



知的資産経営報告書



2011年版
快適生活提案提供業

 **西和不動産販売(株)**

目次

目次	1
1. ご挨拶	2
2. 経営理念	3
3. 事業概要	4
4. 市場環境	6
5. これまでの事業展開	7
6. 自社の強み・優位性（知的資産）	9
7. これからの事業展開	12
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ	16
9. 会社概要	18
10. あとがき	19

1. ご挨拶

顧客満足を高めるのは企業が存続しうる限り終わりのない大命題であります。いかに顧客満足を高めていくのか？この度ご縁をいただきまして知的資産経営報告書に出会い、これからの弊社方針が明確になりました。

商品の品質向上はもちろんですが、時代のキーワードは環境、省エネルギーで弊社の商品であります新築住宅においても当然求められるものであります。

そのような流れの中で今年より「屋上緑化住宅(+1リビング)」を供給することになり、環境への貢献を高めて参ります。また、国土交通省が推奨している環境・省エネ評価システム「CASBEE」への取組みをはじめていきます。ソフト面では現在お喜び頂いております家のお引渡しの演出、住まれてからの各種季節のイベント、他社より優れたアフターサービス評判をさらに良くしていき、それだけに留まらず新しいサービスをたくさん加えて参ります。

内部においては「営業の見える化2013」プロジェクトを開始し、お客様へのきめ細かい対応を強化していきます。

どんどん進化していく西和不動産販売株式会社にご期待ください。

また、今回の知的資産報告書を出す直前に東日本大震災が発生しました。亡くなられた方に哀悼の意を捧げるとともに被災された方にはお見舞い申し上げます。住宅に従事するものとして更なる耐震の強化に努めてまいります。

2011年3月末日



代表取締役 福島 正義

創業の精神

秋空を黄金色に輝いている夕焼けの空を、戦後の焼け跡が残る頃に、広いベランダから見た印象が忘れられません。皆が食べ物もなく貧乏に育ち、夕方までガキ大将を中心に遊び廻った時代です。格好の遊び場所は建築中の現場で、その時の同級生の洋風建築のベランダは最高でした。



会長 福島 義夫

私が小さいころ育った家は、田の字で人が集まる部屋でした。冠婚葬祭には便利でも日常生活ではプライベートルームがなく、そして冬は北風が部屋の内を通り過ぎ、寒くてなかなか寝付かれないような住まいでした。

大人になったら、広いベランダから夕焼け空が見える洋風の家で、灯りがついたダイニングで談笑が漏れてくるような、街に住みたいと願っていました。

小さいときの故郷の思いを胸に、家族が絆を育む街を、住まいを、創造したいと願い、西和不動産販売を創業しました。

2011年3月末日

2. 経営理念

(1) 経営理念

経営理念

快適生活を提案・提供する。

顧客、協力業者、従業員満足を追求する。

地域社会に貢献し、存在価値のある会社とする。

- ① 経営の基本＝快適生活の提案・提供
- ② 経営の目的＝住空間を通してお客様が満足と喜びを体感していただけること
- ③ お客様の満足＝仕事をする者が仕事に喜びと満足を持つことが前提
そのために、私達は仕事がしやすい環境を提供します。
- ④ 従業員の満足＝お客様の喜びとするために
風通しの良い風土、働き甲斐のある活性化した職場づくりに努めます。
- ⑤ 地域社会への貢献のために
住みよい街づくり、雇用の確保、納税に努めます。



(2) 企業ビジョン

ビジョン

いつまでも暮らしたい故郷の街創り。

家族の成長と共に絆と喜びを共有する住空間を。

滋賀県分譲住宅顧客満足NO1企業。

- ① 自然と人間が共生してきた歴史の証である地に、私たちの智恵と想いを込めて新たな街づくりを提案提供。
生まれ育った我が家でいつまでも暮らしたいと思う、ふるさと創りを目指す。
- ② 友達・親戚・知人と気軽にホームパーティを開いて、少し自慢したい我が家と、家族の成長と共に住まいを通して絆を育み深める。
喜びと感動を与える住空間創りを目指す。
- ③ 「滋賀県分譲住宅業界」のなかでまず、お客様の満足度NO1の企業を目指す。

★顧客満足とは…当社の定義

「直接間接にかかわらず弊社と接点を持つ機会において
心が満ち足りること、申し分ないこと」

「従業員、協力業者の方はもちろんステークホルダー(関係者)の方々にも満足が得られるもの。」



3. 事業概要

(1) 会社の沿革

創業期(1988~1997)	成長期(1998~2007)	発展期(2008~)
<p>1988年1月創業 販売代理業務開始 年間56軒の受注</p> <p>1990年 希望が丘を始め売主として 8 軒受注</p>	<p>1999年 千町で24軒販売代理、 平津で50軒販売代理、 繕9丁目で売主として22軒の受 注。 大きく飛躍する年となった。 2005年「Mother Lake唐崎」販 売開始</p>	<p>グリーンパーク小平井(現在 110戸)を継続して開発。 20周年より各団地にビジョン の思いを込めた石碑を建立。 子供たちが自慢できる公園 造りに着手。心の通った団 地づくり、建築受注の本格 化を目指し関連企業を設立。 +1LIVING事業に着手。</p>

(2) 事業内容

① 分譲住宅・販売代理・・・お客様の最高のパートナーとして！



お客様のマイホームに対する想いを西和のスタッフが形にします。ライフスタイルや家族構成、ご希望などを細かくヒアリングし、お客様の理想の住宅を西和の自由設計プランが実現します。

<自由設計とは？>

お客様のご要望・希望、家作りに対する夢などをじっくりヒアリングします。ヒアリングした内容を元に、お客様オリジナルの間取りを作成します。

気に入って頂けるまで何度でも作成します！



② 土地開発・・・創業の精神は宅地開発から！



宅地開発を通じて、人と自然と街が調和する街の創造、ふるさとづくりを行います。安心して資産価値の高い住まいづくりは、西和のもっとも得意とする分野です。



③ 賃貸仲介管理・・・地域密着のきめ細やかな対応！



単なる物件の販売／仲介にとどまらず、分譲住宅をおこなう会社ならではのきめ細やかな対応が西和の特徴です。地域密着のサービスで実績を挙げてきた賃貸・仲介・管理事業。今後もより身近なサービスの提供に努めて参ります。



3. 事業概要

④リフォーム・・・長く住んでいただく住宅のために！



家族の成長に伴って快適な空間のあり方も変わってきます。
リフォームは資産の価値を高め寿命を延ばして、次世代に贈るための重要な手段です。分譲住宅の自由設計で培ったノウハウをリフォーム事業にも展開しています。



(3) 西和の特徴・こだわり・取り組んでいること

①徹底した品質と顧客満足へのこだわり(知的資産:構造資産)

国際規格であるISO9001の品質マネジメントシステムに基づき、安心・安全な土地・建物を供給すると共に、「顧客満足への向上」について適切に実行していく組織体制の確立を目指しています。
購入後も、末長く安心して暮らしていただけるよう性能保証・点検などのアフターサービスも万全です。もちろん、第三者機関による、土地・建物保証も実施しております。



ISO9001登録証



第三者機関による検査

登録範囲

不動産の販売・仲介及び住宅の設計施工

②環境・地域活動への取り組み

【チャレンジ25キャンペーン】

温室効果ガス25%削減のための国民運動キャンペーンに参加しています。



【緑の募金・緑化推進】

「そだてよう みどりいっぱい みんなの地球」
水のふるさと、心のふるさとである森林を、「自ら守り育てる」取り組みに協賛しています。



【地域活動】

地域で行われる振興支援事業や福祉事業に積極的に参加しています。街も私たちも共に活性し、元気 にイキイキと成長できることを目指しています。

会社には「子ども110番の家」の黄色いステッカーが貼ってあります。地域の子供たちの安全を見守る事も西和不動産の大切な仕事のひとつです。



4. 市場環境

(1) 人口推移

① 滋賀県の人口推移

平成22年10月1日現在で実施した国勢調査によると、滋賀県の人口は次のようになっています。(総務省統計局発表)

人口	1,410,272人
前回(平成17年)比	29,911人増加 (増加率 2.17%)

平成17年から人口が増加した都道府県は9都道府県であり、滋賀県は数少ない人口増加県です。人口増加率は全国で5番目です。

② 草津市・栗東市・守山市の人口推移

西和不動産販売の重点商圏地域であるこれら3市の人口推移は次表のようになっています。

【人口増加数の多い市】(平成17年比)

順位	市名	増加数(人)	増加率(%)
1	大津市	13,910	4.30
2	草津市	9,695	8.00
3	守山市	5,515	7.79
4	栗東市	3,783	6.32
5	彦根市	2,136	1.95

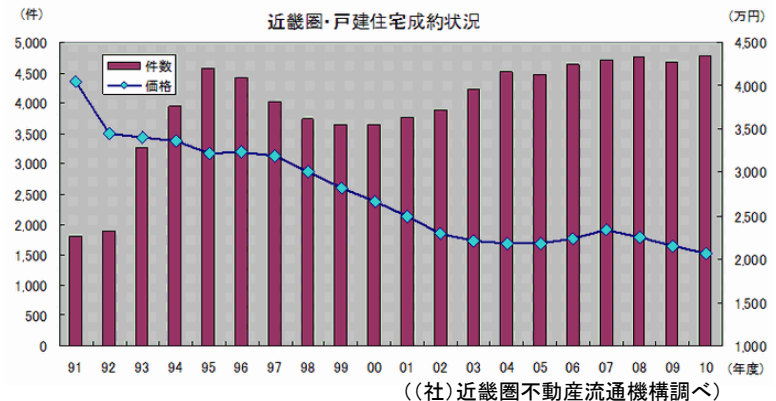
この表からもわかるように、草津・栗東・守山の3市は増加数も県内では上位にあり、増加率では上位3位を占めています。

(2) 戸建住宅成約状況

① 近畿圏の状況

右グラフは近畿圏の戸建て住宅成約状況です。価格は下がっているが、2010年においても近畿圏は高水準を保っています。

しかし直近のデータでは、滋賀県においては2010年度の住宅成約は下がっているとのことです。



② 滋賀県及び3市の見通し

今後の見通しについては、しかるべき機関からの発表データは見つかりませんでした。

当社について希望的観測も含めて見通しを推測すると、重点商圏である草津・栗東・守山3市の人口増加数・率とも非常に高水準であること、住宅企画開発力・顧客信頼度等の高さを勘案すると、見通しは暗くはなく、どちらかと言えば明るいといっても過言ではないと思います。

5. これまでの事業展開

(1) 過去の経営方針・経営戦略

創
業
期

- ◆販売力を活かした営業活動
(全員販売要員の思い)
- ◆間接要員はいない・・全て自分で！！
(一人当たり生産性の追求)
- ◆自社供給力を持つことが目標！！
(資金力の蓄積)



—より良い住宅づくりにまい進—

成
長
期

- ◆住宅の性能を上げ、お客様に喜んでいただく。
- ◆全社員が全ての部門のことが分かる。
情報を共有し間接コストを抑える為にゼネラリストとして動く。
- ◆一人当たりの経常利益を上げていく。

発
展
期

- ◆コア・コンピタンス経営にシフト
- ◆まちづくりへの挑戦
- ◆アフターフォローの強化
- ◆お客様に感動して頂くサービスイベント開始

5. これまでの事業展開

(2) 事業実績



H16年8月
プロヴァンスの家



H18年6月
スカイバルコニー
のある家



H19年9月
インナーガレージの家



H21年3月
木のぬくもりを
感じる家
故郷エコ住宅



H23年2月
環境を意識した
プラスワンリビング



6. 自社の強み・優位性(知的資産)

当社の知的資産の特徴は、一つは人的資産(従業員個人の持つ資産:個人のノウハウ等)よりも構造資産(企業組織の持つ資産:システム等)が多いことです。

もう一つは人的資産・構造資産・関係資産(企業の対外関係に付随した資産:顧客・取引先等)が単独で存在するより、いずれか二つまたは三つが複合して存在していることが多いことです。

具体的な主な知的資産としては以下のようなものがあります。

(1) 経営理念・企業ビジョンの存在と浸透(複合資産)

① 経営理念・企業ビジョンの存在そのもの(構造資産)

企業及び従業員の価値判断のよりどころとなっています。

② 従業員への浸透(人的資産)

従業員に浸透し、協調性・自発性・柔軟性があります。

③ 企業への浸透(構造資産)

企業組織へも浸透し、柔軟性のある組織となっています。

(2) 優れた住宅団地の企画・開発力(複合資産:人的・構造資産)

マザーレイク唐崎の団地を皮切りに、グリーンパーク小平井等多数の大規模団地の開発実績があります。開発にあたっては街並み計画に力を入れ、社内的にはランドプランを立てる開発部門・設計部門の一級建築士・顧客に最も近い営業部門等が組織の垣根を越えてチームとして取り組んでいます。そしてそれらの経験からのノウハウが、組織・個人両者に蓄積されています。



<グリーンパーク小平井の街並み>

(3) 優れた個々の住宅の企画・開発力(複合資産)

① 顧客要望を満たす

自由設計システム(構造資産)

「顧客ヒアリング→オリジナル間取り図の作成
→顧客希望の部材の選定→外観・外装をCG
で確認」
という手順が確立され、顧客の想いを実現しています。

右の図は、建屋外観をCGで作成したものの



6. 自社の強み・優位性(知的資産)

②モデルハウスを活用した住宅の開発(人的資産・構造資産)

各個人や外部からの各種アイデアをモデルハウスで試作・改良し快適な住宅を提供しています。

③故郷エコ住宅の開発(人的資産・構造資産)

柱や梁を壁で隠さず、あらわになる真壁造りにすることにより、木が空気に触れることで温度や湿度が調節できる構造の住宅を開発・販売しています。

家も人も健康的でエコな住宅です。



<真壁造りの内部>

④屋上緑化住宅の開発(構造資産・関係資産)

友好関係にある提携会社(東邦レオ)と共同で、解放空間・プライベート空間を持った屋上緑化住宅を開発しました。今後積極的に拡販する計画です。

(4) 品質確保システム(構造資産)

①ISO9001の取得・運用

ISO9001を取得し、それに則った販売・設計・施工を行い品質維持に努めています。

②第三者機関による品質・建物保証システム

客観性のある品質を確保するため、第三者機関による品質・建物保証システムを構築し運用しています。

(5) アフターフォロー体制・システム(構造資産)

現在アフターフォローとして、3カ月・1年・2年・5年・10年毎に各種点検や維持管理状態を確認する体制・システムが確立し、それに基づいてアフターフォローを行っています。

更にそのアフターフォロー体制を充実すべく、SEIWAアフター倶楽部の構築を進め、より充実したアフターフォロー体制の確立を目指しています。

(6) 経営管理システムの確立・運用(構造資産)

1年・3年・5年計画を主体としたコア・コンピタンス経営計画を作成し、従業員全員に発表・配布しています。その経営計画書は「**繁栄計画書**」と名付け、経営会議で進捗のチェックをしながら必要な時には修正を加えて更新しています。つまりPDCAシステムの確立に力を入れています。2011年版はA-4版で70ページにも及びました(少し分厚すぎる?)。

右は2011年版「繁栄計画書」



6. 自社の強み・優位性(知的資産)

(7) 充実した顧客や地域との交流システムの確立・運用(構造資産)

① SEIWAクラブの運用

顧客や住宅購入希望者を主対象に、友の会組織としてSEIWA倶楽部を設けており、最新の情報やお得な情報の発信を行っています。

② ブログの発信

一般向けにブログの発信も行っている。当ブログは「**せいわのわ**」というスタッフブログで、分譲案件やイベント案内などを毎日発信しています。

③ イベントの定期開催

ビジョンに掲げた「ふるさと創り、絆創り、住まい創り」を当社が開発したグリーンパーク 団地で実現するために季節に合わせて「餅つき大会」、「夏祭り」、「芋堀大会」等を定期的に開催しています。

また、「写真コンクール」をはじめ、親子の愛情や友人との笑顔づくり等にも力を入れています。

<「餅つき大会」>



<「写真コンクール」>



<「芋堀大会」>



<「夏祭り」>

(8) 外部ネットワークの確立・運用(関係資産)

施工を外注していること及び住宅建設は多くの資材と多くの施工業種を必要とすることもあり、それらの外部業者とのネットワークが確立されかつ運用されています。具体的には、工務店会議の定期開催・経営勉強会の開催・協力業者の提案制度の運用等が実施されています。

また、施工現場の安全朝礼には当社社員も必ず誰かが出席し、安全確保と意思の疎通を図っています。



<施工現場の安全朝礼>
(当社社長が自ら出席)

7. これからの事業展開

(1) クロスSWOT分析

① 経営理念を達成するための重要成功要因・・・クロスSWOT分析より

【西和不動産販売(株) クロスSWOT分析】

クロスSWOT		内部環境	
		《強み》	《弱み》
		<ul style="list-style-type: none"> ・理念が浸透し、協調性・自発性・柔軟性・対応力がある。 ・住宅団地及び個々の住宅の企画・開発力に優れている。 ・モデルハウスを持ち、各種実験を行い、提供住宅の改良に充てている。 ・品質確保システム・アフターフォローシステムが確立されている。 ・営業の一人一貫体制がとれている。価格裁量権もある。 ・顧客や地域との交流システムが確立されている。 ・外部ネットワークが確立されている。 ・価格がわかりやすい。 ・記念DVDの製作、各種イベント等フォローを十分に行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・専門知識・プレゼン能力・クレーム対応等で個人差がある。 ・準備が弱く計画も遅い。進捗管理が甘い。 ・不適合が自立的に上がってこない。 ・協力工務店の中でお客様との対応が不十分な面がある（理念浸透不十分）。また施工者による品質のばらつきもある。 ・既存顧客からの紹介が少ない。またそのシステムもない。
外部環境	《機会》	<ul style="list-style-type: none"> ・環境・省エネ意識の高まり ・ECOポイントによる需要が見込める。 ・地盤である湖南地域(栗東、野洲、守山)は人気地域であり発展性がある。また同地域は人口も増加見通しである。 ・一部競合の弱体化 	<p style="text-align: center;">【経営理念を達成するための重要成功要因】 「独自の付加価値と徹底したアフターフォローの提供で、顧客価値(付加価値)を創造する」</p> <p style="text-align: center;">そのための具体的施策</p> <p>①・・・独自のサービス・住宅装置の開発 ②・・・既存のサービス・住宅装置の改善 ③・・・アフターシステムの改善 ④・・・営業の見える化の推進</p>
	《脅威》	<ul style="list-style-type: none"> ・銀行の貸し渋り・剥がし ・中古住宅需要・リフォーム需要の活況 ・少子化・晩婚化・未婚化 ・当社の知名度不足 ・異業種からの参入(例:ヤマダ電機・・・) ・耐震の不十分な住宅は敬遠される 	

7. これからの事業展開

(2) 今後の経営方針

前掲のクロスSWOT分析・重要成功要因より今後の経営方針として、下記のようにする。

快適生活の提案・提供

【具体的施策】

① 独自のサービス・住宅装置の開発

- ・屋上緑化住宅の推進 ……+1リビングのさらなる改善
新しいライフスタイルの提案
- ・新しい環境住宅の開発
産学連携し環境商材を採り入れていく



<屋上緑化住宅のモデル>

② 既存のサービス・住宅装置の改善

- ・省エネ住宅の改善
断熱性・気密性の向上
生活のランニングコストを削減する
- ・団地インフラの向上
団地入り口のグレードアップ、公園遊具のグレードアップ等
文化的安らぎを得られるようにする



<自由設計住宅>

③ アフターシステムの改善

- ・SEIWA アフター倶楽部を構築し、アフターサービスを提案していく
(現SEIWA 倶楽部とは別個に構築)
OB顧客とのつながりを大切に、イベントや催しを開催し、時代に沿ったリフォームや新しいライフスタイルの提案を行う



<現SEIWA 倶楽部>

④ 営業の見える化の推進

- ・「営業の見える化2013」プロジェクトの推進
お客様が納得する対応をさらに強化するために、キメ細やかさと早いスピード対応を目指す

7. これからの事業展開

(3) 実行計画

【事業計画の実施スケジュール】

	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
①独自のサービス・住宅装置の開発 ・屋上緑化住宅の推進 ・新しい環境住宅の開発	→		→		
②既存サービス・住宅装置の改善 ・省エネ住宅の改善 ・団地インフラの向上	→			→	
③アフターシステムの改善 ・SEIWAアフター倶楽部を構築しサービス提案していく	→		→		
④営業の見える化の推進 ・「営業の見える化2013」プロジェクトを推進	→			→	



<「営業の見える化2013」プロジェクト会議>



<屋上緑化住宅の勉強会>

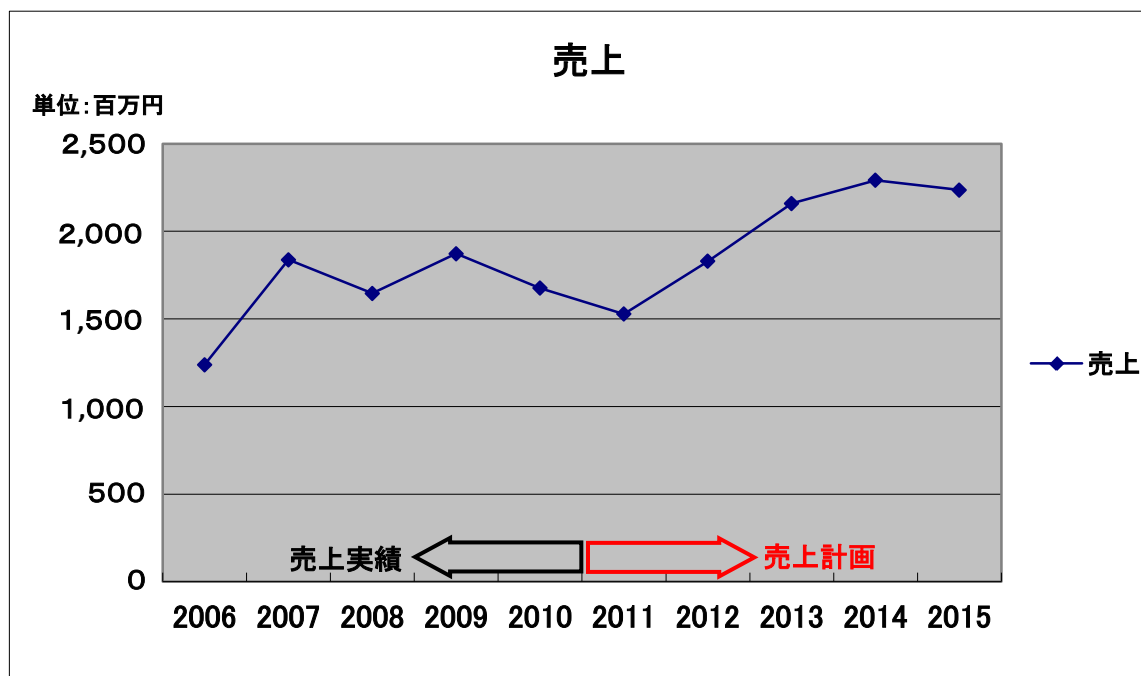
7. これからの事業展開

(4) 事業計画(数値目標)

① KPI(重要業績評価指標)

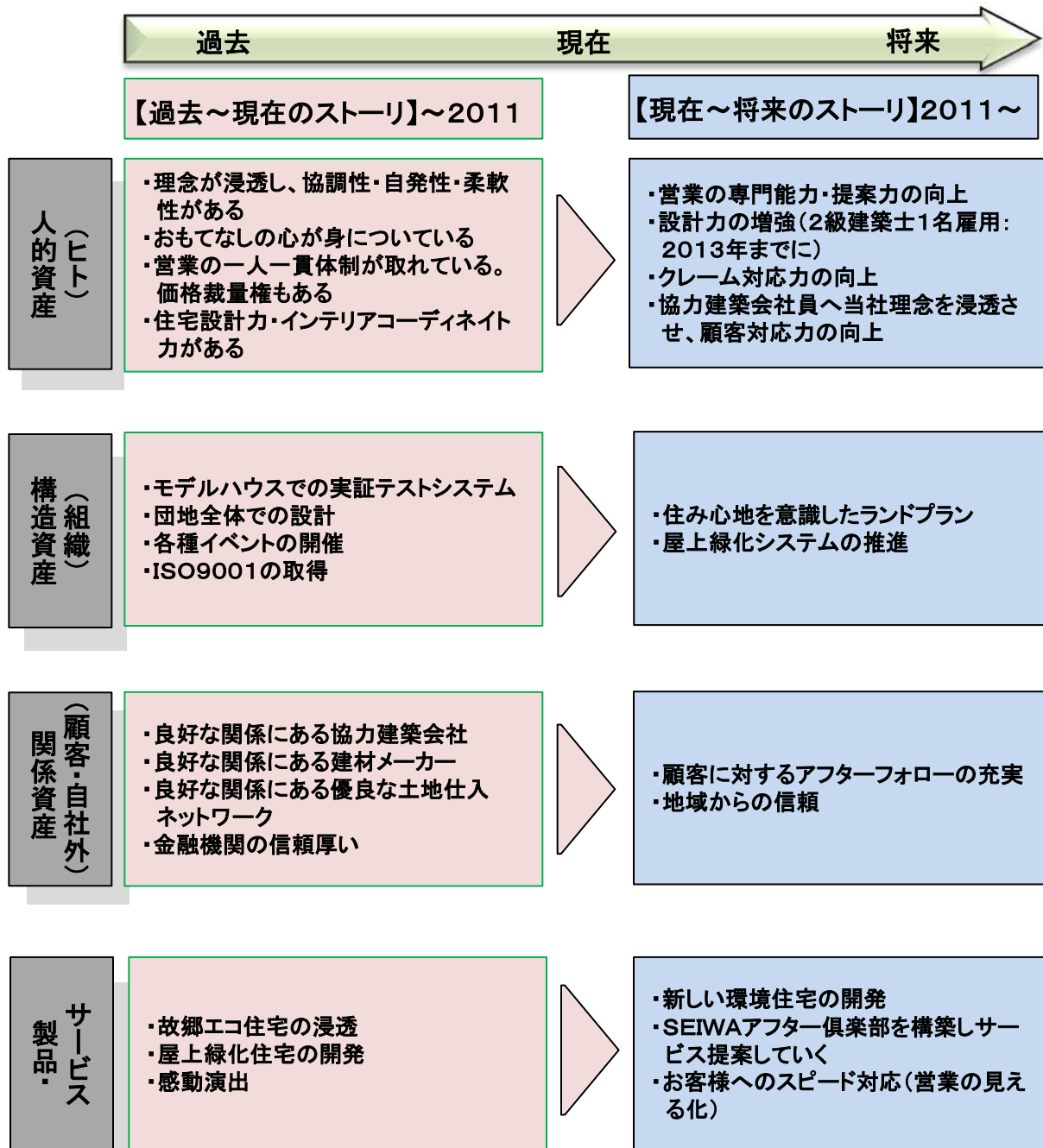
KPI	現状	将来
屋上緑化住宅の建設 (+1リビング)	0棟	2013年に年間25棟建設
営業の見える化	類似システム はある	2013年度末までに第1次システムとして完成させる。 (顧客管理と営業支援主体)
CSアンケート建物評価 (5段階)	3.36 (平均)	2013年度平均3.75にする
CS活動アイデア数	年6.4件	2012年度末までに一人当たりアイデア数を年48件にする
品質改善率	38%	2015年度末までに一戸当り(建築2年以内)の修理依頼率を30%に引き下げる

② 売上実績及び売上計画



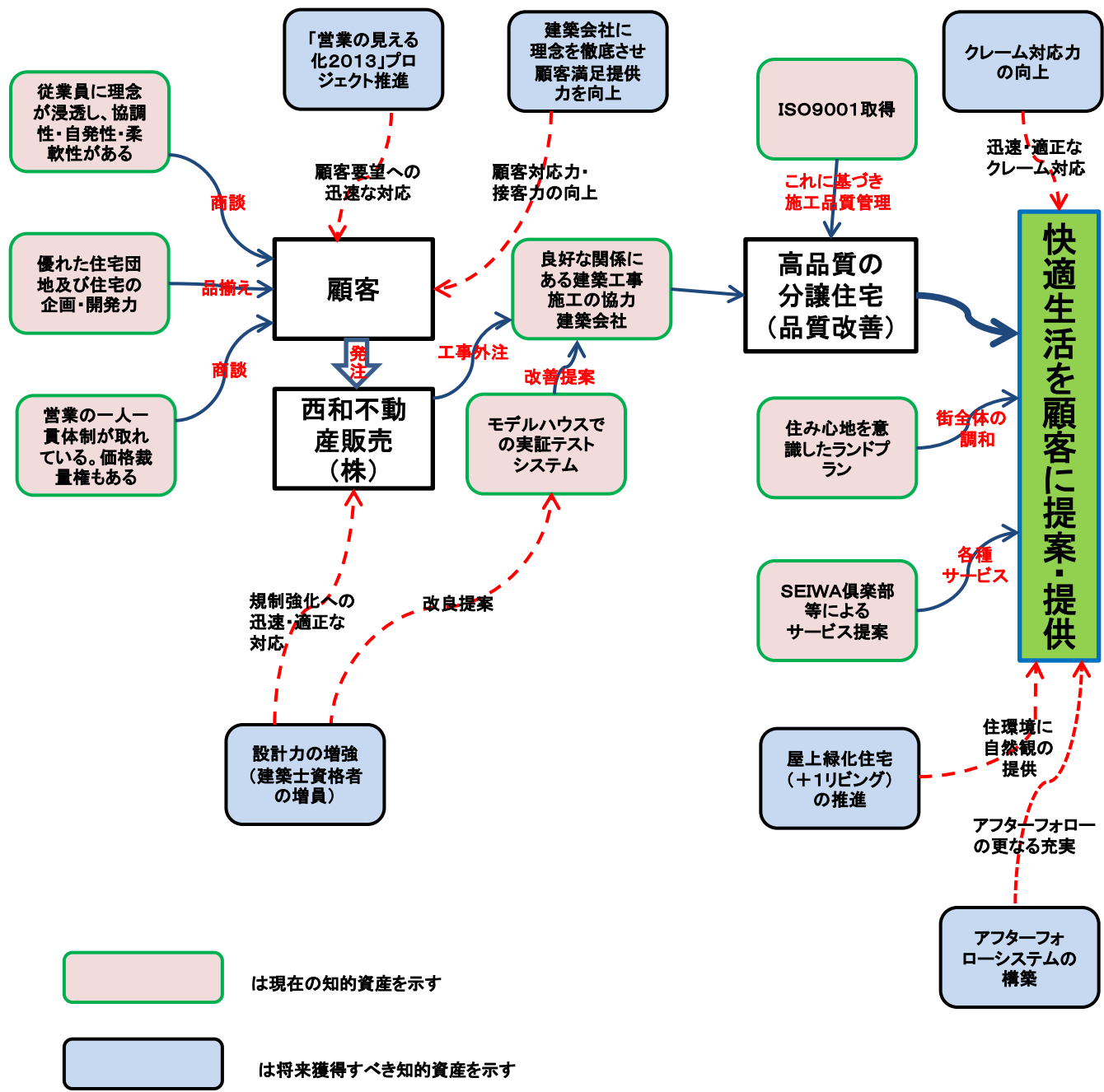
8. 価値創造ストーリーと 知的資産活用マップ

(1) 価値創造のストーリー



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



現在保有する知的資産を強化するとともに、不足する知的資産を補充し、更なる「快適生活」を顧客に提案・提供する。

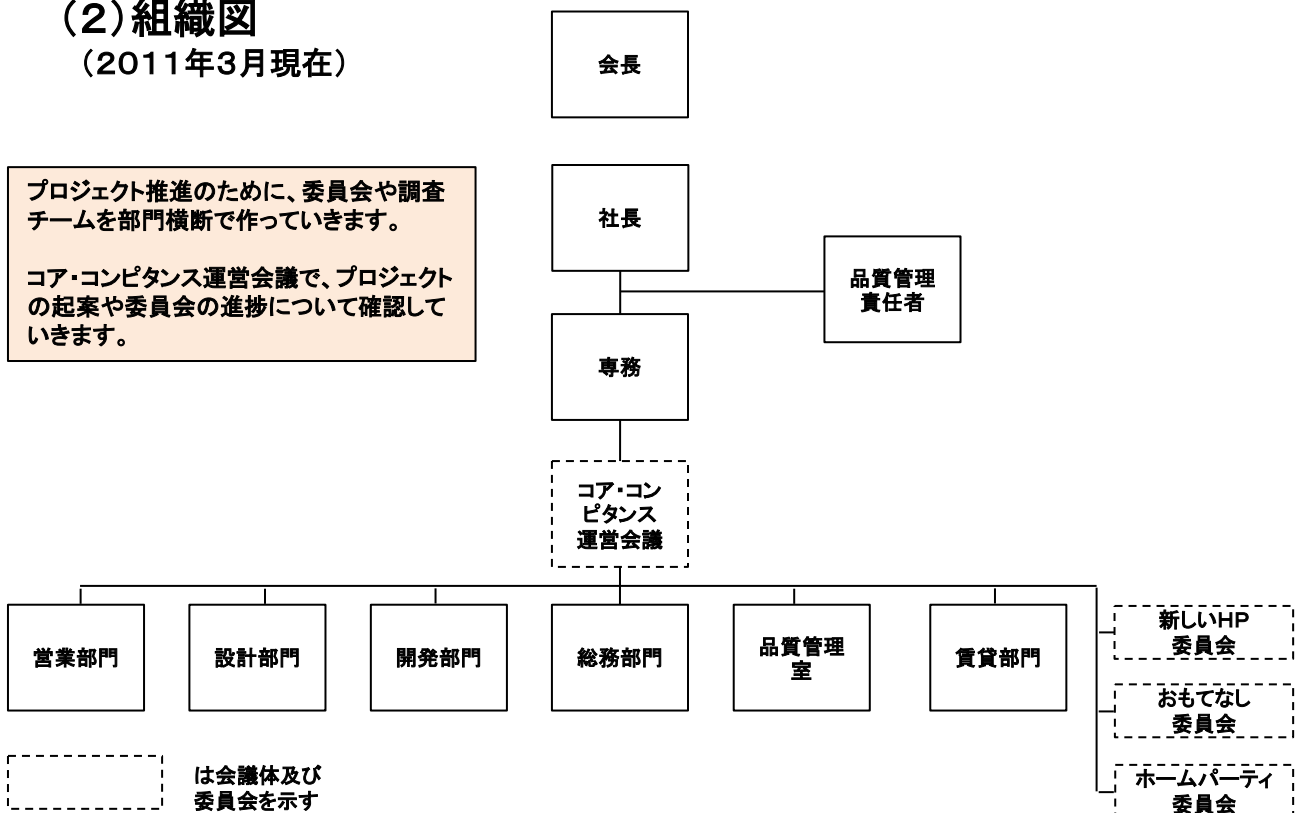
9. 会社概要

(1) 会社概要

会社名	西和不動産販売株式会社
創立	1988年 1月
会社所在地	〒520-3022 滋賀県栗東市上鉤459-7 TEL:077-554-0880 FAX:077-554-1323 メールアドレス:info@seiwa2103.co.jp
代表取締役	福島 正義
資本金	10百万円
従業員	19名(うちパート5名)
事業内容	分譲住宅、分譲住宅販売代理、土地開発、賃貸仲介・管理、リフォーム
ホームページ	http://www.seiwa2103.co.jp

(2) 組織図

(2011年3月現在)



(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。

- ・滋賀県中小企業応援センター
- ・滋賀県中小企業団体中央会
- ・中小企業診断士：菊田 倶光
- ・中小企業診断士：石本 和治



(4) お問い合わせ先

西和不動産販売(株)
 経理係長 杉村 康弘
 TEL:077(554)0880
 FAX:077(554)1323



(5) 発行

2011年3月末日