

阪神・淡路大震災時の
決意がその後の
成長を決定づけた

「Keep on Serving to Guest」
「人に尽くし続ける企業」、これ
は2002年に発足したKSG
グループの理念です。そのも
とになっているのは株式会社レック
の社是で、「より多くの人の
役に立つ会社を築く」「経済を通
じて誠実の和を広げ、世界の平和
に貢献していく」。現在はグルー
プ全体の大願として掲げていま
す。

レックの代表取締役社長であ
りKSGグループCEO
の高橋泉さんは、笑顔で語る。だ
がこの経営理念に至る背景には
「震災」の二文字が大きく関わっ
ていた。

「1995年1月17日に発生し
た阪神・淡路大震災は、わたしの
大きな転機点です。レンタル衣装
や冠婚葬祭紹介などの事業を営み
年商5億円ほどあったものが、一
瞬にしてゼロになった。母の会社
の手伝いとして、遺体が安置され
ている体育館を訪れ、そこで見た
光景に、「これは戦争だ」と。頭で
はわかっていたものの、目の前の
悲惨さは想像をはるかに超えてい
た。だから社是には「世界の平和」

「女の子はゼッタイ喜ぶ」を原点に ブライダル業界の新市場を創造する

世界平和をビジネスで

高橋 泉

株式会社レック 代表取締役社長



プロフィール

1960年兵庫県三田市出身。81年、芦屋
女子短期大学卒業後、母親が経営する株
式会社関西新生活互助会に入社。89年
に株式会社レックを設立。95年1月17日
に発生した阪神・淡路大震災で会社は壊
滅的な打撃を受ける。同年6月から新規事業
として写真アルバム制作・販売事業を立
ち上げ、以後、結婚式事業、葬儀事業、メッ
セージ事業など、次々と事業を拡大。レック
の代表取締役社長のほか、KSGグルー
プのCEOも務める。

自己診断



を入れたかった」
阪神・淡路大震災の翌年に社是
が策定された。それは同社が単純
なビジネスとしての経済活動から
決別したことを意味している。
「会社の経営や仕事には、何の
ため？」という動機がとて大切
です。わたしの場合は、目標とし
ての志や理念です。ビジネスは
そのための手段です。「人間の力
を見せる。神戸の地から世界へ」、
そして平和への貢献。震災時の決
意が、当社のその後を決定づけま
した」
現在30人ほどの社員募集に約
6000人がエントリーする。採
用組はもちろんのこと、ほとん
どが理念に共感して応募だ。

お客様に直接訴えたい 社員の提案が 会社の流れを変えた

新規事業として写真アルバム事
業「ラヴィファクトリー」が立ち
上がったのは95年6月。震災後、
半年を待たずして歩みを開始した。
「お友達から、台湾では一般的
なブライダルの写真アルバムを見
てもらったとき、「これは女の子
が喜ぶ」と瞬時に感じました」
それは新郎新婦や親戚一堂の記
念写真ではなく、幸せな表情が
いっぱい詰まった素敵な写真集

高橋さんは、さらに進化させてド
キメンタリー風に仕上げた。新
郎新婦の後ろ姿しか映っていない
写真もあつていいと……。しかし
画期的な手法の写真アルバムは、
当時の写真館や結婚式場などには
受け入れられなかった。

そんなとき社員から「お客様に
直接訴えたい」と結婚情報誌への
広告掲載の提案があった。震災後
の厳しい状況の中での販売チャ
ネルの転換、高額な掲載料……。
高橋さんは一晩考えた末に決断し、
社員の提案を素直に受け入れた。
そして初めての広告に注文が殺
到。新しいスタイルの写真アルバ
ムが若いカップルの心にジャスト
フィットしたのだ。社員の提案に
よる販売チャネルの転換で、会社
の流れが変わった。レックが、「人
に尽くす企業」としての第一歩を
踏み出すきっかけとなった。

その後、結婚式事業の「小さな
結婚式」、葬儀事業の「ファミリ
ー葬」(家族葬)、買収事業の「エル
ブレイン」、情報発信の「ブライ
ダルカフェ」、メッセージ事業の
「edempo」など、次々と新規事
業を立ち上げた。

「小さな結婚式」を立ち上げた
2000年当時、年間婚姻数は
80万組弱。そのうち3割強が挙式
していなかった。経済的な事情や

再婚や中高年同士ということでも
が挙げづらいなどの理由によるも
のだ。そんな人たちに「小規模で
も心に残る挙式」を提供したいと
事業化し、挙式・衣装・ヘアメイク、
写真撮影で4万8000円(現
在は5万5000円)の廉価な
プランを実現させた。いまでは年
間9000組が挙式している。
こうした新規事業は着実に成果
を上げ、現在のグループ年商は
100億円を超える。

東日本大震災で 原点を再確認 海外をフィールドに 事業を推進

「社長であつても、お客様の立場
であることが、私の役割だと思っ
ています。だから権限は社員に委
譲し、現場に入らず、さまざまな
社員の苦労は、あえて見ない。幸
せを求めるお客様にとって、社員
の苦労は関係がないからです」

同 社で社長決裁が必要になる のは、顧客の要望を断る場 合だけだという。「想いや志が同 じだから」と社員への信頼は厚い。 そして「マニュアルを嫌う」。心 に残る思い出作りを使命とする会 社には、無機質な定型ルールを必 要としない。想いを共有している からこそ、社員たちは自ら考え

「世界に1つしかないハートフルウェディングアルバム」
「世界に1つしかないハートフルウェディングアルバム」
「世界に1つしかないハートフルウェディングアルバム」



サービスの質は自ずと高くなって
いく。
現場に顔を出さない高橋さん
の「数少ない」出番は、伸
び悩んでいる組織の立て直しだ。
社員たちの声に耳を傾け、要望や
不満などを一つずつ解決する。経
験的に不振の原因の大半は組織内
部にあると考えているからだ。
いま、高橋さんの目は、東北と
海外に向いている。
「東日本大震災の発生は、過去最
高の売上げを期待していた地域だ
けに、大きい痛手でした。しかし、
もう少し会社を強くしてからにし
ようと、自分のなかでどこか先送
りにしてきた平和な社会実現への
想い、当社の原点を思い出させて
くれました。だから私は、二度の
震災が会社を育ててくれたと思っ

日本の明日は 伊勢崎 IZUMI Takahashi

Company Profile

社名 株式会社レック
代表取締役社長 高橋 泉 (たかはし・いずみ)
生年月日 1960年7月9日 年齢 52歳
業種 冠婚葬祭業
設立 1989年9月
資本金 5000万円(グループ計3億円)
売上高 2012年5月期 59億493万円
(グループ計109億8750万円)
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
電話番号 078-360-0908
URL http://www.lec-net.com/

ています」
同社では、岩手県南三陸町への
ボランティア派遣、あしなが育英
会への寄附などを定期的に行なっ
ている。
「冠婚葬祭という人生の節目への
人の心や想いは万国共通。ビジネ
スモデルは変わっても、志は変え
ずに、心に残る思い出のお役に立
ちたい」と考え、海外でもハワイ
やロサンゼルス、上海、香港など
に拠点を設け、現地で地元の人た
ちのブライダルに携わる。さらに、
海外の人たちに日本を海外挙式の
舞台としてもらうインバウンド発
想のビジネスにも注力を始めた。
高橋さんが阪神・淡路大震災で
決意した事業を通じての「世界の
平和への貢献」活動が、いよいよ
本格的に動き出した。