

平成20年 5月19日

各 位

会社名 ミ サ ワ ホ ー ム 株 式 会 社  
代表者名 代 表 取 締 役 水 谷 和 生  
(コード番号 1722 東証・大証・名証第1部)  
問合せ先 経 営 企 画 部 中 村 孝  
広報・IR担当部長 (TEL. 03-3349-8088)

## 中期経営計画（2008年度～2010年度）策定に関するお知らせ

当社グループでは、2006年8月に『住まいのNo. 1ブランド』を目指す中長期経営ビジョンを策定し、同時に2008年度を最終年度とし、中長期経営ビジョン達成のための具体的戦略を織り込んだ中期経営計画を策定し、その達成にグループ一丸となって取り組んでまいりました。

しかしながら、2007年度において新設住宅着工戸数が前年対比で大幅なマイナスを記録し、原油高を背景として原材料価格が高騰するなど、昨今の住宅市場の急激な変化は当初の想定を大きく上回り、計数計画と実績に乖離が生じたことから、市場変化に対応した新たな戦略の追加、現行戦略の一部修正と計数計画見直しを織り込んだ新中期経営計画を策定いたしましたのでお知らせいたします。

記

### 【事業環境の見通しと計数計画について】

#### 1. 持家住宅市場

当社の主力事業である持家住宅市場については、過去のトレンドにおいても全体の着工戸数の増減と当社の販売実績の増減が平行で推移しており、市場動向の影響を受けやすい面を持っております。

今後の事業環境としては、一部、2007年度減少分の反動増は期待されるものの、全体としては緩やかな回復から横ばいの中で推移するものと考えております。

#### 2. 貸家住宅市場

2007年の建築基準法改正影響による落ち込みを除けば、市場は底堅く推移しており、2008年度には2007年以前の水準に回復し、その後もほぼ同水準を維持するものと考えております。

#### 3. 分譲住宅市場

特に都市部における所謂パワービルダーの台頭もあり全体としては堅調であった分譲住宅市場において、プレハブ業界は価格面から苦戦を強いられてまいりましたが、パワービルダーが一部在庫調整局面にあることや、購買の中心層である30歳代人口がピーク期にあることから、中期的な市場としては非常に魅力的であり、商品、価格の両戦略を軸に、シェアの拡大が見込めるものと考えております。

#### 4. リフォーム市場

近年、一時的に踊り場となっているリフォーム市場については、団塊世代の大量退職や耐震住宅へのニーズの強まり等を契機に、順調な拡大基調に転じるものと考えております。

以上の事業環境見通しをベースに、新中期経営計画における施策の効果を勘案し、主力事業の注文住宅については特に保守的な見積もりを行い、注文住宅（木質パネル・セラミック）の棟数増に依存せず、その他の事業にて収益を拡大することを前提として以下の計数計画を策定いたしました。

##### 【中期計数計画】

(単位：棟、億円)

	2008年度	2009年度	2010年度
販売棟数	11,200 (+0.5%)	11,270 (+0.6%)	11,350 (+0.7%)
注文住宅	7,830 (+0.1%)	7,830 (±0.0%)	7,830 (±0.0%)
賃貸・分譲	2,070 (+8.1%)	2,190 (+5.8%)	2,320 (+5.9%)
部材外販	1,300 (▲7.3%)	1,250 (▲3.8%)	1,200 (▲4.0%)
売上高	4,150 (+1.4%)	4,280 (+3.1%)	4,400 (+2.8%)
注文住宅	2,161 (+0.4%)	2,171 (+0.5%)	2,171 (±0.0%)
その他	1,989 (+2.6%)	2,109 (+6.0%)	2,229 (+5.7%)
営業利益 (利益率)	94 (2.3%)	120 (2.8%)	145 (3.3%)
経常利益 (利益率)	75 (1.8%)	105 (2.4%)	130 (3.0%)

※販売棟数、売上高の( )は前年比

##### 【新中期経営計画の骨子】

#### 1. 事業ポートフォリオの多様化

近年、顧客の価値観や経済情勢など、市場環境が大きく変化している中で中長期的な事業展開を勘案した場合、特定事業セグメント（当社グループの場合は注文住宅事業）への過度な利益依存はリスク分散の観点から見直すべき時期にあると考えております。

加えて、当社グループの主力顧客である30歳代人口は今後5年程度をピークに減少に転じることからも、新たな収益事業の確立は急務であり、新中期経営計画では下記事業について戦略的に強化していく方針を織り込んでおります。

##### ① 賃貸住宅、戸建分譲事業

首都圏を中心とした都市部で専任部隊を組成し、分譲は仕入れや販売、賃貸住宅は事業提案などのノウハウの蓄積と水平展開により販売を拡大します。

##### ② リフォーム事業

新築営業からを中心としたグループ内配置転換により営業社員を大幅増員し、オーナー様からの受注体制を強化し、売上を拡大します。

### ③ シルバー事業

高齢者介護事業については、介護付き老人ホームから、グループホーム、デイサービスセンターといった要介護度に対応した各施設をエリアの中で最適配置し、介護度の変化に合わせたサポート体制をエリア内で構築するモデルを各地で展開すると共に、高齢者の住まいに関するノウハウを各事業に展開し、高齢者用施設の開設・運営に係るコンサルティング業務や高齢者専用賃貸住宅などの受注強化を図ります。

### ④ 在来木造事業

多様な顧客ニーズ（価格、構造・工法、敷地形状など）への対応力強化のため、在来木造工法による新ブランドを立上げ、順次展開してまいります。

## 2. 事業構造の再構築

旧中期経営計画の拡大方針に沿った新卒の大量採用や住宅展示場の新規出展は、結果として市場収縮により販売棟数がほぼ横ばいで推移する中で経費の増加を招き、収益確保の障壁となってしまいました。

新中期経営計画では、新たな収益事業への人員配置を行いつつ、全体としては新卒採用の抑制、自然減などによりグループ総人員は 2.5%程度削減し、営業生産性向上や総原価低減により損益分岐点の引き下げを図ります。

### ① 営業生産性向上

不振エリアから有望エリアへの配置転換や、注文住宅事業から新たな収益事業への配置転換を推進すると共に、教育・研修強化による若年社員の営業力向上で営業生産性を向上します。

### ② 間接費削減

業務効率化の推進やアウトソースなどにより本社人員を削減すると共に、ディーラー間接部門人員の削減、不採算展示場の出展政策見直しなどにより間接費を削減します。

### ③ 直接費削減

原価企画活動を中心とした部材コスト削減、採用抑制・自然減による工場人員削減により直接費を削減します。

### ④ グループ組織の再編

ディーラー毎の事業エリアを拡大し、より広域且つスピーディーな事業、エリア間の人員シフトやノウハウ水平展開、本社機能集約による合理化等により販売体制を再構築するため、東北ミサワホーム(株)と(株)ミサワホーム福島、ミサワホーム九州(株)と(株)ミサワホーム宮崎を2008年10月1日を目途にそれぞれ統合いたします。

## 【商品及び事業セグメント毎の施策について】

### ■木質パネル・セラミック住宅

#### 1. 注文住宅事業

##### 〈お客様にわかり易い、営業に売しやすい企画型商品やセミオーダー型商品の充実〉

昨年10月にモデルチェンジした企画型住宅スマートスタイルの販売が発売後6ヶ月で1,300棟を超え、プレハブ住宅の原点である規格化、高工業化と多様なユーザーニーズを高次元でバランスした商品造りの効果を実証されたことから、スマートスタイルブランドの商品群の更なる充実とあわせ、規格化、高工業化のメリットは享受しつつ、顧客の多様なニーズにさらに木目細かく対応していく為にセミオーダー型の商品を08年度中にリリースいたします。

また、これらの商品開発にあたっては現在法制化が進められている「長期優良住宅認定制度」への対応などを考慮し、さらなる高耐久化、省エネルギー化、CO<sub>2</sub>削減による環境負荷低減に努めてまいります。

営業面では、若年層比率が高い営業社員の実態を鑑み、営業マネージャー職に対する研修や展示場接客におけるスキル向上をテーマとした研修を強化・充実させていきます。

#### 2. 賃貸住宅事業

##### 〈東名阪エリアにおける積極拡大〉

賃貸住宅（資産活用）専任部隊を首都圏より順次設置していくと共に、首都圏ではディーラーの枠を超えた統括事業組織（首都圏一円を担当エリアとする事業部）の組成を検討してまいります。

商品面では、戸建貸家や賃貸併用型住宅など、戸建住宅のノウハウを活かした商品群の更なる充実に加え、高齢化社会への移行を見据えた高齢者対応型賃貸住宅の提案などを強化してまいります。

#### 3. 戸建分譲事業

##### 〈首都圏地区の強化〉

戸建分譲事業の首都圏統括事業部を組成し、首都圏全域で戦略的且つ計画的な戸建分譲事業を展開してまいります。

また、その他のエリアでも戸建分譲に係る営業社員の専任化を推進し、仕入れや販売面でのノウハウの蓄積と水平展開を図ります。

商品面では、当社グループが長年培ってきた街づくりのノウハウを小ロット（5～10区画程度）でも活かせる「街づくり分譲」向けの商品を展開してまいります。

### ■その他工法、リフォーム他

#### 1. 在来木造事業

##### 〈在来木造事業の取り組み開始〉

当社グループのリフォーム事業ブランドであるミサワホームイングにて、展示場などの固定費を省き、外部インフラを有効活用した新たなビジネスモデルによる在来木造事業を、建売分譲を中心に順次展開してまいります。

## 2. 特建事業

### 〈高齢者対応型賃貸住宅などの受注強化〉

近年、需要が高まっている高齢者対応型の施設について、当社グループで高齢者介護施設を運営する㈱マザアスのノウハウを活用した、高齢者に優しい居住空間や安全管理を備えた専用賃貸住宅や、医療と介護の連携による介護付老人ホームなど、高齢者をキーワードとした資産活用の新しい手法についてコンサルティングを行いながら受注拡大を図ります。

## 3. リフォーム事業

### 〈営業社員増員による営業力強化〉

注文住宅事業からの営業社員のシフトなどにより、現状約 1,070人のリフォーム事業従事者を、3年後には1,300人程度まで増やし、営業力を強化いたします。

また、営業社員の増加をベースに、オーナー様とのリレーションをより緊密にし、顧客満足の上とオーナー様受注の拡大を図ります。

## 4. その他事業

シルバー事業については、㈱マザアスで医療機関との連携、介護職員の確保育成などの条件を満たしながら、東名阪地域を中心に新たな介護施設の展開を図ります。

賃貸管理事業については、当社グループのミサワエムアールディー㈱（ミサワMRD）を核として、賃貸住宅の一括借上制度の充実により管理戸数の増加を図ります。

不動産流通事業については、特に当社オーナー様との継続的なリレーションの中で、オーナー様向け媒体などを活用した告知に努め、取扱量を増加いたします。

以 上