TOHO GROUP 2021

トーホーグループ統合報告書2021

トーホーグループ

toho

トーホーグループは戦後まもない1947年、
食糧難の時代に
「食の流通を通して社会を豊かにしたい」
という想いで創業しました。

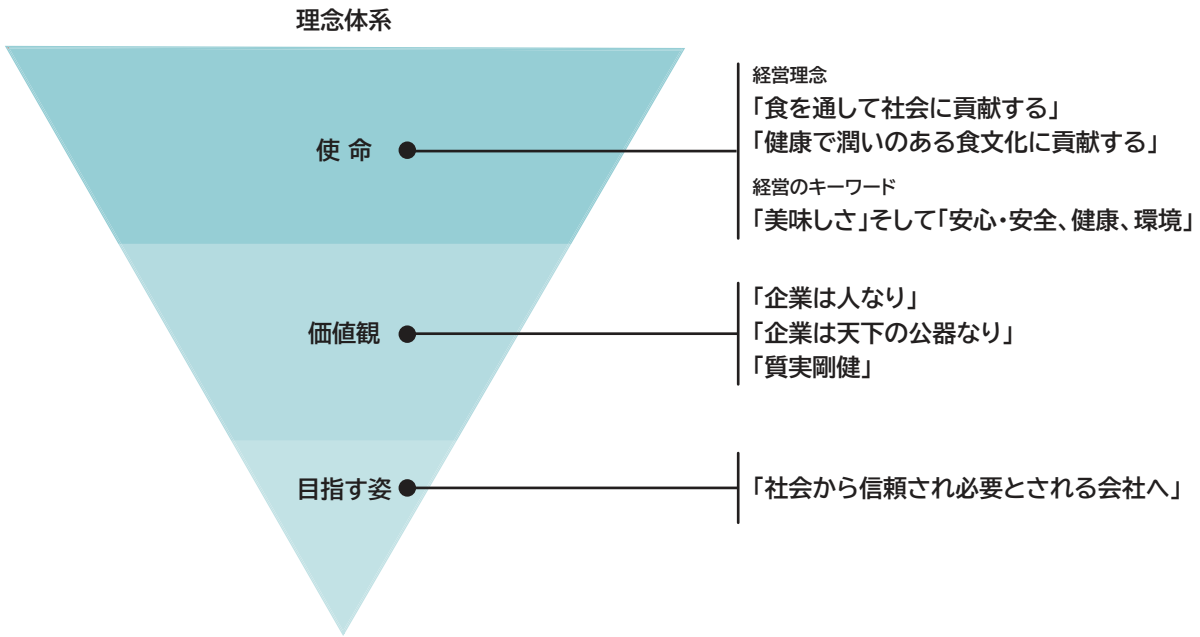
食を通して社会に貢献する
という経営理念のもと、
「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をキーワードに、
外食・中食・内食の「食」のあらゆるシーンを支えながら、
食文化の向上に貢献し続けます。

トーホー社名の由来

「東」は創業者の一人である藤崎 定の藤を「とう」に読み替え、「蜂」はもう一人の創業者である待鳥 初民が開拓した福岡支店の屋号「蜂屋」から取り、「東蜂（とうほう）」と名付けました。
現在は、さらなる業容の拡大と今後の飛躍を期し、より呼びやすく、親しんでもらいたいとの思いから、カタカナの「トーホー」と表記しています。

トーホーグループの理念体系

トーホーグループは、「食」に関わる幅広い事業活動を通して、社会が直面する課題に取り組み、
社会から信頼され必要とされる会社を目指します。



報告対象組織
(株)トーホー及び連結子会社
報告の内容により範囲が限定される場合は、文中もしくは表・グラフに対象範囲を記載しています。

報告対象期間
2020年度
(2020年2月1日から2021年1月31日まで)
※一部期間外の活動も含みます。

発行月
2021年10月

INDEX

02 トーホーグループの理念体系
03 私たちが培ってきたの4つの強み
05 長期の業績と事業ポートフォリオの変化
07 価値創造の道筋
09 トップメッセージ
13 財務担当役員メッセージ
15 トーホーグループ 4つの事業 2020年度実績
18…ディストリビューター事業
21…キャッシュアンドキャリー事業
23…食品スーパー事業
25…フードソリューション事業
27 トーホーグループのサステナビリティ
28…サステナビリティ方針
29…新型コロナウイルス感染症の対応
31…サステナブルな社会に向けた環境への取り組み
37…サステナブルな社会に向けた従業員への取り組み
40…サステナブルな社会に向けた従業員と家族の健康
41…食の安心・安全への取り組み
43…食のサステナビリティ
46…地域社会のサステナビリティ
47…コーポレート・ガバナンス
57 会社情報／株式の状況
59 主要財務データ

toho グループ

私たちが培ってきた4つの強み

トーホーグループは、食に関する様々な事業を展開し、健康で潤いのある食文化に貢献しています。

1. 外食・中食・内食を支える「食のオールラウンドプレーヤー」

外食	中食	内食

ディストリビューター事業
外食ビジネスを営むお客様へ業務用食品を卸売

キャッシュアンドキャリー事業
外食ビジネスを営むお客様へ業務用食品を店舗販売

食品スーパー事業
兵庫県南部で地域密着型の食品スーパーを運営

フードソリューション事業
外食ビジネスをトータルにサポートする機能を提供

＞国内外の産地に赴き魅力のある食材を発掘・調達
＞業務用コーヒーメーカーとしてコーヒーを自社焙煎
＞自社農園での農作物の栽培

2. 外食ビジネスをトータルにサポートする「食のトータルソリューションカンパニー」

外食ビジネスを営むお客様に食材だけでなく、品質管理、業務支援システム、業務用調理機器、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機能を提供しています。

グループ会社が持つ機能の連携を図り、シナジーを発揮することで、お客様のニーズにお応えし、収益力の向上を目指しています。

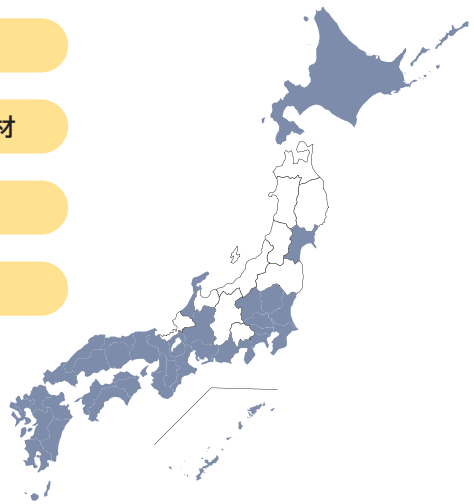
外食産業向けASP事業	発注・買掛・売上・勤怠・シフトの管理システム、在庫・棚卸の管理システムなど
業務用調理機器などの輸入・製造・販売	業務用調理機器・コーヒーマシン・ジェラート/ソフトクリームマシン等の輸入・製造・販売・保守など
店舗内装設計・施工	総合建築請負業、飲食店の内装設計・施工業、不動産の仲介及び管理運営、保険代理店業など
品質管理サービス	外部精度管理に基づいた「残留農薬検査」「微生物検査」、食品表示に関するコンプライアンス監査、工場及びバックヤードや厨房の衛生点検、HACCP導入支援など

3. 国内シェアNo.1の業務用食品専業卸
（ディストリビューター事業、キャッシュアンドキャリー事業）

・業務用食品専業卸業界で国内トップシェア、37都道府県をカバー。
・2008年から28件36社のM&Aを実施し、コア事業を強化。
・専門性が高い会社がグループ入りすることで業態向け対応力を強化。

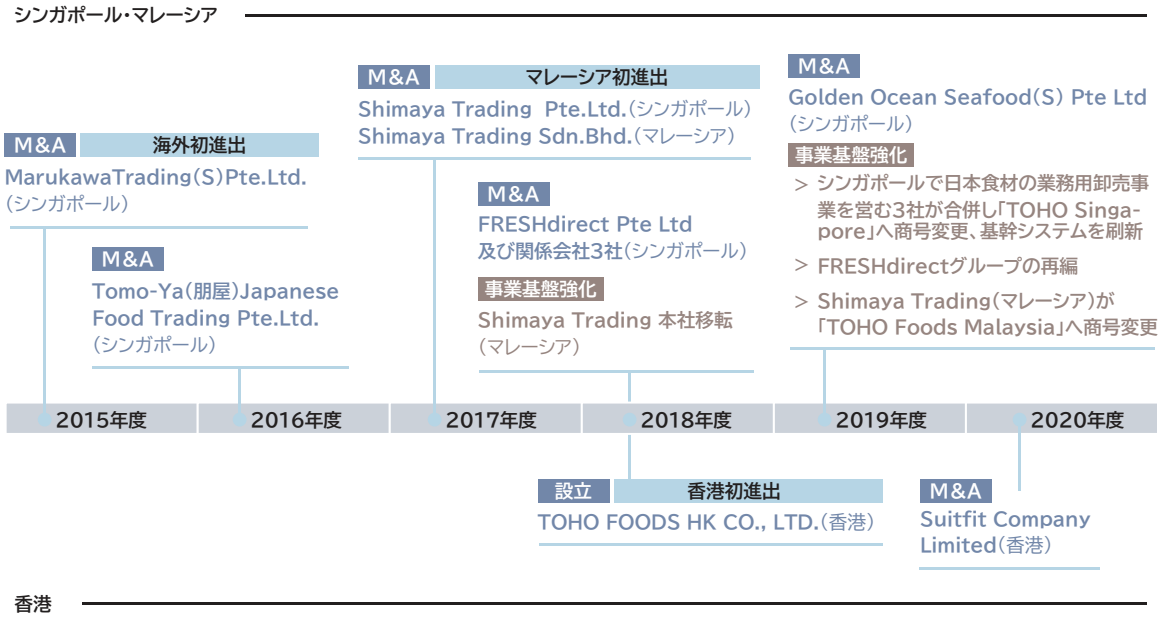
- 製菓・製パン業態
- 中華業態
- 業務用輸入食材
- 給食業態
- 業務用青果

■トーホーグループ業務用食品卸出店地域



4. 海外での事業基盤強化とシェア拡大
業務用食品卸売事業の海外進出

コア事業の基盤強化の1つとしてトーホーグループでは2015年に海外初進出を果たし、現在はシンガポール、マレーシア、香港に8拠点を構え、新たな市場開拓を進めています。



経営理念 | トーホーグループの４つの強み | 長期業績と事業ポートフォリオ | 価値創造の道筋 | トップメッセージ | 財務担当役員メッセージ | 事業概要 | サステナビリティ

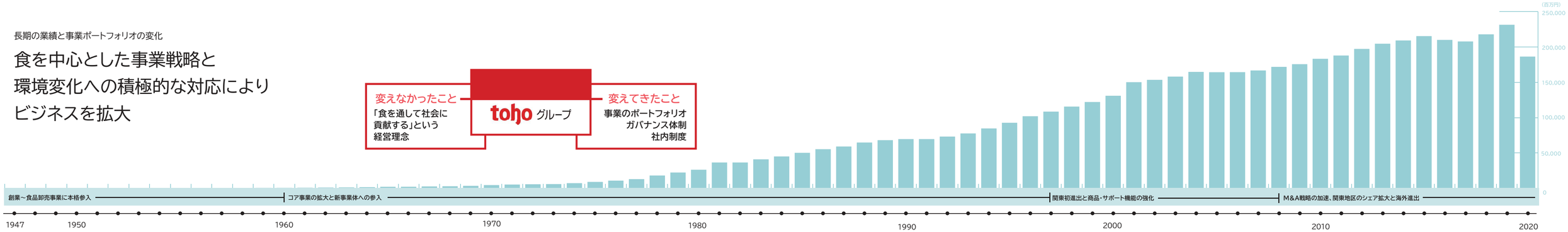
長期の業績と事業ポートフォリオの変化

食を中心とした事業戦略と環境変化への積極的な対応によりビジネスを拡大

変えなかったこと
「食を通して社会に貢献する」という経営理念

toho グループ

変えてきたこと
事業のポートフォリオ
ガバナンス体制
社内制度



1947 食品卸売事業を開始
1951 輸入コーヒー豆の取引を始め、戦後のコーヒー新時代を拓く
1954 外食産業への食品卸に本格的に参入

当時の焙煎の様子

1960 食品スーパー事業を開始

セルフサービス方式のトーホーストア1号店

1970 業務用自社ブランド商品の開発を本格化

写真上：当時の取扱商品と自社開発商品、写真右上、右下：自社開発商品

1987 業務用食品現金卸売事業（キャッシュアンドキャリー事業）を開始

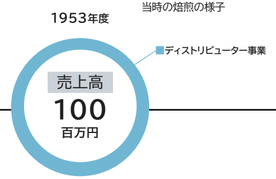
A-プライス1号店

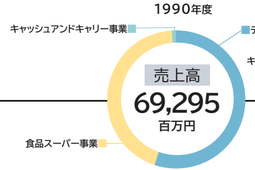
1994 品質管理室（現品質保証部）を設置
1997 業務用食品卸で関東初進出

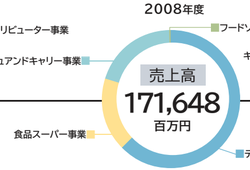
2000 安心・安全な業務用自社ブランド商品「EAST BEE」「スマイルシェフ」を開発・販売
2001 外食産業向け業務支援システム「ASPIT」の提供開始
2008 事業の選択と集中（4つのコア事業プラスワンに経営資源を集中）、M&A戦略を加速・持株会社体制へ

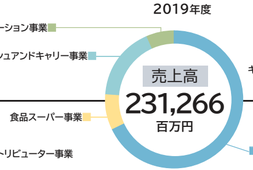
2015 海外初進出 シンガポールの業務用食品卸売会社がグループ入り
2020 香港の業務用食品卸売会社がグループ入りし、シンガポール4社、マレーシア1社、香港2社体制へ

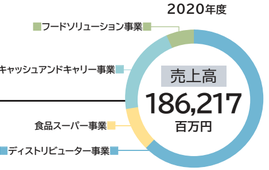
ポートフォリオの変化











経営理念 | トーホーグループの４つの強み | 長期業績と事業ポートフォリオ | 価値創造の道筋 | トップメッセージ | 財務担当役員メッセージ | 事業概要 | サステナビリティ

価値創造の道筋

2021年1月31日現在

トーホーグループのビジネス領域における社会的課題

- ＞食の安心・安全
- ＞食材の安定供給・調達
- ＞食文化を支える飲食店の事業継続
- ＞食品廃棄物削減
- ＞国内の食料自給率向上
- ＞飲食店の人手不足
- ＞新型コロナウイルス感染症拡大
- ＞情報化・デジタル社会

ステークホルダーからの期待

- ＞持続可能な成長
- ＞投資効率
- ＞豊かな食文化
- ＞環境負荷の低減
- ＞ワークライフバランス

培ってきた資本

従業員数（連結） 4,976名*1
うち嘱託・パートタイマーなど2,234名

グループ会社数 28社*2
国内21社、海外7社

- ディストリビューター事業 17社
- キャッシュアンドキャリー事業 2社
- 食品スーパー事業 1社
- フードソリューション事業 8社

toho グループ

自社製品

toho coffee P44

プライベートブランド商品

EAST BEE Fine Quality / スマイルシェフ SMILE CHEF FINE QUALITY P43

業務用食品専業卸・サービス

- ディストリビューター事業 P18
- キャッシュアンドキャリー事業 P21
- フードソリューション事業 P25

製造・加工

営業・販売

調達

生産

- 農作物
- かんで野菜 P45

店内加工

生鮮品・総菜など

販売

食品スーパー
食品スーパー事業 P23

企業価値を支える基盤

培ってきたグループの強み	食のオールラウンドプレーヤー	食のトータルソリューションカンパニー	国内シェア№1の業務用食品専業卸	海外での事業基盤強化とシェア拡大
持続的成長の基盤	ガバナンスの充実	継続的に改革を実践していく企業風土	自ら考え、自ら行動し、自ら成長する自律型人間の育成	人事・給与の制度改革の継続
コア・バリュー	経営理念、経営のキーワード、経営方針	toho group way	サステナビリティ方針	倫理行動規範

サステナブルな社会への貢献とサステナブル経営の両立

経営理念　食を通して社会に貢献する

外食ビジネスを営むお客様

外食　中食

飲食店、ホテル、病院、給食、弁当・仕出しなど

＜提供価値＞
- 豊富な食材の提供
- 食の安心・安全
- 選ばれるお店づくり支援
- 人手不足への対応
- 地域の食文化の継承

一般家庭のお客様

内食

＜提供価値＞
- 食の安心・安全
- 産地直送の新鮮な食材
- 買い物支援
- 豊かな食生活

経済的価値

＊1：従業員数は2021年1月31日現在の就業人数であり、嘱託・パートタイマーは1日8時間勤務換算人員を内数で記載しています。
＊2：2021年1月31日現在

トップメッセージ

2020年度は大幅な減収・減益となるも、収益構造改革の推進など様々な対策を講じ、第3四半期以降は業績が改善

2020年度は企業活動が制限され個人消費が著しく低迷するなど、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けた1年となりました。2020年4月に発出された緊急事態宣言の解除後は、経済活動が徐々に再開され「Go To キャンペーン」などの需要喚起策により個人消費に持ち直しの兆しが見られたものの、同年11月以降は全国的に感染者数が急増し同宣言が再発出されるなど、新型コロナウイルス感染症の拡大により、先行き不透明な状況が継続しました。

このような厳しい経営環境のなか、トーホーグループは第七次中期経営計画（3ヵ年計画）「IMPACT 2020」（2019年1月期（2018年度）～2021年1月期（2020年度））の最終年度として、さらなる企業価値の向上を図るべく、8つの重点施策に沿った具体的な取り組みを推進いたしましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大は、当社グループの主な販売先である外食産業の経営環境の悪化を招き、当社グループにおきましても業務用食品卸売事業を中心に厳しい事業運営を強いられました。

当社グループは、従業員やお客様の安心・安全を第一に考え、感染拡大防止策を徹底するとともに、収益構造改革による損益分岐点の引き下げやグループ各社間の連携を強化するなど様々な対策を講じ、このような厳しい状況に対処してまいりました。その結果、売上高は1,862億17百万円（前期比19.5%減）、営業損失は31億41百万円となりましたが、第3四半期以降は様々な対策を講じたことが奏功し、営業損失が縮小するなど業績が改善しました。

新型コロナウイルス感染症対策

トーホーグループでは、2020年1月下旬に「新型コロナウイルス感染症拡大対応対策会議」を設置し、同年2月には「店舗での対応」「営業がお客様を訪問する際の対応」など「感染しない、させない」を徹底する「トーホーグループ方針」を策定し、新型コロナウイルス感染症拡大の初期段階から対応を開始しました。

同年7月からは、収益構造改革に着手し、聖域なきコスト・コントロールを行いました。出張の自粛や会議のWeb化、販促方法の見直し、延期が可能な投資は時期をずらすなどを行い、その効果は8月頃から現れ、今に続いています。

国内・海外の事業基盤の強化

事業活動の歴史が長く基盤が堅牢な西日本に対し、それ以外のエリアや海外はこれからの新たな成長領域として事業基盤の強化を進めています。2020年度はコロナ禍で減収減益となりましたが、事業の未来につながる投資になるかどうかを判断し、事業基盤強化を進めました。

海外では、香港で2社目となる業務用食品卸売会社「Suitfit Company Limited」が2月にグループ入りしました。また、2019年3月に営業を開始した「TOHO FOODS HK CO.,LTD.」は、新規開拓が進んでおり、新型コロナウイルス感染症拡大のなかでも売上が堅調に伸びました。国内では、4月に㈱トーホーフードサービスが㈱プレストサンケー商会（石川県金沢市）を吸収合併し、双方の強みを融合することで北陸エリアでのさらなるシェア拡大を進めました。

キャッシュアンドキャリー事業では、鮮魚・野菜を中心とした生鮮3品を取り扱うワンストップ型キャッシュアンドキャリー「せんどば船橋店（千葉県船橋市）」を㈱トーホーから㈱トーホーキャッシュアンドキャリーへ移管しました。「せんどば船橋店」は、グループシナジーの効果もあり、コロナ禍であっても増収・収益改善となりました。また、東京都府中市にある大東京綜合卸売センター（府中市場）に新店となるA-プライス府中市場店を出店したほか、改装と移転を計6店舗で実施するなど、事業基盤強化を行いました。

食品スーパー事業では㈱トーホーストアが、2年ぶりの新店となる「阪神大石駅店（兵庫県神戸市）」を2020年1月にオープンしました。主要顧客であるシニア世代に加え、駅乗降客ニーズにも対応できるよう「時短」などをコンセプトとした駅前立地も活かす商品構成としました。また、トーホーストアは3店舗の改装を実施しました。

グループシナジーを活かした営業活動

2018年にグループ入りした「昭和物産㈱（東京都荒川区）」は、製菓・製パン、外食産業向け業務用食品専業卸を行っています。1961年に創業し、今日までに培った製菓や製パンのノウハウを活用した「ベーカリーカフェ」「オリジナルスイーツ」のパッケージ販売を行っています。そのパッケージに、㈱トーホーフードサービスなどディストリビューター事業会社の営業力、自社焙煎のトーホーコーヒー、さらに、業務用調理機器の輸入・製造・販売を行っている㈱エフ・エム・アイ（東京都港区）のコーヒーマシンを合わせた販売を行い、顧客から好評を得ています。

今後もグループシナジーが最大限に発揮できるビジネスモデルの創生や育成ができるようグループの連携を強化していきます。

サステナブル経営に向けた取り組み

トーホーグループは、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」のもと、「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」を経営のキーワードとして、5人のステークホルダー（「お客様」「取引先様」「株主様」「従業員」そして「地域社会」）の豊かな食生活を支える事業活動を行っています。創業当時から今日に至るまで環境と社会に配慮した経営を続けていますが、2021年10月に新たに「サステナビリティ方針」を策定しました。この方針のもと、今まで行ってきた食の安定的な調達や安心・安全のための品質への取り組み、環境保全・社会貢献活動を継続するだけでなく、持続可能な社会のための新たな取り組みを行い、持続可能な社会の実現と事業の安定的な成長を目指していきます。

「食を通して社会に貢献する」ことが、私たちの社会的使命です

私たちの社会的使命は、経営理念として掲げている「食を通して社会に貢献する」ことです。この理念に基づき、「外食ビジネスをトータルにサポートする」様々な事業を行っています。フードソリューション事業では、品質管理サービスを提供する(株)トーホービジネスサービスが2019年度に食品安全マネジメントシステム認証「JFS-A/B規格」(食品製造セクター)、2020年度は、同規格のセクターG(飲食店を中心としたフードサービスセクター)の監査会社として認定を受けました。一方、コロナ禍で新たに通信販売やテイクアウト事業を行う外食産業向けに「商品の保存検査」「栄養成分分析」を提案しました。先ほどの認証に加え、本サービスは、食品業界の安心・安全に貢献できると考えています。今後は、ディストリビューター事業との連携によるシナジー創出も期待できます。

プライベートブランド商品は、弁当などのテイクアウト商材やデザート向けの商品開発を優先し、コロナ禍に対応できる商品提案に注力しました。今後も、美味しさはもちろん、調理工程の効率化などの外食業界の課題解決やお客様のニーズを捉えた商品開発を行い、プライベートブランド商品の販売構成比を高め、売上の拡大と収益力の向上につなげていきます。

食品を扱うトーホーグループは、社会課題である「フードロス」の解決にも目を向けなくてはなりません。発注量の適正化によってロス管理を徹底していますが、2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言の発出や外食産業の時短営業の影響もあり、食品ロス量は増加しました。そのため、フードバンクを活用した食品の寄贈や、グループ間で商品を移管して在庫調整をするなど、食品ロス削減に努めました。引き続き、ロス管理を徹底し、フードロスの削減に取り組んでいきます。

事業を支える社員の成長と健康

新型コロナウイルス感染症拡大のなかでも、従業員の研修は継続・推進しました。トーホーグループでは、「企業は人なり」「社員の成長なくして会社の成長なし」「従業員満足なくして顧客満足なし」、会社の成長を支えるのは「人」という考え方を大切にしています。コロナ禍のため、集合研修をオンラインに切り替え実施しました。

新型コロナウイルス感染症が広がりを見せる中、お客様のニーズは今までと大きく変わりつつあります。それに伴って、トーホーグループで扱う商品も多様化しています。また、トーホーグループのビジネスは商品だけを配達するのではなく、同時に情報や提案もお届けしています。営業担当者が直接お客様に商品をお届けすること、そこに強みがあります。営業担当者がお客様とのコミュニケーション

を通して信頼関係を作り、取引が増していくビジネスモデルです。そこで重要になってくるのが「商品知識」です。そのため、商品知識の向上につながるオンライン研修を2020年度は強化しました。集合形式であれば、人数に限りがありますが、オンラインであれば全国どこにいても受講が可能です。また、リアルタイムで受講できなくても、アーカイブとして保存しておけば、いつでも視聴ができます。近年では研修だけでなく、eラーニングを取り入れることで誰もが手軽に学ぶことができる機会を提供しています。トーホーグループは創業以来「企業は人なり」という価値観を大切にしています。人を大切にする企業グループとして、社員の教育には継続的に力を入れていきます。

教育と併せて重要となるのが社員とその家族の健康です。2016年から就業時間内を全面禁煙としていますが、2020年4月より神戸本社及び東京本部において就業前後、休憩時間も含む敷地内の全面禁煙を開始し喫煙者の健康被害と他者への受動喫煙を防止しています。

新中期経営計画の始動

2021年度より新中期経営計画(3カ年計画)「SHIFT UP 2023」をスタートしました。この新しい中期経営計画は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり、今までの施策を全て見直し、良い施策は継続しながら、新しい取り組みも取り入れています。ディストリビューター事業では、オンラインメニュー提案会やプロモーション動画配信、デジタルブックでの情報発信などオンライン営業の強化を行うほか、新サービスとしてtoho coffeeの定期便サービスを開始をしました。(株)トーホーキャッシュアンドキャリーでは、「せんどばオンラインショップ」「ニッショクWEB店」を統合したECサイト「A-プライスオンラインショップ」を開設し、新たな収益力の柱とすべく販路の開拓を行っています。

株主の皆様にはご心配をおかけしていますが、トーホーグループはニューノーマル時代に対応した新たな施策を実施し、今後もご期待に応えられるよう、食を通して社会に貢献してまいります。

引き続き、ご支援のほど宜しくお願いします。

第8次中期経営計画「SHIFT UP 2023」公表時点(2021年3月11日)において、新型コロナウイルス感染症の影響は今後も継続すると想定され、中長期的な財務目標の策定は困難であることから、2023年1月期以降の財務目標については2022年3月を目処に開示する予定であります。

5つの重点施策

1．コア事業の更なる強化

＞未開拓業態・顧客層の開拓
＞顧客・現場視点でのＰＢ商品の開発・販売強化
＞グループシナジーの更なる発揮
＞Ｍ＆Ａ、アライアンスを活用した未開拓エリア等への進出

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
＞新たな経営環境に即した販売・店舗モデルへの挑戦
（ニューノーマルな社会への対応、持続可能な社会への貢献）

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
＞業務のシステム化推進

4．資産回転期間の改善

＞メリハリのある投資とＰＤＣＡ

5．次代を担う人材の育成

＞教育研修の更なる充実
＞ジョブローテーションの活性化
＞女性活躍の推進

財務担当役員メッセージ

取締役（財務担当）
佐藤 敏明

ニューノーマル対応のための収益力向上への取り組み

第七次中期経営計画（2018年2月～2021年1月）の最終年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きく、大幅減収・上場以来初の赤字決算となりました。厳しい状況の中、2020年7月に聖域なきコスト・コントロールを行うなどの構造改革をスタートし、第3四半期以降は赤字を縮小できました。

このような状況の中にあってもニューノーマルを見据えて、今後も収益力の向上に継続的に取り組んでいかなければなりません。もともと、コスト・コントロールはトーホーグループの体質といっていいほどに定着していますので、これを継続しつつ、常に新しい取り組みに挑戦していきます。

新型コロナウイルス感染症拡大以降、ディストリビューター事業では、ニューノーマルに対応すべくデジタルを駆使した販促活動や需要が安定している介護・病院給食業態への対応を強化しました。また、キャッシュアンドキャリー事業では、2つのECサイトを統合して「A-プライスオンラインショップ」をスタートしました。プライベートブランド商品の開発は得意先のコロナ禍でのニーズに対応した新商品を投入しました。

当社の強みの1つでもある「外食ビジネスをトータルにサポートする力」も充実してきました。（株）トーホービジネスサービスは一般財団法人食品安全マネジメント協会が運営する食品安全マネジメント認証「JFS-A/B規格」（食品製造セクター）、セクターG（飲食店を中心としたフードサービスセクター）の監査会社としての認定を受け、安心・安全に貢献できる体制が一層充実しました。

当社では、2018年度に（株）エフ・エム・アイがグループ入りしたことで厨房内での生産性向上に役立つ様々な厨房機器の提供ができるようになりました。また、（株）アスピットでは業務支援システムを安価で提供し、外食企業のニーズに応じ

て機能を逐次充実させています。このように、本業であるお客様に良い商品をお届けする力を一層磨きながら、併せてその周辺のサービス力を強化することで付加価値を高め、収益力を高めていきたいと考えています。

事業基盤の強化と
グループファイナンスの構築

成長市場でのM&A戦略やグループ内合併による構造的な改革など、国内外ともに事業基盤の強化は進みました。

2020年度、国内では(株)トーホーフードサービスが(株)プレストサンケー商会を吸収合併し、経営資源の集約による体質強化を行いながら、北陸エリアのシェア拡大を進めています。加えて、ワンストップ型キャッシュアンドキャリー「せんどば船橋店」は、(株)トーホーから(株)トーホーキャッシュアンドキャリーに移管しました。「せんどば」は生鮮3品を強化した店舗ですが、既存「A-プライス」店舗の運営ノウハウが新たに加わることで、一層の商品力とサービスの向上が実現できます。

海外では、2019年度にシンガポールで1社を子会社化し、香港の子会社が営業を開始しました。2020年度も、香港で1社を子会社化しましたので、3カ国(シンガポール、マレーシア、香港)7社体制になりました。

特に海外のM&Aは、実行後にしっかりと現地の状況を把握する体制を構築できるかが重要だと考えています。財務的には資金をどのように管理していくかです。現在、日本国内のグループ会社から派遣したトップのもと現地で資金を管理しています。今後は、海外子会社も日本国内のグループ会社の資金管理に近い体制、つまりグループ全体を見て、資金をコントロールしていく体制に海外子会社も組み込んでいくべきと考えています。国により制度が異なりますので、中々難しい課題ですが、具体化を目指して検討していきます。

アフターコロナを見据えたROEの改善は、大きな課題です。財務レバレッジは、ネットDEレシオ(純有利子負債/純資産)でモニタリングしています。そのため、やはり収益性を高めていくことがROE改善の鍵となります。引き続き既存事業の強化とともにグループ連携による競争力の強化、プライベートブランド商品の開発、付加価値の高い新規事業へしっかりと資本を配分していくことで中長期的に収益性の高いビジネス構造へと進化させていきたいと考えています。

株主配当について

当社は、従来から事業活動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DEレシオが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の下で安定配当を実施してきました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い断続的に発出される緊急事態宣言等による様々な要請は当社の主要得意先であります外食事業者の経営に大きな影響を与え、その結果、当社の2022年1月期第2四半期の親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期に比べ縮小したものの損失となりました。

加えて適正な資本構成から大きく乖離した状況では、手元流動性の確保を継続し財務基盤の安定化を図ることで、経営と雇用の維持に努めることが最善であると考え、誠に遺憾ではありますが、2022年1月期中間配当は無配とさせていただきました。また、期末配当につきましては引き続き未定とさせていただきます。

新型コロナウイルス感染症に対するワクチン接種や治療薬の開発などが進んでおりますが、まだ予断を許さない経営環境は続くものと考えております。そんな中にあって、当社グループはサービス力の強化と収益力の向上のための諸施策を着実に実行し、早期に利益配当を回復させたいと考えております。

株主・投資家の皆様におかれましては、ご理解並びに引き続きのご支援を賜りますようお願い申し上げます。

トーホーグループ　4つの事業　2020年度実績

【報告対象組織】
(株)トーホー及び連結子会社報告の内容により範囲が限定される場合は、文中もしくは表・グラフに対象範囲を記載しています。
【報告対象期間】
2020年度(2020年2月1日から2021年1月31日まで)
※一部期間外の活動や2021年度も含まれています。
【発行年月】 2021年10月

経営理念
食を通して社会に貢献する

ディストリビューター事業　P18

業務用食材の提供から、メニュー、情報、システム提案、調理機器に至るまで、あらゆるジャンルの外食ビジネスをトータルにサポート。

キャッシュアンドキャリー事業　P21

飲食店様の毎日の仕入れにお役立ていただけるプロの食材の店「A-プライス」などを運営。

食品スーパー事業　P23

兵庫県南部で地域の冷蔵庫として毎日のおかずにご利用いただける高品質・高鮮度な生鮮三品や惣菜などを提供する地域密着型の食品スーパーを運営。

フードソリューション事業　P25

品質管理、業務支援システム、業務用調理機器、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。

事業概要

トーホーグループは、「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、「ディストリビューター事業」「キャッシュアンドキャリー事業」「食品スーパー事業」「フードソリューション事業」の4つの事業を展開しています。

2021年1月31日現在	売上高*1	従業員数*2	
連結	186,217百万円	4,976名 うち嘱託・パートタイマーなど2,234名*2	
ディストリビューター事業 17社85事業所 ＞国内：35都道府県 ＞海外：3ヵ国　シンガポール・マレーシア・香港	116,273百万円	2,261名	【国内】㈱トーホーフードサービス、㈱トーホー・北関東、関東食品㈱、昭和物産㈱、河原食品㈱、㈱鶴ヶ屋、㈱トーホー・共栄、㈱藤代商店、㈱トーホー・仲間、㈱A.I. 【海外】TOHO Singapore Pte.Ltd.、FRESHdirect Pte Ltd、Bread N Better Pte Ltd 、Golden Ocean Seafood (S) Pte Ltd、TOHO Foods Malaysia Sdn. Bhd.、TOHO FOODS HK CO.,LTD.、Suitfit Company Limited
キャッシュアンドキャリー事業 2社95店舗 ＞国内：29都府県	39,019百万円	1,099名	㈱トーホーキャッシュアンドキャリー、㈱トーホー・C&C静岡
食品スーパー事業 1社36店舗（兵庫県）	18,832百万円	903名	㈱トーホーストア
フードソリューション事業 8社 ＞品質管理、業務支援システム、業務用調理機器、店舗内装設計・施工など、	12,092百万円	713名	㈱トーホー、㈱トーホービジネスサービス、㈱アスピット、㈱システムズコンサルタント、㈱エフ・エム・アイ、㈱トーホー・コンストラクション、㈱トーホーファーム、㈱トーホーウイング

＊1：上記記載の金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。
＊2：嘱託・パートタイマーは1日8時間勤務換算人員を内数で記載しています。

2020年度　主要トピックス

ディストリビューター事業

＞国内事業基盤の強化
＞グループ連携強化によるシナジー発揮

(株)トーホーフードサービスが(株)プレストサンケー商会を吸収合併(4月)。
新生「金沢支店」として北陸エリアのシェア拡大を目指す。

＞香港の事業力強化

日本食材などの業務用食品卸売「Suitfit Company Limited」がグループ入り(2月)。
TOHO FOODS HK CO.,LTD.との2社体制で香港の事業力を強化。

キャッシュアンドキャリー事業

＞ノウハウの共有による事業力強化

ワンストップ型キャッシュアンドキャリー「せんどば」を、(株)トーホーから(株)トーホーキャッシュアンドキャリーに移管(2月)

＞計画的出店・移転・改装による事業基盤の強化

【出店】A-プライス1店舗　8月：府中市場店
【移転】A-プライス1店舗　4月：下関店
【改装】A-プライス5店舗　2月:西神戸店、3月：小倉南店、
4月：丸亀店、10月：宮崎店、11月：姫路店

食品スーパー事業

＞約2年ぶりの新規出店

トーホーストア阪神大石駅店をオープン(1月)。
(株)トーホーストアとしては2年ぶりの新規出店。
キーワードは「健康」「時短」とし、主要顧客「シニア世代」向けに鮮度と美味しさにこだわった品揃えと駅前立地に対応した品揃えを強化。

＞事業の活性化につながる改装

【改装】トーホーストア3店舗
6月:西長田店、10月：平野祇園店・ポーアイ店

フードソリューション事業

＞品質管理サービスの充実

食品安全マネジメントシステム認証「JFS-A/B規格」監査会社として適合証明監査を6社に実施。
((株)トーホービジネスサービス)

2020年3月初めて適合証明(認証)を行ったムソー食品工業(株)様(右)

＞食品工場向けサイトを公開

(株)エフ・エム・アイが、食品工場向けサイト「食品撹拌機ミキサー.com」を開設(4月)、中小の食品工場の課題を解決し、働き方改革をサポート。

＞「外食ビジネスをトータルにサポートする」機能を一層拡充

(株)トーホービジネスサービスが、飲食店向けの「JFS規格セクターG(飲食店を中心としたフードサービス)」監査会社として認定を受ける(10月)。

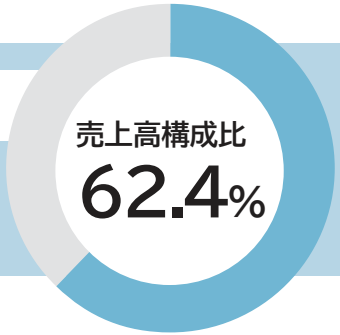
ディストリビューター事業

業務用食品卸売

業務用食材の提供をはじめ、メニュー、情報、システム提案、調理機器に至るまであらゆるジャンルの外食ビジネスをトータルにサポート。

事業戦略・成長戦略

- フードソリューション事業のグループ会社と連携したトータルサポート機能の提供
- M&A、アライアンスを活用した未開拓エリア等への進出



2020年度の実績

売上高	営業損失
116,273百万円	-4,185百万円
↙-40,589百万円	↙-5,426百万円

売上

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、減収。

営業損失

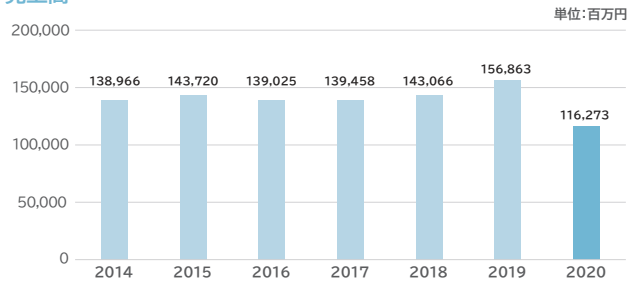
コスト・コントロールを推進したものの、大幅減収に伴う売上総利益の減少により減益。

> 香港2社目となる業務用食品卸売会社Suitfit Company Limitedを連結子会社化。

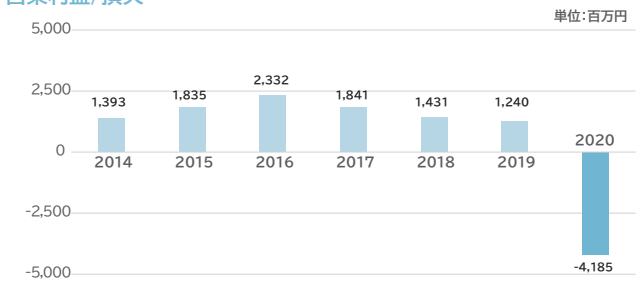
> (株)トーホーフードサービスが連結子会社である(株)プレストサンケー商会(石川県金沢市)を吸収合併。

> 3営業所を閉鎖し、国内の構造改革を推進。

売上高



営業利益/損失



ディストリビューター事業
競争優位性

1. 国内最大の業務用食品専業卸

拠点数
85事業所

17社85事業所(2021年1月31日現在)
国内：35都道府県
海外：3ヵ国
（シンガポール、マレーシア、香港）

2. あらゆる業態に対応できる豊富な品揃え

取扱い商品数
17万品

① 国内外の産地や有名メーカー商品

② プライベートブランド商品

顧客のニーズを反映したプライベートブランド商品。

③ トーホーコーヒー

1951年より自社で焙煎を行っている業務用コーヒー。

3. 外食ビジネスをサポートするあらゆる機能（フードソリューション事業と連携）

① 業務のIT化

＞ Web受発注システム「toho Order Pro」

独自の受発注システムで、顧客の利便性が向上するとともに自社のオペレーションを軽減しています。

＞ 営業支援システム

・トーホー・セールス・コミュニケーション・ネットワーク

営業チーム毎に迅速かつリアルタイムでの情報共有が可能なシステムです。

・販売商品NAVI

業態別に販売する商品を効率的に「見える化」するシステムです。

・販促カレンダー

季節のイベントや旬に応じた商品提案をサポートするシステムです。

・在庫管理支援システム

適正在庫の管理と消費・賞味期限など見える化するシステムです。

＞ 外食企業向け業務支援システム「アスピット」

あらゆる業態に対応できる業務用食材

＋

商品情報	品質管理
業務のIT化	業務用調理機器
物流	店舗内装設計・施工

■フードソリューション事業との連携

② 一括物流

チェーン店様とオンラインで結びすべての商品を一括発注・納品。

③ 品質管理サービス （株)トーホービジネスサービス

④ 業務用調理機器 （株)エフ・エム・アイ

⑤ 店舗内装設計・施工 （株)トーホー・コンストラクション

ディストリビューター事業
新型コロナウイルス感染拡大下での対応

1. Webの活用を強化

商品説明動画プロモーション

顧客向けの商品説明動画を作成し、プロモーションを実施しました。

プロモーション動画の一例

オンライン商談の実施

感染予防のため、Webを活用し、商談を実施しました。

社内向けオンライン商品説明会

商品知識をスピーディーに共有できる「社内向けオンライン商品説明会」を実施し、営業力を強化しました。また、オンラインで実施することにより諸費用を削減できるため、コスト・コントロールにもつながりました。

2. テイクアウト・弁当業態への販促・提案強化

「デザート＆ドリンク」「弁当＆ランチ」「カフェ・喫茶向けフードメニュー」などのPB商品カタログを発行し、テイクアウト・弁当業態をはじめ、業態変更を行う顧客の提案を強化しました。

3. プライベートブランド（PB）商品の開発など

コロナ禍の対応として、テイクアウトやカフェメニューに対応できるよう開発優先順位を見直し幅広い業態向けの商品開発やリニューアルを実施しました。

コロナ禍による新たな環境に対応

Withコロナに向けた取り組み

> デジタルを活用した営業の強化・推進

顧客向けサイト「TOHO FOOD WEB」開設（2021年度）
：動画プロモーション、デジタルブック、SNSなどの活用

> 介護・病院給食業態への対応強化

> プライベートブランド商品の開発・販売の強化

> 徹底したコスト・コントロールの継続推進

その他の取り組み

> 飲食店向け toho coffeeの定期便サービス開始（2021年10月）

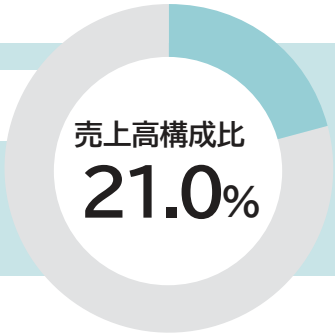
キャッシュアンドキャリー事業

業務用食品現金卸売

飲食店様の毎日の仕入れにお役立ていただく
プロの食材の店「A-プライス」を中心に95店舗運営。

事業戦略・成長戦略

- フードソリューション事業のグループ会社と連携したトータルサポート力の強化
- 計画的な出店と改装による事業基盤の強化
- 「A-プライスアプリ」でのリレーション強化



2020年度の実績

売上高	営業利益
39,019百万円	768百万円
↙-1,638百万円	↗640百万円

売上

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により業者売上が落ち込み減収。

営業利益

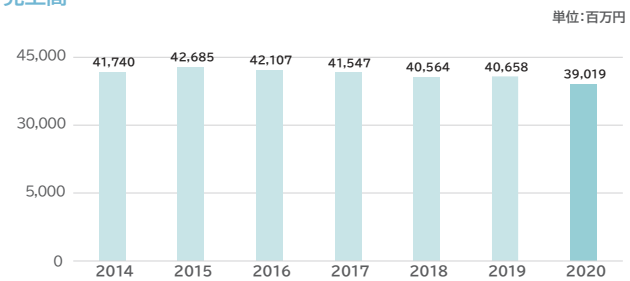
売上総利益率の改善やコスト・コントロール、「せんどば」の収益改善により大幅増益。

> 「北海道フェア」などの全店統一フェアを継続して実施。「toho coffee」などのプライベートブランド商品の販売も強化。

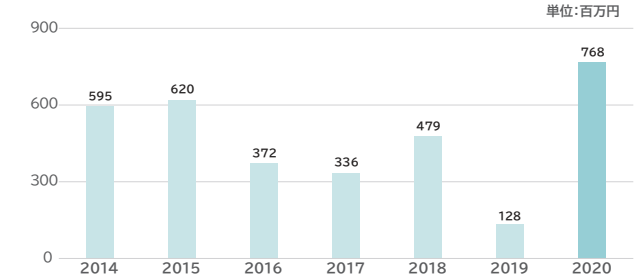
> 府中市場店（東京都府中市）を出店するとともに、5店舗を改装、1店舗を移転、3店舗を閉店し、事業基盤を強化。

> ワンストップ型キャッシュアンドキャリー「せんどば」の運営を（株）トーホーから（株）トーホーキャッシュアンドキャリーに移管。

売上高



営業利益



キャッシュアンドキャリー事業
競争優位性と2020年度トピックス

1. 29都府県に展開する業務用食品現金卸売

店舗数
95店

2社95店舗(2021年1月31日現在)
A-プライス86店舗・パワーラークス1店舗・せんどば1店舗・関係会社1社7店舗

2. 地域の食文化・食習慣を熟知した商品展開

出店の際は事前の市場調査を行い、地域の食文化や食習慣をリサーチし、出店エリアにあった品揃えを行っています。また、エリアによってご利用いただく飲食店のお客様の業種も異なるため、お客様との会話を重ねながら、品揃えを行っています。

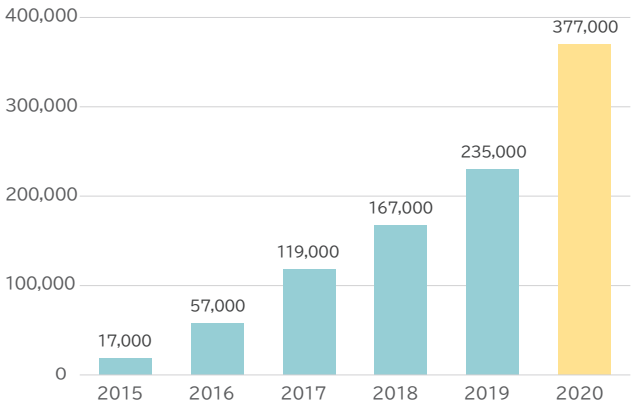
3. イベントやフェア開催による旬の商品・情報提供

定期的にイベントやフェアを行い、飲食店のお客様に旬の商品やレシピ情報の発信を行い、新メニューをご提案しています。2020年度実施した北海道フェアでは、北海道直送の業務用に特化した水産・農産品を販売し、ご来店されたお客様にご好評いただきました。

4. 「A-プライスアプリ」による情報発信強化

2015年に導入したA-プライスアプリの会員数は、2021年1月末日現在で37万人に達しました。2020年10月にはアプリ登録キャンペーンを開催し、過去最高となる2万7千件の会員様にご登録いただきました。アプリ会員の増加は販促強化はもちろん、郵送によるDM発送の縮小によりコスト・コントロールにもつながっています。引き続き、より利便性の高いツールを目指し、そして会員様とのリレーションを強化することにより新たなビジネスモデルを構築していきます。

アプリ会員数の推移(件)



2020年度トピックス

(株)トーホーキャッシュアンドキャリー
オンライン社内セミナーによる従業員教育

(株)トーホーキャッシュアンドキャリーは、従業員の販売力と商品知識力を強化するため、オンラインによる従業員向けセミナーを2020年度に実施しました。グループ会社(株)エフ・エム・アイの業務用調理機器やメーカーとの協働によるセミナーを実施し、資料だけでは伝わらない販売につながる情報発信を行い、お客様へのご提案と販売力強化につなげました。2021年度もコンテンツを充実させ、引き続き実施しています。

(株)トーホーキャッシュアンドキャリー
アプリによるお客様の営業情報の発信を開始

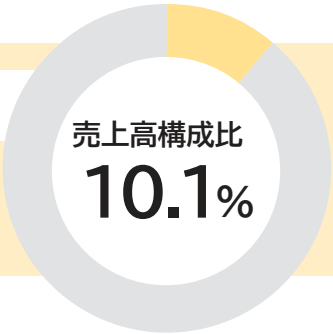
(株)トーホーキャッシュアンドキャリーは、「A-プライスアプリ」内の飲食店の営業情報を掲載するコンテンツ「まちの飲食店ナビ」において、2020年5月から「まちの飲食店さん応援企画」をスタートしました。この企画は、コロナ禍で厳しい経営環境にある外食産業に微力ながらも貢献したいという思いから実施しています。引き続き、飲食店のお客様のお役に立つコンテンツ及び情報発信を行います。

食品スーパー事業

「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36店舗運営。
※2021年1月31日現在

事業戦略・成長戦略

- 高鮮度・高品質な商品の提供
- 主要なお客様であるシニア世代に向けた品揃えを強化
- トレンドに合致した価値のある商品の追求



2020年度の実績

売上高	営業損失
18,832百万円	-135百万円
↙ -868百万円	↗209百万円

売上

新店の寄与や「巣ごもり需要」の拡大があったものの、業界の垣根を越えた競争激化が継続し、減収。

営業損失

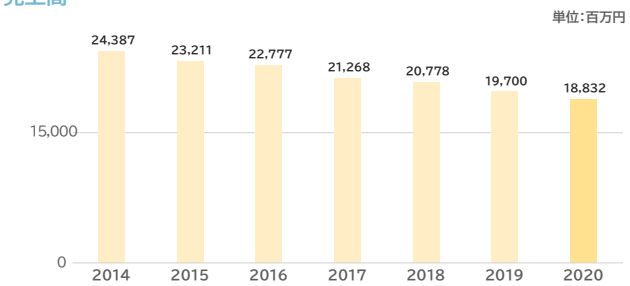
売上総利益率の改善やコスト・コントロールが寄与し、営業損失は大幅減少。

> 生鮮・惣菜の鮮度向上により一層注力。また、少量パック「ちょっとでええねん！」シリーズや寿司部門を強化するなど商品力の向上に努めた。

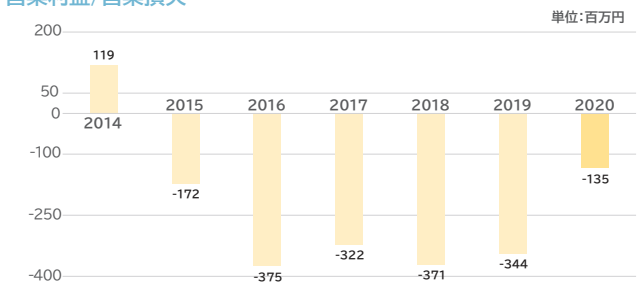
> 地元企業との協業も推進。

> 新店を1店舗出店し、3店舗を改装する一方で、1店舗を閉店し事業基盤を強化。

売上高



営業利益/営業損失



食品スーパー事業
競争優位性と2020年度トピックス

1.　主要顧客であるシニア世代に向けた品揃え

お客様にとって価値ある商品を追求していくことが(株)トーホーストアのテーマです。ファミリー層を中心に、幅広い年齢層を意識した店舗運営に取り組んでおりますが、出店地域の特性や小型店舗・小商圏といった(株)トーホーストアならではの競争優位性を活かすべく、「シニア層」にも支持される品揃え、店づくりに取り組んでおり、生鮮・惣菜の少量パック「ちょっとでええねん！」シリーズや寿司の品揃えを強化しています。また、価格以上の価値を感じていただける商品や健康を意識した品揃えにも取り組んでいます。

2.　地元企業との協業による品揃えの強化

①　弁当の共同開発と販売

駅利用者の減少などにより販路の開拓が急務となった、駅弁を中心とした弁当の製造・販売を手掛ける(株)淡路屋(本社:神戸市東灘区)と“巣ごもり”ニーズに対応するため生鮮・惣菜の品揃えを強化していた(株)トーホーストアのニーズが合致し、2020年8月にシニア世代向けの4種類の弁当を共同開発しました。

この弁当は、明治36年創業の(株)淡路屋ならではの高クオリティを維持しながら、お手頃価格でもあり、お客様に高い評価をいただきました。さらに、2021年1月に第二弾の共同開発となる5種類の「駅弁ご飯シリーズ」を開発し、販売しました。

②　規格外の新鮮野菜の販売を開始

2020年8月、地元・神戸の新鮮な野菜を提供するタベモノガタリ(株)(本社:神戸市西区)と協業し、 規格外の新鮮野菜も販売を開始しています。当初は2店舗でスタートしましたが、お客様からご好評頂き2021年1月現在4店舗で販売しています。

タベモノガタリ(株)は、「八百屋のタケシタ」という屋号で地元・神戸でその日の朝に採れた規格にこだわらない「規格不選別」の新鮮な野菜を販売しており、 食品スーパーでの販売は(株)トーホーストアが初めての取り組みとなりました。

(株)トーホーストアでは、「恵方巻のロス削減プロジェクト」への参画やフードドライブ活動などを推進しており、今後も事業活動を通した食品ロス削減を行い、環境や社会へ貢献していきます。

フードソリューション事業

品質管理、業務支援システム、業務用調理機器、総合建設請負、飲食店等の内装設計・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。

事業戦略・成長戦略

- グループシナジーを活かした外食ビジネスに特化したソリューションの提供
- グループシナジーによる販路の拡大

売上高構成比
6.5%

2020年度の実績

売上高	営業利益
12,092百万円	410百万円
↙ -1,952百万円	↗ 0百万円

売上

新型コロナウイルス感染症拡大の影響などにより、減収。

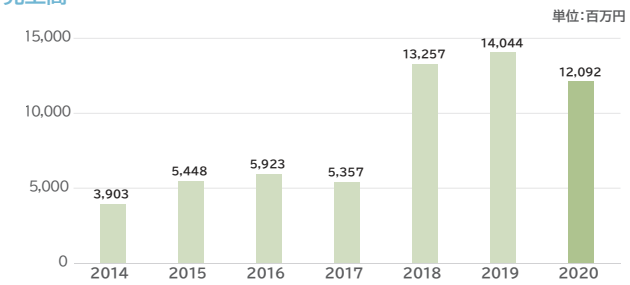
営業利益

売上総利益率の改善やコスト・コントロールが寄与し、増益。

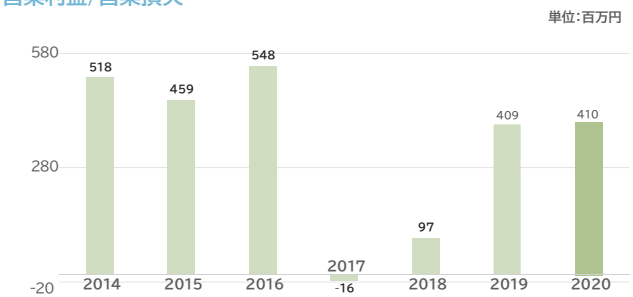
> 品質管理、業務支援システム、業務用調理機器、店舗内装設計・施工などの「外食ビジネスをトータルにサポートする」機能について提案を強化。

> ㈱トーホービジネスサービスは、食品安全マネジメントシステム認証の監査会社として、当期は6社に対して適合証明書を発行。飲食店向けの「JFS規格（フードサービス）セクターG」の監査会社としての認定も受け、食品業界の安心・安全により一層貢献。

売上高



営業利益/営業損失



フードソリューション事業

品質管理サービス

グループ内で培った品質管理のノウハウを活用し、
お客様の品質管理をサポート

株式会社 トーホービジネスサービス

ビジネスの詳細はWEBをご覧ください
http://t-biz.to-ho.co.jp/index.html

＞残留農薬検査、微生物検査
＞食品表示に関するコンプライアンス監査
＞工場およびバックヤードや厨房の衛生点検
＞HACCP導入支援

外食産業向けASP事業

全国7,000店舗以上で使用される業務支援システムで
外食産業の業務の効率化をサポート

株式会社 アスピット

ビジネスの詳細はWEBをご覧ください
https://aspit.jp/

＞発注・買掛・売上・勤怠・シフトの管理システム
＞在庫・棚卸の管理システム
＞損益・小口現金の管理システム
＞FC管理システム、情報サービス、他

店舗内装設計・施工、営繕、不動産仲介

不動産関連の一貫したサービスをご提供

株式会社 トーホー・コンストラクション

ビジネスの詳細はWEBをご覧ください
http://tohoconstruction.jp/

＞飲食店の内装設計・施工業
＞省エネ環境設備のご提案
＞不動産の仲介及び管理運営
＞保険代理店業、他

業務用調理機機器などの輸入・製造・販売

業務用調理機器を通し、
厨房の様々な課題解決をサポート

株式会社 エフ・エム・アイ

ビジネスの詳細はWEBをご覧ください
https://www.fmi.co.jp/

＞エスプレッソマシン、スチームコンベクションなど調理機器の輸入・製造・販売
＞プロの技術と知識を持ったコンサルティングスタッフがセミナーなどを通して機器活用による厨房の課題解決をサポート

農業

株式会社 トーホーファーム

兵庫県産野菜の栽培と流通を確立し、生産者の顔が見える安心・安全で新鮮な野菜をご提供しています。

システム開発

ビジネスの詳細はWEBをご覧ください
http://www.syscon.gr.jp/

株式会社 システムズコンサルタント

製造・流通・金融業界などに対しソフトウェアの開発・保守を営んでいます。

障がい者雇用

株式会社 トーホーウイング（特例子会社）

トーホーグループの障がい者雇用の中核を担う特例子会社。
グループ内外から「クリーン業務」「オンデマンド業務」「庶務業務」を受託しています。

【報告対象組織】
(株)トーホー及び連結子会社報告の内容により範囲が限定される場合は、文中もしくは表・グラフに対象範囲を記載しています。

【報告対象期間】
2020年度(2020年2月1日から2021年1月31日まで)
※一部期間外の活動や2021年度も含まれています。

【発行年月】 2021年10月

トーホーグループのサステナビリティ

INDEX

サステナビリティ方針

28 サステナビリティ方針

新型コロナウイルス感染症の対応

29 店舗での感染症対応
外食産業への対応
30 社会への対応
従業員への対応

サステナブルな社会に向けた環境への取り組み

31 環境方針
ISO14001:2015取得状況
32 環境マネジメント推進体制
従業員への教育
災害への対策
33 食品廃棄物の削減
35 モーダルシフトの推進
電気利用量削減によるCO_2の発生抑制
36 環境負荷の低減と交通事故の防止
生物多様性の保全

サステナブルな社会に向けた従業員への取り組み

37 従業員に対する基本的な考え方
共通理念「toho group way」の浸透
人事・給与制度改革の歩み
38 自ら考え、自ら行動し、自ら成長する
自律型人間の育成
39 ダイバーシティに対する考え方
障がい者の活躍推進
女性の活躍とワークライフバランス

サステナブルな社会に向けた従業員と家族の健康

40 健康基本方針
健康経営の取り組み

食の安心・安全への取り組み

41 食の安全確保のための
徹底した品質管理
42 品質・衛生管理の普及に貢献

食のサステナビリティ

43 お客様の声を反映させた商品開発
44 業務用に特化した自社焙煎コーヒー
45 J.C.Q.A.認定「コーヒー鑑定士」が誕生
フェアトレード認証コーヒーの販売
新鮮で安心・安全な農産物の提供

地域社会のサステナビリティ

46 資源を有効活用した社会貢献活動
プロ野球観戦チケットの寄贈

コーポレート・ガバナンス

47 役員紹介
50 スキルマトリックス
51 コーポレート・ガバナンスの
基本的な考え方
52 取締役会の実効性評価
53 コーポレート・ガバナンス強化の変遷
54 コンプライアンス推進活動
内部通報制度
55 リスクマネジメントの推進体制
56 事業リスクとその対応

サステナビリティ方針

私たちトーホーグループは、「食を通して社会に貢献する」の経営理念をもとに、“美味しさ、そして安心・安全、健康、環境”を経営のキーワードとして企業価値の向上に努めてきました。こうした考えをベースに、新たに「サステナビリティ方針」を定めました。

トーホーグループの理念体系

＜サステナビリティ方針＞

私たちは、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、以下の基本方針を掲げます。

美味しくて、安心・安全な食の提供

私たちは食品を扱う企業グループとして、美味しくて、安心して食べられる安全な食品の提供が基本だと考えています。私たちは、お客様や取引先様に提供する食品の安全と食品事故の防止に努めます。お客様や取引先様に満足いただける美味しくて安全な食品やサービスを提供することで持続可能で豊かな食生活に貢献します。

持続可能な経営の継続

私たちは「企業は天下の公器である」と考えています。適時適切に情報を発信し、ステークホルダーとの対話を大切にし、経営の透明性を高めていきます。公正な取引やそれを支える企業統治の充実とともに、グループで働くひとり一人が公正な職場と健全な取引関係を築きあげ、ステークホルダーから支持される企業活動を通じて事業の安定的な成長を継続します。

未来へ繋げるための環境対策の取り組み

私たちは未来の地球環境を今以上に良いものにしていきたいと考えています。食品を扱う企業として食品ロス削減による二酸化炭素排出抑制など気候変動緩和活動や環境保全活動を継続していきます。また、日常生活の中でも環境活動を推進できるよう従業員教育を継続します。

個性の尊重と能力を発揮できる組織の構築

私たちは「企業は人である」と考えています。そのための基本である従業員の健康に配慮します。私たちの企業グループで働くことでひとり一人が成長し、その結果、会社も成長する教育を実践します。また、性別や国籍などで差をつけることなくそれぞれの人権を尊重し、個性を認め、持てる能力を存分に発揮できる組織作りを継続します。

地域社会発展への貢献

私たちは地域・社会と共に成長していきたいと考えています。持続可能な地域の発展は、私たちの事業の基盤です。地域との様々な交流を通して地域・社会の発展に貢献します。また、私たちが扱う食品などを提供してくれる産地や生産者も意識し、共に成長できる活動を実践します。

関連するSDGs

お客様、従業員、社会のために

新型コロナウイルス感染症の対応

2020年4月に緊急事態宣言が発出されて以来、新型コロナウイルス感染症の拡大は、国民生活と経済に大きな打撃を与えました。あれから1年以上が経過しましたが、新型コロナウイルスと向き合わざるを得ない日々を私たちは過ごしています。

そのようななか、トーホーグループは、従業員とその家族、お客様、取引先様の安心・安全を第一に考え、感染防止対策を徹底するとともに、様々な取り組みを継続しています。

店舗での感染症対応

食品スーパー「トーホーストア」やプロの食材の店「A-プライス」などの店頭で業務を行う従業員やお客様の安全を確保するため、フロア誘導シールの貼付やビニール素材の飛沫防止シートの設置などを行いました。

対応内容

① 店舗入口にアルコール消毒液を設置
② 店内製造の総菜やパンの裸売り販売の中止
③ お客様のソーシャルディスタンスを確保するためレジ待ちの位置にフロア誘導シールを貼付
④ レジに飛沫防止シートを設置
⑤ サッカー台やレジ回りなど手指接触が多い箇所の拭き上げ消毒

外食産業への対応

新型コロナウイルス感染症の拡大は、外食産業へ大きな影響を与え、テイクアウトやデリバリー、新しい業態へ参入するお客様が増加しました。このようなお客様のニーズにお応えするため、メニューの提案やテイクアウト販促物の提供を行いました。(株)トーホービジネスサービスでは、通信販売、テイクアウト販売を開始されるお客様向け「通信販売支援(食品表示、賞味期限設定など)」を提供しました。

営業活動を行う従業員は、毎朝の検温や体調管理を徹底し、オンラインも活用しながら営業活動を行い、感染防止に努めました。

対応内容

① テイクアウトポスターを無料でご提供*

② フロア誘導シールの制作、販売*

③ 「デザート&ドリンク」「弁当&ランチ」「カフェ・喫茶向けフードメニュー」などPB商品カタログを発行・配布

④ オンライン営業の実施

＊ ①②は、特例子会社(株)トーホーウイングが制作するなどグループで連携。

関連するSDGs

社会への対応

2020年12月25日、兵庫県で新型コロナウイルス感染症の対応にあたる医療従事者・医療現場を支援するため、「神戸新聞厚生事業団」を通じて支援金80万円を寄付しました。この支援金は、「社会貢献型株主優待」制度（2009年導入）による株主様からの寄付、及び「プルタブ回収」の取り組み（2006年導入）を活用しています。

＜社会貢献型株主優待制度＞

当社の株主優待制度の内容の一つで、株主様が株主優待を通じて社会貢献活動への寄付を希望された場合、制度に定めた金額を当社が株主様に代わり寄付を行うものです。この制度は2009年に導入し、これまでに、東日本大震災復興義援金の寄付や各自治体への車椅子の寄贈を行っています。

車椅子寄贈累計数

141台
（2008年～）

トーホーグループにゆかりのある自治体へ、社会福祉向上を目的に車椅子の寄贈を行っています。

従業員への対応

2020年1月下旬に「新型コロナウイルス感染拡大対応対策会議」を設置。同年2月には、「自分が感染しないため、そして、周りの人にも感染させないため」の「行動指針」とあわせて「トーホーグループ方針」を策定し、グループの従業員に対して情報発信を継続するなど、新型コロナウイルス感染拡大の初期段階から対応を開始しています。また、出社が必要な業務を行っている従業員以外は、分散業務や在宅勤務を推奨するなど従業員の感染を防ぐ取り組みも行っています。

トーホーグループ方針　基本姿勢（抜粋） ☐ まめに「手洗い」「手指消毒」「うがい」 ☐ 「マスク」の着用 ☐ こまめに換気 ☐ ソーシャルディスタンスの確保 ☐ 「3密（密集・密接・密閉）」の回避 ☐ 毎朝の体温測定、健康チェック ☐ 発熱、風邪の症状は勿論、強い倦怠感、頭痛、臭覚・味覚異常など、健康状態に異常がある場合は出社せず、病院に相談の上自宅で療養（同居人が同様の症状の場合も含む）	
IT環境の整備	・社内チャットツールの活用拡大 ・原則としてWeb会議を活用する
在宅勤務、分散勤務の推奨	・在宅勤務規程の制定 ・出社が必要な業務を行っている従業員以外は、分散業務や在宅勤務を推奨 ・時差出勤の推奨
その他	・トーホーグループ方針の策定 ・感染時マニュアルの策定 ・新型コロナウイルス対応Q＆Aの作成 ・消毒液の設置、ジェットタオルの使用禁止 ・全従業員の毎朝の体調確認の実施 ・マスクや消毒液を海外や国内従業員へ配布

関連するSDGs

Environment

サステナブルな社会に向けた環境への取り組み

環境保全の推進は、私たち流通業者にとっても重要なテーマです。トーホーグループは、「安心・安全、健康、環境」をキーワードに、環境にやさしい企業を目指しています。

「環境方針」

環境対策は企業の社会的責任であると同時に急務を要する社会課題であると考え、「環境方針」を1999年に制定し、継続的な改善および環境保全に努めています。

＜環境方針＞

1. 対象となる事業活動において、環境パフォーマンスの継続的な改善を進め、環境保全に努めます。
2. 本社及び店舗・事業所において、省資源、省エネルギーの推進に取り組みます。
3. 本社及び店舗・事業所から発生する廃棄物の減量化に取り組みます。
4. 本社及び店舗・事業所において廃棄物の分別回収・再資源化を推進します。
5. 環境への影響を配慮した商品の選定及び提供に努めます。
6. 関連する法規制及び当社が同意するその他の要求事項を遵守します。
7. 本方針は環境目標を設定し、見直す枠組みを与えます。
8. 本方針を実施するための組織体制を確立し、全従業員及び組織の外部協力者にも方針の周知を行います。
また、本方針は社外にも公開します。

ISO14001:2015取得状況

トーホーグループでは、環境保全活動を推進するために1999年に国際規格「ISO14001」を取得。2020年現在、8社が認証を取得しています。

内部環境監査員と監査室による内部環境監査と外部審査機関による環境外部審査を年1回実施しています。2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で内部監査と外部審査ともに、Web監査などを実施しました。

初回認証日

1999年8月26日

認証機関

DNV ビジネス・アシュアランス・ジャパン(株)、他

認証を取得している組織

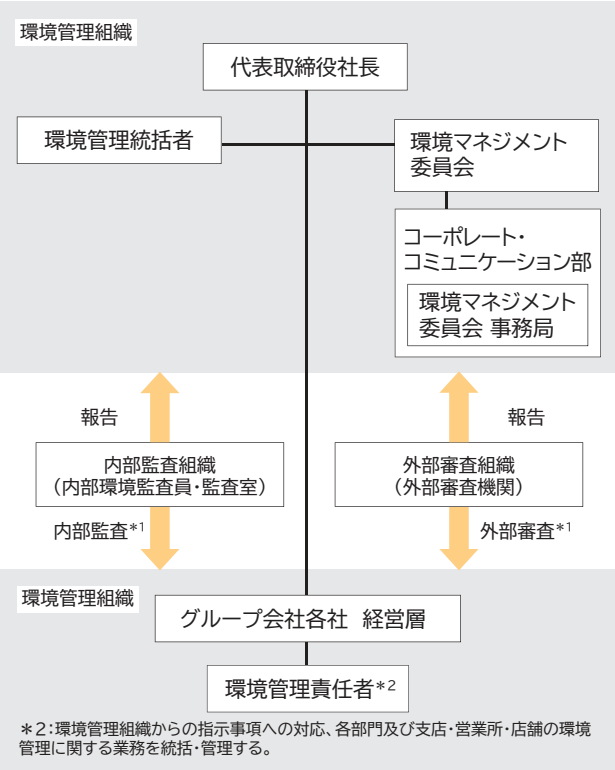
8社

(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス、(株)トーホー・コンストラクション、(株)アスピット、関東食品(株)

関連するSDGs

環境マネジメント推進体制

国際規格「ISO14001:2015」の要求事項に基づいた環境マニュアルのもと、代表取締役社長をトップとした、環境マネジメントの推進体制を構築し、環境保全推進及びリスク対策を行っています。



*1:内部監査・外部審査の対象:(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス、(株)トーホー・コンストラクション、(株)アスピット

従業員への教育

トーホーグループでは環境活動をより推進していくために、全従業員を対象とした環境教育を毎年行っています。また、一部の環境管理責任者には、コンプライアンスの観点から環境法令の教育を実施しています。

2020年度　実施した環境教育

新入社員研修	SDGsに関連したトーホーグループのESG活動について教育を実施。
環境教育 全従業員対象	SDGsに関連したトーホーグループの環境推進活動について教育を実施。 動画を使った教材を使用。
環境関連法教育 環境管理責任者	ポイントとなる環境関連法や法改正の動向について教育を実施。

災害への対策

気候変動の影響による自然災害が各地で起こり、水害・土砂災害による被害が毎年のように発生しています。

トーホーグループでは、神戸本社のほか、全国3か所で食品や水、衛生日用品などの備蓄を行っているほか、災害時は安否確認メールシステムを活用し、従業員の無事を迅速に確認しています。また、ハザードマップや災害時の初動対応を記載した掲示物、緊急事態対応マニュアルの内容を従業員へしっかりと周知することで、災害が起こっても慌てずに対応できる体制づくりを行っています。

2020年度トピックス

(株)トーホー

災害備蓄品をNPO法人に寄贈しました

(株)トーホーは、2020年5月に、防災のために備蓄していた災害用備蓄食料品を、NPO法人「フードバンク関西」に寄贈しました。

関連するSDGs

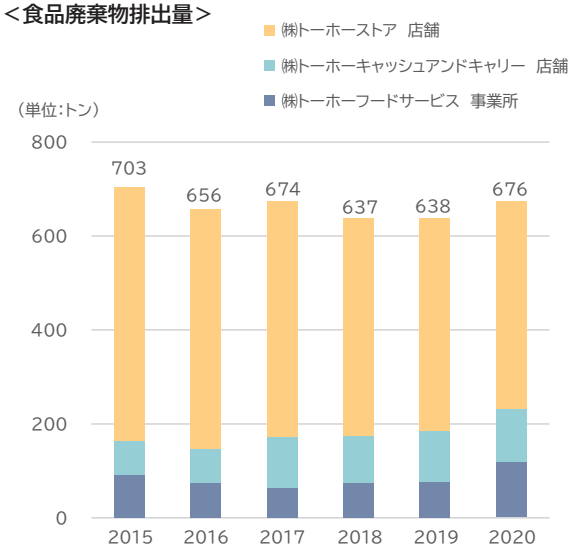
食品廃棄物の削減

トーホーグループでは、ロス管理の徹底による廃棄物の削減と食品リサイクルを行うなど、食品廃棄物の削減を推進しています。また、グループ内はもちろん、地域社会の食品ロス削減推進に貢献できるよう様々な施策を実施しています。

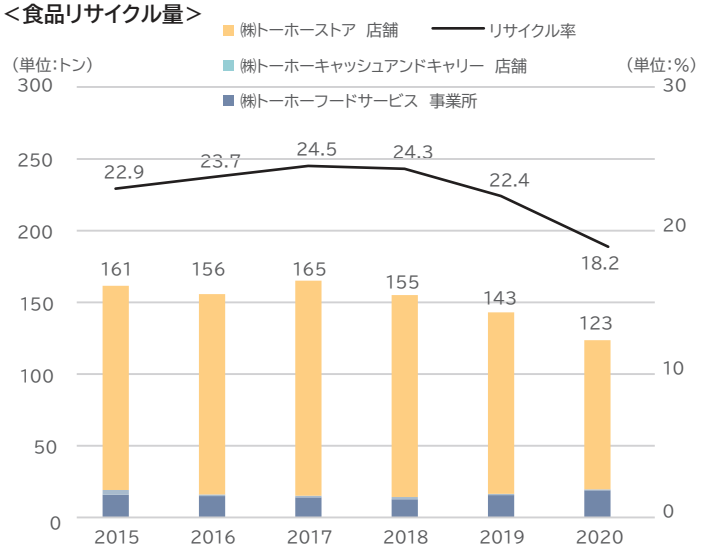
2020年度　食品ロス削減実績

2020年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による取引先の休業などに伴い、販売機会を逃した商品が前年より多く出ることとなり、結果として食品廃棄物量は増加しました。引き続き、フードバンクへの食品寄贈やグループ会社間での商品移管、ロス管理の徹底や適正在庫の維持に努め、食品廃棄物を含む食品ロス削減を推進をしていきます。

＜食品廃棄物排出量＞



＜食品リサイクル量＞



2020年度トピックス

（株）トーホーフードサービス

こども食堂を支援する2団体に食品を寄贈

（株）トーホーフードサービスは、食品ロスを削減するために、品質に問題はなく賞味期限も十分あるが、自社の出荷基準日を過ぎたため、販売できなかった商品が出た場合、その一部をフードバンク活動実施団体に寄贈しています。

2020年6月、（株）トーホーフードサービス神戸支店では、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で販売できなかった食品を兵庫県の2団体（一般財団法人あかしこども財団、兵庫こども食堂ネットワーク）に寄贈し、地域の社会福祉向上に貢献しました。

関連するSDGs

食品廃棄物削減のための施策

① 在庫管理支援システムの活用

（株）トーホーフードサービスでは、2016年度に在庫管理支援システムの機能を強化し、適正在庫の管理と消費・賞味期限別の在庫を「見える化」しました。

② フードバンク、フードドライブ活動の推進

トーホーストア六甲道駅前店は、2018年8月から、家庭で余っている食品や消費する予定がない食品を同店にお持ちいただき、NPO法人を通じて必要としている方々に寄付する「フードドライブ」を行っています。

2019年度は、せんどば船橋店でもフードドライブを開始をしたほか、2020年度は従業員が食品を持ち寄る社内フードドライブを（株）トーホー・北関東と（株）トーホーの本社で開始しました。

③「てまえどり」の啓発・普及

（株）トーホーストアでは、神戸市の食品ロス削減施策「てまえどり」の啓発・普及を推進しています。

「てまえどり」とは、買ってすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある商品や値引き商品などの販売期限が短い商品を積極的に選ぶ、新しい購買行動です。

トーホーストア・せんどば船橋店のフードドライブの流れ

2020年度トピックス

（株）トーホーストア

食品ロス削減に向けた啓発キャンペーンを実施

（株）トーホーストアは、2020年10月1日から31日までの1ヵ月間、神戸市と連携し、食品ロス削減に向けた啓発キャンペーンを実施しました。期間中は、店内アナウンスや掲示物を活用した「てまえどり」の普及活動とフードドライブを実施しました。

<啓発キャンペーン　実施店舗>
神戸市内の（株）トーホーストア25店舗

トーホーストア六甲道駅前店のフードドライブ実施時の様子。

関連するSDGs

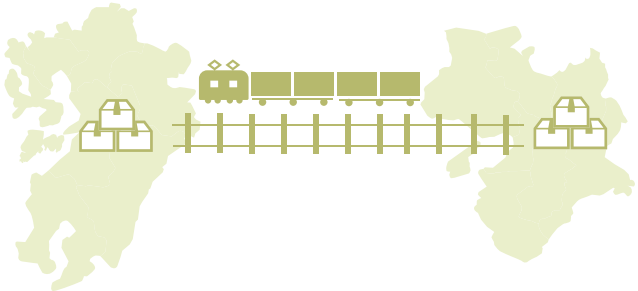
モーダルシフト※1の推進

（株）トーホー　マーケティング本部では、2017年度から物流センターと六甲アイランドコーヒー工場間や物流センター間で一部商品の輸送にモーダルシフトを取り入れています。モーダルシフトは、トラックによる幹線貨物輸送よりCO_2排出量を大幅に抑制できるため、地球環境にやさしい取り組みです。

※1　モーダルシフトとは、トラックによる幹線貨物輸送を地球にやさしく、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です。

トーホーグループのモーダルシフト

物流センター（九州）　物流センター（関西）



電気利用量削減によるCO_2の発生抑制

トーホーグループでは、本社駐車場（兵庫県神戸市）、（株）トーホー・北関東本社屋上（栃木県宇都宮市）、トーホーストア平野祇園店ビル屋上（兵庫県神戸市）、関東食品（株）本社（群馬県高崎市）に「太陽光発電」を設置しています。

また、日々の節電はもちろんのこと、節電効果の高い冷凍冷蔵機器への計画的な入替も行い、省エネルギーを推進しています。

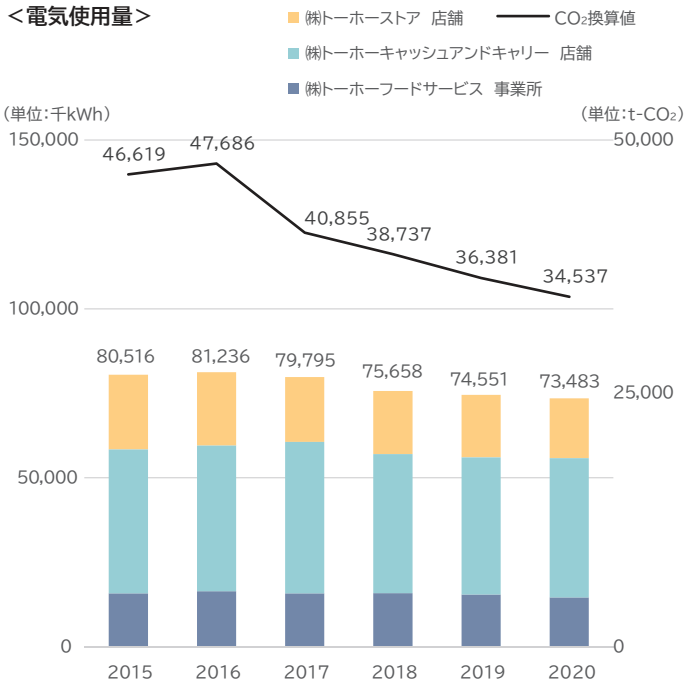
実施の一例

- 計画的な冷凍冷蔵機器などの入替
- 一元管理システムによる冷凍冷蔵庫の温度管理の実施（（株）トーホーフードサービス）
- エネルギーマネジメントシステムの導入による省エネルギーの推進（（株）トーホーストア）

（株）トーホーストアで活用しているエネルギーマネジメントシステム

（株）トーホー　駐車場に設置した太陽光パネル

＜電気使用量＞

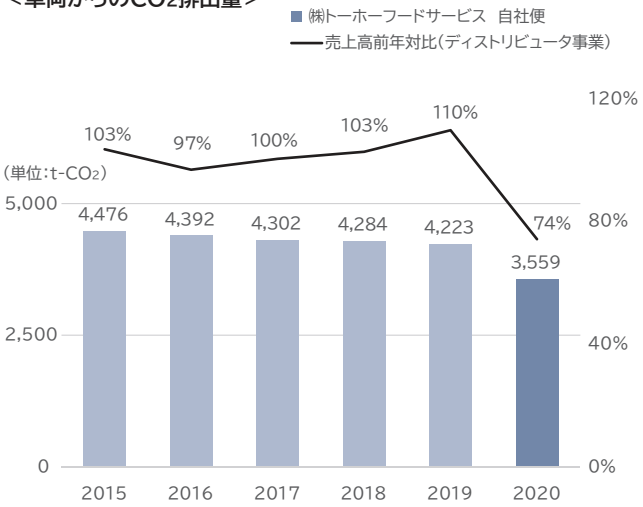


関連するSDGs

環境負荷の低減と交通事故の防止

（株）トーホーフードサービスでは、安全運転動画マニュアルの配信やエコ安全ドライブを推進し、配送の際に発生するCO_2排出量を抑える取り組みを行っています。その結果、車両からのCO_2は一貫して減少し続けています。また、交通事故防止のため、追突の回避支援を行うプリクラッシュブレーキなどの安全装備の導入や、高さ制限による事故を防ぐために営業車両の形状の見直しを図るなど、車両の操作性の向上と運転リスクの軽減に努めています。

＜車両からのCO_2排出量＞



＊2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響があります。

生物多様性の保全

（株）トーホー　マーケティング本部では、2006年からインドネシア　カリマンタン島でのマングローブ植樹プロジェクト「生命の森プロジェクト」に賛同しています。粗放養殖*で育てられた対象品（エビ）の購入時にその買付金の一部を負担するという形で協力し、生態系の維持に取り組んでいます。また、（株）トーホーストアでは、絶滅危惧種に指定されているコウノトリの野生復帰や生息地の環境づくりを行う兵庫県豊岡市の活動に賛同し、2009年から継続的に支援活動を行っています。

植樹されたマングローブの苗

約31,000本

2006～2020年度（推計値）

＊粗放養殖とは、自然の地形を活かして養殖池を造成し、無給餌で薬剤を投入することなく電力も使用せず、周囲の生態系と共存しながら育成させる環境維持を重視した養殖法です。

寄付つき商品の販売による
コウノトリ基金への寄付金額
（メーカー様との協働で実施）

約735万円

2009～2020年度

※対象の商品の購入につき1円が寄付されます。
※2020年度は7月1日～8月31日、12月1日～12月31日で実施し、2021年4月に寄付を行いました。

コウノトリ育むお米と
そのお米を使ったおにぎりの販売による
コウノトリ基金への寄付金額
（メーカー様との協働で実施）

約93.2万円

2009～2020年度

※売上金額の一部を寄付しています。
※2021年5月に寄付を行いました。

関連するSDGs

Social

サステナブルな社会に向けた従業員への取り組み

食に携わる企業として「安心・安全」な商品やサービスの提供はもちろん、多様な個性・人材が活躍できる職場づくりを行っています。また、従業員ひとり一人が社会の一員として、社会課題の解決に貢献し、社会から信頼され、必要とされる会社を目指しています。

従業員に対する基本的な考え方

トーホーグループは、「企業は人なり」、「社員の成長なくして会社の成長なし」、「従業員満足なくして顧客満足なし」、会社の成長を支えるのは「人」という考え方を大切にし、継続的に人事・給与制度改革を行い、従業員がモチベーションを高く、楽しく仕事に取り組める職場環境づくりを目指しています。

共通理念「toho group way」の浸透

「toho group way」は、トーホーグループの変えてはならない考え方や使命、価値観、目指す姿、そしてグループ全員が大切にしたい思いや考えを46の「こだわるこころ」として明文化し、体系立てまとめたものです。朝礼で読み合わせを行うなど十分に理解しあう場を設け、理念の浸透を図り持続的成長と永遠の会社存続を目指しています。

人事・給与制度改革の歩み

1991年より人事・給与制度改革（PSプロジェクト*）を継続的に行い、社員・従業員のモチベーションアップのための制度整備や改革に取り組んできました。2018年からは再雇用の処遇改善に向けた制度の整備及び改革、労働時間法制変更への対応などを検討し、2019年度に定年後の再雇用規則をはじめとした関係規程を改正しました。

人事・給与制度の整備と改革の歩み

2018～	**PS-Vプロジェクト** 「時代にマッチした新たな人事制度の再構築」を大きな狙いとし、諸制度の見直しや整備を構築
2012～	**PS-IVプロジェクト** 競争力の強化を支える人事・給与制度の構築を狙いとし、「グループ人事・給与制度の整備」「スペシャリスト制度」「パートナー社員人事・給与制度」を導入
2002～	**PS-IIIプロジェクト** 人材発掘・育成に焦点を当てた制度の充実を狙いとし、教育研修の見直しや役割等級制度を導入
1998～	**PS-IIプロジェクト** 「メリハリのある処遇体系」「公正な評価システム」「きめ細かな人材配置と活用」の導入
1991～	**PSプロジェクト** 人事・給与制度を整理し、資格・人事考課・給与の3つの柱からなる制度を導入

＊PSプロジェクトとは、「Personnel（人事）」「Salary（給与）」の頭文字で、魅力ある企業づくりのための人事制度の整備を目的に全従業員を対象とした社内プロジェクトです。

関連するSDGs

自ら考え、自ら行動し、自ら成長する自律型人間の育成

トーホーグループでは、会社を「自己実現のステージ」ととらえ、「自ら考え、自ら行動し、自ら成長する自律型人間」の育成を目指し、人材育成に取り組んでいます。その一つとして研修以外に学ぶ場やキャリア形成の仕組みを設け、従業員の成長を支援しています。

公募制度・FA制度

組織と人材の活性化を目的とし、特定の会社・職種への異動を希望する社員を募集する「公募制度」と社員自らが取り組みたい職務への異動を申し出ることができる「FA(フリーエージェント)制度」を2017年度より実施し、社員の成長を支援しています。

社内留学制度

全体最適のあり方やバランス感覚を身に付ける成長の機会として2015年度から社内留学制度を実施しています。
本制度は、他部署や他のグループ会社で実際の業務を体験し、現在の業務やキャリア形成に活かすことを目的としています。

eラーニングを活用したトーホーグループ独自検定や講座

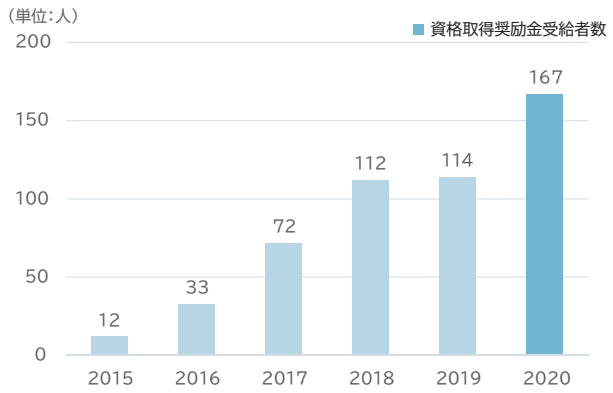
意欲ある従業員が、「誰でも、いつでも、どこでも」学ぶことができる場を提供するため、eラーニング講座による学習の場を提供しています。

社内検定の一例	自己啓発講座の一例	指名者必須講座の一例
トーホーコーヒー販売検定	食の安心・安全eラーニング講座 業務用PB商品eラーニング講座 FMI社機器販売eラーニング講座	人事・労務eラーニング講座

資格取得奨励金制度

従業員のスキルアップのため、資格取得を奨励しています。食品、サービス、語学、税務、法律、不動産、ITなどの分野から85種類を対象とし、資格を取得した従業員には難易度に応じた奨励金が支給されます。

＜資格取得奨励金受給者数(累計)＞



「資格取得奨励金受給者数」の対象範囲は、(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス、(株)アスピット、(株)トーホー・コンストラクション、(株)トーホー・北関東、(株)システムズコンサルタントです。

関連するSDGs

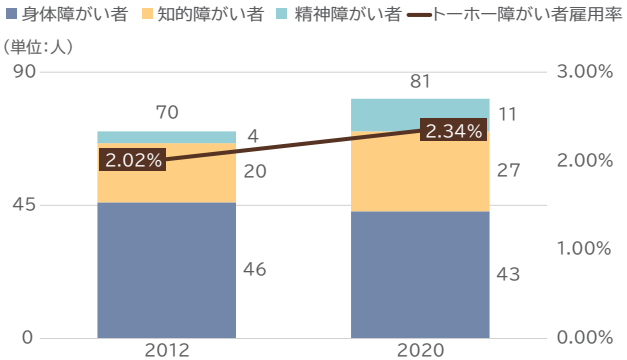
ダイバーシティに対する考え方

トーホーグループは、多様な個性・人材が集まり、従業員ひとり一人が自分の能力や適性を存分に発揮し、従業員とともに成長できる企業を目指しています。

障がい者の活躍推進

障がい者の積極的な雇用を推進するため2013年に(株)トーホーウイングを設立し、2014年に特例子会社の認定を受けました。現在では、社内メール便、伝票入力・事務補助、パソコン設定、Webや印刷デザイン、惣菜製造・陳列サポート、ベーカリー製造サポート、農作業サポートなど業務の幅も設立当初より広がっており、障がいを持つ方の雇用機会の拡大につながっています。

＜障がい特性別雇用数(連結)＞

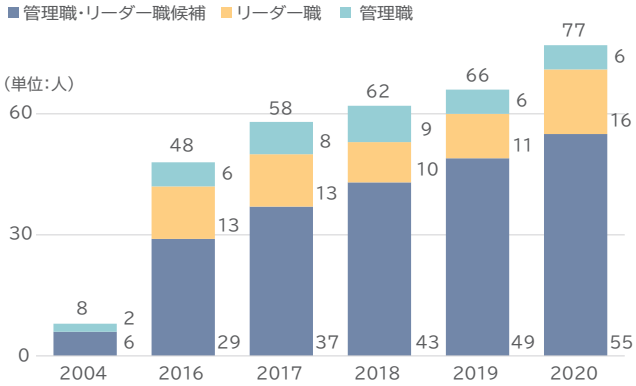


女性の活躍とワークライフバランス

「女性の活躍なくしてトーホーグループの成長なし」をスローガンに掲げ、2005年から女性活躍推進プロジェクトを設置し、女性の職域拡大、育成・登用、意識改革、職場環境の改善に積極的に取り組んでいます。

2018年に次世代認定マーク「くるみん」の2度目の認定を取得しました。

＜女性管理職数＞



※対象範囲は、(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービスです。

女性が活躍できる職場づくりとワークライフバランス

育成・登用

- 一般職・総合職区分の廃止(2014年度)
- キャリア意識醸成のための集合研修の継続実施

職域拡大

- 営業職を希望する女性の積極採用(新卒)と職場環境の整備
- パートナー社員の正社員登用の推進、女性店長誕生の基盤づくり
  - パートナー社員 人事・給与制度の導入(2012年度)
  - リーダー的な役割を担うパートナー社員の区分拡充(2019年度、㈱トーホーストア)

意識改革

- 管理者向けセミナーの継続実施

ワークライフバランス

- 両立支援制度の拡充
  - 育児などを理由に退職した社員の再雇用をサポートするJobリターン制度の導入(2008年度)
  - 育児の短時間勤務を小学校6年生を修了するまでに延長(2020年度)
  - 同月内で勤務時間の調整ができる時短フレキシブルワーク制度の導入(2019年度)
- ワークライフバランス支援サイトの開設(2016年度)
- 男性社員の育児休業取得推進
- 育児目的休暇の導入(2019年度)
- ポジティブ・オフ運動で5連休以上の休暇取得奨励や年間5日間の計画有休を制度化(2019年度)
- 在宅勤務制度の導入(2020年度)

関連するSDGs

Social

サステナブルな社会に向けた従業員と家族の健康

トーホーグループは、健康経営を推進し、従業員ひとり一人が活力に満ち、最高のパフォーマンスを持続的に発揮できる職場環境の構築を目指しています。

「健康基本方針」

健康経営の推進体制はWEBをご覧ください
https://www.to-ho.co.jp/csr/staff.html#sec04

トーホーグループは、「健康で潤いのある食文化に貢献する」を経営理念のひとつに掲げ、「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」を経営のキーワードにするなど、これまでも常に「健康」に配慮した企業経営を行ってきました。

私たちトーホーグループにとっては、健康の維持・向上は事業の成長と発展の源であると同時に、社員・従業員とその家族の幸せに欠かせない最も基本的な要素であると考えています。

トーホーグループは社員・従業員の健康づくりを支援し、「健康経営」の推進を経営の最重要テーマの一つとして位置づけ、積極的に取り組んでいくことをここに宣言いたします。

健康経営の取り組み

トーホーグループの主要な健康課題を「1.生活習慣病・がん、2.食生活改善、3.喫煙、4.腰痛予防」と認識し、これらの予防や早期発見に向けた対策に取り組んでいます。

2020 健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500

具体的な取り組みと成果

①要治療者の重症化予防

- 健康診断結果の重症者への対応強化：受診率100%（2020年度）
- 健康診断の再検査受診徹底 ：受診率100%（2020年度）

②早期発見、感染症対策

- 人間ドック、脳ドック等への費用補助
- 女性特有病検診費用補助
- メンタルヘルスに対する施策 ：高ストレス率前年比3.3%低下（2020年度）
- 感染症予防接種費用補助（2019年度）

③生活習慣の改善、ヘルスリテラシー向上

- 喫煙対策として2020年4月より神戸本社及び東京本部において敷地内の全面禁煙（就業前後、休憩時間も含む）を開始
  :喫煙率は前年より低下（2020年度）
- 営業車両内の全面禁煙（就業前後、休憩時間も含む）
- 腰痛予防対策の推進
- 生活習慣改善の推進
- 健康な食生活に関する啓発

関連するSDGs

Social

食の安心・安全への取り組み

トーホーグループは、毎月14日を「食の安心・安全の日」と定めています。「食の安心・安全」は、従業員全員の毎日の業務によって実現できるものとの考えから、毎月14日は食の安心・安全を再確認し、今行っている業務を見つめ直す日として、従業員全員で食品事故の防止に取り組んでいます。

食の安全確保のための徹底した品質管理

トーホーグループでは、業界に先駆けて1994年に品質管理室を設置し、食の安心・安全を守り続けてきました。

現在は、(株)トーホービジネスサービス 品質保証部が、トーホーグループの商品や原材料の微生物検査・理化学検査、調理・加工等施設の衛生点検などを実施しています。

微生物検査

自社加工商品及びプライベートブランド商品、並びに商品に使う原材料の細菌検査、調理・加工現場の環境検査、従業員の手指検査などを実施しています。

理化学検査

自社加工商品及びプライベートブランド商品、並びに商品に使う原材料の残留農薬検査や、その他品質指標の検査を実施しています。

衛生点検

自社運営の店舗や物流施設、プライベートブランド商品の製造委託先施設に対し、HACCPに基づく衛生管理、またはHACCPの考え方を取り入れた衛生管理を適切に実施しているかどうかの衛生点検を行っています。

食品表示・点検

自社で制作する食品表示は、すべて品質保証部にて上級食品表示診断士を中心とした3名によるトリプルチェックを実施しています。

社員教育

食品を扱う会社の従業員としての意識向上と着実な実行のため、従業員に対して定期的な衛生管理教育を実施しています。

＜食品安全衛生管理方針＞

1. 常にお客様の視点に立ち、「安心・安全」を最優先とする品質保証に取り組みます
2. 法令及び自社基準を遵守し、適切な情報開示でお客様の信頼に応えます
3. リスクマネジメントでリスクを未然に防ぎ、より高い安全水準の維持に最善を尽くします
4. 全従業員が品質保証活動に参加し、安全で安心できる商品・サービスの提供に努めます

関連するSDGs

品質・衛生管理の普及に貢献

（株）トーホービジネスサービスでは、これまでに培った品質・衛生管理のノウハウを活用し、外食企業様向けに品質や衛生管理に関する情報やサービスを提供しています。

2019年11月には、一般財団法人食品安全マネジメント協会（JFSM）が運営する食品安全マネジメントシステム認証（JFS規格）のうち、「JFS-A/B規格」のセクターE（食品製造セクター）の監査会社として、また、2020年10月には、同規格のセクターG（飲食店を中心としたフードサービスセクター）の監査会社として承認されました。

（株）トーホービジネスサービスがJFS規格の監査会社となったことで、食品事業者に対し、「HACCPに沿った衛生管理の制度化」の対応支援を強化でき、食品業界のさらなる安心・安全の向上に貢献できるようになりました。また、（株）アスピットは、アレルギーや原産国情報などの品質情報を提供し、品質・衛生管理の普及に努めています。

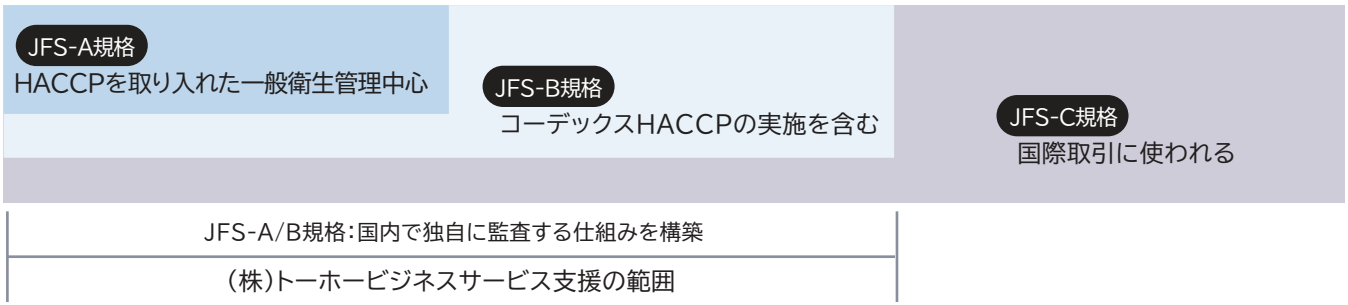
トーホーグループの安心・安全の歩み

1990年
- （1994年）業界に先駆けて品質管理室を設置

2000年
- （2003年）業界では画期的な取り組みとして、残留農薬検査機器を導入
- （2007年）コーヒー工場でISO22000（食品安全マネジメントシステムの国際規格）認証を取得
- （2008年）品質管理室から品質保証部へ改組
- （2009年）厚生労働省登録検査機関（株）キューサイ分析研究所が持分法適用関連会社へ

2020年
- （2019年）（株）トーホービジネスサービスが食品安全マネジメントシステム認証セクターEの監査会社の承認取得
- （2020年）（株）トーホービジネスサービスが上記規格のセクターGの監査会社の承認取得

JFS規格（食品製造セクター）の全体像



「JFS規格」とは

JFSMが運営する日本発の食品安全マネジメントシステム認証でHACCPを取り入れた一般的な衛生管理を中心とした「JFS-A規格」、それにコーデックスHACCPの実施を含む「JFS-B規格」、さらに国際的な取引に必要な要素を加えた「JFS-C規格」で構成され、事業者の食品安全マネジメント体制に応じて段階的にステップアップできる仕組みを有しています。

関連するSDGs

Social

食のサステナビリティ

経営理念「食を通して社会に貢献する」のもと、「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をキーワードに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、あらゆる業態に対応できる業務用クオリティブランドを開発しています。

お客様の声を反映させた商品開発

トーホーグループでは、クオリティと美味しさを最優先に業務用プライベートブランド（PB）商品開発を行っています。また、プロの料理人の方に納得いただける品質と味にするために、お客様の声を商品開発に反映させることも重要視しています。ここ数年は、外食産業の人手不足や食品ロスなどの社会課題解決に貢献できるよう簡易なオペレーションや賞味期限を延長した商品などの開発も行っています。

プライベートブランド商品の品質は、（株）トーホーマーケティング本部や（株）トーホービジネスサービス品質保証部が商品製造先に赴き、自社基準に基づき厳密な審査を実施しています。

安心・安全な商品をお届けするために

- 生産条件、工場の衛生環境など独自の高い品質基準を設定
- （株）トーホーマーケティング本部や（株）トーホービジネスサービス品質保証部が現地に赴き、品質基準を満たしていることを確認
- 導入後もランダムに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

トーホーグループの業務用プライベートブランド

EAST BEE Fine Quality　スマイルシェフ SMILE CHEF FINE QUALITY

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、あらゆる業態に対応できる業務用クオリティブランドを開発しています。

業務用プライベートブランド商品開発へのこだわり

- お客様の課題解決やニーズをPB商品開発に反映
- 品質と味を評価して選んでいただけるPB商品を開発
- 商品製造委託先を審査し、安全基準を確認

廃棄ロスを出さないように賞味期限を延ばしたEAST BEEのロングライフサラダシリーズ。

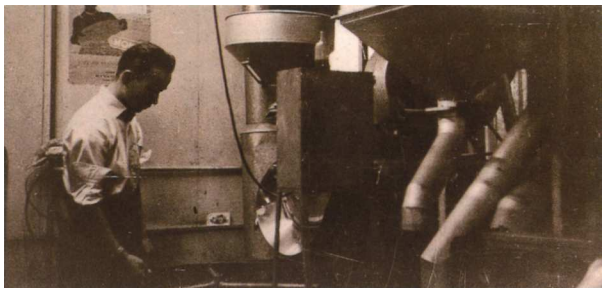
関連するSDGs

業務用に特化した自社焙煎コーヒー

戦後間もない1951年、トーホーグループはコーヒーの焙煎を始めました。以来、トーホーグループでは、メーカーとしてコーヒーの自社焙煎を行っています。当社にとってコーヒーは開発力、技術力、ブランド力の原点といえる製品です。当時から今に至るまで「味や香り」を追い続け、業務用専門のコーヒーメーカーとして、ホテルやレストランなどの外食ビジネスを営むプロのお客様にコーヒーをお届けしています。また、2007年には、食品安全マネジメントシステムISO22000の認証を取得しています。

トーホーグループの業務用コーヒーブランド

toho coffee



1950年代の焙煎風景

トーホーコーヒーのこだわり

コーヒー豆	＞ 農作物であるコーヒーは豆の種類による違いはもちろん、同種でも栽培エリアや収穫年、収穫時期などの条件によって味わいが変化するため、SCAA（米国スペシャルティコーヒー協会）/CQI認定の技能者「Qグレーダー」が毎日のテイスティングにより豆の品質を鑑定し、産地・エリアを厳選 ＞ 調達するコーヒー豆はすべて残留農薬検査を経て、独自の味や品質基準に適合したものだけを使用
人材	＞ SCAAが定めた基準・手順でコーヒーの品質を評価することができる技能者「Qグレーダー」が厳しい目線から味づくりや品質管理を行い、あらゆる産地のコーヒー生豆の買い付け、そして入荷から加工、出荷するまですべての工程を管理 ＞ Qグレーダー以外にも、J.C.Q.A.認定「コーヒー鑑定士」やコーヒーインストラクター、コーヒーマイスターなど、様々なコーヒーのプロフェッショナルがお客様へのアドバイスをサポート
焙煎	＞ 匠の技を持つ「焙煎士」が代々その技を継承し、美味しさを伝承 ＞ 大型・中型・小型の焙煎機を使い分けお客様のニーズに応じたロットを管理
香りと味わい	＞ 挽きたてをお届けするために鮮度管理を徹底： 酸化の原因となる外気には触れさせず、煎ったコーヒー豆が出す多量の炭酸ガスのみを排出する「バルブパック」を採用

J.C.Q.A.認定「コーヒー鑑定士」が誕生

2019年12月、J.C.Q.A.認定「コーヒー鑑定士」が2名誕生しました。コーヒー鑑定士とは、原料調達、製造管理、品質管理など、高度なコーヒーの知識と鑑定技術を取得した者が認定されます。2021年度7月現在、コーヒー鑑定士の合格率は4.3%、全国でも40名という難関の資格となります。

引き続き人材を育成し、外食ビジネスを営むお客様のご要望におこたえできるコーヒーの製造を行うとともに、新たな価値をご提供します。

＊J.C.Q.A.とは:全日本コーヒー商工組合連合会の傘下組織、全日本コーヒー検定委員会のことで、コーヒーインストラクター検定の運営管理を行っています。

フェアトレード認証コーヒーの販売

コーヒーの小規模生産者に最低買入価格を保証し、公正な取引によって生産者の継続的な生活の向上と自立を支援するフェアトレードの趣旨に賛同し、2003年度からフェアトレード認証と有機JAS認証のダブル認証コーヒーを積極的に製品化し、販売しています。現在の取り扱いアイテム数は15品となり、対象製品の拡充を進めています。

新鮮で安心・安全な農産物の提供

（株）トーホーファーム（神戸市西区）では、より安心・安全な農産物を栽培して、お客様にご提供するため、兵庫県認証食品「ひょうご安心ブランド農産物*」の認証取得を2010年度から推進しています。また、（株）トーホーファームをはじめ神戸市西区神出町近郊で採れた兵庫県産野菜で、収穫後24時間以内に店舗に搬入する（根菜を除く）などの条件を満たした高鮮度・高品質な野菜を「かんで野菜」ブランドに位置付けています。「かんで野菜」は、（株）トーホーストアなどで販売を行い、地産地消を推進しています。

*ひょうご安心ブランド農産物：兵庫県認証食品で、化学肥料・農薬の使用を5割以上減らし、残留薬品・抗生薬品を国の基準の1/10以下とするなど安全性が高く、出荷記録による管理を徹底した安心感のある食品です。

関連するSDGs

Social

地域社会のサステナビリティ

私たちは地域・社会とともに成長し持続可能な地域の発展に貢献してきたいと考えています。
地域の発展に少しでもお役に立てるよう、食に関連した地域貢献活動を継続します。

資源を有効利用した社会貢献活動

トーホーグループでは、ペットボトルキャップを収集し、その売却益でワクチンを購入し、世界の子ども達の命を救う活動に賛同しています。社内はもちろん、小売店舗の店頭にも回収ボックスを設置し、ご来店いただいているお客様にもご協力をいただいています。2009年から開始した活動により2020年度までに寄付できたワクチンは、累計で約29,500人分となりました。

また、プルタブの売却益と「社会貢献型株主優待」制度（2009年導入）による株主様からの寄付を合わせ、車椅子寄贈や義援金の寄付を行っています。2020年度は、「神戸新聞厚生事業団」を通じて新型コロナウイルス感染症の対応にあたる医療従事者・医療現場を支援するため、支援金80万円を寄付しています。

プロ野球観戦チケットの寄贈

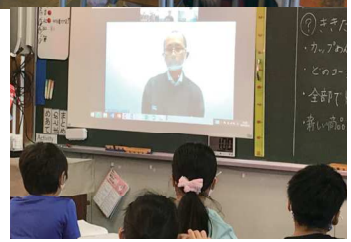
プロ野球観戦チケットを寄贈する活動を2012年から行っています。このチケットは児童養護施設などに入所している子どもたちに配布されています。2020年度は、1,170席の観戦チケットを寄贈できました。

2020年度トピックス

㈱トーホー

「リモート社会科見学」を実施

2020年10月、神戸市立六甲アイランド小学校の3年生の子どもたちに学校の教室にいながら社会科見学の体験ができる「リモート社会科見学」を当社として初めて実施しました。動画とWeb会議ツールを活用し、子どもたちに食の大切さを学ぶ場を提供することができました。



トーホーストアの1日の業務の流れが分かる動画をご覧いただいた後、学校の教室とトーホーストア店舗をオンラインでつなぎ、子どもたちからのたくさんの質問に店長が答えました。

Corporate governance

コーポレート・ガバナンス

関連するSDGs

役員紹介（2021年4月20日現在）

取締役

代表取締役社長 古賀 裕之

1976年 4月 当社入社
2008年 2月 当社執行役員ディストリビューター事業部四国地区担当兼中国地区統括支店長兼広島支店長
2011年 3月 (株)トーホー・群馬代表取締役社長（現(株)トーホー・北関東）
2015年 3月 (株)昭和食品代表取締役社長（現(株)トーホー・北関東）
2015年 10月 (株)トーホー・北関東代表取締役社長
2017年 4月 当社代表取締役社長（現任）

取締役

取締役 佐藤 敏明

1982年 4月 当社入社
2007年 4月 当社経営企画室長兼関係会社管理部長
2008年 8月 当社グループ戦略部長
2011年 3月 (株)トーホービジネスサービス代表取締役社長
2013年 4月 当社取締役（現任）

取締役

取締役 淡田 利広

1983年 4月 当社入社
2007年 4月 当社執行役員ディストリビューター事業部広域営業部長兼システム営業部担当
2008年 8月 (株)トーホーフードサービス取締役広域営業部長兼システム営業部長
2009年 2月 同社取締役執行役員首都圏営業部長兼東京支店長
2010年 2月 同社取締役執行役員東日本、広域営業部担当兼沖縄営業部長
2012年 2月 同社代表取締役社長
2019年 4月 当社取締役（現任）

取締役

取締役（新任） 奥野 邦治

1984年 3月 当社入社
2006年 2月 当社A-プライス事業部営業企画室長
2008年 8月 (株)トーホービジネスサービス人事総務部長
2011年 3月 同社取締役人事総務部長
2012年 2月 (株)トーホーキャッシュアンドキャリー代表取締役社長
2019年 3月 (株)トーホービジネスサービス代表取締役社長
2021年 4月 当社取締役（現任）

関連するSDGs

取締役 独立社外

取締役 中井 康之

1978年 4月 (株)三井銀行(現(株)三井住友銀行)入行
2000年10月 同行京都法人営業第二部長
2003年 6月 三井生命保険相互会社
(現 大樹生命保険(株))出向
2007年10月 新田ゼラチン(株)出向
2008年 6月 同社執行役員経営企画部長
2013年 6月 同社常勤監査役
2017年 4月 当社取締役(現任)
2018年 2月 (株)レザック顧問(現任)

取締役 独立社外

取締役 大嶋 義孝

1975年 4月 川崎重工業(株)入社
2005年 4月 バンドー化学(株)入社
2008年 4月 同社執行役員
経営情報システム部長
2009年 4月 同社執行役員財務部長
2016年 4月 同社顧問
2018年 8月 コンサルティング大嶋所長(現任)
2019年 4月 当社取締役(現任)
2020年 6月 (株)テクノスジャパン取締役(監査等委員)
(現任)

取締役 独立社外

取締役(新任) 佐藤 尚文

1979年 4月 (株)大和銀行(現(株)りそな銀行)入行
2000年12月 同行渋谷支店営業第一部長
2004年 4月 (株)りそなホールディングス執行役企画部統合推進室長
2006年 3月 (株)近畿大阪銀行(現(株)関西みらい銀行)専務執行役員システム部担当兼事務企画部担当
2006年 6月 同行代表取締役兼専務執行役員システム部担当兼事務企画部担当兼リスク統括部担当兼事故防止対策室担当
2008年 4月 同行代表取締役副社長兼執行役員
2010年 6月 (株)りそな銀行常勤監査役
2013年 4月 (株)DACS代表取締役社長(現任)
2019年 6月 旭精工(株)非常勤監査役(現任)
2021年 4月 当社取締役(現任)

取締役 独立社外

取締役(新任) 原田 比呂志

1981年 4月 神戸市採用
2006年 4月 財団法人先端医療振興財団
常務理事兼総務部長
2008年 4月 神戸市水道局総務部長
2012年 4月 地方独立行政法人神戸市民病院機構
理事兼法人本部長
2015年 4月 神戸市兵庫区長
2017年 4月 神戸ハーバーランド(株)
代表取締役社長(現任)
2021年 4月 当社取締役(現任)

関連するSDGs

常勤監査役 奥村 卓哉

1983年 4月 第一生命保険相互会社
(現第一生命保険(株))入社
2012年 4月 (株)トーホービジネスサービス出向
2016年 3月 (株)フィナンシャル・アドバイス取締役
2017年 2月 (株)トーホー・コンストラクション監査役
2017年 4月 当社入社
当社監査室長
2019年 3月 当社監査室シニアアドバイザー
2020年 4月 当社常勤監査役(現任)

常勤監査役(新任) 中島 亨

1983年 4月 (株)太陽神戸銀行(現(株)三井住友銀行)
入行
2003年10月 同行松戸支店長
2006年 4月 同行千葉ブロック地域個人部長
2010年 4月 同行ローン事業部長
2013年 4月 (株)みなと銀行執行役員個人業務部長
2014年 4月 同行執行役員営業企画部長
兼営業企画部アジア室長
2015年 4月 同行常務執行役員
2018年 6月 神戸みなとサービス(株)代表取締役社長
2021年 4月 同社顧問(現任)
当社常勤監査役(現任)

監査役 内海 陽子

2000年 4月 弁護士登録
神戸合同法律事務所パートナー(現任)
2015年 4月 当社監査役(現任)

監査役 中川 一之

1980年10月 昭和監査法人(現EY新日本有限責任監査法人)入所
2002年 5月 新日本監査法人(現EY新日本有限責任監査法人)代表社員
2017年 7月 中川一之公認会計士事務所所長(現任)
2018年 1月 ロングライフホールディング(株)
監査役
2018年 6月 (株)イチネンホールディングス
監査役(現任)
2019年 4月 当社監査役(現任)

関連するSDGs

スキルマトリックス

当社は、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を実現することを目的に、戦略や重要課題についての議論を充実させ、それに基づく重要な意思決定と実効性の高い監督を行うため、以下の考えのもと取締役会全体としての知識、経験、能力のバランスが最適になるように努めています。

- 取締役会は、経営の透明性、客観性を確保するため、社外取締役と社外監査役の員数の合計が取締役会の員数の半数を下回らないように構成する。
- 社外取締役を除く取締役は、当社および当社グループ会社における豊富な実務経験と専門的知見を有し、それらに基づく業務執行判断スキルを持つ者を選任する。
- 社外取締役は、独立的・客観的な立場から当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するという観点から、他社の経営経験やガバナンス、法務、財務・会計、IT・デジタル、ESG等についての専門的スキルを有する者を選任する。
- 監査役は、独立的・客観的な立場から、取締役の職務執行の監査等の役割を果たすため、法務、財務・会計に関する豊富な知識と経験、高い見識を有している者を選任する。
- 当社が定める独立性の判断基準（有価証券報告書等で開示）をクリアしない者は社外役員として選任しない。

以上の考えに基づく現状のスキルマトリックスを掲載しています。なお、取締役会評価での課題の一つである取締役会の構成における多様性確保については、現状十分と言えない点もありますが、様々な異なる経験をもつ社外役員を選任することで対応しています。

＊1 2021年4月開催の第68回定時株主総会において選任されました。
＊2 奥村 卓哉氏は、2020年4月開催の第67回定時株主総会において選任されたため、就任後に開催された取締役会のみを対象としています。

			年齢	取締役会出席状況（2020年度）	在任年数	企業経営経営戦略	営業・マーケティング	財務・会計資本政策	法務・リスク管理・内部統制	人事・労務	IT デジタル	ESG、地域コミュニティ	商品調達・開発、物流
取締役		古賀 裕之	64	17/17回	4年	●	●					●	
取締役		佐藤 敏明	62	17/17回	8年	●		●				●	
取締役		淡田 利広	61	17/17回	2年	●	●		●				●
取締役		奥野 邦治*1	60	—	—	●	●		●	●			
取締役	独立社外	中井 康之	67	17/17回	4年	●		●	●				
取締役	独立社外	大嶋 義孝	69	16/17回	2年	●		●					
取締役	独立社外	佐藤 尚文*1	65	—	—	●					●		
取締役	独立社外	原田 比呂志*1	65	—	—	●						●	
監査役		奥村 卓哉	62	14/14回*2	1年			●	●				
監査役	独立社外	中島 亨*1	61	—	—	●		●					
監査役	独立社外	内海 陽子	48	17/17回	6年				●				
監査役	独立社外	中川 一之	64	17/17回	2年			●					

【必要とするスキルとその定義】

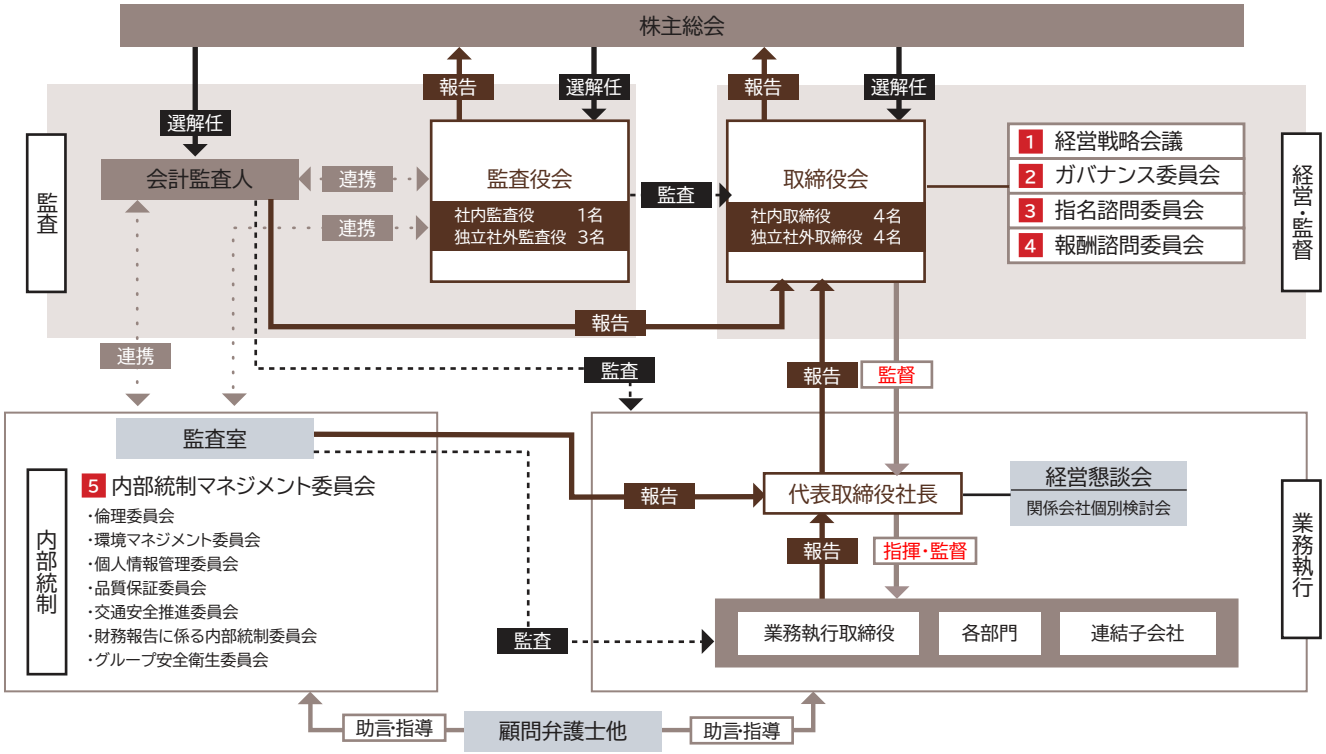
企業経営・経営戦略： 企業経営及び経営戦略策定・推進の経験に基づく経営判断スキル
営業、マーケティング： グループでの営業、販売及びマーケティング推進の経験に基づく業務執行・判断スキル
財務・会計、資本政策： 財務、会計、ファイナンスのスキル
法務、リスク管理、内部統制： 企業経営と業界に関連する法律の理解と適用スキル・品質保証等を含むリスク管理スキル・内部統制全般に関するスキル
人事・労務： 採用、人材育成、労務管理に関するスキル及び関連するコンプライアンス課題への対応スキル
IT・デジタル： IT戦略、情報システム構築に関するスキル
ESG、地域コミュニティ： ESG経営の実践及び地域コミュニティとの共栄を目指す経営の実践に資するスキル
商品調達・開発、物流： グループでの商品調達とPB商品の開発及び物流構築・運営等の経験に基づく業務執行・判断スキル

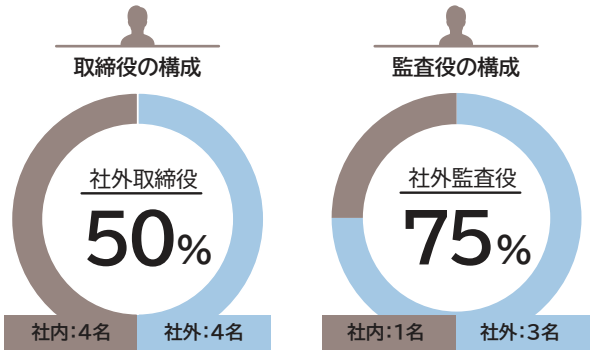
関連するSDGs

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

トーホーグループは、「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、株主をはじめとするすべてのステークホルダーに対する使命と責任を果たし、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を果たすため、透明性・公正性の高い経営を支える、より強固なコーポレート・ガバナンス体制の構築に取り組むことを基本的な考え方としています。

コーポレート・ガバナンス体制





取締役会の諮問委員会・社内委員会について

1 経営戦略会議	
議長	代表取締役社長 古賀 裕之
構成	全取締役・主要子会社社長・常勤監査役
開催回数	毎月1回
主な討議テーマ	・経営に関する重要事項

2 ガバナンス委員会	
委員長	代表取締役社長 古賀 裕之
構成	全取締役
開催回数	毎月1回
主な討議テーマ	・コーポレート・ガバナンスの基本方針について ・経営環境の変化や経営課題などについての情報交換 ・取締役会の運営に対する評価

関連するSDGs

取締役会の諮問委員会・社内委員会について

3 指名諮問委員会	
委員長	取締役(独立社外) 中井 康之
構成	取締役3名(うち独立社外2名)
開催回数	不定期(2020年度:計4回)
主な討議テーマ	・当社の役員ならびに主要子会社の代表取締役の選解任

4 報酬諮問委員会	
委員長	取締役(独立社外) 大嶋 義孝
構成	取締役3名(うち独立社外2名)
開催回数	不定期(2020年度:計5回)
主な討議テーマ	・役員報酬の改定方針 ・役員報酬水準の妥当性 ・取締役賞与の支給の是非

5 内部統制マネジメント委員会	
委員長	代表取締役社長 古賀 裕之
構成	担当取締役・主要子会社社長・常勤監査役
開催回数	毎月1回
主な討議テーマ	・内部統制基本方針 ・重要なリスクへの対策 ・内部監査結果

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会が企業価値を向上させる組織としての役割・責務を継続的に果たしていくため、取締役会の実効性の評価を全取締役・全監査役によるアンケート形式により、毎年実施しています。その結果を参考に、継続的な改善を図っています。

2020年度は、全取締役8名、全監査役4名に対し、2021年1月15日にアンケート用紙を配布し、同月29日に全員から回収しました。その後、アンケート結果をもとにガバナンス委員会で評価・検討を行いました。

対象者	全取締役8名・全監査役4名
手法	無記名によるアンケート形式
評価	5段階評価+フリーコメント
質問項目	1. 取締役会の構成(4問) 2. 取締役会の運営(4問) 3. 審議について(5問) 4. 社外役員に対する情報提供・社外取締役のパフォーマンス(8問) 5. 諮問委員会について(6問) 6. 総合評価(2問)

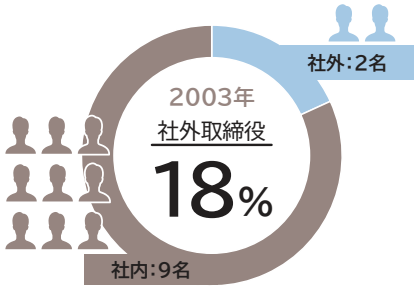
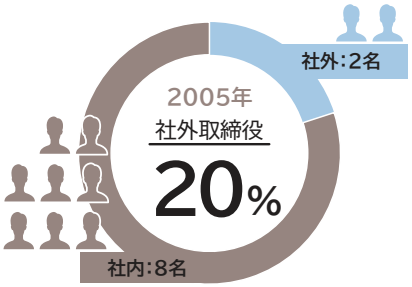
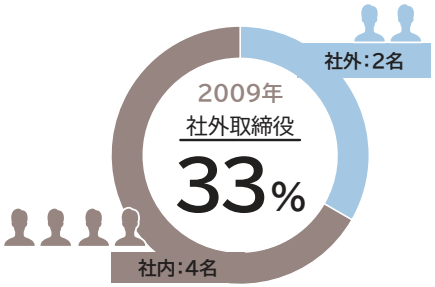
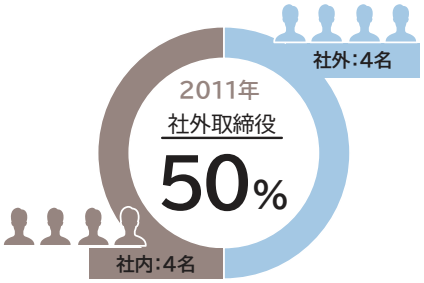
課題と今後の取り組み

当社取締役会の実効性は一定の水準を維持できていますが、さらなる改善のために取締役会での議論の一層の活性化などの課題を認識し、継続的な改善に取り組みます。この課題を含め、以下の課題について改善を図っていきます。

1.	取締役会の構成における多様性(特に女性取締役の登用)については、中長期的な課題として取り組んでいく。
2.	戦略的な方向性等については自由闊達に審議・協議をしているところであるが、それをさらに充実していくためにも、職務権限の見直しなどにより取締役会への付議事項を一層絞り込むことで、重要な議案に、より多くの時間を割くようにしていく。
3.	新店開発やM&Aを含む重要な投資計画に対する現在の進捗状況と課題、今後の見通しの分析については、今まで以上の充実を図っていく。
4.	取締役会での議論の質をさらに高めていくためには、議案の内容について事前の十分な理解が必要であり、資料配布の早期化、及びその質・量の適正化について一層の改善を図っていく。
5.	さらに、必要に応じた議案の事前説明についても引き続き充実を図り改善につなげていく。

関連するSDGs

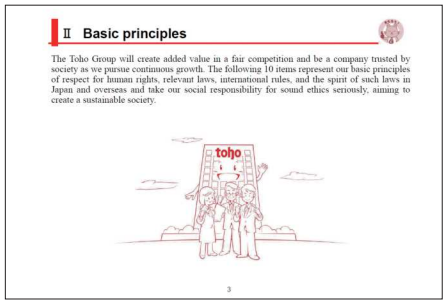
コーポレート・ガバナンス強化の変遷

	2003年	2004年～2010年		2011年～	
経営の透明性・強化	(2003年) >社外取締役制度導入 >ガバナンス委員会設置	(2005年) >役員退職慰労金制度廃止 (2008年) >持株会社体制へ移行	(2009年) >社外取締役の選任比率を3分の1以上に	(2011年) >指名諮問委員会、報酬諮問委員会設置 >社外取締役を過半数選任 (2014年) >相談役・特別顧問制度廃止	(2015年) >女性の社外役員を選任 (2016年) >取締役会の実効性評価を実施 >株主との建設的な対話を促進するための基本方針制定 >外部会計監査人の評価基準策定
内部統制の取り組み		(2006年) >内部通報制度運用開始 >社内に相談窓口設置	(2010年) >財務報告に係る内部統制委員会設置	(2013年) >内部統制マネジメント委員会設置	(2016年) ＞社外に内部通報窓口設置
取締役の構成					
	2003年	2004年～2010年		2011年～	

関連するSDGs

コンプライアンス推進活動

トーホーグループは公正な競争を通じて付加価値を創出し、持続的な成長とともに社会から信頼され必要とされる会社であり続けることを目指しています。そのため、国内外において人権を尊重し、関係法令、国際ルール及びその精神を遵守しつつ、持続可能な社会の創造に向けて高い倫理観をもって社会的責任を果たすべく、行動の基本原則「倫理行動規範」を定めています。また、倫理行動月間の実施や各種研修でコンプライアンス教育を行っています。


Ⅱ Basic principles

The Toho Group will create added value in a fair competition and be a company trusted by society as we pursue continuous growth. The following 10 items represent our basic principles of respect for human rights, relevant laws, international rules, and the spirit of such laws in Japan and overseas and take our social responsibility for sound ethics seriously, aiming to create a sustainable society.

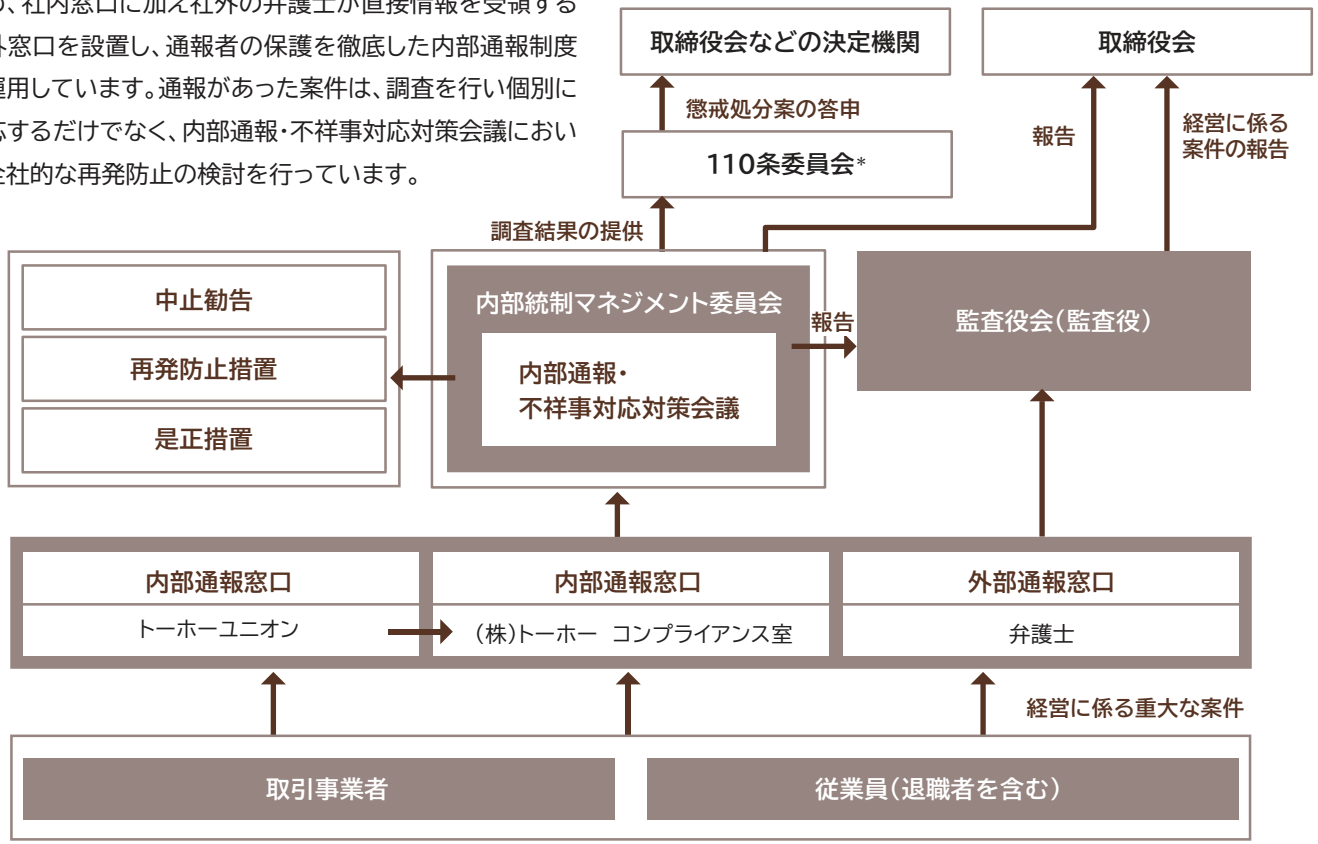
3

倫理行動規範は英語版も作成し、海外の従業員へトーホーの考えを伝えています。

内部通報制度

コンプライアンスに関する相談や不正行為などの通報のため、社内窓口に加え社外の弁護士が直接情報を受領する社外窓口を設置し、通報者の保護を徹底した内部通報制度を運用しています。通報があった案件は、調査を行い個別に対応するだけでなく、内部通報・不祥事対応対策会議において全社的な再発防止の検討を行っています。

内部通報制度の仕組み

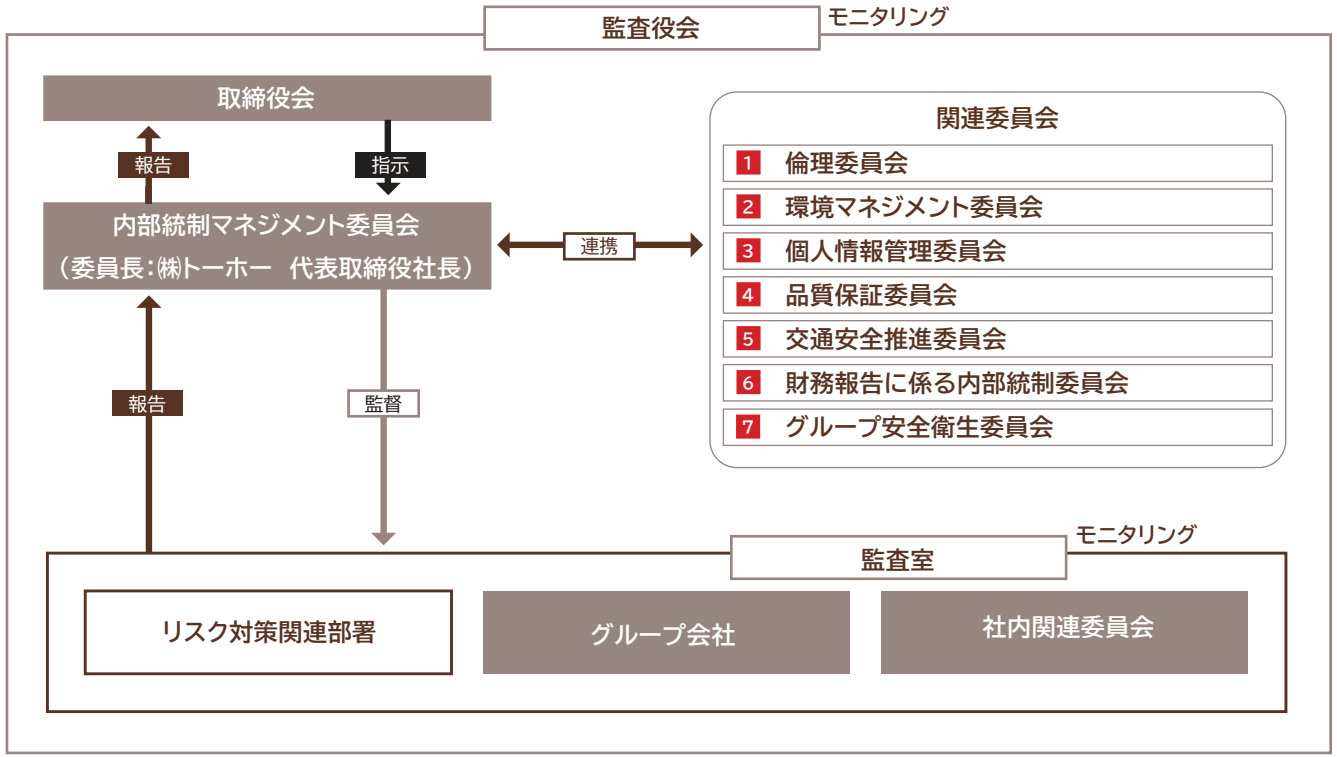


＊110条委員会：適正・公平な処分を行うため、トーホーグループ全社の懲戒処分案を審議し、懲戒処分決定機関に答申する委員会

関連するSDGs

リスクマネジメントの推進体制

事業上の様々なリスクに対応するため、グループ横断的な委員会組織として「内部統制マネジメント委員会」を2013年に設置し、リスクの分析・評価、経営に及ぼす影響の大きさに応じて優先的に対応すべきリスクを特定しています。特定された重点的に取り組むリスクについては、対応方針や対策責任部署を決定し、対策に取り組み、定期的に取締役会へ報告しています。



1 倫理委員会

企業倫理及び法令遵守の精神を社員・従業員に周知・徹底し、倫理観の向上を図っています。

2 環境マネジメント委員会

「環境マニュアル」に基づき、継続的な地球環境保全のため活動を行っています。

3 個人情報管理委員会

個人情報保護法対応及び情報セキュリティ対策などを行い、個人情報の適切な取り扱いに努めています。

4 品質保証委員会

「食品安全衛生管理規程」に基づき、食品に関する法令遵守・安全衛生体制を強化し、消費者及び取引先に提供する食品の安全確保に努めています。

5 交通安全推進委員会

交通規則ならびに車両の適正な管理や運転技術の指導教育を行い、交通安全の推進や法令遵守の強化に努めています。

6 財務報告に係る内部統制委員会

財務報告に関する内部統制の整備・運用を行い、財務報告の信頼性を確保しています。

7 グループ安全衛生委員会

グループ内で発生した労災事故の事案を把握し、その対策などを行い、労災事故撲滅に努めています。

関連するSDGs

事業リスクとその対応

トーホーグループの財政状態及び経営成績に重要な影響を及ぼす可能性があるリスクには以下のようなものがあります。なお、文中における将来に関する事項は、2020年度末現在において判断したものです。

リスク	対応
消費者や得意先のニーズへの対応の遅れ	日々の営業活動を通じてお客様ニーズの把握に努めるとともに、メーカーや仕入先など様々な取引先とのコミュニケーションを密にし、業界・顧客動向に関する情報を入手し、得た情報を分析し、共有して様々なニーズの変化に対応しています。
品質および衛生管理上の事故	品質・衛生管理を専門に行う部署（品質保証部）を置いており、各事業所への定期的な品質・衛生検査、表示チェックを実施し、改善すべき点があれば改善指導を行っています。一方、当社グループのプライベートブランド商品は、商品開発時に品質保証部が製造工場の検査を実施しています。また、あらゆる機会をとらえて品質管理や衛生管理等について従業員向けの教育を実施し、意識の向上に努めています。
海外からの商品調達の停滞等	海外の社会情勢や業界の変化に常に注意し、影響を及ぼすと考えられる情報に対しては国内と現地で情報共有し、対応するようにしています。また、可能な限り複数の仕入先を通じた調達原産国の複数化による持続可能な調達を行っています。また、当社が直接輸入する商品は可能な限り円による決済とすることで為替リスクを抑えています。
海外でのカントリーリスクや紛争	常日頃から現地との緊密な情報交換を行うとともに、現地政府機関、日本大使館、並びに外務省からの発信情報に常に注意し、留意すべき情報に対しては、まずは従業員の安全確保を最優先に考えたうえでの諸施策を講じています。
人材確保の計画未達	「企業は人である」の考えのもと、従業員満足を高めるための諸施策の継続的実施や健康経営の実践により従業員の離職防止に努めています。また、ITを活用した生産性向上、業務効率化による働き方改革を継続しています。一方、採用面では多様な人材から選ばれる会社となるための人事・給与制度改革の継続、教育体系の整備を継続的に行っています。また、多様な人材（女性、障がい者、高齢者等）の活躍推進にも取り組んでいます。
急激な金利の上昇	常日頃から金利情勢に影響を与えるであろうと思われるマクロ経済等の定期的なモニタリングを行っています。また実際の調達金利の動向を注視して資金を調達しています。金利情勢によっては金利をヘッジする手段を機動的に運用しています。

リスク	対応
資金調達の計画未達	調達先および調達方法が限定的になることを避け、適度に分散させることで資金調達の多様性を保っています。調達は保守的に計画することで、金融市場の悪化に対しても一定の余裕をもって対応しています。また、不測の事態に備えて複数行とコミットメントライン契約を締結しています。
コンピューター基幹システムのダウン	災害や事故発生時に重要データが滅失しないように、災害対策が施された外部のデータセンターに保管するとともに、定期的にバックアップデータを遠隔地へ運搬し、保管しています。 一方、コンピューターウイルスに対しては、外部からの不正侵入を防ぐ機器（ファイアウォール）に加えて、ウイルス対策ソフトウェアを導入しています。また、ウイルス感染による事業活動への影響やそれを防ぐための対策、また疑わしい現象への対応について社内教育を継続的に実施しています。
伝染病等の拡大	従来から、毎月14日を「食の安心・安全の日」と定め、品質保証部を中心にウイルスや病原菌などに対する様々な情報の発信を行い全従業員の意識向上を図っています。今回の新型コロナウイルス感染症拡大の事態に対しては、グループを横断した方針や対策を立案実施する委員会をいち早く立ち上げ対応しており、今後も今回のノウハウを生かします。 また、営業面では外出の自粛などにより、外食を控える反面デリバリーが増加していますが、当社グループはこうした市場の変化に対応していくとともに、介護施設など需要が安定している市場の開拓を進めています。
大規模な自然災害の発生	自然災害は防ぐことはできませんが、災害発生時には安否確認システムを利用し、従業員の安全確認を行い、被災等がある場合は早期に総力をあげて対応できるよう緊急連絡網を整備しています。また事業所ごとに緊急避難場所や災害発生時の行動指針を掲出し、日ごろから安全意識の向上を図っています。また、各地域の主要拠点にはマスクや水などの緊急物資を備蓄しています。こうした常日頃からの準備を怠らないことで、災害発生時の早期復旧に備えています。

toho グループ

会社情報（2021年1月31日現在）

会社概要

商号	株式会社トーホー
事業内容	各事業会社の経営管理　業務用食品の仕入・調達・開発　業務用コーヒーの製造
所在地	神戸市東灘区向洋町西5丁目9番
資本金	53億4,477万円
代表者	代表取締役社長　古賀 裕之
連結売上高	1,862億円（2021年1月期）
グループ従業員数	4,976名（うち嘱託・パートタイマー等2,234名）
株式上場	東京証券取引所第1部
グループ会社 2021年1月31日現在	**ディストリビューター事業** 【国内】㈱トーホーフードサービス、㈱トーホー・北関東、関東食品㈱、昭和物産㈱、河原食品㈱、㈱鶴ヶ屋、㈱トーホー・共栄、㈱藤代商店、㈱トーホー・仲間、㈱A.I. 【海外】TOHO Singapore Pte.Ltd.、FRESHdirect Pte Ltd、Bread N Better Pte Ltd 、Golden Ocean Seafood (S) Pte Ltd 、TOHO Foods Malaysia Sdn. Bhd.、TOHO FOODS HK CO.,LTD.、Suitfit Company Limited **キャッシュアンドキャリー事業** ㈱トーホーキャッシュアンドキャリー、㈱トーホー・C&C静岡 **食品スーパー事業** ㈱トーホーストア **フードソリューション事業** ㈱トーホー、㈱トーホービジネスサービス、㈱アスピット、㈱システムズコンサルタント、㈱エフ・エム・アイ、㈱トーホー・コンストラクション、㈱トーホーファーム、㈱トーホーウイング

toho グループ

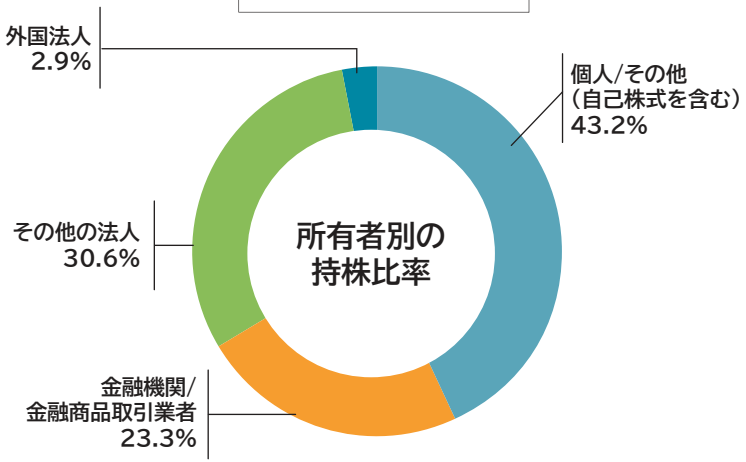
株式の状況（2021年1月31日現在）

株式情報

発行可能株式総数	27,950,800株
発行済株式の総数	11,012,166株（自己株式255,179株を含む）
株主数	10,489名
単元株主数	9,447名
大株主	

株主名	持株数（株）	持株比率（%）
国分ホールディングス（株）	977,000株	9.08%
トーホー社員持株会	677,906株	6.30%
国分グループ本社（株）	551,420株	5.13%
第一生命保険（株）	440,000株	4.09%
前田 玲子	305,000株	2.84%
日本マスタートラスト信託銀行㈱（信託口）	297,800株	2.77%
（株）西日本シティ銀行	264,600株	2.46%
日本生命保険相互会社	188,160株	1.75%
（株）福岡銀行	162,120株	1.51%
（株）日本カストディ銀行（信託口）	154,500株	1.44%

株主分布情報（所有者別）



11年間の主要財務データ（連結）

年度	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
											（百万円）
売上高	183,084	187,731	197,055	204,394	208,998	215,065	209,834	207,631	217,666	231,266	186,217
売上原価	147,827	151,694	159,829	165,844	169,883	175,184	169,840	167,976	175,892	187,162	149,813
売上総利益	35,256	36,037	37,226	38,550	39,114	39,881	39,993	39,655	41,774	44,104	36,404
販売費及び一般管理費	32,641	33,171	34,810	36,253	36,487	37,138	37,116	37,816	40,137	42,671	39,546
営業利益	2,614	2,865	2,415	2,297	2,627	2,742	2,877	1,838	1,637	1,433	△ 3,141
営業外収益	664	500	846	211	248	223	236	247	297	272	1,299
営業外費用	347	402	454	316	323	537	219	337	181	186	221
経常利益	2,931	2,962	2,807	2,192	2,551	2,429	2,894	1,749	1,753	1,518	△ 2,063
特別利益	163	478	138	74	70	103	18	96	549	378	15
特別損失	923	2,044	539	488	257	380	366	510	318	223	1,318
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失（△）	2,171	1,396	2,406	1,777	2,364	2,152	2,546	1,335	1,983	1,672	△ 3,367
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失（△）	1,248	559	884	516	1,000	1,017	1,208	458	849	474	△ 3,591
減価償却費	1,225	1,182	1,428	1,529	1,491	1,544	1,599	1,596	1,844	2,129	2,119
設備投資額	1,887	2,518	2,419	1,001	1,495	1,486	2,889	2,679	2,157	1,980	2,227
年度末											（百万円）
自己資本	21,730	21,729	22,045	22,137	23,597	24,065	24,747	24,715	23,853	23,807	18,794
総資産	73,562	75,071	76,576	75,997	80,608	78,459	77,454	82,323	89,257	90,745	83,162
有利子負債	26,765	27,308	27,119	24,761	24,392	21,843	21,524	26,927	31,738	31,351	35,536
1株当たり											（円）
1株当たり当期純利益又は当期純損失	115.85	51.70	81.10	47.35	91.62	93.23	110.65	42.46	79.01	44.15	△ 333.85
1株当たり純資産	2,006.30	2,000.48	2,018.74	2,027.33	2,161.16	2,204.25	2,266.74	2,297.55	2,217.46	2,213.16	1,747.20
1株当たり年間配当金	9.00	10.00	10.00	10.00	10.00	30.00	50.00	50.00	50.00	50.00	-
経営指標											（%）
総資産事業利益率（ROA）	3.3	2.2	3.5	2.6	3.2	2.9	3.4	1.8	2.4	2.0	-
自己資本利益率（ROE）	5.9	2.6	4.0	2.3	4.4	4.3	4.9	1.9	3.5	2.0	-
自己資本比率	29.5	28.9	28.8	29.1	29.3	30.7	32.0	30.0	26.7	26.2	22.6
非財務データ											（名）
従業員数	1,926	1,963	2,130	2,131	2,131	2,136	2,211	2,248	2,599	2,752	2,742
（嘱託・パートタイマー等）	（2,149）	（2,207）	（2,255）	（2,280）	（2,315）	（2,317）	（2,346）	（2,310）	（2,255）	（2,240）	（2,234）

注1：上記記載の金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。
注2：2015年8月1日付で普通株式5株につき1株の割合で株式併合を行いましたが、2010年の期首に、当該株式併合が行われたと仮定し、
　　1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益金額を算定しております。
注3：嘱託・パートタイマーは1日8時間勤務換算人数を外数で記載しています。

連結貸借対照表

（百万円）

資産の部	2019年度	2020年度
流動資産		
現金及び預金	6,940	6,988
受取手形及び売掛金	18,761	14,643
たな卸資産	12,221	10,289
その他	3,691	3,387
貸倒引当金	△ 86	△ 61
流動資産合計	41,529	35,246
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	26,283	26,183
減価償却累計額	△ 15,966	△ 16,675
建物及び構築物（純額）	10,316	9,507
機械装置及び運搬具	5,758	5,785
減価償却累計額	△ 4,076	△ 4,263
機械装置及び運搬具（純額）	1,681	1,522
工具、器具及び備品	3,963	4,167
減価償却累計額	△ 3,041	△ 3,282
工具、器具及び備品（純額）	922	885
土地	15,649	15,738
建設仮勘定	12	429
リース資産	4,582	5,182
減価償却累計額	△ 3,207	△ 3,631
リース資産（純額）	1,375	1,551
有形固定資産合計	29,957	29,635
無形固定資産		
のれん	7,072	6,654
ソフトウエア	945	715
その他	173	181
無形固定資産合計	8,191	7,551
投資その他の資産		
投資有価証券	2,426	2,028
関係会社株式	468	434
敷金	4,091	3,807
繰延税金資産	400	664
退職給付に係る資産	3,108	3,263
その他	727	702
貸倒引当金	△ 155	△ 172
投資その他の資産合計	11,066	10,728
固定資産合計	49,216	47,915
資産合計	90,745	83,162

（百万円）

負債の部	2019年度	2020年度
流動負債		
支払手形及び買掛金	27,333	20,857
短期借入金	9,594	11,771
未払法人税等	795	408
賞与引当金	489	418
ポイント引当金	203	199
製品保証引当金	58	52
資産除去債務	-	20
その他	3,499	4,153
流動負債合計	41,973	37,882
固定負債		
長期借入金	20,291	22,159
事業所閉鎖等引当金	6	4
繰延税金負債	1,040	720
資産除去債務	778	848
退職給付に係る負債	600	431
リース債務	1,066	1,161
その他	374	567
固定負債合計	24,158	25,895
負債合計	66,132	63,777
純資産の部		
株主資本		
資本金	5,344	5,344
資本剰余金	5,089	5,089
利益剰余金	13,273	8,863
自己株式	△ 638	△ 639
株主資本合計	23,068	18,657
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	568	417
繰延ヘッジ損益	△ 1	-
為替換算調整勘定	△ 185	△ 543
退職給付に係る調整累計額	357	262
その他の包括利益累計額合計	738	136
非支配株主持分	806	589
純資産合計	24,613	19,384
負債純資産合計	90,745	83,162

連結損益計算書

（百万円）

	2019年度	2020年度
売上高	231,266	186,217
売上原価	187,162	149,813
売上総利益	44,104	36,404
販売費及び一般管理費		
運賃及び荷造費	5,465	4,806
販売促進費	1,915	1,395
貸倒引当金繰入額	60	18
退職給付費用	△ 33	49
従業員給料	15,371	14,886
従業員賞与	2,146	1,415
賞与引当金繰入額	489	418
福利厚生費	2,935	2,787
旅費及び交通費	1,385	993
水道光熱費	1,643	1,506
リース料	938	952
減価償却費	2,129	2,119
地代家賃	3,509	3,452
その他	4,711	4,744
販売費及び一般管理費合計	42,671	39,546
営業利益又は営業損失（△）	1,433	△ 3,141
営業外収益		
受取利息	5	6
受取配当金	38	27
持分法による投資利益	7	-
雇用調整助成金	-	948
その他	220	315
営業外収益合計	272	1,299
営業外費用		
支払利息	118	115
その他金融費用	14	12
持分法による投資損失	-	26
その他	54	66
営業外費用合計	186	221
経常利益又は経常損失（△）	1,518	△ 2,063
特別利益		
固定資産売却益	12	13
投資有価証券売却益	-	1
負ののれん発生益	241	-
受取補償金	100	-
その他	23	-
特別利益合計	378	15
特別損失		
固定資産売却損	3	19
固定資産除却損	78	237
店舗閉鎖損失	20	179
減損損失	6	646
投資有価証券売却損	0	-
投資有価証券評価損	-	178
段階取得に係る差損	95	-
新型コロナウイルス感染症関連損失	-	52
その他	20	3
特別損失合計	223	1,318
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失（△）	1,672	△ 3,367
法人税、住民税及び事業税	1,108	610
法人税等調整額	40	△ 461
法人税等合計	1,149	149
当期純利益又は当期純損失（△）	523	△ 3,516
非支配株主に帰属する当期純利益	48	74
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失（△）	474	△ 3,591

連結包括利益計算書

（百万円）

	2019年度	2020年度
当期純利益又は当期純損失（△）	523	△ 3,516
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	105	△ 154
繰延ヘッジ損益	3	1
為替換算調整勘定	27	△ 361
退職給付に係る調整額	△ 125	△ 96
その他の包括利益合計	10	△ 611
包括利益	533	△ 4,128
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	491	△ 4,193
非支配株主に係る包括利益	41	65

連結キャッシュ・フロー計算書

（百万円）

	2019年度	2020年度
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失（△）	1,672	△ 3,367
減価償却費	2,241	2,227
のれん償却額	789	822
減損損失	6	646
固定資産除却損	24	197
貸倒引当金の増減額（△は減少）	7	△ 8
事業所閉鎖等引当金の増加額・減少額（△）	△ 12	152
賞与引当金の増減額（△は減少）	△ 15	△ 69
製品保証引当金の増減額（△は減少）	△ 15	4
ポイント引当金の増減額（△は減少）	18	2
投資有価証券評価損益（△は益）	-	178
負ののれん発生益	△ 241	-
段階取得に係る差損益（△は益）	95	-
退職給付に係る負債の増減額（△は減少）	△ 308	△ 463
受取利息及び受取配当金	△ 44	△ 34
支払利息	118	115
持分法による投資損益（△は益）	△ 7	26
その他金融収益（△）・費用	18	2
固定資産売却損益（△は益）	△ 9	6
売上債権の増減額（△は増加）	△ 153	4,268
たな卸資産の増減額（△は増加）	△ 277	2,050
その他債権の増減額（△は増加）	△ 665	550
仕入債務の増減額（△は減少）	241	△ 6,524
その他債務の増減額（△は減少）	△ 49	473
未払消費税等の増減額（△は減少）	△ 143	67
その他	141	54
小計	3,431	1,380
法人税等の支払額又は還付額（△は支払）	△ 844	△ 1,166
利息及び配当金の受取額	44	34
利息の支払額	△ 118	△ 115
持分法適用会社からの配当金の受取額	6	7
その他金融収益入金額・その他金融費用支払額（△）	△ 17	△ 1
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,500	139

（百万円）

	2019年度	2020年度
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△ 58	△ 454
定期預金の払戻による収入	-	456
固定資産の取得による支出	△ 1,882	△ 1,999
固定資産の売却等による収入	671	511
投資有価証券の取得による支出	△ 15	△ 14
投資有価証券の売却による収入	10	2
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△ 221	△ 978
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	740	-
その他	△0	1
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 754	△ 2,474
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	-	300
長期借入れによる収入	10,550	16,690
長期借入金の返済による支出	△ 11,691	△ 12,943
リース債務の返済による支出	△ 493	△ 490
自己株式の取得による支出	△0	△0
配当金の支払額	△ 538	△ 270
連結の範囲の変更を伴わない子会社株式の取得による支出	-	△ 849
その他	△ 28	17
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 2,202	2,453
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	△ 69
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△ 455	49
現金及び現金同等物の期首残高	7,245	6,790
現金及び現金同等物の期末残高	6,790	6,839

注記：
記載の金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

免責事項：
本報告書にはトーホーグループの過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における予想・予測・計画も含まれています。これらには記述した時点で入手できた情報に基づく仮定や判断が含まれ、諸条件の変化によって、本報告書に記載した予想・予測・計画とは異なる可能性があります。読者の皆様には、このような点をご了承いただきますようお願い申し上げます。

株式会社トーホー

コーポレート・コミュニケーション部
〒658-0033 神戸市東灘区向洋町西5丁目9番
TEL.078-845-2456 FAX.078-845-2473

https://www.to-ho.co.jp