

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」
女性の活躍推進
企業認定



製品安全対策
優良企業マーク



AEO 認定事業者



CAINZ

株式会社カインズ



PROMISE くらしに、ららら。

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	カインズのロジスティクス	11
トップからのメッセージ	02	国内外物流拠点	12
カインズとは	03	『くみまち構想』とは	13
社名に込められた想い	04	『くみまち』活動	14
開発ユニット紹介	05・06	カインズで創る時間	15
SPAについて	07	カインズで創る場所	16
カインズのオリジナル商品	08	出店パターン	17
品質管理体制	09	独自性の高い売り場	18
品質保証とサポート体制	10	デジタル戦略	19
		オウンドメディア	20
		人事戦略	21
		全国に届けるカインズブランド	22
		企業理念	23
		会社概要	24
		ベシシアグループの概要	25
		カインズのビジョン	26



私たちにしかできない 価値を創出し、「くらしDIY」を文化に

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

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。2026年2月末時点で、店舗数は29都道府県下に263店舗、5,874億円となっています。これも皆様のご支援の賜物と深く感謝申し上げます。

私たちカインズは、日本型のホームセンターという業態を立ち上げた1978年の創業以来、オリジナル商品の開発へと舵を切った2007年のSPA宣言、ITを積極的に活用した新たな購買体験を提供するIT小売業宣言と、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、お客様一人ひとりの自分らしいくらしをサポートしてきました。

AIをはじめとするテクノロジーの急速な進化により、お客様の日常のくらしやその中で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。

2019年を第3創業期のスタートと位置づけて「次のカインズを創る」ためのさまざまな施策に取り組む中、カインズでは新たに「くらしDIY」をブランドコンセプトとして策定しています。誰もが自分らしい幸せ、自分らしい生き方を求める「くらし多様化」の時代に、お客様一人ひとりの、ご家族の、そして地域の日常を楽しくしていくことができるよう、自らが創ってきたカインズという枠をこえて、モノを売るカインズから創意工夫のアイデアを届けるカインズへと進化していきます。

「くらしDIY」の根底に流れているのは、カインズならではのライフスタイル提案です。自ら取り組むくらしの創意工夫の全てが「DIY (Do it Yourself)」であると考え、DIYの裾野を広げ、「くらしDIY」を文化として昇華できるように取り組んでいます。デジタル領域では「ホームセンターを遊び倒すメディア」をコンセプトに『となりのカインズさん』を通じて、くらしを豊かにする

ための情報を発信しています。また、ユーザーコミュニティの「CAINZ DIY Square」を通じて会員同士の交流を促進し、くらしのアイデアの発信や発見ができるあたたかさが魅力の場を提供しています。

そして、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、一人ひとりが主役になれる「まち」（＝地域社会）を実現することを目指す、『くみまち構想』に基づく施策も次々と始まっています。社会課題を「環境」や「防災」「多様性」など15の領域に分け、小学校高学年を対象に授業化した「くみまち学校」が2023年4月から埼玉県のカインズ3店舗で本格開講し、学校では教えてくれない「生きる力」を、体験(DIY)を通じて学ぶ場を提供しています。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2万7,000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。

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、一人ひとりの、ご家族の、そして地域の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。そして、「くらしDIY」を文化へと昇華する、私たちにしかできない価値を創出してまいります。





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。



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

商品カテゴリーごとに縦割りの環境だった体制を、ブランドチームによる企画立案と意思決定プロセスに刷新。
従来の事業部やカテゴリーを活かしながらも、横断型チームによるライフスタイル重視の商品開発に取り組んでいます。
これにより、従来のより良い「商品」からより良い「くらし」へと、お客様に提供する価値を進化させています。

ライフスタイル



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、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。」という事業本部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・加工食品



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・DIY



農家や大工職人など、プロフェッショナル向けの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・ガーデン



「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』（わんクオール）を通じた情報発信も行っています。



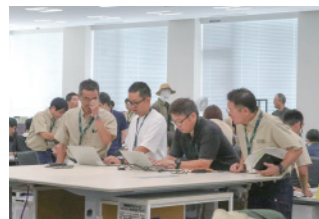
SPAを推進し くらしに楽しさ、便利さ、喜びを

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2万7,000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



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。



GOOD DESIGN
AWARD 2025

グッドデザイン賞



ノズルがしまえる散粒器
ノズビタ



コーンの根元を保護する
コーンベット



reddot winner 2025
レッドドットデザイン賞



木製サイレントキャリア



おしっこチェックシリーズ



循環型培養土



丸鋸ガイド定規



空気循環器



iFデザイン賞



折りたたみキャリコ Cari+con



空気循環器



CAINZOO (CAINZ DIY MARKET)



モンド
セレクション



果実しぼり
レモン



果実しぼり
グレープフルーツ



有機むき甘栗



焼き干し芋



ハニーロースト
ピーナッツ



京都のだし屋が作った
おうちカレー

■ 物流



■ プロモーション

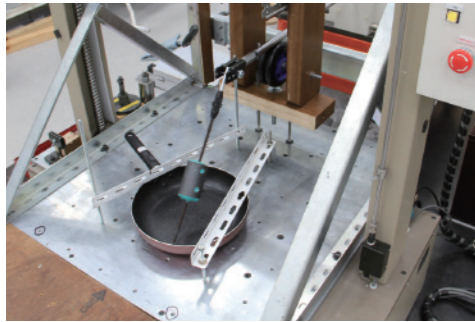


■ 販売／サポート



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を提供することです。品質マネジメントができて初めて製品化され、店頭で商品を並べることができます。本庄早稲田本部には、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)



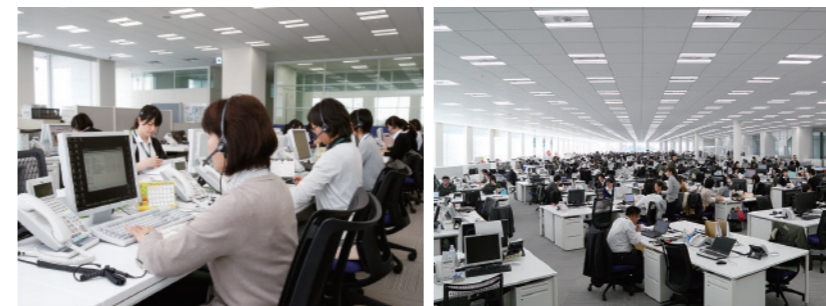
一般的な基準より 厳しい自社基準を設定して検査

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。コンタクトセンターには、商品知識を持ったメンバー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。



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、高品質・低価格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) 認定事業者として



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、その認定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。

カインズベトナム
現地法人事務所

ホーチミン
物流センター

ロジスティクスネットワーク 海外/国内



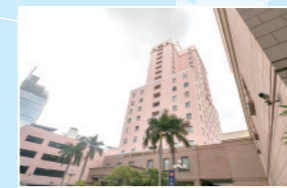
桑名流通センター



日高流通センター



上海物流センター



カインズベトナム現地法人事務所



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3割を超え、SKU数も約2万5,000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。2010年には中国上海に現地法人を設立、前後して上海・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

まちのくらしをみんなでDIY 『くみまち構想』



一人ひとりが主役になれる「まち」を実現

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、29都道府県下に展開する263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、一人ひとりが主役になれる「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月に改訂した企業理念である、ビジョン「世界を、日常から変える。」、プロミス「くらしに、ららら。」を具現化するものです。

主な取り組みとしては、地元農家の採れたて野菜や果物などを販売する「くみまちマルシェ」、学校では教えてくれない「生きる力」を体験（DIY）を通じて学ぶ「くみまち学校」、災害に強いまちづくりを支援する「防災イベント」などがあります。

また、店舗への太陽光パネル・蓄電池設置による地域脱炭素とレジリエンス向上、店舗をサーキュラーステーションと位置づけた各種リサイクルを促進など、環境活動にも力を入れています。

カインズのある「まち」が「より安心で、より楽しく、より自分らしく」なるようにと取り組んでいます。



『くみまち構想』

■ 店舗をハブに地域との共創に取り組む



「くみまちマルシェ」

「くみまち学校」

「防災イベント」

地域社会とともに歩む『くみまち』活動

地域社会への貢献を推進

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。

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・保全にも貢献しています。



群馬県のプロサッカークラブ「ザスパ群馬」のオフィシャルユニフォームパートナーとしてチームの飛躍をサポートしています

©THESPA

環境活動

- 店舗の環境負荷削減
 - ・環境配慮型資材の活用
 - ・太陽光パネル・蓄電池の設置
 - ・廃棄物削減・リサイクル促進
- エコ商品の企画・開発・販売
- エコくらしの啓発・推進
- まちの環境保全・美化活動への参画



サーキュラーステーション



カインズ 前橋小島田店に設置している太陽光パネル

安全・安心、防災活動

- 包括連携協定 13市
- 自治体との災害協定 24都府県、208市町村 225店舗
- 警察署 9件 (2026年2月末現在)



静岡県御前崎市との「災害協定」締結

埼玉県鶴ヶ島市との「包括連携協定」締結

みなさんにKindnessな店舗

- バリアフリートイレの設置
- 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

雇用創出

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。地元の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

文化・スポーツ活動

- 公益財団法人ベシヤ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「ザスパ群馬」のパートナー活動
- カルチャー教室
- 産学連携プロジェクト



公益財団法人ベシヤ21世紀財団の助成金贈呈式



U-12ラグビーフットボール大会

「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」の売り場を強化しました。「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。



モノ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をはじめとする、“手づくり”の楽しさを伝えるため、「DIY Square」や「カインズ工房」を運営しています。DIY技術だけでなく友達を増やし、自分自身の生活がより良くなっていく、カインズの新しいDIYが体験できる場です。DIY Squareは、構想を練る段階から完成まで、お客様が自由に使える新しい概念の工房です。「きいて」「つくって」「つながって」「たのしむ」の4つの柱で構成されています。「きいて」「つくって」「つながって」「たのしむ」の4つの柱で構成されています。DIYキャプテンにサポートを受けることができたり、SNS配信に適したスペースで作品をシェアしたりすることができます。カインズ工房はDIY、工作、作業場としてご利用いただけます。電動工具も取り揃えています。



XTER OR PLAZA
物置・収納庫売場

資材館

CYCLE PARK

Pet's One

CAINZ

GARDEN CENTER

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263*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。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。

※2026年2月末現在

ホームセンター	複合型店舗	その他専門店
 <p>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。</p>	 <p>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。</p>	 <p>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。</p>
 <p>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。</p>	 <p>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。</p>	 <p>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。</p>
 <p>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。</p>	 <p>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。</p>	 <p>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。</p>

※写真はカインズ 朝霞店外観

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、売り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」、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・独自性の高い売り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



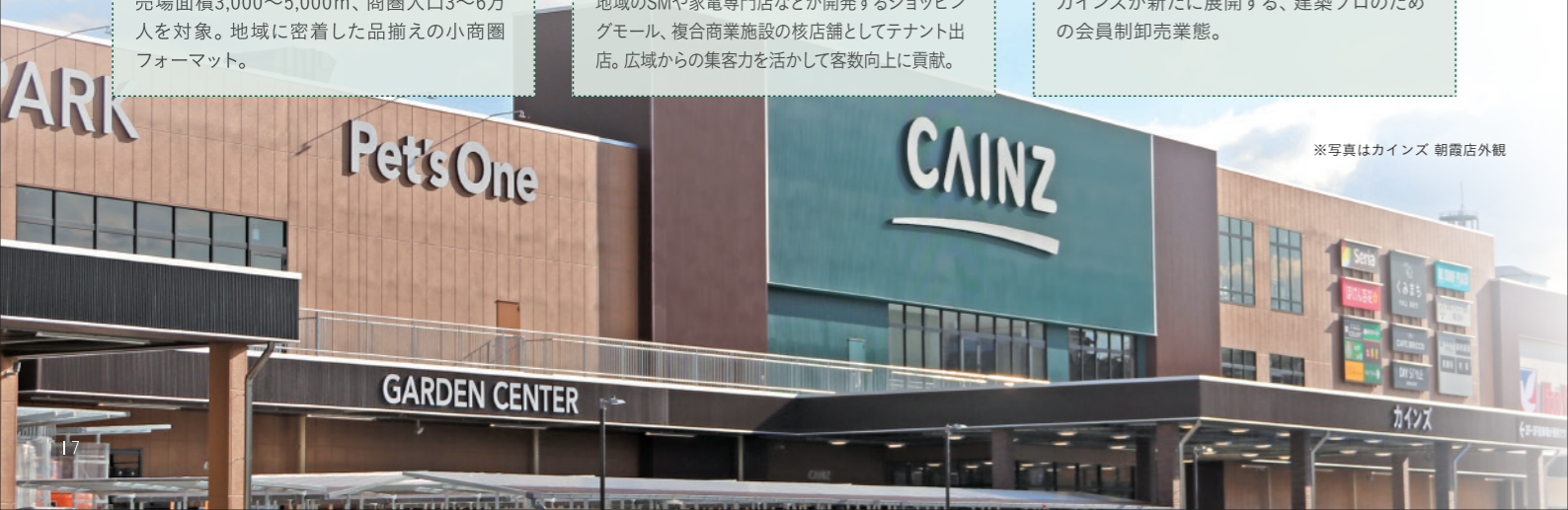
■ 資材館



■ リフォームセンター



■ エクステリアプラザ



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」の実現を各種施策に取り組むカインズ。業界に先駆けてECにも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。デジタル専門部署を設置し、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。

2025年12月にグランドオープンしたカインズ 吉川美南店では、会計時のわずらわしさをなくしスピーディーにお買い物を楽しめる24時間営業のレジレス無人店舗「CAINZ Mobile Store」や、店舗にはない商品も見つけることができ、注文も可能な電子カタログ「デジタルオーダー」を投入しました。また、店舗運営においてもデジタルツール等を活用し、メンバー（従業員）がよりお客様とのコミュニケーションに注力できるよう、業務効率化を実施しています。

最終的な目標は、ネットとリアルの垣根を越えて、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。



CAINZ Mobile Store(カインズモバイルストア)



デジタルオーダーコーナー

■ カインズのデジタル戦略 (DX)

Point.1

ストレスフリー

店舗空間とデジタル空間の間に垣根のない体験を創り、買物の煩わしさを解消。

Point.2

パーソナライズ

デジタル技術を用いてお客様一人ひとりの今欲しいものに寄り添った提案を。

Point.3

エモーショナル

お客様の日々の暮らしをちょっと楽しく便利に。発見やアイデア溢れる体験を。

Point.4

コミュニティー

お客様に必要なのはモノだけではない。くらしを繋ぎ、街をつくるサポートを。

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。

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くらし向上メディア』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How to動画が充実。特にDIYや家庭菜園動画が好評です。



■ 公式通販サイト

カインズオンラインショップ

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

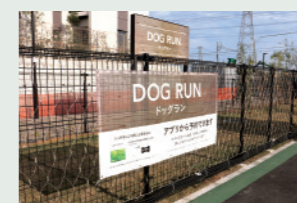
1. 店舗の在庫を取り置ける
2. 在庫が見られる
3. 売場がわかる
4. チラシが見られる
5. ポイントが貯まる
6. お知らせが見られる



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。



成長を続けるための「人事戦略」

全メンバーの自律と成長を促す

「DIY HR」は、カインズのメンバーが、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」、「粹をこえる」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」が支えています。人事部は「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。



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が創る”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1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。

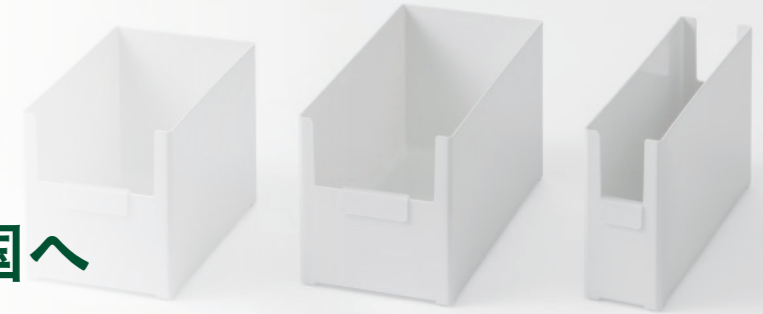


2年目研修



キャリアビジョンセミナー

くらしをもっと豊かに もっと身近に カインズブランドを全国へ

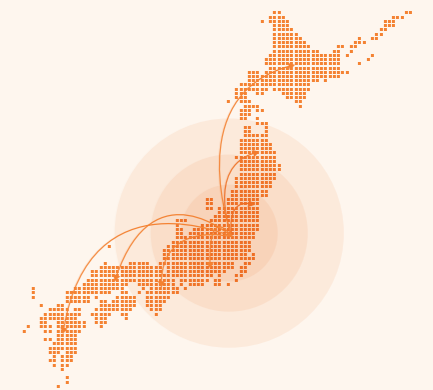


カインズオリジナル商品をお届けする 他社店舗ネットワーク

カインズが出店していない地域や、これまでカインズオリジナル商品に触れる機会がなかったお客様にも、商品をお届けしたい。こうした想いのもと、カインズではベシアグループをはじめとする他社店舗でのオリジナル商品販売を推進し、新たな販売チャネルを通じてお客様との接点を全国へと広げています。

■ 全国に広がる 他社店舗での取り扱い実績

取り扱い店舗数の拡大に伴い、進出する都道府県や商品カテゴリーも着実に拡大しています。より多くのお客様にカインズならではの価値を届けるとともに、持続的な事業成長につなげています。



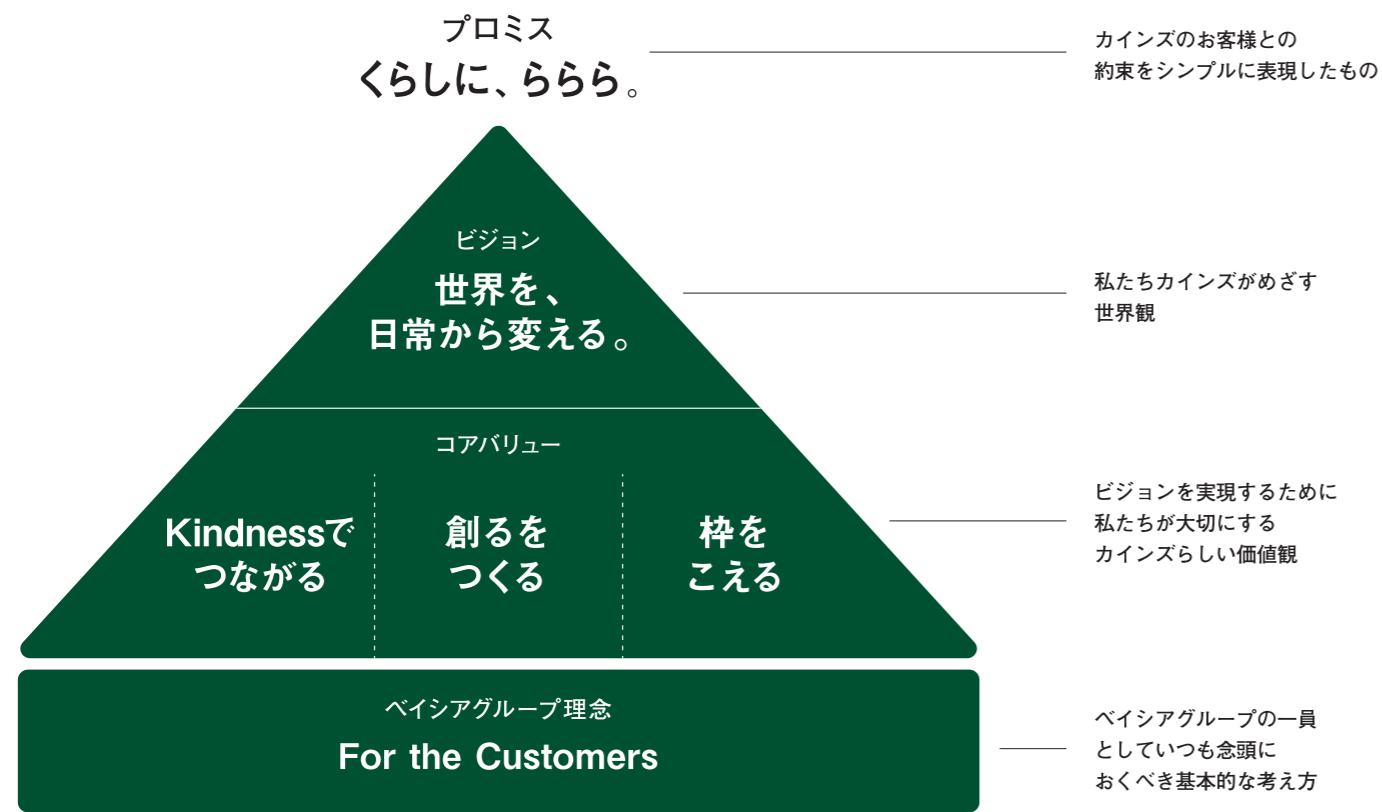
ベシア古市場店 (写真左右)



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。ベシアグループ理念“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	13,738名 (2026年2月末)
事業内容	ホームセンターチェーンの経営
売上高	5,874億円
店舗数	263店舗 (2026年2月末時点)
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
ベシアグループ 東京都港区南青山2-5-17
青山イノベーション・ハブ ポーラ青山ビルディング 6階



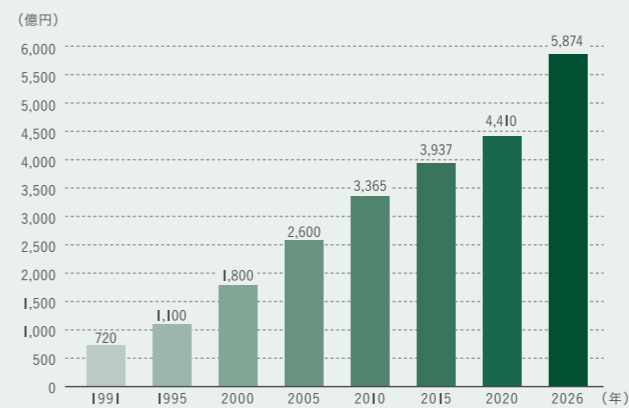
本庄早稲田本部 (埼玉県本庄市)



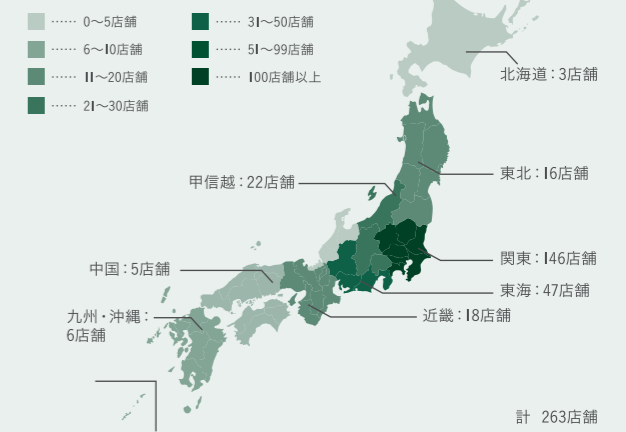
東京情報センター

ベシアグループ
青山イノベーション・ハブ

■ 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
- 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
100店舗突破
- 1995年 ロープライス保証スタート
- 1996年 POS導入
- 2002年 売上高 2,000億円突破
- 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
- 2008年 北海道エリア初出店(大曲店)
- 2009年 ベシアグループ創業 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 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(サンブラザ糸満店)
- 2012年 本庄早稲田本部開設(高崎本部から移転)
- 2014年 CIを変更「カインズ ホーム」から「カインズ」へ
- 2015年 前橋資材専用センター稼働
200店舗突破
- 2016年 九州エリア初出店(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
- 2019年 ベシアグループ創業 60周年
カインズ設立 30周年
- 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)
- 2021年 「くみまち構想」を策定
- 2022年 東急ハンズ(現:ハンズ)がカインズグループに
- 2023年 売上 5,000億円突破
8つのプロダクトブランドを発表
- 2024年 前橋市ローズタウンサッカー場(愛称:ザスパーク)を前橋市に寄贈
- 2025年 ベシアとカインズがザスパの第三者割当増資を引き受け、ザスパがベシアグループに
次世代型の初号店、カインズ 吉川美南店オープン
大都がカインズグループに

