

ZENSHO STORY

以“食”为担，肩挑人类
社会稳定与发展的责任

ZÉNSHO

Zensho Holdings Co., Ltd.

邮编108-0075 日本东京都港区港南2-18-1 JR品川东楼

<https://www.zensho.co.jp/en/>

ZÉNSHO

ZENSHO STORY

ZÉNSHO

践行企业理念 加速全球化发展步伐

为何以“世界第一的餐饮集团”为目标

Zensho 提出了“以‘食’为担，肩挑人类社会稳定与发展的责任，消除世界上的饥饿与贫困”的企业理念，并为实现这一理念而不断开拓事业。自 1982 年创立以来，经过约 40 年的发展，Zensho 的规模不断壮大，销售额已达 12640 亿日元（2025 年 4 月～2026 年 3 月财年），全球门店数量达到 14947 家（截至 2026 年 3 月底）。然而，我们深知，这样的成就远远不足以实现宏大的企业愿景。真正实现企业理念，还必须进一步扩大事业规模。为此，Zensho 始终将“世界第一的餐饮集团”作为发展的目标与指针。但与此同时，我们也清醒地认识到，目前的成长速度距离实现这一目标仍有不小的差距。未来，Zensho 将努力构建一个能够在全球范围内同步推进多品牌发展的机制，进一步加快全球增长步伐。

发挥品牌优势，推进全球化发展

作为集团创立之初的核心品牌，“食其家 Sukiya”在日本国内的门店数已突破 2000 家这一重要里程碑。未来，在持续提升门店运营品质、打造深受当地消费者支持与喜爱的门店的同时，还将进一步推进新店开发与布局。在海外市场，“食其家 Sukiya”也将继续深耕东亚、东南亚等地区，不断提升品牌影响力，并稳步推进门店拓展。

作为日本国内顶级寿司品牌，“滨寿司 Hama-Sushi”正在进一步巩固在日本国内的地位，同时也将加快全球布局。除东亚市场外，还将进一步推进在东南亚各国的发展。

在海外的外带寿司业务领域，近年来，设于超市内

的“kiosk（寿司专柜模式）”与向零售商等供应工厂生产寿司的“commissary（中央厨房配送模式）”两大销售渠道已逐渐形成协同效应。凭借能够灵活运用多元销售渠道的独特优势，集团将进一步加快欧美市场的发展步伐。

直面时代变革，持续创造独特价值

近年来，原材料价格持续上涨。与此同时，受中东局势影响，能源、物流、建设等非食材成本也面临进一步上升的压力。在如此严峻的经营环境下，持续提供 Zensho 的独特价值，为消费者的生活作出贡献，正是我们的使命。

Zensho 构建了“MMD 体系（大规模全产业链供给模式）”，从原材料采购到生产加工、物流配送以及终端销售，均由集团自主规划、设计及运营。未来，我们将充分发挥 MMD 体系所构建的网络优势，并结合运用技术创新实现高效门店运营，持续为顾客提供更具价值的商品与服务。



Zensho Holdings Co., Ltd.
代表董事社长兼 CEO

小川洋平

Ogawa Yohei

于 2004 年大学毕业后入职日本财务省。其后先后经历了其他政府部门工作及海外留学，并在内閣官房从事过政策拟定工作。2016 年入职 Zensho 控股集团，主导拟定经营战略及拓展全球业务。2025 年 2 月就任 Zensho 控股集团的副社长，自同年 6 月起任代表董事社长兼 CEO。

超越差异，共生共荣

当前，世界各地的分裂与冲突不断加剧，不稳定因素日益增多。在这样的时代背景下，Zensho 始终坚信，应该通过“食”的力量促进人与人之间的共生。所谓“共生”，即超越差异，共生共荣。

Zensho 的业务遍及世界各地，也汇聚了来自不同国家和地区的人才。大家跨越语言、文化和成长背景的差异，为实现“打造地区第一的门店，丰富顾客的生活”这一共同目标而努力奋斗。这正是 Zensho 所倡导的“超越差异，共生共荣”的生动写照。另一个持续推进约 20 年的公平贸易项目，同样承载着 Zensho 对“共生”理念的坚持。我们致力于搭建连接生产者与消费者的桥梁，让面临社会课题的产地与世界各地的消费者共享发展成果，实现互惠共荣。今后，Zensho 也将继续通过这样的实践，为人类社会的稳定与发展贡献力量。

汇聚优秀人才与团队力量 迈向新的成长阶段

Zensho 始终致力于实现这一宏伟的企业理念，因此对人才也寄予更高期待。我们相信，真正适合 Zensho 的人，不仅要怀抱成长为国际一流专家的志向，更要将企业理念内化于心、外化于行。对于这样的人才，我们将通过个性化的人才培养和岗位轮换机制，帮助每个人不断成长，并与企业共同迈向更高目标。

如今，随着集团规模持续扩大，多个品牌和业务在全球同步推进，我们愈发坚信，唯有由众多优秀人才组成的卓越团队，才能推动企业实现更快、更稳健的发展。在这个充满挑战与变革的时代，Zensho 肩负的使命愈发重要。面向未来，我们将与所有利益相关方携手并肩，为实现人类社会的稳定与发展，以及消除世界上的饥饿与贫困而持续努力。

立足日本, 力争问鼎世界

创立于1982年的 Zensho, 销售额已突破1万亿日元, 门店总数达到约15000家。
自成立以来, 这40年里 Zensho 两次实现营业额的30倍增长。
如今, Zensho 业已问鼎日本餐饮业, 并在全球餐饮企业中稳居前10位。
但是, 若要在全球实现我们作为经营理念而提出的消除饥饿与贫困的目标, 还必须进一步扩大事业规模。
我们的征途才刚启程, 方兴未艾。

[通过数字了解 Zensho 集团]

营业额 (2025年4月1日~2026年3月31日)

12640 亿日元

营业利润 (2025年4月1日~2026年3月31日)

814 亿日元

市值总额 (截至2026年3月末)

14752 亿日元

员工人数 (截至2026年3月末)

211679 名

门店总数 (截至2026年3月末)

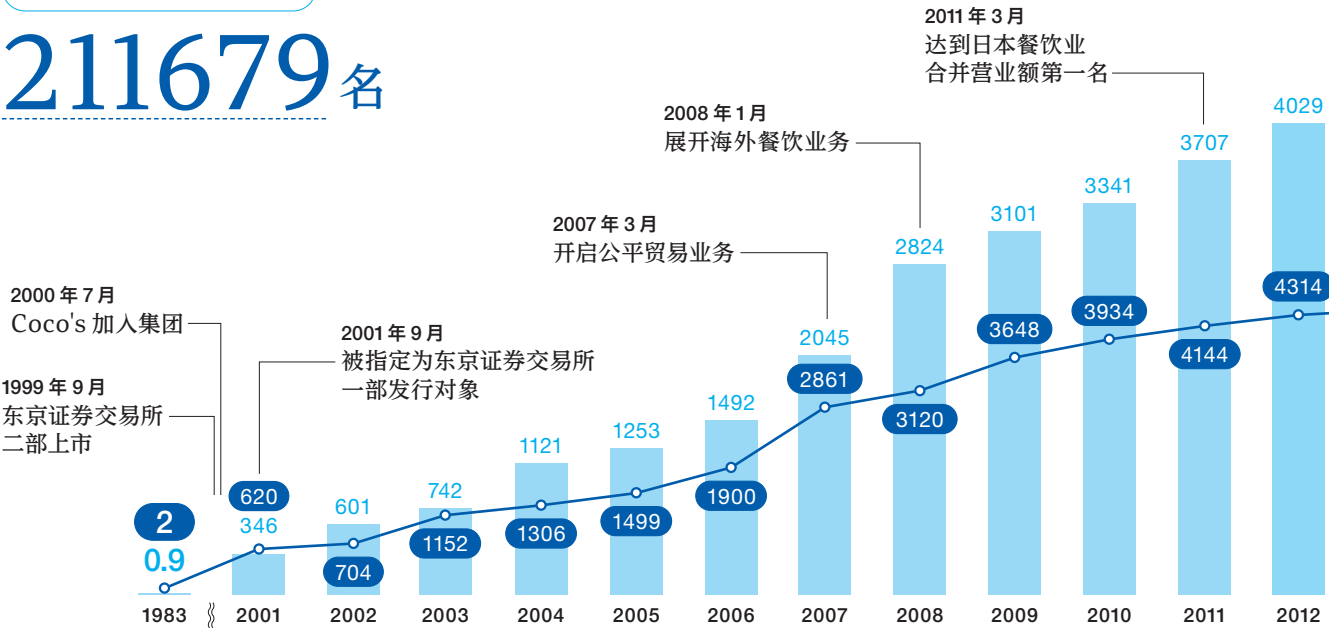
14947 家

全年新开门店总数

1042 家

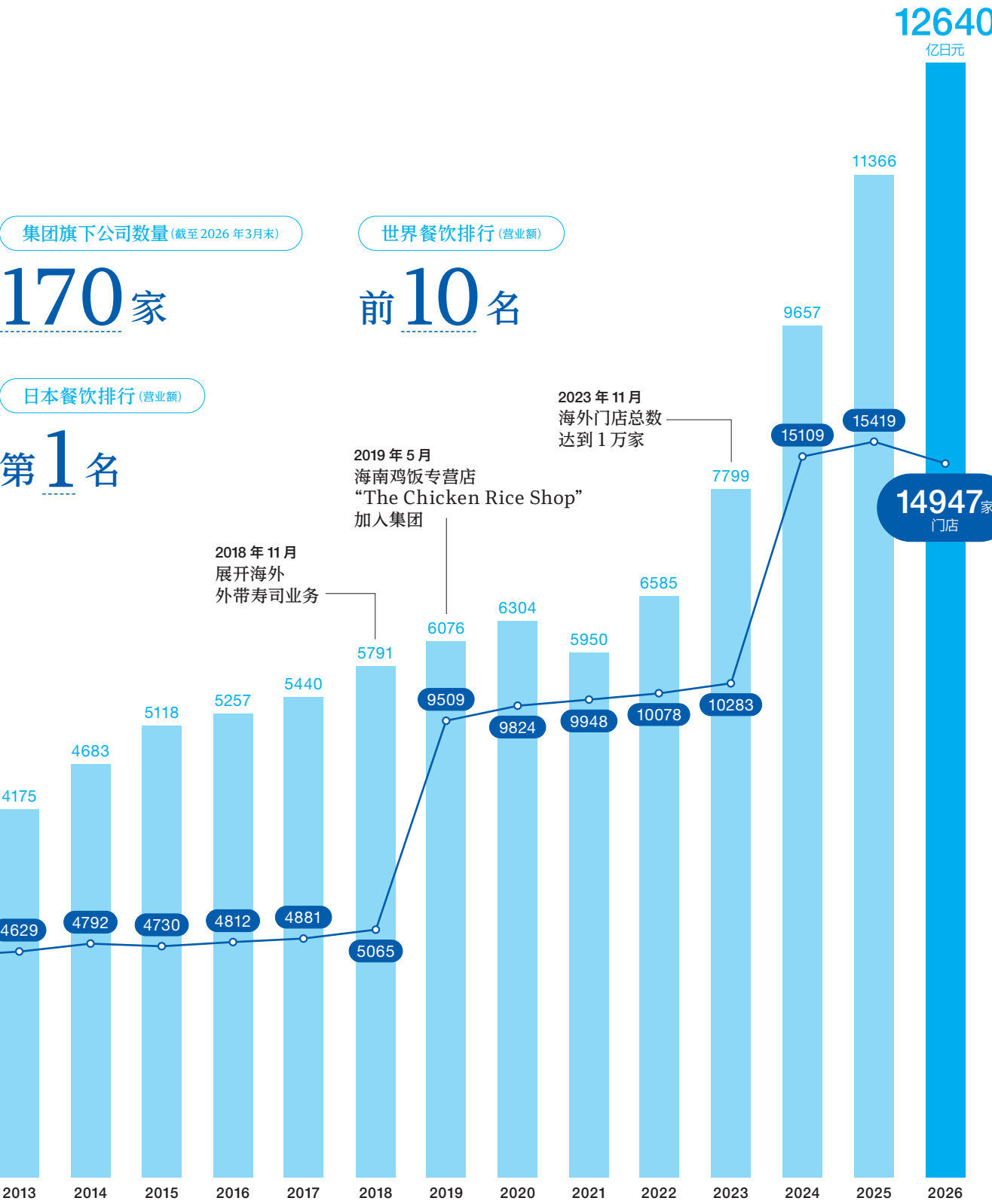
品牌数量

50 个以上



餐饮行业

○ 门店总数
■ 合并营业额 (亿日元)
※ 均为3月份的数值



采购

Procurement

农业

水产业

畜牧业

我们从世界各地采购安全、高品质的食材。我们的员工亲自前往产地进行实地考察，并根据送达顾客餐桌前的所有流程来设计食材的标准。此外，我们还在全球各地设立了当地的采购基地，并构建了独家采购网络，将这些基地连接起来。



Point

在日本全国和世界各地设立开发基地
集团的贸易公司“发展商事”在日本全国、世界各地均设有基地，扎根当地开发具有当地特色的食材



Point

采购与食材生产双管齐下

Zensho 从食品的生产阶段就开始参与，例如水产产品的养殖、水稻的栽培、牛的饲养等。甚至对食材的 DNA 层面进行追溯与分析，以寻求新的价值

BUSINESS MODEL

Zensho 集团 用 MMD 串连世界

门店

Restaurants and Retail

餐饮

外带

零售

看护

MMD 体系的最后一环是将食物直接送到顾客手中。依托全球约 15000 家集团门店构建的服务网络，Zensho 通过堂食、外带、零售等多种渠道，以实惠的价格提供安全且美味的饮食。



Point

多品牌经营

Zensho 经营着多个餐饮品牌，进入各个国家市场时，会精挑细选符合当地饮食文化和需求的品牌开设门店



生产

Manufacturing



Point

出货前对货物进行检验，以确保产品的安全
出货前对产品进行微生物检测。通过严格的管理体制，确保向集团门店所供产品的安全

“以实惠的价格为世界的人们提供安全、美味的食品”。
为践行这一使命，集团构建了“MMD 体系（大规模全产业链供给模式）”，从原材料采购到生产加工、物流配送以及终端销售，均由集团自主规划、设计并运营。
通过 MMD 体系，能够稳定地以合理的价格采购安全、优质的食材。
以集团整体形式采购食材，就能消除中间环节的浪费，并以适宜的价格为客户提供美味的食物。
MMD 体系是 Zensho 经营的基石，也是飞跃发展的驱动力。
我们还将构建全球规模的 MMD 体系，通过饮食事业来实现世界的“稳定”与“发展”。

物流

Logistics



Point

对配送至门店的食材实行严格的卫生管理

在向门店配送产品的过程中，我们按照各个环节的指南要求实施卫生管理。我们不仅对配送车辆严格实行温度管理，此外也定期进行监测

集团的物流中心全年无休全天候向门店配送生产的产品或加工品。为了配送安全且新鲜的食材，物流中心建立了严格的管理体系，对温度及保质期等实行严格的管理。

让 Zensho 的饮食走向世界

Zensho 将日本孕育的“美味”带给世界各地的人民，作为“饮食基础设施”支持当地民众的饮食生活，提供贴合当地文化及饮食偏好的“日常饮食”。

【日本】
Japan



日本是 Zensho 的原点，亦是至今仍在不断挑战与发展的舞台。我们致力于开发贴近多样化生活方式的菜品，选址覆盖城区与郊区各种地段，为全年龄段的顾客提供高性价比的菜品。Zensho 作为“饮食基础设施”，支撑着地区民众的日常生活，赢得了日本国内顾客信任，这份信任亦成为支撑品牌走向国际化的动力。

【中国】
China



2008 年，“食其家”在中国开设了全球第一家海外分店。现如今，“食其家”旗下约 360 家门店及“滨寿司”旗下约 190 家门店遍布上海、北京、天津、广州、成都等诸多城市。2014 年首次登陆的“滨寿司”，凭借内容丰富的菜单以及亲民的价格颇受好评。近年来，我们还致力于将日式小型庭园的装修设计融入门店设计中，让顾客在店内也能感受到日本的氛围。

【马来西亚】
Malaysia



在马来西亚，除了 25 家“Sukiya”门店外，我们还运营着约 170 家鸡饭专营店“The Chicken Rice Shop (TCRS)”及其他品牌。在这个伊斯兰教徒人数过半的国家，我们的门店都是在取得清真认证的前提下运营的。TCRS 提供以传统烹饪方法烹制的海南鸡饭以及丰富多样的马来西亚料理，深受当地以清真饮食为主的家庭的喜爱。

【新加坡】
Singapore



我们在新加坡开设了“Sukiya”及拉面专营店“Ichikokudo”，所有门店均取得清真认证。自 2021 年开业以来，“Sukiya”以日式温馨的服务和实惠的价格备受好评，目前已拓展至 31 家门店。除了牛井外，还使用鸡肉、三文鱼等食材，并推出节假日期间限定菜单等，努力贴近当地多样的饮食文化。



Zensho 集团于 2008 年在中国上海开设了“食其家”的海外第一家门店，自此正式开启了海外拓展之路。我们跨越了品牌及地区的局限性，不断开拓新市场。

作为集团旗舰品牌，“食其家 Sukiya”以亚洲及中南美洲为中心，经营有 2650 家门店。此外，集团还在北美和欧洲运营着约 9000 家门店规模的外带寿司品牌。如今，Zensho 已发展成为一家在全球拥有约 15000 家门店的餐饮巨头。

集团旗下各品牌始终致力于以亲民的价格为顾客提供安全、美味的餐食。依托 Zensho 独有的 MMD 体系（大规模全产业链供给模式），集团在全球范围内构建起覆盖采购、生产、物流与销售的运营网络，确保无论何时何地，都能持续稳定地为顾客提供安全、美味的食品。

同时，我们还根据当地饮食文化及生活方式，推出相应的菜品及服务，灵活应对多样化的需求。通过并购及合资，我们在当地建立了战略合作伙伴关系，通过录用与培养当地人才，我们切实强化了全球化经营的基础。

然而，我们在全球日常消费的“日常饮食”中所占的份额仍然很小。我们将加快提供贴近世界各地人民生活的菜品与服务，并加快拓展门店，履行作为地区“饮食基础设施”的职责，为人类社会的稳定与发展做贡献。

【英国】
United Kingdom



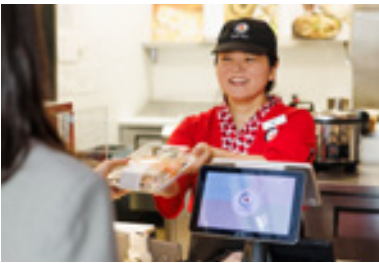
“YO!” 以外带与餐厅堂食两种形式向英国民众提供种类丰富的寿司。“Taiko”则以面向英国国内超市的高品质寿司批发业务为主。为了满足当地民众的需求，我们增设了新工厂，扩充了菜单内容，让当地民众在家里也能轻松地享用正宗的日本美食。

【美国】
USA



“AFC”与“SNOWFOX”在美国主要运营超市内的约 6600 家外带寿司店及切块水果专营店，及自家工厂所制作寿司的批发业务。两品牌分别于 2018 年与 2023 年加入了 Zensho 集团，推出了卷寿司等酱汁多变、色彩丰富的创意寿司，以满足美国这个多民族国家的多元化饮食需求。

【加拿大】
Canada



加拿大最大的外带寿司品牌“Bento”经营着约 800 家外带寿司店和寿司店，于 2023 年加入了 Zensho 集团。Bento 的经营范围以卷寿司为主，同时还提供盖饭、面食等丰富的菜品，以满足消费者各种用餐情景的需求。Bento 在当地提供高品质且价格实惠的寿司，根据销售渠道进行菜品开发，在当地广受好评。

【巴西】
Brazil



“Sukiya”以巴西最大的城市圣保罗为中心，开设了约 30 家门店。除了牛井外，还提供使用安格斯牛烹制的“烤肉盖饭”、适合素食主义者的“蘑菇盖饭”等符合当地口味嗜好的当地特色菜品。同时，我们还定期推出限时新品，扩大了当地人对日本饮食的接受度，在日裔云集的当地获得了消费者的广泛支持。

全球标准的食品安全 由全体员工共同实现

Zensho 集团致力于以实惠的价格为全世界的人民提供安全且美味的饮食，
全球标准的食品安全将由 Zensho 的全体员工共同实现。



食品安全方针

遵循世界标准, 守卫食品安全

对芸芸众生而言, “食品安全” 始终是重中之重。然而, 要实现这一目标却并非易事。Zensho 集团始终致力于以实惠的价格, 向全球消费者提供安全且美味的饮食。从原材料采购到消费终端, 我们对 “食品安全” 的追求渗透进了供应链的每一个环节。目前, Zensho 集团食品安全追求本部根据食品安全的世界标准 Codex¹ 的指导方

针, 制定了涵盖食物供应链各环节的标准, 积极推动集团旗下各公司对安全标准的理解, 并督促其践行该标准。全体员工秉持 “食品安全至上”、 “为食品的安全而行动” 的核心理念, 持续构建并深化食品安全文化。

¹ Codex: 由联合国粮食及农业组织 (FAO) 与世界卫生组织 (WHO) 共同成立的委员会所制定的国际标准

食品安全的组织与体制

以科学标准对安全性进行快速分析

除了对食材及设备的微生物进行检测外, Zensho 还于 2006 年 5 月成立了 “中央分析中心”, 该机构配备有食品行业最高水准分析装置, 持续对危害健康的风险因素进行测定与分析。范围囊括了对残留农药、兽药、重金属等有害物质的分析, 对辐射剂量的检查等。检查与分析的结果, 被用作考量新食材的采购或评估现有食材安全性时的科学依据, 并与现场调查结果相结合, 综合确保食品

的安全性。与此同时, Zensho 不断更新对危害健康的风险因素的认知, 近年来, 也开始对过敏原、PFAS² 等新的风险因素进行分析, 并进行微生物的 DNA 解析。为了应对这些变化, Zensho 将继续开发利用最先进的分析设备与最新知识的分析方法, 不断改进食材安全确保体系, 力求准确且快速地查验食材的安全性。

² PFAS: Per- and Polyfluoroalkyl Substances 的简称, 即有机氟化合物的总称

Zensho 的 SFC 体系 (安全饲料牛)

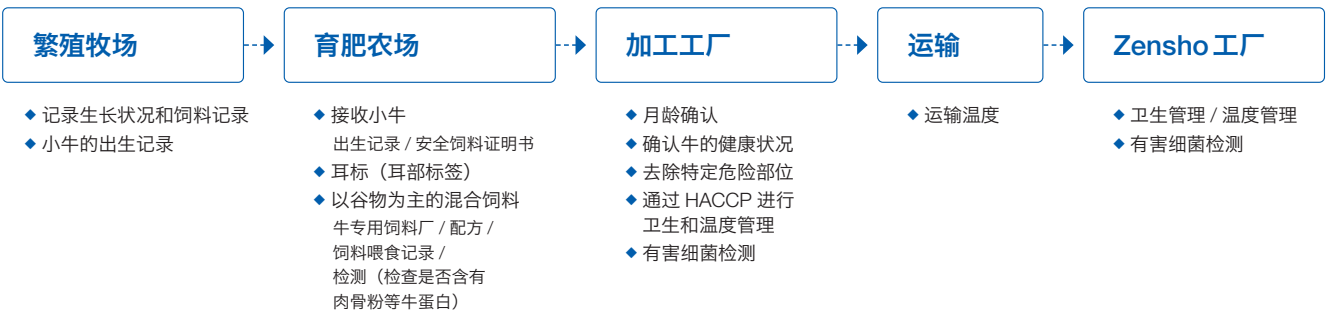
全程保障食品供应链的安全

2004 年, Zensho 在面对 BSE (疯牛病) 问题时, 深刻认识到了对食物供应链进行危害分析及采取措施的重要性。这一经历也成为了 Zensho 如今 “追求食品安全” 理念的起点。疯牛病是一种人畜共患的传染性疾病, 人一旦感染并发病, 死亡率为 100%。为防患于未然, Zensho 建立了名为 SFC (Safe-Feed Cattle: 安全饲料牛) 的独创管理体系, 以确保饲料的安全性。SFC 利用 HACCP³ 的方法进行危险因素分析及风险分析, 通过与交易客户的农场

以及加工工厂的紧密合作, 认定那些出生时间与地点明确、且未喂食任何可能导致疯牛病的饲料的健康牛为 SFC 牛。通过确保其从出生、加工到出货的全程可追溯性, 彻底保障牛肉的安全性。此外, Zensho 的员工还会亲自前往当地, 实地视察农场与加工工厂的检测体制是否完善、是否依法去除危险部位等情况, 确保生产过程严格遵守法令。通过这一系列举措, Zensho 构建了一套完整的体制, 确保只有经过安全认证的牛肉才能送达自家工厂。

³ HACCP: Hazard Analysis and Critical Control Point 的简称, 即危害分析关键控制点

Zensho 独创的管理体系



促进人类社会的 稳定与发展 我们大有可为

秉持集团的经营理念，Zensho 集团致力于开展公平贸易、
救灾援助等活动支援当地社会。
通过饮食这一核心事业，努力实现更加美好的人类社会。



公平贸易

通过公平贸易，与生产者携手共建可持续性社会

Zensho 自 2007 年起，开始在集团门店提供并销售通过公平贸易方式采购的咖啡、红茶及路易波士茶。

所谓公平贸易，是指通过以公正的价格持续采购农产品或产品，确保生产者获得与农作物价值或劳动付出对等的报酬，从而促进生产者实现社会及经济上的独立。Zensho 推行的是与生产者直接交易的“直接合作型”公平贸易。我们定期走访产地，除了检查原料的生产状况外，也关注生产者的生活情况及该地区所面临的问题。我们重视与生产者保持“看得见脸”的距离，建立长期的信赖关系。

此外，公平贸易原料的收购价格中，除商品货款之外还包含了社会发展资金。该资金被用于当地所需的各种改善民生的活动，不仅惠及作为交易对象的生产者团体，更对整个地区的发展做出了贡献。

另一方面，近年来气候的变化对生产者的生活也产生了很大的影响。无论发达国家还是发展中国家，如何让所有生产者与消费者都平等地直面这一全球规模的问题也变得愈发地重要。Zensho 今后将与生产者携手推进公平贸易，助力实现可持续性社会。



Timor-Leste [东帝汶]

2007 年，Zensho 于东帝汶开启了集团首个公平贸易项目。利用社会开发资金，我们开展了多方面的活动，例如建造自来水设施、引进用于运送病患的摩托车、指导教授草栽培和家庭收支记账以改善妇女的生活等。至今已在 14 个村落了完成了自来水设施的建造，使 534 户家庭能够在自家附近获取干净卫生的水资源。



Rwanda [卢旺达]

自 2011 年起在卢旺达开启咖啡交易以来，Zensho 利用社会发展基金建设了公共供水设施。孩子们终于不再需要每天花费一个多小时去取生活用水。此外，我们在咖啡产地所建小学开设了家政课，目前已将规模扩大到 7 所学校。我们持续开展相关活动，致力于实现跨越民族隔阂的“一个卢旺达”愿景。



Peru [秘鲁]

Zensho 自 2010 年起在秘鲁开展咖啡的公平贸易业务。我们利用社会开发资金，在北部与南部的生产者合作社中实施以妇女为主导的家庭菜园项目。这一项目不仅改善了生产者及其家庭的饮食生活，在当地市场销售剩余农产品获得的额外收入也成为支撑这些家庭的收入来源。

救灾援助

发挥作为地区的“饮食基础设施”的功能

Zensho 集团无论是在平时时期还是紧急灾害时，始终致力于履行作为“饮食基础设施”的使命，自 2004 年新潟县中越地震起，我们便积极开展灾区支援，推进灾害期间的餐饮供应，迅速恢复门店运营。

在 2011 年东日本大地震中，Zensho 集团曾面临过交通、电力等生命线中断的严峻挑战。东日本大地震之后，Zensho 集团总结经验，制作了配备厨房设备且具备高度机动性的“食其家”厨房餐车，并以全国各地的门店、工厂及物流中心为据点，构建起快速响应、广域覆盖

的紧急支援体系。这一体系在日本国内发生大规模灾害时发挥了重要作用。

不仅如此，在海外发生大规模灾害时，Zensho 集团也积极行动，不仅捐赠钱款，更是派遣员工亲赴现场，参与食品分发、基础设施修复等支援活动。

通过在饮食领域为地区提供援助，Zensho 集团切实践行了企业理念。未来，Zensho 也将继续在世界各地充分发挥“食品产业”的优势，不断强化迅速响应的灾后餐饮供应体制，为人类社会的稳定与发展贡献力量。



巴基斯坦洪水灾害 (2022)

在 2022 年巴基斯坦发生大规模洪灾后，Zensho 集团迅速启动紧急救援机制，向当地约 500 户受灾家庭分发了食物。灾后，集团进一步启动支援项目，助力受灾农户实现自立。通过提供优质种子及派遣农业专家开展技术指导，受灾农户的农作物产量显著提升。同时，我们将所收获种子分享给更多的农户，用于下一季种植，逐步建立起可持续发展的农业体系。



土耳其与叙利亚地震 (2023)

灾后，Zensho 集团迅速派遣员工奔赴土耳其灾区，在避难所开展炊事支援工作，为受灾群众提供热食。受灾灾民纷纷表示“能吃上一口热饭，感到非常温暖”。灾后，集团持续在土耳其与叙利亚两国开展饮食援助活动，不仅分发食物，还援助当地橄榄种植农户、推进供水设施建设，切实保障灾区民众的“饮食基础设施”。



令和 6 年能登半岛地震 (2024)

地震后，Zensho 集团迅速调派“食其家”的厨房餐车，奔赴石川县七尾市、轮岛市、珠洲市及穴水町等重灾区，开展赈灾烹饪活动。道路受损，供水中断，我们力排万难送去热腾腾的牛丼，收获了灾民的诸多感谢。震后四个月内，集团累计供应了约 3.5 万份餐食，展现了迅速响应、持续支援的姿态，获得了社会各界的高度评价。

【公平贸易合作国家】埃塞俄比亚、肯尼亚、乌干达、卢旺达、布隆迪、坦桑尼亚、马拉维、刚果民主共和国、南非、印度、斯里兰卡、尼泊尔、泰国、东帝汶、巴布亚新几内亚、墨西哥、多米尼加共和国、洪都拉斯、尼加拉瓜、哥斯达黎加、巴拿马、厄瓜多尔、秘鲁、玻利维亚

通过技术革新与人才开发 加速发展的进程

以“食”为担，肩挑人类社会稳定与发展的责任，
在尖端技术与人才实力的加持下，Zensho 集团已踏上实现目标的征途。



技术革新

Zensho 集团积极引进具有前瞻性的最尖端技术，不断提升安全、美味的餐饮与服务体验。

从确保全球公平供给的食品生产技术，到保障“最后一公里”顺畅配送的食品运输物流体系，再到实现快速出餐的自动化配餐技术，Zensho 不断以创新与挑战，创造全新的价值。



解码“美味”的研发之路

Zensho 致力于通过成分分析及感官评价等多维手段，深入开展研发工作。借助最新的分析技术，将味道、香气、口感等要素进行量化，并将这些数据应用于原料的甄选及烹饪工艺的优化。



传递现做美味的送餐机器人

Zensho 在集团旗下餐厅率先引入送餐机器人，将新鲜出炉的美味餐食送达餐桌。餐食到达时，机器人会通过语音与图像通知顾客。



重现回转寿司的点餐系统

“滨寿司”等品牌推出了全新的点餐系统，顾客可以点选触控屏上回转的寿司图片，轻松完成点餐。下单后，菜品将通过“直送传送带”快速直达餐桌。

人才开发

人才是企业持续成长的核心动力。秉持经营理念，Zensho 集团致力于培养能够为人类社会“稳定”与“发展”贡献力量的人才。要实现在全球范围内消除饥饿与贫困的目标，必须赢得世界各地利益相关者的共鸣，并携手共建“饮食基础设施”。这不仅需要尊重对方的文化背景，更需要具备准确传达本国文化、传统及技术的能力。

2023 年，Zensho 在京都建立了日本文化研修中心，并邀请茶道、花道等领域的权威专家们担任讲师，开展沉浸式体验课程，让员工亲身感受日本文化的精髓。作为源



日本文化研修中心 松涛居

在古都京都，邂逅纯正日本文化

“松涛居”内设有系统学习日本文化的课程，并通过动手实践的沉浸式体验，帮助员工深入理解日本文化的精髓。研修中心同时还结合京都的独特地理优势，安排诸如茶道会、神社佛阁、竹材店等地的参观活动。



禅想庵

在办公空间里感悟日本文化精神

Zensho 在办公区域内精心打造了一间茶室，采用传统材料与工艺，营造纯正的文化氛围。通过对茶道的学习与实践，员工不仅体验了日本待客之道，更在日常中体悟了禅宗精神。



系列讲座：从历史中汲取智慧

以史为镜，培养以古鉴今之人才

通过羽田正教授的专题讲座，Zensho 引导员工深入思考人类历史，理解企业经营理念的意义与价值，并从历史的长河中获得全新的视角。

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

自日本的企业，Zensho 希望通过日本文化研修中心，加深世界各地的员工对日本文化根本思维方式的理解，并培养员工以自己的语言传播日本文化价值的能力。自 2024 年起，日本文化研修中心还邀请了历史学家羽田正教授担任顾问，为员工提供从历史中汲取智慧的机会。

未来，Zensho 仍将继续致力于培养基于自身及对对方的文化背景，通过对话与共鸣，引领世界走向“稳定”与“发展”的卓越人才。

ZENSHO Brands

将选择的乐趣带给更多顾客

从日本代表性的牛丼连锁品牌“食其家 Sukiya”，到寿司连锁品牌“滨寿司 Hama-Sushi”，Zensho 集团不断拓展多元化的快餐、家庭餐厅及外带寿司店。同时，我们还运营着超市等零售门店以及看护设施，覆盖多种生活场景。无论何时何地，Zensho 集团始终致力于以实惠的价格提供安全、美味的餐饮体验。如今，Zensho 集团旗下品牌已走向世界，为全球顾客带来更多选择与美味。

餐饮

食其家 Sukiya

日本的代表性牛丼连锁店

食其家 Sukiya 是日本门店数量第一（日本国内 2000 家）的牛丼连锁店。我们致力于打造安全的用餐环境，并以实惠的价格提供美味的牛丼，希望让当地顾客发自内心感到“有食其家真好”。



滨寿司 Hama-Sushi

寿司连锁店

“海滨美味，直抵舌尖”，这是滨寿司提出的口号。滨寿司提供时令食材、导入能迅速送达刚做好的菜品的直送传送带，追求食品的美味及带给顾客的享受，力争成为世界第一的寿司连锁店。



Coco's

家庭餐厅

Coco's 是一家源自加利福尼亚、现门店遍布日本全国的家庭餐厅。Coco's 的招牌菜品是一个一个细致地包起烘烤而成“锡纸烧汉堡排”。Coco's 以丰富多样的菜品及贴心的服务迎接每一位顾客。无论何时与谁一起光临，这里都会让顾客满意而归。



Nakau

日式快餐连锁店

Nakau 以实惠的价格提供不亚于专营店的盖饭与京风乌冬面。招牌菜品“鸡肉滑蛋盖饭”用特制的酱汁与风味浓郁的精选鸡蛋烹制而成，口感松软嫩滑。经典菜品“天妇罗碎乌冬面”用关西风味高汤烹制，口味澄鲜，值得一尝。



Zetteria

连锁汉堡店

Zetteria 的店名由招牌菜品“绝品 (Zeppin) 汉堡”和“餐厅 (Cafeteria)”组成，是源自日本的汉堡连锁店，在这里能品尝到使用精选原料烤制的正宗汉堡。



Big Boy

汉堡排&牛排餐厅

Big Boy 招牌菜品“大俄牛肉汉堡排”坚持使用 100% 的粗绞牛肉制成，肉香浓郁，备受食客喜爱。此外，Big Boy 还有使用精选原料烹制的汉堡、牛排以及无限供应自助沙拉吧、汤吧等丰富多样的菜品可供选择。



Jolly-Pasta

意大利面专营店

“持续传递意面带给您的感动”是 Jolly-Pasta 的口号。不论是正宗的意大利风味意面，还是符合亚洲人口味的和风意面，Jolly-Pasta 里应有尽有。所有意大利面均为现点现煮，另有季节限定菜品和午餐特惠套餐可供选择。



Olive Hill

意大利食堂

平价意大利食堂 Olive Hill 价格公道，用匠心呈现食材本真。除了现煮的意大利面和烤箱现烤的披萨外，还有前菜、肉类菜肴、甜点、葡萄酒等品类丰富的菜品可供选择。



华屋与兵卫

日本料理餐厅

华屋与兵卫提供江户前寿司、天妇罗、乌冬面、荞麦面以及炸猪排、海鲜盖饭、日式锅饭等各季应时的正宗日本餐食。店内设有餐桌席位与榻榻米席位，可满足不同场景需求。



熟成烤肉 Ichiban

烤肉餐厅

保留了牛肉原本风味又兼具柔嫩口感的熟成牛肉，和甘甜劲道粒粒饱满的土锅米饭，是这里引以为傲的菜品。此外，餐厅还提供沙拉、石锅拌饭、甜点等丰富多样的菜品。无论家庭用餐还是团体聚餐，这里的烤肉会带给人们轻松惬意的美味享受。



Katsu-An

炸猪排专营店

Katsu-An 的食材精挑细选，品质上乘。熟成猪里脊肉与熟成猪菲力柔嫩细腻、粗粒鲜面包粉制成的炸衣口感酥脆、特制酱汁由独家配方调制。Katsu-An 炸猪排盖饭和套餐也价格公道，物美价廉。



传丸 / 威风

拉面专营店

传丸是一家主打味噌拉面的专营店。店内主打的味噌拉面有白味噌、红味噌及浓厚味噌三种口味可供选择。传丸将混合味噌、味噌醪糟与鸡白汤和特制面条完美结合，让顾客每一口都尽享味噌的醇厚风味与拉面的芳醇甘甜。



久兵卫屋

武藏野乌冬面专营店

专营武藏野乌冬面，以加入全麦粉、劲道十足且风味浓郁的现制乌冬面，以及搭配自家精心熬制高汤的特色蘸汁而广受欢迎。菜品丰富多样，例如招牌菜品“猪肉乌冬蘸面”，新鲜现炸的天妇罗等。



The Chicken Rice Shop

海南鸡饭专营店

海南鸡饭专营店 The Chicken Rice Shop 以马来西亚为中心，采用传统的烹饪方法烹制鸡肉，并搭配松软可口的鸡肉风味米饭。The Chicken Rice Shop 的所有门店均持有清真餐饮认证。



AFC / ZENSHI

北美外带寿司店

AFC 与 ZENSHI 在超市等场地经营外带寿司，在美国的门店数量位列第一，现于美国、加拿大及澳大利亚等地以实惠的价格提供新鲜的寿司。ZENSHI 品牌的灵感源于日本的传统文化。



Bento

批零兼营的北美外带寿司店

Bento 的主营场所为超市，目前是加拿大门店数量最多的外带寿司店。同时 Bento 也开展寿司的批发业务以及寿司店的经营。Bento 始终坚持提供精选食材制作的优质寿司。



SNOWFOX / SNOWFRUIT

美国外带寿司和切块水果店

这是两个主要在美国超市运营的品牌。SNOWFOX 经营外带寿司店，为顾客提供新鲜美味的寿司。SNOWFRUIT 则专营切块水果，并开展商品的推广和销售。



YO! / Taiko

批零兼营的英国外带寿司店

YO! 主要在英国运营回转寿司店和超市内里的外带寿司店。Taiko 则通过自有工厂生产寿司并批发给超市。



SushiTake / Sushi Circle

欧洲外带寿司店

SushiTake 以西班牙为中心，Sushi Circle 则以德国为根据地在欧洲各国经营外带寿司店，提供品质考究、新鲜美味的寿司。



Joy Foods

食品超市

食品超市 Joy Foods 以日本关东地区为中心开展经营。以“为今日的餐桌送去幸福”为理念，以亲民的价格供应生鲜产品及各种食品，支撑着民众丰富、健康的饮食生活。



Attack

食品超市

Attack 是一个主要布局在东京都与千叶县的小型食品超市品牌。秉持便利至上的经营理念，以实惠的价格提供食品及各类日常生活用品，为当地居民带来美味与便利。



Very Foods Owariya

食品超市

Very Foods Owariya 是一家在日本千叶县运营的食品超市，致力于提供时令生鲜等令顾客满意的商品。以实惠的价格销售安全且美味的商品，为当地消费者的生活做出贡献。



菜果善 / United Veggies

果蔬专卖店

果蔬专营店菜果善与 United Veggies 主要开设在车站大楼、大型商业设施或超市等处。正因深知顾客每日对蔬菜和水果等生鲜品的需求，因此我们始终将安全放在首位。以专卖店特有的丰富商品及价廉物美的特点，为消费者送去“愉悦”与“美味”。



Sanbishi

生产与销售酱油及日本风味调料等

Sanbishi 是一家不断探索酿造技术的酱油制造商。Sanbishi 始终坚信“酱油是人类创造的最佳调味料”，相继为消费者餐桌送来了浓口酱油、中京地区的名产溜酱油、日本风味调料等安全且有价值的商品。



Nyereg

老年住宅与看护服务、上门护理、康复护理

Nyereg 在日本爱知县提供全面的护理、康复、看护服务，同时也运营附带养老服务的老宅。Nyereg 用心陪伴每一位顾客，致力于改善他们的生活质量，提供美味的食物，帮助他们保持微笑，享受快乐长寿的生活。



IMedicare

老年人的住宅与看护服务

IMedicare 在日本千叶县经营附带看护服务的收费养老院、附带养老服务的老宅以及住宅型收费养老院。IMedicare 以“关爱本人、关爱家人、关爱城市”为口号，致力于提供细致入微的服务和关爱。



Tolona Japan

企划、开发、销售多种冷冻食品

除了披萨和配菜之外，Tolona Japan 还负责企划、开发并销售“食其家”和“Coco's”等 Zensho 集团旗下品牌的冷冻食品。Tolona Japan 致力于提供能够让顾客安心享用并由衷地说出“好吃”的商品，为顾客餐桌增添色彩，为顾客脸上带来笑容。



辉

老年住宅与看护服务

辉以北海道为中心，主营附带服务功能的养老住宅以及收费养老院。作为老人住宅开发的专业机构，辉致力于进入人生第四乐章的各位老人送去安心、舒适、亲切、关爱、敬意与尊严。



Royal House Ishioka / Senior Life Support

老年住宅与看护服务

Royal House Ishioka 与 Senior Life Support 主营附带看护服务的收费养老院，并提供日间护理服务。通过与客户及其家人保持温情沟通，并根据季节安排户外活动及兴趣活动等方式，为老人们提供有趣而充实的生活体验。



辉保育园

面向员工的托儿设施

辉保育园是一所专供集团员工使用的托儿所，不论是门店的店员还是集团本部的员工均可使用。辉保育园的托育费用极其低廉，配餐美味，家有小孩的员工谁都能够放心使用。非课税家庭或者是托育儿童满 3 岁以上则可免托育费用。



以“食”为担 肩挑人类社会稳定 消除世界上的饥饿

—— Zensho控股集团创始人小川贤太郎先生于2026年4月6日辞世。本篇寄语采录自其生前讲话。

｜ Zensho 控股集团的创业历程

Zensho 控股集团（以下简称 Zensho）创建于1982年，注册资本为500万日元。当时，世界仍处于第二次世界大战后冲突不断的时代，三分之一的人口无法确保充足食粮。在这样的时代背景下，我们意识到，从全世界上消除饥饿与贫困是全人类的课题。我们创建Zensho的初衷，就是以企业的力量来解决这一全人类的课题。最初，我们只是一家微不足道的小公司。然而，怀揣着“消除世界上的饥饿与贫困”这一愿景，我们汇聚了志同道合的伙伴，事业规模逐步扩大，并逐步形成了一个将理念转化为现实的事业体系。

｜ 成就今日 Zensho 的成长之源

如今，Zensho 不仅成为日本规模最大的餐饮企业，更跻身全球餐饮企业前十之列。Zensho 能够发展至今日的规模，离不开自创业以来始终坚持的“消除世界上的饥饿与贫困”这一愿景。正是这一理念吸引了众多志同道合的伙伴汇聚于此，他们以“开辟人类历史新纪元”为共同使命，全心投入、不断挑战。

但是，要真正地改变世界，必须进一步扩大规模。我们认为，必须得到世界上更多人们的共鸣，汇聚更多志同道合的伙伴，共同向愿景目标奋进。

｜ 理念的进化

2023年，Zensho 对理念进行了深化：“以‘食’为担，肩挑人类社会稳定与发展的责任，消除世界上的饥饿与贫困。”Zensho 在深感自身具有一定的社会影响力的同时，对世界日益加剧的不稳定性抱有强烈的危机感。世界各地发生的国家、部落、民族之间的对立，给人类社会造成了很大的伤害。对于这些状况，我们不能只是袖手旁观，而必须将解决这些问题视为己任，努力为人类社会的“稳定”与“发展”做出贡献。

Zensho 正在构建名为 MMD 体系（大规模全产业链供给模式），即对原材料采购、生产、加工、物流、销售的所有环节进行自主企划、设计及运营的体系。这个体系可以以实惠的价格为世界各地的人们提供安全、美味的饮食。我们设想通过在全球范围内推广 MMD 体系（大规模全产业链供给模式），建立一个即使在遭遇突发危机时也能保证食物的稳定供给、为人们提供支持的“饮食基础设施”。通过饮食事业，实现世界的“稳定”与“发展”，从这个意义上说，我们的征程才刚刚开始。

｜ 理念的践行

从历史上来看，世界上许多地区由于殖民统治或种植园经济，因宗主国自身利益而强行限制生产品种，导

与发展的责任 与贫困

致当地食物生产机制的瓦解及传统文化传承的断裂等事态发生。Zensho 在努力改变这一负面趋势，我们认为必须实现这样的社会：世界各地的人们能获得充足的食物，确保儿童享有受教育的机会，人们能怀着对自己的文化、传统、技术的自豪感生活。

我们认为，世界的不稳定，是受到西方哲学根植的二元对立思想（辩证思维）的影响。如果我们以善恶之见来认识历史长河中所出现的各种对立，纷争就将会永远无法停息。要解决这些问题，亟需向新的思维方式的转换。

“以和为贵”，这句话所象征的非二元对立的日本文化思维方式，正是人类世界稳定的基石。当异文化人士对不同的文化背景予以理解、尊重与共情时，这种思维方式，正有可能成为改变纷争与对立不断的当今世界现状的切入点。

2023年，Zensho 在日本文化的荟萃之地京都建立了日本文化研修中心，旨在让员工有机会接触真正的日本文化并加深对其深层思想的理解。在当地举办的“接触日本文化的研修”中，研修参加者们通过体验花道、书道等，深入理解日本文化，以此为基础来理解其他国家的文化。我们坚信，这些活动将有助于培养出能获得全球共鸣的人才。

作为肩负人类社会“稳定”与“发展”之责的日本企业，我们将在世界上扩大共鸣圈，努力构建“饮食基础设施”。



Zensho Holdings Co., Ltd.
创始人

小川贤太郎

Ogawa Kentaro

1948年出生于石川县。1982年于神奈川县横浜市创立株式会社 Zensho（现株式会社 Zensho 控股集团）。2012年就任日本连锁店协会副会长。自2013年起，先后担任日本国民生活产业与消费者团体联合会（简称“生团联”）代理会长、会长及名誉会长。2026年4月6日逝世，享年77岁。

挑战的积累 将成为未来的基石

自1982年成立以来，Zensho以餐饮事业为轴心，开拓多样化的食品业务，并以全球规模获得持续发展。
现在，我们在对现有门店进行优化升级的同时，还通过积极开拓新店、M&A以及开创新业务的方式，进一步扩大MMD体系的范围，并为实现企业理念而加快挑战的步伐。

第一阶段 [1982年~1999年]

1983年度(业绩)
营业额: 0.9亿日元
门店总数: 2家

通过拓展“食其家”的门店，奠定了MMD体系的基础。1997年在股票场外交易市场挂牌，并于两年后的1999年，在东京证券交易所市场二部上市。自1986年正式开展连锁店业务以来，14年间实现营业额增长30倍。

1982年6月
公司成立，并在神奈川县横浜市鹤见区建立了与横浜工厂并设的公司总部



1982年7月
第一家外带便当店“Lunch Box”生麦店开业(现位于神奈川县横浜市鹤见区)

1982年11月
第一家可供堂食的牛井店“食其家”生麦站前店开业(现位于神奈川县横浜市鹤见区)

1987年7月
第一家拥有独立建筑的牛井店“食其家”水户店开业(现位于茨城县水户市)

1997年8月
于日本证券业协会注册，并于股票场外交易市场挂牌

1999年9月
于东京证券交易所市场二部上市

第二阶段 [2000年~2014年]

2000年度(业绩)
营业额: 174亿日元
门店总数: 261家

以2000年Coco's的M&A为起点，多个餐饮品牌陆续加入集团。海外门店开拓、零售业及老人看护产业等也陆续起步。与此同时，Zensho还成立了采购、生产、物流等的功能性辅助公司，加速了MMD体系的规模扩大。15年间，实现营业额增长30倍。

2000年7月
为进军日本国内餐饮业，收购了Coco's Japan Co., Ltd. 的股份



2000年11月
为提高食材采购效率，成立了Global Foods Co., Ltd. (现为Zensho Tradings Co., Ltd.)

2001年9月
被指定为东京证券交易所市场一部发行对象

2002年10月
为进军回转寿司业务领域，成立了Hama-Sushi Co., Ltd.



2002年12月
为强化日本国内餐馆事业，收购了Big Boy Japan Co., Ltd. 的股份



2005年3月
为强化快餐事业，收购了Nakau Co., Ltd. 的股份



2005年9月
为强化食品的安全措施，成立了食品安全追求室(现为集团食品安全追求本部)

2006年8月
为提高物流效率，成立了Global Fresh Supply Co., Ltd.

2007年3月
为强化日本国内餐馆事业，收购了Sunday's Sun Co., Ltd. (现为Jolly-Pasta Co., Ltd.) 的股份

于东帝汶开始实施公平贸易措施



2007年7月
食其家首次登陆冲绳。至此，食其家实现了门店覆盖全日本47个都道府县的目标

2008年1月
于中国上海开设了食其家的第一家海外门店



2011年12月
为强化生产功能，成立了GFF Co., Ltd.

2012年11月
为进军零售业领域，收购了Maruya Co., Ltd. (现为Joy Mart Co., Ltd.) 的股份

2014年1月
为进军看护业务领域，收购了Kaigo Service Kagayaki Co., Ltd. (现为Kagayaki Co., Ltd.) 的股份



2014年9月
于中国上海开设了滨寿司的第一家海外门店



第三阶段 [2015年~现在]

2015年度(业绩)
营业额: 5118亿日元
门店总数: 4730家

在强化各项事业的同时，集团收购了多个连锁外带寿司品牌，迅速扩大了海外业务。强化各种食材及各个地区的营销策略等，扩大MMD体系的领域，以进一步巩固作为全球性“饮食基础设施”的根基。

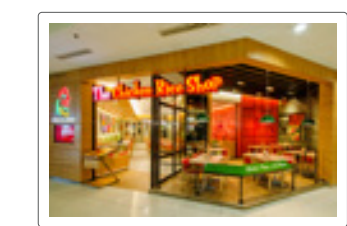
2015年5月
为开展企业内保育设施的运营，成立了Kagayaki Nursery School Co., Ltd.



2018年11月
为进军美国的外带寿司业务领域，收购了Advanced Fresh Concepts Corp. 的股份



2019年5月
为扩大在马来西亚的快餐业务，收购了TCRS RESTAURANTS SDN. BHD. 的股份



2019年12月
为进军西班牙的外带寿司业务领域，收购了Worldfood To Go, S.L. (现为Worldfood To Go, S.L.U.) 的股份

2021年6月
为强化日本国内外的采购，成立了Global MD Holdings Co., Ltd.

2021年7月
为进军水产业务领域，收购了Marix Co., Ltd. 的股份



2022年3月
为强化水产业务，收购了株式会社五十岚水产的股份

2023年4月
为了进军汉堡包业务领域，收购了Lotteria Co., Ltd. (现为Burger One Co., Ltd.) 的股份

2023年5月
为进军德国的外带寿司业务领域，收购了Sushi Circle Gastronomie GmbH 的股份

2023年9月
为扩大海外的外带寿司业务，收购了SnowFox Topco Limited (现为Wonderfield TopCo Limited) 的股份



CORPORATE DATA

Zensho Holdings Co., Ltd.

总部: 东京都港区 成立: 1982 年 6 月 股票: 东证 PRIME 市场上市 注册资金: 474.97 亿日元
员工人数: 正式员工 20626 名 非正式员工 191053 名 (集团合并数据: 截至 2026 年 3 月末)
电话: +81-3-6833-1600 <https://www.zensho.co.jp/en/>

集团公司

餐饮业务	外带业务
Sukiya Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Hama-Sushi Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Coco's Japan Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Nakau Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Burger One Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Big Boy Japan Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Jolly-Pasta Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Olive Hill Co., Ltd. 总部: 东京都港区 株式会社 华屋与兵卫 总部: 东京都港区 TAG-1 Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Katsu-An Co., Ltd. 总部: 东京都港区 A Dining Co., Ltd. 总部: 东京都港区 株式会社 久兵卫屋 总部: 东京都港区 泉膳 (中国) 投资有限公司 总部: 上海市长宁区 台湾善商股份有限公司 总部: 台北市中山区 ZENSHO DO BRASIL COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA. 总部: Liberdade, São Paulo ZENSHO (THAILAND) CO., LTD. 总部: Khet Wattana, Bangkok ZENSHO FOOD DE MEXICO S.A. DE C.V. 总部: Benito Juarez, Mexico City ZENSHO FOODS MALAYSIA SDN. BHD. 总部: Taman Midah, Kuala Lumpur PT. ZENSHO INDONESIA 总部: Bekasi, Jawa Barat ZENSHO VIETNAM CO., LTD. 总部: Binh Thanh District, Ho Chi Minh City Zensho USA Corporation 总部: Mission Viejo, California ZENSHO HONG KONG CO., LTD. 总部: Kowloon, Hong Kong ZENSHO JAPANESE RESTAURANT COMPANY PTE. LTD. 总部: Singapore TCRS RESTAURANTS SDN. BHD. 总部: Petaling Jaya, Selangor, Malaysia ZENSHO (PHILIPPINES), INC. 总部: Pasig City, Metro Manila	Advanced Fresh Concepts Corp. 总部: Torrance, California, USA JFE Franchising, Inc. 总部: Houston, Texas, USA Bento Inc. 总部: Richmond Hill, Ontario, Canada YO! Sushi UK Ltd 总部: Wilson Street, London, United Kingdom Taiko Food Limited 总部: Wilson Street, London, United Kingdom Worldfood To Go, S.L.U 总部: Móstoles, Madrid, Spain Sushi Circle Gastronomie GmbH 总部: Neu-Isenburg, Germany
零售业务	
United Veggies Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Joy Mart Co., Ltd. 总部: 埼玉县春日部市	
看护业务	
株式会社 辉 总部: 北海道札幌市 Royal House Ishioka Co., Ltd. 总部: 茨城县石冈市 Senior Life Support Co., Ltd. 总部: 埼玉县川口市 Nyereg Co., Ltd. 总部: 爱知县海部市 IMedicare Co., Ltd. 总部: 千叶县松户市	
辅助公司	
GFF Co., Ltd. 总部: 东京都港区 TR Factory Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Sanbishi Co., Ltd. 总部: 爱知县丰川市 Global Fresh Supply Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Zensho Tradings Co., Ltd. 总部: 东京都港区 Hatten Shoji ASEAN LLC. 总部: Binh Thanh District, Ho Chi Minh City, Vietnam Hatten Shoji Chile SpA 总部: Las Condes, Santiago Hatten Shoji Europe B.V. 总部: Amstelveen, Netherlands	

Hatten Shoji Oceania Pty Ltd.
总部: Brisbane, Queensland, Australia

株式会社 北海发展商事
总部: 东京都港区

株式会社 东北发展商事
总部: 东京都港区

株式会社 中部发展商事
总部: 东京都港区

株式会社 中四国发展商事
总部: 东京都港区

株式会社 九州发展商事
总部: 东京都港区

株式会社 冲绳发展商事
总部: 冲绳县中头郡

Techno Construction Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Global Table Supply Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Global IT Service Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Tolona Japan Co., Ltd.
总部: 东京都港区

株式会社 善祥园
总部: 北海道广尾郡大树町

Mizushita Farm Co., Ltd.
总部: 北海道广尾郡大树町

晴云酒造株式会社
总部: 埼玉县比企郡

Marix Co., Ltd.
总部: 鹿儿岛县出水郡

株式会社 五十岚水产
总部: 熊本县天草市

株式会社 中谷水产
总部: 爱媛县南宇和郡

Bio Ehime Co., Ltd.
总部: 爱媛县今治市

Zensho Best Crew Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Zensho Business Service Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Nihon Agriculture Network Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Zensho Rice Co., Ltd.
总部: 东京都港区

株式会社 斋藤商店
总部: 福岛县白河市

株式会社 辉保育园
总部: 东京都港区

Zensho CooCa Co., Ltd.
总部: 东京都港区

Zensho Insurance Service Co., Ltd.
总部: 东京都港区

JinZai Co., Ltd.
总部: 东京都港区

封面及扉页

封面的设计元素源自和纸艺术家川原隆邦先生以我司为主题创作的和纸作品。和纸以楮构树皮等植物纤维为原料，经传统手工抄造技法制成，乃日本独有的纸艺。卓越的耐久性和可保存性使其可历经千年岁月，被应用于书法、绘画、宗教、生活等形形色色的场景中，支撑日本的文化遗产至今。本册特在扉页（封面之后的第一页）使用了和纸，以便您能切身感受材质。敬请亲手触摸，细细品鉴和纸的纹理与触感。



个人简历

川原隆邦，1981 年生于日本富山县。和纸制作家。作为「蛭谷和纸」唯一传承人，恪守传统技法却又勇拓新境，不懈拓展和纸的可能性。作品享誉日本国内外，曾被东京虎之门大型壁饰、Japan Expo (巴黎)、大阪・关西世博迎宾馆等处采用。川原先生还为 Zensho 集团品川总部接待厅创作作品，活跃于各种场合。