

ZENSHO STORY

食を通じて、
人類社会の安定と発展に
責任をおう

ZENSHO

株式会社 ゼンショーホールディングス
〒108-0075 東京都港区港南2-18-1 JR品川イーストビル
<https://www.zensho.co.jp/>

ZENSHO

ZENSHO STORY

ZÉNSHO

理念の実現に向け、 世界での成長を加速する

なぜ「フード業世界一」を目指すのか

ゼンショーは、「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」という企業理念を掲げ、その実現のため事業を拡大してきました。1982年の創業から約40年で、売上高1兆2,640億円(2026年3月期)、世界14,947店舗(2026年3月末時点)という規模に成長しましたが、まだ十分ではありません。この壮大な企業理念を実現するためには、事業規模の拡大が必要です。そのための指針として「フード業世界一」という目標を掲げてきましたが、その達成には成長スピードが全く足りていないと認識しています。成長を加速するため、世界中に同時並行で複数の業態を出店できる仕組みづくりに注力していきます。

業態の強みを活かしたグローバル展開

創業業態である「すき家」では、国内の店舗数が節目となる2,000店舗を超えました。店舗の状態に磨きをかけ、地域のお客様に支持いただけるお店づくりを進めながら、さらなる出店を図っていきます。海外においても、東アジア、東南アジアといった地域ごとにブランドの浸透を進めながら、店舗を展開していきます。



「はま寿司」は、国内トップクラスの寿司ブランドとしての地位を固めつつあり、海外においても幅広い国・地域への展開が視野に入っています。すでに出店が進む東アジアに加え、東南アジア各国での展開も進めていきます。

海外テイクアウト寿司事業では近年、スーパーマーケット内に出店する「キオスク」と、工場で製造した寿司を小売店などへ供給する「コミッサリー」の、二つの販売チャネルの補完関係が機能し始めています。この複数の販売チャネルを使い分けることができるユニークな立ち位置を活かし、欧米での展開をさらに加速させていきます。

変化に向き合い、ユニークな価値を提供する

数年来続く原材料価格の高騰に加え、足元では中東情勢の影響によりエネルギー・物流・建設といった非食材のコストの上昇も想定されています。このような厳しい外部環境の中でも、ゼンショーならではのユニークな価値を提供し、お客様の生活に貢献していくことが我々の使命だと考えています。

ゼンショーでは、原材料の調達から製造・加工、物流、販売に至るまでを自社で企画・設計、運営する「マス・マーチャライジング・システム(MMD)」を構築しています。このMMDのネットワークや、技術革新を取り込んだ生産性の高い店舗運営といった経営資源をフルに活用することで、お客様にとって価値のある商品・サービスを提供していきます。

違いを乗り越え、共に生きる

世界では分断や衝突が相次ぎ、不安定さが増しています。こうした状況の中で、ゼンショーは食を通じて人々の「共生」を促していきたいと強く思っています。「共生」とは、「違いを乗り越え、共に生きる」ことを意味します。

世界各地で事業を展開するゼンショーでは、多様なバックグラウンドを持つメンバーが共に働いています。その一人ひとりが「地域で一番のお店をつくり、お客様の生活を豊かにす

株式会社ゼンショーホールディングス
代表取締役社長兼CEO

小川 洋平
Ogawa Yohei

大学卒業後、2004年に財務省に入省。他の省庁への出向や海外留学を経験し、内閣官房でも政策立案に従事。2016年にゼンショーホールディングスに入社し、経営戦略の立案やグローバル事業の拡大を主導。2025年2月に同社副社長に就任、同年6月より代表取締役社長兼CEOを務める。



る」という共通のゴールに向かって歩んでいることは、「共生」の体現にほかならないと考えています。また、約20年にわたり取り組んでいるフェアトレードも、事業を通じた「共生」の追求の一つです。社会課題を抱える地域の生産者と、主に先進国で暮らす消費者をつなぎ、共に発展していく仕組みを、これからも構築していきます。こうした取り組みを通じて、人類社会の安定と発展に貢献していきたいと考えています。

多数精鋭の人財とチームの力で、次の成長へ

類まれな企業理念の実現に挑戦しているゼンショーは、人財に求める水準も常に高く持っています。国際水準で第一級

のエキスパートを目指す成長意欲を持ち、企業理念を自分事として捉えられる人こそが、ゼンショーの一員としてふさわしいと考えています。こうした人財に対しては、一人ひとりに合った能力形成やジョブローテーションを通じ、共にどのように成長していくかを真剣に考えていきます。

事業規模が拡大し、複数の業態を世界各地で同時に展開する現在、「多数精鋭」の卓越したチームによってこそ、成長を加速できると考えています。混迷を深める世界において、ゼンショーが果たすべき役割はますます大きくなっています。人類社会の安定と発展、そして飢餓と貧困の撲滅に向け、ステークホルダーの皆様と共に、着実に歩みを進めていきたいと考えています。

日本からフード業世界一

1982年に創業したゼンショーは、売上高が1兆円を超え、店舗数は約15,000店に達しました。創業からの約40年間で売上高の30倍成長を2回遂げたゼンショーは現在、日本の外食企業でNo.1、世界の外食企業でトップ10の地位を確立しています。しかし、私たちが経営理念として掲げる飢餓と貧困の撲滅を世界で実現するには、規模のさらなる拡大が必要です。私たちの取り組みはこれからが本番です。

を目指す

[数字で知るゼンショーグループ]

売上高 (2026年3月期)
1兆2,640億円

店舗数 (2026年3月末時点)
14,947店舗

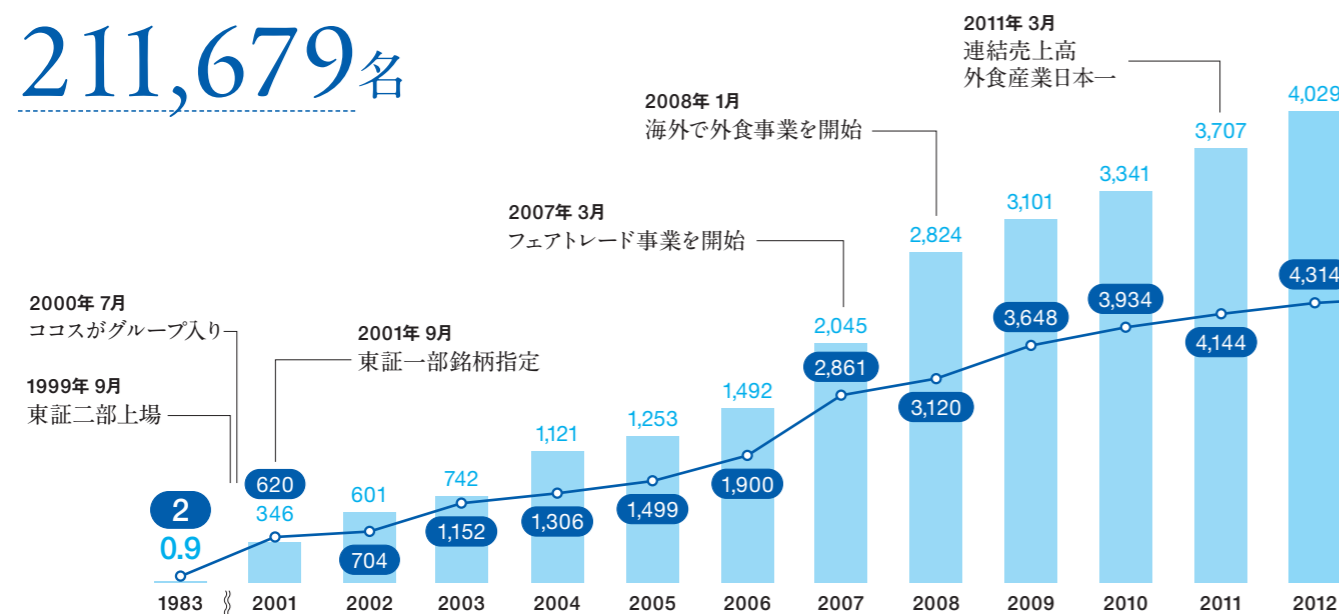
営業利益 (2026年3月期)
814億円

年間新規出店数
1,042店舗

時価総額 (2026年3月末時点)
1兆4,752億円

ブランド数
50以上

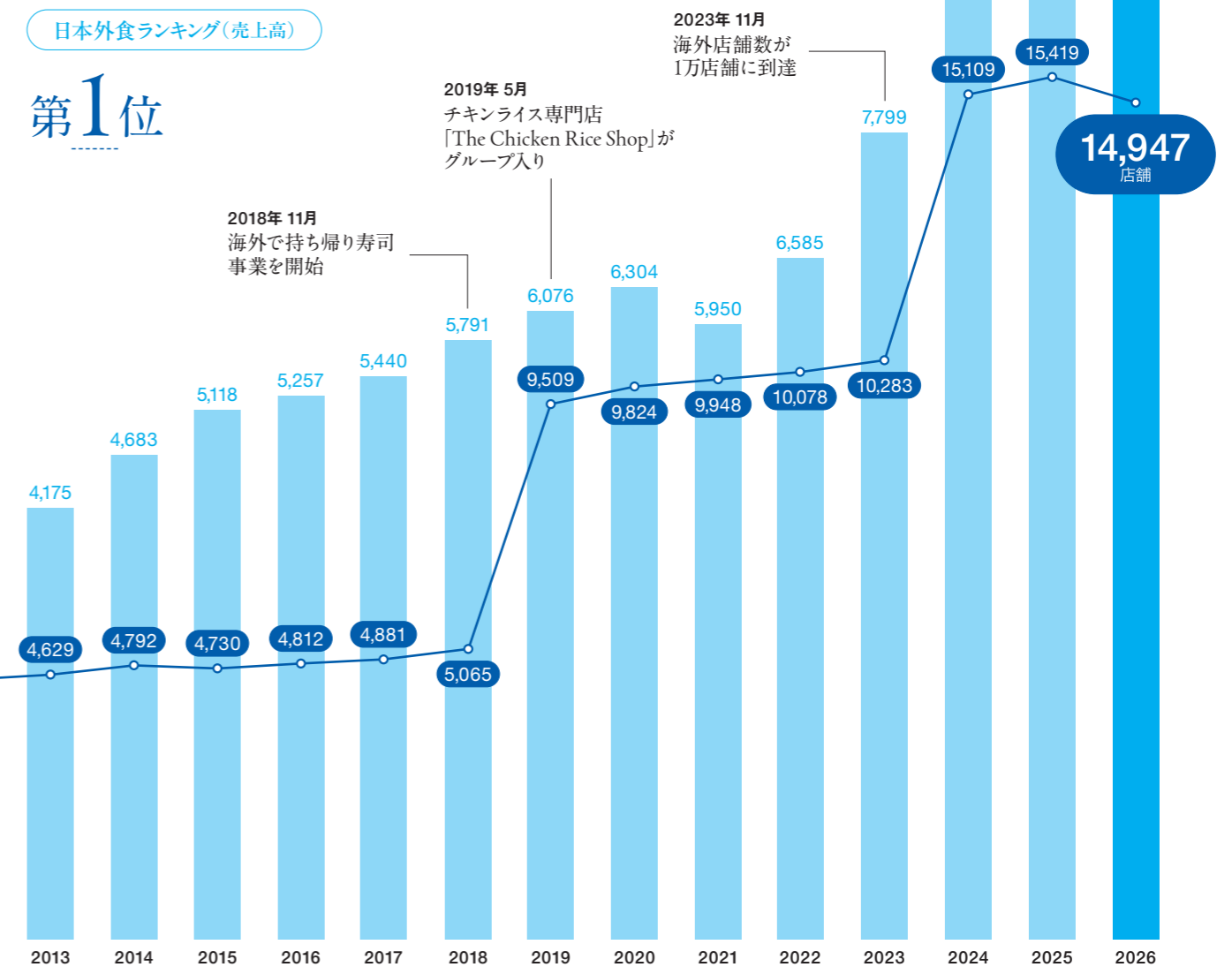
従業員数 (2026年3月末時点)
211,679名



グループ会社数 (2026年3月末時点)
170社

世界外食ランキング (売上高)
トップ10以内

日本外食ランキング (売上高)
第1位



○ 店舗数
■ 連結売上高(億円)
※それぞれの数値は3月期

調達

Procurement

農業 水産業 畜産業

安全で高品質な食材を世界中から調達しています。生産地に足を運び自らの目で確認しつつ、お客様が召し上がるまでの全過程を踏まえて食材の仕様を設計します。また、世界各地に、地域に根ざした調達拠点を置き、それらをつなぐ独自の調達網を構築しています。



Point

日本全国・世界各地に開拓拠点を設置
グループの商社「発展商事」が日本全国・世界各地に拠点を置き、地域ならではの食材を開拓しています。

Point

調達のみならず食材の生産にも携わる
水産物の養殖やコメの栽培、牛の飼育など、食に生産段階から携わっています。食材をDNAのレベルまで遡って分析し、新たな価値を追求しています。

BUSINESS MODEL

ゼンショーは MMDで世界をつなぐ

店舗

Restaurants and Retail

外食 中食 小売 介護

お客様に食を直接届ける店舗が、MMDの最終段階です。外食をはじめ、中食、小売など世界約15,000のグループ店舗で、安全でおいしい食を手軽な価格でご提供しています。



Point

マルチブランド展開

食に関わる多様なブランドを展開。地域の食文化やニーズに合致したブランドを厳選し出店しています。



製造

Manufacturing

世界中のグループ工場で食材を製造・加工し、安定供給を行っています。生産計画や日々の販売予測に基づき、必要な量の食材を必要ときに製造。在庫のムダを省き、いつでも新鮮な食を店舗に供給しています。



Point

出荷前検査で製品の安全を担保

製品の出荷前に微生物検査を実施。徹底した管理体制により、グループ店舗に供給する製品の安全を確保しています。

「世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供する」。この使命を果たすための仕組みが、原材料の調達から製造・加工、物流、店舗における販売までを一貫して自らの手で企画・設計、運営する「マス・マーチャダイジング・システム(MMD)」です。このMMDにより、安全で高品質な原材料を安定的に適正な価格で調達できます。食材をグループ全体で調達することで中間工程のムダをなくし、おいしい「食」を手軽な価格でお客様へ提供することができます。このMMDがゼンショーの経営の根幹であり、躍進の原動力です。地球規模のMMDを構築することで、食を通じて世界の「安定」と「発展」を実現します。



Point

店舗への納品まで衛生管理を徹底

店舗に製品を配送する過程では、各工程でガイドラインに則った衛生管理を実施。配送車両での徹底した温度管理に加え、定期的なモニタリングも行っています。

物流

Logistics

グループの物流センターを構え、24時間365日、製造・加工された製品を店舗に配送しています。安全で新鮮な食をお届けするため、物流センターにおいて徹底した温度管理や期限管理を行うなど、厳しい管理体制を構築しています。

ゼンショーの食を、世界に

日本で培った「おいしさ」を、世界中の人々へ。
 現地の文化や嗜好に寄り添いながら「日常食」をお届けし、「食のインフラ」として地域の暮らしを支えています。

[日本]
Japan



ゼンショーの原点であり、今も挑戦と進化を続ける舞台が日本です。多様なライフスタイルに寄り添う商品開発、都市部から郊外までをカバーする立地開発、すべての世代に届く品質と価格の両立。「食のインフラ」として地域の方々の日常を支える姿勢が国内外での信頼につながり、グローバルブランドとしての成長を支える原動力となっています。

[中国]
China



初の海外店舗として2008年に「すき家」を出店。現在は「すき家」約360店舗、「はま寿司」約190店舗を構え、上海・北京・天津・広州・成都など多様な都市に展開しています。2014年から展開を始めた「はま寿司」では、豊富なメニューと手軽な価格が好評。近年は坪庭を取り入れた内装で、日本の雰囲気を楽しめる店舗づくりにも取り組んでいます。

[マレーシア]
Malaysia



25店舗の「すき家」のほか、約170店舗のチキンライス専門店「The Chicken Rice Shop (TCRS)」などを運営。イスラム教徒が過半数を占める同国において、ハラール認証を取得し運営を行っています。伝統的な調理法で仕上げたチキンライスや多彩なマレーシア料理を提供しているTCRSは、ハラールの日常食を求めるファミリー層を中心に、現地の方々に愛されています。

[シンガポール]
Singapore



「すき家」やラーメン専門店「ICHIKOKUDO」などを展開。全店舗がハラール認証を取得して運営を行っています。「すき家」は2021年に出店後、日本式の温かみのある接客や手頃な価格で人気を博し、31店舗まで拡大。牛丼に加え鶏肉、サーモンを使用したメニューや祝祭日に合わせた期間限定メニューなどをご提供し、現地の多様な食文化に寄り添っています。



ゼンショーグループは、2008年に中国・上海で「すき家」の海外1号店を出店し、海外展開を本格化。ブランドや地域の枠を超えて事業を広げました。主力ブランドである「すき家」は、アジア・中南米を中心に2,650店舗を展開。さらに北米・欧州では約9,000店舗を構えるテイクアウト寿司ブランドを運営するなど、現在では世界中で合計約15,000店舗の規模へと成長しています。

それぞれのブランドはいずれも、安全でおいしい食を手軽な価格でご提供することに注力。ゼンショー独自のマス・マーチャンダイジング・システム(MMD)を世界規模で展開し、安全でおいしい食をいつでもどこでも安定的に供給できる体制を築いています。また、現地の食文化やライフスタイルに合わせた商品・サービスの提案を行い、多様化するニーズに柔軟に対応。さらに、M&Aや合弁会社による戦略的なパートナーシップ、現地人材の育成・登用などを通じて、グローバルな経営基盤を着実に強化しています。

一方で、全世界で日々消費される「日常食」に占める私たちのシェアは、まだごくわずかです。世界中の人々の暮らしに寄り添った商品・サービスの提供と店舗展開を加速させ、地域の「食のインフラ」としての役割を果たすことで、人類社会の安定と発展に貢献してまいります。

[英国]
United Kingdom



「YO!」は、テイクアウト寿司とレストランという二つの形態で、バラエティに富んだ寿司をご提供。「Taiko」は、高品質な寿司をイギリス国内のスーパーマーケットに卸売しています。新工場の増設やメニューの拡充を行うことで、家庭で本格的な日本食を手軽に楽しみたいという、現地の消費者のニーズに応えています。

[米国]
USA



2018年に「AFC」、2023年に「SNOWFOX」の運営会社がグループ入り。主にスーパーマーケット内で展開するテイクアウト寿司店やカットフルーツ専門店を約6,600店舗展開しています。自社工場で作った寿司の卸売も運営。ロール寿司をはじめ、多様なソースやカラフルなトッピングを取り入れた創造性豊かな「SUSHI」を展開し、多民族国家アメリカの多様な食のニーズに対応しています。

[カナダ]
Canada



カナダ最大のテイクアウト寿司ブランド「Bento」が2023年にグループ入り。テイクアウト寿司店や寿司レストランを約800店舗展開しています。ロール寿司を中心に、丼物や麺類など豊富な商品を揃え、お客様の多様な食事シーンに対応。高品質かつ手頃な価格の寿司の提供や、販売チャネルに合わせた商品展開により、現地で高い評価を得ています。

[ブラジル]
Brazil



ブラジル最大の都市サンパウロを中心に約30店舗の「すき家」を展開。牛丼に加え、アンガス牛を使った「焼肉丼」やベジタリアン向けの「シメジ丼」など、現地の嗜好に合わせたメニューも充実しています。期間限定の新商品を定期的に投入することで日本食への関心を広げており、日系ブラジル人の方々が多く暮らす現地で幅広いお客様からの支持を獲得しています。

世界基準の食の安全を、 従業員全員で実現する

ゼンショーは、世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供するために、世界基準の食の安全を従業員全員で実現します。



食の安全の方針

世界基準で、食の安全を守り続ける

人々にとって、「食の安全」は何より大切です。しかし、その実現は容易ではありません。私たちゼンショーは、世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供するために、原材料の調達から消費の終了まで、フードチェーンのすべての段階において、「食の安全」を追求し続けています。現在ゼンショーでは、グループ食品安全追求本部が、食の安全の世界基

準であるCodex^{※1}のガイドラインに基づき、フードチェーンの各段階における基準を定め、グループ各社がその理解と実践を進めています。従業員全員が「食の安全が最優先」「食の安全のために行動することが重要」という共通認識を持ち、継続的に実践を行う食品安全文化を確立していきます。

※1 Codex：国連食糧農業機関(FAO)と世界保健機関(WHO)が設立した委員会による国際基準

食の安全のための組織・体制

科学的基準で安全性を迅速に分析

食材や設備の微生物検査に加えて、ゼンショーは2006年5月、フード業最高水準の分析装置を備えた「中央分析センター」を設立。残留農薬・動物用医薬品・重金属等の有害物質の分析から放射線量の検査に至るまで、健康を害する要因であるハザードの測定・分析を行ってきました。検査や分析の結果は、新規食材調達の検討や既存食材の安全性を確認する際の科学的根拠として用い、現地調査の結果と合わせて総合的に安全

性を担保しています。さらに、健康を害するハザードに対する知見を常に更新しており、最近ではアレルギーやPFAS^{※2}等の新しいハザードの分析や、微生物のDNA解析を開始しました。こうした変化に対応し、最先端の分析装置と最新の知見を活用した分析手法を継続的に開発することで、食材の安全性を正確かつ迅速に確認する体制を進化させていきます。

※2 PFAS：Per- and Polyfluoroalkyl Substancesの略で、有機フッ素化合物の総称

ゼンショー-SFC(安全飼料牛)

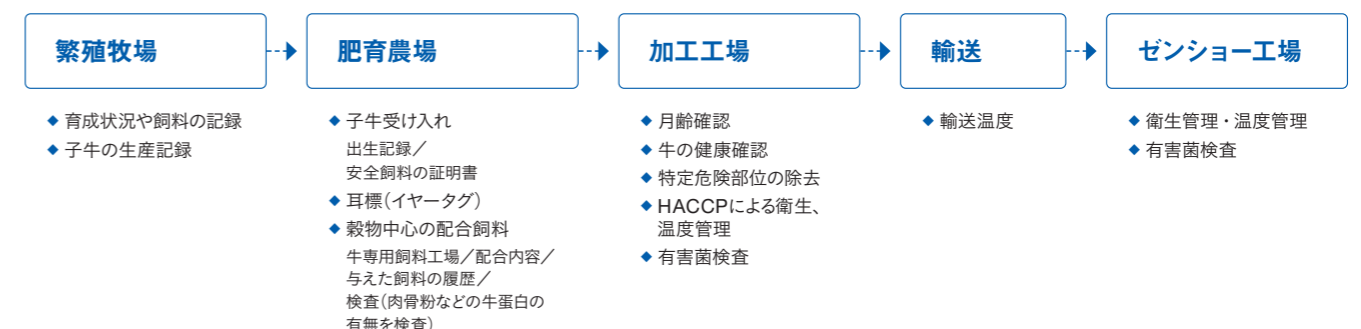
フードチェーン全体で一貫して安全性を保証

2004年、BSE問題に直面したゼンショーは、フードチェーンのハザード分析と対策の重要性を認識しました。その経験が「食の安全を追求する」という現在の姿勢につながっています。BSEは、人に感染し発症すると100%死に至る、人獣共通感染症です。その発生を未然に防ぐために、HACCP^{※3}の手法によるハザード分析とリスク分析を行い、飼料の安全性を確認するゼンショー-SFC(Safe-Feed Cattle:安全飼料牛)という独自の管理プログラムを導入しています。SFCでは、取引先の農場および加工工場と連携し、牛の出生時期と

場所が明確で、BSE感染の原因となる飼料を一切与えられていない健康な牛を認定。出生から加工、出荷に至るまでのトレーサビリティを担保することで安全性を保証しています。さらに、ゼンショーの社員が現地を直接視察し、農場や加工工場の検査体制、危険部位の除去などの法令遵守状況をしっかり確認しています。このような取り組みを通じて、安全性の保証された牛肉のみがゼンショーの工場に届けられる体制を構築しています。

※3 HACCP：Hazard Analysis and Critical Control Pointの略

ゼンショー独自の管理プログラム



人類社会の 安定と発展のために、 今できることがある

ゼンショーグループでは経営理念に基づき、フェアトレードや災害支援などの地域社会に寄与する活動に取り組んでいます。食を通じたあらゆる活動を通じて、より良い人類社会の実現に努めています。



フェアトレード

フェアトレードで、生産者と持続可能な社会の実現を

ゼンショーは2007年から、フェアトレードのコーヒーや紅茶、ルイボスティをグループ店舗で提供・販売しています。

フェアトレードとは、農産物や製品を、その価値や労働の対価に見合った公正な価格で継続的に取引することで、生産者の社会的・経済的自立を目指す活動です。ゼンショーは、生産者と直接取引を行う「直接提携型」のフェアトレードを実施しています。定期的に現地を訪れ、原料の生産状況に加え、生産者の生活や地域が抱える課題を確認。生産者と顔の見える距離感で、長期的な信頼関係を築くことを大切にしています。

また、フェアトレード原料の買取価格には、商品代金と社会開発資金が含まれています。社会開発資金は、現地で必要とされるさまざまな生活改善活動に充てられており、取引先の生産者団体を超え、地域全体の発展にも寄与しています。

一方で、近年は気候変動が生産者の生活に大きな影響を及ぼしています。「先進国と途上国」という枠組みを超え、生産者と消費者が地球規模の問題に対等に向き合っていくことが重要です。ゼンショーは今後も生産者と手を取り合いながらフェアトレードに取り組み、持続可能な社会の実現につなげていきます。



Timor-Leste [東ティモール]

2007年にゼンショー初のフェアトレードの取り組みを開始しました。社会開発資金で水道施設の建設や患者搬送用バイクの導入、女性の暮らしを向上させるハーブ栽培や家計簿の指導など、多方面で活動を実施。水道施設は現在までに14集落へ設置が完了し、534世帯が自宅近くで衛生的な水を汲めるようになりました。



Rwanda [ルワンダ]

2011年にコーヒーの取引を開始したルワンダでは、社会開発資金で共同水道施設を建設。子どもたちは毎日片道1時間以上かけていた水汲みの負担から解放され、学校に通うことができるようになりました。さらに、生産地に建設した小学校で始めた家庭科教室の取り組みは、現在7校に拡大。民族を超えた「一つのルワンダ」を目指し、活動を続けています。



Peru [ペルー]

2010年にコーヒーの取引を始めたペルーでは、社会開発資金を活用し、北部と南部の生産者組合で女性を中心とした家庭菜園プロジェクトを実施。生産者やその家族の充実した食生活につながっているほか、余剰分の野菜を地域のマーケットで販売することで副収入源にもなっています。

災害支援

地域の「食のインフラ」としての機能を果たす

ゼンショーは、平時・有事にかかわらず「食のインフラ」としての機能を果たすべく、2004年の新潟県中越地震における支援を皮切りに、災害時の食事の提供や迅速な店舗の復旧に取り組んできました。

2011年の東日本大震災では、ライフラインの寸断により支援活動の規模が限られた経験から、厨房設備と機動性を兼ね備えた「すき家」のキッチンカーを製作。全国各地の店舗、工場、物流センターを拠点とすることで、被災地への迅速かつ大規模な緊急支援が可能となりました。この体制は、国内

の大規模災害発生時に真価を発揮しています。

さらに海外の大規模災害に際しても、義援金の寄託に留まらず、社員が現地に赴き、食料の配布やインフラ整備などの活動も展開しています。

こうした食を通じて地域を支える取り組みは、ゼンショーの経営理念を体現するものです。世界各地で食を提供する「フード業」の強みを活かしながら、災害時に被災地へ、いち早く温かい食事を届ける体制を強化し、人類社会の安定と発展に寄与してまいります。



パキスタン洪水被害 (2022)

大規模な洪水に際し、被災地で緊急支援として約500世帯に食料を配布しました。その後も被災農家の方々の自立を支援すべくプロジェクトを始動。良質な種子の提供と専門家による技術指導により、従来と比べ多くの作物が収穫されました。収穫時に得た種子をより多くの農家に共有し、次の生産に活用することで、持続可能な農業システムの構築につなげています。



トルコ・シリア地震 (2023)

社員がトルコの被災地に赴き、避難所で炊き出しを実施。食事を受け取った方からは「温かいご飯が食べられて良かった」などのお言葉をいただきました。現地支援の後もトルコ・シリアの両国で食を通じて支援を実施。食料の配布やオリーブ農家の支援、給水施設の整備などを行うことで、被災された方々の「食のインフラ」を支えました。

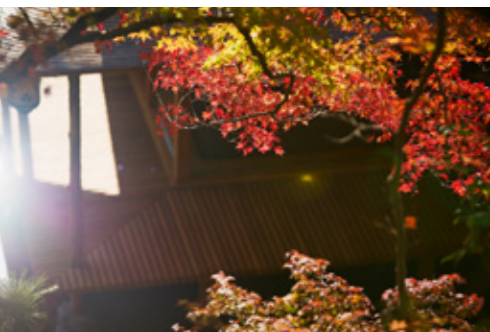


令和6年能登半島地震 (2024)

石川県七尾市、輪島市、珠洲市、穴水町の被災地へ「すき家」のキッチンカーが出勤し、炊き出しを実施。道路の被災や断水により支援が届きづかった地域に牛丼を届け、被災された方々から多くの感謝の声をいただきました。発生から4か月間で累計約3.5万食の提供を行ったことで、迅速かつ継続的に食事提供を行う姿勢に評価をいただきました。

技術革新と人財開発で成長を加速する

食を通じて、人類社会の安定と発展に責任をおう。
先端技術と人財の力を重ね、その実現に向けた進化がすでに始まっています。



技術革新

ゼンショーグループでは、未来を見据えた最高の技術を採用入れることで、安全でおいしい食とサービスを絶えず進化させています。

世界中の人々に等しく食を供給する食料生産の技術をはじめ、最後の1マイルまで確実に食を輸送するロジスティクス、お客様に素早く商品を提供する自動配膳の技術など、新たな

TECHNOLOGICAL INNOVATION

価値を生み出す創意と挑戦を始めています。

さらに国内外の研究機関と連携し、食材や調理技術の開発、味覚・嗅覚のメカニズムの解明、おいしさや健康の追求など、多様なテーマで研究・開発に挑んでいます。

変化を常とし、外的変化へ柔軟に適応するとともに、現状を否定し打破しながら、技術革新を続けていきます。



「おいしい」を解き明かす 研究開発

成分分析や官能評価などを駆使した研究開発を行っています。味・香り・食感などの要素を最新の分析技術で数値化。原料選定や調理工程の最適化に活用しています。



できたてのお食事を提供する 配膳ロボット

グループのレストランを中心に、できたてのお食事をお届けする配膳ロボットを導入しています。お食事の到着は音声と画像でお知らせします。



商品が流れるレーンを再現した 注文システム

「はま寿司」を中心に、タッチパネルに流れる商品画像を見ながらご注文いただけるシステムを導入しています。商品は「ストレートレーン」で素早くお届けします。

人財開発

人財は、企業の成長を支える原動力です。ゼンショーは経営理念のもと、人類社会の「安定」と「発展」に寄与する人財の開発に取り組んでいます。地球規模で飢餓や貧困の撲滅を実現するには、世界各地のステークホルダーから共感を得たうえで、一緒に「食のインフラ」をつくり上げていくことが欠かせません。そのためには相手のバックグラウンドを尊重すると同時に、自国の文化や伝統、技術を的確に伝える力が求められます。

ゼンショーは2023年、京都に日本文化研修センターを開

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

設しました。茶道や華道などの第一人者の方々を講師に招き、本物の日本文化に触れる体験型プログラムを実施。日本発祥の企業として、全世界の従業員が日本文化の根底にある考え方への理解を深め、その価値を自らの言葉で伝える表現力を養う場としています。2024年からは歴史学者の羽田正先生を顧問に招き、従業員が歴史に学ぶ機会を設けています。

これからも、自身や相手のバックグラウンドに基づき、対話と共感を通じて世界の「安定」と「発展」を牽引する人財を生み出していきます。



日本文化研修センター 松濤居

古都京都で
本物の日本文化に触れる

日本文化の体系を学び、実際に手を動かす体験型プログラムを実施。茶席や神社仏閣、竹材店に赴くなど、京都の地の利を活かした研修も行っています。



禅想庵

オフィス内で
日本文化の精神を学ぶ

伝統的な素材や工法にこだわり、オフィス内に作られた茶室です。茶道の学習や実践を通じ、おもてなしや禅の精神を育てています。



シリーズ 歴史に学ぶ

歴史的視点から物事を考えられる
人財を生み出す

羽田正先生による講義を通じて、人類史について考察。ゼンショーの経営理念の意味と重要性について、歴史的視点から理解を深めています。

ZENSHO Brands

選べる楽しさを、もっと多くのお客様へ

日本を代表する牛丼チェーンである「すき家」や寿司チェーンの「はま寿司」をはじめ、多彩なファストフード店やレストラン、テイクアウト寿司店を展開。スーパーマーケットなどの小売店舗や介護施設の運営も行っています。あらゆる生活シーンにおいて、安全でおいしい食を手軽な価格で提供するゼンショーグループのブランドは世界中に広がっています。

外食

すき家

日本を代表する牛丼チェーン

日本一の店舗数（国内：2,000店舗）を持つ牛丼チェーンです。地域の方々に「そこにすき家があって良かった」と感じていただけるよう、安全な店舗づくりを行い、おいしい牛丼を手軽な価格で提供してまいります。



はま寿司

寿司チェーン

「濱のおいしさ、そのままに。」をスローガンに掲げる寿司チェーンです。旬のネタのご提供や、できたての商品をお届けするストレートレーンの導入など、おいしさと楽しさを追求し、世界一の寿司チェーンを目指します。



ココス

ファミリーレストラン

カリフォルニア発の、全国に展開するファミリーレストランです。一つひとつ丁寧に包んで焼き上げた「包み焼きハンバーグ」が看板商品。いつ誰と来てもご満足いただける「ココロはずむ」多彩なメニューとサービスで、お客様をお迎えします。



なか卯

和風ファストフードチェーン

専門店に負けない丼ぶりや京風うどんを、手軽な価格でご提供しています。特製の割り下と濃厚なこだわり卵で“ふわとろ”に仕上げた看板商品「親子丼」や、関西風のだしが上品な味わいの「はいからうどん」をお楽しみいただけます。



ゼッターリア

ハンバーガーショップ

ゼッターリアは看板商品「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「カフェテリア」を組み合わせ生まれたブランド。素材にこだわった本格的なバーガーをお楽しみいただけます。日本発祥のバーガーチェーンです。



ビッグボーイ

ハンバーグ&ステーキレストラン

粗挽き牛肉100%にこだわった、肉の旨みあふれる「直火焼き大俵ハンバーグ」が人気のレストランです。素材にこだわったハンバーグやステーキ、サラダバーやスーパーなど、豊富なメニューをお楽しみいただけます。



ジョリーパスタ

パスタ専門店

「感動パスタを、つぎつぎと。」をスローガンに、本場イタリアの味から日本人好みの味まで、豊富なパスタをご提供しています。注文を受けてから茹で上げる本格パスタを、季節限定商品やランチでもお楽しみいただけます。



オリーブの丘

イタリア食堂

素材の魅力を活かしたイタリア料理を、リーズナブルな価格で楽しめるレストランです。茹でたてのパスタや、オーブンで焼き上げるピッツアのほか、前菜、肉料理、デザート、ワインなども豊富に取り揃えています。



華屋与兵衛

和食レストラン

江戸前寿司や天ぷら、うどん・そばをはじめ、とんかつ、海鮮丼、釜めしなど、四季折々の本格的な和食をご提供するレストランです。テーブル席とお座敷席をご用意しており、さまざまなシーンでご利用いただけます。



熟成焼肉いちばん

焼肉レストラン

牛肉本来の旨みと柔らかさを引き出した熟成肉と、もっちりとした土鍋ごはんが自慢の焼肉レストランです。サラダ、ビビンバ、デザートなども充実。ご家族連れやグループなど、どなたでも気軽に焼肉を楽しめます。



かつ庵

とんかつ専門店

柔らかな熟成豚ロースや熟成豚ヒレ、サクッとした食感の粗挽き生パン粉、独自ブレンドの特製ソースなど、こだわりぬいた食材が自慢です。かつ丼や定食を手軽な価格でご提供しています。



伝丸 / 威風

ラーメン専門店

白味噌、赤味噌、濃厚味噌の3種から選べる味噌ラーメンが人気のラーメン専門店です。ブレンド味噌やもろみに白湯スープ、特注麺を合わせ、味噌の深いコクと芳醇な甘みを堪能できるラーメンをご提供しています。



久兵衛屋

武蔵野うどん専門店

全粒粉入りの、コシが強く風味豊かな打ち立てうどんと、こだわりの自家製出汁を使ったつけ汁が自慢の武蔵野うどん専門店です。看板商品「肉つけ汁うどん」や揚げたての天ぷらをはじめ、豊富なメニューをご用意しています。



The Chicken Rice Shop

チキンライス専門店

マレーシアを中心に展開するチキンライス専門店です。伝統的な調理方法で仕上げたチキンを、ふっくら炊き上げたチキン風味のライスと一緒に提供。すべての店舗がハラール認証を取得し、運営を行っています。



AFC / ZENSHI

北米のテイクアウト寿司店

スーパーマーケット等でテイクアウト寿司店を運営。アメリカでは最多の店舗数を展開しています。ZENSHIは日本の伝統文化に着想を得て作ったブランド。アメリカ、カナダ、オーストラリアで新鮮な寿司をお手頃価格でご提供しています。



Bento

北米のテイクアウト寿司販売・卸売

カナダで最多の店舗数を持つテイクアウト寿司店を、スーパーマーケット等に展開しています。あわせて寿司レストラン・寿司の卸売も運営。素材にこだわった高品質な寿司をご提供しています。



菜果善 / ユナイテッドベジーズ

青果専門店

駅ビル、大型商業施設、スーパーなどに青果専門店を展開。お客様が毎日召し上がる野菜や果物だからこそ、安全を大切にしています。専門店ならではの幅広い品揃えと価値ある安さで、お客様に「楽しさ」と「おいしさ」をお届けします。



トロナジャパン

冷凍食品などの企画・開発・販売

ピザや惣菜に加え、すぎ家やココスをはじめとしたグループの外食ブランドの冷凍食品などを企画・開発・販売しています。お客様に心から安心して「おいしい」と言っていただける商品で、食卓とお弁当に彩りと笑顔をお届けしてまいります。



SNOWFOX / SNOWFRUIT

アメリカのテイクアウト寿司・カットフルーツ店

アメリカでスーパーマーケットを中心に展開するブランドです。SNOWFOXはテイクアウト寿司店を運営。お客様に新鮮でおいしい商品をご提供しています。SNOWFRUITはカットフルーツに特化し、商品の展開を行っています。



YO! / Taiko

イギリスのテイクアウト寿司販売・卸売

YO!はイギリスを中心に、回転寿司レストランおよびスーパーマーケット内のテイクアウト寿司店を展開しています。Taikoは自社工場で製造した寿司をスーパーマーケットに販売する卸売事業を行っています。



サンビシ

醤油や和風調味料などの製造・販売

「醤油は人類が生み出した最高の調味料である」との考えのもと、醸造技術の探求を続ける醤油メーカーです。濃口醤油や中京地域の名産であるたまり醤油、和風調味料などの安全で価値ある商品をお客様の食卓にお届けします。



かがやき

高齢者用住宅・介護サービス

北海道でサービス付き高齢者向け住宅や有料老人ホームを運営しています。高齢者住宅のプロフェッショナルとして、人生の第四楽章を迎えた方々に安心・快適、親切・愛、敬意・尊厳のご提供を心がけています。



SushiTake / Sushi Circle

ヨーロッパのテイクアウト寿司店

SushiTakeはスペイン、Sushi Circleはドイツを中心に、ヨーロッパ諸国でテイクアウト寿司店を運営しています。品質、鮮度、おいしさにこだわった寿司をご提供しています。



ジョイフーズ

食品スーパーマーケット

関東地方を中心に展開する食品スーパーマーケットです。「今日の食卓を幸せにする」をコンセプトに、生鮮品や食料品などをお求めやすい価格でご提供し、豊かで健やかな食生活を支えています。



エンネルグ

高齢者用住宅・介護サービス・訪問看護・リハビリ

愛知県で看護・リハビリ、介護サービスやサービス付き高齢者向け住宅をご提供しています。ご利用者様に寄り添い、介護度の改善やおいしい食事をご提供し、笑顔で楽しく長生きしていただくお手伝いをしています。



ロイヤルハウス石岡 / シニアライフサポート

高齢者用住宅・介護サービス

介護付き有料老人ホーム、デイサービスなどを運営しています。ご利用者様やご家族に寄り添う温かいコミュニケーション、季節に応じた外出行事・趣味活動などによる、楽しく充実した生活をご提案しています。



アタック

食品スーパーマーケット

東京都・千葉県に店舗展開を行う小売の食品スーパーマーケットです。利便性を追求し、食品をはじめとしたさまざまな日用品を手頃な価格で販売することで、地域の方々においしさとお届けしています。



VERY FOODS owariya

食品スーパーマーケット

千葉県に展開する食品スーパーマーケットです。旬の物をいち早くご用意するなど、お客様に喜ばれる商品をご提供します。安全でおいしい商品を手軽な価格で販売することで地域のお客様に貢献してまいります。



アイメディケア

高齢者用住宅・介護サービス

千葉県で、介護付き有料老人ホームやサービス付き高齢者向け住宅、住宅型有料老人ホームを運営しています。「ご本人のケア・ご家族のケア・街のケア」をスローガンに、きめ細かなサービスとケアをご提供します。



かがやき保育園

従業員向け保育施設

グループの店舗や事業所で働く従業員のための企業主導型保育園を運営しています。子育て中の従業員が安心して利用できるよう、格安な保育料を設定。3歳以上のお子様と非課税世帯は保育料無料。おいしい給食も自慢です。



食を通じて、 人類社会の安定と発展 世界から飢餓と貧困を

に責任をおい、 撲滅する

——— ゼンショーホールディングス創業者の小川賢太郎は、2026年4月6日に逝去しました。
本メッセージは、小川賢太郎が生前に語った内容です。

ゼンショーホールディングス創業の経緯

ゼンショーホールディングス(以下、ゼンショー)は、1982年に資本金500万円で作業しました。当時、世界では第二次世界大戦を経てもなお争いが絶えず、人口の3分の1が満足な食事を確保できない状況にありました。そうした時代を背景に、世界から飢餓と貧困をなくすることが人類全体の課題と考え、「株式会社でこの問題を解決しよう」とゼンショーを設立したのが我々の出発点です。当初は吹けば飛ぶような零細企業でした。しかし、「世界から飢餓と貧困を撲滅する」というビジョンに共感する仲間が陸続と集まり、事業規模は拡大し、理念を現実のものとする体制が整いつつあります。

ゼンショーが現在の規模にまで 成長できた理由

ゼンショーは、国内の外食企業としては売上No.1、世界の外食企業としてもトップ10に入る規模に成長しました。それは、創業以来掲げてきた「世界から飢餓と貧困を撲滅する」というビジョンに共感し、「人類史にエポックをつくらう」と本気で取り組むメンバーが多数集まってくれたからです。

しかし、本当に世界を変えるためには規模のさらなる拡大が必要です。世界中のより多くの方々の共感を得て、ビジョンの達成に向け、一緒に取り組むメンバーをもっと増やしていかなければならないと考えています。

理念の進化

2023年、ゼンショーは理念を進化させました。「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」。ゼンショーが一定の社会的影響力を持ちつつあると実感する一方で、世界が不安定さを増していることにいっそう強い危機感を抱いています。世界各地で起こる国家・部族・民族間の対立が、人類社会に大きなダメージを与えています。この状況を我々はただ外から眺めているのではなく、自らの責任として諸問題に取り組み、人類社会の「安定」と「発展」に寄与しなければならないと考えました。

ゼンショーでは、原材料の調達から製造・加工、物流、販売に至るまでを自社で企画・設計、運営する「マス・マーチャンダイジング・システム(MMD)」を構築しています。これは世界中の人々に安全でおいしい食を手軽な価格で提供する仕組みです。このMMDを世界に展開することで、不測の事態が起きたときでも食の安定供給が可能な、人類を支える「食のインフラ」をつくっていきたくと考えています。食を通じて世界の「安定」と「発展」を実現するという意味でいえば、私たちの活動はまだまだ発展途上にすぎないのです。

理念の実現に向けて

歴史を紐解けば、世界では植民地支配やプランテーション化によって、宗主国の都合で生産品目を限定され、その土地

土地で食べるものを生産する仕組みや伝統文化の継承が断たれるという事態が多く地域で起きてきました。ゼンショーはこの負の流れを変えようとしています。世界中の人々が十分な食を手にとでき、子どもたちが教育の機会を確保できる。そして、自らの文化や伝統、技術に誇りを持って生活できる。そのような社会を実現しなくてはならないと考えています。

世界が不安定であることには、西洋哲学の根底にある二項対立的な思想(弁証法的思考)が影響していると考えています。長い歴史の中で生まれたさまざまな対立を、善か悪かという発想で捉えていては、いつまで経っても紛争はなくならないでしょう。このような問題の克服には、新たな思考への転換が必要とされていると考えています。

「和を以て貴しとなす」。この言葉に象徴される二項対立的でない日本文化の発想こそが人類の安定の基盤になると私たちは考えています。異なる文化を持つ者同士が、お互いのバックグラウンドを理解し、尊重し、共感しあう。そのような思考を持つことこそが、争いや対立の絶えない現代の世界を変える手がかりになるのではないのでしょうか。

ゼンショーは従業員が本物の日本文化に触れ、その根底にある考え方への理解を深める場として、2023年、日本文化の粋が集まる京都に日本文化研修センターを開設しました。当地で開催している「日本文化に触れる研修」では、研修参加者が華道、書道などの体験を通じ、諸外国の文化を理解する土台として、まずは日本の文化を深く理解することに努めています。こうした活動が世界中の人々から共感を得られる人財の育成につながると確信しています。

人類社会の「安定」と「発展」に責任をおい日本発の企業として、世界中に共感の輪を広げ、「食のインフラ」の構築に取り組んでまいります。



株式会社ゼンショーホールディングス
創業者

小川 賢太郎
Ogawa Kentaro

1948年、石川県生まれ。1982年、神奈川県横浜市にて株式会社ゼンショー(現・株式会社ゼンショーホールディングス)を創業。2012年、日本チェーンストア協会副会長に就任。2013年より国民生活産業・消費者団体連合会(略称：生団連)にて会長代行を務め、その後、会長、名誉会長を歴任。2026年4月6日、77歳で逝去。

挑戦の積み重ねが、 未来への礎となる

1982年の創業以来、ゼンショーは外食事業を軸に多様なフード業を展開し、世界規模で成長を続けてきました。現在は既存店のブラッシュアップに加え、積極的な出店、M&A、新規事業の創出を通じてMMDの幅をさらに広げており、企業理念の実現へ向けた挑戦を加速させています。

第1期

[1982年～1999年]

1983年度(実績)

売上高：0.9億円

店舗数：2店舗

「すき家」の出店を通じてMMDの基礎を構築。1997年に株式を店頭登録、そして2年後の1999年に東京証券取引所市場第二部へ上場。チェーン展開を本格化した1986年からの14年間で売上高を30倍に成長させた。

1982.06

当社を設立し、神奈川県横浜市鶴見区に横浜工場併設の本社を設置。



1982.07

ランチボックス(弁当店)1号店として、生麦店(神奈川県横浜市鶴見区)を開店。

1982.11

すき家(牛丼店)ビルイン1号店として、生麦駅前店(神奈川県横浜市鶴見区)を開店。

1987.07

すき家フリースタANDING1号店として、水戸店(茨城県水戸市)を開店。

1997.08

日本証券業協会に株式を店頭登録。

1999.09

東京証券取引所市場第二部へ上場。

第2期

[2000年～2014年]

2000年度(実績)

売上高：174億円

店舗数：261店舗

2000年のココスのM&Aを皮切りに、複数の外食ブランドがグループ入り。海外出店や、小売事業・介護事業の展開も新たに開始した。さらに調達、製造、物流などの機能会社を設立し、MMDの規模拡大を加速。15年間で売上高を30倍に成長させた。

2000.07

国内レストラン事業参入のため、(株)ココスジャパンの株式を取得。



2000.11

食材調達の効率化のため、(株)グローバルフーズ(現・(株)ゼンショー商事)を設立。

2001.09

東京証券取引所市場第一部銘柄指定。

2002.10

回転寿司事業参入のため、(株)はま寿司を設立。



2002.12

国内レストラン事業強化のため、(株)ビッグボーイジャパンの株式を取得。



2005.03

ファストフード事業強化のため、(株)なか卯の株式を取得。



2005.09

食の安全への取り組み強化のため、食品安全追求室(現・グループ食品安全追求本部)を設立。

2006.08

物流の効率化のため、(株)グローバルフレッシュサプライを設立。

2007.03

国内レストラン事業強化のため、(株)サンデーサン(現・(株)ジョリーパスタ)の株式を取得。

東ティモールにて、フェアトレードの取り組みを開始。



2007.07

すき家の沖縄県出店により、全47都道府県への出店達成。

2008.01

すき家の海外1号店を中国・上海に出店。



2011.12

製造機能強化のため、(株)GFFを設立。

2012.11

小売事業参入のため、(株)マルヤ(現・(株)ジョイマート)の株式を取得。

2014.01

介護事業参入のため、(有)介護サービス輝(現・(株)輝)の株式を取得。



2014.09

はま寿司の海外1号店を中国・上海に出店。



第3期

[2015年～現在]

2015年度(実績)

売上高：5,118億円

店舗数：4,730店舗

各事業を強化するとともに、テイクアウト寿司チェーンをグループに複数迎え入れ、海外展開を急速に拡大。食材ごと・地域ごとのマーチャンダイジングを強化するなど、MMDの領域を拡張し、グローバルな「食のインフラ」としての基盤をより強固なものにしている。

2015.05

企業内保育施設の運営を行うため、(株)かがやき保育園を設立。



2018.11

米国における持ち帰り寿司事業参入のため、Advanced Fresh Concepts Corp.の株式を取得。



2019.05

マレーシアにおけるファストフード事業拡大のため、TCRS RESTAURANTS SDN. BHD.の株式を取得。



2019.12

スペインにおける持ち帰り寿司事業参入のため、Worldfood To Go, S.L.(現・Worldfood To Go, S.L.U)の株式を取得。

2021.06

国内外の調達強化のため、(株)グローバルMDホールディングスを設立。

2021.07

水産事業参入のため、(株)マリックスの株式を取得。



2022.03

水産事業強化のため、(株)五十嵐水産の株式を取得。

2023.04

ハンバーガー事業参入のため、(株)ロッテリア(現・(株)バーガー・ワン)の株式を取得。

2023.05

ドイツにおける持ち帰り寿司事業参入のため、Sushi Circle Gastronomie GmbHの株式を取得。

2023.09

海外持ち帰り寿司事業拡大のため、SnowFox Topco Limited(現・Wonderfield TopCo Limited)の株式を取得。



CORPORATE DATA

株式会社 ゼンショーホールディングス

本社：東京都港区 設立：1982年6月 株式：東証プライム市場上場 資本金：474億97百万円
従業員数：社員 20,626名 パート・アルバイト 191,053名(連結：2026年3月末時点)
TEL：03-6833-1600 <https://www.zensho.co.jp/>

グループ会社

外食事業	中食事業
株式会社 すき家 本社：東京都港区	Advanced Fresh Concepts Corp. 本社：Torrance, California, USA
株式会社 はま寿司 本社：東京都港区	JFE Franchising, Inc. 本社：Houston, Texas, USA
株式会社 ココスジャパン 本社：東京都港区	Bento Inc. 本社：Richmond Hill, Ontario, Canada
株式会社 なか卯 本社：東京都港区	YO! Sushi UK Ltd 本社：Wilson Street, London, United Kingdom
株式会社 バーガー・ワン 本社：東京都港区	Taiko Food Limited 本社：Wilson Street, London, United Kingdom
株式会社 ビッグボーイジャパン 本社：東京都港区	Worldfood To Go, S.L.U 本社：Móstoles, Madrid, Spain
株式会社 ジョリーバスタ 本社：東京都港区	Sushi Circle Gastronomie GmbH 本社：Neu-Isenburg, Germany
株式会社 オリーブの丘 本社：東京都港区	
小売事業	
株式会社 華屋与兵衛 本社：東京都港区	株式会社 ユナイテッドペジーズ 本社：東京都港区
株式会社 TAG-1 本社：東京都港区	株式会社 ジョイマート 本社：埼玉県春日部市
株式会社 かつ庵 本社：東京都港区	
介護事業	
株式会社 エイ・ダイニング 本社：東京都港区	株式会社 輝 本社：北海道札幌市
株式会社 久兵衛屋 本社：東京都港区	株式会社 ロイヤルハウス石岡 本社：茨城県石岡市
泉臈(中国)投資有限公司 本社：上海市長寧区	シニアライフサポート 株式会社 本社：埼玉県川口市
台湾善商股份有限公司 本社：台北市中山區	株式会社 エンネルグ 本社：愛知県あま市
ZENSHO DO BRASIL COMERCIO DE ALIMENTOS LTDA. 本社：Liberdade, Sao Paulo	株式会社 アイメディケア 本社：千葉県松戸市
ZENSHO (THAILAND) CO., LTD. 本社：Khet Wattana, Bangkok	
ZENSHO FOOD DE MEXICO S.A. DE C.V. 本社：Benito Juarez, Mexico City	サポートカンパニー
ZENSHO FOODS MALAYSIA SDN. BHD. 本社：Taman Midah, Kuala Lumpur	株式会社 GFF 本社：東京都港区
PT. ZENSHO INDONESIA 本社：Bekasi, Jawa Barat	株式会社 TRファクトリー 本社：東京都港区
ZENSHO VIETNAM CO., LTD. 本社：Binh Thanh District, Ho Chi Minh City	株式会社 サンビシ 本社：愛知県豊川市
Zensho USA Corporation 本社：Mission Viejo, California	株式会社 グローバルフレッシュサプライ 本社：東京都港区
ZENSHO HONG KONG CO., LTD. 本社：Kowloon, Hong Kong	株式会社 ゼンショー商事 本社：東京都港区
ZENSHO JAPANESE RESTAURANT COMPANY PTE. LTD. 本社：Singapore	Hatten Shoji ASEAN LLC. 本社：Binh Thanh District, Ho Chi Minh City, Vietnam
TCRS RESTAURANTS SDN. BHD. 本社：Petaling Jaya, Selangor, Malaysia	Hatten Shoji Chile SpA 本社：Las Condes, Santiago
ZENSHO (PHILIPPINES), INC. 本社：Pasig City, Metro Manila	Hatten Shoji Europe B.V. 本社：Amstelveen, Netherlands

Hatten Shoji Oceania Pty Ltd.

本社：Brisbane, Queensland, Australia

株式会社 北海発展商事

本社：東京都港区

株式会社 東北発展商事

本社：東京都港区

株式会社 中部発展商事

本社：東京都港区

株式会社 中四国発展商事

本社：東京都港区

株式会社 九州発展商事

本社：東京都港区

株式会社 沖縄発展商事

本社：沖縄県中頭郡

株式会社 テクノ建設

本社：東京都港区

株式会社 グローバルテーブルサプライ

本社：東京都港区

株式会社 グローバルITサービス

本社：東京都港区

株式会社 トロナジャパン

本社：東京都港区

株式会社 善祥園

本社：北海道広尾郡大樹町

有限会社 水下ファーム

本社：北海道広尾郡大樹町

晴雲酒造 株式会社

本社：埼玉県比企郡

株式会社 マリックス

本社：鹿児島県出水郡

株式会社 五十嵐水産

本社：熊本県天草市

株式会社 中谷水産

本社：愛媛県南宇和郡

バイオ愛媛 株式会社

本社：愛媛県今治市

株式会社 ゼンショーベストクルー

本社：東京都港区

株式会社 ゼンショービジネスサービス

本社：東京都港区

株式会社 日本アグリネットワーク

本社：東京都港区

株式会社 ゼンショーライス

本社：東京都港区

株式会社 齋藤商店

本社：福島県白河市

株式会社 かがやき保育園

本社：東京都港区

株式会社 ゼンショー・クーカ

本社：東京都港区

株式会社 ゼンショー・インシュアランス・サービス

本社：東京都港区

株式会社 JinZai

本社：東京都港区

表紙・扉について

表紙のモチーフは、和紙作家・川原隆邦氏が当社をテーマに制作した作品です。和紙は、楮（こうぞ）などの植物を原料とし、伝統的な手漉き技法によって作られる日本独自の紙です。優れた耐久性と保存性を備えており、千年以上にわたり、書写、絵画、宗教、生活などのさまざまな場面で用いられ、日本の文化を支えてきました。本冊子では、その素材を直に感じていただくため、冒頭の扉(表紙の次のページ)に実際の和紙を使用しています。実際に触れて、その表情や風合いをご確認ください。



Profile

川原 隆邦／1981年富山県生まれ。「^{びろく}蛭谷和紙」の唯一の継承者として、伝統技法を受け継ぎながら常に新たな表現に挑み、和紙の可能性を広げ続ける和紙作家。国内外で高い評価を得ており、虎ノ門の大型壁画作品やジャパンEXPO(パリ)、大阪・関西万博迎賓館などに作品が採用され、ゼンショー一品川本社受付の作品も手がけるなど、活躍の場を広げている。