



平成 26 年 5 月 9 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 竹中宣雄
(コード番号 1722 東証・名証第一部)
問合せ先 経営企画部長 苅米 信俊
(TEL : 03-3349-8088)

ミサワホームグループ 中期経営計画策定のお知らせ

当社グループでは 2014 年度から 2016 年度までの 3 カ年を期間とする新中期経営計画（テーマ：「MISAWA do all」）を策定し、2017 年度に迎える創立 50 周年に向けた新たな成長戦略のスタートを切りましたので下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 新中期経営計画の概要

当社グループでは前中期経営計画で、全事業分野で収益を確保する「既存事業の収益最大化」と「収益源の多角化」を目指し、次代に向けた新たな成長戦略（Jump）の打ち出しを実現するための基盤整備を行う（Step）期間と位置づけた「Home Step Jump 計画」に基づき事業を推進してまいりました。

その結果、平成 26 年 3 月期の決算において、売上高は 4,260 億円（平成 23 年 3 月期比 25% 増）、営業利益 131 億円（同 51% 増）と、当初 3 カ年の計数計画を達成することができました。

しかし、足元では消費増税後の対策、中長期的には少子高齢化などによる住宅市場の環境変化への対応など、解決しなければならない課題は多く残されております。

また、当社の事業収益構造においても、依然として戸建住宅事業への依存度が高く、「収益源の多角化」を更に進めなければなりません。

このような背景のもと、新中期経営計画では戸建住宅中心から「住生活全般」に事業領域を広げ、ストック関連事業への積極的投資等による「**事業多角化の推進**」を基本方針といたします。

また、2017 年 10 月に迎える創立 50 周年までに「やり残したものをやり遂げる」「やるべき事を全てやる」という意味を込めて、新中期経営計画のテーマを「MISAWA do all」とし、このテーマを実現するため、以下の 5 つのミッションを遂行して、新中期経営計画の最終年度である 2016 年度において、連結売上高 5,000 億円を目指します。

do all Design （商品ラインナップの拡充）
do all Life stage （ストック関連事業強化）
do all Area （エリア強化・シェアアップ）
do all Correct （グループ体制の最適化）
do all Satisfaction （満足度向上）

2. 基本方針

「住まいるりんぐシステム」に資産活用事業を加え、事業領域を「住生活全般」に広げて「**事業多角化の推進**」により、住まいに関する全ての提案ができる企業を目指します。

- ・戸建住宅市場が縮小してもシェアアップにより売上棟数を確保する
- ・ストック関連事業に積極的に投資する
- ・戸建住宅事業とストック関連事業の売上高比率を50：50に近づける
- ・事業別に損益を見える化し、経営資源を最適配置する

3. 連結中期計数計画

<損益計画>

(億円)

	2013年度		2014年度		2015年度		2016年度		13年度比	
	実績		計画		計画		計画			
戸建住宅事業	2,477	(58%)	2,520	(57%)	2,630	(56%)	2,630	(52%)	6%	
ストック事業	リフォーム事業	647	(15%)	675	(15%)	820	(17%)	1,000	(20%)	55%
	資産活用事業	630	(15%)	670	(15%)	680	(15%)	780	(16%)	24%
	不動産事業	373	(9%)	425	(10%)	420	(9%)	440	(9%)	18%
	その他事業	132	(3%)	110	(3%)	150	(3%)	150	(3%)	14%
売上高 ※	4,260	(100%)	4,400	(100%)	4,700	(100%)	5,000	(100%)	17%	
販売費及び一般管理費 (内 積極的投資分)	845		890 (52)		950 (98)		1,010 (134)		19%	
営業利益	131		100		120		150		15%	
経常利益	126		100		118		148		17%	

※ () 内はセグメント別構成比率

戸建住宅事業：注文住宅、分譲住宅（土地売上除く）

リフォーム事業：戸建住宅リフォーム、建築物のリノベーション 他

資産活用事業：賃貸住宅、特建、マンション、賃貸管理 他

不動産事業：土地売上、既存住宅仲介、買取再生販売 他

その他事業：建材販売、物流 他

4. 5つのミッション

(1) do all Design（商品ラインナップの拡充）

4つのソリューションを軸に商品開発を行い、新工法開発も含めて商品ラインナップの拡充を図ります。

- ・「環境」「防災」「健康」「長期使用」の4つのソリューション展開により商品開発
- ・新しいデザイナーズ住宅など、市場ニーズに合った新商品を開発・投入する
- ・FWS（フューチャーウッドシステム）や耐火構造などの新工法開発を進め実用化を目指す

(2) do all Life stage（ストック関連事業強化）

リフォーム事業・資産活用事業・不動産事業をストック関連事業と位置づけ、強化します。

- ・コンサルティング機能の強化と住宅ノウハウの最大活用により、医療介護、マンション事業を中心に資産活用事業を拡大する
- ・木造軸組住宅 MJ-Wood の分譲地を「アルビオコート」としてブランド展開する
- ・既存住宅仲介、買取再生販売などで不動産事業を強化する
- ・プロパティマネジメントの拡大とアセットマネジメントへの着手

(3) do all Area (エリア強化・シェアアップ)

マーケティングを強化し、都市圏など市場拡大が必要なエリアでのシェアアップを図ります。

- ・都市圏ディーラーの体制強化等により戸建住宅のシェアアップを図る
- ・ディーラー再編・エリアの見直しを図る
- ・シェア低迷エリアへの多機能店（本社直轄）の出店を積極的に行う
- ・将来の海外事業展開のために主要国に駐在員を派遣する

(4) do all Correct (グループ体制の最適化)

社会環境の変化に即応できるようグループ体制を抜本的に見直し、経営資源の最適配置により品質確保とコストダウンを図ります。

- ・都市圏の施工機能の集約・統合により機動的な施工体制を構築する
- ・現場の工業化と職人の多能工化を推進する
- ・工場部門をグループ内生産機能から「生産・施工・販売機能」へ転換させる
- ・生産、納品の仕組みの見直し、平準化等によりコストダウンを推進する
- ・シェアードサービスを本格的に展開する

(5) do all Satisfaction (満足度向上)

全てのステークホルダー（お客様・従業員・株主・取引先・社会・環境）の満足度を高めるため、CSR経営を推進し、社会的責任を果たせる会社となります。

- ・お客様満足度（CS）の向上を経営上の最重要課題として位置づけ、信頼を勝ち取る
- ・株主還元（配当・株主優待等）への取り組みを積極的に行う
- ・ダイバーシティ（女性活躍等）の推進で企業の成長を図る
- ・アライアンス等で事業パートナーとのWin-Win関係を構築する
- ・環境5ヵ年計画「SUSTAINABLE 2015」を推進し、地球規模での環境貢献を図る

以上