

第1部

住まい手に選ばれ続ける 事業者になるために

「地域密着」から考えるwithコロナ時代の顧客とのつながり方

[本日のプログラム]

第1部 [Part 1] 「地域密着」を知り、「顧客密着」へと活かす

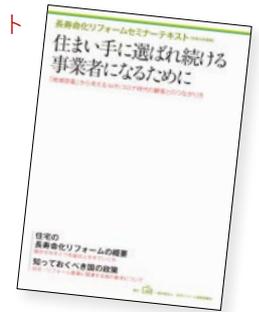
[Part 2] 知っておくべき国の政策

第2部 「支援制度」の活用で自社のサービスを強化する

講師自己紹介



本日のセミナーの講師を務めさせていただきます。
ご挨拶に代えて、自己紹介させていただきます。



第1部 Part 1

「地域密着」を知り、 「顧客密着」へと活かす ～withコロナ時代の顧客とのつながり方～



①全国各社の事業者の取組みから

**「地域密着」のアプローチを
再確認する**



②自社のビジネスに

**「顧客とのつながり方」に
活かす**

なぜ、今、「地域密着」を知る必要があるのか？

テキスト
P4-5

コロナ禍を体験した住まい手の意識

自宅を居心地のよい場所にしたい



リフォーム意欲も旺盛



でも知らない人を自宅に上げたくない！



住まい手は“顔の見える”お店に
リフォームを依頼したい！

住まい手が「地域密着型」の リフォーム事業者に期待するイメージ

テキスト
P4-5

- ✓ 長年1つの地域で事業を続けているという安心感
- ✓ 困った際の迅速な対応
- ✓ 性能向上などの提案力・施工力など、技術力を持ち合わせていること
- ✓ 面倒見のよさ（アフター対応、メンテナンス、小口の工事対応など）
- ✓ 「安心」「対応が早い」「仕事が丁寧そう」という期待
- ✓ 長期的なサービスやフォローへの期待

など



「安心感」「顔の見える」「気軽に相談できる」依頼先として
地域の事業者がクローズアップされています

「地域密着型」ビジネスは リフォーム事業者にとってもメリットが多い

テキスト
P4-5

- ✓ きめ細やかなサービス、迅速な対応等による競争力の獲得
- ✓ 地域を限定することによる生産性の向上
- ✓ 元請け化しやすく、下請け依存からの脱却の一手法にも
- ✓ アフターサービスやメンテナンス業務を1つのビジネスメニューとして構築しやすい
- ✓ 近隣の口コミ等で自社の実績や信用を広めやすい
- ✓ 地域の課題解決や価値向上への取組み、地元出身者の採用など
地域貢献に寄与できる。社員の働きがいの創出にも など



「地域密着型経営」は、サービスの強化と生産性向上を両立できる
持続性の高いビジネスモデルとなり得ます！

1

「地域密着」のつながり方と 強みを再確認する

地域密着型ビジネスを支える 6つのアプローチ例

「地域密着」のアプローチを再確認していきましょう。



- 01** 商圈を適切に設定し、サービスの強化に努める
- 02** 定期点検やメンテナンスで継続的な関係をつくる
- 03** 地域に応じた住宅性能や仕様・サービスを提供する
- 04** 自社のスペースを地域にひらく
- 05** 住まいや暮らしに関する情報発信や啓発活動を行う
- 06** 地域や住まいの防災力を高める手伝いに取り組む



01

商圈を適切に設定し、 サービスの強化に努める

商圈を狭めて
きめ細やかな対応や
サービスの提供に
努める

需要があれば
広範でも
効率的な運営で
対応

01 商圈を適切に設定し、サービスの強化に努める

テキスト
P8-9

point!

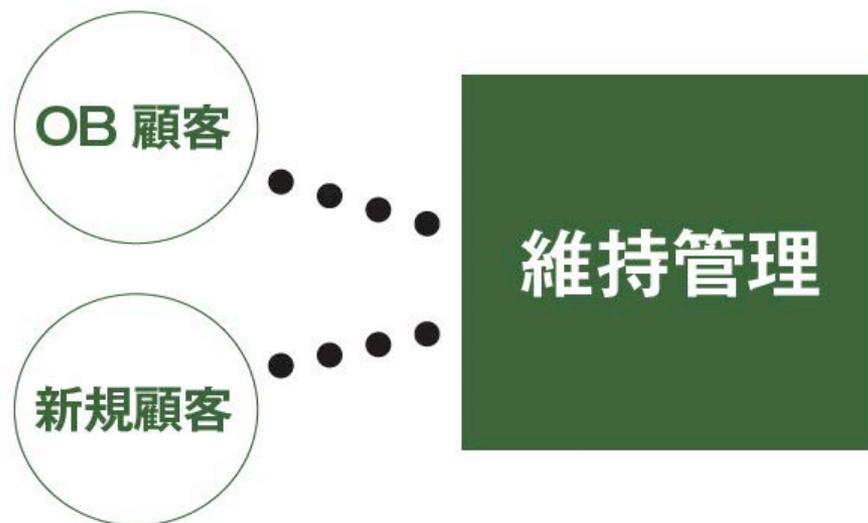
**もちろん商圈が広くても構いません。
問題は“効率”**



業務効率や生産性を勘案した商圈設定を！

02

定期点検やメンテナンスで 継続的な関係をつくる



02 定期点検やメンテナンスで 継続的な関係をつくる

テキスト
P10-11

point !

住宅履歴の管理と蓄積で、生涯顧客化も

「いえがるて」への登録・更新と住まいの維持管理をしっかりサポート！



「住まいのかかりつけ医」「家守」として
住まい手に頼られる存在に

03

地域に応じた住宅性能や 仕様・サービスを提供する



03 地域に応じた住宅性能や 仕様・サービスを提供する

テキスト
P12-13

point !

地域の課題を解決できるサービスを

■多くの行政が抱える課題

防災対策

子育て
支援

高齢者
対策

リフォーム事業者として、地域に
貢献できるサービスを考えられますか？

03 地域に応じた住宅性能や 仕様・サービスを提供する

テキスト
P12-13

point !

断熱性能の向上は、全国的な課題！



地場材の使用など、その地域に応じた
リフォームの性能・仕様を提供していきましょう

04

自社のスペースを 地域にひらく



04 自社のスペースを 地域にひらく

テキスト
P14-15

point !

地域の人びとに近づく取組みを！



地域の人びとにとって必要な場所になれば、
自社の存在もしっかり認知されます！

05

住まいや暮らしに関する 情報発信や啓発活動を行う

専用HP



セミナー
開催



動画
配信



#コマショワ #リフォーム #左官
左官一筋60年の職人！物置を置く為の土間コンクリートを作る！
996,938 回視聴・2020/12/06 1682 257 共有 保存 ...

05 住まいや暮らしに関する 情報発信や啓発活動を行う

テキスト
P16-17

point !

宣伝臭を減らすことで信用力を高めることも



- * 市と協賛
- * 社名を入れない
- * 住まい手にとって
メリットある情報を提供

自社の情報発信ばかりでなく、
住まい手の役に立つコンテンツの提供を！

06

地域や住まいの 防災力を高める手伝いに取り組む



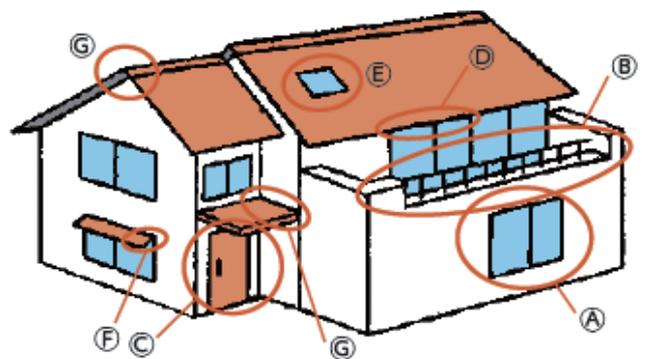
06 地域や住まいの 防災力を高める手伝いに取り組む

テキスト
P18-19

point !

「劣化対策」も立派な防災力向上の手助けに

■雨水の浸入しやすい箇所



- ①サッシ ②バルコニー ③玄関ドア ④軒裏天井
⑤トップライト(天窗) ⑥庇と外壁 ⑦妻面けらば

「傷んだら直そう」が、
防災対応なら「早めに直そう」に変わる！

2

自社のビジネススタイルの 確認と検討

地域や顧客に選ばれ続けるために
実践したい取り組み

「顧客とのつながり」に活かしていきましょう。



- 01 点検やメンテナンス業務を継続的に行う
- 02 地域の課題に応えるサービスを提供する
- 03 自社を「見える化」し、
地域からの認知や信用力につなげる
- 04 地域の住まい手に向けて啓発活動を行う
- 05 行政や地域の団体、事業者とつながる
- 06 自社の存在を地域に積極アピールする
- 07 オンラインによるつながりを強化していく
- 08 「性能向上」を通じて、住まい手に
ベネフィットを提供する
- 09 自社の得意分野を見据え、適切な商圈を設定する

01

点検やメンテナンス業務を 継続的に行う

検討例

OB顧客との
リレーション

地域内の
持ち家所有者

その他
空き家や
賃貸住宅等も
対象に

01 点検やメンテナンス業務を継続的に行う

[検討のポイント例]

- ・ OB顧客とのリレーションを実施できていますか？
- ・ 建物調査や点検などのサービスで新規顧客の獲得に努めていますか？

02

地域の課題に応える サービスを提供する

検討例

地域性

気候や地震の
有無など、
自然特性 など

社会性

エリア内の
人口や世帯数、
地域内での
困りごと など

住まい手

家族構成、年代、
年収、貯蓄、
暮らし方 など

ストック

敷地や住宅の
広さ・状況、
必要性能 など

02 地域の課題に応える サービスを提供する

[検討のポイント例]

- ・ 地域の気候風土にはどのような特徴がありますか。
- ・ エリア内の住宅に、どのような性能・仕様等が不足していますか。
- ・ 地域内に共通する社会問題や困りごとはありませんか。

03

自社を「見える化」し、地域からの 認知や信用力につなげる

取組み例

信用・信頼の
根拠の
見える化

技術や
ノウハウの
蓄積と
見える化

ベネフィット
(効用)の
見える化

工事内容や
プロセスの
見える化

03 自社を「見える化」し、 地域からの認知や信用力につなげる

信用・信頼の
根拠の
見える化



- ・ 公的な許可や団体登録等の状況を示す
- ・ 自社が提供するリフォームを行う社員・スタッフに関する情報を発信する
- ・ HP 等を通じ、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等の情報を蓄積し、発信する など

技術や
ノウハウの
蓄積と
見える化



- ・ リフォームに関する調査・診断技術、設計技術の蓄積
- ・ 施工技術・施工体制の蓄積・整備
- ・ 自社の規模や提供するリフォームの内容に応じた社内体制の整備 など

03 自社を「見える化」し、 地域からの認知や信用力につなげる

ベネフィット
(効用)の
見える化



- ・ 住まい手の、暮らしに対する要望を引き出す提案
- ・ リフォームすることでのベネフィット(効用)を示す
- ・ 工事後の空間イメージを伝える など

工事内容や
プロセスの
見える化



- ・ 建物性能を把握したうえで工事の提案
- ・ 工事内容や進め方等の丁寧に説明
- ・ 工事内容と費用等の関係を分かりやすく示す
- ・ 工事中も日々の進捗等、顧客への報・リレーション など

04

地域の住まい手に向けて 啓発活動を行う

取組み例

HPや
ブログからの
発信

セミナーや
相談会の
開催

ショールーム・
モデルハウスの
活用

その他

04 地域の住まい手に向けて 啓発活動を行う

[検討のポイント例]

- ・ 自社のHPは充実していますか。
マメに更新していますか。
- ・ 住まい手に役立つ情報を
発信できていますか。
- ・ 紙媒体から動画まで、さまざまな
メディアを活用していますか。

05

行政や地域の団体、 事業者等とつながる

連携例

自治体

福祉系の
団体・事業者

自治会・
町内会

NPOや
まちづくり
団体

05 行政や地域の団体、 事業者等とつながる

[検討のポイント例]

- ・ 行政や公的団体に対して、自社で提供できそうなスキルはありますか。
- ・ 民間の事業者と連携できそうな取組みは考えられませんか。

(例：不動産会社、福祉事業者)

06

自社の存在を 地域に積極アピールする

取組み例

看板等の
設置

広告ツール
の配布

紙媒体への
広告出稿

地域行事
への参加

06 自社の存在を 地域に積極アピールする

[検討のポイント例]

- ・ 地域内での自社の知名度はどの程度でしょうか。
- ・ 知名度アップのためにすぐにでも実施できそうな取組みはありませんか？

07

オンラインによる つながりを強化していく

取組み例

WEB サイト
経由での
発信

WEB 媒体
への
登録・出稿

その他の
媒体への
出稿

オンライン
による
連絡体制
づくり

07 オンラインによる つながりを強化していく

[検討のポイント例]

- ・ デジタルツールは十分に活用できていますか？
- ・ 少なめの投資でもすぐにでも実施できそうな取組みはありませんか？

08

「性能向上」を通じて、 住まい手に ベネフィット(効用)を提供する

安全・
安心

快適・
健康

コスト
軽減

資産価値
維持・向上

性能向上や長寿命化リフォームが、住まい手にどのようなベネフィット(効用)を与えるのか、おさらいします。

コロナ禍を通じて、住まい手の 生活スタイルが大きく変わっています。

テキスト
P30



手洗いの励行



非接触化の推進



家事らく対応



食材のまとめ買い



リモートワーク対応



家時間の充実



ペットとの共生



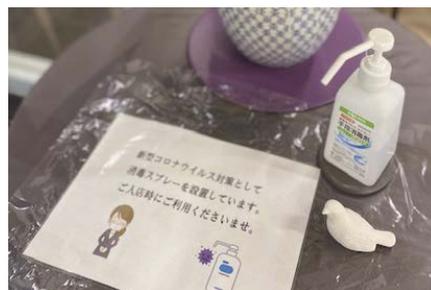
プライベートの充実

ニューノーマルな暮らし方に応じた、新しい暮らしの提案と
ベネフィット提案をしていくことが大切です。

昨年度のテキストに詳しいコロナ対策が載っています！

これからの顧客とのつながり方

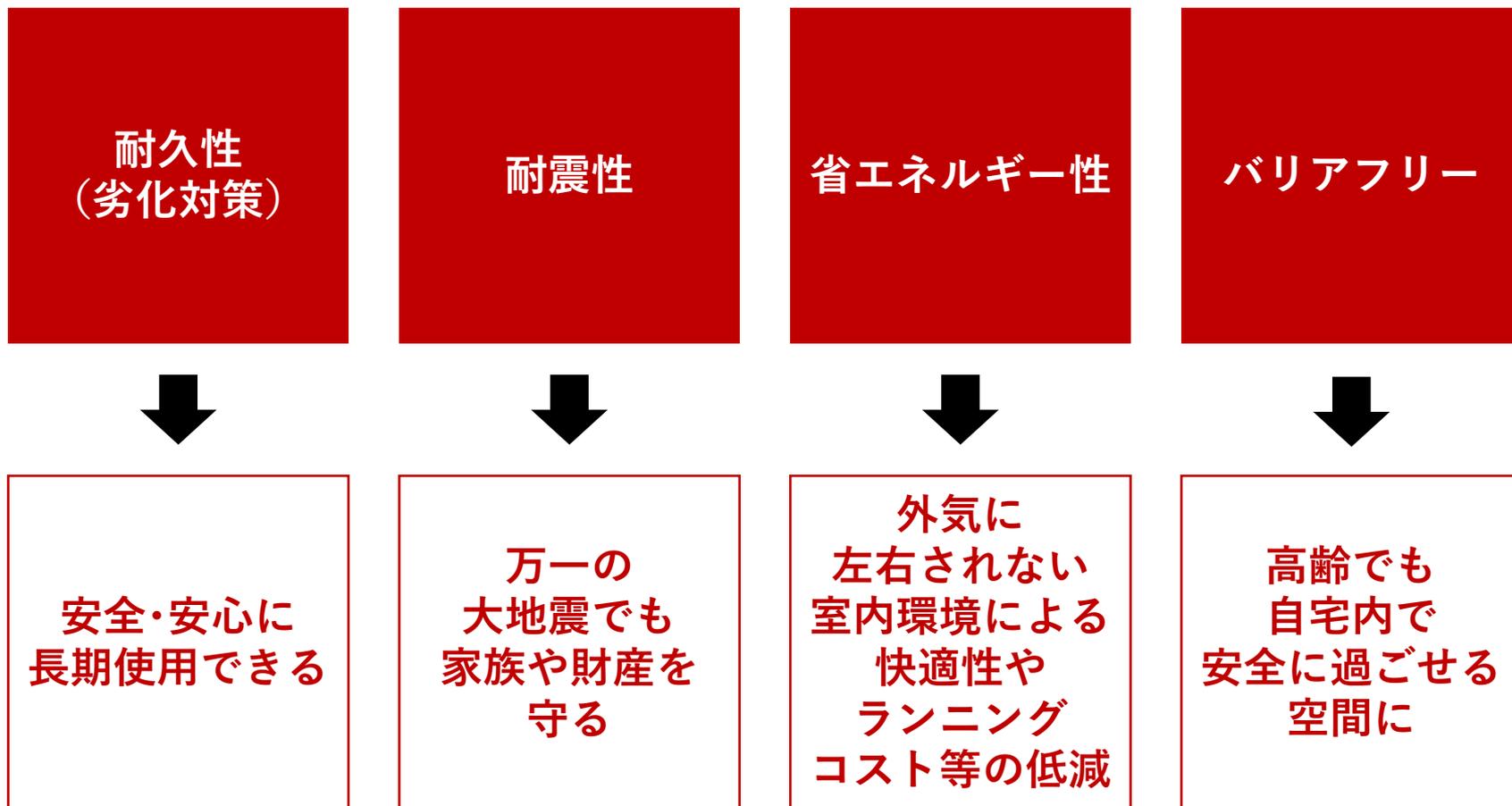
～コロナ禍を乗り越えるための3つの取組み～



ただ建物を性能向上させるだけでなく 住まい手のベネフィットにつなげましょう。

テキスト
P30

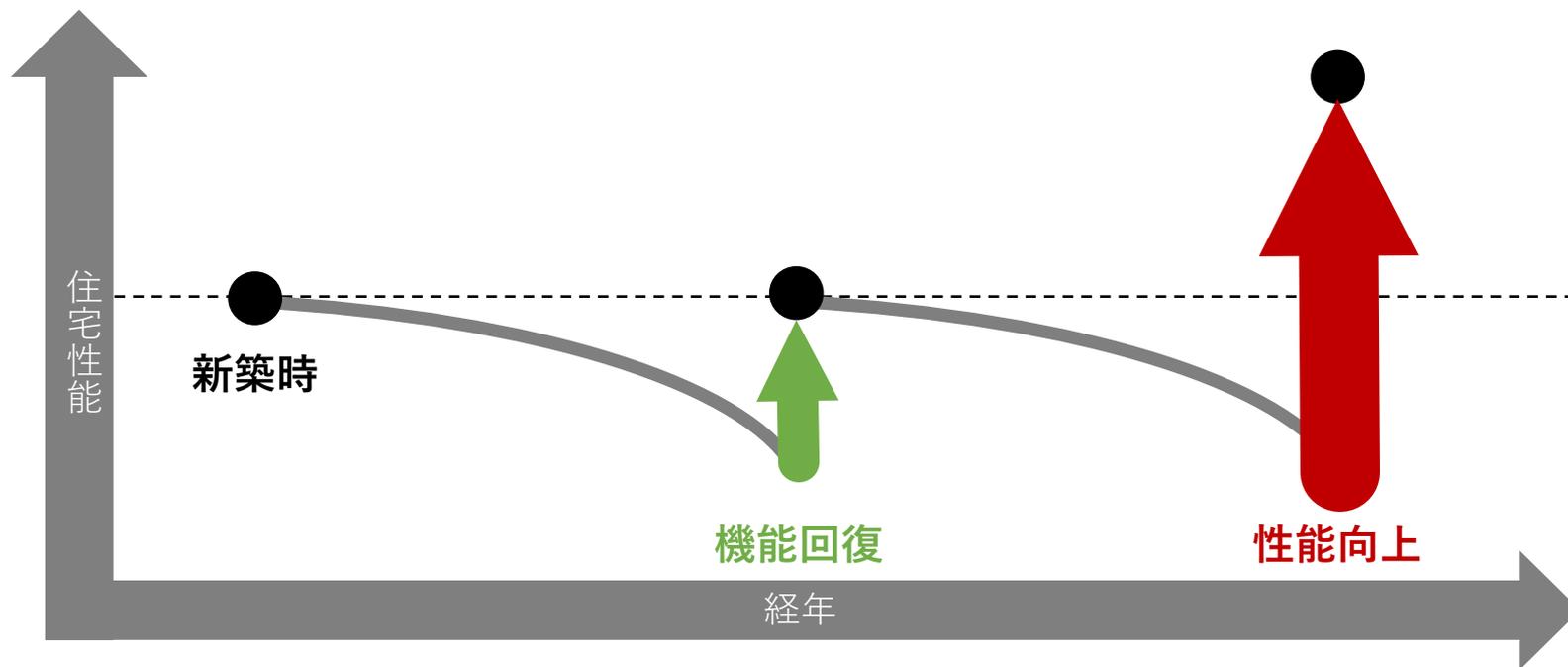
長寿命化リフォームによる性能向上による住まい手のベネフィットの例



「長寿命化リフォーム」とは、建物の性能向上を通じて 住まい手にさまざまなベネフィットを 提供するリフォームです

テキスト
P30、
34-35

「機能回復」と「性能向上」の考え方

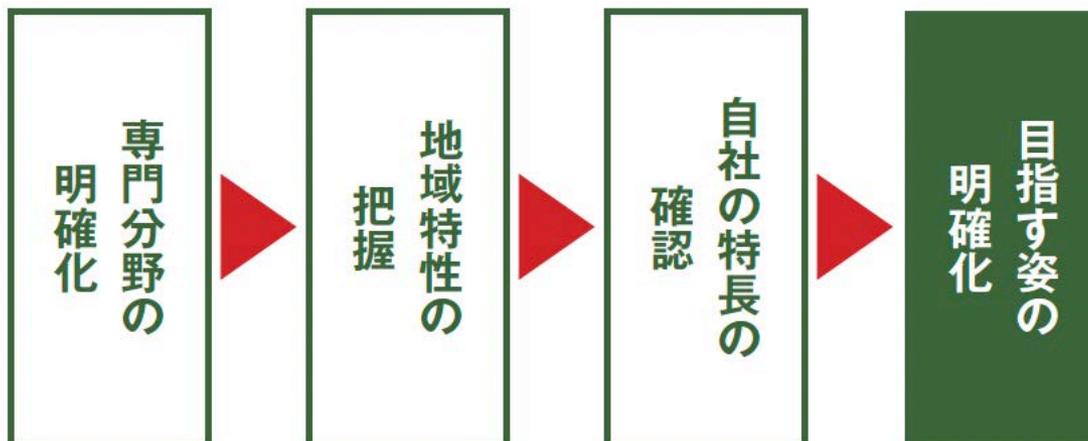


テキスト34-35ページの
「長寿命化リフォームの概要」解説をご参照ください。

09 [最終検討]

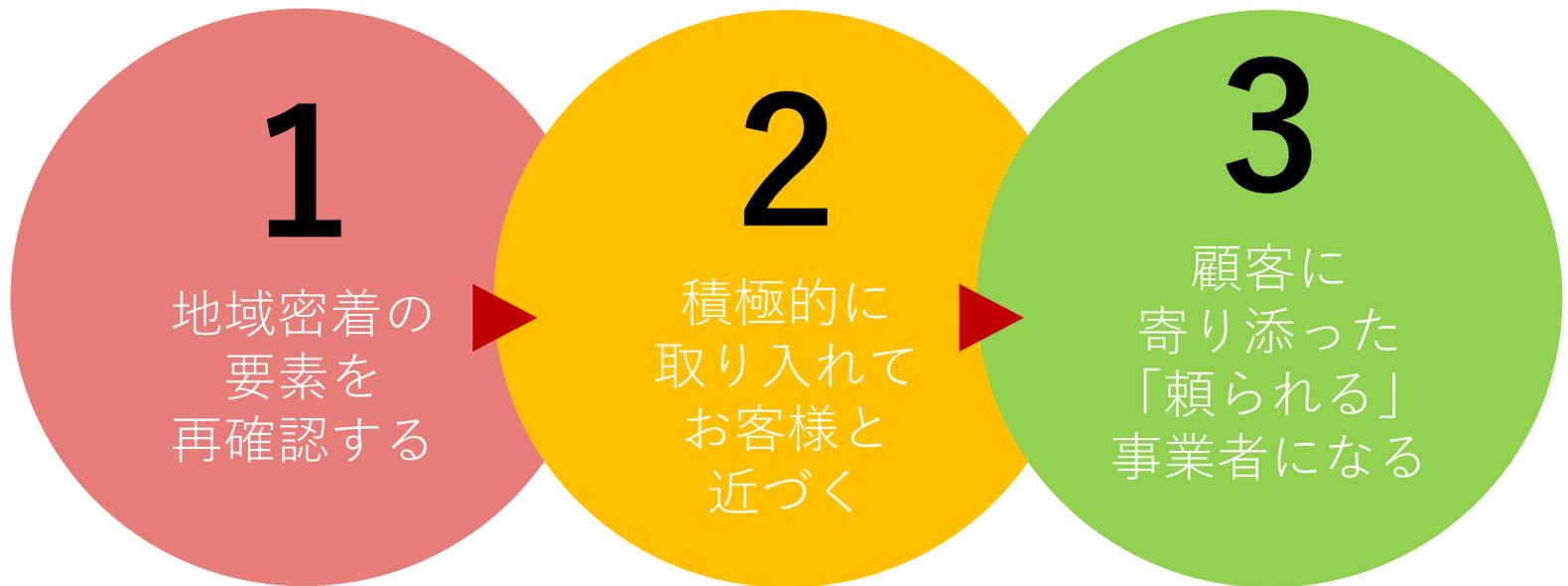
自社の得意分野を見据え、 適切な商圈を設定する

検討の手順



検討項目	A 社（設備店系リフォーム事業者）	B 社（塗装店系リフォーム事業者）
①専門分野	水まわりの更新業務をベースに	屋根・外壁等の塗替えなど、メンテナンスを業務の中心に据え、
②地域特性	マンション・戸建てとも更新需要の高い 〇〇市を中心に	築 20 ～ 30 年の戸建て住宅が多く建つ 〇〇市近郊を中心に
③自社の特長・武器	耐震・断熱性能向上などの提案によって	窓やサッシの更新や外断熱による断熱性能向上など、 リフォームの領域を広げるとことで
④目指す姿	性能向上リフォームやリノベーションに強い 事業者として地域から支持される店になる	顧客との生涯的なつながりを目指す

Part 1 のまとめ(振り返り)



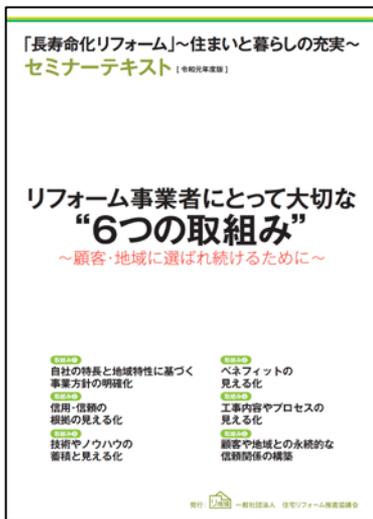
Part 1の結びに代えて

「顧客密着」で 住まい手と近づこう！

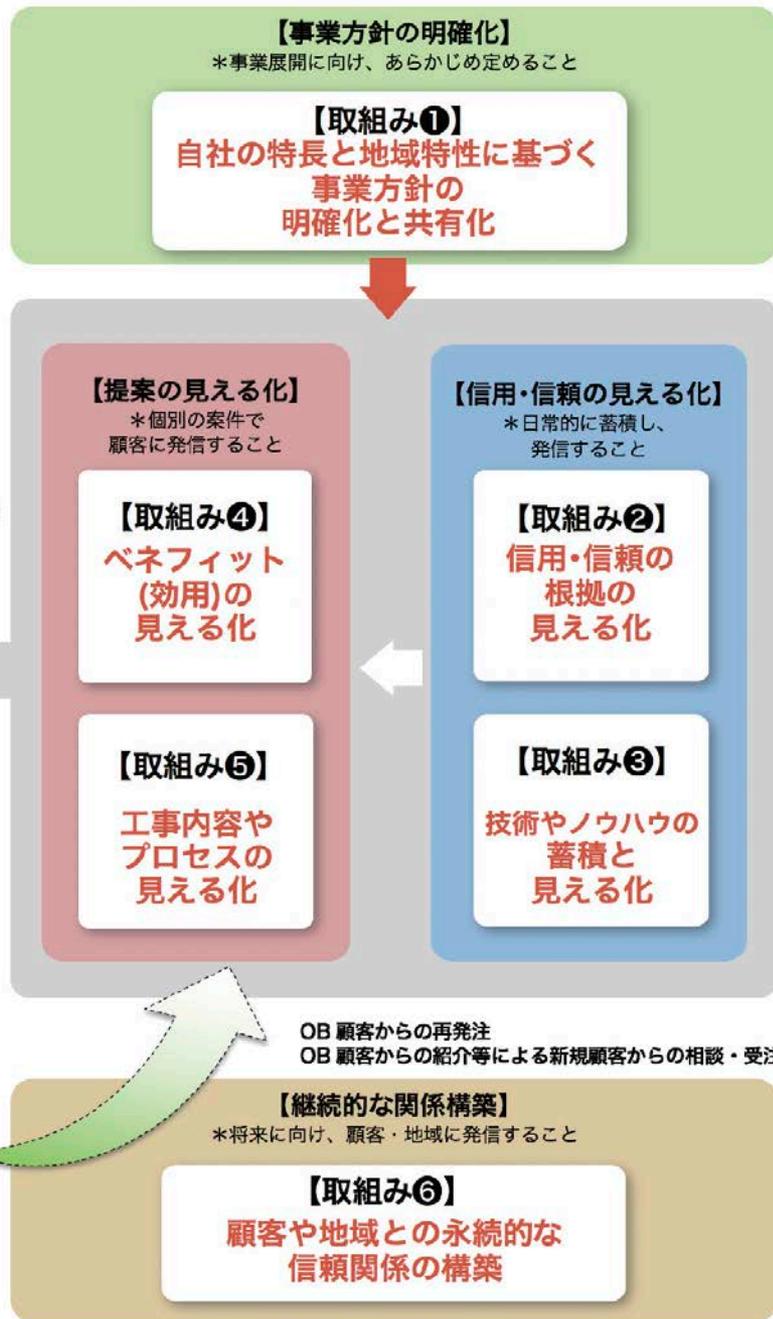
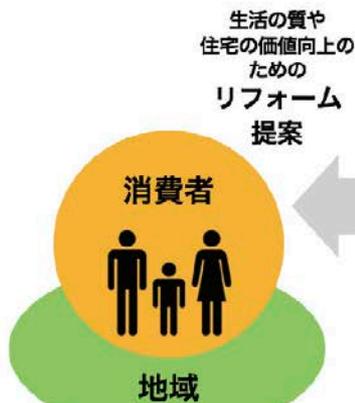
もっと
もっと



自社の見直しの検討に 過去のテキストも お役立てください！



「6つの取組み」は
リ推協HPから
ダウンロードできます



第1部 Part 2

知っておくべき国の政策と リフォームトピックス

～リフォームビジネスに携わる
すべての事業者が把握しておくべき情報～



一般社団法人
住宅リフォーム推進協議会

すべてのリフォーム事業者にとって必須の取組み

01

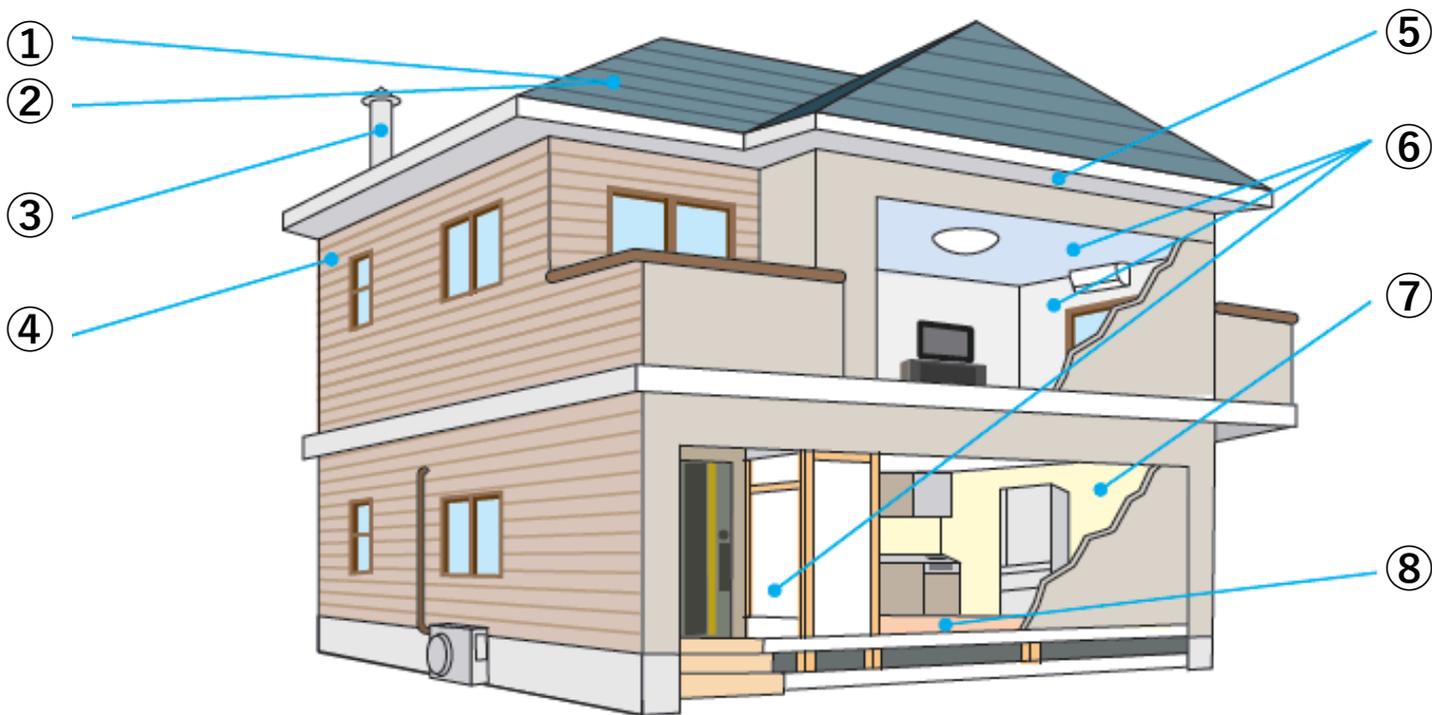
石綿(アスベスト)対策の徹底



石綿関連規制が改正され、解体を伴う住宅改修工事について
有資格者による事前調査と結果の保存、報告等が必要に！

住宅にも石綿を含有する建材が使われている可能性があります。

テキスト
P36-37



① 屋根用化粧スレート

② ルーフィング

③ 石綿セメント円筒

④ サイディング(窯業系・複合金属系)、
仕上げ塗材

⑤ けい酸カルシウム板第1種

⑥ せっこうボード

⑦ 壁紙

⑧ ビニル床タイル、ビニル床シート

リフォームでも、
解体、改造、補修作業を伴う場合は
「**事前調査**」が**必須**になりました！

テキスト
P36-37

■事前調査の流れ

①設計図書等による書面調査

使用されている建材の種類や
製造年等を確認

②現地における目視調査

必ず現地で設計図書等と異なる点がないか等を確認

* 設計図書等及び現場目視では石綿を
含有していないと判断できない場合

③建材の分析による調査

石綿の有無を判定するための
最も確実な方法

「事前調査」には資格が必要です 令和5年9月末までに取得しましょう！

テキスト
P36-37

■建築物石綿含有建材調査者講習登録制度

資格	講習において対象とする石綿含有建材
特定建築物 石綿含有建材調査者	全ての建築物の全ての材料 (レベル1, 2, 3建材を含む)
一般建築物 石綿含有建材調査者	
一戸建て等 石綿含有建材調査者	一戸建て等石綿含有建材調査者

とりあえず
これを目標に

令和4年4月からは 「事前調査」の結果は電子システムによる 国への報告が必須になります

テキスト
P36-37

■事前調査の結果「報告」の対象工事

対象となる工事	備考
建築物の解体	作業の対象となる床面積の合計が80㎡以上
建築物の改造、補修	請負代金の合計が100万円以上
工作物の解体、改造、補修	環境大臣が定める工作物であって、 請負代金の合計が100万円以上

電子報告システム（gBizID）への登録を
令和4年3月末までに済ませましょう！

気にかけておきたいビジネステーマ

02

新たな住生活基本計画（全国計画）



令和3年3月、住宅政策の指針として
新たな「住生活基本計画」が定められました。

02 新たな住生活基本計画 (全国計画)

テキスト
P38

■ 「3つの視点」と「8つの目標」

視点	目標
① 「社会環境の変化」の視点	【目標1】 新たな日常、DXの推進等
	【目標2】 安全な住宅・住宅地の形成等
② 「居住者・コミュニティ」の視点	【目標3】 子どもを産み育てやすい住まい
	【目標4】 高齢者等が安心して暮らせるコミュニティ等
	【目標5】 セーフティネット機能の整備
③ 「住宅ストック・産業」の視点	【目標6】 住宅循環システムの構築等
	【目標7】 空き家の管理・除却・利活用
	【目標8】 住生活産業の発展

次のリフォーム
ビジネスの種が
詰まっています。

気にかけておきたいビジネステーマ

03

国土交通グリーンチャレンジ

住宅・建築物のさらなる省エネ対策の強化ポイント

- ・住宅・建築物の省エネ性能の向上に向けた改正建築物省エネ法の適切な運用
- ・既存住宅・建築物の省エネ改修の促進
- ・中小工務店等の省エネ住宅生産体制の整備・強化
- ・省エネ性能等に関する認定・表示制度等の充実・普及 など

「2050年カーボンニュートラル」の実現に向け、
2030年までの10年間に重点的に取り組む、
分野横断・官民連携のプロジェクト、政策パッケージです。

第1部は以上になります



続いて第2部、
「リフォームに関する支援制度」について
ご紹介します。