

食を通して社会に貢献する

# toho



2026年1月期

# 決算説明資料

2026年3月12日

株式会社 **トーホー**

(東証プライム 8142)

# 目次

## 会社案内

### 2026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

### 2026年1月期 セグメント別の概況

### 2027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

## 参考資料

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

## 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	: 2,597億円(2026年1月期)
代	表	者	: 代表取締役会長 古賀 裕之 代表取締役社長 奥野 邦治
連	結	従	業
員	数	:	3,876名 (2026年1月31日現在) (正社員数2,540名、パートタイマー等1,336名)
株	式	上	場
事	業	内	容
連	結	子	会
社	数	:	21社 (2026年1月末現在) ※2025年1月期をもって、食品スーパー事業から撤退しました
(	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。

**14社89事業所**  
**(35都道府県、海外4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。

**96店舗(30都府県)**



## フードソリューション(FSL)事業

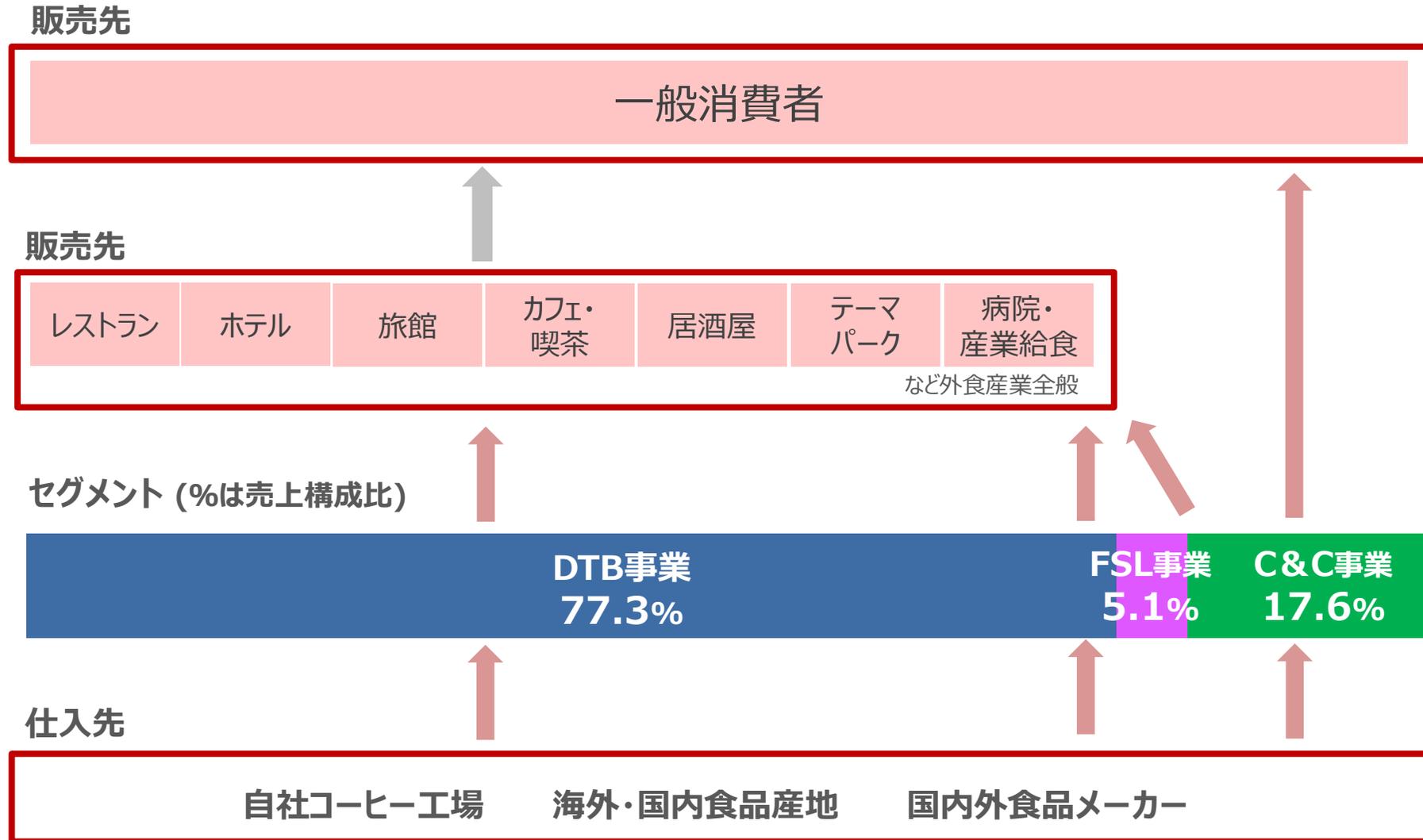
飲食店に向けた業務支援システム、品質管理、業務用調理機器、総合建設請負、店舗内装設計・施工など、外食ビジネスをトータルにサポートする様々なソリューションを提供しています。

**7社30事業所**



※社数、事業所数は2026年1月末現在

# 会社案内 商流図



※「自社コーヒー工場」の売上はDTB事業に包含  
 ※セグメント別の売上構成比は、2026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
2024年度 国内市場規模	地域別 市場規模	4,096,900	1,761,700	622,700	745,600	278,600	368,700
	構成比	100%	43.0%	15.2%	18.2%	6.8%	9.0%
2026/1期 当社グループ 実績	売上高	235,963	64,898	8,717	68,769	18,690	74,889
	構成比	100%	27.5%	3.7%	29.1%	7.9%	31.7%
	<b>市場シェア</b>	<b>5.8%</b>	<b>3.7%</b>	<b>1.4%</b>	<b>9.2%</b>	<b>6.7%</b>	<b>20.3%</b>

※海外を含むDTB+C&Cの26年1月期売上高は246,554百万円

※業務用食品卸の市場規模は、日本食糧新聞社調べ(2025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311,400百万円

# 「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」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, red, lowercase 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

81

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/ベトナム

・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

96

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



# 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、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。

## 2026年1月期 決算の概要

※2025年1月期をもって食品スーパー(FSM)事業から撤退したことに伴い、当期決算より、  
当社の報告セグメントから「FSM事業」を抹消しております。

## 決算ハイライト

※( )内は前期増減率

売上高	:	259,747百万円	(+5.4%)
営業利益	:	7,853 百万円	(+4.8%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	:	4,576 百万円	(+2.0%)

- 売上高は食品スーパー(FSM)事業撤退などの影響があったものの、国内外食産業への販売が堅調に推移したことに加え、新たに三協食鳥がグループ入り(9月)したこともあり、増収(+5.4%)
- 営業利益は増収による粗利額の増加やFSM事業の撤退による増益がシンガポール子会社の粗利率の低下や既存事業の運賃及び荷造費等の増加を吸収し、増益(+4.8%)
- 営業利益、親会社株主に帰属する当期純利益は、それぞれ過去最高を更新

## 〈前期比増減〉

売上高：**+ 132** 億円<sup>※</sup>、営業利益：**+ 357** 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益：**+ 91** 百万円

※億円未満切り捨て

# 決算ハイライト

## 株主還元(配当金)

当期末配当 **75 円**を予定(前期末配当から**+5 円**の増配)

- 年間配当150円を予定(前期比+25円の増配)
- 2027年1月期(来期)の年間配当は**61円** (株式分割前換算183円)<sup>※</sup>を予想

※2026年2月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。

2027年1月期の年間配当予想は、当該株式分割後の配当予想額を記載しており、当該株式分割前に換算すると年間配当は183円(中間90円、期末93円)となり、実質的には6期連続の増配を予想しております。

## 来期業績予想

業績予想 売上高：**2,740 億円**、

営業利益：**82 億円**、親会社株主に帰属する当期純利益：**48 億円**

(売上高、営業利益、経常利益、当期純利益ともに過去最高を予想)

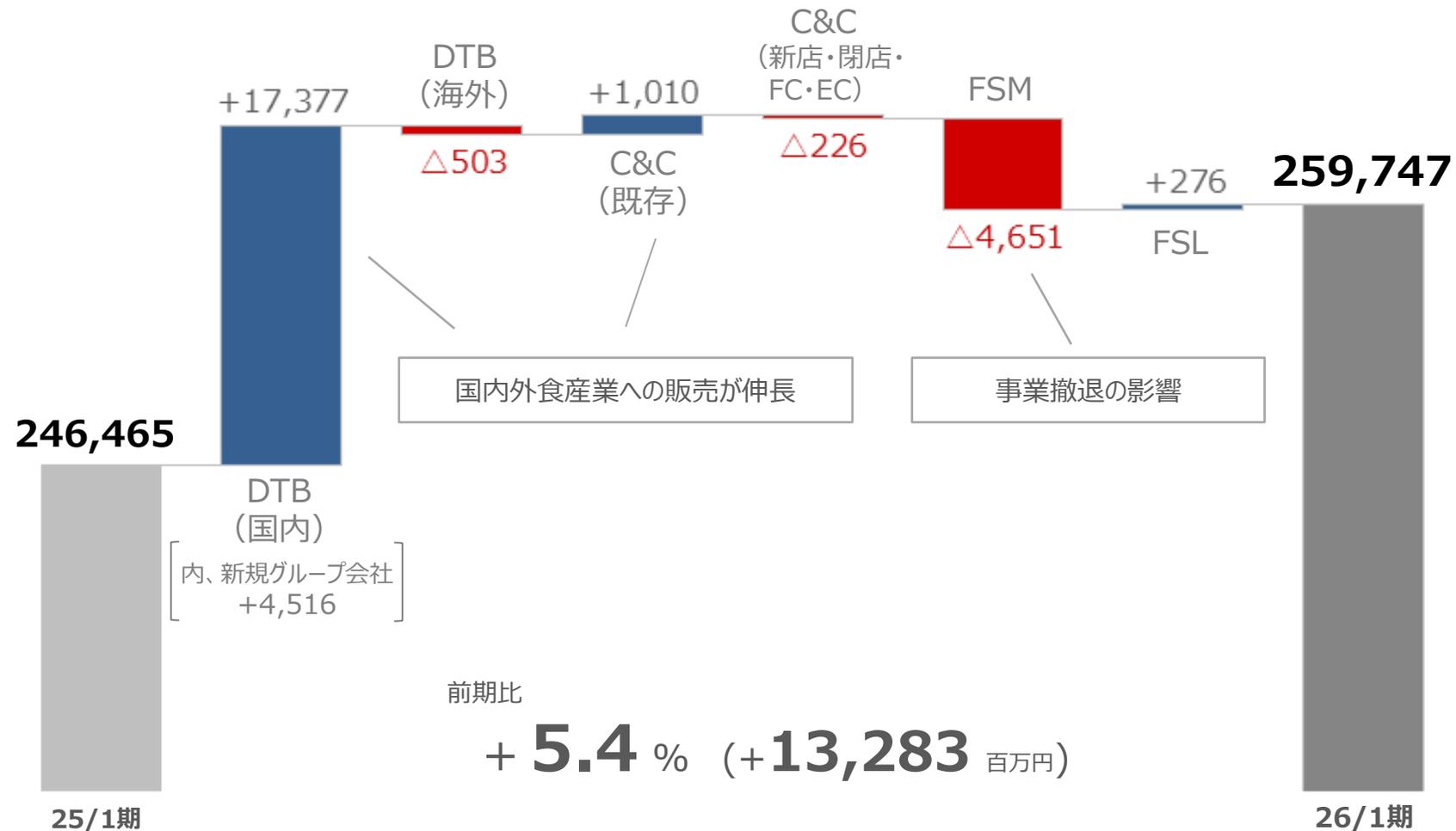
## 連結損益計算書

(単位：百万円)

	前期 (2025年1月期)		当期 (2026年1月期)		前期比	
	実績	対売	実績	対売	増減率	増減額
売上高	246,465		259,747		+5.4%	+13,283
売上総利益(粗利)	49,030	19.89%	49,980	19.24%	+1.9%	+950
販売管理費	41,534	16.85%	42,126	16.22%	+1.4%	+592
営業利益	7,496	3.04%	7,853	3.02%	+4.8%	+357
経常利益	7,693	3.12%	7,928	3.05%	+3.0%	+235
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,485	1.82%	4,576	1.76%	+2.0%	+91

# 売上高の増減要因 (4Q累計)

FSM事業からの撤退の影響があったが、国内外食産業への販売が堅調に推移したことに加え、新規グループ会社の寄与などにより、増収



# 四半期別 売上高推移(5期比較)

前年同期比：△**0.4%** (△266)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：+3.7% (+2,185)

前年同期比：+**3.6%** (+2,163)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：+6.2% (+3,597)

前年同期比：+**9.2%** (+5,568)

(食品スーパー事業除く)

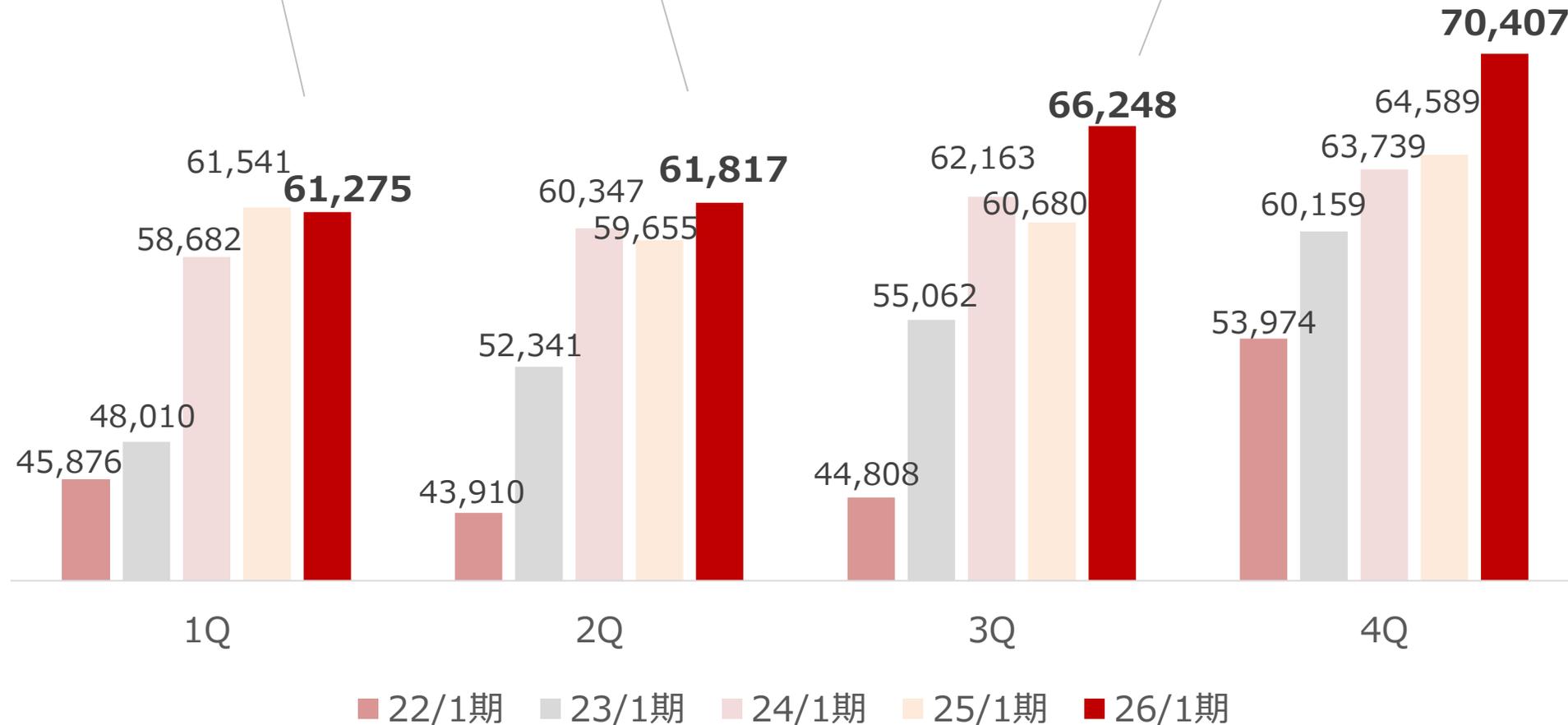
前年同期比：+10.5% (+6,270)

前年同期比：+**9.0%** (+5,818)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：+9.1% (+5,881)

(単位：百万円)



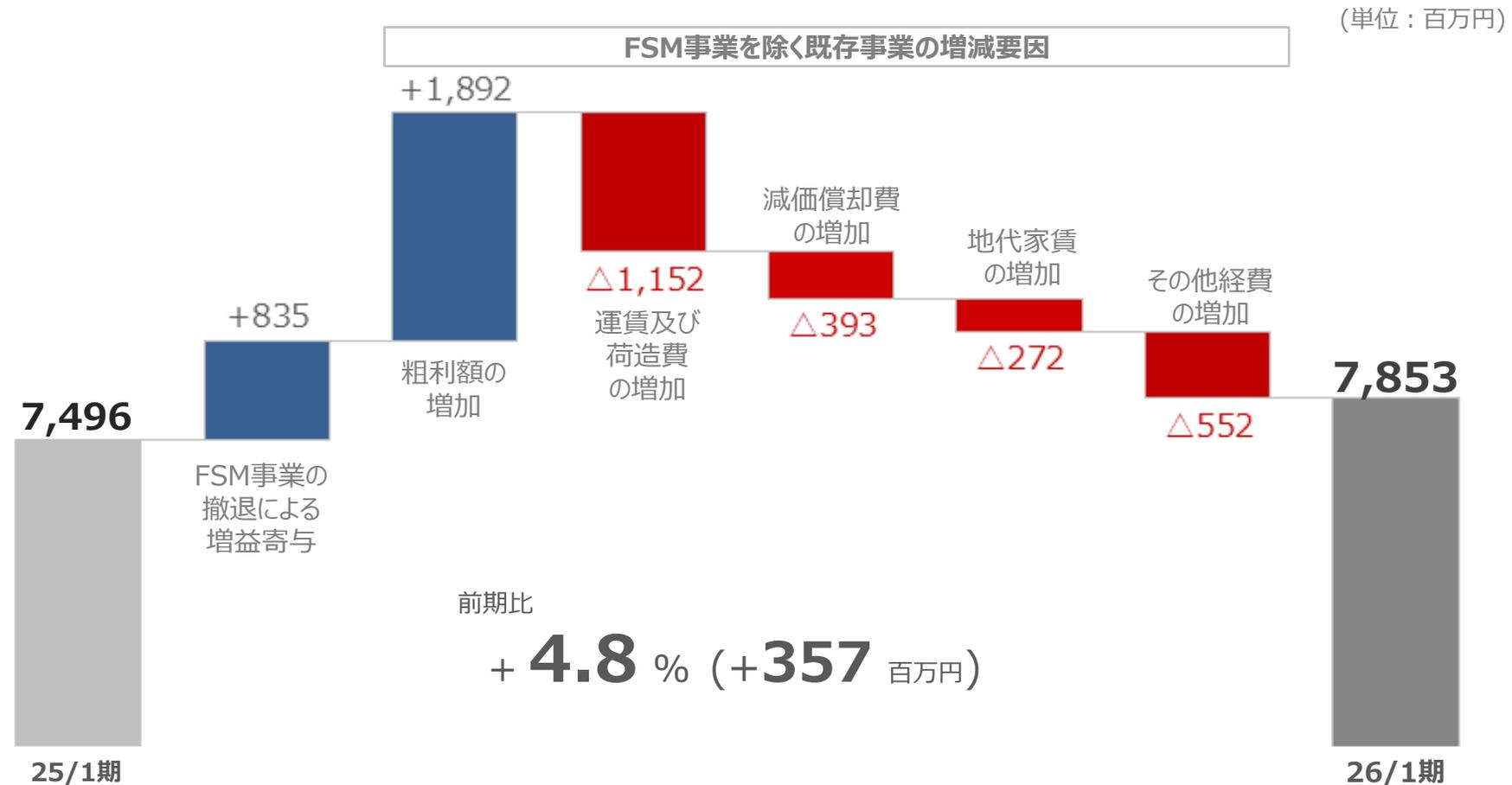
# 販管費比較 (4Q累計)

(単位：百万円)

	前期 (2025年1月期)		対売	当期 (2026年1月期)		対売		前期比	
						増減率	増減額		
売上高	246,465			259,747		+5.4%	+13,283		
売上総利益	49,030	19.89%		49,980	19.24%	+1.9%	+950		
人件費	20,128	8.17%		19,739	7.60%	△1.9%	△389		
運賃及び荷造費	6,901	2.80%		7,975	3.07%	+15.6%	+1,074		
販売促進費	955	0.39%		865	0.33%	△9.4%	△90		
貸倒引当金繰入額	△28	—		46	0.02%	↑	+75		
旅費及び交通費	1,189	0.48%		1,201	0.46%	+1.1%	+12		
水道光熱費	1,773	0.72%		1,669	0.64%	△5.9%	△104		
リ—入料	962	0.39%		970	0.37%	+0.8%	+8		
減価償却費	1,842	0.75%		2,230	0.86%	+21.1%	+389		
地代家賃	3,126	1.27%		3,175	1.22%	+1.5%	+48		
その他（のれん償却含む）	4,685	1.90%		4,255	1.64%	△9.2%	△430		
<b>販売管理費計</b>	<b>41,534</b>	<b>16.85%</b>		<b>42,126</b>	<b>16.22%</b>	<b>+1.4%</b>	<b>+592</b>		
営業利益	7,496	3.04%		7,853	3.02%	+4.8%	+357		

# 営業利益の増減要因(4Q累計)

国内既存事業の増収による粗利額の増加やFSM事業の撤退による増益が、シンガポール子会社の粗利率の低下や、既存事業の運賃及び荷造費等の経費の増加を吸収し、増益



# 四半期別 営業利益推移(5期比較)

前年同期比：△10.0% (△201)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：△19.4% (△434)

前年同期比：+12.5% (+184)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：△4.5% (△79)

前年同期比：+14.9% (+272)

(食品スーパー事業除く)

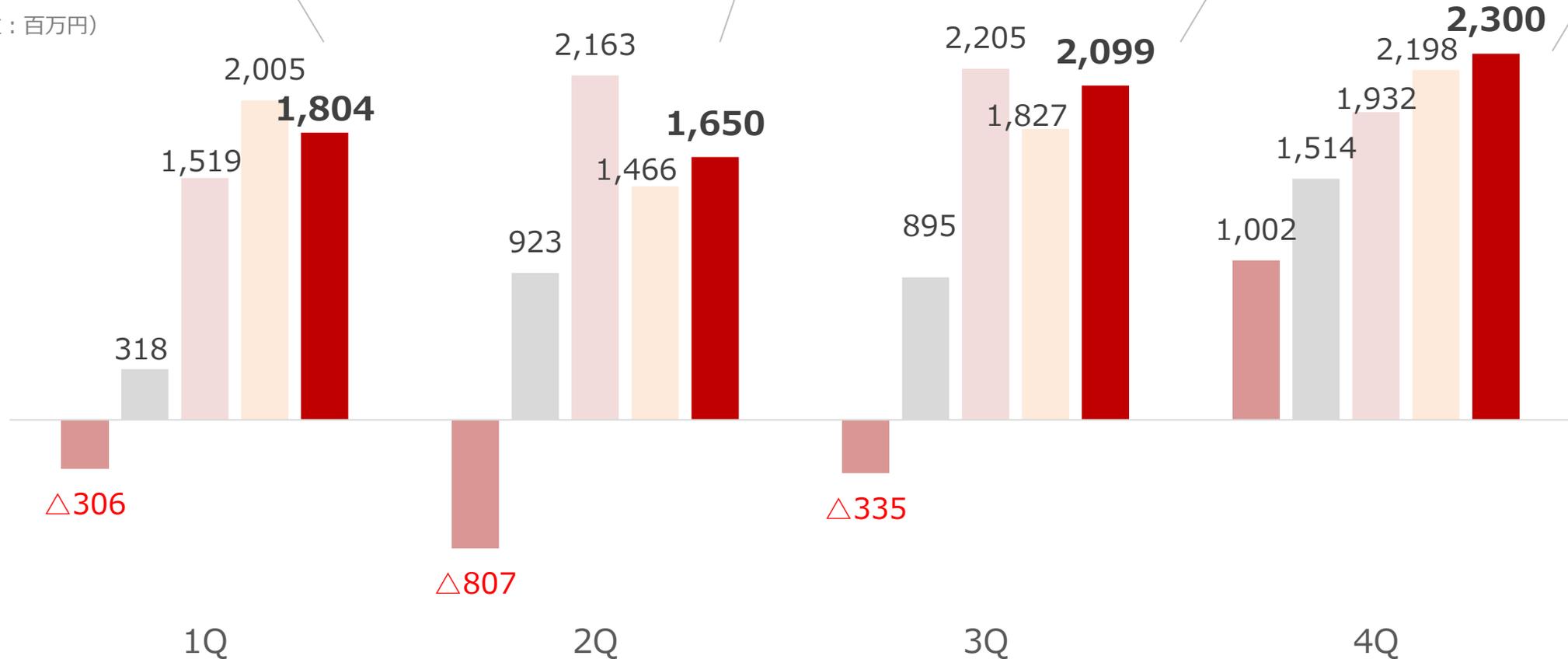
前年同期比：+2.2% (+44)

前年同期比：+4.7% (+102)

(食品スーパー事業除く)

前年同期比：△0.4% (△8)

(単位：百万円)



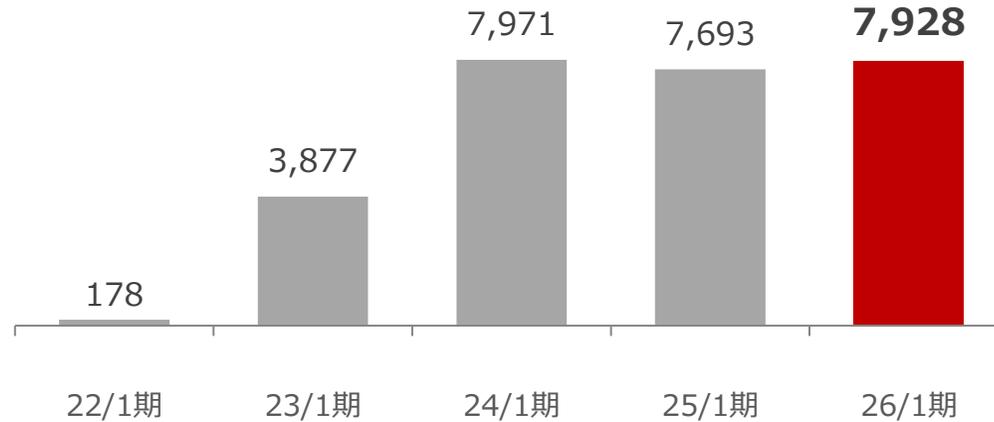
※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

■ 22/1期 ■ 23/1期 ■ 24/1期 ■ 25/1期 ■ 26/1期

## 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)

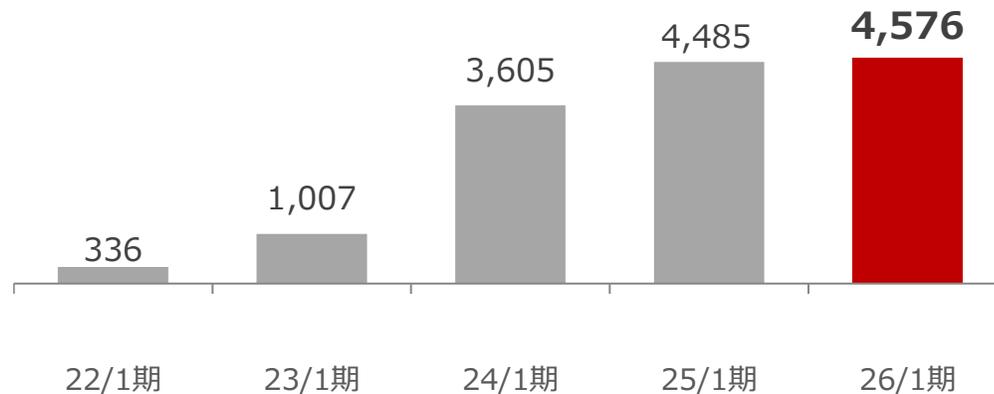


前期比

+3.0% (+235 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

+2.0% (+91 百万円)

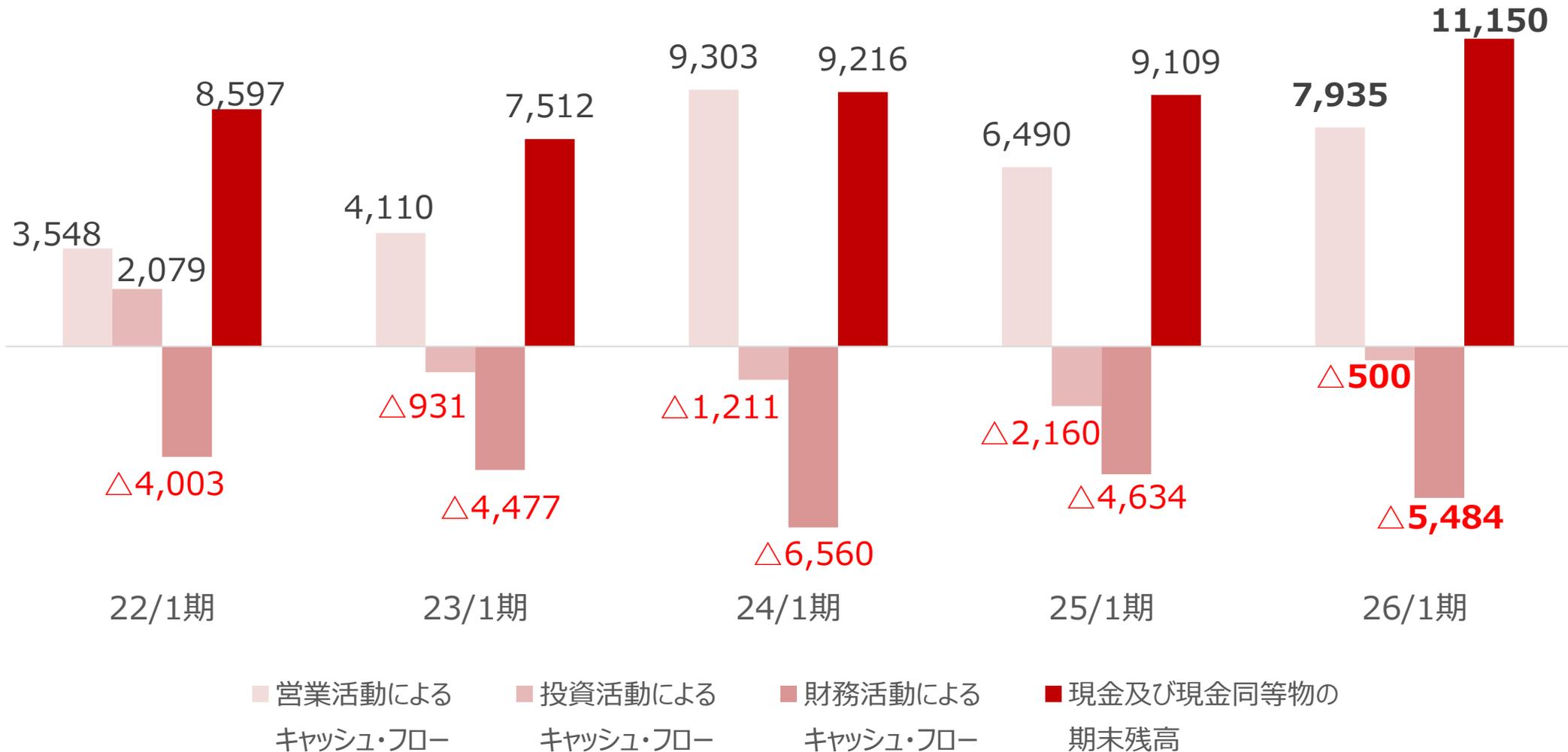
## 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2025/1期 期末	2026/1期 期末	増減額	主な増減要因	
流動資産	46,383	52,969	+6,586	現金及び預金 受取手形、売掛金及び契約資産 棚卸資産	+1,975 +3,584 +846
固定資産	41,937	43,485	+1,548	のれん ソフトウェア 投資有価証券 退職給付に係る資産	△458 +350 +537 +1,372
資産合計	88,320	96,454	+8,133		
流動負債	42,798	45,932	+3,134	支払手形及び買掛金 1年内返済予定の長期借入金	+2,976 △245
固定負債	14,404	15,979	+1,575	長期借入金 繰延税金負債	+261 +1,411
負債合計	57,202	61,911	+4,710		
純資産合計	31,119	34,542	+3,424	利益剰余金	+3,021
負債・純資産合計	88,320	96,454	+8,133		

## 連結キャッシュ・フロー

(単位：百万円)



## 2026年1月期 セグメント別の概況

※2025年1月期をもって食品スーパー(FSM)事業から撤退したことに伴い、当期決算より、  
当社の報告セグメントから「FSM事業」を抹消しております。

## セグメント別業績

ディストリビューター	<p>国内外食産業向け販売の堅調な推移に加え、新規グループ入り会社が寄与し、増収 シンガポール子会社の粗利率の低下や運賃及び荷造費の増加などにより、減益</p> <p>売上高： 200,910 百万円 (+9.2%)</p> <p>営業利益： 5,810 百万円 (△6.7%)</p>
キャッシュアンドキャリー	<p>販売は堅調に推移したが、POSレジ入替に伴う減価償却費の増加などにより、減益</p> <p>売上高： 45,644 百万円 (+1.7%)</p> <p>営業利益： 1,543 百万円 (△9.6%)</p>
フードソリューション	<p>外食産業向け業務支援システムなどシステム関連部門の堅調な推移などにより、増収 前期に本社改修費用を計上していた反動などにより、増益</p> <p>売上高： 13,193 百万円 (+2.1%)</p> <p>営業利益： 500 百万円 (+25.4%)</p>

(単位：百万円)

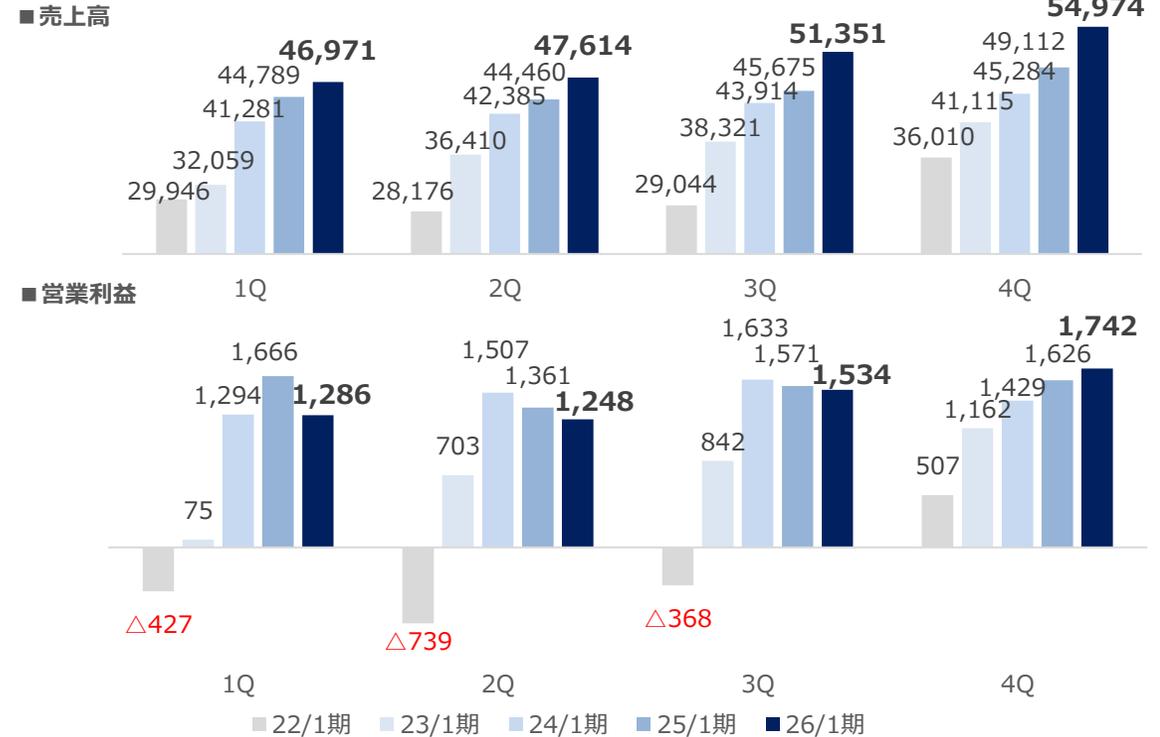
# ディストリビューター事業

## 4Q 売上高/営業利益 5期比較



※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

## 四半期毎比較



前期比 売上高**16,873**百万円**増**(+9.2%)、営業利益**414**百万円**減**(△6.7%)

- ・国内の好調なインバウンド需要や三協食鳥のグループ入りなどにより、増収  
海外子会社の売上も底打ち感
- ・営業利益は、シンガポール子会社の粗利率の低下や、運賃及び荷造費の増加などにより、  
減益となるも、第4Q(単)は増益に転換

# キャッシュアンドキャリー事業

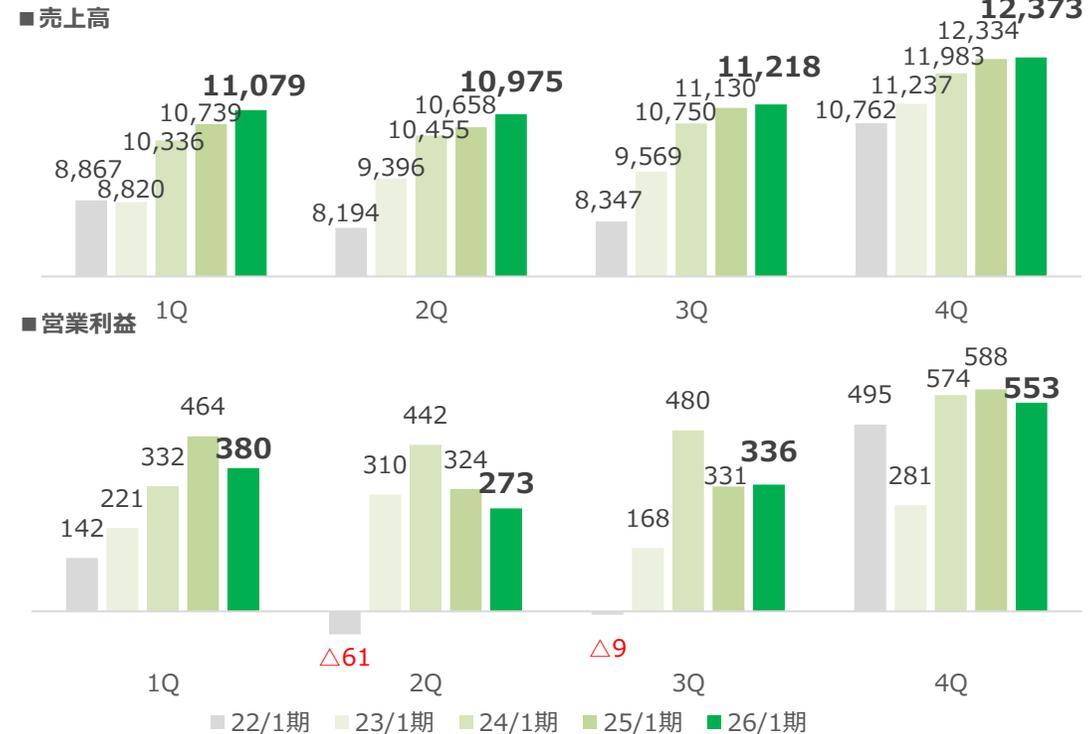
(単位：百万円)

## 4Q 売上高/営業利益 5期比較



※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

## 四半期毎比較



前期比 売上高**784**百万円**増**(+1.7%)、営業利益**164**百万円**減**(△9.6%)

- ・主要顧客である中小飲食店向けの販売は堅調に推移
- ・営業利益は、増収により粗利額は増加したものの、POSレジ入替に伴う減価償却費など諸経費の増加により、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

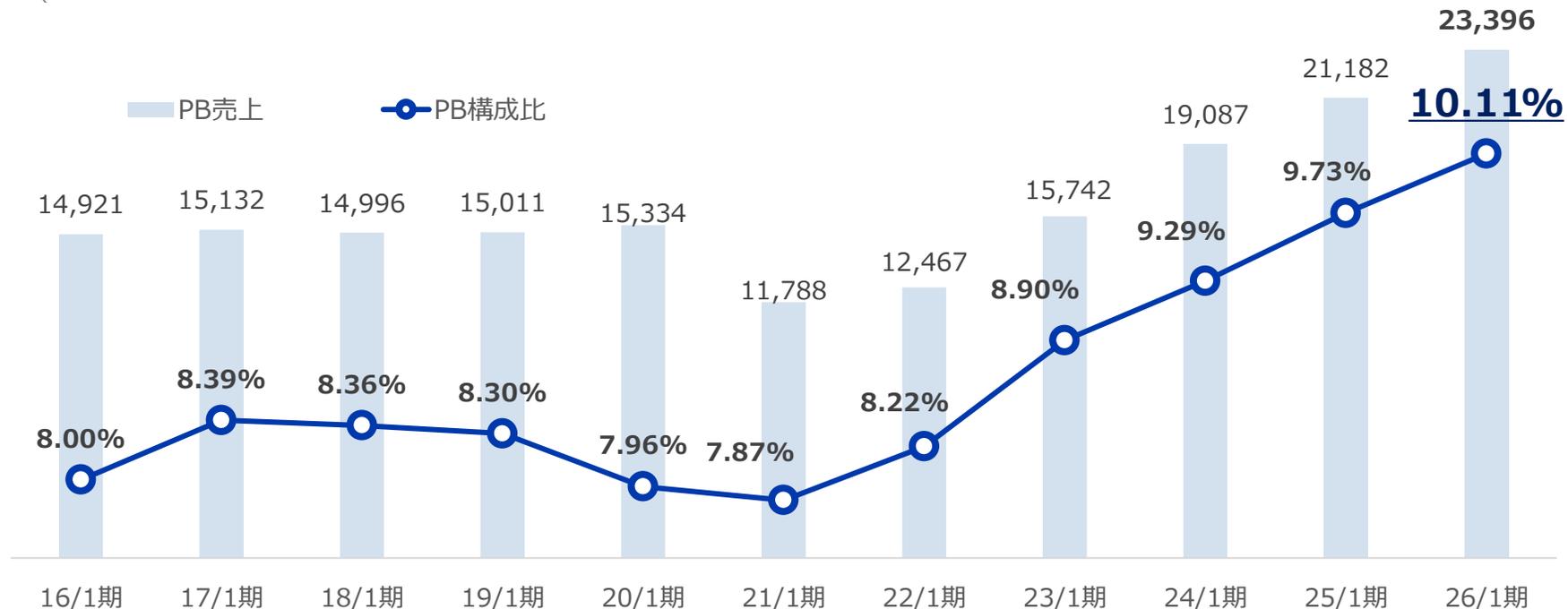
- ✓「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに75年以上にわたり、  
外食ビジネスをサポートしてきた実績とノウハウを活かした業務用PB商品
- ✓プロ仕様として品質・味に徹底的に拘った高付加価値PB商品として、  
素材だけでなく製造委託先も厳しい自社基準をクリアしたメーカーを選定
- ✓和洋中あらゆるジャンルの食材、商品をラインアップ



## ●直近の業務用PB商品の販売状況

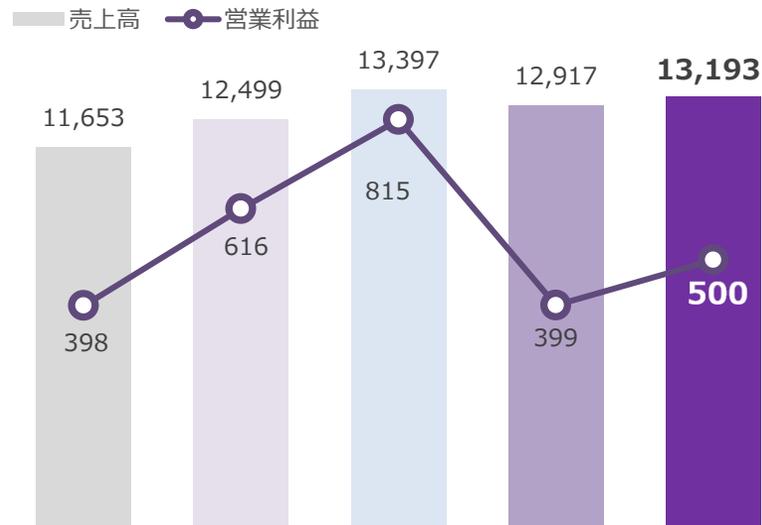
(単位：百万円)

※国内のディストリビューター事業会社(三協食鳥を除く)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

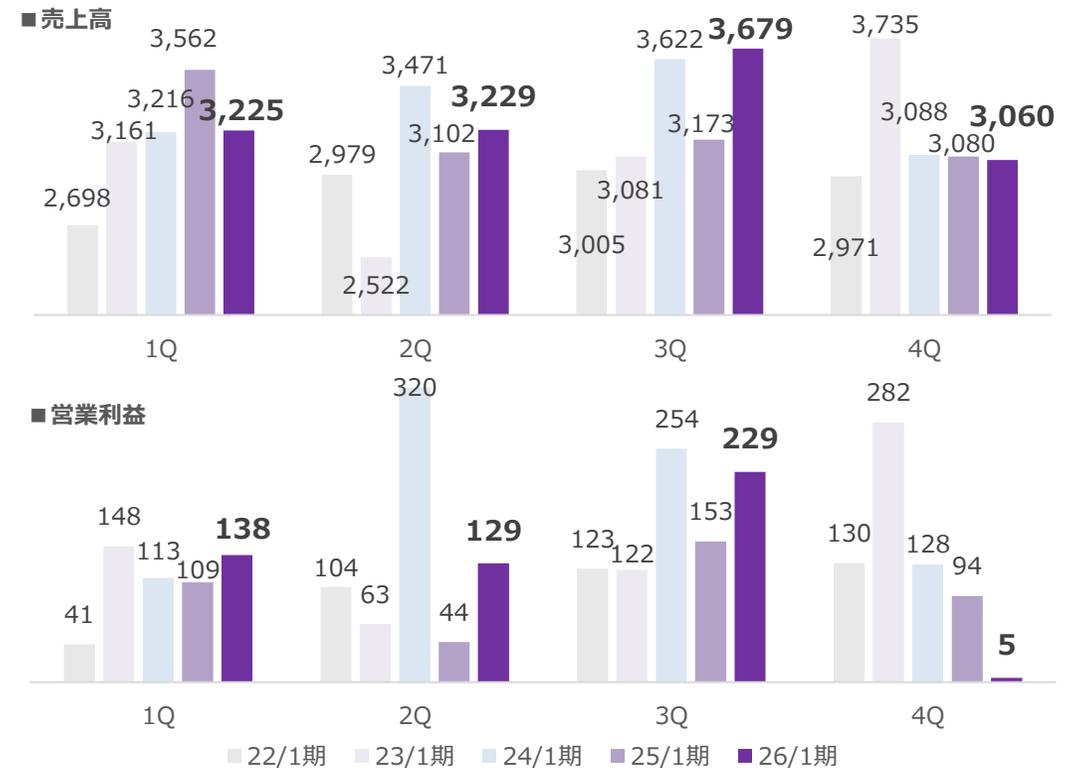


# フードソリューション事業

## 4Q 売上高/営業利益 5期比較



## 四半期毎比較



前期比 売上高**276**百万円増(+2.1%)、営業利益**101**百万円増(+25.4%)

- ・外食産業向け業務支援システムなどシステム関連部門の堅調な推移などにより、増収
- ・営業利益は、前期に本社改修費用を計上していた反動などにより、増益

## 2027年1月期 業績予想

## 通期連結業績予想

(単位：百万円)

	2026年1月期 実績	2027年1月期 業績予想	前期比	
			増減率	増減額
売上高	259,747	274,000	+5.5%	+14,253
営業利益	7,853	8,200	+4.4%	+347
経常利益	7,928	8,300	+4.7%	+372
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,576	4,800	+4.9%	+224
※ 1株当たりの 当期純利益(円)	142.93円	150.54円	-	+7.61円

【売上高】 大阪・関西万博に伴う特需が剥落する影響はあるが、国内ディストリビューター事業を中心に堅調に推移すると想定。海外売上も一定程度回復していくことを想定。

【営業利益】 人件費や運賃及び荷造費などの増加を想定するものの、増収による粗利額の増加が経費の増加を吸収し、営業増益を予想。

※2026年2月1日付で、普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行ったため、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算出しております。

## セグメント別 業績予想

## ディストリビューター事業

新規グループ会社(三協食鳥)の寄与に加え、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 : 214,200 百万円 (+6.6%)

## キャッシュアンドキャリー事業

品揃えの充実と営業力強化により増収

売上高 : 46,200 百万円 (+1.2%)

## フードソリューション事業

グループ連携を更に強化し、外食産業の課題解決に継続して取り組むことにより増収

売上高 : 13,600 百万円 (+3.1%)

※()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)

	2026年1月期 (実績)	2027年1月期 (計画)	増減
ディストリビューター事業	1,262	1,124	△138
キャッシュアンドキャリー事業	461	537	+76
フードソリューション事業	347	597	+251
小計	2,069	2,258	+189
ソフトウェア等	711	442	△269
合計	2,780	2,700	△80

## 減価償却費 実績および計画

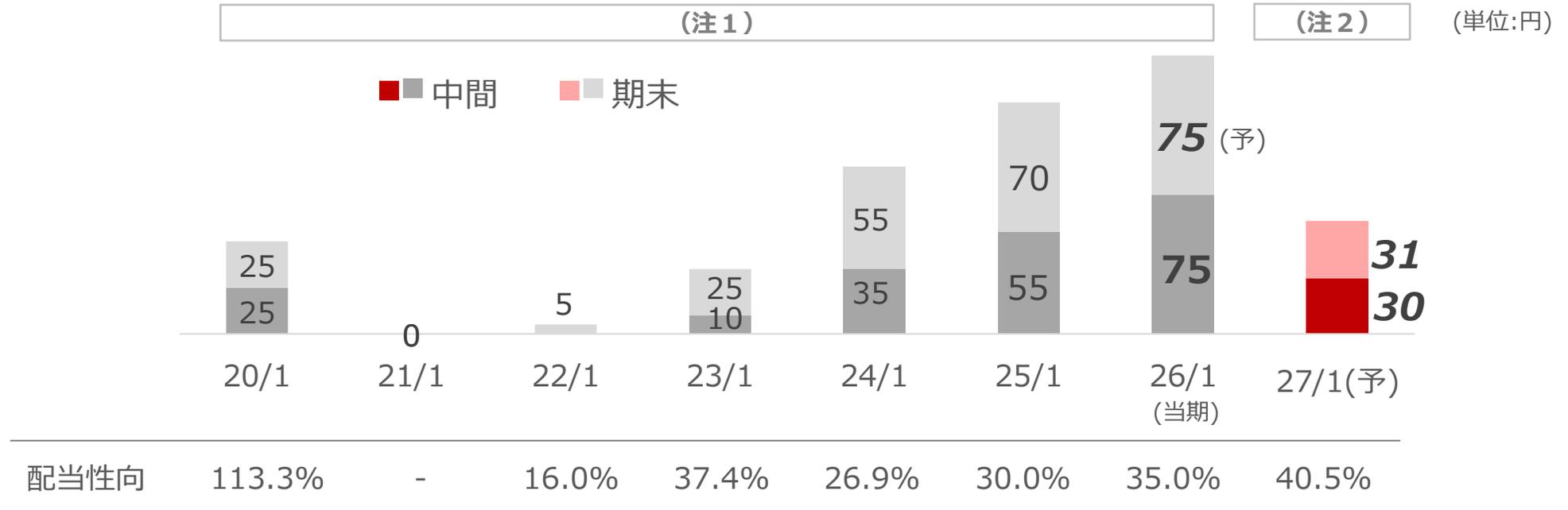
(単位：百万円)

	2026年1月期 (実績)	2027年1月期 (計画)	増減
会社計	2,487	2,480	△7

# 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カ年計画）中の達成を目指すこととしております。



利益配分に関する基本方針に基づき、当期(2026年1月期)は前期から25円増となる年間配当150円(中間75円、期末75円)と5期連続の増配とし、過去最高額を見込んでおります。

(注1) 2026年2月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。  
2026年1月期以前については、当該株式分割前の実際の配当額を記載しております。

(注2) 2027年1月期(予想)については、当該株式分割後の配当額を記載しております。  
当該株式分割前に換算すると年間配当183円(中間90円、期末93円)となり、実質的には6期連続の増配を予定しております。

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。

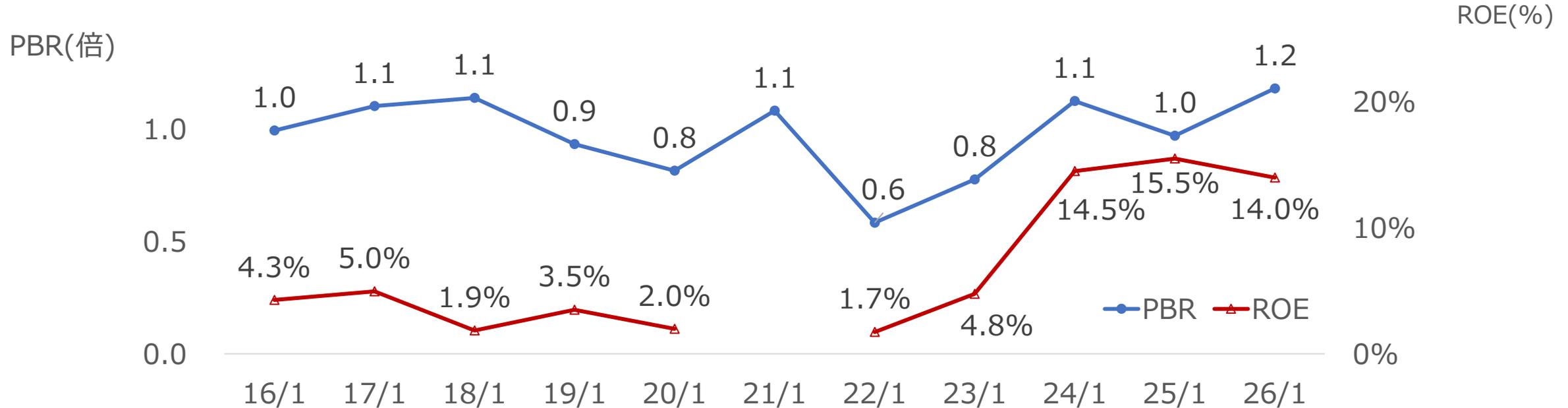
## 参考資料

# 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日第2版
- ・2026年3月12日第3版

# 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2,740億円※

当期純利益48億円

ROE 10.0%以上

PBR 1.0倍以上

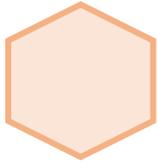
新たな成長ステージへの変革

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

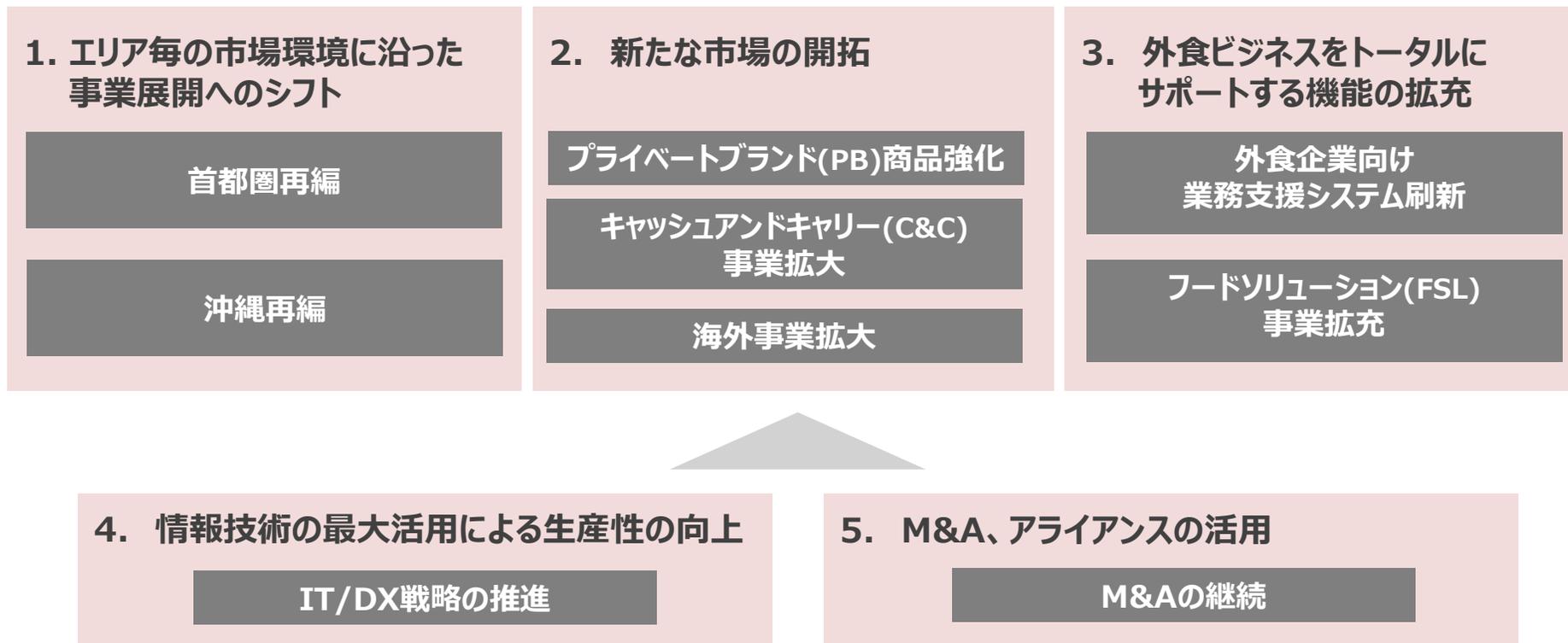
※2026年3月12日付「2026年1月期決算短信」において、  
2027年1月期の売上高の目標を上方修正いたしました。

# 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。



# 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(個人投資家向け説明会含む)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

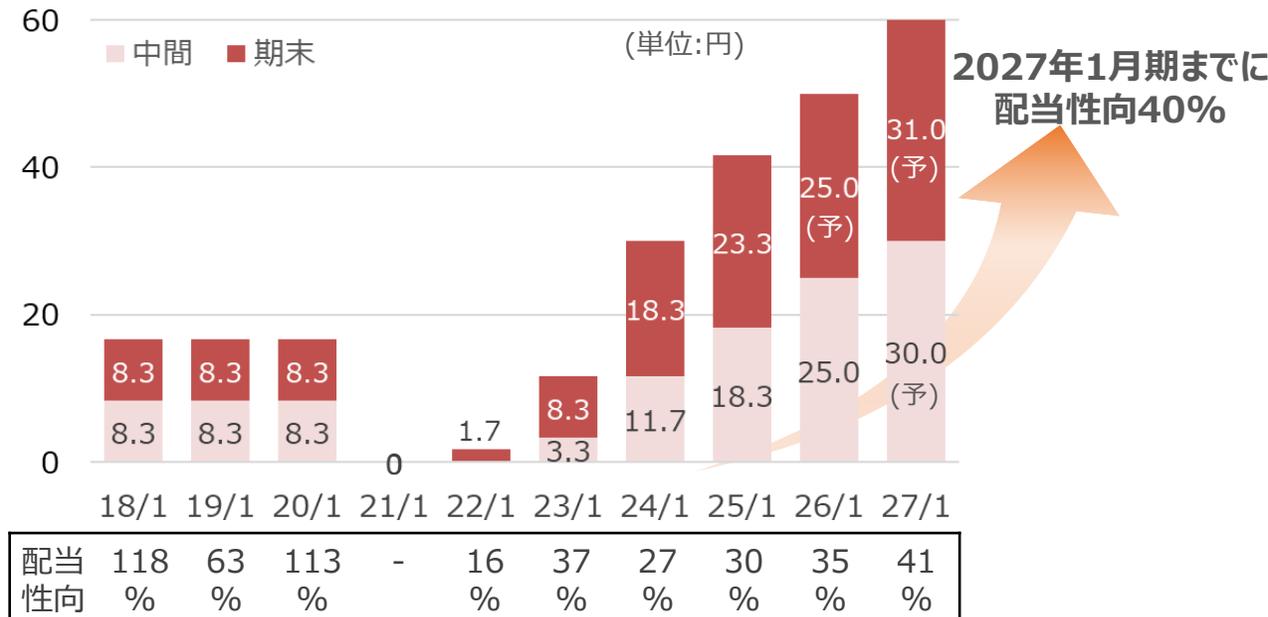
- サステナビリティ情報開示の強化
- 英文開示の強化
- 情報発信媒体(Web・統合報告書等)の内容のブラッシュアップ

#### 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。



※2026年2月1日付で、普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っており、2026年1月期以前の配当額は当該株式分割が行われたと仮定し、遡及修正しています。

# 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2,740億円※、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。

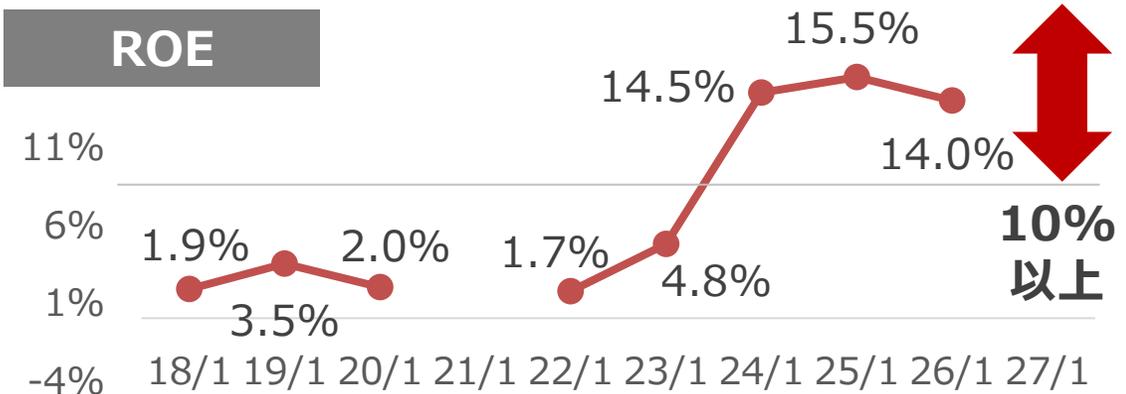
※2026年3月12日付「2026年1月期決算短信」において、2027年1月期の売上高目標を2,700億円から2,740億円へ、上方修正をいたしました。

### 売上高

(単位:百万円)

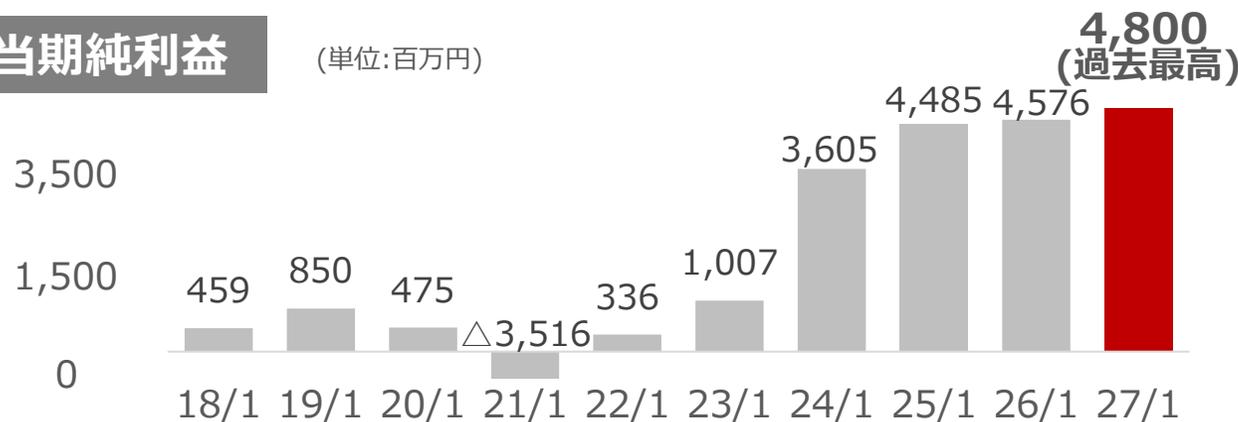


### ROE

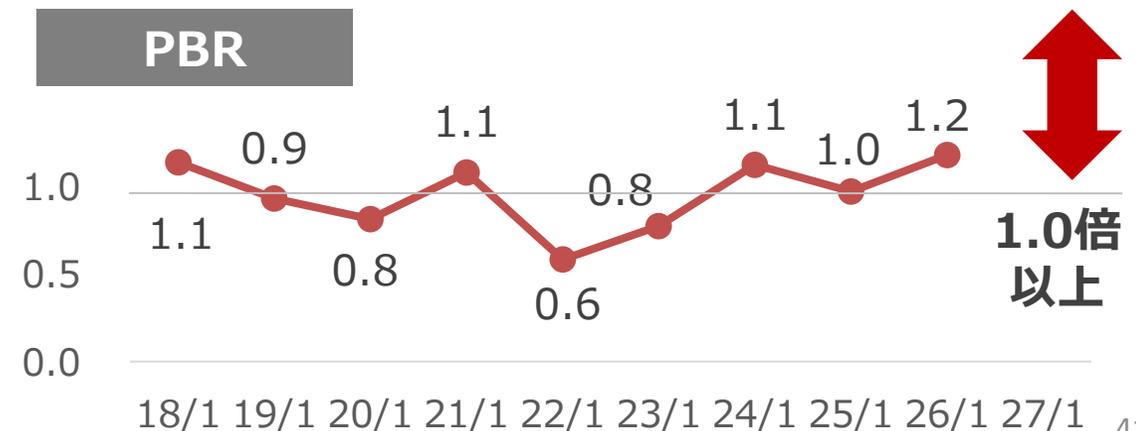


### 当期純利益

(単位:百万円)



### PBR



# 資本コストや株価を意識した経営（現状分析）

- ✓ PBR = ROE（自己資本利益率）× PER（株価収益率）
- ✓ ROEは収益性と資本効率が向上し上昇傾向
- ✓ PERは株価と業績の連動性が低い状況にある。

## ROE：自己資本利益率（%）

親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 自己資本（期中平均）



## 売上高当期純利益率（%）

親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 売上高



## PER：株価収益率（倍）

当社株式期末終値 ÷ 1株当たり当期純利益



## 総資産回転率（回）

売上高 ÷ 総資産



## 財務レバレッジ（倍）

総資産 ÷ 自己資本

コロナ禍が収束し  
業績が改善、借入が減少



期末株価は2026年2月1日に実施した株式分割（1：3）後の株価に遡及修正

# 資本コストや株価を意識した経営（現状分析：資本コスト・収益性）

- ✓ 株主資本コストを8.1%程度、WACCを5.5%程度と認識しており、ROE、ROICは、それぞれ株主資本コスト、WACCを上回って推移

<b>WACC</b> 加重平均資本コスト	<b>5.5%程度</b>
<b>株主資本コスト</b> CAPMで算定	<b>8.1%程度</b>

**ROE：自己資本利益率（%）** 親会社株主に帰属する当期純利益 ÷ 自己資本（期中平均）



中計ROE目標  
(27/1期)  
10.0%以上

株主資本コスト  
8.1%程度

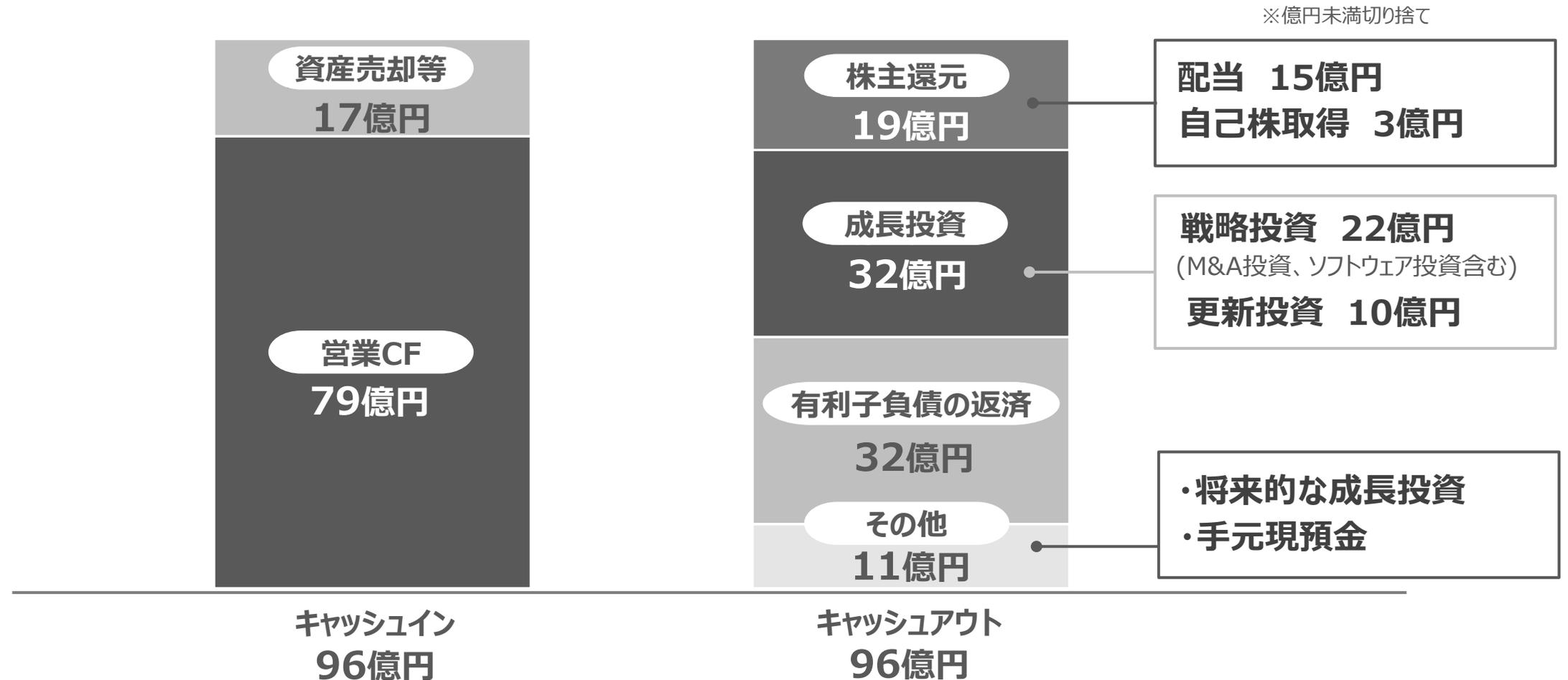
**ROIC：投下資本利益率（%）** 税引後営業利益 ÷ 投下資本（有利子負債 + 自己資本、期中平均）



WACC  
5.5%程度

# キャッシュアロケーション（2026年1月期実績）

✓ 資産の売却なども積極的に進めながら計画的に成長投資や株主還元を実行



2028年1月期から開始予定の中期経営計画ではキャッシュアロケーション計画を示してまいります。

# 参考資料

## サステナビリティ推進

# サステナビリティ推進 (ハイライト)

2025  
2月

「企業は人である」という考えのもと人権尊重の取り組みを推進  
**トーホーグループ「人権方針」「調達方針」を制定**

「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、グループを取り巻く5人のステークホルダー（「社員・従業員」「お客様」「取引先様」「株主様」、そして「地域社会」）を豊かにすることを目指した事業活動を実施。

経営憲章に掲げる「企業は人である」という考えのもと、これまでも職場環境の整備や教育研修の充実など様々な施策を実施。

トーホーグループの事業活動は人権の尊重という基盤の上で行われるべきであると考えていますが、一方で事業活動のあらゆる場面で人権に影響を及ぼす可能性があることも認識しており、サステナビリティ方針に基づく人権尊重、食の「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」に配慮した責任ある調達活動をさらに推進すべく「人権方針」「調達方針」を制定しました。

〈トーホーグループ 人権方針・調達方針〉 <https://www.to-ho.co.jp/sustainability/policy.html#sec02>

2025  
5月



**環境に配慮した水産物をお届けできる体制の強化**

持続可能な漁業・養殖場の国際的な認証である「MSC※<sup>1</sup>」及び「ASC※<sup>1</sup>」の「CoC※<sup>1</sup>認証」を、当社グループの25事業所で取得。

※1：MSC (Marine Stewardship Council) 認証とは、水産資源や環境に配慮し、適切に管理された持続可能な漁業に関する認証、ASC (Aquaculture Stewardship Council) 認証とは、環境と社会への影響を最小限にして育てられた責任ある養殖業に関する認証、CoC (Chain of Custody) 認証とは、MSC・ASC認証の水産物が漁業・養殖場から最終消費者に届くまでのすべての流通・加工の段階において、非認証水産物と混ざらないよう適切に管理することを目的とした認証。

環境や社会に配慮した  
養殖方法で生産

2026年1月 発売開始  
「EAST BEE サラダえび」



# サステナビリティ推進 (ハイライト)

2025  
7月



## 食品安全に関する 国際規格を海外で取得

シンガポールで外食産業向けの業務用青果卸売事業を営んでいる「FRESHdirect Pte. Ltd.」が食品安全マネジメントシステムの国際規格「FSSC22000※」を取得。

※FSSC22000 (Food Safety System Certification 22000) は、HACCPやISOの手法を取り入れた食品安全マネジメントシステムに関する国際規格です。

2025  
11月

## 「第2回フェアトレード・ジャパン・アワード」において、「コミットメント部門 優秀賞」を受賞

- 2023年の「セールス (コーヒー) 部門 シルバー賞」に続く受賞。
- 国際フェアトレード認証コーヒーの調達量を2025年1月期までに2023年1月期比で1.5倍に拡大するという目標をコミットメントに掲げ、フェアトレード・ラベル・ジャパンと連携して調達拡大と販売促進に取り組む。



フェアトレードコーヒー  
販売量 65トン (前年59トン)  
前期比111%  
(2026年1月期実績)

## 2025年 サステナブルなプライベートブランド「新商品」ピックアップ



**toho coffee**  
ドリップカフェ・  
フェアトレード有機  
ドリップカフェはカップにセットしお湯を注ぐだけで、本格的なレギュラーコーヒーを手軽に一杯ずつ抽出できる商品です。



**厚手大判おしぼり 平**  
厚手・大判で柔らかい肌触りのおしぼりです。環境にやさしい認証紙を使用しています。



**グリーンスムージー**  
8種類の野菜と4種類の果物を使用。200ml当たり120gの野菜を使用しています。



**釜炊き豚角煮**  
特製のたれは、種子島産の粗糖を使用しています。釜で煮込んだやわらかい豚角煮です。

