

第七次中期経営計画の進捗状況

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、第七次中期経営計画(3カ年計画)「IMPACT 2020」に取り組んでいます。

第七次中期経営計画 2018年度 ▶ 2020年度

IMPACT 2020

社会から信頼され、必要とされる会社へ

財務目標(2020年度)

連結売上高 — 2,350億円
 連結営業利益 — 32億円
 ROE — 5.5%

戦略の方向性

- ▶ 収益力の向上
- ▶ グループ連携強化
- ▶ 海外事業力強化

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

8つの重点施策

- 1 コア事業のシェア拡大
- 2 商品力・トータルサポート力の強化
- 3 グループ連携強化によるシナジー発揮
- 4 M&A戦略の更なる加速
- 5 新たなビジネスモデルの創生・育成
- 6 人事・給与制度改革の継続
- 7 業革の進化と水平展開による生産性向上
- 8 コスト・コントロールの徹底

1年目

2018年度 連結経営成績

	2018年度	前年比
売上高	2,176億66百万円	4.8%増 ↑
営業利益	16億37百万円	11.0%減 ↓
親会社株主に帰属する当期純利益	8億49百万円	85.2%増 ↑
ROE	3.5%	1.6ポイント増 ↑

2年目

2019年度 連結業績の見通し

	2019年度	前年比
売上高	2,300億円	5.7%増 ↑
営業利益	20億円	22.2%増 ↑
親会社株主に帰属する当期純利益	9億円	5.9%増 ↑

施策ピックアップ

関東地区の更なるシェア拡大

- ▶ 2019年3月に、学校・病院など給食事業者向けディストリビューター事業を営む関東食品(株)(群馬県高崎市)を連結子会社化。

海外事業力の強化

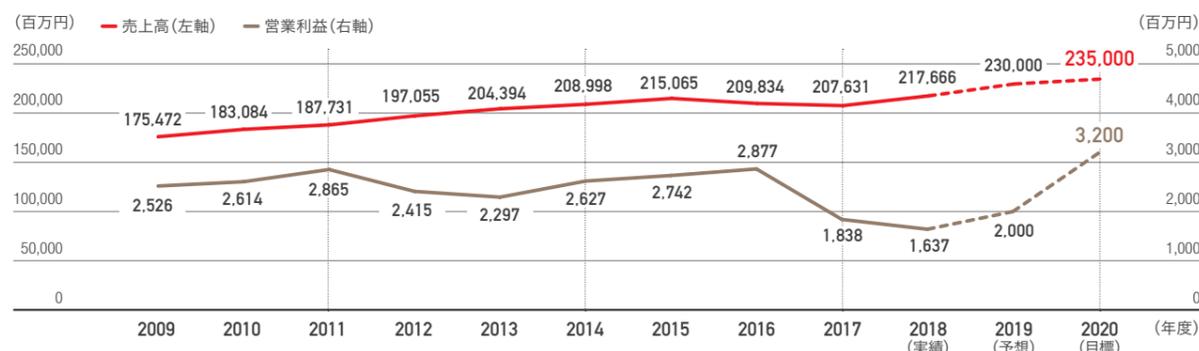
- ▶ 香港初進出、TOHO FOODS HK CO.,LTD.が、2019年3月に営業開始。
- ▶ シンガポールの既存3社(Marukawa, Tomo-Ya, TOHO Singapore)が8月に合併予定。事業所の移転集約、システムの統一により事業力を強化。

商品力・トータルサポート力の強化

- ▶ お客様ニーズを反映させたプライベートブランド商品の開発・販売を強化。
- ▶ 業務用調理機器の(株)エフ・エム・アイと既存事業会社との連携を強化。

売上高は不採算店舗の閉店や同業並びに異業種との競争激化などの影響がありましたが、M&Aが全体を押し上げ2,176億66百万円(前期比4.8%増)となりました。営業利益は物流関連費用の増加に加え、基幹システムの入替やM&Aなど、先行投資に伴う経費が増加し、16億37百万円(同11.0%減)となりました。経常利益は、前期に持分法による投資損失を計上していた反動などから17億53百万円(同0.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は固定資産売却益の計上などにより8億49百万円(同85.2%増)となりました。

売上高・営業利益推移



2018年度トピックス

M&A戦略の更なる加速

- 2月 (株)エフ・エム・アイ
業態:業務用調理機器・コーヒーマシン等の輸入・製造・販売
外食ビジネスをトータルにサポートする機能の強化。
商品力・トータルサポート力
- 8月 昭和物産(株)
業態:首都圏の製菓・製パン業態向け、業務用食品卸売
グループシナジーによる業務用食材・調理機器などの販路拡大や、グループ内の製菓・製パン向け対応力の強化。
シェア拡大 商品力・トータルサポート力
- 10月 Fresh Direct Pte Ltd. 他関係3社
業態:業務用青果卸及び青果加工販売
シンガポールでの事業基盤強化・シェア拡大。
海外売上約50億円規模へ
海外事業力

業務用食品卸売の関東地区のシェア拡大

- 2月 (株)鶴ヶ屋 宇都宮営業所((株)トーホー・北関東 本社敷地内) 開設
- 10月 (株)トーホーフードサービス 千葉支店 新築移転 倉庫面積約1.6倍へ拡張
- 10月 (株)藤代商店 東京営業所(豊洲市場内) 開設
- 11月 (株)鶴ヶ屋 船橋営業所(トーホーせんどば 船橋店内) 開設
- 12月 (株)トーホー・共栄 本社(現:西湘支店) 新築移転 倉庫面積約3倍へ拡張