

1. 対象先

業種 木造建築工事業

従業員数 6名(うち建築士 5名)

事業の特徴

- ・県内産の木材を用いた在来工法による戸建住宅の新築をメインとし、リフォームにも対応。受注のベースは地元の口コミ、紹介。
- ・社長は「木の家」の良さや健康への好影響を広く知らせたいと考えている。
- ・当社の住宅はローコスト住宅より品質が高いため、後々の修繕が少なく済む(長期的にはローコスト住宅より値打ちがある)。

2. 活動の流れ

- 2023.09 社長との1回目面談(70分)
- 2023.09 社長との2回目面談(90分)
- 2023.10 専門家派遣1回目(80分)
- 2023.11 専門家派遣2回目(80分)
- 2023.11 専門家派遣3回目(75分)
- 2023.12 専門家派遣4回目(80分)
- 2024.01 社長との事後面談(30分)

3. 経営状況、特徴 ①

- ・コロナ後も一定の売上を維持していたが、赤字拡大。特に前期、新築完工数は増加したが、赤字幅拡大。
- ・新築完工数は3期前、2期前共に7棟、前期は9棟。当期の新築完工数は残り〇カ月で2棟(相談受付中の案件2件)にとどまり、社長は大幅な売上減少(赤字拡大)が避けられないと考えていた。
- ・販売促進の状況
完成見学会＋周辺地域での新聞折込チラシ
モデルハウスを保有しているが、これを起点とする営業なし
SNSによる情報発信なし

3. 経営状況、特徴 ②

- ・社長は新築で25%以上、リフォームで30%以上の粗利益を確保したいと考えている。
 - ・当社が建築する住宅は同じものがない(ゼロから作るイメージ)。
 - ・案件担当者に実行予算書の作成を指示してあるが、実際に作成する者はいない(担当者は業務に追われており強く求められない)。
 - ・最近は工事原価(材料費、外注費等)の上昇が続くため、簡単には契約に至らなくなると共に、顧客側の検討期間が長引くとローコスト住宅へ流れてしまうと感じている。
- ⇒ローコスト住宅のFC加盟を決断

4. 組織

- ・当社に労務者(職人、現場作業員)はおらず、現場作業は全て外注で進める。営業担当者もおらず、顧客から問合せがくるのを待つスタイル。顧客から問合せがある都度、社長が担当者を選定。
- ・選定された担当者は完成引渡までの見積り、外注発注や現場管理等へ単独で対応する(担当者任せ)。
- ・毎月1回社内ミーティングを開催し、物件毎粗利実績や各自手持ち案件の進捗確認を行っている。案件や担当者の違いにより粗利益にバラつきはあるが、特にこれについて従業員間で議論が活発化するという事はない。

5. 専門家派遣で議論したい事項

・受注(金額、件数)の増加

“待ち”でも地元では一定の新規顧客を紹介してもらえたが、今期はその紹介が大幅に減少した。

・採算管理強化

新築25%、リフォーム30%の粗利目標を達成する案件は少ない。

・従業員の仕事への取組み意欲の引出し

会議体は形骸化しており、当社の危機的状況を開示しても反応は薄い。

6. 専門家派遣の概要

- 1回目: 社長から事業、経営に関するヒアリング
⇒ 工事毎原価データの提出
- 2回目: 課題整理と対策案の打合せ
⇒ データ分析の結果から仮説課題を抽出
- 3回目: 対策案の具体化
⇒ 案件毎進捗管理表を提案、
対策案毎に実施の際に想定されるネック等
- 4回目: 報告会
⇒ 1~3回目面談の振返り

北代さんの発表

7. 事後面談

現在取組中の事項

①実行予算進捗管理表

実行予算を作成する

予算実績、予算見込で中間時の採算進捗を確認する

②アフターサービスの仕組み化

当社で築後30年経過先リストを作成

補助金活用をからめた省エネリフォームの話をして回る

本事業を振り返っての感想

1人で経営について悩んでいたところ、事業を俯瞰したり、これは取り入れてみたいという気づきを得る機会になった。