



株式会社カインズ
株式会社東急ハンズ
2021年12月22日

新たな DIY 文化の共創に向けて

カインズと東急ハンズはパートナーへ

株式会社カインズ(代表取締役社長 CEO:高家 正行 以下「カインズ」)は、東急不動産ホールディングス株式会社(代表取締役社長:西川 弘典)の連結子会社である株式会社東急ハンズ(代表取締役社長:木村 成一 以下、「東急ハンズ」)の発行済全株式の譲渡に係る株式譲渡契約を締結しましたので、お知らせします。これに伴い、2022年3月31日(予定)付で、カインズは東急ハンズを新たな DIY 文化の共創に向けたパートナーとしてカインズグループに迎える予定です。

1. 2社に共通する価値観と事業の相互補完性 —新たな DIY 文化の共創に向けて

カインズは1989年の設立以来、「商業を通して社会の発展に貢献する」ことを志に、全国に展開する店舗とそこで働くメンバー(従業員)が、それぞれの地域の皆様の暮らしに寄り添いながら事業活動を行っています。2019年からは、中期経営計画「PROJECT KINDNESS」をスタート、2020年には新しい企業理念を制定し、「世界を、日常から変える。」をビジョン、「くらしに、ららら。」をお客様へのプロミスとし、次の事業・ブランドの成長に向けた取り組みを加速しています。また、創業理念の未来へ向けた実現を目指して「くみまち」構想を推進し、店舗やそこで働くメンバー(従業員)がハブとなり、それぞれの地域における困りごとや関心、ニーズに丁寧に耳を傾け、くらしに携わる様々なステークホルダーと協働/共創することで、“一人ひとりが主役になれる「まち」(≒地域社会)”づくりに取り組んでいます。

東急ハンズは、「手を通じて新たな生活文化を創造しよう」という思いから、1976年の創業時に「手の復権」をキーワードに掲げ、独自の DIY(Do It Yourself)を中心としたライフスタイル提案型ショップとしてスタートしました。以来40年以上に渡り、さまざまな商品を幅広く取り揃え、豊富な商品知識に基づいた親切で丁寧なコンサルティングセールスを行う「CREATIVE LIFE STORE」として、お客様一人ひとりの自分らしいライフスタイルの実現をサポートしています。また、「地方を元気に！」をキーワードに、地域の商業施設と連携し、地域の魅力を発見、発信、可能性を育むマーケットを創る「Plugs Market(プラグス マーケット)」事業を2020年2月から展開するなど、様々なチャンネルで地域活性化、地域共創に取り組んでいます。

2. カインズと東急ハンズはパートナーへ

このように、「くらしに、ららら。」「生活文化の創造」をそれぞれ理念として掲げ、くらしをより良くしていこうというカインズ、東急ハンズ両社の価値観には極めて高い親和性があります。オリジナル商品の開発やデジタル基盤の活用などにおいてシナジーが期待できる両社がお互いをパートナーとすることで、それぞれが目指してきた「新たな DIY 文化の創造」を実現できると判断し、東急ハンズをパートナーとしてカインズグループに迎えるため、今回の決定に至ったものです。

3. 新たな DIY 文化の共創へ

カインズは、くらしを良くするために自分でやってみることをすべてが「DIY」であると考え、DIY の裾野を広げ、DIY を新たなくらしの文化として根付かせていくことを使命として様々な商品やサービスを提供しています。2019 年からは、DIY を「ライフスタイル(生活文化)」にすることを目指して「DIYer100 万人プロジェクト」にも取り組んできました。

東急ハンズは 2009 年に、ブランドスローガンとして「ここは、ヒント・マーケット」を制定し、店舗をモノ・コト・ヒトの出会いの場とし、何かを始めたい、つくりたいヒトに楽しさ、驚き、発見を提供する売り場づくりを継続しています。

日常のくらし全般、そして地方や郊外に強みを持つカインズと、趣味、ホビークラフト・都市部に強みを持つ東急ハンズは、商品の品揃えもそれぞれに個性がありますが、ご来店されるお客様に共通している思いは「自分らしいくらしの実現」であると感じています。

日曜大工と呼ばれるいわば狭義の DIY から、調理や洗濯、掃除といった家事をはじめ、アクセサリづくりや革細工といったクラフト分野、快眠やキャンプ、ガーデニング、さらには仕事や勉強に至るまで、手を動かすこと、考えること、思うこと、感じることをすべてを DIY と広く捉えることで、自分らしいくらしの実現に向けて様々なアプローチが可能となると私たちは信じています。

カインズと東急ハンズは、DIY が一過性のトレンドではなく、広く日本の文化として私たちの生活に根付いていくことを目指して、2 社が持つ強みを組み合わせることで、お客様に新たな価値を提供していきたいと考えています。

4. カインズの事業基盤活用によるシナジー発揮から価値(ブランド)磨き上げ、新たな DIY 文化の共創へ

今後は、上記のような共通の理念のもと、カインズの事業基盤の活用を進めると共に、それぞれの価値(ブランド)・個性をさらに磨き上げていくことで、新たな DIY 文化を「共創」し、その先にある、お客様のくらしをより良くしていくことに貢献していきたいと考えています。

■ カインズの事業基盤の活用

カインズと東急ハンズは、カインズが強みとして持つ SPA(製造小売り)としてのオリジナル商品の開発力や、これまで培ってきたデジタル基盤を最大限活用し、東急ハンズが「ヒント・マーケット」というコンセプトの下で磨き上げてきた発想力や商品・生活提案力、目利き力などを掛け合わせることで、様々な分野でシナジーを発揮してまいります。

1. SPA 機能(オリジナル商品開発力)活用
カインズ全売上の約 4 割を占めるオリジナル商品開発基盤の活用
2. カインズの有するデジタル基盤活用
カインズの成長ドライバーであるデジタル基盤の共同利用
3. 物流仕入機能の効率化
物流基盤の共通利用と、サプライチェーン全体の効率化
4. DIY 文化共創プロモーション
DIY 文化という共通テーマを、カインズ・東急ハンズの店舗イベントを通じ発信

■ 戦略的な価値(ブランド)投資による“東急ハンズの魅力の磨き上げ”

カインズ基盤活用の目的は、両社が同質化することではなく、むしろそれぞれの価値(ブランド)・個性を磨き上げることにあります。東急ハンズには、創業以来、長い年月をかけて築き上げてきた価値(ブランド)と高い認知度、そして「コンサルティングセールス」という言葉に象徴される、価値を具現化する強固なケイパビリティがあります。今後は、商品構成や空間、サービス等の革新を通じて、お客様体験を総合的に磨き上げ、時代を捉えた「手の復権」を実現してまいります。

カインズと東急ハンズは今後、暮らしをより良くしていこうと志向する両社の、極めて高い親和性を持つ価値観を基軸に、カインズグループとしての強みを生かし、お客様の「より良い暮らし」「生活文化の創造」の実現に向けて取り組んでまいります。

▼株式会社東急ハンズ 概要

代 表 者： 代表取締役社長 社長執行役員 木村 成一
設 立： 1976年8月
本社所在地： 東京都新宿区新宿 6-27-30 新宿イーストサイドスクエア
資 本 金： 4億円
事 業 内 容： 住まいと住生活・手づくり関連商品の総合専門小売業
従 業 員 数： 2,469名(2021年4月16日現在)
店 舗 数： 東急ハンズ 63店舗(FC 9店舗、海外 15店舗含む)
ハンズ ビー20店舗(FC 2店舗含む)
プラグス マーケット 3店舗(FC 店舗)
公 式 サイト： <https://www.tokyu-hands.co.jp/company/> (企業サイト)
<https://hands.net/> (ネットストア)

<カインズについて>

株式会社カインズは、28 都道府県下に 227 店舗を展開するホームセンターチェーンです。「くらしに、ららら。」をお客様とのプロミスとし、日常生活に寄り添うライフスタイルの提案と、住空間のトータルコーディネートを意識した商品づくり、店舗づくりに努めています。くらしを豊かにする商品を、オリジナル商品の開発と、独自の仕入れ・物流システムの活用により、毎日低価格で提供します。

<株式会社カインズ 概要>

代 表 者： 代表取締役会長 土屋 裕雅
代表取締役社長 CEO 高家 正行

設 立： 1989 年 3 月

本部所在地： 埼玉県本庄市早稲田の杜 1-2-1

資 本 金： 32 億 6,000 万円

事 業 内 容： ホームセンターチェーンの経営

従 業 員 数： 13,097 名(2021 年 2 月末)

店 舗 数： 227 店舗

公 式 サイト：<https://www.cainz.co.jp/> (企業サイト)
<https://www.cainz.com/> (オンラインショップ)
<https://magazine.cainz.com/> (となりのカインズさん)