

長寿命化リフォームセミナーテキスト [令和7年度版]

リフォーム事業者にとって 大切な“6つの取組み”

～顧客・地域に選ばれ続けるために～

取組み①

自社の特長と地域特性に基づく
事業方針の明確化と共有化

取組み②

信用・信頼の
根拠の見える化

取組み③

技術やノウハウの
蓄積と見える化

取組み④

ベネフィットの
見える化

取組み⑤

工事内容やプロセスの
見える化

取組み⑥

顧客や地域との永続的な
信頼関係の構築

はじめに (本書の刊行目的)

顧客・地域に選ばれ続けている事業者には 共通する「6つの取組み」があった！

(一社)住宅リフォーム推進協議会は2000(平成12)年の設立以来、リフォーム市場の健全化と活性・拡大化に取り組んできました。なかでも「長寿命化リフォーム」(数世代にわたって利活用可能なストックにさせる性能向上リフォーム)の普及・啓発活動については、2009(平成21)年より提唱し、日本の住宅ストックの長期使用と性能向上をサポートしてきました。

私どもはこれまで15年以上にわたって全国各地の事業者に対してヒアリング調査等を行い、取組みやノウハウについての情報収集を行ってきました。その活動を丹念に比較・分析していくと、顧客や地域から選ばれ続けている事業者には、日々実践している内容に共通点のあることが分かってきました。

本書のテーマである「6つの取組み」は、こうした事業者が実際に現場で取り組んできた活動の、共通点について整理したものです。これは、業種や業態、地域や市場、事業者の規模等が違えども共通する取組みであり、すぐに役立つヒント集ともいえます。

1社でも多くの事業者が「6つの取組み」を実践することで、顧客・地域に選ばれ続ける事業者としていっそうの業績向上、経営の安定につながることを期待しております。皆様方の積極的な活動によって、リフォームが消費者の暮らしの向上へとつながっていき、リフォーム市場が拡大していくことを願ってやみません。

2025年10月

(一社)住宅リフォーム推進協議会

目次

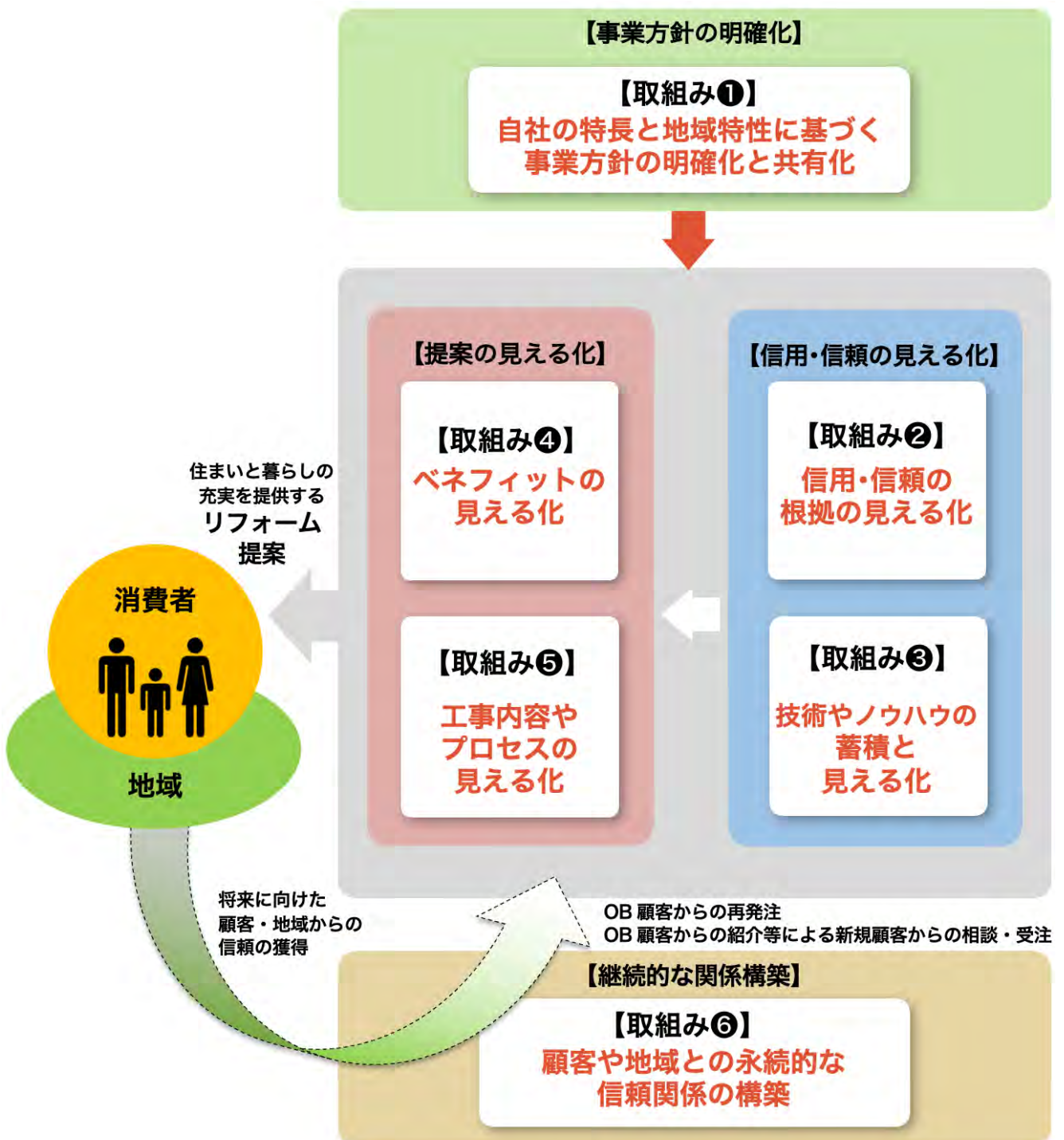
リフォーム事業者にとって大切な“6つの取組み”	4
「6つの取組み」の全体フレームと基本的な考え方	4
【取組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化	6
【取組み②】 信用・信頼の根拠の見える化	8
事業者の取組み例 ①リフォーム工房 スカワ（群馬県高崎市）	13
【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化	14
事業者の取組み例 ②田中住建（東京都府中市）	16
【コラム】 リ推協「消費者実態調査」からの参考情報	17
【取組み④】 ベネフィットの見える化	18
事業者の取組み例 ③東京ガスリノベーション（東京都品川区）	21
【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化	22
事業者の取組み例 ④育暮家ハイホームス（静岡県藤枝市）	25
【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築	26
事業者の取組み例 ⑤ホームラボ（福岡県久留米市）	28
“6つの取組み”チェックシート	29

「6つの取組み」の全体フレームと基本的な考え方

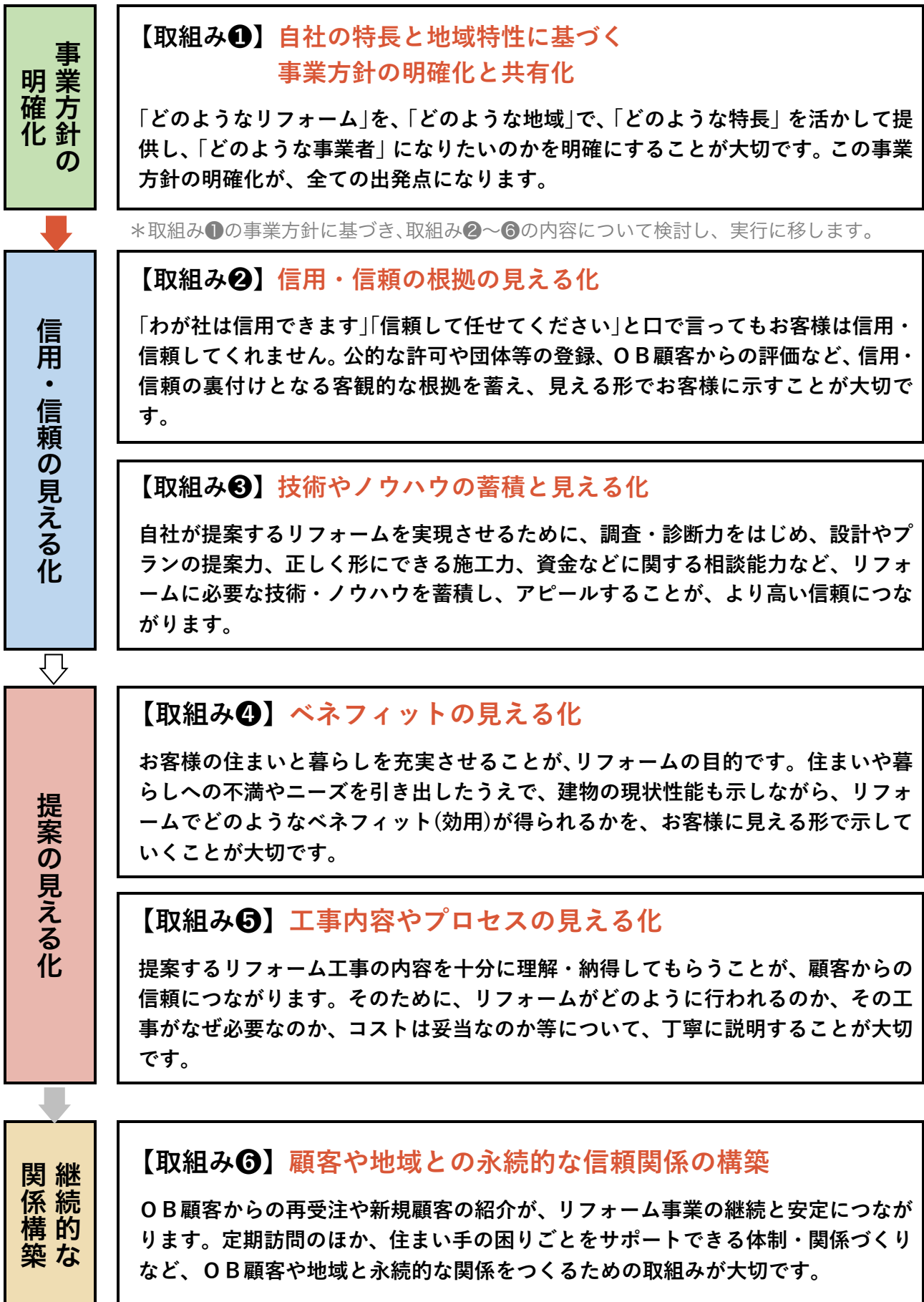
リフォーム事業者にとって大切な「6つの取組み」

顧客・地域に選ばれ続けている事業者に通ずる取組みは、下図に示す6つです。まず初めに、「6つの取組み」の基本的な考え方と、それぞれの関係性について説明します。

リフォーム事業者にとって大切な「6つの取組み」全体フレーム



「6つの取組み」の基本的な考え方



【取組み①】 自社の特長と地域特性に基づく 事業方針の明確化と共有化

[基本的な考え方]

「どのようなリフォーム」を、「どのような地域」で、「どのような特長」を活かして提供し、「どのような事業者」になりたいのかを明確にすることが大切です。この事業方針の明確化が、全ての出発点になります。

[具体的な検討ポイント]

- i) 自社の専門分野を明確にする (= 「どのようなリフォーム」を)
 - ii) 対象とする地域や対象を定め、その地域の特性を把握する (= 「どのような地域」で)
 - iii) 自社の特長を確認する (= 「どのような特長」を活かし)
 - iv) めざす姿を明確にする (= 「どのような事業者」になりたいのか)
- *上記 i) ii) iii) iv) を合わせたものが「事業方針」の基本形になります。**
- v) 事業方針を社内で共有する

[検討ポイントの詳細説明]

i) 自社の専門分野を明確にする (= 「どのようなリフォーム」を)

一口にリフォームといっても、建築一式なのか、内外装・設備更新といった専門工事か、修繕・補修や設備更新か、性能向上までめざすのかなど、その内容や範囲等は多岐に渡り、必要な技術も違ってきます。まずは自社で取り扱うリフォームの種類や工法、部位等を確認し、明確にすることが大切です。

ii) 対象とする地域を定め、その地域の特性を把握する (= 「どのような地域」で)

リフォームに対する需要・ニーズは、地域によって大きく異なります。また対象と定める地域 (= 業務エリア) は、単にリフォーム需要の有無だけでなく、自社の拠点となる場所から効率よく通えるか、スタッフに負担がかからないか等、自社の労働環境や生産性の面からの検討も大事です。

主たる業務エリアをどこにするかを定めたいうで、その地域の特性を把握しましょう。確認するポイントとしては、住宅ストックの状況 (地域内の戸数、戸建/集合住宅、築年、広さなど)、人口や世帯数、施主の年代・世帯人数、住み方の特性や傾向、住まいへのニーズ、気候風土等が挙げられます。

また、補助金などの各種支援制度について、国の制度だけでなく、その地域独自の制度の有無についても確認しておきましょう。

iii) 自社の特長を確認する (= 「どのような特長」を活かし)

i) で確認した自社の取り扱い分野の中でも、得意工事があつたり専門性が高かつたりと、皆様はさまざまな強みをお持ちのはずです。また、建材や仕様等へのこだわりや、さまざまなサービス体制など、家づくりへの思いもあると思います。それらを自社の特長として積極的に活かしていきましょう。

iv) めざす姿を明確にする (= 「どのような事業者」になりたいのか)

自社のなりたい姿、めざす姿を明確にしていきましょう。顧客・地域に選ばれ続ける事業者は、どのような事業者になりたいのか、めざす姿を大切にしています。

v) 事業方針を社内で共有する

事業方針を社員やスタッフと共有し、顧客対応やリフォーム提案など、会社として一貫したサービスを提供していくことは、事業全体のクオリティを高め、顧客の満足度向上につながっていきます。また、社員やスタッフのモチベーションや定着率の向上等にもつながります。

経営理念と事業方針

「事業方針」が具体的な事業の方向性や戦略であるのに対し、より長期で、企業の根本的な指針や価値観となるのが「経営理念」になります。

経営理念を明文化し共有することで、事業方針に一貫性や説得力が生まれ、社員の共感と行動につながります。事業方針は経営理念に沿いながら、事業環境の変化に伴い見直していくことも必要です。

事業方針の設定例

【リフォーム専門店・専門工事店の例】

●A社

- i) 専門分野：ガス・水道工事業を基本としつつ、性能向上リフォームも提供し、
- ii) 地域特性：戸建住宅が多い、車で30分圏内に業務エリアを限定して、
- iii) 特長：公的なセミナーの開催によって信用・信頼を得つつ、
- iv) めざす姿：地域密着型の総合リフォーム事業者となる

●B社

- i) 専門分野：デザイン性の高いリフォームを武器に、
- ii) 地域特性：新興ニュータウン内の分譲マンションに対象を限定して、
- iii) 特長：エリア内にモデルルームを置くなど地域密着型の対応で、
- iv) めざす姿：修繕・メンテナンス・リフォームと長期にわたる関係性を築いていく

【工務店の例】

●C社

- i) 専門分野：耐震・断熱などの性能向上リフォームを、
- ii) 地域特性：現行基準を満たさない戸建てストックの多い〇〇市を中心に車で45分圏内を業務エリアに絞り、
- iii) 特長：建物1棟を請け負える高い技術力を強みとして、
- iv) めざす姿：新築住宅の建築を柱としつつ、リフォーム事業も展開していく

●D社

- i) 専門分野：新築業務で培ったメンテナンス・維持管理の技術やサービスを活かして、
- ii) 地域特性：大都市近郊の新築需要が高い〇〇市を中心に自社から約30km圏内を業務エリアとして、
- iii) 特長：他社施工を含む、新築～築浅住宅の維持管理サービスを提供することで、
- iv) めざす姿：維持管理・リフォーム・不動産仲介等、総合的に事業展開していく

【取組み②】信用・信頼の根拠の見える化

[基本的な考え方]

「わが社は信用できます」「信頼して任せてください」と口で言ってもお客様は信用・信頼してくれません。公的な許可や団体等への登録、OB顧客からの評価など、信用・信頼の裏付けとなる客観的な根拠を蓄え、見える形でお客様に示すことが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- i) 建築やリフォームに関する法令を遵守する
- ii) 公的な許可や団体登録等の状況を示す
- iii) HPを開設し、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等を蓄積し、発信する
- iv) 自社が提供するリフォームに有効な資格を有するスタッフがいることを示す

[検討ポイントの詳細説明]

i) 建築やリフォームに関する法令を遵守する

近年、社会や消費者からのコンプライアンスに対する目が厳しくなっています。事業者として法令の遵守は当然のことで、「社会的に許されない行為は絶対に行わない」というのは、リフォーム事業においても必須の事項です。

リフォーム業界におけるコンプライアンスの例としては、「建築技術」に対するもの（建築基準法、消防法、品確法、バリアフリー新法など）や、「企業経営」に関するもの（建設業法、労働基準法、廃棄物処理法など）などが挙げられます。信用・信頼獲得のための第一歩として、自社の全ての業務においてコンプライアンスの徹底を図りましょう。

近年の法令改正により、リフォーム工事においてとくに遵守すべきポイントは以下になります。

①建築基準法改正への対応（「4号特例縮小」への対応など）

2025年4月の改正建築基準法の施行により、建築確認における特例、いわゆる“4号特例”が縮小されました。それに伴い、2階建の木造戸建等で行われる大規模なリフォーム*が、建築確認手続きの対象になりました。建築確認申請にあたり、建物や敷地の法適合状況を確認するための、建築士などによる現況調査が必要です。また延べ面積が100㎡を超える建築物で、大規模なリフォームを行う場合、建築士による設計・工事監理が必要です。

* 大規模なリフォームとは、建築基準法の大規模修繕・模様替（建築物の主要構造部（壁、柱、床、はり、屋根または階段）の1種以上について行う過半の改修等）に該当するものを指します。

②アスベスト含有の事前調査と報告の義務化

建築物の改修・リフォームを行う場合には、石綿障害予防規則等の法令に基づき、石綿（アスベスト）含有の有無の事前調査、労働者に対する石綿（アスベスト）ばく露防止措置、作業の記録・保存などを行う必要があります。事前調査は、建築物石綿含有建材調査者などの有資格者が行う必要があります（2023年10月から）。一定規模以上の解体工事の場合、元請け事業者は事前調査の結果を労働基準監督署に電子システムで報告する必要があります（2022年4月から）。

報告の対象となるのは、解体部分の床面積の合計が80㎡以上の建築物の解体工事と、請負金額が税込100万円以上の建築物の改修工事です。

③働き方改革関連法の建設業への適用

「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律（いわゆる「働き方改革関連法）」により、2024年より建設業にも時間外労働規制の適用が開始されました。これにより、法定労働時間を超える「時間外労働」の上限が、原則月45時間・年360時間になりました。

建設業においても、高齢化や労働人口の減少等に伴う人材不足の理由から長時間労働が常態化しており、これらの改善は急務となっています。

ii) 公的な許可や団体登録等の状況を示す

確かなリフォーム技術や保証・責任体制等を持っていることを示すことが、顧客や地域からの信用・信頼の獲得につながります。そのためには「法に従って事業を行っている」「何かあった場合に公的な窓口で相談できる」など、客観性のある信用力があることを地域に向けて発信することが大切です。

①建設業の許可の取得

新築／リフォーム、工事規模の別にかかわらず、500万円以上の工事を受注する場合は、請け負う工事内容にあった建設業の許可の取得が必須となります。この許可を取得することで、建設業法の下で業務を行っていることを示せます。500万円未満の工事が中心の事業者においても、建設業許可を取得することで、住まい手からの信用につながります。

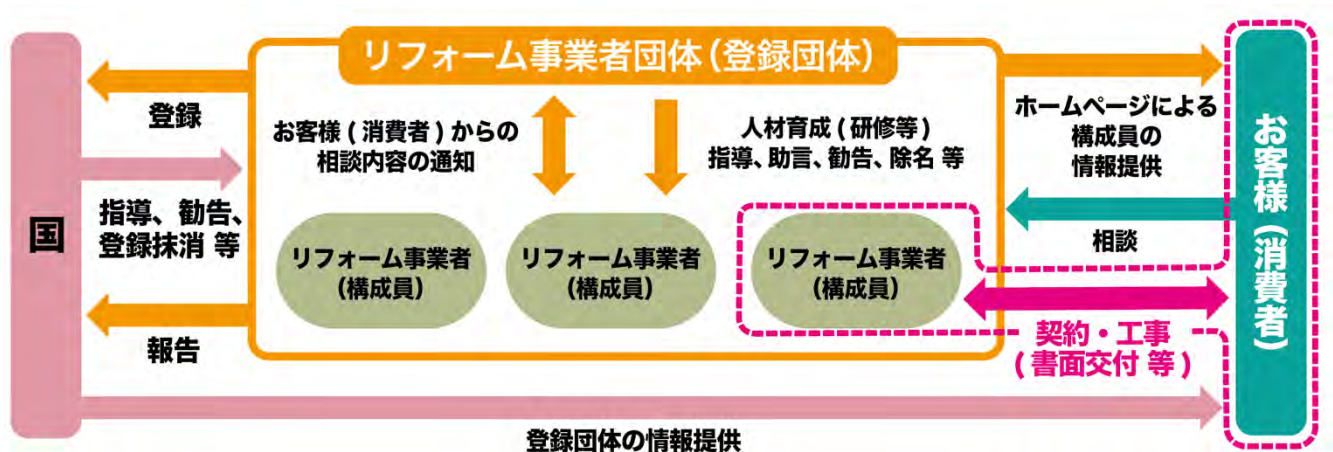
②「住宅リフォーム事業者団体登録制度」に登録された住宅リフォーム事業者団体への入会・所属

住宅リフォーム事業者団体登録制度に基づき、国に登録された住宅リフォーム事業者団体に入会・所属することも、信頼の裏付けとなり得ます。登録団体すべてに一定の加入・加盟条件があり、それらの規定が事業者の信用の裏付けとなります。



なお、登録団体に所属すると、団体主催のセミナーや講習会等を受講でき、情報提供等を受けられるなど、人材育成や事業発展面でのメリットもあります。

住宅リフォーム事業者団体登録制度の運用イメージ



* 「住宅リフォーム事業者団体登録制度」案内HP <https://www.j-reform.com/reform-dantai/>

登録住宅リフォーム事業者団体一覧

名称	名称
一般社団法人 マンション計画修繕施工協会	一般社団法人 住生活リフォーム推進協会
一般社団法人 日本住宅リフォーム産業協会	一般社団法人 JBN・全国工務店協会
日本木造住宅耐震補強事業者 協同組合	一般社団法人 住宅リフォーム推進サポート協議会
一般社団法人 リノベーション協議会	一般社団法人 住活協リフォーム
一般社団法人 ベターライフリフォーム協会	一般社団法人 全国古民家再生協会
一般社団法人 日本塗装工業会	一般社団法人 木造住宅塗装リフォーム協会
一般社団法人 リフォームパートナー協議会	一般社団法人 ステキ信頼リフォーム推進協会
一般社団法人 全建総連リフォーム協会	一般社団法人 日装連リフォーム推進協議会

*詳細は別紙「住宅リフォーム事業者団体登録制度 登録団体 PROFILE」をご参照ください。

*「住宅リフォーム事業者団体登録制度」登録団体への加盟リフォーム事業者検索

HP <https://www.j-reform.com/reform-dantai/kensaku.php>

住宅リフォーム推進協議会のHP内で、「住宅リフォーム事業者団体登録制度」に登録された団体に加盟しているリフォーム事業者が検索できます。

③地方公共団体のリフォーム関連の制度等への登録

都道府県や市区町村、また地域の住宅リフォーム推進協議会等では、地域独自の事業者登録制度をもつところがあり、こうした制度への登録が顧客からの安心感を得るうえで有効となります。自治体のHPに自社の事業者名が掲載されることで得られる信用力は、大きなものです。

多くの自治体で旧耐震基準の住宅の耐震診断を推進していますが、耐震診断の事業者リスト等に登録することも、信用・信頼獲得の面で有効です。

④省エネなど、住宅の性能向上を推進する公的団体との連携

既存住宅の省エネ性等を向上させるために、自治体が独自の技術基準を設け、リフォームによる性能向上を誘導する取組みも各地で見られます。このようなリフォームの実施にあたっては、一定の研修を行い、必要技術を習得した事業者のみが認定される制度になっていることが多く、登録事業者に認定されることは一定の技術力を有するとして、地域での信用づくりに有効です。

鳥取県では、住まいの断熱と気密の性能基準を独自に定めた健康省エネ住宅「NE-ST（ネスト）」を推進しています。既存住宅においても断熱リフォーム「Re NE-ST（リネスト）」を推進するため、Re NE-ST改修に要する経費の補助（最大150万円）や、Re NE-ST登録事業者の育成支援に取り組んでいます。

名称	住所	電話番号	登録事業数
有限会社大木建設	鳥取県鳥取市0-1-3	0857-29-0566	1
有限会社匠内建設設計事務所	鳥取県鳥取市1-1842-2	0857-23-4888	2
有限会社匠内建設	鳥取県鳥取市24	0857-20-0810	1
設計工務株式会社設計事務所	鳥取県鳥取市1247	0857-22-8062	2
株式会社鳥取建設設計事務所	鳥取県鳥取市1-16-14	0857-27-6600	1

⑤ 「住宅瑕疵担保責任法人」への登録と活用

万が一、リフォーム工事に瑕疵が見つかった場合の保証となる「瑕疵保険」の登録や活用も、消費者からの信用・信頼の獲得に有効です。リフォーム工事や大規模修繕工事、中古住宅売買等にかかる瑕疵保険を利用するためには、国土交通大臣が指定する住宅専門の保険会社＝住宅瑕疵担保責任保険法人への登録が必要のため、登録事業者については一定の信用が認められます。



*一般社団法人 住宅瑕疵担保責任保険協会 <https://www.kashihoken.or.jp/>

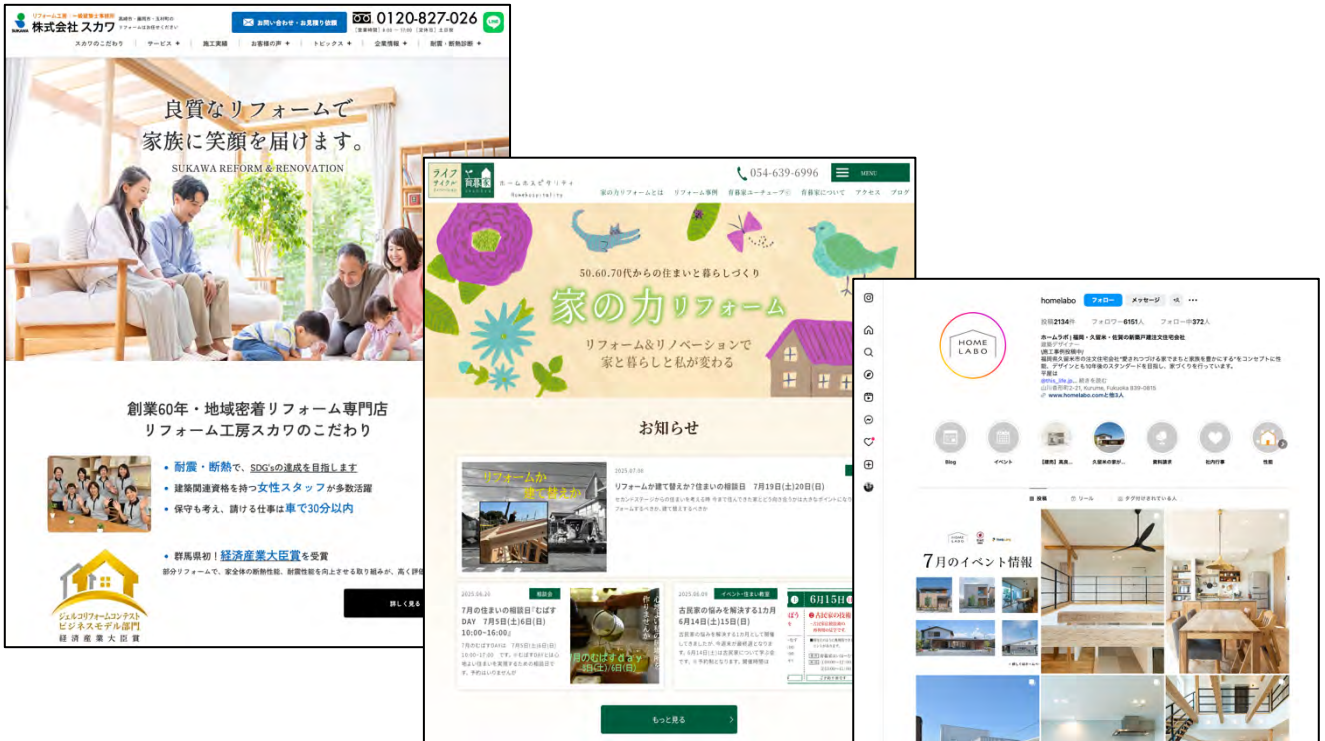
iii) HPを開設し、自社の理念・コンセプトや事例・口コミ等の情報を蓄積し、発信する

消費者がリフォーム事業者選びをする際、事前に気になる会社の得意分野や事例、顧客からの口コミ情報などを参照することは当たり前になっています。そのため事業者はインターネットをはじめ、さまざまなメディアを通じての適切な情報発信が重要です。

① 自社HPやSNSからの情報発信

消費者のインターネットによる閲覧、検索が当たり前の昨今、自社HPの開設は不可欠です。ただ開設して安心するのではなく、いかに消費者に届く情報を発信できているか、コンテンツの質が重要です。過去のリフォーム事例や、施工現場の画像・動画等の掲載、お客様の声の紹介など、これまでの実績や客観情報の掲載・発信が、評価や判断を容易にし、信用や信頼の獲得につながります。

また、SNSの活用によるタイムリーな情報発信は、消費者に親近感や共感を抱かせやすいなど、HPとは違った効用があります。SNS経由の連絡は、メールより顧客と打ち解けやすいとの声も聞かれます。



- (左) 地域密着型店であることや、性能向上リフォームによるSDG'sの達成を目指すことなどをHP上で宣誓しています(リフォーム工房 スカワ)
- (中) 「50,60,70代からの住まいと暮らしづくり」をキャッチコピーにシニアにとっての暮らしやすさを提供(育暮家ハイホームス)
- (右) 写真・動画共有SNSのひとつ、Instagramで自社の施工情報やイベント情報等を発信、ユーザーに視覚的に訴えかける(ホームラボ)

②公益的な機関が運営するポータルサイトへの登録・活用

「ポータルサイト」は事業者選びの初期段階で多くの消費者にチェックされるため、自社の認知度向上や問い合わせ・ホームページへのアクセス数増加に効果的です。中でも公益的な機関が運営するサイトは信頼性が高く、自社の信用・信頼力の向上に寄与します。

「リフォーム評価ナビ」は、一般財団法人住まいづくりナビセンターが運営するリフォーム専門のポータルサイトで、リフォーム瑕疵保険の事業者登録など一定の要件を満たした事業者のみが掲載されています。さらに、「価格」「提案力」「仕上がり」「マナー」など6項目に対する施主の口コミ評価（点数・コメント）が掲載されており、客観的な情報を通じて事業者の信頼性を示すことができます。

このようなサイトへの掲載は、消費者に安心感を与えるとともに、自社の信頼構築に有効です。



「リフォーム評価ナビ」のHP(左)と、登録事業者の総合評価例(右)。評価はユーザーの口コミに基づいて示されます。

iv) 自社が提供するリフォームに有効な資格を有するスタッフがいることを示す

リフォームに有効な資格をもつスタッフの確保とアピールが、事業者の信用・信頼につながります。大型工事になるほどさまざまな技術やサービスが必要になるため、有資格者の存在は大切といえます。

住まい手の多くはリフォーム事業者のウェブサイトを検索・訪問し、相談や依頼に値する事業者かどうかを確認します。そのためにも、提供するリフォームに有効な技術や資格を有するスタッフがいることを示していくことが大切です。

自社HPの企業情報ページに、スタッフ名と取得した資格等を示し、高い技術力・提案力を持ち合わせていることを示しています。似顔絵イラストをいれることで親近感も醸し出しています。

(リフォーム工房 スカワ)



ガス・水道店から、地域の安全・快適を担う総合リフォーム業に。公的セミナーを開催して地域からの信用・信頼につなげていく

リフォーム工房 スカワ（群馬県高崎市）

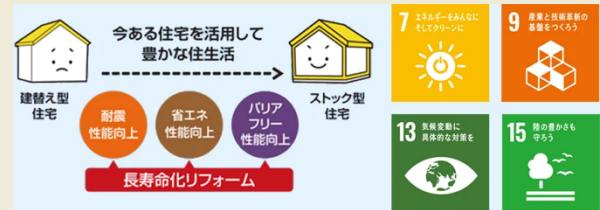
県やリフォーム団体主催の公的なセミナーの講師を務めることで地域での信用を培う

SDGs 達成に向け、ZEH仕様や長寿命化リフォームを地域に広めることを宣言

性能向上リフォームにも強いリフォーム事業者として地域に認知・信用される存在に

▶燃料店・水道工事店から水まわり改修を経て、性能向上リフォーム業へ進出

- 1963年創業。群馬県高崎市を中心とする、地域の燃料店・水道工事店としての役割を担ってきた。
- 2003年、水まわりを中心としたリフォーム事業への取り組みを開始。
- 2009年頃から、地域に「安全・安心」を届けたいという思いから、性能向上リフォームの提供を開始。新たな社内体制として、①建物調査力（インスペクション技術）と性能向上リフォーム技術の修得、②設計・提案力の向上、③施工体制の強化を図っていった。
- 原則として、会社から車で30分圏内を基本の業務エリアと定め、地域密着型ビジネスを展開。
- 長寿命化リフォーム事業を通じて地域に安心の暮らしを提供する、働きやすい職場づくりでダイバーシティを推進など、SDGs達成に向けた経営方針を策定。



SDGs 達成に向けた取り組みのひとつとして、長寿命化リフォーム事業を通じて地域に安心の暮らしを提供

▶セミナーで耐震・省エネ性能を啓発し、地域での認知を図る

- 日本住宅リフォーム産業協会や県・市などが主催・後援する「リフォームセミナー」を多数企画し、耐震性や断熱性の重要性を地域の住まい手に啓発する活動を実践。
- 消費者が安心して来場できるよう、セミナーに公的な性格を持たせてあえて社名を出さず、間接的に性能向上リフォームに対応できる事業者としての知名度や信用を高めている。

▶体感ギャラリーで断熱性能を見える化

- 旧店舗部分を改修し、断熱性能を体感できるモデルルーム「温熱体感ギャラリー」として整備。
- 断熱性能と気密性能を同時に高めることで断熱等性能等級6を確保。築年数が経った住まいでもZEH仕様に見えることをアピールし、既存住宅の省エネ性能向上を提案している。

同社が実践してきた【6つの取り組み】の一例

- エリアを限定した地域密着型経営、SDGs達成に向けた宣言【取り組み①】
- 県や市の後援を受けたセミナーの定期開催【取り組み②⑥】
- 働きやすい環境整備による女性スタッフの登用【取り組み①②】
- 性能向上リフォームへの進出、断熱を体感できる施設の開設【取り組み③④⑤】

【取り組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化

【取り組み②】 信用・信頼の根拠の見える化

【取り組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化

【取り組み④】 ベネフィットの見える化

【取り組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

【取り組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化

[基本的な考え方]

自社が提案するリフォームを実現させるために、調査・診断力をはじめ、設計やプランの提案力、正しく形にできる施工力、資金などに関する相談能力など、リフォームに必要な技術・ノウハウを蓄積し、アピールすることが、より高い信頼につながります。

[具体的な検討ポイント]

- i) 自社が提供するリフォームに関する調査・診断技術、設計技術を蓄積する
- ii) 自社が提供するリフォームを確実に実現するための施工技術・施工体制を蓄積・整備する
- iii) 補助金やローン等のリフォーム資金に関する相談対応能力を備える

[検討ポイントの詳細説明]

i) 自社が提供するリフォームに関する調査・診断技術、設計技術を蓄積する

自社の提案を顧客に理解・納得してもらうためには、建物の現状性能を正しく把握したうえで、顧客の要望や嗜好、予算等に応じた適正な提案が必要です。そのためには、室内や建物全体の調査・診断技術をはじめ、設計やコーディネート等の設計技術が求められます。

現地調査や建物調査で計測したデータを基に平面図や水道・ガス等の配管図、電気配線図等を書き起こしたり、設備機器の老朽・劣化具合や耐用年数等に応じて更新・リフォーム提案するといった、リフォームに即した実践的な技術が大切です。

近年、世帯構成やライフスタイルが多様化する中、以前よりも多彩な提案が望まれています。築年が経った戸建て住宅を建て替えるのではなく、リフォームで長期使用したいという要望も出ています。さまざまなベネフィットを住まい手に提供していくためには、修繕や設備更新に留まらず、耐震改修や断熱改修、耐久性の向上など、性能向上リフォームの知識や技術も必要になってきます。自社では難しい技術については外部の専門家との連携も検討しましょう。

【リフォームビジネスに関する調査・診断、設計技術例】

- **調査・診断に関する技術**

- ・ 構造部の劣化度合いや耐久性の調査
- ・ 外皮の防水性・耐候性の現況把握
- ・ 設備システムの機能性・安全性の現況把握
- ・ 法令適合性・規制条件の確認

- **設計・コーディネート技術**

- ・ 現状性能や劣化状況に応じた修繕・リフォームの設計および提案
- ・ 世帯構成やライフスタイルに応じた空間設計
- ・ インテリアコーディネート、収納計画

- **性能向上に関する技術**

- ・ 耐震性・耐久性向上
- ・ 断熱・気密性向上
- ・ バリアフリー
- ・ 防災・防犯
- ・ 長寿命化

など

ii) 自社が提供するリフォームを確実に実現するための施工技術・施工体制を蓄積・整備する

計画・設計した内容を確実に実現するためには、的確な施工技術と体制づくりが重要です。自社スタッフの施工技術を高めるとともに、質の高い施工技術を有する専門工事業者や設備工事店等、外部協力業者との連携も必要です。既存住宅のリフォームでは、多様な現場の状況に対応できる能力が重要です。また、大工・職人が多様な現場で培った技術とノウハウを組織全体で共有・蓄積することが大切です。社内大工・職人を積極採用・養成し、内製化を図る事業者も見られます。

近年、社員や大工、職人などの人手不足や高齢化、労働基準法の時間外労働の上限規制などにより、就労環境の整備はより重要になっています。そのため、システム化や省力化が可能な工法や商品の採用や、1名の職人が複数の工程の施工を担当する「多能工」の起用など、既存の手順にとられない新たな施工体制の構築も必要です。また業務の各工程において、DX（デジタル・トランスフォーメーション）*の導入や活用なども重要です。

***DX（デジタル・トランスフォーメーション）**：さまざまなデジタル技術の導入により、既存業務の合理化や省力化、製品・サービス、ビジネスモデル等を強化していく取組み

【リフォームビジネスにおけるDX活用例】

- 施工管理・プロジェクト・工程管理（社内や関係者間の情報・工事進捗共有など）
- 顧客対応、顧客管理（オンライン相談・商談、チャットボット、自動メール配信など）
- 契約書、見積書等の電子化
- 3D・AR/VR技術・AI等によるプラン提案、リフォーム空間のビジュアル化
- 施工現場のデジタル化（ドローンや360度カメラでの現場監視、記録など）
- 人材育成（eラーニングや動画マニュアルの導入）

など

またリフォーム提案においては、女性の視点も不可欠。スキルをもつ女性が定着し、働き続けられる環境づくりとして、産休育休制度、在宅勤務（リモートワーク）制度など、柔軟な働き方の導入の検討が重要です。このような職場環境の整備は、女性だけでなく、会社全体の社員の定着や就業意欲の向上にもつながっていきます。

iii) 補助金やローン等のリフォーム資金に関する相談対応能力を備える

提案したリフォームを契約・実施へと発展させるためには、資金面への対応も大切です。顧客の希望するリフォームに使用可能な補助・優遇制度の把握に努めたり、リフォーム規模にあったローン等の情報を提供できる配慮も重要です。

国や地方公共団体等の補助制度を活用することにより、断熱や耐震等の「性能向上リフォーム」を促す提案をすることも可能になります。

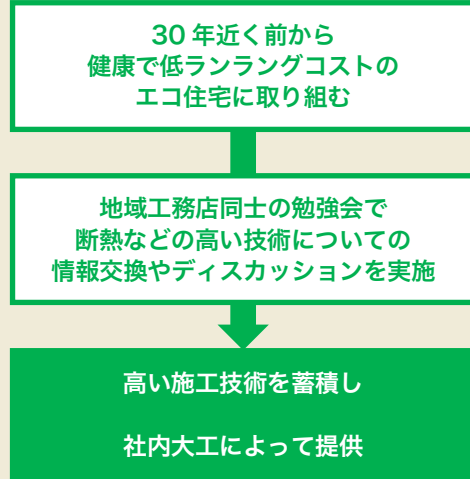
【リフォーム資金に関するサービス例】

- 住宅ローンやリフォームローンに関する情報提供
- 補助金やリフォーム減税など、公的な支援制度に関する情報提供
- 自己資金を増やすための提案（「リフォーム資金における贈与税の非課税枠」の紹介など）
- ファイナンシャルプランナーなどの専門家による相談サービス

など

地元の工務店が集まり 性能向上のための勉強会を定期開催。 知識と情報の共有によって、 地域の技術レベルの底上げに

田中住建（東京都府中市）



▶ 「人にやさしい住まい創り」をモットーに エコ住宅を地域に届ける

- ・ 家族3名+社内大工3名の工務店。先代は宮大工としても活動するなど、150年以上地元で根付いている。
- ・ 社内大工の丁寧な施工による高性能なエコ住宅を新築・リフォームともに多く手がける。
- ・ 新規顧客は自宅の温熱環境に満足したOB顧客からの紹介がほとんど。
- ・ 既存住宅のリフォームは既成の製品が納まらないケースもあり、建具や注文家具等も自作している。建具職人が減っていることもあり、この点が強みや差別化となっている。

▶ 早くから住宅の断熱性能にこだわってきた歴史

- ・ 高気密・高断熱住宅などが一般的でなかった1996年頃より、健康を意識した高機能・エコ住宅を提供。高い断熱性は光熱費の削減だけではなく、住まい手の健康という効用があると考えている。
- ・ 山梨県の既存住宅（築35年）をリノベーションし、高気密・高断熱住宅の体感ルーム「積善荘」として活用。冬期の外気温が -15°C の地で、見込客に高い断熱性能の住みごこちを体感してもらう。

▶ 地域の工務店が集まったの勉強会を定期開催

- ・ 地域の工務店が集まり、住宅性能に関する勉強会を組織。現在は15社が参加し、工法やトラブル対処、材料の研究などの勉強会を月1回実施している。
- ・ 勉強会は、通常の業務時間の中で3時間程度実施。前半部分はテーマごとに講師を呼んで学び、後半部分はディスカッションの場としている。他社が施工した断熱工法の見学に行ったり、自社の断熱工法を見せたりし、互いの改善点などを出しあっている。
- ・ 職人のレベル向上の一環として、建材商社や販売店、他の工務店の職人に自社の現場や体感ルームの見学・体感をしてもらっている。

同社が実践してきた【6つの取り組み】の一例

- 低ランニングコストと住まい手の健康を意識した高性能・エコ住宅の提供【取り組み①③】
- 自宅の温熱環境に満足したOB顧客からの紹介による新規顧客の獲得【取り組み②⑥】
- 地域の工務店が集まったの住宅性能に関する勉強会の開催【取り組み③】
- 社内大工の技術の蓄積と丁寧な施工による高い断熱・気密性能の実現【取り組み④】
- 高気密・高断熱住宅の体感ルームでの宿泊体験の提供【取り組み④】

【取り組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化

【取り組み②】 信用・信頼の根拠の見える化

【取り組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化

【取り組み④】 ベネフィットの見える化

【取り組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

【取り組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

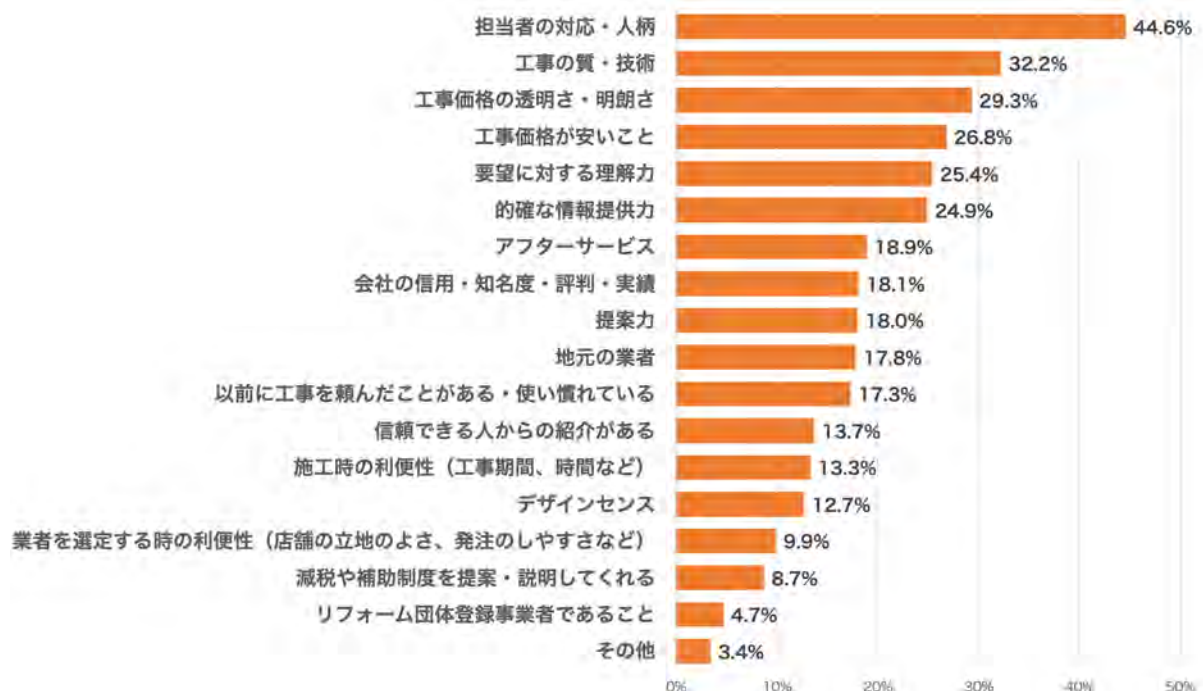
住まい手の不安は価格や品質、不具合などが上位 事業者選びの重視ポイントは担当者の人柄、工事の質、価格面

住宅リフォームの実態を把握するため、(一社)住宅リフォーム推進協議会では住宅リフォーム事業者・消費者の実態について毎年アンケート調査を行っています。「2024年度住宅リフォームに関する消費者(検討者・実施者)実態調査」の中から、消費者が「リフォーム検討にあたり不安に感じていること」と、「事業者選びで重視した点」についての結果をご紹介します。皆様の事業の見直しや目標設定等の参考情報としてご活用ください。

図1 【検討者】リフォーム検討にあたり不安に感じていること(複数回答、n=1,026)



図2 【実施者】リフォーム検討にあたり事業者選びで重視した点(複数回答、n=986)



出典：(一社)住宅リフォーム推進協議会「2024年度住宅リフォームに関する消費者(検討者・実施者)実態調査」

【取組み④】ベネフィットの見える化

[基本的な考え方]

お客様の住まいと暮らしを充実させることが、リフォームの目的です。住まいや暮らしへの不満やニーズを引き出したうえで、建物の現状性能も示しながら、リフォームでどのようなベネフィット(効用)が得られるかを、お客様に見える形で示していくことが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- i) 住まい・暮らしに対する潜在的なニーズを引き出す
- ii) リフォームによるベネフィット(効用)を示す
- iii) リフォームによって実現される性能や空間イメージ、効用等を具体的に示す
- iv) 一般消費者のリフォームに対する知識・理解を高める

[検討ポイントの詳細説明]

i) 住まい・暮らしに対する潜在的なニーズを引き出す

リフォームを通じて、より充実した住まいと暮らしを提供するためには、お客様の現状の住まい・暮らしに対する評価や不満等を徹底的に把握することが大切です。アンケートやヒアリングシート等に基づいてヒアリングしたり、きめ細かな聞き取り等によって、詳細な要望を引き出していききたいものです。

腰掛便器の交換の相談であっても、その裏にはトイレの狭さや古さ、移動しにくさ、暑さ・寒さなど、さまざまな使い勝手の悪さや不満を抱えている可能性があります。住まい手の真の困りごとを的確に引き出していくことが大切です。

ヒアリング時のアンケート例。質問は簡素化し、記入内容を確認しながら打ち合わせで詳細な要望等を把握していきます。

ii) リフォームによるベネフィット(効用)を示す

リフォームは、暮らしをより良くするための「手段」です。室内外の改良、更新、性能向上等を通じて、利便性や安全・健康・快適・経済性等を高めるなど、お客様にさまざまなベネフィット(効用)を提供することが大切です。水栓金具の交換工事1つでも、使いやすくなったり、光熱費を下げるなど、さまざまなベネフィットを提供できます。提案するリフォームが、お客様の暮らしの質の向上につながることをきちんとと説明しましょう。

①「安心・安全」

大地震や自然災害から家族や財産を守ったり、不審者の住居侵入を防ぐなど、住まい手にとって「安心・安全」は欠かせません。建物の耐久性や耐震性、断熱性、バリアフリー、防災性、防犯性等のリフォーム提案によって、安心・安全な空間を提供していきましょう。

ところで、耐震性は耐震補強や耐震改修によって向上しますが、顧客の多くは「耐震等級」や「上部構造評点」等の基準や意味がわからず、数値についても実感しづらいものです。数値の意味が理解されないことにより、耐震補強や耐震改修等につながらないといったケースが考えられます。耐震改修は、古い建物のリフォームを行うきっかけになることが多いことから、これらの数値の意味をしっかりと伝えることが

大切です。同様に、断熱リフォームにおける「UA 値」(外皮平均熱貫流率)や「C 値」(相当隙間面積)の説明も大切です。



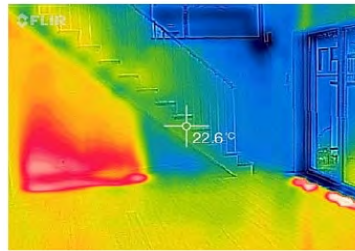
耐震改修では、模型を使用しての説明することで住まい手の理解が深まります。写真は筋交いや梁等、構造を説明する模型 (提供: 安心ホーム計画)

② 「健康・快適」

健康・快適な暮らしは、採光・日射、通風・換気、断熱・気密などを取り入れることで提供できます。とくに断熱改修等によって温熱環境を高めることは、健康・快適な暮らしにつながります。

断熱性・気密性を高めることで住宅内や室内の温度差が減るため、夏場の熱中症や冬場のヒートショックのリスクを減らせたり、1年を通じて過ごしやすい室温・湿度を維持できることで快適で健康的な暮らしにつながるなどのベネフィットを伝えることが大切です。

*赤が温度の高い部位、青が低い部位



サーモグラフィカメラ等を活用して温熱環境の測定等を行い、データを見える化 (佐藤工務店)

③ 「経済性」

リフォームによって住まいの経済性が向上することは、大きなメリットであり、リフォーム提案の際もお客様に強く訴求します。住まいの経済性は、一定期間の「ランニングコスト」と、その住まいの総住宅費＝「トータルコスト」の2つの側面からアピールが可能です。

ランニングコスト面では、リフォームで断熱性能等を高めることにより、毎月の光熱費等を下げられるなどのメリットにつながります。一方トータルコスト面では、適切な維持管理を行うことでその後の大きな補修工事などを減らせること、長期使用によって建替え時期を遅らせられること等の理由から、建物の一生にかかる全体コストを軽減できます。リフォームによる経済性をアピールしていきましょう。

なお、ベネフィットを伝える際、これまでのリフォーム事例や実施者の声、有資格者の存在など、これまでの実績を示し、その効用がリフォームできちんと付与できることを示すことが大切です。性能向上リフォームでは、向上させる住宅性能が暮らしの充実にどう作用していくか、関係性を示すことも必要です。

リフォームにおけるシニアへの配慮項目例 (高齢者住宅協会「高齢期の健康で快適な暮らしのための住まいの改修ガイドライン」より)。これらはそのまま暮らしやすさというベネフィットへとつながります。

配慮項目	改修する空間		
	トイレ 洗面・脱衣室 浴室	居間 食事室	玄関 アプローチ
温熱 ① 温熱環境	冬暖かく・夏涼しい住まいに		
外出 ② 外出のしやすさ	外出の機会や人を招く機会が増える住まいに		
トイレ浴室 ③ トイレ・浴室の利用のしやすさ	身体への負担が少なく気持ちよく利用できる環境に		
生活 ④ 日常生活空間の合理化	コンパクトで行き来しやすい日常生活空間に		
バリア ⑤ 主要動線上のバリアフリー	安全に日常生活を送ることができる住まいに		
設備 ⑥ 設備の導入・更新	使いやすい設備が整った住まいに		
光など ⑦ 光・音・匂い・温度など	ストレスを感じない住まいに		
余剰 ⑧ 余剰空間の活用	豊かな生活が送れる住まいに		

高い温熱環境の提供で 住まい手の健康に寄与。 エビデンスに基づいた説明で 断熱リフォームを提供していく

東京ガスリノベーション（東京都品川区）

▶ スケルトンリフォームなどの大型工事に特化し、 差別化を図る

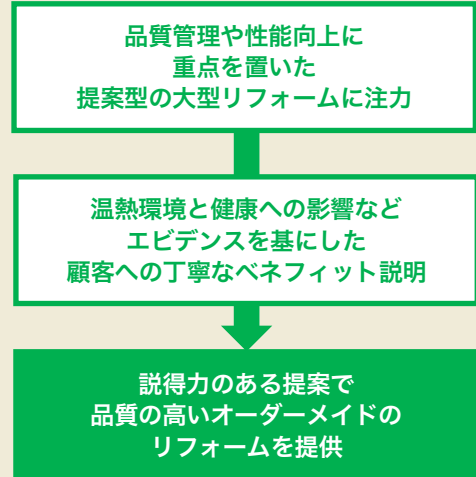
- 同社のリフォーム事業部はスケルトンリフォームを中心に提案型リフォームを請け負う。働き方改革の面から商圏を東京 23 区と横浜・川崎を中心に絞り込み、効率的に現場管理調整がしやすい大規模リフォームにシフトした。
- 営業・設計積算・施工管理がプロジェクトチームを組み対応。最初の窓口の営業担当者は一級または二級建築士を取得しており、高い品質のリフォームの実現につなげている。
- 生活者としての視点に長けた営業・設計がお客様の要望を深くみ取り、プロならではのオーダーメイドの提案を展開している。

▶ 断熱性能の高さが 住まい手の健康につながることを丁寧に説明

- 「健康」を切り口に、住まいの断熱性に関心を持ってもらう。断熱空間で過ごすことで血圧の数値の変化が少ないといった、健康に訴求する資料を見せながら紹介。
- 暖かい家に住むと活動時間が長くなるなど、健康への影響などを伝えている。各部屋のサーモグラフィーの比較写真などを提示して説明している。

▶ 脱炭素の観点からも省エネリフォームを推進

- 大学や企業と連携し断熱の効果測定などの活動を行っており、各種エビデンスが積み上がってきている。
- 断熱性を確保したリノベーションの訴求に今後も注力していく。



同社が実践してきた【6つの取組み】の一例

- スケルトンリフォームを中心に提案型リフォームに注力【取組み①】
- 営業・設計積算・施工管理によるプロジェクトチームで対応【取組み②③④】
- 健康を切り口にエビデンスを活用した断熱性能の提案【取組み④】
- DXツールの活用、遠隔での現場管理による施工品質と働き方改革の両立【取組み②⑤】

【取組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化 【取組み②】 信用・信頼の根拠の見える化
 【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化 【取組み④】 ベネフィットの見える化
 【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化 【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

[基本的な考え方]

提案するリフォーム工事の内容を十分に理解・納得してもらうことが、顧客からの信頼につながります。そのために、リフォームがどのように行われるのか、その工事がなぜ必要なのか、コストは妥当なのか等について、丁寧に説明することが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- i) リフォームの工事内容・手順等を紹介する
- ii) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する
- iii) 工事内容とコストの関係を分かりやすく示す
- iv) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす
- v) 顧客の将来の使い方も確認・提示したうえで、今行う工事内容を提案する

[検討ポイントの詳細説明]

i) リフォームの工事内容・手順等を紹介する

リフォームの工法や技術の提案等を行う際、調査・診断を行い、建物の現状性能に基づいて提案する工事内容や手順・進め方等について、お客様に丁寧に説明していくことがリフォーム内容の理解や事業者への信頼につながっていきます。

ii) 建物の状況を把握したうえで工事内容を提案する

たとえ小さな工事であっても、建物の現状性能を把握することが大切です。現状性能を把握しないリフォーム提案は、その工事内容や目標性能が妥当であるかをきちんと説明できない可能性があります。また現場調査によって、気づかない瑕疵や不具合の発見にもつながられます。

2025年4月の建築基準法改正により、主要構造部（壁、柱、床、梁、屋根、階段）の過半を修繕・模様替える工事には確認申請が必要となったため、劣化度合いの確認はますます重要になっています。

リフォームする部屋や部位の現地調査はもちろん、より精密な建物調査や診断等を実施し、その結果をもとに工事内容を検討し、将来を見据えたりリフォーム提案を行うことが大切です。

①単独部位の工事による調査・診断例（専門性を活かしたリフォーム専門店等の場合）

リフォーム専門店等による専門工事・単独部位の工事などの場合、自社の専門性に特化した立場からの診断・調査と提案が、顧客からの信用・信頼を高めることにつながります。

例えば屋根や天井裏、床下など、顧客が日常生活では把握できない部位等について、専門的な知識を持ったスタッフが診断し、適切な提案を行うことが、その工事の妥当性に対する顧客の理解と納得につながっていきます。

水まわりの設備更新などでも、設備機器だけでなく、壁の内側の補強状況や断熱材の有無、床下の状態や配管のチェック等を行うことで、工事内容が広がっていくことが考えられます。

②性能向上リフォームなど大型工事を実施する場合の調査・診断例（総合性を活かした工務店等の場合）

耐震改修をきっかけとして、断熱性能などの性能向上リフォームなどの大型リフォームを実施するケースも多くみられます。大規模なリフォームを行う場合は、耐震診断、性能に関する現況の調査（耐久性、断熱性等）を行い、それに基づき計画・設計するなど、総合的な観点から提案することが重要です。また

確認申請を要するリフォームでの現況調査など、自社では難しい複雑な調査や診断等は、外部の専門家への依頼や連携も有効です。



耐震調査・診断以外にも詳細な建物調査を実施し、総合的な建物調査としています（佐藤工務店）

iii) 工事内容とコストの関係を分かりやすく示す

設備交換等の工事は、リフォームの内容や手順等がある程度定まっておき、費用や工期等の目安が比較的つけやすいといえます。共通化・標準化された工事内容については、事前におおよその単価を整理して示すことが、顧客の理解・納得と安心感につながります。

一方、性能向上を伴うような中～大規模のリフォームの場合、工事範囲や改修後の目標性能等によってコストが大きく異なるため、費用や明細等が分かりにくくなってしまう場合があります。見積もりを提示する際、一式ではなく、内訳を示したり、部位別に項目を分けるなどしたうえで、丁寧な説明が大切です。

また、1つの案で顧客に判断を求めるのではなく、性能をどこまで高めるか等を含めて、複数の案を提案し、コストの妥当性を示すことも有効です。

iv) 工事内容が確定したら、必ず契約書を取り交わす

小規模の工事などでは、口頭での約束や見積書だけで契約したことにする場合がありますが、書面の契約をおろそかにすると後でトラブルの原因となる恐れがあります。建設工事の請負契約においては、すべての工事で所定の事項を記載した契約書面を交付しなければなりません（建設業法第19条）。どんなに小さな工事でも、必ず書面で契約を交わしましょう。

●「住宅リフォーム工事標準契約書式」の活用を

住宅リフォーム推進協議会では、中・大規模工事用としての「住宅リフォーム工事標準契約書」と、小規模工事用の「注文書・請書」を出版しています。契約の際はこれら契約書面をご活用ください。

住宅リフォーム工事標準契約書

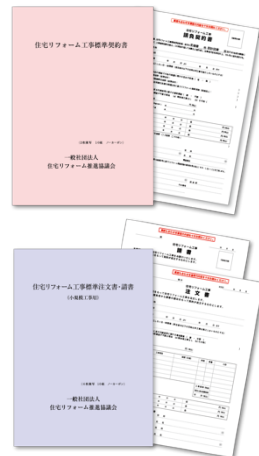
住宅リフォーム工事標準契約書は、一般的な住宅のリフォーム工事で契約時に見積書、設計図、仕様書等を添付する工事での使用を想定しています。

住宅リフォーム工事標準注文書・請書（小規模工事用）

注文書・請書は、一般的な住宅の小規模なリフォーム等の工事（請負金額50万円未満程度かつ単一工事）のうち、契約時に設計図、仕様書等の添付がなく注文書・請書の内訳にすべての見積内容が記入できる工事での使用を想定しています。

*これらは住宅リフォーム推進協議会HPからダウンロードできます

<https://www.j-reform.com/publish/shosiki.html>



●追加工事への対応も大切

事前に丁寧な現場調査を実施していても、いざ工事を開始すると、壁や天井、床下、内装等を解体・撤去して初めて劣化事象等が見つかるケースがあります。当初予定していなかった工事が必要となる場合、費用や工期等をめぐって顧客とトラブルになる恐れがあります。

追加工事が必要になった場合、どのように対処するかは、事業者側で事前に検討（追加工事が発生した場合は別途工事費を見積って追加請求する、予備費で賄う、再協議する等）しておきましょう。そのうえで、追加工事の可能性を顧客に伝えたり、契約書にその旨を記すなどして、後々のトラブルのリスクを最小化しておくことが大切です。

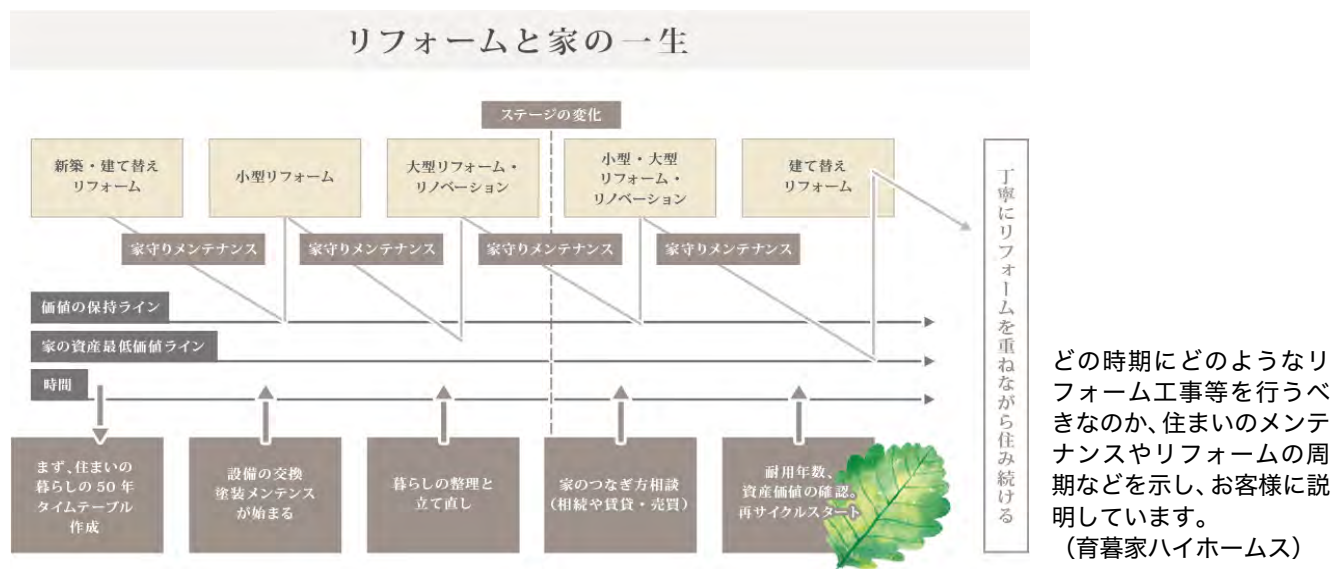
v) 顧客の将来の使い方も確認・提示したうえで、今行う工事内容を提案する

住まい手は「叶えたいこと、やりたいこと」を最重点にリフォームを進めたがるものですが、リフォーム事業者は住まいのプロとして、劣化対策や性能向上など、お客様が気づいていない「必要な工事」の提案も欠かせません。また目先の工事だけでなく、将来必要になる工事等を示すことも大切な業務です。

●今後のメンテナンス・修繕等の提示

建物の耐久性や性能維持にはメンテナンスや修繕など、定期的な維持管理が必要です。家全体で今後必要となるメンテナンスや修繕を示しながら、今回行うリフォームの内容を提案することが大切です。

住宅履歴を活用しつつ、メンテナンス計画や長期修繕計画を提示することも、OB顧客として継続的な関係の構築に有効です。



●顧客の将来の利活用法

建物を長寿命化できると、数世代にわたっての使用が可能になります。時間の経過とともに顧客の年齢や家族構成等は変わっていきますし、所有者も変わっていく可能性があります。

お客様のライフスタイルだけでなく、ライフステージ（人生のなかで節目となる環境等）についてもヒアリングし、将来的な家族構成の変化や今後想定する利用期間、利用方法等、建物の長期的な利活用法について示して差し上げましょう。そのうえで、現時点でどんなリフォームをやるべきか、将来的に何をすることになるのか等の見込みを示しながら、工事内容の提案を行うことが重要です。ファイナンシャルプランナーと連携してセミナーを開催し、顧客のライフプランを示しつつ将来の資金計画と家づくりをセットで消費者に情報提供するような取組みも行われています。

CASE STUDY | 顧客・地域に選ばれ続けるための視点と取組み例 ④

住まい手のライフステージを想定して
相続や売却に至るまでのライフプランを提案。
家づくりの考え方をHPや動画で発信し、
共感してくれる人をターゲットに
育暮家ハイホームス（静岡県藤枝市）

50・60代をターゲットに
健康と省エネにこだわった
新築(建替え)・リフォームに取り組む

断熱性能のベネフィットなど
エビデンスを基にした
丁寧でわかりやすい説明による提案

顧客のライフプランに見合った、
リフォームによる
豊かな暮らしを提案

▶性能向上リフォームで 既存住宅を資産価値の高いストックに

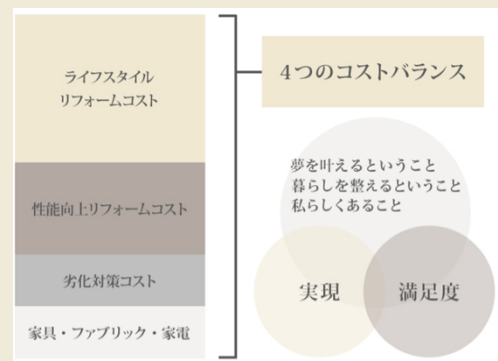
- ・ 同社は短期で建替えを繰り返す「スクラップアンドビルド型」でなく、相続や売却までを考えた資産価値を持つ住まいとして質を上げていく「循環型」を目指し、ユーザーに性能向上リフォームを提案している。
- ・ 建物の長寿命化のためには、耐久性に加え、耐震性や断熱性は欠かせないというのが同社の基本姿勢。1981年以降の新耐震基準の建物でも耐震性の低い住宅があり、建物調査で耐震改修を提案する。断熱性は住まい手の安全・健康に直結するなどベネフィットの多い性能だが、静岡という温暖な地では断熱性が不足しており、性能向上が不可欠と考えている。
- ・ 断熱性能は後から付加しにくい工事のため、必要な工事と併せて提案しており、これが他社との差別化のポイントともなっている。

▶お客様の望むプランと性能向上プランの2案を提示

- ・ シニア層向けの断熱リフォームでは、残りの人生を考慮し、費用対効果の高いリフォーム内容を優先している。住宅全体を断熱するのではなく、予算とランニングコストのバランスを見ながら、断熱性能と設備の最適な組み合わせを提案している。
- ・ リフォームの相談を受けた際、該当部位だけでなく、床下や天井裏なども調査し、建物の現状性能を確認している。また、室内の温熱環境に関するデータをとるための道具も入れて計測する。

断熱性等の性能向上がなぜ必要なのか、コストとエビデンスの両面から説明することで、理解・納得していただけることが多い。

- ・ 住まい手があと10年しか住まないなら10年分のお金をかけ、30年住むならその分のお金をかけていくべき、といった提案をしている。



同社が実践してきた【6つの取組み】の一例

- 50・60代をターゲットに、既存住宅を性能向上させて長く使う「循環型」の住まいづくりを提唱（取組み①②）
- 家づくりの姿勢をホームページや動画で発信し、共感するユーザーを顧客化（取組み②③）
- 性能向上がなぜ必要か、具体のエビデンスを基にベネフィット等を説明（取組み④⑤）
- 高齢になったときの暮らし方の提案として、築35年の建物をリフォームしたモデルハウスを開設（取組み③④）

【取組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化

【取組み②】 信用・信頼の根拠の見える化

【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化

【取組み④】 ベネフィットの見える化

【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化

【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

[基本的な考え方]

OB顧客からの再受注や新規顧客の紹介が、リフォーム事業の継続と安定につながります。定期訪問のほか、住まい手の困りごとをサポートできる体制・関係づくりなど、OB顧客や地域と持続的な関係をつくるための取組みが大切です。

[具体的な検討ポイント]

- i) OB顧客に対して、連絡や訪問、交流会等を継続的に行う
- ii) イベントやセミナー等、地域に向けた活動を継続的に行う
- iii) 消費者からの知名度を高める取組みを行う

[検討ポイントの詳細説明]

i) OB顧客に対して、連絡や訪問、交流会等を継続的に行う

リフォームを受注できた顧客と一過性の取引で終わらせるのではなく、将来にわたって信頼関係をつくりあげていくことが大切です。OB顧客として関係を永続化させることで、その後の維持管理をはじめ、修繕や補修、さらには次のリフォームの受注等の獲得につながっていきます。OB顧客との良好な関係は評価の高い口コミを生み、新たな顧客の開拓へと発展したり、顧客からの新規客紹介も期待できます。

そのために、DMやメールマガジン等による継続的な顧客とのつながりを徹底するとともに、情報誌等を作成して暮らし全般に対する提案・情報提供等を行う、挨拶や点検等のため定期的にOB宅に訪問する、交流会等のイベントを開催するなどの取組みによって、OB顧客との継続的な関係を構築することが大切です。

住宅履歴の活用は、OB顧客との接点づくりに有効な方法です。リフォームした際に作成した図面や見積書を保管するとともに、住宅履歴情報を活用し、顧客への支援を行うことで、住まいの維持管理や顧客管理を徹底できます。とくに新築からのOB顧客を抱える工務店は、維持管理する住宅・顧客を多く確保することで、リフォーム、さらには、売買・賃貸等の不動産流通等の相談・依頼を受けられやすい環境をつくることができます。

OB顧客との接点づくりの例

手段	実施例
引渡し後の直接的なサービス	<ul style="list-style-type: none"> ・アフターサービス ・住宅履歴の保管と活用 ・定期メンテナンス ・長期修繕計画の提示 <p style="text-align: right;">など</p>
間接的な連絡	<ul style="list-style-type: none"> ・時候の挨拶ハガキの送付 ・メールマガジンの定期配信 ・ニュースレターやDM、情報誌等の定期送付 <p style="text-align: right;">など</p>
訪問によるコンタクト	<ul style="list-style-type: none"> ・定期点検 ・メンテナンス提案 ・困りごとの御用聞き <p style="text-align: right;">など</p>
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・自社イベントの開催 ・OB顧客同士の交流会 ・OB顧客宅を会場にしたリフォーム内覧会 <p style="text-align: right;">など</p>

長期修繕計画等をもとに、定期点検の案内やメンテナンスの提案等を行っていきましょう。OB顧客からの信頼の獲得によって、メンテナンスだけでなく、将来のリフォーム受注が期待できます。

また、維持管理の徹底化に向けた顧客の資金等の確保をサポートすることも、維持管理やリフォーム等の業務の受注に向け有効です。

また言うまでもなく、万が一のクレームにも、迅速に対応することも大切です。

ii) イベントやセミナー等、地域に向けた活動を継続的に行う

口コミがリフォーム事業者の信頼獲得に重要となる中、事業エリア内でより良い評判、高い評価を得ていくことが、OB顧客からの再受注や新規顧客の紹介等につながっていきます。評判は必ずしも技術力だけでなく、顧客への丁寧な対応、マナーや服装、挨拶といった点なども評価されています。

まちづくり活動など地域に貢献する活動を行ったり、地域住民の属性・状況・ニーズ等に対応したイベント等の実施を行ったりすることも、信用・信頼獲得につながっていきます。定期的なイベント開催によって、地域での住まい・暮らしの「相談役」「窓口」となっていくことで、さまざまな相談を受け、将来のリフォーム依頼が期待できます。

iii) 消費者からの知名度を高める取組みを行う

OB顧客との信頼関係の構築と同様、新規客の掘り起こし＝顧客開拓が重要です。とくに専門工事店や設備店など、同業者からの下請け業務(B to B)の多い事業者がリフォーム業に進出し、元請けとして消費者からの受注(B to C)をめざすような場合、地域内での消費者からの知名度を高める必要があります。店や事務所に自社の看板を掲げてリフォームを行うことを示すとともに、社用車、作業着などにも社名やメッセージを入れるなどして、日常的なPR活動を行っていきましょう。

行政や公的機関と連携したリフォームに関するセミナーの開催や、地域内での軽微な修繕サービスの提供なども、知名度を高めるのに有効です。

また、ターゲットの1つとして、新築時のハウスメーカーやビルダー等に代わり、戸建て住宅所有者の維持管理等の相談相手となることが考えられます。

新築の引渡し後、積極的にアフターサービスを行わないメーカーやビルダーの顧客は、住まいの相談相手がいない状況にあります。そこで、メンテナンスや修繕等をきっかけに顧客化し、将来のリフォーム客として関係を永続化させていくという取組みです。

補修を専門とした「リフォームおたすけ隊」を実施。1回60分以内の作業で税込7,000円＋実費と低額なサービスで、新規顧客を獲得し、将来のリフォーム依頼をめざしています(ゆめや)

ちょっとしたお悩みや緊急時の「困った!」に駆けつける
リフォームおたすけ隊



ゆめやには、「壁に穴を開けてしまった…」「ドアや建具の建て付けが悪い…」といった小さなお悩みを解決する「リフォームおたすけ隊」という、補修専門の特別チームがあります。

ご年配のお客様からは電球交換など、緊急で対応してほしい!という時にご依頼をいただくケースも多く、ご好評をいただいているサービスの一つです。

おたすけ隊は60分以内での修理業務に対応しており、7,000円＋材料費で対応させていただきます。住まいの修繕でお困りの際はぜひご利用くださいませ。

ご利用料金
7,000円＋材料費/60分以内

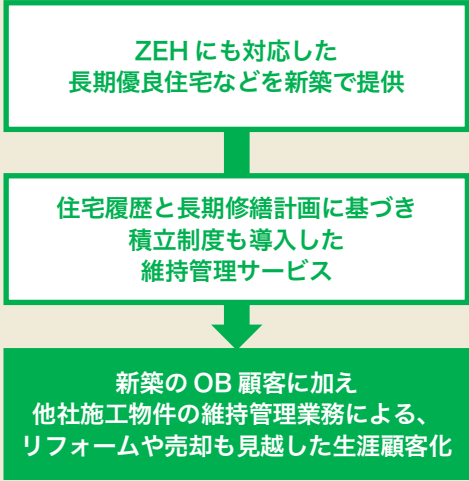
iv) 地域の他分野の主体との連携関係を構築する

リフォームや改修工事の相談や依頼は必ずしも住まい手本人から来るわけではありません。高齢者向けのリフォームであれば介護・福祉関係の事業者からであったり、まちづくり等の活動を行う町内会や自治会など、多様な事業者・団体等を通じて依頼が来ることもあります。

このように、地域との信頼関係を構築する上で、実際にリフォームを必要としている消費者と直接関わっている他分野の団体・事業者との連携も有効です。

新築で長期優良住宅をつくり、 引渡し後は住宅履歴を活用した 独自の維持管理サービスで 生涯にわたって良質の住環境を提供

ホームラボ（福岡県久留米市）



▶新築中心の工務店から、 維持管理・リフォーム、不動産と事業分野を拡大

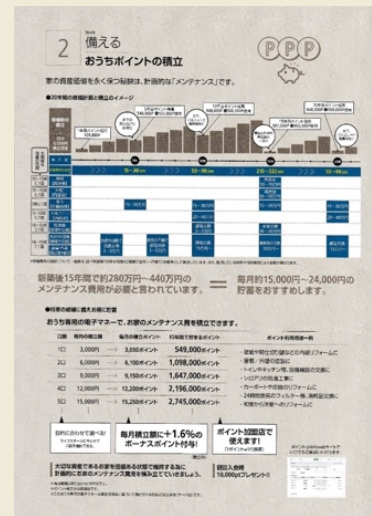
- ・ 新築部門「ホームラボ」に加え、住宅維持管理・リフォーム部門「ハウ斯拉ボ」、不動産部門「まち住まいる」を設置。ホームラボは住宅の新築と竣工後2年間のアフターサービスを担当、ハウ斯拉ボはその後の顧客による住宅の維持管理をサポートし、メンテナンス等に対応している。
- ・ 維持管理・リフォーム部門は、他社の建築した戸建て住宅も対象に、アフターサービスに熱心でないハウスメーカー、ビルダー等の顧客からの新規依頼も受け入れる。

▶住宅履歴と長期修繕計画に基づく徹底した維持管理業務とリフォーム

- ・ 住宅履歴情報「いえかるて」へ登録することで、住まいの維持管理サービス「どんどん」で情報の更新が行われる仕組みを導入。
- ・ 5年に2度、住まいの定期点検を実施し、定期点検の結果やリフォームのメンテナンス報告などの情報を住宅履歴として蓄積・管理するとともに、情報サービス機関への登録・更新の代行を行い、半年ごとに住まいの状況を施主に報告している。

▶積立制度によって将来の維持管理費用を用意

- ・ 将来の修繕に備えて、“おうちポイント”を1口3,000円から毎月積み立てる制度や、キッチン・トイレ・バスなど住宅設備の10年保証などがセットになった仕組みを整備。
- ・ 積立制度は社外の仕組みを利用している。貯まったポイントは、修繕やリフォーム等の工事費用に充てられる。



同社が実践してきた【6つの取組み】の一例

- 新築で長期優良住宅を建て長く維持管理を行い、OB顧客のリフォームにつなげる（取組み①③）
- 住宅履歴と長期修繕計画に基づく維持管理の仕組みを導入（取組み②③）
- 将来の修繕費用の積立制度を用意（取組み②⑥）
- 他社施工の住宅も対象に維持管理業務を行う（取組み①⑥）

【取組み①】 自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化 【取組み②】 信用・信頼の根拠の見える化
 【取組み③】 技術やノウハウの蓄積と見える化 【取組み④】 ベネフィットの見える化
 【取組み⑤】 工事内容やプロセスの見える化 【取組み⑥】 顧客や地域との持続的な信頼関係の構築

“6つの取組み” チェックシート

ここまで「6つの取組み」の概要について紹介してきましたが、
皆様が、社や実際の現場で必要な取組みを
確認・検討していただくために
「チェックシート」を用意しました。
日常業務を見直すためのツールとしての活用はもちろん、
今後の事業方針や経営理念等について検討するなど、
さまざまな目的でご活用ください。

【チェックシートの使い方】

次ページから全8ページにわたって
取組み①から⑥までの項目ごとに
確認・検討のポイントを整理していますので
自社の現状についてチェックしながら課題を整理するとともに
具体の改善方法などについて検討していきましょう。

【取組み①】「自社の特長と地域特性に基づく事業方針の明確化と共有化」に関するチェック

テーマ	項目	確認・検討ポイント	
i) 自社の専門分野を明確にする	取り扱う 工事領域・分野、性能等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 建築一式など総合的に工事を請け負うか、核となる専門工事の領域・分野を設けるか ・ 専門領域・分野をどこに置くか（屋根・外装、内装、塗装、設備、配管等） ・ 主に取り扱う部位はどこか ・ 性能向上リフォームへの対応や範囲の確認（耐久性、耐震性、断熱性、バリアフリー） ・ 構造部への対応（躯体に手を入れる、増築・減築に対応する、また対応する工法等） 	
	<p>上記を参考に、自社の専門分野を書き出してみましょう。 （現段階の分野でも、これからめざしたい分野でも構いません）</p>		
ii) 対象とする地域を定め、その地域の特性を把握する	業務エリアの設定	<ul style="list-style-type: none"> ・ 主たる業務エリアをどこにするか（市内、半径 5km 以内、車で 1 時間圏内、他） 	
	<p>ii) - ① 上記を参考に、自社の業務エリアを設定しましょう。</p>		
	業務エリアの特性	敷地や住宅の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ エリア内の住宅ストックの特徴を確認する（戸建／集合住宅の割合、築年の傾向、広さなど） ・ 敷地や立地環境面での特徴を確認する
		住み方の特性・傾向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新築・リフォーム・建替え・住み替え・空き家対策等、どこに需要があるか ・ 住まい手の資産や貯蓄等の傾向・特性
		エリア規模や施主の特性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対象とするエリアの人口や世帯数はどの程度か ・ 家族数や施主の年代・世代等、住まい手にどのような特性があるか（核家族、多世代家族など）
		住まい方や住まいへのニーズ	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域特性や文化に基づく住まい方の特徴 ・ 住まい手が求める住宅性能や間取り、好み、こだわりはどのようなものか
		自然環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 気候の特徴（寒冷地域、温暖地域、蒸暑地域…） ・ 地震が多い地域か、風害が多い地域か
必要な性能・技術		<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域や住まい方に応じた住まいをつくるうえで必要な性能や工法、仕様、ノウハウなど 	
行政の対応等	<ul style="list-style-type: none"> ・ リフォームや性能向上等、行政が住宅に対して積極的に支援を行っているか 		
<p>ii) - ② 上記を参考に、業務エリアの特性や特徴等を書き出してみましょう。</p>			

テーマ	項目	確認・検討ポイント
iii) 自社の特長を 確認する	人的な強み	<ul style="list-style-type: none"> 社内スタッフの人的な強みの確認（営業が多い、設計士やインスペクターがいる、専門性の高い技術や資格を持つ、自社大工を持つ、多能工で生産性の高い職人がいる、ヒアリングの得意な女性スタッフがいる、アフターサービス専門スタッフがいる、資金計画を相談できるFPがいる、他） 社員や外部協力会社・職人等が有する職能や資格の確認
	技術・サービス面における強み	<ul style="list-style-type: none"> リフォームにおける得意な工法、技術、ノウハウ等（耐震改修に強い、バリアフリーが得意、外断熱が武器、他） リフォーム以外で得意とする分野やサービス（インテリアコーディネート、家具販売、不動産仲介、FP、他）
	経営資源的な強み	<ul style="list-style-type: none"> 自社のインフラ面における強み（支店がある、ショールームがある、仮住まい部屋がある、他） 広告や宣伝等、発信力における強み（HPやSNSなどの充実、ちらしや情報誌の定期発行、セミナーやイベント等を開催できる、他） など
	その他の特長・強み・こだわり	<ul style="list-style-type: none"> その他の特長・強み・こだわり（地域産材・無垢材・自然素材・集成材の活用、メーカーブランドやグレード、造作対応、手作業、湿式工法、他）
	上記を参考に、自社の武器や特長となりそうな要素を挙げてみましょう	
iv) めざす姿を 明確にする	なりたい事業者像	<ul style="list-style-type: none"> 自社のなりたい事業者像（地域密着でサポート力を高める、建物調査や診断をもとに性能向上リフォームを提供する、設備更新だけでなく暮らし向上リフォームを提案する、維持管理サービスで地域の町医者をめざす、など）
	上記を参考に、めざす姿（＝なりたい事業者像）を設定しましょう	

事業方針 (i～ivの合体)	i) 専門分野
	ii) 地域特性 (①業務エリア、②業務エリアの特性)
	iii) 特長
	iv) めざす姿

*上記の事業方針の設定に加えて、自社の経営理念を確認し、事業方針と整合させることも大切です。

*事業方針は社員全員での共有化も大切です。担当者の方も経営者になったつもりで考えてみてください。

【取組み③】「技術やノウハウの蓄積と見える化」に関するチェック

テーマ	確認・検討事項
<p>i) 自社が提供する リフォームに 関する 調査・診断技術、 設計技術を 蓄積する</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社で保有する技術やサービス等についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 現地調査をもとに平面図、配管図、配線図などを作成できる（推測できる） <input type="checkbox"/> 現地調査の際、確認できない部位の劣化・老朽リスク等を推測できる <input type="checkbox"/> 機器の老朽度や耐用年数等に応じて、必要な設備更新やリフォームを提示できる <input type="checkbox"/> 単なる設備更新に留まらず、間取り変更等に対応・提案できる <input type="checkbox"/> 設計力に加えて、空間イメージを高めるコーディネート力も保有している <input type="checkbox"/> 技術や資格取得のために、セミナー・勉強会等に参加している <input type="checkbox"/> 基盤業務以外の部位や性能に関しても、知識やノウハウの獲得に努めている <input type="checkbox"/> 自社では難しい技術について、外部の専門家と連携することができる <p>(性能向上に関する技術についても確認しましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 耐震診断・耐震補強 <input type="checkbox"/> 断熱リフォーム・省エネリフォーム <input type="checkbox"/> バリアフリーリフォーム <input type="checkbox"/> 躯体や基礎等の耐久性向上、長寿命化 <p>・ その他、自社に不足している技術、必要な技術について確認・検討する</p> <p>上記を参考に、自社に必要な技術等を確認・検討しましょう</p>
<p>ii) 自社が提供する リフォームを 確実に実現する ための施工技術・ 施工体制を 蓄積・整備する</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 施工体制についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 設計図面に基づき、正しく施工できるスタッフや職人を確保できている <input type="checkbox"/> 専門工事業者等、外部協力会社との連携体制を確保できている <input type="checkbox"/> 耐久・耐震・断熱改修など、性能向上リフォームを正しく施工できる施工技術や施工体制を有している <input type="checkbox"/> システム化や省力化が可能な工法や技術、商品等を積極採用している <input type="checkbox"/> 社内大工の採用や多能工の確保・育成など、自社の品質や生産性を高める内製化を実施している <input type="checkbox"/> (工務店)「墨付け」「手刻み」など、新築工事において必ずしも必要としない技術を保有している <input type="checkbox"/> 業務の各工程においてDX化のためのツールを活用し、生産性等を高めている <p>上記を参考に、施工面で今後強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
<p>iii) 補助金やローン等 リフォーム資金に 関する相談対応 能力を備える</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応力についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 資金計画について、無理がないか検討・判断・提示できる <input type="checkbox"/> 顧客の要望に応じてリフォームローン等の提案ができる <input type="checkbox"/> 国や自治体等の補助・優遇制度等について、必要に応じて提案できる <input type="checkbox"/> リフォームの減税制度を顧客に説明でき、活用できる <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

【取組み④】「ベネフィットの見える化」に関するチェック

テーマ	確認・検討事項	
i) 住まい・暮らしに 対する潜在的な ニーズを引き出す	(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう) <input type="checkbox"/> ヒアリングシートを活用するなど、相談者の要望の把握に努めている <input type="checkbox"/> ロールプレイングによるスタッフの育成等により、相談者が打ち解けやすく、気軽に相談しやすい環境をつくり出している <input type="checkbox"/> お客様の直接的な困りごとや要望を聞き取るだけでなく、その背景にあるニーズの把握に努めている	
	上記の確認内容をもとに、要望確認面で実施していきたい取組みを挙げてみましょう	
ii) リフォームによる ベネフィット (効用) を示す	ベネフィットの提示	(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう) <input type="checkbox"/> どのような規模の工事やリフォームであっても、住まい手のベネフィット(効用)につながることを説明している <input type="checkbox"/> 施工事例や有資格者の存在等を示して、ベネフィットを提供できることを示している
	「安心・安全」についての説明	<input type="checkbox"/> 耐震性向上が顧客の生命と財産を守ることを伝えている <input type="checkbox"/> 「耐震等級」や「上部構造評点」等、顧客に実感されづらい基準や数値の意味をわかりやすく説明できている <input type="checkbox"/> 「防災」や「防犯」等についての説明や提案ができる
	「健康・快適」についての説明	<input type="checkbox"/> 小工事でも顧客の暮らしが快適になることを説明できている <input type="checkbox"/> 温熱環境の改善やバリアフリーなどの性能向上リフォームが、安全・健康で快適な暮らしにつながることを伝えている <input type="checkbox"/> 断熱性能の基準や数値の意味を分かりやすく説明できている
	「経済性」についての説明	<input type="checkbox"/> 省エネルギー等によって、光熱費などのランニングコストを下げられることを説明できている <input type="checkbox"/> 適切なメンテナンスやリフォームが、その後の維持管理費用を下げられることをきちんと説明できている <input type="checkbox"/> 性能向上リフォーム等が、長期使用によって総住宅費を下げられたり、建物の資産価値を高められることを説明できている
	上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう	

テーマ	確認・検討事項	
iii) リフォームによって実現される性能や空間イメージ、効用等を具体的に示す	多様な手法・ツールを活用した空間のイメージ提供	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 顧客の話を聞きながら、資料や手書きのパス等を示し、顧客のニーズをその場で形にすることをやっている <input type="checkbox"/> 分かりやすいプレゼンテーションを心がけている <input type="checkbox"/> プランについて、図面だけでなく、イメージスケッチやパス等を用いてわかりやすく提案できている <input type="checkbox"/> リフォーム後の空間体験ツールとして、3D・CGツールやVR技術、AI技術等を活用している
	ショールームやモデルハウスの活用	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 設備メーカー等のショールームを活用している <input type="checkbox"/> 店舗やオフィス内にショールームを設置している <input type="checkbox"/> 自社または複数社によるモデルハウスを設置している <input type="checkbox"/> 耐震性や断熱性などの効能を実際に「体感」できるスペースやツールを用意している
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> リフォーム工事終了、引渡し前に内覧会等を実施している <input type="checkbox"/> 断熱改修などの工事完了後に計測や検査を行い、性能向上を具体の数字等について確認している <input type="checkbox"/> OB顧客宅をお借りして内覧会等を実施している
	<p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>	
iv) 一般消費者のリフォームに対する知識・理解を高める	リフォームに関する情報発信	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 自社のHPやSNS等を活用し、リフォームに関する情報等について発信している <input type="checkbox"/> 動画などで分かりやすい情報提供を心がけている
	セミナー等の開催	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> セミナーや勉強会等を開催し、消費者のリフォームに対する知識や情報等について啓発している
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 店舗やオフィスに住宅やリフォームに関連する資料を揃え、情報提供できている
	<p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>	

【取組み⑤】「工事内容やプロセスの見える化」に関するチェック

テーマ	確認・検討事項
i) リフォームの 施工内容・ 手順等を紹介する	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 提案する工事や工法等の内容、手順・進め方等について、丁寧に説明できている <input type="checkbox"/> HP等で、一般的なリフォームの工法や進め方を示している <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
ii) 建物の状況を 把握したうえで 工事内容を 提案する	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 小工事でも該当部位以外の現地調査を行い、劣化・老朽箇所の把握を行っている <input type="checkbox"/> お客様が目に見えない部位についても調査・診断し、必要な提案を行えている <input type="checkbox"/> お客様の当初要望以上の工事内容を提案する場合、なぜその工事が必要なのか、建物の状態等を示したうえで説明を行っている <input type="checkbox"/> アスベストの有無について、書面・目視・分析等の調査を必ず行っている <input type="checkbox"/> 自社の専門性に基づく高度な診断・調査技術を保有している <input type="checkbox"/> 一般的な建物調査に加えて、耐震診断や温熱性能等に関する現況調査も行い、耐震改修や省エネ改修などの性能向上リフォームを提案できている <input type="checkbox"/> 現状性能やお客様の予算に応じて、最初のリフォームでやるべき工事、次回以降のリフォームで実施すべき工事を切り分けて提案している <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
iii) 工事内容と コストの関係を 分かりやすく示す	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 共通化・標準化される工事について、おおよその費用目安を整理して示している <input type="checkbox"/> 見積もりの際に一式ではなく、その内訳等を明確にし、丁寧に説明している <input type="checkbox"/> 目標性能や予算等に応じて複数案を提案し、コストの妥当性を示している <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
iv) 工事内容が 確定したら、 必ず契約書 を取り交わす	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 小工事でも必ず契約書を作成している <input type="checkbox"/> 契約内容についてお客様に説明している <input type="checkbox"/> 追加工事が発生した場合の対処法や精算ルール等を定めている <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
v) 顧客の将来の 使い方も確認・ 提示したうえで、 今行う工事内容を 提案する	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> お客様の要望に基づいた提案に留めず、将来必要となるメンテナンスやリフォーム等の見込みを示すなど、長期的なリフォーム提案ができている <input type="checkbox"/> お客様のライフステージの変化に基づいた将来的な提案を示せる <input type="checkbox"/> 顧客に十分な予算がないなどの場合、段階的なリフォーム提案ができている <p>上記を参考に、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

【取組み⑥】「顧客や地域との持続的な関係づくり」に関するチェック

テーマ	検討事項
<p>i) OB顧客に 対して、 連絡や訪問、 交流会等を 継続的に行う</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> アフターサービスや定期メンテナンス、住宅履歴保管サービス、長期修繕計画の提示など、引渡し後も顧客と継続的に関わるサービスを提供している <input type="checkbox"/> 挨拶や点検等、OB顧客宅を定期的に訪問している <input type="checkbox"/> OB顧客向けにDMやメールマガジン、ニュースレター等を定期的に発行・配信している <input type="checkbox"/> 情報誌等を発行し、暮らし全般に対する提案・情報提供等を行っている <input type="checkbox"/> OB顧客等を対象とした交流会等のイベントを開催している <input type="checkbox"/> (工務店)新築OB客をフォローし、良好な関係を継続できている <input type="checkbox"/> (工務店)自社が維持管理する住宅・顧客を多く確保し、維持管理やリフォーム等の相談や依頼を受けられやすい環境をつくれている <input type="checkbox"/> 万一のクレームにも迅速に対応している <p>上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
<p>ii) イベントや セミナー等、 地域に向けた 活動を継続的 に行う</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> まちづくり活動など、地域に貢献する活動を行っている <input type="checkbox"/> 地域住民の属性・状況・ニーズ等に対応したイベント等を実施している <input type="checkbox"/> 地域内で住まいや暮らしの「相談相手・窓口」として機能している <p>上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>
<p>iii) 消費者からの 知名度を高める 取組みを行う</p>	<p>(<input checked="" type="checkbox"/> 自社の現在の対応についてチェックしましょう)</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ふだんから挨拶や服装、マナー等に気遣っている <input type="checkbox"/> 工事前後に近隣に挨拶している <input type="checkbox"/> 移動中や休憩中でも服装やマナー等に気遣っている <input type="checkbox"/> 地域内での知名度を高める取組みを行っている (セミナーの開催、修繕サービスの提供、看板や社用車等によるPR等) <input type="checkbox"/> (リフォーム店)アフターサービスに熱心でない工務店やビルダーに代わり、新築や築浅住宅の維持管理業務を請け負っている <p>上記の確認内容をもとに、今後実施・強化していきたい取組みを挙げてみましょう</p>

おわりに (結びに代えて)

皆様もぜひ 「6つの取組み」の実践を！

本日は長時間のセミナー受講、お疲れ様でした。

今回ご紹介した「6つの取組み」とチェックシートは、皆様の事業にも役立つものと自負しています。ぜひ本テキストを自社にお持ち帰りいただき、社員やスタッフの皆様と一緒に読み返してください。その際、役職や立場を超えて話し合っていたただくことを希望します。

そして、チェックシートを活用し、今一度確認・検討しながら、自社の特長や武器を再確認し、自社のターゲットとなる顧客や地域にあった事業方針を明確にしてください。そしてその実現のために、自社でも「6つの取組み」を実践ください。

巻頭でも申し上げましたが、1社でも多くの事業者が「6つの取組み」を実践することで、顧客・地域に選ばれ続ける事業者としていっそうの業績向上、経営の安定につながることを期待しております。

(一社) 住宅リフォーム推進協議会

取材・資料提供 *本テキスト掲載順

【工務店・リフォーム事業者】

リフォーム工房 株式会社スカワ（群馬県高崎市）	https://sukawa-reform.com/
株式会社育暮家ハイホームス（静岡県藤枝市）	https://hihomes.co.jp/
株式会社ホームラボ（福岡県久留米市）	https://www.homelabo.com/
有限会社田中住建（東京都府中市）	https://tjk100.com/
安心ホーム計画株式会社（埼玉県川口市）	https://www.anshink.com/
有限会社佐藤工務店（埼玉県上尾市）	https://www.satokomuten.com/
東京ガスリノベーション株式会社（東京都品川区）	https://www.tgrv.co.jp/reform/
株式会社ゆめや（神戸市東灘区）	https://www.yumeya.com/

【地方公共団体・事業者団体】

鳥取県「とっとり健康省エネ住宅（NE-ST）」	https://www.pref.tottori.lg.jp/ne-st/
一般財団法人 住まいづくりナビセンター（「リフォーム評価ナビ」運営元）	https://www.refonavi.or.jp/
一般社団法人 高齢者住宅協会	http://www.shpo.or.jp/

「長寿命化リフォーム」～住まいと暮らしの充実～ セミナーテキスト [令和7年度版] リフォーム事業者にとって大切な“6つの取組み”

令和7年10月 初版

発行 一般社団法人 住宅リフォーム推進協議会
〒102-0071
東京都千代田区富士見 2-7-2 ステージビルディング 4階
Tel 03-3556-5430 Fax 03-3261-7730
<https://www.j-reform.com/>

