

# 経営計画書

サンプル株式会社

2026年4月1日作成 Ver. 1.0

サンプル株式会社

# 0. はじめに

# 0. はじめに

現在、リフォーム業界は大手資本やITプラットフォーマーの参入による集客競争の激化、デジタルの格差、そして施工リソース（職人）の争奪戦という、生き残りをかけた厳しい「生存競争」の渦中にあります。また、お客様のニーズも、単なる設備の入れ替えから「目に見えない安心」や「ライフスタイル」に寄り添った解決提案へと本質的に変化しています。

このような環境下において、私たちは「『困った』を『よかった』に変え、地域の笑顔を循環させる」という企業目的をあらためて胸に刻まなければなりません。私たちは、地域で最も「相談しやすく、信頼される」プロフェッショナル集団を目指し、お客様の人生の豊かさに寄り添い続ける一番の理解者となることを誓います。

本計画では、総額2950万円の戦略投資と積極的な増員を断行し、管理本部のDX推進、高精度住宅診断の標準化、そして「体験型ショールーム」の改装を進めてまいります。デジタルと現場を融合させ、余白のある働き方を実現することで、社員一人ひとりが自ら考え行動する誠実な専門家集団へと成長していくことを期待しています。

誠実な仕事の積み重ねを信頼という資産に変え、地域に愛され、選ばれ続ける「街の灯台」としての価値を共に磨いていきましょう。不測の事態においても地域住民を守り抜く「住まいの防波堤」としての責務を果たすべく、全社一丸となってこの中期経営目標を達成しましょう。

サンプル株式会社  
代表取締役 佐藤 健太郎

サンプル株式会社

# 1. 企業理念

# 1. 企業理念

---

## 企業目的

住まいの『困った』を『よかった』に変え、  
地域の笑顔を循環させる

# 1. 企業理念

## 価値観

- 「誠実な対話」

営業・設計・工務が一体となり、顧客の潜在的な要望を一言一句漏らさず汲み取る。

- 「技術の研鑽と継承」

現場の品質を維持するため、ベテランから若手への技術伝承を怠らない。

- 「変化への挑戦」

DXを、自身の成長と顧客満足向上のチャンスと捉える。

# 1. 企業理念

---

ビジョン

地域で最も『相談しやすく、信頼される』  
リフォームのプロフェッショナル集団になる

# 1. 企業理念

## 経営基本方針

経営体制	組織の拡大を見据え、個の知見を組織の知恵へと昇華させる合議の仕組みを整え、次世代へ繋ぐ強固な経営基盤を確立する。
成長・投資	健全な発展こそが社会への恩返しであると捉え、未来の顧客価値を創造するためのインフラ整備に惜しみなく資源を投じる。
人材	多様な個性が響き合い、教え、教えられる文化を醸成することで、自ら考え行動する誠実な専門家集団を育成する。
働き方	技術とデジタルを融合させ、余白のある働き方を実現することで、社員の心身の充実と創造性の発揮を支える。
顧客	傾聴と共感を根幹とし、住まいの枠を超えて顧客の人生の豊かさに寄り添い続ける一番の理解者を目指す。
品質保証	現場こそがブランドの源泉であると銘記し、目に見えない細部にまで魂を込める職人としての誇りを守り抜く。



# 1. 企業理念

## 経営基本方針

デジタル化	情報を透明化し、知の共有を加速させることで、迅速な意思決定と、顧客を待たせない機動力のある組織へと進化する。
事業継続	健全な財務体質を維持し、不測の事態においても地域住民の暮らしを守り抜く「住まいの防波堤」としての責務を果たす。
情報・倫理	顧客の信頼を裏切らない厳格な情報管理と、高い倫理観に基づいた公正な取引をすべての行動の起点とする。
ブランド	誠実な仕事の積み重ねを信頼という無形の資産に変え、地域に愛され、選ばれ続ける「街の灯台」としての価値を磨く。
環境・社会	限りある資源を慈しみ、住まいの再生を通じて地球の未来に貢献するとともに、地域社会の幸福度向上に寄与する。

サンプル株式会社

## 2. コア・コンピタンス

## 2. コア・コンピタンス

- 「**一気通貫型の高密度コミュニケーション**」

営業から施工管理まで、選任担当制により、情報の乖離を防ぎ、高い顧客満足度（リピート率）を維持する能力。

- 「**デジタルと現場の融合力**」

最新のデジタル技術を使いこなし、正確な原価管理と迅速な見積提案を両立させる組織力。

- 「**強固な地域協力ネットワーク**」

長年築いた協力会社との信頼関係により、繁忙期でも品質を落とさず納期通りに完工させる調整力。

サンプル株式会社

## 3. 経営環境

# 3. 経営環境 リフォーム事業

## 市場動向

### ・断熱・省エネリフォームの加速

「ZEH化推進」や「気候変動」への対応が、国の補助金制度と連動して市場の主要な牽引役となります。

### ・ストック重視への転換

資源活用の観点から「建て替え」よりも「リフォームによる長寿命化」が選ばれる傾向が強まり、大型リノベーション案件の増加が見込まれます。

### ・需要の二極化

ライフライン維持のための「修繕」と、生活の質を高める「体験型リフォーム」に需要が分かれます。当社の「体験型ショールーム」戦略は、後者の高付加価値層を捉える上で有効です。

市場規模予測：堅実推移 vs. 成長加速



年平均成長率(CAGR)

- ・堅実推移：0% ~ +0.5% (横ばい)
- ・成長加速：+3.0% ~ +4.5% (右肩上がり)

# 3. 経営環境 リフォーム事業

## 競争環境

### ・大手・異業種の参入激化

資本金ある大手資本やITプラットフォームの参入により、従来の地域密着型モデルを脅かす集客競争が激化しています。

### ・デジタルの格差とスピード AI

見積等のテクノロジー活用が進む一方、アナログな企業との間で顧客獲得スピードと利便性の二極化が鮮明になっています。

### ・施工リソースの争奪戦

職人の減少に伴い、良好な就業条件や生産性を提供できない企業は施工品質を維持できず、市場から淘汰されるリスクが高まっています。

## リフォーム市場：生き残りをかけた3つの「生存競争」



サンプル株式会社

## 4. 全社戦略

## 4. 全社戦略

### 全社戦略

部門	責任者	方針	社員数	投資額
リフォーム事業部	田中 健一	事業拡大 業務効率化	19名→24名	25,000千円
新規事業部	佐藤 翼	事業立ち上げ 橋頭堡確保	2名→4名	3,000千円
管理本部	鈴木 一郎	DX推進 社員満足度向上	7名→9名	1,500千円

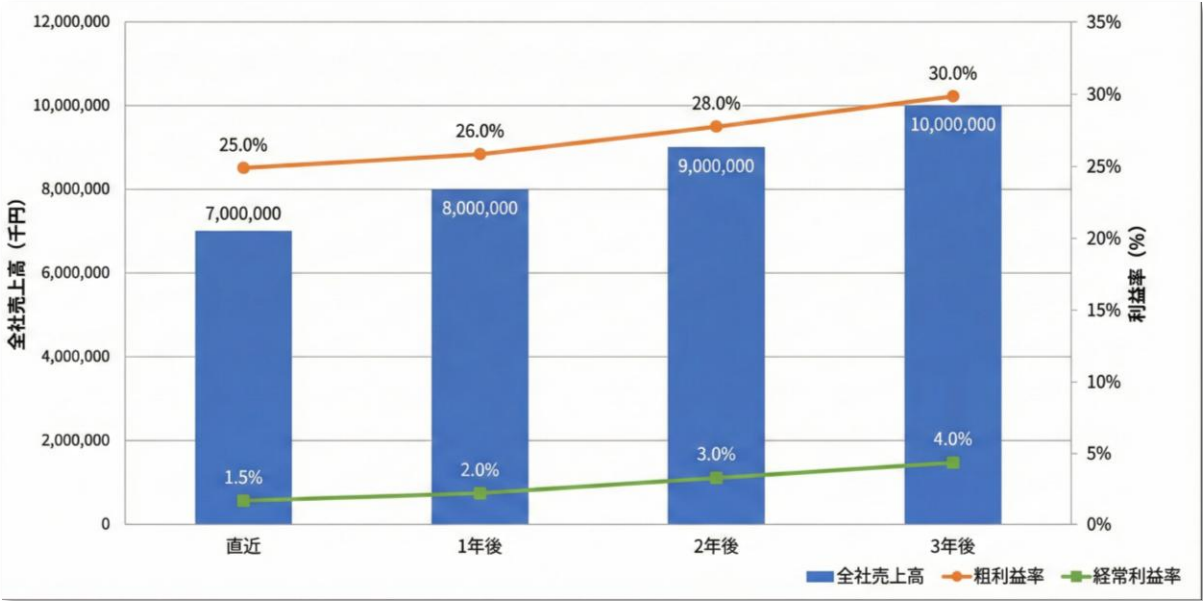
リフォーム・新規事業の規模拡大と本社DXを断行し、積極的な増員と総額2950万円の戦略投資で成長を加速させる。



# 4. 全社戦略

## 中期経営目標

部門	売上高	粗利益率	貢献利益率	経常利益率	その他指標
リフォーム事業	1,000,000千円	30%	10%		
新規事業	250,000千円	25%	5%		黒字化達成
全社	1,250,000千円	29%		3%	自己資本比率20%



サンプル株式会社

## 5. 事業戦略

# 5. 事業戦略 リフォーム事業

## 顧客ニーズ

- 「目に見えない安心」への高い要求  
リフォーム検討者の多くが、表面的な綺麗さよりも、根本的な不安解消を求めています。
- 「透明性」のある価格とプロセスの提示  
「リフォームは高い、不透明」という不信感に対し、極めて高い納得感を求めているのが現在の顧客の特徴です。
- 「ライフスタイル」を起点とした解決提案  
単なる設備の入れ替えではなく、家族構成の変化や将来の不安を解消する「解決策」としてのリフォームが求められています。

### 顧客がリフォームに求めている「3つの本質」

「目に見えない安心」への渴望



表面的な装飾よりも、家の土台や根本的な不安の解消が最優先されている。

価格とプロセスの「徹底的な透明性」



「リフォームは不透明」という不信感を、納得感のある説明で信頼に変える必要がある。

「ライフスタイル」起点の解決提案



単なる設備の交換ではなく、家族の将来や変化に寄り添った「解決策」が求められている。

# 5. 事業戦略 リフォーム事業

## 競合他社の動向

- ・ 「大手・資本力」を活かした集客とスケール  
メリットの追求

競合他社、特に大手企業（競合Aや家電量販店等の競合C）は、圧倒的なリソースを武器に市場を支配しようとしています。

- ・ デジタル・テクノロジーへの積極投資による  
「利便性」の向上

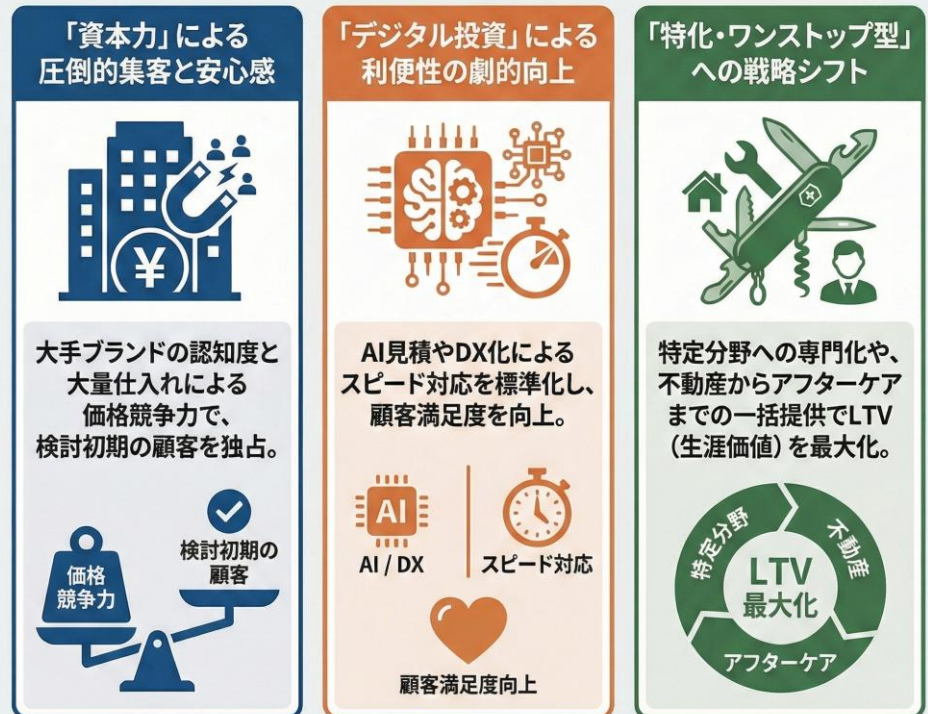
中堅から大手の競合（競合Bなど）は、業務効率化と顧客満足度向上のためにIT投資を加速させています。

- ・ 「特化型」または「ワンストップ型」への戦略的シフト

汎用的なリフォームから一歩踏み出し、独自の強みを明確にする動きが見られます。

## 競合他社の3大戦略：激化する市場環境の分析

競合が「資本」「デジタル」「専門性」の3軸で攻勢を強めていることを瞬時に理解する。



## 5. 事業戦略 リフォーム事業

### ターゲット

- ・ 築35年の戸建てに住み、老後の健康と安全を願い、誠実さを重視するシニア夫妻



### 提供価値

- ・ 「数値で証明する」住宅診断と性能向上
- ・ 「顔の見える」一気通貫の責任体制
- ・ 「地域のリフォーム相談所」としての即応性と永続性

サンプル株式会社

## 6. 行動計画



## 6. 行動計画 リフォーム事業部

課題	重点施策	KPI	予算	実施体制	実施責任者	開始時期	終了時期
根拠ある安心の提供	高精度住宅診断の標準化	診断実施率100% 受注率50%	300万円 計測機器 資格取得	リ・営業部 リ・工事部	リ・工事部長	2025/4	継続
透明性と信頼の構築	基幹システム刷新による 「見積・工程の可視化」	見積提出3日以内 顧客満足度4.5以上	800万円 システム導入費	経営企画課 外部ベンダー	管理部長	2026/4	2027/3
一気通貫体制の強化	多能工育成・技術伝承プログラムの実施	毎年2名の新人自立化 売上5,000万円/1人	300万円 研修教育費	リ・工事部	リ・工事部長	2025/4	継続
顧客接点の質向上	地域密着型「体験型ショールーム」への改装	来店客数月間30組 リピート紹介率30%	1,000万円 事務所増床 改装	リ・営業部 経営企画課	社長	2027/10	2028/3
性能向上リフォームの普及	ZEH水準・断熱リフォーム特化型パッケの開発	補助金活用案件率60% 平均単価500万円	100万円 販促 チラシ制作	リ・営業部 リ・工事部	リ・営業部長	2025/6	継続

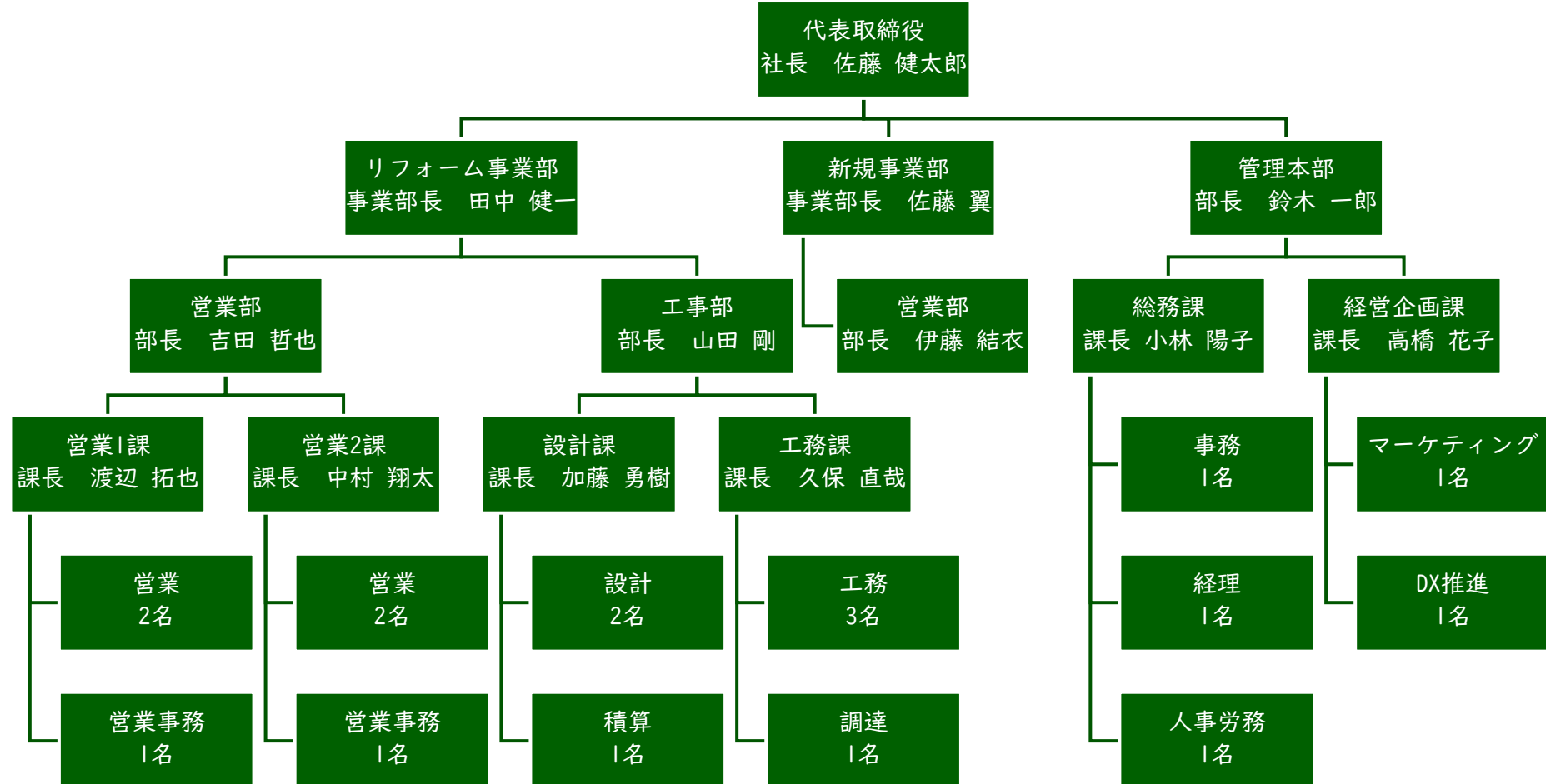
サンプル株式会社

## 7. 組織体制



# 7. 組織体制

組織図（2026年4月1日現在）



# 7. 組織体制

## 要員計画

部門	2026年3月期		2027年3月期		2028年3月期		2029年3月期	
	正社員	パート	正社員	パート	正社員	パート	正社員	パート
リフォーム事業部（長）	1	0	1	0	1	0	1	0
営業部	7	2	7	2	8	2	9	2
工事部	7	2	8	2	9	2	10	2
新規事業部（長）	1	0	1	0	1	0	1	0
営業部	1	0	1	0	2	0	2	1
管理本部（長）	5	2	5	3	5	3	6	3
小計	22	6	23	7	26	7	29	8
合計		28		30		33		37