

CAINZ

株式会社カインズ

本部 / 〒367-0030 埼玉県本庄市早稲田の杜一丁目2番1号
TEL.0495-25-1000 FAX.0495-25-1001

公式サイト



「くるみん」
子育てサポート
企業認定



「えるぼし」
女性活躍推進
企業認定



製品安全対策
優良企業マーク



CAINZ

株式会社カインズ



PROMISE

くらしに、ららら。

お客様に約束する
「ブランド」

わたしたちの出発点は“くらし”です。
そして、日本の、世界のくらしのそばに
寄り添い続けることが、わたしたちの目標です。

くらしが広がる、発見やアイデアと出会う『店舗』で。
くらしのできるが増える『商品』で。
くらしの願いに丁寧に、親身にお応えする『サービス』で。

わたしたちは、くらしのプロフェッショナルとして、
今日と、明日と、未来、くらしのすみずみを見つめて、
くらしのさまざまな領域で、
日常を、心地よく、便利に変えていきます。

くらしの中で見つかるちょっとした輝きが、
世界をもっと良くする大きな輝きになることを信じて。

くらしに、ららら。

INDEX 目次

お客様とのプロミス	01	オウンドメディア	10	品質保証とサポート体制	20
トップからのメッセージ	02	『くみまち』とは...	11	人事戦略	21
カインズとは	03	『SBU』とは	12	CSR	22
社名に込められた想い	04	独自の商品スタイル	13・14	企業理念	23
SPAについて	05	出店パターン	15	会社概要	24
プライベートブランド	06	独自性の高い売場	16	ベトナムグループの概要	25
カインズで創る時間	07	カインズのロジスティクス	17	カインズのビジョン	26
カインズで創る場所	08	国内外物流拠点紹介	18		
デジタル戦略	09	品質管理体制	19		



業界の枠にとらわれず、
カインズでしかつくりえない
ビジネスモデルを追求する

MASAYUKI TAKAYA
株式会社カインズ 代表取締役社長CEO 高家正行

カインズは創業以来、「商業を通して社会の発展に貢献する」ことを志し、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くらしに寄り添いながら事業活動を行ってまいりました。2021年10月末時点で、店舗数は28都道府県下に226店舗にわたり、暦年の売上は4,800億円を突破しております。これも皆様のご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

カインズは、お客様ひとり一人の自分らしいくらしをサポートするため、小売業やホームセンターの枠にとらわれないさまざまな挑戦を続けてきました。

テクノロジーの急速な進化などにより、お客様の日常のくらしやその中でのニーズが劇的に変化しており、弊社の事業も大きな変革を求められています。

1989年の創業、2007年のSPA宣言を経て、2019年を第3創業期と位置づけてスタートした、3カ年の中期経営計画「PROJECT KINDNESS」では、「次のカインズを創る」ためにさまざまな施策に取り組み、大きな変革に乗り出しています。これらの環境変化を新たな成長ステージへの大きなチャンスと捉え、店舗環境の進化や新たなサービスの創造に向けたデジタルイノベーションを推進し、日本を代表するIT小売企業となるよう邁進してまいります。

また、カインズならではのライフスタイル提案も大切な柱です。特に、DIYの分野においては、くらしを良くするために自分でやってみることを全てが「DIY」と考え、DIYの裾野を広げ、DIYをくらしの文化として根付かせていくことを使命として取り組んでおります。中でも、DIYに取り組む方が自分らしいくらしと出会い、毎日を明るく楽しいものにすることを目指す「DIYer100万人プロジェクト」では、店舗とオンラインを融合させた、カインズならではのDIYコミュニティ「Cainz DIY Square」を通じてDIY仲間同士の交流を促進し、DIYで得られる新しい体験や価値観をさらに豊かなものとするべくサービスを提供しています。

そして、2021年10月には、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、『人々が自立し、共に楽しみ、助け合える、ひとり一人が主役になれる「まち」（≒地域社会）』を実現することを目指す、『くみまち』構想を策定しました。

この『くみまち』構想は、2020年3月に新しく制定した企業理念にあるビジョン「世界を、日常から変える。」やプロミス「くらしに、ららら。」を具現化するものに他なりません。地域のハブとなりえる「店舗」、社名の由来ともなったKINDNESS（親切心）と、なんでも自分で取り組んでみようというDIYの精神を持ち、自らも地域にくらす約2万人の「メンバー」、お客様の声を生かして開発された、カインズでしか買えないくらしに寄り添う「商品」、そしてIT小売企業を目指して日々磨き続ける「デジタル」の知見。これらを最大限に活用し、カインズがある全ての「まち」のくらしを、「もっと心地よく、もっと楽しく、もっと快適に」していきたいと考えております。

カインズは今後も、商品やサービス、店舗、企業インフラなどすべてにおいて、従来のホームセンター・小売業の概念を超えた新しいビジネスモデルを構築し、毎日を明るく楽しいものにできる世界の実現に貢献してまいります。





お客様のくらしに寄り添う ライフスタイル提案企業として

ホームセンターとして「住環境の改善」を理念に、さまざまな商品を提供してきたカインズ。その想いはさらに進化・加速し、ライフスタイルの提案へとつながり、幅広いカテゴリで商品企画・開発を行っています。たとえば、「ガーデンパーティー」。食事スペースを庭やベランダに移して食事を楽しむ生活スタイルを提案し、そのために必要な便利グッズをコーディネートしやすいようにシリーズ化して提供しています。使う時の便利さだけでなく、生活シーンを美しく演出できたり、作る楽しみ、揃える楽しさに満ちているのがカインズの商品です。私たちの商品と出会うことで、くらしの幅がさらに広がり、過ごす日々が素敵に楽しく変わっていくことを願っています。お客様のくらしに寄り添いながら、「くらしに、ららら。」と思わず口ずさむような日常をカインズからトータルに提案していきます。

私たちのサービス方針は、「すべての人にkindnessを提供する」

お客様はもちろん、お取引先・全社員含め、全ての人に親切心や思いやりを持って接し、「たくさんの笑顔をつくりたい」という想いのもとでサービスを提供しています。

社名に込められた想い

Company Mind

CAINZ 【 Kind(ness) 】

Customers first **AI** = 愛 **Z** = 永遠

カインズの社名は「親切的な・豊富な」という意味の「kind(ness)」をもとにお客様第一の「Customers first」、愛「AI」のこもった接客、そしてその気持ちを永遠に持ち続けるという意味の「Z」という想いが込められています。



SPAを推進し くらしに楽しさ、便利さ、喜びを

SPA※とオリジナル商品開発思想

「より良いものをより安く」、「いつも変わらない低価格」で商品提供するために、カインズでは商品企画から設計、生産・品質管理、物流、プロモーション、販売といった一連の流れを一貫して行う、SPA（製造小売業）を推進しています。徹底的に「使う人の立場」に立って考え、本当に必要とされる機能やデザインを精査し、オリジナル商品に反映しています。「お客様の視点に立つことで、日常の小さな悩みを解決し、くらしに楽しさや便利さ、喜びを提供するような商品」を続々と誕生させています。

※SPA=Specialty store retailer of Private label Apparel
企画から製造、小売までを一貫して行うビジネスモデルのこと



メンバー全員参加の商品づくり



商品開発は、メンバー全員が取り組み、意見を出し合える環境が構築されています。春と秋に本部で行われる商品展示会には、全国から年間のべ1万人のメンバーが参加し、バイヤーに現場の意見をどんどんぶつけます。また、社内イントラネットを使用し、商品アイデアを投稿するなど商品開発にも参加しています。正社員だけでなく、パート、アルバイト、専任社員、合計約1万人のメンバー全員でお客様の生活を見つめながら、便利さや使いやすさを生み出す商品のアイデアを提案しています。これが、カインズの商品開発のもっとも強みとするところです。



SPA（製造小売）の流れ

■ 商品企画／製品設計



■ 生産拠点開発／素材調達



■ 生産管理／品質管理



■ 物流



■ プロモーション



■ 販売／サポート



カインズのアワード受賞商品

生活者目線でくらしに新しい価値を提供する数々のアワード受賞商品が生まれ、そのクオリティーの高さが実証されています。



グッドデザイン賞



iFデザイン賞



reddot winner 2021

レッドドットデザイン賞



モンド セレクション



「商品を買う場所」から「楽しい時間を過ごし、くらしをさらに豊かにする場所」へ。



モノだけでなく 体験や“過ごす時間の楽しさ”を追求

2020年11月にオープンした「カインズ朝霞店」は、お買い物をより便利にするためのデジタル施策を多数導入したほか、新しい生活様式に対応したお買い物環境を整備し、カインズが独自に提案するライフスタイルテーマの主要カテゴリーである「楽カジ」の売場を強化しました。「楽カジ」で削減できた家事の時間で、自分らしさや楽しみを新たに生み出し、“くらしを家事から変えていく”ことを提案しています。カインズ工房を併設したDIY style、ドッグランを敷地内に配したベッツワン、「選ぶ・買う・直す」の全てが可能なサイクルパーク、日常に「緑のあるくらし」を提案するGARDENコーナー、手作りマフィンと挽きたてコーヒーが人気の「CAFE BRICCO」、充実したフードコートなど、体験やそこで過ごす時間の楽しさをさらにアップグレードさせています。



ものづくりの楽しさとコミュニティを提供 地域と連携する場所へ

カインズでは、DIYをはじめ、“手づくり”の楽しさを伝えるため、「DIY style」や「カインズカルチャー教室」を運営しています。DIY styleは木工を中心にくらしを楽しく、便利にするためのものづくりを行うDIYサークルです。また、カルチャー教室では、フラワーアレンジメントや押し花、生け花等を指導。他にも絵画や陶芸、習字、アロマテラピー教室など、初心者の方でも安心して学べる基礎的な内容のものから、資格のとれる専門的なものまで多彩に展開しています。過ごす時間の楽しさだけでなく、「趣味を見つけたい」、「ものづくりの楽しさを体感したい」そんなお客様のために、コミュニティの場を提供、お客様のくらしの豊かさをさまざまな視点からサポートしています。



クラシカワイク
DIYstyle*
木工教室/フルーツピネガーづくり
燻製づくり/ペイント、ツール講座 など



インターネットとリアル店舗の垣根を超えて、より柔軟にお客様のニーズに応える。



デジタルソリューションで購買体験を革新的に変える。

「IT×小売業」の実現を目指してきたカインズ。ECにも業界で先駆けて積極的に取り組んできましたが、目指しているビジネスモデルはそれだけではありません。デジタル戦略本部を設置し、顧客体験の価値向上や店舗メンバーの作業効率化に役立つデジタルソリューションを企画・開発。デジタル技術を駆使した店舗における顧客体験の向上、デジタルとリアルをシームレスにつないだ新たな購買体験の提供にも挑んでいます。最終的な目標は、ネットとリアルの垣根を超えて、オンラインでもオフラインでも同じような顧客体験を味わえるようにするなど、より柔軟にお客様のニーズにお応えしていくことです。



SITE Phone (サイトフォン)



デジタルサイネージ

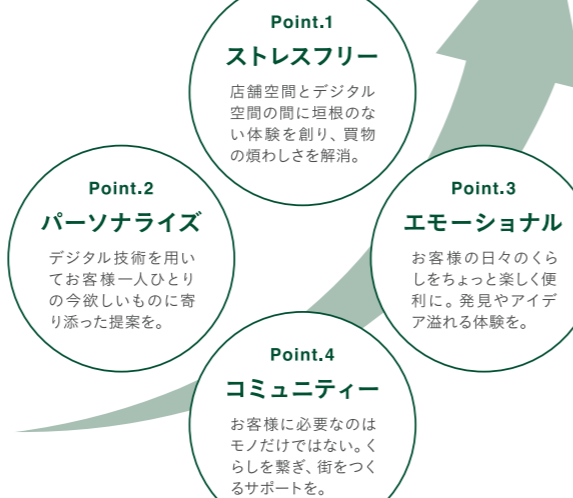
デジタル戦略の4つのポイント

チェーンストア・実店舗の強みに、ITテクノロジーを有効活用し、革新的なユーザーエクスペリエンスを実現。デジタル時代でも選ばれる「IT小売企業」としてDX（デジタルトランスフォーメーション）の進化を遂げています。



デジタル戦略の中枢拠点 CAINZ INNOVATION HUB(港区表参道)

■ カインズのデジタル戦略 (DX)



オウンドメディアとアプリでお客様により近く。

新たな店舗体験を提供するため、新しいソリューションを積極的に企画・開発。オウンドメディアの展開で、商品販売にとどまらない多様な価値を届けています。



■ となりのカインズさん

ホームセンターを遊び倒すためのオウンドメディア。くらし全体をDIYと考え、毎日の生活を豊かにするための「WOW!」や「アイデア」をおもしろく発信しています。



■ WanQol (わんクオール)

『わんちゃんとオーナーの暮らし向上メディア』をコンセプトに、DIY、手作りごはん、しつけやお出かけ情報など、愛犬との「くらし」に役立つコンテンツを配信するとともに、歯磨きやトレーニングに関するオンラインイベントを開催しています。



■ カインズTV

くらしに役立つ映像コンテンツを配信する公式YouTubeチャンネル。カインズの人気商品はもちろん、初心者向けのHowto動画が充実。特にDIYや家庭菜園が好評です。



■ 公式通販サイト

オリジナル商品やアイデア商品など、くらしに役立つ商品を豊富に取り揃えた公式通販サイト。オンラインショップでの商品購入だけでなく、普段利用している近くの店舗在庫の確認や取り置きもできます。注文した商品の受け取りは、店舗での取り置き、自宅への配送と希望にあわせて選べます。



CAINZ カインズアプリについて

カインズの最新情報のほか、マイストア登録することで、お気に入り店舗のおすすめ情報、イベント情報、お得な情報などを受け取れます。ポイントが貯まる会員証機能も搭載しています。

カインズアプリ 6つの特徴

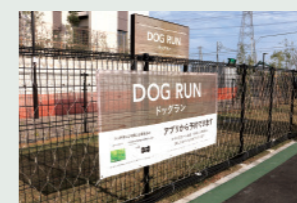
1. 店舗の在庫を取り置ける
2. 在庫が見られる
3. 売り場がわかる
4. チラシが見られる
5. ポイントが貯まる
6. お知らせが見られる



カインズ ピックアップ ロッカー

CAINZ Dog Run スマート ドッグラン

ペットオーナー同士のコミュニティの場を創造する「ドッグラン」に、カインズアプリから利用予約ができるシステム。施設の扉もスマートフォンをかざすだけで解錠できます。店内における手続きの煩わしさを解消し、ドッグランの利用環境をより快適なものにします。



求められ、選ばれる、店づくり、ものづくり。

ひとり一人が主役になれる「まち」を実現 『くみまち』構想

昨今、都心への一極集中・少子高齢化・人口減、自然災害の増加などにより、日本各地でさまざまな地域課題が顕在化してきており、地域社会・経済の持続可能性が危ぶまれています。

カインズは、創業以来、「商業を通して社会の発展に貢献する」ことを志に、28都道府県下に展開する226の店舗が、それぞれの地域の皆様のくらしに寄り添いながら事業活動を行っています。私たちはそうした創業以来の志をさらに発展させ、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、『人々が自立し、共に楽しみ、助け合える、ひとり一人が主役になれる「まち」(≒地域社会)』を実現することを目指す、『くみまち』構想を策定しました。それぞれの地域に根ざしたカインズの店舗やそこで働くメンバー(従業員)が、地域のさまざまなステークホルダーと協働/共創しあえるハブとなり、「まち」やくらしを組み上げていきます。

カインズには、 “わくわく” “ならでは” “できる” が 揃っている。

『くみまち』構想は、2020年3月に新しく制定した企業理念にある、ビジョン「世界を、日常から変える。」やプロミス「くらしに、ららら。」を具現化するものに他なりません。地域のハブとなりえる「店舗」、社名の由来ともなったKINDNESS(親切心)と、なんでも自分で取り組んでみようというDIYの精神を持ち、自らも地域にくらす約2万人の「メンバー」、お客様の声を生かして開発された、カインズでしか買えないくらしに寄り添う「商品」、そしてIT小売企業を目指して日々磨き続ける「デジタル」の知見。これらを最大限に活用し、カインズがある全ての「まち」のくらしを、「もっと心地よく、もっと楽しく、もっと快適に」していきます。



『くみまち』構想

カインズの成長を加速させる 独自の商品開発戦略



SBU

Strategic ... ストラテジック
Business ... ビジネス
Unit ... ユニット

新たな顧客価値を創造する組織へと進化

カインズは2018年からSBU (Strategic Business Unit: 戦略事業単位) 制を導入し、それまでの「品番単位の商品別組織」から「顧客提供価値をベースとした組織」へと体制を大きく再編しました。ライフスタイル・日用雑貨・プロ・ベットの4SBUが、新たな顧客価値を創造する商品開発を推進しています。



ホームセンターではなく「カインズ」になる。

顧客提供価値をベースに再編した組織で顧客の属性やニーズを徹底的に考え、取り扱うカテゴリーを大胆に拡縮する。こうした取り組みが実を結び、2021年度グッドデザイン賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)ではじめて、4つのSBUが開発したカインズオリジナル商品が同時に受賞することができました。自分たちのあるべき姿を進化させ、ホームセンターからの脱却を目指す、カインズならではの取り組みです。



軽スタ 樹脂食器シリーズ



コンセプト共有型モール・くみまちモール朝霞

戦略の中心には、 いつも「kindness」があります。

くらしのプロフェッショナルとして、
世界をもっと心地よく。

SBU戦略のテーマは、「新たな顧客価値を創造する大胆なカテゴリーの拡張」。年間の商品計画立案やPB開発、仕入れ等のスペシャリスト集団が、ライフスタイル・日用雑貨・プロ・ペットの4SBUを組織し、圧倒的No.1カテゴリーの開発や売場構成の標準化、販促・マーケティングの強化などのプロジェクトに取り組んでいます。



ライフスタイルSBU



くらしを創るインテリア商品、日々の洗濯や掃除、調理が楽になるようにと開発された『楽カジ』商品などそのカテゴリーは多岐にわたり、キャンプ、DIY、花き、観葉植物、カー用品、自転車、家電などさらに広がりを見せています。「くらしに明かりを。」というSBU独自のコンセプトを立て、品質・価格・機能・供給体制なども含め、多面的なアプローチのもとで、価値ある商品づくりを推進しています。



「ライフスタイル DIY ショップ」 Style Factory

Style Factory は、毎日のくらしに自分らしさをプラスできるヒントが見つかる、「ライフスタイル DIY ショップ」です。商品をカテゴリー別ではなく、ライフスタイルのテーマ別に陳列することで、くらしがより便利に楽しくなるモノやコトを発見しやすくなる売場に特徴があります。一つの共通テーマを持つ商品をまとまりよく陳列することで一つの空間を創り出し、オンラインショッピングの際に行うような複数のキーワードからの商品選択をリアル店舗でも実現しています。



リフォーム・エクステリア

リフォームに特化して、お客様と一緒に「住まいのDIY」を手がけます。サービス提供を通じて、リフォームのハードルを下げ、お客様がいつでも、気兼ねなく、どんなことでも相談できるサービス体制を目指しています。



日用雑貨SBU



日用雑貨SBUでは、洗剤等の日用消耗品、化粧品、ドラッグ類などの領域を通じてお客様のくらしをより良くしていくことを目指しています。また、顧客データや販売管理データを解析し、オリジナル商品の企画や開発をメーカーとも連携して行っています。



プロSBU



農家や大工職人をはじめとするプロに向けた仕事道具や資材のニーズに対応。圧倒的な品揃えの確立、商品開発力の強化に力を入れています。目指しているのは、かゆいところに手が届く、プロのためのプロです。



ペットSBU



「ペットとの共生社会の実現」をビジョンに掲げ、犬や猫といったペットとの出会いの場の提供、ペットの衣食住に関わるさまざまな製品開発など、ペットとのくらしの全体を領域に事業を展開しています。オウンドメディア『Wanqol』（わんクォール）を通じた情報発信も行っています。



多様化するお客様ニーズや地域性に 応える出店パターン

地域性を考慮した柔軟な出店パターンを確立

全国に220余店舗を展開し、国内ホームセンターでもトップの売上規模を誇るカインズ。その店舗展開の基本は、特定の地域に集中的に出店し、圧倒的なシェアを獲得する「ドミナント戦略」です。出店スタイルは小商圏型店舗から複合型店舗、専門機能特化型店舗など多彩。初めて出店するエリアでも、マーケットや地域特性に合わせるなどお客様に選ばれ、受け入れやすい形態に柔軟に対応しています。また、新しい事業モデルとして「くみまちモール」、ライフスタイルDIYショップ「Style Factory (スタイルファクトリー)」などの出店にも取り組んでいます。今後は、未出店エリアへの出店強化を視野に入れ、全国ネットの確立を強化していきます。

ホームセンター



スーパーホームセンター

売場面積9,000~15,000㎡、商圏人口10万人以上を対象。専門機能をすべて併設している店舗。



標準店

売場面積6,000~8,000㎡、商圏人口は6~10万人を対象。住関連商品を中心に、ベーシックな品揃えが充実した店舗。



小商圏型店舗

売場面積3,000~5,000㎡、商圏人口3~6万人を対象。地域に密着した品揃えの小商圏フォーマット。

複合型店舗



カインズモール、くみまちモール

カインズを核店舗とし、グループ企業やグループ外の専門店が集積した、大型ショッピングモール。



スーパーセンター

売場面積10,000㎡前後、商圏人口は6~10万人を対象。カインズの標準店とベシアのフードセンターを一体化させた店舗。



テナント出店

地域のSMや家電専門店などが開発するショッピングモール、複合商業施設の核店舗としてテナント出店。広域からの集客力を活かして客数向上に貢献。

その他専門店



Style Factory (スタイルファクトリー)

RAKUKAJI (楽カジ)、WELLNESS、HOMEDESIGN、DIY STYLEの4つのテーマに絞り込んだ都市型フォーマット。「くらしをDIYする」をテーマに「自分らしさ」を提案。



CAFE BRICCO (カフェブリッコ)

カフェタイムの寛ぎを楽しんでいただくことをコンセプトに、本格コーヒーを軸とし、店内で生地からつくって焼き上げるホームメイドマフィンを提供。



C'z PRO (シーズ プロ)

カインズが新たに展開する、建築プロのための会員制卸売業態。

専門機能特化をさらに進め、ライフスタイルニーズに対応

カインズでは各地域のライフスタイルニーズに対応する商品構成、売場づくりに取り組んでいます。「資材館」をはじめ、「サイクルパーク」、農家から家庭菜園まで対応する「豊作館」、インテリアからエクステリアまで対応する「リフォームセンター」など、専門性・独自性の高い売場でお客様のくらしを幅広くサポートしています。

■ カインズリカー



■ サイクルパーク



■ 園芸館



■ ペッツワン



■ DIY Square



■ 資材館



■ リフォームセンター



■ エクステリアプラザ



※写真はカインズ朝霞店外観



カインズのロジスティクス



SPA企業として物流・情報網を整備 コストと時間の優位性を持つ

より高度なSPA（製造小売）企業を目指すカインズでは、世界中の素材調達から生産管理、販売までをスムーズに行うため、自社のコントロールによる物流網の整備を進めています。国内外に広がる物流センターでは、商品の品質を維持しながらスピーディーな調達と出荷を実現。また、ITを活用した情報の一元化により、販売状況に合わせたジャストインタイムの商品供給にも対応できる精緻なコントロール体制を構築しています。今後は、Eコマース発送拠点としての機能もさらに向上させながら、低価格・高品質の価値創造を最大限に推し進めていきます。



グローバルソーシングにより、
高品質・低価格な商品開発を推進

AEO (Authorized Economic Operator) 認証事業者として



AEO制度とは、貨物のセキュリティ管理と法令遵守（コンプライアンス）の体制が整備された事業者に対し、税関が承認・認定し、税関手続の緩和・簡素化策を提供する制度です。カインズは、その認証事業者としてスムーズな通関業務体制を構築しています。

■ ロジスティクスネットワーク 海外/国内



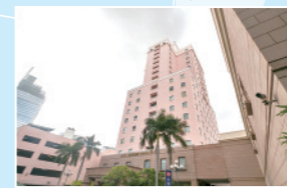
桑名流通センター (2024年冬 稼働予定)



日高流通センター (2025年春 稼働予定)



上海物流センター



カインズベトナム現地法人事務所



上海中国現地法人



太田流通センター (屋上に太陽光パネルを設置)

カインズのロジスティクス 4つのポイント

01

物流拠点と 配送網の整備

全国に展開する店舗にスムーズに商品を供給するために、物流センター網と配送体制の整備を進めています。

02

店舗作業の 標準化・簡素化

各店舗において、的確に商品をお客様に提供し、欠品を防止するために、店舗作業の標準化・簡素化につながる物流システムを構築しています。

03

グローバルソーシング に対応

中国をはじめアジア各国での商品開発を推進するために、海外物流拠点の整備と自社による輸入コントロール体制を構築しています。

04

情報システムの 整備

国内外から調達、開発された全ての商品について、製造から販売に至るまでの全てを管理・コントロールする情報システムの整備を進めています。

海外拠点の整備を強化 SPAの拡大・進化を加速する

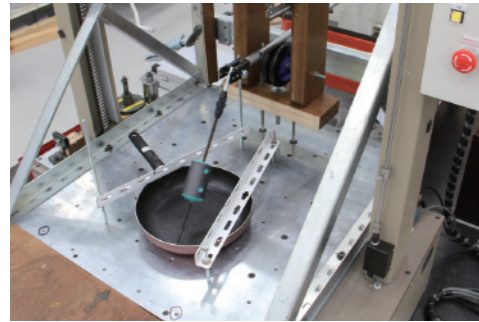
ホームセンターの中でもいち早くオリジナル商品の開発に取り組んだカインズ。その売上構成比は全体の4割を超え、アイテム数も1万数千点以上にも及んでいます。これらのオリジナル商品は、中国やベトナム、タイ、マレーシア、バングラデシュ、インドなど多くの国々の信頼できるメーカーで生産され、海外拠点の重要度は年々高まっています。2009年には中国上海に現地法人を設立、その後上海・深圳・青島・寧波などに物流拠点を開設、海外開発商品をコントロールする重要な役割を担っています。



上海物流センター内の品質検査室

万全の品質管理体制と サポート体制の確立

徹底的に「使う立場」に立ち、品質検査を実施



SPA企業として、最も重要なことは安全で安心な商品であることです。品質マネジメントができて初めて製品化され、店頭の商品を並べることができます。本部には、社内で品質検査を行うテストラボを設置。耐荷重や有害物質の有無の検査に必要な検査機器など、さまざまな最新機器を装備し、外部検査と同時に独自の検査を実施しています。もちろん、製造現場での検品も徹底。店舗に並ぶまでいくつものチェックポイントを設け、自信を持って安全・安心と言える商品のみを提供しています。

カインズ テストラボラトリー (品質検査室)



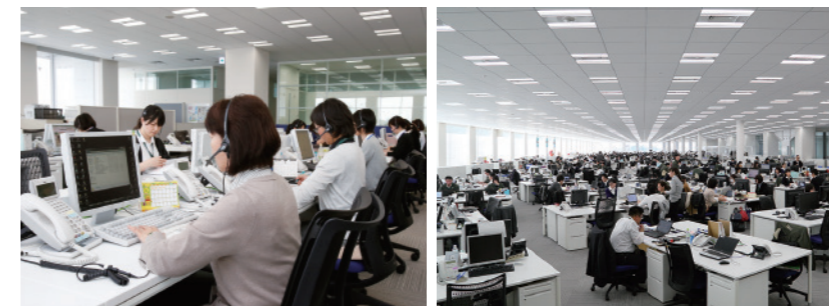
一般的な基準より 厳しい自社基準を設定して検査

品質管理の体制をより向上させるために、カインズでは検査を行う専任者を配置。品質検査に精通した実務経験者を採用するなど、メーカーと同等以上の品質マネジメントを行っています。また検査においては、法令で定められた基準よりも厳しい自社基準を設定、その基準をクリアした商品のみがお客様のもとに届けられています。



品質へのお問い合わせにも対応 お客様のサポート体制を確立

オリジナル商品はもちろん、ナショナルブランド商品も販売して終わりではありません。コールセンターや相談コーナーには、商品知識を持ったスタッフを配置するとともに、お客様からいただいた商品へのお問い合わせなどに誠意を持って対応しています。メーカーと同じ機能と信念を持って取り組むことでサービスの品質向上を追求しています。



成長を続けるための 「人事戦略」



1年生研修

全メンバーの自律と成長を促すため、 2021年9月1日より 「DIY HR」※ がスタート

「DIY HR」は、カインズのメンバー（従業員）が、よりじぶんらしい働き方を実現するための制度です。カインズが大切にしているDo It Yourself (DIY) の思想を組織文化へも浸透させることで、個々のメンバーの自律と成長を促していきます。この「自律と成長」を実現する上で大切なのが、2020年3月に制定された新企業理念の3つのコアバリュー「Kindnessでつながる」、「創るをつくる」、「枠をこえる」です。これら3つのコアバリューによる行動変容を、カインズの新たな人事制度「DIY HR」が支えていきます。カインズ人事戦略本部は「人事のカインズ工房」としてメンバーひとり一人に寄り添い、それぞれの働き方の違いによる社員区分を超えて、全てのメンバーの成長と挑戦を全力で支援していきます。

※HR (Human Resources) = 人事

学びたいという意欲を大切に、メンバーの成長をサポート

「DIY HR」は、①“自らのキャリアは自らで創る”が基本コンセプトの「DIY Career Path」、②学びたいものを自由に選択できる「DIY Learning」、③個を大切にしたい対1の個別ミーティングをベースとする「DIY Communication」、④ライフイベントに応じた多様な働き方を選べる「DIY Workstyle」、⑤心と身体のケアのための支援プログラムで笑顔溢れる職場環境を目指す「DIY Well-being」の5つの柱から成り立っています。このうち、DIY Learningでは「新たな学びを、じぶんらしく」をテーマに、従来のグレード別研修に加え、カフェテリア形式で自らが学びたいものを自由に選択できる仕組みを充実させます。ベースにある考えは、学びたい人の意欲を大切に、支援すること。自身に必要な研修が揃っている、学ぶ機会が等しく提供されている、学ぶことで自分のキャリアが開ける…、これらの仕組みづくりを通じて、メンバーの成長をサポートします。

じぶんらしい働き方、創ろう。 CAINZ の「DIY HR」

DIY HR の5つの柱	
DIY Career Path キャリアパスを、じぶんらしく	基本コンセプトは “自らのキャリアは自らで創る”
DIY Learning 新たな学びを、じぶんらしく	学びたいものを自由に選択
DIY Communication コミュニケーションを、じぶんらしく	1対1の個別ミーティングを ベースとした個を大切にしたいコミュニケーション
DIY Workstyle 勤務スタイルを、じぶんらしく	ライフイベントに 応じた多様な働き方を選べる
DIY Well-Being 心身の健康を、じぶんらしく	心と身体のケアのための支援プログラムで 笑顔溢れる職場環境へ
+	
人事戦略本部は「人事のカインズ工房」として、 “全メンバー”の成長と挑戦を支えていきます	



2年生研修



キャリアビジョンセミナー

地域社会とともに歩む 「CSR」

ベシアグループで連携し 地域社会への貢献を推進する

チェーンストアは、地域の人々に支えられてはじめて存在するものです。地域の発展が、そのまま企業の発展へとつながっていきます。私たちチェーンストアの一番の地域貢献は、「より良い商品をより安く」提供することで、人々の豊かな生活づくりに貢献すること。ベシアグループは、多彩な業種の企業を擁し、これらグループ企業が一体となって、青少年の育成、スポーツ事業支援、文化活動の発展、災害時の支援、雇用創出などを図るとともに、資源を循環させることで省資源化および環境保護・保全にも貢献しています。



群馬県のガスバクサツ群馬のオフィシャルユニフォームパートナーとなり
チームの飛躍をサポートしています



カインズが取り組む環境保護活動

- 食品リサイクル
- レジ袋の削減
- 排出ごみ削減
- インクカートリッジや蛍光管など資源の回収とリサイクル
- エコ商品の開発と普及
- 太陽光発電等の普及推進
- 太陽光発電、LED照明の導入などによる店舗消費電力の削減



アスファルト遮熱塗装



折半屋根の遮熱塗装

カインズのバリアフリー化

- ゆったりトイレの設置
- 福祉駐車場の設置
- サービスカウンター呼び出しインターホンの設置
- 車椅子・車椅子用カートの設置
- ワンフロアで段差のない売場
- 点字ブロックの設置 など



バリアフリーのトイレ



福祉駐車場

災害協定

- 災害時の支援物資
- 緊急避難場所の提供

I都2府15県 214行政
(2021年11月現在)



東京都江東区との「災害協定」締結



災害時の対応に埼玉県松伏町より感謝状が贈呈される

カインズ店舗の雇用促進

カインズが1店舗オープンすると、中小規模店舗で80人程度、スーパーホームセンターなら200人以上の専任社員、パート社員・アルバイトを地元から雇用することになります。カインズにとって、人材は最も貴重な財産です。地元で採用する方にも長く働いていただける人事制度を構築しており、能力と本人の希望に応じて正社員登用への道も開かれています。



地元で長く活躍する店舗社員はカインズの貴重な戦力です



【商品知識勉強会】商品の専門知識や技術を学び、接客に活用しています

カインズが推進する地域文化活動

- 公益財団法人ベシア21世紀財団による青少年育成の支援活動
- 地域の図書館などに対する図書への寄贈
- Jリーグ「ガスバクサツ群馬」のスポンサー活動
- カルチャー教室
- 産学連携



公益財団法人ベシア21世紀財団の助成金贈呈式

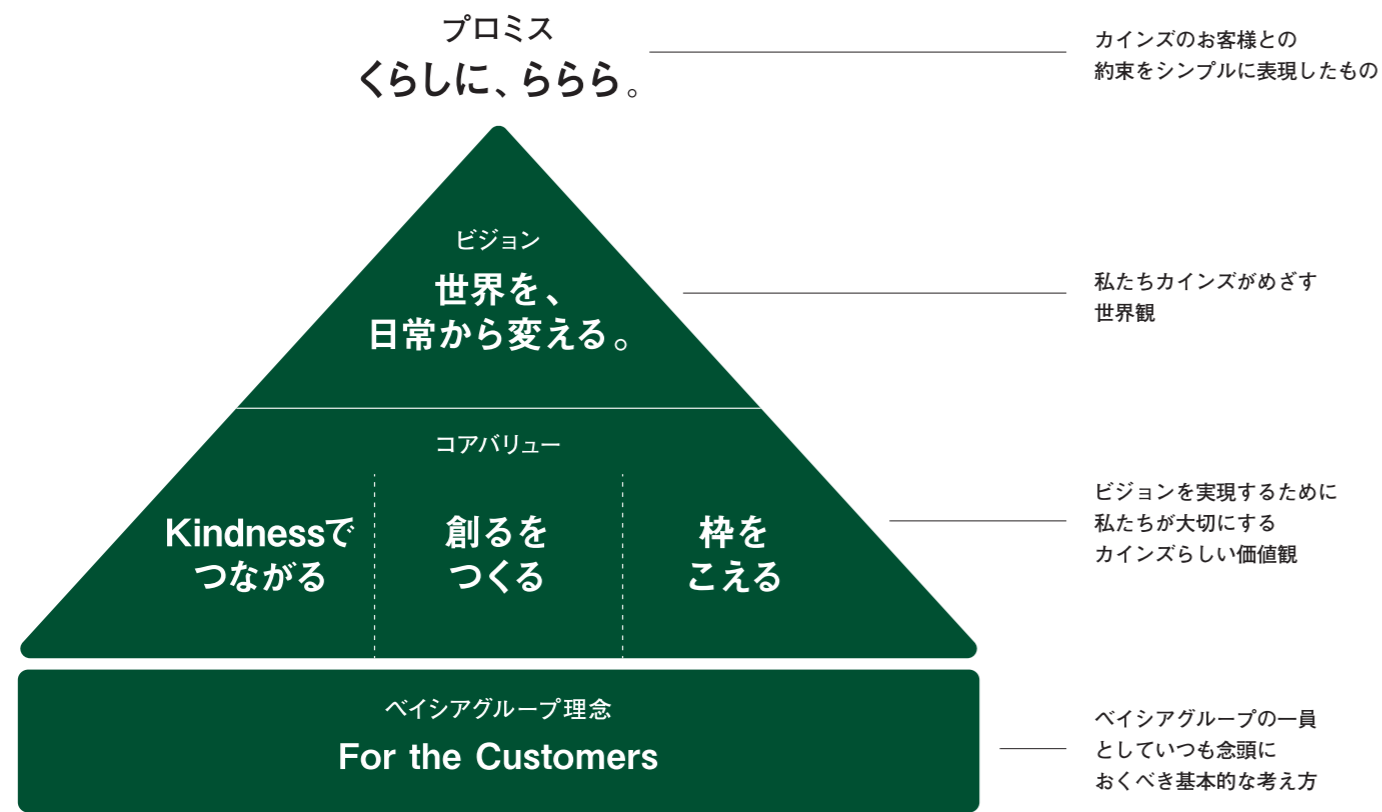


カインズカップ少年ラグビー大会

新しい企業理念のもと、価値観を共有し、 「次のカインズを創る」ための 取り組みを進めています。

私たちは2020年3月より、新しい企業理念を掲げ、「次のカインズを創る」ためにさまざまな施策に取り組み、大きな変革に乗り出しています。ペイシアグループ理念“For the Customers”を土台に、「くらしに、ららら。」をお客様との約束をシンプルに表現したプロミス、「世界を、日常から変える。」をビジョンとし、ビジョンを実現するための3つのコアバリュー（価値観）を制定しました。

■ カインズの企業理念



■ kindnessでつながる

「Kindness」はカインズの強みです。すべての事業活動と周りの人々に対して、常に「Kindness:親切心」を中心においてつながる。それは決して簡単なことではありません。プロフェッショナルとして自分を律する強さと、相手の気持ちを汲み取る豊かな想像力、そして相手を心から大切にすることが求められます。ひとり一人がこれを実行したとき、「Kindness」の連鎖がおき、私たちの強みは大きくなります。社名の由来にもなっている「Kindness」。「Kindness」にあふれる世界を一緒に作りましょう。

■ 創るをつくる

カインズは、「創る=何事でも自分でチャレンジして形にする」文化を世の中に、そして社会の中に広げていきます。そのためには、自らが時代の変化を捉え、クリエイティビティを発揮し、新たなことに常に挑戦し続けることが大切です。そして、日常を、心地良く、便利に変えていくためにも、お客様やメンバー、パートナーと一緒により良い店舗やくらしをつくり出していきます。

■ 粹をこえる

カインズは、これまでも、これからも前例や常識にとらわれない、新たな商品やサービスを生み出していきます。そのためには、多様なものやことに触れてみる好奇心を持ち、思ってもみなかった新たな化学反応を起こす勇気を持つこと。そして、自分の殻をやぶり、自分自身もつくり変えていくことが大切です。事業、地域、人の価値観など、さまざまな粹をこえ、一緒に価値や文化をつくり変えていきましょう。

DATA INFORMATION

■ 会社概要

設立	1989年3月1日
資本金	32億6,000万円
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
従業員数	13,097名 (2021年2月末現在)
事業内容	ホームセンターチェーンの経営
売上高	4,854億円 (2021年2月末)
店舗数	28都道府県下に226店舗 (2021年7月末現在 C'zPRO 東名横浜店を除く)
本部所在地	〒367-0030 埼玉県本庄市早稲田の杜一丁目2番1号 TEL: 0495-25-1000 FAX: 0495-25-1001
東京情報センター	東京都台東区上野7-6-1
CAINZ INNOVATION HUB	東京都港区北青山3-6-26



本部
(埼玉県本庄市)

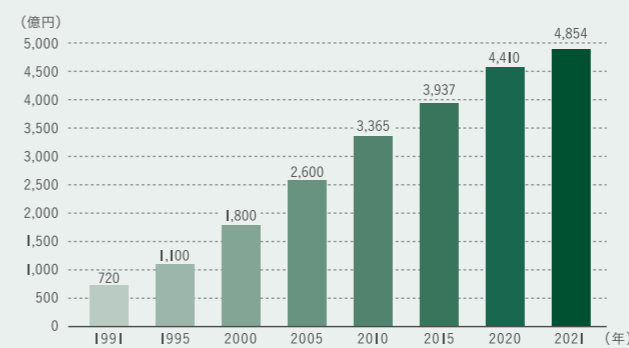


東京情報センター
(台東区上野)

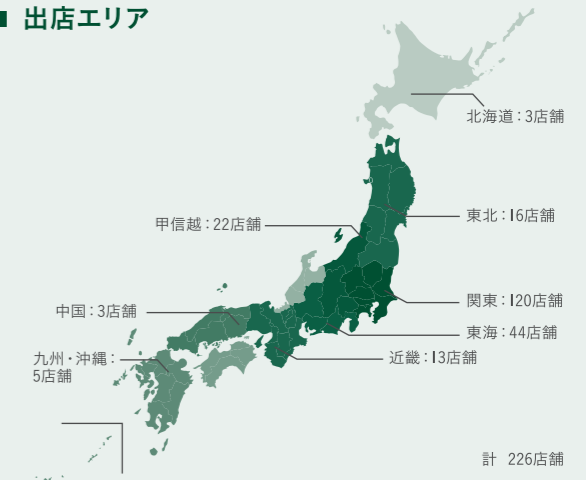


CAINZ INNOVATION HUB
(港区北青山)

■ 売上高推移



■ 出店エリア



■ 沿革

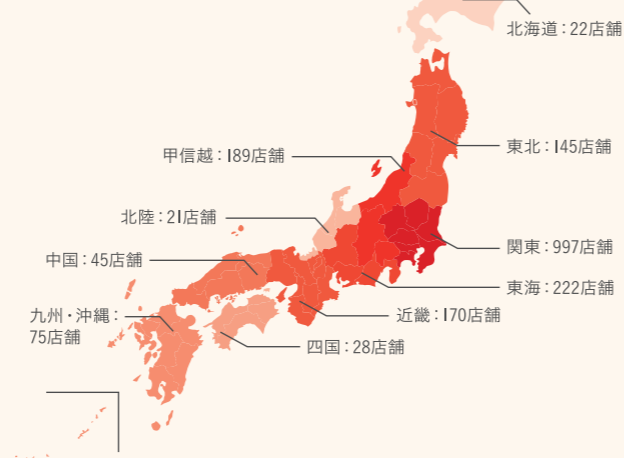
- 1978年 ホームセンター1号店(栃木店) オープン
- 1984年 東京情報センター開設
- 1987年 矢板流通センター稼働
- 1988年 伊勢崎流通センター稼働
- 1989年 株式会社カインズ設立(株式会社いせやより分社・独立)
- 1991年 高崎本部開設
- 1993年 流通技術研究所開設
- 1994年 スーパーホームセンター1号店(伊勢崎店) オープン
海外直仕入れスタート
100店舗突破
- 1995年 ロープライス保証スタート
- 1996年 POS導入
- 1997年 総合研修センター「軽井沢倶楽部」完成
- 2000年 チラシ保証スタート
売上高・経常利益で業界No.1リーディングカンパニーに
新会長・新社長就任
- 2002年 売上高2,000億円突破
- 2003年 長野流通センター・東金流通センター稼働
- 2004年 名古屋流通センター稼働
- 2006年 出店エリア20都府県突破
上海事務所開設
オンラインショップ開設
売上高3,000億円突破
- 2007年 藤枝流通センター・川越流通センター稼働
マスター社員制度導入
カインズスマイルプロジェクト発足
- 2008年 北海道初出店(FC大曲店)
- 2009年 ペイシアグループ創業50周年
カインズ設立20周年
上海流通センター・青島流通センター・深圳流通センター稼働
- 2010年 神戸流通センター稼働
中国に現地法人「家迎知商貿有限公司」設立
上海物流センター稼働
- 2011年 沖縄県初出店(FCサンブラザ糸満店)
新矢板流通センター稼働
太田海外商品専用センター稼働
深圳物流センター稼働
本庄早稲田本部開設(高崎本部から移転)
- 2013年 札幌流通センター稼働
- 2014年 カインズ設立25周年
CIを変更
- 2015年 前橋資材専用センター稼働
200店舗突破
- 2016年 九州初出店(福岡新宮店)
- 2017年 広島県初出店(広島LECT(レクト)店)
ホーチミン事務所開設・ホーチミン流通センター稼働
中国ECサイト「天猫(T-MALL)」にオンラインショップ開設
都市型新店舗「StyleFactory」1号店オープン(テラッセ納屋橋店:現在は閉店)
- 2018年 くみまちモール1号店オープン(前橋小島田店)
福岡流通センター・厚木流通センター稼働
- 2019年 ペイシアグループ創業60周年
カインズ設立30周年
新会長・新社長就任
- 2020年 会員制建築プロ専門ショップ「C'zPRO」1号店オープン(東名横浜店)
寧波流通センター稼働

グループシナジーを最大限に活かし、 「グループ1兆円」を実現

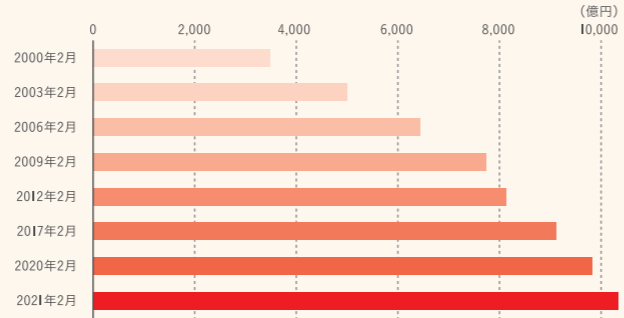
ベシアグループは、物販チェーン6社を中心に28社からなる企業集団です。衣・食・住の暮らし全般の業態を幅広くカバーしています。そのネットワークは、北海道から沖縄まで47都道府県に拡大、グループ総売上は1兆円を突破しました。「より良いものをより安く」の理念のもと、一体感は日々強固なものとなり、グループ間での商品開発、物流、共同出店などで他チェーンにない強みを発揮し、「商業の工業化」に挑戦し続けています。



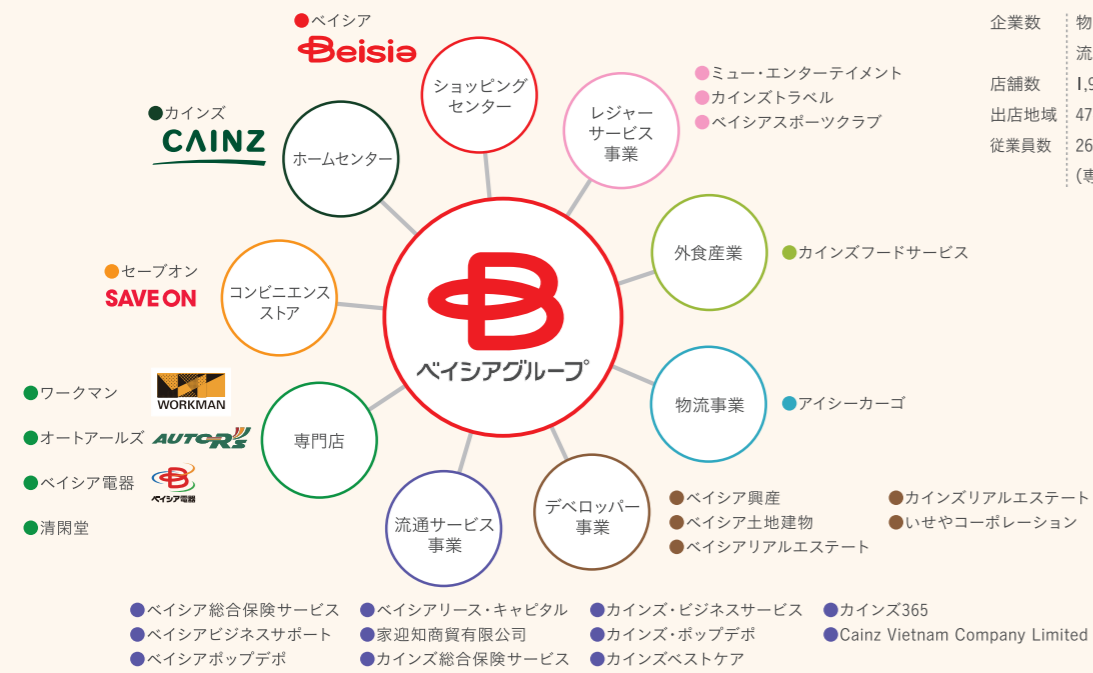
■ベシアグループの広がり



■ベシアグループの売上高推移



■ベシアグループ企業



■ベシアグループ概要

企業数	物販・サービス企業11社 流通サービス企業17社
店舗数	1,914店舗 (2021年2月末現在)
出店地域	47都道府県
従業員数	26,461人 (2021年2月末現在) (専任社員・パート社員・アルバイト含む)



※2021年2月末現在

くらしをつくるということは、
小さい、小さい、挑戦の積みかさねである。

失敗をおそれず、新しいものを生みだしていく。
それは、あたりまえだった毎日を、変えていくこと。

ときにその過程で生まれる摩擦を、
わたしたちは恐れずにいたい。

日本中の、そして世界中のくらしを、
もっと心地よく。
もっと楽しく。
もっと快適にするために。

今、カインズにできることを。

VISION

**世界を、
日常から変える。**

目指すべき
「企業ビジョン」

