

人類社会の安定と発展のために
ゼンショーは新たなステージへ

CEO経営方針説明会

経営の重点事項

1 ゼンシヨーグループの現在地

2 今後の戦略

3 トピックス(被災地支援・社会貢献について)

1 ゼンシヨーグループの現在地

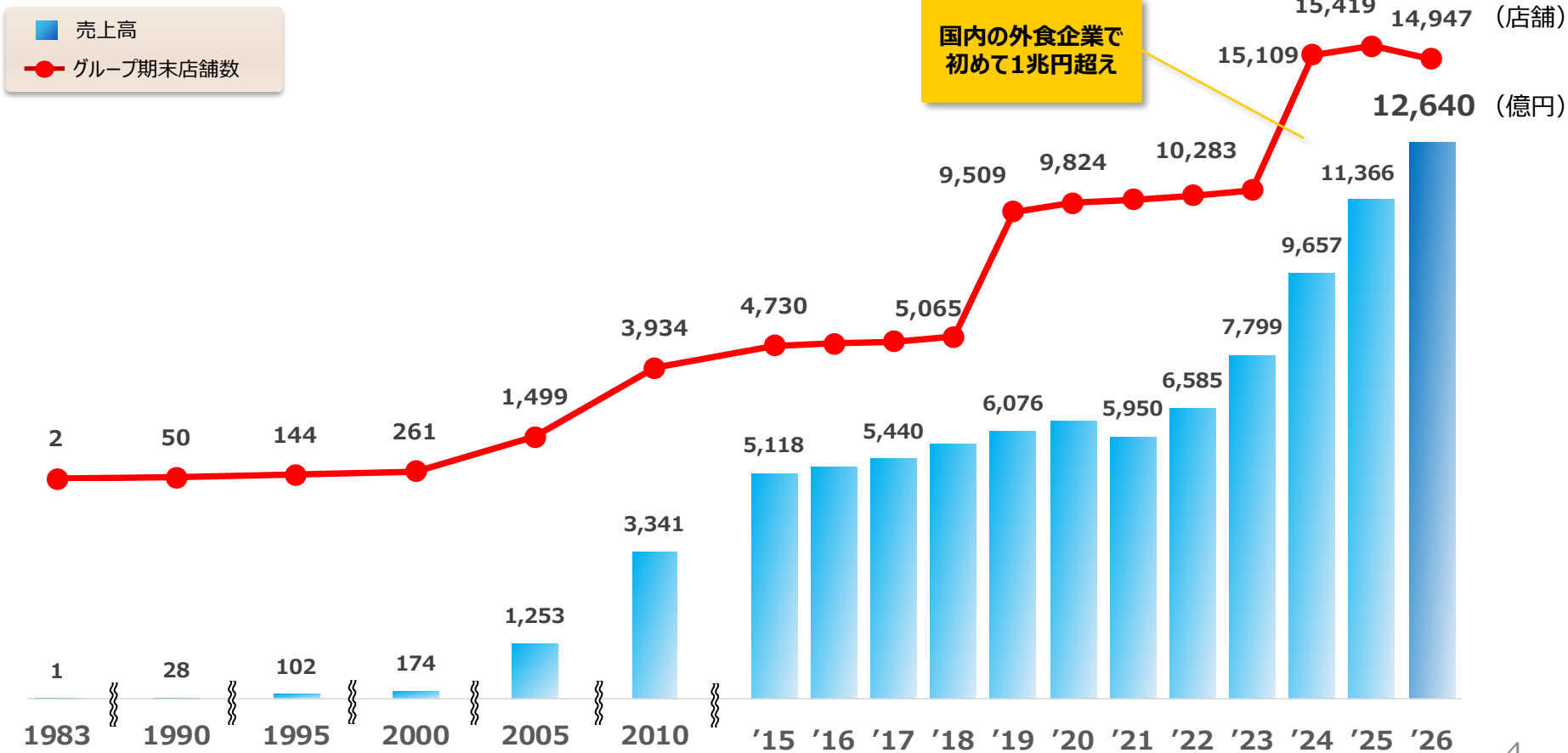
2 今後の戦略

3 トピックス(被災地支援・社会貢献について)



**「食を通じて、人類社会の安定と
発展に責任をおい、
世界から飢餓と貧困を撲滅する」**

連結売上高推移(創業～26/3期)



グローバル展開

店舗数 **14,947**店舗 (2026年3月末時点)

2019年12月～
欧州

1,113店舗

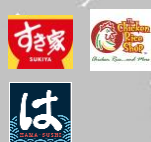


2023年9月～
中東
4店舗



2008年1月～
アジア

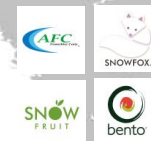
1,062店舗



1982年11月～
日本
4,863店舗



2018年11月～
北米
7,459店舗



2010年3月～
中南米
51店舗



2018年11月～
オセアニア
395店舗

世界外食ランキング

No	社名	決算期	所在国	売上高 【億円】
1	Starbucks Corp	2025/9	アメリカ	55,475
2	McDonald's Corp	2025/12	アメリカ	40,223
3	Yum China Holdings Inc Yum Brands Inc	2025/12	中国	29,939
4	Darden Restaurants Inc	2025/5	アメリカ	18,221
5	Chipotle Mexican Grill Inc	2025/12	アメリカ	17,842
6	Restaurant Brands International Inc	2025/12	アメリカ	14,114
7	ゼンショーホールディングス	2026/3	日本	12,640
8	Luckin Coffee Inc	2025/12	中国	10,262
9	Texas Roadhouse Inc	2025/12	アメリカ	8,794
10	Brinker International Inc	2025/6	アメリカ	8,063

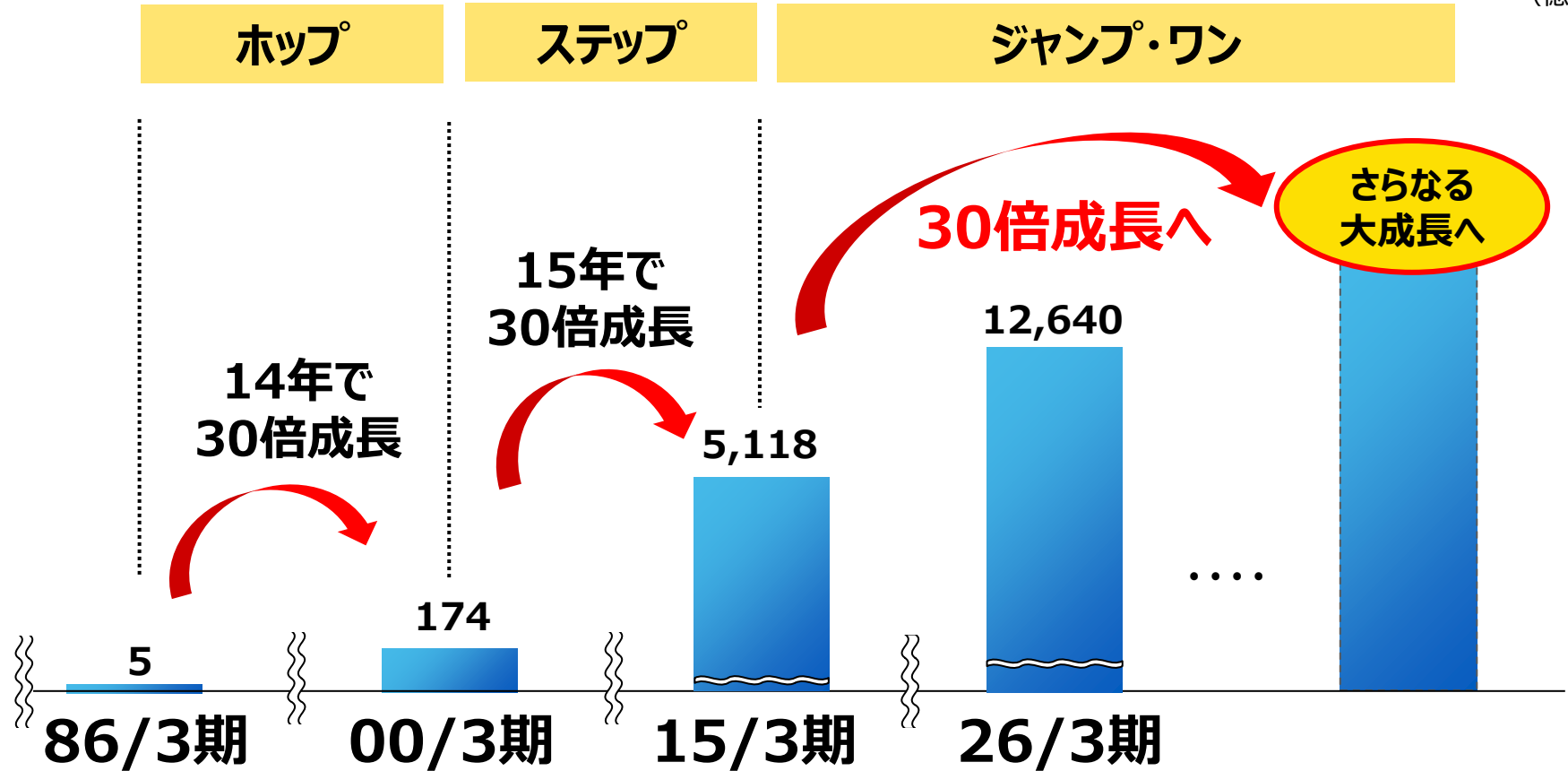
※出所：各社資料

※“飲食店業界（中分類）”からケータリング事業や給食事業を主とする会社を除いて、売上上位を抽出

※売上は各社直近会計年度実績値を**期中平均レート**で日本円に換算

1986年以降の連結売上高推移

(億円)



1 ゼンシヨーグループの現在地

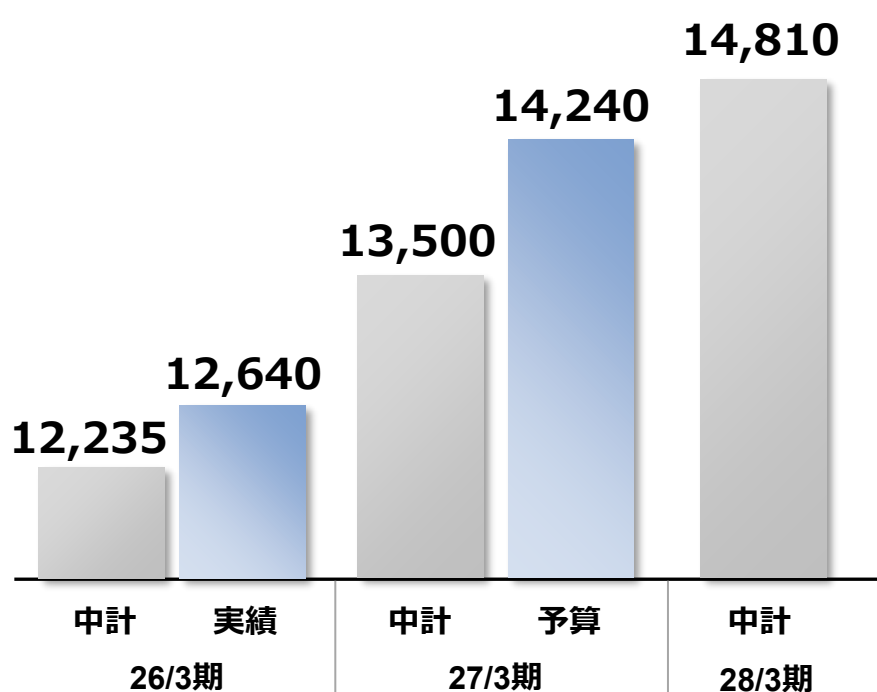
2 今後の戦略

3 トピックス(被災地支援・社会貢献について)

中期経営計画(26/3期-28/3期) 振り返り

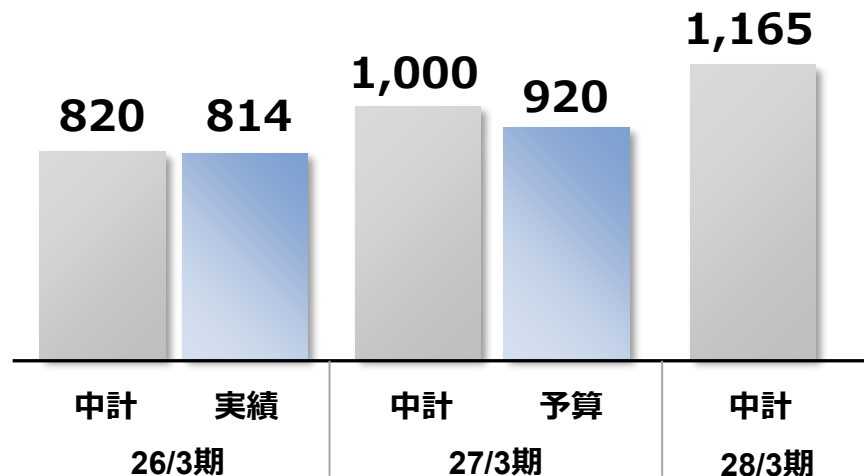
売上高

(億円)



営業利益

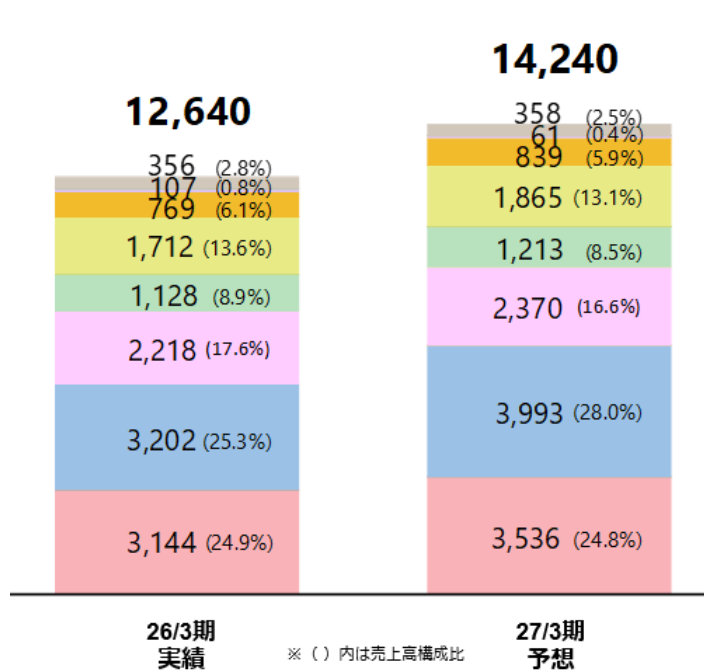
(億円)



27/3期 前年差異 セグメント別比較

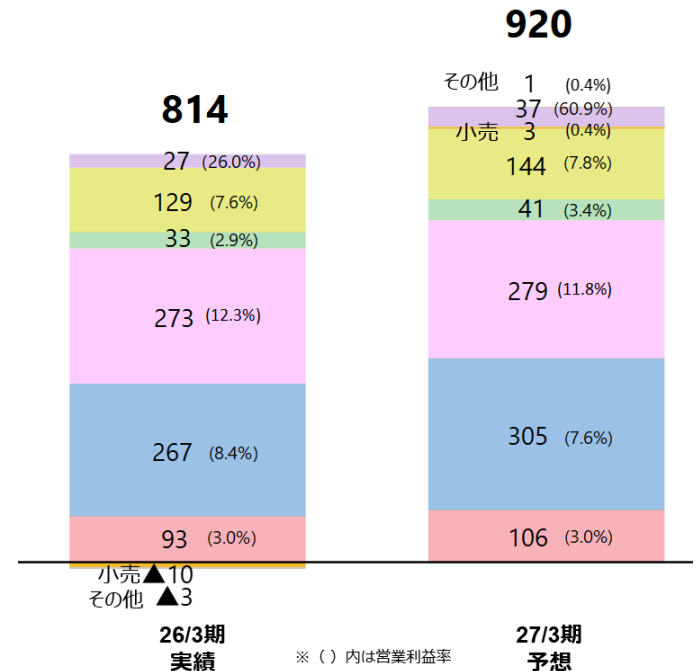
売上高

(億円)



営業利益

(億円)



- その他
- 本社・サポート
- 小売
- レストラン
- グローバルファストフード
- グローバル中食
- グローバルはま寿司
- グローバルすき家

「食を通じて、人類社会の安定と発展に責任をおい、世界から飢餓と貧困を撲滅する」
理念のもと、世界のフード業におけるリーディングカンパニーを目指す

1 グローバルな店舗展開の加速

- グローバル展開を前提とした各業態の磨き込み
- 店舗環境の改善と安全衛生の徹底
- テイクアウト寿司事業の拡大

2 DX・AIを活用した技術革新

- DX・AIを活用した店舗運営の革新とお客様体験の向上
- MMDのすべての段階におけるDX・AIの活用

3 グローバルMMDの深化

- 畜産・水産・農産・加工品等、すべての分野におけるグローバルなマス・マーチャンダイジングの深化

グローバルすき家

- 店舗環境の改善と安全衛生の徹底
- DX・AIを活用した店舗運営
- 海外すき家出店の推進

グローバルはま寿司

- 国内寿司チェーン店
売上・店舗数No.1へ
- 海外はま寿司出店の推進

グローバル中食/グローバルファストフード

- テイクアウト寿司の出店・販売拡大
- ハンバーガー業態のブラッシュアップ
- グローバル展開できる業態の確立

レストラン

- 各業態のコア商品のバリューアップ
- 計画的改装とDXによるお客様体験の向上

小売

- 惣菜部門の強化
- PB商品開発
- 業態のブラッシュアップ

その他

- グローバルなMMDの深化
- 人財教育



5の国と地域 店舗数 **862**店舗

(2026年3月末時点)

2014年9月～
東アジア
196店舗

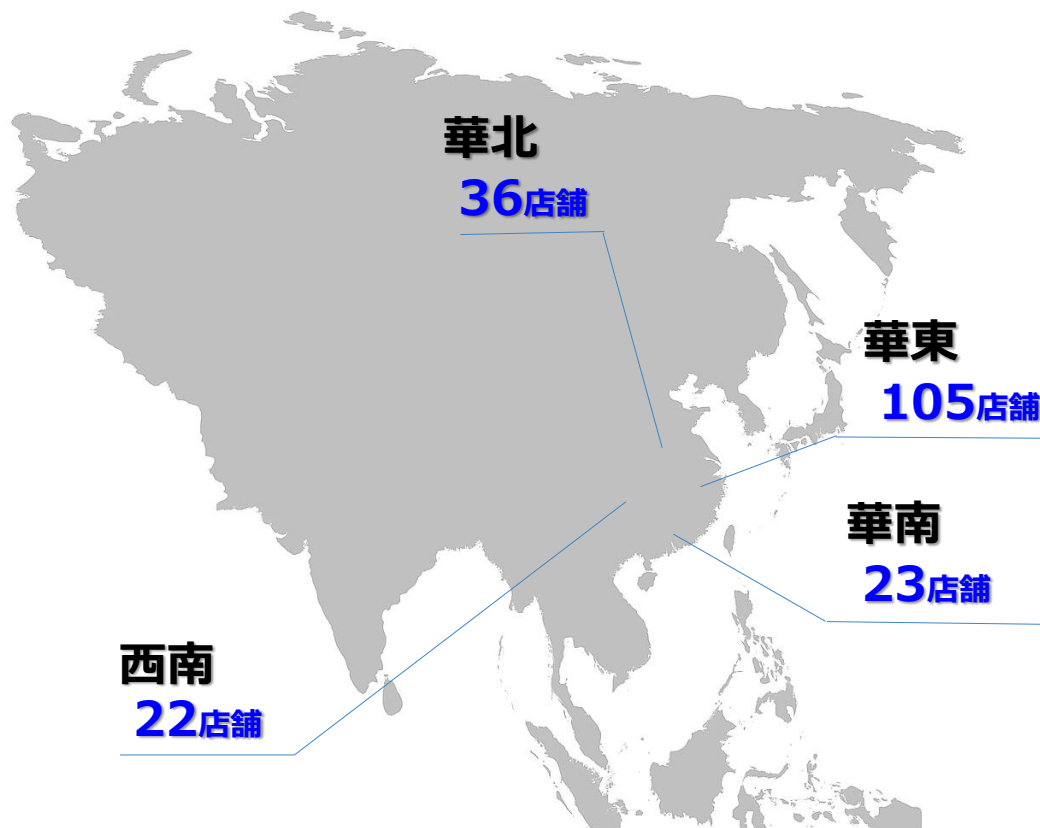
2002年10月～
日本
664店舗

2025年11月～
東南アジア
2店舗



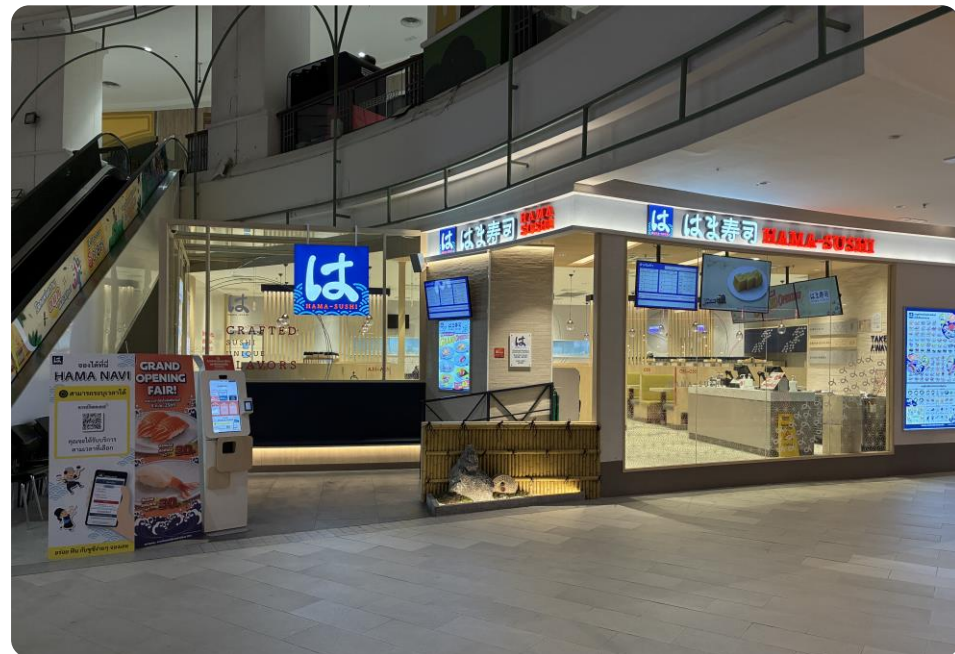
店舗数 **186**店舗

(2026年3月末時点)





はま寿司（中国）



はま寿司（タイ）



13の国と地域 店舗数 **2,650**店舗

(2026年3月末時点)

2008年1月～
東アジア

463店舗

1982年11月～

日本

2,000店舗

2011年5月～
東南アジア

136店舗

2010年3月～

中南米

51店舗



シェイク



バニラ



マンゴー



つぶつぶいちご



宇治抹茶

18の国と地域 店舗数 **8,970**店舗

(2026年3月末時点)

2019年12月～
欧州

1,112店舗



2023年9月～
中東

4店舗



ゼンショーグループへのグループ入り

- | | | | |
|-----------------------|--|---|----------|
| 1.AFC |  |  | 2018年11月 |
| 2.Sushi Take |  | | 2019年12月 |
| 3.Sushi Circle |  | | 2023年 5月 |
| 4.Snow fox |  |  | 2023年 9月 |
| 5.Sushi & Food Factor |  |  | 2026年予定 |

2018年11月～
北米

7,459店舗



2018年11月～
オセアニア
395店舗

グローバル中食(Kiosk)



ZENSHI



SUSHI CIRCLE



FRUIT

グローバル中食(Commissary)



 **Taiko**



 **Bento**

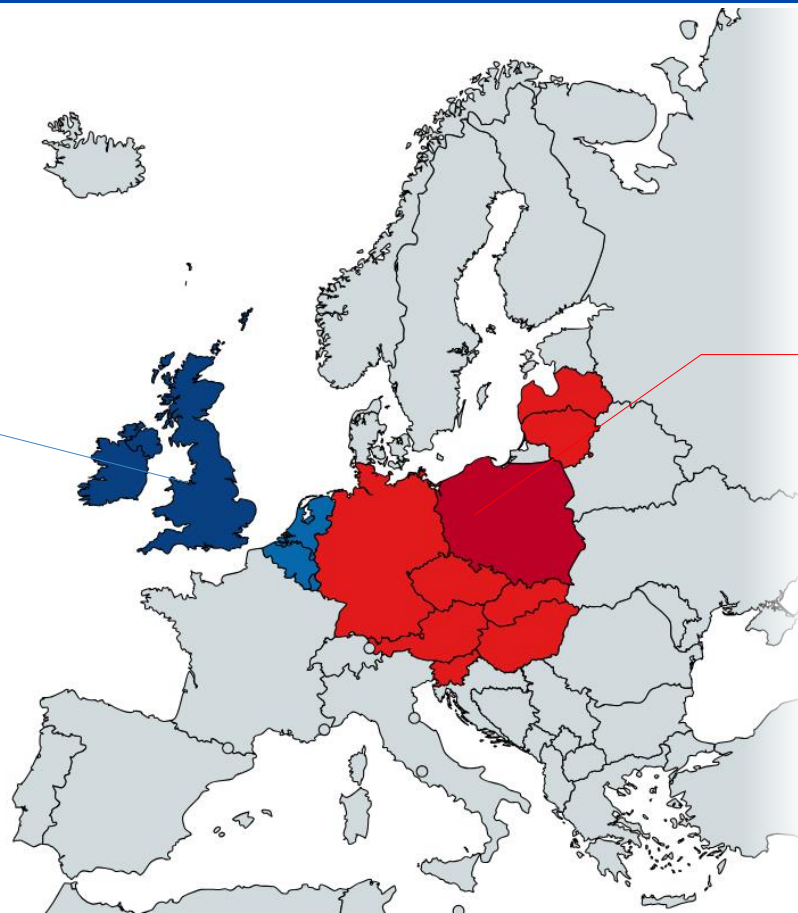
- (1) 事業内容 ポーランドで寿司・おにぎりなどの製造・卸売事業者
- (2) 設立年 2015年
- (3) 従業員 736名（2025年5月時点）
- (4) 株式譲渡実行日 2026年予定



卸売(Commissary)寿司事業 欧州展開



Taiko
2023年9月～



2026年予定



**ゼッターリア1号店「田町芝浦店」
2023年9月20日オープン**

店舗数 259店舗
(2026年3月末時点)



ゼッターリア
ZETTERIA

ZETTERIA はメイン商品である「絶品バーガー」と気軽に楽しめるお店という意味を込めた言葉としての「カフェテリア」を組み合わせで生まれたブランドです。
お客様に「いつでもどこでも気軽に楽しく」お食事をしていただきたいという想いを込めた、日本発祥のバーガーチェーンです。



+



=

ZETTERIA

ゼッターリアの特徴

ゼンショーホールディングスの持つ調達、製造、物流、商品開発力を活かした商品・店舗オペレーション

【商品】



・絶品バーガー

(左：絶品ビーフバーガー 右：絶品チーズバーガー)

【設備】



・季節感のある多彩なフェア



・シェーキを中心としたスイーツカテゴリー

絶品ビーフバーガー



- 小麦やバター風味が香る
ふんわりもっちり食感の「絶品バンズ」
- 新鮮でシャキシャキのレタスや
ジューシーなトマト
- ビーフ100%のジューシーで肉厚な「絶品パティ」
- 特製のオーロラソースとバーガーソースを
ふんだんに使用



すき家 ドライブスルー



オリーブの丘 配膳ロボ



養殖事業

農業支援



1 ゼンシヨーグループの現在地

2 今後の戦略

3 トピックス(被災地支援・社会貢献について)

令和6年能登半島地震/豪雨被害支援



提供数：地震被害（1月～4月） 35,558食
豪雨被害（10月～11月） 3,697食



提供数：累計6,822食

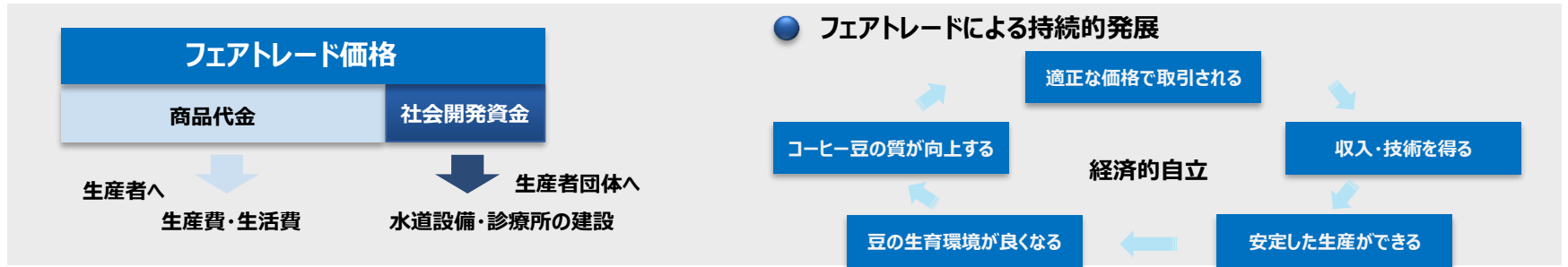
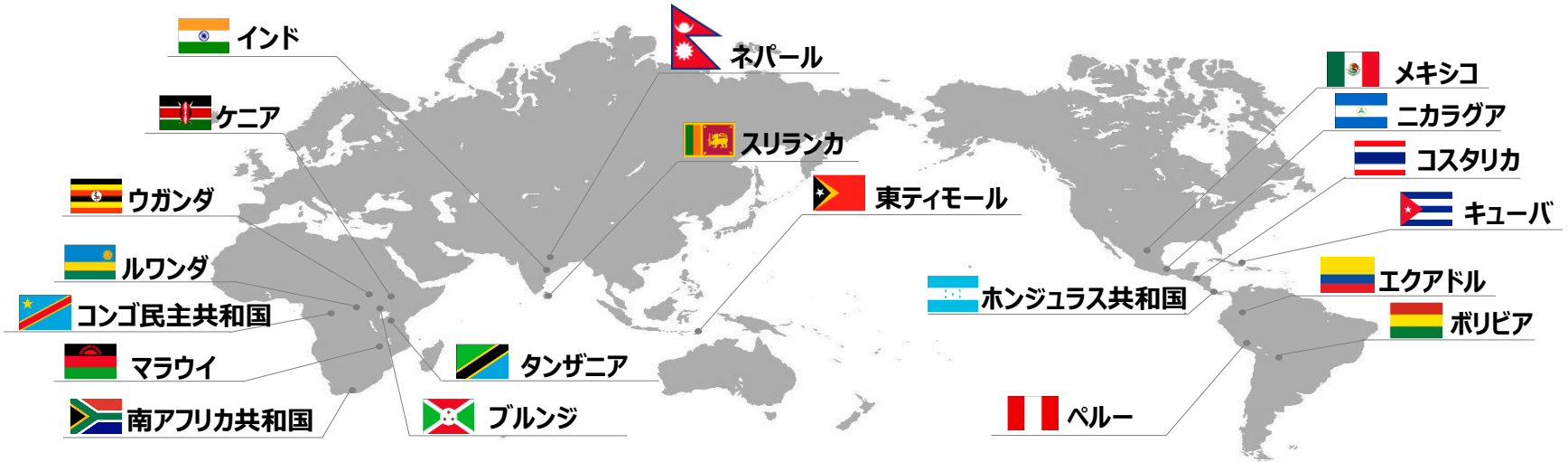
開催数：78回

業態数：9業態

(2026年3月末時点)

フェアトレードの取り組み

取引国数 20カ国 (2007年～)





フェアトレード取組 : 2011年～

校舎建設 : 4校

※家庭科の授業校舎を含む

授業(家庭科)開催 : 7校

ウクライナ支援

ウクライナ 小売最大手の「FOZZY group」と商品開発と販売を
共同で行い、日本から原材料を供給することを合意



日本食試食会の様子

ZÉNSHO

