

Case Study Report

ストック総研「実践企業」インタビュー

ハーツリッチ 株式会社

「絶対的な強みを軸に周辺事業を作り、
そこから集まるデータを
また強みにしていく多角化戦略」

Sample

● 企業情報

「ハーツリッチ 株式会社」

＜事業内容＞

- ・カビウイルスホームクリーン/カビ取り・カビ臭対策
- ・カビ同定～発生要因調査サービス/環境コンサルティング
- ・ガス殺菌車全国出張サービス

● プロフィール

穂苜 英樹（ほかり・ひでき） 代表取締役

大学院修了後、一部上場企業の準大手ゼネコンに入社。

マンション・商業施設の施工管理、直売所新築プロジェクトの作業所長を経験。

その後、デベロッパー系大手管理会社の技術部門に従事。管理会社時代に父がカビによる肺炎を患い、全国のカビ取り業者を探したが無く、自分でのカビ取りを実施。

その経験もあり、父と同じようにカビで命を落とす、カビで家や思い出の物を処分するというつらい経験をして欲しくないと思い、2014年ハーツリッチ株式会社を設立。

現在累計約10,000件のカビの悩みを解決し、カビ対策施工件数も4,000件を突破。

《取材：インタビュアー》

SBA「ストックビジネス実践会」主宰

浅野 雅義（あさの・まさよし）

滋賀県出身。千葉大学卒業後、大手設計事務所にて不動産管理事業の立ちあげや、土地の有効活用提案業務に従事。

住宅から事業用物件まで、土地それぞれがもつ個性にあった活用提案を推進するなかで「オーダーメイド型土地活用コンサルティング」の仕組みを確立。

これまでの経験やノウハウを活かし、真にオーナーの事業の成功をサポートするコンサルタントでありたいと決意し独立。

「株式会社 不動産企画経営研究所」設立～代表就任。

はじめに

今回は、SBA 会員でもあるハーツリッチ株式会社の穂苅英樹社長をお迎えしました。

カビ対策 No1 企業として、官公庁や超大手企業からの引き合いもある同社が

「どのように事業拡大してきたのか？」

そして

「ストック思考®で、変わった点？」

などの視点でお話を伺いました。

身近なようであまり知らないカビの危険性。そして、それをチャンスと捉えて真摯な姿勢で事業を推進してきたリアルな体験談と穂苅社長のビジョンは、あなたのビジネスのヒントになるはずです。

是非、ご覧ください。

浅野雅義

■ ハーツリッチとは

浅野：穂苺社長、本日はよろしく申し上げます。

穂苺：こちらこそよろしく申し上げます。

浅野：まず、SBA 会員の方でもご存じない方もいるので『ハーツリッチ』の事業についてお聞かせください。

穂苺：はい、カビに関する総合企業として、カビ対策を専門的に行っています。具体的には、カビ取り作業や防カビ対策が中心になります。

浅野：一般住宅が多いんでしょうか？

穂苺：いいえ、住宅以外にも商業施設や病院などからの引き合いもあります。

浅野：どれくらいの金額帯の依頼が……？

穂苺：一般住宅ですと下は7万円から、上は100万円。商業施設や病院などは、規模にもよりますが300～800万円位で、平均すると1件30万円ですね。

浅野：なるほど。

穂苺：実は、1日2～3件の施工が可能。人件費を含めても原価が低く利益率80%を超えています。

浅野：80%超えはすごい利益率！

穂苺：他にも、大手企業からの依頼で、カビの専門家として裁判資料を作成したり、オリジナル薬剤の販売をしたりしています。

■ ハーツリッチの強み

浅野：お客様は、こういったタイミングで御社に依頼をするのでしょうか？

穂苺：目に見えている場合もありますが「カビっぼいかも？」という感じで、インターネットで調べてご連絡いただく場合が多いですね（笑）

浅野：インターネットでカビについて調べているとハーツリッチのホームページが出てくる！

穂苺：唯一かつ日本最大規模のカビ対策を専門とする会社として、動画などでも情報発信しているので、必然的にお引き合いに繋がって、自然と情報も集まってきます。

浅野：事例が「溜まる」ですね。

穂苺：はい。

あと、カビ対策に関する何十種類の市販剤の検証を繰り返し、改良を加えることで効果を上げてきました。これが結果的には、オリジナルの薬剤や技術を生み出す研究開発力に繋がりました。

浅野：なるほど。

穂苺：いま、世界初となる「カビ取り工法」特許も出願しています。また、日本で唯一の「ガス滅菌車」などの運用も開始して1年になります。

ガス滅菌車「PR TIMES」より



浅野：ガス滅菌自体、とても珍しいと思うんですが……。

穂苺：恐らく医療関係のところ以外は、持っていないのではないのでしょうか。

浅野：それを車に載せてしまう発想がスゴイ（笑）

穂苺：全国に出張サービスが可能になりました。

こうした技術面も強みですが、それを支える情熱ある技術者が当社に集まっていることが、最大の強みですね。

■ カビの危険性と創業秘話

浅野：インターネットが入口というお話がありましたが、どのような相談が多いんでしょうか。

穂苺：先程の「カビっぽかも？」という方以外に、深刻な方もいらして呼吸器科の医師から紹介されて連絡がくることもあります。カビから発生するトリコストロンという物質が原因とした過敏性肺炎が増えているという話も聞いています。

浅野：カビ被害は広がっている？

穂苺：地球温暖化の影響からか日本の平均気温が上昇。それに伴って湿度も上がってきているので、よりカビが発生しやすい環境になっているといえます。

また、カビというと古い家屋を想像されるかもしれませんが、高気密高断熱住宅の普及によって湿気が逃げず、築1~2年でも陽が入りにくい建売住宅にお住まいの方からの依頼が多くあります。

浅野：新築ですと建具や基礎のコンクリートの水分も関係するかもしれませんがね。カビにもいろいろ種類があると思いますが、やはり危ない？

穂苺：約80種類のカビがあるといわれていますが、肺炎、喘息やガンの原因になるともいわれています。

浅野：本業が不動産なので、カビと思われる黒ずみなどをよく目にします。

穂苺：濡れているところは黒カビで、結露や漏水が主な原因。濡れていないところは青カビで湿気が多い場所に多く見られますが、毒性は黒カビの方が強いといわれています。カビは成長過程で胞子を拡散しているので、ある意味、それは毒を吸っていることになるといえます。

浅野：不動産に関わる立場としても気になるんですが、カビを防ぐ方法はありませんか？

穂苺：カビは病気のガンと同じで、小さなうちから除去と防止の対策をしていくことが大切です。そうすると自分で対処することも可能ですし、業者に任せても費用も安くすみます。

浅野：早期発見が大切……。

穂苺：また、防ぐという視点とはちょっと違うかもしれませんが、当社では、カビ対策でお邪魔した場所を地図にプロットしています。

浅野：カビが多く発生する地域が分かる！？

穂苺：はい。

埋め立て地や、もともと窪地だったところ、山を切り崩して造成した場所など、カビが多く発生する地域には傾向があります。

浅野：そもそもカビが発生しにくい環境の地域を選ぶ。

穂苺：地域もそうですが、マンションですと 3 階以上のほうがカビの発生が少なくなります。

浅野：カビ専門家の視点で不動産購入へのアドバイスもできるんですね。

穂苺：実は、創業のキッカケになったんですが、私の父はカビが原因で肺の難病を患いました。

浅野：そうなのですね。カビを甘くみてはいけないと……。

穂苺：父は、私が創業して間もなく肺炎で亡くなってしまおうんですが、その命だけではなく、私は思い出の品々までもカビによって失いました。

浅野：それは、どういうことでしょうか？

穂苺：カビが再発生するリスクがあるため、大切にしていた服や本、私が子供の時から使っていた家具などもすべて処分する必要があったんです。

浅野：普通では気づけないカビがもたらす危険性ですね。

穂苺：それまで、全く気にしていなかったカビでしたが、大切な思い出、大切な人までを失う経験をして、このような悲しみを世の中から無くすためにカビ取り事業を創業しました。

■ ストック思考®で変わった事業構成

浅野：ストックビジネスアカデミーに参加されて、変わった点についてお聞かせください。

穂苺：以前は、フローの大型案件を狙っていました。でも、それではダメなんだと気づかされました（笑）

浅野：具体的に始めたビジネスはありますか？

穂苺：お陰様で、1年前に始めた大手自動車会社向けの液剤販売が順調です。

浅野：車内の除菌？

穂苺：半年ごとのオイル交換時にコーティングをしているようで累計2万台になったと聞きました。この安定的な売上があるとないのでは、全然違うことを実感しています。

浅野：ストックは経営者の精神安定剤と大竹さんはよく言ってましたね（笑）

穂苺：あとは、以前から行っていた衣類のクリーニング事業への見方が変わりました。

浅野：詳しく教えてください。

穂苺：カビの専門会社として衣類も取り扱おうか……という程度に考えていたんですが、もっと手広くクリーニング事業に取り組むことによって、それが本業への入口になる。

浅野：面白いですね！

穂苺：高いシェアを確保しているといっても、カビ関連の需要はまだ多くありません。それをクリーニングという誰しもが利用するサービスを通して間口を広げる。そんなことを考えて、創業 100 年を超えるクリーニング会社の営業権を買い取りました。

浅野：クリーニングが入口。

穂苺：入口といえば、大竹さんが運営されている貸し会議室のテーブルに当社ホームページに繋がる QR コード入りの「除菌済シール」を貼らせていただいています。

貸し会議室のテーブルに貼付のシール



浅野：コロナウイルスの感染拡大がきっかけになった？

穂苺：アルコールの代わりに銅を使った技術の除菌なんですけど、色々なメリットがあります。

例えば、アルコールで皮膚がかぶれるアレルギーはあっても、銅アレルギーはあまり聞いたことがありません。

また、アルコールですとフローリングなどの素材が劣化したり、白濁したりしま
うトラブルもありますが、それありません。

浅野：大竹さんが、穂苅さんに大幅な価格協力をいただいているので、販売に協
力しなくちゃいけない……と話していたのを思い出しました（笑）

穂苅：（笑）

色々な視点から、直接アドバイスいただけたのは大きか
ったですね。

貸し会議室の除菌に使用中の「クリーンプロテクション®CU2+」



大竹さんからは、コーティングのような需要を狙うので
はなく、アルコール消毒の代替として訴求すべきというアドバイスもらった
ので、ちょっと過激ですが「まだアルコール使っているの!？」という動画の準
備もしています。

浅野：面白そうですね。

コロナのお話がでたので、お聞きしますが、やはり影響はありましたか？

穂苅：一般住宅の場合は、家に入れてもらえないのが大きかったですね。あとは
消費が冷え込んだというか、いつもなら 30 万円くらいで決まっていた仕事が安
くなったり、自分でやるから……と受注できなくなったりすることもありまし
た。

■ 今後の展開

浅野：カビに関する総合企業として、ブルーオーシャンを切り開いたといえる
と思うんですが、今後の事業展開については、どのようにお考えですか？

穂苅：先程、お話しした衣類クリーニングと同じ枠組みで、エアコン清掃を入口に
した事業展開を考えています。

具体的には、業界の標準的な価格である 12,000 円で仕事を受けるんですが、販売価格 10,000 円相当のフィルターがもれなくついてくる！

浅野：しかも専門会社だから防カビ効果も高い！？

穂苺：オリジナルの薬剤を使用するので、もちろんその効果もあります。断るのが損という「断れない仕組み」で、翌年の清掃も受注してくる……（笑）

浅野：それは「ほぼストック」になりそうですね。

穂苺：それ以外にも、研究段階ですが AI の活用も検討しています。

浅野：人工知能でカビを見つける？

穂苺：当社には、どの部屋のどこにどのようなカビが発生しているか瞬時に察知できる凄腕の職人がいます。

浅野：臭いで分かる？

穂苺：臭いを超えて味として酸っぱく感じるそうです（笑）
その職人が粘膜で感じているモノの波形を AI で解析する。

浅野：達人レベルのカビ対策が属人性にしばられず誰でもできるようになる。

穂苺：時間もお金も掛かっているカビの同定が、瞬時に行えるようになる効果は絶大です。

また、会社とは別に「日本建築防黴協会」を立ち上げて、『カビ対策技術者試験』『日本カビ取り認定業者』という技術認定も行っていますが、こちらも拡大していきたいですね。

日本建築防黴協会 HP より



浅野：「認める」仕組みですね。

穂苅：大学の先生に理事長になってもらい、カビに関するコアな情報が集まる。そしてそれを分析して発信していきたいと考えています。

浅野：事業と協会の両方で情報を蓄積して発信していくと。

穂苅：現在のカビ関連市場の規模が 85 億円、1,000 億円まで市場が拡大するといわれています。その 95%を確保したいと思っています。

ちなみに、白アリ・害虫駆除が 2,000 億円、衣類とエアコンクリーニングがそれぞれ 3,000 億円、リフォームが 6 兆円の市場規模といわれています。

浅野：今日、お話を伺って不動産とカビは密接に関係していることに、改めて気づきました。不動産業界の市場規模を考えると 1,000 億円は軽く超えていく感触があります。

穂苅：カビ発生危険度マップやデベロッパーの用地取得の際のアドバイスなど、直接的なカビ対策以外のビジネスも含めるとそうなるかもしれません。

浅野：楽しみですね、本日はありがとうございました。

穂苅：こちらこそ、ありがとうございました。



Zoom インタビュー中の歓談風景



「ストック思考®」ここがポイント

- ① カビ対策ノウハウを絶対的な強みとし、強みを軸に周辺事業を作り、周辺事業から集まるデータをまた強みにする。
- ② 売上高を作るフローから守りを固めるストックに比重が移る多角化戦略。
- ③ カビ関連データを予測に活かし、新たな収益化を探る。

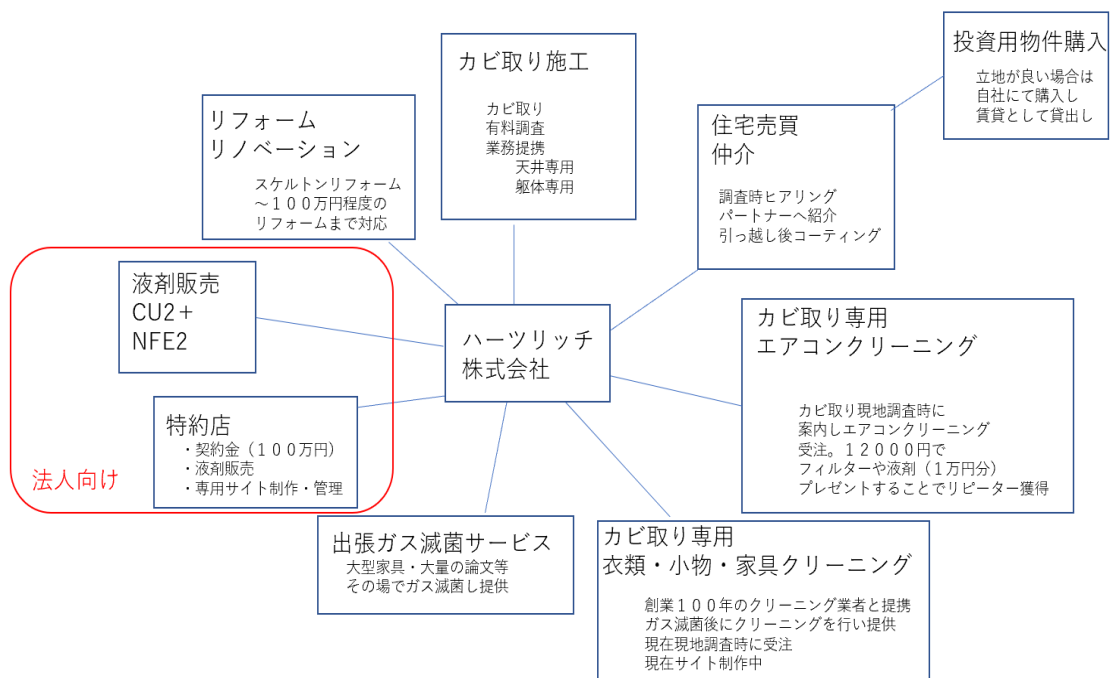
対談を終えて

今回は、SBA の会員でもありますハーツリッチ株式会社 穂苅社長から、普段、あまり聞く事の少ない「カビ」に関する様々な話や、自社事業の展開についてお話をお聞きすることができました。

同じ「ストック思考」を学ぶ穂苅社長がどのように考え、事業を発展させてきたのかについて、今まで開発してきたワークシートの復習も兼ねながら整理してみたいと思います。

1. 事業の全体像

ハーツリッチ株式会社の事業の全体像を見ると、現時点でも祖業といえる「カビ取り施工」を起点に、複数の事業へと多角化していきつつあります。まさに、本文中にもあったように「カビに関する総合企業」です。そして、祖業ともいえるカビ取り施工事業から、様々な市場（顧客）へと展開していく背景には、フロービジネスからストックビジネスへと転換していく狙いがあります。



ハーツリッチ株式会社 作成

2. 長期的視点発見シートで考えると

まず、基本となる「長期的視点発見シート」にインタビューでお聞きしたこと、そして、そこから予測できること等を整理してみます。

私自身もほとんど知ることがなかったカビに関する専門的なお話は新鮮で、特に地球温暖化や高气密住宅の増加等によって、カビの発生が増えてきているという事実には驚かされました。加えてコロナ感染症の増加による大きな社会変化など、増えている現象もあります。

<長期的視点発見シート>

長期的視点	現象面では？	➡（それによって） 生まれる、増える需要は？
増える	<ul style="list-style-type: none"> ・地球温暖化によるカビ発生の増加 ・コロナウイルスの感染増加 ・空気清浄機や除湿機等 ・住宅性能の向上による気密性（湿度増） ・衣類等、モノが増える（デフレで安い） ・災害の増加（台風、水害、土砂崩れ等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来以上にカビ発生の増加 ・コロナ感染症対策のニーズ ・感染症全般への危機意識 ・各種フィルター清掃のニーズ
減る	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化かつ単身世帯増加や、女性の社会進出による家屋内清掃回数の減少 ・人口、世帯数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭内クリーニング（カビ対策+α）のニーズ ・家屋被害からの復旧ニーズ（特に水関連）

こうやって見ると、カビによる被害だけでなく、コロナ禍で短期的に注目された感染症全般についてのニーズが変化し、除菌ビジネスが拡大していくことが予測されます。さらに、高齢化社会の到来と単身世帯の増加、さらには女性の社会進出により、専業主婦のように家事に専念できる家庭内労働も減っていくことが予測されます。つまり、長期的にクリーニング代行へのニーズが高まっていくのではないかと思います。

3. 事業の発展をストックビジネスの4分類で整理

次に前述の事業全体をストックビジネスの4分類を軸に整理してみます。
 ※下記は、ストックビジネスの4分類で整理する「立ち位置分類シート」の記入項目を減らし、書き出しやすくしています。

立ち位置分類シート（簡略版）		現在の事業領域	将来の可能性領域
貸す	所有者／システム提供（売上維持効果）／場所の提供／人・物の提供／保管代行	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産賃貸業（カビない家） ・AI カビ発見器（センサー） ・衣類・美術品の保管代行 	<ul style="list-style-type: none"> ・カビ専門シックハウスの開発と運営（研究&モデルルーム） ・スマートホーム用のカビセンサー&自動除湿機の貸与
認める	資格提供／事業パック提供（FC・協会など）／データ利用権／顧客にストックを作り権利確保	<ul style="list-style-type: none"> ・法人特約店制度 ・QRコード入り・除菌済シール ・『カビ対策技術者試験』『日本カビ取り認定業者』の技術認定 	<ul style="list-style-type: none"> ・カビハザードマップ提供（施工実績の地図データ）→川や池からの距離や海拔高度、階数等をスコアリング等（影響要因） ・カビ専門技術者の育成・派遣
消費・劣化	消耗品の継続的提供／情報の継続的提供／教材提供・更新／商流の中に権利確保/パッケージ化（ハード&ソフト）	<ul style="list-style-type: none"> ・法人向・液剤販売（CU2+、NFE2） ・個人向・液剤販売（CU2+） ・カビ取り専用エアコンクリーニング ・カビ取り専用小物、衣類、家具クリーニング 	<ul style="list-style-type: none"> ・カビ予防・定期メンテナンス ・カビ除去&予防フィルタークリーニング（空気洗浄機、除湿加湿機、車、他）
改善する 学習・成長 治癒・改善	資格の維持サービス／改善後の維持作業／改善の場の運営／運営受託（BPO）／教育コンテンツ提供	<ul style="list-style-type: none"> ・カビ取り施工（元々の事業） ・出張ガス滅菌サービス ・自社メディア運営（カビに関する情報） 	<ul style="list-style-type: none"> ・カビ対策専門書の出版 ・カビ取り業者への運営アドバイス及び集客代行
フロー ビジネス	モノの販売／サービスの提供（代行）／コンサルティングで問題解決	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅売買仲介（自社、他社提携） ・カビ防止リフォーム&リノベーション 	<ul style="list-style-type: none"> ・断熱塗料・壁紙等建材の販売

注) CU2+ : アルコールの上位互換商品として、コロナウイルス・ノロウイルス・カビ含め除菌でき24時間抗菌効果持続
 NFE2 : コーティング面に付着したカビ・ウイルスが約1秒で死滅する効果が、1年程度持続する銅イオン光触媒

横軸は、現状と将来の可能性についての仮説となります。こうして俯瞰してみると、実にバランス良くストックの要素が盛り込まれていることに驚きます。

もともとの「カビ取り施工」事業も、切迫性の高い問題（カビによる健康被害等）を解決するという意味では、スポット的な事業ですが生活するうえで自然発生を繰り返すという特性にはストックの要素があるといえます。そこから、「消費・劣化」「認める」「貸す」と徐々にストック性の強度を上げていかれていることがわかります。

なお、ストック性において、「消費・劣化>改善」としているのは、「改善」の場合、熟練を要する技術者が個別オーダーメイドで対応しなければいけないという意味で、どうしても属人性が高さが残るためです。

「消費・劣化」のカビ除去の液剤販売は、研究開発に先行投資は必要となりますが、商品（パッケージ）として完成すれば、誰が利用しても一定の効果を得られるという再現性の高さ、あるいは「法人特約店制度」によって他社人材が施工してくれることで、自社の属人性は低くすることができます。

また、インタビュー内にもありましたが、常に、「必需品」となることを意識されているということもヒントになります。例として、カビ除去エアコンクリーニングサービスの作り方においても、カビ専門の液剤を使い、専門の技術者が施工するだけでも十分に「お得感」がありますが、それにとどまらず、やめると損するという「必需品」までストック性を上げるような取り組みは興味深いです。

ストック性	顧客の感情	カビ除去エアコンクリーニング
↑ 高い	必需品	断るのが損→翌年の清掃も受注→他にも受託機会
	やめると損する	販売価格 10,000 円相当のフィルターがもれなくついてくる
	お得	業界の標準的な価格 12,000 円で完全にカビを除去でき、防カビ効果も高い
↓ 低い	安心	—
	あると良い	—

4. 「一手間二価値三ストック」の連鎖で、周辺事業を拡大

なお、注目されることは、事業の展開、つながりにおいて、まさに「一手間二価値三ストック」で無駄なく現在の強みから生まれ、溜まるものを再利用しながら次の事業展開に活かしておられることです。下記はその一つの可能性としての、カビ取り施工住戸の住所データの蓄積（データというストック）から、2巡目の展開の可能性について示しています。

<1 巡目>

1 手間(ひとてま)	2 価値(にかち)	3 ストック(さんすとっく)
カビ取り工事の施工	カビが除去され、防止効果も維持される	カビの専門コンテンツ
	カビ取り施工技術者の経験値やスキルの向上	カビ取り技術者のノウハウ
		カビ取り施工事例（地図）

<2 巡目>

1 手間(ひとてま)	2 価値(にかち)	3 ストック(さんすとっく)
カビ取り施工事例（地図）	カビが発生しにくいエリアの住宅の仲介	住宅仲介実績
	カビに関するリスクを見える化したハザードマップのデータを蓄積	カビ取り施工地図（精度アップや対象エリアの拡大）
		カビリスクに関する地図データの提供

5.まとめ

今回は、SBA 会員でもあるハーツリッチ株式会社 穂苅社長の事業展開を振り返りながら、そのポイントについて伺いました。

カビというのはある意味ですごく専門的な市場ですが、今まで気づかれていなかった周辺市場との連携（住宅売買、リフォーム、エアコンフィルター清掃、AI 等）によって、さらに大きく拡大していく可能性を秘めています。

様々な事業へ多角化されていますが、全てカビ取り施工で培われたコアとなる自社の絶対的な強みに基づいていることがわかります。自社の強みをベースに徐々にストックの強度を上げていくすばらしい事例だと思います。

ぜひ、皆様の事業においても、絶対的な自社の強みを核に、ストック思考で事業を展開していくヒントにしていただければと思います。

既に業界のリーディングカンパニーでありながら、今後、さらにその市場拡大を図り、牽引していかれるハーツリッチ株式会社を、今後も応援していきたいと思えます。

あなたにとってこのレポートが事業拡大のヒントとなれば幸いです。

ストックビジネス実践会主宰 浅野雅義

Sample



～実践企業インタビュー～ 「ハーツリッチ 株式会社」

**「絶対的な強みを軸に周辺事業を作り、そこから集まるデータを
再利用してまた強みにしていく多角化戦略事例」**

2021年10月20日 発行

取 材：浅野 雅義（ストックビジネス実践会主宰）

構成編集：富山 晃

発 行：ストック総研 株式会社 工藤珠加

※複製・販売・オークションなどへの出品を禁止します。

© 2021 Stock Business Research Institute, Ltd. ALL Rights Reserved