

企業名：トーホー

レポート名：統合報告書 2021

1. この会社が目指す姿が理解できるか

統合報告書から、食文化の向上に貢献するなど「食を通して社会に貢献する」ことを食品卸売事業を開始した当初から 80 年近く変わらない経営理念とし、「社会から信頼される必要とされる会社」となることを目指していることを読み取ることができるが、抽象的な目標しか示されていないため、この経営理念や目指す姿からは具体的にどのような事業を通じて社会に貢献し、どのような役割において必要とされたいのかが読み取れず、理解できない。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

トーホーグループの強みについては外食ビジネスだけでなく地域密着型スーパーの経営や自社農園での農作物の栽培など、あらゆる面から食に貢献していること、食材だけでなく品質管理や業務用調理機器などを通じて外食ビジネスを全面的にサポートしていること、業務用食品卸業界で国内シェア No.1 であること、そしてシンガポール、マレーシア、香港に 8 拠点をもち海外での専門基盤を強化してシェアを拡大していることなどが具体的に示されている為、容易に理解することができる。国内シェアが業界で No.1 であることについては具体性が高く、競争優位性であるという説得力があるといえる。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

上で述べたトーホーグループの 4 つの強みはトーホーグループが目指す姿に向けて持続性があるといえる。なぜなら、それらの強みは「食を通して社会に貢献する」ために有効な長所であるからだ。例えば、一つ目の強みである外食、中食、内食の全てにおいて食に貢献していることと二つ目の強みである外食ビジネスをあらゆる面からサポートしていることは豊富な食材の提供や人手不足への対応などによって外食ビジネスを支え、新鮮な食材を提供することで一般家庭での豊かな食生活を支えるなど、外食ビジネスを営む人々と一般家庭の両方に広く貢献しているということである。さらに、業務用食品卸売業界での国内シェアが No.1 であるという三つ目の強みと海外での専門基盤強化とシェア拡大という四つ目の強みは海外に進出することで、日本社会の食に貢献するだけでなく、広く社会の食に対して貢献できるということに繋がっているといえる。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

この会社で人的資本の向上を達成することは可能だと考える。なぜならトーホーグループではサステナブル経営に向けた取り組みを行っており、2021年10月には新たに「サステナビリティ方針」を策定して持続可能な社会のための新たな取り組みを行うことでより環境と社会に配慮した経営をおこなっているからだ。このように今日社会的に関心の高い持続可能な社会に関する問題について積極的に取り組む姿勢は働く社員に対しても良い刺激となり、さまざまな社会問題についての見識を広げることにつながると思う。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

トーホーの「統合報告書 2021」はトーホーグループの競争優位性やその持続可能性については具体的かつ明確に示されており、問題はないが、将来トーホーグループが目指す姿については抽象的に述べられているのみでこの報告書のみでは具体的にどのような会社になることを目指しているのかがわからない。そのため、報告書の冒頭で経営理念について述べた後に具体的にトーホーグループが目指す経営のあり方のモデルを図やグラフ等を用いて明確に示すことによってよりトーホーグループについて理解できる良い報告書になると思う。