

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やCSR活動を通じて、健康で潤いのある食文化に貢献しています。



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。

2016年4月発行(次回は2017年4月発行予定)

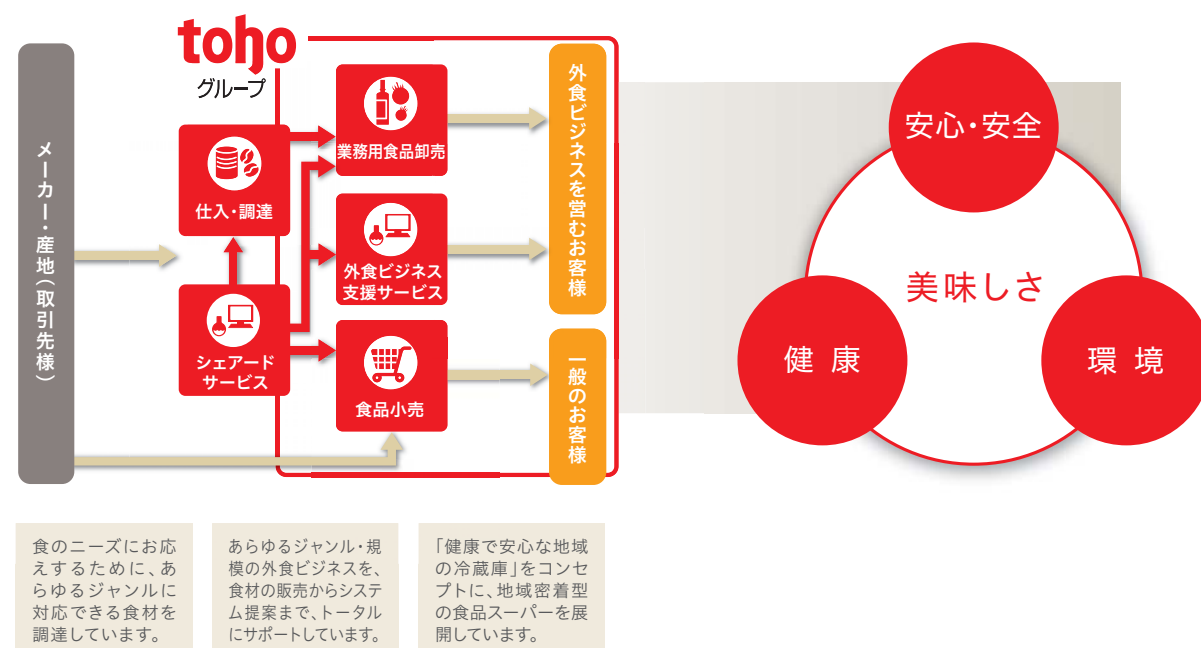
トーホーグループ CSRレポート 2016



食を通して社会に貢献する

toho

食を通して 社会に貢献する



トーホーグループは、外食ビジネスを営むお客様には、
食材の販売から業務効率化につながるシステムのご提案、
さらには品質管理や営繕のご相談までをトータルにサポート。
一般のお客様には、「健康で安心な地域の冷蔵庫」をコンセプトに
地域密着型の食品スーパーを展開し、
外食・中食・内食の「食」のさまざまなシーンを支えながら、
「食」の新しい価値をご提供し続けています。

国内外のメーカー・産地から厳選した食材の調達・開発や、
自社農場で収穫した新鮮野菜による地産地消の推進など、
あらゆるジャンルに対応できる食材をご提供している私たちは、
人間の生活にとって最も基本となる「食」文化に貢献するという
大きな社会的責任を担っています。

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、
「食」に関わる専門分野で優れた実績を積み重ねてきた
グループ各社の力を結集。
グループ各社の専門性と総合力を活かして、
「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」を基本に、
「健康で潤いのある食文化に貢献する」ことで、
社会から信頼され必要とされる企業グループを目指しています。

編集方針

トーホーグループは、2002年度に㈱トーホーが「環境報告書」を発行して以来、経営理念である「食を通して社会に貢献する」活動について報告するレポートを毎年、発行してきました。近年は報告書のマテリアリティ重視の観点から、社会・環境側面のみならず、当社グループの共通理念を集約した『toho group way』を根幹に置いた報告を行ってきました。今年度は、より幅広いステークホルダーの皆様に向けたわかりやすいレポートを目指して、当社グループの事業内容を詳しくお伝えする会社概要のページを充実（P7～14）。財務情報に加え非財務情報のページ（P35～37）を新設し、中期経営計画の報告ページも設けました（P33～34）。実践報告については、ESG（環境・社会・ガバナンス）側面を柱とする構成とし、社会を詳細に区分することでこれまでのレポートとの継続性を保ちました（P17～32）。また、ESGの各側面における導入部に特集ページを設け、より詳しい情報開示に努めています。

■ 報告対象組織 トーホーグループ

■ 報告対象期間 2015年度（2015年2月1日～2016年1月31日）

Contents

トップコミットメント	3
会社概要	7
事業紹介	9
トーホーグループのCSR 『toho group way』	15

環境への取り組み (Environmental)



特集 廃棄物の 減量化・再資源化に取り組む	17
実践報告（環境への取り組み）	19

社会への取り組み (Social)



特集 信頼のきずなを結び、 安心・安全をともに目指す	21
実践報告（社会への取り組み）	

食の価値の提供	23
地域社会への貢献	26
職場環境の充実	27
公正な事業取引	28

ガバナンスへの取り組み (Governance)



特集 経営の透明性と倫理観の高い 組織づくりを目指して	29
実践報告（ガバナンスへの取り組み）	31

企業価値の向上	
中期経営計画	33
財務情報	35
非財務情報	37

第三者意見	38
-------	----

「食」を支える企業グループとして
食の新たな価値を創造し続け、
さらなる社会貢献を目指します。

トーホーグループでは、「食」を専門分野とする企業が互いに力を結集し、各々の専門性・地域性・独自性を活かしつつ、「食」の新しい価値をトータルにご提供しています。品質に優れたあらゆる食材の仕入れはもちろん、自社農場での生産まで手がける広範な食材調達力をベースに、外食・中食・内食という「食」のさまざまなシーンを支え続けているのです。

私たちが目指すのは、「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、社会から信頼され必要とされる企業グループとしての存在価値を高めていくことです。2016年1月末現在で28社となったグループ企業が、環境と社会への配慮を深め、コーポレート・ガバナンスへの対応を推し進めることで、グループとしてのシナジーを生み出す力も一層高まると考えます。

事業を通じた社会貢献にさらなる厚みを加えていくために、成長とともにしっかりと理念の共有化を図り、グループの総合力を引き出していきます。

株式会社トーホー
代表取締役社長

上野 裕一

『toho group way』を軸にグループ各社の力を束ね
「食を通して社会に貢献する」理念を全うしていきます。

「食」を取り巻く環境と トーホーグループの経営状況

近年、食品に関わるさまざまな事件が相次ぎ、「食」に対する社会の目は厳しさを増しています。トーホーグループは、業務用食品卸売業界の中でも先駆的に品質管理部門を設け、食の安心・安全に取り組んできました。近年ではグループ内に留まらず、食品業界への品質管理サービスの提供を始めるとともに、残留農薬を中心に食品分析事業を行う㈱キューサイ分析研究所にも資本参加し、品質への取り組みを一層深化させてきました。また、グループ会社で外食企業向け業務支援システムの販売を手がける㈱アスピットでは、アレルギー関連を含む品質情報の提供サービスも行っています。今後も、こうした「安心・安全」重視の経営や支援サービスを継続し、「食」に対する社会の目にしっかり応え続けます。

経営環境としては、特に年の前半において、円安などによる原材料の高騰が課題となりました。これに対し積極的なIT投資による業務改革で生産性の向上に取り組んだほか、コスト・コントロールにも継続して取り組みました。一方、お客様からの信頼・支持を高めるため、提供できる付加価値の強化にも努めました。ディストリビューター事業やキャッシュアンドキャリー事業では展示商談会を頻繁に開催し、季節や専門性、人手不足に対応できる食材といった外食産業の繁盛に貢献できる提案を継続しました。食品小売事業においては、「非価格競争」の原則を貫くべく、差別化商品の拡充を進めました。今後、日常商品においても「モノからコトへ」の消費行動の変化が本格化していけば、社会に貢献できる機会はさらに多くなると考えています。

中期経営計画の進捗状況と CSRの側面から捉えた経営計画の意義

2015年度からスタートした中期経営計画「IMPACT 2017」においては、7つの重点施策の一つとして、グルー

プシナジーの発揮を重視しています。2015年2月には業務用食品の調達一本化によるシナジー追求を意識した施策として㈱トーホーマーケティングサポートの酒類を除く事業をトーホー本体に組み入れました。また新規グループ入りした会社の情報システムや人事・給与制度の整備にも力を注ぎ、まず、グループ全体の経営ができる体制づくりを進めています。次の段階では、各社の長所を融合させ、さらなるシナジーの発揮に取り組みたいと考えています。

同じく重点施策の一つであるM&A戦略の加速に関しては、2015年12月にシンガポールで日本食の食材を中心に業務用食品卸売事業を営むマルカワトレーディング社を100%子会社とすることで、初の海外進出を果たしました。これにより海外における事業活動についてのノウハウの蓄積に努め、将来、食を通じた社会への貢献をグローバル化していくための一つの布石とする考えです。

環境への配慮、社会貢献に関する この1年間の取り組み

2015年度は、かねてからグループ横断で取り組んできた「節電・省エネ・創エネ」活動については、本社駐車場に設置した太陽光発電が計画を上回る成果を上げたほか、年間約5千万円の電力コストの上昇緩和が見込まれる新電力も導入しました。ほかにも、従業員の意識啓発も含めたさまざまな環境活動に地道に取り組み、それぞれに進展を遂げています。

社会貢献活動にも力を注ぎ、多様な取り組みを展開。中でも女性の活躍を推進するトーホー・ポジティブ・アクション(TPA)推進プロジェクトIIは、4つの分科会が真剣な議論を重ね、最も重要かつ困難な意識改革においても確かな成果を上げることができました。女性の採用が増え、職域も広がり、今後、経験値の高まりと比例して女性管理職の数も増加していくと考えています。

コーポレート・ガバナンスの現状と その充実に向けた施策

経営の持続的な成長を測る指標として、環境および社会への配慮とともに重視されるガバナンスへの対応に関しては、2015年6月に策定された、コーポレートガバナンス・コードへの対応を進め、全ての原則について検討を終えることができました。未対応となった原則についても、準備を進めています。

「取締役会評価」については、社内外の取締役に対するアンケート調査を行い、その結果に基づく分析・評価もすでに完了しています。取締役会の機能を改善し、実効性を高めていくために、評価の実施を毎年継続し、結果の活用を図っていきます。

また、社外取締役の選任については、当社グループは極めて早期から取締役の半数に社外取締役を配し、倫理観の高い開かれたコーポレート・ガバナンス体制を築いてきました。「企業は天下の公器である」という厳然たる事実には則り、「透明であること」を経営の基本に据えているためです。私自身、公明正大で嘘のない経営を行うことが、経営者として取り組むべき最重要課題であると認識しています。株主総会についても、株主の皆様と直接に会話できる唯一の機会として大切に考え、真摯に質問にお答えしていますし、数年前からは学生も招待するなど開かれた株主総会を実践しています。

今後も、こうした姿勢を変えることなく、より理想的なコーポレート・ガバナンスを追求していきます。



『toho group way』のグループへの 浸透状況と具体的な成果、今後の課題

当社グループは、「グループ力」によるトータルサポートで外食ビジネスに貢献するために、また、地域に根付いた事業や技術を後継者問題などで絶やしてしまわないために、各社の独自性を大切に守りながらグループに加わっていただくM&A戦略を積極的に展開しています。この結果、2016年1月末現在、グループ企業は28社を数え、それぞれに個性豊かな「独立経営」を行っています。

独自性を守りながらトーホーグループのシナジーを高める、その求心的役割を担うのが、当社グループが守るべき理念を集約し明文化した『toho group way』です。2014年の制定以来、毎朝1ページずつ唱和するなど、職場独自に工夫を重ねながらグループ全体に理念を浸透させてきました。労働組合が毎年実施しているアンケート調査でも、『toho group way』に関する記述が増え、理念共有の動きが高まっていることを実感しています。

グループを牽引する立場に立つ者として、『toho group way』の一層の浸透を図り、皆が一体感を持って課題に挑める風通しのいい職場環境づくりを進めていきます。

グループシナジーによって成し遂げる 「価値創造のビジョン」の具体像

当社グループは現在、創業70周年に向け、さらなる成長のための着実な歩みを重ねています。当社グループの企業価値を高めていくために、持続的な成長は重要です。私は、これに加えて、しっかり税金を納めていることにも大きなウエイトを置いています。それは適正な利益を上げて法人税を納め、雇用を維持・拡大して従業員に適正な所得と安定した暮らしを提供することが消費の活性化にもつながり、消費税を通じた社会保障の財源の安定化にもつながると考えるからです。M&Aを行う際も、経営理念に加え、人を大切にする体質や適性利益は対象企業を測る重要な指標の一つです。

当社グループは、業務用食品専門の卸売企業として国内トップのポジションにあります。これを持続し、さらに成長を遂げるためには、「量」だけではなく「質」の面でもNo.1であり続けなくてはなりません。そのためにIT投資

を積極的に行い、業務改革を断行し、生産性の向上を図っています。さらに、さまざまな施策によりグループシナジーを最大限に引き出す努力を続け、従業員の処遇を充実させながら利益も出せる強い企業グループとなることを目指しています。

今後は、このようにして培った成長エンジンを活かし、新しいビジネスに挑戦していくことが、グループとしての課題となります。コア事業に新たなビジネスを加えることで、外食ビジネスのトータルサポート機能を強化し、技術・ノウハウを高めていく。それによって外食ビジネスへの貢献に厚みを増し、さらに付加価値を提供できるグループになっていきたいと考えています。それには従業員一人ひとりの意識改革が欠かせません。従来の考え方の殻を破って新しいビジネスモデルに挑戦していく気運を高め、新たな価値の創造へと向かっていきます。

業務用食品卸売業界No.1企業としての トーホーグループの責任

当社グループは、業界No.1企業としての責任も果たさなくてはなりません。特に重視しているのが、「食」に関わる業界を変革するための貢献です。業務用食品卸売業界も、お客様である外食産業業界も、社会において「食」を扱う重要な役割を担っています。しかしながら、業界の給与水準や非正規雇用の割合などは、その重要性に見合った状況にはありません。

こうした現状を変革していくことは、広く社会に貢献することだと考えています。「食」は生命の根幹にあります。その「食」を提供する企業体が健全であってこそ、人々の「食」の健全性が保たれ、健康寿命が伸び、一億総活躍社会の実現をも引き寄せることができるからです。だからこそ当社グループは、率先して業務改革によって生産性を高め、従業員の処遇改善に積極的に取り組んでいるのです。

次年度に向けたCSRの重要課題と 獲得目標

私は、「企業が徹底的に理念を追求していくことがCSR活動である」と考えています。経営理念が浸透している当社グループにおいては、CSRに対する意識も深まっている



と感じていますが、今後重視していきたいのが、私が常々大切にしている「企業は人なり」という概念に基づく職場づくりです。

全ての従業員がより高いモチベーションを持って働ける職場づくりに課題はつきません。2015年4月には、有期雇用から無期雇用、正社員への道筋を明確化した「パートナー社員人事・給与制度」を㈱トーホーストアに導入しましたが、これを、㈱トーホーキャッシュアンドキャリアへと拡大します。また、現在、コア事業を担い、規模の上からもグループの方向づけに大きな影響力を持つ㈱トーホーフードサービスでは、仕事を複数担当制に変えることで各人が長期休暇をとれる体制を整え、連休取得の推進活動を展開しています。こうした、地道な施策を積み重ねることで、人間力を活かしきる経営を一步も二歩も前進させます。

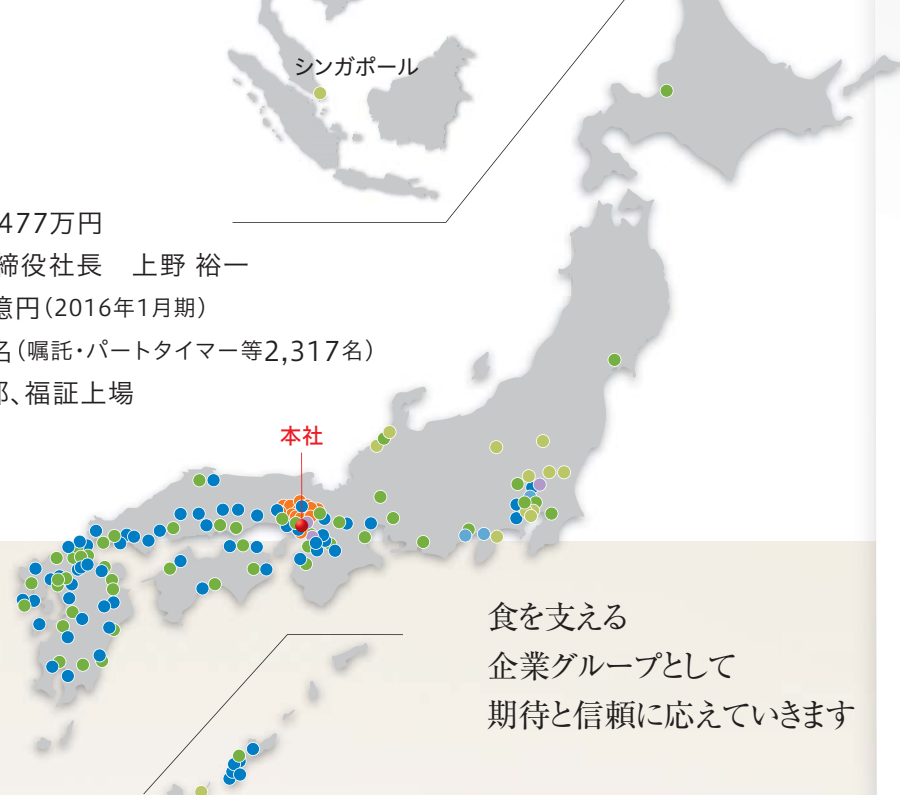
そして、理念追求の指針となる中期経営計画「IMPACT 2017」では、結果だけでなくプロセスを重視する考え方に立って施策の推進に力を注ぎます。「社会から信頼され必要とされる会社へ」をテーマとする「IMPACT 2017」に定めた目標を達成することは、そのまま、CSR活動の獲得目標と重なります。“toho”に関わる全ての皆様が満足され、幸せになる経営を目指して、かつてない課題にも果敢に挑んでまいります。

当社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いただき、忌憚のないご意見を賜れば幸いです。

2016年4月

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	代表取締役社長 上野 裕一
所在地	神戸市東灘区向洋町西5丁目9番	連結売上高	2,150億円(2016年1月期)
		グループ従業員数	2,146名(嘱託・パートタイマー等2,317名)
		株式上場	東証1部、福証上場
			(2016年3月31日現在)



トーホーグループが一体となって
食の多様なシーンに貢献しています

食を支える
企業グループとして
期待と信頼に応えていきます



沿革

1947(昭和22)年 10月	有限会社藤町商店(佐賀市)創立(食品卸売事業を開始)
1951(昭和26)年 10月	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
1953(昭和28)年 3月	東蜂産業株式会社設立(本社:神戸市/支店:福岡市)
1954(昭和29)年	外食産業への食品卸に本格的に参入
1960(昭和35)年 4月	トーホーストア1号店(水前寺店)開店
1963(昭和38)年 4月	神戸地区にトーホーストア1号店(垂水店)開店
1970(昭和45)年 10月	業務用自社ブランド商品(GBブランド)の開発が本格化
1983(昭和58)年 1月	業容の拡大と今後の発展を期し、社名を「株式会社トーホー」とする
9月	株式上場(大証2部、福証)
1985(昭和60)年 9月	常温・冷凍の自動倉庫を備える鳥栖物流センターと鳥栖コーヒー工場が完成
1987(昭和62)年 5月	業界の先駆けとなるプロの食材の店「A-プライス」1号店(中津店)開店
1994(平成 6)年 4月	厳正な商品の維持・管理に努めるため品質管理室(現品質保証部)を設置
1995(平成 7)年 7月	六甲アイランド(神戸市)に本社移転
1997(平成 9)年 3月	関東進出(東京支店を開設)
7月	株式上場(大証1部)
1998(平成10)年 9月	環境管理室(現CSR推進部)を設置
1999(平成11)年 5月	7温度帯管理など、その後のモデル事業所となる福岡支店完成
8月	ISO14001認証取得
2000(平成12)年 10月	最新設備を備えた六甲アイランドコーヒー工場完成
	安心・安全な業務用プライベートブランド「EASTBEE」商品投入
	A-プライスブランド「スマイルシェフ」商品投入
11月	株式上場(東証1部)
2001(平成13)年 4月	株式会社アスピット設立、外食産業向けASP事業スタート
2002(平成14)年 12月	新たな社会貢献活動の一環として食育・食農活動スタート
2003(平成15)年 10月	フェアトレードコーヒー発売開始
2005(平成17)年 2月	コーヒー豆の炭焼焙煎法にて初の特許取得
4月	兵庫楽農生活センター事業に参画
2006(平成18)年 11月	楽農レストラン「育みの里 かんでかで」オープン
12月	プライバシーマーク認証取得
2007(平成19)年 7月	六甲アイランド・鳥栖コーヒー工場でISO22000認証取得
2008(平成20)年 1月	株式会社トーホー・パワーラックスがグループ入り
6月	次世代認定マーク「くるみん」取得
8月	持株会社制へ移行、株式会社トーホーフードサービス、株式会社トーホーストア、株式会社トーホービジネスサービス新設
2009(平成21)年 2月	「食の安心情報サービス」、「品質管理サービス」スタート
6月	株式会社昭和食品がグループ入り
	株式会社キューサイ分析研究所に出資(持分法適用会社)
9月	株式会社神戸営繕がグループ入り
12月	農業法人株式会社トーホーファームを設立
2012(平成24)年 2月	株式会社トーホーフードサービスを会社分割
	株式会社トーホーキャッシュアンドキャリー、株式会社トーホーマーケティングサポートを新設
	河原食品株式会社がグループ入り
2013(平成25)年 12月	株式会社トーホーウイング(特例子会社)を設立
2015(平成27)年 2月	株式会社トーホーマーケティングサポートの業務用食品(酒類を除く)仕入・調達事業を株式会社トーホーに吸収分割
10月	株式会社昭和食品、株式会社トーホー・群馬、株式会社トーホー・カワサキが合併し、株式会社トーホー・北関東に商号変更
12月	シンガポールのMarukawa Trading(S) Pte.Ltd. がグループ入り、初の海外進出



1951(昭和26)年
自家焙煎を開始



1953(昭和28)年
東蜂産業株式会社を設立



1970(昭和45)年
GBブランド開発本格化



1987(昭和62)年
A-プライス1号店開店



1995(平成7)年
本社移転



2000(平成12)年
業務用
プライベートブランド投入



2002(平成14)年
食育・食農活動開始



2008(平成20)年
持株会社制へ移行

ディストリビューター(業務用食品卸売)事業

業務用食品卸売を通して 外食ビジネスをトータルにサポート

お客様のニーズに合った
業務用食品を調達、お届け

外食ビジネスを営むお客様のニーズに合った業務用食品を調達し、お届けするのが「ディストリビューター事業」。(株)トーホーフードサービスをはじめ、13社74事業所で全国展開しています。

「商品」「情報」「サービス」で
お客様の価値創造を支援

食のプロにお応えする業務用食品の販売だけでなく、トレンドに合わせたメニュー提案、新商品情報の提供、業務効率化につながるシステム・サービスの提案まで、お客様のビジネスにおける価値創造を支援します。



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品を調達。
豊富な品揃えでお客様の食品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品を、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。



美味しさと安心・安全を提供

長年の実績とノウハウを活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アップしています。



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。



情報

食品のみならず、お店に役立つ新商品やメニューの提案、
外食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

最先端トレンドをご紹介する定期的な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。



「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。



プレゼンテーションルームで 情報発信

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各営業拠点に設置し、お客様への情報発信を行っています。



メニュー開発もお手伝い

メニュー担当スタッフが、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。



サービス

業務効率化を支援するシステムのご提供から、物流システムの構築、品質管理サービスに至るまで、専門性を備えたグループ企業との連携のもと、お客様をトータルにサポートします。

専門性を備えたグループ企業が
トーホーならではの総合力を発揮

トーホーグループでは、コア事業である食品の提供に加え、業務効率化につながるシステムのご提案、品質管理サービス、店舗の営繕なども実施。専門性を備えたグループ企業の総合力によって、外食ビジネスを営むお客様が抱えるさまざまな課題に幅広くお応えしています。



外食ビジネスを営むお客様

サービス提供

tohoグループ 外食ビジネス支援サービス事業

外食企業向けの事業支援システム 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、勤怠管理などの業務支援システムをASPでご提供。外食産業様の業務効率化をサポートします。

導入に必要な環境は
パソコンとインターネット環境だけ

システム開発の「費用」「時間」「手間」が不要

安価なランニングコストで
大規模チェーンレベルの最新のシステムをご提案

ASPIT 株式会社 アスピット

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。

T-Biz 株式会社 トーホービジネスサービス

出店・改装サービス～店舗内装設計・施工、営繕、不動産仲介～



施工例：ステーキ宮 東金店様

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。

株式会社 日建

株式会社 TSK

株式会社 神戸 営繕



(株)トーホーフードサービス

TOPICS

開設・移転

市場環境に応じた事業所再編

(株)トーホーフードサービスではさらなるシェア拡大のため、事業所再編を行い、東海地区では2015年6月に浜松営業所を開設し、近隣の岡崎支店を統合しました。関東地区でも同年7月に埼玉支店を倉庫一体型の事業所として移転し、機動性を高めました。



浜松営業所開設(2015年6月2日)



埼玉支店移転(2015年7月1日)



(株)トーホー・北関東

TOPICS

グループ連携

グループ連携強化により事業力を向上
「(株)トーホー・北関東」始動

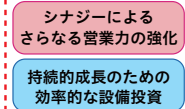
2015年10月、北関東地区の(株)昭和食品(存続会社)、(株)トーホー・群馬、(株)トーホー・カワサキが合併、商号を変更し、「(株)トーホー・北関東」として新たに始動しました。持続的成長のための効率的な設備投資やシナジー効果による営業力の強化など事業力の向上を図ります。



商号変更



吸収合併



新規M&A

TOPICS

M & A

グループ初の海外進出
国内では北陸地区を強化

2015年12月、シンガポールのMarukawa Trading (S) Pte.Ltd.(マルカワトレーディング)がグループ入りし、初の海外進出を果たしました。同社は日本食レストランなどへ日本食の食材を中心に販売しています。

トーホーグループの商品力で同社の品揃えを強化するとともに、海外事業のノウハウの蓄積に取り組みます。

一方国内では2015年4月、石川県金沢市を中心に業務用食品卸売事業を営む(株)プレストサンケー商会在がグループに加わり、北陸地区における事業基盤を強化しました。



マルカワトレーディング
(2015年12月16日グループ入り)



(株)プレストサンケー商会在
(2015年4月1日グループ入り)



(株)トーホーフードサービス

TOPICS

業革

業界全体の業務効率化に寄与
Web受発注システム
「toho Order Pro」を導入



「toho Order Pro
(トーホーオーダープロ)」
パソコン・スマホ・タブレットに
対応

(株)トーホーフードサービスでは、電話・FAXで受発注をいただいている得意先様・仕入先様を対象に、インターネットを活用したWeb受発注システム「toho Order Pro(トーホーオーダープロ、通称TOP)」を開発し、2015年6月より順次運用を開始しました。「TOP」の導入により、得意先様・仕入先様の受発注に係る利便性向上を図ります。

キャッシュアンドキャリー(業務用食品現金卸売)事業

「プロの食材の店」で 毎日の仕入をお手伝い

こだわりの業務用食品を豊富に取り揃え、
「A-プライス」などの店舗を関東以西に展開

飲食店様向け業務用食品を店舗販売するのが「キャッシュアンドキャリー事業」です。(株)トーホーキャッシュアンドキャリーが運営するプロの食材の店「A-プライス」をはじめ、関東以西に99店舗を展開。「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに、素材や原料にこだわった商品をご提供しています。



高品質・低価格の 「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。



会員制ならではのサービスも

A-プライスでは、毎日の仕入に役立つ情報満載のデジタルチラシの配信やお得なポイントシステムによる特典など、会員制ならではのサービスをご提供しています。



食品スーパー事業

高品質・高鮮度を提供する 「健康で安心な地域の冷蔵庫」

いつも笑顔を大切に、
お客様の健康で安心な食生活を支える

(株)トーホーストアは、「健康で安心な地域の冷蔵庫」をコンセプトに、兵庫県内で42店舗の食品スーパーを運営しています。高品質・高鮮度にこだわり、生鮮3品の新鮮食品に加え、惣菜や日配品も充実。毎日のおかずにご利用いただける商品を豊富に取り揃えています。



地産地消への取り組み

地元の食材を地元のお客様へ。自社農場や契約農家が栽培した新鮮野菜、水揚げされたばかりの鮮魚を販売するなど、地産地消にも積極的に取り組んでいます。



「くらしアイ」で暮らしを支える

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。



(株)トーホーキャッシュアンドキャリー

TOPICS

会員様とのコミュニケーション強化！ スマホ向け「A-プライスアプリ」導入

2015年10月、スマートフォン向けアプリ「A-プライスアプリ」をリリースしました。デジタルチラシや店舗でのイベントまで毎日の仕入に役立つ情報の発信や、アプリ限定のデジタルクーポンの発行などサービスの充実を図り、会員様とのコミュニケーションを強化しています。



(株)トーホー・C&C静岡

TOPICS

静岡県のC&C事業会社を合併 「(株)トーホー・C&C静岡」誕生

2016年2月、日食商事(株)が(株)小松屋食品を吸収合併し商号を変更、「(株)トーホー・C&C静岡」として始動しました。持続的成長のための設備投資やシナジー効果による営業力の強化など事業力の向上を図ります。

日食商事(株)

(株)小松屋食品

toho
C&C Shizuoka
株式会社 トーホー・C&C 静岡



(株)トーホーストア

TOPICS

事業力向上のために (株)バローホールディングスと資本・業務提携

2015年6月、(株)トーホーストアは、スーパーマーケットを中心に多面的に事業を展開する(株)バローホールディングスと資本・業務提携を実施。商品・物流・資材・店舗開発などについて協業し、事業力の向上を図っていきます。



バローのプライベートブランド「Vセレクト」を2015年11月からトーホーストアで販売開始



従業員のモチベーション向上 パートナー社員人事・給与制度導入

2015年4月、トーホーストアのパートナー社員・嘱託を、働き方などに応じて「レギュラーパートナー」「リーダーパートナー」「マスターパートナー」の3つに区分。モチベーション向上のため職務ごとの評価項目や処遇を明確化するとともに、希望や能力に応じてステップアップ(区分転換)を可能にし、正社員登用までの道筋を整備しました。

目指す姿

経営方針

社会から信頼され必要とされる会社へ

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る企業グループです。その特色は、グループ各社が成長を続けるために、それぞれが自主独立した経営を行っていることです。この自立と権限委譲による組織経営を行いながら、トーホーグループが一体となって「食を通して社会に貢献する」ために、グループ共通の理念「toho group way」があります。



「toho group way」

「toho group way」は、グループの求心力を高めることを目指すとともに、社員・従業員一人ひとりが、グループが目指す目的と大切にしている価値観を共有し、その実現を追求するための拠り所でもあります。組織から個人に至るすべての活動において、経営方針として掲げられたグループが目指す姿は、トーホーグループの社会的責任そのものであり、私たちは経営と一体となったCSR活動を推進しています。



使命

経営理念

トーホーグループの存在意義

企業の価値観

経営憲章

創業時から脈々と受け継がれる経営の根幹

個人の価値観

社是社訓

「経営憲章」の精神を具体的な心得・行動として落とし込んだもの

社員心得十カ条

社員一人ひとりの考え方や行動の拠り所

経営理念

経営憲章

社是社訓

社員心得十カ条

社会的責任

CSR
マネジメント

コーポレート・ガバナンス

コンプライアンス

ダイバーシティ・マネジメント

組織の視点

トーホーグループの企業価値を高め続けるために充実を図る経営の仕組み

事業の視点

トーホーグループが社会的責任を果たすうえで根本となる基本ルール（法令、社会規範、企業倫理）遵守の徹底

個人の視点

トーホーグループ各社の独自性、社員・従業員一人ひとりの個性を尊重し、その多様性を最大限に活かすためのアプローチ

経営理念

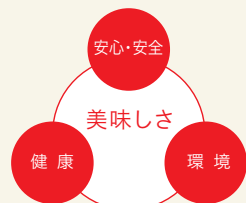
「食を通して社会に貢献する」
「健康で潤いのある食文化に貢献する」

〈経営憲章／社是社訓／社員心得十カ条〉を貫く価値観

「企業は天下の公器なり」
「企業は人なり」
「質実剛健」

経営のキーワード

「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」



トーホーグループが
関わる対象



トーホーグループが
果たすべき社会的責任



当レポートは、トーホーグループがステークホルダーのために果たすべき社会的責任を6つのCSR活動指標としてまとめ、各指標に沿ってそれぞれの活動事例を報告しています。

ESGの観点に沿った実践報告

当レポートでは、CSR活動の実践報告を、当社グループの中長期的な企業価値を測る情報として活用していただきやすいように、

E (Environmental: 環境)
S (Social: 社会)
G (Governance: ガバナンス)
の分野にまとめました。

Environmental

環境への負荷を低減する
事業活動の実現へ



環境への取り組み

Social

社会から信頼され
必要とされる
会社となるために



社会への取り組み

食の価値の提供



地域社会への貢献



職場環境の充実



公正な事業取引



Governance

透明性の高い経営
倫理感の高い
組織であるために



ガバナンスへの取り組み

廃棄物の 減量化・再資源化に取り組む

コーヒーチャフ(コーヒー生豆の薄皮)、コーヒーかすの再利用で環境負荷を低減

創業以来の主力商品としてトーホーグループが大切にしているコーヒー。その製造過程で出る「コーヒーチャフ」や、コーヒー抽出後の「コーヒーかす」を無駄にしたいくないという思いから再利用を推進し、廃棄物の減量化を図るとともに、より環境にやさしい畜産業・農業の実践にも貢献しています。

生豆の薄皮「コーヒーチャフ」が 牛の寝床に生まれ変わり、 さらに堆肥として野菜の栄養に

コーヒーの生豆を焙煎することで生まれるのが、あの独特の味と香り。その焙煎の際に生豆が膨張し、表面を覆う薄皮(種皮)がはがれ落ちます。それが「コーヒーチャフ」です。通常はそのまま廃棄されるコーヒーチャフですが、トーホーグループではこれを牧場に提供。牛舎の寝床としてリサイクルされ、その後も堆肥として美味しい野菜の生産に活用されています。トーホーグループにとっては産業廃棄物の削減に、牧場や農家にとっては生産物の品質向上などに役立ち、さらに地球環境にもやさしい、良いことずくめの取り組みです。

■コーヒーチャフの再利用



受入先様 コーヒーチャフは子牛の寝床に最適
トーホーとともにエコを目指します

当牧場では美味しくて安心・安全な大和牛(やまとうし)を飼育しています。牛舎の寝床はおがくずをベースにしていますが、コーヒーチャフを混ぜるとふんわりと柔らかい寝床になるので、子牛用などには最適です。また、コーヒーチャフを入れて発酵を促進した堆肥を近隣の専業農家に無償で提供。栽培された有機野菜は、柔らかさや甘み、色合いなどが全く違うと喜んでいただいています。これからもトーホーさんと協力して、一緒にエコを目指していきたいと思っています。

金井牧場(奈良県宇陀市) 現場長
金井 文利様



toho グループ コーヒーを通じた社会貢献に
喜びとやりがいを感じています

(株)トーホーでは、厳選した安全な生豆から高品質の業務用コーヒーを製造しています。また、フェアトレード有機コーヒーの取扱いなど、付加価値向上と社会貢献にも取り組んでいます。当工場から出るコーヒーチャフが廃棄されず再利用されるのは、とてもうれしいこと。当社の思いに賛同し協力してくださっている方々には、心から感謝しています。今後も、より美味しく安心・安全で、環境にもやさしいコーヒーの提供に努めたいと思います。

(株)トーホー 六甲アイランドコーヒー工場長
井上 正広



コーヒー抽出後の 「コーヒーかす」を再利用、 環境にやさしい農業に取り組む

トーホーグループでは、コーヒー抽出後の「コーヒーかす」の再利用も推進。(株)トーホー本社敷地内から出たコーヒーかすを、里山の雑草駆除剤や土壌改良材として再利用しています。また昨年からは兵庫楽農生活センターにおいて、コーヒーかすを混ぜて作った堆肥を農業に活用する取り組みも始めました。さらに、A-プライス店舗では、乾燥させたコーヒーかすをお客様に消臭剤などとして提供しています。

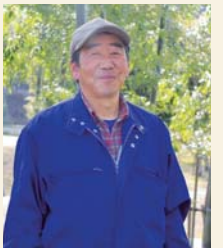
■コーヒーかすの再利用



受入先 コーヒーかすの再利用も
「農のゼロエミッション」の一環です

コーヒーかすには除草効果・消臭効果があるため、野菜くずを発酵させて堆肥化する際の悪臭を抑え、虫が寄りにくくなるメリットがあります。昨年初めて敷地内の竹やぶにコーヒーかす入りの堆肥を散きました。この春にはタケノコを収穫し、楽農レストラン「育みの里 かんでかんで」でお客様に提供する予定です。「農のゼロエミッション」を目指す当センターでは、今後も廃棄物の減量やリサイクルを通じて、廃棄物の削減に貢献したいと考えています。

兵庫楽農生活センター
花田 博司



toho グループ 「もったいない」の気持ちを大切に
食品事業者の務めを果たしています

(株)トーホーの特例子会社である当社では、グループ企業と連携して3R(リデュース・リユース・リサイクル)に貢献するさまざまな取り組みを行っています。給湯室などからコーヒーかすを回収し、兵庫楽農生活センターへ発送する作業も、その1つです。コーヒーかすをただ捨てるのはもったいない。グループの農場で堆肥化し農作物として生まれ変わらせるというこの取り組みは、グループ内の事業をうまく活かした有意義なリサイクル活動になっています。

(株)トーホーウイング
取締役 業務支援部長
森本 太朗



環境への取り組み

環境への負荷を低減する 事業活動の実現へ

toho 環境方針と環境マネジメント グループ トーホーグループ

「環境方針」のもとで取り組みを進め 環境マネジメントの強化も図っています

トーホーグループでは、地球環境問題をCSRの重要課題と考え、環境活動の基本となる「環境方針」を定めて、グループ全体で、さまざまな取り組みを行っています。

環境方針

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及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)

また、環境マネジメントシステムの構築にも努め、2016年1月末時点において、トーホーグループ全体で計24サイトが、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。

さらに、環境マネジメントシステムの円滑な運用を図るため、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2015年度は、限りある資源の有効活用のため、グループ全社での「節電」と、食品廃棄物の削減につながる「食品リサイクル」を推進しました。

toho 地球温暖化の防止 グループ トーホーグループ

グループ全体で節電・省エネに注力し 「再生可能エネルギー」発電にも取り組んでいます

2015年度には、グループ横断組織「節電・省エネ・創エネ検討プロジェクト」を「コスト・コントロール委員会」に発展的に吸収。「環境マネジメント委員会」と協力しながら、クールビズ・ウォームビズ推進、照明のLED化、冷凍・冷蔵庫の最適温度制御、フロン類の包括的対策などを進めました。



照明のLED化を推進

(株)トーホーフードサービスでは、冷凍・冷蔵庫の温度管理を自動制御する「低温流通管理システム(メルタッチ)」の導入を進めています。2015年度は新たに3事業所で導入し、計15事業所となりました。当該事業所の電力使用量は、導入前との比較で約10%の削減が実現しています。

また、(株)トーホーキャッシュアンドキャリーA-プライス店舗並びに(株)トーホーストア店舗では、リーチインショーケースを導入し、加えてA-プライス店舗では蓋付き冷凍ショーケースも導入するなど、店舗改装時などに省エネルギータイプの冷凍・冷蔵ショーケースへの入れ替えを積極的に推進しています。



蓋付き冷凍ショーケース

再生可能エネルギーへの取り組みに関して、(株)TSKは(株)トーホー本社駐車場とトーホー平野祇園ビルに太陽光発電設備(合計出力規模265.5kW)を設置し発電しています。2015年度の年間発電量実績は30万kWhでCO₂削減量は152トンとなりました。

環境保全と電力問題への対応は、企業の社会的責任であり、これからも積極的に取り組んでいきます。



(株)トーホー本社駐車場の太陽光パネル



toho 食品廃棄物の削減 グループ トーホーグループ

食品廃棄物の発生抑制やリサイクルを推進 レストランは神戸市からの認定も受けています

(株)トーホーフードサービスでは、賞味期限管理の徹底や不良在庫管理の強化などにより、食品廃棄物量の削減に取り組んでいます。食品廃棄物の約9割を占める賞味期限切れなどの廃棄商品について、その金額や量の正確な数値を把握し、廃棄量が多い事業所に対して指導を行っています。また、食品廃棄物のリサイクルにも積極的に取り組んでいます。

(株)トーホーストアの店舗では、廃棄ロス率を管理することで食品廃棄物の発生を抑制するとともに、発生した食品廃棄物のリサイクルを推進しています。例えば、店舗から排出される食品廃棄物の約6割を占める野菜くずを液体肥料にしたり、食品廃棄物を家畜の飼料にしたりといった取り組みを実施。現在、魚のアラや牛脂など5種類の食品リサイクルを行っています。

2015年に一部改正された食品リサイクル法では、食品小売業全体で2019年度末までに食品リサイクル率を55%とすることが目標とされました。(株)トーホーストアでも、食品リサイクル率向上への取り組みを引き続き行っています。



食品廃棄物の分別
(トーホーストア店舗)

(株)トーホーが運営する楽農レストラン「育みの里 かんでかんで」は、廃棄物の発生抑制・減量化に取り組む飲食店として神戸市から「ワケトンエコレストラン」に認定されています(現在認定店は市内8店舗のみ)。ゼロエミッションに向け、食品廃棄物の堆肥化や廃油のバイオディーゼル化を現地で実施し活用しているほか、食品廃棄物の発生を抑制するメニュー開発や環境啓発活動なども評価されています。

2015年度の同レストランでの年間リサイクル量は、食品廃棄物5,100kg、廃油1,344リットルとなっています。



楽農レストラン
「育みの里 かんでかんで」



「ワケトンエコレストラン」
認定ステッカー

生物多様性の保全 (株)トーホーファーム

生物多様性に配慮した 「環境創造型農業」を実践しています

(株)トーホーファームでは、生物多様性に配慮した「環境創造型農業」を実践しています。堆肥や汚泥発酵肥料などによる土づくりを基本に、化学肥料・化学農薬の使用を50%以上削減。残留農薬が国の基準の10分の1以下の農産物「ひようご安心ブランド」の認証取得拡大にも取り組んでいます。

トーホーグループでは、兵庫楽農生活センターで生物多様性の宝庫である“里山”の整備に取り組み、家族で参加できる「里山再生塾」などを開催。また、安全・良質な食べ物づくりの実践ほ場「兵庫楽農生活センター有機農業塾」を運営し、有機農業の理論と実践を同時に学べる場を提供しています。



「里山再生塾」

toho トーホーグループ TOPICS

マイバッグ持参を呼びかけるなど レジ袋の削減を推進しています

(株)トーホーストアでは、全店でお客様にマイバッグの持参を呼びかけているのに加え、地域ごとに市民や行政と協働したレジ袋削減活動に取り組んでいます。現在、姫路市・三木市・明石市・神戸市(北区・西区)と協定を結び、14店舗でレジ袋無料配布を中止。また、2016年4月からは加古川市の1店舗でも無料配布を中止します。

(株)トーホーキャッシュアンドキャリーA-プライス店舗では、マイバッグを持参されるお客様にエコポイントを付与するなど、レジ袋削減を推進しています。段ボールでの商品のお持ち帰りを呼びかけているほか、2015年度には飲食店様向けに「折りたたみコンテナ」の販売も開始しました。



繰り返し使える
「折りたたみコンテナ」



A-プライス店舗で
貼り出したポスター

信頼のきずなを結び、安心・安全をとともに目指す

株式会社オオツカ
代表取締役
大塚 浩文様

株式会社トーホーフードサービス
執行役員
地域営業統括部
南部九州営業部長 兼 熊本支店長
松永 純司

オオツカグループ様自社牧場
「大塚牧場」にて

オオツカグループ様

繁殖・生産・加工・販売のすべての工程を一貫管理することで、安心・安全・良質な肉を低価格で提供。小売販売店やレストランのほか、温泉施設やホテル、病院・介護福祉施設などを主に熊本県内で多角的に運営しています。



株式会社オオツカ
外食事業部 副部長 兼 料理長
榎嶋 将吾様

当店のシェフとして、トーホーグループの安心・安全な食材をお客様に提供。

株式会社トーホーフードサービス
熊本支店 営業課長
伊藤 隆康

自社牧場直送のステーキ&ハンバーグレストラン
「レップェル」流通回地店にて

オオツカグループ様の追求する「あんしん」「信頼」をサポート

「あんしんを育てています」というキャッチフレーズを掲げ、安心・安全・良質な肉を手頃な価格で提供しているオオツカグループ様(本社:熊本市)。阿蘇山麓の牧場から加工工場・レストランまで一貫した生産・加工・流通体制にこだわることで、地元はもちろん、高付加価値の商品を求める全国各地のお客様の信頼を獲得してきました。(株)トーホーフードサービスでは、ステーキ&ハンバーグレストラン「レップェル」をはじめ、オオツカグループ様が展開する飲食店にさまざまな食材をお届け。また、メニューのご提案や業界の最新トレンド情報のご提供などによる、きめ細かな運営サポートも行っています。

これからもトーホーと“二人三脚”で良質な商品を誠実に提供していきたい



お客様

(株)オオツカ 代表取締役 大塚 浩文様

6年前に「レップェル」を立ち上げたときから、トーホーさんには食材納入だけでなく、さまざまな情報をもったり、あちこち勉強に連れて行ってもらったりと、いわば“二人三脚”でお世話になってきました。お客様の信頼を得るには、良質な商品を誠実にご提供することが大切です。そのためにも、この春に完成した新工場はHACCP(ハサップ)などのグローバルレベルの品質管理を目指したいですし、従業員の意識向上も図りたい。そうした面でも、トーホーグループの品質管理サービスや従業員への教育研修などに期待しています。お客様にも従業員にも幸せを提供できるオオツカグループにしていきたいので、今後とも協力をお願いします。

新設された工場の品質管理も支援さらなるパートナーシップの強化へ

消費者の健康志向や食の安心・安全への関心が高まる中、オオツカグループ様では最新の食肉加工工場を2015年度に開設されました。同工場における品質管理の徹底に向けた衛生点検や従業員教育を、(株)トーホービジネスサービス 品質保証部がお手伝いすることを計画しています。今後はさらに、(株)トーホーフードサービスの販売網を通じて、より多くのお客様にオオツカグループ様の商品をお届けする取り組みも検討中です。これからも「食」と「健康」と「おもてなし」でお客様の「ありがとう」を目指すオオツカグループ様とのパートナーシップを強化しながら、トーホーグループ連携のもと、安心・安全な食文化への貢献に努めていきます。

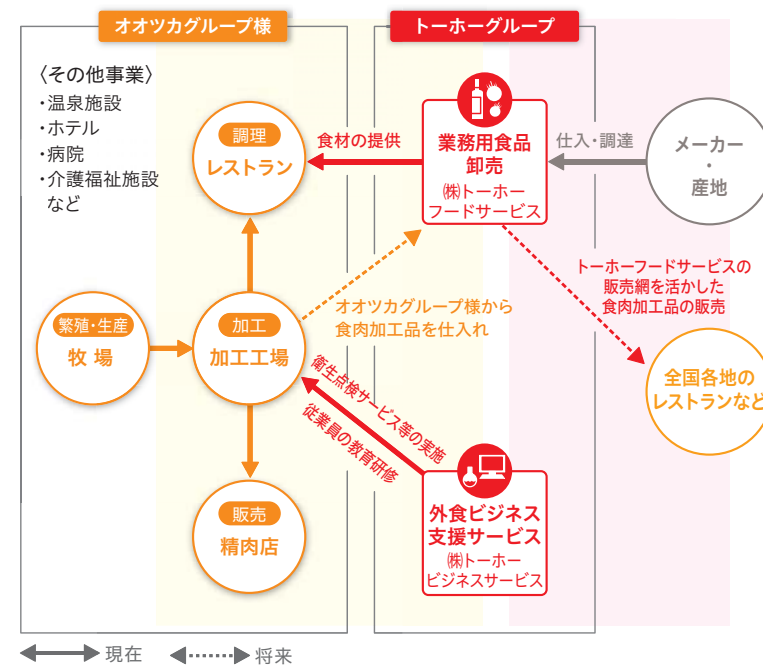
「オオツカの肉の良さ」を広めるべくトータルなサポートを提供しています



業務用食品卸売

(株)トーホーフードサービス 執行役員
地域営業統括部 南部九州営業部長 兼 熊本支店長 松永 純司

「レップェル」様は、直営・フランチャイズを含め九州・近畿・東海などに8店舗を運営され、「オオツカの肉の良さ」を広めていくための着実な事業展開を図られています。だからこそ、そこへ食材をお届けする私たちの責任も大きい。新工場に対する衛生点検サービスや、以前から行っている多面的な情報提供など、トータルなサポートでご期待にお応えするように努めています。今後、(株)トーホーフードサービスの販売網を通じて、良質なオオツカグループ様の肉を全国に広めていくこともご要望いただいています。さらなる信頼関係の強化に努めながら、オオツカグループ様とともに美味しさと安心・安全を追求していきたいと考えています。



オオツカグループ様の「ASOのあか牛」は低カロリー・高タンパク。健康志向の高まりの中で注目のブランドです。



2016年稼働の新工場。より良質で安心・安全な商品を目指して、品質管理を徹底しています。



お客様

トーホーなら安心して任せられるモノを売り買いするだけではない「信頼できるパートナー」です

(株)オオツカ 執行役員 外食事業部 部長 宮本 祥次様

「レップェル」立ち上げ時から、トーホーさんと一緒に店舗開発を行ってきました。トーホーの食材なら安心して注文できるし、トレンドを捉えた情報提供は“次の一手”を決める参考になります。モノを売り買いするだけの関係ではなく、私たちにとってなくてはならない「信頼できるパートナー」です。今後は、全国で事業展開しているトーホーならではのノウハウに基づく品質管理や従業員の教育研修にも期待しています。



業務用食品卸売

オオツカグループ様の強みを発揮していただけるようきめ細かな対応に努めています

(株)トーホーフードサービス 熊本支店 営業課長 伊藤 隆康

自分たちで育てた牛の肉を自分たちで直接お客様に提供できるのが、オオツカグループ様の強みです。その強みを発揮していただくためのお手伝いをするのが私たちの仕事。総合展示商談会にお招きしてさまざまな商品をご覧いただいた後、ご要望にマッチする商品をご提案するなど、きめ細かな対応に努めています。これからも商品・情報・サービスの各面からオオツカグループ様へのサポートに取り組んでまいります。

社会への取り組み

社会から信頼され必要とされる
会社となるために

食の価値の提供



「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」を基本に、外食・中食・内食の「食」のさまざまなシーンを支えながら、人と食との関わりの中で、お客様にとって役立つ新しい価値をご提供し続けています。

農業への参入

(株)トーホーファーム

「ひょうご安心ブランド」認証を、 新たにほうれん草でも取得

トーホーグループが設立した農業法人(株)トーホーファームでは、化学肥料・化学農薬を極力使わない安心・安全な野菜15品目を栽培しています。兵庫県が推奨する「ひょうご安心ブランド」の認証取得拡大にも取り組んでおり、2015年度に新たに認証されたほうれん草を含め、これまでに9品目で認証を取得しました。

(株)トーホーファームの野菜は、(株)トーホーストアの店舗で販売するほか、業務用食材として(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供給。また、楽農レストラン「育みの里 かねでかねで」で食材として使用したり、道の駅みきの直売所でも販売しています。



安心・安全な野菜を
トーホーストアで販売



「ひょうご安心ブランド」
ロゴマーク



2015年度に認証取得した
ほうれん草

地産地消の推進

(株)藤代商店

“生産者の顔が見える”新鮮・安心な野菜を 地元農家との提携のもと、お届けしています

(株)藤代商店では、地元の契約農家から仕入れた野菜を、横浜やその周辺のホテル・レストランなどへ納品しています。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もしています。お客様に“顔が見える”安心感を提供するとともに、生産者には地元野菜の付加価値向上や、需要のある商品の選別生産が可能になるなど、双方にメリットのある取り組みとして、喜んでいただいています。

横浜の郊外にはまだ農地も多く、新進気鋭の生産者がさまざまな挑戦を続けています。(株)藤代商店では、地産地消推進の両輪である「生産者への支援」と「お客様満足の追求」に今後も全力で取り組んでいきます。



“顔が見える”新鮮野菜をお届け

toho coffee「食の安全」の取り組み

(株)トーホー

原料調達から消費者に届くまでの 安全管理をさらに強化しました

六甲・鳥栖の両コーヒー工場では、食品安全を目的とした国際規格「ISO22000」の認証を取得。工場における食品衛生だけでなく、原料調達から消費者に届くまでの総合的な食の安全対策システムを構築し、安全性の確認と継続的改善に取り組んでいます。

2015年度は、ハザード分析を定期的実施するとともに、クレーム(異物混入・包装の不具合など)を分析することで、同様の事象の発生を繰り返さないよう改善を行いました。また、包装資材納入先や製造委託先とのコミュニケーションを図り、管理体制の強化に努めました。

従業員の安全教育

トーホーグループ

グループ各社の従業員から幹部まで 安全意識の向上を図っています

トーホーグループでは、食品安全を徹底させるため、事業所・店舗で働く従業員個々の知識や意識を高める教育に注力しています。

2015年度は、衛生管理強化のために2014年度からグループ各社に1名ずつ設置した「食品安全衛生管理責任者」と、グループ全体の品質保証を担当している(株)トーホービジネスサービス品質保証部が連携して、グループ各社の従業員教育を実施しました。また、グループ各社の社長および中堅幹部に対しては、法令遵守についての教育を行いました。



従業員の
安全教育

商品のトレーサビリティ

トーホーグループ

産地の視察や、製造委託先に対する 厳格な施設点検・商品検査を行っています

トーホーグループでは、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するなど、商品のトレーサビリティ強化に注力しています。新たな取引産地の視察を行い、製造委託先には管理・衛生面の目視点検と製品検査を徹底。特に生食用商品や惣菜などの商品については、製造施設の点検と商品検査を重点的に行っています。また食肉に関しては、独自の生産履歴チェック体制を構築し、安全性を確保しています。

さらに、製造施設の点検結果や半製品・製品の検査結果に基づいて、施設・商品それぞれのリスクに応じた予防策の内容を決定し、点検・検査を行っています。



商品の
取引先現地工場

toho トーホーグループ

TOPICS

750種類以上の残留農薬や 放射性物質の検査を実施しています

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、750種類以上の残留農薬検査を依頼。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。

中でも2015年度は、2014年度に引き続き、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。



残留農薬の検査機器



放射性物質を検査する
ゲルマニウム半導体検出器

新システムの導入で 米トレーサビリティの管理精度を向上

トーホーグループでは、「米トレーサビリティ法」に対応した産地などの記録の作成や保存、産地情報の伝達を行っています。2015年度には米トレーサビリティ対応システムを更改し、①対象商品の産地を入力しなければ登録できない機能②対象となる全商品の取引記録を変更不可の記録データに自動変更する機能、を追加しました。これにより、入力漏れや記録ミスの防止など管理精度の向上と作業の効率化が図られました。

なお、同システム未導入のグループ会社では、従来のパソコンによる方法で産地記録や伝達などに対応しています。



自社開発商品での産地表示
(株)トーホーキャッシュアンドキャリー)



自社農場



仕入・調達



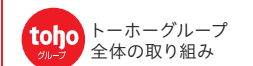
業務用食品卸売



外食ビジネス支援サービス



食品小売



toho トーホーグループ
全体の取り組み



お客様への情報提供・提案活動

(株)トーホーフードサービス ほか

全国各地で「展示商談会」を開催 鮮度の高い情報を発信し好評を得ています

(株)トーホーフードサービスでは、「厳選食材の価値新発見！～新しい価値のご提案で繁盛店づくりのお手伝い」をテーマに全国6会場で「総合展示商談会」を開催し、延べ8,528名ものお客様にご来場いただきました。中でも、東京会場は「トーホーグループ総合展示商談会」と称して、関東エリアのグループ各社が参画。グループとしての提案を行うなど、一体感をアピールしました。

(株)トーホーキャッシュアンドキャリアは、単独での大規模な「展示商談会」を9会場、A-プライス店舗内で行う中規模の「店内展示商談会」を16店舗で開催し、延べ6,500名を超えるお客様にご来場いただきました。

また、(株)トーホー・北関東(2015年10月に(株)昭和食品、(株)トーホー・群馬、(株)トーホー・カワサキの3社が合併)や(株)トーホー・共栄、河原食品(株)もそれぞれ展示商談会を開催し、ご好評いただいています。



(株)トーホーフードサービス
「総合展示商談会」



(株)トーホー
キャッシュアンドキャリア
「店内展示商談会」



(株)トーホー・北関東
(旧:(株)昭和食品)
「2015春・夏
業務用食材フェア」



(株)トーホー・北関東
(旧:(株)トーホー・群馬)
「夏季総合展示商談会」



(株)トーホー・共栄
「総合展示商談会」



お客様の品質・衛生管理支援

(株)トーホービジネスサービス

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します

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、施設点検や商品検査、衛生教育をサポートする「品質管理サービス」をご提供しています。

お客様のさまざまな課題と一緒に解決する中で、組織や体制を対象とした「品質管理支援サービス」「衛生環境改善サービス(施設改修工事他)」をはじめ、サービスラインナップを拡充。「ビジネスソリューション創造企業」として、お客様の品質・衛生管理をトータルでサポートできる体制を整え、サービス提供エリアも近畿から関東・九州へ拡大中です。



店舗監査



(株)トーホービジネスサービス

TOPICS

「食の安心ポイントセミナー」で 有益な情報をタイムリーに提供

外食ビジネスを営むお客様やメーカー様に品質・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」を開催しています。

2015年度は新たな試みとして、海外(イスラム圏)からのお客様に対応するための「ハラールセミナー」や、ノロウイルス対策でポイントとなる嘔吐物処理方法などを実演する実践型セミナーを開催しました。

また、毎月メールマガジンを発行して、異物混入の鑑定やカビの同定方法などを分かりやすく解説し、品質管理に関する基礎知識の普及を進めています。



ノロウイルス対策の
実践型セミナー

地域社会への貢献



食育・食農活動

トーホーグループ

食の大切さや自然の素晴らしさを 実感する体験イベントを開催しています

食の大切さや自然の素晴らしさを伝えたい。そうした思いから(株)トーホーでは、(公社)兵庫みどり公社が管理運営する「兵庫楽農生活センター」で、土と親しめる「露地野菜体験」や、自然を体感できる「里山再生塾」など、さまざまな食育・食農イベントを企画開催しています。2015年度は、サツマイモを自分で植え、収穫して食すイベント「育てよう!あなたのおいもさん」を開催。地元から多くのご家族にご参加いただきました。



「育てよう!あなたのおいもさん」(6月・10月に実施)

同センター内では、旬や地産地消にこだわったメニューを提供する楽農レストラン「育みの里 かんでかんで」を運営し、兵庫県産の食材を使った「地産地消料理教室」を開催しています。2015年度は、地域のイベントに出店するなど「かんでかんで」を広く知っていただくための活動にも積極的に取り組みました。



地産地消料理教室

また2015年2月に、楽農生活センターのほ場および「かんでかんで」内において、兵庫県立神出学園との連携事業「スキルアッププログラム」により、学生7名の受け入れを実施。農業から調理補助、接客などを学んでいただきました。4月～6月の3カ月間は実際に当社へ短期アルバイトとして1名を雇い入れ、ほ場で就労していただきました。



神出学園の学生を受け入れ

事業を展開する地域社会に貢献し、皆様とのコミュニケーションを深める多彩な取り組みを行っています。食の大切さを伝える食育活動にはさらに力を注ぎたいと考えています。



次世代育成支援活動

(株)神戸営繕

インターンシップ(就業体験)など 次世代の育成支援にも取り組んでいます

2015年8月、兵庫県立兵庫工業高等学校の生徒2名(男女各1名)を対象に3日間のインターンシップを実施しました。例年、(社)兵庫県建設業協会神戸支部が同校のインターンシップの受け入れを行っている中で、(株)神戸営繕が一部の方の受け入れに協力したものです。

今回は、「サービス付き高齢者向け住宅」をテーマとして、専門的な学習と建設現場実習に取り組みました。実際の作業に携わることで、新しい発見があり、学校では学べない貴重な体験をしていただくことができました。



建設現場での実習



トーホーグループ

TOPICS

障がい者の就労支援に 積極的に取り組んでいます

トーホーグループの特例子会社(株)トーホーウイングでは、誰もが安心して働ける職場づくりに取り組むとともに、障がい者の社会参加を積極的に支援しています。

2015年度は、(株)トーホーキャッシュアンドキャリア A-プライス堺店と(株)トーホーストア西長田店において、障がい者の方の職場体験実習を行いました。障がい者の方にとっては将来の社会自立に向けた貴重な体験となり、従業員にとっては障がい者の方の「働く力」に気づく機会となりました。



店員による指導



品出し

職場環境の充実

「企業は人である」という経営憲章のもと、すべての従業員が個性や能力を活かしながら働ける職場環境を創ること。その実現に向け、個々の能力開発、各種制度の充実に努めています。

人材の多様性 トーホーグループ

女性の活躍を支援するなど 多様な力を活かせる職場づくりを推進

トーホーグループは、多様な個性・人材が集まり、それぞれが持てる能力を存分に発揮し、社員・従業員とともに成長できる企業を目指しています。

中でも女性の活躍には大きく期待するところで、女性管理職の育成にも注力しています。2013年度に発足した「トーホー・ポジティブ・アクション(TPA)推進プロジェクトII」では、「職域拡大」「育成・登用」「意識改革」を軸に検討を行い、女性の活躍を支援する環境づくりを推進しています。

トーホーグループ TOPICS

階層・職種に応じた各種研修を実施 女性リーダーの育成にも注力しています

「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」。これら『toho group way』のこだわることを基本として、社員が「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」であり続けられるよう、さまざまな階層別研修・職種別研修を実施。モチベーション向上、実践的能力(知識・スキル)向上、組織マネジメント力の向上などを図っています。

2015年度は、「トーホー・ポジティブ・アクション(TPA)」推進の一環として、女性社員の中からリーダー候補を選抜き、管理職育成を狙いとした数カ月におよぶ長期間のキャリア教育・マネジメント育成研修も実施しました。



女性リーダーの育成を図るTPA研修

労働安全衛生 トーホーグループ

過重労働・メンタルヘルス対策など 心身の健康に配慮しています

「安全衛生委員会」を中心に、過重労働などにより従業員におよぶ危険や健康障害への適切な対策を講じて、職場における潜在的な危険の低減に努めています。

メンタルヘルス対策としては、社内外に相談窓口を設置し、産業医との連携を密にするとともに、問題発生時に早期解決を図れるよう、産業カウンセラーと顧問契約を結んでいます。また、EPA(従業員支援プログラム)に基づき、未然防止対策を強化しています。

ワーク・ライフ・バランス トーホーグループ

「トーホー 子ども参観日」で お父さん・お母さんの仕事を体験

ワーク・ライフ・バランスの一環として毎年開催している「トーホー 子ども参観日」。6回目となる2015年度は、過去最多25名の子どもたちが参加しました。今年度初の試みとして、子どもたちにお父さん・お母さんの仕事を体験してもらうイベント「トーホーキッズトライアル」を企画。(株)トーホーフードサービスの業務体験として、業務用食品の集品・検品・配送を、4チームに分かれて体験してもらいました。子どもたちは仕事を体験する中で、注文された商品を正確に集品することの難しさ、チームで協力することの大切さを学びました。



「トーホー
キッズトライアル」

公正な事業取引

取引先様との信頼関係、パートナーシップは、トーホーグループの成長にはなくてはならないものです。「トーホー会」「トーホーストア会」等を通し、絆を深め、共存共栄を目指します。

取引先様との対話 トーホーグループ

「トーホー会」「トーホーストア会」で 取引先様との交流を深めています

トーホーグループでは取引先様との共存共栄とコミュニケーションの円滑化を図るため、業務用食品卸売事業の主要取引先様から構成する「トーホー会」、(株)トーホーストアの主要取引先様から構成する「トーホーストア会」を結成し、定例総会を毎年1回開催しています。

2015年5月に開催した「トーホー会定例総会」には、業務用食品メーカー様100社235名様にご出席いただき、トーホーグループの事業や事業計画をご説明した後、懇親会でも会員企業様との交流を深め、パートナーシップをより強固なものにしました。

また、「トーホーストア会定例総会」は6月に開催し、178社313名の会員様にご出席いただきました。トーホーストアでは春夏・秋冬の棚割りについて取引先様各社から提案していただく場を用意しているほか、取引先様の展示会や新商品発表会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。



「トーホー会」



「トーホーストア会」

公正な取引 トーホーグループ

定期的な教育や社外の講習会を通じて 公正取引の知識習得・意識浸透を図ります

仕入・調達を担う(株)トーホー マーケティング本部では、MDが認識すべき下請法や不正競争防止法などに関する項目を、MDマニュアルに盛り込み、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、2015年6月に公正取引委員会主催の講習会「荷主と物流事業者との取引について」に参加し、優越的地位の濫用や下請法に関する知識習得や意識向上を図りました。

(株)トーホー TOPICS

お客様から継続的なご支持をいただく フェアトレード認証コーヒー

コーヒーの小規模生産者に最低買入価格を保障し、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コーヒーの趣旨に賛同。積極的にフェアトレード認証コーヒーを取扱い、付加価値の高いフェアトレード有機コーヒーを開発しています。お客様からの継続的なご支持により、販売量は業務用コーヒーでは国内トップクラス。2015年度は、41アイテム、81トン(前年度比129%)を販売しました。

また、外食ビジネスを営むお客様にも取り組みを説明するなど、フェアトレード認証コーヒーの普及活動にも積極的に取り組んでいます。



フェアトレード
認証コーヒーの
生産地



「フェアトレード有機珈琲」

特集

経営の透明性と倫理観の高い 組織づくりを目指して

〈対談〉トーホーグループのコーポレート・ガバナンスやコンプライアンス

「社会から信頼され必要とされる会社」であるためには何が求められるのか――。
トーホーグループのコーポレート・ガバナンスやコンプライアンスをテーマに
社外監査役・弁護士の内海陽子氏と企業内弁護士の家木友絵が語り合いました。

正々堂々と理念を示し、
きちんと実践することの積み重ねが
お客様の信頼を生んでいます

実効性の高い
ガバナンス体制の確立を
目指しています

社外監査役(独立役員)
うつみ ようこ
内海 陽子

Profile
弁護士。神戸合同法律事務所所属。医療事故
や子どもに関する事件、行政事件から、企業
顧問まで幅広く扱う。2015年4月に㈱トー
ホー社外監査役に就任。

(株)トーホー
CSR推進部 法務グループ
いえき ともえ
家木 友絵

Profile
㈱トーホーの企業内弁護士として、契約や内
部統制などに関わる法務のほか、トーホーグ
ループの内部通報(相談)制度の窓口も担当
し、労務や職場環境の調査も行う。

時代に先駆けて社外役員の選任を 積極的に行ってきたトーホー

内海 私たちの生活に関わりの深い「食」を扱う企業にとっては、信頼を守ることが何よりも大切です。社外監査役として約1年見てきましたが、トーホーグループはとても正々堂々としている。理念を示し、それをきちんと実践していくことの積み重ねを通じて、お客様の信頼を獲得していると感じます。

家木 当社グループが納める食品の品質は、得意先様であるホテルやレストランの信頼にも関わること。品質確保については、品質保証部などの専門部署のほか、品質保証委員会がグループ全体の食の安心・安全のための取り組みを行っています。

内海 より経営的な観点からいうと、社外役員を多く選任していることも、企業としての信頼につながっていると思います。昨年から適用が開始された「コーポレートガバナンス・コード」では、2名以上の独立社外取締役が求められていますが、トーホーでは以前から取締役の半数が独立社外取締役であり、また監査役も私を含め3名中2名が独立社外監査役。これは外部の視点を経営に取り入れる姿勢の表れといえるでしょう。さらに重要なのは社外役員がきちんと意見を言えること。取締役会でそうした場面をいつも見ているし、私自身も監査役会では言うべきことを言っています。

家木 「社外役員にこのような意見をいただいた」という社内役員から相談を受けることもあります。外部の意見を真摯に経営に反映していこうという積極的な姿勢を、日頃から感じることが多いですね。

「万一の場合でも機能する制度」で コンプライアンスを強化する

内海 経営の透明性や倫理観の高い組織づくりを目指す姿勢は、トーホーグループの「内部通報制度」にも当てはまるのではないのでしょうか。

家木 不祥事の通報だけでなく、コンプライアンスに関わる小さな相談なども受け付ける通報・相談窓口を社内には置き、私も担当者の1人として対応しています。さらに今年

の3月には、経営に係る重大な案件に関する「外部通報窓口」が新たに設置されました。

内海 窓口は社外の弁護士事務所なので、重大な内容でも安心して相談できる。また、通報内容の報告は、取締役ではなく私たち監査役に入ってくる。“会社ぐるみの不正”を許さない仕組みになっていますね。

家木 やるからには、万一、本当に深刻な不祥事が起きた場合でも機能するような制度にしようという議論が、策定のプロセスで社内にありました。

内海 これまでの内部窓口が機能していることで十分とせず、より良い体制を目指して実行していく姿勢には、とても感心しました。今後は、そうして作ったガバナンス・コンプライアンスに関わる先進的な体制をいかに機能させるか、多くの子会社を持つグループ内でいかに浸透させるか、ですね。

多様性のあるコーポレート・ガバナンスで グループとしてのさらなる成長を

家木 多くの子会社を持つグループ企業として、グループ一体となったガバナンス体制の確立には、これからも取り組んでいかなければなりません。また、新たにトーホーグループに加わる会社は、規模も業種もさまざまで、リスクのあり方も異なります。トーホーの基準を一律に当てはめるのではなく、規程などもそれぞれに合わせて見直しを行っています。

内海 多様性を活かしながらトーホーの理念を浸透させることができれば、グループとしての大きな強みになるのではないのでしょうか。

家木 多様性といえば、女性の活躍を含むダイバーシティに向けた取り組みもトーホーグループとしてやっていかなければなりません。

内海 社外監査役として私が選任されたのも、女性の視点への期待もあったようで、ダイバーシティの推進に取り組む経営陣の意志は見て取れます。大切なのは、女性を育てながら、ある程度の段階で思い切って登用すること。登用しなければ人材は伸びません。

グループのコーポレート・ガバナンス体制にしても女性の活躍にしても、多様な価値観を受け入れて育てていく柔軟性が、トーホーグループの成長には必要です。この点でも、理念を着実に実行に移していくトーホーの姿勢に期待したいと思います。



ガバナンスへの取り組み

企業価値の継続的向上に向け、ガバナンス体制を強化

実践報告

コーポレート・ガバナンス トーホーグループ

経営の透明性向上と経営監督機能の強化を目指して取り組んでいます

トーホーグループは、持続的成長と中長期的な企業価値の向上を果たすため、経営監視の強化、健全な企業活動、法令遵守の徹底を目的に、コーポレート・ガバナンス（企業統治）の充実を図っています。

経営の透明性の向上と経営監督機能の強化を目指して、取締役は8名のうち社外取締役を4名、監査役は3名のうち社外監査役を2名選任しています。

さらに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しています。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、取締役会に推薦します。また、報酬諮問委員会では役員報酬の決定方針やその水準の検証、また役員賞与支給の妥当性について検討し、取締役会へ答申します。現在、両委員会は、構成人員の過半数を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。

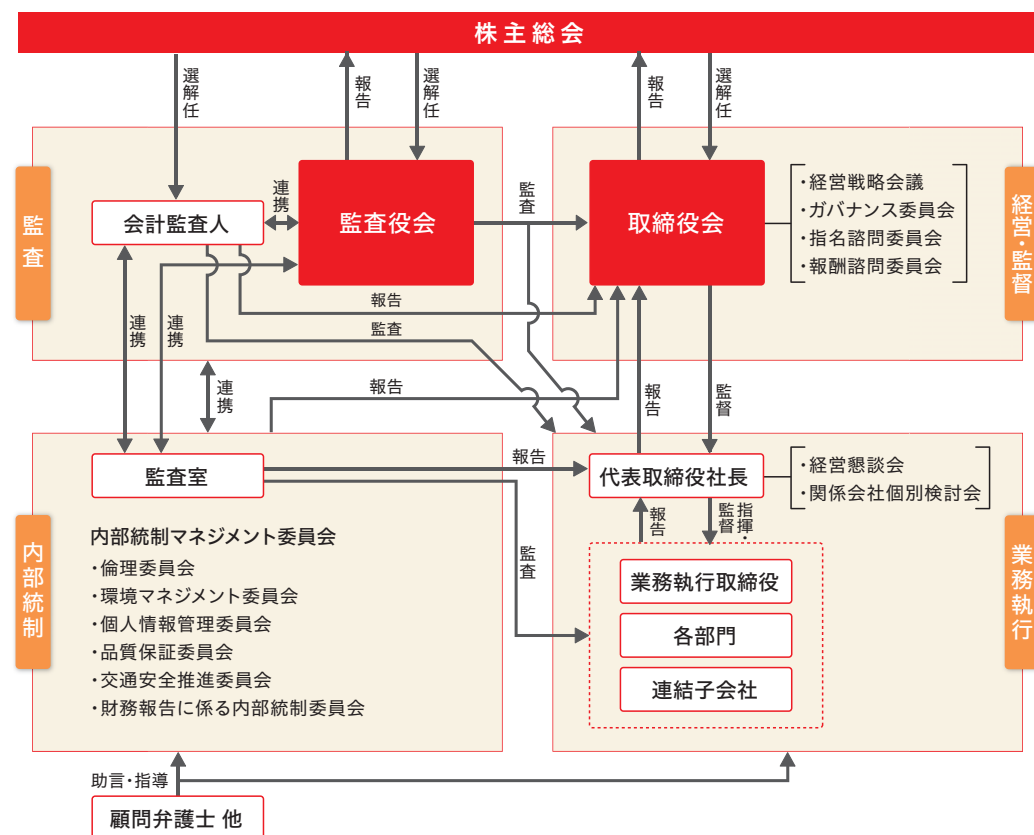
CSR活動の推進 トーホーグループ

株主様、お客様、取引先様、地域社会の皆様や従業員との良好な関係づくりに努めています

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、「株主様」「お客様」「取引先様」「地域社会」「社員・従業員」などのステークホルダーに対する使命と責任を果たし、社会から信頼され必要とされる企業グループを目指し、CSR活動について以下の取り組みを推進しています。

- 株主様**：会社情報の公正かつ適時・適切な開示に努めるとともに、経営の透明性を高め、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上を目指します。
- お客様**：食の安心・安全を第一に、事故防止に努めます。また、お客様への感謝の気持ちと思いやりの気持ちを大切に、「心地よさ」を追求します。
- 取引先様**：公正な取引により、Win-Winの関係を築き、共存・共栄を図ります。
- 地域社会**：事業活動を通じ、食文化の向上と持続可能な成長に寄与するため、社会・環境問題をはじめとするサステナビリティ（持続可能性）を巡る問題に取り組みます。
- 社員・従業員**：一人ひとりが活力に溢れ、力を発揮できる職場環境づくりに努めます。

■ガバナンス体制



■構成員内訳

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

「指名諮問委員会」および「報酬諮問委員会」の委員長は独立社外取締役が務める

法令遵守 トーホーグループ

反社会的勢力との関係排除を含めコンプライアンスの徹底を図っています

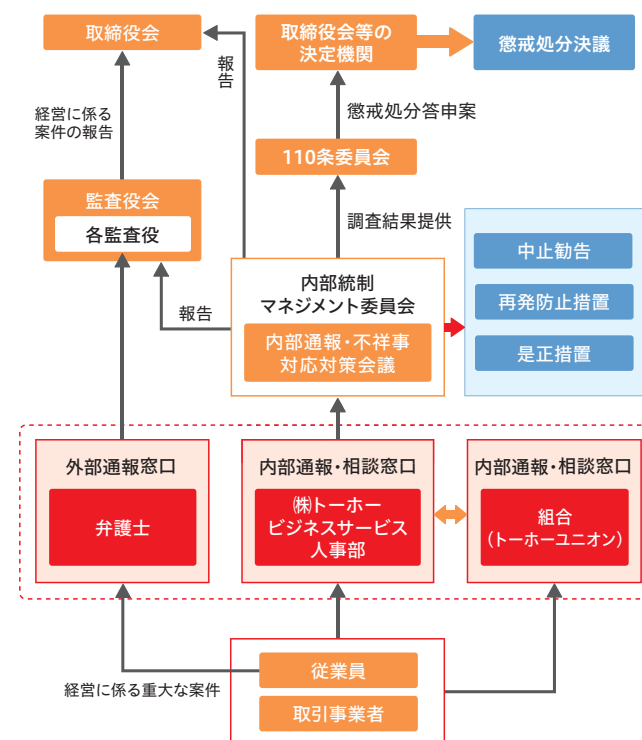
トーホーグループでは、コンプライアンスの重要性を認識し、ハラスメントやインサイダー取引などに関する各種法的知識を社員・従業員が身に付けるため、集合研修やeラーニングなどを利用した各種のコンプライアンス教育を実施しています。また、グループ会社の全ての社員・従業員がコンプライアンスに関する相談や不正行為などの通報先として利用できる内部通報制度を整備するとともに、倫理アンケートを実施することにより、風通しのよい企業風土の醸成に努めています。

さらに、トーホーグループでは、原則として主要な新規取引先について、反社会的勢力に該当しないかのチェックを義務化し、反社会的勢力との関係排除の徹底を図っています。



コンプライアンス研修

■内部通報制度の仕組み



※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です。
※通報者は、公益通報者保護法および社内規程に基づき不利益な取扱いから保護されます。

リスク管理 トーホーグループ

「内部統制マネジメント委員会」が全社的なリスクを管理しています

トーホーグループでは、2013年度より(株)トーホーの社長を委員長とする「内部統制マネジメント委員会」を設置し、トーホーグループ全体のリスクについて統括管理を行うとともに、グループ各社の社長を内部統制責任者として任命し、それぞれの会社のリスクマネジメントを行っています。

リスク対策の一つとして東日本大震災を受け、2013年以降、震度6弱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、本社の避難訓練などに併せてテストも実施しています。

個人情報保護 トーホーグループ

審査結果を受け、個人情報保護に関する教育を強化しています

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が運営するA-プライスの会員情報や、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。

2006年12月には、個人情報の取扱いを適切に行う体制を整備している事業者に対し付与される「プライバシーマーク」を認証取得しました。

2015年度は新たに個人情報強化月間（4月）を設け、グループ全社にて朝礼や終礼の際に「個人情報取扱い8ヶ条」を全社員・従業員が唱和するなど、個人情報に対する意識の向上を図りました。

また、2016年1月より運用が開始されたマイナンバー法についても2015年に基本方針・規程等を策定。グループ全社の管理者を対象に説明会を実施するとともに社員・従業員向けの説明資料を作成・配布し、周知徹底を図り、安全管理措置を行いました。

今後も個人情報の取扱いには十分な注意を払うとともに、教育・啓発を行っていきます。



社会への取り組み

食の価値の提供

地域社会への貢献

職場環境の充実

公正な事業取引

環境への取り組み

ガバナンスへの取り組み



自社農場



仕入・調達



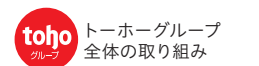
業務用食品卸売



外食ビジネス支援サービス



食品小売



トーホーグループ
全体の取り組み

更なる飛躍に向けた中期経営計画「IMPACT 2017」

創業70周年、更なる飛躍に向けて

第六次中期経営計画(3カ年計画)
2015年度(2016年1月期)～2017年度(2018年1月期)

IMPACT 2017

(インパクト ニーマルイテナナ)

更なる成長戦略、グループシナジー追求、生産性の向上

トーホーグループでは、経営理念、経営のキーワードのもと、「5つの経営方針」を具現化し、更なる企業価値の向上を図るべく、第六次中期経営計画(3カ年計画)「IMPACT 2017」(2015年度(2016年1月期)～2017年度(2018年1月期))を策定しました。第六次中期経営計画の最終年度は創業70周年にあたります。7つの重点施策のもと、具体的な取り組みを推進してまいります。

経営理念

食を通して社会に貢献する

経営のキーワード

「美味しさ」そして
「安心・安全、健康、環境」

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

「IMPACT 2017」最終年度財務目標

持続的成長と収益力の向上を通じて、企業価値を継続的に高めていくことを経営目標の一つとしています。事業の成長性を示す「売上高」と収益力を示す「営業利益」、また最終的に事業のリスクを負担される株主様から預かっている資金に対し、そのリスクに見合う利回りが確保されているかという観点からROE(株主資本当期純利益率)を中長期的な指標としています。

最終年度財務目標(2018年1月期)

連結売上高 **2,400**億円
連結営業利益 **35**億円
ROE(株主資本当期純利益率) **6.5**%

「IMPACT 2017」の位置づけ

第四次中期経営計画から続く「IMPACT」の集大成として「IMPACT 2017」では「更なる成長戦略、グループシナジー追求、生産性の向上」に取り組んでいます。

第六次 IMPACT 2017

2015年度(2016年1月期)～2017年度(2018年1月期)
**更なる成長戦略、グループシナジー追求、
生産性の向上**

第五次 IMPACT 2014

2012年度(2013年1月期)～2014年度(2015年1月期)
全国展開の加速、生産性の向上

第四次 IMPACT 2011

2009年度(2010年1月期)～2011年度(2012年1月期)
事業の選択と集中

「IMPACT 2017」7つの重点施策

「IMPACT」テーマ 社会から信頼され必要とされる会社へ

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

- ◎計画的なビルド&スクラップ・移転・改装による事業基盤の更なる強化
- ◎業務用食品卸の全国展開、関東地区のシェア拡大

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整備によるグループの全体最適化
- ◎グループ力を最大限に発揮できる組織体制の構築

3. M&A戦略の更なる加速

- ◎「コア事業」の強化につながるM&A・アライアンスを継続・強化

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
- ◎新たな店舗フォーマットの創生

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・給与制度改革の継続
- ◎女性活躍推進に向けた取り組みの継続・強化

6. 業務改革による企業体質の強化

- ◎積極的IT投資による業務効率化
- ◎継続的な業務改善による生産性の向上

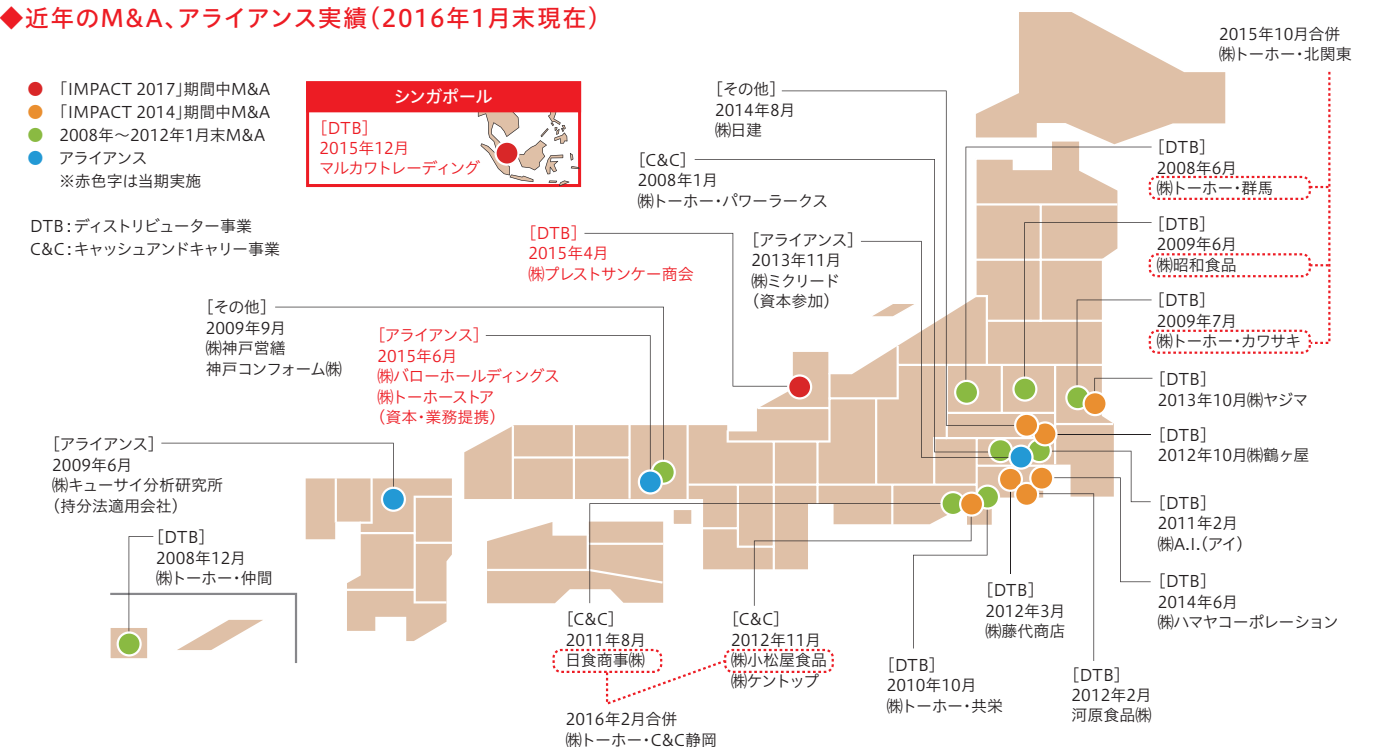
7. コスト・コントロールの徹底

- ◎電力コスト低減など、あらゆるコストの見直しによる損益分岐点の引下げ

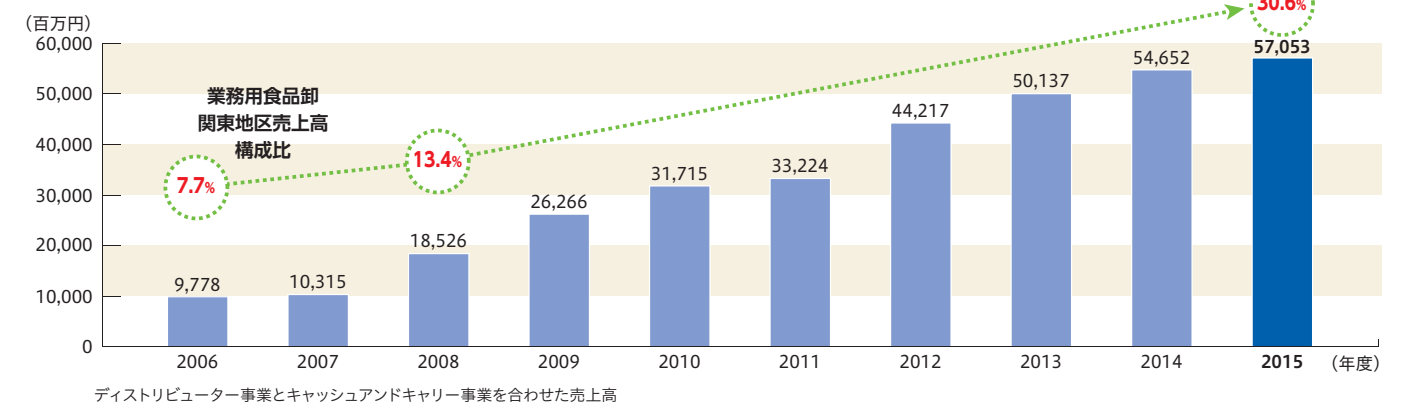
IMPACTで継続して取り組んでいる

「M&A戦略の加速」「業務用食品卸の関東地区のシェア拡大」

◆近年のM&A、アライアンス実績(2016年1月末現在)



◆関東地区売上高の推移



事業基盤の強化および企業価値の継続的向上に取り組むことは、株主様に対し当社が果たすべき責任と考えます。株主様への還元方針は、連結ベースで配当性向40％程度を

掲げています。ここでは、財務データ・非財務データの概要を示すことで、企業価値向上の取り組み成果をお知らせします。

連結決算概要

◆連結貸借対照表(要旨)

区 分	前期末	当期末
	2015年1月31日現在	2016年1月31日現在
流 動 資 産	38,623	37,110
固 定 資 産	41,985	41,348
有 形 固 定 資 産	27,977	27,593
無 形 固 定 資 産	3,220	3,415
投 資 そ の 他 の 資 産	10,786	10,339
資 産 合 計	80,608	78,459

◆連結損益計算書(要旨)

区 分	前期	当期
	2014年2月1日から 2015年1月31日まで	2015年2月1日から 2016年1月31日まで
売 上 高	208,998	215,065
売 上 原 価	169,883	175,184
売 上 総 利 益	39,114	39,881
販 売 費 及 び 一 般 管 理 費	36,487	37,138
営 業 利 益	2,627	2,742
経 常 利 益	2,551	2,429
当 期 純 利 益	1,000	1,017

※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。

連結貸借対照表について

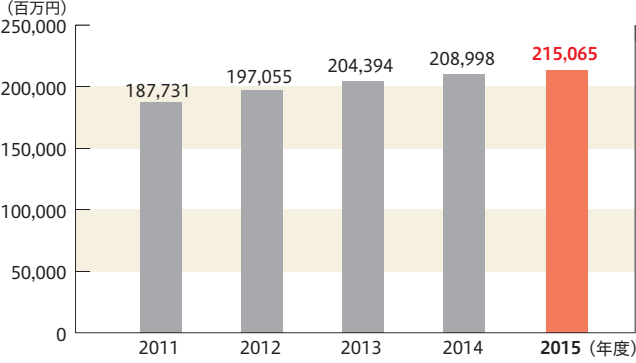
- ・2016年1月末の総資産は、78,459百万円と前期末に比べて2,148百万円減少しました。
- ・現金や預金といった手元流動性を圧縮し、借入金を減少させたことが主な要因です。
- ・固定資産の減価償却が進んだことや一部の資産を売却した結果、固定資産も636百万円減少しました。一方で、出店、改装といった設備投資は1,486百万円でした。
- ・当期純利益の積み上げなどもあり、自己資本比率は30.7％と前年よりも1.4％増加しました。

連結損益計算書について

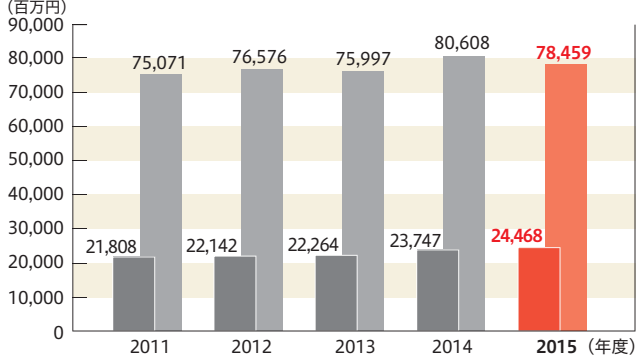
- ・売上高は10期連続の増収、本業のもうけである営業利益と最終の当期純利益はともに2期連続の増益となりました。
- ・一方で、経常利益は持ち分法適用関連会社ののれんを減損したため2期ぶりに減益となりました。
- ・売上高の増加は、M&Aによる増加2,490百万円がありましたが、既存事業ではディストリビューター（業務用食品卸売）事業とキャッシュアンドキャリー（業務用食品現金卸売）事業が堅調に推移しました。同業や異業種との競争が激化している食品スーパー事業は苦戦しました。
- ・売上高が増加したため売上総利益額が増加し、加えて、省エネ設備の導入などによりコストをコントロールしたため営業利益は増益となりました。

財務データ(連結)

◆売上高



◆総資産・純資産

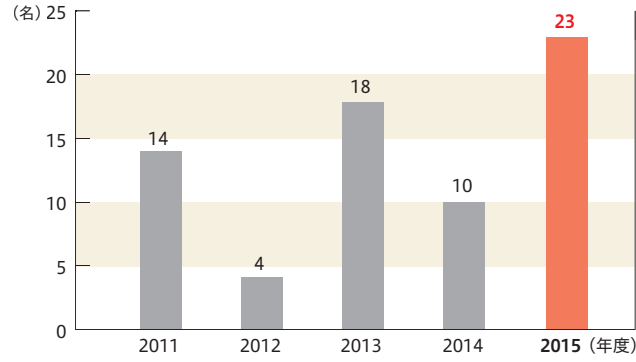


※上記記載の金額は百万円未満を切り捨てて表示しています。

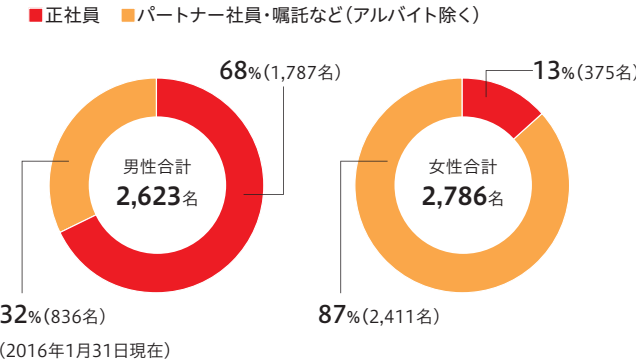
免責事項: 本レポートにはトーホーグループの過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における予想・予測・計画も含まれております。これらには記述した時点で入手できた情報に基づく仮定や判断が含まれており、諸条件の変化によって、本冊子に記載した予想・予測・計画とは異なる可能性があります。読者の皆様には、このような点をご了承いただきますようお願い申し上げます。

非財務データ(社会への取り組み)

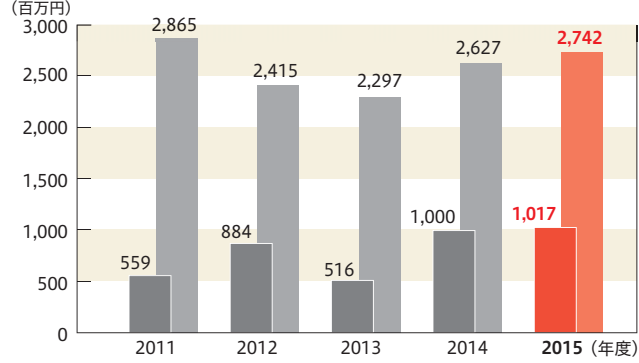
◆定年退職者の再雇用数



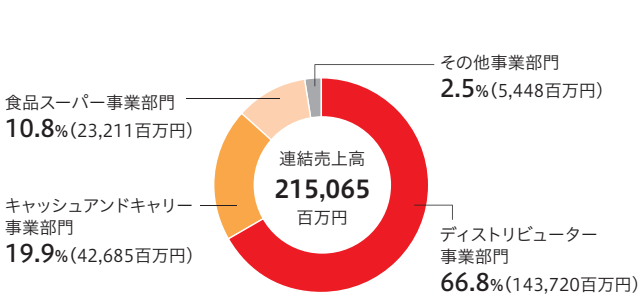
◆従業員内訳(連結)



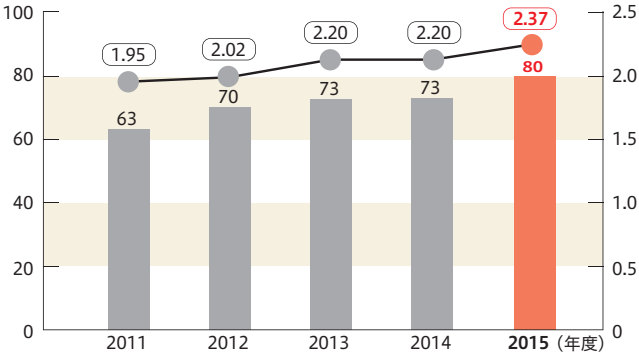
◆営業利益・当期純利益



◆セグメント別売上高構成比



◆障がい者の雇用数・雇用率

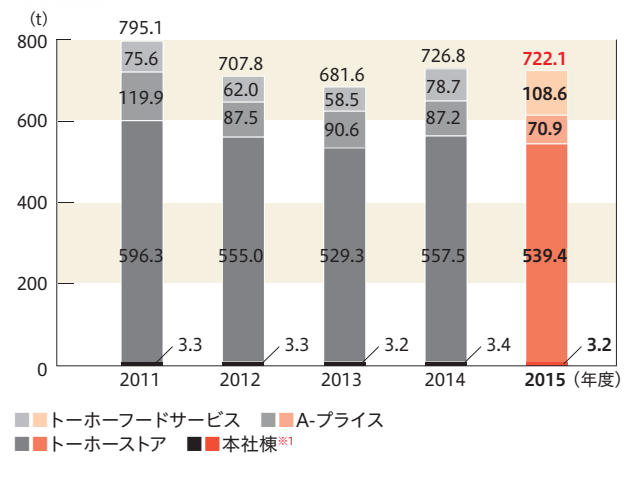


◆2015年度の制度活用者数

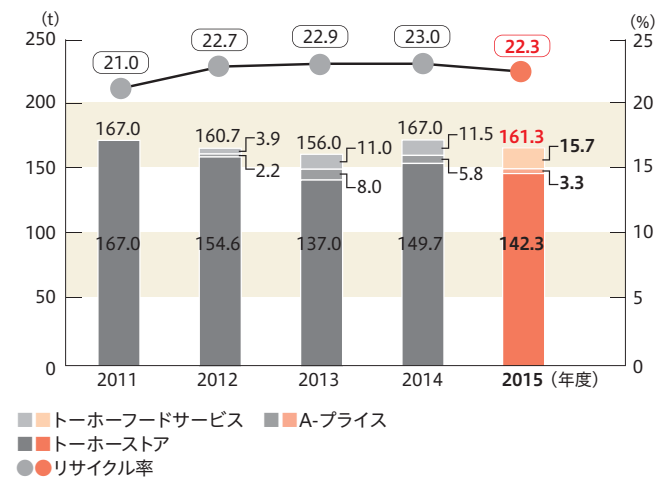
制 度	活用者数	登録者数
育児休業制度	28名	—
育児のための勤務時間短縮制度	5名	—
JOBリターン制度	2名	20名

非財務データ(環境への取り組み)

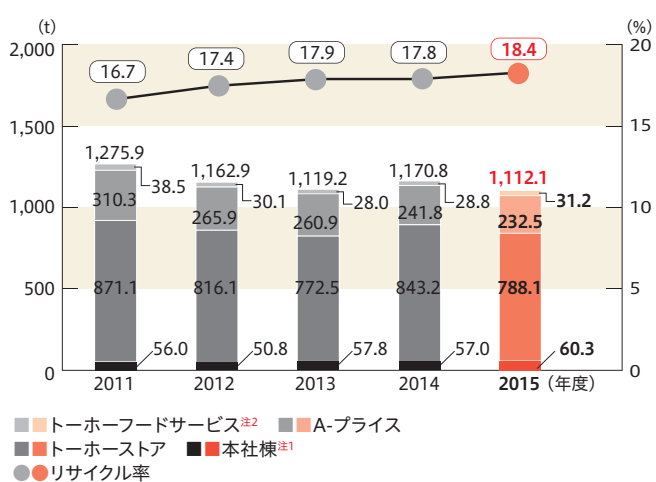
◆食品廃棄物の排出量



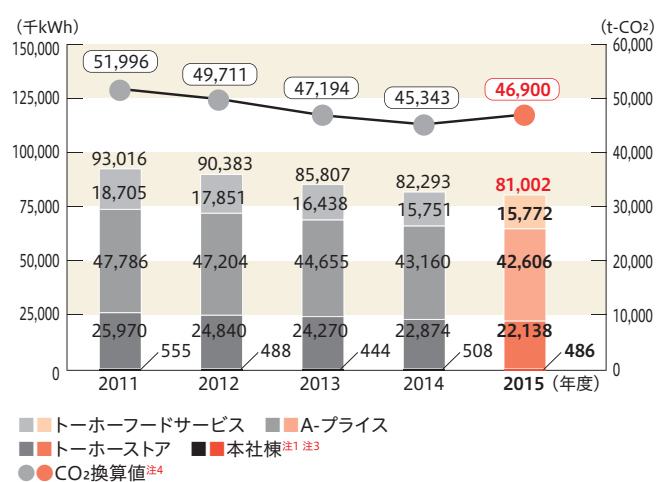
◆食品廃棄物のリサイクル量・リサイクル率



◆廃棄物総排出量・リサイクル率



◆電力使用量



注1 ㈩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)TSK、(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。
 注2 集計範囲は、神戸・福岡の2事業所。
 注3 本社の計画範囲を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4 電力使用量のCO₂排出量の換算係数は、2011年度は0.559kg-CO₂/kWh、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を使用して算出。

◆兵庫農生活センターでの2015年度の活動実施状況

名 称	概 要	実施回数	参加者数(延べ)
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	265名
きのこ収穫体験	シイタケの収穫を体験 収穫体験だけでなく、菌床を持ち帰り、自宅で栽培・収穫を楽しめる内容	67回	1,748名
里山再生塾	間伐や下草刈りなどにより地中に眠っている植物の再生に取り組み、生物多様性の保護に努める 間伐材を使った木工教室や昆虫採集など自然と親しむイベントも実施	11回	175名
地産地消料理教室	旬の素材を活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と好評 2015年度は、前年度に引き続き親子や家族で参加していただけるコースや、有名シェフを招いた教室を開催	18回	489名
野菜収穫体験 (いちご狩り含む)	季節の旬の野菜を収穫体験 3月から5月にかけては、いちご狩りを実施	64回	2,465名

第三者意見 トーホーグループの企業活動に対してご意見をいただきました

食を取り巻く環境変化に迅速かつ適切に対応し、 豊かで安心・安全な食生活へのさらなる貢献を期待します。



神戸大学大学院
農学研究科 教授
高田 理 様

この1年間を振り返っても、食に関するさまざまな事柄や事件が起きました。昨年(2015年)4月には新たな食品表示制度がスタートし、10月にはT P Pが大筋合意されました。T P Pが発効されますと、海外から安価な農水産物の輸入が可能になりますが、それによりわが国の農水産業は大きな打撃を受けますし、また、食の安全性の確保も懸念されています。最近では、廃棄処分になった食品が不正転売されるといった事件も起きました。

食料は、人間が生きていくうえで不可欠なものであり、その安心・安全な食料の供給が重要です。それだけに食に関わる企業の使命は非常に大きく、食を取り巻く環境変化に迅速かつ適切に対応していくことが必要です。

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、その重要な役割を着実に果たそうとされていることが注目されます。具体的には、本グループでは、「美味しく」て「安心・安全」な食料を仕入れるだけでなく、自らそのような農産物の生産にも取り組まれていること、そして、このような食料を徹底した安全管理・品質管理によって供給されていること、また、消費者や実需者に対して早い時期から食育・食農活動に取り組まれていることや、食についての情報提供・提案活動が積極的に行われていることなどがあげられます。さらに、再生可能エネルギーの活用や食品廃棄物の削減、リサイクル化など環境への負荷を低減するさまざまな活動にも取り組まれています。これらの取り組みは高く評価できますし、今後さらに積極的に取り組まれることを期待しています。

本グループでは、以上のような取り組みも含めて「社会から信頼され必要とされる会社」を目指し、経営の透明性と倫理観の高い組織をつくるために、役員の半数以上を社外役員にされるなどコーポレート・ガバナンスやコンプライアンスの体制を整備されていることも注目されます。また、本グループの経営理念を社員・従業員に浸透・共有化することにも力を入れていることも見逃すことができません。これらのさらなる充実・強化を期待しています。

消費者との対話を通じた良好かつ継続的な関係の構築を目指したコミュニケーション・マーケティングが言われて久しいですが、取引業者や「生活者」との双方向の対話を通じて食についての悩みやニーズをいち早くキャッチし将来に向けての適切な対応を期待します。

第三者意見をいただいて

近年、日本を取り巻く“食”環境は、「和食」がユネスコ無形文化遺産に指定されたことやインバウンドの大幅な増加などにより世界的にも注目され、良い方向に向いているといえますが、“食”に関する事件・事故も依然として多い状況です。当社グループとしても「美味しさ」とともに、“食”の「安心・安全」を最重要と考え、「残留農薬検査」「放射性物質検査」などを行う品質検査体制機能をグループ内に備え、常に品質向上に取り組んでいます。加えて、食料自給率を高めること、食の大切さを伝えることも当社グループの大事な役割と捉え、自社農場を中心とした地産地消の推進、地域や自治体と協力した食育・食農活動にも取り組んでいます。

環境面では、食品の廃棄削減やリサイクル化は資源の有効活用策として、省エネや再生可能エネルギーの活用等はCO₂の排出削減となり、地球温暖化対策として企業が対応すべきことと考え積極的に取り組んでいます。また、継続的な企業の発展を支えるガバナンス体制の整備にも力を入れています。特に、経営の透明性を高め経営監督機能の強化を目指して早くから役員の過半数を社外役員としていること、内部統制マネジメント体制や全従業員の倫理観を高めるためコンプライアンス体制などを構築・運営することなどにより、経営の健全性向上や総合的なリスク低減を図っています。

当社グループは「食を通して社会に貢献する」という経営理念のもと、「美味しさ」「安心・安全」に配慮した食品をお客様に提供し続け、来年創業70周年を迎えることとなります。今後も「食」に真摯に取り組み、社会から信頼され必要とされる企業グループを目指します。



株式会社トーホー
取締役 CSR推進部担当
奥村 一人