

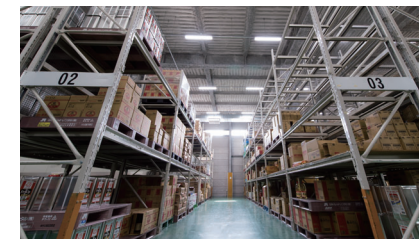
ディストリビューター事業

業務用食材の提供から、メニュー、情報、システム提案、調理機器に至るまで、あらゆるジャンルの外食ビジネスをトータルにサポートしながら外食産業の課題を解決し成長につなげています。



国内出店エリア 35/47都道府県

(株)トーホーフードサービス	51拠点
(株)トーホー・北関東	7拠点
関東食品(株)	4拠点
昭和物産(株)	2拠点
(株)鶴ヶ屋	4拠点
(株)藤代商店	2拠点
(株)トーホー沖縄	2拠点



海外出店エリア 3か国

シンガポール	TOHO Singapore Pte. Ltd.	3拠点
	FRESHdirect Pte. Ltd.	1拠点
	Bread N Better Pte. Ltd.	1拠点
マレーシア	TOHO Foods Malaysia Sdn.Bhd.	1拠点
香港	TOHO FOODS HK CO.,LTD.	1拠点
	Suitfit Company Limited	1拠点



※2025年7月31日現在

売上高・営業利益 推移



2025年1月期のふりかえり

- 国内のインバウンド需要の活況などを背景に、外食産業向けの販売は堅調に推移
- 各地で開業したホテルや商業施設など新規得意先の開拓も奏功
- PB商品の販売強化などにより粗利率は改善
- 人件費や運賃等は増加するものの、増収と粗利率改善による粗利額の増加が経費の増加を吸収し、営業利益は増益。前期に続き、セグメント最高益を更新

ディストリビューター事業

商流



事業の強み

- ・ 品質面での競争力が高いPB商品群の展開
- ・ 国内72か所を有する拠点網
- ・ エリア毎の市場環境に沿った事業所再編、新規出店計画の推進
- ・ 業界最大規模で実施する総合展示商談会
- ・ 「tohoグループ」のトータルサポート機能
- ・ 海外外食市場への対応と日本の飲食店の海外進出支援

市場環境

リスク

- ・ 国内景気の後退
- ・ 人手不足の顕在化
- ・ 物流費の高騰
- ・ 原材料やエネルギー価格の動向

機会

- ・ 継続が見込まれる訪日観光客数の増加
- ・ 各地における新規ホテル、商業施設の開業
- ・ DXに寄与するIT技術の進化

事業戦略

ディストリビューター事業は、業務用食品専門卸売業界の国内最大手として、外食産業のお客様に商品やサービスをお届けしています。事業活動の歴史が長く、基盤が充実している西日本に対し、近年は国内最大市場である関東地区や新たな成長市場として海外の事業基盤強化を推進しています。その実行策として 2008 年から M&A も積極的に行っており、2025 年1月末現在で関東地区は12 社、海外は 11 社がグループ入りしました。

- ・ 「エリア毎の市場環境に沿った事業展開へのシフト」を実現すべく、全国で展開する(株)トーホーフードサービスにおいては、組織を3つのエリアに細分化し、リージョナルチェーン・商業施設・ホテル・ケアフード・中食など、地域ごとに取り組み強化業態を明確にし、営業施策を展開。
- ・ 巨大市場である首都圏では、2024年度に開設した「横浜支店 横浜 DC」を活用し、物流の効率化と営業力の強化に取り組む。
- ・ 海外事業は、日本の外食企業の海外進出を支援する取り組みを強化するなど、さらなる機能強化を図る。
- ・ 味・品質にこだわった PB 商品や外食業界の人手不足や省力化に対応できる商品の提案を引き続き強化。
- ・ 消費者のサステナビリティへの関心の高まりにお応えできる商品として自社焙煎のフェアトレード有機コーヒーや BAP（養殖水産物基準）認証を受けた水産品などを積極的に販売。

キャッシュアンドキャリー事業

プロの食材の店「A-プライス」を中心に、店舗で業務用食品を販売し、各地域にある中小飲食店の毎日の仕入れをサポートしています。



国内出店エリア 30/47都道府県

A-プライス(FC含む).....	87店舗
せんどば 船橋店	1店舗
ニッショク	4店舗
こまつや.....	2店舗
A-プライスオンラインショップ...	1店舗

全95店舗

※2025年7月31日現在。オンラインショップを除く。



ECサイト



<https://a-price.jp/>

専用アプリ



会員証としても使える A- プライスのアプリ。デジタルチラシ、クーポンの配信、イベントカレンダーなどユーザーにとってお得な情報をリアルタイムで配信しています。

売上高・営業利益 推移



2025年1月期のふりかえり

- 主要顧客である中小飲食店への販売は堅調に推移
- PB商品の販売強化などにより粗利率は改善
- 増収及び粗利率改善により粗利額は増加したものの、人件費や運賃等の経費増加分を吸収できず営業利益は減益

キャッシュアンドキャリー事業

商流



事業の強み

- ・ 100万軒を突破したアプリ会員に対し、タイムリーな情報提供を実施
- ・ 関東から沖縄まで地域特性に応じた品揃え
- ・ 食品から機材までを含めた顧客へのトータルサポート提案
- ・ 各地域や店舗で実施する展示商談会の開催
- ・ EC展開により未開拓エリアの顧客対応が可能

市場環境

リスク

- ・ 国内景気の後退
- ・ 少子高齢化による人手不足
- ・ 物流費の高騰
- ・ 原材料やエネルギー価格の動向

機会

- ・ エシカル消費に関する関心の高まり
- ・ 購入手段の多様化
- ・ 飲食店の働き手不足に伴うソリューション機能の提案機会の拡大

事業戦略

キャッシュアンドキャリー事業は、主要顧客である中小飲食店の毎日の仕入れへのサポート力を高めるべく、地域食材やプライベートブランド商品などの品ぞろえの強化を図るとともに、季節やテーマに沿ったフェアや展示商談会の開催などを通じて商品・メニュー提案を強化しています。また、飲食店顧客の新規獲得のため、店舗外での営業活動を強化し、地域市場でのシェア拡大に努めています。

- ・ 新商品やおすすめ・こだわり商品、メニュー提案などの情報提供の強化を図る。
- ・ 味・品質にこだわったPB商品や外食業界の人手不足や省力化に対応できる商品の提案を引き続き強化。
- ・ 自社焙煎のフェアトレード有機コーヒーやBAP(養殖水産物基準)認証を受けた水産品など、消費者のサステナビリティへの関心の高まりに対応できる商品を積極的に販売。
- ・ 各店舗に試食販売専門の人員を配置し、味や品質にこだわったPB商品や新商品の試食販売を行い、販売を強化。
- ・ 全店にレーン型セルフレジの導入やインカム導入による省人化・業務効率化への対応を実施。
- ・ ECや異業種とのコラボレーションによる販売チャネルの拡大。

フードソリューション事業

飲食店に向けた業務支援システム、品質管理、業務用調理機器、総合建設請負、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様々なソリューションを提供しています。



国内出店エリア 15/47都道府県

	(株)トーホービジネスサービス …… 1拠点 品質管理サービス		(株)エフ・エム・アイ …… 13拠点 業務用調理機器などの輸入・製造・販売・保守
	(株)トーホー・コンストラクション …… 5拠点 総合建築請負業、飲食店の店舗内装設計など		(株)トーホーウイング …… 1拠点 特例子会社
	(株)アスピット …… 4拠点 外食企業向けASP事業		(株)トーホー …… 3拠点 IT戦略部、物流戦略部など
	(株)システムズコンサルタント …… 3拠点 ソフトウェアの開発・保守		

※2025年7月31日現在

売上高・営業利益 推移



2025年1月期のふりかえり

- 輸入業務用調理機器の販売において、一部の機器の切替対応の遅れなどにより販売が振るわず、加えて円安の影響で粗利率も低下したことにより、営業利益は減益。

フードソリューション事業

事業戦略

フードソリューション事業では、飲食店運営の深刻な課題である人手不足の解決のため、省力化や時短が図れる業務用調理機器、受注や損益管理などの店舗運営の効率化を図る業務支援システムの提案に注力しています。

(株)アスピット

<https://aspit.jp/>

外食企業にインターネットを通じて業務支援システム「ASPIT」を提供する事業を行っています。発注、買掛、支払業務、売上、勤怠といった業務システムを自社で構築するには、多額のシステム投資と要員が必要です。「ASPIT」は毎月一定料金でそれらのシステムを安価に、しかもわずかな期間で導入できるといった画期的なシステムです。



▲外食企業向け業務支援システム

事業の強みと市場環境

- ・ 発注・売上・勤怠・損益に至るオールインワンのサービス提供
- ・ 顧客の課題解決に向けた手厚い支援体制、24時間365日有人対応のヘルプデスク
- ・ 他の事業との連携によるトータルソリューションの提供

リスク

- ・ 生成 AI 活用の進化速度への対応
- ・ 新規競合他社の業界参入

機会

- ・ 人手不足によるデジタル活用の重要性拡大
- ・ 法改正への対応に伴うニーズの拡大

2025年1月期のふりかえり

ターゲット層と利用顧客拡大及びビジネスモデル再構築を企図した ASPIT システム再構築プロジェクトを始動しました。また、現成長速度に加え ASPIT システム再構築後の更なる利用顧客拡大にも対応できる体制を整えるべく、営業部門の組織再編を行いました。

(株)エフ・エム・アイ

<https://www.fmi.co.jp/>

国際的に高品位として認められている業務用調理機器の輸入販売・自社製品製造販売を軸に、調理メニュー提案・調理デモンストレーション、全国ネットの保守サービス網、付帯備品供給等々を総合的に組合せ、厨房で生じる様々な課題へのソリューション・プロバイダーとなることを目指しています。



▲2024年度開催のセミナーの一例

事業の強みと市場環境

- ・ 欧米の厨房機器トップブランドの代理店であることや有力厨房代理店との強固な連携
- ・ 自社のプロフェッショナルな調理・料理人によるメニュー・調理手法の提案力
- ・ 著名シェフとのコラボレーションや、各拠点での体験型テストキッチンを活用した提案力
- ・ 自社の保守サービス部隊による充実した顧客サービス体制

リスク

- ・ 輸入物価の上昇、円安による仕入れ価格の上昇

機会

- ・ 人手不足に伴う、省力化・自動化・生産性向上への強いニーズ
- ・ セントラルキッチン、食品加工工場といった新たな市場の拡大
- ・ ヘルス&ケア事業分野の拡大

2025年1月期のふりかえり

- ・ 大手外食チェーンや、成長市場である中食・食品加工業向けに、省人化や生産性向上に貢献するブラストチラー（急速冷凍機）やスチームコンベクションオーブンの販売に注力しました。
- ・ トーホーグループ各社と連携、「人手不足解消セミナー」を全国で開催し新規顧客の開拓に努めました。この結果、ブラストチラーを中心とするソリューション機器の売上は前期比 118% と大きく伸長し、特に、小型機は全国のベーカリーをはじめとする個店へ、大型機はセントラルキッチンや工場向けの納品が増加しました。