

The First Company

2014

ダイヤモンド経営者倶楽部編

未来を切りひらく
業界の先駆者たち

The First Company 2014
未来を切りひらく業界の先駆者たち

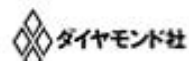


9784478026151



1920060018007

ISBN978-4-478-02615-1
C0060 ¥1800E



定価(本体1800円+税)

The First Company
2014
未来を切りひらく
業界の先駆者たち

10年、20年先の
日本繁栄と
活力の源泉
革新的
イノベーションに
挑戦する企業が
ここにある



東京大学大学院
経済学研究科 教授
伊藤元重

ダイヤモンド経営者倶楽部編

ダイヤモンド社
026151

業界のパイオニア、
ナンバーワン企業ならではのこだわりと独創性が
日本経済に“創造的破壊”を巻き起こす!

- 最近新興市場に上場した注目企業
- 飛躍的な成長が見込めるベンチャー
- 業界のナンバーワン、オンリーワン企業

今の日本を代表する
“キラリと光る”50社を一挙公開!!

デザインアルバムと小さな結婚式で 新市場を開拓し年商120億円企業に

レック

代表取締役社長 高橋 泉

震災後の神戸から、夢と希望の会社を必ずつくと決意

「会社を立ち上げた当時から『年商100億円』と言っていたら、社員にもそれが伝染し、2008年には100億円を達成。13年は年商120億円を突破しました」そう語るのは、冠婚葬祭ビジネスの慣例を破り、次々と新サービスを打ち出してきたレック代表取締役の高橋 泉。その言葉におごりはない。年商報告の後に必ず添える言葉は「私はただアイデアを提供するだけ。それを実務に移してくれるのが社員。私は本当にいい人材に恵まれたといつも感謝しています」。

高橋が、エステと婚礼衣装の会社レックを設立したのは、1989年、29歳のとき。事業が軌道に乗り始めた矢先、95年の阪神・淡路大震災で、神戸の店と事務所が大破。会社は休眠状態となり、高橋自身は母が営む葬儀会館の手伝いに駆り出された。その最中、体育館いっぱいに整然

と並べられた何百もの遺体を目の当たりに。その体験が経営者・高橋の取り組み方を根本から変えた。「神戸から、どんなことがあっても負けない夢と希望の会社をつくってみせる」という強い決意が、新たな結婚ビジネスへと舵を切る引き金となったのだ。

その第一弾が、これまで日本市場にはなかったオリジナル婚礼アルバム事業だ。「新郎新婦の表情を自然に撮影した台湾の婚礼アルバムを見て、これだと思いました」。

雑誌のグラビア撮影などを手がけるプロのカメラマンに依頼し、結婚式の日をドキュメンタリー方式で撮影する。これから新婦が履く真珠色のパンプス、息遣いが聞こえてきそうな二人のバックショット、夕焼けの中で戯れ合うシルエット……従来のアルバムにはなかったドラマチックな映像が、またたくまに人気を呼んで、申し込みが殺到した。

400カット以上撮影した中から厳選30枚をアルバムにして、12万円（当時）。カメラマンのギャラを含めると採算が取れないと業界筋の関心は薄かったが、高橋は確かな手ごたえを感じてい

3万4000冊



結婚式がドラマチックにみえるデザインアルバム

わが社はこれで勝負!

定型の婚礼アルバムではなく、プロのカメラマンにもっと生き生きした新郎新婦の表情を撮ってもらおう。そんな思いつきから始まったデザインアルバム事業が大ヒットし、今やシェアトップ。年間3万4000冊を売り上げる主軸事業に。

PROFILE

高橋 泉 ●たかはし いずみ
1960年、兵庫県出身。芦屋女子短期大学卒業後、母が営む冠婚葬祭会社入社。89年、エステとレンタル婚礼衣装の会社レックを起業。95年オリジナル婚礼アルバム事業、2000年「小さな結婚式」、05年に電報事業を開始。

株式会社 レック

〒650-0044

兵庫県神戸市中央区東川崎町

1-3-3 神戸ハーバーランド

センタービル18F

☎ 078-360-0920

http://www.lec-net.com/

設立 ●1989年9月21日

資本金 ●5000万円

社員数 ●486名

売上高 ●118億5000万円

(2013/5月期グループ計)

事業内容 ●オリジナル婚礼アルバム事業、小さな結婚式事業、ファミリー葬など、新世代の冠婚葬祭サービスを中心に現在15事業部を展開

た。「結婚式前の二人の表情や、新婚旅行もプロのカメラマンに頼みたいというご要望もたくさんあって、外でのロケーションフォトのオプションも追加しました。商品を提供したのは私どもですが、それを育ててくださったのはお客さまです」。

クオリティーの高いデザインアルバムは、海外でも評判を呼び、ロサンゼルスやニューヨークでの結婚式には、ミッキーのロゴ入りの同社のアルバムが採用され、デザイン大賞も獲得。その後、同社の企画をまねた婚礼アルバム商品が次々と出てきているが、カメラマンの質の高さは群を抜いており、デザインアルバム市場では同社がトップシェアを誇っている。

女性心理を見事にキャッチした「小さな結婚式」

「最近はずいぶん結婚やできちゃった婚も多いし、小規模ながらおしゃれで気の利いた式を望んでいる人は意外に多いのではないか」。アルバム事業を進める中で、ふとそんな考えが浮かんだ。そこで打ち出した結婚ビジネスの第二弾が、2000年にスタートした「小さな結婚式」。高橋自身が20代で離婚し、双子を育てるシングルマザーであったことも、新市場開拓の強みとなった。式場、衣装、ヘアメイク、写真代込みで4万8000円（現在は6万5000円）からという「小さな結婚式」は、「まだ挙げてない人が挙げられる結婚式」として、想像以上の反響を呼んだ。式場で他の若い花嫁と顔を合わせたくない、できるだけお金をかけたくない、でもウェディング

ドレスは着たい——高橋の提案はそんな女性心理を見事にキャッチしたのである。

専門式場を神戸市北野や横浜、東京の青山、お台場など人気エリアにオープン。それぞれにテーマ性を持たせ、おしゃれな空間づくりをしたことも功を奏した。現在は、全国15拠点で年間約9000組が挙式するなど、この分野のパイオニアとして業界を牽引している。

同社より安い価格を提示する競合他社も出てきているが、高橋の経営哲学は一貫している。「価格競争をするつもりはありません。結婚ビジネスでは質の低下が一番怖いこと。経営哲学として、競合他社に勝ちたはしなくても負けはしないという戦いをすればよいと考えています」。

上海、香港、台湾、韓国、シンガポールなどの富裕層カテゴリーを日本に招く、新機軸のフォト・ウェディング・ツアーも人気を呼んでいる。東京五輪招致の成功を機に、商機は広がりそうだ。