

CONTENTS

COMMUNICATION REPORT 2023

INTRODUCTION

- 2 KOIZUMI SPIRITS
 - 4 はじめに「ヒト」ありき。KOIZUMIの経営を支える哲学
 - 6 商品とサービスに磨きをかけ、お客様と社会に貢献する
- 9 小泉産業グループの事業紹介
- 10 GROUP TOP MESSAGE
- 12 SDGsへの取り組み
- 16 コイズミ照明株式会社
 - 16 TOP MESSAGE
 - 17 宮前迎賓館 灯明殿
 - 20 ジェイアール名古屋タカシマヤ 7階 紳士靴売場
- 22 コイズミファニテック株式会社
 - 22 TOP MESSAGE
 - 23 新たな発想のラインアップでお客様の選択肢を広げたい
- 24 株式会社ハローリビング
 - 24 TOP MESSAGE
 - 25 総合力を活かしたインテリアコーディネート
- 26 株式会社ホリウチ・トータルサービス
 - 26 TOP MESSAGE
 - 27 ホテルのFF&E、OS&E搬入設置一括管理
- 28 コイズミ物流株式会社
 - 28 TOP MESSAGE
 - 29 2024年問題解消を目指す電材プラットフォーム開設
- 30 GROUP TOPICS
- 34 小泉産業グループ 概要

KOIZUMI SPIRITS

1716年の創業以来、小泉産業グループは人々が求めるモノや価値を、いち早くカタチにして贈り届けてきました。一貫させてきたのは、お客様を第一に考え、マーケットの動きを読み、未来を見つめる視点を忘れないことです。そしてそうした活動の根底では、商品、サービス、ソリューション、それらを「人から人へ。」届けることを大切に続けてきました。「コイズミスピリッツ」とも言うべきその精神がどのように生み出され、育まれてきたのか。当社の歩みとともにご紹介します。

SPIRITS 01

すべての発想の基本

三方よし

SDGsの観点などから世の中で「三方よし」の精神が、改めて注目されている。その中で当社は創業以来、時代に適応させながら、この精神を継承し、お客様に価値として還元し続けている。また、「自分たちだけ、儲かればよいではない」という考え方が経営や社員教育でも重視され、仕事に対する心掛けになっている。

SPIRITS 02

進取の気性を表す

違う発想がある

従来の習わしにとらわれることなく、積極的に新しい物事へ取り組む気質や性格を指す「進取の気性」は、まさにブランドステートメント「__違う発想がある」そのもの。過去の市場参入や商品・サービスの開発などでも、時代の一步先に行く「価値」を、お客様に提供し続けてきた。

SPIRITS 03

時代の流れとお客様ニーズに応える

特殊特徴品主義

「特殊特徴品主義」こそが、変化の激しい時代を乗り切り、将来を切り拓くための貴重な宝になるという考えを戦前から貫き継承している。これは現在のブランドステートメント「__違う発想がある」につながっている。また、この考えの根本には「時代の流れとお客様のニーズをいち早く知る」がある。

SPIRITS 04

「人格の育成向上」を ベースにした 商道德と社員教育

この言葉は、「近江商人」のよき伝統である「社員教育（当時は社員の子弟）」が継承されたもので、グループの社是でもある。「商道德」と「社員教育」のベースに常に「人格の育成向上」を置き、現在も「コイズミアカデミー」など階層ごとの教育を熱心を実施している。

SPIRITS 05

お客様を思う姿勢 粘り強さ、積極性、情熱、 そしてアイデアとセンス

300年以上の歴史の中では、「戦争」「不況」「統制」「リーダーの急逝」「市場変化」など、さまざまな苦境を数多く経験してきた。それらを乗り越えられた最大の要因は、社員の気質（粘り強さ、積極性、情熱、忍耐など）であり、その経験が、お客様に価値を提供する「アイデア」「センス」を生んできたといっても過言ではない。そしてそれらのスピリッツは、人を変え、カタチを変え現代にも息づき、お客様から信頼をいただくゆえんとなっている。

はじめに「ヒト」ありき。 KOIZUMIの経営を支える哲学

300年を超える小泉産業グループの歴史には、「ヒト」を経営の根幹に据える哲学が息づいています。「ヒト」が創り、磨き上げてきた KOIZUMIの軌跡をたどります。

「三方よし」をベースに、
「人格の育成向上」による発展を目指す

今もなお、多くの企業が経営の手本とする近江商人の「三方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし）」。「近江商人をルーツとする小泉産業グループは、その「三方よし」の精神を大切に継承しながら、独自の経営哲学による企業文化を醸成し、300年以上にわたり事業を営んできました。

社章の▼(ミツウロコ)は、得意先、取引先、会社の基盤を築いた先人への感謝を忘れない「三恩主義」の思いを表現。また、企業の持続的な発展の源泉を「ヒト」と捉え、その意味を社是「人格の育成向上」に込め、その本質を継承するための従業員教育を徹底し続けています。

1716年	創業（近江商人 小泉太兵衛 麻布の行商に出る）
1871年	近代創業元年（大阪・船場の備後町に出店。創業の精神ができる）
1904年	三恩主義に基づく社章▼を制定。社是「人格の育成向上」ができる



近江商人



昭和20年代の社員教育資料。当時すでに、マズローの欲求5段階説に言及



商人道の基本として「人格の育成向上」の浸透に情熱を傾けた立澤四郎専務（左）

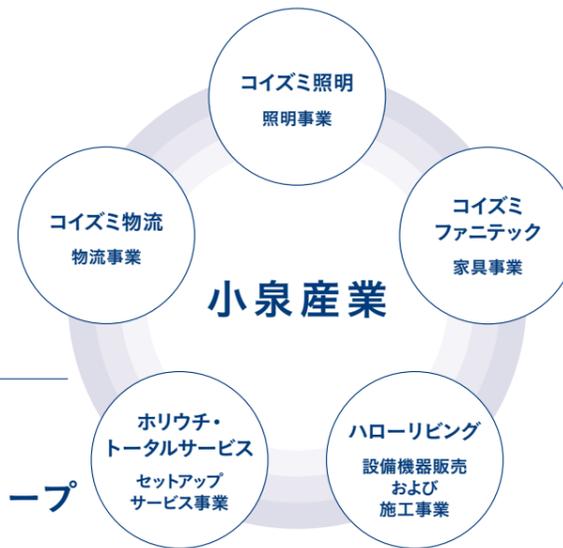


西教寺での新入社員研修

社会の変化、
お客様ニーズに対応し、
市場を導くための組織へ
柔軟に進化

いち早く社会の変化を読み、お客様ニーズをつかむ「マーケットイン」思考をベースに、他社にはない価値を提案する「特殊特微品主義」を使命に事業を展開し、発展を続けてきた小泉産業グループ。

その使命を果たすため、常に最適な事業構成や組織を模索。時代に即した柔軟な経営体制によりお客様、そして社会への貢献を目指してきました。現在は、「モノ売りからコト売りへ」という発想のもと、グループの総合力によるシナジー効果で、お客様に付加価値を提供できる体制を敷いています。



シナジー
効果を図る
小泉産業グループ

責任を果たし、
信頼を築く、
思いの詰まった
「ブランド推進」

小泉産業グループにとってブランドは、社会とお客様に対して果たすべき責任、約束の象徴であり、従業員の心、意識を結束させ、企業の成長につなげるためのモチベーションの象徴でもあります。

経営層と従業員がともに作り上げた、現在のブランドロゴも、KOIZUMIブランドの存在意義（ブランドパーパス）が集約された、熱い思いの詰まったものです。

これからもKOIZUMIブランドに、誇りと責任を持ち、さまざまな価値を提供していく考えです。

KOIZUMI
__ 違う発想がある

1943年	航空機ゲージの加工販売等を手掛ける「五光精機工業(株)」設立（戦時下の統制により繊維から業態を転換）
1946年	「小泉産業(株)」に改称（電気製品の製造卸業を開始。照明事業への第一歩を踏み出す）
1957年	照明市場に本格参入
1967年	家具市場に本格参入
1981年	「(株)ハローリビング」設立
1985年	照明、インテリア、商事の3事業本部制を確立
1989年	商事事業本部を分離。「小泉成器(株)」設立（卸売業と分離することで、ブランドメーカーを目指す）
1999年	「コイズミ物流(株)」設立
2006年	照明事業と家具事業を分社し、小泉産業(株)は純粋持株会社となる（事業の自主独立性を高める狙い）
2013年	「(株)ホリウチ・トータルサービス」がグループに加入



「特殊特微品主義」を提唱した
三代目小泉重助

1980年	創業110周年を機に、インナーブランディング活動として、意識改革を促す「テイクオフ大会」を、全社員を集めて開催
1981年	組織構造改革と社員の意識変革を図る「ニューボーン活動」が始動
1986年	CI導入。新たなシンボルマーク（当時） KOIZUMI を作成。企業理念と企業イメージの見直しと全体最適化を目指す
2015年	ブランドを刷新。ブランドアイデンティティを明確化し、新たなロゴとステートメントを作成。ブランド推進の専任部署も設置

商品とサービスに 磨きをかけ、 お客様と社会に 貢献する

1947

コイズミ照明機器のルーツ 「電気スタンド」

敗戦から2年目、家庭電化時代の到来を予測し、電気生活用品を開発。その一つが電気スタンド。以後、フレキシブルスタンドに始まり、カットスタンドや和風スタンド、そして蛍光灯スタンドへと進化



1966

業界初の蛍光灯付き学習机「蛍雪」

高度経済成長で人々の生活にはゆとりが生まれ、モノへの投資のみならず、子どもへの投資・教育熱も高まった。そこに着目し、自社の照明技術を活かした、業界初の蛍光灯付き学習机を発売した



1967

業界初の試み「照明のショールーム」

昭和40年代には照明を販売する取引先が急増。売り方がわかりづらい照明器具の「売り方提案の場」としてショールームを開設。商品を見るだけでなく、売り場づくりや提案のノウハウも提供した



料理ができる食卓 クックテーブル「晩餐」

住宅の洋風化でダイニングテーブルの需要が伸びる中、「鍋料理で、ガスコンロの準備が手間」という主婦の声に着目。開発したガスコンロ付きのテーブルは、お客様ニーズにマッチし、大ヒット商品となった



1973

照明設計のノウハウを提供 「ライティングアカデミー」

照明には器具と、光が生み出す空間演出の両面がある。空間づくりに大きな影響を与える照明設計のノウハウを、プロの方々へ伝えることで照明文化の発展を目指した



1976

光を知り尽くした プロフェッショナルチーム「LCR」

「空間は光が構成する」という考えのもと、早くから照明設計を専門に担う部門 LCR (Lighting Creative Room) を設置。商業施設などの先進的な空間を対象に、数々の照明提案を行ってきた



1977

資源枯渇への対応と コストダウンを両立 「ラバーウッド」の採用

ラバーウッド(ゴムの木)は、本来は廃材になるものだが、その硬さと手触り、そして成長の早さに着目。成長が早く、値段が安く、安定的に調達できる「一石三鳥」の素材として採用した



1978

棚を外せば高校まで 「6・3・3で12年」使える学習机

従来の学習机は、本体と棚の一体型が主流。上級生でも平机として長く使えるよう、棚の取り外しができる設計で開発した新しい学習机は「6・3・3で12年」のキャッチコピーとともに普及した



1982

動くあかりのショールーム 「ライティング・セポアール」

「現物を確かめてから決めたい」というご要望に応えるため、トレーラーを改造したショールームを特注。「全国津々浦々までショールーム」という発想で、全国のお客様に向け移動展示を行った



1987

コイズミ国際学生照明デザインコンペ

若き人材の育成とあかり文化の普及を目的に、世界の学生を対象とした、世界唯一の照明デザインコンペを創設。以来25回開催し、応募者は延べ42カ国、3万3千人にのぼった



1988

時代を変えた省エネ照明 「インバータ照明器具」

省エネのトレンドを背景に開発された高効率、静音、瞬時点灯などが特長のインバータ回路。専業メーカーでいち早く商品化に取り組んだ当社は、充実のラインアップでお客様のご要望に応えた



1990

学習机の新常識「インバータデスク」

照明業界で早くからインバータ器具の開発に取り組んできた当社は、業界に先駆けて、学習机の照明にも、目にやさしいインバータライトを導入。学習机の「新しいスタンダード」を確立した



体感型ショールーム 「コイズミライティングシアター イズム」

従来の「器具のコーディネート」中心の考え方とは一線を画し、ショールームに「体感」の概念を導入。さまざまなシミュレーション装置を導入した設備は、業界に新たな風を吹き込んだ



1991

専業メーカーとしての 技術ベースを確立 「開発技術センター」

独自の照明技術の研究・開発をテーマに生まれた開発技術センター。商品開発に必要な基礎応用技術を研究する部門、デザインから商品化まで担う部門などを設け、技術ベースの確立に取り組んだ



1997

ホームページによる情報発信

普及率10%程度というインターネット黎明期に、業界でいち早くホームページを開設。お客様満足向上と透明性の高い経営を目指し、商品、リクルート、経営など、さまざまな情報発信を強化した



1999

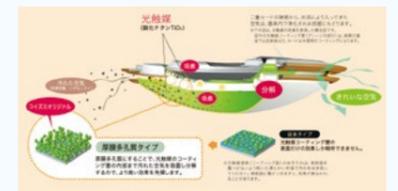
子ども用の学習家具に安心・安全を 「健康デスク宣言」

子どもが使う学習家具こそ安心・安全であるべき。その考えに基づき実施した「健康デスク宣言」。健康・安全・環境を考慮し、ホルムアルデヒドやダイオキシンなどへの対策を講じた



空気を浄化するあかり「光触媒照明」

光触媒と紫外線の特長を組み合わせるといふ発想から生まれた、室内の空気を清浄に保つ機能がある照明器具。シックハウス症候群が社会問題化した当時、発売当初から注目を集めた



2001

2002

照明事業で「ISO9001」 「ISO14001」の認証取得

2001年に品質マネジメントシステムの国際規格「ISO9001」、2002年に環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001」の認証を取得。品質保証体制と環境経営機能の強化に取り組んだ

ISO9001
認証取得

ISO14001
認証取得

2006

学習机の新しいカタチ 「ステップアップデスク」

「机+上棚」から「机+書棚」への発想転換で、机と書棚を「合体式」と「分離式」のどちらでも使用可能にし、子どもの成長に合わせた自由な使い方を提案。この手法は、翌年の他社新商品でも多く採用された



2011

児童養護施設への 「学習デスク寄贈活動」

児童養護施設の子どもたちへ、自社の学習机を寄贈。ただ商品を送るだけでなく、社員が現場で子どもたちと一緒に組み立てる活動は、物心両面での支援として寄贈先からも喜ばれている



2013

LED照明提案型スタジオ「KLOS」

LED照明の最適化提案や最新技術紹介など、お客様との双方向コミュニケーションによる課題解決を目指す、これからのイノベーションの場として開設。室内の表情を変えながら施設全体で光のあり方を表現できる



2014

照明制御の国際規格 「DALI」対応商品の発売

快適な空間を実現する照明制御技術として、大型施設やオフィスで普及が進むDALI。コイズミ照明は、他社に先駆けてDALI対応商品の開発に着手し発売した



2017

あかり文化創造拠点 「コイズミ照明 R&Dセンター」竣工

「あかりの杜」をコンセプトとした、LEDに特化した研究・開発施設兼実践型ショールーム。最新の照明設備を備え、環境や働き方などにも配慮した革新的オフィスは、お客様からも高い評価をいただいている



2018

照明制御システム 「TRee」開発



住宅のIoT化に対応し、家中の照明をコントロールできる「TRee」システムを開発。スマートスピーカーとも連携し、話しかけるだけで、設定したシーンへの変更や調光調色のコントロールができる



2020

照明専門メーカー初の試み 「BIMデータ」の提供

設計、施工から管理まで、建築の新たなシステムとして、大型プロジェクトで導入が進むBIM (Building Information Modeling)。設計者や施工者の生産性向上に貢献するため、照明専門メーカー初のデータ提供を開始した



2022

プレキッズ事業立ち上げ

多様化する学びのニーズに応え、「体育・知育・心育」の視点で子どもたちの健やかな成長を応援するプレキッズ事業を立ち上げ。学習家具事業で培ったノウハウを活かし、幼児・未就学児向けに3シリーズの新商品を展開した



「違う発想がある」
商品とサービスを
これからも。