

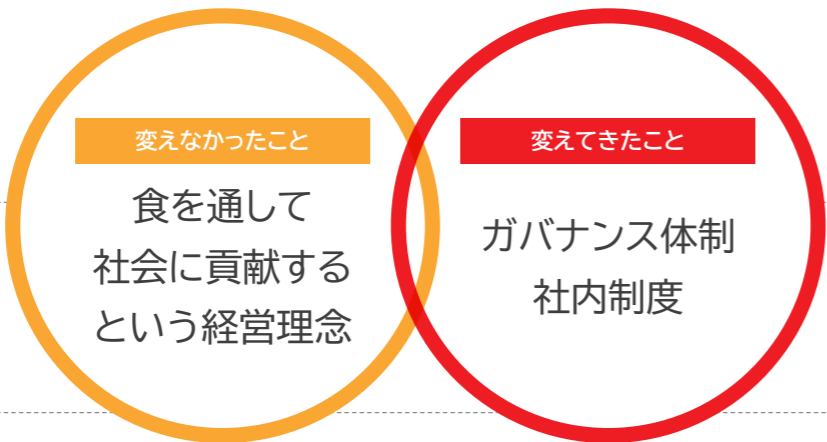
# 事業領域の拡大と積極的な改革により 私たちは、成長してきました

外食産業市場規模  
(億円)  
400,000

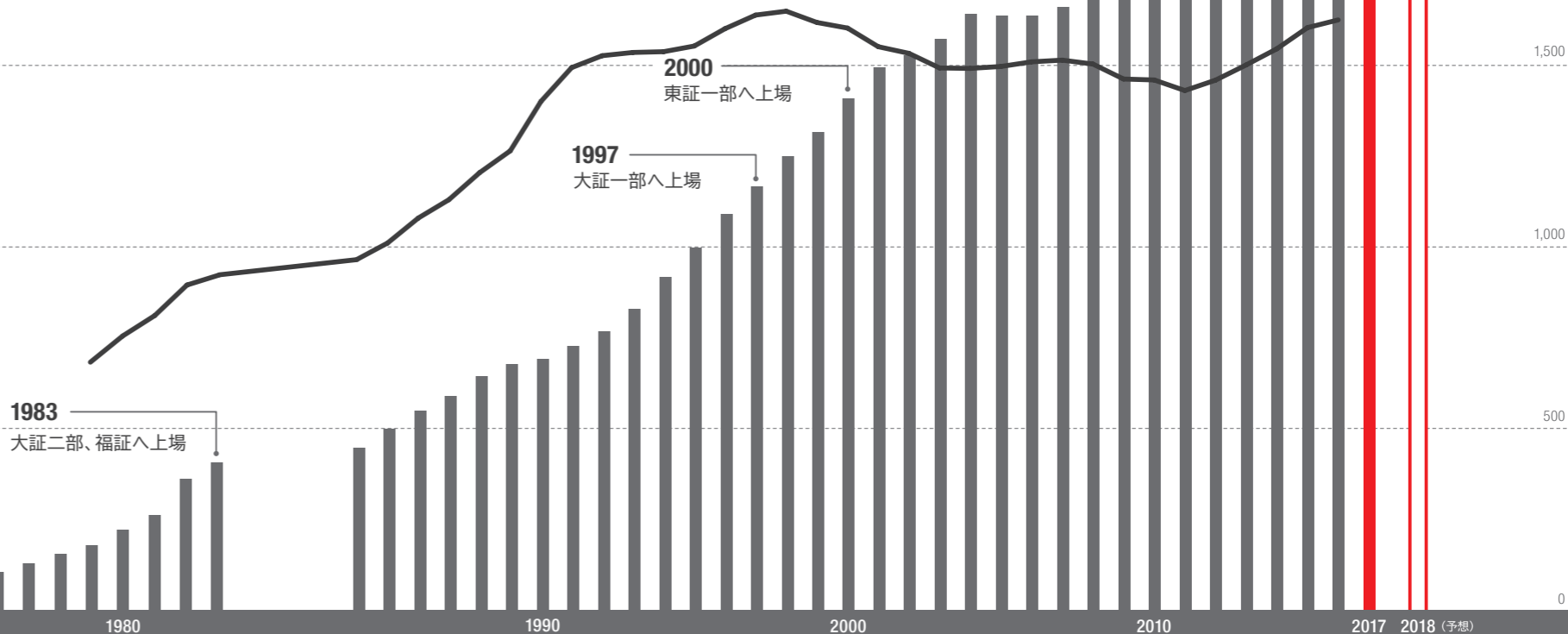
連結売上高  
(億円)  
2,500

300,000  
200,000  
100,000  
0

2,500  
2,000  
1,500  
1,000  
500  
0



■ 連結売上高 (右軸)  
— 外食産業市場規模 (左軸)  
〈出典: 一般社団法人 日本フードサービス協会〉



## 改革の歴史

- |  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <p><b>1947</b> 食料品卸売業開始<br/>有限会社藤町商店として佐賀市の中央マーケットに設立。</p> <p><b>1951</b> コーヒー豆の取引開始<br/>コーヒー豆の取引と自社焙煎を始め、これを業務用として九州各地の喫茶店などに卸す。</p> <p><b>1960</b> 食品スーパー事業開始<br/>セルフサービス方式の食品スーパー「トーホーストア」を開店。</p> <p><b>1987</b> 業務用食品現金卸売 (キャッシュアンドキャリアー) 事業開始<br/>業界の先駆けとなるキャッシュアンドキャリアー、「A-プライス」1号店を開店。</p> | <p><b>1988</b> 業務用食品卸売のための業務改革プロジェクト始動<br/>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・マーチャンダイジング・メソッド) プロジェクト」がスタート。</p> <p><b>1991</b> 人事制度と給与制度改革プロジェクトスタート<br/>能力主義を基本とし、公正な評価と処遇を実現する人事 (パーソネル) 給与 (サラリー) 制度改革プロジェクト「PSプロジェクト」がスタート。</p> <p><b>1997</b> 関東初進出<br/>業務用食品卸売事業の東京支店を開設。</p> <p><b>2000</b> 「ナレッジマネジメントシステム」稼働<br/>組織横断的に知恵を結集。業務用食品卸売の営業力、提案力を強化。</p> | <p><b>2003</b> コーポレート・ガバナンス体制の強化<br/>「社外取締役の導入、社外監査役の強化」「執行役員制度の導入」を柱とした新しいコーポレート・ガバナンスの体制を整える。</p> <p><b>2005</b> 女性の活躍推進プロジェクトスタート<br/>女性が働きやすい環境を整えることで、男女ともに活躍できる仕組みをつくる「TPA (トーホー・ポジティブ・アクション) 推進プロジェクト」がスタート。</p> <p><b>2005</b> 食育・食農活動が本格化、農業事業参入へ<br/>公益社団法人 兵庫みどり公社と連携し、「兵庫楽農生活センター (神戸市西区)」での農作業体験や栽培収穫体験事業の運営を受託。2009年には農業法人を立ち上げる。</p> <p><b>2007</b> 品質保証体制の強化<br/>公正取引委員会より食品表示に関する排除命令を受ける。この経験を教訓として品質保証体制を強化。毎月14日を「食の安心・安全の日」と定める。</p> | <p><b>2008</b> 子育て支援制度の拡充<br/>「TPA推進プロジェクト」メンバーが中心となり、子育て支援制度を拡充。次世代育成支援認定マーク「くるみん」を取得。</p> <p><b>2008</b> 持株会社体制に移行<br/>権限委譲によるスピード経営、M&amp;Aや事業再編が速やかに行えるよう事業を独立し、分社化。</p> <p><b>2014</b> 「toho group way」制定<br/>トーホーグループの不変の考え方や価値観を整理・明文化した「toho group way」を制定。</p> <p><b>2015</b> 海外初進出<br/>シンガポールにある日本食材の業務用食品卸売会社がグループ入り。トーホーグループ初の海外進出。</p> |
|--|--|---|---|