



誠栄ホーム株式会社

寺尾 剛代表取締役が リモデル経営を語る。

会員番号 C849-01



誠栄ホーム(株)
<https://seiehome.jp/>



代 表	寺尾 剛
設 立	2020年
本 社	兵庫県加古川市野口町野口283番地
ショールーム	加古川市平岡町新在家716-8 藤和東加古川ハイタウンD棟111号室
年 商	1億5,000万円
従 業 員	6名



●商圏DATA

兵庫県加古川市 (2026年1月1日現在)	人口	253,229人	世帯数	111,229世帯
姫路市 (2026年2月1日現在)	人口	515,853人	世帯数	233,365世帯
明石市 (2026年2月1日現在)	人口	306,672人	世帯数	139,774世帯

誠実に向き合い お客様に喜ばれる仕事を

ハウスメーカーから独立して5年。地元・加古川で起業し、人材、ショールーム、ホームページなど事業の土台を整えるため奔走してきた。「誠実に栄える」ことを理想に、お客様と真摯に向き合い信頼を獲得している。

積み上げたスキルを生かし 1人で“スモールスタート”。

寺尾剛社長(43)が立ち上げた誠栄ホーム(株)。設立は2020年とまだ若い会社だが、寺尾社長は電気、ガス、水道の国家資格を保有し、自身で施工もこなすスキルを持つ。

「もともとはガス会社で営業を担当していました。技術を持っていないと営業もできないということで、在籍中に資格を取得したんです。ある時、ハウスメーカーを営業で訪ねたら、資格に目が付いたのか自分がスカウトされて(笑)」

リフォームの実践力はここで磨かれた。

「そのハウスメーカーが建築した住宅のアフターメンテナンスやリフォームを担当する部門でした。築10年~50年以上の住宅に関する相談が常にあるので、築年数によってどんな不具合が発生するのか、ある程度パターンも把握できるようになるんです。営業でしたが私は職人さんと一緒に作業もしていて、こんな経験ができたのはハウスメーカーだからこそだったと思います」

ハウスメーカーには13年ほど勤務したが、40歳を目前に独立を決意する。

「ガス会社時代からいつか独立したいという気持ちを抱えてはいたのですが、仕事に集中するうちに忘れかけていて、40代になるとさらにタイミングを逃してしまう気がして思い切りました」

地元の加古川で事業をスタートした。

「自宅の敷地に使用していない離れがあったのでそこを活用し、まずは自分1人で“スモールスタート”という形で始めました」

誠実な対応で地元での 紹介やリピートが増加。

設立5年の会社にしては落ち着いたイメージの社名には、自身の思いが込められている。

「文字通り『誠実に栄えていきたい』ということですね。真摯に向き合い、誠実に対応すれば心が動く。お客様は夢を膨らませてリフォームを決断し、夢に対してお金を払うわけです。その期待を裏切りたくないという思いが強くて。お客様に喜ばれない仕事は意味がないと考えています」

趣味の筋トレによって鍛えた体型もあり、一見すると強面な印象だが、常に誠実な姿から「一緒に働きたい」と社員も徐々に集まった。

「現在社員は6名です。そう言ってくれる社員が来てくれて恵まれているなと思いますね。今年も1~2名程度の採用を考えています」

増加する案件に対応するには人材確保が急務だ。「商圏は加古川市、姫路市、明石市。エリア別に担当者を分けて効率化を図っています」

しかし最近では加古川市に集中しているという。

「当初は、集客の手段としてリフォーム会社紹介サイトを活用していたのでエリアが広がっていましたが、最近では口コミや紹介による案件が増えました。地元にある程度エリアが絞ることができ、効率も上がっていますね」

誠実に向き合う姿勢が、地元へ浸透しつつあるということだろう。

「キッチンをリフォームしたお客様から浴室の依頼をいただくなど、すでにリピート受注も増えてきました。新規のお客様でもネットの口コミを見



「現場担当者が撮影してくるのですが、トイレのフタが開いていたりするとダメ出しされます(笑)。しっかりリードしてくれるので助かっています」

フォロワーも1000人を超えた。

「徐々に増えていますが、私としてはフォロワー数より『いいね』の数にこだわっています。内容を見て反応してくれるというのは、当社のファンが増えるということだと思えます。上辺の数字ではなくて中身を重視していきたいですね」

インスタグラムからホームページを経由し、実際の問い合わせにつながっているという。

「最初にインスタを見たというお客様が増えていて、このルートでの集客効果を実感しています。数社で相見積りになっても、インスタの存在が成約の後押しになっている。当社の仕事の中身が見えることが信用につながっているようです」

ホームページも全面的にリニューアルした。

「以前のホームページは流入数が少なかったのもっと動かしていこうとWEBクリエイターの方に依頼しました。オリジナルキャラクターの『セイエイくん』も誕生したので活用したいです」

ショールーム、SNS、ホームページと、設立から5年を経て会社としての土台が固まった。

「この5年はただ突っ走ってきた感じで、特にショールーム開設前は、週7日が日課の筋トレも中断せざるを得ないほど忙しく動いていました(笑)。今のところ独立したときに思い描いたイメージには沿って進んでいます。今を新たなスタートとして、また頑張っていきたいです」

自身を「人見知りで口下手」と言うだけに、「伝える」ことを大切にしている。

「社員にも『“伝える”と“伝わる”は違う』とよく話します。伝えつつもりでも受け手の認識が違えば伝わってはいない。そうするとお客様の満足度は低下します。私は言葉にするのが苦手なのでプレゼン資料を作成するなど、正しく伝えて寄り添うことに努めています。『お客様に寄り添い一生の家と一緒に作る』が当社のコンセプトです」

経営も営業も、「情報が全て」と語る。

「情報を収集して、“伝わる”ように発信することが大切。私自身もインプットしていけるように、店会活動をはじめ、同業他社の皆さんにお話を聞く機会をできるだけ持つようにしています。人見知りですが話を聞きたいという欲求のほうが勝つので(笑)、積極的に交流していきたいですね」



▲ショールームにはキッチン、浴室、トイレなどを完備。キッチンは来館者に体験してもらうため、実際に使用できるように設置。◀インスタグラムには、お知らせから現場実例まで、さまざまな内容を投稿している。



ホームページのリニューアルを機に誕生したキャラクター、セイエイくん。未確認動物のイエティがモチーフ。

POINT 1

エリアを絞り効率アップ

真摯に顧客に向き合う姿勢が信頼に結びつき、設立5年にして紹介やリピートが増加。受注するエリアを地元メインに絞ることで効率化を図る。

POINT 3

付加価値を高めるスキルを磨く

施工件数ではなく工事単価アップで売上拡大を目指す。断熱リフォームなどの勉強会にも積極的に参加し、住まいの付加価値を高める提案力、技術力を磨く。

POINT 2

ショールームから認知拡大

オープンをきっかけに折込チラシでアピール。需要の見込める大規模マンションに構えることで存在自体が地域への認知拡大に。セミナーなど直接触れ合う場としても活用。

POINT 4

集客、成約のカギはSNS

インスタグラムでコンスタントに情報を発信。施工事例など「いいね」数を重視した投稿を目指す。それが信頼につながり、問い合わせ増や成約率アップへ結びつく。