

株式会社 トーホー

CSR推進部

〒658-0033

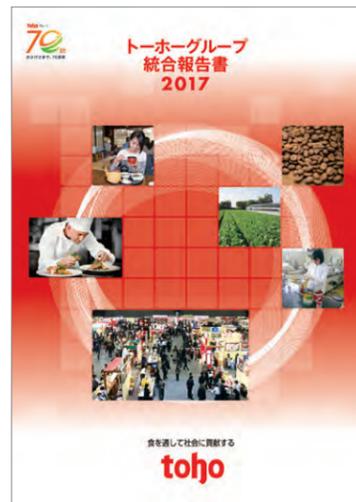
神戸市東灘区向洋町西5丁目9番

TEL.078-845-2456 FAX.078-845-2473

<http://www.to-ho.co.jp>

表紙に込めた思い

トーホーグループが「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、さまざまな事業活動やCSR活動を通じて、社会に価値を提供していくことを、生産～仕入～販売～消費という流れを通じて表しています。



<http://toho70th-clock.com/>

創業70周年の記念事業の一環として、720枚の写真で表現する世界でただ一つのWeb時計「トーホーグループ70th anniversary clock」を作成しました。写真には、All toho総勢24社300事業所、約4,500名が登場します。トーホーグループ全員で想いや元気を皆様にお届けします。

(公開は2017年2月1日～2018年1月31日)



トーホーグループ 統合報告書 2017



この冊子は、環境に配慮して、植物油と水なし印刷を採用しています。



ユニバーサルデザイン(UD)の考え方に基づいた見やすいデザインの文字を使用しています。

食を通して社会に貢献する

toho



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

トーホーグループは、外食・中食・内食という

「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ことに

存在意義があると考えています。

さまざまな専門性をもつグループ会社とその特性を活かして

「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をキーワードに

経営理念の実現に向けてグループ一体となって取り組んでいます。

「食」に関わる幅広い事業活動を通して、

これから社会が直面する諸問題の解決に積極的に取り組み、

社会から信頼され必要とされる会社を目指してまいります。

編集方針

トーホーグループでは、従来の「CSRレポート」に財務情報を加え、財務・非財務の両面から企業価値をお伝えする「統合報告書」を2017年度より発行することにいたしました。

トーホーが大切に守り続けてきた精神を未来に継承していくために「toho group way」を2014年度に制定しています。「社会から信頼され必要とされる会社」の実現に向けて、社会にどのような価値を提供していくのかを検討し(P13-14)、そのために積極的に取り組んでいくべき重要課題を特定しました(P23-24)。具体的にどのような取り組みを行っているのか、トーホーグループのESG(環境・社会・ガバナンス)のページでご報告しています(P25-43)。また財務情報については主な指標、分析を掲載しています(P45-53)。



貢献する 文化に貢献する

トーホーグループの事業活動



▶ディストリビューター事業

外食ビジネスを営むお客様のニーズに合った業務用食材を調達し、販売しているほか、メニュー、新商品、システムの提案に至るまで、外食ビジネスをトータルにサポートします。



▶キャッシュアンドキャリー事業

中小の飲食店の商売繁盛に貢献するプロの食材の店「A-プライス」などの店舗を展開し、お客様の毎日の仕入をサポートします。



▶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「トーホーストア」を運営しています。



▶その他事業

グループ内へのシェアードサービスをはじめ、品質管理サービス、情報システムサービス、出店・改装時の営繕サービスなどコア事業を補完する事業を展開しています。

■報告対象組織 ■報告対象期間
トーホーグループ 2016年度(2016年2月1日~2017年1月31日)

■参考にしたフレームワーク
作成にあたっては、国際統合報告委員会(IIRC)が公表した「国際統合報告フレームワーク」を参考にしました。

■将来の見通しに関する注意事項
本レポートに掲載し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、業況の変化などにより、異なる場合があることをご承知おきください。

CONTENTS

トーホーグループの歩みと戦略

- 3 トーホーグループ 70年の歩み
- 5 トーホーグループ 成長の軌跡
- 7 トップコミットメント
 - 8 - 会長メッセージ
 - 11 - 社長メッセージ
- 12 財務・非財務ハイライト

トーホーグループの事業活動と価値創造

- 13 トーホーグループの価値創造モデル
- 15 トーホーグループの事業活動
 - 17 - ディストリビューター事業
 - 20 - キャッシュアンドキャリー事業
 - 21 - 食品スーパー事業
 - 22 - その他事業
- 23 トーホーグループの重要課題

トーホーグループのESG

- 25 環境 Environment
 - 25 - ハイライト/ マングローブの植林活動
 - 26 - 環境マネジメント
 - 27 - 環境目標と実績
 - 28 - 廃棄物削減
 - 29 - 地球温暖化の防止
 - 30 - 生物多様性の保全
 - 31 - 環境コミュニケーション
 - 32 - 事業活動が環境に及ぼす影響
- 33 社会 Social
 - 33 - ハイライト/ 女性活躍の推進
 - 34 - 職場環境の充実
 - 37 - お客様とのかかわり
 - 39 - 地域社会への貢献
 - 40 - 公平な事業取引
- 41 ガバナンス Governance
 - 41 - ハイライト/ コーポレート・ガバナンス強化の取り組み
 - 42 - コーポレート・ガバナンス体制
 - 43 - コンプライアンス、リスクマネジメント

44 第三者意見

財務情報

- 45 11年間の主要財務データ
- 47 財務の状況
- 49 連結財務諸表
- 54 会社概要/ 株式情報/ 株主優待

Company 70year History

11月、創業者の一人である藤崎定が佐賀市の中央マーケットに「藤崎商店」を設立

1946

1947

8月に食料品小売業の高橋商店の待鳥初民と出会い、10月に株式会社トーホーの前身となる有限会社藤崎商店を共同出資で中央マーケットに設立

1949

3月、有限会社藤崎商店を東光産業株式会社に改組する

1951



福岡営業所の蜂屋がコーヒー豆の取引と自家焙煎を始め、これを業務用として九州各地の喫茶店などに卸す

1953

3月、東蜂産業株式会社を設立、本社を神戸市に置く

1963



4月、神戸市に生鮮品を直営としたトーホーストア垂水店を開店、神戸地区でのストア展開がスタート

1972



神戸市深江浜に新社屋完成

1970

業務用自社ブランド商品（GBブランド）の開発が本格化

1983

「株式会社トーホー」に社名を改め、9月に大証2部、福証へ株式上場

1987



大分県中津市に業界の先駆けとなるキャッシュアンドキャリー「A-プライス」1号店（中津店）を開店

1995

7月、六甲アイランド内に本社移転

1997



売上高1,000億円を達成 大証1部へ株式上場

1999

本社でISO14001認証取得

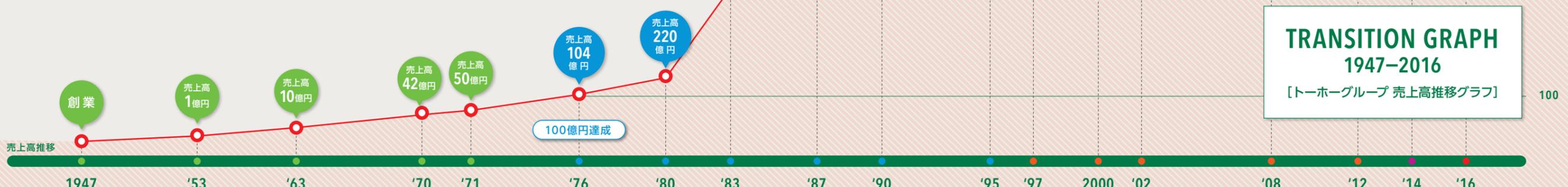
2000



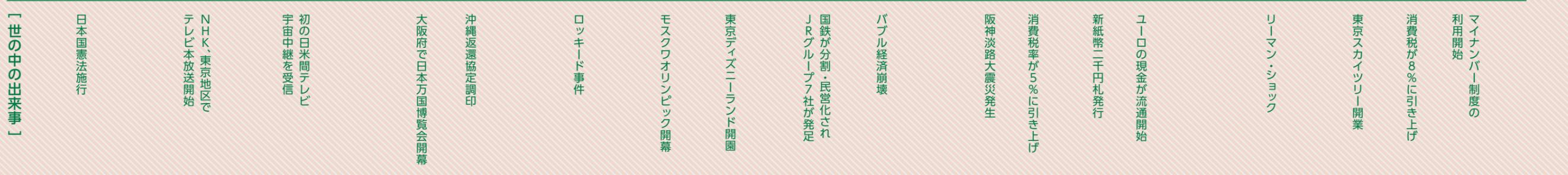
東証1部へ株式上場

第五次中期経営計画「IMPACT 2014」スタート

第六次中期経営計画「IMPACT 2017」スタート



TRANSITION GRAPH
1947-2016
[トーホーグループ 売上高推移グラフ]



「世の中の出来事」

PART 1 1947年～

第1章

戦後の混乱の中、事業を起こす

食を通して社会に貢献する
佐賀の地に藤町商店が誕生

創業者の一人である藤崎定は、戦後の絶望と復興への期待が入り交じる中で、1946年11月、佐賀市内の中央マーケットに食品卸売業・藤崎商店を起こしました。有明海の海産物販売を佐賀一円からやがて筑豊にまで拡げ、商いは大成功。翌年10月には高橋商店の長男・待鳥初民と経営パートナーになり、有限会社藤町商店を設立。ここに株式会社トーホーの前身が産声を上げます。事業はすぐに軌道に乗り、取扱品目にコーヒー豆が加わるとさらに加速、1952年に神戸出張所を開設すると、翌年にはそこを本社として東蜂産業株式会社を設立しました。コーヒー豆の輸入を皮切りに食料品の直輸入と販売でみるみる業績を上げ、1960年に待望の本社新社屋が完成すると、事業は拡大の一途を辿ります。同年には熊本市水前寺でトーホーストアの試験開業と位置づけたスーパーマーケット1号店を開店して食品スーパー業界に進出。1962年には社員数が100名を超え、業績と呼応するかのように、トーホーストアも神戸、福岡へと展開し、留まることを知らない勢いのまま1967年、創業20周年を迎えます。



藤崎商店を起こし、やがて有限会社藤町商店となった佐賀市呉服元町の中央マーケット（1967年撮影）

1960年にそれまでの5倍の規模で、現在の神戸市中央区御幸通に新社屋が完成



初の自社ブランド「ゴールデンビー」のステッカー（左）とコーヒー袋（右）

PART 2 1970年～

第2章

時代の求めに応じ、事業は拡大の一途へ

売上高が100億円を突破
自社ブランドの商品開発が本格化

売上の伸びが過去10年間で約9倍に成長した1970年には、自社開発ブランド「ゴールデンビー」を発売、ジャムやパン缶など、当時的高级商品を自社ブランドとして開発していきます。1972年には神戸市東部の深江浜に、規模を一気に拡大した本社ビルが完成、創業25周年を盛大に祝いました。この頃には取扱品目もさらに増大、嗜好飲料やコーヒー関連の機械類まで取り扱うようになります。1973年には神戸地区のトーホーストアが13店舗に増え、多店舗展開が軌道に乗っていきました。

1976年、売上が100億円を突破すると会社も増資に次ぐ増資で規模をさらに拡大します。1980年頃からは旧体制の卸から新システムを導入したディストリビューター（業務用食品卸）へと脱皮を目指します。これが功を奏し、業績は驚異的な伸びをみせます。1982年、待鳥初民が2代目社長となり、翌年に社名を株式会社トーホーへ変更し、大証2部、福証への上場を果たしました。さらに同年、オフィスコンピューターを、そして1985年に汎用コンピューターを導入。このコンピューター導入が業務に大きな変革をもたらすこととなります。

PART 3 1990年～

第3章

体質を近代化、新たな時代へ

新社内制度・体系の構築により
さらに強固な企業体質へ成長

1988年、コンピューターの高度活用によって「納入シェアアップのための情報活用」「欠品なき体制の基盤づくり」を目指す業務改革プロジェクト「3M（モダン・マーチャライジング・メソッド）プロジェクト」がスタート。また1990年には3Mプロジェクト推進の阻害要因となっていた年商67億円の大口取引中止を決断し、労働環境の改善を図ります。これを機に人間性向上と能力開発を目的とした各研修会を開始。翌年には「良い給与、良いボーナス、完全週休2日制を実現するためにシステム化を推進し、それを身につけよう」という新たな行動目標を策定、新人事制度や新給与体系の構築に取り組みました。創業から44年、社員数1,000名を超える企業に成長したトーホーの体質が近代化する大きな転機を迎えます。その後も次々に新しい時代に向けた施策を打ち出し、着実に成果を上げていきました。

1995年、六甲アイランド新本社の竣工披露のまさにその前日、阪神淡路大震災が発生します。全社一丸となって対応にあたり、この経験が会社の団結そしてお客様、取引先様、地域社会の皆様への「感謝」、「信頼」を再認識するきっかけとなります。そして1997年にはついに売上高1,000億円を突破、上昇気流の中、10月1日に創業50周年を迎えました。

売上高1,000億円達成



1995年に六甲アイランドに完成した新本社



2002年に、食に関わる企業の社会的責任として、食育・食農活動をスタート

PART 4 2000年～

第4章

M&Aでグループ基盤を強化

新たな施策を次々に打ち出し
ついに海外進出も果たす

2000年は、六甲アイランドコーヒー工場の稼働、自社ブランド「EAST BEE（イーストビー）」「スマイルシェフ」の投入、そして11月に東証1部へ株式上場と、大きな動きがあった年。その後も新たな企業の社会的責任の一環として食育・食農活動のスタート（2002年）、フェアトレードコーヒーの発売（2003年）など、新たな施策を次々に打ち出していきました。そして2008年持株会社体制に移行。次世代経営者を育成できる体制を整えます。また、コア事業に経営資源を集中することを明確にし、M&Aも推進していきます。

一方でトーホーが大切に守り続けてきた精神を未来に継承していくために2014年「toho group way」を策定。2015年にはシンガポールのマルカワトレーディングがグループ入り、初の海外進出も果たしました。

2017年はトーホーグループにとって創業70周年、第六次中期経営計画最終年度と節目の年になります。新たな経営体制のもと、次なる飛躍に向けて挑戦し続けます。



初の海外進出（シンガポール）

新たな経営体制のもと、グループ一体となって「食」のさらなる価値を提供していきます。

トーホーグループでは、2017年10月に創業70周年という節目を迎えるにあたり、代表取締役会長に上野裕一が、代表取締役社長に古賀裕之がそれぞれ就任し、新たな経営体制をスタートいたしました。

この新体制で、社会環境の変化にあわせた新たな取り組みを積極的に進めるとともに、現場の実態に即した施策を取り入れていくことで、グループ一体となってさらなる事業の発展を目指してまいります。新体制のスタートにあたって、これまでの施策を振り返り、これから向かっていく方向性や戦略についてご紹介いたします。



株式会社トーホー
代表取締役会長

上野裕一

株式会社トーホー
代表取締役社長

古賀裕之

■ 積極的システム活用でさらなる生産性向上へ

2015年度からスタートした第六次中期経営計画(3ヵ年計画)「IMPACT 2017」では「業革」、「挑戦」そして「意識改革」をキーワードに7つの重点施策に強力に取り組んでいます。

重点施策の一つ、M&A戦略については2008年から取り組みを開始し、これまでに20件22社のM&Aを手掛けてきました。M&A後にグループシナジーを發揮していくためには、グループ共通の仕組みを導入していく必要があります。まずトーホーのDNAの浸透を行い、次に人事・給与制度、経理、そしてシステムの統一と徐々に基盤の整備を進めていくわけですが、2016年度を通して全グループ会社の基盤がほぼ整ってきました。

一方、人手不足や働き方改革への対応など、一層生産性を高めていくことが求められる中、2016年度のM&A戦略により、システム開発会社をグループに迎えることができました。

全社共通システムが整備でき、加えて今まで以上に迅速なIT開発が可能となったことで、グループシナジーを一層發揮できる体制が整いました。

■ コト消費の時代に対応した付加価値の提供へ

現代は、食の安心・安全への関心が高まると同時に、日常消費をいかに節約するかにも関心が高まっています。コンビニエンスストアがレギュラーコーヒーを扱い、イートインを始めただけでなく、ドラッグストアが生鮮食品を扱うようになり、業界の垣根を越えた競争は激しさを増しています。長い歴史を持つだけでは、今や通用しない時代になっています。ビジネスモデルを転換したり、新たな取り組みにチャレンジしたりと我々から働きかけなければ、お客様は振り向いてくれません。店内の清潔さや鮮度へのこだわりなどに、これまで以上に真摯に向き合う必要がありますし、例え



ば働く女性が増加する中で調理時間を短縮できる商品の開発などにも早急に取り組む必要性を感じています。

一方で、外食業界での人手不足も社会全体の深刻な問題となっており、営業時間を短縮する方向に向かっています。「モノからコトへ」の時代と言われてはいますが、いかにしてコト消費につなげていくかが外食業界にとっても重要です。しかし人手不足に陥るとそれが立ちゆかなくなります。ここに我々のチャンスがあります。プロの料理人が行う仕込の手間暇を短縮できる商品や業務支援システム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が、今後こうした付加価値にさらに磨きをかける必要があります。

■ ESG*の側面から見た社会課題への貢献

この一年も環境へ配慮した取り組みとして、A-プライスの冷凍・冷蔵ケースの省エネ型への入れ替えによる電力使用量の削減や商品廃棄ロスの削減を進めてきました。太陽光など再生可能エネルギーの有効活用も引き続き進め、「節電、省エネ、創エネ」に、グループ横断で地道に取り組んでいます。また商品廃棄ロスの削減については、積極的なシステム投資で在庫管理を強化するとともにフードバンクの取り組みも行っています。資源の有効活用による循環型社会を実現し、地域社会への貢献につなげたいと考えています。

グループシナジーを發揮して成長し、社会からの信頼を獲得していきます。

■ 多様な人材の活用に向けた取り組み

社会課題の解決に向けた多様な取り組みとして、「トーホー・ポジティブ・アクション(TPA)推進プロジェクトII」を継続し、2016年度も女性の活躍推進に力を入れてきました。近年では総合職・一般職区分をなくし、業務の垣根を取り払いました。またパートナー社員人事・給与制度を創設し、一定の役割を担うパートナー社員を有期雇用から無期雇用に切り替えるなど、課題を一つずつクリアしています。女性の職域の拡大だけでなく、同一労働同一賃金への取り組みなど働き方改革が求められる中で、当社グループも一丸となって推進していきます。

これらの施策は事業を通じて社会に貢献していく取り組みとして今後も力を入れていきます。



■ 創業70周年を迎えるにあたり理念を徹底的に追求します

現状の最大の課題はトーホーストアの業績回復です。トーホーストアで一番重要なのは改革・挑戦への意識改革だと思っています。「意識改革」を推進していくためには危機感の共有に加え、お客様といかにきちんと向き合っていくかがポイントとなります。地道な取り組みとなりますが、個々の課題と真摯に向き合い、改革していきます。

今年度は創業から70周年という節目、そして中期経営計画の最終年度と、次なる飛躍に向けて重要な一年となります。そこで今後の成長戦略に向けて、新規事業を新たに開始します。ゆくゆくはコア事業の一つに育成できればと期待しています。加えて、外食ビジネスをトータルにサポートする事業も本格化させていきます。さらに、一昨年日本食材の業務用食品卸売事業会社をM&Aし、海外進出を果たしたシンガポールも強化していきます。

ASEAN諸国のハブであるシンガポールは、経済発展もさることながら外国人観光客も非常に多い、魅力ある重要なマーケットになってきています。日本食レストランの需要も高まっており、さらにシェアを拡大できるよう取り組んでいきます。

■ 新たな経営体制で現場力の強化へ

トーホーグループは業務用食品専門の卸売企業として邁進してきました。「量」から「質」へと時代が移っていく中で、これまではグループの基盤強化と人に優しい会社づくり、意識改革に努めてきましたが、今年度からは、さらに現場力も上げる体制へと移行します。会長が外に目を向け新たな取り組みを推進し、新社長が社内全般を見ることで、今まで以上のグループシナジーを発揮していくのです。

トーホーグループが70年続いてきた理由を今一度見返してみると、やはり「人づくり」「事業コンセプト」へのこだわりとブレない経営があったから業界トップのポジションを獲得できたと考えます。創業から続くこの姿勢を貫きながら、外食ビジネスをトータルにサポートする強みを活かし、他社にはできない事業や機能で、しっかりお客様の繁盛に貢献できる会社でなければなりません。

今年度以降も、これまで同様働き方改革にも真摯に取り組み、どこかにしわ寄せが行く経営をせず、人に優しい企業グループを目指していきます。成長を続けながら会社を存続させるためには、従業員全員が知恵の投資家となり、一枚岩となって邁進しなければなりません。そのためにも



雇用を維持拡大し、賃金を上げ、ワーク・ライフ・バランスを大切にしていきたいと考えています。人に投資していくことも、将来のための大切なことです。

2014年度に制定した「toho group way」をこれからもグループ全体で共有し、風通しの良い職場環境のもと、さらなる事業の発展を実現していきます。今後ともグループの事業活動とともに環境・社会・ガバナンスに関する取り組みにご理解をいただき、皆様からのご意見を賜れば幸いです。

2017年5月

株式会社トーホー
代表取締役会長

上野 裕一

第六次中期経営計画「IMPACT 2017」

IMPACTテーマ 社会から信頼され必要とされる会社へ

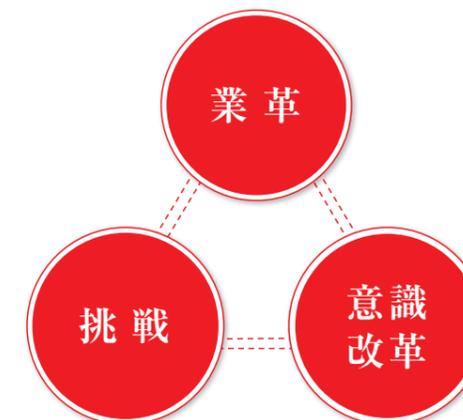
[5つの経営方針]

- 1 持続的成長と収益力の向上
- 2 組織の活性化と人材の活性化
- 3 顧客・現場視点の経営
- 4 コンプライアンスと適時情報開示
- 5 スピード経営

7つの重点施策と主な取り組み内容

- 1 コア事業強化の為の事業基盤の拡大
 - コア事業の出店・移転・改装・統合を計画的に進め、事業基盤の強化・拡大を図ります。
 - 業務用食品卸の全国展開、関東地区のシェア拡大に向けた取り組みを継続します。
- 2 グループ連携強化によるシナジー発揮
 - 新規子会社の情報システム網を整備し、グループの全体最適化を図ります。
 - グループ力を最大限に発揮できる組織体制の構築を図ります。
- 3 M&A戦略の更なる加速
 - 業務用食品卸の事業基盤の拡大やサービス力・商品力の強化など、コア事業の強化につながるM&A、アライアンスを実施します。

- 4 新たなビジネスモデルの創生・育成
 - グループシナジーの発揮による新たなビジネスモデルの創生を図ります。
 - 新たな店舗フォーマットの創生を図ります。
- 5 人事・給与制度改革の継続
 - 組織活性化・人材活性化につながる人事・給与制度改革を継続実施します。
 - 女性活躍推進に向けた取り組みの継続・強化を図ります。
- 6 業務改革による企業体質の強化
 - 積極的なIT投資や継続的な業務改善により、更なる生産性の向上を図ります。
- 7 コスト・コントロールの徹底
 - 電力コストの低減などあらゆるコストの見直しを行い、損益分岐点の引き下げを図ります。



魅力的な会社を実現します
 明るく、楽しく、働きがいのある
 コミュニケーションを促進し、
 グループ全体で積極的な

コミュニケーションを強化して
 より働きがいのある会社へ

2017年4月に社長に就任しました古賀です。入社以来一貫してトーホーグループのコア事業であるディストリビューター事業の職務に就き、事業経営にも携わってまいりました。その中で、最大限に能力を発揮できる強い組織をつくるためには、従業員の一体感の醸成が必要不可欠であることを、身を持って経験してきました。その意味でトーホーグループが大切にしている考え方を全員で共有できる[toho group way]の存在は大きく、これからさらに活用し、浸透させていきたいと考えています。

全員がベクトルを合わせ、一体感をもって、明るく、楽しく、働きがいのある魅力的な会社をつくるために大切なことは、やはりコミュニケーションです。私自身、従業員から相談され易い、より身近な存在の社長となり、コミュニケーションを密にすることで、組織としてより高い能力を発揮できる体制を構築していきます。組織力が高まれば、人手不足の解消や働き方改革にもつながると確信しています。

グループシナジーを発揮し、
 現場力を高めていきます

最終年度を迎える第六次中期経営計画「IMPACT 2017」において特に注力したいのは「グループ連携強化によるシナジー発揮」です。M&Aでグループ入りした会社がトーホーの強みやスケールメリットを活かしながら、最大限に力を発揮できる体制をつくりあげていきたいと思えます。今年オープンを予定している飲食店向けの新業態「ワンストップ型キャッシュアンドキャリー」もグループの総力を結集する事業です。「外食ビジネスをトータルにサポートする」企業グループとしての事業力をさらに強化していきたいと考えています。また、地元兵庫で地域の食生活を担う食品スーパーも非常に重要な事業です。それぞれのコア事業でコミュニケーションを活性化させ、現場力を高め、さらなる持続的成長を実現してまいります。

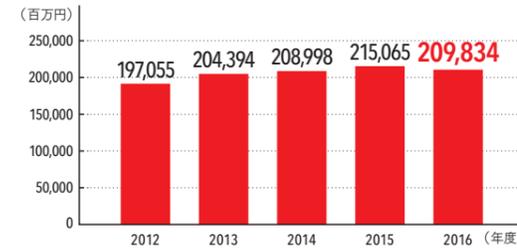
今後も「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、株主様、お客様、取引先様、地域社会をはじめとする全てのステークホルダーの皆様と積極的なコミュニケーションを図りながら、さらに信頼・支持していただける企業グループを目指してまいります。

株式会社トーホー 代表取締役社長 古賀 裕之

財務・非財務ハイライト

財務指標

●売上高



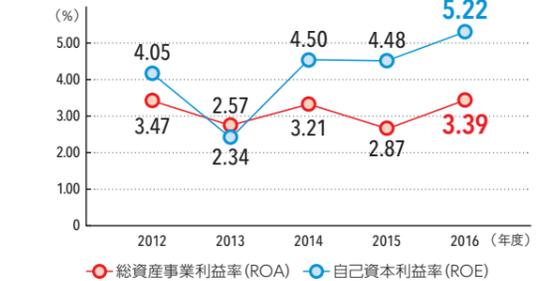
●営業利益／親会社株主に帰属する当期純利益



●総資産／自己資本



●総資産事業利益率(ROA)／自己資本利益率(ROE)



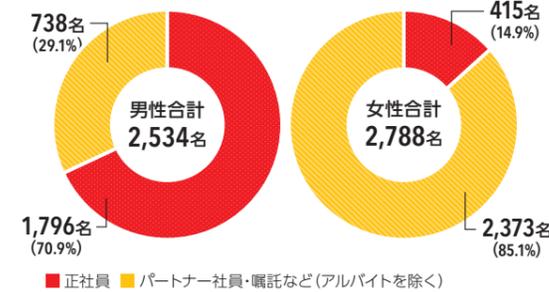
注：上記記載の金額は百万円未満を切り捨てて表示しています

$$ROA = \frac{\text{税金等調整前当期純利益} + \text{支払利息}}{(\text{期首総資産} + \text{期末総資産}) \div 2} \times 100$$

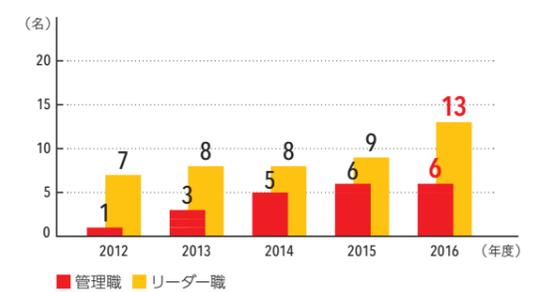
$$ROE = \frac{\text{親会社株主に帰属する当期純利益}}{(\text{期首自己資本} + \text{期末自己資本}) \div 2} \times 100$$

非財務指標

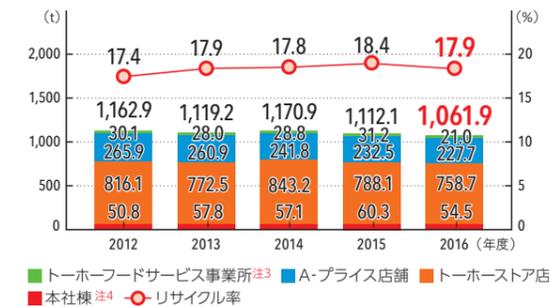
●従業員の内訳(連結)注1



●女性管理職数注2



●廃棄物総排出量・リサイクル率



●障がい者の雇用数・雇用率の推移(連結)

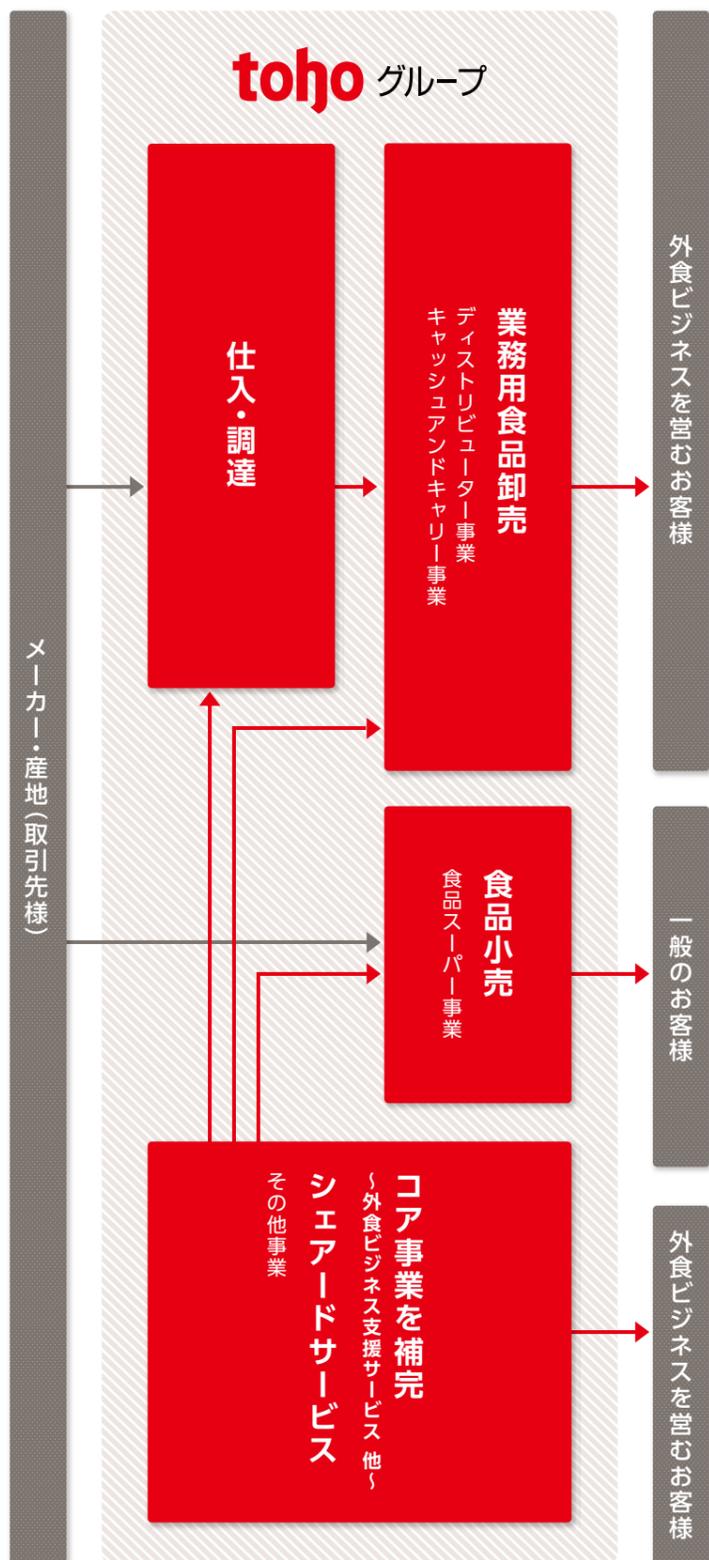


注1: 2017年1月末時点に在籍している全従業員数
 注2: 対象範囲は、(株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス
 注3: 集計範囲は、神戸支店、福岡支店の2事業所
 注4: (株)トーホー、(株)トーホーフードサービス、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス、(株)トーホー・コンストラクション、(株)アスピット、(株)トーホーウイングの当社に属する部署を示す

■ トーホーグループの価値創造モデル



トーホーグループは「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、さまざまな事業活動を通して社会課題を解決していくことにより、グループ全体の「価値創造」を目指していきます。



ディストリビューター事業

外食ビジネスを営むお客様のニーズに合った業務用食材を調達し、販売しているほか、トレンドに合わせたメニュー、新商品情報、業務効率化につながるシステムの提案に至るまで、外食ビジネスをトータルにサポートします。

売上高構成比
66.2%
139,025 (百万円)

売上高・営業利益

年度	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)
2012	129,313	1,562
2013	134,151	1,563
2014	138,966	1,393
2015	143,720	1,835
2016	139,025	2,332

■グループ会社

- (株)トーホーフードサービス
- (株)トーホー・北関東
- 河原食品(株)
- (株)鶴ヶ屋
- (株)ヤジマ
- (株)藤代商店
- (株)ハマヤコーポレーション
- (株)トーホー・共栄
- (株)プレストサンケー商会
- (株)トーホー・仲間
- (株)A.I.(アイ)
- Marukawa Trading(S)Pte.Ltd.(シンガポール)
- Tomo-Ya Japanese Food Trading Pte.Ltd.(シンガポール)

詳しくはP17へ

キャッシュアンドキャリー事業

中小の飲食店の商売繁盛に貢献するプロの食材の店「A-プライス」などの店舗を展開し、お客様の毎日の仕入をサポートします。

売上高構成比
20.1%
42,107 (百万円)

売上高・営業利益

年度	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)
2012	39,262	598
2013	41,752	360
2014	41,740	595
2015	42,685	620
2016	42,107	372

■グループ会社

- (株)トーホーキャッシュアンドキャリー A-プライス89店舗 パワラークス3店舗
- (株)トーホー・C&C静岡 ニッショク6店舗 こまつや3店舗
- (株)ケントップ

詳しくはP20へ

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「トーホーストア」を運営しています。

売上高構成比
10.9%
22,777 (百万円)

売上高・営業利益

年度	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)
2012	25,619	△133
2013	25,438	△139
2014	24,387	119
2015	23,211	△172
2016	22,777	△375

■グループ会社

- (株)トーホーストア トーホーストア39店舗

詳しくはP21へ

その他事業

グループ内へのシェアードサービスをはじめ、品質管理サービス、情報システムサービス、出店・改装時の営繕サービスなどコア事業を補完する事業を展開しています。

売上高構成比
2.8%
5,923 (百万円)

売上高・営業利益

年度	売上高 (百万円)	営業利益 (百万円)
2012	2,859	388
2013	3,052	513
2014	3,903	518
2015	5,448	459
2016	5,923	548

■グループ会社

- (株)トーホービジネスサービス
- (株)アスピット
- (株)システムズコンサルタント
- (株)トーホー・コンストラクション
- (株)トーホーファーム(自社農場)
- (株)トーホーウイング(特許子会社)

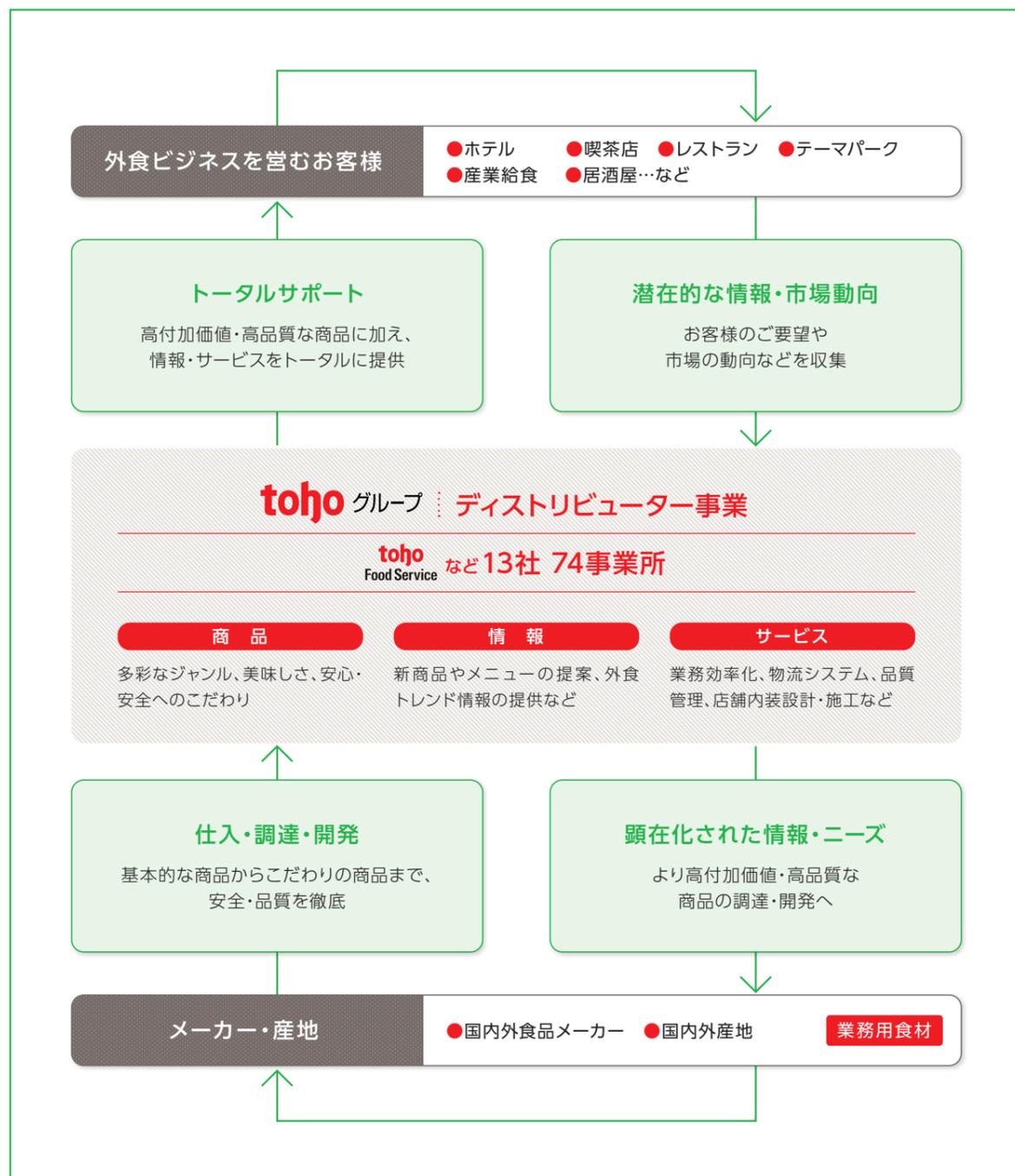
詳しくはP22へ

注: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

外食ビジネスを営むお客様にトータルサポート力でお応えする

ディストリビューター事業

外食ビジネスを営むお客様のニーズに合った業務用食材を調達し、販売しているほか、トレンドに合わせたメニュー、新商品情報、業務効率化につながるシステムの提案に至るまで、外食ビジネスをトータルにサポートします。



2017年度の方針 外食ビジネスへのトータルサポート機能を強化

淡田 利広
代表取締役社長
(株)トーホーフードサービス



本年度は、外食ビジネスへのトータルサポート機能の強化に取り組みます。まず「商品」においては、お客様の社会環境の変化に対応した商品提供を強化します。人手不足および環境関連のコスト削減等に対しては、提案型高スペック商品や調理、提供オペレーション効率化商品の提案に取り組みます。次に「情報」においては、創業70周年の記念事業として総合展示商談

会を例年の2倍の12ヵ所で開催することで、さらに多くの外食ビジネスを営むお客様の繁盛に貢献します。最後に「サービス」としては、お客様の利便性を高め、当社の受注作業の軽減にも繋がる「Web受発注システム」を提供します。また、食の安心・安全対策としてグループ内の品質管理サービスも進めていきます。

商品

国内外のメーカー・産地から、あらゆるジャンルの業務用食材を調達。豊富な品揃えでお客様のニーズにお応えします。

約160,000アイテムの品揃え



約160,000アイテムの豊富な品揃え。和食・洋食・中華などあらゆるジャンルの食材を、国内外のメーカー・産地から調達します。

プロ向けのコーヒーメーカー



1951年以来、プロ向けのコーヒーメーカーとして追求してきた味と香り。「toho coffee」はプロのこだわりにお応えします。

外食ビジネスを知り尽くした自信作「イーストビー」



長年の実績とノウハウを生かして開発した業務用プライベートブランド「イーストビー」。「美味しさ」「安心・安全」にこだわった商品をラインナップしています。

徹底した品質管理



グループ内に品質保証部を設置するとともに、各営業拠点では商品特性に合わせた衛生・品質管理を実現。商品開発から配送まで、品質管理を徹底しています。

GROUP TOPICS

TOPICS 1 新たにX線検査機の導入や包装機の入替えを実施

当社のコーヒー工場では、食品安全を目的とした国際規格「ISO22000:2005」の認証を取得しており、工場での食品衛生だけでなく、原料調達から製造そして消費者にお届けするまでの総合的な「食の安全」の対策システムを構築することで、安全性の確認と継続的改善に努めています。

2016年度はハザード分析の定期的な実施に加え、より高度な安全性の確保に向けてX線検査機の導入や包装機の入替えを行いました。



徹底して管理された工場内

ディストリビューター事業

情報

食材のみならず、お店に役立つ新商品やメニューの提案、外食のトレンド情報などをご提供します。

各種展示商談会を開催



最先端の外食トレンドをご紹介する総合展示商談会に加え、お客様の業態や季節などに応じたテーマ別展示商談会も開催しています。

プレゼンテーションルームで情報発信



各営業拠点にプロユースのキッチンを備えたプレゼンテーションルームを設置し、お客様への情報発信を行っています。

「食レポート」でトレンドを紹介



季節や業態などさまざまな切り口から、食にまつわるトレンドを独自の視点で発信する「食レポート」を年4回発行しています。

メニュー開発もお手伝い



専門担当スタッフが、テーマや商品に沿ったメニューをご提案するなど、お客様のメニュー開発のお手伝いをしています。

GROUP TOPICS

TOPICS 2 シンガポールで2社目のグループ入り さらなるシェア拡大へ



2017年1月にシンガポールで日本食材のディストリビューター事業を営むTom-o-Ya Japanese Food Trading Pte.Ltd. (トモヤジャパニーズフードトレーディング) がグループ入りしました。同社は前年度にグループ入りしたMarukawa Trading(S)Pte.Ltd. (マルカワトレーディング) (シンガポール) に続く2社目の海外子会社となります。今回のグループ入りで両社間の相乗効果が期待でき、ASEAN諸国のハブ拠点として発展を遂げるシンガポールでのさらなるシェア拡大を図ります。

また、2016年3月には群馬県・埼玉県で学校や病院などの給食事業者を中心にディストリビューター事業を営む関東食品(株)の株式33.4%を取得し、持分法適用関連会社としました。

TOPICS 3 希少な輸入食材を、旬の美味しさ そのままお届けします

(株)A.I.は輸入食材を取り扱う企業として、お客様が求める希少価値のある食材を、最も良い状態のまま、品質を損なわない輸入手段でお届けすることを使命としています。

2016年度は季節商品の強化に努め、「生鮮の茸」や前年度から日本に上陸したばかりの「ハニートリフ」など、大変ご好評をいただきました。中でも新商品の「モンサンミッシェル産生鮮ムール貝」は、初入荷にもかかわらずシーズン終了後もお客様からリピートのお問い合わせが多い商品となりました。18ヵ月間の育成期間を経て出荷されるムール貝は、通常に比べ小粒で貝の厚みが薄く、黄からオレンジ色の身がぎゅっと詰まっています。小粒な分、味が濃縮され強い甘みが特徴で2017年度は夏頃からのご提供となります。



モンサンミッシェル産生鮮ムール貝

「プロの食材の店」で、毎日の仕入をお手伝い

キャッシュアンドキャリー事業

中小の飲食店の商売繁盛に貢献するプロの食材の店「A-プライス」などの店舗を展開し、お客様の毎日の仕入をサポートします。



2017年度の方針 積極果断な挑戦の継続で、持続的・計画的な成長へ

代表取締役社長
奥野 邦治



本年度、A-プライスは事業開始30周年を迎えました。事業の原点は「飲食店様の毎日の仕入に役立ち、お客様の商売繁盛に貢献するプロの食材の店」です。
お客様とともに事業の持続的な成長のため、積極果断な挑戦を継続します。本年度も新規エリアへの出店、計画的な改装を行い、特にお客様のニーズ・地域の食文化に即した品揃えを進めるとともに、厨房機器・衛生管理手法等

お客様の課題解決に向けた提案も進めます。
また、(株)トーホー・パワーラックスの吸収合併にて、首都圏の収益拡大を目指し酒類販売力・飲食店様向け営業力など相互の強みを活かし、ノウハウを共有します。加えて、「業務改革」と「働き方改革」の徹底と推進のため、一人ひとりの意識を変え、生産性の向上を図るとともに、ポジティブ・オフの推進、ワーク・ライフ・バランスの実現につなげます。



プロも満足、笑顔で納得 「スマイルシェフ」



地域の飲食店様にもお使いいただきやすいよう、規格を小さくした「A-プライス」のプライベートブランド「スマイルシェフ」。高品質で低価格を実現しています。

GROUP TOPICS

TOPICS 1 スマートフォン専用「A-プライスアプリ」

2015年10月よりスマートフォン専用「A-プライスアプリ」の提供を開始。毎日の仕入に役立つ情報発信媒体として会員様への浸透を図っています。会員様は当該アプリをご利用いただくことで、最新の仕入情報を反映させた「デジタルチラシ」を受け取れ、イベント情報(展示商談会・フェア等)やオススメ商品、クーポンなど多様な情報の入手も可能となります。A-プライスでは当該アプリの導入により、会員様の仕入動向など、より詳細な分析も可能になりました。



TOPICS 2 大規模な展示商談会を開催 熊本県産品も紹介しました

2016年度は、(株)トーホーキャッシュアンドキャリー単独での大規模な「展示商談会」を9会場、「A-プライス」店舗内でも中規模の「店内展示商談会」を14店舗で開催。「A-プライスだからできるコト〜味の発見・価値の創造」をテーマに、推奨品コーナーを中心に産直品や専門食材等の実演やメニュー提案を行い、大変ご好評をいただきました。また熊本地震後の展示会場では「熊本応援企画」と題して、熊本県産の商品を紹介するコーナーを設置しました。



高品質・高鮮度を提供する「健康で安心な地域の冷蔵庫」

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「トーホーストア」を運営しています。



2017年度の方針 働く全員の力を結集し、真に地域の皆様から親しまれ愛される店舗に

代表取締役社長
伊東 啓樹



本年度は、新鮮で値ごろ感のある採れたて地場野菜を強力に打ち出すとともに、惣菜部門においては、食卓に一品加えていただけるオリジナル商品の開発と、出来立て・作り立てを店頭で展開できるオペレーションの確立で特徴ある店づくりを目指します。加えて、資本・業務提携先である(株)パローホールディングスの運営ノウハウを活かし、インスタペーカリー

を改装店舗へ拡大していくなど、差別化商品の開発・育成により、業績向上に取り組んでいきます。

一方では、あらゆる販売管理費を対象に、費用対効果の徹底検証、より効率的な運用による改善や交差作業など、多能工化により総労働時間を見直し、総人件費を含め徹底したコスト・コントロールによる構造改革を断行します。

毎日の健やかな暮らしを しっかり支える プライベートブランドを展開

「くらしアイ」は、お客様の毎日の健やかな暮らしをしっかりと支えるトーホーストアが販売するプライベートブランドです。「安心・安全」で「美味しい」商品を開発しています。また、2015年11月からは資本・業務提携先である(株)パローホールディングスのプライベートブランド商品「Vシリーズ」も販売しています。



「くらしアイ」商品 「Vシリーズ」商品

高鮮度の「かんで野菜」を販売

「かんで野菜」とは、自社農場(株)トーホーファームをはじめとする、神戸市西区神出近郊で採れた高鮮度の兵庫県産野菜です。



GROUP TOPICS

TOPICS インスタペーカリーを導入

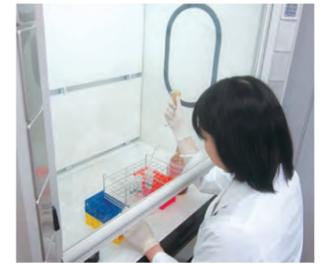
2016年10月からトーホーストア本多間店においてインスタペーカリーを導入し、焼きたてのパンが100円(税抜)からお買い求めいただけます。手軽で美味しい食品スーパーの焼きたてパンは、販売実績も上々のスタートを切っており、お客様からは「美味しい」「お値打ち」など、嬉しいお声も。今後はトーホーストア他店舗でも導入を検討していきます。



業務支援システムや品質管理で外食ビジネスをトータルサポート

その他事業

グループ内へのシェアードサービスをはじめ、品質管理サービス、情報システムサービス、出店・改装時の営繕サービスなどコア事業を補完する事業を展開しています。



2017年度の方針 グループ連携で「食の安心・安全」をトータルにサポート

代表取締役社長
森山 隆志



(株)トーホービジネスサービスは、グループの人事・総務・経理・情報システム・品質保証などの間接業務を包括的に受託しています。また近年は、市場や消費者の「食の安心・安全」に対するニーズがますます高まっていることから、グループ内はもちろん、お客様・お取引先様に対しても「衛生管理」や「食品表示法への対応」を積極的に支援しています。

さらに、厚生労働省が国際標準の衛生管理手法である「HACCP」の導入をすべての食品事業者にも義務づける方針を固めたことから、導入支援などの強化にも取り組んでいます。これらをはじめ、グループシナジーを効果的に発揮すべく積極的にサービスを提供し、食のあらゆるシーンをトータルにサポートする機能のさらなる充実を図ってまいります。



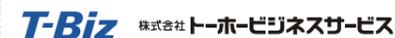
● 外食企業向けの業務支援システム ASPIT (アスピット)

外食ビジネスを営むお客様に発注・買掛・支払管理、売上管理、勤怠管理などの業務支援システム、ASPをご提供。外食企業様の業務効率化をサポートします。



● 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生かして各種微生物・理化学検査をはじめ、衛生点検や従業員への教育等、お客様の品質管理強化をサポートします。また、食品業界に対して「食の安心ポイントセミナー」なども開催しています。



● 出店・改装サービス ～店舗内装設計・施工、営繕、不動産仲介～

外食ビジネスにおける店舗内装設計・施工の専門家が「お店づくりをトータルにサポート」します。お店づくりの企画・デザイン、設計・施工を一貫して手掛けます。また、営繕、不動産仲介サービスも手掛けています。



GROUP TOPICS

TOPICS 1 システム開発の内製化で「業革」をさらに推進

2016年9月、(株)システムズコンサルタントがグループ入りしました。同社は東京都中央区に本社を置き、4事業所体制でソフトウェアの開発・保守を営む会社です。近年、当社グループは積極的なIT投資を実践しており、社内のシステム開発ニーズは年々高まっています。このような中、同社をグループ化することにより、システム開発の内製化を推進するとともに人材交流により、情報システム部員のスキルアップを図ってまいります。

TOPICS 2 (株)トーホー・コンストラクション始動

2017年2月、(株)神戸営繕が(株)TSK、(株)日建、神戸コンフォーム(株)を吸収合併し、「(株)トーホー・コンストラクション」として新たに始動しました。不動産管理業・総合建設請負業・飲食店舗内装設計・施工業を営む4社の合併により、それぞれが持つ機能の集約によるシナジー効果を発揮し、店舗開発から設計・施工・営繕・管理まで一貫したサービスを提供できる体制となりました。これにより、「外食ビジネスをトータルサポートする」機能のさらなる充実を図ります。



■ トーホーグループの重要課題(マテリアリティ)

トーホーグループでは、事業活動とCSR活動をこれまで以上に密接に結びつけ、事業活動が社会に与えるリスクを軽減することで、事業そのものの持続可能性を高めると同時に、事業活動を通じて社会課題の解決に向けて積極的な役割を果たすために、重点的に取り組む課題の特定を行いました。

●重要課題特定のプロセス



今後の取り組み

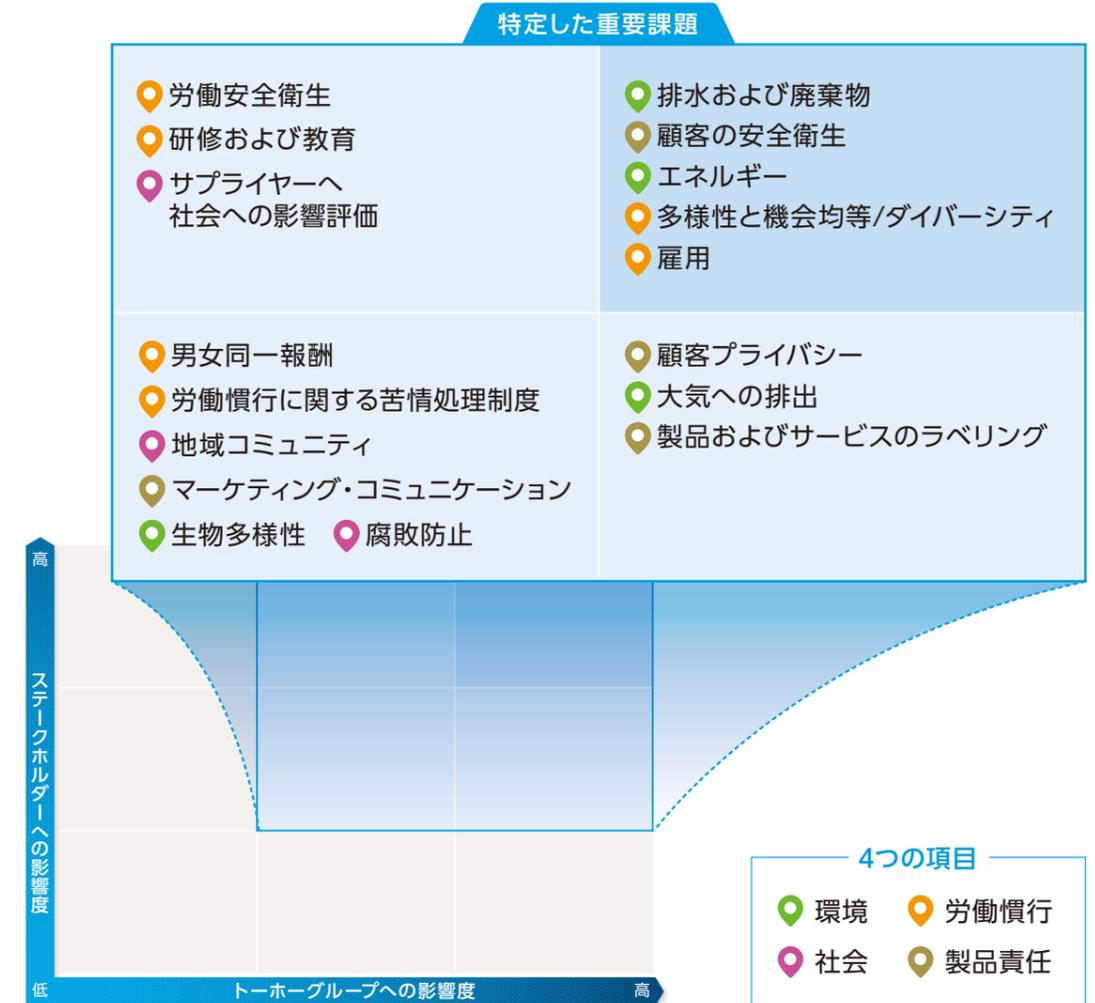
特定した重要課題について、経営計画などとも連携しながら取り組みを推進していきます。また具体的な指標の設定を検討しながら、取り組みの進捗についても定期的に評価していきます。これらの指標や取り組みは定期的に見直しを行い、事業状況や外部環境に即し、更新します。

※1：国連SDGs：国連で2015年9月に採択された、持続可能な開発目標。貧困や飢餓、エネルギー、気候変動、平和的社会などの諸目標に対して、2030年までの達成を目指すもの。

※2：メガトレンド：経済、産業、社会などに広く影響を及ぼす、世界の変化の潮流。

●特定した重要課題

ステークホルダーへの影響度(社会から見た重要性)とトーホーグループへの影響度(自社にとっての重要性)を評価した結果を整理し、トーホーグループの事業環境における重要課題を特定しました。



●社会課題解決に向けたテーマ

トーホーグループの企業理念実現に向けて、積極的に果たすことのできる、また果たすべき役割について整理しました。

- フードロスをなくす
 - ・賞味期限管理の徹底および適正な在庫管理の強化などにより、デッドストックの削減に努めます。
 - ・食品廃棄物を削減するため、フードバンクやこども食堂への食材提供に取り組みます。
- 食の安心・安全推進
 - ・食品安全衛生管理方針に則り、食品安全衛生の管理体制の強化に努めます。
 - ・食の安心・安全を支えている専門卸だからこそできる食の情報および衛生管理サービスの提供を行っていきます。
- 循環型社会の実現
 - ・原材料・製造・廃棄における無駄の削減や輸送時のCO₂排出量削減のため、調達～製造～供給～廃棄・リサイクルにおける循環の実現を目指します。
 - ・トラックの輸送をシェアし、効率化に努めます。
- 女性の社会進出支援
 - ・ジェンダー格差の解消のため、女性リーダーの育成や女性の職域を拡大していきます。
- 地域経済への貢献
 - ・地方の雇用安定化に寄与するため、地方の業務用食品卸や製造業に対する経営的な支援、M&Aなどによる雇用の確保を進めます。

環境 ハイライト

マングローブの植林活動を通じての
生物多様性保全に向けた
グローバルな取り組み

現地スタッフより

この美しい環境を次世代につなげていきます

MMA社では「Go to Green Tarakan」を旗印に、マングローブの植林を通じて、かけがえない地球を守る活動を続けていきます。一つしかない地球の環境を次世代につなげていくために、この活動を重要視しています。



MMA社 副社長
Mr.SHIH HO CHEN



インドネシアでの
マングローブ植林活動に賛同しています

マングローブを植林しているインドネシアのカリマンタン島は、日本で一般的に流通しているエビであるブラックタイガー種の主産地です。インドネシアでは2004年から2007年にかけて、養殖エビの生産量が35%増加。さらに2008年には年間生産量が40万トンを超えました。この継続的な養殖エビの増加により、マングローブ林周辺における土地の開拓が増え、結果としてマングローブ林の生体機能が損なわれ、生態系に重要な影響を与え始めました。

そこで現地のエビを取り扱うトーホーグループは2006年より、伐採されたマングローブの再生を目指す『生命の森プロジェクト』に賛同しています。トーホーグループでは、粗放養殖で育てられた対象品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てきました。この活動を通して、2006年の開始時から現在までにマングローブの苗、約20,000本分を植樹しています。マングローブの植樹をすることにより、CO₂固定を促進し、地球温暖化抑制の一助となっています。



上/MMA社の粗放養殖池 左下/植樹風景 右下/現地で養殖されたエビ

粗放養殖…自然の地形を利用した池で、人工の餌や薬品を使用せず、周囲の環境や生態系と共存しながら育成させる養殖法

環境 環境マネジメント

環境方針

トーホーグループ

トーホーグループは「食を通して社会に貢献する」という基本理念に基づき、常に「美味しさ」「安心・安全」「健康」「環境」というキーワードに配慮した経営を進めております。なかでも環

境対策については企業の社会的責任であると同時に急務を要する課題であると考え、以下のことを具体的に推進し継続的な改善および汚染の予防につとめます。

- 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、環境保全につとめます。
- 2 本社および店舗・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 本社および店舗・事業所から発生する廃棄物の減量化に取り組みます。
- 4 本社および店舗・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および提供につとめます。
- 6 関連する法規制および当社が同意するその他の要求事項を遵守します。
- 7 本方針は環境目的および目標を設定し、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、全従業員および、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。

(1999年2月1日制定)

環境マネジメントシステム

トーホーグループ

トーホーグループでは、環境マネジメントシステムの円滑化を図るため、グループ横断的に編成された環境マネジメント委員会を年5回開催し、さまざまな課題について検討しています。特に、2016年度は限りある資源の有効活用として、グループ全

社での省エネルギーの推進と食品廃棄物の削減、食品リサイクルを進めました。2016年度はグループ統一の規程を制定し、グループ一丸となって環境問題に取り組める体制を整えました。



グループ22拠点が
ISO14001を認証取得 トーホーグループ

2017年1月末時点で、トーホーグループ全体で計22拠点が、環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を取得しています。

社名	認証取得拠点数
(株)トーホー	1(本社)
(株)トーホーフードサービス	3(本社・2事業所)
(株)トーホーキャッシュアンドキャリアー	1(本社)
(株)トーホーストア	12(本社・11店舗)
(株)トーホービジネスサービス	1(本社)
(株)トーホー・コンストラクション	3(本社・2事業所)
(株)アスピット	1(本社)

環境 環境目標と実績

2016年度の目標と実績 トーホーグループ

達成率の見方/●…100%以上 ○…80~99% △…60~79% ×…60%未満

対象	環境目的	管理項目	環境目標	2016年度実績	達成率
(株)トーホー	社会貢献活動を通じた環境の保全	近隣の環境保全活動(本社周辺清掃活動)	実施月平均45名以上の清掃参加	44名	○
	分別回収・リサイクルを推進する	プラタブ回収	回収実施部署毎月平均50以上	44部署	○
		ペットボトルキャップ回収	回収実施部署毎月平均55以上	46.5部署	○
地球温暖化を防止する	エネルギー使用量把握・抑制(コーヒー工場) 電気・ガス	前年度比0.5%削減(生産量比)	【ガス】2.5%増加 【電気】2.9%削減	△	
(株)トーホー フードサービス	配送車両のCO ₂ 排出量低減	燃料の購入量によるCO ₂ 排出量(地域営業統括部)	売上対比98%	103.0%	○
	エネルギー使用量の削減	電気使用量(地域営業統括部) ※前年実績あり事業所	売上対比98%	108.2%	○
	改正食品リサイクル法 自社年度目標達成	食品リサイクル率	前年度比2%向上	5.3%向上	◎
	廃棄物の発生抑制	食品廃棄物量	食品廃棄物目標80トン以下 (前年度比86%以下)	75.2トン (前年度比:81.0%)	◎
(株)トーホー キャッシュアンド キャリアー	レジ袋辞退に伴う エコポイント付与率の向上	エコポイント付与率	既存店累計24%	21.6%	○
	エネルギー使用量の削減	電気使用量	既存店累計前年度比98%	101.5%	○
	改正食品リサイクル法 自社年度目標達成	食品リサイクル率	前年度比2%向上	3.5%低下	×
	廃棄物の発生抑制	食品廃棄物量	既存店累計前年度比98%	99.7%	○
(株)トーホー ストア	エネルギー使用量の削減	電気使用量	既存店前年度比99%以下	101.8%	○
	レジ袋辞退率の向上	レジ袋辞退率	レジ袋辞退率40.5%	41.6%	◎
	改正食品リサイクル法 自社年度目標達成	食品リサイクル率	前年度比2%向上	2.6%低下	×
	廃棄物の発生抑制	廃棄物量	既存店前年度比99%以下	95.9%	◎
(株)トーホー ビジネスサービス	本社オフィスエネルギー 使用量の抑制	電気使用量	前年度比2%削減	2.3%増加	×
	本社オフィス廃棄物の 発生抑制(食堂からの食品 廃棄物量の発生管理含む)	廃棄物量 食品廃棄物量	一般廃棄物量 前年度比2%削減 食堂からの食品廃棄物量 前年度比2%削減	2.0%削減 7.4%削減	◎ ◎
(株)トーホー・ コンストラクション	環境基本法に基づく 騒音に係る 環境基準の順守	騒音基準値順守	新店・改装・改修・クレーム 発生時に計測し、 騒音の減衰に努める	19件対応完了	◎
	フロン排出抑制法の順守	フロンの適正な取扱い	グループ各社が本法律を 順守できるよう 法律内容の周知に努める	・簡易点検ならびに定期点検 の実施を促進 ・19件の処理を確認	◎

環境 廃棄物削減

資源の有効活用による社会貢献活動も
適宜対応 (株)トーホーフードサービス

(株)トーホーフードサービスでは、賞味期限管理の徹底や、在庫管理機能を強化し、食品廃棄物量の削減に取り組んでいます。新たな取り組みとして、神戸支店と広域営業統括部 関西営業部が「認定特定非営利活動法人フードバンク関西」と契約し、品質に問題はないものの当社独自の出荷基準日を超えたため従来は販売できずに廃棄していた商品を一部引き渡しています。2016年度は食品廃棄物量75.2トン、食品リサイクル率は19.8%となりました。

神戸市認定の「ワケトンエコレストラン」で
リサイクルを推進 楽農レストラン「育みの里 かねでかねで」

兵庫楽農生活センター内の楽農レストラン「育みの里 かねでかねで」は、2012年2月より神戸市から「ワケトンエコレストラン」として認定されています(認定店は現在、市内8店舗のみ)。「ワケトンエコレストラン」とは、「育みの里 かねでかねで」廃棄物の発生抑制、減量化に取り組んでいる飲食店や旅館などを神戸市が認定するものです。レストランから出た食品廃棄物をセンター内の施設で堆肥化し、ほ場で使用しているほか、廃油はセンター内の施設でバイオディーゼル燃料に精製。さらに食品廃棄物の発生抑制につながるメニュー開発や、視察者に対しての環境学習を通じた啓発活動などにも取り組んでいることが評価されました。2016年度と同レストランでの年間リサイクル量は、食品廃棄物4.2トン、廃油1,160リットルとなっています。



発生抑制と店舗に合った手法で
リサイクル率を向上 (株)トーホーストア

(株)トーホーストア各店舗では、廃棄ロス率を管理することで食品廃棄物の発生を抑制し、発生した食品廃棄物については、可能な範囲でリサイクルを実施しています。また北鈴蘭台店では、野菜くずを液体肥料に、志染駅前店や緑が丘店では、エコフィード循環システムという、食品廃棄物を家畜の飼料にするリサイクルに取り組んでいます。



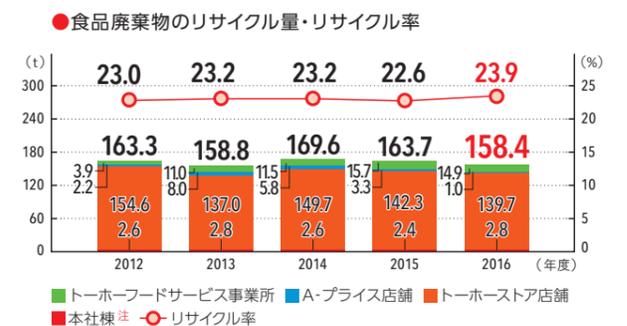
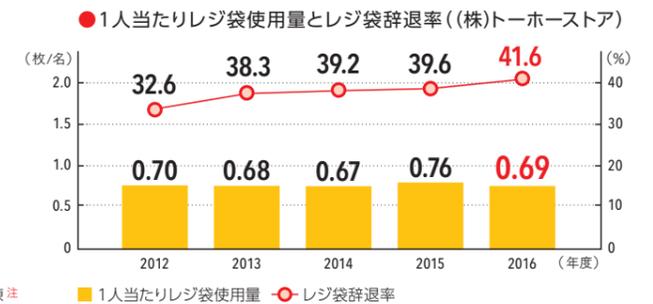
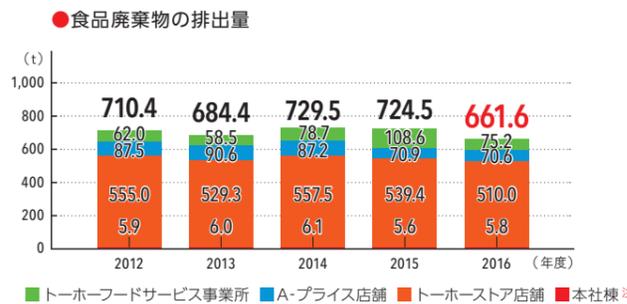
食品廃棄物の分別

社員食堂の残飯削減に向けて食堂運営
ミーティングを実施 (株)トーホービジネスサービス

本社棟の社員食堂では、配膳時にご飯の量の確認を行ったり、提供できずに残った食材をチェックし、次のメニューづくりに役立てるなど、残飯の削減に努めています。また、2016年9月よりメニューサンプルを実物表示から写真表示に切り替えることにより、廃棄物削減に努めています。加えて、昨年に引き続き食堂運営ミーティングを毎月実施し、廃棄物削減に努めています。ほかにも、2016年7月から洗い場に節水機器を取り付け、水道使用量の削減にも努めています。



メニューサンプル



●容器類の店頭回収量((株)トーホーストア)

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
牛乳パック(t)	43.3	36.5	38.0	38.4	37.3
食品トレイ(t)	48.2	38.4	36.6	37.0	38.8
ペットボトル(t)	113.0	105.0	95.8	100.3	98.1
合計(t)	204.5	179.9	170.4	175.7	174.2

注:(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アー、(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、(株)トーホーウイングの本社に属する部署を示す

環境 地球温暖化の防止

TOHO GROUP ESG | Environment

「省エネ型低温流通管理システム」の継続導入により電力使用量を削減 (株)トールフードサービス

(株)トールフードサービスでは、2013年度から冷凍・冷蔵庫の温度管理を自動で制御する「省エネ型低温流通管理システム」を導入しています。2016年度は4事業所に導入し、計19事業所への導入となりました。これにより、当該事業所の電力使用量は導入前との比較で約10%削減できました。

店舗改装時に省エネ設備を積極的に導入 (株)トールキャッシュアンドキャリアー

A-プライス店舗では、ガラス扉のついたリーチインショーケースや蓋付き冷凍ショーケースの導入など、店舗改装時に省エネ型の冷凍・冷蔵ショーケースへの入れ替えを積極的に行っています。また、店内照明のLED化や、こまめな温度管理などを継続し、電力使用量の削減に取り組んでいます。



蓋付き冷凍ショーケース

店舗への省エネ節電機器導入を推進 (株)トールストア

(株)トールストアでは、電力使用量削減の取り組みとして、新店を出店する際に省エネ節電タイプの冷凍・冷蔵ケースや天井照明、スポットライト等にLED照明を採用しています。また「トール平野祇園ビル」リーチインショーケースでは、天然ガスを燃料とする省エネ節電タイプの空調を採用しているほか、屋上に太陽光発電パネルを設置しています。2016年度の年間発電実績は約26,000kWhで、CO₂削減量は13トンとなりました。さらに建物全体にLED照明を導入しており、一般照明に比べて電力使用量を50~60%削減しているなど、電力使用量の削減に努めています。



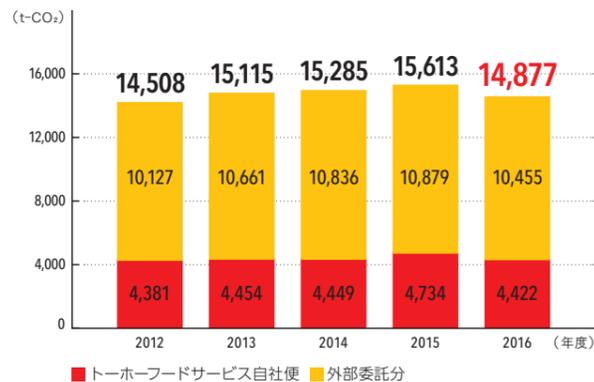
環境保全やエネルギー問題への取り組み (株)トール・コンストラクション

(株)トール・コンストラクションでは、再生可能エネルギーへの取り組みとして、2015年度から(株)トール本社駐車場に太陽光発電設備を設置し発電しています。2016年度の年間発電実績は約29万kWh、CO₂削減量は148トンとなりました。環境保全やエネルギー問題への対応は企業の社会的責任として、これからも積極的に取り組んでいきます。



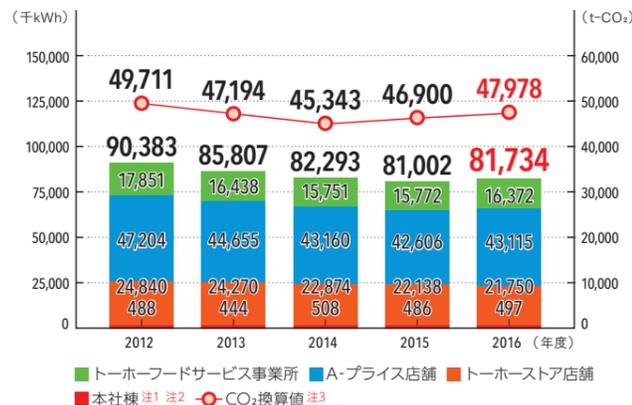
太陽光パネル

● 車両からのCO₂排出量



注1: (株)トール、(株)トールフードサービス、(株)トールキャッシュアンドキャリアー、(株)トールストア、(株)トールビジネスサービス、(株)トール・コンストラクション、(株)アスピット、(株)トールウイングの当社に属する部署を示す
 注2: 本社の計測範囲を2014年度から変更しているため電力使用量が増加している
 注3: 電力使用量のCO₂排出量の換算係数は、2012~2013年度は0.550kg-CO₂/kWh、2014年度は0.551kg-CO₂/kWh、2015年度は0.579kg-CO₂/kWh、2016年度は0.587kg-CO₂/kWhを使用して算出

● 電力使用量の推移



環境 生物多様性の保全

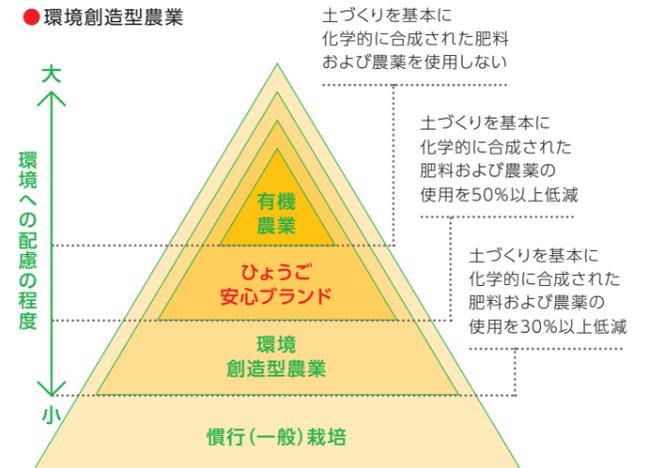
TOHO GROUP ESG | Environment

生物多様性に配慮した「環境創造型農業」を实践 (株)トールファーム

(株)トールファームでは、生物多様性に配慮した「環境創造型農業」(右図参照)を实践し、堆肥や污泥発酵肥料(超高温好気性微生物YM菌による)など有機質資材を中心とした土づくりを行っています。化学肥料・化学農薬の使用を50%以上低減して栽培、検査で残留農薬が国の基準の1/10以下である農産物「ひょうご安心ブランド」の認証取得にも取り組んでいます。2016年度は新たに大根の認証を取得し、10品目の認証となりました。



新たに認証を取得した大根



「里山再生塾」を開催し、生物多様性の宝庫「里山」を再生 (株)トール

(株)トールは里山の再生を通じて、子どもたちに自然の素晴らしさを知ってもらい、自然と人間との関わりを学んでもらいたいとの思いから、兵庫楽農生活センター内で「里山再生塾」を開催しています。生物多様性の保全を目指し、間伐や下草刈り、ベンチ・遊歩道づくりなどの里山整備を実施しています。数年にわたり整備してきたことで、里山に日が射すようになり、ササユリやスミレの群生、野鳥や昆虫の増加、ギフチョウの自然産卵も見られるようになりました。



ギフチョウ



遊歩道づくりの様子

絶滅危惧種コウノトリの野生復帰を支援 (株)トールストア

(株)トールストアでは、兵庫県豊岡市が進めるコウノトリの野生復帰を支援するため、「コウノトリ育むお米」と同米を使用したおにぎりを販売し、その売上の一部を豊岡市コウノトリ基金に寄付する活動を2010年度から実施しています。さらに、「コウノトリ育むお米」の美味しさや自然との共生を目指す取り組みを知っていただくことを目的に、2011年度から「コウノトリ育むお米豊岡稲刈りツアー」を開催しています。また2009年度から、トールストアのお客様が企画対象商品を1点ご購入されるごとに1円を豊岡市コウノトリ基金に寄付する「皆で守ろう!コウノトリ!1点1円募金」を定期的に行っています。こうした取り組みが評価され、2016年6月には、豊岡市から6年連続で感謝状をいただきました。



感謝状贈呈式



左上/コウノトリ育むお米 左下/豊岡市のコウノトリ

環境 環境コミュニケーション

TOHO GROUP ESG | Environment

新社屋建設による品質管理、営業力の強化と環境保全への取り組み (株)トーホー・北関東

(株)トーホー・北関東は2016年10月、本社・宇都宮支店を新築移転し営業を開始しました。老朽化していた旧社屋からの新築移転により、倉庫は従来の3温度帯から6温度帯倉庫となり、トラックと出荷口との隙間を埋めて空気の流出を防止する24基のドックシェルター、低温パース(439㎡)を完備するなど品質管理体制を大幅に強化しています。ほかにも2階には営業力強化を目的に展示商談会や料理講習会を開催するプレゼンテーションルームを設置するとともに、屋上には環境保全の観点から自社消費を目的に太陽光発電設備を2017年12月に設置する予定です。



ドックシェルター



本社・宇都宮支店新社屋

地域の環境美化活動による従業員意識の向上 トーホーグループ

神戸本社では毎月1回、本社の周辺清掃活動に取り組んでいます。2016年10月には六甲アイランド地域振興会主催の島内一斉清掃にも参加し、積極的に地域の環境美化に努めています。2016年度は清掃活動を11回実施、多くの部署から延べ442名の従業員が参加しました。参加人数は年々増加傾向にあり、従業員の環境美化活動への意識は高まっています。開催するごとに、車道、歩道にタバコのポイ捨てなどのゴミが減っている事を実感するとともに、周辺住民の皆様との「つながり」が深まりました。今後とも「美しいまち神戸」に向けた取り組みを実施していきます。



収集したゴミ

環境教育により従業員の意識と知識を向上 トーホーグループ

トーホーグループでは効果的な環境マネジメントシステムを運用するため、従業員の環境管理意識や環境法令等の知識向上に努めています。2016年度は3回、従業員への環境教育を実施しました。内容は、環境方針や当年の環境目標の認識の共有、日々の運用管理手順、緊急事態の管理手順についてなど、多岐にわたります。また、実践につなげるため、教育の後にテストを実施し、知識の定着を図っています。



益城町への寄贈



回収ポスターと実績

TOPICS プルタブやペットボトルキャップの回収をグループ各社で実施しています トーホーグループ

トーホーグループでは、プルタブ、ペットボトルキャップを回収する運動が広がっています。各社それぞれに専用のボックスを設置し、お客様や地域の皆様、学校、従業員から回収したものを換金しています。プルタブは車いすにして、ペットボトルキャップは世界の子どもたちへのワクチンとして寄付しています。2016年度は熊本地震で甚大な被害を受けた熊本県益城町と南阿蘇村の復興支援と社会福祉の向上に少しでも貢献したいという思いから車いす20台を寄贈し、町内・村内の公的施設にてお役立ていただいています。

環境 事業活動が環境に及ぼす影響

TOHO GROUP ESG | Environment



注1: 電力使用量のCO₂排出量は換算係数0.587kg-CO₂/kWhを使用して算出
注2: 廃棄物の集計範囲は神戸支店、福岡支店の2事業所



2017年1月にキャリアビジョンを考えるセミナーを開催



社会 ハイライト

多様な人材が働きやすい
職場づくりを推進しています

2020年度までの目標を設定し
女性が活躍できる環境を整備します

トーホーグループでは、「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、2014年度に「トーホー・ポジティブ・アクション(TPA)推進プロジェクトII」を立ち上げ、「育成・登用」「職域拡大」「意識改革」の3領域を中心に、さまざまな施策を実施してきました。このような中、女性活躍推進法が2015年9月に施行され、トーホーグループにおいても数値目標を立てるとともに「育成・登用」「職域拡大」「意識改革」「ワーク・ライフ・バランス」の領域ごとに行動計画を策定しました。

●2020年度までの目標

リーダー職の女性	5倍	管理職の女性	4倍強
7名 → 35名		6名 → 26名	

●主な取り組み内容

取り組み	領域	内容
1	育成・登用	女性従業員を対象に管理職育成を目的としたマネジメント研修を実施します。
2	育成・登用	一人ひとりが長期的なキャリアビジョンを描きながらイキイキと働き続けることを支援するため、セミナー等によるキャリア意識の醸成・形成支援に取り組みます。
3	職域拡大	女性従業員が少ないセクション等について課題を抽出、積極的に女性を配置する対策を検討、実施します。
4	意識改革	女性従業員とその育成を担う管理職の意識改革を促すためのセミナーを開催します。
5	ワーク・ライフ・バランス	育児・介護支援を中心に職場復帰後の支援などの制度の拡充を検討するとともに、情報発信などを行い周知徹底を図ります。

注:上記の対象範囲は、(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アー、(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・北関東

社会 職場環境の充実

人事制度の構築を目指して改革を推進

トーホーグループ

トーホーグループは、従業員が働きがいを感じられる人事制度の構築を目指しています。従業員の実績・貢献度・成果が評価に結びつき、給与に反映される給与体系・処遇体系に見直すなど、改革を進めています。

2016年度は、トーホーグループ各社の競争力の強化を支える取り組みとして(株)鶴ヶ屋、(株)トーホー・共栄、(株)ハマヤコーポレーション、(株)プレストサンケー商会の4社にグループ人事・給与制度を導入しました。また、2017年2月に(株)神戸営繕が(株)TSK、(株)日建、神戸コンフォーム(株)を吸収合併し、(株)トーホー・コンストラクションとして新たに始動するにあたり、4社の人事・給与制度の統合を行いました。

「レディースコミュニティ」できっかけづくり

トーホーグループ

トーホーグループの労働組合トーホーユニオンは、「女性がイキイキと働き続ける環境づくり」をテーマとして「レディースコミュニティ」を開催しました。グループワークの中では普段関わることのない他部署や他のグループ会社の従業員と意見を交換する場を設け、ポジティブな考えで活躍できるきっかけづくりを行っています。従業員の思いや意見を集約し、安心して働き続けることができる環境へと、力を合わせてつくりあげていくことを目指しています。



レディースコミュニティ

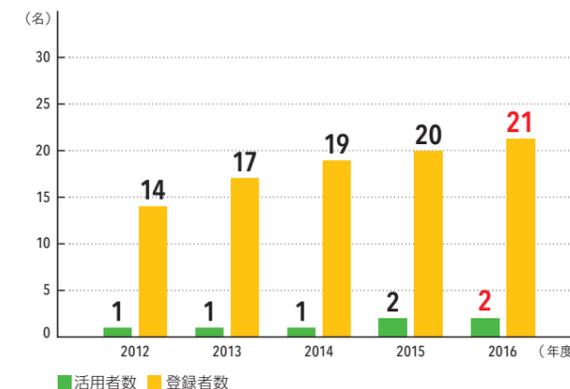
●従業員数、平均年齢、平均勤続年数の推移注

	2012年度		2013年度		2014年度		2015年度		2016年度	
	男性	女性								
従業員数(名)	1,297	261	1,265	251	1,251	236	1,225	246	1,222	271
平均年齢(歳)	39.5	32.9	40.0	33.7	40.7	34.4	41.4	34.5	41.7	34.3
平均勤続年数(年)	16.0	10.6	16.4	11.0	17.1	11.6	17.6	11.6	17.8	11.2

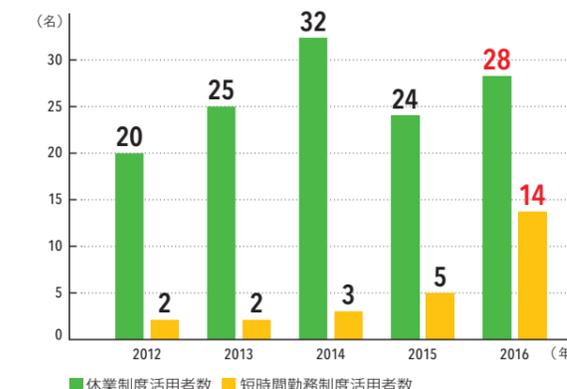
●介護休業、短時間勤務制度活用者数の推移注

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
休業制度活用者数(名)	0	0	2	0	1
短時間勤務制度活用者数(名)	0	0	0	0	0

●JOBリターン制度活用者数の推移注



●育児休業、短時間勤務制度活用者数の推移注



注: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アー、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス

社会 職場環境の充実

キャリア別、職種別研修を実施

トーホーグループ

トーホーグループでは、例年「toho group way」のこだわるこころ「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」を基本として、「社員は知恵の投資家」、「自ら考え、自ら行動し、自ら成長する自律型人間」であり続けるために、モチベーション向上、実践的な能力(知識・スキル)向上、組織力を高めるマネジメント力の向上など、さまざまな職種の従業員を対象としたキャリア別研修、職種別研修を実施しています。

2016年度の強化ポイントは、第六次中期経営計画「IMPACT 2017」の重点施策のひとつ「グループ連携強化によるシナジー発揮」に寄与すべく、新たにトーホーグループ入りした関東地区のグループ会社を中心に集合研修を実施したことです。入社式やその他の各種研修にも参加機会を設け、人材交流の促進を図りました。

グループ会社別の取り組みとしては、(株)トーホーフードサービスにおいて従業員を対象に職域に合わせた研修としてセールスマネージャーのレベルアップ研修や営業に必要な各種テーマ別の研修を実施しました。また(株)トーホーキャッシュアンドキャリアでは、次期店長の育成、新任店長の能力向上を目的に「店長育成研修」を実施するとともに、店舗現場力の強化のために、キャリアごとの研修を実施しています。グループワーク中心だった前年度とは対照的に、2016年度は数値管理やコンプライアンス、リスク管理等の基本知識および商品知識の習得に向けた研修を実施しました。また前年度に続き月給制パートナー社員向けの研修も実施し、幅広い職層へ向けて研修の充実を図りました。



(株)トーホーフードサービスの研修風景



「toho group way」

不調者の早期発見、対応ができる体制を構築

トーホーグループ

トーホーグループは、メンタル不調対策をEAP(従業員支援プログラム)に基づき進めており、産業医との連携を密に図るとともに、産業カウンセラーと顧問契約を結び、相談窓口を社内外に設置することで、メンタル不調者の早期発見・対応ができる体制を構築しています。

また、ストレスチェックを50名未満の事業所も含めて実施し、得られた結果に基づき、職場単位の問題点を分析し、対策の検討を行いました。過重労働対策については、従業員の労務状況を容易に確認できる管理画面を導入し、労働時間短縮に効果を上げています。職場の安全対策としては、各社で労働災害の原因を分析し、対策を各事業所に周知・注意喚起を行っています。

2016年度も重大な労働災害は発生していませんが、さらなる安全性向上のため、リスクアセスメントを強化していきます。

本社・宇都宮支店新社屋完成記念に

家族内覧会を開催 (株)トーホー・北関東

(株)トーホー・北関東では、2016年10月に本社・宇都宮支店の新社屋完成移転に伴い、初の家族内覧会を開催。当日は従業員45名とその家族75名の計120名が参加し、新しくなった事務所をはじめ、最新設備の見学や「冷凍庫-20℃体験」「マグロ解体ショー」などのイベントを実施しました。子どもたちは普段見ることのできない職場を見学。さらに「トラック乗車体験」など、お父さん・お母さんの働く職場を体感してもらいました。子どもたちは、自宅の車よりはるかに大きなことに驚き、喜んでいました。

築瀬支店の協力で開催した「マグロ解体ショー」では約50kgのマグロが解体されていく様子を見た後、大トロ・中トロを食べ放題で試食しました。普段では食べることができないようなマグロの部位も堪能することができ、大盛況となりました。日頃は見ることが難しい職場を家族に見てもらうことができ、従業員にとってもモチベーション向上につながる貴重な機会となりました。



左上/トラック乗車体験 右上/マグロ解体ショー 左/解体したマグロの試食

強化月間を設けて健康で輝く会社人生へ

トーホーグループ

トーホーグループでは、小学生の子を持つ従業員からの要望を受け、2016年4月より、育児のための短時間勤務制度の対象を未就学の児童を養育する従業員から小学校3年生を修了するまでの児童を養育する従業員に変更しました。

また労使共同の取り組みとして「ワーク・ライフ・バランスデー強化月間」を設け、仕事の効率化を図り、時間内に仕事を終えて帰ること、早く帰ることのできた自分の時間を有意義に過ごし、健康で輝いた会社人生を送ることへのきっかけをつくる取り組みを行っています。

期間中、各職場で週1回以上の「ワーク・ライフ・バランスデー」を設定し、職場内での声かけと協力をしながら、みんなで早く帰ることができるよう活動を推進しました。2017年度もこの取り組みを継続していきます。



「ワーク・ライフ・バランスデー」のチェックシートで見える化を推進

従業員の声を事業活動等に

反映する仕組みを構築 トーホーグループ

トーホーグループでは、従業員の声を経営や事業活動に反映するための制度を整備しています。従業員がイントラネット上で業務の改善策や新規事業の企画を提案できる「新規事業公募案内」「アイデア募集案内」や、従業員の職務や勤務地の希望を聞くことを目的とした「自己申告書」を2013年度よりイントラネット上での提出に変更し、タイムリーに人事異動等に反映できるよう改善しました。

また、職場環境の改善を目的としたトーホーグループの労働組合トーホーユニオンによる「組合員アンケート」を毎年実施し、集計結果を労使間で共有しています。今後も、風通しの良い職場環境を目指して労使で協議を重ね、改善につなげていきます。

子ども参観日で親の仕事を実体験

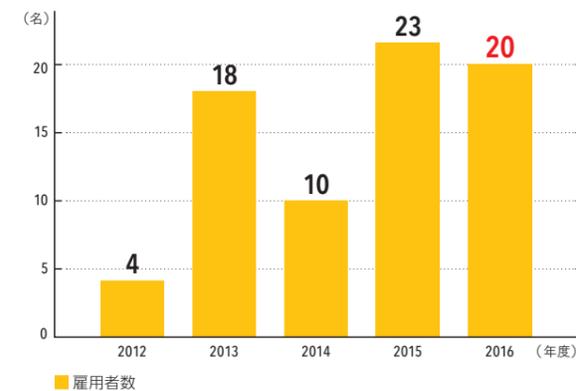
トーホーグループ

トーホーグループでは、ワーク・ライフ・バランスの一環として、親の仕事を身近に感じる「トーホー 子ども参観日」を2010年度から開催しています。7回目を迎える2016年度は、23名の子どもたちが参加。子どもたちにお父さん・お母さんの仕事を理解してもらうことを目的として、楽しいイベント盛りだくさんで実施しました。子どもたちに、お父さん・お母さんの日頃の仕事を知らせてもらうイベント「TOHOキッズトライアル」では、今回A-プライス店舗の業務として、レジ打ち体験と商品を陳列して売場をつくる体験をしてもらいました。子どもたちは実際に体験する中で、お客様目線での陳列の難しさ、またチームで協力することの大切さを学びました。

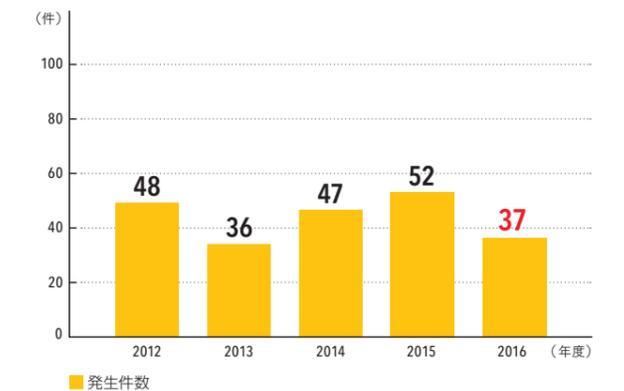


レジ打ち体験の様子

● 定年退職者の再雇用の推移(連結)



● 労働災害発生件数の推移注



注: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ア、(株)トーホーストア、(株)トーホービジネスサービス

社会 お客様とのかかわり

全国各地で「展示商談会」を開催し、新しい価値やこだわり食材を提案

トーホーグループ

(株)トーホーフードサービスでは、外食ビジネスを営むお客様のお役に立つ情報を提供するため、毎年「総合展示商談会」を開催しています。2016年度は「厳選食材の価値新発見!〜業種・業態に応じた新しい価値やこだわり食材のご提案」という新たなテーマのもと、全国6会場(東京、名古屋、大阪、広島、福岡、熊本)で開催しました。東京会場では(株)トーホー主催の「トーホーグループ総合展示商談会」と称し、これから伸びる業態「和食・喫茶・老健・デリカ」の4つの業態向けのコーナーを展開。カテゴリ別を加え、合計10コーナーを設置し、独自に開発した商材やメニューを提案しました。

また(株)トーホー・北関東では、2016年4月に「2016春・夏業務用食材フェア」を開催しました。「和食・弁当・惣菜コーナー」をはじめ、水産品・畜産品・農産品をメイン素材に使用したレシピ・メニュー提案をさらに充実させ、高い評価をいただきました。ほかにも(株)トーホーキャッシュアンドキャリーや(株)トーホー・共栄、河原食品(株)、(株)プレストサンケー商会もそれぞれ展示商談会を開催し、ご好評をいただきました。



(株)トーホーフードサービスの「総合展示商談会」

(株)トーホー・北関東の「2016春・夏業務用食材フェア」

品質保証部と食品安全衛生管理責任者が連携し食の安心・安全を推進

トーホーグループ

トーホーグループでは、品質保証部を中心に商品の安全確保に努めています。商品の安全を脅かすリスクには食中毒、腐敗、品質劣化、異物混入、表示ミスなどがあります。それらのリスクの管理を強化し、グループ全体の食品安全を確保するため、2014年度に「食品安全衛生管理規程運用細則」に基づき、グループ各社に「食品安全衛生管理責任者」を1名ずつ設置。2015年度より品質保証部と各社の食品安全衛生管理責任者は連携を強化し、共同で問題解決にあたるとともに従業員教育を実施しました。



店舗監査の様子



自社農場で栽培する野菜15品目のうち10品目で「ひょうご安心ブランド」認証取得

(株)トーホーファーム

(株)トーホーファームは、じゃがいも、ブロッコリー、はくさい、たまねぎ、スイートコーン、枝豆、かぼちゃ、など15品目を栽培し、(株)トーホーストアの店舗で販売するほか、楽農レストラン「育みの里 かんでかんで」で提供する料理の材料として供給しています。またこれらの野菜を、業務用食材を販売する(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にも供給するとともに、「道の駅みき」の直売所でも販売しています。

またトーホーファームでは、兵庫県が推奨する「ひょうご安心ブランド」の認証取得にも取り組んでいます。2016年度は新たに大根の認証を取得しました。今後も年に1品ずつ認証取得を目指します。現在はじゃがいも、ブロッコリー、はくさい、たまねぎ、スイートコーン、枝豆、かぼちゃ、さつまいも、ほうれん草、大根の10品目で認証を取得しています。

衛生管理体制の構築から運用まで、品質管理をトータルにサポート (株)トーホービジネスサービス

(株)トーホービジネスサービスでは、品質管理に関する蓄積したノウハウを活用し、外食産業・食品メーカー・生産者など食品関連企業様に向けて「品質管理代行サービス」を提供しています。お客様のさまざまな課題とともに解決する中で、組織や体制を対象とした「品質管理支援サービス」や「衛生環境改善サービス(施設改修工事他)」「防虫防鼠」「腸内細菌検査」「衛生関連資材販売」「表示監査」などのサービスをご用意するほか、品質・衛生管理に関する重要な情報をタイムリーに提供する場として「食の安心ポイントセミナー」も開催しています。2016年度は新たな取り組みとして、新しい食品表示法をテーマに初めての有料セミナーを開催し、ご好評をいただきました。また、毎月メールマガジンを発行して、ノロウイルスの予防や異物混入の鑑定などをわかりやすく解説し、品質管理の基礎知識の普及を進めています。

地産地消を推進し、生産者を支援

(株)藤代商店

(株)藤代商店では、地元の契約農家から仕入れた野菜を、横浜を中心に近隣のホテル、レストランへ納品しています。また、シェフを畑にご案内し、農家の方とのコミュニケーションの橋渡しをしています。これによって顔の見える野菜の提供が可能になるとともに、生産者にとっては、地元の野菜という付加価値や、需要のある商品の選別生産が可能になるなどのメリットがあります。

横浜は巨大都市でありながら、郊外にはいまだ農地が広がっており農産物の生産も活発な土地です。新進気鋭の生産者がいるような形で挑戦を続けています。生産者の支援、消費者満足の追求は、地産地消の大切な両輪です。この推進のために全力で取り組んでいます。



若者生産者の挑戦を応援



有料セミナーを初開催

TOPICS 「食の安心情報サービス」の提供や商品情報標準化の普及を意識した活動

(株)アスピットでは外食ビジネスを営むお客様へ、インターネットで商品の品質系情報を検索できる「食の安心情報サービス」を提供しています。酒類・加工食品業界の標準データベース「FDB(商品情報データベース)」と連携し、アレルギーや原産国などの情報が検索できます。

2016年度は引き続きPITS(商品情報授受標準化会議)へ参加し、商品情報標準化の普及活動を意識した活動に努めました。「食の安心情報サービス」は現在、全国約1,000店舗で利用されています。

TOPICS 食品表示チェック精度の向上と体制を強化

トーホーグループでは、優良誤認防止のために、自社商品に限らず他社商品でも自作の表示物(商品表示、POP、パンフレット等)に対し、厳重なチェック体制で管理しています。また、他社商品をマスター登録する際、自社のプライスカードやPOPになりうる文言に対してもチェックを行っています。表示チェックを担当している品質保証部では、新入社員も含めた全員に食品表示検定(中級)の取得を求めています。表示チェックの基準については、2014年度に消費者庁が発表した考えに基づき、文言のみならず表示全体のイメージを軸に実施しています。

TOPICS 放射性物質や精度の高い残留農薬検査を(株)キューサイ分析研究所と提携して実施

トーホーグループでは、自社工場および製造委託先工場における残留農薬などの検査体制を構築しています。厚生労働省登録検査機関である(株)キューサイ分析研究所に資本参加し、精度の高い残留農薬検査を委託。また、放射性物質測定に関する国際規格「ISO/IEC 17025」の認証を取得している同研究所によって商品の放射性物質検査も実施するなど、食品安全管理の徹底を図っています。

2016年度は引き続き、中国をはじめ諸外国からの輸入品の検査を重点的に実施しました。

TOPICS 原料産地の視察や製造委託先の点検・検査を徹底

トーホーグループでは、自社開発商品のトレーサビリティの強化に力を注ぎ、商品規格書のチェックや施設点検を通して生産履歴を確認しています。新たな原料産地については視察を行い、製造委託先に対しては、食品安全衛生管理の目視点検および製品の微生物と理化学の検査を徹底しています。また食肉の安全性に関しては、独自の生産履歴チェック体制を構築しており、安心・安全な商品の安定供給に努めています。さらに必要に応じて半製品・製品の検査も併せて実施し、商品の安全性を確認しています。

社会 地域社会への貢献

「食」の大切さを伝えるため各種イベントを実施
(株)トーホー

(株)トーホーでは、食を通じた社会貢献の一環として、公益社団法人 兵庫みどり公社が総合的に管理運営する「兵庫楽農生活センター」で楽農交流事業の運営に参画、食の大切さを伝える「食育・食農活動」を展開しています。家族で土と親しめる「露地野菜体験」や、自然を体験できる「里山再生塾」など、大人から子どもまで野菜の美味しさや自然の生命力を実感できるさまざまなコースを計画・実施。



農業の体験学習

2016年度は学校法人須磨浦学園須磨浦小学校の3年生31名を受け入れ、6月にさつまいもの定植体験や、バイオディーゼル燃料の学習、10月にさつまいもの収穫体験、12月にはきのこの収穫体験、里山散策など年3回の体験学習を実施しました。

地元小・中学校の体験学習を受け入れ

(株)トーホー・北関東

(株)トーホー・北関東 那須支店では、毎年地域の小学校、中学校などへの貢献として体験学習を受け入れています。



来訪児童からのメッセージ

2016年度も、那須塩原市立豊浦小学校の2年生23名と担任の先生および顧問、総勢25名でキャッシュアンドキャリア店舗の店頭およびバックヤードの見学を行いました。子どもたちは冷凍マグロの裁断や、マグロの冷凍庫内などを見学しました。そのほか、同市立日新中学校の生徒を体験学習として受け入れるマイチャレンジ授業にも毎年協力し、2016年度は3名を受け入れました。

障がい者雇用と就労支援を促進

(株)トーホーウイング

特例子会社注(株)トーホーウイングでは、障がい者雇用のみに留まらず、地域の障がい者就労支援センター、特別支援学校と連携し、就労を目指す障がいをお持ちの方に職場体験実習や会社見学会を行っています。



職場体験実習の様子

グループ会社の店舗でも体験実習を実施し、2016年度は(株)トーホーキャッシュアンドキャリア A-プライス伊丹店、A-プライス今津店、(株)トーホーストア 魚崎南店、西長田店、ViBi土山店、六甲道駅前店の6店舗で受け入れました。実習に来られた方には、自分の適性を見直し、就労に向けて課題を見つける機会になり、受入店舗にとっても障がいを理解し、可能性を考える良い機会となりました。また会社見学会にはたくさんの方にお越しいただきました。より多くの方が就労に対する意欲を高めることができるよう、今後も貢献していきます。

震災経験の伝達や、被災地復興支援を継続

(株)トーホー

1995年の阪神・淡路大震災で、神戸市に本社を置く(株)トーホーは、神戸地区の事業所や店舗、さらには従業員とその家族たちが甚大な被害を受けました。その体験を忘れず、震災復興・支援活動にさまざまな形で取り組んでいます。

その一つとして、震災犠牲者の鎮魂と被災地の復興・再生を願って開催されているイベント「神戸ルミナリエ」に1995年から協賛を続けています。また、2011年3月11日に発生した東日本大震災で被災された皆様の救済と復興支援のために、2011年以降「社会貢献型株主優待制度」を活用して義援金を被災地に寄付しています。加えて2016年4月16日に発生した熊本地震で被災された皆様の救済と復興支援のためにも同じように「社会貢献型株主優待制度」を活用した義援金を寄付しました。

●兵庫楽農生活センターでの2016年度の活動実施状況

名称	概要	実施回数	参加者数
露地野菜体験	種まきから苗の定植・管理・収穫まで、野菜栽培に必要な知識を楽しく習得	12回	296名
きのこ収穫体験	しいたけの収穫を体験、さらに菌床を持ち帰り、自宅で栽培・収穫を楽しむ内容	68回	2,434名
里山再生塾	間伐や下草刈りなどにより眠っている植物の再生に取り組み、生物多様性の保全に努める	7回	141名
地産地消料理教室	旬の素材を生かした料理のみならず、プロの技術とコツを家庭でも簡単に活用できる教室	14回	399名
野菜収穫体験(いちご狩り含む)	旬の野菜を収穫 3月から5月は、いちご狩りを実施	57回	3,193名

注:特例子会社とは、一定の要件を満たした上で厚生労働大臣の認可を受けて、障がい者雇用を促進する目的で設立する子会社

社会 公平な事業取引

「トーホー会」「トーホーストア会」を
結成し、交流を促進

取引先様とともに発展・繁栄するため、業務用食品卸売事業の主要取引先様で構成する「トーホー会」は、2016年4月に「トーホー会通常総会」を開催。102社254名の会員様にご出席いただきました。



「トーホー会通常総会」

また、(株)トーホーストアの主要取引先様で構成する「トーホーストア会」も同年6月に「トーホーストア会定例総会」を開催し、181社345名の会員様にご出席いただきました。



「トーホーストア会定例総会」

春夏・秋冬の棚割りについて取引先様各社からご提案いただく場を用意するとともに、取引先様の展示会などには積極的に参加するなど、ともに発展し、繁栄できる関係を構築しています。

定期的な教育で、公正な取引を徹底

(株)トーホー

仕入・調達を担う(株)トーホー マーケティング本部では、取引先様との公正な取引を徹底するため、マーチャングライディングの担当者(MD)に対し、下請法や不正競争防止法などの法令について教育するとともに、MDマニュアルの中に織り込み、取引先様との公正な取引を徹底しています。

また(株)トーホーストアでは、2016年9月に公正取引委員会主催の「下請法優越的地位の濫用規制に関する基礎講習会」に参加し、優越的地位の濫用・下請法についての知識習得や意識向上を図りました。

フェアトレード認証コーヒー
付加価値の高い商品を積極的に生み出す
トーホーグループ

フェアトレードコーヒーは、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ものです。トーホーグループはこの趣旨に賛同し、2003年度から積極的にフェアトレード認証コーヒーを取り扱っており、販売量は業務用コーヒーでは国内トップクラスを誇ります。

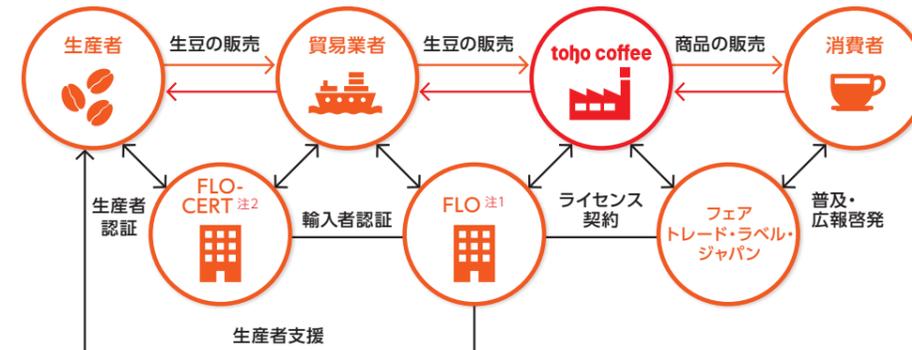
2016年度は、お客様から継続的な支援を得て41アイテム、74トン販売することができました。また、外食ビジネスを営むお客様に工場を視察していただき、付加価値の高いフェアトレード認証コーヒーについて説明するなど、普及活動にも積極的に取り組んでいます。

今後も新しい産地を開拓し、品質にこだわり、付加価値の高いフェアトレード認証コーヒーの商品化に積極的に取り組んでいきます。



フェアトレード認証コーヒー

●フェアトレードの流れ

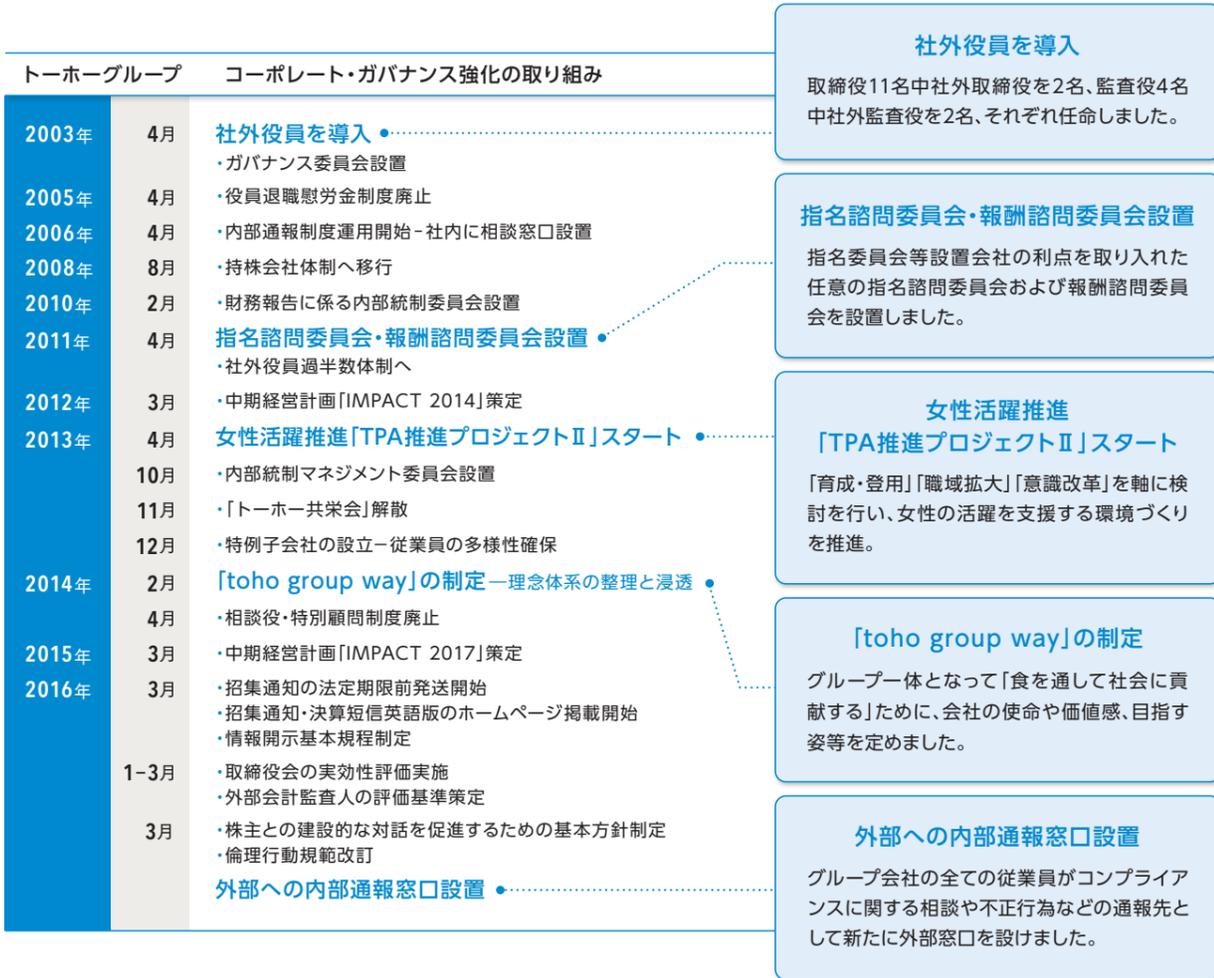


← お金の流れ
← 生豆・商品の流れ
← 契約関係

注1:FLO(Fairtrade Labelling Organizations International): 1997年に、世界各国にあるフェアトレードラベル運動組織がひとつにまとまり、グローバルスタンダードの確立を目指し、設立された国際ネットワーク組織

注2:FLO-CERTは、FLOによって2004年に創設されたフェアトレード認証機関

コーポレート・ガバナンス強化の取り組み



● 構成員内訳

	取締役会	監査役会	ガバナンス委員会	指名諮問委員会	報酬諮問委員会
社内役員(名)	5	1	5	1	1
社外役員(名)	4	3	4	2	2

(2017年4月18日現在)

社外監査役からのコメント

透明性の高い経営を実現するための体制づくりが進められています

(株)トーホー 監査役(独立社外) 野邊 義郎

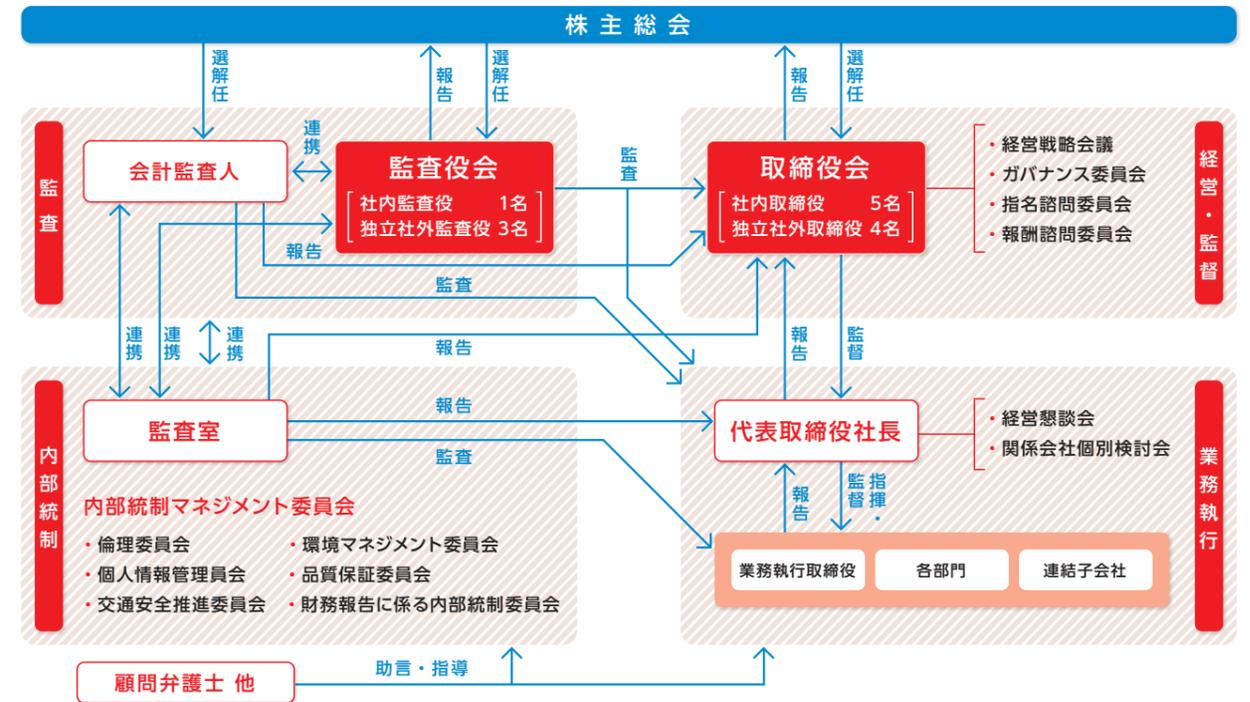
トーホーグループは、「監査役会設置会社」ですが、法的に義務付けられていない「指名委員会等設置会社」制度の優れた点を組み込んだハイブリッド体制を他に先んじて早い時期より導入しています。加えて、意思決定・監督を担う取締役会と業務を担う各事業会社の機能を分離すると

ともに、恣意性を排除した透明性の高い経営を実現するよう研鑽していると評価できます。また、女性活躍推進にも積極的に取り組み、コンプライアンスにも配慮しています。さらに、食を通じた社会貢献を実践することにより、企業価値の向上を図っているといえます。

経営の透明性の向上と
経営監督機能の強化を目指して トーホーグループ

トーホーグループは、経営の透明性の向上と経営監督機能の強化を目指して、2003年度より社外役員を導入し、独立社外取締役を少なくとも2名以上選任することとしました。また取締役会の諮問機関として、指名諮問委員会および報酬諮問委員会を設置。指名諮問委員会では、(株)トーホーの役員と主要子会社の代表取締役などの候補者を選考し、取締役に推薦します。さらに報酬諮問委員会では、役員報酬案などを検討し取締役会へ答申します。現在、各委員会の構成人員数は3名で社外取締役を2名とし、各々の委員長も社外取締役としています。なお、代表取締役社長は原則として、両委員会に参加しません。

● コーポレート・ガバナンス体制の模式図



役員紹介

■ 取締役



■ 監査役



コンプライアンスの重要性や倫理観向上に向けた取り組み

トーホーグループ

トーホーグループでは、風通しのよい企業風土をつくるとともに、社会から信頼され、必要とされる企業であり続けるため、実効性のある内部通報制度(右図参照)を構築しています。

通報のあった案件については、調査を行い、通報対象者や案件への個別の対応だけでなく、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策の検討を行っています。また、コンプライアンスの徹底のためには全ての従業員がコンプライアンスの重要性を認識し、ハラスメントや各種法律知識を身に付けることが第一と考え、コンプライアンス研修を実施しています。2016年度は延べ5,000名の研修を行いました。

さらに倫理委員会を設置し、内部統制マネジメント委員会・監査室・トーホーグループの労働組合トーホーユニオンと連携を図りながら、「従業員一人ひとりの倫理観の向上」を目指し、さまざまな施策を実施しています。2016年度は「倫理行動規範」を改訂、全従業員に配布。各職場で読み合わせを実施するなどの周知を行い、従業員の倫理に対する意識向上に注力しました。また8月に実施した「コミュニケーション向上月間」では、全事業所に「サンクスカード」を配布し、普段言えない「ありがとう」を伝える取り組みなどを行いました。



コンプライアンス研修風景

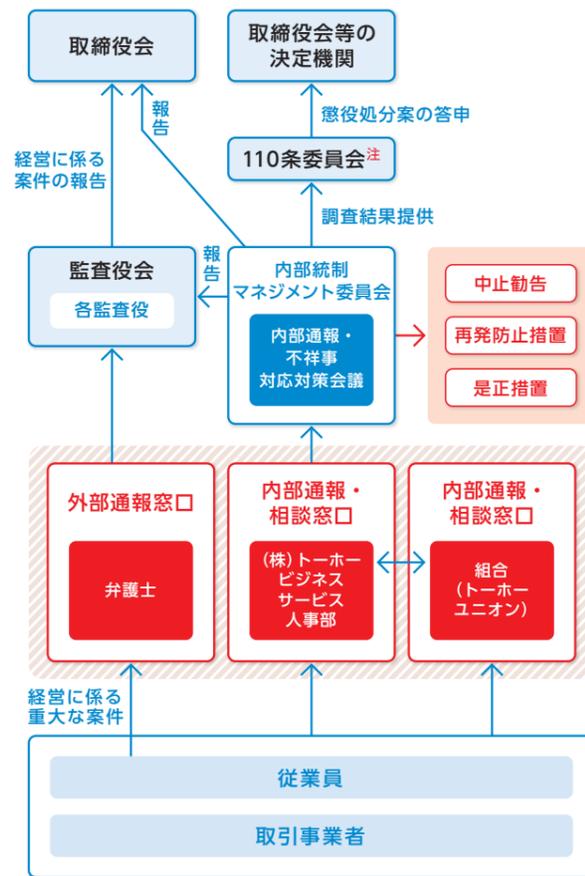
「内部統制マネジメント委員会」が全社的なリスクを管理

トーホーグループ

トーホーグループでは、全社的なリスク管理を行う「内部統制マネジメント委員会」をグループ横断組織として2013年度より設置、グループ全体で発生しうる「損失リスク」や「コンプライアンス・リスク」を把握し、そのリスクの軽減に向けて取り組んでいます。2016年度は、コア事業におけるリスク対策を強化するとともに、労務管理を重点施策として取り組みました。

東日本大震災を受けて2013年度以降、震度5強以上の地震や特別警報に対応する安否確認システムを導入し、定期的にテストを実施しています。これにより、2016年4月に発生した熊本地震では、被災地域の従業員の安否が速やかに把握できました。

内部通報制度の仕組み



注: 110条委員会: 適正・平等な処分を行うため、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

個人情報ならびにマイナンバーの保護・管理を強化

トーホーグループ

トーホーグループでは、(株)トーホーキャッシュアンドキャリア、(株)トーホーストアなど店舗の会員情報やインターネット通販のお客様情報などの個人情報を取り扱っており、お預かりする個人情報については、細心の注意を払い、その保護・管理に努めています。(株)トーホーは、個人情報を適切に取り扱う事業者を証明する認証規格「プライバシーマーク」を2006年12月に取得。2016年度は、前年の組織変更に伴いトーホーの一部署となったマーケティング本部が、認証対象部門となつて初の付与適格性審査を受け、認証継続の承認を受けるなど、一層注意深く個人情報を取り扱っています。

また、2016年度は新たにマイナンバーの管理についても取り組みました。前年度に制定した基本方針および規程に基づき、管理体制を確立。今後もグループ各社において、個人情報ならびにマイナンバーの取り扱いについて引き続き教育・啓発を行い、管理体制を強化していきます。

第三者意見

トーホーグループの事業活動に対してご意見をいただきました

toho group wayが導く社会起点の価値創造

トーホーグループのDNAが込められた経営理念の下で、「社会からみた重要性」と「自社にとっての重要性」を統合して価値を創造していく姿勢は、SDGsが求める社会起点のビジネス創造と軌を一にするものといえましょう。企業は社会の未来についてステークホルダーに語る事が大切です。統合報告書で提起された「5つの社会に提供する価値」は、社会からの期待とトーホーグループのナレッジの統合から生み出されたサステナブル・ストーリーに他なりません。食を通して社会の持続可能性を目指す真摯な挑戦は高く評価されます。いま、企業に求められているのは、不連続な社会と向き合う柔軟な経営構想力です。機能・品質・価格による差別化の時代は終わり、企業はこれまで経験したことのない課題に対して、新たな秩序やルールを提供することが求められています。そのためには、「アウトサイド・イン」の視点と「企業のDNA」を統合していく「経営構想力」が欠かせないのです。上野会長ならびに古賀社長のメッセージからは、社会との関係性の中からビジネスを構想する経営姿勢が伺えました。お二人の思いが、サプライチェーンを含めた組織全体に共有されていくことを期待します。

トーホーグループでは、CSRがグループ全社の中長期戦略の根幹に位置づけられています。環境分野では、グループ会社ごとのKPI設定と達成状況が分かりやすく示されていること、事業プロセス別に環境影響が「見える化」されている点を評価します。社会分野では、働きがいのある職場づくりや女性のエンパワメントが注目されます。グループ全体の女性管理職・リーダー職数が短期間で増加したことは、こうした取り組みの成果といえましょう。惜しむらくは、社会分野ではKPIが設定されていないことです。CSR活動のさらなる透明性を高めるためにも改善を期待します。ガバナンス分野では、指名・報酬委員会の設置にみられる法的要求を上回る対応、取締役会での社外役員による実効性あるガバナンス等は社会からの信頼性の獲得につながることでしょう。今後の課題としては、SDGsの中から、トーホーグループのコアコンピテンシーを活用できる重点領域を特定していただきたいと思っています。ステークホルダーとの相補性を高めることで、トーホーグループのサステナビリティ経営がますます深化していくことを期待します。



法政大学 人間環境学部 教授
長谷川 直哉 様

第三者意見をいただいて

トーホーグループは多くの方々から支えられているおかげで、今年創業70周年を迎えることになりました。今後も「食を通して社会に貢献する」という経営理念に基づき、社会とともに持続的に成長し、発展していきたいと考えています。このような節目の時に、サステナビリティ(持続性)の専門家であります長谷川先生から貴重なご意見を頂戴できますことは、長期的企業戦略を立てる上で大きな意味があり、大変ありがたいことだと感じています。

トーホーグループは早くからCSR活動に取り組んできましたが、近年、社会が求めるCSRは大きく変わりつつあり、事業を通して、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)などの諸課題に対し、自社の特徴を活かし、自らが具体的な目標を掲げ、解決に取り組んでいくことがとても重要なことだと認識しています。

環境(E)に関しましては、1999年のISO14001の認証取得を機に環境活動に取り組む、環境保全を目的とした目標を掲げ、達成に向けた活動が全従業員に浸透しています。また、ガバナンス(G)に関しましては、2003年から複数の社外取締役が経営に参画していただくなど、コーポレートガバナンス・コードを先取りする形で経営体制を整えています。

一方、現在多くの企業で課題となっています「働き方改革」は、当社グループでも大きな課題となっています。女性活躍推進や多様な働き方、有給休暇取得促進等と生産性の向上をバランス良く実現しながら、働きやすい環境を整えていくことが求められています。従業員がいきいきと働く風通しの良い職場をつくることにも、社会に貢献し、社会から信頼され、必要とされる企業であり続けることを目指します。



(株)トーホー 取締役
奥村 一人

	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
年度 (百万円)											
売上高	164,149	166,553	171,648	175,472	183,084	187,731	197,055	204,394	208,998	215,065	209,834
売上原価	130,368	132,331	137,198	141,046	147,827	151,694	159,829	165,844	169,883	175,184	169,840
売上総利益	33,781	34,222	34,450	34,425	35,256	36,037	37,226	38,550	39,114	39,881	39,993
販管費及び一般管理費	31,778	31,755	32,059	31,899	32,641	33,171	34,810	36,253	36,487	37,138	37,116
営業利益	2,003	2,467	2,390	2,526	2,614	2,865	2,415	2,297	2,627	2,742	2,877
営業外収益	588	418	378	692	664	500	846	211	248	223	236
営業外費用	245	548	1,358	361	347	402	454	316	323	537	219
特別利益	41	17	156	400	163	478	138	74	70	103	18
特別損失	1,424	730	1,037	634	923	2,044	539	488	257	380	366
税金等調整前当期純利益	963	1,625	528	2,623	2,171	1,396	2,406	1,777	2,364	2,152	2,546
親会社株主に帰属する当期純利益	252	821	599	1,165	1,248	559	884	516	1,000	1,017	1,208
減価償却費	1,187	1,140	1,270	1,381	1,225	1,182	1,428	1,529	1,491	1,544	1,599
設備投資額	1,557	1,385	2,303	938	1,887	2,518	2,419	1,001	1,495	1,486	2,889
年度末 (百万円)											
自己資本	19,001	19,196	19,048	20,755	21,729	21,729	22,045	22,137	23,597	24,065	24,747
総資産	67,506	67,250	68,066	73,355	73,562	75,071	76,576	75,997	80,608	78,459	77,454
有利子負債	26,290	25,676	26,230	27,599	26,765	27,308	27,119	24,761	24,392	21,843	21,524
(円)											
1株当たり当期純利益	24.30	79.00	57.90	112.60	115.85	51.70	81.10	47.35	91.62	93.23	110.65
1株当たり純資産	1,826.50	1,849.65	1,853.40	1,933.30	2,006.30	2,000.48	2,018.74	2,027.33	2,161.16	2,204.25	2,266.74
1株当たり年間配当金	12.00	8.00	8.00	9.00	9.00	10.00	10.00	10.00	10.00	30.00	50.00
経営指標 (%)											
総資産事業利益率(ROA)注3	1.69	2.81	1.26	4.12	3.30	2.20	3.47	2.57	3.21	2.87	3.39
自己資本利益率(ROE)注4	1.32	4.30	3.14	5.87	5.93	2.59	4.05	2.34	4.50	4.48	5.22
自己資本比率	28.1	28.5	28.0	28.3	29.5	28.9	28.8	29.1	29.3	30.7	32.0
従業員数(名)	1,769	1,770	1,757	1,939	1,926	1,963	2,130	2,131	2,131	2,146	2,211

注1:2015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。2006年度の期首に、当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益金額、1株当たり純資産額を算定しています

注2: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3:ROA= $\frac{\text{税金等調整前当期純利益} + \text{支払利息}}{(\text{期首総資産} + \text{期末総資産}) \div 2} \times 100$

注4:ROE= $\frac{\text{親会社株主に帰属する当期純利益}}{(\text{期首自己資本} + \text{期末自己資本}) \div 2} \times 100$

財務情報 財務の状況

1 経営成績に関する分析

1 当期の経営成績

当連結会計年度(2016年2月1日から2017年1月31日まで)におけるわが国経済は、緩やかな景気回復基調が継続し、雇用・所得環境の改善が見られましたが、当社グループが属する業務用食品卸売業界、食品小売業界におきましては、将来不安から来る消費者の生活防衛意識が依然として根強く、加えて4月に発生した「平成28年熊本地震(以下、「震災」という)」の影響もあり、予断を許さない経営環境で推移いたしました。

このような状況のもと、当社グループは、第六次中期経営計画(3ヵ年計画)「IMPACT 2017」(2015年度～2017年度)の2年目として、更なる「持続的成長と収益力の向上」の実現を図るべく「業革(業務改革)」、「挑戦」そして「意識改革」をキーワードに、7つの重点施策に沿った具体的な取組みを、スピード感を持って推進いたしました。

以上の結果、前期及び当期に実施したM&Aの寄与がりましたが、震災や大口得意先との取引減少が影響し、売上高は2,098億34百万円(前期比2.4%減)となりました。営業利益は食品スーパー事業の業績回復の遅れがりましたが、業革による生産性向上やコスト・コントロールの徹底により、28億77百万円(同4.9%増)、経常利益は前期に持分法による投資損失を計上した反動から28億94百万円(同19.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は12億8百万円(同18.7%増)となりました。

2 次期の見通し

次期(2017年2月1日から2018年1月31日まで)の見通しにつきましては、海外経済の不確実性による不透明感はあるものの、国内景気は雇用・所得環境の改善が続く中で、引続き緩やかな回復基調で推移すると予想されます。一方、人手不足の問題や将来不安から来る消費者の生活防衛意識の継続など、当社グループにおきましては予断を許さない経営環境が継続するものと思われま。

このような中、次期は会社創業70周年、第六次中期経営計画(3ヵ年計画)「IMPACT 2017」(2015年度～2017年度)の最終年度となります。更なる企業価値の向上を実現すべく、引続き7つの重点施策を強力に推進してまいります。

ディストリビューター事業部門では、創業70周年記念事業の一環として、総合展示商談会を例年の倍の会場で開催し、得意先への提案活動を強化いたします。また、プライベートブランド商品の開発・リニューアルを強化し、より付加価値の高い商品の提案を実践してまいります。

なお、3月には設備の老朽化に伴い鳥栖コーヒー工場を閉鎖し、設備を増強した六甲アイランドコーヒー工場に統合するとともに、秋口には(株)トーホー・仲間(沖縄県石垣市)の本社新築移転を予定しており、事業基盤の強化を着実に進めてまいります。また、M&A戦略も引続き活用し、事業の拡大に努めてまいります。

業革につきましてもWeb受発注システムの活用強化など、従来からの取組みを推進し、更なる生産性の向上を図ってまいります。

なお、2月1日付で当社は子会社の(株)トーホーマーケティングサポート(業務用酒類の仕入・調達事業)を吸収合併いたしました。

キャッシュアンドキャリア事業部門では、(株)トーホーキャッシュアンドキャリアが展開するA-プライスにおいて、引続き展示商談会などを通じて提案を強化してまいります。事業基盤の強化につきましては、2月の霧島店(鹿児島県霧島市)、4月の岐阜店(岐阜県岐阜市)の新店をはじめ、計画に沿った出店・移転・改装を進めてまいります。

また、6月には新業態店舗「せんどば」1号店を千葉県船橋市にオープンする予定です。「せんどば」は「プロの店舗スタッフがプロのお客様に食材を提供する」を基本コンセプトに飲食店を営むお客様へ、基本的

な業務用食材、鮮度にこだわった野菜・魚・肉、珍しい輸入食材、酒類に加え、店舗運営に係る業務支援システムや品質管理サービス、店舗内装デザイン設計・施工など、トーホーグループが持つ食材・サービス・機能をフルラインナップで提供する「ワンストップ型キャッシュアンドキャリア」事業を実現してまいります。

食品スーパー事業部門では、業界の垣根を越えた競争が一層激化していく中、地域密着型の食品スーパーとしてお客様に提供できる価値を高めてまいります。

接客やクリンリネス(常に清潔でお買い物しやすい売場を保つこと)の向上を図るとともに、商品面では地元の高鮮度野菜「かんで野菜」の取扱いを強化するとともに、(株)パローホールディングスのプライベートブランド商品「Vシリーズ」のアイテム数を拡大するなど、トーホーストアにしかない品揃えを充実させ、売上の回復を図ってまいります。また、本多聞店で来店客数の増加に寄与したインスタアペーカリーにつきましても、導入店舗を拡大してまいります。一方、物流改革や自動発注の更なる推進、畜産・水産センターの活用強化など業革による生産性の向上を図り、業績の回復に努めてまいります。

その他事業部門では、食の安心・安全に貢献する「品質管理サービス」や外食企業を対象とした業務支援システム「アスピット」、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」機能の充実を図ってまいります。

なお、2月1日付で不動産・建設関連の連結子会社4社((株)TSK(神戸市東灘区)、(株)神戸営繕(神戸市中央区)、神戸コンフォーム(株)(神戸市垂水区)、(株)日建(埼玉県草加市))が合併し、新たに「(株)トーホー・コンストラクション(神戸市中央区)」として始動いたしました。

以上により、次期の連結業績の見通しといたしましては、売上高2,140億円(前期比2.0%増)、営業利益30億円(同4.3%増)、経常利益29億50百万円(同1.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益13億円(同7.6%増)を予想しております。

2 財政状態に関する分析

1 当期の連結財政状態の概況

	当 期	前 期	増 減
総資産	77,454	78,459	△1,005
負債	52,411	53,991	△1,580
純資産	25,043	24,468	574

(金額表示:百万円未満切捨て)

総資産

当期末の総資産は774億54百万円となりました。前期末に比べ10億5百万円の減少となりました。主に減少したのは、前連結会計年度末日が金融機関の休業日であった影響等により、現金及び預金7億76百万円、受取手形及び売掛金18億3百万円、たな卸資産3億30百万円となっております。主に増加したのは、有形固定資産11億26百万円、のれんを含む無形固定資産2億51百万円、関係会社株式5億55百万円であります。

負債

当期末の負債は前期末に比べ15億80百万円減少し、524億11百万円となりました。主に減少したのは、前連結会計年度末日が金融機関の休業日であった影響等により、支払手形及び買掛金を含む流動負債12億47百万円、長期借入金4億90百万円となっております。なお、借入金の総額は207億36百万円(前期209億19百万円)となりました。

純資産

当期末の純資産は前期末に比べ5億74百万円増加し、250億43百万円となりました。親会社株主に帰属する当期純利益による増加12億8百万円の増加がある一方で、配当金の支払5億45百万円(前期末1株当たり25円、中間期末1株当たり25円)がありました。自己資本比率については当期末32.0%と前期末の30.7%に比べ1.3ポイント上昇いたしました。

2 当期の連結キャッシュ・フローの概況

	当 期	前 期	増 減
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,561	2,839	1,721
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,727	△1,207	△2,519
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,346	△3,704	2,357
現金及び現金同等物期末残高	5,674	6,204	△529

(金額表示:百万円未満切捨て)

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは、45億61百万円の収入(前期28億39百万円の収入)となりました。これは主に、税金等調整前当期純利益による増加25億46百万円(前期21億52百万円)、売上債権の減少19億31百万円(前期は81百万円の増加)、たな卸資産の減少3億75百万円(前期2億18百万円の減少)によるものであります。

投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは、37億27百万円の支出(前期12億7百万円の支出)となりました。これは主に、ディストリビューター事業部門における営業所等の新設移転、キャッシュアンドキャリア事業部門における店舗の新規出店・改装など固定資産の取得、その他事業部門の自動倉庫等の増設等による支出27億34百万円(前期14億75百万円の支出)、連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出9億95百万円(前期7億17百万円の支出)によるものであります。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは、13億46百万円の支出(前期37億4百万円の支出)となりました。これは主に、短期借入金の純増加額2億30百万円(前期2億50百万円の純減少額)、長期借入金の借入れによる収入76億円(前期65億60百万円の収入)、長期借入金の返済による支出81億36百万円(前期89億37百万円の返済による支出)、リース債務の返済による支出4億35百万円(前期4億51百万円の返済による支出)、配当金(前期末1株につき25円、中間期末1株につき25円)の支払による支出5億44百万円(前期5億47百万円の支出)によるものであります。

以上の結果、当期末の連結ベースの現金及び現金同等物の残高は、前期末に比べ、5億29百万円減少し、56億74百万円となりました。

キャッシュ・フロー指標のトレンド

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
自己資本比率(%)	29.1	29.3	30.7	32.0
時価ベースの自己資本比率(%)	25.9	29.5	30.5	35.2
債務償還年数(年)	8.7	7.1	7.7	4.7
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	15.1	22.1	21.7	45.3

(注)

①自己資本比率:自己資本÷総資産

時価ベースの自己資本比率:株式時価総額÷総資産
債務償還年数:有利子負債÷営業キャッシュ・フロー
インタレスト・カバレッジ・レシオ:営業キャッシュ・フロー÷利払い

※1:各指標は、いずれも連結ベースの財務数値により算出してあります。

※2:株式時価総額は、期末株価終値×期末発行済株式数(自己株式控除後)により算出してあります。

※3:営業キャッシュ・フローは連結キャッシュ・フロー計算書の営業活動によるキャッシュ・フローを使用しております。有利子負債は、連結貸借対照表に計上されている「短期借入金」、「長期借入金(1年内返済予定含む)」、「リース債務等(1年内返済予定含む)」の合計です。また、利払いは、連結キャッシュ・フロー計算書の利息の支払額を使用しております。

②2014年度、2015年度の末日が休日であったため、当該期がイレギュラーな数値となっております。この影響を除いた調整を行い、上記キャッシュ・フロー指標を再計算しますと次のようになります。

	2014年度	2015年度
自己資本比率(%)	29.3	30.7
時価ベースの自己資本比率(%)	29.5	30.5
債務償還年数(年)	5.7	7.5
インタレスト・カバレッジ・レシオ(倍)	27.5	22.2

3 利益分配に関する基本方針及び当期・次期の配当

企業経営にとって適正な利益分配を行うことは、企業が長期間にわたって事業活動を継続する上で非常に重要なことであります。中でも事業のリスクを負担する株主に対し、そのリスクに相応しい利益が最終的に帰属されているかどうかは、経営として最大の関心を払う必要があると認識いたしております。

次に毎期株主に帰属した利益の内、株主に還元する配当額の決定であります。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、ROEを向上させる方向で決定したいと考えております。

具体的方針としますと、ネットDEレシオ(純有利子負債÷純資産)で0.7～0.9倍程度を現状での適正な資本構成と考え、ネットDEレシオがその範囲で推移する状況において、当面配当性向40%程度を維持したいと考えます。当社は、従来から安定配当を実施しており、1株当たり純利益に連動した利益連動型配当は行っておりません。したがって、提示している配当性向は中期的に達成するものであり、一時的な利益の変動や資金の流出を伴わない特別損失などに影響されません。

なお、当期の期末配当につきましては、1株当たり25円とさせていただきます。また、次期の配当は、通期連結業績予想に基づき、1株当たり中間配当25円、期末配当25円を予定しております。

※DEレシオ、配当性向は連結ベースの数値とします。また、ネットDEレシオの計算に用いる有利子負債は、有利子負債の総額から現預金を差し引いた金額(純有利子負債)といたします。

● 連結貸借対照表

(単位:百万円)

	2015年度	2016年度
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	6,541	5,764
受取手形及び売掛金	17,124	15,321
たな卸資産	9,835	9,504
繰延税金資産	595	559
その他	3,080	2,647
貸倒引当金	△67	△38
流動資産合計	37,110	33,759
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	24,411	24,985
減価償却累計額	△14,859	△14,894
建物及び構築物(純額)	9,552	10,091
機械装置及び運搬具	4,571	5,236
減価償却累計額	△3,633	△3,726
機械装置及び運搬具(純額)	938	1,509
工具、器具及び備品	2,521	2,617
減価償却累計額	△2,098	△2,107
工具、器具及び備品(純額)	422	509
土地	15,878	15,878
建設仮勘定	0	18
リース資産	2,648	2,958
減価償却累計額	△1,847	△2,246
リース資産(純額)	801	712
有形固定資産合計	27,593	28,720
無形固定資産		
のれん	2,775	2,865
ソフトウェア	539	576
その他	100	225
無形固定資産合計	3,415	3,666
投資その他の資産		
投資有価証券	2,154	2,077
関係会社株式	743	1,299
敷金	4,049	4,049
繰延税金資産	332	176
退職給付に係る資産	2,439	3,130
その他	849	790
貸倒引当金	△228	△216
投資その他の資産合計	10,339	11,307
固定資産合計	41,348	43,694
資産合計	78,459	77,454

(単位:百万円)

	2015年度	2016年度
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	25,125	24,300
短期借入金	7,160	7,468
未払法人税等	473	667
賞与引当金	419	457
ポイント引当金	197	165
資産除去債務	14	18
その他	4,191	3,257
流動負債合計	37,582	36,335
固定負債		
長期借入金	13,759	13,268
事業所閉鎖等引当金	15	11
繰延税金負債	986	1,151
資産除去債務	407	443
退職給付に係る負債	295	375
その他	944	825
固定負債合計	16,408	16,075
負債合計	53,991	52,411
純資産の部		
株主資本		
資本金	5,344	5,344
資本剰余金	5,041	5,087
利益剰余金	12,746	13,107
自己株式	△173	△173
株主資本合計	22,959	23,364
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	478	459
繰延ヘッジ損益	△50	△21
為替換算調整勘定	—	△53
退職給付に係る調整累計額	678	997
その他の包括利益累計額合計	1,106	1,382
非支配株主持分	402	295
純資産合計	24,468	25,043
負債純資産合計	78,459	77,454

注: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

● 連結損益計算書

(単位:百万円)

	2015年度	2016年度
売上高	215,065	209,834
売上原価	175,184	169,840
売上総利益	39,881	39,993
販売費及び一般管理費		
運賃及び荷造費	4,911	4,647
販売促進費	1,802	1,716
貸倒引当金繰入額	△16	△22
退職給付費用	6	67
従業員給料	13,435	13,548
従業員賞与	2,113	2,112
賞与引当金繰入額	433	457
福利厚生費	2,448	2,483
旅費及び交通費	1,143	1,125
水道光熱費	1,832	1,623
リース料	718	759
減価償却費	1,544	1,599
地代家賃	3,262	3,325
その他	3,503	3,671
販売費及び一般管理費合計	37,138	37,116
営業利益	2,742	2,877
営業外収益		
受取利息	2	0
受取配当金	28	34
その他	192	201
営業外収益合計	223	236
営業外費用		
支払利息	126	95
その他金融費用	31	17
持分法による投資損失	313	42
貸倒損失	-	24
その他	65	39
営業外費用合計	537	219
経常利益	2,429	2,894
特別利益		
固定資産売却益	1	2
投資有価証券売却益	57	12
関係会社株式売却益	44	3
特別利益合計	103	18
特別損失		
固定資産売却損	48	0
固定資産除却損	144	186
店舗閉鎖損失	35	120
関係会社株式売却損	26	-
減損損失	99	36
その他	26	22
特別損失合計	380	366
税金等調整前当期純利益	2,152	2,546
法人税、住民税及び事業税	878	1,154
法人税等調整額	270	242
法人税等合計	1,149	1,397
当期純利益	1,002	1,149
非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△15	△58
親会社株主に帰属する当期純利益	1,017	1,208

● 連結包括利益計算書

当期純利益	1,002	1,149
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	113	△20
繰延ヘッジ損益	1	29
為替換算調整勘定	-	△53
退職給付に係る調整額	△165	328
持分法適用会社に対する持分相当額	-	△1
その他の包括利益合計	△51	282
包括利益	951	1,432
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	971	1,485
非支配株主に係る包括利益	△19	△53

● 連結株主資本等変動計算書

(単位:百万円)

2015年度

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	5,344	5,041	12,229	△171	22,444
会計方針の変更による累積的影響額			45		45
会計方針の変更を反映した当期首残高	5,344	5,041	12,274	△171	22,489
当期変動額					
剰余金の配当			△545		△545
親会社株主に帰属する当期純利益			1,017		1,017
自己株式の取得				△1	△1
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	-	-	471	△1	470
当期末残高	5,344	5,041	12,746	△173	22,959

	その他の包括利益累計額				非支配株主 持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ損益	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計		
当期首残高	364	△51	840	1,152	149	23,747
会計方針の変更による累積的影響額				45		45
会計方針の変更を反映した当期首残高	364	△51	840	1,152	149	23,792
当期変動額						
剰余金の配当						△545
親会社株主に帰属する当期純利益						1,017
自己株式の取得						△1
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	113	1	△161	△46	252	206
当期変動額合計	113	1	△161	△46	252	676
当期末残高	478	△50	678	1,106	402	24,468

2016年度

(単位:百万円)

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
当期首残高	5,344	5,041	12,746	△173	22,959
会計方針の変更による累積的影響額		44	△301		△256
会計方針の変更を反映した当期首残高	5,344	5,086	12,444	△173	22,702
当期変動額					
剰余金の配当			△545		△545
親会社株主に帰属する当期純利益			1,208		1,208
自己株式の取得				△0	△0
連結子会社株式の取得による持分の増減		0			0
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)					
当期変動額合計	-	0	662	△0	662
当期末残高	5,344	5,087	13,107	△173	23,364

	その他の包括利益累計額					非支配株主 持分	純資産合計
	その他有価証券 評価差額金	繰延ヘッジ 損益	為替換算 調整勘定	退職給付に係る 調整累計額	その他の包括 利益累計額合計		
当期首残高	478	△50	-	678	1,106	402	24,468
会計方針の変更による累積的影響額					△256		△256
会計方針の変更を反映した当期首残高	478	△50	-	678	1,106	402	24,211
当期変動額							
剰余金の配当							△545
親会社株主に帰属する当期純利益							1,208
自己株式の取得							△0
連結子会社株式の取得による持分の増減							0
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△19	29	△53	319	276	△106	169
当期変動額合計	△19	29	△53	319	276	△106	831
当期末残高	459	△21	△53	997	1,382	295	25,043

注: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

● 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	2015年度	2016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	2,152	2,546
減価償却費	1,626	1,689
のれん償却額	432	421
減損損失	99	36
固定資産処分損益(△は益)	77	120
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△118	△41
事業所閉鎖等引当金の増加額・減少額(△)	△8	△15
賞与引当金の増減額(△は減少)	0	33
ポイント引当金の増減額(△は減少)	61	△32
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	△295	△202
受取利息及び受取配当金	△31	△35
支払利息	126	95
持分法による投資損益(△は益)	313	42
その他金融収益(△)・費用	29	18
固定資産売却損益(△は益)	47	△2
売上債権の増減額(△は増加)	△81	1,931
関係会社株式売却損益(△は益)	△18	△3
たな卸資産の増減額(△は増加)	218	375
その他債権の増減額(△は増加)	△313	456
仕入債務の増減額(△は減少)	△375	△857
その他債務の増減額(△は減少)	△18	△823
未払消費税等の増減額(△は減少)	△112	△378
その他	102	160
小計	3,914	5,534
法人税等の支払額	△966	△902
利息及び配当金の受取額	34	35
利息の支払額	△130	△100
持分法適用会社からの配当金の受取額	19	12
その他金融収益入金額・その他金融費用支払額(△)	△30	△18
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,839	4,561
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	△92	△0
定期預金の払戻による収入	30	247
固定資産の取得による支出	△1,475	△2,734
固定資産の売却等による収入	585	353
投資有価証券の取得による支出	△14	△15
投資有価証券の売却による収入	89	38
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△717	△995
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による支出	—	△4
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	86	—
関係会社株式の取得による支出	—	△611
その他	301	△5
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,207	△3,727
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)	△250	230
長期借入れによる収入	6,560	7,600
長期借入金の返済による支出	△8,937	△8,136
リース債務の返済による支出	△451	△435
自己株式の取得による支出	△1	△0
配当金の支払額	△547	△544
その他	△76	△59
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,704	△1,346
現金及び現金同等物に係る換算差額	1	△17
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△2,070	△529
現金及び現金同等物の期首残高	8,275	6,204
現金及び現金同等物の期末残高	6,204	5,674

注: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

免責事項:本レポート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・計画も含まれております。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ており、諸条件の変化によって、本冊子に記載した予想・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。

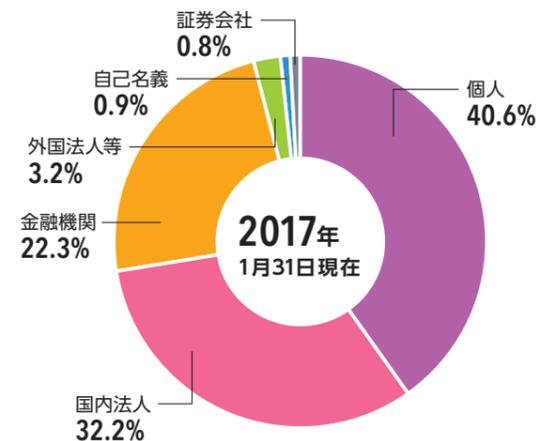
会社概要

商号	株式会社トーホー	資本金	53億4,477万円
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	代表者	代表取締役会長 上野裕一 代表取締役社長 古賀裕之
所在地	神戸市東灘区向洋町西5丁目9番	連結売上高	2,098億円(2017年1月期)
		グループ従業員数	2,211名 (嘱託・パートナー等2,346名)
		株式市場	東京証券取引所第1部、福岡証券取引所 (2017年4月18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94,553株を含む)
株主数	8,290名	単元株主数	8,071名

● 株式分布情報(所有者別)



● 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式会社	977,000	8.95
トーホー社員持株会	706,006	6.47
国分グループ本社株式会社	551,420	5.05
第一生命保険株式会社	440,000	4.03
前田 玲子	392,561	3.60
株式会社西日本シティ銀行	264,600	2.42
日本生命保険相互会社	188,160	1.72
株式会社福岡銀行	162,120	1.48
株式会社三井住友銀行	129,820	1.19
富士火災海上保険株式会社	122,819	1.12

注:持株比率は、自己株式を控除して計算しています

(2017年1月31日現在)

株主優待

1月31日および7月31日現在、100株以上お持ちの株主様には、株主優待として下記を贈呈しています。

基準日(贈呈時期)	1月31日(4月上旬)	7月31日(10月中旬)
所有株式数	100株以上200株未満	100株以上200株未満
優待品	買物割引券(100円)×25枚	買物割引券(100円)×25枚
所有株式数	200株以上400株未満	200株以上400株未満
優待品	買物割引券(100円)×50枚、 トーホーセレクト製品	買物割引券(100円)×50枚、 2,000円相当のトーホーコーヒー製品
所有株式数	400株以上	400株以上
優待品	買物割引券(100円)×100枚、 トーホーセレクト製品	買物割引券(100円)×100枚、 2,000円相当のトーホーコーヒー製品

注1:買物割引券は1,000円(税込)以上の買物につき、1,000円毎に1枚利用できます。ご利用店舗は当社ホームページでご確認ください

注2:買物割引券をご利用できない方は完全未使用の状態でご返送いただければ、その10%にあたる金額を株主様に代わり当社から社会貢献活動に対して寄付します