

エマージングカンパニー

# Emerging Vol. 25 Company®

November December /2011

Special topics **アジアで勝つ!**

# タイ ビジネス



SBU 社長  
加藤 大輔 氏



マックスサポート会長  
柳沢 知秀 氏

タイ支局設立特別インタビュー

東南アジアの展開拠点として見るタイ  
タイで頑張る日本人経営者



Close up

“ビジネスの基準はあくまで“自分”  
業界の常識、慣例を打ち破り

「潜在ニーズを  
顕在化する」

KSGグループCEO 高橋 泉 氏

開催報告

## 第3期定期総会 & 第3回例会

開催報告

## シンガポール 2011 ビジネスフォーラム

連載

[アジア経営者連合会だより]

[会員の横顔]

[掲示板]

[菅生新の 夢創造 店舗展開]

京ろまん

掲載  
企業

アイボリー

エステー産業

エッセンス

KAI設計

ガイアソリューション

Kマーケティングアンドコンサルティング

コレリアンドアトラクト

シュガー法律事務所

ジュエリー貴樹

秀實社

チャンスイット

トライアウト

日本アルマック

バイタリフィ

パラダイムシフトIDNet work's

弁護士法人畑中鐵丸法律事務所



3つのポリシーに適用  
新規事業で急成長を続ける  
冠婚葬祭総合サービスグループ

「時代の流れに逆らっていないこと」「社会的価値(意義)があること」「他社がやっていないこと」...。以上3つのポリシーに適用と判断すれば、我々はためらうことなく新規事業をスタートさせます。どれか一つでも欠けてはなりません」

冠婚葬祭を基軸とする各種サービスをはじめ、近年は電報事業を手がけるKSGグループCEOの高橋泉氏は力を込めてこう話す。

高橋氏は、国内8社、海外現地法人3社、売上規模120億円、社員592名の同グループの創業社長である。

結婚式をドキュメンタリー風に編集したデザインアルバムで業界を席巻した「ラヴィ・ファクトリー」、式場代、衣装代、ヘアメイク、写真代などオール込みで4万8000円(現在は5万5000円)から行なう「小さな結婚式」、アットホームなハウス型葬儀式場で15万円からできる「ファミリー葬」など、冠婚葬祭の常識を次々と覆した同グループの事業はすべてが成功し、毎期2ケタ増と驚異的な成長を続けている。「最近では自分流の生き方をしている人が

## ビジネスの基準はあくまで“自分” 業界の常識、慣例を打ち破り 潜在ニーズを顕在化する

アジア経営者連合会 会員企業

KSGグループ CEO

高橋 泉 氏

95年の阪神淡路大震災の逆境を乗り越え、数々の新規事業を打ち立ててきたKSGグループCEOの高橋 泉 氏。冠婚葬祭業の家で育った高橋氏は、業界のしきたりや商習慣への疑問を持ち前のアイデア力でさまざまな事業構築につなげてきている。「Keep on Serving to Guest(=人に尽くし続ける企業)を社名とし、2ケタ成長を続ける同グループのリーダーにビジネス哲学と事業化の要諦を語ってもらった。

増えているのに選択肢が少ない。だから私が作ってやろうと思っただけです。常に基準にしているのは自分。それが受け入れられることほど経営者冥利に尽きるものはありません」

他社がやっていることは自分がやらなくてもいい。高橋氏はきっぱりこう話す。

### 業界の常識を打破した 斬新なサービスで時代を捉え 利用者の心をつらちり掴む

高橋氏は短大卒業後、母親が経営する冠婚葬祭会社に就職。結婚を機に退職し、双子を授かったが1年足らずで離婚した。子育てのため28歳のときエステとレンタル婚札衣装の会社「レック」を立ち上げたが、阪神淡路大震災に見舞われ会社休業を余儀なくされてしまう。だが、

「被災という悲惨な状況に比べたら事業がうまくいかないなんてどうってこともない。かえって人の役に立ちたいという思いが強まりました」

震災後に手掛けた最初の事業が「ラヴィ・ファクトリー」だった。決めポーズだけというお定まりの結婚式写真ではなく、新郎新婦に密着し、400カット以上撮影したスナップから厳選30枚をアルバムにして12万0000円(当時)という。斬新なサービスだった。

「当初は式場と契約している写真館などに売り込みましたが採算が合わない」と相手にしてもらえませんでした。でも、私には若い女性に喜ばれるという自信が揺るぎなくあったのです。結婚情報誌に広告を載せたら大反響。ニーズはあると確信しました。その後、式場への持ち込み実績を元に、自社でカメラマンを集めて式場やホテルと直接契約し、全国展開するまでであったという間でした」

その後は前述の「小さな結婚式」(全国15拠点で年間9000組が挙式)でバツイチニーズを掴んだ。「自分の体験からも若い人たちだけでなく、再婚するなら小規模ながらもおしゃれな式にしたいというニーズが相当数あると思っていました」

「ファミリー葬」は神戸や大阪に専門式場を開き、アットホームな設備を整えたことも功を奏してヒットした。見学会にも力を入れている。「直葬」が大流行ですが、あれには社会的な意義が感じられません。人の尊厳を守るために、安価でも式はしっかり行なうべきだと思います」

冠婚葬祭を熟知しているだけに業界の現状から多くのアイデアが湧いてくると話す高橋氏。プライダ情報提供する「プライダカフェ」もオープンさせた。

KSGグループの事業は利益率の低いものばかりというが、利用者の心を掴めば大きく成長できるということを実に示している。

### 大きな成功を導く鍵は 時代の変化に素早く 対応できる姿勢

今、高橋氏が注力しているのが05年に参入した電報事業だ。総務省から特定信書の取扱認可を受け、「e-denpo」の商標で1001円という低価格(従来の約3分の1)の電報サービスの展開。顧客は法人会員会員からのニーズに的確に応え、今では契約数は約4万社にのぼる。「初めて祝電を打ったとき、決まりきった文言で愛想のない紙が3000円以上もするのかわいたんです。そこで、N.T.T.が独占している115番の開放を求めて総務省に意見書を出しました」

07年から利用者が台紙の選択や画像、文字色などを自由にデザインできる「デコレーションカード」の制作サービスを追加した。ホームページ上の専用ページからアクセスすれば写真や企業ロゴ、自筆サインなども無料で組み込めるオリジナルメッセージが簡単に作れる。現在は大手配送会社を中心に、N.T.T.に次ぐ全国配送網も構築しました。

「まだまだN.T.T.の牙城は堅い。でも、うちは記念日電報やギフト電報などで切り崩しを図っていきます」

上海や韓国、香港などビジネスの照準を世界市場に向けつつあるグループ企業の総帥は、新たなサービスの創出にも向け意気軒昂である。

会社概要

社名 KSGグループ  
CEO 高橋 泉 氏  
設立 1989年9月21日  
所在地 兵庫県神戸市中央区東川崎町1丁目3-3  
神戸ハーバーランドセンタービル18F  
従業員数 592名(常勤以上、2011年10月末現在)  
資本金 5,000万円  
事業内容 冠婚葬祭を基軸とした事業展開を、法人8社、海外4拠点で展開。事業収益部門として現在18の事業部の運営、展開を行っている。

KSGとはKeep on Serving to Guest  
=「人に尽くし続ける企業」  
冠婚葬祭を事業軸とし、異業種へ展開を大きく拡げる企業グループです。



メモリアルハウス三田 四季の庭



e-denpo

プロフィール

高橋 泉(たかはし・いずみ)

- 1961年 兵庫県生まれ
- 1981年 芦屋女子短期大学卒業後、家業の冠婚葬祭会社に入社、後に取締役
- 1989年 レンタル衣装とエステの会社、株式会社レックを設立し代表取締役に就任
- 1995年 ウエディングフォト事業の「ラヴィファクトリー事業部」を開業
- 2000年 「小さな結婚式事業部」を開業
- 2002年 プライダカフェ事業部、メッセージ事業部「e-denpo」の運営を行なう株式会社KSGインターナショナルを設立
- 2003年 「小さなお葬式事業」を行なう、株式会社ファミリー葬を設立 現在に至る