

# 知的資産経営報告書



2011年版

豊かな住生活をお手伝いする



株式会社 クズハタ装飾

1. ご挨拶	1
2. 経営哲学	2
(1) 経営理念	
(2) 行動規範	
3. 事業概要	3
(1) 会社の沿革	
(2) 事業内容	
4. 市場環境	5
5. これまでの事業展開	6
6. 自社の強み・優位性(知的資産)	8
7. これからの事業展開	9
8. 価値創造ストーリーと知的資産活用マップ	11
(1) 価値創造ストーリー	
(2) 知的資産活用マップ	
9. 会社概要	13
10. あとがき	14

# 1. ご挨拶

本報告書発刊に当たり、ご挨拶申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。  
私ども「クズハタ装飾」は昭和59年4月にクロス職人として一人でスタート致しました。以来27年間、「お客様から信頼される仕事を第一」に心掛けてまいりました。お陰様で、平成20年4月には法人化し、社名を「株式会社クズハタ装飾」へと変更して、現在に至っております。

創業以降今日まで時代の流れとともに生活様式も多様化し、それに伴って住空間に求められるものも大きく変化して参りました。また、情報技術の急速な発展は私たちの業界にも著しく影響を及ぼしています。このような状況の中、お客様が、我々建築内装業者に求められるものも従来とは異なって参りました。私どものお客さまに対する精神や仕事に対する姿勢は創業以来変わらないものを守りつつ、時代の変化に伴うお客さまのニーズの多様化に対応するべく技術や品質向上に取り組み、若い世代へと継承致しております。

お客様から「この業者なら安心して任せられる」と信頼を頂けるよう、マナーと技術力の向上に努めカーテン・クロス・床工事・別注家具・リフォーム工事等の計画から設計・施工に至る迄、幅広く対応し、日々精進致しております。

本報告書を通じ、少しでも多くの方々に私どもの「知的資産」そして経営戦略や事業計画、成長の可能性などをご理解頂き、これを機に更なるご鞭撻やお付き合いを賜れば幸いと存じます。



2011年3月

代表取締役 葛畑 正

## 2. 経営哲学

### (1) 経営理念

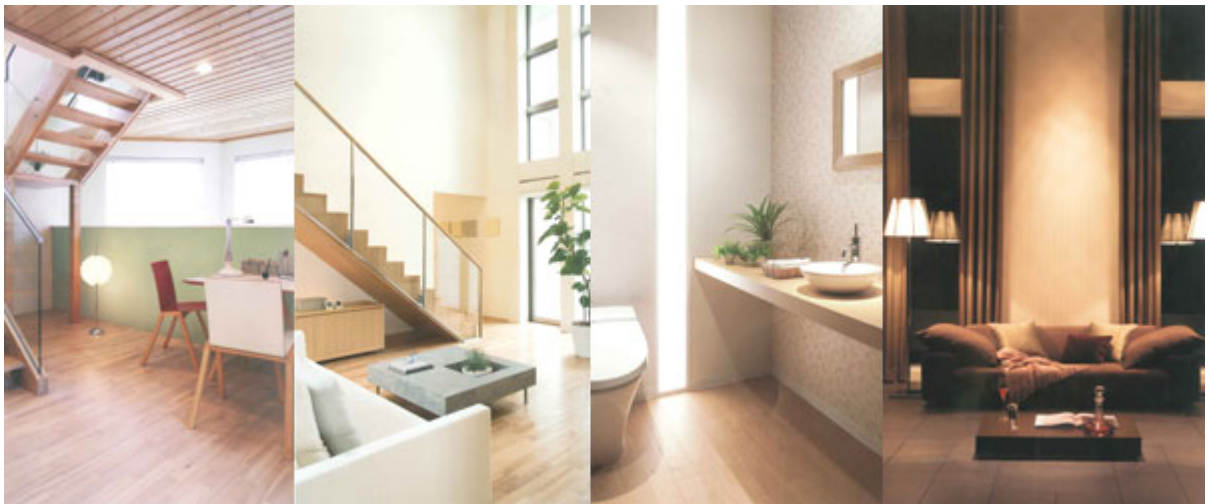
内装工事を通してお客様に「感動」、「満足」  
空間を提供する。

熟練の職人による高い技術力と、地元ならではの安心・安全施工で、お客様にご満足いただける空間を創り出すことを使命としております。

### (2) 行動規範

- ・お客様満足の追求
- ・丁寧な仕事の追求

社員一人一人が、お客様とのコミュニケーションを大切にし、親切、丁寧な仕事を心掛けています。



室内装飾品の企画・設計・施工で豊かな住生活をお手伝いします。

### 3. 事業概要

#### (1) 会社の沿革

創業期	1984年	現社長、葛畑正が現地でクズハタ装飾を創業
	～1986年	葛畑正がクロス職人として一人でクロス貼り作業に従事
	～1987年	大手ハウスメーカーの請負工事に進出
	1988年	従業員を一人採用し業務拡大の第一歩を踏み出す。
	1990年	従業員が増え3人体制になる。
	1991年	襖、畳、建具、椅子張り替え工事に進出
成長期	1995年	現専務、葛畑真一がインテリアメーカー(株)セルコン勤務後従業員として入社 葛畑正が2級建築施工管理技士取得 電動糊付け機を導入
	1996年	滋賀県室内装飾事業協同組合に入会 さらに専属の職人も加わり、店舗、マンション等の大型物件も受注可能になる。
	2004年	葛畑真一が一級表装技能士資格を取得
	2005年	葛畑真一が一級プラスチック系床仕上げ工事作業を取得
	2007年	他従業員3名が一級表装技能士資格を取得
	2008年	法人化 (株)クズハタ装飾と社名変更する 建築業の許可取得
	2009年	葛畑正登録内装仕上げ基幹技能者資格取得 葛畑正が内装士の資格を取得
《今後の予定》		
将来	2011年	住宅建材メーカーと契約 リフォーム事業に着手予定
	2012年	専務葛畑真一が代表取締役就任予定

1995年に導入した電動糊付け機  
クロス貼りの施工品質の向上・作業  
効率の向上に効果を発揮  
右は施工現場で活躍中の電動糊  
付け機



# 3. 事業概要

## (2) 事業内容

### ① クロス・床工事業

事業開始時期：1984年4月頃

事業内容：天井、壁クロス貼り、デコラティブフィルム貼り  
床、クッションフロアー、カーペット、塩ビタイル貼り

特徴：社員5名中4名が表装技能士1級の資格を取得している。  
また1名がプラスチック系床材仕上げ技能士1級の資格を取得している。  
その為もあり、高品質、短納期での仕事が可能である。

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、  
大手ハウスメーカー、  
リフォーム専門店、企業

年間売上比率80%



<自社施工の床・クロス貼りの完工写真>  
(木目模様のクロスと白色系クロス)

### ② 窓・カーテン事業

事業開始時期：1984年4月頃

事業内容：オーダーカーテン、オーダーブラインド等の製作、  
施工、ガラスフィルム施工

特徴：クロス、床と調和のとれたカーテン、ブラインドを  
企画、提案し、施工出来る

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、大手ハウスメーカー、  
リフォーム専門店、企業

年間売上比率15%



<自社施工のカーテンの完工写真>

### ③ 襖・畳事業

事業開始時期：1991年

事業内容：襖の新調、張替え、畳の新調、表替え

特徴：襖の張替えは自社で施工できる。  
クロス工事と共にトータル受注出来る。

主たる顧客：地元工務店、一般顧客、リフォーム専門店、  
企業

年間売上比率3%



<襖は自社施工、畳は外注の完工写真>

### ④ その他事業

事業開始時期：2000年4月頃

事業内容：オーダー家具製作、椅子の張替え、塗装、美装

特徴：お客様のニーズに合わせて、クロス工事と共に  
コーディネート出来る。

主たる顧客：一般顧客、リフォーム専門店、企業

年間売上比率2%



<自社施工の椅子の張替えの完工写真>

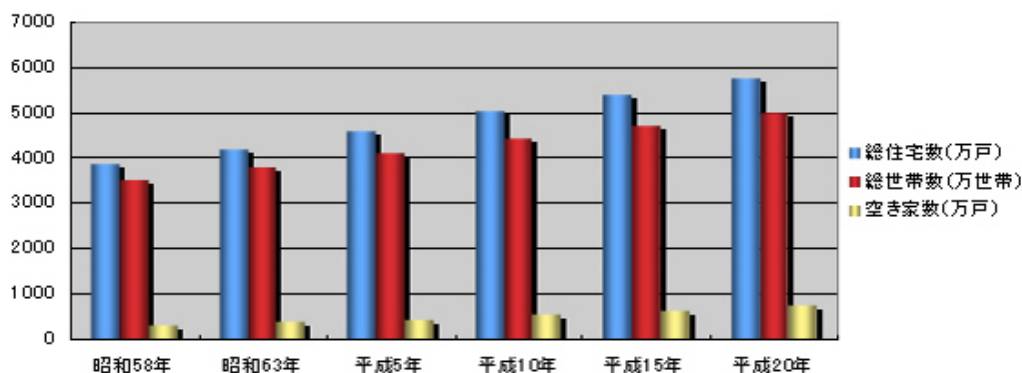
## 4. 市場環境

### (1) 総住宅数の推移

総務省の「住宅・土地統計調査」によると、日本の総住宅数は5759万戸(平成20年10月1日現在)となっています。そのうち空き家は756万戸あり、総住宅数に占める空き家の割合は13.1%と過去最高の割合に達しています。これは平成15年から平成20年までの5年間に総住宅数の増加が370万戸であるのに対し、同期間の総世帯数の増加が273万戸と世帯数の増加以上に住宅数が増加したものによると思われます。

日本は今後しばらくは人口減少が続くと見込まれており、一人世帯が増加するとしても、大幅な総世帯数の増加はないとみられています。ということは、現在の空き家率が大幅に減少することは見込まれず、住宅数の過剰状態はしばらくは続くと考えられます。

総住宅数と総世帯数、空き家数の推移



出典:「平成20年住宅・土地統計調査(速報集計)」総務省 平成21年7月

### (2) 増改築・リフォームの状況

総務省の同調査では、持ち家の増改築の有無についても調べています。その結果は次表のようになっています。

持ち家の増改築の状況

	平成15年調査	平成20年調査
過去5年間に増改築を行った家	340万戸	799万戸
持ち家に対する比率	11.9%	26.3%

### (3) 増改築・リフォームの今後の見通し

あくまでも推測ではあるが、上掲のグラフから読み取れるように総住宅数は過剰状態であり、今後は新築よりも増改築・リフォーム需要が増加すると推定されます。また、上掲の表にも表れているように、平成10年～平成15年間と平成15年～平成20年間の増改築の実績にもそのことは顕著に表れています。

このことは、将来リフォームに伴う内装工事の需要増加が見込まれ、当社にとっても商機と推測される。

(※上記の(1)と(2)は日経住宅サーチのHPからの要点の引用で、(3)は筆者の推測である。)

## 5. これまでの事業展開

### (1)過去の経営方針

#### 【創業期】

##### 親切・丁寧な施工をする

携わる現場を親切・丁寧に施工をする事で顧客に満足してもらい、そのお客様からの紹介を得られる様に心掛けた。このことの積み重ねにより、徐々に顧客の信頼を得るとともに、顧客の増加に結びついていった。

#### 【成長期】

##### お客様満足の追究 技術力の向上

親切・丁寧な施工に加えて、更なるお客様満足の追究に取り組むことに心掛けた。そのために、技術力の向上にも取り組んだ。具体的には表装技能士資格をはじめとする各種資格の取得に努めた。

この高い技術力に裏付けられた良質な施工により、顧客満足と信頼を目指した。

### (2)事業実績

一般の内装工事においては、外注施工が多々見られますが、当社では元請工事ではできる限り自社施工にこだわっています。それは高い技術力に基づいた直接施工を行うことで、顧客要望にきめ細かく対応するとともに、良質な仕事をお届けするためです。

次に掲載します施工実績の写真は全て元請工事ですが、美装工事や畳工事等自社で施工できない工事を除いて、全て自社施工(自社社員による施工)しています。

#### ①-1)床リニューアル工事



<施工前>



<施工中>

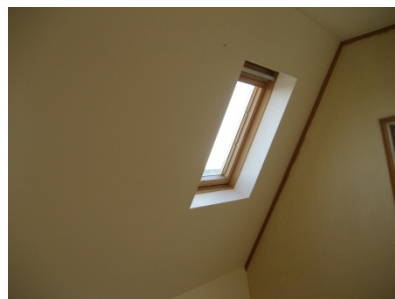


<ほぼ完成>

#### ①-2)クロスリニューアル工事



<施工前>



<完成>

## 5. これまでの事業展開

### ①-3) 床とクロスリニューアル工事



<施工前>



<施工中>



<完成>

### ②窓・カーテン工事



<吹抜け部のカーテン:新設物件>



<室内のカーテン:新設物件>

### ③襖・畳リニューアル工事



<施工前>



<完成>

### ④その他工事



<施工前>  
(キッチンリニューアル工事)



<施工後>  
(キッチンリニューアル工事)

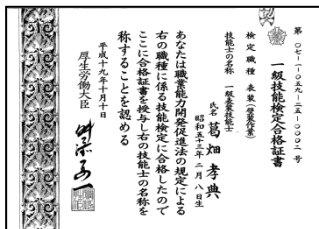
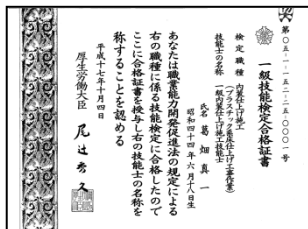
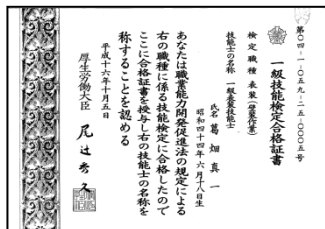


<ドアのリニューアル工事>

## 6. 自社の強み・優位性（知的資産）

### (1) 技能レベルの高さ

- ・クロス貼りの技能レベルを客観的に表すものとして、表装技能士の資格があり、当社では同資格をはじめ各種関係資格の所有者が多い。（下は資格証書の一部。）
- ・成長期に入った1995年頃より、良質な仕事の施工を経営目標に掲げ、同資格取得を推進してきた。
- ・クロス貼りは当社の主要業務であり、その業務に活用している。
- ・常日頃の教育の成果もあり、マナーも優れている。



### (2) 企画・開発・営業・施工まで一貫施工可能

- ・同業者では、特に施工を外注している例が多い。当社では、良質仕事の施工という観点から、施工まで一貫施工している。
- ・現在元請比率は35%くらいであるが、その元請業務においては量を除いてほぼ100%自社一貫施工である。

### (3) 若く前向きで知識・経験豊富な後継者の存在

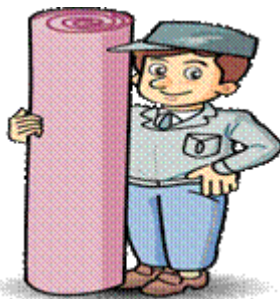
- ・内装資材メーカーで実務経験を積んだ後当社に入社し、当社では企画・開発・営業・施工すべてを経験して知識・経験を積み重ねている。その豊富な知識を買われ、表装技能士1級の受験のための講習の講師も務めている。（右写真参照）
- ・地元商議所青年部活動等にも参加し、人的ネットワークも広がりがりつつある。
- ・40代前半と若く、かつ各種研究会を立ち上げる等積極的で前向きである。



＜表装技能士1級講座の講師を務める葛畑専務＞

### (4) 顧客の信頼度高く、 また地元での認知度も高まりつつある。

- ・今までの経営方針（丁寧で良質な仕事の施工）の実践により、顧客の信頼度が高い。また、その良質な仕事より、ハウスメーカーなどの大手からリピート受注も増加しつつある。
- ・良質な仕事と相まって地元ネットワークの広がりより、地元での認知度も高まりつつある。



# 7. これからの事業展開

## (1) クロスSWOT分析

経営理念を達成するための重要成功要因…クロスSWOT分析より

【(株)クズハタ装飾 クロスSWOT分析】

クロスSWOT		内部環境	
		《強み》	《弱み》
		①トータル一貫施工ができる。(営業・企画・開発・施工・アフター) ②質の高い仕事ができる。(職人のマナー・技術ともに高い) ③固定顧客(ハウスメーカー)がいる。そのため、定期的に仕事が入る。 ④若い後継者がいる。かつその後継者は大手内装資材メーカーでの勤務経験があり、図面の見方・見積もり法・施工法等を習得している。 ⑤同後継者は、同業若手後継者の集まり(クロス会)や商議所青年部等でも活発に活動し、人的ネットワークが広がっている。 ⑥質の高い仕事・確実なアフターの実績より顧客の信頼度が高い。 ⑦地元での認知度高まりつつある。(HPや商議所活動等により)	①最近その比率が上がってきたとはいえ、下請け比率が65%と高い。(下請けは、低利益率・限定された納期等経営圧迫要因になる。) ②優良外注職人のネットワークが確立できていない。 ③優良外注協力会社のネットワークが確立できていない。(そのため外注工事は、低利益率・低賃工事にってしまう。) ④自社施工の場合、仕事にこだわりすぎてコスト度外視傾向がある。 ⑤小口受注が多い。
外部環境	《機会》	【経営理念を達成するための重要成功要因】  ①技術力の向上 ②トータル受注(フロア・クロス・カーテン)の拡大 ③新規顧客の開拓(地元を主体にした) ④既存顧客からのリピート受注拡大	
	《脅威》		
	①リフォームが増加傾向 ②高齢化に伴い、バリアフリー等の改装工事が増加傾向 ③IT化の進展(脅威でもある)		
	①大手安売り店の進出 ②他業種からの進出(家電量販店等) ③仕事に波がある。 ④IT化の進展(機会でもある)		

## (2) 将来の経営方針

経営理念を達成するための重要成功要因より、将来の経営方針を次のようにする。

技術力を更に高め、高品質・トータル施工で、お客様に豊かな住生活の提供

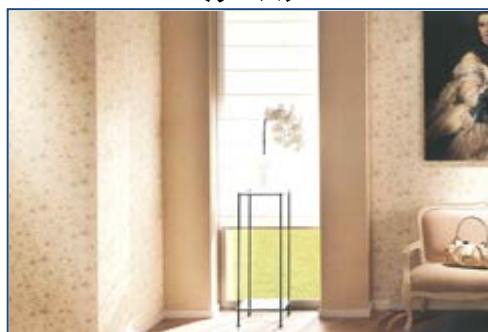
## 7. これからの事業展開

### (3) KPI(重要業績評価指標) : 将来の経営目標を達成するためのKPI

KPI	現状	将来
売上高	(H22年9月期) 54百万円	(H25年9月期) 81百万円
事業(売上)比率	クロス・フローア- : 80% 窓・カーテン : 15% 襖・畳 : 3% その他 : 2%	(H27年9月期) クロス・フローア- : 70% 窓・カーテン : 25% 襖・畳 : 2% その他 : 3%
元請比率	35%	(H27年9月期) 50%
施工マニュアルの作成	なし	H23年中に作成
IT利用の受発注システム(第一期)構築	なし	H24年中に構築(第一期)
顧客管理システム構築	なし	H24年中に構築
原価管理システム構築	なし	H23年中に構築
提案営業マニュアルの作成	なし	H24年中に作成

※事業比率のその他とは、塗装・美装・椅子貼り換え・オーダー家具等の事業を指す。

<クロス>



<フローア->



H27年度事業(売上)比率目標  
70%

<窓>

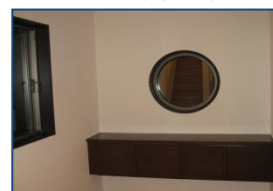


<カーテン>



25%

<オーダー家具等その他>



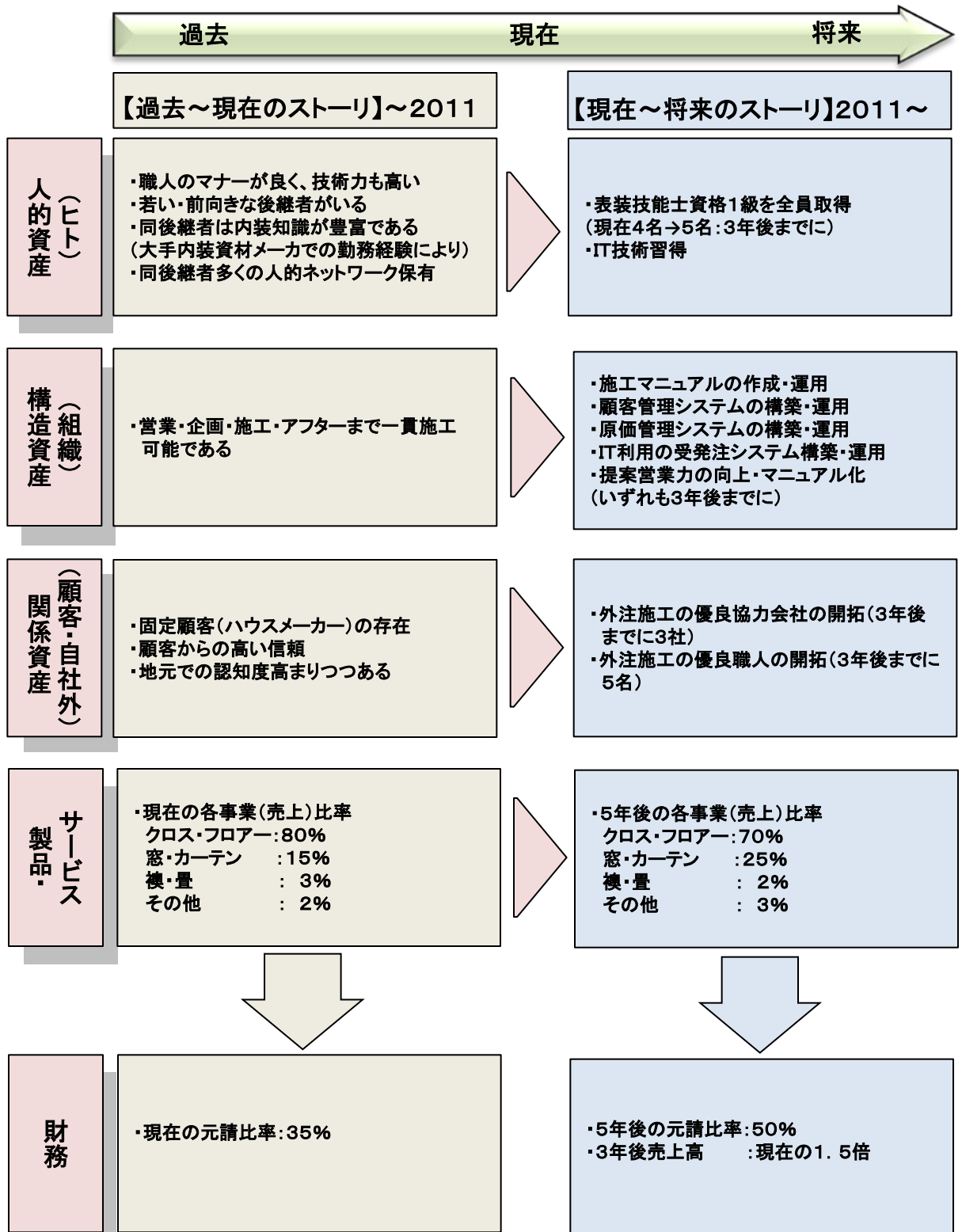
<襖・畳>



5%

# 8. 価値創造のストーリーと知的資産活用マップ

## (1) 価値創造ストーリー





## 9. 会社概要

会社名	株式会社クズハタ装飾
創立	1984年 4月
会社所在地	〒524-0012 滋賀県守山市播磨田町1661-19 TEL:077-582-4376 FAX:077-582-5356 メールアドレス:kuzuhatasousyoku@iris.eonet.ne.jp
代表取締役	葛畑 正
資本金	3百万円
従業員	5名
事業内容	カーテン・カーペット・クロス・床工事 障子・ふすま貼換・別注家具・リフォーム工事
ホームページ	<a href="http://www.kuzuhatasousyoku.com">http://www.kuzuhatasousyoku.com</a>



<高い技能を持ったstaff>



<本社看板>



<工事道具一式を積んだ作業用兼営業用車両>

# 10. あとがき

## (1) 知的資産経営とは

知的資産経営とは、従来バランスシートに記載されている資産以外の無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材、技術、技能、知的財産(特許・ブランドなど)、組織力、経営理念、顧客とのネットワークなど、財務諸表には表れてこない、目に見えにくい経営資源の総称を意味します。よって、「知的資産経営報告書」とは、目に見えにくい経営資源、即ち非財務情報を、債権者、株主、顧客、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に対し、「知的資産」を活用した企業価値向上に向けた活動(価値創造戦略)として目に見える形でわかりやすく伝え、企業の将来性に関する認識の共有化を図ることを目的に作成する書類です。経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は原則としてこれに準拠しています。

## (2) 注意事項

本知的資産経営報告書に掲載しました将来の経営戦略及び事業計画ならびに付帯する事業見込みなどは、全て現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて掲載しています。そのため、将来にわたり当社の取り巻く経営環境(内部環境及び外部環境)の変化によって、これらの記載内容などを変更すべき必要が生じることもあり、その際には本報告書の内容が将来実施又は実現する内容と異なる可能性もあります。よって、本報告書に掲載した内容や数値などを、当社が将来に亘って保証するものではないことを、十分にご了承願います。

## (3) 作成支援

当報告書は次の団体・個人により作成支援されています。

- ・滋賀県中小企業応援センター
- ・滋賀県中小企業団体中央会
- ・NPO法人マネジメントテクノ21: 中小企業診断士: 豊田 信司  
: 中小企業診断士: 菊田 俱光  
: 社会保険労務士: 松村 幸久

## (4) お問い合わせ先

株式会社クズハタ装飾  
専務取締役 葛畑 真一  
(TEL・FAXは前ページ記載の通り)

## (5) 発行

2011年3月



<葛畑専務>