



ミサワホーム
統合報告書 2026
MISAWA INTEGRATED REPORT



MISAWA



表紙解説

モダンデザインの源流、バウハウス。

1919年、ドイツのワイマールに創設された造形学校「バウハウス」。創設者の建築家ヴァルター・グロピウスは、社会と積極的に関わる新しいタイプの芸術家(デザイナー)の養成を宣言しました。1933年に閉校するまでの14年間、短い期間ながらモダンデザインの基礎を築き、今も世界の建築、デザイン、造形教育に多大な影響を与え続けています。

ミサワホームは、バウハウスの「人が主役」となるデザイン思想に深く共感し、その理念を「シンプル・イズ・ベスト」というデザイン思想として住まいづくりに取り入れています。また、1989年からバウハウス関連作品の収集を開始し、現在では日本最多となる約1,500点の作品、約1,200点の資料、約13,000冊の芸術関連の蔵書を保有しています。2025年には国立新美術館や兵庫県立美術館で開催された「リビング・モダニティ展」へ所蔵作品を出展し、教育・普及活動にも積極的に取り組んでいます。

2026年3月には、バウハウスの思想を具現化したシンボリックな商品『MISAWA DESIGNERS' CODE MARGE』を発売。表紙では、この商品のインテリアを紹介しています。

CONTENTS

イントロダクション

02 理念体系

04 トップメッセージ

価値創造ストーリー

08 社会課題解決の歴史

10 重要課題(マテリアリティ)

12 価値創造プロセス

14 価値創造の源泉

事業共創の取り組み

16 新築事業

20 スtock事業

22 まちづくり事業

24 海外事業

26 ウエルネス事業

28 共創事例：
未来に向けた私たちの共創の取り組み

成長を支える取り組み

34 人的資本経営

38 社員座談会：
想いの先に、共に創る“HOME”がある

42 デザイン思想と知的財産

44 研究開発・先進的な取り組み

46 DX戦略

48 環境課題への貢献

50 お客さま満足向上への取り組み

52 PLTグループとの連携

54 コーポレートガバナンス

コーポレート情報

56 主な財務・非財務データ

58 会社情報

60 編集方針

理念体系

2024年、ミサワホームグループは“HOME”をコアとした新しい理念を策定しました。この新しい理念を軸として、人々にとって最も快適で安心できる場所、心の落ち着く環境を世の中に広げたいと考えています。

当社グループ社員一人ひとりが理念を実践することにより多種多様な価値を創り出し、事業活動を通じてステークホルダーの皆さまに当社グループならではの価値を提供します。



MISAWA PURPOSE

“HOME”に満ちあふれた
世界をデザインする

より良い人生を送りたいと願う気持ちを受け入れ、支えるのが“HOME”＝「心の拠りどころ」です。住まい、社会、都市、そして世界中の人の夢と希望の数だけ、“HOME”はあります。この“HOME”に満ちあふれた世界をデザインすることが私たちの夢であり、願いです。

MISAWA VISION 2030

“HOME”の可能性を追求し、
新しいロールモデルをつくり続ける

変わり続ける社会の中で、サステナブルな存在であるために、私たちはこれまで培ってきた5つの事業、パートナーとの共創を通じて、「住まいを通じて生涯のおつきあい」という精神を進化させます。そして“HOME”の価値を高めて、次世代の新しい暮らしのロールモデルを提案していきます。

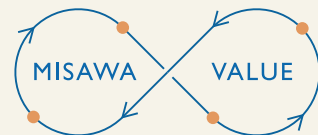
MISAWA VALUE

1 〈想う〉 Co-Envision

強い想いと既成概念にとらわれない
多様な視点、自由な発想から、
暮らしの理想や本質を想像しよう。

4 〈育む〉 Co-Grow

私たちの手で生み出した独自の
価値による社会貢献を通じて、
人の幸せを大きく育もう。



3 〈挑む〉 Co-Challenge

世の中にまだない価値を
追求し続け、これからの時代の
新たなスタンダードを提案しよう。

2 〈創る〉 Co-Creat

想いがつなげる仲間やパートナーを
結集し、多様な発想と対話、
技術力で新たな可能性を創ろう。

私たちの行動軸「MISAWA VALUE」は、「想う」「創る」「挑む」「育む」で構成され、それぞれに「Co-」（共に）の概念を組み合わせて循環させます。多様な価値観の社員が協働し、より質の高い仕事を創ることで、“HOME”は無限に広がります。「MISAWA VALUE」は、持続的成長に向けた私たちのモチベーションそのものです。



トップメッセージ

住まいの価値を 未来へつないでいきます。

ミサワホーム株式会社
代表取締役 社長執行役員
作尾 徹也

「住みつなぐ」未来へ

私がミサワホームグループの未来として見据えているのは、「住みつなぐ」社会です。それは、良質な住まいを子どもやその先の世代へつないでいくということです。私たちが提供している価値は、お客さまに住宅をお渡ししてすぐに測れるものではありません。災害が起きた時でも安全であること、人が自然と集まる場所であること、住み続けるほどまちへの愛着が深まること、歩きやすさや住み心地の良さに気づくこと。そうした時間の中で少しずつ実感される価値をつないでいくことが、私たちの役割です。

以前、九州の実家を売却した時のことです。売却にあたり手を入れたのは浴室と壁紙程度で、構造体はもちろん、売却時に修繕されることが多い床や配管などはしっかりとした状態を保っていました。あらためて、ミサワホームは良質な住まいをつくり続けてきたのだと誇りに思いました。ありがたいことに、新たな住人へと住まいをつなぐことができ、使う人が変わっても、住み継がれていくことに「住みつなぐ」という言葉の意味をあらためて実感しましたね。

人々の暮らしが刻まれた家、地域の記憶が積み重なるまち。そうしたものが次の世代へ受け継がれていくことに、住まいの本質的な価値があると強く感じています。建物は“ハード”ですが、住まいの価値はそれだけでは完結しません。そこにある時間や住もう方たちの関係性といった“ソフト”まで含めて、初めて真の価値になるのです。だからこそ、ミサワホームは、暮らしと関係性が育ち続ける時間を支えていきます。その積み重ねの先にこそ、ミサワホームの掲げる「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」というパーパスが実現されるのだと考えています。

住まいの使命は 命と財産を守ること

住まいの最大の使命は、住もう方の「命と財産を守ること」だと、私は考えています。どれほど設備が充実していても、どれほど見た目が美しくても、この原点から外れてはいけません。建物の基本性能は、そのための揺るぎない土台です。

日本では現在、総住宅数は約6,500万戸あり、そのうち約900万戸が空き家です。これほど空き家が多いのに、なぜさらに家をつくるのかという議論があります。もちろん、その問いは重要です。ただ、私は住宅の「数」だけでなく、「質」を見なければならぬと考えています。空き家を除いた約5,600万戸のうち、耐震と断熱の両面で現在求められている水準を満たしている住宅は、わずか約970万戸にとどまるからです。

地震のたびに住宅の被害が問題になりますが、大きな被害を受ける多くの住宅はこうした旧基準で建てられたものです。耐震改修や断熱改修に対しては、社会全体でより手厚い支援が必要だと思っています。そうしなければ、「命と財産を守る」という住まいの原点から外れた状態が放置されたままになってしまいます。

こうした社会課題の解決に向けては、「新築かストックか」という二者択一で考えるべきではありません。安心できる性能を備えた新築住宅をきちんと供給していくことも必要ですし、既存住宅の耐震化・断熱改修を通じて良質な住宅ストックを増やしていくことも同様に重要です。ミサワホームに限らず、住宅業界として、人の命と財産を守る性能を備えた住まいを社会に増やしていくことが、強く求められていると考えています。

変革の本質は、 変えた先を想像する力にある

住宅にとどまらず、生活を支えるサプライチェーンやインフラが大きく変わりつつあります。金利の上昇、資材・エネルギーコストの高騰、物流の逼迫など、先行きが不透明な変化も少なくありません。こうした時代だからこそ、私たちはパーパスの実現に向けた提供価値をさらに高めていかなければならない。その思いから、2026年の社内スローガンに「変革」を掲げました。

昨今、「変革」という言葉はありふれたものになっています。しかし私は、「変えたこと」自体に満足しているうちは、本当の意味での変革ではないと考えています。「変えた先に何が起るか」を想像することこそが重要であり、この想像力を組織全体で鍛えていく必要があります。

そのうえで、変えていきたいことは数多くあります。組織

のありかた、人財育成の仕組み、計画の立てかた、業務プロセス、オペレーション——そうした経営の土台そのものを、思い切って見直していきます。

例えば、経営計画は一度つくったら守り続けるものではなく、柔軟に見直すものです。計画の達成自体が目的になってしまうと、環境が変化した際に機動的な対応ができなくなります。計画の実行中に前提となる状況が変わるのは、むしろ当然のことです。その時々の変化を踏まえ、打つべき施策やKPI、場合によってはKGIや方針まで見直す柔軟性が求められます。

また、拠点や事業のありかたも、お客さま起点でとらえ直す必要があると考えています。事業が持続的に成長し、企業ブランドを強化し続けるために大切なことは、それぞれの地域で役割を果たし、お客さまをはじめとしたステークホルダーの皆さまにどれだけ価値を届けられているかです。十分に役割を果たしているか、エリアごとにしっかり見極めていきたいと考えています。強固なブランドを構築するうえで、拠点の数が多ければよいというものではありません。むしろ、注力すべき領域に経営資源を集中し、その地域で確固たる存在感を示すことの方が、はるかに重要です。

全国で企業活動をしているミサワホームグループ各社についても、それぞれが地域社会の中でどのような役割を果たすべきなのか、またそのために必要な資本をどれだけ持っているかを、あらためて確認する時期に来ています。

未来を実装するために、資本経営へ踏み出す

変革を確実なものにするには、経営の仕組みそのものを変えることも必要です。当社グループでは、2026年度から本格的に「資本経営」を推進しています。これは、私たちを取り巻く関係資本をあらためて見つめ直し、グループにどのような資本があり、それをどう生かせるかを見極めたうえで、中長期的な戦略を立てていくアプローチです。この資本経営に舵を切った理由は、大きく2つあります。

1つ目は、私たちの事業を取り巻く環境が大きく変化しているからです。この1年だけを見てもさまざまな事象がありましたが、こうした変化に対して、問題が生じるたびに個別に対処するだけでは、中長期の成長にはつながりません。目先の課題ばかりに目が向くようになり、新たな発想も生まれにくく、社員の自主性や経営の柔軟性が失われていくリスクがあります。資本を起点とした中長期戦略が必要だと考えた所以です。

2つ目は、誰が経営を担っても、組織として同じ視座を持てるようにするためです。経営が特定の人物の発想や経験だけに依存すると、その人物が経営から退いた際に組織は方向を見失います。資本を起点に事業や課題を考えることで、方針と取り組みが全社で明確に共有されます。そうした経営の土台があってこそ、次世代の人財も育ち、社員一人ひとりの自律自走にもつながると考えています。

こうした資本経営の視点は、事業ポートフォリオの考え方にも直結しています。私たちは新築、ストック、まちづくり、海外、ウエルネスの5事業を展開していますが、どの事業のどこに力点を置くかは環境によって変わりますし、事業をまとめてみることもあれば、新たに分化していくこともあるかもしれません。新規事業に挑戦していくこともあるでしょう。大切なのは、一つひとつの事業を確実に強い柱へと育てていくことです。

そのためには、事業の表面だけを見ていては不十分です。例えば新築事業であれば、営業や設計、建設といった機能だけでなく、工場からの安定した資材供給、物流の



平準化、職人の力を無理なく生かす仕組み、資材メーカーとの円滑な調達体制——こうしたサプライチェーン全体の製造資本・社会関係資本・人的資本まで目を配り、全体最適で考えることが必要です。運送業界も建設現場も人手が限られる中では、供給の波を平準化し、調達しやすい体制を整えること自体が競争力となります。

さらに重要なのは、資本をひとつの事業に閉じ込めず、事業間で循環・掛け合わせることで価値を最大化することです。国立極地研究所やJAXAとの共創の取り組みは、その象徴的な例です。半世紀以上にわたる南極での建物建設サポートで培った知見を新築事業の商品開発へフィードバックし、さらにミサワユニットモビリティ『MOVE CORE』のような新たな価値創出にもつなげてきました。現在は、JAXAの「Moon to Mars Innovation」に採択され、月面における居住ユニットの連結技術実証に向けた議論も開始しています。今後も、社内外のさまざまな資本を結びつけ、事業の枠を超えた化学反応を生み出していきたいと考えています。

人的資本が私たちの最大の強み

ミサワホームの最大の強みは、人的資本です。ここ数年のグループの成長は、現場で目の前の仕事に真摯に向き合う社員一人ひとりの力が着実に積み上がってきた結果です。

パーパスを再定義して2年が経ち、社員の仕事の進め方が少しずつ変わってきました。前年度の不足を埋めるための計画を立てるのではなく、それぞれの事業がどのような姿を目指すべきかを自分たちで考えて動く姿勢が表れてきています。こうした自律自走の芽が出てきたことは、大きな変化です。

現在、当社グループには約8,000名の社員が在籍しています。60年近い当社グループの歴史を振り返ると、何万名もの社員がお客さまとの関係を積み重ねてきました。その結果として、50万件超のミサワホームオーナーさまや、さまざまなステークホルダーの皆さまとのつながりが生まれました。そこで評価していただいているのは、私たちの商品という「もの」だけではないはずです。お客さまがお困りの際に思い出していただけることも含めて、私たちならで

はの提供価値を信頼していただいているのだと思います。

だからこそ、人的資本はさらに強化していかなければなりません。社員はみな良い仕事をしたいと思っている。私はそう信じています。私が注力すべきは、その想いを受け止め、社員の能力が十分に発揮される環境を整えることです。当社には5つの事業があります。社員の可能性をひとつの事業や職種に限定するのではなく、学びや経験の場を広げ、複数の領域で力を発揮できる人財を育てていきたいと考えています。

共に歩み、未来を共創する仲間へ

2025年度から、共創の仲間づくりを本格的にスタートしました。その取り組みのひとつが、地域ごとに開催しているMBP (Membership of Business Partner) フォーラムです。金融機関、不動産会社、デベロッパー、税理士、地域の法人さまなどをお招きし、ミサワホームグループの取り組みをお伝えするとともに、皆さまの課題や想いを伺っています。2025年度は5,000名を超える方々にご参加いただきました。今後は双方向の意見交換や分科会形式へと発展させていきたいと考えています。

グループ内の人財交流も重要な共創の手段です。ミサワホーム株式会社へ入社した社員がディーラーへ出向し、実際の現場で共に働く取り組みは今後も続きます。加えて、ディーラーからミサワホーム株式会社への出向や、地域をまたぐディーラー間の交流も推進していきます。出向の価値は知見の獲得や共有にとどまりません。信頼を築き、地域に根差した人財が成長し、将来の担い手となること——そこにこそ、本質的な意義があります。

共創とは、「共に歩み、共に成長し、共に幸せになること」だと考えています。仲間づくりにあたって、私たちは想いを同じくする共創先を広げていきたいと考えています。ミサワホームがやるべきことをきちんと果たし、真摯に価値を積み重ねていけば、おのずと仲間が増えていくと信じています。実際に、さまざまな企業や組織から声をかけていただく機会が増えています。これからも私たちは、「住みつなぐ」未来の実現に向けて、共に歩む仲間との共創の輪を広げていきます。

社会課題解決の歴史

ミサワホームグループは、各時代の社会課題に向き合いながら、住まいを通じてその解決に貢献してきました。革新的な技術やデザイン、環境への配慮、安全・安心な暮らしの提供など、「住まいづくりのノウハウ」を生かしながら事業領域を拡大しています。これからもお客さまや社会のニーズを深くとらえ、未来を見据えながら、豊かな暮らしを育んでいきます。

社会課題

1960-

1960

「木質パネル接着工法」の誕生
 → 戦後の住宅不足を補う
 安定した住宅供給



1966

業界初※の
 「完全保証制度」を導入

1967

旧ミサワホーム
 株式会社設立

1968

南極・昭和基地にて居住棟を初受注
 → 極限環境での居住性の確保

1975

21世紀の社会と住まいを予測
 「QUALITY21 計画」を発表
 → 住宅品質と環境・暮らしの質への期待

1976

企画住宅「ミサワホームO型」を発売
 → 機能とコストを両立した住宅ニーズ



1985

戸建住宅初の「CHS」認定取得
 → 住まいを社会資産とする国の施策として長寿命住宅の推進

社会課題

1990-

1993

ケア付き高齢者住宅
 「マザアス南柏」を開設
 → 高齢化・多様な暮らし方への対応



生産工程でのロス材を利用した
 木質系新素材「M-Wood」を開発
 → 環境負荷低減



1996

「GENIUS 蔵のある家」が
 グッドデザイン大賞を受賞
 → 機能性とデザイン性の両立



1998

世界初※の
 「ゼロ・エネルギー住宅」を発売
 → 再生可能エネルギーの導入促進



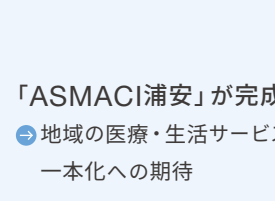
2004

制震装置「MGEO」開発
 → 地震リスクの高い
 日本の住宅の安全性確保



2018

リフォームの新ブランド
 「ミサワリフォーム」を展開
 → 既存住宅の価値向上



「ASMACI浦安」が完成
 → 地域の医療・生活サービスの
 一本化への期待



海外住宅市場に進出
 → 米国・豪州の住宅不足対応



社会課題

2020-

2023

「ASMACI神戸新長田」が完成
 → 地域課題に根差した生活支援の必要性



2025

木質パネル中層建築構法
 「CROSS MONOCOQUE」を開発
 → 都市部の木造・中高層建築ニーズ



2026

JAXAの共同研究制度
 「Moon to Mars Innovation」に採択
 → 極限環境に対応する居住技術の必要性

※当社調べ

1960

1970

1980

1990

2000

2010

2020

1960-

技術の原点

「住まいを通じて生涯のおつきあい」という精神のもと、高品質な住まいを安定的に提供するための技術と事業基盤を築いた時期です。木質パネル接着工法の誕生を原点に、完全保証制度の導入や研究開発の推進を通じて、住まいの性能・品質・信頼性を高めてきました。現在の価値創造を支える技術力とお客さまに対する誠実な姿勢の基礎は、この時期に確立されました。

1990-

住まいの質向上とまちづくり

住まいそのものの性能やデザインの向上にとどまらず、住まいの質や地域全体の価値向上へと取り組みを広げた時期です。高齢化、環境意識の高まり、防災、コミュニティ形成といった社会課題に向き合いながら、商品・技術・サービスを進化させるとともに、まちづくりへと価値提供の領域を拡張してきました。住まいを起点に、より快適で持続可能な暮らしの実現を目指しました。

2020-

住まいから暮らしへ

「住まいを通じて生涯のおつきあい」という創立以来の考え方を、「HOME」に満ちあふれた世界をデザインする」というパーパスへと発展させ、住まいの提供から暮らし全体の支援へと広げていくフェーズです。住まい単体の性能や品質を追求するだけでなく、地域コミュニティ、医療連携、環境配慮など、暮らしを支えるさまざまな領域に取り組むことで、社会とともに新たな価値を創出しています。

重要課題（マテリアリティ）

ミサワホームグループでは、今後予測される社会課題への対応テーマとしてマテリアリティを整理しています。暮らしを支える企業として、それぞれのテーマに基づく取り組みを通じて、社会課題の解決と企業価値の向上を両立し、持続的な成長につなげていきます。

社会課題	機会とリスク	マテリアリティ	施策の方向性
高齢化・人口減少 ・地方や郊外のコミュニティ維持難化 ・高齢単身世帯の増加	機会 - 地域課題解決型ビジネスの拡大 - ウェルネスソリューションのニーズ拡大 リスク - 新設住宅着工数の減少 - 空き家の増加	地域社会への貢献	地域社会との共創による 社会課題解決型ビジネスの 展開と深化 <u>P.16～ 事業紹介</u>
価値観の多様化・人財確保 ・国内の労働力人口の減少 ・働く人のキャリアや就業意識の多様化	機会 - 多様な価値観から生まれる新たな事業機会の創出 リスク - 専門人財の確保 - 雇用形態等の多様化による管理コスト増	共に成長する人財	価値創造を牽引する 多様な人財の採用・育成と 挑戦を支える組織基盤の構築 <u>P.34～ 人的資本経営</u>
デジタルによる産業変革 ・革新的デジタル技術（AI等）の台頭 ・産業界全体のDX推進の波及	機会 - AI・DX活用による高付加価値サービスの提供 - 業務効率化、省人化の推進 リスク - 高度スキル人財の安定的な確保 - 情報リテラシーの教育・管理コスト増	新たな価値の創造	DXの推進を通じた 生産性向上と提供価値の革新 <u>P.46～ DX戦略</u>
脱炭素・資源循環の加速、 気候変動による災害深刻化 ・世界的な脱炭素への潮流 ・気象災害の激甚化	機会 - 木材利用ニーズの拡大、再エネインフラの構築 - 防災・減災ソリューションの需要増 リスク - サプライチェーンの再構築 - 法規制対応コストの増大	地球環境との共生	地球環境との共生を目指す 環境経営の推進と レジリエンス（適応力）の強化 <u>P.48～ 環境課題への貢献</u>
持続可能な経営 ・ESG、非財務情報開示の国際基準化 ・グローバルなサイバー脅威の深刻化	機会 - パーパスと資本を起点とした経営の実践 - 適切な情報開示による企業への信頼向上 リスク - 情報セキュリティ対策の高度化 - 企業に求められる透明性の拡大	経営基盤の整備	持続的な成長を支える ガバナンス体制の構築 <u>P.54～ コーポレートガバナンス</u>

価値創造プロセス

ミサワホームグループは、社会課題解決を起点にした事業活動を通じて多様な資本を積み上げてきました。これら独自の資本を、私たちの行動軸“MISAWA VALUE”を持つ社員を通して事業活動に投入しています。祖業の新築を含めた5つの事業が相互に連携し、さらに社外パートナーと共創することで、社会への創出価値を最大化。それらが再び価値創造の源泉となり、持続的な成長を支えます。この循環により、私たちは“MISAWA PURPOSE”の実現を目指します。

MISAWA PURPOSE
“HOME”に満ちあふれた
世界をデザインする

MISAWA VISION 2030
“HOME”の可能性を追求し、
新しいロールモデルをつくり続ける

INPUT

価値創造の源泉

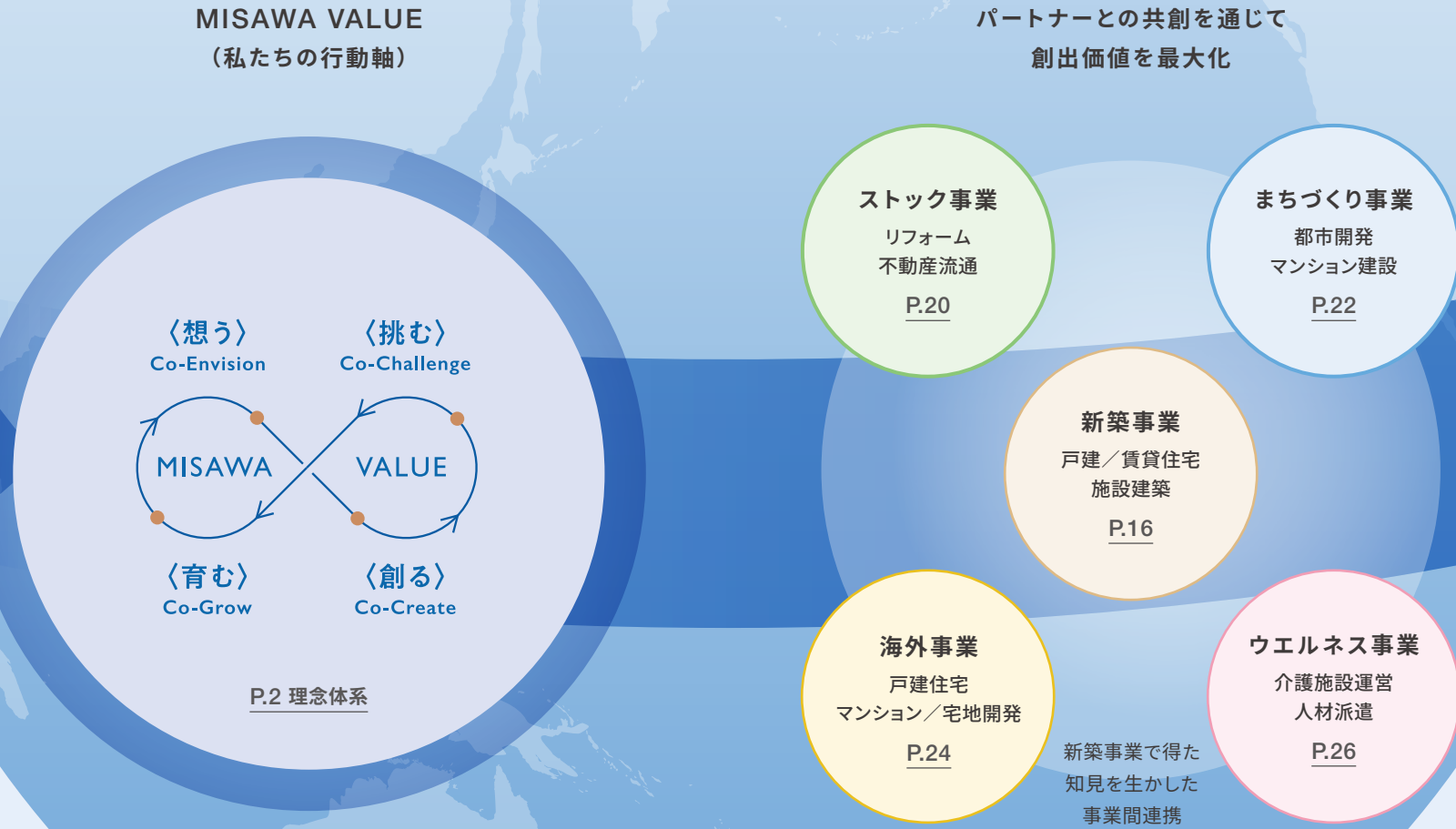
人的資本	多様なスキルや経験を持つ人材と、社員が働きやすく活躍・成長できる環境
知的資本	住まいに関するデザイン思想や技術、研究開発力、建築・DX関連の豊富な特許
社会関係資本	全国のオーナーさまや、各分野で提携する協力事業者との信頼関係
製造資本	自社グループ工場を中心とした生産拠点網と、全国の住宅展示場・ショールーム
自然資本	資材の持続可能な調達と有効利用、廃棄物リサイクル等の資源循環システム
財務資本	安定した収益に基づく健全な財務基盤と、持続的成長のための投資

BUSINESS ACTIVITIES

事業活動を通じた成果

OUTCOME

社会に提供する価値



顧客	● 多様なニーズに応える商品／サービスの創出 ● 顧客満足の上昇 ● 生涯にわたる豊かな暮らしの実現
取引先	● 持続可能なサプライチェーンの実現 ● 多様な主体との取引機会の創出 ● 「共創」による新たな価値の創出
地域社会	● 高品質な住宅の供給 ● 優良ストック循環 ● 未来志向のまちづくり、都市開発 ● 少子高齢化に関する課題解決
地球環境	● カーボンニュートラルへの貢献 ● 資源循環／再利用 ● 生物多様性の保全
従業員	● 雇用の創出 ● 多様な人材の活躍と成長 ● 働きやすさ／エンゲージメントの向上
経済貢献	● 安定した利益の創出 ● 持続的成長のための投資／資源配分 ● ブランド価値の向上

重要課題
(マテリアリティ)

地域社会への貢献

共に成長する人材

新たな価値の創造

地球環境との共生

経営基盤の整備

価値創造の源泉

住まいづくりを通じて培ってきた多様な資本と独自の強みが、ミサワホームの価値創造の源泉です。
資本を強化し、強みと掛け合わせることで、事業活動を通じた社会への価値提供を最大化します。

6つの資本



人的資本

人財を事業活動の原動力と位置づけ、戦略実行に不可欠な人的資本の強化に注力。多様なスキルを持つ人財の活躍できる環境づくりと育成、事業間や異業種との人財交流といった投資を実施。

従業員

国内**7,556名**／海外**338名**

建築士（1級・2級）

1,634名

宅地建物取引士

1,792名

社内認定デザイナー

338名



知的資本

知的財産の戦略的な活用と強化により、技術デザイン面の競争優位を確立。新築分野の商品開発だけでなく、リフォーム、まちづくり、医療・介護分野とも相互で知見を共有して新たな価値創造に寄与。

建築構造一般の累積特許登録件数※1

1,608件

グッドデザイン賞累積受賞点数

176点（36年連続）

大学・研究機関との研究契約件数※2

11件

※1 筆頭IPC：E04B、2026年7月6日時点、サイバーパテントでの当社調べ

※2 2025年度実績



社会関係資本

オーナーさまとの信頼関係や全国の資材サプライヤー、提携不動産会社、指定工事店との連携を強みに、地域に根差した事業を展開。国内外の金融機関や自治体、共同事業者とも双方の強みを生かした共創を促進。

累積オーナーさま

50万件超

サプライヤー（資材仕入先）

397社

提携不動産会社

17,512社

指定工事店

261社



製造資本

自社グループ工場を中心に高品質な工業化住宅の生産体制を構築し、その生産現場と技術をお客さまにご覧いただくことで安心感を醸成。計画的な設備投資や環境整備により生産性を高め、事業戦略の基盤を強化。

生産拠点

国内**7工場**／海外**1工場**

お客さま向け ミサワホーム体感施設※3

6カ所

※3 ミサワパーク東京
ミサワファクトリー（名古屋、岡山、福岡）
ミサワオープンファクトリー（北海道、群馬）



自然資本

森林認証材の活用や資源循環など、自然資本を守り、生かす取り組みを強化。持続可能な木材調達により、カーボンニュートラルを実現する循環型の住まいづくり、まちづくりを推進。

木材取扱量※4

111,873m³

森林認証材比率

78%

工場・現場廃棄物リサイクル率※5

100%

※4 木質系工業化住宅に用いる木質部材のみ

※5 新築現場のみ



財務資本

財務の規律と健全性を維持したうえで安定した業績を確保し、ガバナンス体制の強化を通じて経営の信頼性を向上。さらに持続的成長に向けた投資へと戦略的に財務資本を配分し、企業価値向上を実現。

ROE（自己資本利益率）

10.2%

事業投資額

1,222億円

培ってきた強み

一人ひとりの想いやニーズをくみ取る力

お客さま一人ひとりの暮らしへの想いや時代の要請に真摯に向き合い、そこにあるニーズをくみ取ってきました。言葉にならない想いや潜在的な課題まで深く理解することで、豊かな暮らしのご提案につなげています。

暮らしを構想しカタチにする実装力

お客さまと共に描いた理想の暮らしを、デザインと技術力で実現してきました。新築・リフォームなどを通じた高付加価値な住まいの提供をはじめ、まちづくりなど幅広い領域において豊かな暮らしの社会実装に取り組みます。

新たな価値領域を切り拓く技術開発力

木質パネル接着工法をはじめとする独自の先進技術を絶え間なく進化させ、断熱や耐震・制震など次世代の住まいに求められる価値を追求してきました。極限環境での研究開発で培った知見を生かし、未来の住まいづくりの可能性を広げています。

地域に根差した信頼関係

全国のグループ会社や地域パートナーと共に、それぞれの地域特性や課題を深く理解し、地域に根差したサービスを提供してきました。長期的な信頼関係を基盤に、住宅のみならず医療・介護・まちづくりといった幅広い分野で地域社会の課題解決に貢献しています。

新築事業

HOME+Advanced

事業 VISION

原点を大切にしながら変化を先取りし、
新しい住文化をつくる

100年先の住まいを見据えた 独自の技術、高品質な住まい

ミサワホームでは、主に「木質パネル接着工法」と耐震木造住宅「MJ Wood」という2つの工法を用意。いずれも高品質で、長く安心して暮らせる住まいです。創業以来の工法である木質パネル接着工法では、強度と耐震性にすぐれた「モノコック構造」に加え、独自開発の制震装置『MGEO』を標準装備することで、地震や台風といった自然災害への高い耐性を実現。さらに業界トップクラスの構造体35年、防水30年の初期保証をはじめとする長期保証制度のほか、365日・24時間の受付体制を整えるなど、オーナーさま向けのさまざまなサービスの提供により、いつまでも安全で安心な暮らしをサポートします。

断熱性能にもすぐれており、高性能断熱材を木質パネル内部に隙間なく充填し、工場で一貫生産することで施工による品質のバラつきを抑制。木質パネルの内部は枠組み材によって格子状に仕切られているため、断熱材のずれも防ぎます。また、木質パネル接着工法ならではの、階高の自由度を生かした高天井や大開口、大空間、蔵収納などといった提案により多彩な空間設計を可能にし、多様なライフスタイルに合わせた住まいづくりを実現します。

当社は、これまでも、これからも、100年先を見据え、培ってきた技術力と先進的なデザインを融合し、住まいの資産価値の維持と安全・安心な住まいづくりを追求し続けます。



木質パネル接着工法の構造体（イメージ）



制震装置『MGEO』

MGEO（エムジョ）

高減衰ゴムによって地震エネルギーを熱エネルギーに変換、吸収し、建物の揺れを軽減する独自の制震装置です。地震エネルギーを最大約50%軽減することにより、構造体はもちろん、内装仕上げ材の損傷まで最小限に抑制することが可能です。

戸建住宅

選ばれる理由

住まいの提供を通じた ソリューションを展開

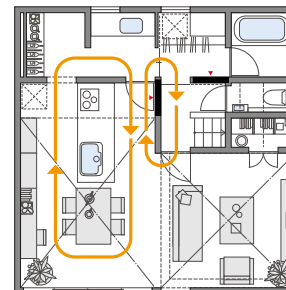
当社は、世界初のゼロ・エネルギー住宅の発売や100%リサイクル住宅の開発など、常に時代の先駆けとして社会変化を的確にとらえ、住まいの理想を具現化してきました。現在、ライフスタイルの変容や気候変動、災害の激甚化といった課題に対し、当社は住空間の概念を超えた新たな価値創造を強力に推進しています。注文住宅の最上位ブランド『CENTURY』では、極地・南極での過酷な環境下で培った技術を応用した「センチュリーモノコック構法」を軸に、次世代まで継承される強靱なレジリエンスと持続可能な快適性を高次元で実現。また、企画住宅『SMART STYLE』シリーズにおいては、「微気候デザイン設計」や「サーキュレーション動線」など、人の営みと環境が調和する先進のアプローチにより、住まうほどに豊かさを実感できる暮らしを提案しています。

未来を創る取り組み

断熱性、高効率設備導入で 環境負荷を低減する高性能住宅

当社は、ZEH基準を戸建住宅の標準仕様とし、高気密・高断熱な省エネ住宅の普及を推進しています。2024年度省エネ大賞では、大容量太陽光発電パネルによりライフサイクル全体でCO₂排出量をマイナスにするLCCM®住宅※『SMART STYLE Roomie 大屋根タイプ』が「省エネルギーセンター会長賞」を受賞しました。

さらなる取り組みとして、2026年4月より全企画商品において、2027年4月施行予定のGX ZEHと同等の断熱性能等級6を標準化しています。蓄電池や高効率設備の導入に加え、構造体自体の性能を底上げすることで、高性能な住宅の普及を加

センチュリーモノコック構法を採用したモデル住宅
『CENTURY 蔵のある家 ZEH ADVANCE』

サーキュレーションプラン
キッチンや水廻りへの行き来がしやすいサーキュレーション動線により、家事効率を高める設計です。

LCCM対応モデル
『SMART STYLE Roomie 大屋根タイプ』

速させます。これらの活動を通じ、2050年のカーボンニュートラル達成とサステナブルな社会の実現に貢献します。

※「LCCM」は（一財）住宅・建築 SDGs 推進センター（IBECs）の登録商標です。

選ばれる理由

未来基準の建物性能と環境貢献で
持続可能な事業経営をサポート

賃貸住宅『Belle Lead（ベルリード）』はZEH-M基準を標準仕様としており、新設される「GX ZEH基準」にも対応します。耐震性・耐久性に優れた構造体と、住まいの快適性や安全性を確保する空間設計に加え、高い環境性能で経年劣化を抑える差別化を実現。10年後、20年後も高い競争力を維持し長期安定経営をサポートします。また、地域の不動産会社や金融機関、税理士などとのネットワーク「MBP（Membership of Business Partner）」を構築し、オーナーさまの事業経営支援にとどまらず地域経済への貢献も目指します。

ここで培った豊富なノウハウは、施設建築にも生かされています。木質パネル接着工法による施設建築『PRO MONOCOQUE（プロモノコック）』は、オフィスや店舗、クリニック、高齢者施設な



木質賃貸住宅『Belle Lead MANSION（ベルリード マンション）』

どさまざまな用途に対応可能。高耐震構造のすぐれた安全性や大空間設計の快適なオフィス環境、ZEB基準の断熱性能による光熱費削減に加え、業界トップクラスの長期初期保証と、耐久性診断と耐久工事により建物が存在するかぎり保証が続く「維持管理保証制度」など、豊富なメリットにより施設経営の持続可能性を高めます。



最大5階建が可能な中層建築構法『CROSS MONOCOQUE』

今後『CROSS MONOCOQUE』の販売拡大をすることで、より多くの方へ安全・安心な暮らしを提供するとともに、建築物の「省エネ化」と「木質化・木造化」を通じてカーボンニュートラルの実現に貢献していきます。

※ エンボディドカーボン：建物の建設、修繕、廃棄など、運用以外の段階で排出される二酸化炭素などの温室効果ガスの量

未来を創る取り組み

木質中層建築・賃貸マンションの普及で
脱炭素社会の実現に貢献

2050年のカーボンニュートラル実現に向け、政府は「建築物の省エネ化」と「木質化・木造化」を促進しています。当社においては、戸建住宅に加え、賃貸住宅でもZEH-Mを標準とすることで高断熱・省エネの賃貸住宅の普及を推進しています。また、独自の木質パネルの技術を応用し、最大5階建の耐火建築を可能にした中層建築構法『CROSS MONOCOQUE（クロスモノコック）』を2025年3月に発売。木材活用の拡大により、高いカーボンストック効果の創出とエンボディドカーボン※の削減に貢献するとともに、長年培ってきた住宅分野のリソースと工業化技術を活用し、高品質で高性能な木質中層建築を実現します。

共創の取り組み

多様なステークホルダーとの
関係構築・協業により新しい価値と
シナジーを創出するMBP活動

当社ではサプライヤーをはじめ、不動産会社や金融機関、税理士といったステークホルダーの皆さまをMBPと総称し、協業を通じた中長期的な価値創造とバリューチェーンの強靱化を推進しています。

高品質な資材の安定調達にとどまらず、住まいというプラットフォームを通じた各分野の専門家との協業により、単なる取引関係を越えた「共創」の関係を構築しています。

当社が手がける戸建住宅、賃貸住宅いずれの事業においてもサプライヤーから供給される資材なくしては成り立ちません。また、住宅購入の場面では融資や税務対策をはじめとする多岐にわたる専門領域においてビジネスパートナーとの緊密な連携が必要となります。

全国各地で開催しているMBPフォーラムは、当社の最新情報を共有するだけでなく、ビジネスパートナー同士の交流機会

サステナブルな取り組み

品質と持続可能性を両立する
森林資源の調達と保全

ミサワホームの住宅構造部材に使用する木材の多くは、フィンランドで木材加工を行うミサワホームズ オブ フィンランド株式会社（以下、MHF）で生産されています。

フィンランドは林業先進国で、MHFは適切に計画・管理された森林から品質の安定した木材を調達し、製材して日本へ輸出します。その工程で発生する木材チップは、パルプ工場に原料として供給し、樹皮やおがくずは隣接する火力発電所でバイオマス燃料として活用されています。発電した電力は現地ミッケリ市内の家庭や施設へ供給され、市内の電力の約8～10％を賄うなど、地域社会を支えるインフラの一部になっています。

そのほか、MHFは社員とパートナー企業で毎年植樹を行っています。伐採された森林に苗木を植えることで、森林資源の恩恵を受けている企業としてその恵みに感謝し、絶やさぬよう持続可能な森林保全に寄与しています。



MBP Membership
of Business
Partner
メンバーシップ オブ ビジネス パートナー

を創出する場です。各地域の実情を熟知しているMBPの皆さまと共に、地域経済活性化や社会課題解決に取り組んでおり、この関係が双方の持続的な成長と社会への価値提供を支える礎となっています。

今後当社内の事業間連携をより一層深めることで、MBPの皆さまとの交流・協業の機会を5つの事業すべてに拡大し、新たな共創価値をさらに追求していきます。



森林資源を無駄なく活用するフィンランド工場



フィンランド工場での製造工程の様子

ストック事業

HOME+Upgrade Life

事業VISION

未来につながる選択肢をデザインして、
住まい・不動産の価値と暮らしの質を高める

選ばれる理由

「高める（リフォーム）」＋「つなぐ（流通）」 2つの価値で一貫したサポート

50万戸超の住まいづくりで培ったハウスメーカーならではの総合力。それこそが、ミサワホームのストック事業が選ばれる理由です。私たちは、建築と不動産の知見を高度に融合させ、お客さまの大切な資産を「守り」「高め」「つなぐ」ための確かな基盤を整えています。

その強みは、あらゆるニーズに応える包括的な体制にあります。戸建やマンション、さらには医療・商業施設に至るまで、建物の構造を問わず最適な解決策を導き出す対応力と、潜在的な要望までを汲み取って一歩先の暮らしを形にするデザイン・提案力。そして、施工品質を徹底して見える化し、客観的なエビデンスに基づいて資産価値を裏付ける品質の高さ。これらに加え、業界トップクラスの保証制度と、お引渡し後も住まいを見守り続けるサポート体制が、お客さまの安心を生涯にわたって支え続けます。

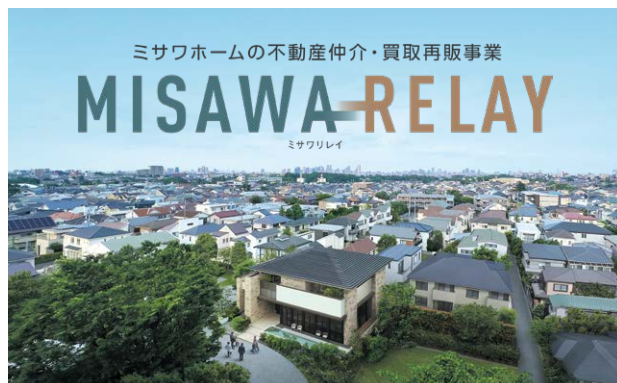
また、新たに展開するストック事業の総合不動産ブランド『MISAWA RELAY（ミサワリレイ）』のもと、不動産仲介や買取再販をリフォームと連動してワンストップで提供できる強み。この一貫した信頼の体系が、単なる工事や取引を超えたお客さま満足を生み出し、選ばれ続ける理由です。



戸建住宅デザインリフォーム



事業用リノベーション



総合不動産ブランド『MISAWA RELAY』のロゴには、左右に行き交うラインで、大切な住まいや想いが「リレイ（受渡し）」されている様子を表現

未来を創る取り組み

デジタル×リアル空間提案と あらゆる建物・構造に応える対応力

当社の提案の根幹にあるのは、長年の住まいづくりで培った暮らしの提案力です。ヒアリングツール「くらしかたインタビュー」をはじめとする科学的なアプローチにより、お客さま自身も気づいていない潜在的な好みや生活習慣を可視化。この客観的データに基づいた独自のプロセスにより、単なる改修を超え、人生を格別に彩る期待を超える暮らしを具現化します。

この目に見えない想いを形にするのが、最新のテクノロジーとリアルが融合した体験空間です。2026年5月にオープンした「駒沢公園リフォームギャラリー」などの拠点では、大型LEDビジョンを駆使した超高精細な演出により、本物のインテリアが持つ質感や光の移ろいまでも体感いただけます。デジタルによる高度なシミュレーションと、五感を揺さぶる空間展示の相乗効果により、仕上がりへの不安を払拭し、新たな住まいや暮らしの希望へとつなげます。

サステナブルな取り組み

住まいの「想い」と「資産」を次世代へ 新たな流通体制で循環型社会を実現

当社は、これまで提供してきた「つくる（新築）」「高める（リフォーム）」に加え、新たに「つなぐ（流通）」価値を提供することで、良質な住宅の提供から適切な維持管理、大切な住まいの受け渡し・継承までを一貫してサポートできる体制を整えました。住まいへの「想い」や「社会の資産」を次世代へ継承し、持続可能な循環型社会の実現に向けて貢献していきます。

さらに、空き家や高齢期の住まい方、相続といった住まいの複合的な課題に対し、ワンストップで伴走・サポートする専門スタッフ「家活（いえかつ）コンシェルジュ」を全国に配置。地域の不動産会社や金融機関、税理士などとの連携ネットワーク「MBP（Membership of Business Partner）」や各事業部門の多様なリソースを最大限に活用し、地域社会における住環境の向上に向けた共創の取り組みを推進していきます。



ミサワリフォーム「駒沢公園リフォームギャラリー」

さらに、戸建住宅やマンションリフォームはもちろん、店舗、医療施設、オフィスに至るまで、木造から鉄筋コンクリート造まで建物の構造や用途を問わず応える高度な「対応価値」を備えています。多角的な事業展開で得られた建築全般にわたる深い知見と確かな施工品質があるからこそ、お客さまそれぞれの建物が持つ可能性を最大限に引き出す最適な空間提案が可能です。この確かな技術力をベースに、大切な住まいや資産の価値を末永く高め続けていきます。

オーナーさま・お客さまに寄り添う「伴走者」



不動産の悩みを解決する専門スタッフ

家活コンシェルジュ



「MISAWA RELAY（ミサワリレイ）」・
「家活コンシェルジュ」の紹介動画は[こちら](#)



まちづくり事業

HOME+Create-Value

事業VISION

継続的な投資や共創によって、
「住みたい」が循環する価値創造型のまちづくり

選ばれる理由

地域に根差した共創による 価値創造型のまちづくり

ミサワホームでは、新築事業で培った「住まいづくりのノウハウ」を生かし、人口減少や少子高齢化、地域コミュニティの希薄化など、多様化する社会課題の解決に貢献する“未来志向”のまちづくり事業ブランド『ASMACHI(アスマチ)』を展開。医療・介護・子育て・商業など、地域に不可欠な機能を集約し、多世代が安心して暮らし続けられるコンパクトなまちづくりを推進しています。

当社の強みは、全国に広がるグループ各社との連携による、地域に根差した事業展開です。地域密着のディーラー制度を採用する当社グループは、それぞれの地域において、行政や金融機関、地域企業などとの幅広いネットワークを構築しています。こうした社会関係資本を生かし、地域との対話を重ねながら、その地域ならではの課題やニーズをとらえ、地域特性に応じたまちづくりに取り組んでいます。

また、社内外との「共創」により、多様な主体との連携を通じた新たな価値創造にも取り組んでいます。地域に根差したネットワークを強みに、地域課題の解決と地域価値向上の両立を図りながら、その地域ならではの“HOME”を提供します。



『ASMACHI古川橋』完成イメージ



『ASMACHI多賀城』完成イメージ

未来を創る取り組み

循環型ビジネスモデルの構築による アップデート型のまちづくり

当社は、“未来志向”のまちづくり事業『ASMACHI』を中心に、地域課題の解決と企業成長の両立を目指した価値創造型のまちづくりに取り組んでいます。医療・介護・子育て・商業など、地域に不可欠な機能を核とした開発に加え、地域サービスやエネルギーなど、多様な地域機能をつなぎながら、収益不動産の開発・保有・売買など、多様な事業を組み合わせることで、継続的な投資を可能とする事業基盤を構築しています。

収益不動産の開発においては、ASMACHIブランドを中心に、住宅、ホテル、商業、物流など幅広いアセットの開発を展開しています。地域ニーズや立地特性に応じた企画・開発により不動産価値の最大化を図るとともに、安定した収益の創出と資産価値の向上を実現しています。

さらに、収益不動産の取得や不動産ファンドへのエクイティ投資などでは投資効率の高い案件の事業化などを推進してお

共創の取り組み

共創による地域価値向上と 持続可能なまちづくり

当社は、行政、地域企業、教育機関、スポーツ団体など、多様なステークホルダーとの「共創」を通じて、地域価値向上を図っています。単なる施設開発にとどまらず、当社が人・サービス・コミュニティをつなぐ地域価値創造プラットフォームとして機能することで、各地で持続可能な地域の賑わい創出を目指しています。

地域との共創事例である『ASMACHI神戸新長田』では、病院と分譲マンションを一体開発し、地域医療と住まいを融合したウェルネスサポートを提供。ヘルスケアサポートやオンライン医療相談、住民交流イベント、健康づくり支援などの多面的なサービスを通じて、あらゆる世代が豊かで健康に暮らせる地域コミュニティの形成に取り組んでいます。

また、地域のプロラグビーチーム「浦安D-Rocks」と連携し、スポーツを通じた地域交流や健康増進イベント、子どもたちへ



当社が開発・保有する宿泊施設「edit × seven 富士御殿場」内観

り、保有物件については更新・入替やリーシング強化などによって保有物件のバリューアップを図り、期中および売却時の収益最大化を目指しています。加えて、リフォーム、不動産仲介、買取再販、マンション管理などのストック型ビジネスを展開するとともに、施設やサービス、エネルギーなどをつなぎ、継続的に更新・進化させることで、地域価値を高め続けるアップデート型まちづくりを推進しています。



浦安D-Rocksとの地域交流イベントの様子

の支援活動を展開しています。スポーツやエンターテインメントを通じて多世代がつながる機会を創出し、地域に新たな交流や賑わいを生み出しています。こうした取り組みは、地域全体の魅力向上や関係人口の創出につながるだけでなく、地域経済の活性化や地域機能の充実にも貢献しています。

今後も『ASMACHI』を通じて、多様なステークホルダーとの「共創」により地域課題の解決および新たな価値の循環を創出し、地域と共に持続的に成長するまちづくりを推進していきます。



ASMACHI(アスマチ)

ミサワホームが「明日を楽しく、明日を元気に」などの思いを込め、地域の課題解決に向けて開発を進める未来志向のまちづくりを一層訴求するため、「明日」や「未来」をイメージさせる「明」の文字を使用したブランド名。

海外事業

HOME+Global Partners

事業VISION

海外における住まいの多様なニーズに合わせて、パートナーとともに成長する

選ばれる理由

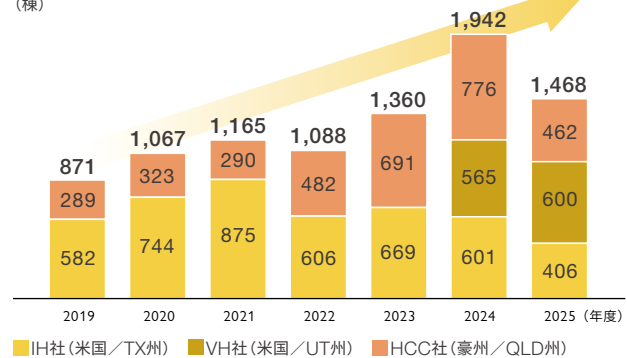
現地パートナーとの協業により 持続的成長を追求

ミサワホームグループの海外事業は、日本で培ってきた住宅技術・品質思想を基盤に、各国・地域の暮らしや文化、規制環境に適応した事業展開を進めています。現在は北米、豪州を中心に、戸建住宅や集合住宅、分譲地開発、不動産開発など幅広い領域で、地域特性に応じた事業モデルを構築しています。各地域の特性やニーズに深く寄り添った柔軟なアプローチを推進することで、現地市場における着実なシェア拡大と持続的な事業基盤の確立を図っています。

米国および豪州の住宅市場は、持続的な人口増加と堅調な経済成長が見込まれるマーケットです。特に郊外における住宅需要は根強い一方で、供給が追いつかず、深刻な住宅不足や住宅価格の高騰が共通の社会課題となっています。こうした中、当社はM&Aを通じて構築した強固なネットワークを強みとし、現地の住宅事情に精通したパートナー企業との深い信頼関係を基盤に、それぞれの知見と経験を最大限に生かした住宅供給を行うことで、地域社会が抱える課題の解決に取り組んでいます。

当社の強みは、国内で磨き上げた設計思想や品質管理の知見を生かしながら、現地市場に適応した住まいづくりや開発プロジェクトの展開を図る点にあります。今後は、国内の『ASMACHI』で培った複合型施設の知見や環境配慮型の住まいづくりといった当社グループならではの技術・ノウハウを応用し、地域社会の持続可能な発展に寄与していきます。

海外事業引渡し棟数の推移
(棟)



2025年9月に開催されたグローバル会議（大阪）

今後は、現地パートナーとの連携・共創をさらに強化し、地域ごとのニーズや社会課題により深く対応できる事業体制の構築を進めていきます。日本での知見と現地の市場理解を融合することで、世界各地における持続可能な住環境づくりに貢献し、“HOME”に満ちあふれた世界の実現を目指していきます。

未来を創る取り組み

北米事業：強固な基盤から新市場へ エリアと顧客層を広げる攻めの多角化戦略

現在の米国市場は、持続的な人口増加により住宅需要が堅調な一方、住宅供給不足や価格高騰が深刻な社会課題となっています。当社はテキサス州のImpression Homes (IH社) やユタ州のVisionary Homes (VH社) との連携を深め、着実に事業基盤を拡大してきました。

現在、ミサワホームから現地駐在員を派遣し、経営管理やノウハウ共有、事業支援など、グループ間のシナジー創出を加速させています。IH社は中高価格帯商品の新規開発により顧客層の多様化を推進し、VH社はアイダホ州へ地域拡大を実施。2社ともに新規市場を開拓しています。

また、新たな価値創造に向けた日系企業との共創も積極的に推進しています。外壁材や構造部材の導入検討、デザイン提案など、日本の技術を現地市場に最適化させる活動により知見は着実に蓄積されています。今後も最適な連携の形を模索

豪州事業：住宅危機を突破する 多角化戦略と2030年への成長戦略

豪州では、年約1.5%（過去10年平均）のペースで進む人口増加により住宅需要が拡大する一方、慢性的な住宅供給不足が深刻な社会課題となっています。当社グループはこの課題に着目し、2018年よりゴールドコーストを拠点に戸建請負事業を展開するHomecorp Constructions (HCC社) と協働を開始し、日本の知見を生かした施工合理化と現地パートナーのノウハウを融合させながら、現地での安定的な住宅供給に貢献してきました。

また、HCC社のロン・バキアCEOが掲げる「すべては人から始まる。昨日よりも常に良くなるという決意で、価値ある未来のコミュニティを創造する」という経営ビジョンを共有し、2030年に向けた明確なロードマップに基づき豪州事業の多角化を進めています。2020年の南オーストラリア州アデレードに続き、2025年にはビクトリア州メルボルンへ支店を開設、さらに同年よりゴールドコースト市内での中高層マンション開発へも参画し、事業領域を着実に広げています。



テキサス州IH社 住み替え層向け中高価格帯の新商品



ユタ州VH社 豊かな自然の中に戸建や共同住宅が並ぶ分譲地

し続けます。さらに、将来の「新機軸のまちづくり」の実現に向けた市場調査も開始しました。日本発の建設技術と現地のニーズを融合させ、地域社会に根差した持続可能な住環境づくりに挑戦していきます。



ゴールドコーストに誕生する中高層マンション完成イメージ



中高層マンション起工式でスピーチをするHCC社CEO ロン・バキア氏

急速に変化する世界で、私たちは現地パートナーと「一つのチーム」となり、培ってきたノウハウを武器に、豪州社会への長期的な価値提供とグループの持続的な発展に挑み続けます。

ウェルネス事業

HOME+More Heart

事業VISION

長年のノウハウを活かし、
人生100年時代を支える住まいを提供する

選ばれる理由

30年を超える高齢者住宅の運営実績

ミサワホームは創立期のコーポレートスローガン「住まいを通じて生涯のおつきあい」のもと、オーナーさまが年齢を重ねて介護や病気などでご自宅を離れた後も安心して暮らせる住まいを提供したい、という想いから高齢者住宅の運営を開始しました。介護保険制度施行前の1993年から介護事業に参入し、自立期から看取り期までの高齢者住宅の運営を中心に、保育園や放課後等デイサービス、医療福祉人材の派遣・紹介など多様な事業を展開しています。住まいの視点を重視し、我が家のように自分らしく生活できる住環境の整備、高い志を持った質の高いケアの実践を大切にしながら、30年以上にわたり高齢期の住まいや介護サービスを提供してきました。

施設運営を中心に、介護・福祉に関連する多様な事業を展開



介護付き有料老人ホーム『マザアス南柏』1階エントランス

当社のウェルネス事業は、こうした長年の事業展開で培った豊富な実績とノウハウを活かし、今後も自分らしく健康で豊かに暮らすことができる高付加価値な住まいづくり、まちづくりを推進していきます。

未来を創る取り組み

人生100年時代、 健康に暮らし続けられる社会をつくる

日本の高齢化は急速に進展しており、2025年には65歳以上の高齢者の人口は3,622万人、高齢化率は過去最高の29.4%を記録。2024年には、高齢者がいる世帯数は2,760万世帯に達し、全世帯（5,482万世帯）の約半数を占めています。特に高齢者の単独世帯は増加傾向で、高齢者がいる世帯の内訳では単独世帯（32.7%）が夫婦のみの世帯（31.8%）を上回り最多となり、高齢期に適した住まいの不足が深刻化しています。2026年3月に閣議決定された住生活基本計画（全国計画）においても「人生100年時代の住生活基盤の再構築」が掲げられており、高齢者の暮らしを支える住宅の確保が重要視されています。

こうした社会的背景の中で、当社のウェルネス事業は、「長年のノウハウを活かし、人生100年時代を支える住まいを提供

共創の取り組み

ウェルネスの知見・ノウハウを 活用した事業間連携

人生100年時代を見据え、ライフスタイルやライフステージに応じた良質な住まいを選択できる社会の実現に向けて、当社はこれまでウェルネス事業で培ってきた知見と技術を活用したソリューション提案を強化しています。

新築・ストック事業と連携を深めながら、お客さまがいつでも自分らしくご自宅に住まい続けるためのご提案「ミサワウェルネスPLAN」を推進。ウェルビーイングなライフスタイルで健康寿命を延ばし、いきいきとした生活を送りつつ、もしもの時には最小限の対応で年齢や状況に応じた住まい方を提案しています。「ミサワウェルネスPLAN」の提案力強化に向けて、介護施設や在宅介護現場での実践的な研修を実施しており、高齢者の視点に立って適切な住環境を提案できる人財の育成に取り組んでいます。

また、生涯にわたるウェルビーイングの実現に向け、高齢期と住まいをテーマに、社内外での講演活動を積極的に行ってい



『プレステージ滝ノ水緑地』でのデイサービス 運動後の団楽の様子

する」という事業ビジョンを掲げています。当社がこれまで医療・介護領域で培ってきた知見・ノウハウを他事業へ還元し、事業間の連携により高齢者が安心して健康に生活できる住宅の整備に取り組んでいます。今後もこの事業間連携の取り組みを加速させ、高齢者の暮らしを支える良質な住まいの整備促進を通じて、人生100年時代における住まいの課題解決に貢献していきます。



大阪・関西万博「日蘭交流シンポジウム」での講演

ます。講演では高齢期における住生活の質向上のためには早期の備えが不可欠であり、ウェルビーイングに暮らし続けるためにはライフスタイルに合った住まいへの円滑な住み替えやリフォームを早期に検討することの重要性を広く社会へ発信しています。

当社では、これらの住まいのリテラシー向上に寄与する取り組みを通じて、質の高い住生活の提供と持続可能な社会の構築に貢献するウェルネス事業を、今後も積極的に推進していきます。

CO-CREATION

未来に向けた 私たちの 共創の取り組み

住まいと暮らしの未来をつくるために、ミサワホームはさまざまなパートナーと共に挑戦を続けています。南極という極限環境で半世紀にわたり磨かれた技術を日常へ還元し、さらに宇宙へとつなげるプロジェクト。地域との長年の対話が生むまちの再生。産学連携で、人が入れない場所に挑む点検ロボットの開発、そして地元企業との深い信頼が育む豊かな住環境。想いを共にし、異なる強みを持つ仲間と歩むことで、一社では成し得ない新たな価値を社会へ届けていきます。



JAXA (宇宙探査イノベーションハブ) の検討する将来の月面基地イメージ

©JAXA

Tansa × MISAWA

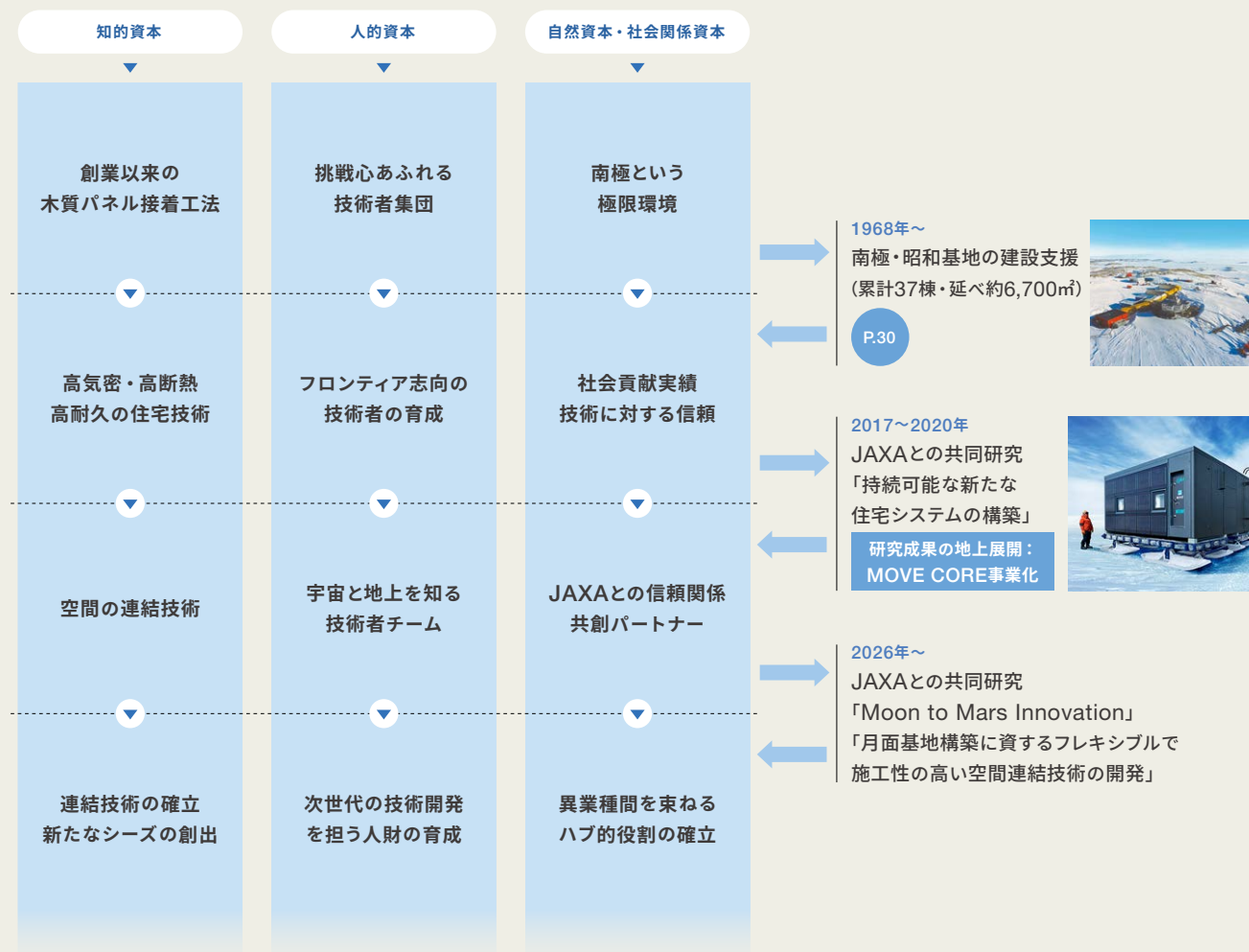
GO to FRONTIER

宇宙・南極・地上の課題を解決する 「共創プラットフォーム」

当社は宇宙航空研究開発機構 (JAXA) 等との共同研究を通じ、宇宙・南極・地上に共通する建設現場の深刻な人手不足や脱炭素・エネルギー問題という極限の課題に挑んでいます。この研究には、当社のコア技術である工業化住宅のノウハウ(省力化・短工期技術)や、エネルギーを自律循環する仕組みを応用。開発した南極移動基地ユニットは、多様なパートナーが知見を結集する「共創プラットフォーム」として機能し、2020年度グッドデザイン賞ベスト100も受賞しました。50年にわたる南極での実績を背景に、宇宙と地上の技術を双方向に還流させる架け橋として、未来の生存基盤を構築していきます。

南極から宇宙へと、 未来を創る技術循環

独自の「木質パネル接着工法」などの資本をベースに挑んだ、1968年からの南極建設支援。極地での実践を通じて、高気密・高断熱技術や人材、技術への信頼といった新たな資本を獲得しました。この進化させた資本がJAXAとの共同研究の礎となり、2026年からは宇宙探査への共創へと発展しています。



担当社員の声



ミサワホーム株式会社
技術部かぐやプロジェクト 兼
国立研究開発法人
宇宙航空研究開発機構 (JAXA) 出向
吉崎 遼

従来の建築技術では超えられない壁を突破するため、あえて衣服用ファスナーや膜材など建築の外の技術に着目し開発した空間を連結する独自機構は、現在の『MOVE CORE』や2026年度からの共同研究の核となっています。共同研究では、私自身がJAXAへ出向するなど、緊密な人材交流のもとで取り組んでいます。強い意志があれば、異業種の知的資本は結集します。この共創は当社の技術を磨くだけでなく、次世代のパートナーシップを創出するエンジンです。



ミサワホーム株式会社
技術部かぐやプロジェクト
横尾 允徳

南極で実証した「箱として運び、即座に快適な空間を構築する」性能を、地上向けプロダクト『MOVE CORE』として社会実装しました。この動く拠点という新モデルにより、LIFULLさまやJR北海道建設さまなど、従来の住宅事業の枠を超えたパートナーとの共創が加速しています。宇宙・南極で培った信頼が新たな市場を呼び、そこで得た知見がまた次の宇宙技術へと還元される。この循環こそが、ミサワホームが目指す未来共創の姿です。



「南極移動基地ユニット」輸送イメージ

極地研 × MISAWA

南極建築実証プロジェクト

極限環境での実証が支える
安全で快適な暮らしの根幹

ミサワホームは半世紀以上にわたり、南極で使用する建物の納入と建築隊員の派遣（国立極地研究所へ出向のうえ派遣）を継続しています。独自の「木質パネル接着工法」を礎に、最低気温マイナス45度、最大瞬間風速60m/秒超という過酷な環境で、高気密・高断熱かつ高耐久な住宅技術を実証してきました。南極で磨かれた、専門職でなくとも短期間で安全に施工できる技術や、限られたエネルギーで快適に過ごすための知見は、国内の住まいづくりに直結しています。極限で得た信頼を日常の安心へと還元し、さらにJAXAとの共同研究を通じて未来の居住空間へとつなげていく、それがミサワホームの共創の原点です。

共創パートナーの声



大学共同利用機関法人
情報・システム研究機構
国立極地研究所南極観測センター
施設建築チーム チームリーダー

永木 毅 氏

ミサワホームさまには約60年にわたり、過酷な環境に耐える観測拠点づくりを支えていただいています。特に近年、JAXAと三者で開発した「南極移動基地ユニット」は、現地での施工時間を劇的に短縮し、大人数が集まれる快適な空間を実現しました。実際に越冬を経験した社員の方々から、生活者視点の的確な提案をいただけるのは非常に心強く、共に極地の可能性を広げていく重要なパートナーだと感じています。

担当社員の声



株式会社ミサワホーム総合研究所
領域創生センター
極地住環境技術研究室 室長

福田 真人

自身の57次隊での越冬経験で痛感した極地課題を解決するため、現在はモジュールの簡易連結技術の開発に挑んでいます。建築の外にある「ファスナー」や「可動部材」を応用し、専門職でなくとも短時間で空間を構築できる仕組みは、職人不足が進む国内の住宅建築や、被災地の迅速な復旧にも貢献できるはずです。南極という「究極の現場」で得た知見をパートナーと共有し、地球、そして宇宙のより良い暮らしへ還元していきます。

三島市 × MISAWA

ASMACHI三島プロジェクト



健康・医療と賑わいが交差する
住み続けたいまちづくり

静岡県三島市の「三島駅南口東街区A地区第一種市街地再開発事業」は、JR三島駅の南口東街区約1.2haに住宅、商業、オフィス、医療・子育て支援施設を整備するプロジェクトです。2012年より三島市や地元町内会に対する再開発の説明会・勉強会を開始し、2017年の事業協力者公募に応募、選定されました。三島駅周辺グランドデザインに基づき、賑わい創出と「広域健康医療拠点」の実現を目指しています。2024年4月に工事着工、2028年の竣工を予定しています。



完成イメージ

共創パートナーの声



三島市計画まちづくり部
三島駅周辺整備推進課
推進係 係長

前田 耕作 氏

2017年度の事業提案募集の際に、事業の背景や三島市の特性を踏まえたご提案をいただき、ミサワホームさまが事業協力者に選定されて以降、事業パートナーとして共に事業を進めてきました。再開発事業では、地権者の皆さんの意向を受け止めて事業を進めていく必要がありますが、住宅メーカーならではのきめ細かい対応で、円滑に事業を進めることができます。広域健康医療拠点として、賑わいが生まれ、多くの方に喜んでいただけるまちにしていきたいですね。

担当社員の声



ミサワホーム株式会社
まちづくり事業本部 開発事業部
企画開発二課 課長

岩永 憲和

「地域の課題解決」を目指す『ASMACHI』開発において、理想を実現するためには地元や自治体との対話は不可欠だと思います。地域密着を指標とするミサワホームならではのまちづくりは、再開発事業という形でこそ真価を発揮すると信じ、事業を推進しています。豊かな自然や歴史、交通利便性にすぐれた三島の玄関口として、その魅力を最大限に引き出すことで、人とつながり、人が集まる、ずっと住み続けたいと思えるまちにしていきたいと思っています。



床下点検ヘビ型ロボット 「ユカダイショウ[®]」

人手不足などの社会課題を解決する ヘビ型ロボットの共同開発

(特許第7795179号)



本ロボットの動作を動画
でご覧いただけます。



電気通信大学、大末建設、ミサワホームの3者は、住まいの安全性と長期的な維持管理を目的に、建物地下や床下を自走する点検ロボットを共同開発しています。点検現場では作業員の高齢化や人手不足が深刻です。特に狭小な地下ピットや複雑な床下での作業は、身体的負担や安全面のリスクが高いうえ、配管状況の把握も困難という課題がありました。電気通信大学の最先端ロボティクス技術と、建設2社の知見を融合。従来の大末建設の現場導入実績をベースに、ミサワホームの参画で戸建・賃貸住宅への対応を強化し、点検の自動化と効率化を推進しています。

共創パートナーの声



国立大学法人 電気通信大学
大学院 情報理工学研究科 教授
田中 基康 氏

長年ヘビ型ロボットの研究と社会実装に携わる中で、本プロジェクトはヘビ型ロボットならではの特長を生かせる課題と考え参画しました。ミサワホームさまとの共創を通じ、ユーザー視点の重要性を再認識しています。AIが社会を変革する今、ロボットはAIの物理的手段として期待されています。将来的には、従来の「人が操縦しやすい」から「AIが操縦しやすい」システムへといかに進化させていくかが課題であると考えています。

担当社員の声



ミサワホーム株式会社
執行役員
商品・技術開発本部 副本部長
中庄谷 博規

今回の共創では、ヘビ型ロボットの先駆者である田中教授、そして実証段階にある大末建設さまと連携することで、自社単独では至らなかった新たな知見を得ることができ、効率的な開発につながりました。狭い床下空間での挙動を検証するため、開発者がロボットと共に床下へ潜り、何度も動作確認を繰り返す作業には苦労しました。改良は着実に進んでおり、現在は「誰もがより簡単に扱える操作性」の実現を目標としています。



ザ・ブライトン アルビオ 新宮

地元企業の想いと木の温もりが育む 新宮町の豊かな暮らし

谷川建設とミサワホーム九州、ミサワホームの3社が福岡県下で手がけるマンションプロジェクト「ザ・ブライトン アルビオ 新宮」。地上12階建、全167戸のエリア最大級となる本プロジェクトは、「暮らしやすさを実感できるまちづくり」がコンセプトです。小・中学校やスーパーマーケットが徒歩圏にあるだけでなく、同じ街区内に商業施設の建設も予定されています。都心へのアクセスに恵まれた立地に加え、海や山が近く自然環境が豊かな新宮町で、これからの暮らしを、長く、安心して豊かに育てていけるまちづくりを目指しています。



完成イメージ

共創パートナーの声



株式会社谷川建設
代表取締役
谷川 喜一 氏

私たちにとって、地元企業同士で共創することは大変意義のあることです。今回のプロジェクトは、住まいを提供する会社同士ならではの特色あるマンションで、地域やそこに住む方々に元気に暮らし続けていただきたいという想いから始まりました。

当社は「木の家づくり」にこだわり、ミサワホームさんは独自の「木質パネル接着工法」での住まいづくりをされています。今回のプロジェクトでは「木」の良さを最大限に生かしています。都市の近くでありながら豊かな自然もある新宮町だからこそ、心身のゆとりを主眼においた「木」に癒される家づくりをしたい。私たちだからお届けできるマンションだと自負しています。

担当社員の声



ミサワホーム九州株式会社
まちづくり事業部 部長
橋爪 伸英

谷川建設さまとは10年以上の長いお付き合いになりますね。これまで九州一円で10カ所を超える共同戸建分譲を手がける過程で、お互いに信頼を築いてきました。今では相談事があれば気兼ねなくやりとりできるような間柄になっています。「ザ・ブライトン アルビオ 新宮」も、これまでの関係があったからこそ安心してスタートすることができました。

いつまでも「このまちに住みたい」と想っていただくために、今後もグループやパートナー企業さまと共創し、まちの価値向上、持続可能な発展に貢献したいと思います。谷川建設さまとは、地域に元気をもたらすためのさまざまな取り組みを今後も一緒にできたらと考えています。

人的資本経営

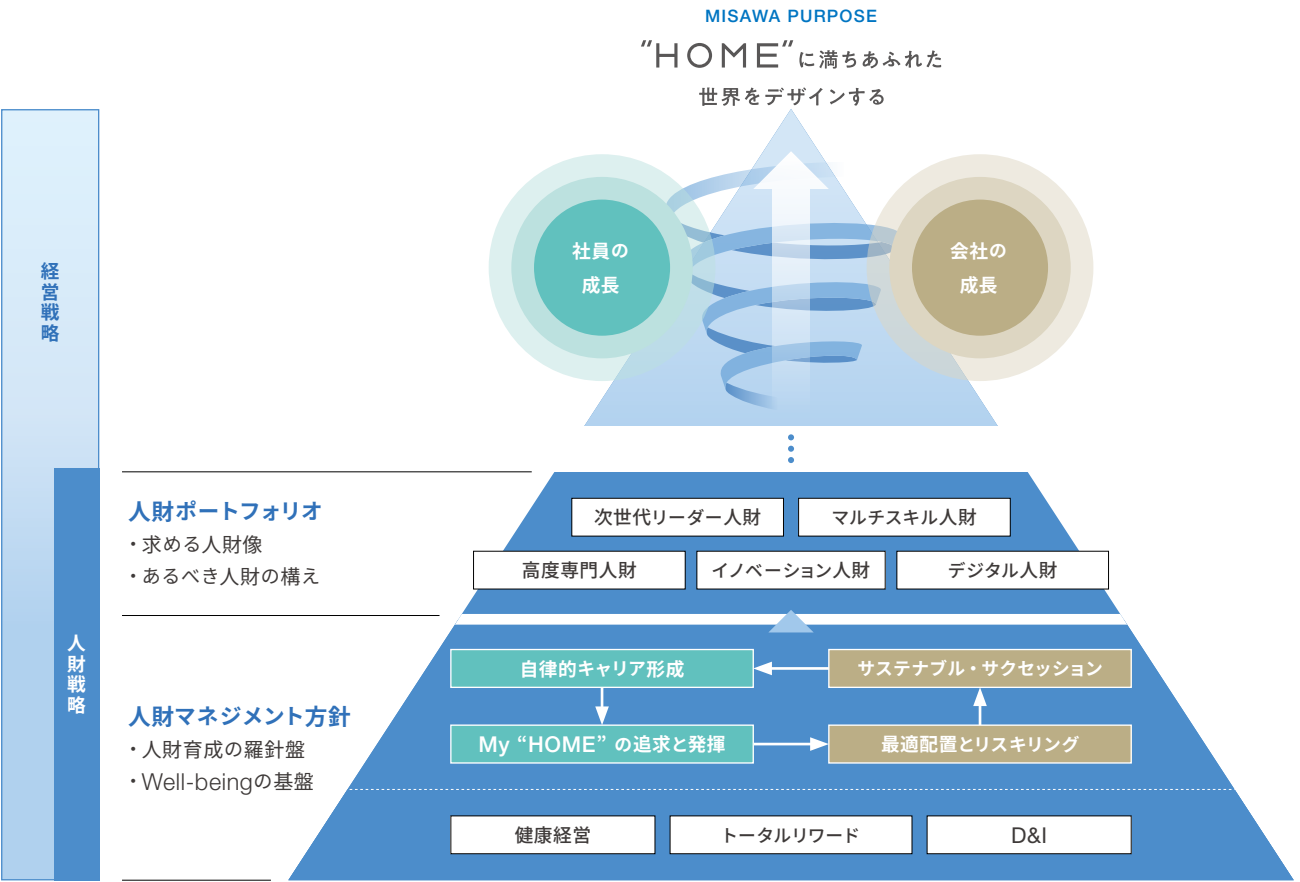
人材は「人財」。ミサワホームでは、人は単なる労働力ではなく企業の未来を担う大切な財産と考え、長期視点で人財育成や活躍の場の提供に取り組んでいます。「社員の成長と会社の成長がリンクして、自分の能力が伸びれば会社も大きくなり、活躍の場が広がる」との考えのもと、社員の成長と会社の成長をつなげています。

人財育成方針

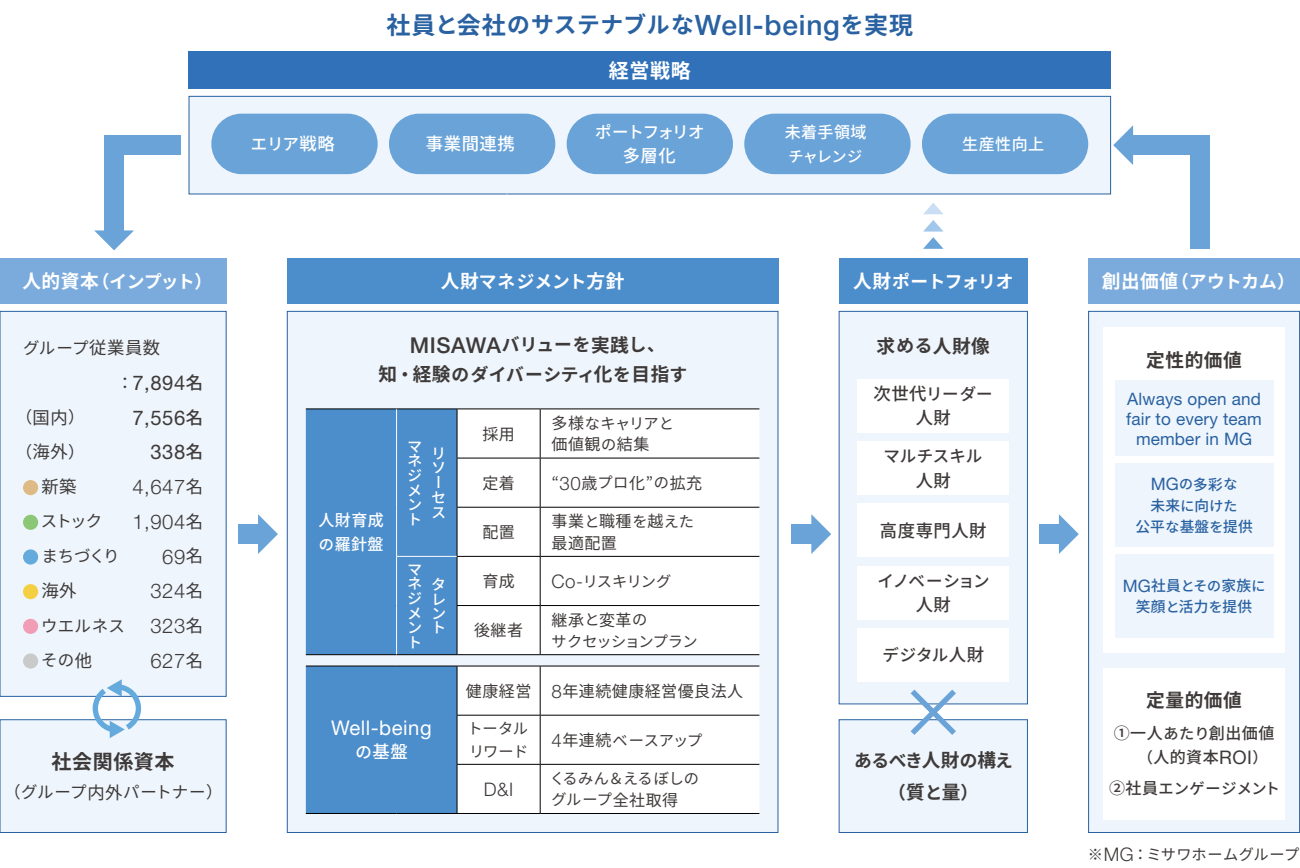
ミサワホームのDNAを継承し、社会課題やお客さまの暮らしへの「想い」、新しい価値を「創る」力、変化や困難に「挑む」姿勢、仲間や次世代を「育む」といったMISAWA VALUEを実践して「知・経験のダイバーシティ化」を目指すとともに、総合的かつ未来志向の人財を育成し、社員一人ひとりが自身の“HOME”（心の拠りどころ）となる領域や価値を高めて「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」を体現します。

人財戦略

ミサワホームグループにおける持続的な価値創造の源泉は人的資本です。人財戦略を経営戦略の一部と位置づけ、一人ひとりの継続的な成長を導く「人財育成の羅針盤」と、多様な人財が安心して働ける「Well-beingの基盤」で構成される「人財マネジメント方針」を推進し、未来の経営変革を担う5つの求める人財像からなる「人財ポートフォリオ」を構築します。これにより、社員の成長と会社の成長の好循環を促し、一人ひとりが主役となってパーパス“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」の実現を目指します。



人財戦略に基づく施策を通じ、グループ7,894名の持続的な成長を牽引します。5つの求める人財像へと成長した多様なプロフェッショナルは、経営戦略の5つのキードライバー（エリア戦略・事業間連携・ポートフォリオ多層化・未着手領域チャレンジ・生産性向上）と連動し、事業の進化を加速させる原動力となります。ここから生み出された価値を次なる成長の源泉とし、新たな価値創造の循環を持続的に促すことで、社員と会社のサステナブルなWell-beingを実現していきます。

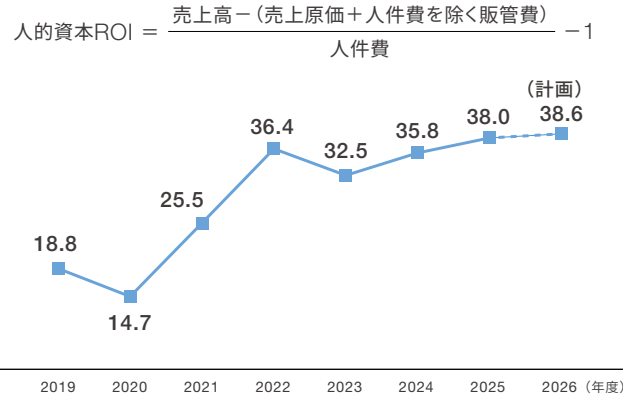


創出価値（アウトカム）

定性的な創出価値

- ・Always open and fair to every team member in MG
- ・ミサワホームグループの多彩な未来に公平な基盤を提供する
- ・ミサワホームグループ社員とその家族に笑顔と活力を提供する

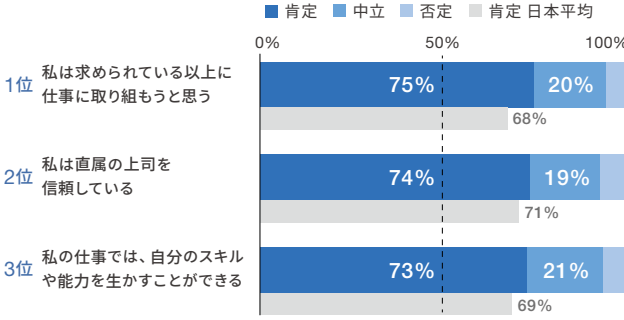
（図1）人的資本ROI（％）



定量的な創出価値

- ・人的資本ROI*はコロナ前から18.8%→38.0%の向上（図1）
- ※ISO30414で定めた人的資本への投資がどれだけ利益に貢献しているかを測る指標
- ・グループ社員エンゲージメントは「肯定」「中立」の回答率が85%。社員が職場を信頼し、社員の力を最大限に生かせる環境がグループ最大の強み（図2）

（図2）2025年度従業員意識調査 上位3項目



人財育成の羅針盤

🔗 自律的キャリア形成

自らの意思と責任で主体的にキャリアパスを描き、必要なスキルを習得し成長することで、個人の成長と会社の持続的な成長をリンクさせる

🔗 My“HOME”の追求と発揮

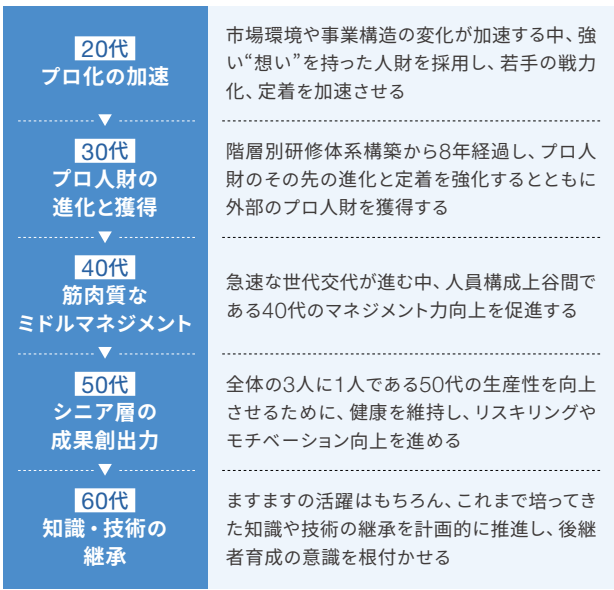
培った知識やスキル、内面に育まれた情熱から生まれる提供価値(My“HOME”)を一人ひとりが追求、発揮し多様なロールモデルをつくる

🔗 最適配置とリスクリング

事業や機能、職種を超えて人財を最適配置することで、個人の成長機会と会社の生産性向上につなげ、持続的な成長サイクルを生む

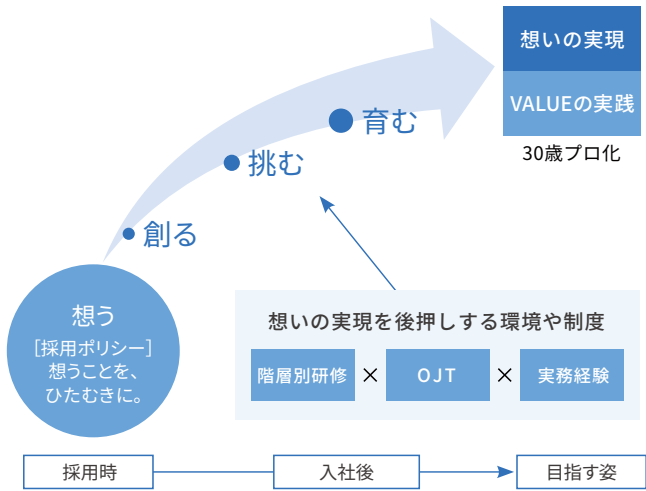
🔗 サステナブル・サクセッション

自律的に成長し、提供価値を高め、最適な場所で活躍した人財から、未来を担うリーダーやキーポジションの後継者を持続的・計画的に育成する

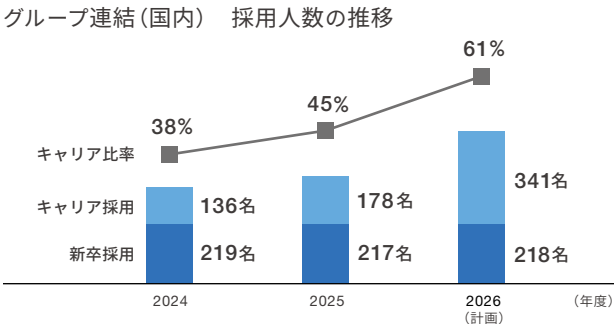
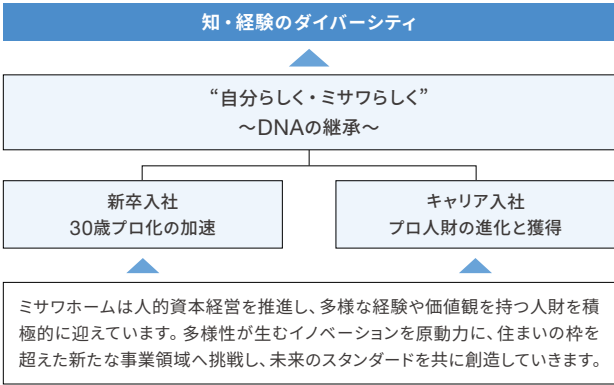


採用・定着・育成

新卒・キャリアを問わず「想う」を採用の原点とし、お客さまや社会への想い、自らの成長への想いを大切に挑戦する人財を採用しています。キャリア採用の強化と体系的な研修を通して、人財の「プロ化」と「知・経験のダイバーシティ」を推進します。



階層	目的別研修		専門スキル教育
	階層別研修		
役員	MG次世代責任者研修		
	新任役員研修		
管理職	新任マネジメント研修		職種別研修
中堅	昇格前研修	リーダー研修	
若手	階層別研修(2,3,5,7年目)	OJT	
	MG導入研修(新卒)	オンボーディング	



研修プログラム内の工場実習

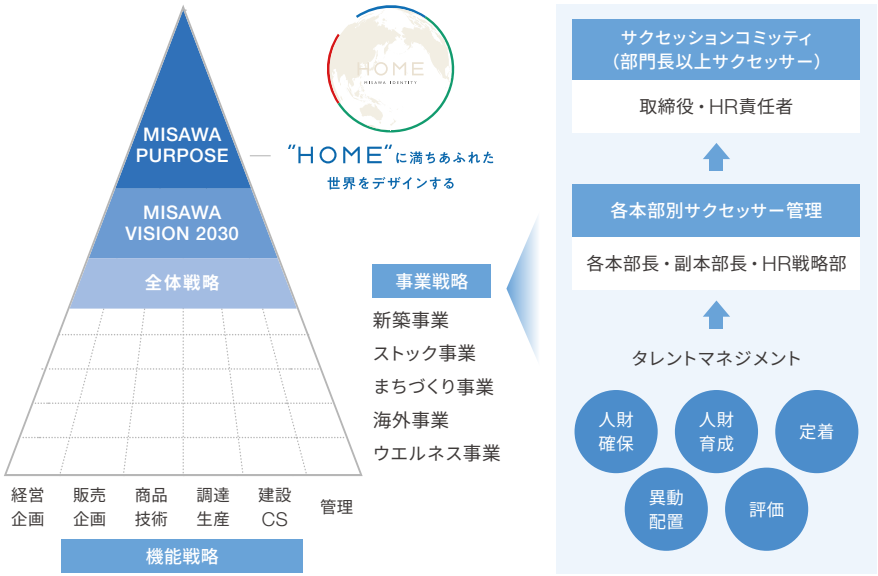
サクセッションプラン

■ サクセッションコミッティ

部門長以上のサクセッサー(次世代・次々世代)を管理・可視化し、経営層とHR戦略部が連携して育成を推進。社長を含む取締役と人事担当役員が年9回、本社部門長や各グループ会社社長のサクセッサーの選出や育成に向けた情報共有・意見交換を実施しています。

■ 各本部別タレント管理

部門長がピックアップしたサクセッサー候補者がタレントマネジメントシステムに登録され、各本部単位で管理しています。



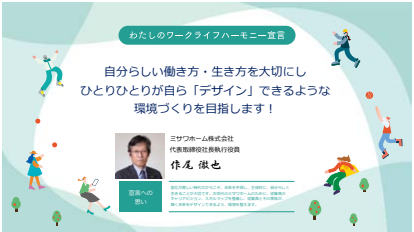
Well-beingの基盤

職場環境整備方針

ミサワホームグループでは、「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」をMISAWA PURPOSEと定め、社員一人ひとりが挑戦を加速させることができる職場環境の整備に取り組んでいます。D&Iや多様な働き方の推進、社員の健康増進活動を通じ、公平で働きがいのある職場を実現することで、さまざまな価値観を持った社員が協働し、新しいロールモデルをつくり続ける職場風土を育みます。

D&I推進

- ・D&Iポリシー「一人ひとりの“彩り”を認めあう」を策定(2022年)。社長以下全社員が「ワークライフハーモニー宣言」のもと、ワークとライフ両方の充実を目指しています。
- ・女性社員が結婚や出産といったライフイベントにかかわらずいきいきと働き続けられるよう、意識改革、キャリアビジョンのプランニング、効率的な仕事の進め方など、計画的なキャリア形成支援を進めています。
- ・障がいのある方が自分らしく働ける環境整備の一環として「ミサワスキニングセンター」(書類を電子化し保存する業務等を行う施設)を複数拠点運営。同センターでは、資格を有した専門家との面談等を通じて、より働きやすい環境整備をしています。
- ・男性育休取得促進や介護との両立支援など、誰もがいきいきと働ける企業を目指して、制度や施策を展開しています。



健康経営

心身共に健康であることがすべての基盤であるとして、社長がCHO(最高健康責任者)となり、経営的視点からも社員の健康増進を図っています。「社員一人ひとりの健康は、会社にとっての資源であり財産です。心身が健康な状態で初めて活気あふれる職場が生まれる」という社長の強い想いのもと、「健康宣言」を制定。環境整備や施策の実施を通して、社員が自発的に高い健康意識を持ち、自身と家族の健康管理・健康づくりに取り組む風土を醸成しています。



健康経営の一環として新宿シティハーフマラソンに協賛し、社員も参加

社員座談会

想いの先に、 共に創る“HOME”がある



MISAWA PURPOSE「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」や、社員の価値観・行動軸であるMISAWA VALUE「想う・創る・挑む・育む」が、社員の中にどのように息づいているのか。異なる領域で働く社員4名の対話から見てきたのは、挑戦も価値創造も、一人ではなく仲間やお客さま、地域と“共に”進めていくことの大切さでした。

※PURPOSE、VALUEはP.2を参照ください



坂井 香太

まちづくり事業本部
開発事業部 情報開発課
兼 西日本開発プロジェクト

静岡県で住宅営業を経験し、5年目に開発事業部へ。分譲マンション等の開発事業の企画、推進担当を経て、現在は分譲マンションや収益不動産開発の事業用地の仕入れを担当。



今井 菜美希

ストック事業本部
リフォーム推進部
リフォーム市場企画課

神奈川県でリフォーム営業を経験後、新卒採用担当、トヨタ自動車へ出向の後、研修担当を経て現職。全国のグループ会社と連携し、リフォーム市場拡大に向けた推進業務に取り組む。



大久保 裕介

海外事業本部
北米事業部
北米二課

千葉県で長く営業に従事。一級建築士資格も取得し、住宅からクリニック等の非住宅建築まで幅広く経験。2025年に社内公募で現職へ。海外子会社管理を通じて北米事業の推進に挑みながら、新たな知見と経験の幅を広げている。



藤塚 亮太

商品・技術開発本部
商品開発部
商品開発一課

岡山県で住宅の設計・営業を経験後、商品開発部へ。お客様の暮らしに寄り添う提案を目指し、現在は戸建住宅の商品・技術開発や、住宅展示場の設計に携わる。

“HOME”という言葉が、 それぞれの仕事とつながった

—— 2024年8月に「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」というパーパスが発表されました。初めてその言葉に触れた時、どのように感じましたか。

坂井：正直、最初は「どういう意味だろう」と思いました。ただ、“HOME”が、人生を豊かにしたり、楽しんだりする「心の拠りどころ」という説明を受けた時に、ミサワホームらしさに自然とつながり、すぐに腑に落ちました。

藤塚：以前から社内では「“ハウス”ではなく、ミサワ“ホーム”だ」と言われていました。住まいを単なるハコ(HOUSE)ではなく、そこで営まれる暮らしまで含めて提案するという考え方です。パーパスを見た時、そのミサワホームらしい想いが言語化されたのだと、自然に受け入れられました。

—— 戸建住宅以外の事業に携わる皆さんは、“HOME”という言葉とご自身の仕事とのつながりに違和感はありませんでしたか。

坂井：私はまちづくり事業に属していますが、違和感はありませんでしたね。まちづくりは地域課題の解決から始まり、そこに付加価値が生まれ、人が集まり、「住みたい」という想いにつながる循環を生み出すことを目指しています。その根底にあるのが心の拠りどころだと考えれば、パーパスと事業はしっかりつながっていると思います。

大久保：海外事業でも、現地海外子会社が取り組んでいるのは分譲住宅の企画・販売です。日本で培ってきた考え方やノウハウが海外でも生きています。大規模な分譲地として一体開発する事業モデルを通じてコミュニティ形成にもつながられており、パーパスを体現できていると感じます。

—— 今井さんはパーパス策定メンバーの一人とのことですが、皆さんの話を聞いていかがですか。

今井：住まいづくりの現場だけでなく、まちづくりや海外事業に携わるメンバーにもパーパスがしっかり届いていることが分かり、嬉しく思いました。あえて余白のある言葉にしたのは、社員一人ひとりの仕事への想いや解釈を大切にしかったからです。その意図が伝わっていると感じます。

—— パーパス策定の前後で、会社やご自身の仕事観に変化はありましたか。

大久保：パーパス策定に向けたプロジェクトの中でミサワホームの歴史を振り返り、「先駆的なチャレンジを重ねてきた会社なのだ」と再認識しました。一方で、日々の業務に邁進している中でそうした歴史やDNAは意識しにくい面もあったように思います。だからこそ、会社として大切にすべき価値観がパーパスやバリューとして言語化されたことで、日々の業務の中でも意識しやすくなり、私が一社員として大切にしていることをあらためて考えるきっかけにもなりました。

一人ひとりのMy HOMEに込めた、 仕事への向き合い方

—— パーパスを踏まえ、社員一人ひとりが自分なりの行動軸としてMy HOMEを定めています。皆さんは、そこにどのような想いを込めましたか。

藤塚：私のMy HOMEは、「家族の記憶となる住まいをデザインする」です。私たちがつくる住まいには、人々の暮らしと、そこに積み重なる大切な記憶があります。そんな場所をつくり続けたいという想いを込めました。

大久保：私は「より良い環境の創造へ、共に歩む」としました。自分が最もモチベーションを感じるのは、誰かの役に立ち、喜んでもらった時です。その人や組織にとってより良い環境をつくるために、自分自身の知識や経験を積み重ねていきたい。そんな姿勢は、仕事内容が変わっても変わらず大切にしているMy HOMEです。

今井：私の「新たな気づきを形にするために、実践・伴走し続ける」には、営業時代から一貫して大切にしてきた姿勢を込めています。それは、お客さまや仕事のパートナーと共に気づきを見つけ、提案し、話し合うことで、また新たな





な気づきが生まれる——その循環を粘り強く続けることが大切だと感じています。そして、想いだけで終わらず、共に実践し、形にする。そのために伴走できる人であり続けたいと思っています。

坂井：私のMy HOMEは、「共創・共栄——多様なパートナーの皆さまとつくる明日のまち」です。まちづくりには、外部の多様な事業者や行政、地域の方々、社内の協力部門など、さまざまなステークホルダーとの共創が欠かせません。それぞれが役割を果たし、双方にとって価値のある関係を築くことで、事業は持続的なものになります。そうした共創の姿勢をMy HOMEに込めました。

現場で形になる、 「MISAWA VALUE」

——「想う・創る・挑む・育む」という「MISAWA VALUE」は、実際の仕事の中でどのように生きているのでしょうか。具体的なエピソードを聞かせてください。

大久保：私にとって最も大きな「挑む」は、社内公募に手を挙げて海外事業本部に異動したことです。長く営業職に従事してきたため、財務・経理の知識も十分ではなく、語学も堪能なわけではありませんでした。これまで培ったスキルをそのまま生かせる仕事ではないとしても、5年後、10年後を見据えた時、経験の幅を広げられるのはこの選択だと信じて挑戦することにしました。異動してまだ1年ほどですが、日々刺激に満ちており、新人のような気持ちで業務に取り組んでいます。自分一人で抱え込むのでは

なく、周囲の方々の力も借りながら、一歩ずつ新しい経験と知見を積み重ねていくことが大切だと感じています。

藤塚：商品開発部に異動して間もない頃です。室内干しニーズに対応したバルコニーレス設計や、洗面と脱衣スペースを分離したプランといった既存商品にないアイデアを上長に提案しました。当初は反対意見もありましたが、粘り強く必要性を訴えた結果、企画住宅の新商品『SMART STYLE Roomie（ルーミエ）』に採用されることに。徐々に営業や設計の担当者に浸透し、今ではあたりまえの提案のひとつとしてお客さまへ訴求されています。私にとって新しい暮らしの提案は「想う」「創る」ことの結果であり、時間をかけて「育む」ことの大切さを実感することができる経験です。

今井：今の仕事で象徴的なのは、いくつかのディーラーと進めている取り組みです。ミサワホームのオーナーさまだけでなく、一般のお客さまに向けたリフォーム提案にも挑戦しています。この取り組みに賛同してくれた現地の仲間と共にミサワホームが手掛けるリフォームの強みを出し合い、提案力強化に向けた商談フローやツールを作成しました。実際にそれを活用して、お客さまとの商談が進んでいます。その取り組みを見た他のディーラーからも「うちでもやってほしい」という声が上がっており、今後さまざまな地域で展開していく予定です。共に「挑み」「創る」ことが、その後の「育む」につながっていると感じています。

坂井：熊本の分譲マンション事業では、土地の仕入れから着工まで約4年の月日を要しました。地元の老舗商店街に面した一等地で、地元の皆さまには「マンションだけでなく店舗も計画してほしい」という強い想いがありました。しかし、事業性の観点から店舗の計画は断念せざるを得ませんでした。それでも毎月のように現地に通って関係者対話を重ね、マンションの入居者に地域環境の維持に向けた協力金をご負担いただく仕組みの構築や、公開空地の整備を通じた地域貢献策を示すことで、合意形成につなげることができました。地域への「想い」があったからこそ、最後まで諦めずに試行錯誤を重ね、「挑む」と「育む」が形になった案件だと感じています。

——「育む」について、課題感がありますか。

藤塚：当社はこれまで、「育む」がやや苦手な面もありました。だからこそ今、現場の人たちが設計事例やノウハウ

を自ら投稿し、全社内でも共有できる仕組みを用意しています。新たな価値の提供に向けて、組織全体でこのプラットフォームを育み、活用していきたいです。

大久保：今井さんが話してくれたディーラーとの一般リフォームへの挑戦に、仮にうまくいかない部分があったとしても「では次をどうするか」を一緒に考えていければ、それも「育む」ことだと思います。成功しなかったから終わりではなく、失敗も含めて挑戦を積み重ねていける文化が、組織の成長には不可欠ですね。

誰かの力になれた時、 やりがいは生まれる

——仕事の中で、達成感ややりがいを感じるのはどのような瞬間ですか。

坂井：例えば、コインパーキングだった土地が、数年をかけて分譲マンションとして世に出る瞬間は、本当に胸が高鳴ります。自分がつかんだひとつの情報を起点に、設計・施工・販売まで多くの人が関わり、まちの風景が変わっていく。その光景を目にした時に、「自分や多くの人が関わったからこそ、今ここにあるんだ」という実感が湧きます。

今井：全国のリフォーム営業や設備メーカーなど、さまざまな人と関わりながら仕事ができることが一番楽しいです。中でも、支援したリフォーム営業担当から「今井さんがいてくれたから受注できました」と言ってもらえることが、今の仕事で最も嬉しい瞬間です。特に直接関わったメンバーからそう言ってもらえると、ミサワホームグループとしてのつながりを実感でき、なおさら嬉しくなります。

藤塚：自分が携わった商品がカタログやWebサイトに掲載された瞬間です。これから住まいを検討される方にミサワホームらしさを伝える大切な接点になります。その前に苦労があるからこそ、「ようやく形になった」という喜びはひとしおです。また、現場の営業や設計のメンバーから「良い商品だね」と言ってもらえることも、大きな励みになっています。

大久保：海外事業本部に来てからは毎日が学びの連続ですが、私が日本で培ってきた建築の知見や営業経験が、海外子会社の事業推進を支えることに役立っていると感じる瞬間にやりがいを覚えます。まだまだ模索中ですが、パートナーとして現地子会社をサポートし、彼らと当社、

そしてお客さまの未来に少しでもプラスの価値を提供できていると実感できる時間をもっと増やしていきたいです。

挑戦を認め合い、 一人ひとりが力を発揮できる会社へ

——さまざまな経験を積んできた皆さんは、これからどのような会社をつくっていきたいですか。

大久保：社員一人ひとりが自分の強みを発揮できる会社であってほしいです。人にはそれぞれ得意・不得意があり、周囲の環境によって発揮される力は大きく変わります。部署が変わった途端に新しい可能性が開花するケースも少なくありません。失敗を受け止める文化や、「組織の力になれている」という自己効力感を持てる雰囲気があってこそ安心して次へ挑戦できます。そんな前向きな空気づくりを私も一緒に高めていきたいです。

藤塚：やりたいことや挑戦したいことを口にした時、時間はかかっても背中を押してもらえる。そんな会社であり続けてほしいです。インターンシップに参加した学生さんにも「住宅だけでなく、会社の中で自分がやりたいことがあれば挑戦できる」と伝えています。そうした文化がこれからも続いてほしいです。

坂井：世代や立場が違えば意見がぶつかる場面は当然あります。でも、そこで萎縮せずに言い続けられる土壌と、きちんと耳を傾けてもらえる文化をもっと広げていきたいです。目指す方向性を共有したうえで建設的な意見交換ができれば、組織はさらに強くなっていくと思います。

今井：ミサワホームグループには熱い想いを持った社員がたくさんいます。そのエネルギーが多様で新しい価値を生み出し、私たちと関わるすべての方の「“HOME”＝心の拠りどころ」のお手伝いにつながる。そんな循環をつくってきたいです。多様性があふれる当社グループに魅力を感じ、入社を決めてくれた方もいます。そのような社風は当社の強みですし、これからも大切にしていきたいと思っています。

——「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」というパーパスの実現に向け、誰かのために共に挑戦し続けること、そしてその挑戦を認め合える会社であり続けること。皆さんのお話から、その大切さがあらためて伝わってきました。本日はありがとうございました。

デザイン思想と知的財産

人財基盤とデザインノウハウを軸とした多角的な価値創造

デザインの基本思想

ミサワホームの住まいづくりを支えるのは、「シンプル・イズ・ベスト」と「人が主役」という基本思想です。住まいは多様な暮らしを受け入れるシンプルな「器」であるべきと考え、パウハウスの理念に共感し、普遍的な価値を追求してきました。この思想を現代のライフスタイルに合わせて形にした商品が『MISAWA DESIGNERS' CODE MARGE』です。

私たちはこれからも、余計な装飾を排したデザインによって日常に心地よさをもたらし、将来の変化にも柔軟に対応しながら、世代を超えて長く愛着を持って住み継がれる住まいをご提案します。



『MISAWA DESIGNERS' CODE MARGE』

提案力・デザイン力を支える人財育成と外部評価

高いデザイン性と提案力を全国で提供するため、当社は人財育成に注力しています。1997年に導入した「MGデザイナー認定制度」により、多様なニーズに最適な提案ができるプロフェッショナルを育成し、現在、全国に300名を超える認定デザイナーが在籍しています。また、設計者のスキル向上と挑戦心を育む「社内設計コンペ」を毎年開催。対象は戸建住宅にとどまらず、リフォームや施設建築まで多岐にわたります。こうした幅広い領域を対象とした人財育成の体制が、外部評価へとつながっています。美しさだけでなく性能、社会や環境への貢献までがトータルに審査されるグッドデザイン賞では、住宅業界最多となる36年連続・累計176点を受賞。さらに、キッズデザイン賞についても19年連続で受賞しています。



グッドデザイン賞受賞『認定こども園 コピーブリス쿨つつみの』

デザインノウハウを生かした事業領域拡大

時代の変化や多様化するニーズに応え、これまで培ってきた空間づくりのノウハウを軸に、住宅領域の深化から非住宅分野への事業領域拡大を推進しています。住宅領域においては、新築とリフォームの双方を対象とした「ハイブリッド型展示場」を展開するほか、より高いデザイン性を求めるお客さまに向けても上質な空間デザインを提案しています。

さらに、住宅で培ったデザインの思想を非住宅分野にも生かし、保育・医療・福祉施設から宿泊・商業施設に至るまで幅広く展開することで、地域や社会の課題解決にも貢献しています。これからも地域の多様なステークホルダーとの共創を通じ、住まいの枠を超えたデザイン展開によって豊かな暮らしと持続可能な社会の実現を目指します。



ミサワリフォーム「センター南ショールーム」

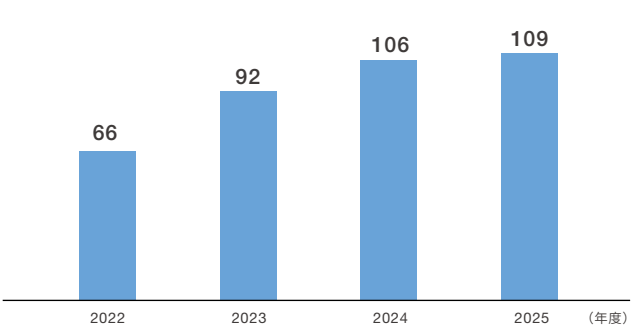
知的財産活用の取り組みについて

デザインを実現するための知的財産権

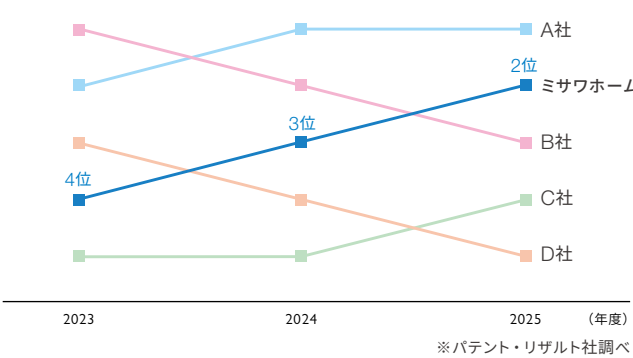
当社は独自の設計・デザイン思想を具現化するため、技術開発と知的財産戦略を密接に連携させています。特許出願は年間100件の目標に対し2025年度は109件を達成、特許資産規模ランキングも2位へと上昇しています。最新の保有特許件数は2024年度の607件から705件へと増加し、特に建築構造一般（筆頭IPC：E04B）、外装関連、DX関連で顕著な伸びを示しています。また、建築構造一般分野の累積特許登録件数はハウスメーカー1位※1、住宅内装分野（意匠分類：L3-72）の意匠登録件数でも国内2位を獲得※2。すぐれたデザインと技術を、特許と意匠の多面的な知財によって戦略的に保護しています。

※1 2026年7月6日時点、サイバーパテントデスクでの当社調べ
※2 2026年7月14日時点、J-PlatPatでの当社調べ

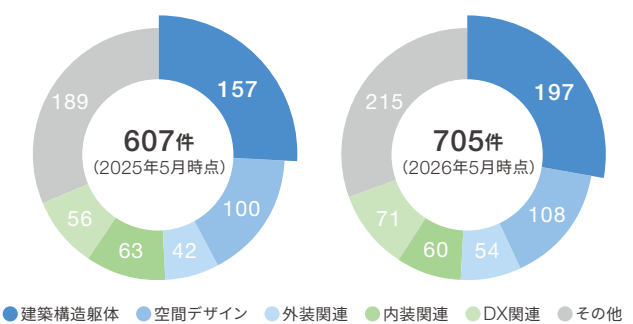
特許出願件数の推移（件）



特許資産規模ランキングの順位推移（順位）



保有特許の内訳（件）



「知財ミックス」によるブランド保護

当社は特許技術だけでなく、意匠登録や商標登録も積極に行い、デザインの思想から生まれた商品・サービスのブランドを知的財産権で戦略的に保護・活用しています。

さらに、特許、意匠、商標を組み合わせた「知財ミックス」により、数多くの独自デザインとブランドを多面的に保護しています。例えば、戸建商品『SMART STYLE Roomie』の平屋蔵タイプのリビング（集中と家族の気配を両立する室内窓設計）では、特許・意匠に加え「平屋蔵」「蔵のある平屋」の商標を取得し、空間デザインとブランドを一体で保護しています。さらに2025年は「蔵のある賃貸住宅」「蔵のあるマンション」等も新たに商標登録し、®マーク表示を拡大。他社による模倣を防ぎ、市場での競争優位性と「蔵のある家」ブランドの保護範囲を拡張しています。

特許第7500154号
「平屋住宅」

意匠登録第1788174号
「住宅の内装」

※ 青色以外の部分が、意匠登録部分。朱色着色部分は透明

『SMART STYLE Roomie』
平屋蔵タイプのリビング空間

仕事や作業に集中できる空間。1階と窓でつながり、
リビングのご家庭の様子がすぐ分かります。

商標登録第7037574号「平屋蔵」
商標登録第6894363号「蔵のある平屋」

研究開発・先進的な取り組み

ミサワホームグループは、社会課題や環境変化に対応するため、研究開発と先進技術の導入に注力し、住まいの可能性を広げる挑戦を続けています。

研究開発活動

研究開発の基本方針

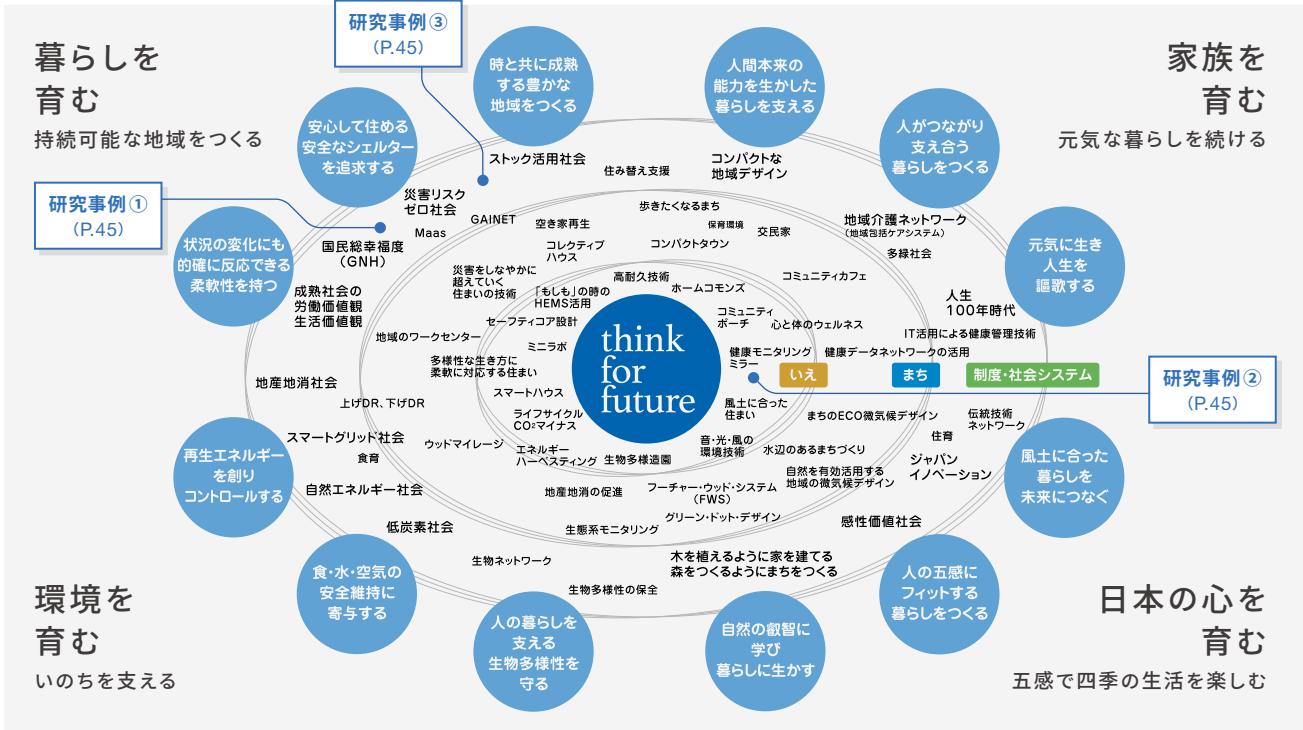
ミサワホームは、住宅業界初の「住生活」シンクタンクとして、1973年に株式会社ミサワホーム総合研究所を設立。以来、培ってきたリソースを最大限に生かし、未来を見据えた「暮らし」に関する先進テーマを、ハード（技術開発）とソフト（価値創造）の両面から探求しています。住まいの新たな価値と豊かな住環境の未来を目指すため、その担い手である子どもたちの未来を見据えた「4つの育む」を開発指針として活動しています。

開発指針「4つの育む」とホリスティック・チャート



「環境を育む」は自然の快適さを生かし、環境への負荷ゼロを目指した先進の住まいづくり。「暮らしを育む」は、永く住み継がれる、価値の高い住まいづくり。「日本の心を育む」は、1000年の住文化を楽しみながら、伝え残す住まいづくり。「家族を育む」は、暮らす人が幸せになれる住まいづくりです。

未来の住まいを構想するうえでの12の視点と、暮らしをデザインするキーワードを体系的に整理した「ホリスティック・チャート」を策定し、研究開発における羅針盤としています。



先進的な取り組み 技術開発・研究の成果を事業へ展開

研究事例①

「木質接着パネル工法」が切り拓く都市木造の未来 ～一般工法化で社会全体の木造化・脱炭素化に貢献～

当社は、これまで培った設計・施工技術や品質管理のノウハウを基盤に、環境配慮と災害対応力を両立する木質中層建築の技術開発を積極的に推進しています。都市の脱炭素化に貢献する「都市木造」の普及を見据え、2025年には設計自由度と施工効率にすぐれた『CROSS MONOCOQUE』を発表し、中層木造の普及を後押ししてきました。

さらに2025年4月、建築基準法に基づく国土交通省告示（第250号）の施行により、当社が牽引してきた「木質接着パネル工法建築物」がオープン化され、木造軸組工法やツーバイフォー工法と並ぶ木質系代表工法として認められました。これにより、多くの設計事務所等でも構造計算が可能となり、戸建住宅にとどまらず、宿泊施設や事務所など多様な中大規模・中層建築への展開が期待されています。自社限定の技術から社会共通の工法へと発展した本工法の可能性をさらに追求し、社会全体の木造化による脱炭素社会の実現に貢献していきます。



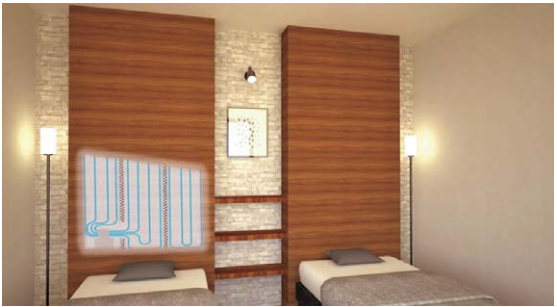
研究事例②

温熱・光環境の制御で進化する快眠ソリューション ～健やかな生体リズムを育む、ウェルビーイングな住まいへ～

日本では成人の約4割が睡眠時間6時間未満であり、睡眠は重要な健康課題といわれています。ミサワホーム総合研究所では在宅時間の半分以上を過ごす寝室に着目し、住宅全体での快眠を目指して温熱と光環境の両面から研究を進めています。

温熱環境では、個人の好みに合わせて就寝者の頭部周辺の温度を個別に制御する「壁放射冷暖房システム」を開発。実証実験では、睡眠効率の向上や睡眠中の体動減少など、明確な改善効果を確認しています。光環境では、睡眠ホルモンである「メラトニン」の分泌に影響を与える明るさ指標「mEDI」に配慮した空間づくりを目指し、研究に取り組んでいます。

今後も温熱制御と光環境の知見をさらに深め、住まいを「健やかな生体リズムを育む場」へと進化させ、居住者のウェルビーイング実現に寄与していきます。



ベッドヘッドボード型壁放射冷暖房パネル（イメージ）

「壁放射冷暖房システム」の開発に関する
研究レポートは[こちら](#)



研究事例③

寺院建築を地震から守る ～独自技術（制震 + 耐震）で挑む一般寺院の耐震改修～

地域のコミュニティ拠点や、災害時の防災拠点としての役割が求められる一般寺院の多くは、老朽化や耐震不足の課題を抱えています。ミサワホーム総合研究所と明治大学は産学連携により、寺院特有の意匠を損なわず安全性を高める独自の耐震改修手法を開発。大福寺本堂（大阪府）の改修では、当社独自の「合板接着補強技術」で壁面を補強し耐震性能を向上させました。また、他の寺院の改修計画では「制震デバイス補強」や「木質接着複合パネル」を用いた補強を提案するなど、独自技術を活用した伝統建築の耐震化を進めています。地域のコミュニティを支える寺院が、有事の際にも「安心できる防災拠点」として機能するよう、今後も災害に強いまちづくりに寄与していきます。



浄土宗大福寺本堂（耐震改修後）

「寺院建築耐震改修」に関する
研究レポートは[こちら](#)

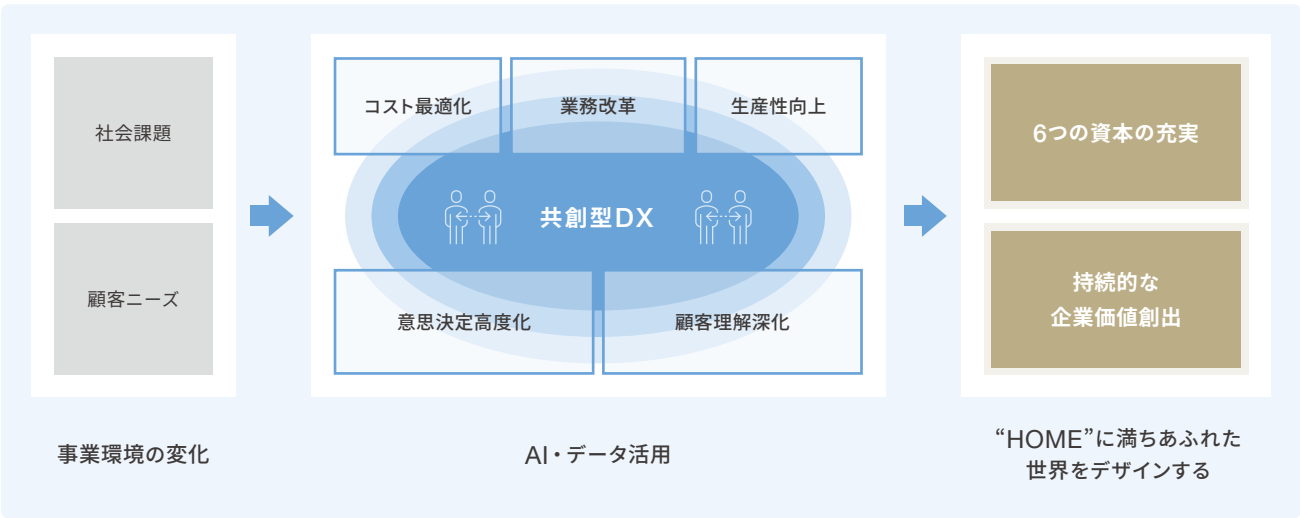


DX戦略

ミサワホームは、DXを経営戦略の重要基盤と位置づけ、情報システム部門と開発パートナーによる共創体制のもと、AI・データ活用による業務変革と生産性向上を推進しています。

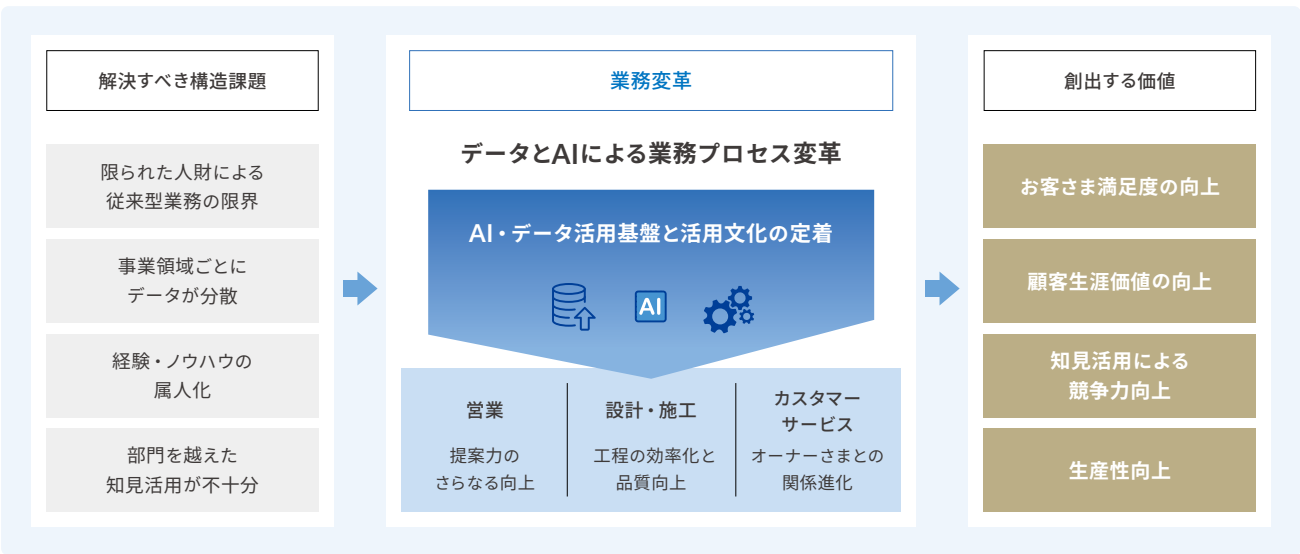
DX推進の基本方針

当社は「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」というパーパスのもと、DXを企業価値を高める経営基盤と位置づけています。共創体制を生かし、AI・データ活用によるコスト最適化や業務改革、生産性向上、顧客理解の深化、意思決定の高度化を進め、持続的な企業価値創出につなげます。



AI・データを競争力に変える業務変革

当社は、営業・設計・施工・カスタマーサービスで蓄積したデータや知見を経営資産として整備し、AIと組み合わせた業務変革を推進します。部門を越えて循環させ、提案力・品質・生産性を高め、顧客価値の創出と持続的な成長につなげます。



DXの取り組み事例

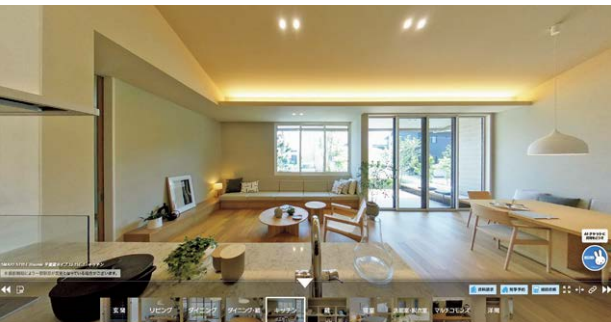
電子契約による契約手続きの利便性向上

新築住宅やリフォームの契約に電子契約を導入し、署名・押印の負担を軽減しています。契約書はオーナーさま専用サイトで確認でき、利便性向上に加え、維持管理やリフォームなど建てた後の暮らしを継続的に支えます。



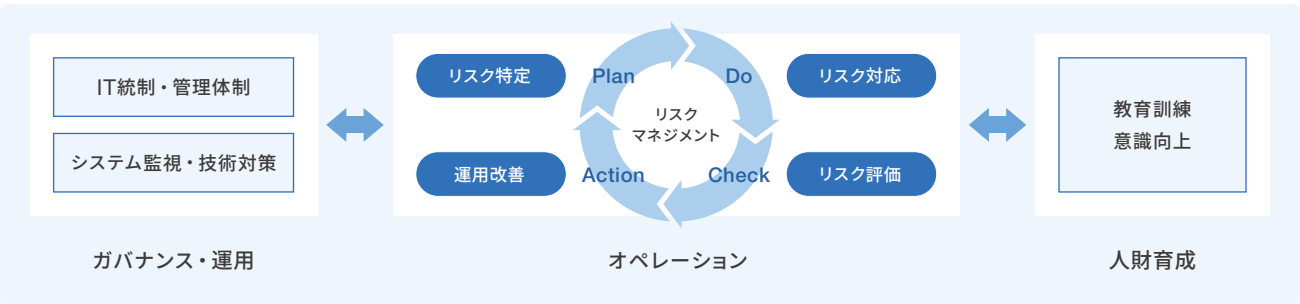
生成AIチャットボットによる住まい探し体験の向上

当社ホームページの360°ウォークビューに生成AIチャットボットを導入。住宅内を見学しながら、部屋の広さや床材などを24時間質問でき、時間や場所を問わず気軽に相談できる新たな住まい探し体験を提供します。



情報セキュリティ

当社は、情報セキュリティを「DX戦略」の信頼基盤と位置づけ、AI・データ活用やクラウド利用、共創の広がりを支援するため、サイバーレジリエンス向上を目指した「IT統制・セキュリティ管理体制」と「システム監視・検知／技術対策」強化を推進しています。また、全従業員のセキュリティ意識向上を目指した「教育訓練」を継続実施し、情報セキュリティ運用を強化しています。



AIによるインテリア提案の高度化

リフォーム提案にAI画像生成アプリ「Interior Maker」を導入。完成後の空間を短時間で可視化し、イメージに近い商材も検索できます。お客さまとの合意形成を円滑にし、満足度向上につなげています。



※特許第 7665846号 意匠登録第1801218号

AI要約によるお客さま対応品質の向上

生成AI要約支援システム「C-AI」で通話内容の記録・要約を自動化。通話後の作業時間を1件当たり約4分30秒短縮し、応答率も約20%向上。創出した時間をお客さま対応に充て、サービス品質向上につなげています。



環境課題への貢献

ミサワホームはこれまで、先進的な技術開発に取り組むとともに、多角的な事業活動を通じて環境課題に対するソリューションを展開してきました。

カーボンニュートラルへの取り組み

カーボンニュートラル推進体制

当社グループは、環境課題への取り組みとして1997年に「新・環境宣言」を公表。以降、その宣言に基づき、さまざまな環境活動を展開しています。その重要課題のひとつに、温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させるカーボンニュートラルの実現があります。

当社では、カーボンニュートラル推進体制を構築し、新築事業におけるZEH^{※1}、LCCM[®]住宅の普及や、ストック事業、まちづくり事業など、さまざまな事業活動を通じてCO₂排出量削減を推進。「2030年CO₂排出量50％削減（2020年度比）」を中間目標とし、さらに2050年にカーボンニュートラルの実現を目指しています。

※1 高い「断熱」性能をベースに、高効率機器やHEMSによる「省エネ」、太陽光発電などによる「創エネ」を組み合わせることで、住宅の一次エネルギーの年間消費量が正味でおおむねゼロになる住まいのこと。

ZEHの推進と再生可能エネルギーの導入

カーボンニュートラルの実現に向けて、住宅のゼロ・エネルギー化が求められます。当社は、世界で初めて「ゼロ・エネルギー住宅」を販売した実績から、先進のテクノロジーと最新のノウハウを駆使し、「ZEH」基準に対応した住まいづくりに取り組んでいます。

当社の木質住宅は、基本構造＋高断熱サッシで、ZEH基準の断熱性能を達成。標準仕様でZEH断熱基準に対応した住まいを提供しています。

RE100^{※2}への加盟

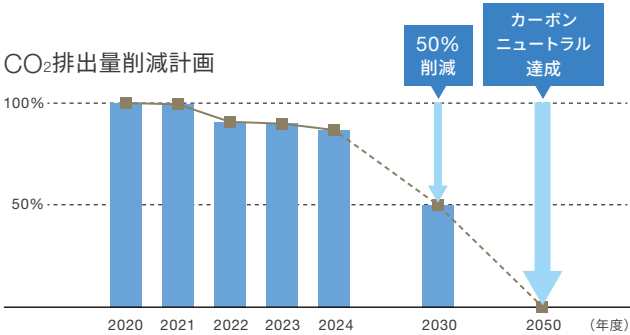
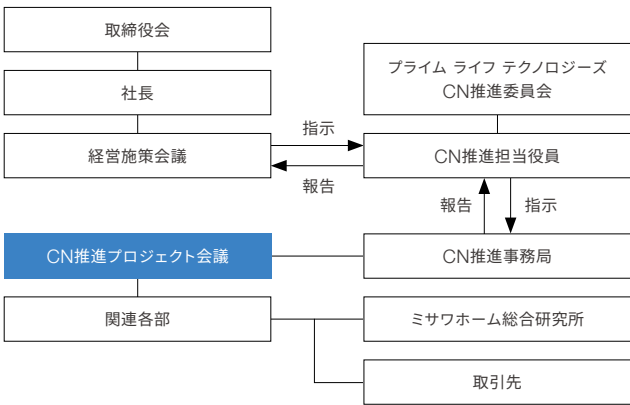
人々が生活を営む場である住まいや、一日中働くオフィスビルにおいて、使用するエネルギー量を減らすことは、CO₂削減に大きく貢献します。当社では、プライム ライフ テクノロジーズグループの「RE100」加盟の表明とともに、お客さまの余剰電力をグループの住宅展示場や事務所、工場などで活用し、再生可能エネルギーを循環させることでカーボンニュートラルの実現と脱炭素社会への貢献を目指します。

※2 Renewable Energy 100%の略。企業が自らの使用電力を100%再エネで賄うことを目指す国際的なイニシアティブ。

サステナビリティ課題から「脱炭素で循環型の住まいづくり」の重要指標と実績値

サステナビリティ課題	サステナビリティ重点指標	2023年度	2024年度	2025年度
脱炭素で循環型の 住まいづくり	ZEH供給率	89%	93%	94%
	長期優良住宅認定取得率	57.6%	60.5%	64.3%
	新築現場で発生する廃棄物量削減	22.6Kg/m ²	19.8Kg/m ²	19.1Kg/m ²

カーボンニュートラル（CN）推進体制図



生物多様性への取り組み

木材調達ガイドライン

当社は、住まいを提供する企業として、木材を調達し、自然の恵みを使用しています。この恵みを絶やさぬよう、「環境を育む」という考えのもとに、木材の責任ある調達を行うことが必要であると考え、生物多様性を保全するための木材調達ガイドラインをまとめました。

木材の調達方針（抜粋）

私たちは次のような木材を調達しません。

(1) 生態系に悪影響を与える木材

生態系を破壊する伐採、保護価値の高い森林を破壊する伐採が行なわれている木材の使用を排除します。

(2) 絶滅の恐れがある樹種（絶滅危惧種）を使用した木材

野生動植物保護のために制定されているワシントン条約に基づき絶滅危惧種の使用を排除します。

私たちは次のような木材を積極的に調達します。

(1) 森林供給源が特定された木材

森林供給源まで遡った出所が特定できる木材を調達します。

(2) 伐採権が確認された木材

森林供給源が明らかで、伐採権が確認された木材を調達します。

(3) 森林認証を受けた木材

FSC、PEFC、SGEC、LEIまたは同等の森林認証製品を調達します。

上記森林認証を目指す過程にある仕入先から調達します。



資源採取から現場施工に至るすべての工程で品質管理ができるのは、工業化率の高い住宅メーカーであることのメリットです。当社は、初期工程である資源採取の段階におけるトレーサビリティ^{※3}を確保することにより、生物多様性の保全と資源の持続可能な利用を目指します。なお、原産地までのトレーサビリティと森林管理の適切性の確認については、WWF ジャパンが公開している「林産物調達チェックリスト」を使用しています。

※3 生産・加工・流通から最終消費段階まで、追跡確認ができる状態であること。

循環型社会の実現に向けて

環境省「エコ・ファースト企業」に認定

当社の環境部門における先進的、独自のかつ波及効果のある事業活動が評価され、「エコ・ファースト企業」に認定されました。

また当社は、プライム ライフ テクノロジーズグループの一員として「RE100」への加盟を表明。サステナビリティ課題に「脱炭素で循環型の住まいづくり」を掲げ、使用エネルギー量の削減とCO₂排出量削減を推進しています。さらに、独自の「木材調達ガイドライン」に則り、持続可能な木材調達を進めているほか、「ミサワホームの森 松本」での森林整備やフィンランドでの植樹活動といった自然再興への貢献を継続しています。



お客さま満足向上への取り組み

ミサワホームでは、お客さまに安心して長くお住まいいただけるよう、充実した保証制度や定期的なメンテナンス、住まいに関する多彩なサポートをご用意しています。CS（お客さま満足）を通じて大切なお住まいと暮らしをより豊かなものにし、お客さま一人ひとりの理想のライフスタイルを実現し続けています。



お客さま満足向上の基本方針

当社は「住まいを通じて生涯のおつきあい」というMISAWA CULTUREのもと、カスタマーズファーストの精神を深く継承し、長期サポートにより強固なブランドイメージの確立を目指しています。「オーナーさまの暮らしにおいて生涯にわたり頼られる存在であり続けること」を基本方針に掲げ、お客さまに寄り添うことで、深い信頼へとつなげます。

CS : Customer Satisfaction

CS Mission

お客さま満足を最大限に追求し、信頼されるブランドとしての地位を確立します

CS Vision

お客さま満足の向上により、ロイヤリティを高め、さらなる信頼とブランディングの拡大を図ります

CS Values

お客さまとの信頼関係を築き、生涯選ばれる存在になることを目指します

お客さま満足向上の取り組み

顧客満足度調査に基づく品質改善、AI・DXによる業務効率化、独自のマーケティング、そして高いCS意識を育む社員教育を徹底し、組織全体でお客さま満足度の最大化に努めています。

 顧客満足度調査	顧客の声を収集・共有し、品質やサービスの改善、組織全体での改善策実施に活用します。
 ブランディングと営業貢献	満足度向上によりミサワホームの信頼性・ブランド力を高め、関連部門との連携で新商品・新サービスの開発に展開します。
 高品質なサービス提供と生産性向上	問い合わせや補修依頼に迅速・丁寧な対応をするとともに、AI活用やDX推進で問題解決プロセスの見直しと業務効率化を推進します。
 オーナーマーケティング	顧客ニーズの分析により独自のマーケティングを展開し、紹介の拡充やグループ各事業（新築・ストック等）への貢献へつなげます。
 社員教育と意識向上	全社員のグローバル視点と高いCS意識の醸成に向け、知識・スキル・マナー向上のための研修制度を整備します。

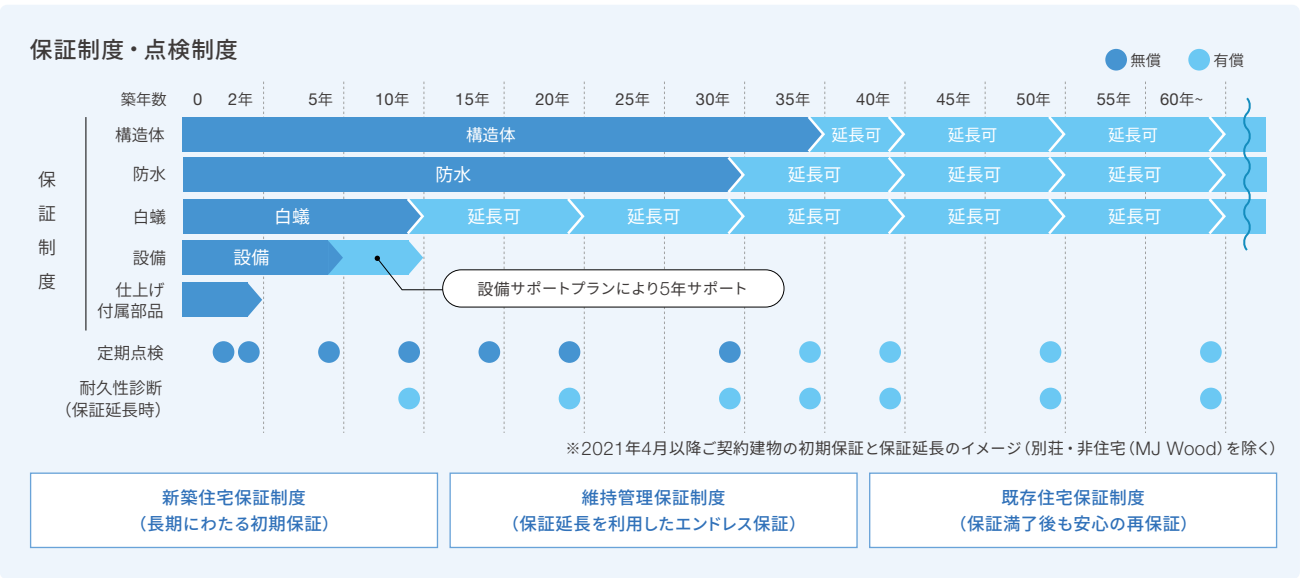
オーナーサポート

オーナーさまのご家族の暮らしが安心・安全・快適な毎日であるよう、当社は生涯にわたるサポートを提供しています。

安心を支える充実の保証とメンテナンス

当社では、構造体35年、防水30年の初期保証をはじめとする長期保証制度を整備し、住まいの「建てた後の安心」を提供しています。日本で初めて長期保証を導入した実績を持ち、時代の変化を先取りした独自の保証を確立し続けています。

また、ご入居後のオーナーさまには、30年にわたる定期点検を提供し、適切な住まい方の改善やメンテナンスの提案によりお客さまの大切な住まいを見守り続けます。



オーナーさま向け各種サービス

■ 365日・24時間受付体制と災害時待機体制

夜間や休日、緊急時でも修理や相談などの困りごとに迅速に対応する受付体制を備えています。

■ Webサイトと情報誌

- ・ミサワオーナーズクラブ(MOC)：お手入れ・リフォーム・売却・賃貸のサポート、住宅履歴管理、災害時連絡システムを提供しています。
- ・らいさばWeb：限定優待、メンテナンス部品や日用品の販売、設備交換などを注文でき、「ミサワポイント」を貯めて特典に利用可能です。
- ・ミサワオーナーズマガジン／らいさば：年2回発行の情報誌で、メンテナンス情報、部品の販売、キャンペーン、暮らしのアイデア、リフォーム事例などを届けています。

■ 設備サポートプラン(有償サービス)

初期保証終了の翌日から築10年まで、対象設備の故障などの作動不良に対し無償修理をサポートします(免責を除く)。

■ 住まいるりんぐDesk

再建築・紹介・資産活用・住み替え・空き家管理・ローン借り換え・相続など、オーナーの多様なニーズに応える相談窓口を全国に設置しています。



住まいのお手入れガイド
「ホームケアハンドブック」



コールセンター



ミサワオーナーズマガジン



MOCアプリ

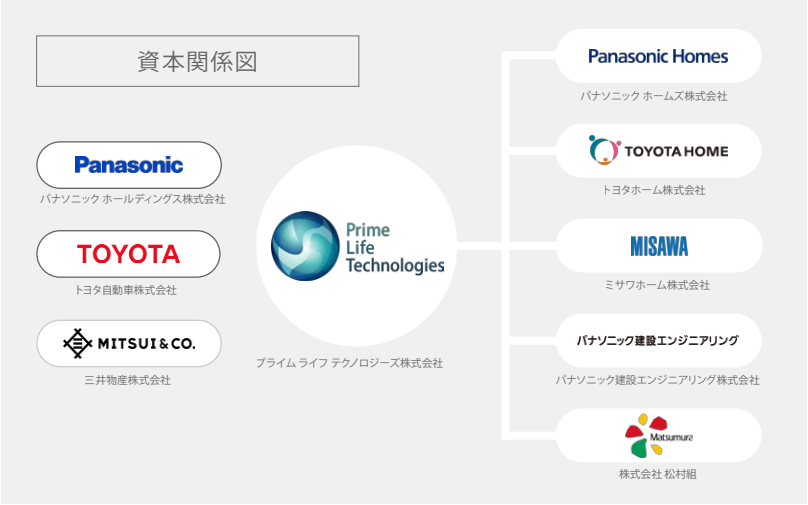
PLTグループとの連携

プライム ライフ テクノロジーズグループ（以下、PLTグループ）は、「未来をまちづくるPLT」をコーポレートメッセージに掲げ、まちと住まいの価値を再定義。顧客課題・社会課題の解決と持続可能な暮らしの実現を目指し、新たな挑戦を続けています。

ミサワホームとPLTグループ

PLTは、「くらしとテクノロジーの融合」による未来志向のまちづくりを目指して、2020年1月にパナソニック（現パナソニックホールディングス）とトヨタ自動車が発立し、三井物産を加えた3社が株主となって誕生しました。ミサワホーム、パナソニックホームズ、トヨタホーム、パナソニック建設エンジニアリング、

松村組の5社を事業会社とするホールディングス会社です。パナソニックのくらしアップデート技術と、トヨタ自動車のモビリティ技術をバックボーンに、グループ5社が持つ住宅やまちづくり、建設技術などを融合し、まち全体で暮らしの新たな価値やサービスを創出しています。



PLTグループの課題解決型まちづくり実例

旧羽田旭小学校敷地活用事業

ものづくり産業の持続的発展とまち全体の活性化を目指し、産業支援施設・公共施設を公民連携により整備。製造業支援、区民サービス・防災機能向上等を目的として開発。2027年秋頃竣工予定で地域課題解決と持続的なまちづくりに貢献します。



完成イメージベース

Up DATE City ふくしま

自治体・地元企業が主体で、まちづくりの仕組みを作った地方創生のまちづくり。タウンマネジメント会社や協議会の設立、地元工務店の参画により、地域内でのサービス提供と経済循環を実現。2023年10月にまちびらきをし、地域への想いを持つ企業や人材の活躍フィールドになっています。

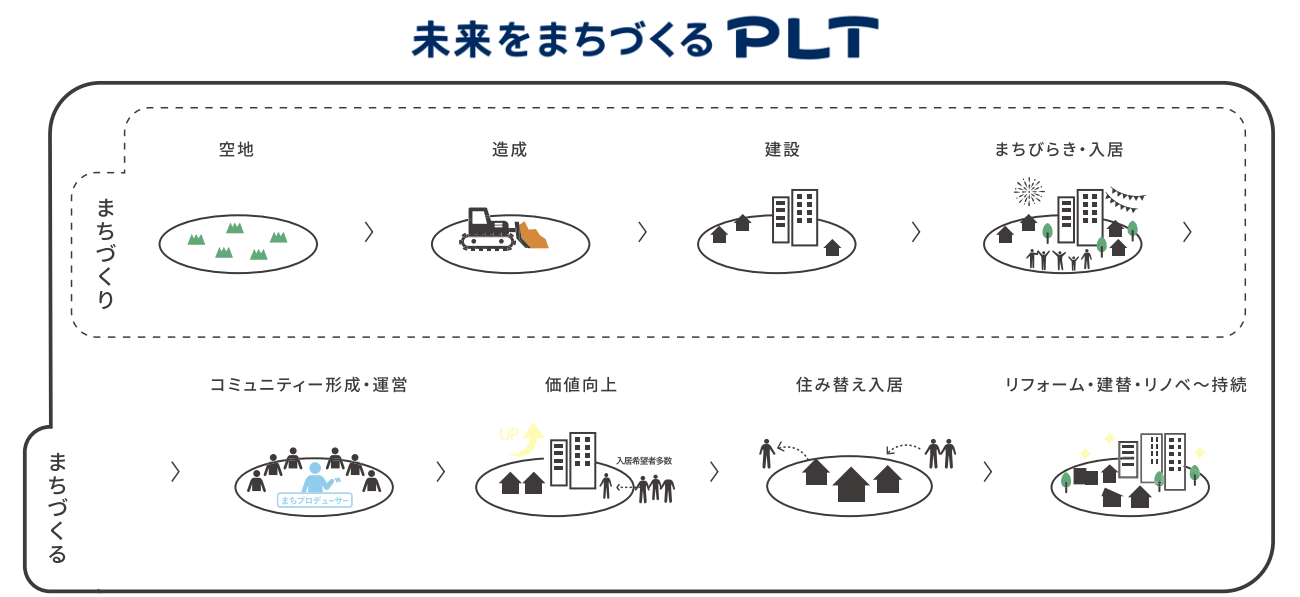


交流施設を中心にさまざまなイベントを開催

コーポレートメッセージ「未来をまちづくるPLT」を展開

PLTとグループ5社は、2024年に新たなグループブランド「未来をまちづくるPLT」を策定し、各社共通のメッセージとして展開しています。単にまちを開発するのではなく、継続的に育てていく「まちづくる」という視点から生まれたものであり、お客さま一人ひとりの「自分らしいくらし」を実現する企業姿勢を象徴しています。

PLTは、2023年に策定した中期経営計画で、メーカー・ビルダーから顧客課題・社会課題を解決するデベロッパー、さらに「くらしサポート事業者」への進化を掲げました。強力な顧客基盤を生かし、「まちと住まいをサービスとして提供する」循環型ビジネスを展開中です。



PLTとグループ各社の連携

グループ横断の連携を強化するため、PLTは「シナジー最大化」を掲げ、各社が連携しやすい環境づくりを推進。情報共有サイト「PLT Connect」を活用し、グループ内に最新情報を随時発信しています。

連携強化で注目されるのが「ONE heart チャレンジ制度」です。これは、グループ社員がPLTの一員としての意識を共有し、Our Value「ONE heart」を体感・実践するためのプログラムで、部門や会社の枠を超えて協働する文化の醸成を目指しています。

その中のひとつ、「メンバーボイス・チャレンジ」では、自社や業務の枠組みを超え、PLTグループの仲間と新たな企画に挑戦。社員自らがテーマを提案し、賛同メンバーとともにチームを組んで活動を進めることができます。このような社員主導型の取り組みは、ボトムアップでの価値創出を促進し、グループ全体の結束力と創造力を高めています。

PLTグループは、こうした制度と文化のもとで、まちづくりに貢献する強固な連携体制を築き、さらなる変革と価値創出に取り組んでいます。



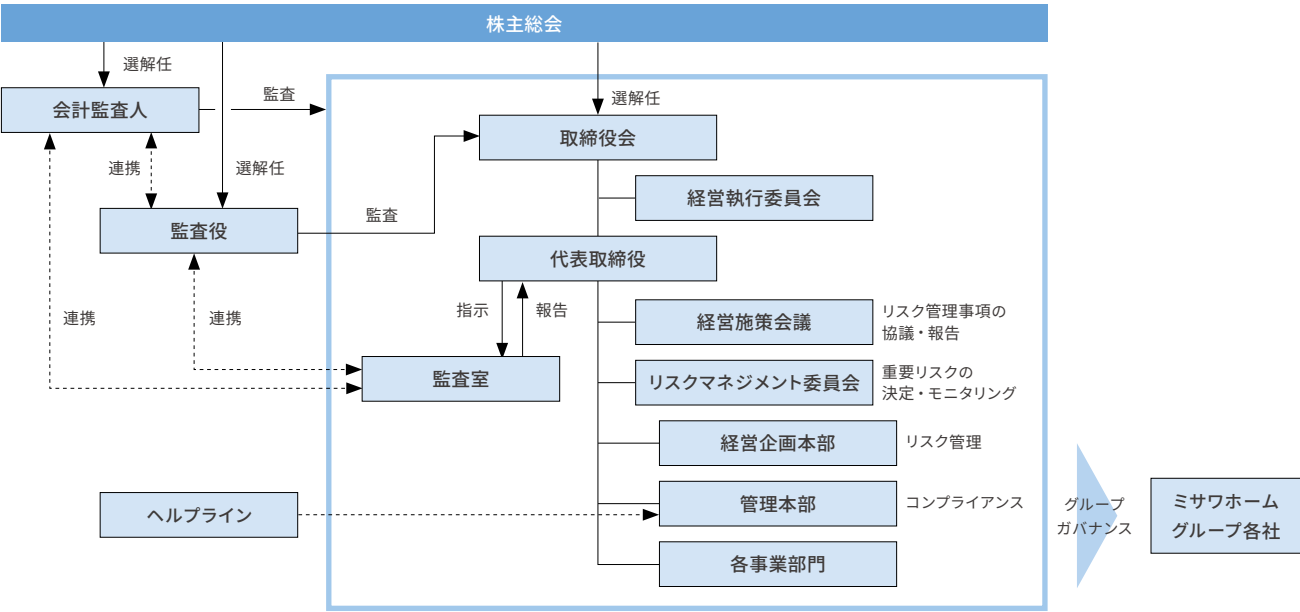
「メンバーボイス・チャレンジ」発表の様子

コーポレートガバナンス

コーポレートガバナンスに関する基本的な考え方

ミサワホームグループでは、MISAWA PURPOSE「“HOME”に満ちあふれた世界をデザインする」に則り、地域社会やお客さま、社員、取引先等のステークホルダーに対して「心の拠りどころ」となる“HOME”のお手伝いを目指しています。パーパスを体現し持続的な企業価値向上を図るためには、経営の透明性・健全性を高めるコーポレートガバナンス体制の構築が極めて重要であると位置づけています。

コーポレートガバナンス体制図



リスク管理体制について

当社グループでは、不確実性が増している経営環境下において、リスクを適切に把握、最小化し成長機会へと転換することを目指しています。リスク管理体制については、コーポレートガバナンス体制図に示す通り経営施策会議とリスクマネジメント委員会が連携し、機動性と網羅性を両立させています。

毎月開催している経営施策会議には全執行役員および常勤監査役が参加し、事業リスクやコンプライアンス、内部統制、品質向上策等の個別案件についてタイムリーに共有・協議を行っています。一方、リスクマネジメント委員会では、企業活動への影響の大きさと発生可能性の観点から「重要リスク」を選定し、リスク低減に向けた取り組みのモニタリングを担っています。選定にあたっては各リスクオーナー部門においてアセスメントを実施。2025年度は「自然災害(地震)」「外部からのサイバー攻撃」「原材料・資材の安定調達」「法令遵守」を重要リスクとして特定

しました。ここでは単なる被害の最小化にとどまらず、強固なセキュリティ体制による信頼獲得や、サプライチェーンの体制強化など、リスク対応を競争優位の源泉へと昇華させるよう取り組んでいます。

リスクマネジメント委員会の取り組み状況は親会社であるプラ임 ライフ テクノロジーズ(PLT)に報告するほか、PLTグループ内に共通する重要リスクについては協力して対策を検討するなど、会社の枠組みを超えた組織横断的な連携を進めています。こうした制度設計に加え、一定規模を超える自然災害発生時には社員や拠点、オーナーさま建物などの被害状況を把握し、必要な対策を検討する災害対策本部を設置するなど、状況変化にも柔軟に適應できる組織力の向上に努め、持続的な企業価値最大化を目指します。

コンプライアンス

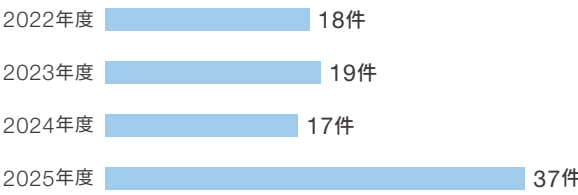
コンプライアンス宣言

当社グループは、コンプライアンスを実践しながら適正かつ健全に成長していくため、より楽しく、明るい、意欲あふれた、風通しの良い職場環境と組織風土を築くことを宣言しています。この実現に向けて、役員および管理職の率先垂範のもと、社員一人ひとりが従来の価値観や慣習にとらわれず、「4つの誓い(思いやり、耳を傾ける、見て見ぬふりをしない、声がけ)」を実践して、日々誠実に一つひとつの行動を積み重ねていくことを目指しています。あわせて、グループ各社の代表者も、コンプライアンスについての考えを宣言することで、グループ全体にコンプライアンス意識を根付かせる活動を行っています。

ヘルプライン制度

当社グループは、不正行為等の予防、早期発見、拡大防止等を目的として、不正行為等に関する通報を受け付け、その通報に対して適正に対応する仕組みとしてヘルプライン制度を運用しています。利用可能な対象者は、役員・社員等で、プライバシーの保護を徹底するため匿名での通報も可能です。2025年度は「ヘルプライン活用ガイド」を作成・公開し、安心して利用できるよう周知しました。2025年度の通報件数は37件と増加しましたが、「未然予防意識の浸透」と「相談窓口の信頼度向上」の結果であると考え、引き続き教育や啓発活動に取り組んでいきます。

ヘルプライン通報件数



コンプライアンス教育

法令遵守の周知徹底に加えて、安心して働ける職場環境づくりを推進するため、管理職向けの集合研修のほか、e-ラーニングコンテンツを利用したグループ各社の社員教育を実施しています。2025年度は、既存テーマであるハラスメント防止等の職場環境改善に加え、企業に求められる「カスタマーハラスメント対応」や営業現場で起こりやすい不正行為についての意識を高める「法務リテラシー向上」という新しいテーマについても取り組みました。

2025年度追加コンテンツ

テーマ	コンテンツ
ハラスメント防止	モラルハラスメント防止講座
アンガーマネジメント	12分で分かる適切な叱り方
心理的安全性	部下とのコミュニケーション実践講座
マネジメント力向上	フィードバック講座～問題解決や成長を促す伝え方を習得する～
コミュニケーション	共感力発揮講座～スムーズに仕事を進めるために理解と思いやりを示す～
カスタマーハラスメント対応	カスタマーハラスメント防止講座
法務リテラシー向上	営業パーソンと不正行為～軽い気持ちで懲戒解雇も？本当に怖い従業員不正の話～

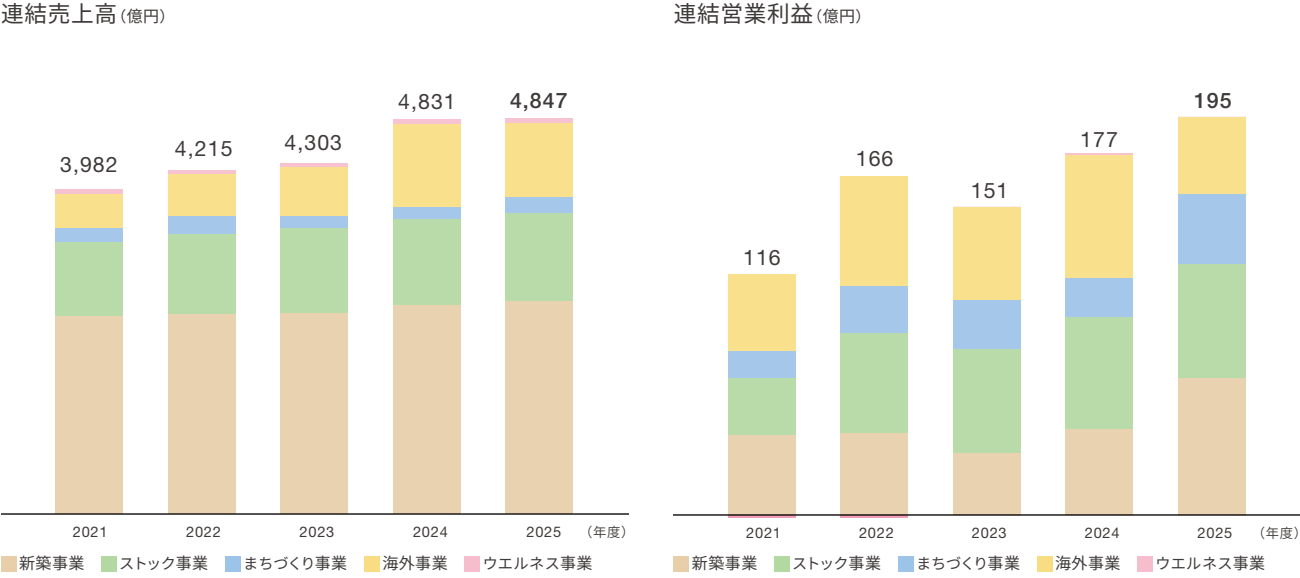
従業員意識調査におけるコンプライアンス設問の活用

毎年定期的を実施する従業員意識調査において、コンプライアンス設問を活用し、課題を抱えている部門や拠点の把握に努めています。2025年度は、PLTグループ共通のコンプライアンス設問を追加することで、他社とのスコア比較が可能になり、より課題の可視化が進みました。スコアの低い組織については要因分析を行い、課題解決に向けた対応を実施しています。毎年PDCAを回すことで、より働きやすい職場環境の実現を推進しています。

主な財務データ

業績（連結）		（億円）				
年度：		2021	2022	2023	2024	2025
新築事業	売上高	2,416	2,448	2,459	2,550	2,605
	営業利益	39	40	30	42	67
ストック事業	売上高	909	982	1,040	1,057	1,075
	営業利益	28	49	51	55	56
まちづくり事業	売上高	181	209	151	154	208
	営業利益	13	23	24	19	34
海外事業	売上高	411	517	593	1,011	899
	営業利益	38	54	46	60	38
ウエルネス事業	売上高	64	59	59	59	59
	営業利益	△ 1	△ 1	0	1	0
全社合計	売上高	3,982	4,215	4,303	4,831	4,847
	営業利益	116	166	151	177	195
	経常利益	120	165	149	162	176
	親会社株主に 帰属する当期純利益	51	114	87	91	101

※事業セグメント組み換えにより、ウエルネス事業には2021年度まで事業外の損益を含む
※PLTグループ都市開発事業本部の損益は、まちづくり事業に合算



		（億円）				
年度：		2021	2022	2023	2024	2025
総資産		2,617	2,757	3,381	4,088	4,550
純資産		673	793	833	1,022	1,111

主な非財務データ

年度：	2021	2022	2023	2024	2025
従業員数 ^{※1}	8,115名	7,993名	7,943名	7,962名	7,894名
女性従業員比率	23.7%	25.2%	25.7%	26.4%	28.6%
女性管理職比率	4.5%	4.6%	4.9%	5.6%	6.7%
新卒採用数	91名	129名	171名	219名	217名
女性新卒採用比率	31.9%	49.2%	40.7%	46.2%	46.6%
平均勤続年数	15.9年	16.2年	16.3年	16.5年	16.4年
平均年齢	43.5歳	43.8歳	44.0歳	43.9歳	43.8歳
障がい者雇用率 ^{※2}	2.4%	2.4%	2.4%	2.6%	2.6%
男性育児休業取得率 ^{※2}	66.6%	71.4%	80.3%	100.0%	95.6%
二次健診受診率 ^{※2}	90.0%	90.4%	95.5%	98.8%	97.6%
業界関連団体への出向社員数	19名	18名	16名	16名	15名
森林認証を受けた木材調達率	87.5%	84.4%	82.6%	78.0%	78.0%
工場・現場廃棄物リサイクル率	100%	100%	100%	100%	100%
ZEH供給率	61%	77%	89%	93%	94%
長期優良住宅認定取得率	58.6%	57.4%	57.6%	60.5%	64.3%
特許出願件数	57件	66件	92件	106件	109件
グッドデザイン賞累計受賞点数	165点	167点	172点	173点	176点
研究開発費	1,329百万円	1,378百万円	1,923百万円	1,902百万円	1,903百万円
ニュースリリース件数	21件	37件	33件	55件	47件
お客さま満足度（総合）	95.0%	92.9%	91.7%	93.5%	95.5%
お客さま満足度（建物）	92.5%	95.4%	95.1%	96.0%	96.5%
オーナーさまからのご紹介件数	2,893件	2,890件	2,495件	2,601件	2,025件
「南極クラス」開催校数	93校	179校	148校	215校	247校
受講生徒（児童）数	7,452名	14,537名	13,342名	16,401名	21,678名

※1 海外子会社含む
※2 ミサワホーム株式会社のみ

会社情報

会社概要

商号	ミサワホーム株式会社 MISAWA HOMES CO., LTD.
本社所在地	〒163-0833 東京都新宿区西新宿二丁目4番1号 新宿NSビル
設立年月日	2003年8月1日 (旧ミサワホーム株式会社は1967年10月設立)
資本金	11,892,755,813円
従業員数	2,821名
主な事業内容	・新築事業 戸建・賃貸住宅・施設建築等の企画、設計、施工および販売 ・ストック事業 リフォーム・リノベーション、不動産流通および賃貸管理 ・まちづくり事業 複合施設およびマンション開発、収益不動産の保有・売却 ・海外事業 宅地開発および戸建・集合住宅の建設・販売、マンション開発 ・ウエルネス事業 介護施設等の運営およびウエルネスソリューションの提供
株主	プライム ライフ テクノロジーズ株式会社 (100%)

役員陣容

取締役	代表取締役 社長執行役員	作尾 徹也
	取締役 専務執行役員	南谷 和秀
	取締役 常務執行役員	堤内 真一
	取締役 常務執行役員	五十嵐 茂
	取締役 執行役員	中川 淳
	取締役	道浦 正治
	取締役	長田 准
監査役	常勤監査役	長谷 博友
	監査役	広佐古 博之
執行役員	常務執行役員	佐藤 徹
	常務執行役員	在川 秀一
	常務執行役員	桜沢 雅樹
	常務執行役員	肥後 裕之
	常務執行役員	野村 幸史
	執行役員	高垣 隆好
	執行役員	中庄谷 博規
	執行役員	久保 建史
	執行役員	本島 幹雄
	執行役員	小辻 義仁
	執行役員	橋本 雅史
	執行役員	滑川 智之

※2026年6月25日時点

主な外部評価



※「健康経営優良法人2026 (中小規模法人部門)」において、ミサワホームグループ14社とミサワホーム 健康保険組合の計15法人が認定。全15法人のうち、ミサワホーム 甲信、テクノ エフアンドシー、北海道住宅工業の3社は、上位501～1500位の法人にあたる「ネクストブライト1000」に認定。

ミサワホームグループ ※2026年8月末時点

近畿

ミサワホーム近畿株式会社
大阪府大阪市北区堂島2-2-2
ミサワリフォーム近畿株式会社
大阪府大阪市西区土佐堀1-6-20
ミサワホーム近畿建設株式会社
大阪府茨木市沢良宜東町14-17
ミサワホーム高階
兵庫県三木市末広1-5-35
ミサワホーム杉橋
滋賀県高島市今津町今津1756-1

中国

ミサワホーム中国株式会社
岡山県岡山市北区野田2-13-17
ミサワ中国建設株式会社
岡山県岡山市北区下中野715-104

四国

ミサワホーム四国株式会社
香川県高松市林町2217-50

東北

株式会社住宅工業 (岩手工場)
岩手県八幡平市柏台1-4
東北ミサワホーム株式会社
宮城県仙台市宮城野区新田東3-5-1
東北ミサワ建設株式会社
宮城県仙台市宮城野区日の出町3-7-13
ミサワホーム庄司
福島県南相馬市原町区青葉町1-1

北陸

北陸ミサワホーム株式会社
石川県金沢市堀川町23-23

北海道

ミサワホーム北海道株式会社
北海道札幌市白石区東札幌2条6-8-1
北海道住宅工業株式会社 (札幌工場)
北海道石狩市新港南2-725-3

関東

ミサワホーム株式会社
東京都新宿区西新宿2-4-1
ミサワホーム下館
茨城県筑西市玉戸1049-2
栃木ミサワホーム株式会社
栃木県宇都宮市一条2-7-24
上信ミサワホーム
群馬県富岡市富岡2759
ミサワリフォーム関東株式会社
埼玉県さいたま市大宮区天沼町1-434-1
株式会社マザアス
千葉県流山市向小金3-147-2
旭ミサワホーム
千葉県旭市ニ2119-1
ホームファーストファイナンス株式会社
東京都新宿区西新宿2-4-1
メディアエムジー株式会社
東京都新宿区西新宿2-4-1
ミサワホーム不動産株式会社
東京都新宿区西新宿2-6-1
ミサワホーム賃貸サポート株式会社
東京都新宿区西新宿2-6-1
ミサワリフォーム株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-5
アルゴスペースデザイン株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-5
ミサワホーム建設株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-5
テクノエフアンドシー株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-5
株式会社ミサワホーム総合研究所
東京都杉並区高井戸東2-4-5
ウィズガーデン株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-12
CS ロジスティクス株式会社
東京都杉並区高井戸東2-4-12
セントスタッフ株式会社
東京都中央区日本橋茅場町1-8-3
湘南ミサワホーム株式会社
神奈川県藤沢市辻堂神台1-3-39

甲信越

山梨住宅工業株式会社 (山梨工場)
山梨県北杜市長坂町長坂上条2228-5
ミサワホーム甲信株式会社
長野県松本市双葉22-1
ミサワ甲信建設株式会社
長野県松本市大字今井7110-3
ミサワホーム東長野
長野県佐久市岩村田4473-1
ミサワホーム北越株式会社
新潟県新潟市中央区関新2-1-53

東海

株式会社ミサワホーム静岡
静岡県静岡市駿河区手越367
ミサワリフォーム中部株式会社
愛知県名古屋市中区新栄2-19-6
ミサワホーム中部建設株式会社
愛知県愛知郡東郷町大字春木字池田17

海外

Misawa Homes of Finland Ltd
Lastaajankatu3,50100 Mikkeli Finland
MISAWAHOMES AMERICA,INC.
2325 Dean Way, Suite150, Southlake, TX 76092 USA
IMPRESSION HOMES,LLC
2325 Dean Way, Suite150, Southlake, TX 76092 USA
VISIONARY HOMES
2427 North Main Street, Logan, UT 84341 USA
MISAWA HOMES AUSTRALIA PTY.LTD.
The Concourse, Royal Pines Marina,
Ross Street, Benowa QLD 4217 Australia
HOMECORP CONSTRUCTIONS PTY LTD
The Concourse, Royal Pines Marina,
Ross Street, Benowa QLD 4217 Australia

編集方針

ミサワホームの統合報告書は、ステークホルダーの皆さまに当社グループへの理解を深めていただくとともに、本報告書を起点とした対話を通じて共創への好循環を促すことを目的に制作しています。2026年度版では、未来に向けたさらなる成長に不可欠な「共創」に重点を置き、パーパス実現に向けた価値創造ストーリーや持続的成長に向けた取り組みについて要点を絞って説明しています。

対象範囲

報告対象期間は2025年4月1日～2026年3月31日ですが、必要に応じて一部当該期間の前後の活動に関する記述も含まれます。報告対象範囲は原則ミサワホーム株式会社および連結子会社ですが、ミサワホーム株式会社のみに関する記述も一部含まれます。

参照ガイダンス

本報告書は、IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省「価値協創ガイダンス」を参考に制作しています。また、SDGs達成に向けた活動については当社Webサイトで報告しており、本報告書では価値創造の側面からハイライトのみ掲載しています。



メディア一覧
※タイトルより各サイトへリンクします

公式ホームページ

注文住宅や分譲住宅、リフォーム、まちづくり、マンション・アパート・医療介護施設・保育施設などさまざまな事業展開を紹介しています。

MISAWA IDENTITY

パーパス・ビジョン・バリューを軸に、“HOME”に込めた理念とその背景を紹介しています。

公式Instagram

SDGsサイト

「HEARTH」をテーマに、子どもたちの未来を守るSDGs活動やサステナビリティ情報を紹介しています。

公式LINE

南極クラス -Antarctic Class-

南極観測隊参加経験のあるスタッフによる出張授業を全国で開催し、子どもたちに夢と希望を届ける活動を紹介しています。

公式YouTube

MISAWA UNIT MOBILITY
MOVE CORE

工業化技術とモビリティデザインを融合した、トレーラーハウス『MOVE CORE』の製品紹介ページです。

公式Facebook



ミサワホームにとって“HOME”とは、

人生を豊かにしたり、楽しんだりする「心の拠りどころ」となるすべてのモノ・コト・場所。

社会が変化を続け、暮らしが多様化するいま、人やまちの数だけ違った“HOME”が必要です。

世界のあらゆる領域で “HOME”は進化を続けます。