

知的資産経営報告書



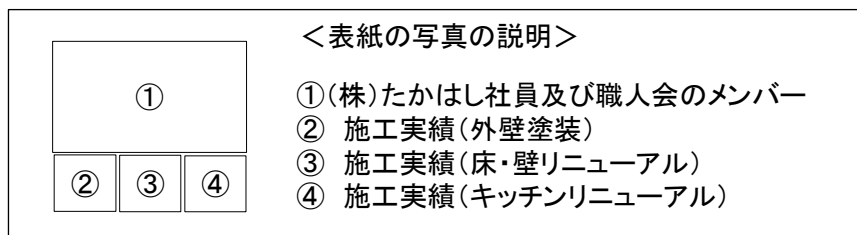
2013年1月版

TEiC 地元滋賀の皆様と歩み続けて 60 余年

住まいと設備の専門店

お任せください たかはし

1. ご挨拶	1
2. 経営哲学	2
(1)企業理念	
(2)経営指針	
(3)行動指針	
3. 事業概要	3
(1)会社の沿革	
(2)事業内容	
(3)たかはしの「住まい」へのこだわり	
4. 市場環境	6
5. これまでの事業展開	7
(1)過去の経営戦略	
(2)事業実績	
(3)お客様の声	
6. 自社の強み・優位性(知的資産)	9
7. これからの事業展開	11
(1)クロスSWOT分析	
(2)将来の経営戦略	
(3)KPI(重要業績評価指標)	
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ	14
(1)価値創造ストーリー	
(2)知的資産活用マップ	
9. 会社概要	16
10. あとがき	17



1. ご挨拶

代表の高橋です。
知的資産経営報告書発刊にあたり一言ご挨拶申し上げます。

住まいと設備事業に係われさせていただき、お陰様で60余年となりました
「住まいのたかはし」は住宅と設備を通して地域の皆様と一緒に住環境を考える「住まいの専門店」です。

たかはしの住まい創りは まず 聞く事から始まります。家の歴史 ご家族の思い出 日々の生活のパターン、趣味、休日の過ごし方、ペット、、、etc。そういう会話の中で 家が抱える問題点や痛み、そして可能性や未来が見えてきます。

住まいにおける 家事、育児、介護、の事も、知識だけでは、いざ、使いだしてみるとこんなはずではなかった、、そんな事が実際起こってしまいます。今は見えない、気づかない事について、これまでのスタッフ自身の生涯体験(家事の苦労、子育て、自分の家族の介護)からの実体験に基づいた アイデアやアドバイスを 資格を持ったプロのスタッフがご提案する。これが「たかはし」らしさであり、今後も大切に行きたいこだわりです。

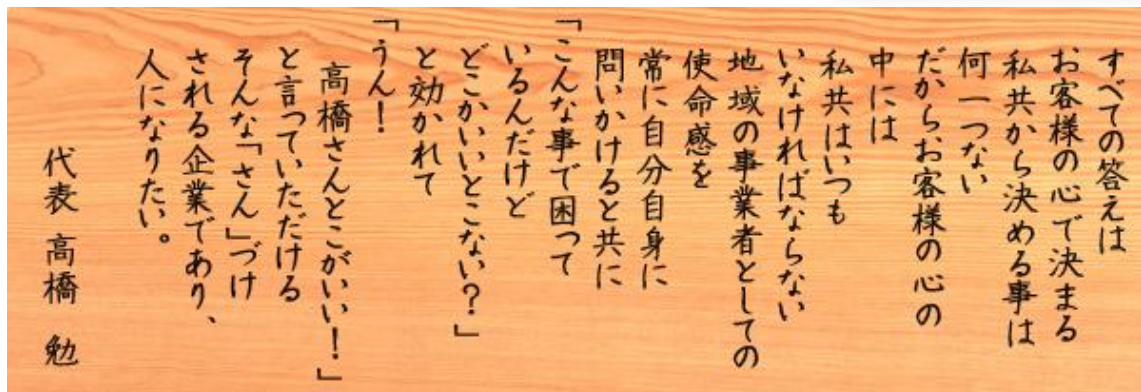
当社にはスマートな営業マンは一人もいません、私(10代からの現場職人)も自ら、SOS電話対応、現場応急処置、アドバイスをします(全スタッフが天井裏から縁の下まで体で知っています)
常にお客様の要求にダイレクトに答える(少数ですが)社員全員が「考動マン」でありたいと考えています。

お客様の要望一つ一つを大切にしたい だから常に一度に数多くの仕事はこなせません。またリフォーム工事は2つとして同じケースがなく、合わせてその家固有の痛みを抱えていたりします。「だから目が離せない」「他人任せ(丸投げ)にできない」難しさがあります。なので経営的には リスクでも自社管理施工にならざるを得ないと考えています。

このたび、対外的なコミュニケーションツール・社内向けのマネジメントツールにする目的で、知的資産経営報告書を作成致しました。この機会に改めて当社の強みを整理致しましたが、またその中で補強すべき弱みも明らかになりました。将来に向かっては、社会の変化に対応するとともに、それらの知的資産を強化・補強しつつ連携させ、より顧客ニーズにお応えすべく努める所存ですので、ご指導・ご愛顧のほどよろしくお願い致します。

2013年1月

代表取締役 高橋 勉



<私の理想の企業像・人間像>

2. 経営哲学

(1) 企業理念

みんなが幸せでありますように
私達は住宅と設備の専門店としての
知域への使命感を大切に
お客様 協力業者 社員
そして会社の幸せを追求します。

- ・自分たちの仕事は 社会貢献と言えるだけのプライドと使命感を持って
地域の皆様に安心と安全を 提供し続ける

(2) 経営指針

- ・建設業からサービス業への業態と意識を変える
- ・住まいのプロとして自覚と使命感を持って
コスト感以上のサービス、バリューを目指す
- ・住まいのプロとして情報を常に収集し、ハード &
ソフト面において安全と安心を提供する

- ・業界の常識を見直し 他業種に学ぶ姿勢を持ち続ける（答えは他業種にある）
- ・独りよがりの満足から脱却し お客様の痛みや辛みをしっかりとヒアリングする

(3) 行動指針

- ・時間と約束を絶対守る
- ・整理、整頓、清掃、清潔、躰を徹底します
- ・ユニフォームにプライドを持ち 身だしなみを整える
- ・仕事を楽しみ、新しい事にチャレンジしていきます
- ・常に良い物・考えを取り入れ続けます

(4) 行動規範

- ①どんな時でも好感を与える挨拶をします
- ②お客様との約束は何があっても守ります
- ③その日の仕事はその日の打ちに終わらせます
- ④どんな失敗に対しても自分以外の責任にしません
- ⑤会社の清掃・整理整頓を人任せにしません
- ⑥何事にも自分の行動に自信を持って行動します
- ⑦「すぐやる・必ずやる・できるまでやる」の精神で仕事に取り組みます
- ⑧自分の将来のビジョンが明確に言えます
- ⑨成功の3要素（素直・プラス思考・勉強好き）
- ⑩みんなで成功の道を開くためには自分の時間を惜しみません

3. 事業概要

(1) 会社の沿革

創業期	1953年	初代 高橋三男が個人営業として住まいの設備 工事店として開業	創業期は 設備工事業で 非元請(下請け)企業であった
	1986年	株式会社として規模増強 高橋勉が社業につく	
	1992年	本社社屋新築	
成長期	1996年	二代目 高橋勉が代表取締役に就任 資本金 1,000万円に増資	1996年社長に高橋勉(現社長) が就任後(成長期)、 リフォームを主体とした元請け企 業への業態転換を志向し、 現在は100%元請け企業への 転換を果たしている
	2005年	本社改装 従来は本社兼倉庫であった それを本社兼ショールームとし、来店型に改装した	
	2006年	DoIt ! (※)守山市川田町ステーション オープン 第1回エコ住まい博開催 その後毎年3〜4回同博を開催し、2012年9月開催のエ コ住まい博は第29回である	
	2007年	パソコン教室 DoIt ! 市民講座 オープン	
	2008年	株式会社 たかはし に社名変更	
	2009年	エコ住まい館(現本社) オープン	
	2011年	高品質・安価規格住宅“ゼロキューブ”販売開始 業務提携住宅で、ターゲットは若い子持ち夫婦	
	2012年	建替え用ロフト付平屋住宅開発 自社設計住宅で、ターゲットは熟年夫婦	
《今後の予定》			
将来	10年後 位までに	・実質個人経営企業から組織で経営する近代的企業への基礎固め ・立地の良い場所への総合的展示場の開設	

※ DoIt! はパソコン教室の全国フランチャイズチェーンです。



<2006年にオープンしたDoIt! >



<2009年にオープンしたエコ住まい館>



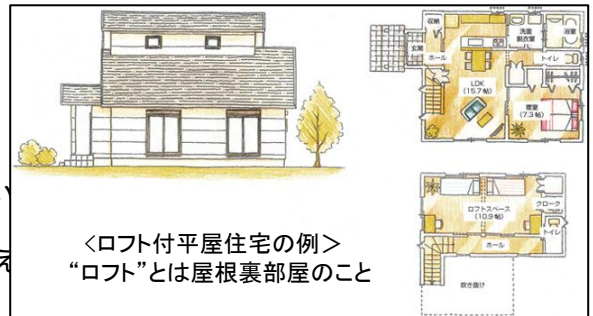
<2011年に販売提携したゼロキューブ>

3. 事業概要

(2) 事業内容

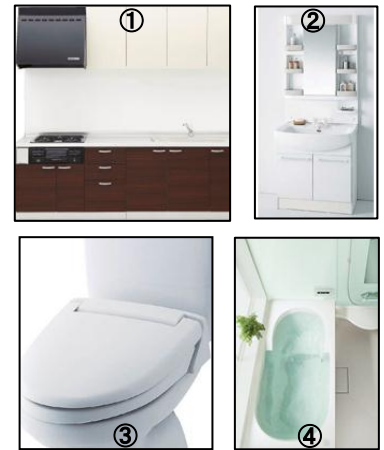
①ハウジング事業部門

- 事業内容: (イ)リフォーム全般の提案・見積もり・工事
(ロ)住宅新築:ゼロキューブ及びロフト付平屋住宅
- 特徴: (イ)住宅設備を含んだリフォームに強い
(ロ)高品質・デザイン企画住宅と建替えロフト付平屋住宅に特化



②住宅設備事業部門

- 事業内容: (イ)電気関係
電気工事、太陽光発電システム、オール電化工事、スマート家電等全般
(ロ)水廻り関係
キッチン(右写真①)・洗面(②)・トイレ(③)・風呂(④)等の更新
- 特徴: (イ)・(ロ)とも
創業事業が設備工事であるため、ノウハウ・経験が豊富でかつ自社職人も多い(4名)
コーディネートノウハウ・経験も豊富



③ソリューション事業部門

- 事業内容: (イ)ライフスタイルの提案、介護・リフォームなどの提案
(ロ)パソコン教室、IT関連工事
- 特徴: (イ)・(ロ)とも
これらの事業は収益を上げるというよりも、生活弱者の応援や地域住民への貢献に当社のノウハウや経験を提供しようという想いからスタートしている



＜パソコン教室＞



私達従業員だけでなく、協力会社も一丸となって、3つの柱を軸に(上記①から③)、皆様の幸せを追求します！



3. 事業概要

(3) たかはしの「住まい」へのこだわり

ユニクロやマクドナルドに代表されるように、「衣食住」のなかで、「衣」と「食」の進化には目覚ましいものがあります。しかし、「住」の進化は遅々として進みません。たかはしは、過去の常識にとらわれることなく、お客様の生活実態に基づいた住まいを自信を持って提案しています。

① コミュニケーションイベント 「エコ住まい博」

商談会ではありません

価格を出さないイベントです
7年で29回開催しています



私たちたかはしからの情報提供とみなさまのご要望を伺うのが目的です



「エコ住まい博」イベントちらし(価格情報は記載していません)

② 子育て世代に最適な新築住宅「ZERO-CUBE + FUN」

規格 & 企画

ローコスト新築規格住宅「ZERO-CUBE」をご提供しています。また、ご要望に応じて、たかはしの経験を活かした内装・設備の企画、「FUN」もミックスしてご提案しています



ZERO-CUBE

どんなキッチンが
いいかしら。。。
子供部屋の壁紙は
楽しいデザインで。。。

現代的な若者の
感覚も交えて、
ご相談・ご提案
いたします



③ ご年配の方には「ロフト付平屋住宅」 負担の少ないワンフロアー生活

老後は1階の1フロアーで全ての生活を！
リフォーム同等価格の省コスト平屋住宅



介護を経験した
私たちだからこそ
自信を持って
お勧めできます



平屋住宅 FLAT SIMPLE

4. 市場環境

(1) 人口推移

平成24年9月1日現在、滋賀県および守山市と隣接3市の人口は次のようになっています。5年前からの増加率は全県平均に比較して、守山市および隣接する草津市、栗東市で極めて高くなっています。

県市名	人口(人)		増加数(人)	増加率(%)
	H24.9.1	H19.9.1		
滋賀県	1,416,419	1,394,306	22,113	1.6
守山市	77,987	73,860	4,127	5.6
草津市	134,177	123,079	11,098	9.0
栗東市	65,252	62,071	3,181	5.1
野州市	50,158	49,872	286	0.6

人口は滋賀県総合政策部統計課の数値を引用

なお、総務省統計局の調査によると、平成23年10月1日において、1年前と比較して人口が増加した都道府県はわずかに7都県となっています。滋賀県は沖縄県、東京都について第3位の伸び率を示しています。

当社の商圏である守山市と隣接市は人口の増加率が高く、人口面からはリフォーム等の需要の伸びは想定されると考えています。

(2) 総住宅数の推移

総務省の「住宅・土地統計調査」によると、平成20年10月1日現在、全国の総住宅数は5759万戸となっており、平成15年からの5年間に370万戸増加しました。空き家は756万戸となっており、97万戸増加しました。空き家率は13.1%となっています。昭和33年以降、ほぼ一定の伸びを示しています(図1)。同調査における平成20年10月1日現在の総世帯数は4999万世帯となっており、総住宅数と総世帯数の差が空き家数とほぼ一致します。

住宅数と建て方の内訳をみると(図2)、共同住宅の伸びが著しいことが分かります。推測になりますが、老朽化した住宅からマンション等の集合住宅へ移り住む世帯が増えているとみられます。これらの層を取り込むことが当社の商機になると思われます。

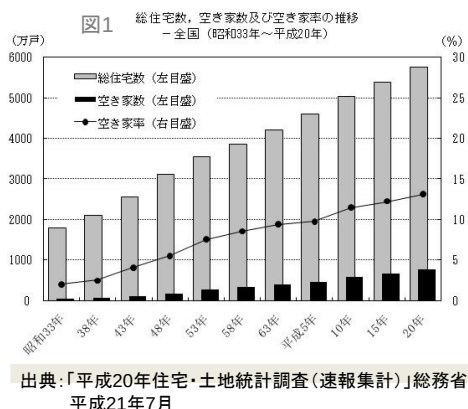
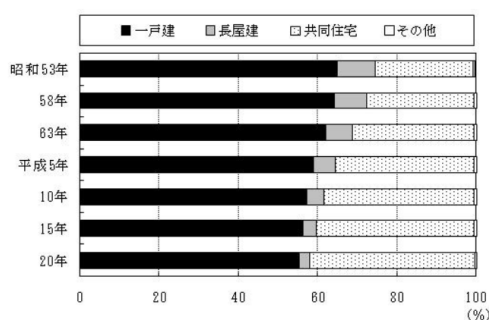
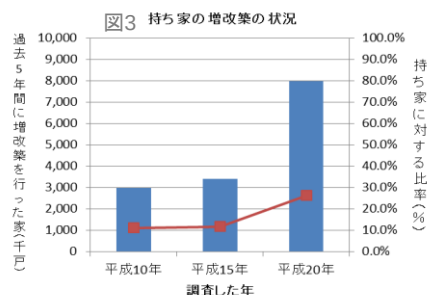


図2 住宅の建て方別割合の推移—全国(昭和53年～平成20年)



(3) 増改築・リフォームの状況

総務省の同調査では、持ち家の増改築の有無についても調べています。図3に示すように、平成20年の調査で、過去5年間に増改築を行った家は799万戸、持ち家に対する比率は26.3%です。平成20年までの5年間、平成15年までの5年間に比較して、倍以上の伸びを示しています。上記に関わらず、リフォームに伴う内装工事の需要が著しく伸びていることを示しており、空き家数の増加とともに、当社にとっての大きな商機と考えられます。



総務省「住宅・土地統計調査」の数値を引用

5. これまでの事業展開

(1) 過去の経営戦略

【創業期】: ほぼ100%下請

・元請けとの関係維持・強化

業界におけるポジションを掴んで、維持・拡大していく経営戦略をとっていた。常に元請けを見ながら、取引量の安定と拡大に努めた。

しかし、元請けとの関係が深まるほど、元請けの求めるものが品質になりエンドユーザのニーズや希望は直接必要はなかった。

ただ、安定経営のためには元請に集中することのリスクを常にもっていた。受注先の分散を図りながらも取引量を増やしていく経営が求められた。

【成長期】: 下請けからの脱却期

・下請けから 元請への転換 ・総合ハウジング業へ

元請けの衰退や撤退・業界全体の縮小化・元請けの内製化等により、受注量の不安定化と取引量の減少が顕著になった。打開策として、建築から製造機器の分野への拡張も図るが強豪が多く拡大基調を望むことができなかった。その折、オール電化の時流に乗り下請けを取りながらオール電化工事をエンドユーザから直接受注することに成功し、オール電化を切り口に風呂・キッチン等の設備機器もセットで受注できるようになった。設備機器の取り扱い量が増えてくるに従い、内装関連の工事依頼も増えてきて総合ハウジング業への道筋が見えてきた。

しかし、待ち受けの営業スタイルの為 毎月の受注が不安定であった。何らかの集客手法が必要と判断し、メニュー形式の折り込みチラシを開始した。さらに、集客ボリュームを上げるためには、来店型の集客が必要と判断し事務所形態の店舗をショールーム型にリニューアルした。合わせて「エコ住まい博」と名付けたイベントを定期的に開催し、多くの見込みのお客様を集客できるようになった。そのイベントでの集客を店舗につなぎ、お客様から動いていただく事業展開法が多くのお客様からも支持を受けるようになった。



創業者の先代 高橋三男です

建設業の最盛期を生き抜いた人生でした。
お酒が好きでとにかく豪快なおやじでした。

(2) 事業実績



＜家全体のリフォーム＞
(まるで新築)



＜間取りの変更＞



＜太陽光パネル設置＞



＜キッチンの更新＞



＜屋根・外壁のリフォーム(塗装)＞



＜外構のリフォーム＞



＜浴室・洗面の更新＞



＜トイレの更新＞

ハウジング事業部門の工事实績写真

住宅設備事業部門の工事实績写真

5. これまでの事業展開

(3) お客様の声



電話とお話になり有難うございました。

来ていたごいたの皆様、親切で、ていねいに仕事をしてくださる来はえも満足しております。

熱心にお話して下さるので、つい追加をお願いし、当初予算よりかなりの出費になりましたが、それなりに、気持ち良いうちでして貰え、ありがとうございました。

今は、快調な暮らししております。

今後共、良いおつきあいをお願いいたします。

お名前

ご住所 岸山市



お月々の壁に急ぎが入り、まだ先のことと想定して、リフォームと見に行き思いつき、リフォームと決まりました。

依頼の何処にも色付込みましたお任せとして頂き、後取り、手際の良さと日数も短かく、なり、日目で家族同様に入れました。又洗面所の照明もお任せ...しました所、私の思い通りで取付けて頂き喜んでおります。

お名前

ご住所 栄東市



本工事について

1. 工事前、中、後、各段階毎に説明をしっかりと、素人の私達十分に理解出来た。

2. 後のアフターフォローがしっかりあり安心です。

3. 負担金も安価でいて良くて助かりました。

お名前

ご住所 宇治市

「お客さまの声」を、「お客さまから頂いた貴重な情報」と位置づけ、頂いた「声」を、社内及び社外スタッフで共有・分析・活用することで、サービスの完成度をより一層高めていくことを目指します。



今後も良い対応で頑張ってください。

リフォームプランの相談・申請・上級とあれば良いお宅と思われそうですが？？？

いいスタッフの方々とお会いできてます。

リフォーム終了後、仲の良い奥様達に見て頂き、高橋様をおすすめして頂きました。(今更の方には大変御世話になり、ありがとうございました。)

皆様方、時折柄、健康にお気をつけて御自愛下さいませ。



いざいざ、キッチンリフォームと考えて、3日目にして(夜の夜、軽い気持ちで、展示会場とのお話を頂き、奥目には、熱心な話をして下さる高橋様とご主人とご家族、今日達成にいたしました。色々と要望にもお答え頂き、更新して頂いたキッチン(主)に上り、とて素晴らしいものです。当初は考えていたよりも、エコエントは現実のものとなり、家族も喜んでおります。省エネ、かつ快適な生活をおくれる事は、日々楽しいものになります。丁寧に丁寧に、使っていき、と思っています。お世話になりました。ありがとうございました。

お名前

ご住所 宇治市



まずは、ありがとうございます。

一軒家のリフォームでお依頼するのとは、質が全然違う。展示会場見学の、その場の対応がよく、一安心後の現場。立会い、予算内のおおすめプラン、そびえ施行、完了確認と3現主義(現場、現物、現状)に徹した工程へ。

また直接利益を生まない別途作業も、気持ちよく相談に乗ってくださる業者紹介、手配、フォロー、お話し合いができた。

このおき出合いでお話しが、発展させ、さらに年々にもこのお話しが、広がっていくと思います。

お名前

ご住所 滋賀県 野洲市

6. 自社の強み・優位性（知的資産）

当社の主な知的資産としては、人的資産として「個性的な営業力」・「優れた技術力」、構造資産として「顧客志向の幅広い提案力」・「多彩な企画力と情報発信力」、関係資産として「多様なネットワーク」が挙げられます。以下順次詳述します。

(1) 個性的な営業力（人的資産）

① 家に対する想い入れの深い社長

家が大好きで家にこだわりを持っている社長です。家のことについて話し始めたら何時間でも話します。家のどんなことでもご相談にのります。但し、話は途中でストップをかけてください。いつまでも話し続けますので・・・

社長は話しだしたら止まらない！！



② 介護・子育ての痛みのわかる

本社ショールームの女性スタッフ

本社の女性スタッフは、介護・子育ての経験を持っていて、かつリフォーム知識も豊富です。

従って、介護・子育てのためのリフォーム相談に体験も踏まえて親身に相談いたします。



<本社ショールームの女性スタッフ>

(2) 優れた技術力（人的資産）

① 高い専門性（資格の保有：建築関係、IT関係等）

長い社歴のもと、高い専門性を備えた多くの社員がいます。当社では、その技術レベルの高さの目安の一つとして資格の取得を進めています。

更に情報化時代の到来を見越して、情報関係の資格取得も進めました。その情報関係の知識が、現在の当社の主力事業の一つであるソリューション事業として結実しています。

主な取得資格としては次のようなものがあります。

- ・二級建築士 2名
- ・福祉住環境コーディネーター 1名
- ・電気工事士一級2名
- ・給水装置工事主任技術者 1名
- ・パソコン整備士2種 1名



<保有する二級建築士ほかの免許証>

② 経験とノウハウの豊富な施工スタッフ

当社の創業事業が住宅設備機器工事だったということもあり、現在まで当工事に関する多くの経験とノウハウの蓄積があります。当工事に関しては、自社社員（4名）による施工を数多く手掛けており、施工ノウハウが社内に蓄積されています。

また、当社の成長期（1996年～）に入ってから、リフォーム事業に本格進出し、リフォームに関しても十数年の経験とノウハウが蓄積されています。



<施工を数多く手掛けている自社社員>

知的資産の3分類

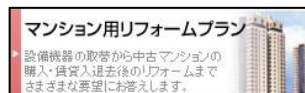
人的資産	従業員が退職時に一緒に持ち出す資産
例)	イノベーション能力、想像力、ノウハウ、経験、柔軟性、学習能力、モチベーション等
構造資産	従業員の退職時に企業内に残留する資産
例)	組織の柔軟性、データベース、文化、システム、手続き、文書サービス等
関係資産	企業の対外的関係に付随したすべての資産
例)	イメージ、顧客ロイヤリティ、顧客満足度、供給業者との関係、金融機関への交渉力等

6. 自社の強み・優位性（知的資産）

（3）顧客志向の幅広い提案力（構造資産）

①取扱商品の広さからくる提案力

当社はその事業経歴から、電気機器→住宅設備機器→リフォーム全般→標準規格住宅新設と事業領域を広げて来ました。そのため、取扱商品が非常に多く、お客様の要望に合わせてあらゆる提案が可能です。



②豊富な経験とノウハウからの提案力

当社は、多くの多様なリフォーム実績からの提案・自社施工経験からの提案・介護子育て面からの提案と、豊富な経験とノウハウに裏付けされた提案が可能です。当社HPでも多彩な提案を行っています。アクセスしてください。

（4）多彩な企画力と情報発信力（構造資産）

①情報満載なイベント（エコ博等）企画とチラシ類

「エコ住まい博」は4～5回/年のペースで約7年間企画・開催して、エコ（経済的でかつ環境に優しい）な住まいの情報を提供し続けています。また、エコ博イベントに来場いただけないお客様等のために、1回/月住まいとリフォームに関する情報満載なチラシを企画・作成して地域の皆さんにお届けしています。

②本社ショールームでの情報発信とHP等による情報発信

2005年の本社改装の折、本社にショールームを設置し「エコ住まい館」としてオープンしています。本社に来場いただくと住宅設備機器のサンプルを見ながら、リフォームの検討をしていただけます。

HPも住まいとリフォームの情報が満載です。「(株)たかはし」と入力して検索頂くと見ることができます。または下記のURLに直接アクセスしてください。

URL <http://www.teic.co.jp>



<2012年10月のチラシ>

（5）多様なネットワーク（関係資産）

①顧客ネットワーク

施工頂いたお客様とは、通信簿をだして頂くと共に、定期的にフォローを実施しネットワークが構築されています。

②仕入ネットワーク

多岐にわたる仕入商品に関しても、品質・フォロー等の面より信頼関係で結ばれたネットワークが構築されています。

③施工ネットワーク

リフォームの心臓部である施工面においても、右写真のような高い技能を持った職人の方々と“職人会”を組織し、定期的に勉強会を開催する等、ネットワークを構築するだけにとどまらず、技能の向上にも取り組んでいます。

施工ネットワークを構成する“職人会”のメンバーです。



7. これからの事業展開

(1) クロスSWOT分析

①クロスSWOT分析より導き出される戦略Ⅰ～Ⅳ

【 クロスSWOT分析 】

クロスSWOT			内部環境	
			《強 み》	《弱 み》
			<人的資産> ①専門知識を持った人材多い (二級建築士・IT関係有資格者等) ②育児・介護等の経験のある営業社員が多くそれらの痛みを営業に活している ③優れた社長の営業力 <構造資産> ④企業理念がある ⑤各種リフォーム実績が多いため、広範囲なリフォーム提案ができる ⑥管理体制が整備されている ⑦365日・24時間対応できる体制が整っている ⑧元 設備施工会社のため 施工体制・工具・設備・施工要員(4名)が整っている ⑨IT能力・情報発信力(HP等)がある ⑩エコ博等で情報提供・ニーズ収集可能 <関係資産> ⑪会社の歴史が長く、誠実な顧客対応により顧客からの信頼が厚い ⑫協力会社ネットワークがある	<人的資産> ①社長が集客機能を一手に持っている(属人的営業) ②社員の定着率が悪い <構造資産> ③管理体制は出来ているが、専門化が進んでいる為補完体制が不十分 ④社長のワンマン体制的な面がある ⑤大規模構造リフォームの競争力に欠ける ⑥新築物件の販売経験が乏しい <関係資産> ⑦協力会社のなかに、協力度合いに少しばらつきがある
外部環境	《機会》	①営業範囲である守山・野洲等は人口増加市が多い ②リフォーム需要は高い ③環境・省エネ意識の高まり等顧客ニーズが多様化・高度化している ④高齢化社会(脅威でもある) ⑤ペットブームである。 ⑥スマートコミュニティー化が進んでいる	強みを活かし、機会をものにする戦略(方法)……戦略Ⅰ ●⑤×③ 広範囲なリフォーム提案能力を使い、多様化・高度化したニーズにマッチしたリフォーム提案を行う ●⑪×② 地域の信頼を軸に、既存顧客周辺の旺盛なリフォーム需要を取り込む ●③×① 社長の営業力を活かし、人口増加を追い風に、新規顧客を開拓する ●⑧×⑥ 住宅設備に関する強みを活かし、スマートハウス対応家電に切り込む	弱みを克服し、機会を逃さないようにする戦略(方法)……戦略Ⅲ ●①×① 営業方針を行動規範として全社に浸透し、人口増加の追い風を活かして顧客を増やす ●③×② 社員の職能を拡大し、需要増に対応できる体制を構築する ●⑦×② リフォーム需要の伸びを交渉の追い風とし、協力会社との関係を強化する
	《脅威》	①少子高齢化・晩婚化・未婚化 ②異業種の参入(ホームセンター・大型家電店等) ③ハウスメーカーのストック住宅への進出 ④職人の高齢化・跡継ぎの不足・職人の不足	強みを活かし、脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……戦略Ⅱ ●②×② 介護や子育て経験を活かし、新規参入大手と競合しない、ローコスト新築住宅販売を強化する ●⑧×② 設備廻りの技術をリフォームに活かし異業種とは異なる価値を提供する ●⑫×④ 外注を効果的に使い職人不足を補う	弱みを克服し、脅威の影響を受けないようにする戦略(方法)……戦略Ⅳ ●⑤×③ 大型構造リフォームへは積極展開しない ●⑥×① 規格住宅を使い高齢者へ提供し、若年需要の低下を補う

②戦略Ⅰ～Ⅳより導き出される将来戦略

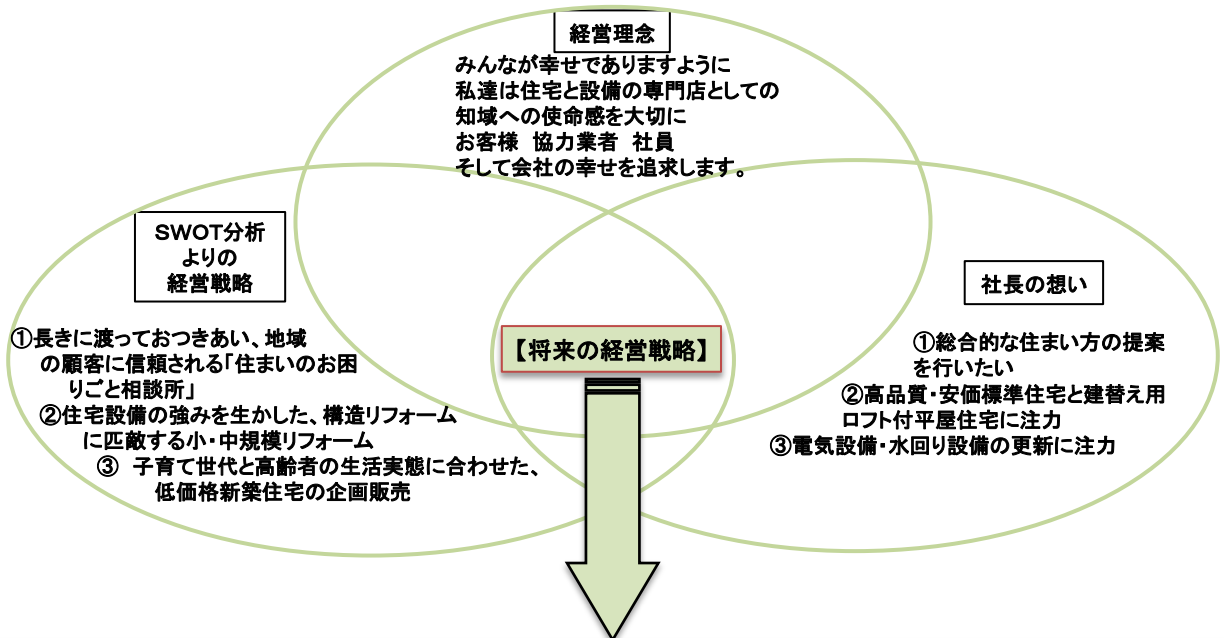
- (イ) 長きに渡っておつきあい、地域の顧客に信頼される「住まいのお困りごと相談所」
 (ロ) 住宅設備の強みを生かした、構造リフォームに匹敵する小・中規模リフォーム
 (ハ) 子育て世代と高齢者の生活実態に合わせた、低価格新築住宅の企画販売

7. これからの事業展開

(2) 将来の経営戦略

① 将来の経営戦略

経営理念・経営者の想い及び前頁の経営戦略を総合して、将来の経営戦略を次のようにする。



- (イ)リフォーム : リフォームをもっと身近に解りやすくをモットーに適正な価格と品質を安定的に提供し「住まいのお困りごと相談所」として地域に愛され必要とされる100年企業を目指す
- (ロ)新築 : 生活スタイルにこだわりをもつ子育て世代と、定年後もアクティブな夫婦にターゲットを絞り明確な価格設定とコンセプトで安定した個性的な住まいを提供する
- (ハ)ソリューション: 高機能 複雑化する住宅内の設備をニーズに応じて適切にセレクトし快適で安全な住環境をソフト面でトータルにサポートする

② 将来の経営戦略を実現するための 重要成功要因

- ◆技術力の向上
- ◆営業力の向上
(営業マン全員が、会社紹介・商品紹介を適切にできるようにする)
- ◆現場対応力の向上
(スタッフ・現場ともお客様に適切な診断とアドバイスがその場でできるよう広い知識の修得)
- ◆新規顧客獲得

③ 重要成功要因を達成するために 獲得・補強すべき主な知的資産

- ◆新規採用(営業要員、施工要員)
- ◆資格の取得
 - ・建築施工管理技士
 - ・住環境コーディネーター
 - ・インテリアコーディネーター
 - ・住宅診断士等
- ◆各種マニュアル類作成
 - ・営業
 - ・工事
 - ・現場対応力向上ロールプレイング
 - ・顧客管理等々
- ◆現場対応力・営業力向上の教育
- ◆新規取引先・新規外注先の開拓

7. これからの事業展開

(3) KPI(重要業績評価指標): 将来の経営目標を達成するためのKPI

KPI	現状 (H24年6月期)	将来 (H27年6月期)
リフォーム事業売上高	1.6億円	3億円
ゼロキューブの建設	1棟	3棟(※①)
ロフト付平家住宅の建設	0棟	1棟(※②)
仕事の通信簿(※③)回答率	90%	100%
クレーム発生件数(※④)	12件	4件
顧客管理ソフト利用者	3名	7名

※① 平時は3棟/年を目標とするが、体制強化後12棟/年を目標とする。

※② 平時は1棟/年を目標とするが、体制強化後3棟/年を目標とする。

※③ 仕事の通信簿とは？

使用法: 工事施工後、お客様から工事に関する感想(通信簿に採点)を頂くようにしています。
その通信簿は1年間に240～360件に達しています。

フォロー: その通信簿(「お客様の声」)を、「たかはしとお客様との双方向コミュニケーション」と位置づけ、社内及び社外スタッフで客観的・謙虚に「声」を共有することで、お客様理解に最も優れた地元密着建設会社になることを目指しています。

「声」の中で改善のヒントにつながるような貴重な意見や提案については、具体的な改善策を検討し、お客様の声を反映したサービスの改善を実現するように努めています。



<仕事の通信簿>

※④ クレーム発生件数について

クレームについてはゼロを目指していますが、残念ながら散発しています。
以下にクレームの例とその採った対策についてご説明いたします。

(例1) 状況: 工事日がお客様の思っていた日と異なっていた。

対策: 前日の訪問連絡を必ずするようにルールづけた。

(例2) 状況: 給湯器故障の修理において、待ち時間の不便さを口にされていた。

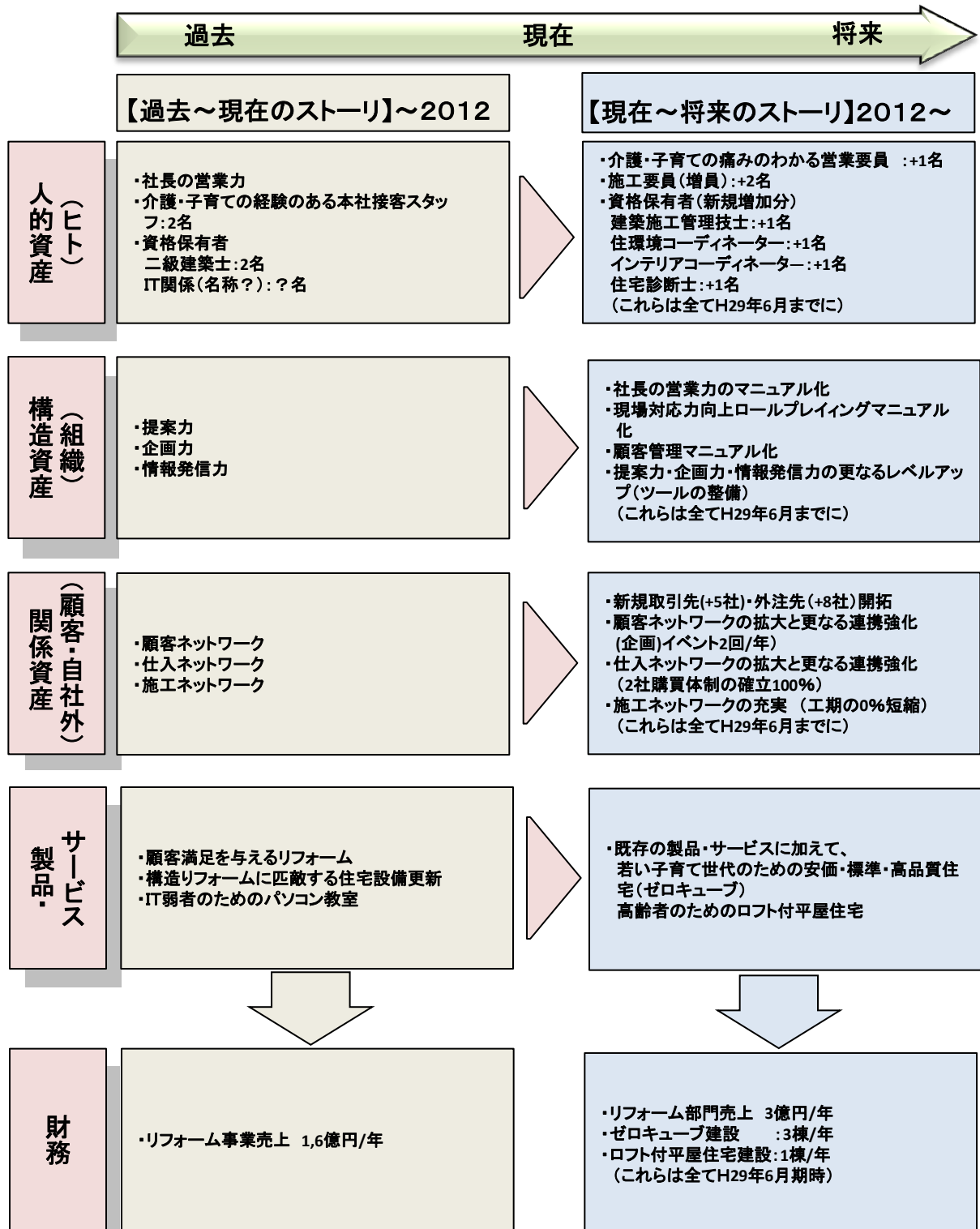
対策: 常時貸出し用の給湯器を準備した。

(例3) 状況: 外壁塗装において、色のニュアンスに不満を漏らされた。

対策: 現状の壁にご希望の塗料をテスト塗りすることを標準とした。

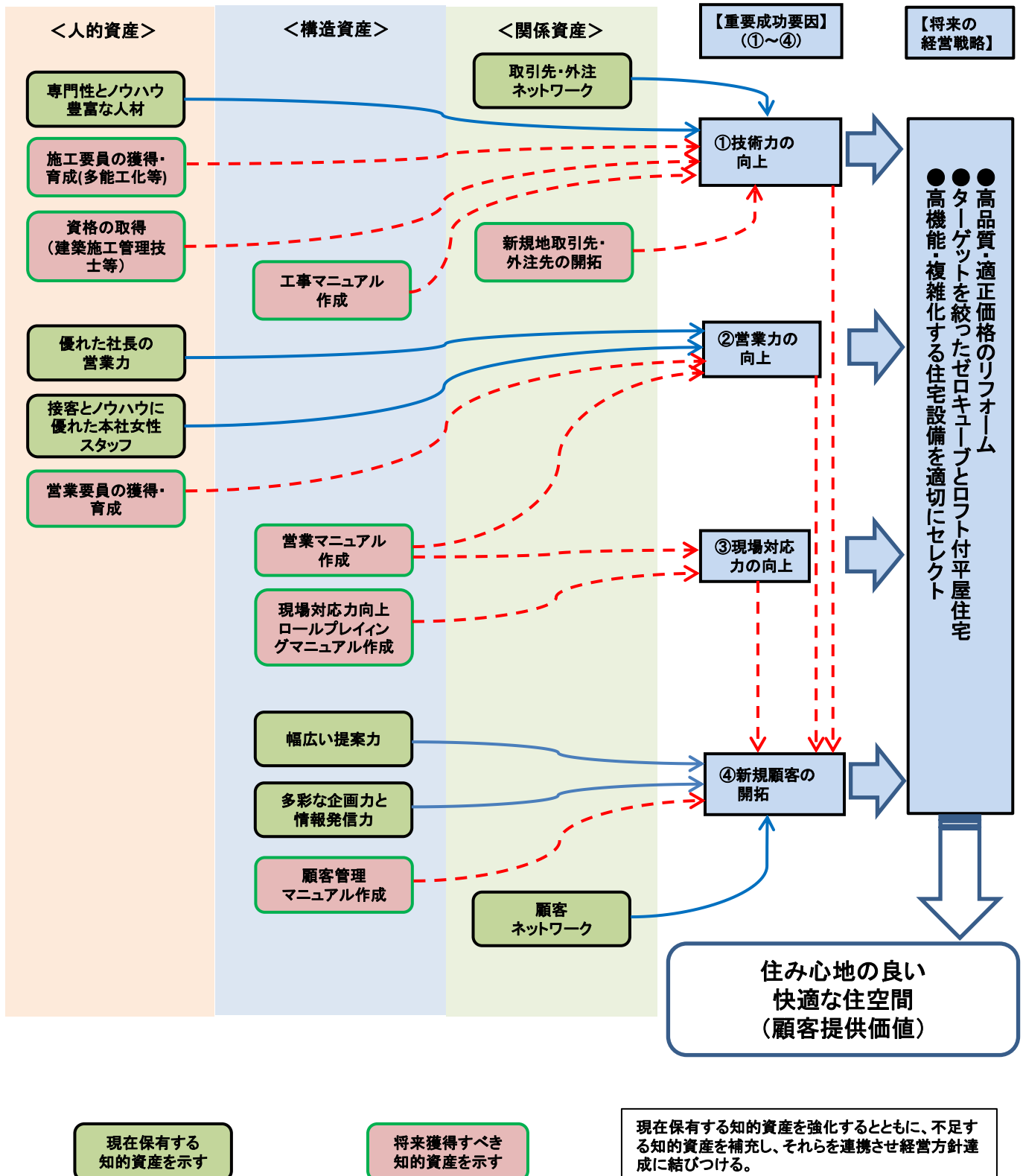
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

(1) 価値創造ストーリー



8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ

(2) 知的資産活用マップ



9. 会社概要

会社名	株式会社 たかはし
創立	1953年 創業 1986年 法人化
会社所在地	住所:〒524-0001 滋賀県守山市川田町413-2 TEL:077-582-2018 FAX:077-582-7190 メールアドレス:info@teic.co.jp
代表取締役	高橋 勉
資本金	10,000千円
従業員	8名
事業内容	リフォーム工事全般 住宅新築工事:ゼロキューブ(高品質・標準規格・低価格住宅) ロフト付平屋住宅 高・低圧電気設備工事、太陽光発電システム、オール電化工事、 スマート家電等々 水回り工事(キッチン、風呂、洗面、トイレ等の更新) PCサポート
ホームページ	http: http://www.teic.co.jp



<たかはしへのアクセスです>



＜営業対応エリアです＞

10. あとがき

(1) 知的資産経営とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産（特許・ブランドなど）、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー（利害関係者）に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動（価値創造戦略）として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠しています。

(2) 注意事項

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境（内部環境及び外部環境）の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。

(3) 作成者

株式会社 たかはし
代表取締役 高橋 勉

(4) 作成支援

当報告書は次の団体・個人により作成支援されています。

- 中小企業支援ネットワーク機関 滋賀県中小企業団体中央会 中嶋 和繁
- 中小企業診断士 菊田 俱光
中小企業診断士 及川 朗
登録：中小企業支援ネットワーク強化事業登録専門家

(5) お問い合わせ先

株式会社 たかはし
住所：〒524-0001 滋賀県守山市川田町413-2
TEL: 077-582-2018
FAX: 077-582-7190
メールアドレス: info@teic.co.jp

(6) 発行

2013年1月

