

2026年

知的資産経営報告書

引越が終わってからも、お付き合いの始まりです。



目次

1.	代表挨拶	2
2.	経営哲学	3
3.	事業概要	4
4.	沿革	5
5.	業務フロー	8
6.	人的資産	9
7.	組織資産	10
8.	関係資産	12
9.	価値創造ストーリー	13
10.	経営環境	14
11.	将来ビジョン	17
12.	将来価値創造ストーリー	18
13.	会社概要	19
14.	あとがき	20

■ サービス業とは何か？を追究し続けます

昭和4年、90年前に運送業から創業し、阪神淡路大震災での被災を契機に始めた引越事業、そこから「サービス業とは何か？」という追究が始まりました。

まずは、社史の中で培ってきた「安全第一」という価値観を大切な基礎におきます。90年間、先輩や現役社員皆で守ってきた「会社」に集う従業員の安心と笑顔が一番大切なものとして考えます。

そして、平安の世からあった「家渡り」、昇進に伴う「引く越す」を語源とした「引越」は、すべて「新しい人生」のスタート地点として「めでたいコト」であり、その新しい「めでたい門出」をお客様がいかに安心して気持ちよく笑顔で迎えられるかを追究し続けます。

さらに、サービスとは、「その地域に住む従業員」が「同じ地域に住むお客様」に提供するものであり、双方がお客様にも従業員にもなり得ます。引越のタイミングのお客様だけではなく、地域の皆さまの発展が私たちの発展につながるという双方向性を大切に、今後も事業展開を続けていきます。

■ 知的資産経営報告書の作成にあたって

2019年のコロナ禍以降、生活様式や考え方などが変化し、ツールなども進化し、それまでなんとなく斜陽産業であるとか、人口減少に伴いシュリンクしていく事業であるなど考えられていたものの変化が加速したように思います。私たちが阪神淡路大震災を契機に始めた引越サービス事業も30年たち、引越もできるブレックスへと変化しようと言い続けてきたことの猶予期間も終わりました。

コロナ禍以降、「原点回帰」ということをスローガンとし、「お客様は誰か？」「そのお客様の求めるサービスは何か？」「私たちの強みは何か？」ということに向き合わなければ私たちの生き残る価値がなくなると考えておりましたが、まさにこの知的資産経営報告書にその全てが詰まっています。

これを社長1人や役員だけが決めるのではなく、代表して選任されたメンバーで考え抜きつくりあげることで、真に当社の財産を見つめなおし新たに再構築し、お客様に対するお役立ちに溢れ、私たち自身もやりがいや幸せな人生を構築できるようになります。

皆で共有し、お客様や私たち自身の今後の幸せづくりの糧といたします。

株式会社ブレックス

取締役社長 大久保 武



■経営理念

私たちはお客様、従業員、そして地域に 安心と笑顔と活力を提供していきます

私たちは、引越や引越後の生活支援サービス（家事代行、不動産売却、家電の買い替えなど）を通じて、お客様の暮らしに安心をもたらし、笑顔を増やし、地域に活力を届けます。

お客様には「ここに頼んでよかった」と思ってもらい、従業員には生活の安定はもちろん、やりがいと成長の場を提供します。その結果として、地域の暮らしを支える確かなサービスを提供し続けます。

■ミッション

私たちは地域の支え合いのプラットフォームとして 持続可能な地域社会づくりに貢献します

私たちは引越をきっかけにお客様とつながり、その後も生活全般の困りごとに応える事業を展開しています。地域の事業者や自治体とも連携しながら「困ったらここへ」と思ってもらえる存在を目指します。地域の信頼とネットワークを強みに、将来にわたり持続可能な地域社会づくりに貢献します。

事業概要

株式会社ブレックスは、「引越」という人生の節目に寄り添い、多様化するニーズに柔軟に応えるサービスを展開しています。単身者からファミリー層、法人まで、それぞれの事情やライフスタイルに応じた引越サービス（基本・荷造り・らくらく・単身コース）を提供するとともに、各種の関連サービスを通じて顧客満足と社会的価値の両立を目指しています。

引越サービスのご案内

リーズナブルで助かる!

基本コース >



私たちスタッフが梱包します

荷造りコース >



まるごとすべてお任せ下さい

らくらくコース >



料金が安くてお得!!

単身コース >



関連サービス

**家電・家具
レンタルサービス**



契約後のレンタル品のお届けや、契約終了後のレンタル品引き取りも無料!さらに、お届けや引き取りと同時ならお引越も格安料金での提供が可能です。

**買取サービス
一般家庭のお引越**



ブレックスでは、ご不要になったご家財、電化製品から貴金属類まで、様々な買取をさせていただくことが可能です。

**買取サービス
事務所のお引越**



何かと費用がかかるオフィスの移転。ブレックスでは、ご移転時にオフィス家具を買取・回収させていただくことが可能です。

**お子様の
世話サービス**



当社では、小さなお子様がいらっしゃるご家庭の引越の際に、お子様のお世話スタッフ（ベビーシッター）を同行するサービスを実施しています。

生前整理



ご時間的にも体力的にも余裕のあるうちに、亡くなった後のことを考えて身の回りの整理を始めませんか?ブレックスが心を込めてお手伝いいたします。

**お墓の掃除
代行サービス**



さまざまな理由で、お墓参りができないお客様に代わり、プロならではの技術と手法に加え、真心を込めてお墓のお手入れを行わせていただきます。

**お荷物の一時預かり
レンタルスペース**



ブレックスでは、建て替えに伴う仮住まいやリフォーム中のご家財の一時預かりを神戸営業所・大阪営業所で承っております。

**少量引越しと
同時レンタル便**



少量引越しと同時にレンタル家電が届くお得で便利なプランです。

サービス概要をWebサイトで公開しています。

<https://www.blex.co.jp/>

	年代	出来事の詳細や背景	知的資産
第一創業期 (紀元前)	1929年 (昭和4年) 7月	戦前、まだ運輸インフラが十分に整っていなかった時代、現社長の祖父が兵庫県で最初のタクシー会社を始める。港を起点とした人とモノの移動ニーズが高まる中で、トラック輸送の需要の伸びにも応えるかたちで事業を展開した。	組織資産 震災の経験や 属人的だった 過去から生まれ 変わった沿革
	1935年 (昭和10年) 2月	創業：旅客運送の開始 一般貨物運輸事業許可取得。タクシー事業に続き、旅客運送を開始。さらに船舶事業にも進出し、300トン級の船舶を所有するなど、海上輸送分野にも取り組んだ。プレックスの前身となる長田貨物運輸として、事業の幅を広げていった。	
	1945年 (昭和20年)	終戦 戦時中、保有していた船舶は接収され、戻ってくることはなかった。トラックも徴用により失われ、終戦後は輸送手段をすべて失い、ゼロからの再スタートとなった。	
	1949年 (昭和24年)	多角化と再建 戦後、はりま精麦として食糧事業を立ち上げるほか、中古自動車教習所などさまざまな事業に挑戦。再びトラック事業にも参入し、輸送業の再建を進めた。創業者は親分肌で人望が厚く、この時期に和田興産との関係性も築かれた。	
	1954年 (昭和29年) 7月	新長田貨物運輸株式会社に組織変更	
	1958年 (昭和33年) 7月	社名を長田貨物運輸株式会社に改称	
	1960年 (昭和35年)	ガソリンスタンド事業を開始 「車のことは全部やる」というスタンスで、ガソリンスタンド事業を開始。あわせて事業用地を長田に拡大し、兵庫県内でトップクラスのLPガスの専属供給先としても位置づけられるようになった。	
	1975年 (昭和50年) 5月	大久保尚男が代表取締役に就任 創業者の逝去に伴い、大久保尚男が代表取締役に就任し、2代目社長となる。神戸で築かれていた財界とのつながりを活かしつつ、ガソリン需要の高まりを背景に、燃料を扱う大東石油株式会社を設立した。	
	1984年 (昭和59年) 11月	事業免許を譲受し、長田運輸株式会社を設立	
	1988年 (昭和63年) 5月	本社移転 物流団地の整備に伴い、本社を神戸市須磨区弥栄台へ移転。より効率的な物流体制の構築を図った。	
	1994年 (平成6年) 12月	新規事業としてゴルフ練習場を開発 長田に空き土地が生まれたことを機に、ゴルフ練習場を建設。	
	1995年 (平成7年) 1月	阪神淡路大震災と経営危機 阪神淡路大震災によりゴルフ練習場が倒壊し経営危機に陥る。須磨のタンクローリーだけが残り、岡山から燃料を運んで対応した。金融機関から貸しはがしを受ける中、姫路信用金庫が支援を申し出てくれた。現在も主要な金融機関の一つである。	
	1995年 (平成7年) 5月	新規事業への転換 震災後の需要を背景に、仮設住宅ユニットハウスの輸入販売を開始。長田に事務所を構え、トラック一台で引越し事業もスタート。引越現場の実務に詳しい又川が入社し、和田興産の転勤対応など不動産・商社関連の引越し業務を中心に受注を広げた。当初は組織体制が整っておらず、又川は退職を考えるほど混乱していた。 事業再編と拠点整備 引越サービス事業を本格化させ、神戸営業所を開設。社名を株式会社ブルーラインエクスプレスへと改称し、新たな体制で事業展開を図った。	

沿革

	年代	出来事の詳細や背景	知的資産
第一創業期	2005年 (平成17年) 6月	大阪支店開設	組織資産 震災の経験や 属人的だった 過去から生まれ 変わった沿革
	2006年 (平成18年) 9月	大阪営業所開設 大久保武（現取締役社長）が入社	
	2007年 (平成19年) 5月	株式会社ブレックスに改称・神戸営業所移転	
	2008年 (平成20年) 11月	新長田アスタ「オールインワン」オフィス運営開始	
第二創業期	2009年 (平成21年) 5月	経営課題と改革の始動 引越事業は現場の実態が把握できておらず、現場管理を任せていた管理者による不正も発覚し、内部体制に課題を抱えていた。その中で、松本引越センターの倒産を機に井原（現常務取締役）が入社。数値管理を経験していた井原は、大久保武の想いに共感し、「この人とならやっていける」と感じて入社を決意。入社後は経営の数値面からの見直しを進めたが、約6,000万円の赤字を抱える厳しい状況であった。	人的資産 攻めの常務 守りの社長 理念資産 現在の経営理 念とミッショ ン 関係資産 現場を支える 資材と車両な どの仕入先 関係資産 要望・無理を 聞いてくれる 協力先
	2009年 (平成21年)	経営改革を本格化 井原は、大手とは異なる独自のポジションを築く必要性を感じ、「地域密着の生活引越し」という方針を掲げて改革に着手。現場視察を始めたところ、不正が多く見られ、リース代やガソリン代などに不明点が多発。指摘・追及した際には、長田の駐車場で関係者に囲まれるという圧力を受ける場面もあった。体制を立て直すため、南大阪の営業所を閉鎖し、方針に合わないスタッフは次第に離れていった。	
	2010年 (平成22年)	業務改革と黒字転換 汎用的な管理システムを導入するなど、業務の見える化と統制を進めた結果、約7,000万円の収支改善を達成。改革初年度となる6月決算では、1,000万円の黒字を計上し、経営再建に向けた大きな一歩となった。	
	2010年 (平成22年)	仕組みづくりと組織変革 営業マン個人に紐づいていた顧客情報を会社全体で管理するため、コールセンターを設置し、顧客対応を一元化。あわせて日計原価の仕組みを導入し、日々の損益を意識する体制へと転換。費用科目の内訳をもとに議論が交わされるようになり、時に前向きな衝突が起こるほど、社内の意識が変化していった。	
	2010年 (平成22年)	営業強化と成長軌道 営業マンを増員したことで営業体制が強化され、顧客対応力が向上。その成果として、毎年1億円ずつ売上が増加するなど、着実な成長軌道に乗ることができた	
	2011年 (平成23年) 10月	東日本大震災と新拠点開設 東日本大震災後、被災地支援の一環として出店要請を受ける。神戸の企業としての立場から東日本でも拠点を持つべきだと考え、場所には横浜にこだわって出展。横浜営業所を開設し、関東圏への事業展開を本格化させた。	
	2014年 (平成26年) 1月	関東展開の試行と撤退 サービス品質を高めるためには人材育成が不可欠と考えたが、十分な育成には時間がかかり、即戦力の確保が難航。加えて関東特有の経営環境に順応できず、横浜営業所は赤字を抱えることとなり、やむなく閉鎖に至った。	

	年代	出来事の詳細や背景	知的資産
第二創業期	2015年 (平成27年) 11月	営業所再編と新たな人材の配置 大阪営業所を移転し、西宮営業所へ名称を変更。あわせて尼崎営業所を閉鎖し、業務を西宮と大阪の営業所に再編・分割した。同業他社から10人が転職してきたことを受け、そのメンバーに大阪営業所の運営を任せる体制とした。	人的資産 法人も直販も色んなサービスを提供できる営業マン
	2016年 (平成28年) 3月	大阪営業所開設 営業体制の強化に向けて大阪営業所を新たに開設。同時期に、福田（引越本部 運営本部 副部長）と大井（現西宮営業所 所長）が入社し、現場力と組織力を強化。	
第三創業期 (新しいブレイクスへ)	2019年 (平成31年) 2月	横浜営業所再開設 かつて横浜で育てた人材が他社で管理者となり、仕事の斡旋を受けたことをきっかけに、再び関東進出を検討。三田の研修センターで幹部らと話し合いを重ねた結果、出店を決定し横浜営業所を再開設した。社長は「みんなで考え、任せる」方針を大切にしており、「地域で生活の引越を支える」「大手にはできない、お客様に深く関わる引越」を追求。社員一人ひとりが自己実現を通じて成長してほしいという強い思いが、この出店にも込められていた。	理念資産 人と人とのつながりを大事にする方針 理念資産 エンドユーザーとのつながりをつくる方針
	2020年 (令和2年) 月	コロナ禍での対応と事業転換 コロナ禍により業績が大きな打撃を受ける中、ZoomやLINEを活用した情報共有の仕組みを構築。迅速な意思疎通を図る体制を整えた。一方で、営業マンの増員は思うように進まず、引越事業の依存度を見直し、一般物流事業の強化へと舵を切った。	人的資産 人柄の良い地域のサポーターとプランナー
	2022年 (令和4年) 2月	「岡本生活便利安心館」を開設 2期連続の赤字により利益率が悪化。引っ越し需要の減少が続く中、「引っ越し後の生活まで支える」という発想から、生活支援を目的とした新サービス「岡本生活便利安心館」を開設。お客様に安心感を提供する新たな付加価値創出に取り組んだ。	
	2022年 (令和4年) 12月	神戸営業所移転 兵庫県神戸市東灘区深江浜町へ神戸営業所を移転	組織資産 オリジナル引越基幹システム
	2023年 (令和5年) 5月	本部開設 兵庫県神戸市東灘区に本部事務所を開設	組織資産 お客様の要望に応える体制調整力
2024年 (令和6年) 月	黒字化と組織の進化 新たな取り組みが実を結び、黒字化。顧客と直接つながることにこだわり、営業用パンフレットも刷新。時代の変化に柔軟に対応しながら、提供価値を見直していった。組織を持続的に成長させるためには、社員一人ひとりが「考える力」を身につけることが必要との考えのもと、主体性を促す組織づくりに注力している。	関係資産 地域の顧客ネットワーク	



神事（昭和39年ごろ）



神事（昭和39年ごろ）



新築竣工記念（昭和39年3月18日）



長田貨物自動車独身寮



昭和40年新社屋及び独身寮建築風景

法人営業活動

1



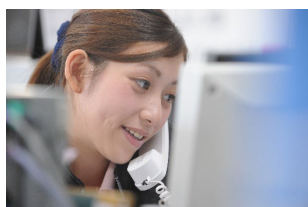
地域密着で紹介の輪を広げます。

地域の不動産店や店舗を一軒ずつ訪問し、サービスの違いや魅力を直接お伝えします。荷物が一つでも相談を受ける姿勢が信頼につながり、紹介の流れが広がっています。

地域ごとに担当を分け、主婦スタッフが自らの裁量で柔軟に動ける体制を整えており、勉強会や情報共有の仕組みにより、質の高い対応を継続しています。

コールセンター 営業が受付

2



つながりの起点を大切にしています。

電話一本で直接相談ができる体制を整え、引越や不用品回収のご要望にすぐ対応しています。紹介元の確認やお礼の流れを大切にし、つながりの起点を大切にしています。営業の予定を事前に把握する仕組みで、限られた人員でも迅速に訪問日程を調整できるよう工夫しています。

訪問・事前調整

3



お客様の声に丁寧に寄り添います。

引越に向け営業が訪問し、予定日や必要事項、補償内容などを一つひとつ丁寧に説明し、お客様の想いや不安に寄り添い、ご要望に応じた柔軟な提案を行います。見積と異なる内容が発生した場合も、納得できる形を一緒に考え調整することで、信頼関係を築いています。

引越し

4



作業前の確認と連携を徹底し、丁寧かつ安全に作業します。

現場では、見積もりに沿って丁寧かつ安全に作業を行います。お客様の要望や注意点はすべて基幹システムに反映し、各部署との連携で確実に引き継ぎます。また、朝礼での共有やチェックシートによる確認も行い、チーム全体で一人ひとりのお客様に合わせた細やかな引越を実現しています。

アフターフォロー

5



引越が終わってからも、お付き合いの始まりです。

引越は完了ではなく、その後の安心と満足を提供する始まりと考え、引越が終わった後も段ボールの回収やお礼の対応、万一のトラブル対応まで丁寧に行います。お客様とのつながりを大切にし、長くお付き合いをすることで、様々なお困りごとの解決につながる様々なサービスを提供します。

・法人も直販も色々なサービスを提供できる営業マン（プランナー）



ブレックスの営業マン（プランナー）は、法人顧客と個人顧客（直販）の両方に対応できる柔軟な提案力と対応力を備えています。また、顧客の悩みや課題を深く理解し、引越しや生活支援といった付帯サービスまで視野に入れて提供する力があります。

このように、臨機応変に対応できることが、地域での信頼の獲得や、リピート受注の源泉となっています。「お困りごとを解決したい」という社内文化や、勉強会での学びが彼らの成長を後押ししています。

・人柄の良い地域のサポーター



サポーターは、地域のお客様に寄り添い、安心感と信頼を提供します。初めての相談でも話しやすく、引越しや生活の困りごとに対しても、親身に対応します。スタッフ同士は、お互いの行動を共有しながらも、しばらく自由に動き、自主的な提案や素早い対応が現場で自然に生まれています。

また、LINEを活用した日常的な連絡や相談により、チームとしての一体感と機動力を支え、多くのメンバーが「ブレックスが好き」と感じ、その前向きな想いが、お客様との信頼関係にも温かく表れています。

・攻めの常務、守りの社長



ブレックスの経営は、「攻めの常務・井原」と「守りの社長・大久保」の補完関係によって支えられています。経営危機の中で井原は現場改革を担い、大久保社長の姿勢に「この人ならやっていける」と信頼を寄せました。

大久保社長は、社員が安心して働ける場を守るとともに、「自ら考え、みんなで考える力」を育てることが組織の継続に不可欠だと考えています。そのような中で、常務は地域密着のサービスを掲げ、業務改善や新たな展開を推進してきました。この信頼と役割分担が、挑戦と安定を両立させる経営を実現しています。

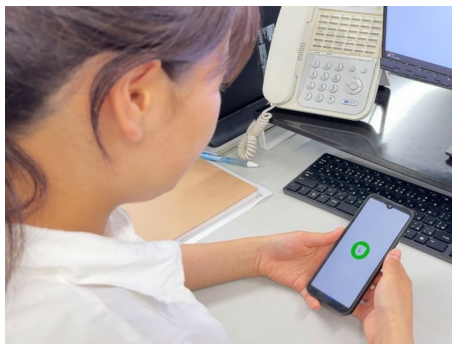
・お客様の要望に応える体制・調整力



お客様の多様な要望に柔軟かつ迅速に対応できる体制が整っています。営業・コールセンター・現場が常に情報を共有し、全社的に連携して動ける仕組みがあることで、お客様が「困ったときにすぐ動いてくれる」信頼につながっています。

無理難題に対しても「できる方法を考える」という文化が根づいており、部署や担当の垣根を越えた調整が自然に行われています。社員一人ひとりが自分ごととして動くことで、お客様の声に応える力が組織全体に伝わっています。

・より多くの人の声をよく聞くシステム



営業やコールセンターが個別に抱えていた顧客情報を全社で共有できるシステムを整え、より多くの人の声に耳を傾けることができる体制を構築しています。特定の担当者だけでなく、組織全体でお客様の課題や変化を把握し、素早く対応することで、信頼関係を深めています。

また、お客様との日常的な接点やLINEなどのツールを活用したやりとりから、何気ない声も拾い上げ、サービス改善や新たな提案につなげています。この仕組みは、お困りごとの解決や満足度の向上に直結しています。

・定期的な勉強会



現場スタッフや営業、サポーターなどが参加する定期的な勉強会を通じて、知識や価値観を共有し合う文化が根づいています。業務をより効率的に進めることだけではなく、「お困りごとをどう受け止め、どう応えるか」といった考え方や姿勢を磨く場として機能しています。

この勉強会により、現場での気づきや成功事例が共有されることで、地域のお客様一人ひとりにより合った対応が可能となり、信頼やリピートにもつながっています。社員同士が共通の視点で行動できるようになり、組織全体の質の底上げにつながっています。

・お困りごとを解決したい想い



ブレックスのすべての行動の根底には、「お困りごとを解決したい」という想いがあります。引越しや生活のちょっとした不便、手間、孤立といった目に見えにくい問題にも真摯に向き合い、「どうすれば助けになれるか」を常に考え、動いてきました。

この想いは、現場のスタッフ一人ひとりにまで浸透しており、組織の風土として自然に根づいています。だからこそ、業務の枠を超えた提案や支援が生まれ、「こんなことまでしてくれるの？」という驚きと感動につながっています。

・人と人とのつながりを大事にする方針



「人と人とのつながり」を大切にしている方針を掲げています。お客様・社員・地域・協力先など、あらゆる関係において「相手の顔が見える関係性」を築くことを重視しており、それが信頼と安心につながっています。

困ったときに気軽に声をかけられる関係、何かあれば相談できる関係を継続していくことが、ブレックスのサービスの本質です。日常的なやりとりや、地域に寄り添った活動を通じて、目の前の一人ひとりと誠実に向き合う積み重ねが、リピートや紹介といった信頼の循環を生み出します。

・エンドユーザーとのつながりをつくる方針

岡心春の
暮らし応援フェア
2025.4.15(火)
10:00~15:00
東瀬区本庄町2-4-12 建物前駐車スペースにて開催

★4月限定！岡心感謝デー 特別イベント開催★

ネイル体験コーナー 12時～15時

日頃のご愛顧に感謝を込めて、今回はなんと、プロのネイリストをお招きし、ネイル体験コーナーを開催いたします。普段頑張っている自分へのご褒美に、気分が華やかになるネイルはいかがですか？

※ご予約不要・参加無料

【ご協力】Shoepark様

体験無料

取引先企業と、エンドユーザーとの直接的なつながりを大切にしている方針を掲げています。例えば、引越し先での生活サポートや地域情報の提供など、暮らしに寄り添ったサービスを通じて、顔の見える関係を築いています。また、コールセンターやサポーターが困ったときにすぐに相談できる関係性をつくることで、「使ってよかった」と感じてもらえる体験を提供しています。

このようなエンドユーザー視点の取り組みが、地域内での口コミや紹介、リピートにつながり、結果として法人顧客や協力先との信頼関係も強化されています。

・地域の顧客ネットワーク



長年にわたって地域に密着した活動が続ける中で、顔が見える形での顧客ネットワークを築いてきました。一度きりの取引ではなく、引越しや生活支援などを通じた継続的な関係づくりに力を入れ、信頼関係を大切に育んでいます。

このネットワークは、リピートや紹介を生むだけでなく、「ブレックスに頼めば大丈夫」といった口コミによって新たな顧客との接点が生まれる循環を生み出しています。また、高齢者世帯や単身者など、困りごとを抱えやすい層にも自然とつながることができ、地域全体の安心感にも寄与しています。

・要望・無理を聞いてくれる協力先



エアコンの取り外し・設置などの電気工事や、ピアノ・金庫といった重量物の運搬を担当する信頼できる協力先の存在は、ブレックスならではの付加価値の高いサービス提供を可能にしています。また、現場やお客様の状況をよく理解し、急な依頼や難しい要望にも柔軟に対応してくれる頼れる存在です。

対応が丁寧で、クレームもほとんどなく、ブレックス全体のサービス品質を支える大きな要因となっています。「ブレックスに頼んでよかった」という実感につながっています。

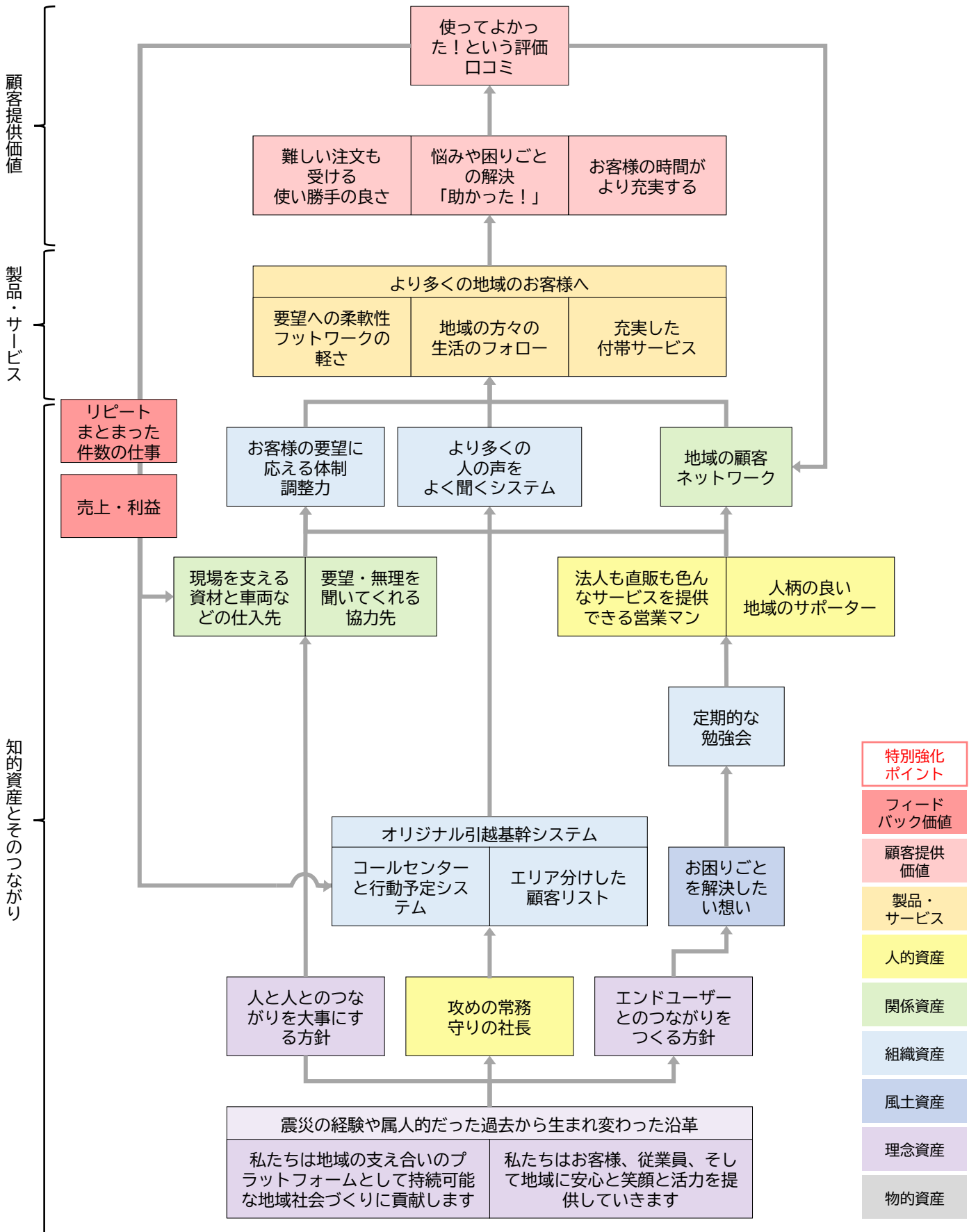
・現場を支える資材と車両などの仕入先



引越事業には、梱包材や台車、パッドなどの資材から、トラックなどの車両まで、さまざまな物的リソースが欠かせません。安全で効率的な作業を支えるために、信頼できる資材や車両の仕入先との関係を築いています。

必要なときに必要なものが届く柔軟な対応力を持ち、現場の声を反映した工夫や改善にも協力的です。こうした安定した調達体制があるからこそ、ブレックスは安心・安全な引越サービスを提供し続けることができます。

価値創造ストーリー



	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
顧客の変化	<p>【現状】 価格と情報に敏感なお客様 引越サービスは利用してみないとわからないため、ネットで価格を比較した上で依頼する傾向が強い。 また、個人情報保護意識が高まっている。</p> <p>【変化予測】 価格と品質重視への傾向 比較検討の容易化で価格と品質の両面でより厳しく選別される。</p>	<p>【対策】 品質訴求による顧客獲得 直接のお客様ルートを開拓し、価格以上の価値を感じてもらえる営業スタイルを確立する。説得力あるトーク力を磨き、協力会社との情報共有を強化しながら、厳しい価格・品質評価にも応えられる体制を整える。 BtoBにおいては、不動産会社の社宅代行など、上流段階での営業接点が受注獲得の重要な要素となる。</p>
市場の変化	<p>【現状】 引越市場は縮小傾向 社会情勢による需要変動の影響を受けやすい業界であり、結婚しない人が増えて単身世帯が拡大、家財移動は減少傾向にある。自分で引越しを行う層も増加している。 働き手不足が深刻化し、特にドライバーの奪い合いが進む中、副業人材の活用も増えている。</p> <p>【変化予測】 高齢化による需要構造の変化 今後は高齢かつ単身世帯が増加し、市場規模はさらに縮小する。引越後の生活支援や高齢者向けサービスの需要は増える可能性がある。 法人の転勤需要依存はリスクが高まり、需要はより不安定化する。</p>	<p>【対策】 引越後のサービス展開拡大 法人転勤需要への依存を減らし、繁閑差を小さくする体制を整える。 社内の柔軟に対応できる人材を活かして引越後のサービス展開を拡大し、市場縮小に対応して「何かあったらプレックス」という認知を広げる。 働き手不足に対し、お客様との信頼関係を強化することで、状況に応じてお客様にも働き手として紹介できる関係を構築する。</p>

	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
技術の変化	<p>【現状】 オンライン化と省力化の進展 リモートでの見積が可能となり、現場での完了書作成もiPadで対応できるようになった。ペーパーレス化が進む一方で、FAX利用は依然多い。 パワーツのような現場での単純作業をサポートする技術も進んでいるが、狭所での複雑な作業には不向き。テープを使わない養生資材が開発され、普及が進んでいる。</p> <p>【変化予測】 業務環境が自動化・高度化 産学連携による新技術が実用化され、AIを活用した配車、距離や日程など複数要因を組み合わせた受注判断など、効率的な業務運営が実現する。</p>	<p>【対策】 技術導入と判断精度の向上 産学連携で自動配車や情報処理技術の研究を進め、移動距離や日程を基にした受注可否判断を行う体制を整える。 どんな技術が確立されるかはわからないが、新技術導入による効率化と品質確保を両立し、変化する業務環境でも柔軟に対応できる仕組みを構築する。</p>
仕入先や協力先の変化	<p>【現状】 高騰と時間的制約が進む 代替の効かない協力先も多く、値上げ要請に真摯に対応を検討する必要がある。働き方改革で対応可能時間が短縮し、受注時点で時間見通しを立てる必要性が増している。段ボールや燃料など資材価格の上昇が続いている。</p> <p>【変化予測】 コスト上昇と負担の増加 今後も外注費や資材価格は上昇傾向が続き、価格転嫁の必要性が高まる。協力先の時間的制約はさらに強まり、受注調整や工程管理が難しくなる。一方で、早期受注や条件明確化など、効率的な取引方法を構築すれば安定供給の機会となる。</p>	<p>【対策】 価格転嫁と受注方法の最適化 値上げ理由を相場や背景を踏まえて顧客に説明し、価格転嫁を実現する。営業段階での前倒し受注や指定時間決定など、受注フローを改善し、協力先との調整負担を軽減することで、安定した対応体制を維持する。</p>

	現在の状況と変化予測	自社にとっての影響と対応策
競争相手 の変化	<p>【現状】 大手のシェア拡大と価格競争の激化 大手1社が引越業界の4分の1のシェアを占め、お客様による相見積が増加している。支店網の広さと早朝からの積極営業、人海戦術と成果連動の給与制度で競争力を高めている。地元業者は価格競争に追い込まれやすく、引越だけでは差別化が難しい状況が続いている。</p> <p>【変化予測】 大手の強化と中小業者の淘汰 今後、大手は引越だけでなく、引越以外の家電販売や中古買取・販売など事業領域を拡大し、競争優位をさらに高める。 中小業者は厳しい経営環境の中で淘汰が進み、残存企業は特定分野での差別化や独自サービスの確立が不可欠となる。</p>	<p>【対策】 付加価値化と事業多角 大手にない付加価値として慣れたスタッフによるきめ細かいサービスや引越後のサービスを打ち出し、引越は中心的な事業に据えつつ、引越以外の分野でも収益機会を確保する。引越を入りに生活全般のサービス提供へ広げ、そうしたサービス展開を支えるような人事制度も強化して競争力を維持する。</p>
自社の変化	<p>【現状】 多面的な変化に直面する 顧客は価格と品質に敏感で、ネット比較が主流となる。市場は人口減少や単身世帯増加により縮小傾向で、働き手不足も深刻化している。 技術面では遠隔見積やペーパーレス化が進む一方、現場対応には従来の手法も残る。仕入先・協力先からは値上げ要請が相次ぎ、競合では大手がシェア拡大と事業多角化を進め、地元業者は価格競争に追い込まれている。</p> <p>【変化予測】 選別化と効率化が進む 今後は、比較の容易化により価格・品質の双方で厳しい評価を受ける。市場縮小と人材不足は加速し、大手の多角化で競争は激化する。 AIや自動配車などの技術革新が受注判断や工程管理を高度化し、協力先の時間的制約やコスト上昇が取引の前提条件となる。</p>	<p>【対策】 柔軟な事業構造の構築 直接顧客ルートの拡大と法人上流営業、引越後サービスや生活支援事業で収益源を広げて安定需要を確保する。価格以上の価値を訴求する営業力を強化して大手にない付加価値で差別化を図る。 また、人材不足に対応するため、副業人材や柔軟な労務制度で。産学連携でより業務効率を高めるシステムの導入・運用を進め、受注前倒しや条件明確化で協力先との調整を効率化していく。</p>

■将来ビジョン

地域とお客様に、安心・笑顔・活力を届ける 「暮らしのプラットフォーム」へ

引越はお客様との出会いの入口と位置づけ、お客様に直接つながるネットワークを拡大し、引越後の生活支援を広げ、トータルで安定的な需要を確保します。いろいろな困りごとにさらに応えていくことで、価格以上の価値を訴求して付加価値で差別化を図るとともに、地域のお客様に「任せてよかった」と思っただけの存在を目指します。

従業員の生活安定と成長の場を提供することで、大切な家族を働き手として安心して預けられる職場環境を整えます。新しい技術への投資で業務効率を高め、協力先との関係性を強化しつつ、「楽しそうな会社」として、地域やお客様に安定した高品質サービスを継続的に提供できる体制を築きます。

■将来ビジョン実現のための戦略

1. 事業構成の転換と地域支援の強化

生活支援サービスの比重を高めて事業全体の柱とし、引越とその他事業の売上比率を50：50にして利益率10%を実現するとともに、地域のサポーターと連携して暮らし全般を支えるネットワークを構築します。

2. 顧客基盤の拡大と信頼の確立

リピート率を15%から30%へ引き上げることを目指し、顧客の声をもとにサービス改善や新サービス開発を進め、さらにコンプライアンス順守と安全対策を徹底して「安心して任せられる企業」としての信頼を確立します。

3. 人材育成を軸とした持続可能な経営体制

関西での店舗数を3店舗から5店舗へ拡大してエリアと対応力を強化し、若手から管理職候補まで計画的に育成できる教育・キャリアパスを整備して、人材育成を軸とした持続可能な経営体制を築きます。

将来価値創造ストーリー

地域とお客様に、安心・笑顔・活力を届ける
「暮らしのプラットフォーム」へ

顧客提供価値

製品・サービス

知的資産とそのつながり

使ってよかった！という評価
口コミ

難しい注文も受ける
使い勝手の良さ

悩みや困りごとの解決
「助かった！」

お客様の時間がより充実する

引越し事業50% その他 事業50%の売上比率

より多くの地域のお客様へ

要望への柔軟性
フットワークの軽さ

地域の方々の生活のフォロー

充実した付帯サービス

リピート率30%へ

リピート
まとまった
件数の仕事

売上・利益

お客様の要望に
応える体制
調整力

より多くの
人の声を
よく聞くシステム

地域の顧客
ネットワーク

現場を支える
資材と車両な
どの仕入先

要望・無理を
聞いてくれる
協力先

法人も直販も色んなサービスを提供
できる営業マン

人柄の良い
地域のサポーター
とプランナー

安心して働ける職場
環境

定期的な勉強会

オリジナル引越基幹システム

コールセンターと行動予定システム

エリア分けした顧客リスト

お困りごとを解決したい
思い

人と人とのつながりを大事にする方針

攻めの常務守りの社長

エンドユーザーとのつながりをつくる方針

震災の経験や属人的だった過去から生まれ変わった沿革

私たちは地域の支え合いのプラットフォームとして持続可能な地域社会づくりに貢献します

私たちはお客様、従業員、そして地域に安心と笑顔と活力を提供していきます

- 特別強化ポイント
- フィードバック価値
- 顧客提供価値
- 製品・サービス
- 人的資産
- 関係資産
- 組織資産
- 風土資産
- 理念資産
- 物的資産

会社概要

社名	株式会社ブレックス
代表者	代表取締役 大久保 尚男
創業	昭和10年（1935年）2月
資本金	5000万円
事業所	引越本部 〒658-0012 兵庫県神戸市東灘区本庄町2-4-12 神戸営業所 〒658-0023 兵庫県神戸市東灘区深江浜町86 西宮営業所 〒663-8243 兵庫県西宮市津門大筒町4-27 大阪支店 〒540-0024 大阪府大阪市中央区南新町2-3-7 塚本ビル5階 大阪営業所 〒566-0052 大阪府摂津市鳥飼本町5-12-62
事業内容	引越サービス、レンタルスペース事業、家電家具レンタル事業、不動産売買・仲介・管理・賃貸事業、建築・リフォーム事業、清掃業（ハウスクリーニング）、電気製品販売事業、事務機器類・一般家具類リサイクル事業、石油・ガス類ローリー輸送事業、石油類販売事業
グループ各社	家事お手伝いサービス：株式会社ブレックスマザーズ 訪問看護ステーション：株式会社Leap LPG販売：大東石油株式会社 タクシー：株式会社山手モーターズ、キクヤ交通株式会社
主要取引先	アーバンライフ株式会社、株式会社ウィル、株式会社エイブル、大阪学校生活共同組合、株式会社大阪宅建サポートセンター、大阪府警察職員互助会、大阪府警友会、関電コミュニティ株式会社、関電不動産開発株式会社、グローバルコミュニティ株式会社、神戸医師協同組合、神戸市職員共助組合、一般財団法人神戸すまいまちづくり公社、コスモスベリーズ株式会社、サンヨーホームズ株式会社、ジェイアール東海物流株式会社、JX日鉱日石エネルギー株式会社、株式会社ジャパンガスエナジー、新明和工業株式会社、信和不動産株式会社、住友林業株式会社、晴耕雨耕株式会社、積水ハウスシャーマゾンPM東京株式会社、積水ハウス不動産株式会社、セコム株式会社、総合地所株式会社、大和ハウス工業株式会社、大和ハウスリアルエステート株式会社、テルウェル西日本株式会社、東急不動産株式会社、東急リバブル株式会社、株式会社日本ネットワークサービス、パナソニックホームズ株式会社、兵庫県学校厚生会、兵庫県警察互助会、兵庫県職員互助会、兵庫宅建株式会社、福山通運株式会社、ミサワホーム近畿株式会社、みずほ不動産販売株式会社、三井住友トラスト不動産株式会社、三井不動産リアルティ株式会社、三井不動産レジデンシャル株式会社、三井ホーム株式会社、三菱地所コミュニティ株式会社、三菱地所ハウスネット株式会社、三菱電機ライフサービス株式会社、和田興産株式会社（五十音順）
主要取引銀行	三井住友銀行長田支店 姫路信用金庫神戸西支店 神戸信用金庫中央支店
加盟団体	兵庫県トラック協会、大阪府トラック協会、兵庫県宅地建物取引業協会、兵庫県経営者協会、神戸商工会議所
Webサイト	https://www.blex.co.jp/
従業員数	60人
営業時間	月～土 9:00～19:-00 日曜日 9:00～17:-00

1. 知的資産経営とは

知的資産とは無形の資産であり、企業における競争力の源泉である、人材、技術、ノウハウ、組織力、知的財産（特許、商標など）、ブランド、顧客とのネットワーク、仕入先や協力会社とのネットワーク、組織風土、経営理念などの財務諸表には記載されていない経営資源の総称です。

知的資産経営報告書とは、自社の知的資産、および知的資産が価値を生み出す過程（ストーリー）を、取引先や仕入先、協力先、金融機関などの外部関係者、従業員や株主などの内部関係者といったステークホルダー（利害関係者）に対しわかりやすく伝え、企業の価値創造にいたる認識の共有を図るために作成する書類です。

経済産業省から2005年（平成17）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作成しております。

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並びに附帯する事業見込みなどは、すべて現在入手可能な情報をもとに、当社の判断にて記載しております。そのため、将来に亘り当社を取り巻く経営環境（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事もあり、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事を、ご了承願います。

本報告書の記載内容・構成・表現等の無断転載、改変、模倣を固く禁じます。万一、発見された場合は法的措置を含めた対応を行う場合があります。

3. 作成者

株式会社ブレックス

取締役社長	大久保 武
常務取締役	井原 健成
運営本部副部長	福田 英樹
運営本部課長	又川 和浩
運営本部課長	森 康之
西宮営業所所長	大井 壮太
管理部総務課係長	嶋田 貴文

4. 作成支援

中小企業診断士 原一矢

本報告書は、知的資産経営の基本的な考え方や一般的な枠組みを踏まえつつ、独自の視点や工夫を加えて作成しています。参考にされる場合でも、それぞれの現場や企業の実情に即した独自のアプローチを構築いただくことをお願いいたします。

5. 問合せ先

〒658-0012 兵庫県神戸市東灘区本庄町2-4-12

TEL 0120-06-1954

<https://www.blex.co.jp/>

6. 発行

2026年4月

