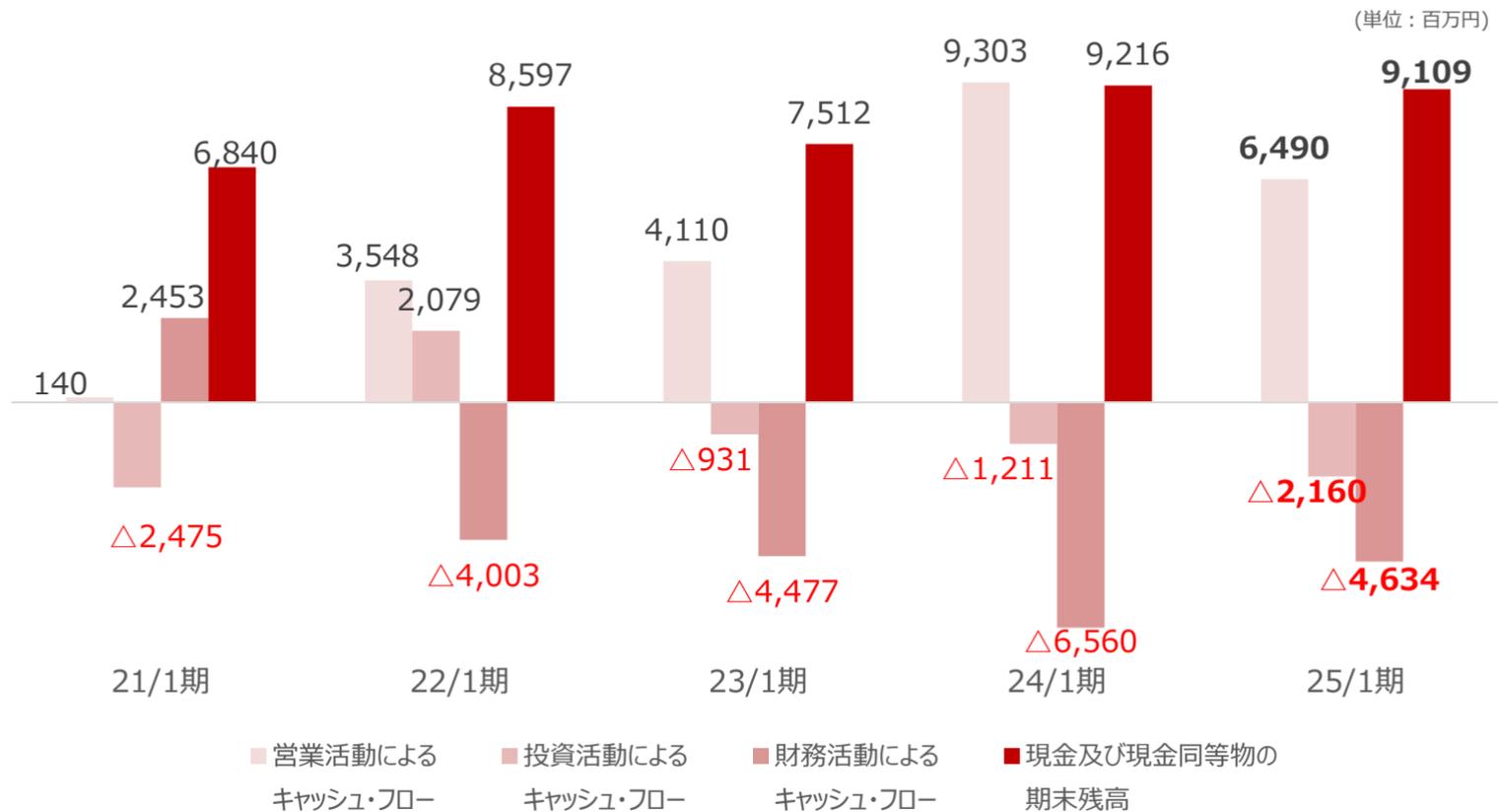
+**24.4%** (+**880** 百万円)

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024/1期 期末	2025/1期 期末	増減額	主な増減要因	
流動資産	45,526	46,383	+857	現金及び預金 受取手形、売掛金及び契約資産 棚卸資産	△424 +432 +788
固定資産	42,772	41,937	△834	有形固定資産 投資有価証券 敷金 のれん	+328 △324 △246 △1,037
資産合計	88,297	88,320	+23		
流動負債	44,476	42,798	△1,678	支払手形及び買掛金 1年内返済予定の長期借入金	+908 △800
固定負債	16,257	14,404	△1,854	長期借入金	△2,123
負債合計	60,734	57,202	△3,532		
純資産合計	27,564	31,119	+3,555	利益剰余金 為替換算調整勘定	+3,300 +539
負債・純資産合計	88,297	88,320	+23		

連結キャッシュ・フロー



2025年1月期 セグメント別の概況

セグメント別業績

※()内は前期増減率。
ただし、営業損失の場合は前期の実績を記載

ディストリビューター	<p>インバウンド需要の活況などを背景に国内外食産業向け販売が堅調。ホテルやチェーン店などへの売上が順調に増加し、増収・増益</p> <p>売上高： 184,037 百万円 (+6.5%)</p> <p>営業利益： 6,224 百万円 (+6.1%)</p>
キャッシュアンドキャリー	<p>飲食店への販売は堅調に推移し、売上、粗利額ともに増加したものの、経費の増加を吸収できず減益</p> <p>売上高： 44,860 百万円 (+3.1%)</p> <p>営業利益： 1,707 百万円 (△6.6%)</p>
フードソリューション	<p>輸入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、加えて円安の影響により粗利率も低下し、減収・減益</p> <p>売上高： 12,917 百万円 (△3.6%)</p> <p>営業利益： 399 百万円 (△51.0%)</p>
食品スーパー	<p>事業撤退の影響により、減収・減益(2024年11月21日をもって全店舗の営業を終了)</p> <p>売上高： 4,651 百万円 (△69.3%)</p> <p>営業利益： △835 百万円 (前期実績△688百万円)</p>

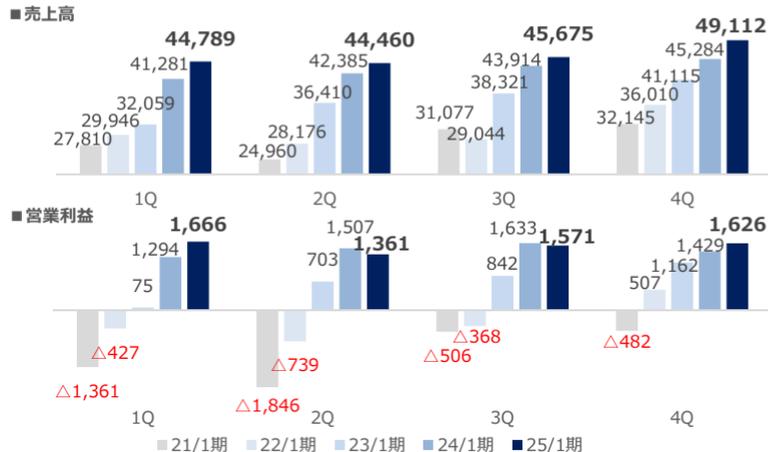
ディストリビューター事業

4Q累計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

(単位：百万円)



前期比 売上高**11,173**百万円増(+6.5%)、営業利益**360**百万円増(+6.1%)

- ・国内のインバウンド需要の活況などを背景に、外食産業向け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
- ・PB商品の販売強化などにより粗利率は改善(p27参照)
- ・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。前期に続き、セグメント最高益を更新

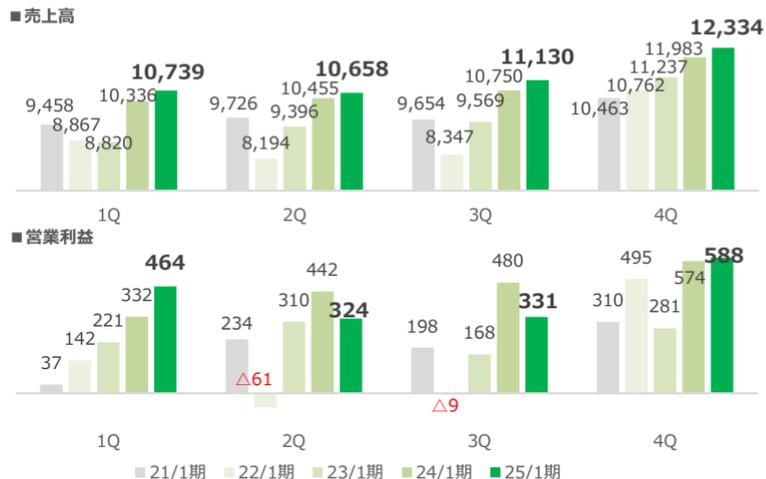
キャッシュアンドキャリー事業

4Q累計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

(単位: 百万円)



前期比 売上高**1,336**百万円**増**(+3.1%)、営業利益**120**百万円**減**(△6.6%)

- ・主要顧客である中小飲食店への販売は堅調に推移
- ・PB商品の販売強化などにより粗利率は改善(p27参照)
- ・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&C事業 / 業務用PB商品の売上構成比

■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商品を、和洋中あらゆるジャンルの食材、商品でラインアップ



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

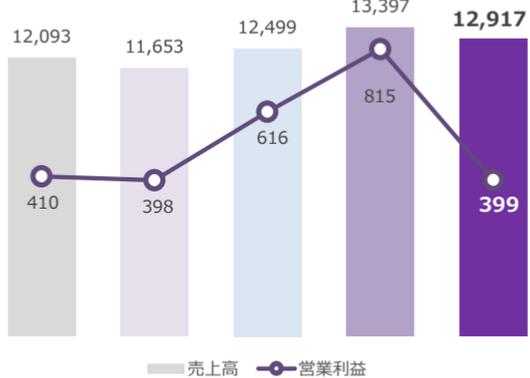
●直近10期における業務用PB商品の状況

※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



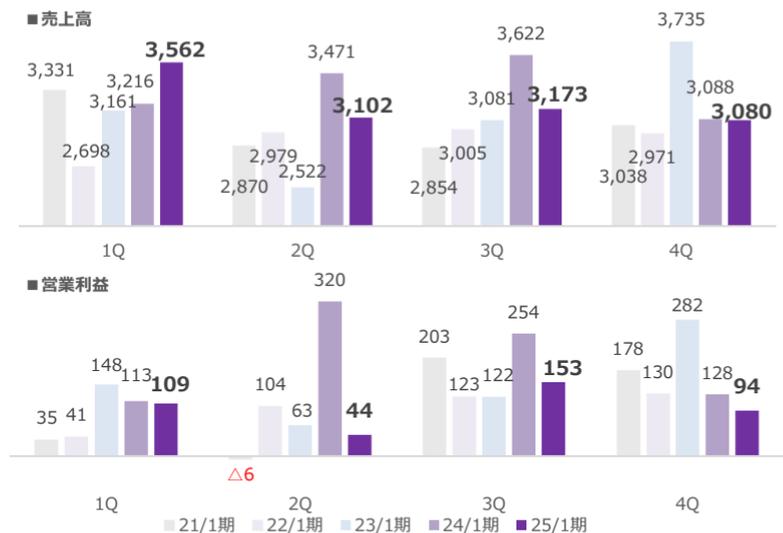
フードソリューション事業

4Q累計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

(単位：百万円)

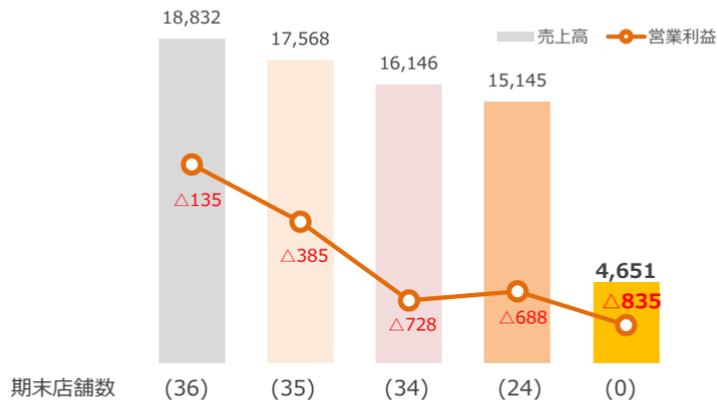


前期比 売上高**481**百万円減(△3.6%)、営業利益**416**百万円減(△51.0%)

- ・輸入業務用調理機器販売において、一部機器で切替対応が遅れたことなどにより減収。
- 加えて、同販売において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

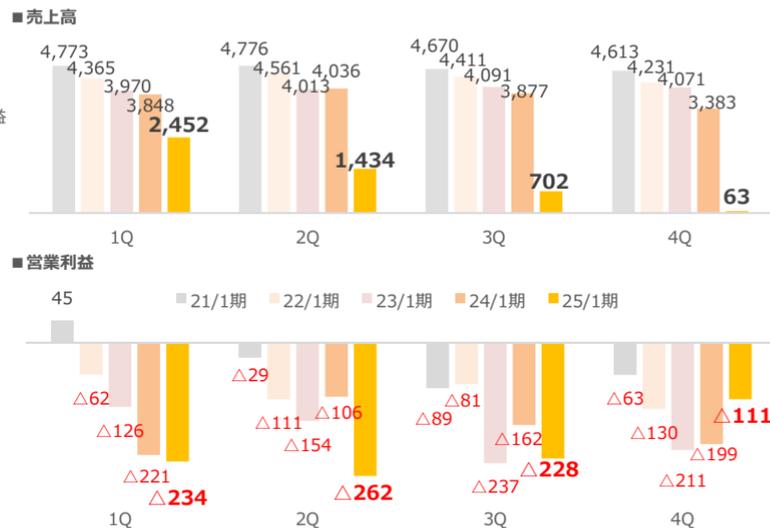
食品スーパー事業

4Q累計 売上高/営業利益 5期比較



四半期毎比較

(単位：百万円)



前期比 売上高**10,493百万円減**(△69.3%)、営業損失**147百万円拡大**

※2024年11月21日をもって全店舗の営業を終了し、2025年1月31日付で当事業部門の事業会社である株式会社トーホーストアの解散を決議いたしました。

2026年1月期 業績予想

通期連結業績予想

(単位：百万円)

	2025年1月期 実績	2026年1月期 業績予想	前期比	
			増減率	増減額
売上高	246,465	253,000	+2.7%	+6,535
営業利益	7,496	8,200	+9.4%	+704
経常利益	7,693	8,300	+7.9%	+607
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,485	4,700	+4.8%	+215
1株あたりの 当期純利益(円)	416.92円	436.95円	-	+20.03円

【売上高】 食品スーパー事業から撤退した影響があるものの、インバウンド需要の拡大などを背景に既存事業は堅調に推移すると想定

【営業利益】 人件費や電気代など諸経費の増加を想定するものの、食品スーパー事業からの撤退により収益力が向上し、創業来最高益を予想

セグメント別 業績予想

ディストリビューター事業	既存得意先のシェアアップと新規得意先の開拓を継続し増収
売上高	： 193,000 百万円 (+4.9%)
キャッシュアンドキャリー事業	営業強化と商品提案強化により増収
売上高	： 46,000 百万円 (+2.5%)
フードソリューション事業	グループ連携や輸入業務用調理機器販売の回復などにより増収
売上高	： 14,000 百万円 (+8.4%)

※()内は前期増減率

設備投資、減価償却費

設備投資 実績および計画

※設備投資にはリース資産を含む

(単位：百万円)

	2025年1月期 (実績)	2026年1月期 (計画)	増減
ディストリビューター事業	1,841	2,563	+722
キャッシュアンドキャリー事業	431	687	+256
食品スーパー事業	4	-	△4
フードソリューション事業	853	320	△533
小計	3,129	3,570	+441
ソフトウェア等	548	664	+116
合計	3,677	4,234	+557

減価償却費 実績および計画

(単位：百万円)

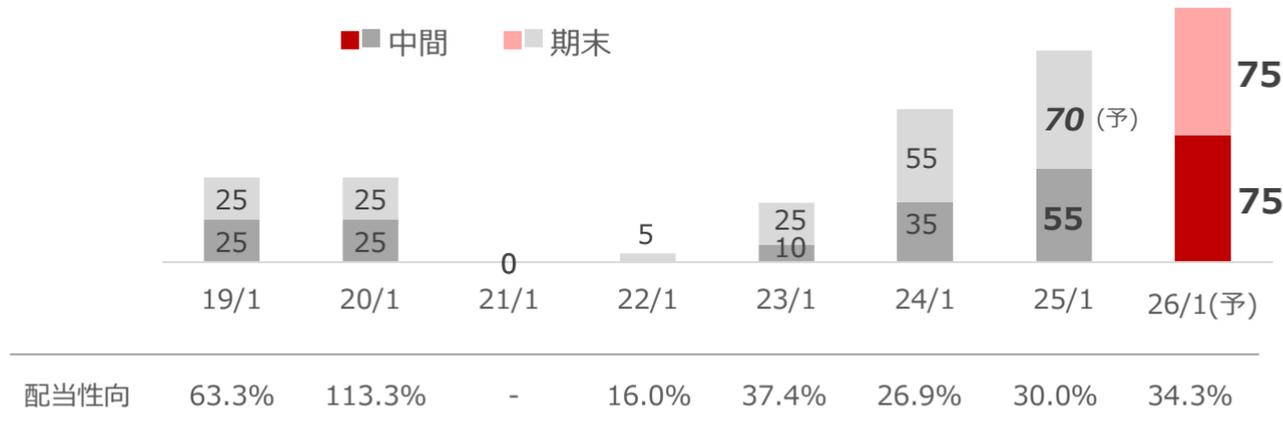
	2025年1月期 (実績)	2026年1月期 (計画)	増減
会社計	2,043	2,210	+167

配当予想(修正あり)

【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%は中期経営計画（3か年計画）中の達成を目指すこととしております。

(単位:円)



利益配分に関する基本方針に基づき、当期(2025年1月期)は前期から35円増となる**年間配当125円**(中間55円、期末70円)と4期連続の増配とし、過去最高額を見込んでおります。

また、来期につきましても食品スーパー事業から撤退したことや、インバウンド需要の拡大などで引き続き業績は改善する前提のもと**年間配当150円**(中間75円、期末75円)と5期連続の増配を予定しております。

中期経営計画「SHIFT-UP 2027」 財務目標修正（上方修正）

※2025年3月13日付「2025年1月期 決算短信」にて中期経営計画の財務目標を修正

中期経営計画「SHIFT-UP 2027」財務目標修正（上方修正）

SHIFT-UP 2027

（期間：2025年1月期～2027年1月期）

連結	2027年1月期 （当初計画）	2027年1月期 （修正計画）
売上高	2,650億円	2,700億円
親会社株主に帰属する 当期純利益	45億円	48億円
ROE	10.0%以上	10.0%以上
PBR	1.0倍以上	1.0倍以上

- ・当期（2025年1月期）の実績を踏まえ、最終年度（2027年1月期）の「売上高」及び「親会社株主に帰属する当期純利益」の目標を上方修正

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。



※写真は調理イメージです。

環境と社会に配慮



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

～2024年は売上も順調に推移し、販売量は59トン(前期比134%)

～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
(2024年度累計)

✓ A-プライス 17店舗でコーヒー豆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。

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

toho グループ

未来につながる「食」を選ぼう

トーホーグループは、「美味しき」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 - 11.04

トーホーグループ サステナウィーク 2024

www トーホー	www アスビット	www トーホーファミ	www システムズコンサルタン
www トーホーフードサービス	www トーホー沖縄	www 都代商店	www エフ.エム.アイ
www トーホーキャジュアル&キャミ	www トーホー・北関東	www 糖ヶ屋	www 昭和物産株式会社
www トーホーストア	www トーホー・エグゼクティブ	www トーホーウイング	www 興業食品株式会社
www トーホーゼネラルサービス			



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

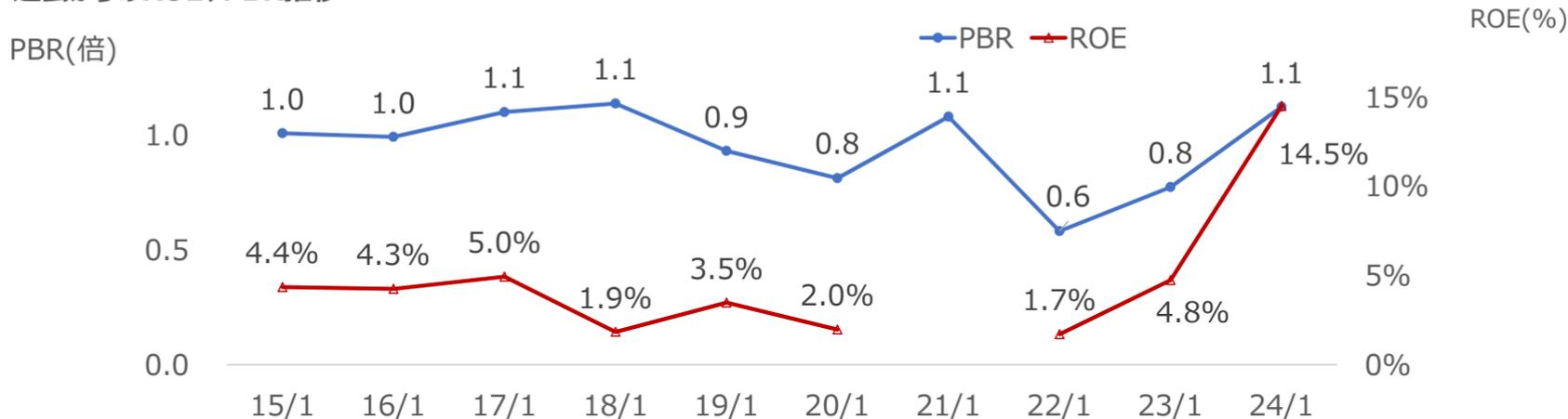
中期経営計画「SHIFT-UP 2027」の概要

2024年3月11日公表

2025年3月13日財務目標上方修正

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2,700億円※

当期純利益48億円※

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

※2025年3月13日付「2025年1月期決算短信」において、2027年1月期の売上高及び当期純利益の目標を上方修正いたしました。

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。

1. エリア毎の市場環境に沿った
事業展開へのシフト

首都圏再編

沖縄再編

2. 新たな市場の開拓

プライベートブランド(PB)商品強化

キャッシュアンドキャリー(C&C)
事業拡大

海外事業拡大

3. 外食ビジネスをトータルに
サポートする機能の拡充外食企業向け
業務支援システム刷新フードソリューション(FSL)
事業拡充

4. 情報技術の最大活用による生産性の向上

IT/DX戦略の推進

5. M&A、アライアンスの活用

M&Aの継続

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

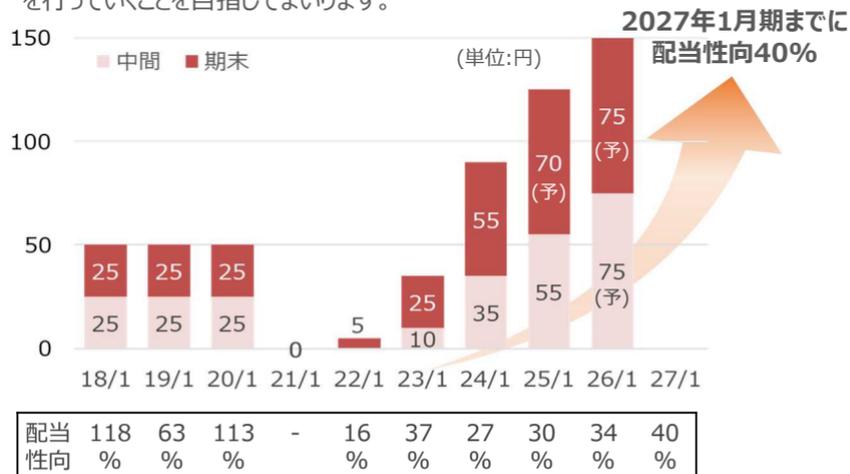
- サステナビリティ情報開示の強化
- 英文開示の強化
- 情報発信媒体(Web・統合報告書等)の内容のブラッシュアップ

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2,700億円※、当期純利益48億円※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。

※2025年3月13日付「2025年1月期決算短信」において、2027年1月期の売上高目標を2,650億円から2,700億円へ、当期純利益目標を45億円から48億円へ、それぞれ上方修正をいたしました。

売上高

(単位:百万円)

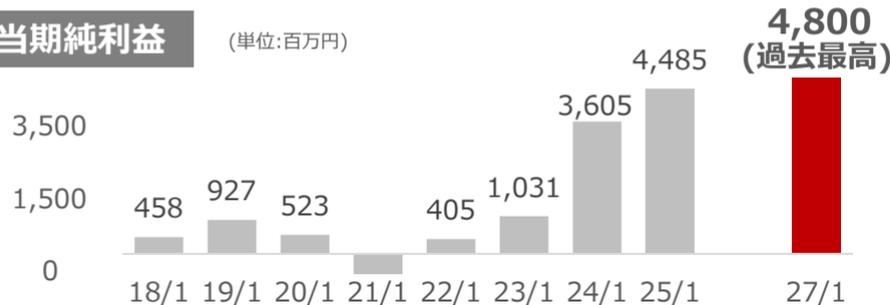


ROE



当期純利益

(単位:百万円)



PBR

