



美味しくて、安心・安全な食の提供

私たちは食品を扱う企業グループとして、美味しくて、安心して食べられる安全な食品の提供が基本だと考えています。私たちは、お客様や取引先様に提供する食品の安全と食品事故の防止に努めます。お客様や取引先様に満足いただける美味しく安全な食品やサービスを提供することで持続可能で豊かな食生活に貢献します。

01 グループに起因する食品事故ゼロ

- ・ 外食事業者の声を反映したプライベート(PB)商品の開発
- ・ 品質保証部によるPB商品製造工場監査
- ・ 各事業所の商品保管設備の計画的な更新
- ・ 賞味期限管理の徹底
- ・ 温度帯別配送
- ・ 従業員教育

品質管理・検査体制

トーホーグループは、1994年に業界に先駆けて品質管理室を設置し、「食の安心・安全」に取り組んできました。2008年から(株)トーホービジネスサービスの品質保証部に改組し、トーホーグループの商品や原材料の微生物検査・理化学検査、調理・加工場施設の衛生点検及び自社作成の表示のチェックなどを実施しています。

1 HACCP に沿った全社の食品安全管理

グループの品質保証委員会の方針や指示に従い、品質保証部はグループ全体の食品安全に対して、法改正や食品安全を巡る環境変化・技術の進歩、消費者ニーズ等の情報を収集・分析し、HACCPに沿ったリスク分析及びその結果に基づく対策の継続的な検証と見直しを実施しています。

3 施設の衛生点検

自社運営の店舗や物流施設、プライベートブランド商品の製造委託先施設に対し、HACCPに沿った衛生管理の仕組み審査や実施状況の点検を行っています。

5 従業員教育

食品を扱う会社の従業員としての意識向上と衛生管理業務の着実な実行のため、従業員に対して定期的な衛生管理教育を実施しています。

2 食品の微生物と理化学検査

自社加工商品、プライベートブランド商品、並びに商品に使う原料に対し、食品の微生物検査、調理・加工現場の環境検査、また、食品の残留農薬検査、その他品質検査等を実施しています。

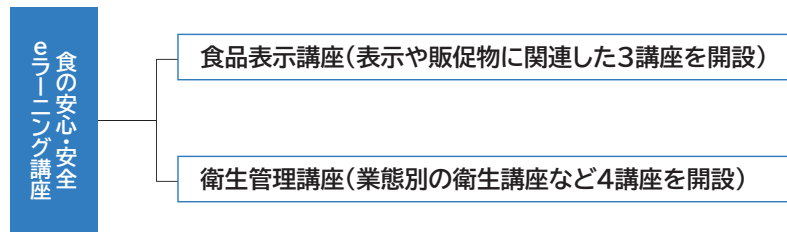
4 食品表示チェック

自社で制作する食品表示は、品質保証部の上級食品表示診断士が中心となりチェックを実施しています。

安心・安全への取り組み

トーホーグループは、毎月14日を「食の安心・安全の日」と定めています。「食の安心・安全」は、従業員全員の毎日の業務によって実現できるものとの観点から、毎月14日は食の安心・安全を再確認し、今行っている業務を見つめ直す日として、従業員全員で食品事故の防止に取り組んでいます。また、品質保証部から季節にあわせた衛生管理情報が定期的に配信されるなど、安全な食品をお客様にご提供できる教育も行っています。

食の安心・安全に関する教育



食品の安全と食品事故の防止のため「食の安心・安全 eラーニング講座」を開設し、食品の衛生管理及び表示管理の重要性について社員の意識の向上を図るとともに食品の安全管理の強化に取り組んでいます。

主な食の安心・安全に関する教育

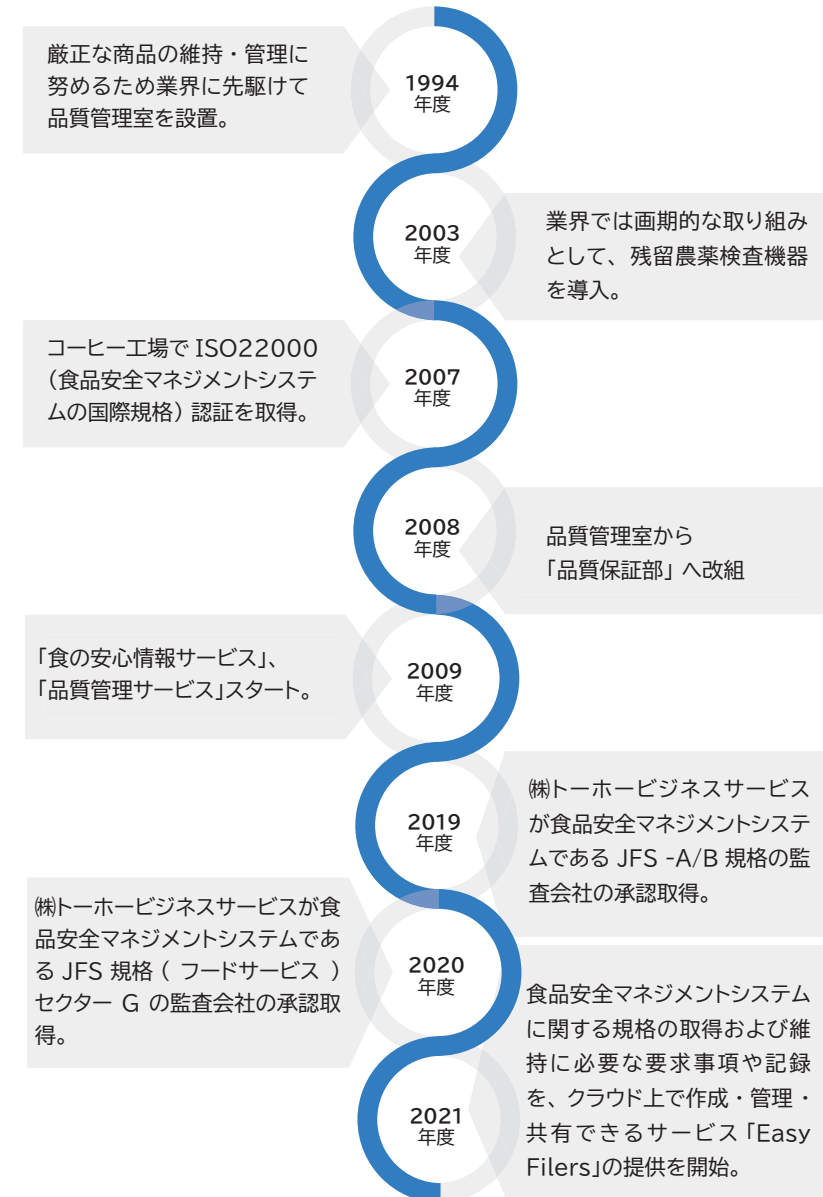
- ・ 食の安心・安全 eラーニング講座
- ・ 新入社員研修
- ・ 各階級別、各社での研修など
- ・ イン트라ネットによる衛生に関する情報発信など

食品安全衛生管理方針

 <https://www.to-ho.co.jp/sustainability/culture.html#sec01>

1. 常にお客様の視点に立ち、「安心・安全」を最優先とする品質保証に取り組めます
2. 法令および自社基準を遵守し、適切な情報開示でお客様の信頼に応えます
3. リスクマネジメントでリスクを未然に防ぎ、より高い安全水準の維持に最善を尽くします
4. 全従業員が品質保証活動に参加し、安全で安心できる商品・サービスの提供に努めます

トーホーグループ「安心・安全」のあゆみ





美味しくて、安心・安全な食の提供

02 サステナブルフード開発強化

- ・ 植物由来で畜産よりも環境負荷の少ないプラントベースフードの開発など、社会や環境課題に貢献できる商品の開発
- ・ 社会、環境に配慮した製品であることを証明する国際的なラベル商品の取り扱いを拡大

トーホーグループの 業務用プライベートブランド



- ・ 「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をテーマに 75 年以上にわたり、外食ビジネスをサポートしてきた実績とノウハウを活かした業務用プライベートブランド(PB)商品
- ・ プロ仕様として品質・味に徹底的にこだわった高付加価値 PB 商品を、和洋中あらゆるジャンルの食材、商品でラインアップ

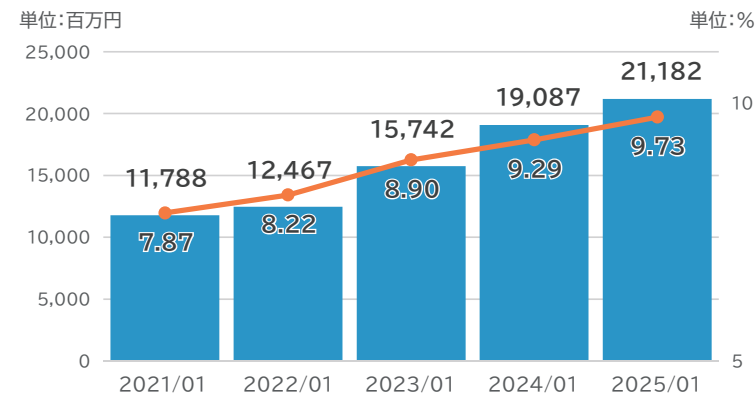
1 商品開発へのこだわり

- ・ お客様の課題解決やニーズを PB 商品開発に反映
- ・ 品質と味を評価して選んでいただける PB 商品を開発
- ・ 商品製造委託先を審査し、安全基準を確認

2 安心・安全のこだわり

PB商品の品質確保のため、(株)トーホー 商品戦略本部や(株)トーホービジネスサービス 品質保証部が商品製造委託先に赴き、自社基準に基づいた厳密な審査を実施。

PB 売上・売上構成比 推移



販売に注力しているPB商品の売上構成比は着実に上昇

(株)トーホー 商品戦略本部所属のMDを主要エリアに配置し、PB商品の知識向上のための勉強会やe ラーニングを使用した教育、PB商品展示商談会を 31 会場で実施しました。また、新規開発商品やリニューアルも積極的に行い、直近期の PB 売上構成比は 9.73%と 2027 年1月期の目標である 12.0%の達成に向けて着実に上昇しています。今後は、積極的な開発を進めると共に、売上構成比の低いカテゴリーの商品開発を強化する予定です。

持続可能な社会の実現に貢献するため、サステナブルフードの取り扱いを強化

世界人口の増加や新興国の経済成長などにより食料需要の増加が見込まれる中、気候変動により農産物の不作や生産可能な地域の変化により、食料の供給に影響が出る可能性が懸念されています。当社グループでは、持続可能な社会への貢献と持続可能な経営を目指すため、サステナブルフードの取り扱いに力を入れています。



BAP※1(Best Aquaculture Practices) 認証を取得したサステナブルフード第2弾として業務用自社ブランドの「EAST BEE 海老フライ(BAP)」をM・L・2L・3Lの4サイズのラインアップで2024年3月下旬から販売を開始しました。

※1：世界水産物連盟(Global Seafood Alliance、通称 GSA)によって定めた責任ある養殖水産物に関するグローバルな認証制度で、養殖水産物の孵化場、飼料工場、養殖場、加工工場を対象とし、その全ての段階において環境や社会への責任、養殖される魚介類の健康、食品安全を保証する認証制度です。BAP 認証の基準には、「環境への責任」、「動物の健康と福祉」、「食品安全」、「社会への責任」の4つの柱があります。



流通過程におけるさまざまな要因により、捨てざるを得なくなった廃棄バナナを活用した「EAST BEE フリーカットケーキ ショコラバナナ」を2024年6月中旬から販売を開始しました。



トーホーグループで取り扱うサステナブルフードの一例

topix

MSC、ASC-COC認証の取得拠点を増やし、持続可能な商品の販路を拡大へ

2025年5月、持続可能な漁業・養殖業に関する国際認証制度である「MSC※2(海洋管理協議会)」及び「ASC※3(水産養殖管理協議会)」の「CoC(Chain of Custody) 認証」を、当社グループの25事業所で取得しました。CoC認証は、MSC・ASC認証の水産物が漁業・養殖場から最終消費者に届くまでのすべての流通・加工の段階において、非認証水産物と混ざらないよう適切に管理することを目的とした認証です。

※2：水産資源や環境に配慮し、適切に管理された持続可能な漁業に関する認証。

※3：環境と社会への影響を最小限にして育てられた責任ある養殖業に関する認証。

【認証取得事業所】

- 株式会社トーホーフードサービス
東京支店、横浜支店、名古屋支店、京都支店、大阪支店、神戸支店、広島支店、福岡支店、熊本支店、広域営業
- 株式会社トーホーキャッシュアンドキャリアー
A- プライス高井戸店、四日市店、脇浜店、岡山店、中広店、前原店、久留米店、鹿児島店
- 株式会社トーホー・北関東
宇都宮支店、那須支店
- 株式会社トーホー沖縄：1事業所
- 関東食品株式会社：1事業所
- 株式会社トーホー：3事業所



美味しくて、安心・安全な食の提供

トーホーグループのコーヒーブランド **toho coffee**

トーホーグループは1951年に輸入コーヒー豆の取引を始めて以来、メーカーとしてコーヒーの自社焙煎を行っています。当社グループにとってコーヒーは開発力、技術力、ブランド力の原点といえる製品であり、当時から今に至るまで「味や香り」にこだわり、ホテルやレストランなどの外食ビジネスを営むプロのお客様にコーヒーをお届けしています。

1 コーヒー豆

- ・ 全日本コーヒー商工連合会・全日本コーヒー検定委員会/ J.C.Q.A. 認定「コーヒー鑑定士」が毎日のテイスティングにより豆の品質を鑑定し、産地・エリアを厳選
- ・ 調達するコーヒー豆は全ロットの残留農薬検査を経て、独自の味や品質基準に適合したものだけを使用

3 鮮度管理

- ・ 煎りたての鮮度を保持するため包装には「バルブパック」を採用
- ・ 工場設備では、コーヒー豆の最適な温度管理を行う「エージングシステム(自動立体倉庫)」によって、コーヒーの香りや鮮度を保持

2 焙煎

- ・ 匠の技を持つ「焙煎士」が代々その技を継承し、美味しさを伝承
- ・ 大型・中型・小型の焙煎機をその特長によって使い分けお客様のニーズに応じた細やかな味づくりに対応

4 人材

- ・ コーヒー資格の最難関と言われる J.C.Q.A. 認定「コーヒー鑑定士」が厳しい目線から味づくりや品質管理を行い、あらゆる産地のコーヒー生豆を厳選し、そして製品の最終検査のチェックを行う
- ・ J.C.Q.A. 認定「コーヒー鑑定士」以外にも、Qグレーダーやコーヒーインストラクター、コーヒーマイスターなど、様々なコーヒーのプロフェッショナルがお客様へのアドバイスをサポート

社内検定「トーホーコーヒー販売検定」を実施し、
販売のスキルアップとモチベーションに繋がっています

「トーホーコーヒー販売検定」は、自社製品「toho coffee (トーホーコーヒー)」の販売に必要な知識や抽出技術などの基礎知識を習得できる社内資格制度です。年に1回、希望者が受験し、テストや実技などを通し、合格者を決定しています。この検定により社員のコーヒーの知識が増えることでスキルアップし、販売へのモチベーションに繋がっています。

2003年からフェアトレードコーヒーの販売をスタート 2025年1月期には販売数量も134%で推移

コーヒーの小規模生産者に最低買入価格を保証し、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の趣旨に賛同し、2003 年度からフェアトレード認証と有機 JAS 認証のダブル認証コーヒーを積極的に製品化し、販売しています。
2024 年 2 月、新商品「フェアトレード 有機 珈琲 ダーク(豆・粉)」の販売を開始し、2025年1月期の販売量は前期比 134%で推移しました。

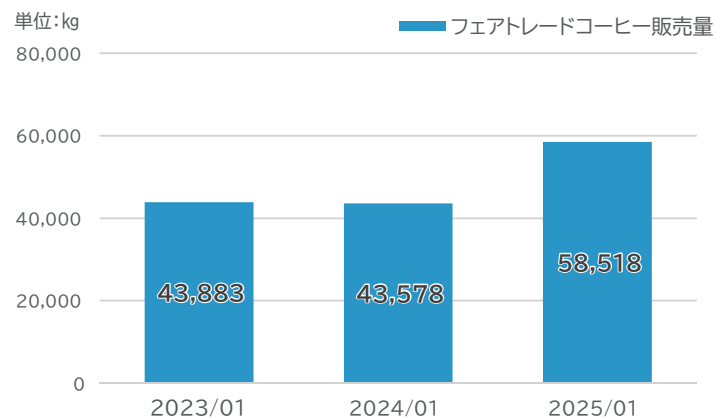


2024 年 2 月販売
「フェアトレード 有機 珈琲 ダーク(粉・豆)」



特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパンが 30 周年を迎えることを記念し、フェアトレードの推進において優れた功績のあった日本企業・団体に対してその功績を表彰するものとして 2023 年 10 月開催された「第 1 回フェアトレード・ラベル・ジャパン アワード」。当社は、同アワードにおいて「セールス（コーヒー）部門 シルバー賞」を受賞しています。

フェアトレードコーヒー 販売量推移



また、フェアトレードコーヒーの一部商品では、輸送をトラックから鉄道輸送に転換するモーダルシフト^{※1}を取り入れており、国土交通省により制定され、公益社団法人鉄道貨物協会で運営されている エコレールマーク^{※2} 商品の認定を取得しています。

topix

途上国の生産者支援と気候変動対策を図ることを目的に フェアトレード認証コーヒーの戦略的パートナーシップ締結

当社は、開発途上国の生産者支援と気候変動対策を図ることを目的に、認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパンとフェアトレード戦略的パートナーシップを 2025 年 6 月に締結しました。このパートナーシップに基づき、トーホーは、2035 年 1 月期までに国際フェアトレード認証コーヒーの調達量を 1.5 倍（2025 年 1 月期対比）にすることを目指し、フェアトレード・ラベル・ジャパンと連携して調達拡大と販売促進に取り組みます。国内上場企業として、国際フェアトレード認証コーヒーの具体的な調達目標のコミットメントを掲げ、その目標達成に向けてフェアトレード・ラベル・ジャパンと戦略的パートナーシップを締結するのは国内では初めての事例となります。

※1：モーダルシフトとは、トラックによる幹線貨物輸送から大量輸送が可能な海運や鉄道輸送に転換する国土交通省の政策で、CO2 排出量が大幅に抑制できます。

※2：「エコレールマーク」：消費者が日常生活を営む上で目に触れにくい、企業が行う鉄道貨物輸送による環境負荷低減の取り組みを、企業の商品、カタログなど消費者の目に触れやすい媒体への表示を行うことにより理解を促すことで、消費者、企業が一体となって鉄道貨物輸送による環境負荷低減のための取り組みを進めるよう促すことを目的とするマークです。