



当社施工：新築住宅

- 本社所在地：滋賀県東近江市
- 事業概要：建築工事業
- 常時使用する従業員：45名（2024年6月期）
- 現在の売上高：31億円（2024年6月期）
- 法人番号：4160001017379
- Web：https://minna-ie.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役
中村 光志

【企業理念】みんなで考えよう、そして実現しよう 豊かに生きていくことを。

当社の企業理念は「みんな」という言葉を、お客様はもちろん従業員、業者様など、当社自社ブランドである「みんなの家」にかかわっていただくすべての方々と定義しています。何を持って豊かに感じられるかは、人それぞれに違います。当社を通じて少しでも自分なりの豊かさを見つけていただきたい、そんな想いを込めています。今後は、当社が100億企業へ進化することで「感動のおもてなし」を自社のみならず、店舗へ現場や出入りされる協力業者様やお客様など全ての方へ伝播し、おもてなしの文化を業界全体に浸透させます。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

・2034年6月期の売上高達成に向け、思い切った設備投資と右記課題の解決により年率約12%程度の成長を目指します。課題の解決方法は下記に、具体的措置の詳細は次ページに記載しています。

課題

- ・周辺エリアへのショールーム出店拡大
- ・新築戸建て事業以外の強化（リフォーム・アパート事業）
- ・新たな収益の柱の構築

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

○売上高100億達成のための具体的措置

- ・滋賀県への出店強化及び三重をはじめとした他県への展開
- ・リフォーム事業&「みんなのアパート」事業の強化
- ・建材メーカーと連携した新規事業の推進

※具体的措置の詳細は次ページに記載

実施体制

- 社内体制
 - ・人的リソースの再配置等によるリソースの最適化
- 社外体制
 - ・取引先との連携
 - ・ガバナンス強化、改善のため社外取締役の導入

自由記載（売上高100億円実現に向けた具体的措置）

○具体的措置①：滋賀県への出店強化及び三重をはじめとした他県への展開

売上100億円の達成に向けて、主要事業である新築戸建て事業「みんなの家」の強化を行う。人口減少により、新築戸建て市場は縮小傾向にあるため、縮小市場の中での当社の割合を増加させていく。そのための施策として、商圈の拡大を行う。現在は滋賀県内に2店舗、隣接する岐阜県に1店舗、ショールームを展開している。新たに、新築戸建て需要の高い滋賀県甲賀市に「水口ショールーム」を建設する。既存ショールームである「八日市ショールーム」へ来店するお客様の約40%が甲賀市からのお客様であり、甲賀市での新築戸建ての需要は高い。さらに、三重県の名張市と伊賀市には大手ハウスメーカーが少ないため、隣接する甲賀市への出店は、名張市・伊賀市の潜在的な顧客の囲い込みが可能となる。需要の高い地域への展開により、新築戸建て事業の売上増加を狙う。

○具体的措置②：リフォーム事業&「みんなのアパート」事業の強化

具体的措置①に記載のとおり、縮小する市場の中で、当社の市場内での割合を増加させていくが、新築戸建て市場への依存は、会社の成長を鈍化させる。そのため、リフォーム事業と「みんなのアパート」事業の強化を図り、100億円の実現を目指す。

リフォーム事業：リフォーム事業については、過去にお引渡しを行ったお客様との連携を強化させる。独自のポイント制度を導入し、SNS等で自宅の写真をアップしてもらった場合に、ポイントを付与する。独自ポイントは、住宅のメンテナンス工事等で活用可能とし、リフォーム事業の強化を図る。また、SNSを閲覧した新規のお客様からの受注も想定することが出来るため、新築戸建て事業へのシナジー効果も見込む。

「みんなのアパート」事業：戸建て住宅を購入せず、賃貸住宅を選択する層が増えている。また、投資用不動産としてのアパート需要も増加傾向にある。この2つの側面に着目し、特許申請中である「ブロックプラン」が売りの「みんなのアパート」事業を強化する。アパートは戸建てよりも受注単価が大きいため、この事業の強化は100億円の実現に必要な不可欠である。既に八日市ショールームでは、販売ノウハウが蓄積されているため、各ショールームへこのノウハウを波及していく。

○具体的措置③：建材メーカーと連携した新規事業の推進

当社では、建材商社である「ジャパン建材」と創業より密な関係性を構築している。ジャパン建材(株)は、自然災害や感染症、サプライチェーン寸断等の懸念から他社製品に依存する事業形態からの脱却を目指している。そこでプライベートブランド「Bulls」の販売強化を目指し「①商品開発スピードの強化」「②エンドユーザーからの直接的な声の吸収」という2つの事業戦略を考えた。そこで従来の情報商流（ニーズの拾い上げ）である

「一般消費者 → 工務店 → 販売代理店（複数社） → ジャパン建材(株)（本部）」のフローから

「一般消費者 → 工務店 → ジャパン建材(株)（本部）」へのフロー変更を目指しており、このフロー構築に必要な工務店ネットワークを欲している。

しかし、一般消費者に寄り添ったお家づくりをしていない工務店からは、「一般消費者の生の声」を拾い上げることが出来ない。

そこで、「おもてなしの接客」で一般消費者からの評価が高い当社へ将来的な業務提携を見据えた協業依頼が届いている。当社では、自社のみならず業界全体へ

「おもてなし」の接客文化を浸透させたいという想いがある。そこで、ジャパン建材(株)と連携し、工務店ネットワークを構築するためのホスピタリティスクールを運営する。ホスピタリティスクールの運営により、参加企業へ当社の「おもてなし」接客技術を伝播させることが可能となり、ありがたい姿が実現できると考えた。さらに、新規事業による新たな収益の柱の構築にも繋がるため、ホスピタリティスクールの運営により、売上100億を実現していく。