

食を通して社会に貢献する

toho



2026年1月期第3四半期 決算説明資料

2025年12月11日
株式会社 **トホー**

(東証プライム 8142)

目 次

会社案内

2026年1月期第3四半期 決算の概要

- ・決算ハイライト
- ・連結損益計算書
- ・連結貸借対照表

2026年1月期第3四半期 セグメント別の概況

2026年1月期 業績予想

- ・通期連結業績予想、通期進捗率
- ・配当予想

参考資料

- ・サステナビリティ推進
- ・中期経営計画「SHIFT-UP 2027」

会社案内

創	業	：1947(昭和22)年10月1日	
商	号	：株式会社トーホー(持株会社)	
本	社	：神戸市東灘区向洋町西5丁目9番	
資	本	金	：53億4,477万円
売	上	高	：2,464億円(2025年1月期)
代	表	者	：代表取締役会長 古賀 裕之 代表取締役社長 奥野 邦治
連	結	従業員数	：3,827名 (2025年7月31日現在) (正社員数2,464名、パートタイマー等1,363名)
株	式	上場	：東証プライム
事	業	内容	：ディストリビューター事業、キャッシュアンドキャリー事業、 (業務用食品卸売) (業務用食品現金卸売) フードソリューション事業、コーヒー製造販売
グル	ープ	会社数	：21社 (2025年10月末現在)
(当社除く)			※2025年1月期をもって、食品スーパー事業から撤退しました

会社案内 事業内容(セグメント)

ディストリビューター(DTB : 業務用食品卸売)事業

あらゆる業態の飲食店のニーズに沿った業務用食品を国内外から調達し、お届け。また、グループの総合力を活かし、食材供給だけでなく、外食ビジネスをトータルにサポートしています。

14社88事業所
(35都道府県、海外3カ国)



キャッシュアンドキャリー(C&C : 業務用食品現金卸売)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。

94店舗(30都府県)



フードソリューション(FSL)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。

7社30事業所



※社数、事業所数は2025年10月末現在

会社案内 商流図

販売先

一般消費者

販売先

レストラン

ホテル

旅館

カフェ・
喫茶

居酒屋

テーマ
パーク

病院・
産業給食

など外食産業全般

セグメント (%は売上構成比)

DTB事業

77.1%

FSL事業

5.3%

C&C事業

17.6%

仕入先

自社コーヒー工場

海外・国内食品産地

国内外食品メーカー

※「自社コーヒー工場」の売上はDTB事業に包含

※セグメント別の売上構成比は、2026年1月期3Q時点(小数点以下第2位を四捨五入)

会社案内 業務用食品卸 市場規模とシェア

業務用食品卸 国内地域別の市場規模と当社グループ(DTB事業+C&C事業)のシェア

(単位：百万円)

		全国	関東	東海	近畿	中四国	九州 沖縄
2024年度 国内市場規模	地域別 市場規模	4,096,900	1,761,700	622,700	745,600	278,600	368,700
2025/1期 当社グループ 実績	売上高	217,802	62,398	8,026	58,083	17,566	71,728
	市場シェア	5.3%	3.5%	1.3%	7.8%	6.3%	19.5%

※海外を含むDTB+C&Cの25年1月期売上高は228,897百万円

※業務用食品卸の市場規模は、日本食糧新聞社調べ(2025年8月公表)を一部編集。なお、上表地域以外に「北海道・東北」で311,400百万円

「食を通して社会に貢献する」

「健康で潤いのある食文化に貢献する」

トホーグループは「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」をキーワードに、
「食」に関するあらゆるシーンを支えながら、
食文化の向上に貢献するために存在します。

toho

トホーの前身は「東峰産業株式会社」。
社名に込めた意味は「東に向かって働き蜂の如く」。西の九州からスタートし、
東に向かって事業を拡大していくという思いを表しています。
1983年には更なる業容の拡大と今後の飛躍を期し、より呼び易く、
親しんでもらいたいとの思いからカタカナ表記の「トホー」になりました。

会社案内 沿革

- 1947年10月 「(有)藤町商店」(佐賀市)を創立し、食品卸売事業を開始
- 1951年10月 **輸入コーヒー豆の取引・自社焙煎を開始**
- 1953年 3月 「東蜂産業(株)」設立(本社:神戸市、支店:福岡市)
- 1954年 **外食産業への食品卸(ディストリビューター事業)に本格的に参入**
- 1960年 4月 トーホーストア1号店(食品スーパー事業)開店
- 1970年10月 業務用自社ブランド商品の開発を本格化
- 1983年 1月 「(株)トーホー」に社名変更
- 1983年 9月 大阪証券取引所第2部・福岡証券取引所に株式上場
- 1987年 7月 **プロの食材の店「A-プライス」1号店(キャッシュアンドキャリー事業)開店**
- 1997年 7月 大阪証券取引所第1部へ市場変更
- 2000年11月 東京証券取引所第1部へ市場変更
- 2008年 1月 **関東地区を中心に、本業のM&Aに着手**
～以降15年間で29件36社(うち海外8件11社)を実施
- 2008年 8月 持株会社制へ移行
- 2015年12月 **M&Aで初の海外(シンガポール)進出**
- 2022年 4月 東京証券取引所プライム市場へ移行
- 2024年11月 食品スーパー事業から完全撤退

会社案内 トホーグループの強み

業務用食品専業卸売業界 国内売上NO.1

日本国内全域をフォローする
営業ネットワーク

国内拠点
80
35都道府県

海外外食市場への
積極的なアプローチ

- ・海外市場のシェア拡大
シンガポール/香港/マレーシア
- ・日本外食企業の海外進出支援

「業務用食材専門店」の
多店舗展開

直営に加え、FCビジネスを開始
オンラインショップも運営

OPEN

店舗数
94
30都道府県

外食ビジネスを
トータルに
サポートする力

- ・ITによる店舗業務効率化
- ・品質・衛生管理サポート
- ・業務用調理機器の販売
- ・店舗内装設計・施工

外食ニーズに応える
商品開発力・調達力



- ・美味しさ、安心・安全に
こだわったPB商品
- ・自社焙煎コーヒー
- ・10万を超える豊富な品揃え

持続的成長を支える
人材育成システム

- ・自律的なキャリア形成支援制度
- ・ダイバーシティの推進
- ・健康経営の推進

会社案内 取り扱いアイテム(業務用食品)

NB(ナショナルブランド)商品



売上高構成比

約 90 %

国内の大手食品メーカーを中心に、外食産業のお客様のニーズに対応するあらゆるジャンルの業務用食品を取り扱っています。また、当社グループの事業拠点が全国に所在するメリットを活かし、地域の優れた食品メーカーの開拓をはじめ、海外の食品メーカーからも仕入れを行っています。

PB(プライベートブランド)商品



売上高構成比

約 10 %

EAST BEE

「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て産地やメーカーを厳選。和食・洋食・中華など、あらゆるジャンルの食材、商品をラインアップしています。



スマイルシェフ

キャッシュアンドキャリー事業で販売するオリジナルブランドです。中小飲食店様にも使いやすく満足いただけるよう規格を小さくしました。高品質でありながら低価格を実現する自信のブランドです。



toho coffee

グループ唯一のメーカー機能として自社工場で飲食店様向けの業務用コーヒーを焙煎しています。1951年に焙煎を開始した歴史を持ち、プロのお客様の高い要望にお応えできるこだわりのコーヒーです。

2026年1月期第3四半期 決算の概要

※2025年1月期をもって食品スーパー(FSM)事業から撤退したことに伴い、当期決算より、
当社の報告セグメントから「FSM事業」を抹消しております。

※()内は前年同期増減率

売 上 高	:	189,340百万円	(+4.1%)
営 業 利 益	:	5,553 百万円	(+4.8%)
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益	:	3,512 百万円	(+6.2%)

- 売上高は食品スーパー(FSM)事業撤退などの影響があったものの、国内外食産業への販売が堅調に推移したこと加え、新たに三協食鳥がグループ入り(9月)したこともあり、増収(+4.1%)
- 営業利益は増収による粗利額の増加や食品スーパー事業の撤退による増益がシンガポール子会社の粗利率の低下や既存事業の運賃及び荷造費等の増加を吸収し、増益(+4.8%)
- 親会社株主に帰属する四半期純利益は、固定資産売却益の計上などもあり増益(+6.2%)

〈前年同期増減〉

売上高 : **+ 74** 億円、営業利益 : **+ 255** 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益 : **+ 204** 百万円
 ※億円未満切り捨て

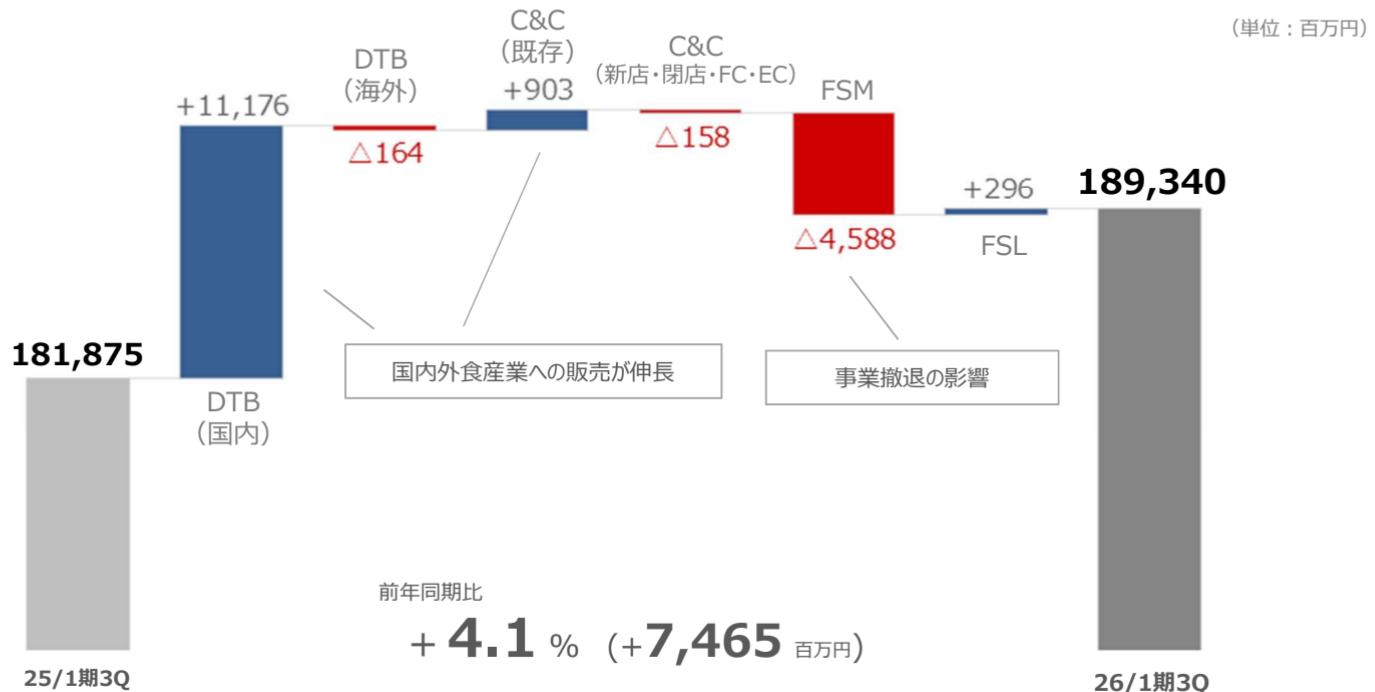
連結損益計算書

(単位：百万円)

	前期3Q (2025年1月期)		当期3Q (2026年1月期)		前年同期比	
	実績	対売	実績	対売	増減率	増減額
売 上 高	181,875		189,340		+4.1%	+7,465
売上総利益(粗利)	36,696	20.18%	36,934	19.51%	+0.6%	+238
販 売 管 理 費	31,398	17.26%	31,381	16.57%	△0.1%	△17
営 業 利 益	5,298	2.91%	5,553	2.93%	+4.8%	+255
経 常 利 益	5,488	3.02%	5,614	2.97%	+2.3%	+126
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益	3,308	1.82%	3,512	1.86%	+6.2%	+204

売上高の増減要因 (3Q累計)

FSM事業からの撤退の影響があったが、国内外食産業への販売が堅調に推移し、增收

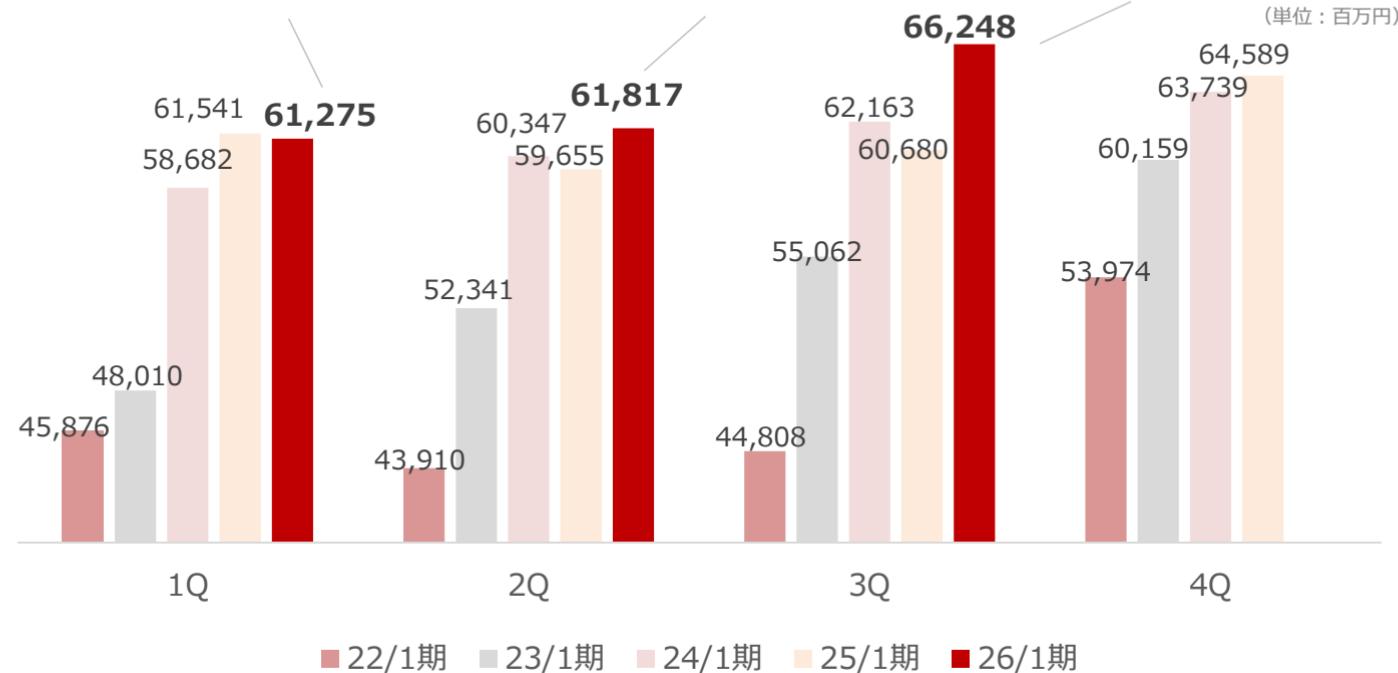


四半期別 売上高推移(5期比較)

前年同期比 : $\triangle 0.4\%$ ($\triangle 266$)
 (食品スーパー事業除く)
 前年同期比 : +3.7% (+2,185)

前年同期比 : +3.6% (+2,163)
 (食品スーパー事業除く)
 前年同期比 : +6.2% (+3,597)

前年同期比 : +9.2% (+5,568)
 (食品スーパー事業除く)
 前年同期比 : +10.5% (+6,270)



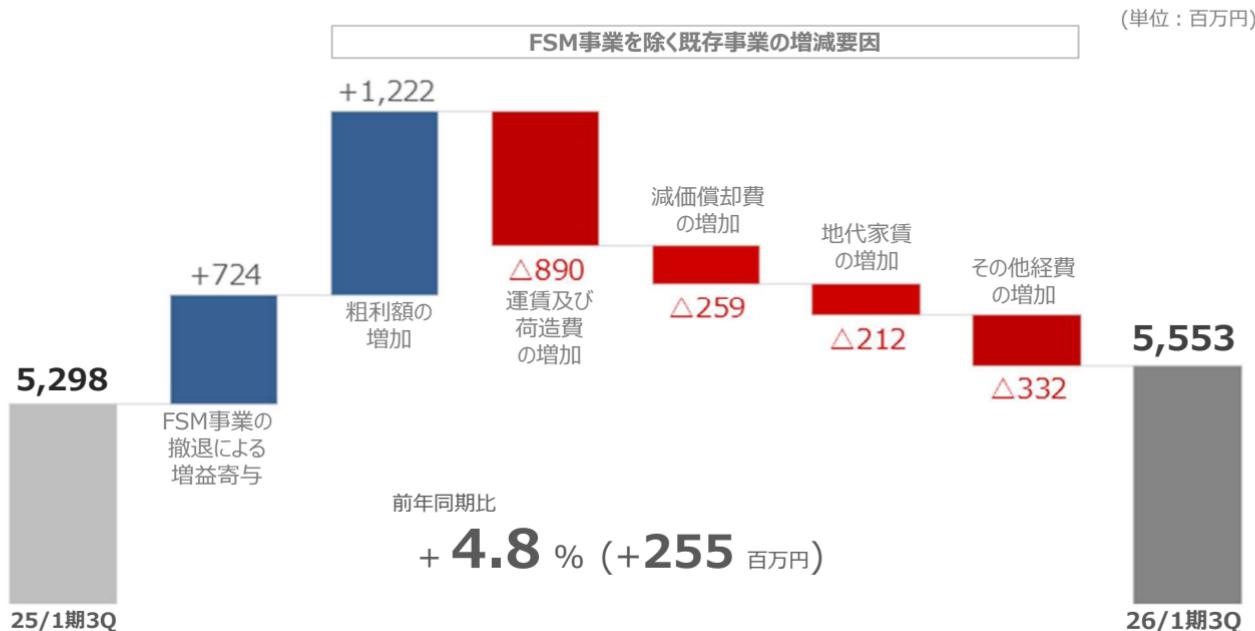
販管費比較 (3Q累計)

(単位：百万円)

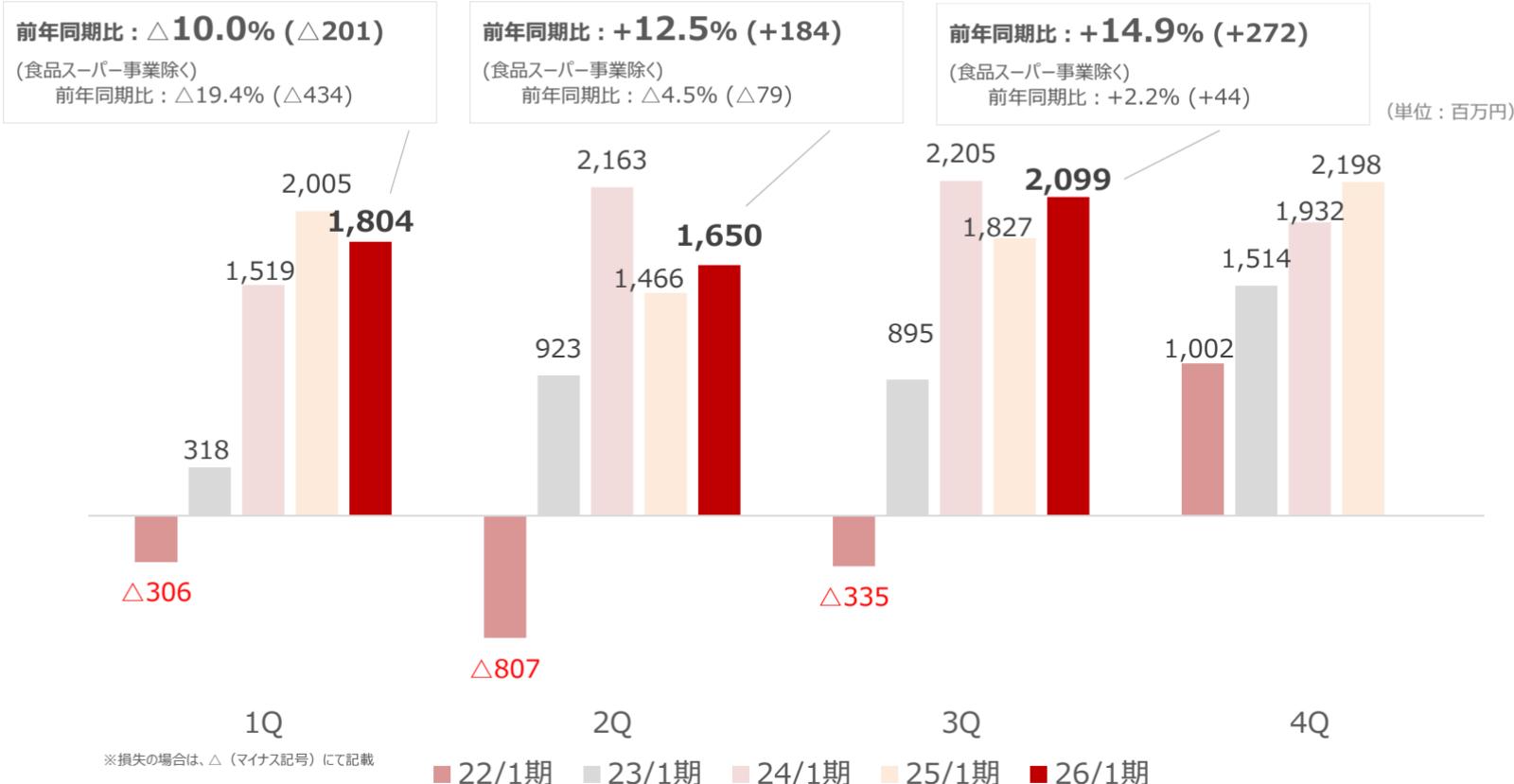
前期3Q (2025年1月期)		対売	当期3Q (2026年1月期)	前年同期比		
売上高	売上総利益			対売	増減率	増減額
売上高	181,875		189,340		+4.1%	+7,465
売上総利益	36,696	20.18%	36,934	19.51%	+0.6%	+238
人件費	15,437	8.49%	14,795	7.81%	△4.2%	△643
運賃及び荷造費	5,045	2.77%	5,868	3.10%	+16.3%	+823
販売促進費	740	0.41%	715	0.38%	△3.4%	△25
貸倒引当金繰入額	△19	—	20	0.01%	↑	+38
旅費及び交通費	889	0.49%	892	0.47%	+0.4%	+3
水道光熱費	1,376	0.76%	1,277	0.67%	△7.2%	△99
リース料	728	0.40%	728	0.38%	+0.0%	+0
減価償却費	1,361	0.75%	1,615	0.85%	+18.7%	+254
地代家賃	2,365	1.30%	2,361	1.25%	△0.1%	△4
その他（のれん償却含む）	3,475	1.91%	3,110	1.64%	△10.5%	△365
販売管理費計	31,398	17.26%	31,381	16.57%	△0.1%	△17
営業利益	5,298	2.91%	5,553	2.93%	+4.8%	+255

営業利益の増減要因(3Q累計)

既存事業の増収による粗利額の増加やFSM事業の撤退による増益が、シンガポール子会社の粗利率の低下や既存事業の運賃及び荷造費等の増加を吸収し、増益
※第3Q単独では既存事業も増益に転換



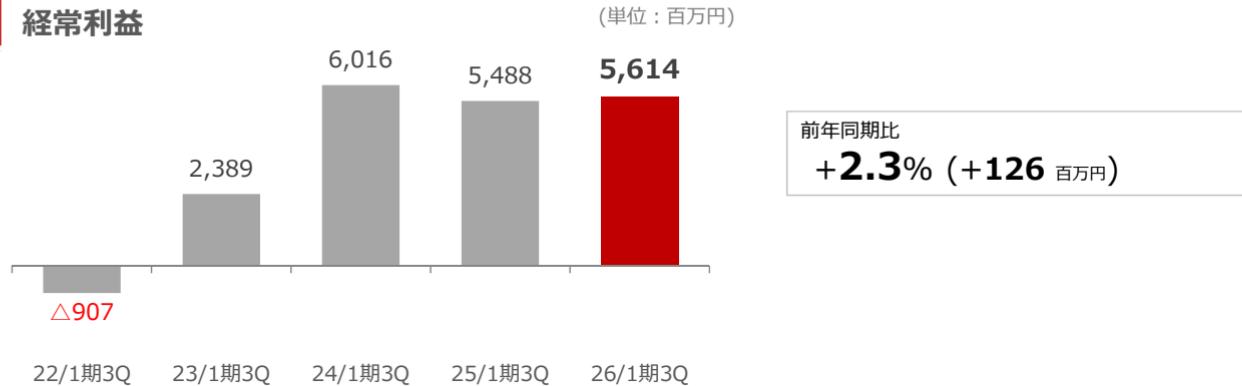
四半期別 営業利益推移(5期比較)



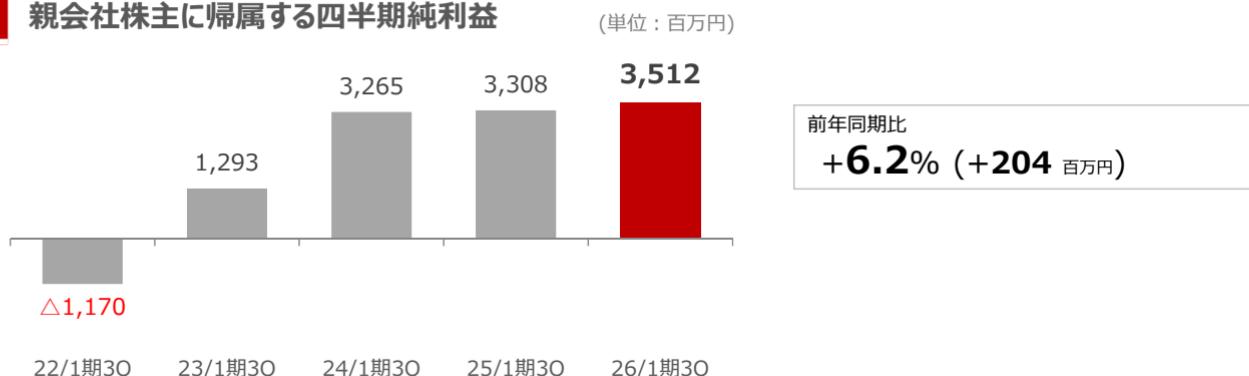
経常利益および親会社株主に帰属する四半期純利益(3Q累計)

※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

経常利益



親会社株主に帰属する四半期純利益



連結貸借対照表

				(単位：百万円)	
2025/1期 期末		2026/1期 3Q末	増減額	主な増減要因	
流動資産	46,383	53,720	+7,337	現金及び預金 受取手形、売掛金及び契約資産 棚卸資産	+1,015 +4,263 +1,280
固定資産	41,937	43,041	+1,104	土地 のれん 投資有価証券	+221 +89 +383
資産合計	88,320	96,761	+8,441		
流動負債	42,798	47,042	+4,244	支払手形及び買掛金	+3,710
固定負債	14,404	17,321	+2,918	長期借入金	+2,442
負債合計	57,202	64,363	+7,162		
純資産合計	31,119	32,398	+1,279	利益剰余金 自己株式 為替換算調整勘定	+1,958 △382 △167
負債・純資産合計	88,320	96,761	+8,441		

2026年1月期第3四半期 セグメント別の概況

※2025年1月期をもって食品スーパー(FSM)事業から撤退したことに伴い、当期決算より、
当社の報告セグメントから「FSM事業」を抹消しております。

セグメント別業績

※()内は前年同期増減率

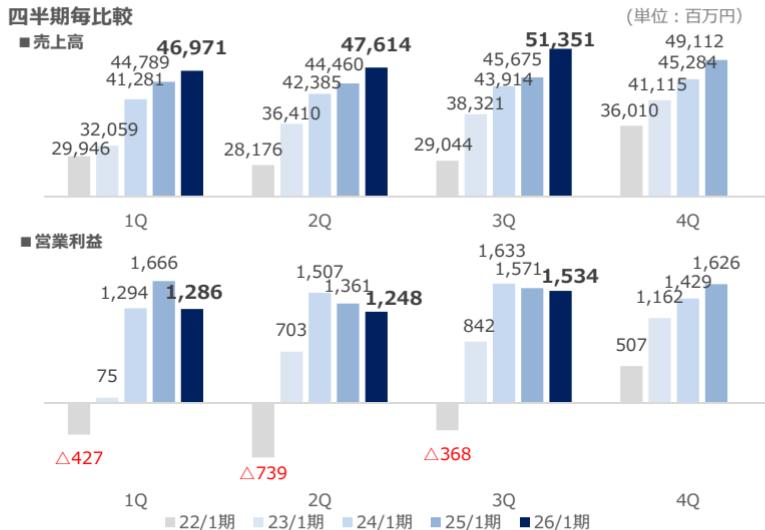
ディストリビューター	<p>国内の好調なインバウンド需要などを背景に増収 シンガポール子会社の粗利率の低下や運賃及び荷造費の増加などにより、減益</p> <p>売 上 高 : 145,936 百万円 (+8.2%)</p> <p>営 業 利 益 : 4,068 百万円 (△11.5%)</p>
キャッシュアンドキャリー	<p>販売は堅調に推移したが、POSレジ入替に伴う減価償却費の増加などにより、減益</p> <p>売 上 高 : 33,271 百万円 (+2.3%)</p> <p>営 業 利 益 : 990 百万円 (△11.6%)</p>
フードソリューション	<p>外食産業向け業務支援システムの販売や建築部門が堅調に推移したことなどにより増収 前年同期に本社改修費用を計上していた反動などにより、増益</p> <p>売 上 高 : 10,133 百万円 (+3.0%)</p> <p>営 業 利 益 : 496 百万円 (+62.3%)</p>

ディストリビューター事業

3Q 売上高/営業利益 5期比較



※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

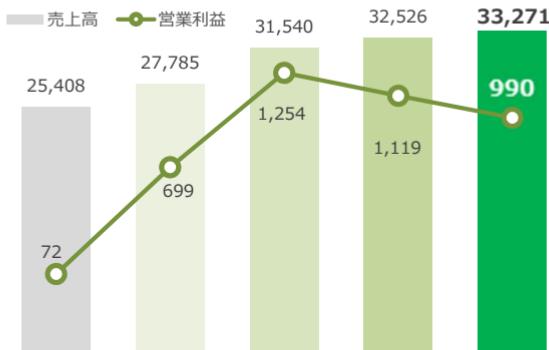


前年同期比 売上高 **11,011百万円増** (+8.2%)、営業利益 **530百万円減** (△11.5%)

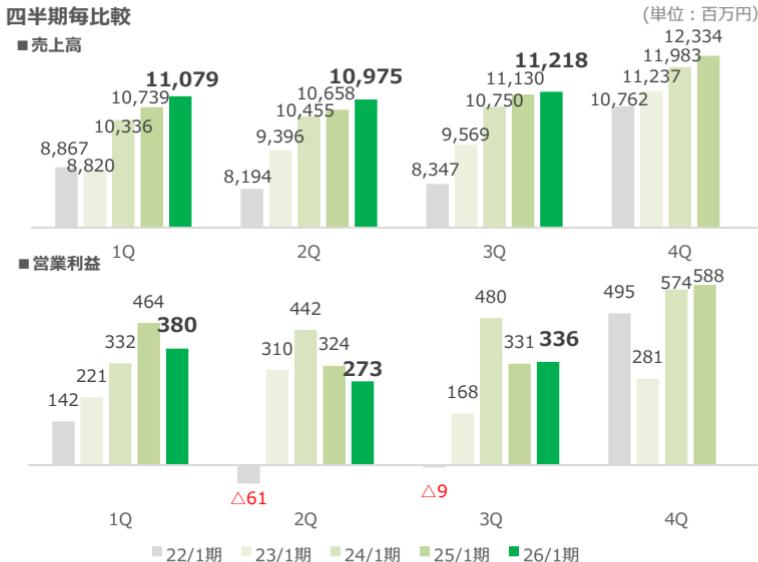
- ・国内の好調なインバウンド需要や三協食鳥のグループ入りなどにより、增收
海外子会社の売上も第3Qに入り回復基調。
- ・営業利益は、シンガポール子会社の粗利率の低下や、運賃及び荷造費の増加などにより、減益となるも
期を追うごとに減益幅は改善。

キヤッショーアンドキャリー事業

3Q 売上高/営業利益 5期比較



※損失の場合は、△（マイナス記号）にて記載

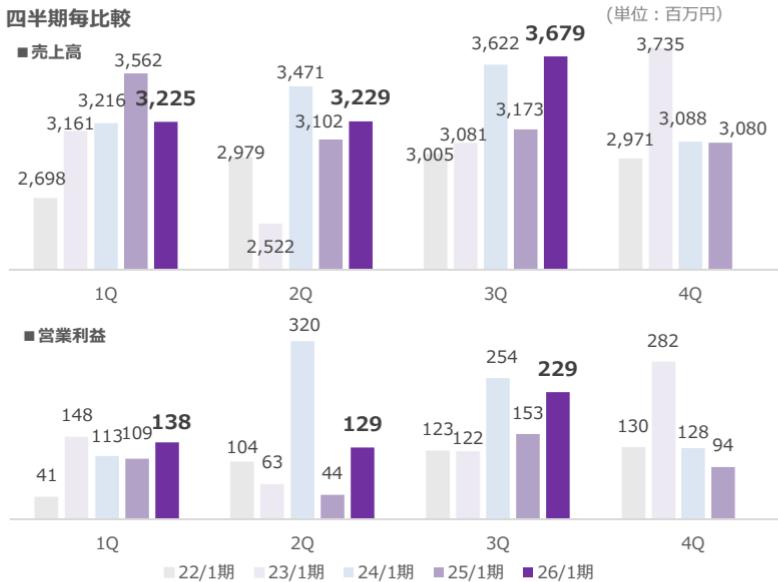
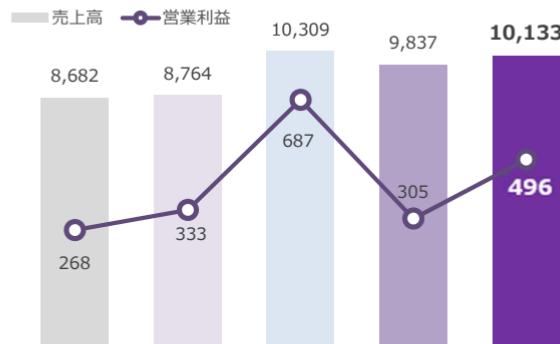


前年同期比 売上高**745**百万円増(+2.3%)、営業利益**129**百万円減(△11.6%)

- ・主要顧客である中小飲食店向けの販売は堅調に推移
- ・営業利益は、POSレジ入替に伴う減価償却費など諸経費の増加により、減益となるも、粗利率は改善傾向にあり、第3Q単独では増益

フードソリューション事業

3Q 売上高/営業利益 5期比較



前年同期比 売上高 **296百万円増** (+3.0%)、営業利益 **190百万円増** (+62.3%)

- ・外食産業向け業務支援システムの販売や建築部門が堅調に推移したことなどにより、増収
- ・営業利益は、前年同期に本社改修費用を計上していた反動などにより、増益

2026年1月期 業績予想

通期連結業績予想(修正なし)

(単位：百万円)

	2025年1月期 実績	2026年1月期 修正予想 (9/11発表)	前期比	
			増減率	増減額
売 上 高	246,465	260,000	+5.5%	+13,535
営 業 利 益	7,496	7,900	+5.4%	+404
経 常 利 益	7,693	8,000	+4.0%	+307
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,485	4,700	+4.8%	+215
1株あたりの 当期純利益(円)	416.92円	436.95円	-	+20.03円

通期業績予想に対する進捗率(3Q時点)

(単位：百万円)

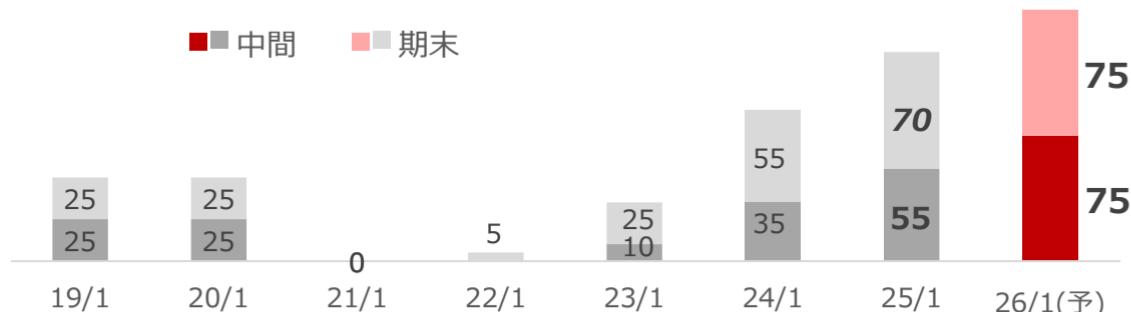
	2026年1月期 3Q実績	2026年1月期 通期予想 (9/11発表)	進捗率
売 上 高	189,340	260,000	72.8%
営 業 利 益	5,553	7,900	70.3%
経 常 利 益	5,614	8,000	70.2%
親会社株主に帰属する 当期(四半期)純利益	3,512	4,700	74.7%

配当予想(修正なし)

【利益配分に関する基本方針】

当社は從来から安定配当を実施しており、適正と考える資本構成のもと、連結業績を基準に中期的に配当性向40%を目指すとしております。なお、配当性向40%は中期経営計画（3ヵ年計画）中の達成を目指すこととしております。

(単位:円)



配当性向 63.3% 113.3% - 16.0% 37.4% 26.9% 30.0% 34.3%

当期(26年1月期)は、インバウンド需要の拡大などで引き続き業績が改善する前提のもと、

年間配当150円(中間75円、期末75円)と5期連続増配(過去最高額)を予定しております。

食を通して社会に貢献する

toho

株式会社 トーホー

【免責事項】

本資料に記載されている将来に関する予想については、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績などは業況の変化等により、異なる場合があることをご承知ください。

【ご注意】

本資料は百万円未満を四捨五入して表記しております。

参考資料

サステナビリティ推進（ハイライト）

「企業は人である」という考えのもと人権尊重の取り組みを推進

トホーグループ「人権方針」「調達方針」を制定（2025年2月）

「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、グループを取り巻く5人のステークホルダー（「社員・従業員」「お客様」「取引先様」「株主様」、そして「地域社会」）を豊かにすることを目指した事業活動を実施。

経営憲章に掲げる「企業は人である」という考えのもと、これまで職場環境の整備や教育研修の充実など様々な施策を実施。



トホーグループの事業活動は人権の尊重という基盤の上で行われるべきであると考えていますが、一方で事業活動のあらゆる場面で人権に影響を及ぼす可能性があることも認識しており、サステナビリティ方針に基づく人権尊重、食の「美味しさ」そして「安心・安全、健康、環境」に配慮した責任ある調達活動をさらに推進すべく「人権方針」「調達方針」を制定しました。

サステナビリティ推進 (ハイライト)

重要施策「サステナビリティ経営の推進」を具体化

環境や社会に配慮した「サステナブルフード」販売や認証取得を推進



環境に配慮した 水産物を お届けできる体制の強化

持続可能な漁業・養殖場の国際的な認証である「MSC^{※1}」及び「ASC^{※1}」の「CoC^{※1}認証」を、当社グループの25事業所で取得。(2025年5月)

※1 : MSC (Marine Stewardship Council) 認証とは、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、ASC (Aquaculture Stewardship Council) 認証とは、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、CoC (Chain of Custody) 認証とは、M S C・A S C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。



国内初、 戦略的パートナーシップを フェアトレード・ラベル・ジャパンと締結

toho coffee × FAIRTRADE JAPAN

- 認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン（以下「フェアトレード・ラベル・ジャパン」）とフェアトレード認証コーヒーに関する戦略的パートナーシップを締結。国内上場企業としては初めての事例。(2025年6月)
- 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む。



フェアトレードコーヒー
販売量 前年同期比133.1%で進歩
(2025年11月末現在)



食品安全に関する 国際規格を 海外で取得

シンガポールで外食産業向けの業務用青果卸売事業を営んでいる「FRESHdirect Pte. Ltd.」が食品安全マネジメントシステムの国際規格「FSSC22000^{※2}」を取得。(2025年7月)

※2 : FSSC22000 (Food Safety System Certification 22000) は、HACCPやISOの手法を取り入れた食品安全マネジメントシステムに関する国際規格です。

参考資料

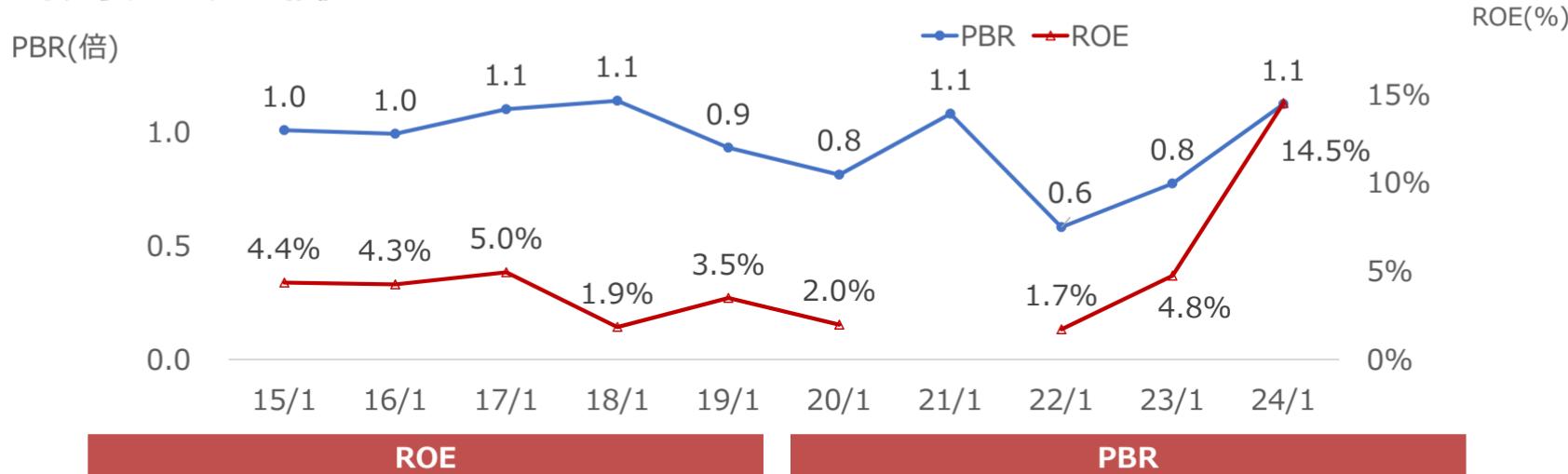
中期経営計画「SHIFT-UP 2027」の概要

2024年3月11日公表

2025年3月13日財務目標上方修正

中期経営計画（3ヵ年計画）SHIFT-UP 2027

過去からのROE、PBR推移



2018年1月期以降…ROE低下

- ・戦略的M&A投資(先行投資)
- ・加えてコロナ禍による大幅減益(2021年1月期純損失)

ROE

2019年1月期以降…PBR1倍以下

- ・中期的な戦略の具体化のためのM&A投資の影響
- ・中期的な戦略及びその進捗の情報発信不足
- ・コロナ禍の影響に伴う減配

PBR

2022年1月期以降…継続的にROE改善

- ・コロナ禍からの回復
- ・コロナ禍で進めた体質強化 ➡ 利益の改善

2024年1月期…PBR1倍超

- ・ROEの大幅改善

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
2030年1月期 売上高3,000億円

2027年1月期
売上高2,700億円※
当期純利益48億円※
ROE 10.0%以上
PBR 1.0倍以上

SHIFT-UP 2027

新たな成長ステージへの変革

サステナビリティ経営の推進

企業認知度の向上と株主還元の継続

※2025年3月13日付「2025年1月期決算短信」において、2027年1月期の売上高及び当期純利益の目標を上方修正いたしました。

中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027



新たな成長ステージへの変革

事業の安定的な成長並びに一層の収益力の向上(ROE改善)に向け、次のテーマに関して取り組み、新たな成長ステージへの変革を実現してまいります。

1. エリア毎の市場環境に沿った事業展開へのシフト

首都圏再編

沖縄再編

2. 新たな市場の開拓

プライベートブランド(PB)商品強化

キャッシュアンドキャリー(C&C)
事業拡大

海外事業拡大

3. 外食ビジネスをトータルにサポートする機能の拡充

外食企業向け
業務支援システム刷新

フードソリューション(FSL)
事業拡充

4. 情報技術の最大活用による生産性の向上

IT/DX戦略の推進

5. M&A、アライアンスの活用

M&Aの継続

中期経営計画（3カ年計画）SHIFT-UP 2027



サステナビリティ経営の推進

当社グループは、食品とそれに関連するサービスを提供する企業グループとしての責任を自覚し、食を通して「社員・従業員」「お客様」「取引先様」「株主様」そして「地域社会」の5人のステークホルダーを豊かにする企業活動を実践し、“持続可能な社会の実現”と“事業の安定的な成長”を目指すためサステナビリティ方針を掲げています。

サステナビリティ方針の具体化を目指し、長期的な目標として次の内容を掲げその達成を目指してまいります。

2030年までの目標

美味しい、安心・安全な食の提供

- ・ 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

持続可能な経営の継続

- ・ ガバナンスの更なる強化

未来へ繋げるための環境対策の取り組み

- ・ 2030年度のCO2排出量を2013年度比で46%削減
(Scope1,2)

個性の尊重と能力を発揮できる組織の構築

- ・ 従業員エンゲージメント向上
- ・ 健康経営の深化
- ・ ダイバーシティの推進
- ・ 自律的なキャリア形成支援の継続・充実

地域社会発展への貢献

- ・ 食を通して豊かな地域づくりに貢献する活動の継続

中期経営計画（3ヵ年計画）SHIFT-UP 2027



企業認知度の向上と株主還元の継続

企業認知度の向上

IR機会の拡大、適時適切な情報開示の強化等により企業認知度の向上を図り、適正な株価形成及び企業価値向上を実現してまいります。

IR機会の拡大

- 経営層によるIRの機会の更なる創出(個人投資家向け説明会含む)等による新たな投資家の開拓

適時適切な情報開示の強化

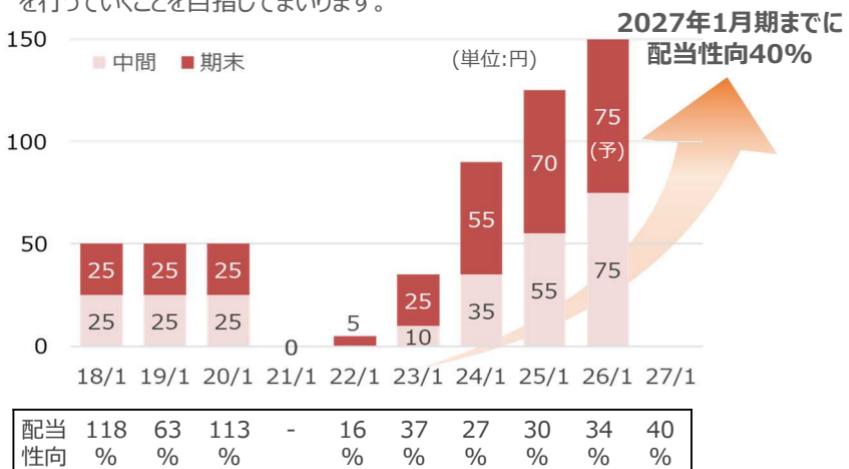
- サステナビリティ情報開示の強化
- 英文開示の強化
- 情報発信媒体(Web・統合報告書等)の内容のブラッシュアップ

ブランド認知度向上とファンの拡大

- ステークホルダーへの企業活動の積極的な発信を行い、ブランド認知度を向上させ、ファンの拡大を図る

株主還元の継続

中長期的な企業価値の向上に向けて、将来の事業展開に備えた内部留保を図りながら、株主の皆様へ継続的に安定配当を行っていくことを目指してまいります。



中期経営計画（3ヵ年計画）SHIFT-UP 2027

財務目標

2027年1月期の財務目標として、売上高2,700億円※、当期純利益48億円※と過去最高水準の達成を目指すと共に、長期的な目標として2030年1月期に売上高3,000億円を目指してまいります。併せて、資本コストや株価を意識した経営にも着実に取り組み、当面の目標として2027年1月期において、ROE10.0%以上、PBR1.0倍以上の水準の確保を目指してまいります。

※2025年3月13日付「2025年1月期決算短信」において、2027年1月期の売上高目標を2,650億円から2,700億円へ、当期純利益目標を45億円から48億円へ、それぞれ上方修正をいたしました。

