

DOSHISHA，为客户提供安心、  
安全、感动是我们的终极目标。



[www.doshisha.co.jp](http://www.doshisha.co.jp)

 DOSHISHA  
CORPORATION

CORPORATE PROFILE

# 创建永不倒闭、充满魅力的公司！



取締役会長

野村 正治

## 社 规(公司宗旨)

### 1. 我们都是同一个家族的成员

同甘共苦，相互理解，与公司共同成长・壮大。

### 1. 赢得顾客的信赖

公司的信用是由每一个社员去争取回来的。  
处顾客立场，热情工作，把工作做得更快，更好。

### 1. 自我开拓，带动大家

DOSHISHA不需要旁观者。  
言而有信，做一个有责任心，有勇气的行动者。

### 1. 充分周转资金，取得实际利益

实事求是，保持立场。排除浪费，以备不时之用。

### 1. 丰富自身修养，呵护自我健康

将工作与休息区别开，创造明亮，清洁的工作环境。

## 经营 理念

### 创业 精神

集结志同道合者，创建“永不倒闭、充满魅力的公司”，  
为社会做贡献

※关于“创业精神”

1973年，现任会长曾工作过的公司倒闭，许多员工及其家属都不知何去何从。

经历了这种不幸的现任会长当时号召部下（同志）“创建一个绝不会倒闭的公司、能激发员工工作热情、充满魅力的公司”。  
于是“志同道合”的同志们聚在一起，成立了批发日用杂货的“同志社”。

本公司的“创业精神”是“创建永不倒闭、充满魅力的公司，为社会做贡献”。

我们所认为的好公司，是指“永不倒闭、充满魅力的公司”。

“永不倒闭”有着其深刻的含义，“充满魅力的公司”是指“能激发员工工作热情，  
调动员工积极性的公司”。

我们每个人都出谋划策，有效利用经营资源，不断为客户提供充满魅力的  
商品和服务，这样才能实现我们所追求的“创建永不倒闭、充满魅力的公司”，  
同时展现本公司的存在价值。

## CONTENTS

■ 经营理念	1
• 社规、“四方好”的精神	
■ 经营展望	3
• 长期展望、事业领域	
■ 事业介绍	5
• 2种业务模式	
• 整个大楼就是一个展厅	
• DOSHISHA的创造力	
■ 4大承诺	13
■ 业务单位、关联公司介绍	15
■ CSR、网站介绍	17

## “四方好”的精神

### 1. 卖方好 (交易方、消费者)

### 2. 买方好 (供应商)

### 3. 社会好 (社会、股东)

### 4. 员工好 (公司、职员、家人)

# 我们的目标

## 经营展望

### 通过“流通服务业”， 多方面地为社会和广大客户做贡献

本公司自1974年创业以来，一直从事有助于丰富人们生活的相关产品的策划、开发、生产、采购以及向零售店的销售。我们的业务并不是单纯的批发业，而是以全新的切入口创造“商品”、“销售方式”和“体制”，与客户共同解决在流通的各个环节中出现的各种课题，因此我们将自己的业务定位为“流通服务业”。我们以从消费者角度出发的创想力、将创意转化为产品的商品开发能力、以及包括国外集团下属企业在内的可保证低成本和“安全、安心”质量的生产体系为武器，积极开展“创造畅销卖场”的活动，为广大客户做贡献。

## 长期展望

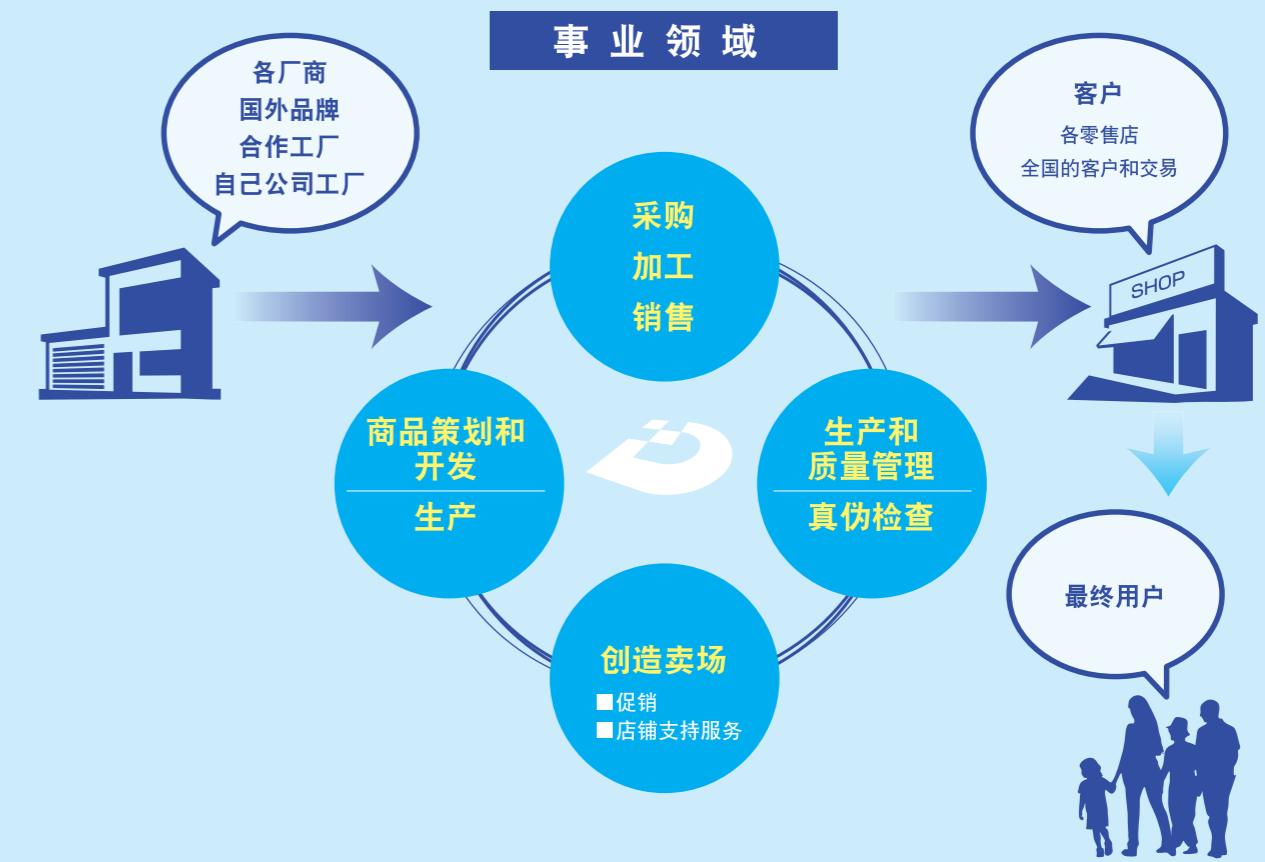
### 本公司目标是 100亿日元30个业务部

如果在“商品的切入口”、“销售方式”上下功夫，就能够创造出各种商机。准确把握多样化的消费者需求，以“挖掘新的价值观和潜在需求”为切入点来细分市场，并力争在利基市场获得No.1的市场份额，就能够切实提高收益。为达到“利基市场No.1的市场份额”，我们设定了“100亿日元30个业务部”这一宏伟目标，也就是以每个业务单位的年销售额为100亿日元，由30个业务部来实现。为了实现这一目标，我们将时刻不忘本公司的座右铭：“更廉价、更专业地为客户提供更优质的产品”，进一步构建能够提供这种服务的体系。

## 以独特的“流通服务业”来改革流通行业

本公司所追求的“流通服务业”，是与客户共同解决从商品的策划、开发到商品交付到最终用户手中的流通环节中所发生的各种问题。通过这种业务，“更廉价、更专业地为客户提供更优质的产品”，为丰富客户和最终用户的生活而贡献力量。这才是本公司“流通服务业”的使命。

今后，本公司将继往开来，继续以独特的“流通服务业”，迅速、灵活地应对时代的变化，创造前所未有的全新商品和畅销卖场，多方面、深层次地为社会做贡献。



# “厂商功能”×“贸易公司功能”×<综合创造>

## 以2种业务模式，构建多样化渠道

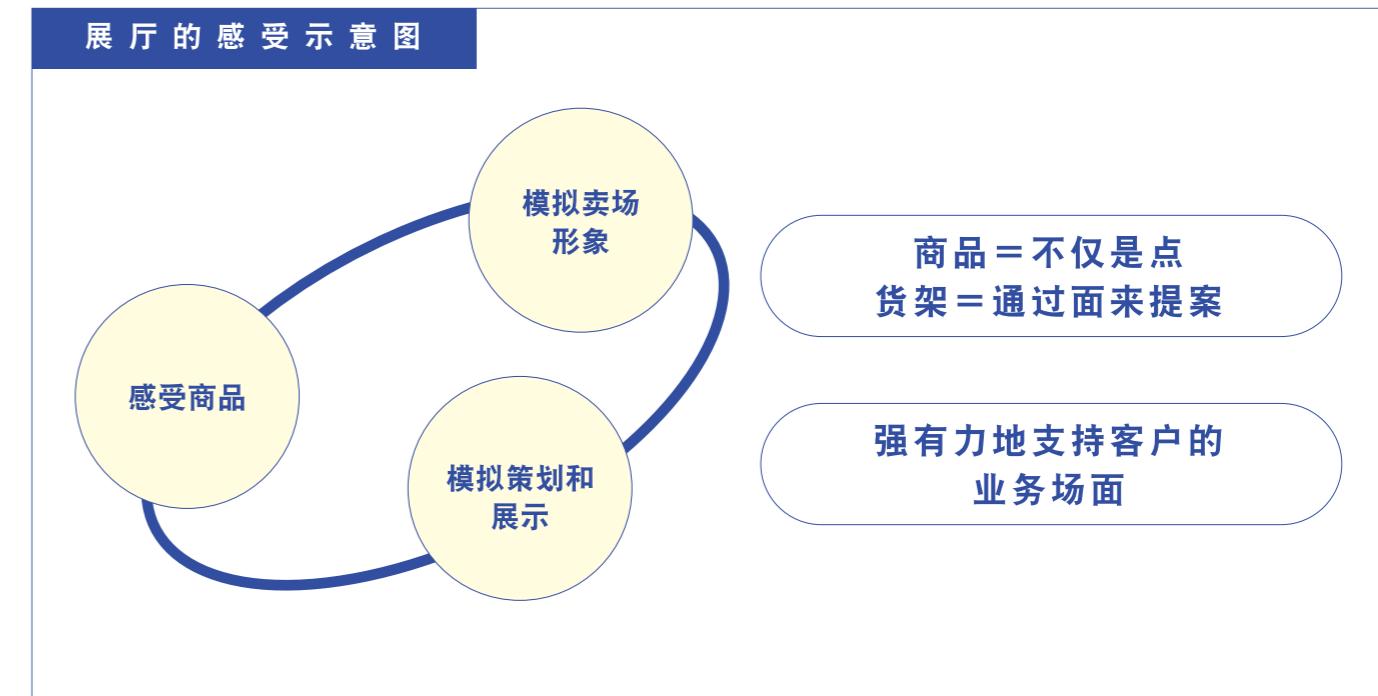
本公司采用以下2种业务模式。一种是策划、开发和销售自己公司独创商品的“开发型业务模式（厂商功能）”，另一种是从国内外品牌或外部厂商购进商品进行销售的“批发型业务模式（贸易公司功能）”。本公司通过这2种业务模式，经销着满足市场需求的各种商品。

除了销售商品，本公司还进行包括创造卖场和策划促销活动等销售支持服务在内的“客户业务的综合创造”。

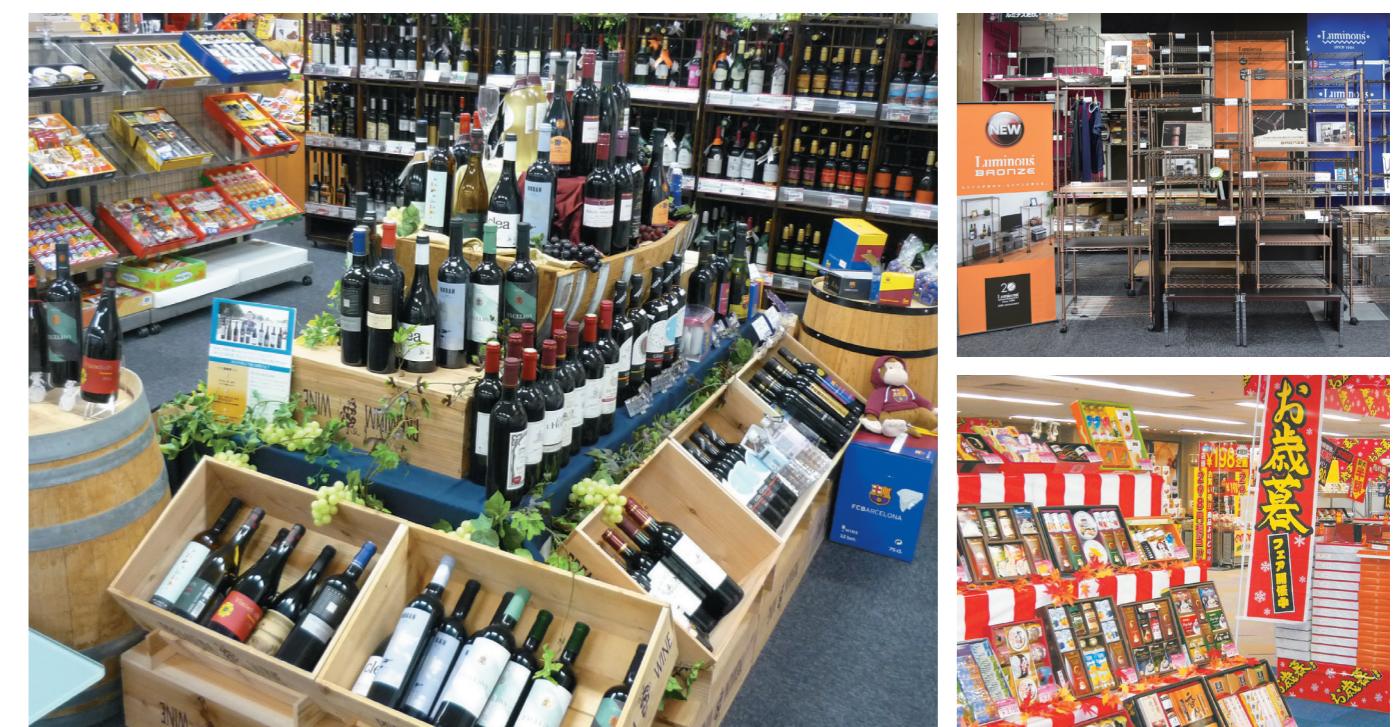


## 整个大楼就是一个展厅 提出畅销卖场方案

本公司在总公司大楼中设有展示楼层，同时陈列有商品和店内器具、店门广告。为了使客户能对店面情形有一个形象的了解，依照现场布局进行了设计。此外，还通过精心策划店内器具和摆设布局、各个季节特有的各种活动等能帮助客户形象地了解卖场的方案，强有力地支持客户的业务。敬请莅临本公司“观看”、“触摸”并“感受”一下我们的业务。



流通服务业必须不断根据日新月异的市场变化及时做出响应。为此，本公司以创业伊始一直积累至今的创造卖场的专业知识和可靠的信息收集能力为优势，准确地把握市场变化和多样化的消费者需求，积极创造对客户有吸引力的卖场。



开发型业务模式

## 家电

本公司引以为豪的“制造力”  
～新款家电～

本公司凭借引以为豪的“制造力”优势，不断推出了以畅销的“middle”加湿器为代表的众多新款家电。下面介绍了其中以不拘常规的思维而研发的夏季畅销商品“kamome fan”。

**kamomefan**  
Inspired from the wings of "kamome".



DOSHISHA是创造力的凝聚点  
**进一步强化制造力**

批发型业务模式

## 礼品

彻底追求消费者视角  
和客户视角

DOSHISHA的礼品以“搞活卖场”为主题，将“消费者愿意买的礼品”和“客户卖场的综合创造与支持策划”相结合，提议各种方案。我们认为公司的优势在于能够充分发挥迄今为止积累起来的创造卖场的独特经验，向不同行业、不同业务形态的客户提供众多的策划建议。以下将介绍其中一个提案内容的案例。



开发者的心声

### 与不同行业的公司联合开发的大功率节能型电风扇！

这款电风扇的最大特点在于，该产品是由“DOSHISHA”和“NAKASHIMA PROPELLER”这两家不同行业的公司合作研发，具备优异的设计性、省电、大风量和静音性。该商品顺应了目前日益高涨的节能趋势，在“今后，在设计性上增加节能附加价值的电风扇将成为主流”的概念下应运而生。然而，市场上存在很多“节能型电风扇”。因此，我们以“如何使本公司的商品脱颖而出”为主题开始了研发工作。曾经有很长一段时间，我们绞尽脑汁也想不出好主意。有一天，正好在电视节目上看到了对知名的船舶用螺旋桨厂商“NAKASHIMA PROPELLER”的介绍，于是我们茅塞顿开——“就是它！”。“当时我们的想法是：“推动船前进的螺旋桨和电风扇的叶片不是很相似吗？”“如果将在有阻力水中推动大船前进的力运用在电风扇上，那将会产生多大的风量呢？”我们满心期待，立刻向“NAKASHIMA PROPELLER”表达了希望共同研发“前所未有的电风扇”的想法，并很干脆地得到了对方的同意。于是我们两家公司携手合作，最终使该商品成功上市销售。关于电风扇的叶片，我们经过多次反复试制，发现与海鸥羽毛相似的形状具有最佳的性能，吹出的风远达10米以外的地方。另外，我们还使用DC电动机为电风扇提供动力，实现了省电。今后，我们还将不断研发“不光是款式新颖”的具有新附加价值的新款家电。敬请期待。



最热门的kamome fan

以前，我们的商品策划和开发是在各个部门进行。为了适应日新月异的市场需求，我们又构建了新的体制，通过将各个商品开发部门的基地集中到一处，高效分享各个部门积累起来的经验技术。通过构建这一体制，进一步提高了商品开发能力和质量管理能力。

开发者的心声

### 独具特色的“搭配礼品”和“卖场的综合创造与支持”

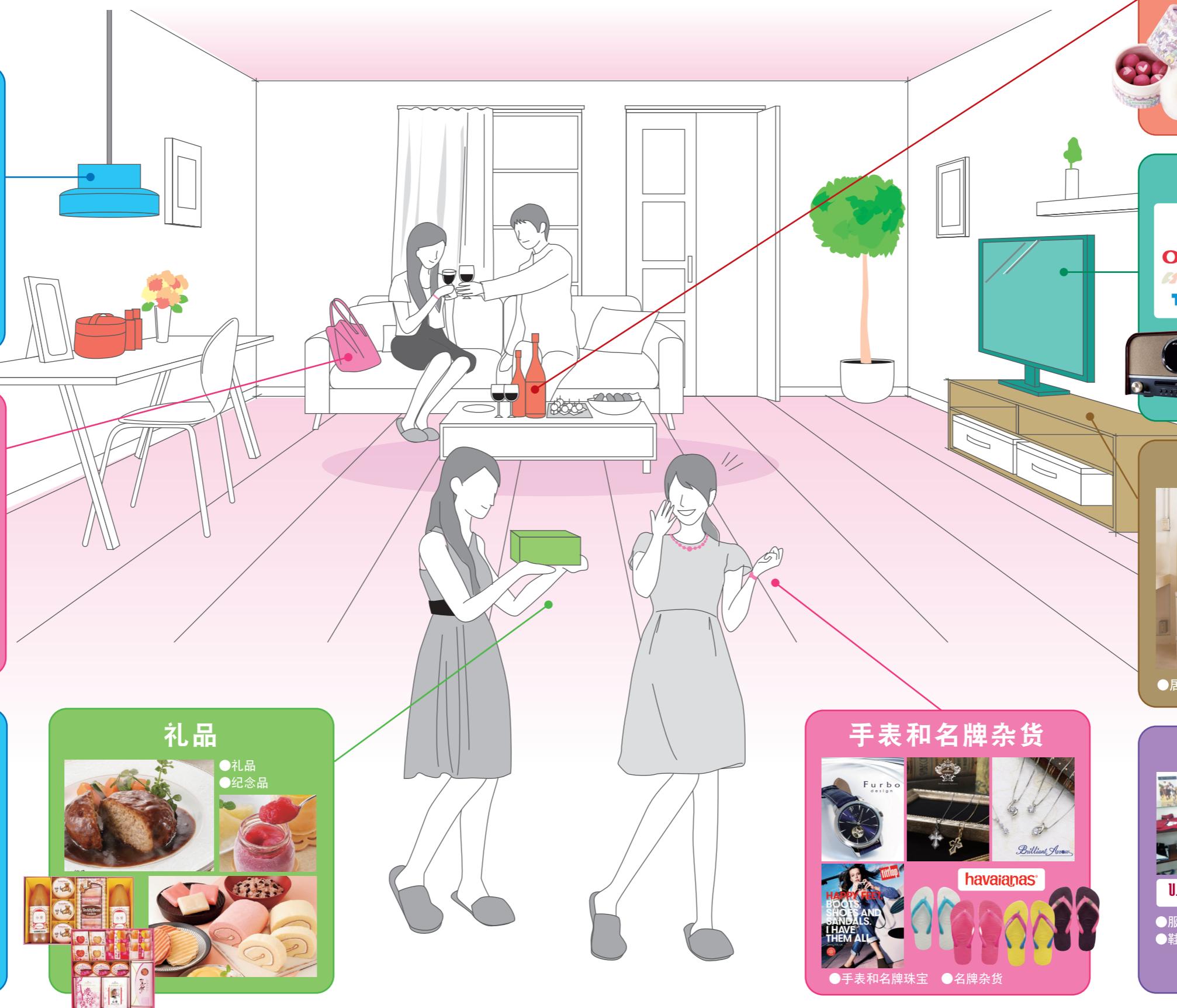
就从消费者的视角出发来开发商品而言，将国内各知名厂商的商品组合而成的“搭配礼品”就是一个很好的例子，这也是本公司礼品的一大特点。我们不仅仅是将商品搭配组合在一起，而是力求提供“家中任何人都喜欢收到的商品”、“扬长避短的商品”等主体性宣言的商品。例如以“家庭晚餐”为主题，爸爸有啤酒喝，妈妈有调味料用，孩子有果汁喝等。此外，我们还从客户的视角出发，以“卖场的综合创造与支持”为理念，为客户提供各种策划服务。例如，针对客户希望有效利用活动空间的需求，我们除了对中元节送礼和年末送礼这两项最大的活动进行提案以外，还在淡季推出“全国土特产策划”等，全年开展“畅销卖场和畅销商品”的提案。本公司还为其他业务形态的客户提供各种各样的策划以及迎合消费者多样化需求的商品。如果您对此有兴趣，请一定告诉我们。



## 以创造力使生活更愉快、更充实

DOSHISHA齐备有“涵盖衣、食、住的各种丰富多彩的商品”。

同时“通过各种商品类别的组合，提供符合多种多样的生活方式的卖场方案”。



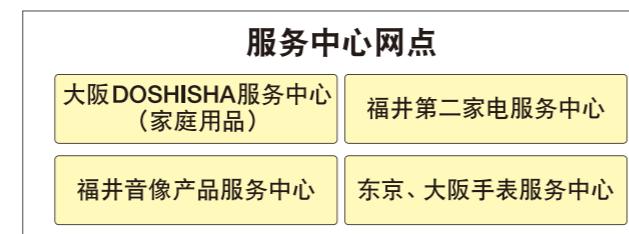
# 为了使客户安心、安全 DOSHISHA 做出的4大承诺

在全社会对“安心、安全”的关注日益高涨的形势下，本公司及早以“为顾客提供安心、安全、感动”为主题，深入贯彻质量管理，积累了丰富的专有经验。今后，我们将一如既往，努力为客户提供使用更安心、更安全的商品。



## 1 充实质量管理 和服务功能

本公司设有服务中心，可根据家庭用品、音像产品、家电产品、手表等商品类别提供商品检查和修理等服务，努力以更专业的支持体制，确保“安心、安全”。同时，厚生劳动省登录试验检查机构“东京理化技术中心”，根据药事法进行以化妆品为中心的商品的质量检查、生产和销售，致力于向客户提供更加“安心、安全”的商品。另外，在中国的关联公司，我们负责从生产到产品检查的全套流程，灵活运用旨在提高产品质量的各种专有经验技术。



## 2 确保“食品安全”

本公司不懈追求食品的“安心、安全”，检查体制采用委托外部机构的方式。我们与外部机构——生活质量科学研究所签订委托协议，委托其进行商品成分的检查和追踪。同时，我们还制定了比普通评估标准更加严格的公司内部评估标准，在严格的检查体制下选择厂商和供应商，检查产品的保质期及成分标识等。



## 3 DOSHISHA独创的防伪标准

本公司注重防伪问题，利用长期积累起来的经验和技术专长，构建了一套以独创的并行进口商品检查手册为基础的真伪鉴别体系。同时，与顾问律师携手实施有关提高知识产权相关知识和真伪鉴别能力的员工培训。我们在这样的体制下经销知名品牌商品，赢得了客户的高度信任。此外，我们还加入了日本流通自主管理协会，积极致力于防止和摈除仿造商品、非法商品的流通。



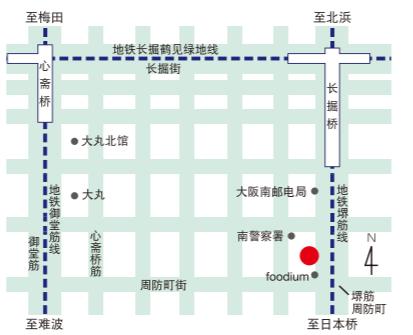
## 4 提高商品、业务质量和顾客满意度

本公司为提高商品质量和业务质量，减轻环境负荷，通过了ISO9001、ISO14001认证，致力于从商品开发到交货的各业务环节的持续改善。同时，充分利用本公司独有的“速报(QuickReport)系统”共享信息，以便公司高层领导也能迅速了解商品投诉和业务改进课题等信息，从而提高顾客满意度。



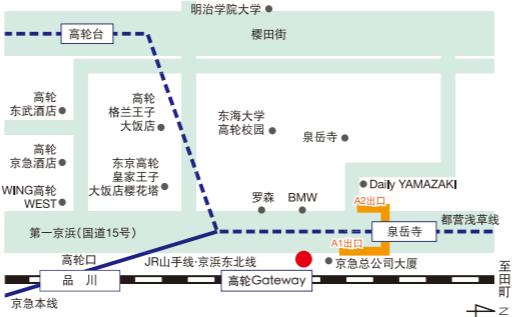
## 业务单位

### 大阪总公司



邮编：542-8525  
日本国大阪市大阪市中央区东心斋桥1-5-5  
电话：+81(6)-6121-5888

### 东京总公司



邮编：108-8573  
日本国东京都港区高轮2-21-46  
电话：+81(3)-6408-5577

### 东京总公司第1大厦



邮编：140-0011  
日本国东京都品川区东大井1丁目8番10号  
电话：+81(3)-3474-7281

## 国内关联公司

### 株式会社DOSHISHA LOGISTICS



为了承担起DOSHISHA集团所追求的“流通服务业”的重任，以大阪府泉南市的本公司物流中心为中心，与全国主要城市的仓储公司、运输公司组成网络，展开了迅速扎实且高质量的物流运营。

不仅保管、装卸、配送，还应用价签发行系统及自动分类机、手提扫描系统等实施流通加工，致力于满足客户多样化需求的极周到的流通服务。

### 株式会社KARINPIA



该公司以一律100日元、一律300日元的价格段为中心，以生活、服饰杂货为主，策划开发具有想像力和物超所值的商品。以“可爱、时髦、方便、实惠”为关键词，提供具有高品质且高设计性、高功能性的商品。



### LIFENET株式会社



本公司是1999年成立的以老年商品为主的综合商社。随着次年施行的护理保险法，以电动床及轮椅租赁事业为中心，运营着福利用具销售、住宅翻修改建事业。还着手原创设计商品的开发。

随时提供安全可靠的福利用具，并提供令人满意的服。



## 国外的集团下属公司

预计今后国外生产、国外采购的需求将日益增加。为此，本公司对主要生产基地——中国的物流功能进行整理，努力加强厂家直送和验货工作。



### 丽港控股有限公司

●贸易业 ●发单 ●生产管理

贸易公司、工厂投资、经营、物流中心运营、批发业、商品融资

### 一志商贸（上海）有限公司

商品的进出口、在中国国内的销售、  
质量管理、生产管理

### 连云港花茂日用品有限公司

●选择中国厂家（质量、成本、生产能力）  
●质量管理 ●生产管理 ●采购 ●货运安排

圣诞节相关用品、电灯、保温杯、刨冰机、  
婴儿和宠物用品等日用杂货及包类缝制品的  
生产及组装

### 仁弘仓库（深圳）有限公司

物流中心（缝制品、日用杂货、室内装潢、  
促销商品、家电）、验货、检针、物流加工、  
组装加工

## ISO 方針

### 品质方针

- 努力打造能够持续应对变化、  
“永不倒闭”的公司
- 通过“合规”、“提高品质”来提升企业价值
- 加强人才的培养，充实教育的内容

### 环境方针

- 积极营造对人类·地球环保的工作环境
- 积极减少废弃物，不浪费资源
- 遵守法律法规，致力于持续改善环境管理(EMS)
- 持续的开发·扩大环保商品
- 地区内开展环保启蒙活动，为环保做贡献

## 主要环保活动

### 推行节能、安全、清洁观念

采取措施减少加班，  
努力削减水、电、煤的使用量并降低CO<sub>2</sub>排放。

### 推进环保商品的开发

加强对商品原材料和包装物资的改良。  
同时进行纸装葡萄酒、LED照明等的策划和销售。

### 实施分类废弃

各楼层分开设置易拉罐、塑料瓶、纸杯、  
一般垃圾用的垃圾箱。

### 推进循环再利用活动

- 公司内部设有便于共同使用文具用品的再利用角。
- 通过循环再利用瓦楞纸，努力减少瓦楞纸的采购量。
- 通过双面打印、利用纸的反面等，  
努力减少复印纸的使用量。



## 主要的地区、社会贡献活动

### 实施塑料瓶盖循环再利用活动

推进回收塑料瓶盖，  
由推进协会向发展中国家的儿童赠送疫苗的活动。

### 实施“Bell Mark”运动

设置“Bell Mark”回收箱，  
将收集的“Bell Mark”捐赠给附近的中小学校。

### 实施打扫公司周围的活动

定期由员工实施打扫公司周围的活动。

## 网站



[www.doshisha.co.jp](http://www.doshisha.co.jp)

### 及时发布企业信息、商品信息等

及时登载企业信息、投资者关系信息、公司历程、经销商品、品牌等关于本公司的详细信息。另外，如果您对商品有何种要求和新的交易等，可通过此网站进行咨询，敬请利用。



商品信息      商品展厅