価値創造

トーホーグループの価値創造の道筋

2030年　長期ビジョン

日本、そして海外の外食ビジネスの発展に貢献する企業グループを目指す

トーホーグループのビジネス領域における社会的課題・機会

ステークホルダーの期待

グループを支える資本

財務資本

P56をご確認ください。

営業基盤

グループ会社：**23**社
（国内：**17**社、海外：**6**社）
拠点数：**230**
※2024年４月１日現在

自ら考え自ら成長する自律型の人材
人的資本

従業員数（連結）
4,425名
うち嘱託・パートタイマーなど
1960名
※2024年1月31日現在

※従業員数は就業員数であり、パート及び嘱託社員は１日８時間勤務換算人員を外数で記載しています。

培ってきたこと

- 外食ビジネスをサポートしてきたノウハウ
- ブランド力
- 様々な外食業態のお客様基盤
- 幅広い調達ネットワーク
- 多様な販売チャネル（配送、店舗、EC サイト、FC）
- グループシナジーによる外食産業へのトータルソリューションの提供

調達・加工

- 業務用に特化したプライベートブランド商品（EAST BEE Fine Quality／スマイルシェフ SMILE CHEF FINE QUALITY）
- 自社焙煎コーヒー toho coffee
- ナショナルブランド商品など

P34～をご確認ください。

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

連携　連携

営業・販売

新中期経営計画「SHIFT-UP 2027」

1. 新たな成長ステージへの変革
2. サステナビリティ経営の推進
3. 企業認知度の向上と株主還元の継続

P20～をご確認ください。

財務目標>>>2027年1月期

	2023 年度(24/1 期)	2026 年度(27/1 期)
売上高	244,930 百万円	265,000 百万円
当期純利益	3,605 百万円	4,500 百万円
ROE	14.5%	10.0% 以上
PBR	1.1 倍	1.0 倍以上

マテリアリティ

- 美味しくて、安心・安全な食の提供
- 持続可能な経営の継続
- 未来へ繋げるための環境対策の取り組み
- 個性の尊重と能力を発揮できる組織の構築
- 地域社会発展への貢献

P30～をご確認ください。

経済的価値

売上高目標
３，０００億円
（２０３０年１月期）

社会的価値

外食ビジネスを営むお客様

- 豊富な食材の提供
- 持続可能な食の提供
- 食の安心・安全
- 選ばれるお店づくりの支援
- 飲食店の人手不足対策への貢献
- 地域の食文化の継承

重要課題（マテリアリティ）２０３０年の目指すべき姿

- グループに起因する食品事故ゼロ
- サステナブルフード開発強化
- ガバナンスの更なる強化
- 温室効果ガス排出量の削減
- 従業員の働きがいや誇りの醸成、従業員エンゲージメント向上等
- 社会貢献活動の継続
- 食を通して豊かな地域づくりに貢献する活動の継続

P30～をご確認ください。

企業価値を支える要素　　経営理念、経営のキーワード、サステナビリティ方針、toho group wayなど