



2014年10月10日
株式会社カインズ

報道関係各位

株式会社カインズ

住空間にかかわる商品・サービスのこれまでを超える、くらしのプロフェッショナルを目指し 2014年10月13日、CIを「CAINZ」へ変更

株式会社カインズ(埼玉県本庄市・代表取締役社長 土屋裕雅)は、2014年10月13日、コーポレート・アイデンティティ(以下、CI)を、これまでの「カインズホーム」から、「カインズ」へ変更いたします。

カインズは、2014年3月に設立25周年を迎え、同年8月に、“くらしに、ららら。”というキーメッセージを確定し、「ららら」を提供する企業となることを目標に、起業30周年にむけ、様々な新しい取り組みを開始致しました。

「ららら」とは、毎日の暮らしのなかで感じる、ちょっとしたよろこびをイメージしています。誰にでもある、日常生活の小さなよろこびがたくさんあるくらし。そんなくらしこそが、真のしあわせであり、そのしあわせを生む商品、サービスを提供することこそ、くらしのプロフェッショナルとカインズは考えます。

新しい取り組みは、これまでのホームセンターという業態に縛られず、お客様一人ひとりの「くらしに、ららら。」の追求から、可能性を広げ、商品、業態、サービス、すべてに対して、チャレンジしていきます。

流通業が掲げる顧客視点マーケティングを進化させた、約10,000人の従業員が商品開発に参画するシステムを開始し、社員の持つ、生活者としての視点+お客様の声によるひらめきを、商品開発に活用しています。更に、カインズ独自の美しいくらしに対する思いを、商品開発に生かすことで、ライフスタイルを提案できる商品を目指します。

ホームセンター業態を超える流通ビジネスを目指し、単独カテゴリーでの首都圏型路面店の開業、オンラインセレクトショップ「トゥルーベリー」の展開、新業態開発トライアルとしての、POPUPショップの実施など、新業態開発への取り組みも行っています。

サービスは、商品以上に、お客様の声を具体化することをモットーに、オリジナルカートの開発など、細かい部分から開始し、来店したお客様がリラックスしてお買い物が楽しめる空間の実現を目指していきます。

CIロゴは、10月13日放映の、テレビコマーシャルから、すべて「CAINZ」に変更いたします。また、本年11月より、新店舗、及び全面改装店を中心に、順次、店舗看板、店舗名称を「カインズ」に変更してまいります。(※ロゴイメージは下記に別途記載)

<新 CI(ロゴ)>



<新ロゴの説明>

- * カインズのブランドネームは、「親切的な」という意味の英語[KIND]に由来しています。
Cは[CUSTOMER][お客様第一]をあらわし、センターの AI は「愛」を、Z はアルファベットの最後の文字であり「ずっと、永遠に」ということを意味しています。
CAINZ—すべての人に親切、思いやりを持って接すること。
お客様すべてに、最高のサービスとさまざまな商品をお届けするという思いがこの名前にはこめられています。
このロゴは、2008年12月より、オリジナルPB商品のロゴとして使用していましたが、このたび、企業CIとすることに決まりました。
- * ロゴデザインのイメージはロゴタイプの丸みが優しさとおもてなしをイメージしています。
そしてスピード感あふれるブラッシュラインは素早い対応と商品、優しさをお客様にお届けするイメージを表現しています。

【会社概要】

代表者:	代表取締役会長 土屋 嘉雄
	代表取締役社長 土屋 裕雅
設立:	平成元年 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:	10,092名(2014年9月末時点)
店舗数:	194店舗 ※カインズサイクルパーク、ペッツカーサを除く
県別店舗数:	北海道 3 宮城県 4 福島県 11 茨城県 11 千葉県 18 栃木県 12 群馬県 29 埼玉県 28 長野県 16 山梨県 3 東京都 4 神奈川県 8 静岡県 19 愛知県 8 三重県 4 岐阜県 2 滋賀県 2 京都府 1 奈良県 1 大阪府 2 兵庫県 4 鳥取県 1 岡山県 1 沖縄県 2